

1950年代末葉の映画産業と大映の企業経営

井 上 雅 雄

はじめに

1. テレビ放送の開始と映画業界の対応
2. ワイドスクリーンの普及
3. 業界団体の組織改編とその主な活動
4. 小 括

はじめに

本稿は1950年代末葉における大映の企業経営の実態を映画産業の動態とのかかわりにおいて明らかにすることを企図している。この時期は、映画産業が戦後最大の観客動員数を記録しながらその後大きく減少し、日本映画の産業的危機が顕在化するという劇的な変化に見舞われた時代である。したがって本稿は、このような劇的な変化の原因と斯業のそれへの対応に着目し、テレビ放送の開始と映画各社のそれへの対応ならびにテレビ対抗策の一環として開発されたワイドスクリーンの特徴とその普及の実態について立ち入って明らかにする。

1. テレビ放送の開始と映画業界の対応

(1) テレビ放送の開始

1951年1月1日、読売新聞は「テレビ実験放送開始」なる「社告」を掲載し、「本社屋上にテレビ放送網を設置、都内各盛り場に受像機を常備して突発事件や野球等の催しものを随時『よみうりテレビニュース』として」（『読売新聞』1951年1月1日朝刊 3頁）放送することを宣言した。それは、アメリカでのテレビ放送の普及を知り、日本でその事業化を計画した読売新聞社長正力松太郎による構想の大胆な表明であった。この社告は、それまで戦前からテレビ放送の開発実験を重ねてきたNHKを刺激し、正力による日本テレビ放送網との間でテレビ放送の事業化の先陣をめぐる争いが始まる。NHKは、すでに1948年6月、日本で初めてテレビ放送の公開実験を試みていたが、1950年2月にはその技術研究所内にテレビ実験局を開設して同11月から毎週1日、3時間定期的に実験電波を発射するなどテレビ放送開始に向けて準備を重ねていた（NHK放送技術研究所 2010 11頁）。

これに対して正力の構想は、もともとはトーキーの発明で知られたアメリカのリー・ド・フォレスト博士とそのトーキー技術を戦前日本に輸入した皆川芳造が行った正力を事業主体とする日本でのテレビ放送の免許出願が、GHQによって事実上拒否された後、柴田秀利（元読売新聞社員、当時NHK解説委員）を通して、1950年アメリカ上院議員カール・ムントの提唱にかかるアメリカ国務省の海外向け宣伝ラジオ放送VOA（Voice of America）のテレビでの実施を内容とする“Vision of America”計画を日本で実現する試みとして生み出されたものである（日本テレビ放送網株式会社社史編纂室編1978 6～10頁）。したがって正力の構想は、「全国の山頂をマイクロウエーブで縦断的につなく“ビジョン・オブ・アメリカ構想”のマウンテントップシステムをそのまま取り入れ」（同13頁）た方式であり、正力は公職追放解除直後の1951年10月、早くも電波監理委員会にテレビ放送局の免許を申請するなどその構想の具体化に乗り出す¹⁾。NHKも「読売新聞」による社告など正力の動きに刺激されて同年2月から実験放送を公開するとともに、同じく10月、正力の日本テレビ放送網にやや遅れてテレビ放送局の開設免許を申請するなど両者の開局をめぐる先陣争いが激化する。

結局、予備免許は翌1952年7月にまず日本テレビに、次いで12月にNHKに認められたが、実際の開局は、ラジオ放送での技術蓄積が豊富でテレビ放送の技術開発でも準備を重ねてきたNHKが先行して53年2月に、他方、設備・機材をはじめ放送技術のすべてをアメリカからの輸入に依存するほかなかった日本テレビは同年8月と出遅れる²⁾。しかし日本テレビは、プロ野球などスポーツ中継を軸とする番組編成が功を奏し、スポンサーの増加によるコマーシャル

-
- 1) こうした正力松太郎によるアメリカ方式でのテレビ放送の日本への導入について、有馬哲夫は、自ら「発掘」したアメリカ国立第2公文書館所蔵の「CIA文書正力松太郎ファイル」を基に、それがアメリカが「反共産主義の世界戦略の一環として」（有馬哲夫2011 68頁）「仕組んだものだった」（同31頁）ことを立ち上げて明らかにしている。
 - 2) 日本テレビとNHKによる開局免許の先陣争いについて、当時、北村英造は正力には「有力な政界・財界の後ろ盾がある、アメリカの技術と特許そして資力がある、アメリカが国策の一つであるヴィジョン・オブ・アメリカの日本での拠点を正力に求めている、という理由をあげて、「四分六と正力側が稍や有利」と「観測」しているが、しかし「正力側に欠けている点は技術者の貧困と現業要員の養成に難点がある。その点では30年近い歴史と伝統を持つNHKにはスタッフ陣にこと欠かない。」と述べてNHKに比する正力側の「有利」性と「難点」を指摘していた（北村英造「日本テレビ合戦 白熱する正力プランとN・H・K」『文藝春秋』1951年12月号 165頁）。また、この免許申請に先立って、日本テレビとNHKはテレビ送信の標準方式を決める周波数帯幅をめくっても対立している。NHKは映像面での優位性とカラー・テレビへの移行を考慮して7MCを主張したのに対し、日本テレビは6MCを強硬に主張して譲らず、結局電波委員会は日本テレビに押されるかたちで6MCに決めることになった。日本テレビが6MCを主張したのは、いうまでもなくそれがアメリカの方式だったからであるが、実際にも「アメリカの技術者が日本テレビ網の代表者正力松太郎氏に、理論はともかくやがて全世界を結ぶ国際的プログラムの交換を考えても、標準方式をアメリカと同じにしておかないと、経済的、技術的に非常に損するばかりでなく、もし異端の方式をきめたならば、アメリカとしては手をひく以外にない、とおどしたためであった。」（塩沢茂「日本のテレビ発達史」『キネマ旬報 臨時増刊テレビ大鑑1958年版』1958年6月号 45頁）。

収入の好調など「[1954年] 4月から毎月200万円の原価償却費を着実に計上し、以来、引き続いて黒字経営の上昇線を堅持する」(同 50頁)ことになる。日本テレビのこの採算的な成功は、「テレビ放送は儲かる」(古田尚輝 2009 10頁)ことを実証して、その後の民間放送局の開局に拍車をかけることとなった。

こうして日本でのテレビ放送はその緒に就くこととなったが、テレビ受像機の高額さもあって、当初は駅頭や盛り場など人びとの集まる場所に設置された街頭テレビや電器製品販売店での視聴が中心で、それが一般家庭に普及するのは、よく知られるように1959年4月の皇太子の成婚を契機としてであった。その後、高度経済成長と春闘体制の定着による可処分所得の上昇及び量産によるテレビ受像機の価格低下を背景として、NHKのテレビ放送受信契約数の増大とその世帯普及率の上昇に象徴されるように、一般家庭でのテレビ視聴の拡がり、加速度を増していく。が、これは映画産業にとって重大な脅威をなすものであった。

(2) 映画産業の対応

テレビ局への劇映画の提供の中止

テレビ放送が開始された当初、それが映画産業に与える影響について、アメリカでのテレビの普及によって観客動員数が減少したことを例に警鐘を鳴らす関係者も少なくなかったことから、日本の映画製作・配給会社は、テレビ放送を極端に警戒する傾向が強く、映画製作の再開に際し他社と対立して「映画産業連合会(映連)」に加入していなかった日活と経営危機が続いていた新東宝を除いて、劇映画のテレビへの提供を拒否する態度を維持した。これに対して正力松太郎は大川博東映社長を通して製作5社(日活を除く)に劇映画の日本テレビへの提供を要請したことから、5社長会議では暫定的に劇映画のテレビ放送は、封切3か年を経たものに限定する、テレビ放映料金は一作品につき65万円とする、この協定は1954年4月1日から6月末までの暫定的な取り決めとし、4、5月はひと月1社1本、毎週2回放映とする、ただし劇映画の放送料は、日本テレビによる劇映画予告編の放送広告料と相殺する、また7月以降については改めて取り決める、の3点を決定する(『映画年鑑』1955年版 286頁)。

しかし、これを踏まえて日本テレビ側が作成した契約書は、契約期間を1年としていたために、松竹が異議を唱え、それに東宝が同調するなど本契約には至らず、とりあえず4月と5月については先の暫定協定で処理し、さらにその後の6月と7月についてもそれを適用するが、6月以降は日本テレビによる予告編の放送広告料を55万円に引き下げることが合意された。その後、8月の映連会議において8月から10月までの3か月についても先と同じ暫定協定を援用するが、予告編の放送広告料をさらに引き下げて50万円とすることが決められ、この結果、映画会社側は1作品につき、まず10万円、その後は15万円の劇映画の放送料を手にする事となった。(同 287頁)。先に触れた日本テレビの早期の黒字転換は、スポーツ中継などに加えて、これら暫定協定による「毎週4本の」「名作劇映画の放映」が「番組に光彩を添え」ることで、

経営の「成功・発展に多大の効果をもたらした」(前掲 日本テレビ放送網株式会社編 84頁)結果であった。

他方、NHK については製作各社の対応は異なり、新東宝と松竹はそのラジオ番組を映画化した作品についてはNHKの放送要請を断ることができず認めたものの、映連未加盟の日活を除く他社は基本的に作品の提供を拒否したため、NHKは放送開始からおよそ2年間は劇映画の放送を主として独立プロの作品に依存せざるを得なかった。これに変化が生じたのは、映連の配給担当者による「申し合わせ」の成立であった。1955年2月2日、映連は配給担当者の会議を開催して、劇映画のテレビ放送について 契約は各社が個別に行うが、同一歩調を取り同一内容の契約を結ぶ、従来の劇映画提供料金と広告放送料金の差額を1本30万円に改定する、の2点を申し合わせる(『映画年鑑』1956年版 391頁)。NHKはこれを踏まえ、2月18日、製作5社の配給担当者を招いて 劇映画のテレビ放送料は1本30万円とする、テレビ放送に提供する劇映画は、封切後3か年を経た作品とする、NHKは1週間に1回ゴールデン・アワーに「映画案内」(30分間)の時間を設け、5社の話題作を解説・紹介する、NHKは5社と個別に契約するが、契約条件は同一とし契約期間は3か月とする、との契約内容を提示し、これをもとにNHKは各社と契約を結ぶこととなった(同 391~392頁)。また5社は同年4月1日から放送を開始するラジオ東京テレビ(KRT後のTBS)に対してもNHKと同じ条件にて劇映画を提供することに合意した。

しかし、劇映画の提供をめぐる製作会社とテレビ局との関係は、その後一挙に緊張し、最終的には映画会社がテレビ局に作品提供を停止する事態にまで発展する。1956年3月、製作5社とKRTとの間での劇映画の放送料の値上げ交渉が不調に終わり、5社が作品の提供を取り止めたことを契機として、同年5月に開かれた映連のテレビ総合研究会において劇映画の民間テレビ局への提供の中止が決定され、次いで7月の映連製作部会においてNHKに対しても同じく9月末をもって打ち切ることが決められ、その後の5社長会議においてこれが確認された(『映画年鑑』1957年版 375頁)。また専属俳優のテレビ出演については、基本的に各社の許可制としたが、それは実質的に出演を認めないという効果を持つこととなった。こうして1956年9月末をもって製作5社の映画作品は、テレビ放送から姿を消すこととなる³⁾。5社によるこの決定後に映連に加盟した日活も、これに同調するものの、日活の場合は、それまでの取引関係から日本テレビに対してだけは、週4本の作品を提供し続け、その後、先の映連の決定も考

3) 映画業界による劇映画のテレビへの提供拒否が、テレビ業界に与えた衝撃は大きかったが、それはテレビ番組に占める劇映画の人気の高さによるものであった。1955年2月にNHK放送文化研究所が京浜地区を対象に行ったテレビ番組の「嗜好率調査」によれば、劇映画68.7%、プロレス65.7%、相撲59.6%と劇映画がトップを占めており、それゆえに「テレビ放送者のフィルムを要求する声は非常に強い」(嶋地孝磨「日本映画、テレビに進出す」『キネマ旬報』1956年10月上旬秋の特別号 121頁)ものがあった。なお、テレビ放送の開始が、戦後日本人の生活にもった固有の意味については、吉見俊哉 2010の興味深い考察がある。

慮して57年8月には本数を減らし、月6本の新旧作品を提供するとの契約を日本テレビとの間で結ぶ（前掲 日本テレビ放送網株式会社編 85頁）。この契約について5社は、映連加盟以前の日活と日本テレビとの取引関係によるものとして、事実上黙認した。

しかし、翌1958年2月、新東宝はこの日活による日本テレビへの作品の継続的提供と、東宝・松竹による演劇タレントのテレビ出演について異議を表明する。新東宝による問題提起を受けて、前年3月に改組した映連の後継組織日本映画製作者連盟（新映連）は、その製作部会において検討を開始し、また新映連加盟の日活を含む6社社長会においても議論を重ねた結果、1958年5月22日、映産振（映画産業振興会）主催のテレビ対策懇談会において、日活が58年8月末をもって日本テレビへの映画提供を打ち切ることが報告され、またアメリカ映画輸出協会（MPEA）が実施している“映画は劇場で”運動に日本も協力するとともに、アメリカ・メジャーの日本支社もテレビに劇映画を提供しないことが明らかにされた。さらに同27日、外国映画輸入協会が臨時総会を開いて映産振によるテレビ対策につき協議した結果、それに賛成することを決める。これら日本で営業している映画製作・輸入・配給企業全社によって確定したテレビ対策の骨子は、（1）邦画・洋画の劇映画のテレビ放送への提供は取り止める、（2）俳優のテレビ出演は、専属契約者については所属会社の許可制とする、（3）ラジオ放送劇の映画化作品についても同じく提供を取り止める、である（『映画年鑑』1959年版 341頁、映画産業団体連合会 1960 387～388頁）。こうして1958年9月をもって、劇映画は邦・洋画問わず日本のテレビ画面から姿を消すこととなった。それは、映画会社がテレビ放送の拡がりに危機感を募らせた結果であったが、それはまた観客をテレビに奪われることで直接打撃を受ける映画興行館の強い要請を反映したものであった。

この映画業界すべてを巻き込んだ劇映画の提供停止措置は、テレビ放送局にとっては多様な番組構成を担保するいわば目玉を失うことであったから、たとえアメリカのテレビ映画の輸入や新たに日本で作られ始めたテレビ映画によって、それへの代替を図ったとしても、その打撃は大きかった。停止措置から1年余り後の1959年12月4日、第33回国会において衆議院通信委員会がこの問題を取り上げ、映画業界とテレビ放送業界各々から意見を聴取して、その打開策を探ろうとしたのも、多彩な番組編成を希求する放送業界の要請によるものであった。委員会において参考人として意見陳述を行ったのは、映画業界を代表して「映画産業団体連合会（映団連）」理事長永田雅一、民放連を代表して事務局長酒井三郎、NHKを代表して専務理事前田義徳である。主要な論点に限って、その各々の主張とそこでの議論についてみてみよう。

永田参考人「なぜ私どもの劇映画をテレビに提供しないか……、一口に申し上げまして、テレビの進出によりまして私ども映画産業が崩壊の道を今やたどりつつあるわけでありまして。……昨年の1年の観客動員数はおおむね11億あったのであります。本年の去る10月までを比較いたしてみますと、昨年の観客動員に対して……10か月を抜粋してみますとおおむね8%

のダウン、すなわち減少を来たしてあるのであります。……おそらくこの状態で参りますならば、ここ2、3年のうちに少なくとも20%強までダウンするのじゃなかるうか、すなわち減少するのじゃなかるうかと思うのであります。それは諸外国の例を見ましてもわかることなのであります。……わずか小1年の間に倍の〔テレビ受像機〕台数がつく。この勢いで参りますならば、……おそらく昭和36年一ぱいに5百万台のテレビ台数がつくのじゃなかるうかと思うのであります。5百万台のテレビがかりにつくといたしますと、先ほど申しましたる20%の観客動員の減少を来たす、こういう実情に、私どもの調査から参りますと、あるのであります。そういう際に私どもの劇映画を、これは新しいものと古いものとを問わず、もしテレビに提供しておりますならば、崩壊に拍車をかけるのです。……テレビにはテレビ映画すなわちテレビ・フィルムというものはおのずから道がございますので、私どものそれぞれの会社、特に私どもはテレビ室というものを設けまして、初めからテレビに提供すべきテレビ用の映画を作っておるのであります。その場合テレビ会社がかりに懇望されてきたときにはいつでもテレビ用の映画を作る用意があり、またそれを現在供給しているということをご機会に申し上げま」す。

酒井参考人「結論から申しますと、映画がテレビの方に開放されるということは私どもとしては望ましいと思えます。テレビの局も増加しておりますし、東京その他でも製作するキー・ステーションが多いのでございますから、番組が多彩になるということは望ましい。それから映画館などのないような地域で映画がテレビによって見られるということも望ましいと思えます。なお今まで映画をやっておりましたときに映画が聴視者に喜ばれていた、聴視率も割合に高かったということはございました。……映画とテレビとはやはり共存共栄で行くべきだ。……」

前田参考人「私どもの立場から申しますと、……映画会社の製作による劇映画も、テレビジョン放送に開放されることが根本的に望ましいと考えております。……現在の大衆のために文化生活の非常に貴重な材料がテレビに開放されないという事実に対しては、私どもの立場からは、はなはだ遺憾に絶えないことだと考えております。……日本の現状から申しまして、山間僻地に至るまで、これら各会社の直接にあるいは間接に関連されている映画館が、クモのすのごとく張りめぐらされているとは考えられない……国民大衆の生活のかてとなるという点から考えますと、劇映画のテレビ放送も非常に重要な意義と立場を持っている、……。映画製作会社の製作されたもののほんの一部がテレビに開放されることによって、われわれの仕事が映画製作会社の事業を圧迫するという点については、必ずしも同感を禁じ得ないことを率直に申し上げたいと存じます。テレビの新しい時代においては、あるいは現実に都市を中心として散在する全国の映画館に、多少の不入りという実情が現れるかもしれませんが、しかしこの点は、時間とともに解決され、それからまたテレビによって放送される劇映画とそうでないものとの間に、演出上あるいは技術上の根本的相違がありとするなら

ば、必ずしも全般的に映画事業を圧迫することにならないのではないかと、こう考えておるわけでございます。……」

[中略]

森本 [靖] 委員「劇映画をテレビ会社に対して放出しないという6社協定か何かがあるようではありますが、その6社協定の内容を一つご説明を願いたいと思います。それから映画俳優のテレビジョンに対するところの出演についても、6社協定か何かあるようでしたら、その内容を御説明願いたい、こう思うものです。」

永田参考人「私どもの6社協定というものが、テレビのことに對してのことがあるというのは、断じてございません。……映画団体連合会というものがございまして、その団体連合会で、対テレビ対策懇談会の席上で活発なる意見がお互いに開陳されて、対テレビ対策の中に劇映画をテレビに提供しないようにしようじゃないかという話し合いは確かにございましたが、6社の協定にテレビの協定だとかいうものはいたしておりません。……俳優その他に付随した芸術家は、年々の契約になっておりまして、たとえば1本幾ら、何日間、一年に何本出る、そのかわりに経営者の方は金を保証する。しかしてさらにテレビ並びに放送の出演の場合には、会社の承認を得て、しかる後でないと自由行動は認めぬという個々の契約単位になっておりますので、私どもの会社では、その放送、テレビは会社の方でイニシアチブを握っておりますので、もし、かりにその契約した当事者が出たいといってきた場合において、これが本人なりまた映画界のプラスになるといった場合においては承認いたしますが、マイナスになるといった場合においては契約に基づいてこれを拒否する、こういうようにしてあるのでございます。」

[中略]

森本委員「……われわれの考え方としては、それは今封切っておるものを直ちにテレビに乗せる、そういうむちゃなことを私は考えておるわけではない。古い、そういう名画といわれたようなものを、もう一度繰り返しテレビを通じて放送するというをやっても、あなたがこの映画会社にそれほどのじんだいな打撃を与えるということはないかろう。それに応じて国民もひとしくそれを喜ぶのではないかと同時にまた映画会社も、これは一つの映画の宣伝にもなるのではないかとというようなことを、私は個人的には考えておるわけでありまして、……」

永田参考人「……テレビは一つの台数があれば、今日近所隣の人も見ようと思えば見られますし、……ただで見られれば金を出して見に行くことはないじゃないかと、そういう感じが起きてきてまして、皆さん方の思っておられる以上に、テレビの進出によって映画が打撃を受けることは間違いありません。……映画娯楽というものの特徴には三つの要素がございまして、まず商業性というものと芸術性というものと技術性というものが三位混然一体となって、映画娯楽の価値があるのであります。そういう素材のものをテレビに流した場合に、瞬間に

映画でなくなってしまう。ただ映像を流しておくだけで、商業性だけが残ってしまって、芸術性も技術性もない。そういうことは、結論において明日の映画産業、特に映画政策というものに対しては大へんな影響力がある、……」

[中略]

堤 [ツルヨ] 委員 「……大衆に背を向けるところの映画というものはあり得ないんです。やはり国民の人口の半数を占めるところのこの農村の希望にこたえるには、あなた方が犠牲的な映画館を都市並みに農村に持っていかれない以上、やはり都市でない山間僻地の民衆にこたえるところの映画製作者の良心というものも私は当然なければならぬと思う。そうした見地から、ライバルのテレビであるかもしれないけれども、しかしテレビと手をつないで大衆の公共の福祉のためにこたえる道があるとするならば、具体的に、やはり頑迷固陋にテレビをライバルとしてお答えになるのではなしに、別途の方法を考えるというぐらいな御答弁こそ、天下の永田さんだと思うんですよ。……」

永田参考人 「御質問のお気持ちはよくわかるのですが、やはり私ども事業家でありますから、株主も控えておりますし、また大衆の中でもありますけれども、私どもの従業員もいる。一定の賃金の保障もしなければならぬ。また貴重な投資をしておるのに対して、やはりある一定の配当を払わなければならぬ。ある最低限度のものを確保しながらこの事業を遂行していこうということについては、ライバルとしては、テレビというものは大へんな大ライバルです。ですから、今は対テレビの問題を議論しているのであって、それだからといって大衆に要するに福利施設的なものをやるとかやらぬとかいうことはおのずから私は別の問題だと思う。私はきょうは映画製作者の立場で参りまして映画興行者的な立場で参っておらぬのでありまして……」

[中略]

金丸 [徳重] 委員 「先ほどから各御質問の中に出て参りましたように、いなかの方で見ますと、娯楽機関としての両者は、共存し共栄し得るのではないか。ことに山間僻地などにおきましては、テレビによってヒントを得、テレビによって呼び水をされて、そうして言葉は悪いのでありますが、かえって誘惑されて遠くの映画館をたずねるといような人が多いのではないかと思われるのであります。従って、東京でお考えになるよりも、いなかの人々の気持ちを察しますと、私はこれは両者全く共存し得るの立場といたしますが、場面を十分持っておるように思われる。……」

永田参考人 「山間僻地においてはさのみ影響がないのではないかと何かこう、そういうような感じがいたします。いたしますが、全国至るところに興行者の環境衛生同業組合というのがございまして、これらの興行者がその団体連合会に参りまして、こんなことをされては、われわれはつぶれるのだ、われわれは料金を取っている、テレビは取っていない、それが同じように、[画面が] 大きい小さいかという違いであって、ただで見せられたら、

われわれは金をとって、そうして見に来てくれるかというように、むしろわれわれの映画製作者よりも全国の環境衛生同業組合の方がわれわれを助けてくれというような意味において、この団体が強く意見を吐かれておるわけであります。一々データはございませんけれども、常設館用に、興行用に作りました劇映画をテレビに流すことは、やはり影響力がございます。……」（「第三十三回国会衆議院通信委員会議事録第六号」 1～9頁）

以上の質疑応答における基本的な論点は、1) テレビの普及によって映画館で映画を見る観客が明らかに減少し、映画産業が重大な影響を受けている以上、テレビには劇映画を提供することはできない、また映画各社はテレビ用映画の製作によってテレビ局の要望には対応している、というのが映画業界代表の永田の主張であるのに対して、2) 放送業界の代表および通信委員会を構成する議員たちの主張は、テレビでの劇映画の放送は大衆の「文化生活」、特に映画館のない「山間僻地」の「大衆の公共の福祉」のために必要で、これはまたテレビを「呼び水」として人びとが都市部の映画館に足を運ぶ可能性ももたらすから、両者は「共存共栄」できるのではないかと、さらに新作ではなく旧作名画の提供の場合は、映画業界への影響も軽微ではないか、というものであった。永田のこれへの応答は、3) テレビでの劇映画は「ただで見られ」るのであって、それならばあえて映画館に「金を出して見に行くことはないじゃないか」という感情を呼び起こすことになり、映画業界への打撃は大きい、また映画製作を事業——ビジネスとして行っている以上、株主、従業員などへの責任があり、僻地の人びとへの「公共の福祉」は、テレビへの劇映画の提供とは「別の問題」として考えられるべきである、というのであった。なお、4) これに加えてテレビへの劇映画の提供停止と専属俳優のテレビ出演の許可制が、6社による「協定」をもってなされたものかどうか、についても独占禁止法上の観点から質問が出されたが、永田は映連等の会議の席上で「話し合い」によって決めたものではあるが、何らかの協定などによったものではないこと、また俳優のテレビ出演についても各社の専属契約に基づいてその都度その可否を判断しているとして、独禁法上の疑念を退けている。

この議論において注目すべきは、テレビに劇映画が必要だとする根拠に公共性が掲げられていることである。映画館のない山間僻地の人びとにテレビを通して劇映画を提供することは、「公共の福祉」から必要だととして、テレビの機能として公共性が強調されており、そこにはビジネスとは異なるより高い次元の理由をもって、この問題を打開しようとする放送業界とその意を体した議員たちの強い意思が読み取れる。永田が、「大衆」に対する「福祉施設的なもの」をやるかやらないかは、映画の提供とは「別の問題」だととして、この問題をあくまでもビジネスの問題として処理しようとしたのとは、対照的である。以上から浮かび上がってくるのは、テレビ放送界の劇映画の提供を求める声の強さであり、これに対する映画業界とりわけ永田のかたくなな拒絶の態度であって、両者の間の溝の深さが知られよう。それほどに永田に代表さ

れる映画業界にとってテレビの影響力に対する脅威が強かったということであり、実際にも、映団連ではこれ以降もテレビへの対応策を議論している⁴⁾が、しかしそれへの有効な対策を打ち出すことができないままに映画の観客動員数は大きく落ち込んでいく。1958年に姿を消した劇映画がテレビのブラウン管に再び登場するのは、マス・メディアの主役をめぐる映画とテレビの抗争の優勝劣敗が誰の目にも明らかとなった1964年のことであった⁵⁾。

映画製作会社のテレビ事業への進出

劇映画のテレビへの提供をめぐる以上の曲折に満ちた対応は、繰り返すまでもなく映画製作会社がテレビ放送の普及による映画事業への影響を強く意識せざるを得なかったからであるが、しかしこのことは、観点を変えれば、映画産業にとってテレビという映像ビジネスの新たな領野が拡がりつつあることを意味するものでもあった。したがって製作会社にとって劇映画の提供の中止という後ろ向き姿勢とは逆に、自らテレビ映画の製作によってテレビ事業への参入を図る動きが出てくるのは必然であり、それは実質的にテレビと映画の「共存共栄」の一形態にほかならなかった。製作6社のなかで最も早くテレビ事業への参入を試みたのは東映である。大川博は1953年に初めてアメリカに旅行した際、「いちばん驚いたことは、テレビがたいへんに盛んになって、映画界が大きな打撃を受けていたことである。そこで私は、日本でも必ずテレビが盛んになってくるだろうと考えた」(ダイヤモンド社編 1967 58頁)と述べ、テレビを敵視する同業他社とは異なり早くも1956年6月に、東映自ら単独で「国際テレビ」なるテレビ会社を設立して郵政省に免許申請を試みる。が、「限られた周波数割り当てに膨大な数の免許申請が殺到し」(東映株式会社 2016 90頁)で、それが不調に終わった1年後の翌57年7月、他社に先駆けて日本短波放送・旺文社さらに東京タイムス社などとともに「東京教育テレビ」(同年10月日本教育テレビ(NET)に社名変更)を設立し、予備免許を獲得する*。それは、「将来のマス・コミの世界を支配するものは、映画、ラジオ、テレビの一元的経営を成し得るものである……テレビ番組は80%までが映画と共通部門をもっているものだ。企画、スタッフ、キャストすべて然りである。テレビ番組の充実、スポンサー料金の値下げなど、テレビの発展途上に横たわる隘路は共通部門をもつ映画業者の進出により製作費の合理化と相俟って^{ママ}遂次、健全化されるであろう。」(大川博「回顧と展望」『時代映画』1956年12月号 17頁)というアメ

4) 例えば、1960年4月20日に開催された映団連の第3回テレビ対策専門委員会では、テレビに対する「積極的対策」として「TVでは鑑賞出来ぬ優秀映画の製作」、「映画館の施設改良」、「映画入場税の撤廃を期すこと」、「金融方式」の「研究」などが決められた(前掲 映画産業団体連合会編 1960 634~635頁)が、その後の経過を見るとそれが十分に実現されたとは言い難い。

5) 劇映画のテレビへの提供が中止された1958年から64年までの6年間を、古田尚輝は「劇映画の“空白の6年”」と形容している(前掲 古田尚輝 120頁)。

* 東映が設立を試みた「国際テレビ」については、木村智哉氏から文献を教示していただいた。記して感謝申し上げる。

リカでの見聞をもとにした大川の考えによるものであった。そしてこの東映に引き続いて、松竹、東宝、大映も1957年11月に設立された「富士テレビジョン」（翌58年12月フジテレビジョンに社名変更）に各々一部出資することによって映画製作各社のテレビ事業への参入が本格化するとともに、映画会社自らがテレビ映画の製作に乗り出すこととなる。それは、映画の製作・配給だけに依存することができなくなり、新たな収益源を求めて経営の多角化を図っていかざるをえなくなる映画会社の、1960年代における経営戦略の先駆けをなすものであった。

大映の対応

このように、一方での劇映画のテレビへの提供停止、他方での映画会社によるテレビ会社への出資とテレビ映画の製作という、ベクトルの異なるテレビ対応策を取ることとなった映画製作・配給会社のなかで、テレビ事業への参入に最も積極的だったのは、すでに指摘したように東映であった。早くも1958年7月に東映テレビ・プロダクションを設立し、「風小僧」や「捜査本部」などシリーズものによってテレビ映画の製作に乗り出したのは、そのあらわれである（東映十年史編纂委員会編 1962 257～258頁）。しかも東映は、翌59年の5月第1週から、自ら製作した30分のテレビ映画2本分を1時間程度の中編劇映画として再編集し、これを「特別娯楽版」と名づけて自社系列館に上乘せ3本立分として流すなど、大胆にもテレビ映画の劇映画化というそれまでとは逆方向の製作戦略を採用して業界を驚かせる（同 259頁）。このテレビ部門が、後に「第2東映」として独立し東映の事業拡大路線を担うことになるが、それほどに東映によるテレビ事業への取り組みは積極的であった⁶⁾。

これに対して大映は、富士（フジ）テレビに出資し、また東映にやや遅れて58年10月に本社内にテレビ室を設置したものの、テレビ映画の製作などテレビ事業への関与は、しばらくは消極的であった。それは永田雅一のいわばテレビ嫌いによるものであった。「テレビ室ができたとき」永田は「映画の邪魔をするなよ」と語り、「映画はオレが作る、[しかし] テレビはスポンサーが作らせる」として、「テレビに興味を示さなかった」という（安倍通典 2005 230頁）⁷⁾。

6) 東映を中心とした映画会社によるテレビ事業への参入とその製作活動については、両者の相互依存関係を明らかにした北浦寛之 2016を参照されたい。

7) 永田がいかにテレビを嫌っていたかは、盟友で大映の専務取締役だった川口松太郎の自伝的小説に、1950年代半ばと思われるが、次のように描かれている。

[妻：三益愛子]「この下の家でテレビを取付けるそうですよ」

[主人公：川口]「だいぶやり出したな方々で」

「家でも一つ買いませんか」

「然しまだ機械が高いだろう、二十何万とかいってたぜ」

「いえ国産品が出て来ました、それぞれにいいそうですよ、孝 [= 息子] もこの間せびっていました」

「会社でもテレビの事がだいぶ問題になっている、やがてあれが映画の敵になるだろうというのが社長の考えなんだが俺は違うんだ、アメリカの例を見ても判るように映画は影響を受ける、日本だって例外ではない、きっと影響を受ける、社長は映画が影響を受ける仕事に協力はしないというんだが、

数度にわたる渡米によってアメリカでのテレビの普及の実態と映画へのその影響を熟知していた永田は、それだけにテレビに抗しうる映画の製作を強調してテレビへの対抗意識を隠さなかった。永田は述べる。

「[アメリカで] 映画の観客が減ったというのは、映画がつまらなくなって、テレビに喰われたのではなく、[各家庭で自家用車や家電製品の] 月賦払いが高んで娯楽費の支出が減ったために起きた現象とみるのが至当のようである。…… [日本の] テレビだが、11のチャンネルをめぐって、火のするような電波合戦がつつけられている。日本のような狭い土地に、商業テレビが乱立して、はたしてなりたつものかどうか。仮りにできたとしても、スポンサーは変わらないから、提供する材料は非常につまらないものになってくるであろう。しかしテレビはすばらしい勢いで普及している。……つまらぬ映画を作っていたのでは、テレビで

俺は今のうちにテレビ会社を一つ拵えて政府の許可を取れといってるんだ。佐橋 [= 永田] は政治家とも関係が深いし自身が許可を取るつもりで運動すればやれる、このタイミングを外したちもう駄目だ、積極的にテレビに協力しようというのが佐橋はどうしてもいう事を聞かない、あれは映画の敵だといひ張って協力はあるか、テレビを敵として闘うといってるのだから話にならない」

彼 [= 川口] と佐橋の論争は会社中へ知れ渡ってテレビに協力するか闘うかの議論は未だに結論がついていない。肝心の社長がテレビ嫌いでは如何ともしがたいが、テレビはもうとっくに放送が始まって、次の民間局は何処へ許されるか、運動だけは盛んだが今のところはまだ何処とも判らない、新聞社も各映画会社も残らず出願しているのに、佐橋だけが反対している。どう考えても残念なので佐橋と喧嘩するつもりで、「新聞社も映画会社も全部出願しているのに我が社だけがやってないのは、残念じゃありませんか」彼にしては珍しく言葉を強くして、「あなたがどうしても厭なら僕にやらして下さい、あなたのプレーンとしてやれば他社に遅れを取る事はないし、といっても自分には政府に働きかける力はありません、厭でもそれだけはやって下さい」と更に言葉を強くしていった。流石に佐橋も、「君がそこまでいうなら考えよう」「今はもう考える時期ではないのです、一刻遅れれば一刻の損をするのだから今直ぐ運動を始めて下さい」「そういっても無理だよ、俺はもともと反対なんだから、急にそういわれても即答は出来ない、暫く考えさせてくれ」

いわれた途端に佐橋の心の判るような気がした、暫く待てという事は厭だということに他ならない。

「よく考えといて下さい、重役も部長たちもテレビには未練を持っていますから」といい置いて社長室を出た。佐橋がなぜテレビを嫌うのか判らない、厭なら厭でもいいが自分がこれほど熱心なのに、いう事を聞こうともしない態度に腹が立った。一応は考えてくれてもよさそうなものを、いっそ辞めてしまおうかとまで思った。考えて見るまでもなく、会社に長く居すぎたようだ。佐橋が公職追放で社長を辞めた時、あとの留守を守る意味で役員になったが、佐橋の帰って来た時点で辞めていればよかったのだ。あの時に辞めれば出処進退が綺麗だったのに今となっては手遅れも甚しい、もし万一テレビ局の許可がおりなければ会社を辞めようと思ったが、恐らく佐橋は政府に運動をしないだろう。秋の初めに民間テレビ局の新規許可はあったが、佐橋は運動したのかしないのか何の通知もない、株の割り当てが来たただだが彼は失望しなかった。こんな事になるだろうと予想していて、会社の仕事がいよいよつまらなくなった。映画は月々に観客が減り出して収入は激減したが、明らかにテレビの影響だ。」(川口松太郎 1975 256～258頁)。

大映は後述のように、1957年に富士 [フジ] テレビに一部出資することになるが、ここでの川口の主張は大映が自らテレビ局を作って免許を申請し、テレビ放送事業に積極的に乗り出せということであり、それは挫折したとはいえ東映の大川博が「国際テレビ」として最初に計画したことであった。

がまんしようということになる。したがって、製作会社としても良い作品を作らざるをえないことになる。また設備の悪い常設館で、人いきれのする不衛生な環境でみるより、テレビで楽しんだ方がよいということになると、群小の常設館は立ち行かなくなるであろう。およそ2年間ほど混乱期がつづきそれを脱出して興行界も整理され、真の映画産業の転機が訪れるのではないかと思う。」(永田雅一「20世紀と映画産業 映画はテレビに敗れるか」『経済往来』1957年4月号 92, 95頁)。その上で、永田は「ビスタビジョン」の採用による映画画面の大型化、「日本映画の本格的海外進出」=輸出市場の開拓、良質な「大作」の製作=「積極製作」によって、映画産業はテレビに対抗できると説く。

それは、映画の大型化を除けば、永田のいわば年来の主張を繰り返したものであるが、しかし映画に対するテレビの影響がより鮮明となった時点においても、なお「テレビ対策だが、いまさら対策をしなければならぬようなことはない。テレビ・セットは、58年と57年とを比べると約3倍の増加を示している。同時に、映画の観客動員数も16%の増加を見せているのである。テレビの影響力というものは、若干の気分的影響にすぎないのだ。人気のあるプロ野球のゲームや、大相撲の東京場所のときには、映画館に行く人間が減少することはたしかにあるだろうが、テレビ局の提供している娯楽番組などには、全然影響されない。テレビ・セットは、年々5, 60万台は増えていき、61年くらいまでには300万台を突破しよう。その時になってはじめて、映画に対して実質的な影響力を持つようになるのである。対策としては、優秀な映画を作るとい以外には何物もない。」(永田雅一「日本映画界正常化の年」『キネマ旬報』1959年新年特別号 76頁)とあくまでも強気の姿勢を崩さなかった。

しかし事態がそのようにならなかったことは、その後の経過が示すとおりである。大映社内においてもテレビ事業部門は、映画と同じ手法で製作して赤字を免れなかった初期段階を経て、1960年代に入ると「人間の条件」「ザ・ガードマン」などのヒット作を生み出し、映画部門の不振を尻目に絶対額は少ないものの着実に収益を上げることとなる。

2. ワイドスクリーンの普及

(1) アメリカ・メジャーによる研究・開発

テレビの普及とそれによる観客動員数の著しい落ち込みに対してアメリカの映画産業が試みた対抗策の一つが、よく知られるように映画画面のワイド化であった (Balio, Tino, ed. 1985 pp. 427 433, Maltby, Richard 1995 pp. 154 157, Belton, John 1988 pp. 27 28, Belton, John 1992 pp. 70 71)⁸⁾。シネラマや3Dなど立体映画が、巨額の製作費に加えて複数の撮

8) ジョン・ベルトンは、アメリカ映画会社によるワイドスクリーンの開発についてテレビの脅威に加えて、1950年代における大衆のレジャー活動の多様化と層として台頭した新中産階級による独自の文

影カメラと複数の映写機による同期化調整や興行館による高額の設定投資、立体メガネの装着による鑑賞などがネックとなって総じて短命に終わった (Belton, John 1988 p. 37, Belton, John 1992 pp. 107 109, 116 117) 後、開発の中心は画面の横への拡がりを中心とする大型化にシフトする。1953年、これに先鞭をつけたのは20世紀フォックス社で、第1次世界大戦中フランスの科学者アンリ・クレティアン (Henri Chretien) が軍用に開発したアナモフィック・レンズ (Anamorphic Lens) を、映画の撮影機と映写機にそれぞれ取り付けるところに特徴があった。すなわちこの湾曲したレンズを標準の撮影カメラに装着することによって縦はそのままに横だけ画像を1/2に圧縮することが可能となり、また映写用のアナモフィック・レンズを映写機に取り付けると圧縮画像を従来の2倍近い横長の画像として映し出すことができる。圧縮画像はプリントにおいては縦18.16mm×横23.14mmでその比率は1:1.27であり、トーキー初期のフルフレームの画像に近く、映写された画面の縦横比は試作期の1:2.66が実用段階に入って1:2.55に変更された。フォックス社はこれをシネマスコープと名づけ、そのフィルムの圧縮画像には4本の磁気サウンドトラックを左右の送り穴の内外にそれぞれ2本ずつ配置して立体音響を実現した。もっとも、この磁気による4チャンネルはトラブルが多く、その後特殊な効果を必要とするもの以外は、オブチカル (光学)・サウンド方式に変えられ、以降プリントはサウンドトラックの幅だけ削られてスクリーンサイズは1:2.35となった。その第1回作品が、よく知られているように「聖衣」(The Robe 1953) である。シネマスコープはシネラマなどとは異なり、アナモフィック・レンズが不可欠ではあるものの、それ以外は既存の機械設備を利用することができるだけにコスト面での優位性が高く、一部を除けばメジャー各社はこの方式を採用することとなった (Maltby, Richard 1995 pp. 154 156, Belton, John 1988 pp. 35 36, Belton, John 1992 pp. 120 122, 山本あきら 1986 109頁, 日本映画テレビ技術協会編 1997 117~119頁)。

フォックス社が開発したシネマスコープは、その簡便さと低コストが特徴であったが、しかしレンズの解像力が劣って画面が粗いなどの問題点もあったため、1954年、パラマウント社は独自にヴィスタビジョンを開発する。ヴィスタビジョンは、撮影用のネガ・フィルムをカメラのなかで横に走らせて (horizontal movement) フィルム2コマ分を1コマ (= 従来のネガの2倍の面積で8パーフォレーション) として撮影し、プリントする際に特殊なプリンターで縮小焼き付けして、縦向きにフレームが並ぶ標準プリントの規格形状 (4パーフォレーション) に戻すという方式である。この方法によって標準フレームのおよそ2.6倍の粒状をその一コマ内に収めることができるため、シネマスコープに比べ解像力は高くなり、高画質の画面が得られるとともに焦点深度も深くなった。映写画像の縦横比は1:1.68であったが、パラマウント社は上映の際、拡大映写することで画面縦横比1:1.85を基本にすることとした。第1回作品

化欲求——自らを他の階級と差異化できる文化を求める欲求に対応するものでもあったと述べている (John Belton 1992 pp. 76 84)。

は「ホワイト・クリスマス」(White Christmas 1954)である。ヴィスタビジョンは、ネガの面積が大きいので画像は確かに鮮明ではあるが、しかしネガ・フィルムが従来の2倍必要となり、カメラも大きく重いために持ち運びが容易ではなく、結果としてコスト高になるという難点があった (Belton, John 1992 pp. 125 127, 前掲 山本あきら 1986 109頁, 前掲 日本映画テレビ技術協会編 1997 119頁)。

こうしたワイド化の動きのなか、MGMが着目したのはロバート・ガチャック (Robert Gottschalk) が開発したプリズムを利用した映写機用アナモフィック変換レンズであった。MGMはガチャックが設立したパナビジョン社に、シネマスコープとは異なる構造で同じ効果の得られる撮影用レンズの開発を依頼し、これに応じてパナビジョン社は1957年、フォックス社の球面様式ではなく、プリズム様式によるアナモフィックス・レンズ、オートパタナーの開発に成功する。35mmの映像を圧縮し、通常1:2.35の画面縦横比にして映写するが、このレンズはそれまでのレンズに比べて解像力がきわめて高く、色彩の鮮明さや画像の歪みも少ないことから高い評価を得て、その後の画面大型化用レンズの主流の地位を獲得することとなった。MGM社は、その後同じくパナビジョン社に依頼して開発されたアナモフィックス・レンズによって、65mmネガ上では圧縮されていない映像だが、映写映像が1:2.2になる「スーパー・パナビジョン」、さらには65mmネガ上で圧縮された映像が70mmプリントとなった時の映写映像が1:2.7となる「ウルトラ・パナビジョン」を開発し、「愛情の花咲く頃」(Raintree County 1957)「ベン・ハー」(Ben Hur 1959)などを製作する。こうしてパナビジョンの開発・普及によって、フォックス社のシネマスコープとパラマウント社のヴィスタビジョンは、次第に特殊な用途以外には使われなくなり、以降は、大型画面一般をシネマスコープと呼ぶ称号だけが残ることとなった (Belton, John 1992 pp. 155 157, 178 179, 日本映画テレビ技術協会編 1997 118~119頁)。

そして1960年代に入るとメジャー各社が劇映画をテレビ放送局に販売するために撮影は標準フレームで行い、上映は1:1.85で行うというテレビ画面に適合的なサイズに変更した (Belton, John 1992 pp. 218 219) ことを受け、アメリカの映画技術者協会 SMPE (The Societies of Motion Picture Engineers) は、1:1.85の画面縦横比を標準サイズとして採用する (Maltby, Richard 1995 p. 155)。このサイズはパラマウント社の開発したヴィスタビジョンのサイズであった⁹⁾。

9) このほかのワイドスクリーンの試みとして、プロデューサー、マイケル・トッドの要請に基づいてアメリカン・オプティカル (American Optical) 社が1955年に開発した「トッド AO」(Todd AO) 方式がある。これは65mmフィルムで撮影されたネガを、6チャンネルの磁気サウンドトラックを具備した70mmプリントに焼き付けるもので、画面縦横比1:2.15を同1:2.0の大型湾曲スクリーンに映写する仕組みである。「オクラホマ!」(1955年)がその第1回作品で、「80日間世界一周」(1956年)がこれに続いたが、その後20世紀フォックスがこの方式を購入し、1960年代の大作に使われた (Bolton, John 1992 pp. 158 163)。

(2) 日本における画面大型化の試み

東映

20世紀フォックスが製作した最初のシネマスコープ「聖衣」が、輸入・配給元の東宝によって1953年12月26日に有楽座、同月30日から新設の大阪南街劇場で公開されると、大きな反響を呼び、有楽座では翌年の3月9日まで75日間、南街劇場でも71日間のロングランが成功し、館客動員数、興行収入いずれもそれまでの洋画興行の記録を塗り替える（「日本のシネマスコープ」『キネマ旬報』1954年5月上旬号 72頁）。翌1954年12月にはパラマウントのヴィスタビジョン「ホワイト・クリスマス」が東京劇場で封切られて同じく多くの観客を動員するとともに、次第に国産機材も市場化されて洋画専門館を中心として大型映画を上映する設備も整えられるようになる（「国産機出廻り、普及率上昇」『キネマ旬報』1954年9月下旬号 84～85頁）。当初は興行館がアメリカ製の映写装置を設備するのに1,500～1,600万円もの費用を要したが、その後日本製が売り出され、また安価なメトロ式音響機器も出廻ることによって500～600万円程度で設備できるようになったため、1956年7月時点で、全国の映画館5,590館のうちシネスコ設備館は1,022館（4本トラック345館、オプティカル677館）に上っており（「日本のシネマスコープ」『キネマ旬報』1956年9月上旬号 106頁）、その多くが洋画専門館と邦・洋混合館とはいえ、国内においてもシネマスコープを上映できる環境が整いつつあった。こうした大型洋画の興行的成功は、当然にも東宝だけではなく他社にも強い刺激を与え、アメリカと同じく次第に影響力を増すテレビへの対抗策として、各社は遅速の差はあれ画面の大型化の試みを本格化することになる。ここでは、日本で最初にシネマスコープ作品を製作した東映と他社とは異なってヴィスタビジョンを採用した大映の取り組みをみてみよう。

東映は、大川社長がアメリカで見聞したテレビの脅威とそれへの対抗策としてのワイドスクリーン化の試みを踏まえ、早期に大型映画の開発を試みようとするが、専門館や契約館など自社系統館がワイドスクリーンのために多額の設備投資を認めるかどうかの問題を処理する必要があった。この問題は、不可避的に東映自身が系統館による多額の投資に見合うように間歇的ではなく恒常的に大型映画を製作し配給することができるかどうか、という問題に連動する。系列館にとって40万円から多い場合には90万円にも上る設備投資はリスクが高く、それを十分に回収できる興行収入が得られる見通しがなければ、ワイドスクリーンの導入に踏み切れないのは当然であった。東映は1956年11月、社内にワイドスクリーン対策委員会（翌年1月「大型映画委員会」と改称）を設置して二つの方針を打ち出す。（1）シネマスコープを基本として採用するが、ス・パースコープ（スタンダード版で撮影し、現像焼き付け段階で大型化する方式で上映用プリントはネガからスタンダード版と大型版の両方を作成できる）も併用し、大型映画の上映設備のない館にはスタンダード版を貸し出す、（2）専門館を中心に2,000を超える契約館に大型映画を上映する設備工事のための資金的援助を行う、というのがそれである（東映十年史編纂委員会編 1962 132頁）。この方針に基づいて東映は厳しい外貨事情のなか、フラ

ンスのシネ・パノラミック社が作成したアナモフィックレンズであるシネ・パノラミックレンズ付きのミッチェルカメラなど撮影機材の輸入、大型照明器具の調達等の準備を急ぎ、翌1957年1月12日、「東映スコープ製作配給開始について」なる大川社長名の声明を発表して、大型映画第1作「鳳城の花嫁」(松田定次)の撮影に入る。

これと並行して、興行館の映写用アナモフィック・レンズの取り付けとスクリーンのワイド化のための設備改修工事(館によっては舞台や映写室の改造工事)について、直営館は当然に本社負担で、専門館や東映冠称館および契約館など系統館に対しては東映本社による低価格での業者の選定・斡旋、工事費の立て替えや低利での融資(工事後月割りによる返済)など具体的な支援策を決める。東映は、この支援策をもって全国の支社を軸に館主を集めての説明会やセールスマンによる各館への個別説明などを精力的に実施し、多くの系統館の賛同を得て、急ピッチで上位番線館から設備改修工事に入る。このため東映は、まず系統館約650館に対して改修工事補助費として、4億3千万円を計上している(『ワイド・スクリーン映画製作の気運愈々高まる』『映画技術』1957年1月号 65-69頁)。こうして1957年2月末には407館、6月末には1,640余館の系統館の設備改修工事が完了する(前掲 東映十年史編纂委員会編 1962 134頁)。系統館のスクリーン大型化が比較的スムーズに進んだのは、当時すでに「映写機の機能も性能も外国品と比較して少しも劣っていることはなく、[映写用]レンズなど光学系は反って国産品が優位にあるため、特別の場合を除くほか国内需要の大部分は国産映写機によってまかなわれている。」(川合勇治「日本の映画機械産業」『キネマ旬報』1957年10月下旬号 37頁)あるいは「映写装置も著しく発達し、国産の一流品は外国製品に比肩し得る程度の、優秀性を備えている」(平沢勲夫「国産映写装置の現況」同 40頁)という国産映写機の技術的進展にあった。例えば、当時映写用アナモフィック・レンズは、日新光機、日本光学、そして後発の興和光機の3社を中心に製造され、そのうち興和光機製レンズは20世紀フォックス社での正式な規格チェックをクリアしたものであったが、さらにその後町の発明家滋賀氏が開発したシゴコープが市場化され、東映はこれを指定レンズとしている(口石弘敬編著 1995 72頁)。なお、東映は契約館の改修工事が進まない場合のことも考えて、シネマスコープだけではなく、撮影は普通の35ミリサイズで行いプリントする際に、タシンスキー・レンズを使って1:2の比率に圧縮し、この焼付フィルムを映写時に映写用アナモフィック・レンズを通して逆に1:2の比率で拡大するスーパー・スコープ方式も、過渡的に並行して採用した。

その上で留意すべきは、興行館がシネマスコープへの改修工事に踏み切ったのは、何よりも東映による手厚い経済的支援があったからであるが、しかしこれに加えてテレビによる観客数の減少に直截的に脅威を感じていた興行館側が、それへの対抗策として大型映画に強く期待していたという事情も大きかったということである。テレビの脅威という環境条件の変化がなければ、これほど急速に邦画興行館での画面大型化が進むことはなかったといつてよいであろう。しかも東映が先鞭をつけて主導した興行館の設備改修工事は、東映の直営館や専門館は別とし

て、他社作品を併映している東映契約館に対して東映以外の製作・配給各社も自らのシネマスコープ作品を流すことを可能としたという意味で、他社もその恩恵を享受することとなった。『鳳城の花嫁』は、約ひと月半の撮影を経て封切ギリギリに完成し、4月2日から全国一斉に公開された。それは「邦画最初の大型映画」ということもあって「圧倒的な人気を呼び」、「正月興行に匹敵する大ヒットを記録した」（前掲 東映十年史編纂委員会編 134頁¹⁰⁾。

大 映

大映は、東映をはじめ各社が大型映画に取り組み始めたことを踏まえ、1955年、渡米中の技術顧問碧川道夫に対して、アメリカにおける大型映画の研究開発の現状と各種大型化方式の違いの研究を依頼する。碧川は、当時人気を博していたフォックス社のシネマスコープについて、「左右に広がったスクリーンの両端は、どうしてもぼける」（山口猛編 1987 224頁）、アメリカの「大劇場には真中からやや後方に白いカバーをかけた特別席というのがあるが、あの席だけがシネマスコープを正しく観れる席だと私は心得ている。つまりシネマスコープは死角が全体の観覧席から比べて非常に多いわけで、特に日本の今の劇場の大部分は、シネマスコープに向いていないといえる。」（『国産大型映画の展望』『キネマ旬報』1957年春の特別号における碧川道夫の発言 97頁）として、パラマウントが開発したヴィスタビジョンに注目する。そして同社を訪ねて監督セル・B・デミルやヴィスタビジョン担当のビショップ部長などと会い、技術的な説明を受け、「拡大される画質の歪みと、正当な構図を維持するためのプロモーション設定の努力は想像以上で、高画質への挑戦は驚異的」（前掲 山口猛編 226頁）との強い印象を得て帰国する。帰国後、どのワイド方式を採用するかのも会議において、碧川は「ビスタビジョンに注目しましょう。正当な技術に裏付けられているし、機材はパラマウントの支持がある」

10) 東映の大型映画第1回作品は、当初『3人の復讐者』という原作本のあるものであったが、松田定次によれば「日本で最初の大型映画と銘打つには、それらしい見せ場が少なすぎ」「大型映画にはふさわしくない」（松田定次「証言 大型映画にふさわしい素材を求めて」東映株式会社 1992 86頁）として、プロデューサー大森康生とともに新たに脚本を書いたのが『鳳城の花嫁』であった。しかもあらかじめ「会社が友柳太朗を大型第1作の主演に選んだのは、千恵蔵・右太衛門だと、最初の大型画面で、もし画面が荒れてでもいたら、大看板に傷がつくという配慮が働いたためのようだ」（同 87頁）という。大型映画製作のリスクについて会社の「配慮」が強かったことが知られるが、撮影の仕方については、松田やカメラの川崎新太郎は「シネスコで短いカットを多用すると、網膜に残像が残って目がおかしくなるなどという声も聞こえてきたが、いっさい無視し」（同）、スタンダードと同じように撮り上げ、特に問題はなかったという。

この松田とは異なって、今井正は同じ東映スコープでの撮影に際して、カット時間が長くなったり、画面の構図の取り方が変わったり、また短い焦点距離などそれまでのスタンダード撮影とは異なる変化に対応を迫られ、それへの習熟が課題となったと述べている（今井正「拡大したフレームの秘密」『キネマ旬報』1957年6月下旬号 43頁）。このような画面のワイド化による監督の演出技法の変化については、それを実証的に検証した北浦寛之 2015を参照されたい。

(同 228頁) とヴィスタビジョン方式を推薦し、永田はこれを採用することに決める。これを踏まえて1956年7月、永田は碧川、宮川一夫、島耕二、横田達之の4人を帯同して渡米し、およそ3週間にわたってパラマウント社において「正式のレッスンを受けさせ」(前掲 山口猛編 229頁)る。しかも滞在中、アフリカ・ロケを終えてハリウッドに戻ってくる『スパルタカス』のクルーからその撮影機材一式を大映に譲ってもよいとの申し出を受けて、これを購入する。永田は、ヴィスタビジョン採用の理由について次のように述べている。

「35ミリフィルムでは、縦横の比率が1対1.3であるが、シネマスコープでは、1対2となっている。しかしこのフィルムは、真ん中にいたのでは左右のピントが合わず、右からみると左のピントが、左からみると右のピントがぼけるので、私は長い経験から判断して長続きしないともしっていたら、アメリカのパラマウントが、私と同じ考えをもっていたらしく、2年ほど前からビスタビジョンというのをやりだした。これは、ライカ判のフィルムの二コマを横にしてとったものを、35ミリのネガにセパレーションして縮小するわけだから、70ミリで撮ったものと同じになり、しかも平面的にびたりと合うことになる。そこで私は技術者をつれてあれこれ調査した結果、やはりこれだと決意して大映はビスタビジョンを入れることにした。」(前掲 永田雅一「20世紀と映画産業」『経済往来』1957年4月号 96頁)

このように大映がヴィスタビジョン方式を採用したのは、何よりもその画質が他に比べて鮮明で、画面の歪みもほとんどないという技術的な理由によるものであったが、それに加えてシネマスコープとは異なり映写用のレンズの装着など興行館の費用負担が少ないこともこの方式の選択に作用したと思われる。こうして大映では、1956年秋からヴィスタビジョンによるテストなど製作の準備に入り、1957年2月末から京都撮影所において伊藤大輔監督の下、『地獄花』がクランク・インする。しかし、例えばそのロケ撮影の現場では「山地にカメラを移動させることは従来に比較すると大変に困難で1台53貫 [= 約200kg] という、ビスタビジョンのマンモス・カメラは大きく、4個に分解搬送する労苦を味わい、^{ママ}スタッフはカメラのポジションの変更^{ママ}に最低30分程度の時間が必要であると述べている。」(「日本映画撮影所の動き」『映画技術』1957年5月号31頁)というほど、「労苦」をとこなうものであった。しかも、6月第5週から公開された『地獄花』は興行的に失敗し、「落胆したみなは、『ビスタビジョンが何や。ビスタはご免や。』」(前掲 山口猛編 231頁)と不満を口にするようになる。そして碧川自身ヴィスタビジョンの問題点を次のように述べる。

「ビスタビジョンがシネスコ・システムよりも鮮鋭度においてはるかに大きな効果があるのに、実際にはそのシャープネスの程度について、様々な議論がなされているのである。パラマウントでできた御本尊のビスタビジョン作品や、製作の条件が万全のロンドン・フィル

ムのビスタビジョン作品と、シネマスコープ作品の鮮鋭度を比較することはたやすい。だが、日本における撮影の場合、たとえば自分たちの国の建築物が画面に入ってきたときの鮮鋭度というものは、自分たちだけで見きわめなければならない。もちろん、ダブル・フレームからシングル・フレームに圧縮して微粒子をもったワイド・フィルムであるから、いかにもキメが細かくて鮮鋭度がいいはずなのであるが……。[中略] 大型映画においては画面の鮮鋭度ということが本質的な第一条件になっているが、そうかといって、画面のどこからどこまでも絵ハガキのように見えてしまってはならないのである。シャープネスは絶対に必要であるが、それがあまり度が過ぎると劇の内容にマッチしなくなる場合が起るということを、私は痛感したのである。ワイド・フィルムにおける鮮鋭度のコントロール。これが現在の私に課せられた最も大きな問題だと思っている。」(碧川道夫「大型映画の画面効果」『キネマ旬報』1957年6月下旬号 44頁)

すなわちヴィスタビジョンの特徴である画面全体の高い「鮮鋭度」が、「劇の内容」と「マッチしなくなる」——乖離してしまう「場合が起る」ため、「鮮鋭度」を「コントロール」する必要があるというのである。ヴィスタビジョン選択の最大の根拠であった「鮮鋭度」の高さが、逆に劇の内容・展開の足かせになるというパラドックスは、深刻というべきであった。結局、大映は『地獄花』の後『誘惑からの脱出』(島耕二)などをヴィスタビジョンで製作するものの、全国の契約館がシネマスコープ用の設備を整えてきたこともあり、57年9月クラック・インの『雪の渡り鳥』(加戸敏)からシネマスコープ方式をも併用して、経費と手間のかかるヴィスタビジョン方式での製作は5本で打ち切ることとした。ヴィスタビジョン採用の立役者であった碧川は、「社長をここまで引き出した罪は、私を深く刺しました。……以降、急速に私に対し、社内は冷たくなりましたが、社長は、いやみ一つ言いませんでした。」(同)と述懐している。

こうしてシネマスコープは、日本においても「東映スコープ」「大映スコープ」と各社の名を冠して大型映画の主流をなし、1960年代に入るとスタンダード画面はむしろ少なくなっていく。トーキー、カラーに続く映画の第三の技術革新としてのワイドスクリーンの一般化は、テレビの促進を受けて急速に進むことになったのである。日本においてシネマスコープのサイズがテレビ放映やビデオテープでの販売を考慮してヴィスタビジョン・サイズに変わるのは、1980年代に入ってからである。

3. 業界団体の組織改編とその主な活動

(1) 業界団体の組織再編

1954年に映画製作を再開した日活は、それにとまなう俳優等の引き抜きとそれへの対抗措置

としての「5社協定」をめぐって、製作5社と対立していたが、1957年1月、ニューヨークで開催された日本映画見本市に参加したことを契機に、自らの製作体制の確立・安定化と永田雅一の働きかけもあって「映連」に加盟する意思を明らかにする。これを受けて4月23日、6社社長は「映画連合会を発展的に改組し、改めて『日本映画製作者連盟』を6社で結成することに意見の一致をみた。」との「声明書」（『映画年鑑』1958年版 159頁）を発表し、これに基づいて5月9日、映連は臨時総会を開催し、日活を新たに加えて劇映画製作・配給6社をもって構成する日本映画製作者連盟に組織改編することを正式に決める。映連のこの組織改編の結果、教育映画の製作会社やフィルムや機材などの資・機材メーカーさらに東洋現像所などの映画関連企業は映連から脱退を余儀なくされたため、それらを包摂する映画産業振興会（映産振）は、6月26日の定時総会において従来の個人会員制を「個人会員」と「団体会員」とに変更するとともに、改めて専門委員会を設置して映画の関連産業全体を代表する業界団体としての組織のあり方を検討することとなった。翌1958年6月27日、その検討結果を受けて映産振は定時総会において、「映産振を名実ともに映画産業関係団体を打って一丸とした強力な映画産業の代表機関とする」、「社団法人『映画産業振興会』の名称を社団法人『映画産業団体連合会』（略称映団連）と改める」、「団体加盟を建前とし、映画の製作、配給、興行、輸出入、映画機資材の生産、輸入、販売、映画技術等に関し、各部門ごとに一本化された強力な団体を以て正式会員とする」等の組織改編についての「基本構想」（映画産業団体連合会 1960 398頁）を承認し、同年8月14日の臨時総会において正式に組織改編を決定するとともに、会長（城戸四郎）理事長（永田雅一）等の役員人事を決める。こうして映団連は、個人会員制を廃止して団体会員制度に切り替えるとともに、すべての映画関連産業に広く門戸を開放することによって組織の拡大・強化を図り、映画業界の総意を体現してその利益を図る業界組織としての性格を明確にすることとなった。

（2）主な活動

物品税撤廃運動

映産振時代も含めて映団連の活動は多岐にわたるが、特に重点を置いて取り組んだのは、映画入場税の軽減・撤廃と国産カラーフィルムや国産・輸入の資・機材等に課せられる物品税の同じく軽減・撤廃措置であり、それは国の租税制度の改変を不可避とするものであったから、当然に政府・官公庁に対する働きかけを中心とするものであった。国産カラー・ネガ・フィルムに対する物品税の免税措置については、カラー映画に関する拙稿で述べたように、当初1957年3月末をもって打ち切られることとなっていたが、業界の要請活動によって58年3月末まで一年間延長された後、永田雅一による精力的な働きかけが奏功して59年3月末までさらに1年間延長されることとなった。このカラー・ネガ・フィルムに対する物品税免税による製作6社の支出減はおよそ4億円と見込まれ、決して少ない額ではない。また生フィルムを含む他の映

画関係資・機材の物品税の減免については、映団連はそれまでの陳情的な要請行動による働きかけというよりも、映画資・機材等への物品税課税そのもの自体が内在する不合理性・不公平性を強く主張することによって、その撤廃を求めるという姿勢を打ち出したことが注目される。

すなわち1958年10月20日の映団連理事会において採択された「映画産業関係資材に関する物品税撤廃要請書」は、次のように述べる。

「新聞事業者が原材料たる新聞用紙、印刷に要する諸機械又ラジオテレビ事業者が放送に要する設備、機械等を購入する場合は、非課税として取扱い、マスコミュニケーションの一翼を担っている映画企業が生フィルム、撮影機、レンズ、映画用現像、焼付機等を購入する際は、物品税を課するという事は、不合理も甚だしと云わなければならない。物品税制定の趣旨は、奢侈又は嗜好性のある物品に対し課税し、消費者が担税する建前であるに拘らず、映画企業にとって最も重要な原材料であるフィルム並びに製作機械である撮影機等に課税するという事は、税の趣旨からいって根本的に誤っている。[中略] テレビ事業者が営業用の撮影機を購入する場合は、これを非課税とし、同一撮影機を映画事業者が購入する場合は、これに物品税を課するという事は、税の公平を欠くものであると云わなければならない。テレビ、ラジオ事業者が必要なる諸機械を購入する際、公共事業であるという見地からして非課税となっているが、テレビ、ラジオが毎日放送している、その種目を検討して見るとその7割は、純然たる娯楽である。[中略] 然るに、映画は娯楽性を帯びているからと云って、映画製作に必要な諸機械及びその原材料たる生フィルムを購入する際、物品税を課するという事は、公平であるべき『税』の建前から、果して妥当と云えるであろうか。[中略] [外国の] 政府は、[これら資・機材に] 課税しておらない。これら、税の負担を免れている諸外国の映画製作事業者が、世界をマーケットとして映画を配給しておるのに対し、日本の映画製作者は、映画の製作過程において、原材料たる生フィルム及び製作に必要な諸機械に対し、高率の物品税を課せられ、この大きな負担を背負って、国際市場において競争しなければならない苦境に立たされているのである。[中略] 故に我々は、映画製作企業に対する生フィルム及び製作諸機械、器具に対する物品税の撤廃を要請する所以であります。」(前掲 映団連 1960 456～458頁)。

奢侈品・嗜好品に対する課税を本旨とする物品税が、映画用資・機材に課せられていることの不合理性に加えて、同じマス・コミである新聞、ラジオ、テレビが非課税なのに対して映画が課税されていることの不公平性を指摘した上で、国際競争場裡において非課税の外国映画企業と競うことの不利を述べて、輸出産業としての制度的劣勢を訴えたこの「請願書」は、映画業界としては珍しく正鵠を射た主張というべきであろう。映団連は、これを自民党、大蔵省、通産省などに提出するとともに関係省庁への折衝を繰り返した結果、1959年4月21日、「物品

税法の一部を改正する法律」が、また5月1日に「物品税法施行規則の一部を改正する政令」が施行され、「映画用ネガフィルム及び複製用フィルム、35ミリ撮影機、同付属品、35ミリ専用現像機、焼付機等是非課税」（同 534頁）となった。しかし、「35ミリのカラー・ポジは59年5月1日から61年3月31日まで10%課税、16ミリのカラー・ポジおよび35ミリ・16ミリの白黒ポジは30%課税」（前掲『映画年鑑』1960版 86～87頁）と、軽減されたものの課税自体は維持され、また16ミリ撮影機も課税対象から外されることはなかった。したがって映団連は引き続きこれら物品税の撤廃を求めて、1960年8月、「映画産業関係機資材に対する物品税撤廃陳情書」を作成し、課税されているポジ・フィルムや撮影機は「奢侈的消費物品ではな」く、「生産機資材」（『映画年鑑』1961年版 89頁）であって、それへの課税は不当であると訴え、その結果、カラー・ポジ・フィルムについては10%の軽減税率が62年3月末まで延長され、また62年4月には黒白ポジ・フィルムが20%に引き下げられ、その後カラー・ポジ・フィルムはさらに1965年3月末まで軽減税率が延長されたが、65年4月以降はカラー・ポジが13%に引き上げられ、黒白ポジは20%のままとされた。そして翌1966年4月、新年度の税制改正によって、カラー・黒白のポジ・フィルム、および業務用現像・焼付機、70ミリ映写機に課せられていた物品税は、すべて廃止され、輸入のカラー・ネガ・フィルムへの軽減関税15%も6か月延長されることとなった。この結果、国産ポジ・フィルムの価格は、物品税額分安くなり、これによる製作5社の節約額は1,000万円（半年間）と推定された（『映画年鑑』1967年版 80～81頁）。

入場税減免・撤廃運動

他方、入場税については、全興連との連携の下に、入場料金150円までは10%、150円以上は20%に引き下げるという2段階税率制の実現を求めて、政府・自民党への働きかけを強めた結果、1958年1月23日の映産振理事会において、出席した自民党幹事長川島正次郎から「入場税150円以下1割ということで、党6役、総理迄いろいろ心配されたが、[昭和]33年度予算に間に合わなかった。自転車、リヤカー免税との合計100億円の代わり財源がなく、入場税は地方移^マじょう税で困難だった。34年度に実現するよう党の公約としてここに報告する。」（前掲 映団連 1960 380～381頁）との言質を得る。その後、翌1959年2月16日の衆議院大蔵委員会で開催された「入場税に関する公聴会」を経て、同3月31日、「入場税の一部改正法案」が衆参両院を通過して成立し、8月1日から施行されることとなった。改正入場税は、それまでの5段階制から「入場料金70円まで10%、100円まで20%、100円を超えるもの30%」の3段階制に改められた。これら「入場税の引下げと生産用映画機資材の物品税免除が実現したのは、映団連の不断の運動にもよるが、実際には永田雅一理事長の政治力に負うところが大きかった。」（前掲『映画年鑑』1960年版 87頁）とされる。

この入場税の改正はそれ以前に比べれば軽減措置になったとはいえ、撤廃を求める業界の立場から言えば、依然納得のいくものではなかったから、映団連はその後入場税の全面撤廃を

求めて、1960年8月、「映画入場税撤廃に関する陳情書」を作成し、関係方面に訴える。日本のみならず世界的にもテレビの影響によって映画観客数が減少し業界不況が深刻化する環境条件下、各国政府が映画産業保護政策をとっているにもかかわらず、日本においては逆に高率の入場税により入場料金の引き下げを阻んでおり、このまま推移すると「わが国の映画産業は崩壊の一途をたどるのみである」として、「イギリスのように入場税が完全撤廃され、その資金を以上の〔不況〕対策費の一部にしたい」（『映画年鑑』1961年版 88～89頁）というのである。そして1961年2月、映団連は内部に永田雅一を長とする「入場税撤廃運動本部」を設置し、映画に演劇・スポーツ観戦も加えて国会への働きかけだけではなく、観客を含む一般世論に直接訴えるキャンペーン活動を展開する方針を決め、「3月1日から、全国一斉にポスター、つり革の掲示、パンフレットの配布などデモンストレーションが展開された。」（『映画年鑑』1962 88頁）。そして3月15日、新年度の税制改正を審議中の衆議院大蔵委員会は、税制調査会会長中山伊知郎、永田雅一、東宝常務菊田一夫を公述人として意見を聴取する。委員会において永田は、テレビの影響によって映画観客数が落ち込むなかで、映画入場料は「入場税を控除」した「平均」で「わずかに一人頭一昨年は62円強」「昨年が辛うじて71円になった」のであるが、しかし現在は「2本立の映画を常識にしておるのですから、1本が31円」および「35円ないし36円」ということになる。しかも3本立の館も「3千館ある」ので、映画1本当たりの入場料金はさらに少なくなるにもかかわらず、入場税がこの少ない入場料金——興行収入を圧迫しており、「形式の上においては大衆課税のごとく見え」ながら「実際においては業者の出血」において負担しているのが、入場税の実態なのであり、「すみやかにこの入場税を撤廃していただきたい」（『衆議院大蔵委員会議録第15号 1961年3月15日』15～16頁）と訴える。

こうした精力的な働きかけもあって、1962年4月1日、入場料金30円までは非課税、それ以上には一律10%課税と税率の大幅な引き下げが実施された。しかし、1967年12月23日第57回国会の衆参両院の本会議において「音楽、舞踊、演劇、映画等の入場税撤廃に関する請願」が採択され、また第58回国会においても、水田三喜男大蔵大臣が、68年4月11日の参議院予算委員会において委員の質問に対し「入場税撤廃もふくめて入場税制度全体をもう一ぺん検討しなす。」と答弁し、さらに同年6月3日には、政府に入場税撤廃の具体的措置をとるよう要請した同一案件の請願が両院本会議で採択されたものの、入場税はその後撤廃されることはなかった。そして1971年4月1日に入場料金100円までは非課税とする免税点の引き上げが実施された後、1975年3月26日、自民党税制調査会での議論を経て、入場料金1,500円までは非課税とし、1,500円を超えるものについて一律10%を課すとの改正案が衆議院を経て参議院で可決され、4月1日より実施された（『映画年鑑』1976年版 57頁）。この結果、当時1,500円を超える入場料金の興行館は、きわめて少なかったことから、ほとんどの映画館が入場税の課税対象から外され、事実上免税措置を受けることとなった後、1989年4月1日の消費税の導入によって入場税は漸く廃止されることになった。これほどまでに長期にわたって入場税が維持された

のは、それが間接税として政府の歳入に無視しえない役割を果たしていたからにほかならない(表1)。

表1 全国映画館の平均入場料金の推移

(単位:円)

年 度	入場料金	年 度	入場料金	年 度	入場料金	年 度	入場料金	年 度	入場料金
1955	63	1962	115	1969	295	1976	852	1983	1,093
56	62	63	152	70	324	77	923	84	1,144
57	62	64	178	71	366	78	967	85	1,118
58	64	65	203	72	411	79	958	86	1,116
59	65	66	219	73	500	80	1,009	87	1,120
60	72	67	236	74	631	81	1,093	88	1,118
61	82	68	262	75	751	82	1,092	89	1,161

(出所) 『映画年鑑』各年度版

「日本映画海外普及協会」の設立

1957年5月、内閣の諮問機関「映画審議会」の答申に基づいて、外務省・通産省所管による財団法人「日本映画海外普及協会」が設立された。これは川喜多長政(東和映画社長)によって同審議会に提案されたもので、日本映画の輸出促進を図るためにそれに必要な事業の遂行を目的としたものであるが、この事業計画のなかに日本映画の国際見本市の開催などが盛り込まれていたために、輸出行政を担当する通産省から異議が出され、業界首脳と外務・通産両省との話し合いの結果、両省の共同所管に落ち着いたという経緯があった。この組織の設立は、政府が日本映画の輸出促進に積極的に取り組み始めたことを意味するものであるが、それはまた日本映画の産業としての存在感が政府部内で高まったことを映し出していた。この組織は正式に発足する前から実質的に活動を開始しており、その初仕事として4月、フランス映画海外普及協会(ユニ・フランス・フィルム)との間に「日仏合作映画協定」が締結される。2年後の1959年に大映とフランス映画社との合作映画として製作されたアラン・レネ監督の「24時間の情事(ヒロシマ・モナムール)」はその協定に基づくものであった。

4. 小 括 日本映画産業はなぜ危機に陥ったのか

1950年代末葉は、日本映画産業史上したがって日本映画史上、最も劇的な転換点を刻印した時代であった。映画観客数が1958年に史上最大を記録した後、その後地滑りのように減少に転じ、以降数十年間におよぶ産業的停滞を余儀なくされたからである。その直接的な原因がテレビの普及と高度経済成長を背景とした人びとの時間消費の態様の変化にあることは疑いない。しか

し映画産業の危機・停滞をこうした外的要因にのみ帰すことは、映画産業自らがテレビ映画・テレビドラマの製作を手掛けテレビとの共存の道を選択していくことから、的確な歴史理解とはいいがたい。

日本映画産業が危機に推転していく最も重要な要因は、実は当該産業自体の内部にあったのではなかったか。1950年代中葉、東映を嚆矢とした週替わり2本立て製作・配給に各社はさまざまに逡巡を繰り返しながらも巻き込まれ、映画の量産体制が確立する。映画の量産は、一面では監督の演出スキルの向上や限定された予算・時間という物的制約ゆえの効率的な製作方法の案出などプラスの効果がないわけではなかったが、しかし一部を除いて濫作ゆえの作品の質の低下を余儀なくされたことは否みがたい。日本映画の戦後黄金期とは、良質な芸術的・娯楽的作品の輩出の陰で多くの消耗品的な作品が濫作された時代にほかならない。1960年代に入って各社は経営環境の悪化に対して、一方では、経営多角化や資産の切り売りなどをもって対応するものの十分に功を奏することはできず、1961年にはもともと経営基盤の弱かった新東宝が倒産する。他方、各社はまた各々新たな作品路線の創出に試行錯誤を繰り返すが、結局東映が任侠路線に転じたことを契機に、テレビでは作ることができない内容として「暴力と性」を主題とした作品に次第に傾斜し、巻き込まれていく。これは、映画自らが観客を自己限定することによって、女性客をはじめとするそれまでの観客の映画離れを促進することにほかなかった。こうして映画産業は、一部の固定客を獲得した東映と、もともとあった興行面の強さに加え怪獣ものや戦争ものなどで一定の観客をつなぎとめた東宝を除き、各社は1960年代半ばには深刻な経営危機に直面し、興行面で弱体だった大映は永田雅一による会社資産の個人的流用などもあって1971年末に経営破綻を迎えることになる。その意味において大映の倒産は、日本映画産業の危機の象徴であっただけではなく、2本立て製作による作品の質的低下を危惧し、映画に固有の良質な娯楽性と芸術性を潜在的・部分的であれ追い求めてきた日本映画業界の志向性そのものの衰退を意味するものであったというべきであろう。

* 本稿は、JSPS 科学研究費補助金基盤研究C（課題番号16K02338）による研究成果の一部である。

引用文献

- 安倍通典 2005 『昭和思い出の記 大映テレビ独立の記』 講談社出版サービスセンター
- 有馬哲夫 2011 『日本テレビとCIA 発掘された「正力ファイル」』 宝島社 宝島 SUGOI 文庫
- 映画産業団体連合会 1960 『10年の記録』 映画産業団体連合会
- 『映画年鑑』 1955～58年版 時事通信社
- 1976年版 時事通信社
- NHK 放送技術研究所 2010 『改訂版 テレビは進化する 日本放送技術発達小史』
- 川口松太郎 1975 『生きてゆく』 講談社
- 北浦寛之 2015 「ワイドスクリーンと日本映画の変貌 変化する撮影のスタイル」 塚田幸光編著
『映画とテクノロジー』 ミネルヴァ書房
- 北浦寛之 2016 「大手映画会社の初期テレビ産業への進出」 谷川建司編 『戦後映画の産業空間 資本・娯楽・興行』 森話社
- 口石弘敬編著 1995 『シネマ100年技術物語』 (社) 日本映画機械工業会
- ダイヤモンド社編 1967 『真剣勝負に生きる：東映社長大川博』 ダイヤモンド社
- 東映十年史編纂委員会編 1962 『東映十年史』 東映株式会社
- 東映株式会社 1992 『クロニクル東映 1947 1991』 東映株式会社
- 東映株式会社編 2016 『東映の軌跡』 東映株式会社
- 日本テレビ放送網株式会社社史編纂室編 1978 『大衆とともに25年 沿革史』 日本テレビ放送網株式会社
- 日本映画テレビ技術協会編 1997 『日本映画技術史』 日本映画テレビ技術協会
- 古田尚輝 2009 『「鉄腕アトム」の時代 映像産業の攻防』 世界思想社
- 山口猛編 1987 『カメラマンの映画史 碧川道夫の歩んだ道』 社会思想社
- 山本あきら 1986 「大型画面の盛衰」 『季刊リュミエール』 第3号
- 吉見俊哉 2010 「テレビを抱きしめる戦後」 吉見俊哉・土屋礼子編 『大衆文化とメディア』 ミネルヴァ書房
- Balio, Tino., ed., 1985 *The American Film Industry, Revised Edition*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Belton, John, 1988 "CinemaScope and Historical Methodology", *Cinema Journal* Vol. 28 No. 11, 1988 Fall
- Belton, John, 1992 *Widescreen Cinema*. Cambridge: Harvard University Press.
- Maltby, Richard, 1995 *Hollywood Cinema*. Oxford: Blackwell Publishers Inc.