

2026年2月25日公開

安藝 貴範 オーラル・ヒストリー

ZEN 大学
コンテンツ産業史アーカイブ研究センター

収録日 : 2024年8月7日
インタビューイ : 安藝 貴範
インタビュアー : 井上 伸一郎 ・ 氷川 竜介
インタビュー時間 : 1時間58分44秒
著作権者 : ZEN 大学 コンテンツ産業史アーカイブ研究センター

注意

- ・この資料は、著作権法（明治32年法律第39号）第30条から47条の8に該当する場合、自由に利用することができます。ただし、同法48条で定められるとおり出所（著作権者等）の明記が必要です。
- ・なお、現代では一般的ではない表現や、特定の個人・企業・団体に関する記述を含め、必ずしも元所属組織による事実確認や公式な承認を経たものではない内容についても、ご本人の記憶等に基づく一次資料であることの意義を重視し、改変や削除などは施さずに公開しています。
- ・安藝氏以外の発言は「——」となっています。
- ・はっきりと聞き取れなかった部分や、不明な箇所を「■■」とし、あいまいな部分には「(?)」を付しています。

オーラル・ヒストリー

○イントロダクション

——インタビュアーの井上伸一郎です。

——氷川竜介です。

——本日は2024年8月7日です。これから安藝貴範氏のオーラル・ヒストリーのインタビューをグッドスマイルカンパニー（：株式会社グッドスマイルカンパニー）本社にて行います。

安藝： はい。

——よろしくお願ひします。

安藝： はい。

○「コナミ」入社の際緯と当時の業務

——では、安藝さんがこの業界に入られるきっかけというところから伺いたいんですが、まず最初にゲーム会社のコナミ（：コナミ株式会社 ※現・コナミグループ株式会社）に入社なされた。コナミに入社しようと思ったきっかけから伺いたいんですが。

安藝： まず、ゲームが好きだったんです。子供の頃からパソコンが好きで、自分でプログラミングもして。ただ田舎すぎたんですよね。四国の田舎だったので、パソコン仲間もほとんどおらず、すごく寂しかったんです。でも大学で大阪に出たら、ちょっと仲間がいたりして。その中でもゲームを作る人たちにすごく憧れていたんですよね。中村光一さん（：後のチュンソフト創業者）が実は香川県の出身で、エニックスさんかな？ ゲーム大賞コンテストみたいなので最優秀賞みたいなのを取られて。「こんな人が身近にいるんだ」と思ったのもきっかけで、プログラミングとゲームみたいな（：ことに）すごく興味がありました。

大学に入って、僕は経済学部に入ったんですけど、なんとなく公認会計士って儲かるらしいという世の中の情報を得て。確かに公認会計士のおうちの友達はとても裕福だったなと思って。うちはすごく貧乏だったので、公認会計士になってみようかと大学生の時にちょっと思って勉強したんですけど、これは大変だということで。ギリギリまで頑張っていたんですが、やっぱり就職しようということで、四年生のギリギリの時に就職活動をしたような時に、ゲーム会社がまだその窓を開いていて。コナミともう一社を受けました。両方とも受かったんですけど、なんとなくコナミの方がその面接の雰囲気とかが良かったものですから、コナミに入ったということでした。

なかなかコナミさんは封建的な会社というか、すごく上部のパワーの強い会社で、僕はセールスで入ったんですけど大変でしたね。当時のゲーム業界はまだまだ、なんと言おうのでしょうか、特にコンシューマーとアーケードがあって、アーケードゲームはゲームセンターのおじさん、オーナーさんたちと丁々発止なんですよ。それも大阪サイドですから。相手はもうめっちゃめっちゃ怖いみたいな人たちが多くて。僕はコンシューマーというテレビゲームを売る方に配属されて。任天堂さんの傘下の初心会という問屋グループがあるんですけども、そういうところを担当しながら、ゲームを売るという作業をしていましたね。

——何年ぐらいですか？

安藝： 大学出てすぐなので、当時 22、23 歳ぐらいの頃だから、30 年前ぐらいですね。スーパーファミコン全盛期の終わりに近い頃で、そろそろプレイステーションが出るね、みたいな。PC エンジンもまあ、ちょっと元気みたいな頃でした。『ときめきメモリアル』とか、覚えてますよね？

——もちろん、もちろん。

安藝： 話題作というか、歴史を変えた作品みたいな感じの作品があって。僕らがコナミに入った当初は、それこそ『がんばれゴエモン』とか、あとはちょうど『ファミスタ』を倒せということで、『パワフルプロ野球』なんかがファイティングなんとかサッカー（：実況ワールドサッカー2 FIGHTING ELEVEN）みたいなのが出始めた頃で、『グラディウス』の続編の『パロディウス』とか。つまり、そういうゲームゲームしたもの、昔からあるゲームシリーズみたいなのがたくさん、僕らの営業素材としてあったんですけども。

僕がコナミに入った、三年間いたんですけど、その後半あたりには、ついに『ときめきメモリアル』が出るということでしたね。なんか、若干お蔵入りしていたっぽいゲームだった。

——そうなんですか。

安藝： はい。そのラインナップ表にずっとあったんですよ。営業向けの資料として。でも、これは出ないというか、「案内していいよ、営業していいよ」というゴーがからないタイトルだったんですね。「これはなんか出ないのかな」って認識していたら、やっぱり出すみたいな感じになって。内容を見たりしていると、「これは売れるのか？と。こんなのないぞ」ということで、我々の営業チームもかなり混乱したんですけども。その営業の僕が、当時、日本橋担当だったんですけど。

——大阪の中心の。

安藝： そうです。大阪の秋葉原ですよ。今はずいぶん寂しくなっちゃいましたけど。あそこに行って、ゲーム屋さんの店頭で、オープニングデモができていたので、かけて、店員さんにちょっと説明しようとしたら、例の曲がバーンと流れるわけですよ。しおりちゃんが出てきて。そしたらなんかその辺にいるお客さんも見えて、オタクたちがなんか目の色を変えて見るものですから、「これはもしかしたらものすごく売れるのかもしれない」といって。東京のその先輩たちと、「これはもしかして売れるのかもしれないから、作戦を立てよう」なんて、ずいぶん張り切ってマーケティングとセールスをやった記憶があります。

——歴史を変えたような。

安藝： 歴史を変えた。最初はそんなに売れなかったんですけど、やっぱりプレイヤーたちからの言葉もあって。

——ロコミで広がった。

安藝：かなりロコミが強かったし、PC エンジンだったんですよね。だから CD-ROM の再生産も早くて、カセットと違って。なんか結構スムーズにその増産がかかって、ずいぶん人気になったというのは（：原体験になった）。僕自身、あんまりオタクっていうイメージがなかった。個人的に僕がオタクじゃないと思っていたんですけども。しかしオタクの加熱していく様子、共通の話題を持ったオタクたちがすごく喜び勇んで、みんなに語って、布教していく様子を目の当たりにして。多分それは僕のそのオタクマーケット限界での原体験というか、こういう様子はすごく面白って思ったのが、経験の一つとして結構鮮烈に残っていますね。

——ゲームファンだけでなく、アニメファンにも結構刺さった作品で、『ニュータイプ』の表紙にまでなりましたからね。

安藝： そうですか。当時、だけど他にもあったんですかね。

——まあ、いくつかあったかもしれないけど。だけど後追い（：？ 7:50）しかないですか。でも、そのシステムとか、美少女が次々と現れる。

安藝： まあ、ハーレムゲームですよ。

——で、しかもフラグって言葉が、あのゲームで作って流行らせた。フラグが立つとか、立たないとか。

安藝： フラグ立つ立たないってね。もともとゼビウスの頃によく言っていたけど。

——あれが流行らせた。

安藝： そうですか。でも PC ゲームだと、学生の頃の『シスプリ』（：シスター・プリンセス）とかそうじゃなかったでしたっけ。

——そうかもしれないですね。

安藝： ちょっと前か。

——一般まで広がったような。

安藝： そうですね。ゲームハードを持っていない人や、プログラムに詳しくない人、パソコンを持っていない人たちに広がったのは、あれがすごい契機だったような気がしますね。

○芸能業界への転身と「グッドスマイルカンパニー」の原型

——で、コナミに在籍中にその芸能関係、芸能事務所的なことをやられてたと聞いているんですけど、コナミにはどんな？

安藝：いえいえ、コナミの在籍中じゃなくて、コナミの後にグラムス（：グラムス株式会社）っていうゲーム会社、覚えてます？

——はいはい。名前は覚えてます。

安藝：そこに先輩が先に転職されるんで、そこから結構強烈に誘っていただいて、僕はそこに転職をするんです、コナミに三年いた後。それで東京に出てくることになりました。その会社もかなり、なんというか、演出が強いゲームを作る会社で、『QUOVADIS（クオバディス）』覚えてます？クオバディスっていう、アニメがいっぱい入ったゲームを作ったり、『ありす in Cyberland』だっけな、そういうゲームを作ったりしてた会社で、当時かなり注目された会社だったんですけど、ちょっと走りすぎちゃって会社がなくなるんですね。

その後、バンプレストさん（：株式会社バンプレスト。後にバンダイナムコゲームスに統合）に拾ってもらって、バンプレストでゲームの部門で採用してくれるのかなと思ってたら、そっちじゃなくて、バンプレストが手掛ける新規事業みたいなものをまとめて全部やりなさいみたいな、社長室みたいな場所に入って、様々な事業をすることになります。本当に社長直轄みたいな場所だったもんですから、「映画を作れ」とか、「アニメを作るんだ」とか、「お店を開きなさい」とか、ちょっと芸能事務所もやってるんで、「これもなんとかしろ」みたいな。

——芸能事務所はもうすでにそのバンプレの中にあった？

安藝：あったんですよ。バンプレの子会社ミューラス（：株式会社ミューラス）っていう。

——ああ、ありましたね。

安藝：その昔ね、今も活躍されている■■さん（：タレントさん？）が結構所属してた学校兼芸能事務所みたいなのがあって、松戸にあったんですけど、その僕は一部のプロジェクトを担当しろということで、声優アイドル、声優集団、声優アイドルグループ育成プロジェクトみたいなもののプロデューサーにある日任命されまして、それで芸能事務所の運用・運営をやるようになったんですよ。

で、その事務所を何らかの会社の都合で、僕ははっきりわかんないですけど、多分上場のためだったと思うんですけど、その芸能的なパートを閉めましょうっていうことになって。閉めるっていうことになるんですけども、その所属しているタレントさんたちをいろんな事務所に紹介したりとか、もしくは自分で売り込んでいく方もいらっ

しゃったんですけども、残りたい、もしくは残っちゃったのも含めて、「安藝さんと一緒に引き続きやりたいです」っていう人たちが何人かいてですね。じゃあ事務所を作るかって言って、芸能事務所が作られました。それがグッドスマイルカンパニーの原型ですね。

——非常に変わったキャリアというか。ゲームをやろうと思ってゲーム会社に入ったんだけど、そちらに割と時間を。

安藝：そうですね。ゲームから……ゲーム、ゲームときて、様々な新規事業系をやらせてもらって。で、芸能。というところでした。芸能のお仕事は皆さん経験があればわかると思うんですけど、人を売る、人のパフォーマンスを売る、もしくは個性を売ってくるという仕事で、非常に麻薬的な魅力があるというか。「この人だ」と思う人に我々のマネジメントサイドは結構もう人生かけるみたいな。完全な滅私奉公ですから、24時間の仕事ですし、ずいぶん真剣にやります。で、芸能部門は一年、それでもやっぱり一年か一年半も経たないうちに、終わってしまうわけですよ。我々のメインのタレントさんが失踪するっていう事件がありまして。「いなくなった、探せ」みたいな。もちろん見つかったんですけど、結果的にもう辞めたいみたいな。芸能の仕事ってストレスフルですし、売れたら売れたで嬉しい反面、プライベートも消えていきますから、それは気持ちはわかるしっていうことで、芸能の仕事に一区切りがつくんですね。

で、結果、我々は芸能の仕事がメインだと思ってたもんですから、もう燃え尽きて灰のようになり。ひたすらやることないから、パチスロでサラリーマン金太郎を打ち続けるっていう。何ヶ月ぐらいかな、これで食えるんじゃないかなっていうぐらいずっとサラリーマン金太郎を打ってたんですけど、二、三ヶ月、そんなやってないかな、二ヶ月ぐらいかな。これでは良くないっていうことにやっぱりさすがに気づき、頑張ってお仕事をしようっていうことになったという。でも、まだフィギュアと繋がっていないんですよ。

でも、その芸能事務所を立てた際に、当時そういう声優アイドルみたいなタレントさんと一緒に、TVチャンピオンが流行ってたの知ってます？ 当時。

——あのテレビ番組ですね。

安藝：テレビ番組のTVチャンピオンがあって、その中の人気コンテンツにプラモデル王とか模型王みたいなコンテンツがあって、そこに山田卓司とかあげたゆきおとか、MAX 渡辺とか、そういうその当時のガレージキットとかプラモデルの世界で活躍してた、ちょっとタレント性のあるような人たちがいっぱい出て。MAX 渡辺がかなり人気者だったもんですから、ちょっとしたタレントだったんですよ。いろんな番組にTVチャンピオン以外にも出たりとか、ライティングもかなりしてたんで、実はそのグッドスマイルカンパニーにはタレントとしてMAX 渡辺が所属してたんですね。つまり、グッドスマイルカンパニーがマネジメントするタレントはMAX 渡辺一人にな

ってしまったんですね、一年半か二年経つと。で、MAX さんの会社はマックスファクトリー（：株式会社マックスファクトリー）という皆さんご存知のホビーメーカーで、その仕事はタレント事務所業をしつつ手伝ってたんですよ。で、主に手伝ってたお仕事の中で、皆さん記憶にもしかしたら残っているのは食玩ブームが当時あって、海洋堂さん（：株式会社海洋堂）がチョコエッグで大ヒットしてた。そんな頃に僕は MAX さんと親しくしてたんですけど、マックスファクトリーがホビーメーカーであることは知ってて、「海洋堂さんはずいぶん派手にやってますね」と、「MAX さんはああいうことやらないんですか？」って言ったら、「いや、やりたいよ」って。やりたいんだと思って、「やりゃいいじゃないですか」「いやだけど、あれはまたあれでしょう」みたいな話になって、じゃあ俺営業してみようかっていうことになるんですけど、そしたら偶然その味覚糖（：味覚糖株式会社）と、ちょっと若干、なんとなく友達につながりがあって、味覚糖にその食玩を作ったりしないのかっていうような連絡をしたところ、やりたいってなりました。

海洋堂さんとかとやってないんですかって言ったら、海洋堂さんも個性が強い会社で、結構お付き合いするのが大変なんですよね。で、大変だからできなかったみたいなことだったりとか、なかなかどうやればいいのかわかんないみたいなこともあったりしてたから、俺、話聞くよと言って、話を聞いたらですね、すぐやろうということになって。で、味覚糖さんとはコレクト倶楽部っていう、世界の七不思議を集めましたみたいな、そういうの好きだったんで、やったりとか、古代文明編みたいなのをシリーズでやっていくわけですよ。古代文明とかなると、ピラミッドとか、あるじゃないですか、トロイの木馬とか。そういう造形にしたら欲しくなっちゃう中国の雲崗石窟みたいな、そういうのを企画して。

余談ですけど、僕、エジプト大好きなんで、吉村先生（：吉村作治）と仕事がしたくて、作治さんの方に連絡したら、心よく受けていただいて、初めて会えて良かったみたいなことだったりとか。資料も、なかなか現地に行かないと手に入らない資料をいただけるもんですから、一緒にやらせてもらったりして。そうするとかなり売れて、当時だと何百万個って店頭に入っていくんですね。よかったねって。そしたら他にも営業してみましようっていうんで、いろいろお話をすると、栗山米菓（：株式会社栗山米菓）、明治製菓（：明治製菓株式会社 ※現・Meiji Seika ファルマ）とかブルボン（：株式会社ブルボン）さん、いろんなお菓子メーカーさんと様々なコンテンツで食玩を作るようになってたりしてました。それも芸能事務所をやりながらの時期なんですけど、企画書を書いて、ライセンス、少し交渉をして。食玩というと皆さんも当時流行ってたからわかってくれるし、製造工程なんかもなんとなくわかり始めてた頃なんで、プレゼンして、原型を作って、お菓子メーカーさんと一緒にマーケティングしてってやると、まあまあロイヤリティももらえてて、意外と儲かるな、これ。意外といけるなんて思ってたんですよ。で、そうやってマックスファクトリーのお手伝いをしたりとか。

○「釣具屋」の経営とフィギュア業界への参入

——その原型師さんたちは、マックスファクトリー所属という。

安藝：基本ですね。マックスの人たちで、まだ全然マックスも人が少なかったので、数人だったんですよ。でも当時の小さな原型だったら、何人かで手分けすると結構作れちゃったりとか、あと、ツタンカーメンの棺みたいなやつだと、「特撮が上手なやつがいるからあいつに作らせよう」みたいな。いろんな外部の人たちも使いながらやると、意外とできちゃうんですね。マックスと一緒に。ずいぶんその食玩のラインナップとかやったりしてましたし。中には…実は同時に釣り具屋の経営をやってたんですよ。

——それは知りませんでした。

安藝：グッスマ初期。付き合いで、とある歯医者さんつながりで、釣りの現場で使う魚群探知機を開発するプロジェクトがあった。この魚群探知機は、これぐらいなんですよ。つまりこれぐらいのプラスチックに入った物体を竿につけて投げる。投げてるくるくるくるって引いてくると、この直線分 30m 先とかから手前の波止場まで、この水面下の様子がここにデータが溜まって、こっちにゲームボーイみたいな端末にガチャって入れると、「あ、ここがこうなってここに魚群いるな」みたいなことがわかるっていうルアー型魚群探知機みたいなのがあってですね。これを当時の釣り雑誌と一緒に連載しながら開発をするっていうのをやってて、それがうまくいったんで開発できたっていうことで、その雑誌上で売って見たらすごい売れたんですよ。これはすごい売れたぞっていうことですね、これは一般の釣り具屋にも導入できるかもしれないということになり、そこそこ作って一般の釣り屋さんにも導入したんですけど、さっぱり売れないんですよ。多分もうその雑誌の人（：読者を指す？）で買い終わっちゃったんでしょうね。

——マーケットがそこだけしかなかったということですか。

安藝：すぐ売れたから大変な誤解をして、まあまあ売れ残った。それはでも頑張って売らなきゃいけないから、釣り屋さんにも営業してたら「お前、こんなこんなのを作って売ってるより、お前も釣り具屋をしろ」みたいな話があったらしく。最近はその餌屋さんが流行ってるとか、「生きのいい生き餌を売るお店はフィールドショップとして流行ってるから、こういうのをやったらいいよ」みたいなアドバイスを、そのルアー作りの仕事をしてたパートナーの方が真に受けて、お店をオープンしようということになってですね。そこからあつという間にね、一年も経たないうちに七店舗ぐらいオープンするんですよ。それを我々も一緒にやってて、我々の直営のお店も結構あって、で、釣り具屋をやるっていう、よくわからないムーブが動いて、その釣り具屋もまあまあヒットしたんですよ。

——あ、そうですか。

安藝：はい、この釣り具屋さんも、当時新しく出てきたアイデアで。釣りされます？

——うちの父が釣り道具屋でした。

安藝：釣り道具屋？我々は釣り餌屋さんだったんですけど、その磯釣りをすると撒き餌をするんですね。これは俗に言うオキアミっていう、この3キロの。オキアミってエビじゃないですよ、あれ。

——そうですね。アミって言う別の種類。

安藝：小エビみたいなものの塊をお店で買って、これを溶かして、好きなものを混ぜて、いろんな地方によってキャラメルコーンを混ぜたり、いろいろなんです。地方によって流派が違うんですけど、それを混ぜてガシャガシャやって、やっと釣れる、撒ける。っていうこの一手間が大変。すごい大変なものがある、これ、みんな3個ずつぐらい買って行く。これは我々のそのお店がね、電話をもらえれば溶かしといてあげるサービスを始めた。これがバカ当たりしてですね、「あの店、溶かしといてくれる」っていうので大変お客さんが来て。

——単純だけど、すごいアイデアですね。

安藝：その駐車場にこのトレーが大量に並んで、めっちゃ溶かしてるんですよ。で、これ、岩田さんの分、これ、井上さんの分って札があって、「ありがとうございます」とか言いながらすぐ釣れる。これすごいじゃないですか。これ大変な発見なんです。で、これで我々のお店は非常に流行ったりとかして。でもそんなのね、見ればパクれるというか、「なるほど」みたいな感じなんで、すごい儲かる時期は短かったんですけど、でもそれはすごい良かった。

で、釣り具屋さんをやってる時に、僕らもお店に出てオキアミをね、ゴカイみたいなやつを測り80gみたいな。我々ぐらいになると持った瞬間にわかりますけど、「一匹多いな」みたいな。ぴったり80gにする、そういうのをやりながら、ついでに僕らが自分たちで作ってる食玩を店に並べたりして。大して売れないんですよ、釣り具屋さんから。でもショールーム的に使ったりなんかして。で、そうこうしていると釣り具屋のね、一番いいところに気づくんですよ。これは特に釣り餌屋さん、朝4時ぐらいからオープンしてる。4時からお昼前まで釣りに行く前の人があるんですよ。餌を買いに来るから。全員、もうね、テンションがもうこんな「今日は釣りだ〜」みたいな人たちが来るでしょ。で、釣りに行って、で、帰りに寄ってくれる人が結構いるんですよ。これはかなり釣れた人。釣果情報を教えてくれて、掲示板に書きに行く。もしくは魚拓を取りに行くんですね。で、どういうことが起こるかっていうと、店の中にいる人全員がご機嫌なんですよ。ご機嫌な場所って、そのコミュニティっていうのが

最高に楽しいですよ。それを結構マニアックな人たちが、お互い完全に通じる会話をしている場所だっていうのが、こんなに楽しいんだっていうので、僕らはそこでもまたこの、そのちょっとオタクの種類は違うけど、コミュニティって最高っていうのに気づくんですよ。

——ここで、釣り道具屋がきっかけになって。

安藝：釣り道具屋のその場所でこれは楽しいなって。それは見てるだけでも僕は釣りしなかったけど、見てるだけでも楽しいんで。でもそうやってね、我々のそのお客さんを喜ばすとこんなに楽しいんだっていう、ベースみたいなのがね、おそらく育まれてるんですよ。すいません、なんか余計な。

——こういう話が非常に重要で。

安藝：非常にやっぱり気づきってというのがあって。本当、他の釣具屋さんと比べてもね、うちの店はきれいなんですよ。何がきれいかって、ちゃんと並べる。もしくはちゃんとしたポップを作る。で、当時の釣具屋さんとかは、もうね、古式ゆかしい釣具さんが多くて、「自分で探せ」みたいな、「重りどこ」って聞くと「そこら辺だよ」みたいな。「10gのはって」言うと「10g とかあるかな」みたいな。「餌をくれ」って言うと、汚い冷蔵庫から餌をボンって出されるみたいな感じのところを、きれいにする、説明をちゃんとするっていうだけでも、もう明らかにいい店になるんですよ。

——店舗の場所はどの辺にあって？

安藝：日立港とか、富津とか、こないだ地震があった穴水とか、結構もう本当にフィールドですね。小田原とか。で、そこそこ小綺麗にしたコンビニ跡とかを使うんですけど、結構今もありますよ、そういうお店。でもそれだけでも、そのまっとうにやるだけで差別化ができるっていうのも、当時やっぱりすごく強い気づきで。意外と、歴史的なビジネスでも、新しい視点で真面目にやれば全然ビジネスになるねみたいなのも、我々が勇気づけられた部分でもあるから。以降、グッドスマイルはずっと真面目ですね。ちゃんとやろう。ファンの熱心さにかまけないというか。それだと新しい人來ないよねみたいな感じで、見たらわかるようにしましょうみたいな文化は、多分その頃からやっぱりちょっとずつできているように思いますね。そんなことしてました。で、その後こう、サラリーマン金太郎の時代が二ヶ月ぐらい挟まれるんですけど、そのサラリーマン金太郎をしながらも、食玩の仕事の名残とか、釣り餌屋さんのメンテナンスはやってたんですけど。まあ、マックスファクトリーもあるし、マックスファクトリーのガレージキットを売るっていうお仕事もあったものですから、そういうのをこう、まあ MAX のお父さん、お母さんが頑張ってるみたいなのもあって、問屋さんの相手を父ちゃんと母ちゃんがしてるみたいな。で、発注があると、お父さ

んとお母さんが箱詰めして家で送るみたいなことをやってるんで、手伝おうかって言って手伝うと、やっぱり「これは手順を正すと全然楽になるね」であったりとか。もしくはそろそろ完成品のフィギュアも世に出始めた頃でもあるし、マックスファクトリーの造形は、当時のそのガレージキットブランドが幾多あった中でも非常に高度だと僕は感じてたんで、これはしっかりとしたビジネスにできるんじゃないかなと。かなり上手な彫刻の人たち、彫刻家もめちゃくちゃまい割にすごく食えてないというか。まあ、ビジネスとしてっていうよりも、趣味の延長線上だったりっていうところにいたんで、なんとかしようというふうに少しずつ思うようになって。で、ホビーのビジネスを主に本当、後ろ側から。フロントサイドじゃなくて、バックから貢献しようっていう意識が強まって、それがだんだん仕事になっていくっていうのが 2002、3 年ぐらいですね。2001 年の後半ぐらいかな。2002 年から 3 年ぐらいだと思いますね。で、我々は後ろから支えてたんで、まあ主に何をやるかって言ったら、企画とか開発とかは僕はあんまり。何が売れるかとか、全然わかんないから、「MAX、おまかせ」みたいなところなんですけど。製造とかセールスとか、我々ができそうだっていうところもあって。まあセールスはお手のものだし、製造のところをじゃあどうにかしようということで、僕たちはこうパートナーを探しながら製品の品質を上げていくっていうことをやり始めました。まあ、その頃はもう中国に頻繁に入って、いい工場を探して、どうすれば思った通りの量産ができるのかっていうのを、まあ日々研究するっていうような日々だったと思いますね。

——原型は日本で作って、大量生産っていうのは、工場は中国に作ろうと思った。

安藝：はい。

——国内じゃなくて、やっぱり海外にしたのはそのコストの問題が大きいんでしょうか。

安藝：そうですね。食玩の経験を経てなんですけど、もうすでに中国であったっていうことで、まあ特におもちゃの生産は日本にはもうほとんどなくなって、当時。ほとんどまあ海外に出てたんですね。で、中国にかなり出て。で、まあ金型を使ったインジェクションモールドによるその量産っていうのも、当時もうほぼほぼ広東省に出てしまっていて、国内でできるのはそのソフトビニール、ソフビって言われるものの、ちょっと簡単めな方の少量多品種だけ。そんなにたくさん作らないものは三郷のあたりで結構できたんですけど。それもほとんどなくて、ほぼ中国だったんですね。なので、そっちに行かざるを得ないっていう感じでした。当時はまだその金型で作るフィギュアが、そこまで高度なものを作ろうとしてなくて。どちらかというとその彫刻、複雑で繊細な彫刻を再現するには、どっちかという、当時の言い方で言うとコールドキャストと言われる、ポリストーンみたいな、そっち側の素材を使った方が、彫刻の再現性が高いと言われていました。まあ、塩ビのフィギュアかコールドキャストのフィギュアか、これがどっちか選べみたいな感じだったんですね。

で、僕たちも最初の頃の商品はコールドキャストを使おうとして、『サクラ大戦』とか。ロベリア・カルリーニとかすごい作ったんですよ。で、めちゃくちゃ高精細なフィギュアを作ろうとして。こう、ポリストーンで作る。ポリストーンっていうのは、まあ樹脂に石粉が入っているようなもので、金型に樹脂を流し込んで成形するものとは違うんですね。つまりゴム型、シリコンなんですけど、ゴム型の中に樹脂を流し込んで、一定時間待って、固まったらパカッと開けて取り出す。そっと取り出す。なぜかという素材がとても硬いんで、その逆テーパーとかあんまり効かないし、柔らかいゴム型じゃないと素材が壊れちゃうんで、そっと取り出して。で、その後きれいに掃除をして、手で塗って、上手に包んで日本に送ってくるみたいな商品です。だからなかなか精密度を上げることができるんですけども、一方でですね、ゴム型っていうのは表面の精密度を残すんですが、全体で言うと歪んでるんですよ。ゴムがこうなったりするんで表面はきれいなんですけど、この歪みが大変で、歪んでると塗装が入らないんですよ。何が入らないかって言ったら、マスク塗装が入らない。ここだけ隠して塗りたいって金具をこう当てて、プッシュってスプレーで塗るみたいなことができなくて。顔も精密に表面は取ってるんですけど、顔は歪んでるんですよ。なんでその自動塗装的な治具とか、その印刷がほとんどずれちゃうんですよ。全部手（：作業）になっちゃう。すごい手間がかかるし。で、なんとなくなんですけど、届くと我々のロベリア・カルリーニは届いたら半分首が折れてたんですよ。「細い、折れたわー」つつって、で、もう慌てて、流山の作業してくれる小屋みたいなところを契約して、おばちゃんたち集めて、必死で（：接着剤で）首をつけるみたいな作業をするんです。もうしょっちゅう、もうとにかくどっか折れるみたいなことがあって。

だから僕たちはそこで製造のね、フィギュアを製造量産する高精細なフィギュアを量産するっていう技術に、なんとなく行き詰まりを覚えるわけですよ。このままこのポリストーンでやっていくのは限界あるねみたいな。もうちょっとこれが彫刻的な要素が強くて、なんかお土産もの、美術品みたいな方だどこまで追わなくていいし、その精密度も実はいけるけど、「これをキャラクターフィギュアだとしんどいよね」って思った頃に、我々と今グループの一社である製造会社の製造鉄人たちと出会うわけですよ。で、彼らはこの方法論じゃなくて、PVC（：ポリ塩化ビニール Polyvinyl Chloride）で行こう、塩ビで行くんだ、塩ビで行けるところまで行ける気がするみたいな感じの、その製造職人たちと出会い、我々はそっちに舵を切って、PVCとか ABS（：アクリロニトリル、ブタジエン、スチレンによる合成樹脂）っていう、俗にいうプラスチックとか塩化ビニールを使って量産する方向に、技術の投資をそっちに大きくやっていくようになるんですね。それがこう一年、二年経って花開き、今十数年経って非常に高度化したという感じです。これは我々の功績の一つだとは思っています。

ただ、新しい技術をたくさん使ったのかっていうとそうでもなくて、枯れた技術を寄せ集めたっていう、そういう感じで。こういう成型はこうやればできるとか、この複雑なひだひだをモールドで出して成型するには、実はこうゆっくり成型すればできるとか。金型の磨き方も、本当に精密なものを作りたいときはこうやるんだよであったりとか、成型上のノウハウみたいなものは、その一つひとつ、専門特化した場所にた

くさん落ちてるんですよ。これを我々が拾い集めるわけですよ。ここができない、わかんないけど、当時で言うと、（：『ああっ女神さまっ』の）ベルダンディーの羽根がうまく成型できないみたい。これはどうあっても成型できない。どうしたらいいって言ったら、PVC の硬度設定、硬い、柔らかいみたいな設定をもっともっと柔らかくするんだ。柔らかくすれば抜ける（：？）。でも柔らかくすると垂れちゃうよ。この中に、もう一個 ABS の筋を通すんだと思って、後から通すのつつたら、「いや、二重成型やれ」って言って、一回金型の中で ABS の成型だけをして、その上からもう一回 PVC の成型をするみたいな。こんなの実はみんなやってるんですよ、他の業種で。それを我々のフィギュアに取り入れたりとかしながら。

——他の業種って、例えばどういう

安藝：例えば分からないけど、モック（：アップ）を作っているところみたいなのが、硬い製品の周りにこのブニョブニョのエラストマーをつけてますみたいな。いっぱいあるじゃないですか。多重成型とか、全然違う分野であったりとかして、それもみんな知ってるんですよ、金型作る人たちは。「でもフィギュアでやらないでしょう」みたいな。で、何個も作らないでしょうみたいな。3000 個ですって言って、「3000 個にこんなのダメダメ」みたいなものがあるんですよ。

そういった素材のチョイスであったり、肌をいかにマットに仕上げるかみたいなのも、「それはね、酢で煮ればいいんだよ」って言われて、「いつ？」って聞いたら「成型してすぐ」みたいな。嘘でしょうと思って。で、結果、大量の炊飯器を買ってきてですね、成型した肌を全部酢で煮るみたいな工程が（：生まれました）。そうすると人肌みたいになって、でもそれはもっと簡単な方法で後に解決される。

——なるほど。

安藝：酢で煮る時間は一年もなかったですけど。臭いし。

そういう技術革新が、技術革新って言っても落ちている技術を探してくるに近くて、あとは丁寧にやる、頑張るみたいなのが、フィギュア生産というふうに。ここは非常にちょっと説明難しいですけど、おもちゃとか簡単なフィギュアを生産している工場は効率がいいんですよ。歩留まりもない。少ない。羽根がちょっと成形が足りなくても、まあまあまあ、別にそんなみんな羽根の一枚気にしませんから、って言ってこう成形したもの 100%が良品として流れていく。

我々の場合はどうしても、そのとても精密な羽根の一枚でもかけてはいけない、みたいなことになると、いつもの成型の基準と、

QC（：クオリティ・コントロール）・弾く基準でやっているのと、8 割方エラーになっちゃう。つまり、雑に成型して厳しい QC をやると 8 割方ロスになるんですよ。これは非常に工場が嫌がる。だから丁寧に成型して、いい QC をやってみたい。その後塗ってどうだこうだやっていくと、その僕たちの要求が高まれば高まるほど、工場にとってはすごく効率が悪いでしょう。1 万個生産するために 4 万個成型しますみたい

な感じになっていて。

これで何が起こるかかっていうと、大喧嘩が起こる、工場と。「いいじゃないか、これで」っていうのと、「いや、これじゃダメなんだ」っていう話になるんですよね。で、もちろん我々は見積もりを取ってから作りますけど、その見積もりの金額がどんどん変わっていくし、一ヶ月でできるねって言ってたのが四ヶ月かかったりもするわけで。

「なんでこんな時間かかるんだ」って。「こっちだって寝ずにやってんだよ」みたいな。「俺だって寝てないよ」みたいな、「俺もじゃあ行くよそっちに」みたいな。

「来てもお前にやることはない」みたいな。行ったらやっぱり「やっぱここおかしいじゃないか」「ああ、治ったね、これで」みたいな。喧嘩したり仲良くなって、トムとジェリーみたいになるんですよ。

で、これを繰り返しているうちに、やっぱり最終的には大喧嘩をして作ってくれなくなるんですよね。で、我々の商品を「もう作れない」ってだんだんなくなっていくんで、いろんな工場が。品質が欲しいから、結果的に我々は数年後、始めて数年後、もう自分たちで工場を作るしかなくて。で、工場を作るというところで、これで2006年ぐらいまで行きました。

〇ねんどろいどシリーズの開発とユーザー

——なるほど、ちょうどその頃ですよ。ねんどろいどシリーズ。

安藝：そうですね。ねんどろいどシリーズもできてますね。はい。

——これはねんどろいどは、まあね。大ヒットするし。

安藝：そうですね。

——これはもともとの発想っていうのはどういうところから？

安藝：これはもう、苦し紛れの最たるものというか。そのまあ、グッドスマイルカンパニーのブランドなんですよ、ねんどろいどシリーズっていうのは。当時はその僕たちにはマックスファクトリーとあとアルター（：有限会社アルター）っていう仲間の会社があって。で、その二社の商品を僕らは売ってたんですよ。製造して売るみたいな感じのお仕事をしてたんですけど。グッドスマイルカンパニーは特にそのマックスファクトリーとかアルターみたいに原型を作る人がいなかった。どっちかというところ、バックエンドとマーケティングのお仕事をしていたんですよ。

でもなんとなく作れるやつ、作れそうな人も中にいたにはいて、ちょっといたんですよ。で、その人たちと一緒に「俺たちもなんか作る？」「作りたい！」みたいな感じがあって。なんとなくの原型師チームみたいな、半分原型師みたいな人たちが2~3人いて、なんだかんだ作り始めてたんですよ。それもちっちゃいビルの中の、それも四畳半ぐらいの和室みたいな場所に詰め込まれて、臭いから。臭うんで。そこでこう、ゴミ箱をここに抱えながら、こうやってコリコリコリコリ作ってたような人たちがい

て、その人たちが作ったものが、初期のものあんまり売れなくて、でも精密な、その我々が今作っているああいうフィギュアを作れる原型師もいなくて。「いつかなんか作れるといいね」なんて言っている時に、その、Fate……TYPE-MOON さんのアル・アジフっていうキャラクターがいてですね（：正確にはニトロプラスのゲーム『斬魔大聖デモンベイン』のキャラクター）。ちなみこれ、デフォルメされた可愛い猫のキャラクター、アル・アジフじゃないや。なんだっけ？アル・アジフは全然別だ、なんだっけ？

——FGO？

安藝：FGO（：Fate/Grand Order）じゃなくてねんどのね、最初のやつ、なんでこんなの忘れるんだ？……ネコアルク（：TYPE-MOON『月姫』のキャラクター）っていうですね。で、これを作ろう。デフォルメフィギュアシリーズの第一弾としてこれを作った。で、ちょっと動くんですよ。で、なんか顔が付け替えられるっていう遊びをしようということで、2種類ぐらい顔がついてるのかな。3種類の顔がついてる。そうするとまあ、3回楽しめるねみたいなことで。まあそれぐらいしか考えてなくて、こう作ってみたら、「だいたいできた」っていうのを見せてもらったらかなりでかい。思ったよりでかい。手のひらにスポーンと入るくらいで。

僕はデフォルメフィギュアっていうのはちっちゃいものだと思ってた。「思ったよりでかいね」って、ずっしりしてて、この質感は、この重量感はずごい違和感があるからいいかもしれない。「思ったよりでかいぞ」って言うと、僕らスケールフィギュアをいつも作ってたから、すごい丁寧な塗装がされてるんですよ。こんなシンプルなのにグラデーション塗装が至るところに入ってる、「なんかいいな」みたいな。で、肌も、僕らは酢で煮るみたいなのもやるぐらいその肌にこだわってたんで、意外と肌の質感も良くて。こんなのに質感が高くて重いつて。これはなんかもしかしたら（：ヒットが）あるかもしれないっていうことで、せっかくなんでぐらいの感じで「ねんどのろいど」ってシリーズ名をつけたんですよ。

そこから始まって、その後、徐々にこのシリーズが続いている。ただ、当時はねんどのろいど用に僕らが絵を描いてデフォルメするっていうことはしてなくて。デフォルメキャラクターがいる作品を選ぶ。

——発想が逆なんですね。もともとデフォルメキャラがいたということですね。

安藝：そうそう。デフォルメキャラがいるものを選ぶということで、そういうのを選んでました。だから、そのセイバー（：『Fate』シリーズのキャラクター）シリーズのデフォルメのへたれシリーズとか、あとはメソウサ（：氷川へきる『ぽにぽに』のキャラクター）とか。そのデフォルメされている人たちを選んで作ってたんですね。で、ナンバリングも当初から一応つけていって。まあ言ってもそんな売れなかったんですけど、僕らのある種、本業でもなかった。いろんな会社のマーケティングとセールスが本業でもあったから、でも一生懸命作ってるし、これも頑張ってるって売っていき

みたいなぐらいの感じだったんですね。

——前はどうやって作ってたんですか？ねんどろいどは。

安藝：これはね、「造型集団ねんどろん」っていうチームが社内にあって。これはさっきも言ってた通り、あまり造型師はいなかったんですけど、中にちょっといる半分造型師みたいな人たちが、ゆるいソフビみたいなのを作って企画して売ったりしてたんですよ。エイリアンとかプレデターとか、ゆるソフビシリーズっていうのがあって。で、そういうのを出していく際に、グッドスマイルカンパニーの造形チームのことを「ねんどろん」と呼んでたんですよ。粘土が怪獣を生み出すんですみたいな。

——ファンドのことですか。原型の粘土。

安藝：そうそう。ファンドのことを絡めてねんどろんっていう。原型怪獣ねんどろんみたいな。そんなその呼び名があって。で、彼らがそのこのシリーズの当初を作ってたのもあって。で、ねんどろんが作るデフォルメシリーズラインっていうことで、ねんどろいどっていうのを、僕じゃないです。これ、彼らが思いついて、僕はダサくないかなと思って。で、ロゴも出てくるといえば、ひらがなで「勘亭流（：書体の名前）だ！」と思って、でも、まあまあいいかみたいな感じで進んでいった。っていう感じ。

——その後、やっぱり普通のキャラというとおかしいですけど、頭身の高いキャラもこうデフォルメするようになったんですね。

安藝：それは実はですね、ハルヒ（：『涼宮ハルヒの憂鬱』もしくは涼宮ハルヒシリーズ）なんですよ。

——あ、そうですか。

安藝：はい。それこそ KADOKAWA さんにお世話になって、ハルヒ大好きみたいな世の中になって。で、我々もなんかハルヒやりたいみたいな感じになって、でもやっぱり難しく、ハルヒのデフォルメはないしっていうことで、まあ、とある絵描きさんに、そのハルヒをなんかこういうデフォルメにしてほしい、ねんどろいどっていう感じみたいな適当なことを言って。描いてもらったら可愛かったんですよ。で、それを造形に落とし込んで、じゃあこれでハルヒでねんどろいどで行こうみたいな感じだったら、まあまあそこそこ評価されて。で、次、長門（：長門有希）を出したらめちゃくちゃ売れて。あれ、このラインがあるなみたいな、

——そこに気がついた。

——長門、ずいぶん話題だったんですね。

安藝：長門はね、本当にね。ねんどろいどのハルヒはちゃんと立つんですけど、長門は立たないんですよ。椅子に座らせるようにしてたんですけど、もうコロコロコロコロ落ちるので。ねんどろいどは実は台座との戦いで、様々な形状の台座が。ねんどろいどのデフォルメの特徴は末端が小さいことなんですよ。このタイプのデフォルメのおもちゃってというのは、実は思い返すとほとんどなくて、なんでかっていうと立たないっていうのもあってですね。重心がセンターに寄っているデフォルメってというのがほとんどなかったんですね。

でも我々としてはもうそれが我々の良さだって途中から思っちゃってたから、これをいかに立たせるかっていうので。で、そのフィギュアピープルの常識的なところでフィギュアに穴を開けちゃいけないっていう固定観念があって、絶対に背中に穴を開けるなみたいな。いかにこう下から支えるかみたいな。苦労して、もうすごいバリエーションの台座があるんですよ。でも全部転がるんですよ。で、どっかで諦めたんですよ、いつか。もう（：背中の穴に支持棒を）刺そう。途中からもうとても扱いやすくなったんですけど。

——元のキャラクターの特徴を生かしつつ、まあ、ねんどろいど独特の顔立ちとか。あれがありますよね。ああいうのはどういうふうになるんですか。やっぱり原型というよりはデザインの段階で大体決まるわけですか。

安藝：そうですね。ねんどろいど絵描きがいて、カネコ画伯という女性がいますけど、彼女が最初ハルヒを描いてくれた方です。それから今も描いている。もうずいぶん長いこと描いていて、もちろんもはやカネコ画伯だけでは描ききれないんで、カネコ画伯フォロワーたちを含めてチームで描いていますけど。彼女の当時出してくれたラインと、我々がそれを造型で再現していくというところで、彼女の絵だけではなくて、造型側のニュアンスもかなり入るようになるじゃないですか。またできたものを見て、カネコ画伯側も、これぐらいにしておく作りやすいかなとか、髪の毛のまとまりをいかに捉えるかとか、デフォルメって奥深いねみたいなことを、お互いに深まっていくんですね。意外とデフォルメが難しいなんてことに気づいていって。それこそいろんな髪型のキャラクターがいるし、いろんな造型のキャラクターがいるから、ねんどろいど的にまとめるならここをこうした方がいいねみたいなのは。でもほとんどのバリエーションはやっちゃってると思うので、最近もう結構 AI になるから、ボットで作れるんじゃないかなみたいな領域には来て、もう 3000 近いんです。AI でやってみたりもしてます。全然これでいいじゃんみたいになりますね。テスト的に絵ぐらい、絵だともう行けちゃいますね。

——過去の蓄積を出させる。

安藝：そうですね。そうやってラインナップが、特に我々が絵を描いて、キャラクタ

一を再構築するようになってからは、すごくスピードが上がりましたし、マーケットニーズも増えたんで。

——ユーザーにはどういうふうを受け入れられたんですか。ユーザーが見て可愛いから、どんどん口コミというか、ファンの評価が高まって。

安藝：そうだと思うんですね。最初は僕が感じたように、買ったら思ったよりデカイみたいな、すごく皆さん、まずそこに驚き、「デカ！ 邪魔！」みたいになったんですよ。微妙に存在感があるあたりが、おそらく良くて、1個買うともう1個、友達が増えていくみたいな。

——確かにコレクション性がありますね。

安藝：沼的な要素があって。当時はまだ月に1個とか、2ヶ月に1個とか、みたいなペースで出してたんで、全部集めるみたいな人いたんですよ。シリーズ100くらいまでは、全部買ってますみたいな人たちが結構。

——コンプリート、いわゆるコンプリートですね。

安藝：意外とコンプリート勢いたんですけど、300番か400番くらいから、我々のリリースペースが加速してるんですよ。月5とか10とかになってるし、今、月30くらいいきますから。だから無理ですよ。コンプリート勢はもういなくて。多分集められなくて。でも、今に至ると、ねんどろいどが（：アニメ化より）先に出るって、これ僕はすごい大事なことだと思ってて、例えば『呪術廻戦』で、ねんどろいど、五条悟から行きますって、ポッと出るじゃないですか。10万人とか買うんですよ。すごい買うなと思って。でも、その10万人の方は、実はもっとなんですけど、10万人の方々は、次に、分からないけど、誰が出るといいんだろう、夏油（：夏油傑）とか出るわけじゃないですか。ねんどろいどで買うしかないですよ。もう五条買っちゃったし、いや、ねんどろいどで揃えるでしょ、みたいな。虎杖（：虎杖悠仁）も、ねんどろいどで揃えるよね、みたいな。そういうので、早めにリリースするっていうのも、ねんどろいどの大事なポイントで。早く、作品を好きな人たちの、ファーストステップとして、忠誠を誓う、作品への忠誠を誓うためにねんどろいどを買います、みたいな。これで、2万円のフィギュアとかは、忠誠誓いづらいじゃないですか。いきなりは。今は、五条さんに、僕の心は持っていかれてるけど、でも半年後、持っていかれてるかどうか分らんみたいな。2年持っていかれてると、2万円のやつ買えるんですよ。やっぱり買えません？それこそ、どうなんです、スター・ウォーズのグッズとか、ダース・ベイダーのマスク、100万円、みたいな、お二人は買えるじゃないですか。

——僕は無理ですけど。

安藝：なんて言うんだろう、もう 40 年ぐらい好きだから。あと 40 年は好き確定だから。

——そこまで行くとね、確かに。

安藝：やっぱり、作品に向き合ってから、ちょっとした距離が高額なものには必要だと思うんですけど、ねんどろいどぐらいの値段だと、結構早めに飛びついて、迂闊に飛びつける。なので、そういうのも当時、どうやって意識して価格付けしたかっていうと、CD1 枚分みたいな感じで。

——値段設定とか。

——当時の。

安藝：2800 円とか、ちょっと豪華にして 3800 円みたいなことを言うと、お客さんが買いやすいよね、っていうので、グッズの一環として買ってもらおう。

——その価格設定って、本当に的確だっていうか、絶妙な。

安藝：ちょうど良かったんだと思いますね。無理すれば買えるっていう。

——私も、本当にねんどろいどが一種のフィギュア文化を庶民化させたって言うてもおかしくないですけど。

安藝：そうかもしれないですね。僕も、それはすごく思いますし、ねんどろいどのもう一つの特徴は、強烈にバリエーションがあるということで、今も月に 20 から 30 のラインナップを出してるんですね。これは、無理やり選んでるところもあります。無理に出してる。まあ、ちょっと語弊はあるけど、かなり無理もやってる。これは表現だと思っていて。日本には、こんなにいるんですよっていう。

——キャラクターがね。

安藝：日本の作品群の良さ、トータルでの良さっていうのは、作品がまず多いこと。これが、もう抜群に日本コンテンツの良さの最大のところだと思う。その中に無限にキャラがいる。その中に、1 クールアニメを見てると、1 ぐらいは自分が恋する人がいるし、素敵だと思える人がいたり、自分に似てる人が必ずどっかにいるぐらい、キャラクターがいること。で、これを表現する精密なフィギュアで全部表現するのは物理的に無理で、ねんどろいどならいけるみたいなのがあって、これをバーっと面で揃えること、今月の日本はこうです、みたいな。来月、この辺が流行ってます。

——月刊日本チャート。

安藝：そうそうそう。意外と日刊に近いっていう。今日はこちらです、みたいな。その人、誰ですか？って僕も思うんですけど、ピンクのアレだからな、みたいな。

——そういう YouTube をやればいいじゃないですか。

安藝：やりますか？そういう YouTube。これ、誰？

——デイリーねんどろいど。

安藝：だけど、いいかもしれないですね。それは本当、英語でやればいいですし、その作品についてね、語り合えれば、すごくいいと思います。

——逆に、そのフィギュアを見れば、今流行ってるキャラがわかるっていう。

安藝：いや、本当そう。それは「振り返ると」なんです。この間も 2000 体展示みたいなことをしたんですよ。頑張ったらできるんですね。すごい大変なんです、展示すること自体は。そうすると、最初期から見て、みんなもうね、釘付け。2 人とか 3 人で来たら見るの終わらないですよ。

——話しながら見てますからね。

安藝：で、出版社の方々とかも、終わらないんですよ。「はあはあ、ああああ」って。歴史をね、本当にアーカイブしてるようなシリーズに、ねんどろいどがなってるんだと思うんですよ。で、なんつうかな、政治的な関係も見えるじゃないですか。「『ドラゴンボール』、やっぱないんだな」とか。「これはあるのに、こっちないんだ」とか。ねんどろいどに許された世界が見える。これが面白い。『NARUTO』とか並んでるんですけど、国内で売っちゃダメって書いてあるんですよ。国内でやったりとか、いろいろあるんですよ。そういう縮図というか、それも見えるし。

——IP ビジネスの縮図。

安藝：そうそうそう、本当、IP ビジネスの縮図で、なんでここの棚だけ、ねんどろいどが分かれて展示されてるんだろう。ディズニーだったりする。

——ああー。

安藝：一緒に飾るなみたいな。

——帝国ですから。

安藝：そうやってライセンサーの意識も、そういう展示にも反映されますし、いっぱいあるからこそ、なんか世界地図みたいになるんですよね。すごく面白いですよね。

○休憩中

安藝：ねんどろ、おもしろいですよね。なんか、フィギュアの歴史は、ぜひ ZEN 大学でもアカデミックなものにしていただきたい。僕はね、あんまりわかってないんですよ。聞かれると思ひ出しますけども。

——そういうのは逆に渡辺さんとかのほうが？ MAX 渡辺さんとか。

安藝：マックスさんはプラモとかの方に強いですね。キャラクターフィギュアを網羅的に知ってる人って僕も思いつかないんですよ。でも、我々の記録とかを、例えばコトブキヤさんとか、そういうの、なんとか記録を集めて。なんだかんだすると、なんだかんだなるでしょうね。

——まあ、あの、少なくともフィギュア王がすごい。何百冊もある、確かに。200 何十冊あるんで。あれで取り上げられているフィギュアをリストアップしたり。毎月のラインナップもあれで一応出てるんで。アニメより全然マシですよ。アニメはもう誰も（：全部）追っかけられなくて久しいですからね。10 何年か。だってワンシーズン 50 本とか 70 本とか出ちゃうんで。

安藝：めちゃくちゃですよ。

——アニメ雑誌もちゃんと載ってないんじゃないかな。配信とか入ってきちゃったんで、そこまで網羅してる、多分、紙の資料はないですね。

安藝：見れないですよ。

——まだフィギュア王のほうがマシですよ。通販で買えるやつはとりあえず全部載ってると思うし。

安藝：漫画って、月にどれぐらい出てるんです？

——いや、どのくらいなのかな。

——追えなくなってるんじゃないかな。

安藝：巻数で。

——これ、調べてみますけど……。

——取次とかデータがあるから。

——まあ、そうね。でも今ね、電子書籍オンリーとかあるからね。

——SNS で流れてきてる■■とか含めたらもう。

——そうなんですよ。昔、紙だけだったら取次でわかるんだけど、今やわからない領域になってるからね。

——ジャンプラ（：ジャンプ+）限定とかありますからね。

——本当に大変。21 世紀の■■。

安藝：だから、それほど多様だってことだと思います。

——自分、明治大学のポップカルチャー領域ってところにいるんですけど、そこで必ず話題に出るのはね、ゲーム研究者が i モードの研究で悲鳴を上げてるって。

安藝：あ、そうですか。

——何も残ってないですよ。

安藝：ああ、当時のものが。

——だから、どういうソフトがいつからいつまで、どういうサービスをしたか、あるいは、そのゲームをリプレイしようと思っても環境がない。サーバーがない。

——そうですね。

——i モードの画面、こうやってビデオで撮ってるやつ？そんな人いないでしょ？

安藝：マニアも存在しなかったから、そこだけ抜けてるんですね。

——これが代表的な、デジタル時代の罨っていうか。

安藝：僕はデジタル時代というか、Kindle になってから漫画を読む量が極端に増えて、買い続けちゃうんですよね。どれくらい読むかというと、僕で 2000 冊から 3000 冊ぐらいあります、一年間で。それでも、全然読みきれないんですよ。

——初音ミクの話が全然出てない

——ミク、懐かしいですよ。

——あと最後のところ。

——そうですね。そこは何います。

——フィギュアを集めてるアーカイブ機関とかってあるんですか？

安藝：ないですね。

——北原コレクション。

安藝：（：国立）国会図書館でフィギュアも集めてほしいですよ。

——ゲームを集めてて利用されてないとか。

——ビデオソフトですら怪しいですからね。DVD 以降なんか、献本するようになって。それもしたりしなかったりで。

安藝：フィギュアもね。僕たちはフィギュアって結構クレームがあるんですよ。ちょっとずれているとか、髪の毛の先っぽの色がハゲているとか、あるじゃないですか。クレームていうとあれ（：対応）ですけど、ユーザーサポートを充実させる必要があって、グッドスマイルグループはサポートが非常に充実しているんです。これが信用にすごく影響するんですけど、その中でも、つまり仮に 1 万個生産されたら、何パーセントか予備品を、対応品というものを作るんですね。これが多いとカートンで 20 箱とか 50 箱とかなると、そうなる部屋の片隅ぐらいの。いちフィギュアで（：それぐらいに）なるでしょう。これを僕らは年間千体近く取り扱うので、そうすると片隅がその千個分毎年増えていくんで、サポート品と言われるものだけで 40 万個ぐらいあるんですよ。そうすると、何百坪どころじゃなくて千坪ぐらい使うんですよ。これを見に行くと唾然としますよ。このなにもお金を生まない、このフィギュアの山をどうするんだという感じで。そういうのも、やっぱりフィギュアの歴史の中で、サポートの歴史みたいなのが、すごく紆余曲折があって、今こう我々一つの形にたどり着いているんですけど、大変でした。

○「ブラック★ロックシューター」に関する動向

——「ブラック★ロックシューター」の話を伺いたいのですが、

安藝：ブラック★ロックシューター、懐かしいですね。

——よろしいでしょうか。

安藝：ブラック★ロックシューターといえば、初音ミクとも関連がある部分があって、まずは初音ミクブームが来るわけですね。2007年でしたかね。

——ハルヒ直後くらいですかね

安藝：その通りですね。ハルヒがなかったら初音ミクはなかったと僕は思っています。もっと言うと、ニコニコ動画がなかったら、ハルヒは。

——ニコ動もその辺ですね。

安藝：そうですね。ニコ動で MAD 動画とかが非常に盛り上がって、ニコ動に入れないみたいな、順番待ちですみたいな非常に加熱した状態。そこにユーザーが動画を上げるというカルチャーが強く定着し始めた頃に初音ミクが出て、これはすごくマッチしたんです。初音ミクが一気にスターダムにのりあがり、僕らはフィギュアを作ろうとするわけですよ。それで、その初音ミクの発表元になるクリプトン・フューチャー・メディア（：クリプトン・フューチャー・メディア株式会社）にも早々に行って、フィギュアを作ろうと初音ミクのフィギュアを作る。ねんどろいどで作るんですね。そしたら思ったより受注が来るわけですよ。僕たちもニコニコ動画をフルに活用して、様々なプロモーションをやったりしました。

ニコニコ動画の試験的な機能実装の時には、だいたい我々と一緒にやるという、当初本当にそんな感じだったんですよ。そういうのをやりながら、何万個っていう受注が来て、ねんどろいどでそんな3万も4万も作ることもなかったから、どうしたらいいのかわからないし、僕らの素直な実感としては終わると思っていたんですよ。このブームは、いや、さすがに続かないでしょうって思ったでしょう？ みんな思ったと思うんですよ。僕らも終わると思ったし。つまり新規のファンも多いから、フィギュアを待ってくれないので早く作らなきゃいけないということで、初めて工場を二つ使って同時に作るという無理矢理な作戦を立てて、数ヶ月でパーンと納品をする。

でも、そのまま初音ミクブームは実は続いていったんですね。そうこうしているうちに、いろんなクリエイターが出てきて、supercell 当時の大スターが、「メルト」「ブラック★ロックシューター」という曲を出し始めるんですよ。ブラック★ロックシューターが世に出て、我々はそれに注目をして、イラストレーターの huke さん、この絵を描いてくれた huke さんと出会って。僕は非常に繊細な絵を描くもんだから、もうてっきり女性だと思っていたんですけど、そしたらすごい大きい男性が出てきてび

つくりした。そのエピソードもあるんですが。その彼とじゃあブラック★ロックシューターで、我々はこれで何かやりたい、フィギュア作らせてくれという話をしていたら、だんだんと話が嵩じていって、アニメーションも作ろうみたいな感じになります。当時は我々もアニメーションを軽く捉えていたし、アニメの製作委員会にも関わり始めていたんですけど、意外と発注したら作れるんじゃないかなみたいな適当な感覚でいて。それぐらいの時が一番強いですよ。細かいことを知れば知るほどアニメに対して勇気がなくなるというか、無理を言っても無理だみたいな感じが事前にわかるようになるんですけど。当時は無理を言えば通ると思っていましたから。そんなことがありながら、アニメーションを作ろうという空気に。フィギュアも売りたいし、プロモーションにもなるしというので、そういう作戦が立てられるようになりました。当初は、名前を出したらすでにいけない監督なのかもしれませんが、ヤマカンとって。

——別に大丈夫です。

安藝：山本寛と書いて「やまもとゆたか」でしたっけ？ ヤマカンと、何で出会ったんだろう？ 何らかのつながりで出会うんですよ。なんだっけな、ちょっと忘れてしまったんですけど、ヤマカンと出会い、非常にハルヒでお世話になったというシンプルな感想があつて。京アニさん（：株式会社京都アニメーション）がどうこうということも、いろいろなことながらも、僕はハルヒは我々のねんどろいどとかでも転換期だったし、アニメ・フィギュアマーケットの転換期の一つがハルヒだったんですね。そういうお世話になったという感覚もあつて。かつ、ハルヒのストーリーを、原作、谷川さん（：谷川流）に声をかけてみたところ、やるって言うてくれて。これは面白いことが起こるんじゃないかなとヤマカンと谷川さんというこのセットで、まずOVAを作るということになりました。それでOVAを作り始めたんですね。

それをどう公開するかみたいなところでも、僕たちもOVAだし、シリーズじゃないし、普通に売ることできるけど、何らかの方法がないのかと考えているところ、当時流行っていた、フリーミアムって流行ってたじゃないですか。今のfree to playじゃないけど、フリーミアム論みたいなのがあつて、いかに世の中に届けるか。これは価格をゼロにするのも一つの手だみたいな議論もあつた頃で、タダにしようかなと思ってですね。いろんなホビージャパンさん（：月刊ホビージャパン）とか、いろんな雑誌社さんと組んで、そこにDVDをつけてもらおうという作戦をとってみたいとかしました。そしたら各雑誌がすごく売れて。雑誌によってはビデオのパッケージもつけてもらって、やってみたんですね。非常に喜ばれて。当時ブラック★ロックシューターのねんどろいどを作って、それにもそのOVAのDVDが一枚丸ごと入っているんですね。めちゃくちゃ売れました。それこそ最近、「呪術廻戦」のなんでしたっけ？ さっき言った。

——五条さん。

安藝：五条さんに記録をブレイクされたんですけど、それまで実は最大生産数の記録

を持ってたんですよ、ブラック★ロックシューター。初版としては。再販を含むと初期の初音ミクが永遠に再販をしたので、すごい数になってるんですけど、すごくこう、記録的な数字を作ってたんですね。

で、それでこう、ブラック★ロックシューターを世に広めるっていう作戦の第一弾が、僕的には成功したと思ってました。ただ、いろんなところからやっぱりその、ある種お叱りの声もあり、ビデオアニメをタダでつけるんじゃないみたいなこととか、意外とこれね、アニメスタジオ各社さんから怒られまして。俺たちの仕事がまるで軽いみたいじゃないかとかもなんかあったりとか。僕はビデオメーカーさんとかから怒られると思ってたんですけど、ほとんどスタジオからのクレームで、そういうふうにやっぱ感じたんだなと思って。それはちょっと反省しながら。なんかでも、その当時の世相の一つとして、すごく面白いかも。

——なんか史上初ですよ。ファンメイドから。普通逆じゃないですか、原作漫画があって、アニメがあって、ゲームがあってユーザーに落ちて、ブームになる。

安藝：逆に行っちゃいましたね。

——鯉の滝登りみたいな。

安藝：そうなんですよ。でも、その当時もやっぱりブラック★ロックシューターとは？みたいな議論もあって、これは初音ミクなのか違うのかみたいな。ここが非常にこうクリプトンさんとも、huke サイド、supercell サイドとも、もう微妙なこう、触れてはいけないけど、どうする？みたいな。これはなぜ触れてはいけないかという、お客さんが悲しむからなんですよ。分けたら悲しむし、分けなくても悲しむし。

——なるほど。

ここを決着をつけると何らかの悲しい結末に陥るというか。否定……保守的なミク勢と、許されなかったはずのブラック★ロックシューターみたいな構図になるのも嫌だし。なんで決着をつけずに、お互い見ないことにしようみたいな。それに近い了承をお互いして、世に出していくっていう作業をしました。

——日本的ですよ。

安藝：日本的なところですよ、これはだけど、でもそれは正解だと思ってて。それはあの当時の熱量の中で結論をつけると、他の初音ミク派生にもめちゃくちゃ影響があったこともあるし、ミクがこうよく思われない可能性もあったし。クリエイターたちが気軽にミクに参加するっていうことをちょっと足止めする気配、ことにもなりかねなかったと思うので。我々はちょっと危険なことをやってしまったんですよ。

——ただ、当時はちょうど UGC っていう。ユーザージェネレイテッドコンテンツ。そういうのがやっぱり世界的に出始めてきて。多分同じ時期だと思うんですけど、いわゆるトワイライトっていうシリーズから「フィフティ・シェイズ・オブ・グレイ」。とにかくあの派生が出るんだけど。

安藝：そっちが逆に本家みたいな。

——ヒットするみたいな。

安藝：懐かしいですね。

——派生なんだけど、逆にもうここはもう別物でしょう、こっちはこっちで。要するに、いろんなものがユーザーからこう出てきた。かつて日本はそれは同人誌ってものがあったんですけど、それが今、その時代になって、いわゆるネットの時代から、なんていうかな、ものが出てくるっていう、なんかいろんなところから同時多発的に。

——ハルヒのせいじゃないですか？

安藝：まあそれこそハルヒダンス。ハルヒダンスを（：世界中の）みんなが踊ってみるみたいな。

——YouTube も一応。

安藝：そうそう。ニコニコ動画カルチャーみたいなのは。

——これがきっかけですよ。

安藝：いやそうだと思いますよ。本当、ニコニコ動画の初期のそのなんというんだろう、いろいろなものをこう生んでしまった功罪みたいなのはすごい大きいですよ。

——ちょうどその、ブラック★ロックシューター、その売られるアニメとかしている時に、芸能事務所の経験というか、タレントプロデュースみたいな経験っていうのは役に立ったんでしょうか。

安藝：役に立ったかもしれないですね。それこそあれは曲もあったし、曲の音楽著作権をどう処理するのかとか。そこにもクリエイターさん、ryo さんっていうアーティストがいて、アーティストとは？っていうどういうものか。もちろん難しい人。ある一面では自分の作品。huke さんも自分の作品だと思ってるし、これ誰の作品だ？みたいなところを切り分けると大変なことになってしまったり。そういう人たちをある種幸せな未来をターゲットにして説得していくみたいなのは、そういう経験もないと結

構できない類のことではあったかなとは思いますが。

あとは権利処理の話とかも完全に理解してるわけじゃないけど、ポイントはわかっているじゃないですか。そしたらそれは専門家を使いながら整理をしていくっていうのはできた気がしますね。

——安藝さんのキャリアがこう一個の集大成として役に立って。

安藝：いろいろなことが、全部を経験はしてなくても、想像がつく範囲でお仕事ができるっていうのは、いろんなことをやらせてもらったおかげかもしれないですね。

○エアレース、カーレースへの参入

——まあその後、いろんなこともやられていて、そのエアレースとか。

安藝：エアレース、大変でした。はい。思ったより大変でした。

——あれはなんでやられたんですか。

安藝：いや、本当この、ここまでもそうですけど、芸能事務所のあたりから、もうすでに自分のやりたいことをやってるのかっていうと、非常に怪しい部分があって。なんとなく頼まれて実現する。で、フィギュアもマックスファクトリーをなんとかしなきゃであったりとか、やっぱりお願いされること、期待されることを実現するっていうケースがほとんどだったんですね。だから、それはその僕たちの一つの生き方だと思ってて。後にアニメスタジオを作ったりもするんですけども、これも一緒にやれないかっていう。ある種、議題を外からもらって、じゃあわかった、やれるかもしれないから一緒にやってみようって。もちろん、やるとなったら、プロフェッショナルとしての経験をしっかり積んで、マーケットに貢献できるような独立立ちする会社になりたいと思ってるんですけど、もうほとんどのケースがそうで、エアレースもご多分に漏れずというか、エアレースやりたいんですよっていう人たちからの持ち込みで。エアレースはダメでしょうみたいなところが始まるんですけど、エリア選びとか様々な許認可の課題とかを検討していると、なんとかなるんじゃないかって、やっぱなっていくじゃないですか、進歩的な考えを持ち続ければ。で、結果的には百とか二百の許認可が必要だったんですよ。びっくりするんですよ。こんなことにも認可が必要なのみたいな。成田（：空港）の管制、羽田の管制は当然のこと、公園の使用からなんかわからない、漁業組合との交渉とかも

——めちゃくちゃ怖いじゃないですか。

安藝：めちゃくちゃ怖いんですよ。すげー怖い人いっぱいいるので。そういうのをもうみんなやって。で、認可出た。順番に出ていくんですけど、なんと公園の使用許諾だけは二か月前じゃないといけないみたいなあるんですよ。そんな先から許諾する

書式がありませんみたいな。いやでも一年後の話で僕たちもチケット売らなきゃいけないから許諾をくださいって言っても、いや、それダメ、書式がないとなるんですよ。そうすると許諾が、その僕らが借りたエリアを最終的に借りれるかどうかわからないっていう状態のままチケット売らなきゃいけないんです。で、市長のところ行って、これ大丈夫ですよって言っても、いや、まあ、あそこの課長は結構難しいからね、みたいなこと。

——意外と属人的な。

安藝：そうなんです。すごく属人的なところもあって。結果強行するんですけど、やっぱりそこでもいろんな学びがあるし。仮の管制塔を立てるのもこんなに高いんだとか、飛行機の競技って風速 15m までできるんですねとか。まあまあ強風ですよ。あとイベント保険ですよ。何年かやってるうちの一日ぐらいかな、天候のせいでできなかったんですけど、イベント保険っていう存在があって、それがちゃんと補填してくれることであったりとか。パイロットたちってやっぱり相当変わってるなとか、本当にいろんな経験が。テレビ CM の使い方とか、レッドブルさん（：レッドブル・ジャパン株式会社）と一緒にやってますけど、これぐらいやらなきゃいけないんだ。いろんなことの学びにはなりましたね。

——あれ、別に安藝さんの趣味でやったわけではなく？

安藝：全然（：違うん）です。はい。カーレースもそうですけど、決して僕の趣味ではないですよ。

——カーレースも、やっぱりじゃあ誰かから頼まれる。

安藝：そうです。カーレースは、スーパーGT ってシリーズに参戦したいと目論んでいる人たちがいた。その人たちが、やっぱりスポンサー集めが大変だっていうのがカーレースの基本なんですよ。当時「痛車」っていう、車に痛い絵を（：ラッピングで）貼るっていう文化が出てきた頃で。で、彼らはそこに目をつけて、痛車にしたらスポンサー集まるんじゃないかって思ったチームがあって。で、彼らが我々に相談に来て、痛車どう思う？って。一過性だと思うよみたいな話をしてたんですけど、意外と、まあでもやってみたいっていうことで、じゃあどのキャラクターを貼ればいいのかってなって。ちょうど初音ミクが伸びてた頃だし、初音ミクっていうのもある種応援の対象でもあったということで、じゃあ初音ミクを紹介しようということもあって。一緒に北海道（：のクリプトン）に行って、このプランをやらせてくれて一緒に行ったの。そしたらまあよくわからないけど、いいけど、安藝さん、一緒にやってくださいって言われて、安藝さんがこのプロジェクトから逃げないならいいですみたいな感じで許諾をされて。

で、最初の 1~2 年は我々が主体じゃないんですよ、そのチームがやってたんです。で

もまあ、ご多分にもれず。レーシングチームってほしいその資金難でいなくなるんで。やっぱり、一年半ぐらいでいなくなるんですよ。我々はもうお客さんにプレゼンしながら、なんならもう当時、今で言うクラウドファンディングみたいなこともやってたんで、これはまずいってなって。じゃあもう我々が引き継ぎますって言って、そのまま引き継いで今に至るっていう感じなんですよね。でも楽しかったし、レースはレースで学びがたくさんあるし、レース業界にも釣具屋さんと同じように、丁寧さが足りないっていうのがすごくやっぱり感じて。情報を全く出さないでしょう、当時のレース業界は。我々は全部出す。今を何位を何秒で走ってて、どこが壊れて、ドライバー今こんな顔してますみたいな。ネットで全部出す。

——可視化をどんどんして。

安藝：どんどん可視化すると、ユーザーが勝手にそれをコンテンツにしてくれるし。で、我々のチームにはファンがどんどん増えていく。で、古式ゆかしいチームは、秘密。レースだけ見てくださいみたいな感じで。やっぱりだんだん差が出ていきますね。で、今やもう全チームオープン。もう情報を出さないとお客さんが見てくれないっていう。

——それはもうパラダイムを変えたわけですね。

安藝：そうそう。本当、当初はね、サーキットに初音ミクカラーで行くだけで、中嶋悟さんとかがすごい白い目で見る。全然相手してくれない。この人冷たいんだとか、亜久里さん（：鈴木亜久里）なんかも薄ら笑いしてるし、どうしようみたいな。それでもうこれはもう片山右京を仲間に入れようって、途中から右京さんが監督になってもらうんですけど、かなりその、なんだ、あいつらみたいな感じでしたけどね。でも今は本当もう16年ぐらいやってますから。老舗チームとして、サーキットっていうか、レース業界も十分に受け入れてくださって。僕もあのGTのエントラント協会の理事とかしてますし。

○「ウルトラスーパーピクチャーズ」の設立と経営

——継続は力なり。ちょっと聞く順番が逆になっちゃったかもしれないですけど。アニメの制作会社も、あのウルトラスーパーピクチャーズ（：株式会社ウルトラスーパーピクチャーズ）とかあるじゃないですか。これはどういう意図というか狙いで、制作会社をつくったり？

安藝：そうですね。当時、もう13年ぐらい前なのかな。それこそヤマカン率いる新スタジオ「Ordet」（オース）（：株式会社Ordet）。それから、もともとあったけど、まだ若いスタジオ「サンジゲン」（：株式会社サンジゲン）、それから、そろそろ会社作ろうかな「トリガー」（：株式会社トリガー）みたいな会社があって。で、トリガーとサンジゲンはなんかうまくやってたんですよ。そのパンスト（：パンティ&ストッキング with ガーターベルト）のCGをサンジゲンがやったりみたいな感じで結構う

まくやっているチームで、まあオースもサンジゲンに助けってもらったりとかしながら、なんとなく仲間みたいな感じでやってた時期があつて。で、さらにトリガーという新設スタジオができるかもしれん、みたいな当時で。で、サンジゲンが多分その辺をちょっとバックアップしたり、その設備的な部分とかいろいろあったと思うんですけど。その時我々のところに相談が来て、これ、ちょっとまとめて面倒を見ませんか？みたいな。まとめて面倒を見るんですか？僕が。みたいな。

——自分で自答する。

安藝：そうなんですか？みたいな。で、でもわかったよと。で、これによって、なんか当時僕が若干スタジオって不遇だなと思ってたんで、今の状態で言うと、不遇なスタジオなのは自業自得な部分もあると思うんですけど、でも当時はやっぱりちょっと構造的になかなか恵まれない状態でもあったって見えてたから、そこはちょっと僕らがバックアップして、みんなが食えて、好きな仕事を継続的にできるように、人も育てられるような構造ができるといいねっていうので始めたのがきっかけです。で、僕らが始めましょうということになった時には、海外の資本家も結構興味を持ってくれて、実はウルTRASーパーピクチャーズの資本、1/3 ぐらい外国なんですよ。これは海外の、ニューヨークとかのブロードウェイの人たちとか、あとハリウッドの資本とかも一部入ってて。で、そういう人たちの。僕、もともと US にも知り合いが多かったんですけど、彼らにもこういうチャレンジやるよって言ったら、いいね、出すよみたいな感じで支援してくれて。いい形でその成立したっていうのが 2000 何年だろう、2010 年ぐらいですかね。

で、その後、様々な作品作りを経て、もっと補助的なスタジオも必要だっていうので。お助けスタジオ的な、最初はね、意味合いでライデンフィルム（：株式会社ライデンフィルム）っていうスタジオが成立します。里見（：里見哲朗）っていうプロデューサーに来てもらって、こういうの好きでしょうみたいな感じで、得意ですねみたいな感じなんで、それやってもらっているうちに、お助けしているところか、今、ライデンが一番所帯が大きくなって。かなりな作品を作るようになったんですけど。その後、ヤマカンのチームはちょっとご退場いただきながら。サンジゲン・トリガー・ライデン、あとは他にももうちょっとあるんですけども、そういうアニメスタジオホールディングという形で、現状まだまだなんとか成立してるっていう感じですね。すごい仲がいいわけでもないし、仲悪くもないし。

——まだ同じビルの中に？

安藝：いや、もう全然入りきらないです。いろんな場所にいます。

——あ、もうすでに。

安藝：はい。トリガーはまた次の 4 回目ぐらいの引っ越しをそろそろしますし、ライ

デンとサンジゲンの一部はまだ同じところにいます。サンジゲンもかなり立川に移っちゃったので、いろんな場所にもう点在してます。でも首脳陣はいつも集まって会話をしながら、中国にもグループのスタジオがあったりするんですね。そういう人たちとも情報交換と、あと人材の交換みたいなのも行われながらやってるし。知らないうちに中国の我々の関連スタジオに、日本のスタジオから人が引き抜かれてたりする。「やめろ」って。「いやいや、引き抜いたんじゃないです」みたいな。そんなこともありながら、本当に仲良く喧嘩してる感じですね。

——まあ、よく言えば切磋琢磨をしたり。

安藝：そうですね。切磋琢磨もするし、ある種ライデンのような量産スタジオ的なポジションもあれば、サンジゲンの「セルルック」、トリガーの「ハンドドローのトップを走る」みたいな、個性が強いんです。で、結構一緒にやらないことも多くて、ルールも合わないというか。手描きは手描きの厳しさとルーズさが内包すると、ごちゃ混ぜになるじゃないですか。で、CG は厳格さが必要で、厳格に進んでいかないと破綻する。一緒にやらせるとだいたい大喧嘩になるし、どっちが悪いとかじゃないんで。

——まあ思想の違いっていうか。

安藝：思想の違い、手順の違いもあるし。で、そこにライデンが挟まれると、ライデンが全部被害を被ったりするんですよ。だからそういう構造の中で、刺激し合いながらやってるっていう感じですね。

——安藝さんはじゃあ割と、経営に口はどの程度だしていらっしゃるんですか。

安藝：そうですね。どの作品を結果的にやるのかっていうところの最終決裁では僕も関わっています。あと構造的に言うと、労務とか財務とか、そういうところは皆さんそんな得意じゃないとか、興味がないとか、そういうところもあるので、そっちはかなりバックアップしてと思います。特にウルトラスーパーピクチャーズっていう組織が上にあるので、そこが実質的に各社の労務だったり、財務だったり、経理だったりする部分も大きいですよ。

——じゃあそこには全部サポート機能がある。

安藝：基本そうですね。サポートしてほしくないっていう場所はサポートしない、怒るので。マーケティングとかはトリガーも自分でやるし、あんまり関わっても。それはもう個人的なサポートになりますね。組織でサポートすると喧嘩しちゃうから。「今度 AX（: Anime Expo）でステージ取るけど、トリガーもやる？」みたいな。「やります」みたいな。「じゃあこっちでやろう」「俺も一緒に行くわ」みたいな。そういうのはやりますね。

——まあでも、いい関係ではありますよね。

安藝：多分。いい関係というか、強度に介入しないっていうギリギリの線のところにいるんじゃないかなと。本当はもっと介入した方がみんな稼げると思うんですけど、やっぱり特にトリガーなんかはそういう人たちじゃないから。それより好きなものを作らせろみたいな感じですね。

——そこは気持ちよく仕事をしてもらおうという。

安藝：できれば。でもそれはそれで、その中で自家中毒になって苦しむケースも多くて。そういうのは少しずつ関与しながら、自家中毒を観察して治療するみたいなのも局面としてはあります。でも、それを常に望まれるわけじゃないから、用があれば言ってくるだろうぐらいの感じではありますけど。難しいですね、そういうところは。関与度みたいなところが。我々がいる限り潰しませんから。

——ある意味、ちょっと変な言い方かもしれませんが、パトロンのな。

安藝：そうですね。本当、気持ち的にはそれに近いところもあるし。まあ、それによって純資産が増えるっていうよりは、クリエイティブのバリューが上がるっていう時間を稼いでるっていう感じだと思いますね。どんどん高度に上がっていったると思いますし。

——何か手応えというか、すごく良かったなっていう作品とかありますか？

安藝：作品は、そうですね。どの作品も出来上がっちゃうと、僕、若干宝物だと思っちゃうケースがあって。特にオリジナル、トリガーの作品とか、作ってる過程とかも相談乗ったりとか一緒にやったりしていると、できた瞬間に宝物感を感じてしまい、もう冷静に評価できないんです。でもそうですね、『プロメア』ができた時とかは、初見は「やば」って思いましたよ。「これは誰が喜ぶのかな、このスピード感とか熱量を受け取れるのかな」と思って。監督に「試写を見てどうすか」みたいな感じで会話して。「お疲れ様でした」みたいな。「これ作るの、大変だったよね」みたいな。いい悪いって言えなかったんです。

——女の子の（：反応）がすごかったじゃないですか。

安藝：もう結果的に女性が全部ついてくれて。

——びっくりしました。

——（：東京）国際映画祭もほとんど女性で。

安藝：いや本当、今でもプロメアの商品が売れるんですよ。で、『キルラキル』の商品も未だに売れるし、『グレンラガン』（：天元突破グレンラガン）の商品も未だに売れますから。まあ、彼らのクリエイティブは陳腐化しないものなんですよ。多分その時代としてちょっと行き過ぎてるんだけど、結果、その行き過ぎた部分っていうのが寿命をグンと伸ばしてるっていう感じがして。

——「プロメア」は興行的にもヒットしましたしね。

安藝：そうですね。でもやっぱりあの作風って大変なストレスがかかるというか。

——カロリーというか熱量を含めて、物理的な。

安藝：いやいや、本当作るのが、見てても大変だと思うので、疲弊しますよね。抜けないというか。今「パンスト（：パンティ&ストッキング with ガーターベルト）」（：の新作）を作ってるんですけど、これも大変そうですよ。全力でふざけるみたいな。

——パンスト、僕、頑張ってメディア芸術祭の審査員賞に残しました（：第15回文化庁メディア芸術祭審査委員会推薦作品）。

安藝：ありがとうございます。

——この内容が文化庁の名前で上映する（：のにこだわって）。

安藝：いやいや、本当ね、結構危険だと思いますよ。

——ちゃんと押井守監督、杉井ギサブロー監督にも確認とって。「これいいですかね」とかって。

安藝：面白がってるだけじゃないですか。でも本当ね、いい作品ですよ。サンジゲンも同様で、やっぱり映像の表現にすごくこだわり続けるし。さらに言うと、彼らはいかに過程を効率化する、過程を属人化させないかみたいなところへのトライアルがすごくて。それによって強烈な没個性化した時期もあったんですけど、今またそこが回復してきて、すごい面白いんですよ。それこそ『スラムダンク』（：映画『THE FIRST SLAM DUNK』）で行われたような、CGで描いた後に手描きを（：加筆）するみたいな方法論も、やっぱり今となっては望まれている部分もあって、それに何かっていう名前をつけてるんですけど（：「AnimStroke」という自社ツールを利用）。そういう手法の名前があるんですけど、そこはかなり積極的に研究が進んでて、いい映像ができ

始めたりもしますし。ライデンは無限に作るんで、よくやるなって思うし。まあ、時々やっぱりしっかりと作った作品も出てきますし、ライデンの制作管理能力は凄まじいですね。あれほどのラインを、それこそ日本中のアニメーターを使って回しますから、外注比率が非常に高いんですよ。永遠に儲からない構造。でも、それはそれで一つの形だと思っていますし、彼らへ注ぐ愛みたいなのは非常に僕としては強いと思っていますし、すごい期待してますね。

○幹事企業としての製作委員会への関与

——一方でグッドスマイルカンパニーとしての製作委員会の幹事もやられていますね。

安藝：そうですね。最近また増えてきました。

——これは、いつからどういう狙いで製作委員会の幹事を？

安藝：我々の組織の中にグッドスマイルフィルム（：株式会社グッドスマイルフィルム）というプロデュース専用の会社がありまして。そこには3～4人のアニメプロデューサーがいて、主にプロデュースおよび幹事機能みたいなものを持つようとして作られた会社なんですけど。幹事機能を持って、やるとまあことごとく失敗してそのまま赤字を重ねて、ちょっとおとなしくしましょうみたいな感じになって、プロデュース請負みたいな会社になっているんですね、今は。

そのプロデュースはいいものですから、『五等分の花嫁』とかは彼らですね。非常に人気プロデュースチームではあるんです。今は手堅く稼いでいますよ。ただ、もう少し主導権を持った作品投資をしたいということで、スマイル本体サイドにもアニメコンテンツ事業部みたいなものがあって、そこがオリジナル作品を作ったり、作品を取得したりということを中心に積極的に進めています。

意図としては我々も「オリジナルが欲しい」なんですよ、基本的には。人気作品が欲しい。これは皆さんが持つジレンマだと思うんですけど。ただ、オリジナルの場合は、やっぱりマーチャンダイジングと紐付けたいという下心があって、下心がありつつ、みんなが喜ぶものを作るというのは大変難しい。純粋な作品制作とはちょっと違うから。でも、そこにも芽がないことはなくて。

今我々が作っているのは、もう一年ぐらいすると明らかになっていきますが、ロボットアニメを大量に作ってます。毎年ロボットアニメを作る作戦というのを立てていて。

——そういう方針にしたと。

安藝：方針。今、シーズン、四作品目まで建て付けができていて、三作品はもう製作が始まる感じです。ただワンクールしかもたないですよ。合体ロボットアニメを毎年

作る。これが何で我々が欲しいかと言ったら、簡単に言うとロボットが欲しいだけです。でもロボットって、アニメが結果ヒットしなくても十年経つと美味しくなる理論というのがあってですね。だいたい十年ぐらい経つと、プラモデルが突然売れ始める。

——それも経験値上ですか。

安藝：そう、経験値上そうだし、ロボットの供給がそもそも足りんと。

——今、ほとんど逆に作られていないですね。

安藝：とにかく合体するロボットとかは供給されないから、自分で供給しようということと、供給されればいいという一つの楽な勝負ポイントがあって。であれば、あとは結構好きにやっつけていいんじゃないのと。ロボットが供給されて、あとは思い切って面白いものを作ってみようみたいな感じで。結構今予定されている四作品もまあまあ危険な作品なんですよ。

——危険。まあちょっと実験的な。

安藝：実験的。ただ、あっけらかんとした作品がいいと僕は言っているんで。暗いのはやめろと。明るく終わって、ロボット合体して戦って、イエーイってなっていればいいよというオーダーの上で。ロボットを作りたいと言うと、お歴々が全員集まってくるんですよ。みんなロボット作りたかったから。

——逆にニーズがない、ニーズというか。

安藝：めちゃくちゃビッグネームが集まってくるので、これはうまくいかないなと。ビッグネームを集めた時の地獄を、我々は少しは知っているものですから。でもそこを一生懸命、若い人たちがまとめながらやっていますね。そういうオリジナル風味のあるもので、僕たちの本業にも影響にあるものみたいな。

——本業とのマリアージュとして、例えば『グリッドマン』（：SSSS. GRIDMAN）みたいな。

安藝：そうですね。

——（：劇中に登場するフルパワーグリッドマンの）あれだけの複雑な合体機構をちゃんとしたフォルムで、隙もないデザインと機構がマッチするというのはちょっと驚いたんですよ。

安藝：あれは本当に、ある種芸術点が高くて。グリッドマンの企画の時点から、おも

ちやのデザインから入っていますから。ある種おもちゃ界のレジェンドたちを数人集め、その中でも実際におもちゃを作るサイドも今の最強のレジェンドみたいな。うちの中に田中ヒロというのがあるので、彼を中心に歴代レジェンドが参加をして頑張った。これを、バンダイさんの、子供向け朝戦隊モノ（：1年1作なので約4クール放送）みたいなものと同じ構図を一気に詰めてやるので。ワンクールとかツークールですから。というのは、かなりの強い実験だったんですけど、結果アニメが面白くてよかったです。面白くなくても十年経てば役に立ったと思うんですけど、面白かったというのはすごく短期的な勝負ができた。

——はい。まあ結局ビジネス的にも良かったと。

安藝：良かったと思います。あれだけで何十億のついていますから。アニメにもマーチャンダイジングサイドにも、両方にすごく好影響があったと思いますね。あれは一つの成功例として、あれほどのことは今回はできないとは思いますが、あれは大変なので。だけど、そのマーチャンダイジングサイドは同じぐらい仕込んでいます。

どうなんですかね。ただ、海外いけないですよ。ロボットは国内になって。ロボット、海外は売れないじゃないですか。韓国、台湾は売れるんですよ。

——アジア圏だけって聞きますね。

安藝：中国もそんなに売れないし、もうとにかく韓国、台湾。これはすごい売れる。でもヨーロッパ、北米は。

——ただ、やっぱりガンダムなんかも昔ね、北米とヨーロッパは売れなかったんですけど、最近ガンプラブームで北米なんかも。

安藝：でもね、ガンプラが売れているんだと思うんですよ。ガンダムじゃない気がする。

——あ、なるほど。とはいえ、まあ少しずつ文化圏というか、変わるんじゃないかと。

安藝：あんまり作品をね。やっぱりロボット作品を楽しんでくれない。グリッドマンはギリギリなんか、そのドラマ（：『SSSS.GRIDMAN』の下敷きになった特撮『電光超人グリッドマン』。『スーパーヒーローマン・サムライ・サイバー・スクワッド』として北米版が94年に放送）で反応されていて、キャラクター人気も北米でもあって、売れるのは売れるんですけど、どちらかというとフィギュアの方ですよ。

——ああ、人物、フィギュア。

安藝：そうそうそう。六花ちゃん（：宝多六花）とかアカネちゃん（：新条アカネ）とか。そっち側が。

——うちの中国の留学生が言ってました。一話始まった時「中国で大騒ぎですよ」と。どうやって見てるの？みたいな感じ。

安藝：見ていますからね。何らかの方法で見えていますからね。IP を獲得したいという気持ちもありますし、もっとスタジオとグッドスマイル本体とか、プロデュース会社とかの。まあそれぞれの良さはあるんですけど、ほとんど連携していなかったの。僕が個人的に連携しているみたいな感じだったのを、もうちょっと組織立って連携させるというのを、僕が会長になった理由もそっちではあってですね。

——経営の本筋よりも、どちらかというビジョンを描く、みたいな。

安藝：そうですね。グループ全体が僕の個人的なグリップでつながっているという。しょうがないですね、創業社長はそうなりがちなので、でもそこから組織同士のつながりにやっぱり変えたいというのもあって。なので僕は一步引いて、どちらかというと、そのクリエイティブの方に向かえるように、ちょっと権限委譲というか、ポジションチェンジをしましたという感じですね。

——そういう流れの中で、ちょっと気になるデータというか。やっぱりコロナ禍に大変売り上げが伸びていらっしゃるんですけど、これはやっぱり。

安藝：これ、この後ちゃんと落ちますからね。ちゃんと落ちる。

——やっぱりこれはアニメを見たり、そういうキャラクターに接する機会が増えたことによって、世界的に売り上げが。

安藝：まさにその通りで。ある種、コロナ禍によるアニメブームというのは皆さん体感されたところだと思いますし。すごく強烈なアニメブーム、アニメ視聴時間が強烈に伸びた。最新作の中だけじゃなく、過去の、あまり古くない10年程度前後の、ある種面白いと言われている作品たちも再視聴されて、様々なニーズがグッズであったりフィギュアであったりで急激に起こったというのは。2021年、2年かな。3年になってちょっと収まり始めましたけど、一気にお客さんが再発見をした。もしくは新たなユーザーを獲得したという時期があったと思います。

これはかなり強烈な獲得タイミングだったと思ってて。ただ急激な獲得なので、急激な離脱も相当多いと思いますし。その獲得を牽引した『鬼滅』（：鬼滅の刃）『呪術』、ちょっと振り返ると『進撃の巨人』もありました、『ハイキュー!!』もありました、みたいな。その作品以降を新たに強烈に獲得できるアニメが出てないというのも起因してると思うんですけど、かなり離脱もしている。

その中で我々に何が起こったかという、やっぱりそれに合わせて。あと、僕らがもともと世界中に流通ネットワークを持ってたということもあって、どのエリアも伸びたんですよ。で、ドーンと出荷というか注文が殺到しまして。

——世界中から。

安藝：特に北米。中国は若干コロナで閉じちゃったので。北米のニーズはすごかったです。もう過去の何倍もの注文が入るといった時期があったので。でもこれまた北米の、なんか資本主義の良くないところもあって、アメリカの資本主義の良くないところとか。いいとなると投資が集まるんですよ。物流というか、例えばフィギュアを売るみたいな事業にも投資が集まるんですよ。だから過剰に仕入れることができちゃうんですね。

今こんないいんだよって誰か金出してよって言ったら、じゃあ 20 億出すみたいな人がいっぱいいますから。結構我々の商品もそうですけど、バンダイさん（：株式会社バンダイ）の商品も含めて、この頃の出荷ってマーケットに届いてないんですよ。めちゃくちゃ在庫してるんですよ。お店もそうだし、バンダイさんもそう。すごいことになっちゃうので。それが滞留する状態。その後投げ売りが多少。これもうしょうがないんですよ。

でも本当に単なる買いすぎ作りすぎがやっぱり「たまごっち」の時と一緒にみたいな。そういうことが今回はかなり強く起こったと。これは世界中で起こってますけど、アメリカが特に強かった。これで、このうちの本当にまああの比率は廃棄じゃないですか。廃棄は言い過ぎですけど、安くマーケットに流れたりが後にされる。で、この後で受注がかなりしぼむんですよ。みんなもう、とにかくもう今あるもので手一杯ですみたいな。

今回復してます。今はけたから。順に処理をされて、はけて今回復してきてるという感じですね。受注してから出荷まで時間があるので、これで結構タイムラグなんですよ。こっちに寄っちゃってる。この後落ちるっていう感じですね。これはまあいい経験で、マーケットってバーンと広がって獲得されて。でも元には落ちないので、確実に成長してるんですね。いい機会だったとは思いますが、ただ我々のマーケットもやっぱり結局獲得と離脱の勝負だなというふうに今回特に強くみんなが感じたところもある。

いかに離脱を防ぐかということと、リターゲットですね。一度体験してくれた人たちにいかにリターゲットしていくのかというのはアニメサイドももっともっと研究すべきだなと思います。一度いい経験をしてくれた人は、みんな悪い経験をしていなくなるわけじゃなくて、単に飽きていなくなってるので。次の波が来れば、全くの新規よりはずっと取りやすいんで。そこにマーケットコストをもっともっとかけていくべきだと思いますね。もう一回見たらどう？みたいな、自信の作品の時にね、やるといいと思います。なので、伸びてはいます。まだ伸びるんじゃないですかね。

○今後の関連業界への視線

——安藝さんから見て、今後のフィギュア業界。どういう風になっていくと思いますか。大きな話になっちゃう。

安藝：そうですね。今の延長線上でいうと、まだ獲得できていないエリアがそこそこあると思ってます。もっと先になるけど、インドとかアフリカ、それから東南アジアと、あと南米ですね。この辺は、南米とか東南アジアはこの後獲得できるようなエリアになっていると思います。

ただ、ちょっとそっち向きの日本の作品がそんなにないというのと、強烈なね、鬼滅の刃ブームみたいなのがまた来れば違いますけど、我々は作品と一緒にじゃないとなかなかエリア獲得はできないんですけど、ただ、エリア的に獲得できていない場所がまだかなりあるので、そういう意味ではマーケットの伸びはまだしばらくあるなとは思っています。

もう一方では、獲得したユーザーさんたちが細分化していく。高くて高度なフィギュアが欲しい先鋭化するお客さんと、もうちょっと気楽にいきたいですよってなったり、新規のお客さんを獲得するためにやっぱり 10 ドル、20 ドルのラインって必要ですよ、みたいなところの競争が激しくなっています。

そこにどんなキャラクターをはめていくのか、もしくはオリジナルの可愛いキャラクターと逆にキャラクターをコラボさせていくのか、みたいな。今まで我々はオタク目線で商品を企画してただけじゃなくて、マーケットと新しく獲得したユーザーを、ちゃんと眺めて商品を作っていくみたいな。そっち側に真面目というか、そういうのもこの後必要になってきて、今準備をしているところですね。そういう新たに獲得していくところを、それが他のエリアの開拓のヒントになっていくという感じだと思いますね。

——さっきおっしゃったロボット路線もそうですけど、自分たちでこう、仕掛けていくというか、企画していくっていうのが増えていくイメージもあるんですけど。どうですか。

安藝：そうかもしれないですね。MD（：マーチャン・ダイジング）向きというか、フィギュア、おもちゃ向きの作品っていうのは意外と、作ってくれない。アニメも漫画も。作ってくれないというか、そこを意識していい作品作るのはなかなか、二重の手間がかかるというか、結果的にヒットしたもので我々がピックさせてもらうっていう方で十分といえば十分なんですけど、僕たちは僕たちでポジションがあるから、せっかくのポジションから生まれる作品って、僕らは商品設計することがストレスじゃないから、その上で作品を作れたらどんなものができるのかっていうのは、独自のポジションだとは思うんですよね。

だからそこらいい作品が出てくる可能性の方が、僕らは普通に出版社と戦うよりはいいんじゃないかなと思って。

——日本の企画の成り立ちって、一に出版社が原作があるもの、二はアニメ制作会社がオリジナルで企画して、あるいはメーカーが企画してつくったもの。安藝さんの場合って、ちょっと第三の波で、いわゆるフィギュアメーカーっていうか。

安藝：おもちゃ作りたいたいんですって。

——そこから生まれるアニメっていうのは今後出てくるっていうのが、ちょっと今日伺って、新しい波が見えた。

安藝：それと新アニメが混ざってね、ちょうどいい頃合いのが出てくればいいかもしれないですね。そんなどンドンヒットが出るような期待はしてないですし、その過程で面白い人たちと出会えるっていう方が、結果的にはメリットなのかもしれないですし。

——いいお話が、ちょうど2時間。

——そこからなんかね、ポケモンみたいなのが出てくるかもしれないですね。

安藝：いや、そうなんですよ。いつポケモンが出てくるかわかんないですから。

——アニメの一番いいところですよ。突然そういうのが。

安藝：期待されてないところからも突然生まれますし、地震予測みたいなのができるといいですね。そろそろ来るぞみたいな。でもそろそろ来そうじゃないですか。このとこなんか。

——周期があるじゃないですか。

安藝：楽しみですね。

——はい。どうもありがとうございました。

安藝：ありがとうございました。