

# 地方同人誌即売会におけるコミュニケーションの研究

平成 18 年 度

坂 本 か お り

2007年2月13日

「地方同人誌即売会におけるコミュニケーションの研究」

学校教育専攻 美術教育専修

203M035 坂本かおり

## 目次

はじめに

第一章 我が国の美術教育における漫画・イラストレーション

第一節 学習指導要領にみる漫画・イラストレーション

第二節 美術教育研究にみる漫画・イラストレーション

第二章 同人誌即売会からみる子どもの実態

第一節 同人誌即売という場

第二節 大規模な同人誌即売会と小規模な同人誌即売会にみられる違い

第三節 子ども達の小規模な同人誌即売会への取り組み

まとめとして

## はじめに

私が小学生や中学生だったころ、漫画は学校には持ってきてはならないものであった。また、学校の先生の中には「漫画を描いてはいけない」「漫画は美術ではない」と禁止する傾向も見受けられた。そういった学校生活の中で、私が現在まで、自分の表現の中に漫画を取り入れ続けてくることができたのは、同人誌即売会という場があったからであるといえる。同人誌即売会では、中学生当時の私のつたない技術で描かれた漫画やイラストレーションであっても、ひとつの主張、作品として受け入れられた。その喜びは、より深い作品制作への意欲となって、私の中で大きな存在となっていった。この論文を書くにあたって、何度か県内の同人誌即売会に足を運んだ。そこでは、10年以上経った現在でも、私の中学校当時と変わらない姿があり、中学生や高校生の輝いた笑顔がそこにはあった。

現在の美術教育の現場において、同人誌即売会に参加している中学生や高校生が、同人誌即売会をどのような場として捕らえ、そこに何を求め何を得ているのかといったことは、無視できないことであるという考えを私はもっている。しかし、地方で行われている同人誌即売会に対する認識は非常に低いものである。私はこの論文を通して、同人誌即売会という場で子どもたちがどんな活動をしており、何を求めているのかということを、より多くの人に知って欲しいという願いから、同人誌即売会に参加する子供の実態の報告をすることとした。

## 第一章 我が国の美術教育における漫画・イラストレーション

### 第一節 学習指導要領にみる漫画・イラストレーション

平成11年度改訂の中学校学習指導要領では、美術科の第1学年の項目の中にはイラストレーションという言葉が、第2学年及び第3学年の項目の中には、漫画、イラストレーションという言葉が表記されている。

原文は次の通りである。

#### 目 標

表現及び干渉の幅広い活動を通して、美術の創造活動の喜びを味わい美術を愛好する心情を育てるとともに、感情を豊かにし、美術の基礎能力を伸ばし、豊かな情操を養う。

[第1学年]

#### 1 目 標

楽しく美術の活動に取り組み美術を愛好する心情を培い、心豊かな生活を創造していく意欲と態度を育てる。

対象を深く観察する能力や基礎的技能を身に付け、多様な表現方法や造形要素に関心を持ち、創意工夫し美しく表現する能力を育てる。

自然や美術作品などについて基礎的な理解や見方を広げ、よさや美しさなどを感じ取る鑑賞の能力を育てる。

#### 2 内 容

##### A 表 現

絵や彫刻などに表現する活動を通して、次のことができるよう指導する。

ア 自然や身近なものを観察し、形や色彩の特徴や美しさなどをとらえスケッチすること。

イ 対象を見つめ感じ取ったよさや美しさ、想像したことなどを基に主題を発想し、全体と部分との関係を考えて創造的な構成を工夫し、心豊かに表現する構想を練ること。

ウ 描画における形や色彩の表し方、彫刻などにおける立体としてのものの見方や形体の表し方、及び意図に応じた材料や用具の生かし方などの基礎的技能を身に付けること。

エ 自分の表したい感じを大切に多様な表現方法を工夫し、絵やイラストレーション、彫刻などに美しく生き生きと表現すること。

[第2学年及び第3学年]

## 1 目 標

主体的に美術の活動に取り組み美術を愛好する心情を深め、心豊かな生活を創造していく意欲と態度を高める。

対象を深く見つめる力、感性や想像力を一層高め、独創的・総合的な見方や考え方を培い、豊かに発想し構想する能力や自分の表現方法を創意工夫し創造的に表現する能力を伸ばす。

自然、美術作品や文化遺産などについての理解や見方を深め、心豊かに生きることと美術とのかかわりに関心をもち、よさや美しさなどを味わう鑑賞の能力を高める。

## 2 内 容

### A 表 現

(1) 絵や彫刻などに表現する活動を通して、次のことができるよう指導する。

ア 対象を深く見つめ感じ取ったこと、考えたこと、夢、想像や感情など心の世界をスケッチに表すこと。

イ 主題を発想し、スケッチなどを基に想像力を働かせ、単純化や省略、強調、構成の仕方、材料の組合せなどを工夫し、心豊かな表現の構想を練ること。

ウ 日本及び諸外国の作品の独特な表現形式や構成、技法などに関心をもち、自分の表現意図に合う新たな表現方法を研究するなどして創造的に表現すること。

エ 表したい内容を漫画やイラストレーション、写真・ビデオ・コンピュータ等映像メディアなどで表現すること。

(2) デザインや工芸などに表現する活動を通して、次のことができるよう指導する。

ア デザインの効果を考え、形や色彩、図柄、材料、光などの構成を簡潔にしたり総合化したり、取り合わせを工夫するなどして、美しく心豊かなデザインをすること。

イ 使用する者の気持ちや機能、夢や想像などから独創的に発想し、造形的な美しさ、材料や用具の生かし方などを総合的に考え、創意工夫してつくること。

ウ 伝えたい内容をイラストレーションや図、写真・ビデオ・コンピュータ等映像メディアなどで、分かりやすく美しく表現し、発表したり交流したりすること。

エ 身近な環境について、安らぎや自然との共生などの視点から心豊かなデザインをすること

小学生や中学生、高校生にとっての漫画やイラストレーションは、漫画雑誌やテレビアニメーションなどによって身近に存在し、親しみやすいものであるのは言うまでもない。彼らにとって漫画やイラストレーションは、純粋芸術の絵画や彫刻などよりも親しみやすいものであると言えるだろう。

学習指導要領において漫画やイラストレーションの記述が新しく登場したということは、このような子ども達の現状を反映してのことと考えられる。実際に、学習指導要領の中にある「指導計画の作成と内容の取扱い」において、「生徒の学習経験や能力、発達特性等の実態を踏まえ、生徒が自分の表現意図に合う表現形式や技法、材料などを選択し創意工夫して表現できるようにすること。」という表記がなされている。ここからも、子ども達と漫画やイラストレーションが密接に関わっている実態を把握し、表現方法の選択肢の一つとして漫画やイラストレーションをとらえているということが読み取れる。

教育内容を少なくしていこうとする現在の傾向の中で、新しい記述が登場したことは大変興味深いことであり、意味のあることだと言える。

## 第二節 美術教育研究にみる漫画・イラストレーション

美術教育研究において、漫画やイラストレーションはどのように捉えられているのであろうか。本稿では美術教育研究において明瞭に位置づけられている「大学美術教育学会誌」「美術科教育学会誌」という2つの学会誌の中から、漫画及びイラストレーションについて書かれている論文を調べていきたい。「大学美術教育学会誌」については、第28号（1995年）から第38号（2005年）の10年間のものを、「美術科教育学会誌」は第1号（1979年）から第24号（2004年）までのものを検討の対象とした。

上記の2つの学会誌の中に見られる、漫画ないしはイラストレーションに関する議論がなされている論文は、筆者の判断としては「大学美術教育学会誌」から4件、「美術科教育学会誌」から3件、見つけることができた。なお、それぞれの論文についている番号は筆者が便宜上つけた番号である。

①中尾 貴子 岡山大学大学院

マンガの表現についての研究

大学美術教育学会誌 第32号（1999年）P227-234

②中尾 貴子 兵庫教育大学大学院学校教育学研究科

絵画からみるマンガの特性

ーリキテンスタインの絵画と引用されたマンガとの比較ー

大学美術教育学会誌 第34号(2001年) P295-302

③岩崎 勇人 滋賀大学大学院

「オタク系文化」と美術教育

大学美術教育学会誌 第36号(2003年) P57-64

④中尾 貴子 兵庫教育大学大学院連合学校教育学研究科

印刷史からみるマンガの図

大学美術教育学会誌 第36号(2003年) P281-288

⑤辻 泰秀 大阪教育大学附属中野中学校

日常生活における表現活動と図画工作・美術教育

ーマンガ・イラスト的表現をめぐってー

美術科教育学会誌 第6号(1984年) P57-68

⑥安東 恭一郎 鳥取大学教育学部附属中学校

感情表現と漫画 I

~幼児期から思春期までの自由な表現の発達過程に関する実態調査~

美術科教育学会誌 第13号(1991年) P297-309

⑦相田 隆司

美術教育における漫画の位置づけをめぐる一考察

ー中学校における日常の豊かさを見出させることを視野に入れた実践を通してー



## I 論文の内容要約

ここであげた7つの論文について、それぞれの内容を要約しながらもう少し詳しく紹介していく。

### ①マンガの表現についての研究

この論文で中尾は、2002年に施行された中学校学習指導要領の美術の頁に「漫画」という言葉が新しく登場したことに注目している。中尾は「漫画」の表現が新しく学習指導要領に加わったことは、漫画表現が子ども達の生活の中に存在し、抵抗感がなくなったということと、同じ視覚表現である漫画と美術の境目があいまいになってきているという現在の状況を反映させた形だと指摘している。

中尾は中学校学習指導要領の文面から感じとることができる「漫画的な絵柄も表現手段の一つとして取り入れていこう」といった姿勢での漫画表現の活用だけではなく、漫画の絵柄以外の独自の表現をいかした新しい表現を見つけ、活用していくべきだと述べている。漫画を複数のコマからなるストーリー漫画と限定して考えると、漫画には絵と言葉で話を物語っているメディアという特性があり、複数のつながりがあるコマを用いて物語の情景を描くコマの連続性こそが漫画の特徴だとしている。多様なコマの表現は、静止画を用いているにも関わらず時間の経過や動きを表現できる。コマを用いて物語を表現することは、コマの配置や読みやすくする工夫といったデザイン的な要素と、画面の形や視覚の変化によってもたらされる絵画的な要素などの他の視覚表現が組み合わさっている。これらの表現方法は、何を表したいかによってそれぞれ選択していくもので、漫画表現というものにこだわらずに主題や目的にあった表現方法をとれるということが望ましいと述べており、表現方法の選択の1つとして漫画をとらえている。

### ②絵画からみるマンガの特性

ーリキテンスタインの絵画と引用されたマンガとの比較ー

この論文で中尾は、絵画とマンガを同じ平面表現であるとした上で、絵画とマンガの違いをそこに描かれている図像にあるのではないかと考え、マンガの

図像の引用を多く用いているロイ・リキテンスタイン (Roy Liechtenstein) の絵画と引用元のマンガを比較することで違いを明らかにしようと試みている。

リキテンスタインがマンガの引用を絵画に用いるようになった1960年代におけるアメリカでのマンガの社会的位置づけは、1950年代末に起こった激しいマンガ排斥運動のために大変低いものであった。当時マンガは、大衆の娯楽として珍しいものではなかったが、低俗なものという扱いを受けており、表現形式も内容も一定の型にはまったものであった。そんな中でリキテンスタインがマンガの引用を用いた作品を描いたのはそれまでの芸術の伝統から逸脱するためであった。リキテンスタインは、非難の対象であるコミック・ブックからの引用を用いることによって、伝統的な表現に斬新さを与えられると考え、視覚的に強い印象を与えるマンガの図像は、絵画になりうると信じていた。マンガの図像をそのまま抜き出すのではなく、一定の表現形式を使った作品としてコミック・ブックの作品を取り扱い、引用元となるマンガの図像をサイズや色、ふきだしの台詞を変化させることでマンガから絵画への変換をはかった。

### ③「オタク系文化」と美術教育

この論文で岩崎は「オタク系文化」という言葉の定義を「アニメ、ゲーム、マンガ、パソコン、特撮、フィギュアなどといった、互いに深く結びついた一群のサブカルチャー」とし、現在の社会を「ポストモダンと呼ばれる、スーパーフラットなデータベース社会」としている。

スーパーフラットなデータベース社会とは、あらゆる情報やアイテムが眼前に広がっているが、中心と深さが喪失してしまっているような社会のことを指している。このような多くの情報に囲まれた現在の社会にあっては、オリジナリティの追求が不可能となり、他者とどのような文化を共有するかということが関心事とならざるを得ない。そして点在するサブカルチャーを平面状に横滑りし、移動することでアイデンティティを保つことがポストモダンの生きる方法だと述べている。筆者はこのような点在するサブカルチャーを平面的に横滑りし、移動するというのが「オタク的」とであるととらえたうえで、「オタク系文化」が現代社会をある意味において象徴していると述べている。さらに現在の教育のあり方を、現在の社会でおこるアイデンティティの危機を乗り越えさせるためにあるものとして、モノや他者や環境と直接相互に関わることの出来る美術教育を、きわめて重要な課題を求められている教科と位置づけている。

#### ④印刷史からみるマンガの図

この論文では、マンガの特徴を明瞭な輪郭線でかたどられた図＝線画で描かれている点にあるとしており、線画で描かれることとなった要因を考察している。この論文の中でのマンガという言葉は日本の現代マンガを指し、その定義を「情報伝達を目的とした図と文字、コマやページによって生まれる連続性のある提示方法、そして大衆に向けた印刷物というメディア性を持つ表現である。」としている。そしてマンガが印刷物であることに注目し、印刷技術の変遷とマンガの図の関係について述べている。

中尾は、マンガの図が線画であることと印刷技術の関係について、次のように述べ結論付けている。つまり、マンガの図は印刷技術の発展や変遷によって変化してきたといえるが、様々な変化をしていく中で選ばれ続けてきた線画で描くといったマンガの図の表現自体の魅力を否定することは出来ない。それは、印刷技術は大量に配布される印刷物であるというマンガの在り方に関係はするものの、印刷技術が多少の制約を加えようともマンガの全てを決定することはできないということに他ならない。

#### ⑤日常生活における表現活動と図画工作・美術教育

##### ーマンガ・イラスト的表現をめぐるー

この論文で辻は、都市化された生活環境の中で中学生達がテレビ、ビデオ、写真、マンガ、イラスト、ポスターなどの現代の視覚文化の影響を強く受けており、その視覚文化を自分達の表現方法に生かしていくという実態があるとしたうえで、子どもの表現活動の実態に即応した教育の内容や教材を見直していく必要性を説いている。

中学生は、日常生活の中で学校では決して学ぶことはないマンガ（アニメーション）やイラスト、写真、ビデオ、コンピューターグラフィックスなどの幅広い表現活動を、試行錯誤をしながら自発的に行っていると述べている。そしてこれらの表現活動の多様化は、中学生だけではなく小学生から大学生にまで見られるとしている。

中学生が日常生活の中で多様な表現活動を行っているにも関わらず、中学校の美術教育ではビデオや写真、マンガなどは有効な視覚表現としてとらえられてはおらず、またマンガのような表現に関しては否定的にとらえられることが多い。辻は、ビデオや写真、マンガなどの新しい表現方法が、美術教育の中で正当な取り扱いを受けてこなかったことに関する要因は、美術教育の流れのな

かにあり、普遍的な「教育的美術」の形成を目指していこうとする体質にあるとしている。そして、あくまで人間形成を目的とした美術教育は、美術教育の特性である、「作ること」、「描くこと」に対してのおもしろさや楽しさを味わわせるという側面を希薄化させてしまうと述べている。

また辻は、「生涯教育に資する教科指導－自ら学ぶ生徒の育成－」という主題をかかげ、生徒の学習意欲を喚起する教材や指導方法の開発を行っているとしている。そして数々の実践の中から、時代性を反映した教材に対して生徒は問題意識を持って取り組み、教科の中にある学習すべき内容も共に学ばせることが出来るという結論にたどりつきつつあるとしている。そして多様な表現力を子どもにつけさせたいという立場だけでなく、表現の新旧やジャンルにとらわれずに幅広い見地から教育内容や教材を設定していく必要があると指摘している。

## ⑥感情表現と漫画 I

～幼児期から思春期までの自由な表現の発達過程に関する実態調査～

安東は、現在の社会は他律的で非個性的な人間を生み出しているにも関わらず、自分自身を信じ自律性のある個人であることが要求されていると述べている。しかし現実には、メディアがもたらす情報に頼ることではか確固とした自信や価値観を持つことができず、このような状態に対して人々は虚無感や不安感を持っている。また人々は同時に、確実に信じることのできる何かを欲し、自分の意思をもって決断することや自分という存在を他者とのつながりの中から確認したいと願っているとも指摘している。そしてこのような現在の社会のありようは、子ども達の生活や考え方や「遊び」に影響を与えているとしている。

筆者は子ども達の「遊び」の中で、「漫画を描きあう」という行為が行われていることに注目しており、遊びの中で子ども達の描いた「漫画」は、ユーモラスで感情表現に富んでおり、授業で描かれる表現よりずっと輝いて見えると述べている。筆者は、子ども達が各発達段階において「漫画」をどのように認識し、どのような表現を用いられているのかということを調査し、その実態を明らかにしている。

## ⑦美術教育における漫画の位置づけをめぐる一考察

－中学校における日常の豊かさを見出させることを視野に入れた実践を通して－

この論文で相田は、平成14年から施行された中学校学習指導要領の美術の表現内容に「漫画」という文言が明記されたことに注目し、中学校美術における漫画の位置づけについて考察している。

相田は少年漫画雑誌や漫画が原作の、テレビアニメーションなどによって他のメディアと密接に絡み合い、子ども達の風景の中に存在していると述べている。そして、子ども達がこれらの「漫画文化」と関わるということは、さらに大きな映像メディアとの関わりのきっかけになるとしており、学習指導要領の中に漫画という文言が明記されたことは、このような今日の子ども達の漫画との関わりを無視できないという背景があると述べている。また、漫画が大きな文化領域として成熟したという文化自体の成熟や、美術という枠組みの揺らぎが、漫画という表現を美術教育の中に取り込ませることを可能にしたとしている。漫画を表現方法の一つとすることは、子どもの表現の豊かさに結びついていかなければならないものであるとした上で、何を重視し、どのような表現を目指すべきであるのかを模索していく必要があると指摘している。

相田は、漫画を美術教育の表現方法として取り入れていこうとするとき、漫画表現が人間の低位の情念や暴力などを表現し、子ども達が常にこのような状況の中にさらされてしまうといったことが危惧されるとしている。しかし、漫画の中には、良いことと悪いことを含め豊富な文化的意味、メッセージに満ちているとした上で、漫画を表現の方法とするときにも人間や社会状況を描くメディアとして漫画をとらえさせ、それにより子ども達の視野をその周辺に広げさせていくことが重要であるとしている。

また相田は、漫画にはさまざまな心象を表す記号表現や、オノマトペが多用されているという点から、このような漫画の記号性は子ども達にとって獲得した記号を運用しながら描けるという、安堵感や気楽さといったものを与えている。そしてこのことは、子どもの日常的なありようや心情を表現させることに適していると述べている。また、子ども達は日常生活の中で、漫画の文法や記号表現に親密に関わっており、漫画の読み方を学習する機会がないにも関わらず、漫画を読み、内容を理解し、その恩恵を享受することができるとしている。そして、漫画を描かせるために記号表現を解説するという必要もなく、子ども達自身の経験の中から漫画は引き出され描かれることになる」と述べている。すなわち、美術教育の根本ともいえる地点に戻って考えるならば、漫画を

教えることが目指されるべきなのではなく、漫画を一つの方法として表現する中で、彼らに豊かさを獲得させていくことこそが目指されなければならないと指摘しているのである。

さらに、中学2年生を対象とした「漫画風に描いてみる一みのまわりのできごとをテーマにしてー」という実践を通して、子ども達がコマの運用や記号的表現などといった、漫画の表現方法に抵抗なく取り組んでいることや、日常生活から取り出したテーマにおいて、さまざまな人間のありようが表現されていたということに注目し、子どもの描く漫画を表現の広がりの一つとして美術教育の中で取り扱っていくべきだとしている。

## II 論文の分類

これらの論文を内容によって分類すると次のようになる。

### ①マンガの表現についての研究

### ②絵画からみるマンガの特性

ーリキテンスタインの絵画と引用されたマンガとの比較ー

### ④印刷史からみるマンガの図

この3つの論文は、漫画の中で使われている表現手法や、絵柄、漫画の機能などについて、研究・考察し、漫画表現の枠組みを述べているものであるといえる。②、④については教育的なこととは関連付けはなされていないため、ここではこれ以上深く追求しないこととする。①においては、漫画表現の中にこれまでの美術教育の中で取り上げられてきている絵画やデザイン的な表現などが含まれているとし、漫画の原理や技術を理解させ、表現方法の一つとして教育で取りあげるべきだと述べている。

### ③「オタク系文化」と美術教育

### ⑥感情表現と漫画 I

～幼児期から思春期までの自由な表現の発達過程に関する実態調査～

この2つの論文では、現在の社会のありかたと漫画表現を関連付けており、現代の子どもがどのようなことに興味を持ち、どのような活動をしているかということを紹介するとともに、漫画やイラストレーションに関わる活動について考察している。⑥については、より詳しく子ども達がそれぞれの発達段階に

においてどのように「漫画」をとらえ描いているのかという調査を行っている。調査の中での、小学校高学年から中学生に見られる自己満足のための表現活動から、他者に受け入れられることを意識するようになるという傾向は、非常に興味深いものである。

#### ⑤日常生活における表現活動と図画工作・美術教育

ーマンガ・イラスト的表現をめぐってー

#### ⑦美術教育における漫画の位置づけをめぐる一考察

ー中学校における日常の豊かさを見出させることを視野に入れた実践を通してー

この2つの論文では、日常生活の中で子どもたちが興味あることに対して自然に技術や表現方法を身につけているということに注目し、美術の授業で「漫画」を取りあげるときに漫画を描く上での原理や技術を教えるのではなく、表現の広がりとして扱うことが重要であるとしている。

## 第二章 同人誌即売会からみる子どもの実態

### 第一節 同人誌即売会という場

漫画雑誌やアニメーションだけでなく、近年話題になっている『同人誌』も中学生にとっての漫画やアニメーションとの重要な関わりであると言えるだろう。ここでの『同人誌』という単語は、本来の「主義・目的・傾向などを同じくする仲間が集まって編集・発行する雑誌」という意味に加え、特にその内容が既存の漫画やアニメーションなどのキャラクターや設定を用い、原作とは異なったオリジナルストーリーで展開される漫画や小説であるものを指すこととする。

現在、多くの中学生や高校生が『同人誌』を売り買いする場である『同人誌即売会』に足を運んでいる。『同人誌即売会』というと、東京国際展示場（東京ビックサイト）で行われる大規模な「夏コミ」「冬コミ」が想起されるであろう。確かに「夏コミ」「冬コミ」は、毎年テレビのニュースや特別番組で取り上げられるなどしてよく知られている。「夏コミ」「冬コミ」は、有限会社コミケットが主催する同人誌即売会「コミックマーケット」の俗称で、夏と冬の年2回行われる。このことから、夏に開催される「コミックマーケット」のことを「夏コミ」、冬に開催されるものを「冬コミ」と言うようになった。ちなみに、2006年12月29日（金）から31日（日）の3日間にかけて東京ビックサイトでは冬コミ（コミックマーケット71）が行われた。この冬コミのサークル参加数は3万5千、来場者は29日（金）では約13万人、30日（土）では約15万人、31日（日）では約16万人にものぼり、全体では約44万人という大規模なものだった。

しかし『同人誌即売会』はそういった大規模なものだけではない。東京に限らず多くの地方都市で『小規模な同人誌即売会』が月に数回というペースで行われている事実がある。このような『小規模な同人誌即売会』には、その地方の多数の中学生や高校生が参加しており、大規模な同人誌即売会に比べ身近なものとしてとらえられている。この地方で行われている小規模な同人誌即売会が、中学生や高校生が漫画やイラストレーションと関わりをもつ場として、極めて重要な場となっているのである。このことは、一般にあまり知られてない。

同人誌即売会の歴史を紐解いてみると、最初に開催された同人誌即売会は上述した大規模同人誌即売会のコミックマーケットであることが分かる。1970年代から表現の場としての同人誌が仲間内で作られるようになった。そしてそこから大型の同人誌即売会の開催が望まれるようになり、そんな中で出現し



たのがコミックマーケットである。

第1回のコミックマーケットは、1975年12月21日に東京・虎の門の日本消防会館会議室において、参加サークル32、参加者約700名で開催された。このときは、参加サークルの半分近くを学校内クラブ活動としての漫画研究会が占め、萩尾望都作品を中心とした少女漫画ファンクラブがそれに次いだ。資料によると、入場者の9割余を中・高校生の少女まんがファンを中心とした女子が占めたという。その後、年3回というペースでコミックマーケットは定例化していくこととなる。そしてそれと同時に、大規模化していくコミックマーケットの他に、規模を縮小した小規模な同人誌即売会が各地で行われていくこととなる。

本稿は小規模な同人誌即売会の実態を報告するものである。ここでは、『同人誌即売会』の全体像について詳しく述べていく。

## I 同人誌即売会とは

同人誌即売会は、一般的に「コミケ」や「イベント」と呼ばれている。「コミケ」という言葉は、夏コミや冬コミで知られている日本最大の同人誌即売会であるコミックマーケットの略称である。全ての同人誌即売会を「コミケ」と称することは誤りであるが、今や「コミケ」は同人誌即売会の総称として定着してしまっている。『同人誌即売会』はその名称通り、同人誌や「同人グッズ」と呼ばれる既存の漫画やアニメなどのキャラクターの描かれた商品（主に便箋や、ポストカード、イラストボード、色紙など）を売り買いする場である。商品となる同人誌や同人グッズは自費制作であり、製作者本人が当日会場で直接販売を行うのが一般的である。このように、同人誌や同人グッズなどの制作を行っている人のことを「同人作家」という。また、同人誌や同人グッズなどの制作や販売を行う活動を「同人活動」という。

同人誌や同人グッズを制作する際に、原作となる漫画やアニメなどの趣味が一致するものや描きたいものの方向性が似ているもの同士でグループを組み、同人誌即売会への参加や共同での商品制作などを行うことが多い。このようなグループは「サークル」と呼ばれている。また「個人サークル」というような、グループをつくらずに一人で活動する場合もある。「サークル」を作ること自体は自分の意思や主張を表現するということであり、その構成人数に規定はなく同人誌即売会に参加する際の形態であると言える。

## II 会場とサークル

同人誌即売会を行う会場は、東京ビックサイトや幕張メッセなどの大規模なイベント会場や、文化会館や公民館などの公共施設の会議場など様々である。会場内では広いスペースに長机が規則正しく並んでおり、会場に設置されている長机の半分（おおむね90cm×45cm）とパイプ椅子一脚が1つのサークルの商品を販売する場として与えられる。場所の単位は「スペース」という言葉で表され、一般的に1サークルにつき1スペースから2スペースが原則となっている。会場でのサークルの配置については、参加サークルが何を主として活動しているかによって決められる。まず原作となる作品について、漫画、アニメ、ゲームなどの大まかなジャンルに分けられ、さらに具体的な作品名によって分けられる。場合によっては参加するサークルの商品や内容の方向性によってより細かく分けられる。例えば、『テニスの王子様』をもとにした同人誌や同人グッズが商品の大部分を占めるサークルがあるとする。『テニスの王子様』とは、週間少年ジャンプで現在連載中の漫画であることから、まず「漫画」というジャンルにはいることになる。そして、漫画のタイトルである「テニスの王子様」というジャンルに分けられる。「テニスの王子様」というカテゴリで参加するサークルが多い場合は、同人誌や同人グッズに用いられるストーリーやキャラクターによって細分化される。主に、主人公が通う学校「青春学園」のキャラクターを取り扱った商品が多いサークルの場合「青春学園メイン」というように分けられる。

活動サークルの多いジャンルや作品に関しては「オンリーイベント」という、特定のジャンルや商品の内容の方向性を主催者側が設定した同人誌即売会が行われることがある。同人誌即売には、主催者が必ずタイトルをつけているが、そのタイトルの頭？に「〇〇オンリーイベント」と表記されているものがそうである。「NARUTOオンリーイベント」と表記されていれば、漫画『NARUTO』を原作とした同人誌や同人グッズの販売のみが可能な同人誌即売会ということになる。特にジャンルの指定がない同人誌即売会は「オールジャンルイベント」と呼ばれている。

### Ⅲ サークル参加とスケブ

同人誌即売会の参加には大きく分けて、同人誌や同人グッズを制作し販売する「サークル参加」と、その商品を購入する「一般参加」の二つがある。参加者は「サークル参加者」や「一般参加者」と区別されるが、ある同人誌即売会に売り手として「サークル参加」している参加者が、別の同人誌即売会では買い手として「一般参加」している場合があり、その逆で「一般参加」していた参加者が別の同人誌即売会で「サークル参加」することもある。また、即売会

当日に「サークル参加者」が自分のスペースから離れて他のサークルの商品を見に行き購入するということがあり、売り手、買い手の立場は1つの同人誌即売会の中においても、あいまいなものとなっている。

同人誌や同人グッズの売り買いの他に、同人誌即売会ではサークルの活動やフリートークを掲載した「ペーパー」の無料配布や、好きなサークルに持参したスケッチブックを預け、その場で希望したキャラクターを描いてもらえるシステムがある。スケッチブックに絵を描いてもらうシステムのことを「スケブ」と言う。「スケブ」という言葉には、スケッチブックの略としての意味とともに「スケブを描く」という意味も含まれているため「スケブ描きます」や「スケブお願いします」などの使われ方がある。

スケブを頼む要領は次のようになる。まず、描いてほしい同人作家が所属するサークルのスペースに行き「〇〇さんにスケブお願いしたいのですがよろしいでしょうか」とたずねる。希望の同人作家が了解すれば、スケッチブックを手渡し「NARUTOのカカシ先生をお願いします」といった具合に描いてほしいキャラクターを伝える。スケッチブックを受け取った同人作家は「20分くらいで出来ます」と、大体の仕上がり時間を依頼者に伝える。スケブが出来上がるまでの20分は、他所のサークルのスペースを見るなどして時間を潰すことになる。20分が経過した頃、スケブを依頼したサークルのスペースに戻り、スケブを受け取る。多くのサークル参加者は画材を持参し、各々のスペースに「スケブ描きます」といった言葉を掲げている。また、スケブに描くことが可能なジャンルやキャラクター名が書き添えてあり、スケブを頼む際の参考になるような配慮がなされている。スケブも同人誌や同人グッズの売り買いと同様に、サークル参加者が他のサークル参加者に描いてもらうということも少なくない。

「サークル参加」のなかには、同人誌即売会の当日に地理的条件やその他の都合によって製作者が直接参加できない場合、商品のみを同人誌即売会の主催者や交流のあるサークルに預け販売を委託する「委託参加」というものがある。また「一般参加」には、コスチュームプレイを目的とした「コスプレ参加」というものがある。サークル参加するには事前の申し込みが必要で「スペース代」を支払わなければならない。スペース代とは、同人誌即売会当日に商品売り買いする場所を借りる代金である。代金はそれぞれの即売会ごとに設定される。また、複数人で参加するサークルは追加代金を主催者に支払うことで椅子を追加することができる。これらの料金は、同人誌即売会が行われる数ヶ月前に参加申込書と一緒に主催者に支払うこととなっている。支払いの方法は郵便小為替を主催者に郵送するというものが一般的である。大規模な同人誌即売会では

指定講座への振込みという方法もとられることがある。同人誌即売会の申込書には、サークル名、代表者の氏名、住所、電話番号、希望スペース数、活動のメインとなるジャンルなどの記入が必要である。またそれらの情報に加え、簡単なイラストとともにサークルの活動内容の紹介や商品の案内などがかけられた「サークルカット」を書かなくてはならない。

#### IV 一般参加

一方の「一般参加」には、料金を支払わなければならないということはない。ただし大半の同人誌即売会では、入場する際に「パンフレット」の購入を条件としている。「パンフレット」というのは、当日の参加サークルの一覧やその配置、同人誌即売会に参加する際の注意事項やサークルカットなどが掲載されている。一般参加者は、このパンフレットを頼りに目当てのサークルの情報や当日の配置場所を知ることができ、また好きなジャンルで活動する新たなサークルを知ることができるようになっている。

主催者側の動きとしては、同人誌即売会の企画、会場の手配、申込書の作成、告知、申し込みサークルへの通知、サークルの配置、パンフレットの作成、当日の会場設営管理などがある。主催者は企業であったり個人であったり様々であり、同人誌即売会によっては夏コミや冬コミのように定期的に同じ主催者によって行われているものもある。

ここまでが同人誌即売会の全体的な概要である。

### 第二節 大規模な同人誌即売会と小規模な同人誌即売会にみられる違い

多くの中学生や高校生が参加している、地方都市で行われる小規模な同人誌即売会と、「夏コミ」や「冬コミ」に代表されるような大規模な同人誌即売会の間にはどのような違いがあるのだろうか。本節ではいろいろな観点から具体的に比較し、違いを見て行くことでそれぞれの特徴を明らかにしていく。

そのためにはまず、現在行われている同人誌即売会について何を大規模とし、何を小規模とするか、しっかりと区別をしていく必要がある。本稿では、「夏コミ」「冬コミ」だけでなく、大きな都市で年に数回というペースで開催され恒例化している企業主催の同人誌即売会も含めて、「大規模な同人誌即売会」として定義する。「夏コミ」「冬コミ」以外にこれに該当するものとしては、赤ブーブー通信社主催の「COMIC CITY」（コミックシティ）があげられる。

「COMIC CITY」の中で特に大規模な同人誌即売会は、毎年3月、5月、8月に東京ビックサイトやインテックス大阪で行われる。参加サークル数は1日につき1万以上で、来場者数は約25000～35000人にもものぼる。また、2ヶ月に1度くらいのペースで規模を縮小した同人誌即売会を東京、大阪、福岡のいずれかで開催している。企業主催の同人誌即売会は夏コミや冬コミ、コミックシティの他にも多数あるが、参加サークル数が1万を超えるものはこれらだけであり、それ以外は参加サークル数が1000～3000程度のものが多い。

本稿では、こういった中規模的な同人誌即売会も便宜上「大規模な同人誌即売会」に含めることとする。そして、参加サークル数が100～300程度のもので、個人が主催するものを「小規模な同人誌即売会」とし、これらをいくつかの項目毎に比較していく。

## I 参加者の年齢層

大規模な同人誌即売会と小規模な同人誌即売会には、前述したように参加者数で大きな違いがある。大規模な同人誌即売会には、商業誌で連載をもつプロの作家や人気のある大手サークルの参加も見られる。また、TVアニメやゲーム、商業誌などを制作している企業も数多く参加している。そしてそのようなサークルや企業ブースの商品を目的として参加する人も多い。大規模な同人誌即売会では、開催される会場の近隣に住む人たちだけではなく、全国から多くの参加者が集まってくる。参加者の年齢層は、高校生から30代程度が最も多い。「コミックマーケット」や「コミックシティ」では、サークルの代表者が中学生以下である場合、サークルとしての参加を認めていない。また、全国から多くのサークルが参加を申し込むため、抽選が行われることが多いため、参加したくても参加できない場合がある。

一方、小規模な同人誌即売会には、先にも述べたとおり近隣に住む中学生や高校生が主な参加者である。参加する地域が限られているため、参加を希望するサークルの数に大きな変動はない。また、主催者が個人であるために多少の自由が利くことが多い。よって、サークル参加を希望すれば、ほぼ確実に参加できる。

## II 資金面

次に、同人誌即売会に参加する際の費用に大きな違いがあることがあげられる。大規模、小規模ともに共通してかかる費用は、サークル参加の場合に、スペース代、同人誌や同人グッズなどの制作費、会場までの交通費、食費などがある。一般参加では、入場料（パンフレット購入費）、会場までの交通費、食費

などとなる。大規模なものと小規模なもので違いが見られるものとしては、スペース代、パンフレット代、交通費などがある。

大規模な同人誌即売会は、大人数が参加するため大きな会場を必要とする。また、数日間会場を使用し行われることもあるため、莫大な経費がかかる。主催者としても企業であるため、やはり利益のことも考慮せざるをえない。よって、スペース代やパンフレット代は小規模なものに比べて高めに設定されていることが多い。一方、小規模な同人誌即売会では、公民館などの公共施設を使用することが多い。また、参加者の人数も少ないために、パンフレットなどにかかる経費も少なくすむ。具体的な相場で言うと、小規模な同人誌即売会では1スペースあたりの料金が、高くても1000円から1500円程度に設定されているが、大規模な同人誌即売会では5000円以上に設定されていることが多い。

また、大規模な同人誌即売会では開催される場所が東京や大阪などの大都市に設定されているため、地方から会場に出向くには交通費が多くかかってしまう。特に離れた地方に住む参加者の中には、泊り込みで会場に通う姿も見受けられる。一方の小規模な同人誌即売会は、ごく近い場所で開催されるため交通費はあまりかからない。

### Ⅲ 販売商品

3つめに、販売されている商品の内容に違いがみられる。同人誌即売会の商品とは、同人誌や同人グッズなどであると述べてきたが、大規模なものと小規模なものでは商品の見た目や内容に大きな違いがあるといえる。大規模な同人誌即売会では同人誌の販売を主とし、それに加え便箋やイラストボードなどの紙を媒体とした同人グッズだけでなく、クリアファイル、うちわ、缶バッジなどの販売もみられる。同人誌は20ページ程度のものから50ページ以上のものまでいろいろある。内容も、ストーリー漫画が中心のものが多く内容の濃いものとなっている。

一般的に大規模な同人誌即売会での商品は「オフセット」と呼ばれるものが多い。「オフセット」という言葉は、多くの印刷会社で使われている「オフセット印刷」という手法のことを指す。このことから、同人誌即売会では印刷会社によって印刷、製本された同人誌や同人グッズにたいして「オフセット」という言葉を使っている。オフセットは「オフ」とも略され「オフセット本」「オフ本」や「オフセット便せん」「オフ便せん」といった使い方となる。最近では拡大する同人誌ブームの流れを受けて、同人誌や同人グッズの制作を売り物にしている印刷会社が増えている。クリアファイルやうちわなどの同人グッズも、同人誌即売会に参加する人たちをターゲットとした印刷会社の企画であること

が多い。印刷会社に印刷や製本を依頼するときに、紙の材質や印刷するインクの色なども指定でき、カラー原稿を使用した場合の発色も良いため、見た目にも立派に感じられるものが出来る。

一方、小規模な同人誌即売会での商品の中心は、同人誌と便箋やイラストボードなどの同人グッズである。同人誌は、20ページ程度のものが多く、内容もストーリー漫画は少なく、イラストや雑談をまとめたものが多い。製本の形態もコンビニなどのコピー機を使用しものが目立つ。コピー機を使い自ら製本した同人誌は「コピー本」とよばれている。

コンビニなどのコピー機にセットされている紙は一般的な白一色のコピー用紙である。また、インクも黒一色であるため見た目が地味で、ゴミや影などの汚れが写ってしまうという問題もあり見栄えは決して良いものではない。少しでも見栄えをよくするために、表紙だけに色つきの画用紙やコピー用紙を用いることがある。このとき、画用紙などの紙は自ら持参し、コピー機にセットして使用することになる。材質をかえる以外には、表紙だけカラーにすることが出来る。しかし、カラーコピーは白黒コピーに比べ料金がかかる上に発色がよくない為あまり使われない。便箋やポストカードなどの同人グッズについてもコピーが使われることがあるが、現在ではそのほとんどがオフセットのものになっている。このことは、印刷会社の意向の変化によって全体的な印刷料金が引き下げられたことにある。中学生や高校生の小遣いでも、作れない値段設定ではなくなったからである。では、なぜ同人誌をもっとオフセットでつくりたいのであろうか。

印刷会社に製本を依頼した場合、発行部数の最低基準はだいたい50部としているところが多い。しかし、発行部数が少ないと、それだけ1冊あたりの値段が高くなる。例えば、「テニスの王子様」というジャンルでA5サイズ、20ページ、表紙が3色刷り（スミ+2色）の同人誌を作るとしよう。

同人誌の印刷を取り扱っている、とある印刷会社の料金表で製本にかかる料金をみると2万円程度となっている。1冊あたり単価は400円程度となる。同人誌即売会でこれを販売するには、赤字が出ないように最低でも400円以上に値段を設定しなくてはならない。A5サイズ20ページの本に対して、400円をこえる値段は高いと感じる人が多いかもしれない。単価を安くするために、発行部数を増やし100部つくるとする。すると単価は250円前後までさがる。しかし、小規模な同人誌即売会では100部という数売り切るということはむずかしい。なぜなら、参加者が少ない上に、その参加者全てが「テニスの王子様」が好きだとは限らない。また、参加者の多くは会場の近くに住む中学生や高校生であるため、近隣で行われる同人誌即売会には同じ参加者が集うことが多く、新規参加者はあまりいない。よって、1度発表した商品

は即売会を重ねるごとになかなか売れなくなっていく。結果的には、大量の在庫を抱えてしまい、新しい商品の売り場を圧迫することになる。

これに対しコピー本では同じA5サイズ、20ページの本を作る場合にかかる費用は、A4サイズ用の紙に2ページ同時にコピーをする計算となるので、表紙を合わせて110円で1冊ができる。多少の見栄えの悪さはあるが自分の参加する同人誌即売会の規模や需要に合わせた適切な冊数の発行が可能であり、売り切れてしまっても簡単に増刷ができる。これらのことから、小規模な同人誌即売会では多くのコピー本が販売されているのである。

また、1ヶ月に必ず1回は開催されている小規模な同人誌即売会では、1つの同人誌即売会が開催されてから次の同人誌即売会が開催される間隔が、大規模なものに比べてはるかに短い。例えば、とある小規模な同人誌即売会に参加した時に、あるサークルの商品から感銘を受け、どうしても次の同人誌即売会までに新しい同人誌を作りたいと思ったとする。しかし、次の同人誌即売会が行われるまであと3週間しかない。オフセット本を作ろうとすると、印刷会社への入稿（郵送1日～2日）→印刷・製本（およそ1日～3日程度）→商品納入（郵送1日～2日）という工程を経なければならない。また、大規模な同人誌即売会が開催される時期と重なってしまうと、印刷会社への発注が殺到し印刷や製本作業がおくれてしまうことがあることから、印刷会社への入稿は余裕をもって納入を希望する日の10日前には行っておくほうが良い。つまり、学校やクラブ活動、学習塾などの合間をぬって10日間で原稿を仕上げないといけないということになる。しかし、コピー本の場合、原稿のコピーや製本は部数にもよるがだいたい1～2日でできる。よって、同人誌即売会が開催されるまでの時間の多くを原稿に費やすことが出来る。時には同人誌即売会当日に自分たちのスペース内で製本作業を行うサークルも見られるほど、コピー本の製本はすぐに出来てしまう。

#### IV 参加者の動き

大規模な同人誌即売会と小規模な同人誌即売会では、即売会当日の参加者の動きにも違いがある。大規模な同人誌即売会の一般参加者は、目当てのサークルの商品を買うことや、自分の好きなジャンルの商品を探すということを行っている。だが、広い会場内に配置された10000以上のサークルを1日で全て回ることは不可能である。目当てのサークルの場所を次々に移動するだけでもかなりの時間がかかってしまうため、事前に目当てのサークルがどのへんに配置されているかを調べておき、まずそこへ行くということが目標となっていることが多い。そこで時間が余れば、自分の好きなジャンルで活動しているサークルを見ていくのである。また、目当ての同人誌を全て手にいれた参加者の



中には、会場の外で、買った同人誌を読みはじめる者もいる。

サークル参加者は、基本的に自分のスペースを離れられないため、思うように会場を見て回れない。欲しい商品がある場合は、スペースを一時的に誰かにまかせて自ら買いに行くことができる。しかし、とても遠くに配置されているサークルや、商品を買うために並ばなければならない人気サークルには時間がかかりすぎてしまうため行くことはできない。どうしても欲しい場合は、当日一般参加している友人などに買ってきてもらうしかない。また、大規模な同人誌即売会ではスケブを受け付けていないサークルが多い。人気のある大手サークルは希望者が殺到するためスケブの受け付けをほとんど行っていない。また、商品の販売を専門とする「売り子」のみで参加しているサークルや、同人作家本人が特定の時間にしかスペースに居られないといったサークルもスケブを断っていることが多い。

一方、小規模な同人誌即売会は会場も狭く参加サークルも少ないため、わずか数十分で全てのサークルのスペースを見てまわることが出来る。よってサークル参加者も一般参加者と同様にいろいろなスペースに行き商品を買うことができる。一般参加者は、欲しい商品を買って終えても会場から出ようとはしない。残った時間は、会場内をゆっくりと何回も見回り、気になる同人作家にスケブを頼んだり、友達が所属するサークルや交流のある参加者の居るスペースに行き漫画やアニメなどについて語り合ったりして過ごす。小規模な同人誌即売会では、ほとんどのサークルがスケブの受け付けをおこなっている。大規模な同人誌即売会ではスケブを頼んだ側の「描いてもらう」という意識がとても強いが、小規模な同人誌即売会では「描いてもらう」という意識に対して、スケブを頼まれた側の「描かせてもらう」という意識も強く現れている。実際、過去に筆者が小規模な同人誌即売会参加した際に描いてもらったスケブを見ると、イラストの横に「ありがとう」という言葉が書かれているものが多い。時には丁寧に「スケブ描かせてくれてありがとう」というメッセージが添えられているものもある。

スケブを描いてもらうということを、同人誌即売会に参加する際の目的のひとつとしている人も多い。また、スケブを描く側である同人作家にとって、スケブの依頼が多いということはそれだけ人から注目されているということになる。スケブは商品の売れ行きと同様に、同人作家の人気のバロメーターであるといえる。

## V まとめ

以上のように比較してみると、両者の違いが明確に引き出せる。大規模な同人誌即売会では、同人誌や同人グッズなどの売り買いがその活動の動機付けと

なっているのに対し、小規模な同人誌即売会では、参加者同士の会話やスケブを使つてのコミュニケーションが活動の動機付けの中心となっている。

例えば、スケブ一つを取ってみても、両者の違いははっきりと区別される。大規模な同人誌即売会においてはスケブをそもそも書いてもらえないことが多い。それは人の多さや時間的制約によるものだが、また大規模な同人誌即売会に販売する側として参加する参加者のプロフェッショナルな考え方に由来するとも考えられる。つまりそのようなサークル参加者は、一概には言えないものの、大規模な同人誌即売会に販売する側として参加していることに対して一種の自負心を持っており、それが表れているとも考えられる。

一方で小規模なものでは、まだ自分の作品が素人的であるという認識が強くあり、それが認められたことに対する純粋な喜びが前面にでてくる。登竜門という意味合いはないが、だがそれでも、私もいつか大きな同人誌即売会で大勢に自分の作品を販売したいという気持ちを持つ者は多い。しかし逆に考えれば、このような気持ちを持つこと自体が、小規模な同人誌即売会の販売する側のまだプロフェッショナルな考え方になれていない現状を表しているとも言える。誤解を恐れずに言えば、趣味の延長であると言い切れなくもないのである。

また、大規模な同人誌即売会においては、有名だからといって行く人も少なからずいる。よく知られているからと足を運んでみる人も少なくないのだ。それに対して小規模なものでは、参加者は口コミで広がるのが圧倒的に多い。これは参加者が選ばれている現状を表しているといえる。もちろん、小規模なものに飛び入りで参加することは不可能ではないが、そもそもいつ行われるのかなどを口コミなしで全て把握することは難しい。必然的に小規模なものの顔ぶれは毎回大きな変動がなく、すぐに顔見知りになっていく。また前提として「絵を描くことが好き」という趣味を共有していることから、打ち解けるのにそれほど時間はかからない。情報収集などの実利的な面でも、他の参加者と打ち解けることは重要である。このようにして、小規模な同人誌即売会では大規模なものには見られないアットホームでコミュニケーションが取りやすい環境が生成されていく。それは意識的な部分で共通の認識を共有したノンプロフェッショナルな集団であり、大規模な同人誌即売会では作りたくても作れない小規模特有の場である。

### 第三節 子ども達の小規模な同人誌即売会への取り組み

地方で行われる小規模な同人誌即売会に参加している中学生や高校生が、同

人誌即売会に対しどのような取り組みを行っているのでしょうか。具体的に記すために筆者のこれまでの体験から架空の A、B、C、D という子どもを想定し、具体的な記述をしていくこととする。

A、B、C、D は、それぞれ中学校に通うごく一般的な生徒である。これから、この 4 人の同人誌即売会に参加するまでの活動の様子を、細かく説明しながらみていきたい。

## I A と B の場合

A と B は同じ中学校に通っており、小学校から仲が良かったことや共通の趣味を持っているということから、2 人でサークルを組んで同人活動をしている。2 人が「同人誌」や「同人グッズ」、そしてそれを売り買いする場である「同人誌即売会」というものに出会ったのは、中学校に入学した直後であった。小学校の頃から二人は人気のあるアニメや漫画のキャラクターを真似て描くということを好んで行っていた。しかし、そこで描かれていたのは元となる漫画やアニメのキャラクターをそのまま描き移した「模写」であった。「模写」した作品に対して、周囲は似ているか似ていないかによって「上手」「下手」の判断をし、制作者である本人たちもより忠実に模写することを目指していた。二人は中学校に入学し、絵を描くことが好きだったこともあり美術部に入部した。二人の通う中学校の美術部では、漫画やアニメに興味を持ち同人活動をしている部員が所属しており、部活動の時間に同人グッズや同人誌を制作するという姿が見られた。A と B は漫画やアニメの「模写」ではない自分の絵柄を生かし描かれたイラストや、自由なストーリー展開で描かれた同人誌に興味を持ち「自分たちでも作ってみたい」と思うようになった。また、同人誌や同人グッズの発表の場である同人誌即売会へも参加してみたいと思うようになった。

A と B の両親は、自分の子どもたちが漫画やイラストを描くことに対し、否定的ではない。しかし、同人誌即売会で同人誌や同人グッズを売るといった同人活動については少々否定的である。ほぼ月に一度のペースで開催される同人誌即売会は、しばしば中学校で行われる定期テストの期間に重なることがある。両親は子ども達がテストの勉強よりも同人誌即売会の準備を優先してしまうのではないかという不安を持っており、テスト期間中は同人誌即売会の準備だけでなく漫画やイラストを描くことを禁じている。このような両親の態度によって、A と B の活動の中心となる場所は自宅から離れた学校や公共図書館などとなっていた。

A と B の普段の活動内容は、好きな漫画やアニメについて語り合いながらイラストや漫画を描くというものである。それぞれが描いた漫画やイラストを共に見せ合い、自分の描いたものに対する相手の反応をみたり、相手の描いたも

のに対して意見を述べたりするのである。

AとBは同人誌即売会へ参加申し込みが終わると、その同人誌即売会ではどのような商品を販売するか、ということを話し合う。商品の中心となるものは同人誌や便箋である。同人誌については「どのような内容のものを作るか」「ページ数はどれくらいにするか」「担当ページの割り当てはどうするか」「締め切りはいつにするか」などについて話し合い、便箋については「どんな形態のものにするか」「どれくらいの個数つくるか」といったことについて話し合う。AとBの場合、同人誌や便箋の製作は印刷会社に発注はせず、コンビニのコピー機を使い自分たちでつくっている。コピー機を使う理由としては、費用をあまりかけられないということと、数量を自分たちで細かく調節できるというところにある。また、同人誌即売会の行われる直前まで商品を作ることも出来る。

互いに原稿を持ち寄った二人は、コンビニのコピー機で原稿をコピーしていく。同人誌のページ数や同人グッズの発行数によって変化するが、コピーされた数百枚にものぼる用紙を二人は丁寧に裁断していく。裁断が終わると同人誌はページ順に並べられ、ホチキスで閉じられて製本される。便箋は10枚ずつ小分けにし、透明のビニール袋に入れてテープで閉じる。

同人誌や便箋といった販売物の準備が整うと、色紙やポストカード、イラストボードなどのグッズの制作とペーパーの作成を行う。色紙やポストカード、イラストボードのようなフルカラーの同人グッズは、サークルの見栄えをよくするだけではなく当日の売れ行きも良い。特に色紙やイラストボードは、サークルの看板のような役目として使われることも多い。ポストカードなどはパソコンによって大量に同じ絵柄を印刷することが可能であるが、色紙やイラストボードはそうはいかない。印刷にかけるということをしない分、修整がきかず少しの失敗もできない。二人は細心の注意を払い、丁寧に色紙やイラストボードに絵を描いていった。ペーパーはサークルの広告といえるもので、当日サークルに来た人に無料で配られるものである。これからの同人誌即売会への参加予定や新しい商品の発売予定、これまでに出品してきた商品などの情報を、ただ連ねるだけというわけではなく、イラストやフリートークなどを交えて紹介するものである。

同人誌即売会前日、AとBは商品の準備、値札づくり、画材の準備を行った。二人は同人誌即売会の中で、スケブを描くということにとってもこだわりを持っている。画材は、色鉛筆やカラーペンだけでなく、水彩絵の具やクレヨンなども準備している。AとBにとって、スケブを頼まれるということは、他者が自分たちの考えや作品を認めてくれたという喜びにつながり、スケブをより丁寧に描くことが、認めてくれた人に対する精一杯のお礼になると考えているのである。

## II CとDの場合

中学3年生のCは2つ年下の妹Dと一緒にサークルを作り、同人活動を行っている。Cは幼い頃から漫画やアニメが大好きであった。小学校高学年になると、学校の友達や先生をモチーフにした漫画を描いたり、漫画雑誌のコマを切り抜いて、いろいろな場面をつなぎ合わせて全く違った新しい話をつくったりするようになった。Cは物語を創ることが好きであった。しかしあるとき自分の絵では創った物語を表現できないと感じはじめ、いつしか漫画ではなく小説を書くようになっていった。Cが同人誌即売会というものを知ったのは、中学2年生の頃に仲良くなった同級生からであった。もともと、物語の創作を行っていたCは自分の作品を色々な人にみてもらいたいと思っていたため、同人誌即売会という場に強く興味を持った。Cは友達の勧めもあり、同人誌即売会へ一般参加者として参加するようになった。もともと小学生の頃から漫画のキャラクターを使って遊んでいたこともあり、同人誌に対して抵抗はなかった。むしろ、原作となる漫画の要素を織り交ぜながら新しい物語を作っていくという所に新鮮さを感じ、自分も同人誌を作りたいと思うようになった。しかし、Cが参加する同人誌即売会で売り買いされている同人誌はその内容のほとんどが漫画であった。小説の同人誌もあったが、漫画も一緒に載せられているものが多かった。Cは絵には自身がなかった為、絵を描くことが好きな妹Dに、小説の挿絵や漫画を描いてほしいと頼んだ。DはCと同様に自分の描いた絵を多くの人に見て欲しいと思っていたため、2人は一緒に同人活動をはじめることにした。現在2人は、近くで行われる同人誌即売会には、必ずといってよいほど参加している。

CとDは、自宅で同人誌や同人グッズの制作を行っている。便箋などの同人グッズを制作するのは絵が得意なDである。Dは自分の好きなキャラクターや、Cの好きなキャラクターを用いて同人グッズを制作する。時にはCが考えた図案を、Dが忠実にイラストで再現し、同人グッズにすることもある。同人誌の制作は2人で行う。Cの担当は、小説を描くこととDに物語を提供することである。Dは同人誌の表紙やCの挿絵作成が中心であり、どちらかという物語を考えることは苦手であった。漫画は4コマや1～2ページで終わるショートストーリーを描くことが多かった。Cが物語を提供しDがそれを漫画化する。CとDはお互いに補い合って同人活動をしているのである。CとDの両親は、姉妹が仲良く何かを作るということを嬉しく思っている。よって、両親の後押しもあり、2人はのびのびと制作活動をおこなうことができている。

2人の活動は、自分の作品をもっと知って欲しいという気持ちが原点となっているため、同人誌即売会に参加するたびに何か1つ新しい商品を作ることにしている。また、商品の値段は原価ギリギリまで落とし、より多くの人が商品

を購入してくれるように心がけている。

まとめとして

## まとめとして

第一章では、学習指導要領に新しく漫画やイラストレーションという言葉が表記されたことから、美術教育研究においてマンガやイラストレーションがどのようにとらえられてきたかを、時系列に沿ってまとめた。そこからは、マンガを有用に使うことの必要性和、漫画をただ漫画として考えるのではなく美術教育として考えていかななくてはならないという指摘があった。

また第二章では、実際に同人誌即売会に参加したことがある筆者の視点から、同人誌即売会がどういうものであり、またその同人誌即売会も小規模と大規模なものに分かれている現状を考察した。そして、その小規模と大規模な同人誌即売会の違いを明確にすることにより、特に小規模な同人誌即売会の有用性を分析した。さらに、小規模な同人誌即売会に実際に参加している人の例を元にサンプル化した事例によって、小規模同人誌即売会の具体的なコミュニケーションや活動について記述した。

以上のようにまとめてみると、美術教育において漫画やイラストレーションがほとんど使われていない現状と、中学生や高校生がその現状を打破するために自ら活動の場を作っていることがわかった。絵を描く意欲に満ちた中学生や高校生にとって、学校の美術の時間も、部活の美術の時間も、そして同人誌即売会の時間も、全て自分を表現できる場である。それらの間には違いなどあるはずもなく、全て本人の思っていることを表現できる場であるのだ。その上で、同人誌即売会には自分と同じような絵を描くことが好きな同年代の少年少女が集まり、居心地の良い雰囲気が味わえる。それこそが、本人の制作意欲をわきたたせる要因になっている。学校教育における美術でも、この例を参考に、子どもたちが自分の趣味や考えを自由に表現できる舞台を設定し、交流させることから制作意欲をわかせることが重要であるといえる。

## 参考文献

- 中尾 貴子「マンガの表現についての研究」大学美術教育学会誌 第32号  
(1999年) P227-234
- 中尾 貴子「絵画からみるマンガの特性ーリキテンスタインの絵画と引用  
されたマンガとの比較ー」大学美術教育学会誌 第34号  
(2001年) P295-302
- 岩崎 勇人「「オタク系文化」と美術教育」大学美術教育学会誌 第36号  
(2003年) P57-64
- 中尾 貴子「印刷史からみるマンガの図」大学美術教育学会誌 第36号  
(2003年) P281-288
- 辻 泰秀「日常生活における表現活動と図画工作・美術教育  
ーマンガ・イラスト的表現をめぐってー」美術科教育学会誌  
第6号(1984年) P57-68
- 安東 恭一郎「感情表現と漫画Ⅰ  
ー幼児期から思春期までの自由な表現の発達過程に関する実態調査ー」  
美術科教育学会誌 第13号(1991年) P297-309
- 相田 隆司「美術教育における漫画の位置づけをめぐるー考察  
ー中学校における日常の豊かさを見出させることを視野に入れた実践を通してー」  
美術科教育学会誌 第21号(2000年) P1-11