

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 28 年 6 月 12 日現在

機関番号：34310

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2012～2015

課題番号：24530638

研究課題名(和文) 旧萬年社所蔵資料による大阪の広告史研究

研究課題名(英文) MANNENSHA Collection Archiving &amp; Osaka advertising media history Research

研究代表者

竹内 幸絵 (TAKEUCHI, YUKIE)

同志社大学・社会学部・教授

研究者番号：40586385

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,000,000円

研究成果の概要(和文)：本研究によって、総数約1万2千点の紙資料群の目録化を実現し、当該資料を研究資料として利用する基礎環境を整えた。それら原資料を参照しながら15のサブテーマを設けた「萬年社と大阪が広告史上果たした役割を実証的に探究する研究」共同研究会を実施した。これらの活動を通じて、社会学、デザイン史、日本近代史、メディア学、広告論の視点から、萬年社と大阪が近代広告の成立期に果たした役割と、それに影響を与えた様々な要因、メディア産業や業界の動向とその構造の変化、卓越した個人の思想や牽引力、博覧会等のメディアイベントと広告の関わり等の検証を深めた。

研究成果の概要(英文)：For this study, the bibliography consisted of approximately 12,000 documents, which is far beyond the standard number. Using those documents as reference materials, 15 sub-themes were established, and a symposium was held on Examining Research Which Overlooks the Role of Mannensha and Osaka in Achievements in Advertising Media History Studies. From the viewpoints of sociology, design history, contemporary Japanese history, media studies, and advertising theory, we more closely examined the role of Mannensha and Osaka in the establishment of modern advertising, as well as the various factors that affected that role, the media industry and industry trends as well as changes in the structure of the industry, the views and power of traction of prominent individuals, and media events (e.g. exposition) and their relationship to advertising.

研究分野：デザイン史、歴史社会学

キーワード：広告史 デザイン史 歴史社会学 表象文化 モダニズム期

## 1. 研究開始当初の背景

<大阪・関西を足場とした広告史探求の必要性>

研究代表者は本研究開始以前の研究によって、広告の黎明期である戦前モダニズム期、関西の広告制作活動が東京に肩を並べる規模であったこと、ジャンルによってはむしろ東京よりも活発に活動していたことを明らかにしてきた。広告を発信する社会装置であった百貨店も規模に遜色がないばかりか、在阪百貨店のほうがいち早く近代的な制作手法を取り入れており、広告を掲載するメディアに目をやっても、たとえば当時庶民にとって最大のメディアであった新聞の紙面は、広告面も含め大阪朝日・大阪毎日新聞社の紙面は東京のそれらより充実していた。

これらを考慮すると同時期の大阪に焦点をあてた包括的な広告史研究は、日本の広告史研究全体にとって大変重要に思われる。しかし従来そうした観点は注目されてこなかった。日本の広告史は、これまで東京発の広告が日本全体に広がるという見方を前提として記述されてきたからである。先行研究をみわたしてもいずれも関西への言及は少なく(内川芳美編『日本広告発達史』電通、上巻1976年、下巻1980年、山本武利『広告の社会史』法政大学出版局、1984年、山本武利・津金澤聡廣『日本の広告 - 人・時代・表現』日本経済新聞社、1986年等) 研究代表者自身の著書『近代広告の誕生』青土社、2011年においても、包括的な広告史は東京を起点としたものとして著してきている。

## 2. 研究の目的

本研究は、研究開始当初の背景を踏まえ、明治23(1889)年に最初に大阪で創設された広告代理店である「萬年社」旧蔵の広告資料群に着目し、これを調査研究する研究構想で

ある。同資料群を核として、広告黎明期に大大阪と呼ばれ活況を呈していた大阪という都市を足場とした広告史探求を行なうことを目的とした。

「萬年社」は、大阪を基盤として電通、博報堂と肩を並べて活動した老舗広告代理店である。創業年の1889年は、電通、博報堂よりも早い。同資料群は1999年に倒産した際残されたもので、総数10万余点に及び、古くは明治期の紙媒体からラジオCM、テレビCMフィルム等の広範な広告の原資料を網羅する貴重な文化資源である。広告代理店の内部資料がまとめて研究対象として供されることは極めて稀である。比肩する類例もなく、したがって原資料に基づいた先行研究もない状況にあった。

本研究は、この旧蔵資料群のうち「文書・印刷資料群」を調査対象とした。「文書・印刷資料群」には同社が蒐集した19世紀の欧州ポスターを含む広告資料群や、同社が行ってきた活動にかかる企業内部資料群等が計1万点以上あると推定していた。本研究ではこれらを調査・整理、データベース化するとともに、それが制作された時代背景と合わせてみるという独自のアプローチが可能となることを期待した。

## 3. 研究の方法

本研究は期間の全体を通して、「旧蔵資料の詳細を確認しデータを整備する調査研究」と、「萬年社と大阪が広告史上果たした役割を実証的に探求する研究」との両軸を持って推進した。

4か年のうち、前半の2か年では主に、すなわち萬年社旧蔵資料(紙印刷資料群)の目録整備、現物調査、データベース化、保存のための収納作業を行った。作業はまず資料を大きく戦前と戦後に分けたうえで、その性質からさらに5つのカテゴリーに分類し、各

カテゴリーにふさわしい調査項目を設定し、その情報を取得するという手順で行なった。戦前の資料は劣化も激しいため扱いに慎重を要したため、このような時代に沿った分類は適切であったと考える。

約1年をかけ総点数がおよそ1万2千点であることを確認し、名称、資料の特徴の書き取り、状態などの記録を行った。このようにして完成した目録を、最終的にはキーワード検索可能な形でWEBページにて公開した。(第一次公開2014年7月11日、修正後の第二次公開2015年3月15日)

その後一部の資料についてはスナップ写真を撮影し、これを内部閲覧用データベースに紐づけした。これにより劣化が進む資料の概要がデータベース検索だけで閲覧可能となった(WEBページでは非公開)。この前半の整理期間においても、発掘された旧蔵資料のなかで特に希少と判断した資料についてはパネルに加工し、成果を公表した。(日本広告学会、2012年)

一方、「萬年社と大阪が広告史上果たした役割を実証的に探求する研究」については、研究代表者が主宰する大阪メディア文化史研究会において計15のサブテーマを設けた研究討論会を11回開催した。ここでは社会学、デザイン史、日本近代史、メディア学、広告論など各方面の専門領域を持つ研究協力者それぞれの視点から、大阪が近代広告の成立期に果たした役割と、それに影響を与えた様々な要因を学際的に検討した。

#### 4. 研究成果

3. で記載した により、当該資料全資料(11976点)を掲載した目録に、一般の研究者もアクセスが可能となった。公開後、外部の研究者、研究団体などから資料閲覧を希望する問い合わせを受けており、同資料群は、広告史や産業史等に携わる研究者に一定の

認知がされ、今後の活用が進む環境を整えられたとできたと考えている。

また、整理の過程で希少性が高いと判断した社史資料と呼称したカテゴリーの同社の内部資料については、現物劣化の懸念、文字が判読しづらいことなどから58点の資料を抜粋し全文の文字おこしを行い、これを簡易製本による冊子体に編纂し、大学図書館及び公共図書館を含む関係各所に配布した(「旧萬年社・社史資料集」2015年)。ここには創業者の訓示や同社が開催した広告講座の内容、同業者業界団体の規約や活動の議事録といった同社の明治期からの活動を示す資料や、戦時期の国策宣伝に協力した際の記録といった資料などを収録することが出来た。またこの作業の過程で、戦時期の国策宣伝への民間の協力の事例としてこれまでその存在は知られていたが具体的な活動等が一切わかっていなかった「日本宣伝文化協会」が発行した機関誌のほぼ全ての号を発掘した。これについては研究協力者である中嶋晋平が学会報告した。(2014年、日本マス・コミュニケーション学会)

また同資料群の整理・調査による成果は、主に研究代表者である竹内幸絵が学会等の場にて当該研究期間中計7回発表した。

この他、および の研究成果の総括は、一般の方も参加可能な公開形式の報告会を開催し発表した。(萬年社コレクション調査研究プロジェクト報告会2015年4月11日、於大阪市立大学)

の実証的研究については当該研究期間中の2013年度から最終年度の2015年度まで、計11回の研究会を開催した。研究代表者、研究分担者、研究協力者が個別にサブテーマを設定し、コレクションの詳細やその他の資料を探究した研究成果を報告した。この研究会の現時点での主な成果は以下のとおり。

まず萬年社を創業した高木貞衛をはじめとした黎明期大阪で活躍した卓越した個人

についての探究をすすめている。いち早く欧米広告業界の状況視察に赴いた高木の足跡を調査するなど、高木個人が目指した方向性や、彼の近代広告に対する姿勢の変化やなどを検証している。その他、明治期に同社が著名な外資企業と日本国内広告代理業務の独占契約を結んだ事実に着目し、これをプロデュースした人物の業績探究も手掛けている。彼ら広告業界の先駆者の思想や牽引力が大阪のみならず広告業界にもたらした影響の考察、ならびに広告業界並びに産業全体における大阪という地盤の当時の位置付けを見渡す試みが、本研究の一つの軸である。

また大阪のみならず京都、神戸を含む関西一円で広告黎明期に行われた各種博覧会等のメディアイベントと広告業界との密接な関係にも着目している。同資料群からは明治期に東西で開催された「こども博覧会」の関西会場の機関誌を発掘することができた。(これは現在国会図書館にも収蔵されていない資料。)こども博覧会と万年社と新聞社との関係、およびこれとは別に京都で開催された広告博覧会についても資料調査を続けている。いずれも詳細な先行研究がなく、万年社を中心とした関西の広告業界の近代化の過程を紐解く一つの足掛かりと考えている。

万年社自身の広告活動については、新聞媒体を主業としていた創業からまだ間がない明治期に、同社が幻灯機での広告や、屋外広告事業に乗り出すといった挑戦を行っていたことを突き止めた。この時期に有料の屋外広告掲示場は全国でもまだ極めて少なく、同社の先駆性があきらかとなったとともに、その事業の断絶の経緯から、日本での屋外広告事業の困難を具体的な事例を持って理解することができた。

これらの研究成果は、歴史的記述として研究分担者、研究協力者と共同してまとめ編纂し、『万年社と大阪を足場とした黎明期日本

の広告史』(仮称)として早急に上梓する所存である。今回整理・調査した資料群の希少性を活かして、万年社と大阪がけん引したモダニズム期の日本の広告業界およびメディア産業の動向を実証的にあきらかにした、広い視野を持った文献とすべく、準備作業を続けている。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計3件)

竹内幸絵「大阪のポスターと前衛芸術」『美術フォーラム21』第27号、醍醐書房、差査読なし、2013年、pp.86-92

竹内幸絵「広告デザインと前衛芸術、その大阪での融合」『戦後大阪のアヴァンギャルド芸術 焼け跡から万博前夜まで』、大阪大学出版会、査読なし、2013年、pp.54-57、pp.18-19(図版)

竹内幸絵「万年社のコレクションと黎明期のイベント企画活動 大阪の広告史研究序説」『民族芸術』第29号、査読有、2013年、pp.67-73 p.23(図版)

〔学会発表〕(計8件)

竹内幸絵「日本の広告業の先駆(万年社)の区国デザインへの意識 明治末～大正期を中心に」大正イマジエリー学会 2014年度第二回国際シンポジウム、2014年12月27日、同志社大学(京都府・京都市)

中嶋晋平「アジア・太平洋戦争期における宣伝と広告業界 日本宣伝文化協会の活動を中心に」日本マス・コミュニケーション学会平成26年度秋季研究発表会、2014年11月8日、東洋大学(東京都)

土屋礼子、竹内幸絵「聞き取り調査によ

る戦後日本広告史の基礎研究」日本広告学会  
第44回大会、2013年11月16日、九州産業  
大学（福岡県・福岡市）

竹内幸絵「デザインと前衛芸術、その大  
阪での融合」大阪大学総合学術博物館企画展  
報告、2013年5月18日、大阪大学総合学術  
博物館（大阪府・豊中市）

竹内幸絵「グラフィック・デザインに流  
れる前衛」大阪大学総合学術博物館創立10  
周年記念シンポジウム、2012年11月25日、  
大阪大学中ノ島センター（大阪府・大阪市）

竹内幸絵「近代広告の誕生 - 雑誌広告界  
が果たした役割」日本出版学会関西支部、  
2012年10月29日、於関西学院大学梅田キャン  
パス（大阪府・大阪市）

竹内幸絵「近代広告の誕生と大阪 - 萬年  
社コレクションから見る広告デザインの黎明」  
日本広告学会クリエイティブ・フォーラ  
ム、2012年5月12日、立命館大学（京都府・  
京都市）

竹内幸絵「近代広告の誕生と大阪 - 萬年  
社コレクションから見る広告デザインの黎明」  
第28回民族芸術学会大会、2012年4月  
22日、大阪歴史博物館（大阪府・大阪市）

〔図書〕（計1件）

竹内幸絵「萬年社社史 萬年社四十年史  
要復刻および解説」ゆまに書房、2016年、ペ  
ージ数未定

〔その他〕

ホームページ

「大阪広告史データベース 萬年社コレク  
ション」

<http://ucrc.lit.osaka-cu.ac.jp/mannensha/>

資料集

「旧萬年社・社史資料集」萬年社コレクショ  
ン調査研究プロジェクト、2015年、p442

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

竹内 幸絵 (TAKEUCHI YUKIE)  
同志社大学 社会学部 教授  
研究者番号：40586385

### (2) 研究分担者

土屋 礼子 (TSUCHIYA REIKO)  
早稲田大学 政治経済学術院 教授  
研究者番号：00275504

石田 佐恵子 (ISITA SAEKO)  
大阪市立大学 文学研究科教授 教授  
研究者番号：70212884

### (3) 研究協力者

中嶋 晋平 (NAKAZIMA SHINPEI)