

15年戦争時の旧植民地台湾の広告（その1）

林 惠 玉

はじめに

昭和に入ると、外地台湾のマス・メディアでは、ラジオ放送局の開設、『台湾民報』（のち『台湾新民報』）⁽¹⁾の島内発行の許可といった新しい展開が見られた。中でも、雑誌および新聞に加えて、1931（昭和6）年に開始したラジオ放送は、台湾の企業に商品の販売促進活動の多様化を約束するものという期待を抱かせた。しかしながら、当時、最も先進的だったマス媒体——ラジオによる広告放送は、結局、「日本新聞協会」からの圧力があって、半年ぐらいしか行われなかった⁽²⁾。そのため、1945（昭和20）年までの日本統治時代の台湾においては、いうまでもなく商品広告の媒体として広告・宣伝活動の発展に大きな寄与を成し遂げたのは、日刊新聞であった⁽³⁾。

このように、まず、15年戦争と広告との関係を考える出発点としては、やはり当時の台湾社会に対応して、日刊新聞にどのような広告が掲載されたかという歴史的認識が必要である。

なお、植民地統治政策では内地（日本本土）と外地との間の人的交流を対等に行う条件が妨げられていたといわれるが、消費生活においてはそのような政治的なイデオロギーの影響はほとんどなかったといえる。それは、「当時、あれは日本商品、あれは台湾商品、というような意識はしていなかったのだ」⁽⁴⁾との台湾人戦前世代に対する聞き取り調査を通して分かる。また、「日本統治時代だから、日本商品、例えば、トンボ鉛筆などを使ったのだ。中には、情報源としての新聞広告で知った日本商品・出版物などもあった」⁽⁵⁾ということも聞かされた。その意味から、日本統治期台湾の広告は、消費者の購買意欲を喚起させるという従来の機能のみならず、また台湾在住の人々と、日本企業・商品とのコミュニケーションの役目をも果たしたといえるのである。

したがって、ここでは、新聞広告に焦点をあて、具体例をあげることにより15年戦争時の台湾の広告事情について述べ、さらには新聞広告の中に見られる旧植民地台湾の現地住民の消費生活についても論じてみたい。

1. 新聞広告で読む外地台湾

いうまでもなく、世界情勢から見ると、昭和戦前期は激動の20年間であり、金融恐慌および戦争でつづられた不安・耐乏の時代であった。それに対して、当時の台湾は日本の経済・政治体制下に組み込まれて、その消費社会はどのような情勢にあったのであろうか、また新聞広告は日本の体制にどのような影響を受けたのであろうか等、以下、『台湾日日新報』や『台南新報』を中心に検討してみよう。

1. 1930年代の広告からのメッセージ

1930年代の新聞広告を調べてみると、満洲事変後の翌年すなわち1932（昭和7）年に掲載されたキッコーマン醤油の漢文広告（図1）⁽⁶⁾や、台北にあった菊元百貨店の和文広告（図2）⁽⁷⁾には時局便乗の傾向が反映されていたのである。それをみると、その頃から戦争への関心が台湾の新聞広告に現われはじめていたと言える。しかしながら、全体的に見て、そのような広告は目立つが、やはり少ないほうである。和文広告は一般に「高麗人参」（図3）⁽⁸⁾や、「葡萄酒」（図4）⁽⁹⁾、「白粉」（図5）⁽¹⁰⁾など、広告コピーに軍事色がなく漢文広告および和漢混合広告が多く、新聞の紙面を飾っていた。

満洲事変3、4年後の1934、5（昭和9、10）年の新聞をみると、一部の広告に「祝始政記念」⁽¹¹⁾（図6）や、「祝台湾始政四十周年記念」⁽¹²⁾などの文字が入っており、一般の「始政記念活動」に対する関心の深さがうかがわれる。昭和10年前後の台湾においては、中国大陸における戦局に比べれば、依然として「内台融和」など、内地日本と外地台湾の関係の強化に注目が集まったと考えられる。

このように、昭和初期の10年ほどは、満洲事変下にもかかわらず、台湾の新聞広告のコピーはあまり「非常時色」を見せていなかったことが分かる。そこに、台湾の消費社会は、満洲事変の影響下に置かれていなかったこと、また満洲事変による不安な様相を呈していなかったことを見出すことができよう。

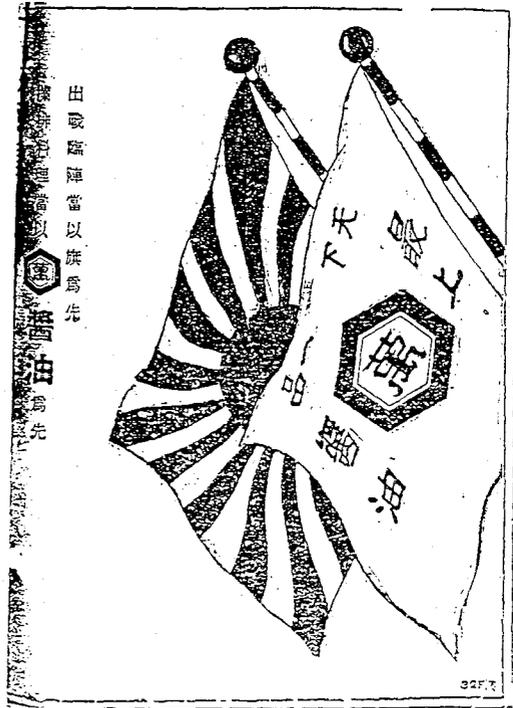


図 1

榮 菊 元

東京市本町三丁目

今同國華中... (text partially obscured)

田... (text partially obscured)

る成功... (text partially obscured)

に本... (text partially obscured)

出... (text partially obscured)

品... (text partially obscured)

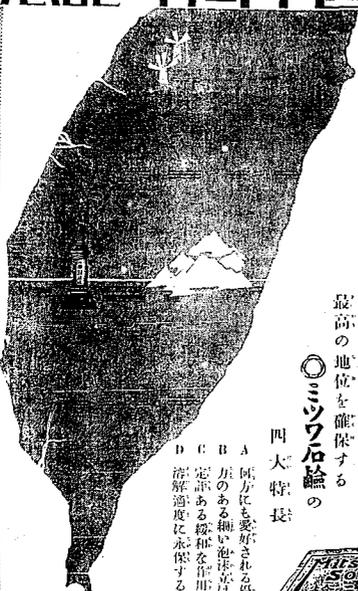
本... (text partially obscured)

BY THE... (text partially obscured)

図 2

祝

台湾始政十四周年記念

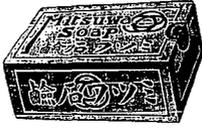


躍進する南海の樂土に
聲價燦たり標準石鹼

品質に於ても價格に於ても
最高の地位を確保する

○ミツワ石鹼の
四大特長

- A 固方にても愛好される傳難しい劣劣
- B 灰のある糊い泡沫性は顯著な特長
- C 定評ある標記を伴は品質の超
- D 溶解適度に亦保する一大徳用性



ミツワ石鹼

本社 東京・市川 〇大見直店

図7

ただし、戦争とは別の面で、1935（昭和10）年4月の新聞紙上に「非常時色」のひときわ目立つ広告があらわれた。「震災御見舞」の広告である。台湾の中部で、同月21日に地震に伴う大災害が起こったのである⁽⁴³⁾。満洲事変は台湾の消費社会に大きな波紋を巻き起こさなかったが、「貴地を襲った大地震は、一報毎に惨禍の度を加へ、未曾有の大被害の趣でありまして、罹災者各位に対しては、誠に御同情の言葉もありませぬ」⁽⁴⁴⁾という生命保険会社の広告文からは、当時の台湾中部の深刻な社会情勢および市民生活の逼迫も感じとれる。しかしながら、前述のような中部大震災関連の広告を除き、日中戦争に発展するまでの段階においては、直接に広告から見られるのは、台湾住民の消費生活がさほど変化しなかったということである。

また、日中戦争前後の地元の百貨店広告を例にとってみると、台南・ハヤシ百貨店の「歳末空前の大廉売」（1934・図8）⁽⁴⁵⁾・「夏物第二回大売出し」（1938・図9）⁽⁴⁶⁾、台北・菊元百貨店の「サア！夏休み皆様のお友達が大量飛行機で内地から来られました！／台北の坊ちゃん嬢ちゃんへお中元の贈物としてこのお友達を差上げます」（1937・図10）⁽⁴⁷⁾というような広告コピーから、台湾の新聞広告は、日中戦争の前後にも、「広告はプロモーションである」という根幹的法則を維持していたことがと読みとれる。一方から見れば、この時点になっても、日本がかかわった戦争は、台湾住民の消費行動に甚大な影響をもたらしておらず、例えば、中元・歳暮等の贈答に関する消費行動をも変容させていなかったと言ってよいであろう。

ところで、新聞広告から見て大衆的消費行動はそれほど大きな変貌をとげなかったようであるが、次の引用に見られるように、この時点の台湾の物価は安定した状態とはいえなかった。

（台北市の卸売物価指数）昭和十一年を覩れば一月九〇・九より爾後は騰貴の一途を辿るに至り、十二月には九六・〇と本年度最高指数を示すに至った。斯くして昭和十二年に入ると全般的に大幅の急騰を示し、昭和四年来の高指数を示してゐるのみならず今後の高物価を予測させる暴騰である。支那事変勃発以来其の影響を受ける所甚大である。一月には一〇一・三となり、以後は九月迄多少の変動はあつたが大差なく、十月には一〇九・五となりそれより漸騰歩調に入り十二月には遂に一一一・七となつた。

昭和十三年を觀れば（中略）五月には一二〇台に達した⁽¹⁸⁾。

かかる台湾の現実——消費物価の急上昇——に照らせば、日中戦争の直後にも広告のありようはそれ程変わらない状態であったが、台北市の卸売物価指数から見ると、日中戦争が台湾經濟に及ぼす影響についてはやはり大きかったと考へねばならない。そこで、上の引用をその時の新聞広告と照合すると、戦争のひずみが徐々に台湾住民を經濟的に圧迫していったのは、1930年代も終わり頃からと思われる。

三周年を迎え 歳末空前の大廉賣

ハヤシヤヘ林へ

素晴らし人気が

開店記念
三周年特別奉仕

▽金堂を初の空店を擧げて奉仕させていただきます
▽革製品特價品は如容放願します

五日（一日限り）自祝の意味で



臺南名所

ハヤシヤ百貨店

感謝の念は!!!

全館に溢れ全店總動員

何も彼も安い。安いの大評判

歳末年始の御用意は

是非……ハヤシヘ

現金購買上げ毎に二割の商品券を差上げます

図8

2. 戦争及び銃後生活と広告

戦時中の生活について、「だんだんに悪くなった。記憶に残る限り、物資配給制導入までは消費生活に戦争の影響がそれほど大きいとは感じられなかった。しかし、大東亜戦争に突入り配給制導入と同時に代用品や代用食（乾燥バナナ等）になり、生活苦や不安な日々が続いた。引き出しの奥にお米等を隠していたこともあった」⁽¹⁹⁾と語られている。日中戦争と太平洋戦争が台湾社会の表情ひいては台湾の経済構造を一変させたことが分かる。

日中戦争勃発後の新聞をみると、目についたのはいうまでもなく「楠梓庄民から皇軍へ慰問品」⁽²⁰⁾というような戦争関連記事である。

高雄州岡山郡楠梓庄民は皇軍武運長久祈願の為曩に岡山神社に参拝した、参拝者は車賃その他を節約し四百五十円を得たので煙草、酒を購ひ皇軍慰問品とした、又楠梓爱国婦人会は国旗を作つて売つた利益金七十円にて煙草、酒を購ひ婦人会の手で台湾軍に贈呈した。

このような記事には大衆に皇軍慰問等を呼びかける意図が包含されていると考えるべきであろう。これとともに、消費節約・国民貯蓄奨励運動、軍用機献納運動、国防献金募集、贅沢品の販売禁止、物資の配給統制、そして歳暮の贈答廃止などが、内地日本と同じく台湾においても次々と進められ、台湾住民は、いわゆる「銃後国民」としての気構えの中での生活を強いられた。

また、「ヒマ栽培」、「体力錬成」、「貯蓄」、「金属回収」が描かれた洪朝明の「戦力増強一家」(図11)⁽²¹⁾をみても、当時、日中戦争・太平洋戦争がいかに台湾住民の生活に深くかかわっていたかをうかがい知ることができる。

むろん、時局が重大になるにつれ、台湾の新聞に掲載された和文広告の中で、戦争関連文字を入れた広告が1937(昭和12)年以降、増えつつあった。「慰問袋に／長期聖戦で活動が続ける皇軍将兵の健康護身薬に用法頗る簡便で効力抜群の妙布は忘れてならぬ最適薬として至所で多大のご好評を戴いてます」(1938・図12)⁽²²⁾、「食欲は力である／楽みの為ではない。今は陣中も銃後も食欲のために、味の素を活かして使ふ時なのです。困苦に勤へる力を、養ふ時なのです」(1938・図13)⁽²³⁾、「経節も醤油も砂糖も不用で、戦時下無駄を省く家庭経済は先づ味のホンから！」(1941・図14)⁽²⁴⁾などがそれである。しかし、それは和

食慾心は力
である！

樂みの爲では
ない。今は
陣中も銃後も
食慾のた
めに、
味の素
を活か
して使
ふ時な
のです。
困苦に堪へ
る力を、養
ふ時なのです。

に袋問慰・ひぜ

味の素

味の素

味の素

図13

新體制の液體調味料
お臺所の刷新

既節も醤油も砂糖も
不用で、戦時下燃費
を省く家庭経済は先
づ味のホシから！
固形よりも液體調味料の一元化

● 辛さ・酸味・塩味・甘味だけで
和・洋・支・仏ゆき料理に
応用しやすく、経済的品質保証

東京市本町三丁目
杉原産業株式会社

味の素

味の素

図14

文広告であり、また広告主は内地企業およびその台湾代理店であったことを言わなければならない。それに対して、1937（昭和12）年に新聞漢文欄の廃止に伴って減少していった台湾向けの漢文広告・和漢混合広告はもちろん、地元（台湾）企業の出稿した広告は、1940（昭和15）年に近衛文麿が新体制を提唱した後にも、政治的な動きに対してそれほど積極的に呼応しなかったようである。それは、戦争への心理的混乱を押さえるための広告戦略かもしれないが、日本と、台湾の社会体制（外地）・住民構成（主として漢民族）等の違いと受け止めてよいであろう。

日中戦争・太平洋戦争を契機として、台湾においても愛国婦人会、皇民奉公会等の団体による愛国活動が盛んに展開され、社会全体は戦時調に見えた。しかしながら、先に述べたように、台湾の新聞広告は戦争一色にぬりつぶされたとは認められない。ただ、当時の台湾の各新聞は内地企業の広告主から比較的に利用されたがゆえに、地元業者の広告より内地業者のそれが量的に多く、したがって、戦時中の和文広告に「祝皇軍大勝」、「翼賛」、「敵性語撃滅」など、商品告知に関係ない文字がよく見られたことも事実である。

台湾企業の新聞広告は戦争のために利用されなかったにもかかわらず、前に取り上げられた台湾人戦前世代の生証言をふまえると、結局、戦争による物資不足につれ、住民の消費生活もやむなく戦争の渦中に巻き込まれて行ったと言えよう。

【注】

- (1) 『台湾民報』は、1927（昭和2）年8月には週刊として台湾で発行を始め、1929（昭和4）年3月には『台湾新民報』と改題した。1932年（昭和7）年4月より『台湾新民報』は日刊となった。
- (2) 台湾放送協会は、台北放送局を通じて1932（昭和7）年6月から広告放送を実施したが、日本新聞協会によって「新聞社の広告収入を圧迫する」という理由で反対された。そのため、日本最初の広告放送ではあったが、台湾放送協会のそれは同年12月に中止されてしまったのである。詳しくは、内川芳美編『日本広告発達史』（上）電通・1976年7月・347頁、『広告年鑑』（昭和8年版）万年社・第1篇14～15頁を参照。
- (3) 当時の台湾の6大日刊新聞は、『台湾日日新報』、『台湾新聞』、『台南新報』（のち『台湾日報』）、『東台湾新報』、『台湾新民報』（のち『興南新聞』）、『高雄新報』であった。詳しくは拙稿「台湾における日本統治下の広告環境」『専修社会科学論集』第16号、1995年9月を参照。

- (4) 引用部分は、王氏（73歳，女性）の証言による。
- (5) 引用部分は、黄氏（74歳，男性）の証言による。
- (6) 『台南新報』1932年6月7日付け。
- (7) 『台湾日日新報』1932年12月20日付け。
- (8) 『台南新報』1932年6月2日付け。
- (9) 『台南新報』1933年1月20日付け。
- (10) 『台南新報』1933年2月19日付け。
- (11) 『台南新報』1934年6月17日付け。
- (12) 『台湾日日新報』1935年6月29日付け。
- (13) 森雅雄・呉瑞雲『台湾大震災』遠流出版公司，1996年に詳しい。
- (14) 『台湾日日新報』1935年4月29日付け。『台湾日報』1938年3月20日付け。
- (15) 『台南新報』1934年12月4日付け。
- (16) 『台湾日報』1938年3月20日付け。
- (17) 『台湾日日新報』1937年7月11日付け。
- (18) 台湾総督府『台湾事情』台湾時報発行所，1938年12月，580頁。
- (19) 引用部分は、李氏（71歳，男性）の証言による。
- (20) 『台湾日報』1937年11月20日付け。
- (21) 黄宗葵編『台湾芸術』1944年2月1日，台湾芸術社，42頁。なお，朝日新聞社編『南方の拠点・台湾 写真報道』（1944年2月）によると，「ヒマは本島至る所に野生種が繁り適作物であることは明らかだが，軍需品原料としての重要性が認識されて以来は各官衙，町内会などが寸土を惜しんでその栽培を競つてゐる」と説明されている。
- (22) 『台湾日報』1938年5月12日付け。
- (23) 『台湾日報』1938年5月16日付け。
- (24) 『台湾日報』1941年5月2日付け。

【関連年表（その1）】

- 1931（昭和6）年 台湾放送協会設立（1月）
 広告放送開始（6月～12月）
 満洲事変（9月）
- 1935（昭和10）年 台湾大震災（4月）
 始政40周年記念
- 1936（昭和11）年 台北市物価指数96.0（12月）
- 1937（昭和12）年 日刊新聞漢文欄廃止実施（4月）
 日中戦争（7月）

- 台北市物価指数111.7（12月）
- 1938（昭和13）年 国民貯蓄奨励運動協議会開催（5月）
台北市物価指数120台（5月）
- 1939（昭和14）年 台北商工会議所主催の代用品展開催
台中商工会議所主催の代用品展開催（1月）
- 1940（昭和15）年 近衛文麿新体制運動声明（6月）
奢侈禁止令実施（8月）
銃後奉公強化運動開始（10月）
贅沢品販売禁止（11月）
- 1941（昭和16）年 節米運動展開（2月）
皇民奉公会発足（4月）
台北市豚肉切符制採用（4月）
太平洋戦争（12月）
- 1943（昭和18）年 金属類回収令及同施行規則公布（9月）
- 1945（昭和20）年 第2次世界大戦終結（8月）