

戦前日本のオリンピック

—コミュニケーションの政治経済学的視点から—

浜田幸絵

1. 序論

現在のオリンピックは、グローバルな影響力をもつイベントである。オリンピック大会期間中には、地球上のほぼ全ての人々が、マス・メディアを媒介にしてオリンピックを経験し、その経験を通して、国家、人種、ジェンダー、家族などに関するイメージを形成する。オリンピックは、現代におけるマス・メディアの役割と人々の意識を考察する上で、格好の分析対象となる文化事象であると考えられる。

文化事象としてのオリンピックの研究においては様々な視角がありえるが、本稿では、マス・メディア、政府、企業、その他の組織が、オリンピックをめぐる意味の生産と流布にどのように関係していたのか—オリンピックを伝えるマス・メディアの産業的構造、取材・報道体制、オリンピック選手団派遣に関する国家の方針、オリンピックに広告的意義を見出す企業の行動・マーケティング戦略など—、即ち、政治経済学的視点¹⁾から、戦前日本のオリンピックの展開を分析することにする。還元主義に陥ってはいけませんが、人々のオリンピックの経験の大枠は、マス・メディアのテキストの生産と流通の過程における社会関係と権力作用によって政治経済的に規定されているからである。

コミュニケーションの政治経済学的視点から戦前日本のオリンピックを分析することの意義は、以下の二点に要約できる。

第一に、オリンピックを通じて「想像の共同体」²⁾としての日本が形成される歴史的過程を、全体的・包括的に捉えられる。戦前日本のオリンピックとマス・メディアの関係については、スポーツ史、メディア史（放送史）、外交史などの領域で論じられてきた³⁾。また、新聞社事業活動研究では、新聞社のイベントの経営戦略上の意図や社会的影響力が明らかにされてきた⁴⁾。しかし、オリンピックは、特定の組織や産業が作り出すものではなく、複数の組織や産業、そして、人々の日常生活の相互関係のなかに文化事象として成立している。政治経済学的視点から、文化事象としてのオリンピックの成立を、全体的・包括的に研究することによって、マス・メディアやスポーツ・イベントの社会的機能を明らかにし、さらには、オリンピックの体験が、常に日本全国均質的であったわけではなく、地理的・社会階層的⁵⁾に異なっていた可能性を指摘できるだろう。

戦前日本のオリンピック

第二に、グローバルなメディアの産業構造や技術的变化と国際的な政治・経済状況の中に、日本のオリンピック参加と報道の歴史を位置づけることが可能になる。オリンピックは、国民形成の観点から多く論じられ、特に1936年ベルリン大会までの時期の日本のオリンピック参加の歴史は、軍国主義的ナショナリズムの高揚という観点から検討される傾向にあった⁶⁾。しかし、オリンピックへの参加やオリンピック報道に価値が見出される現象は、他の国々でもみられた。マス・メディアの技術的發展と産業構造の変化に伴うニュースの国際化は、世界中で起きていたと考えられる。

コミュニケーションの政治経済学が、マス・メディアの産業構造に注目するのは、マス・メディア産業によって生産・流通する商品が、人々が世界を理解する時に用いるイメージや言説が生成される上で重要な役割を担っていると考えられるからである。オリンピックを通じて、いかにして「想像の共同体」としての日本が形成されていったのか。そして、その過程は、グローバルなマス・メディアの産業構造の変化とどのように結びついていたのか。これらの問題意識に基づく分析を行うことによって、マス・メディアやスポーツ・イベントの社会的機能を多面的に捉えられるだろう。

2. オリンピックとマス・メディア

2-1. 新聞社のオリンピック取材・報道

オリンピックは、海外の遠隔地で開催されるスポーツ・イベントである。新聞社の関心が、政治的言論の主張や経済情報の収集にあった時代には、オリンピックのようなイベントは、報道対象にはならない。日本のマス・メディアがオリンピックを取材・報道するようになった背景には、新聞界の産業構造の変化と新聞社間の競争の激化がある。

日本の新聞が、都市人口の増加に伴って、発行部数を増加させたのは、1900年頃からである。同時期には、技術革新も進み、東京・大阪の有力新聞社は、次第に輪転機を導入して大量印刷を行うようになり、また網目写真によるグラフィックな紙面制作を実現した。

特に、日本の新聞界にとって大きな転換点となったのは、日露戦争である。日露戦争では、新聞各社が、センセーショナルな紙面編集、号外発行、従軍記者派遣、海外通信網の整備等で競い合って戦況報道を繰り広げ、新聞読者層は大幅に拡大した⁷⁾。新聞社間の競争は、日露戦争後も続き、読者の関心を惹きつけ続けるために、紙面の改革や戦争に代わる人工的なイベントの開催が行われた。特に有力新聞社の視線は、海外へと向けられ、海外取材網の一層の強化、外国人の招聘、海外観光旅行の組織化などが図られた⁸⁾。

こうした状況で、大阪毎日新聞社（以下、大阪毎日）では、1907年11月に「世界の犬勢、本邦と列国との関係および海外各国における二十世紀文明の真相を視察し、以て大は国家の推運、小は読者の知識と興感の増進に資する」⁹⁾ことを目的として海外派遣員規定を設けた。

その第一号の派遣員の一人であった相嶋勘治郎が、米国を経てロンドンに立ち寄った際に送ってきたのが、日本の新聞記者の取材による初めてのオリンピック報道である。「マラソン競走」という題目で連載された1908年ロンドン大会の記事は、マラソンに注目してオリンピック全般についての報道とはいいいがたいが、最終日に行われたマラソンの歴史的起源、出場者の特徴、競技の模様、人々のそれへの熱狂ぶりを5回にわたって紹介している。日本がオリンピックに正式の選手団を派遣するのは、1912年ストックホルム大会からであり、日本の新聞社によるオリンピックの取材は、選手団参加よりも一足先に始まったのである。

大阪朝日新聞社（以下、大阪朝日）と並んで、当時の最も企業的な新聞社として形成されつつあった大阪毎日が、オリンピックを独自に取材・報道したことは、必然的であった。大阪毎日は、1890年代初頭から、社員を満洲・朝鮮以外の地域にも派遣して新聞事業の研究、商工業の視察、博覧会の見学にあたらせていたほか、他社がロイター通信を合同でとっていた時代に、独自にロンドン及びワシントンに常設海外通信員を配置するなど、早くから海外通信に力をいれていた¹⁰⁾。海外の遠隔地で起こる出来事の記事は、資金力の競争となる。国際ニュースは、産業化した大資本の新聞社にとっては、格好の報道対象であった。

しかし、1908年の段階では、事前に計画した組織だったオリンピック報道が行われていたのではない。相嶋によるオリンピック報道は、記事中に「是非此光景を見て置きたいと思つて十七日であつたが博覧会に行つた序に入場して見ると」¹¹⁾（傍点筆者）とあるように、偶然もたらされたものであった。さらに、相嶋は、マラソンという個別競技は認識していたが、スポーツ・イベントとしてのオリンピックを認識する枠組みをもっていなかった。また、管見の限り、大阪毎日以外では、短い外電を掲載しているだけであった。オリンピック関連の記事が日本の主要新聞にみられるようになるのは、オリンピック初参加決定、選手派遣母体となる大日本体育協会の設立、予選会の開催、ストックホルム大会への選手団派遣といった出来事が起こる1911年から1912年にかけての時期である。

1912年ストックホルム大会には、日本選手団として、選手・役員各2名が派遣された。日本の新聞社の現地での取材・報道体制としては、大阪毎日が土屋興、読売新聞社（以下、読売）がモスクワ特派員大井犀花をストックホルムへと派遣したほか、万朝報は、スウェーデン特派員ハグベルグと広島中学校教師藤重が現地から送ってきた記事を掲載した。正確な取材陣の総数は定かではないが、数社が、オリンピック取材のために近隣のヨーロッパの都市から現地に記者を派遣したことは確かである¹²⁾。ただ、この頃にはまだスポーツの取材を目的として日本から海外へと記者を派遣するという事はなかった¹³⁾。当時の有力紙の一つであった朝日新聞社（以下、朝日）は、ストックホルム特派員発、上海経由ロイター特電、タイムズ社特電、ベルリン特約通信社発などのクレジットの入ったオリンピック記事を掲載しているものの、ストックホルムには、記者は派遣していなかったと考えられる。

各紙に掲載されたストックホルム大会の記事は極めて小さく、報道まで時間がかかってい

る。しかし、複数の日本の新聞社がオリンピックを現地で取材し、現地で取材しなかった新聞社でも通信社の記事を掲載したこと自体が、画期的であったといえよう。その背景には、日本選手団の参加に加えて、新聞各社が海外での取材・報道体制を整備し、報道対象をスポーツ・イベントにまで拡大していたことがあった。

もっとも、この時期の新聞界の産業的変化は、日本だけの現象ではない。欧米でも、新聞の役割は、新奇的な出来事を世界中から発掘し、時として人工的に出来事を作り出し、それらの出来事をいち早く読者のもとへと届けることへと変化していた¹⁴⁾。ストックホルム大会公式報告書には、それ以前の大会の報告書にはほとんど見当たらないプレス関係の記述が多くある¹⁵⁾。日本の新聞界が企業化し、国際的なスポーツ・イベントであるオリンピックに報道価値を見出すようになったのは、西欧の新聞界とほぼ同時期であったといえる。

日本の新聞社の取材・報道体制は、1912年ストックホルム大会以降も、1928年アムステルダム大会に至るまで、それほど大きく変化していない。毎日や朝日でも、本社や近隣のヨーロッパの都市から、1~2名の記者を現地に派遣していたのにとどまっていた。オリンピックの取材・報道体制が大きく変化したのは、1932年ロサンゼルス大会である。

ロサンゼルス大会の取材・報道体制の特徴としては、以下の三点が挙げられる。第一に、ロサンゼルス大会において、日本の新聞社及び通信社の取材陣は大幅に増加し、『日本新聞年鑑』によれば、日本からは計21名の特派員がオリンピックのために派遣され、現地で応援する在米特派員と臨時雇員をあわせて日本の新聞社・通信社の取材陣は総勢60名ほどであった。オリンピック取材の名目で派遣された特派員の各社内訳は、東京朝日3名、東京日日4名、聯合3名、電通2名、国民・報知・時事・読売・新愛知・三都合同・神戸又新・京城日報各1名となっている。特に有力新聞・通信社では、朝日18名、毎日12名、連合・電通各5名と大勢で取材にあたったという¹⁶⁾。『日本新聞年鑑』のデータは、新聞各社の社史の記述とは若干異なるが¹⁷⁾、有力新聞社が取材体制を大幅に強化しただけではなく地方紙のなかにも記者を派遣する新聞社が出てきたとは確かである。

第二に、速報体制の強化である。ロサンゼルス大会以降は、オリンピックの報道において、速報性が極めて重視されるようになった。有力新聞社では、一刻も早く競技の記録や写真・ニュース映画を伝えようと、様々な事前の準備を行い、工夫を凝らした。朝日の運動部では、1932年の5月頃から各種目の出場選手の記録と写真の収集を始め、大会直前には入賞の可能性のある約600人の世界各国の選手の正確な氏名と年齢、これまでの記録と各種の写真を準備し、私設電話局のモールス受信機をモーター式に改装して待機した¹⁸⁾。一方で、ライバル紙の毎日は、ロサンゼルス特派員が事前に「費用を惜しまず比較研究」¹⁹⁾してウェスタン通信に特別な便宜を求めた結果、開会直前までは20分もかかっていた至急電の記録を最短1分半とし、ほとんどの号外で他社を退けたという。1分半という数字は多少誇張されているようであるが、アメリカ国内でオリンピック・ニュースのために有線・無線の通信設備が

整備され、大会直前にラジオ・コーポレーション・オブ・アメリカと通信省の協議により日米間の短波送信受信が一回線増えたことから、オリンピックを契機に、日米間の通信速度は大幅に短縮された²⁰⁾。アムステルダム大会までは発行していなかった号外も次々に発行され、『東京朝日』のロサンゼルス大会に関する号外の数も、15回、最も多いときには1日に3回も発行されている²¹⁾。

第三に、視覚メディアが駆使されたことである。日本の新聞界のみならず、ロサンゼルス大会それ自体の中で、写真やニュース映画の重要性が増していたことは、公式報告書に、これらの撮影に関する方針の詳細な記述があることから明らかである。ロサンゼルス大会では、公式写真のプレス向けの販売や観客席からの写真撮影は認められていたものの、競技場内での写真及びニュース映画の撮影に関しては、米国の主要な写真通信社（AP、アクメ、INS [インターナショナル・ニュース・フォト]、ニューヨーク・タイムス [ワイド・ワールド]）と映画会社（フォックス・ハースト、パラマウント、ユニヴァーサル、パター）のみが撮影権を所持していた²²⁾。そのため、朝日はフォックス、毎日パター、聯合はAP、日本新聞聯盟²³⁾はINSとそれぞれ契約を結んだ。また、電通は、かねてから契約関係にあったUPが撮影権を所持していなかったため、他との契約も模索したが、最終的に、UPから配給を受けた。これらの五社は、いずれも巨額の資金投入が可能な新聞・通信社で、「写真戦即資本戦」²⁴⁾といわれた。クルーの一員に特派員を加えてもらったり、日本用に写真を撮影してもらったりして、各社が写真の充実を図るための工夫を凝らしたが、投資額や提携する米系通信社の影響力によって、電通と日本新聞聯盟の写真報道は、他と比べると、見劣りしたという²⁵⁾。

写真やニュース映画では、画像の収集・獲得のみならず、輸送のスピードをめぐる競争が激しかった。これに参加したのは、東京・大阪の市場を寡占状態におき、資本力の上で抜きん出た朝日と毎日である。両社は、写真を梱包したものを日本近海の太平洋上で吊り上げて飛行機で陸まで運び、一刻も早く日本に上陸させようとした。大会初日の開会式の写真は、その写真をどのようにして運んだのかということ自体が「ニュース」として報道された²⁶⁾。また、朝日では、到着したニュース映画を即日公開するため、ロサンゼルスから電報で報告された生フィルムの各場面とその長さにあわせて、あらかじめ新聞記事を参照してアナウンス原稿を作っていた。日本写真化学研究所（東宝映画の前身）の撮影所に投下されたフィルムは、ただちに現像され、用意していたサウンドがつけられて、ニュース映画になったという²⁷⁾。

このように、ロサンゼルス大会時の新聞各社が総力をつぎ込んでオリンピックを取材・報道する姿勢は、ベルリン大会でも引き続きみられる。ベルリン大会の新聞社間の競争は、「近代科学戦、資本戦の絵巻物」²⁸⁾と評された。主要新聞社から派遣された報道陣は、ロサンゼルス大会と同様に大人数で、視覚メディアが多用され、速報合戦も繰り広げられた。

戦前日本のオリンピック

ただ、日本の新聞界のベルリン大会の取材・報道体制には、ロサンゼルス大会時と比べて、若干の相違点もあった。第一に、同盟通信社（以下、同盟）が、日本の新聞社への重要なニュースの供給源となっていた点である。同盟は、1932年満洲事変勃発時の情報統括の失敗に対する反省から計画が具体化し、1935年11月に設立され、1936年1月に業務を開始していた。同盟の誕生によって、それまでの電通（UPと提携）と聯合（ロイター、APと提携）の対立が終焉し、同盟が、日本を代表して、内外のニュースを収集し、国内外に発信を行うようになった。ベルリン大会は、業務開始間もない同盟にとって最初の大規模なイベントで、運動部員を2名派遣、在外特派員を1名出張させて協力させ、速報及び電送写真の国内新聞社への頒布に力を入れた²⁹⁾。スタジアムには、通信社用のキャビン（8席）が18室用意されていたが、その内の1つは、同盟に割り当てられた。このことは、同盟が、ロイター、ハバス、AP、UPなどと並んで、世界的にも重要な通信社の一つとして認識されていたことを示している³⁰⁾。同盟のオリンピック・ニュースは、地方紙にも配信され、中央紙の地方進出に対する懸念から同盟設立に反対していた地方紙の反発は、沈静化した³¹⁾。

第二に、技術面の発展も著しかった。ベルリン大会では、ベルリンー東京間の写真電送が実現した。この写真電送計画は、当初、朝日新聞社が極秘に進めていたが、これに対して逋信省が一民間でこのような国家的事業を行うことに懸念を示し、結局、逋信省とドイツの郵政庁の間で交渉が行われた³²⁾。必要経費4万5000円は、逋信省、日本電気株式会社、同盟で3分の1ずつ負担し、同盟の負担分は、加盟各社で、新聞の大小に応じて、分担された³³⁾。写真は、ドイツのナウエン無線台から埼玉県小室受信所まで無線、そこから東京中央電信局まで有線で送られ、わずか17分間で受信が完了した。さらに、東京の同盟本社から主要都市（大阪、名古屋、岡山、広島、福岡）の受信局へも電送が利用され、中部、関西、九州の有力紙は、その日のうちに、写真の配給を受けた³⁴⁾。また、電送配給を受けられなかった新聞社の中には、東京から飛行機で写真を輸送するなどの方法で、対応した社もあった³⁵⁾。電送写真は、大幅な修正が必要で、「殆ど修正係によつて『描き直された』といふべき」³⁶⁾のものであったが、いずれにしても、オリンピックの写真は、迅速に、しかも、全国の新聞社に遍く届けられるようになったのである。

無線電信・無線電話が活用されたことも、ベルリン大会の報道の特徴である。特派員は、競技場に特設された電信局を利用して、刻々とニュースを送った。東京-ベルリン間の通信速度は、オリンピックを契機にして大幅に短縮され、最短1分40秒を記録した。資金力のある新聞社は、国際電話を使ってインタビューを行った。こうしたオリンピック報道における通信技術の向上は、ドイツ側の設備整備によるところも大きかった。

このように、1936年のベルリン大会では、技術的発展と同盟の誕生によって、オリンピックの情報が、より迅速かつ均質的に日本の新聞社に届けられるようになっていた。写真吊り上げのような新聞社間の速報性をめぐる競争は、ロサンゼルス大会時と比べると収束して

いたという見方もできる³⁷⁾。ただ、資金力のある社の報道は、同盟をほぼ唯一の情報源としていた多くの地方紙を圧倒している。朝日・毎日・読売では、電話によるインタビューを頻繁に行ったり、オリンピック取材のために作家や詩人を派遣したりして、資金力を背景に、様々な角度からの報道を試みた³⁸⁾。また、朝日・毎日は、ロサンゼルス大会と同様に、独自に撮影・入手した写真とニュース映画の輸送をめぐる競争した³⁹⁾。『日本新聞年鑑』は、朝日・毎日のオリンピックへの投資を、ロサンゼルス大会では10万円以上、ベルリン大会では30万円ほどと推定している⁴⁰⁾。朝日の社内資料にも、ベルリン大会では、電信だけではなく国際電話も使用したので、通信費が前回の倍額となったとある⁴¹⁾。ベルリン大会では、オリンピックをめぐる比較的画一化した情報空間が全国に成立していたものの、有力紙は、地方紙や他紙との報道内容の差異化を図るため投資を惜しまなかったことがわかる。

1930年代の日本の新聞界でみられたオリンピック取材ジャーナリスト数の増加、視覚メディアの強化、速報性の重視は、大会それ自体でも顕著な傾向であった。大会に参加した国数や選手数が増えているため、一概に比較することはできないが、報道陣のために用意されたスタジアムの席数は、1928年には、600席、1932年には、706席、1936年には、1118席となっている。また、1928年以降の大会でプレス向け印刷物の発行が恒例となっていたことに示されるように、オリンピックの開催国は、最新の通信技術を整備して内外の報道陣の要請にこたえようとした。特に、ベルリン大会組織委員会は、オリンピックの成功には、世界中のマス・メディアの存在が不可欠であるという認識をもち、各国向けの報道をサポートする万全の設備・サービスを整えていた⁴²⁾。

一方で、1930年代のオリンピックでは、マス・メディアの取材に関して様々な取り決めが定められるようになっていた。特に、写真やニュース映画の撮影に関して、権利の問題が認識されるようになっていた。例えば、ロサンゼルス大会では、スタジアム内での立ち入り撮影が認められたのは、8社で、さらに、写真の場合は、各社1名のカメラマン、ニュース映画の場合は、各社2名と1台のカメラだけが競技場内に入場できるという規定があった⁴³⁾。また、ベルリン大会では、国際的な通信社を除き、報道陣用のチケットの枚数は、各国の参加選手数の割合に応じて定められ、各国のオリンピック委員会が、自国のプレスへの配分を行った。日本の場合は、16枚のチケットが割り当てられたようだが、日本の新聞社が現地に派遣した記者の数は、それを大幅に上回っており、日本の国内オリンピック委員会であった大日本体育協会が調整に当たったと考えられる⁴⁴⁾。

こうした規定によって、オリンピックの取材が、資金力や影響力のある特定の新聞・通信社にのみに特権的に認められることとなり、それ以外の新聞・通信社は取材対象へのアクセスや通信設備の利用が困難になるという状況が生まれた。オリンピック大会組織委員会の側で、報道陣をコントロールするようになったのである。

この時期に、日本の有力新聞社がオリンピック報道を強化するために行ったのが、人的ネ

戦前日本のオリンピック

ネットワークの形成である。1928年アムステルダム大会に女子選手として初参加した人見絹枝は、1926年に大阪毎日に入社した。人見の入社を促したのは、新聞商品論を唱えて同社を株式会社化した本山彦一が運動課を充実させるために1922年に獲得した運動生理学者の第一人者で女子スポーツの普及にも熱心であった木下東作である。また、人見には、朝日も関心を示していたと言われており、1930年代にかけて、新聞社が有名選手の獲得に努める傾向は続いた⁴⁵⁾。オリンピック選手団に選手・役員として加わった新聞社の社員としては、1928年アムステルダム大会時の鶴田義行（報知、水泳200メートル平泳ぎ優勝）、1932年ロサンゼルス大会時の南部忠平（毎日、陸上三段跳優勝）、織田幹雄（朝日、陸上主将）、山岡慎一（毎日、陸上総務）、田畑政治（朝日、水泳監督）、1936年ベルリン大会時の大島鎌吉（毎日、陸上選手）、田畑政治（朝日、総務主事）などが挙げられる。

新聞社にとって、自社所属の選手・役員を確保することは、イベントとしてのオリンピックを多角的に伝える上で、非常に有効な手段であった。オリンピックは、客観報道の対象としてあったのではなく、自らが組織化して盛り上げるイベントとして認識されていたのである。また、論証は難しいが、新聞界とスポーツ界の人的ネットワークは、オリンピック大会の報道のみならず、この時期盛んに開催されていた様々なスポーツ・イベントの運営及び報道で重要な役割を果たしていたと考えられる。

2-2. オリンピックとラジオ

オリンピックというイベントの拡大にとって、新聞とともに、また時には新聞以上に、重要な役割を果たしたのは、ラジオ放送であった。ラジオは、オリンピックのみならず、次節で取り上げるオリンピック関連の新聞社主催のイベントでも活用され、メディア相互の連関増幅を作り出した。

日本におけるラジオ放送は、1925年に東京、大阪、名古屋で始まったが、政府に管理された日本放送協会に独占され、ニュースの自主取材も行われなかった。1930年までは、放送局は、編集機能すら持たず、新聞社や通信社から提供されたニュース原稿をそのまま読み上げるだけであった。独自の取材機能をもたなかった戦前期のラジオが、速報性や同時性といった特性を発揮できたのは、スポーツの実況放送であった。1927年8月の大阪朝日新聞社主催全国中等学校優勝野球大会を皮切りに、六大学リーグ戦、大相撲、日英米国際水上競技、極東オリンピック大会などが実況された。『ラジオ年鑑』（1931年度版）には、「一般スポーツをして家庭化さしめ、斯くも短日時の間にスポーツ熱を煽りたるは蓋しラジオによる中継放送の為といふも敢て過言にあらざること、と信ずる」⁴⁶⁾とあり、1929年度の「運動競技及び運動に関する諸種の放送」は381回、298時間57分にのぼったという。1928年11月の天皇御大礼に合わせて全国中継網が整備されると、ラジオの聴取者は一層拡大し、1932年には、全国のラジオ聴取加入者数が、100万台を突破する。ラジオのスポーツ実況中継は、

スポーツが大衆娯楽として普及していく重要な契機となっていた。スポーツ・イベントの多くを、新聞社が主催・後援していたことを考えると、ラジオのスポーツ中継において、企業の関心をもつ新聞社と放送局の利害が合致したといえる。

1932年ロサンゼルス大会の日本へのラジオ放送は、オリンピック史上初めての国外向けのラジオ放送であった。オリンピックのラジオ放送は、1924年パリ大会と1928年アムステルダム大会の時にも行われていたようである。しかし、アムステルダム大会時には、競技結果をラジオで放送すると現地にわざわざ記者を派遣する新聞・通信各社との公平性が保たれないという理由から、一部の国内向けの放送しか実現しなかった⁴⁷⁾。また、ロサンゼルス大会においても、アメリカ国内の放送や日本以外の他国に向けた放送は行われず、オリンピックをラジオで聴くことを体験できたのは、日本だけであった⁴⁸⁾。

もっとも、このラジオ放送の日本での実現に当たっては、紆余曲折があった。スポーツのラジオ中継の流行をうけて、日本放送協会では、1931年初頭から、1932年ロサンゼルス大会の放送計画を立て、交渉を進めた。この初めての海外からのスポーツ実況中継計画は、NBC、オリンピック委員、日本サンフランシスコ総領事、ロサンゼルス領事らの賛同を獲得し、NBCからは技術関係での便宜供与の約束を一端取り付けた。しかし、アナウンサーらの出発前の1932年6月に、NBCとオリンピック委員会との交渉が決裂し、アメリカ国内の放送が取り止めになったことが、日本放送協会へと伝えられた。NBCとオリンピック委員会の交渉決裂の要因は、オリンピック委員会がラジオ中継によって入場券の売上が減少することを危惧し、巨額の権利金⁴⁹⁾をNBCに対して要求したのに対して、NBC側がそれを拒否したことにあるという。

ただ、外務省筋から、オリンピック委員は日本への放送に好意的であるとの見方が伝えられたことを受け、日本放送協会では、報道課長(寶田通元)と3人のアナウンサー(松内則三、河西三省、島浦精二)をロサンゼルスへ派遣した。アメリカの国内世論の反発を避けるためか、結果的に、実況放送の実現は不可能との決定が下されたが、日本放送協会では、競技場での模様を記録して、近くの放送局から、正午から午後1時まで1時間の「実感放送」を行った⁵⁰⁾。

競技結果判明後に行われる「実感放送」は、本物らしく演出された擬似的実況中継であった。「実感放送」は、アナウンサーが見たままに伝える実況中継以上に、印象を伝達し感情を煽るメディアとしてのラジオの特性を発揮したといえよう。最初の数日は、雑音とフェーディングで聞き取れないこともあったようであるが、現地からは、開会式、陸上100m準決勝・決勝、400mハードル、3,000m障害、棒高跳、三段跳、水泳100m自由形決勝、閉会式の実感放送に加えて、監督による競技予想、選手団幹部や選手の挨拶などが放送された。オリンピック放送の実施が、当時の人々に画期的な出来事として受け止められていたことは、新聞が、ラジオ放送のスケジュールや動向、ラジオの周りに集う人々の様子を報道し、雑誌

戦前日本のオリンピック

が、ラジオの実感放送のアナウンスの内容を掲載していたことから伺える⁵¹⁾。

当時のオリンピック参加国の多くはヨーロッパの国々であり、不況下にヨーロッパ以外の地で開かれるロサンゼルス大会への関心は全体的に低調であったが、日本では、ロサンゼルス大会は、非常に重要なイベントとして位置づけられていた。ロサンゼルス大会には、前回のアムステルダム大会の56名を大きく上回る192名の大選手団が派遣されている。これは、満州事変以後の各国における反日感情の高まりを受け、オリンピックが対日イメージの改善の好機と捉えられていた。特にアメリカは、日露戦争の頃から排日運動が盛んで、1924年には排日移民法を成立させていた⁵²⁾。ロサンゼルス大会への大選手団派遣には、現地日系人を支援するという意味合いもあった。また、長期的にみると、ロサンゼルス大会は、1940年東京大会招致に向けたアピールの場として捉えられていた⁵³⁾。こうした国家的意義をもったイベントの日本へのラジオ放送に、外務省が、最大限の協力をしたことは、想像に難くない。

1936年ベルリン大会になると、初の実況放送が行なわれ、オリンピック放送は、内容・回数ともに充実・増加した。開閉会式と陸上8種目・水泳8種目の放送が行われ、放送形式は、実況放送と実況録音放送が半分ずつであった。大会開幕前のオリンピック前奏日独交歓放送、22カ国の代表者の挨拶を中継したオリムピック・コール、東京オリンピック決定後の国際オリンピック委員会委員長ラツールの挨拶など、国際色に富んだ内容もあった⁵⁴⁾。派遣されたのは、頼母木貞六、河西三省、山本照で、「前畑頑張れ！」で知られる女子200m平泳ぎ決勝を実況した河西は、前回大会に引き続き、派遣されたこととなる。

ベルリン・オリンピックは、開幕前には、ボイコットの動きもあった。特に、当時の最大のオリンピック参加国であったアメリカの参加は、オリンピックへの参加を、スポーツというよりは、国際政治の問題として捉えていたため、直前まで不確かであった。しかし、最終的に、各国は、オリンピックを通じてドイツが変化するという楽観的見解をとり、ベルリン大会は、49カ国から約4000人が参加という過去最大の規模となった⁵⁵⁾。

ナチス・ドイツは、国家の威信をかけて大会運営に当たり、ラジオ放送に関しては、ドイツ放送会社が公認放送路を提供し、海外から放送に参加したのは、40カ国、41社、アナウンサーは105人にのぼった⁵⁶⁾。世界中のラジオ聴取者の数は3億人以上となったという⁵⁷⁾。ラジオ放送のほか、ドイツではテレビ放送も行われ、オリンピックは、日本のみならず世界中で、新技術を媒介にして体験されるイベントとなったといえる。

2-3. オリンピックに関する新聞社事業

新聞社は、オリンピックを報道するだけでなく、オリンピックに関するイベントを自ら主催・後援し、派生的なオリンピック体験を作り出した。日本では、明治末期から大正期にかけて、企業化した新聞社が、報道内容の差異化とそれによる販売促進活動を図ることを目

的に、多くの事業活動を行うようになった。特に1920年代後半以降、経営的余力を手にした新聞社の事業活動は、ラジオやニュース映画といった新しい技術を積極的に活用し、政府の協力も獲得するなど、新聞社のイベントは、各紙の購読者が読むだけのものから、社会的イデオロギーを作り出すものへととなっていた。

前述のように、日本で最初のオリンピック報道をもたらした大阪毎日の海外派遣員制度の創設は、単なる海外ニュース網の整備というよりは、世界中から新奇的なイベントを発掘して伝えようとする新聞社の事業活動の一つとして理解できる。そして、相嶋による1908年ロンドン大会の記事は、明治末期から大正期にかけての大阪毎日のスポーツ・イベントに関する積極的関与の姿勢を方向づけることとなった。記事には、「兎に角世界一等国の伍伴に列せんとするには軍艦の数ばかりではいかぬ此の次には日本も彼の運動同盟に加はり撰手を送る様にしたいものである」⁵⁸⁾とあり、この相嶋の認識に基づいて、大阪毎日では、1909年に、次の国際的なマラソン競走に日本選手を出す準備と宣言して神戸・大阪間で長距離競走を開催したほか、1911年にオリンピック特集記事を掲載、1913年に日本オリンピック大会を創設、1913年及び1915年に極東オリンピックへ選手を派遣した。大阪毎日は、半ば偶然もたらされた相嶋のロンドン・オリンピックの記事をきっかけに、他社に先んじて国際的なスポーツ・イベントに報道や事業活動の資源としての価値を見出したのである。

しかし、オリンピックに関する新聞社事業は、新聞界全体としては、1928年アムステルダム大会の頃までは、非常に低調であり、大掛かりなイベントの開催は少なかった⁵⁹⁾。オリンピックに対するマス・メディアや社会の認識が十分に形成されていない状況では、オリンピックは、大きなイベントの資源にはなりにくい。オリンピックに対する新聞社の態度が大きく変容したのは、日本選手団が活躍し、オリンピックに対する関心が高まり、政府もこれに注目するようになったアムステルダム終了後であった⁶⁰⁾。

アムステルダム大会では、日本選手は水泳と陸上で初めて優勝したほか、2種目で2位、1種目で3位など、11種目で6位以内に入っている。前回のパリ大会では、日本選手の最高が3位であったことを考えると、大幅な躍進である。入賞者数の国別順位を見れば、日本は男子で11位、女子で12位と国際的な序列の上位に位置したとはいえない。しかし、オリンピックに対する関心は急速に高まりをみせ、大会終了後には、内閣総理大臣とともに新聞各社からも日本選手団へと祝電が送られたほか、各紙が、帰国後に日比谷新音楽堂で開催されたオリンピック選手歓迎大会が大勢の人々で溢れかえったことを報道している。国民全体が国際的なスポーツ・イベントに注目するという雰囲気が初めて生まれたのである。さらに、1920年代後半は、新聞社が資金的な余力を手にいれ、ラジオのスポーツ実況が人気を博した時期でもあり、アムステルダム大会以降、国際的なスポーツ・イベントが新聞社事業としてこれまでになく頻繁かつ盛大に開催されるようになった⁶¹⁾。

特に朝日は、アムステルダム大会で日本が世界2位となった水泳に注目し、オリンピック

戦前日本のオリンピック

閉幕からわずか2カ月ほどのうちに、国際水上競技会を主催した。世界記録保持者ら6人の選手（米国から4選手、ドイツとスウェーデンから各1選手）が招かれ、国際水上競技会は、「アムステルダム大会の縮図のやうなこの大会」⁶²⁾として、新聞社のスポーツ・イベントとしても、スポーツの国際競技会としても、これまでにはなかったようなかたちで国民の関心を惹きつけた。『東京朝日』は、写真を多用して、外国選手の仕草、容貌、発言などを詳細に報道し、大会の様子は、ラジオで実況され映画にも収録された。アムステルダム大会の報道が技術的・資金的・制度的な制約から新聞での報道に限定され、競技が中心であったのは対照的であった。政府の支持も獲得し、一新聞社の事業であるにもかかわらず、来日した選手たちは首相官邸に招待され、秩父宮殿下御成婚記念として開催された本大会には、多数の皇族、各国公大使、政府関係者が来場している。

ラジオ中継された新聞社主催の国際スポーツ・イベントとしては、他にも、1929年のテニスの日仏選手対抗模範試合（報知主催）、日独陸上競技大会（報知主催）、1931年の東洋アマチュア拳闘選手権（朝日主催）、日米野球（読売主催）、1933年の日仏対抗拳闘戦（読売主催）、1934年の日米野球（読売主催）などがある。この中には、朝日の国際水上競技会と同様に、外国選手らが首相らと会談したり、皇室が観覧したりしたものも少ない。また、地方紙までもが、オリンピックやこれらのイベントに刺激されて、外国選手招聘を行っている⁶³⁾。これらの競技会を通じて、人々は、国内に居ながらにして、国際的なスポーツ・イベントを体験し、それらを理解する枠組みとしてのナショナリズムを身につけ、オリンピックに対する関心を一層強めたと考えられる。

日本の新聞社のオリンピックに直接関連した事業活動が、最も活発化したのは、1932年ロサンゼルス大会である。

前述のように、ロサンゼルス大会への選手団派遣には、対日イメージの向上、在米日本人の支援、1940年東京大会招致に向けたアピールといった意義が見出されていた⁶⁴⁾。こうしたオリンピックの国家的意義に基づき、代表選手派遣のための政府補助金は、当初30万円が見込まれていた。しかし、不況によって、政府補助金が大幅に削減されて10万円となり、為替も暴落したことから、ロサンゼルス大会に大選手団を派遣するためには、財政的問題が立ちだかることとなった。こうした状況において、国家的意義をもちながらも苦境に陥っていたオリンピック選手派遣事業を国民が支援する構図が生まれたのであるが、この時に、国民と選手団を媒介したのが、マス・メディアであった。

表1にあるように、ロサンゼルス大会では、新聞社が旗振り役となって、日本選手団の派遣費が募集され、応援歌、エールなどが作られた。多くは、読者参加型のイベントで、懸賞への応募数からは規模の大きさが伺える。こうしたイベントを行ったのは、有力紙だけではなく、例えば、中国新聞社は、織田幹雄ら広島・山口両県出身選手の派遣金募集事業を行っている⁶⁵⁾。人々は、読者参加型のイベントに参加することで、ただ遠い地での出来事として

表1 1932年ロサンゼルス大会時の新聞各社のイベント

大阪毎日 東京日日	日本エールの懸賞募集【1万3635票の応募。賞金100円】 日本選手の得点予想の懸賞募集【11万4357票の応募】 優秀日本選手に優勝杯・殊勲杯を贈呈 ロサンゼルス大会開会式場で「勝て！日本！」と書いた飛行船を巡航、バルーンも放つ オリンピック見物客30名をメトロ社と協定してハリウッドのスタジアム見学に招待 選手団の凱旋帰国の際に自社飛行機を飛ばす ニュース映画公開
大阪朝日 東京朝日	オリンピック応援歌の懸賞募集【4万8581編の応募。賞金500円、「走れ大地を！」 山田耕筰作曲でレコード化】 遠征選手歓迎オリムピック列車【選手団出発・到着時の歓送】 選手団の凱旋帰国の際に自社飛行機を飛ばす 平沼団長報告講演会 ニュース映画公開
読 売	派遣費募集事業 オリムピック派遣選手を送る夕べ 選手団の凱旋帰国の際に自社飛行機を飛ばす 東京市長・大日本体育協会幹部の講演会 オリンピック展覧会（後援）

表2 1936年ベルリン大会時の新聞各社のイベント

大阪毎日 東京日日	開会式を旅程に含む欧州一周旅行団の主催 表彰台に揚がる日章旗の数を予想する懸賞 優秀日本選手に優勝杯・殊勲杯を贈呈 ニュース映画公開
大阪朝日 東京朝日	バイエ・ラツール伯（IOC委員長）歓迎会（3月） 派遣選手応援歌「走れ大地を！」の国民歌謡化 ニュース映画公開
読 売	派遣選手応援歌「起てよ若人」の作成【末弘巖太郎作詞，中山晋平作曲，レコード化】 ベルリン大会開会式で祝賀飛行 オリンピック写真空輸計画（→失敗）

オリンピックの報道を見聞きするだけではなく、日本に居ながらにして、オリンピックをナショナルスティックに体験できるようになったといえる。また、新聞社がオリンピック関連のイベントの開催に積極的であった背景には、次章で述べるように、オリンピックを企画広告に利用しようという意図もあったと考えられる。

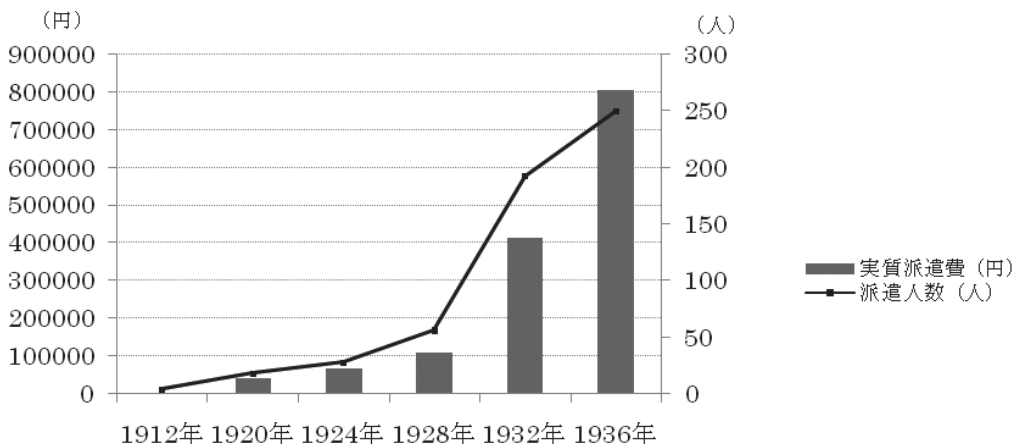
1936年ベルリン大会においても、新聞社は、オリンピック派遣事業に対して積極的に関与し、オリンピックに関連して、同様のイベントを行った。表2にあるように、朝日・毎日・読売については、管見の限り、寄付金募集や応援歌募集といった読者参加型のイベントは少ない。しかし、オリンピックの周辺事業として理解可能な事業が消滅したわけではなく⁶⁶⁾、

オリンピックに付随して国内で行われた新聞社のイベントから、オリンピックに関するテキストが無数に生み出される状況は、1930年代を通じて見られたと考えられる。

3. オリンピックと政府・国家

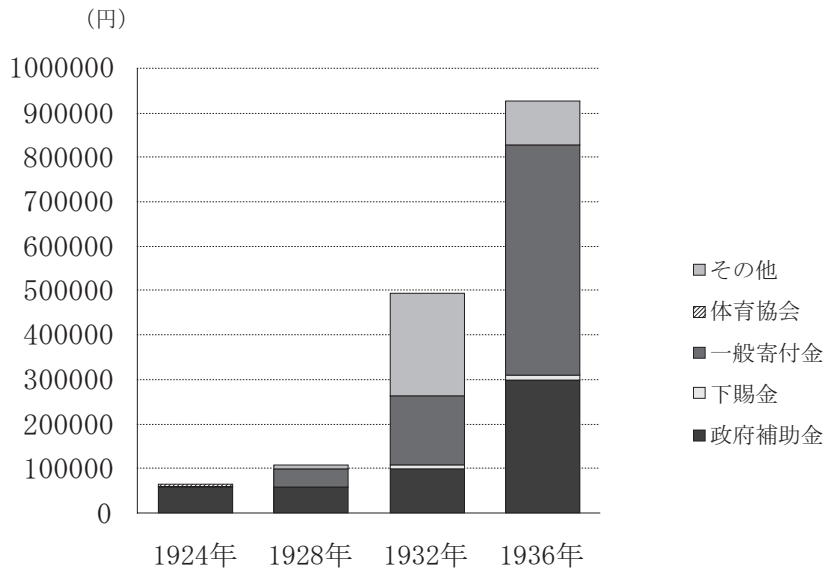
日本においてオリンピックに関して日本選手団と政府や皇室の間に密接な協力関係が築かれたのは、1924年パリ大会以降である。1920年アントワープ大会の頃には、「体育に従事して居る民間の遣方は、政府と手を繋ぐとか、政府に頭を下げると云ふことは一種の恥辱であるかの如く考へた人」があり、「又政府はさふ云ふ事業を国務として取扱ふのは不似合であると考へ」⁶⁷⁾る状況であった。1924年パリ大会になると、選手団の派遣に政府から6万円の補助金が拠出されたほか、秩父宮による日章旗下賜などが行われ、文部大臣による訓示も行われた。ただ、こうした出来事は、体育関係者や体育行政に関わる官僚にとっては重要な意味をもっていたとはいえ、新聞紙面ではほとんど取りあげられていないなど、社会的に広く認識されていたとはいえない。国家とオリンピックの結合が顕著になるのは、財政面においても、儀式面においても、1930年代の大会においてである。

まずは、財政面から見ていきたい。図1にあるように、オリンピック選手派遣費は、大会毎に増加し、1928年大会から1932年大会の間に約4倍、1932年大会から1936年大会の間に約2倍と膨張していった。表2は選手派遣費収入内訳であるが、民間からの寄付が増加し、派遣費に占める政府／民間の負担の割合が、政府の負担大から、民間の負担大に転じたのも、1932年大会である。政府の補助金交付が始まった1924年大会と1928年大会では、派遣費



大日本体育協会編『大日本体育協会史（上巻）』（大日本体育協会、1936年）、大日本体育協会編『大日本体育協会史補遺』（大日本体育協会、1946年）より作成。1932・1936年大会については、派遣費合計額から次回大会積立額を引いたものを実質派遣費とした。

図1 オリンピック日本選手派遣費・派遣人数の推移



大日本体育協会編『大日本体育協会史 (上巻)』(大日本体育協会、1936年)、
大日本体育協会編『大日本体育協会史補遺』(大日本体育協会、1946年)より作成

図2 オリンピック日本選手派遣費収入内訳

の半分以上が政府からの補助金によって賄われていた⁶⁸⁾。しかし、1932年大会では、民間からの寄付金が急増し、派遣費全体のうちに占める政府補助金の割合は、約2割に減っている。御下賜金が出されるようになったのも、1932年大会からである。

つまり、オリンピックへの代表選手派遣事業は、1912・1920年大会では、小規模で、国家や社会の関心は乏しく、スポーツ界によって担われてきた。1924・1928年大会では、国家が関心をもって財政支援をしたが、民間の関心はほとんどなかった。しかし、1932年ロサンゼルス大会への選手団派遣は、政府主導の国家事業ではなく、民間が全面的に協力した国民的事業となり、1936年ベルリン大会では、前回大会よりもさらに大きな規模で、国家からの資金的援助、並びに民間からの寄付金募集が行われた。ベルリン大会では、政府からの補助金は、前回大会の3倍の30万円となり、オリンピック後援会が民間から集めた寄付金総額も、ロサンゼルス大会時を大きく上回る487,550円となっていた⁶⁹⁾。1936年大会は、1932年大会以上に、挙国一致的な色彩を強めたのである。

1930年代のオリンピックでは、資金面だけではなく、国家が選手団を支援していることが儀礼的に表現される機会が一層多くなった。

この背景には、やはり、1928年アムステルダム大会において、オリンピックでの活躍に国家的意義が認められたことがあった。『第九回国際オリンピック競技大会報告書』によれば、日本選手団に対する外国人の態度は、アムステルダム大会の期間中に、段々と好転して

戦前日本のオリンピック

いった⁷⁰⁾。オリンピックでの活躍によって日本の国際的地位が上昇したという認識は、新聞報道にも見られ、大会終了後には、内閣総理大臣（外務大臣兼任）田中義一から、「『オリンピック』第九回大会ニ於テ帝国側役員選手諸君一同ノ奮動勞力ニ依リ未曾有ノ成績ヲ収メ我『スポーツ』ノ名声ヲ中外ニ拳ケタルハ我國民ノ誇トスル所ニシテ誠ニ欣快ニ堪ヘス深ク其成功ヲ祝スルト共ニ諸君ノ勞苦ニ対シ茲ニ深厚ナル謝意ヲ表ス」⁷¹⁾と電報が送られている。また、帰国後の10月27日には、文部大臣が一行を官邸に招待した。

1932年ロサンゼルス大会への大選手団の派遣には、前述のように、初めから、外交上の意義が認められていた。対日イメージの改善と日系人の支援を政府が重視していたことは、外務省が、日本選手に関する米国の反応を注視し、日系人社会と密接な連携をとっていたことから明らかである⁷²⁾。

財政面でこそ、国家のイニシアチブは際立っていないが、オリンピック派遣費募集に際しては、鳩山文相が財界実業界関係者を招待して後援を依頼している⁷³⁾。前述のように、ラジオ放送の実施に関しても、外務省の果たした役割が大きかった。出発前の送別会及び帰国時の歓迎会には、東京市長とともに文部大臣が出席した。特に、選手団は、皇室との結びつきを強め、出発前にも帰国時にも、明治神宮参拝と二重橋での遥拝が行われた他、恩賜のブレザーが用いられた。ロサンゼルスでも、現地の日本人会による歓迎園遊会及び祝勝兼送別会が盛大に開催され、そこには、羅府日本人会会長、南加中央日本人会会長、ロサンゼルス領事らが出席している⁷⁴⁾。

1936年ベルリン大会でも、出発前と帰国時の明治神宮参拝と二重橋での遥拝が行われた。また、文部省体育課内奨健会の主催でオリンピック視察団が派遣された。ベルリン大会開幕直前に当地で開催された国際オリンピック委員会総会で、1940年のオリンピックの東京での開催が決定したこともあり、政府は、様々なかたちでオリンピックに関与していた。

1930年代のオリンピックの財政面及び儀礼面における国家の存在感の増大は、オリンピックが、国家的事業として認識されていたことの表れである。財政的投資は、短期的に回収できるようなものであったとは考えられないが、オリンピックを通じた国際的評価の獲得や、それが「イベント」としてマス・メディアで報道されることによって達成される国内の統合を政府は期待していたといえよう。

4. オリンピックと企業

オリンピックの商業主義は、1984年ロサンゼルス大会以降、本格化したというのが通説であるが、オリンピックへの商業的な関心は古くからあった。国際オリンピック委員会の発行する冊子には、1900年代に既に、スポーツ用品やアルコールの広告が掲載されていた。1932年のロサンゼルス大会では、Helmsというパン商人が、選手村にパンを供給すると

表3 『東京朝日』のオリンピック関連広告件数の推移

年	薬品	化粧品	図書		食料品	銀行会社	機械	服装雑貨		演芸	朝日新聞社の社告					その他	合計
				うちスポーツ専門雑誌					うち百貨店		イベント		増ページ・号外	書籍	その他		
												うちニュース映画					
1924			21	9							3			3			36
1928			15	6				1	2	3				5			32
1932	11	9	53	1	16	4	17	6	5	55	59	48	8	3	2	8	305
1936	17	14	123	14	26		24	13	5	101	25	24	9	6	1	17	419

分析対象としたのは、1924・1928・1932・1936年大会の体育協会主催の送別会から歓迎会までの期間の『東京朝日新聞』の朝・夕刊（号外を除く）である。広告の業種別分類に際しては『日本新聞年鑑』を参考にしたが、一部広告については、企業および商品の性格から筆者の判断で分類を行い、業種分類が明確ではないものは全て「その他」とした。

もに、オリンピック・マーク、モットー（より速く、より高く、より強く）、「オリンピック」という言葉とその派生語の登録を行ったという⁷⁵⁾。オリンピックのような大規模な報道が行われるイベントに、企業が広告価値を見出すことは、スポンサーシップ制度が確立し、テレビの放映権料が開催地の選定を左右するようになる以前から、顕著とまではいえないにせよ、見られた現象である。

表3は、『東京朝日』のオリンピックに言及した広告件数の推移であるが、1924年・1928年大会は、ほとんど全ての広告が図書の広告だったが、1932年になると、業種が多岐にわたるようになり、広告件数も1928年と比べると約10倍となっている。1936年大会では、総数のほか、薬品・化粧品・図書・食料品・機械・服装雑貨・演芸などの業種で前回は上回る件数となり、ロサンゼルス大会以降、企業のオリンピックに対する関心が急速に増大したことがわかる⁷⁶⁾。現在のように、五輪マークの使用が徹底的に管理されるような状況とは程遠く、企業は、自由に五輪マークを利用している。

オリンピックの広告の膨張は、新聞社に刺激された側面もあった。1932年ロサンゼルス大会終了後のオリンピック選手凱旋歓迎において、東京朝日では、選手の到着を伝える伝書鳩に企業の名前を冠し、「どの鳩が一番早く東京朝日本社に帰着するか」を当てる懸賞事業を行った。この懸賞事業には、23社が参加し、『東京朝日』には、数回にわたって「オリンピック選手凱旋歓迎」の全面広告が掲載されている。企画連合広告は、一般の広告より単価も収益率も高かった⁷⁷⁾。新聞社のオリンピック報道への投資は、採算を無視したものであ

表4 1932年・1936年大会時の企業が開催したオリンピック関連イベント

開催時期	主催企業（業種）	イベントの概要
1932年	天野源七商店（化粧品）	オリムピック水上競技の予想（日本はどの種目に優勝するか？） 予想が的中した人全員にヘチマクリーム、チューブ入り一個贈呈。
	東京電気株式会社（機械）	マツダ真空管オリンピックセール 期間中ラジオ受信用真空管お買い上げ金3円ごとに抽選券1枚並びに景品（上等化粧石鹸）贈呈。 抽選により、1等・金3円鉄道旅行券（500本）、2等・金1円鉄道旅行券（1500本）が当たる。
	天野源七商店（化粧品）	ヘチマ coron オリンピック水泳選手歓迎船 商品の空箱をもってきた人先着1000名が乗船できる。
1936年	明治製菓株式会社（食品）	男子陸上100メートル、男子水上1500メートルの優勝者のタイム予想懸賞。 賞品・一等ポータブル蓄音機1台、二等明治チョコレート（豪華箱入）1個が当たる。1万5000人余りの応募があった。
	森永製菓株式会社・森永製品販売会社（食品）	勝て！ オリムピックの夕。日比谷新音楽堂 入場者は森永ミルクキャラメル・森永ミルクチョコレート30銭分（外装紙）を持参する。
	森永製菓株式会社・森永製品販売会社（食品）	森永海浜オリンピック（逗子、片瀬、鎌倉由比ヶ浜、保田の各森永キャンプストア） 競技種目は、竹馬競争、お菓子合せ競争、障害競争、スマック喰べ競争、オリンピック・リング・レース、スター・リレー、むかで競争、バツク・ランニング、風船競争など。日活スタアが審査員をつとめる。
	伊東屋（その他）	伯林オリムピック大会電送写真ニュース展（大日本体育協会後援、同盟通信社提供） オリムピック記念品・アルバム売り出し
	明治製菓株式会社（食品）	オリムピックニュース映画の夕（日比谷新音楽堂） 入場者に十銭の明治キャラメルを進呈。
	キンシ正宗（食品）	オリムピック選手の凱旋を祝して映画と音楽オリムピックニュースの夕（日比谷新音楽堂） 入場者に生詰キンシ正宗ポケット壘と漫画の本を進呈。 [入場料10銭]

た。しかし、新聞社の側に、オリンピックを営業活動に利用しようという意図が全くなかったわけではなく、オリンピックを利用して、広告での増収を図ろうという試みは存在した。

1930年代には、企業によるオリンピック関連イベントの開催も、見られた。表4は、1932年・1936年大会時の企業のイベントの代表例である。都市の消費生活との結びつきが強い菓子・酒・ラジオ・化粧品などを中心に、様々な商品の販売促進活動が、オリンピックと結びつけて行われた。

表4に挙げたものの他にも、「オリンピック」という言葉を、本来のスポーツ・イベントとしてのオリンピックとは異なる意味で派生的に用いたイベントもあった。宇野達之助商会（化粧品メーカー）では、美人女優投票の懸賞を「銀幕の人気者オリムピック大会」と名付けて実施した。「オリンピック」という言葉は、「競い合い」や「お祭り」といった意味で用いられるようになり、「オリンピック」の名を冠したセールを行う企業も出現した。

これらの企業のオリンピックに関連した活動が、新聞社の報道や新聞社主催のイベントの過熱によって促進されていたことは否めない。また、国家的メディアであったラジオに、商業的関心の入り込む余地はなかったが、オリンピック放送によって、企業が行うオリンピック関連の広告やイベントが盛り上がり、商品の宣伝効果が高まったという側面もあったといえるだろう。オリンピックへの新聞社の関わりの変化、ラジオ放送やニュース映画などオリンピックを伝えるメディアの多角化といった事柄に加えて、企業のオリンピックへの関わりも、1932年ロサンゼルス大会を契機に、大きく変化したのである。

5. おわりに：オリンピック報道のテキストの分析に向けて

本稿では、戦前日本において、オリンピックのテキストが大量に出現する過程に、マス・メディア（新聞社・放送局）、政府、企業がどのように関わっていたのかについて分析してきた。これらの過程は、時期的に二つに区分できる。

まず、1908年ロンドン大会から1928年アムステルダム大会までの時期である。この時期において、新聞社間の競争のなかでオリンピックが報道対象として認識され、新聞社の先行開発で、オリンピックに対する関心と理解の基本的枠組みが形成されていった。しかし、国際的なスポーツ・イベントとしてのオリンピックを理解する枠組みは社会的にはなく、政府や企業は、ナショナリスティックな意味や商業的価値をまだ十分には認識してはいなかった。

続いて、オリンピックが国民的なイベントとして展開するようになった1928年アムステルダム大会終了後以降の時期である。オリンピックは、マス・メディア相互の連関増幅によって、ナショナリスティックなイベントとして、イベント化された。資金力を背景に競争を繰り広げる新聞社にとって、遠隔地で開催されるオリンピックは、格好の報道対象であり、事業活動の資源であった。特に1930年代には、オリンピックを伝えるメディアが多角化し、

戦前日本のオリンピック

有力新聞社が競い合うように資金を投じた写真やニュース映画に加えて、国家に一元的に管理されたラジオが、オリンピックを聴くという新しい体験を作り出した。ナショナリスティックな意味を強化されてイベント化されたオリンピックには、企業も注目し、オリンピックに商業主義が入り込む。オリンピックに関連する市場が膨張すれば、それを活用しようとするマス・メディアは、オリンピックを一層盛り上げようとする。国家も、財政・儀礼の両面で、日本選手団への関与を強める。こうして、日本選手団へのナショナリスティックな期待と、都市を中心とした消費文化のコマーシャリズムが相乗的に増幅していった。

こうした戦前日本におけるオリンピックをめぐる様相は、マス・メディアやスポーツ・イベントをめぐるグローバルな状況とどの程度関連していたのであろうか。日本の新聞界がオリンピック報道を開始したのは、日本のみならず、欧米の新聞社も産業構造の変化を経験し、オリンピックを報道対象として認識するようになった時期であった。一方で、1932年ロサンゼルス大会が、それ以前のオリンピックとは全く異なる国民的なイベントとして展開したのは、日本の特徴であったと考えられる。オリンピックが、マス・メディアとの結びつきを強めるのは、世界的には、1936年ベルリン大会である。しかし、日本の場合には、ロサンゼルス大会への選手団派遣に国家的意義が見出されていたこと、新聞界が産業的・技術的に成熟しオリンピックの取材・報道をめぐって激しく競争する状況にあったこと、ラジオのスポーツ中継が人気を博し国際的なスポーツ・イベントへの関心も高まっていたこと、ロサンゼルスからのオリンピック放送が実現したことなどを要因として、オリンピックのメディア・イベント化が一足先に到来したといえるだろう。

以上の政治経済的構造は、オリンピック報道の内容や文化的実践としてのオリンピックにどのように関連していたのだろうか。オリンピック報道のオーディエンスの反応、さらには、人々のオリンピックをめぐる文化的実践のあり様を実証的に論じることは、戦前期が遠い過去となった現在では、難しい。しかし、本稿で得られた知見とオリンピック報道のテキストの分析を組み合わせることで、戦前日本におけるオリンピックの展開の研究を深化させ、さらには、文化事象としてのオリンピックのもつ多面性を描き出すことができるだろう。

注

- 1) 本注で掲げる文献にあるように、学問としての政治経済学を一概に定義することは難しい。ただ、メディアやコミュニケーションの研究領域で「(批判的)政治経済学」と呼ばれるアプローチは、主流派経済学とは大きく異なる特徴をもつ。筆者は、政治経済学の視点からのコミュニケーションの分析を、文化的実践の相対的な自律性を認めながらも、テキストの生産と流布の過程における社会関係と権力作用を全体的・包括的に捉える研究と考える。浅見克彦『消費・戯れ・権力』(社会評論社、2002年)が論じるように、カルチュラル・スタディーズは、「権力と支配の構造とむすびついた社会の文化的意味構成」(p. 84)に焦点を当て、オーディエンスの読解の自律性・能動性を強調し、支配的な文化への抵抗・反抗の可能性を見出してきた。

一方で、これらの研究では、オーディエンスの能動性が過大に評価され、文化的テキストの再生産の構造が見落とされる傾向にあった。浅見は、こうした問題点は、文化的テキストの供給過程の分析を行う政治経済学的視点によって補えるという。カルチュラル・スタディーズと政治経済学の双方の視点から文化分析を行うことの重要性を主張する論考としては、他に、Murdock, G. (1997) 'Cultural Studies at the crossroads' in McRobbie, A. ed. *Back to Reality?* Manchester: Manchester University Press. pp. 58-73., Golding, P. and Murdock, G. (2000) 'Culture, Communication and Political Economy' in Curran, J. and Gurevitch, M. eds., *Mass Media and Society* 3rd ed., London: Arnold, pp. 70-92. [邦訳、『マスメディアと社会』(勁草書房, 1995年)に所収], Kellner, D. (1995) *Media Culture*. London: Routledge などがある。また、Kellner, D. (1997) 'Critical Theory and Cultural Studies: The Missed Articulation' in McGuigan, J. ed. *Cultural Methodologies*. London: Sage. は、特定のイベントやスター誕生におけるメディアの役割を議論する際に、政治経済学的視点が不可欠であるとしている。

- 2) アンダーソン, B/白石さや=白石隆訳『増補 想像の共同体』(NTT出版, 1997年)
- 3) 坂上康博『権力装置としてのスポーツ』(講談社, 1998年), 中村哲夫「ナチス・オリンピックと日本」『三重大学教育学部研究紀要 人文・社会科学』第45号(1994年), 111-124頁, 黒田勇『ラジオ体操の誕生』(青弓社, 1999年), 竹山昭子『ラジオの時代』(世界思想社, 2002年), 池井優「1940年『東京オリンピック』」入江昭=有賀貞編『戦間期の日本外交』(1984年, 東京大学出版会)所収, 211-237頁など。
- 4) 津金澤聰廣編『近代日本のメディア・イベント』(同文館, 1996年), 津金澤聰廣=有山輝雄編『戦時期日本のメディア・イベント』(世界思想社, 1998年)など。
- 5) マス・メディアの作り出す情報空間が一様に膨張していったわけではなく、地理的・社会階層的な偏りが存在していたという視角は、コミュニケーションの政治経済学にとって重要である。しかし、本稿の分析では、史料の丹念な追跡と検討を要するメディアの普及や消費文化の受容における社会階層的な偏りの問題については、論じなかった。
- 6) 坂上前掲書
- 7) 有山輝雄『近代日本ジャーナリズムの構造』(東京出版, 1995年)
- 8) 鎌田敬四郎編『五十年の回顧』(大阪朝日新聞社, 1929年), 大阪毎日新聞社編『大阪毎日新聞五十年』(大阪毎日新聞社, 1932年), 有山輝雄『海外観光旅行の誕生』(吉川弘文館, 2002年)
- 9) 『大阪毎日』1907年11月28日
- 10) 小野秀雄『大阪毎日新聞社史』(大阪毎日新聞社, 1925年)
- 11) 『大阪毎日』1908年9月7日
- 12) 『万朝報』1912年7月3日
- 13) 日本の新聞社が運動記事のために海外に社員を派遣したのは、大阪毎日新聞社の第2回極東オリンピック大会(上海, 1915年)が最初である [大阪毎日新聞社編前掲書]。
- 14) 『新聞総覧 明治43年度版』(大空社, 1991年) 51-52頁
- 15) Bergvall, E. (1913) *The Official Report of the Olympic Games of Stockholm 1912*. Stockholm: Wahlström and Widstrand. (<http://www.aaflo.org/6oic/OfficialReports/1912/1912.pdf>)
- 16) 『日本新聞年鑑(第11巻)』(日本図書センター, 1986年)
- 17) 各社社史によれば、毎日・朝日ともに7名が報道に従事した [毎日新聞社史編纂委員会編『毎

戦前日本のオリンピック

- 日新聞七十年』(毎日新聞社, 1952年), 朝日新聞百年史編修委員会編『朝日新聞社史大正・昭和戦前編』(朝日新聞社, 1991年)。
- 18) 朝日新聞百年史編修委員会編前掲書
 - 19) 毎日新聞社史編纂委員会編前掲書, 275頁
 - 20) 『新聞及新聞記者』第13巻第9号(1932年9月号)新聞研究所
 - 21) 朝日新聞戦前データベースのオリンピック関連の号外数である。毎日も, 同数の号外を発行したようである[山田武彦「オリムピックと朝日, 日日の新聞戦」『改造』第14巻第10号(1932年10月号), 138-142頁]。
 - 22) Browne, F. G., ed. (1933) *The Games of the Xth Olympiad, Los Angeles, 1932: Official Report*. The Xth Olympiad Committee of the Games of Los Angeles, U.S.A. 1932. (<http://www.aaflo.org/6oic/OfficialReports/1932/1932s.pdf>)
 - 23) 北海タイムス・河北新報・新愛知・福岡日日が編集・営業で提携した共同機構。
 - 24) 『日本新聞年鑑(第11巻)』前掲書, 33頁
 - 25) 同上
 - 26) 『東京朝日』1932年8月13日第2号外。朝日では, 写真輸送の模様をニュース映画にも収録した。
 - 27) 朝日新聞百年史編修委員会編前掲書
 - 28) 『日本新聞年鑑(第15巻)』前掲書, 24頁
 - 29) 「昭和十一年度事業及会計報告書」「同盟通信社第五回理事会議事録(写)」有山輝雄=西山武典編『同盟通信社関係資料(第4巻)』(柏書房, 1999年)
 - 30) 『第11回オリンピック大会報告書』(大日本体育協会, 1937年)
 - 31) 里見脩『ニュース・エージェンシー』(中央公論新社, 2000年)
 - 32) 朝日新聞百年史編修委員会編前掲書
 - 33) 東朝記事審査部「オリムピック電送写真に就て」[総記-保管史料一編集一1-3, 朝日新聞大阪社史編修センター所蔵]
 - 34) 『日本新聞年鑑(第15巻)』前掲書
 - 35) 『北海タイムス』1936年8月2日号外, 『河北新報』1936年8月2日号外
 - 36) 前掲東朝記事審査部, 3頁
 - 37) 「伯林オリムピックを語る」『オリムピック』第14巻第10号(1936年10月号), 22-59頁。
 - 38) 『朝日』は詩人の西条八十, 作家の武者小路実篤を送り込んで, オリムピック観戦記を連載した。西条八十は, 『読売』にも国際電話で詩を送っている。また『毎日』には, 社友でパリに滞在していた作家の横光利一が記事を書いている。
 - 39) 正力松太郎の経営によって部数を拡大していた読売新聞社も, オリムピック報道競争に参加し, 東京-ベルリン間でオリムピック写真空輸飛行を三日間で行う計画を元旦紙面で発表していたが, ソ連上空通過の許可が下りず, 失敗に終わった(『読売』1936年1月1日朝刊, 8月15日朝刊)。
 - 40) 『日本新聞年鑑(第11巻)』前掲書, 『日本新聞年鑑(第15巻)』前掲書
 - 41) 東朝記事審査部「オリムピック大会成績比較」[総記-保管史料一編集一1-3, 朝日新聞大阪社史編修センター所蔵]
 - 42) 例えば, 写真の電送は, 日本のみならず, 満洲や中国でも実現している[Organisationskomitee

- Für Die Xi. Olympiade Berlin 1936 E. V., *The Xith Olympic Games Berlin, 1936 Official Report*. Volume I., Berlin: Wilhelm Limpert (<http://www.aaflo.org/6oic/OfficialReports/1936/1936v1sum.pdf>)]。
- 43) Browne, F. G., ed., *op. cit.*
 - 44) Organisationskomitee Für Die Xi. Olympiade Berlin 1936 E. V., *op. cit.*
 - 45) 毎日新聞社編『「毎日」の三世紀（上巻）』（毎日新聞社、2002年）
 - 46) 日本放送協会編『ラジオ年鑑（昭和6年度版）』（大空社、1989年）、236頁
 - 47) Van Rossem, G. ed., *The Ninth Olympiad Amsterdam 1928 Official Report*. Amsterdam: J. H. De Bussy. (<http://www.aaflo.org/6oic/OfficialReports/1928/1928.pdf>)
 - 48) 日本放送協会編『ラジオ年鑑（昭和8年版）』（大空社、1989年）
 - 49) 『読売』によれば、10万円の放送料がNBCに要求された（1932年7月26日朝刊）。
 - 50) 以上、ロサンゼルス大会のラジオ放送実施に関する交渉の経緯については、頼母木眞六「オリムピック放送を語る」『調査時報』1932年8月15日号、4-6頁。
 - 51) 実感放送を聞くオーディエンスの姿を伝える新聞記事の分析として、山口誠「メディアが創る時間：新聞と放送の参照関係と時間意識に関するメディア史的考察」『マス・コミュニケーション研究』第73号（2008年7月）2-20頁がある。また、ロサンゼルス大会に関しては、日本で行われた予選会、応援歌発表会、壮行会、選手帰国状況、回想・報告、歓迎報告会も放送されている。
 - 52) 国際関係の緊張緩和の手段としてのスポーツに対する期待は、1910年代後半に若手財界人がテニス選手をアメリカに積極的に派遣するようになった頃からみられた（猪狩誠也「スポーツ：国際化と大衆化」南博・社会心理研究所編『昭和文化』（1987年、勁草書房）504-527頁）。
 - 53) 池井、前掲論文
 - 54) 日本放送協会編『ラジオ年鑑（昭和12年度版）』（1989年、大空社）
 - 55) Krüger, A. (2005) "The Nazi Olympics of 1936" In Young, K. and Wamsley, K. B. eds., *Global Olympics*. Oxford: Elsevier. pp. 43-57.
 - 56) Organisationskomitee Für Die Xi. Olympiade Berlin 1936 E. V., *op. cit.*
 - 57) Krüger, A., *op. cit.*
 - 58) 『大阪毎日』1908年9月12日
 - 59) もちろん、オリンピックには、大阪毎日以外の新聞社も一定程度の価値を見出していた。朝日では、応援旗の寄贈（1912年大会）、出発の際の花籠贈呈（1920年大会）、選手派遣後援の講演及び活動写真会（1924年大会）、世界的な陸上選手の招待（1924年大会直後）を行っている。また、1920年大会の代表選手選考の予選会は、福岡日日、中国新聞、中国民報、名古屋、朝日、小樽の主催・後援で開催されており、これらは、地方紙のスポーツ事業の先駆けと考えられる。
 - 60) ただ、1928年大会では、東京日日が、スポーツ講演会を数回催しその入場料を派遣費に寄付、国民新聞社が、満都オリンピックエイドを主催し、千円を寄付した。また、大阪毎日、日本選手団の応援を兼ねた欧米視察団を派遣した。
 - 61) アムステルダム大会以前の海外スポーツ選手招聘事業としては、1924年陸上選手招聘（朝日）、1926年水泳選手招聘（報知）があるが、これらはそれほど社会的には注目されていなかった。
 - 62) 『東京朝日』1928年10月14日夕刊
 - 63) 西日本新聞社編『西日本新聞百年史』（西日本新聞社、1978年）

戦前日本のオリンピック

- 64) 池井, 前掲論文
- 65) 中国新聞社社史編纂委員会編『中国新聞 80 年史』(中国新聞社, 1972 年)
- 66) 例えば, 北海タイムスは, ベルリン大会開幕に合わせて, 第 4 回青少年オリンピック大会を主催している。
- 67) 北豊吉「オリンピック大会と官民の後援」『アスレチックス』第 6 巻第 7 号 (1928 年 7 月), 2-5 頁。
- 68) 1924 年パリ大会時にも, オリンピック派遣選手の後援会が結成され, 文部省が呼びかけて全国から寄付金が募集されたが, その金額は, 数千円であった [北豊吉「オリンピック大会と官民の後援」『アスレチックス』第 6 巻第 7 号 (1928 年 7 月), 2-5 頁]。
- 69) 大日本体育協会編『第十一回オリンピック大会報告書』(1937 年, 大日本体育協会)
- 70) 大日本体育協会編『第九回オリンピック競技大会報告書』(1930 年, 大日本体育協会)
- 71) 「田中大臣電報」(昭和 3 年 8 月 11 日) [国際「オリンピック」競技大会一件 第一巻第九回 (アムステルダム), 外務省外交史料館所蔵]
- 72) 「羅府ニ開催セラルヘキ第十回国際『オリンピック』大会ニ対スル援助方ニ関スル件」(昭和 5 年 10 月 30 日), 「『第十回『オリンピック』大会寄付金募集ノ件」(昭和 6 年 9 月 23 日), 「『オリンピック』大会本邦選手ニ関スル新聞社説ニ関スル件」(昭和 7 年 7 月 22 日), 佐藤領事発内田外務大臣宛電報 (昭和 7 年 8 月 15 日) など。[国際「オリンピック」競技大会一件第二巻第十回 (羅府), 外務省外交史料館所蔵]
- 73) 『読売』1932 年 5 月 14 日朝刊
- 74) 大日本体育協会編『第十回オリンピック大会報告』(1933 年, 大日本体育協会)
- 75) Barney, R. K., Wenn, S. R., and Martyn, S. G. (2002) *Selling the Five Rings*. Salt Lake City: The University of Utah Press.
- 76) 本稿では新聞以外の印刷メディアの分析は行わなかったが, 図書広告の増加は, オリンピックが新聞以外の印刷メディア (特に雑誌) にも頻繁に取り上げられるようになったことを示している。1930 年代には, スポーツ雑誌のみならず, 婦人雑誌, 娯楽文芸雑誌, 子供雑誌などにオリンピックの記事が掲載されるようになっている。
- 77) 津金澤聰廣他編『近代日本の新聞広告と経営』(1979 年, 朝日新聞社)

本研究に際して, 朝日新聞大阪社史編修センター, 日本体育協会資料室の資料を閲覧させていただいた。ここに記して, 感謝したい。