

2017年3月26日(日)

東京マガジンバンクカレッジ 第一弾

「雑誌解体！ ～趣味雑誌から 現状と課題を考える」

辻 泉(中央大学文学部)

tsuji@tamacc.chuo-u.ac.jp

+中央大学FLPジャーナリズムプログラム辻ゼミ生



1. イントロダクション

(1) 雑誌とは何か？：長らく続いた「雑高書低」

- ・雑誌の特性と機能

- 「セグメント性と進化性」

- 「ジャーナリズム機能と生活情報の伝達機能」

- (川井良介編, 2006, 『出版メディア論入門』日本評論社)

- ・「雑誌が支えてきた日本の出版産業」

- 広告の多さ、回転の速さ

- (星野渉, 2014, 『出版産業の変貌を追う』青弓社)

1. イントロダクション

(2) 雑誌とは何か？：41年ぶりに崩れた「雑高書低」

東京新聞 TOKYO Web

【社会】

雑誌販売、41年ぶりに書籍を下回る 漫画も落ち込み

2016年12月26日 夕刊

出版不況が続く中、今年の雑誌の売り上げが、四十一年ぶりに書籍を下回る見通しとなったことが、出版科学研究所（東京）の調査で分かった。漫画誌の不振などが原因とみられ、一九七〇年代半ばから続いた「雑高書低」と呼ばれる状態が逆転、出版界の“常識”が覆った。スマートフォン普及や電子雑誌の読み放題サービスの浸透なども背景にあり、雑誌を主力に据える町の書店の苦しさが増した。

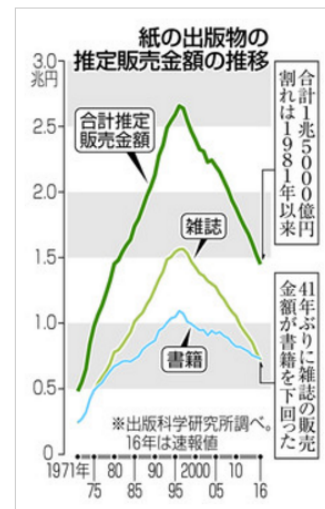
同研究所が、出版物の一～十一月の販売実績を基に算出した出版物推定販売金額（電子出版を除く）で判明した。雑誌は約七千二百億円で、前年比7・7%減。ピークだった一九九七年と比べると市場規模は約46%にまで縮小した。書籍は約七千三百億円で、「ハリー・ポッター」シリーズの新作や石原慎太郎さんの小説「天才」のヒットもあり、前年比1・6%減にとどまった。雑誌は十九年連続、書籍は十年連続の前年割れとなった。

書籍と雑誌を合わせた紙の出版物全体では、前年比約4・7%減の約一兆四千五百億円となり、三十五年ぶりに一兆五千億円を割った。前年割れは十二年連続。

雑誌は、「週刊文春」がスクープを連発して話題を集め、付録付きの美容誌や女性ファッション誌も健闘したが、男性誌や趣味誌は低調だった。出版科学研究所の担当者は特に漫画誌の落ち込みが目立つと指摘、「（今回の推定販売金額には含まれない）電子出版での漫画の定着が進み、漫画は『紙で読まなくてもいい』という読者が増えている」と分析する。

小幅の落ち込みだった書籍では、「ハリー・ポッターと呪いの子」、アニメ映画「君の名は。」の原作小説と、「どんなに体がいたい人でもベターッと開脚できるようになるすごい方法」がミリオンセラーに。文芸書も好調で「天才」のほか、芥川賞を受賞した村田沙耶香さんの「コンビニ人間」や宮下奈都さんの本屋大賞受賞作「羊と鋼の森」もヒットした。

<出版不況> 出版市場は、ピークの1990年代半ばに比べると6割弱まで縮小している。昨年から今年にかけ、出版取次業界4位の「栗田出版販売」が民事再生手続きに入り、中堅「太洋社」は破産。書店の閉店も相次いでいる。出版不況の原因として、雑誌不振のほか、スマートフォンやゲームの普及などによる若い世代を中心とした「本離れ」も指摘されている。



※出典: <http://www.tokyo-np.co.jp/article/national/list/201612/CK2016122602000228.html#print>

2. 研究・教育紹介

(1) 中央大学 FLPジャーナリズムプログラム 辻ゼミの紹介(集合写真)



2. 研究・教育紹介

(3) 中央大学 FLPジャーナリズムプログラム 辻ゼミの紹介(プログラム紹介①)



Faculty
Linkage
Program



学部の垣根をこえた、刺激的な学びの場

FLP(ファカルティリンケージ・プログラム/Faculty-Linkage Program)は、幅広い学問領域を持つ総合大学のメリットを生かした教育プログラムです。各学部に設置された授業科目を学びの目的に合わせてピックアップし、FLP独自のユニークな演習科目として展開。学部での学びとはまた別の専門的な視点を身につけることが可能です。



環境

環境問題を複数の視点から
学び、必要な取り組みを立
案できる能力を養います。



ジャーナリズム

マス・メディアの世界で活躍
するための広い視野をもち、
ものごとの本質を深く考察、
分析できる能力を養います。



国際協力

開発途上国の諸問題を多角
的・総合的に研究、世界の貧
困問題の解決に貢献できる
能力を養います。



スポーツ・ 健康科学

医療や文化、ビジネスなど、
幅広い領域でスポーツの発
展に寄与できる能力を養い
ます。



地域・公共 マネジメント

これからの社会を語る「地域
社会」で、将来、政策形成を
担える能力を養います。

注1: プログラムは、短期間・集中型で実施可能な場合があります。注2: FLPにて開講されている全プログラムには定員が設定されており、希望者全員が履修できる限りではありません。注3: 履修科目(単位)を組み合わせるプログラム履修に必要な科目の多くは、通常のキャンパスで開講しています。このため、既修履修キャンパスに該当する理工学部生については、関連プログラムを履修するためのプログラムについて履修キャンパスへの通学が必要となります(2013年実績に基づき)。

※出典: http://www.chuo-u.ac.jp/aboutus/gp/flp/introduction/about_flp/

2. 研究・教育紹介

(3) 中央大学 FLPジャーナリズムプログラム 辻ゼミの紹介(シラバス紹介)

- 「本演習は、ポピュラー文化に関連するメディアの実態について、広く理解を深めることを目的としている。たとえば、趣味やファッション、ライフスタイルに関する雑誌やインターネット情報であったり、あるいはスポーツジャーナリズムであったりというように、われわれの日常生活において身近な、ポピュラー文化を切り口にして、今日のメディアの実態や問題点について考えてみたい。」
- 「具体的には、関連する文献の読解からスタートして、実際にメディア情報の内容分析を行ったり、あるいはこれらの情報発信に携わる現場への訪問調査なども織り交ぜつつ取り組んでいく。」

※「男性ファッション誌」(2011年度)、「女性ファッション誌」(2012年度)、
「趣味雑誌」(2013年度)、「男性ファッション誌」(2014年度)、
「女性ファッション誌」(2015年度)、「趣味雑誌」(2016年度)
…の3年ワンサイクルが、ちょうど二周したところ。

3. 研究成果紹介

今年度(2016年度)の研究対象と課題

「趣味雑誌の現状と課題把握
(内容分析、編集部 & 読者インタビューなど)

+

今後の展望＝オルタナティブメディアの探求」

3. 研究成果紹介

(1) 今年度の研究対象: 趣味雑誌7誌



3. 研究成果紹介

(2) 対象の選定理由

若者の趣味ランキング (n=259、単位%)

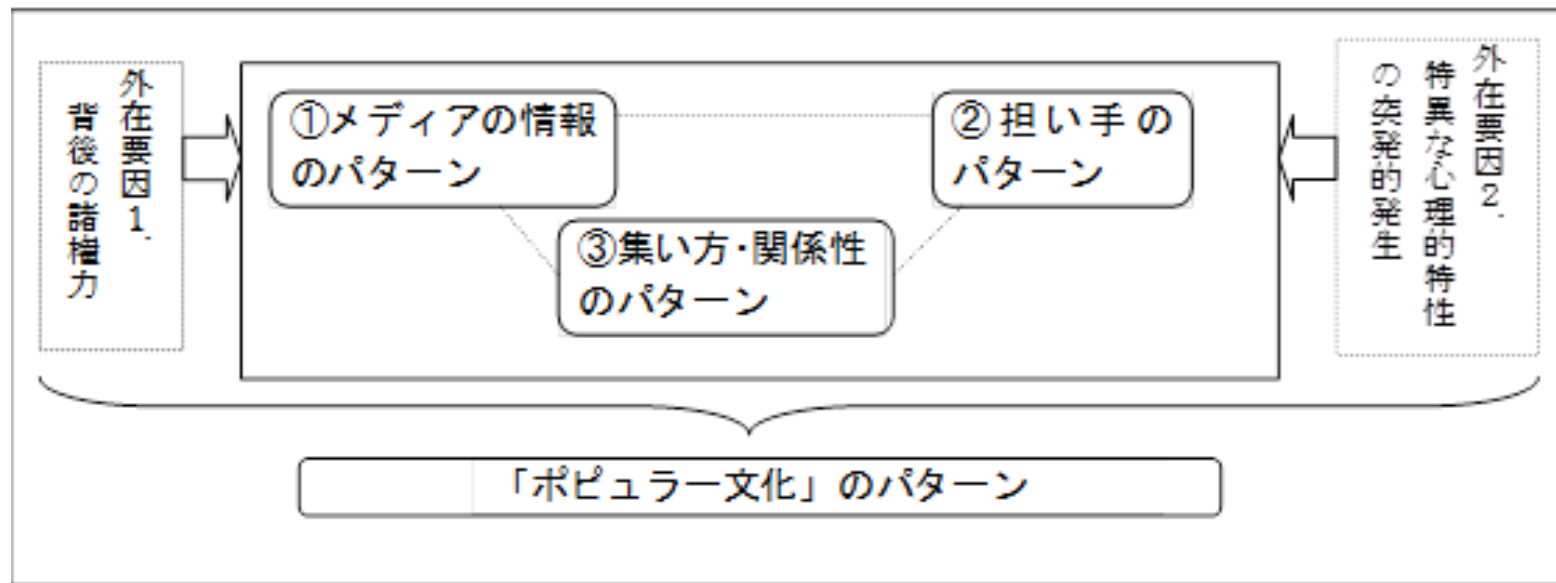
1位	自分でやるスポーツ	16.3
2位	音楽鑑賞・オーディオ	13.2
3位	映画や演劇	7.4
4位	マンガ	5.8
4位	ビデオゲーム	5.8
6位	ファッション	5.4
7位	アニメ	4.7

出典：GYS2015杉並区調査(20歳の男女、1000名が対象)

※詳細は、辻・大倉・野村(近刊)「若者文化は25年間でどう変わったか」『紀要 社会学・社会情報学』第27号、中央大学文学部、参照。

3. 研究成果紹介

(3) 研究方法: マルチメソッドアプローチ (MMA)



・内容分析、各種データの分析に加え、編集部、読者インタビューなど、多角的な視点から調査研究を実施し、理解を深める方法

※出典: 辻泉(2008):「メディアと集いの文化への視座～経験的／批判的アプローチからマルチメソッド・アプローチへ」南田勝也・辻泉編『文化社会学の視座—のめりこむメディア文化とそこにある日常の文化』ミネルヴァ書房

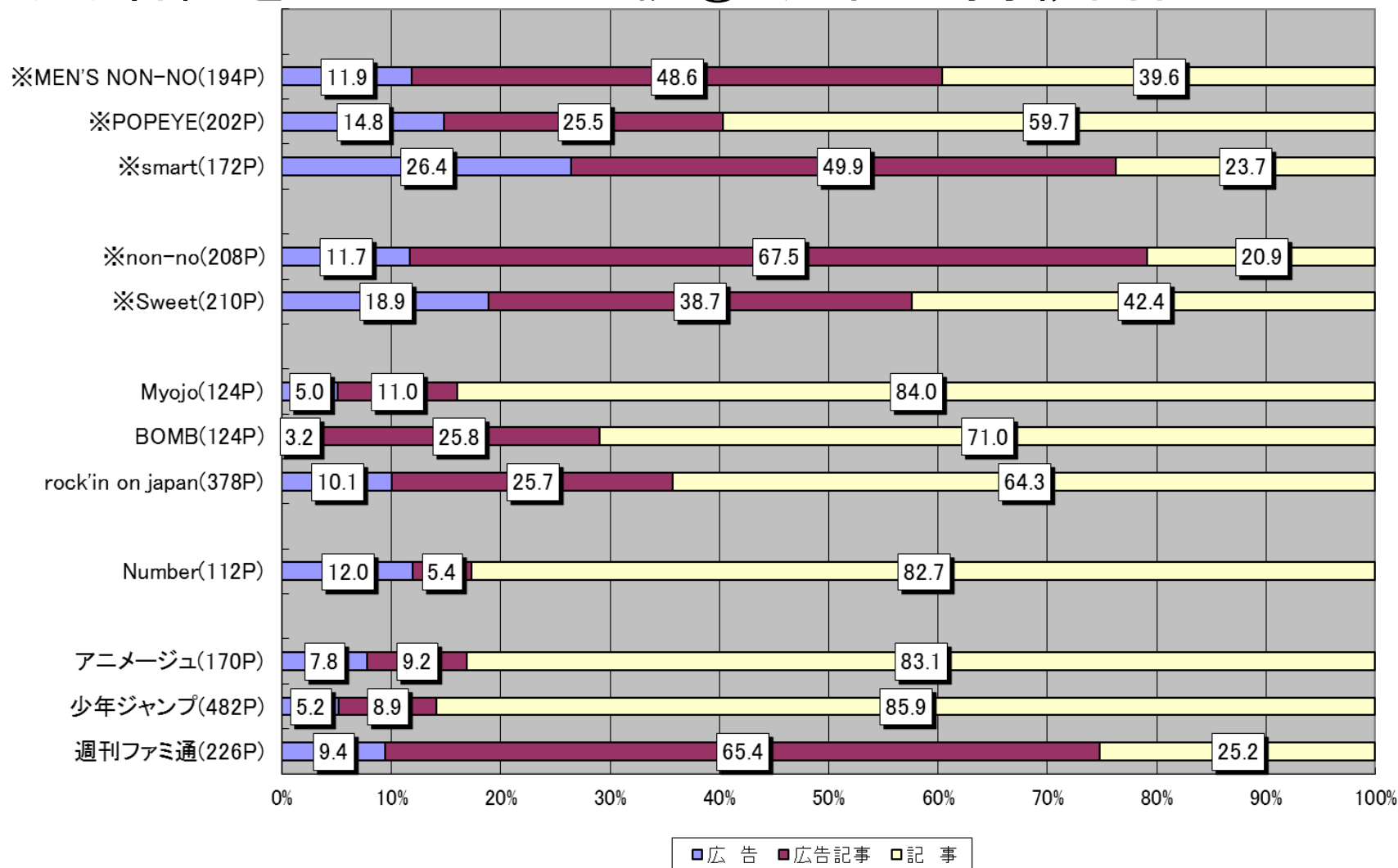
3. 研究成果紹介

(4) 各誌をデータから比較①:『雑誌新聞総かたろぐ』より

大分類	小分類	雑誌名	創刊	間隔	大きさ	ページ	値段	発売日	部数	出版社
芸能・音楽	男性アイドル	Myojo	1952	月刊	A4変型判	188	560→640	23日	240417→212500	集英社
	女性アイドル	BOMB	1979	月刊	AB判	180	880→920	9日	45267→38186	学研パブリッシング
	ロック	ROCKIN'ON JAPAN	1985	月刊	B5変型判	272→302	600→617	30日	220000→150000	ロッキングオン
スポーツ	総合	Sports Graphic Number	1980	隔週	A4変型判	120	550→570	木曜	127229→104011	文藝春秋
ACG	アニメ	Animage	1978	月刊	A4変型判	220	620→890	10日	63838→57292	徳間書店
	マンガ	週刊少年ジャンプ	1968	週刊	B5判	420	240	月曜	2890000→2701042	集英社
	ゲーム	週刊ファミ通	1986	週刊	AB判	224	370→400	木曜	500000	エンターブレイン

3. 研究成果紹介

(5) 各誌をデータから比較②: 広告の掲載割合



※ただし、趣味雑誌は2016年、女性誌は2015年、男性誌は2014年の8月号のデータ

3. 研究成果紹介

(6) 趣味雑誌が、「(相対的には)まだマシ」な理由

- ① 独占的なキラーコンテンツがある
(場合によっては、それを創出している)
 - ② 物質性をもった商品の魅力がある
(それが、コアなファン層を繋ぎ止めている)
 - ③ 余人をもって替え難いスタッフが編集部にいる
- ・・・これらは、インターネットコンテンツにはまだ乏しい

3. 研究成果紹介

(7)「独占的なキラーコンテンツ」がある場合

『Myojo』



『Number』



『週刊少年ジャンプ』



3. 研究成果紹介

(8)「物質性をもった商品の魅力がある」場合(付録戦略)
『BOMB』 『Animage』



※出典: https://twitter.com/idol_bomb/status/808184519576535040?lang=ja
<https://matome.naver.jp/odai/2133689395261706701>

3. 研究成果紹介

(9)「余人をもって替え難いスタッフが編集部にいる」場合

『ROCK'IN ON JAPAN』

- ・編集長 山崎洋一郎さん
- ・1991年に2代目編集長を継ぎ、
幾度か交代しながらも再任。

「自分とやり方違う人の方が
引き継ぎやすいんだよね」
「秘伝のタレみたいなものがある」
(今年度インタビュー調査より)



4. まとめとディスカッション

(1) あらためて、趣味雑誌の現状と課題を考える

- ・部数の減少幅などは「まだマシ」
- ・だが、その理由は、果たしてサステナブルと言えるか？

①「独占的なキラーコンテンツがある」場合

- ・『Myojo』→芸能事務所がコンテンツのネット利用を解禁したら...
- ・『Number』→読者層が年々高齢化(団塊ジュニア向け雑誌化)
- ・『週刊少年ジャンプ』→確率論的な「大御所」漫画家への待望

②「物質性をもった商品の魅力がある」場合

- ・『BOMB』『Animage』の付録商法→グッズだけを売ればよい？

③「余人をもって替え難いスタッフが編集部にいる」場合

- ・『ROCK'IN ON JAPAN』→後継者の育成、交代のタイミング

4. まとめとディスカッション

(2) 結論

- ・現状と課題を踏まえ、考えるべきは以下の二点では？
- ・そもそも、紙VSインターネットという二項対立でとらえることを乗り越えた上で・・・

①「雑誌1. 0の野辺送り」

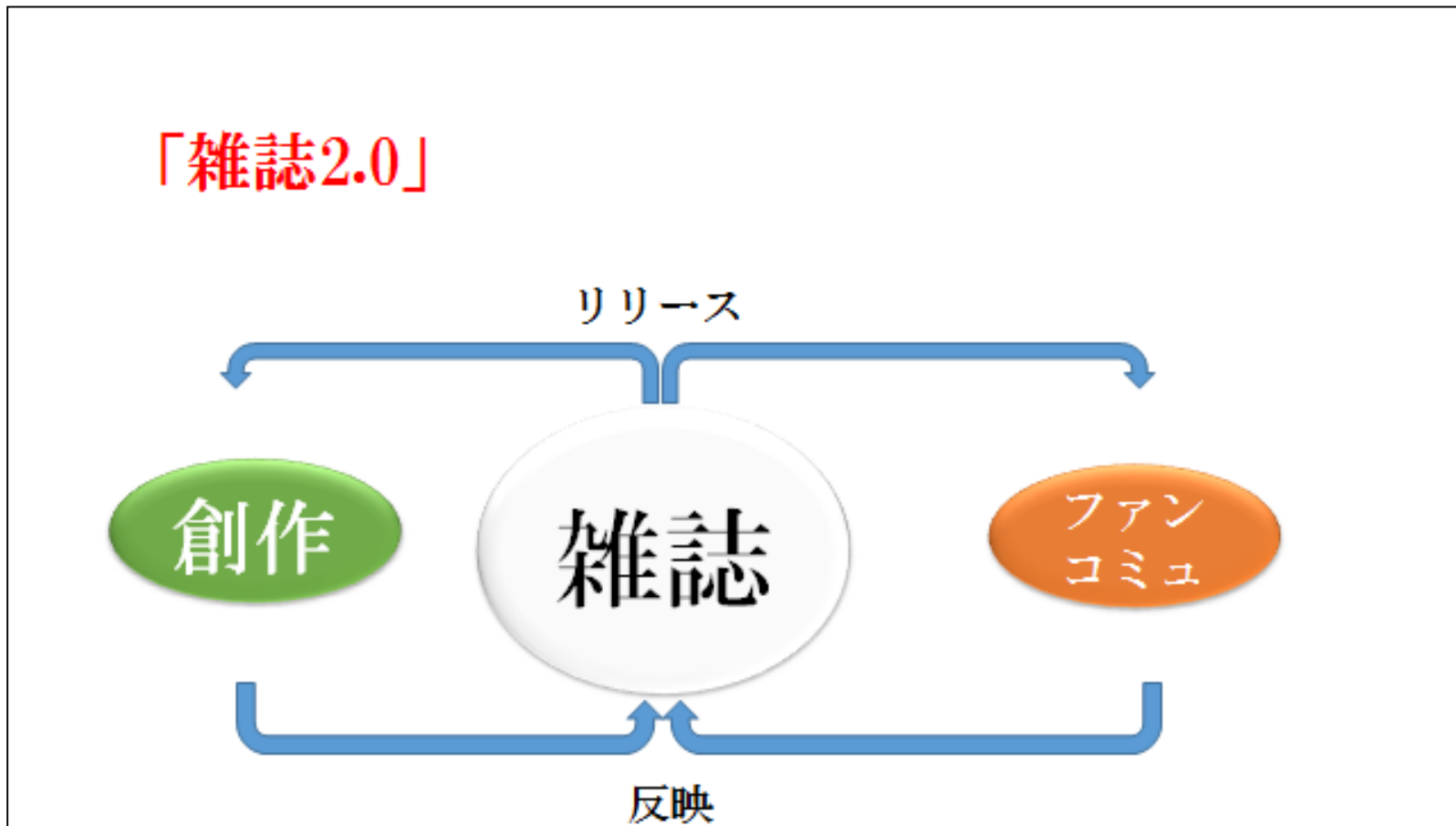
「雑誌は滅びない」「紙が好きだから」といった
根拠に乏しい回顧主義は徹底的に相対化すべき

②「雑誌2. 0の誕生祝い」

一方で、コンテンツの創出（特に『ジャンプ』など）、
ファン・コミュニケーションの基盤であった点など、
「雑誌の最良の部分」は再確認し、紙媒体であれ、
インターネットであれ、意図的に再構成する必要があるのでは？

4. まとめとディスカッション

(3)補足①「雑誌2.0」のイメージ図



※出典：2016年度中央大学FLPジャーナリズムプログラム成果報告会、辻ゼミ配布資料より

4. まとめとディスカッション

(4) 補足②と③

新しいコンテンツ創出システム とファンコミュニケーションのインフラ

「新たな才能の発掘」的役割を担うオルタナティブメディア候補
⇒ジャンプルーキー

ジャンプルーキーとは？

誰でもマンガを投稿でき、
さらにそれらを誰でも無料で
閲覧できるWebサービス。
人気の高い作品や編集部に才能を
見出された作品はジャンプ+や
ジャンプ本誌に掲載される。



LiveFans
iPhone / Android



レビューを投稿できる！
レビューを共有できる！

- ・レビュー3000字書ける
- ・Twitter、facebook、LINEと連携 ハッシュタグで共有可
- ・セトリストの書き込み可能
- ・雰囲気(男女比、年齢層、鑑賞スタイル)を投稿できる

