

旧萬年社所蔵資料による大阪の戦後広告史の基礎研究 —萬年社コレクション調査研究プロジェクト 2009-2010 年度報告—

[継続研究]

常勤研究者の部



代表研究者 土屋 礼子
早稲田大学
政治経済学術院
教授

共同研究者 菅谷 富夫
大阪市立近代美術館
建設準備室
学芸員

竹内 幸絵
大阪市立大学
文学研究科
非常勤講師

石田 佐恵子
大阪市立大学
文学研究科
教授

1) はじめに

萬年社コレクションとは、近代日本を代表する広告代理店である萬年社が、平成十一年(1999)萬年社が倒産した折りに、残された資料群を指す。これは萬年社が制作した広告作品やそれに関連した資料、あるいは萬年社が収集した図書や新聞雑誌、引札、ポスター類、または萬年社の内部資料など雑多な資料を含んでいるが、関西を中心に活動した萬年社の軌跡をたどるために重要な資料であるばかりでなく、日本の広告史にとっても貴重な歴史的資料である。このコレクションを整理し、目録を作成しデータベース化して、資料として整備しながら調査研究するのが、本プロジェクトの目的である。

以下では、まず萬年社コレクションを残した萬年社という企業の略史を紹介し、次に過去約二年余にわたるプロジェクトの経緯について述べ、ついで各資料の整理事業と調査研究の中で

明らかになってきた知見を述べ、最後に調査研究の意義について論じたい。

2) 萬年社の略史

萬年社は、明治二十三年(1890)に高木貞衛(1857~1940)が大坂で創業した広告代理店である。高木は、安政四年(1857)徳島藩士族の長男として生まれ、煙草商人、下級役人、新聞社員など職業を転々とした。明治十六年(1883)大阪株式取引所の副支配人兼一等書記を勤めていた時、刑事事件に関わり処罰を受けた。その折りに、熊本バンドに参加した宮川経輝に出会い、キリスト教に強い関心を抱いた。明治二十三年(1890)に萬年社を創業した後の、明治二十五年(1892)に受洗入信し、熱心なクリスチャンとなった。

当時はまだ「広告代理店」という呼称はなく、「広告取次業」と称していた時代であったが、萬年社は『大阪毎日新聞』と専属代理業の契約を結んで出発し、大阪の売薬、化粧品などの企業との取引を中心に、全国の地方紙にも業務を拡大して全国的企業に発展した。高木氏はまた、明治二十五年(1892)には、同業者や広告関係者に呼びかけて、日本最初の広告業団体・協一会を結成、以後、萬年社は業界をリードする存在となった。

高木氏は明治四十二年(1909)洋行し、帰国後初めて「広告代理業」を唱え、従来の新聞社の広告係の延長として単にスペースを売買する「広告取次」でもなく、また通信社と兼業した電報通信社のような「広告取扱」でもない、広告主に意匠、図案、文案、マーケティングなど幅広く提案するサービス業としての「広告代理業」を宣言し、媒体からも、企業からも独立した広告業を唱え推進した。

大正五年(1916)には大阪の有力業者による団体・水曜会を結成し、業界の近代化を推進した。文書に基づく契約主義、合理的な管理方法を先進的に実践する一方、社員に決算を公開し、利益や株式の分配を行うなど、社員を優遇する制度も取り入れた。また、萬年社は広告研究を推進する拠点ともなった。大正十一年(1922)神戸高等商業学校教授を定年退職した中川静が入社し、考案部長として活躍するとともに、研究雑誌『広告論叢』や『広告年鑑』を刊行し、本格的な広告研究を進展させた。こうして『大阪毎日』『大阪朝日』の二大紙と特約を結び、両紙が全国紙に成長するとともに、大正期に急速に拡大した萬年社は、電通、博報堂と並び日本を代表する広告代理店として、長く君臨することとなった。

創始者・高木氏は昭和十五年(1940)八十四歳にて死去したが、その頃から十年ほどは広告業界にとって苦難の時期であった。すでに戦時下にあつて「非常時」が唱えられ、昭和十六年(1941)には用紙統制のために、『広告論叢』『広告年鑑』が休刊となった。新聞雑誌の誌面も縮小し、昭和二十年(1945)三月には、空襲により東京支店が全焼した。大阪高麗橋五丁目にあった五階建ての萬年社本社社屋は戦災を免れたが、戦後進駐軍に一時接收された。しかし、戦後も萬年社は関西広告業界の重鎮であった。昭和二十二年(1947)に関西広告協会が創設された時も、事務所は萬年社に置かれた。

昭和二十七年(1952)、萬年社は神戸支店、名古屋支店を開設、全国的な支店網を整えるとともに、考案部の中にあつた調査部が独立して、統計やフィールド・リサーチを中心とするマーケティング部門を拡充した。さらに東京支店では、広告心理実験室を設け「広告の科学化」を目指した。また、昭和三十年(1955)には新しい媒体の伸びに応じてラジオ・テレビ部が創設された。昭和三十二年(1957)七月には、日本で初めてのテレビ視聴状況調査を実施した。まだニールセン社やビデオリサーチ社が視聴率調査を開始する前であった。こうした果敢な取り組みにより、「調査の萬年社」という定評を得た。また、福助足袋、帝人、大阪ガス、象印、ロート製薬、日清食品、桃谷順天館など大阪の企業がスポンサーとなったテレビ公開番組を数多く扱い、評判となった。

萬年社の凋落は、日本の高度経済成長期の終わりとともに始まった。昭和四十六年(1971)五月、大阪市東区淡路町に五階建ての新社屋に本社を移したが、広告業界ではすでに東京を本拠とした電通と博報堂が業界のトップ・リーダーとして君臨していた。萬年社は何度か経営危機を噂されながらも、平成二年(1990)には『萬年社広告 100 年史』を刊行した。しかし、平成十一年(1999)ついに自己破産により約 110 年にわたる歴史を閉じた。

3) 萬年社コレクションの成立と調査研究プロジェクトの経緯

平成十一年春、萬年社倒産が報じられた直後から、大阪市立近代美術館建設準備室は資料の入手に着手した。近代美術館建設準備室の担当者は学芸員の菅谷富夫であり、管財人は小松法律特許事務所小松陽一郎氏であった。菅谷は管財人の事務所と連絡を取り、大阪市立近代美術館建設準備室として、萬年社制作のポスターやその他の資料を引き取りたいとの意向を伝えた。萬年社には同社が過去に制作してきたポスターや宣伝用印刷物が集積されているとの推測か

ら、大阪市立近代美術館でも収集するに相応しいデザイン作品（ポスターや印刷物）・資料があるものと判断したためである。

申し出に対して管財人からは、他者からも同様の申し出があり管財人としては債権回収のため競争入札をしたい、そのために現在ある図書・資料の下見会を開催するので後日連絡するとの回答であった。下見会に菅谷が出席し、資料室に保管されていた貴重図書（明治期の新聞や第二次大戦以前の新聞広告の切り抜きスクラップ、第二次大戦前に輸入されたと思われた外国図書とデザインの参考のために輸入したと思われる外国のポスター等）が披露された。

大阪市立近代美術館建設準備室としては、購入の手続き上、競争入札がなじまないため、入札には参加しなかった。競争入札には大学図書館、民間の資料館等が応札したようであるが、入札金額が低く不調に終わったと聞いている。当時、大阪市立近代美術館建設準備室では予算化していない資料購入が難し状況にあった。そこで関西ジャーナル社の折目允亮氏に相談の上、能村龍太郎氏を中心とする「能村塾」と小谷泰三氏が事務局を務めていた「おおさか21」という二つの経済人による研究グループによって購入され、大阪市に寄贈されることになった。引き取りに当たって、当初予定されていた図書および印刷物資料に加え、テレビ・ラジオのためのコマーシャルフィルムが大量に追加された。

寄贈後、それらの図書、資料は大阪市立近代美術館建設準備室の他の図書・資料と同様に当準備室の収蔵庫および倉庫に収蔵・保管された。図書および引き札については直後より整理にかかり、ほどなく終了したものの、ポスター・印刷物、ビデオ・テープ類に関しては整理に相当の人出と費用がかかることと、整理の方法についても専門的な手法の検討が必要とされるものがあることから、すぐには着手されなかった。

寄贈されて以降、このコレクションはずっと非公開で、研究者の間でもその保存や整理状況がどうなっているのか案じられていた。公刊されたものとしては、雑誌『大阪人』（2004年1月）での紹介記事が出されただけであった。折しも、広告研究者の竹内幸哉氏と津金澤聡廣・関西学院大学名誉教授が中心になって戦時期広告史研究会（後に大阪メディア文化史研究会と改称）を興して、私もそれに参加し始めてしばらくたった頃に、万年社コレクションが話題に上った。行動力のある竹内氏は、同美術館の菅谷氏に連絡を取り、土屋とともにコレクションの実情を伺うために訪れたのが、2008年の10月であった。その

席上で、萬年社コレクションが、①図書類、②引札類、③ビデオ・テープ類、④紙・文書・印刷資料類という、四つの資料群から成り立っていること、①図書類と②引札類については、すでに整理が終わり目録も作成済みであること、一方、他の資料類については未整理であることがわかった。そこで、土屋は当時所属していた大阪市立大学文学研究科から費用を出すので、これらの資料を整理し調査研究をさせてもらえないかと提案した。こうして、この調査研究プロジェクトは始動した。

2008年11月、菅谷氏の案内で、竹内・土屋は萬年社コレクションのうち、倉庫に保管されている未整理の紙・印刷資料およびビデオ・テープ類の状況を見学した。そして、比較的整理しやすいと思われるビデオ・テープ類から着手することにした。2008年12月に大阪市立大学の研究室へビデオ・テープ類を搬入し、全部で203箱あることを確認した。大阪市立大学の文学研究科重点研究のプロジェクト予算でアルバイトを雇い、整理調査作業を開始した。一方、整理作業と並行して調査研究をすすめるために、大阪メディア文化史研究会でも協力して萬年社研究を推進することにした。その手始めとして、2008年12月13日に大阪市立近代美術館心齋橋分室にて、萬年社コレクションのうちの引札約百枚を閲覧する機会を設けた。それに際して、熊倉一紗氏の研究報告「大阪の引札：正月引き札という広告実践」の発表があり、大阪における引札制作、及び明治大正期の広告事情を深く知ることとなった。こうして最初の年度の活動については、2009年3月19日に大阪市立大学文学研究科重点研究報告会にて、ビデオ・テープ類の目録作成の状況を説明した。

2009年3月下旬に、吉田秀雄記念事業財団に申請した「旧萬年社所蔵資料による大阪の戦後広告史の基礎研究」に対し、二年間研究助成対象とする旨の通知があり、さっそく新年度から取り組む本格的に拡大する準備に取りかかった。まず、2009年5月に、テレビ文化研究者で大阪市立大学文学研究科の石田佐恵子教授をプロジェクトメンバーに加えて、調査研究体制を再編した。ビデオ・テープ類の整理と目録作成を続行するかたわらで、目録を一応作成し終わった箱のうち、ラジオCMの一部を2009年6月から試験的にデジタル化する作業を開始した。

2009年6月26日、ビデオ・テープ類の目録作成作業が9割終了したところで、ビデオ・テープ類の保護のために資料を入れ替え、紙・印刷資料の目録作成の作業を開始した。紙・印刷資料を大阪市大の作業室に搬入して、91箱および

大型ファイル約90冊あることを確認した。また、2009年9月14日には、大阪メディア文化史研究会で萬年社OB川戸和英氏を招いて話を伺った。他方で、2009年11月には、テレビCMのデジタル化を京都精華大学との共同プロジェクトとして行う方向で科研費を申請することにした。

2009年11月28日、市大文化交流センター・ホールにて、調査研究プロジェクト報告会第一回を開催した。ここで萬年社コレクションの概要と、過去約一年にわたる調査研究プロジェクトの経緯と中間結果を報告した。この時、来会者は60名ほどあったが、その中に萬年社OBが多数来ておられたので、これをきっかけに萬年社OBに聞き取り調査を行うことを提案した。さっそく2010年1月から3月までの間に、十名のOBの方たちにお会いして、一回あたり2時間ほど話を伺った。話の内容は録音し、文字起こしして原稿化する作業をすすめ、お話し頂いた方たちに原稿を送って校正してもらい、最終的に2011年3月に吉田秀雄記念財団に提出した報告書のIV章にまとめた。

第一回の報告会以降、萬年社コレクションの調査研究プロジェクトの中間成果を、さまざまな機会を捉えて発表することにした。まず、2009年12月29日付『読売新聞』に萬年社コレクションのテレビCMに関する記事が掲載された。2010年2月には、関西広告学会で「萬年社コレクションの調査研究について」を土屋が報告した。

2010年3月には、ビデオ・テープ類約9000本の目録データベースを市大ホームページで公開し始めた。(http://ucrc.lit.osaka-cu.ac.jp/mannensha/)

また年度末には、萬年社の元社長で、現在は毎日エス・ピー・シー代表取締役の廣川治氏より申し出があり、この調査研究プロジェクトに対し大阪市大へ百万円をご寄付頂いた。

2010年4月、京都精華大学との共同プロジェクト科研費が新年度から採択されたとの通知があり、テレビCMデジタル化作業を本格的に開始することにした。そのため、京都精華大学と連携しながら、大阪市立大学の中の作業室をもう一室増やして、作業人員を増強した。これにより、一方では紙・印刷資料の整理と目録作成をすすめながら、もう一方ではテレビCMのデジタル化とデータベース作成を進行させる体制になった。

一方、大阪メディア文化史研究会でも萬年社の研究を、戦前の萬年社の活動を中心にメンバーで進めようという取り組みが始まった。その一環として、7月16日(金)、アド・ミュージアム東京およびその資料倉庫を研究会メンバーで

見学し、広告資料の整理方法やデータベース化の状況などに学芸員と意見交換をおこなった。また、当日夕方から早稲田大学で開催した大阪メディア文化史研究会では、井上祐子氏が万年社発行の『広告論叢』について報告した。これをもとに、同研究会では万年社研究をメンバーで分担して行うことを計画している。

この間に、紙・印刷資料では、企業別ファイル 24 箱 204 冊をまず整理し終え、それから 11 箱と 28 包みあった大型古資料を整理して 152 冊、9441 点の資料を目録化した。また、ラジオ CM の採録も継続され、265 種類のラジオ CM が目録化され、1436 点の歌詞と台詞の採録を終えた。2010 年 10 月には、さらなるラジオ CM のデジタル化のため、石田教授が代表者として申請した高橋信三基金に採択された。これにより、テレビ CM とラジオ CM をひとつのデータベースに統合する作業を開始した。

2010 年 12 月 4 日には、第二回万年社コレクション調査研究プロジェクト報告会を開催した。来会者は研究者を中心に 40 名ほどであった。第一回目報告会以降の進捗状況について話しをしたが、特にテレビ CM データベースから 20 点ほどの作品を初めて紹介した。テレビ CM はこの時点までに、テープ 720 本、2374 点のテレビ CM をデジタル化して、データベースに入力した。なお、この間にビデオ・テープの箱がひとつ新たに発見されたので、これを追加して全部でビデオ・テープの箱は 204 箱となった。

年度末の 2011 年 1 月に、紙・印刷資料の整理と目録作成が、ポスター類を除いてほぼ完了した。企業別ファイル、大型古資料の他に、社史資料 16 箱 610 点、博覧会・イベント関係 11 箱 312 点、広告作品・スクラップ 2 箱 57 点、日常営業活動資料 13 箱 364 点などが確認された。この紙・印刷資料の目録データベースは、公開準備にむけて作成中である。

以上のような成果をもとに、2011 年 12 月 11-12 日に香港大学で開催されたワークショップ「東アジアにおける消費文化の発明：広告の歴史的研究 (Inventing Commercial Culture in East Asia: A Historical Study on Advertising)」で、土屋が「万年社コレクションによる広告史研究資料整備プロジェクトについて (The Research Resource Project on Advertising History Based on the Mannen-sha Collection in Japan)」を報告した。また、2011 年 3 月 12-13 日に中国伝媒大学で開催されるシンポジウム「第三回日中マスメディア・サミット：テレビがもたらした社会的影響～報道、広告、娯楽視角からの

研究」で、土屋が「日本におけるテレビ広告データベースの現状と可能性 ～ 万年社コレクションのテレビ広告を中心に」を報告する。また、石田佐恵子教授が、2011年3月14日開催予定のNHK放送文化研究所シンポジウム「アーカイブスの学術利用がひらく地平」で報告する予定である。

4) 紙・印刷資料の概要と知見

紙・印刷資料群は、明治期から1990年代までの110年の長期間、広告代理業一筋で営んできた万年社の活動を今に伝える資料群である。本調査研究プロジェクトにより、段ボール箱91箱および大型梱包資料28包みを開封して整理した結果、その内容が非常に幅広いこと、そして性格により以下の3つに大別可能であることがわかった。(A)万年社が収集した広告資料群(同社が自社の活動に参照するために収集した内外の広告資料群)、(B)万年社自身による内部記録(社史資料)、(C)実務資料、の3つである。

まず、「(A)万年社が収集した広告資料群」のうち、「大型古資料」について説明する。「(A)万年社が収集した広告資料群」は、主に万年社が戦前に収集した国内外の広告作品群である。今回の報告書で重点的に解説する「大型古資料」は、それらの広告作品群の中でも、新聞広告や配布広告に当たるもので、それらが大型の冊子にスクラップされたものである。ポスター類に関しては2011年2月現在、まだ目録が作成されていない。

大型古資料は、主に冊子の形態で緩衝材に包まれて保存されていた。また、一部の資料は段ボール箱内から発見された。これらは、目録制作と同時に、書籍保存用の薄型段ボール箱に薄葉紙に包んだうえで新たに収納し直している。調査の結果、大型古資料の総冊子数は152冊になり、冊子内個別資料9441点が目録化された。

目録は、冊子全体の情報と、冊子内の個別資料の情報に分けて作成した。

冊子全体の情報としては、冊子の「タイトル」、「サイズ」、「状態」を記入している。ここで記入された「タイトル」は、冊子内の資料種別に基づき、年代や内容が推測できるように後付したものである。

個別資料に関しては、広告部分のみ切り抜きのスクラップであれば、一つの広告につき1点と数え、切り抜きではなく新聞や雑誌がまるごとスクラップされているものは1誌を1点と捉え目録を作成している。

個別資料の記入項目としては、主に「資料名」「発行主・広告主」「内容」

「制作日付」などがあげられる。この内「内容」と「制作日付」に関しては後程詳しく説明する。資料自体が古く劣化していることもあり、記入が不可能である箇所も多かった。また、上記以外にも資料内容によっては保存状況やページ数、発行地域名なども記入している。

ほとんどの資料で制作日は不明であり、便宜上「制作日付」と呼んでいるが、新聞掲載日付などを参考に記入している。また、制作日付と共に年代別にコードを割り振っており、その年代別コードを利用し、年代別内訳を計算した。それによれば、大型古資料はほとんどの資料が戦前期のものであるが、資料の半数が大正末期から、昭和初期にあたる 1920～30 年代のもので構成されている。

大型古資料の内容は、①新聞広告スクラップ、②その他広告スクラップ、③国内新聞、④国内雑誌、⑤外国新聞、⑥外国雑誌、⑦移民新聞、⑧図案資料、⑨その他、に大別される。各項目別に概要を説明する。

① 新聞広告スクラップ： 新聞広告の切り抜きが収集されているものをこのジャンルに振り分けている。目録内ではさらに、国内発行の新聞広告である「新聞広告スクラップ」と海外の新聞広告である「外国新聞広告スクラップ」に分けて記入している。点数としては国内の新聞広告が圧倒的に多い。一社単独の広告だけでなく、新聞記事を模して書かれた記事広告や、多数の広告主によって出稿された連合広告なども多く存在した。

② その他広告スクラップ： 新聞広告以外で収集された広告を「その他広告スクラップ」に割り振っている。目録上の表記でも「その他広告スクラップ」に統一しているが、配布用のビラやパンフレット、店頭使用の POP などその内容は多岐にわたるため、備考欄にどのような広告であるのかを詳しく記載している。

収集されている多くの広告は、彩色が美しかったり、興味深い形状をしていたりと、見た目に楽しいコレクション性の高いものである。また、日本の広告だけではなく、たとえば、海外の広告代理店が自身の営業活動に使用したと思われる広告など、万年社ならではの視点で収集された珍しい資料も存在する。また、新聞広告や配布ビラだけでなく、喫茶店に置かれているマッチ箱や店頭用の POP、駅弁の包装紙に至るまで、広告やデザインに関わるものであれば幅広く収集されているのが、「その他広告スクラップ」の特徴である。比較的保存状態はよく、折りたたみ式の資料も開閉可能である。

③ 国内新聞： 国内で発行された新聞を割り振った。目録内では時期別

に「国内明治期新聞」「国内大正期新聞」「国内昭和期新聞」に分けて記載している。また、新聞本誌だけでなく、附録が収集されている冊子もあり、それらは「国内新聞附録」と記載している。収集された新聞は「毎日新聞」や「朝日新聞」などの大手のものだけでなく、地方新聞などが収集された冊子も存在する。

④ 国内雑誌： 国内で発行された雑誌が合本されている資料。雑誌タイトルとしては「アサヒグラフ」と「廣告研究雑誌」に限られるので、資料として多様性があるわけではない。また、「国内雑誌」合計130点の内「廣告研究雑誌」は8点のみであり、ほとんどが「朝日グラフィック」の合本資料に限られている。

⑤ 外国新聞： 先述の「国内新聞」と同時期である戦前期の外国の新聞が収集されている。アメリカやヨーロッパを中心に、東南アジアやオセアニア圏まで多くの地域の新聞が収集されている。また、新聞の種類も「国内新聞」と同様にそれぞれの地域での大手新聞から地方新聞、タブロイド紙まで多岐にわたっている。

⑥ 外国雑誌： 外国で発行された雑誌が収集されている。ほとんどがアメリカにおいて発行されたもので、雑誌タイトルごとに合本されている。雑誌内には美しい彩色の施された色刷り広告などもあり、広告研究資料として集められたのではないかと推測される。

⑦ 移民新聞： 外国在住の日本人向けに発行された日本語新聞を「移民新聞」とした。海外で発行されているが、日本語表記、日本に関連するニュースを中心に掲載されている。これらの「移民新聞」は、「移民新聞」として収集されたのではなく、多くは「外国新聞」の合間に交じって合本されている。また、逆に、日本在住の外国人向けに発行された英字新聞も数は少ないが確認された。

⑧ 図案資料： ポスターの縮刷版や新聞社による傑作広告選集や国内外の著名作家による画集や装飾プレート集、万年社考案部による新聞広告のサンプル集など、広告図案に関わる資料が集められている。目録内では資料の詳細ごとに「画集」「装飾プレート」「広告選集」「ポスター縮刷版」「広告図案」と分けて記している。この中には戦前を代表するグラフィック・デザイナー・杉浦非水の画集も含まれている。

⑨ その他： 上記の①～⑧までの内容分類に当てはまらないものを「そ

の他」とした。例としては年賀状や各新聞の発行部数データ、番付などがこれに当たる。また、広告そのものだけでは使用用途が分からず、分類できなかったものも「その他」に含めている。

内容別に内訳を見ると、実際の量としては、「新聞広告スクラップ」と「国内新聞」「外国新聞」の合計は同じぐらいある。また、国内の新聞・雑誌とほぼ同数の外国の新聞・雑誌が収集されている点からも、万年社がいかに外国の広告研究に労力を費やしていたかがうかがえる。

次に、(B)万年社自身による内部記録（社史資料）を概説する。社史資料は自社の活動を記録した資料群である。社史関係の資料は23箱確認され、これを整理し直して15箱に収め、約800余点を採録した。資料年代は1890年代創業時から1945年ごろまでにわたっている。社内組織表や業務分掌、辞令、月報及び決算報告表といった人事、経理系の資料、社内表彰や「戦時被徴用職員ニ対スル待遇ノ件」、読書会記事といった福利厚生資料、名士講演筆記集、月報及び決算報告表、「広告・外交員資格と心得 付広告外交の五十ヶ条」といった営業活動や社外への情報発信活動記録など、内容は非常に多義にわたる。同社定款や社員への訓示、調査資料や協定書、社長や役員を訪欧計画、媒体とやりとりした書簡など様々な内部資料が、驚くほど丁寧に残された資料群である。明治期（創業期）から昭和戦前期に及ぶ資料の年代の幅広さがこの資料群の特徴でもある。形態は手書き原稿を紐綴じしたものや、書簡類は封筒にはいったまま保管されているものもある。戦時中の資料には、国家や新聞社など取引先媒体からの通達類、関係各省からの書簡類も残されている。

総じて、通常では社外秘扱いで、外部者は見知ることのできない資料ということが出来る。これらを精緻に調べれば、万年社内の企業文化やそのなりたち、政府や団体とのかかわり、そして戦時においては国家と媒体と代理店との関係や、他業種・業界団体などとの関係をも知ることができただろう。丁寧に資料保管から、同社の経営姿勢がうかがわれるとともに、広告代理業を立ち上げる際に同社が何に気を配りどのような企業活動を推進したか、黎明期の実態を知ることにも出来ると思われる。

最後に(C)実務資料を説明する。これらは主として戦後の同社企業活動の記録である。得意先別に整理された自社が作成・提案した広告資料や、イベントや博覧会実施時の記録、掲載された広告そのもののスクラップブック、企画書の原稿やためし刷りなどで構成されている。クライアントごとに分けた企業別フ

ファイルは204冊あり、約9100点の資料を採録した。また、その他に、博覧会・イベント関係の資料が11箱312点、広告作品・スクラップが2箱57点、日常営業関係の資料が13箱364点が確認された。

これらは10年前に同社が倒産した際に凍結され、いわばタイムカプセルのように一切その現場のまま現代に残された時代資料という点で重要である。これらの資料群からは、手で描き切り抜き、貼り付け、赤を入れトレシングペーパーをかけて完成原稿とする、という手作業の過程をリアルに見ることが出来る。同社倒産以降の10年で、クリエイティブの分野には急速にデジタル化の波がおとずれた。そのためこのような手作業は、今日の広告制作現場には既に全く存在していない。当時の実際の広告作成業務の過程がそのまま残されている時代資料として、(C)は意味を増してきている。

(B)(C)はいずれも、通常は社外に出されることのない内部資料的性格のものがある。(B)と(C)は、時代的に殆ど重複しておらず、あわせ見することで、明治・大正・昭和戦前期(B)から、昭和(C)戦後期にわたる同社活動の通視が可能である。

本プロジェクトに着手した2年前は、紙・印刷資料に、どのような資料が含まれるのかが全く判明していなかったが、今回の調査、目録化により全容は判明した。その結果、いずれも広告業界の足跡を生で残す貴重な資料群であることが確実となった。現時点ではまだ現物の確認と、その表題を目録化出来たに過ぎず、内容の精緻な調査にはまだ手をつけられず、今後の課題である。

5) ビデオ・テープ類のデジタル化とWEB目録データベース

整理されたビデオ・テープ類の箱(VT箱)は、全204箱(*当初203箱だったが、後に1箱追加)あり、2010年2月に、表書きをデータ入力した目録データベースを仮完成させ、「大阪広告史データベース 萬年社コレクション」として、大阪市立大学都市文化研究センターのWEBに目録を公開した。そのURLは以下の通りである。

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

検索項目は、「キーワード」「箱番号」「年代」「業種」「資料分類」「テープ種類」の6つを設定し、用途にあわせて、該当するテープの本数や具体的な個別データがヒットするように設定した。2010年12月の報告会の時点で、

若干のデータミスが発見されたため、2010年度末までにWEBデータベース担当業者に修正依頼する予定である。

ラジオCM、音源テープ類のデジタル化とデータベース化作業は、2009年度に試験的に開始された。まず、整理の終了したVT箱全204箱のうち、テープの種類によって「音のみ」と判断された30箱（*後に28箱と判明）のうち、多くの種類のテープが含まれる3箱（VT4・11・53）を選び、デジタル化担当者（音景観）に作業を依頼した。2010年12月の時点で、デジタル化が終了したのはCM354種類（700件）である。デジタル化されたラジオCM件数を年代別に区分すると、1990年代32件、1980年代174件、1970年代47件、年代不詳101件であった。2010年度には、後半に述べる「テレビCMデータベース構築プロジェクト」のデータベースとフォーマットを統一して、1CMにつき1データとなるように入力・修正作業を行い、同時に、音声データを文字化し、検索可能な方式で入力していくことにした。

このうち、25点ほどを2009年の報告会で披露した。そこで指摘されたことのひとつは、「ラジオCM」と「テレビCMの音源のみ」を明確に区別する必要があるということである。「ラジオCM」には、多くの場合「クレジット音声」が挿入されているが、そうではない資料は、テレビCMの音のみを別録音した可能性も高いことに留意していきたい。

2010年度には、大阪市立大学研究寄付金（毎日エス・ピー・シー）「萬年社コレクション調査研究プロジェクト」および、公益信託高橋信三記念放送文化振興基金「ラジオCMのデジタル・データベース化」の研究資金を獲得したので、「音のみ」VT箱の残り（25箱）から順次、ラジオCMおよびその他の音源をデジタル化し、最終的にはすべてのテープ・フィルム類のデータベース構築を行っていく予定である。現在のところ、2013年度の完成を目指している。

テレビCM資料群は、京都精華大学との共同研究「テレビCMデータベース構築プロジェクト」によって、デジタル化が進められている。2010年度は着手の年であり、ラジオCMと同様に、最終的にはすべてのテープ・フィルム類のデータベース構築を行い、関西の大学・研究機関を中心にした、データベースのネットワーク化を目指している。

VT箱全204箱のうち、映像のみの箱は114箱（*後に116箱と判明）である。2010年度には、その114箱（=3417本）を担当業者に預け、デジタル化作業を進めてきた。2010年11月30日までにデジタル化が終了したのは、27箱である。

テープ本数にすると、3417本のうち、720本。CM数でカウントすると、2374件であった（CM総数は、現在のところ不明）。また、映像と音源の混在箱（60箱）にも、相当数のテレビCMが含まれていると見込まれるため、概算では、映像テープの総数は4580本であり、そのうちの720本がデジタル化済み、という計算になる。つまり、デジタル化が終了し、データベースに入力されたのは、全CM数の約1/6程と推計される。

2010年11月30日時点で、デジタル化済みCM件数を年代別に区分すると、1990年代897件、1980年代583件、1970年代73件、1960年代3件、年代不詳797件となる。また、テープの種類別に区分すると、16mmが129件、35mmが443件、1inchが219件、βカムが1件、VHSが332件、映像用ベータが10件、Uマチックが1210件、不明9件である。

まだコレクション全体の2割程度しかデジタル化が進んでいないので、まずデジタル化の作業を完了させることが、当面の課題である。

6) 調査研究プロジェクトの意義と今後の展望

以上に述べたように、この調査研究プロジェクトは、萬年社コレクションのうちビデオ・テープ類と紙・印刷資料類の二つの資料群を対象に、整理と目録データベース作成を中心に進められてきた。だが、この二つの資料群は、制作年代という点では対照的である。前者のビデオ・テープ類は、1980年代から1990年代に制作されたものが中心である。一方、後者の紙・印刷資料類は、1920年代から1930年代のものが多い。しかし、萬年社コレクションの中でも、図書類や引札類と異なって、この二つの資料群には萬年社が自ら制作した広告を中心とする企業活動の軌跡が刻まれている。その意味で、この二つの資料群は、萬年社の特色を最も色濃く示しているものだと言えよう。

その特徴と意義は、三つにまとめられるだろう。第一に、これらの資料群では、萬年社がクライアントとした関西企業の広告に関する資料が大半を占めているということである。業種でみると、食品、運輸、衣料、家電製品、家庭用品が多く、代表的な広告主としては、日清食品、グンゼ、シャープ、菊正宗、京阪電鉄、大阪ガス、関西電力、ロート製薬、明色化粧品、人形のモリシゲ、象印など、関西発祥の企業がずらりと並ぶ。こうした関西企業の広告資料は、これまでどちらかといえば東京中心に語られてきた日本の広告史において、語られざる関西の広告史、あるいは東京以外の地方の広告史に光をあてるという、

非常に重要な価値を持つ。

第二に、これらの資料群は、何らかの方針や意図によって収集されたものではなく、どちらかという場合当り的に、偶然残されたものであるという特徴がある。たとえば、テレビCMでも、万年社制作の作品ばかりでなく、他社が制作したCMも多く含まれている。また広告賞の受賞作に限らず、さまざまな作品が含まれている。紙・印刷資料も、雑多な資料の寄せ集めとあってよい。たとえば、新聞の綴りなどはある程度収集されたものではあるが、新聞の集め方はランダムである。社史関係や営業活動に関する資料も、系統的に残されたものではない。そこが扱いが難しい点でもあり、面白いところでもある。系統的でないので、それだけで何か完結した評価や判断を下すのは難しいのだが、他方では、たとえばテレビCMならば、広告賞審査などで選別されているわけではないので、日常的に視聴者が目にしてきたものに近いく普通のテレビ広告が残されているとみられる。したがって、視聴者が実際に味わったテレビ広告の体験により近づいた広告史を再現して研究できる可能性が高まる。これは営業活動の記録でも同じことで、特に選んで残された記録ではないので、ある時期にごくふつうに行われた広告代理店の素顔を覗くことができる資料なのである。

第三の特徴は、このコレクションには、同じ商品について製作された、テレビ広告、ラジオ、新聞などの広告資料が並行して残されている。そのため、どのようにさまざまな媒体を横断して広告が制作されていたのかが、資料の上で立体的に跡づけられ、広告代理店の活動内容とともに企業活動としての広告の過程がより明瞭になる。本プロジェクトでは、さらにこの点を補強するために、実際に万年社で働いていた人々に聞き取り調査を行った。万年社は1990年に『万年社広告100年史』を刊行しているが、それ以降、倒産時までの記録はまだまとめられていないので、それを埋める意味も兼ねている。このように本調査研究プロジェクトは、日本広告史研究にとって大きな意義があると考えられる。

今後の展望として、まず目標としているのは、目録データベースの拡充である。ビデオ・テープ類の目録データベースを、2010年度末までに追加修正する予定である。ついで、紙・印刷資料の目録をデータベースとして公開したいと考えている。これにはまだ、時間と資金が必要である。

二番目の目標としては、京都精華大学との共同プロジェクトによる、テレビCMのデジタル化とデータベース作成の継続である。これにも巨額な費用がかか

るので、データベース科研などを完成まで積極的に活用したい。また、高橋信三基金によって、ラジオCMのデジタル化とテキスト採録の継続が可能になったので、さらにラジオCMのデジタル化を推進するとともに、テレビCMデータベースとラジオCMのデジタル・データの統合をすすめていく。

三番目の目標は、大阪メディア文化史研究会による万年社研究の継続である。目録データベースやテレビ・ラジオCMデータベースの整備とともに、研究者の間でこれらに基づく万年社および関西広告史の共同研究を推進し、その研究成果を本にまとめたいと考えている。

◆万年社に関する文献：

- ・社史『万年社四十年史要』1930年
『万年社広告100年史』1990年
- ・万年社の出版物『広告論叢』（1923年～1971年）
『広告年鑑』（大正14年～昭和44年）※一部復刻版有り。
『アド・レポート』（1960年～1975年）
『新聞広告十七講』1928年
- ・その他の書籍 高木貞衛『広告界の今昔』1930年
『万年社労働組合史』1965年
- ・研究論文 山本武利「高木貞衛と万年社」『広告の社会史』1984年
山本武利「高木貞衛」『日本の広告一人・時代・表現一』1986年
- ・論考
川戸和英「今、万年社を再考する」『日経広告研究所報』255号、2011年

以上