

マンガを掲載している。このことを背景に、中国政府は子供向け作品の創作を支援するため、「中国新漫画」の発展を前進させる「5155 工程」計画を 1995 年に始動し、『中国』、『北京』、『少年漫画』、『漫画大王』、『先鋒』という五つのマンガ雑誌を創刊させた¹¹⁷。以上の雑誌で最も注目すべき点は、「1 誌面 4 頁型」、もしくは「1 誌面 4 頁型」と「1 誌面 2 頁型」を混雜する掲載形式をとっていたということである。このうち、「1 誌面 1 頁型」雑誌は、一時的な人気を博したこともあったが、長く存続していなかった。他にも、途中から「1 誌面 4 頁型」、あるいは、他の掲載形式と混合したものに変更されてしまったケースも見受けられる。

だが、90 年代末頃から、日本マンガとアニメの情報誌は中国市場を占領した。政府が支援するマンガ雑誌も、内容描写に関する制限を設けたことなどが原因で、徐々に人気を失ってきた。2000 年以降は、小学館と連携して創刊された『吉美漫画』(のちに、『龍漫』へと改題される) を代表とした「1 誌面 1 頁型」雑誌が、何誌か誕生していくようになった。

しかし、2006 年までの間に、ほとんどの情報誌やマンガ雑誌は廃刊となっていた¹¹⁸。そのうち、唯一好調になったのは、漫友文化という大手会社が創刊した『漫友・漫画 100』と『漫友・動画 100』という情報誌だった¹¹⁹。この 2 誌は、主に日本マンガとアニメの情報を取り扱っていたが、「1 誌面 1 頁型」で中国マンガも連載していた。2007 年には少女マンガ専門誌『LOVELY100』が創刊され、2008 年には少年マンガ専門誌『少年 S』が創刊されたが、これらの雑誌のすべてに、「1 誌面 1 頁型」という掲載形式が採用されていた。この当時、日本マンガと同じような「1 誌面 1 頁型」雑誌の刊行が盛んになっていく可能性がみられた。

一方、2004 年頃、中国では初めてのオリジナルマ

ンガ企業¹²⁰の創始者である陳維東は、「新中国漫画創作」十法則」というものを発表した。この十法則のうち、一番重要なものは以下の 2 点である。一つは、「中国マンガは日本、欧米、香港などのと区別すべき」という点である。もう一つは、「紙の本による作品を、映像作品やデジタル作品としてメディアミックスするには、内容をフルカラーで制作しなければならない」という点である¹²¹。

この陳の法則に従い、2006 年に『知音漫客』というマンガ誌はフルカラーの「1 誌面 4 頁型」の形で登場した¹²²。日本マンガ誌とは対照的に、「少年の物語、少女の感情」を理念にするこのマンガ誌は、対象読者層が性別を区別せず、10~18 歳の若者にしぼった。また、それまでのマンガ雑誌はモノクロ印刷が中心だったに対し、『知音漫客』ではフルカラー印刷が採用された。

発行部数は、月刊である創刊号はすでに 10 万部を超え、その一年半後には、24 万冊に達した¹²³。しかも、月刊誌から週刊誌へと変わった 2009 年 11 月以降、その発行部数はさらに増え続けた。雑誌のカバーに書かれているように、一時期には毎月 700 万部以上にまで上昇するようになった。この『知音漫客』の成功を見て、マンガをもって利益を獲得することは中国で認識されていく。

実際、『知音漫客』を模倣した雑誌は相次いで出版された。2009 年末頃、「1 誌面 1 頁型」雑誌の発行者として有名になった漫友文化社は、『少年 S』は「1 誌面 4 頁型」雑誌の『漫画 SHOW』に改版され、2010 年にはマンガ情報誌『漫友・漫画 100』と『漫友・動画 100』、少女マンガ専門誌『LOVELY100』という 3 誌を『漫友』という 1 誌の「1 誌面 4 頁型」マンガ専門誌として統合された。2012 年、講談社と連携して創刊された雑誌『勁漫画』も、小学館の『龍漫』と異なる「1 誌面 4 頁型」を採用していた。

117. 陳維東（2015:95）筆者訳、陳曦子（2016:54）

118. その原因の一つは、日本から許可をもらわず、マンガやイラストなどを勝手に掲載していたことがほとんどだということである。2000 年代以降、日本からマンガを購入することが増え、海賊版に対する駆除が厳しくなってきた。二つ目の原因是、中国のすべての雑誌が ISSN 番号を必要とするが、この番号が国で管理されるため、希有であることである。当時、多数の情報誌は海賊版アニメの DVD を付録として付けていた。故に、ISSN 番号が取れない場合、抜け道を選んで、DVD 番号を取り、雑誌を DVD の付

録として発行していた。つまり、大人気の情報誌は、実際にほとんど違法の存在で、いつなくなってしまいかしくないものだった。3 つ目の原因是、インターネットが中国全国に普及してきたため、雑誌が唯一の情報源ではなくなってきたという点である（葉：2016）。

119. 吳（2009:55）筆者訳。

120. 1995 年が創立された天津神界漫画公司である。

121. 陳維東（2015:213 ~ 215）筆者訳。

122. 陳維東（2015:221）を参照。

123. 陳維東（2015:222）筆者訳。

これにより、マンガ雑誌は社会からの注目を集め、中国マンガ市場は拡大していった。「1誌面4頁型」は多く出版された一方、「1誌面1頁型」雑誌も増えていった。例えば、2006年には再び小学館と連携して『龍漫少年 SUNDAY』という雑誌が創刊され、2010年には『尚漫』というマンガ誌も創刊され、同年、角川との連携で『天漫』が創刊された。このうち、『尚漫』は現在（2016年）も存続している数少ないマンガ雑誌である。

やがて、「1誌面4頁型」と「1誌面1頁型」という二つの掲載形式に対する長所と短所についての検討も増えていくようになった。2011年にはネットで「1誌面4頁型」と「1誌面1頁型」をめぐる論争が行われ、一時期に話題になった。なお、この論争のきっかけとなったのは、香港のマンガ家門小雷の発言だった。彼女は「香港のマンガ雑誌も『1誌面4頁型』なのかと聞かれましたが、恥ずかしいことに、香港にはもうほとんどマンガ雑誌がないです。正直に言えば、『1誌面4頁型』の雑誌はマンガに対する根本的な侮辱でもありますから」と述べていた。これに対し、中国大陆¹²⁴のマンガ家は「成功してもいいないくせに、あまりお高くとまらない方が良いのでは。どのような掲載形式であったとしても、(マンガ雑誌の出版の存続を)諦めるよりかは良いはずです」と答えた¹²⁵。この論争には、その後、多数のマンガ家や編集者が巻き込まれていった。

そして論争の中心に据えられたのは、前述した「1誌面1頁型」を諦め、「1誌面4頁型」に改版された漫友文化社の雑誌であった。この雑誌を手がけていた編集者は、「『1誌面4頁型』になってから、雑誌や単行本の売り上げが高まった。市場が、『1誌面4頁型』の正しさを証明している」と述べていた。また、編集者が「1誌面4頁型」を批判する読者と喧嘩する事件も起こった¹²⁶。この論争¹²⁷の終盤、「1誌面4頁型」雑誌と「1誌面1頁型」雑誌は、対立したまま終わったかのように見えた。

論争が終わった3年後の2014年、漫友文化社の雑誌は次々と廃刊になっていた。多くの人に期待

されていた「1誌面4頁型」雑誌『漫画 SHOW』だけでなく、2012年に創刊の「1誌面1頁型」雑誌『萌萌』も廃刊へと至った。現在（2016年）も出版されている『漫友』は、「1誌面1頁型」雑誌へと戻った。同じ2014年、集英社と連携して創刊された「1誌面1頁型」雑誌『漫画行』は注目を浴びた。ほぼ同じ頃、講談社と連携して創刊された「1誌面4頁型」雑誌『勁漫画』の雑誌社は、人気を博した後、「1誌面1頁型」の増刊『勁漫画 special』を創刊した。このように、「1誌面4頁型」雑誌で利益を上げ、「1誌面1頁型」雑誌で利益以外のものを追求する考慮が出てきた。しかし、2015年から、ほとんどの「1誌面1頁型」雑誌は休刊となった。同時に、『勁漫画』などの多くの「1誌面4頁型」も休刊となった。

以上までの記述をまとめてみれば、次のようになる。小学館と連携した『龍漫』と漫友文化社の雑誌は、一時期、「1誌面1頁型」雑誌で人々を注目させた。しかし、この当時、他の「1誌面1頁型」雑誌の部数は、出版を持続するには十分な数値にまで至らず、『龍漫』と漫友文化社の雑誌を除き、そのほとんどが消えていった。2006年以降、フルカラーの「1誌面4頁型」雑誌が創刊され、はじめて商業的な成功を収めた。その後、「1誌面4頁型」雑誌の数は圧倒的に増えたが、「1誌面1頁型」雑誌も以前より多く出版されるようになっていった。そして、「1誌面1頁型」がわずか3誌しか残っていない2016年現在、「1誌面4頁型」雑誌もまた活力を失いつつある。したがって、2006年、特に2009年から『知音漫客』は世間の注目を集めた後、「1誌面4頁型」と「1誌面1頁型」雑誌は、一時期に論争の中で対立もしたが、結果的に一蓮托生の関係になったと言えるだろう。次章以降から、この異なる掲載形式を用いた雑誌が混在している現状を示し、その事実を背景に、掲載メディアと見開きの関係を提示していく。

2.2.2 異なるメディアにおける同様の表現

2.2.2.1 表現としての見開き

上記のように振り返って見れば、物質的に異なる

124. 中華人民共和国（香港と澳門、台湾地区を含めない）を指す。陳（2014）を参照。

125. 「『国漫当自強』第4期：4拼1彩漫会成為中国漫画的主流吗？」<http://comic.qq.com/zt2012/guoman004/index.htm> を参照。

126. 「關於國內連載漫畫雜誌★4拼1侮辱門★事件」http://blog.sina.com.cn/s/blog_4fdee0280100ue0l.html

html を参照。

127. 論争において、ほとんどの人は、「1誌面1頁型」がより精密なマンガ表現を可能にするということしか認識していなかった。また、日本マンガは見開き単位でコマを構成するということは知られていたが、なぜ見開きではない構成ができないのか、詳しく検討されなかった。

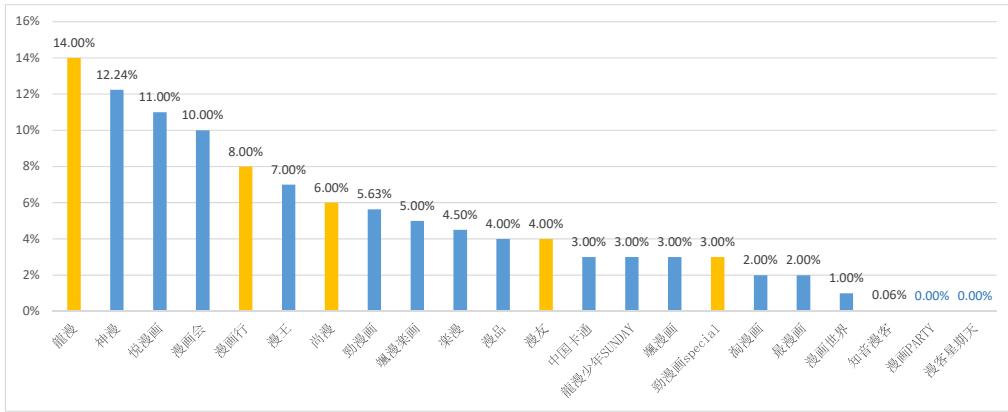


図 2-6

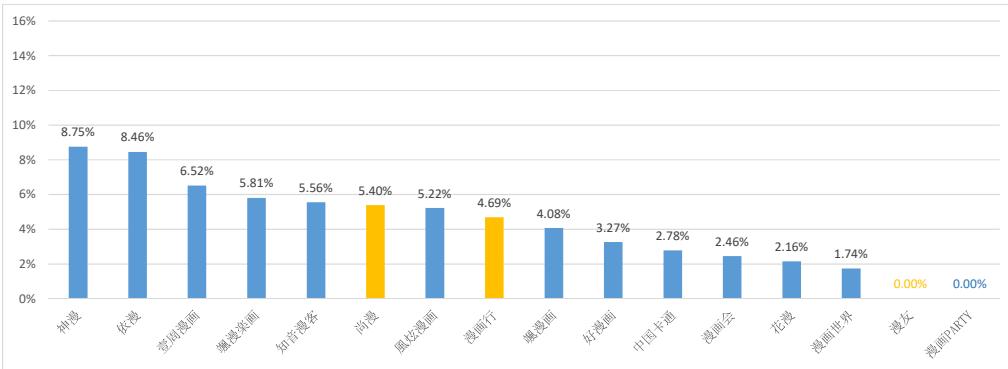


図 2-7

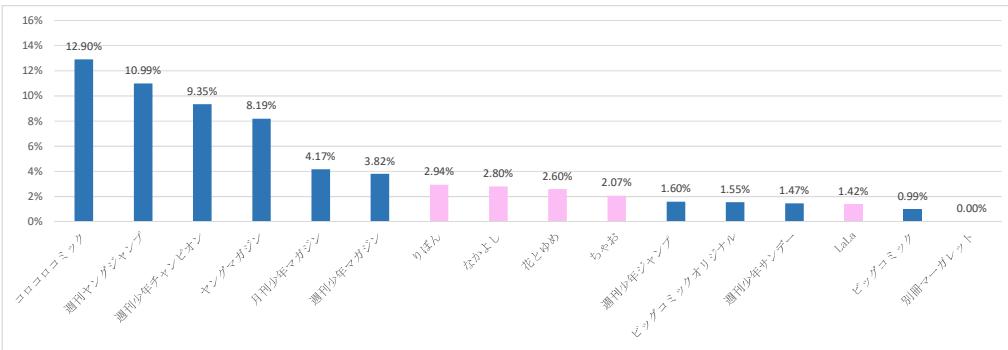


図 2-8

「1 誌面 1 頁型」雑誌と「1 誌面 4 頁型」雑誌は、実際に共存関係にある。異なるメディアに掲載されているマンガ表現も、同様の関係になっている可能性がある。

本章では、2014 年 9 月と 2016 年 3 月に発行された中国マンガ雑誌における見開き表現の比率を統計でまとめていく。まず、見開き回数をカウントする方法について説明していこう。その第一、見開き表現の定義については、前述したように、左右 2 ページを一つの画面として取り扱う表現と、夏目が提示する「見開きコマ」を参考にして、雑誌の 2 誌面を見開き表現として扱うことに加え、「1 誌面 4 頁型」において、二つのマンガページを取り扱う場合も見開き表現として含まれる。つまり、「1 誌面 4 頁型」においてほとんどの見開き表現は、誌面の 4 分の 1 を占めていることになる。第二に、二つのマンガページを 1 セットとして、見開き表現のセット数は何割を占めるかを統計でまとめた。第三に、4 コママンガと広告のページは考慮に入れないものとする。図の表記では、濃色のものは「1 誌面 4 頁型」で、淡色のものは「1 誌面 1 頁型」である。

【図 2-6】と【図 2-7】が示しているように、見開き表現の有無は、掲載メディアの形式が「1 誌面 4 頁型」であるかどうかとは、直接的な関係はない。また、約 1 年半を経た後も、全体的な見開き表現の

比率はほとんど変わらない。さらに、【図 2-8】の 2016 年 3 月に発行された日本マンガ雑誌¹²⁸のデータと比較すると、比率について明確な違いも見当たらない。つまり、見開き表現の採用と掲載メディアの形式との間に直接の関係がない。換言すれば、国を問わず、「1 誌面 1 頁型」と「1 誌面 4 頁型」のどちらに作品を掲載しても、マンガ家は類似する見開き表現の意識を持っていると考えられる。

2.2.2.2 見開きに対する意識

前述したように、「1 誌面 4 頁型」の『画書大王』の影響を受けた中国のマンガ家は、見開き意識を生み出さなかった。しかし、これまで「1 誌面 1 頁型」雑誌も若干を紹介してきた。それは日本マンガ家のような見開き意識を誕生させることと思われるだろうが、本研究で、中国で「1 誌面 1 頁型」雑誌においてさえ見開き意識が成立しにくいということを突き止めた。この掲載形式が成立しにくさの理由は、以下に記述する。

第一に、「1 誌面 1 頁型」に専念するマンガ家は少なく、「1 誌面 1 頁型」雑誌の数も少なかった。その上、入れ替わりの激しい市場で廃刊に至らなかつたものとなれば、その数はさらに減る。そのため、雑誌が廃刊になったこと、作品が打ち切りになったことなどを理由に、それらの作品の掲載メディアの移行が見受けられる。例えば、白驥の「4.9 × 4.9」という作品のように、漫友文化社の雑誌の掲載形式が「1 誌面 1 頁型」¹²⁹から「1 誌面 4 頁型」¹³⁰に変わった時、フルカラーで「1 誌面 4 頁型」で連載し続けられるようになった。また、客心の「天使図書館」¹³¹のように、モノクロのままで「1 誌面 4 頁型」雑誌のカラーの下地として掲載されていた作品もある。さらに、「藍翹」のように、「1 誌面 1 頁型」の雑誌¹³²からウェブサイト¹³³へとメディアの場を移すマンガも少なくない。より掘り下げていえば、今日、デジタルマンガからデビューするマンガ家が増えてきている¹³⁴。

調べた限り、2016 年 3 月当時、「1 誌面 1 頁型」雑誌にストーリーマンガ作品を掲載していた中国大陆のマンガ家は、全部で 17 人いた。そのうち、「1

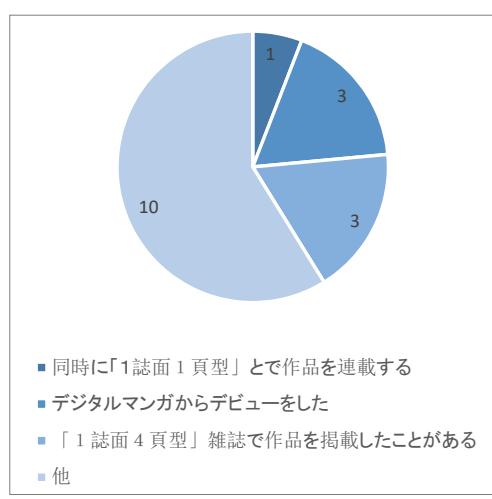


図 2-9

128. 2014 年 10 月 1 日から 2015 年 9 月 30 日まで発行部数少年向け前 6 位、男性向け前 4 位、少女向け前 6 位合計 16 誌である。ランキングは「一般社団法人日本雑誌協会」というサイトからのデータを参照する。

129. 白 (2010a) を参照。

130. 白 (2010b:18 ~ 21) を参照。

131. 客心 (2011:19 ~ 25) を参照。

132. 徐 (2016: 9 ~ 32) を参照。

133. 徐 璐「藍翹」「有妖氣」<http://www.u17.com/comic/68109.html> を参照。

134. デジタルマンガと見開き意識の関係は第 3 章で詳記する。

誌面4頁型」雑誌でも作品の連載を持っていたマンガ家は1人である。デジタルマンガからデビューしたマンガ家は3人。「1誌面4頁型」雑誌に作品を掲載した経験のあるマンガ家もまた、3人である。つまり、【図2-9】が示しているように、「1誌面1頁型」の中国マンガ家は17人のうち半数近くおり、見開き単位では読めない他のメディアに作品を掲載した経験があることがうかがえる。このように、マンガ家の側で慣れてきた掲載形式も考慮すれば、「1誌面1頁型」から生じるはずの見開き意識の可能性がそのまま廃れることは不思議ではないだろう。

第二に、同一の作品が、たとえ掲載の場を移すようなことはなくとも、複数の形式で読まれることは一般的である。「1誌面4頁型」雑誌に作品が掲載された時、見開き単位ではその内容は8ページ分であるが、単行本化された場合、その内容は2ページで収まってしまう。また、ネットで発表されたマンガは、そのほとんどの作品が1ページずつ読み進められていくような形式をとっている。さらに、スクロールマンガでは、コマが再構成される例も少なくない。このように、中国のマンガは読み方が多様化している。作家側にとっては、読者の読み方を予測しにくいことがうかがえる。

また、読者としては「1誌面4頁型」の掲載形式で、読者を考慮に入れている日本マンガのコマ展開を、そのまで味わうことができない。そのため、作家になったこのような読者は、自分のマンガをどう読まれるかを意識してコマを展開することが難しい。

さらに、前述した『颶漫画』の編集部によるマンガ技法本では、マンガページの1コマ目は見せゴマと書かれ、最後のコマは引きゴマと記されている¹³⁵。つまり、構成単位となっているのは見開き単位ではなく、明らかに単独のページである。中国のマンガ家は1ページでネームを作ることが多い。しかし、日本のマンガ家の多くが、見開きの2ページでネームを作っている。なぜなら、日本のマンガはそのほとんどが見開きの2ページで読まれているからである。

第三に、中国の「1誌面1頁型」雑誌において、『画書大王』すでに見られた「ページの読み方向とコマの読み進む方向は異なるようになる」という問題はいまも解決していない。例えば、2010年に「1誌面4頁型」になった『漫友』に連載された香港のマンガ「匿龍密語」【図2-10】を見れば、マンガの左

右2ページが全部逆になってしまい、見開き単位での構成が破壊されてしまったことが分かる。

もう一つの例は、「長歌行」という日中同時連載のマンガである。日本のマンガ雑誌『ウルトラジャンプ』の読み方向に合わせて、全部右から左への順番で描かれた【図2-11】。しかし、中国の連載雑誌『漫友』¹³⁶は左から右へと読んでいくのである。つまり、『漫友』での「長歌行」は、見開きの左右2ページが逆になっている【図2-12】。この問題は、『ウルトラジャンプ』での「長歌行」の連載が2016年3月号から打ち切られ、連載の場が『漫友』だけになった後も放置されたままである。

漫友文化社の例だけを挙げると、偏っていると疑問を抱かれてしまう可能性もあるだろう。しかし、現在(2016年)中国で「1誌面1頁型」の雑誌は3誌しか残っていない。『漫画行』は元々、集英社と提携しているので、日本マンガ雑誌と読み方向は同じであるが、残った2誌のうち、最も長く存続しているマンガ雑誌『漫友』は、長い間強い影響力を持ち続けている。それにも関わらず、「1誌面1頁型」雑誌の代表である『漫友』でさえも、見開き単位でコマを構成することができない可能性が生じている。

中国のマンガ家の中には、日本マンガ家のように強い見開き意識を持った者もいる。例えば第年秒は、かつて「1誌面4頁型」雑誌に本名で「長安督武司」というマンガを連載していた。そのコマ構成は見開き単位で、「圧縮と開放」の効果や引きゴマなども見える【図2-13】。その上、『漫画行』にペンネーム第年秒で作品を連載し、同じペンネームで『週刊少年ジャンプ』に読み切りマンガ¹³⁷を掲載した経験もある。しかし、『週刊少年ジャンプ』に認められた中国マンガは、第年秒の作品だけである。彼のように、中国においては自作が「1誌面4頁型」の雑誌に掲載されるため、見開き単位で読まれることができないことがわかっていても見開き意識を持ってマンガを描くマンガ家は、確かに中国で珍しいだろう。

中国マンガの過半数は1ページで読まれるか、あるいは、見開き単位で読まれるかで、その内容の効果が明確に異なるとは断定できない。1ページで読んだほうがよいマンガも存在している。例えば、【図2-14】のように、左右2ページの2コマはキャラクターが向き合っているように見られるが、実際に、この2コマのキャラクターは同一人物である。また、

135. 風漫画原創部（2014:109）

136. その時は「1誌面1頁型」に戻った。

137. 第年秒（2016：169～213）を参照。



图 2-10



图 2-11



图 2-12



图 2-13

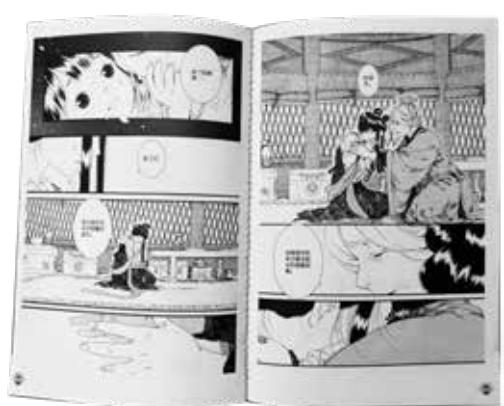


图 2-14

わざと自分と向かい合って話すような構成になっているが、全体のストーリーを見れば、その意味は伝わってこない。つまり、このコマ展開を構成していた時、マンガ家は読者が次のページも一緒に見てしまうことを考慮していないことが分かる。

2.2.2.1と2.2.2.2をまとめると、中国のマンガにおいて、見開き表現が日本マンガとほぼ変わらない頻度で使われていると言える。しかし、数少ない例外を除けば、見開き単位でコマを構成する表現は、まだ普及していないのである。

2.2.2.3 読み方向と視線誘導

前述したように、もともと右から左へと読み進められるマンガを中国の雑誌に掲載した場合、ページの順番とコマの進み方向は矛盾するケースが見受けられる。しかし、ページの順番と読み方向が一致しても、中国のマンガでは、キャラクターの顔の向きや動きの方向などといったものは、読み方向と異なる場合が多いのである。その原因は彭之インによると、「中国のマンガ家は、日本のマンガの表面だけを見て、視線誘導の役割を意識しないまま、日本マンガの進行方向をそのまま、そもそも読み順が違うはずの自分の創作の中に持ち込んでしまうのである」¹³⁸。また、前述のように、『画書大王』のような雑誌で日本マンガを読みながら育っていた作家にとって、読み方向やキャラクターの向きが一致しなかったケースは多い。つまり、それらの方向が一致していれば、読者の視線がより滑らかに流れることを意識していないことがうかがえる。日本マンガを学んだ時、顔の向きをコマ単位でそのまま受け継いだ。

しかし、彭が論じる読み方向と視線誘導の関係には、筆者は完全に同意できない。先述したように、彭は、日本マンガ雑誌『月刊 ASUKA』と「1誌面1頁型」雑誌『LOVELY100』（漫友文化社）に同時に連載されていた丁冰の作品「学園 GOD」が日本の編集者からアドバイスを受けたため、以前の作品より視線誘導に注意するようになったことを主張している。この結論に基づく視線誘導のデータは、「ページの最後のコマに描かれたキャラクターや物の進行方向」によるものである。つまり、「ページの最後のコマは視線誘導において重要な役割をはたしているからである。（中略）ページの最後のコマの示した進行

方向が読者の視線と一致すれば、読者の視線を滑らかに次のページへ誘導できる」¹³⁹と、彭は解釈している。

しかし、彭が論じるこの視線誘導について、以下の問題が生じる。

第一に、「進行方向」は一見明確だが、実際に曖昧な場合が少なくない。彭が統計の対象にしているのは、「順流」と「逆流」、「停止」という三つに分類される「絵の進行方向」¹⁴⁰である。しかし、絵だけを対象とすれば、吹き出しの位置やそのセリフなど、キャラクター以外の要素を無視することになってしまふ。具体的な物語内容も視野に入っていない。

第二に、データ化したのは、ページ最後の引きゴマだけであり、見開きにおいて、視線がどのように最後のコマに誘導されていくということではない。1コマの「進行方向」だけで、作品の視線誘導を判断するのは、説得力に欠けているのではないだろうか。第三に、夏目房之介によると、コマ本来の進行方向を逆にして、「視線は心理的にブレーキをかけられ」、いつたん「停止する」というコマ展開も見受けられる¹⁴¹。泉信行も、ストーリーに応じてすべての「絵の進行方向」を意図的に変える『アレクサンドロス』という作品を分析している¹⁴²。「進行方向」が読者の視線と一致すれば、確かにより滑らかに視線を誘導することができる。しかし、わざと逆手に取られる場合も含め、視線誘導が意識されているかどうか、ページ全体のコマ割りを無視し、最後のコマだけに注目することは不十分だろう。故に、「絵の進行方向」と視線誘導を同一視するのは、妥当な手段とは言えないと考えられる。

彭のデータによると、『ASUKA』に連載されていた作品では、「順流」の比率が80%を超えていた。それに対して、以前の作品の「順流」の割合は20%~30%である¹⁴³。筆者は『鋼の錬金術師』の単行本第1巻を彭の「絵の進行方向」の基準で分析してみたが、見開きの左ページの「順流」の割合は47%であり、「逆流」の割合は33%、「停止」の割合は19%という結果が出た。この数値を見れば、『鋼の錬金術師』の「順流」の割合はそれほど多くないであろう。しかし、この結果だけで、『鋼の錬金術師』が『ASUKA』に連載されていた丁冰の作品より視線誘導を重視していないという安直な結論に至るわけではない。

彭は丁冰が帰国した後のインタビューを以下のよ

138. 彭（2013:57）

141. 夏目他（1995a:175）

139. 彭（2013:51）

142. 泉（2008:95）

140. 彭（2013:52）

143. 彭（2013:54）

うに引用している。

記者：日本での研修の期間中、どのような不便を感じましたか。

丁氷：いろいろありました。簡単に言えば、中国のマンガを描いた時は、左から右へ描いていましたが、日本は右から左へ。中国では、左から右へ描いて、文章も横書きだから、構図は横構図が多いです。日本は、文章が縦書きだから、構図も縦構図になっています。この調整に一番時間がかかりました。四ヶ月も掛かってしまいました¹⁴⁴。

彭は、このインタビューでの丁氷の発言を、「丁氷が日中の視線誘導の違いを意識してきた証拠」としている。しかし、丁氷のこの言葉には、両国の読み方向と書き方向、そして画面構図との関係のみが指摘されているのである。たしかに、読み方向と書き方向、構図は視線誘導と深く関わっている。その点では、丁氷は「日中の視線誘導の違いを意識してきた」ということに同感できる。しかし、丁氷が触れているのはあくまで、横構図と縦構図についてであり、「絵の進行方向」ではない。逆に、丁氷は視線誘導について注目しているのは「絵の進行方向」ではないとさえ言える。また、彭のデータによると、『ASUKA』に連載した後の丁氷の作品では、「順流」の割合が10%ほど上がった。この事実は、日本での連載から受けた影響を明示しているが、数値の割合が10%ほど上がるだけでは、視線誘導において、「絵の進行方向」がすべてではないということも示唆しているだろう。

また彭は、「絵の進行方向」において、「順流」の割合が多いものの方が「質」が高いと主張している¹⁴⁵。「順流より逆流の方が多い、これは中国マンガが上手く読者を引き込めない最大の問題」とも述べている¹⁴⁶。しかし、本当にそうだろうかと疑問を抱く。

「学園GOD」が連載された2009年には、ちょうど「1誌面4頁型」雑誌『知音漫客』の人気が最盛期を迎えていた。同年に『知音漫客』に連載されていたマンガも、「1誌面1頁型」雑誌『LOVELY100』のマンガのように、そのほとんどが「絵の進行方向」と読み方向を逆にしていた。しかし、『知音漫客』の売れ行きを見れば、同誌に連載された人気作は「上手

く読者を引き込めた」可能性が高いと言えるだろう。逆に、「順流」の割合が高くなつた「学園GOD」は、中国でより大きな人気を博したという結果を打ち出している。

ではどのようにして、視線誘導を無視しがちな中国マンガは、読者を引き込むことに成功したのだろうか。現在（2016年）、『知音漫客』に掲載されている作品で一番人気の高い作品「斗破蒼穹」【図2-15】を見てみよう。確かに、仮想の読者の視線はコマの枠線とぶつかって振り返りがちで、滑らかに誘導されているとは言えないだろう。しかし、「誘導」の役割が完全に無視されているとも言いがたい。つまり、「引きゴマ」はストーリーを前進させる効果を発揮するが、日本マンガとは異なり、「視線」誘導の効果をもたらすものではないことが考えられる。

注目すべきは、「絵の進行方向」を読み方向と一致させて視線誘導を行う効果が、1誌面に何ページを配置するかに関わらず発揮されるという点にある。中国のマンガにとって、メディアとしての雑誌はもはや表現の妨害ではない。しかし、長い間、慣れ親しんできた描き方を簡単に変えることができない。中国のマンガ家は、メディアとしての雑誌¹⁴⁷に深く影響されてきた一方で、メディアとしての雑誌を積極的に活用してこなかった事実がうかがえる。

中国に限らず、日本でも習慣は簡単に変えることができない。かつて『リリカ』という左開きのマンガ誌があり、手塚治虫も同誌で作品を連載していた。しかし、1979年3月の最終号を見てみると、後藤ゆきおの「ほくろ天使」のように、読み方向とは逆のコマ展開が確認できる¹⁴⁸。このような描写になってしまったのは、それまで右開きの雑誌で培ってきた描き方を簡単に変えられなかつたことにあるだろう。

2.3 「1誌面4頁型」特有のコマ割りの不在

日本のリミテッドアニメは、最初はコストを抑えるためにとられた、余儀のない選択だった。しかし現在では、リミテッドアニメの限界はかえって活用され、独特な表現スタイルとして認められている。この限界の活用を中国の「1誌面4頁型」に適用してみれば、独特な表現が生み出せる可能性もあるだろうが、本研究では、「1誌面4頁型」特有のコマ割

144. 彭（2013:57-58）が引用・翻訳した記事、<“丁英俊”回国畅谈赴日研修经验>「“丁英俊”帰国し、日本の研修について話す」、2009年9月5日。

145. 彭（2013:56）

146. 彭（2013:56）

147. 例えば、週刊誌のリズムに合わせて物語を作る。

148. 後藤他（1979:64-65）



図 2-15



図 2-16



図 2-17



図 2-18

りが生まれてこなかったことに焦点を当てていきたい。前述したように、「1誌面1頁型」で見開き意識が成立しにくい原因の一つに、ほとんどの中国マンガ家が複数のメディアで作品を掲載している点を挙げた。原因を同じくして、「1誌面4頁型」で独特的な表現が成り立にくいくことがうかがえる。さらに、もともと「1誌面1頁型」雑誌に掲載されていたマンガを「1誌面4頁型」に移した時、マンガ家は積極的に「1誌面4頁型」に合わせるために表現を変えようとする傾向が乏しい。マンガ家CHRYはインタビューで次のように述べている。

「1誌面4頁型」雑誌に作品を連載するようになつても、画面の質を調整したくないのです。もし見づらいのであれば、単行本を読んでください¹⁴⁹。

この発言ではコマ割りには触れられていないが、メディアが変わっても、描き方を変える意志はないことが明確にされている。作家は読者に違和感を与えないように、そのままの描き方で作品を描き続けようとするのである。そのため、「1誌面4頁型」にふさわしいコマ割りに抵抗する可能性も生じる。このような作家たちは、独特な表現を積極的に志向せず、妥協するという消極的な姿勢をとる場合が多い。

もちろん一方で、ずっと「1誌面4頁型」雑誌のみで活躍するマンガ家も少なくない。「1誌面4頁型」雑誌にしかできないコマ割りに挑戦した作品も存在する。まず【図2-16】が示すように、一つの誌面に二つの見開き表現を載せるケースが見受けられる。また、雑誌の見開きをマンガの見開き表現として取り扱うケースもある¹⁵⁰。つまり、「1誌面4頁型」で生じる縮小された画面が見づらくなるというデメリットは回避され、見開き表現でストーリーが進行していくのである。

さらに、マンガの1ページを1コマとして用いることで、一つの誌面を一つのマンガページとして読むこともできる。例えば、【図2-17】が示しているように、4ページ分のマンガページの間には親密な関係が見られ、もう一方、【図2-18】のように下地で4ページ分のマンガをつなげる例も見受けられる。それにも関わらず、これらの例は「1誌面4頁型」

雑誌では一般的ではない。コマ割りの独創性よりもしろ、日本マンガのコマ割りを簡易化することを優先しているのが現状である。高度に発達してきた日本マンガは、「コマワリ¹⁵¹が複雑になり、『マンガの文法』でいている子どもが多い」¹⁵²という問題を抱えている。「1誌面4頁型」で育った中国の子どもは、日本マンガの読者より簡易的なリテラシーを身につけている。つまり、左上から読み始めるということさえ理解できれば、「1誌面4頁型」マンガは子どもにとって受け入れやすいであろうことが考えられる。極端に述べれば、コマ割りは「説話の経済原則に応じて」¹⁵³作られているため、読者にストーリーを分かりやすく提供する以上の表現は必要とされないのだろう。

上記の内容を踏まえれば、中国のマンガはそのほとんどが掲載メディアを活用しないように作られているため、コマ割りの技術は『のらくろ』以前のものに遡るだろう。しかし、もう一つの側面から考察すれば、中国のマンガ家はどのような掲載メディアを通じても読める横断的なコマ展開を採用する傾向があるとも言えるだろう。これは、雑誌連載のマンガがデジタル化される時、すぐ読者に受け入れられる理由の一つとなるだろう。

第2章をまとめると、中国のマンガ雑誌は最初から「1誌面4頁型」という形式でマンガを掲載してきたため、見開き意識が成立しなかった。だが一方で、見開き表現は大きいコマとして読まれる可能性もあるため、この表現を用いる頻度は日本マンガと同程度でもある。日本のマンガ誌と同様の「1誌面1頁型」の雑誌も何誌か出てきたが、以下の理由で、見開き意識は成立しにくい。その理由とはまず、2種類の雑誌は歴史的に混在してきたが、それらは対立するというより、むしろ一蓮托生の関係を築くようになった。また、ほとんどの中国マンガ家が複数の異質なメディアに作品を掲載しているため、「1誌面1頁型」に専念するマンガ家は少ない。さらに、長い間作家が慣れてきた描き方は簡単には変えられない。つまり、メディアとしてのマンガ誌が、見開きを可能にする表現の場を用意してくれるにもかかわらず、メディアとしてのマンガ誌を積極的に活用する習慣がないために、中国のマンガにおける見開きはメディ

149. 「微訪談実録：人気少女漫画家CHRY——我的征途是星之軌跡」<http://www.comicfans.net/Article/event/2011/08/16/16382524600.html> を参照。

150. 楊 (2014: 30-31)

151. コマ割りということ。

152. 中野 (2009:78)

153. 四方田 (1994:17)

ウムから離脱してしまうのである。

最後は、「1 誌面 4 頁型」特有のコマ割りが存在しないという点は注目に値する。中国のマンガ家は、複雑に発展してきた日本マンガの文法を簡易化し、メディア横断的なコマ展開を採用していると言えるだろう。

第3章 日中における見開きの行方

2011 年から発表されるようになった「中国漫画作家印税ランキング」に登場している作家は、そのほとんどが「1 誌面 4 頁型」雑誌の作家だった。しかし、2013 年からトップの印税は年々減少し、2015 年の作家の印税は、2013 年の時の 3 分の 1 にまで落ち込んでしまった（表 1）。その理由の一つは、2014 年のランキングで 1 位と 3 位にランクインしていたマンガ家たちが、2015 年から一番売れている『知音漫客』誌を離れ、独自にマンガ雑誌を作るようになったことである。しかし、『知音漫客』に匹敵する知名度と人気を誇るマンガ雑誌はいまだに存在せず、実際、そのマンガ家たちが起こした新しい雑誌も、『知音漫客』のような人気を得られない。

二つ目の理由として、雑誌の数が増える一方で、すべての「1 誌面 4 頁型」雑誌は固定された読者層を奪い合い、マンガ雑誌全体の売れ行きが上がっていらない¹⁵⁴ ということが挙げられる。2014 年から創刊されたマンガ雑誌は、掲載形式と値段、対象読者層など、そのほとんどが『知音漫客』と同様である。2016 年 6 月の時点で存続を保っていた雑誌を参照すれば、16 誌のストーリーマンガ雑誌のうちに、13 誌の「1 誌面 4 頁型」雑誌があり、それらはすべて『知音漫客』と類似している。

三つ目の理由は、対象読者層の成長と嗜好性の移動である。2009 年、最盛期の『知音漫客』を読んでいた読者の年齢は平均で 14 歳だったら、2016 年現在では、平均年齢も 21 歳となっていることが想定できる。前述したように、13 誌の「1 誌面 4 頁型」雑誌が対象とする読者の年齢層は 10~18 歳であるため、18 歳以上向けの雑誌が存在していない。つまり、少年少女向けの「1 誌面 4 頁型」雑誌を卒業した後もマンガを読み続けようとする読者は、他のメディアに移るしかない。印税ランキングを見れば、もともと収入が高い作家のほとんどが「1 誌面 4 頁型」

雑誌の作家だが、2015 年に上位にいるの 1 人は「1 誌面 1 頁型」雑誌の作家であり、2 人はデジタルマンガの作家である。つまり、中国において、デジタルマンガはマンガ家に新たな表現の場としての選択肢を与えているだけではなく、利益を生み出す場としても広まりつつある。

日本マンガも、「『コミック市場 2015』によれば、紙のコミック市場（雑誌+単行本）は下落が続いている」¹⁵⁵ が、「Web マガジンの市場が前年比 3 倍にもなっている」¹⁵⁶。また、無料アプリでデジタルマンガを受け入れる読者が拡大し続け¹⁵⁷、ビジネスモデルも形成されつつある。

このように、日本と中国の両国どちらを見ても、読者は紙マンガからデジタルマンガへと、興味の対象を移している傾向にあることが確認できる。では、マンガの掲載メディアが変われば、表現はどのように変わっていくのだろうか。そのことについて、デジタルマンガを軸に 3.1 より論じていくとしよう。

3.1 デジタルマンガにおけるページマンガ

マンガ構成の表現について論じる前に、デジタルマンガはデバイスも読み方もそれぞれ異なるため、まずデジタルマンガの読み方を分類する必要がある。現在、デジタルマンガの読み方は三つがあると言われている。第一は、クリックして見開き単位でページをめくっていく読み方。第二は、見開き表現を除き、スクロール、あるいはクリックで 1 ページずつ進めていく読み方。第三は、スクロールでコマを滑らせていく読み方である。本研究ではデジタルマンガの見開きを中心に論じるため、マンガの読み方という観点から、ページ単位が保たれているかどうかを基準に、デジタルマンガを分類した。ページ単位が保たれている一つ目と二つ目のデジタルマンガは掲載メディアを問わず、すべて「ページマンガ」と呼ぶことにし、また、ページ単位が解体された三つのマンガは「スクロールマンガ」と呼ぶことにする。つまり、例えば「裏サンダー」というウェブサイトに載せられているマンガは、縦スクロールによって 1 ページずつで読むが、本研究でスクロールマンガではなく、ページマンガと呼ぶこととする。

3.1.1 見開きが存続する日本マンガ

上記のように、ページマンガには大まかに二つの読み方が存在する。まず、前述したスクロール、あ

154. 盧斌他（2015:95）

155. 一般財団法人デジタルコンテンツ協会編（2016:74）

156. 一般財団法人デジタルコンテンツ協会編（2016:75）

157. 一般財団法人デジタルコンテンツ協会編（2016:75）

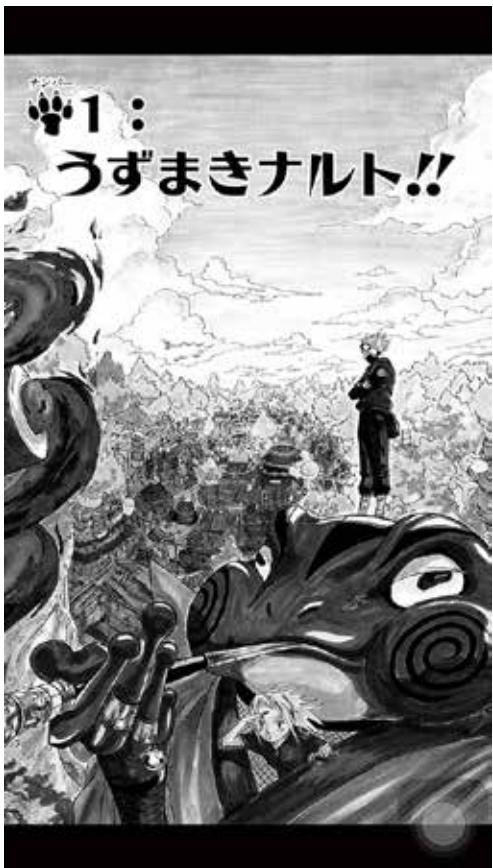


図 3-1



図 3-2



図 3-3



図 3-4



図 3-5



図 3-6



図 3-7

るいはクリックで1ページずつ読み進めていく方法を見ていこう。日本には「裏サンデー」というサイトがあるが、読者はそのほとんどが、スマートフォンやタブレットを用いた読み方をする。表2が示しているように、日本マンガアプリ¹⁵⁸のコマの読み方の種類はその過半数が横スクロールだが、縦スクロールも存在する。注目すべき点は、横スクロールで読み進めていく見開き表現は、画面右二分の一から画面左二分の一へと進んでいくということにある【図3-1、3-2】。見開き表現は分解されているが、同じように読者は右から左へと読み進めていくため、読者が得る読書体験も紙の本のそれに近い。また、日本における半分近くのアプリでは、スクリーンを回転させ、横で見開き表現を読むことができる【図3-3】。このような読み方をした場合、見開き表現は全体的に比較的、大きく見ることができる。

次に、もう一種のページマンガを見ていこう。ウェブで読む日本のページマンガの過半数は、先述したクリックして見開き単位でページをめくっていく読み方を採用している。島田一志はそれを、「既存のマンガ作りのノウハウをそのまま使いウェブで連載し、最終的に紙のコミックスを作って売ればいい、という単純な発想しかない」と述べている¹⁵⁹。

しかし、実際に紙マンガを再現した場合、読書体験には変化が生じてしまうのである。まず、デジタルマンガの画像は紙マンガと比べ、小さくて見づらい場合が挙げられる¹⁶⁰。また、すばんくtheはにー¹⁶¹によると、ウェブサイトでマンガを読む時、「読者の視点はディスプレイ中央に集中」¹⁶²する。つまり、本来であれば一番注目されない部分であった書籍のノドは、一番注目されるようになるのである。紙の単行本と異なり、デジタルマンガではページをめくっても、先に目に入る右ページの1コマ目は目立たなくなってしまう。泉信行によると、これらの問題により「縦ブチ抜き」のコマはデジタルマンガでは使いにくいものとなる¹⁶³。すばんくtheはにーが挙げた例『少女ファイト』を見れば、「周辺部、特に右端に設置された縦のコマが殆ど潰れてしまっています。

また左上のポールの着地点や、その勢いに驚くプレイヤーも読者の視点から外れてしまっています」。したがって、「書籍のマンガと同じ部分に『魅せコマ』¹⁶⁴『引きゴマ』を配置するのは効果的では無いです」という結論を出している¹⁶⁵。

ここで、「読者の視点はディスプレイ中央に集中する」という見解を振り返ってみよう。読者はウェブでマンガを読む時、本当に画面の中央に注目するのだろうか。確かに、読者は最初のページを読む時、他のウェブページを見る時と同じように、中央を見てしまう可能性が生じる。しかし、多くの読者は紙マンガを読む時、ページの右端から読むことに慣れている。そのため、左下に引きゴマの存在があれば、読者はページをクリックした後、次のページを読む際、必ずしも画面中央に視点を落として読むわけではないということが考えられる。デジタルマンガにはページをめくるという身体的の行為はない。だが、読者にページをめくらせるコマ展開が変わらない限り、従来の読み方でも通用する可能性はあると考えられる。言うまでもなく、その可能性は、読者の読み習慣が変わらないことを前提としている。しかし現在、本というメディアは紙からデジタルに変化している。ページをめくる習慣がいずれなくなる可能性もある。その時に初めて、読者は画面の中央に注目するようになるのだろう。言い換えれば、読者の読み方は把握しにくいものへとなっている。

では、デジタルマンガで見開き表現の両立がありうるか。例えば、ウェブから初出した「ワンパンマン」を例に考えてみよう。第18話の見開き表現【図3-4】は、従来の文法に従って描かれたと思われる。紙マンガの読み習慣で読んだ場合、右端の2コマが先に読者の目に入り、視線が圧縮されてから、左の大コマでインパクトは高まる。しかし、ウェブでの読み習慣の場合、右端の2コマが無視される可能性が高い。そのため、ページをめくることによって成立していた従来の文法は、その効果が強ければ強いほど、ウェブでは適応しにくくなってしまうことが考えられる。

158.『2016年版出版指標年報』に記述している「主な電子コミック配信プラットフォーム」リストを参照。

159.島田（2015:22）

160.小山（2015:81）

161.「すばんくtheはにー」は人名。

162.「Webマンガにおける視点移動とコマ割、そして単行本化について」<http://spankpunk.exblog.jp/18269695>を参照。

jp/18269695を参照。

163.泉信之 <https://twitter.com/izumino/status/225274459072901120>を参照。

164.「見せゴマ」ということ。

165.「Webマンガにおける視点移動とコマ割、そして単行本化について」<http://spankpunk.exblog.jp/18269695>を参照。

また、前述したように、デジタルマンガは、日本で雑誌の代用品として位置付けられてきたため、単行本化という行為は、利益を確保する重要な手段でもある。ページマンガはウェブだけで連載するのではなく、できるだけ単行本化していく。ゆえに、デジタルプラットフォームと単行本という二つのメディアの間に矛盾が生じてくる。

すばんく the はにーは「裏サンデー」に掲載されていた【図 3-5】阿久井真の「ゼクレアトル」を例に挙げている。見開き表現として読める横の大コマは、単行本化された際、「ノドによって主人公の顔が潰れている」。これにより、ネットで掲載されていた時のような効果がなくなってしまう【図 3-6】¹⁶⁶。「ゼクレアトル」に生じたこの問題は、『少女ファイト』と正反対の例である。

また、「ワンパンマン」ではウェブでしかできない様々な表現の挑戦が実践されてきた。例えば、第 15 話での「クリックアニメ」¹⁶⁷は、連続する 10 の見開き表現によって一つのアクションを表現している。斉藤克幸によると、ウェブでのマンガの掲載にはページ数の制限が及ばない。そのため、このような表現が可能になるのである¹⁶⁸。「ワンパンマン」の編集者大熊八甲もインタビューを受けた際、それは「雑誌では絶対できない作品」であると述べている¹⁶⁹。しかし、単行本化された際、この 10 の見開き表現は一般的な描き下ろし 2 ページの内容としてまとめられてしまった【図 3-7】。これについて大熊は、「コミックスにするときはコミックスのルールにさせてくださいとお伝えしています」と述べている¹⁷⁰。

他にも、大熊は「紙のコミックスと電子書籍で両立するものを生み出せるサイトにしたいと思っています。『ワンパンマン』は紙とウェブで表現自体が違っていますから、極端に言ったら紙と電子書籍、両方買っても面白いということができるはずなんです」と述べている。つまり、大熊が目指したのは、ウェブも本も両立できる表現ではなく、それぞれに相応しい表現で、異なる読書体験を提供し、同じ作品に

二つの世界で人気を博すという意味合いでの両立だったのである。

しかし、「ワンパンマン」のこの「クリックアニメ」は、実験的にとはいって、見開きに相当するように描かれていることがうかがえる。前述したように、「ノドによって主人公の顔が潰れている」可能性は生じても、「クリックアニメ」という表現自体は単行本にすることができないとは言えないだろう。大熊が言う「コミックスのルール」は、メディアとしての単行本によって決められたものではなく、編集者が認め、メディアとしての単行本によるものだと考えられる。つまり、従来の見開き単位で読まれる単行本は唯一のルールとして認識されているため、デジタルマンガから生まれてくる新しい見開き表現を制限してしまっているのである。

3.1.2 ウェブが生み出す中国マンガの見開き

次は、中国のページマンガを見てみよう。まず中国のマンガアプリにおいて、表 3 が示しているように、大まかに三つの読み方がある。そして、そのほとんどは自由に選べられる。第一は、縦スクロールで読むこと【図 3-8】、第二は、横の縦スクロールで読むことである【図 3-9】。また、第三は、横スクロールで読むこと【図 3-10】である。日本のアプリと比べ、中国のマンガアプリにおいて横スクロールで読む見開き表現は、縮小された形でスクリーンの中央に据えられ、最も大きなコマも見づらい小さなコマになってしまう。このような見開き表現では、読者に開放感ではなく、圧縮感を与える。また、横で見開き表現を読もうとした場合、アプリを横の縦スクロールモードに設定する必要がある。つまり、中国のアプリでは、縦で他のページを読み、横で見開き表現を読むようにするには、日本のアプリほど操作は容易くない。したがって、日中マンガアプリを改めて比較すると、もっとも異なるのは、見開き表現の読み方であると考えられる。この点で、両国

166. 「Web マンガにおける視点移動とコマ割、そして単行本化について」 <http://spankpunk.exblog.jp/18269695> を参照。

167. 大熊八甲「『ワンパンマン』大ヒットの舞台裏「となりのヤングジャンプ」を直撃」 http://otapol.jp/2013/10/post-72_entry.html、ONE・村田雄介『ワンパンマン』「となりのヤングジャンプ」第 15 話、<http://viewer.tonarinoy.jp/series/FIR8CfEDXW0/>

FIR8CfEDpny?manga=onepanman を参照。

168. 斎藤（2014:107）、島田（2015:25）

169. 「Web マンガにおける視点移動とコマ割、そして単行本化について」 <http://spankpunk.exblog.jp/18269695> を参照。

170. 大熊八甲「『ワンパンマン』大ヒットの舞台裏「となりのヤングジャンプ」を直撃」 http://otapol.jp/2013/10/post-72_entry.html を参照。



图 3-8



图 3-9



图 3-10



图 3-11



图 3-12



图 3-13

における見開き意識の違いが確認できる。

次に、ウェブで読む中国のページマンガを見ていこう。日本マンガのような見開き意識を持っていなかったため、マンガを見開き単位ではなく、1ページずつで読まれる場合が多い。また「裏サンデー」のように、解像度によってページ全体がパソコンのスクリーンに入らない場合が多いため、この時、スクロールして残った部分を読むようになる。

一方、このように1ページずつ読み進めていく読み方によって、中国マンガにおける見開き表現は、雑誌による制限がなくなることで、より効果的なものとして読まれるようになるのである。前述したように、「1誌面4頁型」が主流の中国マンガ雑誌では、見開き表現を見開き表現として読むことができない。しかし、ウェブに連載された場合、1ページの大きさから見開きに移ることによって、突然登場する見開き表現が、もっと目立つようになる傾向が見受けられる。例えば、「拜見女皇陛下」第96話【図3-11、12】は、クリックした後、画面中央から外部に拡散していくページが読者に強いインパクトを与える。そしてこの見開き表現は、明らかに画面中央を視点の中心としている。もう一つの例として、「鎮魂街」第87話【図3-13】が挙げられる。この場合、普通の見開き表現より長いため、本の折り込みページを想起させるという効果を発揮しているのである。

また、中国のマンガはセリフなど、そのほとんどが横文字で記載されているため、横ゴマのほうが多用されている。これにより、ページマンガの最初のコマはほとんどの場合、横ゴマである。この構成は、日本のページマンガのような、読者の視点が1コマ目に注目するか、もしくは画面中央に注目するかという矛盾があまり生じないと思われる。

さらに、1ページという単位によって、縦スクロールで2種類の視線誘導が可能になる。一つは紙マンガと同じように、コマ展開で視線を誘導する方法であり、もう一つは、スクロールによって読者の手で視線を誘導する方法である。例えば、「拜見女皇陛下」73話を見れば、先に目に入るのは右上の女の子であり、そしてスクロールによって、女の子は下の男の子を見ているかのような効果を生み出す¹⁷¹。

一方、日本マンガと同様、中国マンガも、前述した連載と単行本の矛盾を抱えている。現在、単行本化されている数少ない作品を見てけば、様々な問



図3-14



図3-15



図3-16



図3-17



図3-18

171. ZCloud 「拜見女皇陛下」「有妖气」第73話、http://www.u17.com/chapter/166540.shtml#image_id=1244724 を参照。



図 3-19



図 3-20



図 3-21



図 3-22



図 3-23



図 3-24



図 3-25

題が浮き彫りになるのだ。例えば【図 3-14】と【図 3-15】、『拜見女皇陛下』単行本第 5 卷で、キャラクターたちの動きはノドに集まってしまい、物語の展開で、何が起こったかを理解するのが難しくなってしまう。また、『鳳求凰』の 53 ページ【図 3-16】と 54 ページ【図 3-17】、この 2 ページは、実は一つの見開き表現【図 3-18】であるが、紙の表と裏に分かれて印刷されてしまっている。その理由は、ウェブでの連載で、2 部に分けられていた第 2 話は単行本化の際、2 部を合併して 1 話に戻されたことである。ウェブ連載の第 2 話の第 1 部の最後のページは単行本の左側にある¹⁷²。隣の右に、第 2 話の第 2 部の 1 ページ目が配置されてしまったのである。【図 3-16】の 53 ページは実は第 2 話の第 2 部の 4 ページ目にあたるのだが、単行本では、連載されていた際はもともと左側にあったページは、右側に配置されてしまったのである。このようなページの順序の乱れは、単行本の 59 ページと 60 ページにも見られた。

3.2 デジタルマンガにおけるスクロールマンガ

前述したように、一部のデジタルマンガにはページという形が保たれている。一方、「comico」に連載されているマンガは、スマートフォンで読みやすくするため、縦スクロールでコマを滑らせるという読み方を採用している。ページマンガが紙マンガに近いものだとすれば、スクロールマンガは、従来の見開き単位でのコマ構成を革新していっているということになるだろう。だが、実は紙マンガでも、見開きを超える表現を追求した作品がある。その作品——『ムダヅモ無き改革』第 6 卷では、13 の見開き表現を連続して並べることで、一つの横長の画面を構成している【図 3-19】。読者は、ページをめくりながらマンガを読み進めていくが、右から左へと滑らせていく仮想的な横スクロールで読んでいるかのように見える。

もう一つの例として、『デッドデッドデーモンズデデデストラクション』という作品が挙げられる。このマンガの単行本第 4 卷には、マンガを縦にすることで読める見開き表現【図 3-20】が見受けられる。この見開き表現に関して、作家の浅野いにおは、「落ちている感じを出す。それを最大に生かすなら、見開きで縦だ」と述べている¹⁷³。

172. このマンガは左開き。