

1970年代の雑誌『明星』における「ヤング」読者共同体の形成

—読者ページ「ハローキャンパス」の事例分析から

‘The Young Community’ in “Myojo” during The 1970s

: Focusing on the Pages for Readers, ‘Hello Campus’

◎田島悠来

Yuki TAJIMA

同志社大学大学院社会学研究科 Doshisha University Graduate School of Social Studies

要旨・・・本稿では、雑誌『明星』に着目し、その最盛期と考えられる1970年代という時期における読者ページ「ハローキャンパス」を対象とし、そこでどのような言説やコミュニケーションが展開されていたのかを探った。

以上の結果、1970年代の『明星』は、進学率の上昇と、それによる「ヤング・マーケット」の活性化により、読者ページにおいては、「ヤング」であるという連帯意識を持つ共同体が形成されていたということが明らかになるとともに、そこで重要な役回りを担ったのが編集者である「明星アニキ」という存在であり、「明星アニキ」を介して、読者と編集者との双方向なコミュニケーションが展開されていたということが導き出された。

キーワード 雑誌、読者、言説、コミュニケーション

1. はじめに—研究の目的及び視座

本稿は、1952（昭和27）年創刊の雑誌『明星』（集英社）、中でも、本雑誌の最盛期と目される1970年代の『明星』に着目し、特に、その読者ページ（読者のためのページ）¹である「ハローキャンパス」を対象として、そこでどのような言説が展開されたのか、また、読者間や読者と編集者との間でどのようなコミュニケーションが行われていたのかを導き出すことを目的とする。

これまで、マス・コミュニケーション研究の分野では、雑誌の読者欄や、そこでの投稿・投書によって、読者同士または読者と編集者との間のコミュニケーションがいかに行われていたかに焦点を当てた研究は蓄積されているが、『明星』を主な分析対象とする研究は未だになされていない。一方で、『明星』は、同時期に人気を博した雑誌『平凡』（平凡出版、1945年創刊）とともに、戦後日本を代表する「大衆娯楽雑誌」として、男女ともに、広く「若者たち」に読まれていた。阪本博志(2002、2008)は、『平凡』、特に1950年代の『平凡』が戦後大衆文化の原型として機能し、その読者である働く若い男女の間に編集者も交えた連帯意識が形成されたと述べるとともに、そこでは読者参加型のもと、編集者からの一方向のコミュニケーションのみならず、読者との双方向なコミュニケーションが生みだされていたことを明らかにしている。阪本の研究は、特に読者欄に焦点を絞ったものではないが、同じく「大衆娯楽雑誌」として括られる『明星』を探る上で手がかりになるとともに、「大衆娯楽雑誌」というメディアにおいてどのようなコミュニケーションが展開されてきたのかを歴史的に見つめるという点においても示唆的である。しかし同時に、阪本は、1970

年代を一つの転換期として、『平凡』『明星』といった「大衆娯楽雑誌」が「アイドル誌」へと様変わりするとともに、『明星』の機能が増していくことについても触れているが、阪本の研究はあくまで戦後大衆文化の原型としての『平凡』に議論の力点が置かれており、詳細な分析はなされていない。また、雑誌『明星』を対象とした研究・分析は、橋本治(2002)が挙げられるが、橋本の研究は『明星』の創刊 50 周年を記念してその表紙の歴史の変遷を見ていくもので、誌面の分析は行われておらず、読者とのコミュニケーションにも焦点が当たっていない。

そこで、以上のような先行的な研究を手がかりにしつつ、これまでの研究の中でも明らかにされていない部分を踏まえ、本稿では、『明星』の読者ページの一つである「ハローキャンパス」に焦点を絞り、「ハローキャンパス」の廃止される 1980 (昭和 55) 年 10 月号までの該当ページを収集し、言説によって社会やその秩序が構築されているという考え方(岡井崇之(2004)、Barker,C.&Galasinski,D.(2001)など)に基づき、言説分析を行うが、その際に、1970 年代という時期に着眼点を置きながら、その社会的な背景を捉えながら論じていきたい。

2. 1970 年代における雑誌『明星』

(1) 雑誌『明星』とは

雑誌『明星』は、1948 (昭和 23) 年に創刊していた雑誌『平凡』(平凡出版 現マガジンハウス)の人気を受けて、「夢と希望の娯楽雑誌」をキャッチフレーズに児童雑誌に定評のあった小学館を母体とし、中でも「趣味娯楽部門」に特化した役回りを担っていた集英社から 1952 年に創刊され、『平凡』とともに、戦後を代表する「大衆娯楽雑誌」となったと考えられている(阪本、2008)。創刊当初の『明星』は、主婦之友社の雑誌『主婦之友』において“名編集長”として名を馳せた本郷保雄を編集長として迎えることで、元来児童雑誌主体の編集体制の中に、本郷が婦人雑誌編集で培ったノウハウの取り込みが図られ、「大人が読んでも子どもが読んでも面白い子供雑誌」という方針や読者対象として特に高校生以上(年齢的には 16 歳から 20 歳ぐらいまで)の女子を想定した雑誌作りが念頭に置かれていた²。創刊から先述のように『平凡』と「大衆娯楽雑誌」として両翼を担いながらあった『明星』だが、1970 年代になると、発行部数が 100 万部(1972 年に 100 万部、1973 年に 170 万部など)³を超えるようになり、編集者間でも「黄金の時代」と認識される⁴時代となった。この時期の『明星』は、表紙に写真家の篠山紀信を起用したり、編集部自身が雑誌を通じて「アイドル」という存在を生みだそうとしたり⁵、同時に、雑誌の受け手側である読者の間でも人気度が『平凡』を上回るようになったり⁶と、その勢いは『平凡』を凌ぐようになっていった。

(2) 「平準化された大衆社会」の到来と進学率の上昇

次に、この 1970 年代という一つの時期に目を向けると、二つの大きな変化が見えてくる。一つ目は、『明星』創刊直後である 1955 年から 1973 年のオイルショック前までの高度経済成長期を経て、日本社会に「ブルーカラーとホワイトカラーの境界の薄れによる国民の均質化」による「新中間大衆」の誕生という状況、富永健一(1990)によれば、「平準化された大衆社会」が到来したことで、若者間にあった労働者と教養主義の学生との間の差が薄れ始めていたという変化である。二つ目は、この時期における進学率の上昇である。高等学校の進学率の推移を以下表 2-1 にした。

表 2-1 高等学校進学率の推移

年代	男子	女子	全体
1955 (昭和 30) 年	55.5%	47.4%	51.5%
1965 (昭和 40) 年	71.7%	69.6%	70.7%
1975 (昭和 50) 年	91.0%	93.0%	91.9%

『学校基本調査』を基に筆者が作成

これを見ると、1965 (昭和 40) 年から 1975 (昭和 50) 年にかけて高等学校進学率が男女とも 90%以上になっているように、この時期の間に、ほとんどの者が高等学校へ進学するようになったと言える。

このように、1970 年代になると、「新中間大衆」の台頭により、若年層のほとんどが高等学校へ進学するようになったという状況が生まれていたことがわかる。

(3) 「ヤング」という市場の導入と『明星』

ここでは、さらにこの時期の『明星』とその読者像という観点から、「ヤング」という補助線を引きたい。まず、この時期の若年層がどのような雑誌メディアに接していたのか、毎日新聞社が毎年実施している「読書世論調査」の一環

とされる「学校読書調査」⁷から紐解いてみる。それによれば、『明星』及び『平凡』は、雑誌部門の「ふだん読んでいる」もしくは「買って読む」雑誌の双方において一貫して挙げられているが、それだけではなく、例えば、「今回の調査でめだつことは、「平凡」「明星」の愛読者がひじょうにふえているということ。2～3年生では男子30%、女子では40%～50%の者が買う・借りるのいずれかで手にしている。」(1973年度、中学生 p.143)といった指摘から、当時の両雑誌が若年層に高い人気を得ていたことが垣間見える。また、その人気は中高生のみならず次第に小学生へも波及し、「娯楽誌といえば、「平凡」「明星」などがすでに4年生あたりからかなり読まれるようになってきたこと(略)これは、それらの娯楽誌は歌手を中心とした若者たちのアイドルの紹介を大きな売りものにしているが、そのアイドルたちの年齢が、ここ数年しだいに若くなり、それが小学生たちにも多くの愛読者をつくる要因になっているのではないだろうか。」(1974年度、小学生 p.115)という明記も見られる。こういったことから、『明星』の読者像としては、小学生も含んだ学校へ通う世代が大きなウエイトを占めていたという側面が浮かび上がるが、ここでさらに時期を同じくして繰り広げられた「ヤング・マーケット論」について触れたい。藤竹暁(1971)は、「現代のヤングの動向が現代文化の動向を大きく左右しつつある点については、見解の一致を見ることができると述べてながら、「ヤング」とはいかなる存在であるのか論じ、「ヤング」とは、「大人文化の受容、脚色、カリカチュアという側面がある」「大人文化を承認せず、新しい彼ら独自の文化をつくる」⁹と定義している。また、特に当時の「ヤング」は、友人らの意見に影響されやすく、水平的なネットワークの形成を行う傾向にあり、家庭において親と断絶しているとも指摘され、それら「ヤング」を取り込んだ市場論が展開されている。では、こういった「ヤング・マーケット」の導入を背景にした同時代の、特に雑誌として最盛期を迎えた『明星』の読者ページ「ハローキャンパス」の中での言説やコミュニケーションに着目してみる。

3. 読者ページ「ハローキャンパス」の分析

(1)分析対象としての「ハローキャンパス」

「ハローキャンパス」とは、1976(昭和51)年11月号から1980(昭和55)年10月号まで誌面に掲載されていた『明星』における読者のためのページのひとつである。以下、読者との交流のために設置されたページを「読者ページ」と表記し、「ハローキャンパス」以前の1970年代の『明星』における読者ページを一覧(表3-1)にした。

表3-1 1970年代の『明星』における読者ページ一覧¹⁰

読者ページの名称	掲載期間
ハローヤング	1969年4月号～1972年9月号
ハロージョッキー	1972年3月号～1976年10月号
ハローキャンパス	1976年11月号～1980年10月号

表3-1を見ると、1970年代における『明星』の誌面では三つの読者ページが存在していたことがわかる。では、なぜ本稿においてこの中でも特に「ハローキャンパス」を対象としたのかであるが、それは、この「ハローキャンパス」が誌面において割かれるページ数が最も多く、前二つの読者ページにおいて展開されていた様々なコーナーや交流の形態を兼ね備えるとともに、それを発展させたものであると考えられ、1970年代の『明星』読者ページの代表型と捉えられるからである。詳述すると、「ハローキャンパス」で行われていた交流は、読者と「スター/アイドル」とのものや、読者と編集者、または、編集者を介しての読者同士といったものが挙げられるが¹¹、これらをそれぞれ①読者-「スター/アイドル」交流型②読者-編集者/読者交流型という二つに分類し、分析していくことにする。

(2)「ハローキャンパス」とは

ここではまず、「ハローキャンパス」の内容とはどのようなものであったのかを確認し、そこに登場していたコーナーを先に挙げた交流の型(タイプ)に従い分類したい。

「ハローキャンパス」は、先述のように1976年11月号から登場した読者ページであるが、「読者のみなさんがドンと登場する超ワイド・ページです」と掲げられるとともに、「ハローキャンパス大募集!」として、「若者のフィリングにぴったりのページにしよう」と明星アニキたち、ない知恵しぼって大フントー! どう? おもしろかったかな? 新しいコーナーも増やしたいので、キミの便りが頼みのツナ。待ってるよう!」(『明星』1976年11月号 p.197)と新設ページの宣伝が掲載されているように、また、「キャンパス」という名称からも連想できるように、学校に通う若者読者に向けて提示されたページであったことがわかる。また、それに加え、「あなた↔編集部↔スター」という表記が付き

れているのだが、そこから、読者・編集者・「スター/アイドル」双方向のコミュニケーションを意図したページであったことも浮かび上がるが、特に読者が何らかの形で雑誌に登場するページであり、読者が主体となるようなページとなっていた。次に、「ハローキャンパス」において掲載されたコーナーを上記のように①読者-「スター/アイドル」交流型 ②読者-編集者/読者交流型の二つに分けてみたものが表 3-2 である。

表 3-2 「ハローキャンパス」内のコーナーの分類

交流型の種類	コーナー名（掲載号）
①読者-「スター/アイドル」交流型	スターにアタック！！（76年11月号～77年5月号）今月のおじゃまむし（76年11月号～78年11月号）KYORO・KYORO マフィア（77年6月号～79年3月号）青春会議（77年10月号～78年2月号）スターDJパック（78年12月号～79年11月号）
②読者-編集者/読者交流型	ヤング・ヤング・ボイス（76年11月号～80年1月号）あなたとアニキのおしゃべりプラザ（76年11月号～77年5月号）Reader's Questions 読者のなんでも相談室（77年8月号～78年4月号）全国ティーンズなんでも相談室（78年5月号～）芸能なんでも相談室（79年5月号～）THE VOICE（80年2月号～）

表のように、それぞれ様々なコーナーが存在していたが、その中でも最も掲載期間が長いコーナーであるのが「ヤング・ヤング・ボイス」である。①の交流型では、読者のもとを「スター/アイドル」が訪れるものや、読者と「スター/アイドル」が「座談会」と称してディスカッションを行うといった「直接的な交流」と、読者から寄せられた意見や質問に対して「スター/アイドル」が誌面の中で回答する「間接的な交流」の二つの形態があったが、本稿における分析では特に編集者を交えた読者同士の交流に着目していくため、②の交流型、中でも、「ハローキャンパス」という読者ページにおいて長期に渡り存在しており¹²重要なコーナーであったと指摘できる「ヤング・ヤング・ボイス」においてどのような話題が提示され、どのような言説が構築されていたのかについて分析し、考察につなげていく。

(3) 「ヤング・ヤング・ボイス」における読者と編集者及び読者同士の交流とその言説

「ヤング・ヤング・ボイス」は、コーナー名に「ヤング」という言葉が付されているが、それに加え、「ヤング・ヤング・ボイスはヤングの論争の場。キミたちのナマの声をぶっつけよう。キミの意見が、もしかしたら世の中を変えるかもしれないぞ！」（1977年7月号）「ヤングのことをわかってくれるのは、やっぱりヤング。言いたいことをぶつける相手のいないキミ、このコーナーの仲間になろうよ！」（78年3月号）「ここはヤングの解放区。思ってることを素直に出せるっていう特権を利用しない手はないのだ。全国にいる仲間に向かって、大声で叫んでみようよ。きっとたっくさんのこだまが返ってくるぞ。」（79年3月号）といった紹介文があり、「ヤングによるヤングのための場所」とともに「ヤング＝仲間」という言説が展開されていることがわかる。また、コーナー掲載当初は、読者の投稿が掲載されるのみという側面が強かったのだが、回を重ねるに従って、読者側から寄せられる意見に対して、他の読者が返答し、さらに誌面上で議論が展開されていくという様相を呈するように変化していく。では、具体的にはどのような意見があったのかについては、大きく(a)「スター/アイドル」はどうあるべきかについて(b)ファンの在り方について(c)「ヤング」が抱える問題についてという三つに分けられたが、ここでは特に、読者同士の交流が主眼となっている(c)の「ヤング」が抱える問題について寄せられた投書について具体例を挙げながら分析したい。

この項目については、様々な問題が挙げられ、例えば、受験について、校則について、また、大人への不満などがこれにあたるが、そのほとんどが「ヤング」が属する社会、すなわち、「学校」の中で生じた問題に対する投書であった。具体例を挙げると、まず、受験については、「クタバレ！受験産業」と題した投書が掲載されているが、その中では、

「どうも、受験生を食いものにしてる会社が多すぎるんじゃないか。(略)まわりの大人たちも、不安になってそれをすすめる。(略)なあ、みんな。どんな宣伝があろうと、どんなに大人たちに言われようと、ぼくらはもっとしっかりした自分なりの考えと目的を持つべきなんじゃないだろうか？」(大阪府枚方市・谷木洋一)(79年4月号 p.231)

と受験問題を通しての大人たちへの不満が述べられている。それに対して、

「そのとおり。人に言われたことで、スグに動揺するのは、よくない。金を使うも使わぬも、しっかり自分

で決めよう！」(明星アニキ)(同上)

というような編集者(「明星アニキ」)側からのコメントが付与されていた。次に、校則については、例えば、「先生、もちもの検査は人権の侵害よ！」と題した投書が掲載され、

「聞いて下さいませ、私たちの学校のムゴさを。先週の土曜日に全校生徒を体操着に着がえさせ運動場に集め、先生たちが各教室をまわって、机やカバンの中、制服のポケットをすべて調べたんですよ。(略)だいいち、女生徒のカバンを男の先生が平気であける無神経さには、怒りを乗り越えて、あきれちゃうわ。(略)もっと私たちの気持ちも理解して欲しいのよねえ。」(三重県多気郡・A美)(79年8月号 p.231)

という「学校/先生」に対する思いの丈がぶつけられている。またそれに対して、

「校則を厳しくしても、人の心はしばれないもの。それにしてもヒドイ学校だなァ」(明星アニキ)(同上)

というような編集者(「明星アニキ」)からの合の手が加えられる。また、学校における大人だけではなく、親などに向けられたものもあり、例えば、「大人たちよ！「近頃の若者は」はもう言わないで！」と題して投書が掲載され、

「うちの両親は、ちょっと失敗すると「近頃の若者は・・・」って、すぐ言うの。この言葉、私、大キライッ！」(東京都調布市・中山富美子)(79年1月号 p.231)

というように、親への反発の声の寄せられ、それに対して、

「お互いに、一方的に要求するんじゃなく、理解する姿勢を持つことは、大切だよな。」(明星アニキ)(同上)

という編集者(「明星アニキ」)の言葉がある。また、ただ不満が述べられるだけではなく、自分たち(「ヤング」)の行いに対して苦言を呈する投書もあり、例えば、「大人に文句を言うためにも、もういちどマナーを考えよう」と題した投書が掲載されており、その中では、

「最近このコーナーで、大人への批判をよく見ます。そして、その意見はどれも正しいし、私も賛成。でも、(略)私たちは若いし、何をやってもいいと思うの。ただ、そこには、他人に迷惑をかけちゃいけないっていうルールはあるはずでしょう？人を批判することは大切なこと。でも、私たちがマナーを守らず、やることもやらないで大人を批判したって、けっしてわかってもらえないと思うの。大人たちに逆襲されないためにも、まず自分たちのやるべきことをやって、それから大いに大人たちに文句を言いましょよ、ねえ。」(埼玉県北葛飾郡・Y子)(79年4月号 p.230)

という自己(「ヤング」)を見つめ直すことで相対化しようと試みる意見も存在していた。それに対して、また編集者(「明星アニキ」)により、

「大賛成。やることもやらずに、批判だけする人の言葉は、相手の胸を、ちっともうたないものだからね。」(明星アニキ)(同上)

という論しながなされていた。このように、「ヤング」が抱える問題を投書という形で提示し、それが誌面に掲載されることにより「ヤング」の間で共有し、大人社会に対する不満として表出させたり、議論を加えたりしていくことにより、「ヤング」=仲間であるという共同体の形成がなされていたと見ることができる。そして、その共同体は、「私たち(ヤング) VS 大人社会(先生/親)」という言説を担保に形成されていた。また、そこに一役買っていたのが編集者、すなわち「明星アニキ」という存在である。

(4)「明星アニキ」の存在とその機能

「明星アニキ」は、編集者の総体のことであり、1973年の10月号より、読者ページ(「ハロージョッキー」)に登場するようになったのだが、中でも「ハローキャンパス」内では「ヤング・ヤング・ボイス」が「明星アニキ責任編集」となっており、以上の分析からわかるように、「ヤング」から寄せられた意見に対して、共感したり、時には、論したりしながら話の聞き役として、または、議論の場の進行役として機能していた。また、「キミは、どう思う？」という形で読者=「ヤング」に、問題に対する自分なりの見解を求める役回りでもあった。今までの例の中では、あくまで読者から寄せられた投書の中の意見に対して、「明星アニキ」が問題提起を行っていくという形であったが、この他に、「明星アニキ」本人が問題提起の発起人となる場合もあり、例えば、「明星アニキからの問題提起 ペンパルについてキミはどう思うか」と題して「明星アニキ」自身が読者に問題を投げかけ、読者のためのページの運営方針にかかる議題を提示したり、読者=「ヤング」に考えてもらう契機となったりしていた。以上のように、「明星アニキ」は、読者が読者ページ内で展開した「私たち(ヤング) VS 大人社会(先生/親)」という関係の仲介役となり、「ヤング」の意見を相

対化しながら「ヤング」と大人とを繋ぐ存在として機能していた。

4. まとめ

これまで見てきたように、1970年代の雑誌『明星』の読者ページの代表として考えられる「ハローキャンパス」では、「ヤング」であるということと連帯意識の基盤とした共同体が形成され、そこでは、読者と「スター/アイドル」と編集者という双方向のコミュニケーションが展開されていたということが明らかになった。また、特に「ヤング」という冠がタイトルについて「ヤング・ヤング・ボイス」では、(a)「スター/アイドル」とはどうあるべきかについて(b)ファンの在り方について(c)「ヤング」が抱える問題についてという三つの話題が投書によって寄せられ、読者から、編集者から、それぞれの側からの問題提起によって誌面で各々の話題についての議論が行われており、「スター/アイドル」の議題のみならず校則や受験といった学校に通う「ヤング」ならではの同世代間の悩みや意見が、学校の教師や親といった大人たちが作りだした社会に対抗するという言説を担保とした仲間意識により、「スター/アイドル」をも巻き込んで共有されていた。そして、これらの『明星』読者たちによる「ヤング共同体」の中で重要な役回りを担っていたのが、「明星アニキ」と表記された編集者であり、「明星アニキ」という存在は、読者である「ヤング」に対して、共感をしたり、時には諭したりしながら「ヤング」の意見を相対化し、「ヤング」に呼びかけながら議論の中で仲裁役として位置し、大人社会と「ヤング共同体」とを繋ぐ橋渡しを行う仲介人として機能していたということが導き出された。

以上の知見は、『明星』という雑誌の読者ページの中で構築された、対話的なプロセスによる学校に通う世代の「キャンパス」という名の空間の中での「大人たち」に対抗する「ヤング」独自の文化の一例として提示でき、これは、進学率の飛躍的な伸びと「ヤング」の市場化という1970年代における時代性を反映しているものであると考えられる。

補注

¹本稿における「読者ページ」が示しているのは、雑誌巻末辺りに数頁に渡って設置されたものであり、1頁のみのコーナーや単発の読者の声といったものではない。なお、「読者欄」と表記しないのは、以上のように、頁数が1頁以上に及んでいるものを指しているためである。

²『新刊ニュース』1952年9月号、p.6

³『集英社70年の歴史』および尾崎・宗武(1979)より

⁴筆者が2011年11月11日(金)に行った集英社『Myojo』編集部へのインタビュー(編集長:安藤、副編集長:矢部)より

⁵『GOETHE』2006年10月号、p.61に掲載された集英社第6編集部長(当時)の金谷幹夫の発言より

⁶『読書世論調査』(毎日新聞社)より

⁷「学校読書調査」とは、毎日新聞社が1954(昭和29)年から「全国の小・中・高校生を対象に」実施している「青少年の読者傾向を的確に把握する」ことを目的にしている調査である。

⁸『ブレーン』1971年6月号、p.2

⁹同上掲書、p.4

¹⁰「ハローヤング」は1969年に開始された読者ページではあるものの1970年代にも存在していたものであるため記載している。

¹¹また、この他に読者からの投稿(作品)を掲載するのみというものも見られたが、本稿の分析対象からは除外した。

¹²「ヤング・ヤング・ボイス」終了後に登場した「THE VOICE」も内容的には「ヤング・ヤング・ボイス」とほぼ同様のものであり、このことを考慮すると、「ヤング・ヤング・ボイス」は「ハローキャンパス」の中に終始存在していたコーナーであると考えられる。

参考文献

- 有山輝雄(2005)：メディア史研究における読者研究—視座の転換を目指して、『マス・コミュニケーション研究』No.67, pp.34-50
- 稲増龍夫(1989)：『アイドル工学』筑摩書房
- 岡井崇之(2004)：言説分析の新たな展開—テレビのメッセージをめぐる研究動向、『マス・コミュニケーション研究』No.64, pp.25-40
- 阪本博志(2002)：『平凡』読者の連帯と戦後大衆文化、『マス・コミュニケーション研究』No.60, pp.122-136
- 阪本博志(2008)：『『平凡』の時代 1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』昭和堂
- ジェラード・デランティ著・山之内靖、伊藤茂訳(2006)：『コミュニティーグローバル化と社会理論の変容』NTT出版
- 富永健一(1990)：『日本の近代化と社会変動—テュービンゲン講義』講談社学術文庫
- 橋本治(2002)：『『明星』50年601枚の表紙』集英社新書