

第 36 期第 5 回研究会「<西から>広告の歴史を考える：萬年社（大阪）を中心に」（メディア文化研究部会企画）終わる

日時：2018 年 3 月 16 日（金）16：00～19:00

場所：関西学院大学大阪梅田キャンパス K.G.ハブスクエア 1406 教室

報告者：加島卓（東海大学）

討論者：竹内幸絵（同志社大学）、難波功士（関西学院大学）他、『広告の夜明け』（思文閣出版、2017 年）執筆者数名

司 会：石田あゆ（桃山学院大学）

参加者：24 名

記録執筆者：石田あゆ（桃山学院大学）

今回の研究会では、2017 年 12 月に出版された、竹内幸絵・難波功士編『広告の夜明け——大阪・萬年社コレクション研究』の内容を議論の土台として、メディア史としての広告研究の今後の課題について討議した。

『広告の夜明け』編者の竹内幸絵会員を中心に、萬年社（1999 年倒産）の社内資料の整理がすすみ、2009 年からデータベース「萬年社コレクション」が公開されている（大阪市立大学 <http://ucrc.lit.osaka-cu.ac.jp/mannensha/index.php>）。『広告の夜明け』は、このコレクションを史料とした分析と萬年社の広告代理店としての功績の検討がなされたメディア史・文化史の共同研究である。同書の編集方針は、東京（とくに電通、博報堂）を中心に考察されてきた広告史の「あたりまえ」を、商都大阪を牽引した萬年社からの視点で捉え直すことであり、その点を中心に議論がなされた。

報告者である加島卓会員から、今日の広告史研究の環境変化についての説明があった。90 年代に「メディア史」を呼称する研究の隆盛があり、続いて 2000 年代以後に広告関連史料へのアクセスが改善されたことで多くの「広告メディア史」研究が生み出された。そうした研究は、①バックナンバーの閲覧、②オーラルヒストリー、③デジタルアーカイブの構築と公開に大別できるとの指摘があった。

加島会員からは『広告の夜明け』は上記の三点をふまえた総合的研究としての可能性をもっていると評された。そこで 90 年代以前の先行研究である広告史、広告文化史との連続性／非連続性への質問がなされた上で、「広告史の東京中心主義」を仮想敵とした問いの設定の妥当性と、「西から（大阪という場所）」の広告研究との視点が各論を一読しても見えにくいのではないかと指摘がなされた。

それに応じて編者の竹内幸絵会員からは、広告関連の史料公開は、広告研究が社史執筆依頼の過程で企業主導による資料提供によって生み出された時代と比べれば、もちろん進んだと言えるだろうが、まだ不十分であるとの見解が示された。そして萬年社コレクションの企業による取捨選択なされないままに残された一企業の「裸」の史料としての面白さが同書の編集動機であったが、その多様性がゆえに一貫した研究視点がとりづらかったことが述べられた。コレクションの来歴についての補足説明があった。

続いて難波功士会員からは、大阪が経済都市として輝いていた時代があるとの歴史は忘れさられつつあるのではないかと指摘があった。新聞、雑誌が広告メディアの中心であった時代には、出版、薬品、化粧品が三大広告主であったが、薬品、化粧品といった大広告主は大阪に拠点をおいていた。さらに民都・大阪とも言われるが、かつての植民地との近さや軍需工場も大阪に存在した歴史なども視野に入れる必要があり、大阪の戦前の価値ともいえるものが萬年社の考察を通じて浮かび上がってきた点を同書刊行の意義として述べられた。

フロアからは、アーカイブの整備が進む中での今後の広告史・メディア史研究への活用や、思いもよらない史料に出会ったときの戸惑いについてのエピソード、放送・テレビ研究でも広告研究と同じ位相がみられるとの指摘がありそれについての意見交換がなされ、会は終了した。