

# 日本のアニメ、4つの変化点

明治大学大学院特任教授  
氷川竜介

## 1. はじめに

皆さんこんにちは。氷川竜介です。今日は100年くらい歴史のある日本のアニメの中で、日本らしいアニメとはどういう風に出来てきて、今どういう形で世界に羽ばたいているのか。そういう観点で重要な転換点にターゲットを絞ってお話したいと思います。今日の「4つの変化点」というお題に関しては、1年くらい前の日本経済新聞に4回連載で依頼があったときに「4つの変化点」ということで掲載されました（2017年4月5日～4月26日夕刊文化欄「鑑賞術」）。もしかしたら読まれた方がおられるかも知れません。

日本を代表するアニメ作家としては他にも細田守監督がいて、日本のアニメの特徴を活かして凄く良い作品を作っています。今公開中の「未来のミライ」という作品は4歳の男の子を主人公にして、その子が育っていく中で、命とか家族とかひいおじさんまで繋がる家庭というのはどういうものなのだろうかということに改めて捉えなおした、割と心にぐっと来るようなところがある作品ですので、ご興味のある方は是非ご覧になっていただければと思います。

私の現在の職業としては明治大学大学院特任教授（国際日本学研究科）として、大学院生と学部生を相手にアニメーションの歴史と技術的な内容、そして特撮文化がアニメ文化とどういう関わりがあるかなど、多角的な授業を行っています。

去年が日本のアニメーションづくりが始まって100年たった年で、アニメ業界が「アニメ100年」を打ち出した年でした。NHKも主にBS放送で「ニッポンアニメ100」という特番のシリーズを組みました。様々な作品の振り返りやアンケート等もやり、民放でも特集が組まれましたが、もう一步踏みこんでいました。自分もwebサイトの記事を執筆し、出演もしました。現在、日本のアニメは量が凄く多くなっています。春夏秋冬と分かれてテレビで新番組が始まりますと、70本近くの新作が登場します。70タイトルということは1日平均10タイトルですから、限られた人しか全貌を把握できない状況になっています。同時に一部の作品は、インターネット配信を通して幅広く世界に出て行きます。日本の実写映画やテレビドラマはそれほど海外では注目されていませんが、アニメーションは国境を越えて普遍的に、どの国でもある程度の人気を獲得しています。なぜそれらは広がっていき、そしてなぜ文化的な成長があったのか、そういうことを自分の研究テーマとして進めていまして、そういう観点もふくめて今日はお話をしたいと思います。

## 2. 梗概

なぜ世界中で日本だけが今のような状況になったのかということですが（右図）、これはこの100年の日本人の歴史に関係が深いと思っています。特になぜ4つのポイントを示したかということ、その作品の出現によってそれ以前と以後でアニメの状況が大きく変わってしまった、或いは後続にいろいろな作品を派生させたといったことが大事だと思っているからです。またその作品を取り上げたとき、なぜそのような流れが出来たかといったことを、お話したいと思います。

1点目は70年代の1977年、1979年に「宇宙戦艦ヤマト」と「機動戦士ガンダム」という作品が出てきたことです。こ

こで流れが大きく変わりました。次は日本を代表するアニメーション監督、それだけでなく映画監督としても上位に位置する宮崎駿監督が作った「千と千尋の神隠し」で、これは初めて米国でアカデミ

### 梗概

- ・「アニメ100年」がキーワードとなった西暦2017年
- ・商業アニメの潤沢な量的確保と文化的評価の定着を勝ちとるに至ったプロセスとは、どのようなものだったのか。
- ・なぜ世界中で日本だけがこの充実を獲得できたのか。
- ・特に重要と思われる4ポイント
- ・「以前以後」の変化

一賞を受賞しました。押井守監督が1995年に発表した「GHOST IN THE SHELL／攻殻機動隊」という作品は、これもアメリカでの評価がきわめて大きく、それが歴史的变化に影響しています。そしてほとんど同じ年に「新世紀エヴァンゲリオン」がありまして、これは今でもシリーズが続いていて、いわゆるロボットアニメと呼ばれるアニメの進化系となるものです。「機動戦士ガンダム」「GHOST IN THE SHELL／攻殻機動隊」「千と千尋の神隠し」の3点は本も出ていますし、ある程度評価も定まっていますが、非常に新しい作品である2016年の「君の名は」は、当時の中学生高校生を中心に250億円以上の興行収入を上げたヒット作になりました。因みに「千と千尋」が300億なのでそれに迫る大ヒットです。この4点についてそれぞれの特徴、歴史的な位置づけの面からお話ししていきたいと思います。

日本のアニメに関する100年の年表を作ると、まず1917年に「芋川椋三 玄関番の巻」「さるかに合戦」「なまくら刀」の3本が最初のアニメーション映画として発表されています。当時は映画そのものが始まったばかりで、アニメーションもイギリスなど外国から大量の短編作品が輸入されてきました。それを見た主に画家の方達が「自分も作ってみたい」と色々な試行錯誤をして、1917年にこの3本がほぼ同時に相次いで公開されました。この中で完全な形で現存しているのは「なまくら刀」だけです。その後戦争を挟んでさまざまなアニメーション映画が作られ続けますが、アニメーションは時間もお金もかかるのでなかなか長編が作られませんでした。戦中の1944年に長編の「桃太郎 海の神兵」が作られているのですが、その後はまた停滞時期に入りました。

そういう状況の中、大川博さんという東急電鉄系の方が社長となって東映を立て直し、戦後子供も増えているしテレビの時代も来ると言うことを予感して、東映の中に東映動画（現・東映アニメーション）という会社を作ったのです。東京の大泉に鉄筋コンクリートで冷暖房完備のモダンな社屋を造り、それまでのアニメクリエイターを結集させ、美大からの新卒を大勢スタジオに集めて、1958年に「白蛇伝」という長編映画を作りました。これが日本のカラー長編アニメーションの最初の作品です。これはディズニーと同じ方式で1秒間12～24枚といった多くの画を使ってふんだんに動かす方式で作られました。その後1年毎に東映は作品を作り続けていきます。これはアニメーション映画の流れです。

一方、1963年に「鉄腕アトム」という作品が登場します。これはテレビです。テレビの時代は「白蛇伝」公開の直後くらい、1959年の現天皇ご成婚の年にテレビ受像器が全国的に普及した年からです。それから数年経って受像機が爆発的に普及し、東京オリンピック（1964年）もあってテレビが力を付けてきた頃でした。そんな中、漫画家の手塚治虫が自費を費やし、東映とは異なる省略した技法を採用し、若い人達を沢山集めて「鉄腕アトム」を作って、毎週30分の放送を実現したのです。このことも重要なことですが、今日の話の本題はここから10年くらい経った時点のことから始まります。

1974年に「宇宙戦艦ヤマト」という作品が出てきます。この作品が1977年に劇場公開されて大ヒットして、「機動戦士ガンダム」という作品に繋がるという流れになります。ここがなぜ大きな変化点かということ、77年に「宇宙戦艦ヤマト」の劇場版が公開され、その続編（「さらば宇宙戦艦ヤマト 愛の戦士たち」1978年）と時期を同じくして「月刊アニメージュ」（徳間書店）という雑誌が創刊されます。初めてタイトルにアニメという言葉が入った月刊雑誌で、中高生向けに深い内容をフォローする情報提供をしたことで「機動戦士ガンダム」という作品が大きくヒットしました。つまり、手塚治虫がテレビアニメを作ったのですが、当初は小学校低学年くらいまでのキッズアニメであって、ここで中高生以上対象のハイターゲット作品が出てきたというわけです。

ハイターゲットの市場が出来つつあったとき、アニメージュという雑誌は、東映動画から70年代に離れて1979年に「ルパン三世 カリオストロの城」という長編を作った宮崎駿監督に注目しました。そして80年代に入って、「風の谷のナウシカ」という作品を漫画で連載し始めるのです。それをご自身が1984年にアニメ映画化して、これがスタジオジブリ設立につながり、「宮崎アニメ」というブランドが育っていきました。その成熟期に出てきたのが2001年の「千と千尋の神隠し」だったのです。ここから色々なタイプのアニメが出てくるという意味で大きな変化点だと思います。

ハイターゲットが出来た後で、ビデオでアニメを売るという時代が1983年くらいから始まります。

大人は刺激の強い作品を求めるのでテレビコードのないOVA（Original Video Animation）、バイオレンスとかエロチックな描写があるもので、劇場にかからないニッチなビデオ専用作品が出てきました。またハイターゲットから分かれてコア層映画というようなものも出てきます。「攻殻機動隊」や「新世紀エヴァンゲリオン」が該当しますが、特に「攻殻機動隊」が海外にセールスされて全米ビルボードで No.1 になるくらいのヒットになって、この時期に初めて海外で幅広く認知されるようになりました。

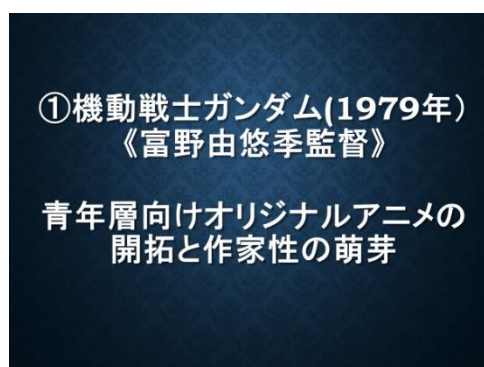
OVA もテレビと同じように集団作業でしたが、新海誠という作家が 2002 年に「ほしのこえ」という作品を自分 1 人で作ってしまいます。20 世紀から 21 世紀の端境期にデジタル革新があって、そういうことも可能となったのです。それから 14 年経ってその新海誠監督が「君の名は」を作って大ヒットさせました。このような流れで 100 年前から今の状況になっているわけです。このように、歴史的には新しい作品が突然出てくるのではなく、積み重ねで今の状況になっているということを念頭においてこの先の話を知っていただければと思います。

### 3. 機動戦士ガンダム

ここからは、4 つの変化点それぞれの話に入っていきます。まず 1 つめは「機動戦士ガンダム」です（右図）。この作品の一番のポイントは、中高生以上が見るに値する、内容の深い作品だったということです。そのときガンダムのファンだった人達は成長して、現在会社の中堅から幹部くらいの層になっていると思います。昔は戦国武将などが、人の性格をつかむコミュニケーションツールだったと思いますが、いまはそのポジションにガンダムがきていると思ってください。また、それまでのアニメは「鉄腕アトム」など何らかの漫画原作があったので、アニメはその従属物という位置づけでした。ところがガンダムは、アニメ業界の人達がストーリーやキャラクターを考え、集団作業の中でアニメだけのオリジナル原作を作り上げたということが大きなポイントだと思います。つまり作品の中に作家性といったものが生まれ始めて、それによってヒットしたということが重要なのです。

「鉄腕アトム」の話もこれに関係するので、少ししておきます。日本のテレビアニメはディズニーや東映動画のフルアニメーション映画とは違い、リミテッドアニメという手法です。簡単に言うと省力化をして作られたものです。テレビは毎週放送があります。当初は録画機がないので、放送したら消えてそれで終わりです。30 分番組にフルアニメのように 12 枚/秒も使うと 3 万枚くらい使ってしまう計算になります。映画なら何週間か繰り返して上映されますし、リバイバル上映もありますが、毎週消費されるアニメーションをそれだけの手間をかけて作ることは、ばかげたことだと思われていました。そこで「アトム」原作者の手塚治虫は枚数を減らす工夫をして、色々なシーンの絵を組み合わせさせて使い回すバンクシステムなどの発明により、ローコストで作ることに成功したのです。枚数で言えば、3 万枚に対して「鉄腕アトム」は 2～3 千枚で作られていました。現在もテレビアニメは大体 3～4 千枚基準で作られています。これが定着したことで、漫画映画をさす「アニメーション」という言葉が、日本では省略用語の「アニメ」と呼ばれるようになり、世界に「Anime」として広がったというのが定説になりつつあります。このように毎週流れる使い捨てアニメの登場で当時のテレビっ子が飽きずに見るようになり、需要の量的確保が出来るようになりました。そこで資金の循環が潤沢になり、作品ジャンルも拡大し始めました。

さらに重要なのは、視聴者も年をとることです。そして「アトム」から 11 年経って出てきたのが「宇宙戦艦ヤマト」で、このヒットは 60 年代の小学生が中高生に成長し、新しい作品を求めるようになったのが原因だと思います。スライドにヤマトの代表的なシーンをお見せします。注目してほしいのは、「鉄腕アトム」のようにメインキャラクターがいなくても物語が説明できることです。イメージを描いた背景画だけで基本が伝わるのです。つまり、キャラクターがストーリーを担うのではなく、





世界観をビジュアルで構築し、そこからストーリーを生み出すということを成し遂げたのが、「ヤマト」だったわけです。「宇宙戦艦ヤマト」は新し過ぎてテレビ放送では全く人気が出ず、3年後、1977年夏の劇場公開で同年の日本映画興行収入9位という凄い記録を打ち立てました。

その翌年、アニメージュという専門雑誌が登場します。これは「テレビランド」という雑誌の増刊でスタートしました。子ども向けに特撮ものやテレビまんがを扱い、キャラクターが怪獣と戦って活躍する、そんな番組情報を記事にした雑誌です。そこからアニメだけを取り上げ、しかも中高生向けに作られたのがアニメージュでした。このとき「テレビまんが文化」が終わって、「アニメ文化」が始まった。だから「アニメ作家」が生まれたのだ、というのが私の認識です。

79年4月から始まった「機動戦士ガンダム」についても、注目したファンは作品世界や今後のストーリーの情報をアニメージュのような印刷媒体から入手するしかありませんでした。例えばキャラクターデザイナーである安彦良和さんが描いた主人公アムロの、生き生きとしたイラストが欲しい、というような理由でアニメ雑誌が売れましたし、総監督の富野由悠季（当時は富野喜幸）さんのインタビューも多く載せられ、作品を掘り下げていきます。それまでのテレビランドなどは「ロボットは強いぞ」とか「こんな武器を持っているぞ」という子どもじみた挿絵でしか記事になっていなかったのに、内容を問う「作品」として扱われるようになったのです。現在では普通になっていることが、この時代に大きく変わり、始まったということです。富野監督は1941年生まれ、日本大学芸術学部で映画を学んだ人です。私も手伝った「映像の原則」（キネマ旬報社）という教科書のような本を書かれています。カメラの左と右に被写体を置くのでは意味が違ふとか、どんな角度で撮るとどのようなイメージを生むかとか、カットのつなぎ方でどう印象づけるとか、映画作家としての素養がある方です。

その彼がなぜ作家として扱われるようになったか、位置づけを話します（右図）。本当は実写の映画界に入りたかったのに、就職時期、映画界はテレビの影響で斜陽になり始めていて、採用されなかったのです。それで虫プロダクションに入り、

### 作家としての位置づけ

- 映画界が斜陽のため演出で虫プロダクションに
- キャリアは「鉄腕アトム」から
- 1972年、「海のトリトン」で注目
- 1975年、「勇者ライディーン」初のオリジナルロボットアニメを監督
- コンテ主義、リアリズム志向、女性ファン人気
- 初めて「作家」と意識されたクリエイター

当初からハッピーエンドに終わらないリアルな物語を作るという点で、注目を集めました。「機動戦士ガンダム」は、それまでのロボットアニメと大きく違いました。必殺武器で怪獣を倒し、オモチャの原型になるキャラクター主体の作品づくりをリアルに捉え治し、国家間の戦争に使用される兵器としてロボット（モビルスーツ）を位置づけたのです。工業製品として量産されているという設定を考案したり、科学的な裏付けがある武器を使うなど、現実味を重視しています。その姿勢によって、番組終了後にプラモデル化されたとき、非常に魅力的な新しいものに映ったのだと思います。それが爆発的に売れた結果、現在でもガンダムプラモデル（通称ガンプラ）という商品群が生き残っているわけです。

安彦良和さんは現在漫画家になっています。当時、主人公の画について集団作業をするアニメーターたちに「こう描いてはいけない」というような指示を出しています。普通のロボットアニメでやられている主人公の類型的な描き方を画としても否定していて、リアリティを重んじる富野さんの姿勢をよく表していると思います。放送当時、ガンダムの玩具が売れず苦戦しましたが、学生だった自分も制作に参加させていただいたLPレコード（キングレコード）が非常によく売れました。2000円くらいする高額商品ですから、小学生ではなく中高生が小遣いを貯めて買ったのです。ジャケットも1作目は子供じみた絵柄でしたが、2作目でガンダム世界を表現した安彦良和さんのイラストを採用したおかげで2作目の方が売れました。テレビ音声を使って名場面集のように編集した3作目も売れました。テレビから無料で手にはいる内容であっても、音楽だけにするなど手をかければ売れる。今ではDVDやブルーレイのパッケージ商品が成立していますが、パッケージの付加価値を売るコンテンツ・ビジネスがこの時期から始まったのです。そこでハイターゲットと呼ばれる人達が高額商品を求めるようになったのがポイントです。1960年代のアニメ商品といえば10円から50円程度のチョコやガムが多かったので

すが、数千円の商品になったことでスケールメリットが違ってきたのです。そして 2000 円という価格に見合う良質な音楽が提供された。後にアニメユーザーは映像のクォリティを求めるようになり、それがアニメをさらに進化させていきますが、それは「機動戦士ガンダム」の頃から始まったと言えます。1981 年 3 月の劇場公開直前、2 月に新宿アルタ前で「アニメ新世紀宣言」というイベントも行われ、非常に多くの人が集まりました。玩具も本放送時はマジンガーZ に連なる合金製でしたが、リアルを求める気持ちが「ガンプラ」と呼ばれるプラモデルをヒットさせます。これが何十年もかけてバージョンアップしていき、数年前にはお台場に設定身長 18m の実物大ガンダムが設置され、しばらくの間お台場のシンボルとして立っていました。このように時代を変えて、現実を変える力を持っていたのが「機動戦士ガンダム」でした。

#### 4. GHOST IN THE SHELL／攻殻機動隊

2 つめの作品は「GHOST IN THE SHELL／攻殻機動隊」で、1995 年の押井守監督の作品です（右図）。当時日本には「サイバー立国」というイメージがありました。そのハイテクイメージを背負って海外の映像作家に大きな影響を与えた作品です。昨年にはハリウッド映画「GHOST IN THE SHELL」として、スカーレット・ヨハンソン主演で実写映画化もされています。「攻殻機動隊」は士郎正宗という漫画家の原作があります、ハリウッドの実写版は「ANIME」（アニメという言葉は海外でとしてそのまま通用します）になったものをベースとしています。これは「光学迷彩」という装

備を利用して姿が透明になっていく映像です。主人公の草薙素子は「少佐」と呼ばれ、人体の殆どを機械化したサイボーグですが、この時代は人体改造が大衆化して普通に行われているという設定です。ビルが林立し、高度に情報化された都市で起こるハイテク犯罪を取り締まるサイボーグ公安捜査官の活躍を描きますが、クライマックスの銃撃戦は映画「マトリックス」にそのまま引用されたりしています。ハリウッドの映画監督や俳優達が非常に注目した作品で、「日本人はどうして子供向けでなく、こんなハイテクなアニメを作っているのか？」という驚きと羨望をもって受け入れられたのです。

この作品はビデオソフトとして輸出され、それが全米ビルボード誌でトップセールスになって、「マトリックス」や「アバター」にも影響しています。それは押井守監督が日本のアニメがもっている「世界観で訴える」という傾向を最大限に使ったからです。行動するキャラクターも重要ですが、キャラクターをとりまく背景に設定の詳細を描きこみ、さらには「人間は進化することで認識自体が変わるのではないか」という哲学的なメッセージまでこめた考え方が諸外国に衝撃をあたえたのです。単純なエンターテインメントではなく、随所に「人類の明日」が映っているというイメージがあります。

その予見性は 2004 年に押井守監督にインタビューして確かめたことがあります。この作品に出てくるサイボーグはみな脳をネットに接続していて、ネットの情報を自分の会話のリソースとしながら生活しているということが描かれています。これと、アニメがどんどんデジタル化されているということとの関連を聞いてみました。押井監督の答えは「みんなもうサイボーグになっている」というものでした。例えば携帯電話で始終検索しているということは、自分の中にはない情報と一体化して生きているということだと。それは携帯電話を手を持っているか、体内に埋め込むかの違いでしかない。もう皆サイボーグになっているんだと。この映画で描かれている情報化された人間の未来は、もう始まっているんですね。そのとき起きる意識の変化、例えばサイボーグ化されて外の情報に依存したときどこまでが自分か、そういう新しい悩みを SF に託して描かれているのです。押井さんは日本のアニメにおいてはイノベーター、過去にない新しい作品を發明できる監督だと思います。1951 年生まれで富野監督や宮崎監督と丁度 10 歳違いというのも面白いところです。

#### ②GHOST IN THE SHELL/ 攻殻機動隊(1995年) 《押井守監督》

サイバー立国日本のハイテク  
イメージと海外への影響

押井守監督は「風の谷のナウシカ」と同じ 1984 年に公開された高橋留美子原作の「うる星やつら 2 ビューティフルドリーマー」という映画で話題を集めました。原作と全く違う自分の作家性を前面に打ち出し、夢と現実が混ざった世界観を見せたのです（右図）。それからビデオ専用の OVA では初めて 6 本シリーズという形式で、「機動警察パトレイバー」という作品を監督しています。当時の媒体は VHS ビデオとレーザーディスクでしたが、5000 円のセットを 1 万人が買えば 5000 万円になるので、制作費を回収できるわけです。6 本シリーズはテレビアニメの基本であるワンシーズン 12~13 本の半分で、OVA ビジネスの出発点になっています。このように世の中を変えていくタイミングに必ず登場する作家です。1993 年の「機動警察パトレイバー2 The Movie」では、日本の防衛システムがハッキングされて警察と自衛隊が対立して内戦状態になったらどうなるかというシミュレーションを行った作品です。他の作家が絶対やらないような、日本の現実に切り込むことを実践してきた作家です。また、自作を説明するのが大好きな監督で、いくつかの書籍で後進にも影響を与えています。

いくつかアニメの制作素材をご覧にいきます。キャラクター以外の背景のディテールが非常に細かく描かれているのが分かります。こうしたところにもハリウッドの映画人は非常に驚いたのです。アニメは本当にあるものを「省略と誇張」で描くものなのに、密度感があってリアルな画を用いて人間の目を離せなくしてある。その情報の洪水から新しいメッセージ性を受け取らせるようにしたのが「攻殻機動隊」という作品でした。そのクライマックスシーンをお見せしますが、主人公はサイボーグなので、傷つくと体内のメカが見えます。ケーブルや細かいパーツなどが詳細に描かれています。光学迷彩で人が消えるシーンも、アナログの撮影台では無理だった光の屈折に CG を使い、透明なものなのに存在感があるという、映像的にも新しいイメージを提示した作品です。

「攻殻機動隊」と同じ 1995 年に出てきた作品に「新世紀エヴァンゲリオン」があります。「シン・ゴジラ」を 2016 年にヒットさせた庵野秀明監督が発表した、新しいアニメです。これもガンダムと同じく、アニメ業界発の完全オリジナル作品です。ロボットアニメ的な枠組みを使っていますが、機械ではなく巨人が装甲をかぶった設定でした。90 年代にはバイオの時代というのが射程に入ってきて、そういった感覚も取り入れています。それとデザイン感覚を前面に押し出した作品で、極太明朝体のフォントをデザイン化して文字を並べるとかっこいい、といったことが当時すごく流行りました。

テレビアニメのここ 50 年のタイトル数をグラフ化してみます。「エヴァンゲリオン」が出る直前はゲームが流行っていた時期で、タイトル数が横ばいで伸び悩んでいました。ところが 90 年代末からタイトル数が急増します。「エヴァンゲリオン」が深夜枠で再放送をしたとき、非常に視聴率が良くて商品も動いたからです。深夜にアニメを放送して DVD やビデオソフトが売れば回収できるというビジネスモデルができた結果、タイトル数が増加したのです。そこには海外向け販売も重なっていて、そうした大きな変化が起き始めたのが、1995 年だったわけです。

## 5. 千と千尋の神隠し

次は、2001 年の「千と千尋の神隠し」、国民的な映画です（右図）。この作品がそれまでのジブリ作品と大きく違うのは、300 億円を超える空前のヒットになったことです。アニメファンと呼ばれる人達をかき集めても、絶対そんな数字にはなりません。どうしてそのように大きな数字になったかというと、アニメを見る人達が育ち、偏見が減ってついに 3 世代になってきたからなのです。物語は、豚になってしまった両親を助けるために千尋という少女が頑張って冒険をして成長して帰ってくるという、和風ファンタジーです。91 年にバ

### 作家としての位置づけ

- ・ラジオ制作会社からタツノプロダクションへ転職
- ・スタジオぴえろ「ニルスのふしぎな旅」を担当。鳥海永行監督に師事。
- ・1981年「うる星やつら」で監督(30歳)。
- ・1983年初のOVA「ダロス」(鳥海永行と共同監督)
- ・1984年「うる星やつら2ビューティフルドリーマー」→作家性へ
- ・1988年「機動警察パトレイバー」OVA6本シリーズの始まり(深夜アニメの起点)
- ・1994年『METHODS ~押井守「パトレイバー2」演出ノート』刊行

### ③千と千尋の神隠し(2001年) 《宮崎駿監督》

ファミリー観客三世代への拡張  
と和のANIME文化



ブル経済が崩壊して 90 年代後半に景気が良くない中で次の世代がどうなったか。宮崎監督と一緒に仕事をされている鈴木敏夫プロデューサーがドキュメンタリー番組で、キャバクラの女の子達が凄く生き生きしているという話をしている、風俗営業が盛んになったという話を宮崎駿監督にして、それヒントにファンタジー仕立ての作品にしたということだと思っています。

宮崎駿監督は 1941 年生まれで富野監督と同じ年ですが、早生まれなので 1 年早く業界に入っています。漫画も描いていたようですが、東映動画の「白蛇伝」を見て漫画映画に感銘を受け、1963 年に東映動画に入社しています。その 1963 年は、失敗すると思われていた「鉄腕アトム」が予想に反して大ヒットした年です。老舗の東映動画では「なぜ先を越されたのか」といった騒ぎが起こっていたはずですが。実際、1963 年 11 月には東映動画のテレビアニメ第一号「狼少年ケン」も世に出ています。そこでも若い世代が投入され、アトムと同じように前例のない手探りの状況で東映動画もテレビアニメを作り始めたのです。宮崎さんは、長編漫画映画をつくるために入社したのに、なぜこんなにドタバタしているのかというような疑問を内心思いながら働き始めたはずですが。その後、高畑勲監督とともに東映動画を離れて、「アルプスの少女ハイジ」という記念碑的なテレビアニメで実績をあげながら色々な会社を経ていきます。1984 年に自分の漫画原作をご自身で長編アニメーション化した「風の谷のナウシカ」がヒットしたことにより、ジブリという会社を作ることになります。「アニメ作家」という枠組みがあるとすれば、世界中で最も成功した作家に位置づけられます。「風の谷のナウシカ」では、後に「新世紀エヴァンゲリオン」を作る庵野秀明監督が新人アニメーターとして参加し、一番面倒が一番見応えのある巨神兵の作画を担当して宮崎監督に気に入られています。

スタジオジブリ作品と言えば、1988 年公開の高畑勲監督の「火垂るの墓」と宮崎駿監督の「となりのトトロ」の 2 本立てが有名です。でも、劇場公開のときは皆さんの思っているほどヒットはしていません。「となりのトトロ」は後々日本テレビの金曜ロードショーで何度も高視聴率をとったり、ビデオソフトが今でも数多く売れていたりするので、80 年代からジブリは売れていたと錯覚しているだけなのです。本当にヒットするようになったのは平成元年、1989 年の「魔女の宅急便」からです。ポイントは日本テレビが参加したこと、ヤマト運輸が参入したということに加え、主に独身で可処分所得の高い、ファッションにも敏感な若い女性層に注目されたことです。この作品は、魔女になるために故郷を離れて仕事で色々苦労するという自分の居場所探しみみたいな物語なのです。それが、まるで自分を見ているようだと思う女性の方々が非常に多かった。この後、90 年代には「自分探し」のドラマが凄く流行りますが、その先がけになったようです。この女性の承認によってジブリはブランドになったとって良いと思います。

重要なことは、この女性層はやがてお母さんになることです。そうなったときに「ジブリの作品なら見せてもいい」という承認を与える側になるわけです。これがスタジオジブリを特別なモノにしていく原動力になったのです。この「魔女の宅急便」がなければスタジオジブリは社会的認知が得られず、「天空の城ラピュタ」のようなアニメらしい作品を時々作る会社で留まっていたと思います。

ジブリにとっての追い風が最初のピークを迎えたのが 1997 年公開の「もののけ姫」です。当時宮崎監督の最後の作品と宣伝された作品で、興行収入が何と 193 億円。日本映画界の歴代第一位で当時のヒット作「タイタニック」に迫る興行収入でした。この作品はエンターテインメントというより、なぜ文明は人間性を脅かすのだろうという疑問を提起し、その原点を製鉄の始まった頃に求めて物語として描いています。古代の製鉄は森林を伐採して行うものですが、そういった時代まで遡り、自然界にいる精霊たちの環境破壊への怒りがどのように人間と対立するのかという、かなり複雑なストーリーです。1997 年は阪神淡路大震災と地下鉄サリン事件の翌々年ですし、バブル経済崩壊後の世相も非常にダークでした。日本に明るい 21 世紀は来るのかといった社会の疑問を映した作品なのです。

この作品で宮崎監督は言いたいことを言い切ってしまう、ある意味毒を全部はくことで「最後の作品」と称していたと思います。その引退宣言を撤回して作られたのが 2001 年 7 月公開の「千と千尋の神隠し」でした。これは 304 億円という、今後も絶対塗り替えられないだろうという興行収入を記録しました。先ほど述べたように、女性観客がその子供達を連れてくるのに加え、祖父母も含めて 3 世代で鑑賞することが拡がらないと 304 億円という数字にはなりません。もう一つのポイントは、シ

ネコン時代の幕開けです。アメリカでは 90 年代中盤くらいから、郊外の商業施設に集客するために映画館が併設されるようになりました。シネマコンプレックスという名称は商業施設と「複合」しているという意味で、10 個近くの大小のスクリーンを備えたものです。それまでの映画館は小屋主がいて、映画会社とブロックブッキングという契約をします。この大作にはこの期間を充てましよう、固定した上映システムをとっていました。ところがシネマコンプレックスでは、ヒットすればどんどん大きいスクリーンにかけられ、当たっていない映画は上映回数を減らしたり中止したりして、当たった映画は上映期間を延長していく。場合によってはスクリーンを小さくしてでも延長するという引用をします。そういう作品は大きなムーブメントを起こすことができますし、関係者によると「千と千尋の神隠し」はやり過ぎたという評価もあるようです。304 億円を稼ぎ出すこと自体凄いことですが、その代わりに本来当たるべき映画に人が来なくなったりしたらしいのです。本来映画興行としては満遍なく儲けたいというはずが、1 本に集中してしまった。シネコンも始まったばかりでノウハウがまだなかったということもあり、今ではコントロールしているそうです。「千尋」と同じ条件なら「アナと雪の女王」や「君の名は」はもっと興収を上げられたかもしれませんし、単純に興行収入と作品評価をダイレクトに結びつけられない側面があると思います。

この物語は、「異世界を訪れた女の子が色々な苦勞をして戻ってくる」という構造で、これは世界的に民話など伝承によくある普遍的な流れに忠実です。21 世紀の幕開けにふさわしい新鮮な感じがあり、背景美術が目黒雅叙園や東京たてももの園を取材し、色遣いにしても調度類にしても非常に和風なテイストを極めた点も大きいです。一方で例えば湯婆婆という魔女が洋服を着ていたりして、和洋折衷のアバウトなところも含めて日本風だと思います。ですから我々日本人はすっと受け入れますが、西欧人にとっては凄くエキゾチックに感じられたはずで、米国でアカデミー賞が取れた理由の一つも、その日本独特のエキゾチズムを前面に出したことだとされています。

この作品は宮崎監督が 41 年生まれで 2001 年に還暦で作った作品だったことも重要だと思います。それまでの宮崎監督では、ヒロインに対して男の視線が感じられました。それが、おじいちゃん視線に変わったという評価がありました。それもプラスに作用し、見ていると幸せになるような感覚がこの作品には満ちあふれています。お話としては色々矛盾もある作品ですが、それは見ている間は気がつきません。この時期から特撮ものも含めて、それまでの 2 世代鑑賞から 3 世代鑑賞に入ったのではないかと思います。宮崎アニメの中でもこの作品は不動の 1 位になるでしょう。世代を超えたアニメの楽しみ方があり得るということを示したという意味でも、かなり特別な作品だと思います。

## 6. 君の名は。

最後は 2016 年の「君の名は。」(右図) です。アニメ制作が完全にデジタル化されてから十数年経って現れた最新のメガヒット作です。いくつかの場面をご覧に入れますが、これまで説明した作品と全く異なるのはほぼ全てに「光の処理」が入っていることだと思います。雲から差し込む光、反射の光、カーテン越しにキャラクターに回り込んでいる光など、信じられないほど多重の光を使い、大事なところは全て光が演技して、何か無言のメッセージを伝える役割を果たしています。これは新海誠監督のデビュー作「ほしのこえ」から変わらぬ芸風です。こういう新しいセンスの作品がジブリに代わって 2 百数十億円という誰も予想しなかったヒットをたたき出し、それをリードしたのが中高生というふだん映画をあまり観ない世代だったため、大事件となりました。

「デジタルネイティブ」という言葉を書いています。厳密には「デジタルアニメネイティブ」という意味です。アニメーションは透明なセル画を背景に重ねてカメラで一コマずつ撮影して作るというのがアナログ時代の古典的な作り方でしたが、これが 21 世紀にはいって 2003 年くらいで完全にデジタル制作へと置き換わります。手描きの画にデジタル処理を加え、撮影と呼ばれる部署は「コンボ

④君の名は。(2016年)  
《新海誠監督》

デジタルネイティブの選んだ  
新たな作家性



ジット（合成）」というアプリケーションを使って画面を作るという作業に変わりました。カメラやフィルムや絵の具が無くなったということです。この動きは 1997 年くらいから始まり、01 年から 02 年くらいにセルと呼ばれる透明シートを作る会社が製造中止を宣言しました。2003 年に作られた「アストロボーイ鉄腕アトム」という新作が最後のセルアニメになったのです。そして必要なデジタル機材さえあれば、アマチュアでもプロとそれほど変わらない作品が作れる時代が始まったのです。

新海誠監督の場合、以前にゲーム会社に所属していてそうしたソフトや機器に習熟していたので、音楽などを除き、約 30 分のアニメ全てをほぼ 1 人、8 ヶ月間で制作したということで、大きな話題になりました。アニメのデジタル制作は、大きな転換点だったのです。ということは、2002 年からアニメを見始めた当時 3~4 歳だった若い人達はデジタルアニメしか見ていないことになります。その世代が 2016 年には高校生くらいになり、「君の名は。」を支持したと考えると、ヒットの傾向に符合すると思います。今日のお話の中で強調したいことの一つは、時間が経つと観客も年をとって変わり、作り手もまた年をとることです。そうした生命のサイクルが、日本のアニメーションの変化にも非常に大きな関わりを持っているということ。自分としては、この点に非常に着目しています。

「君の名は。」は 2016 年 8 月末に公開され、約 1 年間規模を縮小しながら継続公開されて最終的には 250.3 億円、歴代 4 位の興行収入を達成しました。強調したいのは、最初の 100 億円を 28 日目で達成したことで、動員は 770 万人です。これはネットで見た意見ですが、単純に割り算をしてみると客単価は 1300 円になります。全員大人だったら 1800 円に近づくはずで、意味するところは「学割で見た人達はかなりいた」という事実です。出口リサーチなどしなくてもこんな分析が可能ということですが、中高生が非常に初動に貢献したという説の根拠になっています。この映画は原作のないオリジナル作品ですから、どうやって宣伝するかが問題になったと言います。

新海監督はそれまでインディーズ作家として認知され、評価もされていましたが、メジャーな集客が可能とは思われていませんでした。そこで数万人、それまでの新海作品を観てきた全員をカバーするくらいの中高生だけを集めて試写会を行い、どんどん先に見せていたらしいのです。それと予告編を、他のアニメの上映で始終流すことを続けた。特に特撮の「シン・ゴジラ」の時が効果的だったようですが、「凄い映画をやるらしいぞ」という印象を与えることに成功しました。また、この映画の音楽をやっている RADWIMPS というグループが中高生の間で人気だったことも大きいようです。そういった状況を作り、さらに関係者が新海監督には映画制作と同時に小説も書かせ、試写会に行けない人には小説をという宣伝をしました。試写会での評判は中高生の情報インフラになった LINE で拡散していて、大人が知らないうちにヒートアップした状況で初日を迎えたため、ロケットスタートになったと言います。私もヒットはするとは思っていましたが、ここまでとは本当に誰も予想していなかったことですが、監督自身は「LINE 時代のアニメを目指した」と語っていますから、時代性を読んだことが最大の要因なのです。

この映画がアニメ業界に与えた最大の衝撃としては、「インディーズ出身の作家が初めて天下を取った」ということに尽きます。これまでお話ししてきたどの監督も、全員がスタジオ出身です。集団作業の中でアニメ制作について下積みから始まり、次第に監督へ近づくキャリアパスを皆さん経験されているのです。ところが新海誠は最初から監督だったのです。その出自も含め、これまでは単純にお客さんへの近さで売っていました。ところが「君の名は。」の売れた結果は、メジャー中のメジャーである宮崎駿監督に迫る成績となった。そこが凄いところです。私はこの映画によってアニメの作り方や受容のルールが根源から変わるだろうと、確信しました。それを変えた原動力が中高生だったということは、もうひとつの重要ポイントです。この人達はいずれ大人になって可処分所得を得るし、作り手になる人も出るでしょう。そのとき、はまた今までとは異なることが起きるかも知れません。

新海監督は 73 年生まれで 45 歳です。彼にインタビューして聞いた話によると、育った長野県の南佐久という土地は盆地で周囲に山の稜線があるので早く日没する。日没するけれど空は暗くないのでトワイライトのような状態が長く続くような土地なのだそうです。それで光の変化に敏感になったのではないかと自己分析されていました。光のもつ特性や情報の伝達については、ディスプレイの HDR (High Dynamic Range) を考えるとわかりやすいと思います。映像では明るい領域から暗い領域ま

で何段階に分けるかという「階調」をより細かくすることで見え方が全く変わってきます。特に変わるのが「シズル感」で、広告用語だと「生命感あふれる」「瑞々しい」につながるものです。階調のダイナミックレンジが広ければ広いほど生き生きとして見える、それを映像化するのが新海監督はうまいのです。2000年くらいに短編でCGアニメグランプリを受賞して早くから注目されていて、監督・脚本・演出・作画・美術・編集、声優をやった「ほしのこえ」で広く知られ、メジャーヒットも出たことでデジタルアニメ時代のトップランナーになったわけですが、これからどんな新しいことを提示していくのかが注目されている作家です。

新しさで言えば、新海作品には携帯電話の液晶画面が何度も出てきます。それがその時代の若者の新しいリアリティだということなのです。そんな生活実感の先端をアニメに取り入れることを初期から始めていますし、新海誠監督の成長とPC、インターネットの普及、ブロードバンド化などインフラや機器の進化も、完全に同期しているのです(右図)。この成長の波に乗ったからこそ受けたのだと思います。自身のデジタルネイティブとしての感性が観客と近いということです。アニメの歴史的変化には、送り手と受け手との感性がシンクロしたときに起きるといった共通性があります。この作品が大きな変化をもたらしたのは、監督自身がそのような新しい環境に適応したということだと思います。

物語としての「君の名は。」は、田舎にいる女の子と都会にいる男の子の中身が入れ替わってしまって戸惑うところから始まります(右図)。実はそれが大災害を回避する手段であるということが途中から浮き彫りになってきます。新海監督の作品は、どれも何かの理由で男女が会えなくなるパターンが多いです。恋愛ものなのに引き裂かれていて、ツーショットが極端に少ない。「会いたいけれど会えない」という、もどかしい作品ばかり作ってきました。そう考えると「男女の入れ替わり」とは「究極の入れ替わり」ですから、やられたと思いました。それとこの作品では「風景の語る情報量」が非常に多いのも、大きな特徴です。田舎の女の子が都会の男の子の中にはいると、四ッ谷のあたりが美しく見える。つまり田舎から東京に出てきた子が見たら、こう見えるかも知れない。そういう説得力のある美しさを宿した風景を多く見せているのです。また、恋愛に関しては本格化する手前で終わることが多かった新海監督でしたが、この作品は青春の初々しい出逢いに呼応するところまで進めたということが言えると思います。

過去の作品は、エンターテインメントかアートかポエムか、方向性を選んでいましたが、対立させることなく全部やりますと示したことが、この作品の凄いところだと思います(右図)。また、アニメは生っぽく描くのが苦手なジャンルであるがゆえに、「純愛」を描くのに適していると言われていました。その一つの典型を作ったのが新海監督ではないかと思えます。都会と田舎を対比させる構図ふくめ、対比の文学になっています。風景で注目してほしいのは「雲」です。雲を描くことは難しいのですが、うまく描き出して作品の中に心理的な表現として取り入れています。夜と昼の境界の描き方も非常にうまく、ドラマ的にも「ここで会わないと二度と会えない」というクライマックスで、山の頂に夕陽が沈んでいく一瞬の美しさを持っています。「時間を描ける」ということも作家として優秀な証だと思います。作り物としてではなく本当に体験したような感覚を獲得したとき大きな感動があるのですが、そこに時間は大事な要素なのです。画面の中には一眼レフカメラのレンズ効果のような多様な光を取り入れています。アニメは

### 2000年代のデジタル革命

- PC、ケータイ、インターネットがインフラ化
- ブロードバンド化: 2003年ごろ
- アニメ映像のデジタル化: 2003年ごろ

### デジタルの本質

- プロとアマの格差解消
- 「ほしのこえ」から14年: アナログ映像を知らない世代がそろそろ成人

### 「君の名は。」の特徴

- エンタメ志向
- 究極の「引き裂かれた男女」(入れ替わり)
- 映像の説得力
  - 風景の語る映像詩、臨場感
  - 内向的な物語と感情=青春の症(きず)

### 過去の評価→崩さず新境地へ

- 文学的アニメーション(文芸アニメ)
  - エンターテインメントかアートかポエムか(対立?)
  - 新海誠監督: 全部に対応しつつ、「心」に収斂していく姿勢
  - 総じて文学的
  - イノセンス(純)を描く姿勢: 文芸的、私小説的

もともと絵に描いたものを撮影しますから、レンズを通したように見せるのは邪道だという考え方があります。ですが、我々の肉眼もレンズを通したでゴーストのようなものが見たりもします。だから、実感を伝える目的で取り入れているのです。スマホの画面の使い方もうまくて、スマホのメモ画面でコミュニケーションしていたのですが、大災害があったがゆえに彼女と二度と会えなくなってしまう場面では、証拠のテキストが文字化けして崩れていくのです。そこで心碎かれるような思いがするわけですが、それは今の若者のリアリティなんですね。確かなものはスマホの文字で、それが化けて読めなくなるのは重たいという感覚。こういった新しい価値観の表現がデジタルネイティブ的なのです。そして他の作家は、やってこなかったことだと思います。

## 7. まとめ

ここまでの話をまとめます(右図)。「鉄腕アトム」でテレビっ子が誕生しました。そして今日お話しした4ステップの1ステップ目として、「ヤマト」、「ガンダム」が革新をしました。キャラクターが毎週の番組を回すものだったのが、深い世界観をもち、物語やドラマ、作家性を語れるものとした。そしてアニメ雑誌の誕生がシンクロして、新しい世代がクリエイターとして出てきたという動きです。

これに加えて、チャンスがなければ作家として羽ばたけなかった宮崎駿という人物の才能が、アニメブームの中で発展し、評価を受けてアニメが文化として開花し始めた。これが70年代から80年代にかけての革新です。

90年代にはいると、日本の世の中全体がハイテク化、サイバー化されてきます。アニメもこれに対応した作品が出てきます。具体的には表現が緻密化し、リアリズムを高め、思想や哲学などを映像に反映させるような動きです。これを総合的に実現した「攻殻機動隊」という作品を経由し、海外にも輸出されました。これが第2ステップです。

漫画映画を目指してきた宮崎駿監督は、日本の古典的なものをアニメーション化して国際的な評価を得ましたが、監督としての飛躍は40歳過ぎてからで遅れています。その理由の一つとして、「ナウシカ」の直前に「古い」と言われていたことがあります。「ガンダム」や「ヤマト」は当時最先端でしたが、10年以上前の東映動画の描き方が古くさいと思われたのです。しかしこれは改めて考えると、クラシックだったということだと思います。つまり「格式」がある。だから、時代の流れに影響されない。それを続けていくことで、他の作品は変わっていくのに不動の地位が得られたのです。その地位の頂点が「千と千尋の神隠し」で、評価も確定したということになります。これが3ステップ目です。

4ステップ目はデジタル制作技術がどんどん進んだ結果です。移行がある程度落ち着いてきた時期に、デジタルネイティブ世代が制作した「君の名は。」という作品が出てきて興業の記録を塗り替えた。それを軸に、これからどのように流れていくのか。そんな未来を見極めてみたいというのが、2018年現在の私の想いです(右図)。

### [質疑]

Q: 日本のアニメが一気に飛躍した理由についてもう少し詳しくご説明いただきたいと思います。

A: 最大の理由は「再発明」です。「リインベンション」という言葉の訳語です。「鉄腕アトム」ではフルアニメーションをリミテッドアニメに置き換え、バンクシステムなどの工夫で大幅なコストダウンしました。これが「再発明」です。ある発明品をもう一回発明し直すという行為は、日本の歴史にも重なります。例えば西洋の刀は体重を乗せて骨を切るようなものですが、日本では材質を改良し、反

### まとめ

- ・【STEP0】量産化(鉄腕アトム)
  - ・ テレビっ子誕生
- ・【STEP1】ヤマト、ガンダムの革新
  - ・ 脱キャラクター(世界観、物語、ドラマ)
  - ・ アニメ専門誌誕生、新世代クリエイター輩出
  - ・ 作家の発見、文化としてステップアップ
- ・【STEP2】ハイテク化、サイバー化、国際化(攻殻機動隊)
  - ・ 表現の細密化、リアリズム
  - ・ 思想、哲学をはらんだ映像 → 海外へ影響
- ・【STEP3】クラシックの逆襲(ジブリ・千尋)
  - ・ 東映長編、古典の血脈
  - ・ 和風アートとしての国際的評価

### 今後の展望

- ・【STEP4】デジタルネイティブの台頭(君の名は。)
  - ・ 新海誠監督の新境地
  - ・ ルールの根元的変更
- ・ アニメーション映画の可能性、若者の開拓
- ・ 心情を乗せた映像への興味関心
- ・ 国際言語としての機能に注目(中国で人気)
- ・ 2020年(オリンピック)と2025年(昭和100年)が次の変化点



り身を加えて体重とは異なる切断力を持たせた「日本刀」に再発明してしまいます。近代のものでは零戦もそうです。近年ではガソリン車と電気自動車の一長一短を補完して作られたハイブリッド車が該当します。1秒間24枚描くのを8枚に減らし、そのリソースを背景に充てた方が有利である、みたいな発想は日本人しか思いつかないことだと思います。もう一つは、日本の高度成長期にこのアニメの再発明が行われたということがあると思います。日本のアニメ作りの工夫は、何かと科学技術的なのです。後々ハイテクに繋がる技術革新が工業界で起きていた時期と日本のアニメが大幅に進化した時期は、大体重なっています。そうしたことが全て連動し、他の国で出来ないようなものになったのではないかというのが私の仮説です。今はそういう検証を深める活動をしています。

Q: 作家、イノベーター、クリエイターの意味を教えてください。

A: 「作家」とは「主張のある表現者」です。画を描いたり創造的なことをするのが「クリエイター」で、その中で他にない主張をする人が作家です。イノベーターはアニメ業界ではあまり使わない言葉だと思いますが、工業界でいう技術革新を起こした人のことです。押井守監督の場合、アニメの作り方、アニメの発想方法に関し、以前以後で業界全体が変わってしまうような変化を起こしました。そういう認識から、イノベーターと表現しています。

Q: 日本のアニメーションマーケットの大きさはどのくらいですか。また輸出額はどれくらいですか。

A: それに関しては日本動画協会がデータを出していて、市場は2兆円くらいです。これは商品化権など何もかもが入った数字です。制作会社の売りに基づく狭義の市場規模は2300億円くらいです。海外向けの売りは2016年が7676億円で、キャラクターグッズや配信など全てを含む額だと思います。ただ、これがアニメ市場の中にカウントされているかどうかすぐには分かりませんので、お手数ですが前述の日本動画協会のHPで確認してください。

Q: 先日韓国で発覚した「マジンガーZ」のパクリ（テコンV）の対策について教えてください。また、日本やアメリカでアニメが発展していて共産圏では発展しないのは、共産圏での人文系の教育不足が原因だといわれているようですが、その点についてのご意見は。

A: 「テコンV」は40年くらい前から知られている韓国のアニメです。当時は「マジンガーZ」を含めて多くのアニメを韓国に外注していました。影響を受けたということと、盗用したということ、その線引きは難しいと思います。本当にパクった作品が韓国にあることは事実ですが、テコンVはかなりグレーでしょう。最近まで裁判を起こされなかったのは、見逃されてきたからというのが私の理解です。私の知人の解説では、先日の裁判はパクったものをパクっても罪にはならないといった被告に、そうではないという裁定が下ったということで、パクリと認めたという裁定ではないということですから精査の必要があるということでした。海賊版全般に関してはDVD時代にアジア圏を中心にはびこりましたが、経産省の活動で撲滅への成果があったようです。その後、インターネットでコピーを配信される時代には検挙しにくくなって、受け手側のモラルも低く、無料の違法配信が増えました。しかしここ数年、中華圏でも配信料を払うなど改善が進み、海外ビジネスの売り上げはアップしています。ですから、時間はかかるけれども正常化していくのではないかと考えています。日本のアニメが世界で受けている要因の一つには、モラルを含めたある種の自由さがあると言われていています。アメリカの子供が見る時間帯では、殴る蹴るなど暴力性のある作品は放送できません。そのようなバイオレンス描写に関し、日本ではそこに理屈があればいいのではないかと鷹揚さがあります。多様な価値観がある程度許される中で、ファッションや日本の風景の美しさなど、豊かな情報を含ませて共感出来る物語を作っていることが、ヒットの要因になっているのだと思います。共産圏の話については恐縮ですが、現在お答えできる情報をもっていないので、機会があれば調べてみようと思います。

## 氷川竜介（ひかわ・りゅうすけ）先生のプロフィール

明治大学大学院特任教授/アニメ・特撮研究家

1958年生まれ、兵庫県姫路市出身。東京工業大学工学部電気電子工学科卒業後、IT系企業勤務を経

て2001年から文筆業として独立。文化庁メディア芸術祭審査委員、毎日映画コンクール審査委員、東京国際映画祭アニメーション特集プログラミング・アドバイザーなどを歴任。海外講演経験あり。文化庁向けに「日本特撮に関する調査報告書」「日本アニメーションガイドロボットアニメ編」を執筆（共著）。

主な編著等：「20年目のサンボット3」（太田出版）、「ニッポンのマンガ＊アニメ＊ゲーム from 1989」（共著・国書刊行会）、「アキラ・アーカイヴ」（講談社）、「安彦良和アニメーション原画集『機動戦士ガンダムJ』（KADOKAWA）、「細田守の世界—希望と奇跡を生むアニメーション」（祥伝社）、「ジ・アート・オブ・シン・ゴジラ」（カラー）など。