

マンガ・アニメ造形ビジネス学科設立事業セミナー  
第9回  
“マンガ編集論”

会場：日本財団大会議室

日時：9月24日(水) 13:00～16:30

講師：堀江信彦氏(株)コアミックス社長)

## はじめに

東京財団はマンガ・アニメの底力に着目し世の中のために活かす様々な事業を継続しています。創造力や独立精神の豊かな新しい人材を発掘、育成することは個人や社会の将来に大事なことからです。21世紀はあらゆる分野において感性、情熱、魂といった人間力がとても大きな力となります。高等教育の現場にマンガ・アニメの創造力を採り入れて豊かな人間力をもった優秀な人材を発掘したいと願っております。本年度は、「マンガ・アニメ造形ビジネス学科」を設置しようという提案です。

大学等高等教育機関の経営者の方々に日本のマンガ・アニメの持つ底力をご理解いただきたいと思います。マンガ・アニメに対する世界からの評価や期待、次世代の若者のニーズをしっかりと掴んでいただきます。個性とバリエーションのある「マンガ・アニメ造形ビジネス学科」の設置に向けてセミナーを6月10日より11回開催いたします。

具体的には、マンガ・アニメ学科を設立する為に、マーケティング戦略・新産業構造・海外戦略(比較)・教育論・学生入学促進案などをテーマに、魅力ある学園づくりのヒントとコンテンツを提供する日本で最初の試みです。

東京財団の過去の成果を見てください。昨年はマンガ・アニメ寄付講座を早稲田大学([www.tkfd.or.jp](http://www.tkfd.or.jp))で実施しました。米国UCLAでもマンガ・アニメ講座を開きます。今回は第一級プロフェッショナルを揃え、自信をもってマンガ・アニメに関する世界最高のセミナーをご提供いたします。参加者のご納得していただけるセミナーの開催と自負しております。

本報告書は、第9回(2003年9月24日)の同セミナーをまとめたものです。本書は、本セミナーの内容を関係各位に報告するとともに、参加できなかった方などより多くの方々に内容を共有していただくために作成したものです。魅力ある学校作りのテキストとしてご活用いただければ幸いです。

東京財団会長 日下公人

## 目 次

- セミナー全体スケジュール -	P3 ~ P4
- セミナー風景 -	P5
- 第9回セミナー内容 -	P6 ~ P18
編集方針の議論と決定	P 6
作家との打ち合わせ	P 7
編集者によるシナリオ制作	P 8
ネームのチェック	P 9
マンガ編集者の教育	P 11
その他のマンガ編集者の仕事	P 11
他のメディア展開へのプロモーション	P 12
マンガ編集者教育・育成への問題点と提案	P 13
質疑応答	P 14
- セミナー参考資料 -	P19 ~ P20

## 2003年度 「マンガ・アニメ造形ビジネス学科設立事業セミナー」全体スケジュール

---

### 第1回 マンガ・アニメ学科のシミュレーション及びモデルケース

日時：6月10日(火) 13:00~16:30

講師：稲葉哲ノ介氏(マンガ研究家)・臼井稔氏(東京財団)

- ◇ 日本力...ポップカルチャーの育成策(マンガ・アニメの魅力)
  - ◇ 日本の大学が担うもの、大学の魅力作り
  - ◇ ポップカルチャー市場と教育機関のギャップ
  - ◇ マンガ学・アニメ学構築のための学科のシミュレーション
  - ◇ 芸術系からの学科 2.工学系からの学科 3.文系からの学科
- 

### 第2回 マンガ・アニメ学科のシミュレーション及びモデルケース

日時：6月18日(水) 13:00~16:30

講師：稲葉哲ノ介氏(マンガ研究家)・臼井稔氏(東京財団)

- ◇ 日本発マンガ・アニメ学の構築と海外戦略
  - ◇ 設備投資シミュレーション
  - ◇ 学生募集ケーススタディ
  - ◇ 産業分布とマンガ学卒業後の職業・仕事
- 

### 第3回 マンガ・アニメグローバル戦略と新ビジネス構想

日時：6月24日(火) 13:00~16:30

講師：久保雅一氏(小学館キャラクターセンター長)

- ◇ マンガ・アニメのもつ国際力の検証
  - ◇ 21世紀のニューメディアの世界への戦略考察とのモデル化
  - ◇ マンガ・アニメ産業のリスク、回避方法、特徴、リターンの考え方
- 

### 第4回 アニメプロデューサー論

日時：7月8日(火) 13:00~16:30

講師：清水慎治氏(東映アニメ/チーフプロデューサー)

- ◇ アニメのプロデュース力と作品のシナジー検証
  - ◇ 日本アニメの世界戦略
  - ◇ プロデューサー育成計画
- 

### 第5回 産業論

日時：7月22日(火) 13:00~16:30

講師：竹内宏彰氏(コミックスウェーブ社長)

- ◇ マンガ・アニメ産業の構造のリスクとリワードの考え方について
  - ◇ 他産業への関連性及び発展性について
  - ◇ 海外市場への影響力及び展開を様々な視点から考察する。
- 

### 第6回 教育論

日時：8月12日(火) 13:00~16:30

講師：谷川彰英氏(筑波大学教授)

- ◇ 人間力を鍛えるイメージ教育としてマンガの成果や視点を多角的に考察
- ◇ 近年のContext教育理論に見られるような新教育理論を考察
- ◇ キャラクターを作り、原作力の教育、特殊技能の教育などケース検証

---

第7回 新文化外交論

日時：8月26日(火) 13:00~16:30

講師：タケカワユキヒデ氏(タレント・音楽家)

- ◇ 日本のマンガはなぜ凄い…7人のマンガ家の功績と時代
- ◇ アニメが諸外国でどのように受け取られているか。その影響力
- ◇ マンガ・アニメが果たす日本のイメージをポジティブにする文化外交の事例とポップ

---

第8回 リテラシー論

日時：9月9日(火) 13:00~16:30

講師：牧野圭一氏(京都精華大学教授) 養老孟司氏(北里大学教授)

- ◇ マンガ・アニメを様々な知識や能力を学習するための基本的な理解手段の検証
- ◇ 従来の文字リテラシーの補完、代替していく21世紀のリテラシーとして考察
- ◇ マンガリテラシーが学問として成り立つ評価と実証

---

第9回 マンガ編集論

日時：10月7日(火) 13:00~16:30

講師：堀江信彦氏(コアコミック社長)

- ◇ 現代のマンガ・アニメにおける編集者・プロデューサーの果たす役割の重要性
- ◇ 現在の問題点、新しい編集像、人材育成方法を提案
- ◇ 研究者の必要性とその役割を提案

---

第10回 モデル人材論

日時：10月21日(火) 13:00~16:30

講師：大久保高文氏(電子学園理事)

- ◇ モデル人材に必要なスキルの種類、水準や知識の種類をマトリックス分析
- ◇ 実際のカリキュラムを設計するに当り基礎情報となる部分の分析と設計

---

第11回 マンガアニメ造形ビジネス学科設立セミナー総括

日時：10月21日(火) 13:00~16:30

講師：ちばてつや氏・杉浦健太郎氏(経済産業省)

- ◇ マンガ家ちば先生が語るこれからのマンガ界と人材育成
  - ◇ コンテンツ産業総論
-



講義中の堀江信彦氏



セミナー参加者の受講風景

## 第9回 マンガ編集論

講師：堀江信彦氏（株式会社コアミックス 代表取締役社長）

### 編集方針の議論と決定

堀江 私は、集英社に入り、少年ジャンプに配属されました。もともとマンガ志望ではなかったのですが、お見合い結婚みたいな形で少しずつマンガが好きになっていきました。最初は、マンガ編集者はマンガ家の所に詰めて原稿を取ってきて、入稿作業をして印刷所に渡すという、バイトでもできるようなつまらない仕事だと思ったのですが、実際はまったくそうではないことがだんだんわかってきました。

例えば、「北斗の拳」は、最初は私自身が読み切りの大まかなシナリオを2本書いたところ、非常に好評で連載になったのですが、私自身が書き続けるわけにはいかないので、武論尊という原作者に書いてもらったのです。しかも、マンガ家に最初、「人体には経絡秘孔というのがあって、これをチョンと突くとボンと爆発したりするとおもしろいじゃない」という話をしましたら、「そんなばかな」と言っていたのですが、それを強引に持っていった感じで、編集者主導でつくっていったものでした。そういうことを経験しながら、マンガ編集者は裏方ですが、自分のいろいろな思いをマンガ家に託して、それがマンガになっていく過程がすごく楽しかったので、とりつかれていきました。

小学館、講談社、集英社といった大手出版社も、マンガ誌グループがなかったらとっくに倒産しています。ほかの出版事業はほとんど赤字ですから、マンガによって出版社が成り立っているのが実情であろうと思います。そのためマンガを創刊したがる出版社が多いのです。ただし、いろいろなマンガ誌が出ましたが、ほとんど廃刊していく状況です。よく見ていると、マンガ畑を歩んだことがない人たちは、マンガ誌というのはマンガ家に頼んでよい作品を描いてもらって、集めてくればできるだろう、ということで始めてしまう場合が多いのです。

例えば、あるマンガの団体と提携する形でやるわけですが、そうするといろいろなマンガ家さんが入り替わり立ち代わり順番に仲良しでやっていって、全然おもしろくないということがあったり、編集長自身がマンガの経験がなかったり、本当にめちゃくちゃな状況でやっていくわけです。マンガ家が一人思い込んで描いたような作品がズラリと並んで、名前は結構知っている人がいるけれどもおもしろくないという感じで、雑誌が終わっていくのがほとんどです。そこには出版社の経営者あるいは企画する人たちがマンガ誌の本質的な意味を理解していないということがあると思います。

私が編集しているコミックパンチという雑誌は、当初1～2年間、編集スタッフは集めたのですが、マンガ誌は創刊しなかったのです。その間ずっと編集者教育をやりました。編集者の仕事とは何ぞや、編集者は何をやるかということを徹底的に実戦で鍛え上げて、2年後にマンガ誌を創刊しましたのです。創刊号は72万部刷って、即完売という非常に順風満帆なすべり出しでした。

編集者教育は何をしたかといいますと、まず編集方針を徹底的に議論したり決定することをやっていかなければいけないかを教育しました。例えば少年ジャンプは「友情・努力・勝利」というキーワードを標榜していましたが、ではこのキーワードはどこから来たのかということをお話しすると、編集方針をどう決定、分析していくのかがわかってくるかと思えます。

まず友情ですが、子どもが幼稚園などに行くようになると、他人の世界に入っていくわけで、どうもそれまでの親との接し方とは違う結びつき方をしないとまずいなということを考え始める。そうすると、まず子どもたちにとっては友情をどう結ぶか、友情というのはどういうものなのかという情報が一番大きなテーマになってくる。だから子どもたちにとって、友情は必要な情報になっている。これは先輩から教えられたことですが、メッセ

ージのないマンガ作品もしくはマンガ誌は世に発表しても仕方ない。とくに少年誌は、生き方の情報を提供することであるということ、僕自身も教育されて、信じてやってきました。そこで少年誌では「友情」が大きな情報になるのです。

また、少年ジャンプの本質的な成功は、創刊号からハガキを綴じ込みで入れていたという、マーケットリサーチの精神があったことだろうと思います。ハガキのアンケートで徹底的に読者の意識調査をやっていくわけです。600万部時代ですと、毎週5万通から6万通のハガキが戻ってくるので、1000票を抜き取り分析していく。データが必要なときは1万票ぐらいを分析する。

そのハガキで、「あなたの人生はこれから良くなると思いますか」という質問をすると、だいたい年が若いほど「良くなる」と答え、年を取るにつれて「良くならない」もしくは「悪くなる」と答え始めるわけです。自分の将来が良くなると答えている人たちの好きな言葉を見ると、他人と積極的にかかわる言葉が多く選ばれていました。良くなると思う人は努力するし、努力という言葉に共感する。もしくは努力をする主人公、キャラクターに共感をする。そこで努力という言葉が少年誌、とくに小さい子どもたちが見る雑誌には必要だったということで、努力という編集方針が一つ生まれる。

勝利は、例えばトーナメント形式などで何万人が戦おうと勝利者はたった1人になるわけです。でも、たった1人の勝利者の感情を描いても仕方ない。勝利しなかった人間がほとんどですから。では、勝利とは何ぞやという議論が行われたわけです。2位になろうがビリであろうが、その人にとっての勝利感というのは必ず何かあるはずだ、勝利ということは誰にとっても快い言葉、快感ではないのかということ、それを描こうと。

そういう議論や調査をしながら、「友情・努力・勝利」という編集方針が生まれていくわけです。編集方針が固まりますと、そういうものをメッセージとして伝えている作品を多く載せていこうではないかという結論になるわけです。議論の過程で、それぞれのマンガ編集者に自分たちの雑誌は何を望んでいるのかということが伝わっていきますから、マンガ作家との議論のなかでそのメッセージ性が織り込まれていくことになるわけです。雑誌の方向性がはっきり見えてきますから、おもしろければ何でも載せるという雑誌ではなくなるということです。

また、読者は、雑誌のマンガのテイストが好きだからその雑誌を買うわけです。編集方針があいまいだと雑誌の色が出ないので、長い間つきあってくれる読者にはなっていない。失敗するマンガ誌は、作家の名前などに頼って、中身はノーチェックでおもしろければいいという感じで載せていくから、雑誌の味が出てこないということになります。

ちなみにコミックバンチは、大人になってくると義理、人情という現実、お人柄ということもあるし、大人の社会の現実というのをわかりながら、でもそういうことがすてきじゃないかという目線で作っていきましょうということで、「義理・人情・パーソナリティ」でGNP、人間総生産なんていうだじゃれで編集方針が決定しました。

#### 作家との打ち合わせ

編集者教育ですが、どんな新連載にしようかということでマンガ家と作品内容の打ち合わせをやるわけですが、ただしゃべっておしまいでは埒が明かないということで、打ち合わせの結果どういう作品になるのかというシナリオ、あるいはレジュメを書かせます。だいたい打ち合わせをしているだけでは作品に何が必要かということが全然わからないんです。場面転換や、こんなエピソードが必要なんだとか、一つ一つが理解されていかないと、きちんとした打ち合わせはできないわけです。

ただ人気作家の所へ行って、「先生、一丁おもしろいをお願いします」と一緒に酒を飲むだけでは、その編集者は作家にばかりにされます。「一丁お願いしますって、いったい何を描けっていうんだ」という話になるわけです。小説であれマンガであれ、自分が口説きたい作家の所に行くとする、「こういう話をやりませんか」とか、「こんな情報があるんですけど、これはおもしろいですよ」とか、そういう提案というものがなくと必ず追い返

されるか永遠に描いてくれない。

マンガ家にとっては、自分に情報をくれる、自分の作品に役に立つ、そんな編集者が一番いいんです。極端に言うと、人柄なんかどうでもいい。いい情報を持ってきてくれて、ヒットマンガをつくらせてくれる、そういう刺激を与えてくれる編集者が一番いい。僕は原哲夫や武論尊には連載中は憎まれていましたね。大嫌いと言っていました。いまは会社をつくって一緒に仕事をしていますけれども、本当にそれぐらいでいいですよ。いい作品をつくるという最終的な所にきちんと還元できることが一番大事だと思います。

情熱的な編集者で、滔々と自分の考えるストーリーを話して、感動的なところはどこであろうが人前で泣いてみせるぐらいの、そんな芸当ができる人でないとなかなかいい作品を描いてもらうまでに至らないのです。

#### 編集者によるシナリオ制作

私が、最初に本宮ひろ志と読み切りをやるという話になったとき、一生懸命話してもなかなかピンと来ない。それで、あるとき自分の考えるシナリオを書いて、「こんなものを書いてきたんですけど」と言ったら、ニヤッと笑うものですから、「やっぱりやめた」と言って仕舞おうとしたら、彼が「読ませろ」と。それはつたないシナリオだったのですが、だいたいイメージがつかめるといふことで、描いてくれることになったという話があります。

そういうふうイメージをどうにかして伝える作業を編集者がする。マンガ家はだいたい放しまくっていますから、基本的に次から次へアイデアが浮かんでくるなんていうことにはないです。ただ、一つアイデアがあると、それをおもしろくする才能は持っているんです。それはある種の翻訳者です。素材をおもしろく世の中に伝える翻訳者の才能はずっと生き続けている。だから、いいネタをその作家に提供すると、それがおもしろい形、人が喜ぶ形で翻訳されて世に出ていくという場合がほとんどです。

マンガ家は生涯に3本傑作を描くと言われます。20代から30代にかけて、培った経験と思いのたけをぶつけて、それがたまたま当たったのが1本目のヒットです。最初に当たったことを頭に入れて、ある程度テクニックで描くのが2本目。だいたい2本ヒットを飛ばすと出版社も大目に見てくれますので、ゆっくりライフワークの作品を描くのが3本目。だいたいそんなもので、始終いいアイデアが出てきて、いい作品をつくるなんていうことはありえないです。だから編集者などが、いいテーマ、いい情報、いいキャラクターに対するアイデアを提供することが非常に大事な要素になってくるのです。

これに一番手っ取り早いのが、編集者にシナリオを書かせることです。これはいまでも若いスタッフに対してやっています。そうすると、どんな偉そうなことを言っても、シナリオを書かせると、何だこれ、という場合がほとんどです。シナリオを書かされるから一生懸命打ちあわせをしたり、細かい所まで打ちあわせをしないとまずいということになる。

また、編集者は基本的にはドラマづくりでは素人ですから、マンガ家がネームという絵コンテを描いてきたときに、素人の自分が書いたストーリーよりもネームがつまらなかつたら、書き直したと堂々と言えるわけです。自分にベースがないと、おもしろいのかおもしろくないのかわからないから、マンガ家が持ってきたものに対して批評なんかできないわけです。

優秀な編集者というのは、打ちあわせのときにだいたい頭のなかでストーリーを考えています。こういうストーリーになるとわかっていて、ネームを見ますから、パッと答えることができる。だめな編集者は口先だけで打ちあわせをしているから、言ったことを忘れてしまっていて、マンガ家の絵コンテがいいのか悪いのかわからず変な批評をして、マンガ家にばかにされてしまうというのがほとんどです。

ここに、マンガ家と打ちあわせをした後、うちの編集が書くレジュメ、つまりシナリオがあります。シーンを思い浮かべながら読んでみてください。ただ、マンガ家との打ちあ

わせのときに口で説明されている部分もありますから省略した部分もありますが、概略はわかると思います。その後、ネームという、ここから描き起こされた絵コンテをご覧いただくと、こういう文章がこういうネームになるということがわかりいただけると思います。

#### 【各自レジュメ読む】

これはかなり達者なレジュメで、ほとんどマンガ原作として使えるくらいです。こういうレジュメがつくられる前に、マンガ家と編集者はいろいろ打ちあわせをするわけです。

例えば、多摩センターあたりに行くと、お年寄りたちは必ずペットを連れていくけれど、ペットってというのは癒すね。「虹色の橋」というインターネット上の童話が、非常にアクセス数が多いそうだけれど、これはペットが死んで、三途の川に行く手前に虹の橋というのがあって、そこで主人が死んで三途の川を渡るのを待っているというようなストーリーなんだ。それから最近はラブストーリーがないけれど、やっぱりラブストーリーがほしいね。でも、ラブストーリーは障害がないと描けないのに、いまの時代は恋愛にほとんど垣根がないから、1人はバツイチ子持ちで、背も高すぎて、年齢も34というところに設定しよう。男のほうは、実は超能力があって動物の守護霊が見えるけれど、付き合う女性にはそのことがだんだんわかっていくから気持ち悪がられて破局がくる。もしこういう2人が恋愛をしたらどうなっていくんだろう。こういう雑談を繰り返していくなかから企画が生まれて、このシナリオになったのです。

ちなみに、この作品は、うちの雑誌のなかでもベスト4に入り、いまも非常に人気があります。だから、社会に対する先見性みたいなものがある編集者はいいいですね。

この作品には隠しネタがありまして、「虹色のウサギ」という童話の一つのきっかけになって恋愛をしていくわけですが、この「虹色のウサギ」という童話自体を、実は「シティハンター」とか「キャッツアイ」を描いた北条司が本当に描き始めているんです。作品のなかで2人を結びつけた童話を、童話のタッチで描かせようと、北条司にぶついたら、おもしろそうだねと言ってくれる。そういうふうに編集者はプロデュースしていくわけです。

それで、こういうシナリオをマンガ家に渡すと、打ちあわせのときの臨場感とか忘れていたこととかが思い出されて、非常にペース良く、安定した作品がつくっていくという状況になるわけです。

シナリオを書かないマンガ編集者も多いですし、あるいはマンガ家と非常に親しい関係になって、シナリオを書く必要はなくなることもあります。しかし、連載を立ち上げる当初や、マンガ家が悩んでいるときなどに、レジュメ代わりにシナリオを書くことが非常に役に立つのです。ただし、レジュメが必要でないマンガ家と打ちあわせをしていても、マンガ編集者はマンガ家に提供しないけれども書いておくといった努力をし続けると、非常に大きい力になるのではないかと思います。もし、カリキュラムをつくるとしたら、実際にいいマンガ作品を読んで、そのマンガ作品から自分なりにシナリオやレジュメを書きおろしてみることも力がつく勉強の仕方ではないかと思います。

#### ネームのチェック

シナリオが書かれて、打ちあわせをして1週間ぐらい経つと、マンガ家から第1稿が上がってきます。それをご覧ください。

#### 【各自ネーム第1稿を読む】

これは絵コンテと言ってもさしつかえないと思いますが、マンガ業界ではネームというのです。これを自分が書いたシナリオと読み比べて、シナリオのほうがいいと思った場合はマンガ家は描き直しするわけです。ネームのほうがよければ、ご苦労さんと、いい所を

褒めてあげるわけです。それでも、ネームを読んで気になる所があるので、ある程度直してもらったことがあります。例えばコロという犬が身代わりになって死んでくれるところを、もう少し泥臭くいこう、ここは泣ける所だから、などと話しあって、第2稿ではコロというイヌが死ぬところが強調されます。

今度は第2稿を読んでいて、ちょっともの足りないというので、第3稿では父親の死がもう少しクローズアップされ、ページ数が増やされています。ほかにも細かいところが変更されていますが、最終的な原稿をご覧になると訂正箇所がわかるとと思います。完成原稿に目を通してください。

#### 【各自完成原稿を読む】

第1稿から変更が加えられているところは、全部編集者が気づいてチェックされているのです。たまに編集者は、強権発動して描いた原稿すらボツにする場合があります。私も「北斗の拳」の連載第2話で、完成原稿がどうにも納得がいなくて全部ボツにしたことがあります。そのあたりから鬼のように言われるわけです。でも、連載マンガというのは第2話目で人気が落ちると、だいたい上がってこないのので、2話目、3話目の作り方はものすごくむずかしい。優秀な編集者は、こちらの方向に行くとうまくいくということを知っていますので、優秀な編集につくとだいたい連載マンガは長生きするのです。

編集者は、ある意味では編集長から権限を渡されているわけですから、ときには非常に強い権限を持っていると考えていいと思います。また、その権限を持たせず、マンガ家の原稿を持ってだけのマンガ誌は、だいたいすぐに廃刊になったりします。ただ、あまり編集者がでしゃばりすぎると似たような作品ばかりになりますので、そこもむずかしいですが。

マンガ家にもいろいろなタイプがありますが、自分でネームを考えて、原稿を締切り前に描いて、しかもそれが人気があるというマンガ家が、実は一番いいのです。手がかかりませんから、編集者も雑誌としてもラッキーです。そういう作家ばかりいれば、こんな楽な商売はないです。

彼らが3割バッターなら、多くのマンガ家は2割バッターです。2割バッターばかりを集めたチームでは優勝できないので、そのなかから何人を3割バッターにできるかが編集者の力です。だから、あの雑誌は最近調子がいいな、ちょっとパワフルになってきたなと思うときには必ず、業界用語で言う「下駄を履かせる」編集者、つまり2割8分ぐらいのを3割1分とか2分ぐらいまで上げるぐらいの編集者が出現している場合が多いですね。下駄を履かせる編集者を何人持っているかで、その雑誌の強さが決まりビジネスが成り立って行くわけです。

逆に、3割バッターも組む編集者によって2割バッターになってしまう。編集者の背丈に応じてマンガ家の作品は変わると言うのですが、編集者のネームチェックのレベルが高いとマンガ家はいい作品を描き続けていくわけです。だから、雑誌の質を維持する意味でも、編集者を育成することが必要になってくるのです。

マンガ編集者は自分の好きなテーマだけをやっていられるわけではありません。しかし、自分が嫌いなテーマだとしても、なぜその作品が受けているのかがわかる冷静さ、分析力が必要です。そして、よい所を見抜き、誉めることが必要です。

マンガ編集者を指導するときによく言うのですが、ネームを見ていておもしろくないときにも、いきなり、おもしろくないと言っていけない。どこかちょっとぐらいおもしろいところがあるから、まずそこを褒めて、でもねと言って、直してもらうところを指摘する。逆に、ネームがすばらしいときには、ここだけ直して、という言い方をすればいい。そういう作法みたいなものも最初に教えないといけない。

マンガ家もみんながわかりやすいネームを描いてくれるわけではありません。原哲夫などは、1枚のコピー用紙に4ページ分を突っ込んで描いてきますし、文字自体も読みにく

いですから、みなさんが読むと頭を抱えてしまうかもしれません。マンガ編集者は、マンガ家の癖みたいなものを全部頭に叩き込んで、完成原稿を想像しながらネーム読むという技術が必要です。

#### マンガ編集者の教育

よくマンガ編集者になりたいという人が来るのですが、「マンガはたくさん読んでいます」と言うわけです。確かに僕らよりもたくさん読んでいます。でも、そういう人では役に立たないのです。マンガ作品をどれだけ多く読んでいるかという問題ではなくて、いま話してきたような、打ちあわせをしたり、テーマを考えたり、ネームを読む力、これを育成することがマンガ編集者としては非常に大事な要素になる。また、マンガ研究会出身の人で優秀なマンガ編集者はほとんど見かけたことがないです。マンガ家の気持ちがわかりすぎてしまって、非道なことができず、どこかで妥協してしまうため、おもしろくない作品になってしまうからです。

ただ、ネームを読む力は、実際にマンガ家とつきあって、ネームを読んでいくなかでしか培われてこないものなので、なかなか学校では教育できない現実があると思うんですね。何か工夫のしどころはあるだろうとは思っていますが。

僕が少年ジャンプの編集長になる前、班がいくつもあって班長をやるのですが、堀江班に行った新入社員は早く一人前になると言われていたのです。僕が一生懸命教えるから、すぐに編集技術を覚えてしまう。そこで僕は、編集は育てられるというのがわかったので、だったら編集者を育てて雑誌をつくれればいいじゃないか、というので独立してしまっただけです。

マンガ雑誌をつくるときに、もちろん優秀なマンガ家も必要だけれど、優秀な編集者が数名頑張っていないと成り立たないということを忘れてはいけないと思います。また、マンガ家は個性がバラバラでいいのですが、編集者はそうではないんです。柔軟性、マーケットリサーチの力、あるいはもっと社会的なものが必要になってくる。これは育成できる人材なんですね。マンガ家を育成するのはなかなかむずかしい。絵を描く技術は教えられるかもしれないけれど、センスは教えにくいです。でも、編集者は教えられる。しかも、それは出版界、もしくはこれからの日本のコンテンツビジネスにとっては非常に重要なキーマンになっていく人たちだということを認識していただきたいと思っています。

僕はいまアメリカで雑誌を出版していますが、おもしろいことにハリウッドの周りの本屋では、マンガは即日完売してしまう。実はプロダクションのディレクターとかプロデューサー連中が買うんです。彼らはそのマンガを必死に読んで、何かネタはないかと探す。おもしろいものがあると僕の所とかロスの会社とかに来て、著作権を売ってくれという話になります。

たぶん日本のアニメーション、コミック、ゲームといったコンテンツビジネスはまだまだ伸びていくでしょうし、マンガはアニメーションにもゲームにもなっていくわけです。そういう意味でマンガはコンテンツの源泉みたいなところがあります。しかも、アニメーションやゲームを最初につくるのはお金がかかって大変ですが、マンガは紙と鉛筆とペンがあれば何とかなってしまうので、初期投資も安いというえに、トライ・アンド・エラーが繰り返せる簡便さがある。そういう意味でマンガを大事にしていたほうがいいのではないかと思っています。

#### その他のマンガ編集者の仕事

このほかにマンガ編集者の仕事というと、新人マンガ家の発掘は欠かせない要素です。そのためにどの出版社も漫画賞みたいなものを設けています。新人マンガ家は、だいたい新人賞、あるいは持ち込みといひまして、直接自分で原稿を描いて編集部を持ってくるという方たちがほとんどで、もう一つはマンガのアシスタントからマンガの道に入っていき方もいます。

新人たちへの経済的なケアも大切な仕事です。マンガ家を目指す方たちはみんな貧乏していますので、ある程度経済的に成り立っていくように、アシスタントの職を世話するか、あるいは編集長と掛け合って研究費を出してくれと頭を下げたりする。例えば、このネームは原稿にならないけれど、頑張ったから10万円で買い取ろうとって、食べられるようにしてあげるといったことをやるわけです。

「キャッツアイ」「シティハンター」の北条司が上京したてのころ、いきなりデビューしたものの、原稿料が安くてアシスタントの経費も払えなくて、自分は毎日コンビニの一番安いノリ弁を食べていたので、僕がもらったボーナスを印税が入ったときに返してくれればいいからと渡したこともありました。幸運なことに彼はすぐお金持ちになって返してくれましたが、そういうことも含めて、編集者と新人マンガ家は泥臭いつきあい方をしていくことが必要になってきます。だから、編集者は人のお世話が大好きで、ちょっとおっちょこちょいな人のほうがいいみたいな気がします。

マンガ家の作品づくりへの意欲を喚起することも必要です。マンガ家の卵のなかには、何を描きたいかわからないなんて、たわけたことを言う人がいるわけです。何のためにマンガ家を目指しているんだ、と頭にくるときもあるのですが、そういうときに、その人にあったテーマを見つけたり、それをやってみようという意欲を湧かせる工夫が大事になってきます。

マンガは、基本的にはキャラクターの顔がポイントです。デッサンがうまいとかではなく、いい顔が描けるか描けないか。もっと煎じ詰めると、いい目が描けるかどうかです。いい目を描くマンガ家は絶対に長持ちするんです。そして、その顔に合った作品の世界というのがある。ところが、四畳半の現実的な話が似合う顔で、晴れやかなSFものをやりたがったりして、アンバランスなことが多いのです。そういうときに、あなたの絵とセンスにはこういうものが合うよと教えてあげて、何を描いても当たらないというマンガ家を励まし、描かせてみる。一度人気が出ると、俺にはこれが合うんだと自信を持ってくれる。だから、マンガ編集者の仕事というのは、どちらかというとも百姓仕事です。狩猟民族系ではない。種を植えて、水をやって、日陰をつくってあげる作業の繰り返しで、やっとマンガが育っていく。

1人の編集者がヒットマンガを飛ばせるまで早くて3年と言われていています。出版社も3年から5年ぐらいは無駄飯食いを雇い続けて、やっとヒットマンガを飛ばしてくれたりして採算が合っていくわけです。でも、いまからの時代は、出版社がその3年から5年の新人期間の教育を拒否し始めるのではないかと思っています。すでにアメリカでは、インターン制度で安い給料で働かせて、正社員にするときには10倍ぐらいに給料を上げるといったことをやっています。日本もだんだんそういう社会になってくるのではないかと思います。そういう意味でも、実践的なカリキュラムが必要になってくるのではないのでしょうか。マンガ編集者は誰でもなれそうで実は非常にむずかしいので、カリキュラムを通してふるいにかけておいていただくと、人材を雇う側の人間としても非常にありがたいという気はしています。

作品に対する有用な情報の提供もマンガ編集者の仕事です。例えば、マンガ家はほとんど資料を揃えたり読んだりしないので、代わりに資料を集めてあげたりする。ある程度そういう素養がないとマンガ編集者はやっていけないと思います。そのための教育を受けているということで、マンガ編集者は高学歴が必要になりがちです。

それから、連載のあるマンガ家はアシスタントがいなくてもどうにもならないですから、アシスタントを安定的に供給できるマンガ編集者が重宝がられます。そういう意味では、新人マンガ家をたくさん抱えている編集者は、たいへんいい編集者ということになります。

#### 他のメディア展開へのプロモーション

いまやマンガは、紙メディアだけで終結するものではなくなっています。アニメーションになったり、ゲームになったり、おもちゃになったりと、いろいろな展開をしていくの

ですから、それらに対する感性みたいなものを、ある程度は持っていないとまずいでしょう。

例えば、アニメ化されると、シナリオを毎週送ってくるのですが、マンガ家はシナリオを読む時間なんかありませんから、編集者がこれを見ることになる。おもちゃになるときは、粘土か何かで型をつくってくるのですが、この型もマンガ家はいちいち見ていられないので、編集者が見なければいけない。ゲームの制作会議があれば、マンガ家の代わりに編集者が出ていかなければいけない。そこで、こういうことに対して感性を持つことは、大事な要素になってきます。また、その品質や作品のレベルの管理、悪影響を与えるようなものは許さないためにチェックしていくことも必要になります。

#### マンガ編集者教育・育成への問題点と提案

優秀な編集者がいたとして、その人に対する人事的な評価が非常にむずかしい。ヒットマンガをたくさん飛ばすと、主任になり、副編集長、編集長と出世していくわけですが、副編ぐらいになると現場の仕事はやらなくなります。その人が下駄を履かせる編集者だったりした場合は、雑誌がおかしくなってしまう。

しかも、現場でヒットマンガを飛ばした編集者がいい編集長かという、これはまた違って、管理が全然できない人もたくさんいます。そこで道を分けるシステムが必要になってくるでしょう。例えばゲーム会社では、優秀な人には、理事と取締役になる道を選ばせます。理事は役員待遇だけれども、経営会議には出なくていいから現場をやりなさいというようなやり方をします。

だいたい優秀な編集者は編集長になりたがらない人が多いですね。自分はもっとマンガ家とつきあって、死ぬまで皆におもしろいマンガを提供したいという人が多いですから。そういうことを考えてあげないと編集者が生き残らない。

優秀な編集者へのインセンティブも考えていかなければいけない問題です。下駄を履かせる編集者を育ててきて、やっと優秀な編集のDNAが継承されると思っていたら独立してしまうといったことがあります。そうするとその雑誌はガタガタになってしまう。うちの会社では、編集者が新人マンガ家から起こした作品に関しては、単行本の定価の1%を渡すというインセンティブ制度があります。そうするとマンガ編集者は、売れるマンガをつくらうと必死になるわけです。「エンジェル・ハート」や「蒼天の拳」は初版70万部出ますから、70万×5.3円で、どれぐらい入るかわかると思います。それが年に何回か入ってくるわけですが、そういう編集者がもう出現しています。他社の編集者で、そういうインセンティブをもらうことで、年収1億円ぐらいある編集者もいます。そういうことをやっていかなければ、優秀な人材が流出していくのではないかという気がしています。

韓国や台湾からよく日本の優秀な編集者を紹介してほしいと問い合わせがあります。韓国や台湾には、日本のような形で作品にかかわる編集者は存在しない。だから、いつまでたっても日本のマンガを抜けないのです。ところが、あるとき韓国のあるマンガが非常におもしろくて、しかも原作者つきだったものだから会ってみたら、その原作者が日本の編集者と同じことをしていたわけです。

マンガの初期のころは、あまり高い技術は要求されていませんでした。だから何本も描けたのです。ところが、いまのマンガは、作品の題材、情報、絵のレベルなど、ものすごく高いものが要求されています。これはもう1人ではとてもこなせない中身になっている。そこで原作者がついたりするわけですが、名が出ない編集者も、実は非常に大きい要素だということです。

編集技術の継承にも、企業は非常に無関心ですね。会社はゼネラリストを育てるといって、いろいろなセクションに配置転換していくわけですが、そうすると広く浅く知っているけれど、どのセクションにおいても素人という人間ばかりになってしまう。マンガ編集は職人芸的な部分があったり、時間が長くかかるということがあるので、そのDNAをうまく守っていくシステムをつくらなければいけないし、また、そういう技術とか知識を教

える作業をしなければいけない。

少年マガジンが少年ジャンプを抜いた時期が数年前にありましたが、あれには大いなる伏線がありました。僕がちょうど少年ジャンプの現場でやっているときに、少年マガジンは一生懸命研究して、ジャンプに負けているのは編集者の差だと結論した。そこで、だいたい1人のマンガ家に1人の担当というのが普通ですが、1人のマンガ家に5、6人来て、毎週会議をやったのです。ある程度気の利いたチーフの編集が、こんなふうに打ちあわせをするんだということを教えているんですね。

そうすると、だんだん作品のレベルが上がっていくわけです。突出したものはないけれど、編集者が下駄を履かせていると思える作品が出てきて、雑誌のレベル自体が上がっていくわけです。逆に少年ジャンプのほうがだんだんサラリーマン化して、さっさと帰ったり、先輩が後輩に教えないという状況が続いて、ついに逆転現象が起きてしまったのです。だから、編集者のレベルを上げるのは、雑誌に命を吹き込むために、本当に大きな要素なのです。ところが、マガジンはそうやって一生懸命編集を育てたのに、それがいま壊れてきていて、また元に戻りつつあります。

日本独特のマンガ編集システムは外国にはありません。これを日本がきっちり持っていることで、ほかの国とのレベルの差をずっと保ち続けることができると思います。おもしろいシナリオが書けるぐらいの力量を持ったマンガ編集者を育て続けていくと、マンガはいろいろなエンターテインメントの原石ですから、そこからアニメーションとかゲームとか実写の映画に発展していくのは、おのずと見えてきます。

いま、テレビ、映画、ゲームなどで、マンガが原作のものが増えています。アメリカでも、自分たちのタイツを履いたヒーローは使い切ってしまったので、日本のものがどうしても必要なのです。今度アメリカで、「鉄腕アトム」がアニメーション化されますが、あれが当たったら、日本のコンテンツに対する欲求はもっと強くなると思います。そういう意味で、いまのうちにそういうものをしっかり生み出せるシステムを日本はつくっておく必要があるのではないかと思います。

#### 質疑応答

秋田 日本マンガ学会の秋田と申します。ある時期日本の出版社が台湾に日本流の編集を持ち込んで雑誌をつくらうと思ったら、台湾の国民性にあわなくてまるっきり失敗したという話を聞いたことがあります。日本式の編集システムの普遍性はどの程度あるとお考えでしょうか。もう一つ、私はマンガを研究する立場なので、マンガ家と作品の間に編集者が入っていることは以前から承知しているのですが、どうしてもその研究資料が出てこない。おそらくここにいらっしゃる方々がこれからカリキュラムを組もうと思う場合には、そういった資料が手に入らないと困る思うのですが、企業秘密の部分はあるとしても、何かしらの形で見られるようなものをつくるのはむずかしいことでしょうか。

堀江 日本の編集システムを持っていこうとしたことはあったようですね。その人たちにとっては失礼かもしれないけれど、正直に言うと、台湾などに行かされるような人は、日本で使えないから行かされている場合があるんです。ろくな批評力とか指導力を持っていない人が行っている場合が多い。2流、3流、4流ぐらいが行って失敗したのであって、全部が失敗すると思われては困ります。

僕は韓国のマンガ家をうちの雑誌で連載させていましたから、その打ちあわせの過程も見ていました。育ってきた環境もあって、韓国のマンガ家は直せと言うと大変抵抗します。これは台湾も同じです。そういうシステムがないのですから、直せと言われること自体がわからないというので、だいたい喧嘩になります。編集者がなぜつべこべ言うんだ、という感じです。ただ、結局そうは言っても、聞けることは聞いていますね。大騒ぎしても、理屈がある、理解できることは、本当によく頑張っていました。

日本のシステムを押しつけるというよりも、プロデューサーシステムを持ち込むという

ぐらいの感じでやったほうがいいのではないかと思います。ジャパニーズ・スタイルというところで押しつけようとする、やはり無理があるような気がします。また、最初に褒めてからちょっと批評するテクニックも必要だと思います。韓国の人も台湾の人褒めると喜んで、ちょっとここを直したほうがいいって言えば、すぐに直してくれました。

それから、カリキュラムをつくるための資料みたいなものは、ほとんどないでしょう。影の仕事人として、ある意味で企業は積極的にその業績を抹殺しようとしたところがありますから。だから、そういうDNAを持った人間をスカウトすることです。人事レースがあって、副編とか編集長になるのは1人ですから、そこからはみ出したのがいます。そういうので優秀な人間を連れてきて、教科書的なものやカリキュラムを構築していくことが大事だと思います。この人はマンガ編集者としてやっていったら本当にすばらしいのになあと思うような人が、ある年齢になると販売部とか広告部とか宣伝部とかに行かされて、3、4年経つとその技量が薄れて消滅してしまう場合が多いです。そういう方たちに目を向けられることが大事ではないかと思います。マンガ家に取材すると必ず、あの人のおかげだという話がどこかで出てきますので、そういうのがいい編集者だということでしょう。

宮部 日本デザイナー学院の宮部です。私の学校ではマンガ家を育てていて、学生たちはデビューを目指して頑張っているのですが、編集者の方から見て、いわば確率はいかがでしょうか。

堀江 単純にいうと、デビューできるのは100人中1人か2人ではないかと思えます。しかし、優秀な編集者にくっきますと、10人中3人ぐらいはデビューできます。他のマンガ誌でやってきても、なかなかデビューらしいデビューができずに41才ぐらいになっていたマンガ家が、コミックパンチでいい編集にくっついたものだから、デビューして人気が出ています。そういうことも起こりますから。

ヒットマンガになるかどうかは確率がもっと低くなります。はっきり言いますと、東大に入るよりむずかしいです。その確率を上げるための最短の方法は、いい編集者に当たることです。どこかの出版社に持ち込んで、この編集はよくないと思ったら、ほかの出版社へ行くことです。

野崎 週刊誌のなかに5話とか6話とか入っているわけですが、その作品がヒットしているのかどうかはどうしてわかるのですか。

堀江 週刊誌なら毎週、月刊誌であれば毎月人気アンケートが出ますから、その上位にいるということが必要です。半年ぐらいたつと単行本が出ますから、いまの青年誌だとだいたい10万部、少年誌で20万部ぐらい初版を刷ればまあヒットと言えるでしょう。それが年に2本出れば、その雑誌は安定すると言われます。

僕がジャンプにいた時代には、初版100万部もざらにありました。いまは「ブラックジャックによるしく」あたりが初版80万部ぐらい刷ったと思いますし、うちの雑誌の「蒼天の拳」とか「エンジェルハート」あたりが初版70万部です。それはもう大ヒットですね。

島田 文京学院大学の島田と申します。マンガ業界というのは描き手も編集も非常に職人技的というか、編集者の方は非常にゼネラルな仕事を要求されるという意味で僕は職人的だと思ったのですが、それに加えて、手描きという部分で労働集約的な部分もあって、なかなか業界に人材を輩出するのに、若い人に数年でもものなることをシステムティックに教えるというのは非常にむずかしいという印象を持ったのですが。

堀江 マンガ編集者の仕事の半分は、単純にマニュアル化して教えることができる

思います。あとの半分はセンスが問題になってきますから、ちょっと教えにくい。会社に入って3年間ぐらいに覚える作業は、大学なり専門学校なりの教育でも教えられないかと思います。例えば、吹き出しのセリフを見栄え良く入れていくレイアウト作業や表紙のキャッチコピーは編集者の仕事ですから、まずこういうベースの部分を1年ぐらいの間に教える。これは教養課程ですね。その後、コンテンツづくりに入って行く。著作権の知識も教養課程でしょう。著作権ビジネスは非常に複雑になってきているので、著作権に関する基礎知識があるのは大きな魅力になるだろうと思います。最後の1年ぐらいは、むしろどこかにインターンとして出して、そこで修了証をもらって来いというぐらいでもいいのかもしれない。

島田 就職先は出版社になると思うのですが、非常に狭き門でしょうから、最終的に出版社までたどりつけなかった人材が、身につけたものをほかに生かせる道があるでしょうか。

堀江 潰しが効くかということですね。マンガ編集者としてはセンスがなくても、マンガのことを知っている人材が必要ということはありません。例えば、今後出版社もキャラクタービジネスを考えていくと思いますが、そういうところではマンガの呼吸を知っている人材は重宝がられるでしょう。マンガに全然関わったことがない人が、いきなりマンガビジネスに行かされると面食らうので、マンガの基礎知識があったら雇いやすいですね。あるいはアニメーション会社などで、著作権ビジネスのことを知っている、マンガのことがわかっているとえば、就職しやすいです。うちの会社はマンガしか扱わないですから、経理にしる総務にしるマンガの知識があったほうがいいですね。こうした会社も増えてくると思うので、そういう意味では潰しが効くと思います。

小池 新潟にある日本アニメマンガ専門学校のマンガクリエイト科で作家志望の子を教育しております。御社の世界に広がるマンガビジネスの次の一手をお聞かせいただきたい。

それから、学校では、編集の方とか、そういう感覚を持った方を必要としているのですが、地方ですとなかなかよい講師がいないのです。そこで、プロ業界の若い編集の人材活用あるいは交流などから指導方法を共有するような、新しいシステムが構築できないかなと考えておりますが、何かお知恵があればお聞きしたい。

堀江 次の一手といえば、フィルムマーケットが一番ですね。マンガをアニメーションや実写映画にしていく部分をしっかりやらなければいけない。アメリカはそのための資金をつくるシステムができあがっていますが、日本にはそれがありません。アニメーションや映画にするためのファンドみたいなものを日本で構築して、資金をつくって映像化していくことが次の段階になると思います。

これまでも日本のマンガが映画化されていますが、あれはただアメリカのプロダクションカンパニーに原作を丸投げしているだけです。日本の出版社や原作者は原資料をもらうだけで、それに関する権利などは全部アメリカの会社が持っていて、日本にはお金がほとんど入ってこないということがざらに起こっているわけです。プロダクションカンパニーというのは、いいシナリオ、いい監督、いい声優や役者といったものを一つのパッケージにしてプロデュースして、それをスタジオに持ち込んで作品を成立させる。日本もプロダクションカンパニーを持たなければいけないです。そこが質を管理して日本の作品をいい作品にしていけば、原作者も安心して原作が渡せます。

地方の大学や専門学校と人材を交流することについては、大手出版社などは給料が高いため、なかなかそこから出たがらないでしょうね。また、大手の会社が、草の根的に人材を育成するためにノンプロフィットで協力する気はさらさらないでしょう。ただ、出

版社の給料もだんだん厳しくなっていますし、やりがいという部分で動く人が増えてきていますから、適確に探せば人材は見つかると思います。非常勤の場合は、出版社に交渉して講師料を出すということであれば、喜んで協力する人間はいると思います。

矢代 私どもは、建築、土木、測量という工業系の専門学校で、直接関係はないのですが、お話を伺いまして、編集者は大変重要な仕事だというのがわかりました。しかし、編集者の育成はできるけれど、育成マニュアルは外に出ていないから教科書的なものもないということになると、教育はむずかしいのではないかという気がするのですが。

堀江 マニュアルをつくるのはそんなにむずかしくないと思います。マンガ家はそれぞれのセンスが重要で、センスを教えるのは非常にむずかしいです。編集者も最終的にはセンスが必要ですが、ベーシックなところの知識はきちんと教えられます。また、マニュアルがないといっても、ある種のマニュアル的なものを頭に入れた人間がたくさんいますから、そういう人間を連れてくれば、1年間分のカリキュラムとか教科書はすぐにできるのではないかというのが実感です。

ただ、一つだけむずかしいのは、先ほども言いましたが、ネームを見る力を養成することで、これは横にマンガ家がいないとむずかしいわけです。マンガ家との打ち合わせ技術も。こういう本当に実践的なところになると、何か工夫しないとまずいかもしれないですね。編集者コースのある学校とマンガ家コースのある学校が共同でやるとかというようなことも考えられるかもしれません。

僕が少年ジャンプをやっているときに、少年ジャンプがマンガ学校を持って、そこを卒業したらジャンプで連載できるようにしたらどうか言われたことがありました。教育と現場がつながっていたら、本当に強い教育だと思います。出版社が学校を持ったり、もしくはどこかの学校と提携して人材を育てていくことをしないと、マンガは伸びていかないかもしれないと、最近つくづく思っています。あるいは学校が売れる雑誌を持っていたら強いです。生徒がどんどん入ってきますよ。

最近マンガ家が、個人的に編集者を雇い始めています。編集でかなりの部分が変わってしまうから、ある程度印税が入ってくるようなマンガ家は、会社があてがってくれる編集者ではなくて個人的な編集者を雇い始めました。だんだんそうなると思います。そこで、いままで社員として編集していたのが会社を辞めて、マンガ家を何人が抱える専属の編集者になって年収が億単位という連中が出てきています。

大槻 当たるアーティストというのは、どこにセンスがあるのでしょうか。

堀江 マンガの場合は基本的にはいい顔が描けるということです。皆が好感の持てる顔を描けるマンガ家は、まず当たる確率が高いです。例えば、本宮ひろ志は、顔しか描かない、煎じ詰めれば目しか描きません。ほかの部分は全部アシスタントが描いているんです。しかし、本宮ひろ志以外が顔を描いて、同じ中身でやっても、絶対に当たらないんです。僕らもマンガ家の卵の原稿を見るときには、最初に顔を見て、いい目を描くなと思ったときには拾い上げる。個人が持っているセンスが顔に出るのです。

でも、学校ではどうしてもデッサン力とか全体のことばかりを見ますので、顔はその次みたいになってしまう。アーティストを育てる上で基本的な技術は教えられますが、センスは教えにくいので、学校で教えるのは大変だと言ったのです。編集者は逆に、センスよりも技術のほうが少し多いから、編集者のほうが育てやすいのではないかと思います。

宮部 日本デザイナー学院でマンガ科をやっていて、度胸がある学生は出版社に持ち込むケースがありますが、大きな問題はストーリーがなかなかできないことです。いま、最初に見るのは顔の表現、目の表現とおっしゃったのですが、多少ストーリーが悪くても

目に止まるものでしょうか。

また、持ち込むときには、完成した作品よりもネームを持って行って意見をいただいて、描き直したほうがいい編集者に当たる確率、デビューできるチャンスが高いのか、お聞きしたいと思います。

堀江 ストーリーは、持ち込み段階の人だとそんなにうまい人はいないです。編集者は顔とか目を見てそれがよければ、ストーリーのほうは育てれば何とかなると考えるでしょう。持ち込む場合は原稿にしたほうがいいですね。ネームで持っていったら、完成原稿にしてこい、と言われるだけでしょう。

ストーリーについては、おもしろい小説などを、10回、20回読ませる。そうすると必ず退屈なところが出てきますから、その退屈なところを自分で作り変えてごらんとすると、結構自分なりのストーリーをつくります。そのストーリーのつくり方とか、最初のモチベーションみたいなものの持たせ方というのが必ずありますので、それも正直に言えば編集技術に入ってくるんです。そういうときにどういうアドバイスをするかということですから。

(了)



## Coamixの誕生



「いい漫画を創っていききたい！」  
そう思っていた者たちが一同に集い  
Coamixは誕生しました！

Coamixの社は「漫画事業に専念する」「漫画の発展に寄与する」、ただこれだけです。漫画は、世界に誇れるメディアであり文化であると思います。ただ私は、ここ最近の漫画状況に不安と不満があります。漫画はこれほど面白かったのだと再認識させ、人を元気にさせる熱のこもったマンガが必要でないでしょうか？  
だからこそCoamixは、21世紀に向けた漫画事業における新しいシステムやルールをつくりあげ、創作力の触媒となるべき編集者の質を高めながら、いろんな雑誌へ良質なコンテンツを供給していくことを目指します。  
(株)Coamix代表取締役社長 堀江信彦

3



## そもそも漫画編集者の仕事とは？

「漫画は漫画家が勝手に描く。漫画編集者は、その原稿を受け取ってくるのが仕事」と考えていませんか？

< 最近の漫画誌創刊での成功例と失敗例 >  
なぜ、コミックピンゴ(文藝春秋)は失敗し、コミックパンチ成功したのか？

**その鍵を握るのは編集者**



4

## ネーム (絵コンテ) のチェック

例2 虹色のウサギ 第1話 ウサギの縁結び



掲載



第3稿

12

## 漫画編集者教育・育成への問題点と提案

- 優秀な編集者への人事的評価  
「よき編集者はイコールよき編集長ではない」
- 優秀な編集者への経済的な評価  
「編集者へのインセンティブ制度の難しさ」
- 編集技術の継承に対する企業の無関心  
「面倒見のいい先輩がいなくなった」

編集者のレベルが漫画作品と雑誌のレベルを決める。

22