

第3節 鉄道趣味誌

この章では鉄道趣味人が鉄道への見識を深める上で、最もポピュラーな媒体となる鉄道趣味誌を取り上げる¹。最初に鉄道趣味誌はいつ生まれ、現在に至っているのか解説を行う。その後、出版不況と言われている中、鉄道趣味誌がどのような状況に置かれているのか、いかなる課題に直面しているのか考察を行う。最後に以上を踏まえて、鉄道趣味誌のこれからについて簡単に、筆者独自の意見を述べる。

1. 鉄道趣味誌の歴史²

戦前の鉄道趣味誌といえば、1929年に創刊の日本で最初の鉄道趣味誌『鉄道』、1933年に創刊の『鉄道趣味』があげられよう。このような雑誌が刊行されるということは、相当数の鉄道ファンが当時いたことを示している。しかし戦争色が濃くなった1937年に、両誌の発行は終わってしまう。その後も1940年に、鉄道同好会的な組織が、『つばめ』、『古典口コ』といった趣味誌を刊行するが、鉄道が軍事機密とされた時代となり、鉄道趣味活動そのものの継続が困難となり、両誌共にほぼ1年で終刊となる。

戦後も1950年代までは戦前同様、東京鉄道同好会の『Romance Car』(1946年 - 1953年)や、機関車刊行会の『機関車』(1948年 - 1953年)など同好会誌が中心となり、実物を対象にした本格的な商業誌はまだ出版されなかった。その中でも、商業誌として一番早く出版されたのは、1946年創刊の『鉄道模型趣味』(機芸出版社)である。今でこそ、その名の通り鉄道模型を取り扱った雑誌として確固たる地位を築いている同誌も、当時はまだ実物の鉄道を対象とする商業誌が販売されていなかったため、模型だけでなく実物の鉄道の題材も扱っていたようである。青木(1991)には「部数も当時から”1000”オーバーにのっていたと思われるので『機関車』や『Romance Car』が逆立ちし

¹ 鉄道趣味誌と一口に言っても、商業誌、同好会誌、同人誌など様々あり、そのすべてをここで紹介し詳述することは困難である。そのため今回は定期刊行されている(いた)商業誌を対象にすると共に、『鉄道ピクトリアル』、『鉄道ファン』、『鉄道ジャーナル』主要三誌を軸にして、鉄道趣味誌を考察したいと考える。

² 鉄道趣味誌の歴史についてまとめられた資料は少ない、一部雑誌の創刊初期の号が国会図書館で閲覧不可能であった、ということからこの部分は青木(1991)、青木(2001)の記述に依拠していることを断っておく。

ても及ぶ数ではない」と記述されていることから、同好会誌に触れることのできない当時の一般の鉄道ファンに、鉄道の情報を伝えるという非常に貴重な役割を果たしていた。

その後 1951 年には、電気車研究会から『鉄道ピクトリアル』が創刊され、戦後最初の模型を扱わない市販誌となった。主幹の田中隆三氏が、本島三良という戦前からの鉄道ファンに、鉄道ファン向け雑誌の有望性を説かれて、出版に踏み切ったと言われている。創刊当初はまだ『Romance Car』や『機関車』が存立していた時期であったが、それらが廃刊(休刊)となると、鉄道ピクトリアルに研究記事、論文が集中し、それに伴い掲載される記事の専門性も飛躍的に向上した。

このように専門性を高めていく『鉄道ピクトリアル』に対して、それとは異なる路線の雑誌として、『鉄道ファン』(交友社)が 1961 年に創刊された。同誌をバックアップすることになる鉄道友の会が、雑誌を通じた会員の増加を志向していたこと、カメラの普及によって鉄道写真を撮る人が増加したことが、同誌の創刊につながった。「先輩誌の『鉄道ピクトリアル』が、しっかりとした研究記事が多かったので、子供の時から鉄道が好きだった大人が気楽に楽しめる本、年少の人には鉄道趣味に道をつけるような編集をし、本格的な研究には『鉄道ピクトリアル』に進まれるよう、共存できる方向に心を配りました」(初代編集長 荻原政男『本誌 300 号に寄せて』)との記述にあるように、鉄道写真という誰もがグラフィカルに楽しめる紙面構成で、鉄道ピクトリアルとの違いを明確にし、鉄道趣味をリードする新たな存在となった。グラビア的な性格を持つ同誌が、1960 年代後半から 1970 年代前半にかけて到来した所謂「SL ブーム」を牽引することになったのは想像に難くない。

このように鉄道雑誌の需要が拡大していく流れの中で、1971 年『鉄道ジャーナル』(鉄道記録映画社)は創刊された。創刊者の竹島紀元氏は、『鉄道ピクトリアル』や『鉄道ファン』にも寄稿していたが、「たんに個人の趣味の対象に終わらせることなく、ファン・マニアだけが知っている鉄道の魅力をもっと多くの人に広げ、鉄道趣味に“市民権”を得させると同時に、ファン・マニアの人たちにも社会人としての意識をより深めてもらいたい」(竹島紀元『鉄道ジャーナル創刊 300 号の奇跡』)という願いの元、社会的な視点でもって深められるような鉄道趣味の方向性を模索し、新たな鉄道趣味誌の創刊に至ったといわれている。「社会的な視点」という編集方針は、ローカル線の存廃、国鉄分割民営化といった鉄道が社会的な問題として浮かび上がった 1980

年代で大いに生きることになる。

その後も 1972 年に『最新 SL ダイヤ情報』(弘済出版社 現『鉄道ダイヤ情報』(交通新聞社))、1975 年に『とれいん』(プレス・アイゼンバーン)、1984 年に『レイルマガジン』(ネコ・パブリッシング)、1985 年『RM MODELS』(同)が出版されるなど、現在に続く鉄道趣味誌が創刊された一方で、少なくない数の鉄道趣味誌は現在に至らず終刊となった。

2. 鉄道趣味誌の現状

以上沿革で述べたように、鉄道趣味の普及や拡大に伴い、1990 年代には鉄道趣味誌も数多くのラインアップが揃うことになった。しかし、インターネットの普及によって、ホームページ、掲示板、最近ではブログ等によって、紙媒体を通すことなく自らの趣味活動を発表できるようになった³。これによって、従来の趣味共有の手段であった鉄道趣味誌は大きく変化したといえるのだろうか。これから先この章の最後まで、この問いについて考察を行いたい。

まずは、鉄道趣味誌の売上高の分析を行いたい。出版業界全体の動向として、月刊誌の売上高は 1997 年から最新のデータである 2008 年まで一貫して下落しており厳しい状況にある(出版科学研究所の HP)。他方鉄道趣味誌の発行部数の推移は、全体とは異なる推移を辿っている。『2009 出版指標 年報』(出版科学研究所 2009)のデータを載せると次の通りである。

年	01	02	03	04	05	06	07	08
実物	218	215	214	222	217	213	214	225
模型	67	62	59	61	61	60	60	62

表 1-3-1 鉄道趣味誌の発行部数 (単位：万冊)

対象となっている鉄道趣味誌が明記されておらず⁴、個々の鉄道趣味誌の部数のデータは記述されていなかった。しかし、出版不況と呼ばれ、雑誌売上高の縮小が続いている中で、ほぼ横ばいを維持しているのは、極めて特徴的

³ 鉄道趣味とインターネットの関係については、第 2 部第 3 章で詳述する。

⁴ 対象となる鉄道趣味誌数は、実物が 7、模型が 4 と書かれている。またこの統計の対象となる雑誌が、01 年から 08 年まで同じなのか、それとも新規発行された季刊誌等も含むのか、明記されていなかった。

といえる。この横ばいの発行部数の理由を解釈したいが、下の脚注で述べたような不備があるため、既存の主要鉄道趣味誌だけで横ばいを維持しているのか、それとも新規発行された鉄道趣味誌の存在によるものなのか、判断できない。

しかし以上のデータから、出版社側は、鉄道関連の雑誌は安定した需要が見込める貴重なジャンルであると判断していることが推測できる。事実、『週刊鉄道データファイル』(デアゴスティーニ・ジャパン 2004)、『週刊 鉄道の旅』(講談社 2003)などの分冊百科形態の鉄道趣味誌が、大手出版社から続々と発売されている。とりわけ前者は累計販売部数が800万部を超えるベストセラーとなった。月刊誌に比べると負担が重いこれら分冊百科がヒットした理由として、解説をわかりやすく行うなどの工夫を行って、従来の鉄道趣味誌ではカバーしきれなかった、ライトな鉄道ファンを獲得したことがあげられる。ムック⁵という形態にはなるが、『日本鉄道旅行地図帳』(新潮社)のヒットもこれと同じことがいえる。下記脚注で述べたように、ムックには返本期限がなく、かつ雑誌のような低価格で売ることができるため、1つのコアなテーマを各号毎に掘り下げていくスタンスが多い。鉄道のように、ジャンルが細分化されている趣味には最適な出版形態といえる。

このように、鉄道趣味誌の出版を取り巻く状況が変化する中で、21世紀に入る前からあった鉄道趣味誌は、どのようなスタンスをとっているといえるのだろうか。鉄道模型の話題を総合的に網羅している『鉄道模型趣味』、その分野のベテランが執筆し、それに裏打ちされる高い専門性、信頼性を持つ記事が紙面を成す『鉄道ピクトリアル』、その名の通り最もポピュラーな鉄道趣味誌として、写真を中心に幅広い話題で記事を展開している『鉄道ファン』、鉄道が抱える問題を独自の取材で検証する『鉄道ジャーナル』。創刊から現在に至るまで、以上老舗誌のスタンスは大きくは変わっていないように思われる。

⁵ book(書籍)と magazine(雑誌)の性格を併せ持った形態の本のこと。出版形態は雑誌に近いが、返本期限がない、書籍同様 ISBN コードが付与されるという点で異なる。

		
未公表	21万5000部	13万部

表 1-3-2 鉄道趣味誌とその部数⁶(下)

これらの後に続いた雑誌は、これら老舗誌とは違うアプローチで、鉄道ファンの獲得に努めている。A4判で発売し読者を惹きつける見出しが特徴的な『レイルマガジン』、臨時列車や甲種輸送の情報に強い『鉄道ダイヤ情報』、実物・模型双方を扱う『とれいん』（プレス・アイゼンバーン）、Nゲージを中心としながらも幅広いゲージの話題を取り上げる『RM MODELS』（ネコ・パブリッシング）、逆にNゲージに的を絞った『N』（イカロス出版）などがその代表格である。とりわけ『レイルマガジン』は、廃線、貨車など従来取り上げられることの少なかった話題を「トワイライトゾーン」で取り上げるなど、老舗誌とは異なる明確な差別化路線を志向していることが顕著である。最近では比較的購買力がある中高年層を対象にした、国鉄車輛を中心に取り上げる『国鉄時代』、『Jトレイン』なども刊行されている。

		
6万部	4万5000部	4万5000部

表 1-3-3 同上

⁶ 各誌の部数は、『週刊東洋経済 臨時増刊 「鉄道」完全解明』（2010 東洋経済新報社）に掲載されていた部数を参考にした。

3. 鉄道雑誌が直面している課題

雑誌の中では恵まれた環境に入る鉄道趣味誌であるが、直面している課題は決して少なくない。1 つには内容のマンネリ化があげられよう。これは老舗誌に特にいえることかもしれない。もちろん、雑誌に取り上げる対象となる鉄道車輛やダイヤは常に変化を遂げていくものである。しかし、その取り上げる対象、切り口が毎号同じようなものであると読者離れをもたらすし、鉄道趣味の発展につながらない可能性がある。また、その対象も、特集が鉄道趣味人の関心が高い大都市圏の電車や夜行列車に集中している傾向があると思われる。

このマンネリ化という問題は、編集サイドも共有しているようである。1 つの興味深い事例として、『鉄道ファン』2003年1月号に掲載された「下り“さくら”1350.5kmの旅」の記事と、それに対する鉄道ジャーナル編集長(当時)竹島紀元氏の批判がある。これは従来からの鉄道ファン誌の記事とは傾向が異なる、乗車ルポを主とした記事であった。この記事が出た2002年はADSLによる常時接続の普及が進み、インターネットを利用する人口、時間共に拡大していった過渡期にあたる。これは私の推測であるが、インターネットが普及しそこで情報交換がなされる中、鉄道趣味誌は従来とは異なる路線を模索していた時期にあったのかもかもしれない。このさくらルポは、マンネリを打破する鉄道ファン誌の新しい試みの1つであったといえるだろう。

このルポに対して、竹島紀元氏は鉄道ジャーナル2003年3月号「こちらジャーナル編集室」の中で、『鉄道ファン』今年1月号のルポ「下り“さくら”1350.5kmの旅」を見て思わず目を疑いました。本旨独自の企画として自他共に認め34年余の歴史を誇る「列車追跡」が全く同じ形で同誌の誌面をかざっていたからです。」と述べ鉄道ファン誌を批判した。他誌への批判という異例の事態となった背景には、竹島氏の側も鉄道趣味誌の今後について、危機感を持っていたことがあげられる。この危機を持っている旨については、鉄道ファン誌への批判の後に直接言及されている。各誌とも生き残りの道を模索している最中で、他誌の動向に敏感になっていたことの現れである。結局、このさくらルポのような記事は『鉄道ファン』の特集の主流とはならず、鉄道ジャーナルも外部ライターの記事が増えたとはいえ、その編集スタイルは大きく変化していない。変化を模索しながらも、変化しないことが生き残りの道の1つ、という結論を得たのかもかもしれない。

二つ目の課題として、これまで鉄道趣味誌を扱わなかった同業他社の参入

がある。一つの事例として、鉄道旅行誌がある。この分野では鉄道ジャーナル社の『旅と鉄道』がメジャーな雑誌として挙げられていた。1990年後半以降は、先の『週刊 鉄道の旅』に代表される分冊百科形態の雑誌が登場し、さらに『旅』(新潮社)⁷を始めとした一般旅行誌でも青春18きっぷ特集を始め、鉄道旅行の特集を積極的に組むようにもなった⁸。これを鉄道旅行誌の盛り上がりとみたのかは定かではないが、2007年10月号から『旅と鉄道』は季刊誌から月刊誌となる。しかし、鉄道ファン向けにしては他の鉄道専門誌に比べると鉄道の内容が薄く、ライトな鉄道旅行層向けにしては、初心者向けに解説記事が書かれている一般旅行誌に比べ鉄道色が濃い内容という、両者の板挟みにあった格好となった。結局、出版数が伸び悩んだまま2009年2月号をもって休刊となった。月刊化した鉄道ジャーナル社の判断ミスという見方もできるが、このように同種の雑誌が氾濫している以上、いずれにせよ長く続けるのは困難であったと思われる。先に挙げたように、分冊百科やムック形態での参入は当面続くと思われるので、既存誌も中途半端なターゲット層の設定や編集方針では立ちゆかなくなる可能性がある。

4. 鉄道趣味誌のこれから

以上で鉄道雑誌の課題について述べた。今後も、ライト層に向けて発売される分冊百科、ムック形態と、読者層を絞った既存誌という二極化傾向が進むと思われる。どっちつかずの雑誌は生き残ることができない。そのためにも既存誌は、読者のニーズを掴むために、誌面やネットを通して積極的に読者との交流を増やす必要がある。変化しないことが1つの生き残りの道とはいえ、現在の路線に安住しニーズを満たさない雑誌を販売することは、売上の的にも、そして鉄道趣味的にも決して良くないことは明白である。一方で分冊百科形態の出版も、同じような企画が氾濫してはブームも続かなくなる。鉄道という安定した趣味市場に安住することなく、積極的に新たな企画を出していくべきである。インターネットが普及した今日でも、鉄道趣味誌が鉄道趣味をリードする存在であることに変わりない。いや、インターネットという信頼性という点では不確実なツールが普及しているからこそ、紙媒体での情報の提供や、そこに掲載されたときの価値が上がっているという前向き

⁷ 2003年まではJTBが出版していた。

⁸ ただし『旅』に関して言えば、宮脇俊三が原稿を執筆していた事実からわかるように、1990年代以前から鉄道旅行も積極的に取り上げていた部類に入る。

な解釈もできる。今後も不断の努力で、鉄道趣味への貢献に取り組んで欲しい。