戦間期日本の新聞産業

── 経営事情と社論を中心に ──

加瀬和俊 編

東京大学社会科学研究所研究シリーズ No. 48

東京大学社会科学研究所

ISS Research Series No. 48

Japanese Newspaper Industry during the Interwar Period:

Analysis of Business Circumstances and Tone of Press Comments

Kazutoshi KASE, Editor

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE, THE UNIVERSITY OF TOKYO, 2011

装本　大島 朋剛

はしがき

1920～30 年代の日本は、政治・経済・社会の各領域で激動が続き、それに対応して国民意識も大きく変化した。この時期は同時にマスコミの本格的発展期でもあり、新聞発行部数の激増、ラジオ放送の開始と普及、雑誌点数の増加と円本ブームといった事態も進展している。特に新聞の影響力は大きく、その報道のあり方が民衆の認識を規定すると同時に、そうして方向付けられた民衆意識を前提にして読者が好む方向に報道の内容が傾斜していくという関係も進展していった。大正デモクラシー状況から軍国主義への転換点となった満州事変に対する新聞報道は、その典型的事例であったといえる。

本書は、当該期の新聞産業について、その経営戦略、他紙との競争関係、読者の獲得方法、社論の特徴等を含めて、経済史・経営史的分析を行った共同研究の報告書である。新聞産業の経営史的分析を行った経験のある者がメンバーの中に一人もいない中での、やや無謀な共同研究ではあったが、各自がそれぞれに有する問題意識にもとづいてテーマを設定し、研究会を繰り返して一応のまとまりをつけようとした努力の結晶が本書である。

本書のもととなった共同研究は、東京大学大学院経済学研究科で 2009～10 年度に開講した私のゼミナールであった。そこでは戦間期日本の経済政策思想の検討をテーマとして、軍縮・行政整理や金解禁問題等をめぐる論争史、国際競争についての認識の変化等も取り上げたが、勤労者の経済意識に影響を与えたと思われる株式投資の勧めや景気予想記事などにも目配りしようと努力した。その結果、各種の新聞を分担してその経済記事を読み比べることになり、論調の違いに反映されている読者層の違い、新聞社の経営戦略の違い等が気になってきた。こうして論点が次第に具体化してきたので、2011 年度にはゼミナールとは別に執筆希望者による研究会を組織して、以後適宜研究報告を行い、ようやく本書をまとめることができた。

私の誘いに応じて、自分自身の研究テーマと並行させながら、この共同作業のために努力し、見事なチームワークを見せてくれた若い研究者に有り難うと言いたい。また、予算制約のために版下形式での原稿提出が必要とされた中で、自分の原稿の完成と非常勤講師としてのノート作りに追われながら、全原稿の図表を組み込み、体裁を整え、版下に仕上げてくれた大島朋剛君の労に感謝する。

2011 年 11 月 30 日

加瀬 和俊

目　　次

序　章　戦間期における新聞経営の推移と論点　加瀬　和俊　1
はじめに　1
1　新聞の普及とその背景　2
2　新聞社の経営と競争関係
―― 東京における主要新聞の盛衰を事例として　5
3　本書の意図と構成　13

第Ⅰ部　経営戦略と収入確保策
―― 中央紙を中心に ――

第１章　中外商業新報社の経営戦略と紙面構成
―― 他紙との比較の観点から ――　北浦　貴士　21
はじめに　21
1　両大戦間期の中外商業新報社の経営動向　22
2　組織・人事配置と記者　28
3　1930 年代前半の中外商業新報の記事　35
おわりに　37

第２章　新聞社の資本特性と社論
―― 労働組合法案の論評を事例として ――　加瀬　和俊　41
はじめに　41
1　主要新聞社の資本特性　42
2　労働組合法案をめぐる中央紙の諸論調とその背景　47
おわりに　56

第３章　新聞販売業の再編と展開 ―― 関東地方を中心に ――　高柳　友彦　59
はじめに　59
1　販売競争の進展と販売店の再編 ―― 東京・大阪の比較 ――　61
2　震災前後における新聞販売 ―― 東京を事例に ――　64
3　20 年代後半における非売運動の展開
―― 定価売りをめぐる攻防 ――　68
4　30 年代前半における新聞販売の変容　73
おわりに　76

第４章　新聞広告をめぐる緒論点
―― 研究史の到達点と今後の課題 ――　齋藤　邦明　81
はじめに　81
1　商品広告に関わる論点　82
2　案内広告に関わる論点　85
まとめにかえて ―― 今後の課題 ――　87

第５章　広告主の新聞広告活用方式
―― 灘酒造業者を事例として ――　大島　朋剛　93
はじめに　93
1　灘酒の新聞広告の変遷 ―― 大手銘柄の比較検討 ――　94
2　酒造経営にみる広告
―― 昭和戦前期の辰馬本家酒造株式会社の事例から ――　102
おわりに　113

第 II 部　新聞経営の地域特性
―― 地方新聞・植民地新聞を対象に ――

第６章　地方新聞市場における中央・地方紙の競争構造
―― 新潟県を事例として ――　小島　庸平　117
はじめに　117
1　新潟県の新聞市場と北越新報の経営分析　118
2　中央紙の地方進出 ―― 大毎・東日を中心に ――　127
3　新潟県における報道競争　132
おわりに　136

第７章　地方有力紙の経営展開
――「北海タイムス」を事例に ――　植田　展大　139
はじめに　139
1　北海道における地方有力紙の成長　140
2　中央紙の進出と昭和恐慌　144
3　中小地方紙の台頭と姉妹紙の新設　151
おわりに　155

第８章　大連における泰東日報の経営動向と新聞論調
―― 中国人社会との関係を中心に ――　張　　楓　161
はじめに　161
1　満洲における新聞産業の展開と泰東日報　162
2　泰東日報社の経営状況　166
3　泰東日報の論調と中国人社会　174
おわりに　181

第９章　植民地新聞産業の特徴と東亜日報の経営　李　昌玟　185
はじめに　185
1　東亜日報の創刊と初期経営　187
2　東亜日報経営の特徴　193
3　金家資本と東亜日報　200
おわりに　205

序 章

戦間期における新聞経営の推移と論点

加瀬　和俊
（東京大学・社会科学研究所）

はじめに

本書の課題は、1920～30 年代前半期における日本の新聞産業の経営史的特質を把握することであるが、その対象地域は東京、地方、植民地の三者である。すなわち、東京における主要新聞の経営動向の分析を中心としつつ、地方、植民地の新聞も対象とし、新聞産業の動向を企業間の競争・棲み分け関係を含めて、立体的に把握することが本書の目標である。したがって本書の直接の分析対象は新聞の供給者側の論理である。

戦間期の新聞産業は各紙間の競争の激しさとその結果としての全体部数の急増によって特徴付けられるが、全国紙化していった東京紙に着目すれば、その過程を強く規定したのは規模の経済性が明確に作用し始めたという事実であった。この時期における印刷技術の進歩はめざましく、新聞業は装置産業的性格を強めていったので、部数が増加して高能率の印刷機を導入すれば、印刷工程の労働生産性は著しく高まっていった。他方、新聞社の収入の半ば（ないしそれ以上）は広告収入に依存していたが、生活の都市化に応じて大量消費の新商品が続出し、出版・化粧品・薬品・菓子・飲料等の広告は飛躍的に増加していった。同じスペースの広告の実質価格は発行部数が多いほど高かったから、部数の増加が広告収入の増加に直結しており、収入とコストの両面において部数が多い新聞ほど高い利潤を得られるという単純な関係が成立していたといえる。また、新聞社と販売店の関係

についても、部数が増加するにつれて販売店の取り分を増加させる余地が生じ、販売店が有力紙の専属店化を志向し、新聞社と共通の利害関係を取り結ぶ傾向を強めていったといえる。

もちろん規模の経済性を制約する要因も小さくはなかった。たとえば部数の拡大は購読者の地理的拡大をともなったが、中央紙・ブロック紙にあっては輸送にともなうニュースの遅れを克服しようとする限り、一定の段階で支社・出張所、印刷工場等の分立が必要とされ、重複投資が余儀なくされている。この点は 1910 年代まで強固に存在していた新聞市場の地方的分断性を前提にして全国紙が成立していく際の難点であったが、そのコストを吸収できた者だけが競争に耐えることができたのである。

また、購読者の商品選択は商品の質（記事の内容、社論の方向性、印刷の鮮明度、付録の魅力等を含む）に強く影響されており、価格は競争紙間でほぼ横並びであったから、読者を引きつける企画を成功させない限り、部数における優位性を持続できる保証はなかった。新聞企業間の競争関係に関わる以上の諸側面について、本書は可能な限り実証的に接近することを意図している。

これまで新聞の歴史的分析は、主としてマスメデイア史研究の一環としてなされてきた。そのため、特定の政治状況の下での新聞の役割、社論の推移、有力な経営者や記者の行動と思想、読者層の性格等について緻密な検討がなされ、多くの成果が得られてきた。しかしながらその反面、新聞社の経営史的分析については十分な蓄積がなく、社論の推移と各社の経営体的特性との関連についても目配りがなされてきたとは言い難い。

もちろん先行研究のこうした限界は、主として各企業の経営関係資料の公開度の制約によるものであり、本研究もこの点を突破できているわけではない。特に営業報告書に収録されている情報が限定的であることは経営史的分析にとって致命的である。本書はこうした資料的制約を多少とも補うために、関連する産業史的・経営史的情報や新聞批判の諸評論類等を活用して、実態に迫ることを試みている。この序章では、その導入部分として、新聞産業の時期的な発展状況を整理し、収支・資産面から主要な中央紙の比較を行った上で、本書の意図と構成について概説する。

1　新聞の普及とその背景

⑴ 新聞の部数急増とその背景

1920～30 年代は新聞の部数の急増期であった。一つの推計によれば、全国の日刊新聞の発行部数は、1910 年＝179 万部、1920 年＝353 万部、1930 年＝1013 万部、1937 年＝1327 万部と推移している[1)]。これによれば、1920 年から 30 年までに約 3 倍の増加があり、1920

年代が新聞読者の急増期であったこと、1930 年代は景気好転にも関わらず拡大のテンポは緩やかになっていることが読み取れる。

部数の増加がなぜ、いかにして生じたのかについては、近代化・都市化と概括できる社会の変容が基本的条件であった。具体的には第一次大戦期とその後の産業発展の下で、都市住民・俸給生活者が急増したこと、人々の生活空間が広がったこと、日々の仕事・生活の中で政治・経済・社会に関わる内外の情報の必要性が高まったこと、といった変化が進展したとみられる。また、第一次大戦期における事務労働者・技術者の大幅不足によって 1918～19 年に学校制度が改訂され、中高等教育機関の定員が飛躍的に増加したことも、知識欲・情報志向を醸成し、新聞への需要を高めたと見られる。こうした各種の情報の需要は、1925 年に開始されたラジオ放送の普及とも重なっている。

(2) 戦間期の時期別推移

戦間期における新聞産業の時期別推移について、中央紙を中心に整理しておこう。

第一次大戦期には、急速な産業発展の下で都市人口の増加、高位職種への移動等が進み、対応して新聞読者数が増加した。インフレの下で新聞の価格は上昇したが、広告の増加に支えられて増頁が進められ、部数増加が継続し、多くの新聞社が経営を好転させた。部数の増加は戦後恐慌とその直後の不況期にも継続しているが、不況過程への転化とともに実質的な安売り競争が強まり、経営難に陥る新聞社が売買の対象とされる動きが増えている。

1923 年 9 月の関東大震災は、東京の新聞業界に対して重大な影響を与えた。本社・印刷工場の倒壊・焼失はその再建のために重い資金負担を課した点で、資金調達力の弱い新聞社にとっては致命的となったし、罹災した企業の広告の消滅、罹災者の読者からの脱落といった事態が生じ、そこから反転できずに衰退傾向に陥る新聞も少なくなかった。この時点で本拠を大阪におく朝日、毎日両社が従来の東京における赤字を一挙に克服すべく資本投下を進め、社屋・印刷工場の再建・拡充等を含めて、新規設備投資を旺盛に進めたのに対して、東京地盤の報知・時事・国民・中外等の諸新聞は資金調達力等の制約から劣勢を免れず、結果として収益力の点で徐々に遅れをとるようになったのである[2)]。

続く 1920 年代後半期は新聞産業にとって技術革新の集中期であった。印刷機は従来、ドイツ、フランス、アメリカ等からの輸入品であったが、日本の新聞紙の形状・大きさに適し、短時間で大部数を印刷できる機械が新聞社と機械メーカーの共同開発によって製作され、これが部数を伸ばした朝日・毎日・読売を中心に普及していったのである[3)]。

これに対して部数が横ばいに留まった新聞社は、従来通りの印刷機を継続して使用していたために、印刷の不鮮明、印刷工場の労働生産性の低さ等の悪条件に甘んじざるをえなかった。この時期に朝日・毎日両社は年 14～20%の配当を継続し、報知が 7～8%を維持していたのに対して、他の新聞社は無配当にとどまり、時事・国民は赤字決算を継続して

いたのである。

昭和恐慌期にも全体としては新聞の販売部数は増加を続けている。不況に対処するために価格の引き下げがなされ、収入・利益の減少は避けられなかったが、全体の部数が減少に転じたわけではないし、恐慌によるコストの低下、特に用紙価格の低下は採算の好転に資する要因でもあった。その意味で、新聞産業は恐慌に強い業種であった。この時期に新聞の集中傾向は中央紙においても、地方紙においても進展していった。後に見るように 1930～31 年においても朝日・毎日両社はほぼ年 10%以上の配当を続けていたのに対して、国民・時事の赤字幅は増加しているのである。

1931 年 9 月に起こった満州事変の報道では、朝日・毎日が膨大な経費をかけて周到な報道体制をとり、迫力ある写真を満載した号外を迅速に発行するなどして読者を増やしたのに対して[4]、その他の新聞社は通常の取材体制を大きく越えることができず、挽回の契機をつかむことができなかった。こうして昭和恐慌期は、東京各紙の格差が最後的に確定した画期となった[5]。

1932 年以降の景気回復期には、昭和恐慌期に勝者の立場を確保した朝日・毎日・読売三社が地方進出のテンポを速めている。しかし、中央紙の地方への進出は経営的には必ずしも順調に進展したわけではなく、地方紙の

表1　新聞の小売金額等（1939年）

人口一人当たり新聞売上部数	（部）	一小売店舗当たり売上金額	（1000円）	新聞一部当たり単価	（銭）
全国	26	全国	6.8	全国	4.9
神奈川	56	大阪	18.1	静岡	10.0
兵庫	53	福井	15.6	岐阜	7.3
新潟	49	東京	14.3	東京	7.3
京都	46	兵庫	12.6	福島	7.1
大阪	42	京都	10.7	栃木	6.9
愛知	42	愛知	9.9	山口	6.5
東京	40	神奈川	9.9	群馬	6.3
岡山	36	福岡	9.6	広島	6.1
北海道	29	群馬	8.4	福岡	6.1
千葉	28	静岡	8.4	大阪	6.0
滋賀	28	埼玉	6.8	秋田	5.7
奈良	25	栃木	6.3	茨城	5.7
石川	25	奈良	6.3	岩手	5.3
富山	24	岡山	6.1	鹿児島	5.3
埼玉	24	茨城	5.9	山梨	5.2
長野	24	長野	5.6	香川	5.1
三重	24	山梨	5.6	山形	5.1
和歌山	24	広島	5.2	大分	5.1
福井	21	千葉	5.2	青森	5.0
宮城	20	長崎	5.1	鳥取	4.9
福岡	20	和歌山	5.0	熊本	4.9
群馬	19	三重	5.0	佐賀	4.8
長崎	16	滋賀	4.9	徳島	4.6
茨城	16	岐阜	4.8	千葉	4.6
佐賀	16	香川	4.7	長野	4.6
広島	15	宮城	4.6	奈良	4.5
大分	15	石川	4.0	滋賀	4.5
島根	15	山口	3.9	埼玉	4.4
栃木	15	佐賀	3.9	福井	4.3
愛媛	15	福島	3.8	京都	4.3
山口	14	山形	3.8	宮崎	4.2
岐阜	14	高知	3.8	島根	4.2
鳥取	14	新潟	3.7	和歌山	4.2
山梨	13	鳥取	3.5	高知	4.1
熊本	12	愛媛	3.5	愛媛	4.1
静岡	12	熊本	3.4	長崎	4.0
山形	11	富山	3.2	愛知	4.0
宮崎	11	大分	2.8	宮城	4.0
福島	10	秋田	2.6	三重	3.9
青森	10	青森	2.6	石川	3.8
香川	9	北海道	2.6	北海道	3.5
秋田	9	岩手	2.5	神奈川	3.5
徳島	9	鹿児島	2.3	富山	3.4
岩手	9	徳島	2.3	沖縄	3.3
高知	7	宮崎	2.1	兵庫	3.3
鹿児島	4	島根	1.6	岡山	3.0
沖縄	1	沖縄	0.6	新潟	1.6

出所：内閣統計局『昭和十四年　臨時国勢調査結果表』より作成。

地元情報における強みもあって、なお地方紙側の健闘を可能にしていた。

1937 年 7 月の日中戦争勃発以降、言論統制・配当統制が次第に強まっていったが、それは差し当たり従来の各社の勢力関係を維持させる方向に作用した。1940 年には全国紙の地方進出を抑える結果となる一県一紙を基本とする統制方式が確定し、官公庁発表の情報をどの社も同様に報道する状況になり、企画力で読者を増やしていく条件は失われていった。

⑶ 新聞普及の到達点

1939 年のいわゆる「物の国勢調査」[6]を整理した表 1 によって、本格的な統制段階に入る前の新聞産業の到達点について検討してみよう。表示はしていないが同統計によると、全国で新聞小売業を営む経営体数は 12,872 で、新聞の小売総額は 8,793 万円である。これは朝日・毎日両社の総収入の倍程度に過ぎないので[7]、やや過小に過ぎるように思われるが[8]、ひとまずこれによれば、以下のような特徴を確認できる（同表は人口一人当たりの売上部数の多い府県の順に並べてある）。

まず、人口一人当たりの売上部数は全国平均では 26 部である。これは 5 人家族であれば 1 世帯に年 130 部、すなわち、朝刊・夕刊をセットで 1 部とすれば、全世帯の約 35%（1 世帯が 1 部をとっていれば年 365 部となるはずなので）が新聞を定期購読していることに相当する。しかしこの数値は地域差が極めて大きく、上位 7 府県（大都市部と新潟県）ではこの二倍前後の密度で普及しているのに対して、下位 13 県（東北地方の 5 県、九州・沖縄の 4 県､四国の 3 県が含まれている）は全国平均の半数以下の普及率に留まっている。

次に 1 店舗当たりの売上金額は全国平均で 7,000 円弱である。後に具体的に見るように一ヶ月の定期購読の場合、月額 95 銭のうち 40 銭（42%）が販売店の取り分であったと言われているので（1933 年頃の状況）、一店舗当たりの取り分は年間 2,800 円程度である。販売店はここから配達人の経費や自転車代等を含む諸経費を支払うので、実質所得は相当制約されていたと推測される。この点でも地域差は相当に大きく、上位 5 府県は 1 万円以上であるのに対して、下位 10 県は 3,000 円未満であって、新聞販売だけでは経営を維持できず、多様な商品の一部として新聞を取り扱っていたことが推測される。一方、一部当たりの平均単価は全国平均で 4.9 銭（1 ヶ月 30 日とすれば 1.5 円弱）であり、大半の県が 4～5 銭台に集中している。

2　新聞社の経営と競争関係――東京における主要新聞の盛衰を事例として

新聞社間の競争事情に接近するために、戦間期において最もドラスチックな盛衰を示した東京の主要紙について、その動向を確認しておこう[9]。

表2　主要中央紙企業の財務

			1923	1924	1925	1926	1927	1928
朝日	払込資本金	A	3,000	3,000	4,000	4,000	4,000	4,000
	総資産(払込換算)	B	6,141	7,124	9,233	11,361	13,298	13,617
	当期純益金	c	476	713	1,388	1,366	1,211	1,514
	設備等(資産中)	d	3,040	3,951	5,165	7,750	8,849	9,244
	配当金	e	350	450	550	600	600	600
	総収入	f	16,965	19,661	22,567	23,505	25,543	27,094
	資本金利益率	c/A	15.9	23.8	34.7	34.2	30.3	37.9
	配当率(上期/下期)	e/A	11.7/ 0	7.5/ 7.5	7.3/ 7.3	7.5/ 7.5	7.5/ 7.5	7.5/ 7.5
	設備等/資産	d/B	49.5	55.5	55.9	68.2	66.5	67.9
毎日	払込資本金	A	1,850	2,500	3,125	3,750	4,375	5,000
	総資産(払込換算)	B	7,451	8,912	10,094	11,160	12,829	15,626
	当期純益金	c	963	1,165	1,286	1,362	1,715	1,902
	設備等(資産中)	d	4,239	4,787	5,863	6,748	8,208	10,074
	配当金	e	373	435	604	750	781	896
	総収入	f	16,155	21,878	23,559	24,075	26,979	27,681
	資本金利益率	c/A	22.7	25.2	21.0	18.4	19.8	19.3
	配当率(上期/下期)	e/A	13.7/ 6.5	9.3/ 9.4	25.9/ 10.0	10.0/ 10.0	10.0/ 9.3	10.2/ 9.2
	設備等/資産	d/B	56.9	53.7	58.1	60.5	64.0	64.5
報知	払込資本金	A		1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
	総資産(払込換算)	B		2,535	2,344	2,402	2,964	2,770
	当期純益金	c		86	196	221	173	188
	設備等(資産中)	d		1,883	923	1,561	1,983	1,738
	配当金	e		27	88	88	77	77
	総収入	f		2,797	7,765			
	資本金利益率	c/A		7.8	8.5	10.9	9.1	10.0
	配当率(上期/下期)	e/A		*/ 2.5	4.0/ 4.0	4.0/ 4.0	3.5/ 3.5	3.5/ 3.5
	設備等/資産	d/B		74.3	39.4	65.0	66.9	62.7
時事	払込資本金	A	4,400	3,900	4,295	4,500	4,500	2,250
	総資産(払込換算)	B	5,411	5,375	5,697	6,970	7,633	5,684
	当期純益金	c	-401	55	98	-128	-65	-20
	設備等(資産中)	d	1,450	898	1,121	2,312	2,809	2,308
	配当金	e	0	0	75	0	0	0
	総収入	f	4,890	*	5,649	6,319		
	資本金利益率	c/A	-12.2	3.3	0.2	-0.2	-1.4	0.3
	配当率(上期/下期)	e/A	0/ 0	0/ 0	1.8/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0
	設備等/資産	d/B	26.8	16.7	19.7	33.2	36.8	40.6
国民	払込資本金	A				2,340	2,340	2,340
	総資産(払込換算)	B				3,057	3,515	4,048
	当期純益金	c				-146	-360	-276
	設備等(資産中)	d				1,419	1,467	1,625
	配当金	e				0	0	0
	総収入	f					2,448	2,552
	資本金利益率	c/A				-6.2	-4.9	-8.9
	配当率(上期/下期)	e/A				*/ 0	0/ 0	0/ 0
	設備等/資産	d/B				46.4	41.7	40.2
中外	払込資本金	A					1,500	1,750
	総資産(払込換算)	B					2,236	2,318
	当期純益金	c					2	4
	設備等(資産中)	d					1,387	1,385
	配当金	e					0	0
	資本金利益率	c/A					0.1	0.1
	配当率(上期/下期)	e/A					*/ 0	0/ 0
	設備等/資産	d/B					62.0	59.8

出所:『日本新聞年鑑』および各社営業報告書。
注:1)払込資本金、総資産、設備等、設備等/資産は下期末現在、その他の項目は上期・下期の合計である。
2)「総資産(払込換算)」は資産計から未払込資本金分を控除した数値。
3)＊は項目の欠如を示す。

（単位:1,000円、%）

1929	1930	1931	1932	1933	1934	1935	1936	1937
6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
14,551	15,237	16,708	18,091	17,822	18,391	18,385	19,802	25,586
1,097	1,503	1,187	654	1,135	1,116	1,308	1,221	1,143
9,150	10,154	11,838	12,248	11,331	11,759	12,593	13,262	14,702
725	435	780	540	600	600	600	480	480
29,218	28,524	26,634	29,205	30,805	33,175	36,797	40,472	45,089
18.3	25.1	19.8	10.9	18.9	18.6	21.8	20.4	19.1
7.5/ 7.1	0.8/ 6.5	6.5/ 6.5	4.0/ 5.0	5.0/ 5.0	5.0/ 5.0	5.0/ 5.0	4.0/ 4.0	4.0/ 4.0
62.9	66.6	70.8	67.7	63.6	63.9	68.5	67.0	57.5
6,250	6,250	6,250	6,250	6,250	7,250	6,250	6,250	6,250
16,883	17,130	16,972	16,666	16,309	17,465	18,120	18,242	21,879
1,940	2,152	2,098	1,217	2,071	2,072	2,009	1,956	1,860
11,450	11,835	11,636	11,228	10,803	10,438	11,446	11,519	11,860
943	937	813	625	625	625	563	500	438
29,087	27,032	27,686	31,336	32,909	34,274	36,807	39,297	45,279
16.9	17.4	15.8	14.6	17.1	14.2	16.7	15.2	14.7
8.1/ 7.0	7.5/ 7.5	6.5/ 6.5	5.0/ 5.0	5.0/ 5.0	5.0/ 4.3	5.0/ 4.0	4.0/ 4.0	4.0/ 3.0
67.8	69.1	68.6	67.4	66.2	59.8	63.2	63.1	54.2
1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
2,957	3,542	4,380	5,328	6,061	6,087	7,084	7,774	9,036
158	114	121	89	96	96	105	85	-630
1,788	2,158	2,329	2,841	3,029	2,320	2,768	3,835	4,258
77	55	55	33	33	33	33	33	0
7.2	5.0	5.5	4.6	4.2	4.2	3.4	3.9	-43.5
3.5/ 3.5	2.5/ 2.5	2.5/ 2.5	1.5/ 1.5	1.5/ 1.5	1.5/ 1.5	1.5/ 1.5	1.5/ 1.5	0/ 0
60.5	60.9	53.2	53.3	50.0	38.1	39.1	49.3	47.1
3,000	3,000	3,655	4,955	5,034	5,070	5,114	5,117	
5,924	6,211	7,172	8,279	8,690	9,055	9,784	9,996	
18	-278	-508	-1,430	-392	-338	-298	-174	
2,382	2,404	2,512	2,532	2,549	2,543	2,528	2,521	
18	0	0	0	0	0	0	0	
0.7	-2.7	-8.0	-9.7	-3.7	-2.8	-3.9	-3.4	
0/ 0.6	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/0	0/ *	
40.2	38.7	35.0	30.6	29.3	28.1	25.8	25.2	
2,340	2,400	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
4,575	5,087	5,587	6,089	6,352	6,851	7,385	7,877	5,528
-511	-349	-553	-410	-188	-404	-430	-445	-167
1,649	1,662	1,666	1,679	1,679	1,677	1,728	1,725	2,116
0	0	0	0	0	0	0	0	0
2,215		1,748	1,215	1,633	2,181	2,181	2,181	2,181
-8.5	-8.3	-10.1	-7.2	-4.7	-6.7	-6.5	-7.0	0.0
0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0
36.0	32.7	29.8	27.6	26.4	24.5	23.4	21.9	38.3
1,750	1,874	1,875	1,875	2,000	1,610	1,610	1,610	1,740
2,290	2,432	2,441	2,459	2,549	2,155	2,226	2,261	2,439
4	4	6	7	8	2	0	0	0
1,316	1,409	1,443	1,447	1,429	1,487	1,488	1,483	1,471
0	0	0	0	0	0	0	0	0
0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0	0	0	0
0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0	0/ 0
57.4	57.9	59.1	58.8	56.0	69.0	66.9	65.6	60.3

(1) 経営概況

ここでは表 2 を参照しつつ、各新聞社の経営状況の推移を整理してみよう。

① 収入

収入は販売収入・広告収入を中心として、これに若干のその他の事業収入が加わっているが、広告収入も実質的には部数に比例する傾向が強かったので、大まかにいえば収入は販売部数に比例していたと見られる。朝日・毎日は大阪を本拠としているので東京だけの新聞社よりも総収入ははるかに多額であるが、両社ともに大震災年である 1923 年の 1600 万円台から増加を継続し、1936 年には年間 4000 万円前後に到達している。この間、総収入が減少・停滞しているのは 1930～31 年の昭和恐慌期だけである。

これに対して時事は 1923 年の 500 万円弱から 26 年まで増加した後で減少に転じ、32～36 年には各年 350 万円前後の収入に留まっていたと見られる[10)]。国民は 1920 年代後半の 220～250 万円台から恐慌期に大幅に落ち込み、以後 20 年代後半水準に回復することなく低迷している[11)]。

② 払込資本金

払込資本金では朝日・毎日が飛び抜けて多額であったわけではなく、大震災以前には時事の方が多かったが、時事が減資と増資を繰り返して 1933 年以降 500 万円台で横ばいであったのに対して、朝日・毎日は 1929 年以降 600 万円台で推移している。ただし総資産額と払込資本金額から推測できるように、朝日・毎日は積立金の比重が他の新聞社に比較してはるかに多く、財務基盤の強さを示している。一方、国民は 1931 年以降 300 万円で、収入に比較して払込資本金が多額であり、実質的にこれが累積赤字の穴埋めに使われていることが推測される。また中外は 170 万円前後、報知は 110 万円で推移している。

③ 収益状況

当期純益金、資本金利益率、配当率を見ると、朝日・毎日の収益性の高さが際立っている。朝日新聞の配当率は 1924～29 年上期まで半期 7.5%（年 15%）であり、1930 年代にもほぼ 5%（年 10%）を維持している。毎日はさらに高率で、20 年代後半期はほぼ 10%前後（年 20%前後）であったが、1930 年代に入って 1932 年から 5%（年 10%）、1935 年から 4%（年 8%）、1937 年から 3%（年 6%）と徐々にこれを引き下げている。1930 年代の毎日は総資本利益率では朝日よりも相当に高率であり、余裕をもった配当率であって、内部留保が進んでいることが推測される。実質的な個人企業であった朝日が利益の相当部分を配当に回し、資本主個人の利益を重視していたのに対して、分散的株主によって構成されている毎日新聞の場合には高い配当率と内部留保の充実を両立させていたといえる。

これに対して東京出自の 4 新聞にあっては、報知が年率にして 8%、7%、5%、3%と順次配当率を下げながらも 1936 年までは一貫して配当を継続していた。これに対して、時事・国民・中外はほとんど利益を上げることができず、配当もなされていない。特に国民

は一貫して赤字を出し続けており、1937 年に減資と増資を行うことによって累積赤字を解消せざるをえなかった（同年の総資産額の急減に示されている）。また、中外の資本金利益率はほとんど常にゼロであり、時事は 1920 年代においては黒字と赤字が交錯し、1930 年以降は一貫して赤字を続けている。以上のように大阪系 2 企業、報知、その他の東京系 3 企業の相違は収益性の点で明瞭であった。

④ 設備投資状況

「設備等」の金額と総資産（払込資本金ベースに修正）に占めるその割合をみよう。ここでは土地・工場・印刷機・飛行機・活字・什器・図書等の物的資産をすべて含めているが、朝日が 300 万円前後（1923 年）から 1,500 万円弱（1937 年）へと突出した伸びを示している。毎日新聞は 400 万円台から 1928 年に 1,000 万円台、29 年に 1,100 万円台になり、以後その水準で推移しているが、これは設備投資をしなかったわけではなく、減価償却をコンスタントに行っていたためである[12)]。

1930 年時点で各社の「設備等」の金額を比較すると、朝日・毎日が 1,000～1,100 万円台であるのに対して、報知・時事が 200 万円前後、国民・中外が 150 万円前後に過ぎない。しかも時事・国民・中外は 1920 年代後半以降、この金額がほとんど動いていない。これら 3 社は減価償却を実施している形跡がないので、部数の伸び悩みの下で高性能の新型印刷機の導入をせず、したがって印刷部門の労働生産性も低いままであり、紙面の鮮明度でも躍進企業に劣る状況に置かれていたと推測される。印刷工場の経費は高かったから、部数増加に成功しないと新鋭機械を導入することは困難であり、それを導入した企業との生産性の格差が大きく開くことになった。

⑵ 販売収入と販売方式

販売収入と広告収入の比率については、広告収入の方がやや多いか、ほぼ同水準であったと言われており、朝日でも両者がほぼ互角であったと指摘されている[13)]。販売部数は販売収入のために重要であっただけではなく、部数が増加するに連れて公称の広告単価からの割引額が少なくてすむようになる点でも重要であった。

新聞の販売は地域内で初めて新聞を刊行するといった状況でない限り、何種類かの新聞を販売する既存の売捌店に販売・配達を依頼することになる。その後で地域内の配達密度が高まってくれば、売捌店の一部を自社の新聞だけを扱う専属店とするか、新聞社が自前で経営する直営店を設立することになる。戦間期の東京は各新聞社ともに専属店の増加に努力した段階であった[14)]。

新聞社と販売店の関係、特に新聞単価に占める販売店の取り分については、1933 年頃の状況について以下のような解説がなされている。

まず通常時には月決めの定価が 95 銭、販売店へ卸す価格が 55 銭で、この差額 40 銭で

販売店は配達人の賃金を含めた経費をまかない、残りが利益となる。増紙＝拡張行動がなされる時には例えば100部の「押し紙」（拡張責任部数）が販売店に強制的に卸されるが、拡張奨励金が一部当たり15〜30銭ずつ本社から与えられるので、実質的な卸価格は25〜40銭になる。一ヶ月分をそのまま屑屋に出すと25銭になるので、奨励金が30銭もらえる販売店は実質損がなく、奨励金が15銭の場合には一部につき15銭の損失となる。拡張奨励金は当月分しか与えられないから、販売店は新聞社に対する実質的な負担額を考慮して読者に対する最初の月の割引額を決めることになる。翌月からはこの拡張行動の際の「拡張責任部数」を加えて卸されてしまうので、この部数の引き下げをめぐって厳しい交渉が繰り返されたという[15]。

ところで新聞社の資産項目の中には、販売店が納入すべき金額の相当部分が未納のままに残され、新聞社の不良資産として累積されていることを推測させる項目がある[16]。この点を毎日の「販売店勘定」で見ると、1923年下期の114万円、29年下期の140万円、1935年下期（この項目が最後に示されている時点）の151万円と総収入の増加に比べれば、はるかに緩やかな増加に留まっている[17]。回収が順調に進んだのか、あるいは適宜、債権の償却がなされたのかは確定できないが、増紙努力が成果に結びつかない場合や償却財源が不足する場合には、この残高が増加せざるをえなかったと見られる。

新聞社と販売店とのこのような関係の下では、多種類の新聞を扱っている売捌店は、支払条件が厳しく利鞘の薄い新聞の取扱を敬遠したと推測される。朝日・毎日両社が後ろ盾となって売捌店が結束し、時事新報の単価の引き上げを要求して販売拒否にいたった定価売即行会による時事新報非売事件（1926年）[18]は、個々の売捌店のそうした意図が集積した事例であった。

販売店はコストを引き下げるために、地方から上京してきて住居のない通学希望者・苦学生等を住まわせて配達員として雇用することが通例であった。戦間期における新聞部数の急増は、配達員の急増をともなっており、主に13〜18歳の若者が雇用されていたという。彼等の労働は通常、朝は4時半から8時頃まで、夕方は5時半から8時頃までであり、1ヶ月の賃金は1934年頃で30円程度が普通であったという。個々の配達員は配達地域ごとに責任部数を定められており、それより減少した場合には自ら部数を新たに増やすことが求められ、さらに、新聞社から販売店に押しつけられる拡張紙が配達員に割当てられて、その消化が配達員達の苦痛であったといわれている[19]。

(3) 広告収入

公表されている1行当たりの広告単価は部数が大きく違う新聞でも大差無しとされている[20]。したがって部数に対応した実質的な広告単価の相違は、定価を基準とした割引率の違いによって調整されており、同一の広告の料金は部数が多い新聞ほど高かった[21]。業界

の常識としては 1934 年頃の状況として「部数 1 万に対して 1 行 1 銭」と言われており、朝日・毎日は当時 180 万部を公称して、定価として 1 行 1 円 80 銭と定めていた。したがって部数の少ない中央紙は名目的には部数の多い新聞と同様に 1 行 1 円 50 銭ないし 1 円 80 銭程度の金額を公表していたが、広告主となる企業には「定価 1 行 50 銭」程度を示しており、さらに現実の交渉を通じて 20 銭程度になる場合もあったという[22)]。新聞社が拡張競争にかかるコストを考慮することなく部数拡張を常に追求していたのは、こうした広告収入の特性のゆえでもあった。

こうした広告料金の調整を含めて新聞社と広告主の取引を媒介した者が広告代理業者であった。新聞社はこの広告代理業者に 10%の手数料を支払った上で、決算期ごとに 5～12%の割戻しをする習慣であったという[23)]。

次に広告主側の事情については、単価の異なる新聞広告をどのように選択していたのかという問題がある。『日本新聞年鑑』(1935 年版) に掲載されている製菓企業の事例からは、この点に関して以下のような事実を知ることができる。

① グリコ（資本金 100 万円）は、新聞広告費 20 万円、その他広告費 55 万円（景品を含む）で、使用新聞は 80 紙、各紙 1 ヶ月 1,000～2,500 行。

② 明治製菓(資本金 600 万円）は、新聞広告費 20 万円、その他広告費 30 万円、使用新聞 75 紙。

③ 森永製菓・森永煉乳(資本金両社 750 万円ずつ）は、使用新聞 50 紙。

上の事例からすると掲載新聞紙は 50～80 社となっており、地方新聞を含めて全国の多数の新聞に広告が掲載されていたことがわかる。また、広告費全体に占める新聞広告費の割合は 3～4 割前後であり、他に雑誌広告、ちらし、ラジオ、東西屋（ちんどん屋）による宣伝や景品代が支出されていたものと推測される。

(4) 経費構成

戦前の営業報告書に掲載されている損益計算書は極めて簡単なものであるが、新聞社の場合もその例外ではなく、主要紙の中では毎日新聞社だけが 5 項目に区分した経費の内訳を公表している。そこでそれを整理した表 3 を検討しておこう。同社の場合、減価償却にあたる「固定資産償却」、「機械償却」が支出額には含まれず、利益金からの控除項目とされているので[24)]、ここでの検討もそれにしたがって行う。

① 新聞原料

紙代、インク代、印刷機械関係諸経費（活字代等を含む）がこれに当たると考えられる。1925 年前後には経費全体の 50%前後を占めていたが、昭和恐慌期には紙代の低下によって 40%前後に低下した。その後、製紙企業の大合同（1933 年）を基盤に紙代の値上げがなされたにも関わらず、ほぼ同水準で推移している。

表3　大阪毎日新聞社の支出構成　（単位：円、%）

	収入	支出実額						支出構成比					利益率	減価償却費	
	A	新聞原料 a	給料手当 b	通信費 c	営業費 d	臨時費 e	合計 T	a/T	b/T	c/T	d/T	e/T	(A-T)/A	実額 f	比率 f/T
1923	16,155	7,251	2,690	1,324	3,558	368	15,192	47.7	17.7	8.7	23.4	2.4	6.0	204	1.3
1924	21,878	10,867	2,979	1,536	4,762	569	20,713	52.5	14.4	7.4	23.0	2.7	5.3	227	1.1
1925	23,559	11,379	3,278	1,545	5,478	593	22,273	51.1	14.7	6.9	24.6	2.7	5.5	250	1.1
1926	24,075	10,814	3,524	1,707	6,202	467	22,713	47.6	15.5	7.5	27.3	2.1	5.7	200	0.9
1927	26,979	11,109	3,823	1,783	6,761	806	25,264	44.0	15.1	7.1	26.8	3.2	6.4	373	1.5
1928	27,681	11,441	3,996	1,740	7,904	698	25,779	44.4	15.5	6.8	30.7	2.7	6.9	410	1.6
1929	29,087	11,743	4,210	1,881	8,530	803	27,147	43.3	15.5	6.9	31.4	3.0	6.7	462	1.7
1930	27,023	11,281	4,176	1,769	8,631	1,015	26,870	42.0	15.5	6.6	32.1	3.8	0.6	512	1.9
1931	27,686	9,926	3,947	1,844	8,654	1,217	24,588	40.4	16.1	7.5	35.2	4.9	11.2	547	2.2
1932	31,336	11,927	4,050	2,088	9,618	2,536	30,119	39.6	13.4	6.9	31.9	8.4	3.9	579	1.9
1933	32,909	12,606	4,369	2,283	10,241	1,340	30,838	40.9	14.2	7.4	33.2	4.3	6.3	659	2.1
1934	34,274	13,409	4,442	2,480	10,567	1,304	32,203	41.6	13.8	7.7	32.8	4.0	6.0	673	2.1
1935	36,807	14,541	4,582	2,850	11,763	1,062	34,799	41.8	13.2	8.2	33.8	3.1	5.5	693	2.0
1936（上期）	20,234	7,523	2,385	1,467	7,351	501	19,226	39.1	12.4	7.6	38.2	2.6	5.0	343	1.8

出所：大阪毎日新聞社『営業報告書』。

② 給料手当

1931 年までは経費全体の 15%前後を占めていたが、昭和恐慌後の景気好転期の特徴であった賃金の回復遅延の影響や、通信社からの記事の購入の増加による記者の増員の抑制等によって、32 年以降、構成比を下げて 13%前後で推移している。

③ 通信費

電信代が中心と推測されるが、ほぼ 7%程度で一貫している。

④ 営業費

輸送費を含む販売経費、広告代金等を含むと推測されるが、1920 年代前半は 23%前後、20 年代後半は 30%前後、昭和恐慌期以降は 33%前後というように漸次比率を上昇させている。

⑤ 臨時費

1920 年代は 2～3%に過ぎなかったが、1931～32 年に急増しており、満州事変関係のイベントや軍部への献納運動を中心に支出が増加したと見られる。

⑥ 減価償却費

1926 年度までの 20 万円台から 27 年度以降著増に転じて、33 年度以降の 60 万円台に至っており、支出総額に占める比重も 1%前後から 2%前後へ推移している。

以上の毎日新聞社の事例を基準としつつ、他社の事例もふまえて、経費の内訳について若干の特徴点を指摘しておきたい。

第一は、固定資産中の飛行機についてである。満州事変の速報戦に際して威力を発揮した飛行機は、操縦士の給与を含めて多額の資金を必要とした。他の先進国では必要な時に

操縦士とともに飛行機を賃借して利用することができたが、日本ではそうしたサービス業はまだ生まれる条件がなかったから、新聞社自身がこれを所有しておかなければならなかったのである。1934 年におけるその保有台数は、朝日 15 機、毎日 9 機が飛び抜けており、他は新愛知・北海が 3 機、報知・読売・電通が 2 機、高知が 1 機であって、中央紙でも国民・時事・中外は保有していなかった[25]。

第二は、紙代の推移についてである。1920 年代から昭和恐慌期にかけての時期には、新聞社は輸入紙の利用によって製紙会社に対抗することができた。特に円が高位に固定されていた昭和恐慌期＝金解禁期においては、製紙会社との契約単価を 4 円 70 銭（1929 年）、4 円 20 銭（1930 年）、3 円 60 銭（1931 年）と低下させている[26]。しかもこの時点では、最も大量に紙を使用する朝日・毎日に対する割戻しが他社に比較し優遇されていたので[27]、両社の高い収益力の相当部分は、紙の調達面から与えられていたと見られる。

第三は、人件費についてである。記者等の給与、通信員等の手当、印刷関係職工・直営店雇用者の賃金等の内訳について情報が得られないため立ち入った検討はできないが、印刷工場の人員は技術的に定まる傾向が強かったのに対して、記者については経営の良否に応じて人数の増減がかなり激しかったことが知られている[28]。また記者の給与水準は朝日新聞が最も高かったと言われているが[29]、記者の新聞社間の移動は頻繁であったから、横断的な労働市場を支えるだけの労働条件の均一性がある程度存在していたものと見られる。

3　本書の意図と構成

日本の新聞産業は戦間期において急速に読者数を増加させる過程で、全国紙化した朝日・毎日・読売がそのシェアを高めていった。本書はこの事実を念頭におきながら、当該期の新聞産業の性格に種々の側面から接近した共同研究である。

本書に収録した個々の論文は、それぞれ固有の問題意識にもとづいて固有の論点を分析しているが、執筆者全体で共通に意識し、各人のテーマの中で可能な範囲で接近しようとした共通の論点として、以下の二点があった。

第一は、各新聞社が企業体としての自らの特性に規定されながら、どのような経営戦略をとっていたのか、それが経営行動や記事のあり方にどのように関係していたのかという論点である。資本の出所が少数の特定個人か、多数の株主か、個別企業か、あるいは政治的党派関係者か、植民地の商人層かといった検討が重視され、その事実と経営内容・社論との関連が意識されているといえる。

第二は、各新聞社の営業地域の特性を経営行動や記事のあり方を規定する要因として重

視していることである。人口稠密な大都市か、その周辺部か、人口密度の低い地方か、植民地かといった地理的・社会的事情によって、読者層が異なり、読者の新聞に対する期待も異なっていたので、新聞社の経営方式や記事の内容もその点を考慮したものになっていたと考えられるからである。特に、従来植民地行政の言論統制との関連に重点を置いて注目されてきた植民地の現地語新聞を、許容された言論の自由の下で事業を展開する経済事業体として分析したことは、この視点の表れといえる。

さて、以下では各章が具体的な分析対象として何を設定し、どのようにしてその課題に迫っているのかについてごく大まかな紹介を行っておきたい。

第一部は、中央紙を対象としてその経営戦略、収入増加策のあり方とその影響を受けながら定められた紙面構成・社論の特徴等について論じている。

第 1 章（北浦貴士）は、経済専門紙的な色彩を強く持ち、部数拡大を必ずしも重視しなかった中外商業新報を対象にして、その経営戦略、経営組織、記者の採用の仕方、記事情報の集め方、社論の特徴、社論と異なる記者の論説の採用等について他社と比較しつつ明らかにしている。

第 2 章（加瀬和俊）は、1920 年代から 30 年代初頭に何度か大きな論争点となった労働組合法案をめぐる中央主要紙の論調の個性とその変化を追い、同法案に対する各社の社論が、資本の性格、財界との距離、想定している読者層への配慮等によって大きく異なっており、論調の変化にもそれぞれの固有の事情がうかがわれることを論じている。

第 3 章（高柳友彦）は、中央紙間の販売競争を扱っているが、地元新聞のシェアが低く中央紙の進出が著しい千葉県を対象として、売捌店の利益確保の意図が特定新聞の非売運動とそれを通しての朝日・毎日両紙の拡張をもたらしたことを確認し、そのことの意味を論じている。

第 4 章（斎藤邦明）は、新聞社の収入のおよそ半ばを占める広告収入をめぐって、新聞社と広告主の取引関係が広告取扱業者の介在によってどのように誘導＝方向付けされていったのかについて、従来の研究史がどの論点を、どのような資料を用いて、どの程度に明らかにしているのかを確認し、今後の研究課題を明確にしようとしている。

第 5 章（大島朋剛）は、宣伝活動の一環として新聞広告を活用した広告主側の事例分析である。具体的には灘の有名銘柄の作り手である辰馬本家の広告のうち、新聞広告の占める比重、使用している新聞社の数・地理的分布とその広告料、取引の仕方等を一次資料を活用して明らかにしている。

これに対して第二部は、地方新聞と植民地の現地語新聞を対象とし、新聞経営における地域特性に関わる論点に迫ろうとしている。

第 6 章（小島庸平）は、地方新聞が地元に密着した記事に強いという特徴を生かしつつも、中央紙の進出に対抗して記事の内容を柔軟に変化させていった様相を新潟県の実態に

そくして実証し、政治党派との関係を含めて、中央紙とは大きく異なる地方新聞の特性を明らかにしている。

第7章（植田展大）は、北海道内で最大の部数を維持していた北海タイムスの経営の推移を整理している。人口密度が稀薄で都市ごとに独立的な小新聞が存在するという北海道の特性の下で、北海タイムスが他のブロック紙との提携等の工夫を通じて、大きな部数増加は果たせないながらも全道に浸透していったプロセスが解明されている。

第8章（張楓）は、日露戦後に大連で創刊された泰東日報を対象として、それが中国人商人の出資によって、日本人の経営者と多数の中国人の記者によって運営され、地域内の経済的発展に関わる記事を中心に編集されていたこと、経済政策上の論争点についても日本統治に直接に反対しない限り活発な論議が可能であったこと等が明らかにされている。

第9章（李昌玟）は、植民地朝鮮において統治政策の文化主義への転換を機に創刊された東亜日報を対象として、その経営体的性格を分析している。日本への留学経験者を中心に、運動体的性格を帯びて発足した東亜日報が、経営者の力が貫徹する方向での改組を経て、朝鮮における有力財閥の宣伝機関的役割をはたすにいたった動態が分析されている。

本書の成果が初歩的なものであることは執筆者一同が最も良く自覚している。日本が第一次大戦期における経済的躍進とデモクラシー下の普通選挙制度の達成という上昇機運から、金融恐慌・昭和恐慌とそこからの強行的脱出に至る過程において、急増した新聞読者達が日々提供される情報をどのように受け止め、現実の政治・経済の動向にコミットしていったのか、そこにおける各新聞の経営戦略・言論活動の特徴とその根拠は何であったのか――それぞれに個性を有する各新聞の具体像に密着しつつ、歴史的動態の中での新聞の特徴的あり方に接近するための作業を引き続き継続していきたい。

注

1) 『日本新聞年鑑』（1932年版、1931年12月発行）は、1931年の状況について次のように概括している。「大阪系四紙はこの一年間に一層の驚くべき企業的発展をとげた。これは用紙原料費の低落を第一因とし、満州事変その他のニュース戦によって販売収入激増せるを第二因とし、これに伴ふ（広告収入の？――引用者）増収を第三因とする。而して他の多くの新聞は一般に経営苦の域を脱していない」（第一篇、65頁）。ここに言われているように、恐慌は原材料費の低下によって規模の経済性を発揮できる大部数の新聞に有利に作用したのであって、「今や日本で儲かっている新聞は、大阪系四紙を除けば実に指を屈するだけの数も無からうと称されている」（同、47 頁）といわれる状況になった。

2) たとえば東京日日新聞社『東日七〇年史』（1941年5月）は次のようにいう。「関東大震災は、東京日日新聞に画期的飛躍の機会を与えた。即ち販売部数は加速度的に激増し広告の申込みは卓上に山積する状態であった。」（368頁）

3) 東京朝日、東京日日、読売での高速輪転機、電光輪転機の台数の増加については、新聞研究所『日本新聞年鑑』の各年版を参照。

4) こうした報道を進めるためには、戦闘の理も利も日本側にあることを強調する必要があったから、従来から日本の中国への軍事進出の必要性を強調していた毎日はもちろん、それに批判的であった朝日も、一挙に好戦的態度に転じ、社内における摩擦・議論を経ることなく、国益本位、中国蔑視の報道を量産する立場に移行したのである。その意味で新聞社の社論の転換は、軍部・政府によって強制されたものというよりも、経営戦略に密着した内発的なものであったと判断される。

5)『日本新聞年鑑』(1932 年版、1931 年 12 月発行)は、1931 年の状況について次のように概括している。「大阪系四紙はこの一年間に一層の驚くべき企業的発展をとげた。これは用紙原料費の低落を第一因とし、満州事変その他のニュース戦によって販売収入激増せるを第二因とし、これに伴ふ(広告収入の?――引用者)増収を第三因とする。而して他の多くの新聞は一般に経営苦の域を脱していない」(第一篇、65 頁)。ここに言われているように、恐慌は原材料費の低下によって規模の経済性を発揮できる大部数の新聞に有利に作用したのであって、「今や日本で儲かっている新聞は、大阪系四紙を除けば実に指を屈するだけの数も無からうと称されている」(同、47 頁)といわれる状況になった。

6) 内閣統計局編『昭和十四年臨時国勢調査結果表』東洋書林、1995 年。

7)『日本新聞年鑑』1940 年版、41 年版から 1939 年の両社の総収入を算出すると、朝日は 4,702 万円、毎日は 5,135 万円であって合わせて 1 億円弱である。販売収入よりも広告収入がやや多いことを考慮して両者の販売収入の合計を 4,000 万円程度と見ても、朝日・毎日二社の市場占有度は 4 割を越えていたことになる。

8) 統計的解釈を正確にするためには新聞社の直営小売店が小売店として把握されているか否かの吟味が必要であるが、差し当たりそのための手立てがないので、このままとする。

9) ただし財務関係データが公表されていない読売新聞については検討できない。

10) 表 2 は年度単位に集計しているので表示していないが、『日本新聞年鑑』で数値が得られるのは、1932 年下期=183 万円、33 年上期=187 万円、34 年上期=196 万円、35 年上期=164 万円、36 年上期=187 万円である。

11) 国民新聞の収入額のうち『日本新聞年鑑』で半期だけ数値が得られるのは、1926 年下期=119 万円、1930 年下期=109 万円である。なお 1933 年下期以降の総収入はすべて半期 109 万円となっており、信憑性が疑われる。

12) 毎半期に 25 万円前後の償却を行っているから、10 年間で 500 万円の累計額となり、朝日新聞の同期間の固定資産増加額とほぼ同等の投資がなされていたことになる。

13) 朝日新聞社『朝日新聞社史　資料編』1995 年 1 月、328 頁。

14)『日本新聞年鑑』1927 年版、第二編、4 頁。

15)「押紙に悩む販売店主」『現代新聞批判』第 4 号、1934 年 1 月 1 日号(現代新聞批判社発行、不二出版復刻)。

16) 各新聞社の資産項目の中で販売店に対する与信残高を含んでいると推定される項目は以下の通りである。「信認金」(朝日)、「販売店勘定」(毎日)、「諸掛金」(報知)、「新聞声価」・「未収入金」(時事)、「新聞声価」・「得意先勘定」(国民)、「未収入金」(中外)。ただしこれらの項目の一部には、広告料の未収金等も含まれていたと思われるので、正確なことはわからない。

17) 毎日新聞社『営業報告書』各期版による。

18) 日本新聞販売協会編『新聞販売概史』1979 年 10 月、192～209 頁。

19)「悲痛な配達子の叫び」『現代新聞批判』第 8 号、1934 年 3 月 1 日。「新聞配達店主の搾取の内幕を暴露　悲痛な体験を語る配達手記」『現代新聞批判』第 9 号、1934 年 3 月 15 日。

20) 大阪毎日新聞社『大阪毎日新聞社大観』(1927 年 1 月。増補版)は発行部数の多い毎日新聞の広告料が実質的に安価であることを以下のように強調している。毎日新聞では 1 行 1 円 80 銭の広告料を 120 万部で割ると 1 部当たり 1 厘 5 毛に過ぎないから、同様の率であれば「20 万の発行部数を有する新聞は 30 銭でよい」のに 1 円 50 銭程度と定めているから、「日本全国の新聞紙広告料中、恐らく大毎より安いものはなからう」といっている(238 頁)。

21)「広告料の定価は販売部数に正比例するのであるから、結局は販売部数が多いほど社の経営が善く

なる」（前掲『東日七十年史』366 頁）。

22)「新聞の発行部数と広告単価の標準」『現代新聞批判』第 5 号、1934 年 1 月 15 日。

23) 同前「新聞の発行部数と広告単価の標準」。

24) ただし印刷機の価格とその導入時期からすると、印刷機・飛行機等を中心とする機械類の減価償却が、ここでの「減価償却費」で足りているとは思われず、「営業費」の中にも一定部分含まれていると推測される。

25)『現代新聞批判』第 15 号、1934 年 6 月 15 日。

26)『日本新聞年鑑』1932 年版、47-48 頁。

27)「原料紙の値上げに脅やかされる大新聞　割戻し半減　紙屋の要求に屈服」『現代新聞批判』第 17 号、1934 年 7 月 15 日。この記事によると、それまでは製紙会社から大新聞だけに割戻しがなされていたが、1934 年にいたってそれが圧縮され、「大新聞も中小新聞も原紙購入に際してこれまでのやうな格段の差がなくなった」という。

28) たとえば伊藤正徳『新聞生活二十年』（中央公論社、1933 年 12 月）には、経営悪化に対処するために時事新報社の編輯局長として記者の解雇を実施した際の経済計算と感慨とが語られている。

29)『現代新聞批判』第 3 号、1933 年 12 月 15 日。

第Ⅰ部　経営戦略と収入確保策

―― 中央紙を中心に ――

第１章

中外商業新報社の経営戦略と紙面構成

－他紙との比較の観点から－

北浦　貴士
（東京大学大学院・経済学研究科／日本学術振興会・特別研究員）

はじめに

本稿の課題は、両大戦間期の中外商業新報社（現・日本経済新聞社）の経営戦略と紙面構成を、他紙との比較の観点から、検討することである。2009 年 7 月～12 月現在、日本経済新聞朝刊は、1 日あたり 305 万部を発行している[1)]。この数字は、世界の経済新聞の中でも The Wall Street Journal の 202 万部、Financial Times の 40 万部を超える最大の発行部数を誇っている[2)]。日本経済新聞は、日本の他の日刊紙と比較しても、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞と並んで全国紙の 1 つとして評されている。このような日本経済新聞のイメージは戦後特有であり、戦前の中外商業新報はそれとは大きく異なった。1923 年 5 月時点の東京 12 紙の新聞発行部数は、多い順に報知、東京日日、東京朝日、国民、時事、萬朝報、毎夕、中外であり、中外商業新報は第 8 位であった[3)]。すなわち、戦前の中外商業新報社は中小新聞社にすぎなかったのである。

上記の中外商業新報社の相対的に少ない発行部数は、中外商業新報社の経営戦略、特に設備投資行動、記者の配置・採用、記事の入手方法や記事の特徴に対して、どのような影響を与えたのだろうか。戦間期の中外商業新報社の経営動向に関する代表的著作は、日本経済新聞社社史ということになる[4)]。特に、日本経済新聞社社史編纂室『日本経済新聞社八十年史』は、両大戦間期の中外商業新報社の経営動向を詳細に記述している。しかし、

上記の論点に関する言及は、管見の限り見当たらない。一方で、1921 年に中外商業新報社に入社した小汀利得は、入社当時の中外商業新報を、朝日新聞や毎日新聞に比べて小さい新聞であるが、経済紙として社会的に信用があったと評価している[5]。この小汀の評価は、戦間期の中外商業新報社が、朝日や毎日に対して、規模ではなく、経済紙として差別化を図っていた可能性を示唆している。

上記論点を検討するに当たっては、小汀の評価からも分かる通り、他紙との比較が重要である。すでに、加瀬論文（序章）が論じている通り、東京朝日新聞（以下、東朝）及び大阪朝日新聞（以下、大朝）を発刊していた朝日新聞社、東京日日新聞（以下、東日）及び大阪毎日新聞（以下、大毎）を発刊していた毎日新聞社は、戦間期に発行部数を増加させるとともに、収益性を上昇させていった。一方で、中外商業新報社は発行部数を停滞させるともに、収益性も低いままであった。このような各新聞社間の収益性の違いが、経営戦略にどのような影響を与えていたのかという観点から、本稿では、両大戦間期の中外商業新報社の経営戦略と紙面の特徴を考察する。

本稿の構成は、次の通りである。第 1 節において、前史も含めて両大戦間期の中外商業新報社の経営動向を検討する。第 2 節において、中外商業新報社の組織・人事配置と記者の特徴を他紙の比較の観点から分析する。第 3 節においては、1930 年代前半の中外商業新報の記事の特徴を考察する。

1　両大戦間期の中外商業新報社の経営動向

(1) 両大戦間期以前の中外商業新報社

「中外商業新報」の前紙「中外物価新報」は、1876 年 12 月に三井物産会社の益田孝によって発行された[6]。内外の商況情報を収集していた内務省勧商局が入手した情報を外部に公表する新聞が必要であるとして、勧商局長の河瀬秀治が、益田孝に対して新聞の発行を勧めたのが、発刊の経緯であった。新聞の印刷に関しては、自社で行うのではなく、「東京日日新聞」を発行していた福地源一郎の日報社が、担当することとなった[7]。中外物価新報の創刊趣旨は、内務省勧商局の発行許可書からも確認できる[8]。発行許可書から、内務省勧商局が、内外物価情報の掲載を三井物産に委託し、その代わり費用の一部を内務省勧商局が負担することになった点が判明する。その結果、1876 年～1881 年までは政府からの下付金が、収益の大部分を占めた。1878 年においては、総収入 6,154 円に対して、政府下付金は 3,641 円であり、全体の 59%を占めている[9]。

上記下付金は、1881 年に政府の緊縮財政の下で打ち切られるとともに、政府の新聞に対する取締が強化された結果、三井物産会社が新聞社を所有することは難しくなった[10]。そ

のため、1882 年に匿名組合商況社が設立され、中外物価新報を発行することとなった。匿名組合商況社に出資したのは、益田孝、渋沢栄一ら財界有力者であった。その後、1889 年に新聞名を中外物価新報から中外商業新報へ変更するとともに、1897 年に商況社を匿名組合から合資会社へ組織変更している。合資会社の出資者は、益田孝、渋沢栄一らであり、匿名組合時代と同様に財界関係者であった。

政府下付金の打切り後の収益の中心は、販売収入であった。1885 年には収入 6,899 円の内、販売収入が 5,406 円であり、全体の 78%を占めた[11]。また、当該期には広告収入が増加していった。1881 年に初めて広告を掲載すると、1883 年に日銀の利率改定時の広告を請け負うこととなった[12]。さらに、1893 年に商法会社部分が施行されるに伴い、いち早く商業登記公告の掲載取り扱いを開始し、1897 年・98 年には東京地方裁判所・八王子区裁判所の破産事件に関する公告、商業登記公告の掲載紙として指定を受けた[13]。その後は、各会社の定款指定紙に指名されることが多くなる[14]。

再び三井との資本関係が出てくるのは、1911 年の株式会社への組織改編時においてである。1904 年に、不況に伴う経営不振から、合資会社商況社は、主幹野崎広太の個人経営となり、1909 年に社名を中外商業新報社へと変更したが、企業規模成長に伴い、資本金を 10 万円へと拡大する必要に迫られた。野崎広太は、この点を益田孝に相談した結果、三井合名会社からの全額出資とすることで合意を得た[15]。

合意に基づき、1911 年に株式会社中外商業新報社が誕生したが、組織変更として株式会社が選択された理由の１つとして、税制の影響があり、三井合名会社が、株式会社への組織変更を強く希望したものと推測される。1899 年の所得税法改正により、法人に対する課税が始まったが、1899 年～1905 年まで全法人に対して、一定割合の課税が実施された（1899 年～1904 年は 1000 分の 25、1904 年～1905 年は 1000 分の 42.5）。それが 1905 年に非常特別税法が改正されると、株主 21 名以上からなる株式会社・株式合資会社は、1000 分の 62.5 で一定であるのに対し、それ以外の法人については、1000 分の 42～125 による累進課税制度が採用された。

三井合名会社が、中外商業新報社の組織再編において、株主 21 名以上からなる株式会社にこだわっていた点は、三井合名会社の中外商業新報社株式の引受行動から判明する。三井合名会社は、自社名義で株式を引き受けることを避けたいという意向があったため、定款に株式は記名または無記名としている[16]。三井合名会社が所有している無記名株式のうち、50 株を監査役で三井合名会社とも近い森田茂吉が権利を代表している[17]。また、野崎広太をはじめとする幹部社員に対して、勤務年限に応じて一部の株式を分割し、功労株として与えられた。この点を『日本経済新聞社八十年史』は、「将来の発展を期すべく幹部社員にも社の株を持たせてその経営意欲を高めようという配慮もあった」と評価している[18]。上記要素もあったが、一方で株主数の増加を目的とした行為であったとも考えられ

る[19]。1911 年 12 月期（6 カ月）における純益は 2,821 円であり、発行部数は 13,262 部であった。また、新聞販売収入と広告収入は、1 カ月平均で前者が 3,828 円、後者が 5,389 円で 42%対 58%という構図であった[20]。

(2) 関東大震災による打撃と震災後の築田欽次郎による積極経営

1923 年 9 月 1 日に発生した関東大震災は、本社を東京に置いていた中外商業新報社に甚大な損害を及ぼした。火災によって社屋内の什器その他を焼き尽し、本社を帝国農会の一角に移さざるを得なくなった。新聞発行も停止せざるをえず、他社印刷工場の印刷による発行を再開したのは 9 月 11 日のことであり、自社工場による印刷を再開したのは 21 日のことである[21]。中外商業新報社の被害総額は正確には不明であるが、『日本新聞年鑑』から 1928 年下期時点で 77,605 円の繰越損失が資産計上されている点が判明する。1928 年下期時点の当期純利益が 2,368 円であったから、1928 年時点で 13 年分の利益金額に相当する未処理損失が存在していたことになる。これは、関東大震災の中外商業新報社に与えた打撃の大きさを示しているといえよう。

関東大震災による本社、印刷機械の焼失、新聞発行の停止という事態に対して、経営者の築田欽次郎は、積極的な経営戦略によって対応していった。築田欽次郎は、専修大学を卒業後、1899 年に中外商業新報社に入社する。1913 年に専務取締役、1915 年に専務のまま社長の職務を代行し、1926 年に社長に就任する[22]。小汀利得は、築田欽次郎のことを「事大主義の古い型の記者」と評価している[23]。関東大震災後の築田欽次郎による主要な経営戦略は、新規印刷設備及び本社家屋への投資、福島新聞の買収、夕刊の発行、専用電話の設置に伴う大阪中外商業新報発行、積極的な販路拡張である。

新規印刷設備に関しては、従来の印刷能力はマリノニ輪転機 4 台であった。マリノニ輪転機は 4 ページ新聞を 1 時間に 2 万部印刷する能力を持っている[24]。それに加えて、新たに折畳式輪転機を 3 台購入した。折畳式輪転機もまたその印刷能力はマリノニ輪転機と同じ 4 ページ新聞を時速 2 万部印刷可能であったが、新聞を機械により折りたたむことが可能であった。またこれと同時にモノタイプ 3 台と手動式活字鋳造機 2 台を購入した。このような印刷能力の増強に伴い、中外商業新報社は、1924 年 7 月に新たに臨時印刷局を設置している[25]。本社に関しては、三井合名の出資による本社の建設が関東大震災前より始まり、関東大震災によって本社の内部は焼失したが、これを復旧させ、1924 年 7 月に本社が竣工した[26]。

福島新聞買収に関しては、中外商業新報社は、東北進出の足掛かりとするべく、1924 年 4 月に福島新聞を買収した。福島新聞買収は、関東大震災により印刷用活字を焼失したことに伴う東北日報からの活字譲受をきっかけに行われた。福島新聞買収に伴い、25 名の従業員も継承している。福島新聞は、1924 年時点で 3,000 部を発行したが、立て直しがうま

くいかず、1931 年に撤退している[27]。

夕刊発行に関しては、中外商業新報の夕刊が明治期に 1 度発行されていたが、間もなく中止になっていた。それが 1924 年の印刷設備増強に伴って、夕刊発行が可能となり、1924 年 10 月より 4 ページの夕刊が発行されている[28]。

専用電話の設置に伴う大阪中外商業新報発行に関しては、朝日新聞、毎日新聞、時事新報等が東京と大阪で新聞を発行しており、中外商業新報社においても以前から大阪で中外商業新報の発行を計画していた。発行に先立ち、1924 年 11 月に東京、大阪間の直通電話を開通させた。電話設置は、1928 年下期時点において総資産の 11.4%を占める重要な投資であった。三井合名が、設置費用 27 万円を、負担している。電話開通後の 1924 年 12 月より、夕刊 4 ページの大阪中外商業新報の発刊を始めている。大阪中外商業新報の発行部数は、最高時には 5 万部を記録した[29]。

積極的な販路拡張に関しては、1917 年以前は、北隆館が地方発送分を除き中外商業新報を一手に販売していた。1917 年より専売店の設置に着手し、大震災後には東京市内に 17 か所の専売店を持ち、自主的販売体制を備えた[30]。また、積極的な販売促進政策として、産業文化博覧会を開催するとともに[31]、新聞購入者に対して新聞代金に含まれた販促品として 1924 年より「中外財界週報」を配布している。これは、後に「中外財界」と名称を変更し、続けられた[32]。

しかし、築田欽次郎による積極的経営戦略は、当初の目的である販売部数の増大には、つながらなかったと評価できよう。関東大震災前の部数 15 万部は、震災後 7 万部まで落ち込んだまま回復せず、生産能力のみを増強した設備投資能力は遊休化したと考えられるためである。『日本新聞年鑑』に掲載されている中外商業新報社の 1928 年～1932 年の経営動向に関しても、1928 年下期から 1932 年下期までの当期損益金は、2,086 円～3,337 円であり、中外商業新報社の収益性は非常に低かった。

中外商業新報社は、1928 年以降、次の 2 つの経営改革を行った。当該期に、経営改革が実施された理由は、三井合名会社内部において、退職金を支払い解散するべきである強硬意見が出され、会社側としてもその意見に対応せざるを得なかったためであった[33]。1 つは、従業員制度改革である。中外商業新報社は、1928 年に「従業員制」を導入し、従業員の資格区分を社員、雇員、雇人に分類した。また、1929 年には、「社員執務時間規程」を定め、午前 9 時より午後 5 時までの 8 時間制を導入するとともに、「慰労休暇に関する規定」や「申請による休暇規定」といった規定を設けた。これらは、労働運動への対応と従業員の勤労意欲高揚を目的したものであった[34]。

もう 1 つは、設備投資の抑制である。『日本新聞年鑑』を用いて、1928 年下期と 1932 年下期を比較した場合、電話を含む機械類は 30,251 円、建物類は 10,377 円しか増加していない。一方で、機械の改良が進められた。印刷速度を向上させるために、1931 年にマリノ

ニ輪転機にゴムローラーを取り付けられている[35]。しかし、他社が高速度輪転機を購入する中で、印刷の質・速度の面で他社との差は広がっていったものと考えられる。では、どうして中外商業新報社は当該期に設備投資を抑制せざるを得なかったのだろうか。その理由として次の 2 点が挙げられる。1 つは、内部留保の脆弱性である。低収益性の下では、内部留保による新規設備投資は、不可能であった。もう 1 つは、三井合名会社内部における中外商業新報社への設備投資を疑問視する意見の存在である。内部留保による設備投資が不可能である以上、残る道は三井合名による出資に限定される。しかし、三井合名内部において、増資に反対する意見が出ている状況下では、継続的な新規設備投資は難しかったと考えられる。

(3) 1933 年経営改革の内容とその意義

1933 年 3 月頃より三井合名会社の中で、中外商業新報社の存廃を議論しはじめるようになった。上記状況下で、社長の簗田欽次郎は辞職し、新たに元駐ソ大使で、ジャパンタイムス社長であった田中都吉が社長に就任した。小汀利得は田中都吉を「立派な紳士」と評価している[36]。1933 年経営改革の具体的内容は、新設備の投資、新聞紙面の拡充、人事再編、販売網の拡充であった。

新設備の投資に関しては、従来のマリノニ式輪転機 3 台、折畳式輪転機 3 台にかえて、東京機械製作所製造の連続式高速度輪転機を 3 台購入し、据え付けた。連続式高速度輪転機は、4 ページ新聞を 1 時間で 15 万枚、3 台連続で 12 ページ新聞が 1 度に印刷可能であった[37]。また、大阪中外商業新報においても設備投資が行われた。これらの設備投資に伴い、1934 年 4 月に 200 万円を 135 万円に一度減資するとともに、再度 200 万円へ増資を行っている[38]。

新聞紙面の拡充に関しては、1933 年 8 月 1 日より経済欄の拡充を実施している[39]。また、1934 年 9 月より朝刊を 10 ページから 12 ページへと増加させた[40]。これらの新聞紙面拡充の背景には、新設備投資に伴う印刷能力の向上が挙げられる。毎週日曜日朝刊に「中外週評」を掲載し、小汀利得、高橋亀吉、石橋湛山等が経済一般を評論した[41]。

人事再編に関しては、1934 年 1 月に編集局長、総務局長、営業局長を一度に交代させている。この人事再編に伴い、小汀利得は編集局長へ昇進している。また、1933 年に調査部、構成部が編集局に編入され、編集部の強化が図られた。

販売網の拡張に関しては、中外商業新報社は、1917 年には 17 店であった直営店を 1934 年には 30 店に、さらに 1937 年には 51 店へと拡充した[42]。

次に、1933 年～1936 年の中外商業新報社の経営動向を示した表 1 を用いて、財務面から 1933 年改革の意義を確認するとともに、1933 年～1936 年の経営状態から、1933 年改革の効果を検証しよう。まず、1934 年下期に、125,000 円の追加払込が、実行されている。

表1 1933年～1936年の中外商業新報社の経営動向（単位：円）

	1933年上期	1933年下期	1934年上期	1934年下期	1935年上期	1935年下期	1936年上期
［資産の部］							
預け金現金	13,557	29,425	22,399	27,444	24,885	16,693	24,573
未経過勘定	1,856	2,195	1,864	1,598	1,551	2,256	1,932
支社、支局直営	533,102	533,711	321,221	328,717	326,303	329,598	299,767
融通金		1,205	1,050	1,695	1,875	1,668	1,951
仮払金	113,088	246,139	393,404	83,443	108,143	156,517	158,926
未収入金	218,713	180,901	208,834	173,297	219,748	176,225	229,511
受取手形	28,678	30,604	29,329	22,644	20,138	20,716	20,678
預り有価証券見返	14,928	15,028	18,595	19,125	19,247	24,198	24,468
所有有価証券	4,219	4,219	4,219	4,219	4,219	4,219	22,673
保証金	4,947	5,273	5,191	5,318	5,618	5,713	6,047
貯蔵品、仕掛品	12,841	10,897	8,030	8,601	9,183	9,108	9,360
企業	172,112	171,483	111,120	113,886	115,312	116,725	117,663
専用電話							
機械、設備、工場用具、活字	589,442	582,063	360,155	640,885	642,239	638,231	636,424
建物、雑作、什器、図書	664,284	664,161	648,965	724,000	724,309	724,354	723,510
資産の部合計	2,371,767	2,477,304	2,134,376	2,154,872	2,222,770	2,226,221	2,277,483
［負債の部］							
従業員預り金	105,542	95,024	80,248	74,627	75,451	73,661	70,383
借入金	69,380	47,458	7,445	26,300	36,012	30,661	38,607
信認金	6,282	6,182	3,962	4,037	4,197	3,837	3,747
預り有価証券	14,928	15,028	18,595	19,125	19,247	24,198	24,468
支払手形	305,000	305,000	285,000	315,500	365,500	395,500	405,500
未払金	9,898	7,387	30,064	24,054	33,419	31,571	39,506
仮受金	39,430	50,674	97,499	69,236	76,607	84,221	80,615
負債の部合計	550,460	526,753	522,813	532,879	610,433	643,649	662,826
［純資産の部］							
株金	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
未払込株金	-125,000	0	-390,000	-390,000	-390,000	-390,000	-390,000
法定積立金	18,050	18,050					
前期繰越金	-75,548	-71,739	0	1,567	2,001	2,001	2,565
当期損益金	3,808	4,243	1,567	434	337	563	46
純資産の部合計	1,821,310	1,950,554	1,611,567	1,612,001	1,612,338	1,612,564	1,612,611
負債の部・純資産の部合計	2,371,770	2,477,307	2,134,380	2,144,880	2,222,771	2,256,213	2,275,437

注：貸借不一致は、史料によるもの。

出所：『日本新聞年鑑』各年度より作成。

この追加払込は、翌期 1934 年上期における減資及び減資後の増資に備えたものであったと考えられる。1934 年上期には、650,000 円の減資が実行された。それにもかかわらず、公称資本金額（株金）は、2,000,000 円で変化がないこと、また未払込株金が新たに 390,000 円発生していることから、減資後に増資が実施され、その内 650,000 円－390,000 円＝260,000 円の払込が行われたと推測される。減資 650,000 円の主要な使途を分析すると、繰越損失 71,739 円の償却、機械・設備・工場用具・活字の簿価切下げ 221,908 円（=582,603 円－360,155 円）、支社・支局直営勘定の切下げ 212,490 円（=533,711 円－321,221 円）に充てられたと考えられる。機械・簿価・工場用具・活字の簿価切下げは、前項で分析した通り、マリノニ式輪転機 3 台、折畳式輪転機 3 台を廃棄したことに伴うものであると推測される。

減資後実施された払込 260,000 円の主要な使途は、表 1 から仮払金の増加である点が判明する。仮払金は 1934 年下期に 393,404 円から 83,443 円に 309,960 円減少するとともに、それに対して機械・設備・工場用具・活字が 360,155 円から 640,855 円へと 280,700 円増加している。ここから、1934 年上期の仮払金の増加は、主として機械・設備・工場用具・活字の取得に伴って支出されたものであると考えられる。これは、東京機械製作所製造の連続式高速度輪転機を 3 台購入したことに伴うものであると推測される。

次に、1936 年上期までの中外商業新報社の経営状況を確認することで、1933 年改革の効果を検証する。まず、利益であるが、1934 年下期から 1936 年上期にかけて、46 円～563 円で推移しており、収益性は低いまま停滞している。その理由の 1 つとして、1935 年上期から 1935 年下期及び 1935 年下期から 1936 年上期の機械・簿価・工場用具・活字勘定の減少に見られる通り、資産簿価切下げに伴う費用計上があったと考えられる。ただ、このような点を考慮しても、1933 年経営改革によって、その後の中外商業新報社の経営状況が劇的に回復したと評価することはできないであろう。

一方、機械・設備・工場用具・活字勘定は、1934 年下期の 640,855 円から 1936 年上期の 636,424 円へと 4,431 円減少し、建物・雑作・什器・図書は、1934 年下期の 724,000 円から 1936 年上期の 723,510 円へと 490 円減少した点からすると、当該期においても、固定資産の設備投資がほとんど実施されなかったと考えられる。その理由は、収益性の低下により、内部留保が蓄積できず、その資金を設備投資に利用することができなかった点や株式増資は三井合名との関係から頻繁に実施することが困難であった点もあったが、部数が伸び悩んでいる状況においては、特段新設備を必要としなかったためであると考えられる。結果的に、1934 年から 1936 年の中外商業新報社は、新規設備投資を差し控え、低収益性の中で拡大せず存続する途を選択したのである。

2　組織・人事配置と記者

(1) 組織構造

以上で分析した両大戦間期の中外商業新報社の現状維持的経営戦略が、組織構造に与えた影響を、1924 年・1930 年・1936 年の 3 時点に関して、報知・東日・東朝・読売・時事・大毎・大朝の 7 紙と比較することにより、明らかにしたい。使用する史料は、『日本新聞年鑑』の「職別全社員表」である。

「職別全社員表」からまず判明するのは、戦間期の新聞社は、一貫して職能別組織が基本であり、事業部制組織への移行が見られない点である。これは、新聞業が多角化しないこと（雑誌への参入程度）が大きな原因であると考える。職能別組織は、大きく編集局（政

治部・経済部・社会部等）と営業局（販売部・広告部）により構成される。部分的に会計部（経理部）に代表されるスタッフ部門が重役直轄部署として形成される場合がある。

1924 年時点における中外商業新報社では、外国からの情報を収集する部署である外報部が、独立した部署として設置されていない。それに対して、大毎においては、政治部が設置されず、内国通信、外国通信、中央連絡、西部連絡といったエリア別の組織編成制度が採用されていた。大朝においては、中国関係記事の充実を目的として、外報部から独立した支那部が存在している。読売においては、婦人向け記事の充実を目的として、社会部以外における文芸部・婦人部が設置されている。東朝においても、社会部から独立した学芸部・運動部が設置され、文化面の記事に力を入れていた。

1924 年から 1930 年にかけて、中外商業新報社では、5 人で構成される外報部が設置された。他社においては、大朝では迅速な新聞配達や記事収集を目的として航空部が新設されている。また、報知では写真部の独立、読売ではラジオ部・漫画部の創設が確認できる。読売によるラジオ部創設は、1925 年のラジオ放送に伴うものであろう。

1930 年から 1936 年にかけての中外商業新報社の組織変化は、市場部が独立するとともに、家庭・商店・地方産業・写真・学芸の各部署に人員が配置されるようになった点である。他社においては、大毎が、大朝に引き続いて航空部を設置している。読売が運動部・写真部・囲碁将棋部を独立させるとともに、報知が学芸部・家庭部を独立させている。

⑵ 編集局の人員

次に、各社の編集部における人員の変化を分析する。表 2 は、「職別全社員表」から集計した中外商業新報社を含めた 8 社の 1924 年・1930 年・1936 年の編集局の人員である。

ここから、中外商業新報社においては、1924 年から 1930 年にかけて、編集局の人数が一定であったのに対して、1930 年から 1936 年にかけて、その人数が増加している点が判明する。1930 年から 1936 年にかけて大きく増加しているのは、整理部、写真部等であり記事全般に関わる部門である。中外商業新報社の編集局の人数を他社と比較すると、1930 年及び 1936 年の記者数が 8 社中最下位であった。1930 年から 1936 年にかけて中外商業新報社は 161％の人員を増加させたが、それでもなお、他社に比べると人員が少なかった。

表2　各社編集局人員配置（単位：名）

	1924年	1930年	（指数）	1936年	（指数）
報知	151	169	112	253	168
東日	175	175	100	257	147
東朝	192	277	144	397	207
読売	69	118	171	345	500
時事	152	173	114	206	136
大毎	228	281	123	289	127
大朝	184	305	166	356	193
中外	101	103	102	166	164

注：指数は、各社の1924年の人数を100としている。
出所：「職別全社員表」より作成。

それに対して、1924 年から 1936 年にかけて人員を最も大きく増加させたのが、読売である。読売の記者数は 1924 年時点で 69 名であり、8 社中最下位であったが、1936 年には 345 名と 400%増となっている。記者数から、読売の急成長が確認できる。東朝及び大朝も人員の増加が著しいのに対して、大毎は相対的に人員の増加

率が低い。これは、大毎の人員が 1924 年時点において、既に 228 人と人員が 8 社中最も多かった点が影響している。

(3) 通信部及び通信局の設置状況

さらに、「職別全社員表」を用いて、中外の通信部及び通信局の設置状況を東朝・東日・大毎・大朝と比較することにより、検討したい。朝日及び毎日の通信部及び通信局の設置には次の特徴が確認できる。国内に関しては、東日及び東朝には、東日本の通信局及び通信部が設置され、大毎及び大朝には、西日本の通信局及び通信部が設置されている。ここから、朝日及び毎日ともに、東西で記事をやり取りしていたと考えられる。また、毎日においては、大毎だけが海外通信局及び通信部を設置しており、東日は、大毎から海外情報を入手していたと考えられる。東朝及び大朝は、海外特派員が共通であり、情報を共同で利用していたと考えられる。

1924 年 6 月時点において、朝日及び毎日ともに支局の人数が最も多かったのは、東日本では横浜、西日本では京都及び神戸であった[43]。1924 年から 1930 年における変化として、大毎における国内通信部及び国内特派員数の増加が挙げられる。大毎において、1924 年時点において国内特派員 31 箇所 39 人であったものが、1930 年には国内通信部 39 箇所 41 人、国内特派員 103 箇所 103 人にまで急増している[44]。一方、1930 年から 1936 年においては、大毎及び大朝ともに増加した国内特派員に対する国内通信局の整理が実行された[45]。

まず、大毎においては、西部総局(1936 年時点で 86 名で構成)及び名古屋支局（1936 年時点で 59 名で構成）といった巨大支局の登場が見られた。西部総局設立の経緯としては、1935 年 2 月 11 日より、門司において大毎の編集発行を開始した。それまでは、大阪から列車便で発送されていたため、掲載記事は、締切時間の都合上大阪市内版に比べてどうしても半日から 1 日遅くなり、その点が地元紙との競争上不利に働いていた。それを解消することを目的に、門司支局を西部総局へ昇格させ、その管轄を九州全土、西部中国、朝鮮、満洲とした。西部総局の設立時の部門として、整理部、連絡部、社会部、地方部、校正部、営業部、印刷部が設置された。一方、名古屋支局は、1935 年 11 月 25 日より名古屋で大毎の編集発行を開始しており、その配布地域は、愛知、岐阜、三重、滋賀、静岡、長野であった。1935 年 10 月 12 日に職制を変更し、整理部、社会部、庶務課、販売課、印刷課に細分化するとともに、名古屋支局は、1937 年 12 月 15 日に名古屋総局に昇格された[46]。

大朝においても、九州支社（1936 年時点で 134 名で構成）、名古屋支社(1936 年時点で 121 名で構成)といった巨大支局が、1930 年から 1936 年にかけて誕生する。通信局の箇所数・人数は、1930 年の 149 箇所 191 人から 1936 年の 92 箇所 478 人へと変化し、箇所数の減少と人数の増加がみられる。ここから、大朝においても、支社による通信局網の再編が見られた。九州支社は、1935 年 2 月 11 日に門司支局を昇格させる形で、独自に編集発行

を開始した。これにあわせて、12 台の高速輪転機、2 台の写真電送装置が導入された。名古屋支社も、1935 年 11 月 25 日より名古屋において印刷発行を開始している[47]。

大毎・大朝ともに 1930 年時点で最も構成員が多い支局の 1 つである京都及び神戸は、その構成員を大きく増加させていない。ここから、1930 年から 1936 年の通信局の再編は、名古屋及び九州という大阪から離れた地域に対して、新聞を迅速に配達するために実施されたものであった。両社の競争関係において、一方が進出すれば他方も進出する構造であったことが、印刷開始日が両社とも同日であった点から判明する。以上の大毎及び大朝の支局再編が、地方新聞も含めてさらなる競争激化を招いていったと考えられる。

それに対して、中外の支局体制は、1924 年 6 月時点において横浜支局（3 名）、大阪支局（10 名）、名古屋支局（1 名）、神戸支局（3 名）、福島支局（4 名）の合計 21 名によって構成されていた[48]。その特徴は、1924 年に実施された福島新聞買収と大阪中外商業新報の発刊に伴い、大阪支局及び福島支局の人員が拡充されている点にある。さらに、1930 年 11 月時点では、大阪支局及び福島支局は支社に昇格し、それぞれの所属人数は、26 名、29 名に増加した[49]。その他の支局については、横浜支局 5 名、名古屋支局 4 名、神戸支局 6 名、大阪出張所 3 名と大きな変化はない。1936 年になると、大阪支社及び福島支社はなくなり、横浜支局 7 名、名古屋支局 6 名、神戸支局 3 名、大阪出張所 3 名と 1930 年に比べて人数が横ばいもしくは減少傾向にあった[50]。福島支社廃止は、福島新聞の廃刊によるもの、また大阪支社廃止は大阪中外商業新報社への吸収によるものであると考えられる。以上から、1930 年から 1936 年の中外商業新報社の支局体制の縮小が、確認できる。中外は、日本国内においては、横浜、名古屋、神戸の各支局及び大阪出張所以外には、通信局や特派員の設置がなされず、海外特派員についても、「職別全社員表」からは、確認できなかった。ここから、中外は朝日及び毎日とは異なり、自前で全国各地から情報を収集することはなく、外部から記事の入手を行っていたものと推測される[51]。

(4) 記者の学歴

中外商業新報社も含めた戦前の新聞社の記者の採用方法は、1918 年森本巌『新聞雑誌記者になるには』によると、①知人の紹介、②先輩の推薦、③試験採用、④投書の縁故、⑤直接の申込、⑥社内の養成、⑦招聘であった[52]。東京日日新聞では、社員は主として重役または、社員の縁故関係、推薦によって採用されていた[53]。

中外商業新報の小汀利得を事例に、中外商業新報社の新聞記者がどのような経緯で入社し、その後昇進していったのかを確認しよう[54]。小汀利得は、1889 年島根県生まれであり、1906 年に新聞記者を夢見て上京している。小汀は、上京の理由を、「新聞記者になるためには大学を卒業しなければならな」かったと述懐している[55]。上京後、時事新報社の新聞配達及び発送係をしながら正則英語学校で学ぶ。資格試験により早稲田大学に入学し、

1916 年に政経科を首席で卒業した。しかし、卒業後直ちに新聞記者になるのではなく、島田三郎衆議院議長の秘書官を 2 年間勤めた。その間の新聞記者との接触から新聞記者に嫌気がさし、衆議院解散に伴い、秘書官をやめたが、新聞記者とはならずに、増田貿易に転職している。しかし、反動恐慌により会社が破産し、整理に奔走することとなる。小汀利得が中外商業新報社に入社したのは、整理が終わった 1921 年のことであったが、そのきっかけは、早稲田大学政経時代の同級生石田武太郎の誘いによるものであった。ここから、小汀の入社は、上記の①もしくは②に該当すると考えられる。小汀は、入社後それまでの経歴から経済部に配属されている。

以上の小汀の中外商業新報社入社までの状況を見ると、秘書官や増田貿易の勤務経験が新聞社入社に必ずしもマイナスに働いておらず、むしろ「経済的な専門語を理解する者は少ない時代であった」[56]当時の状況にあって、小汀の経済記事は社内・社外において際立った存在となっていった。その結果、1927 年に経済部長に抜擢されると、編集局長、副社長を経て、1945 年に日本産業経済新聞社の社長へと出世していく。

では、『日本新聞年鑑』の「昭和五年名鑑」を用いて、どのような経歴の持ち主がどのような方法で新聞記者となったのかを検討しよう。対象となる記者は、名鑑に記載されている報知・東日・大毎・東朝・大朝・読売・時事・中外 8 社の記者 199 名である。新聞社別の分布は、報知 10 名、東日 17 名、大毎 26 名、東朝 52 名、大朝 40 名、読売 12 名、時事 27 名、中外 15 名である。

まず、表 3 は記者の学歴を示したものである。各社ともに大卒が大半を占めている。小汀利得は 1906 年に新聞記者を夢見て上京した理由として、「新聞記者になるためには大学を卒業しなければならない」という点を挙げているが、表 3 は、まさにその状況が当てはまることを示している。大学別では、早稲田大学出身者が最も多く、次いで東京帝国大学出身者と慶応大学出身者が多い。社会全般に関する著名人の学歴を『人事興信録』を用いて調査した河崎吉紀の研究から、著名人の学歴は、私立より官公立が優勢であり、1928 年版では官公立は私立に比べ 3.8 倍にのぼる点が判明する[57]。ここから、私立（早稲田や慶応）の優勢が、新聞記者の学歴を特徴づけているといえよう。

中外商業新報社においても、早稲田大学出身者が多いという特徴が確認できる。小汀自身は 1930 年時点において経済部長であり、また小汀を中外商業新報に勧誘した早大政経時代の同級生石田武太郎は、1930 年時点では編集局次長であった。一方で、他社と異なる特徴を有している新聞社は時事新報社である。時事は福澤諭吉が創設した新聞社であり、慶応義塾大学とのつながりが強かった。

表3　記者の学歴（単位：名）

	東大	早稲田	慶応	他大学	その他
全体	14	39	14	66	19
報知	2	3	0	1	2
東日	3	4	0	7	2
大毎	1	3	3	5	1
東朝	5	19	0	15	5
大朝	2	2	1	22	5
読売	0	2	0	5	0
時事	1	2	9	5	4
中外	0	4	1	6	0

出所：「昭和5年 名鑑」より作成。

(5) 記者の移動状況

次に、記者の移動状況を分析する。8 新聞社の記者の移動状況を、入社後 1 度も他社に移動していない「なし」、他の 8 新聞社から移動した「8 新聞」、地方新聞社から移動した「地方」、それ以外の新聞社（例えば在京新聞社）から移動した「他新聞」、雑誌社から移動した「雑誌」、その他の職業から移動した「他」の 6 種類に分類したのが、表 4 である。表 4 から、全体として移動なしより他社から移動してきた記者が多数を占めている点が判明する。中外商業新報社もまた、その他の新聞社や雑誌社から新聞記者を採用していた。一方で、大朝は他社に移動していない記者が多数を占めている。

表4 記者の移動状況(単位:%)

	なし	8新聞	地方	他新聞	雑誌	他
全体	40	13	16	20	4	6
報知	44	0	39	6	0	11
東日	16	26	27	18	14	0
大毎	26	15	11	30	0	17
東朝	44	17	8	21	2	7
大朝	61	5	26	9	0	0
読売	22	22	11	33	11	0
時事	41	18	17	13	6	5
中外	28	0	3	49	12	9
東・早・慶	49	13	8	20	6	5
その他	41	15	20	17	3	5

注:記者が2つのカテゴリー（例えば地方新聞から他新聞を経て8新聞社に入社している場合）には、それぞれのカテゴリー数で割った人数(例えば0.5人)を加算している。
出所:「昭和5年 名鑑」より作成。

さらに、学歴と記者の移動状況との関係を、東大＋早稲田＋慶応とその他大学＋その他に分類して確認すると、前者は後者に比べて移動なし及び他新聞からの移動が多いのに対して、後者は前者に比べて地方新聞社からの移動が多い。ここから、その他大学及びその他に該当する記者は、地方新聞で経験を積み、8 新聞社に転職していったと考えられる。実際、1924 年までの報知の地方支局特派員に関しては、大学や専門学校卒業の高等教育を受けたものが比較的少なかった。報知は、主として地方新聞その他の経験者中優秀な人材を抜擢採用する方針を採用していた[58]。

(6) 入社試験制度の導入

大手新聞社において、入社試験制度が導入されるのは、1920 年代のことである。1923 年から 1932 年の各新聞社の入社試験の実施状況を表 5 から確認すると、初めて入社試験を実施したのは、1923 年の東日及び大毎であった点が分かる。また、1924 年から報知、国民、都、大朝、東朝が入社試験を実施した。

一方で、各社の入社試験が、毎年実施されていたわけではない点が表 5 から判明する。1927

表5 各新聞社の入社試験実施状況

1923年	東日、大毎
1924年	報知、東日、東朝、国民、都、大毎、大朝
1925年	東朝、報知、萬朝報、都
1926年	東朝、報知、東日、中外
1927年	報知
1928年	東朝
1929年	報知、国民、東日、都、中外
1930年	報知、大朝、東朝
1931年	東朝、東日、中外、都、報知
1932年	東朝、大朝、東日、読売、時事、中外、報知

出所:大明堂編輯部編『新聞記者・アナウンサー・ガイド・外務省留学生・外務書記生採用試験問題集　付受験案内・受験合格手記』より作成。

年においては、報知のみが、1928 年においては東朝のみが入社試験を実施した。報知は、1928 年には新社員の採用試験を実施しなかったが、編集局長や社長・副社長の縁故により、記者を採用している[59]。

また、入社試験の開始時期が、各社によって大きく異なっている。毎日（東西）、朝日（東西）、報知が比較的早く入社試験を開始しているのに対して、読売及び時事は 1932 年になって入社試験を開始している。さらに、いち早く入社試験を取り入れた東日においても、基本的に社員の推薦を受けなければ受験することができなかった。新聞社においては、徐々に公募による新卒採用が進んでいったといえる。

中外は 1926 年から入社試験を実施している。従来の中外の採用方法は、縁故者または社員の紹介、推薦により簡単な面接試験を経て採用する場合が多く、また採用者も記者、広告、販売担当は既経験者が多かった。多数の大学卒業者が、新聞社を志望するようになった状況から、記者の質向上を目指すとともに、多数の志望者に対応するために、入社試験が導入されたと考えられる。入社試験は、1926 年、1929 年、1931 年、1932 年に実施されている[60]。試験方法は、第一段階として筆記試験を実施し、その合格者を面接することにより、最終採用者を決定していた。各年度の試験問題の特徴は次の通りである。1926 年においては、政治問題、経済問題、社会問題から各一問を回答させている。1929 年には作文、講演筆記、算術、試問を実施している。作文については、志望（政治部・経済部・社会部・営業部）にしたがって一問解答する形式である。経済部の問題は、「金解禁即行の是非」であり、ここに当時経済部長であり、新平価解禁論を主張した小汀利得の影響が確認できる。1931 年には、編集志望者と営業志望者で別個の問題を出題し、1932 年には、編集志望者の試験に外国語（英文和訳）が出題されている。表 6 から採用率を確認すると、1926 年の採用率は 9%であったが、1929 年以降の採用率が 2.5%～3.6%へと低下している。その大きな理由は採用者数の削減ではなく、志望者数の増加である。1926 年には 111 人であったものが、1929 年には 250 人へ、1931 年・1932 年には 400 人を上回った。1931 年に限定してその志望者の内訳が判明する。それを示したのが、表 7 である。表 7 から東京帝国大学が最も多く、次いで早稲田大学の順になっている。新聞記者全体では、早稲田大学が最も多かったという状況から鑑みるに、当時の志望者はそれとは異なる状況であった点が確認できる。

表6 中外商業新報社の入社試験状況　単位：名

	志望者数	筆記試験合格者	最終合格者		採用率
			編集	営業	
1926年	111	30		10	9.0%
1929年	250	35		8	3.2%
1931年	419	60	10	5	3.6%
1932年	400	不明	5	5	2.5%

出所：大明堂編輯部編『新聞記者・アナウンサー・ガイド・外務省留学生・外務書記生採用試験問題集』より作成。

表7 1931年の志望者の学校別分類

東大	早大	明大	慶應	その他	合計
123	73	67	37	115	419

出所：大明堂編輯部編『新聞記者・アナウンサー・ガイド・外務省留学生・外務書記生採用試験問題集』より作成。

表8 中外商業新報及び東京朝日新聞に掲載された市場情報

市場	中外・朝刊	中外・夕刊	東朝・朝刊	東朝・夕刊
株式	東・大・名	東・大・名・N	東・大・名	東・大・名・N
国債	東・大	東・大・L・N	東	東・N
外債	―	L・N	―	N
米穀	東・大他	東・大他	東・大他	東・大他
豆粕	神	神	―	―
生糸	横・神	横・神・N	横・神	横・神・N
綿糸	東・大・名	東・大・名	東・大・名	東・大・名・上
綿花	大	大	大	―
砂糖	東・大・名	東・大・J・N・C・L	東・大	東・大・J・N
物価情報	東	―	―	―
綿	―	N・B・上・Li・E	―	N・B
小麦	―	Ch・Se・Li・P・Ca・M・上	―	―
フスマ	―	上	―	―
白金	―	L	―	―
銀塊	―	L・N	―	L・N
ゴム	―	L・N・S	―	―
アマニ	―	L	―	―
大豆	―	L	―	―
菜種	―	L	―	―
綿実油	―	L	―	―
銅	―	―	―	N

注：東は東京、大は大阪、名は名古屋、横は横浜、神は神戸、Nはニューヨーク、Lはロンドン、Jはジャワ、Cはキューバ、Bはボンベイ（ムンバイ）、上は上海、Liはリバプール、Eはエジプト、Chはシカゴ、Seはシアトル、Pはポートランド、Caはカナダ、Mはメルボルン、Sはシンガポールを指す。
出所：『中外商業新報』、『東京朝日新聞』1930年1月15日（朝夕刊）より作成。

3　1930 年代前半の中外商業新報の記事

(1) 相場情報 ―― 東朝との比較 ――

中外商業新報社の経営及び新聞記者に関する戦間期の特徴は、発行部数が少なく、低収益性であったため、設備投資が進まない中小新聞社であったこと、新聞記者が少なく、自社で情報を収集するには限界があったこと、三井合名からの出資を受けていたことである。以上の特徴は、中外商業新報の記事に対してどのような影響を与えたのかを検討する。本節では、相場情報、社説（金解禁後の報道）、三井合名に関する報道を分析対象とする。

1930 年 1 月 15 日の朝夕刊を対象として、中外と東朝に掲載された相場情報を比較したのが、表 8 である。表から、朝夕刊の相場の銘柄数及び市場数に関して、中外が東朝を圧倒していた点が判明する。また、中外は、朝刊に相場情報以外に、商品ごとに価格に対するコメントを掲載していた。特に、外国市場に関する情報に大きな違いがあった。中外商業新報社は、朝日新聞社に比べて海外特派員数も少なかったにもかかわらず、積極的に海外相場情報が掲載されていることから、相場情報を通信社から購入していたと考えられる。このような中外による豊富な相場情報の提供は、このような情報の入手を必要としている商社や貿易業者にとって有益であったと推測される。

(2) 社説－金解禁後の報道－

次に、1930 年 1 月から 1931 年 12 月の金解禁の時期における金解禁政策に対する報道から、中外の社説の特徴を検討する。

中外の社論は、金解禁後の経済及び財界に対して楽観的な評価をしている。例えば、社論「政府の救済諸政策は財界好転に効果薄」においては、政府の現在実施している政策（単名手形救済、社債借替周旋、一時事業資金融通、睡眠銀行助成策、ボロ会社救済、買入減資のための資金援助、日銀見返担保品拡張、日銀利下げ、保証準備拡張、外資輸入奨励）は、財界好転に期待薄であるが、「財界の全般が再び逆転を見ることも極めて近き将来に属するものと見られる」としている[61]。また、1931 年になると、さらに「金解禁の第一年を、万事が金詰りのなかに送り過して、今年は、その第二年であるが、財界の条件は、今年は去年より遥に好い。世界の物価は、依然下向きであろうが、わが国は、それに順応する実力がでてきた」と評価している[62]。金解禁政策に対しても、「伸びる前に先ず屈せよ」という浜口内閣の政策は薬が効きすぎたが、だんだんよくなれば至極結構であると肯定的な社論を発表している[63]。中外商業新報の社論は、加瀬論文（第 2 章）で言及されている通り、財界の見解と類似していた。平生釟三郎を会長とする大阪経済更生会は、「財界更生策は民力休養が第一　金融出禁止論に迷う勿れ　経済更新会の声明」[64]から、神戸自由通商協会も「鉄関税引上げは此際絶対に反対　金輸再禁止論は妄論のみ　神戸自由通商協会決議」[65]から、東京手形交換所経済調査会も「新平価論反対金融界に擡頭　二十二日は経済調査会席上で非公式ながら論議さる」[66]という記事から金解禁を支持している点が判明する。

それに対して、経済部長であった小汀利得は、社論とは異なる見解を、中外商業新報の紙面上に、本人の署名入りで発表している。小汀利得は、1930 年 8 月 30 日から 1930 年 10 月 14 日までの夕刊第 1 面に 35 回にわたり「新平価とは何か―金輸出再禁止と新平価の解説―」を執筆している。

その内容は、今実施されている旧平価による金輸出を禁止すべきであるというものである。その理由は、アメリカは、第一次世界大戦時の金流入に対応し、イギリスから世界金融の中心市場を奪うことと大債権国になることを企図しており、イギリスは、アメリカから金融市場を奪い返すことを目的としており、大債権国であるため平価切下げにより損害が発生するため、旧平価で解禁する必要があったのに対して、債務国である日本が旧平価で解禁することに利点がないためであるとしている。

小汀利得は、中外商業新報社の経済部長という枠を超えて、一経済評論家として活動している。例えば、石橋湛山や高橋亀吉とともに、金解禁論議に関して、全国を遊説するとともに、雑誌『東洋経済新報』にも積極的に寄稿している。小汀利得の経済政策の評論は、好評であったようであり、このような社論とは異なる小汀利得の見解を中外商業新報に掲

載することは、読者層の獲得にプラスに働いたものと考えられる。

⑶ 三井合名会社に関する報道 ―― 三井報恩会を事例に ――

第１節で分析した通り、両大戦間期を通じて中外商業新報社の存続のためには、三井合名会社からの資金提供が不可欠であった。このような中外商業新報社と三井合名会社の関係は、中外商業新報における三井合名会社に関する報道にどのような影響を与えていたのであろうか。

その典型的事例が、三井報恩会に関する記事である。三井報恩会は、三井財閥批判に対して財閥転向をアピールするために、社会・文化事業実施を目的として、設立された組織である。三井報恩会が設立される 1934 年 4 月に中外商業新報は「財団法人三井報恩会陣容いよいよ成る」において、役員名及び寄付行為に関する規定を掲載している[67]。

また、「『厚生』主義に基く三井報恩会の事業」においては、三井報恩会が三井家に伝わる祖先の遺訓の中に常に織り込まれ、家憲の基礎ともなっている報恩の精神から来た点、社会・文化両面に対して効果的に援助をしていく点、学術研究に対しても実益的観点から貢献していく点といった三井報恩会の趣旨が掲載されている[68]。

さらに、1936 年 4 月の「科学研究の助成に社会事業の実施に」においては、1936 年度の三井報恩会の事業計画として、療養所の建設、東北地方への羊 4,000 頭の配布、元素の人工転換・放射能研究や精密機械研究に対する助成、失業者対策費として内務省への 300 万円の寄付を挙げている[69]。以上のような三井報恩会の事業内容に関わる記事は、他紙には見られないものであった。

他紙に比べて中外商業新報は、三井報恩会事業についてはその内容を詳細に報じていた。このような中外商業新報の報道姿勢は、三井合名が出資者であった点が影響していると推測される。

おわりに

本稿の課題は、中小新聞社であった中外商業新報社が、両大戦間期にどのような経営戦略を採用し、それに基づいてどのような紙面を読者に提供していたのかを明らかにすることであった。両大戦間期における中外商業新報は、関東大震災による打撃が大きく、部数が伸び悩むという状況が続いた。この状況に対して、経営者の築田が、積極経営に基づく過剰投資を実施することにより、設備の遊休化を招いた。一方、発行部数の伸び悩みにより、中外商業新報社は低収益のまま停滞し、新規設備投資資金を内部留保から捻出することはできず、株主であった三井合名に依存せざるをえなかった。三井合名は、収益性の低い中外商業新報社への追加出資を敬遠していたが、1933 年に経営陣の交代、遊休設備の償

却を条件に増資に応じた。この増資に基づき新設備の投資が実施されたが、中外の経営状態は、その後も低成長のままであった。

このような中外商業新報社の経営動向は、結果として、中外が朝日や毎日とは異なり、規模拡大を志向しなかったことを意味する。中外において追加の設備投資が実施されなかったのは、発行部数が少ない中で現状を維持するためだけなら、高速の増産可能な印刷設備は、特段必要としないためであると考えられる。上述の通り、1923 年時点において中外商業新報よりも発行部数が多かった時事新報（5 位）や国民新聞（4 位）は、結局廃刊もしくは、他紙による買収に至ったのに対し、縮小均衡を志向した中外商業新報社は、戦後まで存続し、戦後に日本経済新聞として急成長を遂げることになった。

中外商業新報社の戦略は、組織面でも表れる。まず、人員構成の点では、中外商業新報社の編集部の人数は、8 社中最も少なかった。また、組織上、通信局が国内外に設置されず、支局が主要都市に設置されたにすぎなかった。朝日及び毎日が通信局及び支局を誕生させたのに対して、中外は、1930 年時点において最も人数の多い支社であった福島支社と大阪支社を 1936 年までに廃止した。

紙面については、特定の読者（貿易業者や財界関係者）を意識した構成となっている。また、株主である三井合名の意向に沿う形での報道が行われていた。以上から、両大戦間期の中外商業新報社は、朝日や毎日のように規模拡大を志向せずに、特定の固定読者を囲い込む形で、経済紙としての地位を維持するという差別化を図っていたと結論づけられる。

注

1) 日本経済新聞メディアデータ HP（http://adweb.nikkei.co.jp/paper/data/mo/）。
2) 同上。
3)『日本新聞年鑑』大正 13 年版、37 頁。
4) 日本経済新聞社の社史として、日本経済新聞社社史編纂室『日本経済新聞八十年史』1956 年、日本経済新聞社社長室社史編纂係『日本経済新聞九十年史』1966 年、日本経済新聞社史編纂室『日本経済新聞社百年史』1976 年の 3 冊がある。
5) 小汀利得『ぼくは憎まれっ子』日本経済新聞社、1971 年、87 頁。
6) 第 1 節の中外商業新報社の経営動向に関しては、主として『日本経済新聞八十年史』に基づいて、記述している。
7)『日本経済新聞八十年史』5-8 頁。
8) 同上、8 頁。
9) 吉川容「三井物産経営期の中外物価新報（1）」『三井文庫論叢』第 31 号、1997 年、84-85 頁。
10)『日本経済新聞社八十年史』26 頁。
11) 吉川「三井物産経営期の中外物価新報（1）」84-85 頁。
12)『日本経済新聞社八十年史』32 頁。
13) 同上、112-113 頁。
14) 同上、113 頁。
15) 同上、150 頁。
16) 同上。

17) 同上、151 頁。
18) 同上、150 頁。
19) 三井合名会社は、1905 年の非常特別税法改正に合わせて、三井銀行、三井物産、三井鉱山の直系 3 社を 1909 年～1911 年にかけて益田孝の指導の下で株式会社へ組織変更している（吉田準三『日本の会社制度発達史の研究』流通経済大学出版会、1998 年、66-67 頁）。
20)『日本経済新聞社八十年史』152 頁。
21) 同上、236 頁。
22) 同上、322-323 頁。
23) 小汀『ぼくは憎まれっ子』87 頁。
24)『日本経済新聞社八十年史』99 頁。
25) 同上、238 頁。
26) 同上、252-253 頁。
27) 同上、258 頁。
28) 同上、259 頁。
29) 同上、260-261 頁。
30) 同上、263 頁。
31) 同上、263-267 頁。
32) 同上、268-269 頁。
33) 同上、282 頁。
34) 同上、278 頁。
35) 同上、322 頁。
36) 小汀『ぼくは憎まれっ子』139 頁。
37)『日本経済新聞社八十年史』323 頁。
38) 同上、324 頁。
39) 同上。
40) 同上、337 頁。
41) 同上、338-339 頁。
42) 同上、340 頁。
43)「東京大阪十七社　職別全社員表　13 年 6 月現在」、『日本新聞年鑑』大正 13 年版。
44)「東京大阪十七社　職別全社員表　昭和五年十一月現在」、『日本新聞年鑑』昭和 6 年版。
45)「東京大阪十五社　職別全社員表　昭和十一年十二月現在」、『日本新聞年鑑』昭和 12 年版。。
46)『毎日新聞七十年史』毎日新聞社、1952 年、295-303 頁。
47)『朝日新聞社史　大正・昭和戦前編』、朝日新聞社、1991 年、431-439 頁。
48)「東京大阪十七社　職別全社員表　13 年 6 月現在」。
49)「東京大阪十七社　職別全社員表　昭和五年十一月現在」。
50)「東京大阪十五社　職別全社員表　昭和十一年十二月現在」。
51) 新聞社に記事を提供する通信社は多数存在していた。『日本新聞年鑑』昭和 7 年版では、新聞連合通信社や日本電報通信が挙げられている。中外の通信社からの情報購入は、当然に、追加費用をもたらすが、通信局や特派員の設置に比べると、必要とする費用は少なかったものと推測される。
52) 河崎吉紀『制度化される新聞記者－その学歴・採用・資格』柏書房、2006 年、81 頁。
53) 大明堂編輯部編『新聞記者・アナウンサー・ガイド・外務省留学生・外務書記生採用試験問題集付受験案内・受験合格手記』大明堂書店、1932 年、6 頁。
54) 以下の、小汀利得の経歴については、主として小汀『ぼくは憎まれっ子』に依拠している。
55) 小汀『ぼくは憎まれっ子』36 頁。
56) 同上、92 頁。
57) 河崎『制度化される新聞記者－その学歴・採用・資格』58 頁。
58) 大明堂編輯部編『新聞記者・アナウンサー・ガイド・外務省留学生・外務書記生採用試験問題集』3 頁。

59) 同上、31 頁。
60) 同上、21 頁。表 7 の合計の不一致は、史料によるものである。
61)「政府の救済諸政策は財界好転に効果薄」『中外商業新報』昭和 5 年 10 月 18 日。
62)「経済生活の改造」『中外商業新報』昭和 6 年 1 月 3 日。
63)「上半期さえ支えれば景気も出るだろう」『中外商業新報』昭和 6 年 1 月 3 日。
64)『大阪朝日新聞』昭和 5 年 10 月 10 日。
65)『神戸又新日報』昭和 5 年 12 月 13 日。
66)『中外商業新報』昭和 5 年 9 月 24 日。
67)「財団法人三井報恩会陣容いよいよ成る」『中外商業新報』昭和 9 年 4 月 25 日。
68)「『厚生』主義に基く三井報恩会の事業」『中外商業新報』昭和 9 年 6 月 8 日。
69)「科学研究の助成に社会事業の実施に」『中外商業新報』昭和 11 年 4 月 1 日。

第２章

新聞社の資本特性と社論

――労働組合法案の論評を事例として――

加瀬　和俊
（東京大学・社会科学研究所）

はじめに

本章の課題は、戦間期における主要な中央紙の資本の特性を確認した上で、それと社論との関連について大まかな見取り図を示すことである。

従来新聞の論調については、戦争報道や一般経済政策をめぐっていくつかの研究がなされてきた[1)]。本稿はこれに対して、財界と労働組合・無産政党との対立の主戦場であった労働組合法案をめぐる各新聞社の主張の相違とその時期別変化を検討対象とする。そこで、こうした課題を設定する意義を述べておこう。

戦間期は日刊新聞の急速な拡張期であったが、その背景には各新聞が勤労大衆の要望と気分に適合的な報道に努力したという事実があった。1920 年代に大半の新聞が共通に主張した普通選挙、政党内閣、軍縮等の課題は、そうした読者層の意向に密着したものであったといえる。

他方、新聞社はその資本金を経営者自身の資産によっているか、財界人等の富裕層の出資に依存している場合が通例であり、勤労大衆の出資によって支えられている存在ではなかった。その点で出資者の経済的階層は読者層である勤労大衆とは大きく異なっていたといえる。

このように企業としての新聞社の持っている勤労大衆との密着性と乖離性という両面の矛盾関係を端的に示す位置にあった論題として、1920 年代から昭和恐慌に至る時期の一大テーマであった労働組合法案があった。そこで本稿は、上で述べた新聞社の二面的性格の具体的現れ方について吟味するために、労働組合法案に対する各新聞社の主張とその変化を取り上げることとした。したがって、論文の構成としては前半で主要中央紙の資本としての性格を整理し、後半において各新聞社の労働組合法案についての主張を確認しつつ、それと資本の性格との照応関係を検討する。

1　主要新聞社の資本特性

ここでは 1920 年代における東京の有力紙について、その資本の特徴を整理したい。

(1) 個人企業

1）朝日新聞[2)]

朝日新聞社は新聞業界の最大の勢力でありながら、資本的には一貫して実質的に個人企業であった。大阪朝日新聞社は 1879 年に創設されたが、これを 1881 年に村山龍平・上野理一が譲り受け、匿名組合（3 万円）が出資する形態でスタートさせた。その後、星亨のめさまし新聞を 1888 年に譲り受けて東京朝日新聞とし、東京進出の足場としている。

1895 年には経営を東京・大阪の二社に分割し、それぞれを村山合名大阪朝日新聞社（資本金 13 万 5 千円）、村山合名東京朝日新聞社（7 万 5 千円）として、大阪中心の経営を続けた。1908 年には二社を統合して朝日新聞合資会社とし、資本金 60 万円を村山家（40 万円）と上野家（20 万円）で所有している。

増資の必要から 1919 年に株式会社に改組した。資本金は当初の 150 万円から、200 万円（1920 年）、400 万円（1922 年）、600 万円（1929 年）と速いスピードで増加していった。ただし株式は公開せず、実質的に村山・上野両者が大半を所有し、一部を従業員に所有させている。1920 年代における配当率は他社に比較して極めて高く（序章参照）、「高配当→社主の富の増加→資本増強」の形で私的蓄財と企業の発展を並進させ、新聞業界のトップ企業として成長を続けた。1933 年 11 月に社主・村山龍平は死去するが、その後も村山・上野両家が企業を所有する体制は維持された。

2）国民新聞[3)]

国民新聞は関東大震災で本社・工場を焼失し、その再建費用の調達難から他社に引き離され、1920 年代後半にはかつての一流紙の位置を急速に失っていった。

①徳富蘇峰単独時代

国民新聞は 1890 年に平民主義を標榜していた徳富蘇峰の経営の下で創刊された。その後、三国干渉への反発から蘇峰の国家主義・国権主義への転換とともに社論も転換し、超然内閣支持の姿勢が強かった。関東大震災で本社の焼失、読者の急減に見舞われ、その再建が大きな経営的課題となった。

②蘇峰と石川武美の共同出資

1923 年 12 月、『主婦之友』で成功した石川武美が資本参加した（蘇峰 150 万円、石川 100 万円）。この追加資金をえて社屋再建、増頁等の積極政策と値上げが実施された。しかし 1924 年 5 月、石川は出資を引き揚げることなく在任半年で退社し、蘇峰の単独経営に戻っている。

③根津嘉一郎経営期

社主の徳富蘇峰は経営再建のために新たな資本主を求めたが、根津嘉一郎がこれに応じ、1926 年 5 月に株式会社組織に変更された（資本金 300 万円）。根津は株式名義を分散したが実質的な根津の持分は 165 万円、蘇峰 50 万円、石川武美 35 万円であり、根津が蘇峰、石川の持分を買い取る形で過半数の株式を得ている。社長は蘇峰で、根津は相談役であったが、取締役の多数は根津系が占めた。1929 年 1 月、蘇峰は自由な執筆を制約されることを嫌って退社し、以後、実質的に根津の個人企業として経営された。

根津は経費を節減して再建を図ったが、昭和恐慌下で売上げの大幅低下を招き累積赤字が膨らんでいった[4]。1932 年 5 月には根津は、東京への進出をねらっていた愛知県の有力紙＝新愛知新聞に経営を任せようとして交渉したが、根津が資本を所有したまま経営を委託するという条件であったため、新愛知側が断ったという[5]。

この直後から約 4 ヶ月間、相場師等の前歴を持つ松尾正直が社長になっている（1932 年 6～10 月）[6]。根津が雇われ社長として松尾を招いたのであろうが、松尾は積極経営を試みて失敗し、短期間で経営を離れている[7]。

④新愛知新聞社による買収

根津は再び新愛知新聞と交渉して国民新聞を売却し、同紙は 1933 年 5 月から新愛知新聞傘下の新聞として再スタートすることとなったが、ここでも実質的な個人企業（社主・大島宇吉）としての性格は継続している。その後も毎期赤字を計上し続け、1937 年に繰越損失金 407 万円の償却のために減資とその後の増資を行っている。

3）報知新聞[8]

1872 年、前島密によって郵便報知新聞として発足し、大隈重信関係者の資本が中心であったというが、1894 年に社員の三木善八（1886 年に入社）が買い取って社主となり、1924 年の引退までその位置にあった。1924 年 6 月に株式会社化を発表しているが、この時点の

出資金 50 万円に数倍するといわれた積立金を従業員に特別功労金として配分している。株式会社化に際して定められた定款では、同一人の株式数を総株数の 5 分の 1 に制限する規定をおいているので、個人企業からの近代化が意図されていたと見られる。

関東大震災では社屋に被害がなかったため、一時的には他社を尻目に部数を急増させることができ、1920 年代を通じて黒字を維持して低率ながら配当を続けていたが、朝日・毎日に大きく引き離され、対策の必要性が意識されていた。

1930 年 5 月の株主総会で講談社の野間清治が社長に選任され、野間の個人会社的な性格を強くした。野間の資本力と経営力が期待されたが経営の悪化が続き、累積赤字が増加していった。1938 年には三木武吉がこれを譲り受けたが、1942 年に読売新聞に統合された。

⑵ 財界出資型

1）読売新聞[9)]

読売新聞は寺内内閣の外相を務めた本野一郎家の私的経営として発行されていたが、部数が低迷を続け、白虹事件で退社した元東京朝日新聞編集局長の松山忠二郎がこれを買い取って 1919 年 10 月に社長に就任した。

経営再建のために松山は、工業倶楽部の和田豊治・内藤久寛・郷誠之助・中島久満吉・大橋信太郎・川崎八郎右衛門・藤原銀次郎らの出資で 100 万円の匿名組合を組織した（うち読売の買収費に 30 万円を使用）。松山社長の下で業績は徐々に上がったが大震災で打撃を受け、1924 年の発行部数は 5 万部に落ち、欠損が毎月 1 万円を超える状態になった。

ここで出資者の財界人が経営者の交替を意図し、郷が正力松太郎に声を掛け、正力は後藤新平に援助された 10 万円で 1924 年 2 月にこれを買収して社長となった。この際に「財界有力者が改めて匿名組合を作り、約 60 万円の資金を供出し」、藤原と郷が世話役的位置にあったとされている。なお、出資者達は工業倶楽部の毎月の例会に集まっていた人々であったという。

正力の企画が当たったこと、財界人の人脈に支えられて「三井合名、三菱合資、王子製紙、愛国生命、川崎銀行、十五銀行、川崎信託、岸本」等から資金調達できたこと[10)]等の好条件の下で躍進に向かうことになり、発行部数は、1924=5.5 万、1930＝22 万、1935＝67 万、1940＝132 万と急増し、夕刊のない二流紙として扱われていた状況も 1931 年 11 月には克服している[11)]。

読売は内部留保をあつくして積極的な投資と事業拡張を行っており、そのために配当を抑える方針をとっていた[12)]。利益本位で出資していた財界人も、経営が伸張している限り、正力の経営をバックアップし続けたのである[13)]。

この結果、おそらくは積立金等で示される内部留保の増加が基礎条件となって、出資者である財界人の意向から相対的に自立した社論を展開する条件が形成されたものと推測

される。正力は生粋の警察官僚であり、その民衆観は警察官僚としてのそれであったが、読売新聞の社説は読者に受け入れられやすい単純明快な論理を意図的に採用していており、後に見るように理念として社会政策の重要性を強調しつつ、具体的論争点には触れないという独特の姿勢を示していた。

2）中外商業新報[14)]

1876 年、「中外物価新報」として、三井物産の中外物価新報局より発行され、資本金も三井物産社長の益田孝が全額負担していた。1882 年、政府の新聞取締の影響を受けて物産から独立して匿名組合で経営する方式に移り（出資者は有力財界人）、1889 年に「中外商業新報」と改題している。収支難から 1904 年には出資者団体の商況社を解散して、それまで社長・主幹を務めていた野崎広太の個人経営へ移行している。

1911 年に株式会社化したが（社長は 1918 年まで野崎広太）、この時の株式を三井が引き受けたことによって三井との資本関係が復活した。資本金は当初の 10 万円から 100 万円（1920 年）、150 万円（1924 年）、200 万円（1928 年）に増額したが、実質的に三井合名が全額を負担していた。震災前の部数 15 万部が震災で 7 万部に落ち、容易に回復しない状況の下で、追加出資を迫られた三井側に解散論が強まったこともあった。

経済記事を重視した新聞であり、社論は財界の意向をストレートに反映していたといえる。特に、財界の利害がからみながらも一般紙では系統的に扱うことがふさわしくない記事――1930 年代の戦時経済化の過程における産業統制強化反対論等――に関して独自の主張を続けた存在であった。

⑶ 多数出資者型

1）毎日新聞[15)]

大阪毎日新聞は、大阪財界人の意図にそって計画され、「実業本位の新聞発行は、多年政党者流の放縦なる論議に悩まされつつあった人々の共鳴を得て」、1888 年 11 月にスタートした（出資金 3 万円）。発足時には経営陣内でトラブルが続き、順調に進展しなかったため、大阪財界の重要企業であった藤田組の幹部社員であった本山彦一が「大阪新報」、「時事新報」等に勤務していた経験を買われて相談役となった（1899 年 4 月）。その間、原敬社長（1898～1900 年）、小松原英太郎社長（1900～03 年）の時代を経て、1903 年 11 月に本山が社長に就任し 1932 年の死去までほぼ 30 年間その地位にあった。以上のような経過から、出資は大阪財界人を中心にしつつ相当人数に分散しており、社長の所有株数はごく少ない[16)]。

1910 年に合資会社となり（資本金 50 万円）、1918 年 12 月の株主総会で株式会社（資本金 120 万円）への改組を決定しているが、追加の 70 万円の資本金のうち 50 万円は旧出資

者に割当て、他の 20 万円は「従業員中部長、副部長、助役等の役にあるもの、および 10 年以上の勤続者を主とし売捌店、広告取次店その他関係ある功労者に分つ」(『稿本 本山彦一翁伝』340 頁）方法が取られている。

同社は大阪での地盤を固めると 1911 年に東京日日新聞を買収する方式で東京進出を果たし、大阪で得た利益を東京での事業に投入していった。第一次大戦期には急成長して年 3 割の配当を続け、1920 年代にも 2 割配当を維持し[17]、資本金は 250 万円（1921 年)、500 万円（1924 年)、1000 万円（1928 年）へと急増させている。

本山社長の死去（1932 年 12 月 30 日）の後、幹部人事をめぐって大阪毎日と東京日日の幹部の間で対立が表面化し、1936 年まで社長ポストがない変則的状態が続いた。混乱の収束に向けて 1935 年に実施された大幅な人事の交替は、何人かの主要株主と社内のグループが結びつくことによって引き起こされたと報道されており、「多数の大株主たちを速かにつかみ得た者が将来の覇者たり得る」といった問題点を残していた[18]。

2）時事新報[19]

1882 年に福沢諭吉が創刊し、出資者・役職者・記者のいずれにおいても慶応義塾出身者が絶対的地位を占めていたといわれる。1901 年に福沢が死去すると、次男の福沢捨次郎が社長になり（26 年の死去まで在任)、個人企業の性格を継続している（1905 年に合名会社化)。1905 年に大阪時事新報を別会社の形式で発行し大阪での部数拡張をねらった。

1920 年に大阪時事を統合して株式会社に改組した（資本金 500 万円)。しかし大阪時事は収支難が続いたため、1923 年には再び分離し、1930 年には神戸新聞社に売却している。1931 年末現在の株主構成は 406 人、10 万 5 千株（資本金＝額面 525 万円）で、筆頭株主の福沢時次郎が 18.9%を所有し、依然として福沢家の家業的性格も残している。大震災で本社が全壊して経営的に大きな打撃を受け、以後経営難が継続した。経営陣の選任は株主の中の有力財界人が相談して依頼する方式によっており、他の新聞社のように企業を所有・経営したい者が買い取る方式ではなかった。

時事新報は 1920 年代から赤字を続けており、武藤山治社長時代（1932～34 年 3 月）には連載「番町会を暴く」で刺激的報道をして部数増加を図ろうと試みている。武藤殺害の後を継いだ門野幾之進も、武藤同様に私財を投入して立て直しを図ったが、赤字を脱却できなかった[20]。

経営悪化の結果、最終的に解散案が有力になった 1935 年にも、慶応義塾出身の大毎・東日の幹部達が再建策を練り、松岡正男社長（東日顧問)、前田久吉専務（大毎顧問・日刊工業新聞社長）の体制となった。この再建計画の際にも、「更生の当座の運用資金は慶応の先輩たちが都合し、退職金の支出なども当分この方の金でこと欠かぬらしい」と見られており、経営体として純化されてはおらず、同窓会的性格を残存させていた[21]。しかし、

経営陣から提案された減資・増資案（110 万円に減資した上で、310 万円に増資する）が賛同を得られず、1936 年 12 月の株主総会で解散を決定し、東京日日へ営業権を譲渡するにいたった[22]。

(4) 小括――資本の性格と資金調達・利益配分方式

財界・財界人と新聞社との関係について検討するために、新聞経営に間接的に深く関わっていると見られる藤原銀次郎をとりあげてみよう。藤原は王子製紙の専務（1911 年以降）、社長（1920 年以降）として新聞企業に用紙を販売する立場にあり、その点で新聞社と対立する関係にあったが、他面で主要な新聞社に影響力を及ぼし得る出資者・株主の立場にもあった。具体的には読売新聞の匿名組合の構成員であり、郷とともに正力へのアドバイザーの位置にあった。また、毎日新聞社、時事新報社の株主でもあり、毎日新聞社の本山社長が 1932 年に死去して後継社長が決まらない中で、取締役に選出され経営陣の一角に食い込んでいる。この時期に彼は「故高木利太其他の株を肩更り」して一気に総株数の 6%以上を有する筆頭株主になっており、この役員入りが意図した行動であったことがわかる[23]。しかし、同じ三井財閥の総帥でもあった池田成彬の反対にあって直後に取締役を辞任している。その経緯の詳細は不明であるが、労働組合法案をはじめとした財界の社会政策反対運動の中心メンバーであった藤原が、大新聞社の経営に直接に関わろうとしたことの新聞産業史上の意味は小さくないと思われる。

このことは、一般民衆を顧客とする新聞が民衆の利害を主張する際の大きな制約事情として、財界人の利害に直接にぶつかるような社論は展開しにくかったことを示唆している。後に具体的に見るが、労働組合法案等において財界の反対運動と対決する主張を継続した中央紙が、実質的に個人企業的性格の強い新聞社（朝日新聞、徳富蘇峰時代の国民新聞、内部留保を積み上げた段階での読売新聞）にほぼ限られていたことはこの点で象徴的であろう。

2　労働組合法案をめぐる中央紙の諸論調とその背景

(1) 経過と論争点

労働組合法案は 1920 年から 31 年までの間に３つの大きな山場を持って論争対象となった。第一の時期は、第一次大戦期における労働組合の発展と争議の多発にともなって、一方では労働組合を規制しようとする取締法制定の意図が生まれ、他方では労働組合を容認して協調的な労使関係を形成していこうとする政策構想が強まり、それぞれが農商務省案、内務省案となって 1920 年に臨時産業調査会で論争された段階である[24]。

第二の時期は、社会政策の充実を掲げて 1925 年 8 月に発足した第二次加藤高明内閣（およびその後継の若槻内閣）が行政調査会を設置して労働組合法案の審議を始め、社会局が 1920 年の内務省案を労働運動に有利な方向に手直しして（争議による損失の民事免責等）、新たな法案を公表したことによって、大きな論争が巻き起こった時期である。社会局の原案は行政調査会において司法省・商工省との論争・調整を経た上で、労働組合の自由度を高め、権利をより強める方向に明確化されて、1926 年 2 月に帝国議会に提出されたが、衆議院段階で審議未了に終わった[25]。この過程を通じて資本家団体によって激しい反対運動が展開され、多くの新聞が社会局と資本家団体の論争に対して社論を明らかにしたのである。

第三の時期は、民政党内閣の 1929～31 年の段階である。1929 年 7 月に成立した浜口内閣は社会政策の重視を重点政策の一つに掲げ、8 月に社会政策審議会を設置して、労働組合法制定問題について諮問した。この答申を得た上で社会局は 29 年 12 月に組合法の草案を発表している。これに対して全国の資本家団体から強い反対運動が起き、それが法案の審議未了まで継続することになった。この反対運動は政府を大きく動かし、社会局の原案は大幅な改訂を余儀なくされた。具体的には内務省原案に比較して、①争議にともなう損害の民事免責規程が削除され、法人組合については民事有責が規定されたこと、②外部者（職業的活動家等）の組合加入が制限されたこと、③自由に組合を組織することができず組織形態が「職業別・産業別に限定」されたこと等の変化があった。これは資本家団体の強い反対がある限り議会を通過する可能性が少ないという現実を前にした政府の妥協の結果であった。これに対して無産政党は、法案が「骨抜き」を越えて組合保護法から組合取締法に変質したとして、組合法案反対に転じている。しかし政府はそれに構わず法案を 31 年 2 月に衆議院に提出したが、衆議院を通過することなく、審議未了となり廃案に至っている[26]。

以上、10 年以上にわたった論争期間を通じて、各新聞がどのような主張を行っていたのかを整理してみよう。

1）1920 年段階

この時点では、政府の労働組合政策の構想が法案として具体化されていなかったこと、発足して間もない資本家団体（日本工業倶楽部）の体制が整備されておらず、反対運動が組織的には展開されなかったこと等の事情があり、理念的・抽象的な議論が中心であった。そのため、労働組合がすでに存在し、組合が関与した争議が増加している以上、労働組合法制が必要であろうという一般的前提の下で、農商務省案（産業発展のために労働組合運動を取り締まる観点からの立法志向）と内務省案（労使関係の近代化に向けて労働組合の権利を拡張する方向での立法志向）についての議論が大きな争点をなしていた。

この段階で明確に内務省案支持の立場から論陣を張ったのは朝日新聞であった。朝日新聞は、労使は力が対等ではないから、労働組合を保護しなければ労使関係は近代化しえず、労働問題は解決できないとする立場を明快に主張し[27]、最も頻繁にこの話題を取り上げている。

たとえば社説「労働組合法案を評す」（大阪朝日 1920 年 5 月 10 日）では、内務省案を支持することを表明した上で、労働政策の推進のために労働行政の官庁機構の統一を要望している。そしてその新機関は、警保局（労働者・争議参加者を犯罪人のごとく取り扱う傾向がある）からも、農商務省（産業本位、したがって企業家本位になりやすい）からも影響を受けない機関でなければならないと主張されていたのである。

毎日新聞もこの段階では組合の自由設立の容認（認可主義の否定）、「縦の組合」だけではない横断組合の容認、治安警察法 17 条の撤廃等を主張している点でほぼ同様の立場に立っていた。「労働組合法草案　大に進歩的なり」と題した社説（大阪毎日 1920 年 5 月 22 日）は、内務省案の方が進歩的で支持できるとした上で、労働組合を認めれば必然的に政治運動に発展するから、合わせて普通選挙を認めるべきであるとして、むしろ普通選挙の正当性・必要性を補強する課題として労働組合法の制定を支持している。同じく「再び労働組合法案に就て」（大阪毎日 1920 年 6 月 7 日）および「労働組合法　無定見の現政府」（東京日日 1920 年 6 月 15 日）では、臨時産業調査会での議論が農商務省案の方向に傾斜している状況を批判している。財界の意向が明確に示されていなかった理念的議論の段階では、毎日新聞も積極論を提示していたこと、その立論の仕方は大正デモクラシーの中心的課題としての普通選挙要求の一環（ないし系論）として、西欧型の労働組合法の必要性を主張するものであったことに注目しておきたい。

報知新聞、時事新報の論調も、一般論の域を出ないが、法制定によって労働組合が発展することを積極的に支持する立場であった。報知新聞は、「労働運動の現状」（1920 年 11 月 9 日）で、不況になってしまった結果、労働運動は沈滞し、労働組合法案も棚晒し状態になってしまったことを嘆きつつ、組合法制定を含めて労働施策拡充の努力を続けよという積極論を展開している。また時事新報は、社説「労働組合法の実現を望む」（1922 年 12 月 4 日）において、社会局が内務省の外局として設立された時点で、この新官庁がまず取り組むべき課題として、労働組合の組織と運動を容認する労働組合法を制定すべきことを主張している。

以上のように中央紙の多くが労働組合法の制定に積極的であり、労働組合の権利を容認した内務省案を支持している中で、中外商業新報はこれに反対し、自覚的に資本家的立場からの主張を行っている。同紙の 1920 年 1 月 22 日の社説は、産業発展の立場から、労働運動を規制する農商務省案の方が適切であると述べている。

また国民新聞の論調は、国民の中に利害対立が生じるのは望ましくないという観点から、

組合法制定によって労働争議にともなう混乱が助長されることを危惧し、その立場から政府の構想を批判している。まず「労働組合法」と題した社説（1919 年 10 月 24 日)においては、罷業によって公共に迷惑がかかるから国家的規制が必要であること、政府は治安警察法 17 条の修正を容認する姿勢であるが、それでは労働者が組合加入等を勧誘されて迷惑を被るようになるとして、法改正に反対している。また「期待を裏切る労働組合法案」（1919 年 12 月 5 日)では、農商務省案よりも内務省案が有力視されつつある状況を批判している。

以上のように法律制定が具体的動きにはならず、資本家団体の反対運動もほとんどなかった状態の下で、中央各新聞の多くは一般論として労働組合を保護し、その権利拡張を容認する主張を掲げており、これに反対したものは、自覚的に資本家的利害を主張していた中外商業新報と、国家主義的立場から国民間の利害対立の表面化を嫌った国民新聞に限られていた。こうした反応は、にわかに浮上した政府主導の組合法構想に対する各新聞社の即時的対応であったとみなすことができよう。

2）1925～26 年段階

この時期には 1926 年 2 月に法案の帝国議会での審議がなされ、これに向けて資本家団体の反対運動が激しく展開されたことに規定されて、各新聞の論調はより自覚的なものとならざるをえなくなり、論調に大きな変化が生じてくる。この段階での論調を、社会局原案に対する賛成、反対を基準に整理してみよう。

A：賛成論

労働組合法案、特に社会局の原案を支持したのは朝日、国民、読売であった。まず、朝日新聞は 1920 年時点の主張をより具体化して法制定の必要性を主張しているし、期待が外れて法案が成立しなかった時点で、「来議会に再提出の労働組合法案は進歩的修正を予想さる」（大阪朝日 1926 年 7 月 12 日）として、改善された法律の制定が「輿論次第で不可能ではない」という期待を語っている。

注目されるのは国民新聞が、先にふれた 1920 年時点の主張を 180 度転換して、労働組合保護・奨励の立場に転じたことである。「労働条件に対する団体交渉権の確認　国情に適した合理的の法案」と題した社説（1925 年 8 月 8 日）は、内務省原案に賛同する姿勢を明確にしているし、「組合法に欠く免責規定問題」（25 年 9 月 29 日）においては、労働組合側からの原案批判に賛同して、争議による企業の損害に関する免責規定を明示的に記載せよとする立場を表明している。

国民新聞の社主であった徳富蘇峰の思想からすれば、国民一般と対立する資本家の利害を擁護する意図はなかったから、1920 年の主張のように、国民一般に迷惑となり、国民の

分裂を助長させるとして組合運動を批判するか、企業に労働者の生活への配慮を迫るために組合の強化に賛同するのかは、状況に依存していたと考えられる。1925 年に法律制定に結実した普通選挙実現運動に国民新聞が熱心な主導者であったこともあり（徳富蘇峰は婦人参政権の熱心な主張者でもあった）、資本家団体の労働組合法制定反対運動に対抗して、社論が転換したと見ることができる。資本参加していた『主婦之友』社長の石川武美の立場も庶民一般を読者とする出版業経営者のそれであったから、この主張に異論はなかったものと思われる。

読売新聞も労働組合法制定に積極的な主張を展開している。この時点の同紙は治安維持法反対の論陣をはり（1925 年 2 月 19，20、21 日の社説等）、失業問題を重視して政府の無策を批判しており（1925 年 6 月 9 日、8 月 21 日、9 月 1 日の社説等）、そうした社会政策重視論の一環として労働組合法案についてもその制定を支持していたのである。

ただし読売新聞の主張は労働組合法制定の総論のみであり（特に重大論点であった民事免責等の具体的論点には一切触れていない）、主張は政府に対する要望のみであって、資本家がこれに反対している事実については全く言及がなく、したがって資本家団体の主張に対する批判も一切ない。この点は、最も頻繁に論じていた治安維持法案反対、失業対策要求が、いずれも政府への批判・要求だけを述べればよい課題であって、資本家団体に対する主張ではなかったことと軌を一にしている。すなわちそれは、一般読者の平等志向の感性に即して労働組合の法認を求めてはいるが、資本家団体と対抗することは避けているといえる。読売新聞がこの時期に社説として労働組合法案に触れているのは「人類進歩の上から　労働立法の考慮を望む」（1925 年 9 月 29 日）の一回のみであるが、「労働立法の運命に対し吾等は切に、政府がもっと人類進歩の大局から、その成立に万全の努力を尽すことを望みたい」という主張の通り、その論理は理念論・一般論に終始しており、この社説からは、資本家団体がその制定に反対していることを知ることはできないのである。

このことは他の社会政策関連の社説においても、同社が現実とは離れた理念的・抽象的な議論に傾斜する傾向が強かったことと対応している。たとえば、「失業者の救済に地方起債など手ぬるい」とした社説（1925 年 8 月 21 日）は、「労働組合法案を確立して失業者の救済策を労働者の自治に任かす事が、問題解決の為には何よりの逕径であらう」と述べている。これは労働組合の失業共済制度が失業保険制度へと発展した欧州諸国の経験を念頭においた主張であろうが、日本における当面の労働組合問題にとっては迂遠で非現実的な論点であったというほかはない。

発足直後の読売新聞は、読者の気分に即した論調（特に松山忠二郎社長時代からの固定読者になじみのある論調）として社会政策の重視を掲げ、その点で不十分な政府の姿勢を批判することには積極的であったが、政府の姿勢をそうさせている資本家団体の主張・行動については全く言及がないのである。この点は、社主である正力を支えている資本的基

盤が日本工業倶楽部の有力者の組織した匿名組合であったことと密接に関わっていたと見ることができる。

B：中間的立場

是々非々論を展開し、資本家団体の要望と労働組合側の要望に対して調停者的立場を選択した者がこのグループである。1920 年時点で原則的な賛成意見を述べた新聞社が、資本家団体の反対運動が展開され、論争点が具体的になる中で、資本家側の主張にそのスタンスを移しつつ、なお労働組合容認の姿勢を全面的には捨てていない段階である。

毎日新聞は、「労働組合法案の修正意見　資本家側の再考を求む」（1925 年 9 月 16 日）と題した社説において、法制定を促進する立場を基本としつつ、是々非々論を展開している。まず、資本家団体の主張全体に対する批判的コメントとして、労働者の利益が増せば資本家の利益が減ると考えるべきではないこと、労働行政の国際的協調に配慮すべきこと、普通選挙が実現されたという時代の変化を考慮すべきこと等を述べた上で、工業倶楽部の修正提案 4 項目について論評し、組合の設立目的に技能向上・相互扶助を加えることには賛成、組合員が 50 人以上いなければ組合を認めないこと、1 工場単位の組合しか認めないことには反対であると述べている。資本家団体との距離を明示して、是々非々の姿勢を強調していることが読み取れる[28)]。

C：反対論

中外商業新報は 1920 年時点の内務省案反対論をより具体的に論じており、社説以外の記事においても資本家団体の反対運動の推移とその論理を最も詳細に報道している。「労働組合法案　非常な急進的の案である」（1925 年 8 月 21 日）と題した社説においては、労働組合が避けられない時代的趨勢であるなら、その望ましからざる行動を規制し善導することこそ政府の役割であるのに、原案は労働組合に権限を与えすぎているとして反対している。ここでは 1920 年における農商務省案と同様の、争議規制法・労働運動抑制法が求められており、資本家団体の主張に同調するという明確な意思にもとづいて社論が決定されていることが否定できない。

時事新報も政府案反対に近い姿勢を示している。「人気取りから一波瀾起るか　内務案か農商案か　問題の労働組合法案」（1925 年 8 月 27 日）を見出しとする記事（社説ではない）は、労働組合法案が与党の人気取りの方策に過ぎないと揶揄する論調で法案をめぐる推移を報道している。

3）1930～31 年段階

田中政友会内閣期（1927 年 4 月～29 年 7 月）には労働組合法案の動きは中断したが、

29 年 7 月に民政党内閣が成立すると、社会政策審議会の答申にもとづいて社会局が法案を作成した。しかし、これに対して資本家団体の全国的反対運動が展開され、議会の通過が危ぶまれたために、政府は妥協を余儀なくされ、①争議行為についての民事免責、②自由設立主義（届出主義）、③組合員の範囲についての組合独自の自由決定権（企業外の者の加入可能）等、社会局原案に含まれていた重要項目がことごとく削除・修正されて政府提出法案が作られた。これに対して労働組合側は、修正法案では法制定の意味がなくなり、却って労働組合を規制・圧迫するものになってしまうとして法案反対に回っている。法案は 1931 年 2 月 24 日、第 59 回帝国議会に提出されたが、衆議院は通過したものの、貴族院で藤原銀次郎（毎日新聞社の筆頭株主）、根津嘉一郎（国民新聞の所有者）らの参加する委員会で審議未了となり、廃案となった。

この時点での資本家団体の反対運動は、昭和恐慌期で企業経営に余裕がなかったという事情もあって激しいものであり、反対理由も極めて具体的であった。ここでの新聞社の主張は、政府原案支持・修正案反対か、政府原案反対・修正案支持かに二分されざるをえなかった。財界団体は本音においては労働組合法を流産させ、争議規制法を制定することであったが、運動の要求は法案の修正であったから、各新聞の主張には法律制定自体に反対する論調はない。ここでは、有力財界人が関係している新聞社は軒並み資本家団体の側に立った論調に転じていることが特徴的である。

A：社会局原案賛成論

朝日新聞は社会局原案支持の立場を一貫して明瞭に示し、資本家団体の意見を入れた政府修正法案（提出法案）には反対の立場をとっている。「労働組合法案の修正　全く骨抜となる」（大阪朝日 1931 年 2 月 15 日）においては、修正内容は資本家本位であって、法制定の意味が失われたとして全面批判を行っているし、「労働組合法案の審議　議会の機能を発揮せよ」（大阪朝日 2 月 26 日）では議会内の審議を通じて社会局原案に戻すよう議員に呼びかけている。

朝日新聞と同様の論調で社会局原案賛成論を主張したのは読売新聞であった。読売新聞は、すでに見たように 1925～26 年段階の主張は政府に対する主張であって、それに反対する資本家団体の運動には言及していなかった。しかし 1930～31 年段階においては、「労働組合法案と政府の決意」と題する社説（1930 年 5 月 27 日）に典型的なように、政府に対して明確な対応を要求するだけではなく、政府案に反対している財界の姿勢を批判する方向も打ち出している。

「労働組合法案　反対者側の理由立たず」と題した社説（「よみうり直言」1930 年 6 月 11 日）では、「資本家団の挙って反対することに敢へて不思議はない」が、その態度は「自家擁護の利己的立場にのみ終始」した「勝手千万な見解」であり、「温情主義といふが如

き前時代の迷夢に過ぎざる対策を以て労働者を不当に圧迫し来れるわが国の資本家」は「時勢を解せざるもの」であると批判している。

読売新聞は財界有力者によって資金的に支えられ、正力社主は「番長会」のメンバーとして財界と強くつながっていたにもかかわらず、読者拡大に直結する紙面構成、イベントの展開等によって順調な部数拡大を達成してきたことの結果として、内部留保を増額し、出資者の意向に直接的には左右されない独自性を明瞭にしてきたと判断される。このことは、業務に熱心で能力がある限り、左翼出身の記者も擁護したといわれている[29]正力社主の長期的観点に立った実利主義の結果といえよう。1925 年時点では資本家、特に読売新聞の出資者である藤原銀次郎・郷誠之助等の労働組合法案反対運動のリーダー達の論法を批判することは遠慮されていたのであるが、正力の事業が成功し、次第に資本主の直接的な束縛から自立することができるようになった結果として、新聞経営の利害が優先し、読者の意を迎える方向に社説の執筆姿勢が変化していった事情が推測される。

ちなみに読売新聞は、1930 年代における読者の急増を、文芸関係記事の重視やイベントの多発等、大衆文化への密着の方向で達成したので、結果として読者の構成は新中間層よりも下層の勤労大衆層が多数を占める状況となっていた。このことは新聞経営の利害として、相対的に下層の人々の気分に見合った論調を必要とさせたと判断される[30]。

B：原案批判、修正案賛成

社会局原案を過激に過ぎるとして批判し、資本家団体の主張要求に賛同して修正案を支持する見解は、毎日新聞が最も体系的に展開している。まず、「労働組合法案の批判　立法は必要」と題した社説（大阪毎日 1931 年 1 月 21 日～23 日)は、法律の有無に拘わらず組合も争議も現に存在しているのだから、組合活動を規制するために労働組合法も争議取締法も制定するべきであると主張している。従来からの主張の延長線上にあるとはいえ、争議取締法の制定を明示的に主張している点で、資本家本位の立場であるといえよう。

この立場から政府の修正案は高く評価される。「労働組合法案の修正は妥当　机上論を排す」（東京日日 1931 年 2 月 22 日)と題する社説は、政府が提出した修正法案は自分達の提案に沿ったもので支持できるとした上で、組合法の目的は労働組合に「規律と統制を与えること」であって、政治運動色の強い労働運動を規制して労使協調を実現するためにこそ組合法が必要であるとしている。この修正法案はその方向を切り開くものとして支持されているのであって、かつての農商務省案につながる労働団体取締論である。

他方、国民新聞は 1925 年の社会局案支持の態度を再び転換し、毎日新聞と同様に資本家団体の主張に賛同している。社説「労働組合法案に就いて」（1931 年 2 月 10 日）は、社会局原案が「凡ゆる労働組合を公認せんとしている」こと、ゼネスト入りが容易なこと、労働ブローカーが組合に入りやすいこと、同一工場に二つ以上の組合ができて紛議が生じ

る可能性があること等を法案のマイナス面とし、特に「争議に依る損失は総て雇主の負担に帰する」ことになる「免責規程」の存在は「産業破壊」になると強調している。原案が通って「争議の解決は労働者の主張を全部容認するの外なきこととなれば、産業といふ産業は、国際経済関係の密接緊張せる今日、何れも採算を割るに至ることなきを保し難い」とし、それは英国の産業界が凋落した経験を繰り返すことになると述べている。

こうした国民新聞の論調の再転換は、1926 年以降、根津嘉一郎が実質的な社主となり、29 年には蘇峰も退社したことの直接的結果といえる。根津は貴族院における労働組合法案審議の委員会の委員であり、それを審議未了とするための役割を果たしているのであるから、この主張転換が彼の意向を反映してものであったことは間違いない。

報知新聞は、社説「労働組合法の改案　大体に於て良し」（1931 年 2 月 24 日）において、同社が希望していた改正点は修正法案によってほぼ受け入れられたとして、資本家団体はこれ以上の反対をすべきではないと付言している。

時事新報は労働組合法案の報道には熱心ではなく、法案の修正内容に対する賛否には触れていない。わずかに、「労働組合法案の賛否」（1930 年 6 月 10 日）において、「組合法制定を以て時期尚早なりや否やを決するものは、労働界の気風の現状如何、就中労働者の理解と規律如何に在りと信ずる」として、日本の産業の現状にマイナスにならないように組合が労使協調に努力するならば、労働組合法はあっても良いという姿勢にとどめている。

また一貫して労働組合法案に反対し続けてきた中外商業新報は、この段階でも同様であり、政府案の骨子が伝えられた早い段階で、内務省案を全面的に否定し、工業倶楽部の修正要求を逐一解説しつつ、それに全面的に賛同する論陣を張っていた（「労働組合法の批判　工業倶楽部の意見を見て」1929 年 12 月 24～26 日）。

4）小括

以上、1919 年から 31 年の間に 3 回の論争を経験した労働組合法案に対して、主要な中央紙がどのような社論を展開していたのかを見た。これによると、1920 年前後において対立点が十分に展開されていなかった段階では一般論的・即時的な報道でしかなかった新聞社も含めて、1925～26 年、30～31 年段階ではかなり明確な態度を示さざるを得なかったことがわかる。

そして個人企業と言うべき朝日新聞、国民新聞（1925～26 年時点）、個人的指導力を強く発揮した読売新聞（1930～31 年時点）が労働組合保護助長論を展開したのに対して、三井財閥丸抱えの中外商業新報が一貫して反対論を展開し、財界関係者との関係が密なその他の新聞社が財界の修正要求をほぼ支持していたことが明らかになった。

以上のように、労働組合法案の審議過程に示された各中央紙の主張の特徴は、財界関係者との距離関係が各々の主張に強く影響していたことを示している。

おわりに

本稿は各新聞社の出資者の性格がその論調を強く規定した事実について、労働組合法案を事例として検討した。その結論は資本金が経営者個人によって所有されている場合には、言論人としての経営者の主張がストレートに反映されるが、資本金が財界人によって多く所有されている場合には財界側に立った主張に傾斜しやすいという単純な相関関係の存在であった。この立場からすれば、資本所有者の性格が大きく変化した国民新聞がその論調を対応的に大きく変えたことも、一貫して財界人に支えられつつも事業家的成功によって経営者の自律性を高めることができた読売新聞が次第に資本家団体から自律的な主張を行うようになったことも不思議ではない。

なお本稿では各新聞社の性格を対比することを重点としたために言及しなかったが、現実の論調の分析のためには、新聞報道を取り巻く時代思潮の推移も重視しなければならない。たとえば、1935～36 年において社会局作成の退職積立金及退職手当法案をめぐって財界が反対運動を展開した際には、軍部の財界批判に対する新聞社の迎合的姿勢が強く表れ、中外商業新報以外の諸新聞はこぞって社会局案容認＝財界批判の姿勢を示している[31]。国際的経済対立と国内的経済統制強化の下で、経済問題をめぐる論調がどのように変化し、それが民衆の世論形成にどのような影響を与えたのか。時代の動きと相互規定的に影響しあったと思われるこの論点について、さらに検討を試みたい。

注

1) 江口圭一による満州事変を契機とする中央紙（朝日・毎日）、および有力地方紙（新愛知・名古屋）の記事内容の転換についての実証分析（江口『日本帝国主義史論』青木書店、1975 年 9 月。同『日本帝国主義研究』青木書店、1998 年 2 月）。中村宗悦「『高橋財政』に対する新聞論調――『東京朝日新聞』社説の分析」『歴史評論』2010 年 3 月号。

2)『朝日新聞社史　明治編』(1990 年 7 月）、『朝日新聞社史　大正・昭和戦前編』(1991 年 10 月）、朝日新聞大阪本社社史編纂室『村山龍平伝』(1953 年 11 月）等による。

3) 有山輝雄『徳富蘇峰と国民新聞』吉川弘文館、1992 年 5 月。『日本新聞年鑑』各年版等。

4) 全日本新聞連盟編集・発行『新聞大観　第一集　歴史と技術』(1975 年 11 月）は、「根津が赤字に驚いて支出を締めれば締めるほど赤字は増大する悪循環」に陥っており、「27 万部の新聞が一年後には 17 万部となり、赤字の増大は制限がない」と指摘している（同書、259 頁)。

5) 勝田重太朗『新聞に生きる――落第記者から社長まで』東洋書館、1956 年 6 月、106-117 頁。根津との交渉役であった勝田は、根津の新聞観について次のように批判的に述べている。「翁は…新聞を記者の作文だと断ずるなど、編集の価値評価については、われわれと丸っきりかけ離れた考えであるのに驚きかつ失望した。新聞に理解のない金持ちに新聞を与えることは、無意義であり、有害であると痛感した次第だ。」(117 頁）

6) 相場師としての名前は伊藤阪二。長谷川国雄編集『サラリーマン』1932 年 8 月号、18 頁。

7) 国民新聞社『第 13 期(昭和 7 年 5 月～10 月）営業報告書』。

8) 報知新聞社『世紀を超えて　報知新聞百二十年史』1993 年 6 月。読売新聞社『読売新聞百年史』1976 年。

9) 読売新聞社『読売新聞八十年史』（1955 年 12 月）等による。この社史は、計数的基礎をほとんど公表することなく、同社の発展の理由をもっぱら正力社長の個人的能力に求めている。たとえば、事業の伸張は「正力社長の頭のさえを示し、転禍為福、いかなる場面に遭遇しても窮通の道を見出すところの常人を越えた胆力」が決定的であったという理解など（64 頁）。
10) 同上『読売新聞八十年史』271 頁。
11) 同上『読売新聞八十年史』300 頁。
12) 同上『読売新聞八十年史』157 頁。
13) 正力は「例の番町会、藤原銀次郎等へ方々の金穴を漁りまはって資金を作った。この資金を作る手腕を彼が持っていたといふことは読売新聞発展の第一の原因としてあげなければならない。」（ＸＹＺ「何が読売新聞を発展させたか」太田梶太編『現代新聞批判』第 14 号、1935 年 7 月 1 日号）。
14) 日本経済新聞社『日本経済新聞八十年史』1956 年 12 月。
15) 大阪毎日新聞社『稿本　本山彦一翁伝』1929 年 9 月。東京日日新聞社『東日七十年史』1941 年 5 月。
16) 1931 年 5 月末で株主数は 1110 人で 10 万株であり、うち 100 株以上が 207 人でその持株数は約 8 万 2 千株である（『日本新聞年鑑』1932 年版、第二編、113 頁）。
17) 大震災のあった 1923 年下期に 1 割 3 分に下げているが、翌期には 2 割に戻している。
18) 『現代新聞批判』第 51 号、1935 年 12 月 15 日。なお 1935 年の役員改選で、日本生命社長の弘世助太郎が取締役になっているが、『現代新聞批判』の同じ号では、この時の社員の人事異動にはこの影響が強いと指摘されていた。
19) 『日本新聞年鑑』各年版の記事、伊藤正徳『新聞生活二十年』（中央公論社、1933 年）等。
20) 「武藤山治が私財数十万円を投げ出し全幅の心力を傾けて経営してみても、やはり赤字の解消にはならなかった。」「（門野は――引用者注）月々三万円前後のものを注ぎ込み既に私財六十余万円を提供している。」『現代新聞批判』第 50 号、1935 年 12 月 1 日。
21) 同上『現代新聞批判』第 50 号。
22) 『日本新聞年鑑』1938 年版、第二部、1 頁。
23) 『現代新聞批判』第 41 号、1935 年 7 月 15 日。
24) 西成田豊『近代日本労資関係史の研究』東京大学出版会、1988 年 9 月、243 頁。
25) 同上、西成田豊『近代日本労資関係史の研究』第四章。
26) 同上、西成田豊『近代日本労資関係史の研究』290 頁。
27) 社説「労働組合法案の再議」（東京朝日新聞 1921 年 8 月 10 日）。
28) なお、朝日新聞の理念的立場――労働者は資本に対して弱者であるから対等となるために労働組合に対する保護が必要であるという見方――とは異なって、毎日新聞は同じ社説の中で、労働組合は資本家と対等な存在であるから、組合法はどちらか一方を保護してはならないという観点を述べている。
29) 前掲『読売新聞八十年史』288 頁。
30) 正力は自らの新聞経営方針を「没理想の現実家の大衆適合であると自称していた」という。有山輝雄「正力松太郎」（田中浩編『近代日本のジャーナリズム』御茶の水書房、1987 年 2 月、1070 頁）。
31) さしあたり神戸大学附属図書館新聞記事文庫『労働者保護』第七巻、所収の関係記事を参照されたい。

第３章

新聞販売業の再編と展開

―関東地方を中心に―

高柳　友彦
（一橋大学大学院・経済学研究科）

はじめに

本章の課題は、戦間期における新聞社間の販売競争を通して、新聞社と販売店（売捌店や専売店）との関係が変容していく過程を歴史的に明らかにすることである。

明治期の新聞は、社説や論評記事を通して政治的主張を伝える政党機関紙としての性格が強く、新聞社の経営的側面よりも党派性が重視されていた。しかし、20 世紀初頭以降、新聞社の企業経営としての側面が重視されるとともに、読者獲得のための競争が進展した結果、新聞社は紙面の充実や号外の速達などの対応に迫られた。加えて、紙面内容に関わる方策だけでなく、その販売方法にも目が向けられた。なぜなら、日本の新聞販売は、街頭における立売が中心であった他国の新聞販売と異なり、購読者の家々に販売店が新聞を配達する戸別配達が主流であったからである。ここで、戦前期における新聞販売の仕組みについて簡単に述べておこう[1)]。

日本の新聞は、新聞社が家々に直接配達するのではなく、新聞社から供給（販売）を受けた販売店（売捌店）が配達することで読者に届けられた。販売店は、集金した新聞代金から新聞の卸値や配達人の賃金などの営業経費を差し引いた残りで生活を営んでいた。販売店と新聞社との関係は以下の 3 つに大別することができる。第一に新聞社直営の販売店があげられる。新聞社自らが社員を雇い販売店を経営することで、一定の区域内の販売、

配達を自ら行っていた。この場合、販売店の売り上げ、経費すべてが新聞社の勘定となる。第二に専売店があげられる。販売店と新聞社の間で雇用関係を結ばず、前者が後者に対して一定の保証金を支払うことで、ある区域内の販売権をほぼ独占的に取扱うことができる仕組みである。第三に数種類以上の新聞を扱う売捌店があげられる。専売店と異なり、複数の新聞を自店の計算で扱いながら販売し、また、地域によって販売店に転売を行う大規模な売捌店も存在した。

日本では、新聞社自らが直営の販売店を展開するには資本力からも限界があり、一部の直営店を除いて、数種類を扱う売捌店によって新聞が販売されるのが一般的であった。ただ、人口が増加し密集する都市部では、多くの部数を取り扱うことができるため、新聞社は、直営店や専売店を設置することが可能であった。一方、都市の周辺地域では、販売区域も広範囲にわたるため直営店の経営が困難であり、それぞれの地域の売捌店との関係が重視された。都市の新聞が周辺地域で販売される際には、複数の新聞を扱う売捌店に対して、自社の新聞をどのように優先して扱わせていくのか。新聞社は、紙面の充実といった読者向けの努力に加え、新聞の勧誘等、販売店の努力や工夫を促す仕組みや販売店との円滑な関係を構築する必要に迫られたのであった。

そこで、販売部数が急増し、新聞社間の競争が激化した大戦期から1930年代を対象に、新聞社と販売店との関係の歴史的変遷について明らかにしていく。当該期は、新聞が広く普及する中、新聞社の経営的側面が重視されるようになり、各社の販売競争が大きく展開された時期でもある。この点、各新聞社の社史では、当該期の読者獲得に向けた様々な工夫や部数拡大における自社の直営店、専売店の役割を強調しているものの、新聞社と売捌店との関係を詳細に明らかにした研究はほとんど見当たらない[2)]。実際、新聞社の販売政策の変容に伴い売捌店は、その役割を徐々に低下させ、1930年代の都市部では直営店や専売店が新聞販売の中心的な担い手となったと評価されている。そこで本章では、各社の販売競争が新聞社と販売店との関係や新聞社経営にどのような影響を与えたのか。その中で、新聞販売における売捌店の役割がどのように変化したのか。第一次大戦前の大阪と東京における新聞販売の比較をふまえながら明らかにしていくとともに、具体的な地域を設定しその実態解明を試みていく。具体的な対象地域として、関東大震災後、大阪の新聞社を交えた激しい競争が行われた関東地方をとりあげる。特に早くから在京新聞が数多く進出し、その販売競争の激化から「新聞販売のバルカン半島」と称されていた千葉県に焦点をあてていく。売捌店の勢力が強かった千葉県は、1920年代後半に東京朝日新聞、東京日日新聞の競争に伴う販売店網の再編や売捌店による非売運動が数多く展開した地域である。新聞社、販売店間の対立を含む諸関係を考察する対象として最も適した地域であり、千葉県を中心とした販売店の展開から当該期の新聞社、販売店の関係を再考していく。

1　販売競争の進展と販売店の再編 ――東京・大阪の比較――

(1) 大毎・大朝の販売競争 ――第一次大戦前――

本節では、第一次大戦前の大阪と東京における新聞販売競争の展開過程を考察し、大都市における新聞販売の特徴について明らかにしていこう。

大阪では、1879 年創刊の大阪朝日新聞（以降、大朝）と 1888 年に「大阪日報」を改題し創刊した大阪毎日新聞（以降、大毎）が、二大紙として激しい販売競争を繰り広げていた[3]。大阪市内は人口が多く、売捌店のみでは配達等の対応が困難であったため、複数の新聞を扱う転売店（売捌人）が卸された新聞の販売・配達を行っていた。大朝では、一部の直配を除いて北尾新聞舗に、大毎では、岡島新聞店との間で大阪市内一手販売の契約を成立させ、それぞれ北尾・岡島の売捌店を経由し販売されていた[4]。その転売店は、170～180 人程度の売捌人から構成され、現金仕入れを中心とした個人経営であった[5]。多くの店では販売部数が多く売り上げも見込める大朝の販売を優先（号外の配達も同様）していたため、後発の大毎にとって、部数拡張が困難な状況であった[6]。そこで大毎は、大阪市内の各地域に自紙を優先して販売する専属店を設置し自社の販売政策の円滑化を目指した[7]。一方、転売店は、1903 年の勧業博覧会や翌年の日露戦争における大量の号外発行の影響で経営を悪化させた。大阪では号外が無料で配布されていたため日に数度も発行される号外の配達コストが増加し、加えて専属店よりも号外の発送が後回しにされた結果、顧客が転売店から離れてしまったからであった[8]。

新聞社による専属店の設置や号外の増加は、転売店における個人経営の限界を露呈させ、配達・経営の合理化へ向けて、転売店の組織化を促した。市内には「帝国社」「南部連合会」など、数十店の転売店が合同した販売店が結成された[9]。転売店が合同する流れの中で、販売の専売化を進めるため、1905 年大毎は岡島新聞舗を直営店（形式上は岡島新聞舗は存続）とし、あわせて市内販売店を直取引店に移行させた[10]。大毎の販売店政策は、転売店に対して大朝、大毎双方の専属店への系列化を促す効果を持ったのである[11]。その後、「南部連合店」は北尾系統と大毎の販売店へと分かれ、「西部連合店」が大毎に、新たに誕生した「博信社新聞店」が大朝系統へと両社の組織化が実現し[12]、1911 年大毎は、市内販売店すべての専属店化を達成した[13]。ただ、大阪市内における転売店の系列化は、大朝、大毎との間で激しい乱売競争を引き起こし、1911 年北摂地方の転売店による大毎の非売運動へと発展した[14]。近畿一円を巻き込んだ乱売競争は、新聞社経営の悪化を懸念させ、両社は定価売りの励行（乱売の禁止）や配達人の引き抜き禁止の協定を結ぶことで事態の収拾をはかった[15]。

販売面における両社の協調は、1914 年秋「大阪新報」による大朝の紙面攻撃の際にも行われ、大朝を扱う北尾に加え、大毎の販売店でも「大阪新報」を取り扱わない旨が申し合

わされた。この申し合わせをきっかけにして、翌 15 年 3 月には岡島と北尾との間で大朝、大毎以外の大阪紙を販売しない旨の協約（他紙販売禁止の協定）も結ばれた[16]。この販売協定は他紙にも大きく影響し、大朝を退いた鳥居素川が 1919 年に創刊した大正日日新聞は、自らの販売網を構築する必要に迫られた[17]。実際、同社の販売に携わった者は、先の協定の中で岡島・北尾から締め出された不良店員とみなされた者が多く、加えて社内に新聞販売に携わった者がいなかったため、同社は、販売網構築に失敗し翌 1920 年解散に追い込まれた[18]。大正日日新聞など大阪の他の新聞社は、市内の販売網を支配する岡島・北尾との取引を拒否されるなど販売上の隘路の存在によって、販売部数が伸び悩み、大阪の新聞販売から撤退したのであった[19]。

このように第一次大戦前の大阪における新聞販売は、大朝、大毎の販売競争（号外の発行など）による転売店の組織化と両社の専属店（北尾、岡島）への移行が進展するなど、売捌店－転売店の関係が両社の下で再編された。北尾・岡島による販売協約の締結以後、両紙以外の新聞販売が大きな制約を受ける中、大朝、大毎は無謀な乱売競争を回避した状況下で販売拡大を実現することができたのである[20]。

(2) 東京市内における販売競争と直営店の設置

1880 年代の東京では、有力な 5 つの売捌店（良明堂、信文堂、東海堂、厳々堂、指金堂）が中心となって、在京約 20 社の新聞を販売していた[21]。ただ、1888 年大阪朝日新聞が東京の「めさまし新聞」を買収し東京朝日新聞（以下、東朝）を創刊して以降、販売のあり様は変化した。東朝は、販売に応じた原価の引き下げや配達人への奨励金等新たな販売政策を実施し、創刊時 6,000 部程度であった販売部数は 1890 年には 30,000 部にまで急増した[22]。在京新聞を多数扱っていた売捌店も東朝に乗り換えるなど、東京の新聞販売は、東朝を主力とする売捌店と他の在京新聞を取り扱う売捌店の 2 つの勢力に再編された。東朝では、主要売捌店となった 3 店（信文堂、厳々堂、指金堂）が合併して成立した共同新聞店を中心に「八堂」と呼ばれる有力売捌店 8 社が同店の専属店として販売に関わった[23]。一方、他の在京諸紙の販売は、信文堂（報知、読売、日本）、東海堂（萬朝報、二六）、興文堂（中外）、文林堂（中央）、成駒屋（やまと）、萬買舎（萬朝）、近藤新聞店（都）など特定の売捌店によってそれぞれ販売されていた[24]。ただ、大阪と異なり、新聞社と密接な関わりを有していた売捌店の盛衰は激しかった。売捌店同士の合併も多く、「興文堂、成駒屋、近藤新聞店が合併して新栄合資会社を起こし、東海堂、信文堂は合併後、東信合資会社を設立し、良明堂は書籍取扱に転業する等の幾変遷」[25]がみられた。日清戦後には、東朝を販売する売捌店とその他報知、中央、二六、時事に力を入れる売捌店との間で激しい販売競争が行われるなど売捌店経営は不安定であった[26]。

販売競争の激化による売捌店経営の悪化を受け、売捌店は自らの配達区域の整理統合や

販売区域の設定を模索するようになった。日露戦後、東京の下谷浅草の有力店であった 3 店（内国新聞会社、城北新聞店、島田太四郎店）は、自店の周辺地域における販売権を確立させると同時に、それ以外の地域（下谷・浅草にまたがる地域）で共同販売を実施することで互いの経営と業界の安定を目指した[27]。販売区域の設定に伴う競争制限的な対応は、乱売や安値売りといった無謀な拡張政策を排し、売捌店の経営を安定させる効果をもたらした一方で、新聞社経営にとって好ましいものではなかった。なぜなら、「各販売店は自由競争の状態にあれば、本社に労することなくして増紙も拡張も出来るので、仮令競争が乱脈でなくても、相当の成績を上げて居る（中略）販売店の競争に逢着すると、損するものは競争者（販売店…引用者注）で本社は全然与られない。否寧ろ競争に依る増紙で漁夫の利を占め」[28]ていたからであった。激しい販売競争の中で利益を得ていた新聞社は、売捌店の協定によって、増紙など販売拡張政策の実施が困難になるのと同時に販売拡張を自ら行う必要に迫られたのである。その拡張政策の一つとして、新聞社は市内に直営店を設置し始めた。報知では、「八方美人主義の諸紙店に委してあっては到底他社を凌駕し得ないといふこと、入金に就ても遺憾な点があ」[29]ったため、初めて直営店を市内の京橋と芝、出張店を仙台と松本に設置した。直営店は、収支関係をすべて本社負担で行うため、主任、配達等の給料、店の支出など、諸経費を負担するデメリットを抱えていた。ただ、一紙のみを取り扱うため、複数の新聞を扱う売捌店と比べ増紙など拡張政策がとりやすかった。事実、報知の出張店の成績が良好だったこともあって、各社は直営店を設置するようになった。日露戦後に、萬朝報の萬売舎専売店が設置されたのを皮切りに、中央新聞（1910 年）、東京日日（1911 年）（以下東日）、読売、毎夕新聞（1912 年）、1920 年代には時事、国民などでも直営店を設置した[30]。市内における売捌店の商権を侵害し続けながら、直営店は 1920 年代までに市内約三百数十店舗、周辺地域に約三百数十店舗、計七百店舗まで増加した[31]。ただ、東京市内や横浜地域では人口が多いため直営店の設置が進展する一方、販売部数が限られる周辺地域では多くが請負の形で（専売店に近い形）販売が行われた。

市内における直営店の設置に加え、国民、東日、東朝、報知の各社は 1914 年当時、千葉、静岡で地方版を発行するなど周辺地域に進出していた[32]。この点、大阪の大朝、大毎の両社は、京都、神戸付と呼ばれる紙面を 1900 年から発行していたものの、地方版の発行は 1915 年以降であった[33]。東京では、周辺地域に地方版を発行する手法で積極的に部数拡大を目指していた。

では、第一次大戦前の大阪と東京の新聞販売についてまとめておこう。大阪は大朝、大毎の新聞社と北尾、岡島の売捌店との密接な関係の中で、販売網の掌握と市場の独占を実現した。東京では規模が同程度の新聞社 5、6 社（規模が小さいものを加えれば 10 社以上）の競争に加え、売捌店同士の競争が激しく、大阪のように新聞社－売捌店の密接な関係が販売市場を支配するに至らなかった。大阪では北尾と岡島との協定によって大朝、大毎の

販売政策が安定した一方、東京では売捌店の販売協定が締結されたことで、新聞社と売捌店の関係が大きく変容した。売捌店の販売協定に対抗し、新聞社自ら販売拡大のため直営店を設置したのである。加えて地方版の発行を通して周辺地域への進出を模索することで、販売競争に対応した。両市場は、競争関係にある新聞社の規模や数、加えて、新聞社と売捌店との関係の違いが販売活動のあり様に影響を与えていた。

2　震災前後における新聞販売 ――東京を事例に――

(1) 震災直前の新聞販売

1914 年時の在京新聞社の販売部数は、新聞取次業組合の理事を務めていた根岸良造の回想によると、報知（24、5 万）国民（20 万前後）東朝（17、8 万）萬朝報（11 万）やまと（10 万）時事（8、9 万）毎夕、二六（7、8 万）都（7 万）東日（4、5 万）中外、読売（4 万）中央（3、4 万）であった[34]。特に東日、東朝は、積極的な販売拡大を行ったため、他の在京新聞社の多くは苦戦を強いられていた。1911 年に大毎の経営下に入った東京日日新聞では、直営制度の採用と「興味本位の紙面と乱売に活動写真の巡業等による下町並に近県に進出し大正五、六年頃には既に発行部数十一万」[35]部まで増加した。事実、毎日電報時代に 20,000 部程度だった市内の取扱部数は、1917 年には直営店のみで 50,000 部に達した[36]。在京新聞社の直営店での販売が大きく部数を伸ばす一方[37]、1910 年代初頭に 36、7 万部程度あった売捌店の取扱部数は 1917 年に 30 万部まで減少した[38]。

20 年代初頭には、東日と報知の販売部数が約 35 万部まで増加し、以下、東朝、国民、時事が続き、萬朝報は、部数拡大に失敗した影響で 12 万部にとどまった[39]。大戦期以降、在京新聞社全体の部数拡大が実現したものの、東日、東朝と他の在京新聞社との間には大きな差が生じたのである。表 1 は、震災直前の東京市内・地方別の新聞発行部数をあらわしたものである。注目すべき点として、東京市内外と比べて、周辺地域を含む地方での売り上げが全体の約 6、7 割を占めている点があげられる。時事や毎夕などの新聞社は、東日や東朝と比べ、東京市内の販売部数が多い一方、報知を除き地方では部数が少なかった。先に述べたように東京市内では、各社の直営店による販売政策が順調であった反面、直営店を設置することが難しい地方では、売捌店

表1　1923年5月における東京12社発行部数

	市内外	地方	合計	
報知	100,000	260,000	360,000	16.2%
日日	85,000	220,000	305,000	13.7%
朝日	80,000	210,000	290,000	13.0%
国民	60,000	170,000	230,000	10.3%
時事	90,000	110,000	200,000	9.0%
萬朝	50,000	150,000	200,000	9.0%
毎夕	80,000	120,000	200,000	9.0%
中外	35,000	80,000	115,000	5.2%
読売	30,000	80,000	110,000	4.9%
都	78,000	15,000	93,000	4.2%
中央	20,000	70,000	90,000	4.0%
毎日	12,000	23,000	35,000	1.6%
計	720,000	1,508,000	2,228,000	100.0%

出所:『日本新聞年鑑』、1924年、37頁。

との間での競争が存在したため、販売政策には限界があったのである。

東京における販売部数のシェアは、トップの報知が 16%、2 位の東日が 13%、以下、10%前後の新聞社が続き上位 2 社で約 30%、上位 5 社でも約 60%のシェアにとどまっていた。この点、1922 年時の大阪市内外における新聞発行部数の一覧を示した表 2 と比較すると、大戦以前の段階で販売協定が行われていた大阪では、発行部数の約 9 割を大朝、大毎で占めていた。東京は、大阪と比べ市場規模が大きく（東京市内の販売部数は約 72 万部、大阪では約 30 万部）また、競争主体である新聞社数が多いこともあって販売競争が激化したことが伺われる。ただ、1920 年代の両地域の共通点として市内よりも周辺地域での販売が部数の多くを占めていたことも確認でき、周辺地域における販売部数の増加が経営上重要であったと思われる。

表2　1922年時の大阪市内新聞発行部数

新聞名	販売総数	（内市内）
大阪毎日新聞	811,550	151,260
大阪朝日新聞	615,100	120,550
大阪時事新報	83,800	31,200
大阪日日	35,113	
大阪新報	12,000	
新日報	11,000	
関西日報	10,407	
大阪朝報	8,000	
計	1,586,970	303,010

出所:『日本新聞年鑑』1922年、86頁。

では、周辺地域における販売競争の様相について表 3、4 をみていこう。表 3 は 1922 年時と 1925 年 5 月時点の周辺地域における各新聞社の販売部数を表したものである。第一に東日、東朝、報知、時事、国民の五大紙の部数には大きな差がなく、県ごとに販売部数の差が生じていること。第二に時事や萬朝報は販売が伸び悩んでいる一方、東日、東朝の部数が多いことが確認できる。続いて、1922 年に千葉県警察部が行った新聞購読者調査を新聞、郡別に集計した表 4 から千葉県下の販売実態についてみてみよう。千葉県では報知、東日、東朝、国民の購読部数が 20,000～25,000 部の間で推移し、次に 12,000 部の萬朝報、

表3　1922年、1925年における各県の在京新聞販売部数（推定）　　単位:部数

県	埼玉県				千葉県				群馬県			
年	1922年		1925年		1922年		1925年		1922年		1925年	
東京日日	14,900	18.1%	42,000	31.1%	18,000	17.4%	35,000	22.4%	14,000	17.4%	19,930	29.2%
朝日	10,900	13.3%	20,000	14.8%	14,500	14.0%	31,000	19.8%	9,500	11.8%	13,790	20.2%
国民	14,400	17.5%	15,000	11.1%	15,500	15.0%	23,000	14.7%	10,000	12.5%	7,760	11.4%
報知	13,200	16.1%	22,000	16.3%	15,000	14.5%	30,000	19.2%	15,000	18.7%	15,260	22.4%
時事	10,000	12.2%	12,000	8.9%	7,000	6.8%	7,500	4.8%	6,000	7.5%	11,460	16.8%
毎夕	5,500	6.7%	4,000	3.0%	10,000	9.7%	5,400	3.5%	6,800	8.5%		
萬朝報	3,000	3.7%	7,000	5.2%	10,000	9.7%	11,000	7.0%	7,500	9.3%		
読売	550	0.7%	3,600	2.7%	5,000	4.8%	3,400	2.2%	2,000	2.5%		
中央		0.0%	2,500	1.9%	2,500	2.4%	2,000	1.3%	2,500	3.1%		
中外	4,200	5.1%	4,000	3.0%	2,200	2.1%	4,500	2.9%	4,000	5.0%		
やまと	3,000	3.7%			2,000	1.9%	2,100	1.3%		0.0%		
都	1,400	1.7%	3,000	2.2%	1,000	1.0%	1,400	0.9%		0.0%		
毎日	1,000	1.2%			500	0.5%			3,000	3.7%		
大毎・大朝	140	0.2%			160	0.2%				0.0%		
	82,190	100.0%	135,100	100.0%	103,360	100.0%	156,300	100.0%	80,300	100.0%	68,200	100.0%

注:埼玉県の140は大阪勢新聞の総数。1925年度の群馬のみ東京五紙の斤数から部数を推定。
　群馬県の国民は100000の記載であったが誤植と判断。
出所:『日本新聞年鑑』1922年度、1925年度版。

表4　1922年時における千葉県新聞紙雑誌購読者調　　単位:部数

	千葉	東葛飾郡	印旛郡	香取郡	海上郡	匝瑳郡	山武郡	長生郡	夷隅郡	市原郡	君津郡	安房郡	合計
報知	1,746	4,618	2,236	3,301	1,320	2,061	3,143	1,213	963	927	2,220	2,035	25,783
東京日日	2,369	2,836	2,705	2,377	1,179	1,165	1,675	1,637	1,553	883	1,878	3,079	23,336
東京朝日	1,936	3,636	2,243	1,690	1,200	744	1,676	1,426	1,254	1,388	2,845	2,963	23,001
国民	1,984	2,655	2,556	2,117	896	1,373	2,227	2,179	815	820	1,566	1,542	20,730
萬朝報	1,312	1,856	1,416	1,004	928	585	767	857	194	494	508	2,602	12,523
読売	198	1,541	960	485	78	516	526	564	368	188	671	450	6,545
東京毎夕	1,627	1,129	437	578	531	155	244	214	194	219	531	666	6,525
時事新報	582	780	635	422	1,393	310	381	149	160	238	418	429	5,897
中外商業	430	712	544	463	197	309	327	184	159	199	439	479	4,442
中央	179	339	1,016	230	177	166	294	102	111	84	400	221	3,319
東京毎日	304	502	0	0	399	20	0	210	7	105	119	60	1,726
やまと	189	453	88	33	67	82	18	20	0	0	0	75	1,025
都	179	367	45	0	50	23	18	0	25	0	46	78	831
小計	13,035	21,424	14,881	12,700	8,415	7,509	11,296	8,755	5,803	5,545	11,641	14,679	135,683
合計	15,834	27,303	15,566	19,583	8,465	11,829	20,617	8,793	6,025	5,445	11,764	14,865	166,089

注:合計の数字が合わないため、判読できるものに限り直してある。(市原郡の小計が合計を上回っている)
出所:千葉県文書館所蔵『郡長会議書類』NO7より作成 。

6,000 部前後の読売、毎夕、時事と続いていた[40]。報知は、1908 年から 1909 年にかけて、八日市場、佐倉、東金、木更津、茂原に直営店を設置しており、直営店の存在が部数に結び付いていたと思われる[41]。国民も 1907 年に千葉版の地方版を作成しており、両社は大資本を有する東日、東朝と対抗するだけの販売部数を維持していた。

なお、郡別販売部数を確認すると地域ごとに以下の特徴がみられた。東葛飾、香取、匝瑳、山武郡では報知、長生では国民、海上では時事、市原、君津では東朝が販売部数で優位であった。地域の主要な売捌店が主力として取り扱う新聞が個々に異なるため、地域差が生じたのだろう。また、東葛飾郡や千葉市では、東京市内の夕刊紙であった毎夕新聞が 3,000 部の販売部数を数え、東京市内との近接性が強く表れていた。

このように、大毎・大朝 2 社が市場を独占し、新聞社と売捌店の関係が確立していた大阪と異なり、東京では、周辺地域を舞台に、直営店をいち早く設置した報知、地方版を早くから作成した国民の 2 社と大阪の新聞の系列下にある東日、東朝との間で激しい販売競争が行われていた。また、東京に隣接する周辺地域である千葉では、東京紙の地方版の存在が大きく、地方版を廃止した「やまと」では部数が半減したと伝えられた[42]。周辺地域における新聞販売市場の掌握は、新聞社経営や販売部数に影響を与え、販売の担い手である販売店（売捌店）との関係が重要となっていった。

(2) 関東大震災による新聞販売の変容

1923 年 9 月 1 日に起きた関東大震災によって、東京・横浜の新聞社の多くは被災した。各社は、いち早く復興を実現するため、増紙等の販売政策に乗り出し、東朝 45 万、時事、国民 25 万、中央新聞 17 万部まで販売部数を増加させた[43]。東日では、1923 年 8 月に約 30 万部だった販売部数が 11 月には 53 万部、24 年正月には 68 万部まで増加した[44]。震災に

よって「二三の社は確かに災前の読者を失った。しかし一二流の大新聞は概ね災前の五割以上を増紙」[45]することができた。ただ、「某社のごとき、原価一銭四厘、一ヶ月四十二銭、二ヶ月縛り八十四銭の新聞に対し、五十銭の拡張奨励金を附したこともあり、差引一ヶ月の原価は十七銭だから売捌店は（中略）屑屋に売り払っても（中略）二十五銭で売れて差引八銭の利得」[46]と伝えられているように、定価の半額を超える奨励金の配布等、安値売りの乱売競争が行われたため、販売部数が増加したにも関わらず新聞社経営は圧迫された[47]。加えて、販売制度にも変化が生じ、震災によって「販売店がほとんど全滅したため、各社一斉に専売所を特設し一時直営全盛時代を現出したが、直営だけでは経済的に不利の点もあり（中略）大體に於て市内は直営主合売従、地方はその反対の制度を取り（中略）今では地方でも直営とまでゆかなくとも、専売店制をとっている処が多」[48]かった。事実、約 30 万部あった東京市内の売捌店での取扱部数は、1920 年代後半には 20 万部まで減少した[49]。周辺地域の売捌店は「責任紙の重き負担も思はざるにあらずだが、本社からの交渉には之に応ぜざるを得ない立場」[50]であったため、激しい乱売競争の中で経営は苦しい状況であった。こうした過度な部数拡張政策は、部数拡大を実現していた東日、東朝の経営にも影響を与えた。1924 年新年拡張など福引懸賞大拡張を実施した両社は東日約 84,000 部、東朝 137,000 部の増紙を達成した[51]。ただ、東朝では福引懸賞や増紙に伴う特別付録「朝日カレンダー」の配布や朝刊の定価据え置き（80 銭）など経費増大が問題となった[52]。事実、1923 年下半期の大朝の経営指標では罹災等による経費増加によって利益が減少した[53]。部数拡張政策は、「売捌店のみの問題ではなく、新聞社の被る直接間接の損失もまた少くな」[54]かったため、経営安定に向けた新たな取り組みが必要となったのである。

1924 年 8 月、東朝と東日の幹部の間で協議が持たれ、両社の販売部長連名で「新聞定価および原価改正の件」が通知され販売協定の実施が目指された[55]。この協定では、売捌店への指導、原価の協定、定価売の励行、無代拡張紙の限度を定め、両社は、周辺地域の売捌店を懐柔するとともに定価売を励行することで売捌店と新聞社、双方の経営の安定を図ったのである[56]。しかし、東日、東朝と売捌店との間で交換される契約書の文言をめぐって東日、東朝 2 社と他の在京新聞社 12 社との間で紛糾した。両者の会合が数回行われたものの、契約書の修正を迫る 12 社の在京新聞側と定価売を提案する 2 社との溝は埋まらず、結局 10 月に 12 社側が声明書を発表したことで両者は決裂した[57]。

一方、責任紙等新聞社との悪弊に悩まされていた名古屋以東の一府十七県の売捌店では、個々の地域の組合規約が有名無実化していた状況を打開するため、全国規模の組織設立に動いた[58]。東日、東朝による定価売りへの動きに呼応して売捌店側が団結し[59]、1924 年 9 月一府一道十七県新聞取次業組合（後に北海道が参加して一道が加わる）が、定価売励行、自由増減の二大項目を掲げて組織された[60]。その設立宣言において、「斯業発達の経路を回顧すれば徒らに無謀なる競争を是れ事とし同業相食むの醜態を繰り返しつつ今日に至れ

り（中略）営業の安定を欠くや久し茲に鑑みる処あり吾人同業相謀り一日も早く此弊風を除去し斯業の発展を図らん」[61]と述べるように、繰り返される販売競争によって売捌店経営が困難である状況の改善を訴えていた。ただ、組合内部には、東日、東朝以外の売捌店関係者も属していたため会員の歩調を一致させることが難しく、加えて東日と東朝間の対立によって、両社によって推進されていた定価売等の運動は停滞する結果となった[62]。

震災以降の乱売競争による部数拡大は、多くの新聞社で実現したものの、奨励金など多額の経費の存在が新聞社経営を圧迫し、あわせて売捌店にも重い負担を残した。経営環境の改善をはかるために行われた売捌店の組織化は、東日、東朝の対立からいったん挫折するものの、その後の新聞社の販売政策に影響を与えることとなった。

3　20 年代後半における非売運動の展開　――定価売りをめぐる攻防――

(1) 新聞定価売即行会の設立

販売競争が激化していた 1925 年前後の東京の新聞販売のあり様について前掲表 3 から明らかにしてみよう。1922 年度における埼玉、千葉での販売部数と比較すると、第一に、震災以降の乱売競争の影響で、販売部数全体が 1.5 倍に増加した点。第二に、各新聞社の販売シェアが変化していることが確認できる。特に、1922 年時には約 30%程度であった東日東朝のシェアは 25 年には 50%近くまで高まり、販売競争における両社の優位が伺える。時事、国民等の他の在京新聞社は、部数を若干伸ばしていたものの、シェアを大きく後退させていた。一方、市内での販売競争に眼を向けると、1925 年 8 月の市内外における配達部数で 10 万部以上が東日、東朝、報知、時事、5 万部以上 10 万部以下が国民、毎夕、中外と推定され、東日東朝以外の新聞社が健闘していた[63]。ただ、震災からの回復を目指す新聞社にとって、市内における販売は重要であったものの、それ以上に、周辺地域における販売部数が経営の回復に直結する重要な課題でもあったのである。

1925 年秋、東日、東朝は再び協調の動きを見せ、七海又三郎氏が東日販売部長に就任したのを機に販売協定が実現した[64]。両社は、定価を 1 円に値上げし安値売りの悪習をなくす（＝定価売り励行を実現する）ことで、新聞社と売捌店の経営の安定をめざした[65]。同年 12 月 7 日には、東日、東朝両社の系統に属する売捌業者百余名によって、定価売と自由増減の遂行を主目的とする「新聞定価売即行会」（以下、即行会）が設立された[66]。東日の売捌業者を代表して演説を行った遠山十郎は、「東日、東朝両社は常に売捌店主義を抱持し、常に我等を擁護し、我等の利益増進に力を致されて居ります」[67]と述べ、東日、東朝の販売政策が売捌店の利益を考慮している点を高く評価した。即行会設立の祝辞という点を考慮しなければいけないが、激しい乱売競争の中、売捌店経営に利益をもたらす定価

売の提唱は売捌店を懐柔するうえで重要であっただろう。

翌 8 日、即行会は報知に対して定価の値上げを要求した。当時、報知新聞の定価は 12 頁 80 銭、他の新聞は 12 頁 1 円であったため、定価売を実施した場合、不都合が生じるからであった[68]。しかし、報知が要求を拒絶すると、即行会は関東の売捌店に覚書を配布し報知の非を訴えた[69]。その後、即行会で報知の非売が決議されたものの、時事、国民、中外 3 社による調停によって同月 16 日夜に両者は妥協した。その内容は、「一、報知は明大正十五年三月乃至四月に於て自発的に定価の値上げを行ふ事、二、即行会は自発的に既往の宣言決議を撤廃すること、三、報知の定価値上げは報知が自発的に行ふものであるから、今次の報知対即行会の紛擾解決の理由とせざる事」[70]と伝えられ、後に報知は購読料定価の 10 銭値上げと原価の 2 厘乃至 2 厘 5 毛の値上げを行った[71]。定価売の励行という新たな課題が噴出する中、即行会を通じて組織的に活動する売捌店の動向に、在京新聞社の販売政策は左右されるようになったのである。

報知への要求が実質的に認められた即行会では、翌 1926 年 2 月 1 日以降、定価売り実施を決議し、各新聞社の直営店や専売所へ要求した。在京新聞社はその内容を承認したものの[72]、長年の競争や乱売の影響で定価売の実施が難しく各地で造反者が出る事態となった。特に報知、毎夕、読売、時事、萬朝報の 5 社の専売所では、定価売や拡張紙への理解が不足していた。即行会が報知や萬朝報の努力を評価する側面もあった一方、「時事の乱売、押紙の依然として改まらざるを最とし、読売、毎夕の赤紙乱発、定価割引等の改まらざるも、亦兎角定価売実行上の誠意を疑はるる節多きを以て（中略）即行会幹事会に於て、時事社に決議文を提示して、其の反省を求」[73]めた。時事の自由増減、定価販売に関しては、各地から非難の情報が集中したため、即行会では、「時事紙の定価売は未だ実行せられず、又残紙も相当に多しといふに帰結せるを以て」[74]、時事に対し即時徹底的定価売断行を求める決議を行った。加えて、時事の定価売りに関して、読者に「即行会特報号外」を配布し報告したため両者の関係は悪化した[75]。こうした即行会の強硬な態度は時事との対立を決定的なものとし、4 月以降、時事の非売運動へと発展した。

(2) 時事新報をめぐる非売運動 ――販売競争と販売店の対応――

時事の非売運動のきっかけは、4 月 2 日に行われた即行会の常任幹事会における千葉県下で発生した時事乱売防止の議論であった。千葉県組合幹部、高野、藤本の説明によると「昨年十一月より時事は千葉県下に十七ヶ所の専売所を設けたるものあるが、爾来拡張紙の乱発、安値を続行して、今以て改めず、就中佐倉、主基、野田の三専売所は、其の最も甚しき第一位、千葉市、勝浦、保田、市川の四専売所之に次」[76]ぐ状況であった。加えて、問題となった佐倉について、「佐倉の主任木内某は何人の目にも其の不都合を認む、自転車八台を以て、戸別に赤を撒き、千三百戸の佐倉町に対し、千五百枚の赤を引き続き要求

し、十一月開店以来集金せしや否やも疑はるる位、本社より定価売を迫るも之を実行せず」と伝えている。即行会では、時事に対して千葉市や勝浦の専売所における安値売りの整理と佐倉専売所主任の交代等を要求した。

4 月 5 日に時事の同意を得て佐倉で行われた調査では、時事が 85 銭以下の乱売を行い、他方、他社の定価以下の事例は例外であったことが確認された。佐倉では、調査された 164 部の内判明した定価以下の販売 51 部の内、時事が 39 部を占めていた。その後、東日、東朝、報知の 3 社立会いの下、千葉や木更津においても読者調査が行われた。時事を購読する 90 戸を対象に調査を行った千葉では、割引を受けていた戸数が 24 戸（90 銭 20 戸、85 銭 2 戸、80 銭 1 戸、75 銭 1 戸）確認され、結果的に時事乱売の事実が明らかとなった。加えて、時事の乱売等の問題は千葉に限らず、全国各地で問題となっていた。実際、2 月から 4 月までに即行会に寄せられた乱売に関する報告 1469 通中 604 通が時事関係であった。大量の拡張紙、無代紙の存在に加え、安値売りも報告されていたのである。時事の乱売の実態に対し、即行会は、4 月 11 日に取引謝絶の決議を行い、「時事トノ取引ハ本月十五日限トナス事」を売捌店に通告した。東日、東朝の 2 社を除く都下 13 社の販売部長が調停にあたったものの解決できず、時事と即行会をめぐる対立は、非売運動へと発展した。

翌 5 月の『新聞及新聞記者』の中で双方の当事者は、この非売運動の経緯について主張している。時事新報営業局長の神吉英三は「我社はこの定価売即行については率先して常に実現せんことを努め来つたもので、即行会の主張には全然賛同するものである然るに即行会の成立本体が前述の如く元来東日、東朝両社の招集した売捌店の変形の如きものである」[77]と述べ、即行会の趣旨には同意しているものの、背景の東日、東朝の存在を問題視していた。事実、即行会が時事の代用紙として東日、東朝を選び、時事との取引を継続した店との東日、東朝の取引を絶つという趣旨の宣言の存在などからも明らかであった[78]。

ただ、時事が即行会との関係を改善することなく東日、東朝が運動に関与したことのみを理由に、関係を絶ったと判断するのは早計である。即行会との関係を改善しようとしなかった時事側の背景として、即行会は、時事の販売方法の問題点を以下のように指摘している。「時事の不始末は昨夏来、殊に千葉県に向って、無謀にも十七箇所の専売所を設け（中略）其の他無理な責任紙数は各県到る所の売捌に負はしてある。此の多大の投資に対する回収の道が未だ付かぬ矢先に即行会の定価売運動が起ったのであるが、定価販売自由増減に対しては、真向から之に反対することも出来ないが、内心は今少し乱売、押紙で増紙を果し、投資の回収を見ねばならぬ羽目に陥って居たのであろう」[79]。このように即行会側は、時事が抱えていた経営、販売における様々な問題点が影響したと判断していた。

東日、東朝の優位が決定的であった中、時事は 25 年夏以降、多くの専売店を設置し、自ら拡大政策を取る必要に迫られていた。加えて、東日、東朝による売捌店の懐柔政策は、時事の新たな増紙や拡張政策を実質的に困難にする可能性を持ち、一層の部数減少に陥る

危険があった。地方での販売拡大を目指す時事は、東日、東朝の影響下にある売捌店ではなく専売店の拡充によって部数拡大を実現しようと考えざるをえなかったのであろう[80]。

4 月 15 日以降、東日本の売捌店約 400 店で一斉に時事の非売運動が実行された。時事は即行会の動きに対して、社告を掲示しその正当性を訴える手段をとった。そして、「非売を被りたる重なる地域は、府下、埼玉、群馬、千葉、茨城、神奈川、静岡、福島の各県にして之れ等に対しては直ちに専売所二百五十余ヶ所を設けて、旧読者の拾収に努めたる結果、一大拡張となり、非売前に比し八万余の新読者を得」[81]た。東日、東朝が掌握していた売捌店を利用せず、自らの販売網を構築したことは一時の部数拡大を実現した。ただ、時事の経営は、「重要地方には市内店主中の腕利を送って応戦し、無代紙、拡張、安売、補助」[82]を行ったものの、新設販売店の多くは千葉、大宮、前橋などいくつかの店舗を残して 1、2 年以内には閉鎖した[83]。加えて、運動時の増紙によって、部数・広告収入が増加したものの、専売店設置に伴う経費増加の影響で 1926 年下期以降損失を計上した。時事の専売店網の構築を目的とした積極拡大策は、経費の増大に伴う収支の悪化から経営状況を悪化させ新聞販売の競争力をも失う結果となったのである。

(3) 周辺地域における販売店の動向

上述した非売運動は、在京新聞社や販売店にどのような影響を与えたのだろうか。その後の販売政策の展開と販売店のあり様についてみていこう。26 年 10 月以降、非売運動の収拾を目的に各新聞社の販売部長による話し合いが行われた。結果、定価売、自由増減を認める方針が示され、12 月 27 日、「東京十五社販売連盟」が発足した。即行会は、各新聞社から定価売の声明が発表されたことで、その役割を終えることとなった。15 社による販売連盟の成立以降、乱売等の不正防止が定められた。各県の販売店が組織した新聞販売総連盟も成立し、新聞店と販売店との定価売をめぐる対立は終結した[84]。

一連の非売運動によって、東日、東朝と他の在京新聞社との販売部数の差は広がった。1926 年 8 月の推定部数を表した表 5 から東日、東朝は、報知、国民、時事の 1.5 倍から 2 倍強の部数を販売していたことが確認できる[85]。周辺地域での販売部数が全体の 6、7 割を占める中、売捌店の多くが東日、東朝の影響下にあった状況では当然の結果であった。では、1927 年発行『大日本新聞販売総覧』から、非売運動後の販売店のあり様をみてみよう。表 6 は時事の非売運動の発端となった千葉県の新聞販売店の一覧を、それぞれ専売店、売捌店ごとに分類したものである。まず、専売店（74 店）と売捌店（66 店）を比較してみよう。両者の店舗数は同程度であったが、販売部数では専売店

表5　1926年8月の推定部数

	部数	新聞社
①	626,373 505,831	東日・東朝
②	394,369 369,473 228,730	報知 時事、国民
③	184,516 130,000 105,570 86,387 84,290	萬朝報、読売 中外、都、毎夕

注：各グループ内の内訳は不明。
出所：『日本新聞年鑑』、1927年、3頁。

表6　1927年度の千葉県における新聞販売

①1927年の各紙販売部数

	店舗数	東日	東朝	報知	時事	国民	読売	中外	都	毎夕	萬	全体
専売店	74	17,260	10,650	18,187	20,295	1,999	860	250	30	900	1,825	74,936
売捌店	66	22,541	12,554	900	210	8,511	1,540	1,918	468	1,456	2,200	61,913
合計	140	39,801	23,204	19,087	20,505	10,510	2,400	2,168	498	2,356	4,025	136,849

②新聞社各社の専売店における新聞販売

	東京日日新聞			東京朝日新聞		
	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙
本社直営	6	11,465	11,410	2	1,800	1,600
その他	9	6,650	5,850	9	9,790	8,400
合計	15	18,115	17,260	11	11,590	10,000

	報知新聞			時事新報			合計		
	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙
本社直営	11	15,960	15,360	14	7,125	7,125	33	36,350	35,495
その他	4	3,447	2,197	11	12,450	12,250	33	32,337	28,697
合計	15	19,407	17,557	25	19,575	19,375	66	68,687	64,192

注：残りの専売店は、国民新聞が4店舗、中央、都、毎夕、読売が各1店舗であった。
その他には、個人経営、保護制（本社直営と個人経営の中間）が含まれる。
出所：『大日本新聞販売総覧』1927年度版より作成。

が売捌店の部数を上回っていた。ただ、1900 年代以降の東京市内のように直営店や専売店が拡大する中で売捌店が衰退したのとは異なり、千葉県では売捌店勢力が一定程度維持されていた。販売部数は、東日、東朝に続いて時事、報知が 2 万部前後で続く中、国民は 1 万部まで大きく減少し、他の新聞も伸び悩んでいた。また、東日、東朝が専売店、売捌店双方で販売しているのに対して、時事、報知は売捌店でほとんど販売されていなかった。時事の非売運動や報知の直営店政策の影響から、両社の売り上げの中心は自らの専売店であったからである。続いて、個々の新聞社の専売店について比較してみよう。専売店 74 店舗の中、東日、東朝、報知、時事の 4 社で 60 店舗以上を占めていた。国民、読売、中外、都等の在京新聞社は専売店をほとんど持たず、売捌店や他の新聞専売店で販売されていた。

表 6②は、それぞれの専売店の中で本社直営とそれ以外（個人経営や両者の中間形態）を分類したものである。本社直営、個人の専売店はともに自紙の販売が中心で他紙を販売することはほとんどなかったことが確認できる。また、報知、時事の 2 社は、専売店数が多く、本社直営の占める割合が高い点が指摘できる。報知は 1910 年代からの直営店政策、時事は、1925 年以降の専売店設置に加え、1926 年 4 月以降非売運動の影響で売捌店が非売した地域に直営店を設置したためであった。特に、時事の直営店は、非売運動によって販売部数が少ない地域に直営店を増やしたため売捌店と比べ販売部数が少なかった。（一店舗当たりでは直営店が約 500 部に対してそれ以外は 1000 部ほど）この直営店の設置による販売店経費の増加は、上述したように、のちに経営圧迫の要因となった。一方、東日、東朝では直営店は少なく東京の周辺地域など地域が限られていた。

このように、非売運動直後の千葉県の販売店は東日、東朝の専売店と両社を主力とする売捌店を中心に展開しながら、報知、時事は直営店、専売店が中心であった。東日、東朝の影響下で行われた即行会による在京新聞社への様々な要求や非売運動は、周辺地域における販売競争に影響を与えたのである。在京新聞社は、市内における直営店主義を継続した一方、周辺地域の売捌店は東日、東朝に掌握された。結果として周辺地域での販売は、時事、報知が運営する直営店、専売店を除き、東日、東朝が掌握する売捌店に依存する体制が構築されたのである。

4　30 年代前半における新聞販売の変容

(1) 読売の台頭

非売運動の混乱を収拾するために設立された東京十五社販売連盟は、翌 1927 年 10 月には解散してしまった[86]。東京での販売を手中におさめた東日、東朝の両社は、以後、協定とその破棄を繰り返しながら、激しい販売競争を展開することとなった。時事、国民などの他の在京新聞社がその地位を低下させる中、新興勢力として台頭したのが読売であった。読売は 1924 年に正力松太郎が社長に就任すると部数拡大を実現し、関東大震災直後 5 万 5000 部であった販売部数は 1928 年には 14 万 7000 部、1930 年には 22 万部に拡大した[87]。読売は大衆紙としての性格を強め、碁将棋欄の充実やラジオ版の配布等、紙面を充実させるとともに、「名宝展」や大リーグの招待などの企画を実施することで大きく部数を伸ばし[88]、1930 年代半ばには販売部数で東日、東朝と肩を並べるまで成長を遂げた[89]。その背景には、正力や 1929 年に報知新聞から入社した務臺光雄らによる販売政策と専売店網の構築の存在があった。

では、1930 年前後の同社の販売網形成について、非売運動の主戦場となった千葉の事例を紹介しておこう[90]。1920 年代後半の時事の非売運動以後、東京の周辺地域では東日、東朝の専売店が中心となって他紙の販売を引き受けており、読売は東朝の販売店で扱われていた[91]。正力は、各地の東朝や東日の専売店主を直接説得し、読売の専売店へと鞍替えさせた。千葉の東朝の合売店主であった高野泰次郎を説得した際には、実弟の千葉市会議員であった八木坦が 1931 年 11 月、千葉、船橋、市川沿線の地を高野から譲り受け、千葉市内は専売、その他の地区は合売の形で販売を開始した。読売では、先に紹介した紙面等の充実や夕刊の創刊に加え、部数の拡大が販売店の利益に結び付く基数制度を採用していた。従来の売捌店との取引では増紙しても販売店の利益率があまり変化しない仕組みであったのを基数以上の部数を伸ばすことで利益率を高める仕組みであった。加えて、決定した基数を半年間据え置くことによって、売捌店の販売意欲を高め、結果、販売部数は 1933

年には県内全域で 2 万部まで増加した。1936 年に時事新報が東日に吸収された際には、時事系の販売店主の多くが読売に参入するなど、読売の販売網、販売政策が整備され、急激な部数拡大につながったのである。

(2) 1933 年時の販売店

読売が台頭した 1930 年代の販売店の様相を 1933 年版の新聞販売総覧から明らかにしてみよう。表 7 は表 6 と同様に周辺地域の代表例として千葉県の販売店一覧を表したものである。千葉県では 1926 年の時事の非売運動以後、東日、東朝の協調関係が崩れ、1930 年には東日の非売運動が起きている[92]。では、表 6 と比較していこう。1927 年時 13 万部程度であった販売部数の合計は、1933 年時点で 15 万 8000 万部にまで増加した。店舗数では専売店が 90 店（東日 15 東朝 23 報知 24 時事 13 国民 3 読売 7 毎夕 5）売捌店が 69 店とともに増加していた。30 年代以降も全国的に新聞の販売部数は増加しており、千葉県でも販路が拡大する中、多くの町村に売捌店、専売店が設置されるようになった。ただ、専売店における販売部数は停滞する一方、売捌店の販売部数は増加した。（専売店 75,000 部と売捌店 82,000 部）特に、売捌店での東朝、報知、時事、読売の販売部数の増加が、30 年代の販売部数の伸びを支えていた。

次に個々の新聞社について表 7②をみていこう。販売部数では 1927 年からの変化として東日、東朝の部数が順調に増加する一方、時事、国民は部数を減少させた。特に時事は非売運動に伴う急激な専売店の拡張が専売店経営の悪化を招き、結果として専売店での販売部数が減少している。一方で報知は売捌店での販売を伸ばすことで部数を増加させた。中

表7　1933年度の千葉県における新聞販売

①1933年の各紙販売部数　　単位　部数

	店舗数	東日	東朝	報知	時事	国民	読売	中外	都	毎夕	全体
専売店	90	14,500	21,500	16,100	7,250	1,850	8,350	450	200	2,250	72,450
売捌店	69	19,200	23,800	8,200	7,450	6,100	5,883	2,250	1,233	1,050	85,750
合計	159	33,700	45,300	24,300	14,700	7,950	14,233	2,700	1,433	3,300	158,200

②新聞社各社の専売店における新聞販売　　単位　部数

	東京日日新聞			東京朝日新聞			報知新聞			時事新報		
	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙
本社直営	3	1,600	1,600	0	0	0	9	8,200	8,200	2	900	900
その他	12	13,400	12,900	23	26,800	21,200	15	8,200	7,700	11	6,050	6,000
合計	15	15,000	14,500	23	26,800	21,200	24	16,400	15,900	13	6,950	6,900

	国民新聞			読売新聞			東京毎夕新聞			合計		
	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙	店舗数	販売部数	内自紙
本社直営	0	0	0	1	400	400	1	200	200	16	11,300	11,300
その他	3	1,200	1,200	6	3,500	3,300	4	2,000	2,000	74	61,150	54,300
合計	3	1,200	1,200	7	3,900	3,700	5	2,200	2,200	90	72,450	65,600

注：①に関して、売捌店の販売部数には長谷川新聞店10000部が加わる。
注：②に関してその他には個人経営、保護制が含まれる。
出所：『新聞販売総覧』1933年度版より作成。

③売捌店の新聞販売

単位　部数

	合計	東日	東朝	報知	時事	国民	読売	中外	都	毎夕	創業年
高野新聞店	4,000		3,000				233	300	233		1920
郁文堂新聞店	1,000			200			200	200	200	200	1902
萬英舎新聞店	1,500	1,500									1919
岡本新聞店	600			400	100	100					
高野新聞店津田沼第一支店	1,050		400	300			300	50			1921
高野新聞店津田沼第二支店	1,400		600	500			200	100			1927
高野新聞店支店											1924
篠田新聞店	700	400		200		100					1902
鈴木新聞店	600		300	300							
池田新聞店	6,500		5,500				1,000				1925
福田屋新聞店	1,700		1,700								1913
改良舎新聞舗	1,800	1,500						200	100		1887頃
川名新聞店	500				300	200					1928
田中新聞店	1,500				800	200		100	400		1926
内田新聞店	500				500						1924
山崎新聞店	500			400	100						
榎本新聞店	2,100		1,300	500	300						1909
篠田新聞店	1,800				1,000	700		100			1923
伊東新聞店	350		200		100	50					1930
共盛舎	2,600	900	1,000	100		300	200	100			1902
飯田新聞店	650	400				200		50			1925
佐倉新聞店	1,700	1,300					400				1910
宮下新聞店	1,100		800		200	100					1927
加瀬新聞店	800		500	300							1929
高野新聞店	600			600							1892
崎山新聞店	500				300	200					1930
相原新聞店	2,550	1,600				300	300	200	50	50	1931
大野屋新聞店	600	200	200			100	50	50			1913
三光堂新聞店	1,200	700				200	100	100			1926
長島新聞店	650	200	300				50	50		50	1920
村中新聞店	2,500				2,500						1925
宮島新聞店	1,000	600				200	100		50	50	1910
藤本新聞店	1,800	1,000			200	200	200	100		100	1893
大屋新聞店	900		500	200			200				
吉居新聞店	400		200	100		50	50				
吉川新聞店	1,000		500	500							1930
山形屋新聞店	400		200	100		50	50				1901
小安新聞店	700	400			100	200					1926
江原新聞店	850	500		50		100	50	50	50	50	1921
君塚新聞店	450	300			100					50	1913
勝浦新聞店	700	600				100					1920
関新聞店	300				150		150				1925
長谷川新聞店	10,000										1910
小野間新聞店	650	200	200	50		50	50	50		50	1925
竹渓堂神子堂新聞店	950		400	200			200	50		100	1924
鈴木新聞店	600		400	50			50	50		50	
共栄舎新聞店	1,150		700				400			50	1923
加瀬新聞店	1,100		900				200				1932
三共舎	600				300	300					1917
一宮新聞店	1,900	1,100		300		200	200	50		50	1912
森新聞店	600		500				100				1931
大正舎新聞店	1,000	600		100		200		50		50	
萬新舎本店	1,400	900		300		200					
大橋新聞店	500					200	300				1930
押尾新聞店	1,700		900	200	100	100	300	50	50		1919
渡邊新聞店	900	600				300					
風間新聞店	1,400		800	200			200				1930
高橋新聞店	1,350		1,100	200					50		1929
萬成舎	1,500	1,000			200	200			50	50	1900
増田新聞店	400		200	200							
花澤新聞店	300			200	100						1917
廣部新聞店	500	300				200					1925
立眞舎新聞店	1,800	1,300				400		100			
岡崎新聞店	700	200	200	200		100					1926
粕谷新聞店	400			400							1912
鴨川新聞店	1,000	900						100			1902
間宮新聞店	200		100	50						50	
白井新聞店	400		200	100			50			50	
平島新聞店	700			700							
合計	85,750	19,200	23,800	8,200	7,450	6,100	5,883	2,250	1,233	1,050	

出所:『新聞販売総覧』1933年度版より作成。長谷川新聞店の詳細は不明。

でも注目すべきは、読売の台頭であった。上述したように読売は、東朝を扱う販売店で主に合売され、加えて千葉で東朝を扱っていた高野泰次郎が読売の専売所を設置するなど販売拡大を実現していた。表 7③は売捌店ごとの新聞売り上げの一覧である。千葉県の新聞販売は、20 年代後半以降の新聞販売の増加を背景にしながら、主に売捌店が中心となって進展した点が確認できる。30 年代以降も東日、東朝を中心に専売店網は拡大するものの、東京市内や近郊のように売捌店が専売店との競争に敗れ衰退するわけではなかった。売捌店は、東日、東朝どちらかの販売を選択したうえで、中外、読売、国民だけでなく、報知、時事の各種新聞を販売していた。直営、個人を問わず新聞社の専売店のように一紙だけを販売するのではなく（東朝を除いて）、幅広い種類の新聞を販売することで、販売部数を増加させていたのである。一方、一紙のみを取り扱う直営店、専売店の経営を維持していくため、新聞社は絶えず様々な販売政策（奨励金等）や増紙を実施する必要に迫られた。新聞社にとって販売政策の実施は、負担が重く、売捌店に販売拡張を促す施策を講じる方が容易であったと思われる[93]。結果として、周辺地域における売捌店の地位は専売店以上に高まった。事実、新聞社の側でも各地域の売捌店の連合組織を設立するなど、売捌店との関係構築を一層進めていた。専売店での販売部数で東日、東朝をリードしていた報知、時事は直営店主義を推しすすめた結果、売捌店との良好な関係を築くことができず、東日、東朝、読売にその地位を完全に奪われることとなった。

このように、30 年代以降の新聞販売の拡大において、周辺地域の千葉県では売捌店の役割が再び重要となった。直営店による販売拡大は、人口が密集していない周辺地域（特に農村部を抱える地域）において、経費の増加など、経営上困難な点が多かった。また、直営店、専売店は絶え間なく増紙が必要となる販売政策も影響した。直営店で周辺地域に進出した時事は、経費の増大や売捌店との競争によって販売部数は減少し、一方で、報知は売捌店との関わりを重視することで販売部数を維持させた。大都市の周辺地域における直営店、専売店の販売拡大の限界を示す事例であったといえる。

おわりに

本章では、戦間期の新聞販売の展開過程を第一次大戦前の東京・大阪との比較を含めて明らかにしてきた。市場規模が大きく競合他社が多い東京と大毎・大朝 2 社によって販売店が掌握されていた大阪では販売政策、販売のあり様が異なっていた。大阪では、大毎、大朝の販売店（北尾、岡島）を中心とした販売政策によって両社が協定を結び、他社を排除しながら部数拡大が追及された。一方、東京では第一次大戦期以降、市内での直営店による販売競争から周辺地域における販売競争へと販売政策の重点が変化した。周辺地域に

おいていかに部数拡大を実現させていくのかが経営上重要となったのである。

ただ、震災後、乱売、増紙といった拡大政策による販売競争が激化し、売捌店だけでなく新聞社経営も苦しくなった。販売店網の掌握を実現していた大阪の新聞社との関係が深い東日、東朝は、販売店の掌握と経営の安定を目的に、売捌店による定価売り等の政策を支持した。加えて、売捌店が東日、東朝の影響を受けながら、定価売即行会を組織し新聞社に対抗することで、新聞社と販売店との関係は変化した。それまで、新聞社に責任紙など重い負担を課されてきた売捌店は、報知や時事の非売運動にみられるように、自らの要求を突き付けるようになったのである。この点、周辺地域で売捌店に販売を委ねていた各新聞社は、周辺地域での競争が激化するにつれ、売捌店との関わりを再構築させる必要が生じた。1920 年代以降の千葉県の例でも明らかなように、時事、報知など直営店主義を採用した新聞社は、販売部数が伸び悩んだ。一方、多くの専売店を設置した東日、東朝でも専売店よりも売捌店での販売部数が多かった。売捌店において自社の新聞が多く取り扱われるように、売捌店との間の新たな関係づくり（売捌店が販売拡張を行うような契約や読者の売れ行きが良い新聞を作成する）が重要となったのである。震災以降、東日、東朝以外の在京新聞社が衰退した背景には、東日、東朝の圧倒的な資本力の差だけでなく、販売店との関係（直営店、専売店への傾斜や売捌店との関係）が構築できず、1920 年代以降の周辺地域での販売拡大に対応できなかったという事実があったのである。

注

1) 以下の記述については大西林五郎『日本新聞販売史』、日刊新聞通信社、1931 年、547-560 頁を参照のこと。
2) 本章で登場する新聞社の社史があげられる。詳しくは以下で紹介する。
3) 大阪本社販売百年史編集委員会『朝日新聞販売史（大阪編）』、1979 年、111 頁、123-125 頁。
4) 福良虎雄編『大阪の新聞』、岡島新聞舗、1936 年、222 頁。
5) 川上富蔵編著『毎日新聞販売史』戦前・大阪編、毎日新聞大阪開発株式会社、1979 年、117 頁。
6) 同上、『毎日新聞販売史』118 頁。
7) 大阪毎日新聞社編『大阪毎日新聞五十年』、1932 年、421 頁。九條と天王寺方面に専属店を設けたとされる。ただ、川上富蔵編著、前掲書、118 頁では、1902 年に本社直配区域内に専属店を創業したと記している。
8) 川上富蔵編著、前掲書、119 頁。
9) 福良虎雄編、前掲書、240 頁。大朝、大毎両紙を取り扱った。
10) 大阪毎日新聞社編、前掲書、421 頁。
11) 大阪本社販売百年史編集委員会、前掲書、180 頁。「西部連合」は大朝、「上町連合」は大毎の系統に属するようになった。
12) 福良虎雄編、前掲書 246 頁。「帝国社」「上町連合会」は中立を保ち営業した。
13) 専属店は、基本的に一社の新聞しか扱えない専売店と異なり、系統の新聞を重視し販売政策を行う販売店である。この場合、両系統の店ではそれぞれの系統以外の新聞を購入することができた。その後、1926 年に正式に専売店化が実現することになる。
14) 大阪毎日新聞社編、前掲書、218 頁以降、川上富蔵編著、前掲書、159 頁以降を参照。

15) 大阪毎日新聞社編、前掲書、223 頁。
16) 福良虎雄編、前掲書、251 頁。
17) 大阪毎日新聞社編、前掲書、268 頁。
18) 岡島義郎『岡島真蔵』、1965 年、45 頁。川上富蔵編著、前掲書、203 頁。
19) 福良虎雄編、前掲書、252 頁。1905 年創刊の大阪時事新報も同様である。
20) 日露戦争を経て 1910 年前後の時期の販売部数は大朝 35 万部、大毎 30 万部と伝えられる。東京では、報知 20 万部、国民 17 万部と比較しても両社の規模の大きさが伺える。柚本元一『新聞販売の理論と実践』新聞叢書刊行会発行、1935 年、17 頁。
21) 朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会、『朝日新聞販売史（東京編）』、1980 年、30 頁。
22) 以上の東朝の販売政策については、同上、前掲書、21-25 頁を参照。創刊当時、定価一か月 25 銭、単価 6 厘という価格を半減する設定で積極的な販売を行ったとされているが、卸売の価格か販売価格かどうかは不明。
23) 同上、前掲書、51 頁。
24) 伊勢兵次郎『新聞販売我観－新聞販売の科学的研究』、城北新聞店、1928 年、216 頁。
25) 同上、前掲書、1928 年 217 頁。
26) 朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会、前掲書、52-53 頁。
27) 伊勢兵次郎、前掲書、222-223 頁。
28) 同上、前掲書、1928 年、227 頁。
29) 大西林五郎、前掲書、260 頁。
30) 柚本元一、前掲書、94 頁。国民新聞は関東大震災後、中外商業新報、都新聞も 1930 年代後半には直営店を設置。
31) 伊勢兵次郎、前掲書、325 頁。
32) 小野秀雄『日本新聞発達史』、大阪毎日新聞社、1922 年、456 頁。
33) 大阪本社販売百年史編集委員会、前掲書、239-240 頁。
34) 小野秀雄『日本新聞史』、良書普及会、1949 年、169 頁。
35) 小野秀雄『日本新聞史』、170 頁。
36) 以下の東日の販売店政策については、大西林五郎、前掲書、549-556 頁を参照。
37) 小野秀雄『日本新聞発達史』、452 頁。
38) 伊勢兵次郎、前掲書、326 頁。市内での販売総数が増加していることを考えると、売捌店から直営店へのシフトが強かったといえる。
39) 小野秀雄『日本新聞発達史』468 頁。
40) 千葉では、他に地方新聞として房総日日新聞（約 1200 部）、千葉毎日新聞（600 部）、千葉新報（400 部）といった地方紙が部数 1000 部にも満たない程度で存在していた。
41) 朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会、前掲書、78 頁。売捌店との関係を悪化させ、組合による報知の非売運動が生じている。
42)『日本新聞年鑑』1922 年、92 頁。
43) 同上、1924 年度版、31 頁。
44) この点、市内の販売数は、震災前 10 万部が 1923 年 9 月末に 20 万部、10 月には 28 万部、翌 1924 年には 30 万部にまで増加した。七海又三郎『人生七十の回顧』、1960 年、70 頁。
45)『日本新聞年鑑』1924 年度版、5 頁。
46) 同上、1924 年度版、5 頁。
47) 同上、1924 年度版、31 頁。
48) 同上、1924 年度版、32-33 頁。
49) 伊勢兵次郎、前掲書、326 頁。
50) 大西林五郎、前掲書、621-622 頁。
51)『日本新聞年鑑』1924 年度版、32-33 頁。
52) 朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会、前掲書、117 頁。
53)『日本新聞年鑑』1924 年度版、102-103 頁。

54) 小野秀雄『日本新聞史』193 頁。
55) 朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会、前掲書、117 頁。
56) 同上、117 頁。この協定の背景には、大朝・大毎間で 1924 年 5 月に専売店化への取り決め（専属店において大毎、大朝の合売を止め、それぞれの新聞のみを扱う専売店として再編し、両社の専売店による定価売を実行）があった。
57)『日本新聞年鑑』1925 年度版、38-39 頁。定価売励行については、賛成しているものの東日東朝の契約に影響を受けることへの不満と不信が述べられている。
58) 大西林五郎、前掲書、622 頁。
59) 同上、622 頁。
60) 大西林五郎編『新聞定価売即行会誌』、新聞販売界社、1927 年、2 頁。
61) 大西林五郎、前掲書、624 頁。
62) 同上、632 頁。
63)『日本新聞年鑑』1927 年、3 頁。市内における専売店数も拡張し、1925 年 7 月に 63 ヶ所であった専売所は 1926 年 6 月には 70 ヶ所に増加している。同上、4 頁。
64) 大西林五郎、前掲書、635 頁。
65) 朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会、前掲書、118 頁。
66) 大西林五郎、前掲書、635 頁。
67) 大西林五郎編、前掲書、16-17 頁。
68) 報知の利鞘が少ないため、利鞘を多く欲しい売捌業者側の要望も含まれていた。同上、28 頁。
69) 同上、33 頁。
70) 同上、58 頁。
71) 定価が 10 銭値上げされると売捌店側は、1 部 2 厘から 2 厘 5 毛、一月 6 銭から 7 銭 50 厘の値上げとなり、3 円から 4 円程度の利鞘が増加したといえる。
72) 大西林五郎編、前掲書、44-45 頁。1 月 25 日以降、埼玉県を皮切りに横浜市、千葉市、など各県、地域で即行会の決議、申合が行われている。同上 45-102 頁参照。
73) 以下の記述は、大西、前掲書、106 頁。
74) 同上、113 頁。
75) 同上、119 頁。広告主にまで定価売に関する時事の行動を記した号外を配布したことで、時事が即行会側に抗議をしている。
76) 以下の時事をめぐる非売運動の記述は、特に注記しない限りが大西、前掲書、123 頁、124 頁、127-138 頁による。
77) 神吉英三「理不尽な即行会」『新聞及新聞記者』第 87 号、5 月 1 日号、1926 年、26 頁。
78) 中村勝治「販売時評時事非買の描ける新聞販売界の大波瀾」『新聞及新聞記者』第 87 号、22 頁。
79) 新聞定価売即行会「時事社の不誠意」『新聞及新聞記者』第 87 号、25 頁。
80) 非売運動がおきた 1926 年 8 月時点で時事には市内 71、地方社営 22、社営外 251 の専売店であった。『新聞及新聞記者』第 93 号、1926 年、216 頁。
81)『時事新報』第 12 回決算報告書、1926 年、3 頁。
82) 伊藤正徳『新聞生活二十年』、中央公論社、1933 年、441 頁。
83) 永井亀一『関東新聞販売外史』、1977 年、81-82 頁。
84) その後の詳しい展開については、伊勢兵次郎、前掲書、283 頁以下を参照。
85)『日本新聞年鑑』1926 年度版にははっきりと明記していないが、同年に東朝が 50 万以上、東日が 70 万部以上の販売を達成したことが報じられているので、部数の上位 2 社は東日、東朝であると思われる。
86) 十五社連名の解散の経緯については、日本新聞販売協会『新聞販売概史』、1979 年、213-220 頁を参照。
87) 読売新聞社『読売新聞八十年史』、1955 年、298 頁。
88) 松本一朗『闘魂の人－人間務臺と読売新聞』大自然出版、1973 年、159-161 頁。
89) 1930 年時の販売部数は 22 万部、1933 年約 50 万部、1935 年 66 万部、1936 年 75 万部、1938 年に

100 万部を突破している。千葉県連合読売会『千葉県読売会発展史－千葉県と読売新聞 120 年の歩み』、1991 年、236 頁を参照。

90) 以下、千葉県での販売に関する内容については、同上、57-65 頁を参照。

91) 売捌店を重視し、東日、東朝との関係を良好にしていくことが当初から想定されていた。読売新聞社『読売新聞社百二十年史』1994 年、125 頁。

92) 総武線沿線における専売店の独立問題から発生した非売運動であり、東朝の勢力拡大の中、起こった。詳しい経緯については、大西林五郎著、前掲書、769-783 頁を参照。

93) 伊藤正徳、前掲書 415-418 頁。新聞社は拡張政策を行うために専売店を設置しても、結局専売店経営を維持するため、拡張政策の実施が必要な状況を指摘している。

第４章

新聞広告をめぐる諸論点

―研究史の到達点と今後の課題―

齋藤　邦明
（東京大学大学院・経済学研究科）

はじめに

1920-30 年代の新聞社における広告収入は総収入のほぼ半ばを占めており[1)]、また新聞広告は広告業全体の中でも中心的な存在であった。そこで本章の目的は、この新聞広告に関する研究史の到達点を把握し、今後の課題を示すことにある。その際、本章は新聞広告の取引主体である、新聞社、広告代理店、広告主の関係性に関わる論点に着目する。

新聞広告に関する研究としては、内川芳美編著『日本広告発達史』上・下巻、電通、1976・1980 年（以下、内川編著と略）と、津金澤聰廣・山本武利・有山輝雄・吉田曠二編著『近代日本の新聞広告と経営―朝日新聞を中心に』朝日新聞社、1979 年（以下、津金澤編著と略）の 2 つが重要である[2)]。

前者は、「多様な広告活動全般の歴史を統一的にとら」えることと、「政治、経済、文化、生活など日本の社会全体の歴史的な流れと関連付けて体系的にとらえ」（まえがき、I 頁）ることを意図し、電通の営業報告書、『新聞総覧』、新聞社・広告代理店・広告主の社史をベースに、明治期から高度成長期までの広告を取り巻く社会情勢、新聞社と広告代理店の経営概況、新聞以外の雑誌・屋外広告・ポスターなどの広告媒体の展開などを歴史的に明らかにし、広告研究の中で広告業史に関する「金字塔的文献」と評価されている[3)]。

一方、後者は明治初期から太平洋戦争終了時までの「広告を新聞経営の観点から（中略）

朝日新聞社に現存する多様な資料を厳密な資料批判を踏まえて活用」して「実証的研究を貫く」（はじめに）ことを課題とし、朝日新聞以外に萬年社の社内史料なども利用して、朝日新聞社の財務・収支状況、朝日の広告組織、朝日と広告代理店ないし広告主との契約書（契約条件）などを明らかにしている。

新聞広告に関わる社内資料へのアクセスの困難が強調される中[4]、新聞広告史研究において両研究が到達した実証水準と内容は、30 年以上たった今日においても越えられていない。それでも、なお筆者は次の 2 点から両研究自体を検討する必要性と今後の課題を提示することが要請されていると考える。

第 1 に、内川編著、津金澤編著は史料提供先の企画の中で生まれてきたという背景もあってか、同一の事柄を論じていてもどの点の解明が進められていたかは明示されておらず、その理解は読者に委ねられている。その理由は、後に津金澤（以下、敬称略）が史料の所蔵先への配慮から「できるだけ論評風の分析は禁欲し、生の未公開資料の公開に重点を置い」[5]たと述懐していることから推測される。したがって、両研究で達成された成果を対比し繋げることと、両研究を以てしても達せられていない課題を示すことが必要である。

第 2 に、山本が指摘するように、新聞広告は「広告主、広告代理業、広告媒体の 3 者間でなされる広告スペースをめぐる商取引であり 3 者の力関係が広告取引を決定」[6]するものである。新聞販売が新聞社と販売店の関係性でその特徴が明らかになるように、新聞広告も新聞社・広告代理店・広告主の関係性、特に 3 者の駆け引きの歴史過程を描き出すことによって明らかになるであろう。そうした観点から改めて内川編著、津金澤編著をみると、取引に関しては、商慣行であった「割引」の解明や、契約書（契約条件）への言及に重点が置かれていることがわかる。

なお、すでに広告研究のサーベイを行った嶋村和恵・石崎徹の著作があるが、津金澤編著に言及していないことに加え[7]、広告全般（広告効果、媒体、表現、心理など）に関する研究の網羅的な紹介に終わっている。そこで本章は新聞広告の研究史を詳細に検討し、その到達点と今後の課題を示すこととしたい。

それでは以下、商品広告[8]と案内広告[9]とに分けて、1920-30 年代を特徴づける取引主体の関係性に関わる論点に着目しながら、内川編著、津金澤編著が指摘している史実、それに対する評価を取り上げていく。そして最後に、今後の課題を述べる。

1　商品広告に関わる論点

まず商品広告における新聞社と広告代理店との関係を確認することから始めたい。1920-30 年代の新聞広告の中で商品広告は、代理店を通じた取引が主流となっていたが、

取引の実態は複雑であるとされてきた[10]。それは戦前ばかりに該当するものではなく、戦後の 1960-70 年代に至っても広告取引における「割引」などの慣習は改善されず[11]、依然として取引の複雑さが強調されている[12]。

このように広告取引の複雑さが強調される中で、内川編著では同時代人の証言から取引の実態に迫るという手法をとっているのに対し[13]、津金澤編著で戦間期を担当した有山は新聞社と広告代理店の一次史料を利用して取引の実態に迫っている点で注目される。

有山は「広告取引の状況」という項目の中で、大阪朝日（大朝と略）と日本電報通信社（電通と略）、大朝と正路喜（しょうじき）社、大朝と博報堂で取り交わされた契約書を紹介した[14]。まず、大朝と電通との契約書からは、代理店に対する責任金額と特別割戻の存在を指摘した（この点は後述）。次に、大朝と正路喜社との契約書からは、大朝が取扱高の少ない広告代理店（正路喜社の他に、東洋広告や第一広告を例に挙げている）から公債を担保として預かっていたことを示した。そして、大朝と博報堂との契約書からは、博報堂から大朝に対する広告の入稿量が増加すると博報堂が大朝に支払う 1 行広告単価が逓減する、行数逓減料率の存在を明らかにしている[15]。また、大朝と博報堂の契約では、広告料の徴収は博報堂が行うことを指摘している。しかし、有山は大朝と博報堂との契約は、「“高級”な文化的価値」のある出版広告を対象とした「特恵的取引」であることを強調している[16]。

これらはいずれも一次史料に即した貴重な指摘であるが、有山が提示した契約書からも、大朝と博報堂との契約以外の広告料金の徴収、広告デザインの担当などの広告業務を新聞社が行うのか、広告代理店が行うのかは判明しない[17]。この点が、津金澤編著に対する書評が「『広告』が『経営』に与えた影響、『経営』が『広告』に及ぼした影響などについて、より深く立ち入った分析」[18]を求めた理由であったと思われる。

そして有山は、上述の取引の実態―取引の契約書の提示―に続いて、広告料金に言及して、「広告料金は、その場その場における新聞社・代理店・広告主三社の広告需給関係、広告媒体評価あるいはその他様々な要因によって決定されていた」（367-368 頁）とし、広告単価と割引の実態を紹介している。このように有山が新聞社と広告代理店との関係を一次史料に基づいて明らかにした功績は極めて大きいといえるが、契約書の条件と広告料金の「割引」の実態の解明に論点が絞られていることがわかる。

続いて、責任金額と特別割戻については、山本が日露戦後ごろから一定の取引金額・行数以上を達成した代理店に対して、新聞社から特別割戻が行われるようになったことを示している[19]。つまり特別割戻は代理店の手数料収入になるが、この点は後で詳しく触れる。そして、有山が大朝と電通との契約書やその他の代理店との契約書に基づいて、1920 年ごろから、新聞社が広告代理店に対して責任金額とよばれる月ごとのノルマを課すようになったことを明らかにした[20]。この特別割戻については、内川編著では「特戻し」[21]という言葉が紹介されているものの、それ以上の指摘はみられない。なお、責任金額については、

内川編著では言及されておらず、山本、有山の指摘によってその存在と実態が初めて明らかにされたものである。こうした制度の意義について、有山は「新聞社の広告代理店政策」（365 頁）として「各代理店の営業能力と相関する微妙な水準に設定されていた」（366 頁）という評価を与えている。ただし、有山は津金澤編著とは別に大朝と博報堂、婦女界社の取引事例を検討した論文の中で「これ（責任金額―引用者）によって『大阪朝日』としては、広告収入の確実な獲得が約束される」[22]と論じており、責任金額が新聞社の広告収入の安定化策であったという見解を示している。また、特別割戻の実施状況は、有山が大朝に残された「予算書」の項目のうち、広告拡張項目中の割戻金が特別割戻にあたるとし、大朝の場合、割戻金は総広告費の 5%前後を占めていたことを明らかにしている[23]。

次に、1920-30 年代の広告代理店間の関係に関わる論点を確認しておこう。広告代理店は、明治 20 年代前後に叢生したものが多く[24]、戦間期には通信部門を兼営する電通や博報堂、萬年社、帝国通信社などの大規模代理店が上層を形成し、次に資本金では博報堂などと同規模だがやや競争劣位にあった京華（けいか）社、正路喜社、旭広告社が位置し、最後に地方・中小代理店業者が存在するという構成になっていた[25]。そして内川編著、津金澤編著ともに戦間期は電通、博報堂などの大規模代理店による広告市場の把握が進行したことを強調している[26]。

こうした広告代理店に関わる論点は、代理店が手にする「手数料」に求められる。新聞広告の場合、広告代理店の「手数料」には、新聞社からその都度支払われる仲介手数料のほかに、決算期に新聞社から追加的に支払われる割戻手数料があった。割戻手数料には普通割戻と特別割戻があったが、普通割戻手数料は決算時において代理店が一定以上の取扱額を達成した場合、取扱額に対して数%～十数%の割合で支払われていたといわれている[27]。さらに特別割戻手数料は、段階的に設定された取扱額のほぼ 1 割を上限として、普通割戻とは別に支払われていた[28]。そして広告主が支払う広告単価は、新聞社が公表する単価から一定の「割引」がなされており、この「割引」の程度をめぐって広告主と代理店・新聞社は対立関係にあった。そうした関係の中で、広告代理店側が同業者団体を結成して取引単価の引上げを試みた事例として、水曜会の活動が知られている。

水曜会は、第 1 次大戦期の好況を背景とした広告需要の急速な拡大の中で、1916 年 11 月 1 日、萬年社を中心に大阪電報通信社など大阪の有力広告業者によって結成された[29]。まず、清水が水曜会の定めた広告料の割引率に関する「覚書」の存在を明らかにし[30]、その後、山本が「覚書」の具体的な内容（「別表」として作成されていたもの）を萬年社の社内史料を利用して明らかにした。それによれば、公表単価が 90 銭であるのに対し、割引率は 10%であり、取引単価 82 銭となっていた。ただし山本は続けて、実際の取引単価は未だ公表単価の 50%程度であったとして、水曜会の協定はあまり有効ではなかったのではないかという見解を示している[31]。なお、清水は水曜会を「広告代理業による一種のカ

ルテル的組織」（252 頁）と評している。そして山本は、覚書の内容から広告代理店間の競争抑制の意図があったとしている[32]。また、この水曜会の協定に対する広告主側の反応については清水、山本ともに言及していない。戦間期には、水曜会以外にも広告代理店の業界団体はいくつも組織されるが、広告単価の引上げなど広告取引に対し具体的な行動を起こした団体として明らかになっているのは水曜会のみである。そして、山本によって水曜会の活動は 1937 年まで続いていたことが指摘されていることから[33]、同会は 1920-30 年代の代理店間の関係を考える上で重要な存在であるといえる。

最後に商品広告に関わる取引主体として、広告主についてみてみよう。広告主を広告の利用状況から階層的に把握すると、「三大広告」とよばれる薬品・化粧・出版関係の広告主からの出稿が戦間期を通じ他の業種と比較して圧倒的に多く[34]、次いで他の業種における「華主」（大口広告主）がおり、最後に「華主」以外の企業や個人という構成になっていた。広告主は、潜在的に広告効果が大きい（多くの人の目に触れる可能性が高い）と考えられる、販売部数が多い広告媒体を選択する傾向にあった。また、広告主は景気の後退、経営状況の悪化によって広告費の節減が必要な時などは、入札制[35]というかたちで代理店と新聞社の選別を行う行動に出たことが知られており、「三大広告」を中心とした「華主」たちは特にそうした行動をとったとされている。

これに関連した、不況期における広告主の広告費節約行動については、春原が 1920 年代後半から昭和恐慌期にかけて花王、ライオン、レート、森永などが入札制を実施して、掲載行数と掲載紙を減少させたことを指摘している[36]。ただし、春原は入札制の具体的な内容には触れていない。また、有山は「出版広告主からの単価引き下げ要求」に対して、新聞社側が拒絶する旨を述べた「覚書」を示しながら、その実効性は疑問であるとして、結果的に単価は引き下げられたとしている[37]。なお、有山が単価の引き下げの確認を行った史料は、東京朝日と武田長兵衛（薬品）との契約内容（行数とそれに対する単価）であり、厳密にいえば「覚書」と単価引下の事例は一致していないことから、具体な事例に即した検討は今後の課題として残されている。

2　案内広告に関わる論点

次に案内広告の特徴や取引関係に関わる論点を確認していこう。案内広告は、商品自体が小規模であるという特性に加えて、記載されている情報が「訪ね人」や「妊婦預かり」といった地理的近接性が強い内容である点、大阪よりも東京において発達した点が特徴である[38]。この点を考慮すると、案内広告の需要のあり方とその歴史的推移に着目する必要があり、内川編著、津金澤編著が案内広告の伸長を関東大震災、1930 年代の東京市の発展

との関係で論じてきたことは十分に納得できることである。

まず、案内広告が関東大震災をきっかけに伸長したことは、震災直後の当時から指摘されていた[39]。そして近藤は、「被災した市民や企業・事務所の立ち退き先や訪ね人などの案内広告が、発行を再開した新聞に殺到」し、新聞社も紙面で積極的に案内広告の募集を呼びかけ、震災下での案内広告が「復興広告」として機能したとしている[40]。ただし、この震災前後の新聞社の案内広告収入については、有山が東朝の数値を明らかにしているだけで[41]、他紙の事例は知られていない。

続いて、1930年代の案内広告の増大の背景として、内川と高木が東京市の発展を指摘し[42]、近藤が『新聞総覧』から案内広告の増加を確認している[43]。さらに近藤は、案内広告が「新聞社にとって、大広告主の料率値下げ要求をくいとめる有力な防壁」（324頁）として機能したとしているが、その判断根拠は示されていない。そして有山は内川編著の見解を踏まえて、東京の「人的移動の激しさ」と案内広告が「生活に密着している」という点を追加して、東京における案内広告の伸長を説明している[44]。

次に、案内広告の取引関係についてみてみよう。案内広告の広告主は個人や小規模な事業者などが多く、代理店や新聞社に対する交渉力をあまり有していなかったと思われる。ただし案内広告でも、新規申込や大量出稿者に対する割引は行われていた[45]。また取引形態では、商品広告のように代理店取引が主流となることはなく、新聞社との直取引と代理店取引が併存していたと推測される。そして広告代理店は小規模・零細なものが多かったが、倣蟻社・博生堂のように商品広告から案内広告専門の業者に転身するものや[46]、新聞社に専属化するもの[47]、新聞社との特約関係を結んだものが存在した[48]。さらに「特約代理店」の下には、「原稿回し」と呼ばれる「特約代理店」の下請を行う零細代理店や[49]、市内の商店経営などの傍らで広告取次を行う業者がいた[50]。

そして1930年代に案内広告需要が増加し、それを専門とする業者が増加していく中で、それらの業者によって新聞社との取引関係を変えようとする動きがあったことが知られている。1932年案内広告業者団体である一致会による案内広告取引単価の協定がそれであり[51]、近藤、有山ともにこの事例に着目している[52]。ただしその結論は、近藤、有山ともに一致会の限界を強調するものとなっている。また、近藤はこの一致会の動きを「行数責任を回避」（374頁）する意図があったと紹介している。その後、同会は共同経営を意図した共同管理所を設置するが半年たらずで解散し、続いて共同出資によって共同通信社を設立するが、それも一年以内に解散している[53]。いずれにせよ、近藤、有山によって一致会の動きはほぼ解明されたといえる。そして近藤は、一致会の後、案内広告の中でも「有力な代理店は、次第に新聞社の専属代理店化する動きが表面化」（同上）したとしているが、史料的な裏付けがなく、具体的に代理店化を行った新聞社や専属代理店化した代理店への言及もない。また、津金澤編著で戦時期を担当した津金澤は、既に新聞社によって案内広

告代理店の専属化が進められた後の状況（1938 年に朝日案内専属取扱店制の導入）を述べており[54]、戦間期から戦時期にかけての経緯は判明しない。

まとめにかえて―今後の課題

以上、新聞広告に関わる論点を、商品広告と案内広告とに分けて提示し、それに対する研究史の到達点を示してきた。最後に、本章が提示した論点に対する今後の課題を述べて、まとめにかえたい。

まず戦間期の新聞社と広告代理店との関係に関わる、責任金額・特別割戻の設定と水曜会の動きについて、筆者は両者を合わせて再考する必要があると考える。まず水曜会については、既に述べたように 1920-30 年代における同会の活動や同会に対する広告主の反応が明らかにされる必要があろう。また、有山が責任金額を新聞社の広告収入の安定化策としている点に筆者も同意するが、筆者は第 1 次大戦期から 1920 年代にかけての急速な広告需要の拡大の中で、広告代理店による水曜会の協定―割引防止と取引単価の引上―の実効性の困難さを受けて、新聞社が広告収入安定化のために責任金額という制度を設計したとみたほうが、この時期の広告取引における変化を捉えることができると考える。今のところ、有山が朝日新聞社に関してのみ責任金額と特別割戻を明らかにしているが、今後は他の新聞社と代理店との間に設定されていた責任金額と特別割戻についても明らかにしていく必要があろう。それを可能とする史料の存在は、津金澤編著が使用した朝日新聞社、萬年社の史料に加え、戦時期に京華社や金水堂などの広告代理店の企業整理を経て設立された大広（だいこう）の社史によれば、京華社・金水堂の史料も存在しているようである[55]。既に利用された史料も含め、史料発掘と利用許可の為の努力を継続していきたい。

次に、商品広告における取引関係で広告主側の論点として取り上げた、入札制度については、入札制度を実施した広告主の一次史料を探索していく作業が何より重要だが、無数に存在する広告主から、入札制を実施していた広告主を選定し、その史料を見つけることは容易ではない。ただし、今のところ次のような点が判明している。入札制度の条件については、『日本新聞年鑑』に婦女界社の入札条件が記載されている[56]。ただし、『日本新聞年鑑』にも、婦女界社の入札の結果は示されていない。そこで、婦女界社の入札の結果ではないが、『広告総覧』によって三共製薬の入札結果を示すと、電通が東京紙で 3 紙、大阪紙 2 紙、地方紙で 17 紙の落札、帝通が東京紙で 5 紙、地方紙で 7 紙の落札、正路喜社が東京紙 2 紙、地方紙で 5 紙の落札、京華社が地方紙で 7 紙の落札となっている[57]。大規模代理店による落札が多くなっているが、地方紙でみれば京華社も帝通と同じ落札数となっている。ここから中小代理店や地方代理店と地方紙との結びつきが想起される。すでに

みてきたように、内川編著、津金澤編著では大規模代理店による市場掌握が強調されがちで、中小代理店や地方代理店の動向はほとんど明らかにされていない。しかし、この入札制の結果をみれば、中小代理店や地方代理店が大規模代理店に競争劣位でありながらも、戦時下の広告代理店の企業整理・統合まで存続しえた条件の一端を示しているといえよう。

また、『日本新聞年鑑』の「一覧」の中で京華社は兼営事業について何も言及されていないが、大広の社史によれば、京華社社長の後川文蔵は京都の地方紙の一つである日出新聞の社長でもあったとされていることから[58]、おそらく京華社と日出新聞には特約的な関係があったと考えられる。さらに同書の中で後川文蔵は趣味が高じて京都自動車という自動車会社も設立したとあることから、地方の「広告代理店」は広告取次業のみならず、他産業との関わりの中で経営されていた可能性がある。したがって、地方の「広告代理店」の実態は、地方中小企業史という観点からアプローチできる可能性がある。

以上、戦間期における商品広告をめぐる論点としては、①責任金額・特別割戻と水曜会の活動との関係、②広告主の入札制とそれに対する広告代理店の対応、の 2 点に集約することができると考える。

次に案内広告は、東京紙を中心に発達してくる発端として関東大震災との関係で論じられてきたことを確認したが、内川編著、津金澤編著でも次第に増加しつつあった案内広告代理業者がどのように関わっていたのかは十分に明らかにされていない。すでに 1920 年代半ばに新聞社との特約関係を取り結ぶ代理店が多数存在していたことが判明していることから、震災前後の東京における案内広告代理店業者の展開を明らかにしていく必要があろう。また、案内広告代理業者の発生・発展の経路は、最初から専門業者として現われるケースもあったと思われるが、多くは山元新光社のように広告代理店で勤務していた者の独立や、中小商工業者で取次を行っていた者が広告専門業者へと転身していったルートが想定される。この点も地方の「広告代理店」と同様、地方中小企業史の観点からアプローチすることが可能であろう。

また、1930 年代の案内広告をめぐる取引関係の変化として、案内広告代理店の専属化という動きを取り上げたが、この点は現在の新聞社を中心とする企業グループの形成過程の一端であり、歴史具体的に明らかにする意義があると考える。たとえば、戦時期についての津金澤の指摘の中に、「北尾広告社」という名前がみられる。これは大阪朝日の販売を行っていた北尾新聞舗がその前身であろう。そして大広の社史の中で、北尾新聞舗は販売だけではなく、広告取次も行っていたことが指摘されている[59]。この意味で、新聞販売と新聞広告は截然と分かれていたわけではなかった。本書所収の高柳論文の中で、地方の新聞販売市場において売捌店の存在が重要であったことが指摘されているが、広告にとっても売捌店が「取次店」として重要な役割を担っていた可能性を示していると考える。

以上、戦間期における案内広告をめぐってさらに検討すべき課題の一つは、案内広告代

理業者―その中には新聞販売や他産業の中小商工業者も相当含んでいた―の存在形態を解明することである。

本章では、商品広告・案内広告に大別して、新聞社、広告代理店、広告主の取引関係に着目して議論を進めてきたが、それも戦間期の「新聞広告」の一端にふれたにすぎない。自覚しているものを挙げれば、新聞社の頁・行数政策（たとえば十三段制の導入[60]）や各主体の広告組織など[61]、いくつか関係する論点に言及していないという限界がある。史料の発掘と共に、新たな論点を見出していく作業は今後の課題としたい。

注

1) 津金澤編著の資料編の中に、大阪朝日の総収入、販売収入、広告収入のデータが掲載されている。1920、1925、1930 年度のデータを示すと、1920 年度は総収入 7,532,477 円（販売収入＋広告収入＋雑収入。雑収入を除くと 7,486,603 円）、販売収入 4,149,593 円（対総収入比 55.1%）、広告収入 3,337,010 円（44.3%）。1925 年度は総収入 13,631,621 円（12,249,519 円）、販売収入 6,383,912 円（46.8%）、広告収入 5,865,607 円（43.0%）。1930 年度は総収入 15,615,824 円（14,471,893 円）、販売収入 7,208,540 円（46.2%）、広告収入 7,263,353 円（46.5%）となっている（津金澤編著、資料編、240-242 頁）。

2) 内川編著、津金澤編著以外に新聞社の経営と新聞広告との関係について論じたものとして、山本武利『広告の社会史』法政大学出版局、1984 年がある。同書は、取り扱っている時期が明治初期から日露戦争頃までとなっており、本章の考察対象時期とずれがあること、朝日新聞社に関する分析は津金澤編著で山本が担当した部分を再録していることから、本章では取り上げない。

3) 島村和恵・石崎徹『日本の広告研究の歴史』電通、1997 年、43 頁。

4)「現在最も遅れているのは新聞社内部史料の保存・公開である。（中略）　明治時代以来の歴史を誇る新聞社でさえ古い社内資料を外部に公開したことは、極めてまれである」（有山輝雄「新聞社内資料の保存・公開について」『新聞研究』N0.442、日本新聞協会、1988 年、71 頁）。こうした新聞広告関係資料発掘・利用の困難さから、山本武利、有山輝雄らによって資料の復刊・公開の努力が続けられてきた。戦前の広告に関わる統計・年鑑を掲げると、電通発行の『新聞総覧』（明治 43 年版～昭和 18 年版、大空社、1991-1995 年。以下も復刊年を示す）、萬年社発行の『広告年鑑』（大正 14 年版～昭和 18 年版、御茶の水書房、1984-1985 年）は商品、新聞社、広告主（各業界の華主）別の広告行数や新聞社・広告代理店に関する情報（公表広告料金、広告組織など）が得られる、戦前の新聞広告の基礎的な資料である。日本新聞研究所発行の『日本新聞年鑑』（大正 10 年版～昭和 16 年版、日本図書センター、1985-1986 年。大正 10、11 年は『新聞及び新聞記者』を利用）は年毎の新聞・広告業界の出来事を如実に伝え、新聞広告奨励会発行の『新聞広告総覧』（1932 年版～1940 年版、ゆまに書房、2004 年）は 1930-40 年における広告の意匠が一目でわかる。また、1999 年に破綻した萬年社の史料公開も順次進められている（萬年社コレクション http://ucrc.lit.osaka-cu.ac.jp/mannensha/）。それでもなお、有山の指摘は今日においても妥当しているといえる。たとえば広告関係の企業資料館として電通のアド・ミュージアムがあるが、上述の復刊史料以外は、戦後のものしか所蔵されていない。

5) 津金澤は「新聞広告メディア史の研究にとって、新聞社広告局所蔵の未公開の社内資料が全面的に公開されるということは、きわめて稀有のことであり、朝日新聞社の英断に改めて敬意を表したい。したがって、この共同研究に使用した社内資料はこれまで門外不出の資料や文書が多く、それ自体非常に史料的価値が高い。私たちもそうした社内事情にも配慮してできるだけ論評風の分析は禁欲し、生の未公開資料の公開に重点を置いて分担執筆を進めた。その結果、分析はやや不十分のそしりは免れないが、また、史料羅列のおそれも否定しがたいが、この際、貴重な未公開史料の初公表という一点を重視して論稿をまとめた」と述べている（津金澤聰廣『現代日本メディア史の研究』ミネルヴァ書房、1998 年、iii 頁）。

6) 山本武利「広告代理業の発展と広告取引の実態」、内川編著、1976 年、160 頁。なお、同書において山本武利は複数の章を執筆しているので、内川編著における山本執筆担当分に対しては、前掲書・前掲論文というかたちで言及せず、論文タイトルを逐一掲げる。また、既に山本は津金澤編著にも参加していることを指摘したが、この共同研究において山本が担当したのは日清・日露戦争期の部分のみなので、「山本、前掲論文、1979 年」として示す。また、有山輝雄は津金澤編著での共同研究を通じて得た史料を用いて、大朝、博報堂、婦女界社の取引事例を個別に論じている（有山輝雄「広告取引きからみた戦前期出版広告—朝日新聞社と博報堂の取引き例—」日本出版学会編『出版研究』No.9、講談社、1978 年）。津金澤編著の有山執筆担当分は「有山、前掲論文、1979 年」とし、個別論文は「有山、前掲論文、1978 年」とする。

7) 島崎・石崎編著の中で歴史研究として挙げられている著書は、①中瀬寿一『日本広告産業発達史研究』法律文化社、1968 年、②内川編著、③山本、前掲書、1984 年、④津金澤聰廣・山本武利『日本の広告—人・時代・表現』日本経済新聞社、1986 年の 4 点である。

8) 商品広告は、1 行（多くは 5 号活字）単位で契約を行い、「段数、行数、意匠、活字、場所などに任意に希望すること」ができる広告をさす（印南力雄『案内広告の研究及び発達史』案内広告の研究社、1937 年、3 頁、国立国会図書館、近代デジタルライブラリー館内利用）。

9) 案内広告は、新聞各紙が「案内」などとして設置してあるスペースに、1 件当たり 3 行、5 行、10 行など区分がなされた小型広告をさす（同上書、3 頁）。各紙の名称は、読売では「なかだち」、時事は「よろづ案内」、東京日日は「日々便覧」（後に「日々案内」）、東京朝日は「朝日案内」となっていた。案内広告欄は、東京紙で 1890 年代、大阪紙で 1910 年代に設置されるようになった。

10) 有山輝雄「『朝日』『毎日』寡占化の進行と広告」、津金澤編著、1979 年、361 頁。

11) 1967 年に我妻栄、星野栄一ら民法学者を中心に組織された「新聞法制研究会」によって、広告取引の「近代化」を行うための「広告取り引き基本約定書」が作成された。これは「割引」などの慣行には手をつけず、新聞社と代理店との関係が、民法上の独立した「契約当事者」であるか、「代理人」であるかによって、二種類の契約書を作成すること、その契約書に基づいて、掲載契約の手続き、広告料金・手数料支払いなどに関する規約が盛り込まれていた（「広告取り引き基本約定書について」『新聞経営』No.19、1967 年、47-62 頁）。しかし、関係団体の意見調整がまとまらず、結局、約定書の導入は見送られた（内川芳美編著『日本広告発達史』下巻、電通、1980 年、526-527 頁）。筆者はその後の詳しい動向を確認していないが、日本広告協会が 1998 年に「広告宣伝取引に関する基本契約書モデル案」を発表し、その後 2009 年に 1998 年案を改訂した「広告取引本契約モデル」を公表している（日本広告協会 http://www.jaaa.ne.jp）ことから、この広告取引の問題は、ほぼ直接的に今日につながっているものと思われる。

12) 「この分野（新聞広告をさす—引用者）では、いまだ権威をもった定説が確立しないまま、広告取り引きはもっぱら“慣行”—それはしばしば媒体と広告業者の力関係と同義である—に従って進められていた。定説が生まれなかった基本的な理由は広告取り引きそのものの複雑さ、なかんずく広告代理業者というものが、規模、歴史、媒体や広告主との関係において千差万別である、という事情に基づいている」（「新聞契約のモデル案まとまる」『新聞研究』No.189、1967 年 4 月号、60 頁）や「新聞広告料金の体系は以上のような（掲載場所によって単価が異なることなど—引用者）さまざまな単価要素の組み合わせで構成されている。その複雑さは新聞販売のリベートシステムの比ではない」（清水勝人「新聞広告の裏側」『新聞の秘密』日本評論社、1978 年、33 頁）。

13) 山本武利「広告代理業の発展と広告取引の実態」、内川編著、1976 年、160-164 頁。

14) 有山、前掲論文、1979 年、361-374 頁。

15) 有山、前掲論文、1979 年、446-449 頁。また、有山、前掲論文、1978 年は取引の内容をよりコンパクトかつ簡明に述べている。

16) 同上、1978 年、95、100-101 頁。

17) 無論、広告主から広告文案や図案を提示してくる場合もあった。特に、広告による集客効果があったと社史などで言及している場合は、広告主側で広告を作成したものであろう。例えば、『森永五十五年史』（森永五十五年史編輯委員会編、森永製菓、1954 年）では時事新報へ 1 面広告を出したことが「非常な威力を発揮」（179 頁）したと述べている。

18) 石川健二郎「＜書評＞津金澤聰廣・山本武利・有山輝雄・吉田曠二編著『近代日本の新聞広告と経営―朝日新聞を中心に』」『経営史学』Vol.15、No.2、東京大学出版会、1980 年、121 頁。
19) 山本武利「経営基盤確立期における広告」、津金澤編書、1979 年、193 頁。
20) 有山、前掲論文、1979 年、361-366 頁。朝日新聞社広告百年史編集室編（有山輝雄責任編集）『朝日新聞広告編年史』朝日新聞社広告百年史編集室、1977 年（東京大学大学院情報学環・学際情報学府図書室所蔵）。『朝日新聞広告編年史』に記載された、各広告代理店に対する割戻の設定をみると、電通や博報堂では責任金額に対して 1 割を上限としていたが、倣蟻社では 2 割と高くなっている。もともと倣蟻社は商品広告も扱っていったが、後に案内広告専門業者となっていった。この点について、有山は「案内広告は一般の広告以上にきめ細かい集稿活動が必要」（同上、399 頁）で、「案内広告を自紙に誘致」（同、401 頁）するための優遇策であるとしている。
21) 山本武利「資本主義成立期の広告」、内川編著、1976 年、81 頁。
22) 有山、前掲論文、1978 年、100 頁。
23) 有山は割戻金予算に「普通割戻」は含んでいないとしている（有山、前掲論文、1979 年、366 頁）。
24) 本章は研究史のサーベイを主眼することから、各代理店の歴史に触れることはしない。山本武利・津金澤聰廣が広告代理店の創業者に着目して各代理店の歴史を明らかにしているので、そちらを参照されたい（津金澤・山本、前掲書、1986 年、第 3 章「広告代理業の先駆者」）。
25) 資本規模が史料的に確認可能なものだけあげると、1926 年時点で、100 万円が日本電報通信社、広告社、萬年社、50 万円が博報堂、日本通信社、帝国通信社、正路喜社、京華社、旭広告社となっている。さらに、勉強社は 10 万円、太陽広告社は 3 万円であった（「第 3 編　一覧」『日本新聞年鑑』昭和 2 年版、新聞研究所、1927 年、51-54 頁）。
26) 清水英夫「広告代理業の本格的発展」、内川編著、1976 年、242-248 頁。春原昭彦「広告代理業の動向と電通の広告代理業専業化」、同前、368-378 頁。有山、前掲論文、1979 年、471-476 頁。
27) 山本武利「資本主義成立期の広告」、内川編著、1976 年、79-81 頁。
28) 有山、前掲論文、1979 年、362 頁。
29) なお、広告代理業者による業界団体の結成は、これが初めてではない。1892 年の大阪で、金水堂、三星社、長春堂、日浩社、勉強社、萬年社で結成された協一会がある（山本・津金澤、前掲書、1986 年、86-87 頁）。また、1914 年に東京の広告代理業者による業界団体、協同会が設立されているが（清水、前掲論文、251 頁）、具体的な活動内容や関連する史料の存在は判明していない。
30) 清水、前掲論文、251 頁。
31) 山本、前掲論文、1979 年、305-308 頁。
32) 同上、308 頁。
33) 同上。
34) 『新聞総覧』によれば、1920 から 1935 年までの商品広告の業種別上位 3 位は、薬品（2719 万→6449 万行）、化粧品（2299 万→3544 万行）、図書（1095 万→2696 万行）と変わらずに推移する。
35) 内川編著、津金澤編著ではまったく言及されていないが、朝日新聞社の広告を担当していた新田宇一郎によれば、入札制度は広告主の広告費節減の時だけではなく、「広告主が新たに広告を開始する場合」にも利用したと述べている（新田宇一郎「広告部の組織とその運用」『総合ヂャーナリズム講座』第 2 巻、内外社、1930 年、10 頁）。
36) 春原、前掲論文、364 頁。
37) 有山、前掲論文、1979 年、435-436 頁。
38) 『新聞総覧』によって、大阪 2 紙（大阪朝日、大阪毎日）、東京の主要紙（東京朝日、東京日日、読売、時事、報知）の案内広告の掲載行数を比較してみると、第 1 次大戦後から 1927 年ごろまでは一貫して時事がトップであったが、1929 年には関東大震災以後徐々に件数・行数を伸ばしてきた東日に追い抜かれる。そして 1930 年代前半は東日が首位となるが、1931 年ごろから急速に件数・行数を伸ばしてきた読売が 1934 年に東日を抜く。つまり、一貫して東京紙での掲載が多い。
39) 「第 2 編　現勢」『日本新聞年鑑』大正 13 年版、新聞研究所、1924 年、45 頁。
40) 近藤貢「新聞企業化の発展と新聞広告」、内川編著、1976 年、295-297 頁。
41) 有山、前掲論文、1979 年、398-399 頁、表Ⅲ-42 によれば、案内広告収入（対総広告収入比）で、

1923 年上半期 19,718 円 71 銭（2.2%）、同年下半期 39,479 円 82 銭（4.0%）、1924 年上半期 43,327 円 61 銭（3.5%）で、震災直前（23 年上半期）から直後（同年下半期）で 2 倍の増加である。

42) 内川芳美「第Ⅱ期 関東大震災から日中戦争まで 概観」、内川編著、1976 年、259-260 頁。高木教典「広告環境の現代的変容」、同前、269-282 頁。

43) 近藤、前掲論文、324 頁。

44) 有山、前掲論文、1979 年、398 頁。

45) 同上、400-401 頁。

46) 清水、前掲論文、249 頁。

47) 時事新報社が 1920 年代から代理店の専属化を図っていったとされる（読売広告社社史編纂室編『案内広告百年史』ダヴィッド社、1970 年、542 頁）。

48) 1926 年 5 月時点で東京朝日の特約取次所とされている代理店は、魁通信社、粕谷三芳社、吉川世民社、結城盛報社、広告堂、横川八報社、板橋日弘社、興進社、小川報告堂である（『東京朝日新聞』1926 年 5 月 11 日朝刊 6 面）。

49) 山元新光社は、もともと吉川世民社で働いていた山元國三が、吉川世民社を退社する際に「退職金の代わりに自分が開拓したお得意のいくつかをもらって独立し、小石川区初音町 4 番地」に創業したのが始まりである（読売広告社 50 年史編纂委員会編『読売広告社 50 年史』読売広告社、1997 年、50-51 頁）。しかし、独立した後も、「案内広告は 3 行 3 円、5 行 5 円の時代であったが、全盛期の『東日』だけは、山元新光社としても相当の保証金を積まなければ取り引きができなかった。このため山元新光社はそれまでどおり吉川世民社へ原稿を回していた」（同前、54 頁）。

50) 1913 年ごろの東京朝日の案内広告の一手取次を行っていた「広告堂を経由」して、案内広告の取扱を行っていた業者の一覧の中に、「近藤煙草店」、「篠崎用品店」、「亀屋商店」、「甲子屋果物店」などの名前がみられる（山本、前掲論文、1979 年、321 頁）。

51) 「『一致会』は、大正 13 年に、府下の案内広告取次業者が同業の親善向上目的として創立した団体で、結城盛報社、吉川世民社、板橋日弘社、魁通信社、八報堂、小川報告堂、粕谷三芳社の 7 店が会員となって組織していた」（読売広告社 50 年史編纂委員会編、前掲書、62 頁）。

52) 近藤、前掲論文、374 頁。有山、前掲論文、1979 年、478-479 頁。

53) 共同管理所、共同通信社の設立、解散の経緯については、印南、前掲書、27-35、275-279 頁。

54) 津金澤聰廣「戦時統制下における新聞広告」、津金澤編著、544-545 頁。

55) 大広編『大広百年史』大広、1994 年の裏表紙に京華社、金水堂の史料の写真が掲載されている。

56) 婦女界社（出版社）の広告代理店に対する入札条件は、「一、契約期間一ヶ年。一、掲載は本年 11 月上旬より即ち大正 16 年（入札条件提示は 1926 年 10 月 20 日—引用者）新年号より 12 月号まで。一、広告総予算 18 万円。一、一ヶ月平均 1 万 2、3 千円より 2 万円まで。一、入札結果は公表せざる事。尚、掲載各紙の行数割当は、大朝、大毎、東日、東朝、報知以上 5 紙は一ヶ月総計千六百行」となっている。さらに同社の入札条件は続けて、21 社（社名は略）の新聞社に 500 ないし 900 行、41 社の新聞社に 400 行前後を割り当てるとしている（「第 1 編 総観」『日本新聞年鑑』昭和 2 年版、新聞研究所、1926 年、68、76-78、80-81 頁）。この婦女界社の入札条件は、中央紙への広告掲載志向を明確に示しているといえる。

57) 「広告界年表」『広告総覧』大正 15 年版、1926 年、新聞解放社、3 頁（国立国会図書館、近代デジタルライブラリー）。

58) 大広編、前掲書、24 頁。

59) 大広編、前掲書、36-37 頁。

60) 十三段制の導入に対する新聞社、広告主の利害とその主張については、有山、前掲論文、1979 年、425-434 頁で具体的に明らかにされている。

61) 朝日新聞社の広告組織に関しては、山本、前掲論文、1979 年、有山、前掲論文、1979 年が社内史料や元社員（新田宇一郎ら）の著作を基に組織の変遷、社員名などを明らかにしている。ただし、山本、有山がたびたび指摘するように、朝日新聞社の場合は、戦前を通じて一定量の直取引を継続して行っており、新聞社の中でも特異な存在であった。したがって、朝日新聞社は直取引を担うために、新聞社の中でも広告組織が整備・発達した事例として捉えるべきであろう。

第５章

広告主の新聞広告活用方式

――灘酒造業者を事例として――

大島　朋剛
（立教大学経済学部・兼任講師）

はじめに

本章に与えられた課題は、新聞企業にとって大きな収益源となる「広告」、その出し手となる広告主が、数多ある宣伝・告知媒体の中からどのような選択を行い、それを活用してきたのかという点について考察することである。

本書を構成する各章は基本的に新聞企業サイドの論理で記述がなされているが、本章はできる限り広告主側からの視点を重視する。前章の齋藤論文でも取り上げられた内川[1)]や津金澤グループ[2)]による研究は、言論分析が主流だった従来の研究方法を乗り越え、企業史料および『新聞総覧』、『広告年鑑』といった統計資料を駆使しながら、新聞社と広告代理店、あるいは新聞社と広告主との間の契約を含む取引実態、関係性を明らかにした画期的業績であった。しかしそれらは同時に、用いられた統計の性格ゆえに様々な分析を（例えば食料品、化粧品、薬品･･･の別というような）大分類で行わざるを得なかったり、同様の理由から広告料をはじめとして得られる数字も名目的なものが中心になったりと、より取引の実態に接近するためには資料的制約による限界も内包していた。その限りにおいて、（たとえそれが個別的なものであったとしても）広告主側の史料を検討することの意義は認められよう。いやそれだけではない。その意義は、新聞社や広告代理店側からの視角だけでは把握が困難な、広告主となる企業の個別経営における広告の重要度の変化、そ

れと並行して行われる種々媒体の選択の問題について光を当てられることにもある。

以上の問題を踏まえた上で、本章では主に、兵庫県西宮市の老舗酒造企業で戦前期にも業界中最有力の 1 つだった辰馬本家酒造株式会社（以後、「辰馬本家」と記す）に残される「新聞廣告料支拂帳」を紐解き検討する。同史料からは、1926（大正 15）年 11 月から 1941（昭和 16）年 3 月までに同社が広告を出した媒体（取引先名）および日付（掲載日と決済日）、取引価格（単価、割引額等）、広告代理店名を知ることができ、その帳簿には実際の新聞広告の切り抜きも多数貼付されている。また、それは「新聞広告」と銘打たれているものの、中身は新聞のみならず、電車内やバス、雑誌、各種パンフレット等をも含む故、同社が選択してきた広告媒体を比較的長期に追うことが可能となる。

本編に先立ち、本章の構成を示すと以下の通りである。まず第 1 節で、灘産の清酒広告が新聞紙上でどのように展開したのかについて、戦間期分析の前提となる明治期から大正期を中心に概観を把握する。その上で第 2 節では、昭和戦前期を主な対象時期とする辰馬本家の「新聞廣告料支拂帳」を分析し、同社の広告活用の実態および経営成績と広告戦略との関係性が考察される。

1　灘酒の新聞広告の変遷 ――大手銘柄の比較検討――

(1) 灘酒取引の概観[3)]

清酒は、明治初年において国内最大の工業生産額を誇る商品であった。江戸時代末から今日に至るまでその最大産地として名高いのが、兵庫県灘を中心とする地域である。同地は、近世後期に江戸市場向けのいわゆる「下り酒」生産地として発展を遂げた。灘酒は、そのほとんどが江戸新川の下り酒問屋に運ばれ、そこから仲買人や小売商人の手を経て消費されていた。

それらプレイヤーの中で、酒造メーカーに対する取引上の交渉力を最も持ちえたのが下り酒問屋である。彼らが、その商品知識（目利きならぬ味利き）と資本力とによって、多くの得意先小売店を抱えていたためである。例えば、流通業者の中にいる味利き能力に秀でた職人のような人たちは、自ら複数の酒をブレンドしたり、在庫酒の中で腐敗が早そうな酒を見抜いて早期の販売を指示したりするなどし、彼らを信頼した人々がその「御得意様」となってゆくのである。また酒造メーカーは問屋から指定された商標を付して出荷することもあったと言われ、今では当たり前に理解される「生産者＝商品＝ブランド」の関係が、必ずしも世の中では認識されていなかった可能性すらあった。いずれにせよ、清酒を効率よく売り捌くという意味で、流通業者の果たした役割は大きかったといえる。

しかし、問屋から小売に至る流通業者たちが皆、常に誠実な商売を行っていたわけでは

なかった。とくに他産地の酒を混ぜて灘酒と偽って販売するという類いの不正は、その大消費地だった東京においても消費者たちの中で頻繁に問題視されることとなり、自らのブランド力を高めたい、あるいは維持したい酒造業者たちの悩みの種でもあったし、誠実に振る舞う流通業者たちにとっても迷惑な話であった。そうした状況に加え、江戸時代より続く委託取引が行われる中で、決済の面においても清酒代金が全額すぐには生産者の元へ支払われないというような、生産者の問屋に対する交渉力の弱さといった問題も抱える灘の酒造業者たちの中には、従来の販売戦略を変化させようとするものが現れた。そのタイプは大きく 2 種類に分けることができる。

1 つ目は､19 世紀末頃よりそれまで最大の販売先としてきた東京から販路を多様化させ、地方や海外への進出を図ろうとしたタイプである。それらは、地方問屋との間にメーカー優位の取引関係を結ぶことにより販路を広げていった。2 つ目のタイプは、東京を主たる販路とする点は変更せず、1910 年代より同地に新たに自らの支店や出張所を設置して、従来の酒問屋を介した取引を改めようとするものである。後に大手ブランドと呼ばれるようになる酒造メーカーには、それらどちらのタイプも存在していた（明確な区別は困難だが、この後取り上げる事例では、白鹿と白鶴を前者、菊正宗と櫻正宗を後者のタイプに近いものとして想定している）。いずれにも共通するのは、生産者優位の関係を形成しようとする中で、徐々に生産者が製造工程で閉栓して流通段階における商品操作を困難にする瓶詰商品を増加させ、自らのブランド力を高めようとしたことである。そうした動きは、結局関東大震災の影響で旧来の東京酒問屋組合が衰退した 1920 年代半ばまで続いた。以上の流れを経て、メーカーが保証する品質の良さに裏打ちされた灘酒が各地で愛飲されるようになる中で、いわゆる全国ブランドは誕生したのである。

ところで、灘酒をめぐる生産者と流通業者との取引関係に変化が現れた他方で、新聞紙面における灘酒の販売広告はどのような内容の変遷を辿ったのであろうか。次に、東京と大阪の朝日新聞紙上に掲載された灘の大手銘柄の商品広告について比較検討してみよう。

(2) 朝日新聞にみる灘酒の販売広告 —1920 年代半ばまで—

灘酒の中から全国ブランドが育っていく中では 2 つのタイプが存在したことは先に述べた通りであるが、後の大手ブランドとなる商品が東京紙と大阪紙の双方同時に新聞広告を展開するケースは少なくとも主流ではなかった。そのことには、宣伝地域を選択する際、生産者側に何らかの戦略的意図が込められているようにも思われる。そこで、比較的早期から大阪と東京で新聞を発行した朝日新聞の紙面広告の中から、灘酒に関する商品広告を数社抽出し、それらを比較してその特徴を探る。なお、取り上げる銘柄は、東京朝日新聞に多く広告が掲載された菊正宗と櫻正宗、大阪朝日新聞への広告が主流だった白鹿、大阪・東京の双方に広告のあった白鶴とした。

図1

図3

図2

1）菊正宗

菊正宗の新聞広告は 1893（明治 26）年の 12 月 21 日に確認することができる（図 1）。年末の清酒需要が最も高まる時期の広告であったが、ここに記される情報は大きく分けて以下の 4 つ。すなわち、①商標（印）、②菊正宗と代理販売店である末永商店の評判、③景品付き販売の詳細、④小売時の最低販売可能量である。ちなみに菊正宗の醸造元は御影の嘉納治郎右衛門家であるが、その情報をこの広告から得ることはできない。

1895 年 9 月 21 日には、醸造元と一手販売元の新川酒問屋・鹿島清兵衛による広告が掲載される（図 2）。ここでの重要な情報は、第 4 回内国勧業博覧会における有功一等の賞牌を受けたことのみならず、「近頃世間に類似商標多く相見へ候に付本醇御求めの節ハ図の如く正宗に添絵ハ一枝の菊にして其花ハ白一絵なること其他銅版烙印朱字等押捺の跡影に至るまで樽面御確認の上御買取被下度此段併せて注告仕置候也」とあるように、類似商標への注意喚起であった。

次に注目されるのは、1896 年 12 月 20 日の広告である（図 3）。アルファベットも用いられたこの広告は、菊正宗の「壜詰」が「衛生自愛の好飲料」であることを宣伝するものだが、更によく見ると、そこには生産者から販売に関わる業者まで合計 5 つのプレイヤーが名を連ねている。醸造元の嘉納本家、東京新川で荷物を揚げる鹿島本店、代理店かつ瓶詰元の末永商店、そして特約販売店の国分商店及び甘泉堂である。瓶詰は生産者ではなく、流通業者が行っていた。

図 4

図 5

その後、1906（明治 39）年 3 月 28 日には、「醇良清酒販売廣告」として、京橋区の発売元久家酒店が、菊正宗（1 升 85 銭）、白鶴（同 75 銭）、竹雀正宗（同 65 銭）、旭の譽（同 55 銭）という情報のみを載せた広告を出すが、菊正宗の商品広告に大きな変化が現れたのは 1921（大正 10）年 3 月 15 日の夕刊であった（図 4）。そこには、「品質卓絶名声夙に海外に普及」したという「キクマサムネ」が宮内省御用達であり、その発売元は東京紙京橋区西紺屋町に支店を構えた株式会社本嘉納商店となったことを読み取ることができる。この時期より、菊正宗の広告には従来あった問屋や小売店の名前は無くなったのであり、関東大震災後には、会社名および「酒之権威　特選菊正宗　宮内省御用達」のみを記すようなシンプルなデザインの新聞広告が一般的となった（図 5）。

2）櫻正宗

櫻正宗もまた、東京朝日新聞紙上で宣伝広告が展開された灘酒銘柄である。1896（明治 29）年 12 月 20 日には、販売業者溝口留吉（日本橋区濱町）により「櫻正宗壜詰樽賣升賣卸小賣」の広告が掲載された（図 6）そこには、市内で 1 升以上の注文ならば早速配達すること、地方には送金があれば直ぐに発送することなどが記されたが、櫻正宗の醸造元である灘魚崎の山邑太左衛門についての記載はなかった。

図 6

図 7

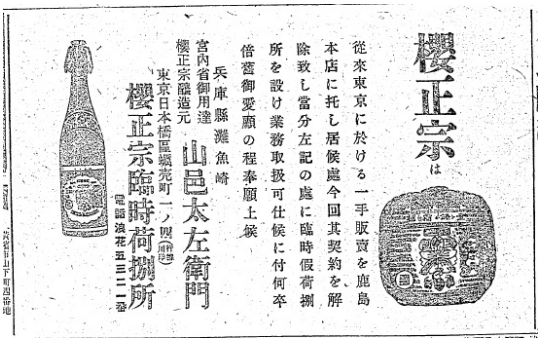


図 8

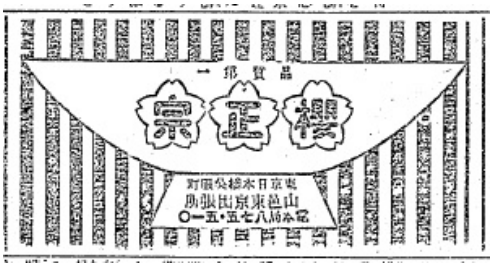


図 9

しかし翌 1897 年 12 月 21 日出された「眞正櫻正宗壜詰」の広告には、菊正宗の時と同様に生産者から販売業者までの名前が並んだ（図 7）。醸造元山邑太左衛門、輸入元鹿島本家（東京北新川）、そして特約壜詰発売元の奴利屋本店中澤彦七（京橋区松川町）である。流行する壜詰に粗悪品が多く出回っていることとその対策としての特約壜詰発売を開始した旨の記載もあった。なお、その後の新聞広告では、酒問屋鹿島本店に壜詰販売部が設置されたことも確認できる[4]。

爾後も鹿島本店との取引が継続されたが、1916 年 10 月 21 年の広告によれば、鹿島本店と取り結んでいた一手販売の契約は解除され、日本橋区蠣売町へ新たに「櫻正宗臨時荷捌所」が設置された（図 8）。それから 1 ヶ月後の 11 月 22 日付け新聞広告では、日本橋区呉服町に「山邑東京出張所」の店舗が開設されたという。爾後、櫻正宗の商品広告もまた、商品名と生産者（山邑の場合支店名）のみによるシンプルなデザインのものが増加していった（図 9）。

3）白鹿

白鹿の商品広告を確認出来るのは、1886（明治 19）年 1 月 17 日の大阪朝日新聞である（図 10）。そこに記された情報は、白鹿の商標と、醸造元辰馬吉左衛門（摂州西宮）、売捌所として鹿島利右衛門（東京南新川）、寺井松治郎（大阪鰻谷中之町）、安村房之介（京都ト味金仏町）のみであった。

図 10

同年 3 月 16 日付広告は西宮辰馬醸造係により出された（図 11）。「攝州清酒品評会」における「自家醸造ノ白鹿酒」が第 1 位を占めたという内容だが、これほどの早期で生産者自らによる清酒広告は珍しいものと思われる。

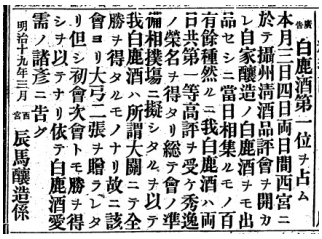


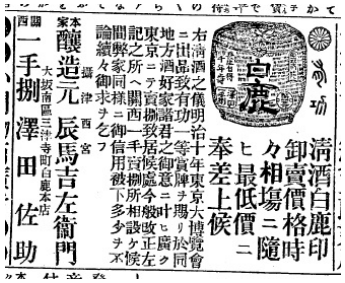
図 11

1887 年 2 月 11 日には、大阪の「特別大請売捌所」名村武治郎（図 12）、同年 5 月 31 日に醸造元の辰馬本家内では一時期大阪支店と称されていた窪田嘉蔵（図 13）、翌年 3 月 15 日には「関西一手捌」澤田佐助が白鹿の商品広告を掲載した（図 14）。それらはいずれも、博覧会や品評会における成績や東京における評判、大阪での販売を宣伝するものだった。しかし、1888 年 5 月に窪田嘉蔵が「清酒鳳凰白鹿発売案内」を行って以後、しばらくの間大阪朝日新聞紙上で白鹿の広告は見られなくなった。

図 12（上）

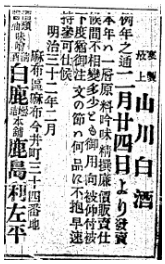
図 13（上）

図 14（下）



東京においては、1899 年 2 月 13 日と翌 14 日の 2 日間だけ、鹿島利左平（麻布区麻布今井町）が出した「山川白酒」広告内の鹿島自身の肩書き「酒類醤油味噌清酒白鹿壜詰本舗」に白鹿の名前があるが（図 15）、管見の限りその後東京における朝日新聞紙上の商品広告は 1930 年代になるまで確認出来ない。

図 15（下）



4）白鶴

白鶴の醸造元である御影の嘉納治兵衛は、1869（明治 2）年に大阪へその直売店を開設している。そのこともあってか、白鶴の新聞広告は当初大阪を中心に展開した。1885（明治 18）年 10 月 1 日付大阪朝日には、製造元嘉納治兵衛と支店嘉納純の連名の広告が掲載されている（図 16）。翌年 8 月 17 日付新聞では大阪支店の嘉納純によって、白鶴印の商標認可の告知と偽造品に関する注意喚起、その見分け方（「攝津國御影白嘉納醸之」の大焼印あり）を記した販売広告もなされた（図 17）。しかし 1888 年頃より後、大阪朝日新聞紙上に白鶴の商品広告は見られなくなる。再びそれが掲載されるのは 1923（大正 12）年 9 月 4 日、東京で関東大震災が発生した 3 日後のことであった[5]。

白鶴の名が東京朝日新聞の広告に登場するのは、1888（明治 20）年 10 月 7 日（図 18）。広告主は京橋金六町の樋口商店という販売店で、「白鶴」「別品」「鶴洲」の 3 銘柄について販売量別の価格を載せていた。白鶴以外は樋口商店の手印であったが、「灘銘酒直積開店三周年」を謳っていることから、樋口の商標の酒も灘（おそらく嘉納治兵衛）から仕入れたものである可能性が高い。ただし、この広告には醸造元の名は記されていない。樋口商店の名前と共に嘉納治兵衛の名が広告に掲載されたのは、1893（明治 26）年 1 月 17 日付紙面であった（図 19）。「大日本帝國無類第一等清酒廣告」には、醸造元嘉納治兵衛、売捌本店嘉納純（大阪）、「東北地方」特約販売店として樋口商店、青梅平八郎（宮城県仙台市）、野村俊三（山形県酒田船場町）、櫻井愿一（北海道函館蓬莱町）の名があり、その他関西地方にも販売店が存在する旨が記載されている。また、白鶴の「外に白印、陸軍印も有之候」との記述からは、嘉納家醸造の清酒が複数の印で販売されていたことがわかる。

図 16（左上）

図 17（左下）

図 18（右上）

図 19（右下）

1900（明治 33）年 4 月 5 日付紙面では、樋口商店の名は東京売捌元として売捌元嘉納合名会社（大阪紙東区横堀）との連名であがり、翌年の新聞（10 月 7 日付）には東京代理店と表記され、その後 1914 年まで紙面上に確認された。なおその間には、新橋亀屋による 3 行広告（「清酒白鶴の御注文は新橋へ」という文字のみ）も掲載されていた。

1915（大正 4）年に嘉納合名会社東京支店が開設されたのを機に、白鶴の新聞広告は同社名のみが用いられるようになる。同年 9 月 26 日付新聞広告が示す、「直営営販賣開始」によって「生一本」を誠実に小売りいたしますという内容は[6]、1878（明治 11）年という業界内でも早期から瓶詰清酒を売り出したといわれる白鶴らしい内容であった（図 20）。そして、1920 年 10 月 10 日付紙面広告（図 21）になると、そこに記される情報は、「容量豊富　壜詰の元祖」「生粋本場酒の逸品」のキャッチコピーと、商品名「白鶴壜詰」、発売元「嘉納合名会社東京支店」（製造元の支店）のみで、その内容はシンプルなものになっていったのである。

図 20（上）

図 21（下）

(3) 考察

以上、明治中期より 1920 年前後にかけて、「菊正宗」「櫻正宗」「白鹿」「白鶴」の 4 つの灘酒大手銘柄の新聞広告の変遷をみた。それらの商品広告が、下り酒として名の通る東京中心なのか、あるいは生産地に比較的近い市場である大阪で展開されるのかの違いこそあったとはいえ、その内容については、以下に示すようないくつかの共通する特徴が確認された。

まず、東京における灘酒の商品広告は、当初販売店を含む流通業者の名前で掲載されることが多かったということである。中には製造元を判別できないものも存在した。広告主や商品にとっておそらく重要だったのは、何という名前の酒が、何処で、誰によって扱われているのか（売られているのか）ということであったのだろう。それらにどこまで運ぶか等の配達条件まで含めた情報は、必ずしも消費者だけをターゲットにした告知ではなく、商品の流れでいえばその 1 つ上の段階の業者に向けても発信されていたと考えられる。その証拠に、樋口商店による白

鶴の広告では、取扱単位の中に一般消費者が購入するサイズとしては大きすぎる大樽や中樽も含まれていた（前掲図 18）。

また明治期の広告は、東京、大阪ともに、商品自体の解説（生い立ちや博覧会や品評会等での受賞歴、品質のアピール）が充実していた。このことからは、商品を世間に浸透させようとする広告主の狙いが垣間見える。ただし、それは必ずしも商品が全く認知されていないという理由で行われたわけではない。市場において名の通った商品の偽物が大量に出回るようになる中で、需要者に如何にして真贋を見極めてもらうかということも重要だったのである。そこで行われたのが、醸造元から一手捌輸入元、瓶詰元、特約販売店というように、その商品が生産者から消費者の手に渡るまでに本来辿るべく正当な流通経路を明記するということであった。

しかし先述の通り、その商品は次第に瓶詰を生産者が行うようになって流通業者の役割が制限され、且つ 1920 年前後から灘の酒造メーカーの中に東京への支店設置を行うものが現れるようになると[7]、次第に商品広告の有り様も変化してゆく。広告にはそれまであった問屋や販売店といった流通業者の名前がなくなり、生産者またはその販売支店の名称のみが残されたのである。また商品名とキャッチコピーを残して従来詳述されていた商品説明などは省かれ、広告デザインはよりシンプルなものになる傾向がみられた。これらのことが示すのは、①消費者をターゲットにした広告が主体になったこと、②その商品は何処においても保証された品質のものを求めることが可能になったこと、③細かな説明が不要なほどその商品がある程度世間に浸透したということである。

需要者へのブランド認知の成功は、それが高い評価を得ようとするものであればあるほど、供給者にとって商品に対する責任が高まる可能性を意味する。灘酒の場合、全国に展開するようなブランドが登場する中で、商品の広告主は流通業者から生産者の手に移っていったのである。このことは同時に、酒造メーカーにとって新たなるコストの発生でもあった。そこで次節においては、前項 3）でも取り上げた白鹿の醸造元である辰馬本家の事例から、同社の広告関連費やその内訳、広告媒体の選択等の問題について検討する。

2　酒造経営にみる広告 ――昭和戦前期の辰馬本家酒造株式会社の事例から――

辰馬本家は、前節（1）におけるタイプ 1 の販売戦略――従来の東京市場中心から地方市場や新開地への販路転換――を採用して、戦前期に日本一の生産量を争う清酒メーカーへと発展した。同社もまた瓶詰酒の製造を増やす中で、流通業者に対する優位な取引関係を形成しながら、高品質に裏打ちされたブランドを確立していった。ただし、有力他社が東京に直接支店を開設していったのに対して、同社は同地の新興問屋を利用しながらそこ

での影響力を強めた点でやや独自の路線を進んでいたともいえる[8]。昭和恐慌期には、それまで国内最大規模の販路であった東海道地域への販売が減少する中、東京へのそれは微増であり、むしろ関西市場の比重が高まったが、それらのことは同社が大阪紙を中心に広告を行っていたこととも少なからず関係しよう。本節は、辰馬本家所蔵の「新聞廣告料支拂帳」を用いて、1926（大正 15）年から 1941（昭和 16）年までの同社における広告活用の実態に迫ろうとするものであるが、同時に上述したような販路の変化を含む酒造経営、新聞以外の広告媒体との関連も踏まえながら検討する。

(1) 広告費の推移と内訳

まず表 1 により、辰馬本家における広告関連費用の推移を確認してみよう。なお広告関連費用とは、新聞や鉄道・バス、その他媒体への広告掲載料と、版木や紙型、ポスター、看板などの製作料からなる。帳簿の始まりが 1926（大正 15）年 11 月であるため、年間合計額の推移については翌 27（昭和 2）年からの数値で比較した。すると、1927 年に 2,858 円だった広告費は 30 年にかけて減少が続き（29 年は増額したようにみえるが、6 月に「侍従御差遣の光栄」[9]として臨時広告を大阪毎日、大阪時事新報、神戸新聞の 3 紙に掲載したため通常よりも 600 円ほど金額が大きかった）、31 年に一旦増加するが、再び 33 年の 1,730 円まで落ち込み、その後 34 年から急回復すると 39 年には 9,652 円となった。1931 年の増大を除けば（この点については後述する）、ほぼ景気変動の波に沿う形で広告費が推移したとみることができよう。

表1　辰馬本家の広告費月計

単位：円

年度＼月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	年間計	年度計
1926											63	398	461	
1927	231	231	231	160	231	234	231	227	231	226	231	394	2,858	2,853
1928	285	160	165	239	257	252	240	226	231	226	231	222	2,732	2,776
1929	227	222	225	220	231	929	222	228		226	214	209	3,154	3,104
1930	214	209	210	209	359	95				211	173	268	1,949	1,933
1931	210	231	212	173	210	173	154	267	207	166	337	1,208	3,550	3,740
1932	133	442	249	193	178	162	183	96	191	174	368	188	2,556	2,259
1933	176	180	86	278	192	121	95		153	148	153	148	1,730	1,738
1934	278	148	58	244	183	247	153	245	597	153	269	318	2,892	3,007
1935	154	148	153	388	159	153	234	451	451	320	469	750	3,830	5,193
1936	575	469	614	549	602	530	514	558	808	776	761	1,340	8,096	8,551
1937	495	757	659	751	895	584	756	652	614	861	733	708	8,464	8,799
1938	758	853	733	653	959	783	848	665	675	607	888	892	9,314	9,824
1939	940	866	923	780	898	889	894	795	1,123	677	550	320	9,652	7,694
1940	620	547	383	235	285	210	60	60	60	50	50	50	2,610	1,160
1941	50	50			36								136	
月平均（1927-40）	378	390	350	362	403	383	327	319	381	344	388	501	4,527	4,474

注：年度初めは1939年度まで5月だったが、1940年度より4月に変更された。したがって、1939年度は1939年5月～1940年3月の11ヶ月間となる。
出所：「新聞廣告料支拂帳」（辰馬本家酒造株式会社所蔵）より作成。

次に、同表から広告費を月別で比較する。普通、清酒の最需要期は 12 月で、その他にも花見のある 4 月や、一夏を越した「冷卸」とよばれる酒が出回り始める 9 月から 10 月にかけてよく日本酒は飲まれ、逆に夏場は売上げが落ちるとされる。しかし同表と照らし合わせたみた限りでは、広告費の月別の変化に明確な規則性を見出すことはできない。その理由は定かではないが、辰馬本家の広告の出し方（どこに広告を載せ、それは定期的なのかスポット広告なのか）を知ることは、それを考える際の 1 つの手がかりとなりうる。そこでまず、同社が広告を掲載した媒体の構成について確認する。

表 2 は、金額ベースで広告費の構成を 3 年ごとの変化でみたものである。1927 年には広告費の全てが新聞広告によるものであり、そのうちの 4 分の 3 近くが大阪毎日新聞と大阪朝日新聞への広告によって占められていた。1930 年になると大阪両紙の広告費は全体の 7 割に比率を落としたが、阪神電車内への広告という新たなタイプも登場した。最も広告費が少なかった 1933 年は再び大阪 2 紙の比率が 9 割近くまで上昇したが、その後 1939 年にかけて全体の広告費用が急増する中で他の媒体分が増加した結果、それは 35%弱まで縮小した。ここでいう「他の広告媒体」の中で大きかったのは、東京日日新聞や東京朝日新聞、大阪日日新聞、神戸新聞など東京や阪神地域の新聞と、阪神電鉄の車内広告のほか、鉄道の駅舎広告・装飾、大阪バスの後部広告等である。

表2 広告費の構成　　単位：円

	1927	1930	1933	1936	1939
大阪毎日	980	691	740	1,560	1,713
大阪朝日	1,140	649	802	1,518	1,613
東京日日				280	1,300
東京朝日				280	1,100
（各地新聞）	726	397	187	46	
大阪日日				180	630
神戸又新		20			
神戸新聞				58	30
（業界新聞）					30
阪神電鉄		150		290	
（鉄道駅等）					665
大阪バス				3,400	2,326
その他				250	182
合　計	2,846	1,907	1,729	7,861	9,589

注：広告掲載料のみをカウントしたため、材料費などは含まれず。
出所：「新聞廣告料支拂張」より作成。

以上から、恐慌期前後の時期に辰馬本家は新聞を中心に広告を展開し、且つ大阪の大手 2 紙の比重が大きかったが、その後は広告を掲載する媒体の範囲が拡張しつつ、広告費も大幅に増大していったことが確認された。

ところで、広告を掲載する媒体が多様化する中で、広告主はそれぞれといかなる形で取引関係を結んでいたのだろうか。例えば新聞広告の際には、直接新聞社と契約を行うこともあれば、代理店を通すこともある。もちろん広告主は全て同じ代理店を利用するとは限らず、それではいったい何を基準にして利用する媒体を選択していたのだろうか。これらの点について、次項ではよりミクロなレベルから広告取引を検討してみよう。

⑵ 広告取引の実態

辰馬本家が広告を掲載した媒体は、新聞（一般紙）と交通機関（車内・車体、駅や停留所などの装飾）、その他（雑誌、業界紙、スポーツパンフレット等）の大きく 3 つに分類

表3　媒体別の取次先一覧

年			1926	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933
一般新聞紙	大阪毎日新聞	朝刊	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告（～11月） 萬年社（12月～）	萬年社	萬年社	萬年社	萬年社
		夕刊	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告
	大阪朝日新聞	朝刊	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	京華社大阪支店（1月～）	京華社大阪（～5月） 大阪電報通信社（7月～）	大阪電通	大阪電通
		夕刊	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告
	大阪時事新報					大阪時事新報社				
	神戸新聞					神戸新聞				
	神戸又新日報						神戸又新日報店			
	地方新聞各社		旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	
	阪神電鉄						阪神電気鉄道会社	運輸課事業係	大正表示機工務所	

年			1934	1935	1936	1937	1938	1939	1940	1941
一般新聞紙	大阪毎日新聞	朝刊	萬年社	萬年社	萬年社	萬年社	萬年社株式会社 弓月社 大毎案内広告社	萬年社	萬年社	
		夕刊	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	旭広告	
	大阪朝日新聞	朝刊 夕刊	大阪電通 旭広告	大阪電通 旭広告	大阪電通 旭広告	大阪電通 旭広告	大阪電通 旭広告	大阪電通 旭広告	大阪電通 旭広告	
	東京日日新聞 東京朝日新聞 中京日日新聞			大阪電通	大阪電通 大阪電通	大阪電通 大阪電通 大阪電通	大阪電通 大阪電通	大阪電通 大阪電通		
	大阪日日新聞				大阪日日新聞社	大阪日日	大阪日日	大阪日日	大阪日日	大阪日日
	神戸新聞			神戸新聞西宮支局	神戸新聞西宮支局				神戸新聞西宮支局	神戸新聞
	地方新聞各社				旭広告	旭広告				
	台湾日日新聞						台湾日日新聞社大阪支局			
交通機関	大阪バス		大正表示機工務所	生内鉄章画室 大正表示機工務所	生内鉄章画室 安孫子哲三（11月～） ウエムラ研造社	生内清源	生内清源	生内清源		
	阪神電鉄									
	同上（駅、停留所）							植村研造社		
	関西急行電鉄						日本土木建築通信社			
	東海道線							日之出広告社		
	阪急線							日之出広告社		
	南海本線							日之出広告社		
	参急駅名下広告							弘益社		
	室西駅名下広告							弘益社		
その他	相模画帖			昭和広告社						
	支那事変画報						大阪広告社			
	東邦醸造新聞							東邦醸造新聞		
	（大阪酒醤油組合）組合紀要								大阪酒醤油同業組合	
	大阪商船株式会社		無線時事通信社大阪支局							
	春日燈籠						地球堂			
	相撲パンフレット							昭和広告社		

出所：「新聞廣告料支拂張」より作成。

できる（表 3）。以下では、それら 3 つ各々の内容（広告掲載時期、価格、代理店の有無など）をみてゆく。

1）新聞

［大阪毎日、大阪朝日、東京日日、東京朝日］

辰馬本家では、帳簿上の初年にあたる 1926 年から 1940 年までの間、ほぼ途切れることなく大阪 2 大新聞への広告掲載を継続してきた。一方東京では、1935 年 7 月に朝日、1936 年 12 月より日日への新聞広告がようやく開始され、それらの掲載期間もまた 1940 年までとなった。

まず大阪 2 紙についてみてゆこう。大毎、大朝ともに、広告は朝刊と夕刊に掲載された。日常的なものについては、基本的に朝刊では「意匠奨励広告」、夕刊では「題字下」広告を主体とした。意匠奨励広告と題字下広告のいずれも、記事の中に掲載されるもので「雑報」と総称される[10]。例えば辰馬本家の広告の場合、大朝の朝刊では 2 面・政治面の「天声人語」の真上のスペースに多く見られた（図 22 は、1926 年 12 月 2 日付大阪朝日新聞朝刊 2 面）。勿論、題字下は新聞の中で最も目立つスペースであるといえる（図 23 は、1927 年 6 月 24 日付大阪毎日新聞の夕刊 1 面）。

図 22（上）

図 23（下）

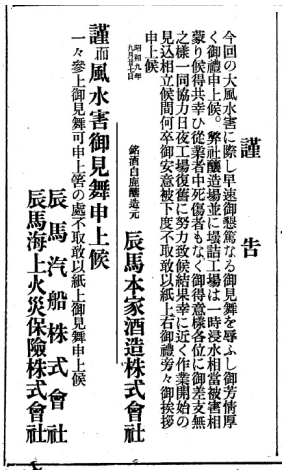
余談であるが、従来天気予報欄などとして用いられていた夕刊題字下スペースが商品広告に開放されたのは、大毎が 1925 年 10 月 1 日（半衿問屋井上良商店）、東日 1924 年 9 月 2 日（上田萬年著『ローマ字で引く国語辞典』富山房）、大朝は 1925 年 10 月 2 日（清酒「さはのつる」）、東朝 1924 年 10 月 14 日（清酒「櫻正宗」）であった。つまり夕刊題字下とは、当時の新聞紙面の中でも比較的新しい広告スペースだったのである。

ところで、清酒メーカーがこの夕刊題字下に広告を掲載する事例は辰馬本家だけにとどまらず、他の灘酒ブランドや伏見、大阪、広島他の銘柄にも多く見られた。表 4 により、大阪と東京の朝日新聞夕刊題字下広告 2 ヶ月分を 1927 年、32 年、37 年で比較したところ、いずれも清酒広告がかなりの日数を占めていたことがわかる。特に東京はその比率が高く、なおかつ同じ清酒メーカーの広告が 1 月に何度も登場した点で大阪とは少し異なっていた。ちなみに辰馬本家は大朝の夕刊題字下に 1〜2 ヶ月に 1 度ずつ広告を載せている。こうした傾向は大毎でもみられ、夕刊に掲載しない月には朝刊の記事中広告が掲載された。そして特に 1936 年以前には、例えば今月は大毎の夕刊と大朝の朝刊ならば、翌月は大毎の朝刊と大朝の夕刊というような、月毎の広告の組合せが比較的多くみられた。

表4　朝日新聞の夕刊題字下に見る清酒広告

年		1927		1932		1937	
月	日	大阪	東京	大阪	東京	大阪	東京
7	1		大関	千福	さはのつる		
7	2		櫻正宗	白鶴	大関	白鶴	ダイヤ菊（諏訪）
7	3	サワカメ（堺）	櫻正宗		ハクツル	白雪（伊丹）	
7	4		櫻正宗				
7	5				さはのつる		
7	6		さはのつる	金盃	ハクツル		沢之鶴
7	7	千福	大関		大関		
7	8		大関	花自慢	櫻正宗		ダイヤ菊
7	9		大関		さはのつる		千福（広島）
7	10	横綱（問屋）	サワカメ		ハクツル		
7	11						金亀
7	12	金露	さはのつる	千福	櫻正宗		
7	13				さはのつる	金盃	菊正宗
7	14	サクラ正宗	さはのつる		ハクツル		沢之鶴
7	15	松竹梅		金盃			ダイヤ菊
7	16		金殿	白鶴		東自慢	
7	17		さはのつる			沢之鶴	金盃
7	18						沢之鶴
7	19		さはのつる		ハクツル		
7	20				櫻正宗	白鶴	
7	21	千福	サワカメ		大関	生酒白鹿	ダイヤ菊
7	22		さはのつる			進軍	菊正宗
7	23		櫻正宗				沢之鶴
7	24	白鶴	櫻正宗		さはのつる	躍進（新清酒）	名譽盛（伏見）
7	25					都菊（堺）	
7	26	松竹梅	櫻正宗	さはのつる	大関		
7	27		さはのつる		櫻正宗		ダイヤ菊
7	28		大関		さはのつる		沢之鶴
7	29		大関		大関	金盃	
7	30		大関		櫻正宗		金亀
7	31		大関		さはのつる	千福	
8	1						沢之鶴
8	2		櫻正宗	白鶴	ハクツル		
8	3	白鶴	櫻正宗		さはのつる		
8	4	松竹梅	櫻正宗		櫻正宗		沢之鶴
8	5		櫻正宗	金盃	大関	沢之鶴	菊正宗
8	6		さはのつる			白雪	
8	7	さはのつる	大関		ハクツル	白鶴	
8	8					生酒白鹿	
8	9		大関	黒松白鹿	さはのつる		
8	10		大関		大関	金盃	ダイヤ菊
8	11	松竹梅	さはのつる	千福	ハクツル	東自慢	沢之鶴
8	12				櫻正宗	進軍	コール國冠
8	13	千福	さはのつる		さはのつる		金亀
8	14		サワカメ	金盃	大関	躍進	
8	15						名譽盛
8	16		さはのつる			金盃	
8	17	サワカメ	さはのつる	さはのつる	ハクツル	白鶴	ダイヤ菊
8	18	黒松白鹿	さはのつる		櫻正宗		沢之鶴
8	19				金盃		颯爽（理研酒）
8	20		さはのつる		さはのつる	都菊	
8	21		サワカメ	白鶴	ハクツル		國冠
8	22						菊正宗
8	23	白鶴	大関		櫻正宗		
8	24		大関		大関	白鶴	ダイヤ菊
8	25	金露	大関		さはのつる		沢之鶴
8	26		大関		金盃		千福
8	27	千福	大関		さはのつる	進軍	金亀
8	28	金露			櫻正宗		
8	29		櫻正宗				金盃
8	30		櫻正宗		さはのつる		
8	31		櫻正宗		ハクツル	千福	沢之鶴

出所：『大阪朝日新聞』、『東京朝日新聞』より作成。


謹告

今回の大風水害に際し早速御懇篤なる御見舞を辱ふし御芳情厚く御禮申上候。弊社醸造場並に場詰工場は一時浸水相當被害相蒙り候得共幸ひ從業者中死傷者もなく御得意様各位に御差支無之様一同協力日夜工場復舊に努力致候結果幸に近く作業開始の見込相立候間何卒御安意被下度不取敢以紙上御禮旁々御挨拶申上候

昭和九年九月廿七日

銘酒白鹿醸造元　辰馬本家酒造株式會社

謹而風水害御見舞申上候

一々參上御見舞可申上候の處不取敢以紙上御見舞申上候

辰馬汽船株式會社

辰馬海上火災保險株式會社

図 24

大阪 2 大新聞の定期的な広告は、広告代理店を通じて広告代金や紙型、版代の支払いが行われていた。再び表 3 をみれば、1929 年末までは両紙の朝刊、夕刊ともに旭広告株式会社が利用されていた。しかしその後、夕刊の代理店は引き続き旭広告社であったのに対し、朝刊のそれは、大毎が萬年社（1929 年 12 月～）へ、大朝が京華社大阪支店（1930 年 1 月～1931 年 5 月）を経て大阪電報通信社（1931 年 7 月～）へという変更があった。代理店変更のタイミングで広告料が以前よりも値下がりしたという訳では必ずしもなかったので、広告主によるその選択理由はおそらく条件面によるのではなく（特別な値引きなども確認されなかった）、代理店側の力関係の変化等によるものであったと言えよう。なお東京 2 紙については一貫して大阪電通が代理店であった[11]。

大毎や大朝への広告には、スポット的な広告も存在した。例えば、先述の「侍従御差遣の光栄」広告や、1934（昭和 9）年 9 月に西日本を襲った室戸台風[12]の際に掲載された御見舞の「謹告」（図 24 は大阪朝日新聞 1934 年 9 月 27 日付朝刊）などはそれにあたる。前者の際には新聞社との直取引が行われたのに対し、後者の場合は広告代理店の旭広告社が利用された。ちなみに図の謹告の広告料は 233 円 60 銭、同時期の大朝朝刊政治面 1 枠 95 円、夕刊題字下 58 円であった。

［地方新聞各社］

ここでいう「地方新聞」とは、特に断りのない限り東京と阪神地域の新聞各紙以外をさす。地方紙に新聞広告を掲載するに当たっては、唯一 1938（昭和 13）年の台湾日日新聞社との取引をのぞいて、すべて旭広告株式会社が代理店になっていた（表 3）。

「新聞廣告料支拂張」によれば、1927～31 年の期間に各地域の新聞社毎個別に料金の設定などは行われておらず、「地方連合広告」という形で、例えば 13 社分まとめて 1 ヶ月 66 円の広告料を旭広告へ月末に支払っていたことが分かる。これは、広告の紙型や版代などについても同様であった。ちなみに、1927 年 1 月の地方連合広告に含まれたのは、朝鮮、豊州、福岡、上陽、愛知、徳島毎日、関門、廣島中國、中國民報、相陽、北國、河北、北海タイムスの 13 紙であった。

1932 年から 33 年 6 月までの間には、広告代理店は旭広告社のままで、各地の新聞社とは個別の条件の下で取引が行われるようになった。表 5 からもわかるように、同じ 1 枠分の広告でも 0.92 円から 16 円まで地域別の価格差が存在し、サイズのカウントの仕方も枠単位や行数による違いがあった。個別取引への移行の明確な理由は定かではないが、結局それら新聞社との取引も 1933 年 7 月以降ほとんど見られなくなった。

ところで表 5 をみれば、新愛知と名古屋新聞の広告料金が突出していることは一目瞭然である。1931 年 10 月から 12 月までの 3 ヶ月間と翌年 2 月に、辰馬本家は新愛知や名古屋新聞、伊勢朝報、伊勢新聞という東海地方の 4 紙へ重点的に広告を打っていた。4 ヶ月間でこれらの新聞広告にかかった総費用は 1,163 円余りにのぼる。1931 年の年間広告費が 1,949 円であることからも、それがいかに巨額であったのかがわかるだろう。何故これほどまでの広告費を東海地方へ投じたのか、その答えは辰馬本家の販売戦略上、同地方がもつ意味の大きさに関係していたと思われる。先述の通り、同社にとって「地方」への販路拡大は重要な発展の一要素であった。しかし、1920 年代末以降、国内販路の中心だった東海道地方への販売が大幅に縮小していく中で（図 25）喫緊の回復策が求められたことが[13]、同地方への広告増強という形となって現れたのである。

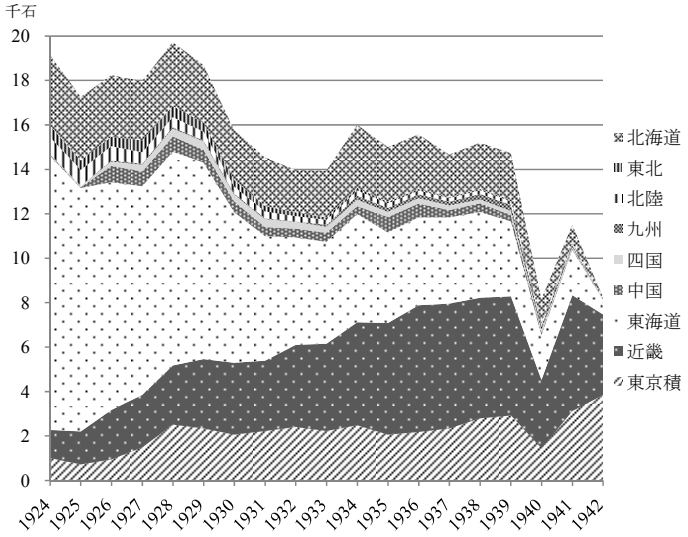
表5　地方新聞との取引比較（1932年2月）

新聞社名	広告料金	サイズ
福岡日日新聞	16.00	1枠
中国日日新聞	1.22	35行
豊州新聞	1.20	1枠
関門新聞	3.30	1枠
中国民報	3.00	1枠
松陽新聞	1.56	1枠
徳島毎日新聞	1.20	1枠
愛媛新聞	0.92	1枠
北海タイムス	7.50	1枠
朝鮮新聞	2.00	1枠
新愛知	184.32	384行
伊勢朝報	6.00	300行
伊勢新聞	48.36	372行
名古屋新聞	107.52	384行

出所:「新聞廣告料支拂張」より作成。

先にみた地方連合広告には、中国、四国、九州地域の新聞が多く含まれていた。再び辰馬本家の販路を確認すれば、それら地域の比重は特に低かった。同社にとって、売上が伸び悩む地域への広告という意味では、それらも東海地方への広告と同じ位置づけだったのかもしれない。すなわち、それはやや局所療法的な要素をもっていたのであり、必ずしも長期継続的なものにはならなかったのである。

図25　辰馬本家の国内販路



出所:『（稿本）第2巻　白鹿の営業を株式会社に組織変更後の業歴書』より作成。

［阪神地域の新聞社］

このカテゴリーに含まれるのは、大阪時事新報、神戸新聞、神戸又新日報、大阪日日新聞の 4 紙。その特徴は、いずれの新聞社とも広告代理店を通さずに直取引が行われていたという点にある。

大阪時事新報への広告は、前項でもふれたように 1929（昭和 4）年 6 月に「侍従御差遣の光栄」の臨時広告として出されたものであった。このとき大阪毎日新聞と大阪朝日新聞、神戸新聞にも同様の広告が行われたが（大毎や大朝とも直取引が行われた）、前 2 者の料金が 250 円であったのに対し、大阪時事新報と神戸新聞はいずれも 50 円であった。その後神戸新聞には、1935 年 5 月より阪神週間版の広告を毎月 5 円支払って掲載している。また、1930 年 10 月 26 日付神戸又新日報で「観艦式当日広告掲載料」として 20 円の広告料がかかったが、同紙への広告はその 1 度限りであった。大阪日日新聞には 1936 年 8 月から白鹿の広告が掲載された。同紙の広告料は半月単位で 1 回 22.5 円、1 ヶ月あたり 45 円であった。

2）交通機関

［阪神電鉄］

1930（昭和 5）年 5 月に、辰馬本家は翌 6 月までの 2 ヶ月分の「電車内廣告料」150 円を阪神電鉄に支払っていた。また翌年 12 月にも 1 月までの 2 ヶ月間の広告料が運輸課事業係に支払われていることから、阪神電鉄とは直接取引が行われていたと思われる。しかし 1932 年になると、間に大正表示機工務所が入り、広告料金の授受はそことの関係に代わった。ちなみに阪神電車には例年 11 月から 12 月を中心に車内ポスターが貼られたようであるが、1932 年 11 月末日に辰馬本家からは「阪神電車本線車内提出料」として 150 円、そこから「五分特別割引」7.5 円が割り引かれ、それに「ポスター二百枚印刷及びスケッチ代」29.5 円を合計した 172 円が支払われていた。1936 年 11 月に阪神電車の車内広告の取り次ぎは安孫子哲三に替わったが、掲載料 150 円、割引 7.5 円には変化がなく、ポスター印刷代が 19.5 円と以前よりも低価格になった。

このほかに阪神電車関連では、車内ではなく、西宮駅や甲子園駅の提灯による装飾料金として、多いときで 1 回に 150 円ほどウエムラ（植村）研造社に支払われたことがあるが頻度は高くなかった。

［その他の鉄道各社］

東海道線高槻駅（70 円）や阪急線石橋駅（56 円）、南海本線紀ノ川駅（56 円）の看板塗替えつき、日之出広告社が代理店となって 1939 年 1 月に取引があった。翌 40 年 4 月にも同社を通じて阪急線石橋駅（28 円）、花園駅（20 円）、油阪駅（15 円）に広告が行われた。また、現在の近畿日本鉄道の基となる関西急行電鉄（代理店は日本土木建築通信社）へ全

通祝賀広告を出したり、同じく参宮急行線（代理店は弘益社）の駅名下広告を利用したりもした。なお後者は、広告 73 枚半期分で 219 円であった。

［大阪バス］

辰馬本家により大阪バスの後部広告が利用されるようになったのは 1935（昭和 10）年 10 月のことである。同社のバス広告は翌 36 年には年間合計額 3,400 円で、大毎と大朝の合計 3,078 円を超える最大の媒体となった。1936 年中までは生内鉄章画室、37 年からは生内清源が代理店となり広告料が支払われた。1 ヶ月毎に取引は更新され、大体 40～55 台分の広告料は 247.5～300 円であった。1 台当たり単価は当初 6 円で後に 5.5 円となったが、55 台分で 300 円支払っていたときには若干の値引きもあったと思われる。

3）その他

『支那事変画報』や『組合紀要』などの雑誌類や業界新聞、相撲パンフレット等への広告も確認されたが、いずれも取引は単発で行われて、間に入る代理店についても昭和広告社、大阪広告社、地球堂など様々であった（ただし組合紀要や業界紙は直接取引が行われていた）。

(3) 清酒販売と広告

最後に、辰馬本家の経営史料から清酒販売（売上金額、売上石数）と販売費（広告費を含む）の関係について整理した表 6 を検討しておこう。同社の場合、売上金額や売上石数

表6　清酒の売上と販売費の関係

	売上金額 (A) (円)	売上石数 (B) (石)	国内売上石数 (B)' (石)	平均売上単価 (A)/(B) (円)	販売費計 (C) (円)	広告費 (D) (円)	対販売費広告費 (D)/(C) *100 (%)	対売上額広告費 (D)/(A) *100 (%)	広告費/石 (D)/(B)' (円)
1924	3,446,487	33,553	19,143	102.7	142,190				
1925	3,355,943	34,990	17,249	95.9	97,659				
1926	3,433,601	35,069	18,225	97.9	110,226				
1927	3,548,871	37,821	17,963	93.8	110,620	2,853	2.6	0.08	0.159
1928	3,601,738	35,776	19,723	100.7	101,699	2,776	2.7	0.08	0.141
1929	3,654,270	38,402	18,684	95.2	100,440	3,104	3.1	0.08	0.166
1930	3,077,951	35,671	15,765	86.3	73,700	1,933	2.6	0.06	0.123
1931	2,790,133	32,213	14,533	86.6	85,089	3,740	4.4	0.13	0.257
1932	2,933,465	31,465	13,966	93.3	70,355	2,259	3.2	0.08	0.162
1933	3,107,546	33,563	13,934	92.6	79,511	1,738	2.2	0.06	0.125
1934	2,977,969	29,039	16,007	102.6	103,859	3,007	2.9	0.10	0.188
1935	3,156,449	29,417	14,990	107.3	108,138	5,193	4.8	0.16	0.346
1936	3,754,735	28,172	15,568	133.3	140,969	8,551	6.1	0.23	0.549
1937	4,491,968	31,860	14,650	140.9	157,098	8,799	5.6	0.20	0.601
1938	6,228,167	38,404	15,196	162.2	188,837	9,824	5.2	0.16	0.646
1939	6,032,215	37,692	14,713	160.0	123,940	7,694	6.2	0.13	0.523
1940	3,649,848	19,638	8,149	185.9	29,082	1,160	4.0	0.03	0.142

注：「販売費計」には、問屋口銭や景品料、広告費、割戻金が含まれる。
出所：『（稿本）第2巻　白鹿の営業を株式会社に組織変更後の業歴書』および「新聞廣告料支拂帳」より作成。

には内地と外地や商標の有無の別なくすべてが含まれるが、売上石数についてのみ国内市場の商標有分だけ抽出し別掲した。

まず売上状況をみれば、同社全体の売上金額が 1931（昭和 6）年を底としてその後横ばいとなり 36 年から急増したのに対して、全体の売上石数は 36 年あたりまで減少を続け、その後恐慌直前の水準まで持ちなおした。平均売上単価は 1930〜31 年に 90 円/石を割り込むも 33 年までは 90 円台を推移、34 年以降になって明確な上昇傾向が現れた。これらの指標から、1930 年代半ばまでは販売量（≒生産量）を減らすことで平均単価を維持し、その後売上金額と販売量ともに増加する中で平均単価も大幅に上昇したことがわかる。ただし売上について国内のみに限定すると、売上石数は 1929 年以降 1933 年まで続落し、翌年やや持ちなおしたものの、その後は再び緩やかに減少を続けた。国内の売上金額のみを取り出せない制約はあるが、そのことで平均売上単価が上昇することはあっても極端に下がるということはなかったと考えてよかろう。

次に広告費（ほぼ国内向けと考えてよい）をみてみよう。それが販売費全体に占める比率は 1933 年が底で、以後 30 年代後半にかけて大きくなった。これは広告費の絶対額からみても同様のことがいえる。売上金額に対する広告費の比率は最大でも 0.3% に満たなかったが、1934〜36 年に 0.08→0.23%まで上昇した後、再び減少していった。国内のみの状況がわかるのは、販売量 1 石にかかった広告費である。東海地域への広告料を大幅に増やした 1931 年を除き、20 年代後半から 34 年にかけては 0.1〜0.2 円の間を推移していたが、35 年以降多い年で 0.6 円以上を記録した。

以上より、辰馬本家における売上と広告費の関係をまとめてみる。不況下では販売石数や広告費を抑えながら平均単価が維持されていた。それに対し、1930 年代半ばから売上額が急速に増大する中で平均売上単価も上昇し、それに占める広告費の比率もまた高まりをみせた。そしてこの 1930 年代後半の広告費増大は、先に確認されたごとく、新聞だけではなく多様な媒体の選択によってもたらされたのである。

最後に、広告が販路に与えた影響について指摘しておこう。前掲図 25 からわかるのは、辰馬本家の国内販路の構成が、1920 年代半ばから 1930 年代後半にかけて大きく様変わりしたということである。当初は最大販路だった東海道地方への販売が恐慌期に大幅に縮小し、それと入れ替わるように拡大したのが近畿地方であった。同社は 1930 年代前半まで、売上の急減した東海道地方へ局所的に広告を増やしたり、もともと市場規模の小さな中国・四国・九州地方を中心に新聞による「地方連合広告」を活用したりしていたが、以後多様な媒体を通じてその中心を関西と東京に切り換えていった。これらの事実関係からも、国内市場が頭打ちとなる中で、辰馬本家にとっての広告戦略はより大きな意味をもつものであったことが推察されるのである。

おわりに

本章は、全国的にブランドを展開するようになった酒造業者を事例に、広告主の立場から新聞広告がいかにして活用されてきたのかという点を考察してきた。その結論は以下の3点にまとめられよう。

第1に、清酒の商品広告は、その広告主が流通業者であった時代には細かな商品説明と流通過程の関与者名が記されることが多かったが、それが生産者の手へ移る中で、同情報のほとんどは省略され、デザインもシンプルなものが採用されるようになったということである。このことは、酒造業者が品質保証に責任を持てるようになり、消費者をターゲットとした広告が可能になったことを意味した。

第 2 に、辰馬本家では新聞広告を出す場合に販路を重要視していたということである。1920 年代半ばから 30 年代前半までは、販売量の多くない、またはそれが大幅に縮小した「地方」と、大阪や神戸を中心とする関西の都市部への 2 層からなる商品広告が展開された。それに対し 1930 年代後半からは、関西および東京という都市部中心の広告戦略へ切り換えていったと読み取ることもできる。

第3に、1930年代になると選択可能な広告媒体が多様化したということである。辰馬本家の場合、扱う新聞紙の種類を増やすだけでなく、関西の鉄道各社と大阪バスの車内外広告や駅・停留所の装飾、相撲パンフレットへの広告掲載などを行った。これらは結果的に、頭打ちとなった国内販路の構成比を大きく変化させる1つの要因となり得たのである。

なお、今回扱った史料の中には外地に関する記載はほとんどみられなかった。辰馬本家にとって、1930年代の販売量は内地でみれば頭打ちであったが、その後半になると外地への売上が急増した（内地全体と匹敵するほどまで）。外地に出て行けるブランドが限られていたことにより、内地ほどの広告戦略を必要としなかったという見方などもできるかもしれないが、この点については清酒醸造業の発展史にとっても重要な意味をもちうるものであり、今後の課題とされるべき問題であろう。

注

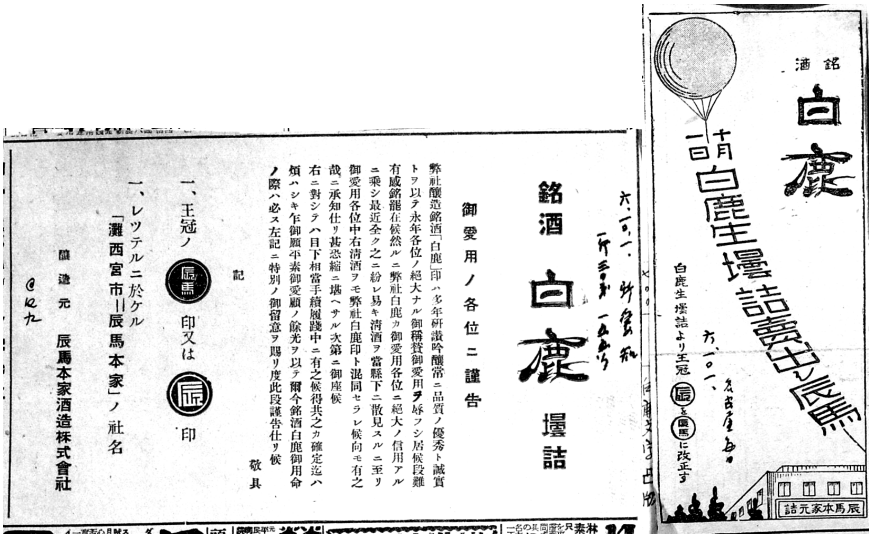
1) 内山芳美『日本広告発達史 上巻』電通、1976 年。
2) 津金澤聰廣・山本武利・有山輝雄・吉田曠二『近代日本の新聞広告と経営――朝日新聞を中心に』朝日新聞社、1979 年。
3) 以下の記述については、さしあたり拙稿「灘酒造家による商標の統一化と販売戦略の変化」（『経営史学』第 43 巻、第 2 号、 2008 年 9 月）を参照のこと。
4)「東京朝日新聞」1906（明治 39）年 10 月 17 日付朝刊 5 面。
5) その内容は震災の御見舞というようなものではなく、ちょうど 9 月頃より市場に出回るようになる冷卸の宣伝であった。

6) この広告は、混ぜ物をしていないという意味の「生一本」という言葉が新聞広告で用いられた最初期のものの1つであると考えられる。
7) 1924（大正13）年には、東京に直営店を出店した灘酒メーカー9社により甲東会が結成された。
8) 前掲大島「灘酒造家による商標の統一化と販売戦略の変化」を参照。
9) 矢野孝之輔『第十三代辰馬吉左衛門翁を顧みて』（辰馬本家酒造株式会社、1975年）によれば、「昭和四年六月七日天皇陛下兵庫県下へ行幸に際し、特に産業御奨励の思召をもって岡本愛祐侍従を当社工場（新田蔵）へ御差遣になった」（66頁）とある。
10) 前掲津金澤『近代日本の新聞広告と経営――朝日新聞を中心に』、234頁。
11) 大阪毎日、大阪朝日、東京日日、東京朝日の価格の変遷については、下表の通りである。

	大阪毎日（夕刊1面題字下／朝刊2面記事中）	大阪朝日（夕刊1面題字下／朝刊2面記事中）	東京日日（夕刊1面記事中）	東京朝日（夕刊1面記事中）
1926	60／100	60／105		
1929	58／95	58／100		
1931	58／90	58／100		
1935	64／100	64／105		
1937	64／105	64／110	100	100
1938	70／112	70／115	100	100
1939	85／127	85／130	100	100
1940	90／135	85／150	100	100

出所：「新聞廣告料支拂張」より作成。

12) 同台風による大潮は、西宮においても、清酒の原材料となる「宮水」の取水地帯を縮小させる程の大被害をもたらした（寺岡武彦『「酒造史」研究ノート』上方酒学研究会、2004年、40頁）。
13) 東海道地方への売上量が急減した理由については1つの重要な論点であるが、ここでは新聞広告にみる東海地方の清酒流通の実態を示しておきたい。下記の2図は、1931年10月1日付愛知県下の新聞広告（左は「新愛知」、右は「名古屋毎日」）である。左図では、「弊社白鹿カ御愛用各位ニ絶大ノ信用アルニ乗シ最近全ク之ニ紛レ易キ清酒ヲ当県下ニ散見スル」として、同社の王冠デザインやレッテルの社名確認が促され、右図イラストには、さりげない「辰馬本家元詰」の文字を確認できる。これらは、かつて東京で問題となった偽物商品の横行が未だ存在したことを示しており、同社にとってそのことは、少なからず同地方での売上減に影響したものと推察される。



第 II 部　新聞経営の地域特性

―― 地方新聞・植民地新聞を対象に ――

第６章

地方新聞市場における中央・地方紙の競争構造

―新潟県を事例として―

小島　庸平
（東京大学大学院・農学特定研究員）

はじめに

本章は、地方において根強い地盤を有していた地方新聞社と、地方進出を通じて部数拡大を実現しようとする中央紙との競争構造を、新潟県を事例に検討することを課題とする。

1941 年の戦時統制による「一県一紙」体制成立までの地方新聞市場は、現代のそれとは大きく異なるものであった。すなわち、「一県一紙」体制以前の段階では、朝日・毎日の両紙に代表される中央紙を頂点とし、複数の県で多数の読者を持つブロック紙（北海タイムスを含む）、1 つの府県で支配的なシェアを持つ県紙、さらに複数あるいは単数の郡市を地盤とする地域紙が、ピラミッド状に層をなして存在しており、しかも地方各紙は政党ごとに色分けされつつ対抗的に併存していたから、極めて複雑な競争構造を持っていた。「不偏不党」を標榜する中央紙とは異なり、地方新聞はそれぞれの地域的特質や政治的背景に基づいて多様な言論を展開していたのであり、そうした地方新聞の多様性が「一県一紙」へと収斂していく過程を、経営的側面も踏まえて明らかにする必要がある。本章では、現代とは大きく異なる 1930 年代までの地方新聞市場が徐々に変容していく過程を、中央紙との競争関係に着目しつつ分析する。

ところで、地方新聞史に関する研究はこれまでにも一定の蓄積がなされてきたものの[1)]、メディア史全体が中央の動向や政治史との関連に主たる関心を有してきたため、地方新聞

社を取り巻く社会経済状況と経営の実態、それを反映した報道のあり方などについては、なお明らかにすべき点が数多く残されていると考えられる。特に研究史上の一つの焦点である満洲事変をきっかけに中央紙・地方紙の両者が戦争報道を加熱させていく過程については、江口の業績に代表される優れた蓄積があるものの、経営に関する一次史料がほとんど利用されておらず、より報道主体の論理に内在する形で分析がなされなければならない。本章では、新潟・長岡・高田の三市に有力紙が分立していた新潟県を事例に、大恐慌前後における地方新聞の経営の実態、および中央紙との競争構造を明らかにする。

本章が対象とする新潟県は、1930 年 9 月に上越線が開通し、東京からの新聞輸送条件が大幅に改善したため、大恐慌前後の時期に中央紙との激しい販売・報道競争にさらされた地域である。また、新潟県内に司令部を持つ高田歩兵第 30 連隊と新発田第 16 連隊は、ともに事変勃発当初から戦線に投入されたため、県民の大陸情勢に対する関心は極めて高かった。中央紙の攻勢に対する地方新聞社の対応とその帰結を、新潟県に固有の事情を踏まえつつ具体的に解明したい。

構成は以下の通りである。まず第 1 節では、新潟県における新聞市場の特質を述べ、併せて北越新報の経営分析を行なう。次に第 2 節では、中央紙が地方進出の足掛かりとした地方版における紙面編成に関する戦略を検討する。最後に第 3 節では、中央紙が地方進出のために最も注力した 2 つの記事分野――経済記事と戦争報道――を対象として、中央紙の報道と地方新聞の報道とを紙面に即して分析し、両者の報道競争のあり方を具体的に明らかにしたい。

1　新潟県の新聞市場と北越新報の経営分析

(1) 新聞企業の勃興

「一県一紙」体制成立までの新潟県内における新聞企業は、主として県内の主要都市である新潟市・長岡市・高田市の 3 カ所に分布していた。すなわち、新潟市には政友会系の新潟毎日新聞（発行部数 2 万 6,000 部）、憲政会系の新潟新聞（1 万 5,000 部）、政友本党系の新潟時事新聞（1 万部）が、長岡市には憲政会系の北越新報（2 万部）、政友本党系の越佐新報（1 万部）が、そして高田市には革新系の高田新聞（7,000 部）、政友会系の高田日報（7,000 部）が、それぞれ本社を置いていた[2]。県内に県紙レベルの突出した新聞社はなく、数郡市を販路とする比較的小規模な地域紙がそれぞれの地域で政党ごとに色分けされ、対抗的に併存しているというのが、戦間期の新潟県における新聞市場の特徴であった。

ここで発行部数の多い上位 3 社（北越新報・新潟新聞・新潟毎日新聞）について、その沿革を簡単に述べておこう[3]。まず、本章で主として分析する北越新報社は、越佐新聞と

長岡日報とが 1907 年に合併して設立された。前者は後に東京へ出て出版業者として成功する大橋佐平が 1886 年に設立した北越新聞を前身とし、立憲改進党系の青年民権運動家で後に北越新報社社長となる広井一が主筆を務めていた。当初は経営が苦しかったものの、1890 年以降の石油採掘ブームによって会社定款印刷と広告が増加したことで好転し、以後、経営が軌道に乗ったとされている[4]。一方、後者の長岡日報は 1902 年に宝田石油の経営者である山田又司・渡辺藤吉・内田三省が創刊したもので、石油業界紙としての性格が強かった。北越新報の前身となる両紙は、ともに石油業界と密接な連関を持つ経済紙的性格の強い新聞であったと言うことができる。

これに対し、新潟市に本社を置く新潟新聞社は 1877 年に創設され、県内で事業経営が軌道に乗ったものとしては最も古い新聞社である。同社は 79 年には福沢諭吉の推薦により尾崎行雄を主筆に迎えて改進党色を強め、後に憲政会新潟支部長を務める坂口仁一郎を社長として経営を行った。1914 年には新潟東北日報を合併するも翌々年に再度分離し、17 年からは同じ憲政会系である北越新報社と提携関係を結び、北越新報社の社長である久須美秀三郎の長子東馬が新社長に就任するなど、その強い影響下に入っている。

最後に新潟毎日新聞社は主要三社の中では最も遅い 1910 年に匿名組合として設立された。同社はいち早く仏製マリノニ輪転機を導入し、当初は不偏不党を掲げて報道重視の紙面づくりを目指していたが、「政党と没交渉ではなお経営が困難であった」[5]こともあり、創刊の翌年には政友会新潟県支部に本社を置いていた新潟日報社を合併し、政友会色を強めていくことになる。

こうして、第一次大戦期までに県下の主要三社が出そろい、それぞれに経営の骨格を固め、一県一紙体制の下で新潟日報に統合されるまで存続することになった。以上の三社は、その創刊の趣旨によって「政論型新聞」（新潟新聞）、「経済紙型新聞」（北越新報）、「報道事業型新聞」（新潟毎日新聞）の 3 類型におおよそ分類することができる。こうした多様なバックグラウンドを持ちながらも、政党的色彩を強めることで地方有力者との関係を取り結び、地元経済に密着しながら比較的狭い地域に分立しているというのが、この時期の新潟県の新聞企業のあり方であった。1920 年代半ば以降、かかるローカルな性格の色濃い新聞市場に中央紙が進出することになるのである。

⑵ 中央紙進出のインパクト

中央紙の地方進出は、1920 年代半ば頃から本格化し始めた。1924 年時点ですでに報知 1 万 1,317 部、東朝 9,328 部、東日 8,307 部が移入され、県内の総新聞供給量約 21 万部のうち東京紙は合計 5 万 9,390 部（28.3%）を占めていた[6]。また、東朝は 1924 年 12 月から越後版、東日は 1926 年 2 月から新潟版を、それぞれ夕刊の 1 頁をあてて発行を開始している[7]。早くも 1926 年下期における北越新報社の『営業報告書』には「近来ハ東京大阪等ノ

表1　新潟県農村部における階層別新聞・雑誌購読状況（1929-30年度　単位：戸、%、円

階層	東頸城郡牧村字津俣部落					三島郡日越村堺部落				
	総戸数	購読戸数		購読金額		総戸数	購読戸数		購読金額	
			購読比率		一戸当			購読比率		一戸当
自作	17	12	70.6	125.6	10.5	7	7	100.0	425.6	60.8
自小作	32	6	18.8	72.8	12.1	43	24	55.8	179.0	7.5
小作	8	2	25.0	8.2	4.1	18	2	11.1	17.0	8.5
その他	4	1	25.0	16.2	16.2	8	1	12.5	100.0	100.0
計	61	21	34.4	222.8	10.6	76	34	44.7	721.6	21.2
購読雑誌	キング、雄弁、子供雑誌					子供雑誌、俳句雑誌、キング、講談倶楽部、主婦之友、婦人倶楽部、泉之花				
購読新聞	高田日報、高田新聞、東京日日、東京朝日					北越新報、時事新報、中外商業				

出所：東京帝国大学農学部農政学研究室『農村生活の調査』岩波書店、1933年、p.2、p.69より作成。

新聞社ハ地方発展ノ策ヲ講ジ地方同業者亦タ之ニ対抗シ競争漸ク激甚ナラントシ地方新聞ノ経営ハ前途細心ノ注意ヲ要スベキトキナリ」と記されており、20 年代後半には地方新聞社にとって中央紙の進出が経営を圧迫するものと認識されていたことが読み取れる。

この時点での地方新聞市場の特質をうかがうため、表 1 によって新潟県の農村部における新聞・雑誌購読状況を検討しておこう。本表からは、自作については東頸城郡牧村で 70.6%、三島郡日越村では 100%が新聞または雑誌を購読しており、活字メディアが農村上層を中心にすでに相当程度普及していたことが読み取れる。ただし、農村の大多数を占める自小作・小作について見るとその購読比率はなお低く、一戸当たり年間購読金額も三島郡日越村の自作を除けばほぼ 10 円前後に止まっていた。この金額は雑誌購読分も含むものであり、一般的な新聞の年間購読料は 10 円前後であるから、これらの人々が恒常的な新聞購読者であったとは考えにくい。農村の中層以下の人々は、おそらくはその時々の必要に応じて適宜新聞を購読する浮動的な読者であったと推測される。本表の最下段には、各部落で購読されていた新聞名を掲げたが、高田日報、高田新聞、北越新報などの地方新聞とともに、東京日日・東京朝日・時事新報・中外商業といった中央紙も購読されていたことがわかる。地方新聞市場の規模はなお限定的であったとはいえ、20 年代末には農村で購読できる新聞の選択肢は中央紙も含む多様なものとなっており、浮動的な読者が大多数を占めた農村部への県外他紙の侵入は、地元紙と鋭く競合するものであったと考えられる。

さて、新潟県における中央紙の地方進出は、前述した 1930 年 9 月の上越線開通によってさらに激化することになった。それまで、東京—新潟間の鉄道輸送は、信越線によって長野を経由するか、磐越西線によって福島を経由する他なく、最短でも 11 時間 11 分を要していたが、越後山脈を貫通する上越線が開通したことにより、東京—新潟間の所要時間は 7 時間 10 分に短縮された[8]。こうした上越線の全通は、地元経済界には歓迎されたものの、地方新聞社にとっては東京の中央紙との競争激化を意味しており、「これまで高崎、長野を経由して入っていた中央紙が、7 時間前後で輸送されることになったため、県下新

表2　新潟県における新聞販売店分布の推移（1929-33年）　　単位:件

郡市別	総販売店数		専売店・支局直営店・通信員					個人経営	
			中央紙			地方紙			
	1929	1933	1929	1933	東日新設	1929	1933	1929	1933
新潟市	7	8	3	4	0	0	0	4	4
長岡市	3	5	2	4	1	0	0	1	1
高田市	5	6	3	4	0	0	1	2	2
岩船郡	14	13	0	0	0	0	0	14	13
東蒲原郡	1	1	0	1	0	0	0	1	0
中蒲原郡	13	16	0	9	5	0	0	13	7
北蒲原郡	11	15	0	6	2	1	0	11	9
南蒲原郡	13	13	1	1	0	0	1	12	12
西蒲原郡	16	18	0	0	0	2	1	18	18
三島郡	13	20	0	5	5	1	1	13	15
刈羽郡	14	16	0	2	0	1	0	14	14
北魚沼郡	7	6	0	0	0	0	0	7	6
中魚沼郡	9	12	0	3	2	1	0	9	9
南魚沼郡	9	9	0	1	0	3	0	9	8
古志郡	2	9	0	1	1	0	0	2	8
東頸城郡	4	4	1	0	0	0	0	3	4
中頸城郡	21	18	1	3	1	0	0	20	15
西頸城郡	6	9	0	0	0	0	0	6	9
佐渡郡	9	15	1	1	0	0	0	8	14
計	177	213	12	45	17	9	4	165	168
市部	15	19	8	12	1	0	1	7	7
郡部	162	194	4	33	16	9	3	158	161

出所:『大日本新聞販売総覧 昭和四年版』新聞之新聞社、1929年、および『新聞販売総覧 昭和八年版』新聞之新聞社, 1933年より作成。

聞界は一せいに動揺」[9]することとなった。これを中央紙の専売所設置状況から見ると、1929 年の新潟県下の新聞販売店は合計 177 店であったが、上越線開通後の 1933 年には、県下新聞販売店総数は213 店に増加し、この純増分 36 店のうち東日の新設専売所が 17 店、東朝が 4 店、読売が 5 店と、主要な中央紙の専売店だけで 26 店を占め[10]、読売以外ではその大部分が郡部に集中していた。かかる中央紙の新設専売所の分布を示したのが表 2 である。本表からは中蒲原郡と三島郡には東日、北蒲原郡には東朝・読売の専売所が多数設置されており、上越線の沿線を中心に中央紙の販売攻勢が強まっていたことが読み取れる。これに対して地方紙の専売所は減少しており、中央紙に押されて地方紙の販売力は減退せざるをえなかったことが推測される[11]。こうした中央紙の進出に対して地方紙の側も何らかの対応を迫られており，そこで採用された主要な方策は以下の 3 点であった。

第一に、印刷能力の拡大である。新潟毎日新聞社は、1929 年までは石川式輪転機 2 台、同折畳式 1 台を保有していたが、33 年までに折畳式をさらに 1 台増設している[12]。また、北越新報社は輪転機 3 台の体制から、新たに高速度輪転機を 1 台導入し、旧式の輪転機を折畳式輪転機 1 台、アオリ輪転機 1 台に更新している[13]。恐慌下で本格化した中央紙の地方進出に対抗するため、両社は機械設備を増強し、印刷能力を拡大していたのである。

第二に、増強された印刷設備による第二夕刊の創設である。東日・東朝両紙は、1930年9月までは夕刊の2版制をとっていたが、上越線開通を機に第3版を創設し、新潟市・長岡市など上越線沿線の地域での速報力をさらに強化していた。これへの対抗上、新潟毎日新聞は1931年6月より第二夕刊を創設し、第一夕刊を午後1時40分に、第二夕刊を午後4時30分に印刷するという夕刊の2回発行に踏み切っている[14]。新潟新聞はこれにやや遅れて1934年から朝刊・夕刊に加えて「昼刊」の発行を開始し、新潟毎日新聞に追随した[15]。中央紙の地方進出により、地方新聞もまた報道のスピードと多様性が要求されることになったのである。

そして第三に、報道を重視した紙面づくりへの転換である。新潟毎日新聞に入社し、戦後は新潟日報主筆を務めた松井敬は、中央紙の地方進出が「これまで改(ママ)党色鮮やかだった県下の諸新聞をして、一せいに中立化させてしまった」ことを指摘しており、「中央より大記者を招聘して立論囂々の陣を張るよりも、ニュースを豊富多量にもって、読者に応える体制に急転し」、「もはや政党の提灯持ちをしていては新聞経営が成たたなくなった」と述べている[16]。この時期の地方新聞社は、隔絶した報道力を持つ中央紙への対抗上、中立的な報道重視の紙面構成を取らざるを得なくなったことを確認することができる。

以上のように、中央紙の地方進出は、地方新聞に報道力の強化を要求し、紙面のあり方にまで影響を及ぼすものであった。この点を、北越新報のトップ記事をジャンル分けして集計した表3に即してさらに検討すると、第一に、表中ではカッコ内の数字として表した県内記事が減少していることがわかる。1925年には全トップ記事686件中237件（34.5%）と3分の1以上を占めた県内に関する記事は、29年には527件中14件（2.7%）にまで減少しており、中央・県外の報道を重視する姿勢へと転換していたことがうかがえる。第二に、政治記事の占める比率もまた低下していた。政治記事は29年までは3分の1前後の比率を保っていたものの、31年に45件(9.9%)へと急減している。37年には粛清選挙関連

表3　北越新報の記事分類別件数推移（トップ記事）

記事分類	1925		1929		1931		1933		1937	
	件	%	件	%	件	%	件	%	件	%
政治・選挙	221 (21)	32.2	180 (9)	34.2	45 (3)	9.9	66 (2)	16.9	143 (4)	30.3
行財政・交通	76 (40)	11.1	38 (2)	7.2	47 (1)	10.3	48 (7)	12.3	44 (3)	9.3
軍事	47 (21)	6.9	4 (1)	0.8	84 (5)	18.5	41 (2)	10.5	142 (4)	30.1
国際・外交	74 (0)	10.8	71 (0)	13.5	107 (0)	23.5	133 (0)	34.1	63 (0)	13.3
経済	43 (34)	6.3	21 (0)	4.0	15 (0)	3.3	19 (2)	4.9	35 (0)	7.4
農業・食糧	26 (18)	3.8	4 (0)	0.8	10 (2)	2.2	31 (1)	7.9	10 (0)	2.1
社会・事件	80 (23)	11.7	58 (1)	11.0	21 (2)	4.6	42 (0)	10.8	28 (0)	5.9
スポーツ・娯楽	61 (45)	8.9	140 (0)	26.6	110 (4)	24.2	4 (0)	1.0	3 (0)	0.6
教育・学芸	58 (35)	8.5	11 (1)	2.1	16 (5)	3.5	6 (1)	1.5	4 (1)	0.8
計	686 (237)	100	527 (14)	100	455 (22)	100	390 (15)	100	472 (12)	100

出所：『北越新報』朝夕刊（新潟県立文書館蔵）より作成。
注：カッコ内は県内記事。

の報道によって回復しているが、その低調は明らかであろう。この点は、上で引用した「政党の提灯持ち」をしていられなくなったという、松井の回想とも符合するものと考えられる。そして第三に、国際・外交関係記事の比率増大である。29 年までは 10%強で推移してきた国際・外交記事は、30 年代に入るとしばしばトップに掲げられ、表示を省略した 35 年にはその比率は 43.3%にまで達した。この時期の地方新聞社は、伝統的に比較優位を有していた県内記事や政治記事を減少させ、緊張の度合いを高めつつあった国際情勢に対応して国際・外交記事に力を入れるなど、より広範囲での報道を重視し、中央紙の進出に正面から対抗しようとしていたのである。

以上のように、1920 年代半ば以降の中央紙による地方進出は、地元の地方新聞社にとって新たな設備投資や紙面編成の変更などを迫り、経営面で大きな影響を与えるものであった。次に、北越新報社を事例とし、その経営概況を確認していきたい。

(3) 北越新報社の経営動向

1）経営者と株主

まず、北越新報社の経営者と株主構成の特性を確認しておく。表 4 は、北越新報社における主要な経営者をまとめたものである。見られるように、社長久須美秀三郎・広井一以下、取締役の多くが憲政会／民政党に所属しており、長岡市議、新潟県議、そして衆議院

表4　北越新報社における経営者の特性

役職	氏名	出身	所有株数(株) 1917	1923	1926	1936	政党	政界進出	関連企業	資産
社長	久須美秀三郎	三島郡	84	616	238	-	憲政	県、衆	越後鉄道会社創立、日本石油・長岡銀行取締役、新潟農工銀行・新潟鉄工	1916年：資産65万円以上 21年：所有地価21、852円 26年：同上12、226円
	広井一	古志郡	94	164	268	-	憲政	県	長岡銀行取締役.	
	広井重次	古志郡	-	-	-	714			元三井銀行調査課	
	吉原彦一	三島郡	5	15	84	84		長岡市議		
取締役	渡辺藤吉	長岡町	84	252	534	534		商工会頭	北越製菓社長、宝田石油専務.	1916年：資産70万円以上 22年：所有地価13、682円
	山田又七	長岡町	84	-	-	-	憲政	衆	宝田石油創立.	
	山田又司※	長岡町	-	126	272	272	憲政	衆		
	川上淳一郎	古志郡	84	96	222	254	憲政	県、衆	帝国鉱業・長岡銀行取締役. 栃尾銀行頭取.	1916年：資産6、776円 26年：所有地価4.917円
	小池誠吉郎		7	51	494	454				
監査役	内田三省		84	84	198	198				
	渋谷善作	南蒲原	84	49	128	128		商工会頭	長岡銀行取締役	1917年：資産1万円以上 26年：所有地価1、473円
計			610	1,453	2,438	2,638				
総株数			1,000	2,000	4,000	4,000				
比率(%)			61.0	72.7	61.0	66.0				

出所：北越新報社『営業報告書』各年版、澁谷隆一編『都道府県別資産家地主総覧 新潟編1-3』日本図書センター、1988年、永木千代治『新潟県政党史』、1935年、長岡市編『ふるさと長岡の人々』1998年、北越銀行『創業百年史』1980年、より作成。
注1 ：※を付した山田又七は、のちに政友会へ移るも、北越新報の取締役には留まっている。
注2 ：政界進出のうち、「県」は県議、「衆」は衆議院議員、「商工会頭」は長岡商工会議所会頭を経験したことをそれぞれ示す。

表5 株主数の居住地域別推移

居住地		1917				1923				1926			
		株数		株主		株数		株主		株数		株主	
		株	%	人	%	株	%	人	%	株	%	人	%
中越地方	長岡市	382	38.2	14	48.3	831	41.6	43	56.6	2,432	60.8	62	62.0
	古志郡	262	26.2	3	10.3	300	15.0	6	7.9	600	15.0	7	7.0
	三島郡	167	16.7	3	10.3	672	33.6	8	10.5	338	8.5	8	8.0
	南蒲原	87	8.7	2	6.9	91	4.6	4	5.3	206	5.2	4	4.0
	刈羽	2	0.2	1	3.4	6	0.3	1	1.3	28	0.7	1	1.0
	魚沼三郡	2	0.2	1	3.4	16	0.8	4	5.3	46	1.2	4	4.0
	小計	902	90.2	24	82.8	1,916	95.8	66	86.8	3,650	91.3	86	86.0
中・西蒲原郡	新潟市	10	1.0	2	6.9	10	0.5	2	2.6	24	0.6	2	2.0
	高田市	2	0.2	1	3.4	1	0.1	1	1.3	10	0.3	1	1.0
		2	0.2	1	3.4	5	0.3	2	2.6	10	0.3	1	1.0
東京		84	8.4	1	3.4	38	1.9	4	5.3	246	6.2	9	9.0
兵庫		0	0.0	0	0.0	30	1.5	1	1.3	60	1.5	1	1.0
合計		1,000	100	29	100	2,000	100	76	100	4,000	100	100	100

出所:『営業報告書』各期より作成。
注:1928年以降、株主の居住地域の記載なし。

議員の経験者が大部分を占めていた。地方政界で活躍する政治家当人が新聞社の経営に深い関わりを持っていたことを確認することができよう。また、長岡銀行と宝田石油を中心に、地元有力企業の取締役を兼任する者が多い半面、所有地価は多くても 2 万円程度であり、最大の地主である久須美秀三郎でも所有耕地面積はようやく 50 町歩に届く程度であった。巨大地主地帯である新潟県において新聞社の経営に積極的に乗り出したのは、商工業者と中小地主が中心であったと判断され、北越新報における経営者は、「地域によってそれぞれに身近にふれてくる新しい企業的な胎動に強い対応を示し、思い切った投資をするとともに、その企業の中心に自らの身をも置いていこうとする」という、守田志郎が言うところの「カッコ附の地主」であったと規定できる[17]。これらの人々は経営者であると同時に大株主でもあり、1922 年上期の増資（資本金 5 万円→10 万円）の際には、新株発行分 1,000 株のうち久須美秀三郎（社長）が 535 株、渡辺藤吉（取締役）が 168 株を買い増しており、増資分の 7 割は 2 人の資産家が負担していた。25 年上期の増資（10 万円→20 万円、2,000 株）においても小池誠吉郎（取締役）が 443 株、渡辺が 282 株を買い増しており、やや低下しているとはいえ、依然として経営者の占める比率は高かった。政党色の強い地方新聞を支える上で、経営者の役割は極めて重要であったと言える。

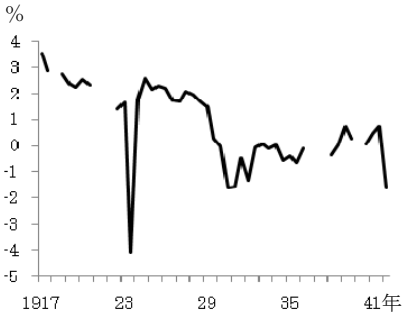
また、表 5 には、北越新報社の株主を居住地別・年次別に掲げた。本表からは、株主の大部分が北越新報社の地元である中越地方に一貫して集中していることが看取できる。すなわち、株数では 1917 年から 26 年まで 9 割以上が中越地方の株主によるものであり、株主の数でも 8 割以上が中越地方居住者であった。北越新報社は、地元に密着した新聞社として資金調達の局面においても地域社会に依存していたのである。1928 年以降、『営業報告書』の株主名簿から居住地の記載が消えてしまうためこの後の検討は困難であるが、再

び表 4 をみると、経営者が全体に占める所有株数の比率は 36 年においても 66.0%と 3 分の 2 を維持しているため、地元有力者を中心とする地域社会との密接な関係は、地方新聞統合までの一貫した傾向であったと考えられる。

2）経営動向

次に、北越新報社の 1920 年代から 30 年代の経営動向を確認する。図 1 には北越新報社の払込資本金利益率の推移を掲げた。本図によって時期区分をすれば、関東大震災の影響を受けた 23 年下期を除きほぼ黒字を実現できた 20 年代と、収支が悪化する 30 年代という区分が可能である。そこで、20 年代と 30 年代に大別し、より立ち入った経営分析を行いたい。

図1　北越新報社の払込資本金利益率推移



出所：北越新報社『営業報告書』各期より作成。

1920 年代の北越新報社は、ほぼ 3%前後の利益率を維持しており、その経営は相対的に順調であった。そのため、「其の発行部数は新潟毎日を以つて第一に推さねばならぬが、財的基礎の最も強固なのは北越新報」と言われ[18]、その財務基盤は県内新聞社の中でも最も安定していると評価されていた。また、1926 年上期には、中央紙の地方進出が激化しているとの認識の下で、創立 45 周年・紙齢 1 万 5,000 号記念の読者優待を行っており[19]、さらに 27 年上期には、新聞に福引券を折り込んだ維新 60 年記念福引を実施していた。同期の営業報告書には、「読者優待ニ力メタル結果、例年農繁期減紙ノ例ナルモ稍ヤ回復ノ兆ヲ見タリ」[20]と述べられており、これらの諸施策は部数を拡大する上でも一定の意義を果たしたと評されている。1920 年代は、読者獲得のための経営努力をなし得る基盤があり、また実際に奏功している時期であると言うことができよう。

しかし、前述したように、30 年代に入ると収支は急速に悪化し始めた。その要因として、以下の 4 点が考えられる。第一に、設備投資の負担である。北越新報社では、1927 年下期末にまず輪転機 1 台を増設したが、「印刷業ノ如キ同業者ノ競争激甚ニシテ引受高ノ割合ニ比シ利益率上ラザル」[21]状態であり、余剰印刷能力の有効利用には限界があった。しかし、1930 年上期には一時間 4 万枚の印刷能力を持つ高速度折畳新式輪転機を一台増設し、さらにその据え付けのため鉄筋コンクリート工場 1 棟を増築している[22]。こうした設備投資は、1930 年 5 月 2 日の紙面で大々的に読者へアピールされており、「すべてがスピード本位で尖端ばかりを行かうとしてゐるこの頃では汽車時間、配達便宜等の事情に迫られてゐる上に外来者対立の必要も加はつて…中略…新聞社にとりての五分、三分は真に一刻千金に値ひづけられてゐる（傍点引用者）」として、高速輪転機導入の理由を説明している。

表6　北越新報社の経営指標　　単位：円、%

年月	1917.1-6	1920.1-6	19231.-6	1926.1-6	1929.1-6	1932.1-6	1935.1-6	1938.1-6
資本金	50,000	50,000	100,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
他人資本	13,696	14,909	72,308	58,177	74,872	110,134	114,701	88,177
自己資本	53,600	54,455	107,908	213,003	214,624	211,300	211,300	211,300
総資本	67,296	69,364	180,216	271,180	289,496	321,434	326,001	299,477
固定資産	25,547	29,128	91,227	115,258	135,375	170,795	168,326	157,437
流動資産	37,748	38,513	63,989	105,922	140,800	121,870	125,403	104,894
固定負債	5,081	1,850	2,858	6,016	13,774	10,368	8,500	6,673
流動負債	8,615	13,059	69,450	52,160	61,098	99,766	106,201	81,504
売上高	69,533	154,366	172,359	181,568	158,294	130,808	123,240	129,878
当期純利益	2,369	1,760	3,023	5,922	4,271	-4,207	-1,296	-1,018
総資産利益率	3.5	2.5	1.7	2.2	1.5	-1.3	-0.4	-0.3
自己資本利益率	4.4	3.2	2.8	2.8	2.0	-2.0	-0.6	-0.5
総資本回転率	1.03	2.23	0.96	0.67	0.55	0.41	0.38	0.43
自己資本比率	79.6	78.5	59.9	78.5	74.1	65.7	64.8	70.6
固定比率	47.7	53.5	84.5	54.1	63.1	80.8	79.7	74.5
流動比率	438.2	294.9	92.1	203.1	230.5	122.2	118.1	128.7

出所：北越新報社『営業報告書』各期より作成。

こうした中央紙との競争に迫られた印刷能力の増強は、表 6 に見られるように、機械及什器の額を押し上げ、固定比率を悪化させる要因となっていた。

第二に、コスト削減のための努力が、労働争議を引き起こしたことである。北越新報社の印刷工場は、1927 年時点で職工 155 名を抱える長岡市内最大規模の工場であり[23]、売上高が低迷する下での人件費負担はただちに経営を圧迫するものであった。そのため、1930 年上期の『営業報告書』には、深刻化する恐慌の中で「此不況モ将来永続スルモノト認メ、経費節減収入ノ増加ニ鋭意努力シツヽアルヲ以テ次期ニ於テハ多少見ルベキモノアランカ」[24]と記されており、給与水準の切り下げも含む収支改善が図られていたことが推測される。事実、これに労働者側は反発し、30 年下期に入った直後の 1930 年 6 月 16 日に「工場争議」が発生した。会社側は翌 17 日に「本社ノ命令ニ服サズ出社就業セザル者一同ヲ解雇」したが、馘首者のうちの 4、5 名が「無産党員ト通謀シ」、演説会や「悪宣伝ノビラ」を散布したため、会社側は妥協案を受け入れて解雇手当諸雑費等を「概算七千円」分計上せざるをえなかった[25]。争議に協力した三宅正一はその結果を「惨敗」と認識しているが[26]、地域社会と密接な関係を持ちつつ営業を展開していた会社側にとっても深刻な影響を与えるものであり、外部の観察者からは「北越新報社は争議のため人気も落ち紙数も減った」[27]とさえ評されていた。労働争議の発生による悪評が部数減に結び付き、販売収入の減少をもたらしたのである。

第三に、広告収入の減少である。1926 年から 33 年にかけての広告行数を『新聞総覧』によって確認すると、北越新報における県内広告主の比率は 20.3%（26 年）から 16.9%（28 年）の間で推移しており、約 8 割を県外広告主に依存していた。地域社会外部の広告主は、

景気の後退局面では最も効率のよい媒体に好んで広告を掲載するようになるため、恐慌期には群小地方新聞への広告行数が減少し、逆に中央紙に集中したと言われ[28]、事実、東日の総掲載広告行数が恐慌前後で約 412 万行（26 年）から約 685 万行（33 年）とほぼ 1.7 倍に増やしているのに対し、北越新報は 1928 年の 212 万行をピークに 33 年には 164 万行へと広告行数を減らしていた[29]。こうした広告行数の減少は、北越新報における売上高の減少に直結していたと考えられる。

第四に、久須美家の没落である。1913 年から 26 年にかけて社長、28 年の死去まで副社長を務めた久須美秀三郎家は、50 町歩以上地主として土地制度資料保存会の調査対象となっている[30]。その際の調査個票によれば、久須美家は徳川期には田 17 町、畑 2 町の計 19 町を所持していたが、「明治初年、近郷の衰微せし時その全耕地を買い受け」、1897-1924 年にかけては田 47 町、畑 7.2 町の計 54.2 町歩の耕地を所有する中規模の地主であった。しかし同個票には、「昭和 3 年越後鉄道国有移管当時責任者として殆ど全財産をギセイに供したる為、昭和 4 年以降の土地所有はゼロになった」とあり、越後鉄道の抱える負債を創業者である秀三郎が個人で引き受けたため、家産が大きく傾くことになった。さらに秀三郎死後の 1929 年には、長子で新潟新聞の社長も務めた久須美東馬が越後鉄道にかかわる疑獄事件を起こしており[31]、この時点で久須美家の没落は決定的なものとなった。北越新報、および新潟新聞の経営から久須美家は退き、1928 年には株主名簿からも消えている。1920 年代半ばまで経営を支えた地元有力者の没落とスキャンダルもまた、北越新報社にとって不利な材料となったと考えられる。

以上の 4 つの要因が複合的に影響し、30 年代の北越新報社は長い低迷を経験することになる。概括的に言えば、中央紙との競争激化と経営を支えた地主の没落が、北越新報社の苦況の大きな要因だったのである。

2　中央紙の地方進出 ――大毎・東日を中心に――

前節で見たように、恐慌前後の時期に本格化した中央紙の地方進出は、地方新聞社の経営にとって少なからぬ圧迫をもたらすものであった。ここでは、視点を転換して中央紙の側から地方進出への動きを跡付けることで、この時期の中央紙と地方紙との競争構造を実態に即して検討したい。取り上げる中央紙は主として大阪毎日新聞社の発行する東京日日新聞である。これは紙幅の制約という事情もあるが、前述したように東日が恐慌期に新潟県内における新聞専売所の設置を飛びぬけて積極化していたからでもある。この時期に新潟県への進出を加速した東日の販売戦略を、以下、特に地方版に着目して明らかにしたい。

(1) 大毎・東日の紙数増大と地方版

まず大毎と東日の発行部数の推移を確認すると、20 年代における同紙の伸びは顕著であり、20 年には大毎・東日併せて約 97 万部の発行部数であったものが、 29 年には約 245 万部と大幅な増紙を実現し、1937 年には約 347 万部を達成していた[32]。この時期の大毎・東日は、恐慌を挟む時期にもおおむね順調に部数を伸ばしていったと見てよい。

とはいえ、この間の価格条件は必ずしも有利なものではなかった。一般の卸売物価指数と比較すると、新聞の価格は 20 年代は比較的割安、30 年代は逆に相対的には割高となっており、特に 29-32 年に諸物価が暴落する中で新聞の価格設定はやや遅れをとる形になっていた[33]。このため、「地方では、米の暴落のため月 90 銭の新聞代が払えず、全国紙とくらべ 2、3 割購読料の安い地方紙に転読する人が増え、しかも近隣の何軒かで“回し読み”するという光景」[34]が現れ、「インテリ層は一度親しんだ中央紙から離れなかったが、農漁村では定価が 2、3 割安く、おまけに値引きしてくれる地方紙を選ぶようになった」[35]というように、大毎・東日は 90 銭に定価を引き下げたにもかかわらず、さらに価格の安い地方紙への読み換えが農村部を中心に生じていた。かかる不利な価格条件の下で 30 年代の大毎・東日はなぜ一定の部数拡大を実現することができたのであろうか。ここではその理由として、中央紙における地方版の創設に着目したい。

中央紙は、地方へ販売網を拡大するに当たり、各地で根強い地盤を有していた地方紙との対抗上、地域に密着した情報を紙面に盛り込む必要があった。そのため、大毎・東日は日露戦後から地方版の新設を始め、第一次大戦以降、表 7 に示したように地方版の拡充を本格化させている。すでに 20 年代初頭の時点において「販売拡張としての地方版に対する評価も高ま」っており、大毎は 1930 年までに各県に最低一つは地方版があるという「一県一版制」を確立していた[36]。恐慌期にはすでに中央紙は地方進出のための基盤をかなりの程度整えていたと言うことができる。

表7 地方版の拡大過程

年	東日	大毎			合計
		大阪	西部	中部	
1915	3	10			13
1919	9	13			22
1923	12	11		4	27
1926	22	25			47
1930	24	30	13	4	71
1941	24	31	27	10	92

出所:『百年史』、306-312頁より作成。

さらに、恐慌前後の時期には地方版の質・量両面での拡充も図られていた[37]。1918 年時点における大毎の地方版は、1 頁 11 段中広告が 4-5 段を占めており、19 年に 1 頁 12 段へ増段されると、記事 6 段、広告 6 段の比率となった。地方版が拡充され始めた当初は、紙面の半分近くが広告に充てられ、記事量は相対的に少なかったと言える。これに対し、東日は 28 年に 1 頁 13 段へ増段された際には地方版の記事量を 10 段に拡大し、33 年には 13 段の全てを記事に充てることとした。東日は地方版の広告を減らし、記事量を増やすことで地方新聞への対抗を試みていたのである。その結果、1933 年 9 月 5 日を例にとると、東日全体で一日に書かれる記事量は原稿用紙 8,410 枚、このうち地方版が占める記事量は

表8　東京日日新聞新潟県版の記事分類別件数推移

記事分類	1927		1929		1931		1933		1935		1937	
	件	%	件	%	件	%	件	%	件	%	件	%
政治・選挙	56	18.5	64	20.6	46	15.0	24	7.4	37	11.9	54	17.0
行財政・交通	79	26.1	91	29.4	69	22.5	62	19.0	40	12.9	27	8.5
軍事	3	1.0	4	1.3	34	11.1	52	16.0	25	8.1	120	37.7
国際・外交	4	1.3	2	0.6	0	0.0	7	2.1	2	0.0	3	0.9
経済	15	5.0	18	5.8	12	3.9	10	3.1	8	2.6	8	2.5
農業・農村・食糧	28	9.2	38	12.3	65	21.2	73	22.4	27	8.7	13	4.1
社会・事件	81	26.7	39	12.6	24	7.8	39	12.0	103	33.2	42	13.2
スポーツ・娯楽	19	6.3	24	7.7	26	8.5	36	11.0	52	16.8	41	12.9
教育・学芸	18	5.9	30	9.7	31	10.1	23	7.1	16	5.2	10	3.1
計	303	100.0	310	100.0	307	100.0	326	100.0	310	100.0	318	100.0

出所:『東京日日新聞』新潟県版（新潟県立図書館蔵）より作成。

5,897 枚（70.1%）に上っており[38]、中央紙は地方版の発行に多大な経営資源をつぎ込んでいた。価格条件の悪化を乗り越えて部数増大を実現した背景として、こうした地方版の創設・拡充は極めて大きな意味を持っていたと考えられる。

こうして拡充された地方版の紙面構成をうかがうために、東日新潟県版におけるトップ記事の件数をジャンル別に分類して整理したのが表 8 である。本表によれば、満州事変期に入って顕著な増加を見せるジャンルとして、まず軍事記事を挙げることができる。1920 年代には軍事記事は全体の 1%強を占めるに過ぎず、地方版に取り上げられることの相対的に少ない分野であった。にもかかわらず、31 年には年間 34 回（11.1%）、33 年には 52 回（16.0%）に上っており、37 年 7 月に勃発した日中戦争の開戦後にはさらに過熱して 120 件（37.7%）と最も高い比率を占めている。20 年代と 30 年代の地方版における紙面構成の最大の差違は、軍事報道の多寡にあると言えよう。また、農業・農村・食糧分野についても恐慌下の 31・33 年には全体の 2 割以上を占めており、米価暴落の影響を強く受けた米穀生産県である新潟県において、東日がその市況や生産・販売の見通しについて特に力を入れて報道していたことがうかがえる。次に項を改め、農業を含む経済記事と戦争報道の 2 点から、中央紙の地方版における紙面構成の戦略をより具体的に検討してみたい。

(2) 中央紙の地方版における報道

1）経済記事の「大衆化」

> 「『大衆の中へ行け』『経済を一般化せよ』と云ふ新らしい使命を目標の下にすゝみ出した経済記事はたしかに最近数年間に目ざましい効果を挙げ得たものと信ずる。新聞の経済知識普及運動は、これまで無智であつた一般人に大なり小なり経済観念を吹つこんだことは事実である。（中略）特に金解禁問題などにからんで新聞の経済記事がいかに解禁の観念の通俗化につとめたかは、余りに新しい事実なので、ここに改めて書くまでもない」[39]

上に引用した史料からは、金解禁が一つの契機となって経済記事の「大衆化」「通俗化」が進展していたことを読み取ることができる。金解禁前後の時期、中央紙は「経済記事の重要性を事新しく問題とするに至」り、「東京朝日も東京日日も其の経済部の編集会議に『始何（ママ）にして経済面の大衆化を図るべきか』といふことを何度か議論」[40]しており、専門性が高かった夕刊の相場面にも投資相談欄のような「通俗的記事」が載るようになっていた[41]。当時の経済記者自身が、「市場記事も他の政治や社会部記事と同様に、限りなき多数の民衆を対象に広く読ましむる様に書かれなくてはなら」ず、「努めて市場術語を避け、一般民衆向きとせねばならぬ」[42]と述べているように、大新聞社ではかなり意識的に経済記事の「大衆化」が図られていた。農民的小商品生産の発展や証券市場の拡大によって景気変動の波が広く社会全体を捉えるようになり、経済への関心を高めざるを得なかった人々のニーズに、中央紙が積極的に応えようとしていたものということができる。

以上のような経済記事の「大衆化」・「通俗化」は、都市のホワイトカラー層だけでなく、その他の様々な職種・階層の人々をも読者として想定しており、地方の農業者向け記事なども積極的に紙面に盛り込まれるようになった。『講座』によれば、「最近になつて東日が農業欄を新設したり、大毎が農業の続きものをのせ出してから、大朝の農村廻りの記事やら、東朝の『明るい村、暗い里』が出されたりするやうになつて、各新聞共に今更らしく目がさめたやうに農業問題を真剣に取り扱ふやうになつた」[43]といわれ、経済記事の「大衆化」が叫ばれるなか、朝日・毎日の両社で農業問題に関わる特集が組まれていた。地方進出の一層の積極化が図られていた時期に、中央紙は農村部で最も関心が高い農業問題をめぐる記事を積極的に取り上げ始めていたのである。

以上のような動きの集大成ともいうべきものが、地方版における「産業（経済）欄」の新設であった。産業欄は、「これまで都会に多くの読者を持ち、記事の上でも都市偏重の嫌ひのあつた東朝」が、「農業恐慌による農村の底知れぬ不況に着目し、農村に新しい読者を得べく秘かに画策し、案出」したもので、1930 年 10 月 13 日より東日もこれに追随した[44]。産業欄の影響については「（中央紙の産業欄には…引用者）中央の諸官庁や、各種団体に渉りをつけ、完備した通信網を利用して、農山漁村の人々が読まずに居られぬやうな記事（農業経営、副業、篤農家の経験談、商況など）が十段にぎっしり詰まってゐる。この欄の創設が、溺るるものは藁をも掴む—農山漁村の人々の間に、大きな反響を呼びつつあるはいふまでもない。地方紙の読者でこの欄の為めに両紙（東日・東朝…引用者）へ鞍替へするものが続出してゐる」と述べられており、地方紙は「頼みの綱の農村読者まで奪ひとられることに」なったとの観察が示されていた。ここからは、産業欄の創設により、地方の人々が高い関心を持ち、かつ地方紙では得られないような情報を、朝毎両紙が「完備した通信網」を利用して報道し、多くの読者を惹き付けていたことがうかがえよう。恐慌の下で地方紙との競合関係を強めていた両紙は、産業欄に代表される地方版の経済記事

を充実させることで、農村部を対象としてさらなる販路の拡大を目指していたのである。

2）戦争報道における優位性の確立

静岡県を対象とした荒川章二の研究によれば、日露戦争時、大衆的な地方紙は地域部隊と地域出身兵の「戦場」を詳細に報道することで販売部数を伸ばしていったという[45]。このことは、地域出身兵と地域部隊に密着した戦争報道が地方紙の「強み」であったことを物語っている。多くの兵士が戦場へ送りこまれる中で、人々は家族・親戚・知人・友人である地元出身兵の安否に大きな関心を有しており、より狭い範囲の人々を読者として想定する地方紙は、中央紙には困難な地域密着型の戦争報道を行うことにより、日露戦時にその地盤を確かなものとしたと考えられる。

しかし、満州事変期には、地方紙の独壇場であった地元出身兵にかかわる報道に、中央紙が初めて本格的に参入することになる。中央紙は、拡大・強化された通信網と地方版を利用して、この時期にきめ細やかな個別兵士レベルでの報道を開始したのである。たとえば大毎社長の本山彦一は、自社の満州事変報道を振り返って次のように述べている。

> 「地方版は殊にこの事変（満州事変のこと…引用者）によって尊重された。たとえば仙台地方から出征している人、もしくは新潟方面から出兵している人が負傷する。或は戦死をした。そんなことが伝わる。それが一般の地方紙であれば、ただザッとしか書かない、またそれだけの機関がないから書けない。ところが本社の地方版であると、現地の特派員から詳細な電報が来る、完備した通信網を利用して、まず号外を出す、写真版を出す、地方新聞では真似の出来ない報道をする。そこでその地方もはじめて東京日日というもの、また大阪毎日というものの有難いことを知った。今まで費用をかけ、設備してきたことがはじめて役に立つ、はじめてその威力が発揮されたような心地がするのです」[46]

ここからは中央紙が地方版と「完備した通信網」を利用して兵士個人レベルでの素早い報道を行っており、それが地方進出上大きな意味を持っていたことがうかがえる。大陸情勢を素早く伝えうる中央紙にとって満州事変はその力を人々にアピールする絶好の機会であり、一県一版制の確立を背景として着実に地方紙の地盤を侵食しつつあったのである。

以上のように、中央紙における地方版の創設は、地方新聞社にとって極めて大きな脅威となる可能性を持つものであった。そこで、次節では中央紙の地方版における報道と地元新聞のそれとを比較することで、両者が報道の局面でいかなる競争を展開していたのかを新潟県の事例に即して具体的に検討していこう。

3　新潟県における報道競争

(1) 経済記事の比較

先に見たように、中央紙の地方版が経済報道の分野で大きな魅力を持ったとされるのが産業欄であった。だが、実際に紙面に当たって東日新潟県版の産業欄を見ると、意外なことにその掲載頻度は極めて低い。産業欄が地方版に掲載されたのは、1931 年は全部で 10 回に過ぎず、平均すれば月に 1 回以下に過ぎない。記事内容を見ても、たとえば 1931 年 11 月 2 日版では、記事の発信元は新潟県内では長岡と佐渡の相川のみで、他は郡山・福島・石巻・一関・鎌倉・前橋などの関東・東北の各地方記事によって構成されていた。東日新潟県版は 33 年 3 月から全 13 段が記事によって埋められるようになるものの、産業欄が特に増加することはない。先に引用した産業欄への高い評価は、やや過大であると言わざるを得ないと思われる。

これに対し、北越新報は遅くとも 31 年には北越農業欄、32 年には産業欄を東日・東朝に追随して設置し、東日地方版よりもはるかに高い頻度で掲載されていた。33 年には週に 1 回程度、35 年には時期によっては毎日掲載し、掲載時には本欄に一面全 13 段が割かれ、日中戦争勃発までの間、極めて力が注がれた欄であると言える。1933 年 9 月 23 日の記事内容を見ると、高知の松煙製造法、香川の栗植樹など、他地域の副業事例を掲載するとともに、刈羽・東頸城・長岡・中頸城・高田・柏崎・南蒲原など、県内の記事が多数を占めており、地元密着型の経済情報としては、東日のそれより質量ともにはるかに優れていた。産業欄の設置は中央紙地方版が先行し、近隣地域も含む地元経済の報道が一定程度評価されて紙数増大に貢献した可能性は否定できないが、確保できる紙面の絶対量や情報へのアクセス条件などもあり、地方紙が追随して産業欄を設ければ、中央紙地方版がこれに対抗することは相当困難であったと思われる。

これと同様の事情は、相場欄においても看取することができる。東日は、朝刊第 4 面の 3 段弱（前日後場）と、夕刊第 4 面 9 段（当日前後場）を相場欄に当てていたが、これらは東京・大阪を中心とする全国の主要市場の情報が中心を占めており、各地の地方市場に関する相場情報は、基本的には地方版に掲載されていた。この地方相場欄は、新潟県の場合は基本的には新潟・長岡・直江津・柏崎における市場の価格と出来高に関する情報で、正米・期米・株式のいずれか一つが不定期の日替わりで掲載され、その分量は 1 段の 2 割にも満たない 10～15 行程度、地方版全体の 1%程度の紙面を占めるに過ぎないものであった。33 年の全段記事化以降は、新潟と長岡に加えて北越新報や新潟毎日新聞が報じない直江津と柏崎の米穀相場に関する情報を掲載し、総行数も 31-39 行に増加していているが、依然として情報量は限定的なものでしかなかった[47]。

これに対し、北越新報は元々経済紙的な性格が強かったこともあって相場情報の報道に

は力を入れており、夕刊第 6 面全面と第 7 面の 10-12 段が相場欄に当てられていた。このうち第 6 面では当日の価格変動とその要因、翌日以降の見通しなどを数字と併せて解説記事で詳細に報道し、その分量は長岡・新潟市場により多く割かれていた。また、月に 1 回「長岡標準諸相場」として長岡市内の小売物価が 1 面全面を使って掲載され、地元商業の中心地であった長岡の情報に特化した紙面構成をとっていたことが確認できる。その一方、1930 年代には「外電」として米穀、株式、銀塊、シカゴ・カナダ小麦、ジャワ糖などの相場についても前日入電分を掲載しており、国際市況にも目配りしていた。経済紙としての性格が相対的に強い北越新報は、地元市場の情報を軸に海外の動向をも伝え、地場の読者に多様な経済情報を提供していたと言える。

また、報道型新聞としてスタートした新潟毎日新聞は、前述したように 1931 年から夕刊の 2 回刊行を行っており、13:40 に第一夕刊、16:30 に第二夕刊を発行していたため、新潟市場の米穀と株式については第一夕刊で当日の前場、第二夕刊で後場も含む情報を掲載し、少なくとも新潟近辺の購読者は後場が開いている間にその日の前場の価格動向を知ることができた。新潟の中小商人や地方企業の株主などにとって、新潟紙の相場欄は地域に密着した経済情報を素早く入手しうる重要なメディアであり、新潟県に独特の夕刊二刊制の導入もあって速報性は大幅に向上し、中央紙にはない魅力を持っていた。主要市場の動向については中央紙が一定の優位性を有していたとはいえ、地域の経済報道で地方新聞と競争することには、かなりの困難が伴ったのではないかと考えられる。

(2) 満洲事変報道をめぐる競争

前にも触れたように、1931 年 9 月 18 日に満州事変が勃発すると、翌 19 日には仙台第 2 師団に所属する高田歩兵第 30 連隊・新発田第 16 連隊が戦線に投入されたため、県内の満州事変への関心は極めて高かった。新潟県の地域部隊が参戦したとの情報は、まず東日によって新潟県内にもたらされた。9 月 21 日付、20 日午後発行の夕刊に掲載された東日新潟県版には、高田支局の記者が高田連隊司令部を訪ねたときの様子として、次にように報道されている。

> 「支那北大営における日支両軍の衝突により仙台第二師団が出動し高田歩兵第三十連隊駐箚軍も戦線に向かつた報を齎らして高田留守隊を十九日朝訪へば其時何んの情報もなく本社の知らせに内山留守隊長を初め六百余の留守兵は非常な感激に打たれ営内には喊声わき直ちに駐箚の村井連隊長に向つて激励電報を発した、なほ高田市民は到る処に本社の特報が貼り出され市内は非常な衝動に打たれてをり個人的に駐箚軍に激励の電報を打つものも多い（中略）満洲駐箚のわが高田歩兵第三十連隊及び新発田の第十六連隊が十九日午前三時半に駐箚地旅順を出発し奉天に向つた旨同連隊より高田留守隊に十九日午前十一時着電するや留守隊の最

高幹部連は仕事も手につかず本部に額を集め本社高田通信部はじめ各地より到着する戦況情報に満蒙の大地図を広げてわが部隊の作戦や如何にと異常の緊張を示してゐる（中略）午後一時ころ本社の特報によつて奉天城がわが軍のために占領された報が伝へられるや兵卒は万歳を唱へ営内はさながら戦場の如き気分が漲る（下線・傍点引用者）」

ここからは、満州事変勃発当初、現地本隊からの入電に先駆けて東日の記者が各連隊進発の第一報を留守部隊にもたらし、その情報は地元の要所に貼り出され、非購読者である一般市民にも広く戦争開始を伝えていたことが読み取れる。地方版での情報量はごく限られたものであるとはいえ、東日は記事の絶対量の少なさを速報性でカバーし、満州事変勃発を奇貨として軍民双方にアピールしていたのである。東日が過大に自己の情報伝達力を伝えている可能性もあるが、事変勃発当初に本山の言う「地方新聞では真似の出来ない報道」を行うことで、中央紙の報道力を県民に知らしめる効果があったと言えよう。

このように中央紙の速報性には地元新聞の追随を許さぬものがあったが、戦局が進んで新潟県出身兵の戦死報道が増え始めると、地方新聞は戦死者の遺家族訪問、顔写真、エピソードの紹介などに多くの紙面を割き、基本的には地方版 1 頁でしか県内情報を報道し得ない東日に対抗して、従来から比較優位を有していた地元密着型の戦争報道を過熱させていった。特に激戦として知られる嫩江の戦闘（1931 年 11 月 1-5 日）では、新発田連隊だけで 38 名もの戦死者を出しており、満州事変において新潟県地域部隊が初めて蒙った大損害であったために、戦死者氏名公表→顔写真掲載→遺族家庭訪問という一連の戦死者報道の流れの中で、各紙は激しく競争を展開した。その様相を表したのが次頁の表 9 である。本表からは、最も早く遺族家庭訪問記事を掲載したのは東日新潟県版（齋藤佐平太、11 月 8 日夕刊）であり、第一次世界大戦まで地方紙の独壇場だった地元出身兵の戦死報道に、地方版を創設した中央紙が初めて本格的に参入していたことが見てとれる。とはいえ、戦死者の顔写真については掲載が大幅に遅れ、数も少なく、東日だけが掲載し得たものはない。初回を除いて遺族訪問記事も全く掲載しておらず、戦死者報道からはほとんど手を引いていたかの感さえ受ける。

一方、個別戦死者レベルでの報道競争を最も激しく展開していたのが、新潟毎日新聞と北越新報であった。前者が夕刊二版制の導入もあって速報性において優勢であるものの、顔写真の収集では両者が拮抗し、互いに戦死者の氏名・顔写真・遺族訪問の報道にしのぎを削っていた様が見てとれよう。戦闘開始当初の報道では東日がいち早い対応を見せているものの、満洲事変期における地元出身兵の報道に関しては、少なくとも量的側面においては依然として地方紙が優位に立っていたと判断される。

以上のように、中央紙の地方版は、開戦当初に見られた高い速報性を活かした報道によって地域社会に大きくアピールし、地元紙が全力を傾注して報道していた地元出身兵に関

表9　嫩江の戦闘（1931年11月1-5日）における新発田第16連隊の戦死者と各紙の報道

No.	戦死者氏名	新潟毎日新聞			北越新報			東日新潟県版		
		氏名	顔写真	遺族訪問	氏名	顔写真	遺族訪問	氏名	顔写真	遺族訪問
1	武者清治	9朝	10一夕	-	9朝	9夕	10夕	-	-	-
2	野内宏治	9朝	-	-	9朝	10夕	-	12夕	12夕	-
3	高地団一	9朝	10一夕	10一夕	9朝	10夕	10夕	-	-	-
4	田邉武雄	9朝	-	-	9朝	10夕	10夕	-	-	-
5	齋藤佐平太	9日夕	9日夕	-	8夕	9夕	9夕	8夕	-	8夕
6	島津松蔵	10朝	10朝	10朝	10夕	10夕	10夕	10夕	12夕	-
7	小田耐三	10一夕	11一夕	11一夕	10夕	10夕	-	10夕	12夕	-
8	坪川義範	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	10夕	-	10夕	12夕	-
9	豊島疆	10朝	10朝	10朝	10夕	11夕	-	10夕	12夕	-
10	小澤直次	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	10夕	10夕	10夕	12夕	-
11	大河原常一郎	10朝	10朝	10朝	10夕	11夕	-	10夕	12夕	-
12	石田善龍	10一夕	-	-	10夕	11夕	11夕	10夕	-	-
13	小杉広作	10一夕	-	-	10夕	10夕	10夕	10夕	12夕	-
14	田中寅松	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	11夕	10夕	10夕	-	-
15	佐野喜八	10一夕	11一夕	-	10夕	10夕	-	10夕	12夕	-
16	駒場音吉	10一夕	-	-	10夕	-	-	10夕	-	-
17	渡邊勝	10一夕	-	-	10夕	-	-	10夕	-	-
18	小林正一	10一夕	-	12朝	10夕	-	-	10夕	-	-
19	小林与三郎	10朝	10朝	10朝	10夕	10夕	10夕	10夕	-	-
20	村山興四郎	10一夕	11一夕	10一夕	10夕	10夕	10夕	10夕	12夕	-
21	齋藤哲	10朝	10朝	10一夕	10夕	-	10夕	10夕	-	-
22	川瀬六平	10朝	10朝	10朝	10夕	10夕	-	10夕	12夕	-
23	関根豊次郎	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	-	-	10夕	12夕	-
24	金子福次	10一夕	-	-	10夕	11夕	10夕	10夕	-	-
25	佐久間要作	10一夕	-	-	10夕	-	-	10夕	-	-
26	瀬倉三代吉	10朝	10朝	10朝	10夕	11夕	-	10夕	12夕	-
27	樋浦仁市	10一夕	-	-	10夕	-	-	10夕	-	-
28	笠原銀一	10一夕	-	-	10夕	-	10夕	10夕	-	-
29	小林啓吉	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	10夕	-	10夕	12夕	-
30	涌井勇	10一夕	-	-	10夕	10夕	10夕	10夕	-	-
31	片桐照久	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	10夕	10夕	10夕	-	-
32	田中重次郎	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	10夕	10夕	10夕	12夕	-
33	西村末吉	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	-	-	10夕	-	-
34	山崎安ニ	10一夕	10一夕	10一夕	10夕	11夕	-	10夕	-	-
35	広川広保	10一夕	10一夕	-	10夕	10夕	10夕	10夕	12夕	-
36	大橋良平	10一夕	-	-	10夕	11夕	11夕	12夕	12夕	-
報道件数		36	23	20	36	27	19	33	17	1
第一報（網掛け）件数		24	15	17	0	14	11	0	0	1

出所：各紙1931年11月8日朝刊から12日夕刊の報道を集計。
注1　：数字は日付、朝＝朝刊、夕＝夕刊、日夕＝日曜夕刊、一夕＝第一夕刊をそれぞれ表す。
注2　：当時の夕刊は翌日付で発刊されていたため、同日であれば朝刊よりも夕刊が先に読者へ届けられることになる。
注3　：嫩江の戦闘における新発田連隊の戦死者数は計38名。12日時点では2名が氏名不明。

する情報を全く扱いえないという欠点を、地方版を創設することによって克服していたことが確認された。とはいえ、中央紙の地方版は紙面の制約もあって戦死者個人の写真掲載や遺族家庭訪問については地方紙に大きく後れを取っており、この段階においても、地方

新聞の戦争報道には日露戦争時と同様に読者にとって中央紙にはない魅力があった。個別兵士に注目したきめ細やかな報道や、各地の遺族家庭訪問記事の執筆などは、地元に密着した報道網を持つ地方新聞が依然として優位性を保っていたのであり、中央紙に対抗しうる有力な分野の一つだったのである。

おわりに

以上、本章では新潟県を対象として、中央紙と地方新聞との競争構造を具体的に検討してきた。その内容は以下の 3 点に整理される。

第一に、恐慌下で中央紙の攻勢にさらされた地方有力紙は、印刷設備を増強し、海外記事の収集に努めるなど非ローカル記事の掲載に注力することで中央紙に対抗することを試みた。しかし、北越新報の場合、経営を支えた地方有力者の没落や、経費節減の努力が労働争議の発生を招くなどしたため、資金繰りはかなり苦しいものとなり、30 年代には長い低迷期に入ることになった。

第二に、大毎・東日は、恐慌下にあって価格条件では地方紙よりも劣位にあったものの、地方版の設置を一つの起動力として着実に部数を拡大していった。経済記事の情報量・速報性については必ずしも地方紙を上回ることは出来なかったが、満州事変の第一報を地域社会にもたらすなど、存在感を示しており、地方新聞にはない魅力を持っていたと判断される。

とはいえ、第三に、紙面を子細に検討すれば、地方新聞は地元に密着した経済情報の報道や、丁寧な戦死報道などにより、依然として中央紙にはない強みを持っていた。中央紙の激しい販売攻勢にさらされる中、地方新聞は比較優位のある経済・戦争報道に注力することで対抗を試みており、それが一定の成果を上げていたのである。地方新聞がときに中央紙以上に満洲事変報道を過熱させたという江口の指摘は、かかる競争関係をその背景に有していたことをここでは指摘しておきたい。

以上のように、この時期の地方新聞は、中央紙の激しい販売攻勢にさらされながらも、依然として地元に根差した優位性を保持していた。実際、全国の有保証金日刊紙数の推移を見ると、1929 年に 665 紙であったものが 37 年には 767 紙と 100 紙あまり増えており、減少しているのは北陸地方（58→53 紙）と中国地方（56→50 紙）のみであった[48]。新潟県は鉄道網の整備が 1930 年まで持ち越されたために、恐慌下で中央紙の攻勢に強くさらされたやや例外的な地域であり、北越新報社の経営的苦境も安易に一般化することの許されない特殊な事例である可能性がある。むしろ全国的に見れば、中央紙の攻勢にさらされながらも、地方新聞の新設を許す余地がなお存在していたのである[49]。この点の検討につい

ては、さらに他県の新聞市場の動向と地方新聞社の経営分析を積み重ねていくことで究明していく必要があろう[50]。

ただ、最後に若干の展望を述べれば、この後も一貫して地方新聞が根強い地盤を維持し続けたわけではなかった。日中戦争開戦後には軍事情報の管理が厳格になって戦死者報道が困難化するとともに[51]、経済統制の進行は経済情報へのニーズを大きく減少させることにつながる。地元出身兵と地域経済に関する報道における差別化が困難となることで、地方新聞は中央紙に対する比較優位を喪失することになるのであり，そうした事態の延長線上に、我々は地方新聞の統合＝「一県一紙体制」の成立を展望することができると考える。

注

1) 地方新聞にかかわる研究史としては、江口圭一「満州事変と地方新聞―『新愛知』『名古屋新聞』の場合」同著『日本帝国主義史研究』青木書店、1998 年、有山輝雄『近代日本のメディアと地域社会』吉川弘文館、2009 年、季武嘉也「一ブロック紙の昭和戦前史」、近代日本研究会編『年報・近代日本研究 12』、山川出版社、1990 年、などを挙げることができる。
2) 『大正 14 年度 日本新聞年鑑』第 2 篇、1925 年、50 頁。以下、『年鑑』と略記。
3) 以下の各新聞社略史にかかわる記述は、新潟日報社史編集委員会編『新潟日報二十五年史』(以下、『二十五年史』と略)、1967 年、「新潟毎日三十年（一）～（七)」『新潟毎日新聞』1941 年 7 月 24-31 日、「新潟新聞六十余年の歴史 1-7」『新潟新聞』1941 年 7 月 24-31 日による。
4) 横山真一『新潟の青年自由民権運動』梓出版社、2005 年、227 頁。
5) 『二十五年史』、35 頁。
6) 『年鑑』1925 年、第 2 篇、50 頁。
7) 新潟日報社『新潟日報源流 130 年 時代拓いて 越佐新聞略史』新潟日報事業社、2007 年、328 頁。
8) 新潟県編『新潟県史』通史編第 8 巻、1988 年、526 頁。
9) 松井敬「新潟県新聞史」『新聞研究』第 19 号、1952 年、46 頁。
10) 『大日本新聞販売総覧 昭和四年版』新聞之新聞社、1929 年、および『新聞販売総覧　昭和八年版』新聞之新聞社、1933 年を参照。
11) 紙幅の制約から表示を割愛したが，北越新報社『営業報告書』に毎期掲載された貸借対照表における資産の項の「得意先勘定貸」は，北越新報社に対する販売店の代金未払い状況を示すものと考えられる。この「得意先勘定貸」が総資産額に占める比率は，1920 年上期には 4.3%だったものが，29 年には 24.3%にまで増加し，以後 1938 年まで 16-20%の比率で推移していた。ここからは，地方新聞を扱う販売店の苦境ぶりを推測することができよう。
12) 日本電報通信社編『新聞総覧』、1929 年度、188 頁、および同、1934 年度、234 頁。
13) 同上、1929 年度、184 頁、および 1934 年度、240 頁。
14) 『新潟毎日新聞』1931 年 5 月 31 日付、社告。
15) 前掲『新潟日報源流 130 年 時代拓いて 越佐新聞略史』、329 頁。
16) 前掲松井「新潟県新聞史」、46 頁。
17) 守田志郎『地主経済と地方資本』御茶の水書房、1963 年、166 頁。
18) 『年鑑』1925 年、第 2 篇、51 頁。
19) 北越新報社『第 32 期営業報告書』1926 年、2 頁。
20) 北越新報社『第 34 期営業報告書』1927 年、2 頁。
21) 北越新報社『第 37 期営業報告書』1928 年、2 頁。
22) 北越新報社『第 41 期営業報告書』1930 年、3-4 頁。
23) 松本和昭「長岡工業会の設立と活動―昭和戦前期における長岡商工会議所の一側面―」『長岡大学

地域研究センター年報 地域研究』第 4 号（通巻 14 号）、2004 年、58 頁。
24) 北越新報社『第 40 期営業報告書』1930 年、2 頁。
25) 北越新報社『第 41 期営業報告書』1930 年、2 頁。
26) 三宅正一『幾山河を越えて―からだで書いた社会運動史』恒文社、1966 年、189 頁。
27) 小島将平「全国新聞総展覧」『総合ヂヤーナリズム講座』（以下、『講座』と略）内外社、1931 年、第 10 巻、103 頁。
28) 大阪毎日新聞『第 76 期営業報告書』1931 年、3 頁。
29) 日本電報通信社編『新聞総覧』各年版より算出。
30) 以下、土地制度資料保存会「50 町歩以上の大地主調査票」新潟県整理番号 165、1951 年による。
31) 『中外商業新報』1929 年 11 月 27 日付。
32) 川上富蔵編著『毎日新聞販売史―戦前・大阪編』毎日新聞大阪開発、1979 年、604 頁。以下『販売史』と略記。
33) 1934-36 年を 100 とする卸売物価指数と新聞の価格指数を比較。『販売史』、602 頁、および大川一司編『長期経済統計 物価』より算出。
34) 『販売史』、389 頁。
35) 同上、342 頁。
36) 毎日新聞百年史刊行委員会編『毎日新聞百年史』1972 年、308 頁。以下、『百年史』と略記。
37) 以下、地方版における記事と広告の比率については『百年史』、311 頁を参照。
38) 『東京日日新聞 社報』（東京大学情報学環図書館蔵）第 78 号、1933 年 11 月 1 日付。
39) 下田将美 「経済とヂヤーナリズム」『講座』第 1 巻、1930 年、7 頁。
40) 久保寺三郎「経済記事の特殊性と社会性」『講座』第 7 巻、1931 年、343 頁。
41) 前掲下田「経済とヂヤーナリズム」、8 頁。
42) 井尻固「市場ヂヤーナリズム」『講座』第 10 巻、1931 年、149-150 頁。
43) 前掲下田「経済とヂヤーナリズム」、9 頁。
44) 小島将平「全国新聞総展覧」『講座』第 6 巻、1931 年、166 頁。次の引用も同じ。
45) 荒川章二『軍隊と地域』青木書店、2001 年、83-85 頁。
46) 『百年史』、380 頁。
47) 以上の記述は、1931、33、35 年 10 月の相場記事の比較による。
48) 『年鑑』各年版より作成。
49) 地方新聞社が中央紙の進出に対抗しえた重要な根拠の一つとして，この時期に進んだ通信事業者との提携関係の深化を考慮しなければならない。だが、筆者の能力の限界と紙幅の制約により、本稿ではこれを十分に明らかにすることができなかった。今後の課題としたい。
50) この点については，1930 年代に台頭した北海道の中小地方新聞社が中央紙以上に販売部数を増加させていたことに着目した次章植田論文を参照されたい。
51) 吉田裕は、「日中戦争初期段階においてすら、満州事変段階に比べ戦局・戦場・兵士の姿が見えにくい戦争だった」として、日中戦争以降の情報統制の厳しさを指摘している（吉田裕『日本の軍隊―兵士たちの近代史』岩波新書、2002 年、223 頁）。

第７章

地方有力紙の経営展開

―「北海タイムス」を事例に―

植田　展大

（一橋大学大学院・経済学研究科）

はじめに

本章では中央紙進出以前に地方広域に販路を持っていた地方有力紙「北海タイムス」が 1920-30 年代にかけての中央紙の地方進出や、昭和恐慌に際してとった対応について分析したい[1)]。

「北海タイムス[2)]」は 1942 年に「一県一紙」体制に基いて発刊された「北海道新聞」の前身にあたる。現在「北海道新聞」は「中日新聞」、「西日本新聞」とともにブロック紙に分類される。ブロック紙は全国紙ではないものの数県を包含するような広域に販路に持ち、かつ他の地方紙と比較して発行部数が多い新聞を指す用語である。ABC の調査による 2010 年の「北海道新聞」発行部数は朝刊で約 115 万部である。また、地方版数は 23 版を数える。さらに他地域のブロック紙との間に「三社連合」を組織し、通信社からの記事提供とは別に独自の国内・国際ニュース報道、連載小説・連載漫画を共用し、囲碁・将棋大会を主催する[3)]。以上のような広域性、地方有力紙間の相互協力、地方版による手厚い地域報道をブロック紙の特徴とする場合、その定着過程を 1920-30 年代に求めることができる。「北海道新聞」、「中日新聞」、「西日本新聞」の前身となる地

方有力紙は地域報道の強化、相互協力により 1920 年代以降の新聞市場の変容に対応しようとしたのである。

ブロック紙の前身となる地方有力紙については季武嘉也、江口圭一による名古屋圏に関する先行研究がある[4]。両論文は、日記、新聞記事を中心にした分析から満州事変以降の中央紙の進出に対抗する中で地域社会と地方有力紙の関係がより緊密なものへと再編されることを明らかにした。しかしながら、両研究には資料的な制約もあり経営史的な分析が欠けているという限界がある。また、ともに名古屋という大都市を拠点に展開した新聞に着目しているため、北海道を事例とすることで地域差をみていきたい。

分析にあたり北海道道立図書館所蔵の『阿部家文書』（「北海タイムス関係資料」）を使用する。本資料には 1929 年から 1937 年までの『決算台帳』が含まれている。また 1938 年下半期から北海道新聞社に統合される 1941 年下半期までの『営業報告書』・『決算書類』、『新聞統制共同会社関係書類』もある。戦前・戦時の新聞経営に関する資料は中央紙を含めて利用できるものは非常に少ない。『阿部家文書』を用いることで検討していきたい。

1　北海道における地方有力紙の成長

（1）　北海道における新聞産業の展開

北海道における新聞業は、1869 年の開拓使による定期刊行紙「開拓日誌」、「新報節略」の創刊にはじまる。前者は中央行政からの伝達を目的としたものであり札幌の本庁、地方の支庁に配られた。後者は東京・横浜における新聞記事を収録して、開拓使庁内とその管下の役所に配布された。民間で発行された新聞は、これより遅く函館で印刷業者を営む伊藤鋳之助が 1878 年に創刊した「函館新聞」が最初のものである[5]。1890 年 42.7 万人に過ぎなかった人口は 1920 年には 235.9 万人に達した。購読者数もこれに連動して増加し各地方都市に多数の新聞社が誕生した[6]。

1920 年代後半の新聞市場を概観したい。表 1 から日刊紙だけで 1 日 54 種 41.7 万部の新聞が発行されていたことが分かる。このうち部数では約 15.7 万部の「タイムス」と 9.4 万部の「小樽新聞」の 2 紙が発行部数全体の 60%をしめている。ここから 2 紙は北海道内に広く展開した地方有力紙であったといえる。これに続くのが函館に拠点を持つ 2.9 万部の「函館新聞」、3.0 万部の「函館毎日新聞」、1.3 万部の「函館日日新聞」である。本州に近接し中央紙の進出が早かった函館では「タイムス」、「小樽」のような地方

有力紙が誕生しなかった[7]。札幌・小樽・函館の中核都市以外で 1 万部以上の部数を誇るのはわずかに「旭川新聞」だけである。その他大部分は販路が地域限定的な総部数 1,000 部から 3,000 部程度の零細な地元紙であったとみられる。その他に北海道外から中央紙を中心とした日刊紙が移入された。『日本新聞年鑑』の 1925 年 9 月の調査では「東京日日新聞」11,466 部、「東京朝日新聞」8,225 部、「報知新聞」11,380 部、「時事新報」2,482 部など中央紙を中心に全体では 4.2 万部の移入紙が確認できる[8]。

表1　北海道における日刊紙(5000部／日以上)

	題号	党派	創立時期	部数
札幌	北海タイムス	政友	1887.8.29	157,400
小樽	小樽新聞	民政	1893.5.29	93,500
	北門日報	政友	1917.8.30	5,000
函館	函館毎日新聞	政友	1878.1.7	28,600
	函館新聞	民政	1894.1.1	29,900
	函館日日新聞	中立	1918.4.5	12,810
旭川	旭川新聞	中立	1915.10.20	10,299
	北海日日新聞	中立	1916.11.15	8,600
	北海タイムス号外	政友	1926.1.26	7,000
室蘭	室蘭毎日新聞	政友	1907.3.25	5,589
釧路	釧路新聞	民政	1902.728	4,998
その他	43紙			58,624
計	54紙			417,320

出所:『新聞雑誌及通信社ニ関スル調』 北海道庁、1927年11月30日現在より作成。

北海道における新聞市場は広域性かつ人口密度が低いため地方分断的な性格を持っていた。このため以下の特徴を有していた。まず、中核都市を拠点とし地域横断的に販路を展開する地方紙は「タイムス」・「小樽」のような一部の地方有力紙を除いて存在しなかった。次に、中核都市に加えて中規模都市（旭川・室蘭・釧路）の地元紙（中小地方紙）も限定的ではあるがその速報性から他地域からの移入紙を圧倒する部数を発行することが可能であった。さらに、中核都市・中規模都市以外の郡部では、有力な地元紙が存在しないこともあり、移入紙とりわけ地方有力紙が購読部数の最上位を占めた。

『日本新聞年鑑』を用いて新聞の購読状況を概観したい。室蘭市（人口 5.0 万人、世帯数は 1.0 万世帯）では 1927 年に地元紙である「室蘭毎日新聞」4,500 部が販売されていた[9]。これに加えて「タイムス」1,800 部、「小樽」1,000 部、「函館毎日」500 部の北海道紙、「東日」1,600 部、「報知」1,500 部、「東朝」500 部、その他 700 部の中央紙が移入される。同じく旭川市（人口 7.1 万人、世帯数 1.3 万世帯）についても同様の傾向がみられる。表 1 で示したように旭川では部数 1 万前後の地元紙が数紙発行され、「タイムス」3,300 部、「小樽」2,000 部、「東日」・「東朝」ともに 1,000 部、「報知」450 部、その他 1,100 部が移入された。一方、郡部の留萌支庁（人口 7.2 万人、世帯数 1.4 万世帯）では「タイムス」8,000 部、「小樽」4,000 部、「東日」・「東朝」各 1,000 部、「報知」500 部、その他 250 部が移入された[10]。

移入紙・地元紙にはともにその後周辺地域へ移送された部数を含むため正確な数字を把握することは困難であるが、都市部では地元紙を主読とし郡部では移入紙である地方

有力紙を主読とする傾向がみられる。また地元紙の在不在に関係なく各地域で地方有力紙・中央紙の移入が確認できる。これは地元紙とは異なる移入紙の需要が各地域には存在したことを示している。移入紙の場合には速報性が地元紙と比較して大きく劣るため、それを補完する別の強みが購読理由に関係するとみられる。東京に拠点を置いていることから、とりわけ中央紙は国内外の経済・政治情報について報道には厚みがあった。さらに速報性の必要がない最新の文化・娯楽性の高い記事についても精通している。「報知新聞」の発行部数が「東日」「東朝」並みに増加したのは『キング』、『講談クラブ』に類似した娯楽性の強さが関係していたとされる[11]。中央紙・地方有力紙の移入状況は、多様な情報から構成される報道の性質が広域での購読条件になっていたことを示している。

以上のように 1920 年代半ばまでの北海道の新聞市場は開拓地域の拡大とともに急速に拡大した。北海道は広域かつ分断的な市場であったためその特徴から地方有力紙、中小地方紙、中央紙など多様な新聞が購読されてきたといえる。

(2) 地方有力紙の形成—「北海タイムス」を事例に

地方有力紙「タイムス」の前身となる「北海新聞」が札幌で創刊されるのは 1887 年のことである。官営企業札幌活版印刷所を小樽の実業家である山田吉兵衛が借り受けて同紙の発行を開始した。札幌に発行紙がないことを憂慮していた北海道庁は 1880 年に創刊した「札幌新聞」が半年で廃刊したことから、当初「北海新聞」の発行部数 900 部の内 300 部を買い上げることで経営を下支えした。その後、北海道庁に勤務し大阪での新聞記者経験があった阿部宇之八に会社の経営権が譲渡される。阿部は「北海新聞」を「北海道毎日新聞」と改題し同紙を 8 頁の日刊紙として発行した。また、同紙は北海道庁から「公布式新聞」の指定を受けることになった[12]。「北海」は「公布式新聞」となったことで官公庁の訓令や示達を即時に掲載する特権を得る。1901 年には「北海道毎日」は同じく札幌に拠点を置く「北門新報」、「北海時事」と合併し政友会系紙「北海タイムス」を発行する合資会社北海タイムス社が設立する[13]。

同紙はその成り立ちや、政友会の議員を長年務めた東武が幹部であったことから既成政党寄りの報道姿勢をとった。しかし、1916 年の社告にも「世間往々我社成立当時の事情に鑑み、我北海タイムスを以て、政友会の機関なりと誤認し更に種々の蛮語を流布するもの無きにあらず。然れども、新聞紙は由来天下の公器なり。我北海タイムスの内容・事実・我等社同人を以て見るも、固より尚慊たらざるもの多々あり。而かも平生常に 11 州の機関を以て任じ、且つ深く新聞紙の職責を思念し、拮据経営唯其及ばざるを

憂ふ。焉んぞ一党一派の機関ならんや[14]」とあるように開拓地の新聞として次第に読者本位の姿勢をとるようになる[15]。それでは開拓地の新聞として実際にはどのような販路展開したのかについて 2 点から指摘したい。

まず、設備投資である。重視されていたのは、速報性であり積極的な投資が行われてきた[16]。タイムス社は、1907 年に地方紙では「福岡日日新聞」、「名古屋新聞」に続いてマリノニ式輪転機を投入する[17]。さらに 1916 年には色刷輪転機を投入し、マリノニ式輪転機についても 1920 年には 5 台、1924 年には 7 台と増備し速報性と品質の向上に努めた[18]。また、北海道・樺太全域を対象とした通信網整備も重視された。1924 年の支社・支局数（人員）は東京・大阪 2（7 人）、北海道・樺太 18（46 人）であり、広域に支局通信網を有していた。とりわけ、商業の中心である小樽支局（14 人）と、社長である東武[19]の出身地を統括する旭川支局（11 人）には多くの人員がさかれていた[20]。1924 年から旭川支局は独自に編集した日刊形式 2 頁の号外を発行し、1925 年には函館・室蘭、1926 年には帯広と、号外が発行される地域は漸次拡大した。また、1926 年には地方紙としては初の飛行機の投入に踏み切る。

設備投資に加え重視されたのは報道力の強化である。とりわけ第一次世界大戦期以降は、商況報道に重点が置かれた。「小樽支局には、本社の商況専任記者数十名を常置し、日々の出来事は、東京・札幌間は、1 日数 10 円に亙る発信予約電報に依り、午後の商況は全部至急報に依り、東京・大阪・神戸・横浜の株式・米国・商品・定期市場の、夕刻引跡の気配に至る迄、最も敏速に報道せらる[21]」とあるように大戦期の好況に応じて商況報道に力を入れることになる[22]。商況に関する報道は「小樽」が力をいれてきた分野であったが、「タイムス」は同紙と対抗していく中で経済商況に関する報道力を強化する[23]。また、新たに 1925 年 6 月からは毎月 1 日に「月刊タイムス」を無料添付する。「月刊タイムス」は小説や娯楽記事を中心に構成され、当該期には女性を対象とした紙面作りが重視されていくことがわかる[24]。

以上のように「タイムス」のような地方有力紙が広域且地方分散的な市場で購読されたのは「公布式新聞」という有利な条件があったにせよ、開拓地の新聞として採算を度外視した設備投資や高い報道力が果した役割が大きかったのであろう。「タイムス」の声価が高まるにつれ、1920 年代には記事に掲載された地域が産業の発展に貢献したとして同紙の記者を表彰しようとする事例もみられた[25]。開拓地の発展と「タイムス」は歩調を合わせることで北海道・樺太・青森北部に販路を拡張していった。

最後に「タイムス」の販売形態について確認したい。タイムスでは直営店・専売所以上に各地域の売捌店との契約を主体とした販売形態をとった。広域且つ人口密度が低い

ため独自の販売網を持つことによる費用負担が大きい。このため売捌店を中心とした販売網の形成が進んだものとみられる。都市部についても大売捌店に依る販売が中心となっており札幌では 1927 年には森新聞店だけで 6,119 部を扱っていた[26]。北海道全域に販路を持つ「タイムス」と売捌店との関係は密であり中央紙も「北海タイムス」の販売網を用いて北海道での販路を拡張していくことになった[27]。

2　中央紙の進出と昭和恐慌

1920 年代半ばの北海道では中央紙による積極的な支局設置がみられた。中央紙の進出は「タイムス」の経営を脅かすほどのものではなかったが、他地域の事例から進出は強い危機感をもって捉えられていた。昭和恐慌とともに不漁・不作が重なったことで 1925 年に比べ 1931 年は農業生産額で 34.0%、水産業生産額で 54.2%と大幅に減少した。北海道経済は深刻な打撃を受けた[28]。恐慌期を通じてタイムス社と中央紙との関係は協調から対立へと変化する事になる。

(1) 中央紙の進出

北海道は、東京・大阪から遠距離である上、広大かつ人口密度の低い地理的な特性もあり中央紙の進出が遅れた地域であった。東京から北海道への朝刊発送は早くても 2 日、遠隔地では 4、5 日を要した。また、中央紙にとっての北海道での販路開拓は高コストであり発行部数が増加するほど損失が増加した[29]。このため専売拠点を独自に設けるよりはタイムス社、小樽新聞社の販売網を利用した併売が一般的であった[30]。しかしながら 1920 年代末に中央紙の進出が積極化する中でこの協調関係は崩れることになる。以下では北海道における中央紙の進出状況を、通信網の整備と販売店の分布を中心にみ

表2　北海道における新聞社の販売網(直営店・専売店)

	1926年以前		1933年	
	中央紙専売	地方紙専売・直営	中央紙専売	地方紙専売・直営
函館	報知	小樽	報知・東日	小樽
小樽	報知	小樽	報知・東日・読売	タイムス(3)・小樽(2)
札幌	報知・時事		報知・東朝・時事	
旭川				小樽
室蘭	報知		読売	小樽・室蘭毎日
釧路			報知・東日	小樽
帯広	報知		報知・東日・東朝	
その他		小樽	東日	小樽(6)・タイムス(3)
計	6	3	15	19

出所:『大日本新聞販売総覧 1927年版』、『新聞販売総覧 1933年版』より作成。

ていきたい。

北海道での中央紙進出は「東日」・「東朝」に「報知」が先行した。1922 年に報知新聞社は専任記者を支局に派遣し、報道拠点を強化することになる[31]。その後 1923 年には東京日日新聞社が通信支局、東京朝日新聞社が通信局、1924 年には時事新報社が支局をそれぞれ札幌に設けた。1925 年 8 月に青函海峡での貨車航送が開始され東京からの輸送時間は大幅に改善された。1930 年 10 月 1 日のダイヤ改正後には、午後 7 時 10 分に上野を出発した列車が 2 日後の午前 5 時 55 分には札幌に到着することになり、札幌市内では 1 日遅れで朝刊を配布できるようになった[32]。表 2 からも分かるように輸送網の改善に伴い、1926 年以前に 10 カ所あった中央紙の専売拠点は 1933 年に 15 ヵ所となる。この間新たに 10 ヵ所の専売拠点が加わった。内訳をみると「東日」5 ヵ所、「報知」1 ヵ所、「東朝」2 ヵ所、「読売」2 ヵ所である[33]。『新聞販売総覧』から確認できる中央紙の販売部数は 1933 年では「東日」27,850 部、「東朝」14,700 部、「報知」10,300 部、「時事」2,950 部、「読売」2,050 部、その他 3,350 部、計 61,200 部である。「東日」、「東朝」を中心に移入紙は増加する。

札幌支局設置後も暫くの間は、地方紙と中央紙の間には協調関係が続いていた。中央紙は表 3 にあるように各地方紙に委託して通信網の不備を補ってきた。だが、各地に支局の設置が進むにつれこの協調関係は崩れることになる[34]。1933 年には釧路に「東日」・「東朝」、1934 年には函館に「東日」・「東朝」・「時事」・「報知」・「読売」、室蘭に「東朝」・「報知」・「読売」の通信支局が設置された[35]。支局設置に伴い中央紙では支局員として地方新聞の記者を積極期に採用した。「読売」に至っては「タイムス」に 20 年以上勤務した社会部次長を引き抜き支局長に据えた[36]。北海道の情報に通じた記者が、

表3　北海道における中央紙報道委託先についての分類

	委託先	内訳		委託先	内訳
札幌	タイムス	東日・大毎・報知・読売・時事・国民・万朝・電通・やまと・東夕	室蘭	タイムス	中外・東夕
	小樽新聞	帝国通信		小樽新聞	東日・報知
	支局	東日、東朝、報知、時事、とやま		室蘭毎日	東朝・時事・電通
小樽	個人委託	東日・大毎・東朝・大朝・時事・中外・東夕	帯広	タイムス	東朝・時事
函館	支局	時事・青森日報		小樽新聞	東日
	個人委託	東日・東朝・報知、読売・万朝・東夕・中央新聞・東奥日報		個人委託	報知
旭川	小樽新聞	東日・東朝・報知	釧路	釧路新聞	東日・時事
	旭川新聞	電通		個人委託	東朝・報知・読売
	支局	東朝	稚内	タイムス	東日・時事
	個人委託	時事		小樽新聞	東朝
留萌	タイムス	東日・時事		宗谷新報	時事

出所:『新聞一覧表』北海道庁特別高等課図書係、1928年11月より作成。

待遇の良い中央紙へと流出することは地方新聞社にとって脅威と捉えられたに違いない[37]。

「報知」、そして「東日」、「東朝」に加えて、1930 年代に入り「読売」も販売部数を急増させる。タイムス社では読売新聞社と 1930 年 12 月に通信販売協定を結び、新たに政治経済社会関係記事の提供を受ける一方で、見返りとして自社の販売網での「読売」の取り扱いを確約した。だが、後発組であった「読売」も 1933 年に札幌に支局を設置すると北海道への積極的な進出をみせた。以上のような環境の変化に伴い 1936 年にタイムス社は、「東日」、「東朝」だけでなく、後発組である「読売」を含めた中央紙の取扱を自社の販売網で取止めるよう指令を出すことになる[38]。

(2) 昭和恐慌期における北海タイムスの経営

当該期のタイムス社について経営資料を中心に検討したい。タイムス社では東武が 1927 年 6 月に農林政務次官に就任したことで社長の職を辞し、阿部宇之八の息子である阿部良夫が新たな社長に就任した。ただし、実態としてはその後も東武が影響力を持ち続けることになった。1929 年 1 月阿部良夫を社長としたままタイムス社は資本金 50 万円の合資会社から資本金 80 万円の株式会社となる[39]。全 16,000 株中、阿部良夫が 4,100 株、東武が 3,690 株、阿部謙夫が 1,710 株、その他の株を同社社員が保有した。株主比率では阿部宇之八の 2 人の息子と東武が株式全体の 59%を所持した[40]。

株式会社化した 1929 年から 1939 年にかけての北海タイムス社は一貫して黒字であった。だが、その金額は 1931 年から 1936 年にかけて低迷した。低迷時期については表 4 から 2 期に区分でき 1933 年までは収入・支出ともに減少傾向にある。だが、1934 年以降の収入・支出がともに僅かではあるが増加に転じる。支出の増加は拡張費・宣伝費のような販路拡張経費に顕著にみられる。タイムス社では 1934 年 2 月に 2 頁の増頁を行い朝夕刊 14 頁とするとともに、5 月に航空機を 4 台体制とし 12 月には姉妹紙を設置するなど積極的な戦略をとることになる。この結果、1929-30 年の水準には及ばないものの販売収入は 1934 年以降回復傾向をみせる。広告収入も 1934 年以降回復傾向をみせるが 1930 年の水準に戻るのは 1935 年と販売収入よりも早い。これは 1934 年の増頁や姉妹紙の新設に伴う広告取扱行数の増加、1935 年の広告料単価の値上げによる影響とみられる[41]。一方で、販売収入の本格的な回復が遅れるのは、競争力低下に伴う単価の引き下げや、無料で添付されることの多い姉妹紙（第 3 節で後述）の投入が販売収入にすぐには結び付かなかったためであろう。次に収入を構成する販売・広告収入を中心として 1933 年までのタイムス社が置かれていた状況を把握していきたい。

表4　北海タイムス社収支表　　単位:円

	分類	1929年	1930年	1931年	1932年	1933年	1934年
収入	販売収入	939,867	882,874	760,753	765,448	773,142	841,993
	広告収入	706,337	692,216	648,641	566,837	557,651	675,368
	その他	16,500	17,186	11,413	8,380	7,938	16,347
	総収入	1,662,704	1,592,276	1,420,818	1,340,665	1,338,732	1,533,708
支出	重役費	22,783	27,412	26,085	26,680	28,641	28,979
	編集費	226,150	226,099	217,909	210,596	214,973	223,126
	工場費	91,208	90,697	101,041	109,579	120,485	135,557
	発送費	62,281	54,458	47,477	50,981	50,274	58,737
	配達費	60,171	62,646	61,055	64,461	62,726	60,941
	雑給	73,207	71,627	85,031	122,725	79,041	91,347
	材料費	673,382	587,975	481,446	432,024	442,437	540,195
	営業費	131,529	129,375	134,095	134,626	121,849	141,289
	事業部費	25,055	20,095	25,064	16,703	21,998	23,120
	宣伝・拡張費	13,815	15,662	13,891	15,067	15,273	34,734
	新聞連盟				14,770	11,433	12,842
	その他	90,598	83,029	125,727	81,093	77,292	100,842
	総支出	1,470,186	1,368,075	1,318,824	1,279,305	1,246,421	1,451,712
利益	差引利益	192,518	224,201	101,994	61,360	92,311	81,995
	減価償却他	48,511	34,217	39,903	27,201	24,841	22,621
	純利益	144,007	189,984	62,091	34,159	67,470	59,374
公表値	純利益	80,523	72,974	72,290	66,560	71,438	63,869

	分類	1935年	1936年	1937年	1938年	1939年
収入	販売収入	817,845	877,344	1,124,785	不明	1,271,463
	広告収入	728,728	831,168	898,802	937,561	1,016,483
	その他	25,820	30,012	34,179	不明	30,180
	総収入	1,572,392	1,738,524	2,055,723	不明	2,318,126
支出	重役費	29,071	28,734	31,735	不明	37,684
	編集費	243,217	264,357	274,973	不明	321,369
	工場費	145,436	162,513	166,637	不明	174,895
	発送費	59,433	65,342	76,401	不明	79,713
	配達費	62,944	58,768	70,237	不明	93,809
	雑給	96,630	119,393	127,868	不明	185,514
	材料費	500,753	600,345	709,614	不明	855,591
	営業費	147,171	150,793	159,009	不明	164,769
	事業部費	20,282	35,672	35,911	不明	59,734
	宣伝・拡張費	29,587	43,008	47,599	不明	24,952
	新聞連盟	16,562	14,826	18,966	不明	13,900
	その他	92,377	116,512	117,421	不明	160,575
	総支出	1,445,562	1,660,263	1,836,370	不明	2,172,503
利益	差引利益	126,830	78,261	214,000	不明	145,623
	減価償却他	44,234	15,797	21,710	不明	21,838
	純利益	82,596	62464	192,290	不明	123,785
公表値	純利益	54,217	67,677	202,488	不明	108640

出典:『決算書』、各年版『営業報告書』、『決算報告書』、『北海タイムス　諸規定綴り　その2』より作成。
備考:1930年支出に−1000の誤差、1931年収入に10の誤差、1935年支出に2100の誤差,、1937年差引利益に5353円の誤差。1929年のみ庶務と営業は別記載であったが職業分類上一括して記載した。収入のその他には新聞雑誌収入、商況収入、雑収入を含む。

表5　印刷部数内訳(1,000部)

	印刷部数	有価部数	無代紙	拡張紙	印刷部数/日	有価部数/日
1929年上	20,466	19,342	452	672	117	111
下	21,047	19,646	451	949	119	111
計	41,513	38,988	903	1,622	118	111
1932年上	18,293	17,086	501	704	105	98
下	17,682	16,073	534	1,075	99	90
計	35,975	33,159	1,035	1,779	102	94
1933年上	不明	16,082	不明	不明	不明	92

出所:『決算台帳』より作成。

表6　有価部数推移

	有価部数（千部）	.請求額（千円）	入金額（千円）		入金額/請求額
1928年上	19,078				
下	20,230				
計	39,308	954	875	(100)	92%
1929年上	19,342	485	399		82%
下	19,646	490	538		110%
計	38,988	975	937	(107)	96%
1930年上	19,575	489	374		76%
下	18,397	460	515		112%
計	37,973	949	889	(102)	94%
1931年上	16,421	418	321		77%
下	16,566	405	440		109%
計	32,987	823	761	(87)	92%
1932年上	17,086				
下	16,073				
計	33,160				
1933年上	16,082				

出所:『決算台帳』より作成。

新聞社で販売収入を構成するのは印刷部数中の有価部数である。無代紙、拡張紙[42]を含んだ印刷部数は1929年の11.8万部から1932年には10.2万部へと低下する(表5)。1927年の推定部数15.7万部と比較して、その部数が1929年の段階で落ち込んでいることがわかる。その後、更に部数は減少し満州事変の戦況報道も「タイムス」の場合は部数増加に結び付いていない。印刷部数が減少する中で収益となる有価部数の割合も減少傾向にある。

表6からは有価部数への入金額をみていきたい。有価紙の入金額については一般的に割引が行われていたが、1931年以降は請求額に対する入金額の低下が顕著である。『決算台帳』では売捌店中心の販売形態であったため入金は12月に偏っており、このため上期と下期の収入には大きな開きがある[43]。販売部数が低迷する当該期に売捌店側が支払いを渋る、または支払額を減額した影響が顕著にあらわれたためであるとみられる。1929年から1933年にかけて北海道内の全売捌事業主数は224から165に急減する。とりわけ小規模且副業として新聞の売捌を行うことの多い郡部での減少が著しく207か

ら 143 となる[44]。表 7 から売捌店事業者が減少した沿線には農業・水産業を主力産業として発展してきた町村が多く含まれ、一方でほとんど減少がみられない地域、新規出店がみられる地域は美唄、美幌、幌延、羽幌、留萌などの鉱工業関係地域が含まれるという特徴があることが分かる[45]。専売店の設置もタイムスの場合は函館本線の沿線に限られており、売捌店の減少に与えた影響は限定的なものであったとみられる。当該期の恐慌、不作、不漁の影響が顕著に出た地域の売捌店を中心に減少がみられたといえる。以上から印刷部数とそのうちに占める有価部数、さらにその請求額に対する支払金額も減るという負の連鎖も販売収入を落ち込ませていたといえよう。

次に販売収入とともに収入の柱となる広告収入についても検討したい。1925 年の「タイムス」における広告取扱行数の内訳は、北海道 29%、東京 48%、大阪 23%となっており販売地域外の都市広告収入の占める割合が相対的に高い[46]。ここから地方有力紙にとって重要な収益源である都市広告を確保することが販路の拡張と共に重要であったことが分かる。地方紙に都市広告が掲載されるようになるのは、東京に広告代理店ができ広告の供給体制が整ったことが契機であるとされる[47]。広範囲で購読され、販売部数の多い「タイムス」は都市の広告主にとっても掲載紙として魅力的であったとみられる。そのため、取扱行数は中央紙に匹敵した[48]。

しかしながら、金融恐慌以降、大口広告主は掲載紙数を一部有力紙に絞り合理化を図ることになる。この過程で広告媒体としてより効果のある中央紙が選択され、広告主の力が強まる中で販売部数に劣る地方紙の広告料単価は引き下げられることになる[49]。当該期、販売部数の比較的多い「北海タイムス」は広告の取扱行数を減らしはしなかった

表7　郡部における事業者数

	事業者	1929年比	区　間
函館本線	56	56%	函館-小樽-札幌-岩見沢-旭川
留萌本線	3	133%	深川-留萌-増毛
宗谷本線	7	58%	旭川-士別-名寄-稚内
富良野線	5	100%	旭川-下富良野
根室本線	17	59%	滝川-帯広-池田-根室
網走本線	14	58%	池田-野付牛-網走-札鶴
名寄本線	11	58%	名寄-中湧別
室蘭本線	15	94%	岩見沢-室蘭
日 高 線	9	113%	苫小牧-静内
幌 内 線	5	83%	岩見沢-幌内、幌内太-幾春別
渚 骨 線	4	67%	渚骨-北見滝ノ上
そ の 他	7	100%	
総　計	153	71%	

出所:『大日本新聞販売総覧　1929年版』、『新聞販売総覧　1933年版』、田中和夫『北海道の鉄道』、北海道新聞社、2001年より作成。
備考:郡部は札幌市・函館市・小樽市・旭川市・釧路市・室蘭市・帯広市(町)を除く。函館本線には小樽新聞5、タイムス3の専売店を含む。名寄本線には小樽新聞1、東京日日新聞社1の専売店を含む。

ものの「新愛知」などの地方有力紙と比較した場合には行数の増加量は少なかった[50]。販売部数が低迷する中で広告収入は更に減額する可能性を有していたといえる。

北海道での中央紙の進出は他地域と比較して影響力の弱いものであった。だが、九州で見られた中央紙の現地発行という危機感は共有されていた[51]。そのため予測される中央紙の進出に対抗する戦略もとられた。前掲表 4 から 1930 年代初頭に収入が低迷する中でも積極的な設備投資が行われ、工場費が毎年上昇していたことがわかる。1930 年には 437 坪の新工場が建設され、翌年 1931 年にはタイムス式高速度輪転機が投入される[52]。この際、「工場ハ拡張ノ際デアリ人員モ増加」[53]というように物的資本に加えて人的資本も拡張された。投入されたタイムス式高速度輪転機は池貝製作所製の特注品である。3 台で毎時 13 万 5 千部の印刷を可能とする高速度輪転機の投入は、従来の 1 時間 2 万枚のマリノニ式輪転機 7 台体制と比較して大幅な能率性向上につながった。新機械は通常は 3 台を連結した形で使用されたが、台数を増やすことで将来の予測される頁数の増加に対応した[54]。また同機には、池貝製作所の特許技術「号外裁断機」が備え付けられており、裁断機にかける時間と人手を削減し、迅速に号外を発行することができた。高機能な輪転機を有する新聞社は 4 大中央紙である「東朝」、「東日」、「大阪毎日新聞」、「大阪朝日新聞」以外にはなかった[55]。長期の低迷の下で最新の設備を積極的に投入したのは中央紙の進出に備え、より一層の速報性を確保する必要があったためとみられる。

また、1930 年 11 月に結成された日本新聞連盟も当該期の新たな動きである。同連盟は 1931 年 7 月に東武（「タイムス」）、一力次郎（「河北新報」）、大島宇吉（「新愛知」）、永江真郷（「福岡日日」）により正式調印される[56]。主として地域内での販売強化、中央紙進出下において抵抗することのできる経営環境作りを目的とした[57]。具体的な活動としては小説、文芸、時事評論、家庭記事の共同買い入れによる経費節減・合理化を行った[58]。共同事業として最初に行われたのは 1931 年の長編新聞小説の懸賞募集である。4 社共同掲載となったことで連載小説では有名作家への依頼が可能となり、1935 年には川端康成の「舞姫の暦」が連載を開始した。また、1931 年「満州事変」における報道写真空輸、1936 年のベルリンオリンピックの際の特派員派遣、さらにニュース映画製作などでも共同事業を行った[59]。当該期には三都株式会社、西部新聞連盟など各地域間の新聞社間で連携がみられたが、日本新聞連盟の加入紙間には基本的に競合関係がなく、互いに一定の地域を販路とする地方有力紙であるという特徴があった[60]。その結成は何より資本力の大きな中央紙に対抗することに置かれていたのである[61]。

以上のように 1920 年代半ば頃から中央紙が積極的な進出をみせることになる。昭和

恐慌期に北海道経済が低迷する中で、北海タイムスもまた販売部数を大きく減らすことになった。だが、中央紙は当該期も積極的に支局網の整備や、専売拠点の設置を行っており両者の関係は次第に悪化していった。

3　中小地方紙の台頭と姉妹紙の新設

中央紙の積極的進出もみられたが、これ以上に 1930 年代に販売部数を拡大したのは中小地方紙の方であった。中小地方紙は、報道力の強化と低価格を武器としその販路を拠点都市外に拡大する。「北海タイムス」の姉妹紙設置は中小地方紙の台頭がみられた 1934 年末から開始された。「全道タイムス化」とも称される積極的な姉妹紙戦略は、収入の増加とは直接結びつかなかった。だが、差別化を図る中で「北海タイムス」のブロック紙としての性格は強まることになる。

(1) 需要回復期における中小地方紙の台頭

中央紙の北海道内への進出は支局網・販売網からは顕著であったが、一方で満州事変以降、積極的に部数を伸ばしたのは中規模都市に拠点を置く中小地方紙の方であった。「旭川」、「室蘭毎日」はともに 1930 年までに輪転機を 1 台から 2 台へと増備した。さらに東京・大阪への支局設置も行い通信・印刷発行面の強化が図られた。また、販路拡張を目的として朝夕刊 2 版を設けるとともに、1936 年には「旭川」4 版、「室蘭毎日」1 版の地方版が発行された。速報性が価値を大きく高める新聞という商品では、印刷拠点が購読者に近接していることが大きな利点となる。中小地方紙は積極的な設備投資もあり報道の品質・速報性を急速に高めた。だが、それでも「室蘭毎日」は 1 ヶ月 75 銭、「旭川」は 90 銭と「タイムス」の 1 円と比較し依然廉価であった。このため恐慌期を経て購読需要が回復する中で、次第に地方有力紙の市場は中小地方紙によって浸食されていった。

『日本新聞年鑑』によると 1936 年 9 月の室蘭（人口 6.5 万人）では「室蘭毎日」の推定 1.2 万部の発行に対し、「タイムス」900 部、「小樽」500 部、「東日」1,200 部、「読売」1,000 部、「報知」1,000 部、「東朝」600 部が移入された。地方版を設け販路を拡張しつつあった「室蘭毎日」の急増が特徴的であり、これに対し「タイムス」、「小樽」は 1927 年と比較して低迷した。一方で同じ移入紙でも中央紙の場合は一定の部数を維持している。旭川でも 1935 年 9 月に「旭川」が 4.2 万部と急増するのに対し、地方有力

紙は減少、中央紙はやや増加する傾向にある[62]。積極的な報道力の強化にみられる中小地方紙の台頭、中央紙の積極的進出が中規模都市での地方有力紙の存立基盤を切り崩していたといえよう。

(2) 北海タイムスにおける地方版と姉妹紙の設置

日本新聞連盟への加入が地域外連携を強化することで中央紙に対する競争力をつけようとする動きであったとすれば、地方版の増版と姉妹紙の新設は当該期に急速に台頭した中小地方紙に「タイムス」が対抗する動きであったといえよう。姉妹紙の経営はタイムス社に特殊な事例ではない。表 8 から連盟加入する「福岡日日」でも同様に添付紙・姉妹紙の存在が確認できる。地域報道を強化して販路を拡張しようとする動きは中央紙の進出によって強い圧迫を受けた九州の地方有力紙が先行してとった戦略であった。しかし、「タイムス」の場合は 1934 年に開始される姉妹紙の設置が北海道全域を対象とするまでには至らず函館、旭川、室蘭、帯広の設置をもって「一県一紙」へと統合されることになる。

表8 福岡日日新聞社における添付紙状況（1930年12月現在）

添付紙	刊別	頁数	配布区域	定価(円)
関門毎夕新聞	夕刊	16	北九州、山口、朝鮮の一部	0.90
大分民友新聞	夕刊	16	大分県下一円	0.90
長崎民友新聞	夕刊	16	長崎の一部	0.90
佐世保民友新聞	夕刊	16	佐世保方面	0.90
日州新聞	夕刊	20	宮崎県下一円	1.00
鹿児島毎夕新聞	朝刊	16	鹿児島県下一円	0.85

出所:『西日本新聞社史』西日本新聞社、1951年より作成。

姉妹紙の前身となるのが地方版と号外である。地方版は「タイムス」の 1 頁として札幌で、号外は設備をもつ各支局で編集発行された。地方版として初めて発行されたのは 1923 年の上川宗谷版である[63]。1920 年代末には上川宗谷版に加え札幌版（市内版）、特殊版として渡島後志版、釧路根北版、樺太版、各地版が増版された。遠隔地向けの特殊版には第 1 版から第 4 版がそれぞれ札幌からの距離に応じて発行された[64]。1936 年には札幌版（市内版）、石狩版、空知版、胆振版、後志版、日高版、釧勝根北版、上川版、宗谷版、留萌版、樺太版、青森版となり、広範囲に細分化された地方版が用意された[65]。地方記事の充実が図られる一方で、地方版の場合には編集は札幌で行われ速報性に欠ける上、僅かに 1 頁がさかれるに過ぎないという限界がある。そのため速報性と情報量に欠ける地方版の限界を補う役目を期待されたのが姉妹紙である。姉妹紙は 1924 年以降、現地で日刊または不定期に編集印刷されてきた 2 頁の号外を新たに 4 頁に拡大したものである。このような 1934 年以降の姉妹紙発行の展開は「全道タイムス化」と称される[66]。その皮切りとなるのが 1934 年の「夕刊函館タイムス」（4 頁）の発行である。翌 1935 年には「夕刊旭川タイムス」（4 頁）も創刊される[67]。

新たに発行されることになった姉妹紙についてその特徴を指摘したい。まず紙面構成

表9　1938年下期の函館支社収支状況　単位:円

	内訳			金額
函館支社	収入	新聞収入	タイムス	32,781
			函館タイムス	16,634
			計	49,415
		広告収入	タイムス	1,637
			函館タイムス	24,559
			計	26,195
		雑収入		4,300
		計		79,910
	支出			65,675
	差引利益			14,236

出所:『第20回　営業報告書』より作成。

である。1935 年 10 月 19 日付「旭川タイムス」の第 1 面は日本電報通信社、日本新聞聯合社などの通信社から提供される国外報道を中心に構成され札幌・小樽発記事の掲載はない[68]。第 2 面は上川支庁内の国勢調査の書類点検の完了、軍馬の除隊、旭川純カフエ―自治組合の結成など北海道北部の主要記事もしくは旭川市内の報道に紙面がさかれた。第 3 面は稚内、富良野、天塩など旭川周縁地域の報道、第 4 面は東京と旭川の米穀市況を中心にとした商況報道に 1 面が充てられる。通信社と旭川支局編集記事により構成される紙面から「タイムス」に欠ける速報性と地域性の強い報道を「旭川タイムス」が補完していたことがわかる。「函館タイムス」も概ね同じ構成になっており第 1 面は国際報道、東京、大阪など北海道外の報道に頁が割かれる。第 2 面、第 3 面は函館周辺の報道、第 4 面は東京と海産物市況を中心とした商況報道となる。姉妹紙の特徴の 1 つは速報性のある記事と地方記事の充実にあったといえる。次に価格である。「タイムス」購読者は姉妹紙を夕刊の添付紙として無料で購読できた。「タイムス」購読者であれば無料、単独売りの場合は 1 部 1 銭と価格を設定した。この結果、旭川では朝刊 8 頁、夕刊 6 頁に「旭川タイムス」4 頁を加えた 18 頁が毎日提供されることになる。購読者にとっては朝刊 8 頁、夕刊 4 頁の「旭川」が 1 ヶ月 90 銭であるのと比較して量では割安感を得られたに違いない。

資本規模の決して大きくないタイムス社がこうした姉妹紙を発行するためには支局の編集・印刷体制の強化に伴う新たな費用負担を何等かの方法を用いて軽減する必要があった。表 9 にあるように、各発行拠点では地元の広告収入を確保することで新たな負担に対応した[69]。このため「タイムス」は東京・大阪広告を中心に構成されたが、姉妹紙である「函館タイムス」、「旭川タイム」は各支社が取扱う地元広告が主体となった。表 10 から姉妹紙の販路は地元に限られており発行部数も少ないことから、実際に支払われた行数当りの単価は「タイムス」と比較して 10 分の 1 ほどであることが分かる[70]。

表10　1937年北海タイムス広告取扱

内訳		行数(千行)	入金額(円)	行数単価
タイムス	東京支局	2,357	408,418	0.17
	大阪支局	1,122	144,202	0.13
	道内支局	935	295,204	0.32
姉妹紙	旭川タイムス	626	23,983	0.04
	函館タイムス	1,107	32,624	0.03
計		6,147	904,432	0.15

出所:『第20回　営業報告書』より作成。

表11　北海道における号外・姉妹紙などの現地発行状況

	1928		1938		
	号外		号外		姉妹紙
	中央紙	地方紙	中央紙	地方紙	
札幌	報知		東日、東朝、読売、報知		
函館	報知	タイムス	東日、東朝、読売、報知		函タイムス
旭川		タイムス・小樽	東日、東朝、読売	小樽	旭タイムス
室蘭		タイムス・小樽		タイムス	
釧路			報知		
帯広		タイムス	東朝、読売	タイムス、小樽	
その他			東朝(1)	タイムス(2)	

出所:『新聞一覧表』、北海道庁高等課、1928年11月、『北海タイムス年鑑　昭和14年版』、北海タイムス社、1938年より作成。
備考:1928年の号外は月3回・不定期発行。例外的にタイムスの旭川・帯広は日刊形態。

とはいうものの、中央紙と比較して資本規模の小さな地方新聞社が新たな費用負担を強いられる中でとることのできる手段は限定されており、その点を考慮した場合には地元広告の利用が効果的な役割を果たしたといえるだろう。

以上、タイムス社では報道の質向上、速報性・地域報道の強化として日本新聞連盟への加入し、姉妹紙を発行していくことになる。これらは中央紙の進出、中小地方紙の台頭の双方に対応するための戦略であったといえる。1925 年から 1935 年にかけて北海道内の人口は 249.9 万人から 306.8 万人へと 57 万人増加した。しかし従来のように人口増加が部数増加に直結することはなかった。環境の変化に対応する中で、タイムス社は広域に速報性と質の高い情報を提供する体制を整えていくことになる。戦後になるまで中央紙の現地印刷という発行拠点そのものの進出はみられなかったが、表 11 にあるように号外を発行することのできる支社についてはその後も積極的に設置されていった。号外による速報性が中央紙に順次備わる中で、タイムス社の危機感は払拭されることはなかったといえるだろう。

おわりに

本章では、北海道の地方有力紙である「タイムス」を『阿部家文書』を中心に分析し、中小地方新聞社の台頭と中央紙の積極的な進出に対抗する中で戦後のブロック紙にみられる特徴が形成されることを確認した。

北海道は遠隔地である上、地域分断的に小規模な市場が点在したため中小地方紙、地方有力紙、中央紙が共存していた。しかし、1920 年代半ばの中央紙進出と 1930 年代の地方紙の台頭や農業・水産業の不振により、それまで広域に販路を展開してきた地方有力紙の経営は圧迫されることになる。販売部数の低迷に対しタイムス社では 2 つの方向からの抵抗を試みた。1 つは中央紙と比較して資本規模の小さな地方有力紙による地域外連携である。日本新聞連盟の結成は満州事変における写真報道、有名小説の掲載を可能とし紙面の質を中央紙並みに向上させようとする試みであった。今 1 つは販路とする地域毎に必要とされる情報を素早く丁寧に伝える報道姿勢の確立である。1934 年以降、姉妹紙が新設されていくが、これは広範囲に速報性と地域性を重視した報道を割安に提供することで競争力を強化する動きであった。しかしながら、姉妹紙の拡大は紙の統制、「一県一紙」体制により北海道全域に拡大することはなかった。

以上のように 1920-30 年代におけるタイムス社は、従来の形態による販路拡大が困難となるなかで中央紙と地方紙双方の性格を強化した形での販売戦略をとった。1942 年の「一県一紙」により達成されることはなかったが、地域外の地方有力紙間の連携による独自の報道力と中央紙にない手厚い地域報道が当該期を通じて形成されていくことになる。本稿ではタイムス社の経営資料から北海道の新聞市場を俯瞰した。しかしながら、一方で先行研究が行ってきた紙面分析についてはほとんど行うことができなかった。当面の課題は、同時期の地方有力紙、中央紙、中小地方紙相互の紙面分析からその関係性を明らかにすることである。

注

1) 北海道の新聞についての通史的な研究としては北海道庁学務部道史編『北海道に於ける新聞刊行の沿革に就きて』、北海道庁、1936 年、マイクロ資料（北海道立文書館）が最も古い研究である。戦後、渡辺一雄「北海道新聞史」（『地方別日本新聞史』、日本新聞協会、1956 年）、切刀真一『北海道・樺太の新聞雑誌』、北海道新聞社、1985 年や、北海道新聞社による社史内に会社設立前史として渡辺一雄『北海道新聞 10 年史』、北海道新聞社、1952 年、渡辺一雄『北海道新聞 20 年史』、北海道新聞社、1964 年、佐藤忠雄『北海道新聞 30 年史』、北海道新聞社、1973 年、北海道新聞社編『北の大地に刻む　北海道新聞 60 年史』、北海道新聞社、2003 年がある。また 1925 年以前の「北海タイムス」の記事については佐藤忠雄『新聞にみる北海道の明治･大正』、北海道新聞社出版局 1980 年、記者をはじめとした同時代の新聞関係者の実態を

把握する文献として和田藤吉『北海道の新聞と新聞人　明治の末期から大正昭和の今日迄』、北海春秋社、1935 年、新聞販売店員の記録として菅原勲『辻英雄と新聞 50 年』、北海タイムス社、1980 年がある。北海タイムス社については『北海タイムス社　沿革と組織』、北海タイムス社、出版年不明、『北海タイムス社　沿革と組織』、北海タイムス社、1936 年から概観することができる。

2) 本章では「北海タイムス」は「タイムス」、「東京日日新聞」・「東京朝日新聞」については「東朝」、「東日」とし、他紙については既出を「新聞」を抜いた形であらわす。

3) 服部敬雄『現代日本地方新聞論―多層性とその機能』、講談社、1980 年、4-5 頁。『日本新聞年鑑 10―11』、日本新聞協会、2010 年、北海道新聞社編『北の大地に刻む　北海道新聞社 60 年史』、北海道新聞社、2003 年、5 頁。

4) 季武嘉也「一ブロック紙の昭和戦前史」（近代日本研究会編『近代日本と情報』、山川出版社、1990 年）、 江口圭一『日本帝国主義史研究』、青木書店、1998 年。

5) 前掲『北の大地に刻む　北海道新聞 60 年史』、241-242 頁。後に「函館毎日新聞」に改題。

6) 『北海道庁統計書　第 46 回　第 1 巻』、北海道庁、31 頁。

7) 前掲『北海道新聞 30 年史』、24-25 頁。

8) 『日本新聞年鑑 1922 年版』新聞研究所、121 頁、『同左　1925 年版』、75 頁。

9) 『同上　1928 年版』、47 頁。

10) 『同上　1929 年版』、59-60 頁。

11) 小島将平「全国新聞総展観　北海道樺太篇」『綜合ヂャーナリズム講座 8』1931 年、90-91 頁。

12) 前掲『北海道に於ける新聞刊行の沿革に就きて』。

13) 前掲『北の大地に刻む　北海道新聞 60 年史』、243-245 頁。

14) 『北海タイムス』、北海タイムス社、1916 年 10 月 27 日付。

15) 前掲『新聞にみる北海道の明治・大正』、212-214 頁。

16) 『阿部宇之八伝』阿部宇之八伝記刊行会、1933 年、33 頁。

17) 春原明彦「地方紙のあゆみ」（『新聞研究』、新聞研究所、1971 年 3 月号、56 頁）。『東奥日報』大正 2 年元日号の記事に基づくと記載。

18) 前掲『阿部宇之八伝』、99 頁。

19) 永代静雄編『昭和新聞名家録』新聞研究所、373 -374 頁。

20) 『北海タイムス社月報』、1924 年 11 月 30 日付。

21) 前掲『阿部宇之八伝』115-116 頁。

22) 「大正七年中取扱郵便物は通常郵便二億八千九百七十七万千七百五十六通にして前年に比し二割三分の増加を示し小包郵便五百二十四万二千二百六十四個にして前年に比し約三割の激増を呈せるが 特に一般農家其他の経済状態の膨張と雑穀相場の定めなき変動とは著しく地方に於ける新聞購読心を刺撃し如何なる〇〇僻陬の地と雖も苟くも農家の存する所新聞購読者の郵便配達を待設けざるはなく」（「本道の通信事業　稀有の多事　梅村逓信局長談」（『北海タイムス』、1919 年 1 月 13 日付）。

23) 前掲『北海道に於ける新聞刊行の沿革に就きて』。また、小樽新聞社は航空機の保有や地方版としての中部版の新設などタイムス社と同様に販路の拡張に努めた（『日本新聞年鑑 1925 年版』、73 頁）。企画行事では北海タイムス社主催の「全道樺太少年野球大会」、小樽新聞社主催の「北海道樺太実業野球争覇大会」がともに 8 月に行われ競合し、夕刊（4 頁）を 1926 年に同日発行し販売競争を繰り広げた。

24) 『月刊タイムス』は第 1 巻第 1 号（1925 年 6 月 1 日）～第 2 巻第 8 号（1925 年 8 月 1 日）が函館中央図書館に所蔵されている。

25) 『余市新聞』、よいち社、1922 年 7 月 10 日付。

26) 『大日本新聞販売総覧　1927 年版』、新聞之新聞社、1927 年。

27) 本稿では検討できなかったが、前掲『辻英雄と新聞 50 年』、24-25 頁は 1919 年に新聞社の反対を押し切って北海道売捌業組合が設立されたことを言及している。同組合には森新聞店の森佐久間が組合長として 1919 年から 1927 年まで就任していた。兼業形態も含め 300 店の加

盟店があったとされる。前掲『大日本新聞販売総覧　1927 年版』に掲載される売捌店が北海道全体で 205 店確認できることから判断して、ほとんどの売捌店が加入しており、売捌店側の発言権が他地域と比較して強かった可能性もある。

28)『北海道庁統計書　第 47 回　第 2 巻』、1 頁。1925 年の総生産額 5.6 億円のうち農業 31.4%、水産業 22.8%であるが、1930 年には総生産額 4.4 億円、26.0%、17.8%、1935 年には総生産額 5.6 億円、20.0%、17.4%となりその比率、額ともに減少する。

29) 前掲『北海道の新聞と新聞人　明治の末期から大正昭和の今日迄』、266-270 頁。

30) 前掲『綜合ヂャーナリズム講座 8』、90 頁。

31) 報知新聞社『今日の新聞』、報知新聞社出版部、1925 年、168 頁。

32) 前掲『辻英雄と新聞 50 年』、41 頁。

33) 前掲『大日本新聞販売総覧　1927 年版』、『新聞販売総覧　1933 年版』、新聞之新聞社、1933 年。1927 年の段階で、北海タイムス社、報知新聞社には更に 2 カ所の拠点あるが資料から設置年は把握できない。

34) 前掲『北海道に於ける新聞刊行の沿革に就きて』。

35)『室蘭商工名録』、室蘭商工会議所、1934 年、『函館商工名録』、函館商工会議所、1934 年。『釧路商工案内』、釧路商工会議所、1933 年の記載による。

36) 前掲『北海道の新聞と新聞人　明治の末期から大正昭和の今日迄』、267-284 頁。

37)『㊙　株式会社北海タイムス社内規』、1939 年 1 月 1 日。社員、準社員、雇員の三種にタイムス社の雇用形態を区分する。社員・準社員は月給 50 円を境に分類される。さらに、準社員には巡視、配達取締も含まれる。一方、雇員は印刷局員、見習、自動車運転手、電話交換手、小使、給仕、タイピスト、集金人、掃除夫、発送係などが含まれる。それぞれ定年は原則として満 55 歳、満 60 歳、満 55 歳（給仕は満 20 歳）であった。10 年以上の勤続者には 2 年分の俸給の 3 分の 1 にあたる額が支給された。また、5 年以上勤続した社員には特権が与えられている。とりわけ病気による長期欠勤補償が充実している。30 年以上勤めたものでは 1 年の全額月俸支給、その後の 2 年間の半額支給が行われた。中央紙の引き抜きもあるような状況下での長期就業者に対する待遇改善は社員が他紙へ移動することを押しとどめる意味もあったと考えられる。

38)『日本新聞年鑑　1937 年版』、132 頁。

39) 前掲『昭和新聞名家録』、373-374 頁。

40)『第 20 回　営業報告書　1938 年下期』。

41)『日本新聞年鑑 1936 年版』、115 頁。

42) 新聞の部数については販売部からの注文により印刷される印刷部数、その後流通に乗せられる発送部数に大別される。発送部数中には有代紙、無代紙が存在する。無代紙中、新聞の販路拡大を目的として使用されるのが拡張紙であり、新年、花見、夏期に多く使用された（刀禰館正雄「新聞発行部数調査報に就て」（『広告論叢 第 22 巻』、1935 年 11 月）。

43) 表 3 の元資料である『決算台帳』（『阿部家文書』、北海道道立図書館所蔵）では月毎の収入内訳が把握できる。

44) 以下の記載は『大日本新聞販売総覧　1929 年版』、7-28 頁、『新聞販売総覧　1933 年版』、9-26 頁による。都市部を札幌市、小樽市、函館市、旭川市、室蘭市、釧路市、帯広市とした。

45) 田中和夫『北海道の鉄道』、北海道新聞社、2001 年、110-121 頁、140-156 頁、197-219 頁。

46)「新愛知」名古屋 30.6%、東京 43.8%、大阪 25.6%、「名古屋新聞」名古屋 34.1%、東京 44.8%、大阪 21.1%となり名古屋でも同様の傾向がみられる（編さん委員会編『中日新聞 30 年史』中日新聞、1972、306 頁）。また「小樽新聞」北海道 35.9%、東京 41.6%、大阪 22.6%である（『日本新聞年鑑　1927 年版』、94 頁）。

47) 河北新報社では 1906 年に電通などの広告会社や広告主の連絡を密にとり広告収入を確保することを目的とし東京支局を設ける。1909 年の「河北新報」の広告行数の内訳では宮城県 33.3%、東京 56.3%、大阪 10.4%である。販売地域以外から得た広告料収入が重要な位置を占めていた（創刊百周年記念事業委員会編『河北新報に見る 100 年　明治 30 年～平成 8 年』河北新報

社、1997 年)。

48) 1924 年の広告取扱行数は「大阪毎日新聞」480 万行、「大阪朝日新聞」472 万行、「東京朝日新聞」・「東京日日新聞」378 万行、「時事新報」376 万行に続く、322 万行である(『新聞通覧　1924 年版』、日本電報通信社)。

49) 内川芳美『日本広告発達史 上』、1976 年、302-305 頁。

50)「北海タイムス」の広告取扱の伸びは停滞し、1924 年から 1936 年の伸びは上位 15 社中最下位である(前掲『日本広告発達史 上』)。

51) 前掲『綜合ヂャーナリズム講座 8』、89-91 頁。

52)『アドマンの必携　新聞広告便覧』、日本新聞情報社、1936 年、42-43 頁。

53) 前掲『決算台帳』。

54)「驚嘆に価ひする超弩級の新規買い 1 時間に 13 万部を刷るタイムス式電光高速度輪転機に就て　池貝鉄工所　池貝社長談」(『北海タイムス』北海タイムス社、1931 年 8 月 8 日付)では「3 台連結の目的は特に将来新聞の頁数が増加することを予期したもので、12 頁を時速 13 万部刷出す能力を持つて居るのである。又 4 頁或いは 8 頁を刷る時には自由に各機械を分離運転することが出来るので之がこの機械の第 1 の特徴であり且、便利と経済で理想的である所以である。(中略) 故尚タイムス紙が将来 16 頁、18 頁となつた際には更にこの機械はもう 1 台或は 2 台の機械を連結すればその目的が達成されるやうに設計されて居るので、この点からいつても誠に理想的であるといへよう」と述べる。

55)『北海タイムス』、1931 年 8 月 8 日付。

56) 図 4 には日本新聞連盟費という項目がある。同項目は 11,000～18,000 円の範囲で推移しており、その額は小さい。1931 年 2 月の懸賞小説の賞金が首席 6,000 円、次席 2 編に各 3,000 円であったことから、事業部費などに経費が計上されたものとみられる(前掲『決算書』、前掲『河北新報に見る 100 年　明治 30 年～平成 8 年』、187-188 頁)。

57) 前掲『日本広告発達史　上』、293 頁。

58)『日本新聞年鑑　1931 年版』、39-40 頁。

59) 前掲『河北新報に見る 100 年　明治 30 年～平成 8 年』、186~188 頁。1931 年 12 月の「満州事変」の際に連盟 4 社は読売新聞社と共同で 2 機の飛行機を使用し報道写真を空輸した(読売新聞社社史編集室編『読売新聞発展史』読売新聞社、1987 年、291 頁、298 頁)。本稿では充分に検討できなかったが季武嘉也により満州事変の戦況報道と言論統制を目的として 2 大通信社である日本電報通信社と日本新聞聯合社の統合が検討される中で報道における各紙の差別化が困難となりつつあったと指摘されている(前掲「一ブロック紙の昭和戦前史」、220-223 頁)。このため差別化を図る意図もあったとみられる。

60) 三都株式会社は「神戸新聞」、「京都日日新聞」、「大阪時事新聞」の三紙が、西部新聞連盟は「福岡日日新聞」を盟主とした九州の新聞連合である(『日本新聞年鑑　1932 年版』、61 頁)。日本新聞連盟結成に際しては、北海タイムス社と河北日報社の相互で販路を侵害しないことが確認されている(前掲『日本新聞年鑑　1932 年版』、91 頁)。

61) 前掲『河北新報に見る 100 年　明治 30 年～平成 8 年』、186-188 頁。一事例を挙げると 4 社連盟では共同で記者を雇い共通の記事を掲載したが、政府批判を行った荒木武行「挙国一致内閣の正体」が『河北新報』のみに掲載されたように掲載するかどうかの裁量は各紙に任された(『河北新報社　75 年史』)。

62)『日本新聞年鑑　1936 年版』、114 頁。

63) 前掲『日本新聞年鑑　1925 年版』、73 頁。

64) 前掲『北海タイムス社　沿革と組織』、7 頁。

65) 前掲『アドマンの必携新聞広告便覧』、42-43 頁。

66) 前掲『決算台帳』、75 頁。「五月計算ニ函館支局臨時費　収入 6,256　支出 10,268　差引 4,023　→含ム」とのメモ記載があり 1934 年上半期の函館進出経費が含まれているものとみられる。

67) 前掲　『北海道新聞 20 年史』、22 頁。

68) 以下は『夕刊旭川タイムス』、北海タイムス社旭川支社、1935 年 10 月 19 日付による。『夕刊

函館タイムス』については北海道立図書館マイクロ資料の 1936 年 3 月資料による。

69)「函館タイムス沿革」（『新聞総覧』、日本電報通信社、1941 年、480 頁）よりの抜刷（函館市中央図書館）。「由来函館地方に於ては、往来地元代表紙と称せられた函館毎日新聞を首め函館新聞、函館日日新聞等何れも夕刊紙より発足した関係から、現今依然として夕刊主読の傾向顕著にして、現に地元広告は総て夕刊本位に在り」とする。

70)『日本新聞年鑑 1938 年版』、138 頁。「函館タイムス」は 1 日 1 万部と推測されている。

第８章

大連における泰東日報の経営動向と新聞論調

―― 中国人社会との関係を中心に ――

張　楓
（東京大学・日本学術振興会外国人特別研究員）

はじめに

本章では、日本の租借地大連（1905－45 年）における日本人経営中国語新聞の経営動向と新聞論調について、泰東日報（08 年創刊）を事例にその経営活動と中国人社会との関係に着目して明らかにしたい。考察期間は第 1 次大戦期から日中戦争勃発までの戦間期である。

「満洲」（中国東北地区のこと、以下満洲と略す）新聞史研究はこれまで文献や史料が乏しいことから、著しく立ち遅れていたが、近年、たとえば中下正治[1)]や李相哲[2)]の研究に代表されるように、新たな史料の発掘と整理により大きく進展しつつある。両者の研究にみられる最大の特徴は前者では日本人経営中国語新聞に、後者では日本人経営日本語新聞に最大の問題関心が置かれていることである。まず、中下の研究は満洲を含む中国全土における日本人経営中国語新聞・雑誌の発行事情に関する全体像の解明に努めている労作である。そこで日本人経営中国語新聞の特徴として生命の短さが強調されている[3)]。つまり、明治期に創業された日本人経営中国語新聞 19 紙のうち、敗戦まで存続したのはわずか、福州の台湾総督府系の閩報（1897 年創刊）と奉天の盛京時報（1906 年創刊）、大連の泰東日報の 3 紙だけであった。その短命の原因について①優秀な中国人人材に恵まれていなかったこと、②「外務省の新聞操縦方針」のブレ、③新聞社の「慢性赤字」、④中国新聞界

を取り巻く「中国人側の民族意識の高揚」の 4 点が指摘されているが、生き残った日本勢力圏内 3 紙はそうした 4 点から影響を受けていたか否か、またはいかなる経営実態を持っていたのかについては明確な言及はみられなかった。一方、李の研究は満鉄機関紙の満洲日日新聞を中心とする日本人経営日本語新聞の変遷を体系的に整理したうえ、満洲日日新聞の論調についても満洲事変前後の時期を中心に具体的な検討を行っている。しかし、その研究では、考察対象としての満洲日日新聞に関して新聞経営における満鉄側の深い関与の存在が指摘されているものの、新聞社自体の具体的な経営活動、たとえば読者層の拡大や紙面改革などを図る経営戦略また経営組織の改善などに立ち入った経営史的分析が行われてはいない。つまり、従来の満洲新聞史研究では概して、日本人経営新聞の歴史的展開については経営史的な手法に立脚した経営分析が不十分のまま残されている。

以上のような研究状況をふまえて、本章では、日本人経営中国語新聞が満洲中国人社会においていかに経営拡張を成し遂げえたのかについて、大連で最も早く創刊された泰東日報を事例に明らかにしたい。満洲中国人社会については、近年、主に大連に着目した松重充浩の一連の研究により徐々に明らかとなりつつある[4]。つまり、1920 年代に中国人商工業者団体を中心とする大連中国人社会ではナショナリズムが展開されていたことと、中国人商工業者団体の組織化が大きく進展していたことが強調されている。本章ではそうした研究視角に立脚して、中国人社会に経営基盤を据えた泰東日報の新聞経営が戦間期に一定の成長を遂げていく大連中国人社会といかなる関係を持って拡張を辿っていたのかを考察したい。

ちなみに、本章で取り上げる泰東日報については、前述の中下や松重の研究のほかに、主に文化史や思想史の観点から「新思想、新文化的新聞」を伝播する媒体としての役割[5]、また創業者金子平吉[6]や編集長傅立魚[7]の生い立ちに主要な関心が向けられる研究がみられるが、泰東日報の新聞経営や論調について立ち入った研究は管見の限り、いまだに行われてはいない。そこで、本章では泰東日報の経営動向と論調について戦間期中心に大連中国人社会との関係を重視しながら、検討を進めたい。

1　満洲における新聞産業の展開と泰東日報

(1) 満洲日刊新聞の種類・創刊・発行部数と大連の位置づけ

まず、満洲日刊新聞の種類・創刊時期・発行部数と大連の位置づけについて表 1 と表 2 で確認しておきたい。表 1 は 1932 年末現在満洲における言語別日刊新聞 73 紙の創刊時期推移であるが、それによると、日本語新聞 31 紙の創刊時期が 1900 年代後期と 20 年代以降の 2 つの時期に集中しているのに対して、中国語新聞 31 紙のうちの 25 紙が第 1 次大戦

表1　1932年末現在満洲の言語別日刊新聞創刊年推移

	中国語		日本語	英語		露語		朝鮮語	合計
1905年			1						1
1906年	1	(1)	1						2
1907年	1		2						3
1908年	1	(1)	2						3
1909年	1		1						2
1911年			1						1
1912年				1	(1)				1
1913年	1		1						2
1914年			1						1
1915年	1								1
1919年	2	(1)	1						3
1920年	1		4			2			7
1921年	2		1			1			4
1922年	4	(3)	3						7
1923年			1						1
1924年			2					1	3
1925年				1					1
1926年	2					1			3
1928年			2						2
1929年	3	(2)							3
1930年	1		1						2
1931年	3	(1)				1	(1)		4
1932年	4	(2)	4			1			9
1933年	3	(1)	2			1		1	7
合　計	31	(11)	31	2	(1)	7	(1)	2	73

出所：外務省情報部編『外国に於ける新聞(上巻)（満洲国及中華民国の部附大連、香港）』1933年版。
注：括弧内は日本語以外の新聞の日本人経営の数を示している。

後のほぼ戦間期に当たる時期に創刊されている。日本人経営新聞が日本語 31 紙、中国語 12 紙、英･露各 1 紙の全 45 紙で全日刊新聞の 6 割を占めていることから、日本人による新聞経営が日本語新聞にとどまらず、中国語新聞への参入もきわめて活発であったことが読み取れよう。ちなみに、日本人経営中国語新聞の創刊時期については、12 誌のうちの 10 紙が満洲中国語新聞の創業活動と同調し、第 1 次大戦以降に集中している。

また、表 2 は 1932 年末現在満洲の地域別日刊新聞数・発行部数を示しているが、それに依拠して満洲日刊新聞 73 紙・47 万部の地域分布をみると、日刊新聞の発行が計 21 市・鎮で確認されており、そのうち、新聞紙数ベースでは上位 3 位内の哈爾濱（17 紙）・奉天（12 紙）・大連（6 紙）・新京（6 紙）が新聞紙数全体の 6 割弱を占めているのに対して、発行部数ベースでは大連（24 万部強）が群を抜いており、全体の 6 割強に達している。こうした大連の発行部数における地位については、中国語・日本語新聞の地域分布でも確認できる。すなわち、発行紙数が中国語 3 紙・日本語 2 紙と多い水準とはいえないものの、発行部数は中国語 9 万部強・日本語 15 万部と卓越した水準にある。そのなかで日本語はともかく、中国語新聞はすべて日本人経営によるもので

表2　1932年末現在満洲の地域別日刊新聞数と発行部数

	合計		中国語		日本語	
	新聞	部数	新聞	部数	新聞	部数
新京	6（4）	57,100（20,100）	1	20,000	4	20,100
奉天	12（6）	86,670（67,300）	9 (3)	51,370 (32,000)	3	35,300
公主嶺	1（1）	40（40）			1	40
四平街	1（1）	450（450）			1	450
鉄嶺	1（1）	450（450）			1	450
開原	3（3）	870（870）			3	870
本溪湖	2（2）	750（750）			2	750
撫順	3（3）	8,500（8500）	1 (1)	3,000 (3,000)	2	5,500
鞍山	1（1）	1,000（1000）			1	1,000
遼陽	2（1）	4,963（963）	1	4,000	1	963
営口	2（1）	2,800（2,200）	1	600	1	2,200
安東	4（3）	7,300（5,800）	2（1）	3,300（1,800）	2	4,000
洮南	1（1）	1,400（1,400）	1（1）	1,400（1,400）		
吉林	3（2）	4,500（3,000）	2（1）	2,500（1,000）	1	2,000
哈爾濱	17（4）	45,600（17,700）	7（1）	17,600（4,800）	2	9,000
斉斉哈爾	2（2）	4,300（4,300）	1（1）	3,500（3,500）	1	800
黒河	1	260	1	260		
北安鎮	1（1）	300（300）			1	300
間島	3（1）	4,180（2,030）	1	850	1	2,030
錦州	1（1）	600（600）)			1	600
大連	6（6）	242,000（234,000）	3（3）	91,000（91,000）	2	150,000
大連(%)		51.1（62.9）		45.6（65.7）		63.5
合計	73 (45)	474,033（371,753）	31（12）	199,380（138,500）	31	236,353

出所：外務省情報部編『外国に於ける新聞(上巻)（満洲国及中華民国の部附大連、香港）』(1933年版)、『日本新聞年鑑』(新聞研究所、1933年度)。
注：1）括弧内は日本人経営新聞の数を示している。
2）合計には朝鮮語2紙18,300部、英語2紙1,300部、露語7紙18,700部が含まれる。

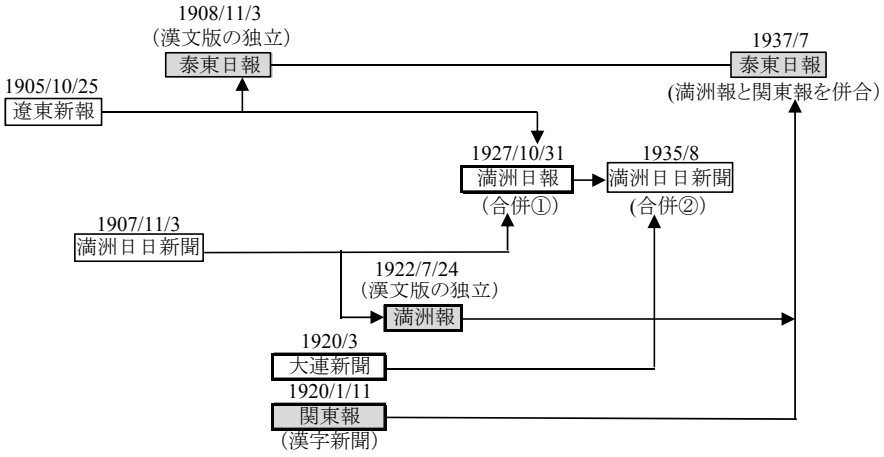
あった。このように、大連では日刊新聞がすべて日本人経営によるものであり、新聞産業が日本人による独占構造の下で展開されていたことは特筆すべきであろう。ちなみに、大連と同様に、日本人勢力により壟断されている地域が新京・奉天・吉林・営口などを除く11 地域に広がっている。そのうち、日本語新聞のみの地域は 8 地域であったのに対して、中国語新聞のみの地域は 1 地域、日本語と中国語並存の地域は大連を含んで 3 地域にとどまっている。

以上のように、満洲新聞産業では大連が日本人による独占構造下にあり、また満洲の拠点としての重要な位置を確立するようになったことが確認できよう。

(2) 大連日刊新聞と泰東日報の位置づけ

ここで大連日刊新聞の状況を概観したうえ、泰東日報の位置を確認したい。まず、大連日刊新聞の状況を概観しよう。前述したように、1932 年末現在の大連日刊新聞 6 紙は具体的には日本語新聞の満洲日報・大連新聞と中国語新聞の泰東日報・満洲報・関東報、英語新聞の Manchuria Daily News であるが[8]、その系譜図を示している図 1 をみると、大連で最も早く 05 年に遼東新報が創刊されて以来日中戦争開始前後まで、新聞の創刊・統廃合が激しく、新聞社名も頻繁に変更されていたことがわかる。まず日本語新聞については、遼東新報と満鉄機関紙としての満洲日日新聞、大連新聞というように、20 年時点に日本人経営日本語新聞 3 紙が併存していた。しかし、それは長続きせず、27 年 10 月と 35 年 8 月に相次いで合併が満鉄の主導下で行われ、日中戦争開始まで満洲日日新聞 1 紙の独占に至る。一方、中国語新聞についてみると、泰東日報と満洲報はそれぞれ金子平吉と西片朝三によ

図1 大連における中国語新聞の系譜図



出所:大連市役所編『大連市史』1936年、765～766頁。満洲弘報協会編『満洲の新聞と通信』1940年、152～153頁。中下正治「中国における日本人経営の新聞一覧」同『新聞にみる日中関係史』研文出版、1996年、9頁、13～14頁、27頁、30頁。李相哲「附録1『満日』系譜図」同『満州における日本人経営新聞の歴史』凱風社、2000年。
注:合併①は遼東新報と満洲日日新聞で、合併②は大連新聞と満洲日報である。

表3　大連日刊新聞の発行部数

日刊新聞（言語）		1914年 ①	1920年 ①	1923年 ②	1925年 ③	1930年 ④	1932年 ⑤
満州日日新聞	（日本語）	14,450	25,876	27,000	41,812		
遼東新報	（日本語）	13,500	37,325	39,582	45,108		
満州日報	（日本語）					93,000	90,000
大連新聞	（日本語）		4,472	12,500	15,190	38,000	60,000
泰東日報	（中国語）	3,140	8,755	11,498	11,951	20,000	28,000
関東報	（中国語）		3,655	3,500	4,500	3,000	3,000
満州報	（中国語）			18,000	19,547	57,400	60,000
小計	日本語	27,950	67,673	79,082	102,110	131,000	150,000
	中国語	3,140	12,410	32,998	35,998	80,400	91,000
合　計		31,090	80,083	112,080	138,108	211,400	241,000

出所：①関東都督府都督官房文書科『関東都督府統計書』（第9～12次）、関東庁長官官房文書課『関東庁統計書』(第13次、第15次)、関東庁臨時土地調査部編『関東州事情（上巻）』満蒙文化協会発行、1923年、680～682頁。②「支那（附香港）ニ於ケル新聞及通信ニ関スル調査」1924年5月（アジア歴史資料センター、B03040870800、新聞雑誌ニ関スル調査雑件／新聞及通信ニ関スル定期調査、外務省外交史料館）、「支那（附香港）ニ於ケル新聞及通信ニ関スル調査」1925年7月（（アジア歴史資料センター、B03040871100、新聞雑誌ニ関スル調査雑件／新聞及通信ニ関スル定期調査、外務省外交史料館））。③満鉄調査は南満州鉄道株式会社庶務部調査課編『満州に於ける言論機関の現勢』南満州鉄道株式会社、1926年、30頁。④『日本新聞年鑑』新聞研究所、1931年度。⑤外務省情報部編『外国に於ける新聞(上巻)(中華民国各地並大連及香港の部)』1933年版、『日本新聞年鑑』新聞研究所、1933年度。

り遼東新報と満洲日日新聞の中国語版から分離して創刊されたのに対して、関東報は 20 年に都甲文雄が創刊した。こうして 20 年代初期から、満洲報と関東報が泰東日報により買収される 37 年 7 月まで中国語新聞界でも 3 紙並立の状態が続いていたのである。

このように、大連では 1905 年から日中戦争開始までの 32 年間に日本語新聞・中国語新聞各 3 紙が刊行されていたのである。では、かかる 6 紙の発行部数はいかなる規模と推移をたどっていたのであろうか。それを表 3 で確認してみよう。大連日刊新聞の発行部数は 14 年（3 紙）の 3 万部から 23 年（6 紙）に 11 万部を突破し、32 年（6 紙）に至ると 14 年水準の 8 倍弱に相当する 23 万部強に拡大した。また、言語別で発行部数をみると、14 年には 3 万部弱であった日本語新聞 2 紙は 32 年（2 紙）には 15 万部にまで増加し、20 年足らずの間に 5 倍強という著しい増加率を示している。それに対して中国語新聞は 14 年（1 紙）に 3,140 部であったが、20 年の関東報創刊と 22 年の満洲報創刊に伴い、23 年に 3 万部を凌駕し、さらに 32 年に至ると 9 万部へと急速に拡大した。それは 14 年の 30 倍と 23 年の 3 倍に相当する規模であった。このように、日本語新聞の頻繁な併合にともなう規模拡大が進むなかで、中国語新聞における新たな創刊と各社の規模拡大により、14 年には 9 倍弱であった両言語新聞間の発行部数格差は 32 年には 1.6 倍へと劇的に縮小したのである。こうしたなかで、32 年現在 6 紙の発行部数順位をみると、日本語新聞では満洲日報（9 万部）と大連日報（6 万部）、中国語新聞では満洲報（6 万部）と泰東日報（3 万部弱）が最大部数を誇っているにとどまらず、単独発行部数でも満洲屈指の規模に達していたことが確認されよう（表 2）。

最後に本章で注目する泰東日報の位置づけを確認しよう。前述したように、泰東日報は

大連で最も早く 1908 年に遼東新報から分離して創刊されており、また満洲内でも奉天の盛京時報（06 年創刊）につぐ 2 番目に古い中国語新聞となっている[9]。発行部数は 32 年現在、満洲日刊新聞 73 紙のなかで満洲日報・大連日報・満洲報につぐ 4 位、中国語新聞 31 紙のなかで満洲報についで 2 位に位置している。その後、日中戦争開始に伴い、満洲報・関東報両紙の買収を経て 12 万部へとさらなる拡張を続けていたとされている[10]。

以上のように、満洲新聞産業が戦前期に急速に成長をたどっていく中で、日本人経営中国語新聞の泰東日報は大連及び満洲において代表的な新聞として規模拡大を遂げ、「一大老王国」[11]の地位を確立していったのである。

2　泰東日報社の経営状況

(1) 経営組織

泰東日報の創刊は大連中国人商工業者のイニシアティブのもとで進められた。曲模亭は 1908 年当時、中国人商工業者団体の大連公議会理事としてその発起活動に参加した有志の一人であったが[12]、その泰東日報創刊 25 周年記念特集号（34 年 9 月 1 日）における回顧録「本報誕生追記」では[13]、「日本統治以来、商港要地の大連に華商が日を追って増すなかで、日文新聞雑誌の相次ぐ創刊と対照的に、漢文新聞が未だ欠如する状況にあった。華商公議会（14 年に公議会からの改称）劉志恒・郭精義両会長は日文新聞が読める普通商人がなお少ないことを憂慮し、時勢潮流に順応して漢字新聞の設立を謀った。然しかつて前例のないことのため、新聞経営者の獲得は困難を極めた。雪斎翁（金子平吉）は漢学名家として遼東新報にて附録漢文版を編集している。志と信念が一致し、適材適任と言うべし。大連公学堂との関係で雪斎翁と文字交流にとどまらず、公議会幹部とも時に杯酒之歓を楽しんだ。新聞経営にあたって潮流順応が重要であり、新聞を籍りて社会指導を行う。日中双方が幾度も会談を重ねて、華商による資金提供の議は決定した」という。このように、中国人商工業者団体有力者が普通商人でも購読可能な中国語新聞の創刊に強い使命感をもって、遼東新報漢文版主筆の金子平吉を新聞経営者として迎え、さらに資金提供も行うことにより、泰東日報の創刊が可能となったことが読み取れよう。また、松重充浩の先行研究でも示唆されているように、金子平吉の新聞人としての経験のみならず、泰東日報の発刊をめぐって日本側との諸交渉における、「金子の大連日本人社会における名望家としての手腕」への期待が中国人商工業者側には高かった事情も重要であろう[14]。

金子平吉は 1863 年福井県生まれで、北海道の北門新報記者や日清・日露戦争時の「支那語通訳」を経て、1906 年に大連の遼東新報社に入社して 08 年に「遼東の漢文版を独立し、11 月 3 日泰東日報の創刊」に至ったが、25 年 8 月に 62 歳で死去した[15]。金子の歴史

的評価については、王子平の最新研究によると[16]、金子が日本の拡張主義を前提とする「大陸主義」を理想に掲げながらも、その実現に向けての方法と手段においては日本政府並びに植民地統治当局と決定的な分岐がみられるとされている。すなわち、日中関係の「親善」や「融和」、「提携」を実現させるために、教育を以て精神文化から着手し、それを基盤に「王道」の宣揚を行うべきであり、特に友好隣邦に武力干渉による「覇道」を実行すべきではないとつとに強調されていたところに金子の理念が端的に示されている。その「大陸主義」への評価はともかく、「教育重視」や「隣邦尊重」の理念には当時の大連中国人社会、とりわけ商工業者が共鳴する部分があったであろう。元大連公学堂堂長浅井政治郎が「雪斎翁 13 回忌追悼座談会」（37 年 9 月 27 日）で「雪斎翁が遼東新報の漢文欄を持って居りましたが、泰東日報と言ふ漢字の独立した新聞を拵へたい、所が先立つものは資金であるから、是は支那人の為の新聞であるから支那人の方に資金を出して貰ひたい」と回顧していたように[17]、金子側でも中国語新聞の創刊を計画していたことがわかる。そうした金子側と大連中国人商工業者側にみられる中国語新聞創刊意向の一致及び理念の共鳴が 08 年における泰東日報創刊の実現を強く後押ししていたといえよう。

では、泰東日報の会社組織はいかなる構成上の特徴を持っていたのであろうか。泰東日報社の歴代社長は 6 人で、具体的には金子平吉（1908 年 11 月－25 年 8 月）、阿部真言（25 年 9 月－35 年 2 月）、風間章（35 年 3 月－38 年）、高柳保太郎（39・40 年）、宮脇襄二（41 年－不明）、井口陸造（不明－45 年）である[18]。ここで金子・阿部時代を中心にみていきたい。前掲の表 3 にもあったように、発行部数が 20 年代初頭に 1 万部を突破し、30 年代初頭に至ると 3 万部弱に達していたことを考えると、金子・阿部時代は大きな飛躍時代であったといえよう。ちなみに、阿部真言は「金子先生の遺言に依り」、後継者として社長に抜擢されたが[19]、彼は日本で「中野正剛等と東方会を興し、『東方時論』を発行経営し」、また日露戦後大連遼東時報に北京特派員として 2 年間在籍し、22 年 3 月に「金子雪斎の招聘に応じて」泰東日報社に入社した経緯をもつ人物であった[20]。

まず、金子・阿部時代における会社の組織形態は、風見章により株式会社（資本金 20 万円）への改組が行われた 1935 年 3 月まで、一貫して華商出資による「個人組織」が続いた。その出資金額は当初の 5 万円から 26 年に 18 万円、29 年に 20 万円に増資されていた[21]。「個人組織」にとどまっていた原因は「我社の所有権は何人にも存在せず、諸天にも存在せず、我社の責任者は常に此を心に銘記し、人道主義的発展に邁進すべき」という金子の経営理念にあったであろう[22]。そのために創刊「当初に於ては、雪斎氏を社長とし、理事として劉志恒、郭精義、曲作楷等の名を列ねたり。その経営に就ては必要に応じて其の都度経費を加へ」ており、「外の一般報社の如く組織、資本に就は具体的に称呼し難く、現社長阿部真言氏襲任に当りても、雪斎翁生前の依託により、出資華人代表者の合意を経たるもの」となっていた[23]。ただし、注意すべきは中国人商工業者が理事として「必要に

応じて其の都度経費を加へ」たとしても、新聞経営に直接に関与しなかったと思われることである。たとえば、前述したように、2 代目社長阿部の就任は「雪斎翁生前の依託」という独自の判断によるものであった。

つぎに、経営組織の構成についてみよう。その経営組織は主に大連本社と大連以外の地域に設置した支社から構成される。まず、本社の経営組織をみよう。金子・阿部時代本社の主要部局に所属していた社員を限られた資料から最大限にリストアップすると[24]、その経営組織は編輯部・政経部・社会部・会計部・広告部・速報部・販売部・営業部の 8 部から構成されている。判明しうる在籍社員数については、金子時代は計 15 名（中国人 8 名・日本人 7 名）、阿部時代は計 28 名（中国人 17 名・日本人 11 名）であった。中国人が多数雇用されたことが最大の特徴として指摘できよう。たとえば、金子時代のほぼ全期間にわたって編輯長を務めていた傅立魚はその代表的な 1 人であった[25]。傅は 1882 年安徽省生まれで安徽法政大学と日本明治大学の官費留学後、辛亥革命への参加と南京臨時政府外交部参事を経て、1912 年に天津で『新春秋報』を創刊したが、反袁世凱言論で 13 年 8 月に大連への亡命を余儀なくされたが、その後、金子平吉の招聘を受けて泰東日報の編輯長となった。金子死去の 25 年まで泰東日報の編輯長を務める傍ら、中華青年会の創立（20 年）や月刊誌『新文化』創刊（23 年）を実現させ、さらに満鉄嘱託や大連市役所議員、南満洲教育編輯委員、満洲文化協会顧問も歴任していた。後述するように、新聞論調が最も盛んな時期はこの傅編輯長時代だったのである。そして、編輯部以外の各部長をみると、金子時代には政経部・社会部・販売部ではすべて中国人で、また広告部と営業部でも中国人が多数確認されているが、阿部時代に入ると、速報部以外の部局ではほぼ日本人により占められている。ただし、その各部局では、配属中国人社員が多数であった。たとえば、27 年の編輯部では、編輯員 10 人のうち中国人は 8 人で、また速報部でも部員 4 人のうち中国人は 3 人で圧倒的に多かった。

つぎに支社の状況であるが、1915 年 1 月現在の 38 支社から[26]、18 年 3 月に 68 支社[27]、さらに 35 年 2 月になると 116 支社[28]に急増していた。その分布については、35 年が資料的制約により判明しないが、15 年の 38 支社が東北 3 省 27（黒龍江 4・吉林 4・遼寧 19）と、北京 1・直隷 1・天津 1・山東 4（済南・登州・黄県・芝罘）・上海 1・東京 1・大阪 1・仁川 1 から、18 年の 68 支社が判読できなかった 5 支社を除いて東北 3 省 49（黒龍江 7・吉林 13・遼寧 29）と、北京 2・上海 1・天津 1・河北 1・山東 6（済南・登州・黄県・青島・芝罘・龍口）・東京 1・大阪 1・仁川 1 から構成されている。このように、支社はすでに 10 年代に東北 3 省から華北・華中、さらに日本と植民地朝鮮にも広く設置されており、その数がとりわけ東北 3 省で急激な増加を示していたのである。

では、かかる広範囲に広がる支社はいかなる役割を担っていたのであろうか。ここで主に新聞販売と本社への特電配信に注目したい。まず、新聞販売に関しては、詳細な資料は

表4　1925年前後泰東日報社の通信員分布

支社		氏名	職名
奉天省（11人）	瓦房店	王　継卿	
	熊岳城	李　鳴岐	
	遼陽	劉　日宜	
	奉天	萩原明倫	支社主任
	鉄嶺	張　晏平	
	四平街	王　斉亭	
	公主嶺	童　国風	
	撫順	上村篤実	支社長
	安東	丁　鑑修	
	鄭家屯	王　典五	
	洮南	劉　国忱	
吉林省（5人）	長春	柳　冠郷	
	吉林	郭　文普	
	哈爾濱	張　先覚	
	農安	魯　応祐	
	局子街	劉　彭禄	支社長
黒竜江省（2人）	斉斉哈爾	韓　綽如	
	黒河	張　希斉	

出所：「支那（附香港）ニ於ケル新聞及通信ニ関スル調査」1924年5月（アジア歴史資料センター、B03040870800、新聞雑誌ニ関スル調査雑件/新聞及通信ニ関スル定期調査、外務省外交史料館）。南満洲鉄道株式会社庶務部調査課編『満洲に於ける言論機関の現勢』1926年、88～110頁。
注：関東州は含まれていない。

ないが、たとえば、1923年末の外務省調査資料によると、営口支社が担当エリアの牛荘で購読部数400部を、局子街支社が「当地ニ於テ購読部数約百部ヲ有ス」と報告されている[29]。そして、泰東日報23年3月16日付「安東分社招募分銷処広告」では、安東支社の主任何省三がそのエリア内に「東坎子・七道溝・老六道溝・新義州・三道浪頭・大東溝」の「6処分銷処（6ヵ所販売店）」の開設希望者を募集していたことからわかるように、支社は新聞販売に当たってその担当エリア内に数多くの「分銷処」を抱えていた。こうした「分銷処」―支社という販売網が泰東日報の販路拡大を支えていたと考えられよう。つぎに、支社が担う特電の配信機能を表4でみよう。表4は満洲における1925年前後泰東日報社の通信員分布であるが、18支社の18名の通信員（日本人2名・中国人16名）は満洲関連特電を本社に配信することを主な職務とするものであった。ただし、前述したように、18年に満洲にすでに49支社もあったことを考えると、本社は特電の機能を主要な支社に限定して特化したと考えられよう。泰東日報22年7月16日付「招聘奉省訪員」では、奉天が東部辺境要地に位置し、その政界の一挙一動が大局を左右する時局下、編輯部は「本報はかかる趨勢に対応する見地から若干名通信員の拡充を図るので、軍政情報を熟知しまた重要な情報を迅速に獲得できる者であれば、直ちに1週間の投稿を以て最も優秀なる者を格別の俸給を以て雇用し、永久の特約通信として定める」という求人社告を掲載していた。ここでいう特約通信を担う「若干名訪員」は本社から奉天省の主要支社に派遣され、駐在することとなると考えられる。実際、通信員人数では奉天省（11人）は圧倒的に多かった（表4）。以上の断片的な資料から、かかる通信員は主要支社に駐在して支社周辺広いエリアの特電配信を担っていたと考えられよう。

(2) 経営戦略

泰東日報社の収益状況に関する営業報告書など資料は確認されないが、同社の太田誠は阿部真言追悼座談会（1935年）で24年末頃「窮乏の報社経済は月々の先生（金子）に対する社長手当も滞り勝ちで又（手当が）無い月もあった」と語ったように[30]、金子時代は総じて経営不振であったと考えてよかろう。阿部時代になると、同じ追悼座談会で阿部を熟知する河本幸村は阿部が25年社長就任「以来今日なくなられるまでの10年間といふものは実に真相を知って居らるゝ皆様は殆ど涙なくしては居られないと思ふのであります。

実に此の 10 年間といふものは阿部さんの悪戦苦闘の 10 年間でありまして、其の結果が稍々報いられんとした時に亡くなられた」と述懐している[31]。実際、前述したように、「一大老王国」と称されるようになったのは 20 年代末の阿部時代であった。つまり、断片的な回顧談ではあるが、泰東日報社の経営状況が金子時代から阿部時代にかけて徐々に改善されていったと推測されよう。

ただし、注意すべきは、「窮乏の報社経済」といわれる金子時代に経営努力が推進されなかったわけではないということである。前述したように販売・情報網が 1910 年代に満洲中心に広範囲にわたって整備されており、また後述するように紙面改革や広告増大も着実かつ大胆に進められていたことが 20・30 年代における泰東日報社の部数拡大を支える経営的基盤となったと評価できる。かかる諸事業展開が経営不振の金子時代に可能となった原因は、主に大連中国人商工業者側の金銭的支援によるものにあったと考えられる。たとえば、前述したように、設立当初から中国人商工業の代表者が理事として「必要に応じて其の都度経費を加へ」ていた。また、20 年 2 月現在の外務省調査資料では、泰東日報「創設当時ハ大連彩票（宝くじ）局ヨリ毎月 450 円ノ補助ヲ受ケシモ、現在ハ公議会ヨリ毎月 500 円ノ寄付ヲ受ケ維持セリ」と報告されている[32]。ここでの「大連彩票局」は大連公議会により 05 年に設立され、15 年 4 月の廃止までその収益が主に大連公共事業の推進を目的に使われたとされており[33]、泰東日報社への補助金もそれによって賄われた。このように、中国人商工業者は特に金子時代の新聞経営に金銭的支援を続けていたのである。

では金子・阿部時代において具体的にいかなる経営戦略を展開していたのであろうか。ここで経営戦略を探る 1 つの手がかりとして紙面構成の変化をみたい。紙面数は創刊時 1908 年から 11 年 1 月まで断片的な資料によると、創刊時の 4 版から 09 年に 6 版となったとされている[34]。その後、各号の紙面を立ち入ってみると、11 年 2 月 1 日の 8 版から 33 年 5 月 1 日に 10 版、さらに 35 年 2 月 21 日に 12 版に拡大した。また、各版の段数でも変化がみられており、具体的には 19 年までには 8 段、20－29 年には 10 段に、30－37 年には 12 段に増加したのである。こうした紙面数・段数の増大は、20 年と 24 年に行われた 2 回の印刷技術の刷新により可能となったと考えられる。まず、第 1 回目については、20 年 10 月 23 日付「本報改用新式大輪印刷機並増漲報価広告」によると、近年の販路拡大が進むなか、「旧式印刷機（平盤）が長く使用されてきており、今般巨額投資を惜しまず、日本東京より最新式大輪機器（輪転機）一式を購入し、すでに設置完了。予定通り本年 11 月 3 日より使用開始。この新印刷機が 1 時間当たり 14,000 部という神速無比ともいうべき印刷能力をもっている。それにより本埠（大連）と外埠（大連以外）に対して区別なく迅速な配達は可能となる」とされている。実際、この「最新式大輪機器一式」は『新聞総覧』でも 20 年度からそれまでの平盤 3 台とともに記入されていたのである[35]。つぎに第 2 回目については、24 年 12 月 26 日付「本報刷新之予告」では、創刊以来 17 年間にわたって新

聞発展と読者の満足を目指して、「これまですでに巨額を投じて輪転機 1 台の購入により印刷の速度を図ってきたが、今般再度、造字機造字模（字母鋳造機）等等を設置した。新五号鉛字の専門機械である。陽暦新年前から一律に新字に改める予定」であり、また新五字の使用により「以前と比べて 1 段が 276 文字、1 頁が 2,760 文字多くなる」と報道されている。この字母鋳造機と新五号鉛字の導入は 24 年以降の『新聞年鑑』でも確認できる[36]。このように、より豊富な情報を求める読者層の要求に応えるべく、最新技術の導入により、紙面数の増加が図られていたのである。

表5　泰東日報の広告件数・行数の推移

	1911年3月（25日間）	1913年1月（24日間）	1918年4月（25日間）	1923年3月（25日間）	1928年3月（30日間）
広告件数	662	1,028	958	1,300	1,392
広告行数(A)	16,974	53,158	52,687	87,111	117,514
新聞行数(B)	46,800	135,168	129,536	200,000	253,120
広告比率	36.3%	39.8%	40.7%	43.6%	46.4%
1日当り広告件数	26.5	42.8	38.3	52.0	46.4
1日当り広告行数	679.0	2,215.0	2,107.5	3,484.4	3,917.1

出所：『泰東日報』各号より作成。
注：1913年1月の24日間は所蔵状況から、1月9日～2月5日までとする。

つぎに、紙面構成の特徴を立ち入ってみよう。紙面は基本的に政治・東北・大連・経済・文芸・広告から構成されている。かかる枠組み自体は創刊時から大きく変化することなく推移してきたものの、各構成内容やそれぞれの紙面に占める比重には大きな変化がみられる。まず、一般的に新聞社の収益の大部分を占めるともいわれる広告の状況をみると、1911 年 2 月 1 日には全国広告は 2 版であったが、13 年 1 月 1 日になると 3 版に増加した。この推移は 35 年に至っても続いている。その実態を示しているのは表 5 であるが、それによると、広告件数・行数は 10・20 年代にはそれぞれ 2 倍と 7 倍の増加率をみせており、また 1 日当たりの広告状況（件数・行数）も急速な拡大を辿っていた。さらに新聞自体の総行数が拡大していくなかで、それに占める広告比率も 36%から 46%へと一貫して上昇する傾向にあった。かかる広告増加の背景には金子の経営努力があったと考えられる。例えば、16 年 7 月 13 日付外務省政務局長小池張造発関東都督府白仁武民政長官宛の書簡によると、金子が「近頃資金窮乏之ノ為広告料等ノ名義ニテ内地有力ナル銀行会社等ヨリ援助ヲ求ムルノ目的」で、犬塚信太郎（元満鉄理事）経由で日本外務省に「銀行会社等へ紹介方依頼」していたことがわかる[37]。その後、外務省政治局小池が承諾したうえ、7 月 25 日と 8 月 1 日に三井物産株式会社や三菱合資会社をはじめとする 12 社の紹介状が発送されていたのである[38]。

つぎに指摘できるのは紙面構成における経済面の充実化であろう。1913 年 1 月 1 日から第 7 版に経済記事が新たに設けられ、そこで主に「大連銀糧行市（相場）」・「各埠糧銭現行（電報）」が報じられていた。その後、18 年 4 月 1 日に経済記事が「各地商情」となり、具体的に大連・開原・長春取引所と「横浜正金銀行匯兌行市」、「朝鮮銀行匯兌行市」、「銀塊兌行市」が扱われていた。そして、22 年 7 月 4 日に「大連商況」の新設に至った。その理由は 7 月 4 日付「本報新設商況欄」によると、「東三省における豊饒な物産のなかで穀

物類を以て特産として知られ、例えば大豆・豆粕・豆油・高粱などが販路が広く、その価格変動が三省人民の生計と密接な関係にあるなかで、大連は水陸運送機関の完備や外貨の輸入、さらに特産物の輸出でいずれも三省第 1 の開港地また商業の中心にあることから、本紙は一般的に欠如する銭鈔と特産物相場の情報を、新設の大連商況を以て詳細かつ迅速に購読者に提供する」とされている。その後、25 年 1 月 1 日に経済記事が「経済欄」として文芸の第5版に移動したが、2月24日に第3版に単独の経済紙面として大きく変わった。その内容はほぼ 1 月からの「大連商況」・「経済雑観」・「上海商況」の構成を継承している。このように経済記事が 20 年代半ばにかけて重視され、その内容も充実するようになった。20 年代前半は、後述する大連取引所民営化問題、建値問題のほか、日系金融機関の破綻など、満州経済が不安定性をますなかで、対外特産物輸出と、大連マーチャントによる大連・上海間の為替差に基づく利益獲得が行われていた時代であった[39]。経済記事の充実化はこうした情勢に対応したもので、中国人読者をひきつけるうえで不可欠なものであった。その後、35 年の『満洲評論』でも「2 大漢字紙」の『満洲報』と対比して「泰東の特色は、卒先経済面を特設してこの方面に力を注いだ」ことが指摘されていた[40]。

そして第 3 の特徴として文芸紙面の豊富さが指摘されなければならない。この点についてかつて 1930 年の雑誌『大陸』が主催した「満洲ジャーナリズム批判会」でも[41]、大連新聞と満洲日報と対比して、泰東日報の「文芸欄が最もいい」と評価され、「上海、本渓湖、撫順等の学生からレポが来る」ことや「火曜日の文芸副刊は地方のものとしては素晴らしい」として、「日本新聞も学ぶ所がありはすまいか」との感想が述べられている。かかる文芸欄が本格的に登場したのは「泰東雑俎」が第 5 版全面となった 18 年 4 月 1 日以降であろう。そのなかでいくつか重要な取り組みがみられる。

1 つに 1919 年 12 月 1 日から文芸欄に「白話一欄」が新設されたことである。12 月 2 日付「本報特別啓事」では、「本新聞紙は民衆間での普及を重んじており、決して知識階級の専門紙ではない」と強調したうえ、「我国文字が煩雑かつ難読であるため、識字者が東西各国の 1 割にも及ばず、文章に通じる者となるとさらに半減するであろう。今般本社は世界の思潮及び言論の責任を鑑みて、白話の必要性を重んじて本年 12 月 1 日から、第 5 版に白話一欄を新設する。白話名手の蘇生先生に興味深い著作の執筆を依頼している。間断することなく、日々の掲載を目指す。専ら第 3 階級の愛読を目的するものである」と報じられている。このようにその理由は一般民衆の購読者層での部数増大を図ろうとしたことにあるといえよう。ちなみに、「白話一欄」は 20 年 5 月から「通俗講壇」に改称し、その後、文芸専門の「附張」(23 年 1 月 1 日－24 年 12 月 31 日) に移行して続いたのである。

2 つに 1931 年から「婦女専刊」と「児童専刊」が新設されたことである。前者は 5 月 27 日から毎週水曜日、後者は 6 月 7 日から毎週日曜日の特集として刊行したものである。特に「婦女専刊」では、具体的には「婦女自身問題、婦女婚姻問題、婦女衛生問題、婦女

職業問題、婦女対家庭責任、婦女対社会責務、婦女対子女教育問題及一切女性関連事件・情報」というように、その取り扱う範囲がきわめて広かった[42]。さらにその開始直後の 7 月 29 日に「中国新聞界の最初の試み」として「各家庭訪問及び相互連絡を担当する、品行と学力のある優秀な女性記者を公募」する社告が出されていたのである[43]。

3 つに「満洲国」建国後の新たな局面で日本語学習コーナーが新設されたことである。それは主に「報面日語学校」と附録の「日語小報」の 2 つである。前者は 1932 年 7 月 14 日から 33 年 4 月 22 日までの 11 ヶ月強にわたって毎日掲載されていた。7 月 13 日付「本報創設『報面日語学校』宗旨」によると、「近年日本は文化、商業、交通などにおいて世界ですでに有名となりつつあるが、そのなかでとりわけ発達する商業との交流は我々にとって不可避なもので、それに際して言語は非常に重要であろう」としたうえ、「西洋諸国に学ぶより、西洋文化を長年研究してきている日本に学ぶほうが近道であろう。日本との距離が近く、交通が便利であるから、書籍が容易に入手できること、また日本の学者が至る所にいるので、教えを請うのも非常に便利であることを考えると、日本語学習は当面の急務というべきである」と強調されたように、その趣旨が主に商業交流と日本学習の必要性にあったといえる。開始直後に新聞社に「報面日語学校の単行本発行」の有無に関する問い合わせがあったことからわかるように、その反響が大きかったと推測されよう[44]。そして、後者の「日語小報」は「附録」として 36 年 4 月 18 日から 37 年 2 月まで続いていた。その開始に先立って 4 月 13 日付新聞第 1 版に出された広告「本報啓事」では、「日満両国関係の鞏固を図り、東亜の和平及び日満華国民間の協力融和を確保するために、民族理解の根本から出発する必要があることを鑑みて、巨資の犠牲を惜しまず、日本語小報を発刊し、日本語童話や時事問題解説、簡易日本語学習コーナーを掲載する」と報じられたように、36 年に「日満両国関係の鞏固」や「日満華国民間の協力融和」を掲げて「民族理解」を目的とすることがその趣旨として唱えられている。32 年の「報面日語学校」より政治的要素が一層強まったことが明らかであろう。ただし、児童を含む幅広い購読者層の増大を意識した「日語小報」の紙面構成は無視できない。たとえば、36 年 6 月 29 日付「日語小報」をみると[45]、4 版構成となっており、基本的に振り仮名つきと挿絵を基調に、小学生を意識した紙面づくりが行われていた。また、附録のほかに、新聞にも日本語入門を目的とする「日文筌諦」と、日本語の質疑応答を目的とする「日語応答欄」が設けられており、前者は 4 月 28 日から 7 月 17 まで計 48 回の連載、後者は 5 月 22 日から翌年 2 月 25 日まで計 27 回の質疑応答が確認されている[46]。

最後に、第 4 の特徴として「満洲国」体制の確立後における速報体制の整備が指摘できよう。1932 年 11 月 1 日から 33 年 4 月 30 日まで「早版」（朝刊）と「晩版」（夕刊）からなる「早晩 2 版制」が実施されていた。その背景には、「国際聯盟関係の緊迫及び国内の土匪討伐という内外の情勢に対して本報が各種情報に関する速報を成し遂げる使命から、

両版制を断行した」といわれるように[47]、緊迫した情勢に対応する速報体制が整備されていたことがわかる。さらに33年2月28日付「早報」第1版で「緊急なる熱河戦事に関する詳細な情報を欲求するなら、唯一の解決ルートが早晩版の閲覧である」という社告が掲載された。速報体制の詳細は資料的制約から明らかではないが、32年10月18日付「本報啓事」によると、「朝刊は毎日午後 4 時半急行列車で各地に発送し、夕刊は朝刊情報のほかにさらに最新情報を採録し、毎日午後7時市内各読者自宅まで配送する」というように、最新情報の提供を目的とする速報体制では、1 日 2 回の情報編集と配送がなされていたことがわかる。

3　泰東日報の論調と中国人社会

ここで泰東日報の論調の推移について 1920 年代と満洲事変以後の 2 つの時期に区分して、社説や報道記事を中心に検討し、中国人社会との関係のあり方に注目してみたい。

(1) 1920 年代

①大連取引所民営問題について

周知のように、満洲経済は＜大豆経済＞として特徴づけられるが、そのなかで大連はその特産大豆の流通過程にかかわる鉄道・金融・商業の拠点としての位置づけが日露戦後から早く与えられていた[48]。ここでその大豆取引を担う重要な機関としての大連取引所をめぐる民営問題に着目して泰東日報の論調を考察したい。

大連取引所は1913年2月15日勅令「関東州内ニ設立スル重要物産取引市場ニ関スル件」により関東州内で関東都督府の官営取引所として設置されたものであり、「満洲国」成立以前に関東都督府の公的機関として大豆取引を監督し、先物市場を育成して相場変動による損失を回避する手段を提供していたことが大連からの大豆輸出増加を促した原因の一つとして評価されてきている[49]。かかる大連取引所をめぐる民営問題については管見の限り、これまでの満洲史研究では建値問題とは対照的に注目されることなく、その実態解明は課題として残されている。この問題に言及していた大連取引所信託元社長相生由太郎の伝記によると、民営問題もしくは民営移管運動は「大連に於ける官営取引所たる重要物産及び銭鈔市場を民営なる大連株式商品取引所（20年3月営業開始）に併合し、特産・銭鈔・株式及び商品の四市場を統一した一の民営取引所の管轄下に置かんとする運動」であり、20年代の10年間に「幾度となく繰り返され」たが、「其都度当事者其他の猛烈なる反対に逢ひ」、「官営取引所の民営移管は実現を見るに」至らなかったとされている[50]。ここで注目したいのはその「当事者其他の猛烈なる反対」をめぐる泰東日報の論調である。

表6　1921年2月における取引所民営問題に関する投稿

No.	期日	投稿者名	身分	論題	立場
①	2月 1日	相生由太郎	大連取引所信託社長、大連商業会議所会長		容認
②	2月 2日	郭　精義	大連華商公議会長、取引信託会社董事	絶対反対民営	反対
③	2月 3日	李　子明	大連華商公議副会長、龍口銀行専務董事	華商須研究勿怠	反対・条件つき
④	2月 4日	牛　作周	大連小崗公議会長、取引所信託董事	於公於私皆極反対	反対
⑤	2月 5日	劉　仙洲	大連銭鈔取引組合副組合長、儲蓄公司主人	華商首領宜出首交渉	反対・条件つき
⑥	2月 6日	張　本政	華商公議会副会長、取引所信託監察役	民営須有中人副所長	反対・条件つき
⑦		李　升海	取引所信託監査役、東永茂主人	改民営徒見紛擾	反対
⑧	2月 7日	徐　香圃	大連小崗公議会副会長、華東信託(株)社長	攘奪式之民営誓不承認	反対
⑨		李　蒿山	取引所取引人、福順厚外交員	掏包的民営禍害無窮	反対
⑩	2月13日	劉　寶駿	大連華商公議会会董、徳昌号代理店主人		反対
⑪		徐　徳濤	取引所取引人、昇源号主人		反対
⑫	2月14日	張　仁堂		再論取引所民営	反対・条件つき
⑬	2月15日	曲　大川		取引性質等於賭博不帰官辦定必搗乱	反対
⑭	2月18日	于　鵬九		反対民営有三要項	反対

出所:『泰東日報』各号より作成。

1921 年 1 月 29 日付「為取引所民営問題徴求意見」では、「近日、日本朝野における官営大連取引所の民営移管の動きに対して、華商方面では反対者が多いが、賛成を説く者もいる」としたうえ、「本報では大局を思い、此の事を商務上再重大問題と位置付けて、各方面に対して意見を求めたい」と民営問題に関する投稿を呼び掛けていた。表 6 はこれに応じて投稿したものをリストアップしたものである。それによると、投稿者は 2 月 1 日から 18 日まで 14 人（日本人 1 人・中国人 13 人）にものぼっており、ほぼ全員が中国側経済団体の代表的人物また取引所関係者であった。その立場をみると、相生が唯一容認を表明したのに対して、中国人全員が反対の意向を表明しており、ただし、そのうち、基本的に反対だが民営が回避できない場合、条件付き容認の意向を示した者が 4 人いたのである。

相生由太郎の投稿は最も早く 2 月 1 日に掲載されている。そこで容認の理由について「昨年（1920 年）に日本政府発布勅令により取引所の民営方針が既定となった今、大連のみならず、日本行政権が及ぶ地域であればすべて実施されることとなるので、大連取引所の民営移管は回避できない」と指摘したうえ、中国人商工業者側にみられる強い反対の背景についても次の 3 点を言及している。まず「華商が官を信用し民を信用しない」点であるが、その原因について「民権拡充時代の現代、主流の民営に反して官僚に縋り付くのが我が立憲国民の恥であるが、民国が共和政権と称されるにもかかわらず、思うには人々の独立自治能力が軟弱であったろう」と強調している。第 2 の「取引所と大連株式商品取引所合併之説」について「無稽の談であり、またそうした計画はない」と否定し、さらに第 3 の「銀本位及華語」についても「刻下改革の必要はない」との見解を示している。このように、相生由太郎の容認論は日本国内の民営既定方針に全面的に追随する立場を取る一方、大連中国人商工業者側の不安を払拭する具体的な説得材料を持っていなかったのである。その相生も同年の夏以降には官営大連取引所金建実施強行措置に対しては時期尚早を主張して、関東庁長官や朝鮮銀行と対立するに至るのは周知の通りである[51]。

泰東日報編輯部の意図は明らかではないが、結果的に初日の容認論に対抗する形で中国

人商工業者 13 人による反対論が展開されることとなった。そこで共通してみられる民営反対の理由は、日本人の商取引独占、壟断と中国人側の不利・孤立というリスクが急速に高まるという認識が存在していることにある。その具体的内容としてつぎの 4 点が挙げられよう。1 つに公平な調停役が完全に失われてしまうことである（表 6 の②・③・④・⑤・⑥・⑫・⑬）。前述したように、相生由太郎が中国人の官僚に縋り付く姿勢を暗に批判したが、それに対して中国人側では大連の特殊性を強調している。つまり、大連は日本国内と異なり、租借地として中日雑居地であるため、頻繁に起きる取引上の紛糾にあたって中日間に介入して公平な調停役を務める官営取引所の役割を重要視している。民営移行という名の日系取引所への包摂により公平な調停役が完全に失われてしまい、紛糾解決において中国人商人に不利が生じることは最大の懸念となっている。2 つに民営取引所の株の所有や取引人の権利の問題である（③・⑦・⑧・⑨・⑫・⑭）。たとえば、⑨で指摘されたように、「現在、取引人が取引所の会議に出るとき、日本人の取引人が 1 人につき 1 個の議決権をもつが、華人側が 10 人につき 1 個の議決権しか与えられていない」という不公平が官営取引所でも存在している。かかる不公平問題が移行後、さらに拡大することが懸念として認識されていると考えられよう。3 つに同時期に問題になった銀建の金建一本化の問題である（②・③・④・⑤・⑪・⑫・⑭）。金建一本化は満洲の金円ブロック化を目的に在満日本人取引所において 10 年代初頭から計画されており、その一環として実際、13 年と 21‐23 年に実施されて大きな紛争を巻き起こしていた[52]。このように、金建問題が中国人商工業者にとってその実施により金銀交換相場での価格変動リスクを負うこととなるため、きわめて切実な問題として認識されていることが理解できよう。4 つに日本語公用語問題である（③・④・⑤・⑭）。その具体的内容は立ち入って言及されていないが、かつて 20 年 12 月 24 日付「読者之声」欄に掲載された張仁堂の論稿「取引所民営の事につき大連華商に警告す」によると、「日本人商人が取引所で最も不便を感じている原因は、中国語による取引慣行にあり、そのため、日本人商人は常に華人を雇わざるを得ない。だが民営移行となると、取引用語が日本語になるのは必至である。商品取引所と同様に、数百人の華人が一斉解雇されることとなろう」というように、かかる取引所における日本語公用語問題が直接に中国人商工業者の不利に発展する深刻な問題として受け止められたのである。

一方、4 人にみられる条件つき承認であるが、その条件はつぎの 3 点にまとめられよう。第 1 点は中日合併民営を主張した点である（③・⑥）が、それは具体的に「重役及取引人の人数では日中双方が各半数を占めることと、会社規程が満洲一帯の慣習に適合するように中国人を以て作成すること」となっている。第 2 点は取引人委員会組織の必要性を主張した点である（⑫）。つまり、「重要な事にあたってすべて取引人委員会の承認を経て有効となること、また所長・役員の違法行為にあたって取引人委員会の審査を経て多数となっ

た場合、即時辞職すること、さらに取引人の加入資格違約処分や市場騒動発生時におけるストライキと公定価格の実施がすべて取引人委員会の承認を経て可能となること」などが具体的に提示されている。第 3 点は日本語と金建を使用しない点である（⑤）。このように、そのいずれも中国人商工業者が示した各懸念を払拭する具体的な主張となっている。

以上のように、泰東日報は取引所民営問題の報道に際して、日中双方に積極的に意見表明を求めて新聞紙面に議論の場を提供することを通じて、中国人側における民営反対の論調形成に大きな役割を果たした。山県伊三郎関東庁長官らが進めようとした大連取引所の金建実施は早くも、1922 年 11 月に挫折する。こうした日本側の意図を抑えるにあたって泰東日報の役割は大きかったと想定される[53]。しかし、商取引の円滑化を阻害する取引所民営化問題と異なり、本格化する中国民族運動、労働運動に対しては、泰東日報はこれらを抑圧する態度を明確にしていく。この点をつぎにみてみよう。

②5・30 運動について

周知のように、5・30 運動は 1925 年 5 月 15 日に上海の在華紡で起きた労働争議に端を発し、30 日に中国労働者・学生の抗議デモ隊に対しイギリス官憲が発砲し、死傷者を出したことを契機として、中国各地に波及した反帝国主義運動である[54]。大連も例外ではなかった。6 月 3 日付「各工廠警戒罷工」では「上海青島罷工事件がすでに満洲に波及しており、たとえば南満製糖、奉天製麻、満蒙毛織などですでに始まっているため、大連の各工場は異状に留意し、罷工の発生を極力警戒している」と報道されており、また 6 月 5 日付「各警察署特別警戒」、6 月 7 日付「各警察署対於工人警戒」、6 月 10 日付「関東庁防備意外」によると、大連警察署が「罷業を企てる徒党が大連に侵入しているとされている」なかで満鉄監視係と連携して特に乗車船客や宿泊施設、油房工場職工、さらに埠頭の苦力などへの監視を開始したことが伝えられている。しかしそれにもかかわらず、6 月中旬以降、大連における 5・30 運動関連の活動は活発化していった。たとえば、15 日に旅順工科大学と旅順第 2 中学校の中国人学生計 150 余名によるストライキ、17 日に大連商業学堂学生 80 名による授業ボイコット、18 日に旅順工科大学中国人学生 80 名による自主退学、22 日に伏見台公学堂高等科女子学生 18 名による授業ボイコットが相ついで発生したのである[55]。また、追悼大会と募金活動は大連警察署による取り締まりの対象となっているなかで[56]、中華青年会（会長傅立魚）を中心に組織された滬難救済会により実施されていた。前者の追悼大会は 21 日に「五卅殉難諸烈士大会」と題して「中華国歌」斉唱や傅立魚による「殉烈状況」の報告などを順に行われており、参加者が「約萬余人」に上ったとされている[57]。そして、後者の募金活動については、上海「罷業工人の救済」を目的に活動開始「わずか 1 週間弱」で募金額が「3、4 千圓」に達していた[58]。そのなかで大連・小崗子両華商公議会が募金活動に明確な意思を示してこなかったことに対して、匿名による憤懣の投書が新聞社宛に 1 日平均十数通送られていたといわれている[59]。このように、警察署による取締

のなかでも、大連社会の民衆が 5・30 事件を発端とする反帝運動に最大限に関与しようとしていたことが理解できよう。

一方、泰東日報は 6 月の 1 ヶ月間に 13 篇の 5・30 運動関連社説を発表していた。具体的には①4 日付「排外風潮」、②6 日付「滬上暴動風潮」、③14 日付「力争滬案」、④18 日付「公理覚悟」、⑤19 日付「責沈外長」、⑥20 日付「勿事誣我」、⑦21 日付「速停止義和団式的愛国行為」、⑧23 日付「対於義使談話之辨正」、⑨24 日付「是民族解放的運動」、⑩25 日付「為滬案告我国人」、⑪27 日付「多数国民與少数国民」、⑫28 日付「国人対於滬案之進行程途」、⑬29 日付「対滬漢惨殺案意見書」（以下、番号に略す）、である。

こうした社説にみられる論調の特徴はつぎの 3 点にまとめられよう。第 1 に、中国人の対外ボイコットを民族運動として位置づけるなかで、比較的早い段階から対日ボイコット反対を表明していた点である（①と②）。たとえば、①では「今回の排外風潮のなかで排外といえども、実は排日が圧倒的に多い」ととらえ、「日本の対華政策には昔から根本的な間違いが確かにある」が、「我が国がアジアで立国を目指す以上、排日すべきではない」と主張している。また、②でも「白人種族の英国人は国際公理を無視し、断固憎むべきであるが、一部の日本人も同種同文関係を顧みずに、英国人に追随して協力するのは兄弟同士を傷つけ合うことで痛々しい」と批判したうえ、「周知のように兄弟の国としての中日は密接な利害関係にある。近来、卓越した見識をもつ一部の日本人はともに中日提携と親善実行を唱えて中国主権を尊重し、東亜和平を保持しようとしている」と日本側に期待を寄せている。その代わりに、対外ボイコット及び経済絶交運動のターゲットをイギリスに集中すべき意見が多く提示されてきている（④・⑥・⑦・⑫・⑬）。

第 2 に、ボイコット運動の激化に対して理性的対応を呼び掛けていた点である（②・③・⑦・⑧・⑩・⑫・⑬）。そこでは概してボイコット運動を民族運動として評価する一方、理性を失ったボイコット運動が世界の同情を失わせ、イギリス等に「赤化」と捉えられ、外交交渉を不利の立場に立たせることになりかねないと懸念を示している。その「理性的対応」について、⑦は次のように分析している。すなわち、いわゆる「帝国主義列強の統治者」のうち、「大多数が平和的民衆であり、帝国主義の政治家を左右する勢力を持たない。彼らが中国にやってきたのは生計や本国政府外交政策や経済政策の奨励によるものである」ことから、「我々は彼らを敵視し、身体的安全に危害を加えるべきではない。道徳上または法律上、彼らを尊重すべき義務がある。我々は帝国主義者に反省を促すことを目的とする経済絶交の手段により、そうした無辜の民衆に間接的に生活上の苦しみを強いることとなるが、これはあくまでも列強の民衆の良心に訴え、かれらの反省を通じて本国に政治組織の改革を促すことへの期待である。よって我々は一心団結して経済絶交を実施する以外、外国居留民の生命財産に寸毫も危害を加えるべきではない」と強調している。

第 3 に、中国社会内部に潜む問題への批判も見られる点である（⑤と⑪）。それは具体

的に外交交渉を担当する「沈外交総長」の辞職騒動と中国商業界の運動への非協力姿勢である。まず、「沈外交総長」の緊迫した状況下での辞職に強い遺憾と絶望を表明したうえ、「沈外交総長」を「木偶総長（操り人形）」、「臆病者」と称し、「君も国民の一人であり、在職中は固より責任を持つが、在野になるともう責任はないのだろうか」と痛烈に批判している。また、中国商業界の運動に対する姿勢について、「国家的権力は愛国者により保持されてこそ、国家は繁栄を成し遂げうる。国家は全国各階級の人々が共有するもので、各階級間において愛国の程度に差異があることが国家にとって大不幸である。商業界の諸君よ。早く偏見を捨て、全民族の聯合に加入して国家の独立のために尽力せよ」というように、商業界への批判を展開していたのである。

以上のように、5・30 事件直後、事件に関連する報道や社説が頻繁に掲載されたことから、泰東日報が日本勢力圏内でその統制を受ける環境にありながらも、民族運動に対する高い関心を示しており、そのなかで、愛国と排外という第 1 次大戦後の中国社会が直面した問題に対して排日反対・中日親善を前提とする論調を展開させていた。このことをどのようにみたらよいだろうか。大連の中国人社会の一定部分が 5・30 事件を支持していた事実を、彼らを読者としてかかえる泰東日報が無視できなかったことを考えると、泰東日報の社説が「帝国主義者に反省を」促し、「経済絶交」の手段を支持したのは当然であった。しかし、一方で、対外ボイコットが暴動化して「外国居留民の生命財産」に危害を加えることには反対を表し、また「排外」が「排日」に集中することを強く警戒した。ここには、大連の多数派である中国人民衆の支持を調達し、さらに大連の中国人経済団体の利害を代弁する、同紙の複雑な性格が表れているといえよう。

⑵ 満洲事変以後

江口圭一はかつて戦前期日本内地の中央紙及び有力地方紙を考察した研究で、満洲事変を契機に論調が大きく転換していくなかで、各紙における社説の比重が急激に低下したことを指摘している[60]。泰東日報でも同様である。たとえば、社説回数の推移をみると、1929 年 6 月までは毎日だったが（29 年 7 月－30 年 7 月 30 日欠号）、30 年 8－12 月に月平均 5 回弱へと急激に減少していき、さらに 31 年になると年間で 1 回のみ（1 月 21 日）となった。32 年以降、年間回数が 25 回と回復基調をみせつつも、月間ベースでは 2 回にとどまっていた。30 年頃から満洲を取り巻く政治情勢が緊迫するなかで、自由な論争ができなくなって社説として主張できる範囲が著しく減少したと思われる。以下では、かかる社説比重低下の状況をふまえて泰東日報の満洲事変後における論調の変化について、泰東日報が戦間期に一貫して実施してきた「徴稿」（原稿募集）に着目して検討したい。

「徴稿」は大きく新年号と特集連載の 2 種類に分類できる。前者はおよそ 1919 年から日中戦争勃発まで基本的に 1 月 1 日新年号掲載を目的に、前年の 11 月から紙面での募集に

よるものであった。この主要なテーマはたとえば、22 年新年号では①南北時局の将来、②太平洋会議と国際聯盟、③東 3 省馬賊の根絶方法、④各地人民生活の調査、31 年新年号では①中国が何処へ行こうとしているのか、②如何に新東北を建設するのか、32 年新年号では①今日内外情勢下の中国が歩むべき道、②東北新政権への進言、33 年新年号では①満洲国人が世界に告ぐ、②華満友好の促進、などであった。33 年新年号ではそれまで一般に使われてきた「東 3 省」や「東北」の用語が「満洲国」成立に伴い「満洲国」に変わったことは注目に値しよう。また、後者の特集連載は不定期に実施されたものであるが、筆者の独自の集計によれば、戦間期に計 6 回の「徴稿」があった。具体的には①「本報 20 周年記念」(29 年 6 月募集)、②「東北之光」(30 年 9 月募集)、③「満洲国之建設」(32 年 8 月募集)、④「児童作品募集」(33 年 1 月募集)、⑤「故郷迷信風俗」(35 年 1 月募集)、⑥「満洲健康歌詞」(36 年 11 月募集）であったように、20 年代末以降に集中していたことがわかる。その主要なテーマはたとえば、①では「甲種（(1) 20 年来中国の政治・経済・金融・外交、(2) 20 年後の中国、(3) 中国首都問題)」、「乙種（20 年来中国の文化・民主問題・女性運動・社会思潮・教育・体育・科学・文芸)」、②では東北における建設的な人材や文豪、政治家、実業家など進歩的人士、③では満洲国当局に貢献する論稿（ジャンル不問)、④では児童を起点とする民族親善・民族協和・民族提携、⑤では満洲国農村各地迷信風俗、などであった。満洲国当局への助言や民族親善を目的とする③と④にもみられるように、その趣旨が新年号と同様に、32 年の「満洲国」成立に伴い大きく変容していったのである。

つぎに、論調の具体的変化について紙幅の制限から上記の「満洲国」成立直後にみられる特集連載の③「満洲国之建設」に掲載された投稿を取り上げて検討したい。32 年 8 月 31 日付「本報徴稿啓事」にもみられるように、「満洲国」を「吾人之理想楽園」と称揚したうえ、「建国匆々、不備の点は免れない」ため、「満洲国当局の改革に貢献すべく海内之士の卓見偉見を披瀝する」ことを願うと強調されている。それに応じて 15 篇の投稿が 9 月 3 日－10 月 15 日に「徴文披露」と題して連載された。特集「東北之光」(30 年 9 月募集）では 30 年 10 月 2 日－12 月 28 に 26 篇が連載されたことを考えると、「満洲国之建設」の掲載数が満洲事変や「満洲国」成立により減少することはなかった。ここで注目すべきはその掲載場所が第 4 か 5 版に掲載された「東北之北」と対照的に、第 1 版にあったことであろう。前述したように、第 1 版社説が 32 年以降、月間 2 回にとどまっていたことを考慮すると、「満洲国之建設」の連載が従来の社説と同様な位置づけを与えられていたと考えられよう。投稿者は判明しうる投稿者氏名から判断してほぼ全員中国人と推測される。公表された 4 人の所在地や所属をみると、高為洋（瀋陽)、尹自鳴（奉天東関女子師範学校)、一鶚（営口)、学生（大連）となっている。連載内容は具体的には、9 月 3 日付「対新国三項貢献」を皮切りに、4 日付「望於満洲国当局」、6 日付「団結民心：網羅人材整頓治」、7・8・9 日付「我対満洲国設立学校地点的管見」、10 日付「対於国家応革応興之意見」、

11・13・14 日付「新国家教育政策」、15 日付「満洲国治安芻議」、18・20 日付「新国家実業之管見」、19・20 日付「改革基本教育的方法」、21・22 日付「対於満洲国的四項貢献」、25・26 日付「農村之危機」、29・30 日付「救済失業的方策」、10 月 2 日付「孔道與青年之関係」、13 日付「一得之愚供献於新国」、15 日付「管見所及的緝匪策」であった。教育や農村、失業などを含む多岐にわたる問題が取り上げられていた。そこで共通してみられる特徴は①「満洲国国民」として「満洲国」成立を前提とする「満洲国」建設への提言が行われていたこと、②投稿者がこれまでの東北社会にみられる諸問題の解決を「満洲国」当局に期待を寄せていたこと、の 2 点である。

以上のように、「満洲国」成立以後、それまでの社説の位置づけを与えられた特集連載（満洲国之建設）では、共通して既成事実となった「満洲国」の経済建設に提言するという単一論調が展開されていた。かかる特集企画が購読者と思われる中国人の投稿によってこそ可能となったことを考えると、それが東北社会における「満洲国」の世論形成や認知度の向上に役立ったと考えられよう。そこには当然のことながら、「満洲国」当局が傀儡国家の存在を既成事実として、「五族協和」などのスローガンに動員していくために、泰東日報には新たな政治的役割が期待されたことは想定される。それは中国人の中に根を張った伝統ある新聞であればこそ果たせる固有の役割であった。しかし、その結果として 20 年代にみられるある程度自由論議ともいえる両面批判的論調は満洲事変以後、明らかに大きく後退したのである。

おわりに

満洲新聞産業が戦間期に急速に成長を辿っていくなかで、日本人経営中国語新聞の泰東日報は大連にとどまらず、満洲においても代表的な新聞として規模拡大を遂げ、「一大老王国」とも称される地位を確立していたことが明らかとなった。その成長要因については、次のような 3 点が指摘できよう。

まず第 1 に、日中両国事情に通じた優秀な中国人人材が大量に存在していた点である。そのなかで特筆すべきは、金子の積極的な働きで招聘された傅立魚編集長が中国人社会に立脚して「心理に沿う報道を行う」ことにより、泰東日報が大連中国人社会において相当の知名度と信頼を獲得しえたことであろう。阿部時代でも同様に、編輯次長の周振遠（『北京共同通信』と『順天時報』の経験者）や経済部長の李永瀋（慶応出身の専門家）にもみられるような優秀な人材に恵まれていた[61]。このように、金子・阿部時代では一貫して優秀な中国人人材を重視する経営姿勢が読み取れる。第 2 に、販路開拓や読者の関心に応じた紙面構成の努力が続けられていた点である。金子時代では、中国人商工業団体の金銭的

支援にも支えられて 1910・20 年代に販売・情報網を満洲中心に広い範囲にわたって拡大させた。また、紙面改革にも大胆に先鞭をつけたことは、20・30 年代においける泰東日報社の部数拡大を支える経営的基盤ともなったと評価できよう。そのなかでとりわけ紙面を特徴づける経済面と文芸面の豊富さがライバル他紙に対する優位性として指摘されよう。中国人商工業者の経営環境の不安定な 20 年代には特に、泰東日報の経済記事は重用されたのである。第 3 に、満州経済界が不安定性をますなかで、中国商工業者の利害と中国人民衆の意識に対応した紙面づくりが行われていた点である。「大連取引所民営問題」・「5・30 運動」にみられるように、20 年代初頭以降、中国人社会で民族意識と民族運動が高まるなかで、泰東日報が日本勢力圏内でその統制を受ける環境にありながらも、中国人社会を取り巻く諸問題に強い関心を示して中国人社会における世論形成に大きな役割を果たしていたことが指摘できよう。

こうした同紙の性格は満洲事変後、大きく変わらざるを得なかった。32 年以降には論調が大きな変容を迎えることとなった。つまり、20 年代にみられる中国人社会を強く意識し、大連中国人社会の意向とともに、日本人や関東庁の存在も重要視するという両面批判的論調が「満洲国」成立以後、明らかに大きく後退し、「満洲国」の既成事実化や認知度を推進するものに変容していた。そこでは従来の社説の位置づけを与えられていた「徴稿」の特集連載が、購読者と思われる中国人の投稿があってこそ成立しうるところと、中国人投稿者は「満洲国」への批判が不可能となったなかで従来から東北社会にみられる諸問題の解決を「満洲国」当局に求めていたところ、に大きな特徴が見出される。

以上が戦間期における日本人経営の中国語新聞泰東日報の経営特徴であるが、それは従来の研究史が指摘した日本人経営中国語新聞の短命と明らかに対照的な新聞経営のあり方であった。日本勢力圏内でその植民地統制を受ける購読者層としての中国人社会に経営基盤を据え置くという特殊な環境のなかで、泰東日報にみられる多様な経営努力はその拡張を支える 1 つの条件となっているといえよう。そうした拡張は阿部の要請による風間章（1935 年 3 月－38 年）の社長就任に伴いさらに加速化していくこととなる。それは 36 年から本格化する満洲弘報協会を中心とする満洲新聞統制を背景に、同じ中国語新聞の関東報と満洲報の買収が進められていたことによるものであると思われる[62]。さらなる検討は今後の課題としたい。

注

1) 中下正治『新聞にみる日中関係史』研文出版、1996 年。
2) 李相哲『満州における日本人経営新聞の歴史』凱風社、2000 年。
3) 中下正治、前掲書、5-6 頁。
4) 松重充浩「植民地大連における華人社会の展開」曽田三郎編『近代中国と日本—提携と敵対の半

世紀―』御茶のみ水、2001 年。同「第一次大戦前後における大連の『山東幇』中国人商人」本庄比佐子編『日本の青島占領と山東の社会経済』東洋文庫、2006 年。

5) 楊力生・湯蘭升「“無風地帯”的新文化風暴」李振遠編『長夜・曙光：殖民統治時期大連的文化芸術』大連出版社、1999 年。

6) 王子平「金子平吉其人其事」『白雲論壇』（第 1 巻）北京図書館出版社、2004 年。

7) 黎生・蘭升「傅立魚和《泰東日報》」前掲李振遠編『長夜・曙光』。

8)『外国に於ける新聞（上巻）（満洲国及中華民国の部附大連・香港）』1933 年版、外務省情報部。

9) 前掲『外国に於ける新聞（上巻）』。

10) 大連日報社編『大連報史資料』1989 年、170 頁。

11)「一大老王国をなす泰東日報」『大陸』188 号、1929 年 1 月号、46 頁。

12) 満洲弘報協会編『満洲の新聞と通信』1940 年、152 頁。

13) 邦訳と括弧内は筆者によるものである。以下も同様。

14) 松重充浩、前掲論文「植民地大連における華人社会」、109-110 頁。

15) 葛生能久『東亜先覚志士記傳（下巻）』黒龍会出版部、1936 年。「略年譜」太田誠編『雪斎先生遺芳録』振東学社、1938 年、156-160 頁。

16) 王子平、前掲論文。

17)「金子雪斎翁 13 回忌追悼座談会」（1937 年 9 月 27 日）前掲太田誠編『雪斎先生遺芳録』177 頁。

18)『新聞総覧』（各年版）。

19)「追悼座談会速記録」太田誠編『阿部真言追憶録』振東学社、1937 年、23 頁。

20) 葛生能久、前掲書、796 頁。

21) 前掲『新聞総覧』（各年版）。

22)「本社之創立與本領」『泰東日報』1928 年 11 月 3 日。

23)『満洲新聞雑誌総覧』満洲公論社、1927 年、27-28 頁。

24)『新聞総覧』（各年版）。『広告年鑑』（1914-34 年版）。南満洲鉄道株式会社庶務部調査課編『満洲に於ける言論機関の現勢』南満洲鉄道株式会社、1926 年、30 頁。『満洲新聞雑誌総覧』満洲公論社、1927 年。浅野虎三郎『大連要覧』1915 年 293 頁。

25)「傅立魚」大連市志弁公室編『人物志』中央文献出版社、2002 年。黎生・蘭升、前掲論文。

26)「本社分館如下」『泰東日報』1915 年 1 月 5 日。

27)「本社分館代派処如下」『泰東日報』1918 年 3 月 5 日。

28)「故阿部社長告別式各界代表弔詞彙録」『泰東日報』1935 年 2 月 24 日。

29)「支那（附香港）ニ於ケル新聞及通信ニ関スル調査」外務省情報部、1924 年 5 月、19 頁と 74 頁（アジア歴史資料センター、B03040870800、新聞雑誌ニ関スル調査雑件／新聞及通信ニ関スル定期調査、外務省外交史料館）。

30) 太田誠「春怨寞々」前掲太田誠編『阿部真言追憶録』114 頁。

31)「阿部真言氏追悼座談会速記録」前掲太田誠編『阿部真言追憶録』23 頁。

32)「関東州及東三省漢字新聞調査表」1920 年 2 月 20 日調（JACAR：B03040888800、新聞雑誌ニ関スル調査雑件／支那ノ部第 5 巻、外務省外交史料館）。

33) 大連市役所編『大連市史』1936 年、750 頁。郭鉄桩・関捷『日本殖民統治大連 40 年史（下）』社会科学文献出版社、2008 年、991 頁。

34) 東亜同文会編『対支回顧録（上巻）』（明治百年史叢書第 69 巻）1968 年、720 頁。

35)『新聞総覧』各年版。

36)『新聞総覧』各年版。1924 年時点の新 5 号には「改鋳中」の注記が付いていた。

37)「新聞雑誌操縦関係雑彙・泰東日報（在大連）ノ部」（JACAR：B03040617300、新聞雑誌操縦関係雑彙／泰東日報、外務省外交史料館）。葛生能久、前掲書、27-28 頁。

38)「泰東日報社社員鍋誠太郎紹介ノ件」1916 年 7 月 25 日起草同 7 月 25 日附外務省政務局長小池張

造発（JACAR：B03040617300）。「泰東日報社社員鍋誠太郎紹介ノ件」1916 年 8 月 1 日起草同 8 月 2 日附外務省政務局長小池張造発（JACAR：B03040617300）。

39) 金子文夫『近代日本における対満州投資の研究』近藤出版社、1991 年。柴田善雅「日本の対『満州』通貨金融政策の形成とその機能の実態」『社会経済史学』43 巻 2 号、1977 年 8 月。波形昭一『日本植民地金融政策史の研究』早稲田大学出版部、1985 年。柳沢遊『日本人の植民地経験』青木書店、1999 年。

40) 黒虎生「満洲現時の漢字新聞界（下）」『満洲評論』第 5 巻第 17 号、1935 年、23 頁。

41) 満洲芸術聯盟「満洲ジャーナリズム批判会記録」『大陸』205 号、1930 年 9 月、61 頁。

42)「婦女専刊徴稿」『泰東日報』1931 年 5 月 24 日。

43)「本報欲向婦女界邁進」『泰東日報』1931 年 7 月 29 日。

44)「報面日語学校啓事」『泰東日報』1932 年 7 月 31 日。

45) ちなみに、「日語小報」の所蔵は 6 月 15 日・29 日の 2 回分しか確認できていない。

46)『泰東日報』から集計したものである。

47)「本報啓事」『泰東日報』1933 年 5 月 2 日。

48) 金子文夫、前掲書。塚瀬進「満州事変前、大豆取引における大連取引所の機能と特徴」『東洋学報』東洋文庫、第 81 巻第 3 号、1999 年 12 月。

49) 塚瀬進、前掲論文、84-88 頁。

50) 篠崎嘉郎『満洲と相生由太郎』福昌公司互敬会、1932 年、347-348 頁。

51) 柳沢遊、前掲書、151-156 頁。

52) 柴田善雅、前掲論文、50 頁。波形昭一、前掲書、459-464 頁。松重充浩、前掲論文「植民地大連における華人社会」。柳沢遊、前掲書、第 3 章。

53) 松重充浩、前掲論文「植民地大連における華人社会」。柳沢遊「『鮮満一体化』構想と寺内正毅・山県伊三郎」国立歴史民族博物館編『「韓国併合」100 年を問う』岩波書店、2011 年、61-62 頁。

54) 菊池貴晴『中国民族運動の基本構造』大安、1966 年。久保亨等編『現代中国の歴史』東京大学出版会、2008 年。

55)「旅順学生援助滬案」『泰東日報』1925 年 6 月 17 日。「大連商業学堂生亦声明無期休校」『泰東日報』1925 年 6 月 18 日。「伏公之女生亦罷課」『泰東日報』1925 年 6 月 23 日。

56)「滬案関係之種種」『泰東日報』1925 年 6 月 24 日。

57)「滬難救済会挙辦、最厳粛之追悼会」『泰東日報』1926 年 6 月 22 日。

58) 前掲「滬案関係之種種」。

59)「滬案救済募捐之現状」『泰東日報』1925 年 6 月 20 日。前掲「滬案関係之種種」。ちなみに、華商公議会が募金活動などに積極的に関与しなかった原因は、李子明の大連華商公議会長改選をめぐる「山東幇」内部紛争が 1925 年 6 月に本格化したことによるものと考えられる（松重充浩、前掲論文「第一次大戦前後における大連」）。

60) 江口圭一『日本帝国主義史論』青木書店、1975 年、173 頁。

61) 前掲、黒虎生「満洲現時の漢字新聞界（下）」。

62) 満洲新聞統制については、詳しく李相哲、前掲書、167-182 頁。

第９章

植民地新聞産業の特徴と東亜日報の経営

李　昌玟
（東京大学大学院・経済学研究科）

はじめに

1919 年 3 月に起きた朝鮮民衆による独立運動の結果、朝鮮総督府はいわゆる「文化統治」を標榜し、朝鮮人による民間新聞社の設立を許可した。それをきっかけにいくつかの民間新聞社が朝鮮人の手によって誕生し、植民地朝鮮では本格的な新聞競争の時代が幕を開けた。そのなかでも資本規模や発行部数においてひときわ目立つ存在だった東亜日報は、金性洙を中心とする蔚山金氏家の資本を基に日本留学派出身の青年知識人たちが中心となって創刊した朝鮮語新聞であった。戦時期に一時廃刊となった東亜日報は、戦後に復刊されて以来、いま現在も朝鮮日報、中央日報とともに韓国の 3 大日刊紙として世論形成を主導している。本章では、このような東亜日報の戦前経営（1920 年 4 月～1940 年 8 月）に焦点を当て、経済史・経営史的な視点から戦前期における植民地新聞産業の特徴を突き止めたい。

これまで東亜日報社が 1975、1985、2000 年に発刊した社史を除き[1)]、東亜日報に注目した最初の本格的な研究は、金炅宅（1999）を挙げることができる[2)]。同氏は東亜日報の創刊メンバーの政治思想について詳細な検討を行った。しかし、分析時期が東亜日報の初期

経営期に限られ、また政治史的な分析に止まっている限界がある。メディア史分野においても東亜日報を分析対象とした研究蓄積があるが、これらから得られる東亜日報の経営に関する情報は断片的なものにすぎない[3]。本章が目指しているように、経済史・経営史的な視点から東亜日報を照明した研究は、金家資本をなしている企業や法人、すなわち中央学校、普成専門学校、京城紡織、三養社、海東銀行などの個別研究において付加的に言及されることが多い。例えば、京城紡織を研究対象としたCarter J. Eckert（1991）と朱益鐘（2008）は、京城紡織における東亜日報の役割について簡略に説明している[4]。京城紡織をめぐる論争、すなわち「帝国の後裔（Offspring of Empire）」対「大軍の斥候（Scout of Large Army）」の論争を繰り広げた2人であったが、東亜日報に関しては2人とも口を揃えて東亜日報が京城紡織製品の宣伝手段であったと評価している[5]。東亜日報に対するこのような説明は大筋として間違っていないが、両方とも具体的な分析は欠けている。他方、金家資本全体において東亜日報の位置付けを試みた研究としては、木村幹（1997）がある[6]。木村は人脈としての東亜日報グループと資本としての東亜日報グループという概念を作り出し、金家資本における東亜日報の役割を資本と人脈の両面から明らかにしようとした。しかし、木村の言う東亜日報グループとは、事実上金家資本そのものを指すものであり、彼が最初に問題意識として提起した東亜日報経営の経済的理由は明らかにされていない。

そこで、本章では、収益的要素と非収益的要素にわけて東亜日報の経営分析を行う。東亜日報経営の収益的要素とは、東亜日報の販売収益と広告収益がいかなる構造をなしていたのかを定量的に検討することである。東亜日報社という企業組織を対象にしたこのような定量分析は、管見の限りこれまで一度も行われたことがない。また、東亜日報経営の非収益的要素とは、Eckert、朱益鐘、木村幹などが論じてきた金家資本と東亜日報の関係をさらに具体化することである。本章で定義する金家資本は、全羅北道古阜郡の蔚山金氏3代、すなわち第1代金尭筴（1832～1909）、第2代祺中（1859～1933）、暻中（1863～1945）、第3代性洙（1891～1955）、秊洙（1896～1979）が、築き上げた土地、教育事業、産業企業、言論機関、銀行などの企業・法人組織である。このような金家資本は植民地朝鮮で朝鮮人が経営した近代事業の最高峰であり[7]、今日までも京紡グループ、三養社、東亜日報、中央中・高等学校、高麗大学校などに継がれている。戦前期の東亜日報の経営は、このような金家資本全体から眺望したときにその経営動機がより鮮明に見えてくるのである。

1　東亜日報の創刊と初期経営

(1) 草創期の東亜日報

1920 年 4 月の創刊から 1940 年 8 月の廃刊（戦後復刊）まで、戦前期における東亜日報の経営は、①草創期（1920 年 4 月～1924 年 4 月）、②革新期（1924 年 5 月～1927 年 10 月）、③安定成長期（1927 年 10 月～1936 年 11 月）、④戦時廃刊期（1937 年 5 月～1940 年 8 月）の 4 つの時期に区分することができる。ここでは、まず 1920 年 4 月の創刊から東亜日報の経営路線における分水嶺となる 1924 年の社内紛争直前までの草創期の東亜日報経営について検討する。

日本留学を終えて朝鮮に帰国した青年金性洙が、最初の投資先として選んだのは私立学校であった。帰国の翌年である 1915 年に金性洙は、財政的な困難に陥っていた名門私立中央学校を引き受けた[8]。一方、第 1 次世界大戦がもたらした景気好況のなかで朝鮮人による会社設立を制限していた会社令が廃止され、1910 年代後半の朝鮮では空前の企業勃興の気運が高揚された。この時期に産業企業への投資に目を向けた金性洙は、1917 年に京城織紐株式会社を引き受け、さらに 1919 年には京城紡織株式会社（現京紡グループ）を設立した。このような金性洙の産業資本への参入は、湖南地方の大地主としてよく知られている蔚山金氏一族の中心投資先が、従来の土地資本から産業資本へ移動していくきっかけとなった。

他方、1919 年 3 月に朝鮮では独立運動が起こり、日本政府はこれまでの植民地政策を見直し、9 月に新任総督斎藤實の赴任とともに朝鮮統治の基本方針を大きく変えた。その 1 つが、「言論・集会・出版等に対しては、秩序と公安維持を妨げない限り、考慮を加えて民意の暢達を期すべし[9]」と、朝鮮人による新聞発行の許可であった。民族系新聞の発行が可能となるにつれ、帰国留学生を中心とした朝鮮人ジャーナリストは活発に動き始めた。毎日申報編集長の李相協もその 1 人であった。新聞制作の経験を持つ数少ない人材の 1 人であった李相協は、湖南地方の大地主の息子としてすでにいくつの産業企業を経営していた金性洙を誘い、民族系新聞社の設立を図った。しかし、李相協から新聞社設立の提案を受けた金性洙は躊躇せざるを得なかった[10]。ジャーナリストの李相協とは違って、金性洙は経営者でかつ投資家であった。時期的にも京城紡織を設立したばかりであるがゆえに、金性洙には投資の余力がなく、産業として新聞業が成り立つかどうかについても確信がなかった。

しかし、李相協が粘り強く説得した結果、金性洙は民族系新聞社の設立に参画することを決めた。当時朝鮮人の言論人と地方有志らが意気投合し、朝鮮総督府に申し出た新聞社設立の申請は 10 件以上であった。もっとも、設立にあたって力量のある記者の確保ができ、資本調達の計画が明確な申請は少なかった。とりわけ、資本調達においてはもっぱら地方有志からの寄付に依存せざるを得なかった。そのなか、すでに京城紡織の設立の際に株式会社の設立を経験した金性洙は、東亜日報の総資本金 100 万円を公募株 2 万株で調達する計画を立てた。当時の朝鮮人は、株式会社の概念を充分に理解しており、実際に多くの朝鮮人が株式会社を設立していた[11]。とはいえ、地主と都市商人のような投資家が好んだ投資先は土地に集中していた。併合直後から近代的民法と商法が制定され、土地調査事業が進むなかで私有財産権がより明確になり、地主制を基盤とする土地資本への投資はもっとも低リスクでかつ高収益を保証する投資先となった。高リスクが高収益につながる（high risk high return）という一般原則から大きく外れた当時の土地資産は、安全資産でありながら企業家精神がなくても高い収益性を保証する圧倒的に有利な投資先であったのである[12]。このことは、当然株式会社における資本調達を妨げる主な要因となった。

金性洙は全国を駆け回って地方有志らに株式の引き受けを呼び掛けたが、計画した 2 万株（1 株 50 円）、総資本金 100 万円の調達までは程遠かった。株式による資金調達が難航した理由は、前述のように土地資産の収益性が高かったことを挙げ得るが、それに加えて新聞社を営利企業としてみなさない世間の認識にもその原因があった。『東亜日報社史』にもその設立趣旨について、「朝鮮民族の主張を代弁する民衆代弁紙[13]」であることを強調しているが、草創期の東亜日報社は企業組織というよりは、むしろ政治闘争を中心とする社会組織に近かった。それがゆえに、株式による資金調達はうまく行かず、初代社長朴泳孝の代りに 1920 年 7 月から第 2 代社長として金性洙が東亜日報社の経営の前面に出ることとなった[14]。金性洙は、資本金を 70 万円に減額し、第 1 回払込金 17 万 5,000 円を確保することに成功した。かくして、1921 年 9 月に東亜日報は正式に株式会社としてスタートすることとなった。株式会社設立という当面の課題を解決した金性洙は、その後、社長の座から退いて取締役の 1 人となり、彼の竹馬の友宋鎮禹が東亜日報の第 3 代社長となった。宋鎮禹社長の下で東亜日報は、機構改編と人事を断行し、組織が徐々に安定していった[15]。

東亜日報の創刊にかかわる 2 つの中心勢力は、資金を提供していた金家資本を中心とする経営者側と新聞制作の実務を担当していた記者側であった。これらの 2 つのグループが

表1　草創期東亜日報の経営者側

職位	名前	留学有無	在職期間	
			初期経営期	初期経営期以後
社長	朴泳孝	無し	1920.4 – 1920.6	
	金性洙	早稲田	1920.7 – 1921.9	1924.10 – 1927.10
	宋鎮禹	早稲田	1921.9 – 1924.4	1927.10 – 1936.11
	李昇薫	無し	1924.5 – 1924.10	
取締役	金性洙	早稲田	1921.9 – 1924.4	廃刊時まで
	宋鎮禹	早稲田	1921.9 – 1924.4	
	張徳秀	早稲田	1921.9 – 1940.8	
	愼九範	日本留学	1921.9 – 1924.4	
	李相協	慶応義塾	1921.9 – 1924.4	
	李　雲	不明	1921.9 – 1924.3	
	金瓚永	日本留学	1921.9 – 1923.8	
	成元慶	日本留学	1921.9 – 1924.4	
	張斗鉉	日本留学	1921.9 – 1924.4	
	鄭在涴	不明	1921.9 – 1923.12	
監査役	玄俊鎬	明治	1921.9 – 1923.10	
	朴容喜	東京帝	1921.9 – 1923.10	
	許　憲	明治	1921.9 – 1924.5	
	張熙鳳	不明	1921.9 – 1925.10	
	李忠健	不明	1921.9 – 1925.10	

注：大学名がわからない場合は日本留学と表記、留学の有無がわからない場合は不明と表記。
出所：東亜日報社『東亜日報社史（巻一）』1975年、262－265頁より作成。

表2　草創期東亜日報の記者側

職位	名前	留学有無	言論社職歴	在職期間
主幹	張徳秀	早稲田、Columbia		1920.4 – 1924.4
論説班	李相協	慶応義塾	毎日申報編集長	1920.4 – 1924.4
	張徳俊	日本留学	平壌日日新聞主幹	1920.4 – 1920.11
	奏学文	早稲田、明治	大阪毎日新聞記者	1920.4 – 1920.6
	金明稙	早稲田	新生活主幹	1920.4 – 1921.2
	朴一乗	早稲田		1920.4 – 1920.4
	金良洙	早稲田	New York三日申報主筆	1922.10 – 1924.5
嘱託記者	李光洙	早稲田		1923.5 – 1923.12
	鮮于全	早稲田		1923.5 – ?

出所：表1に同じ。

力を合わせて東亜日報社を設立し、民族系新聞を無事に発行することに成功したが、新聞社経営をめぐる経営者側と記者側はそれぞれ違う思惑を持っていた。それを検討する前に表1と表2から草創期の東亜日報における経営者側と記者側について見てみよう。まず、目に付くことは、経営者側と記者側の両方とも日本留学の経験者が多い点である。日韓合併を前後に渡日した若い青年たちが、日本で新学問を学び、帰国後には朝鮮の新知識人層をなした。彼らは 1920 年代から朝鮮社会の各分野で頭角を現すが、東亜日報の創刊はその延長線上にあった。

1908 年に 17 歳で渡日した金性洙は、正則英学校を経て 1910 年に早稲田大学政治経済学部に入学した。早稲田大学を卒業して朝鮮に帰るまでの日本留学の 6 年間、湖南地方の大地主の息子だった彼は、朝鮮人留学生の間で後見人的な存在であった。したがって、彼の周りには自然に朝鮮人留学生の人脈が形成された。教育機関（中央学校、普成専門学校）、産業企業（京城紡織）、言論機関（東亜日報）など、後に金性洙が率いる組織の重役を務めた張徳秀、玄相允、崔斗然、梁源模（以上早稲田大）、朴容喜、金俊淵（以上東京帝大）、李康賢（蔵前商工）は皆この時期に知り合った人物である。

こうして形成された金性洙の人脈は、東亜日報を構成するうえで不可欠な政治的財産となった[16]。

金性洙の人脈のなかでも表1と表2で網掛けをしている人物、すなわち宋鎮禹、李相協は東亜日報の創刊においてもっとも重要な人物であるため、少し詳細に説明したい。金家資本をなしていた土地、教育機関、産業企業、言論機関、銀行などの組織は、いずれも金家資本を代表とする専門経営者1人とその経営者を支える専門家のスタッフ1人でペアを組む経営戦略をとっていた。また、いずれの組織においても金家資本が資金調達の役目を果たし、独占的な人事権を握ることでその組織を完全に掌握した[17]。金性洙が1919年に設立した京城紡織は、もともと蔵前商工を卒業した技術者李康賢のアイディアであった。エンジニア李康賢は京城紡織の技術的部門を担当し、金性洙の実弟金季洙が金家資本の代理人として京城紡織の経営者となった。草創期の東亜日報において、京城紡織での経営者金季洙とエンジニア李康賢の組合せに該当するのが、経営者宋鎮禹とジャーナリスト李相協の組合せであった。

ここで金家資本と宋鎮禹、李相協の間における人脈形成過程を簡単に見てみよう。1906年に16歳の金性洙は英学塾で宋鎮禹と初めて出合い、その後2人は一生の親友となる。1909年に金性洙とともに渡日した宋鎮禹は、早稲田大学と明治大学で修学し、帰国してからは金性洙が引き受けた中央学校の校長となり、また東亜日報の第3代、第6代社長を務めた。1924年の社内紛争の結果、社長職から一時的に退いた宋鎮禹は、その後、復帰して以来30年間にわたって東亜日報の社長、顧問などを歴任し、金家資本の代理人として東亜日報を率いた。彼が社長として務めた1927〜36年の間は、東亜日報の経営が安定的な軌道に乗った時期である。草創期の東亜日報において宋鎮禹が経営者側を代表するならば、新聞業のエキスパート李相協は記者側を代表する存在であった。金性洙や宋鎮禹と同じく1909年に渡日した李相協は、慶応義塾大学を卒業し、帰国後は毎日申報の編集長を務めた。普成中学同期として東亜日報の創刊メンバーでもある奏学文とともに李相協は、新聞業を理解していた数少ない朝鮮人エキスパートの1人であった。彼は新聞業に興味を示さない金性洙を何度も説得した末に東亜日報の創刊を導いた人物でもあった。

(2) 革新期の東亜日報

既述の通り、金家資本をなしている組織は、金家資本を代表する経営者とその分野の専

門家がペアを組む経営戦略をとっていた。そして、その経営戦略がもっとも円滑に機能したのは、京城紡織の金季洙－李康賢ペアであった。京都大学経済学部出身の金季洙は、繊維産業については門外漢に近かった。一方、蔵前商工出身の李康賢は彼自身が繊維産業のエキスパートであった。最初に経営実権を握っていたのは、京城紡織の初代支配人李康賢であった。ところが、設立間もなく日本へ工場機器の買い出しに出かけた李康賢は、持っていった会社資金をすべて三品市場に投じ、こうした思惑買いは大失敗に終わった。この損失は、金氏一族の土地を担保に朝鮮殖産銀行から借り入れた資金で穴埋めされたが、その結果、李康賢は支配人の地位を金季洙に譲り、自身は重役として務めることとなった。李康賢自身も、「このことがあった後、会社のこととなれば、全てを捧げる献身的な京紡人となった[18]」と告白するほど、李康賢の負い目が企業組織における専門経営者とエキスパートの間に起こり得るガバナンス問題を円満に解決したのである。

1920 年代初頭に専門経営者－エキスパートの組合せ戦略が円滑に起動し始めた京城紡織とは異なり、同時期の東亜日報はその戦略が機能不全に陥っていた。草創期の東亜日報における専門経営者－エキスパートが、宋鎮禹－李相協ペアであったことは前述の通りである。このペアが本格的に動き出したのは、金性洙が自ら第 2 代社長を務めながら株主募集に成功し、東亜日報が正式に株式会社としてスタートしたとき、すなわち金性洙に次ぎ宋鎮禹が第 3 代社長として任命された 1921 年 9 月からであった。そして時間が経つにつれて経営者側を代表する宋鎮禹と記者側のリーダ格である李相協の間に溝が深まり、経営陣と記者たちの間で対立様相まで帯びるようになった。このような対立は徐々に激しさを増し、やがては 1924 年に 4 月に社長宋鎮禹が退陣し、それと同時に李相協をはじめとする多くの記者が同伴退社することで一段落した。

このような 1924 年の社内紛争は、東亜日報の創刊時からすでにその火種を孕んでいた。1920 年 4 月の創刊にあたって株式公募が低迷するなかで金氏一族の資金が多く投入されたが、それでも 2 万株のうち金性洙自身の保有株数は 1,000 株にすぎなかった[19]。2,000 株を持っていた李雲が最多株式保有者であり、編集局長の李相協が 200 株、初代社長の朴泳孝と副社長の張徳秀がそれぞれ 100 株を保有していた[20]。東亜日報の創刊時に実質的な経営権を握っていたのは金性洙であったが、少なくとも保有株数においては独断的な経営判断を下すことができるとは限らなかった。他方、同時期における編集権は新聞制作の経験がある李相協（元毎日申報編集長）、奏学文（元大阪毎日記者）、張徳俊（元平壌日日新聞主

幹）の 3 人のジャーナリストによって握られていた[21]。経験のある記者が絶対的に足りない時期だけに新聞制作の経験を持つこの 3 人の意見は絶対的なものであった。

資金難に苦しんでいた東亜日報は、創刊翌年の 1921 年に再び株式公募を行うが、この際、創刊当時の 78 名の発起人のなかで 45 人が脱落し、新たに 22 人が加わった。この過程においてもっとも注目に値するのは、湖南銀行をはじめとする湖南地方の有志らが、東亜日報の新しい投資者として加わる点である。このことは、湖南地方の大地主出身の金性洙の立地を強化させることとなった[22]。編集権においても変化が生じた。1920 年 6 月に奏学文が東亜日報を退社し[23]、11 月には張徳俊が中国で取材中に殉職した。その結果、東亜日報の記事や論説において李相協の権限は絶対的なものとなり、李相協は新聞社経営についても介入するようになった。李相協は、ジャーナリストであると同時に有能な経営能力の持ち主でもあった。「朝鮮よりマーケットの広い日本で広告主を探すべき」という李相協の主張に従い、東亜日報社は他社より早く 1923 年から日本の広告市場を開拓し始めた[24]。

もともと李相協は独自的な新聞創刊を目指していたが、資金不足によって夢を叶えることができなかった。李相協は資金提供者として金性洙を選び、彼に伝統的な地方名望家としての資金提供を期待した。すなわち、資金提供の目的があくまで政治的・社会的な名望獲得にあり、経営権を持たない形での寄付であった。しかし、京城紡績の設立を通じて産業資本家として変身した金性洙は、単なる資金提供者に止まらず、むしろ新聞制作の経験がある李相協の専門性を利用して自ら組織をガバナンスすることを望んだ。それゆえ、金性洙は家族同様の宋鎮禹を第 3 代社長に任命し、会社経営における影響力を拡大させようとした。したがって、李相協は事実上新聞製作を 1 人で担当しながらも東亜日報の経営権を掌握することはできなかった[25]。金性洙が経営権を、李相協が編集権をそれぞれ握り、またそれ自体も完全な形態ではなかったため、草創期の東亜日報は常にガバナンスをめぐる問題点を抱えていた。1924 年に起きた社内紛争は、このような金性洙と李相協の間で経営権と編集権をめぐる葛藤が噴出したものであった。社内紛争の表面的な理由として知られている宋鎮禹と李相協の間における不協和音は、実は東亜日報の経営権と編集権をめぐる金性洙と李相協の間における衝突が代理戦として現れたものである。

社内紛争の結果、李相協の退社を契機に新聞製作に関わる一切の主導権を握った金性洙は、東亜日報の経営権の強化を図った。まず、友好的な大株主を結集させ、中小株主と記者の経営参与を封鎖し、人事権を独占的に行使しようとした[26]。また、東亜日報の所有上

表3　東亜日報の大株主の変化

1923年（14,000株）		1927年（14,000株）		1929年（14,000株）	
金性洙	937	金性洙	2,488	金性洙	2,559
慎鏞植	900	慎鏞植	900		
洪増植	410				
張斗鉉	400				
梁源模	340				
成元慶	300				
金瓚永	300				
李　雲	300				
慎九範	297				
高允黙	285				
金鐘弼	200			金鐘弼	200
朴容喜	188				
		金在洙	1,000	金在洙	1,000
		金季洙	836	金季洙	1,236
		林正燁	550	林正燁	550
				金元通	900
				鄭尚好	200

出所：金炅宅「1910･20年代東亜日報主導層の政治経済思想研究」69頁。

の支配権を強化した。1924 年に取締役から退陣した際に、金性洙は引き続き東亜日報の最大株主であったが、主導権を完全に掌握したわけではなかった[27]。表 3 からもわかるように、1923 年現在、金性洙の保有株数は全体 1 万 4,000 株のなかで 937 株と 6.7%にすぎなかった。金性洙と金氏一族の保有株の拡大は、1924 年から 1925 年に集中的に行われた[28]。その結果、1927 年には金性洙をはじめとする金在洙、金季洙の金氏一族の持株数が 30% を超えるようになった。金家資本の流入による東亜日報の所有構造の変動とともに、金家資本による東亜日報の実質的支配が可能になった。とりわけ、1925 年 10 月から 1927 年 10 月までの 2 年間は、金性洙が再び社長に就き、新聞社経営を全面的に立て直した。このように、革新期の東亜日報は、金家資本が東亜日報の経営権と編集権を完全に掌握していく過程であったのである。

2　東亜日報経営の特徴

(1) 安定成長期の東亜日報

1920 年代以後、朝鮮人を読者層とする東亜日報、朝鮮日報、中外日報の 3 社が朝鮮の新聞産業における競争体制を構築した。もっとも、湖南地方の大富豪金家がバックについている東亜日報を除けば、朝鮮日報と中外日報は慢性的な経営難に苦しんでいた。東亜日報

の場合、前述の通り 1920 年代半ばから金家資本が経営権と編集権を掌握したが、朝鮮日報と中外日報の場合、1930 年代までも激しい資本構造の変動と記者の移動が相次いだ。1924 年に東亜日報を退社した李相協が、1926 年に創刊したのが中外日報（後の朝鮮中央日報）であった。しかし、創刊間もなく財政難に陥った中外日報は、休刊と復刊を繰り返し、数回にわたって所有主が変わるなど経営不安定が続いた。一方、東亜日報とともに 1920 年に創刊された朝鮮日報も初期経営期には、中外日報と同じく深刻な財政難に陥っていた。しかし、育英、造林、干拓事業など幅広く事業領域を拡大していた実業家の方應謨が、1932 年に朝鮮日報を引き受けてからは慢性的な経営難から脱皮し始めた。1933 年に株式会社へ転換した朝鮮日報は、第 9 代社長として就任した方應謨の手腕によってその経営が徐々に安定していった。かくして、経営権と編集権が新聞社の所有主に集中していた東亜日報と朝鮮日報は、所有主の言論観が新聞の論調にまで影響を与えるようになった[29]。

東亜日報と朝鮮日報を中心とする新聞社間の競争が激しさを増していったが、朝鮮の新聞市場自体は決して新聞社にとって良好な環境ではなかった。当時、朝鮮の新聞市場が抱えていた問題点としては、①文盲による読者層の不足、②商工業の未発達による広告市場の狭隘さ、③朝鮮総督府の言論統制などが挙げられる[30]。これらは当時の朝鮮の新聞社が共通的に抱えていた問題点であった。では、東亜日報社はこのような問題点に対し、いかに取り組み、また発展、成長していったのか。

まず、 文盲による読者層の不足の問題点から見てみよう。低い識字率は新聞購読者の確保に困難を招き、最終的には販売収益の伸び悩みにつながる。1928 年の朝鮮総督府調査によると、朝鮮でもっとも高い販売部数を誇る 3 つの新聞、すなわち東亜日報（朝鮮語、4 万 868 部）、毎日申報（日本語、2 万 3,926 部）、朝鮮日報（朝鮮語、1 万 8,320 部）を全部合わせても販売部数は 9 万部を下回り、海外販売を入れても 10 万部前後にすぎない。100 万部単位の日本の新聞に比べれば、文字通り桁が違うのである。こうした状況は新聞販売競争が本格化する 1930 年代にも基本的に変わることはなく、表 4 からもわかるように、各新聞社当たり販売部数が、10 万部を超えることはなかった[31]。このような問題点にもっとも積極的に取り組んだのが東亜日報であった。

東亜日報社は 1931～34 年間に 4 回にわたって全国的に文盲退治運動を展開した。1870 年代にロシアの知識人層が農村地域に繰り広げたブナロード（в народ）運動の影響を受けたため、この運動は 3 回まではブナロード運動と呼ばれたが、4 回目は農村啓蒙運動と呼

表4　1930年代の植民地朝鮮における新聞販売部数

	朝鮮日報		東亜日報		中外日報（朝鮮中央日報）		毎日申報	
	朝鮮内	海外	朝鮮内	海外	朝鮮内	海外	朝鮮内	海外
1930	23,486	2,000	37,802	7,030	14,267	272		
1933	49,945	10,017	29,341	5,301	18,194	2,018	27,119	2,493
1934	38,653	6,404	52,385	10,248	24,541	4,793	27,400	581
1935	43,118	7,768	55,923	12,879	25,505	4,302	30,937	495
1936	60,626	12,260	31,666	3,728	32,782	4,768		
1937	70,981	11,373	55,783	6,217			44,600	897
1939	59,394	7,595	55,977	10,156			95,936	2,663

注：海外販売部数は日本と諸植民地（台湾、樺太、満州など）を含む数値である。
　　朝鮮日報の販売部数は過大評価、他社の販売部数は過小評価された可能性がある。
出所：朝鮮日報社『朝鮮日報60年史』1980年、243頁。

び名が変わった。そして、文盲退治運動の中心活動は朝鮮語普及であった。「2,000 万の人口の中で 8 割の 1,600 万の文盲者を対象に文盲打破と国文普及をすべく[32]」、東亜日報社は全国から受講生を集めて講習会を開くなど朝鮮語普及に力を入れた。このような東亜日報社の文盲退治運動について、世間からは「文字普及運動は潜在的な読者層を開発する単なる販売戦略にすぎない[33]」との批判もあったが、言論機関としての東亜日報に対する評判は全般的に肯定的であった。文盲退治運動は、読者層の拡大という切迫した先決課題の解決策でもあったが、他方では企業イメージの構築という付随的な効果も期待できた。朝鮮民衆の代弁紙を自任する東亜日報社にとって、このような社会運動は好感度をアップさせる良い企画であった。

次に、商工業の未発達による広告市場の狭隘さの問題点である。新聞社の収益構造は、大きく販売収益と広告収益にわけて考えることができる。低い識字率は販売収益の成長限界を意味するため、朝鮮の新聞社は当初から広告収益の重要性を認識していた。当時、欧米の新聞社の場合、年間総収入のなかで広告収入の方が販売収入の 2 倍になるのが一般的であり、日本の新聞社も広告収入と販売収入がほぼ同額であった。しかし、朝鮮の新聞社は、広告収入が販売収入を大きく下回っていた[34]。新聞広告を利用して宣伝活動を行うほど資本規模が大きい企業や消費財の生産・流通・販売に関わる企業が朝鮮には少なかった。百貨店を中心に化粧品や衣類などの消費財広告が多い日本とは、その事情が異なったのである。そこには、産業構造上の問題点もあった。1930 年代半ばまで工場数でトップの座を占めていた朝鮮の工業は、籾摺・精米工業であった[35]。籾から玄米や白米へ加工した米を日本に輸出し、日本からは生産財や消費財を輸入する貿易構造が形成されたため、朝鮮では新聞広告主となり得る消費財工業が発達できなかった。1923 年に日本の広告市場に進出

表5　東亜日報と朝鮮日報における広告行数

	東亜日報				朝鮮日報			
	朝鮮商品		日本商品		朝鮮商品		日本商品	
1923	419,634	63.90%	237,214	36.10%				
1924	326,117	51.20%	311,365	48.80%				
1925	302,672	40.30%	449,293	59.70%				
1926	325,593	44.80%	401,267	55.20%	397,338	50.80%	384,247	49.20%
1927	453,976	47.90%	492,834	52.10%	342,341	43.00%	452,915	57.00%
1928	352,202	35.90%	627,804	64.10%	255,491	43.70%	328,855	56.30%
1929	415,558	38.90%	652,932	61.10%	437,901	52.50%	395,769	47.50%
1930	299,034	44.40%	374,901	55.60%	481,603	45.00%	587,987	55.00%
1931	319,646	36.30%	562,022	63.70%	416,084	42.00%	573,972	58.00%
1932	452,292	43.40%	590,782	56.60%	294,556	49.80%	297,343	50.20%
1933	533,647	42.10%	734,453	57.90%	336,136	52.90%	299,711	47.10%
1934	564,479	33.20%	1,136,000	66.80%	444,677	30.60%	1,007,643	69.40%
1935	752,668	36.90%	1,289,356	63.10%	732,390	32.70%	1,506,187	67.30%

出所：日本電報通信社『新聞総覧』1924～1936年版より作成。

した東亜日報は、他社よりも早くこの問題点に取り組んでいた。表5からもわかるように、東亜日報は 1925 年を境に朝鮮商品より日本商品の広告分量が一貫して多かった。東亜日報が朝鮮商品の愛用を呼び掛ける物産奨励運動を展開しながらも、他方では東京と大阪の企業広告を掲載するという、ある意味矛盾する戦略をとった背景にはこのような朝鮮の広告市場の事情があったのである。

表6　東亜日報の停刊と押収記事件数

年度	押収記事	期間	処分
1920	21	9.25～1.10（108日間）	無期停刊
1921	17		
1922	16		
1923	16		
1924	68		
1925	73		
1926	39	3.6～4.21（47日間）	無期停刊
1927	53		
1928	32		
1929	27		
1930	37	4.16～9.2（140日間）	無期停刊
1931	15		
1932	7		
1933	16		
1934	40		
1935	12		
1936	10	8.29～6.2（278日間）	無期停刊
1937	4		
1938	3		
1939	5		
1940	1	8.1	廃刊

出所：前掲『東亜日報社史（巻一）』483－494頁より作成。

最後に、朝鮮総督府の言論統制の問題点である。表6からもわかるように、創刊から廃刊までの20年間にわたって東亜日報は、朝鮮総督府から4回の無期停刊の処分を受け、多いときは押収記事が70件を超える年もあった。停刊期間が長くなればなるほど、当然新聞社の収益構造は悪化する。しかし、朝鮮総督府から停刊指示を受け、記事を押収されることが必ずしも新聞販売に悪影響を与えたわけではなかった。それは、植民地の民族系新聞ならではの特徴でもあった。雑誌『東光』の1931年12月号の「新聞批判特集」には、「朝鮮の新聞は民族主義を標榜しなければ成功できない。（中略）政府機関紙よりは政府に反対する新聞が売れ行きがいい。（中略）1920 年代には新聞社が競い

合って押収記事を生産[36)]」したとの記述が登場する。東亜日報も 1920 年代半ばに押収記事がもっとも多かったことが表 6 から見てとれる。朝鮮の新聞社にとって朝鮮総督府との関係は、御用新聞のように近すぎるものでもなければ、反政府紙のように遠すぎるものでもない適当な距離が要求された。新聞社の経営者から見れば、朝鮮人読者を引き付けるためには、無期停刊にならない程度で朝鮮総督府とある程度の緊張関係を維持する必要があった。とりわけ、独立運動の直後であり、新聞社間競争の時代が始まる 1920 年代は新聞記事をめぐる朝鮮総督府との駆け引きがもっとも重要であった。

(2) 東亜日報の経営 —— 収益的要素 ——

これまで戦前期（戦時期を除く）の朝鮮の新聞市場が抱えていた問題点、すなわち①文盲による読者層の不足、②商工業の未発達による広告市場の狭隘さ、③朝鮮総督府の言論統制に対して東亜日報がいかなる経営戦略をとっていたのかについて検討した。ここでは、定量分析を通じて東亜日報の経営戦略の効果を測定してみよう。そのため、以下のように同時方程式による東亜日報社の収益構造モデルを構成した。

$$\mathrm{rev}_t = \alpha_1 + \alpha_2 \mathrm{pri}_t + \alpha_3 \mathrm{adv}_t + \alpha_4 \mathrm{sal}_t + \alpha_5 \mathrm{cen}_t + u_t$$
$$\mathrm{sal}_t = \beta_1 + \beta_2 \mathrm{dev}_t + \beta_3 \mathrm{ill}_t + v_t$$
$$\mathrm{adv}_t = \gamma_1 + \gamma_2 \mathrm{kor}_t + \gamma_3 \mathrm{jpn}_t + \mu_t$$

rev:　東亜日報社の総収入
pri：1 か月購読料実質値、実質料金＝名目料金/GDP deflator(1935=100)
adv:　広告収入
sal:　販売収入
cen:　朝鮮総督府による押収記事件数
dev:　商工業の発達程度
　①製造業産額 / 全産業
　②卸売業産額 / 全産業
　③（全産業産額－農林水産業の産額）/ 全産業
ill：文盲率
　①公立普通学校の生徒数
　②（人口増加をコントロールするために）人口対比学生比率
kor:　朝鮮商品の広告
jpn：日本商品の広告

表7　東亜日報の総収入

推定式 $rev_t = \alpha_1 + \alpha_2 pri_t + \alpha_3 adv_t + \alpha_4 sal_t + \alpha_5 cen_t + u_t$

	2SLS			3SLS		
	Model1	Model2	Model3	Model1	Model2	Model3
cons	-1.76	-1.58	-1.11	-2.56	-2.11	-2.39
	-2.97	-2.68	-2.34	-2.1	-1.8	-2.03
pri	41.34	38.37	31.6	52.11	45.67*	49.67
	-44.17	-39.7	-34.75	-32.64	-28.41	-29.93
adv	0.46***	0.46***	0.45***	0.47***	0.47***	0.47***
	-0.06	-0.05	-0.04	-0.05	-0.04	-0.04
sal	0.71***	0.70***	0.67***	0.76***	0.73***	0.75***
	-0.17	-0.15	-0.13	-0.12	-0.11	-0.11
cen	-0.02***	-0.02***	-0.03**	-0.06**	-0.06**	-0.05**
	-0.01	-0.01	-0.12	-0.021	-0.01	-0.02

以下、その推定結果を確認してみよう。表 7 からは東亜日報の総収入構造がわかるが、広告収入より販売収入の弾性値が高いことから、東亜日報の収入構造が広告収入より販売収入に依存的であることが読み取れる。また、押収記事の件数と東亜日報の総収入が統計的に有意な負の相関関係を持っていることから、押収記事が増えるとそれが新聞社経営の圧迫要因となったことが推測できる。予想から外れたのは、実質価格の新聞購読料と総収入が正の相関関係として推定されたことである。東亜日報の名目購読料は 1920 年に比べて 1937 年には 2 倍（1920 年 60 銭→1937 年 1 円 20 銭）、実質購読料は同期間に 2 倍以上（1920 年 0.44→1937 年 1.07）上昇した。新聞購読料の上昇は、新聞販売部数と販売収益の減少につながることが考えられるが、新聞読者層が新聞から得られる情報に対する評価額が高ければ高いほど、新聞購読料の変化に読者は鈍感になることもある。要するに、プライスに非弾力的な消費者となるのである。ただし新聞購読料と総収入の相関関係が統計的に有意ではないため、その解釈には注意を払う必要がある。

新聞収入を構成する両輪が販売収入と広告収入であることはすでに述べたが、そのなかで販売収入は新聞読者層の性質とも深い関係がある。表 8 の販売収入の推定結果を見れば、製造業と卸売業の発達程度をそれぞれ表す変数と東亜日報の販売収入が、負の相関関係にあることがわかる。農林水産業を除いたすべての産業の産額と販売収入との間にも負の相関関係が見られた。他方、東亜日報が農村部を中心に文盲退治運動を繰り広げたことは既述したが、識字率と新聞販売収入の関係を見てみよう。ここでは公立普通学校の生徒数を識字率の代理変数として利用した。ところで、生徒数の変化のなかには自然人口増加効果も入っているため、人口増加をコントロールしたもう 1 つの変数を使って推定を行う必要がある。それぞれの変数に対する推定結果は、表 8 の通りである。ここからわかるように、

表8　東亜日報の販売収入

推定式 $sal_t = \beta_1 + \beta_2 dev_t + \beta_3 ill_t + v_t$

	2SLS			3SLS		
	Model1	Model2	Model3	Model1	Model2	Model3
cons	5.17	10.94**	10.94**	4.52*	7.79***	30.92**
	-3.1	-4.29	-4.29	-2.64	-3.28	-6.37
dev(1)	-0.63*			-0.37*		
	-0.3			-0.2		
dev(2)		-1.01**			-0.74*	
		-0.38			-0.23	
dev(3)			-1.08**			-0.85*
			-0.19			-0.36
ill(1)	1.19***	1.08***		0.98***	1.15***	
	-0.24	-0.19		-0.1	-0.2	
ill(2)			1.38***			1.58***
			-0.19			-0.31

表9　東亜日報の広告収入

推定式　$adv_t = \gamma_1 + \gamma_2 kor_t + \gamma_3 jpn_t + \mu_t$

	2SLS			3SLS		
	Model1	Model2	Model3	Model1	Model2	Model3
cons	0.23	0.23	0.23	0.26	0.32	0.28
	-2.8	-2.8	-2.8	-2.17	-2.47	-2.21
kor	0.31	0.31	0.31	0.3	0.29	0.29
	-0.31	-0.31	-0.31	-0.21	-0.25	-0.22
jpn	0.57*	0.57*	0.57*	0.58***	0.58***	0.59***
	-0.18	-0.18	-0.18	-0.13	-0.13	-0.13

文盲率が低ければ低いほど販売収入は伸びる関係にある。また、人口増加分を除いた人口対比生徒数を文盲率の代理変数として用いた場合、販売収入との正の相関関係がさらに明確になることも確認できる。

続いて表９から広告収入構造を確認してみよう。新聞紙面の広告行数と広告収入は基本的に正の相関関係にある。それは朝鮮商品も日本商品も同様である。ところが、朝鮮商品と日本商品のおのおのの広告収入に対する弾性値を見れば、日本商品の方が朝鮮商品より高いことがわかる。これは単純に言えば、日本商品の広告が朝鮮商品より収入に大きく響くことを意味する。

これまでの推定結果をまとめれば、以下のようなインプリケーションが得られる。通常新聞業の主な収入源は広告収入であるが、東亜日報の収入構造においては販売収入が広告収入より重要であった。したがって、経営上の収益最大化を達成するために停刊回数と押

収記事を減らすことが重要であり、東亜日報の経営安定期には朝鮮総督府を刺激する記事が減少した。従来、言論の変質として批判されたこのような記事の穏和化は、経営戦略において必要不可欠な行為であったのである。一方、識字率を引き上げて潜在的な新聞読者層を確保するために、東亜日報は朝鮮語普及運動を活発に展開した。一般に、民族啓蒙運動として知られているこの文盲退治運動は、東亜日報社の経済合理的な経営戦略としても評価できる。最後に、朝鮮商品より日本商品の広告の収益性が高く、そのため東亜日報は日本の広告市場の開拓に力を入れた。

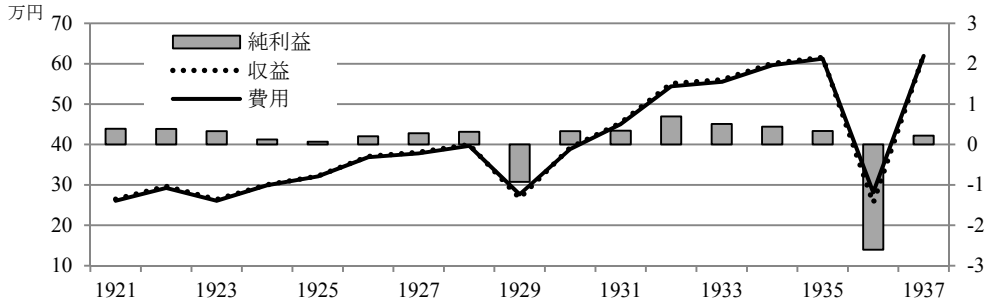
3　金家資本と東亜日報

(1) 金家資本の形成過程

これまでは、社会運動ではなく営利企業としての東亜日報を強調し、その経営戦略における特徴を検討した。しかし、次の図 1 を見れば、若干の違和感を覚える。なぜなら東亜日報社はほぼ毎年プラスの純利益を出してはいたが、その額は 1 万円（右軸）に至らないほど少なかったからである[37]。長いタイムスパンで見れば、収入と費用はほぼ重なり、東亜日報社はいわゆる儲かる事業体ではなかった。なぜ金家資本は、収益性の低い東亜日報社を最後まで系列組織から切り捨てなかったのか。このパズルを解くカギは、金家資本との関係のなかで東亜日報の経営動機を究明することにある。

全羅北道古阜郡の大地主だった蔚山金氏一族は、伝統的な意味での両班の範疇からは外れたものであった。金氏一族は古阜郡に数百年もの長期にわたって土着してきた典型的な

図 1　東亜日報社の純利益



出所：前掲『東亜日報社史（巻一）』405 頁より作成。

地主名望家ではなく、近代に入ってから朝鮮社会の大きな変化のなかで生まれた新興地主であった[38]。金性洙の祖父金堯筴が生まれた 19 世紀初頭までも金氏一族は富豪ではなかった。金堯筴が古阜に移住した 1850 年代を起点に、金氏一族は湖南地方の大地主として相当の蓄財に成功した。とりわけ、1880 年代から 1900 年代にかけて金堯筴と長男祺中、次男暻中の所有土地は急速に増え続け、日韓併合時にはすでに巨大地主として成長していた。1911 年の『時事新報』に掲載された朝鮮の 10 大資産家には金暻中の名前も入っているが、彼を除外すれば他は皆王族や貴族、政府高官、鉱山業を営んでいた名高い実業家などであった[39]。このように、短期間で金氏一族が急速に成長した理由としては、第 1 に、小作料収入の再投資による土地拡大と、第 2 に、土地購入の時期の適切さなどが挙げられる[40]。また、蓄財過程において金氏 3 父子が権力を適切に利用したという評価もある。金堯筴（1872 年）、金祺中（1888 年）、金暻中（1898 年）は、順次に郡首などの地方官吏に就任するが、それは官吏試験を通過した結果ではなかった[41]。李朝末期には財物で官職を売買することが暗々裏に行われていたが、このような方法で官職に進出した金氏 3 父子は、大地主として成長できる有利な基盤を築いたのである。

第 1 世代金堯筴、第 2 世代祺中、暻中兄弟によって朝鮮の代表的な大地主として成長した金氏一族は、第 3 世代性洙、季洙兄弟によって土地、教育機関、産業企業、銀行などの事業多角化に成功し、戦後の湖南財閥としての礎を築いた。金性洙と金季洙は実兄弟であったが、長男性洙が伯父祺中の養子となったため、家系図上には従兄弟の続柄であった。日本留学を終えて帰国した兄弟は、それぞれ新事業に進出し、金家資本を拡大、発展させた。まず、教育事業と産業企業に進出したのは兄性洙であった。金氏一族が土地以外の分野に進出したのは、教育事業が初めてであった。一方、帰国後京城紡織の常務として働いていた弟季洙は、金家の土地を整理し、それを基に 1924 年に三水社（現三養社）という会社を設立し、長城農場を開設するなど土地資本をさらに拡大した。その後も金季洙は、咸平（1931 年）と海里（1936 年）地域に干拓事業を推進するなど事業家として卓越な能力を発揮した。兄性洙より事業感覚が優れた弟季洙は、1935 年には兄が設立した京城紡織の社長となり、1937 年には満州で天一農場、盤石農場を開設し、1938 年には南満紡績の社長に、1940 年には朝鮮紡績の理事長になるなど、金家資本のなかで土地資本と産業企業を率いる存在となった。かくして、1930 年代半ばには、兄性洙が教育事業と言論機関を、弟季洙が産業企業と土地資本を率いる形で金家資本の運営方式が定着した。

このような金家資本にとって政府の国策銀行である朝鮮殖産銀行が、メインバンクの機能を果たしていた。とりわけ、京城紡織は朝鮮殖産銀行から特恵融資を受けることが多かった。とはいえ、「朝鮮の産業開発に関する金融上の使命を遂行する」という明示的な目標の下で設立された朝鮮殖産銀行だけに、銀行経営においては政府から厳格な監督を受けていた[42]。そのため、金家資本は、政府の息がかからない機関銀行を保有することを常に願っていた。 そのなか、1920 年の設立以来、経営不安定が続く海東銀行に目を向けた金季洙は、1927 年に海東銀行の代表取締役に就任した。その後、金季洙は海東銀行の資本金を 80 万円に増資し、最多株式を保有する金家資本が海東銀行の経営権を支配することで系列銀行を手に入れた。海東銀行は、中央学校、東亜日報、京城紡織の預金を吸収し、これらに関わる商工業者に対する貸出を独占したため、破綻寸前から再建に成功した[43]。かくして、土地、教育事業、産業企業、言論機関、銀行を含む金家資本が完成し、終戦後も（北朝鮮と満州に残された事業体を除き）韓国の代表的な財閥家門として成長するようになった。

(2) 東亜日報の経営 —— 非収益的要素 ——

金家資本のなかから東亜日報の位置づけを捉え直すことは、最初の問いかけ、すなわち、なぜ金家資本が収益性の低い東亜日報を最後まで切り捨てなかったのかに対する答えとなる。結論を先取りすれば、金家資本にとって東亜日報の経営動機は、社会に対する宣伝手段と政府に対する交渉手段を保有することにあった。また、それは金家資本の核心企業であった京城紡織の経営を後方支援する有効な方法として意味があった。

まず、第 1 に、社会に対する宣伝手段としての東亜日報である。1919 年の独立運動以後、朝鮮では知識人層が中心となり、朝鮮産工業製品の愛用を呼び掛ける物産奨励運動が広まった。もともとこの運動は、曹晩植を中心とする自作会が主軸となり、1920 年 7 月 20 日に平壌で朝鮮物産奨励大会を開いたことから始まった。1920 年代の社会主義思想の浸透とともに拡大していった物産奨励運動は、一部の都市で消費組合をはじめとする多数の朝鮮人企業を誕生させ、その後、全国的に普及していった。日常用品において国産品を愛用することを唱えたこの運動は、とくに衣服とその材料となる布の国産品愛用が中心となった。

京城紡織は、この物産奨励運動の最大の受益者であった。それを説明する前に 1920 年代の京城紡織の状況について簡単に触れておきたい。当時の京城紡織は新生企業として、

すでに朝鮮に進出していた日本企業に比べ、ブランドの知名度は低く、全国的な販売網も備えていなかった。例えば、京城紡織より先に操業を始めた朝鮮紡織は、東洋綿花に販売を委託していた。東洋綿花は、日本経済圏全体にわたる綿花の購買網と綿布の販売網を構築しており、朝鮮紡織は別途に販路を開拓する必要がなく、販売代金の回収にも困難がなかった。一方、京城紡織の製品は東洋綿花のような巨大商社はもちろん、朝鮮内の呉服店からも敬遠されていた。京城紡織の製品は、品質はもちろんブランドの知名度が低かったためであった[44]。京城紡織の経営陣は、朝鮮人にさえ人気のない自社製品に頭を抱えていた[45]。このような状況のなかで全国的に繰り広げられた物産奨励運動は、繊維産業の後発者である京城紡織にとって自社ブランドを知らせる絶好のチャンスであった。

京城紡織の経営陣は、「民族企業」というキーワードを作り出し、物産奨励運動に便乗した形で民族的情緒に訴え始めた。京城紡織は物産奨励運動の積極的な支持者となり、東亜日報を通じて京城紡織が純粋な「民族企業」であることを広報し始めた。1923 年から京城紡織は東亜日報の広告欄に「朝鮮人には、朝鮮の廣木を[46]」や「朝鮮を愛する同胞なら、布から朝鮮産を」との標語を掲載した。またソウル市内の呉服店をめぐり、京城紡織の製品は日本産に比べて粗末ではあるが、朝鮮人の生活習慣や嗜好に合うものであると宣伝し続けた。このように、京城紡織は自社ブランドの知名度を上げるために東亜日報を積極的に活用した。1923 年 8 月 8 日付の東亜日報には、京城紡織の代表的な銘柄である「三星」と「三角山」の広告文が載っている。

「京城紡織で製造する廣木には三星と三角山の 2 種類があります。三星は最上品として織製が精密し生地が堅実であるため普通の廣木より 4〜5 回も多く洗濯することができます。（中略）三角山は汎用として織造されたため同種の他製品より安価で衣服をはじめその活用がもっとも多様な製品です[47]。」

ブランドの認知度を高める宣伝活動とともに、京城紡織は東亜日報を通じて日本製品の輸入を牽制した。1928 年 1 月 23 日付の東亜日報を見ると、「（前略）従来、5 千万円もの大金が毎年廣木購入費用として朝鮮から日本へ流れていくことを考えれば、京城紡織の廣木は個人の利益はもちろん民族経済の利益にもなります[48]」と、京城紡織が「民族企業」として輸入代替工業を通じて朝鮮経済の自立を目指していることを強調している。京城紡織は、このような愛国心マーケティングの効果を高めるべく、朝鮮語や朝鮮人に親しい名前のブランドを次々と発表した。「三星」と「三角山」の次に、京城紡織は「太極星」を

開発し、その後も朝鮮の風俗を象徴する朝鮮的なイメージの商標を開発した。そして、次々と登場する新ブランドは、例外なく東亜日報での広告を通じて大衆に紹介された。

第2に、政府に対する交渉手段としての東亜日報である。地主から出発した金家資本であるがゆえに、株式公募とはいえ京城紡織と東亜日報の設立資金は、金祺中、暻中の土地資本に負うところが大きかった。しかし、金家資本の核心事業である京城紡織を中心に、資金調達の方法は 1930 年代に土地から総督府系資金へと切り替わった。機関銀行として海東銀行が短期資本調達に利用される一方で、長期資本調達は朝鮮総督府の政策銀行であった朝鮮殖産銀行に依存していた。1940 年の時点で京城紡織が、朝鮮殖産銀行と満州における同様の機関である満州興業銀行から受けた融資は 4,200 万円にも達した。この金額は「朝鮮人はもちろん、日本人たちの間でも、このような巨額な融資を受けることのできるものは、誰一人いなかった[49]」と言われるほど例外的であり、それほど京城紡織の経営陣と朝鮮総督府の関係は格別であった。朝鮮総督府と京城紡織の特殊な関係に注目した Eckert は、京城紡織の成長が植民地政府の庇護の結果であるという意味から、「帝国の後裔（offspring of empire）」という表現を使った。では、なぜ朝鮮総督府は京城紡織に特恵を与え続けたのか。

間違いなくその理由の 1 つは、金家資本が朝鮮で最大の販売部数を誇る言論機関、すなわち東亜日報を所有しているためであった。東亜日報は 1921 年 9 月 23 日付の社説を通じ、朝鮮総督府が朝鮮経済の主導権を日本人に渡すような経済政策を実施している、と強く批判した[50]。同時期の朝鮮では、朝鮮人製造業に対する補助金問題が話題となったが、東亜日報は日本人企業だけでなく朝鮮人企業にも補助金を与えるべきだと主張しつつ、具体的には京城紡織に補助金を交付するように強く訴えた。物産奨励運動が普及していく時期だけに東亜日報は広告面では京城紡織の製品を宣伝する一方で、社説面では京城紡織が補助金を受けるように政府に迫っていたのである。翌年から朝鮮人製造業も補助金を受けることとなったが、1922 年 6 月 11 日付の東亜日報には次のような記事が登場する。「工業会社の朝鮮における産業上、経済上の重大さを鑑みれば、政府の特別保護は当然のことであろう。日本人資本家が釜山に設立した朝鮮紡織会社に対して総督府は株主配当の年率 7%にまで補助金を交付することとしたが、同種企業である京城紡織会社にも朝鮮紡織と同じく補助金を交付することは当然であろう。（中略）当局と交渉し申請書を提出したが、（京城紡織に：引用者）補助金が交付されれば、この会社の基礎はさらに堅実になるであろう[51]」。

ここからもわかるように、東亜日報の朝鮮総督府に対する主張や要求は露骨に京城紡織という社名を挙げて行われた。朝鮮総督府の京城紡織に対する特別待遇は、金家資本が東亜日報を通じて朝鮮の世論を主導し、朝鮮総督府を迫っていたため可能であったのである[52)]。

おわりに

1920 年 4 月に創刊された東亜日報は、植民地朝鮮においてもっとも有力な日刊紙として朝鮮の世論形成に大きな影響を及ぼした。後に湖南財閥と呼ばれる金家資本の系列企業であった東亜日報社は、創刊から 3～4 年間の草創期を除けば、その経営自体は終始安定的であった。企業組織としての東亜日報と社会組織としての東亜日報が衝突する草創期には、民族系新聞社の存在意義をめぐる内紛が続いた。創刊時の東亜日報は、企業組織というよりは社会組織に近かった。

1919 年 3 月に発生した独立運動をきっかけに、朝鮮総督府は朝鮮人による民族系新聞の創刊を許可した。それを受けてジャーナリスト李相協は、湖南地方の青年富豪金性洙を誘い、東亜日報社を設立した。しかし、東亜日報の経営路線をめぐってジャーナリスト李相協と経営者金性洙の間に亀裂が生じ、草創期の東亜日報は不安定な経営が続いた。経営者側と記者側の葛藤の末に李相協と多くの記者が退社し、その後、東亜日報は金家資本の系列会社として再編された。それは、金家資本が東亜日報の完全な経営権と編集権を握っていく過程であった。このような革新期を経た東亜日報は、第 3 代宋鎮禹社長の就任とともに安定成長期に入った。

安定成長期の東亜日報は、朝鮮の新聞市場が抱えていた問題点、すなわち文盲による読者層の不足、商工業の未発達による広告市場の狭隘さ、朝鮮総督府の言論統制などの問題に直面した。これに対し、東亜日報は文盲退治運動を繰り広げ、潜在的な読者層を拡大し、「民族企業」という企業イメージを構築した。また、日本の広告市場を開拓することで狭い朝鮮の広告市場から脱皮しようとした。そして、会社の収益率を損なわない範囲で朝鮮人読者に好まれる反政府的な論調の記事を生産した。このような努力は、東亜日報の経営を安定化させ、東亜日報は朝鮮でもっとも販売部数の多い日刊紙となった。

しかし、金家資本全体から見る限り、東亜日報はそれほど収益性の高い事業体ではなかった。純利益は少なく、やっと赤字経営を免れるほどの水準であった。それにもかかわら

ず、金家資本が東亜日報社を切り捨てることはなかった。金家資本にとって東亜日報は、社会に対する宣伝手段であり、政府に対する交渉手段でもあった。それは金家資本の核心企業だった京城紡織の経営を後方支援する有効な方法として意味があった。物産奨励運動に便乗した京城紡織の愛国心マーケティングは、東亜日報の広告を利用した自社製品を宣伝活動として現れた。また、資金調達において政府補助金と国策銀行からの融資に依存する部分が大きかった京城紡織は、東亜日報の社説を通じて政府に自らへの支援を繰り返し迫っていた。このように、金家資本における東亜日報の経営動機は、金家資本をなしている他の企業・法人との全体関係を視野に入れることでより鮮明になるのである。

注

1) 東亜日報社『東亜日報社史』（韓国語）1975 年；東亜日報社『東亜日報史』（韓国語）1985 年；東亜日報 80 年史編纂委員会『民族とともに 80 年』（韓国語）2000 年。
2) 金炅宅「1910～20 年代の東亜日報主導層の政治経済思想研究」（韓国語）延世大学大学院博士論文、1999 年。
3) 例えば、イギョンスク「日帝下民間紙資本の性格に関する研究」（韓国語）梨花女子大学大学院修士論文、1982 年；イミンジュ・ヤンスンモク「日帝時代の言論研究の位相と動向」（韓国語）韓国言論学報、第 50 巻、第 6 号、2006 年；ソンジュヒョン「1930 年代以後朝鮮語新聞の構造的変化と記者の動向－東亜日報と朝鮮日報を中心に」（韓国語）韓国民族運動史研究、第 58 巻、2009 年。
4) Carter J. Eckert, *Offspring of empire: The Koch`ang Kims and the colonial origins of Korean capitalism, 1876~1945* Univ. of Washington Press, 1991（エカート著・朱益鐘訳『帝国の後裔』（韓国語）青い歴史、2008）；朱益鐘『大群の斥候』（韓国語）青い歴史、2008 年。
5) エカート、前掲書、105 頁；朱、前掲書、196-200 頁。
6) 木村幹「日本統治期における韓国民族運動と経済の論理－東亜日報グループ研究」国際協力論集、第 5 巻、第 2 号、1997 年。
7) 朱、前掲書、20 頁。
8) 私立学校の引き受けを投資として見るべきかどうかについては異見があるかも知れない。しかし、金性洙の学校引き受けは従来の地元有志のそれとは大きく異なる点がある。第 1 に、従来の地元有志は単なる資金提供者であったが、金性洙は資金を提供した学校の人事権を握り、校長や理事に側近を配置した。第 2 に、従来の地元有志の学校投資の目的が名望獲得にあるとしたら、金性洙の投資目的は金家資本全体の資本と人材のプールとして学校を有機的に活用することにあった。詳細については、木村、前掲論文を参照されたい。
9) 前掲『東亜日報社史』65 頁、斎藤實総督訓示より。
10) 前掲『民族とともに 80 年』94 頁。
11) 1876 年の開港以来、朝鮮の開港場を中心に日本商人、中国商人、西洋商人の商会社が続々と設立され、朝鮮人はこれらの企業形態を観察する機会が増えた。その結果、少なくとも 1890 年代後半には客主集団のような伝統的な商業組織が合資、合名、株式の近代的会社形態に転換するようになった。
12) エカート、前掲書、121 頁。
13) 前掲『東亜日報社史』91 頁。
14) 東亜日報の初代社長朴泳孝は、朝鮮政界の大御所としてその象徴性が大きかった。それに加えて

彼にはもう 1 つの役割があった。東亜日報を始めとする金家資本は、朝鮮殖産銀行から特恵融資を受けていたが、その過程において朴泳孝は朝鮮総督府と金家資本を結ぶパイプ役を担っていたのである。

15) 前掲『民族とともに 80 年』174 頁。
16) 木村、前掲論文、10-11 頁。
17) 同上、14-15 頁。
18) 京紡偏『京紡七十年』1989 年、71 頁。
19) 張新「1930 年代における言論の商業化と朝鮮、東亜日報の選択」（韓国語）『歴史批評』第 70 号、1995 年、246 頁。
20) 張徳秀の株式は金性洙の代理出資と考えられる。金性洙は側近の名義で株式を代理出資で買収した後、株式の無償譲渡を通じて保有株数を増加した。100 株以上を持っている株主が発起人となれるという定款を利用し、金性洙は代理出資の方法で友好株主を発起人として確保した（同上、180-181 頁）。
21) 同上、246 頁。
22) 金、前掲論文、60-65 頁。
23) 奏学文の退社に関しては、編集権をめぐる李相協との摩擦がその原因となったという見解もある（前掲『東亜日報社史』234 頁）。
24) 白岳山人「覆面客の人物評－捲土再来の李相協氏」『三千里』第 10 巻、第 12 号、1938 年、45-46 頁。
25) 張、前掲論文、257 頁。
26) 1924 年の社内紛争以来、初めて開かれた臨時株主総会で金性洙は友好的な大株主を集め、中小株主の意見を封鎖し、会社の取締役に側近を配置した。
27) 1924 年の社内紛争以前の金性洙は、独占的な人事権を行使することなどできなかった。例えば、紛争直前の新任取締役の選出において彼が推薦した李承薫が落選した半面、中小株主の支持を受けた洪明熙は当選した。このことから、人事権において金性洙の力が制限的であったことがわかる。
28) 張、前掲論文、261 頁。
29) 同上、170 頁。
30)「朝鮮新聞の大衆的批判」『開闢』1935 年 3 月号、24 頁。
31) 戦前の新聞販売部数については、資料によって若干の差異がある。本章で参考にしているものは、主に朝鮮日報社の社史であるが、この場合、朝鮮日報の販売部数が過大評価され、逆に競争相手の東亜日報の販売部数が過小評価されている可能性がある。
32) 前掲『東亜日報社史』336 頁。
33) 漢陽過客「三大新聞参謀長論」『三千里』1934 年 8 月号、32-33 頁。
34) 前掲『民族とともに 80 年』252 頁。
35) 1925 年を基準とした場合、籾摺・精米工場は全体工場数の 28.1%、従業員数の 21.0%、生産額の 53.5%も占めていた（李昌玟「近代電気通信と米穀取引における最適契約問題－朝鮮開港場における客主消滅と米穀商成長の背景」『社会経済史学』第 76 巻、第 1 号、2010 年、50 頁）。
36)「新聞批判特集」『東光』1931 年 12 月号。
37) さらに、1929 年と 1936 年には純利益自体がマイナスを記録した。
38) 木村、前掲論文、5 頁。
39) ウィギボン『書き直す東亜日報史』（韓国語）ノクシン、1991 年、32 頁。
40) 朱、前掲書、85 頁。
41) 金容燮「韓末日帝下の地主制」（韓国語）『韓国史研究』19 号、1978 年、70 頁
42) エカート、前掲書、139 頁。
43)『三千里』1936 年 6 月号、73 頁。
44) 朱、前掲書、194 頁。
45) 金季洙「今日に至るまで」『新民』1927 年 5 月号、55 頁。

46) 廣木とは、広幅綿布の一種である。
47)『東亜日報』1923 年 8 月 8 日付。
48)『東亜日報』1928 年 1 月 23 日付。
49) 秀堂記念事業会編『秀堂金季洙』1971 年、153 頁。
50)『東亜日報』1921 年 9 月 23 日付。
51)『東亜日報』1922 年 6 月 11 日付。
52)「満州と朝鮮の国策銀行から特恵融資を受けるなど政府との蜜月関係を維持した京城紡織から見られるように、植民地期の金家資本と朝鮮総督府の間に癒着が可能だった理由の 1 つは、金家資本が朝鮮で世論形成の主導勢力であり、販売部数 1 位の東亜日報を系列企業として所有していたためであった」（エカート、前掲書、130 頁）。