

幻の新聞附録『東日マガジン』とは何か

成城大学教授 森 暢平

『東日マガジン』は、東京日日新聞社が一九三一（昭和六）年五月から翌年一月まで、月に二回発行し、計一六号で廃刊となった冊子である。「地方附録」と呼ばれていた『東日マガジン』は、東京日日新聞の販売エリア（静岡県、長野県、新潟県より東の一八道府県）のうち東京市内版配布地域を除く場所で配られていた。毎号三二頁（新年号を除く）の雑誌スタイルで、一カ月九〇銭の定価がつけられているが、これは第三種郵便の許可を得るためだ。実際は、新聞を定期購読している家庭に新聞販売店を通じて無料で配布されていた。

東京日日新聞社がなぜ無料の冊子を配布することになったのか。また、なぜ九カ月で突然廃刊となったのか。それを知るには、大日本雄弁会講談社社長、野間清治による『報知新聞』買収との関係性を知らなくてはならない。

雑誌『キング』の成功で雑誌王とまで呼ばれた野間は一九三〇（昭和五）年五月、大隈信常から『報知新聞』を発行する報知社を買収、新聞業界への進出を試みた。関東大震災後の東京新聞界は、大阪資本の『東京日日新聞』『東京朝日新聞』を筆頭に、『時事新報』『国民新聞』『報知新聞』『中外商業新報』『読売新聞』『都新聞』など各社が過当な販売競争を繰り広げていた。激戦の新聞業界への勢力拡大に、野間が使った手段が一九三一年七月から始めた『日曜報知』の発行とその無料配布である。野間は、あらゆる媒体に『報知新聞』広告を載せ、「新聞界に前例なき大計画を樹て先づ第一奉仕として『日曜報知』を毎日曜、月極め読者に贈呈することゝしました」「この『日曜報知』が一号、二号、三号と引続き出るや到るところに大好評、引ッ張り風の有様、読者や名士からは『流石に雑誌王国講談社の社長だけあつて、えらいことをやる。この名社長野間清治氏を新たに戴いた報知社は、今度どんな偉い新聞になるか、解らぬ』と大変な期待を受けて居ります」（野間の著作『処世の道』巻末掲載の広告）と自己宣伝した。『日曜報知』は新聞拡張策の目玉であったのである（一九三七〈昭和一二〉年まで発行）。

当時、『東京日日新聞』『東京朝日新聞』が百万部を超えたのに対し、『時事新報』『国民新聞』『報知新聞』は五〇万部前後であった。二大紙とそれに続く三紙には力の差があったのである。しかし、『報知新聞』は野間の経営参画で数万部を増やしたとも言われ、東京日日新聞社、東京朝日新聞社は野間の業界攪乱に相当神経を尖らせた。

その対策の一つが、両社が協定（つまりは談合）しての地方附録の発行である。東京日日新聞社は『東日マガジン』、東京朝日新聞社は『家庭朝日』を一九三一年五月から同時に発行し始めた（月二回という発行体裁も揃えていた）。

ただし、『東日マガジン』『家庭朝日』は、市内版が届く読者（東京市周辺、一部神奈川、千葉、埼玉を含む）には配達されなかった。『キング』『少年倶楽部』など大日本講談社雑誌の影響力は地方に行っても大きく、『報知新聞』は地方での拡販に力を入れていたためである。

新聞は大衆化、娯楽化の時代であった。学歴の高い層だけでなく一般大衆層に読者を広げるため、家庭欄やラジオ欄が拡張された。大衆雑誌『キング』で雑誌の拡張に成功した野間が『日曜報知』で使った手法は、例えば、漫画の重視などの分かりやすさの追求であった。『東日マガジン』『家庭朝日』もこれに追随する。

『東日マガジン』は娯楽、読み物、実用、時事解説を取り混ぜており、総合雑誌的体裁を取っていた。第一号（一九三一年五月二五日発行）を見ると、海軍記念日（五月二七日）に合わせ、若槻礼次郎内閣の海軍大臣、安保清種が、日本海海戦の思い出を語った「その時、三笠の砲術長として」が掲載されている。楠木正成を悼んだ「六百年祭」が、大阪府川上村（現河内長野市）の歎心寺で執り行われることに合わせて、作家直木三十五の談話記事「大楠公のえらさ」も目玉記事であった。現職の海軍大臣、人気作家を登用するなどかなりの力の入れようである。この後、毎号の巻頭言は、若槻礼次郎首相などいずれも超がつくほどの著名人が起用され続けている。表紙は、産業デザインで有名な多田北島やその門下のデザイナーが、「昭和新風俗」をテーマに毎回、鮮やかな作風で読者を魅了した。

このほか、流行の映画を紹介する映画物語、大妻コタカの家事相談、当時は東京日日新聞社員だった風刺漫画家、和田邦坊の漫画「カテイの出来事」、若手流行作家、牧逸馬の連載小説「美魔」などの続き物も目立った。

地方附録だけに、農山村に住む読者に向けた記事も目立つ。各地の生活改善運動の成果を紹介する「村の誇り 町の自慢」（各号連載）、あるいは、農林省副業課長が執筆した「農村赤字時代にどこで誰にでもできる副業」（第九号）などである。刊行当時は、昭和恐慌、あるいは昭和農村恐慌と呼ばれる大不況の時代であり、生糸などの農産物価格が崩落する時代であった。

そのなかで『東日マガジン』はそれなりの影響力を発揮したことがうかがえる。誌面には、ある県の形が掲載され「これは何県ですか」と尋ねる読者懸賞企画があったが、第三回の応募者は二万八千五百二人もあった（第八号誌面）。

新聞が、本道である報道ではなく、読者附録のような方法で販売に力を入れることに対しての批判もあった。秋元幾之輔という名の人物は「『附録』の競争が読者を吸引する『餌』の味の良さ悪さになつてゐる。報知の附録『日曜報知』がその新聞本来のキング化、雑誌化にも拘らず断然、大朝日、大日日を圧したのである。それは東朝、東日があわてゝこれに追随し、都下のインテリ読者にはお恥かしくて配布できないやうな低調な旬刊雑誌を景品として地方読者にだけ配り始めた事実によつて明らかだ」と批評している（『総合ジャーナリズム講座』一〇巻）。ただし、誌面を見る限り、インテリ読者に恥ずかしくて配布できないようなものというのは厳しすぎる評価である。本道を外れた競争であることへの過剰な批判だろう。

誌面は、一九三一（昭和六）年一〇月二五日発行の第一一号から微妙な変化を見せる。「燃え上がった満蒙の火事」と題する一三頁にわたる「支那問題画報」特集が現れるなど、満洲事変の報道解説に力が入れることになる。満洲事件によって、ジャーナリズムが戦争報道一色になり、それにつられ『東日マガジン』も時事色を強めるのである。

こうしたなかで、『東日マガジン』は一九三二（昭和七）年一月五日発行の新年倍題号（通算第一六号）を最後に、何の前触れもなく、突然廃刊する。この事情について、佐々弘雄『街頭政治読本』は、「〔昭和〕六年九月の満洲事変後、飛行機利用等により、又写真号外の乱発等により〔東京日日新聞、東京朝日新聞は〕圧倒的優勢を示し、もはや報知進出の憂なしと見て、七年正月附録を廃止して報知を啞然たらしめた」と書いている。東京日日新聞社、東京朝日新聞社は一九三一年一〇月からそろって定価を一円から九〇銭に値下げするなどしていたが、満洲事変勃発後、本業である新聞速報戦で圧倒的な優勢となり、三位以下の新聞社に大きく水をあけた。このため、多額の経費を掛けて敢えて地方附録を発行する経済的合理性がなくなった。東京日日新聞、東京朝日新聞の両社は創刊時と同様、協定して、『家庭朝日』『東日マガジン』をそろって廃刊したのである。

『東日マガジン』は相当な部数が出回っていたにもかかわらず、短期間で刊行が終わった、新聞の附録であったという事情から、主要図書館にはほとんど所蔵されていない。大宅壮一文庫、日本近代文学館、東京大学明治新聞雑誌文庫に、欠号ありの状態で所蔵されている程度である。例えば、林逸馬が『東日マガジン』上に未完の小説を書いていたことなどは、文学研究者にはほとんど知られていないはずである。

筆者のようなメディア史研究者に限らず、『東日マガジン』電子版での復刻は各分野の研究に大きな成果をもたらすであろう。