

## 東洋汽船の映画ビジネス

笹川 慶子

日本映画史研究では、大正末期に大正活映（大正活動写真株式会社を改称）という映画会社が存在し、そこに谷崎潤一郎が参加して、『アマチュア倶楽部』という革新的な映画を作ったことはよく知られている。だが、その大正活映の前に「東洋フィルム会社」という会社があったこと、そしてその会社の出資者が東洋汽船であったこと、さらに、その会社が、香港とサンフランシスコで映画ビジネスをしていたベンジャミン・プロツキーというアメリカのロシア移民を雇い、日本映画を作っていたことは、ほとんど知られていない。

東洋フィルム会社の存在が世界の映画研究者に注目されるのは、2009年、香港フィルムアーカイヴが主催した国際シンポジウム『中国早期電影歴史再探』からである。香港や台湾、アメリカなどの研究者が集まり、それぞれプロツキー研究の成果を発表した。そのときプロツキーが、かつて働いていた東洋フィルム会社にも光りが当てられた。

この香港会議が意義深いのは、複数の国をまたいで活躍する人物や会社を研究する場合、トランスナショナルなアプローチが有効であることを示した点である。たとえば、アメリカや香港、日本で活躍したプロツキーの活動は、一つの国だけ調べても、その全体像は見えない。とはいえ、ひとりの研究者が複数の言語を習得するには時間がかかる。そこで、それぞれの地域の研究者がプロツキーの情報を集め、交換し、全体像を浮かび上がらせるという方法が採られた。それにより研究は飛躍的に前進する。特別な費用をかけずとも、地球の裏側と瞬時に情報を交換できるネット時代の恩恵を生かした研究方法である。

しかし、この方法にも限界はある。なぜなら、どんなにアクセスが便利になっても、資料そのものがなければ、それで終わり、だからである。東洋フィルム会社も、そのひとつである。日本のプロツキー研究者・岡田正子によれば、東洋フィルム会社の情報は、まるで意図的に消されたのではないかと思うほどに少ない、という。したがって、その活動を実証的に跡づけるのは、たとえどんな研究方法を用いたとしても、非常に難しい。

しかし、そのわずかに残された資料をもとに、なんとか、この東洋フィルム会社の歴史的意義をこれまでと違う側面から明らかにしたい、というのが本発表の主旨である。そこで今回は、東洋フィルム会社の製作した映画『Beautiful Japan』（1917-18年製作）をとりあげ、なぜ汽船会社が映画事業に進出したのかを明らかにする。それによって近代日本の映画産業を、映画史の枠を越えたグローバルな交渉

のなかで捉え直す。

東洋フィルム会社とは、東洋汽船の出資によって、1917年、横浜市の山下町31番地に設立された映画会社である。社長は東洋汽船社長・浅野総一郎の次男、浅野良三である。良三は、未来の社長たるべく、アメリカのハーバード大学で教育を受け、1912年に卒業後すぐに東洋汽船に入社し、その約5年後に東洋フィルム会社の社長に就任する。

その良三の書いた一枚の招喚状を手に1917年、横浜の港に降り立つのがベンジャミン・ブロツキーである。ブロツキーは当時、香港に映画会社(1912-18年)を経営しており、袁世凱の息子たちや紫禁城など貴重な中国の映像を映画『A Trip Through China (経過中国)』(1912-15年製作)に残している。映画はロサンゼルスやニューヨークなどアメリカ各地で公開され、批評的に大成功をおさめた。ブロツキーが東洋フィルム会社の総支配人に抜擢されたのは、そのキャリアを買われてのことであろう。

東洋フィルム会社の撮影所は山下町71番地に開所された。必要な機材はハリウッドで調達され、東洋汽船の船でサンフランシスコから横浜に運ばれた。俳優や監督もハリウッドでスカウトし、横浜に連れてきた。のちに大正活映で活躍する栗原トーマスも、このときハリウッドでスカウトされ、1918年4月に横浜に到着する。

このように先行研究により東洋フィルムの概要は少し明らかになったが、ここで疑問なのは、なぜ汽船会社が1917年に、いきなり映画会社を作り出すのかである。当時、日本には、日活と天活という二つの大きな映画会社があり、市場を独占していた。そのため新しい会社の参入はたいへん難しかったはずである。にもかかわらず、なぜ設立したのか。

その謎を解く鍵となるのが、この会社が設立と同時に作り出す映画『Beautiful Japan』である。それは日本の名所・名跡を紹介する映画であった。フィルムは全部で9巻あり、現在、ワシントンD.C.のSmithsonian National Museum of Natural Historyに保管されている。もと駐日大使、ローランド・モリスの遺族が寄贈した。

東洋汽船が1917年に日本の名所紹介映画を製作した理由は、いろいろ推察可能である。第一次世界大戦の勃発で、東洋汽船の利用客が減り、その対策として映画を宣伝に利用したのかもしれない。あるいは逆に、戦争景気でもうかりすぎて、アメリカ帰りの若い息子が道楽で始めたとも、事業拡張のための異業種進出だったとも考えられる。あるいは、もっと大きな使命感から、欧米で高まる黄禍論を和らげようと日本のよさを宣伝したかったのかもしれない。

1919年2月16日付の朝日新聞を見ると、第一次世界大戦中、東洋汽船が太平洋航路を独占し、アメリカの汽船会社の挑戦に「負けじと」頑張っていたことがわかる。この辺りの事情を確認すると、アメリカでは1915年に新海員法が成立し、これによりアメリカの汽船会社は太平洋航路の維持が困難となり、太平洋から撤退する。東洋汽船は、そういったアメリカの会社から船を買収し、太平洋航路に就航、太

平洋の海を独占することになる。ところが1916年、アメリカの汽船会社が復活し、新しい船を大量に投入して、日本の独占を崩そうとする。これは東洋汽船にとって大変な脅威であったといえよう。こういった状況において東洋汽船は、太平洋航路で今後、激しくなるであろう日米競争に備え、その利用客の増加を目指して宣伝映画を制作した、と考えることも可能である。

しかし、東洋汽船の1918年度収支報告書を見ると、多少の利益減とはいえ、立派な黒字であることがわかる。ゆえに、まだその脅威は、さほど大きくはなかったとも考えられる。したがって脅威よりはむしろ、ほかに理由があったと考える方が自然であろう。たとえば、当時、新しいサービスとして人気だった船内上映のために、日本の観光紹介映画を制作したと考えることもできる。東洋汽船の船に上映設備があったかどうかは不明だが、映画は映写機とフィルム、そして白い壁さえあれば、どこでも上映は可能である。映画上映設備つき豪華客船が北米で初めて売りに出されたのが1914年であることから、当時すでに船内上映が長い船旅を楽しむための人気サービスであったことは確かである。

しかし、さらに調べていくと、どうやら、この映画は一企業の利益のためだけに作られたものではないこともわかってきた。実はこの映画は、東洋汽船や東洋フィルム会社の企画ではなく、外部からの依頼で製作されていたのである。依頼主は、ジャパン・ツーリスト・ビューロー。1912年に設立された社団法人で、外国人観光客の誘致と斡旋を行う、半官半民の組織である。設立の中心人物は鉄道院の木下淑夫。鉄道院のほかに、鉄道会社や汽船会社、ホテル、劇場、デパートなどが参画している。

この顔触れから、すぐに連想される人物がいる。渋沢栄一である。このビューローには貴賓会の中核メンバーも参加していた。貴賓会とは、1893年、渋沢らが発起人となって設立した、民間の外客斡旋組織である。日本を訪れる身分の高い客をもてなし、観光の便宜を計ることで、日本の貿易発達の一助となることを目指した。この貴賓会の精神はその後、その中核メンバーを介して、ビューローに引き継がれる。貴賓会のほかにもビューローには、帝国劇場、帝国ホテル、日本郵船など、渋沢のからんだ企業が多く参加している。東洋汽船も、そのひとつである。そして浅野は東洋汽船だけでなく、盤城炭礦株式会社内郷堅坑や浅野セメント合資会社、帝国ホテル、帝国劇場など、多くの事業で渋沢と行動をとりにしていた。

このように『Beautiful Japan』とは、渋沢を中心とする貴賓会の活動を引き継いだ、社団法人ジャパン・ツーリスト・ビューローの依頼を受けて、外客斡旋・誘致の宣伝のために、浅野の設立した東洋フィルム会社が製作した映画でもあったことがわかる。

こうした製作背景ゆえに『Beautiful Japan』には複数の視点が雑居することになる。ひとつはビューローの視点。そして貴賓会の視点。さらには、鉄道院や浅野などビューローの構成員の視点。最後は、映画を撮影したプロツキーの視点である。

『Beautiful Japan』の場面を分析すると、その多くは、ビューローが1914年に出版した英文の案内書『An Official Guide to Eastern Asia』に掲載された名所と重なっていることがわかる。この案内書

は、アジアに住む富裕層やエリート層の欧米人、あるいは旅が大衆化した時代に、あえて特権的な旅を求めてアジアにくるような欧米人、そして、国内外に住む富裕層やエリート層の日本人に向けて作られている。

しかし、この映画には、ビューローの案内書にはないが、貴賓会の要綱と一致する場面——美術工芸や学校、製造工場など——も紹介されている。さらに、鉄道院や高島屋デパートなどビューローの構成員と関係する場面も含まれている。とくに場面数が多く、もっとも印象的に語られているのが、浅野セメント工場や浅野造船所など浅野総一郎の事業である。また、豊干しや労働する子供たちなど、20世紀初頭のオリエンタリズム的感性を満足させたであろう日本人の生活や風習——ブロッキーが中国で製作した映画『A Trip Through China』とも通底する撮り方で——も紹介されている。

このように『Beautiful Japan』は、貴賓会から続く民間外交の歴史を引き継ぎつつ、海運が世界中を結びつけ、より多くの人々が世界を旅して歩くようになった時代において、日本の観光業を世界に接続しようとする政府と企業家の、さまざまな思惑が折り重なって製作された映画であったことがわかる。

しかし、依然として疑問が残るのは、ではなぜビューローはその映画をビューローの設立後すぐではなく、5年もたった1917年に製作しようとしたのかである。その理由は、ひとつの会社、ひとつの組織の中だけで考えても見えてこない。もっと大きな文脈において考える必要がある。

そのひとつとして考えられるのが、大隈重信内閣の外客誘致政策である。1916年、大隈内閣は、大戦後の不況を見込み、外貨獲得手段として、経済調査会に外客誘致にかんする調査を要求する。調査会が提出した外客誘致政策案は、可決され、ビューローの活動は国が援助することになる。だが、その政策は内閣の解散により、実行されずに終わる。しかし、その後も政府内には、そういった政策の必要性が認識されつづけ、1919年、再度、政策が提案、採択されて、実行に移される。

この外客誘致政策の提案から採択実行までの3年間に、浅野が何をしていたか確認すると、1916年はまず、神戸のオリエンタル・ホテルを買収し、1917年に東洋フィルム会社を開設、そして1919年には『Beautiful Japan』をアメリカに配給しようと試みていることがわかる。つまり、浅野の動きは外客誘致政策をめぐる政府の動きと確実に連動していたのである。

したがって『Beautiful Japan』という映画は、金あまり企業の道楽でも、汽船会社の異業種進出でもなく、官民ともに志す外客誘致策の一環として、当時、日本経済の中核をなす財閥のひとつが、「国家的な使命感」において、実践した外客誘致の一手段であったといえる。東洋フィルム会社が、当時としては巨額の資本を投じ、2年間という異例の製作期間をかけ、鉄道院までが撮影に協力し、高価な撮影機材をわざわざアメリカから購入して、新しいスタジオまで建てて、賃金の高いアメリカからわざわざ俳優や監督を招いて映画を撮影する、という従来の映画会社とは一線を画す事業を展開していたのは、こういった背景があったからなのである。

そして、この国家的意識のもとで実践された外客誘致策が、アメリカを標的にしていたことは確かである。もちろん、日本に避暑にくるアジア在住の西洋人を狙ったとも考えられるが、それについては今後さらに調べていく必要がある。しかし、いずれにせよ最重要ターゲットがアメリカであったことには変わりはない。では、なぜアメリカだったのか。この点に関しては、大隈重信、渋沢栄一、そしてハリウッドの観点から改めて述べることにしよう。

松浦章は論文「浅野回漕店から東洋汽船会社へ」において、東洋汽船がアメリカの汽船会社に一社で立ち向かったと述べている。映画事業においても浅野は、たった一社で、あの巨大なハリウッドに立ち向かうとしていたのかもしれない。当時の日本とアメリカの映画産業の差を考えれば、それは、無智蒙昧とあざ笑えるほど、自己認識の甘い、野望にすぎない。だが、どんなに遠い道のりでも、いかに無謀な望みでも、とにかく「国のため」と称して、一步踏み出す強さが、浅野にはある。そしてその挑戦の遺産が、その後の日本映画産業を革新する重要な流れをかたち作っていくがゆえに、東洋汽船の映画ビジネスは、近代日本の映画産業史にとって非常に重要な意義をもつといえるのではないだろうか。