

平成24年度

メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業

日本アニメーションガイド ロボットアニメ編

森ビル株式会社

平成25年3月

報告書公開にあたって

【執筆：氷川竜介】

2012年度を通じ、「ロボットアニメ」に関する報告書を作成した。その時点では、一部の長寿シリーズ（ガンダム、マクロス、エヴァンゲリオン等）やキッズ向けロボットアニメを除けば、新規のロボットアニメ作品がオリジナルで登場する機運はなかった。

しかしながら、その後に状況が大きく変化したため、報告書の公開に際して2点のポイントを簡単に補足・追記する。

ひとつ目の変化は、2013年4月スタートのアニメ新番組に、オリジナル新作のロボットアニメが3本登場したことだ。具体的には『翠星のガルガンティア』（Production I.G制作）、『革命機ヴァルヴレイヴ』（サンライズ制作）、『銀河機攻隊 マジェスティックプリンス』（動画工房×オレンジ制作）の3タイトルである。それぞれ新たな趣向を凝らした作品として深夜帯で放送され、話題を呼んだ。

もうひとつの変化は、8月9日日本公開のアメリカ映画『パシフィック・リム』（ギレルモ・デル・トロ監督）である。太平洋の海底から次々と怪獣が出現、世界の各都市を襲撃した結果、その対抗手段として人間が操縦する巨大ロボットを開発した、という設定である。映画のラストでは、「ゴジラ映画を多数担当した本多猪四郎監督」「人形アニメーションによる幻獣を描きぬいたレイ・ハリーハウゼン」に対する監督からの謝辞が出るし、日本製ロボットアニメから、さまざまな影響を受けたことは明白である。

当報告書と並行して作成していた「日本特撮に関する調査報告書」においても、ミニチュア特撮を駆使した「怪獣対巨大ヒーロー（特撮）」と「ロボットアニメ」との強い関係性に関する記載があるが、期せずして登場したこの海外からのリスペクト超大作によって、単なる「終わってしまった過去の文化」ではないことが実証された。

このように、本報告書のあつかうテーマにはリアルタイムでの発展性、しかも国際的な文化交流としての意味性が確実に存在していることに、どうか注目していただきたい。こうした状況にも関わらず、国内での文化的な認知、整理、評価が追いついていない現状への危機感が本報告書の前提にあるが、そうした意識を共有したうえで、今後とも発展的なご注目やご意見、ご助力をいただければ幸いである。

編者を代表して 氷川竜介

2013年7月25日

【目次】

序章 はじめに 【執筆：氷川竜介】	1
1.1. 背景	1
1.2. ロボットアニメの選定理由	2
第2章 ロボットアニメの文化史 【執筆：氷川竜介】	4
2.1. ロボットアニメとは?	4
2.2. 1960年代：科学万能時代のロボットアニメ、プレヒストリー	5
2.3. 1970年代：ロボットアニメの勃興とジャンル確立	10
2.4. 1980年代：物語・映像ともに進化するロボットアニメ	19
2.5. 1990年代以後：回帰の時代、そしてアニメーション技術の成熟	31
2.6. 2000年代：フィクションと現実が交錯するロボット文化	33
第3章 ロボットアニメの発展 ～玩具メーカーの連動～【対談：氷川竜介・井上幸一】	35
3.1. 趣旨・目的	35
3.2. 実施概要	35
3.3. 対談議事録	35
第4章 作品の変遷	79
4.1. 年代別 ロボットアニメ作品の変遷	79
4.2. 関係作品	84

【実施体制】

ロボットアニメの文化史、発展の変遷を多角的に切り取るため、歴史を概観する評論家、ロボットアニメ制作の当事者である企画者を中心に、プロジェクトチームを組成した。

氷川 竜介	アニメ評論家
井上 幸一	株式会社サンライズ 文化推進室 室長
佐脇 大祐	ライター

序章 はじめに

【執筆：氷川竜介】

1.1. 背景

戦後日本の国産アニメーションは、1960年代に当時のTVという新興メディアへ進出した時、高度成長期の世相の中で、ロボットを主人公とした『鉄腕アトム』からスタートした。その後もTVアニメは同時に普及期にあった、主としてアメリカ文化の影響によるSF作品（小説・映画）からの刺激を起爆剤として、科学技術で国力を高めようとする社会背景や社会構造の推移に伴う核家族化等の生活の変化等、文化・産業・生活の各側面の激変から影響を強く受けつつ、表現・物語内容の両面で短期間に急速な発展をとげてきた。

当初「児童向け」とされてきた国産アニメ文化は、中高生以上への受容と商業的成功とともに、1970年代も中盤を過ぎてから飛躍的に成長し、1990年代中盤から飛躍的に海外で評価され、国際的なものとなっていく。そして2013年現在では「メディア芸術」の一翼を担い、インターネットの発達とともに全世界で「ANIME」と日本語の略語のまま楽しめるまでに至っている。

しかし、これまでは、そういった国産アニメーション文化に反映された多様な社会背景や変遷等が“セルフプロファイル”されないまま、ひとつひとつの作品が個別に国外へ拡散して人気を獲得するにとどまってきた。「日本のアニメ文化の特徴はこれで、背景はこうだから価値がある」という類の「自画像」「履歴書」のような「主張」がないまま、世界各国で独自に解釈された言説が流布されている状況である。さらに国内においてさえ『鉄腕アトム』から50年が経過した結果、数十年にわたってアニメを見続けてきた層と、インターネットによる偏重した知識しかもたない若年層とでリテラシーのギャップが生じ、共通認識がもてない憂慮すべき状況にある。

結果的に、個別に高い評価を勝ち得た作品・作家が存在していても、それら作品群の総体としての国産アニメーションの特質が、上記のような背景をもつ「ひとつの文化の総体」として、正しく評価・理解される機会には乏しくなっている。その一方で、1990年代末から「日本のアニメは世界で大評判」などというマスコミの過大な宣伝文句が無責任に流布され、実際に輸出戦略強化なども検討され続けている。こうしたギャップを放置すれば「いったい国産アニメのどこにアドバンテージがあり、それはなぜか？」という核が空洞化したまま、「世界で評価されたことが理由」などという日本発の主張や内実、主体性を欠いた言説がまかりとおりがねない。

きちんとした「アニメ文化の自画像」を、まず自ら日本国民の手で率先して描き、世界に対して自主的・自覚的に提示すべき時機がきている。それと世界からの既存の視線とのギャップを明確化することで、国際的なコミュニケーションもより深まり、文化の受容と振興にも、必ずや新しい側面が生まれるはずである。

国産アニメーション文化のさらなる振興を前提に「自画像」を描くためには、まずそれを取り巻く社会背景や作品変遷などの文化的な側面を包含した、文化としての在り方を適

切に伝える方法論を開発する必要がある。その見通しをよくするために、過去・現在・未来を整理した変遷図（マップ）を作成することも、ひとつの手段だ。数年がかりで、そのような情報の体系化を整備し、国内外に改めて発信した上で、さらなる未来をめざす時機にきているといえる。

そこで本レポートでは、「日本発」「日本独自」と言えるアニメ文化の中でも、代表的なサンプルとして「ロボットアニメの研究」を取りあげることとした。これを代表例として「文化」の試論を深め、あらためて「国産アニメーションの特徴」を位置づけることで、本目的の一端を実現する契機となることを期待する。

そしてこの研究の方法論を足がかりに、他のサブジャンル（たとえば「魔法少女アニメ」）などへ敷衍しつつ、最終的にはトータルな文化としての特徴を浮き彫りにすることを目的とする。それによって、日本のアニメ文化の将来的な継承と、豊かさの獲得も実現できるはずである。

1.2. ロボットアニメの選定理由

本レポート中では「ロボットアニメ ≡ 巨大ロボットアニメ」と近似的に扱い、マジンガーZやガンダムシリーズなどを中心に、それらの特質が一大ジャンルを形成して現在にいたる過程を追う。等身大のロボット作品も広義の「ロボットアニメ」に含まれるのは当然だが、そのみによる継続的な単一ジャンルを形成するには至っていないため、必要に応じて参照することに留める。

国産アニメーションは「スポーツアニメ」「ギャグアニメ」など様々なジャンルによって分類されている。その中でも戦後日本が復興し、科学技術立国と加工貿易を自覚的に確立して生活の貧困から中流化を進め、現代の社会風俗の基礎を築いていくプロセスと併走して、「ロボットアニメ」は特撮映像との相互影響で進化を深めていった。すなわち国産アニメ文化の重要な結節点のひとつに位置づけられるジャンルである。

この「ロボットアニメ」を総合的に研究することで、他の隣接したアニメジャンルのみならず、TV映像文化の発展を追うことも可能となり、時代ごとの世相との相関について研究に値する視点が判明する可能性が高い。

また、富野由悠季、高橋良輔、庵野秀明、河森正治などのヒット監督により「アニメオリジナル作家」と「アニメ発の物語」を多数生んでいるジャンルでもあることも、研究を優先する大きな理由のひとつである。ゆえに「日本独自の作家性」の特質を掘り下げるのにも、ふさわしいジャンルと言える。

さらなる大きな理由としては、国内外で高く評価される様々な作品を生み出し、文化的な影響を及ぼし、アニメの輸出産業的にも少なからぬ影響を及ぼしていることも挙げられる。たとえばフランスに『ゴルドラック』として輸出された『UFOロボ グレンダイザー』は1970年代に世代視聴率100%とも言われる高い人気を獲得し、現在でもクリエイターが招聘されているなど、国際交流の架け橋となる事例が継続している。また、1980年代に日本

で開発された変形玩具を輸出向けにアレンジした『トランスフォーマー』は、アメリカでTVアニメ化されて日本にも逆輸入され、長期シリーズ化するなど双方向の文化交流の実績もある。このシリーズは2000年代に入ると、CG映画大作としてリメイクされ、全世界で莫大な収益をあげて「巨大ロボットもの」を国際的な映像ジャンルとしている。

他にも東映製作の特撮TVシリーズ「スーパー戦隊シリーズ」がアメリカで「パワーレンジャーシリーズ」としてリメイクされることで、日本製の変形合体ロボットが玩具として世界中のマーケットに並んでいるが、これも「ロボットアニメ」に端を発した文化・ビジネス的な拡大である。それを前提としたロボット格闘映画『リアル・スティール』（監督ショーン・レビ／2011年）や超大作巨大ロボット映画『パシフィック・リム』（監督ギレルモ・デル・トロ／2013年公開予定）も製作されている。

いまや世界的にロボットは文化として受け入れられており、世界中の映像クリエイターを刺激した文化としては、トップクラスに位置づけられるものである。その点でも「日本発」のルーツと発展の流れを確認することには、大きな意義がある。

また国内でもエンジニアを志向した理系の中に、機械工学への関心や憧れのルーツをロボットアニメとその玩具・模型にもつ者が多い。特にファーストガンダム世代（現在の40代）以後、その傾向は顕著である。中には宇宙工学を目指し、あるいは自動車メーカーに入社して実車のデザインに夢を託し、あるいは二足歩行の人型ロボットを開発するなど、ロボットアニメは幅広く実社会にも関与し、深い関係を有している。

このように全方位的に「ロボットアニメ」は広く認知され、同時に日本の産業・文化の多くに影響を幅広い世代に及ぼしている。ところが、今やこれが本来「日本発」であることを日本人でさえ知らない者が出てきており、信頼に足る通史すら日本人自らの手で書かれていないことは憂慮すべき事態であろう。

時代や国を問わず広く視聴され、かつ「日本」という国のイメージともマッチし、産業界への影響まで現実化しているロボットアニメは、整理・研究のテストケースとしてふさわしく、汎用性・有用性が高いジャンルであると確信する。

なお本レポートは将来的な増補改訂を念頭においている。今回は全貌を概観することに傾注したため、必ずしも網羅性のあるものではないことを付記する。

第2章 ロボットアニメの文化史

【執筆：氷川竜介】

本章では「ロボットアニメの興亡」という観点で、その誕生に関与するアニメ文化と周辺の推移を追う。時系列的にはオリジナルで作家性の強い「物語」を多数生むに至る発展のプロセスと、それが急速に衰退する1980年代中盤までの動きをメインとする。

その後、21世紀を越えて現在に至るまでの時期については概説に留め、詳述は今後の研究課題としたい。

2.1. ロボットアニメとは？

「ロボットアニメ」は、日本独自に発展を遂げた文化である。世界から見て、日本における人型ロボットの技術開発も、アニメーション映像も、実にユニークな発展を遂げている。その背後には、両者が結びついた「ロボットアニメ」の半世紀にわたる進歩の歴史が大きく影響している。

さらに広く輸出されたロボットアニメーションは、児童文化や玩具ビジネスの枠組みを超えて、ハリウッドのSF大作映画などの映像文化にも、世界的な多大な影響を与えるものとなっていった。

ひとくちにロボットと言っても、さまざまな分類法が可能である。「等身大ロボット／巨大ロボット」「友だちタイプ／ヒーロータイプ／乗り物タイプ」「自律タイプ／操縦タイプ」。こうした多様な切り口が、ロボットに多面的な魅力を与えている。

ロボットを単なる無機質な機械にとらえず、「キャラクター」と見る発想も日本製ロボットのあり方を特徴づけている。本レポートではその中でも「巨大ロボット」を扱い、作品数的にも継続年数的にも国産アニメ最大級となったジャンルを「ロボットアニメ」として扱う。

その発展は、どのようにして成し遂げられたのであろうか？ロボットアニメの流れを時系列順に述べ、時代性や隣接ジャンルと照応させつつ見ていくことで、日本社会や科学の進歩、メディアの変遷がアニメーション映像文化の発展と、どのように関係をもっているのか概説する。国境を越え、全世界の幅広い年齢層に受け入れられているロボットアニメの魅力は、このように歴史を追い、日本の時代性の変遷と照応させることで明らかになる部分があるはずである。

なおアニメをさかのぼる「前史」として、日本には戦前からロボットブームがあり、大衆に「ロボット」が受け入れられる素地があったことは重要な事実である。戦中・戦直後にはロボットを扱ったパノラマ図解や絵物語があったこと、また児童向けの絵物語、紙芝居、漫画のジャンルとしてさまざまなロボットものが作られてきた経緯もあり、必ずしもロボット文化はアニメの発明とは言えない。

だが、ここではアニメ文化研究に絞る目的で、他媒体の歴史には深入りしない。

2.2. 1960年代：科学万能時代のロボットアニメ、プレヒストリー

この時代ではまだ「(巨大)ロボットアニメ」はジャンルを形成していないが、そこに至る重要なプロセスが練りこまれた時期であるため、初期TVアニメの発展を中心にして詳しく述べることにする。

1960年代は第二次世界大戦から20年近くが過ぎ、破壊や焼け跡から抜けだして、本格的な復興と経済的な急成長を成し遂げた時期である。その繁栄の中で、TV受像器は最先端メディアとして家庭へ普及していった。

1963年1月1日、毎週30分のシリーズとしては初の「TVアニメ」が誕生する。手塚治虫の原作による『鉄腕アトム』だ。このヒットでTVアニメは大ブームをおこし、新旧問わず数多くの制作会社が参入して量産時代がスタートする。この起点として、等身大であっても「ロボット」という「人間と機械のハイブリッド的存在」が主人公として配置されていたという事実は、日本のアニメ文化発展にも大きな影響を及ぼしている。『アトム』に続いて『鉄人28号』、『エイトマン』など、初期にはロボットが主人公として活躍するアニメが数多く作られた。日本がアニメ大国となっていく原点はロボットとともにあった。

少年がロボットを操縦する『鉄人28号』（横山光輝原作）は「巨大ロボットアニメ」の元祖として位置づけられる。だが、もともと月刊雑誌『少年』（光文社）で10年余にわたって『アトム』と『鉄人』は人気を二分していた歴史があり、連続してのアニメ化は歴史の必然でもあった。

この時期、各国は宇宙開発も盛んであった。大衆は科学技術が繁栄と幸福をもたらすものと素直に信じ、工業の発展を歓迎していた。たとえば工場の煙突から出る煙は後に公害の発生源として忌避されるが、この時期の映像作品には『煙の王様』（円谷一監督）など街に繁栄をもたらすものとして歓迎する様相が活写されている。

『アトム』スタート翌年の1964年、東京オリンピックが開催され、その前提となるインフラ整備で首都高速道路が完成し、東海道新幹線が開通して生活がさらにスピードアップする。この時期、首都圏では驚くべき急ピッチでビル建設と道路整備が進んで、景観が月替わりで更新されていった。木造家屋がみるみる壊され、砂利道が舗装されて、あつという間に街並みの様相がコンクリート中心の都市化していく。

人の形をしたロボットは、世の中が刻々と進歩していく風潮の中で科学の結晶として描かれた。都市部では、その景観自体が「ロボット化」していくような急速開発が行われていた。そしてアニメで描かれるロボットキャラクターの外見は、ボディに光沢があり、クリーンな印象をもっている。それは道路を舗装し、新幹線を走らせ、高層ビルを建設していった日本の環境変化をシンボル化したものにも見たてられる。

初期ロボットアニメは、こうした時代性を背景に科学万能時代の《新しい神話》として受け入れられた。この時期のTVアニメの表現技法も「科学技術が生活をクリーンにして未来を作る」という環境激変にジャストフィットである。劣悪なザラ紙媒体で提供される雑誌漫画と異なり、アニメはセル画というプラスチック板に描かれ、光沢をとまなう。それが透明

なガラスで覆われ、蛍光面が自発光するブラウン管に映し出されると、ツルツルに輝くロボットの質感がますます強調される。

このクリーンさが、まだ貧しかった日本の子どもたちにとって、未来を指し示す希望の輝きに感じられた。事実、アニメ版『アトム』リアルタイム視聴世代にとって真っ先に思い出されるのは、本編の物語ではなく二次商品の「マーブルチョコレート」に入っていたおまけのマジックプリントである。このシールの表面のツルツルの質感も、アニメのそなえるセルの質感と合致して、ロボットらしさを強調していたからこそ、ブームの起爆剤となったわけだ。

つまり初期アニメは当時の児童にとって、その質感や印象それ自体が「ロボットの」であったし、都市景観自体もそれに通底していたのである。

初期TVアニメはやがて少年週刊誌や月刊誌から大量の原作の供給を受け、一種の蜜月的な共棲関係に入って最初の隆盛を迎える。そこでは必ずしも「ロボットアニメ」はメジャーではなかった。「巨大ロボット」は『鉄人28号』のソロヒットにとどまり、まだ亜種を派生させるには至らなかった。

だが1960年代後半になると後の「ロボットアニメ」ジャンル誕生に大きく関わるパラダイムシフトが発生する。それと同時にアニメは一時的に大きな脅威にさらされた。すなわち「怪獣、巨大ヒーロー、メカ（マシン）を主役とした特撮作品の登場」である。これらはいずれもアニメの少年ヒーローを上回る新時代のキャラクターとして児童の心をキャッチする。

この時期に確認された、児童（特に男子）がこうしたアイテムに求心力を感じるという事実はノウハウ化され、1970年代の「ロボットアニメ」において、特にビジネス面で基盤となっている。

TVアニメ初期のビジネス的商材は、アニメ作品・漫画原作を一次とするならば、キャラクターをマークやマスコットの的に扱う二次商品が多かった。ところが「怪獣、巨大ヒーロー、メカ」は後に一次二次の枠組みを大きく揺るがす契機をもたらす。

「怪獣」については1966年1月から放映開始したTV映画『ウルトラQ』がブームの契機となった。特撮の神様・円谷英二が創設した円谷プロダクションが、「お茶の間」に映画発の文化だった「特撮と怪獣」を持ちこんだ記念碑的作品だ。

同年7月には次のアイテム「巨大ヒーロー」を主人公にして、光線技による怪獣退治を見せ場にバージョンアップした『ウルトラマン』が続き、怪獣ブームは空前の加熱となる。「毎週違う怪獣が登場し、ヒーローが支援メカとともに、必殺技を駆使して倒す」というルーチンは『ウルトラマン』が確立させたものだ。これはやがてアニメ・特撮を問わず「ヒーローもの」の定型として定着。現在では女兒向けの「プリキュアシリーズ」にまで転用される「日本のスタイル」となっていく。

この時期はアトムに続く「SF少年ヒーロー」の全盛期だった。等身大で児童ながらも超

能力や武器をもつ主人公が難事件に挑み、解決し、悪漢（主にギャング）を倒すというスタイルが多かった。つまり『怪人二十面相』や『月光仮面』の時代から連なる「少年映画」（冒険・探偵もの）の延長線上にあったわけだが、こうしたストーリー展開はウルトラマンの出現で古いものとして一掃されてしまう。

ウルトラマンの設定は「M78 星雲から来た宇宙人」で、全身の基調が銀色、赤いストライプという配色になっている。この「銀色」は科学の最先端を行く宇宙ロケットのメタファーであった。そして赤は血との連想で人間性の象徴と言われている。つまり「科学の頂点と人間の基本」のハイブリッドであった。そして瞳はなく、目は電飾で輝いて宇宙人らしさを強調している。デザインは全体として「ロボットの」でもあるが、それは「宇宙人なら科学的に地球人よりもはるかに進歩している」という SF 的なイメージの反映でもあった。

必殺技も「拳銃」「日本刀」など古いものではなく、光学合成を駆使して描かれる「スペシウム光線」である。科学的な空想力という点では、同時期のヒーローものから数段レベルが上の先進性を感じさせるもので、「SF ヒーロー」の概念を一変させてしまった。アトムに続く「等身大ロボットアニメ」が文化として発展しなかった理由は、この時点の大きなパラダイムシフトにあるし、1970年代の「巨大ロボット」のキャラクター造型や戦闘アクションに、ウルトラマンは大きな影響を与えている。

アニメ・特撮を総体とした「巨大ヒーロー」としての文化史はここからスタートし、2013年現在まで47年間継続している。本レポートで「巨大ロボットアニメ」にフォーカスしている理由は、この永続性の理由を分析し、本質を求めることにもある。

一方の「メカ」は海外産のTV映画が出发点だった。同じ1966年にNHKで放送開始された英国製人形劇『サンダーバード』が、やはり「ロボットアニメ」に決定的な影響を及ぼしたルーツ的な作品である。登場人物はマリオネット（吊り糸のあやつり人形）で演じられるが、活躍する国際救助隊のスーパーメカは、精緻きわまりないミニチュア特撮で表現されていた。

1965年前後は日本の終戦後20年という節目にあたり、世界的にも「戦記ブーム」が起きていた。大作映画として「戦争映画」が国内外で量産され、少年雑誌でも特集が組まれてパノラマ的なイラストや図解で紹介される。そこで人気となったゼロ戦や戦艦大和は、木製の模型に代わって発展途上にあつたプラモデルのかっこうの題材となり、売り上げトップツウに位置するようになった。

各国の個性豊かな戦闘機、戦車、艦船類など第二次世界大戦のミリタリー模型は、親子の模型を通じたコミュニケーションツールとして機能するようになる。その会話の中では国別のモデルや「年式」「型式」など、男子児童の好む「分類」「コレクション」を刺激するキーワードが語られる。そしてゼロ戦の引き込み脚やスライド式キャノピー、翼の収納用折りたたみ機構や翼端灯などは、後のロボットにも通じる「ギミック（仕掛け）」として児童に大きく訴求するようになるのである。

これはTVアニメ第一世代（1960年前後生まれ）の親が小中学生の時期に太平洋戦争を

体験し、戦中の児童雑誌で兵器に抱いた憧れのリフレインに相当する。後の『機動戦士ガンダム』の原作者・富野由悠季や企画者たちも、まさにそういう世代であった。ガンダムで兵器と位置づけられたロボットが「型式」などにこだわったのは、この時期に「継承」された「憧れの記憶」に基づくものである。つまり「戦記ブーム」もまた、「ロボットアニメ」のひとつのルーツに位置づけられる。

だが第二次世界大戦の兵器はあくまでも過去のクラシックメカであり、殺傷目的という人道的な問題も有していた。ところが『サンダーバード』はこうした兵器にあった「乗り物」「巨大なパワー」の魅力を持ちつつ、「救助用メカ」として戦いを否定し、先進の科学を連想させる空想力を刺激したところが新しかった。

同作では「サンダーバード1号」から「5号」まで救助の用途に準じてシルエットの異なる5種のメカが用意されている。1号は高速性能を獲得するために翼の開閉機構をそなえた「変形」機構をそなえ、2号は救助用装備の入ったコンテナを着脱できる「合体メカ」であった。「変形・合体」は後に「ロボットアニメ」で重要な見せ場となるギミックであり、そのルーツはここにある。

1号は救助活動の移動司令室、2号は救助用装備の輸送、3号は宇宙救助用、4号は水中用、そして5号は静止衛星として世界中の情報収集と管制を行う。運用面でも実に合理的であることが児童の目にも明らかだった。さらにサブメカとして「ドリル」で地中を掘り進むジェットモグラタンクという人気メカまで登場し、子どもの間に戦記ものとは比較にならない「プラモデルブーム」を引き起こす。

映像演出的にも『サンダーバード』は革新的であった。救助メカは発明により巨万の富を築いた資産家の私物であり、絶海の孤島に秘匿されている。その発進にあたり、パイロットは私室からメカのコクピットまで秘密の通路を機械的に運搬されていく。そしてプールや岩壁に隠された発進用のハッチが開いたり、椰子の並木が倒れて滑走路が出現するなど、「秘密基地」からの発進描写が1分以上も続くという「メカを主役にした見せ場」が毎回用意されていた。ライブフィルム（ライブラリーの略）として同じ映像が反復されるが、同じ手法は後に「ロボットアニメ」がジャンル化されたときに、組み込まれていく。

当時でも1967年に放送された『ウルトラマン』の続編『ウルトラセブン』は、『サンダーバード』の大きな影響のもとに生まれている。ウルトラ警備隊の巨大な秘密基地が山中に建設され、そこから用途別にウルトラホーク1号、2号、3号が発進していくといった映像の立体的な構成は、まさにサンダーバード的でもあり、ロボットアニメの先駆的なものでもあった。

こうした発展期では、アニメも特撮も人形劇も「TVまんが」という総称で呼ばれていた。そして「メカと怪獣」という要素は、ともに黎明期のアニメにとっては大きな弱点であり、描くことが苦手な部類のものであった。先述のようにアニメのセルワークは「ツルツルの質感」をもつ。ディテールが省略された結果、空想度・飛躍度は増すが、即物的でない分だけ臨場感や存在感は減じることになる。

怪獣の表面には複雑な凹凸があり、角や牙や毛が生え、眼光が鋭いなど生物としての質感とリアリティを描いていた。サンダーバードメカもエンジンや引き込み脚などハードウェアとしての構造を明示し、風雨に耐えた汚し塗装、あるいはマーキングなど現実でありそうな表面処理を多々施してあった。

やはりポイントは「質感」である。児童ものとはいえ急所はフェチズムなのである。それもまた、1970年代の「ロボットアニメの進化発展」を考えたとき、大きなヒントになることである。

なお、1960年代を代表する「巨大ロボット」としては『鉄人28号』の他に『ジャイアントロボ』（特撮）が挙げられる。同じ横山光輝原作によるこの2作は、少年が操縦機によって遠隔コントロールするタイプの巨大ロボットであり、両者とも「瞳」をそなえている。このふたつの特徴は70年代のロボットアニメには継承されない、1960年代までのものと考えられる。

70年代初頭に起きる「巨大ロボットアニメブーム」を分析・理解するために必要と思われる60年代末期の社会背景についても、ここで簡単にまとめておく。

ちょうど1970年を中心として、価値観が引き裂かれていく大きなパラダイムシフトが世界的に起きている。科学が明るく幸福な未来をもたらすという大衆の願望は、ローマクラブが1960年代末期に出したレポート「成長の限界」によって否定される。

1969年にアメリカ合衆国が、冷戦構造を背景に国家の威信をかけて「アポロ計画」でついに人類を月へ送りこみ、続く1970年には日本初の万国博覧会が大阪で開催され、「人類の進歩と調和」を合言葉にして「月の石」の展示が長蛇の列を呼んだが、これらは「科学万能時代」の最後の輝きであろう。

日本の繁栄と裏腹に、東西陣営の対立構造と全面核戦争の緊張感は深まり、その代理戦争の色彩が強いベトナム戦争は米国の介入で泥沼化する。国内でも1970年の日米安全保障条約改正に反対する政治闘争が起こり、終戦を契機としたベビーブームで誕生した「団塊の世代」が学生運動により階級闘争を開始。高度経済成長を支えてきた大企業は、環境を汚染する公害問題の発生源として糾弾されるようになる。

子ども向け作品も、これら堰を切ったように噴出する「社会の歪み」の影響と無縁ではいられなかった。「団塊の世代」のために創刊された「週刊少年マガジン」は読者の成長と世情の変化に合わせて60年代後半、内容を青年向けへ舵をきる。その現れのひとつが「劇画の導入」だ。TVの台頭で斜陽化した貸本劇画の作家たちが参入し、社会風刺を意識したダークなテーマが導入される。荒々しいペンタッチで魂ごと叩きつけられた「劇画」は青年読者層の心を打つ。

アニメの絵柄と制作手法も、劇画ブームに大きな影響を受けている。特撮のリアルな質感に押され気味だったアニメは「トレスマシン」という機械を導入し、技術革新を迎える。鉛筆の強弱やカスレなどニュアンスをセル画にカーボン熱転写する新兵器で、劇画タッチをも

つアニメ表現に成功したのである。

トレスマシンが導入された時期のアニメ作品は、スポーツ根性もの、妖怪ものと「劇画原作」の比率が多くなっていった。劇画のザラザラした質感も、大気や河川が汚染でドス黒かった当時の空気感の反映と受け取れる。

劇画タッチの描線を前提としたアニメ企画も次々に登場し、ヒットする。1969年の『タイガーマスク』（梶原一騎原作／辻なおき画）は、その代表作である。1970年代初頭を代表する特撮ヒーロー『仮面ライダー』のルーツも、本作の「覆面レスラー」というキャラクター性とバトルにある。

こうして1960年代を通じて次第に変化する世情と、急速に発展するTV映像文化は、1970年代になって新たな進化のステージをむかえることになるのである。

2.3. 1970年代：ロボットアニメの勃興とジャンル確立

1960年代中盤に特撮映像で人気となった「怪獣、巨大ヒーロー、メカ」こそは、1970年代に大きく開花するロボットアニメ文化のルーツに該当するアイテムであった。「ロボットアニメ」は決してアニメが独自開発したものではない。その事実は、アニメの年表だけを見ていては永遠に気づかないことだ。メディア芸術の文化研究には、常に隣接ジャンルの相互参照の必要性を有しているのである。

こうした発展は、アニメが特撮の表現力に攻め込まれ、一敗地に塗れたというショックを受け入れて乗り越える時に、改めて「敵の武器」をアニメなりに取り込んだ結果だと、そんなストーリー展開になぞらえることもできる。国産アニメ文化がもつ独特のバイタリティは、こうした物語の内実として描いていることとのシンクロにも理由があると思えるし、ジャンル同士の影響関係といったインタラクティブな観点は重要だ。

1970年代にはいり、ロボットアニメーションは次の進化段階に入る。きっかけは1972年末から放映された『マジンガーZ』（永井豪原作）だった。

この作品をきっかけにロボットアニメがさかんにTVで流れるようになる。それらの作品群には、1960年代と3つ大きな違いがあった。

- (1)「巨大である」
- (2)「人間が乗って操縦する」
- (3)「変形、合体する」

これはアニメの放映によって玩具をセールスするという事情によるものが大きい。同時に、日本の社会における自動車、オートバイの普及（モータリゼーション）を背景にしている。ロボットは「自分で操縦できる乗り物」として、新たな若い世代に受け入れられるようになったのである。

アニメ作品を商業的に支えたビジネスモデルのうち、「アニメ業界発のオリジナル」という要素も加味すれば、もっとも長く成功したジャンルは『機動戦士ガンダム』を含む「ロボ

ットアニメ」になるが、その起点はこの 1972 年に位置づけられる。まずは、そこに至る 70 年代初頭の「テレビまんが」事情について、整理していこう。

1971 年からスポ根ブームに続き、第二次怪獣ブームが発生する。当初は『スペクトルマン』『帰ってきたウルトラマン』など巨大ヒーローが中心になっていたが、実際に大ヒットして時代を変えたのは、バイクに乗る等身大ヒーロー『仮面ライダー』（石ノ森章太郎原作）であった。これをきっかけにしばし「変身ブーム」が「テレビまんが」の主流となる。

『仮面ライダー』には、70 年代を象徴する重要なファクターを発見できる。それは敵が「ショッカー」という「大組織」になったことだ。これは「高度成長期を支えた企業は悪に転じた」ということの暗喩と見ることができる。事実、コミック版ではショッカーの正体を「日本政府」という巨悪として規定している。

60 年代まで敬意を払われていた大企業は、70 年代では一転して「社会悪の根源」と敵視されるように変化した。この価値観の転換は日本全体的なもので、TV のビジネス構造にも影響を与えている。1960 年代の児童番組（アニメ含む）は主に食品・菓子・飲料などナショナルスポンサーによる一社提供だったが、これは非常に限定的となっていくのである。

また 60 年代の TV 番組では、一社提供を背景に「大型電化製品一式」「食品一年分」が当たる生活密着型のクイズショーや大型バラエティ番組も多かったが、この形式も激減する。大衆が貧しさを脱して総じて一億総中流になったため、「消費は手に入らない夢」（ゆえに懸賞も夢として成立する）というような時代から「消費は単なる現実」に変わっていった。

こうしてアニメ作品を商業的に支えてきたビジネスモデルが社会情勢の揺らぎにより根底から変わり、ナショナルスポンサーはアニメどころではなくなった。この変化は、アニメ制作会社の存続を揺るがしかねない。「ロボットアニメ」の台頭は、そんな危機感の中から生まれてきたものでもあった。

1972 年には「仮面ライダー的フォーマット」のアニメへの応用が早くも始まっている。つまり「敵には巨大な組織があり、毎週毎週、そこから怪人が送り込まれ、ヒーローはそれを倒して平和を守る」という「ロボットアニメのフォーマット」は特撮からの影響下にある、一種の翻案なのである。

まず、ロボットの出ない作品からそのコンバートは始まった。7 月には怪奇もの『デビルマン』（永井豪原作）のアニメ版がスタート。そして 11 月には「SF と忍者」が融合した『科学忍者隊ガッチャマン』がスタートする。『忍者部隊月光』（実写ドラマ化実績あり）で確立した 5 人の集団ヒーローに「変身」という要素を取り入れ、巨大怪獣ロボットとメカ戦闘を行った作品である。貪欲に他作品のヒット要素を取りこんで成立した『ガッチャマン』は、後の特撮番組におけるスーパー戦隊シリーズのルーツともされていて、もっとも幅広く影響を与えた結节点的な作品である。

もうひとつ 70 年代で忘れてはならない大きな変化は「カラーTV の普及」である。最後

のモノクロ制作 TV アニメ『珍豪ムチャ兵衛』は 1971 年の放映で、1972 年は「カラー制作アニメ 100%」を実現した年でもあった。

タツノコプロダクションは前年の戦記アニメ『アニメタリー決断』で、カラーTV 全盛時代にふさわしい技術革新に成功していた。トレスマシンに加え、タッチ（スポンジや筆で粗い質感を乗せる）やエアブラシ（ピースコンでグラデーションを描く）などの「特殊効果」（セル仕上げ）を多用。リアルな兵器がもつ鋼鉄の質感や爆発の迫力を美術的に増強した上で、機銃掃射の曳光弾を透過光で表現するなど、明らかに既存の平板なアニメ映像を凌駕する技法を確立していた。それを SF 表現に転用して全力投入したのが『ガッチャマン』であった。

ここに至り、アニメにおけるヒーロー、メカの映像表現は、同時期の特撮作品を上回る質感、臨場感をようやく獲得し、最初の黄金期を迎えたのであった。

ただし、それはアニメ単独ではなし得ない進化でもあった。『ウルトラマン』や『サンダーバード』など、内外の特撮作品の影響、少年週刊誌などメディアの変化、そして社会の動乱などいくつもの要素とビジネス要件のせめぎ合いの中で醸成された諸要素が、この急速なる進化を要請したのであった。

こうしたアニメと特撮作品が往時にみせた日進月歩の進化は、「物心ついた時から TV があった」という世代、1960 年生まれを中心とした「TV っ子」（TV アニメ第一世代）の精神・肉体の成長ともシンクロし、成長過程において多大な影響を与えていく。現在 40 代後半から 50 代のトップクリエイターたちの中にも、この時期に経験した自らの成長とのシンクロを起点に置く人が多いはずだ。

この流れができた状況で決定打として始まった『マジンガーZ』が、ロボットアニメの新たな源流を生み出すプロセスをみていこう。

もちろん『マジンガーZ』以前にも『鉄人 28 号』を筆頭に、巨大ロボットを主人公にしたアニメ・特撮作品はすでに存在していた。だが『Z』には後の元祖と呼ばれるにふさわしい新規のチャームポイントが 2 点あった。

ひとつは、操縦メカに乗り込んだ主人公がロボットと「一体化」して戦うこと。

もうひとつは人間味を連想させる「黒い目玉」を排除したことである。

このふたつを合わせて翻訳するとすれば、「巨大ロボットの変身ヒーロー化」と端的に語るができる。続くロボットヒーローの大半に「目玉」が存在しないのは、ウルトラマンや仮面ライダーの係累に属するものというアピールということだ。

このように考察を深めていくと、ロボットアニメが特権的にビジネスで最強のジャンルとして生き延びられたか、その理由が明確な像を結び始める。TV アニメの黎明期からアニメと特撮にまたがり、連綿とバトンを受け継いできた児童番組の「リレー」があったとすれば、その最終ランナー的な位置に「ロボットアニメ」がいるからなのだ。

実際『マジンガーZ』には、それまでのSF児童番組のヒット要素が「全部入り」となっている。

必殺技には「光線」と打撃系、切断系が取りそろえてある。さらに「ルストハリケーン」という技には強酸性の猛風で敵の装甲を腐食させるなど、SF的な裏づけも用意されてリアリティを高めている。基地のプールが開閉してホバーパイルダーが発進するシーンや、本体頭部との合体シーンは『サンダーバード』的な要素である。敵幹部には人の身体を損壊し、獣と融合している者が多い。妖怪的ものの異形のデザイン感覚さえ取り込んでいる。

こうした「ヒット要素を統合する」流れは、続くロボットアニメ作品群で、ますます強化され、ジャンルとしての進化を促していく。

特筆すべきは、アニメビジネスという観点でも『マジンガーZ』が画期的な商材をもたらしたことである。それは「亜鉛製合金玩具」であった。「超合金」というブランドでポピー（後に親会社のバンダイと合併）から発売されたこの商品は、記録的なヒット商品となってロボットアニメ隆盛の礎となる。

作中でマジンガーZの材質は「超合金Z」と設定されている。その原石ジャパニウムが光子力を生み出し、敵の機械獣を凌駕する強さの源となっている。敵側が光子力研究所に攻めてくる理由も、その超越的なマテリアルの奪取にある。

実際の玩具も合金製ゆえ、ずっしりした重い手応えと冷たく堅い材質感をそなえ、作品から受ける印象をよく再現していた。空想の「超合金」を現実と結びつけるのに、これ以上ないと思える垂涎のアイテムであった。結局、ここでも決め手となったのは「質感」であり、フェチズムなのだ。

作中設定、映像表現、玩具と、ロボットの超合金はエンドユーザーが商品を手にとるまで質感・存在感に一貫性が感じられる。だからヒットし、ビジネスとして新たな柱にまでなれた。その中心に、ある種の抽象性をもって全部のアピール要素を「物語」としてまとめる「アニメ」が位置する。その主人公への感情移入というドラマ要素が、商品の訴求力と直結するように作動する。

この構造は、今でこそビジネススキームとして当然のようなものとなっているが、『マジンガーZ』によって最初の完成形をみたと言っても過言ではないだろう。

ここでもうひとつ見逃せない重要な社会的変化は、家庭にも子供に玩具を買い与えるくらいの経済的余裕が出てきた「一億総中流化」という変化だ。

続編『グレートマジンガー』のスポンサーにはリコーの教育機器部門が参入したが、子育てから「飢餓」「健康」の懸念が遠ざかり、「食品・薬品」ではなく「教育」を優先的に考える余裕が出始めたということの意味している。これも一億総中流化の象徴的な現れとして記憶されている。

このようにして、1970年代からのアニメ・特撮番組の中では玩具メーカーを中心とした複数スポンサー提供の座組みが多くなっていく。この変化が特に原作をもたないオリジナル

作品を生み、さらなるアニメづくりの転機をもたらすことになる。それは「一次」「二次」の逆転でもあった。

70年代初頭までは、あくまでも映像作品が一次商品で、玩具もアニメキャラを展開した二次商品にすぎなかった。著名な「漫画原作者」が中核にいるという構造をとっているのも、その現れである。

ところが企業イメージや食品・薬品などのナショナルスポンサーに大きな期待ができなくなり、もっと直接的な消費を生む「玩具」をメイン商材と見据えるなら、「30分まるごと玩具のコマーシャルの番組が、あっても良い」「漫画家原作者は必ずしも必要ではない」という発想の転換が出現したのである。

1960年代から「マルチメディア展開」はスタートしていた。TVアニメが本命なのにコミック版が一次原作のようにふるまう方法論がすでにあった。これを発展させ、本命の一次商品は実は玩具なのに、それを成立させるために二次的にTVアニメが用意されるという、階層構造が一段深まったスキームが、『マジンガーZ』超合金玩具のヒットをきっかけとして誕生したのである。

アニメ番組それ自体が玩具を売るための「原作」として成立したオリジナルロボットアニメが登場する。それが1970年代中盤に起きたエポックだ。その歴史的第一号は1975年4月スタートの『勇者ライディーン』である。

『サンダーバード』の著作権元の東北新社が製作し、ポピーの超合金ブランドで商品化された作品である。アニメーション制作は創映社サンライズスタジオ（サンライズの前身）、総監督は富野喜幸（現：由悠季）、キャラクターデザインは安彦良和と、後の1979年に『機動戦士ガンダム』を作り出すメンバーの手によるロボットアニメということも、非常に深い意味をもっている。原作でクレジットされている鈴木良武は虫プロで文芸部門を確立させたアニメプロパーの脚本家であった。あらゆる点でアニメ業界生え抜きのオリジナル作品と位置づけられる。

『勇者ライディーン』は、70年代後半に発展するロボットアニメのアーキタイプとなるいくつかの特徴を打ち出した。まずメイン商材となるロボットに「プレイバリュー」という概念を開発時から明確に反映させ、商品の機構的に取り入れた。これは購入ターゲットの児童が商品を手にしたとき、「どう遊ぶか」の価値観のことで、対価に見合う「仕掛け」が必要という考え方である。

もちろんマジンガーZの合金玩具にもプレイバリューはあった。腕がスプリングで飛ぶロケットパンチがその代表だ。しかし、「ロボットに人の頭脳を加える」というホバーパイダーの頭部への「合体」は、この時点ではプレイバリューの決定打になりえていない。超合金以外にもジャンボマシンダーという塩化ビニール素材の1メートル近い玩具がヒットしたが、これには玩具オリジナルの「パンチを他の武器に換装できる」というプレイバリューが盛り込まれた。ここですでに玩具メーカー主導でオリジナル重視の志向、その開発の重要

性の意識が見受けられる。

1974年春には「合体ロボット」の元祖として、マジンガーと同じ永井豪原作のTVアニメ『ゲッターロボ』がスタートする。三機の戦闘飛行メカ“ゲットマシン”が組み合わせを交換して三種類のロボットとなる変幻自在のビジュアルが斬新だ。まさに後の「合体ロボット」の源流となった作品である。だが、ゲッターロボの変形合体はアニメーション表現特有のメタモルフォーゼを前面に打ち出したもので、玩具での再現としてはゲットマシン“イーグル号”がゲッター1の頭部に変形するのがやっとならぬであった。こうしたギャップを埋める動きが、玩具メーカー側から出たのである。

超合金ヒットの立役者であるポピー（バンダイ）の村上克司は、工業デザイナーの立場で「テレビまんが」の世界に参加した人物である。1973年のTV特撮『イナズマン』では、主役用の空中飛行可能な自動車ライジンゴの商品化でクレジットされているほどだ。玩具メーカー主導の『勇者ライディーン』の企画開発においても中心的な役割を果たしている。人型ロボットから鳥型（ゴッドバード）への変形を玩具でも実現させ、映像イメージと玩具の実物を「プレイバリュー」で結合させるという進化と発展を、ロボットアニメにもたらしめた。

ライディーン的设计は村上克司、スタジオぬえ（デザイナーは宮武一貴・加藤直之）、安彦良和の共作である。すなわち「工業デザイナー+SFビジュアリスト+アニメキャラクターデザイナー」の三者のコラボレーションだった。このスキームも、やがて「ロボットアニメ」の開発で重視されるようになる。

『ライディーン』はオリジナルである優位性を、開発リソースの得意分野の融合に振り向けることで、「プレイバリュー+世界観+動かしやすさ」と三位一体を実現したのであった。そこから新たな価値を創出し、ヒットを生んだことは、まさしくエポックであろう。ここに至り、TVアニメでオリジナル作品を成立させるためのビジネススキームが、玩具ベースで確立したのであった。

この時期はアニメ視聴者の側にも変革が起きていた。それまで「テレビまんが」の対象年齢層は小学生低学年までで、遅くとも中学に入れば「卒業」すべきものというのが社会通念であった。ところが中高生の中にも、世間の偏見をもものともせず自主的にアニメ視聴の継続を選ぶ世代が現れてくる。それはちょうど1963年の『鉄腕アトム』の誕生に遭遇し、学齢前から「TVアニメ」が存在している世代でもあった。この観客の成長が、本来は児童向けだったロボットアニメの発展にも大きく関係している。

ちょうど1974年にはTVアニメ『宇宙戦艦ヤマト』が放送され、1977年にはこれが劇場映画化され、青年層に大ブームを巻き起こしてマスコミにも取りあげられた。この現象は、1978年のアニメ専門雑誌創刊の呼び水となっていく。そんなアニメブーム前夜の時期でもあった。

これと併走して『勇者ライディーン』のヒットによってオリジナルロボット路線が確立し

たことが、物語面でも進化を招いている。同作後半から参加した長浜忠夫監督は、スポーツ根性アニメの代表作『巨人の星』をヒットさせたベテラン演出家である。ライディーン終盤では1話完結の「ロボット対メカ怪獣」の形式を維持しつつ、神話的で壮大な世界観と主人公との母の再会劇を「大河ドラマ」として描きぬいた。後にガンダムで定番化する連続的な作劇スタイルも、ライディーンで確立したものである。

「30分のコマーシャル」と位置づけられ、商業主義の走狗、俗悪作品とアニメ業界の同業者から諷られながらも、同時にオリジナル作品であるがゆえの「自由さ」「バイタリティ」も獲得されていくようになる。「ロボットの活躍」をアピールするためなら、内容的には何をやってもいい。オリジナリティの豊かな意外性のあるドラマづくりでさえも許される。これがクリエイターの創造性を刺激したのだった。

玩具スポンサーの示したこうした大きな度量は、結果的にかつての芸術家に対するパトロンのような作用をもたらした。『勇者ライディーン』に続く1976年の『超電磁ロボ コン・バトラーV』は長浜忠夫総監督、安彦良和キャラクターデザインと、ほぼ同じスタッフで続投。ここで「5台のマシンが完全合体」と、アニメの合体映像を玩具で再現する理想が実現する。本作の映像にはアニメ用のアレンジが加えられていたが、その次の作品『超電磁マシン ボルテスV』では、アニメ中の巨大ロボットの变形合体描写と玩具で実現されるギミックは、ほぼ完全なる一致をみることになる。

『コン・バトラーV』で長浜監督は敵側の大将軍ガルダにスポットライトを当て、正義側以上に盛り上がる悲劇を描きぬいて、勧善懲悪を相対化した。これは「美形キャラ」として女性アニメファン層に大きく受け入れられる。これも『ボルテスV』で発展し、兄弟が敵味方に別れて戦うというドラマ要素の核に「プリンスハイネル」という「辺境に見捨てられた王子」（ヤマトタケルのメタファー）を神話的存在として配置することで、よりドラマ的な側面を掘り下げた。

こうしてロボットアニメには、新たな「ドラマ的」局面が切り開かれた。『ポストヤマト』を求める動きはオリジナル作品の新展開を歓迎し、作家性は誰も観たことのない激しいドラマをメカアクションとともに提示するロボットアニメに集約されつつあった。そしてミドルからハイティーンに受け入れられるアニメには、確固たる世界観と共感できるドラマが必要ということが、いくつかの作品で実証される。この流れは、最終的に70年代末の『機動戦士ガンダム』へと収斂していく。

一方で1970年代の「ロボットアニメ」は総じて低い評価に甘んじていた。たとえばSF作家の一部からは「ロボットプロレス」という蔑称をあたえられ、見下されていた。SFの設定を援用してはいても物語の内実はなく、同工異曲のルーチンワークであるというのが批判の要点である。また後世の研究者からは、ガンダムとの対比で「勧善懲悪もの」と雑な括りをされることも少なくない。

しかし実際には、それぞれの作品でさまざまな工夫がなされていた。たとえばプロレスの

世界では腕を発射したりレスラーが空中を飛ぶことはないが、ロボットアニメの格闘はビジュアル的な展開に工夫をこらしている。ドラマ的にも、たとえば主人公を敵味方の「混血」という引き裂かれた位置におく工夫など、さまざまなテクニックを導入している。個々の事例を掘り下げるとは後年の研究にゆずるが、進化とは環境変化への適応とサバイバルの積み重ねであり、突然変異的なものはないというのが本研究のスタンスである。

とは言ふものの、この時期のロボットアニメが「様式」にとらわれがちであったのも事実である。毎週違った敵ロボット(怪獣)が攻めこみ、主役ロボットにパイロットが乗りこむ。基地からプロセスをふんで発進、格闘の末に、必殺兵器でとどめを刺して倒すという定型は確実に存在していた。『ウルトラマン』と『仮面ライダー』の二大変身ヒーローの呪縛は強い。

ロボットが遠隔操縦でも自律型でもなく「乗り物タイプ」となったのは「人とヒーローの一体化」という意味性が大きな理由だ。すなわち「変身・巨大化」のメタファーである。「瞳の喪失」も70年代巨大ロボットの特徴だが、それ自体の源流は変身ヒーロー以前、1950年代のTV実写ドラマ『月光仮面』にまでさかのぼることができる。

米国から輸入されたスーパーヒーロー『スーパーマン』は素顔を出しているが、国産ヒーローはむしろ『怪傑黒頭巾』のような仮面もの・覆面ものが主流であった。「正体を隠して誰かの代理として力を行行使する」というスタイルが日本で受けるヒーロー像で、これは『水戸黄門』の例からも明らかだ。巨大ロボットの「瞳のない意匠」とは、「仮面ヒーロー」の系譜に属する証拠である。

ただし、まったく同じものではなくヒット要素の融合は新たな化学反応を生んでいる。巨大ロボットも作劇上、主人公の「力の代弁者」として機能する。そこに「乗り物」という根拠が加わることで、変身という「あり得ないもの」よりもリアリティが強化される。これが70年代ロボットアニメが変身特撮ヒーローの人気を凌駕した理由である。

こうして児童向けTVビジネスの主流となったロボットアニメ最初のピークは、1976年に訪れる。新作だけで『大空魔竜ガイキング』『ゴワッパー5 ゴードム』『UFO 戦士ダイアポロン』『超電磁ロボ コン・バトラーV』『グロイザーX』『ブロッカー軍団IV マシンブラスター』『マグネロボ ガ・キーン』と7本あった。

『マジンガーZ』のヒットは1974年にパワーアップ的な続編『グレートマジンガー』を生み出し、1975年には第3作目『UFOロボ グレンダイザー』が放送される。つまり「マジンガーシリーズ」として長期化、グレンダイザーも1976年を通じて放送されていた。ゆえに最大で週8作ものロボットアニメが放送されていた計算になる。

アニメ業界発オリジナル作品の比率も高まり、集団による群像劇的な構成をとり入れた作品が多くなったのもこの時期の特徴だ。玩具のプレイバリューとしても前述の合体ロボ、コン・バトラーVの他、竜タイプの母艦の頭部がロボットに変形するガイキング、3体ロボットがパーツを組み合わせてさらにロボットに合体(玩具メーカー“ブルマック”の呼称は「変身+合体」で「合身」)するダイアポロン、磁力による球体関節をもち「マグネモ」という

第2章 ロボットアニメの文化史

ブランドのついたガ・キーン（メーカーはタカラ）など、玩具メーカーがこぞって新しい技術に挑戦し、開発面で競作するようになる。

1977年には『惑星ロボ ダンガードA』『合身戦隊メカンダーロボ』『超魔術合体ロボ ギンガイザー』『超電磁マシン ボルテスV』『超人戦隊バラタック』『無敵超人ザンボット3』と6本の新作があったロボットアニメだったが、同年にはブルマックが倒産。1978年には『闘将ダイモス』『無敵鋼人ダイターン3』『宇宙魔神ダイケンゴー』とわずか3本に減じ、1979年も同じく3本と低調な時期が続く。『マジンガーZ』から連綿とロボットアニメを放送していた東映動画（現：東映アニメーション）の時間枠も『SF 西遊記 スタージンガー』となりロボット路線を打ち切ってしまう。

さらにこの時期、児童の関心は映像から離れて「スーパーカー」という現実中存在するマシンに移り始めていた。玩具メーカーもロボットより自動車を中心に取り入れたアニメをスポンサードするようになってしまう。結局このスーパーカーブームは、それほど長くは続かなかった。

1977年に劇場版『宇宙戦艦ヤマト』がヒットし、1978年には『スター・ウォーズ』が日本公開（米国では1977年公開）されることで、世情はさらに「宇宙SFブーム」へと移行していった。業界的には下降線をたどり始めたロボットアニメではあったが、逆風の時代に制作会社として独立・改組したサンライズは、1977年秋に創業第一作目『無敵超人ザンボット3』で新たな玩具メーカーのクローバーと組んでオリジナル作品による勝負に出ている。

ボルテスVなど5体合体の玩具よりも、3体で合体できるザンボット3の方がビジネス的には好成績だったという。そして富野由悠季監督による演出のリアリズム志向は、この作品で大きな話題を呼んだ。ロボットと怪獣の戦闘が起きれば、それは戦争であって被害は一般人に及ぶこと、さらに焼け出された民間人は難民となることなど、ロボットアニメではヒーローの活躍を前面にたてるためにタブーとされてきた描写に、美形キャラクターを中心とした舞台劇的なドラマに物足りなさを感じていた中高生のアニメファンに大きな衝撃をあたえた。同作のキャラクターデザインは安彦良和で、いくつかの点で1979年の『機動戦士ガンダム』のルーツ的な作品に位置づけられている。

同時期にはアトムのように人格をもつ等身大ロボットのアニメ作品もいくつか作られていた。サンライズが制作協力し、安彦良和作画による『ろぼっ子ビートン』（1976年）、アトムの姉妹編『ジェッターマルス』（1977年）などがあり、1980年には『鉄腕アトム』がリメイクされている。しかし本命は1979年に二度目のアニメ化がヒットした『ドラえもん』（藤子不二雄F原作）であった。

一度目のアニメ化は時期尚早だったが、一緒に生活する「ともだちロボット」というコンセプトが改めて受けたのである。このように1970年代は、ロボットが「乗り物・友だち」と新しい属性を獲得し、アニメ文化を発展させた時期なのである。

2.4. 1980年代：物語・映像ともに進化するロボットアニメ

ロボットアニメ最大のヒットであり、それ自体がひとつのジャンルのようになった『機動戦士ガンダム』は1979年の作品である。しかしプラモデルのヒットは1980年であり、1981年の劇場版『機動戦士ガンダム』三部作が実質的な大ヒット作であるため、ここではあえて1980年代の動向の起点として位置づける。

アメリカ映画『スター・ウォーズ』と劇場版『宇宙戦艦ヤマト』とメカ中心の宇宙SF大作が連続ヒットし、ミドルティーン(中高生以上)をターゲットとした「オリジナルアニメ」という新市場が開拓されたことが、『機動戦士ガンダム』企画の原点であった。1978年には「月刊アニメージュ」(徳間書店)も創刊され、時代は成熟した。

アニメも特撮も人形劇も渾然一体となった「テレビまんが」の時代は終わりを迎え、「アニメブーム」が起きたのだ。それは「アニメージュ」という「アニメ」を冠した媒体の誕生で決定的になった。なぜならば、母体となった徳間書店の児童向け雑誌は「テレビまんが」を総合的に扱う「テレビランド」である。「テレビまんが」から「アニメ」への独立は、この2誌のギャップからみてとれる。

重要なことは、雑誌やムック(マガジンとブックを合わせた造語で雑誌的単行本)が誕生し、言語ベースで分類・整理・研究されたことによって、アニメが「文化」として広く認知されるきっかけが生まれたことだ。この動きはアニメを「クリエイター」が作りあげた「作品」として認知させることに、大きく貢献している。

「アニメとは作品なのだ」という認識それ自体が、「アニメマスコミ」という統一的な価値観を伝える媒体の成立以前までは薄かった。奇跡の逆転劇と言ってもよい。「子ども向け」「商売もの」という固定観念が根本から覆り、「作品」として青年層に楽しまれるアニメが売り物になる時代が、ここに到来した。その中で、作家性をアピールしやすいオリジナルのTVアニメ、その大半を占めるロボットアニメの果たした役割も大きい。

逆に言えば、初期ロボットアニメに対するクリエイターの努力が、「完全懲悪の子ども向け」などと不当に低く評価されている理由も、アニメ雑誌誕生以前ということで説明できる。一部有名作品以外、バイアスをかけられていることには留意が必要であろう。

アニメ雑誌創刊以前、アニメのビジネスにとっては「作品性」よりも「キャラクター性」が重視されていた。キャラクターグッズという「二次商品」で収益を得て作品を成立させるというスキームしかない時期は、観客の価値観もそこに偏向していた。「ロボットアニメ」においても「主役メカ」「主役ロボ」という現場用語が端的に示すとおり、キャラクターの亜種としてのバリューが認知されていた。

ところが「一次」である「作品そのもの」に価値観があるとアピールされ、この事実が可処分所得をもつ青年層へダイレクトに訴求し始めたことで、アニメのビジネス構造も次第に根源的な変化を開始する。

アニメ雑誌成立の立役者である『宇宙戦艦ヤマト』が、TVシリーズでは不発に終わり映

画化で逆転成功した事実も、「一次ビジネスへの転換」というパラダイムシフトを「受け手ありき」の観点で捉える上で、極めて象徴的な出来事であった。TVシリーズはスポンサーを集めて放送枠を買うことでビジネスが成立するものだから、そもそも「二次商品ありき」である。一方、映画はチケット代そのものが収益に直結するから、「フィルムという一次商品」で勝負が可能となる。

1979年の『機動戦士ガンダム』は、『ヤマト』が切り開いたこの時代の変化の波に乗って、その先を目指した作品であった。ハイティーンへの訴求を自覚的に目指して制作に織り込んだという点では、最初期の代表的タイトルである。そのクリエイションの中心となったのが、原作・総監督としてクレジットされている富野由悠季である。

この作品では「ロボット」という呼称を旧態依然とした閉塞を招くものとして、意図的に排除した。SF作家R・A・ハインラインによる小説「宇宙の戦士（原題：スターシップ・トゥルーパーズ）」に登場するパワードスーツ（強化装甲服）をヒントに「モビルスーツ」というオリジナルの名称を創作したのである。

さらにモビルスーツを「宇宙植民地と地球連邦の全面戦争」の「兵器」と位置づけ、敵側モビルスーツ“ザク”を戦車や戦闘機のように量産される工業製品として描くことで「ロボットヒーロー対メカ怪獣」という構造から一歩抜き出ることに成功した。

つまり『ガンダム』では「ロボットアニメ」がジャンルとしてルーチン化し、一種の「お約束」として採用していた不自然さを総点検し、リアリズムで補強したことで新しい時代を築いたのである。この結果として、ガンダムを起点に「リアルロボット」という呼称が後に派生することになる。

実際のTV版『機動戦士ガンダム』では、メインスポンサーはまだ玩具メーカー（クローバー）であり、合金玩具のセールスを前提とした作品であった。プレイバリューとしても主人公側の3種のモビルスーツ（ガンダム、ガンキャノン、ガンタンク）はコア・ファイターと呼ばれる可変戦闘機を中心に上半身と下半身を入れ換え可能で、3×3=9通りの姿になるというギミックが用意されていた。

しかし、この機構はTV本編には登場しない。この二重構造が象徴するように、玩具セールスのためのメカの登場・活躍と、物語が要求するリアリティレベルの間には絶妙な差違のコントロールが徹底されている。結局は玩具売り上げの不振から、全52話の予定が全43話に放映短縮されるが、壮大な興亡史・戦記物語として描く大河ドラマ的な構成とともに、モビルスーツの象徴する「リアリティ」は、ロボットアニメの歴史に新たな局面をもたらすことになった。

本作のメカニカルデザインは大河原邦男が担当した。主役側のメカは玩具との調整もあり難航したが、敵側の“ザク”は富野監督のコンセプトに基づき、自由度の高いデザインが可能だったという。そしてアニメーションディレクター、キャラクターデザイン、作画監督を兼務する安彦良和は、人物もメカも統一的に作画を担当していた。ガンダム自体も「主役」として闊達かつ美麗に動かし、ザクもまた個性溢れる「敵役」として重量感たっぷりに描い

ている。

ガンダムの活躍にカタルシスが重視されていた点も含め、ガンダムは「テレビまんが」の時代を振り返って総称する「スーパーロボット」の延長線上にも位置づけられる。「スーパー」と「リアル」の端境期にあり、両面備えた特異点的な作品である。そのポジションの貴重さが実証されるのは、1980年に放送終了後のことだ。

視聴率、玩具販売では低迷した『ガンダム』であったが、雑誌特集では人気があり、高額商品のレコードも大ヒットしていた。作品の価値とリアルタイムの評価が一致し始めた初期の作品だった。

放送終了から半年後の1980年7月、TV放送時のスポンサーとしては参加していなかったバンダイから「プラモデル」として『機動戦士ガンダム』の商品化がスタートした。一度失敗したと見なされたロボットを、他のメーカーが商品化することは、非常に異例のことであった。

当初、バンダイサイドでは『宇宙戦艦ヤマト』のユーザーからの継続性を期待して、ホワイトベース、ムサイといった宇宙艦船類の売り上げを期待していた。ところが発売されるや、単価300円のガンダムが爆発的人気となり、敵側のザクともども店頭から品切れが続くようになる。

ヒットの要因はいくつもあるが、「1/144」というミリタリーモデルで採用されていた縮尺スケールを、SF世界の非実在メカであるにも関わらず採用したことが大きい。もともと『ガンダム』の世界観にある「植民地の独立闘争」は現実の戦争をいくつか参考にしていて、第二次世界大戦の模型を制作していたモデラーに放送中から人気が高かった。そうしたユーザーは、ガンダムの模型をフルスクラッチで制作し、商品化された後もアニメ設定に縛られず、現実の兵器と同じリアリティをもった感覚でつくり始める。アニメで採用されたカラーリングをより現実味あふれる配色に置き換えて塗装し直し、ツヤ消し剤を入れ、弾痕をつけ、風雪の影響による汚しや金属の剥離（ウエザリング）を塗装で入れるなど、リアリティを全方位的に補強した作例を次々と模型専門誌に発表し始めたのであった。

こうして「人類の進化」という高度な物語内容と、高精度のプラスチック模型、さらにはユーザーがアレンジできるという自由度との相乗効果で、ガンダムは本格的なブームを起こすことになる。

そうして迎えた1981年、三部作の劇場版としてリメイクされた『機動戦士ガンダム』は、プラモデルともどもロボットアニメ史上空前のヒットを巻き起こす。劇場化にあたって、玩具売り上げ補強としてTVのときに登場していたパワーアップ用メカの一部はデザインを改訂することになった。これは作品から「商材」という夾雑物を可能な限り排除して、一次である「フィルム＝作品」と世界観のリアリティで勝負しようというクリエイターの気概があった何よりの証拠である。

そしてこの劇場版時のブームが、合金玩具のガンダムには見向きもしなかった小学生にあらためて訴求する。やがてはプラモデルを買うために店頭で大行列をつくるようになってい

くのである。ユーザーがプラモデルを改造するなど、自発的に作中の「世界観」へ関与するという双方向の楽しみ方は至高のものであり、新たなアニメの楽しみ方がロボットアニメを契機に生み出されたとも言える。

このガンダムの作品・商品を合わせた大成功は、ロボットアニメのみならず、アニメ業界全体を活性化させた。『宇宙戦艦ヤマト』の劇場公開を起点とする「アニメブーム」が本格的に拡大し、アニメ雑誌のタイトル数も増大、レコードなど関連商品も全般的に好調なセールスとなったのも、ガンダムのヒットが牽引役を果たしている。そしてガンダムと同じ「プラモデル」をメイン商材としたオリジナル作品開発が活性化したことで、可能性が拡大したのである。

この時期の「ロボットアニメ」に関する周辺トピック、ことに特撮作品との相互関係を、もう少し補強しておこう。

『機動戦士ガンダム』と同じ1979年で最も重要な作品は、東映が制作したTV特撮の『バトルフィーバーJ』である。本作は直前までロボットアニメの『闘将ダイモス』を放送していた枠で、カラフルな複数ヒーローが戦う「スーパー戦隊シリーズ」に「巨大ロボット」を登場させた初の特撮作品だった。

この前年、同じ東映がマーベルコミックのライセンスを受けて制作したTV特撮『スパイダーマン』には巨大ロボット“レオパルドン”が登場していた。これを商品化したバンダイ発売の超合金玩具が高セールスを記録したため、同じ方法論を「スーパー戦隊シリーズ」に適用したのである。『スパイダーマン』の後番組枠は『未来ロボ ダルタニアス』となったため、特撮とアニメを入れ換えたかたちとなっている。

以後の34年間、まったく途切れずに続いた「スーパー戦隊シリーズ」では必ず巨大ロボットが登場するようになり、未就学児童への「巨大ロボへの訴求」はアニメから特撮へと転換が進んでいく。現在では特撮のみという状況となり、さらに少子化を反映して1年に数体のロボットが登場するに至っているが、その起点はここにある。

一方の『ダルタニアス』では「ライオン」という獣形態のロボットとの合体が実現しているが、こうしたノウハウはアニメ・特撮の枠組みを超えて、後に「スーパー戦隊シリーズ」にもフィードバックされていく。玩具というフィールドでは、実は「ひとつ」だからであり、「テレビまんが」としての気分はそこに残っている。特撮とアニメと2つの舞台で「巨大ロボットもの」は進化を持続していくのであった。

1980年は、大きなリメイクブームがあった年である。『鉄腕アトム』『あしたのジョー2』他、60年代の人気作が改めて新番組として制作され、続々と登場。その中には『鉄人28号』という、巨大ロボットの元祖も含まれていた。これは翌年、同じ横山光輝原作による『六神合体ゴッドマーズ』へと発展していく。

児童向けロボットアニメとしては、プレイバリューに変化をつけた新商品の開発が盛んとな

った時期である。『闘士ゴードイアン』（1979年）はロシアのマトリョーシカ的に、大ロボットの内部に中ロボット、その中に小ロボット、さらに中に人間を収納するというアイデアを採用していた。『ゴールドライタン』（1981年）は児童向けにライターの玩具が人気という理由により企画された作品で、直方体のライターがロボットに変形。クリスタルカットの質感を重視した商品であった。

一方で『機動戦士ガンダム』の後番組は児童向けに回帰する。1980年の『無敵ロボットライダーG7』では「もし社長がロボットのパイロットだったら」、1981年の『最強ロボットアイオージャ』では「もし水戸黄門一行がロボットに乗ったら」など、「IF」を重視したシチュエーションコメディ的な手法で「ロボットアニメ+人気要素」の設定を拡張していった。

作家性という点では、1980年からはこれを前提とした作品づくりが始動している。ガンダムと同じ富野由悠季監督の『伝説巨神イデオン』では、本来は「自衛隊の戦車+タンクローリー+幼稚園バス」という3体の玩具が合体するロボットであったものを「異星人の遺跡が残した巨大な神像」として、あり得ないようなサイズに見立てた。そのエネルギー源となる“イデ”の争奪戦を契機に、異星人同士が殲滅戦を繰り返すというアニメ史上最大級のスケールが展開されている。こうした前人未踏の物語領域が「作家性」を依り代に開拓されていく時期が始まったのである。

同年の『宇宙戦士バルディオス』（広川和之監督）も、シリアスなSF設定を採用している。宇宙から来た侵略者と思われていた敵は、実は滅亡を間近にした未来人がタイムスリップしてきたものであり、侵略の結果としてその滅亡自体を招来してしまう。「タイムパラドックス」という高度なSF的設定を持ちこめると制作側が確信するほど、オリジナル作品とその作家性への期待が高まっていた証拠である。

しかしこの両作品ともに玩具セールス的には惨敗し、物語の結末を描く前に放送打ち切りとなってしまう。明らかに時代的に早すぎた作品だった。しかし、両作品ともに本来の最終回は劇場映画として公開されることになる。ゆえに、この2作は「商品性」と「作品性」が引き裂かれていた時期のロボットアニメ、最後尾の作品として位置づけてよいだろう。

1981年10月には高橋良輔監督、サンライズ制作による『太陽の牙ダグラム』がスタートする。これはガンダムのな「リアルロボット路線」を意図的に企画に織り込んだ最初の作品である。

物語は植民惑星の独立運動に身を投じた若者を描いている。そして特殊な設定でロボット兵器が近接戦闘を行う理由が与えられている点も、ガンダムと同じだ。登場するロボットは「コンバット・アーマー」と作品世界に準じた独自のネーミングの総称を与えられ、軍用ヘリやトレーラーで戦場まで運搬されるなど、ロジスティクス（兵站）や戦略・戦術を考えられた運用が重視されている。こうしたリアリティ面を中心にした世界観づくりは「ガンダムメソッド」と呼べるほど、ガンダムを研究しぬいて応用したものとなっている。

登場するメカは続々とプラモデルで商品化されて「ラインナップ」をつくり出す構想でデ

第2章 ロボットアニメの文化史

ザインも開発されている。中でも主役メカ“ダグラム”は、プラモデル以外に玩具が発売されたが、これは骨格部の材質に金属を採用し、プラスチックの外装で覆うというハイブリッド構想による「デュアルモデル」として販売され、合金玩具の先を行く商材の形態ごと開発マターとなっていた。

こうして作品づくりと商品化に「リアルな発想」が確立したことで、「リアルロボット」はサブジャンルの路線として確立したのであった。

ガンダム放送当時の1979年、3タイトルにすぎなかったロボットアニメは1980年には5タイトル、1981年には7タイトル、1982年に6タイトルと増減を繰り返して「スーパーロボット最盛期」の1976年に最大を記録した8タイトルに近づく。これが1983年になると10タイトル、1984年には9タイトルと、スーパーロボット時代を凌駕するようになる。それゆえ1982～1984年は「リアルロボット最盛期」「アニメブーム」のピークと考えて良いであろう。その中でも、1982年は「ロボットアニメ史上の特異点」と位置づけられる。

『機動戦士ガンダム』放送から3年後の1982年は、実に異常な年だった。それはリアルロボットの旗手・富野由悠季監督の活躍を追うだけでも如実につかめる事実である。同年2月には『ダイオージャ』の後番組として富野監督の『戦闘メカ ザブングル』が放送スタート。そして3月には劇場版ガンダムの「FINAL」と銘打たれた『機動戦士ガンダムⅢ めぐりあい宇宙（そら）編』が劇場公開されている。

さらに同年7月は打ち切られた『イデオン』が劇場版となる。『伝説巨神イデオン 接触篇・発動篇』という総集編と打ち切り部分の新作パートの2本の映画が「ダブルリリース」として同時上映という、前代未聞の形式で公開された。この短期間に富野監督が3本もの歴史的大作を手がけているわけだ。当時のブームは、明らかにオーバーヒート気味であった。

この時期、ロボットアニメ人気の推進力となったガンダムのプラモデルは、通称「ガンバラ」と呼ばれて親しまれていた。その一方で、「抱き合わせ商法」として売れない模型とのセット販売を行う小売店が出たり、デパートで並んだ児童が「将棋倒し」となってケガをする事件が新聞に取りあげられたりして、加熱しすぎたブームが批判を受けた側面もあった。

当然、こうした時代背景によって企画される作品も増加する。「リアルロボット全盛期」を代表する企画を一本だけ選べと言われれば、それはTVアニメ『超時空要塞マクロス』であろう。後にシリーズを構成した作品という点、若手の台頭を代表するという点など、いくつもその特徴をあげることができる。

これも同じ1982年10月の放送スタートである。そして本作のメカアクションを支えたアニメーター板野一郎は、『ガンダムⅢ』『イデオン』『マクロス』の3本に参加。いかに少数の才能あるクリエイターが、大きな変化をもたらしていたか、如実に分かる事例でもある。『マクロス』の監督は『宇宙戦艦ヤマト』も手がけた石黒昇で、企画・原作とメカデザインを担当は、SFビジュアルの世界からアニメに参加したクリエイター集団スタジオぬ

えであった（原作協力：アートランド）。

リアルロボットアニメ全盛、その成熟を本作に見ることができる。メイン商材の可変戦闘機バルキリーは、実在の戦闘機 F-14 トムキャットを連想させるリアルなフォルムをしていた。これがロボットに完全変形し、しかも鳥のような中間形態ガウォークにもなれる。玩具（タカトクから発売）・プラモデル（今井科学、有井製作所、日東科学教材の3社から発売）の両方に応用できる秀逸なデザインを実現していた。

バルキリーのデザイナー担当は、当時まだ20代前半の河森正治で板野一郎とも同世代である。この時期、『ヤマト』『ガンダム』に刺激を受けたハイティーンのアニメファンがそのまま制作現場に入り、アニメーターやデザイナーとして実作に参加するということが相次いでいた。彼らは学齢以前にTVアニメが存在し、その状態を自然な環境として受けとめてきた世代である。そして受け手の精神的成長に合わせ、TVアニメ・特撮文化が高度成長をとげていたシンクロを経験した世代でもある。

この「TVアニメ第一世代」がやがてアニメクリエイターの中核となっていくが、『超時空要塞マクロス』は新世代の感性が全開で発露した最初期の作品となった。

折しもアニメファン周辺では「ロリコンブーム」「美少女ブーム」が起きていた。アイドル歌手とバルキリーパイロットとのラブコメを中心にした同作は、「メカと美少女」を訴求力にした作品の旗手のように扱われ、往時のアニメ雑誌を席卷した。

この作品の主人公は相手を「おたく」と呼ぶ。本来は上流階級が使うこの二人称が、度を越したアニメマニアを「おたく」と一括りにする蔑称として使われ始めたきっかけともされている。そしてこの新世代の作り手・受け手は後に「おたく第一世代」とも呼ばれるようになる。

河森正治は1984年に若干24歳で劇場映画『超時空要塞マクロス 愛・おぼえていますか』を監督することになる。こうした大抜擢を可能としたのも、ジャンルがもっていた活気と自由さであり、それは「ロボットアニメ」が「ロボットさえ売れば何をやってもいい」とするオリジナルアニメを中核に発展したというのが、最大の理由である。

「OTAKU」は「ANIME」と同様、現在では日本語がそのままストレートに国際語となっているが、そのきっかけも「ロボットアニメ」にあったことは、特筆に値する。

1982～1984年の最盛期には、ガンダムの続編は制作されていなかったが「MSV（モビルスーツ・バリエーション）」として雑誌と模型オリジナル企画で新モビルスーツが展開されていた。そこではたとえば“ザク”のリアルなディテールを追求するなど、アニメの設定を離れて自由な展開が可能となった。これは後にガンダムの続編制作時に、フィルムへとフィードバックされることになる。

ロボットアニメがシリーズ化するということも常態化していた。たとえば1981年秋開始の『銀河旋風ブライガー』は「J9シリーズ」として『銀河烈風バクシンガー』『銀河旋風サスライガー』と全3作が制作されている。『超時空要塞マクロス』は、後年のマクロス

シリーズとは別に当時は「超時空シリーズ」として『超時空世紀オーガス』『超時空騎団サザンクロス』を生み出している。

こうした販売上のシリーズ化だけでなく、人気監督が毎年連投して「監督シリーズ」のようにオリジナル作品を開発し続けたのも特徴的なことである。

富野由悠季監督はウエスタンの世界観の『ザブングル』に続き、剣と魔法のファンタジーブームを先取りした『聖戦士ダンバイン』を発表。若手クリエイター永野護に世界観構築を託した『重戦機エルガイム』と、1作ごとにオリジナリティの強い作品を提示していた。

高橋良輔監督は、『装甲騎兵ボトムズ』を『ダグラム』の次に発表。ロボットアニメのリアリティ追求は、ついにメインタイトルが主役メカですらなくなるという事態に至っていた。ボトムズとは作品世界で歩兵に相当するAT（アーマード・トゥルーパー）を操る最下層兵士のことで、ロボットの名称ではない。さらに高橋監督は『機甲界ガリアン』ではファンタジー世界で王道とも言える少年の冒険ものを描いている。

いずれも1作品ごとに「今度はこう来たか」という驚きがあった。それはオリジナル企画の可能性を最大限に拡張した「ロボットアニメ」というジャンルの蜜月でもあった。

「作家性」を作品の魅力の核におき、それをロボットの玩具販売という「商品性」で経済面から支えるというビジネススキームの良好な関係による成功は、さまざまところに波及していく。たとえばSFナンセンスギャグの代表格「タイムボカンシリーズ」でも1981年の「ヤットデタマン」から巨大ロボット「大巨神」を登場させ、1982年の「逆転イッパツマン」に路線として受け継がれていく。

ところが「成熟」は「衰退」を内包しているものだ。蜜月は永くは続かず、まさに1983～1984年を境界として、一気に崩壊へと向かい始める。

次のステージへの移行、新たなパラダイムシフトを知るためには、1980年代という時代性を象徴する3つのアイテムを知る必要がある。すなわち「ウォークマン」「ビデオデッキ」「TVゲーム」が、この時代の「三種の神器」である。

これらがもたらした「コンテンツ消費のパーソナル化」は「インドア派＝おたく」の増大を加速し、TV放送の意味も変えてしまった。「決まった時間にTV受像器の前にはいなければ好きなものが見られない」という状態はビデオデッキの存在で崩壊し、逆に録画テープがコレクションという物欲の対象となった。それは「好きなものだけをそろえ、どこまでも深く掘り下げて楽しみ、自分の感性の内側、室内という安全圏にいれば幸せ」という意味での「おたく的価値観」の高まりにもつながった。

こうした時流の変化を背景に、アニメビジネスの方法論が「パッケージ販売」へと推移していくのは、もはや必然であった。そこにヒット作『超時空要塞マクロス』が開拓した「メカと美少女」という「対価に値する」訴求力が果たした役割は大きい。

こうして「放送に頼らないアニメパッケージのディストリビューション」につながる流れが確固たるものとなっていった。それはついに「OVA（オリジナル・ビデオ・アニメーション

ョン)」と命名され、サブジャンル化する。それは作品の価値それ自体を直接的にユーザーの金銭と交換することを意味した。二次商品へ中間的に変換する介在はない。作品という一次で勝負する点で等価交換的であり、まさに究極のアニメビジネスと呼ぶべき変革が訪れたのである。

OVA 最初の作品は、非アダルト作品では 1983 年末にバンダイの映像部門（当時）から発売された『ダロス』（鳥海永行・押井守共同監督）である。まさにロボットアニメ全盛期と軌を一にした動きだ。OVA のプラットフォームとなるビデオデッキは、1970 年代末からアニメファンが主導して急速普及を始めたものだから、これも当然の成り行きと言える。

同じ 1983 年、やはり革命的な家庭向け装置が登場する。それは同年 7 月発売の「ファミリーコンピュータ」（任天堂）であった。ゲームが示したインタラクティブ的な価値観は TV アニメ鑑賞やプラモデル制作以上に新規のものである。小学生を中心としてまたたく間に「TV ゲーム」がアニメよりも娯楽の中心に位置するようになっていく。

ファミコンの台頭時期には、パラダイムシフトを加速するようなネガティブな事件がいくつも起きていた。同年 8 月には『ザンボット 3』から『ダンバイン』までメインスポンサーを担当していた玩具メーカーのクローバーが倒産。そして『マクロス』で莫大な利益を出したはずの玩具メーカー、タカトクもマクロス劇場版公開直前の 1984 年 5 月、やはり事業を停止している。

OVA は TV アニメからメディアを拡張した可能性のある発展メディアであった。だが一方では TV アニメがゲームに主役の座を奪われ、オリジナルを許していたスポンサーも倒産・撤退している。それゆえ、オリジナルを開拓できる場としてより狭く高額でマニアックなニッチ市場へと待避した撤退メディアと観ることも可能なのである。

こうした歴史的事実の二面的の検証もまた、ロボットアニメの盛衰を補助線とした研究から読み解ける。

1984 年近傍をピークと位置づけたことには、他にもいくつか理由がある。たとえば収益優先で大手アニメーション制作会社がこぞって海外との合作に主流を転換し、ベテランクリエイターをその制作に振り分け始めたのも、この時期である。合作ブームは急速な円高が進む 1987～1988 年ごろまで続くが、中には東映動画（当時）が受注した劇場用ロボットアニメ『トランスフォーマー ザ・ムービー』（1986 年米国公開）も含まれている。他にもベテラン演出家・出崎統監督が米国向けロボットアニメ『マイティ・オーボッツ』（1986 年米国放映）を手がけ、旧来のファンを困惑させたりしていた。

『超時空要塞マクロス』『超時空騎団サザンクロス』『機甲創世記モスピーダ』と本来、時系列も世界観も異なる 3 本の作品をひとつにまとめて編集、『ROBOTECH』としてアメリカで TV アニメとして放送されたのも、1985 年である。マッチボックスなど現地の大手玩具メーカーが商品化し、大ヒットした。さらに『百獣王ゴライオン』『機甲艦隊ダイラガーXV』をまとめた『VOLTRON』もヒット。両作品ともアメリカで日本のクリエイター

とは無関係に、1990年代、2000年代に続編が作られている。

こうした流れは、国内のアニメ作品リストだけでは絶対に読み解けない。輸出されてアレンジされた作品も、日本国内では日本企業の著作権を侵害するため、『トランスフォーマー』など一部例外を除いて逆輸入されないから、非常に留意が必要である。

インターネット上にも合作関連に関する日本語の情報が乏しいため、若いアニメ研究者からはスルーされがちだ。しかし、アニメ文化史上非常に大きな影響があった転換期の出来事であり、円高、バブル経済など日本社会の転機とも同期しているため、見過ごすわけにはいかない。ロボットアニメ文化という分野に限っても、主軸や核、求心力を急速に失い、拡散していき、他国に一部の覇権が移ってしまう潮流に深い関係がある。ロボットアニメ史の研究には、こうした認識の偏重も正も含まれているのである。

1985年付近が転換期、衰退期にあたることの傍証も、いくつかあげておこう。

まず象徴的なできごとでは、ガンダムを支えたクリエイターたちの活動である。安彦良和は自身がキャラクター、物語、作画と全面的に監督したオリジナル作品『巨神ゴッグ』を発表。しかしこの作品は商材として玩具の販売力が弱いとメーカーに判断され、クリスマス商戦から外すべく、半年間放送を延期することになる（1984年春からに移行）。制作が先行していたため、放送と併走して全話収録のビデオグラム（VHSテープ）が出た最初期の作品となったことも時代性の反映であろう。

そして1985年4月スタートの富野由悠季総監督の『機動戦士Zガンダム』も、当時としては大きな議論を呼んだ。『機動戦士ガンダム』のTV・劇場版制作時は、「続編はつくらない」と富野監督が公言していたためである。アニメブームの立役者だった『宇宙戦艦ヤマト』は、劇場第2作『さらば宇宙戦艦ヤマト 愛の戦士たち』でメインキャラクターが死亡し、ヤマト本体が破壊されるラストを描いて感動を呼んだ。にもかかわらず「平行世界」として続編を描き続けていた（1983年に「完結編」で終了）。こうした連想もあって、ブーイングを招いたのである。

そもそも、もっとアニメ作家に厚みがあり、「オリジナル作品」の新規開発にも訴求力があり続けられれば、何も過去ブランドの続編に頼ることはなかったのである。やはり「ガンダムの続編」がひとつの時代に区切りをつけてしまったことには間違いなく、それは作品の内実の評価や、シリーズ化のメリットへの後世の視点からの評価とは、まったく別次元の話である。

1985年のロボットアニメは『Zガンダム』の他、『戦え！超ロボット生命体 トランスフォーマー』『超獣機神ダンクーガ』『蒼き流星 SPT レイズナー』『忍者戦士飛影』の5タイトルで、前年の約半数と激減を開始している。

そのうちビッグタイトルの『トランスフォーマー』は、逆輸入作品であった。日本の玩具メーカー、タカラが玩具専用開発したロボット群を、アメリカでひとつの世界観にまとめ、物語をつけてアニメ化したものである。先述の合作ブームを象徴する作品でもある。登場す

るロボットは乗り物をモチーフにした変形ギミックをそなえつつ、意識をもった自律タイプだ。それぞれアメリカンコミック的な個性を与えられたキャラクターで、メカでありながら会話しつつ戦う「ロボット生命体」としたところが日本のロボットアニメ文化と決定的に違っていた。

そして『ダンクーガ』『レイズナー』はともに玩具・プラモデルの売り上げ不振を理由にTV放送を打ち切られてしまう。その打ち切り分は制作が続行されるが、イデオンの時代のような劇場公開ではなく、OVAとして販売されることになった。確かに続きを観ることは可能となったが、それは個々人の体験としてスクリーンで共有されるものではなくなってしまったのである。これもまた、ビデオメディアの発展がもたらした実に象徴的な事件であった。

そして1986年後半には、アニメブームに決定的な「かげり」が訪れる。ガンダムブーム、リアルロボットアニメのブームによって百花繚乱的な新作情報が潤沢にあり、最大7誌にまで拡大成長していたアニメ雑誌のうち、3誌が同時期に休刊したのである。

理由にはいくつもの原因が複合しているが、アニメブームを支えてきた「TVアニメ第一世代」（おたく第一世代）の多くが学生時代、独身時代のモラトリアムを終えて「アニメを卒業」して、可処分所得をアニメ以外に使うようになってしまったことは、もっとも大きな一因ではないだろうか。

ともあれ、ここでひとつの時代が終焉を迎えたことは、間違いない。

1986年はその意味で「ロボットアニメ」にとっても黄昏時の始まりであった。まず続編だったはずの『Zガンダム』は、さらなる続編の『機動戦士ガンダムZZ』を生み出し、屋上屋を重ねている。他の新作は『戦え！超ロボット生命体トランスフォーマー2010』と『マシンロボ クロノスの大逆襲』の2本で、新作は年3本しかなくなった。前者はやはり続編、後者はバンダイがトランスフォーマーと同様に玩具展開していた「マシンロボシリーズ」と戦隊シリーズやゴードイアン等の金型流用メカを集め、急遽オリジナルのアニメにまとめたものだった。アメリカでのマシンロボは「GOBOTS」のタイトルで展開、ハンナ・バーベラプロによるアニメ版も制作されていたが、作風が日本向きでないため、逆輸入は見送られた。

アニメ雑誌が激減した1987年になると『トランスフォーマー』と『マシンロボ』は続編を放送。オリジナル新作はサンライズ制作、神田武幸監督の『機甲戦記ドラグナー』1本のみとなった。これはガンダム的な「リアルロボット」の総決算的な内容で、『ザンボット3』から始まる名古屋テレビのロボットアニメ枠であったが、1988年になると『聖闘士星矢』の影響下にあるアーマーもの『鎧伝サムライトルーパー』を放送。ついに伝統的なロボットアニメの発展と進化は、ここに終止符を打たれてしまう。

サンライズは別枠で『魔神英雄伝ワタル』というRPG的な世界観にSD（スーパーデフォルメ）的な頭部を大きく誇張した二等身ロボットものを制作し、これが児童向けロボット

アニメへの回帰の再出発点となった。他社新作も前作から東映動画による国内制作へと移行した『トランスフォーマー 超神マスターフォース』のみとなる。

ワタルのように意識をもって会話し、自律的に動くタイプのみがこの時期のロボットアニメであった。乗り物タイプで、ミドルティーン以上にストーリー、ドラマを訴求する作家性の強いロボットアニメは、TVアニメの世界ではいったん根絶されてしまったのである。

しかし「終わり」は「始まり」につながる。TVアニメで滅亡したかに見えたロボットアニメは「OVA」と「劇場アニメ」の戦場で、したたかに生き残っていく。そして、その動きは実は2013年現在、隆盛となっている深夜アニメの勃興にも密接な関係をもっている。

1980年代初頭の一時期、オリジナル作品の可能性をみせたロボットアニメ衰退の一因には、「週刊少年ジャンプ」（集英社）系のメガヒット原作アニメの台頭があった。では「作品の中身イコール商品」のOVAが、純粋に作家性で勝負できていたかと言えば、現実はそれほど甘くはなかった。このスタイルでは、目的と方法論が構造的に矛盾しているのである。

TVアニメは、局とスポンサー、それをつなぐ代理店という「他者」を巻き込むことで、不特定多数の大衆、公共へ向けたディストリビューションを成立させてきた。代理店やスポンサーはよく「悪」に錯覚されるが、その要望に応えることは決して「敵への屈服」とイコールではない。作品が大衆という「他者」に受け入れ可能とし、普遍性を獲得するためには必要な前哨戦なのだ。

ことに「これさえ守れば、自由にやっついでいい」という環境を与えるパトロンの存在だったロボットアニメのスポンサーは、明らかに同じ船に乗っている「味方」であったはずだ。初期OVAのように他者とのコンフリクトを最初から退け、「好きなものを作る」という作家性だけをダイレクトに前面へ打ち出した作品は、当然のことながら間口が狭い。「わかる観客」を選んでしまう。厳しい売り上げは、マニア志向の自己満足的な閉塞性が、肝心のマニアにも見離されてしまった結果でもある。

この反省に基づき、OVAの仕切り直し的に出た作品が1988年、TVのロボットアニメ壊滅の年からリリースされた『機動警察パトレイバー』（押井守監督）であった。

玩具スポンサーがついていないのにあえて巨大ロボット“イングラム”を出し、一本4,800円というブロックバスター価格にする代わりに、制作費を抑えるために30分全6話（TVアニメの1/2クール分）のシリーズとする。さらにカセットテープのCMを入れる（初出当時の製品のみ）など、いずれも「OVAを限りなくTVアニメに近づける」という方向性の改革ばかりであった。

「週刊少年サンデー」（小学館）に掲載された、ゆうきまさみによるコミック版というマルチメディア展開含めて、OVAは大成功をおさめる。そしてバンダイグループの大英断によって1989年、『パトレイバー』はいきなりTVをスキップして押井守監督の劇場アニメとして公開。このヒットを後ろ盾にして1990年、TVアニメへ進出するという「TVでうまくいったら劇場」という既存の方法論と全く逆のルートを開拓した。つまり、OVAが「ロ

ロボットアニメ」という商品性をもってTV放送へ逆襲をかける形になったのである。

TVシリーズとなった『パトレイバー』は吉永尚久が監督し、押井守監督という作家性の強いクリエイターがいなくても人気を獲得することに成功した。つまり「コンテンツ」さえうまく受け入れられれば「コンテナ」に相当するメディアは、適材適所であればいい。「アニメ制作側に主導権がある」という観点で究極の形態が「ロボットアニメ発のパトレイバー」で実現したのである。

1988年には続いてガイナックスの『トップをねらえ!』（庵野秀明監督）がOVAとしてリリースされる。これは「商品」としてのサービスを極限にまで追求することから出発した企画だ。ロボットの運用を「学園もの」というところから開始し、部活的な訓練によって搭乗スキルを磨く中で、天才的な少女が出現するというスポーツ根性もののスタイルをとっている。ロボットも中型のマシン兵器と巨大なバスターマシンの2種が用意され、リアル系とスーパー系の二種のロボットアニメのテイストが1本で味わえるようになっている。

キャラクターデザインは『マクロス』の美樹本晴彦で、「メカと美少女」を露悪的にまで高めた作品ではあるが、初監督となった庵野秀明らしいサービス精神の発露により、濃厚な戦闘映像が展開。そして最終話ではSF的な仕掛けをもった感動的な高みが訪れる。『パトレイバー』とは好対照のテイストで、ロボットアニメの商品性を追求したタイトルであると言える。

こうした作品がOVAのあり方の核心となり、LD（レーザーディスク）やDVDなどメディアの進化にともなってパッケージビジネスが活性化する。その果てにOVAが転生してTVの通販枠で流れるようになったのが、現在の「深夜アニメ」である。

ロボットアニメがこうした進化の原動力になり得たのも、根源的にオリジナリティを重視する文化の気風があるからだ。物語的にも映像的にも短期間に高度に進化し、大人も楽しめるジャンルに発展したロボットアニメ。そこには「良いと思ったものは、あらゆる周辺から貪欲に取りこんで進化発展を続ける」という貪欲な文化的遺伝子が、確実に存在する。

そのバイタリティこそは「日本らしさ」に通底するはずのものである。その追求のためにも、さらなる研究の進展は急務であろう。

2.5. 1990年代以後：回帰の時代、そしてアニメーション技術の成熟

1990年代にはかつてのロボットファンも親となる年齢になり、ロボットアニメは再び子ども向けに回帰して二世帯化する。

「トランスフォーマー」からの影響のもと、巨大ロボットを「会話できる友だち」として扱うサンライズの「勇者シリーズ」（1990年スタート）は、その代表作である。第1作は『勇者エクスカイザー』で、1997年の第8作『勇者王ガオガイガー』まで継続。このシリーズ終了とともに、ガンダムを生んだ名古屋テレビのロボットアニメ枠は幕を閉じ、そのことは朝日新聞名古屋版夕刊の一面トップにまで取りあげられた。

同じように児童ものへの回帰を目指したのは、トミーをスポンサーにサンライズが制作

した川瀬敏文監督作品『絶対無敵ライジンオー』（1991年）から始まる「エルドランシリーズ」で、合計3作品が制作された。『ライジンオー』では「学校の校舎がもし秘密基地だったら？」という「IFの発想」が起点となっている。これは『トライダーG7』時代の「子どもの夢」をリフレインするものであった。校舎からの発進シーンは「サンダーバード的演出」でたっぷりとした見せ場となり、毎回出現する邪悪獣をライジンオーが必殺技で仕留めるというルーチンのカタルシスも用意されている。

一方で小学5年生のクラスメート18名全員に強い個性が与えられ、群像劇的なテイストも用意されている。これは『銀河漂流バイファム』などリアルロボット路線で確立したノウハウからのフィードバックだった。その結果、児童のみならず大人のアニメファンをも巻きこんだ大ヒット作となる。これもまた2世代化のひとつの現れであった。

中高生以上の高年齢層向けの作品も、90年代中盤に回帰する。1995年のガイナックス制作、庵野秀明監督の『新世紀エヴァンゲリオン』は、神秘的な作風で人間の「心の問題」にまで踏み込み、高密度で斬新な映像感覚で大きなブームを巻き起こした。主役EVAの設定にはバイオテクノロジーが適用され、この時代特有の社会不安も投影されている。

同時期には押井守監督の映画『GHOST IN THE SHELL/攻殻機動隊』（1995年）が北米ヒットチャート入りするなど、1988年の大友克洋監督による劇場アニメ『AKIRA』以後、アングラ的に評価を受けてきた日本製アニメーションの高度な映像が、一気に表面化して世界的な注目を得る。『攻殻機動隊』自体はロボットアニメと言えないが、人間の身体の大半が機械化されたとき、自我の在処を問うというテーマで、「人体と機械のハイブリッド化」という点では『鉄腕アトム』から連綿とつながる文脈上に位置している。

1990年代末期は日本独自の研究テーマとも言える「人型二足歩行ロボット」が現実世界で次々とリリースされている。日本のロボットアニメ文化が技術者たちを刺激し、ロボットを軸にして日本のプレゼンスを世界にアピールした。これもまた、次なるステージの成熟期を迎えたことを意味している。

1993年が「鉄腕アトム30周年」であることを考えると、これらの回帰現象は「30年ワンサイクル」で説明できる。本来、ワンジェネレーションは「20年」を意味するが、晩婚化が進んだ現代日本では「30年」の方が適切かもしれない。

90年代には「クオリティ主義への変革」も発生している。「放送中のTVアニメ全話ビデオグラム化」がデフォルトとなった結果、アニメファンに「ユーザー」という意識が強く芽生え、「画面クオリティこそがアニメ鑑賞にとって最重要」という意識を受け手側が強くなるようになった。それまで「クオリティ」とは製造側が主として留意すべき言葉であり、受け手側はストーリーやキャラクターこそを重視していたはずだ。それは高品質映像を提供するレーザーディスク（LD）の普及が前提である。

こうした「ハイクオリティ」への推移にも、ロボットアニメは大きく関わっている。たとえば『機動戦士ガンダム』から『機動戦士Zガンダム』までの空白期間をOVA化した『機

動戦士ガンダム 0083 STARDUST MEMORY』(1991年)は、それまで「版權イラスト」という雑誌やポスター、商品ジャケットなどのみに採用されていた細密な描きこみや特殊効果(仕上げ)などの手法を本編内に駆使してクオリティ(映像的な重み)を高め、劇場版並みかそれ以上の作画枚数で、モビルスーツの戦闘シーンを描きぬいた。スタッフ側としては「何度も鑑賞する OVA 向け」を意識したサービスであったが、一度それが実現されると、そのハイクオリティがスタンダード化してしまう。

こうして「ハイクオリティ TV アニメ」の時代が始まった。『新世紀エヴァンゲリオン』のヒット要因にも、これが大きく関与している。OVA の質的ポジションは永らく「TV アニメ以上・劇場アニメ以下」だった。であれば TV アニメで、最初から OVA 並みのハイクオリティで作ってしまえば商品性も高まるはずだ。これは新たな勝利条件設定であった。

『パトレイバー』の成功で標準化となった OVA の「全 6 話フォーマット」に対し、TV シリーズは 2クール続ければ全 26 話で約 4 倍の売上げが見込める。当たれば莫大な利益が出る。そんなビジネス的視点にたち、ビデオグラム売上げでリクーブすることを目的とする出資団体「製作委員会」のビジネススキームが常態化していく。委員会は今や実写含めた映像業界のデファクトスタンダードと化すまでになっている。

これは「作品＝一次商品」の究極形態であるが、その確立にも『エヴァ』というロボットアニメが関与し、「確実に売り上げを見込める総合コンテンツ」として大きな牽引力を示していることは注目に値する。

2.6. 2000 年代：フィクションと現実が交錯するロボット文化

21 世紀以後、国産アニメーション制作のデジタル化にともなってロボットアニメも変化をみせるが、その歩みに関しての詳細は今後の研究課題とし、ここでは概略についてのみ述べることにする。

2000 年代以後、鉄腕アトム、鉄人 28 号、マジンガー Z、ガンダム、エヴァンゲリオンなど、日本を代表するロボットアニメの続編、リメイクなどが相次いで制作された。1990 年代からゲームでは「スーパーロボット大戦」というシリーズがヒットし、これは 21 世紀に入っても新旧ファンを接続して文化的な価値観を継承する重要な役割を果たしている。アニメの歴代ロボットヒーローが一堂に会して戦うゲーム作品で、「仲間づくりの大切さ」を描くとともに、世代を超えて作品を語り継ぐ役割を果たし続けて現在に至っている。

携帯電話の発達やスマートフォンへの進化、ノート PC の高集積化、ゲーム機のポータブル化、家電製品のインテリジェンス化は、実質的に「小型ロボット」に囲まれて生活する環境とイコールな状況をもたらした。

現実がそのように変容する中、巨大ロボットアニメと同種の設定、ドラマツルギーを採用しながらも、携帯電話で遠隔操縦するプラモデルサイズのロボットアニメ『ダンボール戦機』(2011 年～)が好評を博している。一方では自家用車が巨大ロボットに変形する『超速変形ジャイロゼッター』(2012 年～)が現実の自動車メーカーの協力で、実ブランドや車種名

第2章 ロボットアニメの文化史

をつけたまま製作されるなど、環境変化に即応しつつロボットアニメは進化を継続中である。

かつて「21世紀という未来」への憧れの象徴として誕生したロボットアニメは映像のフレームを大きく越えて、現実と一体化しつつあるわけである。

親子2世代、3世代でロボットアニメの映像を楽しみつつ、現実のロボットにも親しむ。そうした可能性の開拓が、2000年代にはいって進んでいる。このようにフィクションと現実が交錯する中から、次世代の新たな夢が生まれ、それは新たなロボットアニメ文化の発展となっていくに違いない。

第3章 ロボットアニメの発展 ～玩具メーカーの連動～

3.1. 趣旨・目的

かつてロボットアニメ製作の主導権を担った玩具メーカーとの関わりについて、関係者が多角的に語り、ロボットアニメの発展に与えた影響や、ロボットアニメの発展の変遷を明らかにするために対談を行った。

3.2. 実施概要

日時：平成25年1月21日（月）17:00～20:00

場所：メディア芸術総合情報事務局（東京都港区六本木）

対談者：氷川竜介（アニメ評論家）

井上幸一（株式会社サンライズ文化推進室 室長）

3.3. 対談議事録

3.3.1. ロボットアニメと玩具メーカー、その関係の始まり

氷川： この対談では井上さんからのご要望もあって、玩具メーカーとロボットアニメの連動という話題について絞り込んだうえで、そのルーツと流れを明らかにしていきたいと思います。まずどこが起源なのかについては諸説あると思いますが、こと巨大ヒーローとしてのロボットアニメに関しては、やはり1972年の『マジンガーZ』を起点として考えたいと思います。

当時はバンダイの関連会社でポピーというメーカーに所属されていた村上克司さんが、特撮ものも含めて玩具の商品化という形でいろんな番組に参画されました。そしてロボットアニメに関しては後世に影響をあたえる爆発的なヒット作が2つ。1つはダイキャストという亜鉛合金を使用した『超合金』というブランドで発売された金属性のもの。もう1つはシャンプーの容器を作るようなポリプロピレンを素材にブロー成形という技術で作られた『ジャンボマシンダー』という約60cmぐらいのプラスチック製のものです。もともと金属とプラスチックと2系統あったことが重要ですし、その初期で合金玩具のヒットということが、70年代を支配していると思っています。

井上： そうですね、あそこから始まった感じですね。

氷川： そこで「玩具を売ることを前提にした番組」が量産されて、積極的にロボットアニメの作品企画を立ち上げられていくようになる。これが1つの歴史であるんですが、一方で同時期にはタツノコプロで『科学忍者隊ガッチャマン』が始まっています。これはロボットは出ないものの、ほぼロボットアニメと同じ物語構造を持った作品です。そして美術監督の中村光毅さんを中心に、G1号からG5号ま

での「合体メカ」を設定して、等身大ヒーローが「メカ鉄獣」という巨大ロボット怪獣と戦う作品をヒットさせているんですね。

井上：そうですね。『ガッチャマン』はプラモデルとも連動していましたし、合金玩具も出ていました。

氷川：ですから、ロボットアニメの年表だけ見ても分からないことが多い。もう少し同時多発的な流れがあった、ということは研究上、念頭におくべきなんです。

井上：今回はロボットアニメということでお話したいと思いますが、サンライズの場合は原点が虫プロから始まっています。1963年にTVアニメ量産の原点となった『鉄腕アトム』から、すでに様々なキャラクターマーチャン商品が出ていて、それがビジネスを成立させていました。その歴史がサンライズの制作作品の理念に、色濃く影響しています。ただ、本格的にマーチャンを軸にしたアニメーション制作をやるというきっかけになったのは、やはり東北新社との連動ですね。

氷川：そういうことですね。60年代に『サンダーバード』で日本の代理店として一大躍進をされた東北新社が、『ゼロテスター』(1973年)と『勇者ライディーン』(1975年)というオリジナル作品を、サンライズの母体となったスタジオといっしょに立ち上げている。これも重要なことです。

井上：そうですね、それらの作品が原点です。東北新社のそういった、作品に登場するメカの商品化がビジネスになるというセンスから始まっています。最初はまず『サンダーバード』でした。その経験を手法として生かしてサンライズの前身の会社であるサンライズスタジオが制作したのが、ロボットアニメではありませんが、『ゼロテスター』という番組でした。これは和製サンダーバードを狙ったもので、先ほどお話に出たポピーの村上克司さんと連動してポピニカという玩具での商品展開、さらにバンダイでのプラモデル展開を前提にして開発された作品です。この作品でメインの商品となったポピニカシリーズは、亜鉛ダイカスト合金をベースにした超合金シリーズの原点でもあります。ポピーというメーカーはそういうキャラクタービジネスをバンダイグループの中で確立させていった会社になりますので、アニメにおけるTV番組と連動したキャラクター開発は、同社の場合すべてその辺から始まっています。

そこに『マジンガーZ』でのヒットがベースとなり、ロボットにもギミックをいろいろ搭載したいという要求が生まれました。これに応じて、サンライズスタジオは、これも東北新社の下で『勇者ライディーン』の制作を担当しました。

もともとロボットものというと、『マジンガーZ』から始まる、ダイナミックプロと東映動画(現：東映アニメ)で展開していったロボットアニメのラインがありますが、そこにはマジンガーシリーズに加えて『ゲッターロボ』という3機のメカが合体するロボットアニメが登場していました。しかし変形合体ということでは、玩具商品にそのまま再現できるような構造ではなく、アニメならではの絵の

メタモルフォーゼで表現していました。それに対し、玩具メーカー側としては、TVで活躍するものをそのまま商品化して売りたいという意向があったわけです。しかし、マンガで描かれるロボット作品で、大スポンサーがついてそのままの形でアニメなどにしてTV放送できるような作品は本当に少なかったんです。アニメーションはどうしても制作にお金がかかります。そこを玩具メーカーなりのスポンサーが、商品などを販売するなどの方法で利益を産み出したいという意向は大きかったんです。

当時、主流になっていったのは、ほとんどがバンダイ、ポピー系の商品だと思いますが、そこから始まった『マジンガーZ』に対して『勇者ライディーン』では変形という新たなギミックをその魅力として付加された形で開発されました。

その後サンライズスタジオは同じポピーをスポンサーとして、今度は東映のもとで5体のメカが合体してロボットになるというギミックを盛り込んだ『超電磁ロボ コン・バトラーV』という作品を制作しました。また同時に東映動画でも同じくポピーをスポンサーとして『大空魔竜ガイキング』といった作品が、玩具との連動を前提にして始まりました。これらをきっかけに、番組で基軸になるロボットは商品として魅力のあるものを組み込む、という進め方が主流になっていきました。流れとしてはこう整理できると思うんですね。

氷川： そこで、その初期のマジンガーとライディーンには大きな差が出てくると思います。というのは、漫画家の原作者の有無であり、オリジナルということです。ライディーン式の番組では、基本的にアニメ会社と玩具メーカーが原作者のポジションにあって、開発が進みます。その土壌でオリジナルの物語とキャラクターが作り上げられていく。ところが、そのキャラクターの中にロボットも位置づけられているんですね。実際には「乗り物」のはずのロボットにも「主役メカ」というような呼称があたえられている。そういう二重構造になっている作品が作られ始めて、しかも量産されて、それが後の『ガンダム』や他の『マクロス』や『エヴァンゲリオン』など歴史的ヒット作品の土壌になっているということだと思うんです。

井上： そうなっていますね。

氷川： だから「玩具メーカーの関わり」というのは、ロボットアニメの歴史を考えたときに、本当にもう最初期から絡まっているということなんです。年表上だと『マジンガーZ』は72年の作品ですけど、実は年末からスタートなので、ほぼ73年の作品なんです。しかも直前に同じ土曜夜7時の枠では円谷プロダクションの特撮番組『ミラーマン』を放送していたわけで、特撮ブームと地続きで始まっているんですね。

井上： そうですね。

氷川： ロボットアニメの手前には『仮面ライダー』等の特撮による「変身ヒーローブー

ム」がある。ほんの1～2年前ですけど、そのブームの中で変身ベルトが売れたり、ライダーの乗るサイクロン号というバイクのポピニカというミニカー的な合金玩具が売れたりという、「玩具スポンサー時代の幕開け」があったわけですね。そのように、玩具が当時は「TV まんが」と大雑把に呼ばれていた特撮とアニメを支える重要な商品アイテムであり、ビジネスを支えていたわけです。

井上： そうですね。当時の、「玩具スポンサー時代」以前ということに一言だけ触れておくと、それ以前は玩具メーカーがスポンサーになっているアニメーションというのは少なく、どちらかというと食品メーカーや菓子メーカーでしたね。

氷川： 60年代は、みんなナショナルクライアントです。他にはカラーTVのメーカーであるとか。

井上： あとは、自転車メーカーとかね、変わったところもありました。あと家電メーカーというところが色々あったんですが、これらの場合どうしても、作品に出てきたアイテムやキャラクターを子どもたち向けに商材として使おうとすると、ステッカーやシールといった印刷物が中心となり、立体物というのはなかなか難しいものが多かったと聞いています。そのような状況であればこそ、商品化しやすいアイテムやキャラクターを出してくれる作品を求めるスポンサーが登場するわけです。それがポピーさんであったりするわけですね。そこに特化した企画を用意し「じゃあタグを組みましょう」と提案していくことで作品作りを始めたのがサンライズです。

通常ですと、TV番組やアニメーションというのは、まず代理店が動き、その上でスポンサーがオーダーしてどんな番組をやるか、という動きになります。もしくは、制作会社から代理店に提案した企画を、次に代理店がスポンサーに対して「こういう番組がありますがいかがですか」と営業する。つまり代理店を中心とした営業構築が基本だったんです。ところが、サンライズおよびその周辺の場合、特にロボットアニメやマーチャンということを大前提にして動いたアニメの場合のほとんどが、先に商品となるロボットのギミックやコンセプトを作り上げてしまってから、「こういう商品があるから、おもちゃ屋さん、いいでしょ？」といった形で、番組制作会社がダイレクトにスポンサーに提案、営業してしまっただけなんです。

この方法だと、先におもちゃ屋さんというメインスポンサーが決まっているから、あとは番組を放送するTV局と放送時間枠を決めさえすれば良いということになります。代理店やTV局には「乗らなきゃ損ですよ」みたいな提案でセールスして、最後にセットで引きずってきている。

ただ、商品化できるようなアイテムとなるロボットが登場する原作というのは小説でもマンガでもほとんどありません。当然オリジナルで作ることになります。しかしこの状況は、逆に堂々とオリジナルの作品を作ることが可能となることを

示していました。

サンライズの場合は、かつての虫プロ時代からのアニメーションスタッフである演出家やライター陣に「自分たちの作りたいお話、物語が作れるよ」ということで声をかけて参加していただいています。その代わりにオーダーが、登場するアイテムやロボットは必ず活躍させることでした。このようにスポンサーに対する責任を果たすといったビジネススタイルを構築することが、ロボットアニメーションの自由度を高くしていくことになったんです。

これが、もしロボットじゃなくて、時代劇やヒーロー物などアイテム化が難しい傾向の作品の場合は、どうしても玩具メーカーがそのままダイレクトで乗ってこないで、自分たちのオリジナル企画でのアニメーションを作ろうとしても、なかなかやりにくいものになっていたとも思われます。また、現実にはアニメーションの制作は膨大なコストがかかりますので、プロダクションが制作費だけで潤うようなことはなかなか難しいのですが、オリジナルであれば、しかもロボットというアイテムがある場合は、そのアイテムのロイヤリティーも収入として見込めます。アニメーション制作の会社としても将来性とか様々な可能性をもつ構造がそこに確立できたんですね。

なので、サンライズは、東北新社や東映の下請け時代でも、オリジナルのロボットアニメーションを作り続け、その自社ブランドを展開してからも、『機動戦士ガンダム』に繋がっていくサンライズのオリジナルシリーズというのは、全部ロボットです。『ガンダム』だって、SFらしきでモビルスーツとか別の名称は与えています、実質はロボットです。(笑)

氷川： 80年代後半までは「サンライズ・イコール・ロボットアニメ」と言っていたぐらいのものでしたよね。

井上： ええ。ゾッとするぐらいロボットアニメをやっていました。

3.3.2. アニメロボットの進化、メーカーとの関係の変化

氷川： 今、40年前のざっとした発端の流れを確認したんですが、その手前の「TV番組成立」の話もしておきます。

とあるセミナーで広告代理店の方のお話を聞いたことがあります。そもそも放送というワイド・オープンな老若男女幅広く届ける使命をおびた媒体で、ある特定の視聴者層に絞りこんだ番組をつくるということそのものが、かなり難しい。純粹の100パーセント子どもだけに向けた番組というだけで視聴者層が狭くなりますから、アニメなんてTV向きではないよというところから歴史が始まっていると。当たり前のようにTVでアニメが放送されて鈍感になりがちなんです、毎週消費される人手やお金がかかる以前に、放送自体の性格がアニメに向いてはいないんです。

それが60年代の黎明期に代理店が入って放送枠を買い取ることによって、そこにハマるナショナルスポンサー的な企業を代理店が探し、何社か募ることによって、ようやくアニメの放送を成立させたという歴史があるんだと。

そうしたビジネスが、ある程度は食品等で成功していったTVアニメにも広告効果があると認知されていった。これが70年代に入ると、もう少し細分化された玩具とかでも応用が利くようになったということなんですね。

井上：たとえば菓子や子どものおやつなどの通常の食品とかですと、単価がそんなに高くないわけですね。50円、100円。お母さんが日常で子どもたちを買ってあげられるものはそのぐらい。ところが玩具というものになりますと、先ほど話に出たマジンガーZの超合金は当時1,800円だったんですね。この1,800円の玩具がそれなりに売れる。これはアニメに限ったことではなくて、後に特撮でも『がんばれ！ロボコン』のようにロボットをキーキャラクターとした形で大量のバリエーション、友達ロボットの商品をたくさん出して、それが全部まとめて売れるという構造になると、それまでの商品化からの比較論でいくと圧倒的な売上高が望めるわけですね。

そうしたときに、その売上高は、実は制作会社、そして玩具メーカーというスポンサーだけではなくて、TV局および代理店にも、マージンとして支払われますので、そういった面でもビジネスとしてやりやすい。ただし、ヒットしなければならぬので、そこは非常にシビアにもなります。ただ、高度経済成長期ということもあって、新しい時代を反映したハイテクというイメージのあるロボット、そして何か新しさと力強さを感じさせる超合金というキーワードが、番組と連動した『マジンガーZ』では、玩具として、非常に分かりやすかったんじゃないでしょうか。

氷川：ちょうど70年代に入った時点で、日本は高度成長を越えてしまう。そして成長が終わったことによって、当時「一億総中流」と言われていたような、ある程度の安定状態というか、平衡状態になるんですね。

井上：そうですね、経済的ゆとりが出てきたということですかね。

氷川：そうした社会や経済、生活環境の変化ということも含めての、「玩具の台頭」ということになったという認識でいます。

井上：そこでは、同じダイカストということで、ミニカーや、その他諸々いろんな玩具が出てきているんですが、車などは番組にしなくとも現実存在するものですよ。

アニメーションで描かなければありえない、つまり存在しないものは、やっぱりロボットや、特殊なヒーローというものになるので、そこから始まってきます。故にそこには、パトロンというわけじゃないけど、1つの新しいジャンルを広げていくにあたって、何らかのそれなりの出資、投資をするような存在がなけ

れば、その世界は育たないわけです。そして、それを育てる1つのキーになったのが、やはり玩具であったということは、ロボットアニメーションにとって大きいかなと思いますね。

氷川： もちろん60年代から玩具の世界はあったわけで、その中からロボットアニメに関係するものの記憶をたどっていくと、子どもに人気があった玩具は、お話に出たような、マッチボックスを筆頭とする合金製のミニカーですよね。それともう1つはレーシングカー。コースを形成してモーターで走り、リモコンで給電を操作する玩具ですね。

井上： スロットレーシングですね。

氷川： 電車でいうとプラレールなど、電動で動く玩具がある一方で、ミニカーなどの手触り、質感、重みみたいな存在感を重視した玩具があった。自分で手にしているという実感があるもの。そこに1966年に英国から人形劇特撮の『サンダーバード』が出てきて、しかもNHKで全国同時放送されたことによって、時代が変わります。プラモデルという自分で組み立てて形を作っていくという、第三の選択肢的な玩具ですね。戦車や戦闘機で先行していたメカの魅力に「空想メカを自分で組み立てる」つまり「作る」という要素が入ってきて、能動的に作品世界に入れるようになる。だいたいこの辺の3種類が基礎になっているように思います。70年代に入ると、こうした成功の要素をいくつかもう一回くみ上げ直していると思います。「完成品としての超合金」には、そんな要素の進化形を提示したという役割もあったと思います。

井上： また、そういうところの中には、形状やスタイルだけじゃなくて、今度はギミックというプレイバリューが入ってくる。たとえばそれは、ロボットの中でも、芸のないロボットというのは、なかなか売れ筋商品にはなり難く、やっぱり変形や合体といったギミックがあるアイテムのほうが、当時は子どもたちが遊ぶつまりプレイするという意味で、売れたんだと思うんです。

氷川： 60年代でも、『鉄人28号』や『ジャイアントロボ』など、アニメにも特撮にも巨大ロボットものはあるんですが、60年代と70年代で一番違うのは、『マジンガーZ』が頭の上にホバーパイルダーが合体して操縦できるようにしたことです。

井上： あと、空を飛ぶために補助アイテムのジェットスクランダーという翼が合体するとか。

氷川： ええ、強化パーツを取り付けるとか、そういう運用面でも「機械らしさ」を強調して、変身ヒーローとの差別化がだんだん出てきます。ロボットはそのままだと素体にすぎなくて、何か必ず一味加えて組み合わせ的なもので、違う機能を発揮する。そうした点が、すごく大きな違いになっているんです。

井上： そうですね。原点は、そういう意味では本当に『マジンガーZ』だと思いますね。それまでのロボットという存在は、まるで人間のような『鉄腕アトム』や外部か

らリモコンで動かす『鉄人 28 号』というイメージしかなかったところに、人が乗り込んで動かすという新たなイメージを持ち込みました。今回のこのロボットアニメ編の中でもどちらかという、一番キーになっていくのは巨大ロボットという事になっていく。

たしかに、鉄人 28 号も巨大なロボットではあります。しかし、主人公の少年や少女が乗り込むことは、物語においてそれまでとは全く異なる要素をもたらしました。危機に陥る感覚のシンクロ度が確実に上がったんです。判りやすく言えば、外から見て“ロボットが危ない”という事象は他人事でしかありません。しかし、自分がその頭部や内部に搭乗しているとなると危機感や肌合いは変わってきます。その形を創り出し、見せてくれたのが『マジンガーZ』だったわけです。その結果、これ以降のロボットには必ずと言っていいぐらい人が乗る、もしくは一体化するという構造になりました。

氷川： ロボットアニメは『ウルトラマン』や『仮面ライダー』の変身ヒーローものの派生形であり、リアルな進化形だと思うんです。本当に「人の形が変わってしまう」ということはあり得ないけれど、「ロボットに乗って操縦する」ような形なら、まだあり得る。自分にもできるかもしれないというリアリズムの感覚を子どもは持っているし、重視しているということ。そしてこの「擬似変身」に相当するプロセスというか作品にはいるための手続きが、合体とか変形と言われているギミックという位置付けなんですね。

井上： その上でスーパーパワーを自分が手に入れた感覚も、一体感の中にそのまま継続して付いて回りました。さらにそこでは、玩具メーカーとの連動という部分でのギミックという要素、つまり人に出来ないことを色々とロボットに付加するわけです。最初のマジンガーZでは、まず腕が飛んでビックリという。

氷川： ロケットパンチですよ。スプリングが入ってるんですけども（笑）。あれもたとえばプラモデルにあった「スプリングによるミサイル発射」などのギミックを完成品として取り入れたものですよ。

井上： でもそれは間違いなく、生身の人間では不可能なスーパーパワーとして、離れたところに自らの力を行使する飛び道具に等しいパワーを持ちちゃったわけですね。人の体を模したロボットが。

氷川： 飛ばしたパンチを必ず砂場で失くすというのが定番で、現存しているマジンガーZの超合金では、腕が付属しているものが異様に少ない。よく遊ばれた証拠ですが。

井上： 永井豪さんがマジンガーから始まって、初期に色々な流れを作ったときに、結局は、それらと連動を狙った玩具メーカーが商品を出していくわけですけども、そうすると、同時多発的に様々なギミックが考案されて、人間には無い、持てない能力が次々と登場してきます。手にドリルが付いていたり、空を飛んだり、高

速で動いたり、色々な機能が。それを物理的に玩具で再現していこうという時代になり、ついに変形や合体というギミックまでが登場します。実はリアルロボットの元祖とされている『機動戦士ガンダム』のモビルスーツ“ガンダム”ですら、本来は合体ギミックという遊びを持ったロボットなんです。3種類の別のロボットの上半身と下半身をそれぞれ組み変えて遊ぶというギミックで商品が開発されています。

氷川： 上半身が3種、下半身が3種。3×3=9通りになるという商品は、私も見ました。

井上： そうです。そして続編として制作された次の『機動戦士Zガンダム』の“Zガンダム”は飛行機形態に変形するギミックです。その後の『機動戦士ガンダムZZ』での“ZZガンダム”はまた合体するギミック。実は変形と合体を繰り返していたんです。それと同様に、他のアニメに登場するロボットは、ある時は機関車や自動車に変形したり、飛行機が合体してロボットになったりと、色々なギミックを持っていました。

ただし大前提として、立体物で再現できるかどうか重要なポイントでした。現実に再現できないものは、玩具メーカーがスポンサーとして番組のサポートをしてくれません。アニメーションを作らせてはくれないのです。逆に再現できるギミックを提案して活躍させる限りにおいては、いくらでも作らせてくれる。それこそ番組制作のプロデュースする側や監督が「こんな物語を作りたい」という発意を持ち、企画として提案する場合でも、玩具メーカーが納得するギミックを持ったロボットさえ用意し活躍できるドラマ背景が用意されれば、青春ドラマだろうが政治ドラマだろうが作らせてくれます。

これは実際、サンライズで『機動戦士ガンダム』を生み出した富野由悠季監督や、『太陽の牙ダグラム』や『装甲騎兵ボトムズ』の高橋良輔監督を筆頭に、歴代の巨大ロボット作品を描いてきた監督たちは理解していました。そこさえ守れば、何でもいろんな好きな話を作れる、自分たちのオリジナル作品を作ることにエネルギーを注ぎ込めるとい現実です。「ロボットものでいいか」と。「…いいか」という表現が良いかどうかは別として。(笑)

氷川： その「何でもいい」という受け皿としてのおおらかさがある一方で、そうはいつでも『ガンダム』でも途中でパワーアップメカが出てくるわけで、干渉がないかということ、あったりする。

井上： ありますね。

氷川： そのパワーアップメカが出る前も、作中でガンダムの空中換装シーンが強引に入っていた時期がありますし。13話から18話ぐらいまでは、極端な回では主人公のアムロがホワイトベースを脱走してるのに、回想シーンで無理やり合体シーンが入ったりする。あれは干渉ではなく、作り手側からのサービスかもしれませんが。

井上： ええ、実際それに関していうと、サンライズの自社作品で『機動戦士ガンダム』という作品は3作目なのですが、1作目の『無敵超人ザンボット3』と2作目の『無敵鋼人ダイターン3』が、玩具が売れていたわけです。ところが3作目では出だして思うほど売れなかった。2作品を売ったから、3作目は映像としてインパクトのあるものを作りたいという思いもあり、玩具としてのロボットのギミックに関しては、今一つ子供向けではないものを考えてしまっていた。それ故に、途中でそういったパワーアップというオーダーが出てきたんですね。当然ながらスポンサーオーダーに背いてまで番組は作れません。TV番組を作るための制作費や放送を成立させるための提供料という部分は、やはり玩具メーカーという提供スポンサーあってのもので、オーダー通りに対応するわけです。

ですが、それに対応することで、逆に番組の持つポテンシャルというか幅は広がったという気もします。そのまま突っ走って行ったら、子どもたちが興味を持つようなアクションやギミックが外された、本当にドラマだけの作品になったかもしれないところに、魅力や物語展開のバリエーションを増やしてくれるエネルギーになった。善意に解釈すれば、そういう面もあると思えます。以降の『ガンダムシリーズ』の場合は、必ずそこは意識して作るようになっているはずです。

氷川： パワーアップ時には、「毎週、戦う敵を変えろ」とか、そういった要望もあったはずですよ。

井上： そうですね。それによって敵のバリエーションも増える。自分も参加した『装甲騎兵ボトムズ』を例にしますと、ガンダム以降、ミリタリーラインというのが始まり、ロボットアニメなのにミリタリーものという方向性へシフトしていきました。いわゆる「リアルロボット」と呼ばれている流れです。その中では、どうしてもミリタリー路線に向かって、よしファンがついた、じゃあもっとやりましょうといった具合に、集中して走っていったんです。今でも濃いファンの方がいてくださるがゆえに続いてはおりますが、実は、最初のTV放映のときには前作の『太陽の牙ダグラム』に比較して、商品の売れ行きがガクッと落ちたんですね。また視聴者層で言うと、低年齢層が全然見てくれなくなった。年齢が上の層は熱い声援を送って下さってはいましたが、下の層が見てくれない。

それは、後で考えれば、もっと子ども受けする要素を入れれば、もうちょっと作品や商品の幅も広がり、視聴率の数字も含めて色々なところでの評判というのが取れたのかな、ということもなんとなく考えられちゃうんです。ですから、アニメーションというものがどこまで特化していいかと言ったら、特化し続けていくこともありかとは思いますが、ある瞬間からそれを引き戻す役目が必要かもしれないとも思うんです。そこを担ってくれるのが商品ユーザーを背後に抱えるスポンサーという“枷”なのかなとも思えます。

氷川： 放送を使っている以上、かなり広い人に訴求しなければならない。そういう使命

がある。玩具を売ることもその使命の一端で、そのせめぎ合いを乗り越えていく中で、作品自体も公共性を獲得していく。そんな繰り返し、玩具メーカーとの関係性の中でずっと織り込まれてきたと、そういう理解もしています。

井上：そうですね。ですからロボットアニメの流れの中で、一度『ガンダム』で火が付いて以降のリアル路線、ミリタリー路線が進んでいく中で、「このままだとちょっと怖い」という感覚は、制作会社側にもありました。つまり平たくいえば、ユーザー層の年齢が上がっていくと、小さい子どもたちを中心とする新しいユーザーが切り離されていってしまうんです。次の視聴世代となる子どもたちが、ちゃんと見てくれるようにしておかないと、アニメーションから子どもが離れてしまうという怖さを、当時の僕らは感じていました。

そこで、ミリタリーラインやリアル路線というのは継続して作り続けるけど、それ以外に全く新しい、バリエーションのあるロボット物を作ろうということになったんです。そこで、時代として『ビックリマンチョコ』などが流行っていたということもあり、「可愛いけど、格好良い」という方向性を発展させた「等身が縮んでいるんだけど格好良い」というラインのロボット企画を、玩具メーカーに提案しました。また『トランスフォーマー』のような、子どもたちが喜ぶ、実在する車がどんどんロボットに変わるロボット作品というのが米国から逆輸入されてきていましたから、それを発展させて、世の中に実在するものが変形してヒーローロボットになるというラインを新たに作ろうということにもなりました。

その際に、小中学生だけでなく幼稚園児も含めた子どもたちが買ってくれるようなギミックの開発を、玩具メーカーと共に行った事が、実は1つの時代のターニングポイントになったのだと思うんです。

それまでの一時期におけるサンライズ作品では、我々クリエイター側であるアニメーション制作側から、デザインその他諸々の全部を玩具メーカーに提案していたんです。しかし、メーカー側もアニメ作品と連動する商品開発に慣れてきており、番組のアイテムとなり得るロボットのベースとなる、変形ギミックを持ったロボット玩具を用意できるようになっていました。それをアニメーション制作側がアニメにするためにアレンジをして、アニメーション用のヒーローを作っていくという時代に入ったんです。歴史は繰り返すというか、それが流れの中で非常に大きい。

そうするとアニメーション側としては玩具の開発に対してはエネルギーを割かず、商品のベースとなるものを映像用に格好良くする作業から入れますから、開発期間を短くできます。また、元から商品化を前提としたギミックのものを預けられて我々が加工するわけですから、ゼロから発想して玩具メーカーとの整合性を取る手間すら省けるというメリットもありました。

それ以降は、もう本当にロボット玩具のバリエーションが広がりました。またロボット玩具で育った人たちがメーカーに入社する時代となっていましたから、緻密なタイプもあれば非常にイージーなダイナミックなものもあるといった形で、多面化していきました。

このように 88～89 年ぐらいから 90 年代前半というのは、もう本当にどんどん変わっていった。

氷川： トランスフォーマーは 80 年代中盤になりますね。

3.3.3. ギミックとキャラクター性を両立させるデザイン

氷川： 玩具にはギミック、……要するに工業製品の仕掛けがあって、それが価値になる。アニメーションにしたときの価値は、キャラクター性になる。こういう話は多分、初期のライディーンやコン・バトラーのときからすでにあった話ですよ。玩具メーカーの考える硬く機械的なギミックとデザインに対して、アニメのクリエイターである安彦良和さんが、本編に登場する動かせるキャラクターとしてロボットを柔らかい線でリファイン、リライトみたいなことをしていく……。

井上： やっていますね。

氷川： だから、ライディーンにしてもコン・バトラーにしても、玩具のこの直立みたいな感じのものと、本編に出てきている人間臭い所作、腰をひねったりそっくり返ったり、色々なポーズをするものとの二重構造みたいになっている。それは多分、ガンダムあたりまでずっと続いてきてることですよ。

井上： ただ、ポピーの村上さんは、そうなることも理解したうえで、アニメーションや特撮などとの連動を前提に TV アニメとの連動企画を続けてきていました。ただ、実は玩具メーカー側には村上さん以外に、そういった関わり方をされる人はあまりいらっしゃらなかったんです。

氷川： メーカー側の玩具デザイナーとしてですか？

井上： そうです。たとえば今年のメディア芸術祭で功労賞をいただいた大河原さんや、メカマンの中村光毅さんのような、アニメーション制作の側でそういった連動に応えられる人材が……たとえば中村光毅さんは車が大好きで、『マッハ GoGoGo』という作品ではメカデザインをやっていますし、大河原さんも、実際にものづくりが大好きだということもあり、『ヤッターマン』などのタツノコさんのメカ作品やサンライズのロボット作品で、メカニカルデザイナーとして活躍されています。

氷川： 他のメカデザイナーの流れとしては「スタジオぬえ」でしょうか。

井上： そうですね。クリスタルアートから始まっているとのことですが、その設立自体はサンライズよりも古いという。(笑) あちらは、どちらかという玩具というよりは、SF アートの世界からギミックや変形、合体といった、作品の世界観に

合ったメカのアイデアを色々と考えて創りだしてきた方たちです。そこから出てきたアイデアなどを玩具メーカーに求められ、持って行く。その他には、デザインメイトとか……。

氷川： サブマリンですか。

井上： そうですね。あそこは作業内容によって2つの名称を使い分けして作業していました。いくつかの玩具メーカーではギミック等を考える際に、そういった外部のデザイナーの方々が協力して世界観を作る場合もありますね。タカラの商品の場合でいえば、やはりロボットが出てきますし。

氷川： 「マイクロマン」とか「ダイアクロン」という、アニメ作品を持たない、玩具独自展開のそういうロボットもののラインナップ、シリーズがあって、児童向けのTV雑誌と連動していたんですよ。その玩具オリジナル路線には、ここで名前が挙がったような外部デザイナーが、メーカーにデザインを提供していて、それが後のトランスフォーマーの下地になっていたんですよ。だけど、バンダイ、ポピー系には、村上さんがデザイナーとしていらっしやっつと。

井上： そうですね。たとえばトミーという会社は、もともと社内に多くのデザイナーや開発者を抱えていた会社なんですけど、ロボットのデザインとかでは、どちらかというとハイテクなホビー玩具的なロボットが多く商品化されていました。たとえば、「オムニボット」というシリーズがあるんですけど、これはどちらかというと実用ロボットの世界です。あと「フークロー」という商品もありましたが、可愛いペットロボットの、あくまで玩具を前提としたものでした。やはり、ヒーローとして宇宙人と戦ったりという活躍をするようなロボットは、玩具メーカー発ではあまりないですね。

氷川： いろんな文献を追っていくと、アニメに登場するメカをデザインする「メカデザイナー」と言われている役割には、工業的には「インダストリアル・デザイン」と「スタイリング・デザイン」の2種類があるということになります。インダストリアル・デザインは、その商品をたとえば変形・合体させるといえるときに、何ミリのヒンジが必要で、ここにこういった材質が強度を保證してなどといったことを前提としたメカニズム設計をきちんとします。自分のメーカー経験で言えば「機構設計」と言っていました。そしてそれとは別に購買意欲を喚起するような外見をどうするか、それがスタイリング・デザインですね。自家用車の場合で言えば、中のエンジンやシャーシなどのメカに関してはインダストリアル・デザインで、それに対してボディーラインなどの見栄えをどうするかというのがスタイリング・デザイン。

井上： そうですね。

氷川： それでアニメーションの場合、メカデザイナーはおおむねスタイリング・デザインが中心にならざるを得ないんですよ。中身は問わない空っぽのものでも動か

せるわけですから。ただ、玩具との連動性が大きかった黎明期からやっていたスタジオぬえや大河原さんは、実際には両者は連動して作りあげていかないと、玩具として売りものにならないので、両方に深く踏み込んでデザインしていたという認識なんです。

井上：　そうですね、その両方に踏み込んでいます。あと、これはシド・ミードさんが自身の実際の仕事の中で、「自分の仕事はビジョンを示すこと」という言い方をしていました。つまり、あくまで販売される物体のデザインをするだけじゃなくて、それが存在する空間や使用される世界はどういったものであるのかという、その世界観やビジョンまで含めて出すのが自分の仕事なんだ、ということです。ですから、たとえば家電製品のデザインを頼まれても、その家電製品を使っているその食卓の雰囲気だとかそこにいる人々、そういうところまで併せたイラストをシド・ミードさんは描いて、デザイン画とそのイラストとを必ずセットにして納品する。そういう仕事のやり方なんです。

ですから、たとえば、当社からガンダムというヒーローロボットのデザインを依頼したときには、最初のオーダーにあった「ロボット」という言葉を聞いて、非常に現実的で、未来に存在し得るビジョンとしてのロボットを描いてきました。しかしそれは実際の我々のオーダーとは違う。我々が作ってるのはTV番組ですから、これじゃないんだという話をしました。過程はちょっと省きますけども「ちょっと格好良くしてよ、ああしてこうして」と、注文を出し直したんです。当時はたまたま私がアメリカにいたものですから、日本からのオーダーが届くたびに、直接彼の家を訪問して、オーダーの意味を詳しく説明するといった形でした。我々発注側の意図が彼に伝わった後に彼から出てきたのが、「あ、そういうことか。であれば、これはロボットでもドールではないんだ、フィギュアなんだ」という言葉でした。あくまでも今回のデザインは現実の18メートルのロボットといった工業機械的なアプローチを求められる“ドール”ではなく、キャラクター性の強い“フィギュア”をもとめられているんだねと。

氷川：　それは「ガワ（被覆）」しかないという意味ですね。中身が入っていないという。

井上：　極端に言えばそういうことですね。中身の強度や現実としての実現性はあまり考えなくてよい。形だけでいいんだと。ただし見た目での個性がないと駄目だ、キャラクター性をより強くするんだという意味で、そういう言い方をしていました。つまり言ってしまうと、そういうものがアニメーションのキャラクターなんです。

氷川：　キャラクターとしてのロボットを初期に実現されていたのが、安彦良和さんを筆頭とするアニメーターです。東映動画（東映アニメ）作品だと『ゲッターロボ』で「キャラクター設計」と名前が初めて出た小松原一男さん、あるいはフランスで大人気となった『UFOロボ グレンダイザー』の荒木伸吾さんたちです。原作

漫画があるにしても、玩具の図面どおりにしてしまうと円柱や直方体のカクカクした幾何学的な存在になりかねないロボットを、生き生きとしたキャラクターに仕立ててヒーローキャラクターとして活躍させた。ガンダムもその系譜にあります。そうした作法が連綿と受け継がれていて、アニメ作品では「ロボット」という名前が付いてはいても、あくまで「生命を吹きこむべきキャラクターだ」というとらえ方が、送り手・受け手で共有されている1つの文化になっているということだと思えます。

井上： そうですね、間違いなくそうです。

氷川： 特に、最大のヒット作であるガンダムを考えると、カクカクした合金玩具の展開では人気が出なかったわけです。ところがプラモデル展開に移ったときに、どうやってそのアニメで描かれたキャラクター性を、本来は幾何学の世界が得意のはずのプラモの世界で獲得するかという、これもせめぎ合いが生まれた。それを乗り越えることでプラモデル自身が技術的にも進化していったし、キャラクター性の獲得が玩具展開の新しい局面を獲得した。そういう歴史だと思うんです。

井上： そうですね、ただし、メカニズム感が全くなくなってしまうと、日本語でいうところの「お人形」になっちゃいますから、そこにロボットという記号をきちんと入れていく。それが関節だったり何であったり。そこを両立させるデザインができるというところが、大河原邦男さんという人のすごいところだと思うんです。実はガンダム以前のロボットと以降のロボットの違いというのは、大きく異なるんだそうです。以前にアメリカのCGクリエイターチームと仕事をした時のことなんですが、彼らさんから「ガンダム以前のロボットは、ゆがませないと動かない」と言われたことがありました。鉄腕アトムや鉄人もそうですが、要は円筒でできた手足の、関節に当たる位置に線が入っているだけで、関節としての機能は無く、ゆがませない限りはどうやっても曲げることができない。

氷川： うちの大学（東京工業大学）は工業系だったので、1979年当時から「ガンダムはゴムでないと動かないよ」と、よく言われてました（笑）。

井上： そうですね。ガンダムですら完全に可動させるには程遠く、まだまだ無理な関節部とかがありますね。中から蛇腹が出てくるとか、そういう理屈や解釈をせざるを得ない。とはいえガンダムには、腕とか膝などの横に、カップを逆さにしたようなピポットピンに相当する部分がデザインされていて、関節で曲がる部分が付いていると言われました。この構造ならば高価なCGソフトを使ってだんだん形が変わっていくような動かし方をしなくても、安価なCGソフトでも動かすことが出来るよと。

氷川： なるほど。ただ、ガンダムは本当に端境期の作品でもあると思うんです。腰にしても、ひねって曲がらない。中のコア・ファイターが壊れますから。アニメではオープニングでも振り向いて銃を撃ちますが、腰がゴムでできていない限り、

ああはならないと思うんです。

井上： たしかに、アニメーションというのはその辺り非常に便利にできているので、感覚でいくらでも歪ませますし曲げちゃうんですね。それをのちに一生懸命フォローして、元のデザインを崩さないようにディテールを変更して動くようにする。、そんな新解釈をどんどん入れていくというのが、玩具屋さんの技術でもありました。

氷川： 割と最近、安彦さんに取材をしたとき、ザクのスカートの話をされていたんです。「あれが金属だったら、歩けないでしょ」っていう話になって（笑）。ああ、やっぱり当時でも、これだとスカートが干渉して足が出ないって考えていたんだと。でも、最近のプラモだとスリットのところでバラけて歩ける。「あれは思いつかなかったね」って感心されていたんです。逆にあれは、アニメーターには出ない発想なんだそうです。柔らかく描けてしまうので。

井上： そうですね。実は『装甲騎兵ボトムズ』のときに、大河原さんが初めてロボットの腰部をカバーするスカート部分をアーマープレートで構成されたデザインにしたんです。画期的なアイデアだったと思いますが、答えを知ってからは「あ、なるほどね」と思ってしまうことなんですけど、日本の鎧のように分割して、硬いものなのに、動けばまるでバレエのチュチュのようにパーッと広がるようにも出来ちゃうという。あれは非常に新しい便利なギミックが生まれた瞬間でした。それは、玩具が形だけの再現でしかない時代から、機能としてしゃがんだり立ったり、動きの再現を模していくということに対する大河原さんの回答だったんですね。

ですから結局デザインと玩具の追いかっこということになるんですけども、そういったアニメロボットのデザインもギミックも、もしも玩具というフィールドで物が作られていなければ、おそらくこのような進化することがなかったんじゃないかなと。

氷川： だから最近になって考えているのは、常に何らかの「せめぎ合い」があるところに、進歩が生まれているということです。それを乗り越えてきたことで、新たな価値を創出してきた歴史が、確実にロボットアニメにはあるわけです。玩具、アニメ、どちらかだけでも成り立たないような「寄り添い」と「せめぎ合い」。それを通じて、お互いフィードバックし合いながら、お互いが進化していくようなね。

井上： そうなんです。たとえば魔法、もしくは他の何かにメタモルフォーゼするといった変身といったものは玩具ではなかなか再現できない。ですから唯一かもしれないんです。玩具と連動して動きやギミックを再現するロボットアニメというジャンルの個性が突出して日本で進化したのは、そういった玩具を作ってきたメーカーがいたからでしょう。

氷川： ごく初期、あるいはせいぜい 90 年代後半になるかと思いますが、毎年毎年、新作を作り続けられるようなメーカーや制作会社の企業的な体力も含めて、そうした流れが連綿と続いてきた果てに、現在があるということですよ。

井上： はい。ですから、あとはそれらの作り上げられてきたギミックを単に映像的な記号としての存在にしないことだと思います。映像表現の記号としてだけで処理しようとするれば、いくらでも画像は出来ちゃいますからね。トランスフォーマーなどの米国で制作されている実写のロボット作品などは、ギミックやメカニズムなどで、ちょっと記号化が進んでいるように感じます。

氷川： あれは実写映画ですが、ことロボットに関しては「CG の」って言った方がいいように思います。

井上： そうですね、「CG の」ですね。あれって無茶苦茶な変形をやっていますから。

氷川： 変形途中でアクチュエーターやモーター類など、いろいろメカが入ってるのが見えるからそれっぽいですよ、あれって嘘ですよ。

井上： 相当嘘なんです。細かいパーツをパカパカと動かして、まるで変形しているようにしていますけれども。

氷川： 演出としての内容物が入っているだけで、実際にああいうメカニズムにはならないでしょう。

井上： 大元の『トランスフォーマー』というアニメーションで作られた作品は、もう間違いなく実際に変形出来る玩具を前提にしていました。あれも順番としては、カーロボやガンロボといった当時のタカラから発売されていた商品を取りまとめて「宇宙で敵と味方に分かれて戦っているロボット軍団が地球で戦い合う物語」というプロットの下に、トランスフォーマーという世界観がつけられたわけですから、実はロボットたちのデザインは、元々は商品になっている。つまり玩具ありきで始まっているんですね。

氷川： 下地になった玩具は、先にも出たダイアクロンなどアリモノですよ。

井上： あれらの玩具が作られたときに、その発想とデザインという作業で玩具メーカーの開発に協力していた人たちが、実はアニメーション等に関わっていた人たちです。それらが玩具メーカーの手で先に商品化され、そして後に『トランスフォーマー』というロボットアニメーションとしてフィードバックされてきたという流れです。

ですから、多分 1970 年代前半から 90 年代までは、立体物としての玩具、そして映像というものがお互いに行き来しながら発展していった時代でしたし、そのビジネスの構造と関係がある限りにおいては、安心してロボットものというオリジナルのアニメーション作品を作れる土壌も、その環境の中に成立していたんです。またそれ以降の時代には、立体のロボット玩具ではない、また違う商品をベースとしたスポンサーが土壌となって色々な形で影響を与えてくることになる

んですけども。

3.3.4. 「実写」と「アニメーション」におけるロボット表現の違い

氷川： 別の観点を提示すると、「巨大ロボットもの」がアニメでなければできなかった時期から「特撮でもできる」と変わった時期も、ちょうどガンダムと同じ 1979 年ごろだと思います。『バトルフィーバーJ』という作品で、今度は TV 特撮にも巨大ロボットが出るようになるわけです。『秘密戦隊ゴレンジャー』のようなスーパー戦隊シリーズにプラスアルファとしてロボットを出す。これはその前年、東映がマーベルコミックから著作権を取得した TV 特撮の『スパイダーマン』に巨大ロボット“レオパルドン”を出したのが上手くいったからだと思います。ロボットものに関してアニメと特撮との差は、何か感じられていることはありますか。

井上： これはずっとアニメを作るときに言っていたことですが、特撮という手法は、本当に悔しいぐらい、ディテールやマテリアル感まで再現できてしまいます。ところが手で描くアニメーションというのはあくまでも絵ですので硬質感が出しにくい。どうやっても歪みますしゆがむんです。本来そういった歪みやゆがみを利用して動かすことが、アニメーション技術そのものですので当然なんですね。また、色を塗った場合でも、そこにある物体全部にグラデーションを綺麗につけるなんていうのは非常に難しい。実際は絵具をペツタリ塗った平面塗りの画面ではない。

氷川： 絵の具では金属の色はね。

井上： それも難しいですね。光ったり光沢が入ったりといった見た目での感覚や、メッキ処理された物体の質感などを出すのはアニメーションではすごく難しいんです。

氷川： ライディーンも、黄色に塗っているツノの部分は実はゴールドで、アニメカラーでは出せないから、やむなく黄色で塗っていたと聞きます。

井上： そうですね。あのガンダムだって、白く塗られたところ、あれは本当は銀色だという話もあるぐらいです。作中でこそ「白いモビルスーツ」とよばれていますが、企画初期には銀色を目指していたということで、当時の玩具商品でも銀メッキが使われていたりします。そこから判るように、表現上で金属感や硬質感を出しにくいというのが手描きのアニメーションでの弱点です。その代わりに必要とあらば、どんなスーパーアクションでも自由に描くことが出来る。これが特撮の場合ですと、『時空戦士スピルバン』の後くらいまでは、アクロバティックなアクションが少ないですよ。もっともロボットが着ぐるみでしたから、色々と難しかったんでしょうけど。

氷川： 今でも着ぐるみで撮っていますよ（笑）。

井上： 最近は CG を使うようになってきているので。

- 氷川： いま日曜の朝にやってる「ニチアサ枠」の特撮番組では、ロボットの格闘は着ぐるみですね。もちろんCGは併用しています、変形合体のところとか。
- 井上： CGなどの技術がない限り、やっぱりアクションではどうしても、着ている人間の限界を超えられないですよ。それを超えたら、とんでもないことが起きるわけ。絵で何でも描くことが出来るアニメーションの場合は、そこを超えて見せられるのが利点ですね。ですから、1990年代半ばにCGの実用化が始まったときに、我々もアニメーションの中にそれを取り入れることが出来るかということで、ロボットをサンプル素材にして山ほど色々な実験をしました。ただ、現状としてサンライズのロボットアクション作品では、CGを使用した作品でもアクションそのものは手でコントロールしています。「手づけ」とか「動きは手でつける」という表現を、我々はしていますけども。
- 氷川： 「手づけ」って用語になっていますね。アニメーターが動きをつけているという意味で。
- 井上： 結局、モデリングされたロボットなどに対してコンピューターによる計算ではなく、手取り足取りで演技をつけるように、アニメーターが手動でやっています。それとは対極にあるのが、モーションキャプチャーと呼ばれる技術で、人間が演技した動きをデータで記録し、それを加工したりしてアクションデータというものを作り上げ、それによって動かすわけですね。僕は自分でプロデュースした作品でも、人物の動きはモーションキャプチャーを使ってアクションを作りましたが、ロボットのアクションは手づけでした。事前に実験した際の経験からそうしたんですが、モーションキャプチャーを使うと、ある意味着ぐるみに見えるんです。不思議なんですけど、CGのロボットが着ぐるみに見えるんですよ。
- 氷川： 着ていなくてもそう見える。あれはガンダムのころ、人間の動きを引き写したロボットスコープのアニメ映画版『指輪物語』のころからそうなんですよ。
- 井上： ええ。これはたとえば、ガンダムでも実験したんですが、例えば大野剣友会というアクションチームに演技していただき、そのデータをCG上で再現すると、ガンダムが大野剣友会の動きをするんです。当然のことですが、もう間違いなくそういう動きになってしまいます。これほど“動き”というものに個性があるということは、新鮮な驚きでした。
- そしてもう一点、アニメーションで描かれたロボットは、あるときは優雅にまたある時は大胆にと、とてもカッコ良い自由な動きを見せてくれますが、あれはすべての物理法則から解放され、人間の限界を超えて重心をも外して創造された動きなんです。もしも、アニメーションの動きを現実世界のロボットで再現して歩かそうとすると……たとえばホンダさんのASIMOにアニメーションのロボットの動きを入れたとしたら、重心が制御範囲を超えて外側へ飛び出してしまうので、すぐに転んでしまいます。たとえどんなに人間に近い動きが可能なロボットを作

ったとしても無理なんです。そのぐらい重心が外れてしまっています。それがロボットアニメーションの特徴なんです。特撮ではやりにくい、重心を外した状態でのあり得ないポーズやアクションも出来るというのが、アニメーションの利点なのだと思います。

現実の制限が存在しないゆえに変わった映像表現もあります。初期のロボットアニメーションに登場するロボットは、得てして空中でも地面に立っているようなポーズを取っていることがあるんです。観客が見たときに安定感、安心感があるポーズを空中で取らせるとなると、やはりどっしりとしたポーズになるということで、巨大ヒーローロボットアニメではそういった表現がよく見られました。最近の宇宙空間を舞台にしたロボットアクションシーンでは、特撮には絶対できないであろう空中での足さばきとか、リズムカルに足を流すといった動きも多用されています。特にガンダムでは宇宙空間で大地に立つようなポーズは不自然なので、浮遊感や無重力を感じさせるかのようなポーズや動きが多くなっています。

そういった変化という意味では、玩具業界に存在した商品開発におけるタブーが、アニメーションと連動することで、変化したという事例もいくつかあります。例えば、初期のロボットアニメには必ずと言っていいほど、“基地”という存在がありました。コマーシャルフィルムなどでは、強いロボットをまるでお城のようなどっしりとした基地と共に並び立たせて、圧倒的な強さを強調するというイメージ戦略が基本でした。絶対的な強さこそが商品バリューを支えていたんです。少なくとも1980年代中期までの我々は「五月人形みたいに飾れなきや駄目だよ」みたいなことを言って企画していました。いわば、かつては子どもが遊んだ後に飾っておきたくなる格好良い人形であるという商品イメージだったんです。それがある時期から、固定された基地に代わり、移動する母艦が登場します。ガンダムもこの辺りの路線です。そしてパワーの強さや丈夫さだけのロボットは次第に減り、スピードをはじめとする様々な個性をもつロボットが前面に出てきます。そしてよりアクティブなイメージになったロボットは、次第に集団となり、数体の個性的なロボットやロボット本体を強化するメカなども追加され、並んで立つようになる。唯一無二のヒーローから、個性別のスペシャリストの集団とでも言った具合に変化してきたんです。

もう一つの大きい変化はその形態です。1980年代後半くらいまでは、ロボットを地面や机の上に置くと、そして手に持って遊ぶときに楽なように、あまり体中にトゲトゲしい装飾をしないとといった色々な制約があったんです。羽みたいなものやトゲトゲした突起物は、手に持つのが大変だし強度的に弱くなりがちで折れる事もあるから番組の中では登場させてはいけないと言われていました。ところが作品中で巨大な羽をもつロボットを映像で格好良く見せたがゆえ「巨大な羽を付けると格好良い」というイメージが広がり、玩具にも取り入れられている。

このことをきっかけに、玩具の世界で、「昔はタブーだったんだよ」というものが、どんどん出てきます。特に最近では主となる商品形態が合金玩具からプラモデルにシフトしたガンダムシリーズが、その枠をどんどん壊しています。立たせようとしても重心位置が完全にずれてしまうほどに、背中に大きいユニットが付いていたりもしていますし、絶対に立てることも置いておくこともできないような形状でスタンドで飾っておくことが前提となっている商品なども販売されたりしています。

「玩具とアニメーション」という2つのエリアで、ロボットという存在は、この30年ぐらいの間に大きく変化したんです。そして今やすでに40年に来てますから。

氷川： マジンガーZから数えて、そうなりますね。

井上： ここまでこられたのも、玩具メーカーからのオーダーがあったからこそなんです。また制作側にも、視聴対象者となる子どもたちがそういうロボットものであれば夢中になって見てくれるという、確信もありました。

たとえば、物語の中での主人公の成長物語といえ、他のジャンルでいうとスポーツ根性ものでもそうですけれども、野球を好きだったら野球、テニスが好きならテニス、そしてバレーボールが好きならバレーボールのといった具合に何か自分の興味あるスポーツを素材として描かれたアニメーション作品は、見てくれます。ロボットアニメも同様で、そこからロボットを取っちゃうと、興味のある要素がなくなるんですよ。

有名原作をベースとしたアニメーションではなく、オリジナル作品を展開しようとした場合、あくまでも視聴者がロボットを興味の対象として見てくれているから作品を作れる。描いている物語や作りたいテーマ、届けたいメッセージといったものを作品に出そうとしたときに「ロボットを入れなかったら、そんなの聞いてくれないもんね」というのは、制作会社の幹部たちや実際に作品を作り出す富野監督なども含めて、皆さんが昔からよく言っていたことです。

氷川： なるほど。富野監督は90年代後半以後、「ロボットを出さなくても、オリジナルで作っていいですよ」って言われているのに、出していますよね。

井上： やっぱ心配なんです。笑。「何かロボットを入れないと、みんな見てくれないんじゃないか」と。ただその代わりすでにその時代はスポンサーが玩具メーカー中心からビデオメーカーなどにシフトしていましたから、玩具に準じた発想のロボットを出す必要がなかったんです。そのため「自分の考えるロボットはこうだ」という新たな切り口での作り方をするもので、玩具にするためのギミックのないロボットが登場することになるんですよ。

氷川： ただしそれだと結果的に、商品にはなりづらい。

井上： それは富野監督や高橋監督もそうですし、その種の作品を作る他のクリエイター

の人たちにも言えますね。

氷川： 高橋監督の場合は、ロボットアニメの新作といってもほぼボトムズだけですよ。それはまた別の事情だと思いますが。

井上： 意外と高橋監督のロボット作品には、ちゃんと商品が売れたものが多いんです。ただ、監督ご自身が「僕はロボットが嫌い」と言っていた時代もありましたからそのせいかもしれません。たぶんボトムズに関しては、そのときどきの周辺からのオーダーと「もっとああしたい、こうしたい」というご自身の願望とが、以降の続編のシリーズに集約されているような気がします。

3.3.5. アニメ制作の現場とスポンサーとしての玩具メーカー

氷川： 作家の話に及んだのでお聞きしますが、ロボットアニメを立ち上げるときに、玩具メーカーとの連動的な話について、クリエイター側代表の監督ほどの程度話し合いに加わるものでしょうか？

井上： ロボットアニメーション制作における過去の歴史上は、ある時期までは監督やスタッフを玩具メーカーとの直接のミーティングには、基本的に参加させていないんです。たとえば『ガンダム』がヒットする前は、監督、およびクリエイターたち、ライターとか演出家、デザイナーはメーカーの人とほとんど会っていないはずですよ。

氷川： 開発は開発で進めてしまうわけですね。

井上： ええ。あと営業とか交渉、納品については、プロデューサーが動きますので、そのプロデューサーや企画の担当者が、スポンサーに会いに行くことで済んでしまいます。スポンサーというのは、あくまで映像を作るプロではなく、商品を作るプロですから、そういう人たちの話を全部聞いちゃうと、制作現場がしっちゃかめっちゃかになるんですね。

氷川： なるほど、方向がまとまらなくなる。いわゆる空中分解になる。

井上： ですから、その辺りを分かっている玩具メーカーの方は……もう亡くなられていますけども、バンダイでホビー系の担当だった北出さんという方は、「感想ですが」という前置きをしてから、ドラマの好みからキャラクターのあり方まで様々なことを伝えてきました。ただしその後すぐ「決めるのは、あなた方です」とも言ってくるんですね。彼は「我々は玩具を作るのはプロですけど、番組作るのはあなた方がプロですから」と言って、感想とオーダーを完全に切り分けしていました。同じバンダイの玩具系担当方も同様なことを言っていました。「玩具のことは任せてください、玩具は我々がプロですから」という言い方です。非常にはっきりした時代でしたね。

とは言え「言いたいことは言わせてください、選ぶのはそちらです」という言葉を受けてセレクトするのは企画や制作の担当プロデューサーです。そしてセレクト

した上で、監督や現場スタッフに「ここだけはやってね」ということをお願いするわけです。時には玩具メーカー側に注文された10のうちの8から9ぐらいまでは捨ててしまって、現場が対応可能なオーダーを1つだけ伝える。そうすると、それが画面に反映されたときには、「ほら、オーダーへの対応をやっておきましたから」とメーカー側に伝え交渉を成立させる。そういったやり方で、部分的にはメーカーオーダーにゆだねつつも、物語のテイストや作りたい番組の根本の部分には抵触しないように、また監督がやりたかったテーマ性やメッセージ性みたいなものは守るためにプロデューサーハンドリングをしていた、という時代はありましたね。それがある時期からは随分と変わってきました。メーカー側にロボットアニメを見て育った人が入社するようになり、ロボットアニメに対する独自の思い入れがある方が増えてきたんです。

氷川： 話を通じやすくなったということですか？そして玩具メーカー側にもクリエイション的な想いが出てきたと。

井上： ええ、メーカー側としても、監督に対して直接注文をしたいという願望が出てきたんです。つまり自社がメインスポンサーとなって提供するアニメ番組に対して、より高い対費用効果を得るために色々な形で自社の要求を突き付け組み込もうという意思が働いたんですね。現実として、番組をクリエイトしていくのは監督です。現場においても、たとえば我々スタッフは監督の描こうとする作品作りのために動くわけですし、各話の演出やライターも監督のオーダーを実現するために知恵を絞るわけです。言ってしまうと船頭は監督なんですね。一方で作品全体のクオリティをコントロールして納品する、全体のビジネスの責任を担うのがプロデューサー。つまり「ビジネス成立を担当するプロデューサー」そして「作品の内容を担当する監督」という、この2つの構造が基本なんです。ここに第三の強いパワーが出現してこれを崩してしまうと、よく言うところの「船頭多くして船山に登る」ということが起きるんです。

たとえば、デザイナーが何をいくらやりたがるのが、「それは監督の意思の範疇の中でやってください」ということが制作関係者にとっては当然のことであり基本のスタンスになります。そこに今度、スポンサーという立場から強い意見が出てくると、困っちゃうことが起きるわけですね。作品の目指す方向と、どうしても相容れないような提案があったときには、どっちを取るかというのは、本来であればプロデューサーが最終的にジャッジします。最悪、監督と意見がぶつかった場合には監督が降りるしかないときも出てきてしまうわけですね。本来はプロデューサーが制作総責任者なわけですから。そういう部分が、ある時期、非常に危険なバランスにもなりました。ですから内容が途中でぶれたり、変わっちゃったりという作品がたまに見受けられるとすれば、そういった部分での様々なせめぎ合いの結果かもしれません。

またこれは、あくまでロボット物という視点でなのですが、ロボット物でも玩具がメイン商品ではないスポンサーがついた作品、たとえばゲーム系の商品が主となるメーカーだとロボットさえ売ればいいということにはなりません。ゲームの内容こそが商品となりますので物語や世界観こそが商品に深く関わりますから、アニメーションの本編にも色々なオーダーが出てきてしまう。もしも、ゲームを作ってる方が非常なアイディアマンであった場合、商品開発の最中にアイディアがどんどん出てきてしまう。故にゲーム世界を構成する世界観やキーアイテムすら「変えちゃいたい」という話になる、もしくはゲーム開発の最後の山場になって、「やっぱりこのポイントを変更してください」というオーダーが来てしまう事もある。でもアニメーションの製作は放送に向けて、既に先行してますから、途中での方向性の変更は現場で大混乱を起こすという生じさせる。

これは非常に難しいことだと思いますけど、このようにスポンサーとなるメーカーにも、そのタイプにより様々な切り口がありますので。

氷川： 切り口というのは、商材の形態という意味ですよ。

井上： そうですね。だからたとえば、近年ではトレーディングカードゲームという商品群が流行しましたから、玩具メーカーは当然商品として展開するわけです。その場合は商品の性質上、まずアイテム数を増やさないとイケなくなる。そして実際の商品は印刷物であり、グラフィックだけで済みますから、ロボットのギミックや構造などの物理的な理屈はもういらぬわけです。その代わりに、数多くのキャラクターバリエーションを作る事が出来るタイプのデザインとそれを許容する世界観の構築の方が必要となります。平たく言えばモンスターなどと同様な“数で勝負”といったワールドが求められるわけです。こうなるとロボットである必要性はもうすでに無くなります。このような状況の下で並行して玩具も作ろうとしてる場合、玩具メーカー側からのオーダーと、カードゲーム側からのオーダーが、相入れないという現象が起きてしまうわけです。そうすると、どちらが主軸になるのかということで、アニメーション本編を制作する作業の中でセレクトしていかなければならなくなる。こういうことが実際に起きてしまいますね。

ですから、それこそ初期は1年間を通してロボットは1体だったものが……。

氷川： ある時期から2号メカが出るようになりましたね。

井上： そうです、まず2台目のロボットが登場し、最初のロボットがパワーアップするというのも出てきます。そのうちに最初から5台のロボットが登場したりするばかりでなく、敵も味方もどんどん増えていくわけですね。これは、より多数の商品を売らなきゃいけない、そして短期集中でビジネスをしていくという、そういったビジネスタイミングに合わせた展開そのものが、アニメーション制作側へのマストなオーダーになってしまうんですね。では現場がそれをこなせるかどうか、というのは、作品の中でそれをちゃんとこなすスタッフの技量だけでなくキャパ

シティの問題にもなってきます。

氷川： 本当は、2号メカの登場は特撮の『ジャンボーグ A』が最初ですよ。ジャンボーグ 9 という 2 番目の主役が 3 クール目から出てくる。

井上： A (エース) と 9 (ナイン) ですね。

氷川： あれも操縦型ロボットで、マジンガーとほぼ同期の作品ですが、放映に先行して小学館の学年誌で雑誌展開していたので、元祖的存在です。アニメの場合の 2 号メカは、『ザブングル』のウォーカーギャリアが最初でよいでしょうか。

井上： 新規ロボットキャラクターとして完全な 2 号メカに相当する機体はそこからですね。それより以前はあくまでもパワーアップでしたから。

氷川： ダイオージャにしてもガンダムの G メカにしても、みんなパワーアップですよ。

井上： ええ。ここら辺の話は氷川さんのほうがご存じだと思いますが、マジンガー Z のときに、グレートマジンガーは実は Z のパワーアップ案という計画で最初は動こうとしていたという話を聞いたことがあります。

氷川： なるほど。マジンガー Z 自体はジェットスクランダーで飛行能力のパワーアップをしていますし、グレートは 2 号メカでもあって、続編ですが。強化策だった可能性はあるかもしれないですね。

井上： ええ。マジンガー以外で 2 号メカではなくメインの機体が変わったのは、『ゲッターロボ』がありますね。『ゲッターロボ G』という形で。

氷川： あれも続編というスタイルでした。

井上： まあ、登場するキャラクターも変わっていますし、続編なんですよ。

氷川： 東映内での制作話数はつながっているようです。

井上： そうなんですか。サンライズオリジナル作品では『無敵超人ザンボット 3』、『無敵鋼人ダイターン 3』、『機動戦士ガンダム』、『無敵ロボ トライダー G7』、『最強ロボ ダイオージャ』といった作品の流れなのですが、その後の『疾風ザブングル』までは、2 号機は出てきていないですね。しかもザブングルには主役ロボットの『ザブングル』が、同時に 2 体出てきました。

氷川： そうですね、第 1 話から。

井上： もう富野監督の好みと言っているのか何と云うか、ザブングルは最初から常識破りでした。主人公の“ジロン・アモス”自身が己の暮らす社会の常識を否定する少年ということでしたから。その後、あの放送時間枠での作品は、同一のスポンサーと代理店の作品は『聖戦士ダンバイン』にしる『重戦機エルガイム』にしる、番組中盤になると必ずパワーアップという形をとり、2 号メカが登場するという流れになっていますね。これは先にも言った商品の販売計画に基づくものです。ですからそういう意味ではそのほかの作品でも、個々の作品ごとに色々な細かいオーダーが出される現実もあります。たとえばロボットのアイテム数の増減というものも、現実にはスポンサーである商品メーカー側の開発費の事情に合わせて変化し

たりもしています。

氷川： 成形するための金型代がベースになっているという、玩具ファンにはおなじみの事情ですね。

井上： 僕がたまたま元玩具メーカー出身であるということを営業時の武器にして、「金型代などの事情も分かりますよ」と玩具メーカーさんに言っていたものですから、向こうからも「それは便利だ」と取られていました。なので、「このサイズの金型1つでできるパワーアップにしておいてください」といったような具体的なオーダーに対して、「なるほど、じゃあ部品の分割を考えると、実際にはこんなもんですね。使えるパーツの大きさや容積は」みたいに具体的にしていく。結果として「じゃあ、せいぜい胸の部分と頭のアンテナ、あとは背中に、何か別のパーツを付けるぐらいですね」という感じでパワーアップの方向性を決めたりもしました。他にも「最初の商品群に予算を集中させ過ぎちゃったので、しばらくは新型を出さず今のメカをしばらく使ってください」といったオーダーもありました。

氷川： こういう話をしていると、オトナの事情の押しつけに受けとられるかもしれませんが、一方でそういういろんな商業的な制約の中でなんとかする、知恵で突破してみせるみたいな積み重ねが、作品にも何かしらの力を与えてきたということも、確実にあったと思っています。

井上： ありますね。

氷川： 特に初期であればあるほど、そういう話が多い印象です。

井上： あと、逆の制限も出たことがあります。これもアニメ制作側に対する玩具メーカー側からの注文の例の一つだと思われるエピソードなんですけど、「ガンダムシリーズ」の中で登場するモビルスーツと呼ばれているロボット兵器の大きさが、一度、小型化された時期があるんです。

氷川： F91ではパトレイバーのイングラム（8m）に近づきたかったとも聞きました。

井上： 本編ではパトレイバーほど縮んでないですけど、監督のイメージスケッチではそのくらい小型に描かれていたものがありますね。もともとの『機動戦士ガンダム』で描かれたガンダムは、全高が18mという設定でした。お台場に立っている実物大ガンダムがその大きさです。それを『機動戦士ガンダム F91』という劇場版のアニメーション作品を制作した際、全高を15mまで落としたんです。当時、制作側とスポンサー側で「時代が進めばメカは小型化する」と互いに納得し、シリーズ作品の新たなポイントとして謳ったんです。この後、TVアニメとして制作された『機動戦士Vガンダム』もこのスケールサイズで制作されています。

しかし、この大きさの違いというのは、ガンダムの主力商品である「ガンプラ」では如実な違いとなって現れてしまいます。ガンプラはその商品上「144分の1スケール」や「100分の1スケール」というサイズの異なる商品群が基本となって販売されているのですが、これまでに144分の1スケールで作って12～3センチだっ

たロボット商品が、わずか10センチ程度の大きさになってしまうんです。具体的に言いますと、ユーザーが144分の1スケールで統一してガンプラを購入して商品を並べたときにその変化がはっきりします。歴史順にガンダムを並べて、シリーズの後に行くほどパワーアップもして、徐々に身長が大きくなっていきました。ところが、90年代のガンダムでは急にワンスケール下のサイズに小さくなってしまったんです。

「これではそれまでと同じラインで並べることが出来ない」とか「ユーザーの皆さんが混乱して買ってくれなくなってしまった」という説明がメーカーからもたらされました。更にはまた、スケールを小さくした場合、中のコックピットや乗っている人物のフィギュアも付属しないとユーザーが納得してくれないという意見もありました。こうしたことから検討を重ねた結果、次の作品からは元のスケールである18mに戻すということになったんです。

商品との連動に関しては様々な面で、いい影響だけではない、制約や制限など、理想とは逆の影響も間違いなくありますね。

氷川： その種の設定身長は、あくまで物語上のものですよ。玩具メーカー側はどれぐらい厳密に意識しているものでしょうか。たとえば窓の大きさとかは人間のサイズから決まってくるはずですが、あまり気にしてないような気がします。

井上： 玩具を中心とするメーカーだと、ほとんど気にしないと思います。ただ、ホビーのメーカーやヘビーユーザーがコアターゲットであるメーカーである場合は気にします。どうしてもホビー系の商品ではスケールや比率など“サイズ”というものが前提になりますから。

氷川： イデオンは、明らかに気にしてるとは思えないサイズの設定身長になっています。

井上： 気にしてないでしょうね。どちらかという、身長が大きければ大きいほど「すごいぞ」と言われていた時代の巨大ロボットかなと思います。私も当時はスポンサー側で商品に関わっていましたが、イデオンも非常識な大きさですよ。身長105mですか。

氷川： あれは富野さんが大きくしたわけですよ。もともとは自衛隊のメカと消防車のタンクローリーと幼稚園バスの3機合体でしたっけ。

井上： そう聞いています。

氷川： デザイン側の想定したサイズのまま出すとバカバカしく見えてしまうから、サイズを思いきり変えて、「こんなものが巨大な遺跡だって、そんなことはありえない」というところから話を始めて……。

井上： そうですね、「乗ってるのは巨人じゃないの？」と言いたくなるような内部空間でした。それは間違いなくわざと大きくしたんでしょうね。

氷川： 玩具メーカーがリアルサイズを気にしていないから、アニメの方でも勝手に変えていいということだったのでしょ。

井上：　そういうことですね。あくまで玩具でしたから。再現性という意味では、人が乗るコックピットとかはわざと作っていませんから。少なくとも、そこによって縛られる事はなかったんですね。自由が利いたんです。

氷川：　でも、ドアはついていましたよ（笑）。

井上：　いや、あれはドアに見えないから大丈夫（笑）。同じスポンサーでイデオンの前にやっていた『科学冒険隊タンサー5』という作品がありました。これはロボットものではなかったんですけど、こちらに登場するメカの商品もミニカーベースの商品だったんですが、ミニカーがパタパタと変形して飛行機やドリル戦車になる。そのときにも、スケール感は吹き飛ばしているんですね。そういった前例もありますから、イデオンの場合もそういう考え方で作られていたところはあるのかなと思います。

そういえば、逆に面白い話として、わざわざ目に見えて分かりやすいコックピットが頭部にあるデザインのロボットを見た別作品の監督は、その上についている小さなTVカメラが、人が乗るコックピットだと思っていたそうなんです。そのぐらいももっとも大きなロボットなのだろう、と想像していたらしいんですね。

この辺りは、どうしてもロボットというのが、インフレ的に巨大化していった時期があったことが、アニメ業界全般に影響を与えていたと思われます。現実として、小さいロボットが描けなくなってしまっていたんです。たとえば、怪獣映画を見ると、ゴジラの身長は何mかと考える事があると思います。40mかなとか60mかなとか。

氷川：　40mはウルトラマンですね。ゴジラは50mです。

井上：　50mということは、ゴジラと自衛隊が戦う場面を考えた場合に、自衛隊の戦闘機というのはゴジラに対して、かなり大きいはずなんです。でも画面の中でゴジラは、もっと小さいサイズの戦闘機を叩き落としているんですね。あと、ゴジラと新幹線との対比って画面にはほとんどないんですけども、新幹線って1車両だけで全長25mあるんですよ。でも作中でゴジラに襲われる新幹線は小さくて、ダーンと潰すようなものになってしまう。これは特撮に使うミニチュアとの比率の都合なんですけども、実はアニメーションの場合でも、ロボットが出てきて戦う場面では、飛行機や、特にヘリコプターというのが蚊トンボという感覚になってしまって、実際よりも小さいサイズのヘリコプターが飛んでくるんですね。これは80年代初期のロボットアニメーションであってもそうなんです。サンライズでその当時やっていた作品は身長10m程のロボットですから、実はヘリコプターのサイズというのは……。

氷川：　相当大きく見えるはずですね。

井上：　推して知るべし、ですね。自分の身長分ぐらいあるはずなんです。だからヘリコプターもロボットの身長と同じぐらい大きくなければおかしいのに、そういう絵

を描かないんですよ、これは本当に。70年代のロボットアニメでは言わずもがなでマジンガーZとグレートマジンガーは、仲良く握手したりしていました。

氷川： 18mと25mですから（笑）。

井上： ええ、そうなるとコックピットの大きさから対比というものを考えた場合には、各々のロボットに乗っている人間の大きさが、大人と子どもより違ってしまふといった事が起きるわけです。ですから、そういうロボットを描く時に、まるで子供がおもちゃのソフビ（ソフトビニール）人形を並べたときのように「全部同じ大きさ」という感覚で描いてしまうと、そのロボットの設定身長とはまったく合わないサイズ感になる。昔はおもちゃのパッケージとかに身長が書いてあっても、実はあんまり意味なかったんですね。だから数字が大きいほど凄いいし、重いほど凄いいわけです。それで、どんどん重くなったり、大きくなっていったんですけども、80年代初頭からガンプラという商品がブームとなり、状況が変わってしまった。プラモデルになると否が応でもサイズ感やスケール感が、現実を帯びてきますから。

氷川： 統一スケールを表示したのは、1つの発明ですよ。12フィートを1インチに縮小する12の自乗で144分の1スケールという欧米の規格を採用したのが定着して。

井上： そのミニチュア感覚が、色々と細やかな現実を感じさせてしまいますよね。例えばウルトラマンに登場する怪獣は、昔から足の裏(の設定)があったんですけど、アニメーションでは普段見えない足の裏の設定というのは描かれていなかったんです。変形するロボットに関しては、変形前には足ではなく飛行機の噴射口であったりと、元々見えている場合はデザインされた例もありますが、そうでないロボットに関してはわざわざ作らなかった。「足の裏をデザインしたのはダグラムが初めてだ」と、大河原さんがやっぱり仰っています。それもプラモデルがディテールを全部再現するというミニチュア発想の事情からです。

氷川： ガンダムも劇場版3作目の『めぐりあい宇宙（そら）』のとき、追加設定で足の裏だけが描かれた設定ができました。

井上： 宇宙空間では足が宙に浮いたままですからね。そういう形でディテールがどんどん細かく詰められていったのは、玩具からプラモデルへという商品の変化との連動ですね。

氷川： 人が乗る構造を極めた作品は、やはりボトムズということになりますか。

井上： そうですね、ボトムズのときには、ほぼ一通りの設定を全部作りました。そういえば、その前のダグラムでは仕様設定をまとめる際に、スタジオ内で変なことをやっています。実は玩具を使ってロボットの体積を測り、比重1になるようにロボットの重量を設定したんです。そうしないと、水の中で戦うときに浮けませんから。ダグラムは浮くんですよ、ロボットのくせに。

氷川： ガンダムが水に浮くという話は、昔からあります。

井上： ですので比重を 1 としました。本来は計算で体積を求めればいいんでしょうけれども、あまりにもデザインが複雑なので、計算が面倒でした。そこで、粘土やパテを玩具に詰めて隙間を塞ぎ、水の中に突っ込んで、溢れた水の量をビーカーで量って、それで重量を決めたんです。

氷川： そんな面倒くさい作業を（笑）。

井上： そういう形で設定というものが作られ、アニメーションの世界が出来上がっていくことで、最終的にそれが整合性があるかどうかとかも、ファンの方々にとって注視するポイントへと変わったんですね。一時期は「パッケージに表記された設定の数字がおかしい」と玩具メーカーに問い合わせがくる事もありました。

氷川： ダグラムで一番気になることは、コックピットむき出しになっているキャラ立ちはいいんですが、パイロットがあそこまでどうやって上がるかですよ（笑）。

井上： ダグラムには搭乗用の昇降ワイヤーがあるんです。

氷川： 一応は付いてはいますが、運用しづらいですよ。

井上： 肩の後ろ側にありますからね。本当は後頭部に付いているフックが、昇降用のパーツとして設定されていたんですけど、背面にザックを背負うということになっていたのを忘れて、そのデザインを発注しちゃったスタッフがいて。大河原さんからデザインが上がった後で「ザック背負ったら使えないですよ、それ」という事に。

氷川： だからボトムズは、お座りして乗れるようにしたわけですね。

井上： そうです。ですから基本的にダグラムは、数回はワイヤー式の昇降機を使ってますけども、大概はトレーラーの上で寝てる間に乗り込んで（笑）、それから起き上がるという形で解決しています。こうした考えオチというのは、結構いろいろあります。現実の世界でも、設計者の考えオチはあるみたいです。自衛隊の戦車でも、「なんでここにこれが？」、「いや、それ最初はこういう用途、予定だったんですけど、どうもそういう使い方しないんで、そのまま浮いちゃってます」といったパーツが存在する話などはよく聞きます。

氷川： でも、ロボットである以上、人間型は外せないわけでしょう？

井上： そうですね。人間型から外したロボット商品で売れたアイテムというのは、あまり聞かないですね。外すとなると、ライオン型とか鳥形いった、それなりにイメージがはっきりしたものでなくてははいけない。

氷川： トライはしたけど、結局駄目だということですか。

井上： 人間型が売れたので、玩具メーカー側が違うものはやらせてくれないということがありますね。たとえば 70 年代、80 年代ですと、決定権を持つメーカー側の人は、『鉄腕アトム』と『鉄人 28 号』の世代なんです。そうすると、その形やシルエットから外れたデザインに対しては、首を縦に振ってくれない。だから空を飛ぶにしても翼なんかいらぬ、足の裏や背中から噴射しましょう、としか言わな

いんですね。今やもう、メーカーにいるのは巨大ヒーローロボットやガンダムで育った人たちですから、何でもありになっています。あとは他にも、実在するメカの形をしているものは駄目だという時期がありました。「それはトランスフォーマーだから」という言い方をされていました。ですから、ロボットのデザインやギミックに対しての許容範囲は、イメージやキャラクターのカテゴリーを、どこからの経験に持っているかも含め、各々メーカーの人によって随分と違いますね。

氷川： バルキリーのガウォークが、1つの抵抗になっています。人型を離れた鳥のような中間形態をとっていて、でも手足は付いていると。

井上： 河森(正治)さんから聞いたところ、あれも、ほぼ偶然の産物なんだそうです。でも、ああいうことが出来ると、ある瞬間はみんなが右倣えをしますし、誰かが新しいギミックを作ること、そこに特許という概念がないが故に、進化してこれたという側面はあると思います。「ガンダムの関節は動くよね」から始まり、ボトムズで大河原さんが分割型アーマーというのをデザインし、もう現在のロボットデザインには分割型アーマーなしでは語れないくらいなっています。それ以外の特殊なデザインやギミック、玩具屋さんが考えた装甲をスライドさせて曲がるといった構造もそうなんですけど、動かそうとするとアニメーションでは面倒なので。

氷川： それこそCGじゃないと描くのは難しくなってきましたね。

井上： 大変になってきますね。だから、いまだにTVシリーズだと、ロボットアニメのロボットがCGの作品というのは少ないはずですよ。何故かという、毎週のように破壊したり、新しいロボットが出てきたりするの、CGモデリングのペースが追いつかないという現実があるからです。CGはどうしても、モデリングに時間がかかりますから。

氷川： 次第に壊れていくようなことが苦手だと、高橋良輔監督からも聞きました。それぞれにモデルが必要だからでしょうね、やはり。

3.3.6. 子どもたちとロボットアニメ、ロボット玩具の関係の変化

井上： 以前、ダンバインかエルガイムの頃に、海外からSF作家さんがサンライズに見学に来てスタジオ案内をしたんですが、その人は、もともとコンピューターの営業マンをやっていた人でした。当時のアメリカでは『ラスト・スターファイター』など、もうどんどん映像制作にCGが導入されていましたから、「何故これだけ毎週出てくるメカニック（ロボット）があるのにCGで作らないんだ。CGのほうがローコストだろうし、絵を描く手間を考えたら、そのほうがいいじゃないか」と言われたんです。それに対して我々が答えたのは「(ロボットは) 毎回壊れるし、毎回新しいのが出るんですよ。1週間に1体のペースでモデリングしたものが、次々と手足をもがれ壊れていくとなると何種類ものモデリングが必要になりますが、それでもやりますか?」と言ったら、「やめたほうがいい」と、そのまま理解し

ていました。(笑)

ですから時代としては、もう『超時空要塞マクロス』も世に出て「バルキリー」のようなメカのアクロバティックなアクション表現も出来ていた後で、「将来はCGというものがアニメーターに取って代わるよね」などという会話すらありました、しかし実際にはなかなか代わらない。2013年現在でもいまだに完全には代われない。その背景には、やはり玩具メーカーさんが出してくる商品の数に対応してロボットを数多く出さなくてはならない。また、毎回の戦いを面白く描くためのアクションやダメージ表現などのバリエーションを出していく必要があるといった事情があります。

氷川： 特撮の世界では、ロボを100パーセントCGにしてしまうと玩具の売り上げが落ちるとも聞きました。

井上： おそらくそうですね。本格的にコストをかけたCGが作れば随分違うのかもしれないけど。

氷川： 2012年放送の『特命戦隊ゴーバスターズ』のロボが着ぐるみベースなのは、玩具対策が理由でしょうね。子どもは過去の記憶がそれほど多くないから、画面に出てくるものが本当に手で触れられるかどうか、本能で見分けてしまうのかもしれない。大人はCGで描かれたものも、なんとなく過去の記憶に照合して「これはこういうものか」と思っても、子どもは逆にそうは思ってくれない。触れないと思ってしまうたら、おもちゃ売り場に行っても「これはTVの中にしかない」と思ってマッチングができないので売れない。そういうことなのかな、と思いました。

井上： どうなんでしょうね。そこに関しては、僕もはっきり分からないところがあります。

氷川： でもその一方で、アニメの場合は売れたりするわけで。この差は何だろうって考えています。

井上： アニメには、その手触り感というものが元から無いですから。

氷川： 触れないけど、逆に思いきり現実から離れてキャラクター化されているがゆえに、逆マッチングというか、空想が現実化した魅力があるのかも……。

井上： イメージを膨らませるような、派手な演出ということでしょうか？

氷川： ええ、逆に玩具がイメージを触発することがあるのかもしれない。手触り理論でいくと、アニメの玩具化はCGよりさらに売れないっていうことになりかねませんが、そんなことはきっとないだろうし。

井上： たしかにないですね。ただ1つ言えることもあります。番組で活躍するロボット玩具を子どもは買いますけど、大人はあまり買ってくれないということですね。

氷川： アニメの場合ですか？

井上： アニメの場合どうしてもイメージの投影というものがあります。たとえばガンダ

ムでも、最近では完成品として販売される玩具やガンプラに代表されるホビー商品の出来は、非常にTVに登場するものに近いものになってきているんです。しかし、昔の玩具というのは、どうしても全体的にずんぐりしてたり、シャープさが感じられなかった。そういった商品が出ていた頃は、やはりなかなか売れないという現実がありました。今は商品メーカー側の技術が進化して、再現度が高くシャープに仕上がったものが発売されることとなって、当時のファンだった人もまた買ってくれています。

ですから、かつての視聴者で既に大人となったファンなどの場合、完成品という意味での玩具に関しては、画面の中のイメージに近いものであれば買ってくれます。そうではなくイメージと異なる場合はほとんど手を出してくれません。また、露骨にあるのが「女の子は買ってくれない」という例があります。たとえばこれはロボットからちょっと離れますけれども、人気が出たキャラクターのフィギュアが商品化されたときに、出来が悪くても男の子は買うんですよ。自分の中に入っている妄想が優先されますから。つまり、「チャックがついていようがチャックがなかろうが、ウルトラマンは好き」というところが男の子にはありますけど、女の子は「だってあれ皮手袋でしょ」と、非常に冷たい目線が入るみたいなんですね。

氷川： 即物的に見るわけですか。

井上： ですから、なかなか、キャラクターフィギュア等を見たとき、それがロボットであっても、「いや、これは私が好きな〇〇じゃないから」と考えて買わないんです。それならまだプラモデルなどホビー系の造形の出来のいいイメージに近いほうを買う。だから、そのあたりは男女で随分と違うのかなと思います。

氷川： 一方で、最近の子どもは、なかなか巨大ロボットに興味をもってくれないという話も実際に小学生のお子さんをお持ちの方から聞きました。

井上： 巨大ロボットが今の子供たちの“基礎学習”に無いんだと思います。やはり彼らの幼年期の記憶はモンスターとか、そちらの方が中心になっていますから。

氷川： キッズアニメでは、カードバトル系が多いですからね。あとはダンボール戦機のように、プラモデルはプラモデルのままリアルサイズで出てくる作品に、子どもはリアリティを感じていると。

井上： そうですね。ですから巨大ロボットに関して言うと、今年(2013年)や来年(2014年)には、それらの子供たちの嗜好や知識、経験に合わせた少しずつ新しい切り口の作品が出てくると思います。

氷川： それを子どもが見るかどうか……。今日のテーマになっている、玩具メーカーとロボットアニメの連動という点では、そもそもアニメ自体をゴールデンタイムにほとんど放送していない現在、非常に微妙になっていますよね。

井上： そうですね。子どもが喜ぶロボットというものは、昨今のOVA作品で描かれるような、いわゆるオールドファンが喜ぶロボット作品と、根本的に全く違う。ロボ

ットというものの“基礎教育”がすでに行われなくなって久しいですし、彼ら子供たちの記憶や経験からは無くなっていますから、ゼロから教育し直すというか、刷り込みをするというか、もう一度再構築していく必要があるんじゃないかと思っています。たとえば、時代劇というものを見慣れていない人たちにとっては、時代劇というジャンルの魅力そのものが分からない可能性があるわけです。それと同じで、ロボットアニメに対しても「え？なんでロボットなんて出てくるの？そんなもん世の中になんないじゃん」という反応になってしまいかねないんです。

氷川： それだとリテラシーの問題になってきますね。

井上： そうですね、どこかで「ロボットものっていいよね」と思わせるきっかけがあると、変わるのかなと思いますけれども。

氷川： 少子化という社会的背景もあって、なかなか往年のようなロボットアニメの成立が難しくなっているのは事実だと思っています。玩具メーカーとしては、「もう特撮があればいい」という状態になりかけているように思いますし。

井上： ええ、正直そうなってきたと思います。

氷川： そうでなければ『ダンボール戦機』みたいな、ロボットアニメ文化の継承者ではあるにしても、すでに巨大ロボットではないような作品。

井上： そういう意味では、ここの場で言ってしまうと「え、そういうこと言わないでよ」と突っ込まれるかもしれませんが、現在放映されているロボットものというのは、僕はロボットものだと思ってないんです。

氷川： 『超速変形ジャイロゼッター』も含めてですか？

井上： 『ジャイロゼッター』もそうかもしれません。まだ現在進行形なので言い切れませんが、あれも恐らく「ロボットもの」ではなく、ガンダムシリーズと同じ人の形をしたメカでしかない「乗物もの」なのです。ロボットもの場合は、ロボットとしてのキャラクター性がより一層強いんです。

かつてロボットものは、キャラクター性が、非常に強く表現されていました。逆説的な例になってしまいますが、分かりやすいところと言うと、自分も参加した『ダグラム』と『ボトムズ』は、縁日の夜店で販売されるお面にはなっていないんです。つまり、その程度のキャラクター性しかなかったというわけなんです。特にボトムズの場合は量産されたロボット兵器ということで道具扱いすることに完全に特化していましたので、メカファンの方々こそ喜んでくれていましたが、それ以外のヒーローロボットファン層には受け入れられませんでした。特に子どもたちからはそっぽを向かれた作品だったんです。

しかしこういった作品がコアユーザーの間で語り継がれ、30年後の現在でも生き残ってきているために、近年ではOVAという形で過去作品をベースにしたコアユーザー向けの作品が制作され続けています。そこらへんにちょっとした危険性も感じます。コアユーザーの持つ嗜好ポイントと、新たな時代の子どもたちに向ける新

たなロボットキャラクターは、もう根本的に異なるはずですから。そのポイントを把握した上で、現代の子供たちが興味を持つ作品をどのように作り上げ、提供していけるか否かが重要だと思います。

ちなみに東映が現在制作している作品などは、今の子供たちの嗜好を上手に捉えており、子供が夢中になれるアニメーション作品の正統派という気がします。

たとえば『プリキュア』シリーズですね。先日まで放映していた『スマイルプリキュア』は、キャラクターのポイントを見事に分かりやすく落とし込んでいます。また、これは特撮作品ですが、『(平成) 仮面ライダー』シリーズもそうですね。共に、4年か5年に1回は作品カラーの流れや構造をリセットして、シリーズの方向性を初期化したり、様々な面でキャラクターが成長しすぎたりインフレを起こしたりしないように繰り返す手法を、上手く使っているんじゃないかなと。

3.3.7. ロボットも顔が命、日米におけるデザイン論の違い

氷川： 今、ロボットのキャラクター性のお話で思い出したことがあります。昔からよく言われている話ですが、ロボットの目が2つないと夜店のお面が売れないと。たとえばガンダムが主役で、ザクやジムが端役に見えるのは、目が2つついているからだ。シルエットにして目だけ光らせると、もうそれだけで人間って認識できる。やはり人として、親しめるキャラクターとして認識できるかどうか、エンターテインメントとしてのロボットアニメにとって最重要なんですね。玩具が人型にこだわる理由も、ここに集約されている気がします。

井上： 表情をはっきり出すには、やはり目線がないと駄目ですね。

氷川： やはりそれですよ。目が2つないと、そもそも表情を持つ人間っぽいものだと認識できない。たとえ設定がロボット、機械であっても。そこが文化として考えるときに、もっとも重要なことだと思うんです。

井上： だから、逆に考えれば分かりやすいんですよ。よく海賊はアイパッチをつけてる。目があるがなかりが、格好をつけてアイパッチで隠したりすると、それだけで不思議なイメージと怖さが出てきて、親しみやすさから離れる。又、何を考えているか分からないように見せるには、サングラスをかける。これは目線が見えないからです。特にそれが普通のサングラスであればまだいいけど、ゴーグルタイプのサングラスだと、より人間から離れたイメージになる。SFなどにもよく使われますし、流行った時期がありましたね。

氷川： 目を消すことで、非人間性を強調するわけですよ。

井上： そうすると、どんどん人間に見えなくなってくる。

氷川： 少なくとも主役は人間に認識できないと、玩具やプラモデルにつながるロボットアニメは成立しない。そんな感じがしますね。

井上： そういうことですね。究極はフルフェイスのヘルメットをかぶると、もう親しみ

やすきはどこにもありません。ですから、それとは逆の意味合いでロボットの場合、キャラクターを強調するためには人間と同じく目が2つあったほうがいい。ただし手描きのアニメーションの場合だと難しいのは、目が2つあるとバランスや描き方が、描く人によって変わってしまうことです。魅力のある描き方をしようとするほど、描き手の好みや個性がすごく出るんです。たとえばガンダムの目にしても、優しい目とか、怖い目、涼やかな目とかが描き手によって違ってきます。

氷川： 描き手の思い入れと、首の角度で変わります。

井上： そうです。角度でも全然違った印象になります。

氷川： ヒサシとの位置関係で表情が出せるのは、ガンダムの良いところですよ。

井上： それは絵の場合は描き手でも変わるし、玩具の場合はメーカーの担当者の造形への解釈でも全く変わりますね。これは難しいポイントです。

氷川： ガンダムのプラモデルは、製品によってまるで違っていたりしますね。20周年の時点でズラリ並べた記事を見て、そう思いました。

井上： 全部違いますね。ですから、目が2つあるということは、バランスを少し変えるだけで、それ程に見た目の印象が全然違ってしまいうことでもあるんです。

氷川： ある種のブレが印象の差を呼んでいるということですか。

井上： ちなみに、ロボットで、巨大ロボットも含めて、売れたもの売れなかったものすごくはっきりしているのは、目が2つというだけじゃなくて、実は「目のつき方」というものもあります。目になるべく平面に配置されているほうが、親しみやすいです。大概において目の配置は平面でしょ。でもそうではなくて、こう顔の左右に配置されたデザインだと違ってくる。

氷川： 顔の左右に分かれてVの字型になっている状態ですか？

井上： ええ、真ん中の鼻の筋が前に出ていて、目が左右に散っている。たとえば、馬などはそうですね。昆虫や鳥類も、種類によってはそういう目の配置です。爬虫類もそうですね。

氷川： それだと昆虫型のダンバインは、ダメだということになりますね。

井上： ダンバインは子どもには駄目だったんです。実はガンダムも正面の部分の鼻の高さとすると、そこを中心とした左右の角度が浅いものと深いものと、色々な造形の立体物が作られていますが、角度がきつくなればなるほど、やはり好みははっきりします。

ですから、これは人間の顔のデッサンでも同様に、目は基本的に平面上についています。鼻がどんなに高くても、目は窪んだ位置にあるだけで平面上です。そうでなければ、眼鏡は折れ曲がった形になる。眼鏡の形から考えても、基本的に人間の顔は平面です。

氷川： なるほど。そこでも人間味を見分けているんですね。

井上： ロボットもそのほうが、やっぱり受けはいい。

氷川： 売れるということですね。

井上： ええ。もう1つ、昔はよく「頭は大きく」というセオリーが言われていました。仮にロボットの頭が小さいと逞しく格好良くは見えるけど、全身をとらえた時にキャラクター性が見えにくくなる。それは先ほどの目の話と関係していて、目が認識できる大きさの頭部でなくては駄目だということなんです。それを延々言い続けていたのが、先ほどもお話に出ていた元バンダイの村上さんと、昔の虫プロで作画部長を務め後にタカラへと移った沼本清海さん。そしてガンプラを始めたバンダイの北出さん、この3人は、とにかく「頭を大きく」ということを「人形は顔が命」と併せて、常に言っていましたね。

氷川： やはりそうした玩具と歩調を合わせていった歴史がロボットアニメのキャラクター性を決めていて、作品がヒットするかどうかということも含めて、大きく関わっていますね。単純に玩具が売れるかどうかという狭い商売の話ではなく、ロボットの顔に魅力があるかどうかということは、アニメの視聴者にも作品として同じように訴求するはずですから。

井上： そうですね。ですから、仮にアニメーションというものを、どのぐらいの数の方々が見てくれているかということと、番組を見た人たちの何パーセントが関連商品を買っているかという確率の話でいくと、ロボットアニメは非常に特殊で、ピンポイントです。買ってくださる方が見てくれている可能性が非常に高いんですね。

氷川： おそらく1970年代から1980年代初頭ぐらいまでは、たまたまTVをつけた人が見ても、「人間っぽい巨大なものが、お芝居をして戦っている」ということぐらいは最低限伝わるようなデザインをしていたわけですよ。だから公共性の強い放送でやる意味もあったんです。でも、深夜でロボットアニメが相変わらず作り続けられているとしても、果たしてその「たまたま見る人」のことまで、ちゃんと考えているかどうか。失礼かもしれませんが、むしろ設定や物語内容に沿った要素を優先してロボットのデザインをしている作品が多くなっていると思います。そうするとどうしても好事家、マニア的というか、すでに知っている人がより深く楽しむものになる。新しいロボットアニメが一般的に広がらない1つの理由は、そういうところにもあるかと思います。

井上： 多分、70年代、80年代に作られたロボットアニメというのは、日本人にとってのロボットアニメとして、一番特殊だと思います。というのは、今、海外で作られているロボットもの、もしくはロボットが出てくる作品と、日本でこの21世紀以降に作られている、深夜アニメも含めてのロボットものは、非常に近いものを感じます。それは何かというと、70～80年代の巨大ロボットもの、もしくはヒーローロボットものとは違う、ただの「メカロボットもの」だということです。

氷川： マシンですよ。さっき奇しくもね、ミードさんがフィギュアって言ったように。

井上： そうですね、現在のものはドールというか、ただの機械人形になってしまっている。

氷川： そこに大きな差があると。

井上： ですからこのロボットアニメ編で、日本のアニメーション文化において「何故ロボットアニメなのか」というところを伝えようとしたときに、実は「リアル系」と呼ばれるものがある中でも、「キャラクター性」はちゃんとあるのだ、ということが重要なポイントです。

氷川： やはりキャラクター性含めてフィギュアとして成立していることが、1つ大きいでしょう。日本の場合、萌えキャラと同じでポイントはやはり「目」だというのは、文化論としてなかなか面白いですね。ガンダムをデザインするとき、大河原邦男さんのデザインをそのままアニメ用キャラクターとしてリファインする作業の中で、安彦良和さんがマスクで口を隠したんですよね。口は見せない方がいいと。それで目が強調されました。日本は目なんだ、口はいらないという文化です。ところがですね、アメリカの『トランスフォーマー』はこの話と真逆なんですよ。コンボイ司令（オプティマス・プライム）は、むりやりロパクつけてるわけです。

井上： そうですね、マスクがモゴモゴと動く。

氷川： 口がマスクで隠れてるはずなのに、マスクをアニメで動かしてセリフを語らせている。これがCG映画になると、マスクをわざわざ開いて口を出している。ああ、アメリカ人は口の動きを見ないと、人型のフィギュアと認識しないんだと。そこに日米文化の大きな差を感じます。

井上： そうですね。目は隠していても口は露出している。

氷川： ずっと昔から日本製アニメを輸出しようとしたとき、リップシンク（唇の動きとセリフを同期させる手法）がないから駄目だと言われてきた歴史があります。それと同じ理由ですよね。それくらい、口の動きを目以上に見つめている。『トランスフォーマー』はロボットアニメではあっても、どうして日本の巨大ロボットものとは違うんだらうということの秘密の一端も、こうしたキャラクターとしてのロボットのとらえ方の差にあるかと思います。

井上： 逆に『ロボテック』という作品の場合、口が無い兵器としてのロボットが中心ですから、米国でも下の年齢層におりないのかもしれませんがね。そういう意味で、『ショーグン・ウォリアーズ』には口がありますからね。ロボットのくせにちゃんと喋っていますから、そこは違いますよね。

氷川： アメリカ人は口なんだと。

井上： 基本的に口の動きを見ないと、英語は伝わりにくいんですよね。だから電話で英会話できる人はすごいわけです。普通は口元を見て喋っています。

氷川： あとはコミュニケーション取るにはボディランゲージですか。

井上： 正対してると、ほとんど分かるんです。だから、トランスフォーマーが喋るとき、

マスクをモゴモゴ動かしたりオーバーアクションしたりといった、アメリカのような見せ方を日本のアニメでやると、ちょっと気恥ずかしいものがあったりするんです。

3.3.8. 魅力的な「アクション」と「必殺技」が切り開くロボットと玩具の未来

井上： マジンガーZって、パートナーの女性型ロボット（アフロダイ A）をお姫様抱っこしたりして、ちゃんと人間扱いしてますよね。

氷川： 要は巨大着ぐるみですよ。同じ TV アニメでも、日本のアニメはみんな、止めセル、ロパク。だけどアメリカはハンナ・バーベラの『チキチキマシン猛レース』にしても何にしても、ずっと首と口を動かし続けて、たまにこうやって手が動いてるんです。こうした作法も、今の話につながってますね。

井上： それが非常によく分かる例として、少し話がそれますが、ちょうど『ドラゴンボール』や『聖闘士星矢』を海外に輸出した直後ぐらいに、米国に在住して向こうで TV を見ていましたが、言葉が分からないとつまらないんです（笑）。ずっと動かずに相手と向き合ったまま、口がただパクパク動いているだけなんですね。元の作品を知っているから、悪口を言い合っているわけではなく、自分の過去を語っているということは分かっているんですが、何を話しているのか内容が判らない。だから、これらの日本のアニメは視聴者に対して言葉で内容を理解させているわけです。絵で楽しませているのとは少し違うときがありますから、それは素直に動きとしてのアニメを楽しもうという子供たちにとっては難しい番組なんです。

これがロボットものの場合、特に昔の作品は、次から次へと多彩な必殺技を繰り出し、戦闘のバリエーションがあって、アクションものとして非常に分かりやすくなっていったんです。しかし、今のロボットものは、どうしても、『ガンダム』以降の流れで、「銃を撃つ」「盾を持って護っている」というだけなんです。これは昔のロボット物と今のロボットものの違いのもう1つですね。

氷川： そうなんですよ。これも少し話がそれるかもしれませんが、続編等が出た後であらためてファーストガンダムを見ると、第1話の素晴らしさが分かるんです。もっとも感心するのは、立ち上がったガンダムがザクのところまで歩いて行って、ふんづかまえることですね。人型をしたもの同士の接触、ボディの絡みがあるんですよ。あれがあるから、「これから格闘が始まるぞ」とか「こっちが主人公だ、勝てるかな」という緊張感が伝わるわけです。

井上： そういえば、ロボットアニメを考えると、サンライズ周辺では否定的な言い方で使われていた言葉がありました。「オモチャ屋の手先」という言葉です。映像屋のプライドを無くして玩具の宣伝映像を作っているといった意味合いで悪口として言われていたんですが、現実では玩具メーカーの手先になっているわけではな

く、ロボットを利用する、つまりロボットを登場させることで玩具メーカーというスポンサーを確保するという事なんです。

氷川： 持ちつ持たれつ的だったということですよ。

井上： 裏返しの意味が常にあったわけです。それと同じく、もう1つ「ロボットプロレス」という侮蔑的な表現が広がった時期がありました。

氷川： 言われていました、主に SF 作家から蔑まれていましたね。めでたく死語になりました（笑）。

井上： 「プロレスを馬鹿にするんじゃない」と言う人たちもいたかもしれませんね。

氷川： 「プロレスラーは腕とか飛ばないし、ビームもミサイルも出しません」と思ったものです。

井上： そうですね、まず小技から始まってド突き合いに。そこから接近して行って、さらに小技を利かせつつ激しくド突き合いをする。そして最後には必殺技を決める。

氷川： それは見せ方の様式ですからね。そのレベルになると、別にチャンバラとかでも同じです。エンターテインメントとしての戦いがあるって、段取りのふみ方です。

井上： そうですね。その段取り論をきちんと実践していました。たとえば 70 年代、80 年代あたりのロボットもので多くの演出をやった演出家、監督、たとえば長浜監督や富野監督がその代表格ですが、皆さん戦闘アクションの段取りをきちんとやっていたし、殺陣を見せてくれるんですね。ですから離れた位置から銃で撃ち合うという最近のガンダムなどの戦闘シーンは、少々寂しいところがあります。

氷川： Zガンダム以降、その傾向が強くなった気がします。

井上： ある以降のロボット戦は、もう戦闘機が長距離からミサイルを撃ち合うのと変わらないです。

氷川： Zガンダムのとき、富野監督がなぜミノフスキー粒子を設定したのか、忘れてしまったのかと思いました。ああいう遠隔攻撃的な画面にしないために設定したはずなのに。

井上： その時代のアニメをよく知っていて、しかも時代劇が大好きだった福田己津央監督が、『勇者シリーズ』をはじめとする『機動戦士ガンダム SEED』までの演出をする過程で、ロボットが剣をどういうポーズで構えるかを非常に格好良く見せているんです。見得を切る、必殺技を使うといった演出に関しては、やはりあの辺りの世代の「ガンダムの為にガンダムを作ってるのではない人たち」が、色々なところから見せ方のバリエーションを取り入れて、見せ物としての「ロボット同士のぶつかり合い」を見せている。

だからたとえば、作中のロボットのアクションやポーズをイメージを持った子どもたちは、玩具がたとえ必殺技のポーズが取れなくても、その後の格好をつけてロボットが立っている「決め立ち」と呼ばれるシーンを頭の中で再生しながら玩具を眺め、満足する事ができる。これはたぶん、想像力をそれなりに持っていられた子ども

もたちに、その想像力を発揮させる作業を送り手側がやっているからだと思うんです。ところが今のユーザーは、もっと即物的になっていて「あの場面のあのポーズのフィギュアが欲しい」となります。

だから逆を言えば、仮面ライダーでもガンダムでもそうなんです、玩具メーカーは特定のポーズをつけた商品を製品化しますが、そのポーズが嫌いな人はもう買わないわけです。つまり想像力を前提とした商品売ってないんですよ。これは非常に大きいところ。それに今はそのロボットになり切って、ごっこ遊びをする子どももいない。だって、離れたところからバーンと撃つだけでは、おそらく面白くないんですよ。

氷川： 非常にその辺、様変わりも感じますね。銃で撃つ問題は、映画的にも根深いです。映像編集の本で見ましたが、子どもにはモンタージュが伝わりづらいんですよ。カットを割ったときに、大人は映像の蓄積があるから違う空間同士がつながっていることが分かりますが、子どもはカット割りでも時間も空間も切れてしまう。仮面ライダーがジャンプして、トランポリンでカットを割って、カットを積み重ねて、跳んで行ってライダーキックする。これがブツブツブツとバラバラに見えるらしい。ウルトラマンの場合は、なるべく怪獣のところまで走って行って羽交い絞めにしたりする。だから、より分かりやすい映像になっていて、ライディーン以後、ガンダムもそれをとりいれているんです。

井上： 一緒ですね。近年の仮面ライダーでも、やはり同じことだと思いますね。

氷川： あと、ロケットパンチのカット割りが分からないという話も聞きました。それを意識して確認してみると、最初のオープニングではロケットパンチは、ちゃんと外れた腕をフォローPANしてカットをなめらかにつなぐ工夫をしている。でも、本編は予算がないから細かくカットを割るんですよ。

井上： そうなっていますね、確かに。

氷川： その映像の連続感というのをどう演出していくかというのも、子どもにとってのリアリティを左右するし、それが放送という万人にとってのリアリティということにつながる。映像の方でもそうした公共性を意識していたし、それと玩具との結びつきにしても、何か大きく開かれた想像力を刺激するという時代があったわけですが、今は次第にそういう感覚が乏しくなってますね。

井上： ですから本当に、アクションの見せ方こそが重要になってくる。

氷川： ロボットアニメはある種の全能感という願望を叶えるものではありますが、ガンダムでも敵がいっぱいいる中へ突入して、一斉にやっつけたりするのが受ける時代ですよ。

井上： そうですね、要は武器の破壊力が強いといった、圧倒的な強さだけを表現する。強さのインフレ状態です。

氷川： ゲームでいう「無双もの」と同じでしょうか。マッシュとも言うらしいですが、

敵の大軍勢に飛びこんでいって滅多切りにするという形式がすごく受けていて、「ガンダム無双」まで作られています。プレイしたけど、いまひとつのめり込めなかったですね。だって、倒すためだけに最初から用意された敵をやっつけてもね……。

井上： 逆に、最初からパワーインフレを見せてしまったら、後で出来ないでしょう。

氷川： そうなんです。溜めて溜めて、最終回で一発逆転でそれをやるのならいいんだけど、毎回それじゃ、しょうがないような気が。

井上： ですから必殺技を生かす為に、その手前のところは小技がたくさんあって欲しいんですが、今は小技というものが設定されていないので、見せられない。その辺りも含めて、実はこれは話が戻ってしまうですね。ヒーロー文化の中のロボットというものは、結局ヒーローなんですよ。

氷川： そうですね。でも、その必殺技の玩具化は、ロボットアニメに関してはそんなに上手くいっていないですよ。だって、ハイパーモードと言っても、玩具のロボットがいきなり金メッキになったりはしないわけで。

井上： 昔は「体当たり」が必殺技の定番として描かれたために、体当たり形態という商品までがあったんですけど。

氷川： ゴッドバードは分かりやすいですね、鳥型になって、敵に突っ込んでいく。

井上： 『絶対無敵ライジンオー』は、元々3機合体をするロボットなんですけど、合体した状態で一番上の鳳凰（合体メカの名称）の部分を元に戻してあげると、体当たり形態ができるようになってくるんですよ。コン・バトラーVの必殺技のグランドッシャーじゃないんですけど。

氷川： それ、作中に出ていますか？

井上： 「やってよ」と監督に何度か頼んだんですが、監督が、「やだよ、恥ずかしいよ」と言って、すごく照れてしまいましたね。さすがに先達がやったところの、その恥ずかしいぐらいまでにストレートな「体当たり」まではやれないらしくて。

氷川： トライダーG7のバードアタックの継承者になれたのに。

井上： いやあ、「なんで？」と思ったんですが、照れちゃうみたいですね。逆に過去作品のオマージュという意味では、加瀬充子監督のほうがやっていたですね。それこそ『魔神英雄伝ワタル』で主役ロボの龍神丸がパワーアップした龍王丸は鳥型に変形するんですけど、その演出のパターンは『勇者ライディーン』の“ゴッドバード”をオマージュしていました。そういうところで、昔からやっていた手法を使うことに対して照れを感じるというのは、何か理由があるのかもしれませんが、昔は「いや、いいじゃん別に、子どもたちって3年より以前は知らないよ」という割り切りを持っていました。おそらくは今でも、作り手がどのぐらいの割り切りを持てるかだと思います。

氷川： そうですよ。いつの時代でも新しい子どもが、まっさらで生まれてくる。つい

忘れがちなことですが。

井上： そうなんです。自分が知っているからこそ、先達と同じことをやるのに躊躇してしまう。今のアニメーションの作り手が第二世代、第三世代に入ったときに「過去に見ていた」ということが、ある意味ブレーキになってしまっている可能性がありますね。

氷川： それだと、よくないですね。

井上： 逆にノスタルジーだけでロボットを作っても駄目なんです。そういう意味では、『エヴァンゲリオン』以降、新しいロボットものは出ていないと僕は思っています。

氷川： ガンダムシリーズ以外となると、実際そうですね。

井上： ええ。もったいないです。

氷川： 誰もが見ても「あれだ！」って分かるようなロボット——少なくとも何万人、何十万人がパッと分かるようなものは、出ていません。ロボットアニメはいっぱいありますけど、コンビニで売られるぐらい強いキャラクター性を持ったものというのは、本当にはないですから。

井上： このままじゃ減んでしまいますね。

氷川： それが結論になるとまずいんですが（笑）。でも、今回のプロジェクトは、ロボットアニメの歩みを文化として総括することによって、新しいものを生み出すきっかけに結びついてほしいということですから。たとえば玩具メーカーは作品の自由度をしぼる敵だと思われがちですが、確かにせめぎ合っていたけど、持ちつ持たれつみたいな部分が多々あったというようなことですね。

井上： そうですね。そういう意味でキーとなりそうな言葉がサンライズにはあるんです。まず、サンライズの特徴として、うちには色々な人間が参加しています。他社の会社というのは、作家さんがいることで成立している会社もあるわけです。タツノコプロの場合は吉田龍夫さんであり、虫プロは手塚治虫さん。ですがサンライズには、実はそういった人たちがいない。色々なアーティストが参加しています。だからこそ特徴的な個性というのはあまり無く、共同ペンネームの「矢立肇」を基本として、皆でものをつくっています。その「矢立肇」の肝になった一人が作り出したのが、サンライズのロボット使われる特殊な表現。設定に書かれている「主人公ロボ」という言葉です。

氷川： 主役ロボット、主役メカ、主人公ロボ。大事な言葉です。

井上： 主役メカ、主人公ロボ。主人公は人を指す言葉のはずなのに、「主人公ロボ」と言う。この辺りが実は、ひょっとすると大きなポイントなのかなと。

氷川： あくまでもキャラクターとして立って、作品とビジネスを引っばっていく。それは商業アニメにとって最も重要なことですね。

井上： ですから物理的な意味ではなく、主人公がロボットに乗るという行為は、実はロ

ロボットという鎧を着るといふか「ロボットになり切る」という行為と同義で、その「なり切った」ロボットもまた、主人公を投影した1つのキャラクターなんです。だからこそ、主人公のロボットに対する思い入れも非常に強くなる。その思い入れがないと駄目なんですよ。そこを大事にしていかないと。

そういう意味で、最初の『機動戦士ガンダム』がノスタルジーではなく、非常によいと感じるのが、物語の最後にはガンダムを機械として壊しているように見えていて、実は主人公を庇うように見せていたり、最後は主人公がやはりガンダムのおかげで助かったりと、感情の持って行き先が、常にロボットと一緒にあるんですね。これが最近ですと、そういった描写や演出がちゃんとされているロボットものは何があったかと悩んでしまうぐらい、ロボットに対する感情移入がない。あったとしても機械に対する思い入れというレベルでしかない。これは自分もやっていた『装甲騎兵ボトムズ』もそうでした。ロボットの調子が悪いとすぐ捨てちゃうところまでやっちゃいましたから。ただ、この作品はヒーローロボットものではない、という部分は非常に明確化していたからできたことなんです。

物語に登場する主人公がロボットに対する思い入れがあり、見ているユーザーは主人公に感情移入するからこそ、その向こう側である主人公のロボットにも感情移入する。

そういった構造が成立して、初めてユーザーはロボットが欲しくなる。メーカー側にしても、「そういうロボットアニメを作ってくれるのなら商品を出しましょう」ということがあるからゆえに“スポンサー”として番組を支えるポジションに付きます。そして、「ロボットさえ劇中において、魅力あるキャラクターという形で生かしてくれるなら、物語は“子どもたちが夢中になるものを作ってくれればいいです”」という程度のオーダーしかしない。アニメーション文化の中でロボットアニメというものが、そういったアニメ側と玩具メーカー側の関係によって成立していたことが、非常に大きかったと思います。それが70年代から80年代のことです。そしてたぶん、今でもそういった関係は作れるはずなので、ぜひロボットアニメに明るい未来を（笑）。

第4章 作品の変遷

第2章及び第3章にて記したロボットアニメの文化的発展の変遷の各年代の特徴を現す作品リストを以下に示す。

※このリストはプロジェクトメンバーが整理したものであり、今後、関係者・一般の方に公開し、意見を頂いた上で更に精査する予定である。

4.1. 年代別 ロボットアニメ作品の変遷

	No	作品タイトル	カテゴリ	放映年、公開年、発売年	総話数	備考(選んだポイント等)
1960年代～ 1970年代	1	鉄人28号	TV	1963年～1966年放映	全97話	同名の漫画を原作として初のアニメ化(アニメ以前にもラジオドラマ化、実写ドラマ化されている)。巨大ロボットが活躍するアニメの先駆。
	2	アストロガンガー	TV	1972年～1973年放映	全26話	地球人と異星人の混血である主人公が、意思を持つロボット生命体と「融合」という、「操縦」とは異なるロボットとの関係を提示。
	3	マジンガーZ	TV	1972年～1974年放映	全92話	「リモコン操作」や「命令」ではなく、人間が「直接ロボットに搭乗し、操縦する」巨大ロボットの先駆。シリーズ中盤、敵のパワーアップに対抗して主人公ロボットの装備が強化されていくスタイルを確立。
	4	マジンガーZ 対暗黒大將軍	劇場	1974年公開		マジンガーZと続編に登場する新マジンガー(グレートマジンガー)、その交代劇をテレビ放映に先駆けて劇場用映画として制作・公開。高いイベント性と「複数主役ロボットの共闘」というスタイルを確立。
	5	ゲッターロボ	TV	1974年～1975年放映	全51話	「3機の飛行機が合体してロボットになる」「合体の組み合わせにより3タイプのロボットへとチェンジする」「3人の搭乗者を必要とする」といった、新しい要素を盛り込んだロボットアニメ。
	6	グレートマジンガー	TV	1974年～1975年放映	全56話	マジンガーのシリーズ化。「さらなる強敵(組織)の出現」と「(ヒーロー側ロボットの)パワーアップ」路線の確立。
	7	UFOロボ グレンダイザー	TV	1975年～1977年放映	全74話	それまでの主流であった「主人公ロボットは地球製」に変わり、「地球以外で作られた主人公ロボット」「敵は異星人」に。海外でもGOLDLUCKとして支持されヒットを記録している。
	8	勇者ライディーン	TV	1975年～1976年放映	全50話	玩具でも再現可能な変形機構、必殺技の新しさ、敵側ライバルに美形キャラクターを配置する、終盤に連続ストーリーを大河ドラマ的に盛り上げるなど、新しい魅力をロボットアニメに付加。
	9	鋼鉄ジーグ	TV	1975年～1976年放映	全46話	当時の玩具メーカー、出版、漫画制作プロダクション、アニメ制作会社の密接な関係により誕生したロボットキャラクター。磁力による球体関節を採用して玩具がアニメのポーズを再現できるよう工夫した。
	10	ブロッカー軍団IV マシーンブラスター	TV	1976年～1977年放映	全38話	ヒーロー側が複数の主役ロボットによる「チーム」を編成した点が新規。特撮の「スーパー戦隊シリーズ」に近い発想のロボットアニメとなった。チームワークを生かした集団戦闘のアクション描写が特徴。
	11	グレンダイザー ゲッターロボG グレートマジンガー 決戦! 大海獣	劇場	1976年公開		3作品もの異なるヒーローロボットが競演(2作品の競演はこれ以前にもあった)。それぞれの特徴を活かして強大な敵に立ち向かう。後のゲーム「スーパーロボット大戦」のルーツとも言える作品。
	12	UFO 戦士ダイアポロン	TV	1976年放映	全26話	3体の人型ロボットが合体し、さらに大きなロボットとなる新たな合体路線。主人公が「操縦」ではなく内部で巨大化する「合身」という、ロボットとの一体化をより強調した新イメージが取り入れられた。
	13	超電磁ロボ コン・バトラーV	TV	1976年～1977年放映	全54話	ジェット機や戦車等の異なる5つのマシンが合体。合体機構は玩具でアニメのイメージを再現可能なシステムが盛り込まれた。チームの人間関係、戦闘の工夫など合体ロボのひとつの完成形を示した。
	14	大空魔竜ガイキング	TV	1976年～1977年放映	全44話	移動要塞・大空魔竜の首が分離してロボット・ガイキングに変形する、「母艦とロボット」の運用構造を取り入れた。移動基地の中で主人公と仲間たちの群像劇が展開するスタイルのロボットアニメの先駆け。

1960年代～ 1970年代	15	マグネロボ ガ・キーン	TV	1976年～1977年放映	全39話	東映動画のオリジナル作品。男女合体をモチーフとした複雑な曲面、曲線を多用した特異なシルエットのデザインで球体関節を採用。多彩な武装や戦闘アクション等、ハードウェア主体の究極ロボットアニメ。
	16	惑星ロボ ダンガードA	TV	1977年～1978年放映	全56話	スポーツ根性もの「巨人の星」のドラマ構造を換骨奪胎。12話まで主役ロボを登場させず「主人公がロボットに乗るため激しい特訓をするという、人間ドラマに主眼をおいた構成が特徴的。
	17	超電磁マシン ボルテスV	TV	1977年～1978年放映	全40話	スーパーロボットものの枠組みの中で、敵側司令官が主人公と血を分けた兄弟だったという仕掛けをおくことで、シリーズ全体では抑圧された民衆の革命劇を描くという大河ドラマ構成をとった。
	18	タイムボカンシリーズ ヤッターマン	TV	1977年～1979年放映	全108話	犬型のヤッターワンなどバラエティにとんだロボットたちが続々と登場。ロボットから「ゾロメカ」が発進して敵をこらしめるという、ギャグアニメならではの新しいバトルを様式として確立した。
	19	無敵超人ザンボット3	TV	1977年放映	全23話	「3機合体」のスーパーロボットの要素に「戦火に破壊される日常」や「戦闘の恐怖」「非難される主人公達」などリアルな視点を取り入れ、ガンダムの基礎となった。銃を使うロボットものの元祖でもある。
	20	機動戦士ガンダム	TV	1979年～1980年放映	全43話	「ロボットを兵器として描写」「モビルスーツという別称を提案」「地球人同士による戦争が背景」「群像劇的構成」など新たな視点でロボットアニメを再構築。「リアルロボット」の元祖となった。
	21	闘士ゴードリアン	TV	1979年～1981年放映	全73話	主人公が装着した小型ロボットスーツを中型ロボットが、さらにそれを巨大ロボットが収納するという、マトリョーシカ的な新しい合体ギミックが取り入れられた。SFと西部劇を融合させた世界観も特徴。
1980年代	22	無敵ロボ トライダーG7	TV	1980年～1981年放映	全50話	主人公が小学生で社長、企業が運用するロボットというシチュエーションコメディ的発想を提示。公園に格納された巨大ロボットなど、東京下町の身近で人情的な雰囲気が特徴の楽しいロボットアニメ。
	23	伝説巨神イデオン	TV	1980年～1981年放映	全39話	主役メカ含め100メートル級のロボットアクションは、惑星を両断する壮大なビジュアルを提示。戦闘が2つの惑星の全人類根絶にエスカレートするという、ロボットアニメ史上最大級のスケール感を提示した。
	24	鉄人28号(太陽の使者)	TV	1980年～1981年放映	全51話	1950年代末に誕生した巨大ロボットの古典を材に、80年代初頭の児童向けにデザインとアクションをリファイン。鋼鉄の質感や打撃中心の戦闘、ブラックオックスとの共闘などエッセンスは継承している。
	25	百獣王ゴライオン	TV	1981年～1982年放映	全52話	「機甲艦隊ダイラガーXV」と合わせた「VOLTRON」として米国に輸出。後にCGアニメ化されるなど人気作となった。5体のライオン型ロボットが合体して巨大な人型に。ファンタジー的雰囲気をもつ作品。
	26	最強ロボ ダイオージャ	TV	1981年～1982年放映	全50話	「もし**がロボットアニメだったら」というシチュエーションものに「水戸黄門」という日本人の好む時代劇要素を適用。3体合体ロボで「勸善懲悪もの」のカタルシスを極限まで追求した作品。
	27	六神合体ゴッドマーズ	TV	1981年～1982年放映	全64話	原作を大胆にアレンジし、6体のロボが合体する作品に。美形の兄のキャラクターが人気となり、死亡時には追悼イベントが実施された。女性ファン主体の署名運動で映画化が実現するなどの発展もあった。
	28	銀河旋風ブライガー	TV	1981年～1982年放映	全39話	「必殺仕事人」的なヒーロー性と、太陽系全体が発展したというスペースオペラ的世界観を取り入れたロボット物。主役メカは車から宇宙船を経てロボットに変形、「巨大化」という要素を取り入れている。
	29	太陽の牙ダグラム	TV	1981年～1983年放映	全75話	「兵器としてのロボット」を極めるため、「顔」に相当するパーツをガラス張りの操縦席としたデザインを採用。物語的にも政治ドラマを取り入れたハードなものとなり、1年半という最長規模の放映となった。
	30	超時空要塞マクロス	TV	1982年～1983年放映	全36話	「メカと美少女」路線を確立。「戦闘機から変形するロボット」「歌を軸にしたドラマ」「主人公をめぐる三角関係」の三要素は後のシリーズにも継承。海外では他作品と融合した「ROBOTECH」として知られる。
	31	戦闘メカ ザブングル	TV	1982年～1983年放映	全50話	ウエスタンの世界観に重機的なロボットが活躍。主人公の肉体アクションで物語が転がる漫画映画的楽しさをとり入れた。「シリーズ後半からは2号ロボが登場」という後の定番となる機軸もここからスタート。
	32	機甲創世記モスピーダ	TV	1983年～1984年放映	全25話	軍用バイクがパワードスーツへと変わる機構は玩具でも再現可能。ロードムービー的なドラマ作りも特徴だ。マクロス、サザンクロスと合わせて海外では「ROBOTECHシリーズ」として知られる。
	33	銀河漂流バイファム	TV	1983年～1984年放映	全46話	ガンダムと同じく「十五少年漂流記」をモチーフに企画され、感動的な群像劇が展開する良質のジュブナイル。すべて英語歌詞の主題歌も話題に。終了後に外伝や後日談がOVA化された先駆的な作品。

1980年代	34	装甲騎兵ボトムズ	TV	1983年～1984年放映	全52話	主役ロボではなく最下層の兵士という寓意あるメインタイトルが特徴。可動を意識した分割式装甲、足裏タイヤによるローラーダッシュ、伸縮式のアームパンチ等、現実味の高い機構満載のロボット描写。
	35	聖戦士ダンバイン	TV	1983年～1984年放映	全49話	「剣と魔法」というヒロイックファンタジー要素をいち早くとり入れた作品。中世ヨーロッパ的異世界で、巨大生物の外骨格で作られた巨人騎士が戦う。「オーラカ」という精神力で駆動する点も斬新だった。
	36	超時空騎団サザンクロス	TV	1984年放映	全23話	女性兵士を中心に描かれるSFミリタリーアクション。パワードスーツがそのまま大型ロボットのパイロットスーツを兼ねるというシステムが特徴だった。本作も海外ではROBOTECHシリーズとして知られる。
	37	超時空要塞マクロス 愛・おぼえていますか	劇場	1984年公開		ロボットアニメの劇場版はテレビシリーズの再編集中心だったが、完全新作映像で制作。「メカと美少女」における作画、美術の密度を飛躍的に高めて、クオリティ基準を一変させたメルクマールの作品。
	38	巨神ゴーグ	TV	1984年放映	全26話	ガンダムの安彦良和が手がけたオリジナル作品。原作、監督、レイアウト、キャラクターデザイン、メインメカデザイン、作画監督をひとりのクリエイターが担当。作家性がきわめて高いロボットアニメ。
	39	機甲界ガリアン	TV	1984年～1985年放映	全25話	「剣と魔法」のファンタジーとSF、戦国時代風物語を融合させた独特の世界観が特徴。騎士やモンスターなどファンタジー的なモチーフのロボが多数登場するが、主役ガリアンはオーソドックスなデザイン。
	40	重戦機エルガイム	TV	1984年～1985年放映	全54話	永野護によるロボットの機軸デザイン。可動関節の内骨格に外装を取り付けていくコンセプトは後に続く作品では定番に。永野氏のオリジナル作品(ファイブスター物語)のベースともなった。
	41	マイティオーボッツ	TV	1984年放映(米国)	全13話	出崎統監督と東京ムービー新社(現トムス・エンタテインメント)、バンダイにより制作された、北米向け作品。人格を持った5体のロボット(作中ではサイボーグ)が変形・合体して大型のヒーローロボットとなる。
	42	メガゾーン23	OVA	1985年発売		都市型宇宙船に再現された1980年代の東京で、右傾化していく体制に反逆する青春ドラマを描いたOVA。そのヒット要因も大型バイクが変形してロボットになる「ロボットアニメ」路線の延長上にあった。
	43	機動戦士Zガンダム	TV	1985年～1986年放映	全56話	ガンダムシリーズ初の続編。複数のメカデザイナーが参加する事により、バラエティに富んだデザインが登場。トランスフォーマーの時代に対抗すべく、変形ギミックを採用しモビルスーツが多数登場する。
	44	超獣機神ダンクーガ	TV	1985年放映	全38話	不良的な主人公のミリタリーもの。戦闘機や戦車といった兵器が獣型ロボットに変形し、さらに合体する路線。シリーズ打ち切り後、OVAと劇場に。ゲーム、スーパーロボット大戦シリーズの常連。
	45	戦え!超ロボット生命体トランスフォーマー	TV	1985年～1986年放映	全63話+未放映2話	業務提携により海外メーカーにて販売された日本の玩具をベースとした米国製ロボットアニメ。アニメ制作は国内(東映)で、世界的にヒット。以降、現在に至るまで国内外でシリーズ作品が制作されている。
	46	蒼き流星 SPT レイズナー	TV	1985年～1986年放映	全38話	主人公をサポートするAI経由で乗機のロボットと「会話」という要素を導入。バディ(相棒)ものとしてのスタイルを確立した。空中戦を主体としたロボットアクションや、超高速戦闘という新たな必殺技も特徴。
	47	マシンロボ クロノスの大逆襲	TV	1986年～1987年放映	全47話	ポピー(当時)の変形ロボット玩具シリーズをアニメ化。ストーリーや設定等は異なり、主人公たちもよりヒーロー然としたキャラクターとなった。マシンロボはアメリカでも「GOBOTS」としてアニメ化されている。
	48	ロボットカーニバル	OVA	1987年発売		「ロボット(巨大でないものも含む)」をテーマとして、8人の映像クリエイターたちが腕をふるったオムニバス映像作品。それぞれの作家性、芸術性を前面に打ち出す時の商品的担保としてロボットが使われた。
	49	魔神英雄伝ワタル	TV	1988年～1989年放映	全45話	頭部を大きく誇張した「スーパーデフォルメ」が旧作アレンジ商品で確立したことを前提に、低等身デザインのロボットを主役とした作品を提示。ファミコンブームの中で、RPG的な作品世界で活躍した。
	50	機動警察パトレイバー	OVA	1988年～1989年	全7話	自由に企画できるはずのOVAが行き詰まりを見せる中、ロボットアニメというジャンルものとして人気を獲得した作品。6本(半クール)フォーマット、廉価版の元祖でもあり、以後OVAの仕組みを変えた。
	51	冥王計画ゼオライマー	OVA	1988年～1990年	全4話	アイデンティティとは何かというダークで深いテーマをロボットアニメの様式に託したOVA。ロボットのデザインもバラエティに富み、特撮の方法論を持ちこんで巨大感を意識した作画・演出を特徴とする。
	52	トップをねらえ!	OVA	1988年発売	全6話	「美少女+ロボット」路線に「スポ根」的な要素をプラス。デザインや世界観に過去のアニメ、特撮作品へのオマージュを取り入れつつ、ハードなSF設定とシリアスなストーリーを展開。庵野秀明初監督作品。

1980年代	53	獣神ライガー	TV	1989年～1990年	全43話	バイオとの融合をコンセプトとし、生物的なデザインを取り入れた。プロレスとのコラボも同時展開され、アニメ作中のパワーアップに合わせてレスラーのマスクも変化させる連携手法が強い印象をのこした。
	54	ファイブスター物語	劇場	1989年公開		「エルガイム」のデザインワークを経て生まれた、永野護のオリジナル漫画作品の劇場アニメ化。壮大な世界を持つ長大な物語の中で、ごく初期のエピソード部分のみを映像化した。
	55	機動警察パトレイバー the Movie	劇場	1989年公開		OVAというマイナーなメディアから発した映画化。劇場版ではバブル経済を背景とした東京という「都市論」を展開、コンピュータウイルス犯罪など現実との接点を重視してこのジャンルの可能性を提示した。
1990年代	56	勇者エクスカイザー	TV	1990年～1991年	全48話	90年代の「児童向け回帰」という潮流を代表する作品。車等への変形ギミックを有する自律型のロボットと主人公が「友だち」になるという新しい関係性も大きな特徴。「勇者シリーズ」としての起点となった。
	57	NG 騎士ラムネ&40	TV	1990年～1991年放映	全38話	スーパーデフォルメ系のロボットアニメ。「熱血」をキーワードとしたストーリーでありながら、ギャグ要素が強い作風も特徴だ。主人公側のロボット8体全てに変形ギミックが盛り込まれている。
	58	絶対無敵ライジンオー	TV	1991年～1992年放映	全51話	「学校が秘密基地になる」という子どもの夢をかなえた作品。教室が司令室になり、校舎が変形してロボットが出撃する。5年3組全員が主役という群像劇的な構成は児童層をはるかに超える人気となった。
	59	ゲッターロボ號	TV	1991年～1992年放映	全50話	3機が変形合体して3種のロボとなるギミックは玩具で再現可能なものとなった「ゲッターロボ」の進化形。作品全体のテイストも、70年代のヒーローロボットアニメ風への回帰的なものをつよく意識している。
	60	超電動ロボ 鉄人28号FX	TV	1992年～1993年放映	全47話	60年代のアニメ「鉄人28号」の「続編」として制作され、金田正太郎とその息子、親子二世代のヒーローものとなった。作中でも新デザインの鉄人28号FXと旧鉄人が共闘するシチュエーションがみどころ。
	61	ジャイアントロボ THE ANIMATION 地球が静止する日	OVA	1992年～1998年発売	全7話	60年代の原作からデザイン、ストーリー、設定を大胆にアレンジ。原作者・横山光輝作品からオールスター的にキャラを借用している。けれん味たっぷりで豪快な巨大ロボット戦闘アクションも見応え充分。
	62	機動武闘伝 Gガンダム	TV	1994年～1995年放映	全49話	格闘ゲーム人気を背景に、ガンダムとガンダムがバトルするという新たな作品世界を構築してシリーズの幅を広げた。人機一体を強調した演出や釣鐘がガンダムに変形するなど映像はインパクト満載。
	63	ヤマトタケル	TV	1994年放映	全37話	実写映画のメディアミックス作品として制作。アニメ版オリジナルのロボットやキャラクターのデザインや世界観は、和風テイストで展開した。ロボットのパワーアップも「脱皮による成長」という独特のもの。
	64	新世紀エヴァンゲリオン	TV	1995年～1996年放映	全26話	庵野秀明監督作品。斬新なデザインと謎めいたストーリー展開、緻密な設定、キャラクター人気で社会現象となったヒット作。映像自体が商品として大成功したため、後年の企画に与えた影響も大きい。
	65	レイアース	OVA	1997年発売		テレビアニメ版と同じく、漫画「魔法騎士レイアース」を原作としつつも、原作にも登場する巨大ロボットにスポットを当て、「ロボットアニメ」として再構築した作品。
	66	勇者王ガオガイガー	TV	1997年～1998年放映	全49話	「勇者シリーズ」現時点でのファイナル。シリーズコンセプトはそのままに、ロボットの設定や運用、世界観の考証等がよりSF的に。作画アクションや描きこみも、緻密なもの。デジタル技法も多用されている。
	67	ガサラキ	TV	1998年～1999年放映	全25話	現用兵器的なミリタリー要素の強いロボットデザインとアクションに、和風の「鬼」をモチーフとしたロボットや異文明の遺物といった、伝奇ものの要素を融合させたハイターゲット作品。
	68	真ゲッターロボ 世界最後の日	OVA	1998年～1999年 OVA	全13話	ゲーム「スーパーロボット大戦」の影響で観客が世代交代。ロボットアニメの名作を最新作として観たいというニーズが急増し、新たな会社やスタッフでリメイクや続編が製作される契機となった作品である。
	69	ゾイド -ZOIDS-	TV	1999年～2000年放映	全67話	80年代に発売された同名の玩具をモチーフとしたアニメ。CGを本格的に導入して、様々な恐竜型ロボット「ゾイド」たちのアクションを、形状が崩れないように描き、玩具との連携性を特徴づけた作品。
70	THE ビッグオー	TV	1999年～2000年放映	全26話	アメリカンコミック風のスタイリッシュな作風。ロボットの巨大感や材質感覚の描写には、実写作品的な見せ方を導入している。1クールで中断したが、アメリカ放送の後、米国資本にて続編が制作された。	

2000年代	71	サクラ大戦	TV	2000年放映	全25話	96年発売の人気ゲームをアニメ化。大正時代をモチーフとした架空の日本という世界観に合わせ、パワードスーツなどのメカデザインには蒸気機関主体の「スチームパンク」要素が取り入れられた。
	72	機巧奇傳ヒヲウ戦記	TV	2000年～2001年放映	全26話	幕末を舞台としたオリジナル作品。登場するロボットは巨大な「からくり人形」としてデザインされている。ゼンマイ動力で動くが、山車から人型へと変形するギミックを有するなど、和風ロボの可能性を拓いた。
	73	フルメタル・パニック!	TV	2002年放映	全24話	「ライトノベル」ブームからTVアニメ化された最初期の作品。凄腕の傭兵が警護することになった女子高生と繰り広げるラブコメ的な展開がメインだが、兵器としてのロボットも重要な役割をはたしている。
	74	ラーゼフォン	TV	2002年放映	全26話	メカデザイナーで高名な出淵裕の初監督作品。「美と神秘」をキーワードに、各界から著名クリエイター、デザイナーが集結。主役ロボが波動で「世界の調律」をおこなう斬新なアイデアが盛り込まれている。
	75	OVERMAN キングゲイナー	TV	2002年～2003年放映	全26話	富野由悠季監督作品。骨格と動力源を兼ねた筋肉主体の素体に「装甲」ではな、「皮膚」や「衣類」を装着する、着ぐるみ的なアイデアを採用。「加速」「読心術」といった特殊能力を駆使したバトルも特徴。
	76	ほしのこえ	劇場	2002年公開		クリエイター(新海誠)一人で実現した自主制作アニメ。宇宙で戦う少女と地球に残った少年の恋心が軸で風景描写の美しさが映像のメインだが、CG表現によるロボット戦闘アクションも取り入れている。
	77	機動戦士ガンダム SEED	TV	2002年～2003年放映	全50話	「21世紀のファーストガンダムをめざす」を合い言葉に制作された。主人公である二人の少年のドラマとガンダムの決めポーズとハイスピードアクションで中高生を中心にヒット。外伝や続編も制作された。
	78	SDガンダムフォース	TV	2004年放映	全52話	海外向けに企画された作品。モーションキャプチャー技術によるフル3DCGアニメで、ルックや演出技法はセル画アニメの技法、表現との融合を計っている。ガンダムシリーズのパロディ的要素も多い。
	79	機動戦士ガンダム MS IGLOO 一年戦争秘録	劇場	2004年公開	全3話	『機動戦士ガンダム』の世界をフル3DCGで描いた外伝。プラモデル文化と連動して発展したガンダム世界で写実的表現を追求しつつ、原典の世界観を崩さない映像となっている。イベント場のシアター公開。
	80	鉄人28号	TV	2004年放映	全26話	原作連載開始の1956年が東京タワー竣工(1958年)に近いことに着目。「三丁目の夕日」など戦後昭和中期のレトロ感や当時の未解決事件に注目してリメイクした。過去の時代性を反映したロボットアニメ。
	81	機動戦士Zガンダム A New Translation	劇場	2005年～2006年公開	全3話	テレビ版放映20周年として3部作でまとめられた劇場映画。富野由悠季監督によりキャラクターやストーリーを新解釈したことで「新訳」と銘打たれ、現代の観客に訴求するような作品となっている。
	82	創聖のアクエリオン	TV	2005年放映	全26話	3機の戦闘機が合体して3機になる「合体ロボ」を3DCGを駆使し、映像と玩具と両面で完全に実現。また「合体」をドラマづくりの核として、個性的なキャラの組み合わせが意外性のある物語を展開した。
	83	スーパーロボット大戦 ORIGINAL GENERATION THE ANIMATION	OVA	2005年発売	全3話	ゲーム「スーパーロボット大戦」シリーズに登場する、メーカーオリジナルのキャラクターとロボットのみをまとめて再構築したゲームを原作としてアニメ化した作品。後にテレビシリーズも2作品が制作された。
	84	IGPX Immortal Grand Prix	TV	2005年～2006年放映	全26話	モータースポーツ感覚の加速感、デッドヒート感を3DCGで伝えたロボットアニメ。人型ロボットを活躍させるための舞台として「レース+格闘のチームバトル」という、新競技がオリジナルで設定されている。
	85	ゼーガペイン	TV	2006年放映	全26話	3DCGを使用したロボット表現として「ほぼ全身が半透明の外装」や「半透明の武器」といった、アナログ時代では困難な試みをした作品。「ループもの」に新解釈をした物語づくりも特徴的だった。
	86	機神大戦 ギガンティック・フォーミュラ	TV	2007年放映	全26話	14人ものメカデザイナーが参加し、登場するロボットのデザイナーが全て異なるという点が新しい。いわば「スーパーロボットデザイナー大戦」とでも呼べる作品で、メカデザイナーの重要性を前面に出した。
	87	エヴァンゲリオン新劇場版シリーズ	劇場	2007年～展開中	全4部(予定)	95年のテレビ版を新設定とストーリーで再構築。10数年の間に進化したデジタル技術を駆使して庵野秀明総監督のビジョンを拡張した。CG技術と作画によるロボット表現は高度なセンスを感じさせる。
	88	マクロスF(フロンティア)	TV	2008年～2009年放映	全25話	総監督は河森正治。シリーズ定番の「可変戦闘機」「歌」「三角関係」に「学園生活」と「民間軍事会社」という新要素をプラス。可変戦闘機の高速戦闘アクション、巨大な宇宙船等、メカ描写はCG主体に。
	89	鉄のラインバレル	TV	2008年～2009年放映	全26話	90年代後半以降のロボットアニメ的要素の強い同題の漫画をアニメ化。ロボットはアクションシーンを含め、全てCGによりモデリングされている。作画表現では難しいバトル表現も可能としている。

2000年代	90	RIDEBACK	TV	2009年放映	全12話	同題の漫画をアニメ化。バイクに近いイメージのロボットをCGで表現し、乗り込む人物を作画で融合させている。サイズは小型だが「搭乗型ロボット」というイメージを極限まで押し進めた作品。
	91	機動戦士ガンダム UC	OVA	2010年～展開中	全7話(予定)	宇宙世紀のミッシングリンクを描いた福井晴敏の小説を映画化。作画とCGをシームレスに使いこなし高度な映像技術で、ガンダムワールドを緻密に再構築してヒット。小規模劇場でイベント上映してヒット。
	92	輪廻のラグランジェ	TV	2012年放映	全24話	自動車メーカー(日産)に所属するデザイナーによる3体の主要ロボットが話題に。飛行形態にも変形するため、空力特性などを念頭においた高次曲面を多用した美しく調和のとれたデザインが斬新。
	93	花の詩女 ゴティックメード	劇場	2012年公開		永野護が監督・デザイン・脚本・絵コンテ・レイアウト・原画・動画まで手がける。自ら創出した巨大ロボットのアクション、構造や材質感、駆動音にいたるまで、トータルイメージを徹底して表現しぬいた作品。
	94	超速変形ジャイロゼッター	TV	2012年～放映中	放映中	複数の自動車メーカーと連動。実車をベースに変形するロボットが実ブランド名のまま登場する。車を運転するカタルシスとロボットアクションを融合し、若年層へ車の価値観を訴求する新たなコラボ作品。

4.2. 関係作品

4.2.1. いわゆる「巨大ロボット物」ではないが、ロボットを物語の主人公、もしくは主軸とした作品であり、それぞれに先見性や新しさ、後への影響の強い作品

No	作品タイトル	カテゴリ	放映年、公開年、発売年	総話数	備考(選んだポイント等)
1	鉄腕アトム	TV	1963年～1966年放映	全193話	人間同様の感情を持った、等身大のロボットキャラクター。本作がきっかけとなって実際にロボット技術者を志した者も多く、現在の日本ロボット開発に大きな貢献を果たしている。
2	エイトマン	TV	1963年～1964年放映	全56話	「人間の人格や記憶の全てを移植されたロボット」という新しいロボットキャラクター。変身ヒーロー物のテイストを持つストーリーとリアルな科学的設定が特徴。厳密にはサイボーグものである
3	キューティーハニー	TV	1973年～1974年放映	全25話	人間そっくりのアンドロイドというSF的設定での「戦うヒロインもの」としては最初期の作品。「魔法少女もの」への影響も大だ。後にTVシリーズやOVA、実写等で多数のリメイク作品が制作されている。
4	ドラえもん	TV	1979年～2005年放映	全1,787話	「未来の道具で夢を叶えてくれるロボット」という設定と、生活の中でのロボットという存在。「戦うロボット」ではなく、子どもの「友だちとしてのロボット」であるというキャラクター性では代表的な存在。
5	プラレス3四郎	TV	1983年～1984年放映	全37話	ロボット競技が「ホビー」として定着した作品世界を提示。「バトルホビーもの」の元祖的な内容である。現実世界での「ROBO-ONE」など、ロボット格闘競技大会やロボット開発者に与えた影響も大きい。

4.2.2. 参考とすべき巨大ロボット作品

No	作品タイトル	カテゴリ	放映年、公開年、発売年	総話数	備考(選んだポイント等)
1	やぶにらみの暴君(1980年「王と鳥」に回作)	劇場	1952年公開		アニメ史上、初めて搭乗型の巨大ロボットが登場した作品と言われている、球体関節を採用し、目がサーチライトになるなどリアルな構造をとっている。フランスで制作された作品。
2	空とぶゆうれい船	劇場	1969年公開		作中に登場する巨大ロボット「ゴーレム」による破壊シーン、戦闘シーンはアニメーター時代の宮崎駿が手がけたもの。巨大感をみせる構図や演出は、後年のロボットアニメにも影響をあたえている。

4.2.3. 参考とすべき特撮作品

No	作品タイトル	カテゴリ	放映年、公開年、発売年	総話数	備考(選んだポイント等)
1	地球防衛軍	劇場	1957年公開		日本映画史上、宇宙人の使う侵略兵器として初めて巨大ロボット(モゲラ)が登場した特撮作品。特技監督は円谷英二。モゲラが2体登場する点は、量産可能な機械である特性を強調している。

2	怪獣マリンコング	TV	1960年放映	全26話	「悪のロボット怪獣」という設定を取り入れた特撮TVシリーズ。マリンコングは生物的な外観だが、無線操縦で動くロボット。マイナーチェンジされた2代目も登場した。
3	マグマ大使	TV	1966年～1967年放映	全52話＋再放送12話	手塚治虫原作の同名漫画の実写化。主役マグマ大使は地球の守護神アースにつくられた「ロケット人間」という設定。商品化可能な機構ではないが、「ロケットに変形するギミック」の妙味を印象づけた。
4	ジャイアントロボ	TV	1967年～1968年放映	全26話	鉄人28号と同じ横山光輝の原作漫画を「ロボット対怪獣」というフォーマットでTV特撮番組に。「ロボに指令を与える腕時計」や「指にミサイル内蔵」といった点で鉄人との差別化がされている。
5	サンダーバード	TV	1966年放映	全32話	イギリスの特撮人形劇。国際救助隊の使うサンダーバード1号は変形メカ、2号はコンテナ収容の合体メカで、発進シークエンスともどもロボットアニメの原典となった点が多い。プラモデルが大ヒット。
6	ウルトラマン	TV	1966年～1967年放映	全39話	巨大ヒーローと怪獣の戦闘アクションを見せ場とした特撮シリーズ。毎回違う怪獣が登場、格闘の演出や専門チームの存在、必殺技によるカタルシスなど、後年のロボットアニメに大きな影響を与えている。
7	ウルトラセブン	TV	1967年～1968年放映	全49話	より強くなったSF色とドラマ性、ミリタリー色の強い防衛チーム等、ハイターゲットに向けた要素が盛り込まれた。侵略ロボット、キングジョーは4体の宇宙船が合体するロボット怪獣として先駆的な存在。
8	キングコングの逆襲	劇場	1967年公開		東宝特撮の「キングコングシリーズ」第2弾。キングコングをモデルとしたロボット「メカコング」は同時期の日米合作アニメ版を元に行っている。これが発展して「メカゴジラ」などメカ怪獣を生み出していく。
9	スーパーロボット レッドバロン	TV	1973年～1974年放映	全39話	特撮だけが可能としていた「質感」を売りにするため、日本鋼管が協力してボディをFRP(硬化プラスチック)で製造。「搭乗型巨大ロボット」として同時期のマジンガーZに勝負を挑んだ作品。
10	ジャンボーク A	TV	1973年放映	全50話	乗り込んだ人間の動きをトレース、モーションキャプチャーを先取りした操縦型ロボット。中盤から登場するジャンボーク9は史上初の2号ロボ。こちらは自動車に変形するため、ハンドル操縦となった。
11	スパイダーマン	TV	1978年～1979年放映	全41話	マーベル・コミック社とキャラクター使用契約を交わして東映が制作。ストーリー、設定は日本オリジナルとなりスパイダーマンが搭乗する巨大ロボットが登場。当初の仮題も「スパイダーマン ROB」だった。
12	バトルフィーバーJ	TV	1979年～1980年放映	全52話	マーベルとの提携を継続、ゴレンジャーから始まった集団ヒーローもの「スーパー戦隊シリーズ」に「巨大ロボットと母艦」を登場させ、大ヒットした。以降、シリーズは途切れず36作品と継続していく。
13	Xボンバー	TV	1980年～1981年放映	全25話	国内製作による特撮人形劇。壮大なイメージのスペースオペラ的な作品世界で、3機の宇宙戦闘機が合体する巨大ロボット“ビッグダイX”が登場する。
14	ガンヘッド	劇場	1989年公開		「アニメーションのサンライズ」と「特撮の東宝」が組んだ実写ロボット作品。ビジュアル面ではアニメ系クリエイターが多数参加。実物大(約6メートル)の撮影用プロップがイベント等で公開され話題となった。
15	ロボジョックス	劇場	1990年公開		米国制作の実写巨大ロボット作品。登場する機体が「マツモトフォーティーン」と命名されるなど日本のロボットアニメを強く意識している。ロボットのアクションには全てモデルアニメーションが用いられた。
16	トランスフォーマーシリーズ	劇場	2007年～2011年公開		「トランスフォーマー」シリーズを実写映画化。クランクやカムなど細かい機械的パーツが複雑に展開、移動しながら車がロボに変形するビジュアルはCGならではの表現。商業的にも大成功している。
17	パシフィック・リム	劇場	2013年公開(予定)		巨大怪獣と世界各国から集められた搭乗型巨大ロボットの戦いを描いた実写作品。ロボットの操縦システムや、ビジュアル等、日本のロボットアニメ、特撮の影響が数多く見受けられる。

ご意見・ご指摘などは事務局（info@mediag.jp）へお寄せ下さい。

本調査報告書に記載の肩書きは 2013 年 3 月時点のものです。

本報告書は、文化庁の委託業務として、森ビル株式会社が実施した平成24年度「メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業」の成果をとりまとめたものであり、第三者による著作物が含まれています。
転載複製等に関する問い合わせは、文化庁にご連絡ください。