

1960 年代日本アニメーションにおける 児童観客・視聴者の受容動向

Child Spectators of Japanese Animation in the 1960s: Focusing on Audience
Research of Film and TV

渡邊 大輔

Daisuke WATANABE

はじめに

各国と同様、我が国の映画・映像産業の歴史においても、1960 年代は、かつてないほどの大きな変動期であったといえることができる。よく知られるように、映画産業においては、これに先立つ 1950 年代は質量ともに「黄金期」と呼ぶに相応しい時期であった。例えば 1958 年には、史上最高の年間映画観客数（11 億 2700 万人）、さらに 60 年には映画館数と映画製作本数もそれぞれのピーク（7457 館、547 本）を達成し、映画は文化的・産業的に空前絶後の爛熟を極める。とはいえ、こうした状況は 60 年代を迎えると激変する。とりわけ 59 年に 10 億 8800 万人に初めて落ち込んだ観客動員数は、その後も急速な下降を続け、64 年には 5 億人台、69 年には 3 億人台を割り、映画産業はわずか数年で本格的な「斜陽」の時期に突入する⁽¹⁾。

ところで、60 年代における映画産業の退潮の最も大きな要因の一つは、何といても、映画に替わる新しい映像メディアの台頭——すなわち、「テレビ」の普及であった。もとより、53 年 2 月の日本放送協会（NHK）、同年 8 月の日本テレビ放送網（NTV）の本放送開始によって本格的に始まる日本のテレビ放送は、59 年 4 月の皇太子（現在の今上天皇）ご成婚パレードの前後に急速に普及率が上昇し、東京オリンピックが開催された 64 年には、白黒テレビの普及率が全国で 90% を突破する。当時の映画産業をめぐる種々の変化もまた、こうしたテレビ放送の急速な普及と密接に関係していたことは言うまでもない。

いずれにせよ、近年の映画史研究や映像文化論の領域では、受容美学やカルチュラル・スタディーズなどの影響のもとに、以上のような映画産業の構造転換に伴う受容体験の多様性や力動性に着目する、いわゆる「観客性 spectatorship(s)」をめぐる諸研究が活発化している。とりわけ映画史や映像史の巨視的な連続性の中で、ある特定の観客層の変遷を、大きな歴史的变化が起こった時期に焦点を合わせて検討することは、きわめて重要な意義を持ちうる。本論では、60 年代における、主に小学

生の「児童」を中心とする年少（子ども）の観客・視聴者の受容動向に注目してみたい⁽²⁾。日本映画の歴史において、観客史の観点から見た場合、子どもの映画観客とは、とりわけその黎明期から 1920 年代頃にはいたるまで、映画興行のドミナントな観客層を担っていたという点で、きわめて重要な存在であった⁽³⁾。その傾向は、戦中から戦後にかけて変化を迎えるものの、およそ 50 年代の初め頃までは継続していたと考えられる。

とはいえ、その後、年少観客たちは、映画興行の現場においては急速にその主要な観客層ではなくなっていく。板倉史明が整理しているように⁽⁴⁾、戦後の 50 年代に入ると、日本映画では「青年」「青少年」「ティーンエイジャー」などと呼ばれた、いわゆる 10 代後半の若者観客層のヴォリュームが増していく。板倉によれば、子どもの観客は、こうした推移の中で、婦人層とともに新興メディアであるテレビに急速に奪われていったとされる。50 年代とは、テレビの普及による斜陽化の始まりの時期でもあったように、映画や子どもにとって、メディア史的な転換期でもあり、60 年代にはそれがさらに加速する。

また、以上のように映画からテレビへと移行していく 60 年代日本の映画・映像文化史の諸相を、それも年少の観客層・視聴者層という観点から見た場合、とりわけ注目されるべき固有のジャンルが存在する。すなわち、この時期に開始される「テレビアニメーション」を含んだアニメーションがそれである。現在、隆盛を極める国産アニメーションの歴史は大正初年代に始まるが、周知のように、56 年、日本最初の本格的な企業形態を採用したアニメーション製作会社として<東映動画>（現在の<東映アニメーション>）が発足し、さらに 61 年には、その東映動画の初期長編作品群にもスタッフとして参加していた漫画家・手塚治虫が<手塚治虫プロダクション動画部>（翌 62 年に<虫プロダクション>と改称）を設立、63 年にこれも日本最初の 30 分テレビアニメシリーズ『鉄腕アトム』（63～66 年）を発表して今日にいたる国産テレビアニメ文化の基礎を築くなど、アニメーションが、映画やテレビを含む戦後日本の映像文化において重要な位置を占め始めるのがまさに 60 年代であった⁽⁵⁾。そして、むろん児童は、漫画、玩具といった周辺娯楽とともにその中心的な受容層だったのである⁽⁶⁾。本論では、こうしたアニメーションにおける年少観客・視聴者の受容の実態に注目する。

ここで、主だった関連分野の先行研究について、本論の独自性ととも整理しておきたい。(1) 日本映画における児童の映画観客の受容過程については、草創期から戦前期を対象にした史的社会的研究⁽⁷⁾、また (2) 戦後日本映画の観客研究の成果も、拙論を含め、近年急速に現れつつある⁽⁸⁾。だが、60 年代の日本映画を含む包括的な映像文化を対象とした観客論的研究、なおかつ、年少観客・視聴者の受容に特化して扱った研究は見当たらない。さらに他方で、(3) 戦後の東映動画、及びテレビ草創期の国産アニメーションに関する学術研究は、これも近年、アニメーション研究の台頭とともに、急速に成果の蓄積が進んでいる⁽⁹⁾。しかしながら、こちらにもまた、映像産業史・興行史的なアプローチの文献が大半を占め、観客論的な視点の研究は、管見の限りではまだほとんど存在していない⁽¹⁰⁾。

以上のような視座を踏まえて、本論では、1960 年代日本の映画・映像文化における年少の映画観

客・テレビ視聴者の受容動向の実態を、主に映画やテレビを含むアニメーションの分野から、当時の興行形態や社会的評価を含めて総合的に考察する。その際の調査分析対象として、当時の文献資料に掲載された統計データ、アンケート調査や識者の言説、具体的な映像作品などを多角的に参照した。その上で、60年代に年少観客・視聴者が映像文化において置かれていた固有の布置を明らかにしていきたい。こうしたアプローチは、映画史研究やアニメーション史研究、オーディエンス史研究のみならず、教育社会史や児童文化史などとの関連からも、きわめて貴重な示唆を与えると思われる。

1 1960年代における国産アニメーション産業の動向

それでは、年少観客・視聴者の具体的な受容の実態を見る前に、まず、60年代の日本アニメーションの歴史的動向を概略的に確認する。60年代日本アニメーションにおいて、年少観客・視聴者の受容との関わりから重要なのは、主に以下の大きな二つの文脈であろう。すなわち、第一に、東映動画による劇場用長編アニメーション映画と、第二に、虫プロや東映動画、そして、<日本テレビジョン> (TCJ、現在の<エイケン>)、<東京ムービー>、<スタジオ・ゼロ>といった製作会社によるテレビアニメーションである⁽¹¹⁾。

東映動画は、51年4月に創立された映画会社<東映>が、新興ジャンルとしての商業用アニメーション製作を目的にアニメーション製作会社<日動映画社>を買収する形で56年8月に設立された。数本の短編アニメーションを製作した後、58年10月に長編第1作として、アジア最初のカラー長編アニメーション映画となった『白蛇伝』(藪下泰司監督)を発表。以後、池田宏演出『空飛ぶゆうれい船』(69年)まで60年代を通じてほぼ毎年1本のペースで計15本の劇場用長編アニメーション映画を製作していく。

一方、こちらも新興メディアとしてのテレビでは、実は国産テレビアニメーションが始まる以前から、アニメーションはきわめて頻繁に放送されていた。最近でも木村智哉が明快に整理しているように⁽¹²⁾、日本の初期テレビ番組では、アニメーションを含む海外テレビ番組が数多く放送されていた。設備や人材、資金力の不足から来るテレビ局の番組製作能力の未熟さに加え、メジャー映画会社によるいわゆる「五社協定」が、人気スターのテレビ出演を防いでいたためである。ラジオ東京テレビ(KRT、現在のTBS)放送の『カウボーイ Gメン』 *Cowboy G-Men* (日本放送56～57年)など実写の海外製テレビ映画も多かったが、中でも海外製アニメーションは、50年代の草創期テレビの花形番組であった。KRT放送のフライシャー兄弟の短編アニメーション『スーパーマン』 *Superman* (日本放送55～59年)などが子どもたちを中心に人気を博し、50年代末の民放連の調査によれば、輸入番組の内容区分では「漫画」が最も多かった⁽¹³⁾。また、古田尚輝によれば、53年のテレビ本放送開始時から戦前・戦後に製作された40本余りの国産の短編アニメーションがNHKで放送されていた。さらに、近年では、大橋雅央や津堅信之の調査研究によって注目が集まりつつある、アニメーションに

よるテレビ・コマーシャル製作も、本格的なテレビアニメーション制作の前史的な意味合いを担っていた⁽¹⁵⁾。

こうした中で、63 年 1 月に、手塚治虫が設立した虫プロが、現在国産テレビアニメのスタンダードになっている週 1 回 30 分枠のテレビアニメーションシリーズを、自身の漫画作品を原作にした『鉄腕アトム』で初めて実現する。本作や製作元の虫プロについては、手塚の業績の巨大さや、本作が今日まで長らく日本のアニメ文化の嚆矢とみなされてきたこともあり⁽¹⁶⁾、比較的多くの関連文献や先行研究が存在する⁽¹⁷⁾。これらの文献が繰り返し指摘しているように、手塚＝虫プロのテレビアニメ事業については、その功罪の両面があったとされる。すなわち、「リミテッド・アニメーション」という省力化技法を効果的に駆使した制作システムや演出、キャラクタービジネスを採用したマネタイズなどにより今日のアニメ文化を開拓したパイオニア性が評価される一方で、省力化技法による質の劣化や、低予算による制作を開始したことによる諸スタッフの低賃金・過重労働の常態化が現在のアニメ業界の悪弊をもたらしたとされる点である。いずれにせよ、この『鉄腕アトム』が図らずも最高視聴率 40.7%、平均視聴率 30%という大ヒット番組となったことで、国産テレビアニメーションが続々と製作される。『鉄腕アトム』放送以後の 63 年だけでも、TCJ の『仙人部落』（～64 年）『鉄人 28 号』（～65 年）『エイトマン』（～64 年）、東映動画の『狼少年ケン』（～65 年）など、計 8 作品が放送された。そして、64 年には早くも国産テレビアニメーションの放送本数が海外製作品を凌駕し、実写の海外製テレビ映画が最盛期を過ぎても一定の本数・時間数で放送され続けていたのに対して、テレビアニメーションは、60 年代末にはほぼ国産製に代替されていくのである⁽¹⁸⁾。

2 60 年代子ども向け国産アニメーションの興行戦略と映像業界内の評価

続いて、以上のような 60 年代の国産アニメーションにおいて、年少観客・視聴者の受容に関して、どのような興行的・市場的戦略が具体的に行われていたのか、あるいは、当時、製作されていた諸作品に関して、どのような社会的評価がなされていたのかを、当時の文献言説を参照しながら確認していきたい。

年少観客・視聴者向けの 60 年代日本アニメーションにおいて、興行的な側面から重要なのは、これもすでに浅野俊和らの先駆的な研究がある東映の「東映まんがまつり」（67～2002 年、90 年 7 月から「東映アニメフェア」と改称）や東宝の「東宝チャンピオンまつり」（69～78 年）など、60 年代後半から本格化する劇場でのメディア・イベントだろう⁽¹⁹⁾。東映まんがまつりは、東映動画の新作長編アニメーション映画に何本かの「編集版」（テレビ放送されたアニメーション番組に多少の手を加えて 35 ミリフィルムへとブローアップしたもの）を添えた映画興行であり、東宝チャンピオンまつりも同様に、『ゴジラ』シリーズを中心とした特撮怪獣映画にアニメーションや特撮番組の「編集版」を併映して興行するイベントである。このうち、およそ 67～68 年の間にその興行形態が確立

したとされる東映まんがまつりは、67年から海外輸出も視野に入れた80分程度の長編1本と国内向けの60分前後の中編数本を、それぞれ「A作」（春休み公開）「B作」（夏休みまたは冬休み公開）として製作する方針を打ち出し、71年に製作の中心が完全にB作に移行するまで、良質な新作長編アニメーション映画と低予算によるテレビアニメ作品の編集版の双方がこの興行枠で劇場公開され、長期休暇期間中の子どもたちの高い支持を集め続けた。

何にせよ、この時期の年少児童に対するこれら国産アニメーションの興行的かつ市場的な戦略を考える上で重要な点は主に三つあると思われる。第一に、戦前から「アニメーション」というジャンルに付随してきた児童に対する「教育性」、第二に、映画／テレビという新旧の映像メディアの差異の強調、そして第三に、多様な分野を跨いで展開されるメディアミックスである。

知られるように、もとより日本映画史やアニメーション史において、年少観客とアニメーションとの関わりを考えるにあたって、「教育」や「啓蒙」の問題は黎明期からきわめて重要な意味を担っていた。戦中期頃までの国産アニメーションは、「漫画映画」「線画」などと呼ばれ、一般的な劇場で公開される娯楽作品というよりも、むしろそうした劇場用映画の添え物、もしくは「教育映画」や「教材映画」として、ごく小規模の手工業的な工房で製作され、学校や公共施設などきわめてマイナーな場で、いわゆる「映画教育運動」の一環として鑑賞されていた。そこで改めて東映動画以降のアニメーションを確認してみると、例えば、東映動画の長編第1作である『白蛇伝』には映画の冒頭で「文部省選定（少年向・家族向）」「芸術祭参加作品」というテロップが登場する。この「文部省選定」という広告は、高畑勲監督の『太陽の王子 ホルスの大冒険』（68年）まで、ほぼ60年代を通じて掲げられた。また、67年の東映まんがまつりを論評した『キネマ旬報』の記事中でもなお、テレビ番組依存の企画に苦言が呈される一方で、戦後直後から全国の小学校などで展開されていた「映画教室運動」が引き合いに出されている⁽²⁰⁾。

そして、おそらくこうした傾向はその質の低劣さが非難されていたテレビアニメーションにもある程度は共通するものであっただろう。とりわけ『鉄腕アトム』は、アニメ放送の年に思想雑誌『思想の科学』で作品論が掲載されるなど、一部のリベラルなインテリ層からもすでに高く評価されていた⁽²¹⁾。事実、具体的に作品を確認すると、例えば同作第1話「アトム誕生」では、アトム誕生の場面でベートーヴェンの交響曲第5番の有名な旋律が流されるなど、一定の格調を備えた演出も随所に凝らされていた。こうした東映動画の「教育性」「芸術性」や虫プロの演出が国産アニメーションの伝統的慣習を受け継ぐと同時に、年少児童を抱えた家庭にアピールしたことは疑いを容れない⁽²²⁾。

また、すでに浅野が指摘する通り⁽²³⁾、この時期の東映動画の広告に「総天然色」や「大型スクリーン」という文句が頻出することも興味深い。これは、劇場用映画とはまた別に、当時台頭してきたテレビ番組との明確な差別化を図る狙いで強調されていると言える。さらに、それらのアニメーションは、雑誌やテレビ、あるいは玩具・菓子といった児童文化全体を相互に結びつけた新たなメディア・イベントとして組織されていたという点も重要だろう。例えば近年もマーク・スタインバーグが詳細

に論じているように⁽²⁴⁾、日本の国産テレビアニメーションでは、その嚆矢の『鉄腕アトム』が製作費の一部をマーチャンダイジング（版權収入）で賄うために、スポンサーの明治製菓「マーブルチョコレート」のおまけとしてつけた「アトム・シール」が大ヒットして以降、子どもたちの生活環境そのものに密着するほどの独自のメディアミックスを展開してきた。同様に、東映まんがまつりにおいても、例えば白川大作監督『わんわん忠臣蔵』（63 年）の公開時に入場者の子どもに「わんわんシール」を配布するなど、入場者プレゼントという付加物を積極的に考案していた。こうした多様な戦略的要因が、60 年代における映画・テレビ文化において子どもたちを積極的に国産アニメーションに向かわせていったと言えるだろう。

それでは、以上のようにして公開・放送されていた国産アニメーション映画・番組が、年少児童の受容とはまた別に、当時、映画や映像の識者からどのように評価されていたのかを簡単に確認しておく。先述のように、国産アニメーション全般が主に「教育性」の文脈と結びつけられていたことは事実であれ、実際に当時の主要国内映画雑誌を確認してみると、劇場用アニメーションはもちろん、テレビアニメーション登場当初から演出や作画技法といった表現上の問題について少なくない量の批評が書かれていたことがわかる。

まず、映画作品の場合に重要なのは、『キネマ旬報』ではこの時期、批評欄の末尾に執筆者が各作品の多くの「興行価値」をパーセンテージで付記していることだろう。それらを確認してみると、芹川有吾監督『わんぱく王子の大蛇退治』（63 年）から『太陽の王子 ホルスの大冒険』まで、7 作品合計で平均 80% となり、一般的な実写の劇場用長編映画と比較しても遜色ないランクづけがなされていることがわかる。

ただ、具体的な映画評を眺めると、例えば、初めて「原画監督」というポストを設置して全体の作画の統一を図り、独特のグラフィカルなレイアウトを駆使した『わんぱく王子の大蛇退治』が高く評価され⁽²⁵⁾、また、高畑勲の監督デビュー作であり、現在でも東映動画の最高傑作という呼び声の高い『太陽の王子 ホルスの大冒険』も、山田和夫や佐藤忠男といった当時の気鋭の映画評論家がほとんど絶賛の批評を載せている⁽²⁶⁾。その一方で、例えば『わんわん忠臣蔵』は、興行価値は 90% だが脚本の拙劣さについて多く苦言が呈されているように⁽²⁷⁾、作品としての内容評価は興行価値とは必ずしも比例していない。

さらに、50～60 年代を代表する先鋭的な映画批評誌として知られた『映画評論』ではこの時期、テレビアニメーションや実験アニメーションの個々の作品内容や製作状況に関する評論が頻繁に発表されていた。そのうち、テレビアニメーション登場直後の記事は、比較的肯定的な論調のものが目立つ。例えば、森卓也は、「テレビ・アニメ戦国時代」と呼ぶ 64 年に発表した記事の中で、『鉄腕アトム』や『狼少年ケン』などの当時のテレビアニメーション作品を概観的に論じている⁽²⁸⁾。森は、現時点のテレビアニメーションで最も魅力的なのは『鉄腕アトム』であるとし、同作は第 44 話「エジプト陰謀団の巻」あたりから固有のスタイルを確立させ、その物語構成を評価する一方、『狼少年

ケン』は「スタイルの不安定で低迷している」など、個別の放送回を挙げながら、かなり具体的に論評している。ただし、物語構成（脚本）という点から見た場合、長期にわたる人気連載漫画を原作に持つ『鉄腕アトム』のほうが『狼少年ケン』に比較して優位性があったのは、ある意味で当然であった。事実、現在、両者を観直してみると、（音響的な側面の実験はあったが）文字通り漫画的な止め絵のカットが目立つ『鉄腕アトム』に比べ、『狼少年ケン』は個々のカットの構図やカメラワークも立体的で凝っており、作画面でも演出面でも格段に完成度が高いのは明らかだと言える。

上記の評価は65年以降になると一転し、どの記事でもテレビアニメーションに対して消極的、ないし否定的な評価が多くなってくる⁽²⁹⁾。同じ森も、65年には『鉄腕アトム』の場合も、ストーリーの行きづまりと新人の安易な起用がわざわざいってか、ここ久しく語り口が低下し、分裂症的オハナシが目立つ⁽³⁰⁾と評価を一変させてしまった。67年にいたっても、『リボンの騎士』（67年）や『悟空の大冒険』（67年）といった虫プロ作品は手塚自身の原作の「改悪」とまで酷評されるようになる⁽³¹⁾。

何にせよ、その後、手塚治虫の虫プロは60年代末を通じて経営を悪化させ、73年に倒産。また、71年には東映動画のリミテッド・アニメーション（B作）路線に反発した高畑勲、宮崎駿、小田部羊一らが東映動画を退社。彼らは70年代前半に『アルプスの少女ハイジ』（74年）などの良質のテレビアニメーションを生み出す。そして、70年代後半のいわゆる「第2次テレビアニメブーム」によって、その受容が青年層にまで広がるまで、テレビアニメーションは子どもたちの最も身近な映像娯楽として受け入れられた。

3 60年代における映画の児童観客の変容と「テレビっ子」の台頭 ——日本アニメーションを中心に

それでは、以上の経緯を踏まえて、60年代の年少の映画観客・テレビ視聴者の、アニメーション分野における受容の実態について検討していきたい。とはいえ、この時期の映画館観客数などの統計的データを、児童など年少観客に特化して総体的に調査した基礎資料は見当たらない。ただ、当時の日本映画界では、映画館の観客の動向を調査・紹介した記事が比較的多く掲載されていた。これは、それ以前の50年代に、「大衆社会論」や「マス・コミュニケーション論」といった新たな社会科学的イデオロギーの勃興を背景に盛り上がっていた「映画館の観客調査」（マス・マーケティング）の流行を引き継いだものであったと言える。以下で参照するのは、そうした観客・視聴者の動向を調査した映画雑誌、及び主に社会教育や視聴覚教育、児童心理学などの教育関連雑誌である。

（1）テレビアニメーション以前

それでは、まず50年代のテレビ黎明期からテレビアニメーション開始までの、テレビを中心とした映像文化と児童文化との関係を整理しておきたい。繰り返すように、日本のテレビ本放送は53年

に始まったが、本格的な家庭への普及は、50年代末から60年代前半であり、50年代を通じてテレビの家庭普及率は全国でも数%に過ぎなかった。50年代の子どもたちはいまだテレビよりも映画や漫画、またテレビ以前を代表する放送メディアであるラジオの連続ドラマなどが娯楽メディアの中心であった。とはいえ、子ども向けテレビ番組自体はテレビ本放送開始とともにNHKで始まった30分番組『子供の時間』(53～58年)などその草創期から存在していた。同年には1日15分、週6本の学校放送番組も始まり、近年の佐藤卓己の研究が示すように⁽³³⁾、ラジオとともにテレビもその草創期から、学校児童に向けた「教養のメディア」として子どもたちと密接な関わりを持っていた。子どものテレビ視聴調査は、58年から文部省が開始し、当時は平日3時間以上視聴する小学生が36%、中学生が18%であった⁽³⁴⁾。以上のように、およそ50年代末から60年代にかけて、「テレビっ子」と呼ばれる新たな子ども像が出現してきたのである。

50年代末から60年代初頭にかけて発表された子どものテレビ視聴に関する実態調査の文献を参照すると、子どもたちのテレビ番組に関する嗜好がかなり明確に表れていることがわかる。例えば、教育学者・児童文化研究者の滑川道夫の報告によれば⁽³⁵⁾、58年に出版科学研究所が実施した調査で、子どもたちの一番好きなテレビ番組は、海外製短編アニメーション『スーパーマン』であり、全体の45.1%を占めている。続いて、やはり海外製テレビ映画『ロビンフッドの冒険』*The Adventures of Robin Hood* (日本放送57年)、同『名犬リンチンチン』*The Adventures of Rin Tin Tin* (日本放送56～60年)、日本初の連続テレビ映画『月光仮面』(58～59年)と続き、ほとんどが娯楽番組、野球などのスポーツ中継である⁽³⁶⁾。このラインナップは、ほぼ同じ時期に教育学者・伏見猛弥が子どもたちの人気番組として挙げた『月光仮面』、『名犬リンチンチン』、『スーパーマン』、『少年ジェット』(59～60年)などとほぼ重なっており⁽³⁷⁾、これらの番組がラインナップとして主に親しまれていたことが窺われる。

さらに、61年の滑川の調査は、こうしたテレビ番組の登場によって、子どもたちの映画に対する関心が低下していることも統計的に明らかにしている。調査規模が明記されていないものの、「映画を観に行く回数は変わらない」と答えた子どもは49.7%だったが、逆に「増えている」と答えたのはわずかに4%、「減った」と答えたのは44%だった。また、「映画に対する関心が変わらない」と答えた子どもは、73.3%だが、「増してきた」と答えたのは5.4%、「減った」と答えたのは19%で、60年代のテレビの台頭による映画の「斜陽化」が、子ども観客層にも変わらず及んでいることが明らかになっている。いずれにせよ、こうした60年代初頭の状況は、教育学者の寺内礼治郎が述べるように、「それは児童をとりまく児童文化財——児童文学・児童雑誌・まんが・ラジオおよび映画等——をテレビを軸にした立体化という形で、質的に再編成する働きを示した」と言えよう。滑川もまた、映画とともに漫画に対する関心が子どもたちの間で低下している調査結果を挙げ、「その原因を考えてみますと、テレビによって、子どもたちが持っているマンガに対する興味が、代置されているということが言えるのではないか」と言うが、そのことは別に、寺内による「子どもの好むテレビ番組は奇

しくも、まんがの内容と一致しています。[...]テレビとまんがは、今では相即不離の関係にあるわけです」、「子どもの生活全体が、映像的になっていることです」⁽³⁸⁾ という分析とも重なっている。テレビアニメーション登場の時期に、子どもたちの娯楽メディアは、まさにテレビを中心に再編されつつあったのである。

(2) テレビアニメーション登場以降

では、こうした子どもたちのテレビ視聴実態、あるいは子ども向けの劇場用映画は、テレビアニメーション登場以降の60年代半ばに変化はあったのだろうか。まずは後者から概観してみよう。例えば、64年の『キネマ旬報』では朝日新聞家庭部の記者・磯山浩による夏休みの子ども向け映画興行のルポルタージュを掲載している。同年7月には日活系で『鉄腕アトム』テレビ版の中の3話分を再編集した『鉄腕アトム 宇宙の勇者』(64年)、同じく東映系で「まんが大行進」(「東映まんがまつり」の前身のイベント)として『エイトマン ロボット007 光線銃レーダー』、『鉄人28号 ミラクル魔術団 海底基地』、『少年忍者風のフジ丸 謎のアラビヤ人形』、『狼少年ケン サーカスから来た仲間』、『忍者部隊月光』(すべて64年)と、テレビアニメーションを再編集した複数の劇場用アニメーションがイベント公開されていた。とはいえ、記事の冒頭で「ここ数年間、子ども映画はテレビに奪われっぱなし」とある通り、磯山によると、当時の子どもたちはもはや3~4ヶ月に一度しか映画館に行かなくなっていたという。ともあれ、磯山は『鉄腕アトム 宇宙の勇者』が上映された丸の内の日活系映画館の劇場内の様子を以下のように記している。

見ているうちに同じ手法の繰り返しが多く、画も荒っぽく、急に色彩に変わったりしたのには感心しなかったし、製作費も削られたんじゃないかとも思って苦笑した。セリフが妙に聞き取りにくく、また少年や幼児にはちょっと無理な漢語が飛び出すのもこまりものである。[...]

私の席の隣に親子四人づれがいた。しかし、じっと見ているのは母親だけで、子供はしょっ中、席を立て、ロビーへ水を飲みに行ったり、アイスクリームを買いに行ったりして母親にたしなめられていた。映画のストーリーが分っているの、つまらないのか、理解しにくいのか、そのへんのところは分らないが、いずれにしても子供特有の驚きとか、画面へのささやきみたいなものが館内で起らない。子供らしい熱っぽいふんいきがなかった⁽³⁹⁾。

なかなか辛辣な評言ではあるが、印象としては前節で見たテレビアニメーションの識者による評価とほぼ一致しており、これが当時のテレビアニメーション(とそれを再編集した劇場用映画)の受容態度の側面であったと考えられる。また、その後の67年にいたっても、「現在夏休みのたびに行なわれるアニメーション映画週間は、フル・アニメの本格的な作品がなく、テレビのマンガ映画をそのまま大きくしただけの粗雑な作品であることが多い」と映画評論家の佐藤忠男が述べるように、長期

休暇期間の年少観客たち向けの映画興行の中心は、ますますリミテッド・アニメーション技法で製作されたテレビアニメーションの、そのまた再編集版のようなもの（東映の「B作」路線）になっていた。それゆえに佐藤は、毎週末ごとの児童向け映画の上映プログラムを組むなど、興行形態の改善を促している⁽⁴⁰⁾。総じてテレビアニメーション登場以降の子ども向け劇場用映画は、テレビアニメーションの再編集版中心のプログラムに急速に収斂していき、なおかつそれが年少観客たちの「映画館離れ」を食い止める契機にもなりえていなかった様子が見て取れるだろう⁽⁴¹⁾。

では、一挙にブームを迎えた国産テレビアニメーションを中心とするテレビ番組における子どもたちの視聴実態を確認していきたい。ここで主に参照したいのは、以下の3つの調査結果である。(A) 雑誌『放送教育』64年9月号に掲載された小学校から高校まで100校の父兄を対象にした調査（実施時期不明）⁽⁴²⁾、(B) 65年6月初旬、名古屋市の小学生1000人を対象にした教育社会学者・木原健太郎による調査⁽⁴³⁾、そして(C) 文芸評論家・長塚杏子による『テレビと子ども』(68年)での報告⁽⁴⁴⁾である。

まず当時の子どものテレビ視聴時間であるが、(A)では子どもの一日のテレビ視聴時間のうち36.7%を占めた2時間が最も多く、翌年の(B)では2時間半を超えるという者が男子で全体の40%、女子で29.1%、1時間半以下は男子で23.5%、女子で32.9%という結果が出ている。対象年齢の範囲も調査規模もかなり異なるために厳密な判断はできないが、一つの指標として、60年代半ばの年少児童が1日に平均およそ1時間から2時間超をテレビ視聴に費やしていた実態が浮かび上がってくる。また、そこで挙げられている具体的な視聴番組だが、(B)では男女別に人気が高かった5本の番組が発表されている。それぞれ、男子は『鉄腕アトム』、コメディ番組『てなもんや三度笠』(62～68年)、テレビアニメ『スーパージェッター』(65～66年)、海外製テレビアニメ『科学少年J・Q』*Jonny Quest* (日本放送65年)、テレビアニメ『宇宙少年ソラン』(65～67年)。女子は『てなもんや三度笠』、コメディ番組『スチャラカ社員』(61～67年)、テレビドラマ『グーチョキパー』(64～68年)、『鉄腕アトム』、海外製テレビアニメ『トムとジェリー』*Tom and Jerry* (日本放送64～66年)。この結果は、(A)や(C)の調査結果ともほぼ共通していると言える。(A)では小学生父兄が子どもに観てほしい番組として、海外製番組『ディズニールランド』*Disneyland* (日本放送58～72年)などとともに『鉄腕アトム』や長編アニメーション映画『アラビアンナイト・シンドバッドの冒険』(62年)が多く挙げられている。対して、子どもに観てほしくない番組として、『狼少年ケン』や海外製短編アニメーション『ポパイ』*Popeye* (日本放送59～65年)が挙げられているが、いずれにしる、子どもたちがテレビ番組の中でアニメーションを最も多く視聴していたのは間違いのない。さらに60年代後半の(C)でも、小学2年生を対象にしたアンケートで男子はテレビアニメ『ちびっこ怪獣ヤダモン』(67～68年)、『巨人の星』(68～71年)、『アニマル1』(68年)、『ゲゲゲの鬼太郎』(68～69年)、女子はテレビアニメ『魔法使いサリー』(66～68年)、『おらぁグズラだど』(67～68年)、『あかねちゃん』(68年)、『リボンの騎士』などのアニメタイトルが挙げられている。長塚は、

「テレビ番組に「古典」というものがあるとすれば、その数すくないもののひとつが「鉄腕アトム」である。イマジネーションの豊かなこと、詩情のあること、作画の美しいこと、作る精神の高いこと、テーマソングのいいこと。[...]「アトム」はいわば優等生だった」と記しているが、テレビアニメーションが児童文化として本格的に浸透してきた60年代末には、『鉄腕アトム』はすでに親を含めた視聴者たちによってすでに一定の認知と評価を得ていたことがわかる⁽⁴⁵⁾。

いずれにせよ、これらの一連の調査から窺われるのは、60年代を通じて、児童を含む子どもたちの映像娯楽メディアの中心が、映画からテレビへ、中でもとりわけ無数の国産テレビアニメーション番組へと一挙に集約されていく過程であったと言える。その国産テレビアニメーション番組は、もはや「斜陽化」が決定づけられていた映画界においても、「再編集版」のイベント興行という形で児童向け映画興行を再編していき、ますます彼らをテレビアニメーションへ向かわせる契機となっていた。そうした60年代の児童文化におけるテレビアニメーションの氾濫と浸透が、70年代後半の青年層をターゲットにした「アニメ」ブームに繋がり、今日の「クール・ジャパン」へと至っていることを考えれば、この時代の年少観客・視聴者とテレビアニメーションとの関わりには、きわめて重要な意義があったと考えられる。

おわりに

本論で論じてきたことをまとめれば、以下のようなになるだろう。

本論では、日本の映画・映像産業が映画からテレビへと急速に移行していった60年代における、小学生の「児童」を中心にした年少の観客・視聴者層の映画・映像文化の受容の実態を文献資料から検討することを試みた。年少のオーディエンスとは日本の映画史及び映像文化史の中でもその黎明期から固有の受容の場を形成してきた重要かつ特殊な存在であり、その実態を60年代という激変する状況の中で総体的に捉えることは示唆的な意味を持ちうる。そして、本論がその中で注目した固有の映像ジャンルが60年代に台頭してきた「テレビアニメーション」を含むアニメーションである。戦前から始まる国産アニメーションの歴史は、50年代後半以降、東映動画の登場によって一挙に産業化され、また60年代初頭の『鉄腕アトム』の大ヒットにより、テレビアニメーションへと再編されていった。

その上で本論の論述が明らかにしえた論点は以下の3点にあるだろう。第一に、60年代の子ども向け映画が、「東映まんがまつり」をはじめとする長編アニメーション映画などのメディア・イベント興行によって成り立っていたこと。第二に、テレビの普及によって、テレビアニメーション登場までには年少観客の間でも「映画離れ」が急速に進み、60年代には「テレビっ子」の台頭をもたらしていたこと。そして第三に、国産テレビアニメーションは、その質的な低劣さなどを指摘されつつも、60年代の子どもたちにとって最もポピュラーな映像コンテンツとして人気を博し、また映画興行の

側面においても、その「再編集版」の上映という形でテレビアニメーションが用いられていったことである。そして、これらのテレビアニメーションは戦前からの国産アニメーションの慣習も一部で受け継ぎつつ、漫画や玩具、菓子といった多領域とのメディアミックスも伴いつつ、60 年代には児童文化の中心を占めるようになっていくのである。

ともかく、おそらくは 60 年代に児童の映像文化の中で築かれたこの未曾有の「テレビアニメーション文化」が、70 年代以降の青年層を含めた「第 2 次テレビアニメブーム」、さらには 80 年代の「ジャパニメーション」、21 世紀以降の「クール・ジャパン」へと発展していったのである。そのような現在の我々のポピュラーカルチャーの受容の実態を跡づける時に、激変していた 60 年代の年少観客・視聴者の姿を探ることは、日本の映画・テレビ・アニメーションといった複数の映像メディアのオーディエンス史研究のみならず、関連する教育社会史や児童文化史、大衆文化史などなど、多様な領域からも少なからぬ示唆をもたらすものとなるだろう。

(附記)

・本稿は、文部科学省科学研究費補助金（若手研究 B）「戦後日本映画における児童観客の実態調査」（代表者：渡邊大輔、研究課題番号：26870620）の調査研究成果の一部である。

注

- (1) 田中純一郎『日本映画発達史 V——映像時代の到来』中公文庫、1976 年、209 頁。
- (2) 本論では「児童」「子ども」「年少」といった同種の複数の語を使用している。そのうち、「児童」は、6～13 歳までの小学生、「子ども」「年少」といった場合、それより上の中学生（13～15 歳）くらいまでの未成年者をおおまかに意味することにした。「児童」という用語自体、学校教育法や道路交通法では 6～13 歳、児童福祉法では 18 歳未満と、基準とする法制度によって微妙に対象範囲に違いがある。
- (3) 例えば、1912 年には東京市内の年間映画観客数約 850 万人のうち、実に 30～40%が児童の観客であった。永嶺重敏『怪盗ジゴマと活動写真の時代』新潮新書、2006 年、23 頁。
- (4) 板倉史明「映画館における観客の作法——歴史的な受容研究のための序論」、黒沢清他編『日本映画は生きている 第 1 巻 日本映画は生きている』岩波書店、2010 年、227～249 頁。
- (5) 山口且訓・渡辺泰『日本アニメーション映画史』有文社、1977 年、第二部第一章、第一章などを参照。
- (6) 例えば、当時の言説として、岡田晋「現代っ子とマンガ映画を考える——その豊かな発展のためのビジョンを求めて」、『キネマ旬報』8 月上旬号（第 420 号）、キネマ旬報社、1966 年、38～44 頁などを参照。
- (7) 大澤浄「映画教育運動成立史——年少観客の出現とその困い込み」、加藤幹郎編『映画学的想像力——シネマ・スタディーズの冒険』人文書院、2006 年、205～239 頁、上田学「明治 40 年代の都市と<子供>の映画観客——汽車活動写真館を手がかりに」、『映像学』第 78 号、日本映像学会、2007 年、5～22 頁、渡邊大輔「日本映画における児童観客の成立——戦前期の映画教育運動との関わりから」、日本大学大学院芸術学研究

科博士後期課程芸術専攻学位取得論文、2011年など。

- (8) 板倉史明「「無垢」な観客と「洗練された」観客——初期映倫時代1949—56年における隠喩的描写法」、加藤幹郎監修、杉野健太郎編『映画学叢書 映画のなかの社会／社会のなかの映画』ミネルヴァ書房、2011年、151～169頁、渡邊大輔「「観客の時代」の子ども——1950年代日本映画における年少観客の受容動向と観客調査」、『演劇研究』第38号、早稲田大学坪内博士記念演劇博物館、2015年、55～71頁など。
- (9) 東映動画に関しては、赤星政尚「東映動画の研究」、御園まこと監修『図説テレビアニメ全書』原書房、1999年、215～218頁。牧野守「東映動画の誕生に至る経緯とその歴史的背景」、日本アニメーション学会編『アニメーション研究資料 Vol.1 東映動画の成立と発達』日本アニメーション学会、2002年などを参照。
- (10) アニメーション研究における観客論研究については、以下の論文がまとまった概説を行っている。池上賢「アニメ・オーディエンス（視聴者 - 消費者）の分析に向けて——ディコーディング・日常・アイデンティティ」、小山昌宏・須川亜紀子編『アニメ研究入門——アニメを究める9つのツボ』現代書館、2013年、149～172頁。
- (11) 60年代日本アニメーションにおいては、他に57年から製作が開始された<学習研究社>による人形アニメーションをはじめとした児童向けアニメーションがあるが、本論では検討できなかった。今後の課題としたい。
- (12) 木村智哉「テレビアニメーションの国産化と初期事業の形成——一九六〇年代日本のアニメーション制作会社とテレビ局を例に」、谷川健司・須藤遥子・王向華編『東アジアのクリエイティヴ産業——文化のポリテクス』森話社、2015年、230～233頁を参照。
- (13) 「テレビ映画の割当と外貨状況」、『月刊テレビジョン・レポート』2 - 12、1959年12月、中央通信研究所、16頁。
- (14) 古田尚輝『『鉄腕アトム』の時代——映像産業の攻防』世界思想社、2009年、69頁。
- (15) 大橋雅央「昭和三〇年代のCMアニメーション制作——CMアニメーションに見る関西アニメーション産業の姿」、高野光平・難波功士編『テレビ・コマーシャルの考古学——昭和三〇年代のメディアと文化』世界思想社、2010年、79～105頁、津堅信之『テレビアニメ夜明け前——関西アニメーション興亡史』ナカニシヤ出版、2012年。
- (16) 例えば、津堅信之「アニメの歴史」、高橋光輝・津堅信之編著『アニメ学』NTT出版、2011年、24頁。
- (17) 浅野俊和「「動かないアニメーション」の誕生——『鉄腕アトム』がもたらしたもの（1）」、『兵庫大学短期大学部 研究集録』第35号、兵庫大学短期大学部研究集録編集委員会、2001年、1～9頁、同「アニメーション文化の「不幸な始まり」——『鉄腕アトム』がもたらしたもの（2）」、『VERA—真理と科学—』第8号、兵庫大学短期大学部附属総合科学研究所、2001年、277～291頁、同「フィルムは生きているのか——『鉄腕アトム』がもたらしたもの（3）」、『兵庫大学短期大学部 研究集録』第35号、兵庫大学短期大学部研究集録編集委員会、2002年、11～20頁、津堅信之『アニメ作家としての手塚治虫——その軌跡と本質』NTT出版、2007年、桑原圭裕「アニメーションにおける音と動きの表現——『鉄腕アトム』を中心に」、『アニメーション研究』第9巻第1号A、日本アニメーション学会、2008年、25～32頁。
- (18) 前掲『『鉄腕アトム』の時代』、68頁。64年に、東映動画の企画担当だった原徹は、テレビアニメーション界を指して、「肥った豚」と表現している。原徹「アニメーションは肥った豚」、『映画評論』8月号、映画出版社、1964年、90～91頁。
- (19) 「東映まんがまつり」については、浅野俊和「<長編漫画映画>の誕生と終焉——「東映まんがまつり」の

- 社会史」、『中部学院大学・中部学院短期大学部研究紀要』第 5 号、中部学院大学総合研究センター、2004 年、57～65 頁、同「新聞広告に見る「東映まんがまつり」の成立と変容——子ども向け映画興行の社会史」、『児童文学論叢』第 11 号、日本児童文学学会中部支部、2006 年、1～13 頁。「東宝チャンピオンまつり」に関しては、「スクリーンにかかったテレビアニメ」、『動画王』第 7 号、キネマ旬報社、1998 年 12 月などを参照。
- (20) 磯山浩「母と子が映画に求めるもの——企画のテレビ依存を脱却せよ」、『キネマ旬報』9 月下旬号、キネマ旬報社、1967 年、44～47 頁。また、同「子ども映画の貧困をつく」、『キネマ旬報』9 月下旬号（第 373 号）、キネマ旬報社、1964 年、26～30 頁も参照。
- (21) 藤川治水「鉄腕アトム論」、『思想の科学』第 19 号、思想の科学社、1963 年 10 月、74～92 頁。
- (22) 実際に、当時の東映動画の長編アニメーションが「名作もの」を原作としていたのは、「文部省の特選狙い」だったことを当事者が後に証言している。西沢信孝「東映動画の方針と今後の動向」、『キネマ旬報』8 月上旬号、キネマ旬報社、1997 年、51 頁。
- (23) 前掲「新聞広告に見る「東映まんがまつり」の成立と変容」、2 頁以下を参照。
- (24) Marc Steinberg, *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*, University Of Minnesota Press, 2012. マーク・スタインバーグ『なぜ日本は<メディアミックスする国>なのか』大塚英志監修、中川譲訳、角川 E P U B 選書、2015 年。
- (25) 押川義行「わんぱく王子の大蛇退治」、『キネマ旬報』4 月下旬号（第 337 号）、キネマ旬報社、1963 年、80～81 頁。
- (26) 山田和夫「現代的なテーマをもちこんだ力作」、『キネマ旬報』8 月上旬号（第 474 号）、キネマ旬報社、1968 年、57 頁、佐藤忠男「太陽の王子・ホルスの大冒険」、『キネマ旬報』9 月上旬号（第 477 号）、キネマ旬報社、1968 年、65 頁。
- (27) 小倉真実「わんわん忠臣蔵」、『キネマ旬報』2 月下旬号（第 359 号）、キネマ旬報社、1964 年、161 頁。『わんわん忠臣蔵』については、森卓也も消極的な評価を下している。森卓也『『わんわん忠臣蔵』——“アニメ以前”と“アニメ以後”と』、『映画評論』3 月号、映画出版社、1964 年、60～61 頁。
- (28) 森卓也「国産テレビ・アニメの展望 TV にアニメーションは必要か?」、『映画評論』5 月号、映画出版社、1964 年、56～59 頁。
- (29) 例えば、『アニメ作家としての手塚治虫』の津堅信之は、同じ『映画評論』に掲載された森卓也や岡田恵美子の評論を参照しつつ、『鉄腕アトム』の技術的な側面について好意的評価を下している点に注目している。だが、ここで参照されているのは、いずれも同作放送直前・直後の 63 年のものであり、60 年代半ば以降に評価が変化していったことについては触れられていない。前掲『アニメ作家としての手塚治虫』、183 頁以下を参照。
- (30) 森卓也「「ガリバーの宇宙旅行」——東映動画における「幻想」の限界」、『映画評論』6 月号、映画出版社、1965 年、86～87 頁。
- (31) 薄井昭夫「“詩”を忘れたテレビ・マンガ」、『キネマ旬報』6 月上旬号（440 号）、キネマ旬報社、1967 年、126～127 頁。
- (32) 藤木秀朗「「大衆」としての映画観客」、ミツヨ・ワダ・マルシアーノ編著『「戦後」日本映画論——一九五〇年代を読む』青弓社、2012 年、121～142 頁。
- (33) 佐藤卓己『テレビ的教養——億総博知化への系譜』N T T 出版、2008 年。
- (34) 日本放送作家協会児童文化部会編『放送児童文化論——児童番組の教育的研究』黎明書房、1964 年、101 頁。

- (35) 以下の滑川の引用はすべて滑川道夫『テレビと子ども』牧書房、1961年を参照。
- (36) 評論家・加太こうじによれば、1962、63年を境に、子どもたちの人気番組が生放送のスポーツ中継番組からテレビアニメーションに移行したという。加太こうじ「今日の児童文化状況——テレビマンガと復古調の娯楽雑誌を通して」、『学校図書館』第221号、全国学校図書館評議会、1969年3月、9～14頁。
- (37) 伏見猛弥「テレビと子ども——その功罪」、『教育と医学』第7巻第7号、慶應通信株式会社、1959年、19～23頁。
- (38) 以上までの引用は、寺内礼治郎「テレビ・マンガの楽しさの分析——楽しい授業への示唆」、『児童心理』第16巻第11号、金子書房、1962年11月、68～73頁。
- (39) 前掲「子ども映画の貧困をつく」、26頁。
- (40) 佐藤忠男「分裂・多様化した観客層」、『キネマ旬報』9月下旬号（第449号）、キネマ旬報社、1967年、40～43頁。
- (41) とはいえ、当時の年少観客と映画との関わりは一般的な映画館だけではなくたことも重要である。例えば、69年になっても、京阪神地区では移動映写機を使って小学校の体育館などでディズニー映画や東映の教育映画などの巡回映写活動を行っており、その興行利益が映画館側の経営を補填する仕組みにもなっていた。この点の実態の調査検討は今後の課題としたい。「現場シリーズ座談会⑥ 京阪神の声を聞いてくれ」、前掲『キネマ旬報』5月上旬号、55～61頁。
- (42) 「テレビ家庭視聴 アンケート 子どもに見せたい番組 見せたくない番組」、『放送教育』、日本放送教育協会、1964年9月、52～65頁。
- (43) 木原健太郎「映像文化と子どもの読書」、『学校図書館』第188号、1966年6月、15～20頁。
- (44) 長塚杏子『テレビと子ども』明治図書出版、1968年。
- (45) 前掲『テレビと子ども』、161～162頁。