

MPPC による映画供給モデルの構築 1908-1915

笹川慶子

本研究の目的は1900年代から1910年代にアメリカで確立した主な映画供給モデルを検証し、それによって1900年代の供給モデルがハリウッドスタジオ時代の供給モデルにつながる仕組みを先駆的に実践していたことを明らかにすることである。そこで本稿はまず、アメリカで最初に全国規模の供給ネットワークを構築した Motion Picture Patents Company (MPPC)/General Film Company (GFC) の供給モデルを分析する。

MPPC/GFC に関してはこれまで特許による市場独占の側面ばかりが目され、具体的な実践とその産業史的意義については十分に論じられてこなかった¹⁾。本稿は MPPC/GFC がアメリカ映画産業の構造に革命的な変化をもたらしたスタジオを中心とする1910年代後半の産業発展に必要な基盤を築いた組織であることを示すため、MPPC/GFC の供給の側面に光を当て、MPPC/GFC が製作と供給を連動させ全国規模の映画供給ネットワークを構築しつつ標準化を促したことを再評価する。

以下では MPPC/GFC の革新性を理解するため、まずは MPPC がどのような組織であるのか、そして MPPC の供給モデルがどう機能していたのかを検証し、なぜ MPPC が GFC を必要としたのかを考察する。次に GFC の実践を具体的に明らかにすることで、その実践が次世代の供給モデルにつながる未来の仕組みを備えていたことを指摘する。

1 MPPC とは

MPPC は特許技術で利益を生む目的でニュージャージー州法に基づいて

1908年9月8日に設立され、1908年12月18日にニューヨークで創業した会社である²⁾。映画の製作と興行に必要な撮影機や映写機、生フィルムに使う技術の特許保有者が共同でパテントプールを形成し、そのパテントプールを通して、構成員らが特許技術を用いた製品の生産に必要な特許の使用許可を受け、製品を生産、販売および賃貸して特許使用料を集めるライセンス事業を展開した。

創業時の MPPC の構成員はエジソン製造社（エジソン社）、アメリカン・ミュートスコープ&バイオグラフ社（バイオグラフ社）、アメリカ・ヴァイタグラフ社（ヴァイタグラフ社）、ルービン製造社（ルービン社）、エッサネイ映画製造社（エッサネイ社）、セリグ・ポリスコープ社（セリグ社）、カレム社、パテ・フレール社（パテ社）、ジョージ・クライン社（クライン社）である³⁾。またこの9社の承認を受けて、数か月後、ジョルジュ・メリエス製造社（メリエス社）が MPPC への加入を許可される⁴⁾。

MPPC の構成員は大きく4つのグループに分けることができる。第一は特許を MPPC にプールしたグループ、第二はプールされた特許の使用許可を受けライセンス撮影機やライセンス映写機を製造し販売するグループ、そして第三は第二グループから撮影機、コダック社からライセンス生フィルムを購入し、それらを使ってライセンス映画を製作し供給するグループ、最後の第四は外国映画を輸入しライセンス映画として供給するグループである。ただし同じ会社が複数のグループに属する場合もある。

中核となる構成員は MPPC に特許をプールした第一グループである。なかでも最も重要なのがエジソン社だ。エジソン社は電信、電話、蓄音機、映画などの分野で様々な技術を開発したトーマス・A・エジソンがニュージャージー州に設立した会社である⁵⁾。エジソン社は生フィルムと撮影機の製造に必要な技術の特許を MPPC にプールした⁶⁾。

そのエジソン社と MPPC 設立以前に激しい特許権争いを繰り広げていたのがバイオグラフ社である。バイオグラフ社は1895年に設立された眼鏡式装置ミュートスコープを製造するアメリカン・ミュートスコープ社を前身とする⁷⁾。

MPPC には撮影機と映写機の製造に必要な技術をプールした⁸⁾。MPPC はこのバイオグラフ社とエジソン社の和解により結成される⁹⁾。両社は資格株を除く MPPC 株を半分ずつ保有する¹⁰⁾。

映写機の製造に必要な技術の特許はバイオグラフ社とアーマット映画社 (アーマット社)、ヴァイタグラフ社がプールする¹¹⁾。特に重要なのはヴァイタグラフ社である。ヴァイタグラフ社は1897年ニューヨークに設立された大手製作会社で早くからパリやハリウッドなどにも製作拠点を設ける。MPPC の構成員では最も長寿だった会社で、のちに MPPC のルービン社やカレム社らを買収し、ワーナー・ブラザーズに買収される1925年まで存続する¹²⁾。

次の第二グループは MPPC にプールされた特許技術を使ってライセンス装置を製造販売する会社である。構成員以外でも MPPC との契約が成立すれば装置の製造は可能だった。例えば1909年6月時点ではエジソン社やヴァイタグラフ社、パテ社、セリグ社、ルービン社、ジョージ・K・スプア社 (スプア社)、アーマット社、パワー社、ゴーマン社など13社が製造していた¹³⁾。なかでもペンシルバニア州フィラデルフィアの大手中ルービン社は装置の製造販売だけでなく、映画製作と映画館チェーンを大規模に展開し、製作と供給と興行を垂直統合した先駆的な会社の一つである¹⁴⁾。

そして第三グループはライセンス映画を製作する会社である。ライセンス映画とは MPPC の構成員がライセンス撮影機とライセンス生フィルムを使用し製作した映画を指す。このグループにはエジソン社とバイオグラフ社、ヴァイタグラフ社、ルービン社、セリグ社、エッサネイ社、カレム社、パテ社が含まれる。1895年フランスで設立されたパテ社は当時世界最大の映画会社である。1904年ニューヨークに供給会社を設立し、アメリカ進出を果たす¹⁵⁾。MPPC 参加前のパテ社はアメリカ市場の三分の一もしくは二分の一のシェアを占めていたといわれる。MPPC 参加後はアメリカでの映画製作に積極的に取り組み、ニュース映画「パテ・ウィークリー」などを製作する。セリグ社は映写機と撮影機を開発し1896年シカゴに設立された映画製作会社だ¹⁶⁾。クリフハンガーの

手法を巧みに使った連続映画「カスリーンの冒険」(1913年)などを製作する。第三グループのなかでエッサネイ社とカレム社は比較的小規模な会社である。エッサネイ社は1907年シカゴに設立された製作会社で、西部劇の「ブロンコ・ビリー」映画シリーズやチャップリン映画などが人気を博す¹⁷⁾。カレム社は後述するジョージ・クラインらが1907年ニューヨークで設立した製作会社である¹⁸⁾。短編映画を長いあいだ作り続けた。特筆したいのはMPPCの構成員は映画都市ハリウッドと無関係に思われがちだが実は、セリグ社は1909年、ヴァイタグラフ社とカレム社は1911年、バイオグラフ社やルービン社、エッサネイ社らも1910年代中頃までにはその地で映画製作を開始しハリウッドの形成に大いに貢献している点である。

最後の第四グループは欧州から輸入した映画をライセンス映画としてアメリカで供給する会社である。クライン社とメリエス社がここに含まれる。クライン社はもともと1897年にシカゴに設立されたカメラなどを販売する会社だったが、ゴーモン映画など欧州映画の輸入で成功し、供給事業をアメリカとカナダで大規模に展開する。一方、メリエス社はフランスの映画製作者ジョルジュ・メリエスの弟のガストン・メリエスがアメリカで設立した。兄の経営するスター映画社とは別会社である¹⁹⁾。

このようにMPPCは、特許権者とその特許を使用してライセンス装置を製造する会社を中心に、ライセンス装置とライセンス生フィルムを使って映画を製作する会社と欧州から映画を輸入する会社で構成されている。こうしたメンバー構成はMPPCが特許で利益を得るだけの組織ではなく、装置と映画を市場に安定供給する組織でもあったことを示す。アメリカでは1905年頃から映画館が爆発的に増え、映画市場は1908年までに1億ドル規模に成長し、映画がアメリカの重要な産業の一つとなる²⁰⁾。そうした時代においてMPPCは少数の選ばれし会社が共同し特許と映画をプールすることで、急成長する市場の需要に応じ、必要とされたサービスを全国に提供することを目指したといえる。

そもそも特許とは取得しただけでは利益を生むことができない。利益を生む

には特許を誰かに使ってもらい、その使用料を受け取る仕組みが必要である。その仕組みを作ろうとしたのがMPPCである。そしてその仕組みを作る過程で映画の革新的な供給ネットワークが形成された。つまりMPPCとはライセンス事業を目的とする組織であると同時に、同業者が共同で映画を大規模供給する組織でもあったといえる。

2 MPPCの事業内容

では具体的にMPPCの供給モデルはどのように機能していたのか。MPPCの事業内容を生フィルム、装置の製造、映画の製作、外国映画の輸入、供給、興行の側面から明らかにすることで、MPPCの供給モデルを検証する。ここでは主にMPPC/GFCの訴訟記録 *The United States of America, Petitioner, v. Motion Picture Patents Company and Others, Defendants* (1912年)とそれを基にMPPCによる市場独占を論じたラルフ・キャサディの先駆的論文“Monopoly in Motion Picture Production and Distribution: 1908-1915” (1959年)を参照する²¹⁾。

生フィルム

MPPCはアメリカ最大の生フィルム製造会社コダック社と契約し、コダック社にライセンス生フィルムを排他的独占的に製造販売する権利を与える。コダック社の製造する35mm生フィルムはパーフォレーションありとパーフォレーションなしの2種類があり、販売単価は前者が1フットあたり3.25セント、後者が3セントだった²²⁾。

MPPCとコダック社の契約は1909年1月1日から約2年間続く²³⁾。その間コダック社は製造したライセンス生フィルムをMPPCの構成員の製作者（ライセンス製作者）にのみ販売し、それ以外には販売しなかった²⁴⁾。この契約により非MPPCの製作者は生フィルムの入手が困難となり、MPPCは優位な立場で映画製作が可能となる。

コダック社との契約はまた MPPC に大きな利益をもたらす。コダック社はエジソン社を除くライセンス生フィルムの購入者から1フットあたり約0.5セントの特許使用料を徴収し、MPPC に納める²⁵⁾。

装置の製造

MPPC のライセンス付き装置は MPPC にプールされた特許技術の使用を許可された者が製造する。製造許可の受け手は MPPC の構成員とは限らない²⁶⁾。

ライセンス映写機の場合、製造者は技術の特許使用料として1台につき5ドルを MPPC に支払う²⁷⁾。ライセンス映写機は MPPC の審査に合格した興行者(ライセンス興行者)にのみ販売される。映写機の購入者は週2ドルの特許使用料を支払う²⁸⁾。MPPC は製造者同士の価格競争を避けるため、ライセンス映写機の販売価格を1台150ドルに固定する²⁹⁾。

映画の製作

MPPC は創業と同時にメリエス社を除く構成員のすべてにライセンス映画を製作する権利を認める³⁰⁾。前述したようにライセンス映画とはライセンス撮影機とライセンス生フィルムを使って製作した映画を指す。ライセンス映画の製作者は MPPC とライセンス契約を結んだ正規の供給者(ライセンス供給者)とのみ取引し、映画は賃貸のみで販売はしない(ただし輸出は販売可)³¹⁾。賃貸料は映画の内容と無関係に映画の物理的長さでフラットレートで計算し、フラットレートはリリース日から日数が経過するほど低く設定される。MPPC は構成員同士の価格競争を避けるため、フラットレートの下限を以下のように定め、構成員が勝手に変更することを禁じる³²⁾。

| | |
|-----------|--------------------|
| 13セント／フット | 定価 |
| 11セント／フット | 14日以上人気の映画 |
| 9セント／フット | リリース日から2～4か月経過した映画 |

| | |
|----------|--------------------|
| 7セント／フット | リリース日から4～6か月経過した映画 |
| 5セント／フット | リリース日から6か月以上経過した映画 |

外国映画の輸入

MPPCは外国映画を輸入供給する構成員をクライン社とメリエス社に限定し、かつその取扱い量を制限する。例えばクライン社の供給する輸入映画は毎週3000フィート以内に定められ、扱うブランドもフランスのゴーモン社とイギリスのアーバン社の2社に限定された³³⁾。MPPCはアメリカの大手輸入業者を構成員に加え、かつ彼らの取引量を制限することで、外国映画の市場シェアを大幅に下げ、国産映画のシェア拡大を狙ったのである³⁴⁾。

MPPCは輸入した外国映画をライセンス映画としてMPPCとライセンス契約を結んだ正規の供給者に賃貸する。賃貸料は映画の内容とは無関係に映画の物理的長さでフラットレートで計算し、フラットレートはリリース日から日数が経過するほど低く設定される。MPPCは構成員同士の価格競争を避けるため、フラットレートの下限を以下のように定め、構成員が勝手に変更することを禁じる³⁵⁾。

| | |
|-----------|--------------------|
| 13セント／フット | 定価 |
| 11セント／フット | 14日以上人気の映画 |
| 9セント／フット | リリース日から2～4か月経過した映画 |
| 7セント／フット | リリース日から4～6か月経過した映画 |
| 5セント／フット | リリース日から6か月以上経過した映画 |

供給

MPPCはライセンス映画をMPPCとライセンス契約を結んだライセンス供給者を通じて全国に供給する。ライセンス供給者はMPPCの構成員に限定されない。創業時のMPPCは全国約100の供給者とライセンス契約を結んでいた

という³⁶⁾。

MPPCはライセンス供給者が提供するサービスの標準化を試みる。ライセンス供給者はMPPCからライセンス映画を賃貸し、その映画をMPPCの審査に合格したライセンス興行者にのみ再賃貸する³⁷⁾。製作者から供給者への賃貸料と供給者から興行者への再賃貸料はフラットレートで計算する³⁸⁾。供給の終わったライセンス映画はその所有権を持つMPPCの製作者に返す³⁹⁾。ライセンス映画の複製は勝手に作らない⁴⁰⁾。ライセンス供給者が映画を再賃貸する区域は通常、都市単位で定められ、それ以外の区域でも他のライセンス供給者がいなければ供給可能とする⁴¹⁾。

ライセンス供給者はMPPCと毎月最低\$2500ドル以上の取引をしなければならない⁴²⁾。\$2500ドルの取引とはだいたい、ライセンス映画の賃貸料を定価の13セント/フットで計算した場合、月2万フットすなわち20巻の取引である。

ライセンス供給者はMPPCに代わりライセンス興行者からライセンス映写機の特許使用料週2ドルを徴収し、MPPCに納める⁴³⁾。ライセンス供給者はライセンス興行者に映画のリリース日、内容、写真、興行宣伝ノウハウ、ポスターなどの宣材を提供する。MPPCの製作者が定めたりリース日の朝8時より前に映画を供給したライセンス供給者には100ドル以上の罰金を課す⁴⁴⁾。ライセンス供給者は取引先の興行者名をMPPCに報告しなければならない⁴⁵⁾。

MPPCは契約に違反したライセンス供給者との契約を2週間前までに通知し解除することができる⁴⁶⁾。契約に違反する行為とは例えば、ライセンス映画を賃貸以外で供給する、ライセンス映画以外の映画を供給する、MPPCのライセンス映写機を使ってないライセンス興行者や映写機の特許使用料を払っていないライセンス興行者、あるいは非ライセンス興行者と取引する、などである⁴⁷⁾。

興行

興行者がMPPCのライセンス映画を興行するにはMPPCとライセンス契約を結ぶ必要がある(ライセンス興行者)。MPPCは契約を望む興行者を審査し、

合格した興行者とのみ取引する⁴⁸⁾。MPPC と取引する興行者はライセンス映写機を使用しなければならない⁴⁹⁾。ライセンス映写機の販売価格は150ドルで、興行者は週2ドルの特許使用料を支払う⁵⁰⁾。ライセンス興行者は複数のライセンス供給者から同時にサービスを受けてはならない⁵¹⁾。

ライセンス興行者が契約に違反した場合、MPPC は直ちにライセンス供給者にその興行者との取引停止を命じ、興行者とのライセンス契約を解除する⁵²⁾。契約に違反する行為とは例えば、ライセンス映写機を使わない、ライセンス映写機の特許使用料を払わない、ライセンス映画ではない映画を上映する、ライセンス映画を返却せず勝手に売りさばく、ライセンス映画を又貸しする (Bicycling)、などである⁵³⁾。又貸しとはライセンス興行者が契約区域内で同一のライセンス映画を複数の映画館で興行する場合、ライセンス供給者に追加料金を支払う必要があるが、それを払わずに複数の映画館で勝手に興行することを指す。

以上の事業内容から、MPPC が特許で利益を得るだけの会社でないことは明白である。MPPC は映画の製作と興行に必要な技術のライセンスプールを作り、その使用を少数の構成員らに認めることで特許使用料を徴収し利益を得る仕組みを築く。が、それと同時に、複数の製作者と輸入者が共同で映画をプールし、そのプールを通じて映画を全国に安定供給する仕組みも構築したのである。装置と映画の両方を安定的に供給する MPPC のこの仕組みは、小規模な供給者や興行者が激増し市場が1億ドル規模に急成長した時代に適合するモデルだったことは明らかだ。

しかし、こうした先駆的な仕組みが期待どおりに機能していたかどうかは、また別の問題である。MPPC が特許のライセンス事業を展開する過程で、映画の賃貸や流通、料金、区域管理など様々な基準を設定し、全国規模で標準化を推し進めたことは確かだ。だが、だからといって、それが計画どおりに運用されたとは限らない。とりわけ MPPC の供給モデルは大きな利益を生む供給

と興行の従事者がMPPCの構成員ではなく契約者であるがゆえに、契約履行の徹底はそう簡単なことではなかったと考えられる。

MPPCがライセンス供給者とライセンス興行者を管理し損ねていたことはMPPCの会報からもうかがわれる。例えば1909年2月15日発行のライセンス興行者向け会報でMPPCは非ライセンス映画を興行するライセンス興行者やライセンス映画を興行する非ライセンス興行者を見つけたら、すぐにMPPCに報告するよう呼びかけている⁵⁴⁾。また1909年3月3日発行のライセンス供給者向け会報にはMPPCがライセンス供給者に取引のある興行者の情報を提供するように通達している。MPPCはライセンス供給者にライセンス興行者一覧を配布し、その情報の更新を依頼するとともに、一覧にない興行者と取引がある場合、その名前と住所を報告するよう協力を求める⁵⁵⁾。このことからMPPCは自ら調査せず、ライセンス供給者やライセンス興行者からの報告を前提に顧客を管理していたことがわかる。罰則のない報告義務に頼るかぎり、その実践は不徹底にならざるを得ない。

加えて、装置の製造者と映画の製作者は10社程度であるのに対し、ライセンス供給者とライセンス興行者は数が多く、全国に分散し、変動も激しい⁵⁶⁾。それゆえMPPCの供給モデルでは供給と興行の管理の徹底は困難であり、MPPCの構成員が本来享受すべき利益を守ることは難しい。こうした状況において、MPPCがその改善策として1910年4月18日に設立するのが映画供給会社（General Film Company）、通称GFCである。

3 GFCとその供給モデル

GFCはMPPCのライセンス映画を供給する目的で1910年4月に設立された会社である⁵⁷⁾。GFCの理事はMPPCの構成員から1名ずつ選出された⁵⁸⁾。GFCの経営者がMPPCと同じであることから、ライセンス供給者では徹底できなかった契約違反者や不正取引の摘発、特許使用料の徴収、顧客情報の把握などの点で改善や向上が期待できたと考えられる。つまりGFCとは、MPPC

の供給モデルから制御不能な要素を排除することで、MPPCの構成員の利益を守ろうとする組織だったといえる。

GFCは全国規模の映画供給ネットワークを構築し、その標準化を推し進めたアメリカで最初の組織である。ただし全国規模とはいえ、その供給網はアメリカ東海岸側に偏っていた。というのもGFCの供給網は最初、MPPCの構成員のルービン社とクライン社が所有していた供給拠点を買収することで形成されたからだ⁵⁹⁾。ルービン社の供給拠点は主にフィラデルフィア、クライン社はシカゴとニューヨークに集中していた。その後GFCは買収や新設で供給拠点を増やし、1912年1月までに32都市に42支店、1914年7月までに43都市に48支店を開設する⁶⁰⁾。しかし1914年の時点でも拠点の分布はやはり東偏重で、最も多いのはニューヨーク州の7支店、次いでペンシルバニア州の4支店、イリノイ州の3支店と続く。アメリカ以外ではカナダに4支店あった。

GFCは設立後すぐの1910年4月21日にMPPCとライセンス映画の供給契約を結ぶ⁶¹⁾。契約の内容はMPPCの他のライセンス供給者とはほぼ同じである。すなわちGFCはMPPCが審査し認定したライセンス興行者とのみ取引し、MPPCの製作者から賃貸したライセンス映画をライセンス興行者に再賃貸する。製作者からGFCへの賃貸料とGFCから興行者への再賃貸料はフラットレートで計算する。興行の終わったライセンス映画はGFCが回収し、MPPCの製作者に返却する。ライセンス映画の複製は勝手に作らない。ライセンス映画のリリース日は厳守する。非ライセンス映画は扱わない。非ライセンス興行者と取引しない。契約に違反したライセンス興行者との取引は停止する、などである。

GFCの供給モデルで特に注目すべき点は二つある。一つはMPPCの構成員はGFCと同時に他のライセンス供給者と契約したり独自の供給組織を設けたりすることが可能だった点である。例えばパテ社はGFCからの供給を週5本以内に定められていたため、ライセンス供給者のエクレクティク映画社と提携し、連続映画「ポーリンの危難」などパテ社がアメリカで製作した映画や欧

州で製作しアメリカに輸入した映画を供給した⁶²⁾。またパテ社はエクレクティック映画社を買収しパテ・エクステンジ社を設立、その新会社にパテ社が製作した映画に加えてアストラ映画社やアロー映画社、タンハウザー映画社など提携会社の製作した映画をプールし、パテ社の映画として供給する⁶³⁾。パテ社がMPPC/GFCの供給モデルと類似の供給モデルを形成していたことがわかる。MPPCの構成員が設立する長編映画専門の供給会社（VLSEやKESE）もこうしたモデルの延長線上にあったと考えられる⁶⁴⁾。

もう一つの注目点はGFCがライセンス映画の供給で得た利益の一部を製作者に歩合で還元する仕組みを導入していた点である。GFCは年に一度、優先株式と普通株式の配当金を支払ったあとの純利益の一部をライセンス製作者に還元する⁶⁵⁾。還元率はGFCの扱ったライセンス映画全体のフィート数に占める各ライセンス製作者がGFCに貸し出した映画のフィート数で決まる。MPPCの供給モデルでは、成長市場の膨れあがる利益が供給者や興行者に集中し、製作者はその恩恵にあずかることができない。そこでMPPCはGFCを設立し、それによって製作者が供給の利益を歩合で受け取ることができるように変えたのである。この製作者に利益を還元する仕組みはアメリカの映画産業を大きく成長させる重要な仕組みの一つだったと考えられる。

では実際にGFCはライセンス映画をどのように供給していたのだろうか。GFCの供給モデルをより明確に理解するため、GFCネブラスカ州オマハ支店が1911年に使用していた営業カタログを検証する⁶⁶⁾。このカタログは現在、映画芸術科学アカデミーの特別コレクションに保管されている。オマハ支店はネブラスカ州で唯一のGFCの拠点で、オマハ市の繁華街オールドマーケットから1ブロック北に上がった13番通り208番地、ダグラスストリートとの交差点近くにあった。営業員がこのカタログをどう使ったかの記録はない。そのため当時の状況を踏まえて推察する。

カタログにはプログラム映画目録、供給サービス料金表、呼び物映画目録が印刷されている。まずはプログラム映画目録を検証する。カタログの大部分を

占めるこの目録には映画のタイトルが並ぶ。映画は MPPC の構成員の制作したものが圧倒的に多い。ときどきゴーモンやエクリプス、チネスなど欧州から輸入された外国映画も含まれているが、その数はわずかにすぎない。GFC が外国映画の供給本数を絞り、国産映画を中心に供給していたことが確認できる。

プログラム映画目録はすべてリール番号で管理されている。1 頁には18個の連続するリール番号が並び、番号ごとに映画のタイトルやジャンル、長さ、製作会社が記してある（以下のプログラム映画目録参照）。映画は1個のリール番号につき1～3本が紐づけられている。1本の場合、映画の長さは1000フィートもしくはその前後である。映画が2～3本の場合、映画の長さは合計で1000フィート前後になるよう組み合わせられている。例えばカタログのリール番号4256番を見ると、エッサネイ社の『視点』500フィートと『重すぎる手荷物』500フィートの2本のコメディ映画がセットである。大多数の映画は1000フィート前後である。GFC が供給単位を揃え、取引を合理化し効率化しようとしたことが見て取れる⁶⁷⁾。

注目したいのはプログラム映画目録に記された手書きの日付である。日付は各頁の左側の「上映日欄」に書かれている。例えばリール番号4228から4245の頁の上映日欄には「1911年 11/14」とある。そして次のリール番号4246から4263の頁は「11/14」、リール番号4264から4281の頁は「11/21」、リール番号4282から4299の頁は「11/21」と続く。同じ日付が2頁ずつ繰り返されることから、1週間で2頁すなわち36個のリール番号が割り当てられていたことがわかる。各リール番号は約1000フィートに揃えられているので週約36000フィートの映画が提供されていたことになる。

GFC ネブラスカ州オマハ支店の営業カタログ：プログラム映画目録

LIST OF SUBJECTS

DATE SHOWN BY WHOME

11/14

Reel No. 4246

| | |
|---|-----------------------|
| Through Darkened Vales (Drama) | 999 feet |
| Total | 999 feet (Biograph) |
| Reel No. 4247 | |
| The New Superintendent (Drama) | 1000 feet (Selig) |
| Reel No. 4248 | |
| A Newsboy's Luck (Drama) | 1000 feet (Lubin) |
| Reel No. 4249 | |
| The Miser Miner (Comedy Drama) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Melies) |
| Reel No. 4250 | |
| A Western Postmistress (Western Drama) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Pahte) |
| Reel No. 4251 | |
| President Taft in San Francisco (Topical) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Essaney) |
| Reel No. 4252 | |
| The Ghost's Warning (Drama) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Edison) |
| Reel No. 4253 | |
| The Daughter of the Clown (Drama) | 1000 feet (Pahte) |
| Reel No. 4254 | |
| The Fishermaid of Ballydavid (Drama) | 1000 feet (Kalem) |
| Reel No. 4255 | |
| The Little Spy (War Drama) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Vitagraph) |
| Reel No. 4256 | |
| The Point of View (Comedy) | 500 feet |

MPPC による映画供給モデルの構築 1908-1915 (笹川)

| | |
|---|-----------------------|
| Excess Baggage (Comedy) | 500 feet |
| Total | 1000 feet (Essaney) |
| Reel No. 4257 | |
| A Spanish Wooing (Drama) | 1000 feet (Selig) |
| Reel No. 4258 | |
| The Reporter (Drama) | 990 feet (Pahte) |
| Reel No. 4259 | |
| The Reckoning (Drama) | 875 feet |
| A Trip to Saxony (Scenic) | 150 feet |
| Total | 1025 feet (Gaumont) |
| Reel No. 4260 | |
| Viatograph Monthly (Topical) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Vitagraph) |
| Reel No. 4261 | |
| The Cattle Rustler's Father (Western Drama) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Essaney) |
| Reel No. 4262 | |
| A Romance of the Sixties (Drama) | 1000 feet (Lubin) |
| Reel No. 4263 | |
| The Story of the Indian Ledge (Drama) | 1000 feet |
| Total | 1000 feet (Edison) |

ではその36個のリール番号の映画はライセンス興行者にどう届けられていたのか。それを理解する手掛かりとなるのが供給サービス料金表である（以下参照）。「9 reels」と「18 reels」の二つのオプションが用意されている。前者は週に9個のリール番号すなわち約9000フィート、後者は週に18個のリール番号すなわち約18000フィートの映画を借りる契約だと考えられる。供給サービス

料は1週間に取引する映画の長さで決まり、取引量の多い方が割安に設定されている。

供給サービス料は毎週9個または18個を選ぶオプションに加え、供給契約の期間によっても変わる。契約する期間が長いほど割引率は高い。顧客ができるだけ長く契約することを促す仕組みだったといえる。例えば、最も契約期間の長い4～8か月の場合、供給サービス料は週9000フィートで9ドル、週18000フィートで18ドルである。これに対し、最も短い20日未満の場合、料金は週9000フィートで75ドル、週18000フィートで125ドルである。1000フィートの映画を1週間借りる料金は、前者は約1ドルだが、後者はその約8倍に跳ねあがる。このようにGFCの供給モデルは大量かつ長期に契約するほど、賃貸料が低く抑えられるよう設計されているのである。

キャサディによれば、GFCは各支店の裁量を尊重し、各支店がどんな映画を扱うのか、どんなプログラムを提供するのか、賃貸料や割引率はどう設定するのかは自由に決めることができたという⁶⁸⁾。したがってオマハ支店の料金表は、例えばオクラホマ支店のそれとは異なっていた可能性は高い。

しかし、映画の選定や賃貸料、割引率などに違いがあったとしても、供給映画を1000フィート前後の単位で統一し番号で管理し、最早のリリース日と最低賃貸料を揃え、賃貸巻数と契約期間しだいで賃貸料や割引率を決めるという根本的な仕組みと考え方は全店共通だったと考えられる。

GFC ネブラスカ州オマハ支店の営業カタログ：供給サービス料金表

| | | | | |
|-------------------|-----------------|--------|-----------|---------|
| 9 reels per week, | 4 to 8 months, | \$9.00 | 18 reels, | \$18.00 |
| 9 " " " | 3 to 6 " | 13.50 | 18 " | 22.00 |
| 9 " " " | 60 to 150 days, | 18.00 | 18 " | 28.00 |
| 9 " " " | Under 130 " | 22.00 | 18 " | 35.00 |
| 9 " " " | " 120 " | 25.00 | 18 " | 37.00 |
| 9 " " " | " 100 " | 30.00 | 18 " | 45.00 |

MPPC による映画供給モデルの構築 1908-1915 (笹川)

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|----|---|-------|----|---|--------|
| 9 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 90 | 〃 | 35.00 | 18 | 〃 | 50.00 |
| 9 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 60 | 〃 | 40.00 | 18 | 〃 | 60.00 |
| 9 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 45 | 〃 | 45.00 | 18 | 〃 | 75.00 |
| 9 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 30 | 〃 | 54.00 | 18 | 〃 | 90.00 |
| 9 | 〃 | 〃 | 〃 | 〃 | 20 | 〃 | 75.00 | 18 | 〃 | 125.00 |

最後に呼び物映画目録を検証する。この目録はカタログ末尾の10頁で構成され、各頁の情報はすべて同じである。「GFC Special Feature Dept.」の文字の下に49本の映画タイトルとその巻数、製作者、ジャンルが印刷されている（以下参照）。約1000フィートで揃えられたプログラム映画目録とは異なり、49本の映画の長さは統一されておらず、2巻から6巻（約2000～6000フィート）である。最も多いのは3巻の25本、次が5巻の12本、4巻の9本、6巻の2本で、2巻は1本しかない。

「Feature」という言葉は長編映画の意味で使われることが多いが、ここでは呼び物になりうる映画を指すと考えられる。長編の標準的な長さは時代によって異なる。1911年頃の欧州では3巻以上を長編、5～6巻を特別な長編とみなすが、アメリカもほぼ同じとすれば、この目録の2巻の映画は短編、3～4巻は長編、5～6巻は特別な長編に分類できる。つまり、ここでの「Feature」は長編の意味ではない。キャサディによれば、こうした呼び物映画は通常料金とは別の特別料金を請求されたという（例えばエッサネイ社のチャップリン映画は500ドルだった）⁶⁹⁾。

この目録の存在はGFC オマハ支店に呼び物映画を専門とする部門が存在し、リール番号で管理されたプログラム映画とは別の方法で取引していたことを示す。GFCがこの目録を実際にどう使っていたかの記録はないが、映画にリール番号がなく同じ情報の頁が連続することから、おそらく顧客の興行者が呼び物映画を注文する、あるいはGFCの営業員が顧客から注文を受ける際の受注伝票として使われていたと考えられる。受注伝票はGFCの支店で集計され、

GFCの支店は映画ごとに必要な複製の本数をGFC本社に伝える。GFC本社は各支店の伝票を集計しMPPCの製作者に複製の作成を依頼する。作成された複製はGFCの本店経由で支店に届けられ、支店から顧客に供給され、興行が終わったら回収されたのだろう。毎週定額料金を払うことで契約期間内は定量の映画が定期的に供給される仕組みとは異なり、呼び物映画の取引は必要に応じて1本ずつ特別料金を払って注文する方式だったことがわかる。

GFC ネブラスカ州オマハ支店の営業カタログ：呼び物映画目録

General Film Co. Inc.
Special Feature Dept.
OMAHA, NEB.

| NAME OF SUBJECT | Date Used | No. Reels | Mfr. | Description |
|---------------------------|-----------|-----------|-------|-------------|
| Wild Beasts at Large | …… | 2 | Vita | Comedy |
| The Third Degree | | 5 | Lubin | Drama |
| Thor, Lord of the Jungles | | 3 | Selig | Drama |
| The Battle of Shiloh | | 4 | Lubin | War Dr |
| The Lion and the Mouse | | 6 | Lubin | Drama |
| Through Fire to Fortune | | 5 | Lubin | Drama |
| Judith of Bethulia | | 4 | Bio | Biblical |
| The Toll of Labor | | 5 | Pathe | Drama |
| Lost in Mid Ocean | | 3 | Vita | Drama |
| Romany Spy | | 3 | Pathe | Drama |
| A Celebtated Case | | 4 | Kalem | Drama |
| (以下略) | | | | |

このGFCネブラスカ州オマハ支店の営業カタログから、GFCの供給モデル

がより鮮明に見えてくる。GFCの映画取引は通常取引と特別取引に大別される。通常取引は最長8か月のブロックブッキングである。ライセンス映画を合計約1000フィートのユニットに揃えリール番号を付与し、毎週36ユニットを顧客のライセンス興行者に提供する。顧客はそこから契約で定められた数だけ番号を選ぶ。選んだ映画の複製は上映予定日までに顧客に届けられる。複製が届いたら顧客は日替プログラムを組む。興行の終わった複製はGFCが回収し、MPPCの製作者に返却する。顧客の賃貸料は1週間に賃貸する映画のフィート数と契約日数で決定される。割引率は取引量が大いほど契約期間が長いほど高い。一方、特別取引は映画1本ずつのオープンブッキングである。顧客は呼び物映画目録から映画を選ぶ。選んだ映画の複製は上映予定日までに顧客に届けられる。興行の終わった複製はGFCが回収し、MPPCの製作者に返却する。顧客の賃貸料は選んだ映画により異なる。

GFCの供給モデルは客席数200～500程度の小規模な興行者にとって都合の良い仕組みである一方、1000を超える大規模な興行者にとってはメリットが少ない仕組みである。小規模な興行者は客の回転率を上げるため上映映画を毎日入れ替える。よって1巻程度に揃えたユニットをブロックブッキングのフラットレートで取引するGFCの仕組みは日替プログラムを効率的に作れるがゆえに便利だったといえる。対して呼び物映画は収容人数の小さい館では高い賃貸料に見合う興行収入をあげられず、借りてもリクープするのが難しい。一方、大規模な興行者は客の吸引力が強く席料を通常より高く設定できる呼び物映画の方が短編の日替プログラムより大きな利益を生みやすい。しかしGFCには呼び物映画の定期供給の仕組みがなく、選択の幅も狭い。

GFCネブラスカ州オマハ支店の営業カタログが示すように、GFCは長編映画を扱わなかったわけではない。扱っていたが扱い方が消極的かつ例外的だった。アメリカでは1911年頃から劇場の大型化や高級化、チェーン化が進み、長編映画の市場が急成長するが、GFCは長編映画を呼び物映画の一要素としオープンブッキングで個別提供していたため、その市場変化の波に乗れず、新

たな市場での居場所を失ったと考えられる。そしてそれがのちにハリウッドの供給モデルとの比較において否定的に語られることになる。

しかし、ここで重要なのはGFCの供給モデルの不完全さを指摘することではなく、そこで試みられた未来につながる仕組みに光を当てることである。1900年代末の市場状況を見据えて構築されたGFCのモデルは1911年以降急速に対応不能となるものの、プールした映画の共同供給、製作と供給の統合、供給の全国規模展開、取引の標準化とブロック化、歩合制での製作者への利益還元などは未来の供給モデルにつながる実践だったと考えられるのだ（これについては稿を改めて論じる）。

結びにかえて

キャサディはGFC成立後MPPCが一時アメリカの市場を独占したと述べる⁷⁰⁾。だが、MPPC/GFCの供給モデルを見る限り、供給者や興行者が著しく増加し市場が急成長・急拡大する時代にMPPC/GFCがその流動的な市場を独占できたとは到底考えられない。

MPPCの供給モデルはその創業から解散まで同じだったわけではない。急激な市場変化に合わせて変化していた。創業時の供給モデルは市場の圧倒的多数を占めていた小規模な供給者や興行者をターゲットとする仕組みである。映画の興行規模はまだ小さく、収容人数200～500人程度、料金5～10セントの映画館が多く、そのほとんどが短編を複数組み合わせた日替プログラムを興行していた。映画は作れば売れる時代で、装置の製造者と映画の製作者が大きな力を持っていた。MPPCの供給モデルはそうした時代に装置と映画を安定供給するため、装置の製造者と映画の製作者が共同し、市場を制御することを目指す。このMPPCの出現により、アメリカでは映画の供給を規模で展開しつつ標準化を進める時代が幕を開ける。

しかしMPPCの供給モデルはライセンス供給者やライセンス興行者の報告に依拠するがゆえに不徹底にならざるを得ず、期待どおりに市場を制御するに

は新たな仕組みが必要となる。その目的で設立されるのがGFCである。GFCは製作と供給を垂直に統合し、供給事業を標準化し全国規模で展開するとともに、市場の利益を製作者に還元する仕組みを築く。1巻程度に揃えたユニットをブロックブッキングのフラットレートで取引する仕組みは日替プログラムを効率的に組み立てるに便利なサービスだったといえる。

ところがGFCの成立後すぐにアメリカの映画興行は長編映画中心にシフトし、市場構造は大きく変化する。市場はさらなる成長段階に突入するが、長編映画をオープンブッキングで個別供給するGFCの供給モデルでは、その市場の恩恵を享受することが難しい。結果、GFCの供給モデルは急速に衰退していく市場でしか機能できないモデルになってしまう。

しかしだからといってMPPC/GFCの供給モデルハリウッドの供給モデルと切り離し、まったく異なる別のモデルとして考えることはできない。MPPC/GFCの供給モデルはその構成員あるいは構成員以外に活用されることで複数の類似のモデルを生み出し、それらのせめぎ合いのなかで次世代の供給モデルが段階的に準備されていったと考えられるからだ。

重要なのはGFCが市場を独占したか否かよりむしろ、MPPC/GFCの実践がアメリカ映画産業に何をもたらしたかである。MPPC/GFCの供給モデルはアメリカ映画産業のその後の急成長をどう準備したのか。今回はそれをMPPCの内側と外側の両方から探っていく。

注

- 1) 例えばラルフ・キャサディはMPPC/GFCがアメリカ市場を独占したと述べたのに対し、ジーン・T・アレンは主導権を握ったにすぎないと反論した。
- 2) George W. Wickersham, *The United States of America, Petitioner, v. Motion Picture Patents Company and Others, Defendants*, *Making of the Modern Law: Trials, 1600-1926*, 1912, pp. 10-11.
- 3) Wickersham, pp. 7-8, 16.
- 4) Wickersham, pp. 16, 20.
- 5) Charles Musser, *The Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*, *History of*

- the American Cinema* 1, University of California Press, 1990, pp. 55-89.
- 6) Ralph Cassady, Jr., "Monopoly in Motion Picture Production and Distribution: 1908-1915," *Southern California Law Review* 32, no. 4, 1959, reprinted in *The American Movie Industry*, Southern Illinois University Press, 1982, pp. 26-28.
 - 7) Musser, pp. 145-157.
 - 8) Cassady, pp. 26-28.
 - 9) Eileen Bowser, *The Transformation of Cinema: 1907-1915, History of the American Cinema* 2, University of California Press, 1990, p. 29.
 - 10) Wickersham, p. 12.
 - 11) Cassady, pp. 26-28. アーマット社はエジソン社の映写機ヴァイタスコープの製造会社。
 - 12) Anthony Slide and Alan Gevinson, *The Big V: A History of the Vitagraph Company, a new and revised edition*, Scarecrow Press, 1987, pp. 11, 66, 71, 122.
 - 13) *Motion Picture Patents Company Exchange Bulletin*, no. 9, Motion Picture Patents Company, June 21, 1909, n.pag. スプア社はエッサネイ社の社長ジョージ・K・スプアが経営していた映写機の製造会社。
 - 14) Joseph P. Eckhardt, *The King of the Movies: Film Pioneer Siegmund Lubin*, Associated University Presses, 1997, pp. 15-93.
 - 15) Richard L. Ward, *When the Cock Crows: A History of the Pathé Exchange*, Southern Illinois University Press, 2016, pp. 4-15.
 - 16) Anthony Slide, *Early American Cinema*, Scarecrow Press, 1994, pp. 26-30. Bowser, p. 209.
 - 17) Slide, pp. 22-26.
 - 18) Slide, pp. 31-38.
 - 19) Wickersham, p. 20. Bowser, p. 30.
 - 20) Wickersham, p. 7.
 - 21) George W. Wickersham, *The United States of America, Petitioner, v. Motion Picture Patents Company and Others, Defendants*, Making of the Modern Law: Trials, 1600-1926, 1912. Ralph Cassady, Jr., "Monopoly in Motion Picture Production and Distribution: 1908-1915," *Southern California Law Review* 32, no. 4, 1959, reprinted in *The American Movie Industry*, Southern Illinois University Press, 1982, pp. 25-68.
 - 22) Cassady, p. 29.
 - 23) Bowser, p. 31.
 - 24) Wickersham, p. 17. Cassady, p. 29. ただし35 mm 以外の生フィルムは契約対象外とされた。
 - 25) Wickersham, p. 17.
 - 26) *Motion Picture Patents Company Exchange Bulletin*, no. 9, Motion Picture Patents

MPPCによる映画供給モデルの構築 1908-1915（笹川）

- Company, June 21, 1909, n.pag. MPPCの構成員はヴァイタグラフ社やエジソン社、ルービン社、パテ社、セリグ社、構成員以外ではアーマット社やパワー社、ゴーモン社などが製造していた。
- 27) Wickersham, p. 19. 特許使用料5ドルのうち1ドルはヴァイタグラフ社に支払われた。
- 28) *Motion Picture Patents Company Exchange Bulletin*, no.1, Motion Picture Patents Company, February 26, 1909, n.pag. Wickersham, p. 17.
- 29) Cassady, p. 33.
- 30) Wickersham, p. 16.
- 31) Wickersham, pp. 17-19.
- 32) Wickersham, pp. 63-65.
- 33) Wickersham, p. 20. メリエス社も輸入映画の供給量を週1000フィート以内に制限された。
- 34) Bowser, p. 23.
- 35) Wickersham, pp. 63-65.
- 36) Wickersham, p. 21.
- 37) Wickersham, p. 22.
- 38) Wickersham, pp. 62-63.
- 39) Wickersham, p. 23.
- 40) Wickersham, p. 62.
- 41) Cassady, p. 34.
- 42) Cassady, p. 34.
- 43) Wickersham, p. 17.
- 44) *Motion Picture Patents Company Exchange Bulletin*, no.2, Motion Picture Patents Company, March 3, 1909, n.pag.
- 45) Wickersham, p. 22.
- 46) Wickersham, p. 23.
- 47) Cassady, pp. 33-35.
- 48) *Motion Picture Patents Company Exchange Bulletin*, no.1, Motion Picture Patents Company, February 26, 1909, n.pag.
- 49) Wickersham, p. 24.
- 50) Cassady, pp. 33, 36.
- 51) Wickersham, p. 24.
- 52) Wickersham, pp. 24-25.
- 53) Cassady, pp. 36-37.
- 54) *Motion Picture Patents Company Exhibitor Bulletin*, no.1, Motion Picture Patents Company, February 15, 1909, n.pag. 『MPPC 興行者向け会報』は1909年2月15日創刊,

ライセンス契約を結んだ興行者に配布された。

- 55) *Motion Picture Patents Company Exchange Bulletin*, no.2, Motion Picture Patents Company, March 3, 1909, n.pag. 『MPPC 供給者向け会報』は1909年2月26日創刊、ライセンス契約を結んだ供給者に配布された。
- 56) 1908年までに供給者の数は125~130、興行者は6000以上にまで膨れあがる (Wickersham, p. 7)。
- 57) Wickersham, p. 27.
- 58) Wickersham, p. 28.
- 59) Cassady, p. 46.
- 60) Cassady, p. 47. "General Film Co.: List of Branches," *Motion Picture News*, July 4, 1914, pp. 16-17. 例えばニューヨークで映画供給会社を運営していたウィリアム・フォックスのように、GFCの買収に応じないライセンス供給者は契約を解除されることもあった (Bower, p. 82)。
- 61) Wickersham, pp. 31-35. Cassady, pp. 41-43.
- 62) Ward, pp. 10-15.
- 63) Ward, pp. 15-32.
- 64) VLSEはヴァイタグラフ社、ルービン社、セリグ社、エッサネイ社、KESEはクライン社、エジソン社、セリグ社、エッサネイ社が長編映画をプールし共同供給するために設立した会社である (Slide, p. 30)。
- 65) Wickersham, p. 35.
- 66) *General Film Company*, Motion Picture Patents Company and General Film Company Collection, Margaret Herrick Library, Academy of Motion Picture Arts and Sciences.
- 67) 例えばヴァイタグラフ社の製作した映画はGFC設立の前と後で大きく変わる。1909年は総本数173本の映画のうち900~1000フィート以上の映画は34本しかなく、ほかは900フィートに満たない多様な長さの映画である。これに対し1911年は総本数204本のうち900~1000フィート以上の映画が193本と全体の94%を占め、そのほとんどが1000フィートぴったりの映画である。
- 68) Cassady, pp. 47-48.
- 69) Cassady, p. 44.
- 70) Cassady, pp. 48-49.