

アジア映画市場の形成と日台交渉

笹川慶子

Early Film Markets in Asia and Taiwan-Japan Interaction

SASAGAWA Keiko

The purpose of this paper is to relate Taiwan to other Asian film markets, which were going through dynamic changes in the beginning of the 20th century. The characteristics of the Taiwan film market will be clarified in relation to other Asian markets (Singapore, Shanghai, Manila, and Japan) just connected to the U.K.-centric global film distribution network of Pathé Frères in 1907. To achieve this aim, the paper specifically focuses on the interaction between Taiwan and Japan through the circulation of films, as well as on the historical research on movie theaters after the Sino-Japan War (1894-1985). This study is mainly based on the research and analysis of *Taiwan Nichi-nichi Shimpou* (*Taiwan Daily News*) and other daily papers issued in the places under review.

キーワード：映画流通、映画配給、アジア、パテ社、芳乃亭、台湾、日本、上海、マニラ、シンガポール

緒言

映画は資本主義と科学技術を象徴する近代的産物である。映画の歴史は19世紀末、映画装置の開発によって始まる。映画の製作や興行といった産業はフランスやアメリカなど装置の開発国を中心に欧米諸国でまずは発展した。そしてその装置はすぐにアジアにも伝播する。アジアの場合、映画はまず製作より興行において発展した。

映画がアジアにいたる道のりは19世紀末から20世紀初頭の汽船航路と密接な関係がある。そのことはアジアで最初に映画興行の発達した都市の多くが開港都市であったことから明らかである。欧米で開発された映画装置は船でカルカッタやシンガポール、ハノイ、ジャワ、香港、上海、天津、マニラなどの開港都市に運ばれた。手品や踊りなどのヴォードヴィル芸人や巡回興行師らが欧米からアジアに映画をもってくることもあれば、現地の輸入貿易商が海外から取り寄せて装置を販売したり興行したりすることもあった。映画はそうした都市のシティ・ホールやホテル、西洋式劇場など高級な娯楽場で、在留外国人や現地の上流階級、富裕層の一部を対象に上映された。アジアの人々にとって映画はモダニティ

の経験をもたらす装置でもあったのである。

映画装置の渡来したアジアの大都市では多種多様な映画産業や映画文化がはぐくまれていった。たとえば外国人のコミュニティが早くから形成された上海やマニラでは、ほぼ同時期に映画が欧米の巡回興行師によって紹介された。だが、イギリス人を中心とする様々な国の外国人が租借地に中国人と一緒に住まう上海と、スペイン人に代わってアメリカ人が統治し文化が大きく変容していたマニラでは形成された映画産業や映画文化は異なる。映画はアジアの大都市を中心にほぼ同時期に渡来したものの、その後の発展は土地それぞれに異なる様相を呈していたのである。

本論文の目的は、このようにダイナミックに変容する20世紀初頭のアジア映画市場に台湾を位置づけることにある。台湾は同時代のシンガポールや上海、マニラ、日本など他のアジアの映画市場と何が同じで何が異なるのか。グローバルな映画流通の視点から20世紀初頭のアジア映画市場を捉え直し、そのアジア市場における台湾映画市場の特徴を明らかにする。そのさい重要な鍵となるのが極東の端にある島・日本との交渉である。なお本研究には主に『台湾日日新報』『福岡日日新聞』『大阪時事新報』『東京朝日新聞』など日刊紙を使用した。

一、20世紀初頭のアジア映画市場と世界映画流通網

映画装置がアジアの主な開港都市に伝播するのは1896年から1897年のあいだである。映画装置はフランスやアメリカのほかにイギリスやドイツなどでも開発された。当時はまだ装置の特許はなく、製造者は互いに模倣しながら似たような装置を開発し販売していた。アジアに伝播した映画装置の多くはフランスのリュミエール社やパテ社、ゴーモン社、アメリカのエジソン社やルービン社などの製品であった。

当時それらの装置はまだ人々に「映画」として認識されておらず、動く写真を見せる科学的な見世物でしかなかった。映画装置の興行は現在のように映画の題名ではなく、装置名あるいは興行名で宣伝されていた。たとえば「英国シネマトグラフ」や「パリ・シネマトグラフ」「エジソン・シネマトグラフ」などである。アジアでは欧米人の興行者がそうした名前各地を巡回する一方、吉澤商店巡業隊や渡辺治水、田中盛之助といったアジア人の巡回興行もあった。また、シンガポールの貿易商・レヴィ兄弟のように映画装置を輸入販売するかたわら巡回興行者に劇場を貸して常設興行を行ったり、あるいは上海の豪商・徐棣山のように地元の輸入業者に依頼して映画装置を手に入れて自分の文化人サロンで上映したりする者もいた。上映期間は1、2日程度だったが、しだいに長くなり1か月ほど続くこともあった。

草創期の映画興行は流動的で、現在のように専門化も組織化もされておらず、個人が断続的に不定期で行っていた。しかし、アジアの映画興行はある時期を境に連続的かつ定期的となり、その後すぐに映画館の開場ラッシュが起こる。たとえば東西貿易の中継港であるシンガポールでは早くから欧米の巡回興行者が映画を興行していたが、1905年12月に長崎出身の播磨勝太郎が「マツオのジャパニーズ・シネマトグラフ」という名で映画の常設興行をはじめると、その周辺に「ジャパニーズ・シネマトグラフ」や「ロイヤル・シネマトグラフ」「フレンチ・シネマトグラフ」といった映画のテント興行者が集まる¹⁾。

1) 笹川慶子「海を渡った興行師・播磨勝太郎——20世紀初頭のアジア映画市場におけるシンガポールと日本」『関西大

そして1907年10月、豪華劇場アルハンブラの開場を皮切りに、ハリマ・ホールやシアター・ロイヤル、アレクサンドラ・ホール、マールボロなどの映画常設館が次々と新設され、映画館の開場ラッシュとなる。

一方、早くから近代化の進んだ上海では、その租界で1897年頃からアルカディア・ホール（Arcadia Hall 安壇地大洋房）やライシャム劇場（Lyceum Theatre 蘭心戲院）など在外留外国人の集うホテルのホールや演劇の劇場、あるいは天華茶園や同慶茶園、青蓮閣といった富裕層の中国人が集まる茶園などで映画の巡回興行が行われ、1908年頃から映画の常設興行がはじまる。たとえば北四川路51号のヴォードヴィル劇場パレス・オブ・ヴァラエティズでアメリカン・シネマトグラフ社は芸人の舞台にまぜて映画を見せるようになる。また同じ年、ラモス・エンターテイメント社は乍浦路中西書院北首112号の虹口活動影戲園で舞台に映画を加えた定期興行を開始する。ラモス社はスペインからマニラ経由で上海に移住したアントニオ・ラモスの経営する興行会社である。同社は1908年に虹口活動影戲園を開場したあと、ヴィクトリア（Victoria Theatre 維多利亞影戲園）やオリンピック（Olympic Theatre 夏令配克影戲園）、エンパイア（Empire Theatre 恩派亞影戲園）といった外国人向け映画館だけでなく、カーター・ロード劇場（Carter Road Theatre 卡德路影戲園）などの中国人向け映画館も開場する。ほかに東和活動影戲園や新開幻影電光影戲園など入場料の安い映画館が1910年代前半にいくつか開場している²⁾。

また、上海と交流の深いマニラでもほぼ同時期に似たような市場変容が起こっている。マニラでは1897年に欧州の巡回興行者が地元興行師の支援をえて繁華街のエスコルタ通りで映画上映をはじめ。やがて映画はオルフェウム劇場やマニラ・グランド・オペラ・ハウスなど大きな劇場で舞台のない日に上映されたり、パロマー・パークなどの遊園地で定期上映されたりする。しかし1909年8月9日、アメリカからマニラに移住した興行者のA・W・バート・イエースレイがマニラ初の映画専門館エンパイア劇場——オルフェウム劇場を買収し改築改称——を開場、同じ日にアンダ・シネマトグラフが城塞都市イントラムロス内に開場するとマニラの市場は大きく変わる。そしてそのわずか2年ほどで豪華劇場のソリーリヤを筆頭にカビルドやスタア、アポロ、マジスティック、ロイヤル、ラックス、マガリヤネス、アイディアル、メトロポリタンなど大小様々な映画館が乱立するのである³⁾。

この3つの開港都市を見比べると、それぞれ映画の興行は1897年までにはじまっていたこと、1907年から1911年頃に巡回興行に代わって常設興行が主流となり、映画市場が飛躍的に成長したことがわかる。つまりアジアで映画は最初、船で開港都市に辿り着いた巡回興行者がその土地の劇場やホール、テントなどの場所を数日から数週間ほど借りて興行し、終わったら次の都市に移るという方法で興行されていたが、1907年以降、都市の劇場経営者が定期的に上映映画を取り替えながら同じ場所で興行し続ける方法が定着し、それが急増することで市場規模が拡大したのである。

『学文学論集』第64号代4号、関西大学文学会、2015年3月、23-47頁。

2) 笹川慶子「グローバル映画配給と中国、1896-1914——上海を事例として」『関西大学文学論集』第67巻第2号、関西大学文学会、2017年9月、1-32頁。

3) 笹川慶子「パテ社のマニラ進出と映画館——マニラ映画興行史1909-1910」『演劇研究』第40号、早稲田大学坪内博士記念演劇博物館、2017年3月、1-22頁。笹川慶子「映画配給のグローバル化とアジア——マニラ映画興行史1909-1914」『関西大学文学論集』第66号第3号、関西大学文学会、2016年11月、1-23頁。

アジアの大きな開港都市で映画興行がほぼ同時期に巡回から常設に移行したもっとも重要な要因はフランス、パテ社のアジア進出である。パテ社は当時、世界最大の映画会社であり、アジアに真っ先に進出した欧米企業であった。しかし、なぜ欧米企業ではじめてアジア進出を果たすのはフランスのゴーモン社でもアメリカのエジソン社でもなく、パテ社だったのか。パテ社はなぜこのタイミングでアジアに進出するのか。そもそもパテ社とはどのような会社なのか。この問いを明らかにするには20世紀初頭のグローバルな映画流通網の形成について理解する必要がある。

パテ社のアジア進出

パテ社とはフランスのパリに1895年に開業した会社である⁴⁾。シャルル、エミール、テオフィル、ジャックの兄弟の長兄シャルルが、エミールとともにフォノグラフ（蓄音機）の展示から小売店をはじめたのが最初だった。兄弟はアメリカ、エジソン社のキネトスコープなどの映画映写機の販売も手がけていた。

1897年12月、パテ社は会社を株式化し事業の近代化を推し進める。装置の大量生産・大量販売を実現すべく、まずマルチクロス方式映写機の開発者であるピエール＝ヴィクトール・コンタンスーザとアンリ＝ルネ・ブズリの協力を求め、1900年に彼らと提携する⁵⁾。小型で簡便で廉価なパテ社の装置はよく売れ、1914年には欧州で生産された映画装置の60%はパテ製品となる。

パテ社はまた映画の量産体制を世界に先駆けて整えた会社のひとつである。1900年には舞台演出家だったフェルディナン・ゼッカらが映画製作に加わり、他社のヒット作品を積極的に模倣し、確実に売れる映画を効率的効果的に製作する。そして1902年、映画製作所をパリ郊外のヴァンセンヌに開き、1904年にはジョアンヴィーユにも開所して量産体制を整えていく。さらに1905年までには時間のかかる手彩色に代わってステンシル（型紙）彩色法を採用したカラー映画（パテカラーと呼ばれた）の量産を開始する。こうしてパテ社の映画は市場により広く浸透することになる。

パテ社は映画の配給においても先駆的であった。パテ社は顧客の求めに応じて同じ映画を何度でも貸し出すレンタル業をはじめ、自社で製作した映画だけでなく、フィルム・ダール社（1908-1913年）など他社が製作した映画を購入し、自社の映画と一緒に供給した。そして1907年7月には映画の配給と興行を独占する目的で映画の興行権をオムニア、シネマ＝エクスプロワタシオン、シネマ＝モノポール、シネマ＝テアトル、シネマ・ナショナルの5社に譲渡する。各社はそれぞれが所有経営する多数の映画館でパテ社の供給する映画を配給および興行した。こうしてパテ社は大量の映画を製作、配給、興行する映画ビジネスの垂直統合をいち早く実現し、フランス最大の映画会社に成長する。

映画史家ジョルジュ・サドゥールはこの革新的な事業展開により映画の大量生産大量消費時代を切り開いたパテ社をフランス映画産業の「水先案内人」と呼んだが⁶⁾、パテ社はフランスだけでなく世界の水先案内人でもあった。パテ社の映画供給網はフランス国内にとどまらず、世界に拡大していった。1902

4) Richard Abel (ed.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Routledge, 2005, 505-508.

5) Richard Abel (ed.), 154.

6) ジョルジュ・サドゥール『世界映画全史』第4巻、国書刊行会、1995年、13頁。

年、パテ社はまずロンドンに代理店を開業し、そこを拠点にグローバルな映画供給網を構築する。1904年までにモスクワやブリュッセル、ベルリン、サンクト・ペテルブルクに、1906年までにアムステルダム、バルセロナ、ミラノ、1907年までにキエフ、ブダペスト、カルカッタ、ワルシャワなどに代理店を開業した⁷⁾。アジア初となるパテ社の代理店がシンガポールのスタンフォード・ロード19番地に設置されるのもこのときである⁸⁾。

パテ社がロンドンを拠点にその映画供給網を世界に広げていったのは当時の物流がイギリスを中心に回っていたからである。島国のイギリスは昔から船をたくさん保有し、そのため海運業が発達していた。帝国主義の時代には世界各地で植民地ビジネスを展開し、世界の物流および金融の中心地となる。イギリスの経済学者エドガー・クラモンドによれば1894年に欧州からスエズ運河を通過して遠隔地に向かう船の74.6%はイギリス船だったという（1913年は60.2%）⁹⁾。アメリカの主要な映画会社も1900年代末までにはロンドンにその拠点を設けていた。アジア市場に出回るアメリカ映画は当時、そのほとんどが非常な遠回りでイギリスから運ばれていたのである。

フランス国立科学研究センター主任調査員ジャン＝ジャック・ミュゼによれば、パテ社の映画部門の売り上げは1903-1904年度にパテ社収入全体のわずか17.6%にすぎなかったが、1905-1906年度にフォノグラフとほぼ並び、1906-1907年度にはフォノグラフの約2倍に跳ね上がったという。また映画部門の利益率も1903-1904年度の54.1%から、1905-1906年度は85.5%、1906-1907年度は105.5%、1907-1908年度は170.3%に急上昇する¹⁰⁾。つまりパテ社は、イギリスの物流ネットワークを使って映画のグローバルな供給網を整え、それによって売り上げを伸ばし、世界最大の映画企業に成長していたことがわかる。

注目したいのは、こうしたパテ社の代理店がアジア各地の開港都市に開業するのとほぼ同時期に、各都市で映画館の開場ラッシュが起こっていた事実である。パテ社は1907年にシンガポール総代理店、1908年に上海代理店、そして1909年にマニラ代理店を開業している。ほかにも香港、天津、マニラ、カルカッタなどに代理店を開業した。つまり、パテ社の供給する映画はロンドンで船に積まれ、スエズ運河を通過して、イギリス領シンガポールの港に運ばれ、そこからアジア各地に供給されていたのである。パテ社の巨大な映画供給網に接続されることにより、アジア市場で映画の安定受給が可能となり、それが市場にダイナミックな変容を引き起し、映画館の開場ラッシュにつながったと考えられる。

二、20世紀初頭の台湾映画市場

それでは同時期の台湾の映画市場はどのように形成され、どう変遷したのだろうか。台湾の映画市場もまた、シンガポールや上海、マニラのように、1907年から1911年に大きな変容を経験していたのか。

台湾に映画は日本から渡来する。上映されたのはエジソン社やリュミエール社の映画であった。たと

7) Jean-Jacques Meusy, "How Cinema Became a Cultural Industry: The Big Boom in France between 1905 and 1908," *Film History*, 14: 3/4, 2002, 418-429.

8) 笹川慶子「海を渡った興行師・播磨勝太郎——20世紀初頭のアジア映画市場におけるシンガポールと日本」, 35頁。

9) Edgar Crammond, *The British Shipping Industry*, Constable and Company Limited, 1917, 25-27.

10) Jean-Jacques Meusy, 418-429.

えば『台湾日日新報』にはエジソン社のヴァイタスコープが1899年9月に台北の十字館で、またリュミエール社のシネマトグラフが1900年6月16日に淡水館で、6月21日に十字館で上映された記録が残っている¹¹⁾。当時の興行は巡回興行で、上映は演芸場など公共の場所を借りて行われた。李道明によれば、この頃の興行者は日本人だけでなく裕福な台湾人も含まれ、おもな観客は現地に住まう日本人の役人や軍人、その家族で、台湾人に向けた興行もあったという（李道明「台湾における映画の始まり——台湾映画史第一章1900～1915」『Cinema101』シネマ101創刊準備号、映像文化研究連絡協議会、1995年8月、12-37頁（『電影欣賞』73号、国家電影資料館、2006年、28-44頁））。

台湾初の映画館開場ラッシュは1908年にはじまる。1908年6月に新竹市新竹座（700人収容）、1908年8月に台南市南座（1,000人収容）、1908年10月に台中市台中座（1,000人収容）、1909年3月に嘉義市嘉義座（800人収容）、1909年10月に基隆市基隆座（800人収容）、1910年12月に台北市朝日座（1,200人収容）などが相次いで開場した¹²⁾。シンガポールの映画館開場ラッシュが1907年頃、上海が1908年頃、マニラが1909年頃であることから、台湾のこの現象も一見すると、他のアジアの開港都市と同じくパテ社のアジア進出とかかわりがあるかのように見える。しかし実際はそうではない。

台湾のそれらの劇場は興行師の高松豊次郎が台湾総督府民政長官・後藤新平の求めに応じて台湾の各都市に1館ずつ開場した劇場である。それは日清戦争に勝利して台湾の統治権を手にした日本政府が帝国日本の臣民としての意識形成を目的として開場した公共劇場であった。20世紀初頭のアジアにおける映画は、多かれ少なかれ、近代化した国が近代化の遅れた国にその力を見せつける装置として機能したが、台湾ではそれがあからさまに政治利用されたのである。したがって1908年の台湾における映画館の開場ラッシュは、パテ社のアジア進出により都市の娯楽空間に映画館が集中的に開場したシンガポールや上海などアジアの開港都市とは異なる。

言うまでもなく台湾の映画市場の発展は日本統治による影響を抜きには考えられない。台湾は1895年から日本の統治下におかれた。一方、アジアで映画の歴史がはじまるのは1896年である。そのため台湾の映画市場はそのはじまりから日本統治下の不平等な階層秩序のもとで日本の植民地市場として、かつ日本最南端の映画市場として位置づけられ形成される。三澤真美恵は台湾に映画製作会社が育たなかったのは「臨場的土着化」によるリスク、すなわち台湾人の弁士が他の言語の劇映画を台湾語で説明したせいで台湾語の映画製作が必要とされなかったからと述べる¹³⁾。だが、むしろそれは、台湾市場がそのはじまりから日本統治下におかれ、その後、内地の劇映画供給網に組み込まれて発展したことが大きく関係する。つまり、鹿児島で劇映画を製作する会社が必要とされなかったのと同じように、台湾でも必要とされなかったにすぎない。

このように台湾の映画市場が日本統治下で日本映画市場の強い影響下に形成発展したのであれば、具体的にそれはどのように展開されたのだろうか。そこで以下では台北を例として台湾映画市場形成の過程を探る。

11) 『台湾日日新報』、1900年6月19日、1900年6月21日。

12) 三澤真美恵『「帝国」と「祖国」のはざま——植民地期台湾映画人の交渉と越境』岩波書店、2010年、277頁。

13) 三澤真美恵、71-77頁。

台北の芳野亭／芳乃亭とその映画興行

草創期の台湾映画市場について知ることのできる貴重な史料のひとつに市川彩の『アジア映画の創造及建設』がある。1941年に出版され、陸軍大将・大亜細亞協会会頭の松井石根が題字を書き、大政翼賛会東亜局長の永井柳太郎らが序文を書いた本書は帝国主義的なイデオロギーに貫かれている。そのことは日本とその植民地であった朝鮮や台湾、満州はもとより、中国や香港、インド、フィリピン、タイ、シンガポール、ビルマなどのアジア主要地域の映画産業の歴史と現状のすべてを帝国日本の大東亜共栄圏構想内に位置づけようとしている点からも窺われる。とはいえ今となつては、そうした偏った歴史叙述も台湾映画史を知るための貴重な情報源であることに変わりはない。

市川によれば、台湾ではじめて開場した映画の専門劇場は台北の新起横街に1907年末から1908年初頭に開場した「芳乃館」であったという。

丁度、この新機運に際し、高松一派の手で武台外の朝日座を改築することとなり、続いて西門町の芳乃亭が隣接地に芳乃館を新築したり、急に活気を呈して来たものだ。それが明治四十年十一月から同四十一年三月へかけてのことで、芳乃館が最初の映画専門館となつたものである¹⁴⁾。

この市川の記録は日本の敗戦後、台湾の映画史家・呂訴上によって繰り返され、しばらくはそれが定説となる。しかし近年研究が進み、それとは異なる説があらわれる。もっとも有力なのは映画史家・李道明の主張である。李は、台湾には「芳乃亭」という名前の劇場が2つ——ひとつは1907-1908年開場、もうひとつは1911年開場の劇場——あり、そのうち最初に映画専門館になったのは新しい方の「芳乃亭」、すなわち1911年に開場した芳乃亭だったという¹⁵⁾。つまり台北初の映画専門館は、市川や呂の指摘する1907-1908年開場の「芳乃館」ではなく、1911年開場の「芳乃亭」だということである。

しかし混乱するのは、台北初の映画専門館が1911年開場の「芳乃亭」であるならば、その主張が『臺灣大年表』の記録と食い違う点である。1925年に出版された『臺灣大年表』は台湾経世新報社が台北図書館で情報を収集し、改訂を重ねた年表である。そこには「芳乃亭」が1913年12月9日に落成式を挙行了たと書かれている¹⁶⁾。ただし台湾の映画史家のなかには、その年表の記述は誤りであると主張する者もいる。たとえば葉龍彦は、「芳乃亭」には新旧2つがあり、古い方は1907年より前、新しい方は1908年3月までに開場したと述べる¹⁷⁾。葉龍彦の主張は台北に新旧2つの「よしのてい」が存在したと述べる点で李道明と同じであるが、2つの「よしのてい」の開場時期がそれぞれ食い違っている。

2つの「よしのてい」と1907年、1908年、1911年、1913年との関係を整理し、この混乱を解明すべく『台湾日日新報』を改めて調査した。その結果、台北には確かに2つの「よしのてい」が存在し、ときどき混同され記述されていたことがわかった。一方、これまでの研究で見落されてきた点も明らかになつ

14) 市川彩『アジア映画の創造及建設』国際映画通信社、1941年、87頁。

15) 李道明、12-37頁。

16) 原房助『臺灣大年表』第3版、臺灣経世新報社、1932年、92頁。

17) 葉龍彦『台湾的老戲院』遠足文化、2006年、92頁。

た。それは「よしのてい」には、李らが主張する新旧2つの「芳乃亭」ではなく、「芳野亭」と「芳乃亭」という漢字の異なる新旧2つの「よしのてい」が存在していた事実である。この事実に着目して『台湾日日新報』の記事を読み直すと、より明確な草創期の台湾映画市場の様子が見えてきた。以下、その調査分析結果を簡潔に述べる。

まず「芳野亭」である。この劇場は新起横街で日本料亭を経営していた永戸ともが実の娘の国芳という娘義太夫のために、弁護士矢野猪之八に出資をあおぎ、その料亭近くに開場した寄席であった¹⁸⁾。1910年4月17日付『台湾日日新報』には新起横街一番地に「建坪百四十七坪余の日本風木造二階建スレート葺」の大寄席の建設に着手したとある。収容人数400人とあることから、中規模の劇場であったことがわかる。李道明が1911年に開場したと主張する劇場は、時期がだいたい同じことから、この「芳野亭」を指すと考えられる。おそらく竣工が遅れ、実際の開場が1911年に伸びたのであろう。

「芳野亭」はしばらくのあいだ寄席として営業していた。だが、1913年1月に日本の映画会社である日本活動写真株式会社（日活、1912年創立）との交渉がまとまり、従来の喜劇舞台に加えて映画を興行し始める¹⁹⁾。そして同じ年の3月に日活と特約を結び、「従来の喜劇合同を廃し」、「活動写真一本にて常興行を為す」にいたる²⁰⁾。さらに12月までには、芳野亭の所有権は永戸らの手を離れて台湾の実業家・辜顕榮の手に渡り、服部清がその支配人となる。1913年12月28日の『台湾日日新報』には次のようにある。

新高館 旧芳野亭跡の寄席は今回服部清なる人の手に於て経営さるゝ事となり、名を新高館と改称し活動写真の常設館となし日本活動写真の新フィルムを出映する筈²¹⁾

つまり、辜顕榮の所有となった芳野亭は「新高館」と改称され、日活映画の上映館になったことがわかる。これらの記事が正しいとすれば、芳野亭は1913年3月に映画専門興行に転じ、その年の年末か翌年の新年に新高館と改称したことになる。

一方、芳野亭と一文字違いの「芳乃亭」は、1913年12月9日に新築開場した劇場を指す呼び名であった。『臺灣大年表』の「芳乃亭」の記述はこの劇場を示す。こけら落とし興行は台北の娘義太夫連中と映画上映であったという²²⁾。その後しばらくは舞台と映画を一緒に見せる混成興行を行う。映画はロンドンの「グリーヤ社」から供給を受けた²³⁾。だが、1914年3月から映画専門に転じる。1914年3月14日付『台湾日日新報』によれば、「芳乃亭 月初めより休業中の同亭は今回日本ものゝ活動を加へ本夜より花花しく開場」とあり、19日からMパター商会（1907-1912年）の映画を次々と上映していく。上映されたのは大人気の新聞連載小説を原作とする新派舞台を映画化した『生さぬ仲』や『子煩悩』『自業自得』『南部坂雪の別れ』などである。これらの映画は内地でだいたい1910年から1911年頃に製作された映画であ

18) 『台湾日日新報』、1913年6月13日。

19) 『台湾日日新報』、1913年1月26日。

20) 『台湾日日新報』、1913年3月2日。

21) 『台湾日日新報』、1913年12月28日。

22) 『台湾日日新報』、1913年12月8日、1913年12月9日。

23) 『台湾日日新報』、1914年1月29日。

ることから、台北では約2-3年遅れて上映されていたことがわかる。

Mパター商会は梅屋庄吉が東京大久保に開業した映画会社である。梅屋庄吉は長崎で貿易業を営む商家の息子として生まれ、アジア主義者としてフィリピンや中国、シンガポールなどを転々としたあと日本に戻り、孫文の活動を支援するためにこの映画会社を設立した。このMパター商会は1912年9月1日に日活に合併されて消滅することから、芳乃亭がその映画を上映していた頃にはもうMパター商会は存在していなかったことになる。したがって芳乃亭が上映した映画は、Mパターから直接供給されたフィルムではなく、後述するように九州などで上映されたあとの中古映画だったと考えられる。

しかしそのMパターの中古映画も在庫が乏しくなったのか、芳乃亭は1914年7月に日活と3年の契約を結び、さらに1918年3月に日活のライバル会社である天然色活動写真株式会社（天活、1914-1919年）と契約する。芳乃亭が日活から天活に転じたのは、1916年に豪華な近代的大劇場である世界館が近くに開場し、日活映画を上映しはじめたからである。こうして台湾の市場は、内地と同様、日活と天活の二大映画会社がせめぎ合う市場となる。

だが、台湾の芳乃亭が天活と契約してすぐに、内地の天活は国際活映株式会社（国活、1919-1925年）に吸収され1919年には消滅してしまう。そのため芳乃亭も国活の映画などを上映し始める。が、その国活の供給も滞るようになり、1923年6月に芳乃亭は帝国キネマ演芸（帝キネ、1920-1931年）との特約を結ぶ。同じ頃、経営者の永戸は芳乃亭の建て替えに着手する。1924年12月28日、芳乃亭は収容人数800人、煉瓦と木造を合わせたモダンな造りの映画館として新築再開場し、名前は「芳乃亭」から「芳乃館」に改称される²⁴⁾。

こうした『台湾日日新報』の調査結果を先行研究と照らし合わせると、次のことがわかる。台北には「よしの」と名のつく劇場が2つあり、古い方は野原の「野」、新しい方は乃ちの「乃」の字を使っていた。前者は1911年に新築開場し、演芸の興行から演芸と映画の混成興行に転じて1913年3月に映画専門興行となる。他方、後者は1913年に演芸と映画の混成興行で開場し、1914年3月から映画専門興行にかわる。したがって台湾初の映画専門館は、1911年に新築開場し、1913年3月に映画専門興行に転じた「芳野亭」（のちの新高館）であったことがわかる。もしそうならば李道明が台湾初の映画専門館と主張する、1911年に開場した新しい「芳乃亭」は「芳野亭」改め新高館を指すと考えられる。よって李道明のいう新しい「芳乃亭」は「乃」ではなく「野」の文字を使うべきである。

この芳野亭改め新高館や芳乃亭改め芳乃館のほかにも、1910年代以降の台北には台湾の実業家が経営する映画館がいくつか開場している。たとえば岩崎利三郎が1916年6月7日に開場した世界館もそのひとつである²⁵⁾。岩崎は高松豊次郎が開場した朝日座で劇場経営の経験を積み、その朝日座の経営者になるが、朝日座が火事で焼失したため、新起横街に映画を専門に興行する世界館を開場した²⁶⁾。世界館では最初、芳乃亭や芳野亭改め新高館と同じ日活映画を上映する。そして世界館に続いて新世界館を1920年12

24) 『台湾日日新報』、1924年12月29日。

25) 『台湾日日新報』、1916年6月7日。

26) 市川彩、87頁。

月29日に開場し、前者を松竹映画、後者を日活映画の上映館とする²⁷⁾。岩崎の他界後は、横浜にいた弟の古矢正三郎が台湾に移住して後を継ぎ、1930年までに第二世界館、第三世界館、第四世界館を開場した。

こうして見ると、台湾映画市場の形成過程はシンガポールや上海、マニラとはだいぶ様相が異なっていたことがわかる。1908年以降に映画館が次々と開場する点はシンガポールや上海、マニラと同じだが、台湾では映画の上映が政治的に利用され、映画の上映場所は都市の盛り場に集中していない。また台湾では1911年以降に都市の盛り場に商業目的の映画館が集中的に開場するが、それは他のアジアの開港都市のように欧米グローバル企業の進出によって引き起こされた現象ではない。つまり日本統治下で形成発展した台湾の映画市場は、上海などアジアの開港都市と同じ頃に映画館の開場ラッシュが起こるものの、その内実は似て非なるものだったのである。



開場年：芳乃亭1913年（1924年芳乃館と改称）、世界館1916年、新世界館1920年、台湾劇場1935年、国際館1935年、大世界館1935年

台北市街地図と映画館（川瀬健一編『植民地 台湾で上映された映画——1899（明治32年）～1934（昭和9年）』東洋思想研究所、2010年）

三、20世紀初頭の日本映画市場

台湾映画市場の特性をより深く理解するには、その形成に大きな影響を与えた日本映画市場の特性をアジアの他の市場との比較において解明する必要がある。重要な鍵となるのはアメリカでエクステンジ（Exchange）、イギリスでハイヤー（Hire）と呼ばれた20世紀初頭の映画供給の仕組みである。順にみていこう。

日本の映画興行は1896年にはじまる。まずアメリカ、エジソン社のキネトスコープが神戸の神港倶楽

27) 『台湾日日新報』、1920年12月30日。

部で11月25日から12月1日に上映された²⁸⁾。翌1897年2月15日から28日にはフランス、リュミエール社のシネマトグラフが大阪の南地演舞場で、同月22日から24日にはエジソン社のヴァイタスコープが大阪の新町演舞場で一般公開される。他にも横浜や東京で、吉澤商店や新居商会が輸入した装置がほぼ同時期に興行されている。これは上海やマニラともほぼ同時期である。上海の場合、最初の上映は1896年6月から1897年5月のあいだと考えられている（程李華氏の主張する「1896年8月11日」説は間違い²⁹⁾）。またマニラでは遅くとも1897年元旦にはエスコルタ通りの蓄音機店でゴーモン社のクロノフォトグラフが上映された³⁰⁾。このようにアジアの大都市で映画はほぼ同時期に紹介されていたのである。

しかし日本の映画市場は1900年代初頭までに著しく成長し、欧米から映画や写真の関連用品を大量に輸入する国となる。アメリカの輸出統計データによれば、1904年までに映画を含む写真用品の輸出先は第1位が日本、第2位がフィリピン、第3位が中国となり、対日本の輸出高は対中国の6.6倍に達する。日本はアメリカだけでなくヨーロッパからも映画を盛んに輸入した。たとえば日本の吉澤商店は1902年までにロンドン留学中の立島清に映画を購入させ、日本に送らせたという³¹⁾。輸入されたのはイギリスやフランス、アメリカなどで製作された映画だった。当時欧米の雑誌には日本の企業がロンドンで映画を大量に購入し自国に搬送しているとの報告もある。

興味深いのは、日本で外国映画の輸入はすべて日本人や日本企業が行っていた点である。吉澤商店と福宝堂は映画の買いつけのためにロンドンに拠点进行を設け、横田商会は横浜のニーロップ商会（のちの平尾商会）に代行輸入を依頼し、Mパター商会はシンガポールなどから映画を入手していた。1907年に東京の錦輝館と大阪の角座でジョルジュ・メリエス監督の『月世界旅行』（1903年）やパテ社の『浮かれ閻魔』が上映されたが、それらのフランス映画はフランス企業でも欧米の巡回興行者でもなく、横田商会すなわち日本人によって日本にもたらされた³²⁾。つまり日本のスクリーンは外国映画であふれていたにもかかわらず、映画の輸入、供給、興行のすべては日本人が独占していたのである。こうした状態は1916年にユニヴァーサル社が東京に支社を設立するまで続く³³⁾。このように日本市場の状況は、アメリカの植民地であったフィリピンの首都マニラ、中国からイギリスに割譲、租借された香港や上海と比べて、非常に閉鎖的であったといえる。

日本はまた、かなり早い時期から国産映画を製作し、外国映画を混ぜて興行した点でも特殊である。最初は日本も、シンガポールや上海、マニラなどと同じく、外国映画ばかり上映していた。ところが1899年の吉澤商店を皮切りに、横田商会やMパター商会、福宝堂といった映画興行者たちが映画の製作を開

28) 塚田嘉信『日本映画史の研究——活動写真渡来前後の事情』現代書館、1980年。

29) 笹川慶子「グローバル映画配給と中国、1896-1914——上海を事例として」、15-23頁。

30) Bryan L. Yeatter, *Cinema of the Philippines: A History and Filmography, 1897-2005*, McFarland & Co., 2007, 5-6.

31) 田中純一郎『日本映画発達史』第1巻、中央公論社、1975年、104、109頁。

32) 田中純一郎、125-126頁。

33) ただし日本では1916年以降も外国企業が映画を配給できる映画館は少なく、外国企業の日本市場進出には日本企業との提携が必要とされた。日本上陸後のユニヴァーサル社が帝キネなど日本の映画会社と提携を模索するのはそのためである。

始し、作った映画を外国映画と一緒に契約館で上映するようになる。そして1908年に吉澤商店が目黒撮影所、Mパター商会が大久保撮影所、1910年に横田商会が京都撮影所、福宝堂が花見寺撮影所を開所すると、日本映画の供給が一層安定し、日本の映画興行は外国映画と国産映画を混ぜる混成プログラムが主流となる。これは1900年代のアジアではほとんど例を見ない現象である。

映画館の開場ラッシュは日本でも、上海やマニラなど他のアジアの開港都市と同様に、1907年頃から東京や大阪、京都、名古屋などの大都市ではじまる。しかし現象は同じでも、その背後にはアジアの他の地域とは異なる日本特有の条件が織り重なっていたのである。ひとつは映画在庫数の増加である³⁴⁾。ロンドンから大量に輸入し続けてきた輸入映画に加え、前述したように1908年以降、映画製作所が相次いで開所し映画の生産量が急増したこと、また1907年のパテ社アジア進出が外国映画をアジア市場から入手し易くしたことなどが影響したと考えられる。

また、日露戦争（1904-1905年）の勃発により戦況映画に対する人々の関心が高まり、経済的な好景気も相まって、大都市を中心に映画熱が拡大し、それが1907年以降の映画館の開場ラッシュにつながったとも考えられる³⁵⁾。

最後にもうひとつ、新たに指摘したいのは映画の需要増加による慢性的な映画の不足状態が日本における映画取引の主流を売買から賃貸に代え、映画常設館の開場ラッシュを可能にしたと考えられる点である。日露戦争で戦況映画の人気の高まると、フィルムの価格高騰と奪い合いが起こる³⁶⁾。映画をレンタルする仕組みが必要とされ、その仕組みが定着し制度化することで大量の映画を必要とする常設興行の実現が容易になったと考えられる。言い換えると、それまで映画の輸入者であり製作者であった映画会社が自社の映画を自社の映画館で上映するとともに、他館にも賃貸する仕組みを整え、それが浸透し、映画館の開場ラッシュにつながったということである。アメリカのエクステンジ、イギリスのハイヤーと日本の映画レンタルシステムの比較検討は稿を改めるが、国は違えども、映画のレンタルシステムの浸透が映画館の急増と映画市場規模の拡大を引き起こした大きな要因だったことは間違いない。

映画の供給者である映画会社と映画の興行者である映画館の関係の基本形が整うのも、このときである。日本で両者の関係は大きく直営館、歩合館、特約館の3つに分けられる。直営館は映画会社が経営する映画館である。歩合館は映画会社と映画館が歩合を決めて経営する。特約館は映画会社に映画館が月極賃貸料を払って映画の供給を受ける。映画をレンタルする仕組みが普及することで急増したのは、この特約館である。館数も特約館が圧倒的に多かった。たとえば1926年で日活の直営館は24館、特約館は382館、松竹の直営館は21館、特約館は159館であった³⁷⁾。

特筆すべきは、直営館はもちろん歩合館でも特約館でも、映画館は契約した映画会社の供給する映画以外の映画は上映しなかった点である。日本では1912年に最初の全国規模の映画会社である日活が、続いて1914年に天活が創設されるが、たとえば日活と契約した映画館は日活の供給する外国映画と日本映

34) 田中純一郎, 109, 125頁。

35) 田中純一郎, 126-127頁。岩崎昶『映画史』東洋経済新報社, 1961年, 14頁。

36) 田中純一郎, 119頁。

37) 「活動写真関係会社要覧」『日本映画事業総覧 大正拾五年版』国際映画通信社, 1925年, 253, 256頁。

画を上映し、天活の映画は決して上映しない。当時日本の映画館はほぼ日活か天活と契約しており、その2つ以外の会社と契約する映画館の数はごくわずかにすぎなかった。ゆえに日活と天活以外の映画会社は、たとえどんなに面白い映画を持っていたとしても、利益を上げるに十分な数の映画上映場所を確保できない。新しい映画会社が次々あらわれる1920年代には都市の場末や地方で複数の映画会社と契約する映画館も登場するが、契約した映画会社以外の映画を上映しない点は変わっていない。

こうした日本の映画供給システムが日本企業による市場の独占に大きな役割を果たしたことは間違いない。日本の場合、映画の観客はほぼ日本人が占めている。そのため映画館の多くは日本人の観客の多くが見たいと思う映画、——当時は日本映画——の上映を望む。それゆえ映画館の多くは日本映画を供給できる映画会社、すなわち日本の映画会社と契約する。必然、日本市場は日本企業が独占することになる。逆に日本映画を供給できない会社、日本映画を作っていない会社は日本市場に入り込むのが難しい。1916年に日本に上陸したユニヴァーサル社が阪東妻三郎プロや帝キネなど日本の映画会社との提携を模索するのは、こうした日本市場の特性が関係する（これについては稿を改める）。また1900年代のアジア市場をほぼ独占していたフランスのパテ社でさえアジア最大級の映画市場である日本でその存在感を示せなかったのも、このような閉鎖的な供給システムが障壁になっていたためと考えられる。

日本の映画市場は、シンガポールや上海、マニラなどアジアの他の映画市場とはほぼ同じ時期に大きな変容を経験する。しかし、その変容の内実は他のアジアの地域とは異質である。なぜなら、その市場は日本の企業によってほぼ独占支配され、パテ社やユニヴァーサル社のような巨大なグローバル企業でさえ、なかなか入り込めなかったからである。こうした日本特有の映画供給システムは日本の市場を閉鎖的にした。だが、それゆえに日本の市場は欧米グローバル企業の支配から守られていたのである。そしてそれがアジアでも稀有な、自律性の高い映画市場の形成を可能にしたと考えられる。

台湾映画市場と日本映画市場の関係

当然ながら、こうした日本特有の映画供給システムは、その最南端市場と位置づけられていた台湾の映画市場に大きな影響を与える。とはいえ、注意しなければならないのは台湾映画市場もまた固有に変化しており、それを日本統治下というだけで日本の単なる延長市場と見なすことはできないということである。確かに台北でも日本と同じように、日活と天活の2大映画会社が映画市場を支配する時期は存在した。だが、それも台北では1918年以降にようやく起こり、わずか数年で崩れ、日本とは異なる市場変容を遂げる。つまり、台湾は日本の映画供給網の強い影響下に形成されながらも、けっして同じでなく、両者の関係は時代とともに変化していたのである。この点について1920年代後半から1930年代前半の台北を例に見ていこう。

1920年代後半、台北の映画館は複数の映画会社と契約するのがほぼ慣例になっていた。以下の表は1926年頃から1934年頃までに台北で日本人が経営していた映画館とその映画館が契約していた映画会社（系統）である。当時はフリーブッキング方式で入手し上映することも可能だったが、主な上映映画はやはり契約した映画会社の映画だった。

こうした台北の映画館の興行を内地の映画館のそれと比較すると、似ているところと違うところがあることがわかる。まず類似点について述べていこう。内地の映画館では、前述したように1910年代は1

つの映画館が1つの映画供給会社と契約するのが慣例だった。たとえば天活と契約した映画館は天活の供給する映画のみ上映した。だが1920年代になると、複数の会社と契約する映画館が急増する。とくに都市の周辺部や地方にそういった映画館は増えていく。原因は第一次世界大戦を契機に映画館の数が増え続け、映画館が都市の場末や地方に広がって映画フィルムの奪い合いが生じると、力のない映画館で上映映画の不足が常態化し、それを補うために複数の映画供給者と契約する必要があると考えられる。また、同業者が増え競争の激化するなかで客を呼ぶには、より魅力ある上映プログラムが必要となり、そのため複数の映画会社の人気映画を組み合わせる必要があるとされたのもある。さらに1916年に日本進出を果たしたユニヴァーサル社がフリーブッキング方式を紹介したことで、映画館が契約中の映画会社の供給する映画に加えて、外国映画を1本単位で賃貸し上映できるようになったことも関係する。

表1：台北の映画館とその上映映画の変遷

	1926年版	1927年版	1930年版	1934年版
芳乃亭改め芳乃館	帝, 東	帝, マ	帝, マ	新, 大
世界館	松	日, 松	—	—
新世界館	日, 東	日, 松	日, 松, 洋 (ユ, パ, UA, 三, PCL, 東和)	日
第二世界館	—	—	松, 日	松
第三世界館	—	—	松	日, 洋
第四世界館	—	—	自由	—
台湾キネマ	ユ	ユ	—	洋

(『日本映画事業総覧』『国際映画年鑑』の全国映画常設館の名簿より作成：帝は帝国キネマ演芸(帝キネ)、東は東亜キネマ(東亜)、マはマキノ・プロダクション(マキノ)、新は新興キネマ(新興)、大は大都映画(大都)、松は松竹キネマ(松竹)、日は日本活動写真(日活)、洋は洋画、自由はフリーブッキング、ユはユニヴァーサル社東京支社、パはパラマウント社日本支社、UAはユニテッド・アーティスト社極東本部、PCLは写真化学研究所(のちの東宝)、三は三映社、東和は東和商事)

表1を見る限り、台北の映画館の興行は、東京の浅草や大阪の千日前など大都市の大きな盛り場よりもむしろ、都市の場末や地方の映画館と類似することがわかる。1927年を例にあげると、大繁華街である東京浅草や大阪千日前、福岡中州では1つの映画供給会社と契約する映画館が多い。浅草でいえば、三友館と富士館が日活、電気館と帝国館、松竹館が松竹、大勝館が帝キネ、千代田館がマキノ・プロダクション(マキノ、1925-1931年)と契約していた。これに対し、都市の場末や地方の映画館は2つ以上の映画会社と契約する館が少なくない。東京の場末では、表神保町の東洋キネマがマキノ、東亜キネマ株式会社(東亜、1923-1932年)、帝キネ、小柳町の神田館が松竹、帝キネ、洋画、五軒町の日本キネマが日活、帝キネと契約していた。また地方都市では、たとえば長崎市はキネマ倶楽部が松竹、帝キネ、東亜、喜楽館が日活、マキノ、電気館が帝キネ、東亜、ユニヴァーサル、また佐世保市では佐世保館が日活と松竹、敷島館が東亜とマキノ、千日キネマが松竹と帝キネ、ミナト倶楽部が帝キネの系統館だった。一方、台北でも芳乃亭が帝キネとマキノ、世界館が日活と松竹と契約していたことから、台湾の興行形態は内地の大都市の盛り場ではなく、場末や地方の映画館と似ていたことがわかる。

注目したいのは、台北の市場が内地の地方のなかでも西日本の地方都市と類似していた点である。1927年の例でいうと、内地の場合、複数の映画会社と契約する映画館は帝キネやマキノ、東亜など中小規模の会社を組み合わせるか、それらの会社と日活か松竹のどちらかの大会社と組み合わせる場合が多い。日活と松竹の組み合わせはごくまれで、京都の舞鶴座や愛媛の住吉館、福岡の喜楽館など西日本に見られ、東日本にはほぼ見られない。そしてこの西日本に顕著な契約形態が1927年の台北——世界館と新世界館——にも見受けられる。こうした台北と西日本の地方都市の類似性は当時の台湾市場が西日本映画供給網に組み込まれていたことの証左といえる。

日本の映画市場のありようが大きく西日本と東日本で分かれていたのは、日本では映画事業を東西に分けて展開していたことが関係する。日本の映画会社は最初、歌舞伎の興行が江戸と上方で張り合っていたのと同じように、市場を富士山より以東と以西に分けて管理した。1912年9月設立の日活も、1914年3月創立の天活も、東日本は東京の本社、西日本は大阪の関西支店の管轄であった。1912年、日活が九州博多座で映画『御大葬活動写真』を上映したときの興行主は日活「関西特派隊」であったし、九州に尾上松之助の偽物興行が出没し、福岡日日新聞に注意喚起の広告を掲載したのも日活の東京本社ではなく「大阪支店」であった³⁸⁾。こうした東西を二分する市場展開が微妙な差を生み、それが台湾市場にも影響を与えたと考えられる。

台湾を含む西日本市場の大きな特徴のひとつは、日活の勢力が東日本と比べて弱かったことがあげられる。日活は創業以来、日本市場をほぼ独占していた。天活が新設され、日本の市場を日活と天活で二分することになっても、俄然、日活の勢いは強かった。その状況は1920年代になってもあまり変わらず、内地では日活の契約館がもっとも多かったのである。しかし1923年の関東大震災のあと、映画産業の中心が一時関西に移り、松竹や帝キネ、東亜、マキノなど関西に拠点をもつ新設会社が勢いを増し、西日本市場に強力な地盤を築いていくと、そうした新会社に日活の契約館が奪われ、日活は富士山以西の市場で東京ほどの圧倒的な強さを維持できなくなる。そのため西日本では2大映画会社である日活と松竹の組み合わせも起こり易かったと考えられる。したがって台湾の世界館が日活と松竹の映画を併映していたのは、遠く離れた台湾だから可能だった組み合わせではなく、西日本の興行形態の特徴だったのである。

それでは台湾で上映される映画はどこからどのように運ばれてきたのだろうか。「台湾映画事業発達史稿」で市川彩は次のように述べている。

(1915-1916年) 当時の島内映画興行は殆んど巡業組織であつて(略) 映画の配給機構も不完全で、各社の九州支社又は代理店より供給を受け、その取引は封切込みにして一箇月又は二箇月を単位とする映画料金を定め、一活売り若しくは無断上映の方法が行はれ、然もその映画たるや九州全部上映後の古物であつた³⁹⁾。

38) 『福岡日日新聞』、1912年9月23日、1919年7月15日。

39) 市川彩、88頁。

この記述から映画が台湾と九州のあいだでやり取りされていたことがわかる。そのことは『女一代』や『松風村雨』のような人気映画が台湾の芳乃亭で上映されたあと、福岡の寿座で上映されていたことから明らかである。また、その九州に映画は関西から供給されていた。たとえば九州福岡の寿座が1919年10月13日に上映した天活の『鬼勘兵衛』は1919年8月に大阪千日前楽天地で上映された映画である。したがって台湾で上映される映画は、大阪や京都、神戸など関西の大都市から、九州の福岡へ下り、九州各地を巡ったあと、門司などの港から台湾に搬送されていたと考えられる。

しかし勘違いしてはならないのは、こうした台湾への映画供給ルートは常に同じではなかったということである。市川のいうように1910年代は確かに、台湾市場は九州の延長線上に位置づけられた。だが、それ以前は日本人や台湾人の個人による不規則な巡回興行のうえに、1908年以降は植民地統治を目的とする政府主導の組織的な映画興行が重ねられ、在台湾の映画館経営者が内地の映画会社と契約し、内地と同様に日活天活の勢力争いが繰り広げられる1910年代とは異なる様相を呈していた。

とくに1920年代の台湾映画市場はそれまでの映画文化を継承しつつも、内地とは違う方向に発展していく。内地では1920年代中頃に日本映画ブームが起これ、日本映画が外国映画に代わって市場を独占する。1927年に1,172館あった映画館のうち外国映画の上映館は39館で3%にすぎず、外国映画と日本映画の両方を上映する混合館が556館で48%、残り49%の577館は日本映画の専門館であった⁴⁰⁾。一方、台湾では京都のマキノや松竹、日活、新興がそれぞれ出張所を設け⁴¹⁾、ユニヴァーサル社やパラマウント社といったアメリカの映画会社も台湾に進出する。また、台湾の映画館のなかには内地の映画会社と契約を結び、映画の全島供給権を獲得するものもあらわれる。たとえば1923年に帝キネと契約した芳乃亭は九州ではなく大阪の帝キネ本社から映画と弁士の供給を受けるとともに、帝キネ映画の全島配給権を獲得して島内配給をはじめ。さらに同じ頃から中国映画の輸入興行もはじまる⁴²⁾。三澤真美恵によれば、1920年代中頃には『孤児救祖記』(1923年)などの中国映画が台湾人によって上海や厦門、南洋などから輸入され人気を博したという⁴³⁾。こうして台湾の映画市場は拡大し、映画供給のルートは九州、関西、関東、大陸と多様化し、台湾の映画供給網はそのローカル色を強めていく。台湾の映画市場が日本の映画供給システムの強い影響下に発展したことは間違いない。しかし台湾は、帝国日本の植民地市場というだけでも、西日本の最南端市場というだけでもない、複雑な歴史を重ねつつ内地とは異なる市場を形成していたのである。

小結

19世紀末、アジアの大都市に渡来した映画装置は20世紀初頭までに各地に市場を形成し、多様な発展を遂げる。とくにシンガポールや上海、香港、マニラなど近代化の進んでいた開港都市では欧州のグロ

40) 「昭和二・三年度日本映画界展望」『日本映画事業総覧 昭和三・四年版』国際映画通信社、1928年、16頁。

41) 市川彩、89頁。

42) 呂訴上は1924年に厦門聯源影片会社が中古の中国映画を南洋経由で輸入し公開したと述べる(呂訴上『台湾電影戯劇史』銀華出版部、1961年、19頁)。

43) 三澤真美恵、47-49頁。

ーバル企業の進出によって映画館の開場ラッシュが起こり、映画市場が飛躍的に拡大する。これに対し、日本では独特な映画供給システムが形作られ、それが欧米のグローバル企業の進出を妨げ、排他的で閉鎖的な市場を生み出す。一方、その日本の統治下に発展した台湾の映画市場は、日本の影響を強く受けることになる。

台湾の映画市場は、日本と似ているようで異なる。とくに草創期は、日本政府が映画を政治的に利用したため、上海などアジアの開港都市だけでなく、日本とも異なる形成過程を辿った。しかしその後、台湾映画市場は日本最南端の映画市場として日本の映画供給網の一部に組み込まれ、西日本市場と類似した様相を呈するようになる。だが、その状態も1920年代後半までには変容し、台湾映画市場の過去を継承しつつ、日本映画と中国映画の混交する台湾特有の映画供給網を築いていくことになる。

20世紀初頭の台湾映画市場の発展過程は、パテ社のアジア進出を契機にダイナミックな変容を遂げた上海やマニラなどのアジアの開港都市とは異なる。またそれはアジアで特殊な市場であった日本映画市場の単純な延長線上にあったわけでもない。台湾の市場は時代とともに変容し、独自の展開を見せていた。今後、こうした台湾映画市場の特性をさらに掘り下げて検証するには、日本だけでなく香港や厦門など周辺地域との交渉を視野に入れながら、台北以外で行われていた巡回および常設興行を明らかにし、台湾全島映画供給網の全容をより具体的に明らかにすることが肝要である。そのためにはまず日本と台湾、そして中国の研究者が互いに協力しあう、トランスナショナルな研究の場が今後ますます重要となる。そしてそれこそが従来の歴史観——抑圧と抵抗の論理——から距離をおいた、新たな歴史像をより明確にアジアのなかに浮かびあがらせることにつながるのだろう。

（本論文は笹川慶子「20世紀初頭のアジア映画市場形成と台湾」『海洋文化国際学術研究会論文集』国立台湾海洋大学海洋文化研究所、2017年12月、113-131頁に加筆・修正を加えたものである。）

