

# アニメーション産業における制作体制と 作品内容との関係

—手塚治虫のアニメーション観を中心として—

一 藤 浩 隆

(2021年10月5日受理)

The Relationship between the Production System and the Content of Works  
in the Animation Industry

— A case study of Osamu Tezuka —

Hiroataka Ichifuji

**Abstract:** The minimum requirement of animation is the continuous display of images. However, some researchers point out that all animation works are not evaluated equally. Therefore, I wondered if there was a qualitative difference among animation works. General animation studies are described without clearly showing the differences, which can create confusion. Based on research on the expression and history of animation in the United States, I focused on three categories: the production system, the media used for presentation, and the content of expression, to demonstrate the differences. In this paper, I demonstrate that this classification is useful for explaining the relationship between animation works and their production environments. This classification is applied to Osamu Tezuka, who is credited with bringing a unique character to Japanese animation. Along with his achievements, Tezuka is accused of causing a negative economic impact on the Japanese animation industry. By analyzing Tezuka's values and the nature of the Japanese animation industry through this classification, his merits and demerits are identified and discussed. This indicates that the classification system proposed is a useful measure to explain the nature of animation works more clearly.

Key words: animation industry, Osamu Tezuka, classification of animation work,

キーワード：アニメーション産業、手塚治虫、アニメーション作品の分類

## 1. アニメーション作品を分類する必要

アニメーションの定義は諸説あるが、画像を連続的に表示することによって動きを表現するという技術的

本論文は、課程博士候補論文を構成する論文の一部として、以下の審査委員により審査を受けた。

審査委員：柳澤浩哉（主任指導教員）、永田良太、  
山田浩之、村澤昌崇、西村大志

な側面は、最低限共通の要件とすることができるものと思われる（津堅 2005：24-27）。しかし、アニメーション作品が議論される際、これを満たすすべての作品に等しく関心を持たれているとは言えず、非商業的なアニメーションを対象とする研究者から偏りが指摘されている（米村 2006：240-241）。これは、同じアニメーションという技法を使った映像作品であっても、作品ごとに根本的な相違があり、それが一般的な関心の差となって現れているものと思われる。アニ

メーション作品全体を、より小さいカテゴリーに分類できる可能性を示唆しているのである。

本論では、それを営利目的の強さの差であると考えた。それは作品そのものの違い以上に、作品を制作し公開するための環境の違いが反映されていると思われる。しかし、アニメーションの通史や解説においても、技術としてのアニメーションから説き起こしながら営利目的の商業アニメーションに記述の中心が移り、移った理由が明確に説明されないことがある（山口2004）。また、商業作品と非商業作品の間に一定の違いがあることは常識として認識されていても、混同されて記述されているものもある（山口・渡辺1977；津堅2004）。しかし、この両者の違いは、一般的なイメージという面でも無視できるものではない。これを無視して、すべての作品を同じ視点からとらえると、予期しない齟齬を生む可能性がある。そのため、作品制作の背景まで盛り込んだ基準に基づく、何らかの分類が必要であると考えるのである。

本論では、アニメーション作品の制作体制を軸として分類の基準を設定し、これを事例に当てはめることによって、この分類がアニメーション作品のみならず産業の特徴を説明するためにも有用な尺度であることを明らかにするものである。異なる制作体制と販売対象、作品内容が関連していることはこれまでも別々に、また漠然と認識されてきた。しかし、それらを明解に指摘したものはない。関連する要素を含む分類を設定し、これに基づくことによって、制作環境を含めた幅広い差異を反映して制作された作品が同じ地平で論じられることによって生じる齟齬を解消し、アニメーション研究の発展に資することができるものと思われる<sup>1</sup>。そのため、アニメーション産業の歴史を踏まえて、どのような分類が適切か、またその分類を採用することでどのようなことが可能になるのかを検証する。これによって、本論が示す分類を採用する意義もまた、明らかにするものと思われる。

## 2. 想定される三つの分類

制作体制からどのような分類基準を設定するべきかを示すため、その発展を主導してきたディズニーの事例と、それを踏まえて日本における独自の発展をもたらした手塚治虫の事例を対象とし、ここからはこれらの事例を見ていきたい。

1930年代から1950年代にわたるアメリカのアニメーションの黄金時代は、7、8分の短編が中心であり、上映時間の一部を構成するにとどまっていた（Barrier 1999：ix）。そのような中、ウォルト・ディズニーは

短編作品から長編作品への進出を図った。ディズニーが初めてアニメーションで長編作品を制作することを試みたのである。しかし、それには想定していた予算をはるかに上回る制作費の負担を強いられることになった。それまで、短編を3万ドルで制作していたディズニーは、当初は25万ドルで制作が可能であると見積もっていた。しかし、世界初の長編アニメーションとなった『白雪姫』の制作費は、短編を単に足し合わせた以上の金額を要し、最終的に150万ドルに達したのである（Thomas 1998=1998：143；Gabler 2006=2007：249）。これは、他作品と合わせて上映される短編作品と、それ自体で観客を呼びうる長編作品との違いは、単なる長さの違いに止まらないものであったことを示している。この境界を超えるには、別次元の性質を帯びなければならなかったのである。

ディズニーは、1930年代に分業による集団制作の採用を進めていた。アニメーション制作において、分業を採用して量産を図る方法はディズニー以前より着手されていた。しかし、ディズニーはそれ以前のものより、より大量生産を可能なものすることを考えていた。競争に勝ち残るために、制作の大規模化を図ったのである。その背景には科学的管理法で著名なフレデリック・テイラーの影響があったことが指摘されている（Barrier 2007：81）。それは、ディズニー自身が流れ作業による自動車制作で大きな成果を残した、フォードになぞらえるものであった（Gabler 2006=2007：198）。同時に、ディズニーは分業を担うスタッフの専門性を高める努力をおこなっている。技法としてのアニメーションは、素養があれば誰でも作ることができ、どのようなものも対象とすることができる。しかし、ディズニーのスタジオはアニメーション制作を独自の教育を受けた専門家たちが従事するものへと変えたのである（Schikel 1997：122）。当然それは多額の投資を要するものであり、それまでの個人制作や小規模制作の次元では容易におこない難いものであった。長編制作はこのような準備をとまな成し得たのである。これらのことから、本論では制作体制に対する基準に、「分業による大規模制作」と「少人数でも可能な制作」という対立軸を設定したい。

これだけの投資は、当然作品内容にも影響を及ぼさないではすまない。投資を回収し大規模制作体制を維持するには、常時それに見合う収入を確保しなければならない。そのため、作品内容はより安定を求めて、大多数の志向に沿ったものとならざるを得ない。時に、「ウォルトは文化を幼稚化し、その発展を阻害し、おとぎ話は大衆市場に迎合するために改竄されて、危険を取り除いてしまい、無害無益にした」（Gabler 2006

=2007: ix) とされるのは、分業を推し進めた大規模制作体制を維持するためには必須の事であったと言えるのである<sup>2</sup>。

アニメーションの表現方法に関する研究を行った顔暉暉は、「目的と配給の形態に合わせて様々な要素を考慮して相応しい映像表現を正しく選択」(顔 2009: 251) することを目指した結果、表現においても特定の傾向が選ばれているとしている。これは、吉見俊哉(1995: 189-196) が双方向的な無線から一方的なラジオに変化していく際、その使用者や目的に合わせて内容に変化が生じたことを指摘しているのと同様である。電波による通信やアニメーションという同じ技法を使用しているも、何をどのように表現するかはメディアの選択とそれにもなう消費者の影響を受ける。大規模制作を維持するため、幅広い人々に受け入れられなければならない場合には、内容にも一定の傾向が生じるのである。

先述した顔は、ストーリーや表現上の特徴を分類する基準を具体的に紹介している。その代表的なものとしては、「抽象性の有無」「物語形式の有無」「スタイルの統一性の有無」「アーティストの有無」や「動きの多寡」「キャラクターや背景の線の密度」「ストーリーの難易」などが挙げられ、「ストーリーの難易」には、それにもなう「視聴者の年齢層の違い」という視聴者の性格の違いも指摘されている(顔2009: 252-259)。これらは、同じアニメーション作品であっても表現の性質が違うものが混在し得ることを示し、それは視聴者の性質も反映して決定されることを示したものである。そして、これらの一方の極である「抽象性の低さ」「物語形式」「アーティストの不在」や「多い動き」「線の高い密度」「平易なストーリー」「年齢層の低い対象視聴者」を特徴とするものが、より広い視聴者に訴求する表現であり、商業アニメーションのものだとすることができる。

これらを踏まえて本論では、アニメーション作品の制作体制が、発表に際して「定期的な不特定多数への販売」か「特定の顧客への販売」に適したメディアを選択させるものと考えた。そしてそれは、「広く受け入れられる内容と技術」を必要とするか「顧客の要望を満たせば比較的自由」であるかという、内容の選択にも影響を与えるものと思われる。

前者は多くの資源が投入され、大規模な宣伝とともに巨大なメディアを通じて、多数の消費者に作品そのものを販売することを想定した作品である。その規模の大きさから、あくまで最終的に消費する視聴者の嗜好を汲んだものであって、これはアニメーション制作において、限りなく製造業に近づいた形態であるとい

うことができる。

それに対して後者は、同じ営利目的のアニメーション作品の中でも、不特定多数の視聴者を直接の収益源とせず、比較的少数の発注者や支持者に責任を持つ。作品そのものではなく宣伝や教育など、発信者の意図を効果的に伝えるための手段として使用されるものであり、その点を評価される。主役となる作品に付属するような短編作品も、これに含めることができるだろう。分業による大規模制作は必ずしも必要ではなく、多能職による少人数制作が許される。

また、これら以外に、完全に作り手の発意によって制作され、直接産業として成り立たない代わりに、「作り手の自由ゆだねられた制作」が許される作品も想定できる。これは「販売を前提としない公開」であるため、メディアも自由であり、表現も「作り手がふさわしいと考えるもの」を採用することが可能になるものであると考えられる。

このように、いち早くアニメーション制作を産業として発展させたアメリカの例を踏まえれば、作品を取り巻く環境を含めたアニメーション作品の分類基準を示すことができる。そして、それは表1のようになる。しかし、実際には「分業による大規模制作」で作られた作品であっても、自由な表現や革新的な方法を採用する場合もあり得、「少数でも可能な制作」に当てはまるものであっても、顧客の要望を通じて不特定多数の評価に縛られることによって、無難な表現を求められることもあり得る。この分類は説明のためのモデルであり、境界は連続的であって、個々の作品は無限に特殊性を持っていることは前提としなければならない。実際に、それぞれの分類が純粹に結実した作品はあり得ず、これはあくまで尺度の一つである。

表1 制作体制から見た類型

制作体制	販売対象	内容の傾向
分業による大規模制作	定期的な不特定多数への販売	広く受け入れられやすい内容と技術
少数でも可能な制作	特定の顧客への販売	顧客の要望を満たせば比較的自由
(作り手の自由ゆだねられた制作)	(販売を前提としない公開)	(作り手がふさわしいと考えるもの)

### 3. 手塚治虫のアニメーション制作

分類を論じるにあたって、日本におけるテレビアニメーションの創始者である手塚治虫の性格は注目に値する。手塚は大規模分業に必要な制作の大胆な効率化を提唱しながら、それと矛盾するような個人の創造性

を強調するという、不可解な人物である。本論の分類から手塚のアニメーションにおける歴史的な性格を説明することができれば、本論の採用した分類の有用性を示すことにつながるものと思われる。そこで、ここからは手塚治虫の目指した作品作りと日本のアニメーション産業の在り方に本論の分類を当てはめることによって、手塚が日本のアニメーション制作に与えた影響を明らかにしたい。

手塚はまったく独自にアニメーションの制作を始めたのではなかった。先行して劇場作品を制作していた東映動画株式会社（以下東映動画）の作品にスタッフとして参加し、その経験を踏まえた後に自身のアニメーション制作を開始していた（手塚 2000）。その点、東映動画の技術的な蓄積を基盤として初めて、手塚は自身の作品を制作することができたと言える。東映動画は後に詳しく見るように、「分業による大規模制作」を志向していた。しかし、ここから手塚が受けた影響は、むしろそれへの反感であったことは、自身が以下のように説明している。

東映でなにを学んだかといえば、動画企業の中では、作品よりなにより、ヒューマン・リレーションの問題がたいせつだということであった。動画ほど各パートのスペシャリストが、時計の歯車のように噛み合って協力体制で進まねばならぬ仕事はない。そこには一匹狼的なジェスチャアや、ぬけがけや、エリート意識はいっさい許されないのである。そのうえ、動画が多数の頭脳や技術を必要とすればするほど、個性が失われていく危険性があることも痛感した（手塚 2000：229）。

手塚は、東映動画の「分業による大規模制作」への志向が「広く受け入れられる内容と技術」を求めるものであることを敏感に感じ取り、それに不満を持ったことがわかる。しかし、この不満の一端には手塚の性格も関連していた。手塚は東映動画との仕事の中で起こったプロデューサーとのやり取りをひいて、集団分業の基本的な部分が不得手であることを自虐的に回想している。

「（中略）映画屋というものは、時間励行が原則なんですよ。手塚さんのように、今日一時に会うと言ったときながら、五時になったり、シノプシス（すじがき）をつくってきますと約束しといて、いつまでもほったらかしじゃ、映画の仕事はむりですよ。脚本など、一、二週で書かなきゃクランク・インできないこともあるんだから、みんなキチン

とまもるんですぜ」

まさにそのとおりであった。どうも、ぼくは生まれつき、腕時計をはめるのがイヤでイヤでたまらない。そこでぜったいに時計をもたない。したがって、いま何時なのか、サッパリわからないというわけである（手塚プロダクション 1997：12）。

時間を守ることは分業の基本である。このことは、「分業による大規模制作」を行うことを前提とする東映動画のスタイルと、手塚のそれが決定的に相容れないことを物語っている。それは、東映動画の背景にあるディズニー的な制作体制への批判となっても現われていた。

それからのアニメーションはみんなディズニーのまねをして、ものすごくお金をかけて、人数をたくさん集めてつくらなければアニメーションじゃないというような風潮になってしまった。東映もそのてつを踏んでいるわけです。（中略）私自身はアニメーションというのは本来素人が機会さえあればくれるもんじゃないかという気がしてました。もっとアニメーションの枚数を減らして、人数を減らして、動きを簡単にしても、やはりアニメーションはできるんじゃないかというんで、徹底的にディズニーを忘れてって簡単に作る方法を探ろうとして、そして虫プロダクション（手塚のスタジオ、株式会社虫プロダクション。以下虫プロと表記 引用者注）というものを作ったんです（手塚プロダクション 1997：9）。

手塚が熱心なディズニーファンだったことは知られているが、手塚はディズニーのすべてを評価していたわけではなかった。手塚の志向したディズニーには大規模な資源を投入し、専門分化された、「分業による大規模制作」の部分は含まれていない。制作体制が内容にまで影響を及ぼすことは「分業による大規模制作」の性格を見れば当然であった。手塚が積極的に評価するディズニーは、「広く受け入れられる内容と技術」を求められる前のものであり、そこに見られる高い作家性であったものと思われる。そして、ディズニーが「分業による大規模制作」によって失った個性を、手塚は短編作品を例に挙げて以下のように評価していた。

これら（シリー・シンフォニーシリーズ 引用者注）でディズニーは作家としての個性を、かなり明確に打ち出している。しかしその個性は子どもとは無縁のもので、ファンタジー、リリズムと

ともにエロチシズム、残酷性なども現れる（手塚 2017：195）。

ディズニーはすでに最高の名声を得、その作品は何千万の子ども達に影響を与えるのだから、その責任の重大さに、ディズニーが自縄自縛されてしまい、「よい作品」を作るための方向性を失ってしまったといえるのである（手塚 2017：197-198）。

「分業による大規模制作」に変化することが作品から多様性を奪い、それがディズニー作品の魅力が減じたことへの批判である。表現が「よい作品」としての枠をはめられることを嫌う手塚のアニメーション作りは、「少人数でも可能な制作」による特徴である、自由さと相性が良かったと言える。もっと言えば、津堅信之が指摘するように、手塚のアニメーション制作の関心は個人的な作家活動に置かれており、本論の分類でいえばむしろ「作り手の自由にゆだねられた制作」を志向していたとも言えるのである（津堅2007：233-234）。

このような手塚の下に、手塚を慕う人たちが集まり、その後のアニメーション制作に関わっていったことは見逃せない。アニメーターの杉井ギサブローは、東映動画における仕事としてのアニメーション制作に違和感を持っていた時に手塚から勧誘を受け、魅力を感じて参加したとしている（杉井 2012：72）。他にも、制作管理を担当していた石津嵐は、手塚とともにアニメーションを作った感覚とその後の失望を以下のように回想している。

創世記の情熱と仲間同士の強い絆を失ってしまった虫プロの体制に強い不満を抱き始めていったのである。

製作現場の苦しみも知らぬ上層部は、テレビ界という巨大な怪物の腹の下で、利潤を追い求めるばかりの商業映画作りをめざしつつあったのだ。

偉才手塚治虫の下に集い、クリエイティブな世界に酔いしれた季節は過ぎ去った（石津1980：153）。

石津が作品の予算やスケジュールを管理する制作職であった意味は大きい。手塚はアニメーションをすることで利益を得ようという考えそのものに批判的であった（手塚 2017：286）。本来このような考えを是正していかなければならない管理部門の人物でも、手塚の志向を賛美し、憧憬していたのであるから、その影響は根深いと言わなければならない。本論の分類から見れば、手塚とその支持者たちは、「分業による大

規模制作」を拒否しており、自身のスタジオを企業化する際に「少人数でも可能な制作」の道を探ったものと思われる。

しかし、手塚のそのような理想はすぐに裏切られ、結果として「分業による大規模制作」との妥協を強いられていったことが重要である。手塚は、テレビアニメーション開始の4年後、すでにこう記している。

ぼくはテレビ用アニメと劇場用アニメの違いを「アトム」で示したかった。ところが現実には、演出がだんだん映画画的になり、絵の動かし方に流動感を出そうとする方向へ向いていく。アニメーションの演出が映画画的になればなるほど、金がかかることは常識である（手塚 1967：298）。

初期はスタッフの努力で少人数制作を実現していたが、1960年代後半には虫プロでも通常の営利企業として再生産することを目指して、制作工程を合理的な形に変化させ、質的向上の要望に応えようという試みが始まっていた（山本 1989：210-211）。劇場作品への進出も始められた。ここでは、テレビアニメーションの制作規模が大きくなることで、自身のアニメーション制作の理想が「分業による大規模制作」に近いものへと逆戻りしてしまうのではないかという危惧が示されている。逆に言えば、日本のアニメーション産業には、先だって「分業による大規模制作」がそれだけ根付いていたと言えるのである。

#### 4. 「少数でも可能な制作」と「分業による大規模制作」の関係

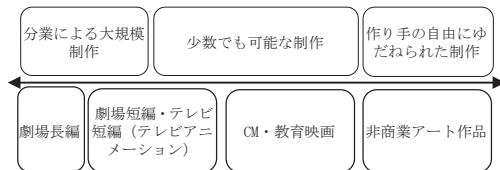
現在では、テレビは日本のアニメーション作品発表の中心的なメディアとなり、劇場作品の多くもテレビアニメーションから派生したものとなった（増田 2018：22）。このため、日本のアニメーションが帯びているとされる性格は、手塚治虫の志向とともに、手塚がはじめたテレビアニメーションの持つ性質が影響していると考えられる。

そもそも、テレビアニメーション自体が手塚の志向に合致して、「少数でも可能な制作」の特徴を満たすものであった。初めて放送されたテレビアニメーションが持った絶大な宣伝効果は、手塚の『鉄腕アトム』の提供社であった明治製菓への反響にも現れている（綱島 1998）。テレビアニメーションは、作品以前に宣伝媒体として価値を見出されたのである。このような見方はその後も続き、1980年代でも、視聴者の直接的な評価と距離を置いた「30分間のコマーシャル」

(『アニメージュ』1984年9月号:130)としての側面を強く持つものであったのである。提供側自身も、直接スタッフに対して、玩具が売れるならストーリーはいらない、「むしろ三十分コマーシャルだと思っています」(石黒・小原 1980:201)と語っていたという<sup>3</sup>。半面、出資者の無関心は作り手の自由を意味した。そのため、テレビアニメーションは比較的自由的な作品制作が許される場となっており、そこを舞台に独自の作家性を帯びた作品が作られることになったのである(Web 現代「ガンダム者」取材班 2002:11)。

少ない労力と費用で制作されるテレビアニメーションは、提供社という「特定の顧客への販売」をすることによって、「顧客の要望を満たせば比較的自由」であるという、「少人数でも可能な制作」の特徴を帯びたものであったと言えるのである。このような性格を帯びたテレビアニメーションは、手塚の「分業による大規模制作」を嫌う性格と、手塚の下に集まった同様な価値観を共有する者たちの考え方と合致していた。手塚は、テレビを「どうせ、電気紙芝居だ。要するに、おもしろいものをつくりゃいいんだ。漫画映画の既成概念を捨てよう」(手塚 2000:235)としていた。新しいメディアが持つ白紙の可能性に魅力を感じていたものと思われる。手塚がスタジオを企業化する際に、テレビというメディアを選んだのは、本論の分類に基づく手塚の志向から見れば、不思議ではないのである。そして、これまで述べてきた本論の分類と具体的な作品との関係をまとめると図1のようになる。

図1 制作体制の類型と該当作品の例



しかし、日本におけるアニメーション制作の歴史を顧みるなら、日本においても一貫して「分業による大規模制作」を志向する流れが存在した。日本で初めてのアニメーション作品は1917年に発表されたが、アニメーションの珍しさだけで販売できた初期の一時期を除いて、外国の作品に押され、映像それ自体が視聴者に販売されるよりも、主な需要はコマーシャルや教育映画となっていた(山口・渡辺 1977:26)。

それは一人の親方が弟子を使って、すべての工程を自作する、工芸的な作品であったと言える。第二次大戦が勃発すると、戦時という特殊な環境に依って大きな資源が投入され、それまでにない大規模制作が可能

になった事態も発生した。しかし、それは戦後に直接引き継がれず、あくまでも日本におけるアニメーション制作は工芸的な作品制作が中心であったと言えるのである(一藤 2020)。

このような環境に根本的な変化をもたらしたのが、東映動画であった。東映動画は、映画会社東映株式会社(以下東映)のアニメーション制作のための子会社として設立された会社であった。東映動画の母体となった会社の代表で、東映動画設立に際しては第三位のスタジオ次長に就任した山本善次郎は、東映の下でアニメーションを制作するに際して、演出家の人事への配慮を通じて分業の工程をひとりでおこなうこともあった状況から抜け出すことを目指した、と証言している。山本は、個人の表現ですらあった戦前から続くアニメーション制作が、ひとりの創造性しか反映できなかったという弊害を打破するため、絵を描かない人物を作品の中心である演出に起用したとしているのである(東映株式会社総務部社史編集担当 2016:69-70)。これは、集団の力を糾合して作品を作るため、あえて自身が直接創作活動に参加できない人物を中心に据えることで、それまでの「少数でも可能な制作」と決別を図ったものと思われる。

1917年に日本で初めてアニメーションを制作した3人の1人に師事し、日本のアニメーション制作の歴史がそのまま自身の経歴であると言ってよい山本の意向として、これは注目すべきでもある(山本 1982)。事実、東映動画の設立メンバーの世代と、設立後に会社に入った世代では、自身の表現を重視する傾向から分業の一端として自身の存在を示すことを重視する傾向へと変化が見られる(永田・松永 2019:193-196)。日本のアニメーション産業もアメリカと同様、「分業による大規模制作」に向かって進んできたと言えるのである。

全国公開の長編劇場作品を前提とする東映とアニメーション制作を新たな次元に変化させようという制作現場の認識が相まって、東映動画は日本のアニメーションの歴史の中で初めて「分業による大規模制作」を意図したスタジオとして設立された。それまでのアニメーション制作の感覚から見ると驚くべき量の先行投資がなされたという破格のスタートにも、そのことは表れていた(森 1984:121)。

東映動画は全国に公開される東映の配給網に乗せて、作品を観客に直接販売する、劇場用の長編アニメーションを定期的に制作していた。東映動画では基本的に、固定給で雇用された社員が定時内で制作に従事しており、通常の企業の従業員に近い形態であったのである(大塚 2001:27-28)。東映動画はより製造業に

近い制作体制が維持されていた。つまり、東映動画は「広く受け入れられる内容と技術」によって、「定期的な不特定多数への販売」をおこなう、「分業による大規模制作」が志向されていたと言えるのである。

## 5. 分類から見える日本のアニメーション作品の特徴

日本のアニメーションの特徴として、津堅信之は独自の動きと、「ストーリー制作やキャラクターの性格づけに影響するようなデザインコンセプト」(津堅 2014: 232) の存在を指摘している。フランスの翻訳家、トリスタン・ブルネは日本のアニメーションの特徴を「物事の複雑性や矛盾をそのまま写し取り、視聴者の前に投げかける」(ブルネ 2015: 59) ものであるとしている。その例として一部のキャラクターが持つ善悪二面性を挙げ、「物憂げで美しい外見」(ブルネ 2015: 58) がフランスでは人気を集めたとしている。中国においても、子供向けにとどまらないストーリーや設定の多様性を特徴とする声が多いという指摘があった(遠藤 2008: 45-49)。アメリカにおいて日本のアニメーションファンクラブを古くから主催してきたフレッド・パッテンは、テレビアニメーションという分野が日本でアメリカよりも人気を得ることができたのは手塚治虫の影響が大きいと論じ、手塚の、どの年齢層に向けてもマンガというメディアで作品を発表する姿勢は、「アニメやマンガは子供だけのため」とされるアメリカとは顕著な違い」(Patten 2004: 280) であるとしている。津堅も、手塚がきっかけとなって日本のアニメーションに根付いたものとして、子供向け以外も含めた多様なストーリーとキャラクターの導入を指摘していた(津堅 2014: 127)。つまり、日本のアニメーションの特徴はストーリーとキャラクターの設定であり、その多様性であると見られており、それを導入したのは手塚治虫であると考えられている、とすることができる<sup>4</sup>。

制作におけるより技術的な側面でも、日本のアニメーションにおける多様性と手塚の関係を挙げることができる。標準的なアニメーションの動きは、1秒間に24枚の画像を連続して表示することによって動きを感じさせるフィルムに準拠して設計されている。そして、24枚の画像にどのような画像を当てるかで独自の動き創作するものである。しかし、24コマすべてに連続した異なる画像を当てなくとも人は動きを感じるため、何コマかにわたって同じ絵を連続させることができる。実写映画のように、すべてのコマに別の画像が当てられる場合を一コマ撮りと呼び、同じ画像が使わ

れるコマ数が増えるごとに、二コマ同じなら二コマ撮り、三コマなら三コマ撮りと続くのである。

アメリカの劇場作品においては、一般的に一コマ撮りないし二コマ撮りが主流であり、それ以上の動きは滑らかでないとして、これらに高い価値を置く風潮がある。「東洋のディズニー」と称して始められた東映動画でもその価値は同様であった。しかし、日本のテレビアニメーションにおいては、三コマ撮りを中心に一コマ撮りから四コマ撮りまで、演出に合わせて幅広く使用されており、劇場作品においても三コマ撮りが使用されているのが確認できる(一藤 2018)。日本の標準的なアニメーション作品は大規模な劇場作品においても、小規模なテレビ作品においても、劇場作品を中心とするアメリカのアニメーション関係者が理想とする動きの基準にとらわれておらず、より多様な動きが許容されているといえる。そして、この三コマ撮りを日本に定着させたのは手塚の始めたテレビアニメーションがきっかけであったのである。

少ない予算と時間で制作しなければならなかったテレビアニメーションを制作するために数々の工夫が行われ、それによって、それまでの劇場作品と比べて、動画量をほぼ10分の1に削減することに成功している<sup>5</sup>。そして、テレビアニメーションが開始される際の省力化策として第一に紹介されているのが、先に指摘した三コマ撮りの手法であったのである。また、テレビアニメーションを開始するにあたって、動きの滑らかさではどうしても劣らざるを得ないテレビアニメーションが視聴者を惹きつけるためには、それだけ魅力的なストーリーが必要であると考えられていた(山本 1989: 65)。そして、実際に放送されると「ストーリー性さえあれば、フル・アニメーション(一コマ撮り・二コマ撮り 引用語注)の技法は使わなくても、単純な技法の組み合わせでなんとか見られるものができる」(山本 1989: 123) ことが明らかになったという。作品内容の多様性と制作における省力化策は互いに関連しながらはじまり、両者とも手塚をきっかけとした「少人数でも可能な制作」的な特徴の発露であったと言えるのである。

これによって、表現のみならず制作合理化の面でも、手塚によって現在の日本のアニメーションの枠組みが作られたと考えられるかもしれない。しかし、手塚が「分業による大規模制作」への逆戻りを嘆いていた同じころ、テレビアニメーション開始時の技法が、その批判者であった東映動画関係者にも浸透し始めていた。東映動画出身のアニメーターである大塚康生は、1969年ごろのこととして、「フルアニメーションの醍醐味を知った私も、そのころには省セル時代への適応はで

きていました」(大塚 2001:140)と記している。同じく東映動画出身の演出家である高畑勲も1971年の時点で、三コマ撮りと同様にテレビアニメーション開始時の工夫として紹介されていた、制作素材を使い回す「兼用」を演出的な技法として使用することを提案していた(高畑 1991:39-40)<sup>6</sup>。

手塚のもたらしたとされる特徴は、日本のアニメーション作品の特徴と指摘されるほど大きな影響を残している。これをどのように評価するかが、日本におけるアニメーション作品と産業を理解する上で重要である。しかし、手塚の流れはそのままその後の日本のアニメーションに引き継がれているとは言い難い。手塚はテレビアニメーションの開始によって一躍注目されるようになったが、スタッフとの意見の相違から虫プロの主導権を失い、テレビアニメーションの成功によって順調に見えた虫プロも最終的には倒産するに至った。所属していたスタッフが離散しながら引き継いだ面はあっても、手塚の営利目的としてのアニメーション制作の試みはことごとく失敗したように見えるのである。手塚のもたらしたとされる特徴は、日本のアニメーション作品の特徴と指摘されるほど大きな影響を残している。しかし、これまで見てきたことをまとめると、いくら合理的な制作を採用し、テレビアニメーションの産業化への道を開いたとしても、手塚の理想はあくまでも「分業による大規模制作」の否定であり、行き詰まりを見せていたため、その後の主流とはなり得なかった。主流はあくまでも「分業による大規模制作」によるものだったのである。つまり、日本の商業アニメーションの歴史の中ではあくまで「図」であった「少人数でも可能な制作」の特徴が、「地」である「分業による大規模制作」側にも受け入れられることによって、現在の日本の商業アニメーションは成り立っており、「地」の部分はあくまでも一貫して「分業による大規模制作」だと指摘できるのである<sup>7</sup>。

「分業による大規模制作」と「少人数でも可能な制作」という分類は、立場の違う関係者の立ち位置を分析し、単に分類し整理するだけでなく、このような不可解な齟齬がどのように発生したかを説明するためにも有効な尺度となると考える。そして、本論の分類によって手塚の功績を指摘するならば、「分業による大規模制作」の枠組みの中に「少人数でも可能な制作」の特徴を導き入れたことであると説明することができる。この結果、産業としての規模を保ちながら、多様な表現が日本のアニメーション作品の特徴として指摘されるようになったのである。同時にそれは、制作体制から見た類型からするといびつなものであるとも言える。「分業による大規模制作」が「地」となっている中で、

「少人数でも可能な制作」や、対極にある「作り手の自由にゆだねられた制作」を押し通すことを意味したのである。

手塚とテレビアニメーションがその後のアニメーション産業へ与えた悪影響として、テレビアニメーションの放映権販売価格を低く設定したことが挙げられることがある(宮崎 1996:235)。この前例によって、テレビアニメーションの制作は十分な対価を得られないものとなったというのである。しかし、放映権料の販売価格は、その後引き上げられたことが明らかにされており、例え安くとも、作品の著作権を保持することが重要な意味を持つことは当時から認識されていた(津堅 2007:129; 小野 2004:197)。手塚の判断をそれだけで産業全体に悪影響を与えた大きな誤りとするのは難しい。

むしろ本論の分類から見れば、アニメーション制作における「分業による大規模制作」を否定する価値を、一般的な名声や影響力によって「分業による大規模制作」を前提とする産業内に浸透させた可能性こそが、手塚の与えた悪影響であると言える。現在でもアニメーション制作に従事する者はクリエイターであり、労働者ではないという見方があり、それがアニメーション制作への従事を労働として保護することを妨げていると報告されている(原田 2011:55)。このような価値の醸成に、手塚の価値が無関係であるとは考え難い。

虫プロと東映動画には注目すべき相違があるという指摘は、アニメーション史研究にはすでに存在している(津堅 2004)。しかし、それは整理されたものとは言えなかった。制作体制から波及する性質を踏まえた本論の分類を用いれば、より明瞭に論点の整理が可能となり、日本のアニメーション産業が持つ特徴や問題点の説明がより容易になると考えるのである。

## 【注】

<sup>1</sup> 『情報メディア白書2004』(電通総研 2003:93)ではアニメーションの使用用途によって、映画やテレビにそのまま流されて販売されるもの以外に、CMや産業用とアート作品が分類されている。

<sup>2</sup> アニメーターへのインタビューから、その職業上の価値を明らかにした松永(2016)の研究でも、「商業アニメーションではなく規模が小さい場合は創造的＝独創的な作業が可能であるが、商業アニメーションの場合は異なってくる事が示されている」(松永 2016:13)との指摘がなされ、作品の規模と自由な表現との関係が論じられている。しかし、注



1と共に、このような分類は経験則に基づく感覚的な指摘であって、明確な分類基準を設定して作品の分析に使用することを目的とするものではない。

- <sup>3</sup> テレビアニメーションが玩具の宣伝広告ではないかという指摘はアメリカのテレビアニメーションにもあった (Scheimer 2015: 206-207)。制作スタジオの社長であったルー・シェイマーは、その代わりに、早い時期にメインのキャラクターに黒人キャラクターを置き、麻薬や10代の妊娠、不登校など若者の社会問題をあえて取り上げたとしている (Scheimer 2015: 91)。アメリカでも、テレビアニメーションは宣伝的側面を持ち、多様な表現をおこないやすい媒体であった可能性を指摘できるものである。
- <sup>4</sup> 日本のアニメーション作品におけるストーリーや設定の多様性を示す作品として、津堅信之は『機動戦士ガンダム』をあげている (津堅 2005: 81-82)。フランスではヒーローでありながら地球に反逆する陰のある主役を設定した『宇宙海賊キャプテンハーロック』がそうであり、中国では思想にすら影響を与える『新世紀エヴァンゲリオン』や一般的なアニメーションのイメージと違い、繊細な心理描写をともなう『タッチ』があげられている (ブルネ2015: 58; 遠藤 2008: 46-48)。
- <sup>5</sup> 『鉄腕アトム』を制作するにあたって採用された工夫によって、実制作20分程度のテレビアニメーションの動画面量を1800枚以内に抑えることに成功した (山本 1989: 105-106)。先行していた東映動画の長編劇場作品『白蛇伝』の分毎動画面枚数を計算すると約836枚であり、これを20分に直すと1万6720枚の動画を必要とし、かなりの削減を果たしたことがわかる (東映十年史編纂委員会 1962)。
- <sup>6</sup> テレビアニメーションを始めるにあたって取られた省力策としては八点が紹介されており、その中に大塚康生の指摘に取り上げられた、「一枚の動画を、従来のように一コマ撮りや二コマ撮りせず、三コマで撮る」という「三コマ撮り」の技法や、高畑勲の指摘にある「一度使った素材を保存し、それを似た新しいシーンに流用する」という「兼用」がある。これらは少ない絵の数で最大限効果的な演出効果を得るための工夫であった (山本 1989: 105-106)。
- <sup>7</sup> ディズニーに対するフォードの例えと同様に、アメリカにおけるテレビアニメーションの大手制作会社であるハンナ・バーベラはジェネラル・モーターズになぞらえられていた (Barbera 1994: 54-55)。アメリカでも「分業による大規模制作」が「地」であるという常識が定着しており、営利目的のアニメーション制作はあくまでも創作以上に労働であったと

言える。

## 【引用・参考文献】

- Barbera, Joseph (1994) *My Life In'toons: From Flatbush to Bedrock in Under a Century*. Turner Publishing.
- Barrier, Michael (2007) *The Animated Man, A Life of Walt Disney*. University of California Press.
- Barrier, Michael (1999) *Hollywood Cartoons: American Animation in Its Golden Age*. Oxford University Press.
- ブルネ, トリスタン (2015) 『水曜日のアニメが待ち遠しい フランス人から見た日本サブカルチャーの魅力を解き明かす』誠文堂新光社.
- 電通総研編 (2003) 『情報メディア白書 2004』ダイヤモンド社.
- 遠藤誉 (2008) 『中国動漫新人類 日本のアニメと漫画が中国を動かす』日経BP社.
- Gabler, Neal (2006=2010) *Walt Disney: The Triumph of the American Imagination*. Knoph (中谷和男訳『創造の狂気 ウォルト・ディズニー』ダイヤモンド社).
- 顔暁暉 (2009) 「セレクトティブ・アニメーションという概念技法 「リミテッド・アニメーション」の限界を超えて」加藤幹郎編『アニメーション映画学』臨川書店245-308.
- 原田浩 (2011) 「夢を追うクリエイター意識を利用した過酷な働かせ方 アニメ・ビジネスの現場から」脇田滋編『ワークルール・エグゼンプション』学習の友社, 48-55.
- 一藤浩隆 (2018) 「こだわりの妥協 現在日本の商業アニメーションにおける創造性の逆説」『広島大学大学院教育学研究科紀要 第二部文化教育開発関連領域』67号, 155-162.
- 一藤浩隆 (2020) 「日本のアニメーション産業における創造の「労働化」『ソシオロジ』65 (2), 3-20.
- 石津嵐 (1980) 『虫プロのサムライたち アニメ風雲録』双葉社.
- 石黒昇・小原乃梨子 (1980) 『テレビ・アニメ最前線 私説・アニメ17年史』大和書房.
- 増田弘道 (2018) 『アニメビジネス完全ガイド 製作委員会は悪なのか?』星海社.
- 松永伸太郎 (2016) 「アニメーターの過重労働・低賃金と職業規範 「職人」的規範と「クリエイター」的規範がもたらす仕事の論理について」『労働社会学研究』17号1-25.

- 宮崎駿 (1996) 『出発点 1979-1996』 徳間書店.
- 森やすじ (1984) 『アニメーターの自伝 もぐらの歌』 徳間書店.
- 永田大輔・松永伸太郎 (2019) 「多様な表現を可能にする制作者の労働規範の変容 1970~80年代のアニメ産業を事例として」『マス・コミュニケーション研究』95号.
- 小野耕世 (2004) 「高橋茂人, 日本におけるテレビCMとTVアニメの草創期を語る (TCJからズイヨールの歴史)」『京都精華大学紀要』26, 189-213.
- 大塚康生 (2001) 『作画汗まみれ 増補改訂版』 徳間書店.
- Patten, Fred (2004) *Watching Anime Reading Manga, California*. Stone Bridge Press.
- Scheimer, Lou (2015) *Lou Scheimer Creating the Filmmation Generation*. Two Morrows Publishing.
- Schicker, Richard (1997) *The Disney Version: The Life, Times, Art and Commerce of Walt Disney*. Simon & Schuster PaperBacks.
- 杉井ギサブロー (2012) 『アニメと生命と放浪と「アトム」「タッチ」「銀河鉄道の夜」を流れる表現の系譜』ワニブックス.
- 高畑勲 (1991) 『映画を作りながら考えたこと』 徳間書店.
- 手塚治虫 (1967) 「鉄腕アトム苦戦中 最大のピンチを迎えた動画のメッカ虫プロ」『現代』1967年9月号, 講談社, 292-298.
- 手塚治虫 (2000) 『ぼくはマンガ家』 角川書店.
- 手塚治虫 (2017) 『手塚治虫エッセイ集成 映画・アニメ観てある記』 立東社.
- 手塚プロダクション編 (1997) 『手塚治虫劇場 第2版』 手塚プロダクション.
- Thomas, Bob (1998=1998) *Building a Company*. Hyperion (山岡洋一・田中志ほり訳 『ディズニー伝説 天才と賢兄の企業創造物語』 日経 BP 社).
- 東映十年史編纂委員会 (1962) 『東映十年史 1951年-1961年』 東映.
- 東映株式会社総務部社史編纂担当 (2016) 『東映の軌跡 The history of Toei: April 1st 1951-March 31st 2012』 東映.
- 津堅信之 (2004) 『日本アニメーションの力 85年の歴史を貫く2つの軸』 NTT 出版.
- 津堅信之 (2005) 『アニメーション学入門』 平凡社.
- 津堅信之 (2007) 『アニメ作家としての手塚治虫 その軌跡と本質』 NTT 出版.
- 津堅信之 (2014) 『日本のアニメは何がすごいのか 世界が惹かれた理由』 祥伝社.
- 網島理友 (1998) 『アトム・シールと鉄腕ワッペン 1963~1966』 淡水社.
- Web 現代「ガンダム者」取材班 (2002) 『ガンダム者 ガンダムを創った男たち』 講談社.
- 山口且訓・渡辺泰 (1977) 『日本アニメーション映画史』 有文社.
- 山口康男編 (2004) 『日本のアニメ全史 世界を制した日本アニメの奇跡』 テンブックス.
- 吉見俊哉 (1995) 『「声」の資本主義 電話・ラジオ・蓄音機の社会史』 講談社.
- 米村みゆき (2006) 「岡本忠成+川本喜八郎『注文の多い料理店』 非商業系アニメーションの視角から」 竹内オサム・小山昌宏編著 『アニメへの変容 原作とアニメとの微妙な関係』 現代書館 218-244.
- 山本早苗 (1982) 『漫画映画と共に』 宮本一子.
- 山本暎一 (1989) 『虫プロ興亡記 安仁明太の青春』 新潮社.