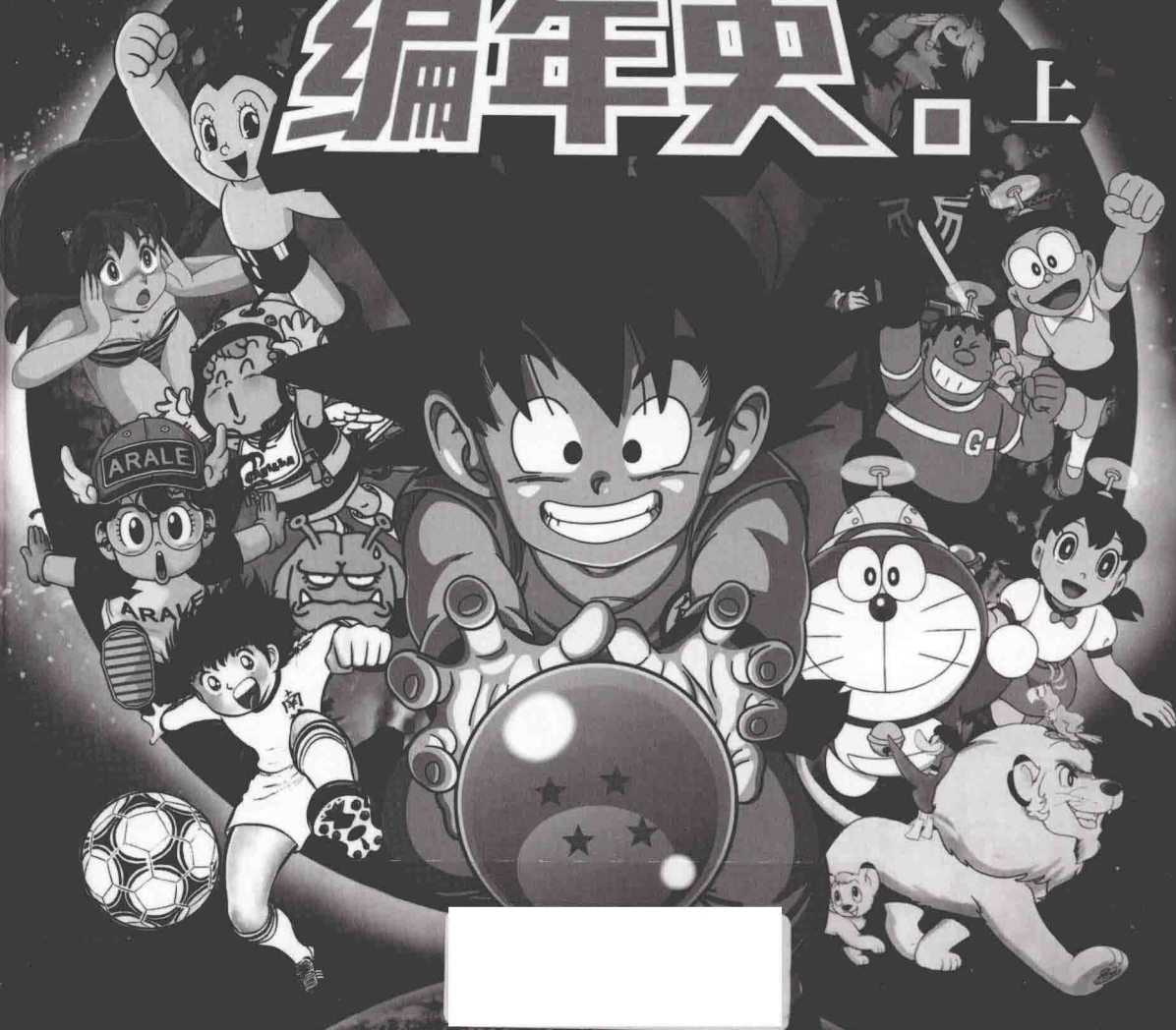


JAPANESE TV ANIMATION CHRONICLE

《动画年鉴》工作室 编著

日本动画 编年史。上



航空工业出版社

日本动画编年史.上

《动画年鉴》工作室 编著

航空工业出版社

北 京

内 容 提 要

本书记录了1963年到1994年在日本电视台播放的全部动画并加以介绍和分析。同时,以年为单位整理总结了当时影响社会和人们生活的重要事件,从而分析其对动画产业带来的影响。书中对于伴随动画产业发展而出现的Cosplay、周边等产业也进行了分析和叙述,还从业者的角度分析了20世纪中TV动画的制作变化。希望通过详细的内容给予读者对日本动画产业的诞生与发展最直观的认识。增加对日本动画作品的了解,丰富动画产业的相关知识,同时增加对日本文化的理解。

图书在版编目(CIP)数据

日本动画编年史. 上 / 《动画年鉴》工作室编著
— 北京 : 航空工业出版社, 2015. 12
ISBN 978-7-5165-0923-4

I. ①日… II. ①动… III. ①动画—绘画史—编年史
—日本 IV. ①J218.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第268714号

日本动画编年史. 上 Ribon Donghua Biannianshi.Shang

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区北苑2号院 100012)

发行部电话: 010—84936597

010—84936343

北京艺堂印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经售

2015年12月第1版

2015年12月第1次印刷

开本: 787×1092 1/16

印张: 17

字数: 431千字

印数: 1—6000

定价: 55.00元

Animation

日本动画编年史.上 Japanese TV Animation Chronicle

001 卷首寄语

003 60年代 日本TV动画诞生

004 60年代展望 (1963—1970) 日本TV动画史的开幕

022 世界第一部真正的系列动画《铁臂阿童木》 日本TV动画动画独创性的开端

024 60年代TV动画 魔女莎莉 (第1期) / 咯咯咯的鬼太郎 / 巨人之星 / 人造人009 / 海螺小姐 / 明日之丈

046 薄膜唱片

047 70年代 活跃化的动漫迷

048 70年代展望 (1971—1980) 巨大机械所引领的动画热潮

70年代TV动画

- 070 鲁邦三世(第1系列)/魔神Z/阿尔贝斯山上的少女海蒂/
宇宙战舰大和号/机动战士高达/科学忍者队/日本漫画老故
事(第1期)/未来少年柯南/银河铁道999/哆啦A梦

- 118 Cosplay
-

119 80年代 盛极转衰的年代

- 120 80年代展望(1981—1990)
复杂化的故事, 动画时代的崛起

80年代TV动画

- 142 福星小子/超时空要塞Macross/龙珠/阿拉蕾/装甲骑兵/
我是小甜甜/足球小将(1983年)版/蓝宝石之谜/北斗神拳/
棒球英豪/圣斗士星矢/魔神英雄传/面包超人/樱桃小丸子

219 90年代(上)动画文化的崛起

- 220 90年代展望(1991—2000)
动画声优的显现以及动画文化的推广

90年代(上)TV动画

- 230 美少女战士/蜡笔小新/忍者乱太郎(第一部)/口袋妖怪/
海贼王

东映动画技术史

- 258 东映摄影眼中的战后动画制作变迁
-

向半个多世纪以来的动画 献上敬意

编者寄语

日本的TV动画及其相关产业作为一种文化已经在世界范围内得到了认可。从20世纪60年代TV动画诞生起，日本就不断对外输出着大量优秀的作品。20世纪80年代借助世界各地的电视台，更多人接触到了这一文化。等时间步入了21世纪，通过网络、手机等更多更快捷的视信工具，大量的人气作品在第一时间便在各个地区的观众中传播开来。

在此期间日本的动画产业得到了长足的发展，TV动画制作业在其中便充当了坚定的基石。虽然也有大量的剧场版、OVA等作品问世，但在整个日本动画及其文化产业中，TV动画仍然占有着极大的比重。

1963年《铁臂阿童木》的诞生宣告了日本TV动画产业的开始。它所造就的成功让人们看到了影像所能带给观众的冲击力，更让很多人看到了其中带来的巨大商业价值。在随后的半个多世纪时间里它所带来的运营模式和影响一直延续至今。

本书整理记录了从1963年电视动画诞生之初到2013年50年中播出的所有动画作品，以1995年为节点分为上下两册。用详尽的动画列表和动画解读结合各个年代的重大事件和流行元素来为大家呈现一个完整的TV动画发展之路。其中在重点动画的深入

分析里更能体会到一部部作品中动画制作的演变之路。同时，在大量的作品解读中也穿插了随着动画文化的发展而形成的周边产业介绍。更能让人感受到几十年间动画发展带来的蓬勃动力和来自观众对这种文化的热爱。

面向世界，面向未来是现在日本TV动画产业的主题。伴随着网络带来的世界文化一体化，这种文化也更深入地传达到各国喜爱日本TV动画的观众心中。“回顾过去的50年，期待未来另一个50年”希望通过这部编年史能传达这样一种感情。

在整理这些年代久远的作品时，不断会因为记忆深处的感动被唤醒而沉浸在感慨中。在这里向这几十年中奋斗在动画制作业的从业者们献上崇高的敬意，他们用自己的劳动为我们带来了一个又一个充满惊喜的世界。愿TV动画长盛不衰，愿未来还有更多精彩的动画来到我们面前。





60
年代

日本TV动画诞生

1963—1970 一位漫画大师开创了日本TV动画的两次历史

当日本还没有TV长篇动画时，一位名叫手冢治虫的漫画家用自己的力量制作了当时第一部TV动画《铁臂阿童木》并就此让动画的制作模式沿用至今。当东京彩色电视不足5000台时，他又领衔制作了第一部彩色动画《森林大帝》。那个时代永远属于这位无可替代的动漫大师。

60年代

展望(1963—1970)
日本TV动画史的开幕

第一部真正的日本国产动画《铁臂阿童木》的诞生，以及各种动画类型、技法的确立。由一位漫画家所带动的日本动画。

20世纪50年代后半段，美国的动画《太空飞鼠》和《大力水手》在电视上登场了。在这一时期，虽然很难说所有人都对电视深感兴趣，但至少孩子们开始慢慢地了解动画了。虽然也有几部TV动画被制作出来，但都是单集，而且时间很短，还都是些带有试验性质的作品。

就在这时，漫画家手冢治虫站了出来。手冢几乎奉献了自己全部的热情来实现第一部日本国产动画的制作，而他拼尽全力的结果就是——1963年，第一部每集有30分钟时长的系列TV动画《铁臂阿童木》开始播放。

《铁臂阿童木》确立了一直持续至今的TV动画的基本形式，这一点具有重大的意义。例如，为了做到每周都能稳定地制作出作品，将细微动作的表现简化只活动一部分的“有限动画”的技法。这种做法在最初虽然被评判为“电子洋片”，但后来证明，只要故事有趣，作品就能得到支持。这一技术在现在的TV动画制作中已经成为了基本手法，同时重视故事性的潮流也由此而生。

由于《铁臂阿童木》的成功，TV动画被接连不断地制作出来。在TV动画开始播放的这一年的秋天，TCJ（现EIKEN）和东映动画（现东映Animation）都参与到了TV动画的制作中来。

两个公司都是从一开始就拥有动画制作技术的公司。TCJ是电视显像器的进口贩卖公司“日本Television”的CM制作部门，以当时的电视的品质，绘画的广告比起实拍的更有效果，因此他们负责了很多CM动画的制作。另一方面，东映以剧场用动画的制作为基础，完善了自己的TV动画制作体制。之后又出现了1964年的P Projection、1965年的龙之子工作室（现Tatsunoko Production）、东京Movie（现TMS ENTERTAINMENT）等越来越多的制作公司，他们都参与到TV动画的制作中来。

早期TV动画和赞助商之间的密切关系

20世纪60年代动画最大的特征之一就是，节目组和赞助商之间形成了固定的合作关系，一个作品绑定一个赞助商的情况很多。在以《少年忍者风之藤丸》《万能旋风儿》为代表的作品中，可以显著看到这种赞助商的影响。

《少年忍者风之藤丸》的原作是白土三平的《忍者旋风》和《风之石丸》。后来制作动画时，从赞助商

藤泽药品工业（现安斯泰来制药）那里取了“藤”这个字，所以动画的名字才叫做“藤丸”。主题曲里面也含有企业名，对主题曲耳熟能详的孩子们都可以把赞助商的名字哼唱出来。《万能旋风儿》是由嘉娜宝（现Kracie食品）提供的赞助，这次倒是没有改掉原作的名字。当时正值杂志媒体急速成长之时，很多人气作品都是动画和漫画并行展开的，本作也是其中之一，从原作漫画开始的时候就接受了嘉娜宝的赞助。

像这样独家赞助虽然宣传效果很好，但同时企业负担也很大。因此，之后由多个赞助商提供的电视节目渐渐多了起来，一个作品一个企业这样的独家合作作品变少了。按赞助商的种类来分，食品厂商占了大多数，还有一些现在很少见到的，诸如制药公司和百货商店等赞助商。

虽然TV动画获得了一个良好的开始，但是之后以怪兽作为卖点的特摄电视剧、率先彩色化的海外特摄剧等其他儿童向节目也开始急速成长，炽热的人气争夺战拉开了序幕。

急速进化的动画技术

60年代初动画制作现场就如同家庭手工业一样简陋，而这种情况从正式的TV动画播放开始，在不到十年的时间里发生了巨大的变化。从作画技术到演出和摄影技术等，几乎所有的领域里都在进行着技术革命。

对观众来说最大的变化应该就是动画的彩色化。真正的第一部彩色动画应该是，同为手冢作品的1965年的《森林大帝》（包括1958年播放的日本最早的短片TV动画《鼯鼠奇遇记》在内，过去也有很多试验性质的彩色动画）。

当时，彩色电视的普及率还很低，那个时代即使在东京市内也只有5000台彩电。20世纪70年代初彩电普及率终于超过了30%，此后这一数字虽然开始急速成长，但黑白电视机暂时仍是主流。而动画作品在1970年这个时间点后基本就全部彩色化了。

制作技术方面最大的革新就是绘图机的出现。最初，把铅笔描绘的动画转写到透明的赛璐珞上时，是靠笔和墨水通过手写的方式临摹上去。为了不让手上的油脂占到赛璐珞上对作业造成妨碍，必须要戴着手套来握笔，在和纸的质感完全不同的赛璐珞上均匀地描绘，这是一件难度非常高的工作。绘图机的登场使动画制作不再需要这种繁杂的劳动，减轻了工作量。另外，它还有着将原画所拥有的生动的线条原原本本地呈现出来的优点。

复杂背景中出现的动画声优

虽然现在电影演员和电视演员已经没有什么区别了，但在20世纪50年代，5个主要电影公司为了相互监督、防止互相挖人而签订协议，明确区分开了电影和电视的演员，电影演员到其他媒体出演是被禁止的。因此，电视台要有自己的放送剧团、儿童剧团、新剧等，电视演员的培训也有了必要性。进而由此派生出来的新职业——专门从事广播剧和外国动画的配音的声优诞生了。特别是由于配音的需求此时非常大，声优的人数急速增加。

1960年东京俳优生活协同组合成立了。为TV动画配音的声优随着《铁臂阿童木》等TV动画的制作正式开始，也逐渐开始出现。

1963年(昭和38年)

动画的正式启动



从元旦开始播放的《铁臂阿童木》从10多年前开始就在《月刊少年》上进行漫画连载（1951年—）。与电视播放相联动，漫画也发行了B5尺寸的大开本，引发了爆炸性的人气。

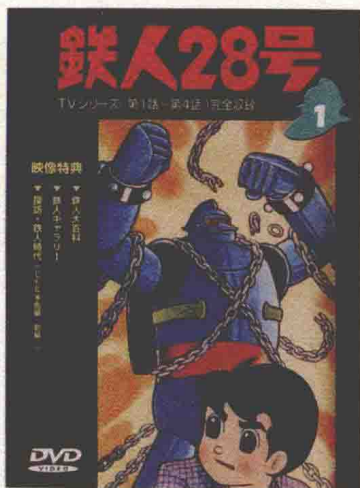
英雄的诞生，带来了莫大的利益

因为《铁臂阿童木》大受欢迎，为动画提供赞助的明治制果1963年的销售额大幅上升。印着阿童木形象的板状和粒状巧克力飞速贩卖一空。在小孩子中，作为赠品的阿童木贴纸也成了热议的话题。

此时《周刊少年Sunday》和《周刊少年Magazine》等周刊漫画杂志都创刊5年了，对于漫画中诞生的“角色”，不仅是电视台和动画制作公司，玩具公司和食品厂商也都开始密切重视起来。

到了秋天，足以匹敌《铁臂阿童木》的作品也登场了。特别是《铁人28号》（《月刊少年》连载）《8 Man》（《周刊少年Magazine》连载）获得了很高的人气，格力高和丸美屋等赞助商也推出了附带赠品的食品和点心。

随着这股热潮漫画和电视上出现了越来越多的动画英雄。



↑《铁人28号》。

国际化和面向未来的期待

当时，东京奥运会将在1964年举办，因此1963年里，日本正处于极速的经济成长之中。

为了应对机动车运输而进行了道路铺设和高速公路维护，梦幻的高速铁路新干线的工程也在顺利地进行，高层大楼、小区、公寓等混凝土住宅接连不断地建造起来。

从20世纪50年代开始，半导体收音机等家电制品和工业制品的出口势头良好，从海外来日的商人和观光客也增多了。国民的目标变成了依托科学与工业的贸易立国。

《铁臂阿童木》《铁人28号》和《8 Man》是以科学与工业为题材的故事。当时生活在急速工业化日本的人们更容易接受机器人的故事，这应该绝对不是偶然。

在电影放映方面，《杀人号码007》（原题：007诺博士）《大逃亡》以及前1962年末的《史上最大作

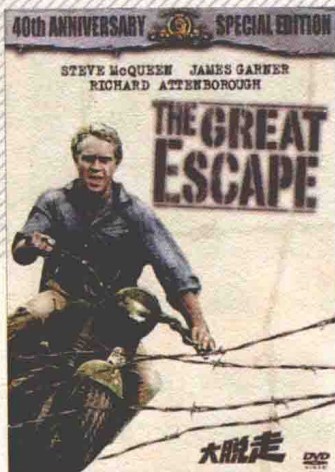


↑《周刊少年King》，刊载了大量人气作品的周刊少年杂志，和其他的少年杂志相比售价更便宜。

→《紫电改のタカ》，干叶彻弥所著，描述了太平洋战争末期，视死如归的年轻人们的勇气与苦恼。



↑《小王子与八头龙》，发售公司：东映动画。



↑《大逃亡》，20世纪福克斯家庭娱乐公司。

战》等大受好评，外国电视台在1962年秋天开始播放的战争电视剧《Combat!》也保持了很高的收视率。间谍电影和战争电影开始受到欢迎。

在1963年里，电影放映收入排名的前3位都被外国电影所占据。伴随着三波春夫的《东京五轮音头》上映，人们开始把注意力投向海外。从1963年开始的实用英语技能检定（英检）也募集到了3万7千多名应考者。

英雄的消逝

就在英雄角色大放光彩的时候，电视却失去了两个英雄。

史上最年轻的美国总统J·F·肯尼迪（1917—1963）11月22日在德克萨斯州达拉斯演讲时遭到狙击。肯尼迪凭借巧妙运用电视演讲在大选中处于有利地位，然而这次则是在日美卫星转播测试的放送中紧急播出了他遇刺的消息。

同样由于电视转播和地方的格斗表演的合作而大获成功的摔跤手力道山（1924—1963）在夜总会与人打架时被黑社会成员刺伤，12月14日身亡。

这两个人都是通过20世纪最大的媒体——电视转播获得了巨大影响的英雄。



↑《007诺博士》。

1964年(昭和39年)

东京奥运会开幕



1964年里，整个日本都被染上了东京奥运会的色彩。为了迎接10月开幕的奥运会，全国上下以突击工程的速度迅速完成了基础设施的整备，所牵扯到的种种产业也获得了多方面的发展。这一重要事件，也成为了大大改变人们生活方式的契机。

奥运会为每个家庭都带来了电视

作为经济高度发展的巅峰标志之一，奥运会为男女老幼所热爱，给家用电视机的普及做出了巨大贡献。尽管在明仁皇太子的婚礼和肯尼迪遇刺事件中，卫星转播已经变得稀松平常了，但是在奥运会以前电视机仍然只有3成的普及率，很多孩子们还都只在父母有钱而又对新事物感兴趣的朋友家里见过电视。虽然大人们并不会因为孩子死乞白赖的请求就下定决心，但是在这个国民性的大事面前，最终还是决定在起居室里添置一台电视机。

奥运会还让孩子们见识到了很多新的体育和竞技活动。在此之前，日本的孩子们所喜爱的运动除了相扑和柔道这些流传下来的武术之外，就只有棒球、摔跤和拳击了。此外，日本选手在排球、摔跤、体操等项目中获得奖牌，使更多的人得知了这些竞技项目。在1964年里，读卖巨人队的王贞治还创造了一年里击出55支全垒打的纪录，使得棒球的人气仍然难以撼动。在20世纪60年代后半段日本形成的以棒球为首的体育精神，就是在此时打下的基础。



↑ 丸美屋的紫菜蛋拌饭。

交通基础设施的紧急整备

就在奥运会即将开幕前的10月1日，东海道新干线开业了。它被称作是“梦幻的超特快列车”，毫无疑问是当时世界第一的高速铁路。开始营业的是东京—新大阪线，运行速度最快只需要4小时（现在是2时25分）。从营业开始前，他的速度和设计就吸引了人们的注意。在1963年开始在电视上播放的《8 Man》中，就有描绘了与早晨的新干线一起奔驰的8 Man的场景。在其他的动画里，也加强了新干线如飞行般高速奔驰的形象。



↑赤冢不二夫的漫画《阿松》中登场人物イヤミ受到惊吓时的姿势风靡一时。

←《月刊漫画GARO》，长井胜一创办的漫画杂志，倡导独创性第一的方针，有个性的漫画家辈出。2002年休刊。



↑Hi-CROWN巧克力，凭借高档、精美的包装和电视广告宣传获得了极高的人气。



←“卡乐比”虾条，卡乐比生产的零食，因为“无法自拔，停不下来”这一超人气广告语而大受欢迎。



←日本武道馆，作为东京奥运会的柔道比赛场馆建造，现在也用于武道之外的比赛和演唱会。



→东京奥运会开幕。

此外，首都高速和名神高速公路，以及东京单轨电车都相继开通，各种各样的交通工具刺激着孩子们的好奇心，高速公路的整備使机动车贴近了人们的生活。本来，动画业界与机动车产业之间就渊源颇深，《铁人28号》和《8 Man》的制作公司TCJ就属于从事机动车进口的YNASE旗下。也可以说，动画与机动车两个产业是携手前进，共同发展起来的。

周边商品的热销

从1964年开始，人们开始注意到了动画角色的宣传效果。此前一年开始播放的《8 Man》的赞助商丸美屋食品工业在紫菜蛋拌饭等商品中附赠贴纸，获得了爆炸性的人气，为其营业额的大幅上升贡献了很大的力量。之后，1965年以《超级杰塔》为主题的“乳酪火腿”发售，作为赠品加入了动画的贴纸，1966年又将《阿松》在产品包装使用，领导了之后的周边商品的热潮。

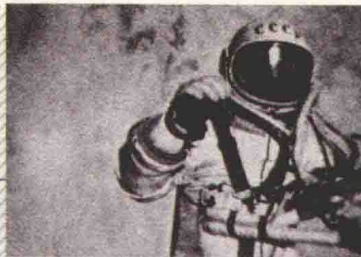


©平井和正・桑田二郎

↑附赠的《8 Man》贴纸。

1965年(昭和40年)

昭和40年经济不振



东京奥运会闭幕之后，在经济高速发展背后所隐藏的“证券不景气”开始显现出来。这次“昭和40年经济不振”，可能是由于产业构造的变化所引起的。伴随着陷入不当竞争中的证券业界进行整合重组，其他企业也对自己的方针进行了矫正。

动画作品表现的范围开始扩张

从20世纪60年代开始对人们越战的关注度越来越高。山阳特殊制钢背负了战后最大的债务以致破产，同时遭遇经营危机的山一证券从日银特融那里得到了救助勉强维持，社会的前景看起来明暗难测。这种状况对漫画的世界也有所影响，1964年创刊的《月刊GARO》上开始了《卡姆依传》的连载。像这种完全不是面向儿童，而是将读者群扩展到大学生的作品，在当时可以说形成了一股热潮。

所幸，由于经济不振而混乱的状况并没有一直持续下去，而是随后进入了安定的经济增长期。动画作品也表现出了这种倾向。1965年里，《小鬼Q太郎》获得了比作为固定节目的SF动画更高的人气。与未来和宇宙的主题相比，家庭喜剧获得了更大的成功。它不同于美式的滑稽喜剧，是更适合日本人的以语言为主要笑料的家庭喜剧。《小鬼Q太郎》的成功促使动画在SF和动作类之外，开始挑战新的类型，一场类型扩张的潮流开始席卷动画界。

另外，也不能忘记这一年里最为重要的划时代的动画——《森林大帝》。从1965年开始，日本第一部的真正的彩色系列TV动画开始播放了。虽然以前也有人制作出一些实验性的彩色动画，但是，全篇都使用彩色制作的TV动画这还是第一次。在种类增加的同时，动画的表现形式也变多了。

铅笔盒成了书桌上的要塞

在1965年，即使被大象踩到也不会坏的“铁臂笔盒”占据了孩子们关注的焦点。电视广告中有笔盒实际被大象踩的影像，立即吸引了很多低龄观众的注意，使得很多孩子们都购买了，而这其中似乎也有不少人是在竞争怎么做才能弄坏它。虽然蓄意要破坏它的话还是弄得坏的，但在日常生活中确实是几乎不会坏的优秀制品。作为一款长期畅销的商品，它在2014年还发售了新款。



↑铁臂笔盒。



↑《卡姆依外传》，白土三平所著，以成为逃忍的卡姆依为主角的外传作品。



↑Onamin 凭借“朝气蓬勃”的广告语成为了当时全民性的碳酸饮料。



↑《007: 金刚大战金手指》，20世纪福克斯家庭娱乐。



↑《格列佛宇宙旅行》，发售单位：东映Video。

↓冰枕，盛夏时辅助入眠，大受欢迎的畅销商品。



一直到20世纪70年代后半段，各玩具厂商都在持续进行铅笔盒的种种研发。在铁臂笔盒出现之前，是带有转盘锁和电子锁的笔盒，使用了以磁铁当作钥匙的构造。然后出场的是多面笔盒，最后甚至增加到了大概10个面，后来还出现了带有按下按钮就能飞出剪刀的装置的重装笔盒。后来，铁盒式的铅笔盒普及之后，这种笔盒上的大舰巨炮主义就被舍弃了。

来自美国的聚会游戏

在玩具方面，美国生产的简单有趣的玩具逐渐占据了市场。弹力很强的“超级球”很受少年们的喜爱。这种球可以一直保有很强的弹力，越用力拍就会弹得越高，对孩子们来说十分有趣，还可以用来玩对着墙来回弹，这是种简单却又好玩的游戏。

另外聚会游戏的保留节目——“扭扭乐”也在这一时期传入了日本。根据指示板，两个玩家分别把手脚放在指定的颜色上，比拼平衡性看谁能不摔倒。

这些新的游戏给孩子们带来了新鲜的刺激感，而另一方面，日本传统的游戏则逐渐失去了人气。

1966年(昭和41年)

彩色电视机普及



虽然电视节目的彩色播放已经正式开始了，但是因为接收彩色信号的条件还不充分，彩色电视的信号还不能传达到一般家庭里。到了这一年的3月，彩色电视用的微型回线网终于完成，全国93%的观众都可以接收彩色信号了。

3C的时代到来了

从1965年年末开始，日本经济开始稳定恢复，进入了被称作“伊弉诺景气”的在当时而言战后最长的经济增长时期。

伴随着长期持续的经济增长，人们的生活也发生了巨大的变化。在传媒方面，3月份以后彩色的电视节目终于可以在全国范围内收看了。伴随着彩色电视节目的普及，彩色电视机的需求也增高了。彩电、汽车、冷气机，取它们首字母称之为3C，被宣传为新的“三神器”。不过遗憾的是，虽然已经可以在全国范围内接收彩色信号，但并非所有的电视节目都能立即彩色化。节目组和电视台对此都有应对措施，为此，报纸的节目预告栏里都会在节目名字的旁边标注上“彩色”“黑白”的字样。TV动画里也是既有黑白也有彩色的，而不全是《森林大帝》这样的彩色作品。电视节目的彩色放送，还要等到下一年才正式开始。

奥特曼怪兽来了

对孩子们来说，1966年是一个重大的转机——《奥特Q》在1966年里开播了。“特摄”一词还没有广为人知，但是人们每周都在自己的起居室里看到有怪兽登场的电影和电视剧，孩子们会对此热衷也是理所当然的了。

《奥特Q》转眼间人气爆棚，本来它是作为1965年开始放送的，手冢治虫原作的《W3》的里番节目，但是《奥特Q》开播后收视率急剧上升，据说就连手冢治虫的长男真都会看《奥特Q》。特摄系列片以实际拍摄带来的真实感作为效果，将“怪兽”的形象强烈地刻画在孩子们的印象中。Marusan—toy的软塑料人偶模型借此机遇，凭借其独特的造型倍受欢迎（Marusan—toy后来破产，Bullmark将此系列以金属模型的形式延续下来）。直到现在这种软塑料人偶还有很多爱



↑《奥特Q》。