

二次創作する読者の系譜

— 「おたく系雑誌」における二次創作の背景を探る

飯塚 邦彦

1 はじめに

1-1 本稿の目的

本稿の目的は、1970年代末～80年代初頭のアニメ雑誌と、マンガ・アニメ系の投稿雑誌（以後両者を合わせて「おたく系雑誌」とする）の特徴である、「二次創作する読者」が、歴史的にどのように現れてきたかを明らかにすることである。そのため、そこで行われる「二次創作」を可能にした歴史的背景を考察していく。なお本稿では「おたく系雑誌」として、『月刊OUT』（1977年創刊、みのり書房）、『アニメージュ』（1978年創刊、徳間書店）、『ファンロード』（ラポート、1980年創刊）の3誌を取りあげる。

本稿では、「二次創作」を、「既存のアニメ・マンガなどのキャラクターや設定を援用し、読者によって作られた新たな作品」と定義する。「二次創作」については、「原作に新たな意味を付加してこそ／原作を質的に上回ってこそ二次創作である」といった考えもあるが、ここではそれを「狭義の二次創作」とする。本稿では、表現の質は問わず、最初の定義に当てはまるものを二次創作として扱う。「広義の二次創作」である。

1-2 「二次創作」の重要性

本稿ではまず「二次創作」に注目する。「二次創作」は、「おたく文化」が形成されてきた頃から現在に至るまで、非常に重要な役割を果たしてきたためである。「おたく文化」の定義は多岐にわたるが、本稿では「アニメ、マンガ、ゲームを中心とした、作品の物語と登場するキャラクター

を楽しむ文化」と定義する。

現在「おたく文化」を楽しむ場の中心は、大きく二つ存在する。一つはネット上であり、もう一つは同人誌である。ネット上において高い人気を博しているのは、既存の作品のキャラクターや設定を使い、新しい作品を生み出す「二次創作」、ならびに二次創作から連鎖的に生まれてくる「n次創作」である。また同人誌は、創作や評論もあるが、多くは既存の作品のキャラクターを使った「二次創作」である。毎年8月と12月に開かれる同人誌即売会・コミックマーケットは、それぞれ3日間の開催で52～55万人を動員する巨大イベントとなっている¹。また同人誌は、全国にチェーン展開する同人誌委託書店でも売られ、通信販売も可能になっている。このように、「二次創作」は、現在一般的に目にするものになっている。

おたく文化において「二次創作」は、次の点で重要である。

- (1) マンガ、アニメ、ゲームなどの「一次創作」（いわゆる「原作」）をもとに「二次創作」、「n次創作」が作られることで、一次創作を含めた作品全体の人気が増え、消費も高まる点。

例えば、あるアニメ作品の二次創作が盛んに行われる場合、その作品自体に人気があることがわかる。そして二次創作数の増加は、グッズ、映像ソフトの売り上げ増加にもつながっていく。二次創作は、一次創作の作家側にとって人気をはかるバロメーターとなっているのである。またファンにとっても二次創作は、作品の楽しみ方を増やすものとなり、盛んに消費される対象となる。

- (2) 「二次創作」自体が、非常に大きな市場になっている点。

2010年8月のコミックマーケット78で行われた調査によると、2009年12月のコミックマーケット77で頒布された同人誌の総数は、3日間の推計で927万冊となっている²。1冊500円と仮定した場合、46億3500万円の売り上げがあったことになる。前述した通り現在の「二次創作」は、非常に広範にわたっているため、その市場規模も非常に大きいと推定される。

- (3) 「二次創作」「n次創作」から、多くのクリエイターが現れる点。

マンガ家、音楽家、イラストレーター、アニメーター、ゲームクリエイ

イターなど、非常に多くのクリエイターが、「二次創作」活動からデビューし、現在の「一次創作」を支えている。

(4) 「おたく文化」が成立し、成長していく過程で、「二次創作」が大きな原動力となった点。

これについては後述する。

そこで本稿では、「二次創作」はどのように行われるようになったのか、その背景を探っていく。

1-3 「おたく系雑誌」の重要性

また本稿では、雑誌にも注目する。現在の「おたく文化」において、雑誌の地位は高いものではなく、多数ある情報流通ルートの一つに過ぎなくなっている。しかし「おたく文化」草創期の70年代末～80年代初頭においては、雑誌の地位は非常に、決定的ともいえるほど高かった。それは次の3点による。

(1) ネットが普及する前は、雑誌は文化の情報源として決定的に重要な点。

現在は「おたく系文化」の情報や感想、口コミの情報などは、ネットで簡単に入手することができる。しかしネットが本格的に普及する98年以前は、雑誌が最大の情報入手手段であった。直接一次情報に触れることができない地方在住者にとっては、雑誌の重要性と必要性はさらに高いものであった。地方のファンからすると、雑誌はまさに生命線だったのである。

(2) 「おたく的楽しみ方」というライフスタイルを、地方まで広めた点。

そしてそれが「おたく」と自称する／他称される人々のまとまりを生み出してきた点。

1983年、中森明夫によって「おたく」という言葉が作られる³。中森が示した「おたく」像は、アニメやマンガばかりを楽しみ、ファッションや恋愛に気を配らない、気持ち悪い人々というものであった。その後80年代半ばから末にかけて、「おたく」を自称することと、特定の集団を指して「おたく」と呼ぶレッテル貼りが行われるようになるが、それは特定の「一体感」「共通性」を持った人々の集合があったことを示す。それ

は中森が指摘したような、「時代のメインストリーム文化から距離がある人々」という面もあったかもしれないが、実体は「共有された一体感を持ち、一定の共通性を持った文化的集団」であった。その「一体感」「共通性」は、いわゆる「マンガ絵」「アニメ絵」を使うといった、コンテンツ自体の共通性があったことにもよっているが、彼らの楽しみ方に共通性があったことによっても構成されてきた。80年代半ばから90年代にかけて、パソコンとパソコンゲーム、商業出版のやおい⁴などが、彼らの楽しみに加わるが、そこにはやはり共通性を持った楽しみ方が存在した（コンテンツごとに多少の違いはあるが）。この「一体感」「共通性」を作り出す重要な媒体が、雑誌であった。

こうした「共通性」の源泉となったのは、主に首都圏の若者であった。彼らは文化の作り手に直接アクセスすることができ、新しい情報や商品に容易に接することができた。容易にグループを作ることができ、同人誌を作り、イベントを開催した。そこから作り手や業界人になっていく例もあった。こうした若者の活動から、特定の共通性を持った「楽しみ方」が作られていく。本稿ではこの楽しみ方を「おた快的楽しみ方」と総称する。他の多くの文化も同様であったと思われるが、「おた快的楽しみ方」を生み出した人は、人数的にも地域的にも、ごく限られていた⁵。しかしそうであったにもかかわらず、「おた快的楽しみ方」は、地方に広まっていく。

ここで決定的な役割を果たしたのは、全国に流通する雑誌であった。雑誌は文化の情報だけでなく、アーリーアダプターの楽しみ方を読者に紹介した。全国にあまねく流通する「おたく系雑誌」が、地理的制約を超えて、楽しみ方を広めていったのである。そして全国に、同じような楽しみ方をする人々を作り出していったのである。それでは「おた快的楽しみ方」の特徴はなんなのだろうか。ここでは、次の3点を挙げる。

- ①アニメ・マンガなどに関係する商品の消費を軸とする楽しみ方
- ②作品に登場するキャラクター自体を楽しむ楽しみ方
- ③受け手が積極的に二次創作を作り出していく楽しみ方

①は他の文化でも一般的に行われる。②は、「おたく的楽しみ方」においては、作品の物語からキャラクターを独立させて楽しむという形で現れる。作品の物語とは関係なく、キャラクターそのものを愛好する、キャラクター同士の関係を自分で想像して楽しむ、などの楽しみ方である。これもアイドルに熱中する人が、アイドルの人格とキャラクター性を分離して楽しむことがあるように、他の文化にも見られる。一方③は、他の文化で行われたいわけではないが、「おたく文化」において顕著に見られるものである。また、すでに見てきた通り、「おたく文化」の重要な特徴でもあり、「おたく文化」成長の重要な原動力になったものである。そして雑誌にとっても、二次創作は重要な役割を果たす。詳しくは次に述べる。

「おたく系雑誌」は、共通性のある「おたく的楽しみ方」＝ライフスタイルを提示する媒体でもあった。これによって「おたく」という自意識が作られていったと考えられるのである。

(3) 雑誌が「二次創作」の発表の場となった点。また「二次創作」が、文化の重要な求心力となった点。

「おたく系雑誌」は創刊後すぐに、「二次創作」の投稿の場となる。当時の「二次創作」の主流は、イラスト、キャラクター設定を使ったギャグなどであった。79年4月に「機動戦士ガンダム」の放送が始まると、ガンダム人気の急上昇に合わせて掲載数も増える。また雑誌の制作者がパロディを作る例も増える。図1は、当時の雑誌に掲載されたガンダムのパロディの例である⁶。対立する二人のキャラクターが搭乗するロボットが、実は互いに恋愛感情を持っており、搭乗者の言うことを聞かなくなるというギャグである。

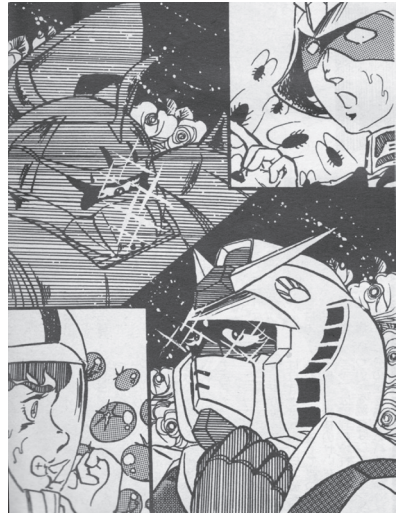


図1 アニメを題材にした二次創作の例

こうしたギャグは、強い求心力を持つものであった。後述するが、「二次創作」は、75年に第1回が開催されるコミックマーケットに、すでに現れていた。70年代末にかけてコミックマーケットは急成長し、また各地で同人誌即売会が開催されるようになるが、その原動力は「二次創作」であった。同人誌即売会に直接参加できた人は、「二次創作」で大いに楽しんでいたのである。しかし即売会に直接参加できる人は限られていた。ネットもない、通販体制も整っていない当時では、二次創作同人誌を入手するためには、即売会に足を運ぶ必要があった。同人誌の二次創作を楽しむためには、高い敷居があったのである。一方、全国流通する雑誌には、そうした敷居はなかった。同人誌で「二次創作」を楽しむことができない人にとって、雑誌に掲載される「二次創作」は、非常に大きな楽しみをもたらすものだったのである。

そして雑誌に掲載される「二次創作」は、雑誌にとっても大きな求心力となった。二次創作は多くの読者を惹きつけたため、「二次創作」の爆発的増加が起こる。82年頃には、パロディマンガや読者投稿の二次創作が、『月刊OUT』『ファンロード』の主要なコンテンツとなる。また、「二次創作」は、仲間意識や一体感を生み出すものでもあった。「二次創作」を完全に楽しむためには、パロディの対象になっている作品と、背景となる文脈を知っている必要があり、それは敷居の高いものであった。しかしその敷居を越えることができれば、「同じ笑いを楽しむことができる」仲間意識や一体感が生まれる。そこで雑誌の名前を冠した読者共同体が形成されていく。『月刊OUT』には「アウシタン」、『ファンロード』には「ローディスト」という読者集団ができる。この仲間意識によって投稿が増え、それがまた新たな「二次創作」を生み出すようになる。またこの仲間意識は、「おたく的楽しみ方」というライフスタイルを共有する点でも、大きな役割を果たしたと考えられる。このように「二次創作」は、「おたく的楽しみ方」を特徴づけ、この時期の「おたく系雑誌」を特徴づける要素であったのである。

つまり雑誌と、そこで行われた「二次創作」が、「おたく」という人々のまとまりを作り出す際に、重要な要因となってきたと考えられるのである。それでは雑誌において、この「二次創作」を可能にしたのは、ど

のような要因なのだろうか。また、それまで読者が雑誌上で行っていた表現とは、どのような連続面と非連続面を持っているのだろうか。そうした「雑誌における二次創作を作ったもの」を明らかにしていくのが、本稿の目的である。

2 分析の軸と先行研究

「二次創作」を分析するに当たって、二つの分析軸を設定する。一つは、歴史的軸である。前の時代の表現と後の時代の表現はどう違うのか、どのような要素が二次創作につながるのか、通時的に比較していくものである。もう一つは、社会的軸である。当時の文化に強く影響を与えた事柄と、雑誌における二次創作との関係を考えていく。

先行研究については、まず読者投稿欄と、読者が作る共同体についての研究を参照した。読者投稿欄は読者による表現が行われる場であり、また共同体の姿は読者の自己認識や楽しみ方に関わるからである。戦前の少年雑誌の投稿欄については田中卓也⁷、土井安子⁸の研究、少女雑誌の投稿欄については佐藤（佐久間）りか⁹、嵯峨景子¹⁰の研究を参照した。

戦後の投稿欄と読者共同体については、阪本博志の『平凡』の研究¹¹、瓜生吉則の『漫画少年』『COM』の研究¹²を参照した。特に瓜生の研究は、「おたく系雑誌」に至る表現のあり方に通じる重要な視点を提供する。『アニメージュ』の読者については、永田大輔の研究¹³がある。ビデオを利用したアニメの「楽しみ方」が読者欄で提示されることにより、「おたく／オタク」というイメージが共有されていくという議論は、本稿の重要な参考になっている。しかし、『月刊OUT』『ファンロード』の読者については、当時のファンの語りやイベントの記録は残っているが、研究論文にはなっていない。『月刊OUT』と『ファンロード』には、アニメの楽しみ方も紹介しているが、それ以外の関連文化の楽しみ方も紹介していた点が重要である。この両誌の読者については、今後研究を進めていく必要があるだろう。

二次創作については、パロディの研究が直接関係すると思われる。しかし現在の二次創作をパロディの視点から分析する研究は、見つけることができなかった。そのため、(現在コミックマーケットで頒布されてい

るような)同人誌の歴史、同人誌即売会の歴史を参照した。同人誌の歴史については、阿島俊(=米沢嘉博)の記録¹⁴が非常に重要である。また初代コミックマーケット代表である霜月たかなかの記録、発言は、マンガ家志望者やマンガファンが60年代にどのような活動をしていたか、そしてそれがどのようにコミックマーケットという形に結実していったかを示しており、現在に至る歴史を考えるうえで非常に重要である。

3 前提となる時代…戦前～1950年代

3-1 戦前

永嶺重敏によると、雑誌の全国流通体制が整い、内地ではほぼ発売日を揃えることが可能になった明治30年代には、すでに「読者共同体」と呼ぶべき読者集団が現れていたという¹⁵。雑誌の多くには投稿欄が設けられていた。そこでは読者同士のコミュニケーションが行われ、雑誌に忠誠心を持つ「〇〇誌の読者」という意識が形成されていく。

その後、明治末期から大正時代にかけて、『少年倶楽部』(1914年、大日本雄辨会)、『主婦之友』(1917年、主婦之友社)、『少女倶楽部』(1923年、大日本雄辨会講談社)、『キング』(1924年、大日本雄辨会講談社)、『家の光』(1925年、産業組合中央会)などの雑誌が発行され、非常に多くの部数が発行されるようになる。永嶺は、これらの雑誌は既存の社会集団と結びついて読まれるようになったために、大部数が発行されたと指摘している¹⁶。読者集団と社会集団が結びついていたことが、戦前の雑誌の重要な特徴であった。

一方、少女雑誌では投稿欄の割合が多く、雑誌を媒体としたコミュニケーションがなされ、共同体ができていた。女性読者が中心となって作られる、「互いに名前(ペンネーム)を呼び合う」「秘密を共有する」「高い親密感によって結ばれる」コミュニティである。今田絵里香はこうした共同体を「少女ネットワーク¹⁷」と呼ぶ。当時の「少女ネットワーク」を構成する少女は、地理的にも社会階層的にも限られていた。しかし女性が作る「秘密を共有する」タイプの読者コミュニティは、戦後も引き継がれていき、「おたく系雑誌」読者のあり方の祖型になっている。ここではこうしたコミュニティを「内輪受けコミュニティ」と呼ぶ。女性が中心となって構成され

(女性だけとは限らない)、互いに秘密を共有する人によって、内輪受けを狙った表現をしていくというものである。

しかしこの時期は、雑誌の中心となるコンテンツは小説や記事などの読み物であり、少年、少女雑誌を除けば、読者欄の割合は雑誌全体からすれば少ないものであった。また戦前の読者共同体には、出版社の意向と、軍部・国家の軍国主義化政策が大きく影響していた。出版社は雑誌の部数増加のために、あるいは競合他誌を追い落とすために、読者共同体を積極的に組織化していった。また軍部は読者共同体を国家の戦争遂行に動員していく¹⁸。結局敗色が濃くなった44年以降は、用紙不足に伴うページ減もあり、読者共同体は解体されていく¹⁹ことになる。

3-2 敗戦～1950年代

戦後、大量の新雑誌が創刊される。それは戦前のあり方を引き継いだものもあったが、戦後の「民主主義」への急速な変化の中で、新しい要素を持った雑誌も現れる。

まず「人生記録雑誌」を取りあげる。無名の読者が投稿した、小説、詩歌、体験談などの「人生の記録」を多く掲載する雑誌である。主なものは、山本茂実が中心となった『葦』(1949年創刊、葦会)と、そこから分派した『人生手帖』(1952年創刊、文理書院)である。1955年には「人生記録雑誌」はブームとなっていたようで、計7誌が刊行されていたという²⁰。

こうした雑誌の投稿者と読者は、多くが経済的事情や家庭の事情で上級学校に通えず、職に就いている地方の若者であった²¹。また、彼らには戦争体験が重くのしかかっていた。そうした若者の意見や文芸表現を「真剣に」発表する場²²として、「人生記録雑誌」は機能したのである。また「人生記録雑誌」は、読者が直接顔を合わせる、読者の会を作っていた。『葦』の場合は「葦会」が全国各地に作られた。『人生手帖』の場合は「緑の会」という若者組織が先にあり、それを母体として雑誌が創刊されている²³。

「人生記録雑誌」は、日本の戦後出版史においても非常に重要な役割を果たしたと考えられる²⁴が、その考察は本稿の範囲を超える。本稿では「素人の投稿」が重視され、専門家でない人にも、広く誌面を解放したことに注目したい。「無名」の「素人」が、比較的長い文章を投稿することができ、

真情を吐露したり、自己表現を行うことができるようになった。このことが、60年代以降に急成長していく投稿文化の背景になっていくと考えられるのである。

次に、『漫画少年』（1947年創刊、学童社）を取りあげる。『漫画少年』は、戦後を代表するマンガ家を多く輩出した雑誌として知られるが、本稿では大々的にマンガの投稿を募ったことに注目する。この時期は、手塚治虫が雑誌にも登場し、革新的なマンガを発表するようになる。『漫画少年』は、手塚治虫によってマンガ家を目指した少年少女たちの、格好の受け皿となったのである。

投稿者のうち優秀な者は、次第に『漫画少年』の誌面に登場するようになる。「トキワ荘」の精神的支柱として知られる寺田ヒロオは、1954年には投稿マンガを紹介する「漫画つうしんぼ」の執筆・構成を担当するようになる²⁵。同時期には藤子不二雄、永田竹丸、角田次郎（つのだじろう）らが、編集部の発注に応じて、記事にマンガを執筆するようになる。投稿者の中でも特に優秀と目された石森章太郎（当時）は、年長のマンガ家と同じ扱いで、オリジナル作品「二級天使」の連載を開始している。以前は投稿者であった人が、プロとして活躍する様子が示されたのである。こうした状況が起こったのは、『漫画少年』の経営状況が悪く、原稿料の安い若手を起用せざるをえなかったためである²⁶。しかしこのことは結果的に、非常に大きいと思われていた、送り手と受け手との間隔を縮めることにつながった。

こうした投稿募集は、マンガ家とマンガ家志望者の共同体を生み出していく。著名なものは「トキワ荘」に集った若者たちである。実際は、本気でマンガ家を目指し、コミュニティに直接参加できた人は少なかった。しかし雑誌は全国に流通していたために、全国にマンガ家志望者を生み出した。これは後述するマンガ制作グループの結成につながっていく。また、「マンガで表現する」ことを、次第に全国に広めたことも重要である。

この時代は経済状況も厳しく、戦争の爪痕も大きかった。また政党、特に共産党の存在感も大きかった。「人生記録雑誌」は、共産党の党勢拡大のための戦略や、共産党を批判するメディアに翻弄されることになる²⁷。このように、さまざまな条件が文化を制約していた。一方現在に至る若者

文化の萌芽が見られる時期でもあった。

4 マンガ表現とパロディの拡大…1960年代～70年代 (1)

4-1 マンガ投稿の拡大

60年安保を経て、日本は高度成長に向かっていく。団塊の世代が成長し、若者が政治参加していく一方、若者文化も急速に成長していく。60年代末から70年代初頭にかけては、学生運動が頂点から衰退へ移行していく。若者の変化を政治的観点から区切るなら、69年9月の全国全共闘結成で区切るのが適切であろう。一方で若者文化は急成長していき、若者文化を扱った雑誌は60年代末に多数創刊され、70年代にも継続していく。そのため雑誌については、60年代末から70年代初頭までまとめて扱うのがふさわしい。

本稿ではまず、この時期マンガ投稿の場が急速に拡大したことを取りあげる。59年に『週刊少年サンデー』（小学館）、『週刊少年マガジン』（講談社）が登場したことによって、マンガ雑誌の刊行ペースは格段に早まり、各出版社は新人マンガ家を育成するの必要に迫られた。そこで出版社は投稿マンガ賞や投稿の場を作ったのである。それまでマンガ家になるには、マンガ家に弟子入りするか、出版社に持ち込みをするか、貸本でデビューするか、いずれかの方法しかなかったが、ここに新たなデビューの道が開けたのである。

1964年、講談社は「少年少女漫画作品の懸賞募集」を行う。この時は1回限りの募集と考えられていたようだが、1300編を超える多くの投稿があったこと、里中満智子、青池保子といった優秀な作家が見いだされたこともあり、以降毎年募集を行うようになる。『ガロ』（1964年創刊、青林堂）は、65年6月号から新人募集を始める。65年8月には、マンガの描き方、ストーリーの作り方を具体的に記した、石森章太郎『マンガ家入門』（秋田書店）が刊行され、多くの若者がマンガの描き方を知るようになる。『別冊マーガレット』（1963年創刊、集英社）は、66年9月号から「別ままんがスクール」を始める。投稿作品に添削を加え、優秀作品をデビューさせるといふものである。『COM』（1967年創刊、虫プロ商事）は、読者投稿欄・マンガ投稿欄の「ぐら・こん」を設け、1年間で2000点を超える投稿

を集める²⁸。『少年ジャンプ』（1968年創刊、集英社）は、人気作家を先行誌に押さえられていたため、創刊当初から新人賞を設けている。このように60年代半ばから後半にかけて、マンガを投稿する場は急速に拡大していく。こうした動きが「マンガを描く人、マンガで表現しようとする人」を増やしていったことは、想像に難くない。

4-2 マンガ家志望者のコミュニティと同人誌の拡大

投稿募集の増加は、50年代に作られ始めたマンガ家希望者のコミュニティをさらに拡大していく。60年代初頭から70年代初頭にかけて、マンガを創作するグループが全国各地に現れる。プロの指導を仰ぎプロを目指すグループ、肉筆回覧誌を作るグループ、会員制の同人誌を製作するグループ、マンガ家のファンクラブ、各種学校の漫画研究会などである²⁹。こうした人々が作ったのがマンガ同人誌であった。同人誌を作る動きはこの時期すでに全国に広まっており、69年の『アサヒグラフ』には「ユメはプロのマンガ家に“第三期黄金時代”の同人誌ブーム」という記事がある³⁰。「若者がマンガを描く」ことが、この時期広まっていたことがわかる。注意すべきは男性だけでなく、女性も多くこうしたグループに参加していたことである³¹。

またこうした動きから、同人誌を頒布する場を作ろうという動きも出てくる。『COM』の読者欄「ぐら・こん」は、1968年4月号で地方支部を作ることを宣言する。各地のマンガ家志望者グループを「ぐら・こん」の支部にし、それを『COM』編集部が組織化しようとしたのである。それは当時全国にマンガ家志望者のグループがあったことを示すが、同時に「グループ同士の横のつながりは少ないこと」「作った同人誌を披露する・頒布する場所がないこと」も意味した。「ぐら・こん」を組織化しようとする『COM』編集部の試みは71年に頓挫し、各地の「ぐら・こん」地方支部は梯子を外された格好になる。その結果東京のグループと大阪のグループの人々によって、批評サークル「迷宮」が結成され、75年に第1回が開催されるコミックマーケットの母体となる³²。コミックマーケットによって、定期的に開かれる同人誌即売会が成立するのである。

同人誌を作ることは、「自由な表現の拡大」にもつながる。同人誌にお

いては、出版社の事情、編集者の制約によらずに、自分自身が求める自由な表現を行うことが可能である。このように実験的な作品が増えていったために、マンガ表現の可能性も広まっていった。そしてもう一方で、著作権を気にしなくても良いために、ギャグや二次創作も盛んに行われるようになった。75年以降はコミックマーケットによって同人誌を売る場が成立したために、同人誌の果たす役割はさらに大きくなっていく。

4-3 マンガによるパロディの登場

次に、商業誌にマンガの「パロディ」が登場したことに注目する。文学、音楽、絵画などではパロディ表現は古くから行われていた。マンガにおいても風刺マンガやギャグマンガという形でパロディ表現は存在した。しかし「マンガをマンガでパロディにする」という、自己言及的なパロディが現れてくるのは、現在わかっている限りでは戦後になってからである。

60年代初頭には、『ヒッチコック・マガジン』（1959年創刊、宝石社）、『Five 6 Seven』（1963年創刊、わせだ書房）などで、アメリカのパロディコミック雑誌『MAD』（1952年創刊、Entertaining Comics）が紹介されていた³³。また60年代半ば、『週刊現代』（講談社）に、マッド・アmanoのフォトモンタージュによるパロディが連載される。

マンガという形での自己言及的なパロディが現れるのは、1968年頃である。ダディ・グース（後の矢作俊彦）は68年に、アメコミと劇画のタッチを混ぜ合わせたパロディ作品を『漫画アクション』（1967年創刊、双葉社）誌上に発表している。また永井豪は68年に、「ふぁんたじい・わらうどパン」（『COM』68年4月号掲載）を発表している。当時『COM』で人気だった石森章太郎の作品「ファンタジーワールド ジュン」のパロディである。これ以前にも、ギャグマンガに他のマンガのキャラクターが登場したり、映画やテレビなどの要素を取り入れ、パロディを行うことはあった。しかしそれらは部分的なものであり、作品丸ごと一本が、既存のマンガのパロディになっている例は、これが最初であると思われる。

こうした動きの重要な背景になるのは、ベトナム戦争の激化、学生運動の激化から衰退など、シリアスになっていく世相への反動や茶化しである。60年代後半から70年代初めは、赤塚不二夫や谷岡ヤスジによるナ

ンセンスマンガや、「帰って来たヨッパライ」（ザ・フォーク・クルセダーズ、67年末発売、68年に大ヒット）から始まるコミックソングがヒットする。この時代は、「笑いを求める時代」でもあったのだ。パロディという表現形式は、時代の雰囲気とリンクして拡大していく。そしてこの雰囲気は、後述する「ネタ投稿」にも影響していく。

『COM』69年4月号からは、赤塚不二夫のブレインを務めた長谷邦夫による「長谷邦夫のパロディー劇場」が始まる。「天才バカボン」と「ねじ式」のキャラクターを組み合わせてギャグにした「バカ式」（69年5月号掲載）など、全く異質な作品とキャラクターを組み合わせた作品である。ネタ元になった作品をいずれも知っていないと楽しめないという、内輪受け、楽屋落ちの要素が強い作品群だったが、『COM』読者のような、マンガをよく知る者にとっては、非常に強力な笑いをもたらすこととなった。そしてその笑いは、『COM』読者の結束を固めていくこととなる。こうした「内輪受けコミュニティ」的な要素は共同体意識を強化していき、80年代の雑誌の共同体にも直接引き継がれていく。

4-4 パロディ表現と同人誌市場の急速な拡大

73年の『COM』の休刊後は、こうしたマンガによるパロディ表現は、さまざまな文化に引き継がれていく。同人誌では「ポル的一族」が重要である。「迷路'75」が発行した同人誌『漫画新批評体系』創刊号（1975年）に掲載された、「ポー的一族」（萩尾望都）のパロディマンガである。当時は萩尾望都、竹宮恵子（現：竹宮恵子）を中心とした女性作家の作品が、女性だけでなく、男性からも注目され、ブームを引き起こしていた。それは美しい少年を描いた作品が多かったのだが、「ポル的一族」は大幅に下ネタを加え、ギャグ作品にしていたのだ。この作品の作者であり、初代コミックマーケット代表である霜月たかなかは、この作品は萩尾作品に対する批評であると考えていた³⁴。つまり狭義の「二次創作」であると認識していたのである。霜月はファンから批判されることを覚悟していたが、実際はこのパロディマンガを目当てに『漫画新批評体系』を買う人が多く、売り上げはコミックマーケットの開催費用にも貢献したという³⁵。ここで霜月は重要な指摘をしている。

予想外の結果をもたらすことになったのが「ポルの一族」で、受けたと同時にそれまで同人誌にはほとんどなかった、パロディまんがが続出。さらに下ネタの材料としたホモセクシュアルな描写で、読者の歓心を買う作品が次々と出現するに及んで、今ではまるで「やおい」まんがの元祖扱い。同時期にやおいの先駆的同人作品がすでに現れていたため、そこまで認めたくはないのだが、流行をあおったと言われれば確かに返す言葉がない。そしてダイナビジョンの時と同様に、原作をより楽しむための方法を新たに広めてしまったこと、即ちパロディの一つのスタイルを開拓してしまったことは認めざるをえないわけで、それについては今も複雑な思いがする³⁶。

つまり「ポルの一族」は、同人誌においてパロディ表現が流行するきっかけとなった作品であり、やおい表現が拡大するきっかけにもなった作品なのである。またこの作品のヒットによって、優れたパロディは売り上げに直結することが示された。その結果、霜月が指摘するように、コミックマーケットなどの同人誌即売会で、パロディ作品が急増する。それに合わせて、同人誌即売会の規模も急速に拡大していく。図2は、コミックマーケットの1981年までの参加サークル数と、一般参加者数をグラフに

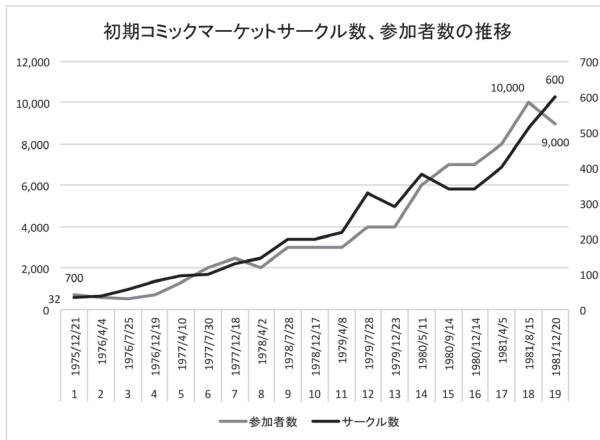


図2 初期コミックマーケットサークル数、参加者数の推移

したものである³⁷。1975年末の第1回では、出展32サークル、参加者700人であったが、81年末の第19回では、出展600サークル（18.75倍）、参加者9000人（12.86倍）と急増したのである。そして前述した通り、コミックマーケットと同人誌市場は、さらに急速に成長していく。

霜月はパンドラの箱を開けてしまったのである。そしてこれ以降、パロディと「二次創作」は、ほぼ同義で使われるようになっていく。「おたく系雑誌」に見るような二次創作の形が、ここで成立する。「二次創作」の一つの源泉は、同人誌におけるパロディマンガの急速な広まり（および、同人誌市場の急速な拡大）にあるのである。

こうしてパロディは、新しい楽しみ方として、マンガやアニメを楽しむ人たちに、急速に広まっていった。そして霜月によると、初期のコミックマーケットの参加者は「一般参加者の9割近くが中学生から高校生の女子だった³⁸」。コミックマーケット参加者の男女比についての経時的な調査はないが、2004年の30周年記念調査では、サークル参加者（出展者）の71.2%が女性であった。2010年8月の35周年調査では、サークル参加者の65.2%が女性であった。図3はそれを示したものである³⁹。

ここから送り手側は、少なくとも2009年までは一貫して女性が多かったことがわかる。同人誌市場における女性の存在感の大きさがわかる。「ポルの一族」はホモセクシュアルな描写があり、「やおい」（男性同性愛表現を取り入れた一時創作、二次創作作品）の元祖とも目される（実際は霜月が表明するように初めてではなかった）。当時は同性愛に対する抑

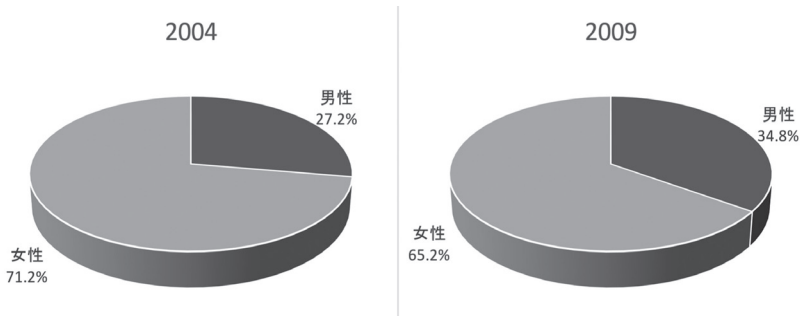


図3 コミックマーケットサークル参加者の男女比

圧と、女性が性的表現を行うことに対する抑圧が強かったため、こうした表現は、女性たちの「内輪受けコミュニティ」において、秘密が漏れないように、「秘儀的⁴⁰」に、しかしながら熱烈に、愛好されていくことになる。こうした動きは、男性同性愛を耽美的に扱った女性向けの雑誌『comic JUN』（1978年創刊、3号から『JUNE』と改題、サン出版）へと受け継がれる。女性たちの「内輪受けコミュニティ」は、こうした点からも二次創作を支える一つの要因となっていく。

そしてマンガを使ったパロディは、さまざまな文化領域に広まっていく。例えばロック雑誌『ロッキング・オン』（1972年創刊、ロッキング・オン）には、竹田やよいによる、ロック・ミュージシャンとマンガ・アニメが組み合わさったパロディマンガが掲載されている（76年6月号より連載開始）。図4はその一例である⁴¹。当時映画が公開され、大ブームとなっていたアニメ「宇宙戦艦ヤマト」の登場人物を、ギタリストのジェフ・ベック、ジェフ・ベックが敬愛するギタリストであるロイ・ブキャナン、ハードロックのギタリストとして人気が高まっていたリッチー・ブラックモアに置き換えたものである。竹田は第1回コミックマーケットに参加し、後に盛んに同人誌を編集・発行している。この作品ではロックとアニメ、



図4

マンガが同列に扱われ、融合していることと、実在の人物もパロディの対象になりうるということがわかる。そしてマンガを使ったパロディは、文化のジャンルの枠を超えて拡散し、楽しまれていたこともわかる。

5 「ネタ投稿」とカタログ雑誌の影響…1960年代～70年代 (2)

5-1 「ネタ投稿」の流行

この時期もう一つ注目すべきことは、「ネタ投稿」を充実させ、人気を博する雑誌が現れたことである。「ネタ投稿」とは、読者を笑わせるために行われる投稿であり、多くは日常で起こったことを題材にしている。それは創造・捏造であったかもしれない。しかし採用されたものは編集者によって「面白い」と認定されたものであり、それは当然読者の多くにとっても「面白い」と受け取られるものである。「ネタ投稿」の面白さは、記事と並んで雑誌の求心力となっていく。

まずは『ぴあ』（1972年創刊、ぴあ）を見てみよう。『ぴあ』は、映画、演劇、ライブなどの情報を一冊で紹介する情報誌として知られるが、投稿欄が持つ求心力も大きかった。投稿欄「はみだしYouとPia」は75年に始まる。記事欄外、ページの柱の部分に掲載され、最盛期にはほとんどのページに載っていた。86年には単行本化されており、人気が高かったことがうかがえる⁴²。内容は日常で起こった面白いこと、テレビを見て思いついたこと、芸能ネタなどがあるが、注目すべきは以前の号の投稿への返信が載っていたことである。「○月○日号P○○の方へ」というフォーマットで返信し、返信にまた返信がつくことがあった。ページの柱という狭い空間で、コミュニケーションが行われていたのだ。こうしたコミュニケーション空間の中で、投稿者は「ハミダシスト」などと呼ばれるようになり、読者・投稿者の共同体が形成されていく。

次に『ビックリハウス』（1974年創刊、パルコ出版）を見てみよう。創刊当初は渋谷の情報とコラムを集めた雑誌であったが、次第にパロディと投稿の割合が増えていく。パロディは75年5月号から始まり、他の大手雑誌のフォーマットを茶化す（例えば76年2月号の特集は、『暮らしの手帖』をパロディにした「その日暮らしの手帖」であった）など、『ビックリハウス』の柱の一つになっていく。もう一つの柱が投稿であった。投

稿募集は同じく75年5月号から始まり、日常で起こった面白いことを書いた「ビックラゲーション」、短編小説などを投稿する「エンピツ賞」など、急速に種類も量も増えていく。単行本化も相次ぐ⁴³。80年には糸井重里が担当する投稿欄「ヘンタイよいこ新聞」が始まり、知識人の注目も集めるようになる。このように求心力が高まっていった結果、ビックリハウスの読者・投稿者は「ハウサー」と自称するようになり、強い雑誌への帰属意識を持つようになる。ここでも読者・投稿者の共同体が作られていく。

両者に共通する点は、日常に取材した笑えるネタを投稿すること、雑誌を媒体に読者・投稿者の共同体が作られていくこと、そして読者・投稿者共同体に名前がつくことである。読者の共同体ができ、それが雑誌への帰属意識を生むという点では、「人生記録雑誌」などが作った共同体と共通しているが、この時期の読者共同体は、直接対面を必ずしも志向するわけではなく、誌上でコミュニティが形成されている点が異なる。こうした「ネタ投稿」と、読者・投稿者共同体は、「おたく系雑誌」にもほぼそのまま受け継がれていく。前述したように、『ファンロード』の読者・投稿者は「ローディスト」、『月刊OUT』は「アウシタン」と呼ばれるようになり、それぞれ雑誌への帰属意識・一体感を持つようになった。また「おたく系雑誌」に掲載される投稿は、日常に取材したものも多かった。そして日常に取材した「ネタ投稿」は、アニメやマンガのキャラクターを使った笑い、パロディへ容易に変換できた。つまり、「ネタ投稿」は、マンガによるパロディ表現同様、「おたく系雑誌」に直接影響を与えているのであり、「二次創作」の原型にもなっているのである。

「ネタ投稿」の背景は、二つ挙げることができる。一つ目の背景は、60年代後半から一般化していく投稿文化である。67年に「パック・イン・ミュージック」(TBSラジオ)、「オールナイトニッポン」(ニッポン放送)、69年に「セイ! ヤング」(文化放送)の放送が始まり、ラジオ深夜放送の三大番組が出揃う。これらの深夜放送は投稿を募集しており、「ネタ投稿」も多かった。常連投稿者も現れ、彼らは80年代には「ハガキ職人」と呼ばれるようになる。70年代には、ラジオの投稿人気を受けて、「欽ちゃんのドンとやってみよう!」(1975年、フジテレビ)などの投稿を元にし

たテレビ番組も作られるようになる。60年代末に本格化した深夜放送ブーム、投稿ブームは、70年代にテレビにも広がり、一般化していく。この動きが雑誌への投稿にもつながっていったのである。これには前述した「笑いを求める時代」の雰囲気も、大きく影響している。

5-2 「カタログ雑誌」の流行

もう一つの背景が、カタログ雑誌、ライフスタイル紹介雑誌である。ここで「カタログ雑誌」とは、さまざまな情報を特定の観点で整理し、提示する雑誌とする。通信販売のカタログとは違い、「特定の観点」で情報が編集されていることが重要である。そのため「カタログ雑誌」は、特定のファッションやライフスタイルを紹介し、読者に浸透させていく力を強く持つようになる。最も知られているのが『ポパイ』（1976年創刊、平凡出版）である。初期の『ポパイ』は短いコラムが大量に詰め込まれており、その時「面白い」と考えられたさまざまな情報が、一見ごった煮的に、しかし特定の観点に従って、提示されていた。仲俣暁生は、こうした『ポパイ』の手法は、アメリカの『Whole Earth Catalog』（1968年創刊）や、シアーズローバックなどの通販カタログに倣っていると指摘している。そして『ポパイ』は、当時の日本ではあまり知られていなかった、アメリカ西海岸のライフスタイルを日本に定着させる役割を果たしたと述べる⁴⁴。

それでは、「カタログ雑誌」は「ネタ投稿」とどのように関係するのだろうか。実は『ぴあ』も『ビックリハウス』も、「カタログ雑誌」であった。初期の『ビックリハウス』は、まさに渋谷という都市のライフスタイルを示す「カタログ雑誌」であった。「カタログ雑誌」は、編集者にとって面白いと思われる情報やコラムを、大量に含み込んでいる。その中に「ネタ投稿」は容易に入り込むことができ、違和感なく存在することができる。「カタログ雑誌」と「ネタ投稿」は、非常に親和性が高いのである。『ぴあ』も多様な情報を、等価に大量に提示するという点で、カタログ雑誌といえる。掛尾良夫は、『ぴあ』の編集方針と『ポパイ』の編集方針は対照的であったと述べている⁴⁵。『ぴあ』はメジャーな情報もマイナーな情報も均一に扱うため、読者を特定の方向に導こうとする『ポパイ』と

は違うというのだ。しかし『ぴあ』の姿勢は、これはこれで明確な意思表示である。そしてここには、「カタログ雑誌」の開祖ともいえる『Whole Earth Catalog』の影響がある。『Whole Earth Catalog』は、さまざまな商品を、均質に示したカタログであった。しかし実際は、カウンターカルチャー的な価値観やライフスタイルを強力に示すものでもあった。既存の価値観とは違うオルタナティブなライフスタイルを実現するには、どうしたらよいか、何をかうべきなのかを、具体的に示したのもであったのだ。『ぴあ』の「すべての情報を等価に扱う」「思想性や批評性は排除する」編集方針は、一見ライフスタイルを提示するというカタログ雑誌の定義と矛盾すると考えられるが、実はこのこともまた、特定のライフスタイルを提示することであった。『ぴあ』もまた、『Whole Earth Catalog』の影響下にある「カタログ雑誌」であったのだ。ここから、ネタ投稿にはカウンターカルチャーの要素が含まれていることがわかる。それは「おたく系雑誌」にも少なからず引き継がれているのだ。

加えて「カタログ雑誌」は、ネタ投稿とは別に二つの点で「おたく系雑誌」に影響を与えている。一つは、雑誌のデザインの点である。赤田祐一は、さまざまな雑誌が『ポパイ』の編集方針やレイアウトを真似たと指摘している⁴⁶。実際「おたく系雑誌」も、その例外ではなかった。そしてもう一つは、「おたく系雑誌」もまた「カタログ雑誌」同様、ライフスタイルを提示し、読者に伝える要素を強く持っていた点である。この二点について、『ファンロード』を創刊した浜松克樹は、次のように記している。

ここで私が考えていたのは、モノの情報誌でした。『宇宙戦艦ヤマト』や『機動戦士ガンダム』のおかげで、ヤング層といわれる上方のアニメ・ファン向きに、いろいろなグッズが出始めたころです。プラモデルやオモチャにも、そのような流れがありました。また、コミケなどにおいて、じわじわとコスプレ人気が高まってきたころでもあります。

ちょうど若者向けの雑誌で、『ポパイ』とかそれを後追いた『ホットドッグ・プレス』とか、情報をカタログ化した雑誌に人気が出ていたころです。私は、これらのアニメやコミック・ファン向けのタ

イブの雑誌をイメージしていたのでした。⁴⁷

実は最初に雑誌業界に入った時に上司だった編集長は、もと『ポパイ』の編集さんでした。そして『ポパイ』の編集方針を、こう語っていたのです。

「『ポパイ』はよくアメリカ西海岸の特集とかやっているが、あれを見て自分も行ってみようなんてあこがれて出かけたら、生きて帰ってこれないよ。あれは、ロスとかにあこがれるけど行けない若者たち向きの本なんだ」

ファンロードの構成を、情報のカタログのようにしようと考えていたことも、前に書きました。そこで同じように、東京に行きたくても行けない地方の中高生たちに向けた内容にしようと思いました。⁴⁸

このように『ファンロード』では、『ポパイ』を参考にした誌面構成が行われていた。図5は『ファンロード』創刊号の記事の一つである⁴⁹。デパートのおもちゃ売り場を紹介するという記事であるが、地図の作り方やレイアウトから、『ポパイ』の強い影響が感じられる。

また『ファンロード』では、東京で起こっていた「おたく的楽しみ方」＝おたく的ライフスタイルを、積極的に紹介することが目指されていた。加えて、浜松の発言で触れられている「上司だった編集長」は、『月刊OUT』を立ち上げた本村行雄であり、初期の『OUT』もまた強い「カタログ雑誌」性を持っていた⁵⁰。内容面、形式面で、「おたく系雑誌」は、「カタログ雑誌」の強い影響を受けていたのである。そして最初に述べた「おたく的楽しみ方」とは、まさに

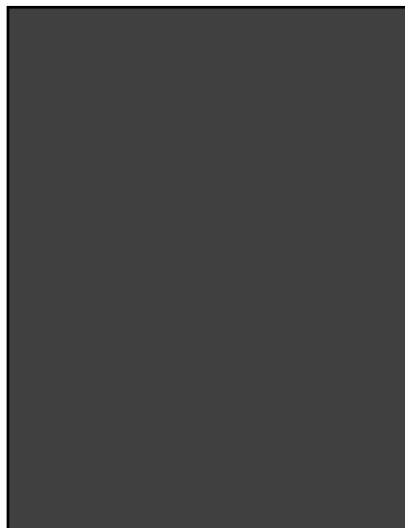


図5

雑誌によって伝えられ、広められた新しいライフスタイルであった。ライフスタイルを伝えるという面でも、「おたく系雑誌」は、「カタログ雑誌」の強い影響下にあったのだ。

6 結論と今後の課題

このように「おたく系雑誌」における「二次創作」を可能にした要素はさまざまであったが、直接影響しているものは、①マンガによるパロディ、②ネタ投稿の二つである。この二つに関係する要素をまとめたのが図6である。①の背景にあるのは、「漫画少年」に始まる「マンガを描く」動きの広まり、マンガ投稿募集が広まることによるマンガ制作グループの結成と全国化、そして同人誌を作る動きである。②の背景にあるのは、人生記録雑誌に始まる一般読者からの投稿、60年代から70年代にかけて広がる投稿文化、そして「カタログ雑誌」を母体とする投稿雑誌である。これらにはいずれも時代の状況が密接に関係している。①と②の両方に、「笑いを求める時代」という、時代の雰囲気強く影響している。また①には、女性たちが作る「内輪受けコミュニティ」の存在が色濃く影響している。また、②の背景となっている「カタログ雑誌」は、形式面でも内容面でも「おたく系雑誌」に大きく影響を与えている。特にカタログ雑誌が持つ「ライフスタイルの伝達」という要素は、「おたく」という自意識の形成にも深く関わっていると考えられる。カタログ雑誌は消費社会と深く結びつき、商品や楽しみ方の紹介を中心としているが、その後にはアメリカ由来のカウンターカルチャーがあり、単に消費社会に迎合するだけではない複雑な側面を持っている。

このように、「雑誌における二次創作」の背景は明らかになった。しかし今回は、70年代末から80年代初頭にかけての「二次創作」が、どのように構成されてきたかを考察したにすぎない。「二次創作」はその後急速に拡大し、世界レベルで見ても、他に例のない表現手法となっている。今後は、「二次創作」がどのように変化していったか、考察していく必要があるだろう。

また今後は、「おたく的楽しみ方」や、「おたく」という共通性や自己意識が、どのように全国的に拡散し、共有されていったのかを、具体的

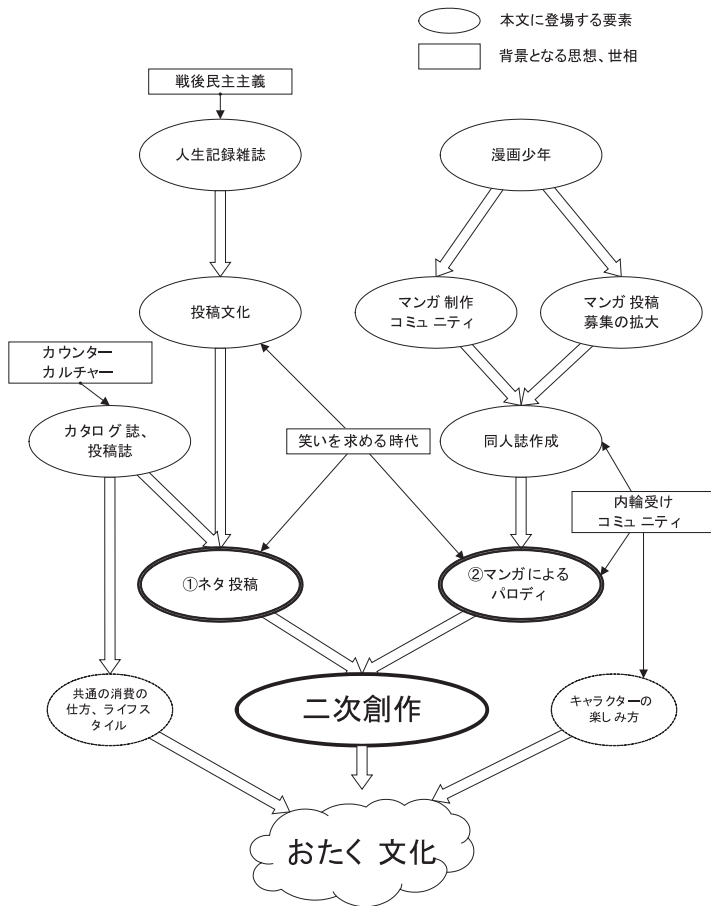


図6 二次創作に至る流れ

に調査していく必要もある。それには「カタログ雑誌」の影響を強く受けて作られた「おたく系雑誌」が深く関わっている。また同人誌即売会や、地方と中央を結ぶ人脈、コミュニティも関わってくるだろう。「文化的中央と地方をつなぐ回路」を調査していく必要がある。

今や世界に輸出される文化として認識されるようになった「おたく文化」であるが、その歴史的研究は始まったばかりである。今後は「おたく文化はどのように作られ、広まったか」という観点の研究が、さらに必要になるであろう。

注

- 1 2013年12月のコミックマーケット85、2014年8月のコミックマーケット86の主催者発表。コミックマーケット準備会「コミックマーケット85アフターレポート」、<http://www.comiket.co.jp/info-a/C85/C85AfterReport.html>、2014年10月28日閲覧。「コミックマーケット86アフターレポート」
<http://www.comiket.co.jp/info-a/C86/C86AfterReport.html>、2014年10月28日閲覧。後者には「少なめに計算された数字」と記されている。
- 2 コミックマーケット準備会「コミックマーケット35周年調査報告」、<http://www.comiket.co.jp/info-a/C81/C81Ctlg35AnqReprot.pdf>、10ページ、2014年10月28日閲覧。
- 3 中森明夫『「おたく」の研究』『漫画ブリッコ』、セルフ出版、1983年6月号。
- 4 男性同士の同性愛を扱った二次創作作品は、女性向け同人誌では「キャプテン翼」が大ヒットした1986年以降に急成長する。90年にはオリジナル作品を集めたアンソロジーも発行されるようになる。現在では二次創作ではない、オリジナルのマンガ・小説作品を「ボーイズラブ」と呼ぶことが一般化しているが、「ボーイズラブ」という言葉が現れるのは91年頃であり、定着するのは90年代末である。80年代では「やおい」という呼び方が一般的であった。ぶどううり・くすこ「ボーイズラブ事象回顧年表：20141019版」、http://xqo.ooh.jp/cc/by-sa/BLchronicle_20141019.pdf、2014年10月28日閲覧。
- 5 アニメライターの氷川竜介は、おたく業界を「おたくは百人の村」と表している。少数の人物がいくつもの雑誌に関わっていたという。2007年9月29日、氷川竜介氏への聞き取り。
- 6 『月刊OUT』1980年7月号、41ページ。この図は短編小説につけられた挿絵である。『月刊OUT』のこの号は、「恐怖のあにめばろでー大特集」と銘打たれ、雑誌がアニメのパロディを特集した最初の例である。
- 7 田中卓也「近代少年雑誌における読者に関する一考察」『順正短期大学紀要』第38号、2009。
- 8 土居安子「『少年世界』(博文館)の読者投稿欄の考察」『国際児童文学館紀要』第21号、2008。
- 9 佐藤(佐久間)りか「『清き誌上でご交際を』—明治末期少女雑誌投書欄に見る読者共同体の研究」『女性学』4号、日本女性学会、1996。
- 10 嵯峨景子「『女学世界』にみる読者共同体の成立過程とその変容」『マス・コミュニケーション研究』78号、日本マス・コミュニケーション学会、2011。
- 11 阪本博志『『平凡』の時代1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』昭和堂、2008。
- 12 瓜生吉則「読者共同体の想像／創造—あるいは、「ぼくらのマンガ」の起源について」『カルチュラル・ポリティクス1960／70』、せりか書房、2005。
- 13 永田大輔「『アニメおたく／オタク』の形成におけるビデオとアニメ雑誌の「かわり」

二次創作する読者の系譜—「おたく系雑誌」における二次創作の背景を探る

- アニメ雑誌『アニメージュ』の分析から』『社会学ジャーナル』36号、筑波大学社会学研究室、2011。
- 14 阿島俊『漫画同人誌エトセトラ'82～'98—状況論とレビューで読むおたく史』、久保書店、2004。
- 15 永嶺重敏『雑誌と読者の近代』日本エディタースクール出版部、1997、114-117ページ。
- 16 同書、249ページ。
- 17 今田絵里香『「少女」の社会史』勁草書房、2007、第5章。
- 18 佐藤卓己『キングの時代』岩波書店、2002、375-378ページ。
- 19 今田、前掲書、168ページ。
- 20 『アサヒグラフ』朝日新聞社、1955年9月28日号、10-11ページ。『朝日新聞』1955年4月4日朝刊4ページにも、「人生雑誌と教養雑誌 若い世代への相談相手」という、人生雑誌ブームについての記事がある。
- 21 天野正子『「つきあい」の戦後史』、吉川弘文館、2005、83ページ。
- 22 『葦』創刊号には原稿募集欄があり、次のように記されている。「真剣に生き抜かんとする人々の記録（日記、ノート、遺稿、手紙、戦記）を募集します。主義、思想、宗教、學力、年齢の如何を問わず自由な立場に於てなるべく多く掲載する誰も知らない所に色々の美しい真剣な生活が行われて居る事を信じます。』『葦』創刊号、葦会、1949、表紙裏。
- 23 『人生手帖』創刊号には、次のように記されている。「われわれは、人間の親愛と善意と理性を信じ、お互いの幸福を願う者の集りとして「緑の会」をつくつた。（中略）會員の熱心な希望と文学博士柳田謙十郎・哲学者高桑純夫先生をはじめ諸先生の協力によりましてわれら自身の新しい人生を切りひらき、築きあげてゆくために本誌を編集・発行いたしました。』『人生手帖』創刊号、文理書房、1952年、表紙裏。
- 24 『葦』の中心となった山本茂実は、後に『あゝ野麦峠』（1968年）で有名となる。また『葦』4号から編集長となった大和岩雄（『葦』本文の表記では池上岩雄）は、『葦』から離れた後『人生手帖』を発行し、その後大和書房を立ち上げる。大和岩雄とともに『葦』を離れた小澤和一は、青春出版社を立ち上げる。
- 25 復刻『漫画少年』別巻、国書刊行会、1983、54ページ。寺田ヒロオによる解説。
- 26 同書、56ページ。
- 27 天野、前掲書、89ページ。
- 28 峠あかね「まんが予備校この一年総決算」『COM』1968年4月号、122ページ。
- 29 戦後から70年代にかけての同人誌、マンガ創作グループの活動については、霜月たかなか『コミックマーケット創世記』、朝日新聞出版、2008、31-33ページ、48-53ページに詳しい。
- 30 『アサヒグラフ』朝日新聞社、69年1月17日号、3-13ページ。この記事では、肉筆回覧誌『墨汁三滴』を作っていたマンガ創作グループ「ミュータント・プロ」と、当時マンガ家志望者の聖地になっていた新宿の喫茶店「コボタン」が紹介されている。「ミュータント・プロ」の会長として紹介されている菅野誠は、のちに「ひおあきら」

- のペンネームでデビューする。また会員の中には、『ゲームセンターあらし』で小学館漫画賞を受賞し、小説家としても活躍し、現在は京都精華大学で専任教員を務めるすがやみつるもいた。
- 32 例として、横浜の「三日月会」がある。69年に結成されたグループで、マンガ家鈴木光明の指導を受ける。鈴木は少女マンガ家の後進育成を行っており、この会からは山田ミネコ、くらもちふさこなどの女性少女マンガ家がデビューしていく。
- 33 霜月、前掲書、116-118ページ。
- 34 赤田祐一、ばるばる『20世紀エディトリアル・オデッセイ 時代を創った雑誌たち』、誠文堂新光社、2014、25ページ。
- 35 霜月、前掲書、137ページ。
- 36 同書、138ページ。
- 37 同書、139ページ。「ダイナビジョン」とは、「マンガのコマを撮影・着色し、紙芝居仕立てで見せ、音声を付けたもの」(同書、76ページ)。霜月らは萩尾望都の作品『11月のギムナジウム』のダイナビジョンを自主製作して公開し、好評を得ていた。
- 38 コミックマーケット準備会『コミックマーケット30'sファイル』、有限会社コミケット、2005、32-99ページのデータを使用。
- 39 霜月、前掲書、16ページ。
- 40 市川、前掲資料。
- 41 こうした「秘儀性」によって、「やおい・ボーイズラブは隠れて読むもの」「パロディ元にはバレないように注意を払うもの」という認識が育っていく。一方こうした経緯を知らない若い世代は、2010年代にはオープンにやおい・ボーイズラブのことを語るようになったため、女性同士で「マナー論争」が起こることになる。
- 42 「ロッキング・オン」、ロッキング・オン、1977年11月号、26ページ。
- 43 『はみだし地獄:はみだしyouとpia怪作選'86』、ぴあ、1986。2004年には再編集版が刊行される。『はみだし天国1 はみだしyouとPia傑作選1975-1984』ぴあ、2004。全3巻で刊行される予定であったが、「2」以降は刊行されていない。2004年には「雑誌に投稿する」ことの意味が変わり、70～80年代ほどの重要性がなくなっていることがわかる。
- 44 ビックリハウス編、高橋章子選『ビックラゲーション選』、ブロンズ社、1976。ビックリハウス編、『57人のブラッドベリアン:ビックリハウス・エンピツ賞作家集』、新書館、1977。糸井重里責任編集『ヘンタイよこ新聞(月刊ビックリハウスより)』、パルコ出版、1982ほか。
- 45 仲俣暁生「WEB版REBOOTING PAPER MEDIA 007少年向けライフスタイル指南書から、フェミニンなファッション誌へ『POPEYE』の変遷にみるニッポン男子の35年」<http://limga.jp/series.php?id=6&series=425>、2014年10月28日閲覧。
- 46 掛尾良夫『『ぴあ』の時代』、キネマ旬報社、2011、13ページ。
- 47 赤田祐一『証言構成「ポパイ」の時代』太田出版、2002、40-41ページ。

- ⁴⁷ 浜松克樹「イニシャル・ビスケットのKの業界裏話と「ファンロード的描く載る食べる」」まぐまぐ!有料メルマガ、Vol.19、2013年4月10日発行。
- ⁴⁸ 同メルマガ、Vol.20、2013年4月17日発行。
- ⁴⁹ 「ふぁんろーど」創刊号、レポート、1980年8月号、24ページ。
- ⁵⁰ 浜松克樹は編集者としてのキャリアを『月刊OUT』で始める。『月刊OUT』創刊号の特集は「金田一耕助氏の優雅な生活」「レイ・ブラッドベリ研究」であり、マンガは載っているがアニメの記事はなかった。『OUT』が大きな注目を集めたのは、浜松克樹が編集した2号の特集「宇宙戦艦ヤマト」である。その後投書や二次創作投稿が相次ぎ、『OUT』は、「おたく系雑誌」へと変わっていく。浜松はみのり書房においてエース編集者と目されるようになるが、周囲との軋轢もあり退社、独立して『ファンロード』を立ち上げる。2008年8月13日、浜松克樹氏への聞き取り。