

[早稲田大学審査学位論文（博士）の要旨]

論文概要書

ブルーバード・フォトプレイズ再考 ——比較映画史研究と女性へのまなざし——

入倉友紀

本論文は、1916年から1919年にかけて活動したアメリカの映画会社ブルーバード・フォトプレイズ（以下、ブルーバード社と略記）を再考し、その映画史上の重要性を明らかにするものである。ブルーバード社は映画会社ユニヴァーサル社の子会社として設立され、約3年間に渡って5リールの長編劇映画を専門に製作・配給した。その総作品数は170本前後にもものぼる。これは、1910年代にかけて長編劇映画の製作に消極的であったと考えられてきた、従来のユニヴァーサル社の言説を否定するものである。

しかし、その功績がアメリカ映画史の文脈で語られることは、これまでほとんどなかった。同社の製作する作品は総じて50-60分前後と、長編劇映画としては短めの上映時間であり、またその作品群はユニヴァーサル社の取引所を利用して興行主と直接やりとりされたために、アメリカ国内において大きな広がりを見せなかったと考えられる。また、1920年代に入るとハリウッドはスタジオ・システムの時代に突入していくが、ユニヴァーサル社は業界をリードするビッグ・ファイブではなく、その下位であるリトル・スリーと位置付けられた。その結果同社の1910年代の様々な試みは、成功しなかったものとして、評価の対象から外されてしまった。

一方、日本映画史においては早くからブルーバード社への言及が行われ、その重要性が指摘されてきた。その映画群は日本映画の欧米化を目指した「純映画劇運動」に大きな影響を与えたとして高く評価され、日本映画史においてブルーバード映画は特権的な地位を与えられることとなった。「アメリカの映画会社でありながら、日本映画史の文脈においてのみ評価される」という奇妙な立ち位置を長らく保ち続けて来たのが、ブルーバード社であるといえよう。しかし、このようなブルーバード社の日本映画史における言及は、同社の映画群が日本においてなぜここまでの広がりを見せたのか、という点については抽象的な議論の域を出ていないように思われる。

また、近年ブルーバード社は欧米の映画史研究においても、ようやく注目を集めつつあるが、それは同社が女性監督を積極的に採用していたという事実起因する。しかし、これらの文脈でブルーバード社が言及される際には、日本映画史の観点は完全に抜け落ちてしまっており、ブルーバードという映画会社を包括的に議論しているとは言い難い。

そこで本論文では、アメリカ映画史と日本映画史の観点からの議論、そして近年台頭

してきた女性映画人を再考する流れの双方を重視し、その二つの言説の媒介となることで、同社を多角的に論じることを目指した。論文は全3部7章の構成とし、第1部で親会社であるユニヴァーサル社の1910年代の活動をアメリカ映画史の文脈から再評価し、第2部でブルーバード社のアメリカ本国における活動を論じたのち、その日本における受容を再考し、第3部で俳優や監督といった同社の女性映画人たちの重要性に言及した。以下に、各章の概要を記す。

第1部 アメリカにおける長編劇映画への移行とユニヴァーサル社

第1章「長編劇映画時代の幕開け——1910年代初めにおけるアメリカ映画界の長編劇映画製作と配給の試み」は、論文全体の導入部となる章であり、アメリカ映画界全体を「長編劇映画」というキーワードから論じた。1910年代はアメリカ、そして世界の映画業界において大きな変革の時代であった。その中でも重要な変化は、短編から長編へと作品の上映時間が大幅に長くなったことである。比較的スムーズに短編から長編への移行が行われたヨーロッパとは異なり、アメリカではこの移行は困難を極めた。

そこには様々な要因があるが、まず足枷となったのはトラスト側、独立系が双方とも1リールを基本単位とした映画の製作・配給・レンタル体制を整えたことであった。1910年代中ごろまで多くのニッケルオデオンでは、いくつかのシングル・リールを組み合わせた「ヴァラエティ・プログラム」を採用していた。彼らは安い入場料で観客を呼び込んでいたために、1日に何度もプログラムを回転させる必要があった。また、このプログラムは日替わりであったため、映画の取引所は多くの短編を配給会社から購入し、これらの興行主に貸し出さなければならなかった。結果として、この時期の長編劇映画の上映は、ニッケルオデオンではなく劇場において例外的に行われることが多かった。

そのような中であって、短編と長編を繋ぐ媒介として機能したのが、アメリカでは1912年から製作が始まったシリアルであった。アメリカのシリアルは通常一つのエピソードが1-2リールであったため、興行主は「ヴァラエティ・プログラム」と調和させることが容易であったうえに、従来よりも物語性のある作品を提供することができた。さらに、シリアルは意識的に女性観客を開拓するというアメリカ映画界にとって初めての試みでもあった。加えて、1910年代にはニッケルオデオンに代わってピクチャー・パレスと呼ばれる大型映画館の建設が始まる。このような映画館では、オーケストラが雇われ、長編劇映画が積極的に上映された。これにより、映画観客の主要な構成員であった移民や労働者階級の人々に代わって、中流階級の人々が新たな観客層として台頭してくることとなった。

こうして映画がニッケルオデオンで上映されるいかがわしい娯楽から大衆のアミューズメントへと変化していく中で、トラスト側、独立系の映画会社は、双方とも長編劇映画の製作や配給を模索し始めることとなる。

第2章「ユニヴァーサル社における初期の長編劇映画製作」では、同社の1910年代前半の活動に着目した。ユニヴァーサル社の創設メンバーの一人であり、長らく同社のトップに君臨したカール・レムリは、ニッケルオデオンの興行主として映画界へ入った。経営は順調であったが、レムリは良い状態のフィルムを借りることができない状況に不満を感じ、レムリ・フィルム・サービスを設立して映画のレンタル業に進出する。さらにIMPを設立して、映画の製作にも乗り出す。IMPはMPPCに属さない独立系映画会社として頭角を現し、1912年には他の映画会社と合併して、ユニヴァーサル社が設立される。

ユニヴァーサル社は1913年から長編劇映画の製作に乗り出すが、当初は不定期での製作であった。同社初の長編劇映画となったのは、白人奴隷映画『人身売買』であった。少女たちを狙う売春斡旋業者を描いた本作は大成功をもたらしたが、このような刺激的な映画の流行は一過性のものであった。

また、同社は同時期にハーバート・ブレノンを監督に据えて、ヨーロッパ製作ユニットを組織し、長編も含めた複数の作品をヨーロッパにおいて製作した。その中の一つが4リールの『アイヴァンホー』である。歴史小説の映画化である本作は、舞台出身の俳優キング・バゴットを主演に迎え、多くのエキストラを雇ってイギリスの城でのロケーション撮影が行われるなど、かなり大規模な作品であった。ユニヴァーサル社はこの作品を通常のプログラムに組み込むことで、地方の小規模な映画館の興行主も長編劇映画がお手頃な値段でレンタルできるよう配慮を示した。

その後同社は、より安定した長編劇映画の製作を試みるようになっていく。1914年にはユニヴァーサル・スペシャル・フィーチャーズ・ブランチを発足させ、「アブサン」(4リール)、『ベニスの商人』(4リール)、『海神の娘』(6リール)、『サムソン一代記』(6リール)といった作品を公開した。これらの作品は通常のユニヴァーサル社のプログラムとは異なる形で配給されたため、興行主は追加でレンタル料を支払う必要があった。さらにユニヴァーサル社は1914年後半には5リール以上の作品を専門に扱うブックキング・オフィスを設立し、長編劇映画を配給する体制を整えていくこととなる。

第3章「ユニヴァーサル社の長編劇映画ブランド——安定した製作と配給の模索」では、1910年代後半のユニヴァーサル社の活動に着目し、その長編劇映画ブランドの誕生を追った。ユニヴァーサル社は映画の製作体制を整えるため、1912年からカリフォルニア州サン・フェルナンド・バレーのオーク・クレスト牧場を借り、スタジオの建設に着手する。1913年半ば正式にオープンしたこの撮影所はユニヴァーサル・シティと名付けられた。さらに同社は1914年、ランカーシム・ブルーバード沿いに新たなスタジオの建設を始める。1915年3月15日にオープンした新ユニヴァーサル・シティはその後同社のメインの撮影所として機能し、効率的に映画製作を行う基盤となった。

ユニヴァーサル・シティのオープン後、ユニヴァーサル社は1915年7月に、「プロ

ードウェイ」という長編劇映画ブランドの設立を宣言する。このブランドは毎週 1 本 5 リールの作品をユニヴァーサル社のレギュラー・プログラムに組み込む形でリリースした。ブランド名からも連想される通り、ブロードウェイは当初演劇との関係を強くアピールし、ブロードウェイ・スターの起用や、ブロードウェイの有名舞台または小説の映画化を理念として掲げた。この「ブロードウェイ演劇をブロードウェイ俳優で」というスローガンは、同時期に長編劇映画の製作・配給に積極的な姿勢を示していたフェイス・プレイヤーズ社が打ち出した「有名演劇を有名俳優で」という、よく知られたスローガンを強烈に意識していたことがうかがえる。

しかし、ユニヴァーサル社のブランド「ブロードウェイ」は設立から 1 年も経たずに「レッド・フェザー」へと名前を変えることとなる。この変更理由には二つの理由があったと思われる。一つは映画作品と演劇の繋がりを強調することにあまり利点がないと気がついたため、そして二つ目は同時期に設立された新ブランド「ブルーバード」に対応するブランド名とするためである。ブルーバードはレッド・フェザー同様、週間のリリース・スケジュールを打ち出し、新たな長編劇映画ブランド、そしてユニヴァーサル社の子会社として設立された。同社は 1916 年 1 月から作品の配給を開始するが、その際に重視したのは作品の「質」であった。同社の作品群は、レッド・フェザーとは違い、ユニヴァーサル社の週間プログラムに組み込まれなかったため、その特徴を興行主に積極的にアピールする必要があった。

ブルーバード社が順調に製作・配給を続ける一方で、レッド・フェザーは 1917 年 4 月にはその活動を終えてしまう。代わりに設立されたのが「バタフライ」である。このブランドもやはり、週 1 本 5 リールの作品を製作・配給するというスケジュールを順守した。しかし、バタフライも長くは続かず、1918 年 1 月にはその活動を終えてしまう。

ユニヴァーサル社は 1910 年代後半に 5 リールを基本単位とした長編劇映画の定期的な製作・配給へと舵を切るが、時代はより長さのある作品を求める方向へと変化していく。そこで同社が打ち出したのが、「ジュewel」という新しいブランドの設立と「スペシャル・アトラクションズ」と名付けたシリーズである。両者とも、従来の 5 リールの枠を超えた、より上映時間の長い作品を提供し、1920 年代に入っても使用され続けるブランドとして成長していくこととなる。

第 2 部 ブルーバード映画の展開と受容

第 4 章「ブルーバード社の設立と展開」ではブルーバード社のアメリカ国内における活動と特色、さらに同社の映画群のヨーロッパでの展開を論じた。ブルーバード社は、1916 年 1 月 24 日フランス映画「ジャンヌ・ドレ」を公開したことを皮切りにその活動をスタートさせ、その後は自社で作品の製作・配給を行っていく。同社がその設立に際して強調したのは、「作品の質にこだわった 5 リールの長編劇映画を製作し、週に 1 本配給する」という方針であった。当初は、その作品製作において、親会社であるユニヴ

アーサル社との大きな違いを持っていなかったブルーバード社であるが、徐々にその独自性を打ち出すようになっていく。その際に同社がスローガンとして使用したのが「劇こそまさにうってつけ (The Play's the Thing)」というハムレットの台詞であった。ブルーバード社は、映画の題材として取り扱うのに適した小説や戯曲を重視し、そのうえで作品の雰囲気合う俳優を起用することで、スター・システムを否定する姿勢を示した。

初期のブルーバード映画の製作体制は、当時ユニヴァーサル・シティの運営を担っていた H・O・デイヴィスによって確立された。デイヴィスは撮影所において、プロデューサーがトップに立って個々の作品製作を管理することで、製作体制を効率化した。このようなデイヴィスの改革は、タイトなスケジュールの中で製作を行っていたブルーバード社の監督たちにはおおむね好評を持って迎えられた。しかし、監督の自由を奪うことにも繋がるこの新しい方針は、ユニヴァーサル社のトップであるカール・レムリとの軋轢を生むこととなり、結局デイヴィスは 1917 年の 5 月頃には同社を去ってしまう。

デイヴィスが中心となって確立した、スター・システムを否定し物語を重視するブルーバード社の姿勢は、当時の同社の宣伝広告からも確認することができる。そのアーティストックで色鮮やかな広告を担当したのがバートン・ライスとエセル・ランドクイストである。彼らによるブルーバード映画の広告では、主演俳優の写真や写実的なイラストが掲載されることはなく、物語の世界観を表現することが重視された。また、老若男女が映画館へ向かう挿絵なども広告として挿入され、ブルーバード映画がどのような観客層にも受け入れられる健全な作品群であることをアピールした。ブルーバード社はおそらくこの時期台頭してきた女性や子供といった、新しい観客層を顧客として取り込むことを目指していた。それは、映画館の観客に女性が占める割合が増加してきたことを実感していた興行主側の声を反映したものであったのかもしれない。その結果、ブルーバード映画はある程度保守的な価値観を内包した映画群を製作するようになった。また、ブルーバード社は音楽スコアのレンタルや、個々の作品の宣伝文句を提案するといったサービスを提供することで、それまであまり長編を上映してこなかった小中規模の映画館の興行主も気軽に同社の映画群をレンタルできる体制を整えた。

本章では、ブルーバード映画のヨーロッパでの上映にも言及した。多くのブルーバード映画は、第一次世界大戦後にヨーロッパに紹介された。しかし、イギリスにおいては戦時中もブルーバード映画が輸入され、各地の映画館で上映されていた。戦中にイギリスに集められたブルーバード映画は、戦後ヨーロッパの他の国々に輸出されたと考えられる。ブルーバード社が活動を終えた後に、ヨーロッパで公開されたその映画群が、大きな影響力を持ちえたとは考えづらい。しかし、そのブルーバード映画がヨーロッパのアーカイヴに現存していることは、今後実際に作品を視聴し、個々の作品を分析するうえで大きな意義があるだろう。

第5章「日本におけるブルーバード映画の受容——興行、観客双方の取り組み」では、日本におけるブルーバード映画の受容を興行側、観客側の観点から再考した。日本におけるブルーバード映画の輸入は、ユニヴァーサル社が1916年、日本にユニヴァーサル・ハリマ商会を設立したことから始まる。同年7月1日以降日本で販売されるユニヴァーサル映画は、総てこのユニヴァーサル・ハリマ商会を通して上映されることとなった。その際日本に大量に輸入されたのが、1916年1月に活動を開始したばかりのブルーバード社の映画群であった。日本で公開されたブルーバード映画は130本を超えており、実に同社の作品群の8割が日本にもたらされたことになる。

この時期東京においては、浅草を中心に映画館が次々と建設されていく。とりわけ浅草六区には多くの映画館が乱立し、しのぎを削った。その中でもブルーバード映画の封切り館として人気を博したのが、浅草帝国館である。この映画館を経営していた小林喜三郎は早くからブルーバード映画の価値に気づいていた。小林は同社の映画『美人島』を帝国劇場で封切ることによってブルーバード映画の特別性をアピールし、その後自身の経営していた浅草帝国館をその映画群の封切館として宣伝した。

日本においてブルーバード映画が人気を確立していった背景には、映画館の他に、この時期の映画雑誌の興隆がある。1910年代に入ると日本では映画雑誌が次々と刊行されるようになるが、その中でも1916年に創刊した『活動之世界』は、小林が支援していたこともあり、多くのブルーバード映画を紹介する雑誌として機能した。また、この雑誌では、「愛読者誌上大会」と題された読者投稿欄が設けられ、熱心な読者が自身の意見を表明する場となっただけでなく、読者同士がコミュニケーションをとる場としても機能した。映画雑誌上で、ブルーバード映画は第一次世界大戦前まで日本のスクリーンを彩っていたヨーロッパ映画と比較されたうえで、その独自の魅力が積極的に議論された。

映画雑誌の読者投稿欄に加えて、熱心な映画ファンが自身の意見を表明する場として機能したのが、各映画館が独自に発行していた映画館パンフレットである。前述した帝国館は、1916年3月11日から映画館パンフレット『第一新聞』の発行を始める。従来のパンフレットは観客に上映する作品の概要を提供する読み物であったが、『第一新聞』はその紙面に一般観客の投稿欄を設けることで、映画館と観客、観客と観客同士がコミュニケーションをとる場を提供した。映画館パンフレットという独自の映画文化の発達によっても、ブルーバード映画の人気は形作られていったのである。

また、これらの映画雑誌や映画館パンフレットにおける読者や観客の意見を集めてみると、彼らがブルーバード映画の「小品で詩的な」美しさを評価していたことが分かる。ブルーバード映画は総じて50-60分と、長編にしては短い上映時間の作品群であった。そのため、その作品において壮大な物語は展開されず、あくまでシンプルな物語を自然の美しい背景などを取り入れながら映し出した。それは日本映画のような不自然な書割を使用した映画でもなければ、イタリア史劇のような大スペクタクルでもなく、観客の

目にはより自然で素朴なものに映ったと考えられる。ブルーバード映画は、遠い異国で展開する物語や主人公に、若い日本の観客がどことなく親近感を感じるという、新たな体験を提供した初めての映画群であったのではないだろうか。

第3部 ブルーバード社と女性へのまなざし

第6章「青鳥映画の名花たち——日本におけるブルーバード映画俳優のスターダム」ではブルーバード映画の俳優、とりわけ女優たちに着目して、彼女たちが日本においてスターダムを形成する過程を論じた。アメリカにおけるスターダムの確立は、フローレンス・ローレンスから始まる。カール・レムリはバイオグラフ社からIMPへと移籍した人気女優ローレンスの死亡を報じた偽のニュースを流して、彼女の名前を全国に広めた。ユニヴァーサル社はアメリカ初のスター女優を誕生させたという功績を持つこととなるが、一方で同社はその後、他社のような大スターを輩出することはなかった。それは子会社であったブルーバード社においても同様であった。そもそも同社は当初「劇こそまさにうってつけ」をスローガンに、スターを中心とした映画製作を否定していた。しかし、デイヴィスがユニヴァーサル・シティを去ると、レムリはその主演俳優たちをスターとして売り込むようになっていく。レムリは、ブルーバード映画のスターたちは高額な給料を受け取ってはならず、興行主にとって「お手頃な」スターであることを強調した。しかし、その戦略は映画スターが最も影響力を持っていた1910年代後半のアメリカにおいて成功したとは言い難い。

ブルーバード映画の俳優たちが独自のスターダムを確立するのは、その映画群が熱狂的に支持された日本においてであった。そもそもこの時期、日本映画においては（一部の例外を除いて）女形が採用されており、映画女優が存在していなかった。そのため、第一次世界大戦を契機に、退廃的な美しさを持ったヨーロッパの女優たちに代わって、若く美しいアメリカ映画の女優たちが日本に数多く紹介されたことは、日本において外国の映画俳優の演技を議論するきっかけとなった。

日本におけるアメリカ映画俳優の人気は、まずシリアルヒロインたちから始まった。その中でも最も人気を博したのは、ユニヴァーサル社でフランシス・フォードと共に多くのシリアルに主演し、さらにその主演作の監督・脚本を務めたグレイス・キュナードであった。キュナードは日本の映画観客にとって、どこか親しみを感じさせる存在として幅広く支持された。

その親しみやすさを継承したのがブルーバード映画の女優たちである。日本の映画観客は「適切な物語に適切な俳優を当てる」というブルーバード社の方針を支持する一方で、アメリカ以上に、ブルーバード映画の女優たちをスターとして扱うという矛盾した姿勢を示した。そのため、彼女たちの人気が確立していくほどに、その俳優としての素質は熱心な映画ファンの議論の的となった。それまでのヨーロッパの女優たちとは明らかに異なった魅力を携えたブルーバード映画の女優たちは、日本において「理想の映画

俳優の演技とは」という議論を生むこととなった。彼女たちは自身の個性に合う作品に起用されたため、その演技の幅が広がったとは言い難いが、その自然な表情は作品に真実味を与えた。また、この時期に日本に大量のアメリカ映画俳優のブロマイドが輸入されたことは、日本においてブルーバード映画俳優の人気を確立するうえで大きな役割を果たした。ブロマイドの流通により、映画ファンはお気に入りの俳優を所有することができるようになったのである。

ブルーバード映画の女優たちは、社交界の女ではなく、労働者階級の少女を演じることが多かったが、その中でも得意とする役柄によって明確に分類されていた。ここでは、同社の人気女優の中からメアリー・マクラレンとマートル・ゴンザレスを例に、彼女たちが異なった形で映画ファンを魅了し、日本において独自のスターダムを確立していく過程を追った。

さらに、本章では日本で人気を博したブルーバード映画の俳優と、ブルーバード映画のスターとしての活動弁士にも言及した。前者は、日本において人気を博したモンロー・サリスベリーを例にそのスターダムを分析し、後者では活動弁士とブルーバード映画の相性の良さを当時の映画観客が重要視していたことを明らかにした。

第7章「ブルーバード社の監督たち——女性監督の参画と日本の映画製作への影響」では、ブルーバード社の監督に着目し、彼らの日本における影響を分析した。ハリウッドにおいては1910年代に映画の向上 (uplift) を象徴する存在として、女性が大きな役割を果たすようになる。しかし1920年代に入り、ハリウッドが映画の向上という目的から離れ、ビジネスを重視する中で男性化していくと、女性たちの活躍の場は狭められていった。

1910年代に女性の参画を最も積極的に後押ししたのがユニヴァーサル社であった。同社は1913年に最初のユニヴァーサル・シティをオープンさせるが、その際女性監督や女優が市長や警察署長といった役職に就き、女性が市の運営の中核を担っていることが強調された。これは同時期にカリフォルニア州において女性の参政権が認められたことが影響していると考えられる。ユニヴァーサル社は形式的であるとしても、女性たちを様々な面で登用することで、進歩的な企業であることをアピールした。

この時期ユニヴァーサル社は女性監督の起用という面においても、積極的な姿勢を示した。同社は1912年から1919年の間に、11人の女性に170を超える作品の監督を任せている。その中でもブルーバード社には3人の女性監督が在籍し、男性監督に交じって精力的に作品を監督した。映画製作において徐々にプロデューサーがトップに立ち、様々な制約を課したブルーバード社の中でも比較的自由に映画製作を行い、若者への教訓譚を扱ったロイス・ウェバー。全ての監督作で脚本も担当し、ドロシー・フィリップスを主演に現代的な自立した少女を描いたアイダ・メイ・パーク。各女優の個性を生かしながら、夢見る少女のハッピー・エンドを描いたエルシー・ジェーン・ウィルソン。

三者三様の女性監督たちに支えられながら、ブルーバード社は作品群の健全さをアピールし、親会社であるユニヴァーサル社が押し出していた「女性が活躍する映画会社」のイメージを体現する存在として機能し続けた。

ブルーバード映画が熱狂的に支持された日本において、同社の監督たちもまた評価の対象となった。その中でもロイス・ウェバーとリン・F・レイノルズはブルーバード映画の監督として最も高く評価された。ウェバーは当時すでにアメリカにおいても監督としての名声を確立していたが、レイノルズは本国においてはそれほど有名な監督ではなく、日本において自然劇を得意とする監督として特別に支持された存在であった。彼は情感あふれる柔らかい自然を捉えることに長け、その自然の前で展開する若い男女のロマンスは、日本の映画観客の心を捉えた。日本映画の欧米化を目指した「純映画劇運動」の中で製作された作品が、ロケーション撮影を行い自然の風景を取り入れながら男女の恋愛を描こうとした背景には、レイノルズのブルーバード映画の影響を見て取ることができる。

一方でロイス・ウェバーのブルーバード映画は、日本人になじみのある新派的な世界観を感じさせる点で、題材としても日本映画に大きな影響を与えた。その監督作の中でも『毒流』は日本映画史において特別な地位を与えられたブルーバード映画である。家父長制の下で虐げられる主人公エヴァの不幸な境遇は、新派映画の世界観とも調和し、特別に日本人の心に残る作品となった。また、当時女形を起用していた日本映画とは異なり、実際に若い女優が主人公を演じた本作は、観客の主人公への感情移入を促進した。

日本において、作品の題材、映画の製作体制双方の面で最もブルーバード社の影響を受けたのは、松竹蒲田撮影所であった。1920年に映画業界に進出した松竹は、ユニヴァーサル・シティをモデルに、蒲田に撮影所を開設する。1924年に所長となった城戸四郎は、前任の野村芳亭が確立した新派悲劇的な題材を基調とした作品群に一定の理解を示しつつ、後に「松竹蒲田調」と呼ばれる、労働者や中産階級の人々を主役とした明るい希望を感じさせる作品の製作へと舵を切るが、これはブルーバード映画のテーマと共通するものであった。また、城戸は若い映画人たちを積極的に採用することで、新しい映画作りを促進した。彼らはブルーバード映画の影響を直接受けた世代の若者たちであり、彼らが最もお手本とした映画の一つが『毒流』であった。牛原虚彦、小津安二郎、成瀬巳喜男といった監督たちの作品からは『毒流』の直接的な影響を感じることができるだろう。

さらに、松竹蒲田における城戸の功績として、脚本部を充実させたことがあげられる。城戸は相談役として作家の畑耕一を、脚本部長として劇作家・演出家の落合浪雄を迎えただけでなく、脚本部室にも自身の席を用意して積極的に脚本の執筆にかかわった。当時の脚本部は男性だけの職場ではなく、女性社員が脚本のコピーを取るのに在籍しており、さらに脚本家の妻がやって来るなど、家族的な雰囲気であったという。松竹に集う若い映画人のお手本であったブルーバード社において、女性監督の作品がその代表作の

一つとして認識され、ロイス・ウェバーをはじめ同社の女性たちが創造的な面で男性と対等な関係で映画製作にかかわっていたという事実は、新しい才能を受け入れる松竹の体制に、多少なりとも影響を与えたのではないだろうか。実際に所長の城戸は、脚本家として正式に水島あやめを採用し、松竹初の女性脚本家を誕生させている。また、同時期に松竹では、スター女優であった松井千枝子が自身の主演作の脚本を執筆している。1920年代の松竹の映画製作はユニヴァーサル社、そして題材の面ではブルーバード映画の影響を強く受けたことで、僅かではあるが女性に脚本の分野で門戸を開くこととなったのではないだろうか。

このように本論文では、ブルーバード映画を多角的な視点から論じることで、同社のアメリカ映画史における独創性、日本映画史における重要性、さらには女性映画人の活躍の場としての意義を明らかにした。本論文がブルーバード社のアメリカ映画史における位置づけに変化を与え、従来の日本映画史におけるブルーバード映画の議論と、近年の女性映画人を再評価する動きの懸け橋となれば幸いである。