

同人誌即売会の 創り方

丸岡しようへい (リットル)

推しのオンリー
イベント、
ないなら作ろう。

現役主催者がすべてのノウハウを教えます。

同人誌即売会の創り方

丸岡しょうへい（リットル）

星海社

387



「嗚呼、なぜ私はこんな面倒事を始めてしまったのだろう……」。同人誌即売会の主催を経験した者は、一度はこう思う瞬間があるはずです。主催とは良くも悪くも思ってもみないでき事に遭遇そっくうするものです。しかし、なんとかやり遂げた最後にこう思うのです。「またやろう、この面白さは格別だ……」ってね。

同人誌即売会はどのように創られ、運営されているのでしょうか。本書は、同人誌即売会を個人で主催し、開催までこぎ着け、そして無事終了させ、次の開催つなぐに繋ぐための実務的な内容を解説した本です。

同人誌即売会と言ってもいろいろな規模や形式のものがあります。本書ではおおよそでありますが、

- 20から50サークル程度。最大でも200サークルほど。

・総参加者50人から200人動員程度。最大でも400人ほど。

このくらいの規模を目標として、いわゆる小規模な同人誌即売会を取り扱います。

小規模と言っても侮あなどつてはなりません。小規模だからこそできることや、小規模だからこそその楽しみがそこにあるのです。費用面で参加しやすく、初心者を受け皿になることもあり、小規模同人誌即売会が多様性のある同人誌文化を培つちかう土壌どじょうの根になっていることも事実だと私は信じています。

また、あまりに大規模なものは、個人の両手では抱えきれません。本書では基本的に当日のスタッフは別として、開催までを一人でやりきるというコンセプトで書かれています。そう、小規模であれば一人でできてしまうのです。

これまでの同人誌文化の歴史の中で、同人誌即売会の運営ノウハウというものは、口伝により継承されてきました。特に小規模な同人誌即売会のノウハウや運営側の記録が表立って残されることは少なく、現時点で入手可能なテキストというものはごく少数で限られたものしかありませんでした。

本書では、著者である私がいかに実際に行っている同人誌即売会を例に、実務的な内容を説明

していきます。併せて参考にするべき事例もできる限り列举いたしました。私はこれまで14年間で25回の主催をしてきました。その中で積み重ねたノウハウを準備から後始末、そして会計まですべて包み隠さず、どうしてそのようになっていくかのロジックの説明まで含めて、なるべく詳細に記したつもりです。

本書が「やってみたい」を実現する力になれるように一生懸命書きました。即売会がどのように動いているか知ってみてください。皆が集まるからこそ同人誌即売会は意味があるのですから。

本書がこれから同人誌即売会を主催してみようという方や、より良い同人活動の参考になれば幸いです。

目次

まえがき 3

第1章 同人誌即売会とは何か 13

コラム 「頒布」という言葉について 22

第2章 同人誌即売会に必要なもの 27

第3章 会場を借りよう 37

3・1 床面積 39

3・2 金額が適度か 46

3・3 他の同人誌即売会の実績があるか 50

3・4 待機列を形成することができるか 52

3・5 宅配による搬入ができるか 54

3・6 備品の確認 56

3・7 個人で借りることができるか 59

3・8 アクセスに無理がないか 59

3・9 日程を決める 60

コラム コスプレについて 65

第4章 参加者を集めよう 71

4・1 告知イラストを頼む 72

4・2 Webサイトを作る 74

4・3 SNSアカウントを作る 80

4・4 サークル参加を募る 84

4・5 サークル募集期間について 93

4・6 サークル参加フォームを作る 96

4・7 申し込みのあったサークルと連絡をとる 100

第5章 サークル配置とカタログ制作 107

5・1 サークル配置の考え方 108

5・2 サークル配置の発表 116

5・3 カタログについて 117

5・4 ポスターとチラシについて 121

5・5 案内表示と消耗品の準備 124

コラム なぜ同人誌に奥付が必要なのか 129

第6章 サークル入場・搬入案内 133

6・1 サークル入場案内 135

6・2 サークル搬入案内と注意事項 136

6・3 頒布物確認について 140

コラム なぜ頒布物確認を当日に行うのか 141

第7章 スタッフとタイムテーブル 149

7・1 スタッフ募集 150

7・2 スタッフとの打ち合わせ 153

7・3 タイムテーブルを作る 155

7・4 当日の主催の仕事 158

コラム スタッフのススメ 160

第8章 即売会当日の実務 165

8・1 搬入物の受け取り 166

8・2	集合から会場設営と本部設置	166
8・3	宅配搬入物と追加椅子	170
8・4	サークル入場開始	172
8・5	頒布物確認	176
8・6	一般待機列形成	180
8・7	即売会開始	183
8・8	混雑対応	185
8・9	即売会終了まで	188
8・10	搬出について	190
8・11	アフターイベントについて	193
8・12	撤収	196
8・13	打ち上げ	198

第9章 トラブルシューティング

9・1	落し物	202
9・2	搬入事故	204
9・3	急病・ケガ	205
9・4	人間同士のいざこざ	207
9・5	その他のクレーム等	208
9・6	強制退場・出入り禁止措置	211
9・7	社会情勢の混乱、天災	211
9・8	法律に関して	213
コラム	併催について	217

あとがき
221

謝辞
224

第1章

同人誌即売会とは何か

そもそも、同人誌即売会とは何でしょうか。それは読んで字のごとく、同人誌を即売する会（催事）です。同人誌とは、同じ趣味や志を持つ人（同人）が集まり、自ら資金を出し自主的に出版される本のことを指します。同人の集まりのことは「サークル」と呼ばれています。つまり、同じ趣味の集まりである「サークル」が発行した「同人誌」をその場で即売する「場」が同人誌即売会です。

同人誌即売会では単に売買を目的とした催事と比べ、精神性の面で特異な点がいくつかあります。同人誌の売買が主目的ではありませんが、同好の士の交流の場としての機能と作品の発表の場としての機能が等しく優先されます。実務的にもそれは影響し、出展側を「サークル参加者」と呼び、それ以外の参加者を「一般参加者」と呼びます。どちらも「参加者」であり、その違いは参加形態であるとしています。そして同人誌即売会ではすべての参加者は対等の立場であるというスタンスをとります。実質的に行われていることは売買で間違いないのですが、お客様は存在しないというスタンスです。この会はいくまで同好の集まりであり、すべての参加者で会の費用を案分して、協力して場を作るという精神性を持ち、それが重要であるとしています。大切なものはお互いの表現に対するリスベクトであり、相互扶助の精神です。そしてこの催事は自由な表現の発露としての場であると

いう点が強調されます。

本書で取り扱う「同人誌」の歴史的な始まりは、1960年代前後にマンガの同人誌が作られるようになることからです。もともとは同じ趣味の集まりである「サークル」内部で発行される会報的なものでありました。コピー機が普及していない時代ですから、最初は肉筆の回覧という形式でした。肉筆の回覧とは、サークルメンバーが出し合った生原稿をそのまま冊子の形に綴じたものを、郵送等にてサークルメンバー内部で回覧し、感想や批評をし合うというものでした。

70年代に入ると印刷技術が進歩し、より身近なものとなります。サークルメンバーの数だけ冊子を印刷し頒布はんぷすることが可能になります。ガリ版等ばんのどちらかと言えば手製の印刷のみならず、印刷所においてオフセット印刷で同人誌を発行するサークルも現れはじめます。そのうち「どうせ印刷するなら多く印刷して流通させたい」というサークルや、「サークルメンバーではないが印刷費を出すことでその会誌を手に入れたい」という需要が生まれます。こうして同人誌文化は市場としての「場」を求めるようになりました。そのタイミングで生まれたのが、かの有名なコミケです。

多くの人は、同人誌即売会といえは「コミケ」を想像されるのではないのでしょうか。国

内のみならず、世界最大規模の同人誌即売会です。コミケが誕生する以前にも、同好の士が集まる催しの一部として同人誌の即売がなされることはありましたが、同人誌を即売することをメインとしたイベントの始祖的存在であり、現在行われている同人誌即売会のスタイルを確立した存在とも言えます。

現代では印刷方法のノウハウの共有化がなされ、同人誌を専門とする印刷所も数多くあり、同人誌や同人グッズを作る敷居は各段に低くなりました。老若男女問わず多くの人が同人誌を発行しています。印刷費用という面でも、個人の範疇はんちゆうで印刷ができるようになり、サークルも時代を追うにつれ個人が主体となることが増え、サークルは屋号のような扱いになっていきました。

同人誌の内容は、文芸作品からマンガ作品、評論、批評、技術書、旅行記、写真集、音楽、ゲームなど多種多様で、日々誰かの手から同人作品が世の中にリリースされています。それだけの多くの同人誌が発行されているということは、それだけ多くの「場」が求められるということでもあります。コミケや企業が主催する同人誌即売会などの大型のもの以外にも、個人が主催となり開催される同人誌即売会というものも存在します。それも驚くほどの数が開催されています。年間を通して、土日であればどこかで、何らかの同人誌

即売会が開催されているはずで、中には三が日ですら開催する猛者もさもいるほどです。規模も様々で、大型のイベントホールを貸切るものから、会議室で行われる小規模なものまでです。

特定のジャンルを指定せず、すべての同人誌を受け入れる同人誌即売会を「オールジャンル」と称します。対して特定のジャンル・属性のみを取り扱う同人誌即売会を「オンリージャンル」、略して「オンリー」と称します。例えば鉄道であれば、鉄道オンリーといった具合です。開催場所も都心部に限らず、全国各地で開催されています。その地域に根差し、長い歴史を持つ同人誌即売会も数多く存在します。

まとめますと、同人誌即売会が持つ機能は、まず1つが同人誌の市場としての場です。自分の好きなことを、好きなように表現できることが同人誌の面白さです。その同人誌と求める者とを結びつける場としての機能を持ちます。

もう1つが交流の場としての機能です。その会場にいる者はみな同じ趣味を持った者たちです。情報交換がなされることや、意気投合して新しい友が増えることもあります。

さて、同人誌即売会とは「場」であるということですが、場が求められたとして、やはり誰かが代表して会場を借りたりといった業務をする必要があります。その人こそが、

同人誌即売会の「主催」と呼ばれる存在です。同人誌即売会を主催するということは、その「場」を作ることでもあります。物理的な場である会場を用意し、人を集め、費用を集め、ルールを制定し、必要なものを準備し、実際に会を運用し、市場と交流の場を作ります。いわば同人誌即売会の主催というものは旗振り役です。

そういえば私の自己紹介がまだでした。インターネット上では「リットル」というHNを名乗っています。この名前で同人誌即売会を年に2から3回のペースで主催しています。メイン活動は飲食系の同人誌が中心の同人誌即売会「関西めしけつと」の主催です。他ジャンルの同人誌即売会の主催をすることもあります。

本書を書いている時点で、同人誌即売会を主催しはじめてから14年が経ちました。回数では25回になり、現在進行形で同人誌即売会の主催を続けている現役です。開催都市は大阪・東京が中心で、京都、名古屋なごやで開催したこともあります。

私自身は福井県在住のため、すべて遠征で主催業務をしています。他の同人誌即売会でスタッフ経験もあり、成人向け作品のみの即売会、女性向けジャンル、地方開催の即売会にスタッフとして参加したことがあります。

それとともに、個人で評論（飲食）を中心としたサークル「イモリ水産」を主宰してい

ます。サークルをやりながら自らが出展する同人誌即売会を運営しているという格好になりますね。

本書では当日のスタッフは別として、基本的に「開催まで一人でやりきる」というコンセプトで書いています。一人でやるというのが成功の秘訣です。なぜならば、部署制にして分業化した場合、部署間の連携を取るためのディレクション作業が必要となるからであり、その作業そのものがコストであるからです。部署間の連携の失敗もしくは欠員が発生した場合、タイミングによってはその即売会は機能不全に陥ります。私は幾度かそういう現場を見てきました。トップダウン型でやりきったほうが確実に速いのです。

実際に私は開催までの実務作業をほぼ一人でやっています。一人であればディレクション作業は必要なく、打ち合わせの時間などが存在しません。逆に言えば自分の責任と判断で事を進めるという意味でもあります。

また同人誌即売会主催の仕事というのは、事務作業が中心となります。小規模の同人誌即売会であれば、一人でやれるほどの作業量です。他のジャンルの即売会との併催形式（へいさい）での開催もやっていますが、やることは基本的に同じです。配置の擦り合わせ（すりあわせ）までは一人で作業を進めます。

逆に一人でできないことは、何人いても同じです。まずは一人でできるようにすることです。

私の開催する同人誌即売会は、どちらかと言えば古式ゆかしいやり方です。各所の電子化こそしていますが、どちらかと言えば古典的で保守的な方法と言って良いでしょう。私が先輩方から習ったやり方を、そのまま熟成したやり方です。

同人誌即売会にもいろいろなやり方があります。全然違うやり方をしている即売会もありますし、複数人のグループ運営で上手くやっているとあります。私自身が他の同人誌即売会にスタッフとして参加して、違うやり方だなと感じることもよくあります。物の事の考え方が、私とは正反対の主催もいらっしやいます。

本書のやり方がすべてではありません、結果的に同人誌即売会が上手くいけばそれで良いのです。アプローチが違ったとしてもゴールは同じです。開催し、無事に終わらせ、次に繋ぐことです。「次」とは即売会そのものの次回開催という意味でもありますし、参加者の次の活動に繋がるように、という意味でもあります。これはどの主催の方に聞いても、おそらく同じような回答になるのではないかと思われまます。

小規模同人誌即売会では、様々な要素により必要なものがケースバイケースとなります。

会場、規模、ジャンル等により、何をどうするのか、ということが変わってきます。本書では私の知る限りのケースをご紹介します、それぞれどういった思考でそうなっているかの説明をできる限り記しました。

私が初めて同人誌即売会を主催しはじめた頃と比べましても、同人誌即売会を取り巻く状況というものは変化し続けているように感じます。会場の減少、交通費・宿泊費などの物価の高騰や、気候の過酷さ等々の厳しい面もあれば、Webサービスを始めデジタルツールの進歩や、便利な道具の登場などで恩恵を受けることもあります。

本書に記した内容もいざ古い内容になる時がくるかもしれません。しかし基本的なものの考え方はそうそう変わるものではないと考えています。本書ではなるべく「なぜそうしているのか」という理由と思考法まで含めて記したいと思います。

本書に記されている方法から、各自がやりたい形式にどのようにフィットさせるかは、それぞれで考えてくだされば良いかと思われまます。

次章からは実務的な内容をご説明いたします。

次世代による次世代のための

武器としての教養 星海社新書

星海社新書は、困難な時代にあっても前向きに自分の人生を切り開いていこうとする次世代の人間に向けて、ここに創刊いたします。本の力を思いきり信じて、みなさんと一緒に新しい時代の新しい価値観を創っていききたい。若い力で、世界を変えていきたいのです。

本には、その力があります。読者であるあなたが、そこから何かを読み取り、それを自らの血肉にすることができれば、一冊の本の存在によって、あなたの人生は一瞬にして変わってしまうでしょう。思考が変われば行動が変わり、行動が変われば生き方が変わります。著者をはじめ、本作りに関わる多くの人の想いがそのまま形となった、文化的遺伝子としての本には、大げさではなく、それだけの力が宿っていると思うのです。

沈下していく地盤の上で、他のみんなと一緒に身動きが取れないまま、大きな穴へと落ちていくのか？ それとも、重力に逆らって立ち上がり、前を向いて最前線で戦っていくことを選ぶのか？

星海社新書の目的は、戦うことを選んだ次世代の仲間たちに「武器としての教養」をくばることです。知的好奇心を満たすだけでなく、自らの力で未来を切り開いていくための「武器」としても使える知のかたちを、シリーズとしてまとめていききたいと思います。

2011年9月

星海社新書初代編集長 柿内芳文



SEIKAISHA
SHINSHO