

論文

1950年代の日本のテレビ・コマーシャル におけるアニメーション表現の動向

竹内幸絵[†]

要約：本稿の目的は、民間テレビ局が開局した1953年から数年の間テレビCMの多くを占めたアニメーションによるCMの実態を検証すること、そしてこれを当時の社会がどのように受けとめたか、その後の広告にどのように接合したのかについて考証することにある。最初の卓越したアニメCMの表現は、戦後開発された人形アニメの技術によってもたらされた。戦前からのアニメ映画の制作人材は、多数のフルアニメーションによるテレビCMを制作したが、これは小さな画面をもつテレビの媒体特性に適さず、開局から3年余りで問題視されはじめた。一方アニメ界の先導者らは、海外で少し前から始まっていた脱ディズニーを標榜した表現群を知り、制約のない本来の自由な表現による「アニメ独自の芸術性」を志向していく。こうした中で1958年にテレビCMにおいてアニメ独自の表現が初めて実現する。日本教育テレビの開局（1959年）直後の特殊な番組がこの新しいアニメ表現を放映し、これをきっかけとしてアニメ独自の表現への社会的な認識が広まっていった。

キーワード：テレビCM、人形アニメ、テレビ番組「半常識の眼」、アニメーション三人の会

目次

1. はじめに：日本の広告の激変期 1950年代
2. 黎明期のテレビCMの実態
 - 2-1. 生コマーシャルとアニメから始まったテレビCM
 - 2-2. 先導者となった人形アニメCMの卓越
3. 映画界の動向とアニメCMへの問題意識
 - 3-1. 企業化するアニメ制作会社とテレビCM
 - 3-2. アニメCMへの批判「一番新しい手段でありながら、一番古くさい」
 - 3-3. アニメ映画界の動向：ディズニーの呪縛への反旗
 - 3-4. 1950年代に注目された欧米アニメの新潮流、反ディズニーのアニメ作品
 - 3-5. 寿屋 アンクル・トリスCMの誕生
4. テレビ番組「半常識の眼」と実験アニメの挑戦
 - 4-1. 名取洋之助が企画した日本教育テレビ「半常識の眼」
 - 4-2. 草月アニメーション三人の会とテレビCM
5. おわりに：アニメ映画とテレビCMアニメの芸術性

[†]同志社大学社会学部教授

*2023年9月29日受付、2023年9月30日掲載決定

1. はじめに：日本の広告の激変期 1950年代

占領期終了の翌年、1953年の8月28日の11時20分、民放テレビ局第一号の日本テレビが開局した。これにより「動く映像としての広告（コマーシャル）が、我々の家庭にはじめて現われた。まったく新しい広告形態の登場である」⁽¹⁾。いよいよテレビ・コマーシャル（以降CMと表記）の放送が始まった。これらに先んじた1951年6月には印刷広告媒体のデザイナー団体「日本宣伝美術会」も発足し、戦後の活動を本格化している⁽²⁾。日本の広告の激変期であるこの1950年代の広告が本稿の主題である。

1953年の開局から1960年前後までの数年で、未知数のニューメディアだったテレビ電波媒体は大きな影響力を持つ存在となっていく。この間、新参者の広告として、テレビCMは人々に何を見せどのように立ち振る舞ったのだろうか。戦前に萌芽し、戦中には「文化映画」として一般映画館での上映機会を得た動く広告、「広告過ぎない広告映画」⁽³⁾は、戦後のテレビCMにいかに接続したのだろうか。

以下では産声を上げてから数年のテレビCMの実態を、当時の制作者らの証言や文書資料、および実際の広告表現の特質をもとに検証していく。特に先駆的で次代を先取りしていたと考えられるテレビCMを調査し、その表現が制作され受け入れられた背景、制作者と関係者らの問題意識、そしてそうした表現の継承と変化を検証し考察する。本稿表題にあるとおりこの時期に興隆したのはアニメーション（以降アニメと表記）によるCMである。そこで本稿は戦前から存在したアニメ映画にも着目し、この近接する媒体と黎明期のテレビCMとの関係性や、表現の違いを視野に収めつつ検証をすすめる。以上の視点からテレビCMの黎明期の胎動のさまを歴史化し、そこからみえてくるテレビCMと社会との関係を考察するとともに、こうしたメディア表現の変化をどう理解すべきか、という問いに答えることが本稿の目的である。

2. 黎明期のテレビCMの実態

2-1. 生コマーシャルとアニメから始まったテレビCM

まずテレビ以前の広告界の状況を確認しておこう。電通が1950年に発行した書籍は敗戦後数年の国内広告費の推移について以下のように示している。

広告関係機関の推計したところでは、廿二年には約廿億円、廿三年には六十億円、廿四年は百五億円という数字がわが国の広告費の総額であり、その中の八割程度が新聞広告費、これに次ぐものは雑誌広告と見られている…総額の増加が著しいにも拘わらず、新聞広告の占める比率はほとんど一定⁽⁴⁾

また1951年の状況を、新井静一郎は「全国的な広告活動の舞台の中で、最も主要なしかも総費用の大半を占める新聞広告費の内容を少し検討して見ると、そのまた大半が東京・大阪の主力紙と、地方の二、三の有力紙に集中」⁽⁵⁾と語っている。このように占領下にあった数年にも広告費総額は年々倍増し、戦前と同様最大の広告媒体は新聞で、その大半は東阪の主力新聞に掲出されていた。しかし冒頭の引用の後段には以下の予想文が続く。「…近く民間放送の開始とともにラジオ広告が展開されたならば、恐らく雑誌広告を凌ぐ地位になるであろう」。



図1 生コマーシャルの実例

1951（昭和26）年の9月1日、日本初の民放ラジオの中部日本放送と新日本放送（大阪）が開局し音声による広告放送が始まった。その2年後の1953年8月、初の民放テレビ局、日本テレビが開局する。この月に電通に入社し「東京本社ラジオ・テレビ局」に配属された内藤俊夫は、最初期のテレビCMについて「スタート時は生CMが圧倒的に多く、全CMの九割近く」

を占めたと証言している。生CMとは「スタジオ内にちょっとしたセットを組んで商品を展示、アナウンサーにメッセージを読んでもらう」実演によるCMのことだ【図1】⁽⁶⁾。今日でもローカル局のバラエティ番組等でみられるが数は少ない。同じ内容を再度放映出来ない生CMは今日では傍流となったが、テレビCMの最初期には「人間そのものの動きであり、訴えでありますから、テレビ・コマーシャルの中では最も信頼度が高い技法」「アナウンサーの生きた表現成り声なりがそのまま視聴者に伝わりますから最も親しみをもたれた迫力のある訴えをすることができ」⁽⁷⁾と、信頼され多用された。

内藤はスタジオで操作する紙芝居のような生漫画CM、「漫画といっても静止画像」の存在も語っている。これは「初期におなじみの手法で、番組の途中で…厚紙（フリップ）やスライドフィルムに絵と文字を描いて映すだけの…安上がりな方法」⁽⁸⁾だった。紙ではなくスライド「ポジティブフィルムを使って放送する」ものもあり、これは厚紙より「画面が鮮明ですが、制作に手間がかかり費用がかさ」んだが、ライト焼けしないため長期間同じ画が使われた。たとえば「やなせたかしさんの四コマ漫画の原画を16ミリフィルムで絵だけ三十秒撮り…何番の絵と何番の音楽を組み合わせると今回は放送する」などがあったという。記録に残る例を見ると、こうした静止画CMには当時のポスターと近いデザインが使われたようだ【図2】⁽⁹⁾。

そして内藤は主流ではなかったフィルムCMについても語っている。「漫画と実写が



図2 静止画CMの実例

あり」, 総じて「フィルムのCMでは…漫画, アニメーション」が多かったという。理由の一つは「当時の技術面での背景があったのです。その頃のブラウン管の精度からすると, 実写よりもアニメーションの方が安定した画面が期待できた」, つまり放送画像が不鮮明だったため実写よりも明暗が鮮明なアニメが選ばれた。さらに「人材面でのネックも大きかった…当初は映画の仕事に携わっていた人たちがテレビCM作りにも流れてきていましたが, そうした人たちにとっては, 三十秒とか六十秒といった短い時間で何らかのメッセージを伝えなくてはいけないことには相当面くらったと思います。そんなわけで, テレビCMの実写の技術が確立されるまでには, かなりの時間がかかり, テレビCMスタート時点では, 実写は不振でした」⁽¹⁰⁾。このように初期のフィルムCMは「撮影・編集技術の未熟, タレントの不慣れ, 演出の力不足, それに制作予算の貧しさなどの悪条件が重なって実写はふるわず」⁽¹¹⁾アニメが多かった。以降アニメ主流の傾向は, 本稿が扱う1950年代を通して継続する⁽¹²⁾。

大橋雅央はアニメ業界にはこの「TVCMの出現によって生じたアニメーション映像の大幅な需要増」が, 「産業としてアニメーションが確立して来る上で最もインパクトのある出来事」だったとし, これが無ければ「おそらく今日の隆盛もありえなかった」と考察している。「困窮の中, アニメーション制作から離れる者も少なくなかったこの時代…突如として現れたTVCMという存在は, まさに救世主と呼ぶにふさわしいものであった」のだ。大橋はさらに「日々TVのブラウン管から流れてくる数多くのTVCMアニメーションはアニメーションというメディアを日本人にとってより身近な存在へと引き上げたであろうことも想像に難くない」⁽¹³⁾と, 最初期のテレビCMが, アニメという表現に対する日本人のリテラシーを引き上げたことも指摘している。今日世界を魅了する日本のアニメの戦後の再スタートを, テレビCMアニメの需要が担っていたという史実を視野に収めつつ, 次節では実際にどのようなテレビCMアニメがなぜ放映されたのかをみてきたい。

2-2. 先導者となった人形アニメ CM の卓越

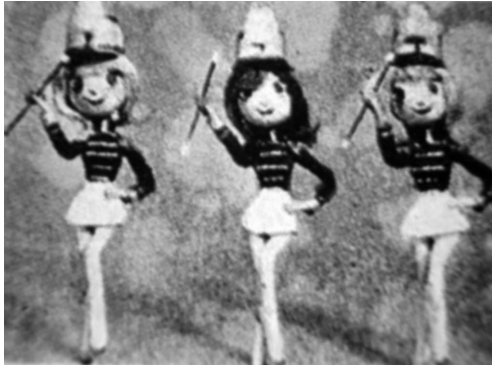


図3 ミツワ石鯨（丸美屋）三人娘の人形アニメ CM

今日ではアニメというと平面に描かれた画を動かす印象が強いが、「アニメート」はモノを動かすことを指すので本来表現の幅はより広い。そして黎明期のテレビ CM で卓越した表現をいち早く実現したのは描画アニメではなく人形アニメ、人形を少しずつ動かしコマ撮りしていく手法だった。加藤秀俊監修の『CM25年史』は、黎明期のアニメ CM の情勢を「数からいえば線画もののほうがずっと多かったが、当初数年はいずれも似たり寄つたりの稚拙なのが大半、質的には人形 CM のほうがはるかにまさっていた」⁽¹⁴⁾と描写している。筆者自身、黎明期のテレビ CM 研究に着手したばかりのころ、ある人形アニメ CM の質の高さに驚かされた。ミツワ石鯨（丸美屋）の三人娘の人形アニメ CM 【図3】である。テレビ CM 誕生の翌1954年という放映の記録⁽¹⁵⁾を筆者は最初疑ってしまった。それほどまでの同時代の実写や描画アニメ CM とは一線を画す洗練の理由の一つは、三木鶏郎作の印象的な音楽と、「ワ、ワ、ワ、ワが三つ」の歌詞と三人娘が持つ輪という掛詞の巧みさである。しかし人形の踊りやバトンや輪の動き、可愛らしく印象的な三人娘の表情の完成度などデザイン性の高さもたらず強い印象も突出している。黎明期のテレビ CM の表現レベルを間違いなく引き上げたこの CM は、どのような制作陣がどういう経緯で制作したものだったのだろう。前出加藤の書は「当時人形アニメを一手に引きうけていたシバプロダクション技術陣の努力に負うところが大きい」⁽¹⁶⁾と書いている。シバプロダクションは1958年設立なので、正確にはその前身の組織「NGプロ（人形芸術プロダクション）」^{いいざわただす ひじかたしげ}の飯沢匡と土方重

み ^{もちながただひと かわもときはちろう} 巳、持永只仁、川本喜八郎が最初期のミツワ石鯨のアニメ CM の制作陣である。彼らの仕事歴と発言、思考をさぐっていこう。

主導者は劇作家として知られる飯沢⁽¹⁷⁾である。飯沢らが人形アニメ制作を手掛ける経緯は以下のようなものだ。1948年に東宝を退社したグラフィック・デザイナーの土方と川本は、朝日麦酒の新聞広告に「ほろにが君」【図4】を描いていた。1950

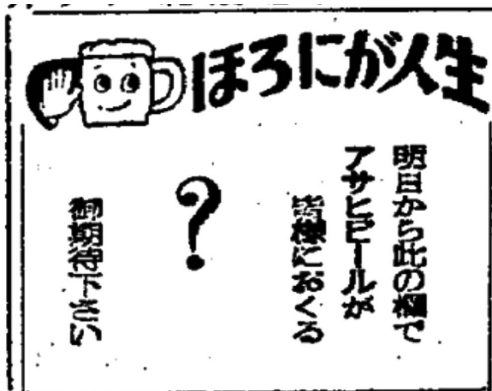


図4 「ほろにが人生」アサヒビール新聞広告



図5 『ほろにが通信』(13)表紙 1951年9月 朝日麦酒 人形:川本喜八郎 装置:吉岡裕司 衣裳:下村節子 写真:狩野優 カット:土方重巳



図6 『ロビンフッドの冒険(トッパンのストーリーブック 2)』表紙 人形絵本 トッパン 1952年

年に朝日麦酒のPR冊子『ほろにが通信』が創刊されると川本が「ほろにが君」を人形として創作し1951年第5号(昭和26年2月号)以降の表紙となる【図5】⁽¹⁸⁾。同誌の同年9月号には文学座の演出者という肩書で飯沢匡のエッセイが掲載されているが⁽¹⁹⁾、朝日新聞社に籍があった飯沢は、副業として同社の宣伝にも携わっていた⁽²⁰⁾。当時絵本の演出も手掛け、人形劇にも強い興味を抱いていた飯沢は、彼らに人形絵本の出版を提案、3人で人形絵本【図6】をトッパンから出し成功する⁽²¹⁾。このような中に1953年8月、民放テレビの開局に合わせたかのようなタイミングで、中国で人形アニメ制作の実績を積んだ持永が帰国し合流する。こうして動く人形アニメの制作が始まるのである。

1953年に制作した初めての人形アニメの制作について土方はこう具体的に証言している。「映画館で劇映画の合間に上映するアサヒビールのPR映画〈ほろにが君の魔術師〉を三田のスタジオで撮影した。飯沢氏の演出で、人形は川本氏が作り、ちょうどその頃、戦後も中国に残って上海で人形映画を作っていた持永只仁氏夫妻が帰国…指導を受けながら川本氏も人形をアニメートした。人形の首や手足に入れるボールベアリングの関節も、持永氏が上海から持って帰ったもの…私はこの時、絵コンテなどを描いたが、戦後の日本で初めて作られたアニメーションの人形映画であろう」⁽²²⁾。渡辺泰は1953年の60秒の「ほろにが君とみつ子さん」を最初の人形アニメ⁽²³⁾としており、前衛芸術家グループ「実験工房」の一員だった秋山邦晴も「みつ子さん」を持

永の日本での第一作アニメと後述し、『キネマ旬報』もこれを「日本人形アニメの嚆矢」⁽²⁴⁾と紹介していて川本の証言と食い違う。第一作がどちらかなのかはさておき、テレビCM元年の1953年に、テレビ用と劇場用のアサヒビールのための人形アニメが制作されたことは確実である。

「日本の人形劇アニメーションは、持永只仁を出発点として展開してきた」「このひと



図7 ニッカの熊 人形アニメ CM

によって人形アニメーションという未知の世界が開拓され、その技術が創りだされていった』⁽²⁵⁾と秋山が称す持永は、戦中は描画アニメに携わっていた。持永が人形アニメ創作を始める経緯は複雑である。東京神田生まれの持永は、日本美術学校図案科で学んだ後、瀬尾光世の芸術映画社で「桃太郎の海鷲」の技術構成で頭角を現した⁽²⁶⁾。横山隆一原作の「フクちゃんの潜水艦」⁽²⁷⁾（朝日映画：1944年10月）の制作にも演出者として参画した⁽²⁸⁾が、東京空襲で焼け出され⁽²⁹⁾健康を害し、1945年5月夫人の両親が住む満州にわたる。7月に満映に入社するもすぐに敗戦。満映が接収され抑留され、内田吐夢、木村壮十二らとともに中国の民衆啓発のためのPR映画等を制作する。このとき「中国共産党の指導者」が「中国の人形劇を再興するために、何とかこれを映画にする方法はないだろうかと考えた」⁽³⁰⁾ことから人形映画の研究を始めたという。デザイン用の関節の付いたモデル人形をヒントに関節人形を独自に開発、1953年⁽³¹⁾に帰国し飯沢と合流。飯沢は「『持永の手にかかると、人形は実に見事に生きるが如く動く』とっている」⁽³²⁾。1954年には『人形芸術プロダクション』（NGプロ）として先の【図3】、丸美屋のミツワ石鹸をはじめニッカの熊のテレビCM【図7】の制作を開始するのである。

土方は1954年にテレビ用人形劇映画「ほろにが君テレビの巻」を作成した⁽³³⁾と証言しているが、NGプロの制作はCMを皮切りにNHK等の人形劇に広がっていく。1956年からはトッパンの人形絵本で1954年からキャラクター化していたブーフーウーを用いて番組制作を始め、1956年にはビールの歴史を描いたPR映画人形アニメ「ビール



図8 「ビールむかしむかし」朝日麦酒のPRアニメ、1956年、カラー

むかしむかし」【図8】でキネマ旬報昭和31年度短編映画ベスト九位、第二回全日本PR映画コンクールで通産大臣賞⁽³⁴⁾などを受賞、1958年のシバプロダクションの設立へとつながっていく。

人形アニメCMがこのような稀有なスタートを切った経過に改めて注意を払っておきたい。日本国内で国威発揚アニメの制作に参画していた持永が、敗戦後、中国の民衆啓発映画のために中国の人形劇を参照

して確立した人形アニメの技術が、帰国後教育絵本を製作していた飯沢らの布陣と出会い、人形アニメCMが生まれた。つまり戦後編み出された独自の創作ルーツを持ち、啓蒙や教育活動に用いられた人形アニメが、日本のテレビCMという新たな舞台において、他の描画アニメCMを圧倒する表現を実現したのである。これはなぜだったのか。他のアニメとは何が異なっていたのか。次節では多数を占めた描画アニメCMが辿った道を検証していこう。

3. 映画界の動向とアニメCMへの問題意識

3-1. 企業化するアニメ制作会社とテレビCM

最初期のテレビCMの洗練を人形アニメが先導していたころ、つまり1950年代半ば、日本の映画界ではアニメ制作の企業化が進んでいた。最大の動きは「東映動画」の設立（1956年8月）である。描画アニメCMの動静を知るためにはこの動きに着目する必要がある。



図9 「白蛇伝」東映動画 1958年10月 カラー

1955年3月、東映は劇場用とテレビCMの需要を見越して漫画映画製作の企業化のための研究を開始、日動映画の200人超の人材を丸ごと吸収して東映動画を発足した。日動映画は、柳瀬次郎が1952年に設立したTCJ（日本テレビジョン株式会社）⁽³⁵⁾とともに最初期のアニメCM制作を担った制作会社だった⁽³⁶⁾。古田尚輝は東映動画に吸収される直前の日動映画社の製作能力は「テレビ・コマーシャルが一ヶ月

10本」に及んでだと分析している。東映動画となって以降も「テレビ・コマーシャルを年に200本以上製作」⁽³⁷⁾し続けた同社は、1958年10月に最初のカラー長編アニメ「白蛇伝」【図9】を封切り、以降1年にほぼ1本の割合で長編映画を製作する。長編映画とテレビCMの制作を二大事業として抱えた東映動画の設立経緯や制作者らの出自はどのようなものだったのだろうか。

東映動画の前身である日本動画の設立は、複数の合従連衡⁽³⁸⁾を間に挟み、敗戦直後の1945年10月に設立された「新日本動画社」（翌年社名は「日本漫画映画社」に変更）まで遡ることができる。敗戦後2か月という不自然に早い設立の背景にはGHQの圧によるアニメ制作者らの集結があった。秋山はこれについて「占領軍がこちらで考える以上にアニメをプロパガンダに有効な手段であると認めて敏感…才能をもった動画作家た

ちをバラバラにして目の届かない状態にしておく危険だから、一カ所に集められ、およそ100人が集結したと述べ、これは「戦前の『寺子屋式』」の職人主義、「我ひとりの名人芸…悪い意味での“職人的”秘密主義」だったアニメ制作者らにとって「日本のアニメ史上空前の出来事」⁽³⁹⁾であったと指摘している。古田も戦前の「文化映画」にアニメーションが急増した事、国家のメディア戦略として65万人も動員したという「桃太郎の海鷲」(1942年)、「桃太郎 海の神兵」(1945年3月)等をGHQが警戒し、「漫画制作者を監視、統括したいというGHQの意向が働いて」「戦前は一カ所に集結したことのない漫画映画制作者が大挙して」日本映画社に集う契機となったと総括している。

ここで戦中から東映動画発足までの関連事象の流れを振り返ってみよう。まず戦時期、板垣鷹穂が「文化映画」に「宣伝映画」を含めたことが、企業広告の意図を含んだ短編「文化映画」が劇場で上映される契機をつくった⁽⁴⁰⁾。その「文化映画」の一翼を、アニメによる国策プロパガンダ映画が担った⁽⁴¹⁾。長編「文化映画」と呼ばれたアニメ「桃太郎 海の海兵」は、その集大成といえる。このように戦時期「アニメ文化映画」の制作で糊口をしのいだ制作者らが、戦後GHQの意向による企業化で参集する。そこにテレビCMアニメの特需が起き、東映動画の発足に至った。

この流れからまず気づくのは、この間のアニメCMの傍らに常に「教育普及」があったことだ。これは人形アニメが中国の民衆啓発教育から始まり、テレビCMでの活躍の直後にNHK教育テレビに進出していく流れとも共通している。アニメと子供の親和性と捉えることもできるが、底流するのはアニメ＝教育（文化映画、プロパガンダ）＝広告（テレビCM）の3者の近接性である。わかりやすくメッセージを伝えるという同じ要求をもつ戦時の文化映画とテレビCMの需要をアニメが満たしたのだ。

そして、この史実は、生CMも実写フィルムCMも暗中模索の状況下にあった民放テレビの開局直後、アニメCMにだけは、戦中の「アニメ文化映画」の人材がノウハウを持ち込めたことをも示している。「アニメ文化映画」の制作者らは、実写劇の映画制作経験者よりもテレビCMの短い尺に馴染んでいた。文化映画はほとんどが短編だったし、アニメは大量のセル画を必要とする性質上の困難から、そもそも短編が多かった。映画研究者の津堅信之は、最初期のテレビCMアニメの制作者について「戦時中から終戦後の昭和20年代にかけて、細々とアニメーション制作に関わってきた者たちが中心であり、その『下地』があったからこそ、テレビCM制作黎明期に対応することができた」⁽⁴²⁾と分析している。この流れが最初期のアニメCMの量的興隆を導いた。

ではこうした経歴を持つ彼らはどのような表現を制作したのか。重要なことは、戦中のアニメ制作者が目指した理想形が、ディズニーが実現した滑らかな動きを持つフルアニメーションだったことである。「桃太郎 海の海兵」【図10】は、堀ひかりによれば、



図10 瀬尾光世「桃太郎 海の海兵」1945年4月 白黒

日本の海軍がアメリカの輸送船から接收し1942年から43年にかけて軍と映画関係者に限定して公開したディズニーの「ファンタジア」に多大な影響をうけたという。堀はこれを「『海の海兵』でのフルアニメーション技術の追求」⁽⁴³⁾と表現している⁽⁴⁴⁾。この「ディズニーの芸術性」を理想とした戦中からの人材が、戦後のテレビCMアニメの制作になだれ込んだ。それは、東映動画初代社長大川博の発言、「東洋のディズニーを目指す」に込められた「ディズニーの芸術性」を目指す強い意欲からもみてとれる。

当時の日本のアニメ界にとって、長編カラー・フルアニメーションの制作は大冒険だった⁽⁴⁵⁾。津堅の形容を借りれば「木造一戸建て専門の大工がいきなり鉄筋コンクリート五階建て商業ビルを造るようなもの」⁽⁴⁶⁾だった。しかし累積赤字を抱えた東映を、厳格な予算管理と制作者の創意工夫によるコストカットで乗り切った手腕を持つ辣腕経営者⁽⁴⁷⁾大川には、この冒険に勝算があった。それは「テレビコマーシャル動画は現在小規模な工場で作られている…大きなスタジオでつくらなければ、将来の需要を満たすことが出来ない」⁽⁴⁸⁾という予想、零細なアニメ産業を事業化して稼ぎ頭として打ち立てることだった。当時の経営数値を調査した古田は、大川の目論見通り「テレビ・コマーシャルの製作が確実に安定的な収入を保証していた」ことが赤字覚悟の長編映画制作を可能にしたと分析している⁽⁴⁹⁾。

このような状況下で『白蛇伝』の制作現

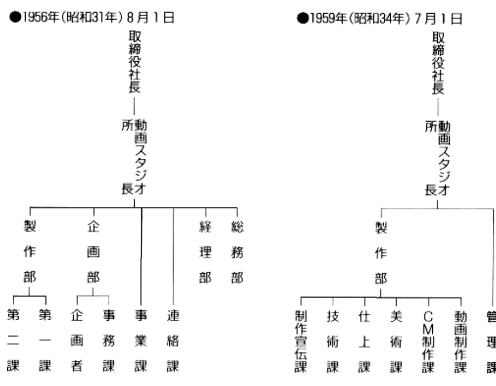


図11 東映動画設立時1956と白蛇伝翌年1959からの組織図

場は過酷を極めた⁽⁵⁰⁾。古田は期間も人員もディズニーとはかけ離れて不足していたと分析している。制作時の組織図【図11】で映画とCMの制作課が分離していないことにも注意を払いたい。封切りまでの2年5か月、東映動画でテレビCM制作の独自性を研究する余地はなかっただろうし、要員やノウハウは共有されたと考えられる。厳格な予算管理と制作者の創意工夫を信条とする辣腕経営者が、映画制作からテレビCM制作への技術と要員の流用を指示したことも考えられる。こうして最初期のテレビCMには『白蛇伝』同様ディズニー物語風のフルアニメーションの動きによるコマーシャルが量産されることとなった。ではそれらは広告専門家らにどのように評価されたのだろうか。

3-2. アニメCMへの批判「一番新しい手段でありながら、一番古くさい」

どのテレビCMも同じように見えて、不自然な作為が感じられ、情緒的なさぐりも浅い…デザイナーがほとんど参加していないこともふしぎである。いま、漫画CMが、CMとしていちばんよろこばれているものの、まだ問題の多いのも漫画CMである。漫画の動くおもしろさだけにたよって、造型的な美しさや、時代感覚とは無意味に見える…テレビCMは『短い映画』でもなければ、『動くポスター』でもない⁽⁵¹⁾

1957年の今泉武治の嘆息である。この発言で今泉が示す「漫画CM」は、描画アニメCMを指していると考えていいだろう。戦前戦後を通して頭脳派の制作者として活躍した広告人、今泉は、ミツワ石鹸のテレビCM制作には直接参画していないものの⁽⁵²⁾、同時期に丸美屋の広告部上席に在籍していた。その今泉がここで警鐘を鳴らすのは「動くおもしろさ」だけに頼った描画アニメCMの問題だ。さらにグラフィック・デザイナーはなぜ参画しないのかとも問うている。今泉の問いに本稿がここまでの検証から答えるならば、答えは「描画CMアニメの制作を戦中からのアニメ人材が牛耳っていたから」である。

今泉と同様戦前からグラフィック・デザイン界の中心で活躍してきた河野鷹志も同じ1957年、「TV広告のデザイン」と題した7月15日毎日新聞（東京）の記事でアニメCMの現状を批判している。

TV広告の場におけるグラフィック・デザインの問題…TV広告というものがどうしてもおにぎやかで、しかもそれほど、印象的でない…一番新しい手段でありながら、一番古くさいのがこのTV広告の世界…縁日のテント張りの店のような感じである。そのうえ個々の広告計画も、広告デザインも、大体にお粗末すぎる。特にいわゆる漫画映画形式のものの絵の安っぽさは驚くばかりである。格調の低い人物、音楽とまるで合わない絵の動き、絵をぶちこわしてしまうようなスーパー・インポーズ（字幕）のレイアウト（割りつけ）そして

きゃんきゃんどなるナレーション（物語）ちょうど俗悪にぬりたくられた宣伝カーが、拡声器でがなり立てて行列しているようだ⁽⁵³⁾

なんとも痛烈な言葉が並ぶ。そしてそのような広告となる理由は「TV 広告作家が極めて少ない」、「従来他のマスコミの場に多くのすぐれた原稿を送りえたスポンサー側も、いまのところ TV 専門の作家たちを整理できず、そのほとんどがいくつかの広告エージェント（代理店）に製作をまかせっきり…限られた幾組かのスタッフが、各社の為に各様のプランを立て、製作に追われている」ことにあると専門人材の不足を指摘する。そして「当然のことながら、一つ一つの TV 広告が、もっと各社独自のはっきりした個性や形式を打ち出すべき」なのに、「安易さがそのまま、たとえば TV 広告の漫画映画に現われている」⁽⁵⁴⁾と、個性のないアニメ CM に警鐘を鳴らす。「テレビのカラー時代が来て、いよいよその広告デザインの問題の至難さと重要性について、その課題がなみ大抵のことではない…カラー・テレビの時代は実はもうすぐ、私たちの背後にも来ている」のに、と。

1957年8月『宣伝会議』4巻8号の座談会「テレビ広告の研究」では、この二人のグラフィック・デザイナーの憂いがテレビ業界の構造の問題として語られている。ここにはアニメ CM だけでなくテレビ CM 全体の問題として「『いまのコマーシャルはこれでいい』と思っているスポンサーも代理店もテレビ局も無いと」⁽⁵⁵⁾と考えるスポンサーとテレビ局員各2名が参加した。既に『電通報』上で議論を交わしていた二人（石原と藤本）が激論を交わす。まずラジオ東京テレビ美術の石原裕市郎が、代理店が新聞広告において無償で広告をデザインしてきた慣習と、それをあたり前に思ってきたスポンサーが、テレビ番組（と広告）の「枠」の獲得には金を惜しまないが、肝心のテレビ CM 制作の質には無頓着だと意見する。これに藤本倫夫（森永乳業広報部長）は反論し、テレビ局の技術の低さに問題があるのだと言う。「どんなに金と時間をかけていい CM を作っても、かんじんのテレビの映像が不鮮明だったり、フィルムでは十分な効果が得られない程度の技術だったら、せっかくの広告も生きない…放送技術に合わせてコマーシャルをつくっている」、「フィルムのコマーシャルがよく出ないから、やむを得ずナマでやっているというのが、ほとんどの意見…せめてフィルムの鮮明度がもっとよくなったら、生意気を言うようだが、ナマはやめても結構」と、テレビ局の技術の責任を問うのだ。さらに「アニメーションの技術者も製作所もいったいどれだけあるというのか。しかも、これを作る根本のアイディアマンが、あまりにも少ないのだ。だから、キャラクターに乏しい、どこもかしこも同じような CM が連続する結果となる」と、代理店と制作会社の人材不足にも責があると指摘する。

この座談会は、ステーション（テレビ局）と代理店とスポンサーが、テレビ CM と

いう新しい広告媒体を前に3すくみの状態にあり、それゆえテレビCM制作人材が育たない、このテレビ業界の構造不全が優れたテレビCMの制作を阻害していると総括される。そして松下電器東京宣伝部次長の河合仁四郎は現状をこう吐露する。本来の主導者であるはずのエージェンシー（代理店）よりも、まだステーション（テレビ局）のほうがCM制作に役立っている実情を語りつつ、「結局、CM制作などに関しては『エージェンシーたよりにならず』というので、自分のところでスタッフを固めてゆこうとしているスポンサーが多いんじゃないですかね。うちなんかそうです」というのだ。

ここには民放テレビ開局後4年目、1957年頃の混乱がみえる。テレビ媒体そのものに右往左往していた代理店と放送局に、組織として個性あるテレビCMを制作する能力は期待できなかった。スポンサーが独自に組織を持つ以外、河野鷹志のいう「各社独自のはっきりした個性や形式」を打ち出すすべはなかった。そのような稀有な組織体制を確保できたスポンサーの最初のひとつが、今泉を擁した丸美屋（ミツワ石鹸）だった。そしてその丸美屋がタッグを組んだのは、東映動画をはじめとする「戦前四十あった（筆者注：アニメの）プロ」を継承した制作会社ではなく、「私たちは全部が映画のアマチュアから出発した」「むしろアマチュアの方が適していた」⁽⁵⁶⁾と語る飯沢匡を中心とした小規模な人形アニメ制作会社だった。「ミツワ石鹸」CMの卓越の背景には、広告に見識のある制作人材を確保したスポンサーと、戦中のアニメとの関係を持たない稀有なアニメ制作陣との出会いがあったのである。

3-3. アニメ映画界の動向：ディズニーの呪縛への反旗

テレビCM業界の抱える問題が議論された翌年の1958年10月、映画『白蛇伝』は日本初の長編カラーアニメ映画として華々しく公開され、東映動画の目指した「東洋のディズニー」はひとつの結実をみる。しかしこの前後、関係者から「ディズニーの呪縛」に反旗を翻す声が噴出する。それらは直接的にはアニメ映画への問題提起であったが、社会に大量に流れていたのはテレビCMであり、テレビCMアニメの改革に向けたのろしでもあった。この反旗を象徴するのが1958年3月15日発刊の『キネマ旬報』の特集「マンガ映画：1958年の魅力」である。特集の題だけを読むと前途洋々のアニメの特集という意味にとれるが、特集の導入では新基軸を求める意志が明確に表明されている。少し長いが引用しよう。「東映に動画スタジオができ…日本にもようやく漫画映画の新らしい動きがはじまったようだ…そこで必要なのは、漫画映画に対する見解を、つくる側も見る側もハッキリもつことである。漫画映画の精神を、つかむことである。我々は、この観点から、漫画映画の特集をあつかうことにした。一般に、漫画映画と云えば、アメリカのディズニーを思い出す。それほど、ディズニーのスタイルは、一つの固定観念として、漫画映画を支配している。その長所は正しく学びながら、日本の

漫画映画は、日本独特のスタイルを創造するため、新しい精神を必要とする」⁽⁵⁷⁾。そして特集本文には各人各様の、しかし「ディズニーの呪縛を解かねばならぬ」という一致した見解を示す文が並ぶ。

文芸評論家で1954年に『アヴァンギャルド芸術』を上梓した花田清輝は、ディズニーの「リアル」を批判する。「ディズニーの作品が…動きを一度写真で分析し、その後でそれを絵にかきかえたものだからリアルであるということとどまり…漫画のばあいにおいては、ディテールの真実よりも、ディテールの省略による極端な単純化と、大胆不敵なデフォルメーションが問題なのだ」⁽⁵⁸⁾。美術評論家でシュルレアリスムの理論的支柱とされる滝口修造は、新しい傾向が欧米で既に登場していることを示唆する。「漫画映画を動く絵画だと考えているが、実はまだその動きは実写映画の模倣であって…ディズニーあたりで最高度に達したアニメーションにそっぽを向いたような動画に近頃よく接する…あんな方法でディズニーに仕返しをしているように見えるが、これを一時的な反動と見るのは問題であろう。マクラレンの『線と色の即興詩』などは写真をも否定して手描きの方法を用いる」「抽象絵画の動画がつくられることを私はよく夢想する…ミロやアルプの絵のようなのが膨れたり延びたりはじけたりするイメージを想像するだけでも愉快ではなからうか」⁽⁵⁹⁾。

アニメ評論を多く残した評論家岡田晋は、ピカソの抽象絵画を引き合いに、アニメ本来の表現は、「一般の映画（筆者注；の映画の常識）と少しもかわらないコンティニューイティをもって来る」ディズニーを超えるはずだと説く。「（筆者注：皆さんは、ディズニーの）『バンビ』も『エデンの東』と同じような感覚で鑑賞してはいないか。ピカソのタブロオを見るのに、新聞の報道写真を見るのと同じ神経で、この女の目が横についているのはおかしい、体より頭が大きすぎる、と云ってはいまいか。そして、知らず識らずのうちに、一コマの絵を、一コマの写真の代用品と考え、絵のもっている独特の精神を、写真のワクの中でしばっているのではないか…皆さんが、このように考えていたら、漫画映画はいつまでたっても自分自身の生命をのばして、本来の活躍をすることができないだろう」。そして本来の「漫画映画には全く制約というものが無い。それは、一切が作者の創造的産物であり、前衛映画に似た、純粋な視覚的世界である。このように考え、このように理解して来ると、僕は愈々ディズニーのスタイルに反発を感じないではいられない」⁽⁶⁰⁾と、反ディズニー、反フルアニメーションを強く表明するのである。

映像作家の羽仁進は、機は熟したと鼓舞する。「物語漫画から出発したディズニーの仕事は、映画の物語叙述の機能が飛躍的に進歩しているあいだは、たしかに人々を導く星であった。しかし、夜が明けてしまったいまは…彼が用いたような手法では、今日の現実の姿に、意外な角度から照明することは不可能である…現在では視覚的なものは…

直接に現実を捉えて、人々に働きかけてくる。グラフィックアートから生れた作品が、漫画映画のリードを奪うのは、ただその世界だけの現象ではない⁽⁶¹⁾と。

この、『キネマ旬報』の特集には人形アニメの飯沢匡と「ふくすけ」で人気を獲得していた漫画家横山隆一の対談も掲載されている。ここで飯沢は、「東映の漫画映画ね、残念ながらあそこには横山隆一がいないいんだ」「お山の大将がいな」と、個性のない東映動画を批判的に語っている⁽⁶²⁾。

そうそうたるアヴァンギャルディストらの語りをつなぎ合わせれば、彼らが示す「ディズニーの呪縛を解く鍵」は以下のように集約できる。ディズニーのフルアニメーションは写実^{リアル}に徹するあまりに「絵の持っている独特の精神を、写真のワクの中でしばっている」。それでは「現実の姿に、意外な角度から照明することは不可能」だ。アニメはそうしたワクを超えた「ディテールの省略による極端な単純化と、大胆不敵なデフォルマーション」が可能で、「一切が作者の創造的産物であり、前衛映画に似た、純粋な視覚的世界」であるはずだ。ディズニーのような写実的動きの再現ではなく、本来のその力、「グラフィックアートから生れた作品が、漫画映画のリードを奪う」べきだ。たとえば「ミロやアルプの絵のようなのが膨れたり延びたりはじけたりする」「抽象絵画の動画」を夢想してみよう。わくわくするではないか。こう考えれば「ディズニーのスタイルに反発を感じ」るのは当然で、これを真似た「東映動画には個性がない」のだ。

3-4. 1950年代に注目された欧米アニメの新潮流、反ディズニーのアニメ作品

「ディズニーの呪縛」からの解放を目指す動きは日本独自のものではなく、少し前からの世界のアニメの潮流だった⁽⁶³⁾。先駆的な日本の評論家や制作者らは、その動きに注目していたのだ。それらはどのような表現で、日本でどのように受け止められていたのか。まず「マンガ映画：1958年の魅力」で滝口が挙げた「マクラレンの『線と色の即興詩』」【図12】。これはカナダのノーマン・マクラレン作画の6分の短編で、「針先



図12 ノーマン・マクラレン「線と色の即興詩」
1955年

で直接フィルムに描き付け、音楽も交響楽の間を縫って所々サウンドトラックを針で傷付けて独特の効果⁽⁶⁴⁾を持ち、「暗黒のスクリーンに、花火のような赤や青の光が、ぶつかったと思うと瞬間飛びちり、形が出来たかと思うと分裂して小さな点に」⁽⁶⁵⁾なる。1955年カンヌ映画祭の最高賞パルムドール（短編部門）を受賞⁽⁶⁶⁾し日本でも一般映画館で上映された。カメラさえも使わないこのアニメは衝撃的で、岡田

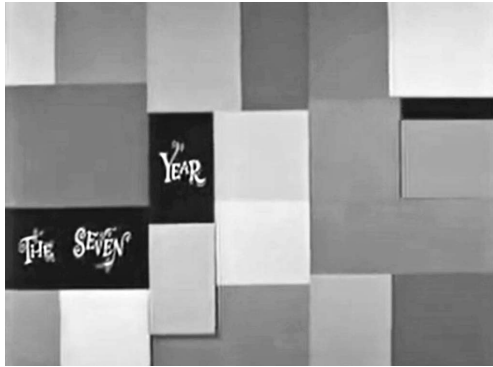


図 13 ソール・バス「七年目の浮気」映画タイトル 1955年

商売になる…思わず笑いをさそう…トーカーになってから、しばらく忘れていたアヴァンギャルドがよみがえった。大衆に密着した形で、いきいきとした活力を身につけて、生まれ変わって着た」(67)。岡田のこの閃きは、短編アニメのテレビCMとしての可能性に照準をあてた発言ととることができよう。

飯沢匡は1955年の『キネマ旬報』で、地下鉄の通気口に立ったマリリン・モンローのスカートが浮き上がるシーンで有名な映画「七年目の浮気」を論評(68)している。しかし飯沢が「この映画で一番おどろかされた」のはモンローではなく「タイトルのデザインであった」【図13】。



図 14 ソール・バス「黄金の腕」映画タイトル 1955年

「一種のアブストラクト芸術というか、長方形の色紙が黒い画面にづぎつぎに自動的に貼りついて画面を構成してゆく、その貼りつきかたの動きに不思議な滑稽感…そのオートマティックな動きにあわせて作曲された巧妙な音楽…色紙のハーモニーを築きあげた手ぎわは、モンドリアン画面を連想させる」と書いている。この時点で飯沢は作者を知らなかったようだが、直後の別雑誌ではソール・バスの名を挙げつつ「構成派の流れをくんだ赤、黄、桃色と黒のコントラストになるビックリ箱式ブロック・デザイン」の新しさを紹介している(69)。

ソール・バスは映画ポスターや企業アイコンのデザインを手掛けるとともに、1954年の映画「カルメン」を皮切りに生涯でお

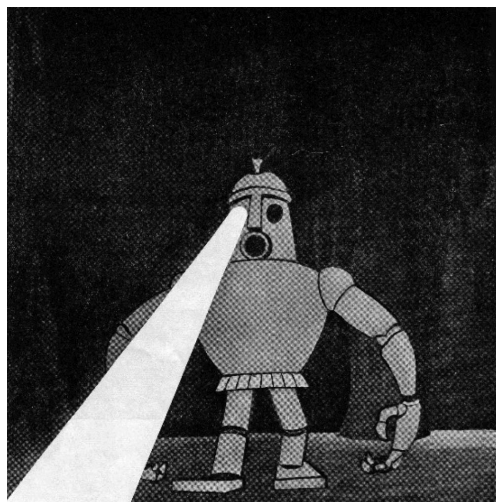


図 15 ポール・グリモオ「やぶにらみの暴君」シーン 1950年



図 16 ウォルト・ディズニー「プカドン交響楽」 1953年

よそ40作の映画タイトルを作ったグラフィック・デザイナーである。「七年目の浮気」や「黄金の腕」(1955)【図14】⁽⁷⁰⁾はその早い時期の作品で、ヒッチコックの「サイコ」なども手掛け、「動くグラフィックデザイン」⁽⁷¹⁾というその趣は、日本のグラフィック・デザイナーにも感銘を与えた。1960年の来日時には日宣美が講演に招いており、『アイデア』29号(1958年6月号)では巻頭特集を飾った。この号の奥付で宮山峻は今竹七郎と一緒に映画「80日間世界一周」のタイトルを映画館で観た際の感激を語っている。

この2例は、フィルムを直接ひっかく前衛芸術的手法や、グラフィック・デザイナーによる映画のタイトルといういわば別ジャンルからのアニメへの進出で、日本での話題性も大きかった。しかしディズニーの主戦場である物語アニメ映画でも新しい動きは始まっていた。早い例がフランスのポール・グリモオの「やぶにらみの暴君」(1950年)【図15】である。滝口はこれを「アメリカ物だけで考えていた動画という

概念に一つのショックをあたえた…動きの省略をスマートに処理…それを補う機智と想像があるし、ダイナミズム万能に対する新しい動画の方向を暗示」⁽⁷²⁾していると評している。一方、岡田晋は、グリモオは「二十世紀の単純化されたグラフィック・アート」、ディズニーは「豪華だが自然の形象にしばられた十九世紀の装飾美術」⁽⁷³⁾だと断じ、「チェコやイギリスやイタリアにも、漫画映画の若い作家が現れ」て、反ディズニーの動きが加速していると示唆する。そして「反ディズニーの恐脅になりつつあることは、ディズニーが最近『プカドン交響楽』という作品で、スタイルの転換を見せていることでも理解されよう」⁽⁷⁴⁾と、ディズニー自身による別傾向のアニメを紹介している。

「プカドン交響楽」(1953年)【図16】は、1953年第26回アカデミー賞短編アニメ賞を受賞した10分の短編で、日本の書誌にも多くの評価が書き残されている映画作品である。映画評論家今村太平が「半抽象映画」⁽⁷⁵⁾と称した通りフルアニメとは逆行するス



図17 ステファン・ボサストウ (UPA) 「How Now Boing Boing」1954年、「The Unicorn in the Garden」1953年

タイトルの作品だ。「楽器の発達史や、その機能を、やさしい漫画で描いたもので明るい教育的娯楽作品として青少年に勧めたい」⁽⁷⁶⁾と教育界にも好評で、映倫の「青少年映画委員会推薦」にも選定された。飯沢は先のソール・バスの「七年目の浮気」を評価した文に続けて「『『プカドン交響楽』をみて、異常な興奮にかられた」とも語っている。それは「いままでのディズニーとは、うってかわった装飾的なもので、かなりアブストラクト芸術に近いものだった」。そして「在来のリアリスティックなアニメーションをやめて、大変に象徴的な、必要度のぎりぎりの限界においてだけ人物を動かすという方法」による「単純さを超えた明快さ」は、「(筆者注：七年目の浮気の)字幕もこれに一脈通ずるものがある」⁽⁷⁷⁾と評す。さらに「『プカドン交響楽』の…抽象化がもっとおしすすめられて、この「七年目の浮気」のタイトルの色紙にまで発展したとはいえないだろうか」とまで関連付けている。人形アニメで時代を先取りした飯沢の鋭い観察眼である。

さて映画ポスター作家としても知られる野口久光は、「漫画映画をディズニー的作風から救え、というのが今日の進歩的な漫画映画作者たちのスローガンである」という明快な一言で締め括る文を書き、そこで「ディズニー・ステュディオの画家としての前身をもつスティーヴン・ボサストウの作品『ジェラルド・マクボイン・ボイン』(1951年から)」【図17】を紹介している。野口は「ディズニーズムを打破ろうとするいわば反ディズニー的な作品も既に数年前からアメリカを始め、欧州各国に興っている」としたうえで、「その代表的なもの」がボサストウだという。野口はボサストウの画風は「ディズニーのめん密多彩な画風に対して、単色的で、簡潔な線描に特色があり、最近のグラフィック・アートの傾向をそのまま動画にし…アクションも凡そリアルなものでなく…単純な形式美が見出され…ディズニー作品の行詰りを打開したもの」⁽⁷⁸⁾だという⁽⁷⁹⁾。野口の談からは、1953年作「プカドン交響楽」が、ディズニー出身でテレビ・アニメで新境地を開いたボサストウにディズニーが追随した作品だったことが読みとれる。

このように、東映動画の「白蛇伝」が封切られた1958年、欧米における反ディズニーの新たな表現への覚醒は、一部の日本の識者には既に充分理解されていた⁽⁸⁰⁾。同年の『キネマ旬報』でのアニメ表現にかかる議論の背景にはこの視座、つまり「白蛇伝」の旧態への批判、今さらディズニースタイルなの？があったのである。

そしてこの年、つまり「白蛇伝」が封切られ、『キネマ旬報』で「反ディズニー」の議論がなされた1958年、日本にも新星が現れる。ディズニーのフルアニメーションとは真逆の、デフォルメされたシンプルなデザインでカクカクと動く独特のスタイルの人物が、日本で初めて誕生したのだ⁽⁸¹⁾。テレビCMを舞台として。寿屋の柳原良平らによるアンクル・トリスのテレビCM第一号である。なぜこれが実現したのか。このCMの制作経緯を翌1959年、開高健が面白おかしく書き残している⁽⁸²⁾。開高は野口が「まだわれわれの眼前にあらわれていない」⁽⁸³⁾、つまり日本では視聴しにくかったと証言しているボサストウのテレビ作品を事前に観ており、「プカドン交響楽」も観ていた。

3-5. 寿屋 アンクル・トリス CM の誕生

開高はまず寿屋のテレビCM歴を語る。スポンサーになって番組を買った当座は「赤玉の瓶を美人アナウンサーといっしょにスタジオへかつぎこんでニコリ笑わせた」

生CMだったが、「バカバカしくなったので、これはやめにし」、「三十秒から一分、一分半くらいの、いくらかのストーリーのあるアニメーション漫画」を制作するようになった【図18】。ここに開高が「知ったかぶりの口軽な意見を冗談半分に横から飛ばしていたら、いつのまにか巻き込まれて、共同制作の仲間」になった。そして開高は「新聞のトリスの広告でおなじみの」「柳原君の画」【図19】を、以下の理由からテレビCMに起用しようとする。



図18 赤玉ポートワインのテレビCM 寿屋初期のアニメCM 1956年

柳原君の画は白から黒までの三つか四つの段階の色を使うだけなので、これは六段階ほどのグレイ・スケールで構成されるテレビの画面にピッタリ、マッチして、寿屋としては大変好都合であった。つまり、巨額の宣伝費を投入している新聞広告の画とテレビの画に共通の印象をもたせることが



図 19 アンクル・トリス以前の柳原良平「トリスウイスキー新聞広告」1957年11月-1958年3月

でき、聴視者のイメージのなかで相互に作用しあうだろうという予想である

こうして新聞とテレビCMのイメージの一致を念頭に置きつつ計画が進む⁽⁸⁴⁾。しかし「柳原君の画」は「新聞という表現媒体の特質に要求されて、必然的にパターンの要素が支配的…線や構図をいつも静かな、とまったもの」にしていた。「が、テレビではこれをやぶって、うごかさなければならぬ」のだ。そこで必要なのはアニメーターである。開高はスタジオのアニメーターとの共同作業の重要性を「画を動的なものにすることは、柳原君の工夫もさることながら、より多くはアニメーター各人の問題となる…三十秒とか一分とかの極小短編映画であるが、それでも集団制作であることに変わりはない」と語る。そして開高と柳原は、頼りにしたアニメーターが所属する動画スタジオが「金科玉条と仰いで絶対関係者以外には見せようとしないうるアメリカのテレビ漫画」フィルムに出会うのだ。

「このスタジオではこの映画をアニメーターたちの教科書」としていて、「アニメーター室に入ってみると、その映画の主人公を模写したスケッチがあちらこちらのアニメーターの机のまえに貼ってあって、影響の深さをさとらされた」という。これが、ボサストウの「ジェラルド・マック・ボーイング・ボーイングという少年を主人公にした何本かの短編映画であった」。野口の文中の「ジェラルド・マクボイン・ボイン」である。「この映画の描線のキビキビしたデフォルメ、そのするどさと頭のよい簡潔さは、



図 20 桃屋「江戸むらさき」テレビ CM 第一号 1957 年

ずっと以前に見たディズニーの『プカドン交響楽』を連想させた」。感銘をうけた「ぼくたちは日本のいままでの漫画映画を支配していた素朴リアリズムにあきたらなかったで、アニメーターたちに思い切った要素化と単純化を依頼」⁽⁸⁵⁾したのである。

第一作の制作経緯とボサストゥの作品、そしてアニメーターについては柳原も後述している。「私自身アニメーションに対する経験がないからすべて出たところ勝負」でやり直しの連続だったが、第一回にたつぷりとアニメーターとの意思疎通ができたのでその後の制作は楽になった。「大西清クンという私より少し若いやせた歌舞伎役者の女形のようなアニメーターとはそれ以来



図 21 柳原良平「アンクル・トリス」テレビ CM 第一号 1957 年『年鑑広告美術 1958』掲載図

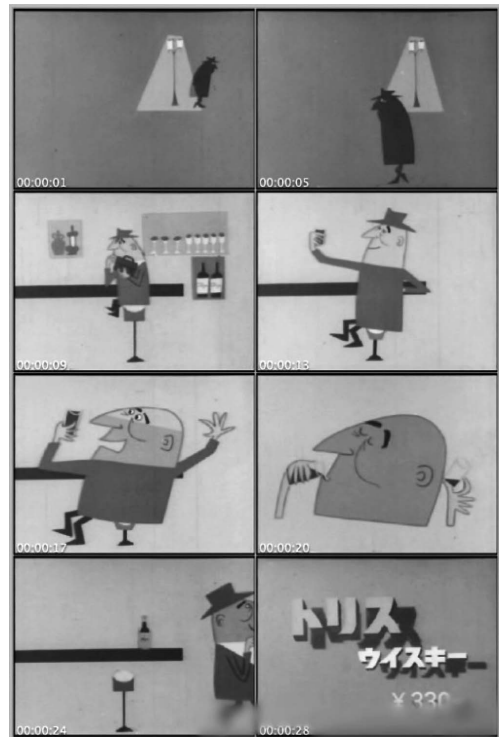


図 22 柳原良平「アンクル・トリス」テレビ CM 第一号 1957 年

長い付き合いになった」⁽⁸⁶⁾。柳原によると大西は超一流のアニメーターで、「桃屋の江戸むらさき」【図 20】も製作した人物だという⁽⁸⁷⁾。

開高は完成したアニメ CM 【図 21】 【図 22】 を独特の言い回しで評価し、笑いを誘う。「できあがったラッシュを見ると、ボサストゥ・ブームに浸されていたそのスタジオのひとたちがジンと味噌汁の奇妙なカクテルをつくったことがわかった」。欧米の洗練（蒸留酒のジン）と日本の古き良き味（味噌汁）が合わさったアニメになった、というのだ。「こちらの要求の中の要素化と単純化は骨組みを手近の“ボーイング・ボーイング”のモダニズムで理解し、肉づけをいままでの素朴リアリズムでおこなったうえ、おそろしく仕立のぎこちなく重たい服をそれに着せた…柳原君は…『イヒヒヒ……』と鳴いたきり、しばらくは顔をあげなかった」。どうやら開高と柳原は第一作のトリス CM の出来が不本意だったようだ⁽⁸⁸⁾。しかし「なにしろ金のかかる仕事であるから、たとえ習作的なものでもどんどんテレビにまわしてコマーシャルに使用しなければならなかったので、はじめのうちはテレビをみるのがつらかった。ことにアニメーションの作業の必要上、セルロイド板で何十枚、何百枚と画をトレースしていくうちに人物の描線のこまかい特徴的なニュアンスを失ってぶきつちよな、固く、太い、単純なものになっていくのはなんとしてもやりきれないことであった」。ところが「一年近くトリスバーへ通うデビュー作一篇をくりかえしくりかえし放映したことが結果的にアンクル・トリスのおひろめに効果をあげた」⁽⁸⁹⁾。結局この初代アンクル・トリス CM は、東京 ADC1958 年の銅賞、電通賞テレビコマーシャル部門賞と総合広告賞、毎日産業デザイン賞を受賞。ちなみに同じ 1958 年に開高健は『裸の王様』で下半期の第三十八回芥川賞を受賞している。

今泉武治は 1958 年を振り返り年末にこう表現している。「日本の商業テレビも 5 年目をむかえ、テレビ台数も 100 万をこえた。全広告媒体比も 6.5% を占めるようになり…テレビ広告の質的な変化も、こうした量的な上昇に比例して目立ってよくなってきた。とくにアニメーション技術は平均化してきて、初歩的な段階からようやく抜け出し始めたように思われる」⁽⁹⁰⁾。この発言はアンクル・トリス CM の登場を照射しているだろう。寿屋のアンクル・トリス CM は、代理店もテレビ局も組織だった CM 制作が出来ずにいた民放開局 5 年目に、理解あるスポンサーのもとに集まった有能な制作陣が開いた描画アニメ CM 表現の突破口だった。そして映画『白蛇伝』と同年に誕生したアンクル・トリスは、テレビ CM のみならず、日本のアニメ表現全体の多様な展開の導火線としての役割を担うことになる。柳原のアニメが直ちに次なる舞台に乗り出していったからである。

その舞台は翌 1959 年に開局した日本教育テレビ（現テレビ朝日）に用意された。立役者は『キネマ旬報』のアニメ特集での文章を「どうやら劇場よりはるかに漫画映画に

よい舞台であるらしいテレビ時代」⁽⁹¹⁾と締めた羽仁進である。開高健も一枚噛んでい。そして彼らを後ろで操った仕掛け人は、戦時期にモダニズム写真でグラフィック・デザインの新天地を開き、多くの後身を導いた写真界の巨人、名取洋之助だった。

4. テレビ番組「半常識の眼」と実験アニメの挑戦

4-1. 名取洋之助が企画した日本教育テレビ「半常識の眼」

(見出し) 大江・開高らの自主番組、日本教育テレビから

“最も新しいマスコミ機関であるテレビを通じて、二十代の知性と生活感覚の自由な表現をもとう”という趣旨で、「若い日本の会」所属の羽仁進、谷川俊太郎、大江健三郎、開高健、江藤淳、浅利慶太氏らは“半常識の眼”（仮称）という自主的シリーズ番組を日本教育テレビの電波に乗せる。三月二十三-二十八日、三十-三十一日の計八日間で放送は夜十時十五分から。企画・構成・出演は前記諸氏のほか山川方夫、久里洋二、真鍋博、林光、秋山邦晴、武満徹氏らで、多彩な内容を展開する⁽⁹²⁾

「半常識の眼」という奇妙な名の番組が前月に開局したばかりの日本教育テレビ⁽⁹³⁾（以降 NET と記載）で放映された。錚々たる名が連なる「若い日本の会」とは、1958年の11月「開高健氏らが発起人で…江藤淳、谷川俊太郎、大江健三郎、石原慎太郎、曾野綾子氏らが参加して結成、警職法絶対反対の声明文を発表」⁽⁹⁴⁾した会である。この会自体も興味深いが本稿の主題ではない。なぜこの会がテレビ番組の企画を担ったのか、そしてそれは本稿の主題のテレビ CM とどう関係するのか。もう少し続けたい。

戦中に満州放送総局副局長を務め NET 編成局次長に着任した金沢覚太郎⁽⁹⁵⁾は、自局のこの番組の意図と仕掛人についてこう書いている。「『若い日本の会』のメンバーを企画陣にして、写真の名取洋之助氏がプロデュースした。曲り角にきたコミュニケーションというものを、常識の陳腐な眼からではなく、さりとて反常識の否定的な眼からでもなく、新しい感覚なら（ママ）眺めて反省したいという、一つの実験的な野心的な、社会教育的なものをねらった」⁽⁹⁶⁾。舞台芸術家で NHK 開局時の美術を担当し、東映動画『白蛇伝』の制作も手掛けた橋本潔も、「NET を震撼させる番組」だった「半常識の眼」が、名取の企画・プロデュースであったこと、名取が「若い日本の会」に呼びかけてスポンサーの付かなかった枠を利用し「閉鎖的なテレビが、この時間帯を解放してそれぞれに好きなテーマで思いのままに番組を作らせ」る企画を実現させたと言っている⁽⁹⁷⁾。橋本自身は NET にプロデューサーとして招へいされていた名取洋之助に、「俺がテレビをやろうってんだぞ、手伝わないって法はねえだろう。逃げるなよ」と NET に誘われたという。

「半常識の眼」の記録はほとんど残っておらず、江藤淳の談として事前告知した『週

刊読売』の記事「一億総リコウ目指す『若い日本の会』」は貴重である。「『若い日本の会』のメンバーが、いよいよテレビに乗り出している…会員の一人である羽仁進氏と教育テレビとの間にすすめられたもので、江藤淳、谷川俊太郎、浅利慶太、開高健、大江健三郎氏らの若き芸術家たちが直接、企画、製作、演出を担当しながら、二十代の知性と生活感覚の自由な表現の中で、テレビ番組の既成概念を打ち破る新しい実験を試みようというもの。「うまく成功すれば、四月からは五十五分もののシリーズを予定しているというが『とにかく、僕らは若いんですから、なんでもやります』と江藤淳氏らは大ハリキリ。一億総リコウとなるのは、もうすぐのことでしょう」⁽⁹⁸⁾。

前置きが大変長くなった。本稿がこの番組に着目するのは、全八回のうちの1回が、実験アニメーションの上映だったからである⁽⁹⁹⁾。どんな内容だったのか。生放送で、上映したアニメフィルムも残っておらず、当事者の記録以外に知るすべはない。漫画家の久里洋二による翌年の雑誌『音楽の友』の記事が、実施後に確認できる最も早い記録である。久里は「この間 NTV (ママ) でアバンギャルド漫画のテレビ放送について画家の真鍋博、デザイナーの柳原良平、漫画家のやなせ・たかしの四人とめいめい持ち寄りの実験映画の試写をやりました」⁽¹⁰⁰⁾と記している。数年後の別の久里の記事にはやなせたかしの名は無く、ここでは真鍋・柳原・私(久里)の三人が「めいめい16ミリで

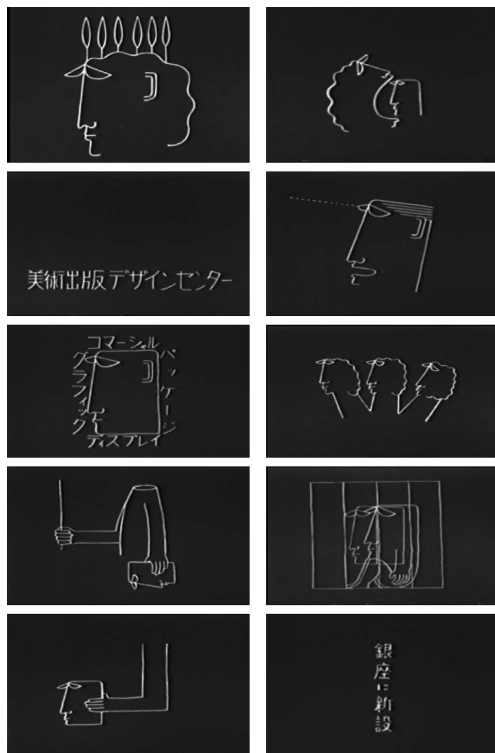


図 23 真鍋博「美術出版デザインセンター」テレビ CM 1959 年頃

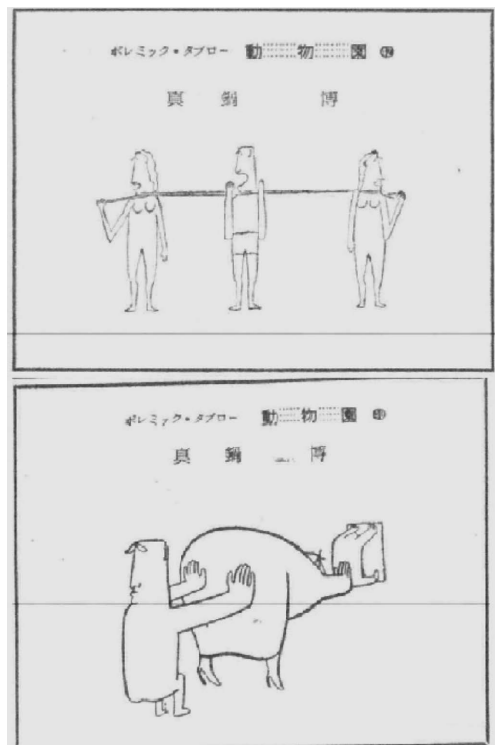


図 24 真鍋博「動物園」のイラスト 1959年3月、4月

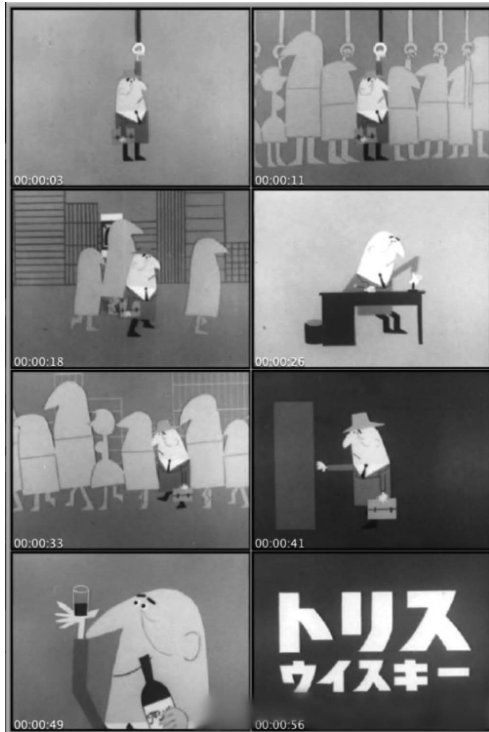


図25 柳原良平「アングル・トリス通勤編」寿屋
テレビCM 1959年

十分ぐらいの作品を三本作った。その時は決して、いい作品とはいえなかったが、その後一年して、アニメーション三人の会というものを作って発表に乗り出した⁽¹⁰¹⁾とある。また別の記事で久里は「真鍋君は美術出版社のCMを訂正して、1本の作品を作った。たしか『動物園』という細い線だけの画で実にみごとな作品だった。柳原君はサラリーマンの通勤風景をおもしろく表現したが、それをのちに寿屋のCMに取り入れていた。私はその当時の世相を風刺した五コマで動くリミテッド・アニメーションでやった⁽¹⁰²⁾と書いている。作品が残らない中でこれら久里の証言から類推できる「反常識眼」での上映作品の参考となる作品は、真鍋の美術出版デザインセンターのテレビCM(60秒)とイラスト「動物園」【図23】【図24】、柳原の寿屋のサラ

リーマンの通勤風景のCM【図25】である。

真鍋の【図23】は年代が不明だが、シンプルな線が【図24】(1959年)のイラスト「動物園」と共通しており、久里の指摘はこのテレビCMだと思われる(表題を取り違えた可能性がある)。このCMは、黒字に白い線で次々と形作られる人や動物と、せわしなく響くドラムや金管楽器の音とが合わさった目まぐるしく前衛的な60秒だ。久里は真鍋の「みごとな作品」とも表現しているが、それはこのCMを指しているのだろう。なぜなら直後の『音楽の友』では「半常識の眼」での真鍋作の失敗を振り返っているからである。音が出なかったのである。「真鍋博は録音テープに映画の音を吹き込んであつた…テープの故障で…音なしのバンドで映写した」「音のあつた時とは全々変わっていて、面白くもなにもなく実につまらない映画になつてしまい」「僕のバント漫画映画も映写したがつまりませんでした⁽¹⁰³⁾。久里は「その三日前に僕の実験映画『ファッション』を草月・アート・センターで試写した時にはサウンドも入っていたので、映画と音が一致し面白さが十倍も二十倍も加えられた」とも書いており、成否はともかく「半常識の眼」での実験アニメ上映が、アニメと音の関係、その重要性を再認識する機会となったことは確かである。久里らはここで「これからの漫画は…音楽の協力がなければやっていけない時代が着た」との思いを強くしたのだ。

こうして「テレビが普及すれば、これが益々大きくなり、漫画家もリズムの研究をしないではいられなくなってきた」という思いを持った三人は、「音楽家と協同で何か実験的な新しいアニメーション映画の製作に動き出」⁽¹⁰⁴⁾すことを目し「アニメーション三人の会」を発足する。NETでの実験番組の一翼を担った実験アニメは、舞台を草月アートセンターに移し、音楽家らと共同での実験アニメ制作へと活動を広げていく。詳細は次節で確認していこう。

さて気になる8日間のテレビ番組「半常識の眼」についても少したどっておこう。『週刊読売』の一覧、橋本の著に示された番組確定表、テレビ朝日社史にある二日分の番組表が、確認できる同番組に関する記録だが、この3資料は内容が食い違う。まず『週刊読売』が書く番組は7つで、「羽仁進氏担当『テレビの秘密』谷川俊太郎、浅利慶太両氏担当『あなたも犯罪だ-被害者なき犯罪』久里洋二、秋山邦晴両氏担当『現代ニコニコ大会-現代の笑い』羽仁進氏担当『だから世界は動く』江藤淳、大江健三郎両氏担当『見る前に跳ぶか』谷川俊太郎、秋山邦晴、深沢七郎氏ら担当『歌をうたえば』開高健氏担当『若い日本は生きている』」。テレビ朝日社史内の開局初期の番組表には第七回と第八回の記載がある。3月30日(月)22時30分から23時「半常識の眼 詩劇『部屋』」、3月31日(火)22時15分から22時45分「半常識の眼『若い日本は生きている』」⁽¹⁰⁵⁾で、最終回と思われる31日は『週刊読売』と一致する。30日の詩劇『部屋』は『週刊読売』の一覧には無いが、橋本が自身が出演した回について「建築家の芦原義信さんと私が『未来の住宅』について対談…前の番組に使用したドラマの日本間のセットを残しておいて、そのセットに二人が腰を掛けて対談を始めると、大道具さんが現れて、建具、壁、欄間をどんどん解体してゆき、最後はセットの無くなったスタジオの真中に二人が座っている…日本建築は…ツーバイフォーという方法に変わるだろうと芦原さんが説明」⁽¹⁰⁶⁾と書いており、詩劇「部屋」はこのユニークな番組の名称と思われる。しかし橋本が再録した番組確定表にはそもそも詩劇「部屋」が無い。30日は谷川俊太郎の「歌をうたえば」である。橋本の確定表の28日には『週刊読売』には記載が無い「現代の貴族」がある。関根弘が「現代の貴族」の台本を書いたと述べていて⁽¹⁰⁷⁾、実現した番組のようだ。橋本も「スタート時の混乱ぶり」⁽¹⁰⁸⁾と書いておるとおり詳細は不確かである。

混乱もあって「半常識の眼」シリーズは局内で物議をかもし「総額百二十万の授業料」⁽¹⁰⁹⁾と揶揄された。続編も作られなかった。責任者の立場にあった金沢も「企画意図はたしかにたくましかつたと思うが、それを表現する技術と、出演者たちの不馴れや、練習不足やからで、全体の仕上げとしては、充分に現わせつくせなかった結果となつたが、その反響は、まことにけんけんごうごう」⁽¹¹⁰⁾と記している⁽¹¹¹⁾。

橋本は、名取には「半常識の眼」にテレビの可能性の発見を促す想いがあったと語っ

ている。見切れる⁽¹¹²⁾ことを恐れるあまりカメラの動きの自由を阻害しているなど、初期のテレビ番組にあった固定観念を名取はぶち壊したかったのだという。名取は「本の出版の場合でいえば東見本」で、本来はテレビの「中身は真っ白で、その中にいいものが詰まっていく自由があるべき」だと語ってもいた。橋本は「半常識の眼」は自由な対談形式がニュースショーの原型となるなど多くの後に繋がる「実験」だったと語る⁽¹¹³⁾。本稿が追うテレビCMアニメの世界に限っても「半常識の眼」が開いた道は大きい。「当時、テレビはまだ五分ぐらいの外国連続漫画映画が少しばかり出ているくらいで、今のように三十分もの長編連続漫画映画は無かった」⁽¹¹⁴⁾。この状況下での先駆的実験アニメの放映、つまり単発ではあるがアニメ「鉄腕アトム」(1963年)以前の初の日本製テレビ・アニメ番組だったのである⁽¹¹⁵⁾。そして後述する通りこれを契機に発足した「アニメーション三人の会」は以降数年続き、新しいアニメ表現を社会に繋いでいく。名取が「若い日本の会」にもちかけたテレビ番組は、前年に生まれた「アンクル・トリス」というアニメの新表現の芽を、さらなる革新へと導いたのである。

名取のNETの在籍は短い期間だったが「陛下とともに」というヒット番組も主導した。橋本によれば名取はスタジオの副調整室で、移動するカメラに偶然映る画像にコンテンポラリーフォトの原型を見いだし興奮していたという。戦時期に写真表現の力を日本に覚醒させた立役者が、テレビ黎明期に新しい表現の道を開く役割を担っていたという知られざる事実は、日本の視覚文化史にとって重要であろう。

4.2. 草月アニメーション三人の会とテレビCM

僕たち〈アニメーション三人の会〉が、アニメーションを通して発表していきたいとおも

The image shows two promotional materials for the anime series "3 People's Animation" (3人のアニメーション).
 On the left is a poster for the first episode, titled "3人のアニメーション". It features three illustrations: a figure in a dynamic pose, a close-up of a character's face, and a cityscape. Text on the poster includes the title, broadcast date (11月26日), and the names of the animators: 久里洋二, 柳原良平, and 真鍋博.
 On the right is a larger flyer or poster. At the top, it says "3人のアニメーション" and "久里洋二". Below this, there is a quote from the animators: "新しい表現などといっても、どのつとより、白・黒線と色の相違をとりしめて、自然の写ったものがしやできない感じが、どんなに多いことだろう。" followed by a paragraph explaining their creative process and goals. The flyer also lists the animators' names and includes a small illustration of a character at the bottom right.

図 26 アニメーション三人の会 (初回) ちらし表裏

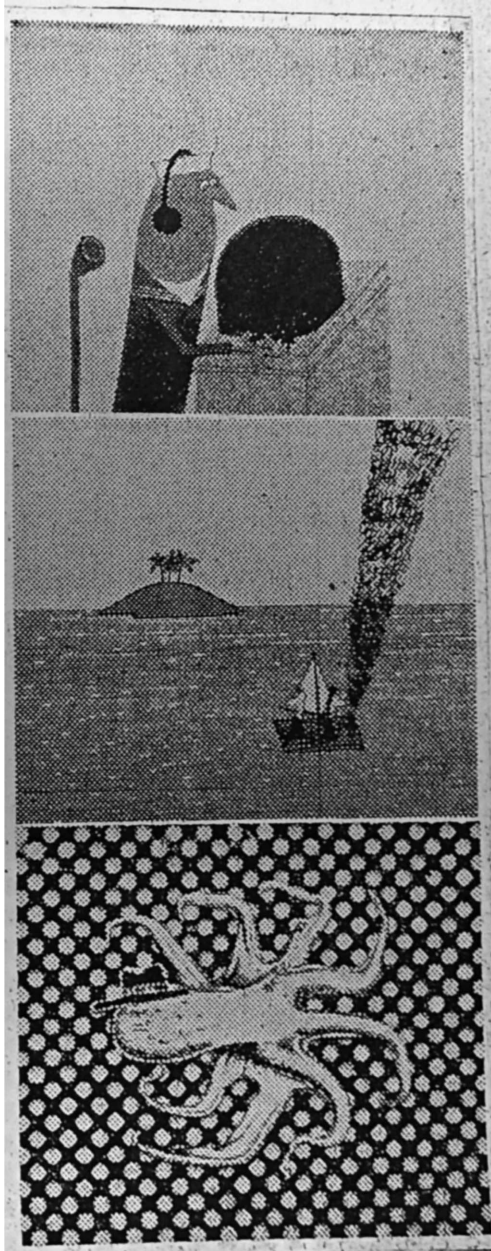


図27 アニメーション三人の会（初回）上映作品
「海戦」「2匹のサンマ」「マリン・スノウ」
1960年

うのは、新しい方法や技術を新しい意識に、強く結びつけていくことである。そこには、本当に新しいイメージがあるだろう…これからのアニメーションの方向を考えれば、現代の映画や絵画、或はデザインなどとともに、真に〈現代〉に生きていくための、もっともっと多彩な実験が繰返されていかねばなるまい。〈アニメーション三人の会〉は、そうした変革の側に、つねに加担してゆくだらう⁽¹¹⁶⁾

「半常識の眼」の翌年、1960年11月26日、12月3日、10日、17日の各土曜の6時半から、前衛芸術の集積場だった草月アートセンターの催し「コンテポラリーアートシリーズ」の第五回として、「アニメーション3人の会」と題したアニメーションの上映会が行われた【図26】。上記はこれに先立ち同センターの10月号冊子に掲載された三人の会のマニフェストである。この会で久里は「2匹のサンマ」「切手の幻想」の2作、真鍋は「マリン・スノウ」、柳原は「海戦」を上映した。すべて16ミリで、11月24日の産経新聞の予告【図27】によると各30分前後の作品だった。真鍋が「とても人が集まらないとぼくは弱気だったが、四日とも満員だった」⁽¹¹⁷⁾と書き残しているとおりに、人気の催しとなり、朝日新聞は初回の会後の11月28日にいち早くこれを取りあげている。12月13日に東京新聞に掲載された伊藤逸平の評論

は、各作品の技術的な不備や不完全燃焼、イメージの断絶が多くごちないと指摘しつつも「腕の確かな職人漫画家にみられない新鮮なエネルギーの片りん」を評価している⁽¹¹⁸⁾。朝日新聞は12月14日にも滝口修造による長文評論「動画考 ワク破る面白さ—野心的な“3人の会”の試み」⁽¹¹⁹⁾を掲載。滝口は「画家、漫画家、デザイナー」と肩書の違う3人が集い「アニメーションという新しい技術が、こうしたワクを自然に破ら



図28 久里洋二「切手の幻想」1960年

ざるをえないというところに意義を見いだしたい」とした。滝口は書く。「結局これまでの劇映画や記録映画、あるいは漫画映画といったものの表現形式も、それぞれの社会的要求とか企業化の条件によって出来上がった」もので、ワクは後付けなのだ。「近ごろではテレビのコマーシャルなどで毎日よかれあしかれアニメーションの百態をみせられている」「絵を動かしたいという根源的な欲求に還元して考えれば、その可能性は無限」。

ジャーナリズムによる三人の会への評価は「大規模な資本をもたず、むしろその欠点を逆用しようとしている」⁽¹²⁰⁾という意欲を評価しつつも、技術がともなわずまだ空回りもしている、といったところだろう。しかし「漫画映画の概念を突き破ろうとする野心にみちたもの」との滝口の記載通り、その新しさへの評価は高かった。真鍋の「マリン・スノウ」の演出者でもあったNHKの演出家遠藤利男は、2か月後の雑誌で各作品を詳説している。「久里の『切手の幻想』はカラーで春信の浮世絵の切手が、細かくちぎれてとび、集まり鳥になり、その鳥が切手でできた野原を飛び、切手の花々を咲かせる」【図28】など、その描写はフィルムが残らない中で貴重である⁽¹²¹⁾。遠藤は三人に共通な姿勢として「極めて特徴的なのは、〈ディズニー的方法〉の何等かの形での否定」を指摘し、その2つの方向性「ディズニー的な、平穏な予定調和的物語性の否定」と「画のイメージと、動きのディズニー的写実の否定」を明示した。そのうえで以下の苦言を記している。しかし本稿はこの苦言にこそ着目する必要がある。

…観客との交流が、やや中途半端に終わった感がある。そしてその交流が、余興のそれぞれの作者がつくったコマーシャルアニメーションの時の方が強く大きかったのは問題である。事実、現在のマスコミの中で、特にTV番組の中で一番面白いのはコマーシャルである。何故なら、その番組の目的と表現すべきものとははっきりしているからだ。そのために方法がたえず工夫され前進している。コマーシャルは〈マネーフレスト〉の言を借りれば、思想と方法の完全な一致と明確さがある⁽¹²²⁾

ちらしやポスターには記載されていないが、遠藤は、初回の三人の会で各人制作の実際のアニメCMが上映されたと言うのだ⁽¹²³⁾。朝日新聞で滝口も一言だけ「柳原氏は洋酒のテレビCMも披露しながら」と書いている。久里は後に「真鍋君は、もうそのころ（筆者注：「半常識の眼」のころ）美術出版社かなんかのコマーシャル・フィルムを



図 29 久里洋二「ミツワソフト石鹸」テレビ CM 1959年



図 30 アニメーション三人の会（第二回）ちらし表裏

やってたんですよ」⁽¹²⁴⁾と語っている。久里自身も1959年にミツワ石鹸のCMを手掛けている【図29】⁽¹²⁵⁾。第一回のアニメーション三人の会で、3人が手掛けたこれらのテレビCMが併映されたと考えてよいだろう。

アニメーション三人の会は第二回（1961年12月と1962年1月に計5日）⁽¹²⁶⁾、第三回（1963年4月に6日）⁽¹²⁷⁾と続いていく。そしていずれの回でもテレビCMが併映された。第二回のちらしには当初裏面欄外にのみ記載された「同時上映〈3人の仕事から〉テレビ・コマーシャルと映画のタイトル」の文字が、追加開催時のちらしでは表のプログラムにも書かれている【図30】。第三回には最初から表面に「3人の仕事から

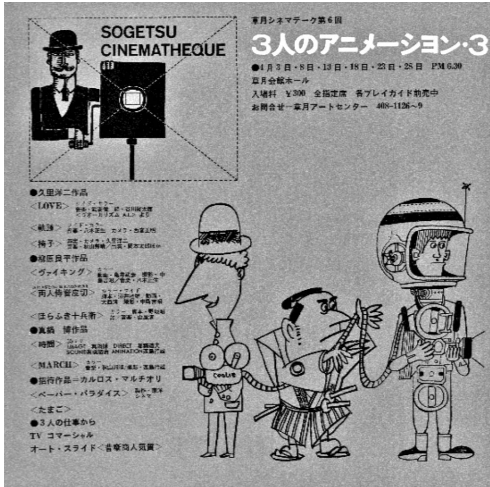


図 31 アニメーション三人の会 (第三回) ちらし表裏

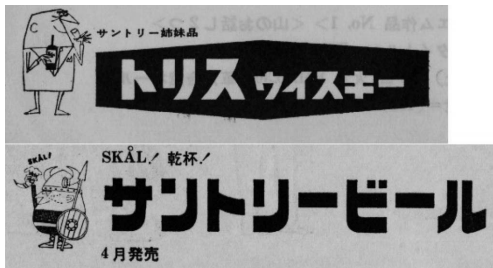


図 32 柳原良平「アングル・トリス広告」(アニメーション三人の会告知物内掲載)

TV コマーシャル「サントリーほか」【図 31】と書かれている。「アニメーション三人の会」の意図がテレビ CM アニメと近接していたことの証しであり、遠藤の苦言の通り、観客にもそれが伝わったのだ。なお各チラシにはアングル・トリスの広告【図 32】も掲出されている⁽¹²⁸⁾。

第一回と第二回の間にあたる 1961 年の 10 月、柳原はアニメ CM の現状への意見を表明している。「制作量からみれば異常発達と思われる(筆者注: テレビ CM の)アニメーションも内容的にはお寒い話である」⁽¹²⁹⁾と総括するこの文は、時期的にも三人の会の 3 人に共通する想いが書かれていると考えていだろう。

柳原は「テレビのコマーシャルの発達は…アニメーションを異常に発達させている」と指摘しつつ大半が「マンガ映画風」だと揶揄する。「商品と無関係のギャグ—漫画映画の常道であるドタバタで話をすすめ、それと何の関係もなく出てくる結論」、「貸本屋の店頭で見るマンガ本のような下品なドタバタマンガ映画」が多く、「そのギャグの幼稚さ、キャラクターの毒々しさは見ての方が恥ずかしくなる」。柳原はそうになってしまうのは、テレビ専門家ではない人々、すなわち「フィルムを撮影する人は昔の映画家の古手であったり、アニメーションをやる技術者は昔の不景気なマンガ映画の技師であったり」が制作にあたってからだという。さらにアニメ表現が低迷する事情を辛辣に詳説する。「テレビの出来るまでのアニメーションはごく小規模なマンガ映画製作所としておよそ陽の当らない場所」にいた。「この小規模なアニメーションがテレビの誕生



図 33 アニメーションフェスティバル（第一回）ちらし表裏

とともに一やく脚光をあびて着たわけだが野暮ったいマンガ映画プロが、近代的テレビに住みついた事に、テレビコマーシャルがすっかりしない遠因を見つけ出せる。「そのセンスがコマーシャルに入ったのだから、これはあまり期待できる筈はな」⁽¹³⁰⁾い、と。柳原は結局「十年足らずという若い経験しかもっていない」「テレビの若さはまだテレビ専門家を生んでいない」、より多くのテレビ・アニメの専門家が必要だと投げかける。これが、アニメーション三人の会の思いだった。

1960年の第一回から5年を経た1964年の第4回から、三人の会はアニメーション・フェスティバルと名を変え、その第一回（9月21日から26日）は、3人以外も招聘された多彩なアニメ上映会に変貌する。テレビCMの上映は無くなった。第一回の参加者は手塚治虫、宇野亜喜良、横尾忠則、和田誠⁽¹³¹⁾【図33】。テレビ・アニメへのかかわりの深い面々である⁽¹³²⁾。手塚は前年1963年1月から「鉄腕アトム」の放映を開始していたし、和田は1957年という早い段階で既に東芝のテレビCMアニメを制作していた。新進気鋭の芸術家の新作アニメが上映されたアニメーションフェスティバルの人気は高く、地方にも巡回された。名古屋、大阪、京都、福岡、新宿、金沢、広島、北海道、新宿での開催が確認できている⁽¹³³⁾。博報堂の冊子『広告』は「アニメーションの社会的な需要は、テレビ・コマーシャルの出現によって急ピッチな上昇を見せ…その一方で真に「専門家」と呼ぶに足る人はほとんどない」と柳原同様の憂いを書きつつ第一回アニメーション・フェスティバルについて「この催しを一つの推進力として真の“アニメーション言語”が追及されることを期待したい」⁽¹³⁴⁾と記している。

開高健は、いわば実験的なアニメCMだったアンクル・トリスが評判となると、「ぼくたちのやったフィルムがテレビにのりだしてしばらくするとあちらこちらに似たような画が出没しだした」⁽¹³⁵⁾と憂いた。しかしそれはアンクル・トリスがその後のCMア

ニメの画期をつくったことの証左に他ならない。アンクル・トリス、「半常識の眼」、「アニメーション三人の会」とつながれたバトンは、新しいアニメの潮流を拡声し、アニメ表現とそれへの社会の認識を変えていった。そしてディズニーを脱したアニメーション独自の表現が、テレビ社会に浸透していくこととなった。久里は第一回フェスティバルの直前にこう語っている。「これからのアニメーションはテレビに対して強力に進出するに違いない…日本テレビ界に新風を送りたい…アニメーションの未来は無限で…アニメーション三人の会はそれらのための開拓者であって、トップスターではない」⁽¹³⁶⁾。

5. おわりに：アニメ映画とテレビ CM アニメの芸術性

本稿では1953年から1960年までの揺籃期のテレビCMにおいて先駆的表現を先導した人物らの言動と制作物を、主にアニメ映画との関係に視点を置きつつ考証してきた。最後に本論を総括するとともに、テレビと映画、二つのメディアを巡る当該期間のアニメの「芸術性」について考察してみたい。

戦中のアニメ映画にとっての「芸術性」は、劇映画と同じ「物語性」だった。佐野明子は「桃太郎 海の神兵」は「映像表現の実験が様々に試みられているが…基本的には一般的な物語映画の話法」⁽¹³⁷⁾に沿っているとし、堀は演出者の瀬尾光世が目指した芸術性は、フルアニメーション技術に基づいた「重層的で複雑な心理表現」や「実証的描写と心理表現をつなぐ芸術性」⁽¹³⁸⁾だったと考察している。このような「一般的な物語映画」に求められる芸術性のアニメによる実現は、今日のディズニー作品にもみてとれる。ところが戦後テレビが誕生し、大量のアニメCMが日常生活のすぐ隣で流され始めると、物語映画の芸術性をかかえたアニメCMの量産は問題視された。それは「スクリーンの小さいテレビでこまかな神経を使う必要はない」⁽¹³⁹⁾、「テレビの場合はこの（筆者注：リミテッド・アニメの）方が小さなスクリーンの中では重要な力を持っている」⁽¹⁴⁰⁾という小さな画面をもつテレビの媒体特性にも起因している。こうした中で先導者らは、海外のアニメ界で少し前から始まっていた脱ディズニーを標榜した表現群を知り、アニメ本来の制約のない自由な表現による「アニメ独自の芸術性」を志向していく。本論で示した通りそれは、1950年代終盤にテレビCMを起爆剤として開拓されていった。

この変化の過程は、20世紀初頭の写真芸術が辿った道と近似している。写真芸術は、最初期の印象派絵画と見まがうソフトフォーカスの「芸術写真」への忠臣を経て、クローズアップやフレームアウトやモンタージュによるトリックなど、写真でしか創りえない芸術性に覚醒し「新興写真」運動を興した⁽¹⁴¹⁾。アニメも、先行するメディアの芸

術性（劇映画の物語性）の再現をフルアニメーションで目指す過程を経て、新しいメディアでしかでしか作りえない芸術表現（リミテッド・アニメ）の探索へと向かった。ここには新しく登場したメディアが、そのメディア独自の芸術性の獲得に至るまでの共通の道のりをみることができる。

アニメが辿った道、すなわち動く映像表現に物語性ではない独自の芸術表現を見いだしていった道筋は、戦時期の先駆者、板垣鷹穂や原弘が目指した道とも同じ流れの中にある。板垣らは映画館で上映される物語（のための）映画ではなく、自由で新しい芸術表現としての映画（動く映像）の力を確信し憧憬した。原はこれを広告映画への憧れと表現し、板垣はこれを文化映画に託したのである。こう考えて来ると、戦中に原や板垣が映画に求めた新しい映像芸術表現の一般化が、戦後最初にアニメという土俵で実現した、ということに気づく。そしてこのような新しい映像芸術表現の探求と、テレビCM（や文化映画）には親和性があった。両者とも新規性や注目を集める手法でメッセージ性を高めようとする。そしてテレビCMも文化映画も短編ゆえに映像実験の場として機能しやすかった。戦後日本のテレビCMアニメにおいては、台頭しつつあった前衛映画やグラフィック・デザインからのアニメへの接近も、新しい映像芸術表現の実現を後押しするガソリンとなった。黎明期のテレビCMは印象的で「大衆に密着したアヴァンギャルド」⁽¹⁴²⁾、実験的なアニメの試練場ともなった⁽¹⁴³⁾。それらはCMにとどまらず日本のアニメ表現全体の転換をも促した。アニメーション三人の会の動きは負けず嫌いの手塚治虫への刺激ともなり⁽¹⁴⁴⁾、虫プロの制作方針にも影響を与えている⁽¹⁴⁵⁾。

さて本稿では扱うことができなかつたが、1950年代の広告史に残る疑問がある。グラフィック・デザイナーらのテレビCMへの参画である。柳原良平は後年「当時私たちデザイナーはアニメーション（動画）に憧れをもっていた、アニメーションと言っても漫画映画というのではなくてデザイン的な動き…そういう刺激を与えたのはなんといってもアメリカのデザイナー、ソウル・バスだった。」⁽¹⁴⁶⁾と書いている。しかし1961年当時にはこう語っている。「過日宣美展を見たが、その会場でテレビの作品を見ることが出来ず淋しい思いで帰った。これら日本を代表する作家がテレビのコマーシャルにタッチしない原因は何だろうか？ギランティもあろうし、映画屋の縄ばりもあるかもしれない。アニメーションがマンガ映画だけに終らず新しい表現方法の一つとして、テレビを中心にこれから発達してゆく事を大いに望みたい。筆者自身も試みたいと思う」⁽¹⁴⁷⁾。本稿では柳原のいう「映画屋の縄ばり」が疑問に対する答えの一つであったこと、すなわち戦中のアニメ映画制作者が戦後のテレビCM制作を牛耳っていた実態を見出した。しかしソール・バスに憧れ、テレビCM制作に魅力を感じたはずのグラフィック・デザイナーらは何をしていただろう。戦前の極めて早い時期に広告映画への憧れを語っていた原は、テレビ広告が伸長していく戦後、1950年代に何をしていただろう。

か。本稿 3.3 の河野や今泉の訴えは、グラフィック・デザイナーらには届かなかったのか。彼らの同時代の動きについては稿を改めたい。

付記

執筆にあたり下記の方々に資料提供等ご協力を頂きました。御礼申し上げます。

(敬称略) 真鍋 真, 谷口英理, 下村朝香, 大傍正規, 木下浩一, 慶応義塾大学アート・センター, 愛媛県美術館

本稿は、JSPS 科研費 21K01847 による成果の一部である。

注

- (1) 宮山峻『人生交差点』アド・プランニング研究所(非売品), 1976年, 63頁。宮山は『広告界』廃刊時(1941年)と『アイデア』として復刊した際の編集長。同書は宮山の回顧録で, 引用部は小川菊松(誠文堂新光社の当時の会長)の発言としてとて書かれたもの。民放テレビ開局の機運を見逃さず『広告界』の復刊を指示した際の言葉だという。
- (2) 日本宣伝美術会(JAAC)は大阪, 九州, 北海道地区の「全国団体の母体として, 東京地区在住作家をもって本年(筆者注: 1951年)6月結成」した。瀬木慎一編『JAAC=日宣美20年』, 日宣美20年刊行委員会・日宣美解散委員会, 1971年, 16頁。
- (3) 戦前の「動く広告」の萌芽と展開については以下の拙稿参照。「動く広告の起源: 広告幻燈からタイプアップ広告まで——明治から昭和戦前期のフィルムによる広告」『評論・社会科学』140号, 同志社大学社会学会, 2022-03-31, 55-78頁。
「国家メディア戦略「文化映画」への広告の接近——第二次世界大戦期の原弘と板垣鷹穂の言説と制作に着目して——」『評論・社会科学』146号, 同志社大学社会学会, 2023-09-30, 1-42頁。
- (4) 坂本英男『広告五十年史』日本電報通信社, 1951年1月5日発行(1950年12月印刷), 366頁。
- (5) 新井静一郎「商品の広告について」商業デザイン全集編集委員会編『商業デザイン全集』第3巻(商品篇), イヴニング・スター社, 1951年9月155頁。(商品編)は第一回配本。新井は1947年に森永から電通に転籍した。
- (6) 内藤俊夫「九割が生コマーシャル傑作 CM はアニメが主流」山本武利編『証言で綴る広告史』日経広告研究所, 2001年, 11-12頁。内藤は「創生期のテレビCM作りに携わった人たちは…映画界から来た人, シナリオライター, ラジオCMの経験者, ベテランのアドマン, 私のような新入社員」であり「誰もがテレビCMの世界では経験はゼロ…切磋琢磨し合う, 活気ある雰囲気職場にみなぎっていました」と当時を語っている。
- (7) 大伏肇『テレビ・ラジオの広告技術』東京堂, 1958年, 49頁。
- (8) 高野光平『発掘! 歴史に埋もれたテレビCM』光文社, 2019年, 23頁。
- (9) 大伏肇前掲, 1958年, 73頁。
- (10) 内藤俊夫前掲, 11-12頁。
- (11) 加藤秀俊監修, 全日本CM協議会編『CM25年史』, 講談社, 1978年, 154頁。
- (12) 1959年ごろにはアニメと実写の混合型も増加した。「過去四年間に, フィルム制作技法がぐんぐん進歩し…実写と漫画の同時混合使用が昔より簡単化した」仁平芳郎「テレビ・コマーシャルとアニメーション」『宣伝会議』6巻(7月号), 久保田宣伝研究所, 1959年, 40-41頁。
- (13) 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30年代のメディアと文化』世界思想社, 82頁。
- (14) 加藤監修前掲書, 154頁。この前段の文章は以下。「初期のコマーシャルフィルムは…線画あるいは人形によるアニメーションが愛用され, さまざまなキャラクターが工夫された」。
- (15) 三木鶏郎資料館 <http://www.mikitoriro.jp/> 2023年8月15日閲覧。
- (16) 加藤監修前掲書, 154頁。

- (17) 飯沢は1909年7月23日生まれで1933年に東京朝日新聞社に入社し1954年退社している。
- (18) 濱田研吾「ほろにがの群像」, <http://www.yubun-shoin.co.jp/horoniga/07.html>, 2023年8月15日閲覧。
- (19) 飯沢匡「京都のみ歩る記」朝日麦酒編『ほろにが通信』(13), 朝日麦酒, 1951-09年, 4頁。
- (20) 飯沢匡は自伝で「朝日ビールの山本為三郎社長から宣伝雑誌の編集を頼まれた」と書いている。飯沢匡『権力と笑のはざ間で』青土社, 1987年6月, 439頁。
- (21) 合計23冊を出版した。【図6】はその1冊『ロビンフッドの冒険』トッパンのストーリーブック。文：飯沢匡, 人形：川本喜八郎, 絵：土方重巳 1952年。
- (22) 土方は「ほろにが君」誕生の経緯を以下のように後述している。「アサヒビールでは1950年から『ほろにが通信』というグラビアのPR誌を月刊で出していた…表紙のアイキャッチャーに川本さんが作った『ほろにが君』の人形が登場していたが、私は相手役の女性の人形『三ツ矢嬢』をデザイン』『土方重巳造形の世界』造形社, 1978年, 44頁。
- (23) 山口且訓, 渡辺泰『日本アニメーション映画史』, 有文社, 1978年, 84頁。
- (24) 「日本映画監督全集(50音順)』『キネマ旬報』(698)(1512), キネマ旬報社, 1976-12, 404頁。
- (25) 秋山邦晴「日本映画音楽史を形作る人々(52)アニメーション映画の系譜13」キネマ旬報(700)(1514)キネマ旬報社1977-01, 164-165頁。
- (26) 無記名「新作紹介 桃太郎の海鷲」文化映画 2(10)(21), 映画日本社, 1942-10, 73頁。
- (27) 無記名「フクチャンの潜水艦」新映画 1(7), 映画出版社, 1944-07, 8頁。
- (28) 秋山邦晴「日本映画音楽史を形作る人々(52)アニメーション映画の系譜13」『キネマ旬報』(700)(1514), キネマ旬報社1977-01, 164-169頁。
- (29) 持永只仁「映画「映画の見方」『新女性』(51), 新女性社, 1955-04, 61-63頁。
- (30) 秋山邦晴前掲166頁。インタビュー形式で持永の発言。
- (31) 持永只仁「映画の見方」1955-04, 63年。森卓也『アニメーションのギャグ世界』, 奇想天外社, 1978, 12にも持永の経歴が記されているが、帰国年を1年早く1952年と記載し、持永を満州生まれとしている。
- (32) 山口且訓, 渡辺泰前掲, 84頁。
- (33) 土方前掲書, 48頁。
- (34) 山口且訓, 渡辺泰前掲, 250頁。
- (35) 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, 232頁。(8章アニメーション産業の形成)古田によると日本テレビジョンは1952年10月の設立には三井・安田・古川等の財閥から出資を得ている。当初のテレビ関係機材の輸入業から1953年に東京・芝浦の高浜スタジオでいち早くテレビCMの製作に着手した。1957年, 社名をTCJに変更。
- (36) 当時あったCM制作会社の電通映画社は、日本初のCM, 精工舎の時報のアニメCM制作で知られるものの、以降確認できるアニメCMは持永只仁の人形映画製作所への1955(昭和30)年の後援(教育映画配給社と共同)後に同社が手掛けた1955年のニッカウキスキーCMのみ。実写CMは多数手がけている。
- (37) 古田前掲書, 201-221頁。
- (38) 1948年には分裂し一部が「日本動画社」となり東宝系の教育映画会社を吸収し「日動映画」となった。
- (39) 秋山邦晴「日本映画音楽史を形作る人々43 アニメーション映画の系譜4」『キネマ旬報』675号, 138-139頁。
- (40) 拙稿(注3)参照。
- (41) 北波は戦時期に映画国策を担った大日本映画協会が発行した書籍に「線画」と呼ばれた漫画映画にかかる項目があったことをつぎとめている。北波英幸「教化の『線画』/娯楽の『漫画』」——明治末期から1945年に至るアニメーション映画の呼称と概念の変遷『マス・コミュニケーション研究』99号2021年, 115-132頁。
- (42) 津堅信之『テレビアニメ夜明け前-知られざる関西圏アニメーション興亡史』ナカニシヤ出版, 2012年, 10頁。

- (43) 堀ひかり『『桃太郎 海の神兵』の異種混濁性』佐野明子・堀ひかり編『戦争と日本アニメ』『桃太郎 海の神兵』とは何だったのか』青弓社、2022年、75頁。
- (44) 佐野明子は「海の海兵」における影絵の利用や、ディズニーとは異なるマルチ・プレーン・カメラの使用方法を指摘し、同作をフルアニメーションの多用のみではない「多様で異質なスタイルが併存する実験性がきわめて強い作品」と評価している。佐野明子『『桃太郎 海の神兵』の実験と宣伝』佐野明子・堀ひかり編前掲、135-155頁。
- (45) 古田前掲書、214頁。古田は東映動画が「ディズニーの長編に見られる劇場用漫画映画に対する高い人気と収益性…テレビ放送による新しい需要の喚起」に期待した創業だったと分析している。
- (46) 津堅信之『日本アニメ史』中公新書、2022年、78頁。
- (47) 大川博『この一番』、東京書房、1959年、30-34頁。
- (48) 大川博「東映娯楽映画論」『キネマ旬報』(191)(1006)、キネマ旬報社、1957-11、59-62頁。
- (49) 古田前掲書、220頁。
- (50) 古田前掲書、218-219頁。古田はこの過酷な労働条件が1961年の労働組合結成の契機となったと指摘している。
- (51) 今泉武治「テレビ」東京アートディレクターズクラブ編『年鑑広告美術 1957』、美術出版社、1957年、214頁。
- (52) 『年鑑広告美術』1958年に掲載の紙細工によるアニメCMには、アートディレクターに今泉、アーティストとして土方と川本の名がある。232-233頁。
- (53) 河野鷹志「TV 広告のデザイン」、1957年7月15日毎日新聞(東京)6面。
- (54) 河野はここで「テレビ以外の広告の他の分野に活躍する多くの専門家たちが、まさか安心しきっていると考えられない」と、それら専門家のテレビCMへの進出を促すような発言もしている。
- (55) 座談会「テレビ広告の研究」『宣伝会議』久保田宣伝研究所、4巻8号、1957年、2-9頁。本文で示した以外の出席者は加登川幸太郎(日本テレビ編成局編成総務部長)、司会は同誌編集長久保田孝。座談会実施日：1957年7月24日、於：中央公論ビル七階会議室。これは石原の発言、7頁。
- (56) 飯沢匡「アニメーションの世界 アニメーションの夢・私の夢」『シナリオ』18(1)(163)、日本シナリオ作家協会、1962-01、109頁。飯沢は続けて「約七、八年の経験の結果、TVCMの世界では、幾つかの優秀賞を、その都度、獲得しているから強ち私たちの自画自賛ではなからう」と書いている。
- (57) 「漫画映画・1958年の魅力」『キネマ旬報』(198)(1013)、キネマ旬報社、1958年3月15日、38頁。特集は51頁まで。
- (58) 花田清輝「漫画映画の方法」前掲『キネマ旬報』(198)(1013)、38-40頁。
- (59) 滝口修造「動画・漫画-空間恐怖前掲」『キネマ旬報』(198)(1013)、40-41頁。
- (60) 岡田晋「漫画映画は映画でない」前掲『キネマ旬報』(198)(1013)、41-43頁。
- (61) 羽仁進「ディズニーの芸術形式」前掲『キネマ旬報』(198)(1013)、44-45頁。
- (62) 横山隆一、飯沢匡、岡本博「一コマにそそぐ夢 漫画映画をつくる 苦心と感激〔座談会〕」、前掲『キネマ旬報』(198)(1013)、46-49頁。この特集にはほかにドナルド・リチイ「東映動画スタジオ訪問」も掲載されている。50-51頁。
- (63) 例えば1956年刊の平凡社編『世界大百科年鑑』の「漫画映画」の項には、グリモアの「やぶにらみの暴君」が1955年に日本で封切られディズニーの強敵と紹介され、「マクラレンの手書き漫画の登場」や「ウォルド・ディズニーに対抗してあらわれたステフェン・ボサストウ」が文章で紹介され(挿絵はなし)、「アニメーションの手工性を極度に発揮した芸術としてこれまたディズニーの正反対をゆく映画」とされている。389頁。
- (64) 無記名「Projectionist's news」『映写』(98号)全日本映写技術者連盟、1956年、22頁。
- (65) 岡田晋「ノーマン・マクラレンの世界」『キネマ旬報』(204)(1019)キネマ旬報社 1958-05、44-46頁。
- (66) 田口柳三郎『小型映画技術(写真技術講座：第7)』共立出版、1956年、55頁。
- (67) 岡田前掲「ノーマン・マクラレンの世界」44頁。
- (68) 飯沢匡「作品研究 七年目の浮気」『キネマ旬報』131号、キネマ旬報社1955年11月1日、41頁。

- (69) 飯沢匡「美女と怪竜」『映画評論』12(11) 新映画, 1955-11, 72 頁。
- (70) 『黄金の腕』の映画タイトルは、ジャズをバックに白いラインが右に左に消えては動き文字を呼び出し、最後に折れ曲がった腕に変化する。麻薬と暴力で歪んだ腕という作品の強烈なシンボルである。ポスターにも同じイメージが使われた。
- (71) 池田埜, 福原正行「映画タイトル・デザイン研究 ソール・バス vs カイル・クーパー」『大阪芸術大学紀要藝術』29, 4-5 頁。
- (72) 滝口修造「やぶにらみの暴君：世界の漫画映画 各国漫画映画の印象」キネマ旬報 (124) (939), キネマ旬報社 1955-07, 49 頁。
- (73) 岡田晋「動くグラフィック・アートー世界の漫画映画ー」『リビングデザイン』1956年7月号, 美術出版社, 66-67 頁。
- (74) 岡田晋前掲『リビングデザイン』, 66 頁。
- (75) 今村太平「半抽象映画『プカドン交響楽』」美術手帖 (105), 美術出版社, 1956-02, 73-76 頁。
- (76) 「青少年問題に対する映画界の対策」全国社会福祉協議会編『子どものしあわせのために：児童憲章制定五周年記念全国児童福祉大会』, 全国社会福祉協議会, 1956.5, 161 頁。映倫の選定は1954年12月1日に映画選定制度で推薦された。
- (77) 飯沢匡「作品研究 七年目の浮気」キネマ旬報 (13) (946) キネマ旬報社, 1955-11, 40-41 頁。
- (78) 野口久光「漫画映画」『映画講座』第2巻, 三笠書房, 1953年, 147 頁。
- (79) このボサストゥ作品は1951年にアカデミー賞を受賞した。1960年になると、電通の制作部長がボサストゥをテレビCMに支配的なスタイルとして紹介していてアンクル・トリスの影響の拡大の速さが見える。「リミテッド・アニメーションは、1943年、ディズニー・プロで働いていたスティーヴ・ボサストゥが、独立してUPA（ユナイテッド・プロダクション・オブ・アメリカ）という漫画会社を創立、ジェラルド・マック・ボイン・ボインという子供を主人公にした漫画を完成…このフィルムが近代派の先駆となったのであるが、アメリカでは勿論、日本でも、このフィルムに大へん影響され、特にコマーシャルの世界では、このスタイルが支配的になっている。この派のキャラクターは、ほとんどグラフィック・スタイルの線で形づくられ、極めて簡素化されている。そして頭から胴に直接つながっている上、プロポーションもディズニー・スタイルと異なり三頭身、二頭身になっている。」尾張幸也「テレビ・コマーシャルの種類と形式」『現代テレビ講座』第5巻ダヴィッド社, 1960年, 113 頁。尾張は電通ラジオテレビ企画制作局企画第四部長。
- (80) 東映動画も「白蛇伝」以前の1956年に、一部がリミテッド・アニメの作品「こねこのらくがき」を制作している。これは1957年の教育映画祭第四位となった。「(1956年)八月一日、東映動画は…二十三名の製作スタッフでスタートした。スタジオは旧日動（注：日動映画）で、TV用コマーシャル・フィルムを制作しつつ、日本で初の色彩長編漫画『白蛇伝』及び短編『こねこのらくがき』に着手」山口且訓, 渡辺泰前掲書, 60 頁。
- (81) 津堅は日本の初期のCMアニメに「手抜きかどうかは別にして、(筆者注；コマ数の少ない)リミテッドが使われた」と指摘している。102 頁。また「アンクルトリス」については「リアリズムが意識された伝統的なアニメーションとは異なる新たな表現」としている。津堅前掲書, 2022年, 68 頁。
- (82) 開高健「[テレビジョン・今日の課題 (11)] アニメーション寸感」『キネマ旬報』(232) (1047) キネマ旬報社, 1959-05, 126-127 頁。
- (83) 野口久光前掲, 147 頁。
- (84) 柳原はアンクル・トリスの性格を開高らとの30分のプレーストリーミングで決定、その後デザインを30分で書き上げた後述している。柳原良平「私はアンクル・トリス」坂根進編『トリス広告25年史』サン・アド, 1975年, 128 頁。また開高は、柳原の画を「デザインとしてのパターンの要素と、挿画としての説明的な表情の要素との二つがカクテルされており」と分析しており、作家開高がデザインへの見識にも優れていたことがわかる。前掲1959年, 50 頁。1962年に寿屋に入社した小玉武は、この時のプレーストリーミングは、山崎隆夫宣伝部長に指示された柳原が開高と酒井陸雄に声がけし、1958年の春に行われたと記している。小玉武「『洋酒天国』とその時代」筑摩書房, 2011年, 210 頁。
- (85) 開高健前掲1959年, 126-127 頁。

- (86) 柳原良平『アンクル・トリス交遊録』旺文社、1983年、50頁。
- (87) 江戸むらさき CMの第一号は三木のり平をモデルに、リミテッドアニメとフルアニメーションを混在させた表現で人気を得た。アンクル・トリスと同じ1958年。両作品ともに「20世紀のテレビCMデータベース」にTCJの作として収蔵されている。大西清は以下の書で、TCJの旧社名日本テレビジョンの契約アニメーターとして資生堂の初期のアニメCM「パールちゃん」シリーズにも携わったことなど自身の経歴を記している(387-389頁)。また同書内の座談会では最初のアンクル・トリスCMのリミテッド・アニメーションの動きは柳原の指示だったと述べている。「初めは二コマでフル・アニメーションをやるということだったんですが、柳原さんがリミテッド・アニメーションをつくらうということで、ほくも一緒に組んでやったわけですが、ちょっとその感覚がわからなかったですね。一番最初のトリスパーの巻は三十秒だったんですが、ほくがどっさり書いたのを柳原さんはどんどん抜いちゃうんですよ。歩きなんか常識的に十二枚でつくったら、これは人間のまともな歩きにすぎない両足六枚でいい、アニメーションの邪道かも知れないが、それでもかまわない、コマーシャルは印象度が強ければいいのだということで、六枚の動きをむやみにつくられたんです。出来上りを見るまでこわかったんですけども、結果は非常にうまくいきました」(95-96頁)。ここでいう枚数は1秒間に使うセル画の数。並河亮編著『テレビCM:制作者の経験と理論』読売テレビ放送、1968年。
「20世紀のテレビCMデータベース」(研究者限定公開)、<https://www.arc.ritsumeai.ac.jp/database/CMdb/>
- (88) 柳原は後に「私の好きなアンクルトリスの作品は、デビュー作の『トリスパーの巻』」と言っている。柳原良平前掲「私はアンクル・トリス」、128頁。
- (89) 柳原良平前掲書、1983年、47頁。
- (90) 今泉武治「テレビジョン」『年鑑広告美術 1958』東京アートディレクターズクラブ編、美術出版社、1958年、229頁。アートディレクターズクラブは1951年発足。
- (91) 羽仁進前掲「ディズニーの芸術形式」、1958年、45頁。
- (92) 図書新聞 1959年3月21日号。
- (93) 日本教育テレビは1959年2月1日に開局した。
- (94) 「出版界年表 1958年の歩み」『出版総覧 1959』出版タイムス、1959年、27頁。
- (95) 金沢は昭和8年満州電信電話公社に入り放送部門に従事、新京中央放送局長、満州放送総局副局長などを務めた。戦後電通系の東京放送開設準備など民放ラジオ創業に参画、26年ラジオ東京(後の東京放送)設立と同時に編集局長、調査局長を経て33年日本教育テレビ(テレビ朝日)編成局次長。日外アソシエーツ「20世紀日本人名事典」(2004年刊)
- (96) 金沢覚太郎「教育タレントの限界と資格」南江治郎編『テレビタレント読本』四季社、1959年、165-166頁。
- (97) 橋本潔『自分史 テレビ美術』レオ企画、1996年、74頁。橋本は以下のインタビューでも名取のNTVでの仕事を証言している。公益財団法人 放送番組センター「放送人の証言」2001年12月25日実施。<https://www.youtube.com/watch?v=VkbGIYLslr4&t=3s> (2023年6月30日視聴)
- (98) 『週刊読売』1959年4月5日号、26-27頁。
- (99) 週刊読売の記事の順であれば久里洋二の実験アニメの回は3月25日(水)だったと思われる。
- (100) 久里洋二「実験漫画映画と音楽」『音楽の友』18(11)11月号、音楽之友社、1960年11月、97頁。ここで久里はNTV(日本テレビ)と記しているが、NETの誤りと思われる。
- (101) 久里洋二「アニメーションの無限の世界」『キネマ旬報』(339)(1154)、キネマ旬報社、1963-05.67-69頁。
- (102) 久里洋二「新しいアニメーションとの戦い その発展過程と今後の動向」『宣伝会議』9(10)(103)、1962年11月、22-25頁。ここで久里は「生れてはじめてアニメーションというものを作ったので、私にとって記念すべき思い出」とも書いている。上述草月で「ファッション」の試写をアニメーション三人の会初回の前に行ったという1960年の『音楽の友』での発言とは食い違う。
- (103) 久里洋二前掲、1960年、97頁。
- (104) 久里洋二前掲、1960年、97頁。
- (105) 「番組表 昭和34年4月第一週-3月29日~4月4日」全国朝日放送編『テレビ朝日社史 ファミ

- リー視聴の25年』非売品，1984年，371頁。29日（日）の番組表はあるが「半常識の眼」は番組に無い。
- (106) 橋本前掲書，75頁。全文は以下。従来のテレビ番組の枠を超えた実験的な番組の様子が伺える。「ある回で番組がまとまらず…建築家の芦原義信さんと私が『未来の住宅』について対談…これからの住宅は現場での大工さんの手作りではなく，工場で部品を量産，現場にて組み立てるプレハブリレーションになるというテーマで…前の番組に使用したドラマの日本間のセットを残しておいて，そのセットに二人が腰を掛けて対談を始めると，大道具さんが現れて，建具，壁，欄間をどんどん解体してゆき，最後はセットの無くなったスタジオの真中に二人が座っている屋台組の平台だけが残る。さらに大道具さんにバラした欄間を持ち出してもらい，今の日本建築は…ツーバイフォーという方法に変わるだろうと芦原さんが説明」。
- (107) 関根弘「ブラウン管の霧 テレ・ポエム断想」『キネマ旬報』245，キネマ旬報社，1959年，124-125頁に以下の記述がある。「今年の三月，若い日本の会が，日本教育テレビで一週間，『半常識の眼』を企画したとき，そのうちの一回，『現代の貴族』のナレーションを書いた。原案とカメラは，写真家の東松照明。十六ミリで撮ったフィルムをたった一回みただけで書いたものだから，出来上がりをみて不満は多かった。コトバが足りなすぎたと思ったが，いまかんがえてみると，これなどもテレビ・ポエムの一種ではあっただろう」このほか江藤淳が「見る間に跳べ」の苦心を詳説している。江藤淳『日附のある文章』筑摩書房，1960年，158-165頁。これはCBCレポート1959年5月号の再録で開催から間もない証言。
- (108) 橋本前掲，78頁。番組確定表に3回分が欠落していることから当時の混乱と書いている。
- (109) 「百二十一万円の授業料の真相」新潮社編『週刊新潮』4(19)(170)，新潮社，1959-05，19頁。
- (110) 金沢前掲，166頁。
- (111) 無記名「1959年度テレビ総決算 日本教育テレビも黒字」『キネマ旬報』251，1960年2月，186-187頁によると，日本教育テレビは教育テレビという足かせにもかかわらず9月決算では黒字。採算度外視の実験的な8日間の番組も可能だったのだろう。
- (112) 「見切れる」はテレビ用語で，スタジオセット以外の部分が画面に映りこむこと。
- (113) 橋本前掲書，73-77頁。
- (114) 久里洋二前掲『宣伝会議』1962年，22-25頁。
- (115) 津堅は日本テレビが制作した「もぐらのアバンチュール」(9分弱)が1958年に放送された可能性を指摘し，これを日本で最初のテレビアニメとしている。津堅前掲書，2022年，97頁。
- (116) 久里洋二・真鍋博・柳原良平「新しいイメージをさぐりだすために」『SAC』NO.7，草月アートセンター，1960年，奥付。奥付に日付がないがOct号とあり10月号。11月に開催すると予告されている。実際には11月から12月に開催された。
- (117) 真鍋博「活動屋意識」『シナリオ』17(3)(153)，日本シナリオ作家協会 監修，1961-03，76頁。
- (118) 伊藤逸平「漫画不毛の季節—無責任なジャーナリスト(下)」『東京新聞』1960年12月13日夕刊。
- (119) 滝口修三「動画考 ワク破る面白さ—野心的な“3人の会”の試み」朝日新聞，1960年12月14日朝刊。
- (120) 滝口前掲朝日新聞，1960年。
- (121) 筆者は草月会資料室に残る「マリン・スノウ」を視聴した。岸田今日子らのささやきや，メロディーとは言えない効果音のような音楽とアニメーションの組み合わせで，前衛芸術の趣が強い作品である。
- (122) 遠藤利男「ア・ラ・カルト アニメーション三人の会」『シナリオ』17(2)(152)，本シナリオ作家協会，1961年2月，82-83頁。遠藤はのちにNHK放送総局長を務める。
- (123) 津堅は「実験アニメーション」の挑戦としてアニメーション三人の会の初回上映会を紹介し，この初回の際には柳原だけがCMアニメーション制作の経験があったとしている(津堅前掲書，2022年，110-112頁)。本稿の調査で真鍋・久里も既に【図24】【図29】のCMを制作していたことが判明した。
- (124) 秋山邦晴「日本映画音楽史を形作る人々17回 アニメーション映画の系譜」『キネマ旬報』(717)(1531)，キネマ旬報社，1977-09，110-115頁。この回は，久里へのインタビューで構成されている。

- (125) この久里の「ミツワソフト石鹸」テレビCMは1960年 東京ADC銅賞を受賞。久里は『宣伝会議』9-11にこれが初めてのテレビCMの仕事であったと書いている。
- (126) 第二回以降は「コンテンポラリーアートシリーズ」ではなく「草月シネマテーク」の催しとして開催された。第二回は当初の計画の4回が1月30日が追加され5回開催された。【図30】は追加開催時のちらし。最初のちらしに記載の真鍋の「シネ・バラード 作品No.1」は作品名が「シネ・ポエム 作品No.1」に変わっている。
- (127) 第三回にはカナダのカルロス・マルキオリの作品が招待された。6月にはアートシアター新宿文化で、同館との提携として追加上映された。新宿ではいくつかの演目が変更されており、テレビCM上映はプログラムから消えている。
- (128) 第一回から第三回までの各回は寿屋が協賛していたと思われ、第一回と第二回には「トリスウイスキー」の文字とトリスを持つアンクル・トリス、第三回には4月発売サントリービール「文字とバイク」の装束を纏ったアンクル・トリスの広告が小さく描かれている。フェスティバルとなってからはこの広告は無くなる。
- (129) 柳原良平「特集／CM アニメーションの周辺」『テレビドラマ』3巻10号、1961年10月、現代芸術協会、80-81頁。
- (130) 柳原前掲、80-81頁。柳原は「勿論これは日本での話で、アメリカではご存じのディズニーが、世界のアニメーションを支配するがごとく活躍していたが…」と注釈している。
- (131) ほかに久里実験漫画工房の2名と、海外作品アレキサンダー・アレキセーエフの「禿山の一夜」等が上映された。日本作家の作品名は手塚「メモリー」「人魚」、宇野「白い祭り」、横尾「アンソロジーno.1」「Kiss Kiss Kiss」、和田「殺人」。
- (132) 第二回には飯沢匡も参加した。
- (133) 草月（東京）と、名古屋、福岡、北海道の4か所では各地区の日宣美が、主催者または後援に名を連ねている。アニメーションフェスティバルは第4回から一般公募を開始する。
- (134) 『広告』9月（198）、博報堂、1964-09. 51頁。
- (135) 開高前掲、127頁。
- (136) 久里洋二前掲「アニメーションの無限の世界」、70頁。
- (137) 佐野前掲、145頁。
- (138) 堀前掲、74頁。
- (139) 久里洋二前掲「新しいアニメーションとの戦い」23頁。
- (140) 久里洋二前掲「アニメーションの無限の世界」、68頁。
- (141) 竹内幸絵『近代広告の誕生－ポスターがニューメディアだった頃』青土社、2011年、205-211頁。
- (142) 岡田晋前掲「ノーマン・マクラレンの世界」、44頁。
- (143) 前衛芸術運動「具体」の吉原治郎が社長を務めた吉原製油は、1961年に前衛映像を使用したテレビCMを制作している。20世紀のテレビCMデータベース、作品No166-01（1960年）。万年社コレクションVT151 15-34, VT151 15-17, VT15115-16、（制作年不明）。
- (144) 津堅前掲書112頁、津堅の考察。
- (145) 津堅によれば、手塚はアニメーション三人の会を観に行った際に久里に「あんたが作るのを待ってるぜ」と言われたと回想している。また津堅は手塚が虫プロ設立時に「実験的なアニメーションを作るのがスタジオ設立の目的」だと語り周囲を戸惑わせた逸話を紹介している（津堅前掲書99頁）。これは1960年秋の逸話で、三人の会が『SAC』NO.7にmanifestoを発表した10月とほぼ同時期。また手塚は、草月でのアニメーションフェスティバルへの参加後には虫プロ全社員に、「1、虫プロは、これからも、実験作品をつくるのを目的にしていく。2、金儲けのプロダクションになる」のいずれかを選択せよとするアンケートを行ったという（津堅前掲書114頁、山本暎一『虫プロ興亡記』新潮社、1989年からの引用。山本は虫プロの社員だったアニメーターで映画監督）。
- (146) 柳原良平前掲書「アンクル・トリス交遊録」、48頁。1961年に真鍋博が制作した映画タイトルアニメ「三味線とオートバイ」（愛媛県美術館蔵）には、ソール・バスの影響が強く感じられる。
- (147) 柳原前掲「特集／CM アニメーションの周辺」、80-81頁。

図版引用元一覧

- 図1 大伏肇『テレビ・ラジオの広告技術』, 東京堂, 1958, 54頁。
- 図2 大伏肇『テレビ・ラジオの広告技術』, 東京堂, 1958, 74, 76頁。
- 図3 全日本CM協議会編『CM25年史』, 講談社, 1978. 1, 154頁。
- 図4 読売新聞 1950年4月1日
- 図5 朝日麦酒株式会社[編]『ほろにが通信』(13)表紙, 朝日麦酒, 1951-09. 国立国会図書館デジタルコレクション <https://dl.ndl.go.jp/pid/1751071> (参照 2023-09-27)
- 図6 飯沢匡 文ほか『ロビンフッドの冒険』表紙, トップラン, 昭和27. 国立国会図書館デジタルコレクション <https://dl.ndl.go.jp/pid/1641538> (参照 2023-03-19)
- 図7 大伏肇『テレビ・ラジオの広告技術』, 東京堂, 1958, 68頁。
- 図11 古田尚輝『鉄腕アトムの時代』, 世界思想社, 2009, 216頁。
- 図14 『アイデア』29号, 誠文堂新光社, 1958, 4頁
- 図15 岡田晋「動くグラフィック・アート」『リビングデザイン』, 10号, 美術出版社, 1956年7月, 67頁。
- 図18 20世紀のテレビCMデータベース 作品No.013-03
- 図19 坂根進編『トリス広告25年史』, サン・アド, 197年, 40-41頁。
- 図20 20世紀のテレビCMデータベース 作品No.033-03
- 図21 東京アートディレクターズクラブ編『年鑑広告美術1958』美術出版社, 1958年, 232頁。
国立国会図書館デジタルコレクション <https://dl.ndl.go.jp/pid/2521762> (参照 2023-09-24)
- 図22 20世紀のテレビCMデータベース 作品No.060-13
- 図23 愛媛県美術館蔵
- 図24 1959年3月, 4月 図書新聞 縮刷版
- 図25 20世紀のテレビCMデータベース 作品No.091-08
- 図26 画像提供: 慶応義塾大学アート・センター
- 図27 産経新聞 1960年11月24日
- 図28 『キネマ旬報』717号, 1977年, 112頁
- 図29 東京アートディレクターズクラブ編『年鑑広告美術1960』, 美術出版社, 1960. 274-275頁。国立国会図書館デジタルコレクション <https://dl.ndl.go.jp/pid/2521764> (参照 2023-09-24)
- 図30 画像提供: 慶応義塾大学アート・センター
- 図31 画像提供: 慶応義塾大学アート・センター
- 図33 画像提供: 慶応義塾大学アート・センター

Trends in Animation Expression in Japanese Television Commercials in the 1950s

Yukie Takeuchi

This paper aims to examine the reality of animated TV commercials, which were common beginning in 1953 when commercial TV stations were launched. It also aims to examine how society at that time received these commercials and how they were connected to later advertisements. The first animated commercials used puppet animation technology, which was developed after the war. Although many fully animated TV commercials were produced using prewar animation techniques, these were not suited to the small-screen television medium and were thus considered problematic three years after TV stations were launched. Meanwhile, experts in the animation industry were aware of expression styles that had begun overseas some time earlier, which advocated a “Disney-less” approach, and they began to seek expression that was free from restrictions. In 1958, the first unique expression of animation was realized in TV commercials. A special program that aired immediately after the opening of Nihon Kyoiku Television (1959) featured this new form of animation expression, and social awareness of the original expression of animation began to spread.

Key words: TV commercials, Puppet animation, Television program “Half Common Sense Eyes”, Animation trio

