

[研究ノート] マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み **組織や仕事を描いたマンガを中心に**

著者	北居 明
雑誌名	甲南経営研究
巻	61
号	3・4
ページ	129-159
発行年	2021-02-25
URL	http://doi.org/10.14990/00003720

マンガ研究における アプローチの類型化の試み⁽¹⁾

——組織や仕事を描いたマンガを中心に——

北 居 明

はじめに

大衆文化は、テレビやインターネット、雑誌などを通じ、われわれの生活の隅々にまで浸透している。その結果として、大衆文化がわれわれの思考や感情に与える影響は小さくないと考えられる。大衆文化の中でも、我が国において老若男女を問わず広く普及しているのが、マンガである⁽²⁾。澤村(2020)によれば、日本におけるストーリー性を持ったマンガの歴史は、少なくとも12世紀の「鳥獣人物戯画」や「信貴山縁起」にまでさかのぼることができるという。さらに Ito (2005) は、8世紀初めに再建された法隆寺の天井板の裏側に描かれていた人物や動物の似顔絵を、現存する日本最古のマンガの表現と位置付けている。世界に目を向けると、スペインやフランスの洞窟にユーモラスな絵を描いた旧石器時代の人々を、「歴史上最古のマンガ家」とする説もあるほどである(長谷 2007)。人物を動物になぞらえたり、

(1) 本稿は、文部科学省科研費(基盤研究(B)、課題番号18H00885『ポップカルチャーから見る日本企業の組織と個人のイメージ』:研究代表者・鈴木竜太)より、助成を受けた研究成果の一部である。記して感謝する。

(2) 「マンガ」には、「漫画」や「まんが」などの標記もあるが、本稿では混乱を避けるため、特に断りのない場合、「マンガ」という表現で統一する。

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

出来事をユーモラスに表現し物語る「マンガ的な」方法は、古くから存在していたと言える。

現在においても、マンガは多くの読者から支持されている。2020年版出版指標年報によれば、2019年のコミック全体（紙と電子媒体の総計）の販売金額は4980億円であり、電子コミックの統計を開始した2014年以降過去最高を更新した。紙媒体としてのコミックの売上は長期凋落傾向にあるが、電子媒体に占めるコミックの割合は約85%（2019年）を占めており、両者の売上の総計は増加傾向にある（全国出版協会・出版科学研究所 2020）。

さらに、マンガに対する社会の見方も、かつては低俗な読み物とみなす時代もあったが、現在ではかなりの程度支持する側に転じていると言える。毎日新聞による「第71回読書世論調査」によれば、日本のマンガやアニメを日本独自の文化として誇りに思うか尋ねたところ、「思う」との回答が65%にのぼり、「思わない」の5%、「関心がない」の29%を大きく上回った。⁽³⁾ また、NTTコムリサーチの調査（2012年）によれば、全体（15歳～44歳）の約75%が「マンガが好き」だと回答している。⁽⁴⁾ カルチャー・コンビニエンス・クラブの調査では、マンガを読む人（n=717）のうち81.7%が、「マンガを読んで人生にプラスの影響があった」と答えている。⁽⁵⁾

このように、日本のマンガの歴史は古く、社会に広く浸透している。後述するように、すでに内外の研究者や批評家によって、多くの優れたマンガ研

(3) 毎日新聞（2017年10月16日）「第71回読書世論調査 マンガ、日本の誇り65%」
<https://mainichi.jp/articles/20171026/ddm/012/040/054000c>（2020年11月10日アクセス）。この調査は、16歳以上を対象に1947年から継続して行われている。

(4) NTTコムリサーチ（2012年5月29日）「マンガに関する調査」<https://research.nttcoms.com/database/data/001447/>（2020年11月10日アクセス）。

(5) 「マンガに対するアンケート調査」https://www.lisalisa50.com/research/20131024_13.html（2020年12月17日アクセス）。この調査は、Tカードを利用している16歳から69歳の男女1252名を対象に行われ、2013年に調査結果が報告されている。

究が行われてきた。われわれがマンガ研究を始めるにあたって、これまでのマンガ研究について簡単に概観し、類型化することは、われわれが行おうとする研究を位置づけ、今後の発展の方向性を探る上で必要な作業となるであろう。ここで言うアプローチとは、研究対象を分析する焦点や視角を意味している。つまり、マンガをどのような関心から分析するのか、マンガのどの側面に焦点を当てるのかといった問題意識がアプローチに相当する。

マンガの定義

マンガ研究の類型化を行う前に、本稿における「マンガ」が何を意味するのかについて整理しておく必要がある。今日われわれが「マンガ」と呼ぶものは、どのように定義されるのであろうか。

清水 (1991) によれば、「マンガ」や「漫画」という言葉が大衆に定着したのは、昭和になってからであるという。江戸初期の段階では、ユーモラスな絵画は「鳥羽絵」や「大津絵」と呼ばれ、人気を博していた。その後、葛飾北斎の「北斎漫画」に代表されるように、「漫画」という言葉が江戸時代に現われはしたものの、今日のように普及した表現とはならず、ユーモラスで風刺のきいた絵画は、「漫画」、「狂画」、「草画」など、さまざまな名前で呼ばれていた (清水 1991)。

幕末になると、イギリス人、チャールズ・ワーグマン⁽⁷⁾が1862年に創刊したマンガ雑誌「ジャパン・パンチ」の影響を受け、風刺を描いた絵画は「ポンチ」あるいは「ポンチ絵」と呼ばれるようになった。その後、北沢楽天や岡⁽⁸⁾

(6) 葛飾北斎 (1760~1849) は、江戸時代に活躍した浮世絵師である。54歳の時、「北斎漫画」の刊行を始め、生前に13篇まで出版している (清水 1991)。

(7) チャールズ・ワーグマン (Charles Wirgman: 1832~91) は、ロンドン出身の報道画家である。1861年に来日、翌年「ジャパン・パンチ」を創刊し、1887年まで刊行を続けた (清水 1991)。

(8) 北沢楽天 (1876~1955) は、明治から昭和初期に活躍した人気マンガ家である

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

⁽⁹⁾ 本一平らマンガを職業とする人々の活躍によって、「マンガ」や「漫画」という言葉が一般に普及していくことになる。北沢は、世相を反映したキャラクターを数多く描き、岡本はストーリーをマンガに組み入れた創始者といわれている。彼らが、いわば現代的な意味での「マンガ」の基礎を築き上げたと言えるだろう。

⁽¹⁰⁾ 細木原（2019）は、漫画の定義はないとしながらも、美術的絵画との対比において、岡本一平による次のような定義を引用している。

「漫画とは宇宙間の万物につきて、その現状並びに相互間の交渉する実相を解剖抉別しその結果の美を表現する絵画を謂う（16頁）。」

すなわち、美術的絵画が美しさを最重要視するのに対し、漫画は人生の機微に食い入り、その実相すなわちありのままの姿、その真実を明らかにしようとする点が異なる。さらに、その表現において美を一義的に置く絵画に比べて、極めて自由度が高いところが特徴であるという。

また、澤村（2020）は、手塚治虫⁽¹¹⁾の言葉を引用しつつ、マンガの特徴として、①気ままに、思うままに描かれていること、②批評精神があること、③

と同時に、職業漫画家第一号とも称される。「時事新報」の付録「時事漫画」を長く担当したほか、1905年にはマンガ雑誌「東京パック」を創刊し、人気を博した（清水 1991）。また、「時事漫画」を通じて、「サラリーマン」という言葉を普及させる契機を作った人物であると評価されている（鹿島 2018）。

(9) 岡本一平（1886～1948）は、大正から昭和初期にかけて活躍した人気マンガ家である。マンガに文学性を盛り込み人気を得た。また、長編ストーリー漫画の最初の開拓者である（細木原 2019）。

(10) 細木原（2019）では、「マンガ」ではなく「漫画」と書かれている。カタカナの「マンガ」は、「漫画」の戦後における表記の一つと位置付けられている。

(11) 手塚治虫（1928～1989）は、戦後日本を代表するマンガ家の一人である。1946年、「マアチャンの日記帳」でデビューし、翌年「新宝島」を出版、大ベストセラーとなった。その後、児童雑誌を中心に多くの作品を発表し、1963年には日本最初のアニメシリーズ「鉄腕アトム」の制作を開始した（清水 1991）。

でためて荒唐無稽な自由な表現であること、の3点を挙げている。さらに、英語の comic (ストーリー性のあるマンガが多い) と cartoon (一枚絵マンガが多い) の両方の意味を、日本のマンガは含んでいると指摘している。

以上の議論を踏まえ、本稿で研究対象とするマンガを次のように定義したい。すなわち、マンガとは「人間や社会の在り様を描くことを目的とした、ストーリー性を持った自由な絵画的表現」である。本稿では、いわゆる一コママンガは分析対象とはせず、複数のコマおよびセリフから構成され、あるいは雑誌等に連載されているようなストーリー性を持ったマンガを対象とする。また、これまでのマンガを特徴づけていた風刺や批評精神を、あえて定義からは除外している。後述するように、マンガには社会や権力に対する批評精神を内に含むものもあるが、むしろ支配的イメージやイデオロギーの再生産に与するものもあるためである。

さらに、本稿では特に、組織や仕事を描いたマンガを中心に考察したいと考えている。経営学の観点からマンガ研究を行うに当たっては、おそらくそうしたジャンルのマンガが最もわれわれの関心に適っていると思われるからである。

マンガ研究の4類型

内外のこれまでのマンガ研究を俯瞰すると、図表1の4つアプローチに大別されると思われる。この類型はそれぞれ、研究者が研究を始めるための「出発点」や「土台」として考えることができる。したがって、この4つは必ずしも排他的ではなく、結果的に相互浸透しうる可能性があることには留意したい。

まず、マンガ研究は、その主要な研究対象として、テキスト中心かコンテキスト中心に分けられる。テキスト中心とは、マンガに描かれている絵や言葉、コマ割りなどの表現形態を主な研究対象にしていることを意味する。一

図表 1 マンガ研究のアプローチ

主な研究関心		主な研究対象	
		テキスト中心	コンテキスト中心
	マンガそれ自体 (マンガを研究)	①	②
	マンガ以外 (マンガで研究)	③	④

方のコンテキスト中心とは、マンガを取り巻く様々な環境、例えばマンガ産業や作者、読者を主な研究対象とすることを意味している。

次に、主な研究関心とは、マンガ研究を通じて研究者が何を理解しようとしているかを意味している。研究関心をマンガそれ自体に向けるアプローチとは、マンガあるいはマンガに直接関連した様々な事象を明らかにし、マンガを包括的に理解しようとするアプローチである。これは、「マンガを研究する」アプローチと呼ぶことができる。一方、主な研究関心をマンガ以外に向けるアプローチとは、マンガを通じて、より広範な社会や文化を理解しようとするアプローチである。これを、「マンガで研究する」アプローチと呼ぶことができよう。以下、それぞれのアプローチについて概観する。

1. 「マンガを研究する」アプローチ

第一のアプローチは、マンガそのものを研究対象とするアプローチである。こちらの立場では、マンガそのもの、あるいはマンガを取り巻く諸現象を研究対象に、そこに現れる表現の在り方、独自性、歴史などが論じられ、批評されていく。この「マンガを研究する」アプローチは、現在、我が国におけるマンガ研究の主流のアプローチであるといつてよいだろう。この立場では、マンガのごく細部の表現にまで踏み込んだ分析や、マンガの出版やマンガ産業に関する研究が展開されている。たとえば夏目・竹内編著（2012）では、マンガ学の領域として、歴史研究、マンガ家・原作者論、マンガ表現論、マ

マンガの読者、マンガ雑誌研究、マンガ産業論の6領域が挙げられている。これらは、「マンガを研究する」アプローチを構成する代表的領域と考えてよいと思われる。

図表1に示すように、このアプローチはさらに、①テキスト中心と②コンテキスト中心アプローチに分けられる。テキスト中心とは、マンガそのものを研究対象とすることを意味し、コンテキスト中心は、マンガを取り巻くさまざまな文脈を主要な研究対象とすることを意味している。①のアプローチの代表格として、マンガの歴史研究やマンガ表現論をあげることができる。

このうちマンガ表現論は、マンガ研究で最も蓄積が多く、多くの議論がなされている分野といえるかもしれない。マンガ表現論とは、夏目(2012)によると「マンガという表現の固有な仕組み」を明らかにしようとする試みである。つまり、他のメディアにはないマンガ独特の表現技法に関する研究であると言える。こうした研究は、1960年代には胚胎し、手塚治虫の死(1989年)を契機に本格的に始まったという。マンガ表現論の対象は、独特かつ多様である。たとえば竹内(2005)は、マンガ独自の表現として、①構造化されたコマ配列のもと、②吹き出しが使われ、③登場人物が連続して描かれ、④特有の記号と、⑤擬声語・擬音語が描き込まれ、その上に⑥物語性が生み出されるという6つの要素を挙げ、それぞれの要素の多様性とその表現上の効果について考察している。

我が国におけるマンガ表現に関する論考は、比較的数多く出版されている。たとえば、マンガ表現の変遷をその構造との関係で説明した長谷(2007)、マンガ表現のルーツを手塚治虫に求めることを否定し、新しいマンガ表現を提唱した伊藤(2014)、マンガと映画の表現方法の比較を行った三輪(2014)などがある。

海外に目を向けると、アメリカのティルバーグ大学のNeil Cohn氏によって、認知心理学の観点から、日本のマンガに見られる表現の特徴について多

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

くの研究が発表されている（Cohn 2011; 2013; Cohn, Taylor-Weiner and Grossman 2012; Cohn and Ehly 2016）。たとえば Cohn (2011) では、日本とアメリカそれぞれ12のコミックとマンガから抽出した300のコマを対象に、日本のマンガに見られる絵画的表現と、アメリカのコミックにおける表現の比較研究が行われている。その結果、日本のマンガは、アメリカよりも単体の人物像が描かれたコマ（Mono）と、単体の人物の一部が描かれたコマ（Micro）の割合が多いことが分かった。一方、アメリカのコミックは、複数の人物像が描かれたコマ（Macro）の割合が、単体の人物像が描かれたコマの約2倍も多く描かれていた。さらに、日本のマンガでは、登場人物の視点から描かれたコマが、アメリカよりも多く用いられていた⁽¹²⁾。また、Cohn, Taylor-Weiner and Grossman (2012) でも、日本のマンガはアメリカのコミックよりも Macro が少なく、Mono と Micro、そして人物が描かれない非定型のコマ（Amorphic）の割合が高いことが報告されている。これらの結果から、Cohn (2013) は、日本のマンガではシーン全体よりも一部に重点が置かれ、読者は部分から全体を推測するような読み方を求められることが示唆されているという。

②のアプローチには、マンガ家・原作者論、マンガの読者、マンガ雑誌研究、マンガ産業論などが含まれると考えられる。これらは、マンガを取り巻く様々な人々、マンガ業界を研究することで、マンガを理解しようとするアプローチである。例えば、Kinsella (1996; 2000) は、日本の出版社を研究対象に、成年マンガの変遷について研究している。彼によれば、1980年以降、出版社による自己統制やマンガ家と編集者の高学歴化によって、成年マンガは労働者階級からエリートサラリーマンへと、読者層をシフトしていったという。その結果、成年マンガは対抗文化（counter culture）ではなく、大衆

(12) 竹内 (2005) は、このような表現方法を「同一化技法」と呼んでいる。

文化 (popular culture) の媒体としての性格を強めていった。

このように、「マンガを研究する」アプローチは、マンガ研究の主流であり、マンガ表現論を中心に多くの研究蓄積が見られる。その一方、近年マンガを題材としてより広い社会現象を理解しようとする研究が現れ始めている。

2. 「マンガで研究する」アプローチ

第二のアプローチは、マンガを題材にして、何らかの社会現象を分析しようとするアプローチである。この立場は「マンガで研究する」アプローチと呼ぶことができよう。このアプローチでは、マンガ以外の専門分野を背景とする研究者が、マンガを通じて関心領域にアプローチしようとする傾向がある。経営学を専門領域するわれわれがマンガ研究を行う際には、このアプローチをまずは採用することになるだろう。このアプローチでは、マンガそのものよりも、むしろマンガを取り巻くより広い文脈 (社会や歴史) の中にマンガを位置づけ、それらの影響関係に研究の焦点が当てられる傾向がある。

山田 (2018) は、マンガやアニメを専門としない大学においてマンガ・アニメを研究する理由として、学生の関心が高いこと、日本製のマンガやアニメのクオリティが高く、今日では日本のメイン・カルチャーとなって海外からの関心も高いこと、そして「世界に誇るべき日本文化」として国家が承認していることをあげている。今日、マンガやアニメは無視できない社会現象であり、学術的に研究する対象としての資格を十分に持っていると考えられてきたのである。

「マンガで研究する」アプローチも、主な研究対象について③テキスト中心と④コンテキスト中心のアプローチに大別することができる。③については後述するとして、④のアプローチについて説明する。④は、マンガを取り巻く様々な現象を研究しようとするアプローチである。たとえば、北浦 (2017) は、マンガの映画化ならびに海外展開について、フィリピンにおけ

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

る「るろうに剣心」のヒットを事例に分析している。また、岡本（2017）は、マンガやアニメの舞台となった土地を訪問する「聖地巡礼」と呼ばれる現象を事例に、マンガやアニメと観光の関係について論じている。経営学においても、このアプローチをとる研究が近年見られる。たとえば岡田（2017）は、マンガをビジネスシステムの観点から分析し、そのビジネスとしての発展プロセスを分析している。国際競争力が弱いとされているわが国のソフト産業の中で、ゲームとマンガは例外的存在である。岡田（2017）は、コミック、アニメ、キャラクター商品の三つのビジネスの相互依存関係によって、日本のマンガビジネスが発展してきたことを解明している。また、松井（2019）は、「ある国や地域で育まれてきたポップカルチャーを海外に輸出する際に生じる文化的障壁をどのように克服すべきなのか（2頁）」という問題意識に基づき、グローバル・マーケティングの視点から、日本のマンガのアメリカへの展開を分析している。松井（2019）は、異文化ゲートキーパーの役割と、ポップカルチャーにつきもののスティグマの管理という二つの概念を軸に、文化的障壁の克服プロセスを解明している。

これらの研究に共通するのは、マンガの内容というよりも、出版社や読者をはじめとするマンガを取り巻く様々な関係者に対する関心である。マンガの社会的浸透度を考えると、社会科学の様々な研究分野がこのような関心を持つことは、むしろ当然かもしれない。

「マンガで研究する」アプローチのもう一つの類型は、③のテキスト中心のアプローチである。これは、主にマンガの内容の分析を通じ、何らかの社会現象を研究しようとするアプローチである。われわれの研究も、このアプローチにまずは関心を向けている。これまでの研究を整理すると、このアプローチは、さらに3つのアプローチ（実証主義的、構築主義的、理解的）に区別することができると思われる（表2）。実証主義的アプローチは、現実を反映したデータとしてマンガを扱い、その分析を通じて現実の社会現象を

研究するアプローチである。構築主義的アプローチは、マンガの描写の中に現実構築のプロセスを見つけ、そのプロセスを研究する。最後の理解的アプローチは、マンガを概念や現象理解を促す媒体として扱い、どのように理解に用いることができるかを研究することを目的としている。以下では、節を改めて、それぞれのアプローチの特徴について概観する。

図表2 テキスト中心に「マンガで研究する」アプローチの類型

アプローチ	主な研究関心	マンガの位置づけ
実証主義的	マンガを通じた経験的研究	現実を反映したデータ
構築主義的	マンガを通じた現実構築プロセスの研究	社会的な現実構築の媒体および構築物
理解的	マンガを通じた概念や現象理解	概念や現象をわかりやすく伝える、あるいはそれらについて議論するための媒体

テキスト中心に「マンガで研究する」3つのアプローチ

1. 実証主義的アプローチ

これは、マンガを現実社会の反映と見なし、マンガ分析を通じて現実の社会現象の理解を試みるアプローチである。実証主義とは、経験的な事実に基づいて命題や仮説を検証していこうとする考え方であり、この立場では、マンガは経験的事実を反映したデータとして捉えられる。

このアプローチの代表例として、帝京大学の松岡里枝子教授らによる、医療現場を舞台としたマンガを題材にした、医療現場におけるコミュニケーションに関する研究をあげることができる (Matsuoka and Poole 2010; 2015; Matsuoka, Smith and Uchimura 2011; Matsuoka, Okabe and Poole 2011)。彼女らは、医療現場におけるコミュニケーションを研究する上で医療マンガをデータとして用いる意味について、次のように説明している。医療現場は、厳格な倫理コードや業務の難しさから、現場の生のデータを得ることは不可

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

能に近い。緊急時などの場合は特にそうである。インタビューや逸話を用いた研究も少ないながら存在するが、得られるのは回顧的データである。模擬の患者を用いた実験もあるが、実際の患者とは大きく異なっている危険がある。一方、マンガを含む公共メディアは、少なくともロール・プレイによる訓練と同じくらい現実的なデータを提供すると考えられるという（Matsuoka, Okabe and Poole 2011; Matsuoka and Poole 2015）。すなわち、医療現場におけるコミュニケーションのデータは、マンガ以外の方法では収集が困難である一方、医療関係者が制作に関わったマンガにおける登場人物の会話は、現実のコミュニケーションを反映したデータとして扱うことが可能であると主張されている。

たとえば Matsuoka, Smith and Uchimura (2011) は、語用論の一つであるポライトネス理論（Brown and Levinson 1987）およびポライトネスの包括戦略（Leech 2005）を枠組みとして、登場人物の会話を分析している。彼女らは、医療マンガ7作品（『命の器』、『プチナース』、『ナースあおい』、『おたんこナース』、『ナースステーション』、『OPEN MIND』、『花ごよみ病院の人々』）に登場する励ましの言葉（例、『がんばりましょう』など）を抽出し、それらが有効な場合とそうでない場合を分析している。Matsuoka and Poole (2015) も、ポライトネス理論とポライトネスの包括戦略を分析枠組みとして、通常の医療場面とは異なる「困難な場面」における登場人物の会話を分析している。「ナースあおい」に登場する5つの場面を分析した結果、困難な場面においてもポライトネス戦略が有効であること、ある種の非言語的コミュニケーションも、ポライトネス戦略として解釈可能であることなどが示唆されている。同様に、「おたんこナース」を題材に、新人看護師と気難しい患者のやり取りを分析した Matsuoka and Poole (2010) では、新人がポライトネスを使っていないため、患者とのやり取りが困難になることが示唆されているという。

このように、他の方法ではデータ収集が困難な場合、現場の人々が作成に携わったマンガは、現実を反映した貴重なデータとなりうる。マンガ研究の実証主義的アプローチは、マンガを現実が反映されたデータとして扱い、分析するアプローチである。

2. 構築主義的アプローチ

このアプローチは、マンガをはじめとする大衆文化が、どのように現実構築に影響しているのかを分析しようとする。この立場では、実証主義アプローチのようなマンガの表現に対応する現実には存在しないと考えられる。むしろマンガは、他の大衆文化と同じく、社会や組織に対するわれわれの一般あるいは学術的な理解に対し、疑問や批判を提示しうる媒体となりうる (Hassard and Holliday 1998; Rhodes and Westwood 2008; McAllister, Sewell and Gordon 2015)。Hassard and Holliday (1998) は、現実に対する主観的解釈が非政治的であることはめったにないと述べ、われわれがテキストに見出すリアリティは現実の反映度合いではなく、制作側と視聴する側に浸透した、支配的なイデオロギーとの調和度合いによって影響されると述べている。われわれがマンガを批判的に読むことは、自らのイデオロギーに対する反省をもたらすことが示唆されている。後で見るように、サラリーマンマンガ研究は、このアプローチに基づくものが多い。

このアプローチは、さらに二つの視点に分類できると思われる。一つ目は、マンガの中に支配的なイメージとは異なる表現の可能性を見出すという視点である。二つ目は、マンガ表現の中に、支配的であれば当然視されたイメージの再生産を見出し、そこに批判的な分析を加えるという視点である。マンガをはじめとする大衆文化を伝えるメディアは、支配的なイデオロギーを伝えるだけでなく、それとは異なる可能性も伝えうる (Davis 2015)。もちろん、これら二つの視点も排他的ではないし、その目的は類似

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

していると思われる。しかし、研究の主眼がどちらに置かれているかによって、分類は可能ではないかと考えている。

2-1. 支配的イメージとは異なる姿の表象

前者の例としては、70年代から登場した「サラリーマンマンガ」の研究をあげることができる。Dasgupta (2017)によれば、国家は、女性と女らしさ、男性と男らしさを関係づけるジェンダーのイデオロギーと、階級や人種、民族のイデオロギーを通じて形成されるという。明治から平成にいたる日本の工業化や近代化、国家形成のプロセスにおいて、日本の男らしさの典型として描かれてきたのが、サラリーマンである。特に戦後の20年間で、サラリーマンは軍人にとって代わり、「理想的市民」となった。典型的には、サラリーマンは中流階級でしばしば大卒であり、大学を卒業してすぐに二十代前半で組織に入り、そこでは忠誠、勤勉、献身、そして自己犠牲を求められる。さらに、彼の服装や髪形、私生活（適齢期における結婚など）も、上述の価値観を体現しており、それらは国家の利益と調和するものであったと言える。

海外の経営者や経営学者にとって、このような日本の組織やサラリーマンは理想的に映った。欧米の経営層は、終身雇用、年功序列、企業内労働組合などに代表される日本的経営手法が、彼らが手を焼いている従業員を、日本のサラリーマンのような従順で忠実で生産的なメンバーに変えるかもしれないと期待したという（Schodt 1983=2012）。

著名な経営学者も、日本的経営ならびに日本のサラリーマンを賛美し、日本から学ぶことを主張した研究書を80年代初頭に出版している。たとえばOuchi (1981)は、日本企業の特徴の一つとして「人に対する全面的関わり」をあげている。日本企業では、労働の提供の見返りに報酬を受け取るという部分的な関与ではなく、仕事以外においても会社と社員、あるいは社員同士が多様な絆をもって相互に結びついている。その結果、利己的ないし不誠実

な行動が抑制され、親密さや信頼関係が形成されていくという。また、Pascale and Athos (1981) も、松下電器のケースから、会社が一つの共同体であり、単なる労働力を利用しているのではなく、人間を育てていると主張することで、「平凡な人間から非凡な成果を引き出す」ことに成功していると述べている。その結果、従業員は会社に対して高い忠誠心を示し、勤勉をもって報いようとする。

しかし、日本のマンガに描かれるサラリーマン像は、上述のような忠誠心や勤勉とは異なる姿として描写されてきたという。たとえば Skinner (1979) は、70年代中期に出版されたサラリーマンマンガを分析し、日本の組織で働く人々の姿について考察している。Skinner (1979) によれば、サラリーマンマンガとは、大企業や役所で働く給与所得者の生活や仕事の状況を描いたマンガであり、1970年代初頭に生まれた新しいジャンルであるとされている。彼は、1974年から1976年に出版されたサラリーマンマンガを分析し、欲求不満や苦痛、地位の不平等に苦しめられている主人公をユーモラスに描いたものの（例、『ジョージ君』、『ブロー君』）あるいは、そうした困難をユーモラスに解釈し、創意工夫で状況を変えていく主人公を描いたもの（例、『フジ三太郎』、『花の係長』）に大別した。

Skinner (1979) は、サラリーマンマンガに描かれているのは、勤勉や忠誠といった形容詞で表現されるサラリーマン像とは異なった姿であると述べている。当時の日本企業では、社員は年功序列や終身雇用制度に甘んじ、会社に対して高い忠誠心を持ち、「一つの家族」として調和的な人間関係を築いているとされてきた。しかし、サラリーマンマンガで描かれているのは、肩書に執着し、部下と上司の板挟みに合い、女房の尻に敷かれ、狭い団地住まいと遠距離通勤に苦しむ姿である。サラリーマンマンガの作者は、その姿を時にペーソス（悲哀、哀愁）を交えながらユーモラスに、また時には直接的に表現した。サラリーマンマンガが人気を得たのは、読者である彼ら自身

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

こうした欲求不満や不満足が描かれていたからであると、Skinner (1979) は述べている。

また、Schodt (1983=2012) も、「フジ三太郎」や「サラリーマン専科」などを題材に、サラリーマンマンガにおける主人公の特徴について、次のように述べている。

サラリーマンマンガにおける典型的な主人公は、平社員あるいは第一線の従業員として知られる、中流の一般人である。彼は哀れな存在である。彼は不器量な女性と結婚し、帰宅を恐れ、上司に叱られてはうなだれている (p. 112)。

このように、日本の行動成長期に新聞や雑誌で掲載されたサラリーマンマンガは、「理想的市民」とは程遠い姿である。理想的市民の追求に疲れたサラリーマンは、こうしたマンガを通勤途中に読み、共感していた。この時代のサラリーマンマンガは、理想とされたサラリーマン像を相対化し、批判的に見直すきっかけを提供していたのではないかと考えられる⁽¹³⁾。

一方で、普通のサラリーマンよりもさらに「理想的」なサラリーマン像を表象するマンガも存在する。呉 (1995) によれば、サラリーマンマンガは80年代を境に、それまでの「しがない」サラリーマンから「エリートのビジネスマン」が描かれるようになっていったという。その代表例として挙げられるのは、「人事課長鬼塚」、「島耕作」シリーズや、「サラリーマン金太郎」シリーズである。Gaens (2010) は、1983年から連載が開始された島耕作シリー

(13) 海外の例では、Davis (2015) が、Times に連載されたマンガ「Dilbert」の分析を通じ、アメリカ資本主義における当然視されたイデオロギー（金銭的利益の優先、階層間の格差、従業員の苦難）を明らかにしている。同時に、これらのイデオロギーをユーモラスに描くことで、読者にカタリストを提供する役割を持っていると Davis (2015) は述べている。

ズに焦点を当て、このマンガがこれまでの日本のサラリーマンのネガティブなイメージを払拭し、経済の停滞と日本的経営の崩壊によって「去勢」されたサラリーマンの「再男性化」をどのように試みたのかを分析している。彼によれば、島耕作による再男性化は、同一化、イデオロギー批判、差別化の3つのプロセスを通じて行われる。まず、同一化プロセスとは、日本の企業共同体モデルの伝統的枠組みの中に、島耕作というエリートサラリーマンを位置付け、思いやり、遠慮、誠意、我慢、調和、そして勤勉といった集団志向的価値観や、上下関係といった「古典的な」日本の美德や規範的行動パターンを賛美することを意味している。イデオロギー批判のプロセスでは、こうした共同体的価値観を賛美しながらも、島の言動は、独立、自律、個人の利益、昇進および満足の追求を重視し、実力主義と個人主義を主張する。その一方で、島の会社で支配的な派閥主義には反対する。こうした島が示す行動モデルは、システムに対する隷属的な服従ではなく、自己の向上のためにシステムを意識的に操作することである。

第三の差別化とは、島の理想的男性アイデンティティが、他者との差別化、特に女性との差別化を通じて再生産されていることを意味している。島耕作は、サラリーマンの男性性を女性との比較で定義する。つまり、彼女らの「他者性」および究極的な不可解さによる排他性、服従、そして女性に養育と補助的役割を与えることを通じて定義するのである。

また、Matanle, McCann and Ashmore (2008) は、1980年代以降の日本の理想的サラリーマン像の変遷を、主にサラリーマン金太郎シリーズを通じて分析している。彼らによれば、マンガは、80年代以降の日本の組織の変化の方向性に対する、大衆文化の世界からの重要な挑戦を行っているという。マンガはサラリーマンに対し自らの仕事の現状を批判的に再評価し、現在の日本企業で働く圧力の下で生き延び、成功する方法を開発する機会を提供していると主張している。彼らによれば、80年代と90年代では、主人公は理想的

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

男性的モデルであり、戦後日本の高度成長を支えた価値観を維持するために、内なる敵と戦う人物として描かれていた。しかし、2000年代になると、主人公（矢島金太郎）は、アメリカ的資本主義ならびにそのグローバル化という外敵と戦う人物として描かれるようになった。この困難な強敵との戦いの中で、金太郎は日本のサラリーマンの高潔な男性的アイデンティティを再確認させる役割を果たしているという。

このように、サラリーマンマンガは、各々の時代の支配的価値観およびステレオタイプ化されたイメージとは異なる像を示すことで、時にはペーソスを通じた共感と呼び、またある時には高い理想像を示すことでサラリーマンを鼓舞してきたと考えられる。構築主義的アプローチでは、こうしたマンガが持つ表現力が、どのように異なるイメージを形成し、われわれの「あたり前」を相対化し、新たな可能性を開きうるのかを分析する。

2-2. 支配的イメージの再生産

マンガにおける構築主義的アプローチの二つ目は、支配的イメージがマンガの中で再生産されるプロセスを批判的に検討することである。こちらの研究は、マンガにおけるジェンダー表現に関するものが多い。前述のように、男性性の定義は、同時に女性性の定義を伴う（Dasgupta 2017; Gaens 2010）。サラリーマンが男性性を象徴するということは、一方で女性性に対しサラリーマンの補佐や家庭における役割を押し付ける結果となった。事実、これまでのサラリーマンマンガでは、男性と同等の役割をする女性像が描かれることはほとんどなかったのではないだろうか⁽¹⁴⁾。

たとえば、60年代から70年代にかけてのサラリーマンマンガを分析した前

(14) サラリーマンマンガではないが、Cooper-Chen (2015) は、「週刊ヤングジャンプ」における性的表現の分析から、成年マンガが男性目線で描かれており、女性が被害者あるいは男性に奉仕する従属的な存在として描かれていることを論じている。

述の Schodt (1983=2012) は、そこに登場する女性について「多くの日本企業では女性が25歳を超えて働くのを勧めないため、このジャンルの女性キャラクターは通常、補助的な役割として現れる。たとえば、主婦、ホステス、あるいはほとんど機能していないかわりにお茶くみかセックスの相手となる若い『OL』である (p. 112)」と述べている。このように女性に従属的・補助的役割を与える傾向は、その後の代表的なサラリーマンマンガにも引き継がれているようである。

Matanle, Ishiguro and McCann (2014) は、サラリーマンマンガの中に、日本の職場におけるジェンダーの不平等の再生産を見出している。彼らが日本に注目する理由は、日本が非西欧諸国の中で最も発展した国であり、様々な法整備を行っているにもかかわらず、職場における男女の不平等が現実⁽¹⁵⁾に維持されている点にある。彼らは、「日本の女性の社会経済的環境は、より広いジェンダー化された政治経済と文化の文脈の中で観察されなければならない。それらは再帰的に相互作用し、日本的な資本主義における不可欠の要素としての、ジェンダー化された職場規範を制度化している (p. 478)」と述べ、人気マンガ4作品 (『課長島耕作』、『サラリーマン金太郎』、『きみはペット』、『働きマン』) を例に、マンガがジェンダー化された職場規範を再生産している様相を明らかにしようとする。

石黒・マタンレ (2013) は、「島耕作」シリーズと「サラリーマン金太郎」シリーズを例に、日本のサラリーマンと女性のライフコースについて考察している。都会的に洗練された島耕作と型破りな矢島金太郎は、それぞれタイプは違うものの、サラリーマンが日々直面する問題をどのように認識し、対

(15) Matanle, Ishiguro and McCann (2014) で引用されている厚生労働省の報告書 (厚生労働省 2010) によれば、2007年における企業の各役職に女性が占める割合は、係長が13.8%、課長が7.3%、部長が4.9%にすぎず、女性が受け取る平均給与も、それぞれの役職で男性の79.3%、73.9%、78.5%に過ぎない。

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

処すべきかという行動指針を示しているという。彼女らは、これらの作品はリアルな企業組織とそこにおける理想化された主人公の活躍を描くことで、娯楽としての位置づけを超え、日本社会や企業組織の変化を分析し、読者であるサラリーマンに伝える教育書としての役割も果たしているのではないかと主張している。

しかし、石黒・マタンレ（2013）によれば、両作品に登場する女性たちは、主人公の生活や人生に大きく関わっているものの、ビジネスと企業組織において中心的役割を担うことはなく、日本女性の標準的なライフコースを想起させるという。「島耕作」シリーズでは、女性は多くはOLとして、もしくは非常に有能な場合でも、島と関係を持ちながら重要な場面で島に助け船を出す補佐的役割にすぎないという。「サラリーマン金太郎」シリーズでは、二人の非常に異なるタイプの女性、末永美鈴とジャネット・テイラーが登場するが、この二人を通して日本企業を取り巻くグローバル化への対応と変わらない固定的な女性の位置づけが描かれているという。末永美鈴は、女性企業家としてのキャリアを捨て、矢島金太郎と結婚する。ジャネット・テイラーはリッチで有能な女性だが、性格は高慢で情け容赦なく、日本企業には受け入れられにくいキャラクターとして描かれる。石黒・マタンレ（2013）は、1980年以降の日本経済や企業マネジメントの変遷に関わらず、両作品から読み取れる男女のライフコースは大きく変化することなく、強固に保持されていると述べている。

石黒・マタンレ（2013）は、サラリーマンマンガでは、人物像やストーリーが決定的な男性視点で描かれることでサラリーマン読者の共感を獲得し、そのようなマンガを読むことは男性的アイデンティティの構築に重要な役割を果たしているのではないかと主張する。サラリーマンマンガで活躍する主人公は、男性サラリーマンの行動指針を形成する一方で、そこに描かれる女性を通じて女性の生き方の典型も映し出しているのである。

また、Matsuoka, Okabe and Poole (2011) は、わが国の医療現場のジェンダー観が、マンガ「ナースあおい」の中でどのように表現されているかを分析している。日本の医療現場では男性看護師の数は少なく、大多数が女性である。それにもかかわらず、主人と男性の会話分析を通じ、女性看護師が様々な場面におけるパワー関係において従属的に描かれていることを見出している。この発見事実から、Matsuoka, Okabe and Poole (2011) は、現場におけるミクロレベルの相互作用を通じ、マクロレベルのジェンダー間のパワーの不均衡が構成されていると述べている。

ジェンダー研究以外では、川根・渡辺・竹下 (2007; 2009) がユニークな研究を行っている。川根・渡辺・竹下 (2007) は、マンガが未成年者の喫煙行動に与える影響という観点から、医療マンガに現れる喫煙シーンを分析した。彼らは、2000年以降に発行された医療マンガ3作品 (『Dr. コトー診療所』第1巻～第19巻, 『ナースあおい』第1巻～第11巻, 『ブラックジャックによろしく』第1巻～第13巻) に出てくる喫煙場面を分析した。その結果、3作品とも主人公が喫煙する場面はないが、「Dr. コトー診療所」以外は医療従事者の喫煙場面があり、また反喫煙を促す場面は少なかった。さらに、川根・渡辺・竹下 (2009) では、3作品のその後 (『Dr. コトー診療所』第20巻～22巻, 『ナースあおい』第12巻～第24巻, 『新・ブラックジャックによろしく』第1巻～第5巻) の喫煙場面について追加調査を行っている。その結果、3作品に登場する喫煙場面は著しく減少しており、喫煙に対するマンガ家の意識改革として評価できると述べている。

このように、構築主義的アプローチの二つ目は、一般に支持されているイメージが、マンガを通じてどのように再生産されているかを探る。これら二つの観点は着目点がずいぶん異なっているように見えるが、その目的は支配的価値観に対する批判的な見直しであるという点で共通している。サラリーマンが戦後の日本人男性の典型的な生き方であり、サラリーマンマンガが非

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

常に広く読まれていることを考えると、こうしたマンガが現実構築に与える影響は小さくないと思われる。サラリーマンマンガの研究において構築主義的アプローチが多く取られてきたのは、このような理由によるのかもしれない。

3. 理解的アプローチ

このアプローチでは、抽象的な概念や現象を理解するため、あるいは行動や考え方の模範を伝えるために、マンガをどのように用いるのかを検討する。教育目的のためのマンガ利用を考えると、このアプローチがとられる場合が多いと考えられる⁽¹⁶⁾。近年、多くの教育マンガが出版されているが、マンガが持つ表現力は、抽象的でわかりづらい概念を理解する上で大いに役立つことが期待される。サラリーマンマンガについても同様である。サラリーマンマンガの持つ影響力は、仕事やキャリアに関する自己啓発や教育ツールとしても注目されている。その中には、よりポピュラーな出版物（梅崎 2011；弘兼憲史・モーニング編集部監修 2017；森山 2018など）から、より専門的な教育に用いることを目的としたもの（Matsumoto 2018；Daikoku, Funaoi, Kusunoki, Takenaka and Inagaki 2013；山本・吉川・小川・折田 2009）まで存在する。海外では、コミックに登場するスーパーヒーローとトップセールス・リーダーの特性の共通点を挙げ、マネジャー教育にコミックを用いる可能性について論じた研究もある（Rapp, Ogilvie and Bachrach, 2015）。

その中で Matsumoto (2018) は、組織を舞台とした仕事マンガ（『医龍』、『バンビーノ！』、『宮本から君へ』など）を題材に、ケース・スタディへの

(16) ちなみに、1980年代における教育目的のマンガの登場（例、石ノ森章太郎『マンガ日本経済入門』（日本経済新聞社、1986年）、『マンガ日本の歴史』（中央公論社、1989年）が、マンガの社会的地位向上に大きな役割を果たしたと言われている（Kinsella 1996；2000）。特に、「マンガ日本経済入門」は、第33回（1987年）小学館漫画賞と第17回（1988年）日本漫画家協会賞大賞を受賞し、アニメ化もされている。

利用可能性を論じている。彼によれば、これらのマンガは人的資源管理、組織行動、キャリア、人材開発に関連する様々なシーンを描いており、さらにその親しみやすさ、絵画的表現、豊富な情報量のためにケース・スタディの格好の題材になりうるという。

おわりに—経営学における今後のマンガ研究の方向性—

本稿では、マンガを対象とした経営学的研究を進めるにあたり、その出発点として、既存研究の類型化を試みた。このような作業をすることにより、今後の研究の位置づけを、より明確にできると考えられる。さらに、このような整理によって、新たな研究の方向性についても示唆を得ることができると思われる。以下では、本稿で行った既存研究の検討および類型化が示唆する今後の研究の方向性について、議論する。

1. 新たなサラリーマンマンガの研究

既存研究によれば、サラリーマンマンガに描かれるサラリーマンは、70年代の「しがたい」サラリーマン像、80年代以降の「理想的な」サラリーマン像が典型であった。しかし、真実（2018）によれば、日本経済が凋落の兆しを見せ始めた90年代以降、マンガにおけるサラリーマンの描かれ方は一様ではないという。特に、1997年には北海道拓殖銀行が経営破綻、山一証券が自主廃業するなど、日本経済の停滞を象徴する出来事が相次いだ。さらに2008年のリーマン・ショックの影響が日本経済にもおよび、多くの企業が倒産しただけでなく、生き残った企業でも賃金カット、希望退職の募集、人員削減などが行われ、サラリーマンは決して安全で安定した地位ではないという認識が広まっていった。

このような社会変化の中で、真実（2018）は、2000年代以降のサラリーマンマンガの特徴を「最小公約数化」と呼び、今や万人に支持されるような典

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

型的サラリーマン像は描かれず、さまざまな職業で奮闘するサラリーマンが描かれるようになっていったと述べる。この時期に出世の階段を昇りつめた島耕作は、いわば「逃げ切り」世代であると言えるかもしれない。しかし、その後のサラリーマンマンガでは、成功譚だけではなく、主人公のさまざまな葛藤や苦悩が前面に描かれるようになっている。

サラリーマンマンガにおけるこのような変化は、経営学にとっても一つの契機を与えうると思われる。Rhodes and Westwood (2008) は、正統派の組織論や経営理論は、テキストを「浄化」し、そこから不一致、矛盾、疑問および不確実性を排除する傾向があるという。一方、大衆文化は経営学の教科書で説明される組織よりも、より劇的かつ強烈で、ダイナミックな組織の姿を表象する。したがって、大衆文化は組織を理解する代替的な手段を提示しうる。マンガがサラリーマンのより多様な姿を描写するようになり、彼らの葛藤や苦悩を前面に表現するようになったことで、組織や仕事に対するこれまでとは異なる理解を得るための契機が増えていると言えるかもしれない。近年のサラリーマンマンガの詳細な分析を通じ、日本の組織や働き方について、新たな理解が可能になるのではないだろうか。

2. アプローチの融合

前述のように、本稿で行った研究アプローチの類型化は、決してアプローチ間の排他性を意味しない。テキスト中心アプローチとコンテキスト中心アプローチの違いは、マンガそのものかあるいはマンガを取り巻く文脈か、どちらにより力点が置かれるかという相対的な違いであり、研究のあくまで出発点の相違にすぎない。特に、出版物に占めるマンガの割合が増加し、海外にも輸出されるようになった現在、マンガはもはや日本のメイン・カルチャーとして内外から認識されるようになっている。このような状況を考えると、マンガとマンガを取り巻く文脈は、切っても切れない関係にあり、両

者の関係を視野に入れたマンガ研究は、今後その重要性をさらに増していくと考えられる。ここでは、少なくとも二つのアプローチの融合について考えることにする。たとえば、①と②の融合については、すでに夏目(2004)や伊藤(2005)が、マンガ表現論の立場から、マンガと読者、社会を含む分析枠組みを提示している。また、そもそも「マンガで研究する」アプローチは、マンガを社会現象のデータあるいは媒体と見なしており、③と④の融合を志向していると言ってよい。テキストとコンテキスト両方にバランスよく着目した研究が、こうした融合の意義をより明確に指し示すことになるだろう。

また、「マンガを研究する」アプローチと「マンガで研究する」アプローチの間にも、融合の兆しが見えている。たとえば、Kinsella(2000)は、自らの研究について、成年マンガの歴史研究であると同時に、「20世紀後半の社会政治的な変化の歴史(p.10)」の研究であると述べているが、これは②と④のアプローチの融合であると見ることができる。さらに、前述の松井(2017)や岡田(2017)も、経営学の観点から出発し、マンガビジネスを深く分析しており、マンガ産業論に一石を投じていると思われる。

次に、①と③を融合した研究例は、前述のニール・コーン教授の一連の研究が当てはまるだろう。Cohn(2013)は、ビジュアル言語⁽¹⁷⁾によるマンガの分析に始まり、国際比較、幼児画の分析、オーストラリアのアボリジニが用いる砂絵の分析にまで研究を拡張している。

以上のように、既存研究の中にも、あるアプローチから出発し、他のアプローチと融合していく研究は多く見られる。では、経営学におけるマンガ研究は、どのような融合がありうるのか考えてみたい。

経営学におけるマンガ研究の出発点は、必然的に③あるいは④になるだろう

(17) ビジュアル言語とは、概念を伝達するために構造化された絵の系列を指している(Cohn 2013)。マンガのストーリーではなく、絵画的側面を分析する上で有効な概念となると思われる。

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

う。③と④の融合の方向性として一つ考えられるのが、「モーニング」や「ビッグコミックスピリッツ」など、雑誌レベルを分析対象にした研究である。雑誌は出版社の生産物であり、製品戦略の結晶であるだろう。経営戦略論の枠組みを応用し、雑誌レベルの分析を通じた出版社の競争戦略が研究できる可能性がある。この場合、雑誌の内容（テキスト）とそれが生産された戦略的背景（コンテキスト）両方の分析が必要となるであろう。

次に、③と①の融合については、マンガの表現方法に着目しつつ、研究の関心をマンガ以外に向ける研究が、その一例としてありうるのではないだろうか。テキスト中心のマンガで研究するアプローチは、主にマンガのストーリーを分析対象にしており、マンガ独特の表現を分析した研究はほとんどないように思われる。この二つのアプローチを融合する架け橋として、前述の同一化技法などの表現方法（竹内 2005）やビジュアル言語（Cohn 2013）、あるいは役割語⁽¹⁸⁾（金水 2018）などが有望ではないかと考えている。これらの分析概念を用いることで、マンガのより細部の分析を通じた「マンガで研究する」アプローチが可能になるのではないかとと思われる。

最後に、④と②の融合について考えてみよう。前述の Kinsella (2000) による歴史研究や松井 (2017)、岡田 (2017) のマンガ産業研究以外の観点では、マンガ家のキャリアに関する研究があり得るかもしれない。マンガ家は、複数の出版社と契約することもあれば、本業を持ちながら副業としてマンガを描いている人々もいる。その意味では、バウンダリレス・キャリア⁽¹⁹⁾（Arthur and Rousseau 1996）の格好の事例となりうると考えられる。

(18) 役割語とは、例えば老人、青年、女性など、特定のキャラクターならびにその属性と深く結びついたセリフの言い回しである（金光 2018）。役割語の分析は、特定のアーキタイプの特徴を明確にする上で有効であり、サラリーマンマンガに登場する典型的なキャラクター（上司、部下、OL、中間管理職など）の分析にも適用できると思われる。

(19) バウンダリレス・キャリアとは、単一の組織の中で形成するキャリアではなく、

3. アカデミズムとしての経営学に対する反省

本稿を終えるにあたって、マンガ研究が経営学そのものの在り方に与えるインパクトについて、その可能性を考えてみたい。吉村(2020)は、日本マンガ学会が設立されるに際して編纂された「日本マンガ学会設立趣意書」の文章を引用し、マンガ研究が単なるマンガに対する学術的研究に留まらないことを強調している。

「アカデミズムの場にマンガを持ち込むことは、アカデミズムという『権威』がマンガを『認知』するとか、アカデミズムの枠内に押し込める、といった営みであってはならないはず。そうではなくて、従来、この二つを縁遠いものにしてきた価値観や認識の枠組みそのものを、根本的に問い直す営みでなければならぬでしょう。それは、急速に解体・再編の進む今日の人文・社会科学全体の動向に対しても、重要な貢献になりうるはず（日本マンガ学会編集・発行『生誕 日本マンガ学会』2002年：1頁）。（吉村 2002：8頁より引用）」

すなわち、マンガ研究は、「これまでのマンガに関する多様な言説と他分野の研究成果とが、さまざまな形で繋がったり重なったり、あるいは衝突したり摩擦を起こしたりするような、すなわち、『マンガ』と『研究』を巡る多面的かつ動的な関係性それ自体を重視していた（吉村 2020：9頁）」のである。研究アプローチの融合、特に「マンガを研究する」アプローチと「マンガで研究する」アプローチの融合は、吉村(2020)が言うような「多面的かつ動的な関係性」を促進しうるのではないだろうか。

われわれは、経営学というアカデミズムの中で伝統的に支持され、われわ

組織の境界を越えたキャリアを意味している (Arthur and Rousseau 1996)。

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

れにとって「当たり前」となっている価値観に対し、マンガ研究が新風を吹き込む契機になることを期待している。すなわち、経営学の枠組みでマンガを研究するだけにとどまらず、これまでなぜマンガが研究対象となることが少なかったのかを振り返り、経営学の在り方を問い直すきっかけを、マンガ研究がもたらす可能性がある。それがどのようなものになるかは、まだ手探り状態である。しかし、前述の研究アプローチの融合が、分野の異なる研究間の対話を促進し、既存の価値観に揺さぶりをかける一つの可能性になるのではないかと考えている。

参考文献

- Arthur, M. B. and D. M. Rousseau, 1996 “The Boundaryless Career as A New Employment Principle”, in M. B. Arthur and D. M. Rousseau (eds.), *The Boundaryless Career: A New Employment Principle for A New Organizational Era*, Oxford University Press.: pp. 3-20.
- Brown, P. and S. C. Levinson, 1987 *Politeness*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Cohn, N., 2011 “Different Kind of Cultural Frame: An Analysis of Panels in American Comics and Japanese Manga”, *Image & Narrative*, Vol. 12 No. 1: pp. 120-134.
- Cohn, N., 2013 *The Visual Language of Comics: Introduction to The Structure and Cognition of Sequential Images*, New York: NY, Bloomsbury. (中澤潤訳、『マンガの認知科学：ビジュアル言語で読み解くその世界』北大路書房, 2020)
- Cohn, N., A. Taylor-Weiner and S. Grossman, 2012 “Framing Attention in Japanese and American Comics: Cross-Cultural Differences in Attentional Structure”, *Frontiers in Cultural Psychology*, Vol. 3: pp. 1-12.
- Cohn, N. and S. Ehly, 2016 “The Vocabulary of Manga: Visual Morphology in Dialects of Japanese Visual Language”, *Journal of Pragmatics*, Vol. 92: pp. 17-29.
- Cooper-Chen, A., 2015 “‘The Dominant Trope’: Sex, Violence, and Hierarchy in Japanese Comics for Men”, in McAllister, M. P., E. H. Sewell, Jr. and I. Gordon (eds.), *Comics & Ideology*, New York: NY, Peter Lang.: pp. 99-128.
- Daikoku, T., H. Funaoi, F. Kusunoki, M. Takenaka and S. Inagaki, 2013 “Development and Evaluation of Case Method Teaching Materials Using Manga on Tablet PCs: A Trial with Pointing Type Annotations”, *Proceedings of The 5th International Conference on Computer Supported Education*: pp. 557-563.
- Dasgupta, R., 2017 “Articulations of Salaryman Masculinity in Showa and Post-Showa Japan”, *Asia Pacific Perspectives*, Vol. 15 No. 1: pp. 36-54.

- Davis, J., 2015 “Power to The Cubicle-Dwellers: An Ideological Reading of *Dilbert*”, in McAllister, M. P., E. H. Sewell, Jr. and I. Gordon (eds.), *Comics & Ideology*, New York: NY, Peter Lang.: pp. 275-300.
- Gaens, B., 2010 “(R)emasculatation of The Salaryman: Representation of Japanese White-Collar Employees in The Manga *Shima Kosaku*” in M. Iwatake (ed.), *New Perspectives form Japan and China*, Helsinki: Department of World Cultures, University of Helsinki.: pp. 222-246.
- 長谷邦夫, 2007 漫画の構造学, インデックス出版。
- Hassard, J. and R. Holiday, 1998 “Introduction”, in Hassard, J. and R. Holiday (eds.), *Organization Representation: Work and Organizations in Popular Culture*, Thousand Oaks: CA, Sage Publications.: pp. 1-15.
- 弘兼憲史・モーニング編集部監修, 2017 ビジネスパートナーと最強の人間関係がわかる島耕作の名言集, 誠文堂新社。
- 細木原青起, 2019 日本漫画史—鳥獣戯画から岡本一平まで—, 岩波書店。
- 石黒久仁子・P. マタンレ, 2013 「サラリーマン漫画にみる男女のライフコース—『島耕作』『サラリーマン金太郎』からの考察—」, 田中洋美・M. ゴツィック・K. 岩田ワイケナント編, ライフコース選択のゆくえ: 日本とドイツの仕事・家族・住まい, 新曜社: 103-132頁。
- Ito, K., 2005 “A History of *Manga* in The Context of Japanese Culture and Society”, *The Journal of Popular Culture*, Vol. 38 No. 3: pp. 456-475.
- 伊藤剛, 2005 テズカ・イズ・デッド: 開かれたマンガ表現論へ, NTT 出版。
- 鹿島あゆこ, 2018 『『時事漫画』にみる「サラリーマン」の誕生』, フォーラム現代社会学, 第17巻: 78-92頁。
- 金光敏, 2018 「第11章 言語—日本語から見たマンガ・アニメ—」, 山田奨治編, マンガ・アニメで論文・レポートを書く: 「好き」を学問にする方法, ミネルヴァ書房: 172-191頁。239-262頁。
- 川根博司・渡辺さゆり・竹下直子, 2007 「医者・医療漫画に見られる喫煙描写場面についての調査」, 日本医事新報4358: 81-83頁。
- 川根博司・渡辺さゆり・竹下直子, 2009 「医療漫画にみられる喫煙描写場面についての検討」, 広島県医師会速報, 第2061号: 15-16頁。
- Kinsella, S., 1996 “Change in The Social Status, Form and Content of Adult Manga, 1986-1996”, *Japan Forum*, Vol. 8 No. 1: pp. 103-112.
- Kinsella, S., 2000 *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*, Honolulu, HI: University of Hawaii Press.
- 北浦寛之, 2017 「第8章 海外展開—『るろうに剣心』の映画化とフィリピンでの人気—」, 山田奨治編, マンガ・アニメで論文・レポートを書く: 「好き」を学問にする方法, ミネルヴァ書房: 172-191頁。
- 厚生労働省, 2010 平成21年賃金構造基本統計調査,

マンガ研究におけるアプローチの類型化の試み（北居明）

- <https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/z2009/index.html>
- 呉智英, 1995 「日本の漫画と日本のビジネス社会」, Silverman, L. K. (ed.), *Bringing Home The Sushi: An Inside Look at Japanese Business through Japanese Comics*, Atlanta, : GA, Mangajin Inc.: pp. 8-12.
- Leech, G., 2005 “Politeness: Is There An East-West Divide?”, *Journal of Foreign Languages*, Vol. 160 pp. 1-30.
- Matanle, P., L. McCann and D. Ashmore, 2008 “Men under Pressure: Representations of The ‘Salaryman’ and His Organization in Japanese Manga”, *Organization*, Vol. 15 No. 5: pp. 639-664.
- Matanle, P., K. Ishiguro and L. McCann, 2014 “Popular Culture and Workplace Gendering among Varieties of Capitalism: Working Women and Their Representation in Japanese Manga”, *Gender, Work and Organization*, Vol. 21 No. 5: pp. 472-489.
- 松井剛, 2017 アメリカに日本のマンガを輸出するーポップカルチャーのグローバル・マーケティングー, 有斐閣。
- Matsumoto, Y., 2018 “A Study of The Suitability of Japanese ‘Working Manga’ as A Business Case Study”, *International Review of Business*, Vol. 18: pp. 29-86.
- Matsuoka, R. and G. Poole, 2010 “The Use of Politeness Strategies in Japanese Healthcare Settings: Analysis of Manga Discourse between Healthcare Providers and A ‘Difficult’ Patient”, *The Journal of Nursing Studies*, Vol. 9 No. 1: pp. 9-17.
- Matsuoka, R. and G. Poole, 2015 “Politeness Strategies in Healthcare Communication at ‘Difficult Times’: A Pragmatic Analysis of The Manga Discourse in Nurse Aoi”, *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistics*, Vol. 19 No. 2: pp. 89-109.
- Matsuoka, R., I. Smith and M. Uchimura, 2011 “Discourse Analysis of Encouragement in Healthcare Manga”, *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistics*, Vol. 15 No. 1: pp. 49-66.
- Matsuoka, R., K. Okabe and G. Poole, 2011 “Gender, Power, and Face in Nursing Communication: A Sociolinguistic Analysis of Speech Events in A Japanese Healthcare Manga Series”, *国立看護大学校研究紀要*, 第10巻第1号: 1-10頁。
- McAllister, M. P., E. H. Sewell, Jr. and I. Gordon, 2015 “Introducing Comics and Ideology”, in McAllister, M. P., E. H. Sewell, Jr. and I. Gordon (eds.), *Comics & Ideology*, New York: NY, Peter Lang.: pp. 1-13.
- 三輪健太郎, 2014 マンガと映画ーコマと時間の理論ー, NTT 出版。
- 森山晋平, 2018 マンガ『島耕作』に学ぶ人生に効く「切り返し」術, 講談社。
- 夏目房之介, 2004 マンガ学への挑戦: 進化する批評地図, NTT 出版。
- 夏目房之介, 2012 「マンガ表現論」, 夏目房之介・竹内オサム編著, 2012 マンガ学入門, ミネルヴァ書房: 109-114頁。
- 夏目房之介・竹内オサム編著, 2012 マンガ学入門, ミネルヴァ書房。
- 日本マンガ学会, 2001 生誕 日本マンガ学会, 日本マンガ学会。

- 岡田美弥子, 2017 マンガビジネスの生成と発展, 中央経済社。
- 岡本健, 2017「第6章 舞台—日本のアニメ・マンガと観光・文化・社会」, 山田奨治編, マンガ・アニメで論文・レポートを書く:「好き」を学問にする方法, ミネルヴァ書房: 131-148頁。
- Ouchi, W. G., 1981 Theory Z: How American Business Can Meet The Japanese Challenge, Addison-Wesley. (徳山二郎監訳, 『セオリーZ—日本に学び, 日本を超える—』, CBS ソニー出版, 1981年)
- Pascale, R. T. and A. G. Athos, 1981 The Art of Japanese Management: Applications for American Executives, Simon & Schuster. (深田祐介訳, 『ジャパニーズ・マネジメント—日本的経営に学ぶ—』, 講談社, 1981年)
- Rapp, A., J. Ogilvie and D. G. Bachrach, 2015 “Sales Leadership Icons and Models: How Comic Book Superheroes Would Make Great Sales Leaders”, Business Horizons, Vol. 58: pp. 261-274.
- Rhodes, C. and R. Westwood, 2008 Critical Representations of Work and Organization in Popular Culture, London, Routledge.
- 澤村修治, 2020 日本マンガ全史—「鳥獣戯画」から「鬼滅の刃」まで—, 平凡社。
- Schodt, F. L., 1983=2012 Manga! Manga! The World of Japanese Comics, New York: Kodansha.
- 清水勲, 1991 漫画の歴史, 岩波書店。
- 真実一郎, 2018 サラリーマンマンガの戦後史 (改訂版): 昭和・平成を超えていけ, Kindle.
- Skinner, K. A., 1979 “Salaryman Comics in Japan: Images of Self-Perception”, Journal of Popular Culture, Vol. 13 No. 1: pp. 141-151.
- 竹内オサム, 2005 マンガ表現学入門, 筑摩書房。
- 梅崎修, 2011 仕事マンガ! 52作品から学ぶキャリアデザイン, ナカニシヤ出版。
- 山田奨治, 2018「序章 マンガ・アニメで研究するということ」, 山田奨治編著, マンガ・アニメで論文・レポートを書く:「好き」を学問にする方法, ミネルヴァ書房: 1-10頁。
- 山本秀男・吉川厚・小川美香子・折田明子, 2009「マンガ教材を用いたアドバンス・ケース研修の構想」, Journal of The International Association of Project & Program Management, Vol. 3 No. 2: pp. 87-95.
- 吉村和真, 2020「はじめに」, 吉村和真・ジャクリーヌ・ベルント編, ブックガイドシリーズ基本の30冊 マンガ・スタディーズ, 人文書院: 5-11頁。
- 全国出版協会・出版科学研究所, 2020 2020年版出版指標年報, 公益社団法人全国出版協会・出版科学研究所。