

「テレビまんが」
「アニメ」前史における視覚文化の変容
"TELEVI-MANGA"
The Transition of Japanese visual culture in the prehistory of "ANIME"

北波英幸
Hideyuki KITABA

関西大学 大学院社会学研究科 マス・コミュニケーション学専攻
Kansai University Graduate School of Sociology Mass Media studies

要旨…本論は「テレビまんが」という語とその概念を一つのメディアとして注目する。俗に「日本のアニメ史」が語られる際、「漫画映画」から「テレビまんが」を経て「アニメ」文化という頂点へ達した、という史観が存在する。その「テレビまんが」の起点はテレビアニメーション『鉄腕アトム』（1963-66）によって開拓されたと語られる。だが、それ以前に印刷メディア上にも「テレビまんが」と呼ばれるものがあった。「印刷」と「放送」という異なるメディア上にまたがるこの言葉の検討から、テレビ黎明期前後に起きたメディア変容のダイナミズムの一端を読み解く。

キーワード アニメ、アニメーション、アニメ史、テレビ史、出版史、メディア史、anime

1. はじめに：問題意識としての「テレビまんが」～それは「アニメ前史」なのか

(1) 2019年現在の「アニメ」が指し示すもの

今日における典型的な「アニメ」観とは、「クールジャパンの象徴とされてきた日本のマンガ・アニメ」(*)というものと「アニメはかつて「漫画映画」「テレビまんが」などと呼ばれ、子供のものだった。いまや世界の若者の心をとらえ「日本が誇る文化」に。」(**)などだろう。また「アニメ史」といった場合、第二次大戦前の映画館における「漫画映画」から、1963（昭和38）年からテレビ放送された『鉄腕アトム』以後「テレビまんが」として、1977（昭和52）年の『宇宙戦艦ヤマト』劇場公開を境にして「アニメ」という呼ばれるようになった[津堅 2017 ほか]とされている。そこでは「子供向けのコンテンツが『日本を代表する文化』へと何らかのリニアな「進化」をした終着点のように語られる傾向にある。だが、そもそも「アニメ」誕生前史で何が起きていて、何が「アニメ」を成立させたのか、そのファクターとは何だったのだろうか。

2. 揺らぐ「アニメ」～「アニメ以前」の言説検討から

(1) 1910年代の事例：大正期の「アニメ」表象～「凸坊新画帖」と「線画喜劇」

日本国内における商業アニメーション最初期の呼称は、明治末期から見られる「凸坊新画帖（でこぼう・しんがちょう）」であった(*)(**)。また同時期、「線画」とも呼ばれていた。「線画」は少なくとも明治30年代から、映画中にイラストや地図、図解を挿入する演出技法とその画像として使われていた言葉である[山根 1923 pp.233-236]。しかしどちらの呼称にしても実在の人間の演技でなく、絵で描かれているという点を他の映画と分けるもので、文字の要素に「動く」画像かどうかは特に含まれていない。それはまた当時の人々のアニメーションに対する意識を示していると考えられる(**)。草創期において既に、観客と映画館という興行上では「凸坊新画帖」、その外部にある印刷メディアでの映画批評や情報提供の上では「線画」というように、ある「場」に参加した人々の共有する概念に伴って、複数の呼称を持っていたのである。

(2) 「アニメ」と「アニメーション」～文化なのか技術なのか：アメリカにおける視点を参考に

アメリカ英語における「Anime」に目をやってみよう。アカデミー賞の「長編アニメ映画賞」は“The Academy Award for Best Animated Feature”（2001～現在）である。「短編アニメ映画賞」もその歴史の中で、“Short Subjects, Cartoons”（1932～70）、“Short Subjects, Animated Films”（1971～73）、“Animated Short Film”（1974～現在）と変遷しているが、一度も「animation」は使

われていない。また Furniss によれば「anime」とは1990年代以降アジアや欧米圏各国において広がった、日本製アニメーションとその影響下にある文化を指すという[Furniss 2016 p.388] (*6)。一方「animation」とは、二次元の絵や人形劇、デジタル作画による3D作品など幅広い技法全般を表す言葉である[Furniss 2016 p.12]。この文脈に基づくのであれば、「アニメ」とは「アニメーション」の省略形という以外に、「主として日本の映像産業界で発達した、手書きやその延長上にある技術で制作される二次元の絵の連続による動きで構成された映像」とその二次市場、及びファン文化の総称という産業ないしは文化全体を指す概念をも持つと言えるだろう。こうした呼称に現れる「揺らぎ」を踏まえて「テレビまんが」を改めて検討したい。

3. 印刷メディアにおける「テレビまんが」：「テレビ」を「まんが」にしたもの

(1) 1953 (昭和28)年：「テレビまんが」誕生前夜のアニメーション放送

「テレビまんが」はテレビ放送が存在しなければ生まれない概念であるのは言うまでもない。テレビ黎明期である1930年代、テレビジョン公開実験で既に「ニュース映画又は漫画等」が放映されたという[飯田 2016 p.269]。また同時期、朝日新聞の所属漫画家であった岡本一平も紙面で「漫画映画はテレビジョンの方向に機械的に進む(*7)」と述べている。

下って1953 (昭和28)年、NHKテレビでは開局1か月後の3月8日に「漫画映画『キツネのサーカス』他」とアニメーションらしきものが放映されたのが確認できる(*8)。日本テレビも、開局5日目の9月2日に『狐のホームラン』(*9)を放送している。だがまだテレビ向けのアニメーションは制作されていないため、「テレビまんが」や「テレビアニメ」のような専用の言葉は見受けられない。また両局の「漫画」「漫画映画」と示された作品には実写とアニメーションが混じっていた(*10)。当時テレビの送り手たちは児童向け番組全体を「漫画」と呼び、アニメーション映画もその一つとして認識していたようである。そして「テレビまんが」というワードは、これらとは全く別の文脈から現れるのである。

(2) 1957 (昭和32)年：「テレビまんが」出現 ～「スーパーマン」と学年誌

1957年、学年誌「小学四年生」(小学館)4月号(10巻1号)目次に『テレビまんが：スーパーマン』が現れる。これはアメリカのコミックスではなく、日本人による「テレビ漫画映画」を独自にマンガ化したものであった。元になったのはアニメーションではなく実写による30分の連続テレビ映画である。CIE(民間情報教育局)、映画雑誌、博報堂と籍を移しながら、外国テレビ映画の輸入に携わった乾直明によれば、日本でスーパーマンが広く認知されたのは1956(昭和31)年11月から放送されたこの作品だった[乾 b 1990 pp.54-55, 72-73, 78]。乾はテレビ放送において欠かせない要素を以下のように書いている。

セーム・タイム、セーム・チャンネルというのがテレビ・シリーズの特徴である。30分番組ながら同じ番組が来週も続けて見られるのである…この連続性、日常性、親近感がテレビ番組の強みとなるのだった。

スーパーマンが毎週決まった時刻に現れる30分という時間が、テレビの視聴習慣を生んだというのである。首都圏のチャンネル数がNHK、日本テレビ、KRテレビの3つで、普及率10%(*11)前後という時代だったとはいえ、視聴率は最大73%に達した[乾 a 1988]。スーパーマンだけがテレビ普及を進めたわけではないが、少なくとも児童雑誌は新しいメディア「テレビ」が児童たちの家庭へと入り始めていたことをそこから読み取り、「テレビまんが」をその目次に加えたのだろう。こののち、「実写テレビ漫画映画を印刷物へマンガ化したもの」としての「テレビまんが」が次々と現れる。

(3) 「テレビ」放送番組、印刷物「まんが」に翻案される

1958年から59年にかけて、集英社から児童向けに「テレビ漫画文庫」というシリーズ全23タイトル(*13)が発売されている。『紅あざみ』『日真名氏飛び出す』『事件記者』『びっくり捕物帳』『名犬リンチンチン』『銭形平次捕物控』など、いわゆる「テレビ史」において頻繁に引かれる作品もそうでない作品も含まれている。また局や制作地の違い、国産と外国産の区分もなく、テレビドラマや輸入テレビ映画を広く対象としていたようだ。当時の広告には以下のような宣伝文が付けられている。

*たのしいテレビの ヒット番組を ゆかいな漫画でもう一度！
テレビのスリルを、あじわえます
テレビのおもしろさを、何度もたのしむことができます。*

視聴者にはテレビ番組の記録手段がほぼ何もない時代である。「テレビ漫画文庫」は、テレビ体験を何度も反芻するために機能したのだろう。そしてさらに、当時児童たちの娯楽の中心であった月刊誌にも次々と「テレビまんが」は出現していた。

(4) テレビ局・テレビジョン受像機の宣伝媒体として

1950年代中盤は、戦前から続く既存の雑誌に加え、ベビーブーマーの少年少女に向けた月刊誌が相次いで創刊され、いずれもマンガが重要なコンテンツとなっていた[野上 2015 pp.72-73]。この中に「テレビまんが」がほぼ必ず入っており、先の「テレビ漫画文庫」と同じように、その対象は多岐にわたっていた。各誌に多彩な作品が並ぶ中、花登篋原作の「大阪テレビ・ラジオ東京テレビで放送中の人気番組！」(*14)である『やりくりアパート』は、集英社の少女誌「りぼん」の他、小学館の学年誌やライバル誌である講談社「少女クラブ」にまで掲載されていた。これらもまた雑誌ごとに別の作家によって独自にマンガ化されている。この時代にはまだ、テレビ局が特定の番組の「掲載権」を特定出版社に許可する習慣がなかったゆえであろう。さらにもう少し出版物としての「テレビまんが」を具体的にみる。

(5) 記録としての「テレビまんが」 ～初期テレビ番組の姿を読み取る

i) 広報・宣伝機能としての「テレビまんが」

「テレビ」をここでは3つの要素に分ける。一つに受像機、もう一つにテレビ放送、そしてもう一つはスポンサーである。第一の例として、上掲した「りぼん」の別冊付録を見てみよう。表紙裏には「ポータブルテレビなどがあたる」大懸賞が告知されており、専属少女モデルがテレビとともに芝生の上で微笑んでいる。当選者1名とされるこのテレビのサイズは8インチで、株式会社テレビ商会の「TELE-O-MASTER: 8T58」だ。その価格は「キット ¥ 31,000」である(*15)。大学卒国家公務員初任給が1万円前後である時代(*16)、「庶民が憧れるテレビのある、豊かな夢の生活」といったスタイルを表象した広告・宣伝であると考えた方が適切だろう。

第二に「テレビ放送」である。全てのテレビまんがには放送するキー局とネット局が書かれているが、それだけではない。たとえば「まんが王」(秋田書店)1960(昭和35)年11月号付録の『大人気カラー西部劇テレビまんが: ボナンザ』を見てみよう。放送している全16局のリストが書かれている。さらにここに付された懸賞には、その局数を問うクイズが出されるという念の入れようである。さらに表紙中央には、この時期外国テレビ映画の輸入を一手に握っていた配給会社、「太平洋テレビ(配給)」の但し書きも入れられている。「テレビまんが」を読むと同時に、当時の外国テレビ番組流通にかかわる会社やネットワークが一望でき、視聴者がチャンネルを合わせるためのガイドとなっていた。

第三のスポンサーについては、『風小僧』には「三洋電機 提供」、『とんま天狗』には番組でも口にされていた「姓は尾呂内、名は南公」という「オロナイン軟膏」を織り込んだセリフが見られる。さらに『黒帯探偵』には「富士フィルム提供・パッチリタイム」というスポンサー名と放送時間枠の愛称が見えるのだ。また民間企業ばかりでなく『名犬アレックス』には「警視庁後援」、『走れ! 白バイ』には「企画: 電通 協力: 京都府警」とあり、番組が警察犬や白バイの広報活動の一環であったことが分かる。これらの情報はテレビ局から提供される広報資料とともに、局の希望を受けて付記されたのだろう。

このように印刷メディアにおける「テレビまんが」は「テレビ番組を翻案したマンガ」であるばかりでなく、(1)テレビ受像機というデバイスの宣伝、(2)テレビという情報ネットワークないしインフラの宣伝、(3)コンテンツを通じた企業や官公庁の宣伝を担った媒体として、テレビ産業全体のプロモーションをも行っていたのである。

ii) キャラクター・ビジネス、クロスメディア展開の萌芽

「テレビまんが」は、印刷メディアにおいてはテレビの新奇性を載せることで読者へのインセンティブとし、放送メディアにとっては自らの宣伝を読者に対して行い視聴者へと引き込むという協力関係であった。だが徐々にテレビが普及し、月刊誌が可視化していた児童たちがより大きなクロスメディア市場の対象として見出されていく。その意味で明確にメディアミックスを意識して展開された例は1959(昭和34)年3月、首都圏4番目の民放テレビ局、フジテレビの開局番組の一つとして制作された『少年ジェット』が挙げられるだろう。この作品は制作会社の大映テレビ室が企画段階からブレンに人気マンガ家・武内つなよしを招くことに端を発する(*16)。続いて放送開始よりわずかに先行して月刊マンガ誌「ぼくら」(講談社)で武内自身によるマンガ連載が始められ、「富士テレビ放送決定」の告知もされていた。「原作者」である武内は、当時すでに『赤胴鈴之助』をヒットさせ、ラジオ・テレビドラマ化もされていたヒットメーカーである。少年探偵が愛犬シェーンとともに颯爽とバイクで疾走し、陰謀団と戦う『少年ジェット』は1年半放送、雑誌連載も同時に続けられた。また番組内において、

愛犬シェーンがお使いに出てスポンサー・エスピーのカレーを買う、という本編と地続き感の強いCMが流されていた[中野 2008 p.266]。つまりこの段階において、マンガ原作のキャラクターを中心としたコンテンツ制作、放送と印刷にまたがったクロスメディア展開、キャラクターを利用したスポンサー商品の宣伝といったビジネスモデルが立ち上がっていたわけである。以後テレビ普及率が上がるにつれ、印刷物としての「テレビまんが」は次第に、放送メディアに現れる「アニメ」の先駆的呼称としての「テレビまんが」へと移行が進む。1963（昭和 38）年、テレビアニメーション『鉄腕アトム』が始まる頃、テレビの普及率は9割に迫ろうとしていた。

4. 放送メディアにおける「テレビまんが」へ：その成立要件

(1) 「テレビまんが」とは「何でない」か：ハイカルチャーとローカルチャーの拮抗

ここで1章の冒頭に引いた、2009年の朝日新聞の言説「アニメはかつて「漫画映画」「テレビまんが」などと呼ばれ、子供のものだった。」という一文に立ち返りたい。このロジックには「子供のもの」である「テレビまんが」が「子供だけのものではない」という「アニメ」よりも一段下がるもの、という感覚を読み取れないだろうか。これについては『鉄腕アトム』の原作者でテレビアニメシリーズ初期の監督も務めた手塚治虫自身も、後年以下のように語っている。

ぼくが日本で初めて三十分番組のアニメシリーズを作ろうと思ったキッカケは…実験映画のための金を積み立てようってことで、安上がりでまあ見られる程度のアニメを作ろうって企画が上がったんだ…だからちゃんと実験映画という目標があったんだよ。[手塚 1979 p.285]

この「見られる程度のアニメ」こそが、テレビアニメーション『鉄腕アトム』である。また同時代の個人制作アニメーション作家である久里洋二も1965年に以下のように書いている。

近ごろのテレビを見ていると、漫画映画の多いこと…子供たちはテレビ漫画に熱中して、テレビから離れようとしません。ある一部の親の中には、苦々しく思っている人もいます。（*17）

久里は「アニメーションを教育的な方向」に使うデンマークの例などを引きながら、望ましい将来の展望を述べている。また本邦アニメーション評論家のさきがけである森卓也は、最初の著書『アニメーション入門』で攻撃的に書く。

動く漫画の不思議さを、素朴な驚きに満ちた奔放のアイディアで追求したサイレント・カートンの作家たちの創造的なフロンティア・スピリットを、TVの節約・消耗アニメにお茶を濁している現代の漫画映画作家たちは、もう一度真剣に再検討してみる必要があるのではないだろうか。[森 1966 p.63]

これらの言説から読み取れるのは、作家性や芸術性を追求するハイカルチャーとしての「アニメーション」と、それに相反する商業性や効率性を重んじるローカルチャーとみなされた「テレビまんが」観である。彼らの言説からは「アニメーションではないもの」が「テレビまんが」だったとすら感じられる。では逆に「テレビまんが」とは「何である」のだろうか。

(2) 「テレビまんが」とは「何である」か：3つの条件

i) 媒体条件／テレビ上にある番組というジャンル

フジテレビの映画部長だった草間矩之は、雑誌「映画評論」1961（昭和 36）年8月号に『フrintストーンズ：テレビ漫画のトップバッター』という記事を寄せ、以下のように語っていた。テレビの「発注元」による同時代の証言である。

『フrintストーンズ』は、テレビにはじめて登場した、三〇分の成人向漫画である。[pp.72-74]

『フrintストーンズ』とは本国においても“The Rise of Children’s Animated Television Series”[Furniss 2016]、とテレビアニメーションの嚆矢としてみなされている作品である。『トムとジェリー』などでも知られるハンナバーベラプロダクションが、シットコム風の中産階級のホームドラマを原始時代の世界観に移した設定で制作、1960～1966年に渡って放送され「大成功」

を収めた[Furniss 2016 p.226]。草間はこの作品と、それ以前に放送されたアニメーション番組との違いを強調する。

テレビ局は…(注：劇場用に作られた) ごく短い漫画を三本ないし四本あつめて、三〇分のプログラムに編成して放送するのである。…テレビそのものための漫画は、少しずつつくられていった。だがそれらは…三分半の短い、こども向きのものであった。

つまり『フリントストーンズ』は、劇場映画のレギュレーションから解放され、1960年当時、世界で初めてテレビ局が求める放映時間である、30分に最適化されたプログラムだったからこそ「テレビ漫画のトップバッター」だというのである。

ii) 制作条件/アニメーションである：アニメーションの「工業化」

印刷メディアの「テレビまんが」は1950年代末には出現しており、広く読まれていたはずだが、草間は一切言及していない。なぜなら「アニメーション」ではないからであろう。なお『フリントストーンズ』以前は、一週間単位で納期が訪れるテレビアニメーション制作など不可能だと思われていた。

簡略な描線、抽象的な画面構成、部分的な画面の繰り返しなどは、手をぬいたしごとだと見做されたのである。

だが、これは「リミテッド・アニメーション」という技術の応用で、テレビアニメーションを作るために最大限効率化された手法であった。これがテレビに商機を見出そうとしてた映画社・コロムビアの目に留まる。こうして純粋にテレビで流す専用商品、すなわちテレビが要請する「規格」に合致した「テレビまんが」として『フリントストーンズ』は誕生した。

iii) 時間条件/週一回30分放送：タイムセールス

テレビの「規格」というのは「テレビまんが」にとって重要な要素である。それは毎週1回流れることや、テレビモニタの画角などが挙げられる。だがもっともシンプルにして肝心な点は、やはり「時間」ではないか。先に挙げた乾の言う「セーム・タイム、セーム・チャンネル」である。日本のテレビ放送における「時間」を区切るための単位は、1945(昭和20)年にGHQによって指導された(*18)。最小単位は15分で、コンテンツによって30分、60分、90分という風に枠を構築していく。それとともに日本へ輸入されたアメリカ製のテレビ映画は15分×2ロールで、間に中CMが挟まる30分物が基本であった。それは無論、日本の民放システムにおいてもCM枠の販売、タイムセールスにあたっての基本単位にもなる。草間がこのエッセイでこだわる「三〇分」もこれである。

ちなみに『フリントストーンズ』や『アトム』以前の日本の例をみると、最初期のテレビ発のキャラクターとして成功を収めた『月光仮面』は当初、月～土曜日の夜6時から放送する10分枠の帯番組であった。これが好評を博すと同時に日曜のみの30分枠へと移行した。『少年ジェット』ははじめから週一回の30分枠である。テレビ番組全体が30分というレギュレーションへ最適化されそのフォーマットが標準化していく中、児童番組もまた30分になることで、少なくともタイムセールスの上では「一人前」と認識されたのではないか。「テレビまんが」は大人たちだけではなく、児童たちに向けてテレビ産業が制度とした作ったいわば「単位」であり、あるいは「国民時間」を完成させたと考えられる。

おわりに

「テレビまんが」はテレビに先行するメディアである月刊雑誌の誌面上で、広く児童視聴者たちに新興メディアであるテレビへの興味を喚起する宣伝ツールとして始まった。そしてテレビが国内にあまねく普及していく中で、受像機の画面に映るものを指す呼称へとその概念を変えていった。『鉄腕アトム』を「アニメ文化」のオリジンとする評価を過小に見積もるものではないが、この一作品のみによって「テレビまんが」という「制度」が生まれたわけではなく、むしろ「国民時間」の要請から誕生したとあって良い。「テレビまんが」から「アニメ」と呼ばれる文化が生まれる道程には、「アニメ史」の枠組の外側にあるメディア史がある。それはまた現在を観察する上においても、「潜伏し胎動してはいるが、今後何らかの大きな文化に結実しうる何か」がどこかにある、という可能性に気づくことでもある。そういった意味で特定作品とそのジャンルに耽溺するのではなく、メディア史の大きな括りとともにジャンルを見直す試みを、さらに発展させたい。

補注

- *1: NHK「クローズアップ現代+」公式サイト (<https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/4257/index.html> 2019年4月14日閲覧)
- *2: 朝日新聞デジタル2009年10月17日 <http://www.asahi.com/showbiz/manga/TKY200910170173.html> 2019年4月2日閲覧)
- *3: 読売新聞1910(明治43)年12月31日朝刊3面の「活動写真」欄、1916(大正5)年「活動之世界」11月号特集「凸坊新画帖の話」より
- *4 「商業アニメーション」の定義については一般社団法人日本動画協会「アニメNEXT_100」公式サイト(<http://anime100.jp/index.html>)内「国産商業アニメーション映画第一号に関する調査レポート 2017/01/01 中間報告」(調査: 渡辺 泰ほか)に依拠。(2019年4月15日閲覧)
- *5: 大正期の映画は基本的にサイレントであり、説明者による話芸の方が受容において重要視されていた。その意味で絵が動くかどうかよりも、「実在の俳優が演じているもの」と「絵で描かれたもの」という区別の方が現実的だったのではないだろうか。
- *6: Furniss(2018) p.388; "Into the 1990s, Japanese animation, in popular styles known as anime, enjoyed a broad base of consumers, with top markets forming in South Korea, Taiwan, the United States, France, and Thailand." Furnissはカリフォルニア芸術大学でアニメーション史の教鞭をとっている。
- *7: 朝日新聞1936年10月23~26日朝刊 連載記事 岡本一平『漫画映画について』(全4回の最終回にて)
- *8: 朝日新聞1953(昭和28)年3月8日朝刊テレビ欄より。『きつねとサーカス』(1948 監督: 森野佐登志 制作: 近代映画社) だと思われる[山口, 渡辺 1977]。が、それまでも「映画」とのみ書かれた枠があるので、そこで先に流れた可能性もある。
- *9: 同9月2日朝刊より。『きつねとサーカス』と同じシリーズの『きつねのホームラン王』(1949 監督: 森野佐登志 制作: 近代映画社) かも。
- *10: たとえば、1953(昭和28)年9月21日の「漫画映画『水しよう山の少年』」など。教育映画『水晶山の少年』(1949 監督: 杉江敏雄 製作: 東宝教育映画) のようだが、この作品は実写作品であって、アニメーションではない。文化庁: 日本映画情報システムより (<https://www.japanese-cinema-db.jp/Details?id=39801> 2019年4月16日閲覧)。
- *11: テレビ普及率について、1956年までは「放送五十年史 資料編」(1977) 日本放送協会編より。1957年以降は「消費動向調査」にテレビが種目として追加されるので、以後はそちらの数字を参照する。(内閣府サイト「消費動向調査」: 主要耐久消費財等の普及率 2018年6月27日閲覧)
- *12: 「おもしろブック」1959(昭和34)年5月号(集英社)掲載広告、「テレビ漫画文庫」巻末予告、国会図書館、国際児童文学館検索などの情報を統合。
- *13: 少女雑誌「りぼん」1959(昭和34)年10月号(集英社) 別冊付録より
- *14: 雑誌「テレビ技術」1960(昭和35)年6月号(テレビ技術社)より。
- *15: 人事院「国家公務員の初任給の変遷(行政職俸給表(-))」(2016)より。
- *16: 雑誌「YYジョッキー」1979年9月号 p.59 武内つなよインタビューより。
- *17: 朝日新聞1965(昭和40)年8月8日朝刊 久里洋二「アニメーションの世界」(4)『テレビ漫画の利用法』より
- *18: 『テレビ史ハンドブック 改訂増補版』(1998) 自由国民社 p.11より

参考文献

- 飯田 豊 (2016): 『テレビが見た物だったころ: 初期テレビジョンの考古学』 青弓社
- 乾 直明 (1988): 『ザッツTVグラフィティ: 外国テレビ映画35年のすべて』 フィルムアート社
- 乾 直明 (1990): 『外国テレビフィルム盛衰記』 晶文社
- 清水 勲 (1999): 『マンガ誕生』 吉川弘文館
- 手塚治虫 (1979): 『瀕死のアニメーション』 「話の特集」1979年7月号: 『手塚治虫エッセイ集成 映画・アニメ観てある記』 (2017) 立東社 所収
- 友井健人 (2017): 『タケダアワーの時代』 洋泉社
- 中野清行 (2008): 『テレビ版「少年ジェット」から思い出すこと』 小学館クリエイティブ「少年ジェット」1巻所収
- 西村智弘 (2018): 『日本のアニメーションはいかにして成立したか』 森話社
- 野上 暁 (2015): 『子ども文化の現代史: 遊び・メディア・カルチャーの本流』
- 古田尚輝 (2009): 『「鉄腕アトム」の時代: 映像産業の攻防』 世界思想社
- 森 卓也 (1966): 『アニメーション入門』 美術出版社
- 山口且訓, 渡辺 泰 (1977): 『日本アニメーション映画史』 有文社
- 山根幹人 (1923): 『社会強化と活動写真』 帝国地方行政学会
- Furniss, Maureen (2016): "A New HISTORY of ANIMATION" Thames & Hudson