

## マンガ雑誌の生存戦略

——徳間書店『COMIC リュウ』の総合的分析——

中央大学文学部 辻 泉  
 首都大学東京大学院 大 倉 韻  
 首都大学東京大学院 野 村 勇 人

### 目 次

#### はじめに

1. 先行研究の検討
2. 『COMIC リュウ』とはどのようなマンガ雑誌か？
3. どのような作品が特徴的なのか？
4. 『COMIC リュウ』はどのように作られているのか？
5. ま と め

#### はじめに

##### ●転換点を迎えたコンテンツ産業

日本のコンテンツ産業は転換点にある。その特徴として二つの点を挙げるができるだろう。すなわちマンガやアニメなどをメディアとして捉えるならば、その内容的側面と形式的側面について大きな変化が起こりつつある。

一つには、国内だけでなく海外からも、これらのコンテンツ（内容）が、かつてないほどの大きな注目を集めているということがいえる。「クールジャパン」というキャッチフレーズも聞きなれたが、これらを売り出していこうとする取り組みが継続されている。

そして、もう一つが、コンテンツの伝達に関する形式的側面での変化である。マンガでいえば、これまでは出版社を中心に製作がなされてきた。編集者が何人もの作家を抱えながら、定期刊行される商業誌にデビューさせ、そして単行本化の売

り上げで利益を得る、といったビジネスモデルが主であった。

しかしながら、いわゆる「コミケ（コミックマーケット）」に代表される、アマチュアが創作した同人誌の即売会が大きな隆盛を誇っていることは周知の通りであり、そうした同人作家から商業誌にデビューする者も、もはや珍しくない。さらに、インターネットや電子書籍といった新しいメディアの普及も大きな影響を及ぼしつつあり、オルタナティブな伝達経路が発展している。

またこのように、「(巨大) 商業誌か、同人誌か」「出版産業か、インターネットか」と二項対立的に語られやすいのも特徴的だが、それは果たして妥当なのかということも、重要な論点となろう。

本論文では、このように転換点を迎えてつつある、日本のコンテンツ産業の現状と今後を考えていく。そのために、ある特定のマンガ雑誌に注目し、その実態を総合的に分析していくこととしたい。

##### ●『月刊 COMIC リュウ』という事例

その際に取り上げるのは、『週刊少年ジャンプ』（集英社）のような巨大な売り上げを誇る商業誌ではなく、さらに「コミケ」で売られる同人誌でもない。むしろその中間に位置づくような、中規模な売り上げを維持しつつ、他誌とは一風異なったマンガ作品を掲載している商業誌である。

ここでは、その一つの事例として『月刊

COMIC リュウ』(徳間書店, 以下『COMIC リュウ』)という雑誌を取り上げたい。

詳細は後述するが、『週刊少年ジャンプ』と比べてしまうと、確かに、雑誌そのものの売り上げでは後塵を拝することは否めない。だが、そこに掲載されている、他誌とは一風異なった、実験的とも呼べるマンガ作品は近年注目を集めつつある。

例えば、「人外系」と呼ばれ、美少女キャラクターであってもそれが人間以外の(架空の)生物でありつつ、それでもごく普通の日常生活や性愛行動が描かれているようなジャンルがあるが、この他誌と異なった『COMIC リュウ』に特徴的なジャンルは、海外において注目を集めつつある。その代表的作品ともいえる『モンスター娘のいる日常』(オカヤド:作)は、『ニューヨークタイムズ(The New York Times)』誌のマンガ(manga)のベストセラーランキング(Best sellers)において、日本国内では圧倒的な人気を誇る『進撃の巨人』(諫山創:作)を抑えて、1位を獲得した(2013年11月10日版, <http://www.nytimes.com/best-sellers-books/2013-11-10/manga/list.html>)

図 0-0-01 『モンスター娘のいる日常』が掲載された同誌の表紙(2013年9月号)



さらに『COMIC リュウ』においては、典型的なジェンダーのパターンをなぞるだけではなく、そこに新たな様相を描き出そうとする作品がいくつか見られる(これらは、「ジェンダー実験系」と呼び表すことができる)。

そもそもマンガ雑誌というメディアが、その発売形態ないし伝達経路においてもジェンダーバイドされ、性愛や関係性を描いた作品が数多く掲載されていることは知られるとおりだが、その中でも実験的な作品をいくつか取り上げているのである。

その代表作としては、女装をした中学生男子3名の織り成す関係性を描いた『ほくらのへんたい』(ふみふみこ:作)を挙げることができるが、同作への注目もあり、作者のデビュー作にあたる『女の穴』は2014年に映画化されることとなった。

#### ●本論文の目的・構成

本論文では、このように静かな注目を集めつつある個性的な作品が生み出される背景を理解するために、『月刊 COMIC リュウ』誌の総合的な分析を行っていく。

結論を先取りして、その特徴を一言で言えば、これまでに注目されてきたマンガ雑誌あるいはマンガの出版形態と比べると、中間的な位置づけにあるということがいえるだろう。すなわち、一方の『週刊少年ジャンプ』に代表される巨大な商業誌においては、いわゆる「アンケート至上主義」と呼ばれるような、読者のニーズを最優先にした売れるマンガを生み出す形態があり、また一方では、いわゆる「二次創作(ないしn次創作)」を中心とした同人誌をアマチュアが創作して楽しむ形態がある。

こうした、一般に注目を集めやすい巨大な商業誌でもなく、あるいは同人誌でもない、中間的な位置づけのマンガ雑誌の作品が注目を集めていることは、今後のコンテンツ産業を考えていく上で、何がしかの知見を与えてくれるのではないだろう

か。

よって本論文では、その実態と背景をより詳細に記述していくために、総合的なアプローチを行う。すなわち、特定のマンガ作品について、その内容や作者の背景だけを掘り下げるのではなく（作品論や作家論）、また読者の意識や行動の実態に注目するだけでも（読者分析）、さらには編集者の実態だけを掘り下げるのではなく（産業論）、むしろこれらのアプローチを組み合わせながら、総合的に実態を記述していくこととしたい。

なお本論文の構成は以下の通りである。まず次節において、マンガや雑誌に関する先行研究に触れた後に、それらが対象としてきたものに比して、『COMIC リュウ』が異なった特徴を持っていることを指摘する。その上で2節では、『COMIC リュウ』の沿革について簡単に記しつつ、さらに計量的な内容分析の手法によって、『週刊少年ジャンプ』とも比較しながら、コンテンツの特徴を把握したり、あるいは読者アンケートの計量的分析に基づいて、読者層の特徴およびその属性ごとの人気作品を理解する。そして3節では、『COMIC リュウ』を代表し、読者からも人気を集めている「人外系」「ジェンダー実験系」にあたる作品の実態について、その内容面だけでなく、作家へのインタビュー調査にも基づきながら特徴を把握する。最後に4節で、編集長へのインタビュー調査を基にしつつ、これらの総合的なアプローチを振り返りながら、まとめていくこととする<sup>1)</sup>。

(辻 泉)

## 1. 先行研究の検討

### 1.1. マンガに関する先行研究

#### ●多様な先行研究

メディア論的あるいは社会学的なもの、またはそれ以外の視点によるものも含めて、近年ではマンガに関する研究が盛んである。ここではその全容を詳細に紹介する余裕はないが、本論文に関連する代表的な研究を取り上げていくこととした

い。

何人かの代表的な研究者の整理を基にするならば（夏目・竹内編著 2009、瓜生 2014 など）、マンガに関する研究は、大きく分けて「作家論・作品論（表現論）」「読者論（受け手・オーディエンス研究）」「産業論」といったジャンルに分かれるといえよう。また時間軸上で整理するならば、そこに「通時的（歴史的）記述」か「共時的（今日的）記述」か、といった分類が加わることになる。

#### ●作家論・作品論（表現論）

その中でも大きな傾向としては、「作家論・作品論（表現論）」が大きな比重を占めてきたといえることができる。

とりわけ代表的なものとしては、「マンガの神様」とまで呼ばれた手塚治虫とその作品、表現に関する研究を挙げることができよう。桜井(1990)、竹内(1992)、夏目(1992)などが代表的なものとして知られている。

その一方で、近年では別のジャンルへと少しずつマンガ研究の比重も移り始めているようである。この点については、冒頭で述べたようなコンテンツ産業が転換点を迎えていることとも少なからぬ関係があると考えられよう。

### 1.2. マンガ雑誌に関する先行研究

#### ●著名な雑誌に関する研究

代表的なマンガ家に関する「作家論・作品論（表現論）」的なもの以外のマンガ研究としては、著名な雑誌とその実態について掘り下げた研究などがその好例といえよう。

例えば、戦後まもなくに創刊され「伝説の雑誌」ともいわれた『漫画少年』（学童社）についていえば、加藤（2002）のように当時の編集長について息子が語ったものであったり、あるいは最大の売り上げを誇る『週刊少年ジャンプ』についても、西村（1994）のように編集長の立場にあったものが回想録的に記したものが存在する。いわば、

著名な雑誌に関する研究については、このように名物編集長の存在を軸に、人物伝としてまとめられたものが目立つといえよう。

### ●巨大商業誌か、同人誌か

一方で、こうした人物伝的な視点ではなく、産業論的な視点からマンガの実態を掘り下げた記念碑的な研究として、中野晴行の『マンガ産業論』(中野 2004) が注目に値しよう。

同著が優れているのは、日本社会におけるマンガ産業の中心に雑誌が位置づき、さらにそれがあくまで広告媒体のような存在であり、むしろ収益の中心は単行本が占めているという今日的な産業の実態を明らかにしながら、そこにいたる経緯と今後の展望について、論じた点である。

中野(2004)に影響を受ける形で、イー(2005)はこうしたマンガ産業の構造を「マンガシステム」と呼び表した上で、その実態に関する日本と韓国の比較を行っている。その結果、同じようにマンガ雑誌が盛んに刊行されていても、クリエイティビティにあふれたマンガ家は出てくるものの、後発的であるがゆえに出版社側・編集側の体制が整っていない韓国と、編集側の体制は整っているもののクリエイティビティにあふれたマンガ家が徐々に不足し始めている日本という、対照的な状況が明らかになった。

こうした「マンガシステム」の最たる象徴に位置づけられるのが、ここまでも繰り返し登場している『週刊少年ジャンプ』である。こうした産業論的な研究が優れているのは、その分析において、作家や名物編集長の個人的な能力に還元するような人物伝的視点を取らずに、むしろ社会的な背景の分析へと結び付けていることである。

またこうした産業論的な視点で言うならば、『週刊少年ジャンプ』のような巨大商業誌の「マンガシステム」とともに注目に値するのは、冒頭でも述べたような「コミケ(コミックマーケット)」の隆盛だろう。

これに関する代表的な研究としては、玉川(2007, 2014)などが挙げられるが、その要点として指摘できるのは、それがオルタナティブな流通経路であるということだろう。すなわち「マンガシステム」に基づいた巨大商業誌とは異なり、「コミケ」という場合は、アマチュアたちの「二次創作(n次創作)」を中心とした同人誌の即売会であるということである。

またこうしたオルタナティブな流通経路の発達とともに、読者のありようも変わってくることとなる。巨大な商業誌ならば読者は一方的にマンガを受け取るだけだが、「コミケ」に参加し、「二次創作(n次創作)」物である同人誌を売るアマチュアたちは、読者でありながら、作者でもある。こうした読者(受け手・オーディエンス)の新たなメンタリティに注目した研究としては、そこに立ち上がる「解釈共同体」の存在に注目した金田(2007)や、作品内容よりも「相関図消費」というキャラクター同士の関係性を楽しむファンの行動に注目した東(2010)などが代表的なものとして挙げられよう(このほかに、実証的な調査方法を用いて、マンガ雑誌の読者の実態を分析したものとして、谷本(1997)、團(2014)などがある)。

また近年では、こうしたアマチュアの同人作家から商業誌のプロのマンガ家になるケースも決して少なくなく、むしろ商業誌側が同人誌即売会にブースを出すことも多いという。

### ●総合的な分析の必要性

このように、ますます複雑化する状況に鑑みれば、より広範な社会的背景に視点を向けた、総合的な分析が必要であることは明白であろう。この点について、瓜生(2014)は以下のように述べている。

誰が・何を・どのように書いた／描いたか(作家論・作品論／表現論)、誰が・何を・どのように読んだか(読者論・読書論)、さらには産業構造や

法制度など、社会の中でのマンガのあり方へのアプローチはさまざまに可能である。どれかひとつの視角が優れている、というわけではないし、どれかひとつの視角のみでマンガを語れるわけではない。というか、マンガについて何ごとか語ろうとすれば、複数の視角が混在するほかない。(瓜生 2014: 160)

よって本論文では、前節でも述べたように、特定のマンガ作品について、その内容や作者の背景だけを掘り下げるのではなく(作品論や作家論)、また読者の意識や行動の実態だけに注目するのでも(読者分析)、さらには編集者の実態だけを掘り下げるのでもなく(産業論)、むしろこれらのアプローチを組み合わせながら、総合的に実態を記述していくこととする。

(辻 泉)

## 2. 『COMIC リュウ』とはどのようなマンガ雑誌か?

本節では、ここで対象とする『COMIC リュウ』について、それがいかなるマンガ雑誌であるのか、簡単な沿革を述べた後に、内容分析の結果に基づいてその誌面の特徴を、さらにアンケートはがきの分析結果に基づいて読者層の特徴について、記しておくこととする。

### 2.1. 沿革

ここでは、後にも触れるとおり2013年8月16日に徳間書店『COMIC リュウ』編集部にて実施した、木島編集長へのインタビュー調査結果に主に依拠しながら、その沿革を述べておきたい。

まずこの雑誌の原点は、1979年における、同じく徳間書店から発行されているアニメ雑誌『アニメージュ』の増刊号にまで行き着くことができる。当時はアニメーターがマンガを書いて発表する雑誌という位置づけであり、この路線は1986年の休刊をもって終わりを迎えることとなるが、いずれにせよ、今日とはまるで違ったコンセプト

であったという。

その後、2006年9月(11月号)に新創刊することとなるが、この時も第一次創刊時の読者層であるような、具体的に言えば50歳以上になりつつあったオタク第一世代を主たる対象に、長期連載して読者とともに齢を重ねるような、「オタクのための『ビックコミック』」を標語とした内容であった。そしてこの路線も2011年8月号をもって休刊してしまうこととなった。

そして2012年3月(5月号)になると、現在の木島編集長の手によってリニューアル創刊を迎えることとなり、読者層を30代にまで若返らせるとともに、マンガ家も大幅に入れ替えることとなった。

現在では、本誌のほか、「RYU COMICS」のレーベルで単行本を数多く発行し、さらに新人発掘を目的とした「龍神賞」を開催して、受賞作品を『登龍門』と名づけた別冊に掲載している。なお現在の発行部数は、おおむね1万部である。

(辻 泉)

### 2.2. 内容分析

続いて本項では、『COMIC リュウ』2013年8月号(全766ページ)を対象に行った内容分析結果を記す。雑誌の内容分析の手法については、体系的な研究を行った井上輝子や諸橋泰樹らの成果を参照したが(井上+女性雑誌研究会1989, 諸橋1993), これは多様なジャンルの雑誌を同じ基準で比較するために作成された分類方法である。

すなわち、分類にあたっては原則として1ページを単位とし、その内容をあらかじめ決められた分類カテゴリーにあてはめていく、というものである(1ページに複数の内容が含まれる場合は0.1ページ単位に分割して計測する)。分類カテゴリーは「おしゃれ」「家事」「生き方」「余暇」「できごと」「その他」という大分類に分かれ、それぞれの大分類の下におよそ3~5種の中分類、またその下に(今回はデータ化はしていないが)1~7

種の小分類が含まれている。

この方法を用いてカウントすることにより、雑誌の内容を数値化し客観的な分析が可能になる。つまり、様々な種類の雑誌を横断的に比較できるのが大きな利点である。

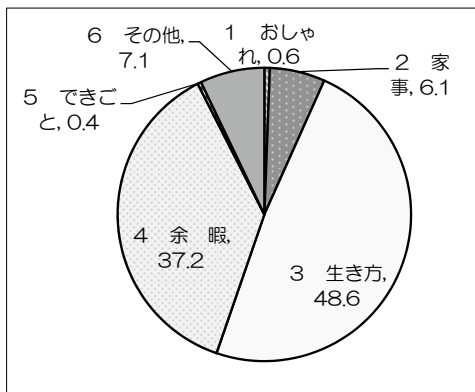
### ●大分類分析結果

図 2-2-01 は、大分類の分析結果である。『COMIC リュウ』は6つの大分類について「おしゃれ」が0.6%、「家事」が6.1%、「生き方」が48.6%、「余暇」が37.2%、「できごと」が0.4%、「その他」が7.1%という分布になっており、「生き方」「余暇」の項目が誌面の大半を占めていることが分かった。

「生き方」大分類のほとんどは、中分類における「恋愛・友人」が占めており、「余暇」の大分類のほとんどは中分類における「レジャー」が占めている。男性向けマンガ雑誌で「レジャー」というのはややイメージしづらいかもしれないが、この大分類には「冒険」や「アドベンチャー」といった要素が含まれているため、アクションシーンやバトルシーンのほとんどがこのカテゴリーに

図 2-2-01 月刊 COMIC リュウ

(2013年8月1日号, 全766ページ)の大分類  
(単位: %)



※以降も含め、図表中の数値は小数点以下第二位を四捨五入したものであり、そのため合計の数値が100%に満たない場合がある。

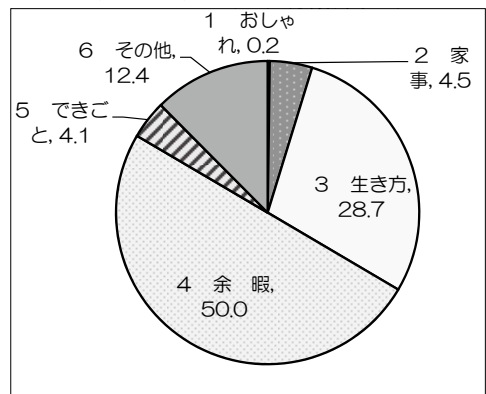
該当している。また「生き方」には「恋愛・友人」や「家庭生活」などの要素も含まれており、友達や家族との会話シーンの多くがこのカテゴリーに該当する。ここから、『COMIC リュウ』では、恋愛関係や友人関係を扱った描写と、アクションやバトルなどの描写が非常に多くなっていることが窺える。

次に、他の雑誌との比較を行うことで、さらにその特徴を明らかにしていこう。そのために、同じく男性向けマンガ誌である『週刊少年ジャンプ』8月5日号<sup>2)</sup>との比較を行いたい。同誌の分析結果を示したものが図 2-2-02 である。「おしゃれ」が0.2%、「家事」が4.5%、「生き方」が28.7%、「余暇」が50.0%、「できごと」が4.1%、「その他」が12.4%という分布となっている。「余暇」が全体の半分を、次いで「生き方」が四分の一を占める。

「生き方」「余暇」の項目が誌面の大半を占めているという点では、『COMIC リュウ』と『週刊少年ジャンプ』は、類似しているといえることができるかもしれない。だが、「余暇」項目が全体の半分を占めるのは、アクション・バトル描写の多さに拠るところがあり、この点では、傾向は類似

図 2-2-02 週刊少年ジャンプ

(2013年8月5日号, 全464ページ)の大分類  
(単位: %)



しているといえども、「生き方」項目が全体の半分を占める『COMIC リュウ』とは対照的というべきであろう。

総じて、両誌ともに「生き方」「余暇」項目が紙面の大半を占めているが、「レジャー」項目に含まれるアクション・バトル描写が中心となる『週刊少年ジャンプ』との対比を通して、『COMIC リュウ』においては、友人・恋愛・家庭生活が中心となっていることが明らかになったといえよう。

### ●中分類分析結果

大分類をさらに細分化した22種類の中分類によって、カウントした結果が表2-2-01である。ここでは、『週刊少年ジャンプ』との比較という観点から、特に「生き方」「余暇」項目内の中分類集計に着目したい。

その結果、『COMIC リュウ』においては「生

表2-2-01 月刊 COMIC リュウ (2013年8月1日号, 全766ページ) および週刊少年ジャンプ (2013年8月5日号, 全464ページ) の中分類集計 (単位: %)

分類	少年 ジャンプ (464P)	COMIC リュウ (766P)
11 美容	0.0	0.0
12 ファッション	0.2	0.6
21 料理	4.5	2.9
22 裁縫	0.0	0.0
23 インテリア	0.0	0.0
24 育児・教育	0.0	1.3
25 医学・健康	0.0	0.8
26 家計・家政・家事	0.0	1.1
31 恋愛・友人	15.7	21.0
32 家庭生活	2.5	9.1
33 仕事・職場	7.0	4.5
34 セックス	0.0	2.4
35 心理・救済	0.0	2.5
36 ライフスタイル	3.6	9.0
41 文化	10.5	0.6
42 レジャー	39.2	34.9
43 食べ物	0.2	1.8
51 政治・経済・社会	4.1	0.0
52 事件・時の話題	0.0	0.4
61 読者投稿	1.3	0.2

き方」大分類の中では「恋愛・友人」が21.0%、「家庭生活」が9.1%、「仕事・職場」が4.5%、「セックス」2.4%、「心理・救済」が2.5%、「ライフスタイル」が9.0%であった。「余暇」大分類の中では、「文化」が0.6%、「レジャー」が34.9%、「食べ物」が1.8%であった。

同様に『週刊少年ジャンプ』においては「生き方」大分類の中では「恋愛・友人」が15.7%、「家庭生活」が2.5%、「仕事・職場」が7.0%、「セックス」「心理・救済」がともに0.0%、「ライフスタイル」が3.6%であった。「余暇」大分類の中では、「文化」が10.5%、「レジャー」が39.2%、「食べ物」が0.2%であった。

このように中分類を見ることによって、二誌の方向性の違いを、さらに詳細に読み取ることができよう。すなわち「恋愛・友人」および「家庭生活」中分類で差が目立つが（それぞれ『週刊少年ジャンプ』15.7%および2.5%、『COMIC リュウ』21.0%および9.1%）、これは異性関係や友人関係、家庭における複雑で繊細な問題を取り上げることの多い『COMIC リュウ』の性質を反映したものと見ることができよう。

また「余暇」大分類内を見れば、「文化」中分類における差が目立つ（『週刊少年ジャンプ』10.5%、『COMIC リュウ』0.6%）。「文化」中分類は趣味の描写も含まれる項目であり、日常生活を舞台とした作品が多い『週刊少年ジャンプ』と、ファンタジー世界を舞台とした作品が多い『COMIC リュウ』とで傾向が分かれたといえる。

以上のように、大分類集計を見れば、『COMIC リュウ』は同じく男性向けである『週刊少年ジャンプ』と一見傾向が似ているようだが、中分類集計を見ることで、その特徴がよりクリアになったといえるだろう。

(野村 勇人)

### 2.3 読者アンケート分析

さらに本項では、『COMIC リュウ』の読者ア

アンケートハガキについての分析結果について記す。提供を受けたデータの期間は2012年9月号から2013年9月号までの13ヶ月分、ケース数は690、1ヶ月ごとの回収ハガキ数の平均は53枚、最少が2013年8月号(38枚)、最多が2012年12月号(69枚)であった。編集部が入力したデータ(氏名や住所などの個人情報は除外)を受け取り、分析を行った。分析に用いた項目は性別、年齢、居住地(都道府県)、「面白かった作品(3つまで)」、「面白くなかった作品(あれば3つまで)」である<sup>3)</sup>。

### ●基本属性

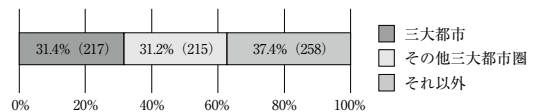
まず性別を見ると、男性向け青年誌であることを反映して男性が圧倒的多数を占めていることがわかった(男性84.6%、女性15.2%、不明0.2%)。これに各年代を前後半に再割り当てしたものとクロスすると、最も割合が高いのは20代後半男性で全体の24.8%、次いで40歳以上男性の22.4%、30代前半男性13.9%となっていた。女性については総数が105と少ないが、年齢分布としては20代後半から30代前半が多かった(それぞれ女性全体の24.8%と22.9%)。以上をまとめたのが表2-3-01である。

編集長が「30代前半の男性をターゲットに作っているつもり」と述べている通り、アンケート結果の性別年齢分布も30歳前後の男性が最も多いという結果になった。同時に、「どちらかという『マンガ好き』に向けているので、男性女性どちらか、という作り方はしていないですね」という発言に沿うように、30歳前後の女性読者も一定数いることが確認された。40歳以上の男性が全

体の22.4%を占めている点については、本誌の前身にあたるSFマガジン『リュウ』からの読者が今も同誌を購入しているものと考えられよう。

次に居住地を見てみると、三大都市(東京・大阪・愛知)が投稿者の31.4%(217人)を占め、その他の三大都市圏(神奈川・埼玉・千葉・群馬・栃木・茨城・山梨・岐阜・三重・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山)が31.2%(214人)、それ以外の地域が37.4%(258人)となっており、読者層の都市部への集中が見られる(図2-3-01)。

図2-3-01 居住地 (n=690)



### ●面白かった作品・面白くなかった作品

続いて「面白かった作品」「面白くなかった作品」について検討していきたい。「面白かった作品」の総投票数は2043票、うち上位5作品は『モンスター娘のいる日常』10.5%、『セントールの悩み』(村山慶:作)8.5%、『ねこむすめ道草日記』(いけ:作)8.3%、『きのこいぬ』(蒼星きまま:作)6.2%、『木造迷宮』(アサミ・マート:作)4.8%であった。

一方で「面白くなかった作品」は総投票数が709票と少ないものの『真田と浜子』(ハイソヤギ:作)11.7%、『Mr. NOBODY』(田邊剛:作)10.3%の二作品が全体の2割を占める結果となっており、アンケート投稿者層からの不支持が著しい。その他詳細については表2-3-02を参照されたい。

注目されるのは「人外系」作品の得票率の高さ

表2-3-01 性別と年代の分布 (n=670)

	15歳未満	10代後半	20代前半	20代後半	30代前半	30代後半	40歳以上	合計
男性 % (度数)	0.2% (1)	2.8% (16)	12.4% (70)	29.4% (166)	16.5% (93)	12.2% (69)	26.5% (150)	100% (565)
女性 % (度数)	8.5% (9)	15.2% (16)	8.6% (9)	24.8% (26)	22.9% (24)	2.9% (3)	17.1% (18)	100% (105)



表 2-3-02 面白かった作品、面白くなかった作品

面白かった作品 (n=2043)				面白くなかった作品 (n=709)			
順位	作品名	度数	得票率	順位	作品名	度数	得票率
1	モンスター娘のいる日常	214	10.5	1	真田と浜子	83	11.7
2	セントールの悩み	173	8.5	2	Mr.NOBODY	73	10.3
3	ねこむすめ道草日記	169	8.3	3	ダンディ★マニアック	47	6.6
4	きのこいぬ	127	6.2	4	KEYMAN	39	5.5
5	木造迷宮	98	4.8		∴		
6	KEYMAN	79	3.9	7	ぬこぬこ新撰組	27	3.8
7	ぬこぬこ新撰組	67	3.3	8	ぼくらのへんたい	26	3.7
	∴				∴		
19	真田と浜子	38	1.9	12	モンスター娘のいる日常	17	2.4
20	ぼくらのへんたい	32	1.6	14	PiNKs	14	2.0
21	PiNKs	30	1.5	16	セントールの悩み	14	2.0

と、「ジェンダー実験系」の低さであろう。まず「人外系」についてみると、『モンスター娘』『セントール』『ねこむすめ』が上位3位を独占し、7位の『ぬこぬこ新撰組』（耳式：作）と合わせた4作品で総得票数の30.5%（623票）を占めている。これら作品群には絵柄のかわいらしいものが多く、特に『セントール』を除く3作品はいわゆる「お色気シーン」を積極的に描く作品が多いため、イラスト入りサイン色紙プレゼントへの動機づけと相まって得票率が高まったものと推測される。

逆に「ジェンダー実験系」（『ぼくらのへんたい』『真田と浜子』『PiNKs』（倉金篤史：作）は「面白かった作品」での得票が少なくものの、『真田と浜子』以外はさほど「面白くなかった」票も多くないことから、少なくともアンケート投稿者からは支持も不支持もされていないとみることができよう（『真田と浜子』については3.4で考察する）。

続いて属性ごとの投票傾向を見る。「面白かった作品」で『モンスター娘』『セントール』『ねこむすめ』『ぬこぬこ』に投票した数を「人外系選択指数」とし、性別ごとの平均を求めたところ男性0.988（標準偏差0.842）、女性0.429（標準偏差0.602）となり、強いジェンダー差が確認された。また女性について見ると『きのこいぬ』を支持す

る女性の多さが際立っており、男性の12.9%に対して女性は37.1%が投票していた。

團（2014）はアンケート調査の分析結果から、マンガを雑誌で読む層と単行本で読む層の間には明白なジェンダー差があること、マンガ雑誌を読む女性はマンガを読む女性の中でもごく少ないことを指摘しており、「女性にとって雑誌でのマンガ読書経験は同性内において希少な文化実践だといえよう」と述べている。このことを踏まえると『COMICリュウ』掲載作品の読者層について、特に女性に関してはアンケート投稿者との乖離が相当大きいことを考慮に入れる必要があるが、ひとまず熱心な雑誌購読者の男性が「人外系」を強く支持し、女性が少なくとも「きのこいぬ」を強く支持していることは指摘できるだろう<sup>4)</sup>。

（大倉 韻）

### 3. どのような作品が特徴的なのか？

本節では、『COMICリュウ』に掲載されているマンガ作品の中で特徴的な4作品について、何が特徴的であるのか、なぜそのような作品が『COMICリュウ』から生まれたのか、といった点を内容分析と作家インタビューを交えて考察する。対象とする作品は「人外系」から『セントールの悩み』、「ジェンダー実験系」から『ぼくらの

へんたい』『PiNKs』『真田と浜子』の4作品である。インタビュー調査については概要を以下の表3-0-01にまとめたので参照されたい。調査は二日間に分けて、『COMIC リュウ』編集部にて行った。質問項目は半構造化しており、「作品内容について」「作品執筆について」「マンガ家になったきっかけ、デビューのきっかけ」「編集部とのやりとり」などを尋ねた。

### 3.1 『セントールの悩み』(村山慶：作)

——もうひとつの人類史という思考実験

#### ●作品概要：「人外で、けいおん！」

本作は、「もしも哺乳類・鳥類・爬虫類・両生類が六本肢だったら」という進化仮説に則って設

定された、外見のさまざまに異なる人類(人馬・人魚・翼人・蛇人など)が登場する架空の世界で、ケンタウロス(人馬)形態の女子高生を中心として描かれる日常系マンガである。舞台は現代の日本社会を基本的に踏襲しており、各形態ごとの生活上の利益・不利益や、形態が大きく異なることにより生じる差別や暴力についての作者の考察が要所所で展開される。

当初のコンセプトは「人外で、けいおん！」であったといい、先述のような綿密な考証をもととしつつも、基本的な物語は日常系マンガの代表作といえる『けいおん!』(かきふらい：作)のように軽く読める作風となっている。

#### ●内容に関して：多層化する「キメラ」

本作品をはじめとした「人外系」作品を考える際に重視したいのは、「キメラ」という概念である。キメラとはもともとはギリシャ神話に登場する「頭はライオン、胴体はヤギ、尾が蛇」である怪物を指すものだが、そこから派生して異なる種ものが混交して生まれたものをキメラと呼ぶ例が特に生物学で広く見られる。

マンガ評論家のササキバラ・ゴウは、この用語を80年代後半にマンガ表現技法として確立した「美少女」概念に当てはめ、内面を表し愛情を受け止めるための少女マンガの顔と、性欲を受け止めるための写実的で成熟した身体が同居する、「エッチな肉体を持った、内面的キャラクター」という「キメラ」としての美少女キャラクターが誕生したと述べている(ササキバラ2004:146-151)。現在隆盛を極める「萌え」文化の源流をな

図3-1-01 『セントールの悩み』  
単行本の表紙



表3-0-01 インタビュー概要

作家名	インタビュー日時	インタビュアー (学部生は中央大学生, 学年は当時)
村山慶	2013年9月17日	辻, 大倉, 中村真奈美 (文学部3年)
ふみふみこ	2013年9月26日	小西理佳 (文学部3年), 中村真奈美 (文学部3年)
倉金篤史	2013年9月17日	野村, 大沼風 (総合政策学部2年), 西田健介, 泉大地 (いずれも法学部4年)
ハイソイヤギ	2013年9月26日	野村, 宮路将司 (経済学部2年), 泉大地 (法学部4年)

す美少女キャラクター造形は、その当初から異なる出自の表現技法を合成したのものとして考案されていた。

そして本誌の「人外系」コミックに登場するキャラクター造形は、神話的・生物学的な意味でのカメラと、マンガ表現技法上のカメラとが組み合わされた「二重のカメラ」だと言ってよい。もちろんこういったキャラクター造形の起源は古く、最も有名なものとしては『うる星やつら』（高橋留美子：作）のヒロインである鬼型宇宙人の「ラム」が思い出されるだろう<sup>5)</sup>。ただしそれらは、人間女性のシルエットを崩すことなく耳や角、尻尾などの特徴を「付加」して成立するものにとどまっておき、本作に登場するケンタウロス（人馬）や『モンスター娘』に登場するラミア（下半身が蛇）、ハービー（手足が鳥）などのように、人間女性のシルエットを大きく逸脱して他生物の特徴を文字通り「合成」するようなキャラクター造形が使用されることは珍しく、ましてやそれが主人公に設定される作品は他に類を見ない。

作者である村山にとって、「人外」キャラクターという存在は、それらについて行う思考実験そのものが執筆の動機となっているようだった。もともとはバイオテクノロジーに興味があり、自由に生物を作ることを目指して大学では生物学の領域に進んだ村山だったが、「実際にバイオをやってみて、これはちょっと自由にものを作れるとか、そういう段階じゃないなと思った」ことによりその夢をいったんは手放したという。だが就業上の理由により、思いがけずマンガ家への道が開かれたとき、自身の表現したいこととして「思考実験ですね。いろんな形態の人類がいるという設定で、実際に世界はどう変わるのか」という物語を選択した。この作品の特徴の一つに、見た目の印象だけでなく骨格などの身体の構造を意識したキャラクターデザインがなされていることを挙げられるが、それもこのような経歴が大きく起因しているのであろう。

そのような巨大な思考実験の商業的な成功が、未知数であったろうことは想像に難くない。そこで村山は「人外系」の要素に「日常系」要素を加えることを選択したという。「人外系」と同程度に村山が描きたかったジャンルに「時代物」があったというが、「時代物の時点で現実と乖離しているのに、さらに人外となると二つのベクトルで（現実から）離れてしまうことになって、読者がどちらを見たらいいのかわからなくなる」という判断に基づき、現代の日本社会と類似した物語世界での「日常系」マンガ、つまり「人外でけいおん！」を描くことに決定したという。

この点については、「（—— 日常系の設定をして、今の読者をひきつけつつ、先生がやりたい思考実験をして伝えるというのは意識してやっている？）そうですね、それはあります」と述べており、思考実験だけが伝えたいことではないというが、やはり商業的成功と自身の表現をうまくバランスさせていることが窺える。

なお担当編集者とは、商業誌に載せるための内容調整や、より読者を獲得しやすくするための方策が話し合われたといい、それらの結果として、第一巻で意図的に性的要素を多く投入したり、グロテスクな外見を持ち読者に受け入れられるかが不透明な蛇人（首から上が蛇、前ページ表紙画像参照）の投入には巻数を重ねたことなどがあったという。ここに、表現者としての作家と、それを商業的成功へと導く編集者の互助関係が見えてこよう。そしてまた、そういった作家の冒険を許容する編集方針こそが、商業的成功を絶対視しない『COMIC リュウ』の強みであると言ってもいいのではないだろうか。

#### ●「人外系」がなぜ海外で読まれたか

さらに、同じ「人外系」に含まれる『モンスター娘のいる日常』が、「はじめに」で紹介したように、ニューヨークタイムズ誌 manga 部門で一位を獲得したという点についても考察を加えてみたい。

すなわち、こうした「人外系」作品が海外で評価される理由については、キリスト教性規範の影響が指摘できるのではないだろうか。

『モンスター娘』の前身となった同作家の Web コミックでは、さまざまな異種族の生態を推測しつつ、それらと人間の性行為がいかに行われるかを考察して描いている点が新規性を持って受け入れられたように思われる。これら異種族性交は広く獣姦（人間と動物の性行為）の一類型とみなすことができるが、キリスト教文化圏では生殖に結びつかない獣姦は、同性愛や肛門性交と並んで古くから禁忌の対象とされてきた（いわゆるソドミー法）。

しかし抑圧の背後に強い願望があったことは、19世紀ヴィクトリア朝が表向きは貞淑を装いつつ、その裏で「ポルノトピア」と呼ぶべき性的爛熟を呈していたことを指摘した Marcus (1966=1990) からも明らかであり、現代の獣姦をめぐる状況についても同様の状況がみられると推測される。ここ数年、欧米由来のネットサービスでは日本の獣姦作品が児童ポルノや性暴力と並んで厳しい規制対象になっており<sup>6)</sup>、他方でこれまで日本では獣姦に注目が集まることがほとんどなかったこと<sup>7)</sup>から考えても、グローバル化の進展に伴い欧米圏のポルノファンがこれらを消費するようになったことが問題化の契機となったと考えるのが妥当であろう。

ここで注目すべきは、『モンスター娘』がギリシャ神話の怪物たちをキャラクターとして採用していることだろう。奇しくも村山が「二つのベクトルで（現実から）離れてしまう」ことの問題を指摘しているように、理解可能な物語設定の中で新規性の強い表現を行うことは、作品が受け入れられる条件の一つといえるが、欧米圏の読者にとって親しみのあるギリシャ神話をベースに、日本的な「萌え」を盛り込んだことが『モンスター娘』のヒットの理由の一つと考えられるのではないだろうか。つまり日本の読者にとっては、「萌え」

をベースに「ギリシャ神話」という新規性を盛り込んだことが、一方で欧米の読者にとっては、「ギリシャ神話」をベースに「萌え」を盛り込んだことが、それぞれ評価されたのだと考えることができる。加えて青年誌であるため具体的な性行為を行っていないこともまた、ポルノグラフィとして取扱停止をもたらさないぎりぎりのラインを維持することを可能にしているように思われる。

（大倉 韻）

### 3.2 『ほくらのへんたい』（ふみふみこ：作） ——女装男子で描く思春期

●作品概要：現代の「24年組」<sup>8)</sup>

次に、「ジェンダー実験系」の作品について見ていきたい。本作『ほくらのへんたい』は、女装癖のある三人の中学生男子を主人公に、彼らの青春と葛藤を描いた漫画作品である。女の子になりたい“まりか（青木裕太）”，死んだ姉の身代わりとして女装する“ユイ（木島亮介）”，恋した先輩に求められるままに女装をする“パロウ（田村修）”の三人の複雑な関係性を軸に、性別を超えた恋愛

図 3-2-01 『ほくらのへんたい』  
単行本の表紙



模様が展開されていく。

「昔の24年組を現代でやりたかった」というコンセプトのもと、セクシュアルマイノリティの登場人物たちが織りなす、自己と身体の軌轢を少女漫画のような柔らかいタッチで描いている。独自の表現が多く、三人の主人公の心情や関係の移り変わりが丁寧に描写されることも特徴的である。その意味では、必ずしもセクシュアルマイノリティだけをテーマとした作品ではない。やや変則的な切り口でありながら、思春期特有の自己と他者の不安定性という普遍的なテーマを持つ作品であるといえる。

#### ●内容に関して：コミュニケーションの暴力の終わり

先に触れたことではあるが、作者ふみが語るように、本作は「現代の24年組」を目指したものである。「24年組」はSF・ファンタジーや同性愛的要素を少女マンガの表現に導入したことで知られ、同性愛的要素という意味では、本作はその面を確かに継承している。

連載当初は、「人を好きになるのに男も女も関係ない」というメッセージが中心にあったことをふみは認めている。しかし、連載が続くにつれて、むしろ「中二病<sup>9)</sup>の終わり」というテーマが前景化していったという。この点に関して、ふみは「この子たちが大人になる姿を描くようになってきた……中二病の終わりを描くようになった」と述べており、こうしたテーマには自覚的である様子が窺えた。

このように本作を理解するポイントは、そうした「中二病の終わり」であり、それは言い換えれば「コミュニケーションの暴力の終わり」と表現できるものである。

「24年組」は「コミュニケーションの持つ『暴力』というテーマを、戦後サブ・カルチャー史においてもっともラディカルに追求した作家群」（宇野2011:216）であるとされている。ここでいう「暴

力」とは、誰かを所有しようとする欲望であり、それは共依存的なロマンティシズムによる孤独をもたらすものである（宇野2011:217-219）。すなわち、アンソニー・ギデンズのいうところの対等なコミュニケーションが必然的に孕む「服従させたいという欲望」または「独占欲を再現したいという無意識な願望」（Giddens1992=1995:205-210）と言えよう。その意味で、作者ふみが描こうとする「中二病の終わり」とは、コミュニケーションの持つ暴力の終わりであると理解することができるだろう。

作中でコミュニケーションの持つ暴力性が最も顕著に描かれるのは、母親を慰める為に女装をして、死んだ姉の身代わりとなるユイ（亮介）のエピソードであろう。女装をしている時だけ出現する、姉の幻影との対話を通して、ユイ（亮介）の暗い心情は詳らかにされていく。母の愛情を独占していた姉の姿に成り代わることでしか、心を病んでしまった母親との関係を構築できないが為に、ユイ（亮介）は姉の似姿としての女装を止められないのである。あるいは、恋した男性に求められるままに女装をするパロウ（田村修）と、パロウに導かれるままに女装同士での性的関係に足を踏み入れるまりか（青木裕太）の関係性も「暴力」的だと言えよう。

投げ所なき自己の苦悩と、相手に対するナルシスティックな自己投入が、望まざる帰結としての「暴力」を生んでいる。しかし、三者ともにコミュニケーションの持つ「暴力」性に悩まされながらも、やがてはそれも乗り越えていく。こうした「暴力」からの解放こそ、ふみのいう「中二病の終わり」と捉えることができるのではないだろうか。

また、本作の意図が「中二病への終わり」に結実していった背景には、作者ふみ自身の経験も関係しているようだ。『COMIC リュウ』本誌のアンケートにおいては定量的に確認できなかったものの、自身に届くファンレターやインターネット上の反応から、ふみは女子中学生読者の存在を意

識するようになったという。あるいは、本作を読んでバイセクシュアルに目覚めた、という連絡を大学生読者から受け、「人生変えちゃったと思って怖くなった」とも語っていた。そこから、「10代の頃の悩みを汲み取れるような作品にしたい」と考え、「漫画をハッピーエンドにしよう」と意識するようになったという。

さらに、大学では心理学を専攻し、性同一性障害について調べた経験や、海外旅行での経験が本作のアイデアの下支えになっているという。「ネパールで出会った人がレズビアンで、すごい話とか聞いた」と語るふみは、他作品においても『女の』シリーズ<sup>10)</sup>を始め、同性愛的なモチーフを用いている。

加えてふみは、『COMIC リュウ』について「個人的にはなんでもやらせてもらえる」と感じていると語っていた。「読者層とか決まっていな感じりがやりやすい。『登龍門』<sup>11)</sup>読むたびに自由度がどんどんブッ飛んでいる気がする」と語るように、ふみは『COMIC リュウ』に強い自由度を感じている。女装男子三人が主人公、という独自の切り口を持つ本作は、確かに連載の実現は他誌では難しかったであろうと推察できる。事実、「(他誌)じゃ描けなかった。『(COMIC) リュウ』を紹介してもらい、持ち込みをした」とふみが述べているように、一度は他誌に持ち込んだ上で連載を断られていたようだ。「現代の24年組」という、ある種の目新しさと古さの同居を目指した本作は、『COMIC リュウ』でなければ実現できなかった類のものといえるのではないだろうか。

(野村 勇人)

### 3.3 『PiNKs』(倉金篤史：作) —— ポルノ雑誌が繋ぐディスコミュニケーション

#### ●作品概要：郷愁に乗せた問題提起

ポルノ雑誌<sup>12)</sup>を「黄金より淫靡で 国家機密より密かで 七不思議より謎めている、そんな現代の禁書」と信じて疑わない少女・赤城と、性

的なことが気になって仕方ない、けれどそんな自分を「僕もけものなのではないでしょうか?」と恥じらう少年・弥彦。『PiNKs』は、相反する目的でポルノ雑誌を探す、二人の小学5年生男女を描いた漫画作品である。どこか懐かしい風景とカケアミ<sup>13)</sup>を駆使した独特なノイズがかかった絵柄で、多くの人々が思春期時代に感じた葛藤を瑞々しく、ノスタルジックに描き出す大人向けの作品といえる。また、性的なアピールを含む作品も掲載するリュウで、性欲のはけ口であるポルノ雑誌に対する社会的な嫌悪を隠さず表現する、皮肉のきいた挑戦的な作品とも言える。

#### ●内容に関して：異床異夢を同床異夢に

本作品について考慮すべきは、現代における男女間の関係性の変容であろう。「今日、男性と女性の間には底知れぬ感情の溝が大きく口を開けて」(Giddens1992=1995:13)いるが、本作はそうした固定的な性的役割の変化から来る、男女間の葛藤を下敷きとしている。そうした男女間の葛藤は単なる対立状況ではなく、むしろA・ギデ

図3-3-01 『PiNKs』単行本の表紙



ンズが語るような感情的な依存とすれ違いから来る不安と困惑であろう（Giddens1992=1995）。

かつて、セックスレスに見られる男女間のディスコミュニケーションを捉えて「同床異夢」（NHK「日本人の性」プロジェクト編 2002：173）と語られたこともあった。しかし、インターネットの普及を背景に、性的なコンテンツを男女それぞれが個人的に享受することが当たり前となった現代を、辻はさらに「異床異夢」（辻 2013：第6段落）な男女関係と呼ぶ。

インタビューにおいて「女性を知らぬ間に傷つけているという罪悪感があります」と語ったように、作者である倉金はこうした関係性の変容を直感的に捉えている。「時代の変遷によって、女性が男性に対して申し訳なさを覚える時代もこれからくるのかなあと思っています」と、それが単に男性側だけ、あるいは女性側だけの問題ではないということにも自覚的であった。そうした発想から、辻が「異床異夢」と表現した程にディスコミュニケーション化した男女関係に、問いを投げかけるのが本作といえる。

物語は、少年少女のポルノ雑誌探しによって駆動していく。インターネット全盛の現代から見れば、懐古的ですからあるメディアが、エロティシズムへと向かう少年と、芸術へと向かう少女を結びつける。加えて「異床異夢」な男女のみならず、本来交わる筈が無かった多くの要素が本作では暗喩的に描かれる。神聖で汚れない弥彦と赤城に対する汚れたものとしての風俗街、子供の世界と大人の世界の対比など、随所に相反する属性の交流が散りばめられている。

そして、主人公である赤城と弥彦は、ポルノ雑誌探しの中で相矛盾する、しかしながら現実的には不可分な情景を経験しながら成長していく。二人の物語は、大人が忘れてしまった現実の矛盾、「括弧に入れた筈の」疑問を改めて読者に突きつける。倉金が「セックスというものが汚いというか、社会的には隠されていることですよ。そこ

から生まれる子供は神聖化されるのに、なんでセックスは隠されるんだろうという思いがあった」と語った疑問が、そのまま作品のテーマとなっているといえるだろう。

また、本作におけるノスタルジックで繊細な描写の多くは、若手作家である倉金自身の経験が背景にあると考えられる。「自分が感じたことしか描けなくて、例えば空に浮いてる街の話は描けないって。実際に空に浮いて感じなきゃ描けません。だから、自分を投影しているところはありますね」と述べる倉金は、同人活動においても息苦しい現実や、現実との「折り合い」をテーマにした作品を発表している。そうした感性が、本作のノスタルジックな情景描写の下支えとなっていることは想像に難くない。一方で、倉金は「（純粋な恋愛漫画を）僕が描いても他の人に敵わないんです。だから違う切り口でいくしかない」とも語る。作家としての地盤の弱い若手として、どうすればコミック業界で生き残っていけるかというシビアな戦略的思考も読み取れよう。

そして、その感性と戦略の奇妙な同居を可能としたのが『COMIC リュウ』の編集姿勢だったといえるだろう。「（描きたい要素）を沢山削りました」という言葉もあったように、必ずしも『COMIC リュウ』は倉金に描きたいものを野放図に描かせている訳ではなかった。とはいえ商業的成功のために売れ筋におもねるでも無く、作家独自の感性を肯定し育てていく。作家の個性を尊重しつつも、商業ベースに摺りわせ、作品・作家を育てていく『COMIC リュウ』の在り方が、「異床異夢」な交わる筈も無い関係を交じらせる物語を生んだと解釈できる。作家の個性と商業戦略の相克という絶妙なバランスが生んだ本作もまた、『COMIC リュウ』という雑誌の可能性を示す一例といえるだろう。

（野村 勇人）

### 3.4 『真田と浜子』（ハイソヤギ：作）

——「倦怠期の性」を描く意義

#### ●作品概要：前代未聞の「ゆるグダ変態性欲コメディ」

「ジェンダー実験系」の最後に取り上げる本作は、デブフェチで彼氏に変態的な要求を突きつける浜子と、それを時に冷たく、時に寛大に受け入れる真田との半同棲生活を描いた作品である。1話完結型の物語構成で、「付き合ってるカップルってハタから見たらギャグじゃないですか、それを描いたら面白いと思ったんです」という作者の着想から生まれた作品であるという。

まず特徴的な点を挙げると、作中で描かれるのが倦怠期の（しばしば「グダグダ」な）カップルの性であること、物語が二人の掛け合いのみに終始すること、背景の「書き込み」は普通だが、キャラクターのみ強くデフォルメされていること（身長や等身は成人男女のまま）、そしてそのせいで性行為シーンがまったく「性的に見えない（性欲が喚起されない）」こと、の4点である。デブフェチを筆頭として、男性への肛門性交、野外露出、スパンキング、盗撮など浜子の逸脱的な性欲が各

話の一つは登場し、その性癖を軸に物語が語られるにもかかわらず、写実性を意図的に排除しているため、それがポルノグラフィ的な色彩を帯びない「ゆるい」作風になっている点が実に興味深い。

#### ●内容に関して：他のどの作品とも違う性表現

前項でも触れたが、本作の考察すべきポイントは異性愛カップルの性行為を含んだ日常を、まったく性的で「なく」、また猥談やからかいにならない形で描いている点にある。マンガで性が取り扱われる場合、多くは①ポルノグラフィとしての性質を持つか（ポルノコミック全般）、②男性的な下ネタを提示し読者を笑わせるか（男性誌のエロ4コマなど）、③性に関する社会的困難を提示するか（GIDや同性愛など性的少数者を扱った作品）、④性行為のマニュアルや性規範の伝達を意図するか（『ふたりエッチ』（克・亜樹：作）など）、といった形式を取りがちである。だが本作はそのどこにも位置づくことなく「倦怠期のカップルの日常的なセックス」を描いた稀有な作品といえる。

強いて分類すれば②に近いが、しかしそういった作品はどれも女性を「性的からかい」（江原1985：189-193）の対象となる「性的存在」に貶めがちであるのに対し、本作は女性キャラクターが主体的な性欲を持ち、それを男性キャラクターへ遠慮なく向けるという点で決定的に異なっている。

また女性の主体的な性欲に関しては、金田淳子がやおい作品を消費する女性読者に関して言及している（金田2007：177-178）。金田によれば、やおい作品を鑑賞することで異性愛男性のまなごしから逃れることが可能になり、「女性は、やおいにおいてはまなごされる客体ではなく、まなごす主体となり、自らの性的欲望を語る主体となる」ことができるのだという。このことは、裏を返せば、やおいを介することなく女性が自らの主体的な性的欲望を語る事が困難であるということも

図3-4-01 『真田と浜子』単行本の表紙





できるだろう。そのような困難をやすやすと乗り越え、ポルノグラフィ的でも性的からかいでも規範的でもないやり方で、異性愛女性の主体的な性を描く本作品は、やはり性を扱ったマンガ作品としてきわめて稀有な存在であるということができよう。

それほどまでに特異な作品である本作が、商業的に成功するかどうかを見極めることは、恐らく困難を極めたに違いない。インタビューで本人も「最初のコンセプトから、売れるわけがないのはわかっていた」と断言している。その上で連載決定の判断を下し、しかも2巻まで刊行することができたのは、編集部の方断によるところが大きかったものと思われる。アンケート(2.3参照)でこそ『Mr. NOBODY』(田邊剛：作)と並んで圧倒的不支持を獲得してしまっている。だが、先に引用した團論文でも指摘されていたように、女性読者はマンガ雑誌を購入しないことが分かっている。作者自身は、読者層として「狙ってたのは25から30代後半くらいまでの男性と女性で、女性に意外に受けるんじゃないかと思っていた」と述べており、担当編集者もこれを肯定していた。また同人誌イベントでもそのくらいの年代の女性ファンが交流に来るということから、中年以上で恋愛交際経験のある女性に支持されていると考えられよう<sup>14)</sup>。

また、ハイソンの創作活動への姿勢は「遊び」の要素が強いと考えられる。「小さいころから好きでイラストを描いてきた」ため「絵を描くのは当たり前のことだから、これがなければ生きていけないみたいな強迫観念的なものではない、でもずっと描いてますね」という彼女にとって、マンガを描くことも特別なことではなく、知人に「『絵が描けるならマンガ書けば?』と言われて、それでお金がもらえるならいいかなーと考えて描いてみた」という受動的で気負わない姿勢が、商業的成功を気にしない、良くも悪くも力の抜けた本作品を生み出したことは想像に難くない<sup>15)</sup>。翻っ

て作家のその姿勢を変えさせることなく、商業的成功のために他の作品と同じような内容への改変をも促さず、彼女の個性を生かしてのびのびと作品を作らせた『COMIC リュウ』の編集姿勢がこのような稀有な作品を生み出したことは、重ねて明記しておきたい。

(大倉 韻)

#### 4. 『COMIC リュウ』はどのように作られているのか?

本節では、『COMIC リュウ』木島編集長に対するインタビュー調査の結果を紹介する。インタビュー調査は、2013年8月16日に徳間書店『COMIC リュウ』編集部にて、本論文の執筆者に加え、泉大地(中央大学法学部4年生※当時)、長沼あね佳(中央大学文学部3年生※当時)の両名が参加して行われた。

主として、現状にかかわるものと今後の課題にかかわる内容とに分けながら、ここまで展開してきた総合的な分析の結果をふまえつつ、まとめにつなげていくこととしたい。

##### 4.1. 編集部から見た『COMIC リュウ』の現状

###### ●主要なターゲット層は30代男性

先に同誌の沿革においても述べたことだが、木島編集長がその任についたのは2011年である。着任後に行ったのは、「オタクのための『ビッグコミック』』という復刊前のコンセプトを転換するとともに、読者層を30歳代まで下げ、それまでメイン読者だった50歳代のオタク第一世代がかつて若かりし頃に人気であった作家を多用するのを止め、大幅な入れ替えを図ったことであったという。

その理由として、まず一般論からしても、マンガ雑誌は広告の出稿が期待しづらく、継続的に支払われる原稿料というコストの高さもあって、それ単独では黒字化の困難な事業であり、それゆえ

に、経営戦略上は単行本化によって、収益を上げているという事実がある。その際に、単行本の購入に最もアクティブな層が30歳代であると考えたことが、メインターゲットを入れ替える大きな理由となったという。

また、読者の男女比に関してはアンケートはがきによって判断しているが、おおむね男性8割女性2割程度ではないかという（ただし、返送率が決して高くはないため正確には判断しづらい要素も残るといふ）。加えて木島編集長の実感に則していえば、雑誌に、というよりは、個別の作品を愛好し、強く思い入れる読者が多いのではないかという。例えば『きのこいぬ』のコアな読者はほとんどが女性であり、『モンスター娘のいる日常』ではほとんどが男性ではないかという。

#### ●「基本的に企画にタブーはない」

では、こうした作品の掲載までの過程がどうなっているのか、この点については興味深い発言が得られた。すなわち、『COMIC リュウ』の編集方針としては、「基本的に企画にタブー」はなく、それは性的なもの、あるいはいわゆる「グロ」系のコンテンツにおいても、同様なのだという。

もちろん商業誌である以上、ある程度の線引きは必要となってくる。そのため、実際のところは、商業倫理を守った上での「何でもあり」を心掛けているということだが、同誌に掲載され現在は人気を誇っているマンガであっても、他誌においてはその内容が个性的であるがゆえに持ち込んで断られたケースも数多く有るといふ（この点は、個別の作品の分析においても述べたとおりである）。

つまり中規模の商業誌であるからこそ小回りが利きやすく、かえって个性的な作品を掲載しやすいというメリットがあるのだろう。そのため、ときには他の出版社の法務にも問い合わせながら、「ぎりぎりセーフ」な雑誌作りをしているといえ、作家が描きたいものを描いてきて、編集者がそれを商業誌に載せられるように洗練させていく、そ

ういうサイクルが『COMIC リュウ』の編集部には出来上がっているのだといえよう。

この点について木島編集長は、「もちろんニッチ（なもの）だけだと商売にならない」とは認めながらも、現在においては競合するような「ライバル誌はない」とも述べており、改めて、その個人的な位置づけが窺えよう。その上で、強いて近いイメージのマンガ雑誌を挙げるならば何か、という問いに対しては、「イメージ的には昔の『（月刊）アフタヌーン』。リニューアル創刊当初は、『アフタヌーン』と『（月刊）サンデー NX』を足して、2で割ったようなものを目指していた」と述べており、とりわけ1990年代において『寄生獣』（岩明均：作）などで知られた『月刊アフタヌーン』の名を挙げていたのが印象的であった。

#### ●新人作家の育成システム

またこうした个性的な作家・作品を発掘していく上で役立っているのが、「龍神賞」という新人賞ならびに、そのマンガを掲載する『登龍門』という別冊である。あるいは編集者自ら、同人誌即売会にブースを設けて、作家の発掘にも当たっているという。

木島編集長曰く、「いかにニッチなものを商業誌に載せられるか、それを実現するのが『COMIC リュウ』の使命」だといい、その狙い通りに个性的な作家が集まってくるわけだが、その際に重要なのが編集者側のスタンスだという。

すなわち編集者には、作家の書きたいものを尊重する「作家尊重側」と、自分の企画を押し付けようとする「企画尊重型」の2通りが存在するが、『COMIC リュウ』においては前者が多く、なるべく作家の個性を伸ばすことを心がけているのだという。そしてまた木島編集長自身も、トップダウン型のリーダーではなく、編集者にみずからの企画やコンセプトを押し付けるようなことは皆無であるという（ただし、そのように発掘した个性的な新人作家が、さらに規模の大きな雑誌へと「移

籍]してしまうことも少なくなく、プロ野球チームに喩えれば、「広島カープ」のような存在であるとも語っていた)。

#### ●个性的でバラエティに富んだ内容

それゆえに、『COMIC リュウ』の内容は、个性的でバラエティに富んでいて、逆にいえば、雑誌のコンセプトをひとつに絞りにきれないのが特徴的だともいえる。そのことを象徴するのが、表紙の製作過程である。

すなわち、木島編集長曰く、表紙は当該の号の巻頭ページに掲載されるマンガのイメージで作っているというが、それは意図的に毎回変えており、半年先までその予定を決めているのだという。よって実際に手に取ればわかることだが、『COMIC リュウ』の場合、違う月の号を複数並べてみると、毎月の表紙の様子が違いすぎるため、一見同じ雑誌には見えないほどである。

#### ●『COMIC リュウ』のターゲット層とマンガとの関係

前述のように現在の『COMIC リュウ』のターゲット層は「30代のマンガ好き」であるが、中でも30代前半の男性をコアターゲットにしていると編集長は語っていた。その主な理由として、現在30代半ば前後の世代は、『週刊少年ジャンプ』が600万部を超えた頃の中核をなしていたコアホートであり、マンガを読むのが当然の文化となっている世代であるということが想定される。また、この世代は男性、女性に関わらず、マンガに関心のある者が多く、金銭的にも比較的余裕があると考えられる。

なお木島編集長曰く、特に女性読者を意識した誌面作りはしていないとのことであり、読者アンケートはがきを分析した結果としても、約85%の読者が男性であり、同誌における女性読者の重要度はさほど高くないように思われるのだが、アンケート分析で女性読者からの反響が一番大き

かった『きのこいぬ』を例に考えてみると、誌面上ではそれほどの人気が確認できなかったのに、コミックスが発売されたあとで人気になったことから、女性読者の存在を考慮に入れていくことも今後は課題となってくるかもしれない。

#### ●読むけれど、購入しないマンガファン

ほかに木島編集長による興味深い発言として、「若者はお金もないし、ターゲット化しにくい。しかし、かといって若者がマンガ離れをしているわけではない。ただ、買わないだけである」というものがあつた。この点も、他の実証的な調査研究において指摘されつつあることであり(例えば、NTTレゾナント2012など)、マンガ雑誌の今後を考えていく上では、ひとつ忘れてはならないポイントといえよう。

また、「(読者と)一緒に年をとっていく選択肢もなくはないが、若い世代からも、マニアックな人は絶対に出てくるのだから、常にそこに向けて、トレンドを追っかけ続ければよいのではないか」という発言も興味深いものといえよう。いわば、「読者と一緒に年はとれない」という発言内容は、「商業誌でありつつも、面白いのであれば実験的な試みをする」という、『COMIC リュウ』のコンセプトに合致したものであるともいえる。

#### 4.2. 『COMIC リュウ』が抱えている課題

##### ●電子書籍と権利の問題

木島編集長によると、「今後は、紙ベースの雑誌だけじゃなく、電子化する可能性も視野に入れている」とのことであった。大手出版社では、読者層に合わせて雑誌をセグメント化し、変化を持たせていくことができるが、徳間書店はマンガ雑誌を1媒体しか持っていないため、作家を流行に合わせてこまめに入れ替えていく必要がある。そこに電子書籍やWebマガジンという形で別媒体を立ち上げることができれば、既存の読者層とは違った層を開拓していくことも期待できるとい

う。

そもそも、マンガ雑誌はそれ単体では黒字化しづらい事業であり、むしろ単行本を売るための広告媒体であるならば、より低コストで効率のよいものがあれば、それに移行していくのはある意味で当然の流れともいえよう（この点については、『週刊少年ジャンプ』においても同様に、「ジャンプ LIVE」や「ジャンプ LIVE2」といったスマートフォンアプリケーションソフトを通した取り組みが知られている。）

また電子書籍のメリットは、「ほとんどコストをかけずにバックナンバーを置いておけることであり、返品のリスクもないこと」であると木島編集長は語っていたが、一方問題点として、「最新号以外の原稿料も払わざるをえない」ことや「ユーザーの間で電子書籍にお金に払うふるまいがまだ定着していない」ことなども指摘していた。

さらに、電子書籍を発行するためにはいくつかの大きな課題があるのも事実である。値付けの問題、付録の問題、どの電子書籍の発行元と組むかという問題、校了・発売日のずれの問題そして原稿料の問題などがあり、既存の雑誌の作成・販売方法を踏襲しただけで、これらの問題が解決するわけではないことも付記しておくべきであろう。

### ●電子書籍とマンガの親和性

ただマンガそれ自体についていえば、電子書籍との親和性は、他の分野の書籍と比べても高いと言えるのではないだろうか。株式会社インプレスR&Dのシンクタンク部門であるインターネットメディア総合研究所が、2012年9月に発行した『電子コミックビジネス調査報告書 2012』（インターネットメディア総合研究所 2012）によると、日本の電子コミック市場は、これまで順調に推移し、電子書籍市場全体を牽引してきているといい、電子書籍市場における売上の約8割が電子コミックによってもたらされているという。

また有料電子コミック利用者が購読している電

子コミックのジャンルでは、「青年マンガ誌系」が49.3%、「少年漫画誌系」が48.1%で並んで高く、さらにその他の主要なジャンルとして、「アダルト・成人マンガ」（21.2%）や「ボーイズラブ」（11.2%）、「ティーンズラブ」（10.2%）なども読まれていることがわかる。

特にこれらの2割以下を占めているジャンルについては、「対面販売では買いにくい」と木島編集長も認めるような種類のものであり、今後も同程度か、やや成長をしていく分野であると考えてよいのではないだろうか。特に『COMIC リュウ』が「基本的に企画にタブーはない」雑誌であり、個性的でバラエティに富んだ実験的な作品が多いならば、場合によっては、電子化したほうがより効率的に作品のアウトプットを出していける可能性も十分にあるといえよう。

（辻 泉）

## 5. ま と め

以上のような、特定のマンガ雑誌に注目した総合的分析からは、興味深い結論が得られたといえるのではないだろうか。

個別の知見を簡単に振り返っておくならば、まず特徴的な作品に関する内容分析や作者へのインタビュー調査からは、「人外系」にせよ「ジェンダー実験系」にせよ、それらが個性的で実験的な作品であり、なおかつ作者自身も、それが他誌では掲載がかなわないような内容であることを自覚しつつ、それゆえに『COMIC リュウ』において掲載されているという様子が窺えた。

またこの点は、木島編集長に対するインタビュー調査結果と対応しており、「基本的に企画にタブーはない（けれども商業誌としての最低限の成功＝広まりは求める）」という編集方針とも一致していた。これはアンケート至上主義にならざるを得ない巨大な商業誌にも、あるいは、個性を発揮しやすいとはいえ独りよがりな内容にもなりかねないアマチュアの同人誌にも実現の難しい

ものであり、「中間的な位置づけ」のマンガ雑誌だからこそといえるのではないだろうか。この点を、ややキャッチフレーズ的に言い表すならば、マンガ雑誌における「第三の道」とすら呼びうるかもしれない。

事実として、冒頭でも紹介したように、こうした「第三の道」ともいうべきマンガ雑誌から生まれた個性的で実験的な作品たちが、今日評価されつつあることに鑑みれば、こうした立場は、今後のコンテンツ産業を考えていく上でも、示唆に富むといえるだろう。

だがもちろん、こうしたマンガ雑誌の「第三の道」というコンセプトは、『COMIC リュウ』が初発のものではない。過去をたどれば、『月刊漫画ガロ』（青林堂）や『COM』（虫プロ商事）がその嚆矢に位置づけられる。

しかし、これらの雑誌はすでに現在は刊行されていない。また先行研究の検討でも紹介した玉川の議論（玉川 2014）によれば、いわゆる「コミケ」の同人誌にこそ、こうした「第三の道」の系譜が存在するのではないかというが、むしろ今後を見据えていくならば、「商業誌 v s 同人誌」といったような、二項対立図式をあてはめるよりも、その間に存在する、相互に影響を与え合うフィードバック過程や、ゆるやかなグラデーションに注目したほうが生産的ではないだろうか。この点で、同人イベントにも顔を出して作家を発掘し、個性的な作品を商業的な成功に導いていくような、今日の『COMIC リュウ』の存在は、やはり示唆に富むものといえよう。

今後を展望するならば、こうした「第三の道」は、木島編集長も認めていた通り、紙で印刷された雑誌という形をとり続けるかは未知数である。どちらかといえば利益の多くは単行本で得ており、雑誌は広告媒体のような存在であるのが実情であるということ、ましてや、実験的で個性的な作品である以上、時に人目に見られずに購読することが希望されるであろう点などに鑑みれば、より個人

化の進んだ、電子化された媒体へと移行していく可能性も十分にある。

だが、さらに正確に述べるならば、この点についても「出版産業 v s インターネット」といった単純な二項対立での理解は慎む必要がある。そのように、広告媒体としてはインターネットに移行しつつも、収益を上げる単行本においては、紙媒体が生き残り続けることも十分に想定できるからである。

このようにコンテンツ産業をめぐるのは、今後を見通す上でも、重要な論点が山積しており、さらなる研究を蓄積していく必要があるといえるだろう。

(辻 泉)

- 1) なお、本論文は共著論文であるため、各節・項ごとの著者がそれぞれの記述に関する責任を負うものとする。よって各節・項の末尾に、その著者名を記すこととする。
- 2) 同誌のデータについては、『2013年度FLP辻ゼミ調査報告書』（中央大学FLPジャーナリズムプログラム辻ゼミ 2014）を参照した。なおこのデータの分析担当者は、濱下かな子（中央大学総合政策学部4年生※当時）、小西理佳（同文学部3年生）、大沼風（同総合政策学部2年生）である。
- 3) 各号のデータ数が少ないため、分析に際しては13ヶ月分のデータを合計して扱っていることに注意されたい。この場合、毎月ハガキを投稿してくる熱心な読者の意見が強く出ることになってしまうため、結果の解釈には注意が必要である。また投稿者の多くは毎号1名に当たる「作家のイラスト入りサイン色紙」を目的に投稿を行っているだろうことも付記しておきたい。
- 4) 『きのこいぬ』のファンを自認する筆者の知人女性（10代後半）も雑誌を購入せず単行本で読んでおり、そもそも当作品が『COMIC リュウ』で連載されていることを知らなかったという。
- 5) ただし『うる星やつら』は1978年連載開始であり、「美少女」概念がまだ成立していない時期の作品であるため「二重のキメラ」には該当しない。また「二重のキメラ」は80年代末にはすでに男性向けポ

ルノコミックの領域でも多く考案・消費されており、永山薫が恋愛ものポルノコミックの古典として掲げる『夢で逢えたら』（えびふらい：作）は猫が超自然的な力により人間の姿を取った女性キャラクターを中心として物語が展開する（永山 2006：194）。

- 6) ラスベガスに本社を持ち日本ではアダルト系のブログや動画サイトとしての利用が多いネットサービス「FC2.com」では、2014年になってから猥褻表現が児童ポルノと並んで禁止表現とされるようになり、ブログや動画が予告なしに削除・アカウント停止などの措置が講じられるようになってきている。利用規約の「禁止事項」の節には「未成年者の健全な育成に害を与える行為（児童ポルノ、児童買春、猥褻、暴力的文書・画像などの送信・掲載など）、またはそれらを助長する行為」と記載されている（<http://help.fc2.com/common/tos/ja> 2014年9月28日閲覧）。またネット通販サイト Amazon のアダルトカテゴリでも性に関する禁止表現が拡大してきており、性暴力を扱った作品と並んで猥褻を扱った作品が取り扱われなくなったという（「ますます買わずらく…アマゾン特殊エロ規制の不思議」ZAKZAK：[http://www.zakzak.co.jp/gei/200901/g2009012021\\_all.html](http://www.zakzak.co.jp/gei/200901/g2009012021_all.html) 2014年9月28日閲覧）。
- 7) 日本では猥褻作品は作品数も少なくあまり注目されておらず、永山薫（2006）でも凌辱・調教などの性暴力を論じる中でわずかに言及されるに過ぎない。またポルノ規制推進派がまったく注目していない点も、欧米とは趣を異にしている。
- 8) 昭和24年（1949年）頃に生まれ、1970年代に少女漫画の革新をもたらした女性漫画家達の一群を指す。『ポーの一族』の萩尾望都、『アラバスク』の山岸涼子、『風と木の詩』の竹宮恵子など。
- 9) 中学二年生前後に見られる、肥大した自己愛や嗜好を揶揄するネットスラング。
- 10) 『月刊 COMIC リュウ』2010年3月号から2010年8月号にかけて連載されたオムニバス作品。『女の穴』を表題作として単行本化され、2014年6月に実写映画版が公開された。
- 11) 『COMIC リュウ』2012年11月号からスタートした投票型新人発掘企画。新人作家らの読み切り作品を別冊付録の形で掲載し、人気投票にて受賞を競う。詳しくは4.1の「新人作家の育成システム」を参照。
- 12) 作中では「えっち本」と表記される。

- 13) 漫画等で用いられる表現技法の一つ。斜線を重ねることで、擬似的に濃淡を表現する。
- 14) 本作は玄人受けもするようで、コミック・同人誌専門店「COMIC ZIN」の販売員も熱心な販促をかけてくれているとの語りが得られた。また担当編集が作家の才能にほれ込んでいるようで、ある程度目の肥えたマンガ読者から高く評価される傾向があるようだ。
- 15) 作品情報を発信するために開設したブログが両親に見つかったとき、「遊び場が汚された」感じがして更新する気が失せたとも語っていたことから、彼女にとって創作活動が多分に「遊び」の要素を含んでいることはほぼ疑いない。

#### 参考文献

- 東園子, 2010, 『妄想の共同体』東浩紀・北田暁大編『思想地図 vol.5 特集・社会の批評』日本放送出版協会：249-274.
- 團康晃, 2014, 「マンガ読書経験とジェンダー—二つの調査の分析から」『マスコミュニケーション研究』85：205-224.
- 江原由美子, 1985, 『女性解放という思想』勁草書房.
- Giddens, Anthony, 1992, *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*, Polity Press (= 1995, 松尾精文・松川昭子訳『親密性の変容 近代社会におけるセクシュアリティ、愛情、エロティシズム』而立書房).
- 井上輝子+女性雑誌研究会, 1989, 『女性雑誌を解説する—COMPAREPOLOTAN 日・米・メキシコ比較研究』垣内出版.
- インターネットメディア総合研究所, 2012, 『電子コミックビジネス調査報告書2012』(<http://www.impressrd.jp/news/120925/ecomc2012>).
- 金田 淳子, 2007, 「マンガ同人誌—解釈共同体のポリティクス」吉見俊哉・佐藤健二編『文化の社会学』有斐閣：163-190.
- 加藤丈夫, 2002, 「『漫画少年』物語—編集者・加藤謙一伝」都市出版.
- イー・ヒョンソク, 2004, 「韓日マンガシステム比較」宮台真司・鈴木弘輝編『21世紀の現実（リアリティ）—社会学の挑戦』ミネルヴァ書房.

- Marcus, Steven, 1966, *The Other Victorians : A Study of Sexuality and Pornography in Mid Nineteenth Century England*, Basic Books (=1990, 金塚貞文訳『もう一つのヴィクトリア時代 性と享楽の英国裏面史』中央公論社).
- 諸橋泰樹, 1993, 『雑誌文化の中の女性学』明石書店.
- 永山薫, 2006, 『エロマンガ・スタディーズ 「快楽装置」としての漫画入門』イースト・プレス.
- 夏目房之介, 1992, 『手塚治虫はどこにいる』筑摩書房.
- 夏目房之介・竹内オサム編著, 2009, 『マンガ学入門』ミネルヴァ書房.
- NHK「日本人の性」プロジェクト編, 2002, 『データブック NHK 日本人の性行動・性意識』日本放送出版協会.
- 西村繁男, 1994, 『さらばわが青春の『少年ジャンプ』』飛鳥新社.
- NTT レゾナント, 2012, 「マンガに関するアンケート」に関する調査結果-googoo リサーチ結果 (No.208) (<http://research.nttcoms.com/database/data/001447/>).
- 桜井哲夫, 1990, 『手塚治虫—時代と切り結ぶ表現者』講談社現代新書.
- 谷本奈穂, 1997, 「人気マンガの魅力の構造」『マスコミュニケーション研究』51: 168-181.
- 竹内オサム, 1992, 『手塚治虫論』平凡社.
- 玉川博章, 2007, 「ファンダム場の場を創るということ—コミックマーケットのスタッフ活動」玉川博章・名藤多香子・小林義寛・岡井崇之・東園子・辻泉『それぞれのファン研究—I am a fan.』風塵社: 11-53.
- 玉川博章, 2014, 「コミックマーケット—オタク文化の表現空間」宮台真司監修, 辻泉・岡部大介・伊藤藤子編『オタク的想像力のリミット—歴史・空間・交流から問う』筑摩書房: 221-253.
- 辻泉, 2013, 「『PiNKS』倉金篤史(徳間書店)」書評空間, (2014年9月12日取得, <http://booklog.kinokuniya.co.jp/tsuji/archives/2013/11/pinks.html>).
- 宇野常寛, 2011, 『ゼロ年代の想像力』早川書房.
- 瓜生吉則, 2014, 「<少年—マンガ—雑誌>という文化」井上俊編『全訂新版 現代文化を学ぶ人のために』世界思想社: 147-162.

#### <注記>

本論文の執筆にあたっては、辻・大倉・野村の3名が分担し責任を持って行ったが、特にインタビュー調査の結果を中心として、その実施・分析を行った学生たちのレポートを大いに参照している。よって、本論文中の項目番号とそのレポートを担当した学生の氏名を以下に列挙しておきたい。

- 2.3 読者アンケート分析 西田健介(法学部4年), 長沼あね佳(文学部3年), 山口莉奈(経済学部3年)
- 3.1 『セントールの悩み』 中村真奈美(文学部3年)
- 3.2 『ぼくらのへんたい』 小西理佳(文学部3年)
- 3.3 『PiNKS』大沼風(総合政策学部2年)
- 3.4 『真田と浜子』 宮路将司(経済学部2年)
- 4 『COMIC リュウ』はどのように作られているのか? 泉大地(法学部4年)

#### <謝辞>

本研究の実施にあたって、多大なご協力をいただいた徳間書店の皆様、特に『月刊 COMIC リュウ』編集長の木島亮さん、副編集長の猪飼幹太さん、メディアプロデュース局の鈴木英次さん、営業統括局の佐久間堅太さんには厚くお礼申し上げます。ありがとうございました。

