

# グローバル映画配給と中国, 1896-1914 ——上海を事例として

笹川慶子

## 1 緒言

20世紀初頭、アメリカ商務省（旧アメリカ商務労働省）がアジアのなかで最も注目した映画市場は中国である。商務省の報告『デイリー・コンシューラー・アンド・トレード・レポート』1911年8月22日号の記事「映画の海外貿易」には、マルタ島、トルコ、オーストリア、ガテマラ、カナダと並んで中国に関する報告が掲載されている。中国は、多様なアジアの国や地域を「アジア」という集合的なイメージでしか捉えてこなかったアメリカ商務省が、初めて固有名詞をあげて調査した国であった。

しかし、なぜアメリカの関心は真っ先に中国に向かったのだろうか。なぜ当時アジア最大の映画輸入国であった日本でもなければ、欧米映画のアジア配給拠点として機能していたシンガポールでも、また米西戦争後にアメリカが植民地支配していたフィリピンでもなく、中国だったのか。アジア、とくに中国とはアメリカにとってどのような存在であったのか。アメリカの関心が中国に向かうことで、中国の映画市場はどう変容したのだろうか。

本論文の目的は、アメリカの対中国意識を通じて、20世紀初頭の中国映画市場を世界に位置づけるとともに、中国映画市場がグローバル化しローカル化する複雑な過程のダイナミズムを捉えることにある。そのためにまずは20世紀初頭のアジアに映画がどのように伝播し、市場がどう形成されたのかを明らかにする。そしてその新たに形成されたアジア映画市場にアメリカ映画を位置づける。次に、アメリカがアジアおよび中国の映画市場を、いつ、どのように意識

するのかをアメリカ商務省の史料を用いて分析する。最後は、上海の事例を通じて、グローバル化とローカル化の相互作用により変容する中国映画市場を浮かびあがらせ、アメリカにとって中国市場とはどのような市場であったのかを考察する。

本研究はアメリカと中国の双方向から20世紀初頭の中国映画市場を包括的に調査分析する。アメリカに関する主な史料は、*Daily Consular and Trade Reports* などアメリカ合衆国商務労働省（1903-1913年）およびアメリカ合衆国商務省（1913年-）の日刊である。中国に関しては、上海でとくに大きな影響力があったとされる英語新聞 *North China Herald and Supreme Court & Consular Gazette*（1870-1941年、中国名『北華捷報』）と中国語新聞『申報』（1872-1949年）を用いる。

## 2 20世紀初頭のアジア映画市場とパテ社

映画装置は、19世紀末、科学技術の発達した欧米の国々で開発され、遅くとも1896年にはアジアに伝播する。映画は最初、アメリカ、フランス、イギリスなど経済力や技術力のある国において産業として発展した。それらの国で製作された映画は、国内で興行され消費されるだけでなく、国境を越えて貿易相手国にも広まっていった。アジア各地で公開される映画のほとんどは当時、欧州から運ばれてきた。運搬には主にロンドンやマルセイユなどの港から地中海を通して、スエズ運河、インド洋、南シナ海、東シナ海へと航海するアジア欧州航路の船が使われた。アジアにおける映画の伝播には、その地において植民地ビジネスを積極的に展開していたイギリスやフランスが大きな役割を果たしていた。

世界の映画流通網は最初、世界最強の海運力を誇っていたイギリスを中心に形成される。イギリス経済学者エドガー・クラモンドの『英国海運業』*The British Shipping Industry*（1917年）によれば、1913年のイギリス船の積載量は、アメリカで42.1%、アジアで43.5%、アフリカで40.6%、オーストラリアで68.3%を占め、世界の海上運送のおよそ半分をイギリスが占めていたという。とり

わけ遠隔地ほどイギリス海運業のシェアは高く、1913年にスエズ運河を通過した船の60.2%はイギリス船であった。イギリスのアジア貿易の要はインドにあり、イギリス製品のアジア最大の取引先は日本であった。映画は、このイギリス中心の流通システムを介して、アメリカやフランス、イタリア、デンマークなど欧米各地からロンドンに集められ、そこで取引されて、インドやシンガポール、ハノイ、香港、上海、マニラなど欧米の植民地や半植民地、横浜などアジアの大きな開港都市に運ばれた。

この流通システムに依拠して、グローバルな映画配給を世界に先駆けて実現するのがフランスのパテ・フレール社である。パテ社はもともとフォノグラフを主力商品とし、映画はキネトスコープやマルチクロス式映写機などを少々扱っていたにすぎない。だが、1900年にマルチクロス式映写機の製造会社と提携。ピエール＝ヴィクトール・コンタンズーザら技術者や、フェルディナン・ゼツカから製作スタッフの協力のもと、映画装置と映画の量産体制を整える。そして1902年に世界映画取引の中心地であったロンドンに進出し、そこから世界各地に映画を供給しはじめる。さらに1906年末から1907年にかけて思い切った増資を行い、ニューヨークやベルリン、ミラノ、モスクワなど欧米の大都市はもちろん、オセアニア、アフリカ、アジアなどの遠隔地にも、パテ社の支店や代理店を開き、地球全体に映画供給網を拡大していったのである。

この国境を越えた巨大なネットワークにより、パテ社の企業基盤は増強され、その市場競争力はさらに高まる。演劇とは異なり、映画は複製が可能である。需要に応じて複製すればするほど利益は増える。パテ社のように映画を国内だけでなく海外にも配給することができれば、利益は増え、製作費は潤沢となる。ひいては、よりよいものをより安く提供することが可能となる。実際、1905年に179本だったパテ社の映画製作本数は、1906年は238本、1907年は348本、1908年は583本というように1906年以降に急増する<sup>1)</sup>。しかも、1907年のパテ社総収入の59.6%は海外収入であった。また、1905年から1906年の収入の内訳は、映画が4,934.9フラン、蓄音機が5,729.5フランであったのに対し、1906年から1907年は、映画が12,162.1フラン、蓄音機が5,815.1フランと、映画での収入

が著しく伸びている。パテ社が映画の販売価格を当時標準の1フィート当たり6ペンスから4ペンスに値下げしたのもこの頃である。パテ社が、映画を大量に生産し、安く早く世界に配給する体制を整えることで市場を独占していったことがわかる。

アジアに初めて進出した欧米の映画会社は、このパテ社である。最初の代理店は、東西貿易の中継拠点であり、イギリス植民地ビジネスの重要な港シンガポールに置かれた。1906年7月、パテ社はまず代理人のフェレメンをシンガポールに派遣し、ラッフルズ・ホテルを拠点にパテ社の装置と映画を販売させる<sup>2)</sup>。翌1907年8月には、フェルナン・ドレフュスにパテ社極東代理人を委任し、シンガポール総代理店をスタンフォード・ロード19番地に開業する。ドレフュスは、シンガポール随一の豪華劇場アルハンブラを買収し、ロンドン直送の最新映画を次々と上映。こうしてシンガポールにはアジア各地から映画のバイヤーが集まるようになる。

シンガポール総代理店を拠点としてパテ社は、ペナンやマラッカ、ベトナム、インドネシア、タイ、フィリピンなどにネットワークを広げていく。例えばフィリピンの場合、1909年5月にシンガポール総代理店のドレフュスが現地の代理人探しをはじめ、同月中にエスコルタ通り100番地の輸入貿易商C・アルカンを代理人とする<sup>3)</sup>。代理人となったアルカンはまず、アメリカ人の経営するオルフェウム劇場など、中流階級以上の在留外国人とフィリピン人富裕層が通う高級ヴォードヴィル劇場と映画の供給契約を結ぶ。そしてそのオルフェウム劇場をアメリカ人興行師A・W・バート・イエースレイが買収し、1909年8月に再開したマニラ初の映画専門館であるエンパイア劇場にも映画を供給する。その後マニラには、わずか2年ほどで10館を超える映画館が乱立する。パテ社のマニラ進出が、より安定的で、より豊富な映画配給を可能にし、それが市場を刺激して映画館の開場ラッシュにつながったと考えられる。このようにしてパテ社は、まだ隙間だらけとはいえ、アジアの主要都市、とりわけ植民地ビジネスの盛んな開港都市に映画配給のネットワークを張り巡らせていったのである。

ところで、パテ社のアジア進出は、アジアの映画産業をどのように変えたのであろうか。アジアではパテ社の進出以前から映画は様々な方法で興行されていた。例えば、「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」など欧米人による巡回興行がある一方、吉沢商店巡業隊や渡辺治水、田中盛之助といったアジア人による巡回興行もあった。また、稲畑勝太郎や梅屋庄吉、河浦謙一のように地元事業家が自主あるいは代理人経由で輸入し興行することもあった。さらに、長崎から香港経由でシンガポールに移住した播磨勝太郎や、アメリカからマニラに移住したバート・イエスレイ、スペインからマニラ経由で上海に移住したアントニオ・ラモスといった移民たちが、自前の映画館あるいは興行場を借りて、独自に入手した映画を興行していたのである。

パテ社は、こうしたアジアのローカルな市場を次々とグローバルな映画配給網に接続する。パテ・カラーと呼ばれたカラー映画など目新しい映画を製作し、市場平均価格より安く装置や映画を販売および賃貸し、現地の豪華劇場を直営するなど、その画期的な戦略により世界映画市場で最初の覇者となる。パテ社はまた、自社ブランドの豊富な映画在庫に加えて、フランスのラックス社やデンマークのノルディスク社、イギリスのヘップワース社、アメリカのエジソン社など劇場の求めに応じて他社の映画も供給する。主要な映画生産国の映画を一手に扱う世界規模の配給会社としても機能していたのである。その広範なパテ社のネットワークが欧州からアジアに及び、それがアジア映画産業の拡大発展に寄与したことは明らかである。1907年から1911年にかけて、アジア各地で映画館の開場ラッシュが起こるが、それはパテ社の提供する、より豊富で、より迅速で、より安い映画のレンタルシステムにアジアが接続されたことと無関係ではないのである。

では、こうした欧州グローバル企業との交渉がはじまった20世紀初頭のアジアにおいて、アメリカ映画とはどのような存在だったのだろうか。アジアでアメリカ映画は、地域差があるとはいえ、映画史の草創期からすでに上映されていた。最初は、エジソン社などモーション・ピクチャー・パテント・カンパニ

— *Motion Picture Patents Company* (略称 MPPC) の映画が頻繁に上映されている。しかし、アメリカ映画を欧州映画と比べると、その上映率は低い。例えば、日本映画史家の田中純一郎は、1896年から1914年頃までの日本で興行された映画の「七〇パーセント以上」は、フランスのパテ社やフィルム・ダール社、イタリアのアムプロジオ社やイタラ社、ドイツのビオスコープ社、デンマークのノルディスク社など欧州の文芸映画や史劇映画であり、アメリカ映画は「わずかに一、二巻物の舞台喜劇か、自動車活劇のようなものが時々輸入されるに過ぎなかった」と述べている<sup>4)</sup>。

加えて、アジアで上映されるアメリカ映画の多くは、1～2年もしくは3年以上古い、つまり安い、中古映画がほとんどであった。しかも、映画はアメリカ企業ではなく、パテ社など欧州企業が供給していた。そのためアメリカ映画がアメリカ映画として認識されていなかった可能性も高い。古い中古フィルムは表面が擦り切れ、それが映し出す映像は傷だらけで不鮮明となるが、アジアで上映されるアメリカ映画のほとんどが、そういった映画であった。それが欧州映画との比較において魅力にかけていたであろうことは想像に難くない。

このような欧高米低の市場状況——欧州映画の優勢とアメリカ映画の劣勢——は、程度の差こそあれ、アジア全体に共通する現象である。そこには装置の利便性や作品の魅力など様々な要因が重なっていたと考えられるが、とくに重要なのは、当時の映画流通システム、すなわち映画が世界をどう流れていたかである。

1910年代初頭まで、アメリカの映画産業はニューヨークなど東海岸に集中していた。エジソン社を中心とするMPPCが設立されたのもニューヨークである。それゆえアメリカ映画の海外市場開拓はまず、地理的、経済的、文化的にリスクの少ない欧州へ向かう。そこからオセアニアやアジア、アフリカへと配給網を広げていった。したがってアジアに到達するアメリカ映画の多くは、アメリカ東海岸から大西洋を渡り、欧州を経由してアジアに船で運ばれてきた。そのため運送費が余計にかかるアメリカ映画は、欧州映画より割高とならざるをえず、内容に比べて値の張るアメリカ映画は、資本の乏しいアジアの興行者にと

って魅力に欠ける商品であったと考えられる。より安い中古の、より状態の悪い短編のアメリカ映画ばかりがアジア市場で出回っていたのは、こうした流通事情がその背後にあったのである。

一方、世界に先駆けてシンガポールなどアジア各地に代理店を開業したパテ社は、アジアにいながらロンドンにいるかのように映画を入手する術をアジアの興行者に提供する。パテ社によってアジアの興行者は、これまでより早く、安く、魅力的な映画を安定的に確保できるようになり、それが映画常設館の開場ラッシュにつながったと考えられる。つまり、パテ社がアジア市場を独占的に支配できたのは、大量生産体制と安価なレンタルシステム、および、そのグローバルな配給網によるところが大きかったといえよう。

ゆえにアメリカ映画がアジア市場でシェアを獲得するには、パテ社のようにアメリカの映画会社もアジアに代理店を開くか、大西洋ではなく太平洋経由で映画をアジアに運ぶか、あるいはその両方が必要だったのである。だが、このときアメリカの政府も企業も、アジア市場にはまだまだ無頓着であった。

### 3 アメリカ商務省の報告に見る中国映画市場の様相

#### 3-1 アメリカの関心が中国映画市場に向かうのはいつか

20世紀初頭のアジアにおけるアメリカ映画の存在感のなさは、流通システムの問題だけでなく、アメリカ側のアジア市場に対する関心の低さも関係する。アメリカ商務省の『デイリー・コンシューラー・アンド・トレード・レポート』に掲載された映画関連記事を1903年から辿っていくと、1910年頃までアメリカ政府は、アジアの多様な国や地域を「アジア」という集合名詞でしか認識していないことがわかる。例えば、1910年9月15日号に掲載された短い報告「映画と自動車」には次のようにある。

小アジアにあるアメリカ領事館によれば、地元のある会社がアメリカ映画を扱いたいと望んでいるそうである。映画は人気があるので、もしアメリカもそれなりに対応すれば、シェアを獲得できるであろう。その会

社は自動車の代理店もやりたいそうだ。映画と自動車の市場は現在さほど大きくない。だが、あと1, 2年もすれば重要な市場に成長するだろう。連絡はフランス語が望ましい<sup>5)</sup>。【要約, 以下同】

この報告は「小アジア」という曖昧な言葉を使うだけで、どこの国かを明記していない。1910年の時点でアメリカ政府は、小アジアまでがせいぜいで、それより先にあるアジアの映画市場は意識さえしていないのである。当時のアメリカにとって、映画は自動車などと並ぶ最先端テクノロジーであり、最大の輸出品になりつつあったが、アジア市場は未開拓であった。アジアの映画市場に対するアメリカ商務省の関心の低さは、それだけその市場が小さかったことを示すともいえるだろう。

アメリカの関心がアジア映画市場に向かうのは1911年夏である。関心の矛先はまず「中国」に向けられた。冒頭で述べた『デイリー・コンシューラー・アンド・トレード・レポート』1911年8月22日号に、マルタ島やトルコなどと並んで、香港総領事ジョージ・E・アンダーソンの映画市場報告が掲載されている。それによれば、香港に映画館は複数あるが、アメリカ企業は進出しておらず、アメリカ映画もわずかしか上映されていないという。この報告に具体性はない。だが、それまでアジアを集合体でしかとらえてこなかったアメリカが、初めて国名をあげた報告であるがゆえに重要である。

このタイミングでアメリカの関心が中国の映画市場に向かうのは、1911年の辛亥革命につながる数々の武装起義が関係すると考えられる。アメリカは、政治的に清国と中国革命軍の対立に中立的な立場をとるものの、経済的には革命による中国市場の開放に大きな期待を寄せ、革命によって中国への輸出が増えることを望んでいたのである。

中国市場に関する商務省の報告はその後、度々繰り返され、その内容もしだいに詳細になっていく。『デイリー・コンシューラー・アンド・トレード・レポート』1911年10月14日号に掲載された汕頭領事C・L・L・ウィリアムズの報告「中国における映画」によれば、中国南部の市場は「有名なフランス企業」



——これはパテ社を指している——の香港代理店が独占しているという。以下は、そのウィリアムズが報告した「フランス企業」による月極の映画賃貸料金である。

尺数	週2回交換			週1回交換		
	A	B	C	A	B	C
500m	500	400	300	300	200	150
1000m	800	650	500	500	400	300
1500m	1200	950	750	700	550	400
2000m	1500	1100	900	800	650	500

Aは管轄内で初めて上映する封切映画, Bは管轄内で1回上映した映画, Cは2回以上上映した映画を指す。賃貸料金はメキシコ・ドル<sup>6)</sup>で記載されており, それぞれフィルムの尺数と使用回数, 映画の交換頻度によって料金が異なる。フィルムを借りる人は保証金を払い, 借りたフィルムをすべて返却すると保証金が払い戻される。賃貸ではなく販売の場合も, フィルム1m当たりの値段が決められていた。ウィリアムズによれば, ある業者曰く, 状態の良い中古のイギリス映画がロンドンで0.005ドル/フィート, 汕頭で0.006ドル/フィートで取引されていたという。領事館が, 中古フィルムの販売価格しか報告していないのは, 欧米と経済格差のあった汕頭において新品（これもやはり尺売り）を購入するほど資本力のある興行者がほとんどいなかったことを示すといえるだろう。

1912年から第一次世界大戦が勃発する1914年前半までの約2年半に, アメリカ商務省がアジアの映画市場について報告した国別回数は, 中国が5回, マレーシアが1回, インドが1回, フィリピンが1回, シンガポールが1回である。日本は1回もない。このことから, アメリカ政府の中国映画市場に対する関心が, 辛亥革命の頃から急速に高まっていたことがわかる。

### 3—2 アメリカから見た20世紀初頭の中国映画市場

中国に対するアメリカの関心が高まっていくなか、アメリカは中国の映画市場をどのように捉えていたのだろうか。20世紀初頭、中国映画市場に関するアメリカ商務省の報告は主に香港や上海、天津、広州、哈爾濱など在外国人の多い都市に集中している。なかでも報告回数がとくに多いのは、パテ社の代理店があった香港、上海、天津である。例えば天津の総領事サミュエル・S・クナーベンシュは『デイリー・コンシューマー・アンド・トレード・レポート』1912年6月17日号の巻頭記事「海外における映画」で次のように報告している。

中国では、北よりむしろ、上海より南の開港都市で映画事業が発達している。天津で映画はフランス租界のアーケードと呼ばれる場所で上映される。一晚で8本ほどの映画を上映し、あいだに雑技が1、2回入る。映画装置と映画の市場は、パリに本社をおくパテ・フォノ・シネマ・チネ *Pathé Phono-Cinema Chine* が独占している。同社はカルカッタ、ボンベイ、香港、天津、上海に支店があり、中国沿海部および東アジア全般の映画市場を独占する。アメリカ映画も時々上映されるが、たいていは、そのフランスの会社が供給する中古映画である。中国の南部では映画が大変な人気だが、北部はまだそうでもない。だが、中国の劇場を巡回興行すれば北部でも、きっと人気ができるはずである<sup>7)</sup>。

また、クナーベンシュは同紙の1912年10月14日号にも以下のように報告する。

この辺で映画を供給する会社は、天津のフランス路16号にあるパテ・フォノ・シネマ・チネしかない。中国、少なくとも中国北部において映画産業はまだ揺籃期である。天津に映画の興行場は1か所だけである（アーケードという）。客のほとんどは様々な国の駐屯部隊の軍人を含む白人である。中国人向け映画館の開場は何度も試みられたが、ほどほどにしただけ成功せず、常設館の設立にはいたっていない。中国南沿岸部と同じ

ように、中国北部でも中国人のあいだで映画の人気は高まっているが、現時点ではまだ映画より演劇を晩の楽しみにしている人の方が多い。天津には中国人のための演劇の劇場がいくつもあり、どこも客の入りが良い<sup>8)</sup>。

この2つの報告で興味深いのは、中国では「上海より南の開港都市」において映画興行が発達し、中国北部ではまだ映画が娯楽として浸透していないと述べている点である。このことからパテ社は、20世紀初頭の中国市場を独占的に支配していたものの、中国全域に均等に映画を供給したのではなく、南沿海部を中心に供給していたことがわかる。

クナーベンシュエの報告にあるように、中国映画市場が最初、南沿海部で発展したのであれば、具体的にどこで、どのように発展したのだろうか。そこで以下では、アメリカ商務省の報告回数が多い広州、香港、上海の報告を分析し、それによって中国南沿海部の映画市場の諸相を捉える。まずは『デイリー・コンシューマー・アンド・トレード・レポート』1913年2月13日号に掲載された広州総領事F・D・チェシャの報告である。

広州には映画館が3つある。中国人の好みにあう映画が上映されている。アメリカやイギリスの映画も少しはあるが、スクリーンを独占しているのはフランスとドイツの映画である。……欧州から映画を直接輸入する会社があり、その会社が3つの映画館に映画を貸出している。外国人居留地ではたいい週1回、外国人向けの小さな上映会が開催される。今後、この市場に参入したいアメリカ企業は、在留外国人の数に限りがあるため、中国人の観客を開拓する必要があることを心得なければならない。

広州の3つの映画館は、たいい午後6時から真夜中まで営業する。3つのうち2つの映画館は1日2回興行である。一方の映画館の席料は、ボックス席30セント、1等席20セント、2等席10セント、3等席5セン

トである。もう一方はボックス席25セント、それ以外は前者と同じである。残りの館は、6人掛けのボックス席1ドル50セント、ボックス席25セント、1等席20セント、2等席10セント、3等席5セントである。すべて広東ドル。1広東ドルは米ドルの50セントに相当する<sup>9)</sup>。

ここでいう「欧州から映画を直接輸入する会社」とはパテ社を指すと考えてよい。この報告からは、広州の映画館がすべてパテ社と契約していること、広州の映画館に集まる主な客は在留外国人であり、中国人はわずかであること、そして在留外国人の数には限りがあるため、アメリカ映画を上映する映画館を開場するなら、中国人の客を新たに開拓しない限り、ビジネスは成立しないと考えられていたことがわかる。広州の最低席料は広東ドルで5セントである。当時の換算レートで広東ドル5セントは米ドル2.5セントに相当する。広州在住の欧米人には、ごくわずかな金額であろう。だが、その席料は中国人大衆が「晩の楽しみ」として消費するには、まだまだ高額であったと推察される。

中国人大衆市場の開拓がアメリカ映画の中国進出に重要であったことは、広州だけでなく、香港からの報告にも指摘されている。例えば香港総領事ジョージ・E・アンダーソンは、映画は香港や上海など、中国の大きな開港都市はもちろん、いくつかの小さな開港都市においても、かなり浸透してきた。だが、アメリカ映画がその市場を開拓するには、言葉や輸送方法、劇場運営、資本など解決すべき様々な問題がある、と報告する<sup>10)</sup>。とくに重要なのは言葉の問題であろう。なぜなら当時、中国で上映される映画は外国映画であり、字幕が外国語であるため、映画の観客は字幕の読める人、すなわち在留外国人と上流階級や富裕層、知識階級のわずかな中国人に限られていたからである。しかも、その市場はすでにパテ社が独占していた。よってアメリカ映画が中国市場に新規参入するには、新たな観客つまり西洋の言葉を知らない、裕福でない中国人大衆の開拓が必要不可欠であったと考えられるのである。

アメリカでは1910年代初頭、言葉によらず体の動きで笑わせるスラプスティック・コメディ映画が発展する。従来の映画史で、その現象は映画の視覚的

法の発達, 作り手の才能, 映画の大衆化プロセス, あるいは多民族多言語国家アメリカの国内事情として理解されてきた。だが, このようにアメリカ映画を世界市場開拓の視点で見直すと, 当時の世界にアメリカ映画が置かれていた状況, つまり欧州映画の後追いで, アジアなど異なる言語圏の市場を開拓しなければならなかった事情も大いに関係していたと考えられる<sup>11)</sup>。

この香港と並んでアメリカ商務省が最重要視していたのが上海である。1842年の南京条約締結後, 上海には中国最初の租界が置かれた。1865年の人口調査によれば, 外国人居住者の半数近くをイギリス人が占め, 次いでアメリカ, ドイツ, ポルトガル, スペイン, フランスなどの順で多かったという<sup>12)</sup>。租界には中国人も多く, 1865年には14万6,052人, 外国人居住者の約50倍の中国人が住んでいた。その上海の映画興行について, 上海副総領事ネルソン・T・ジョンソンは次のように報告している。

現在, 上海には映画常設館が3つある。アポロ劇場, ヴィクトリア・ミュージック・ホール, シネマ・パリである。夏の間, 天気の良い夜は公園など野外の仮設舞台でも上映され, 大勢の人が集まる。

映画はすべてパテ社が供給している。パテ社はフランスの会社であり, 上海に代理店がある。映画は高すぎて買えないので, パテ社から借りる。Aクラスは上海封切映画, 500メートル (1640フィート), 週2回替わりで\$125メキシコ・ドル (\$62.50USドル) /週である。Bクラスは上海の映画館で1回上映された映画, 週2回替わりで\$0.02メキシコ・ドル (\$0.01USドル) /メートル (3.28フィート/m) である。Cクラスはすでに3, 4回上映された映画, 週2回替わりで\$0.01メキシコ・ドル (\$0.005USドル) /メートルである。

パテ社は, パテ社の映画とアメリカン・キネマ社の映画を供給する。上海の映画ビジネスは実質的にパテ社が独占している。アメリカ映画は大いに人気があるはずだから, パテ社に対抗して支店を出しても損はしないだろう。上海に代理店を探したいアメリカの映画製作会社は, ワシ

トンD. C. のアメリカ商務省 (BFDC) に上海企業の一覧を問い合わせられたし<sup>13)</sup>。

この報告と汕頭領事の報告から、パテ社が中国において同じシステムで映画をレンタルしていたことがわかる。ただし、運送費や市場差、税金などを反映してか、汕頭の賃貸料金は上海より高い。

注目すべきは、アメリカ商務省が積極的に自国の企業を支援する姿勢を示している点である。こうした文言がアメリカ商務省の映画関連の報告に追記されるようになるのは辛亥革命の頃である<sup>14)</sup>。こうした点からも、アメリカ政府の対中国意識の高まりがうかがわれる。

しかし同時に、その文言の背後にあったであろうアメリカの国内事情も忘れてはならない。アメリカ映画産業は当時、製作、配給、興行のすべてにおいて急発展し、大きな転換期を迎えていた。劇場の大規模化やチェーン化、系列化、ブロックブッキング化などが進み、映画産業の規模は飛躍的に拡大する。同じ頃、フォード社に代表される大量生産システムが映画製作にも導入されて、映画の大量生産がはじまる。製作の中心地も東海岸から西海岸のハリウッドに移り、その量産された映画のはけ口として新たな市場——南米やオセアニア、アジア、アフリカ——が必要とされるのである。したがってアメリカ政府が1911年から中国などアジアの市場開拓を積極的に支援しはじめるのも、1912年にプロツキーがアメリカから香港に渡って映画を興行するのも、ユニヴァーサル社が製作拠点をニューヨークからハリウッドに移してアジア太平洋地域の市場開拓に乗り出すのも、こうした文脈において理解する必要がある<sup>15)</sup>。

南カリフォルニア大学中国映画コレクションの責任者である葉坦<sup>イェタン</sup>は、20世紀初頭、中国市場はフランスから輸入された外国映画が独占し、アメリカ映画は人気がなかったと述べる<sup>16)</sup>。しかし、だからといってアメリカが何もしなかったわけではない。アメリカ商務省の報告から見えてくるのは、大戦前、しかもウッドロウ・ウィルソン大統領 (1913-1921年) が「ハリウッド映画は米国製品の有能なセールスマン」と唱えるより前から、すでにアメリカ政府は組織的

に企業を支援し、中国市場開拓に挑んでいた事実である。そしてその欧州企業が独占する市場に遅れて参入するアメリカ映画にとって重要なファクターとなるのが、新たな観客層——映画を見ない中国人大衆——の開拓だったのである。言葉でなく身体で笑わずキーストン社のスラプスティック・コメディ映画が中国で人気を博すのは、この約1年後である。

#### 4 グローバル化しローカル化する中国市場——上海を事例として

##### 4-1 上海映画興行とその混雑性

20世紀初頭、アメリカの関心が中国に向かうことで、中国の映画市場はどのようなプロセスをへて変容していったのであろうか。そこで以下では、中国最大の開港都市であり映画消費都市であった上海を事例として、中国の映画市場がグローバルとローカルの複雑な文化交渉の網目のなかで、どう変容したのか、その一端を浮かびあがらせたい。

上海は、中国で映画産業が最初に発展した都市のひとつである。上海の新聞に映画上映に関する記事があらわれるのは1896年である<sup>17)</sup>。しかし最初は、イギリスやフランス、ドイツなど外国における映画興行の様子が報告されたにすぎない。映画という概念はまだなく、「シネマトグラフ」や「アニマトスコープ」など、それぞれの装置名で呼ばれていた。やがて新聞や雑誌などでは、映画という概念を示す言葉として「シネマトグラフ」が使われるようになり、1914年頃には「シネマ」が台頭し、併用される。当時の上海ではリュミエール社のものではない他社の装置もシネマトグラフと呼ばれ、「ムーヴィング・ピクチャー」という言葉はほとんど使われていない。こうした言葉の使い方からも、上海映画市場におけるアメリカ映画の存在感の薄さが見てとれる。

上海の映画史は、アジアの他の地域と同様に、渡来した映画装置の興行からはじまる。上海で初めて映画が興行された日に関しては諸説ある。最も長いあいだ広く流布している説は、1896年8月11日の徐園（Xu yuan）での映画上映を最初とする説である<sup>18)</sup>。例えば北京の映画史家・程季華は、1896年8月11日、上海の徐園内にある又一村で手品や花火の合間に興行された「西洋影戯」が中

国初の映画興行だと述べる<sup>19)</sup>。今でもこの歴史認識を共有する映画史家は多い。

しかし近年、この認識は揺らいでいる。例えば映画史家の黄徳泉は、論文「電影初到上海考」において、1896年8月11日の徐園の興行は同年6月30日にすではじまっており、しかも、その興行は映画ではなく幻燈である、したがって上海初の映画興行は1897年5月のアスター・ハウス・ホテル（Astor House Hotel／礼査飯店）であると主張する<sup>20)</sup>。また、香港の映画史家ロー・カーとフランク・ブレンも、上海初の映画興行は1896年8月11日ではなく、1897年5月22日、興行師ハリー・W・クックがアスター・ハウス・ホテルのアスター・ホールで上映したエジソン社のアニマトスコープの可能性があると述べる<sup>21)</sup>。その後、劉小磊のように、徐園の興行を中国初の映画上映とする説を支持し続ける研究者がいる一方<sup>22)</sup>、唐宏峰のように、黄徳泉の説を支持する研究者もいる。劉は、徐棣山の子孫の回想を主な根拠として、浙江省の豪商・徐棣山が「怡和洋行」から映画装置と映画（10巻ほど）を購入し、1896年6月30日に徐園で興行したとする。他方、唐は、その同じ回想を分析し、徐園の興行は映画ではなく幻燈であったとみなす<sup>23)</sup>。こうして“中国初の映画興行”という中国映画史の重要な指標は曖昧にされたのである。

**徐園告白**

本園於二十日起夜至十  
二點鐘止內設文虎潛曲  
童串戲法西洋影戲以供  
遊人隨意賞玩向因老開  
橋北一帶馬路未平阻人  
遊園現已平坦馬車可直  
抵園門維冀諸君踏月來  
遊足供清談之興揚鑼鑼  
去可無徒步之虞遊資仍  
照舊章准廿三夜外加烟  
火大戲遊資每位三角此  
佈

乙未年六月三十日

「徐園告白」（『申報』，1896年6月30日）

初期の映画興行については資料が十分に残っていないため、すべてを明らかにすることは難しい。そもそも映画興行のすべてが新聞に掲載されたとは限らない。また、掲載された情報が正確とも限らない。したがって、よほどの確証



がない限り、新聞の記事だけを頼りに「上海初の○○」あるいは「中国初の○○」を決めるのは無理がある。一方、オーラル・ヒストリーも、その重要性は無視できないものの、記憶の曖昧さは常に考慮すべきである。それゆえ記録や書簡など書かれたもので間接的な検証は必要だろう。結局、手堅い証拠資料が新たに発見されない限り、この論争に決着はつかない。とはいえ新聞は、公共の情報を継続して提供するがゆえに、上海で映画がどのように広まったのか、どんな場所で、何が、どう上映され、誰がそれを見て、どう変化していったのかを考える重要な手がかりを現代の私たちに示す、貴重な情報源であることにかわりはない。

『ノース・チャイナ・ヘラルド』や『申報』を調べると、上海では遅くとも1897年にはすでに映画が度々上映されていたことがわかる。例えば1897年5月7日付『ノース・チャイナ・ヘラルド』にはモーリス・シャルベがシネマトグラフの試写を終えて、5月7日の午後に上海のシティ・ホールにて一般公開する予定、とある。この頃の映画は、手品や歌、踊り、雑技などと一緒に、視覚的好奇心を刺激する見世物として上映されていた。香港の手品師カール・ヘルツがライシャム劇場でマジック・ショーの一部として映画『女王即位60周年祝賀パレード』*Queen's Diamond Jubilee Procession* (1897年) を上映したとき、場内の観客は微笑みながら動く女王のあまりのリアルさに騒然としたという<sup>24)</sup>。当時の観客は、映画装置の動きやフリッカー、フィルム交換の不手際などのハプニングさえも、映画というイベントの一部として楽しんだ。それは映画の制度的な表象モードが生み出す虚構の物語世界に、浸って楽しむ古典映画的な鑑賞とはかなり違う楽しみ方であった。

この時期の上海における映画の上映場所は大きく2つに分けられる。ひとつは中国人が主に入出入りする茶園や菜館、庭園などで、もうひとつは外国人が主に入出入りする市民ホールやホテル、西洋式劇場などである。

茶園とは「茶を飲みながら演芸を楽しむ伝統的娯楽場」である<sup>25)</sup>。映画はそこで、手品や寸劇、歌や踊り、雑技など短い見世物と並んで上映されていた。人々は飲食や会話を楽しみながら、そういった見世物を見ていたのである。茶園の



1907年から1918年頃の上海，アスター・ハウス・ホテル  
(ニューヨーク公共図書館デジタルコレクションより)



申報館の絵入新聞『点石齋画報』茶園における幻燈の上映  
(『点石齋画報』廣東人民出版社，1983年，已7-49右頁)

ランクは「ピンからキリまで」あったが<sup>26)</sup>、『申報』に上映広告をだす茶園は上海でも著名な場所だった。例えば1897年に四馬路の天華茶園 (Tianhua chayuan) や広東路の同慶茶園 (Tongqing chayuan) などが映画を上映してい

る。茶園以外には、金穀香番菜館などのレストラン、虹口スケート場など遊楽場といった大勢の人が集まる場所でも上映されていた<sup>27)</sup>。アメリカの中国映画研究者・ジャンヂェン張真によれば、こうした茶園のバルコニー席には中国の「貴族や役人、裕福な商人」らが座り、バルコニー席やサイド席は席料が高く、フロアにはその高い席料を払えない人々がひしめいていたという<sup>28)</sup>。また多くの場合、女性の席や出入り口は男性と区別されていた。とはいえ、前述した天華茶園の席料が5角から1角、同慶茶園が4角または2角であったことから、見物に1角あるいは2角のお金を払える人は、ある程度生活に余裕のある人であったといえるだろう。



茶園の舞台 (劉建輝『増補 魔都上海』筑摩書房, 2010年, 169頁)

茶園にはまた、上海在住の外国人や欧米の旅行者が訪れることもあった。イギリスの旅行探検家イザベラ・バードは『中国奥地紀行』*The Yangtze Valley and beyond* (1900 [c1899] 年)で豫園 (Yu yuan) の九曲橋と湖心亭を紹介している<sup>29)</sup>。豫園は租界の外にある上海県城に造営された庭園である。当時の上海に住むイギリス人たちは、租界の外の世界をタブー視していたが、彼女や彼女を案内した領事館のイギリス人のように、中国人の生活を見物する目的で訪ねる人もいたのである。同じことがアメリカ人やフランス人、ロシア人など租界の他の住人たちにもいえる。

しかし、上海に住む外国人にとって、より日常的な娯楽場は、そうした茶園よりもむしろ、租界内の外国人向け劇場であった。アルカディア・ホール

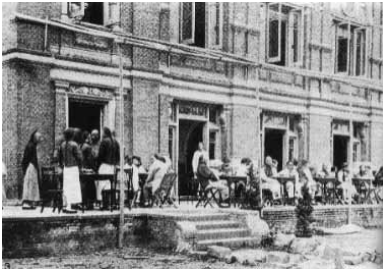


1900年に撮影された外国人観光客向けポストカード  
茶園は「上海の裕福な中国人が暇をつぶす場所」と紹介されている  
(ニュージーランド美術館コレクションより)

(Arcadia Hall / 安埏地大洋房) やライシャム劇場 (Lyceum Theatre / 蘭心戲院) などである。アルカディア・ホールは静安寺路 (Jingansi lu) の張園 (Zhang yuan) に1893年に完成した収容人数1,000人の2階建て西洋式ホールである<sup>30)</sup>。張園は富豪商人の張叔和が外国貿易会社の和記洋行から買い取り、味蕪園 (Weichun yuan) と名づけた庭園である<sup>31)</sup>。1885年には一般開放された。1897年5月、クックによるアニマトスコープの興行はこのホールでも行われた<sup>32)</sup>。席料は1元と高めである。一方、ライシャム劇場は1867年、円明園路 (Yuanmingyuan lu) に開場した700人収容の外国人専用西洋式劇場である<sup>33)</sup>。1897年9月のシャルベらによるシネマトグラフの興行はここで行われた<sup>34)</sup>。ライシャム劇場を含む上海の多くの劇場は、1890年代に中国人の入場を許可している。それゆえ、こうした西洋式劇場では経済的に余裕のある中国人が西洋人と一緒に映画を見ていたのである。

西洋式劇場に出入りする中国人が増えると、外国人観客のなかには、それを不満に思う人もあらわれる。1898年6月20日付『ノース・チャイナ・ヘラルド』には、手品師カール・ヘルツの興行をライシャム劇場で見た外国人の苦情が掲載されている。「大衆的料金」になったせいであろう、劇場に「落ち着きのない、だらしない中国人大衆」が出入りするようになった。彼らは外国人の予約した席に勝手に座ったり、舞台を見ながら歌ったりするので実に「不快」であると

述べている<sup>35)</sup>。予約席の問題は、ライシャム劇場の予約システムが混乱していた可能性もあるのだが、この投稿者はすべて中国人のマナーのせいになっている。西洋式鑑賞態度を正しいと思う外国人と、茶園など中国式の鑑賞態度を当たり前と思う中国人の衝突である。この衝突は、互いを理解できていない段階での文化接触が摩擦や亀裂を生んでいたことを示す。同時にそれは、帝国の移民を介した文化接触や文化交渉が、完全な西洋式ではない、とはいえ西洋と東洋という階層秩序の染み込んだハイブリッドな映画文化を上海に生み出していたことを示す。劇場とはまさに、そうした複雑なプロセスを表象する場でもあったのである。



張園のアルカディア・ホール（ヴァーチャル上海コレクションより）

上海における慈善上映会も、そのような外国人主導による文化交渉の一例である。聖約翰大学（現在の華東政法大学）の三代目学長ホークス・ポットは、イギリス人が植民地に必ず持ち込むものとして「教会と競馬場」をあげたが<sup>36)</sup>、慈善活動もそのひとつである。『ノース・チャイナ・ヘラルド』を見ると、慈善を目的とした映画上映のお知らせが一際目を引く。ユニオン教会ホールにおける岡山孤児院のための慈善上映会<sup>37)</sup>、中国基督教青年会（YMCA）の映画上映会、中国赤十字協会による義援金募集のための映画上映会など多数ある<sup>38)</sup>。上海に到着したパテ社もこうした慈善活動を積極的に行っていた。また、慈善上映会の広告は、英語だけでなく中国語の新聞にも度々掲載されている。例えば、江西省と安徽省で起こった船舶災害のため、華洋義振会が静安寺路の

張家花園にて開催した映画上映などの募金活動がそれである<sup>39)</sup>。これは慈善事業という西洋キリスト教的な理念や制度が、上海の中国人社会にも浸透していたことの証左といえるだろう。

1900年の上海という都市についてイザベラ・バードは次のように述べている。

〔上海は〕実<sup>コスモポリタン</sup>に国際色豊かである。すべての文明国と一部は非文明国の身なりのいい男女が、歩道や公園を楽しそうに散歩している。……この外国人居留地において、中国的要素がこれほど目立つとは思ひもしなかった。……高価な絹の服を着た事務員や買弁〔清末以降、外国の商館や領事館が中国商人との取引のために雇った中国人〕が、バンドに多数いただけではない。また、あらゆる肉体労働者が、予想に違わず、みな中国人だっただけではない。……この上なく立派な自家用四輪馬車の一部が中国人のものであり、中国人であふれているからである。また、金持らしい装いをした中国人女性や子供も、同じように馬車に乗っている……租界には推定二〇万人の中国人を擁する一大商都が発達してきている。ここは、外国の都市行政法と衛生条例に従ってはいるものの、その実、全く中国的である<sup>40)</sup>。

バードのこの観察を、支配者側の繊細さを欠く視線にすぎないと批判することも可能だろう。だが、ここで注目したいのは、彼女が上海の文化は、支配／被支配の構造があるとはいえ、完全な西洋文化の引き写しでも、中国的なものの消滅でもなく、混淆するハイブリッドな文化であると指摘する点である。

上海の映画興行にも同じことがいえる。映画は、西洋劇場やホール、茶園、庭園、廟など様々な場所で上映され、様々な人種や階級の人々がそれぞれに楽しんでた。上海のその雑多な混淆性は、多種多様な映画を満遍なく上映する北京の混淆性とは明らかに異なる<sup>41)</sup>。様々な国や階級、人種からなる客の要求にこたえつつ、雑技から映画までいろいろなジャンルを混ぜあわせる、その無

秩序な、とはいえ階層秩序を含んだハイブリッドさは、狭い地域に文化の異なる外国人や中国人がともに暮らす、上海特有の地理的、歴史的な条件によって生み出された映画文化なのである。

#### 4-2 パテ社の上海上陸と映画興行の大衆化

この開放的な上海の映画市場にパテ社はどのように進出するのだろうか。パテ社が上海に代理人のM・ポール・ルブリを派遣するのは1907年である<sup>42)</sup>。ルブリは1907年10月24日、イギリス領事館の隣のユニオン教会で上海写真協会の会員を対象に、シネマトグラフの撮影と現像の実演を行っている<sup>43)</sup>。ルブリが非商業的活動を通じて、租界コミュニティとの関係構築を重視していたことは、パテ社が意欲的に教会のバザーで上映会を開いたり寄付したりしていたことから明らかである。こうした活動が認められてか、ルブリはのちにフランス租界の行政にも携わることになる。

パテ社の上陸が1907年というのは、アジアのなかでは早いほうである。すでに述べたようにパテ社のアジア進出はシンガポールからはじまるが、代理人の到着が1906年7月であり、パテ社にとってアジア初となるシンガポール総代理店の開業は1907年8月である。上海に派遣されたルブリもシンガポール総代理店に滞在していた形跡がある。他方、パテ社のマニラ代理店開業は1909年5月であることから、上海より1年半ほど遅い。したがってパテ社の上海進出は、シンガポール進出のすぐあと、マニラなどシンガポール以外の都市より先であったことがわかる。

その上海でパテ社は、遅くとも1908年7月までには柏徳洋行と代理店契約を結ぶ。柏徳洋行は、四川路99号に本店を新築開業し、1910年までに四馬路老巡捕房西首中と里口に支店を、南京下関潤昌公司与江西洗馬池李怡昌号に営業所を設置する<sup>44)</sup>。それぞれ主に蓄音機やレコードの販売、および賃貸を行うが、映画装置や映画も一緒に扱っていた。

こうしたパテ社の上陸は、上海市場をどのように変えたのであろうか。パテ社が上陸する前、上海で映画は茶園やホール、劇場など様々な場所で上映され

ていた。その興行で重要な役割を果たしていたのはシャルベやヘルツのような巡回興行者である。主にイギリスやアメリカ、スペイン、ポルトガル、イタリア、フランスなどから来た欧米人が、シンガポールやペナン、ジャワ、香港、上海、天津、マニラなどアジア各地を渡り歩き、それぞれの土地で場所を1、2日ほど借りて映画を興行していた。アジア欧州航路の主要港のひとつであり、アジア最大の租界があった上海は、そういった国境を越えて移動する巡回興行者にとって重要な基点となっていた。例えば、舞台と一緒にエジソン社のヴァイタスコープを上映していたアメリカのヴォードヴィル芸人アデア嬢は、1898年、上海から漢口に出向き、再び上海に戻ってサヨナラ公演をしたあと、アメリカに帰国している<sup>45)</sup>。

ところが1908年頃、上海の映画市場に変化があらわれる。シャルベらのように場所を転々としながら同じ映画を繰り返し上映する興行のほかに、同じ場所で映画を取り替えながら興行し続ける新しい興行が登場するのである。アメリカン・シネマトグラフ社の興行はその一例である。同社は1908年、北四川路(Beisichuan lu) 51号にあったヴォードヴィル劇場パレス・オブ・ヴァアラエティズを手に入れ、そこで歌や踊りなどと一緒に映画を興行しはじめる<sup>46)</sup>。このホールはのちにアメリカン・シネマトグラフ・ホールと改称され、1911年に売り渡され解体されたあと、パテ社専門のアポロ劇場(Apollo Theatre / 愛普廬影戲園)に建て替わる<sup>47)</sup>。同社はまた、マニラの高級劇場ソリーリヤに映画を供給するなど国境を越えた配給も行っていた(上海とマニラの交流はアジアの映画配給網を考えるうえで重要である)。つまり、アメリカン・シネマトグラフ社は、単なる興行者ではなく、劇場の経営者であり、国際的な配給者でもあったのである。その点において同社は、それまでの映画ビジネスとは明らかに異なり、特筆に値する。

もうひとつの例としてラモス・エンターテインメント社がある。ラモス社は、シャルベやヘルツはもちろん、アメリカン・シネマトグラフ社と比べても、より幅広い観客層を対象に、より組織的に映画を配給し、興行している。経営者のアントニオ・ラモスは兵隊としてスペインからフィリピンに渡り、米西戦争



のあとマニラの映画興行に関わり、1899年に上海に移住する<sup>48)</sup>。上海では升平茶樓や金穀香番菜館などで巡回興行をしていた人物から映画装置一式を買いとり、青蓮閣などの茶園を借りて映画を興行した。そして1908年に劇場経営に乗り出し、その先駆者となる。彼はまず、共同租界の乍浦路 (Zhapu lu) 中西書院北首112号に250人収容のホンコウ劇場 (Hongkou Theatre / 虹口活動影戲園) を開場する。ホンコウ劇場は上海「第一座影院」、すなわち中国初の映画館といわれている<sup>49)</sup>。ラモスは、ホンコウ劇場開場のすぐあと、海寧路 (Haining lu) 24号に750人収容の外国人専用ヴィクトリア劇場 (Victoria Theatre / 維多利亞影戲園) を開場し、さらに1913年には静安寺路に1,000人収容の豪華なオリンピック劇場 (Olympic Theatre / 夏令配克影戲園) を開場する<sup>50)</sup>。これらの劇場は映画だけでなく、芸人の舞台やコンサートなども上演していた。他にも、フランス租界の霞飛路 (Xiafei lu) にあったエンパイア劇場 (Empire Theatre / 恩派亞影戲園)、共同租界の卡德路 (Kade lu) にあったカーター・ロード劇場 (Carter Road Theatre / 卡德路影戲園)、チャイナ劇場 (China Theatre) なども経営していた。カーター・ロード劇場以外はすべて外国人向けの西洋式劇場である<sup>51)</sup>。

こうして1908年、映画といえは巡回興行だった上海に、劇場経営者による常設興行があらわれ、やがてそれが興行の主流となる。つまり、上海に映画の常設館が出現する時期と、パテ社が上海に進出する時期はほぼ重なっているのである。こうした現象は上海だけではなく、マニラなど他のアジアの都市でも起こっていた。ローカルな市場がグローバルな映画配給網に接続されることで、これまで地理的に不利とされてきた地域でも映画の安定供給が可能となり、同じ場所で映画を交換しながら興行し続ける新たな興行形態の誕生につながったと考えられるのである。

パテ社の上海上陸が映画の大衆化に貢献したことは明らかである。パテ社の供給する映画は、外国人を主な対象とする高級劇場だけでなく、教会やYMCAなど非営利団体はもちろんのこと、中国人大衆を主な対象とする安い興行場でも上映されていた。例えば、乍浦路中西書院北首の東京活動影戲園は、

時事映画「パテ・ニュース」をときどき上映していることから、パテ社が供給していた可能性が高い。席料は1角、2角、3角の3段階に分かれ、礼拝日はさらに割引があるという大衆的劇場である<sup>52)</sup>。また、武昌路4号の東洋廟にあった東和活動影戲園は、広告に「百代公司之新到大部好片上海婦本園一家先演」とあることから、パテ社と供給契約を結んでいたと考えられる（ただし、宣伝と違って封切映画ではないはずである<sup>53)</sup>。ほかにも、四馬路の青蓮閣の東側、および上海县城内西斜対門の共和春にて新開幻影電光影戲園がパテ社の映画を上映していた<sup>54)</sup>。これらの劇場の席料は1角均一と、さらに安い。映画を安価で貸し出すパテ社のレンタルシステムが、上海の地元興行者に重宝されていたことが見てとれる。



青蓮閣（山中札記「中国最早出現電影的時間和地点」より）

1914年、『シャンハイ・タイムズ』の記者は、上海の映画常連客はほとんどが在留外国人とわずかな中国人上流階級であると述べた<sup>55)</sup>。アメリカ商務省の報告も同様であった。だからこそアメリカは中国人大衆市場の開拓に活路を見いだそうとしていたのである。しかし、すでに見てきたように上海では、外国人向け劇場だけでなく、中国人が主に出入りする茶園や廟などでも映画は上映されていた。とくに1907年のパテ社上陸以降、映画の上映場所は多方向に広がり、高級な劇場から安い興行場まで様々な場所で定期上映されるようになる。つまり、『シャンハイ・タイムズ』の記者がいう1910年代中頃までには、外国人と一部の中国人上流階級が出入りする興行場だけでなく、中国人大衆が出入

りする興行場さえもがすでにパテ社など欧州映画に支配されていたのである。

#### 4-3 上海におけるアメリカ映画——レンタルシステムと独占的映画興行権

このように上海においては、欧州を起源とするグローバル化が浸透することで土着の映画文化が変容し、新たな土着の映画文化が形成されていたことがわかる。そのような市場においてアメリカ映画は、いったいどのような存在であったのだろうか。そしてそれはアメリカ商務省の関心が中国に向かう1911年以降、どう変わったのだろうか。

上海において、アメリカ映画は映画史の草創期からすでに上映されていた。とくにエジソン社の短編映画はよく欧州映画と一緒に上映された。ところが1914年頃になると、“ファッティ”・アーバックルやチャップリンなど、キーストン社の喜劇映画が人気を博すようになる。これはアメリカ政府の関心が中国に向かったことと何か関係があるのだろうか。

中国電影博物館の劉思羽は、1915年から1924年まで中国市場はアメリカ映画に支配されていたと述べる<sup>56)</sup>。だが、少なくとも上海の劇場において、そのようなことは起こっていない。上海におけるアメリカ映画の受容は、アジアの他の大都市とは明らかに異なっている。例えば、マニラの場合、1910年初頭までにはエンパイア劇場などアメリカ映画を中心に上映する劇場があらわれるが、上海にはなかなかあらわれない。アジアにアメリカ企業として初めて進出するグローバル企業ユニヴァーサル社でさえ、上海では影が薄い。シンガポールやマニラのようにユニヴァーサル社とすぐに独占契約を結ぶ映画館はなく、日本のように支社が設立されることもない。ユニヴァーサル社の連続活劇「国賓」*Lucille Love* (1914年) や「名金」*The Broken Coin* (1915年) は、上海のヴィクトリア劇場やオリンピック劇場で上映されるが<sup>57)</sup>、その上映を契機に、それらの劇場がユニヴァーサル映画の専門館になることはない。上海のユニヴァーサル映画は、アメリカでライバル関係にあるミュージカル社やエジソン社、あるいはゴモン社などの欧州映画と一緒に上映されたり、ヴォードヴィル舞台が興行されたりと、雑多な興行の一要素でしかない<sup>58)</sup>。しかも、ユニヴァー

サル社の上海支店は、1922年11月30日に、ようやく四川路122号に開業されるにすぎない<sup>59)</sup>。これはシンガポールや日本、インドと比べて6～7年は遅い。こうした事実はいったい何を意味するのだろうか。

上海にアメリカ映画の専門館がいつこうにできなかったことは、上海映画市場の遅れを意味するものでは決してない。上海はアジア有数の映画都市である。アメリカ商務省は、辛亥革命後、アジア最大の映画市場に発展しうる可能性のある中国市場に期待を寄せた。なかでも上海は最も注目される市場のひとつであった。しかし、その期待はすぐには満たされなかったのである。主な要因は3つある。まず、商務省が指摘するように、アメリカ映画の輸送や資本提携、劇場運営などの問題の改善が遅れ、大衆市場開拓に必要な安価な映画を供給する仕組みを構築できなかったことがある。2つ目は、上海ではパテ社が慈善活動などを通じて租界コミュニティと強い絆を築くとともに、安価なレンタルシステムにより映画興行の大衆化（中国人）をも実現していたため、アメリカ映画は簡単に、その市場に入り込めなかったからである。さらに、必要に応じて様々な会社の映画を低料金でレンタルできる欧州の旧式システムと比べ、映画会社と映画館が1対1で配給契約を結ぶアメリカの新式システムは、上海のハイブリッドな興行形態にあわなかったと考えられる。つまり、イギリス人を中心とする少数の外国人が支配し、多数の中国人が共存する上海においては、欧州の映画配給システムが都合よく溶け込み、ローカルな映画文化を変容させ、新たな上海特有の文化や制度を形成していたがゆえに、アメリカ映画はなかなかその市場に入り込めなかったと考えられるのである。

## 小結

20世紀初頭の上海を事例として、映画配給のグローバル化とローカル化に光をあて、検証してきた。その結果、以下のことが明らかになった。世界の映画流通網は最初、イギリスを中心に発展し、アジアの映画市場はアジア欧州航路の船が寄港する開港都市、とりわけ欧米の植民地や半植民地を中心に発展した。アジア市場に最初に進出したのはフランスのパテ社であり、以後、アジアの映

画配給はパテ社など欧州企業が独占支配する。一方、イギリス中心の映画配給網において地政学的に不利なアメリカ映画は、アジア市場での存在感を示せずいた。またアメリカも、当初はアジア市場にはさほど興味をもっていなかった。

ところが、アメリカの映画産業が急成長し、中国に革命が起こると、アメリカはアジアとくに中国市場に関心を寄せはじめる。しかし、上海の事例で明らかにしたように、アメリカのその期待はなかなか満たされなかった。上海では早くから欧州起源のグローバル化が進み、ローカルな文化と混ざりあって、新たなローカルな文化が形成されており、それがアメリカを起源とするグローバル化の浸透を制限していたと考えられるのである。

中国の市場は広く、多様であり、文化差も大きい。20世紀初頭の上海は、アジア最大の近代都市のひとつであり、中国市場と世界を結ぶハブとして機能していた特殊な都市である。その上海から照射する中国映画市場とグローバル化の関係は限定的なものでしかなく、上海の事例に中国全土を代表させることはできない。上海に加えて、少なくとも香港や広州、天津、北京、哈爾濱などの映画市場も検証する必要がある。

だが、草創期の中国映画市場は南沿海部の開港都市を中心に発展し、その代表が上海であることにはかわりはない。また、上海のハイブリッド性は、香港や広州、天津といった他の都市とも、様相は異なるとはいえ、通底している。それゆえ、むしろ上海だからこそ、20世紀初頭の中国と欧州、そしてアメリカの関係性をより鮮明に炙り出すことができたと考えられる。上海は、アメリカにとって中国がどのような市場だったのかを考察する重要な指針となりうる。上海の事例から見えてくるもの、それは中国という市場で展開された映画配給のグローバル化とローカル化の縮図なのである。

## 謝辞

中国語資料の調査は、関西大学東アジア文化研究科博士課程後期課程の何娟娟氏と同大学文学研究科博士課程後期課程（中国文学）の多田光子氏にご協力頂

いた。この場を借りてお礼を申し上げたい。

注

- 1) パテ社の財務データについては 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を参照。
- 2) パテ社のシンガポール進出については、拙稿「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」『関西大学文学論集』第64巻第4号、関西大学文学会、2015年3月、23-47頁を参照。
- 3) パテ社のフィリピン進出については、拙稿「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、および拙稿「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12月、1-23頁を参照。
- 4) 田中純一郎『日本映画発達史』第1巻、中央公論社、1975年、247-248頁。
- 5) “Moving-picture Films and Automobiles,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Manufactures, Department of Commerce and Labor, September 15, 1910.
- 6) 18世紀以降、中国南沿海部ではスペインおよびその植民地のメキシコとの貿易が盛んになり、メキシコ・ドル（銀貨）が広く流通していた。
- 7) “China,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Manufactures, Department of Commerce and Labor, June 17, 1912.
- 8) “North China Notes,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Foreign and Domestic Commerce, Department of Commerce and Labor, October 14, 1912.
- 9) F. D. Cheshire, “China,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Foreign and Domestic Commerce, Department of Commerce and Labor, February 13, 1913.
- 10) George E. Anderson, “Cinematograph for the Chinese,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Foreign and Domestic Commerce, Department of Commerce, November 29, 1913.
- 11) 中国とアメリカの映画交渉史において香港は重要である。香港には1913年頃すでに九龍の油麻地に中国語字幕付きも含むアメリカ映画を定期上映する劇場が存在していた。興行者はおそらくサンフランシスコから香港に移り、九龍のネイザン・ロード34番地に中国製造影片有限公司 *China Cinema Co. Ltd.* (1914-1918年) を設立するベンジャミン・プロツキーであったと考えられる。
- 12) 榎本泰子『上海——多国籍都市の百年』中央公論新社、2009年、10頁。
- 13) Nelson T. Johnson, “China,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Foreign and Domestic Commerce, Department of Commerce, May 10, 1913. ただし、ジョンソンは上海の茶園や遊楽場などにおける映画興行は考慮していない。

- 14) 例えば “The Cinematograph in China,” *Daily Consular and Trade Reports*, Bureau of Manufactures, Department of Commerce and Labor, October 14, 1911.
- 15) ユニヴァーサル社のアジア進出については、拙稿「トム・D・コクレンとアジア——ユニヴァーサル映画のアジア展開」『関西大学文学論集』第65巻第1号、関西大学文学会、2015年7月、131-157頁を参照。
- 16) Ye Tan, Zhu Yun, *Historical Dictionary of Chinese Cinema*, Scarecrow Press, 2012, 3. 在欧米中国人研究者の名前を本文で記す場合は漢字名に読み方を付した。
- 17) 例えば *North China Herald*, August 28, 1896.
- 18) 程季華ほか『中国電影發展史』第1巻、中国電影出版社、1980年、7頁（『中国電影發展史』新華書店、1963年を改訂）。「中国早期電影發展回顧」『中国電影年鑑 中国電影百年特刊』中国電影出版社、2005年、147頁。榎本泰子『上海——多国籍都市の百年』中央公論新社、2009年、92頁。その他、多くの中国映画史に同じ叙述がある。
- 19) 程季華主編『中国映画史』平凡社、1987年、3頁（『中国電影發展史』の日本語版）。
- 20) 黄徳泉「電影初到上海考」『中国電影年鑑』中国電影出版社、2008年、345-353頁（『電影藝術』第3期、2007年、102-109頁初出）。
- 21) Law Kar, Frank Bren, *Hong Kong Cinema: A Cross-cultural View*, Scarecrow Press, 2004, 8-12.
- 22) 劉小磊「“影”の界定 與電影在中国傳入伊始的再考辯」『電影藝術』第5期、2011年、119-125頁。ほかに侯凱「電影傳入中国的問題再考」『電影藝術』第5期、2011年、126-129頁。程季華らが編集した『中国電影図史 1905-2005』中国傳媒大学出版社、2007年などがある。
- 23) 唐宏峰「從幻燈到電影——視覚現代性的脈絡」『傳播與社会学刊』第35期、2016年、185-213頁。
- 24) *North China Herald*, September 10, 1897 and June 13, 1898.
- 25) 榎本泰子『上海——多国籍都市の百年』中央公論新社、2009年、93頁。『申報』には「茶館」ではなく「茶園」とあるため、本論文は「茶園」で統一した。
- 26) イザベラ・バード『中国輿地紀行』第1巻、平凡社、2002年、63頁。
- 27) Xu Meimei, *Knowledge Development: Cinema in China prior to WWI*, Dissertation: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, 2016, 172.
- 28) Zhang Zhen, *An Amorous History of the Silver Screen: Shanghai Cinema, 1896-1937*, University of Chicago Press, 2005, 95-96.
- 29) イザベラ・バード、64頁。
- 30) Huang Xuelei, Xiao Zhiwei, “Shadow Magic and the Early History of Film Exhibition in China,” *The Chinese Cinema Book*, British Film Institute, 2011, 50-52.
- 31) Xu Meimei, 93.
- 32) 「活小照」『新聞報』1897年5月30日（黄徳泉「電影初到上海考」, 349頁所収）。
- 33) Xu Meimei, 91-92.

- 34) *North China Herald*, September 10, 1897.
- 35) *North China Herald*, June 20, 1898.
- 36) ホークス・ポット『上海小史』（藤田拓之「上海の外国人社会とライシャム劇場」『上海租界の劇場文化』勉誠出版, 2015年, 15頁）。
- 37) ユニオン教会は1886年に租界イギリス領事館の隣に建設されたイギリス非国教徒の教会。1901年には中国名を協和禮拜堂から新天安堂に改称した。岡山孤児院は孤児救済に生涯をささげた石井十次が岡上に開設した施設。当時は上海やハワイなどの教会で岡山孤児院のために慈善活動がよく行われていた。
- 38) *North China Herald*, May 4, 1906など。
- 39) 『申報』, 1911年8月14日。華洋義振会は1906年12月に李徳立が設立した慈善事業団体である。
- 40) イザベラ・バード, 49-50頁。
- 41) *Peking Daily News* の1914年2月20日から1917年7月28日までプログラムを調査。
- 42) *North China Herald*, August 14, 1920.
- 43) *North China Herald*, October 25, 1907.
- 44) 『申報』, 1908年7月28日, 1910年4月19日。
- 45) *North China Herald*, January 14, 1898.
- 46) *North China Herald*, October 10, 1908.
- 47) *North China Herald*, February 20, 1909 and December 23, 1911. 『申報』では1910年代中頃に劇場を示す漢字が「園」から「院」に代わるが, 本論文は「園」で統一した。
- 48) Xu Meimei, 170-174. 劉思羽『中国影院簡史』中国電影出版社, 2015年, 18-19頁。
- 49) 甬力「我国第一座影院今何在?」『上海電影史料』第5輯, 上海市電影局史志弁公室, 1994年, 99頁。「中国早期電影發展回顧」『中国電影年鑑 中国電影百年特刊』中国電影出版社, 2005年, 147頁。他多数。ただし, この頃の劇場は舞台と映画の両方を興行していた。
- 50) 『申報』, 1916年12月13日。 *China Press*, March 14, 1926.
- 51) アメリカ商務省の報告によれば, パテ社は1913年に「ヴィクトリア・ミュージック・ホール」(ヴィクトリア劇場の別称)に映画を供給していたとある。これが正しければ, ラモス社が当時パテ社と契約していた可能性は高い。
- 52) 『申報』, 1913年5月20日, 1914年4月21日。
- 53) 『申報』, 1914年11月13日, 1917年4月30日。
- 54) 『申報』, 1915年2月19日, 1915年3月20日。
- 55) *Shanghai Times*, April 27, 1914.
- 56) 劉思羽『中国影院簡史』中国電影出版社, 2015年, 36頁。
- 57) *North China Herald*, May 7, 1915 and July 5, 1916.
- 58) 例えば *North China Herald*, May 20, 1915.
- 59) 『申報』, 1922年11月30日。 *Moving Picture Weekly*, April 29, 1922.