

ハーレクイン対シルエット

「ロマンス戦争」の行方

尾崎 俊介

今日、女性向けロマンスの代名詞と言え、おそらく多くの人が「ハーレクイン・ロマンス」の名を挙げるであろう。1957年にカナダで生まれ、1963年にはアメリカに進出、北米におけるペーパーバック・ロマンスの市場をいち早く開拓し、今や全世界のロマンス市場に君臨するガリバーとなった道化師（＝ハーレクイン）の名前が、この種の文学ジャンルを代表するブランド・ネームとして真っ先に思い浮かぶのは当然のことである。しかし、ロマンス小説の愛好家であるならば、ハーレクインの他にもう一つ、「シルエット・ロマンス」というブランドがかつて存在していた（あるいは、今なお存在している）ことを、ご存じなのではないだろうか。

現在、シルエット・ロマンスは、ハーレクイン社が量産する各種ロマンス・ラインの一つに過ぎず、さしずめ道化師に付き従う影のごときものであつて、両者は互いに競合するものではない。しかし、1980年代初頭のアメリカにおいて、老舗のハーレクイン・ロマンスと新興のシルエット・ロマンスはまったく別な出版社から出版されるロマンス叢書として競合関係にあり、市場で鎬を削るライバル同士であつた。しばしば「ロマンス戦争」(the Romance War)¹ という強い言葉で言及される両者の熾烈なライバル関係は、1980年から1984年まで、足掛け5年に互る顧客と専属作家の争奪戦を引き起こし、あわや共倒れの危機にまで及ぶことになるのだが、この激しい「戦争」の経験はハーレクイン社にとって大きな教訓となり、同社のその後の経営戦略に少なからぬ影響を与えることとなる。

では、男女の恋愛の機微を描くロマンスの世界にはふさわしからぬハーレクイン対シルエットの壮絶な戦争はいかにして勃発し、その結果どのような事態が出来たのか。しかしそれを語る前に、まずは戦争前夜、すなわち 1970 年代のアメリカ・ロマンス市場のありように触れておこう。

ボディス・リッパーの時代

アメリカにおける女性向けロマンスの歴史の中で、1970 年代は「エロティック・ヒストリカル」系のロマンスが隆盛を誇った時代として記憶されている。²

時代背景を「リージェンシー時代 (1811~1818)」の前後に設定したロマンスは、一般に「ヒストリカル (=歴史もの)」と呼ばれ、さらにこうした時代設定を口実として、つまり 20 世紀的な人権思想の制約を受けることなく、ヒーローがヒロインを性的に蹂躪するようなシーンをふんだんに含むようなロマンスは、ヒストリカル・ロマンスの中でも特に「エロティック・ヒストリカル」というカテゴリーに分類される。この種のロマンスでは、劇中、ヒーローがヒロインの着衣をズタズタに引き裂くシーンが必ずと言っていいほど挿入され、そのため「ボディス・リッパー (bodice ripper)」という別名で言及されることも多いのだが、1970 年代前半に出版され、ベストセラーとなった二つのロマンス、すなわち Kathleen E. Woodiwiss の *The Flame and the Flower* (1972)³ と Rosemary Rogers の *Sweet Savage Love* (1974) に触発される形で、1970 年代のアメリカではこの種のボディス・リッパーが様々な出版社から「シングル・タイトル」 (=単発の単行本) として出版され、高い人気を誇っていた。

もちろん、こうしたロマンス業界における流行の裏には、1960 年代以降の性革命やフェミニズム・ムーヴメントを経て、アメリカ社会全体が性的な言説や描写に対して寛容になっていたという事情もある。例えば *Sexual Behavior in the Human Male* (1948) と *Sexual Behavior in the*

Human Female (1953) からなる “Kinsey Reports” を一般大衆にまで浸透したセクソロジー本の第一世代とするならば、William Masters と Virginia E. Johnson のチームによる *Human Sexual Response* (1966) と *Human Sexual Inadequacy* (1970) の出版は、一般向けセクソロジー本の第二世代として人間の性行動を白日の下に晒したし、さらに 1973 年に出版された Nancy Friday の *My Secret Garden* や、同年に世に出た *Our Bodies, Ourselves* (編纂・出版は非営利団体の the Boston Women's Health Book Collective)、あるいは 1976 年に Shere Hite が発表した *The Hite Report on Female Sexuality* といった本は、女性のセクシュアリティを堂々と公にした。要するに 1960 年代から 1970 年代にかけての時代、アメリカでは人間の、とりわけ女性の、性的な欲望と行動は、最早ひた隠しにするようなものではなくなりつつあったのだ。⁴ 例えば女性主人公の性遍歴を赤裸々に語ってベストセラーになった Erica Jong の疑似自伝小説 *Fear of Flying* (1973) にしてもこうした時代の流れの中にあったわけであるが、性的言説への寛容さは当然、女性向けロマンスについても当てはまるのであって、ヒーローによるレイプまがいの行動と、それに対して官能的に反応するヒロインの姿を描く「ボディス・リッパー」系ロマンスが、この時代のロマンス小説の一つの流行となったのは、さして不思議ではない。

ハーレクイン社の “Roaring 70s”

しかしその一方、ロマンス小説なるものは、あくまでもヒロインとヒーローの内面的な恋愛感情とその駆け引きを描くべきものであって、赤裸々なラブシーンなどは活字にすべきではないと考える古風なロマンス・ファンというのも当然存在した。否、存在したどころか、こちらの方が多数派なのであって、そうした多くのロマンス小説愛好家たちは、より上品なロマンスを求めて書店の書架を渉猟したのである。そしてこの古風にして多

数派のロマンス・ファンにその望むロマンス小説を提供していたものこそ、ペーパーバック版ロマンス出版の雄たるハーレクイン社であった。人気ロマンス作家の作品を散発的に出版する他社とは異なり、有名・無名取り合わせた多数の専属作家を擁し、毎月決まった日に8冊（当時）もの上品なロマンスを確実に供給してくれるハーレクイン社は、1970年代を通じ、安心のブランドとしてアメリカ中のロマンス・ファンの絶大なる信頼を得るに至ったのである。

実際、1970年代におけるハーレクイン社の成長には著しいものがあつた。アメリカ進出8年目にあたる1971年には1900万部・770万ドルの売り上げで、税引き後の純益が11万ドルであつた⁵のに対し、その6年後の1977年には1億8百万部（市場占有率7.5%）を売り、8500万ドル（同年のペーパーバック総売上上の14%）の収入を得、純益は1250万ドルに上っている。利益率も通常のペーパーバック出版の3倍とも言われる15%の水準を維持し、⁶ 返本率にしても、他のペーパーバック出版社が1タイトル平均12万部を刷って35%から40%の返本率があつたのに対し、ハーレクイン・ロマンスは1タイトル50万部刷って返本率は27%程度であつたという。⁷ また1980年には1億8千8百万部・純益2100万ドルを上げ、ロマンス以外のジャンルも含む全マスマーケット・ペーパーバック市場の3割をハーレクイン・ロマンスが独占したとも言われているのだから凄まじい。⁸ 先に1970年代のアメリカにおいて「ボディス・リッパ―」系のエロティック・ヒストリカル・ロマンスが流行したと述べたが、煽情的なラブシーンを極力排した「上品」系ロマンスたるハーレクイン・ロマンスは、それ以上に1970年代のアメリカ・ロマンス市場を席捲していたのだ。

もっとも1970年代のハーレクイン社があらゆる面で成功していたかという、決してそういうわけでもなく、実はこの時期、同社の企画が失敗したケースも多々あつた。例えば1970年に教育市場への進出を狙って創

刊した **Scholar's Choice** シリーズもその一つで、これは結局十分な収益を挙げるところまでいかず、1982年に打ち切りが決定している。また 1976年にはアメリカの雑誌出版社である **Ideal Publishing Corp.** を買収するなどして雑誌市場への参入を狙い、ティーン向けの映画雑誌を創刊しているが、これもほどなくして撤退を余儀なくされた。さらに、ほぼ 100%が女性と言われるロマンス市場だけでなく、男性読者の獲得をも目指すべく、人気サスペンス作家 **Don Pendleton** を他社から引き抜き、彼が生み出したキャラクター・**Mack Bolan** が活躍するサスペンスとして **Gold Eagle** シリーズを創刊したこともあったのだが、これも期待したほどの成果は出せなかった。このように、数字の上からは快進撃を続けていたかのように見える 1970年代のハーレクイン社も、子細に見ると失敗した企画の方がむしろ多かったとさえ言えるのだが、先に述べたように本業であるロマンス出版があまりにも好調だったため、これらの失敗はさほど目立つことはなかった。⁹

ところが、1970年代も押し詰まった 1979年、ハーレクイン社は経営戦略上、上に述べた様々な失敗とは別種の、ある決定的な失敗を犯すことになる。そしてこの失敗をきっかけとして、1980年にはハーレクイン・ロマンスにとって手強いライバルが出現、「ロマンス戦争」の火蓋が切って落とされることとなるのである。

シルエット・ロマンスの登場

1979年にハーレクイン社が犯した決定的な失敗とは、それまで同社のロマンスのアメリカ国内の配送を担当していた **Simon & Schuster** 社との契約を打ち切り、独自の配送ネットワークの構築を図ったことである。だが、ハーレクイン社が決断したこの経営戦略上の選択が持つ意味を十分に理解するには、まずアメリカにおけるペーパーバック市場の特殊性と、この市場での配送の重要性について述べておかなければならない。

もともとアメリカ市場というのは、こと本の販売に関して非常に特殊な事情を抱えている。広大な国土を持つこの国では、人口の集中している都市部を除き、書店を通じた本の販売が難しいのだ。良書の郵送による販売を意図して 1926 年に設立された The Book of the Month Club から、今日のインターネット書店・アマゾンに至るまで、伝統的に本の通信販売が盛んに行われているのも、こうしたアメリカの特殊な流通事情の顕れと言える。しかしその反面、新聞や雑誌の簡易販売所、いわゆる「ニューススタンド」のネットワークが発達したため、この種のメディアの流通に関しては十分なキャパシティがあった。

そして 1939 年に Pocket Books 社というペーパーバック出版社が自社のペーパーバック本を新聞や雑誌と同じルートで配送、全米津々浦々にあるニューススタンドで販売するという画期的な販売方式を採用して以来、アメリカでは安価なペーパーバックの本は主として新聞や雑誌と同じルートで配送・販売されるという独特の商習慣が出来上がっていた。¹⁰ 無論、ペーパーバック版のロマンス小説を販売するハーレクイン社としても、アメリカでビジネスをしようという以上、この配送の問題をクリアしなければならないのは当然で、実際、同社はアメリカ市場に進出するにあたり、最初は雑誌出版・配送業大手の Curtis 社と、またその後はペーパーバック出版の草分けであるポケットブックス社（及び、その親会社であるサイモン&シュスター社）と契約を結び、ポケットブックス社のペーパーバックと同じ流通ルートで自社のロマンスを販売をしていた。

だが 1970 年代も半ばを越えた頃、ハーレクイン社は自社製品の配送に関するサイモン&シュスター社との契約に疑問を感じるようになっていた。何しろ 1970 年代半ばと言えば、ハーレクイン・ロマンスがアメリカで爆発的に売っていた時期である。そのためハーレクイン社がサイモン&シュスター社に支払っていた配送料も 4500 万ドルという膨大な額に上っていたというのだから、¹¹ 当時ハーレクイン社の経営責任を負っていた

W. Lawrence ('Larry') Heisey が、サイモン&シュスター社との契約を打ち切り、自前の配送ネットワークを構築した方が得策ではないかと考えたのも無理はない。かくして 1976 年、ハイジーはサイモン&シュスター社社長の Richard Snyder に対して配送契約の打ち切りを打診、この時はサイモン&シュスター社側の抵抗に逢って 3 年間の契約延長という妥協案が通ったものの、この延長契約が切れた 1979 年、相手方・スナイダー社長の「これは戦争ですぞ！」という最後通牒¹² を無視する形でサイモン&シュスター社との契約を打ち切り、新たに 130 人もの社員を雇用して、自社配送の実現に取りかかったのである。

ところが、ハーレクイン社のこの決定は明らかに「凶」と出た。上述したように、当時ハーレクイン・ロマンスの配送によってサイモン&シュスター社が得ていた収入は膨大な額に上っており、これを失ったことは同社にとって大きな打撃であったし、これだけの収入を失ったことの責任を問われ、社長のリチャード・スナイダーは 9 万ドルものボーナス・カットを受けたのだが、¹³ アメリカン・ペーパーバック・ビジネスの大手たるサイモン&シュスター社にしても、リチャード・スナイダーにしても、これほど大きな打撃を黙って見過ごすほど甘くはなかったのである。スナイダーの「これは戦争ですぞ！」という最後通牒は、まさにその言葉通りに解すべきものであったのだ。

かくして配送契約をめぐる両者の決裂の翌年となる 1980 年、サイモン&シュスター社は、ハーレクイン社への報復措置として Silhouette 社なる子会社を急造、ハーレクイン・ロマンスと体裁・内容のよく似たロマンス叢書 Silhouette Romance シリーズの出版を開始した。準備期間こそ 1 年（通例の半分）と短かったものの、ハーレクイン社からマーケティング部副部長の P. J. Fennel を引き抜き、300 万ドルもの巨費を投入して大々的なテレビ・コマーシャルを打つなど、まさに手段を選ばぬ突貫工事の末の、鳴り物入りの市場参入である。¹⁴ 1970 年代後半、アメリカにおける

ペーパーバック版ロマンス出版の分野で8割近いシェアを誇り、ほぼ一人勝ちの状態にあったハーレクイン社は、ここに至って「シルエット・ロマンス」という強力なライバルを持つこととなったのだ。そしてアメリカのペーパーバック・ロマンス市場を二分する両社のロマンス戦争は、やがてハーレクイン・ロマンスというロマンス叢書が潜在的に抱えていた二つの弱点を、図らずも露呈させることとなるのである。

ハーレクイン・ロマンスの弱点／シルエット・ロマンスの利点

では、そのハーレクイン・ロマンスの持つ弱点とは何か。それを指摘するためには、その前に、このロマンス叢書の特殊な成り立ちについて説明しておかなければならない。

そもそもハーレクイン・ロマンスの編集と出版の仕組みは複雑で、ペーパーバック本としての出版作業はカナダのハーレクイン社で行われているものの、内容面の編集作業はイギリスのロマンス出版の老舗、Mills & Boon 社が担当している。つまりこのロマンス叢書は、もとを返せば純然たるイギリス製品なのである。そもそもミルズ&ブーン社の（ハードカバー版）ロマンス叢書に目をつけたカナダのハーレクイン社が、1957年に同社と紳士協定を結び、この叢書のペーパーバック版を北米大陸で出版・販売する権利を獲得したのがハーレクイン・ロマンスの始まりで、その後1971年にハーレクイン社はミルズ&ブーン社を買収したものの、編集作業をミルズ&ブーン社が担当するという分業制は1970年代を通じて続いていた。従ってハーレクイン・ロマンスというのは、善きにつけ悪しきにつけ、その主たる市場であるアメリカ市場の動向とはまったく無関係に、イギリス流ロマンスの味付けのまま、編集されていたのだ。¹⁵

では、その「イギリス流ロマンスの味付け」とは具体的には何を指すかと言えば、一つには「イギリス連合王国を舞台とし、ヒロインも連合王国出身であること」であり、またもう一つは「上品なロマンスであること」

である。何しろハーレクイン・ロマンスの元となっているミルズ&ブーン社のロマンスは、基本的に連合王国出身の作家の手になる作品なのだから、ロマンスの舞台がイギリス（またはオーストラリア・ニュージーランド）になり、またその最重要登場人物たるヒロインがこの地の出身となることは当然であろう。一方、同社のロマンスが一様に赤裸々なラブシーンを排除した上品なロマンスであったことは、かつて教育系の本も出版していたミルズ&ブーン社の社風でもあり、同社創立以来の終始一貫した基本路線であった。そしてミルズ&ブーン社のロマンスが持つこの二つの特長は、そのままハーレクイン・ロマンスの特長となり、アメリカのロマンス・ファンの多くは、まさにこの特長ゆえにハーレクイン・ロマンスを支持したのである。既に述べたように、エロティックな場面の多い「ボディス・リッパー」系ロマンスを嫌うロマンス・ファンというのはアメリカにも大勢いたし、また「登場人物がイギリス人、舞台設定が外国」というのも、アメリカ在住のハーレクイン・ロマンス・ファンにとっては何ら障害にはならなかった。事実、彼（女）たちがロマンスを読む動機の一つは、「ロマンス小説を通じて外国の景観や風習に触れる」ことだったのだ。¹⁶

とはいえ、ハーレクイン・ロマンスが持つこの二つの特長が、そのまま二つの弱点にもなり得ることもまた真実であった。例えば当時ハーレクイン社（＝ミルズ&ブーン社）が抱える専属作家の中には Janet Daily という例外中の例外を除いてアメリカ人作家が一人もおらず、その結果「アメリカ人作家による、アメリカを舞台にした、アメリカ人ヒロインのロマンス」が（ほとんど）ない、という状況にあったのだが、これは 1975 年の時点で総売上の 70% をアメリカ市場に依存する出版社としては異常事態と言うことができた。¹⁷ もちろん、それがイギリス流ロマンスを売り物にするハーレクイン・ロマンスの一大方針であったとは言え、Nora Roberts や Jayne Ann Krentz といった有望なアメリカ人作家の投稿作品さえ採用拒否するようでは、アメリカ市場を無視していると思われても

仕方のないところであろう。¹⁸ また前述したように、性革命やフェミニズム運動の影響から、女性の性衝動がごく自然なものとして受け入れられ始めていた 1970 年代の以降のアメリカ社会の中であって、あるいは、前述したエリカ・ジョングの『飛ぶのが怖い』のような、より純文学に近い作品の中でさえ“zipless fuck”などという言葉遣いが平気でなされる時代であって、あくまで直接的なラブシーンの描写を嫌うハーレクイン・ロマンスの上品さは、さすがに時代後れと見なされる危険性があった。

そして「アメリカ人作家による作品を採用しないこと」、及び「ラブシーン描写に消極的なこと」をハーレクイン・ロマンスの弱点とするならば、対するシルエット・ロマンスの強みはその逆、すなわち何の躊躇いもなくアメリカ人作家を使い、アメリカ人女性をヒロインに据えたアメリカのロマンスを売り出せることであり、また何よりもハーレクイン・ロマンスが敢えて踏み込まないラブシーン描写を売り物にできるということにあった。となれば、シルエット・ロマンスがこの優位な立場を利用してハーレクイン・ロマンスの牙城を切り崩しにかかったことは言うまでもないだろう。特にラブシーン描写に関し、ハーレクイン・ロマンスよりも少しだけエロティックな味付けをしてあるところがシルエット・ロマンスの大きなセールス・ポイントであり、シルエット社側がこの利点を十分に活用することに抜かりはなかった。

実際、この「ラブシーンの許容度」というのは、両社のロマンスの質的な違いがよく見えるところでもある。よく知られているように、女性向けロマンスを量産する出版社の多くは、作品を投稿してくれる有名・無名のロマンス作家に対し、「自社では、このようなロマンスを求めている」ということを具体的に示した指針を「ガイドライン」として公開しているのだが、ハーレクイン社とシルエット社、双方のガイドラインの中の「ラブシーン」に関する項目を比較すると、この点における両社の差が明らかになる。¹⁹ そこでまず、ハーレクイン社のラブシーン規定を見てみると：

There should be high sexual tension between your hero and heroine — a chemistry that leaps off the page from the get-go. Couples can make love — before marriage, just as they do in real-life, but this should be within an emotional context and not described explicitly. It's fine to shut the bedroom door and leave them to it! However, if you don't feel comfortable with your characters making love before marriage, that's fine, too.

(下線部筆者)

となっていて、これを見れば明らかなように、ハーレクイン社はヒロインとヒーローの間に生じた愛の証としてラブシーンを描くこと自体は認めているものの、それを“explicitly”（あからさま）に書くべきではないとしているし、さらに「ベッドルームのドアは閉めておいても構わない」という言い方で、ラブシーンは仄めかすだけに留め、具体的には描かなくてもよい、ということを間接的に勧めてもいる。

一方、シルエット社のラブシーン規定は以下のようなものである：

It is all right for the hero and heroine to go to bed together, although if they actually make love before they are married, a wedding should follow almost immediately. Bringing them to the brink of consummation and then forcing them to retreat either because of an interruption or because one or both of the lovers suffer from doubt or shame is an appropriate Silhouette device. Descriptions of lovemaking should be sensuous with some details. They can not be limited to "he kissed her passionately." However, there are limits to what and how it can be described. In general, nudity above the waist is fine and almost anything goes,

as long as the tone remains titillating. Below the waist things become trickier. Veiled references to our heroine's "hidden" or "secret" places are OK; our hero's "hard male strength" also gets by the stern Silhouette censor. Nudity is permissible, depending on context, but should not be too graphic. Of course, references to pain and blood are out. The only pain permitted is the sweet pain of fulfilled (or unfulfilled) desire. Above all, Silhouette love scenes should be romantic--our readers should be as in love with the hero as is the heroine.

(下線部筆者)

もちろんシルエット・ロマンスもまた幅広い読者層を想定したロマンス叢書であるだけに、ラブシーンの描写には一応慎重な姿勢をとってはいるが、それにしても「愛の行為の描写は官能的であるべきで、ある程度まで具体的なことまで書いても構わない」とか、「上半身のことであれば、裸身の描写をしてもよい」、さらには「仄めかす程度であれば、男性性器の描写も可」といった趣旨の記述があり、ハーレクイン・ロマンスよりもはるかに官能的なラブシーンが描ける規定になっていることが分かる。

そしてこのような描写を許容するシルエット・ロマンスが、ハーレクイン・ロマンスの極めて曖昧なラブシーン描写に隔靴搔痒の思いを抱いていた 1980 年代のアメリカのロマンス・ファンの心を捉え、急速に売り上げを伸ばすようになったことは容易に想像できるだろう。何しろシルエット・ロマンスは創刊後わずか半年で 950 万部を売り上げたと言われ、これはハーレクイン・ロマンスの全世界での年間販売総部数の 20%に相当するのだから、新興のロマンス叢書としてはまさに驚異的なスタートと言わざるを得ない。²⁰ シルエット・ロマンスの謳い文句は「Sorry Harlequin, millions of American women are being unfaithful to you.」²¹ だったが、この言葉の通り、ハーレクイン・ロマンスのファンの、シルエット・ロマ

ンスへの「浮気」が始まったのだ。

しかし、ハーレクイン社が失ったのは愛読者だけではなくた。サイモン&シュスター社はシルエット社の設立に当たって、ハーレクイン社の看板専属作家の引き抜きも開始していたのである。中でも最大の収穫は、当時ハーレクイン社で唯一のアメリカ人作家であったジャネット・デイリーを 200 万ドルの契約金でシルエット側に引き抜いたことだが、これを一つの前例として、その後 Anne Hampson、Sandra Stanford、Charlotte Lamb（シルエット・ロマンスでは Laura Hardy 名義）など、ハーレクイン社の人気専属作家の中でシルエット・ロマンスに移籍する作家も次々と出始めた。²² それは、長年ハーレクイン・ロマンスに作品を提供しているうちに、ハーレクイン・ロマンス独自の厳密な「ラブシーン規制」が邪魔になり始め、より規制の甘いシルエット・ロマンスの方に魅力を感じるようになったためとも言われるが、いずれにせよ、上記の謳い文句に即して言うならば、ハーレクイン・ロマンスに対して“unfaithful”になったのは、顧客だけではなくたということになる。そして、これらハーレクイン・ロマンスからの離脱組に加え、かつてハーレクイン・ロマンスに投稿した経験を持ちながら、作品の出版まで漕ぎ着けなかった数多くの有能なアメリカ人作家たちがシルエット・ロマンスに作品提供し出したのだから、シルエット・ロマンスの勢いが増すのも当然だろう。とりわけ、シルエット・ロマンスの別ラインとして 1981 年に創刊された Special Edition シリーズに *Irish Thoroughbred* (1981) が採用されたことでデビューを果たしたノーラ・ロバーツの人気は高く、これがシルエット・ロマンスの勢いをさらに煽ることとなった。かつてノーラ・ロバーツの投稿原稿を没にしたことのあるハーレクイン社としては、手痛いしっぺ返しを受けたのである。

ちなみにハーレクイン対シルエットのロマンス戦争は、時を経ずして日本にも飛び火している。ハーレクイン社は日本への進出については非常に

消極的で、ハーレクイン・ロマンスが日本に上陸したのはアメリカ進出から 16 年の後、ようやく 1979 年のことだった。これはハーレクイン社の海外市場進出への慎重さを表す一例でもあるが、なぜこれほど日本進出が遅れたかと言えば、日本のロマンス小説市場を調査した結果、日本では悲劇的な結末を迎える作品でなければ売れないという報告を受けたハーレクイン社上層部が、常にハッピーエンドで終わるハーレクイン・ロマンスは、日本では受け入れられないだろうという結論に達したためである。²³ 一方、シルエット社側にはこうした慎重さは一切なく、アメリカでシルエット・ロマンスを発売した翌年、1981 年 9 月には早くもサンリオと契約を結び、日本版シルエット・ロマンスの発売を開始している。来生えつこ作詞・来生たかお作曲で大橋純子が歌った「シルエット・ロマンス」という曲は、シルエット・ロマンスの日本における創刊キャンペーンの一環として 1981 年 11 月に発表されたものであるが、「ああ あなたに 恋心ぬすまれて／もっと ロマンス 私に仕掛けてきて」という歌詞に乗って、シルエット・ロマンスは日本におけるハーレクイン・ロマンスのシェアをも盗むべく、この地でもロマンス戦争を仕掛けたのであった。

戦争の激化

さて、自社配送ネットワークの構築をもくろむという、快進撃を続ける企業としては当然の戦略を採用したことが裏目に出て、思いも寄らぬ「戦争」に巻き込まれてしまったハーレクイン社であるが、原因はどうあれ、とりあえず目の前に現れた強力なライバルの急成長を脅威と見た同社としては、さすがに重い腰を上げ、対抗策を立てざるを得なかった。その骨子はもちろん同社のロマンスの弱点を見直すこと、すなわちアメリカを舞台にし、しかもある程度のラブシーン描写を含む「官能ロマンス」の導入である。

そしてこの方向での見直しの結果、1983 年、ハーレクイン・ロマンス

の伝統からすればまさに「鬼子」とも言うべき新シリーズが創刊された。Harlequin Superromance がそれである。このシリーズのガイドラインを見てみると：

We're also seeking manuscripts with a genuinely individual quality. Harlequin Superromance publishes a variety of story types—Westerns, family sagas, romantic suspense, to name a few. The tones also vary—humorous, dramatic, emotional, suspenseful, etc. And of course, all the popular, familiar story elements—pregnant heroines, secret babies, cowboys—are welcome. Just make sure they're handled in a contemporary way and that you bring something fresh to each plot.

(下線部筆者)

となっていて、「妊娠しているヒロイン」や「私生児のいるヒロイン」まで認めていることが分かる。“hard-core decency”²⁴という言葉で表されるハーレクイン・ロマンスの「ヒロインたるもの、処女であるべし」という神聖不可侵の鉄則は、ここにおいてついに打ち破られたのだ。また同じ1983年には Harlequin American Romance も創刊、「アメリカを舞台にしたロマンス」への一層の挺入れも行っている。²⁵

しかし、対するシルエット・ロマンス側も先制攻撃の成功に気を緩めることはなかった。同社はハーレクイン社の「官能化」の動きを牽制するかのよう、1982年に Silhouette Desire を創刊し、より官能的なロマンスをシリーズ化して、このジャンルでの闘いを有利に進める方策に出たのだ。事実、このラインは返本率が10%以下、²⁶ すなわち出版した本のほとんどが売れてしまうという人気ぶりで、アメリカにおける「官能ロマンス」の人気を決定的なものとするのに一役買ったのだが、こうなると後手

に回ったハーレクイン社としては、「スーパーロマンス」ライン以上に官能的なロマンスに手を出さざるを得なくなり、結果として 1984 年 3 月に Harlequin Temptation シリーズを創刊している。このシリーズのガイドラインには “Sexual encounters -- which may include nudity and lovemaking even when the protagonists are not married -- should concentrate on the highly erotic sensations aroused by the hero's kisses and caresses rather than the mechanics of sex. A celebration of the physical pleasures of love, as well as its emotional side, should be an important part of these books.” と明記してあるが、これを見ても分かるように、もはやペーパーバック・ロマンスの官能化の動きには、歯止めが利かなくなりつつあった。

そして、ハーレクイン・ロマンスとシルエット・ロマンスの間の戦争を通じ、それまでイギリス流の上品なロマンスが支配的だったペーパーバック版ロマンス小説のジャンルが全体的にエロティックな方向に振れてきたことは、アメリカの他のペーパーバック出版社をロマンス出版事業に引き入れる契機ともなった。特に 1980 年、アメリカ・ペーパーバック出版の大手の Dell が Candlelight Ecstasy Romance シリーズを創刊して「エロティック・ロマンス」のジャンルに参入した影響は大きかったが、この他にも Berkley/Jove 社 が 1982 年に Second Chance at Love シリーズを創刊して「熟女ロマンス」のジャンルを開拓、さらに Bantam Books 社 が Circle of Love シリーズを、New American Library 社が Adventures in Love シリーズを、Avon 社が Finding Mr. Right シリーズを、Ballantine Books 社が Love & Life シリーズを、相次いで創刊している。このようにアメリカの大手ペーパーバック出版社各社が軒並みロマンス市場に参入した結果、1983 年には大手 8 社合わせて毎月 140 冊もの新刊ロマンスが市場に出回ることとなり、²⁷ 2 年後の 1985 年にはロマンス小説のシェアが全ペーパーバック市場の 40%を占め、各社合わせると年

間 5 億ドルの売り上げを記録したというのだから、²⁸ 1980 年代半ばのアメリカ大衆文学シーンはロマンス全盛時代を迎えていたと言っていい。

戦争の終結

もともと、これだけ多くのライバル各社が一時にロマンス市場に参入すれば、市場飽和が生じるのは当然で、その懸念通り、1984 年までにアメリカのロマンス市場は完全に飽和状態となり、個々のロマンス小説の質も低下してしまった。またそれに伴ってロマンス・ファンの不満の声も高まり、1978 年には 25% という低い返本率を誇ったハーレクインですら、この年の返本率は 60% を越えるところまで悪化している。²⁹ ちなみに返本率 60% というのは、多くのペーパーバック出版社にとって赤字と黒字の分水嶺とも言われ、返本率が 60% を越えたということは、すなわち、ハーレクイン社の経営状態が非常に芳しくない状態に入ったということを意味する。無論、市場飽和に苦しんだのはハーレクイン社だけでなく、シルエット社やその他のライバル出版社各社も同じだが、それにしても「持つもの」の苦しみと「持たざるもの」の苦しみでは意味が異なるのであって、1982 年に 2580 万ドルの純益を誇ったハーレクイン社が、翌 1983 年にはわずか 550 万ドルの純益しか得られなかったとなれば、³⁰ 同社がロマンス戦争によって被ったダメージが、他社のそれに比して格段に大きなものであったことは容易に想像できるだろう。ロマンス戦争勃発直前まで 80% 台を維持していたハーレクイン社の市場占有率³¹ も、1983 年には 45% にまで下落しており、³² 事態が楽観を許さないところまで来ていることは明らかだった。

そして事ここに至ってさしものハーレクイン社もこれ以上の競争は無意味と判断、戦争の終結へ向けて乗り出すことになる。そしてこの時、同社が選択した事態收拾への道筋は、おそらくは同社が取り得る唯一の選択肢にして、絶対確実な方法であった。なんとハーレクイン社は、ライバル

のシルエット・ロマンスを、出版社ごと買収するという奥の手を使ったのである。

もちろん一つの出版社がもう一つの出版社を買収するとすると、相当な資金が必要になるのは言うまでもなく、シルエット社の買収について言えば、実に 1000 万ドルという巨費が掛かっている。³³ しかし、当時のハーレクイン社にはそれを実行するだけの資金力があつた。というのも、1981 年、ハーレクイン社自体がカナダの一大メディア産業である Torstar 社に買収され、その傘下に入っていたからである。またこれに伴ってハーレクイン社の経営体制も変わり、ロマンス戦争の火種を蒔いた張本人たるラリー・ハイジーが一線を退く一方、その後任として 1982 年から David Galloway が新社長となっており、その意味でも両社の関係修復のための環境は整っていた。そしてこの新体制の下、1984 年にハーレクイン社はサイモン&シュスターのリチャード・スナイダーと交渉、サイモン&シュスター社傘下のポケットブックス社がハーレクイン・ロマンスの配送を担当することを条件に、つまり両社の関係を 1979 年の時点に戻すことを条件に、ハーレクイン社によるシルエット社の買収が成立したのである。³⁴ 1000 万ドルの買収費は、時計の針を 5 年分巻き戻すだけにしては随分高い授業料ではあったが、カナダの出版社が、アメリカ国内に独自の配送ネットワークを構築するというのは、それだけ敷居の高い話だったのだ。

第二の覚醒

かくして「ハーレクイン対シルエット」の 5 年に亘るロマンス戦争は、ハーレクイン社によるシルエット社買収という形で収束した。戦争であるからには勝ち・負けが付き物であるが、従来通りの配送権を確保したこと、およびシルエット・ロマンスのラインを売却したことなどによる 1000 万ドルの利益を考えると、この戦争の勝者が買収したハーレクイン社側ではなく、買収された側、すなわちシルエット社側であったことは言うまでも

ないだろう。ロマンス界の巨人たるハーレクイン・ロマンスは、新興のロマンス叢書の出現によって脆くも一敗地にまみれたのだ。

しかし、この「敗戦」によってハーレクイン社に何の益ももたらされなかった、というわけでもない。何しろ最大のライバルであったシルエット・ロマンスの諸ラインが、買収によってそっくりそのままハーレクイン社の製品ということになってしまったのだから、もはやペーパーバック・ロマンスの市場でハーレクイン・ロマンスを脅かすライバルは存在しなくなったと言ってよく、端的に言えばそのことが同社にとっては一つの大きなメリットであった。しかも、今や同じ「ハーレクイン」の旗印の下に、ラブシーンの少ない上品なロマンスを志向する「ハーレクイン・ロマンス」系のラインと、ラブシーンをある程度積極的に許容する「シルエット・ロマンス」系のラインの2系統が存在することになったのだから、これがハーレクイン社の新たな強みとならないはずはなかった。実際、ロマンス戦争終結後、同社のロマンス市場におけるシェアは再び上昇に転じ、買収から8年後の1992年には、ハーレクイン社製品の北米ロマンス市場におけるシェアはついに85%に到達している。³⁵ 冒頭でも述べた通り、ハーレクイン社が「ロマンス業界のガリバー」と呼ばれるようになったのも無理はないだろう。

しかし、このロマンス戦争を通じてハーレクイン社が得たものは、結果論としてのシェアの上昇だけではなかった。ロマンス戦争の発端と経緯と結果は、それ以降のハーレクイン社の経営上の方向性に大きな影響を与えたのである。

顧みれば1963年にアメリカ市場に進出して以来、ハーレクイン社は自らの得意分野、つまり「上品なロマンス」を売ることで業績を急速に伸ばしてきた。しかしそれは同社の製品を求める膨大な数の読者が「偶然」アメリカに存在していたということであり、いわばカナダから出てきた弱小ロマンス出版社が、たまたま予想外の僥倖に出くわしたということであっ

て、その状態が未来永劫続く保証などどこにもなかった。無論これは単なる想像に過ぎないが、おそらくはハーレクイン社自体、自社のロマンスがどうしてそれほどアメリカ市場で売れるのか、幾分は理解に苦しむところがあったのではないだろうか。そしてこの「いつまで売れるか分からない」保証のなさから来る不安が、前述したように、同社をして雑誌ビジネスや映画製作に手を染めさせてみたり、教育関連の本や男性向けサスペンス・シリーズを創刊することに向かわせたのではないかと筆者は推測する。将来の予測ができないからこそ、ロマンス出版以外の分野にも足掛かりを作っておこうという狙いである。

しかしその不安をよそに、ハーレクイン社のロマンスは 1960 年代後半からの 15 年間、前年比 35% の売り上げ増を記録しながら売れ続けた。³⁶そしてこの勢いで売れ続けたことが、同社が抱えていた不安に目隠しをし、逆に自社ロマンスに対する無謀なまでの過信を生じさせたのではないか。そのことは、ロマンス戦争勃発当時ハーレクイン社のロスアンゼルス支社で編集ディレクターを務めていた Andrew Ettinger の “Harlequin thought their name was magical. (中略) After so many years of no real competition, Harlequin felt they were beyond anyone's reach.” という回想からも窺われるが、³⁷ ハーレクイン社が犯した唯一／最大の愚行とも言われる「自社配送ネットワークの構築」への試みは、こうしたアメリカ市場の特殊性への認識不足と、自社ロマンス人気への不当な過信に起因するものだったに違いない。そしてその結果、ハーレクイン社がそれまで「配送会社」として雇用していたポケットブックス社、及びその親会社であるサイモン&シュスター社を敵に回すことになってしまい、アメリカ市場を熟知した彼らが作り上げたシルエット・ロマンスによって、ハーレクイン・ロマンスのシェアを一気に奪われてしまったことは既に述べた通りだが、おそらくはそういう事態に立ち至って初めて、ハーレクイン社は、アメリカ市場とアメリカのロマンス・ファンの真の「顔」を垣間見たので

あろう。またそれが見えたからこそ、ハーレクイン社はシルエット社との「戦争」に勝ち目がないことを理解し、高い代償を支払ってでも彼らを味方につけることを選択したのではないか。1960年代から1970年代にかけて、ロマンスという文学ジャンルがアメリカでビジネスになることを発見したことを仮にハーレクイン社の「第一の覚醒」と呼ぶならば、1980年代前半のロマンス戦争を通じてアメリカにおけるロマンス市場の実態を完全に理解し、それに対応する術を身につけたことは、その意味で、同社にとって「第二の覚醒」であったと言えよう。

戦火の向こう側

しかしハーレクイン社の現在の状況を考えた時に、ロマンス戦争が同社にもたらした「第二の覚醒」の真の意味は、実は「アメリカ市場を再発見した」ことではなく、逆に「アメリカ市場に見切りをつけた」ことであったかも知れない。というのも、シルエット・ロマンス買収後もアメリカ国内では依然としてその売れ行きが絶好調であることを見たハーレクイン社は、この地の市場が求めているのはやはりシルエット・ロマンス的なロマンス、すなわちある程度まではラブシーンの描写も許容するようなロマンスであって、同社の主力商品であるイギリス流の上品なロマンスでは最早ないのだ、ということを見て取り、この方面のビジネスについてはアメリカ市場を見限る方向に舵を切り出したからである。つまりハーレクイン社は1990年代以降、アメリカ市場に向けてはシルエット・ロマンスを中心とする「官能ロマンス」系のラインを売り込む一方、同社の主力商品たる「上品」系ロマンス、すなわちハーレクイン・ロマンスそのものについては、そのメイン市場を北米大陸の外に求めるというふうに、販売戦略の大転換を図り始めたのだ。

そしてハーレクイン社創立以来の伝統である「北米市場中心主義」からのコペルニクス的大転換の末、主力商品ハーレクイン・ロマンスの潜在的

大消費地として同社が見込んだ市場こそ、いかにも赤裸々なラブシーンを嫌いそうな市場、すなわち東欧市場であり、中東市場であり、アフリカ市場であり、日本市場であり、そして中国市場だったのである。とりわけ1995年1月に進出した中国でのロマンス需要は大きく、現在のところ中国市場はハーレクイン社にとって最重要ターゲットとなりつつある。「ガール・ミーツ・ボーイ」の単純なストーリー展開とハッピーエンドな結末を持ち、そして何よりも読者を赤面させない上品なロマンス小説が今、最も受け入れられるのは、北米大陸市場でも英語圏市場でもなく、東欧・中東・アフリカ・アジア市場であり、とりわけ巨大な中国市場であるということ。この新たな認識が、ロマンス戦争を通過せずには成し得なかったものであると仮定するならば、ハーレクイン社にとってこの戦争の意義は極めて大きかったと言わざるを得ない。³⁸

ロマンス戦争の戦火を潜り抜けた後、負け戦の屈辱の中から再び立ち上がったロマンスの巨人は、北米大陸の果て、太平洋の遙か彼方、21世紀の方向に、10億もの人口を抱える広大なロマンスの処女地を見いだしたのである。

注

- 1 “Romance Wars” という呼び方に関し、筆者は Vivian Lee Jennings が *Publishers Weekly* 誌に掲載した “The Romance Wars” という記事に倣ったが、この件を扱ったインターネット上の諸サイトでもこの言葉はしばしば使われており、ロマンス出版史上の用語として既に定着している。ちなみに Jennings が “Wars” と複数形にしているのは、ハーレクイン・ロマンスとシルエット・ロマンスの間だけでなく、他のペーパーバック出版社各社のロマンス・シリーズも巻き込んだ「戦争」と捉えているためである。

- 2 1970 年代のロマンス事情に関しては、たとえば Margaret Ann Jensen, *Love's Sweet Return: The Harlequin Story* や Jean Carwile Masteller, "*Romancing the Reader: From Laura Jean Libbey to Harlequin Romance and Beyond*" などの当該ページを参照せよ。
- 3 Kathleen Woodiwiss の *The Flame and the Flower* は、1970 年代ロマンスの代表格としてあまりにも有名であるため、"TFTF" なる省略形で言及されることもある。
- 4 1960 年代以降の「性革命」の影響については、主として Carol Thurston, *The Romance Revolution: Erotic Novels for Women and Quest for a New Sexual Identity* の第 1 章を参照した。
- 5 Phyllis Berman, "They Call Us Illegitimate," p.37 を参照せよ。なお、この年のハーレクイン社の純益である「11 万ドル」という数字は、後年の利益率に勘案して少な過ぎるように思うが、参考文献に掲載されていたデータをそのまま使った。
- 6 ハーレクイン社の 1977 年の業績については、尾島恵子「ハレクイン社の女性向きロマンス小説の成功」『出版研究』9 号 (1978) p.159 に拠った。
- 7 返本率に関する数値は Phyllis Berman, p.38 に拠ったが、ハーレクイン・ロマンスの返本率として挙げた「27%程度」については尾島恵子 p.165 に拠った。理由はバーマンの記事が比較的アバウトな数値を挙げているのに対し、尾島は「27.1%」と小数点以下の数値まで挙げており、より信憑性が高いからである。
- 8 1980 年の数値は Leslie W. Rabine, "Romance in the age of electronics: Harlequin Enterprises," p.249 に拠った。
- 9 このあたりの記述、及びハーレクイン社とサイモン&シュスター社との軋轢に関しては主として上記 Margaret Ann Jensen 及び Paul Grescoe, *The Merchants of Venus: Inside Harlequin and the Empire*

of Romance に拠った。

- 10 アメリカのペーパーバックの歴史全般について、また配送の問題については、尾崎俊介『紙表紙の誘惑』第5章を参照せよ。さらにハーレクイン社のカナダ・アメリカにおける配送契約については Paul Grescoe に拠った。
- 11 ここに挙げてある「4500 万ドル」という額は、当時のハーレクイン社に収入に比して余りにも大きいような気がするが、Paul Grescoe, p.159. の記述をそのまま使った。
- 12 Vivian Lee Jennings, p.50.
- 13 Paul Grescoe, p.158. を参照せよ。
- 14 このあたりの記述については主として Vivian Lee Jennings の記述に拠った。
- 15 ハーレクイン社の創立経緯については上記 Paul Grescoe と Margaret Ann Jensen に加え、*Harlequin 30th Anniversary: The first 30 years of the world's best romance fiction* に拠った。またミルズ&ブーン社に関する情報についてはこの他に Jay Dixon, *The Romance Fiction of Mills & Boon, 1909-1990s* 及び Joseph McAleer, *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon* に拠った。
- 16 ロマンس・ファンが外国の知識を求めてロマンスを読む傾向に関しては、Margaret Ann Jensen をはじめ多くの関連書が指摘するところだが、より明確な形では Janice A. Radway が実施したロマンス・ファンの意識調査の中で多くのファンがロマンスを読む理由として「外国や過去の事物について学ぶこと」と述べていることなどが根拠になる。*Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, p.61 を参照せよ。
- 17 Wikipedia の記述に拠った。[http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin Enterprises](http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin_Enterprises) を参照せよ。

- 18 Kay Mussell, "Introduction," in *North American Romance Writers* に
ノーラ・ロバーツやジェイン・アン・クレンツがハーレクイン社によっ
て採用却下された記述がある。
- 19 本論中に使用した各種「ガイドライン」は、すべて Romance Wiki の
記述に拠った。詳しくは [http://www.romancewiki.com/Category:
Romance History](http://www.romancewiki.com/Category:Romance_History) を参照せよ。
- 20 Vivian Lee Jennings, p.51. を見よ。
- 21 Paul Grescoe, p.160. を見よ。
- 22 このあたりの記述は Vivian Lee Jennings, p.51. に拠った。
- 23 Paul Grescoe, p.115. を見よ。
- 24 Vivian Lee Jennings, p.55. を見よ。
- 25 ハーレクイン社は「アメリカン・ロマンス」シリーズの 5 作目、Jackie
Weger の *A Strong and Tender Thread* によって初めて、アフリカ系
アメリカ人を主人公とするロマンスを出版している。
- 26 Silhouette Desire ラインに関する情報は [http://en.wikipedia.
org/wiki/Harlequin Enterprises](http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin_Enterprises) の記述に拠った。
- 27 Margaret Ann Jensen, p.57. を見よ。
- 28 Carol Thurston の第 1 章に拠った。
- 29 ロマン스의市場飽和については [http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin
Enterprises](http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin_Enterprises) に拠った。
- 30 Vivian Lee Jennings, p.50. を見よ。
- 31 Margaret Ann Jensen, p.34. を見よ。
- 32 Vivian Lee Jennings, p.55. を見よ。
- 33 Paul Grescoe, p.170. を見よ。
- 34 ハーレクイン社によるシルエット・ロマンス買収経緯については Paul
Grescoe の第 9 章に拠った。
- 35 [http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin Enterprises](http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin_Enterprises) を参照せよ。

- 36 Margaret Ann Jensen, p.34. を見よ。
- 37 Vivian Lee Jennings, p.50. を見よ。
- 38 ハーレクイン社の市場戦略の転換については Paul Grescoe の 15 章及び 17 章、また http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin_Enterprises を見よ。

参考文献

- Berman, Phyllis. "They Call Us Illegitimate." In *Forbes* (March 6, 1978): pp.37-38.
- Dixon, Jay. *The Romance Fiction of Mills & Boon, 1909-1990s*. UCL Press, 1999.
- Grescoe, Paul. *The Merchants of Venus: Inside Harlequin and the Empire of Romance*. Vancouver: Raincoast Books, 1996.
- Harlequin 30th Anniversary: The first 30 years of the world's best romance fiction*. Harlequin Books, 1979.
- Jennings, Vivian Lee. "The Romance Wars." In *Publishers Weekly*, August 24, 1984, pp.50-55.
- Jensen, Margaret Ann. *Love's Sweet Return: The Harlequin Story*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1984.
- Masteller, Jean Carwile. "Romancing the Reader: From Laura Jean Libbey to Harlequin Romance and Beyond." In *Pioneers, Pasionate Ladies, and Private Eyes: Dime Novels, Series Books, and Paperbacks*. Eds., Larry E. Sullivan & Lydia Cushman Schurman. New York/London: The Haworth Press, Inc., 1996.
- McAleer, Joseph. *Passion's Fortune: The Story of Mills & Boon*. New York: Oxford UP, 1999.
- Mussell, Kay. "Introduction." In *North American Romance Writers*.

Eds., Kay Mussell and Johanna Tunon. Lanham, Maryland and London: Scarecrow Press, 1999.

Rabine, Leslie W. "Romance in the age of electronics: Harlequin Enterprises." In *Feminist Criticism and Social Change: Sex, Class and Race in Literature and Culture*. Eds., Judith Newton and Deborah Rosenfelt. New York and London: Methuen, 1985.

Radway, Janice A. *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill and London: The U of North Carolina P, 1991.

Thurston, Carol. *The Romance Revolution: Erotic Novels for Women and Quest for a New Sexual Identity*. U of Illinois P, 1987.

Woodiwiss, Kathleen. *The Flame and the Flower*. Avon Books, 1972.

尾崎俊介『紙表紙の誘惑』研究社出版、2002。

尾島恵子「ハレクイン社の女性向きロマンス小説の成功」『出版研究』9号、1978。

http://en.wikipedia.org/wiki/Harlequin_Enterprises

http://www.romancewiki.com/Category:Romance_History