

明治中期の新聞における会社広告の登場と定着 「時事新報」の紙面を素材として

風 間 道 夫

1. はじめに

明治初期の新聞創刊時から、新聞は言論・報道メディアであると同時に広告メディアとして、その役割を果たしてきている。新聞の広告には、商品・サービスの告知と購入・利用を働きかける広告、案内広告に代表される個人レベルでの連絡・告知など、さまざまなものがある。そこでは、読者は消費者・生活者であり、企業と個人あるいは個人と個人との関係で広告が情報として流通し利用されてきたのである。

近代国家を目指した明治政府は、経済・産業の土台作りと近代化に力を入れ、各分野で政府および民間によって企業組織が作られ、発展して行った。「明治商法の成立と変遷」（三枝一雄著、三省堂、1992）によると、明治維新から明治35（1902）年までの全国会社総数の8割4分の会社、および全国工場総数の5割の工場が、明治27（1894）年から明治35（1902）年の間に創立されたという。この間における企業熱がいかに盛んであったかがわかる。とくに日清戦争後の明治29（1896）年以降の増加ぶりが際立っている。明治27（1894）年と新商法典の公布された明治32（1899）年を比較すると、会社数は2.9倍、工場数は1.4倍も創立数が増加している。新たな時代の経済・産業活動を取り巻く法律の整備が会社設立の増加をもたらすと同時に、会社広告の活発化・増加にも結び付いて行ったものと考えられる。

新聞広告においては早くから、企業間の商品・サービス取引、企業と投資家、企業と政府間の取引の為の広告が登場して広がっていった。具体的には、銀行・保険会社などの営業案内や企業名変更、年利・日歩、配当通知があり、各企業の決算報告、営業報告、新会社の設立、株式・社債募集、社債償還、株式総会に伴う株式名義書換停止などがあった。また、産業用各種器械製造・輸入・販売、原材料・素材・肥料などの製造・販売、事務用機器、計測器などの輸入・販売があり、さらに造船ドック完成を告知する広告や電動力の話などの企業広報・PR広告もあった。サービス分野においては、株式・債券等の仲買、米穀仲買取引、各種工事引受、広告文案、意匠、取次、特許扱い、各種訴訟扱い・法律事務、購買・払下げ・工事請負入札などの広告があったのである。

これらの広告をここでは企業広告ではなく会社広告と呼ぶことにする。それは、1970年

明治中期の新聞における会社広告の登場と定着「時事新報」の紙面を素材として

代から 80 年代にかけて、企業イメージの向上によって競合他社との差別化を図るためになされた企業広告と区別するためである。企業広告は、各社の商品の基本的性能・品質に大きな違いがなくなる中で出現した広告であり、本稿の分析対象である、明治期の会社等による広告とは異なる性格を持つものであると考えるからである。本稿では、会社広告を「明治期において企業やさまざまな組織・法人が経済活動、経営を進めるために出稿した各種の広告を広く括り、一般市民である最終消費者・生活者の消費行動に働きかける広告を除いたもの」と定義する。

本稿では、会社広告に積極的に取り組んだ「時事新報」を対象として取り上げ、明治 15 年～明治 35 年に掲載された会社広告の実態を分析することにより、この分野における新聞広告の定着過程を実証的に明らかにすることを目的とする。

2. 会社広告の量的推移

「時事新報」の創刊—明治 15 (1882) 年 3 月—以降の 5 年毎に、その年の 1 月の月間発行ページ数と、月間に掲載された全体の広告量、そのうちの会社広告量を集計すると、その量的推移は、表-1 のようなものになる。

明治 15 年 3 月 1 日に創刊された「時事新報」は 4 ページ建てで、販売定価は 1 部 3 銭、1 カ月では 65 銭であったが、その後 1 部 2 銭になり、明治 30 年代には 1 部 2 銭 5 厘になっている。ただ、実際には多くの読者は郵便によって購読していたと見られ、郵便配達料金が必要であった。当時の日本本土だけでなく、朝鮮半島、台湾、さらにアジア各地にも読者がいたようで、各地域に向けた郵便料金が紙面に記載されている。

発行ページ数は、創刊時の 1 日 4 ページの建てページから次第に増加し、10 ページ、12 ページ、16 ページでの発行日も登場する。これとは別に、正月元旦付けも増ページされ、明治 25 (1892) 年が 20 ページ、明治 30 (1897) 年は 48 ページ、明治 35 (1902) 年は 52 ページになっている。これによって、月間の発行ページは増加し、創刊時には月間 104 ページだったものが、明治 30 年代には月間 400 ページを超えている。

この発行ページの増加の背景には記事量が増えているだけでなく、広告量の増加がある。表-1 にあるように、全体の広告量 (件数) は明治 15 年 3 月の 520 件から明治 35 年 1 月には 3,884 件にまで増加しており、その中で会社広告は明治 35 年 1 月には 20.6% を占めるまでになっている。1 日の新聞のページ (スペース) での広告量を見ると、少ない時で約 1/4、多い時にはほぼ半分になっている。広告の全体量が増加する中で、会社広告も着実に増えていった。

今日の新聞では見ることがないが、「時事新報」では明治 20 年 1 月の紙面の内 3 回にわたって第 1 面を全面広告としており、明治 25 年 1 月の紙面では、発行回数 27 回の内 10 回が全

表 1 「時事新報」の月間発行ページ数と発行回数、掲載された広告の総件数と会社広告の件数（広告主数ではない）、新聞販売定価と広告掲載基本料金

掲載月 元旦付、他の日 のページ数 (P)	月間ページ数 月間発行回数	月間広告件数 その内会社広 告件数と (%)	新聞販売定価	広告基本料金
明治 15 年 3 月 (1882 年) 4P/日	104 ページ 26 回	520 件 41 件 (7.9%)	1 部 3 銭 1 か月 65 銭	1 行 23 字詰 1 日 8 銭
明治 20 年 1 月 (1887 年) 4~6P/日	130 ページ 26 回	1,362 件 76 件 (5.6%)	1 部 2 銭 1 か月 50 銭	1 行 24 字詰 1 日 13 銭
明治 25 年 1 月 (1892 年) 元旦付 20P 8~10P/日	230 ページ 27 回	1,923 件 86 件 (4.5%)	1 部 2 銭 1 か月 50 銭	1 行 5 号活字 24 字詰 1 日 13 銭
明治 30 年 1 月 (1897 年) 元旦付 48P 12~16P/日	404 ページ 27 回	2,975 件 479 件 (16.1%)	1 部 2 銭 5 厘 1 か月 50 銭	1 行 5 号活字 24 字詰 1 日 20 銭
明治 35 年 1 月 (1902 年) 元旦付 52P 10~16P/日	408 ページ 31 回	3,884 件 802 件 (20.6%)	1 部 2 銭 5 厘 1 か月 50 銭	1 行 5 号活字 24 字詰 1 日 40 銭 第 1 面は 50 銭

面広告となっている。第 1 面が全面広告となる回数はしだいに増え、明治 30 年 1 月には第 1 面の全面広告が毎日見られ、これは明治 30 年代半ばまで続いて行くのである。

正月元旦付けでは年賀広告が登場し、次第に増えてくる。広告文面を見ると、会社にとっての取引先や顧客への年賀挨拶とするものであると同時に、社名を PR し、業務内容を広く告知する目的もあったと見られる。

月間の広告件数は表-1 にあるように、創刊した明治 15 (1882) 年 3 月の 520 件から明治 35 (1902) 年 1 月には 3,884 件にまで大きく拡大している。ただし、これは広告の掲載件数の総合計であって、そのまま広告主の数ではない。

広告の掲載基本料金も少しずつ着実に引き上げられている。明治 15 年に 1 行あたり 1 日 (回) 8 銭だったものが、明治 20 年には 13 銭になっており、明治 30 年には 20 銭に、明治 35 年には 40 銭となり、第 1 面の掲載の場合は 50 銭と明記されている。

広告掲載の基本料金が引き上げられていることから二つのことが読み取れる。まず、新聞の発行部数が伸びて行ったことである。この時代の正確な新聞発行部数は把握することが難

明治中期の新聞における会社広告の登場と定着「時事新報」の紙面を素材として

しい。しかし、新聞の建てページが増えていることは、販売部数の増加によって収入が着実に増え、取材活動の範囲が広がり、記事量を増やすことができたためだと考えられる。これは広告料金値上げの根拠に出来る。

また、広告量が増えたことは、広告主の数が増えるとともに、広告主の業種と種類を広げることが出来たためであろう。創刊当初の書籍、薬品（売薬）、化粧品（歯磨、石鹸、白粉）から、食品・飲料、タバコ、衣料品、家具・雑貨、小売商店、医院（病院）、学校、料理店、旅館、銀行、保険、さらに案内広告、各種会社広告などへと広がっていったのである。これは、広告主から見た時、広告掲載の効果について一定の評価が出せなければ不可能なことである。明治35（1902）年の紙面を見ると、第1面の広告料金が中面とは別に設定されている。これは「時事新報」が広告メディアとしても機能と形を整えてきたことの表れであると考えられる。

明治35年1月の「時事新報」には、『「時事新報」に掲載されている広告主とお取引される折は、『時事新報』の広告を見たとき必ず告げられたい』との文章が毎日のように紙面に掲載されている。ここには広告メディアとしての新聞の効果を、読者（顧客）を通じても広告主に訴えたいという強い思いが表れている。

この時代の新聞の正確な発行部数を把握することは容易ではない。しかし、慶応義塾大学のホームページにある「慶応義塾豆百科」No.42—『時事新報』の創刊—においては、「僅か1500部余りの発行部数で発足した『時事新報』は、（中略）2年後（明治17年2月）『全国商況の不景気』の中で、5000余部の紙数を数えるまでに成長した」と書いている。

表2 明治26年から明治32年までの年間の「時事新報」配布部数
 （「保証金を要する日刊新聞紙配布表」警視庁統計書、クレス出版、1997から）

年	時事新報	明治29年	2,949,846
	東京府（部）	（1896年）	
	他府県（部）		3,992,163
	合計配布数（部）*		7,133,868
明治26年 （1893年）	2,432,405	明治30年 （1897年）	4,012,369
	2,300,225		7,664,144
	4,779,954		11,873,663
明治27年 （1894年）	2,842,778	明治31年 （1898年）	4,607,496
	3,067,123		10,013,922
	6,037,406		14,846,594
明治28年 （1895年）	2,387,434	明治32年 （1899年）	10,677,832
	3,153,410		20,412,383
	5,706,646		31,491,952

* 合計配布数とは、東京府下への配布、他府県への配布、本邦在留外国人への配布、外国在留本邦人への配布をすべて合計した配布数

一方、警視庁統計書の復刻版によると、「時事新報」の明治26（1893年）年から明治32（1899年）年かけての部数は表-2のようになっている。これらは、いずれも年間の部数である。新聞社が警視庁に報告した部数だと思われる。

それによると、「時事新報」は、明治30年において毎週月曜休刊であったので、1日あたりの発行部数はおよそ38,000部、明治32年には、休刊日なしで発行していたので、1日の部数はおよそ86,000部であったと推定される。この表-2を見ると、「時事新報」は明治26年から明治31年までほぼ右肩上がり部数が伸び、東京より東京以外での部数の伸び方が大きく、全国に読者が広がっていたものと思われる。経済に力点を置いた新聞として全国の商工業者を中心に購読されていたのであろう。

3. 会社広告の内容と多様化

3-1. 「実際報告」と呼ばれていた決算広告

明治15（1882年）年3月1日に創刊された「時事新報」は4ページで、第1面から第3面までが記事で、最終面の第4面がすべて広告である。この創刊日の紙面を見ると、香油「八千代」と名付けられた椿油などを扱う油問屋、政談演説会告知、保険の申し込みを受け付ける保険会社、「日にやけぬ水」という名前の化粧水、書籍広告では、西洋歯科・医術紹介、法律解説、演説集・演説法、慶応義塾出版社の出版物一覧、普通簿記法、小学地理誌などがあり、時事新報売捌き所の広告、外国為替取引業務を告知する横浜正金銀行の広告も掲載されている。この時の新聞販売定価は1部3銭、1か月では前金で65銭、広告の定価は1行23字で1行1日の掲載料金は8銭となっており、行数が増えるに従い、掲載回数が増えるにしたって料金割引があると明記されている。

創刊された3月の「時事新報」には、新橋・横浜間の鉄道時刻、北米サンフランシスコ行き、上海行き、香港經由欧州行きなどの飛脚船の発着予定日広告、当時は代言人と呼ばれた弁護士、売り家・売地広告、馬車営業開始広告、各種公債証書・金銀貨幣売買・貯蔵金を預かる両替店などの広告がある。

東京証券取引所のホームページによれば、明治初期の日本国内においては、公債の発行が盛んで、両替商が中心となり現在の東京人形町付近で公債の集団売買が活発に行われていたが、国立銀行の設立が相次ぎ整備されるに伴い株式会社制度が定着し株式の売買が行われるようになったという歴史がある。当時の東京実業界の実力者であった渋沢栄一、三井養之助らが条例に基づく株式取引所の設立を出願し、明治政府から免許を受け株式会社組織の東京株式取引所が誕生したのが明治11（1878）年のことである。

創刊の年、明治15年3月17日付けの「時事新報」に第78国立銀行が「第7回半期実際報告」という名前で、半期の借方、貸方、損益勘定概略を開示する小さな広告を出稿してい

明治中期の新聞における会社広告の登場と定着「時事新報」の紙面を素材として

る。これは、「時事新報」に広告として登場した最初の「実際報告」であったが、今日の決算広告のいわば原型であろう。このほか、「営業報告」「会計報告」などの名称も出てくる。この後、決算広告は時代を追って増えて行く。

明治20年1月の「時事新報」を見ると、「実際報告」が増え銀行の決算広告だけでも49件となり、それと共に金銀貨幣・各種公債・株券売買などを扱う新たな両替店の広告があり、横浜株式取引所の定期総会報告、東京綿商社の市場開設認可取得告知がある。西洋酒類・食品の輸入販売、西洋服の縫製、西洋料理店などの開業・開店広告を見ると、社会の中に、決して安くなかったと想像される各種の西欧食品、西欧料理、服飾用品が次第に普及し、経済的に豊かな層から取り入れられたのであろう。また、製薬会社の新製品発売の広告が掲載されているが、これも会社としての企業PR・広報の狙いもあったものと思われる。

3-2. 会社から投資家へ向けた広告、会社をターゲットとした商品・サービス広告の増加

明治25(1892)年、明治30(1897)年になると、会社広告は着実に量的な増加が進むとともに、その内容も一層多様化する。明治25年の1月の「時事新報」に掲載された会社広告は86件、明治30年には479件にまで増えている。これは広告主の数ではなく、広告の掲載件数(本数)である。このころ、会社広告もそれ以外の一般の広告も、同じ広告原稿が短い期間に3~4回連続して掲載されることは珍しくない。

決算広告、銀行および保険会社の営業広告はコンスタントに掲載されている。株式関係の広告では、鉄道会社の株金募集、株金払込催促広告があり、今日の公募増資・新株発行が新聞広告を利用して行われていたのであろう。決算期における株式名義書換停止、株主総会開催の招集告知も多くある。また、鐘淵紡績は株主総会での決議内容の報告と新任役員の告知などを広告として出稿している。また、株券が広く流通し始めたためであろう、株券焼失広告も見られ、他方、東京株式取引所仲買人の免許を取得した業者の開業広告もある。

会社をターゲットとした商品(産業材)広告、サービス広告もこの時期に増えている。商品(産業材)の広告では、秤の製造販売、セメント、北海道産コークス、各種銅製品の受注、鋳山用ポンプ・運搬車、英国製紡織機械、石材、汽船の売却、和羊毛織物、輸入毛布、苛性ソーダ・化学品販売、輸出用木綿・縮製造販売、洋紙売捌き、電話機、電信機、各種電池販売などとともに、シンガーミシン日本特約店の告知広告もある。

会社向けサービス分野では、代言人と呼ばれた弁護士・法律事務所の広告が増え、横浜居留地の貸家広告、土蔵付き建物競売、不動産会社の土地、建物、建築、売買・貸借の仲介広告、各種葡萄酒の輸入販売を行う問屋、金銀・貨幣・公債・株式を売買する両替商、地金・合金などを購入する製錬所、軍隊用被服品製造販売店の広告もある。当時、広告取次と言われていた広告会社の全国各新聞・雑誌広告取扱の広告も、新聞紙面の目に着く場所に頻りに掲載されている。新聞社と広告会社の利益が一致したためであろう。

このころから、官公庁・軍からの購買・払下げなどの入札広告も多く出稿されている。横須賀鎮守府主計部、佐世保鎮守府主計部、呉鎮守府主計部、陸軍戸山学校、海軍造兵廠などから燃料、建築資材、各種器械の購入、茨城県から巡査用のサーベル、通信大臣官房から室内装飾請負、陸地測量部から物品購買、東京府庁から石材購入と建物売却、航路標識事務所からセメント購入、文部省からは尋常小学校読本出版販売委託競争入札といった広告が出されている。

メディアの広告もある。書籍広告は新聞創刊時から数多くあるが、明治20(1887年)年1月6日の「時事新報」には、朝日新聞東京支局が「1か月前金25銭にて、大阪朝日新聞の前日朝刊を毎日夕方に東京市中は無料配達。目下毎日4万枚の部数があり、広告効果は最も大きい新聞」との広告を出している。また「千葉新聞」の発刊広告があり、「毎朝新聞」が「日曜新聞」から改題して発行する旨の広告を明治25年の1月に掲載しており、明治30(1897)年の1月には「萬朝報」の購読勧誘広告も掲載されている。

一方、製造業では同じ1月には鉄道車両製造所が開業広告を、大阪アルカリが商標披露広告を出している。また同じ時期に、台湾鉄道会社創立事務所は株式予約受付広告を、日本製紙創立事務所と宮城商業銀行創立事務所は株式募集広告を出している。これらは株式関連広告であると同時に、会社設立、操業・営業活動開始を広く社会に知らせ、予告する企業広報の機能を果たしたと言える。

3-3. 会社広告は営業・販売から経営の土台を支える情報までをカバー

表-3で『時事新報』(明治35年1月)に掲載された主な会社広告とその内容を例示した。銀行は定期・当座・通知預金の年利、貸付金利も広告として掲載している。生命保険会社、損害保険会社は会社名と保険商品の名前、その保険商品の内容を知らせる広告が数多くあり、中には加入者への配当のお知らせもある。各金融機関が営業店舗を知らせる広告もある。また、株式関係では、株式名義書換停止公告、株式総会招集通知、株金払込広告があり、倉庫会社の株主総会報告として役員改選、新社長選出の告知が、鉄道会社から優先株引受申込期日延期広告など表にないものもある。また、汽船会社の社債募集広告、銀行の債券償還広告もある。産業社会の進展にともなって新会社の設立や会社の統廃合も起こっている。明治35年1月の「時事新報」には、鑄物会社清算人から会社解散公告、煙草会社から任意解散公告が、銀行から株券無効公告が出稿されている。その後、特許事務取扱や法律事務所からの行政訴訟取扱の広告も登場する。

日清戦争後の明治30(1897)年1月の「時事新報」には、木材問屋から札幌区裁判所への設立登記、鉄道会社から会社解散に伴う債務・債権処理公告、商店から従業員の解雇広告、船会社から株券紛失広告などが出されており、明治33年3月には東京区裁判所から、(株)下谷商業銀行、東京巡航船(株)、台湾工業(株)、(株)両国銀行、日本生存保険(株)、東

明治中期の新聞における会社広告の登場と定着「時事新報」の紙面を素材として

表3 「時事新報」(明治35年1月)に掲載された主な広告主と広告内容

広告内容・種類	広告主
決算報告, 営業報告	須崎製綱, 山口採炭, 深川電燈, 東京人造肥料, 安田銀行, 小津銀行, 京華銀行
銀行・保険 (業務案内, 定期・当座預金利息, 貸付, 債券償還, 保険商品案内, 社名変更, 支店開設)	明治商業銀行, 横浜正金銀行, 三井銀行, 住友銀行, 日本勸業銀行, 帝国生命保険, 日本海上運送保険, 真宗信徒生命保険
鉄道, 海運 (鉄道時刻, 国内・国外航路出帆)	日本郵船, 大阪商船, 山陽鉄道, 北海回漕店, 井田回漕部
株式, 社債, 株主総会 (株式募集, 株式払込広告, 株主総会招集, 総会報告, 役員改選, 新社長選出) 企業PR・広報(年賀PR, 開業披露)	博多湾鉄道, 函館船渠, 日本貿易倉庫, 七尾鉄道, 日本鉄道 新田帯革製作所, 南光堂帳簿製造所
会社向け商品 (写真機械, 薬品卸, 時計文具, 消毒用品, メチルアルコール, 陸船用蒸気機械, 海陸軍用機械類, 耐火煉瓦, 耐火金庫) 会社向けサービス (土地建物紹介評価, 公債株式売買中値, 新聞雑誌広告取次, 米株商品物価通信, 西洋型帆船売却, 活版印刷営業)	浅沼藤吉, 日新館商店, 島久商店, 富岡機械, 加藤秀松, 後藤工作所 帝国通信社, 介立社, 亀清両替店, 引報堂, 新報社, グロッセル商会, 国光社印刷部
入札広告 (葉煙草売渡, 建築工事請負, 払下品)	備後府中専売支局, 逓信省総務局, 印刷局会計部, 近衛歩兵第4連隊, 横浜税関
告知・謹告 (会社解散公告, 仲買業者一覧, 外国配達不能郵便物広告, 株券無効公告, 任意解散公告)	東京鑄物清算人, 東京米穀取引所, 東京郵便電信局, 北海道拓殖銀行, 内海商会, 中央煙草

京区裁判所新宿出張所からは帝釈人車鉄道(株)の商業登記公告が出稿されている。個人や法人の各種小切手紛失や実印紛失広告もある。この時期、購買、払下げなどの入札広告も数多く、一般的になったとみられる。民間企業のみならず、各種公的機関からもこれらの広告が出稿されている。

4. まとめと課題

本稿での会社広告とは、主として企業・団体などをはじめとする各事業者から事業者へ向けた広告、事業者から投資家・出資者へ向けた広告、および事業者をターゲットとした広告であるが、そこには、民間企業のみならず、裁判所、行政機関などの各種公的機関も含まれる。これらの広告が明治時代の経済社会の成長・進展の中で、日清戦争後の不況も潜り抜け、

次第に定着して行くのが明治30年代の半ばである。

明治前期から中期にかけて各分野で企業が次々に設立され事業が進められていった。勿論、自社が作り出す商品やサービスの購入・利用を最終消費者に働きかけることは不可欠で、そのための消費者向け広告も早くから、ほぼ創刊時から新聞紙上に登場している。書籍、薬品（売薬）、化粧品（歯磨・石鹸など）がその代表で、その後、飲・食料、タバコ、衣料品、小売商店、医院・病院、料理店などに急速に広がって行く。

だが、各分野で事業を進めるために、企業は規模の大小を問わず、各方面の取引先との良好な関係を作り、広げるとともに、事業推進のための新規分野の開拓、安定した資金調達も円滑に行うことが必要であった。

これらのことから、会社広告はモノやサービスの日常の営業・販売活動、企業間取引を推進するものからさらに広がりを見せ、新会社設立、株主総会での決議内容報告、決算広告などによる経営・財務内容の開示、株式および債券の募集、商業登記など各種登記の告知、特許登録から、株券・手形の紛失・無効、会社の解散・清算告知などに至るまで、企業活動の土台部分・根幹部分を支え、推進するのに必要な情報を、新聞紙面を利用して社会全体に企業・団体が相互に広く告知・流通を図り、これが次第に定着したと言えるのである。

今回の研究対象としたのは「時事新報」であるが、さらに経済専門紙である「中外商業新報」も対象に加えたい。この時代の会社広告は実務中心なものであったと同時に、今日の企業広報の前身でもあったと言えるだろう。

さらに、1970年代の高度経済成長期における、この分野の新聞広告との比較も興味深く、今後の課題としたい。

資料文献, サイト

- ・ 山口和雄ほか 日経文庫「日本産業史①」（日本経済新聞社，1994年）
- ・ 「慶応義塾豆百科 No. 42」（慶応義塾大学ホームページ，2013.3.2）
- ・ 警視庁統計書「保証金を要する日刊新聞配布表」（クレス出版，1997年）
- ・ 「東京証券取引所の歴史」（東京証券取引所ホームページ，2013.3）
- ・ 三枝一雄「明治商法の成立と変遷」（三省堂，1992年）
- ・ 『時事新報』復刻版（龍溪書房，1986年）