

# 『エホン ニッポン』に見る戦時下の広告業界と国家宣伝 Propaganda and advertisement industry in wartime through the Picture Book, Ehon-Nippon

○中嶋 晋平

Shinpei NAKAJIMA

大阪市立大学大学院文学研究科都市文化研究センター OCU Urban-Culture research center

**要旨** 本研究の目的は、アジア・太平洋戦争期に広告に携わる人々や企業が国家宣伝にどのように関わったのかについて、日本宣伝文化協会の活動を事例に明らかにすることである。本研究では、日本宣伝文化協会の会報および理事会・評議会議事録、日本宣伝文化協会が発行した絵本『エホンニッポン』を中心に分析を行った。これによって、商業広告に携わってきた人々や企業が、それまで培った経験や知識を生かし、絵本という視覚メディアの制作を通じて、南方占領地域向けの国家宣伝に協力していた点を明らかにした。

**キーワード** 日本宣伝文化協会 『エホン ニッポン』 南方向け宣伝

## 1. はじめに

本論文は、アジア・太平洋戦争期に、広告に携わる人々や企業が国家宣伝にどのように関わったのかについて、日本宣伝文化協会の活動を事例に明らかにすることが目的である。

当時の広告業界は、総力戦体制下における統制経済への移行や広告取締、新聞・雑誌の広告スペースの減少などにより大打撃を受けていた。そうした状況を打開するため、広告業界は献納広告や広告の自主規制という形で国家宣伝に協力していった点が明らかにされている<sup>1</sup>。しかし、これらは広告業界による国家宣伝への協力の一部であり、長年蓄積されてきた大衆向け商業広告に関する知識や技術、業界内外のネットワークを活用し、さまざまな形で国家宣伝に協力していったと考えられる。しかし、広告業界が具体的に国家とどのように関わり、自らの知識と技術を生かした国家宣伝を実践していったのかについての実証的な研究は、十分に進められてきたとは言いがたい。戦時期の宣伝研究は資料発掘の困難さもあって、報道技術研究会など特定の対象に研究が限定される傾向が続いている<sup>2</sup>。

こうした状況を踏まえ本論文では、対米開戦直前の昭和16年(1941)12月に、民間の広告業界を統合一元化して国家の戦争遂行に協力することを目的に創設された団体、日本宣伝文化協会に注目し、アジア・太平洋戦争期における国家宣伝と広告業界とのかかわりについて検討する<sup>3</sup>。

## 2. 国家宣伝への協力

### (1) 南方地域向け宣伝メディア『エホン ニッポン』

日本宣伝文化協会は、大政翼賛会やその外郭団体、情報局など数多くの団体から宣伝の委嘱を受け、さまざまな形で展開していた。そのなかでも異彩を放っているのが、『エホン ニッポン』の発行である。日本宣伝文化協会は数多くの国家宣伝への協力を行っているが、大政翼賛会の主導により設立された団体という性格上、協会が

手掛けたほとんどの国家宣伝の対象は日本国民であった。ところがこの『エホン ニッポン』は、当時、南方と呼ばれていた東南アジアの占領地の人々を対象とした宣伝メディアであった。

映画や新聞、紙芝居など<sup>4</sup>、さまざまなメディアが、それに携わる人々とともに宣伝活動に利用されていたことが先行研究によって明らかとなっている。しかし、絵本に注目した研究は見当たらない。『エホン ニッポン』とはいかなるメディアだったのか。それを明らかにすることによって、日本宣伝文化協会がさまざまな面で国家宣伝に関わったことを、明確かつ実証的に示していく。それとともに、『エホン ニッポン』の内容分析と絵本の制作に携わった人々の発言などをあわせて検討することで、日本の南方地域向け宣伝の一側面も明らかにする。

## (2) 『エホン ニッポン』の発刊

昭和17年(1942)10月1日に発行された『日本宣伝文化協会会報』創刊号は、「南方の児童における日本文化の精華／エホン ニッポン創刊す」の記事を掲載し、協会が対外宣伝を担当する情報局第三部の事業に協力する形で、『エホン ニッポン』の発行準備を進めていることを伝えている。そして絵本発行の目的として示されているのは、長年白人文化に慣れ親しんでいた東南アジア占領地域の人々を、大東亜共栄圏の確立を目指す日本の協力者とするための宣伝が必要であるが、なかでも白人文化の影響の少ない子どもに対して必要であり、その手段として、親しみやすい絵本が選ばれたということである<sup>5</sup>。『エホン ニッポン』の概要は、以下の通りである<sup>6</sup>。

- 一、表題「エホン ニッポン」……これを主表題とし、各月の主題を傍題としてその下に附すること。
- 一、仕向先 南方圏諸地域。 一、読者層 概ね十歳以下の児童とし、都市付近の居住者を対象とす。
- 一、刊行部数 最初五万部。 一、刊行回数 月間を建前とす。 一、一部定価 十銭―十五銭くらゐ。
- 一、型態 B列五号、表紙を別として本文十六頁。 一、紙質 表紙二〇〇斤、本文一二〇斤。
- 一、編輯内容 東亞諸民族の親善融和の促進。日本事情紹介。その他。
- 一、用語 マレー、泰、ビルマ、安南、タガログ(ヒリツピン)の五語とし一万部宛分刷、但し絵画及び日本語(片仮名)は共用。
- 一、筆者 内容に応じて選択。 ○第一号内容は「交通機関を主とせる日本の都市の紹介」

また『エホン ニッポン』発行の意義について、会報は次のように強調する。

待望の「エホンニッポン」が遂に創刊せられた。現地よりの屢次の要望に應へて、見事なる出来栄を示す「エホンニッポン」を贈るに当り、些かの感なきを得ない。

南方児童に対する文化工作の第一着手として為されたこの絵本の刊行は、慎重なる企画と、各方面の絶大なる支援によつて生れたものである。従来英米的な物質文化の表皮にのみ接触させられ慣らされて来た南方児童の大部分が、知能的にこそ程度は低いが、感覺的にはわれ等の想像する以上にませてあるといつた状態にある、指導者としての帝国がこれに対して如何なる方法によつて啓発指導すべきかといふことは、具体的に相当難問題だつた。単に学校教育にのみ依存出来ないことは勿論である。

彼等は精鋭なる皇軍の威容は知悉してゐる。また日本民族の逞しき建設力をも日日見聞してゐるであらう。しかし一面それによつて長年月の間に浸透した英米的文化が直ちに払拭されるとはいへない。帝国と、自らの居住する大東亜を認識せしめる手段として、絵本が選ばれたのは当然であつた。彼等をして再び貪婪なる英米文化に悶死させてはならぬし、又奴隸的地位から希望ある明朗なる新秩序へと向はしめなければならぬ。

こゝに明日の大東亜建設の一員たる南方児童に、帝国の「こゝろ」を伝へ、大東亜民族としての矜持を有せしめ、よつて共存共栄の実を挙げしむる為の絵本の意義が生じて来るのである<sup>8</sup>。

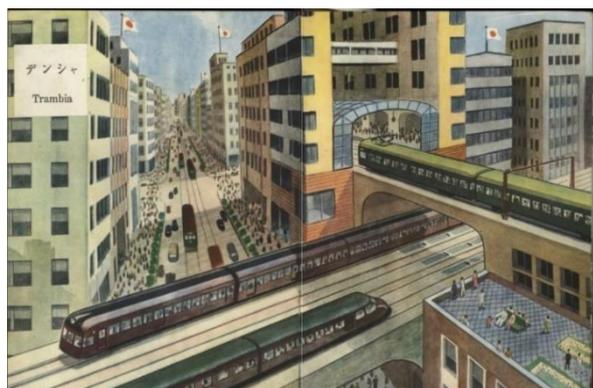
この記事からは、『エホン ニッポン』が、占領地域における文化工作を担う人々からの要請に応えたものであるということが確認できる。また先行研究が示す他の宣撫工作の目的とも一致する<sup>9</sup>。すなわち、『エホン ニッポン』は欧米文化を否定して日本文化や、日本を盟主とする「大東亜民族」というイデオロギーを浸透させ、日本のアジア侵略を「アジアの開放」と言い換えることで、現地の人々の自発的な協力を引き出し、円滑な統治に役立てることを目的としているのである。

### (3) 『エホン ニッポン』の表現上の特徴

本節では、『エホン ニッポン』第1号、第2号の内容分析を通じて、南方向け宣伝メディアとしての特徴を明らかにするとともに、文化工作としての南方宣伝の多様性についてもふれる。

まず『エホン ニッポン』の表現上の特徴を確認する。1つめは、文字情報が少ないことである。今回分析に使用した創刊号はタガログ語版であり、日本語とタガログ語との併記になっている。奥付には「ミナミ ノ トモダチ エ」と題し、占領地の児童にあてたメッセージが掲載されている。

しかし奥付を除けば、文字情報はタイトル程度しかなく、解説は書かれていない。絵本は絵と文章によって成立するメディアであるが、先に会報で確認したように、『エホン ニッポン』は、文化宣伝という目的を達成するために、色彩豊かな絵によって送り手のメッセージを、感覚的、直感的にわかりやすく伝えることを重視した内容になっている。こうした表現方法は、「ニッポン ノ コドモ」をテーマとした第2号においても同様である。



図表1 『エホン ニッポン』第1号「デンシャ」

2つめの特徴は、日本の物質文化の豊かさや科学技術の高さを強調した表現が目立つ点である。これは第1号により顕著な特徴だが、例えば、「デンシャ」と題された見開き2ページ(図表1)には、高層ビルの間を複数の路面電車や大勢の通行人が行き交い、その頭上に、当時流行した先端科学技術を表象する流線型の電車が立体的に交差する絵が描かれている。ビルの屋上に日の丸の国旗が掲げられていなければ、アメリカやヨーロッパの都市と見間違えるほどである。

「ヤマ エ ノボル デンシャ」と名付けられた絵には、ロープウェイが描かれている。日本では、明治45年(1912)に大阪で架設されて以降、日本各地でロープウェイが運航されていた。その意味で、当時の日本人にとってロープウェイ自体は、すでに既知の乗物であった。しかし、「エホン ニッポン」に描かれているロープウェイは、実際に運行されていたロープウェイの搬器と比べて、流線型をしているのが特徴的である。また山に架設されたロープウェイの下には、複数の自動車が走り、遠景にはビル群が描かれている。この絵も、ビル群のさらに遠景に富士山が描かれていなければ、日本を場面としていることがわからないかもしれない。すなわち、『エホン ニッポン』は、電車にしる、ロープウェイにしる、当時、流行した流線型の表象を取り入れることによって、日本の科学技術の高さを強調しているのである。



図表2 『エホン ニッポン』第1号「キシャ」

また「キシヤ」(図表2)のページには、機関車とともに「オーサカユキ」と看板が掛けられた駅のホームも描かれているが、ホーム上の売店には、店から溢れんばかりの果物や飲み物、弁当、雑誌などの商品が並べられている。こうした表象は、日本が物質的に豊かであることを感じさせる。

当時の絵本にこうした表現が用いられること自体は、珍しいわけではない。例えば、『エホン ニッポン』第1号と同じく、昭和17年(1942)に出版された絵本『ノリモノ』(小池巖画、中田秀夫編纂)には、旅客機や汽船、流線型の機関車、ロープウェイが描かれている。

そのため『エホン ニッポン』は、当時のいわゆる知識絵本に分類されるものと類似の対象と表象とによって構成された絵本であり、内容そのものが特異というわけではない。しかし他の絵本と違う『エホン ニッポン』最大の特徴は、改めて言うまでもなく、これが南方向け文化宣伝のための絵本、という点である。そしてこうした位置づけが、当時日本が直面した南方向け文化宣伝という未知の課題に取り組んだ広告業界のあり様を浮き彫りにする。

### (4) 座談会「エホンニッポンを囲んで南方宣伝を語る」

なぜこのような特徴を持つ絵本が作られたのか。またこの『エホン ニッポン』を、委嘱元である情報局あるいは軍政を担う軍はどのように評価したのか。

『エホン ニッポン』第1号が出版された10月下旬、創刊を記念した座談会が開催された。この座談会の目的は、一つは『エホン ニッポン』に対して各方面からの批評を受けることにあったが、もう一つの目的は、「南方共栄圏宣伝に関する各種の意見を聴取する」<sup>10</sup>ことであった。この座談会には、協会から井上成意常務理事、松本淳三第一部長のほか、エホンニッポン刊行会のメンバーとして大久保和雄など5名が参加している。また外部からは、大本営陸軍報道部長谷萩那華雄、情報局第一部長佐藤勝也海軍大佐、軍宣伝班員として従軍した経験をもつ洋画家の向井潤吉と栗原信などが参加している。

座談会では、『エホン ニッポン』の刊行に至る経緯についての説明を大久保が述べたあと、協会に依嘱した情報局の代表として、実際に南方の文化宣伝の実情を見て回った佐藤部長が絵本という宣伝メディアの意義について述べている。佐藤によれば、現地の人々への宣伝は視覚メディア以外有効ではないため、「日本の威力」を示すためには映画や絵を用いる必要があり、その一つとして、情報局のなかで絵本の発行が計画されたという<sup>11</sup>。

こうした、南方向け宣伝メディアの中心として視覚メディアを位置付けるという認識は、占領地の軍政当局では早くから認識されており、現地の映画会社を接収するなどして、文化宣伝工作への利用を進めていた<sup>12</sup>。こうした流れのなかに、同紙芝居<sup>13</sup>などとともに、絵本も宣伝手段として注目されたといえる。

ただし、こうした位置づけとなる『エホン ニッポン』の問題点について、谷萩陸軍報道部長は次のように指摘する。

これを観てをるとまるでアメリカやイギリスと日本といふものは変わつてないぢやないか。これぢやただ人間が日本人らしい容貌をしてゐるだけで殆んど文化の象は、日本の特色といふよりも寧ろアメリカの文化、イギリスの文化そのまゝを受け入れてゐるやうな風にもとれます。さうなると向ふは今迄英米側の宣伝で、英米の文化そのまゝを受け入れてゐるんですから、そこで日本の偉大なる文化を知らせようといふためには、余り特質が現はれてゐないと考へられるのではないかと思ひます。日本の家の建方でも其他でも全くこれは英米と同じだ、どうもペーパーの家も木の家も日本式の家が一つもない。着物だつて何だつて全部これは西洋服を着てゐるぢやないか、一人だつて日本の優美な衣服を着た人がゐないぢやないか。かういふことになると日本といふものは矢張り文化的に英米に支配されてゐる。矢張り英米の方が文化的に偉いんだ、といふことになりやしないかと思ひますがね<sup>14</sup>。

すなわち、国内向けのいわゆる「科学絵本」「知識絵本」と呼ばれる絵本については、戦時下における国家の科学振興政策と、昭和13年(1938)の「児童読物改善ニ関スル指示要綱」に合わせる形で、日本の科学技術の高さを示すもの、あるいは子どもたちの科学に対する関心を喚起するための表象が用いられていた<sup>15</sup>。ところが、南方向け文化宣伝絵本である『エホン ニッポン』のなかでそのような表現を用いることは、日本を盟主とする大東亜共栄圏建設のために、占領地での唯物自由主義の欧米思想を排除し、現地人の皇民化と日本文化の浸透を図ることを目的とする宣撫工作の趣旨に反するのではないか、という見方が示されているのである。

こうした陸軍報道部長の意見に対し、実際に従軍した経験を持つ向井潤吉は、文化宣伝工作が抱える課題について次のように述べる。

かういふ話があります。フィリツピンの報道部で捕虜教育をやつてゐるんです。一遍に二千人とか三千人とか、インテリだけを集めて尾崎士郎とか火野葦平が行つて、高邁なる日本精神を説くんですが、ところが話だけぢや一向身が入らない。それで矢張り映画を見せる。その映画に日本の重工業が出てゐるんですがこの映画に出て来るのはアメリカ人は働いてゐないぢやないか、全部日本人がやつてゐる。日本でもかういふものをやつてゐるのかといつて先づ彼等は英米と比較して関心するらしいですね<sup>16</sup>。

占領地の原住民に対して映画が効果的であることは、それまでの宣伝において実証済みであり、またこれまでの宣伝研究でも指摘されてきたが、ここで問われているのは、「何を見せることが宣伝の効果を高めるのか」、と

いう内容の問題である。これまでの視覚メディアを用いた宣撫工作に関する研究は、宣伝の基礎としてイデオロギー教化の側面を強調してきた。すなわち、日本におけるアジア侵略を正当化し、南方の占領地域の人々の協力を得ることを目的とした文化宣伝工作の実態を明らかにするために、日本文化の独自性やあるいは「大東亜共栄圏」、「欧米からの開放」といった反欧米思想を直接扱ったメディアが注目されてきた。これらは資料の散逸が著しい南方向け宣伝工作の実態を明らかにする重要な証拠であることは間違いない。しかし一方で、そうした宣伝のあり方に否定的な意見が、主に宣撫工作が行われている現地ではあがっていたことも知られている。向井の発言も、現地で文化宣伝工作を担った人間として、日本精神などのメッセージは講演会などの場では理解されないことを述べるとともに、宣伝メディアとして有力と考えられていた映画についても、現地の人々の興味を引くのは、日本文化の独自性ではなく、日本における英米文化との類似性であることを指摘しているのである。すなわち、イデオロギー教化の前段階として、物質文化を強調する必要があると述べているのである。大久保も、向井の発言を受けて、『エホン ニッポン』の宣伝メディアとしての役割について、次のように説明する。

「エホンニッポン」の狙ひ処は要するに英米的な文化一向ふに既存しているところの英米文化といふものを一応否定して、日本にも英米と違った形に於てかういふやうな高度の物質文化の面も獲得してをるといふ点を見せて、日本といふ国が草ぶきでちいさな紙の家に住んでゐるといふ観念を一応否定する処に役割があつたんぢやないかと思ひます。それから徐々に日本的な特殊な文化もだんだん出して行く。今迄の既存の観念では、日本といふものは非常に文明が遅れてゐて、汽車もなければ電車もない。紙と木で出来た家の中に住んでゐて粗末な生活をしてゐるといふ観念だけが南方民族の一部にあるんぢやないか。立派な文化といふものはイギリスとか、アメリカとか、オランダとかいふやうな所にあるだけで、日本には何もないんぢやないかといふ誤つた考へを一応打破つて、云ひかへれば既にあるものを、マイナスにして一度白紙に戻して置いてから本当に文化工作がこの次ぎに出て行くといふところに狙ひ処があつたんぢやないかと思ひます。さういふ点で世界に比類のない日本独特の特殊な文化や精神文化はその次にもつて行つた方がいゝぢやないか—これはまあ非常に政策的な方針なのですけれども一創刊号の役割であつたと思ふのです。(中略) 南方経営百年の大計といふ大局の観点からすると、いろいろと意見のあるところですが緊急な必要からして……<sup>17</sup>

このように、『エホン ニッポン』は、それまでの宣撫工作の経験を踏まえ、また長期的な占領政策という観点から、南方占領地域におけるイデオロギー教化の前段階として、日本が欧米に比べて文化的に遅れているという、欧米プロパガンダへの対抗を意図して制作されていることが見て取れる。そしてその効果を高める方法として、現地の人々が理解しやすいように、あえて欧米流の物質主義的な表象を採用し、日本の科学技術の高さ、物質的な豊かさを強調することによって、日本が欧米に代り得る、新しいアジアの盟主に相応しい存在であることを、メッセージとして込めたのである。

以上、会報や理事会の記録、『エホン ニッポン』を読み解くことで見えてくるのは、国家宣伝への「協力」、情報局からの「委嘱」という限定された範囲ではあれ、商業広告で培われた経験や知識を活かし、積極的に国家宣伝に関わろうとした広告業界の姿である。そもそも、広告関連の業界団体である日本宣伝文化協会が、なぜ『エホン ニッポン』を発行することになったのか。昭和戦前期は「絵本」という言葉が社会に定着し、それまでとは比較にならないほど、量的にも質的にも発展を見せた時期とされる<sup>18</sup>。こうした中であって、森永やグリコ、わかもとといった製菓・製薬企業を中心に、それまで販促用の付録や「オマケ」として発行していた冊子や絵カードといった類のものを、読み物としてのクオリティも高い「絵本」へと発展させていた<sup>19</sup>。こうした販促用の企業絵本は、昭和15年(1940)を境に姿を消していったが、絵本という視覚メディアを駆使して、受け手の関心を引くための経験と知識に情報局が目をつけ、日本宣伝文化協会に白羽の矢を立てたのではないだろうか。

これらの点から、日本宣伝文化協会が南方向け宣伝絵本『エホン ニッポン』の制作を通じて、国家宣伝に積極的に関わっていた事実を指摘できる。

### 3. おわりに

残念ながら『エホン ニッポン』が、どのような場所で、どのような人々によって消費され、どのような効果

を挙げ得たのかを明らかにすることは難しい。そもそも、長期的な占領政策という観点から、主に子どもを対象とした宣伝メディアであったという性質上、3年あまりでその占領政策自体がとん挫してしまったことを考えれば、『エホン ニッポン』が目的を果たしたとは考えられない。しかし南方向け宣伝メディアとして、実際に絵本が制作され、そこに広告業界や広告に携わる多くの人々が関わっていたという事実は重視すべきである。

昭和戦前期において「絵本」は、ようやくその存在が社会的に認知されるようになった「新しいメディア」であった。日本の広告業界は、日本宣伝文化協会を通じて「宣伝の技術」を、この「新しいメディア」のなかに注ぎ込むことで、南方向け文化宣伝という未知の課題に挑んだのである。

『エホン ニッポン』の発行に至るプロセスや表象、そしてそれをめぐる議論から見えてきたのは、武力戦とともに重要な位置づけを与えられた思想戦、宣伝戦に対して、軍官民一体となって、試行錯誤を繰り返しながら、精力的に取り組んだ、戦争という時代の一側面である。そしてこのことは、戦争の勝敗にかかわらず、当時、日本の広告業界に携わる人々が、さまざまな社会的、経済的制約のもと、日本の戦争遂行に人やモノ、知識、経験を提供しながら関わったことの証明でもある。ただ『エホン ニッポン』は、日本宣伝文化協会が行った国家宣伝への協力の一部に過ぎない。この協会を通じて、日本の広告業界がどのような国家宣伝に関わったのか、その全体像を今後明らかにしていく必要があるだろう。

## 補注

1. 内川芳美編『日本広告発達史 上』（電通、1976年）など。
2. 津金澤聰廣『『プレスアルト』（一九三七～四三年）にみる戦時宣伝論』（『Intelligence』第1号、2002年、73-80頁）。
3. 本研究で用いた『日本宣伝文化協会会報』は、万年社コレクション調査研究プロジェクトの過程で発見されたものである。
4. 南方占領地における宣撫工作のためのメディア利用については、寺見元恵『『第十四軍・軍宣伝班 宣伝工作史料集』第二巻 解説』（『南方軍政関係史料13』第二巻、竜溪書舎、1996年）がフィリピンでの実態を明らかにしている。またメディア別では、映画については、倉沢愛子「宣伝メディアとしての映画」（奥村賢編『日本映画史叢書⑩ 映画と戦争—撮る欲望／見る欲望』森話社）、紙芝居については、百瀬侑子「宣撫工作メディアとしての紙芝居—日本占領下インドネシア（1942—45年）を中心に」（『東南アジア 歴史と文化』第31号、2002年）を参照。また新聞については、2013年にジャワ新聞の復刻版が発行されている。
5. 「南方の児童におくる日本文化の精華／エホンニッポン創刊す」（『日本宣伝文化協会会報』第1号、1942年10月1日、4頁）。
6. 同上。
7. 「南方絵本の使命」（『日本宣伝文化協会会報』第2号、1942年10月20日、1頁）。
8. 前掲註（4）寺見論文。
9. 「南方を語る座談会開催」（『日本宣伝文化協会会報』第3号、1942年11月、4頁）。
10. 同上。
11. 前掲註（4）倉沢論文。
12. 前掲註（4）百瀬論文。
13. 前掲註（10）8頁。
14. 瀧川光治「日本最初の科学絵本シリーズ—東京社の「小学科学絵本」（鳥越信編『はじめて学ぶ日本の絵本史Ⅱ—15年戦争下の絵本—』ミネルヴァ書房、2002年）
15. 前掲註（10）8頁。
16. 前掲註（10）8-9頁。
17. 鳥越信「十五年戦争下の絵本」、鳥越編前掲書。
18. 平岡弘子「企業と絵本」、鳥越編前掲書。