



Title	アニメ・特撮のデフォルメキャラクターについての考察：その発生とゲームコンテンツによるアーカイブ性に着目して
Author(s)	神谷, 和宏
Citation	コンテンツ文化史研究, 14, 4-19
Issue Date	2023-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/90645
Type	journal article
File Information	Contents-bunka-shi-kenkyu_kamiya202303.pdf



アニメ・特撮のデフォルメキャラクターについての考察 —その発生とゲームコンテンツによるアーカイブス性に着目して—

神谷 和宏

一 先行研究を踏まえた本研究の課題設定

本研究はアニメや特撮に出てくるロボットやヒーロー、怪獣等のキャラクターをデフォルメした商品（プラモデルなど）やコンテンツ（映像作品やマンガなど）について扱うものである。その発生の状況について論じた後、それらがゲームコンテンツになる中で有することとなつたアーカイブス性について明らかにしていく。ここでいうアーカイブス性とは、ロボットアニメを中心に、古い作品のキャラクターやストーリーがゲームの中で復刻され、あたかもデバイベースのように記録されていった特質を指す。本研究においては、デフォルメキャラクターが多く描かれ、長くシリーズ作品、派生的なスピノオフ作品を生産し続けていた『スーパーロボット大戦』を分析することによって、そのアーカイブス性の成立過程や特徴の詳細を明らかにしていく。

ルース（同作に登場するロボット）をデフォルメして描いた『SDガンダム』シリーズを生み出し、デフォルメキャラクターは隆盛期を迎える。デフォルメキャラクターは二〇一二年現在でもキャラクター商品の一ジャンルとして存在し、バンダイのカプセルトイ「ちまつ！きやら」のラインナップには『鬼滅の刃』など最新のコンテンツのデフォルメキャラクターも並んでいる。

デフォルメキャラクター登場以前、アニメや特撮のキャラクターが商品化される際には再現性が重視されていたが、デフォルメキャラクターでは緻密な再現性よりも、可愛い印象、あるいは従来そのキャラクターにはなかつた価値が付与されて商品化されるのが一般的である。

例えば、現在流通しているデフォルメキャラクター商品の「ねんどろいど」は「日々の喧噪に疲れた時、手のひらサイズのかわいいデフォルメキャラが癒してくれる。あなたのそばでずっと元気を送り続けてくれる特別な存在。それが『ねんどろいど』です。」（公式サイト）とあり、アニメや特撮のジャンルを超えて、数多くのキャラクターをもとにしたねんどろいどが商品化されている。また怪獣のデザインを美少女キャラクターとしてデフォルメする

「ウルトラ怪獣擬人化計画」は「特撮番組『ウルトラマン』シリーズの個性豊かな怪獣たちを人気絵師が擬人化！まだ誰も見たことがない新たなKAIJUワールドを創造するプロジェクト。それが、「怪獣擬人化計画」です。コミックやノベル、映像作品などあなたたの心を“侵略する”計画が続々進行中！」（公式サイト）とある。つまり、デフォルメキャラクターとは、再現性という規準から離れ、そこにかわいらしさ、親しみやすさを付与し、キャラクターが登場する元々の物語世界を知らない世代や層に訴求する表現方法の一つと言えるだろう。そしてデフォルメキャラクターは、元来、キャラクターに備わっていた印象を変えるに留まらず、映像コンテンツ化されるなど、多方面のメディアに亘って、数多の派生作品を成ししており、アニメや特撮の関連商品の生産と消費にも大きな影響を与えてきた。

これらデフォルメキャラクターについて分析した数少ない言説として、大塚英志、五十嵐浩司による評論と、塩谷昌之による研究が存在する。

一九八九年に発表された大塚英志「増殖する〈複製〉の果てに」はデフォルメキャラクター発生から間もない草創期に書かれた、いわば同時代評で、後に『物語消費論』（一九八九年）で「〈複製〉される物語」として他の評論と共に一章を成すこととなる。大塚はここで、カップラーメンのCMに出てくるウルトラマンや、とんねるずの木梨憲武が『とんねるずのみなさんのおかげです。』（一九八八年～一九九七年、フジテレビ）で、仮面ライダーを模して演じる仮面ノリダーハーについて、原作を見て育った世代にはパロディーであつたとしても、同時代の子どもたちにとってはそのパロディーこそが

オリジナルになると指摘する⁽¹⁾。そして『仮面ライダー』（一九七一年～一九七三年）の止当なシリーズ作品であり、『仮面ノリダーハー』と同じ時期に存在した『仮面ライダーBLACK』（一九八七年、一九八八年）以上の人気を博したことや、それ以前に流行したビックリマンもデフォルメキャラクターであったことなどを引き合いに、パロディー的な複製であるデフォルメキャラクターに対する人気は、オリジナル作品の人気の維持に繋がっているのだとする。そして大塚は、その好例が『SDガンダム』であるとする⁽²⁾。

「ガンダム」のTV放映から十年たった今、ガンダム商品の消費者はオリジナルの「ガンダム」を知らない子供たちである。SDガンダムという「複製」が作られることで、またもや「ガンドム」は延命し得たのだ、といえる。今や本家「ガンダム」はSDのリアル版でしかない⁽³⁾。

この中で大塚はデフォルメキャラクターについて、パロディ、複製と位置づけ、オリジナルとの関係について、その主客転倒している様相に目を向け、デフォルメキャラクターというパロディはもはや、過去のものとなつたオリジナルと同格に置かれるものであり、オリジナル作品の復活や、人気の持続にさえ資するのだと説いている。

もつとも、『ガンダム』シリーズは一九八五年の『機動戦士Ζガンダム』、翌年の『機動戦士ΖΖガンダム』が人気を博し、以降も連綿と正当なシリーズ作品が成立している状況にあり、それら正当な続編と並行し、また交差するかたちで『SDガンダム』は大き

な存在感をもつていたと考えるべきではあるだろう。

大塚のこの指摘は、一九九〇年代にはデフォルメキャラクターの登場するビデオゲームが有することになるアーカイブス性によつて、ますます強化されることになる。本研究では大きく二つの問題を扱うが、その二つ目として、後半で明らかにすることはこの点、つまり九〇年代以降に隆盛する『スーパーロボット大戦』シリーズに代表される、デフォルメキャラクターが作品、制作会社の垣根を越えて共演するゲームがアーカイブスとして機能した点についてである。

五十嵐浩司『ロボットアニメビジネス進化論』は、日本のロボットアニメについて、玩具やゲーム等のビジネスとどのように関わり合っていたかを述べた評論である。この中で「ディフォルメロボットの時代」として、ロボットキャラクターに限定しながらも、デフォルメキャラクターの発生から隆盛期の状況について、一つの章を割いて論じている。そこでは一九七〇年代に主流となり得なかつたデフォルメキャラクター商品が存在したことを皮切りに、デフォルメされたロボットキャラクター発生に至る直接的な前史とその発生、またデフォルメキャラクターとゲームの親和性などメディアミックスの状況にまで触れられている。

本研究では、五十嵐の言及を踏まえつつ、デフォルメキャラクターの草創期から隆盛期に至るまでの状況を、アニメーター、マンガ家として『SDガンダム』シリーズに関わった佐藤元の証言を加える。佐藤は一九七〇年代からアニメ業界に入り、『宇宙戦艦ヤマト』や『機動戦士ガンダム』をはじめ、多くの有名なアニメ制作に関わり、現在も『プリキュア』シリーズに関わるなどしつつ、マンガ家として

も活動する人物である。一九七〇～一九八〇年代に雑誌の裏表紙に掲載された、ボールペン習字の広告『日ベンの美子ちゃん』を手掛けた三代目のマンガ家の「まつもとみな」も佐藤の別名義の一つである。

『SDガンダム』にはアニメ作品の主要なスタッフとして制作に関わり、またマンガ作品としても連載を手掛けるなど、日本のデフォルメキャラクターに関して、重要な役割を果たしてきた佐藤の証言を交えることで、デフォルメキャラクターについての制作側からの視点を含めて論じることとする。なお、佐藤への取材は二〇二一年一月、筆者がTwitterのダイレクトメッセージによって行つた。

これらに加え、デフォルメキャラクターに向けられた各方面からの否定的なまなざしも含めつつ論じていくこととする。このようにデフォルメキャラクターの成立から隆盛の状況について論じるのが本研究で扱う二つの問題のうちの一つ目である。

デフォルメキャラクターについて学術的に論じたものとしては塙谷昌之「巨大ロボットとビデオゲーム」が挙げられる。塙谷は、多数のデフォルメキャラクターで構成されるビデオゲーム『スーパーロボット大戦』シリーズに「物語世界の接合を可能にする場の構造」を見出した。

これは、別な作品のキャラクターが制作年代や制作会社の枠を超えてクロスオーバーされている点に着目し、それを異種の物語世界の接合の場ととらえたものである。本研究では、物語世界の接合によりアーカイブス性が生じ、その結果、大塚の言うオリジナル作品の人気の延命（あるいは人気の再燃）に繋がっていく状況について、先に述べたように本研究、二点目の問題として扱つていく。

構成としてはまず、デフォルメキャラクターが登場する以前の状況、また登場する前史となつた事象について考究する。ただし、これについてはデフォルメキャラクターの起源をどこに求めるのかという問題が生じる。そこで本研究ではアニメや特撮のデフォルメキャラクターに直接的につながつたであろう事象を述べるに留める。デフォルメキャラクターが多くの場合、かわいいという価値観を付与されていることに鑑みれば、一九七〇年代以降のサンリオ文化に触れたり、あるいはサンリオ文化が生まれるに至つた前史にまで遡るべきであるかも知れない。しかし、そこまで射程を伸ばした研究とはせず、今回は先述した範囲に限定した研究とする⁽⁴⁾（第二章）。次にデフォルメキャラクターの登場した草創期の状況を取り上げ（第三章）、次にデフォルメキャラクターをめぐるエポックメイキングとなつた、バンダイによる『SDガンダム』シリーズ発売以降の状況について、ビデオゲーム『スーパーロボット大戦』シリーズをトピックスの中心にして触れる（第四章）。第三章と第四章では制作者サイドの証言と、世間の受容の状況についても触ることとする。次に、特撮作品のデフォルメキャラクターを扱つたビデオゲーム『コンパチヒロー』シリーズ、同じくアニメのデフォルメキャラクターを扱つた『スーパーロボット大戦』シリーズがアーカイブスとして機能している点について考察する（第五章）。

二 デフォルメキャラクター以前

二・一 デフォルメキャラクターが流通する以前のキャラクターアイテム

デフォルメキャラクターがキャラクター商品として人気を博す以前、キャラクター商品は、本物に似せて再現するという発想が主流であり、プラモデルやソフビ（ソフトビニール）人形、「超合金」となどと呼称された特撮やアニメのヒーローや怪獣、ロボットなどは、そのスタイルはもちろん、可変部分や変形、あるいは合体などの作中のギミックに至るまで、いかに正確に再現するかということ、本物らしい迫力があることに重点が置かれていた。もっとも『ゴジラ』（第一作）一九五四年公開の翌年には、ビクターから『ゴジラさん』というレコードが発売され、そこには酔いどれ風のゴジラがユーモラスに描かれていたし、一九六六年にはすでに『ゴジラ』や『ウルトラマン』シリーズの怪獣をかわいらしくデフォルメした『あかちゃんシリーズ』という商品がマルサン商店より出るなど⁽⁵⁾、元のイメージに反して可愛らしくデフォルメするという想像力の底流するキャラクター商品は一九八〇年代以前から存在した。

しかしこれらはキャラクター商品の一ジャンルとして根付くには至らなかつた。

また、殊にプラモデルに関しては正確さを再現するという意識はより高かつた。松井広志は、戦中には航空機の模型製作が少国民の科学的な知識や科学に親しむ態度を育てるとする模型航空教育が国運発展を期して実施されたこと⁽⁶⁾、またそのような前史をもつことから、戦後のホビーの材としてのプラモデルも「実物」の外観を忠実に再現するものとして普及したことを述べている⁽⁷⁾。

玩具メーカーが作中のキャラクターを加工すること自体はよくあつた。例えばクローバー社の『機動戦士ガンダム合体セット』では、ガンダムの胸に実際にはない、Gとデザインされたシールが

貼られ、また本来設定されていないロケットパンチ（レバーを引くと手部分がばねの力で飛ぶというギミック）が付けられるなどした。

また、カプセルトイとして流通してみたいわゆる怪獣消しゴム怪獣のかたちをしたゴム人形）などでは、本来の複雑な造形を省略したり、形状を小さくするためにキャラクターの胴体部分を短くしたり、デザインを簡略化し、その結果、作中の造形と異なる頭身になることも多かつた。しかしこれは元の造形をデフォルメして、あらかじめ可愛い印象を与えるとしたものではなかつた。

あるいは『がんばれ！ロボコン』（一九七四年～一九七七年）に登場するロボットのように元来がかわいい姿形として造形されたものは存在したし、同様にプラモデルメーカーの今井科学は、ロボダッヂという二／三頭身のロボットというオリジナルキャラクターの商品を一九七〇年代より展開していた。しかしこれらはいずれも、テレビ作品などの元来の姿に反し、可愛い印象を与えることを目的に低頭身にするなどしている後のデフォルメキャラクターとは異なるものであった。

されたものになつていつた⁽⁸⁾。

鳥山明もマンガ『Dr.スランプ』（一九八〇年～一九八四年）の中でデフォルメしたゴジラやウルトラマン、また主人公の少女型ロボットのアラレに科学特捜隊（『ウルトラマン』で怪獣と戦う防衛隊）のコスチュームを着せており⁽⁹⁾、アニメ化された際もこれが生かされた。

一九七六年には劇場版『宇宙戦艦ヤマト』が人気を博し、この頃、大人のアニメファンの存在が新聞紙面で語られるなど、従来の「アニメ＝子どものもの」というイメージは変わりつつあり、大人のアニメファンの存在が知られるようになつた。出版物も従来、アニメに関わる書籍は子ども向けであつたし、雑誌に目を向けても、アニメを扱うのは児童を対象とした雑誌ばかりであつたが、この頃、相次いで大人のアニメファンをターゲットにした専門誌が刊行される。その中の一つが『月刊O.U.T』であつた⁽¹⁰⁾。佐藤元は、「『月刊O.U.T』誌上で展開された、真面目な作品に面白く突っ込みを入れ、リアルなアニメ作品をギャグマンガのように描くという企画が後のデフォルメキャラクターのブームに関して影響が大きかつた」と指摘する⁽¹¹⁾。人気を博したこの企画は、『月刊O.U.T』増刊として一九八二年に発刊された、パロディーマンガの専門誌『アニメコミックス』につながる。そこでは「機動戦士ガンダム」の人気キャラクターであるシャア・アズナブルを猫として描いた浪花愛『シャア猫のこと』など、キャラクターをデフォルメした二次創作がパロディという形で出現していた。

後にデフォルメキャラクターを描く中心的なクリエイターとなるものであつたが徐々にギャグ路線へと転じ、デザインもデフォルメ石森章太郎原作、成井紀郎作画のマンガ『宇宙鉄人ギヨーダイン』（一九七六年）は元来、『仮面ライダー』のような等身大のヒーロー

二二 デフォルメキャラクターにつながる想像力

デフォルメキャラクターの人気が隆盛するのは一九八〇年代半ばに入つてからだが、その萌芽となつたマンガや雑誌掲載のイラストに関わる諸事象を見ていくたい。

石森章太郎原作、成井紀郎作画のマンガ『宇宙鉄人ギヨーダイン』（一九七六年）は元来、『仮面ライダー』のような等身大のヒーローものであつたが徐々にギャグ路線へと転じ、デザインもデフォルメ

のようすに描いていたことから、『宇宙戦士バルディオス』（一九八〇年～一九八一年）のマニア向けの本でデフォルメキャラクターを掲載することになり、そこから商業誌デビューを果たした。

佐藤は当時の状況について「風刺やパロディとかに関しては、後進国であつたために法整備もしていなかつたので、登場人物達の温泉シーンを描いたり、ちょっとエロく絡めたりするのも、当時は、お咎め無しで雑誌に掲載していましたからね。良きも悪きも、その無法地帯的な自由な表現が、日本に浸透していくのでは」と分析する。

風刺や扇情的描写をパロディとして扱う二次創作のコンテンツの中で、低頭身のキャラクターは描かれることになる。後に低年齢層、また元来の映像作品への深い理解のない層へも訴求するものとなつたデフォルメキャラクターだが、元来はこのように内輪向け、ファン層向け、それもある程度高い年齢層を対象としたものであつたことは注目すべきことだらう。また後にデフォルメキャラクターの代名詞となる「SD」を冠した『SDガンダム』シリーズの商品を開発するバンダイや、映像作品としてそれをリリースするアニメ制作会社サンライズによつて計画的に生み出されたのではなかつたということも留意しておく必要がある。

三 デフォルメキャラクターの誕生

一九八〇年、タカラから「チョロQ」というミニカーが発売された。一般的なミニカーが、小さながらも本物の自動車の再現を志向して造形されていたのに対し、「チョロQ」は丸味を帯びた、

自動車のデフォルメであった。それまでの「カッコいい」自動車から「カワイイ」自動車へと転換するものだつた。

また一九八〇年代に入つても人気が持続していた「ロボダッチ」のコンセプトに類似した商品も、模型製造を手掛ける他社のアオシマから登場した。アオシマは『最強ロボ ダイオージャ』（一九八一年～一九八二年）について従来の再現志向のプラモデルに加え、「ロボダッチ」同様、島で暮らすロボットというアイデアを取り入れた商品を発売した。ロボットのダイオージャをアニメ作品にはない設定、すなわち、その頭部を公園の遊具に見立てた「ロボット&基地 ヘッドランド」、また胴体を公園内の施設に見立てた「ロボット&基地 ボディーランド」の二種を発売した。「ヘッドランド」については、『ダイオージャ』の前作のロボットアニメ『無敵ロボットライダーG7』（一九八〇年～一九八一年）における、普段は頭部が公園の遊具であるという設定を取り入れたものであることは容易に想像がつく。

一九八三年にはタカラが、『太陽の牙ダグラム』（一九八一年～一九八三年）のロボット、ダグラムをデフォルメした「チョロQダグラム」を皮切りに、『装甲騎兵ボトムズ』（一九八三年～一九八四年）、『巨神ゴーグ』（一九八四年）、『機甲界ガリアン』（一九八四年～一九八五年）というアニメのロボットをデフォルメし、ゼンマイ走行できる玩具として発売した。

なかでも『巨神ゴーグ』は、リアル型の玩具のほか「Qロボ」の名称で、佐藤元によつてデフォルメされたゴーグも商品化された。これまでリアル型のグッズの後にデフォルメキャラクターのグッズが出ていたのに対し、ゴーグはリアルとデフォルメが並行して商品

化された最初のロボットアニメーションであった⁽²⁾。

『機甲界ガリアン』では食玩「コミックガリアンガム」が食品会社カバヤより発売。これは作中のロボットのデフォルメのプラモデルがおまけにつくというもので⁽³⁾、デフォルメキャラクターをデザインした佐藤元による四コママンガも添えられていた。

デフォルメキャラクターの出現の背景には、ロボットアニメの作風の変化もあつただろう。『宇宙戦艦ヤマト』の成功や『ガンダム』のブーム以降、幼少年のみならず青少年をターゲットに据えたロボットアニメが多く登場するようになつた。

多くのロボットアニメの定番であつた、地球の平和を乱す悪の組織をロボットが撃退するという『鉄人28号』や『マジンガーZ』以来の設定は後退した。アニメやロボットキャラクター=子どものものという構図を脱し、これらが多様な年代に向けたものへと変容していく中では、ロボットアニメは元来の視聴者であった幼少年層にとつては無条件に親しめるようなものではなくなつた。

例えは『ダグラム』は地球連邦政府に対して独立戦争を挑む植民星デロリアのゲリラたちの物語である。『超時空要塞マクロス』(一九八二年～一九八三年)は異星人との宇宙戦争の中で描かれる恋愛模様がドラマの中心に据えられる。『装甲騎兵ボトムズ』(一九八三年～一九八四年)は対立する星同士の戦争の物語であつた。

またロボットキャラクターのデザインも、一九七〇年代のそれが赤、青、黄色の三色を活かしたカラフルなデザインであつたのに對し、この頃の作品では実際の軍事兵器をイメージしたかのような地味な色を基調としたものが増えていった⁽⁴⁾。

このような中で、親しみやすいデザインのデフォルメキャラクターは、かつてのようになつたのではなく、幼少年層に訴求するものへと位相を変えていった⁽⁵⁾。

特撮に目向けても、一九八五年にはバンダイがガメラ、ウルトラマン、大魔神といった特撮キャラクターをデフォルメしたコミカルな印象のプラモデル『パロチエンマン』を発売した。

Qロボのゴーレグや、「コミックガリアンガム」でのキャラクターのデフォルメやマンガを担当した佐藤元は一九八四年、制作会社の

異なるデフォルメキャラクターであるガンダムや、Qロボのゴーレグが共演するマンガ『ロボロボカンパニー』の連載を『コミックボンボン』(講談社)誌上で開始した。後述するように一九九〇年代以降、ゲームでは後に制作会社の異なるキャラクターのクロスオーバーが生じるが、『ロボロボカンパニー』はそのさきがけであった。佐藤によれば当初、制作会社の異なる作品がクロスオーバーすることについて、版権の問題などは指摘されなかつたものの、人気が出でてくるにつれ、その点が問題視されるようになつたのだといふ。

ここまでデフォルメキャラクターの登場に繋がる想像力の源泉、そしてデフォルメキャラクターの誕生、草創期の状況を見てきた。大塚英志は一九八九年段階でSDガンダムを「ポストビックリマン」と称し、デフォルメキャラクターの隆盛と前後するようにブームを起こした『ビックリマン』が「SD的デザインであることも注意しておく必要がある」と論じた⁽⁶⁾。これは単にデフォルメキャラクター、あるいはビックリマンが人気を博したということではなく、「かっこいい」キャラクターから、「可愛い」キャラクターが好

意的に受容される時代への推移を示す同時代の言説であると言えるだろう。

四 『SDガンダム』シリーズと『スーパー口ボット大戦』シリーズ

デフォルメキャラクターをめぐる歴史において画期的であったのは、バンダイによるプラモデル『SDガンダム』シリーズの発売であった。

一九八三年発売の『キン肉マン』のゴム製キャラクター人形の入ったカプセルトイは累計で一億八千万個を売り、「キン消しブーム」と呼ばれた⁽¹⁾。その後継となるのが、『ガンダム』のデフォルメキャラクターのカプセルトイ『SDガンダム ガンシヤポン戦士シリーズ』（一九八五年）であった。これは以後三年間で五千万個を販売する好評ぶりで、一九八七年にはプラモデルでも『BB戦士』というレベルでデフォルメされた『ガンダム』のキャラクターを発売した。そして一九八八年には『機動戦士 SDガンダム』が劇場で公開された⁽²⁾。

以後、「SD」はデフォルメキャラクターの代名詞として定着し、デフォルメキャラクターはキャラクターをめぐる消費形態の一ジャンルとして確立した。映像作品やプラモデルに加え、ゲームソフトも発売され、これらはシリーズ化しコンスタントに生産された。このコンセプトは他のコンテンツにも応用され、一九八八年には『ウルトラマン』と『仮面ライダー』もそれぞれ、『ウルトラマン俱楽部

『仮面ライダー俱楽部』としてゲーム化された。これらは同一シリーズの別作品、例えば『ウルトラマン』に登場するウルトラマンと、『ウルトラセブン』に登場するウルトラセブンが同時に描かれることはあつても、他のコンテンツとのクロスオーバーが描かれるものではなかつた。

本来関わりのない作品のキャラクターのクロスオーバーが見られたのは一九九〇年のことで、ともにファミコンのソフトである『SDバトル大相撲 平成ヒーロー場所』（バンプレスト）、『SDヒーロー総決戦 倒せ！ 悪の軍団』（バンプレスト）、そしてスーパーファミコンのソフト『SDザ・グレイットバトル 新たなる挑戦』（バンプレスト）によってであつた。これは制作会社の異なるウルトラマンや仮面ライダーがクロスオーバーし、デフォルメキャラクターとして登場する最初のゲームであつた。これらは後にコンパチヒーローシリーズと呼称される。

この後、アニメキャラが制作会社の壁を越えてクロスオーバーするゲーム、『スーパー口ボット大戦』（バンプレスト、一九九一年）が発売される。このゲームでは人気の持続していた『ガンダム』のキャラクターを中心に、当時すでにメディアに登場することの少なくなつていた一九七〇年代のロボットアニメのキャラクターであるマジンガーZ、ゲッターロボが登場し、その世界観の融合が見られた。

これらのゲームでは、デフォルメキャラクターにすることで、身長の異なるキャラクター（設定上、ウルトラマンは身長四〇メートルであり、仮面ライダーは一・八メートルである）を同一の大きさで描くことができ、ゲーム内の作品世界に整合性をもたらすことが

できた。あるいは、複数の版権を同一のコンテンツ内で扱う際に、SD化したキャラクターであることが条件であつたというケースもあつたという⁽¹⁹⁾。

隆盛期を迎えたデフォルメキャラクターであつたが、従来の再現重視のキャラクター消費に馴染んでいた層からは、違和感を抱かれるものでもあつた。以下の記事はそれを伝えるものである。

確かに、以前から日本のまんがやゲームの特徴のひとつは、「キャラクターの頭がでかい」ことではあつた。しかし、だからといって、かつてのわれわれのヒーローたちまで寸づまりにしてしまうのはひどいと思う。

その縮みぶりは異様なほどだ。最近のおもちゃ屋に並ぶウルトラマンやバルタン星人や仮面ライダーは、軒並み「アンパンマン」や「みんなのたあ坊」のような頭と体のバランスになっている。

この「二頭身化」の主流をなすのが、プラスチックモデル「SDガンダム」シリーズ。SDは「スーパーデフォルメ」を意味する。この縮み世界でガンダムやザクは、七〇年代のメカ少年のあこがれにふさわしいあの威圧感に満ちた姿ではなく、何をやっても「かわいい」「おもしろい」「間が抜けてる」といわれそうな二頭身の姿なのである。カード遊びができる「SDガンダムカードダス」も大変な人気だし、TVゲームソフトも売れている。

SDガンダムの「牙城（がじょう）」となつて月刊誌「コミックボンボン」（講談社）は、二頭身にあらずんばまんがに

あらずの風情だ。九月号には「元祖！ SDガンダム」「超戦士ガンダム野郎」「SDガンダム外伝ラクロアの勇者」「爆笑戦士！ SDガンダム」と連載が四本。

「元祖」とか「BB戦士」とか「ガチャポン戦士」とか「武者」とかいろんな概念が錯そうして、専門家ならぬ私には、たやすく全ぼうをつかめないが、原型に対するもじりから出発し、もじりのもじり、もじりのもじりのもじり……という具合に発展してきたのが分かる。

しかし、そのもじりが縮む方にばかり進んでいるのは、いかにも奇異に映る。少年らが抜け出してきたはずの「幼児体形」へのこだわりを感じるのでだ。

昔は遊びといえば、大人を模倣して「背のび」したがるものだったのに、現代の子どもたちは大人を忌避し、遊びの中から大人のにおいのするものを締め出そうとしているのだろうか⁽²⁰⁾。

「異常に縮むヒーローたち」という見出しのこの記事では、デフォルメキャラクターを「七〇年代のメカ少年のあこがれにふさわしいあの威圧感に満ちた姿」とは対照的な「かわいい」「おもしろい」「間が抜けてる」という印象を与えるものであるとし、またその人気ぶりについて、同一のマンガ誌の中でSDガンダムを扱うマンガが四本も併存している状況に触れつつ、「二頭身にあらずんばまんがにあらずの風情」とする。そして、メディアミックスの状況やデフォルメキャラクターを「原型に対するもじり」（近年の概念で言えば二次創作）、「もじりのもじり」（同様にn次創作）と伝え

ると同時に、デフォルメキャラクターが人気を博する状況を「異常」と分析する。さらにその状況を、大人社会への背伸びではなく、幼児体形へのこだわりを感じられるのだとする。見出しに「異常」と書く根拠はそこであるだろう。

次の記事もデフォルメキャラクターへの違和感を、ある少年の父親のまなざしを借りて論じたものである。

「ガンダムか。ズゴック、ザク、グフ、なつかしいなあ。おれの中学生のころに『機動戦士ガンダム』のアニメがはやつて、ガンプラームが起りこり、ガンダムのプラモデルをいろいろ作つたものだよ」

ところがマサトくんのコレクションを眺めて、父親は頭にきた。「なんだ、このずんぐりむつくりの格好悪いやつは。こんなのがガンプラじゃないぞ！」

そう十九年前のガンプラームのときのモデルは、鋭角的でかつこいい戦闘メカ。それに対してマサトくんの愛着するモデルは「SDガンダム」。SDとはスーパー・デフォルメの略で、オリジナルタイプを頭でつかちの二頭身モデルに思いきつて変形させてしまったのである。

このようにデフォルメすることで、パロディ性やグロテスク性や幼児性のイメージを表現しているのである。

そういえば、近ごろの子どもたちが収集しているカードやシールのキャラクターを見ると「ポケモン」「デジモン」「ピクリマン2000」、いずれも二頭身か丸型（一頭身）が基本形。これはテレビゲームや携帯ゲームの画面（特に小さな液晶

画面）の中で活躍するのに適した形ということができる。

こうして、ゲーム文化全盛の中で、かつてのSFアニメで活躍した八頭身の正統派二枚目ロボットは人気を凋落させ、どこか不気味でかわいい、とぼけた味の二頭身キャラが子どもたちに受けているのである⁽²⁾。

この記事でも従来のキャラクターを「鋭角的でかつこいい」とした上で、「パロディ性やグロテスク性や幼児性のイメージを表現している」デフォルメキャラクターとの二項対立を構築している。マサト少年の父親、つまり従来のキャラクターに親しんできたものまなざしからは、デフォルメキャラクターは好意的に受け止められるものではないことを示唆するものである。『ポケモン』など時代の他のコンテンツを見渡しても、二頭身キャラクターこそがキャラクターの「基本形」であり、しかもそれらは小さな液晶画面という作画上の制約を考えると、適當な形であるのだとする。そして「かつてのSFアニメで活躍した八頭身の正統派二枚目ロボットは人気を凋落させ」たのだという現状分析で記事を締める。

先の『朝日新聞』の記事では「二頭身にあらずんばまんがにあらずの風情」であるとし、後の『日本経済新聞』の記事でも「正統派二枚目」と「二頭身キャラ」の並行した人気ではなく、二頭身キャラ人気が全盛であるという状況を、記者自身の憂慮を含めつつ述べているといえよう。

この時期、「機動戦士ガンダム」のような有力なコンテンツであれば、リアルなキャラクター商品とデフォルメキャラクター商品が並行して存在することがあつたものの、特撮やアニメの多くのキャラ

ラクターはデフォルメキャラクターとしての露出ばかりが目立つたのは事実で、特に放送から一〇年以上を経たようなロボットキャラクターについては、デフォルメキャラクターとしての露出がほとんどすべてであるということもあつた⁽²⁾。それほどまでにデフォルメキャラクターは人気があり、キャラクター商品の消費の中心であつたことを二つの記事は示しているのである。しかしそれは必ずしも、万人受けするものではなく、従来のかつこいキャラクターに馴染んでいた世代にとつては違和感を禁じ得ないものもあることを二つの記事は伝えている。

世間での人気に反した、デフォルメキャラクターへの否定的なまなざしは制作者サイド内でも見られるものであったという。佐藤元は当初、「ギヤゲ漫画や、デフォルメキャラなんかは、技術が無いヤツが描くモノ」という意識が業界内にも強く、デフォルメキャラクターに関する仕事についてはなかなか評価されなかつたのだと言う。

幼少年層に訴求し、商業的な成果を得ていたデフォルメキャラクターであるが、それは従来的なキャラクターの在りようにも馴染んでいたファンからは安易に受け入れられるものではない中で、この時期、デフォルメキャラクターは人気を博していたということである。

『かわいい』論を著している四方田犬彦は、「かわいい」ことが高価値となる先駆けとして、「八〇年代の丸文字」と「のりP語」を挙げる。つまりデフォルメキャラクターが登場し、世を席巻する

ことになるこの時代はまた、「丸文字」や「のりP語」のような、コミカルで親しみやすいものが好感を得る時代であった。また四方田が着目したのは、昭和天皇を「かわいい」と形容するエッセイである。この例のように、「かわいい」は小さくて好ましいもの、愛でたくなるものを称賛する際の形容詞という辞書的な意味を拡大し、様々な事物を肯定する際の称賛の形容詞へと変わっていく時期であつたと言つて良いだろう⁽²⁾。

五 アーカイブスとしての『スーパーロボット大戦』シリーズ

前章で示したように、デフォルメキャラクターは『スーパーロボット大戦』シリーズ、コンパチヒーローシリーズというゲームにおいて、コンテンツのクロスオーバーという状況を生んだ。絶大な人気と知名度を持続させている『ガンダム』のようなコンテンツは別として、番組終了から時間が経過し、(一部のファン層を除けば)世間に名を残すこともなく、新たな商品化など考えられなかつたようなコンテンツが、ゲームの中で存在し続けることになった。しかも『スーパー・ロボット大戦』シリーズは、二〇〇四年には累計作品が三三三タイトルを数え、累計出荷本数は一千万本を突破⁽²⁴⁾、二〇一四年には累計作品が八三三タイトル、同出荷本数は一六〇〇万本を突破したという大ヒットシリーズである⁽²⁵⁾。多くのプレイヤーに、世代の壁を越えて往年のコンテンツを提示したという点において、このビデオゲームはアーカイブス性を発露することとなつた。

元來、アーカイブスを残す側は将来に亘り、残す価値があり得ると考えて資料を残す。またアーカイブスにアクセスする側は、必要

な情報を得ようという意図をもつてているのが一般的であるだろう。本研究で扱うゲームのアーカイブス性は、そのような両者の意図的な行為によるものではない。ゲームの生産者は「このコンテンツを忘却させてはならない」といった意図や使命感よりも、ゲームを制作する上で有益であるという考え方から、大衆から忘却されつつあるようなコンテンツを取り上げているものと考えられる。またゲームを消費する側も多くの場合、自分の意志に関わらず、それらのコンテンツに触れる事となる。つまり、『スーパーロボット大戦』のアーカイブス性とは、本来のアーカイブスのように、残そうという意図や調べようという意図に関わらず、結果的に古いコンテンツが記録され、またそこにアクセスするという点で、多分に偶発性を得て生じているものである。

一九七〇年代のロボットアニメである『勇者ライディーン』や『超電磁ロボ コン・バトラーV』、『無敵超人 ザンボット3』等は一九八〇年代には、熱烈なアニメファンでもない限り、すでに忘れられたキャラクターであった。しかし、これらのロボットキャラクターは『スーパーロボット大戦』シリーズに登場することで、再認識されることになる。

ゲーム機の性能向上とともに、ロボットに乗り込む人間のキャラクターにはアニメ放送時の声優自らが新たに声をあてることが頻繁にあった。また、アニメ作品において印象的なシーンであるロボットの変形シーンや、合体シーン、決め手となる必殺技を繰り出すシーン、さらには、アニメ作品の視聴者の印象に残っているような、ドラマチックなシーンをゲームのストーリー展開の中に再現して見せ、ゲームでありつつも、さながらロボットアニメの総集編、名場

面集足り得る機能をもつていた。また対照的に、アニメ作品内では死んだキャラクターが死なずに生存した場合を描くなど、仮想的、二次創作的な欲求を満たすものもあった。

例えば『ザンボット3』では、敵組織が人間を拉致し爆弾を埋め込む人間爆弾という兵器があった。これは一度埋め込まれると摘出不可能で、爆死する運命を背負わされる。アニメの作中では、レギュラー的に描かれたキャラクターがこの人間爆弾によって死ぬ悲劇が描かれたが、『第4次スーパーロボット大戦』（バンプレスト、一九九五年）や『スーパーロボット大戦Z』（バンプレスト、二〇〇八年）ではプレイヤーのゲーム上の選択によってこのイベントに遭遇／回避することになる。またアニメ作品では人間爆弾にされた人間には星形のあざが浮かび上がるというシーンがあるが、『スーパーロボット大戦Z』ではそのシーンも再現されることになる。

これらはコンパチヒーローシリーズの『スーパーヒーロー作戦』（バンプレスト、一九九九年）においても同様で、ウルトラマンや仮面ライダーといった有名なキャラクターのみならず、『人造人間キカイダー』、『イナズマン』、『宇宙刑事ギャバン』といった比較的、知名度の低い作品も扱い、キャラクターの変身や必殺技の使用シーンを挿入し、さらには印象的なエピソードをゲームシナリオ内に取り入れていた。

『スーパーロボット大戦』シリーズや、コンパチヒーローシリーズは『ガンダム』や『ウルトラマン』のような多くのファンをもち、一般に対する知名度も高く、ゲームの売れ行きを支えられるようなコンテンツと、当時すでに世間から忘れられかけていたコンテンツ

を絡めて登場させることで、それらに触れたことがない人々にもその作品世界や登場キャラクターを提示した。それもキャラクターの姿形と名前を一致させるような表層的な次元にとどまらず、「このロボットは五つのパーツの合体で成り立つ」「この作品では、〇〇との戦闘の中で△△は殉職する」といった、作品の設定や物語部分にまで踏み込んだものであった。

プレイヤーがキャラクターを自ら操作する中で、繰り返し同様のシーンや設定に触れるというゲーム特有のメディア的特性によって、ロボットやキャラクターが復刻するのみならず、物語の視聴「体験」そのものも部分的にアーカイブスされている点が、これらのゲームがもつアーカイブス性の特質である。

『スーパー・ロボット大戦』シリーズからはリアルタイプのキャラクターを使うゲームも派生的に生まれたが、これは派生であると同時に回帰であると言えるだろう。例えば『スーパー・ロボット・シミュレーション』（バンプレスト、一九九七年）は、ライディーンやコン・バトラーVが、リアルなキャラクターとして登場するゲームである。これらは『スーパー・ロボット大戦』シリーズの派生作品であったが、派生作品でなければ（つまり単発の企画としては）恐らく開発されることはなかつたであろう。

制作会社の異なる作品のクロスオーバーを可能にしたデフォルメキャラクターは、このようなかたちでコンテンツのアーカイブス性に寄与することになった⁽²⁶⁾。

大塚英志はパロディが原作の延命に資するのだと論じたが、アーカイブス性のあるゲームは、延命を超え、コンテンツを繰り返し消費させる機会を生んだといつて良い。

六 結論

『Dr.スランプ』の主人公キャラクター、アラレが、『ウルトラマン』の防衛隊である科学特捜隊の制服を着ている原作マンガのコマをデザインしたグッズが円谷プロダクションから公認を得て発売されている。またデフォルメされた（元はリアルな）キャラクター同士ではなく、元来が可愛いキャラクターであつたハロー・キティーとガンドムのクロスオーバー『ガンドムＶＳハロー・キティー』（二〇一九年）という企画では、ガンドムとキティーを混ぜ合わせた低頭身のマスコットなどのグッズ販売のほか、リアルな作風のガンドムに対する敵のキャラクターが、キティーの力でデフォルメキャラクター化されたり、キティーがガンドムと同等の巨大な姿になつて向き合うシーンなどがあるアニメのショートフィルムも制作された。このような状況もまた、デフォルメキャラクターの存在なしには生じ得なかつた展開である。

冒頭に『鬼滅の刃』のキャラクターのデフォルメされたグッズについて書いたが、今やどのようなコンテンツのデフォルメキャラクターが出たとしても、そこに意外性は感じられないといつて良いだろう。

それほどまでに、デフォルメキャラクターが世に定着しているのは、メーカー側にとって好都合だからという面もある。「アニメのキャラクターをデフォルメした『ねんどろいど』を看板商品に」し

「オタクたちに支持され、わずか一〇年で年商一〇〇億円にまで急成長した「フィギュアメーカー」であるグッドスマイルカンパニーが

(2) 「中国の工場で量産するための金型は「200万円でもできる」、「強みはかわいさだけではない。通常のフィギュアに比べ工程が少なく、「企画から完成まで四～六ヶ月と通常品の半分程度」(安芸貴範社長)。このためキャラの“旬”を逃さず商品を投入でき、

価格も3千円前後と通常品の三分の一だ。」というように(2)、メーカー側にとって有利な条件で製造できることは、デフォルメキャラクターが作り続けられ、一つのコンテンツ文化を成すための追い風となっている。

内輪に向けたパロディから始まつたデフォルメキャラクターは、やがて成人、それもファンに向けた二次創作の中で描かれるようになった。間もなくそれは幼年層や、キャラクターの登場する作品世界を深く理解していない消費者に訴求するものとなつていった。そこではデフォルメキャラクターは誕生、隆盛、ジャンルとしての確立という一般的な流れに収まるだけでなく、クロスオーバーという手法によりアーカイブ性を発露し、一部のファンの記憶の中にのみ埋もれていたであろうコンテンツや、その登場キャラクターにリバイバル的なかたちで日の目を当てる機会を与えていたといふことも注目すべきことであつたと言えるだろう。

なお本研究は、佐藤元氏の貴重な証言なくしては成り立たなかつた。記してお礼申し上げる。

参考文献

はぬまん『超絶プラモ道2 アオシマプラモの世界』竹書房、二〇〇一年
原良之『バブル文化論—ポスト戦後としての一九八〇年代』慶應義塾大学出版会、二〇〇六年

五十嵐浩司『ロボットアニメビジネス進化論』光文社新書、二〇一七年

香山リカ+バンダイキャラクター研究所『87%の日本人がキャラクターを好きな理由』GAKKEN、二〇〇一年

松井広志『模型のメディア論 時空間を媒介する「モノ』』青弓社、二〇一七年

松井広志『ビデオゲームのキャラクターと世界—「スパロボ」と「サガ」シリーズから考える』、『キャラクター』の大衆文化 伝承・芸能・世界』、

KADOKAWA 二〇一二年

大塚英志『定本 物語消費論』角川文庫、二〇〇一年
塙谷昌之『巨大ロボットとビデオゲーム』、『巨大ロボットの社会学』法律文化社、二〇一九年

四方田犬彦『かわいい』論、ちくま新書、二〇〇六年

注

(1) 大塚英志『定本 物語消費論』角川文庫、二〇〇一年、pp106

(2) 大塚英志、『定本 物語消費論』pp106～pp107

(3) 大塚英志、『定本 物語消費論』pp108

(4) 同様にかわいいという価値観が青少年少女層の内側に留まるものではなく、大人や男性にも訴求する傍流、例えば「キモカワイイ」「エロカワイイ」などが生まれされ“Kawaii”という語となつて、これらの価値観が日本の特色や

魅力の一つとして海外に発信されている状況なども、本研究と関わり合う事象であると考える。

- (5) 五十嵐浩司、『ロボットアニメビジネス進化論』光文社新書、二〇一七年、pp.186
- (6) 松井広志、『模型のメディア論 時空間を媒介する「モノ」』、青弓社、二〇一七年、pp.59
- (7) 松井広志、『模型のメディア論 時空間を媒介する「モノ」』、pp.109
- (8) 五十嵐浩司、『ロボットアニメビジネス進化論』pp.188
- (9) 五十嵐浩司、『ロボットアニメビジネス進化論』pp.189
- (10) 『月刊O.U.T』は一九七七年、みのり書房より創刊。『アニメック』はラボートより、『アニメージュ』は徳間書店から、ともに一九七八年に創刊。
- (11) 『月刊O.U.T』についてはバンダイキャラクター研究所でも「アニメをパロディ化して楽しむということを読者に教え」と指摘している。香山リカ+バンダイキャラクター研究所『87%の日本人がキャラクターを好きな理由』GAKKEN、2001年、pp.192
- (12) 五十嵐浩司、『ロボットアニメビジネス進化論』pp.190
- (13) 五十嵐浩司、『ロボットアニメビジネス進化論』pp.190
- (14) 一九七〇年代までに多く見られたような作風のロボットアニメが皆無であつたわけではない。『機甲艦隊ダイラガーXV』（一九八一年～一九八三年）、「光速電神アルベガス」（一九八三年～一九八四年）等、世界観、キャラクターデザインにおいて旧来のロボットアニメの作風を継ぐ作品も存在していた。しかし『ガンダム』以降、制作会社のサンライズがリアルな路線を重視し、それがロボットアニメの主流と化していく中で、旧来型のロボットアニメは大きな話題になることもなかつた。
- (15) その世相を軽佻浮薄といわれる一九八〇年代（特にバブル期の文化に繋がる八〇年代中盤以降）は、シリアルなよりも笑いを取れるようなもののがてはやされたこともあり、デフォルメキャラクターはそのような時代背景から人気を博したという側面もあるだろう。
- (16) 大塚英志、『定本 物語消費論』pp.108
- (17) 「ガチャッと回せば笑顔転げ出す」『AERA』朝日新聞出版、二〇二一年一月二一日号、pp.39
- (18) アニメや特撮作品が先にあり、それから商品が開発されるのが一般的ではある。しかし『SDガンダム』のように、商品が先行するという流れについてバンダイは1980年代以降のものであるとする。香山リカ+バンダイキャラクター研究所『87%の日本人がキャラクターを好きな理由』GAKKEN、2001年、pp.192
- (19) 塩谷昌之「巨大ロボットとビデオゲーム」、『巨大ロボットの社会学』、法律文化社、二〇一九年、pp.145
- (20) 「異常に縮むヒーローたち」『朝日新聞』一九八九年八月二〇日、朝刊、p2
- (21) 「正統派ロボに代わり、二頭身キャラ大受け（子どもの素顔）」『日本経済新聞』二〇〇〇年四月十四日、夕刊、p7
- (22) 例えば『勇者ライディーン』（一九七五年）～（一九七六年）、『超電磁ロボン・バトラーV』（一九七六年～一九七七年）、『超電磁マシーン・ボルテスV』（一九七七年～一九七八年）はビデオゲームにおいては『スーパーヒーロボット大戦』シリーズにのみ登場していた。『無敵超人ザンボット3』や『無敵鋼人ダイターン3』は『バトルロボット烈伝』（バンブレスト、一九九五年）を除けば、『スーパーヒーロボット大戦』シリーズに登場するのみであった。それ單独でゲームタイトルとなるような比較的の著名的な『マジンガーZ』であつても、一部にリアルなキャラクターとして出演するゲームがあつたものの、ほとんどが『スーパーヒーロボット大戦』シリーズでの登場である。『スーパーヒーロボット大戦』シリーズでは一部作品にリアルな姿形でキャラクターを描くもの（本文で触れた『スーパーヒーロボットシユーティング』など）が存在したが、大部分がデフォルメキャラクターとして描写される。特撮に目を向けても、『ウルトラマン』シリーズは『ウルトラマン俱楽部』シリーズでのデフォルメキャラクターにはじまり、コンバチヒーローシリーズにおいても一九九〇年代までは、圧倒的にデフォルメキャラクターとして描かれることが多かつた。

た。

(23) 四方田犬彦「かわいこ」論、pp14

(24) 「スーパーロボット大戦」がシリーズ累計で出荷1000万本を突破」ファ

ム通.com、二〇〇四年五月一八日、二〇一二年一月一九日参照

<https://www.famitsu.com/game/news/2004/05/28/10310857314522687700.html>

(25) 「スーパーロボット大戦」シリーズ累計出荷本数1600万本突破 本日4

月24日よりHDリメイク版『スーパーロボット大戦』単体配信が開始」ファ

ム通.com、二〇一四年四月一四日、二〇一二年一月一九日参照

<https://www.famitsu.com/news/201404/24052252.html>

(26) クロスオーバーについて付言する。松井広志は『スーパーロボット大戦』シ

リーズのクロスオーバーが解消されていった点に注目し、「統一された世界

観の維持が困難になり『並行世界』というモチーフが導入された」と指摘し

てゐる。(松井広志「ビデオゲームのキャラクターと世界——「スバルボ」と「サ

ガ」シリーズから考える」、『キャラクター』の大衆文化 伝承・芸能・世界』、

KADOKAWA、pp362)

『スーパーロボット対戦』シリーズ内で元来、複数のアニメ作品の世界観が

クロスオーバーしていたのが、解消されていったといった点については、松井

の言う通りであると考える。一方、本研究では、それが松井の言う「並行世

界」という概念を導入したものであっても、一つのゲーム内に、複数のアニ

メや特撮のキャラクター、あるいは物語が描かれていく点を指してクロス

オーバーと称している。

(27) 「グッスマ」クールジャパンけん引——フィギュアの旗手、オタク誘う奇手。」

『日経M』(流通新聞)二〇一三年四月一九日、pp16

(28) 「ダッズスマイルカンパニー(松戸市)『我が社次の一手』』『日本経済新聞』(地

方経済面 千葉)二〇一二年四月二〇日、pp36

(29) 「グッスマ」クールジャパンけん引——フィギュアの旗手、オタク誘う奇手。」

『日経M』(流通新聞)二〇一三年四月一九日、pp16