

蠅螂の斧

次の一步

社会システムを変える

第4回

ユーモアエクスプレスK.K. & ぼむ

団 士郎

「小さな変化」が悩ましいのは、結果が必ずしもその後の事態に影響力が強くないからである。千里の道も一歩から等と慰めてはみても、千里に一歩はあまりにも小さい。それでも一歩は、システム論的には大きな一歩であると思おうとする。システム論的に考えると、そういうことだからだ。

この世界には、いくら事実を突きつけられようと、信念を変える気がない人がいる。事実をものともしない信念、主観的見解を変える気がない人にはどう立ち向かえばいいのだろうかと思ってしまう。だがこれからの変化は、そこにこそ処方されなければならない。正しい事実で、他人の誤った信念を上書きできると考えるのはもう、ほどほどにしておかなければならない。そんなものは、「屁理屈は負けない」の言葉通り、その人の前では無力だ。

より適切な次の一歩に踏み出せた道筋だけが、良き道だと自覚することが大切である。これをリアリズムと呼ぼう。とはいえ、現実に対してあまりにも無力な事態が続くと、手のひらを返したように効果、効力を求めたくなるのは人の常だ。その結果、浮き足立ったように証拠や結果を出すことに世の中が傾斜してゆく。すると、当然のごとく、その成果や証拠が愚にもつかない事ばかりで…と言う状況が登場する。

この傾向を当然だと論ずるのではなく、私達はなぜ結果の出ないことにこんなにも弱いのだろうかと考えてみることは大切だ。エビデンスを喧伝する心情は、こういった意識からの派生物で、それほど合理科学的でもない。大昔から言うではないか、桃栗三年、柿八年。結実にはそれなりの時間がかかるものだ。

*

とはいえ、最近の社会事象を見渡せば、2万人超えとまだまだ多いが、自殺者数は順調に減少に転じているから、取り組みの是を証明している。交通事故死者も10年前と比べると、確実に減少している。

一方、不登校は、専門職はどんどん増えているのに、不登校児童数も増えているので非だ。児童虐待も、死亡実数ではなく、通報数などを数えて増やして、騒いでいる限り非である。目に見える事実にはもっと謙虚に軌道修正すべきである。

悪しき成果主義とは別に、費用対効果の合理性は一定論じられなければならない。全体に目を閉じてしまった各論の原理主義者のような専門性主張には、この世界への貢献度は期待できない。そして用心しておかなければならないが、実はその現状こそが手に入れたかった到達点だという業界もある。新薬は売れないと困る。そのためには該当する病人の確保が必須だ。売れ行き好調な医薬品はよく効くからだけではなく、マーケットが拡大していることも表している。

会社を創る

ユーモアエクスプレスk.k.は1998年、漫画家7人と税理士で起こした漫画配信サービスの会社である。イメージは漫画版「共同通信社」。米国ではオリオンプレスc.等が有名だった。

主旨としては、我々の描くヒトコマ漫画原稿を、小さなメディアでもいいから掲載の機会を増やす。そして少額でも原稿料をいただく。自分たちで漫画家としての仕事を開拓するという主旨のものだった。

世界はいつもそうだが、あとから参入する者にとって既存システムは壁に囲われたゾーンである。その中に受け入れられるか、はねられるかで、自分たちの人生が決まってしまうところもある。

漫画家のように個性、才能といった曖昧なものが基準の世界では、編集者の誰かに気に入られるか、そうではないかによって決まってしまう事も少なくない。

「本当に才能のある人は、そんなことをせずとも必ず芽を出す。そうでない者など、所詮二流なのだ!」、なんて評論家的言いぐさもあるが、それは小さな才能の者を蹴散らす以上に、何の役にも立ちほしくない。こういう意地の悪い言いぐさは、これまでたくさんの芽を踏みつぶしてきたし、とても権威主義的だと私は思っている。

漫画家として、もう少し主体性を持って仕事をしたいと考えたのは、それ程思い上がったことではなかっただろう。しかし確立した業界はちょっとやそつとでは変化しない。ごく一部の者に門戸を開き、多数の希望者には閉じることで既存システムを維持にかかる。

そこには日本の出版システムという、漫画作品とは関係のない「業界」の現実が広がっていた。

大手出版社、漫画雑誌業界、大手新聞社から地方紙、雑誌メディアと様々に媒体は存在したが、新たにそこに参入したいと願う多数の若い漫画家に対して、ルールはあきれくくらい昔から同じだった。

*

ここで一言、最近の状況を。
私の時代は確かにそうだったが、現在は

少しマンガを取り巻く状況が異なっている。コミケ(コミックマーケット)の拡大だ。このマンガ同人誌の一大イベントの動員力はすごいらしく、マンガ好き(オタク達?)が制作し、販売し、ファンを作り、マーケットを作っている。

当然表現に関する自由度も高く、細かいことは知らないオヤジ世代から見て、様変わりの印象はある。少なくとも出版文化のヒエラルキーの中で下位に位置づけられていた「マンガ」からは解放されている。一部の大ヒットコミックスが商品になるのに並行して、地産地消のような自主制作マーケットも拓かれたのは好ましい。

今回ここで述べる私たちのとは全く違った展開が、マンガ市場において花開いたことに驚きは隠せない。

また、大ヒット漫画「ブラックジャックによろしく」の作者は、自分でもっと自由にネットによるマーケット開拓をしようとし、出版社とぶつかって苦労した顛末を書いて出版している。

詳細を正確に把握しているわけではないが、漫画家に対する日本社会の扱いも、明らかに世界標準からずれている。あちこちの国を旅して驚くことのひとつが、どこの国にも日本の漫画が翻訳されて出版されていることだ。コスプレや日本ブームなども合わさった広がりや価値を、諸外国から教えられている始末だ。これって、本当に変わらないパターンだ。

プロ漫画家へ

初めて新聞に自分の漫画が掲載され、原稿料を受け取ったのは、大学四年の7月頃だった。

その頃、私は就職活動の健康診断で胸に影があると言われ、断層写真撮影の結果、結核と診断された。結核はもう治る病気になっていたもので、病そのものの不安などはなかった。しかし結果、まず半年の治療と安静の生活を強いられた。

想像もしないことだったが、身近なところで父が、結核の診断を受け堺市の病院に入院中だった。4人家族だった一家の男二人に、結核の診断がくだった。妹は高校を卒業後銀行に勤務。母は専業主婦だった。

それまでも好きで描いていたマンガだったし、高校、大学とマンガ研究会にも属していた。しかし漫画家になろう等という気はさらさらなく、楽しんで青焼きコピー誌を作成したりしていた。

漫画家の卵などと称される、絵のうまい友人、知人は山ほどいた。中にはデビューして漫画家として活躍していった人もあった。

四十年以上前の話だが、大阪新聞のヒトコママンガ連載を、篠原ユキオと三人で交代に担当していて、しょっちゅう作品原稿を見ていたのは、たしか「バイトくん」を描く直前の関大生「いしいひさいち」さんだ。

偉そうに私達は、「彼はヒトコマは向いていないよね」等と言っていた。(これは蛇足の自慢話)

きっかけ

始まりは産経新聞の投稿マンガコーナー欄。病気安静時間の退屈しに投稿してみたら思いがけず直ぐ掲載された。2222円(手取り2000円)の原稿料が郵便為替で送られてきて、それを換金すると、自宅で安静にしているバイト料が入ってくる感じだった。(当時、工場で一日バイトすると、おおむね1800円くらいもらえた)

味をしめて毎週投稿したが毎回掲載されるわけではなかった。でも、それが励みになって数ヶ月続けていると、秋も終わり頃、新聞社から連絡があった。

「一度、編集部に来てください」という。何だか分からない期待に、結核患者ではあるのだが、見た目に分かることもないので、堂々と大阪梅田の産経新聞本社ビルに向いた。

そこで、学生マンガ作家達と共同の連載をやらないかと打診された。自信があったわけではないが、大喜びで引き受けたのが、プロ漫画家としてのスタートだった。

ここで長い長いつきあいになる漫画家(現・京都精華大学漫画学科教授)の篠原ユキオと出会った。

それ以降ずっと、産経新聞、朝日新聞、タブロイド紙、業界紙、タウン誌やミニコミ誌、社内誌等に様々な企画で描かせて貰った。子供服のデザイン画として、シリーズ商品がスーパーの衣料品売り場に並んだこともあつた。

た。

しかしこれらすべては、先方から打診があって、企画会議を経て、連載、掲載、制作にこぎつけたものである。一定期間が過ぎると何かの理由で終了する。

無論ごく一握りの漫画家は、何十年にもわたって新聞の4コマ漫画や週刊誌の連載をする。しかし多くの漫画家の仕事は、始まってやがて終了する。そして編集担当者は人事異動で出世したり退職したりする。新しい担当者は独白色を出したくなって、前任者の人脈の作家や漫画家は一新されたりする。

この担当編集者はサラリーマンである。私は心理職地方公務員と漫画家の二足わらじの期間が長かったから、このあたりのアヤが両面から分かる。自由業のマンガ家にとって、サラリーマン編集者はしばしば、慇懃無礼な権力者だった。

ユーモア エクスプレス K.K.

自分の漫画を掲載する場を、自分で開拓する。これはいわゆる売り込みとは一線を画している。あちこちに自分の漫画原稿を持ち込むだけだったら、一般の営業活動と差はない。

ここで考えてチャレンジしたことが、この連載「社会システムの変化」志向と重なっている。

私が考えていたのは、この時点で形成されていた日本の漫画家業界仕事の枠組みを、隙間産業的に少し開拓することだった。

限られた掲載機会の誌面、紙面を多数の漫画家が取り合うのではなく、新たな市場を切り拓こうと考えた。この発想の源に、よく知っていたわけではないが、アメリカの配信システムがあった。

近年、凋落の一途だと聞くが、アメリカの新聞発行部数は元々、読売、朝日等の日本の新聞のように500万部、600万部発行なんてことはないらしい。

日本の二倍の国民を抱える米国で、トップファイブにはいるNYタイムズだって200万部程度。広いアメリカ各地に存在する地方紙の発行部数は何十万部、もっと小規模なエリア新聞も数多く、全土に散在している。(現在はネットニュースに押されて凋落の一

途らしいが)

しかし地元紙だって紙面には著名コラムも欲しいし、マンガも欲しい。ローカルだからと、地元ネタ、地元民しか登場しないというわけにはいかない。全国ニュースも掲載しなければ、新聞とはいえない。そこで、通信社システムが発達する。

通信社が配信する原稿を、アメリカ全土のあちこちのメディアが掲載契約で購入する。

昔の日本の雑誌、漫画誌(マンガ読本)などにも、一コマ漫画はアメリカのオリオンプレス c.等と明示されたものをよく見かけた。

こんなことを書いているが、今にして思うと、正確に米国の配信システムを調べたわけでも、参考にしたわけでもなかったことに思い至る。しかしあの頃は、思いついたアイデアに惚れ込んでしまっていた。

この仕組みを日本で展開すれば、朝日、読売、毎日、日経、サンケイなどの大新聞や、マガジン、サンデー、チャンピオンなどの少年週刊誌の連載を競い合うようなことをしなくて良い。

一方、中小メディアの側は、時事漫画、風刺漫画などを、比較的安価にオリジナルで掲載することが出来る。一誌の原稿料は安くとも、掲載紙・誌が増えれば、一枚の原稿で一定額の収入が見込める。この着想はなかなか理に適ったものだと考えた。

しかし実際は、なかなかこの発想は日本社会に受け入れてもらえなかった。いや、興味すら持ってもらえなかった。当時流行していたタウン誌にDMを作って、売り込みをかけたことがあったが、全く関心も持ってもらえなかった。DMは3パーセント反応があれば上出来だと聞かされた。100送って三つレスポンスがあれば上出来。それと契約に結びつくのとは別である。実際、あまりにも反応がないので、「ミニコミのくせに、大出版社きどりか！」と心の中で悪態をついていた。

一緒にマンガを描き続けているグループ「ぼむ」のメンバーにこの話をしてを口説くと、了解度はともかく、みんなで会社を設立するのは面白そうだと賛同してくれた。そして全員が出資者・役員、ユーモアエクスプレス k.k.が発足した。

だが、それまでにない仕組みを作って、仕事に結実させて、発展させていくだけの動きを我々は持たなかった。意図を理解して営

業活動する者が誰もなかったのだ。所詮皆、漫画家、作家であった。

だからユーモアエクスプレス k.k.は名前だけの株式会社で、僅かな連載契約と決算が主な仕事の会社だった。(やがて商法改正などのあおりも受けて、有限会社に縮小し、篠原ユキオの個人会社になった)

ぼむ

マンガ家集団ぼむのことを説明しておかなければならない。このグループは先述した産経新聞ヤング面の連載をきっかけに生まれた。

新聞にヒトコマ漫画を連載することになったメンバーが集まって、漫画同人を創ろうと話し合った。大阪・阪急東通り商店街にあった喫茶店Nuでその集まりはスタートした。そこでグループに名前をつけようと思案した中からきまった「ぼむ」に、特に意味はなかった。

最初の活動としてヒトコマ漫画紙「ぼむ」の発行(たしか1970年のことだ)と、パネル漫画展を京都北白川のギャラリー喫茶店、同志社大学学生会館ギャラリー、そして大阪梅田のASAHIビヤホール展示壁でおこなった。

篠原ユキオ、山口博史、安芸ヒロシと私。皆就職していて、私だけが病気留年していたため、実働部隊は一人だった。

それから今日(2017年)に至るまで、大阪現代画廊で「ぼむ」展を30年以上、一旦終えたパネル漫画展がまた京都で再開した。月例ミーティングは40年以上、現在も継続している。

篠原ユキオ、国府弘昌、外村晋一郎、柳たかを、ののぐちさとる、カワキタカズヒロ、桂べかこ(後に南光)が、長期継続メンバーで現在に至る。

木陰の物語 連載

時期は前後するのだが、当時すでに連載していたものを、新会社を通して受注することで、一定額の会社への留保もおこない、営業活動もしようとはしていた。しかしメンバーの仕事が増えていくことはなく、細々と会社

を維持してゆく感じだった。

「木陰の物語」は大阪/少年補導協会の機関誌「少年補導」(その後、誌名変更で「少年育成」)誌に連載していた「子ども旅」の連載が完結する頃に、珍しく新企画として編集者に持込んだものである。

それまで2ページ見開きで連載していたものを、4ページの一話読み切り作品にしたいと提案した。当時の松宮編集長の回答は原稿料据え置きで良ければ、ページ拡大は可能だとのこと。ここから今に至る連載がスタートした。現在第205話。月刊誌だから17年目になる。このコンテンツがその後、様々な条件の変化の中で発展していくことになった。

連載漫画の成り立ち方

よほど恵まれた条件が整わないと、長期連載は叶わない。まず読者の支持がないと当然だめだ。「ワンピース」や「サザエさん」、「こち亀」、「ゴルゴ13」のような作品は希である。多くの作品が年度末、紙面刷新、編集長交代、休刊など、様々な理由で連載を終える。

ありがたいことに「木陰の物語」にそれはなかった。松宮編集長が退職になった時も、次の編集長から「引き続き、よろしく」と挨拶があった。

しかし思いがけない要因でこの連載は終了することになった。2010年度末(2011年3月号)をもって雑誌そのものが休刊されたのである。

社会システムとはこういうものだという典型にも見えたので、そのエピソードを書いておく。

休刊(実際は廃刊)やむなしに至る原因の一つが総会屋対策の法律制定に関わっていたと聞いた。(裏はとっていないので、噂話)

「少年補導」誌(後に「少年育成」と改題)は大阪少年補導協会が発行する業界の小さな雑誌である。出版社が出す商業誌とは異なって、書店に並ぶことは少なく、もっぱら関係機関や業界公所における定期購読が販売基盤だった。

これと相似形の業態を形成していたのが総会屋である。「業界**ジャーナル」などと

タイトルした機関誌を名前だけ発行して、その定期購読料の名目で金銭を大手企業から受け取っていた。

企業の側は、あらぬ事(あることでも内密のこ)を書かれるくらいなら、定額を株主総会対策費として「購読料」の名目で納めていた方がベターという判断が働いていた。

総会屋に関わった不正や犯罪が表面化した時、この資金源を断つというので、この種の定期購読費の見直しが厳しく行われた。

そしてこれに類する多くの定期購読が廃止された。その余波を食らったのが「少年育成」誌だった。もともとそんなに発行数の多くはない月刊誌は、このあおりで幕を引くことになったと聞いた。そして私の連載も終えることになった。

連載終了≠執筆終了

この時、世間一般の連載終了=執筆終了という事態を私に避けさせたのは、ユーモアエクスプレス方式であった。数は少なかったが、他でも「木陰の物語」を連載していたのである。原稿料はないに等しかったが、定期的に掲載され、それを楽しみにしてくれている人がいた。

それが私立幼稚園の園便りへの連載である。複数園で、一園あたりせいぜい100人~200人くらいの在園児が持ち帰りのお便り。そこに掲載されている作品を読んでくれる読者があった。それがあつたので、毎月描くことをやめようとは思わなかった。

各幼稚園と契約して、園誌に合わせたレイアウトで提供し、その手数料はエージェントに受け取ってもらう。そんな約束をしていた。だからミニコミ(園だより)に掲載されるものを私自身が目にするにはほぼない状態で2011年は連載が続いた。(ユーモアエクスプレスkkもこれを目指していたのだが、この時点ではもう解散していた。そしてこの業態は、私の息子の会社の一部、ホンブロックkkが「木陰の物語」に関して展開中である)

振り返ってみると、このときの園誌連載は、必ずしも新作がいつも掲載されたのではない。私は描きたいものを描いていた。だから、幼稚園の保護者向けではないと言われる作品(たとえば、高齢者問題、障害者問題)も多

数あった。

幼稚園の連載だから、幼稚園児が登場する話を、という考え方に私は賛同していない。家族は様々な構成メンバーがいる。幼児のいる家におばあちゃんも居ていろんな悩みを抱えているものだ。

だが園によっては、それまでに描いていた150話以上の中から、幼稚園向きだと思える作品を選んで掲載することを希望したところもあって、それは承知した。

2010年度末、つまり2011年3月というと、東日本大震災・津波・原発事故被災と時を同じくしていた。この大災害に向けた支援プログラムに、「木陰の物語」が絡んでくるのは、この直後の事である。

そんな中、2011年の秋、東京の「ほんの森出版」の編集者からメールがあった。「少年育成」に連載されていた「木陰の物語」のファンだったが、読めなくなって残念に思っている。あの連載を私のところの月刊誌で再開できないかという打診だった。

うれしい話だし、なかなかそんな機会はあるものではないので快諾した。そして翌年4月号から「月刊 学校教育相談」誌で連載が再開された。

この時の契約も一誌独占掲載ではなく、競合しない他紙誌併載の可能性を了承してもらった。だから原稿料は安い。そして現在、「木陰の物語」が連載されている媒体は数多い。

まず、どこの書店でも手にすることのできるメジャーなものは、季刊「かぞくのじかん」婦人之友社。毎回二話掲載で二年目に入った。

業界誌では「月刊 学校教育相談」が五年、「月刊 福祉」が三年、いずれも連載中。

他に通販会社のPR紙で一社。

そして、私立幼稚園の園便りへの連載。各園在籍園児数ほどの発行で、月刊のものが多い。これが七〇誌以上で掲載中である。子どもが持ち帰るものゆえ、保護者もかなりよく読んでくださっている。

配信連載多数

このように最初にユーモア・エクスプレス構想で持ったイメージが、ほぼ実現されて今に至っている。しかし、こんな連載形式は日

本のマンガ家では希だと思う。理にかなって、多くの人に読んでもらえる機会拡大になっても、なかなか真似る人はいない。

作品の善し悪しは読者が決めるし、長期連載になるかどうかを決めているのも読者だ。その一方で編集者が決めている面も確かにある。でも本当のところは、作家自身が決めるのだと思う。

売れる、売れない、受ける、受けないを作者が決めることはできないが、継続しつづける根拠は作者自身の中にある。ある決意を持って作品を描き続けることだけが、そのものの社会的意味を醸成するのだと思う。

システム リ・クリエイター

こうして描き続けてきた作品が現在、世の中に広く届く。その突破口になったのは、私の息子の会社Asoblock k.k.の仕事である。彼が運営する会社の中の一出版部門homblock k.k.で、業務を担当してくれるスタッフがいる。

そのおかげで、「家族の練習問題」(現在発行数第一巻1万5千部、第二巻1万部、第三巻以降5千部)～第六巻まで、継続発刊中だ。

また、同じ第一巻が編集を加えて、ゴマブックス「新版 家族の練習問題」、講談社α文庫「家族の練習問題」としてメジャー発行もされている。

一方、東日本大震災復興支援の一環として、2011年秋以来、毎年一万冊、非売品「木陰の物語」をNO.1～2016年No.6まで発行し、届けるプロジェクトも継続中である。同時に、福島、宮城、岩手、青森の被災地において、「木陰の物語・パネル漫画展」を2011年から各地で毎年継続開催中である。

被災者に向けたマンガの発信がどんな意味を持ち得るのかはわからない。こんな形で復興支援が出来ているのかどうか。それをマンガ家や漫画出版業界が決めることは出来ない。

更に2017年2月には、大阪・地域生活定着支援センター発行で、刑務所を出所した高齢者、障害者を支援する人達のための冊子として、同じ出版方式のモノが作成された。

おわりに

日本社会における漫画の発行形式に少しチャレンジしてきた。それがマンガが果たせる役割を開拓するという、想定以上の一步を刻んでくれている気がするこの頃だ。もっとも、これとて私の自己満足、自画自賛だと言

われれば、そうではないと証拠立てるものはない。

ただ、売れてるかどうかだけ、依頼されるかどうかだけに漫画を描くことをゆだねるのは、私のメンタルヘルスにはきわめて良い。

マンガを描き続けるかどうかは、私が決めることであって、誰かが決めることではない。

