

数と比率を占めることになる。雑品広告の増加こそは広告主の多様化を示すもので、消費志向の強い読者には新聞広告への親しみを増大させるものでもあった。

民間飛行大会と広告 一九一四(大正三)年六月十三日と十四日、「大阪朝日」後援、帝国飛行協会主催の民間水陸飛行大会が阪神電車鳴尾飛行場で開かれた。一九〇六(明治三九)年にアメリカのライト兄弟がはじめて飛行に成功してから、飛行機は民衆に夢をあたえ、民衆のもっとも興味を引く交通手段になってきた。「大阪朝日」は一九一一(明治四四)年三月十二日に大阪城東練兵場で第一回飛行大会を主催し、さらに一九二二年六月八日十日に西宮海岸で第二回飛行大会を催した。第三回飛行大会は一九一三(大正二)年五月三、四日、鳴尾・大阪・京都間連絡飛行が日本人パイロットの手でなされたが、着陸に失敗しパイロットは死亡した。これらの飛行大会は数十万の入場者を動員し、多数の読者の関心を引きつけた。大会前後の新聞は、派手にその関連記事を増ページまでしてのせ、大会人気をおおっていた。一九一四(大正三)年の民間水陸飛行大会でも、数ページの付録を数日発行するほどの熱の入れようであった。

しかし民間水陸飛行大会以前は、この読者の人気を広告と関連づけるところまではいたらなかった。ところが、こんどの大会では、大手広告主が大量出稿して、この人気に便乗、売り上げ増をはかった。「仁丹」は二ページ見開き

の広告や一ページ広告をだしている。また「クラブ歯磨」は、高度、航続時間記録をつかったパイロットに純金製メダルを贈呈するといった懸賞広告をだしたりしている。

企画広告の増加 飛行大会は明治期の博覧会に比肩する人気を集めた。一九一六(大正五)年一月にも鳴尾でアメリカ飛行家を招いての高度飛行大会が「大阪朝日」の主催でなされた。このように大正初期になると自社企画の新聞社事業で部数増大を図ると同時に広告収入増も図られるようになった。第一回全国中等学校野球大会が豊中球場で開催されたのは一九一五(大正四)年八月のことであった。年々人気は高まるが、第一次大戦期ではこの野球開催が広告活動と結びつくことはなかった。

新聞社事業が多様化するにつれ、広告がそれに便乗して広告募集を行うことが目立ってきた。企画連合広告が新聞社事業と密接に連携しはじめるのもこの第一次大戦期ではなかったろうか。広告取次業者にこの種の広告募集を依存していただけでは、企画に独自性がなくなりがちである。一九一六年に大阪本社が新築落成したさいには、十一月二〇日から十二月はじめにかけて「祝新築落成」の全ページ広告が連日であり、二八ページにも達した(「岩崎編年史」)。このほかにも大小の祝賀広告が数多く掲載されている。同期の「勘定報告書」はわざわざ集めなかつたのべているが、おそらく広告課独自の祝賀広告募集活動がなされ、それがこのような多量の広告を集めたのであろう。こ

れも落成にかこつけた企画広告のひとつであった。

記事連合広告が目立ったようになったのは一九一六年以降のことである。台湾、愛知県、北海道、広島といったように各地の産業紹介が一、二ページのスペースをとって掲載されている。また株式や社債の募集をかねた企業の紹介広告も記事体でときおり掲載されている。これらの広告には欄外に小さいながらも「全面広告」の文字が必ず入れてあった。広告文章は広告課員がまとめたもので、今村宗太郎の広告課長就任を契機に、筆のたつ課員ができたことを物語っている。経済記者出身の課長自身も文章に手を加えていたかもしれない。

今村課長登場以来、外交活動が積極的になったことは先述した。日本経済の海外進出に呼応するかのようになり、さらに募集は海外にもむけられる。一九一八(大正七)年には海外広告特集号が相ついで登場した。ハイライトは経済部員小川寿夫をアメリカに約四ヶ月間派遣して、広告募集にあたらせ、アメリカ広告特集号を九月二十九日に発行した。これはウイルソン大統領の署名入り写真や日米の名士の祝辞、小川特派員の視察記などの記事はあわせて二ページ(写真二―三二)だけで、残り十ページは三井合名会社、日本郵船などアメリカ貿易関係の日本の有名会社の英文、和文の広告であった。この企画は「大阪毎日」の類似の企画と競争するために立案されたものである。

九月二二日からは支那事業紹介が上海中心の日本商社支

店、銀行の広告でもって、十月末まで断続的になされる。また五月二五日には「南洋に於ける邦人活動の現況」として、南洋協会など十九社の広告特集がでている。

株式募集広告ブームの再燃 雑品広告とともにこの期の特徴だった会社社告にも最後にふれておきたい。第一次大戦による戦時需要は日本経済に未曾有の好景気をもたらした。化学、繊維、海運、機械、造船などが大きく成長した。それにもない株式市場も好調で、成金が続々誕生した。そうして日露戦後のブーム以来久しくおきなかつた企業熱が大戦中から再び沸きあがり、それが株式募集、社債募集、合併告知などの会社社告、なかでも株式募集広告となつて広告面をにぎわすことになった。株式募集広告ブームは一九一六(大正五)年からはじめて約五年間続いており、そのピークは第一次大戦後の一九一八、一九一九年であった。(Ⅲ部一章一節参照)

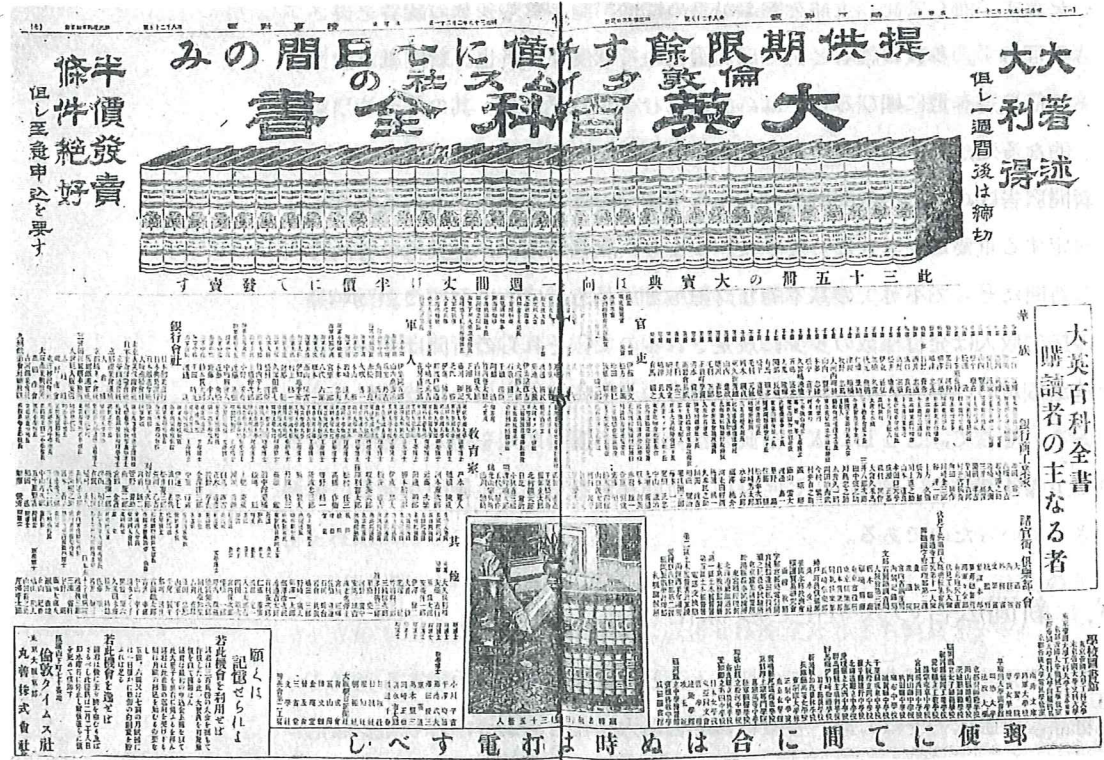
ブームの起点となつたのは、一九一六年下半期であった。十月ごろから目立ってきた株式募集広告は、十二月にはかなりの量になる。ひとつの会社が数回にわたつてそれそれ二、三段の株式募集広告を出稿するのは珍らしくなかつた。なお、株式募集広告は夕刊にはでなかつた。一九一七(大正六)年に入つても前年末に量的に迫る株式募集広告が毎月掲載された。十月には株式暴落もあって鳴りをひそめたが、十一月以降また勢いを盛り返す。一九一八(大正七)年には

近代日本の新報と経営

される程度であったが、日清戦争以降ではもはや珍しくなくなってきた。全面広告をしばしば行なって、大型化に拍車をかけたのは、上位3業種のほか、食料品、タバコ、保険会社の広告であった。

日露戦争前の大型広告で目立ったものは、丸善の35巻の「大英百科全書」の予約募集広告であった。丸善はこの広告を始めた1902年〔明治35〕から早くも1ページ、半ページの広告を各紙にぞくぞく掲載し、予約締め切り1週間前の1906年〔明治39〕2月21日の「時事」紙上には広告史上最初の2ページ見開き広告を掲載した。この広告を扱った代理店は正路喜社だったという説がある<sup>(22)</sup>。これら一連の大型広告の効果もあって、この35巻という大冊の全書は当時としては驚異的な3,000の予約者を獲得した。このような成功例に刺激されてか、日露戦争後、大広告主は1ページ広告や2ページ見開き広告を採用するようになった。

ところで、新聞の第1面の全面を広告ページとするスタイルは、昭和10年代の初めごろまで見られた戦前期の新聞の多くに共通したパターンであるが、これは1896年〔明治29〕6月16日付の「東京日日」が最初である。な



図II-4 史上最初の2ページ見開き新聞広告(丸善の「大英百科全書」)——「時事新報」1906年〔明治39〕2月21日

お、このころの同紙(8ページ)は、7、8面も広告ページであった。「東京朝日」も1905年〔明治38〕1月1日から第1面全体を広告欄にしたが、こうした試みは新聞広告に対する社会的関心を高めるうえで大きな刺激となった。「東京朝日」の場合は主に出版広告で占められていた。この広告は博報堂が扱った。博報堂はこれによって大きく活動を発展させる契機をつかんだ。その後、他紙にも見られるようになったこの第1面の変身は、出版広告の大型化の原因でもあり、結果でもあった。

丸善の出版広告以外では、森永、ライオン歯磨、ミツワ石鹼、仁丹、キリンビールなどの大型広告が目につく。資本主義の発展に伴い国内市場が拡大されたこと、大型広告の効果が広告主に認識されたことなどが、この傾向を促進させたわけである。

224ページの「時事」記念号 このような傾向の展開過程における記念碑的意味を持つものとして特記すべきものに、1907年〔明治40〕3月1日の「時事新報」25周年記念号がある。この日の「時事」の総ページ数は実に224ページ、掲載広告件数は580余件、その内訳は、金融証券株式取引関係73、機械工業59、出版39、繊維30、交通運輸20、食品20、薬品16、百貨店呉服店12、化粧品6、その他となっていて、この中には、三越呉服店などの2ページ見開き広告(うち1件は3ページ続き)、丸善、森永など55件の1ページ広告などが含まれている。

このほかでは、1902年1月14日から「報知」が、1カ月2~3回しか掲載しなかったものの、1行1円50銭(黒刷は1行35銭)という特別値段で第3面に紅色印刷広告を開始したこと、1906年に「大阪毎日」が社会面の下隅に写真広告欄を設けたこと、1913年〔大正2〕4月17日に記事広告を始めたこと、「大阪朝日」が1904年1月3日の紙上から毎日曜日ごとに意匠奨励広告を掲載し始めたことなども記録に値する。この意匠奨励広告はさらに3カ月



図II-5 第1面を広告ページとした最初の新聞——「東京日日新聞」1896年〔明治29〕6月16日

「日本広告発達史」刊