

Popeye = ポパイ

東京：平凡出版, 1976—

1976（昭和51）年6月、“Magazine for City Boys”というサブタイトルつきで、「Popeye」は創刊された。若者文化を創造しリードしてきた「平凡パンチ」（同社刊）創刊から12年後のことである。「平凡パンチ」が戦後という意識にピリオドを打った東京オリンピック開催の1964（昭和39）年に創刊されたのに対し、「Popeye」は世界交流を果たした大阪万博開催を経て高度経済成長と国際化が進み、日本人の生活レベルや若者の生活意識が激変するなかで創刊された。

「平凡パンチ」がアイビールックというメンズファッションとストレートにリンクしていたのに比べ、本誌はライフスタイル全体にスポットライトを当てた。なぜ「Popeye」がライフスタイルをテーマにしたのか。それは時代の要求に応えるものだった。アイビーをテーマにした大橋歩のイラストが表紙の「平凡パンチ」は、良きアメリカを憧れの対象とした若者の雑誌だった。ところが本誌が創刊された70年代は、アメリカがよりリアルで身近になった時代である。1969年のウッドストック・ミュージックフェスティバル、映画では70年の「いちご白書」や73年の「ペーパー・チェイス」などで、時代が大きく揺れ動き、アメリカでの若者意識やファッションが大きく変化していることが次々に伝えられてきていた。日本でも69年にパルコ、71年にハリウッド・ランチ・マーケット、72年にスポーツ・トレインがオープンし、アメリカの古着やアウトドアグッズが紹介された。そして決定的といえるのが75年に「別冊週刊読売6月号増刊」として発行されたムック、「Made in U.S.A. Catalog」である。名前からも知れるように、アメリカの若者たちの生活行動を「ナイフからキャンプカーまで」カタログ形式で紹介したものだ。翌76年にも3月号増刊「Made in U.S.A.-2 scrapbook of America」が出版され、同年創刊の「Popeye」にこの2冊は大きな影響を与えた。実は、後に「Popeye」編集長となる平凡企画センターの木滑良久と石川次郎がこのムックを企画制作しており、イラストその他のスタッフもその後本誌の常連となるプロたちだった。1997年末に「Brutus」が出した「再び、Made in U.S.A. カタログ」の表紙には、「『Popeye』を生み、『Brutus』を育てたライフスタイルの教科書」と記されている。むしろ別冊週刊読売増刊号としてのムックの手ごたえが、平凡出版にほぼ同じスタッフで「Popeye」創刊を決意させたのだろう。本誌は同時代アメリカの若者たちのライフスタイルをお手本にしながら、時代の動きや流れに最も敏感な雑誌としてデビューしたといえる。

“Popeye”は有名なアメリカンコミックのキャラクターだが、“pop-eye（驚きなどで見開いた目）”とも読める。本誌の視線はタイトルどおりに、若者の好奇心そのものである。カリフォルニアを中心に、ヘルシーでクールな特集を組んだ創刊号は、スケートボード、ハングライディング、サーフィン、アウトドアライフと当時の若者の心をつかみ、大成功をおさめた。本誌は、その後の若者向け男性誌のみならず雑誌全体に広まった新たなスタイルや方向性の先鞭をつけたといえる。時代はまさに高度経済成長を遂げ、若者を中心に新しいライフスタイルを求め、楽しみ、消費するようになっていたのだ。ハングライディングはアウトドアスポーツの醍醐味や開放感を人々に与え、スケ

ートボードはその後長く若者の支持を受け続けた。「Popeye」が紹介した新しい都市型ライフスタイルは、ファッションとしてのスニーカーやTシャツ、ネルシャツ、ショートパンツ、キャップなどのスポーツカジュアルを生み出し、音楽をも巻き込んだ一大ムーブメントへと発展していった。この時すでに本誌はスニーカーカタログを特集しており、それまでのランニングやバスケットボールなどの目的別シューズの紹介ではなく、純粋に機能美の集約としてのデザインを楽しむ、現在のモノ紹介マガジンのスタイルをつくり出している。また西海岸のライフスタイルのメッカ、UCLAに乗り込み、環境を意識し自らの健康づくりに励むアメリカの新しい世代を取材している。

こうした本誌の一連の流れは、その後のマガジンハウス（1983年、平凡出版から社名変更）の雑誌づくりにも影響を与えたようだ。「Popeye」での成功は、もうひとつ上の世代をターゲットにした「Brutus」（1980—）を生み出し、ポパイの妹版としての「Olive」（1981—2003）をスタートさせた。また「Tarzan」（1986—）は、ポパイが創刊号からテーマのひとつにしていた健康とスポーツをより特化させたものだと考えられる。

すでに創刊から4半世紀が経ち、雑誌「Popeye」も21世紀を迎えた。その間、激しい時代の移り変わりがあったにもかかわらず、ライフスタイル誌の原点である本誌は今なおヤングメンズマガジンの主流として若者に影響を与えつづけている。（橋本定俊）



1981年4月10日号（通巻100号）「創刊100号記念特大号」表紙
本誌名物のひとつだった堀内誠一のタイトルデザイン。彼は表紙デザインのほか、本号では表紙イラストも手がけている