

日本レコード産業の生成期の牽引車 ＝日本蓄音器商会の特質と役割

生 明 俊 雄*

1. はじめに

2006年12月、日本を代表する総合エレクトロニクス企業の東芝は、半導体事業や原子力事業などへの経営資源の集中することを理由に、2007年3月までに保有する子会社＝東芝EMIの株をすべて、英国EMI及びグループ企業へ売却すると発表した。東芝EMIは英国に本社を置く世界の4大メジャー・レコード会社⁽¹⁾のひとつであるEMIと東芝が、1973年以来33年間続けてきた合弁会社だが、ここに至ってその合弁の幕を閉じることになった。それは東芝が音楽事業から撤退することを意味するものでもあった。そして2007年6月には東芝EMIは社名がEMIジャパン⁽³⁾に変わり、100%EMI資本の外資企業となった。これで20世紀後半に相次いで誕生した、日本における世界のメジャー・レコード会社と日本の企業との合弁会社はすべて解消され、ユニバーサル、ワーナー、BMG、ソニー、EMIの5社⁽⁴⁾が、そろって純粋な国際資本の企業となったことになる。

しかし歴史を遡れば昭和初期に相次いで日本に誕生した、日本でもっとも歴史のある2つの大手のレコード会社、ビクターとコロムビア⁽⁵⁾も、当初から100%外資の会社としてスタートしている。このように日本でのリーディング・カンパニーが、歴史的にも、そして現在の状況でも、外資によって保有されるのは、文化・情報・娯楽にかかわる多くの産業のなかでも、レコード産業にだけみることができる特徴である。なぜそのような状況に至ったのか。その要因を解明する一助となるのは、昭和時代の一つ前の時代である大正時代(1910～1925年)における、日本のレコード産業の有りようを考察することにあるのではないと思われる。

大正時代の日本のレコード産業には、当時欧米では順調に発展しつつあった、いわゆるメジャー・レコード会社の攻勢はまだほとんど見られなかった。この時期のレコードの市場にあった欧米レコード会社の存在といえば、彼らが製造したレコー

* 広島経済大学経済学部教授

ドが輸入盤（大正初期はクラシック音楽のみ、中期以降はジャズ、シャンソンなどのポピュラー音楽も加わる）として移入されていたことであり、日本に数社存在した輸入代理店がそのビジネスを遂行していた。明治時代の末期に行われた、欧米レコード会社の手による日本での録音作業とそのレコードの販売という試みも、大正時代にはほとんど行われなくなった。大正時代にこのように欧米の外資会社が日本から遠ざかることになったのは、この時期日本では日本独自のレコード会社が生まれて育ちつつあったからともいえる。

明治末期から大正時代を通して、日本では東京と大阪を中心とする関西地区に、次々にレコード会社が誕生した。そのなかで最も古く、そしてこの時代を通して最も長い期間、最も活発に業務を展開したのは、日本蓄音器商会だった。日本蓄音器商会はまさに日本で生まれたレコード会社であり、資本も経営も欧米のメジャー・レコード会社とはまったく繋がりのない企業であることに間違いはないのだが、じつはその資本は日本在住のアメリカ人によって保有され、それらのアメリカ人によって経営される会社だった。このような性格の会社が大正時代を通して日本のレコード産業のリーディング・カンパニーの役割を持つことになったことが、昭和時代になってからの、欧米のメジャー・レコード会社の日本での現地法人の設立に、少なからぬ影響を及ぼしたのではないか。本稿は日本蓄音器商会を中心とする大正時代の日本のレコード産業の足跡を辿ることにより、この点を検証するものである。

2. 初めての国内企業の誕生

日清戦争が終了した翌年、1896（明治29）年、F・W ホーンというアメリカ人が横浜港から日本に入国した。彼はまもなく横浜の山下町にホーン商会という、機械工具の輸入会社を興した。その数年後からホーン商会は蝸管蓄音機の輸入も手がけるようになる（飯塚 [1998:10]）。しかしホーン商会はあくまでも商社であり、直営の販売店舗は持っていなかった。そのため明治32年のころからは、銀座1丁目に開業していた三光堂というレコード・蓄音機の販売店に、販売を委ねるようになった。そこでホーンは三光堂の経営者である松本武一郎という人物を知り、三光堂に資本参加もするようになる。松本は輸入蓄音機だけではなく、輸入レコードの販売も手がけていた。また当時日本の音楽のレコードを自ら制作（録音）し販売することも試みていた。

その松本の熱心な協力もあって、ホーンは1907（明治40）年、日本で最初の蓄音機とレコードの製造会社、日米蓄音器株式会社を設立する。その商品を販売する日米蓄音器商会も東京銀座に設立した。その3年後の1910（明治43）年には日本蓄音

器商会を設立し、大阪にも支店を開設する。明治45年には日米蓄音器株式会社を日本蓄音器商会に吸収して一本化する。日本蓄音器商会は、ニッポノフォンの商標の蓄音機を製造販売し、鷲印の商標を中心とするレコードの録音・製造・販売を行うようになり、事業は軌道に乗ってゆく。しかしこの事業に出資し経営にも参加するはずだった松本武一郎は、日米蓄音器株式会社が設立される直前に急死してしまう。

ホーンが米国の米という文字の入った日米蓄音器株式会社という名前の会社を3年で消滅させ、日本蓄音器商会に一本化し、レコードの商標もニッポノフォン、という名称にしたことにはそれなりの理由があったとみるべきだろう。明治末期、まだ黎明期の日本のレコード市場は、欧米からの舶来レコードが中心だった。そのため発足したばかりの国内企業の製品を、輸入品である英国グラモフォン盤、米国コロムビア盤、米国ビクター盤に対抗させるためには、国内盤も輸入品と同じようなイメージや体裁にするほうが有効という判断があった。このため社名も日米蓄音器株式会社という国籍の曖昧な名称で発足し、商標もSymphony, Royal, American, Globe, Universalという5種類を使った。いずれも英語の名称である。さすがに曲目と演奏者の名前は日本語で印刷されていたが、レーベルにはJapanese Song with Orchestraなどの英語も印刷されていた。しかし3年後の日本蓄音器商会の発足からは、そのような輸入品まがいの表示はやめて、日本製のレコードであることをはっきりと表示することに方向が変更された。それは日本蓄音器商会が、レパートリーの内容でも音質の問題でも、海外のレコード会社の商品に負けないという自信を持ったということだろう。そのために商標も文字通りニッポノフォン（日本のレコードの意味）が採用されたのである。レコードだけではなく蓄音機の商標にもニッポノフォンを使うようになり、レコードの商標も上記のような英語から鷲（ワシ）印という日本語に改められている。

ところで、発足した当時の日米蓄音器株式会社の登記（明治40年10月30日）の概要は、『日本コロムビア50年史』によれば、つぎの通りであった。

商号 : 日米蓄音器株式会社
本店 : 神奈川県橋樹郡川崎町久根崎126番地⁽⁶⁾
支店 : 横浜市山下町73丙
目的 : 蓄音機, フォノグラフレコード, 撥針及其ノ他ノ附属品並ニ他ノ
樂器電氣ヲ応用シタル其ノ附属品及斬新發明品其ノ他アラユル工

風ニ依ル諸機械器具及構成部分若シクハ附属品ヲ製造取得分配供給使用又ハ処分シ

設立の年月日 : 明治40年10月31日

資本総額 : 金10万円

1株の金額 : 金100円

各株に払い込みたる金額 : 金25円

取締役の氏名住所

横浜市山手町9番地	エフ・ダブリュ・ホーン
同 根岸町1161番地	ジー・ジー・ブレディー
同 山手街9番地	ゼー・エス・ニコル
同 同町3番地	フランク・エッチ・アベ
同 山手町23番地	ゼー・アール・ゲアリー

監査役の氏名住所

横浜市山手町9番地	エー・エー・ニュース
東京市赤坂区青山南町6丁目81番地	福島金馬

ここで取締役、監査役に名を連ねる7人のうち、ホーン、ブレディー、ニコル、アベ、ニュース、福島の6人までがホーン商会の人たちだった。唯一外部から参加しているのが、ゼー・アール・ゲアリーだが、ゲアリーは当時東京電気の副社長だったという。ここで彼ははじめてレコード・蓄音機事業に参画することになったが、大正期後半には彼はホーンの後任として日本蓄音器商会の社長となり、この会社を指揮して辣腕を振るう。彼の経営上の判断は日本のレコード産業の歴史に大きな影響を及ぼすことになる。ここで注目すべきこととして、この日米蓄音器株式会社経営陣のなかに松本武一郎の名前がないことについて、『日本コロムビア50年史』に、つぎのような記述がある。

「ホーン氏はさきにも述べたように、わが国にはじめて“魔法の小箱”（蠟管蓄音機のこと＝筆者注）を輸入した先駆者であり、また松本武一郎氏は邦楽を蠟管に吹き込むことに苦労を重ね、蓄音機を大衆の間に普及されることに努力した開拓者であった。この二人の手によってわが国のレコード事業がその第1歩を踏み出したということは、まことに意義深い。（中略）土地の選定、買収などに日夜奔走しながら、松本武一郎氏が設立の日を見ないで他界されたことは、まことに惜しみてもあまりあることといわなければならない。」（日本コロムビア [1961]⁽⁷⁾）

この記述からは、三光堂の創設者である松本武一郎がホーンと協力して、日米蓄音器株式会社＝日本蓄音器商会の設立にも、並々ならぬ力を注いでいたことがうかがえる。

3. 日本蓄音器商会在果たした役割

このようにして発足した日本蓄音器商会はどのように発展していったのか。その経緯をみていくことにしよう。明治43年の日本蓄音器商会の設立の2年後、明治45年には明治天皇が崩御され、国中が喪に服するという思わぬ事態が生じる。そのため歌舞・音曲は控えるという時期がしばらく続く。これによって生まれたはかりのレコード会社である日本蓄音器商会は出鼻を挫かれた。しかしそれも一時的なことに終わる。大正に入ると第1次世界大戦による景気の上昇という追い風も吹いて、同社は発展への道を歩みはじめる。それに追従するようにこの時期には、新しいレコード会社も続々と誕生する。まず大正元年には京都で東洋蓄音機（2年後に「カチューシャの唄」を発売する）、それに大阪蓄音機、続いて大正2年には東京で弥満登くやマト音影＝（活動写真とレコードを扱う）が名乗りを上げ、さらに翌年の大正3年には東京蓄音機が発足する。

しかし世界戦争の好況期にスタートした大正時代も、後半になると戦後の経済不況が訪れる。だがそのなかでも日本蓄音器商会だけは、複製盤の問題、多くの競争相手との戦いなど、むずかしい事業環境を乗り越えて事業を続けていく。こうして日本のレコード産業の生成期といえる大正時代を通じて、日本蓄音器商会は常にその牽引車の役割を果たした。以下同社の事業展開の概要をたどってみる。

(1) レコード音源の制作と発売

まずレコード音源の制作ということでは、同社は日本蓄音器商会と名を改めてからの3年間に、10インチ片面盤で、約1200種ものレコードを制作し発売した。その録音ジャンルも幅広く、日本の伝統芸能だけでも、端唄小唄、長唄、常磐津、新内、義太夫、謡曲、詩吟、浄瑠璃、落語、浪花節、尺八、などの多岐にわたり、さらに軍楽隊、唱歌、クラシック歌唱、など当時徐々に広まっていた西洋音楽やその影響を受けた新しいジャンルの音楽にも及んでいた。これらは明治36年に英国グラモフォンのガイスバークが録音したジャンル数を上回るものであった（山本 [2001: 20]）。

そのなかでも吉田奈良丸の浪花節のレコードは、驚異的な売上を記録した。明治43年から45年までの3年間に23種64面の吹込みをしたが、注文が殺到して川崎の工

場では昼夜二部交代制のシフトを敷いて作業に当たったという。こうして奈良丸のレコードは、創立間もない日本蓄音器商会の基盤を作ることに大きく寄与した⁽⁸⁾。またそれは日本でもレコード産業が成り立つことを世間に示し、後続のレコード会社の出現を促すことにもなった。なおこの時期の日本蓄音器商会のレコードは、東京・京橋弓町にあったニッポノフォンの試験場（吹込み所）で録音された。これは同社がこの時期すでに専用の吹込み設備を持ち、それを操作するエンジニアを擁していたことを物語るものである。その後大日本蓄音器商会の吹込み所は赤坂の霊南坂に移動する。

さらに大正という時代が進むにしたがって、この会社は日本各地の民謡を発掘したり、新しい唱歌を発表したり、創作童謡などを作って、レコードのジャンルを充実させていった。また「カチューシャの唄」の発売は東洋蓄音器に先を越されたが、現代に至るまで日本のポピュラー音楽の主役となった歌謡曲を、中山晋平、野口雨情らの芸術家を育成して、レコードによって広めていった。もちろんその間に新旧の同業他社が競争を挑んできた。しかしこのようにレパートリーの開拓、つまりレコード会社の基本ともいえるべき、レコードの制作という機能を遂行することにおいて、同社が日本のレコード産業のリーダー役を演じたことは確かなことである。ここに日本蓄音器商会をこの時期の牽引車と呼ぶ所以のひとつがある。

(2) レコードの宣伝と販売

レコードに限らず企業の経済活動によって生産された商品は、宣伝という行為によって、消費者にその存在や価値が知らしめられること、さらには販売（営業あるいは配給ともいう）という行為によって、消費者のもとに届けられる必要がある。レコードもその例外ではない。その意味でいくら幅広いレパートリーの多くのレコードが制作されても、そこに宣伝、販売の機能がなければ、レコード会社は成り立って行かない。当時レコードという未知の分野に取り組む企業として、日本蓄音器商会も宣伝、販売の機能が必要なことは十分に承知していた。彼らはこの分野にも試行錯誤を繰り返しながら取り組んでいった。

創成期の日本のレコード産業を知る上で、数少ない貴重な資料である、森垣二郎著『レコードと50年』⁽⁹⁾のなかの「美少年セールスマンと宣伝」という章に、つぎのような記述がある。

「鷺印（日本蓄音器商会のこと＝筆者注）の東京支店では、十人ぐらいの美少年

を選抜して、当時流行のゴム輪の人力車に乗せ、毎月の新譜を、富豪貴族の邸宅に出張させて小売することも、二、三年続けられた。販売にもこれほどの苦難をなめながら、当時は月産五万枚程度のもので、かろうじて売りさばかれていたのである。売り込みの宣伝には最も意が用いられ、屋上広告あるいは新聞広告、その他絢爛(けんらん)たる宣伝に、吹込み費用の巨額が投じられたものであった。こうして誕生した各会社が、演奏者はもちろん、広告、販売にしを削るようになった結果、ようやく大衆が蓄音機、レコードを認識するようになってきた。」(森垣 [1960:28])

また同著の「販売店は時計商と自転車屋」という章には、つぎのような記述がある。

「こうして、蓄音機、レコードが内地で製造されるようになったが、さて、これをいかにして販売するかということが、次に起こる問題であった。それまでは輸入レコードを販売するだけであったから、一商店が店頭で売りさばくだけで事は足りた。(中略)当時の蠟管だけしか知らない人たちを相手に、平面盤を専門店で購入して経営が成り立つということを研究した結果、これが不可能であれば、ある商店に副業的に委託するより途がないということになった。そこで選ばれたのは、全国の時計屋と自転車屋とであった。」(森垣 [1960:27])

これらの記述はいずれも、日本にレコード会社が生まれたばかりのころ、すなわち大正時代のごく初期のころ、著者の森垣が勤務していた日本蓄音器商会で、その販売や宣伝がどのように行われようとしていたかを書き記したものである。最初の「美少年セールスマンと宣伝」の記述からはこの時期にすでにレコードの宣伝が重要視され、新聞広告や屋外広告(ポスターや看板と思われる)にかなりの予算が割かれていたことがうかがえる。次の「販売店は時計商と自転車屋」の記述からは、同社が販売戦略に腐心していた様子がうかがえる。すなわち国内盤を製造・発売するようになった、国内のレコード会社が、輸入盤のみを扱っていた時代のように限られた代理店(三光堂、天賞堂、十字屋などの系列店舗)だけでは十分な販売成果は得られないと判断し、時計店と自転車店に販路を拡大することを思いつき、それらの店で副業としてレコードや蓄音器の販売をしてもらう交渉を開始した。自転車店は別にして、実際に時計店とレコード店・蓄音器店の兼業は、その後も20世紀の終わりの時期にいたるまで、とくに地方の街ではよく見られたものである。⁽¹⁰⁾

このように日本蓄音器商会は、レコード会社の宣伝や販売についても、どのようにあるべきかを模索し、試行錯誤を重ねて、ビジネスのノウハウを蓄積していった。この後も、1918（大正7）年ごろには同社が、毎月発売されるレコードの新譜の内容を定期的に新聞広告で告知したり、月報と呼ばれる新譜案内の印刷物を、毎月レギュラーで作ってレコード店で配布することを本格的にはじめたという記録もある。このような月例新聞広告や月報の制作も、日本のレコード会社のほとんどの会社が1980年代まで続けていたベーシックな宣伝施策である。このようなことから日本のレコード会社の宣伝や販売のあり方のひな型を作ったのは、ほかならぬこの時期の日本蓄音器商会であったということが出来る。

4. 代理店の役割の後退

このように大正期に入って、日本蓄音器商会やそれを追従するレコード会社が、その機能を充実させていくいっぽうで、明治中期から末期の日本のレコード産業の黎明期にそれなりの役割を演じた、三光堂、天賞堂、十字屋⁽¹¹⁾に代表されるレコード、蓄音機の代理店の役割は後退する方向にあった。これらの代理店にはレコードビジネスに関するものとして、明治時代には主に3つの役割があった。

1つ目は、欧米のレコード会社が日本に乗り込んできて、レコードを録音するというラッシュが起ったおりに、それぞれのケースで関与の程度の差こそあったものの、アーティストを選定や交渉をしたり、録音の段取りをするなど、仲介者の役割を果たすことであった。

2つ目はそのようにして録音された音源が、欧米に持ち帰られてレコード化された後で、それを輸入して販売するということである。この2つの役割は連動していたもので、欧米の会社が録音した音源の輸入盤の販売権を得るために、録音の仲介者の労をとったという要素が強いものであったと推測される。しかし国内のレコード産業が誕生し、国内のレコード会社が誕生し国内でレコードが制作されるようになると、明治期のように欧米のレコード会社が、日本にやってきて録音活動を行うということがなくなってきた。少なくとも日本の音楽は日本で制作されるようになり、輸入盤として市場に入ってくることはどんどん減少していった。その結果彼らの輸入盤の販売代理店としての役割は、徐々に狭まれる方向に向かった。日本蓄音器商会は蓄音機も製造・販売するようになったので、高価な輸入品の蓄音機の需要も少しずつ減少していったのではないかと思われる。このため国内盤のレコードに関しては、従来の輸入盤の代理店も、一般のレコード・蓄音機販売店と同様の立場

となった。

3つ目の役割はレコードの制作者としての役割である。三光堂や天賞堂は欧米のレコード会社が日本に乗り込んできた折の仲介役を引き受けるいっぽうで、自らも欧米からエンジニアを招き、レコーディング技術の習得を始め、国内アーティストを対象に自前のレコードの制作を少しずつ始めていた。たとえば三光堂にはドイツ人のエンジニアが常駐し、レコードの吹込みや製造の研究や実務を行っていたという記録がある。⁽¹²⁾最初は技術的にもむろん欧米の会社には到底歯が立たなかった。欧米からのエンジニアもその技術を積極的に公開することはなく、むしろ隠匿する傾向にあったからである。三光堂の創設者である松本武一郎に代表される日本のレコード産業の先駆者たちは、技術の習得に大いに苦悩したことが想定される。しかし彼らが苦勞して培ったレコード会社経営の基盤は、大正時代のレコード会社に受け継がれていった。なかでも松本武一郎の苦勞の多くは、日本蓄音器商会で芽を出し花を咲かせたといえる。

例外的にレコード会社に移行した代理店もある。それは三光堂である。三光堂は明治40年の松本武一郎死去のあと、その経営は実弟の松本常三郎に引き継がれるのだが、松本常三郎はレコード生産の技術研究に兄にも増して力を注ぐ。その結果三光堂は大正時代の中期まで、獅子印（ライオン印）の商標でレコードを発売し、メーカーとしてのレコード会社としても生き延びて行く。

このように明治末期に日本のレコード産業を牽引していた、代理店の多くは大正時代になってその役割を新たに生まれたレコード会社に譲り渡すことになった。彼らに残された重要な仕事は外国音楽のレコードや蓄音機の輸入である。当時輸入盤を扱った代理店には、三光堂、天賞堂、十字屋、山野楽器⁽¹³⁾などの名前がある。大正時代に輸入されたのは主にクラシック音楽だったが、それは当時の日本の富裕層・インテリ層のなかに、熱心なクラシック音楽ファンを生み、日本の音楽文化の発展のうえでも大きな影響を及ぼす重要な要因となった。

5. 社長交代と力の商法

大正という年号の時代は15年間という短いものだったから、大正8年（1919年）にはもう後半に突入したことになる。この時代ともに歩んできた日本蓄音器商会にもこの時期に、ひとつの区切りが訪れる。それは創業以来社長として陣頭指揮を執ってきたF. W. ホーンが、引退を表明したことである。代わって社長に就任したのは、創業以来の役員の一入であるJ.R.ゲアリーだった。ゲアリーはこの時期も東

京電気(株)の副社長であり、同時に韓国の鉱山会社をはじめとする、いくつかの企業の経営にも参画している多忙な実業家だった。このゲアリーは日本蓄音器商会の2代目の社長となったが、就任直後から力の商法と評されるほどの積極的で強引な経営を実行する。

まず最初にゲアリー新社長が手をつけたことは、競争レコード会社の吸収・合併である。就任早々の大正8年、手始めに成就したのが、京都の東洋蓄音器合資会社の系列化であった。大正3年に生まれた東洋蓄音器は、当時の司法大臣の尾崎行雄の演説「総選挙に就いて」と、松井須磨子の「カチューシャの唄」のレコードで成功を収め、駱駝印のオリエンツ・レコードの名前で、京阪神はもとより西日本一帯では親しまれる存在になっていた。このように創立直後に2枚ものヒット商品を市場に送り出すという力を持ち、しかも西日本に強い東洋蓄音器は、東日本が地盤の日本蓄音器商会にとって、敵にしておくよりは味方に引き入れておくべき相手だ、という判断があったのだろう。

その後大正12年までの約4年の間に日本蓄音器商会は、さらに4つのレコード会社を傘下にしていく。スタンダード蓄音器、帝国蓄音器、東京蓄音器、そして三光堂である。この4社は日本蓄音器商会の資本系列化の後もしばらくは、それぞれの名称で活動を続けるが、大正14年には一本化されて資本金150万円の合同蓄音器株式会社となる。しかしレコードの商標は従来のものを生かし、帝国蓄音器はヒコーキ印、東京蓄音器は富士山印、三光堂はライオン印をそのまま使用していく。

このようにメジャーなレコード会社が、マイナーなレコード会社を系列化あるいは合併した後、すべての機能を自社に吸収してしまうのではなく、従来の会社の形態のまま維持して、従来どおりの活動を行わせるやり方は、欧米のメジャーが用いる方策である。それはこの時期に限って行われていたものではなく、レコード産業の歴史を振り返ってみると20世紀を通じてずっと踏襲されてきたことである。それは日本のレコード産業においても同様である。現在の日本のメジャーのレコード会社でも、会社のなかに複数のレーベル=小さなレコード会社があるようなかたちが見られることが多い。その意味で当時の日本蓄音器商会が、早くもこのような手法を採用していたことは興味深い。米国人のゲアリーが母国のレコード産業から学んだものか、幅広い産業に関わる自身の経験や考えから生まれたものか、その辺りは定かではないが、やはり日本蓄音器商会が外国人が経営する外資系の会社であったことからの、必然だったようにも思われる。

ゲアリー社長になってからの日本蓄音器商会の経営で、さらに力の商法という感

が強いのが、日本蓄音器商会の日東蓄音器への攻勢である。日東蓄音器は大正9年3月に大阪に誕生した。翌年4月の第1回発売で47種もの新譜を発売し、以後5年間に2000種もの自社制作のレコードを発売する（渡辺 [2002:192-193]）ということでも分かるように、急激に発展した会社である。⁽¹⁴⁾アーティストや音源は必ずしも関西に限られたものだけではないが、西日本を中心に資金源や販売網などの足場を固め、その意味で日本蓄音器商会にとっては、強力な競争相手の出現となった。自己のシェアの拡大を目指してトラスト形成を進めていた日本蓄音器商会は、この西日本の強敵をも手中に収めようと動きを始めた。当初は合併を試みたがそれは失敗に終わる。そのため相手の勢力を弱める戦略に切り替える（倉田 [1992:109]）。

日本蓄音器商会はまず大阪、京都、神戸の約300店の販売店に、「日本蓄音器商会以外の商品を取り扱ってはならない。これを守らず日東蓄音器＝ツバメ印のレコードを販売する店には、今後日本蓄音器商会＝ワシ印の販売契約を破棄する」という通告を出す。大正11年4月のことである。しかしこの目論見は大阪の販売店組合の反発を招き失敗する。日本蓄音器商会は次の手として日東蓄音器を東京から追放しようとする。日本蓄音器商会は東京の間屋10店に対して、日東の商品を扱わないようにと厳命して、その旨の契約書まで取り交わす。だがこれも問屋だけではなく小売店からも猛反対を浴び、さらには新聞にも批判的な記事が掲載されることもあって、日本蓄音器商会の思惑通りにはいかなかった（倉田 [1992:109-110]）。

このような日本蓄音器商会の強引な経営はなぜ生まれたのか。当時は日本政府が第1次世界大戦後に生まれた成金や財閥、すなわち資本家を擁護する政策打ち出ししていた時代であり、原敬内閣による力の政治の時代でもあった。そのような社会的風潮のなかで、日本蓄音器商会も資本・経営の集中、蓄積を狙い市場制覇を図ろうとしたのだろうが、そこにはゲアリーのアメリカ的経営手法もあってのことだろう。独占禁止法などは施行されるはるか以前のことである。

6. 日本蓄音器商会の変身

大正12年9月1日関東大震災が起こる。東京や横浜に機能が集中するレコード会社は当然のことながら大きな被害を受ける。日本蓄音器商会ももちろん例外ではなかった。しかし対応は早かった。系列の京都の東洋蓄音器の工場を使うなど応急の手段を講じ、11月には新譜の発売を再開したという。ところがこの時期にはもっと大きないくつかの変化の波が、日本蓄音器商会を中心とする日本のレコード会社の足元に押し寄せつつあった。

そのひとつはアメリカに起こったメディア技術の開発とその伸展による変化であ

る。1920（大正9）年アメリカのピッツバーグに世界最初のラジオ局が誕生した。ラジオは速いテンポで普及し2年後の1922年には全米に600ものラジオ局が誕生、1926年にはアメリカ全土にネットワークを有するNBC（National Broadcasting Company）が生まれる。時間の経過とともにラジオはレコードの宣伝媒体として、重要な存在となり、両者のあいだには共存共栄の関係が生まれるのだが、ラジオ誕生の直後は蓄音器、レコードの両方の売上が減少する時期があり、一時的ではあったがレコード産業が、その存続を危惧される状況も生まれた。そのようなアメリカの事態は日本にも伝わり、レコード産業内部でも事業の将来を心配する見方も生まれた。

またラジオの開発が生んだ技術のなかに、音声・音楽を電気信号に変えるマイクロフォンと、それを増幅するアンプリファイアの技術があったが、それらはレコードの録音・再生にも画期的な進展をもたらすものだった。音楽の録音は従来までの機械的吹込みから、電気吹込みに変わるようになった。再生装置も、ゼンマイを動力とする機械蓄音器から電気蓄音器に変わる。しかしこれらの新技術もアメリカで生まれたもので、当時の日本のレコード産業にとっては、従来の設備や技術が役立たなくなり、新技術の導入への投資を余儀なくされるという事態が、いやおうなしにやってくるようになった。

このような欧米に始まったメディア技術の進展に加えて、社会的・経済的背景から進む変化もあった。そのなかでも日本のレコード市場を直撃したもののひとつが、輸入品関税の引上げの問題に端を発する、外資の日本市場戦略の変化だった。関東大震災の後、日本政府は大きな被害を被った日本経済の建て直しのために、国産品奨励策を打ち出し、1924年7月に輸入税の改正を敢行、そこではレコード、蓄音器は贅沢品として、10割の輸入関税を課すようになった。このため欧米のレコード会社は輸出に頼っていても、日本へのビジネスはもはや成り立たなくなった。そこで彼らのなかに自ら日本にレコード会社を設立しビジネスを展開しようという動きが始まった。大正の末期のこの時期、アメリカのコロムビア、RCAビクター、ドイツ・グラモフォンなどの、外資のメジャー・レコード会社が、直接・間接に調査を開始し日本進出の準備を始めていたといわれる。このような動きは、日本のレコード産業側も敏感に察知されたものと思われる。

日本の企業でありながら、アメリカ人によって経営されていた日本蓄音器商会では、ここに挙げたような欧米の動きによってもたらされた、技術や経済の状況変化

による情勢の変化を、特に敏感に感じ取っていた。社長のゲアリーはこれからの日本のレコード会社が、アメリカの技術と資本がなければ立ち行かないことを、この時期に心に銘記したのではないか。彼は1925年12月に大正時代が終わり、昭和という新たな時代に入るのを待っていたように、日本蓄音器商会の総株数の約35.7%を英国コロムビアに譲渡する。1927（昭和2）年5月のことだった。さらに同年10月には日本蓄音器商会の総株数の約11.7%を、米国コロムビアに譲渡する。これにより日本蓄音器商会は、実質的にコロムビア社の系列下に入るようになった。

7. おわりに

このような日本蓄音器商会の変化はこの時期すでに、世界のレコード市場で大きな位置を占めていたコロムビア社が、日本蓄音器商会という日本の既存のレコード会社を足場にして、日本の市場に直接乗り込んでくることになったことを意味するものである。振り返ってみると、欧米のメジャー会社は、明治末期に日本に乗り込んできて、まだ録音技術を持たなかった（まだレコード会社が生まれていなかった）日本の状況のなかで、日本の芸能・音楽を録音し、自国に持ち帰ってプレスし、日本へ逆輸出してビジネスを行った。しかし大正年間の約15年は、日本という市場を静観しながら満を持していた。そして昭和という新たな時代の幕開けと同時に、日本のレコード市場に「本格的成長の時期の来たれり」の感触を得ていよいよ攻勢をかけてきた。この時期のコロムビア社の動きは、このようにみることができる。

このように考えると、この大正年間の15年余の日本蓄音器商会の企業活動が、結果的にはコロムビア社の日本上陸のために大きな足掛かりとなった、といえる側面も持つことになる。アメリカ人の資本とアメリカ人の創業・経営ということでもあったために、なおさらその感が否めない。

ここで思いが及ぶことは、もし日本蓄音器商会の設立に尽力した松本武一郎が、42歳という若さで夭折することなく、日本蓄音器商会の経営に参加していたら、どうなっていたらかということである。渡辺裕は自著『日本文化 モダン・ラプソディ』のなかで、「大正期から昭和初期にかけて日本では特に関西を中心に多くの小さなレコード会社があって、独自のユニークな企画のレコードを制作販売していた。しかし欧米資本や欧米人経営者の日本蓄音器商会やビクターに吸収・再編されてしまった。これらのユニークな小さなレコード会社が、再編の波に飲み込まれるようなことがなかったら、日本の音楽文化は今とはずいぶん違った様相を呈していたのではないか。（筆者要約）」という意味のことを述べている。松本武一郎は三光

堂というレコード販売店の経営者として腕を振るったが、同時に日本のレコード制作のパイオニアであり、日本最初の音楽プロデューサーともいえる人物でもあった。もし彼が日本蓄音器商会の経営者として、大正末期から昭和初期に起こった日本蓄音器商会の外資攻勢への対応、ひいては日本のレコード産業の変革の渦中にいたら、日本人のレコード会社の経営者として、さらには音楽制作の重要性を知る経営者として、どのような舵取りをいただろうか。もしかするとアメリカ人の、しかもビジネス最優先の経営者とは異なる判断が生まれて、歴史の事実とは異なった状況が生まれていたかもしれない。

いずれにせよ大正時代のこのような経過を経て、昭和時代に入ると日本のレコード産業は、相次いで日本に上陸した外資のビクター、コロムビアの2社と、その直後に続いて誕生した、キング、テイチクという純粋な日本資本の2社、それに外国資本ではないがドイツの親会社に直結するポリドールも参入して、外国資本 vs 国内資本の企業間の競争の時代が始まる。この時代の日本のレコード産業については、つぎの機会に検証したい。

注

- (1) 日本では2007年4月現在では、ソニーとBMGは別個の会社として運営されているが、欧米では両社はすでに統合されており、世界的にはレコード産業は4大メジャーの時代になっている。
- (2) 正確に言うと、東芝とキャピトルEMIの合併会社。キャピトルEMIは英国EMI本社の子会社。キャピトルEMIが55%、東芝が45%出資していた。また東芝EMIになる前の東芝音楽工業には、すでに1961年に米キャピトル社が資本参加している。
- (3) 2007年6月30日の主要全国紙には、EMI ジャパンがスタートする旨の企業広告が大きく掲載された。
- (4) ソニー・ミュージックは日本の企業という言い方もできるが、すでに世界規模のグローバルな総合エンタテインメント企業というべきだろう。
- (5) 歴史の長いレコード会社では正式名称を複数回変えている会社も多い。通称ではビクター、コロムビアと呼ばれる両社も例外ではない。本稿では正式名称が必要な記述以外は、通称を使うことにする。
- (6) 現在の川崎市のこの地は、日本のレコード産業発祥の地とされている。近年、所有者のコロムビア社がこの土地を売却したことで話題となった。
- (7) 『日本コロムビア50年史』にはページNoが表示されていない。
- (8) レコードが産業として成立つことに寄与したのは、欧米ではオペラ歌手が歌うオペラの Aria であり、日本では浪曲師が唄うナニワ節だった。
- (9) 森垣二郎の1960(昭和35)年の著作『レコードとの50年』と、山口亀之助の1935(昭

- 和10)年の著作『レコード文化発達史第一巻』は、ともに日本蓄音器商会という、レコード会社のなかにいた人物が、大正時代のレコード会社を取り巻く状況を綴ったもので、日本のレコード産業の歩みをたどるに当たっては、貴重な文献である。
- (10) たとえば1960年代中期の、静岡県中部&東部レコード商組合の加盟店リストには、山本時計店(静岡)、大村時計店(三島)、遠藤時計店(富士宮)、櫛田時計店(下田)、市川時計店(修善寺)、大沢屋時計店(大仁)などの兼業店の名前がある。
- (11) 十字屋は、1874(明治7)年、東京・銀座3丁目に開業。当初は聖書の輸入販売を業とした。その後書籍・楽器の扱いを始め、大正時代に入ってレコード・蓄音機の輸入販売も開始。大正の後半には米国ビクター・レコードを一手に販売していた時期もあったという。昭和初期には十字屋の鈴木幾三郎が、阿南商会の阿南正茂と共に渡欧しドイツ・グラモフォンと折衝して、日本ポリドール蓄音機商会の設立に尽力している。現在の十字屋は創業の地にビルを構え、CD&楽器販売店舗に加えホールを併設し貸しホール業も営む。
- (12) 大正時代の三光堂を経営していた松本常三郎の子息である松本重雄による。<http://www2s.biglobe.ne.jp/~amatsu/>
- (13) 山野楽器は、1892(明治25)年、ピアノ・オルガンの製造・販売会社として発足。工場は東京・月島で、販売店は銀座でスタート。1924(大正13)年、米国ビクターの蓄音機・レコードの輸入販売を開始する。現在も関東を中心に数十の支店を持ち、楽器・楽譜・CDの販売と卸しを中心とする事業を展開している。
- (14) 日東蓄音器は多くのレコードを発売していただけではなく、「ニットータイムス」というPR雑誌まで発行していた。新譜案内を中心とした20~30ページの小冊子だが、自社の新譜の意義解説や読者の評価まで掲載していた。この会社が単にレコードを売るだけでなく、文化の向上意識を持って活動していたことを窺わせる。(渡辺裕著『日本文化モダン・ラブソディ』2002年春秋社刊より)

参 考 文 献

- ・生明俊雄 2004 『ポピュラー音楽は誰が作るのか~音楽産業の政治学』 勁草書房
- ・細川周平1990『レコードの美学』 勁草書房
- ・細川周平2001『ガイスバークという事件』 東芝EMI (CD全集日本吹込み事始・ライナーノーツ)
- ・飯塚恒雄 1999『カナリア戦史』 愛育社
- ・コロムビア50年史編集委員会編 1961 『コロムビア50年史』 日本コロムビア
- ・倉田喜弘1979=1992 『日本レコード文化史』 東書選書
- ・倉田喜弘 2001 『はやり歌の考古学』 文春新書
- ・Miller, J.Scott 2001 *Voices from the Past: Fred Gaisberg's Recordings in Japan* =2001 『「過ぎし昔」からの声~日本でのガイスバークの録音』 山本進 東芝EMI (CD全集日本吹込み事始・ライナーノーツ)
- ・都家歌六 2001『日本初吹き込みのグラモフォン盤全演目復刻までの道のり』 東芝EMI (CD全集日本吹込み事始・ライナーノーツ)
- ・森垣二郎 1960『レコードと五十年』 河出書房新社
- ・日本レコード協会50周年委員会 1993『日本レコード協会50年史』 日本レコード協会

- ・岡田則夫 2001 『英国グラモフォンレコード』 東芝 EMI (CD 全集日本吹込み事始・ライナーノーツ)
- ・岡俊雄 1986 『レコードの世界史～SP から CD まで』 音楽之友社
- ・園部三郎 1980 『日本民衆歌謡史考』 朝日選書
- ・渡辺裕 2002 『日本文化 モダン・ラブソディ』 春秋社
- ・山口亀之助 1936 『レコード文化発達史第一巻』 録音文献協会
- ・山本進 2001 『ガイスバークの足跡』 東芝 EMI (CD 全集日本吹込み事始・ライナーノーツ)