

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

—“共感マガジン”『テレビブロス』を中心に—

平 松 恵一郎

1. はじめに

テレビ情報誌の発行サイクルには、週刊・隔週刊・月刊の3種類がある。それぞれ掲載されているテレビ番組表の期間が、1週間分、2週間分、1か月分という違いがあるが、日本でテレビ情報誌が誕生したころは週刊誌のみであった¹⁾。初めて隔週刊テレビ情報誌が誕生したのは1982年、小学館から創刊された『TeLePAL (テレパル)』である。以後、しばらく隔週刊誌はこの1誌だけだったが、1987年に『TV Bros. (テレビブロス)』(東京ニュース通信社)、『TV station (テレビステーション)』(ダイヤモンド社)、『TV ぴあ』(ぴあ)が相次いで創刊され、隔週刊テレビ情報誌は一気に4誌を数えるまでになった²⁾。この一気に4誌に膨れ上がった1987年から、BSデジタル放送が始まって月刊テレビ情報誌が主流となっていく2000年あたりまでが「隔週刊テレビ情報誌の時代」と言えるであろう。

隔週刊テレビ情報誌が相次いで創刊した背景には、家庭用ビデオデッキ(VTR)の普及が大きいと考えられる。1975年に発売になった家庭用VTRの、1987年時点での普及率は43%であった³⁾。番組予約録画が普及したことによって、これまでの週刊誌より長い期間の番組表が求められていた。

当時の隔週刊テレビ情報誌について、その創刊の背景を検討すると、どれもターゲットを若者に設定していたことがわかる。なかでも『テレビブロス』は特に個性的であった。他のテレビ情報誌に見られるようなカラーページはなく、編集ページはすべて1色(番組表のみ2色)で、どちらかといえばテレビにはあまり関係のない特集やコラムを多く掲載していた。本稿では、若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代を、その特徴が際立っていた『テレビブロス』を中心に考察してみたい。

2. 隔週刊テレビ情報誌に関する先行研究

テレビ情報誌に関する先行研究は少ない⁴⁾。さらに、隔週刊テレビ情報誌について言及したものとなると、雑誌の記事等でいくつも見られる程度である。

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

たとえば、井家上（1983）は『テレパル』創刊予告の「生活にテレビ情報を生かすビデオ・カセットブックづくりを提案します。」という一文を引きながら、「二週間分のジャンル別番組表に、ビデオ収録のための必須データを載せるという『テレパル』の雑誌づくりは、当然のことながら老舗『TVガイド』を強く刺激している。」としている。これにより『TVガイド』は、ビデオ情報とジャンル別の番組情報が掲載された『月刊ビデオコレクション』の創刊準備に入ったと指摘している⁵⁾。当時、『テレパル』の登場は、週刊誌ではなかったことや、ビデオ録画に対応しているといった点、さらに版元が小学館という大手出版社であったということなどから、既存のテレビ情報誌にとってはかなりの脅威であったことが見て取れる。

また、伊藤（1987）は1987年に新規参入した隔週刊誌3誌のうち、特に『TVぴあ』に注目している。「イベント情報誌のバイオニア・ぴあが、創刊十五周年を迎えた『ぴあ』に続く第二の情報誌として創刊するのである。」とし、「情報誌の雄にしては、むしろ遅すぎる参入のような気もする」としている⁶⁾。1972年に大学生が創刊した『ぴあ』は情報誌として成功し、1984年には「チケットぴあ」も本格スタート、1985年には『ぴあ』関西版も創刊しており、まさに『ぴあ』は情報誌の代名詞となっていた。

『テレビブロス』については「サブカル愛あふれる誌面」（『広報会議』2018年1月号、p.68）や、「雑誌カルチャーに風穴を開けた。」（『昭和40年男』2021年4月号、p.104）といった、テレビ情報誌に関する言及というより、「テレビ情報誌でありながら～」といった形の言及が目立つ。

3. 隔週刊テレビ情報誌の歴史

前述のように、隔週刊テレビ情報誌の歴史は、1982年12月に小学館から創刊された『テレパル』から始まった。「小学館が、若者を中心ターゲットに据えて発行している<PAL>（「仲間」の意味）シリーズの第四弾⁷⁾」という位置づけで、『FMレコパル』『月刊サウンドレコパル』『BE-PAL』に続いて創刊された雑誌である。表紙には『ビッグコミック』シリーズに載っているナマズのマークが入っていた⁸⁾。ビデオ録画を楽しむ若者にターゲットを絞り、2週間分デイリー番組表⁹⁾のほか、ジャンル別エアチェックスケジュール表等を掲載していた。創刊号の第1特集は「ビデオコレクター大集合！」という、ビデオ録画に特化したものであった。「生まれ！ビデオカセットブックづくりの実戦派」というサブタイトルで、著名人から一般人までビデオを録画してコレクションしている人たちのビデオライフを紹介するというものであった。また「テレパル番組表大作戦」と題して、『テレパル』の番組表の使い方と、上手なビデオエア・チェックの方法を5ページにわたって解説している。1983年1月発行の創刊3号には切り抜いてビデオカセットに貼り付ける「ビデオカセット

レーベル」も掲載されている¹⁰⁾。

この『テレパル』創刊のアイデアは、1979年に「FM ラジオのエア・チェックとテレビ番組のビデオ録画の新しい楽しみ方を提案する雑誌¹¹⁾」として創刊した『サウンドレコパル』が発展したものであった。同誌は創刊号から、番組表こそ載ってはいないが、「ジャンル別 TV 番組ガイド」として、ビデオ録画をふまえた番組情報を掲載していた。『テレパル』創刊号は東版・西版合わせて 28 万 5,000 部の発行部数¹²⁾ でスタートしたが、1987 年には東版・中部版・西版の 3 版体制で 70 万部まで伸ばしていた¹³⁾。そんな『テレパル』の成功が、各社を隔週刊誌創刊に向かわせた。同年 7 月に、まず『テレビプロス』が創刊、9 月に『テレビステーション』、12 月に『TV ぴあ』と、この年、隔週刊テレビ情報誌 3 誌が相次いで創刊した。

後発の隔週刊テレビ情報誌は、先行する『テレパル』同様、番組予約録画を強く意識しており、『テレビステーション』は、カラー番組表に加えて、ビデオカセットサイズに切り抜くことができる「特選映画レーベル」や、「特選 VIDEO インデックス」というビデオ用タイトルシールなどを掲載していた。発行元であるダイヤモンド社からは FM 情報誌である『FM ステーション』¹⁴⁾ が発行されており、そこから誕生したものが『テレビステーション』である。高橋直宏編集長（当時）は「AV 志向が高まるにしたがい、『FM』誌の中で『テレ

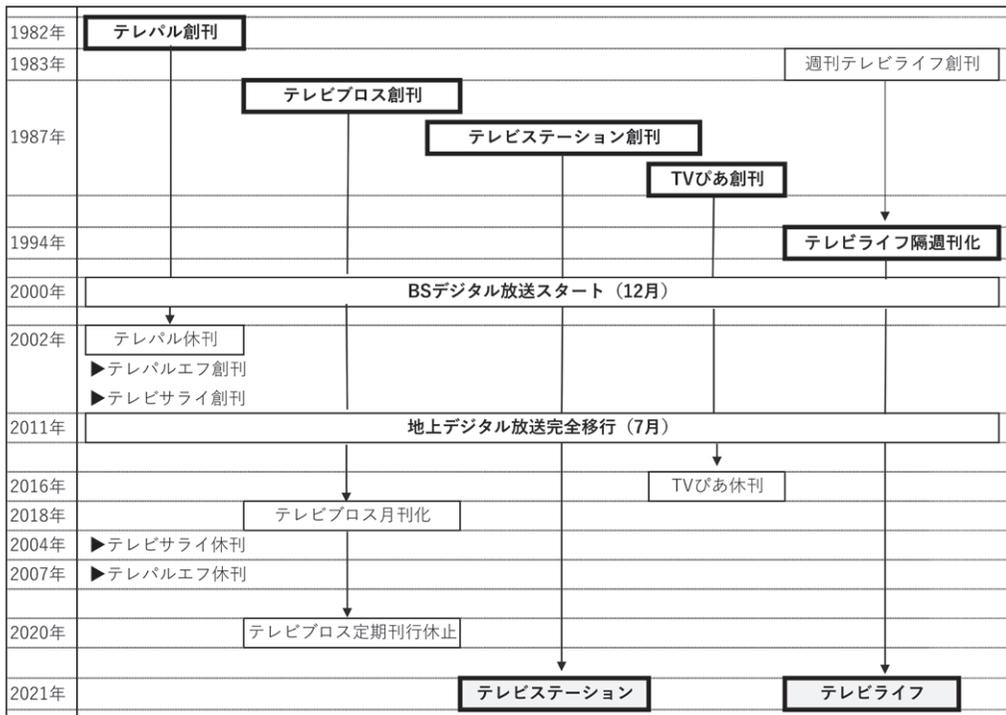


図 1 隔週刊テレビ情報誌の変遷

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

ビステーション』のコーナーが占める量が増えてきて、収容しきれなくなった。(中略)『FM』を卒業した読者をこれで吸収しようという狙いもありました」と語っている¹⁵⁾。FM情報誌からの発展系という意味では、『FMレコパル』と『テレパル』の関係と似ている。当時のビデオ録画は、溝尻(2006)の指摘のように、1970年代に若者を中心にブームとなったFMエア・チェックの延長線上にあった¹⁶⁾。

一方『TVぴあ』は、テレビで放送する映画の紹介ページが『ぴあ』本誌のイメージを踏襲した形であるなど、『ぴあ』に慣れ親しんでいる読者に強くアピールするものであり、掛尾(2011)は「やはりぴあらしく、映画に重点を置いた内容だった」¹⁷⁾としている。創刊号の巻頭特集は「東京ビデオレンタル地図」で、都内のビデオショップの紹介をしている。レギュラー企画としてVIDEO & TV CLUBというページがあり、創刊号では「ミステリー・ゾーン大研究」と題して、深夜に再放送されていた『ミステリー・ゾーン』を取り上げている。番組表掲載期間中に放送される全映画タイトルの「ビデオシール」も付いていた。掛尾(2011)は、ビデオ市場の誕生は『ぴあ』本誌にとっては「名画座情報の必要性が薄れるという意味では逆風だった」¹⁸⁾が、「ビデオ・カセット・レコーダーの普及は、テレビで放送される映画の録画を促進したので、1987年に創刊した『TVぴあ』にも追い風に働いた」¹⁹⁾としている。

4. 若者ターゲットの隔週刊テレビ情報誌の時代

1987年に4誌となった隔週刊テレビ情報誌は、いずれも若者をターゲットとしていた。前述のように、当時、家庭用VTRの普及率は43%になってはいたが、まだタイムシフト視聴が一般化していたというよりは、一部のマニアや新しもの好きな若者たちがテレビで放送される映画等をビデオに録画してコレクションするという時代であった²⁰⁾。

1987年当時のテレビの状況を見てみると、7月にNHK衛星第1(BS1)が24時間放送を開始し、同月、フジテレビは系列24局による24時間特別番組『1億人のテレビ夢列島』²¹⁾を放送している。同年、民放各局が24時間放送を開始した。特にフジテレビは「JOCX-TV2」という新たな深夜枠を開拓している²²⁾。松井(2020)は、「フジテレビは、深夜帯を新たな目的を持った編成枠として「第二のゴールデンタイム・JOCX-TV2」と命名するなど、「送り手」主導による意図的な時間帯開発に着手」²³⁾したとしている。この枠で放送された深夜番組は若者を中心に支持を集め、ここから数々のヒット企画が生まれて行った。また、ドラマも若者にターゲットを絞ったものが各局から放送され始めた。1987年には『パパはニュースキャスター』(TBS)、『アナウンサーぶっつん物語』(フジテレビ)といった業界ドラマが放送され人気を集めている²⁴⁾。松井(2020)は「1980年代後半の「2時間ドラマ」全盛の時期に、若者の「ドラマ離れ」が進む中で、フジテレビが「トレンドイードラマ」と

いう新たな路線を開拓して、若者層をドラマに戻すことに成功²⁵⁾したとしている。「いわゆるトレンドードラマの登場²⁶⁾とされる浅野温子、浅野ゆう子の W 浅野による『抱きしめたい!』(フジテレビ)の放送が翌年(1988年)であり、この時代はまさに若者たちがテレビを見ていた時代であった。佐藤(1995)は、「トレンドィ・ドラマを支持している若い世代のテレビの見方、感じ方は中高年のそれとは明らかに異なってきている。」²⁷⁾とし、彼ら彼女らは「テレビドラマを見るとき従来のようにストーリーやキャラクターの魅力にひかれる一方、ファッションや髪型、音楽などのディテールにも注目し、自分の生活に取り入れようとしていることがわかる。」²⁸⁾と分析している。

5. テレビブロス創刊の背景

隔週刊テレビ情報誌4誌のなかにあって、ひとときわ個性的だったのが『テレビブロス』である。テレビ情報誌でありながら、テレビとは直接関係のない特集やコラム等も多く掲載しており、そのスタイルは、テレビ視聴のためのテレビ情報誌というより、“テレビ番組表も載っている雑誌”といった印象である。創刊2号からは、表紙に「THE TV MAGAZINE OF THE FUTURE」という文言が入っており、まさに「未来のテレビ雑誌」をキャッチフレーズとしていた²⁹⁾。

『テレビブロス』の発行元である東京ニュース通信社は、1962年に『週刊TVガイド』を創刊している。同社は1973年より新聞社へのラジオ・テレビ欄配信業務をスタート³⁰⁾し、雑誌、配信といった業務で、テレビ番組表制作を中心に社業を成長させた。しかしながら、長い間、テレビ情報誌は『週刊TVガイド』以外発行していなかった。1970年代のテレビ情報誌は『週刊TVガイド』と『週刊テレビ番組』(東京ポスト)の2誌であり、全国展開していたものは『週刊TVガイド』のみで、ほぼ独占状態にあった。しかし、1982年に角川書店から『ザテレビジョン』、小学館から『テレパル』、1983年には学研から『週刊テレビライフ』と、総合出版社から相次いで競合誌が創刊され、競争の波に揉まれることとなった。「週刊4誌、隔週刊1誌の平常号の発売部数は300万部に近づき」³¹⁾テレビ情報誌市場が拡大していくなかで、東京ニュース通信社は、1987年7月に2つ目のテレビ情報誌として、隔週刊テレビ情報誌『テレビブロス』を創刊した³²⁾。奇しくも『週刊TVガイド』創刊25周年の年であった³³⁾。

創刊コンセプトは「若い視聴者のリアクションを切り取った、読者の“共感マガジン”」³⁴⁾というもので、読者の中心がファミリー層であった『週刊TVガイド』とは全く違うテレビ情報誌という位置づけであった。創刊10号(1987年11月7日号)の綴込みはがきにて行った読者調査³⁵⁾によれば、年齢構成は21~25歳32.6%と一番多く、次いで16~20歳25.7%、26~30歳21.5%であった。男女比は男性59.3%、女性40.7%と男性の比率が

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

高かった。主な居住地は東京都 40.0%、神奈川県 21.5%、埼玉県 14.1%、千葉県 10.9% といった分布で、当時は関東版であるがとりわけ首都圏の読者が多かった。主な職業は社会人が 51.1%、短大・大学生 17.1%、高校生 10.3%、予備校生・専門学校生 6.7% という構成だった。

創刊にあたって、エディトリアルアドバイザーに泉麻人というせいを迎えた。いわば、当時の『ポパイ』と『ホットドッグ・プレス』の両雄を招聘したような形である³⁶⁾。

加えて、創刊号から、押切伸一³⁷⁾、川勝正幸³⁸⁾、高橋洋二³⁹⁾、竹内義和⁴⁰⁾、ナンシー関⁴¹⁾、堀井憲一郎⁴²⁾ といった若い読者の共感を集める書き手によるコラムが連載された。

当時の状況について、泉麻人というせいが『テレビブロス』2020年6月号における対談で以下のように語っている⁴³⁾。

いとう ポパイの巻頭にも「POP・EYE」っていう情報ページがあって、僕が講談社に入社してすぐホットドッグ・プレスをやるようになってから、あのスタイルを真似したコラムを担当したんですよ。その感覚はブロスにも持ち込んで、雑誌全体を「POP・EYE」みたいにしちゃえ、っていうのはあったと思う。

(中略)

泉 ポパイには「ポパイ・フォーラム」っていう後半にもコラムのページがあって、そこで近田春夫さんや渋谷陽一なんか、いわゆるサブカル的なコラムを連載していました。宝島で渡辺祐が仕切っていた VOW (バウ) のページも近いセンスだったかもしれない。

いとう それをもっと日本の大衆、つまりテレビや芸能にまで落とし込んだのがテレビブロスで、だからこそおもしろい人たちがいっぱい出てこられたんだと思う。

『テレビブロス』はテレビ情報誌という形を取ってはいたが、泉といとうによって、『ポパイ』と『ホットドッグ・プレス』のテイストをうまく吸収し、さらにサブカル的な視点で『宝島』のテイストも加味していた⁴⁴⁾。

やがて、番組表内にあった無署名の小さなコラム「ブロス探偵団」も人気となり⁴⁵⁾、読者投稿欄「PiPiPi CLUB」⁴⁶⁾には、テレビに対する重箱の隅をつつくようなはがきが集まり始める。まさに“共感マガジン”としての存在感を増していった。

実際、あるひとつの読者投稿をきっかけに、いくつもの投稿が連鎖していく事例はしばしば見られた。たとえば、1988年5月14日号に掲載された、テレビに出ている意外なそっくりさんを見つけたという投稿がきっかけとなり、テレビの中のそっくりさん探しの投稿が集まるようになり、それが同年9月3日号で「SEEING DOUBLE」という特集となった。そっくりさん探しは、その後も「似て蝶」という人気コーナーとして定着した。また、1988年7月23日号に、元たのきんトリオのヨッちゃん(野村義男)の消息が知りたいといった

投稿が掲載されると、同年8月20日号で消息を知っているという投稿が紹介された。その後、たびたび関連の投稿が紹介されるようになり、ついにはご本人から編集部あてにFAXが届き、1989年6月17日号で「ある日、突然ヨッちゃん」という特集となった。そして1990年7月21日に行われた創刊3周年イベントでは、野村義男率いる“三喜屋野村モータース・バンド”のライブが行われるまでに発展した。あるいは、1989年5月6日号「NHK教育はおもしろい」という投稿をきっかけに、同内容の投稿が集まり、「これだから教育テレビはやめられない」という投稿コーナーが不定期連載のような形で定着した。

『テレビブロス』は定価150円⁴⁷⁾で創刊し、2週間分のテレビ番組表(2色刷り)とジャンル別番組解説以外は、テレビとはあまり関係のない特集やコラムも多かった。表2にまとめたものは創刊号から創刊2周年号まで、約2年間の特集タイトル一覧である。創刊2周年号までの53号のうち、テレビに関する特集(オリンピック特集を含む)と考えられるものは22号分で、全体の41.5%である。テレビ関連の特集といっても、たとえば、1988年5月14日号「1999 究極のTVメニュー」(1988年11月12日号にてVOL.2掲載)は、いとうせいこうやナンシー関らが近未来の架空のテレビ番組表を作るという企画である。あるいは、1988年6月11日号「えのきどいちろう⁴⁸⁾のウクレレ・テレビ・右左!!」は、“南国テレビ”とはどういった番組かといったものであり、1989年1月14日号「御局POWER」は、当時放送中だったNHK大河ドラマ『春日局』がきっかけとなっただけであるが、「歴史の陰に“お局さま”あり!! 女の時代を勝ち抜く極意を学べ」というもので、大河ドラマについてはリードでひと言触れているのみである。以上のように、テレビ特集といってもいわゆるストリートな番組紹介とは一線を画すものが多かった。その内容も全体的なトーンとしてややマニアックと言えるような独自の視点が多く、それが若い読者の“共感マガジン”というコンセプトを具現化したものという考え方であった。

しかし、そういったテレビに対する独特の視点は、当時、『POPEYE(ポパイ)』(マガジンハウス)1989年1月4日号の《「普通にTVドラマを見る」のが正しいこのごろです。》という特集において、ドラマのなかの普通ではあり得ない展開を敢えて指摘したり、うんちくを語って「場をしらけさす、テレビブロスチックな奴がいる。こいつは何もわかっていない。退場だ。」として、ネガティブに取り上げられた。同特集内の「ドラマにまつわる人間たち」というインタビュー記事にも「TV BROSの弊害を斬る」という見出しを見ることができる⁴⁹⁾。しかし、このテレビに対するある種マニアックな見方は、のちのインターネットにおける2ちゃんねるの実況中継や、ニコニコ実況などにつながっていく。

また、『テレビブロス』は、その販売戦略のテーマとして、コンビニエンス・ストアで売れる雑誌にしたいというものがあり⁵⁰⁾、1987年10月10日号から、泉麻人・いとうせいこうの2人による「コンビニエンス物語」⁵¹⁾という連載をスタートさせている。さらに、創刊1周年号である1988年7月9日号では「僕らはコンビニ探検隊」という8ページ特集をカ

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

表2 『テレビブロス』特集タイトル一覧（1987年7月4日号～1989年7月15日号）

	号数	特集タイトル
1	1987年7月4日号	時代はストイック
2	1987年7月18日号	OLってサイコー!?
3	1987年8月1日号	ビールが飲みたい。
4	1987年8月15日号	しっばいイッパイ海外旅行
5	1987年8月29日号	初体験物語
6	1987年9月12日号	それいけ！ マイケル
7	1987年9月26日号	とことん秋の新番組
8	1987年10月10日号	かぞえりゃほこりのでる TV・スペシャル！ カウント・ダウン TV
9	1987年10月24日号	ワンワンF1！ 頭にやさしい5段シフト
10	1987年11月7日号	ドラマにみるモテる奴モテない奴
11	1987年11月21日号	とっておきのSKI
12	1987年12月5日号	いきなり衛星放送度チェック
13	1987年12月19日号	年末年始は国民よテレビをみよ
14	1988年1月9日号	新春呆談・夢の対談
15	1988年1月23日号	歌って踊って騒げや騒げ'88 ばっくはつライヴ！
16	1988年2月6日号	カルガリーの恋人たち
17	1988年2月20日号	カウチポテトを撃て！
18	1988年3月5日号	OL・女子大生100人の「武田信玄」大疑問
19	1988年3月19日号	それいけ春の赤テレビ青テレビ
20	1988年4月2日号	みつけたり、深夜TVのベクトル
21	1988年4月16日号	かぞえりゃほこりのでる TV SPECIAL 見逃しそうな5つの不思議
22	1988年4月30日号	流血！大応援特集 プロレスに花束を
23	1988年5月14日号	1999 究極のTVメニュー
24	1988年5月28日号	ナガシマ家の人々
25	1988年6月11日号	えのきどいちろうのウクレレ・テレビ・右左！！
26	1988年6月25日号 (創刊1周年号①)	SIX WARRIORS INTO CYBER SPACE
		これでどうだ、か!? 夏の音楽講座（カラー8P）
27	1988年7月9日号 (創刊1周年号②)	犬も歩けば東京ウォッチング PART1 プロス街角ツアー三面鏡
		犬も歩けば東京ウォッチング PART2 僕らはコンビニ探検隊（カラー8P）
28	1988年7月23日号	ジャニーズをあなたに

29	1988年8月6日号	高校野球の のどかの素 おわけします
30	1988年8月20日号	born to be PSYCHE
31	1988年9月3日号	SEEING DOUBLE
32	1988年9月17日号	Welcome to OLYMPIAD SEOUL 1988
33	1988年10月1日号	秋の新番組 5つのたいけつ
34	1988年10月15日号	ガンバレ！時代劇 この10人で黄金時代の復活だ。
35	1988年10月29日号	'88 AMERICA DAITORYO SENKYO
36	1988年11月12日号	1999 究極のTVメニュー VOL.2
37	1988年11月26日号	ゝハイブで決めよう！ あっばれスキー
38	1988年12月10日号	もう一度メリークリスマス
39	1988年12月24日号	そして、そして '89年はやってきた！
		とじこみ付録 Video Bros. MOVIE VIDEO Best Selection 500
40	1989年1月14日号	御局 POWER!!
41	1989年1月28日号	SEEING DOUBLE
42	1989年2月11日号	SONGS from MY HEART 歌は世につれ予は満足じゃ
43	1989年2月25日号	不思議 TALK
44	1989年3月11日号	280円のパラダイス 若者よ、銭湯をめざせ！
45	1989年3月25日号	ぐあ〜んばれ！ フレッシュマン
		'89TV menu 春のTV
46	1989年4月8日号	桜沢エリカのイカしたまんまで暮らしたい！
47	1989年4月22日号	ノー天気ポバイ君も楽しめる!! テレビはみんなのお友達
48	1989年5月6日号	ぼくたちはいつだって面白いことが好き!! 泉麻人・加藤芳一が語る「冗談画報」の魅力
49	1989年5月20日号	シンクウ・カーン助教授のCMソング真空管理論
50	1989年6月3日号	現代のシンデレラ・ストーリーはコレだ! 目指せ! Mr. マスオ
51	1989年6月17日号	ある日、突然ヨッちゃん
52	1989年7月1日号 (創刊2周年号①)	かぞえりゃほこりのでるTV つゆどきスペシャル ドリトル堀井のドラマ博物学
53	1989年7月15日号 (創刊2周年②)	My Favorite Things クリエイター12人のこだわり (カラー8P)
		小泉大百科 メディアを走る KYON2

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

ラーで掲載し、コンビニエンス・ストアとの親和性を意識した誌面を展開している。

6. テレビ情報誌の方向性

テレビ情報誌でありながら、コラム雑誌やサブカルチャー雑誌に近かった『テレビブロス』だったが、ほかにも1990年代になると、ある特定のジャンルに特化したテレビ情報を掲載したテレビ情報誌がいくつか誕生する⁵²⁾。たとえば、1991年にはギャガ・コミュニケーションズがスポーツ関連の番組情報を掲載した『SPORTS GAGA (スポーツ・ガガ)』を創刊した。創刊号の表紙にはタイトル・ロゴの下にはSPORTS TELEVIEW MAGAZINE [スポーツ・ガガ] と刷り込まれ、「3/1～3/31のすべてのスポーツ情報がここにある。」という文言が記されている。特集は「F1 GRAND PRIX 1991 21世紀へのオープニングラップ」, 「ラグビー・ワールドカップへ走る～イギリス橢円球紀行～」, インタビューは中日ドラゴンズの与田剛を取り上げていた。テレビ情報に関しては、いわゆる一般的な番組表は掲載していないが、スポーツ番組の紹介記事や、スポーツ・ジャンル別のインデックス、1か月分のスポーツに特化した日ごとの番組表が掲載されていた。全156ページ中、CATVを含めたスポーツの放送情報に36ページを割いている。SPORTS TELEVIEW MAGAZINE という名の通り、テレビでスポーツを楽しもうという雑誌であった⁵³⁾。また、1997年にはアクセラがゲーム情報にテレビ番組表がついた『週刊 TV Gamer』を創刊した。創刊号の特集は「'97 渋谷系ゲームがくる!」「FFⅦが残したもの」で、ほかにも「今週発売のゲーム」という情報ページもあった。この内容に1週間分のテレビ番組表が掲載されているものであった⁵⁴⁾。そのほかにも1999年には角川書店が主婦向け生活情報誌とテレビ情報誌が合体した『月刊ミセスザテレビジョンしてる?』⁵⁵⁾を創刊するなど、テレビ情報だけではないテレビ情報誌が複数誕生している。

しかし、こういったあるジャンルに特化したテレビ情報誌は、どれも永続することはなかった。2021年6月時点、地上波のテレビ番組表を掲載したテレビ情報誌の中で、以前発行されていたような特定のジャンルに特化したテレビ情報誌は存在していない⁵⁶⁾。

7. 『テレビブロス』の軌跡と「ブロスらしさ」

独自の路線を行く『テレビブロス』は、読者から一定の評価を受け、1989年に関西版と中部版を創刊、1992年には北海道版と九州版を創刊し、全国5地区体制となった。また、創刊以来イラストで展開されていた表紙は、2002年から写真を使ったものが登場するようになり、その後は写真による表紙がメインになっていった。それでも他のテレビ情報誌のように、ドラマの主演が表紙を飾るということはほとんどなく、ミュージシャンや映画関連、

テレビ関連としてもバラエティー番組やアニメ、特撮ものなどが多かった⁵⁷⁾。2012年11月には、WOWOWの「大人番組リーグ」という企画で『TV Bros. TV～異色のテレビ誌・テレビプロスがテレビになったよ。～』というテレビ番組が放送された。同番組は創刊25周年を迎えた2013年7月より『TV Bros. TV』というタイトルの番組として6回にわたって放送されている⁵⁸⁾。創刊25周年で誌面もリニューアルをはかり、同年9月14日号から特集ページをカラーページ化（番組表は2色のまま）し、編集ページは1色のみという歴史に終止符を打った。また、2015年4月18日号からは判型をA4変形からA4正寸にサイズアップ、番組表の文字をやや大きくし、BS9局を加えるリニューアルを行った。

しかし、雑誌を取り巻く環境は厳しく、2018年3月24日号をもって隔週刊誌に終止符を打ち、発行サイクルを月刊に変更、同時に番組表の掲載を中止した。番組表は掲載しないが、テレビ情報は掲載するという形の「様々なカルチャーを独自の切り口で紹介する新型テレビ誌」⁵⁹⁾という月刊誌として、新たな展開を模索したが（表3参照）、2020年6月号をもって定期誌としての刊行を休止し、不定期刊とWebでの展開にシフトする⁶⁰⁾こととなった。月刊発行としての最終号は、表紙のメインタイトルを「いつまでもあると思うな親とプロス」と打ち、内容は「ほぼ33周年のテレビプロスをTVBros.が特集する！」というものだった。創刊から約33年の間、テレビ番組情報は載っていても、いわゆる一般的なテレビ情報誌とは違うスタンスを貫いたテレビ情報誌であった。

また、『テレビプロス』には、いつのころからか「視点のユニークさとユーモラスにしてラジカルな文章タッチを特徴とした編集方針」⁶¹⁾というものが生まれていた。それはしばしば「プロスらしさ」とも呼ばれ、それが雑誌の特徴でもあった。『テレビプロス』2020年6月号「〈特集〉の特集」⁶²⁾で、過去の特集をさかのぼることによって、「プロスらしさ」について考察している。特集内で編集部・前田隆弘は「プロスらしさ」を「きっと「社会がこうだから」「流行がこうだから」を基準にするのではなく、あくまでも自分の好奇心・興味に忠実に企画を組み上げ、具現化していくということを意味している」⁶³⁾と記している。

広川（2021）は「プロスらしさ」について、第4代編集長・武内朗のインタビューを引きつつ「確かに「プロスらしさ」というものは、読者が感じ取ればいいのであって、作り手の側が意識すると自己模倣に陥りかねない」⁶⁴⁾としている。

実体がなくさまざまに解釈されてきた「プロスらしさ」であるが、それまでのテレビ情報誌になかったスタンスが「プロスらしさ」として読者の共感を呼んでいたことは確かだ。しかし、次第に雑誌をとりまく環境が変わっていき、作り手側も実体のない「プロスらしさ」に縛られ始めていった。

表3 『テレビブロス』月刊化以降の特集一覧

	号数	メイン特集タイトル
1	2018年6月号	The New Horizon 地平線の相談 およそ10周年SP (星野源×細野晴臣)
		Culture is Borderless 私の愛するカルチャー (川栄李奈, 渡辺大知, 岩井勇気, 戸田真琴, やついいちろう, 夢眠ねむ, 山田尚子, 遠藤憲一)
2	2018年7月号	毎日が、ドラマでしょ! (『崖っぷちホテル!』大特集ほか)
3	2018年8月号	いまこそ、田中圭
4	2018年9月号	完全無欠のラジオ宣言!
5	2018年10月号	TV Bros. CINEMA FESTIVAL (Prologue 平手友梨奈 (櫻坂46) 『響-HIBIKI-』ほか)
6	2018年11月号	New Heroine 齋藤飛鳥 (乃木坂46)
7	2018年12月号	In Your Eyes 佐藤健 ~映画『億男』~公開記念
8	2019年1月号	大泉洋の2018年主演映画『こんな夜更けにバナナかよ 愛しき実話』公開
9	2019年2月号	無事に完成!!そして感染!!星野源5th Album『POP VIRUS』発売記念特集
		発表! TV Bros. Men & Women of the year
		別冊付録「12/29→1/3 番組表&番組解説ダイジェスト」
10	2019年3月号	あいみょんに愛をこめて
11	2019年4月号	SEKAI NO OWARI THE BEGINNING TO THE FUTURE
12	2019年5月号	THE YELLOW MONKEY Neverending Epilogue
13	2019年6月号	サカナクション 潜行, そして光。
14	2019年7月号	宮野真守 / 映画『コンフィデンスマン JP』
15	2019年8月号	TV Bros. がLOVE 集めました (映画『ホットギミック ガールミーツボーイ』『愛がなんだ』ほか)
16	2019年9月号	TV Bros. 創刊32周年記念32ページ総特集裸一貫がんばり Bros.
17	2019年10月号	田中圭「田中圭の隙が好き」
18	2019年11月号	Bros. はやっぱり CULTURE でしょ!! TOKYO SKA PARADISE ORCHESTRA is CULTURE!! ほか
19	2019年12月号	律動 (リズム) の快感 BiSH の rhythm 覚醒
20	2020年1月号	業界内で「ウワサ」のテーマを大特集 サンドウィッチマン×川島明 (麒麟) ほか
21	2020年2月号	TV Bros. of the year 2019 齊藤工, 奈緒, 折坂悠太, ミキ
22	2020年3月号	King Gnu「NEW POWER, NEW ICON」
23	2020年4月号	Official 髭男 dism の現在地
24	2020年6月号 (総集編特大号)	33周年のテレビブロスがTVBros. を特集する!
		別冊付録「TVBros. 伝説の連載第1回再掲載!」

8. おわりに

2021年6月現在、隔週刊テレビ情報誌は『テレビステーション』と『テレビライフ』の2誌のみである。

『テレパル』は2002年9月14日号をもって休刊、女性のためのTV生活情報誌『Telepal f (テレパル エフ)』と、大人のためのテレビ情報誌『テレビサライ』という2つの月刊誌に生まれ変わったが、『テレビサライ』は2004年に休刊、『テレパル エフ』も2007年に休刊し、小学館はテレビ情報誌から撤退した。『TVびあ』も2016年1月27日発売号をもって休刊となっている。

滝野(2003)は『テレパル』の休刊について「月刊誌の伸びの影響をまともに受けたのが、隔週刊誌だ。番組表の正確性はやや勝るものの、価格面でのメリットが月刊誌の登場によってなくなってしまった」⁶⁵⁾としている。

『テレビステーション』は創刊以来、表紙は他誌がすべてアイドルで埋め尽くされても一貫してイラストで構成しており、カラー番組表も健在である。特徴であった切り抜いてビデオカセットの透明ケースに入れることができるレーベルのページは、1998年3月7日号を最後に終了しているが、現在は正統派のテレビ情報誌として発行を続けている。たとえば、巻頭巻末グラビアは他誌同様、旬のアイドルが掲載されているが、ドラマの情報や、スポーツ番組の見どころ紹介などにも幅広くページを割いている。

『テレビライフ』は、1983年に学研が『週刊テレビライフ』という誌名で「対象を25歳前後の女性におき、値段の安さと番組表の見やすさで勝負をかけた」⁶⁶⁾ テレビ情報誌として創刊したが、1994年3月23日発売(13号)より隔週刊誌となり、現在も2週間分の番組表を掲載し発行している。2000年前後からテレビ情報誌の表紙やグラビアにジャニーズのタレントが掲載されることが増えてきたが⁶⁷⁾、『テレビライフ』も例外ではない。巻頭にアイドルのグラビアがあり、それに続いてドラマの見どころ等を掲載、センターに2週間分の番組表という誌面構成である。

若者をターゲットとして4誌でしのぎを削った隔週刊テレビ情報誌が今や2誌しかないということは、昨今叫ばれる“若者のテレビ離れ”⁶⁸⁾と無関係とは言えないであろう。さらに現在の雑誌にとって、インターネットの影響は避けられないが、特に“共感マガジン”を標榜した『テレビブロス』にとって、その影響は大きい。津田(2012)はソーシャルメディアとは「ユーザーとユーザーがつながって、双方向に情報を提供したり、編集したりするネット上のサービス」⁶⁹⁾と定義しているが、2ちゃんねる掲示板への書き込みから始まり、ツイ

表4 インターネットにおけるコミュニティの歴史

1999年	5月	2ちゃんねる サービス開始
2004年	2月	GREE サービス開始
	3月	mixi サービス開始
2006年	7月	Twitter サービス開始
	9月	Facebook 一般へ開放
2008年	5月	Facebook 日本語版サービス開始
2011年	6月	LINE サービス開始

奥村（2018）pp.278-279「インターネットとIT業界、メディアをめぐる事項年表」を参照して筆者作成。

ッターやフェイスブック等ソーシャルメディア（SNS）の時代になり、雑誌が担う役割そのものが変化してしまった（表4参照）。

かつてはテレビを見て共感したり反発したりということ、自分たちの感覚と近い書き手が誌面上で代弁してくれていた。そして自分たちも意見を投稿し、その意見が他の読者の賛同や異論を呼ぶという形で、そこにある種の共同体が生まれていた。

山崎（2006）は「ある雑誌の読者であるということは、同じ情報やメッセージを肯定的に共有する〈共同体〉の成員であることを意味していた」⁷⁰⁾としているが、かつての『テレビブロス』と読者の関係はまさにそれであった。しかし、今はテレビを見て何かを感じたらすぐツイッター等のSNSに書き込み、即座に「いいね」等の反応が返ってくる。それが拡散（リツイート）されて、さらに広がっていくといったように、かつて雑誌が担っていた“共感”のコミュニティはSNSに移行している。たとえば、1972年に創刊した『ぴあ』は、島岡（2015）によれば「インターネット普及以前にあって、『ぴあ』はまさに若者の「人生を歩くガイドブック」として機能していた」⁷¹⁾とし、「八〇年代の雑誌であるというイメージが先行」⁷²⁾したという。掛尾（2011）は『ぴあ』について「編集部と読者は、対等な、インタラクティブな関係である」⁷³⁾としているように、まさに80年代の『ぴあ』編集部と読者の間にも、ある種の共同体が生まれていたと考えられる。

現在のテレビ情報誌は、番組紹介とテレビに出演するアイドルやスターのグラビアを中心とした構成が目立つ。それが現在の読者が求めている「テレビ情報誌の形」ということである。その形が、かつての『平凡』や『明星』といった芸能誌の役割を果たしているという論考がある。田原・入江・兼高・日々（2003）による雑誌『GALAC』の座談会の中で、兼高は以下のように語っている⁷⁴⁾。

「明星」「平凡」はタレントそのものがコンテンツ。テレビ情報誌はこのタレントがあれをやるの?という視聴者の見方に応える。すると、タレントそのものだけでなくプロデューサーとか演出の裏話とかを載せていく。この意味では、確かに「明星」「平凡」に取って代わったわけですね。

1980年代に隔週刊FM情報誌からの流れで誕生した隔週刊テレビ情報誌というトレンドは、ビデオ録画時代の終焉とともにその役目を終えた。現在発行されている2誌も、番組表の掲載期間が2週間分であるということを除くと、巻頭と巻末にアイドルのグラビアがあり、センターに番組表があるといった、週刊テレビ情報誌に近い誌面構成になっている。

かつて、テレビ情報誌はテレビを見るための情報誌であったが、現在はファンにとっての好きなアイドルが掲載されている雑誌である。隔週刊テレビ情報誌2誌も、ビデオ録画の時代が終わった2000年前後から、現在のテレビ情報誌の読者が求めている誌面構成になっていた。

2021年6月時点で、地上波の番組表を掲載しているテレビ情報誌11誌の発行サイクルの内訳は、週刊誌3誌、隔週刊誌2誌、月刊誌6誌である。テレビ情報誌は隔週刊誌よりも、さらに番組表掲載期間が長い月刊誌の時代へと移行している。

附記 本稿は2021年5月8日にオンラインで行われた日本出版学会春季研究発表会において『『テレビブロス』に見る、テレビ情報誌の“雑誌”としての挑戦』として発表した内容をもとに、加筆、再構成したものである。

注

- 1) 平松 (2021b, p. 86)
- 2) 当時、そのほかの隔週刊誌としては、漫画雑誌やFM情報誌のほか、『POPEYE (ポパイ)』『Olive (オリーブ)』(ともにマガジンハウス)、『ホットドッグ・プレス』(講談社)、『びあ』(びあ)といった雑誌があった。『ポパイ』は月刊誌として発行を続けているが、『オリーブ』『ホットドッグ・プレス』『びあ』はすべて休刊している。
- 3) 内閣府ホームページ・主要耐久消費財等の普及率(平成16(2004)年3月で調査終了した品目) <https://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/shouhi.html> (2021年5月19日閲覧)
- 4) 平松 (2021a, p. 244)
- 5) 井家上 (1983) pp. 35-36
『月刊ビデオコレクション』は東京ニュース通信社より1981年12月と1982年7月に「週刊TVガイド臨時増刊」として2回発行され、同年12月に創刊となった。1990年休刊(東京ニュース通信社広報室, 2007年, p. 146)。
- 6) 伊藤 (1987, p.56)
- 7) 『総合ジャーナリズム研究』NO.103, '83冬季号, 東京社 (1983, p. 39)

- 8) 滝田 (2008) によれば、ナマズのマークは、日暮修一のデザインによるもので『ビッグコミック』1971年1月10日号から使われるようになった (pp.122-123)。その後、同じグループから誕生した1974年創刊の『FMレコパル』にも使われた (p.300)。
- 9) 現在のような放送局別番組表ではなく、時間別の番組表であった。他のテレビ情報誌のような表組の番組表になるのは、1984年3月24日号からである。
- 10) 1983年2月26日号には、シールになった「テレパル特製ビデオカセットレーベル」が登場した。その後、しばらく切り抜く形のレーベルが続くが、同年9月24日号から再びシール形式が登場し、それがレギュラー化していく。
- 11) 小学館総務局社史編纂室 (2004, p.347)
- 12) 小学館総務局社史編纂室 (2004, p.347)
- 13) 伊藤 (1987, p.55, p.59)
- 14) 『FMステーション』は3誌が先行するFM雑誌に続く最後発誌として、1981年に創刊した。温藏 (2009) によれば、「附録のカセットレーベルだけでなく、番組表の曲目リストはもちろんエアチェックしたカセットテープのインデックスに、アーティストの写真はカセットレーベルに、(中略)ステーションは“読む”のではなく“使う”雑誌です」(p.72)としてPRしていたという。
- 15) 伊藤 (1987, p.55)
当時の『FMステーション』には、音楽ビデオソフトの紹介や、テレビの音楽番組予約録画用バーコードの掲載など、FMやオーディオ関連だけでなく、映像関連の記事も増えていた。
- 16) 溝尻 (2006) は、1980年代に入って「FMエアチェック・マニアから派生した「ビデオエアチェック・マニア」ともいべき集団の中で、テレビ番組を録画しコレクションするための機器としてビデオを用いる感覚が、共有されるようになっていく。」(p.118)と指摘している。また「各FM雑誌には、1978年頃からテレビ音楽番組の情報が掲載されるようになった。」(p.125)としている。
- 17) 掛尾 (2011, p.216)
- 18) 掛尾 (2011, p.211)
- 19) 掛尾 (2011, p.211)
- 20) 主要耐久消費財の普及率(注2)におけるVTRの普及率は、2004年に82.6%に達した。VTRからハード・ディスク・レコーダーの時代になると、録画してコレクションしておくというよりも、あとで見るためにとりあえず録画しておくというタイムシフト視聴の時代になったと言える。(平松, 2015, pp.124-125)
- 21) 1987年7月18日から19日にかけて放送された、タモリと明石家さんまが総合司会を務めた24時間の生放送バラエティー。24時間放送というと、1975年に放送を開始したニッポン放送の『ラジオ・チャリティー・ミュージックソン』や、1978年に放送を開始した日本テレビ系列の『24時間テレビ「愛は地球を救う」』などのチャリティー番組があるが、本番組には一切チャリティーの要素はなかった。
- 22) NHK放送文化研究所 (2003, p.71)
- 23) 松井 (2020, p.229)
- 24) NHK放送文化研究所 (2003, p.69)
- 25) 松井 (2020, p.234)

- 26) NHK 放送文化研究所 (2003, p. 70)
- 27) 佐藤 (1995, p. 15)
- 28) 佐藤 (1995, p. 19)
- 29) このキャッチフレーズは、隔週刊最終号である 2018 年 3 月 24 日号まで表紙に入っていたが、同号ではほぼ表紙のメインタイトルとして、ひととき大きく入っていた。
- 30) 平松 (2021a, p. 254)
- 31) 東京ニュース通信社広報室 (2007, p. 147)
- 32) 「隔週刊誌は「テレパル」(小学館)の独壇場で、同年秋にはダイヤモンド社が「TV ステーション」の発行を予定していた。つまり、「TV プロス」は「TV ステーション」より一足早く、隔週刊誌の市場に乗り込んだわけである。」(東京ニュース通信社広報室, 2007, p. 147)とあり、『テレパル』の勢いに刺激されていた様子が見て取れる。
- 33) 1987 年 6 月 30 日、帝国ホテルにて TV ガイド創刊 25 周年謝恩パーティーを、テレビプロス創刊披露も兼ねて行った。(東京ニュース通信社広報室, 2007, p. 134)
- 34) 東京ニュース通信社広報室 (2007, p. 147)
- 35) 東京ニュース通信社広告部『テレビプロス媒体資料』(発行年月日不明)による。調査方法として、「調査時期 62 年 11 月 2 日～11 月 20 日、実施号 創刊第 10 号、実施方法 誌面綴込みハガキに設問、集計方法 総回答中 1,000 通無作為抽出」と記されている。
- 36) 当時『ポパイ』等で執筆していたコラムニストの泉麻人は、かつて東京ニュース通信社の社員だったということもあり、創刊編集長より声がかかった。泉は交流のあったマルチクリエイターのいとうせいこうに声をかけ、2 人がエディトリアルアドバイザーとなった。いとうはかつて講談社で『ホットドッグ・プレス』の編集者をしており、同誌の「ぱっくん ぶれす」という読者投稿ページを担当していた高橋洋二やナンシー関を引き込んだ(『テレビプロス』2020 年 6 月号, pp. 18-21)。
- 37) 創刊号からコラム「ハンケチをご用意下さい。」や「国民ゴールデン計画」、ナンシー関と「小耳にはさもう」等を連載。
- 38) 編集者でライターの小川正幸は、創刊号より 2011 年に死去するまで、「テレビの敵」「BROS. OUT」「ピバ! おそと」などのコラムを連載した。泉麻人は「初期のプロスで重要な役割を果たしたのは、やっぱり川勝正幸さんかな。」「川勝さんが亡くなるまで、ずっと連載が続いたって、すごいよね。」と語っている。(『テレビプロス』2020 年 6 月号, pp. 19-20)。川勝は『テレビプロス』での連載について「このコラムを 10 年続けているお陰で、僕は渋くならずに済んでいる」(川勝, 1996, p. 409)と記している。
- 39) 創刊号よりコラム「10 点差し上げる」を連載。しりあがり寿がイラストを担当。(1991 年 4 月 6 日号より「10 点さしあげる」に変更)
- 40) 創刊号よりコラム「ドラマの中に明日が見える」を連載。泉麻人は「僕が声をかけたのは、当時『大映テレビの研究』を書いていた竹内義和さん」と語っている(『テレビプロス』2020 年 6 月号, p. 19)。
- 41) 創刊号より「言葉の安楽椅子」、その後、押切伸一と「小耳にはさもう」を連載。また、無署名で初期の「プロス探偵団」も担当していた(注 45 参照)。消しゴム版画家であり、誌面上の肩書もイラストレーターだったが、『テレビプロス』ではライターとしての活動が目立った。いとうせいこうは「ナンシーたちが「おもしろくないものをおもしろく見る」という、要する

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

- にツッコミの視点でテレビ批評みたいなことをはじめた。それまで、テレビにツッコミを入れるなんてことは誰もしてなかったし、とくにテレビ誌は絶対やっちゃいけないことでしょう。」と語っている（『テレビプロス』2020年6月号, p.19）。2002年に39歳で死去。2014年にはNHK BSプレミアムで、ドラマ『ナンシー関のいた17年』が放送された。
- 42) 創刊号より「数えりゃほこりのでるTV」を連載, 1988年1月9日号よりカウントダウンコラムニストという肩書がついた。同コラムはたびたび特集企画にもなった(表2参照)。
 - 43) 『テレビプロス』2020年6月号, p.20
 - 44) 特に初期の読者投稿欄は、『宝島』の読者投稿欄「VOW(バウ)」の影響を受けており, 創刊号では, 変な看板を見つけたら写真を送ってほしいといった募集もあった。
 - 45) 「プロス探偵団」は無署名コラムであったが, 創刊から数年間はナンシー関が執筆していた(『テレビプロス』1989年4月22日号, p.9「今, 解き明かされる「プロス探偵団」の謎」)。テレビに対する鋭い視点が話題を集め, ある意味, 初期の『テレビプロス』の形を作ったとも言える。
 - 46) 読者投稿欄は「気分はピピピ」というコーナータイトルでスタート。1989年4月8日号の誌面リニューアルで「PiPiPi CLUB」となり, 以後このタイトル(表記は何度か変更になった)が定着する。
 - 47) 当時の『週刊TVガイド』が定価180円であったので, 2週間分で定価150円はかなりの低価格だった。1989年4月1日の3%消費税導入により, 同年4月8日号より定価160円となった。
 - 48) えのきどいちろうは, 1987年9月12日号よりコラム「こいつらを出せ百連発!」を連載した。
 - 49) 『ポパイ』1989年1月4日号(pp.77-81)。この特集に対して『テレビプロス』も1989年4月22日号で「ノー天気ポパイ君も楽しめる!! テレビはみんなのお友達」というアンサー特集を掲載している。
 - 50) 『テレビプロス』2016年5月21号(p.103)
 - 51) 「コンビニエンス物語」は巻末1ページを上下2つに分け, いとうせいこうと泉麻人が, コンビニエンス・ストアで個別に購入した商品をテーマにコラムを書くというスタイルで, 1989年12月2日号まで約2年間連載され, 1990年に太田出版より同名の書籍として発刊されたのち, 1992年に新潮文庫として発刊された。
 - 52) 1990年に角川書店からテレビ番組表を掲載した『週刊tokyo walker Zipang(トウキョー・ウォーカー・ジパング)』が創刊したが, これはシティー情報誌にテレビ番組表がついたものであり, 本稿ではテレビ情報誌というカテゴリーから除外する。
 - 53) 『スポーツ・ガガ』は1991年に休刊した。スポーツをテレビで楽しむ雑誌としては, 2005年に学研より『TV Sports 12(テレスポダース)』(のちに『月刊TV sports(テレスポ!)』)が創刊している。
 - 54) 『週刊TV Gamer』は1997年休刊した。
 - 55) 創刊号の特集は「TVの裏ワザみつけた!」で, 「伊東家の食卓(日本テレビ)や「ためしてガッテン」(NHK総合)ほかで放送された裏ワザを取り上げているほか, 「2000年らくらくお金が貯まる200アイデア」といった生活情報誌らしい特集が掲載されている。1か月分の番組表のほか, 別冊付録として「2000年おもいでシール ファミリーカレンダー」が付いて, 特別定価380円であった。

- 56) そのほか隔週誌としては、1989年に実業之日本社が、子ども向け番組の情報に2週間分のテレビ番組表を掲載した『TV ザウルス』を創刊したが、半年ほどで休刊となった。1996年には集英社よりアイドルに特化した『テレキッズ』が創刊、2000年に月刊となったが、2001年に休刊した。1997年には、光文社より隔週刊テレビ情報誌『TV zaurus (テレビザウルス)』が創刊したが、こちらも翌年休刊している。
- 57) 2002年にはマネキン人形によるテレビドラマ『オー！ マイキー』やスパイダーマン、ウルトラセブン、永瀬正敏、窪塚洋介、ミツキヨ (忌野清志郎&及川光博)、2003年にはオダギリジョー×浅野忠信、中村勘九郎×松尾スズキ、和田アキ子、爆笑問題、仮面ライダー 555、秘密戦隊ゴレンジャー、ルパン三世などが表紙となっている。
- 58) 『TV Bros. TV』は2014年3月にDVD化された。
- 59) 日本雑誌協会 (2019, p. 65)
- 60) 定期刊行終了後、『テレビブロス』名義で、2020年10月号(あいみょん特集号)、2020年12月号(プロスコミックアワード2020特集号)、2021年2月号(ラジオ特集号)が発行された。WEB展開としては、2020年5月より「TV Bros. note 版」がスタートした。
- 61) 東京ニュース通信社広報室 (2007, p. 149)
- 62) 『テレビブロス』2020年6月号 (pp.54-63)
- 63) 『テレビブロス』2020年6月号 (p. 54)
- 64) 広川 (2021, p. 107)
- 65) 滝野 (2003, p. 33)
- 66) 学習研究社50年史編纂委員会 (1997, p. 300) 定価は130円で、創刊号は特別定価100円であった。創刊号の表紙はタモリをコンピュータ・グラフィック加工したもので、「テレビをスクープする本」というキャッチフレーズが入っている。
- 67) 平松 (2021年b) p. 89
- 68) 木村、関根、行木 (2015, pp. 27-28) によれば、20代でテレビを毎日視聴する人は、2010年の79%から2015年には64%に減少している。
- 69) 津田 (2012, p. 24)
- 70) 山崎 (2006, p. 10)
- 71) 島岡 (2015, p. 144)
- 72) 島岡 (2015, p. 144)
- 73) 掛尾 (2011, p. 67)
- 74) 田原・入江・兼高・日々 (2003, p. 40)

参考文献

- 井家上隆幸 (1983) 「ビデオ時代のテレビ情報誌・異聞」『総合ジャーナリズム研究』NO.103, '83 冬季号 (東京社) pp. 33-37
- 伊藤隆紹 (1987) 「ぴあ参入で第二次テレビ情報誌戦争の幕開け」『創』1987年12月号 (創出版) pp. 52-59
- NHK放送文化研究所『テレビ視聴の50年』(日本放送出版協会、2003年)
- 奥村倫弘「ネットメディア」藤竹暁、竹下俊郎編著『図説 日本のメディア [新版] 伝統メディア

若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代

- はネットでどう変わるか』(NHK 出版, 2018 年)
- 温藏茂『FM 雑誌と僕らの 80 年代『FM ステーション』青春記』(河出書房新社, 2009 年)
- 掛尾良夫『『ぴあ』の時代』(キネマ旬報社, 2011 年)
- 学習研究社 50 年史編纂委員会『学習研究社 50 年史』(学習研究社, 1997 年)
- 川勝正幸『ポップ中毒者の手記 (約 10 年分)』(大栄出版, 1996 年)
- 木村義子, 関根智江, 行木麻衣「テレビ視聴とメディア利用の現在～「日本人とテレビ・2015」調査から～」NHK 放送文化研究所編『放送研究と調査』2015 年 8 月号 (NHK 出版) pp. 18-47
- 『広報会議』No. 108, 2018 年 1 月号 (宣伝会議) pp. 68-69
- 佐藤喜美枝「トレンディ・ドラマとデジタル世代～「若者とテレビドラマ」調査から～」NHK 放送文化研究所編『放送研究と調査』1995 年 6 月号 (日本放送出版協会) pp. 14-21
- 島岡哉「『ぴあ』人生を歩くガイドブック」佐藤卓己編『青年と雑誌の黄金時代—若者はなぜそれを読んでいたのでのか』(岩波書店, 2015 年)
- 小学館総務局社史編纂室『小学館の 80 年』(小学館, 2004 年)
- 『総合ジャーナリズム研究』NO.103, '83 冬季号 (東京社)
- 滝田誠一郎『ビッグコミック創刊物語—ナマズの意地』(プレジデント社, 2008 年)
- 滝野俊一「テレビ情報誌の最新動向 なぜ今、月刊誌なのか?」『GALAC』2003 年 7 月号 (放送批評懇談会/角川書店)
- 田原隆・入江たのし・兼高聖雄・日々俊久「「テレビ番組」あつての情報誌 それ以上でもそれ以下でもない!」『GALAC』2003 年 7 月号 (放送批評懇談会/角川書店)
- 『テレビ 60 年 in TV ガイド』(東京ニュース通信社, 2012 年)
- 東京ニュース通信社広報室『東京ニュース通信社六十年史』(東京ニュース通信社, 2007 年)
- 津田大介『動員の革命 ソーシャルメディアは何を変えたのか』(中央公論社, 2012 年)
- 日本雑誌協会『マガジンデータ 2020』(日本雑誌協会, 2019 年)
- 平松恵一郎「テレビというビジネスモデルのこれから—民放テレビの現在・過去・未来から考察するメディア論—」『立教ビジネスデザイン研究』第 11 号, (立教大学大学院ビジネスデザイン研究科, 2015 年) pp. 119-135
- 平松恵一郎「テレビ情報誌の誕生と発展—テレビ番組表とは何か—」『コミュニケーション科学』第 53 号 (東京経済大学コミュニケーション学会, 2021 年 a) pp. 243-260
- 平松恵一郎「番組表のその先へ—テレビ情報誌の歴史と現在」『出版研究』51 (日本出版学会, 2021 年 b) pp. 83-100
- 広川峯啓「夢, あふれていた俺たちの時代 昭和 62 年/『TV Bros. 創刊』カルチャー界に吹いた新風 革新的テレビ誌が誕生」『昭和 40 年男』2021 年 4 月号 (クレタパブリッシング) pp. 104-107
- 『POPEYE (ポパイ)』1989 年 1 月 4 日号 No. 284 (マガジンハウス) pp. 77-81
- 松井英光『新テレビ学講義 もっと面白くするための理論と実践』(茉莉花社, 2020 年)
- 溝尻真也「日本におけるミュージックビデオ受容空間の生成過程—エアチェック・マニアの実践を通して—」『ポピュラー音楽研究』Vol. 10, (日本ポピュラー音楽学会, 2006 年) pp. 112-127
- 山崎浩一『雑誌のカタチ 編集者とデザイナーがつくった夢』(工作舎, 2006 年)
- 吉田則昭『雑誌メディアの文化史—変貌する戦後パラダイム [増補版]』(森話社, 2017 年)