

京都学園大学 人間文化学部 メディア文化学科

2007年度 卒業論文

「日本のマンガの今までとこれから」

2004M052 酒井一平（関口久雄ゼミ）

〔 序文 〕

日本では大人から子供までがマンガを読み、町中にマンガが溢れている。そんな中、最近日本のマンガは衰退した、つまらなくなった、などの意見をよく聞く。それは本当なのだろうか。雑誌や単行本の売り上げデータ、他のメディアとの関わり、海外のマンガ事情などを研究しマンガの現状を考える。その結果を見てマンガが本当に衰退しているのか、そしてこれからどうなっていくのかを考えてみたいと思う。

目次

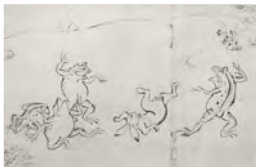
序文	1
目次	2
I マンガについて	3
A マンガとは	3
B 日本のマンガの起源	3
II 日本のマンガの歴史	4
A 戦後のマンガ	4
B マンガと雑誌	5
III 日本のマンガの現在	8
A 日本マンガ界の今	8
B 日本のマンガが海外に与えた影響	9
IV マンガは衰退したのか	10
V まとめ	12
<参考文献>	14

I マンガについて

A マンガとは

現在の日本でマンガは、男女関係なく子供から大人までが楽しめるメディアとして認められている。では、このマンガというメディアは一体どのようなものなのだろうか。例えば一枚の絵があったとする。この絵をマンガと認識させるためにはどのようにすればいいのだろうか。まずその絵を線で囲む、これがコマである。これでマンガに見えるのだろうか。いやまだ見えない。この絵をマンガとして見せるためには、どうすれば良いのだろうか。マンガ家のウィル・アイズナーは、マンガを定義する際に「連続的芸術」という言葉を使った。これは1枚だとただの絵だが、それが2つつながったときに初めて、マンガとして認められるということである。つまり、続きの絵を書くなどの作業が必要といえる。コマが2つ生まれると、その2つの絵の間にストーリーが生まれる。つまりマンガとは、絵に物語的な意味を持たせたものを言うのかもしれない。また夏目房乃介は“マンガは絵の記号的な働きと、言葉の働き、コマの構文で成り立っている”¹⁾と述べている。つまりマンガとは、「絵をコマという線で囲み、そこに文字を書き込んだり、連続するコマを足すことによって、その絵に意味を持たせたもの」といえるだろう。

B 日本のマンガの起源



日本のマンガで最古だと言われているのは「鳥獣人物戯画」(図1)

と呼ばれる絵巻物だ。これは

平安時代に描かれたもので、

この時代の絵巻物の中にはフキダシや場面転換など、現在の漫画的な表現の原点のようなものが見られる。

さらに1814年葛飾北斎が発表した「北斎漫画」(図2)には、漫符(感情や感覚を表すための符号)の原型のようなものが見られる。この「北斎漫画」に



(図2) 北斎漫画

よって漫画という言葉が人々の目に触れるきっかけになっていく。しかしこの時代の人々は、現在の漫画を意味する言葉として、「鳥羽絵」や「ポンチ絵」と呼んでいたため、「漫画」という言葉は広まらなかった。「ポンチ絵」というのは、日清戦争が終結した頃から、日露戦争が始まるまでの間に起こったポンチ本の出版ブームによって広まった言葉である。漫画という言葉が一般的に使われるようになるのは、大正時代に入ってからであり、この時代に入ると漫画雑誌、少年漫画、漫画家、という言葉も誕生する。漫画家という職業を

作り出したのは、「日本の近代漫画の祖」と言われる北沢楽天である。また、それまでは風刺の手段としてしか使われることのなかった漫画を、大衆に広めたのが岡本一平である。岡本一平は、漫画に解説文を添えた「漫画漫文」という漫画と小説を融合させた、後のストーリーマンガの原型のようなものを作り出している。この2人の活躍が、後のマンガ文化に多大な影響を与えたと思われる。昭和の時代に入ると、フキダシやコマ割りなどの現在のマンガでも使われる表現が、浸透し定着していく。また、欧米から入ってきたナンセンス漫画が流行し、近藤日出造、横山隆一、杉浦幸雄らが作風に取り入れ、日本のマンガ文化が広がりを見せた時代であった。

第二次世界大戦が起こる直前の1930年代前半、「のらくろ」(図3)などの子ども向けの人気漫画が単行本化される。しかし、子供たちにとって単行本は、高価で手の届かないものだった。そのため子供たちの中で広まったのは、紙芝居だった。この紙芝居から生まれた「黄金バット」(図4)は戦後のマンガでも描かれ、大ヒットすることになる。そしてこの後、戦争が起こる。戦争が終わり混乱している時代、マンガ界には現在のマンガの基礎を作り上げる手塚治虫が登場し、マンガ文化は、驚異的なスピードで発展することになる。



(図3) のらくろ



(図4) 黄金バット

II 日本のマンガの歴史

A 戦後のマンガ

戦後の日本で、子供たちがマンガに触れる機会を担ったのは赤本である。(図5)赤本とは雑誌のような形態ではなく、作家が書き下ろしの作品を描いたもので、表紙に赤系統の色を使ったものが多かったためこう呼ばれる。1947年に手塚治虫が発表した『新宝島』をきっかけにして、世間に赤本ブームが起きることになる。この『新宝島』という作品は、それまでのマンガが持っていた単純で短いというイメージを壊し、新しいマンガの形を示したといえる。この作品は、楳図かずおや藤子不二雄など、後のマンガ界で活躍する人物に多大な影響を与えることになる。この赤本ブームは1948年から1950年にかけてがピークといわれる。しかし1950年代前半になると、赤本マンガは衰退していくことになる。原因はPTAやメディアからの批判、赤本マンガの高額化、53年に登場するテレビの影響、



(図5) 赤本

そして最大の原因は読者と作家が中央の雑誌に移行したことである。1950年代前半は、子供雑誌がマンガに力を入れ始めた時期であり、書き手を求める雑誌側にとって、赤本マンガは宝の山だったのだろう。

衰退した赤本マンガに変わって登場するのは、貸本屋である。貸本屋とは、本の値段の10分の1くらいのお金で、本を借りることができる場所である。当時の日本は、朝鮮戦争による朝鮮特需よ

って、日本の生産活動は飛躍的に拡大した。しかし朝鮮戦争が終わると、経済は反動不況によりデフレの状態となった。そのため安価で本を読める貸本屋が広がっていった。貸本屋で扱っているマンガは、主に単行本でした。そのため作者が書きたいテーマを自由に設定できていたのである。そんな中で新たに「劇画」(図6)というジャンルが登場してくる。

当時のマンガは、ストーリーよりもギャグを重視したものが多かった。それに対して劇画は絵とストーリーを重視しており、大人の鑑賞にも堪えられるような作品が多かった。この劇画は今までマンガを読まなかった世代にも、マンガに興味を抱ききっかけを作り出した。赤本や貸本は、マンガの質を向上させ、新しい作者や読者を開拓したのである。しかし、そんな貸本も



(図6) 劇画

衰退していくことになる。その理由を中野晴行氏は“貸本が減んだのは、自らが生み出した「劇画」という形式が認知されたことによって、ソフトの作り手を中央の出版社に奪われたことと、それに代わる描き手を呼び寄せる魅力を失ったことにあるのだろう”²⁾と述べている。貸本は、多くのマンガ読者や新たな才能や表現を発掘し、徐々に市場から姿を消していくことになる。

B マンガと雑誌

戦後の日本の少年少女誌では、読み物が雑誌の中心を担っていましたが、50年代前半には『おもしろブック』『冒険王』『冒険活劇文庫』(のちの『少年画報』)などが絵物語を掲載していました。特に戦前の紙芝居で人気を博した「黄金バット」が『少年画報』で復活したことは、紙芝居から絵物語、そしてマンガへと表現の場が変化して行ったことがわかります。

50年代半ばになると、雑誌の主役は絵物語からマンガに移行していきます。そしてその

内容は、手塚作品に代表されるストーリーマンガが中心となっていました。『冒険王』の「イガグリくん」、『少年画報』の「赤銅鈴之助」「ビリーバック」「まぼろし探偵」、そして『少年』の「鉄腕アトム」「鉄人 28 号」など、多くのヒット作が生まれました。またこの頃は、連載作品とは別に、付録でマンガをつけることが増加していました。(図 7) この付録マンガは、人気作家だけでなく新人作家にもチャンスを与えました。この時代は手塚治虫の登



(図 7) 右端が付録マンガ

場により、マンガの内容が変化し、手塚治虫を中心として、新たな才能が多数登場しました。まさに月刊誌黄金時代と呼べるでしょう。

1950 年代末になるとテレビの登場や、それまでマンガを読んでいた子供たちの年齢が上がったことなどで、

月刊誌は部数を落としていく。そこで 1959 年に登場するのが『少年サンデー』と『少年マガジン』である。(図 8) それまでの月刊ではなく、週間でマンガ雑誌を発行したことで、子供たちがマンガに触れる機会が増加した。月刊誌黄金時代の主な読者だった団塊の世代と呼ばれる人々は、1960 年代後半には、10 代後半から 20 代になろうとしていた。彼らをターゲットとした青年誌が登場するのはこの頃である。この青年誌で、中心として



(図 8) 週刊少年サンデーと週刊少年マガジ

ンの創刊号

活躍したのが、白土三平やさいとう・たかをなど貸本マンガの世界で劇画作家として活躍していたマンガ家たちであった。またマニアックな作品を発表する場として、『ガロ』『COM』なども登場した。67 年には『少年マガジン』が百万部を突破。そして『少年キング』『少年チャンピオン』『少年ジャンプ』も登場する。(図 9)



(図 9) 左からガロ、COM、少年キング、少年チャンピオン、少年ジャンプの創刊号

またこの時代は「鉄腕アトム」が初の国産テレビアニメとして放映されたことを皮切りに、

「鉄人 28 号」「宇宙エース」「魔法使いサリー」「オバケの Q 太郎」「ゲゲゲの鬼太郎」などが次々にアニメ化された。その後のメディアミックスの原点となった時期といえるだろう。60 年代は貸本から雑誌にマンガの場所が移行し、月刊誌から週刊誌へ、青年誌の登場により劇画ブームが起り、マニアックな雑誌も登場。少女マンガも展開を広げた。そしてメディアミックスの可能性が見えるなど、さまざまなことが起こった時代であった。

大学生がマンガを読むことがニュースになった 70 年代はさまざまな新しい表現が生まれた時代であった。それによって社会に影響を与えるマンガが多数登場した。70 年代は 60 年代の勢いをさらに加速させ、さまざまな話題作が生まれた。劇画がマンガシーンの中心となり、それにより少年誌が読者の幅を広げるためにさまざまな作品を発表した。そして『少年ジャンプ』や『コロコロコミック』が部数を伸ばし、少女マンガもさまざまな表現方法を示し注目された。戦後ストーリーマンガが最も成長した時期であり。その勢いに乗って、さまざまな作品が生まれた。

1980 年『サンデー』『マガジン』『ジャンプ』『チャンピオン』『キング』の少年週刊マンガ雑誌の新年号の発行部数が 5 誌合わせて 1000 万部を突破。マンガの勢いは衰えることを知らなかった。『ヤングジャンプ』『ヤングマガジン』『スピリッツ』『モーニング』など 20 代の読者をターゲットとした新青年コミック誌が相次いで登場したのもこの時期です。これらの雑誌は今までとは違うテーマをマンガにしていた。食をテーマにした「美味しんぼ」、金融をテーマにした「ナニワ金融道」、サラリーマンを主人公にした「課長島耕作」などが登場し、人々のライフスタイルに結びついた作品が描かれ、マンガは市民権を獲得していく。マンガを読む人々が増え、人々はさまざまなテーマのマンガを求めるようになった。それに伴いテーマ別の専門誌も数多く誕生した。それらが今までマンガに触れてこなかった人々にマンガに触れる機会を作り、多くの新規の読者を獲得した。

1980 から 2000 年代はマンガと他のメディアとの関わりが強くなった時期でもある。アニメ化されることで、知名度が広がりお茶の間に身近な存在となっていく。アニメだけでなく、映画、ゲーム、玩具、キャラクターグッズなどメディアミックスが多用されるようになった。また「ドラゴンクエスト」や「ポケットモンスター」などマンガとゲームが連動した作品も生まれた。マンガは他のメディアと連動することで、日本の文化となりつつあった。

III 日本のマンガの現在

A 日本マンガ界の今

現在の日本の出版業界の中で、マンガは売り上げを落としつつある。2006年度のコミックの売り上げは2,533億円、マンガ誌は2,277億円、コミックとマンガ誌の販売金額の合計は4,810億円である。マンガの販売額は、1995年をピークに減少し続けている。それはなぜなのだろうか。いくつか理由と考えられるものを挙げてみよう。まずBOOKOFFや古本市場に代表される「新古書店」や「マンガ喫茶」などの二次流通市場の発展。さらに現在ではレンタルショップでコミックスも取り扱う店舗も存在する。2007年8月現在552店舗まで増え、新刊書店がレンタル書店を併設する動きも起こっている。

マンガが社会に与える影響が大きくなり、マンガからブームが生まれることが頻繁に起きている。例を挙げれば「のだめカンタービレ」は、作中にクラシックの曲が登場するが、その曲を収録したCDが発売された。さらには、作中に登場する千秋真一が指揮、R☆Sオーケストラの演奏による「ブラームス:交響曲第1番～のだめカンタービレ」も発売され、1ヶ月で5万枚を売り上げた。翌年にはドラマ化もされ、モーツァルト生誕250年も重なったこともあり、クラシックブームが巻き起こった。その後も企画CDが多く発売され、ゲーム化、そして東京国際フォーラムで、のだめと実際の楽団がコラボレーションしたイベントも開催された。「AKIRA」や「攻殻機動隊」など海外で評価される作品も増え、マンガは国際的なメディアになっていく。

ドラマや映画の原作にマンガが使われることが増加し、それによって原作マンガの売り上げも増加する。例を挙げると「のだめカンタービレ」「NANA」などが挙げられる。また、アニメ化された作品が原作とは違ったストーリーで描かれて、話題になることもある。「鋼の錬金術師」や「プラネテス」などが挙げられる。

マンガを発表する場所も変化してきている。それまでマンガを発表する主な場所といえば雑誌であり、そこから単行本として発売されることが多かった。しかし現在では雑誌だけではなく、インターネットで連載されていたものが、単行本として発売されることがあるのだ。「きょうの猫村さん」や戸田誠二の作品などが挙げられる。(図10)

これらはオンラインマンガと呼ばれ、日本だけではなく同じアジアの国の韓国でも盛んになっている。オンラインマンガは、インター



(図10) 左が「きょうの猫村さん」右が戸田誠

ネットさえ接続できる環境ならば無料で見ることができ、誰もがいつでも無料で見られるので、単行本化された時に売れないのではないかとと思われるが、雑誌で連載されているマンガが単行本になったものの売り上げを超えることも珍しくない。また、携帯向けマンガも注目されている。スクロールやサウンド、バイブレーション機能など、携帯独自の機能はマンガの新しい表現となるかもしれない。

90年代からコンビニなどに向けて発売された廉価版コミックスも現在ではすっかり定着し、あまりマンガを読まない読者にとっては安価で過去のマンガを読むことができ、総集編や傑作選など新たに編集された型で出版されることも多いので、入門編としても向いており、新規の読者を開拓することになった。さらに、かつて作品を読んでいた読者が、再び思い出の作品に触れたことにより、過去に人気を博した作品の続編を望む声が高まり、連載が再開されるケースも増えている。また過去の人気作が完全版として出版され、再び人気に火がつく現象も起こっている。

B 日本のマンガが海外に与えた影響

今、世界中のさまざまな国で日本のマンガの人気が高まっている。アメリカでは「ドラゴンボール」「アキラ」「GTO」などの作品に人気が集まっている。特にドラゴンボールの人気は凄まじく、「dragonball」という単語が、インターネットの検索サイト[LYCOS]の2001,2002年の検索ワードで第1位を記録した(2005年も第5位)。アメリカ公式サイトは1日約850万アクセスを記録するなど、日本のマンガが海外で受け入れられ、ブームになっていることがわかる。

ヨーロッパでも日本のマンガは大変人気がある。特にフランスではマンガの専門店が存在し、人気作ならスーパーでも購入することができる。在仏日本大使館の調査によると、「フランスで最も有名な日本人は？」と質問すると、毎年のように鳥山明がトップになるらしい。

また、日本のマンガは海外のマンガの型式にも変化をもたらした。フランス、ベルギー、スイスなどのヨーロッパのフランス語圏では、「バンド・デシネ(略してBD)」と呼ばれるマンガが盛んである。(図11)このバンド・デシネの特徴として挙げられるのは、大きさはA4判、色はオールカラー、ページ数は48ページ程でハードカバーだが、価格は10~20ユーロほどし、大人向けの絵本のような感じ



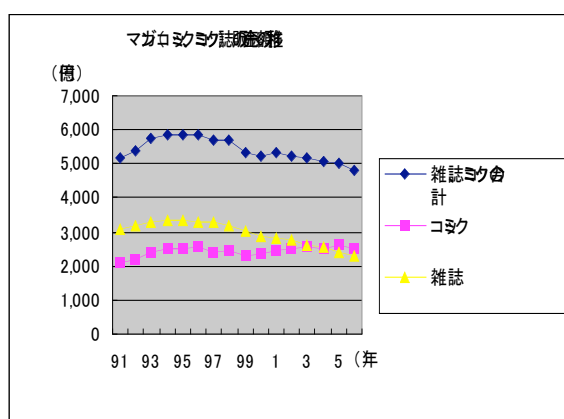
である。また、ストーリーよりもビジュアルを重視したものが多く、続巻が出るまでに 2 年から 3 年ほどかかる。これに対して日本のマンガは、大きさは新書版、色は白黒、ページ数は 200 ページ程、紙はあまり上等なもの使われない。しかし、バンド・デシネに比べて日本のマンガは、2 ヶ月から 3 ヶ月で続巻が発売され、価格も 6~9 ユーロと安価である。これが若者に受けて、日本のマンガは急速に広まっていった。日本のマンガが広まった影響で、作品の中に日本のマンガのエッセンスを取り入れるバンド・デシネの作家も増えている。

アジアには、まず海賊版として日本のマンガは広がりました。その後、日本の出版社はアジアの各国と正式な契約を結び、海賊版は減り、日本のマンガは本格的なブームを迎えます。

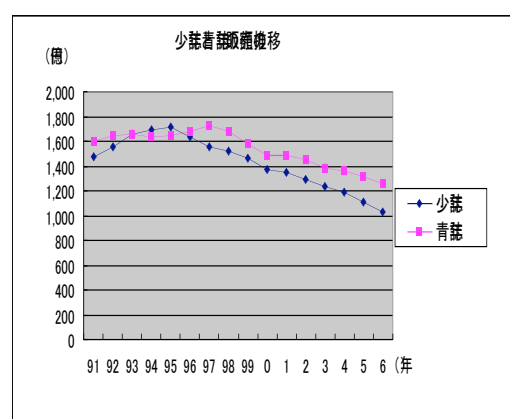
このように、日本のマンガは世界中に広がり、多くの人々に読まれ、日本の文化として受け入れられています。

IV、マンガは衰退したのか

近年「マンガが売れなくなった」という声をよく聞く。それは本当なのだろうか。これについて中野晴行氏は“マンガ市場規模は、この 10 年で推定役 1000 億円マイナスです。単純に計算すると、1 年で 100 億円ずつ減っているということになります”と述べている。グラフを見てもらえれば分かると思うが、確かにマンガ誌の売り上げは 1997 年から現在まで下降し続けている。(図 12) しかしコミックの売り上げは多少だが増加しているのだ。ということは、マンガが売れなくなったというのは、マンガ雑誌が売れなくなったという



(図 12)



(図 13)

ことなのだ。1994 年には『週刊少年ジャンプ』が 653 万部という発行部数を記録する。

このときは、「ドラゴンボール」「SLAMDUNK」「幽遊白書」の三本柱を中心とした連載陣で、他を寄せ付けない圧倒的な強さで、前人未到の記録を作ったのだ。(図 12)しかし、94年に「幽遊白書」、95年に「ドラゴンボール」、96年に「SLAMDUNK」が相次いで終了したことで、急激に部数を落としていく。現在はマンガ誌の中で1位の部数を記録してはいるものの、全盛期の半分以下の280万部の売り上げに留まっている。そのジャンプを、97年に420万部で逆転した『週刊少年マガジン』も、「金田一少年の事件簿」「GTO」の終了によって部数を落とし、現在は240万部の売り上げでマンガ誌の2番手となっている。3番手につけている『週刊少年サンデー』は、大きな部数の減少はないものの、100万部をきるのも時間の問題と思われる。少年誌が急激に部数を落としているのに対して、青年誌は部数を落としてはいるものの、売れているものは100万部を少しきっている程度で、雑誌によっては少年誌よりも売れているものも多い。つまりマンガが売れなくなったというのは少年誌が部数を落としたことが大きいと思われる。(図 13)では、なぜ少年誌の部数が急激に落ちたのだろうか。これについていしかわじゅん氏は“いちばんわかりやすい要因は、少子化だろうね。マンガは、やっぱり子供が買うものだから。”と述べている。さらにいしかわ氏は“昔に比べて、マンガに対するリテラシーが高くないと理解できないような作品がふえているし、さらにストーリーやキャラクターがどんどん複雑になって、”とも述べている。また中野晴行氏は“昔は手塚治虫に藤子・F・不二雄、石ノ森章太郎など、みんな子ども向けのマンガを描いていました。しかし、少年誌でも子どもが楽しんで読めるマンガがどんどん減ってきて、今ではほとんど存在しない。”と述べている。さらに、少年誌の主な読者は小学生から中学生に移行したことを語り、今の少年誌の低迷については“描き手にとっても、子ども向けのマンガは何がウケるかわからない。それよりも大人にウケるマンガを描いているほうが楽だし、社会的に評価も高い。だからマンガ家たちも子ども向けのマンガを描かなくなっているんです。こうして下の世代の新しい読者を獲得してこなかったことが、この10年間のマンガ業界の低迷のいちばんの大きな要因だと思います。”と述べている。³⁾

2007年現在、マンガ誌の数は増加している。それなのに売り上げは減少しているのだ。では、コミックスの方には問題はないのだろうか。確かに売り上げは安定しているが、実は出版されている本の数は倍近く増えているという。つまり一部の作品だけがヒットして売り上げを伸ばし、それ以外の作品とは格差が生まれているのだ。なぜこのような状況になっているのだろうか。売れている作品と売れていない作品の差は何なのだろうか。それ

はやはり第Ⅲ章でも述べたようにメディアミックスの力が大きいのだろう。ドラマやアニメになることで知名度が上昇。書店でもドラマやアニメになった作品の方が売れるので、それらの作品に大きなスペースを与えることになる。出版されている本の数は倍近く増えて選択肢は広がったが、増えすぎてどれを読めばいいのか分からないお客さんは、帯にドラマ化と付いたものや、POPが付いていたり、平積みされたものの方が手に取りやすいのだろう。それによりヒットする作品とそうではない作品に大きな差が生まれてしまうのだろう。

V、まとめ

現在のマンガはヒットする作品とそうでない作品との差が大きくなっている。これはやはりメディアミックスされるかどうかにかかっているのだと思う。ドラマや映画になると人々の目に触れる機会が増え、本屋での扱いも大きくなるからだ。ただドラマなどの原作にマンガが増えているのは、ストーリーを新しく考えるのではなく、マンガや小説などストーリーが完成されたものを使うほうが楽だというドラマ側の考えも大きいと思われる。つまりドラマ側のコマ不足にも問題があるのだと考えられる。そのため使用されたマンガ作品がすべてすばらしい作品だというわけではなく、映像化しやすいなど面白さ以外の部分を評価された作品がドラマ化作品に選ばれることも多いと感じる。ただその中でも「のだめカンタービレ」のようにマンガ好きの人々には評価されていた作品がドラマ化されることによって、人々の目に触れる機会が増え、作品のすばらしさが様々な人々に伝わることはすごく意味があることだと思う。

マンガ雑誌の売り上げが落ちているのは、インターネットなど他のメディアが発展してきたことも大きいと思う。人々にとって娯楽とはマンガだけではないのだ。またメインの読者である子供が少子化により減っているのも大きいと思う。子供の読者が減ったので、雑誌側も読者のターゲットを青年や大人に向けていると感じられる。そのためストーリーが難解になり、雑誌で1話を読んだだけでは面白さが分からず、新規の読者を開拓することが出来ず、結果的に売り上げが落ちてしまったのだと考えられる。つまり素直に面白い作品は減ったが、しっかり読めばまだまだ面白い作品は眠っているのだと思う。だからメディアミックスが盛んになることによって面白い作品が陽の目を見ることは、とてもすばらしいことだと思う。

社会が変化してきている中でインターネットなどのメディアが発展し、人々が多くの情

報を手に入れられるようになり、個人が好きな情報を手に入れられる社会になってきた。そのためマンガ雑誌も読者の好みに合わせて細分化し、たくさんの雑誌が生まれている。それらの中で生き残る雑誌もあるが、休刊や廃刊になる雑誌も存在する。マンガの発表形式も変化し、インターネットを使って配信されるマンガも増えている。インターネットが人々の生活に根付いたことで、今までよりも情報が行き交うスピードが速くなっている。つまり新陳代謝が激しい社会なのだ。そんな社会の流れにマンガも乗っているのだと思う。そんな中で新しいスタイルのマンガもこの先、生まれてくると考えられる。第 I 章で示したようにマンガの定義とはとても曖昧で分かりにくいものだ。これから先、この論文で示したマンガの定義を打ち破るような作品が出てくることを期待している。

<参考文献>

- 1) 夏目房之介『マンガはなぜ面白いのか—その表現と文法』日本放送出版協会 1997、279p
- 2) 中野晴行『マンガ産業論』筑摩書房 2004、61p
- 3) 『サイゾー』第7巻第12号 2007、52 - 53p

http://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%94%BB%E5%83%8F:Chouju_sumou.jpg (図 1)

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%94%BB%E5%83%8F:Hokusai-MangaBathingPeople.jpg> (図 2)

<http://www004.upp.so-net.ne.jp/t-kyoudo/2room/norakuro.htm> (図 3)

<http://www.pingmag.jp/J/2006/11/06/kids-love-you-story-telling-man/> (図 4)

http://www.seinan-gu.ac.jp/kokubun/report_2004/manga.html (図 5)

<http://www.laputa.ne.jp/hirata/frameshoseki.html> (図 6)

<http://suikoudou.jimbou.net/catalog/images/products/c24/boukenou29-5.JPG> (図 7)

<http://homepage1.nifty.com/nekocame/60s70s/manga/manga.htm> (図 8)

<http://www.bekkoame.ne.jp/~s-ishii/magcom.html> (図 9)

<http://img.7andy.jp/bks/images/i5/31562145.JPG>

<http://img.7andy.jp/bks/images/i0/31312840.JPG> (図 10)

<http://www5e.biglobe.ne.jp/~papierbd/Book/Gimenez/Meta-Barons%20%20sample%20page.jpg> (図 11)

『出版指標年報 2007』出版科学研究所 より作成 (図 12)

『出版指標年報 2007』出版科学研究所 より作成 (図 13)

伊藤剛『テヅカイズデッド』NTT 出版 2005

清水勲『漫画の歴史』河出書房新社 1999

清水勲『年表日本漫画誌』臨川書店 2007

中野晴行『マンガ産業論』筑摩書房 2004

夏目房之介『マンガ世界戦略』小学館 2001

夏目房之介『マンガ学への挑戦 進化する批評地図』NTT 出版 2004

Scott McCloud (原著), 岡田 斗司夫 (翻訳)『マンガ学—マンガによるマンガのためのマンガ理論』美術出版社 1998

宮原照夫『実録!少年マガジン名作漫画編集奮闘記』2005
『サイゾー』第7巻第12号2007
『をちこち』2007年10月・11月号
<http://moebius.exblog.jp/2610620/>
<http://www.universal-design.co.jp/past/comic/3rd01C.html>
http://mandanatsusin.cocolog-nifty.com/blog/2005/07/post_f5dc.html
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%9E%E3%83%B3%E3%82%AC>
[http://www.k2.dion.ne.jp/~koreanya/07shiryo1/shiryo1-manga-NihonnoMangaSenzenn
oRekishi.htm](http://www.k2.dion.ne.jp/~koreanya/07shiryo1/shiryo1-manga-NihonnoMangaSenzenn
oRekishi.htm)
<http://shakaigaku.exblog.jp/6097162>
http://iroha-japan.net/iroha/C06_art/05_chojugiga.html
<http://manga.lemon-s.com/his.htm>
<http://f16.aaa.livedoor.jp/~maghp/kcol/col32.htm>
<http://www.oricon.co.jp/news/special/38958/>
<http://www.ozmall.co.jp/travelleisure/OZneta/20061221/>
http://www.interlocal.org/20060630_131_i01.htm
<http://nokobulogu.blog88.fc2.com/blog-entry-747.html>
<http://www.slis.keio.ac.jp/~ueda/sotsuron03/yoshino03.pdf>