

読者が漫画評論サイト...本の販売にも影響

<http://www.yomiuri.co.jp/net/feature/20080130nt0e.htm>

読者が好きなマンガを自由に論じるインターネット上のサイトが注目されている。日記形式のブログなどを使ったネット批評の広がり、単行本の売り上げを左右するなど影響力を強めている。(佐藤憲一)

「マイナーなマンガを扱っても反響があり、やみつきになった。『マンガを語る』快樂を与えてくれたネットには感謝している」、そう語るのは、人気サイト「紙屋研究所」を開く紙屋高雪さんだ。

「福岡市在住の37歳の勤め人」の紙屋さんは5年前、趣味でマンガや時事問題を論じる「紙屋研究所」を開設。子育てを扱った宇仁田ゆみ『うさぎドロップ』(祥伝社)から共働き家庭の育児を考えるなど、社会的テーマと重ね合わせた評論を展開してきた。サイトへのアクセスは既に100万件に到達し、『オタクコミュニスト超絶マンガ評論』(築地書館)を出版するなど、書籍や雑誌にも進出した。

四国在住の50代の男性が開く「漫棚通信ブログ版」も、前身を含め5年目に入った人気サイト。「巨人の星」をリアルタイムで読んだ世代で、蔵書は「自称2万冊」、それだけにマンガの歴史に踏み込んだ記述が特色で、「うんちくを入れた『研究系』のブログ」という。このほか、「ひとりで勝手にマンガ夜話」「Something Orange」など人気サイトは多い。

こうしたネット批評の隆盛は、販売にも影響を与えている。若杉公徳『デトロイト・メタル・シティ』(白泉社)は「ヤングアニマル」誌に掲載が始まった05年当初は人気なかったが、06年の単行本第1巻の発売前後から、悪魔的ロックバンドをギャグとしてとらえるユニークさにネット上で話題が沸騰。4巻までで180万部の大ヒットとなり、今年夏の実写映画版の公開も決まった。担当編集者の永島隆行さんは「ネットの口コミで同時多発的に火がついた。売れ行きの速さもネットならでは」と話す。

昨年一方、**プロの評論家が著書に人気サイトの記述を無断で使ったり**、講談社の社員が大学生と偽ってマンガ関連のブログにアンケートを送り陳謝するなどのトラブルも発生した。

マンガの構図の盗用を検証するサイトも多く、ある編集者は「検証サイトは怖い存在。盗用は悪いことだが、新人は上手なマンガを参考に上達する面もある。マンガ作りが委縮しないか心配」と話す。出版社も、さまざまな側面でネットの影響力を無視できなくなっているのが現状だ。

ただ、「マンガの数が膨大になる中で、専門性を持つサイトがあるのは読者としてありがたい」(漫棚通信さん)との声は強い。評論家の伊藤剛さんは、昨年刊行した『マンガは変わる』(青土社)の中で、ブログが普及した03年ごろからマンガ論の環境が大きく変化したと指摘した。

「かつては、マンガに関する本格的な批評を嫌う空気があったが、誰もが参入できるブログの登場で変わった。素朴なファン同士の『語り』から本格的な批評まで、自由に読まれるフェアな時代になった」と分析している。

(2008年1月30日 読売新聞)