

〔論 文〕

日本アニメの独自性と海外進出の理由

——テレビアニメが産まれた文化的背景や、南西ヨーロッパの事情について——

Maurizio Campana

I 最初に

現在、日本のアニメ、テレビゲームやそのキャラクター等は世界中の人間から親しまれているのは言うまでもない。それを鮮明に物語ったのは記憶に新しいリオ五輪の閉会式ではないだろうか。ブラジルの地にて東京五輪の宣伝役を担ったのは歌舞伎等の日本の伝統芸能ではなく、キャプテン翼やマリオ、ピカチュウ等であった。

「クールジャパン」¹⁾こそは日本文化外交の「伐り込み隊長」として位置付けられ、「ヲタク」は市民権を得た21世紀の日本だが、この現象の火付け役になったものは何だろう？この拙著に於いては「クールジャパン」の出発点となった日本アニメシリーズ誕生の背景と海外普及の経緯を分析してみたいと思う。なお、アニメの海外進出について論じる際、早い時期からこれらのコンテンツが最も大量に輸入された南西ヨーロッパの（とりわけ母国のイタリア）を念頭に論じる事とする。

何故世界の反対側ばかりでなく、完全に違う文化的背景の下で制作された作品が南ヨーロッパに於いて爆発的に受け入れられるようになった要因について把握している日本人は意外に少ない。結論から言うと、日本のアニメーションが世界に普及するようになった主な要因は『鉄腕アトム』²⁾（1963年1月1日放送開始）をきっかけに誕生したテレビアニメ（当時の称号では「テレビまんが」）という新しいジャンルの確立である。しかし、今はアニメ産業の根幹を成しているアニメシリーズ（現在、地上波や無料の衛星チャンネルでは一週間に30～40の新作が

放送されている、海外では考えられない程の大量生産体制）の登場以前に日本でアニメーション作品が制作されていなかったわけではない。

日本アニメ産業の黎明期に制作された『白蛇伝』³⁾（1958年）や『アラビアンナイト・シンドバットの冒険』⁴⁾（1962年）という長編アニメ映画（当時の称号では「まんが映画」）は現在でも色褪せる事がない程、ハイクオリティな作品である。これらの作品を制作した東映動画（現・東映アニメーション）は「東洋のディズニー」を目指して設立され、ディズニーアニメの哲学である「アニメーションは動くもの」を鉄則に時間と人数をかけて丁寧な作品作りを行っていた。しかし、これらの作品は完成度の高いものであったにせよ、日本のアニメ界が今日までディズニーの真似事を基本路線に突っ走っていたら、本家との差別化を計る事は無理で、米国のアニメ産業を物量的に凌駕する事は出来なかっただろう。ジャパニメーションが世界を熱狂させるに至った要因は当時存在しなかった長編アニメシリーズの登場にある。このジャンルが日本に誕生した必然性については後に述べる事として、何故この新しい形のコンテンツが海外で受け入れられたかを見ていこう。

II 南西ヨーロッパの事情

長編アニメシリーズというジャンルの斬新さは勿論だが、実を言うと西洋に於いてはこの新しいコンテンツを受け入れるための好条件が丁度揃っていた。アニメに限定した話ではないが、外国のある特定の文化が拍手喝采で受け入れられる場合、その国に於いて何らか特別な要

因や「空気」がなければそれは難しい。例えば150年前のジャポニスム現象は西洋が芸術世界を日本風に塗り替えたのも、若い画家達が絵画界の古いルールや縛りに飽き飽きして、それを打破するための何かを求めていた時代であった。それは日本の版画がヨーロッパに上陸し始めた時期と偶然にも一致し、結果としてモネらは浮世絵に活路を見出し、最終的に印象派という新しいジャンルを生むようになった訳である。

アニメが大量に輸入された南西ヨーロッパの1970年代後半以降は民放チャンネルが急激に増え始めた時期と重なる（後にイタリア首相まで上り詰めたSilvio Berlusconi氏が自分のメディア帝国を築き始めたのもこの時期である⁵⁾）。民放の時代が到来した当時、生まれたての放送局はノウハウも資金力も限られていた。しかもその僅かな資金の使われ方が一点豪華主義的であり、新放送局の顔となるべく司会者等を他の放送局（主に国营放送）から引き抜くために使用される事が多かった。

現在のように、24時間体制のチャンネルがなく、当時は放送が行われていた時間は精々10時間程度であった。しかし、現在よりは短いとはいえ、放送局が第一に考えないといけないのは、空白を作らない事である。これは並大抵の事ではない。特に国营放送に対抗するためにゴールデンタイムに力を入れれば入れるほど、残りの放送枠には僅かな資金しか回せない。このような特異な状況の中で、ピンポイントで救世主として現れたのは日本のテレビアニメであった。

今日は円安だと言われているが、当時は本当の意味で円安（例えば1976年の為替を参照すると1ドルは300円前後として取引されていた）の時代であった。生まれたての放送局にとっては日本のアニメシリーズはそのコンテンツの中身よりはその安価さや継続性が大変魅力的な存在だったと言える。70年代の西南ヨーロッパ（フランス、イタリアやスペイン等）で起きた現象は、現在の無料衛星チャンネルが韓流ドラ

マを垂れ流している現象に酷似している。しかし、それと決定的に違うのは、日本から輸入されたアニメは全て吹き替え⁶⁾された上で放送されていた。その結果として、朝鮮語が氾濫する現在の無料衛星チャンネルと違って、自分の母国語でアニメが放送されていたから、当時の子供らが違和感なくすんなりと物語にのめり込める好条件があった。

しかも、数多く輸入された作品の中では無国籍的な作り（フランスでは80%という驚異的な視聴率を叩き出した『UFOロボグレンダイザー』⁷⁾は舞台こそは日本だが、主人公が西部劇を連想させるような牧場に住んでいる等、事実上日本的な風景がほぼ皆無）や西洋を舞台にした物語が多く（世界名作劇場シリーズの作品⁸⁾等）存在する。その結果として、ヨーロッパの視聴者はこれらの作品が世界の反対側、文化圏が著しく異なる異国の地で制作されたものとしての認識が極めて薄かった。それを裏付けるものとして、当時ヨーロッパで大人気だった『アルプスの少女ハイジ』⁹⁾や『ヴェルサイユのばら』¹⁰⁾を自国の作品と信じて疑わなかったスイス人やフランス人と日本人の留学生の間に論争が度々勃発したのは有名な逸話になっている。

勿論、現地の言葉に作品を翻訳し、最低限のローカライズを施すのは、作品を吹き変えず、字幕スーパーのみで垂れ流す（大多数の韓流ドラマのように）よりは手間がかかる。それでも、当時の民放にとってアニメが大変使い勝手の良い存在だったのは驚異的な円安（上述のように当時のドル・円の為替レートは現在の円・ウォンの比ではなかった）だけでなく、チャンネルの多さが可能とした活発な「中古市場」の存在である（著者が生まれ育った北イタリア地方では、地域や時代によって変動はあるが、地上派の民放チャンネルは20局を下回った事がなく、その数は日本の凡そ4倍）。しかし、これらの民放チャンネルにはベルルスコーニ氏が立ち上げた全国ネットもあれば狭いエリアのみをカバーするローカルなものもあり、当然ながら経済力

Mar. 2019

日本アニメの独自性と海外進出の理由

の面でも雲泥の差がある。新しいシリーズを初めて放送する際は最も高い視聴率が期待出来る故にスポンサーが集まりやすい反面、コスト面ではハードルが最も高い。①日本のアニメ会社への著作権を支払う必要があり、②翻訳やローカライズ事業等に関する経済的な負担も担わなければならない。これらの事業を担えるのは、それなりの資金力を持っている放送局でないと不可能である。

しかし、日本語からの翻訳と現地スタッフによる吹き替えのコストは1回きりで、A局での放送が終われば、B局に権利を売却し、C局は最終的にまたB局から買うという独特なシステムがアニメの普及と共に確立されていくのである(現在、ゲームソフトの中古市場を連想するシチュエーション)。この「コンテンツのリサイクル」のお陰で徹底したローコスト化が可能となった。仮にA局が著作権、翻訳や吹き替えのために「100」というコストを背負う。その作品を一つのパッケージとしてB局に「50」で売って、コストの半分を回収する、B局も放送が終わった後、購入価格の半額でC局に権利を売り渡す。それによってA局からの購入価格の半分を回収する。この手法を繰り返す事により、ローカルテレビのC局が最終的に1/4の価格でその作品を入手する。無論、この場合は、再放送の再放送になる訳だが、視聴率にそれ程左右されないローカルチャンネルにとって放送枠を埋めるための安価で安定したコンテンツとしてアニメは大変魅力的な存在だった事が一目瞭然である。

その結果として、当時の若者はどのチャンネルを回しても、アニメがブラウン管から氾濫するような環境に浸かりながら人格の形成期を送っていた。しかも、これは見逃されがちな点だが、当時ヨーロッパで放送されていたシリーズは既に本国で放送終了になっていたもので、1週間に1話のペースではなく月曜日から金曜日まで1週間述べ5話が放送されていた事で、視聴者が物語りにのめり込む度合いが日本のよりは濃かったと言える。

なお、この時代の吹き替え&ローカライズ事業を担当したスタッフが輸入された膨大な量のコンテンツと相反して少人数で対応せざるを得なかった事が災いとなり、混乱からくる翻訳ミスが多発した。ある作品の主人公の名前が違う作品のキャラクターの名前を間違えて使用されるお粗末なケースも見られた¹¹⁾。

海外コンテンツのローカライズ事業は、夫々の国々の文化的プライドや違いが浮彫りになる興味深いものである。例えば文化的な優越感が著しいフランスでは物語をなるべくフランス化する傾向があった。登場人物の名前に至っても原作通り使用される事は稀だった。例えば、高橋留美子の代表作である『めぞん一刻』¹²⁾(フランス語版タイトル『Juliette, je t'aime』)で描かれている背景は極めて日本的にも関わらず登場キャラクターの名前は勿論(主役の二人を例に、音無響子→Juliette, 五代裕作→Hugo)ローケーションや食べ物まで(たこ焼を「ショコラ」と訳したり等)、徹底したローカライズが施された。

イタリアの場合は、フランス経由で間接輸入されたアニメならそのローカライズも引き継ぐが、日本から直接輸入されたコンテンツなら、なるべく最低限のローカライズのみに留めるポリシーが採用されていた。しかし、途中でそれが煩わしくなり、登場人物の名前を英語圏風にアレンジし、イタリアでもない、日本でもない、無国籍的な世界に物語を置き換えるパターンが増えていく。その中では『キャプテン翼』¹³⁾(イタリア語版タイトル『Holly 翼君』e Benji 若林君 due fuoriclasse)は最も典型的な例と言える(物語の舞台はそのまま日本だが、登場人物やチーム名(南葛中学校→NewTeam, ふらの中学校→Flained f.c.など)は全て英語圏化)。

以上のように、何故アニメが当時生まれたての民放にとって放送枠を埋めるために便利なツールであったかについて述べたが、その安価なコンテンツが期待された以上の視聴率を稼いだ事でアニメシリーズが円安の時代が終わっても放送され続けたのである。

80年代から午後の「放送枠埋めコンテンツ」

の柱としてアニメの他に南米産のテレノベラ¹⁴⁾というジャンルが台頭していく。1982年の『女奴イザウラ』¹⁵⁾を皮切りにイタリアの民放から大量に導入されていくテレノベラは10数話で完結する日本のテレビドラマと違って「半永久的」なコンテンツである事に大きな特徴がある(2000話前後から構成されるテレノベラは決して珍しくなかった)。50話前後で終了する昔のアニメシリーズより、ある意味でさらに好都合なコンテンツであったと言えるだろう。

これによって、当時の民放の「昼枠」の前半(凡そ14時～)は主婦層をターゲットとした南米産のメロドラマと後半(凡そ16時～)はアニメ(子供番組)で構成されていくのである。(イタリアは日本と違って学校の授業が午前中に終了するから、家へ帰って昼御飯と宿題を済ましてアニメを見るという習慣が一般的であった)。

Ⅲ 和製テレビアニメが出来る以前の環境

ストーリー漫画というコンテンツと 米国産テレビアニメとの違い

以上のように当時南西ヨーロッパの放送業界にとって如何にアニメが好都合なコンテンツだったかについては述べてきた。これからはそのアニメが現地の視聴者に支持された理由について考察していく。

日本生まれのアニメシリーズがヨーロッパの若者の心を鷲掴みした要因はいくつも挙げられるが、その中でも、①大河ドラマ並みに壮大なストーリーや②成長していくキャラクター達(とその成長に応じて次々と立ち上がる個性的な敵役達)の魅力、③日本生まれの「ロボットアニメ」という世界に例を見ない新ジャンルという3つのエレメンツが主な理由ではないだろうか。単調な米国産のコミックでは考えられない斬新なシチュエーションで多数のキャラクター同士が複雑に絡み合う中で、主人公が成長し、尚且つ物語が明確なエンディングに向かう

のが長編アニメシリーズの独特な魅力ではないだろうか。これらの特徴が、ヨーロッパの若者に支持され、最終的に当時の常識であった「アニメーションは幼児がみるもの」という呪縛からアニメを解き放つための原動力にもなった。

それでは、何故長編アニメシリーズというジャンルが他の国ではなく、日本に生まれたのか。結論から言うと、大きなキーワードになるのはストーリー漫画と紙芝居の存在である。

紙芝居についてはこの拙著の後半で述べるとして、ここに於いてはストーリー漫画について数行を費やしたいと思う。戦前では、一般的なギャグ漫画の固定されたコマ割りとは違って、独特なビジュアルを持った長編漫画の『スピード太郎』¹⁶⁾等が既に存在して、その起源を完全に戦後に求めるのはフェアではないと前提しながら、我々が認識するようなストーリー漫画を商業的に成功させ、定着させるようになったのは手塚治虫とそのデビュー作となった『新宝島』¹⁷⁾であると一般的に認識されている。手塚氏のストーリー漫画の特徴は主に2つ。①ビジュアル的な側面に於いては映画的な手法の徹底である。戦前の一般的な漫画は、どれも視点が固定され平面的で単調だった。そこに手塚氏は映画的なカメラワーク(カメラアングルの変化、ロングショットやクローズアップなどのズーミング等)の画面構成を採用した事によって、ストーリーに深みを持たせた。そうすることで、読者を物語に引き込むための視覚的仕掛けを確立させた。②内容的な側面に於いて、手塚氏が一般的であった「ハッピーエンド的な結末」から決別し、悲劇のジャンルを漫画界に導入した事にある。竹内一郎は手塚の斬新さについて、「ワハハと笑っておしまい」という漫画の常識を変えて「悲劇」を導入したことだと述べている「悲劇性を持つ、別の言葉でいえば、小説や戯曲などの歴史的な名作に負けない重層的な物語構造を持つマンガである」¹⁸⁾。このように漫画の根幹であるストーリーとビジュアルという二つの側面に於いて従来の平坦な漫画から決別した事で、手塚治虫は読者が映画鑑賞と同等に夢

Mar. 2019

日本アニメの独自性と海外進出の理由

中になれるドラマチックなストーリー漫画というジャンルを確立させたのである。

ここで重要になるのは、長編アニメシリーズの元ネタになり得る題材（物語の深さや複雑なキャラクター構成等）はストーリー漫画等の確立によって既にこの時代から大量に蓄積されていた事である。しかし、問題は当時の国内アニメ産業はこの「宝の山」を活かすための技術も、人材も、経済的な水準にも未だ達しておらず、手塚氏のストーリー漫画から長編アニメシリーズの登場までは十年以上のラグを待たざるを得ない。

ここからはアニメシリーズが生まれた経緯について簡単に触れていく必要がある。本格的な国内アニメ産業の起源は東映動画の設立（1956年）にある。当時長編アニメ作りがまだ手探りの状態で、アニメーションの専門学校も当然ながら存在せず、美術大学や高校出身の新入社員にアニメ制作に関する教育をゼロから施す必要があった。つまり東映動画はアニメーション制作会社だけでなく、後に日本のアニメ界を背負っていく重鎮達（宮崎駿等）を育てていく育成機関としての重要な役割を担わざるを得なかった訳である。

しかし、東映動画で教えられたアニメ作りは後に世界を席巻する長編アニメシリーズというリミテッドアニメーション¹⁹⁾ではなく、膨大な労働力と時間を必要とする丁寧なフルアニメーション作品の制作であった。東映動画黎明期の作品である『白蛇伝』（1958年）の絵はテイストこそは古臭く感じてしまうが、その動きの滑らかさは現在でも驚嘆するものであり、全体的に質の高い作品に出来上がっている。東映動画のモットーは「東洋のディズニーを目指せ」であり、その作品の第一号となった『白蛇伝』はディズニーアニメーションの根本理念である「アニメは動くもの」に忠実な形で作られ、キャラクター達の動きがとても丁寧に描かれている。それを可能にしたのは膨大な制作時間である（90分弱の作品に対して2-3年の制作時間を費やすやり方）。

このように、東映動画は良質な長編アニメを連発していくが、日本のアニメーション産業がディズニーの真似事を継続していたら、「本家」との差別化を計る事は困難で、米国のアニメ産業を物量的に凌駕するコンテンツを世界中に発信する事には至らなかっただろう。その成功の秘訣を解くためのキーワードは世界中に存在しなかった長編アニメシリーズである。

この論文に於いては長編アニメシリーズとして記述する際、それは物語に明確な始まりと終り、それを繋ぐ物語構成を持っているコンテンツを意味し、尚且つ規則的な時間帯（放送枠）で放送される作品の事を意味する。このような定義は蛇足に思われるが、広義の意味ではアニメシリーズは日本以前には米国で既に登場しているので、区別が必要である。

日本の前に、米国で制作されたアニメシリーズには大まかに2つのタイプがある。①米国で大変人気のあるシットコム²⁰⁾的な作品。その代表的な作品はH & B社²¹⁾が制作した『原始家族フrintストーン』²²⁾や『未来家族ジェットソン』²³⁾等である。物語の舞台こそは現在と異なる時空間に設定されているがその中で描かれているのは60年代の典型的なアメリカ家庭のパロディーそのものである。②幼児向けのドタバタ劇短編作品シリーズ（『トム＆ジェリー』²⁴⁾や『ピンクパンサー』²⁵⁾等）。このジャンルに於いては定められた放送枠ではなく、番組の繋ぎや映画館では映画上映前や途中（特にイタリアでは、トイレ休憩を取るために、映画を無理矢理に前半と後半に分ける習慣があつて「ハーフタイム」にこれらの作品が上映される事が一般的）で使用されるケースが多かった。いずれにせよ、米国で制作されていたアニメシリーズには大まかな設定こそあるが『サザエさん』のようにエンドレス的な存在であり、明確なエンディングに向かっていくようなコンテンツではないので、1963年から誕生する日本製の長編アニメシリーズは、これらと明らかに別物である。

映画の技法の導入で飛躍したストーリー漫画は50年代から（現在に至るまで）日本漫画市場

の主流となった。それによって連載漫画のように毎週ストーリーが少しずつ進展していくアニメシリーズを夢見る漫画家やアニメーターは少なくなかったが、当時の技術水準では叶わぬ夢と思われていた。

その一方50年代後半から大きな産業に発展しつつあった漫画が(現在と同様)コンテンツの宝庫となり、必然的に他メディアに輸出されていく現象が始まる。『赤胴鈴之助』(武内つなよし)は、1956年にラジオドラマ化され²⁶⁾、1957年には映画化された²⁷⁾。『月光仮面』(川内康範原作・桑田次郎画)は1958年にテレビドラマ化された²⁸⁾(ちなみに、『鉄腕アトム』もアニメシリーズになる4年前にテレビドラマとして実写化された²⁹⁾(1959年))。つまり現在に於いては漫画→アニメ→実写という順番に沿って人気漫画が他メディアにエクスポートされるのと違って、アニメシリーズそのものが存在しないこの時代では人気長編漫画を他メディアに輸出する場合、いきなりの実写化がラジオドラマ化という手法しかなかった。

前者に話を限定すると、現在でも漫画の実写化に成功した作品は少なく、必然的に読者が抱いているイメージと出来上がった作品の間に大きな乖離が生じ易い。漫画の実写化では粗末な作品が大多数を占めているのは言うまでもない。21世紀の今でさえそうである事を考えれば、当時の技術水準で漫画の実写化は悲惨な結果を招いた事は言うまでもない。自分の代表作である『鉄腕アトム』の実写版のあまりにも惨憺たる出来に対して嘆いていた手塚氏が漫画の雰囲気にもっと近いアニメというジャンルへのエクスポートを強く熱望した。これは一つのきっかけになり、手塚氏は漫画家として得た収入を投じて独自でアニメ会社を設立するようになった。

結局、映画的技法や悲劇性の導入でストーリー漫画という新ジャンルの第一人者になった手塚治虫がそのストーリー漫画の他メディアへの輸出を最も相応しい形で実現するために手探り状態で長編アニメシリーズという新ジャンル

の開拓に踏み切らざるを得なかった。

Ⅳ 『鉄腕アトム』、和製テレビシリーズの誕生

虫プロダクションの苦難と紙芝居の伝統

虫プロダクション³⁰⁾を1962年に設立させた手塚治虫もディズニーのアニメに対して強い憧れを抱いていた一人であるが、彼が先駆者となった長編アニメシリーズという新ジャンルは、皮肉にも、ディズニーのアニメ制作と正反対の方向性を持つものとなる。そのスタッフの多くを、当時アニメーターの育成機関の役割を余儀無く兼ねざるを得なかった東映動画出身者に頼っていた。既に述べたように、東映動画は東洋のディズニーたることを目標とし、アニメーションの基本である「動き」を重視し、資金と時間をかけて丁寧なアニメ映画を作っていた(90分の劇場版アニメの制作期間としては3年前後を費やすのが一般的だった時代)。

それに対してアニメ映画ではなく、長編アニメシリーズという新しいジャンルを生み出した虫プロのアニメの作り方はまるで正反対であった。今では毎週何十作も放映されるテレビアニメだが、このスタイルを作ったのは手塚治虫であり、それを実現させたのは前代未聞の徹底した「手間節約手法」である。

東映動画の従来のやり方に対して虫プロは、赤字覚悟の低予算と毎週の放送に間に合わせるため、ギリギリのスケジュールの中で、始動した。しかし、毎週「30分」(実際はCMやオープニング・エンディングを抜くと約20分)のアニメを制作するような前例のない試みは当初困難を極めた。

状況打開のために手塚治虫がスタッフに徹底させたのは、いかに手間を減らして作品を作るかというやり方であった。例えば顔の一部分のみを動かす、所謂「口パク」^{いわゆる}の手法や、セル画³¹⁾を使い回すバンクシステム³²⁾によって、1秒間に必要な24コマを4コマまで減らすことに成功し、虫プロの限られたスタッフでは不可能と

Mar. 2019

日本アニメの独自性と海外進出の理由

思われた毎週「30分」の長編アニメの完成に漕ぎ着けたのである。

その結果品質の面に於いては、惨憺たるものだった。本来なら「動く絵」であるアニメが殆ど動かず、虫プロの作品に対して当時のマスコミ関係者は「手塚先生のアニメはアニメーションにあらず電気紙芝居だ」³³⁾と皮肉っていた。このような激烈な皮肉が実には的を射ていて、ある意味では『鉄腕アトム』は伝統的なアニメーションというより、紙芝居の延長線にある作品だったと言える。考えてみれば、紙芝居の伝統がない西洋では鉄腕アトムのような1秒4コマの激安制作法の発想は有り得なかった。それが故に長編アニメシリーズというジャンルが日本に誕生したのは偶然ではない。

ディズニーのフルアニメーションと比較すれば確かに『鉄腕アトム』が粗悪な作品にしか見えない。しかし、これらのコンテンツを単純比較してしまうと『鉄腕アトム』が大人気の作品になった理由を見失ってしまう。『鉄腕アトム』の比較対象をディズニーの長編アニメーションではなく、昭和の大衆文化である紙芝居に設定してみよう。すると「お粗末な出来」から「贅沢な作品」へと見方が一変する。①全く動かない紙芝居と違って、多少ながら絵が動く。②紙芝居の場合、紙芝居師が物語に登場する全キャラクターの声や効果音を全て一人で演じなければならなかったのに対して、『鉄腕アトム』では夫々の主なキャラクターには担当の声優が置かれ、効果音も本格的な作りになっている（この作品の強みはビジュアルではなく、大野松雄³⁴⁾という天才的な音響デザイナーが担当した効果音だったと言える）③紙芝居のストーリーは数枚の絵で終了する（シリーズものを除いて）のに対して『鉄腕アトム』の物語は毎週進化していく。このように、近所の公園や教育の場で一般的な紙芝居に慣れていた子供達が粗悪な作りの『鉄腕アトム』を極上のエンターテインメントとして捉えたのは不思議な事ではない。

50年代半ばまで紙芝居が子供達にとって日常的なエンターテインメントであり、逆にディ

ズニーのフルアニメーション映画が1年に1回見られるかどうかという非日常的な存在でしかなかった。紙芝居という日本独特のエンターテインメントに慣れ親しんでいた当時の子供達は、その『進化版』とも言える『鉄腕アトム』を自然と受け入れたと考えられるのではないだろうか。

このように、長編アニメシリーズが何故日本に誕生したのかを考察する際、日本の伝統文化である紙芝居の事を考慮せずして論じられない。そもそも一つの新コンテンツがある地域で生まれる際、必ずそのエリアで蓄積されてきた文化に何らかの必然性がある。人間は突然ゼロから100%新しい物を創造出来ない生き物である事を考えれば、日本アニメのルーツについて考察する際は、伝統文化（鳥獣人物戯画等）のみを重視し、近・現代の大衆文化を過小評価してしまうと、日本が世界トップのアニメ生産国になった要因を説明する事は不可能である。

V 日本固有の文化、紙芝居

紙芝居が今のようになったのは凡そ1930年、関東大震災や大恐慌後からだと言われている。つまり、紙芝居師の所業は不況下で安価な個人営業として発展していったのである。

動かない絵を見せながら演じ手が昔話等を読み聞かせる芝居は日本人の中では当たり前の存在として認識されているが、世界では例を見ないものである。例えば、ジャワ島やバリ島のワヤン・クリ（影絵芝居、〈2009年にユネスコの年無形文化遺産に登録〉）では平面的な絵に近い人形を使いながら、石油ランプが映し出すシルエットで芝居を展開する伝統はある。立体的ではない道具を使用する点は紙芝居に類似するが、決定的に違うのは、投影されている影絵は固定されているものではなく、動くという点にある。西洋に目を向けてもシチリア島のマリオネット劇場やチェコの人形劇等では物語を演じる人形が美しいだけでなく、動く事が重要とされている。世界では大人向けは勿論、子供向け

の伝統的な芝居の場合でも、その根幹が動きであり（西洋では、オーディエンスの年齢と反比例に芝居には寧ろ派手な動きが求められるケースが多い）、単なる静止画数枚の組み合わせで芝居を展開するのは日本独自のやり方である。

紙芝居がどれ程日本独特の存在であるかを明白に物語るエピソードとして、敗戦直後に日本の占領政策を取り仕切っていたGHQ内に広がった戸惑いが良い例である。

GHQはアメリカにない紙芝居の存在に驚き、当初は“ペーパー・シアター”という英語の直訳を使っていたが、数ヶ月も経たない内に、ローマ字でKamishibai³⁵⁾として表記するようになった。このように米国人が初めてこのコンテンツに接した際、それを特定するための英語訳を捻り出そうとした。しかし、紙芝居というメディアは日本にしかなかったので、下手に英語を使用するとよけいに誤解を生じるため、苦肉の策としてGHQは最終的に紙芝居という日本語をそのままローマ字表記するようになった。このようにKamishibaiは、MangaやAnimeより一足早く「国際語」になった訳である。これによって、当時のGHQは、歌舞伎(Kabuki)や神楽(Kagura)と同様、紙芝居(Kamishibai)も西洋の文化圏に例はない、日本独自の文化形態として認識していた事が分かる。

GHQ統治下時代に盛んだった紙芝居は50年代の半ばまでに低年齢層向けのもっとも一般的なエンターテインメントの形だったが、そのトップの座を50年代後半から街頭テレビに譲るようになる。日本ではテレビ放送がスタートしたのは1953年だが、一般家庭に白黒テレビが完全普及するには1964年の東京五輪まで待たないといけない。その間、家電メーカーや放送関連会社がテレビ普及のために街角で街頭テレビを設置し、大人気となる。(街頭テレビの前で庶民がプロレスを楽しむ姿は50年代の日本を表す代表的なシーンと言える)。

このように、街頭テレビの台頭で紙芝居はエンターテインメントの主役の座から追われ、緩やかに下火になっていくが、庶民の生活から消

えた訳ではない。数世代に渡って親しまれてきた紙芝居の文化は娯楽以外の分野でも花を咲かせるようになる。例えば、この時期に教育の世界に於いては紙芝居運動が本格化する。最終的に小学校などでは紙芝居が大きく定着しなかったが、それに対して保育界では違う流れが見られる。1948(昭和23)年に文部省は、戦後の最初の幼児教育の手引書となる『保育要領－幼児教育の手びき－』を制定する。この『保育要領』によって、紙芝居は、保育制度史上、はじめて保育教材として位置づけられた。これを皮切りに「保育紙芝居」が頻繁に制作されるようになっていくのである。

簡易なエンターテインメントにせよ、教育の現場にせよ紙芝居は当時に於いては子供の日常の一部だった事は確かである。

「芝居は動きのあるもの」という世界の常識から逸脱した紙芝居という日本固有の文化が作り出した特異な土壌があったからこそ『鉄腕アトム』のような粗悪な作品は失笑ではなく、拍手喝采で受け入れられたと言えるのではないだろうか。

Ⅵ 日本独自の制作環境が産んだ アニメの多様性

上述したように長編アニメシリーズの誕生の背景には日本固有の文化である紙芝居がある事を確認した。次は世界に普及していったアニメは何をターゲットとして制作されたのかを見ていこう。

世界一のコンテンツ産業である米国の映像業界は新作を作る際、徹底したグローバリズムに基くパターンが多い。この戦略では、国内ではなく、世界全体を一つの大きな市場として捉え、基本的に最大公約数的な発想で作品が制作される(それが故に輸出先では面倒なローカライズ作業が殆ど不要)。だからこそ、ディズニー社のアニメーションは世界の常識である「アニメは子供が見るもの」に沿って作られてきて、その延長線で「親が見ても楽しいもの」であれ

Mar. 2019

日本アニメの独自性と海外進出の理由

ばなおさら良い訳である。

これに対して、180度違う考え方で日本に於いてアニメは制作されてきた。特に60年代、70年代のアニメは(『ジャングル大帝』³⁶⁾等、米国への輸出を念頭に入れたような稀なケース以外)基本的に極めてローカルな事情に基づいて制作され、日本の視聴者層を対象に、更に言えば関係者達が作りたい作品が世に出たケースが多い。従ってこれには「アニメーションは子供が見るもの」という前提は(東映動画の長編作品から初期のアニメシリーズまでは)最初あったにせよ、長編アニメシリーズというジャンルが定着するにつれて希薄になっていく。子供が見るもの、青年が見るもの、子供も青年も大人も楽しめるもの、大凡ありとあらゆるパターンのアニメが作られ、日本アニメーションの大きな特徴である「多様性」を形成していった。

長編アニメシリーズの勃興期に於いては、監督やシナリオライターが不足し、元々大人向けのコンテンツを制作しなかった多くの人材がアニメ業界に流入し、彼らが手がけるようになった作品はディズニーの伝統的なコンテンツとは一線を置くものであった。

当時の国内アニメ制作の独特な背景を理解するために最も参考になるのは70年代から全盛期を迎えた日本生まれの新ジャンル「ロボットアニメ」である。このジャンルでは無数の作品が制作され、一纏めに論ずるのは困難だが、最も一般的なパターンとしては、エピソードの後半からシリーズの主役ロボットが出勤し、敵側が送り込んだメカをやっつけていくという流れである。このような作品のトピックは主人公が操るロボットが活躍するシーンであり、制作者は毎回その場面を数分程度挿入すれば、それ以外のストーリーやキャラクター構成はほぼ自由だった。ようするに当時のアニメシリーズのメインスポンサーである玩具メーカーが商品売るための道具としてアニメを位置付け、スポンサーからの資金を受け制作にあたっていたスタッフは、商品化されていた主役ロボットに毎回活躍の場を与えるという所定のフォーマット

を押さえながら、それ以外は自分の作りたいコンテンツを自由に作った。それが故に幼児コンテンツとは到底いえない悲惨なテーマの「人間爆弾」³⁷⁾(『無敵超人ザンボット3』³⁸⁾)や『機動戦士ガンダム』³⁹⁾のような、明らかに子供のIQではとても理解出来ない複雑なストーリーを持つアニメが作られるようになった。

実を言うと、この日本独自の背景には手塚治虫が行った「ダンピング政策」がある。彼はテレビアニメという新しいジャンルを定着させるために制作費を必要以上に低く設定した。現在に於いてもアニメ産業関係者の収入が平均以下である要因を作ったと言われている手塚氏のやり方は、アニメシリーズという新コンテンツをテレビに普及させるための苦肉の策であった(放送業界の購買欲をかきたてるために、放送が失敗に終わっても安価なコンテンツなら買い手が大きな損失を被らなくて済むという措置)。これは、結果として、玩具メーカーが自社の商品売るために自らアニメシリーズの立案を行う習慣をもたらし、テレビシリーズの制作費は格安だったので、そのコストを負担しても玩具の売り上げだけで利益が得られる構図。この時期に於けるアニメシリーズの制作は大まかに以下の順番で行われていた。

①玩具メーカーが新商品のコンセプトを立案→②放送局に対して新アニメの制作を依頼→③放送局が新シリーズの制作をアニメ会社に下請けさせる。このような構図だと、最終的に下請けの形で物理的に作品の制作に当るアニメ会社の収入が大半削がれてしまうのは想像に難くない(この構造は建築業界に似ている→デベロッパーや大手不動産、販売会社、大手と末端の建設会社等。具体的な工事に携わるのは「下請けの下請け」となった組織<孫請け⁴⁰⁾>で僅かな利益を捻出するために時として手抜き工事を行わざるを得ず、それが欠陥住宅が蔓延する要因になっている。この仕組み自体はある意味で近代日本独特の風土と言えるのかもしれない)。この構図のトップにある玩具メーカーにとってはスポンサーとして新作アニメの制作を依頼する

場合、関連商品の売り上げでその出費をカバーするだけでなく、十分な利益を取らないと成り立たない仕組みとなっている。当然ながら、アニメ制作に潤沢な資金を投入すれば、利益の-marginが必然的に薄くなるから、コストを必要最低限に抑える必要があった。

このようなシステムはアニメ関係者を身体的や経済的に追い込んだのと引き換えにディズニーのアニメ制作では考えられない自由を与えた。要するにメーカーが自分が売りたい商品を毎回登場させれば、ストーリーに関してはほぼタッチしない状態。この点に於いては十数分おきに「濡れ場」を挟めば、構成やストーリーが自由だったという同時代の日活ロマンポルノ映画⁴¹⁾の仕組みと強いアナロジーが見て取れる(無論片方は子供向けで片方が成人向けのコンテンツという大きな違いはあるが)。この自由な風土は、日活の場合邦画の世界をささえる次世代の監督(塩田明彦や中田秀夫等)や女優(筒井真理子や片桐夕子等)達を育て、アニメシリーズの場合は世界に受け入れられていく「日本アニメの多様性」を育むための土壌を作り、最終的に「アニメーション=子供が見るもの」という呪縛からアニメを解放する原動力となった。

「多様性」こそは「ジャパニメーション」が世界的に支持されるようになったキーワードと言えるのではなかろうか。これは丁寧に制作されている反面、単調なストーリー構成を持っているディズニーのアニメ映画には無い魅力である。その「多様性」が日本で花を開いた要因は、国内アニメ業界に携わっている者達は、元々従来のアニメーション産業に憧れていた人ばかりでなく、富野由悠季⁴²⁾のように、映像表現の一つの手段としてアニメの可能性に惚れて、最終的にアニメを作るようになった人が多かったからである。彼らこそが世界の古い固定概念という檻からアニメを解放する偉業を成し遂げているのである。

総括として言えるのは、ディズニーと違って、日本のアニメは極めてローカルな事情等

に沿って制作された事が分かる。しかし、このローカリズムが世界に無い、ユニークなコンテンツを生むようになり、結果として和製アニメが世界に受け入れられるようになった訳である。

VII 終りに

ローカリズムの下で生まれた日本のコンテンツこそが世界に愛される

一般的なトレンドとして、20・21世紀の映像エンターテインメントの世界が米国型グローバル리즘を中心に構成されてきたと言える。その中で、例外的な存在として、極めてローカリズムの概念で作られていた日本のアニメが「本家」を物量的に凌駕するようになった。皮肉な事に、この現象に最も遅く気付いていったのは日本人自身である。現在は日本政府が積極的に「クールジャパン」を日本文化の代表的なコンテンツとして位置づけ、世界に向けて発信しているが、昔は真逆だったと言わざるを得ない。昔の海外アニメファンは日本のコンテンツに餓えていた。アニメ関連の商品などにもっと触れたいだけでなく、ついでに大好きな作品が舞台となっている日本と言う国も知りたいという欲望が強かった。しかし、それに対して日本文化として海外に発信されていったものは『源氏物語』、『能』や『歌舞伎』等、所謂ハードルの高い伝統文化のみであった。20世紀後半を代表するコンテンツであるアニメが何故その生産国で軽視され、文化交流に活用されないのかと昔からのアニメファンとして不可解で仕方なかった。日本人が世界に於けるアニメ人気に気付くのが遅かった要因は日本的な事情や制約の下で制作されたテレビアニメが世界に受け入れられている事を想像出来なかった(無論、海外出張や留学の経験がある邦人は気付かざるを得なかったが)からではないだろうか。

皮肉な事に歴史は繰り返される訳で、振り返ってみれば、1世紀半前の浮世絵という日本のコンテンツを巡って似たような現象が起き

Mar. 2019

日本アニメの独自性と海外進出の理由

たのである。19世紀後半、日本側が外貨稼ぎとして輸出していた陶磁器のクッション材として江戸時代のメディアでありふれた存在だった浮世絵が使用されていたケースが多い。しかし、ヨーロッパ人側は「メイン」の伊万里焼等よりも、それを包んでいた紙に描かれていた浮世絵（「サブ」）に衝撃を受け、最終的に西洋世界を日本風に塗り替えたジャポニスム現象が生まれた。ここで注目したいのは日本側が輸出産業として位置付けた陶磁器よりは、西洋人が国内産業として発展した浮世絵に目を向けるようになった事である。

日本の長編アニメシリーズもまた、日本の大衆文化である紙芝居のルーツを受け継ぎながら、国内のニーズに基いて制作され、その結果世界にないユニークな文化を形成していった。アニメに於いても浮世絵に於いても日本のローカリズムが生んだコンテンツが結果として世界で愛されるようになった。しかし、奇妙な事に、この国は世界一のアニメ生産国であると同時に「ディズニー狂信国」としての側面も持ち合わせている。ディズニーに対する如何なる批判が事実上封じられている日本のマスコミ環境に於いては、ディズニーのグローバル戦略こそが正しくて、一々面倒なローカライズ事業を必要とする日本のアニメが遅れているという論調は未だに根強いのも事実である（例えばインド市場用に作られた『巨人の星』のリメイク版である『スラージ・ザ・ライジングスター』の際に展開された論理⁴³⁾）。「クールジャパン」は日本文化外交の旗印として位置付けられているようになった今日だからこそ、安易にグローバリズムの幻想に惑わされる事なく、世界に愛されている日本文化の独自性は何なのかという適格な認識が改めて必要ではないだろうか。

注

- 1) クールジャパン 海外でクール（かっこいい）と捉えられている日本の商品・サービス・文化の総称。アニメ・漫画・ゲームからファッション・高機能製品・食・観光まで多岐にわたる。また、そうした日本の現代文化や製品が外国の人々に受け入れられている現象をいう。
- 2) 『鉄腕アトム』（アニメ版）虫プロダクション制作
手塚治虫原作
1963年1月1日～1966年12月31日
（全193話、フジテレビ系列）
- 3) 『白蛇伝』東映動画（現東映アニメーション）制作
初公開1958年9月3日 79分
日本最初のカラース長編アニメ映画（まんが映画）
中国の四大民間説話のひとつ『白蛇伝』を題材にした作品。
- 4) 『アラビアンナイト・シンドバットの冒険』
東映動画（現東映アニメーション）制作
初公開1962年6月16日 81分
東映動画作品の中で初めて古代中国や日本ではなく、中近東を舞台にした長編アニメ映画（まんが映画）。
- 5) ベルルスコーニ氏所有の放送局の中で中心的存在であるCanale5のロゴ登録は1979年11月12日に遡る。
- 6) 「字幕スーパー文化圏」の日本と違って南西ヨーロッパでは海外の全コンテンツ（最新のハリウッド大作からマイナーな作品まで）を現地の言葉に吹き替えてから放送するのが一般的。
- 7) 『UFOロボグレンダイザー』東映アニメーション制作
永井豪とダイナミックプロ原作
1975年10月5日～1977年2月27日
（全74話、フジテレビ系列）
- 8) 名作劇場シリーズ 主に日本アニメーションが制作して『カルピスこども名作劇場』や『ハウス食品・世界名作劇場』といった名称で放送されているテレビアニメシリーズである。人気が高く、後にフジテレビを代表するアニメ番組となった。有名作品は『アルプスの少女ハイジ』（1974）や『フランダースの犬』（1975）等
- 9) 『アルプスの少女ハイジ』ズイヨー映像制作
ヨハンナ・スビルの小説『アルプスの少女ハイジ』を原作とした作品
1974年1月6日～1974年12月29日
（全52話、フジテレビ系列）
1979年3月17日より、ダイジェスト版が劇場映画として公開された。
- 10) 『ベルサイユのばら』東京ムービー新社制作
池田理代子原作
1979年10月10日～1980年9月3日

- (日本テレビ系列, 全40話+総集編1話)
- 11) 『マジンガー Z』(原作永井豪 東映動画制作1972年12月3日～1974年9月1日〈全92話〉, フジテレビ系列)の主演, 兜甲児は誤ってKabuto Ryoとして誤訳された例。同じ永井豪原作の『ゲッターロボ』(永井豪と石川賢原作, 東映動画制作1974年4月4日～1975年5月8日〈全51話〉, フジテレビ系列)の主演である流竜馬(後にイタリアでは「Ryoma」から「Ryo」として略され)との混乱が生じた事が原因であるとされている。
 - 12) 『めぞん一刻』スタジオディーン制作
1986年3月26日～1988年3月2日
(全96話, フジテレビ系列)
 - 13) 『キャプテン翼』土田プロダクション
テレビ東京制作 高橋陽一原作
1983年10月13日～1986年3月27日
(全128話, テレビ東京系列)
 - 14) テレノベラ (西・葡: Telenovela) とは, スペイン語やポルトガル語で「テレビ小説」を意味し, ラテンアメリカを中心に制作, 放映されているメロドラマのスペイン語及びポルトガル語の名称である。100話から2000話以上に及ぶ長いシリーズである事が特徴。登場人物が多く, また話のプロットはワンパターンで男女が困難を乗り越え最終的には結ばれるというものが殆どである。通常主演俳優はヨーロッパ系の白人が主流。大豪邸やメイドなどが出てくる事も多々あり, 現実の一般的なラテンアメリカに住む人達とは一味違う世界が展開されている。
 - 15) 『女奴イザウラ』ブラジルのヘジ・グローボ放送局により制作されたテレノヴェラ (1976年, 100話)
 - 16) 『スピード太郎』 宍戸左行作
1930年代前半 (昭和初期) に読売新聞の日曜付録に連載されたストーリー漫画である。手塚治虫より先に映画的手法を取り入れたストーリー漫画としての評価が高い。
 - 17) 『新宝島』 酒井七馬 (原作・構成は) と手塚治虫 (作画) の共同作。書き下ろし単行本漫画 (1947年)
手塚治虫にとってデビュー長編であると同時に出世作であり, 戦後日本マンガの出发点とされる。
 - 18) 『手塚治虫=ストーリーマンガの起源』 竹内一郎著 講談社 (2006年), 155頁からの引用
 - 19) リミテッドアニメーション 自然主義的に全身を滑らかに動かすフルアニメーションに対し, 動画数を大幅に節約する目的で, 目だけ口だけや, 複数の登場人物のなかの一人だけなど動く部分を制限するアニメーションである。デザイン性や平面性を強調する効果もある。
 - 20) シットコム シチュエーション・コメディ (英: situation comedy) の略
登場人物の置かれる状況によって観客や視聴者を笑わせるコメディのジャンルのひとつ。
 - 21) ハンナ・バーベラ・プロダクション 共同経営者のハンナ Hanna, William (1910～2001) バーベラ Barbera, Joseph (1911～2006) が1957年に設立したアメリカ合衆国のアニメーション映画制作会社。半世紀以上にわたりアニメーションの共同制作を行なった。ハンナはカリフォルニアの土建会社に就職したが, 1930年にアニメーション制作の仕事に転身。1937年, メトロ・ゴールドウィン・メイヤー MGMにアニメーション制作部の監督兼脚本家として迎えられた。バーベラは1930年代前半, 信託銀行で働いていたが, 投稿したまんが作品が『コリアーズ』Collier'sに売れたのを機にまんが家になることを決心。ハンナと同じ1937年に MGMに写真画家として入社した。MGM在籍中 (1940～57), 2人は『トムとジェリー』Tom and Jerryのキャラクターを創作し, 同シリーズの映画を200本以上制作した。アカデミー賞のアニメーション部門では7回オスカーを受賞している (1943～52)。プロダクション設立以降はおびただしい数のテレビ用アニメーションシリーズを制作。制作費の低い, 技術を制限したテレビ用の制作活動を嘲笑する向きもあったが, 珍犬ハックル Huckleberry Hound, ヨギベア Yogi Bear, 原始家族フリントストーン The Flintstones, 宇宙家族ジェットソンズ The Jetsons など, 大成功した作品群にみられる脚本の品質の高さは賞賛された。
 - 22) 『原始家族フリントストーン』(The Flintstones) 米国産のアニメシリーズ
ハンナ・バーベラ・プロダクション制作
登場人物は原始人であるが, 多くの恐竜を役役し様々な石器を用いた, 奇妙に現代的な生活や社会を描いたホームコメディであり, 典型的なアメリカ家族のパロディー作品 (シットコム) の代表作である。
1960年9月30日～1966年4月1日
(全166話, 米国ABC系列)
 - 23) 『宇宙家族ジェットソン』(The Jetsons) 米国産のアニメシリーズ
ハンナ・バーベラ・プロダクション制作
同じハンナ・バーベラのホームコメディ「原始家族フリントストーン」の未来版といえるシットコムの作品。
1962年～1963年 (24話), 1985年～1987年 (51話)
(全75話, 米国ABC放送)
 - 24) トムとジェリー (Tom and Jerry) 米国産の短編アニメーションシリーズ

Mar. 2019

日本アニメの独自性と海外進出の理由

当時メトロ・ゴールドウィン・メイヤー (MGM) に所属していた、ウィリアム・ハンナ (William Hanna) とジョセフ・バーベラ (Joseph Barbera) が1940年に創作した作品。

台詞無しの短編ギャグアニメの代表的な作品である。

- 25) **ピンクパンサー** (The Pink Panther Show) 米国産の短編アニメーションシリーズ
David H. DePatie and Friz Freleng 作
1964年公開の実写映画『ピンクの豹』に始まる映画シリーズのオープニングアニメーションに登場するキャラクターを主人公とした、いわばスピンオフ的な作品。
1969年9月6日、～1978年9月2日、(米国NBC放送)。1978年9月～1979年9月1日(米国ABC放送)
(全124話)
- 26) **『赤胴鈴之助』** ラジオドラマ
ラジオ東京 (現TBSラジオ) 制作
(公募で選ばれた当時小学生の吉永小百合や藤田弓子が出演した)
1957年1月7日～1959年2月14日
(全42回)
- 27) **『赤胴鈴之助』** 実写映画 大映制作
1957年～1958年にかけて9作品が公開された(9話)。
第1話1957年5月21日公開～第9話1958年12月21日公開
- 28) **『月光仮面』** テレビドラマ KRテレビ (現・TBSテレビ) と宣弘社が制作
1958年2月24日～1959年7月5日
(130話)
- 29) **『鉄腕アトム』**(実写版) 毎日放送制作
1959年3月7日～1960年5月28日
(全65話、フジテレビ系列)
- 30) **虫プロダクション** 漫画家でアニメーターである手塚治虫が1961年に設立したアニメーション専門プロダクションである(正式発足は翌年)。略称は「虫プロ」。設立当初は手塚治虫原作の作品のみを手がけていたが、のちに「あしたのジョー」など手塚以外の作品も制作するようになる。1960年代後半から経営が悪化。1973年8月、子会社の「虫プロ商事」が倒産し、同年11月に同社も倒産。
- 31) **セル画** アニメ制作過程に於いて用いられる画材「セル」とよばれる透明シートに描かれる絵。透明シートの素材にセルロイド(一種のプラスチック)が使用されていたことに由来する。
- 32) **「パンクシステム」** アニメの中で何回も出てくるシーンはセル画を保存しておいて、必要に応じて再利用する事だ。レギュラーキャラの日常的な動きや、お決まりのシーン等はこれを使いまわすの

で、毎週描かなくて済む。絵を裏返せば人物等の向きは逆になり、演出の都合で使い分けられる。

- 33) **『虫プロ興亡記ー安仁明太の青春』** 山本 暎一【著】新潮社 (1989/04 発売)
- 34) **大野松雄** (1930年～現在) 電子音響デザイナー。
1930年東京神田生まれ。府立六中 (現・都立新宿高校) を経て、旧制富山高等学校中退。
文学座、NHK東京放送効果団を経て独立。63～66年TVアニメ『鉄腕アトム』の音響デザイン (小杉武久がアシスタントとして参加) を担当。
- 35) **『紙芝居ー街角のメディーアー』** 山本武利著
歴史文化ライブラリー、吉川弘文館 (2000/10 発売) 117頁
- 36) **『ジャングル大帝』** 手塚治虫原作
虫プロダクション制作
1966年10月5日～1967年3月29日
(全26話、フジテレビ系列)
- 37) **人間爆弾 『無敵超人ザンボット3』**に於いて地球の侵略者であるガイゾックが行った攻撃作戦の一つである。その内容は生け捕りにした地球人の体に時限爆弾を埋め込み、その記憶を消した上で解放、街中で無差別に爆発させるというもの。地球の科学水準ではこれらの爆弾の解錠が不可能で、改造手術を受けたと知らされた人間は恐怖に怯えながら余生を送らざるを得なかった。
- 38) **『無敵超人ザンボット3』** 富野喜幸、鈴木良武原作
日本サンライズ制作
1977年10月8日～1978年3月25日
(全23話、名古屋テレビ系列)
- 39) **『機動戦士ガンダム』** 富野喜幸、矢立肇原作
日本サンライズ制作
1979年4月7日～1980年1月26日
(全43話、名古屋テレビ系列)
- 40) **「孫請け」** 元請けから仕事を引き受け、仕事を代行する筈の企業からさらにその仕事を引き受けて代行する者のことを呼ぶ専門用語。
- 41) **日活ロマンボルノ** 映画会社の日活が昭和46年(1971)から昭和63年(1988)年にかけて制作した1133本の成人映画の総称。
特徴としては予算に限られ、短納期の量産体制という劣悪な制作現場の反面、性的なシーンを頻繁に挟めば(所謂「裸さえ出てくれば」)どんなストーリーや演出でも、自由であったという希有な制作環境が魅力であった。
白川和子・田中真理・宮下順子・美保純などの女優を輩出。神代辰巳・崔洋一・周防正行・相米慎二・滝田洋二郎も監督を務めた。
- 42) **富野由悠季** (1941年～現在)
日本のアニメ世界を代表する監督、演出家、脚本家、原案提供者である。また小説家でもある。日

本初のテレビアニメシリーズ『鉄腕アトム』の制作に携わるなど、日本のテレビアニメ界をその創世期から知る人物。初話題作はアニメ版『海のトリトン』代表作は『無敵超人ザンボット3』、『機動戦士ガンダム』などのガンダムシリーズや『伝説巨神イデオン』等

- 43) 『スーラジ ザ・ライジングスター』(Suraj: The Rising Star) 日本のトムス・エンタテインメントとインドのDQ Entertainment 合作のテレビアニメ。インドの市場を念頭にリメイクされた『巨人の星』である。スーラジは主人公の名前であり、インドの公用語であるヒンディー語で太陽を意味する。また「ライジングスター」は英語で「新星」を意味する。日本とインドに於ける堅調な文化の違いから、随所に細かいローカライズが施された。その代表的なものは以下である。
- ① スポーツを野球からクリケットに変更された。
 - ② 児童虐待と思われることを回避するため、「大リーグボール養成ギブス」がゴム製の自転車チューブになっている。
 - ③ 食べ物粗末にしないよう、ちゃぶ台返し(テーブル返し)で飛ばされるのが飲み物に限定されている。
 - ④ 姉のスカート丈は長く、かつ脚が見えないように下にスパッツを着用している。
- 2012年12月23日～2013年6月16日
(全26話)

参考文献

- Antonia Levi, *Samurai from Outer Space: Understanding Japanese Animation*, Open Court, 1996.
- Arianna Mognato, *Super Robot Anime. Eroi e robot da Mazinga Z a Evangelion*, Yamato Video, 1999.
- Davide Castellazzi, *Animeland. Viaggio tra i cartoni made in Japan*, Tarab, 1999.
- Guglielmo Signora, *Anime d'acciaio. Guida al collezionismo di robot giapponesi*, Kappa Edizioni,

2004.

- Marco Pellitteri, *Mazinga Nostalgia. Storia, Valori E Linguaggi Della Goldrake-Generation*, Tunue, 2018.
- Marcello Ghilardi, *Cuore e acciaio. Estetica dell'animazione giapponese*, Esedra editore, 2003.
- Marco Pellitteri, *Il drago e la saetta: modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese*, Tunué, 2008.
- Mark W. MacWilliams, *Japanese Visual Culture. Explorations in the World of Manga and Anime*, M. E. Sharpe, 2008.
- 石山幸弘『紙芝居文化史—資料で読み解く紙芝居の歴史—』萌文書林, 2008年。
- 大野茂『サンデーとマガジン』光文社新書, 2009年。
- 櫻井孝昌/上坂すみれ『世界でいちばんユニークなニッポンだからできること—僕らの文化外交宣言』パルコ出版, 2013年。
- 櫻井孝昌『日本はアニメで再興する—クールマと家電が外貨を稼ぐ時代は終わった—』アスキー・メディアワークス (アスキー新書), 2010年。
- 鈴木常勝『メディアとしての紙芝居』久山社, 2005年。
- 竹内一郎『手塚治虫=ストーリーマンガの起源』講談社, 2006年。
- 展示会図録『ボストン美術館—華麗なるジャポニスム展—』NHKプロモーション, 2014年。
- 浜野保樹『模倣される日本—映画, アニメから料理, ファッションまで—』祥伝社, 2005年。
- 松本零士『未来創造—夢の発想法—』角川出版, 2010年。
- 山口康男『日本のアニメ全史』テンブックス, 2004年。
- 山本暎一『虫プロ興亡記—安仁明太の青春—』新潮社, 1989年。
- 山本武利『紙芝居—街角のメディア—』歴史文化ライブラリー, 吉川弘文館, 2000年。
- 吉本健二『松本零士の宇宙』八幡書店, 2003年。

(2018年11月23日掲載決定)