

# 総力戦体制下における新聞共販制度

——日本新聞聯盟業務委員会の役割を中心に——

西澤 梨花

はじめに

第一次世界大戦以後、世界的に「総力戦」の概念が提唱されるようになる、日本では情報宣伝の面における世界への立ち遅れが指摘された。これを受け、情報宣伝に關しさまざまな研究が進められた。結果、日中戦争が勃発し長期化するなかで、「思想戦」「宣伝戦」の遂行を目指し、内閣に情報機関が設置されるなど、新聞をはじめとするメディアへの言論統制が強められていった。

日中戦争勃発の翌昭和十三年（一九三八）四月、第一次近衛内閣において国家総動員法が公布された。同法第二〇条は、新聞紙やその他の出版物に対し、「国家総動員上必要アルトキ」は、勅令によつて掲載を制限又は禁止し、これに違反した場合は発売、頒布を禁止することができるとし、戦時期の言論統制政策における、重要な根拠となつていった。

この流れのなか、昭和十五年（一九四〇）七月に成立した第二次近衛内閣は新体制運動とならんで、強力な政府情報機関による情報活動と啓発宣伝の展開を構想した。各省がそれぞれ設置していた情報機関を統合

して、情報部機構を強化することを重要政策に取り上げ、昭和十五年十二月に内閣に情報局が設置された<sup>①</sup>。以後の言論統制は、情報局が中心となり進められていく。

情報局などの戦時情報機関については、その機構や活動に關してすでに多くの研究がなされている<sup>②</sup>。また、政府や軍部とメディアの關係性についても多くの研究がある。とくに新聞に關しては、さまざまな視点から研究がなされてきた。全国の新聞社を統廃合し、戦時新聞体制を構築する「新聞統合」の実現において、両者の相互利益の關係が指摘されており、注目される<sup>③</sup>。

本論文で取り上げる新聞共同販売制度（以下、共販制と略す）は、「新聞統合」が進められるなかで、全国新聞社の販売機関を整理統合することで販売競争を停止し、新聞の営業面を圧迫することで、新聞統制の効率化を図つた制度である。日本新聞聯盟業務委員会によつて協議され、「新聞共同販売組合」を組織して昭和十六年（一九四一）十二月一日より実施された。

共販制については、里見脩氏が「新聞統合」の過程における日本新聞聯盟の取り組みのひとつとして、その実施過程に言及しているが、概説

的な内容に留まつており、各地方の具体的な実施結果には触れておらず、このほかに共販制に特化した研究は、管見の限り見当たらない。そこで、共販制について詳細に、実施後の状況も含めてみていくことで、全国を網羅する戦時新聞体制の一端が明らかになるとともに、権力とメディアの関係性を明らかにする足がかりになると考える。

本稿では、先行研究を踏まえ、共販制が実施にいたるまでの過程を、日本新聞聯盟業務委員会の役割に注目して考察する。さらに、共販制の実施によりどのような結果がもたらされたのか、戦前における県内新聞紙数が他県に比べ多かつた<sup>5)</sup>長野県の実施状況から、言及する。

## 一、日本新聞聯盟の成立

### (1) 新聞界の自主的統制団体設立への動き

本稿の主題である共販制の考察に入る前に、同制度の母体となる新聞界の統制団体についてみていきたい。

第二次近衛内閣が成立する直前の昭和十五年二月、米内光政内閣期に次のように言論統制方針の見直しが行われた。

#### 一、新聞の道義的協力を需むる方法

この方法が今日現に相当の効果を挙げつつあることは万人の認むる所であるが、今日の新聞社が商業主義の「営業」に立つ以上、「中略」その「時局協力」は今日既に飽和点に達してあるものと見ざるを得ない。「中略」一度困難なる政治問題に当面すれば「懇談」による新聞指導の効力の如何に微弱なるかを知り得よう。

〔中略〕

#### 四、新聞の営業部面を掣肘する方法

編集陣営のものが如何に時局認識に徹し、国家的自覚を有して居ても現在の新聞がこの程度の紙面しか作成出来ない所以のものは、新聞の本質が売ることを第一義とする商品であるからである。即ち担当者が常に営業担当者の掣肘を受くるからである。営業部面の発言は紙面の方向を決定する程の威力を有つてゐる。従つて新聞対策の「鍵」は新聞の「営業」を抑へることであらねばならぬ。〔中略〕若しこれを内閣に引取り政府の言論対策を重心とする「政務」として処理するならば、換言すれば、政府が之によつて新聞に相当の睨みを利かすことゝすれば新聞指導上の効果は相当の実績を期待し得ると信ずる。その具体案は、内閣に新聞用紙管理委員会〔中略〕を設置し（必ずしも官制を要せず）、商工大臣は右委員会の議決を経、て各新聞社に対する用紙配給量を決定することとする。〔後略〕<sup>6)</sup>

それまでは、あくまで掲載内容を指導、あるいは出版されたものを検閲するという統制方法が主であった。しかし、このときより新聞の発行に必要不可欠な紙資源の供給権を押さえ、営業面に圧力を加えることにより、統制をスムーズに進めることが目指された。この方針のとおり、同年五月には閣議にて次のように諒解事項が決定され、同月二十二日内閣に新聞雑誌用紙統制委員会が設置されると、商工省から用紙配給権が移管され、本格的に営業面への統制が開始された。

一、委員会ハ新聞雑誌用紙ノ一般的統制方針並ニ今後創刊セントス

ル新聞雑誌又ハ現在発行セラレ居ル新聞雑誌ニシテ用紙ノ新規配給又ハ使用紙量ノ増加ヲ申請セルモノニ付供給ノ要不要及供給数量ニ関シ協議スルモノトス〔後略〕<sup>7)</sup>

それでは、新聞側は以上のような状況に、どのように対応していったのだろうか。昭和十七年の『新聞総覧』は、多くの新聞が置かれた状況を次のように総括している。

〔前略〕相つぐ用紙の減配は、新聞事業の生命とも言ふべき諸競争——たとへば販売拡張や増頁戦さては号外速報戦までも不可能ならしめてゐる。〔後略〕<sup>8)</sup>

政府の目論見どおり、統制の強化によつて新聞が営利を追求することは厳しくなった。このような営業状況のなかで、新聞界には当然ながら政府の資材制限に対応する必要が生じたのであった。

同時期に、地方紙や業界紙は他の要因からも、存続の危機にさらされていた。要因の一つとして、存続基盤である政党が解散し、昭和十五年十月十二日を以て大政翼賛会が発足したことである。また、同時期に、政府による相次ぐ地方紙間での整理統合や、全国紙の地方進出も盛んになっていた。

全国紙による地方進出への対抗が火急の問題であった地方紙各社は、国家との結びつきを深めることで全国紙の動きを抑制し、存続を図るとの考えから、「新聞新体制」<sup>9)</sup>についての意見書を情報局の前身である内閣情報部に提出した。

これを受けた政府は、新聞統制における「朝野対立」を避け、「官民一体の組織」とし報道、営業両面における刷新を図り、所謂新聞新体制の確立を期せんとするもの<sup>10)</sup>として、新聞業界の自主的統制団体結成を斡旋した。こうして、戦時における新聞統制団体設置へと進んでいく。

統制団体設置にあたり、同盟通信社社長古野伊之助が情報局や内務省検閲担当である警保局とも連絡し、全国紙と地方紙の間の調整を行った。全国紙同士、あるいは地方紙同士の販売競争や、全国紙の地方進出による両者間の対立が激しく、現状のまま共同組織を作っても分裂する可能性が問題視されたためである。とくに、全国紙の朝日新聞・緒方竹虎、大阪毎日新聞・高石真五郎、読売新聞・正力松太郎らに対して「自主的統制団体の結成」を働きかけた。結果的に、次のような状況がみられた。

〔前略〕地方新聞や業界新聞の整理廃合の進展は、漸く大新聞の領域にまで迫らんとする形勢である。〔中略〕今にして協同協力体をつくり上げ、用紙をはじめ各般に亘る資材の困苦欠乏を救ひ、併せて外部からする圧力に対抗し共同防衛するのぞなければ、最早自滅を待つのみである。〔後略〕<sup>11)</sup>

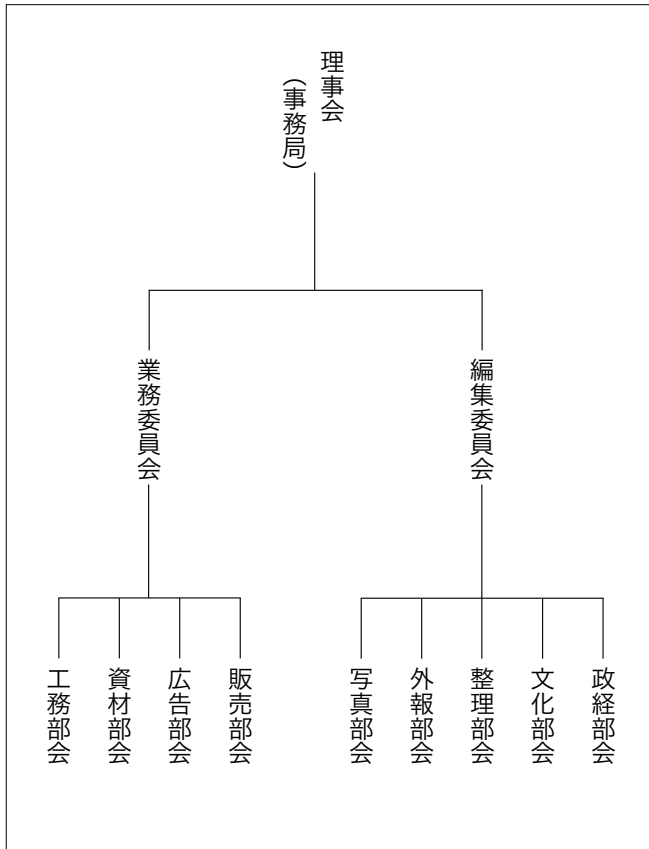
さらに、「統合整理が免れ難き運命ならば、自らの手で、最も好ましき統制に乗り出すべきである」との認識から、全国紙は消極的ながら自主的統制団体設置に応じることとなった。こうして、翌昭和十六年五月二日、第一回設立準備委員会が開催された。

## (2) 日本新聞聯盟の成立

準備委員会が開催された結果、昭和十五年五月二十八日、中外商業新聞の田中都吉を理事長として、社団法人日本新聞聯盟（以下、新聞聯盟と略す）が成立した。その機構は図1のとおりである。

理事会は最高協議・決議機関であり、これの下に編集と業務の二委員会が置かれた。このうち、本稿で注目するのが、業務委員会である。業務委員会は、後述するように、情報局などから諮問される事項について協議を重ね、具体的に制度を制定、実施していく。業務、編集それぞれの委員会の下に各部署が置かれ、諸業務を行った。理事には、以下の各社が就任した。

図1 日本新聞聯盟組織図



(里見脩『新聞統合』135頁を参考に作成)

全国紙…朝日、大阪毎日（東京日日）、読売、報知、中外商業、

同盟

地方紙…北海タイムス（札幌）、河北新報（仙台）、新愛知（名古屋）、

名古屋新聞（同）、合同（岡山）、福岡日日（福岡）

監事…都、中国（広島）

全国紙と地方紙に同数の役員を割り当てた点に、両者の対立を防ぐための苦心のあとがみられる。

新聞聯盟には、発足直後の六月時点で全国紙と有力地方紙の計三二社が加盟したが、その後同盟の勧誘により、同年十二月には同盟加盟新聞社とほぼ同数の一二社が加盟したため、日本の主要新聞社の大部分を網羅することとなった。

加盟した新聞社のなかでも、全国紙と地方紙の新聞聯盟に対する位置づけは、それぞれ異なっていた。ともに、資材制限への対抗という目的は共通するが、全国紙には前述したように、「自主的」組織の結成により、少しでも統制を自分たちに都合よく進めたいという思惑があった。同時に国家による「強圧的天下り統制」を軽減・防衛する方策と捉えた<sup>13</sup>。一方で、地方紙は新聞聯盟を通じて国家に統制を促すことで、全国紙の動きを抑制したいという思惑があった。両者の相違は、新聞聯盟による共販制実施までの過程においても、対立が続く根源となった。

新聞聯盟の大きな特色は、政府側からも関係者が介入する制度が取られたという点にある。政府は、新聞の自主的統制団体の設立を支持してきたものの、実際にはその運用上における新聞側との対立を避け、「且

つ官民一体となつて正しき運営を行ふ」ため、「聯盟の機構の中に政府自ら参与して、積極的な協力」<sup>14</sup>を行つたのである。実際に、情報局長久富達夫、情報局第二部長吉積正雄、内務省警保局長橋本清吉らが新聞聯盟参与理事に就任した。

『新聞総覧』は、新聞聯盟を次のように評している。

〔前略〕官庁関係が非常に迅速円滑に運ばれたのは、新聞聯盟結成前からすべて政府と密接な連絡を計り常にその意を汲んで水も漏さぬ一体化を準備したからに他ならない。〔後略〕<sup>15</sup>

新聞聯盟は名目上新聞界の自主的統制団体であったが、政府が設立当初からその意図を反映させた体制をつくっていたことは、注目される。こうして、共販制実施を主体となつて進めていく新聞聯盟が発足した。

## 二、新聞共同販売制度実施まで

### (1) 新聞用紙配給調整への着手

本節では、前節で取り上げた新聞聯盟の業務委員会を中心に、共販制度がどのような過程で実施にいたつたのかを考察する。

新聞聯盟が、発足後まず着手したのは、新聞用紙配給量の調整であった。昭和十五年当時、内閣に置かれた新聞雑誌用紙統制委員会は、新聞用紙供給の削減量を「昭和十二年度の実績」を基準として決定する方法<sup>16</sup>をとっていた。しかし、地方紙から古い年度の実績を基準とすることへの不満が高まったことから、統制委員会は新聞業界自身に用紙削減量

を決定させることを企図した。新聞聯盟発足の五月三十一日、情報局より「昭和十六年度下期の用紙割当基準」が新聞聯盟に諮問された。

これを受け、まずは新聞聯盟理事会において六月二日から協議が重ねられていくこととなった。政府側参与の吉積情報局第二部長が、「昭和十六年下期は、全体で一割ないし一割五分の制限」という意向を内示し、議論は紛糾した。そこで、各社用紙配給量決定の基準となる「有代発行部数」（読者から代金を徴収する新聞を「有代紙」という）の数値を各紙が公表することについて議論がなされることになる。「有代発行部数」は新聞社経営の実態を示す数値であり、各新聞社にとっては極秘事項であった。広告料金への影響や、取引銀行との関係に支障をきたすなど、その公開は経営上死活問題であり、虚偽や水増しは常套手段であったという。結局、情報局第二部長一課長松村秀逸が公表に賛成したこと、理事会から業務委員会へと、半ば強引に審議の場を移すこととなった。

六月九日の業務委員会において、読売新聞正力松太郎の指示で報知新聞に出向していた務台光雄により、部数調査案が提示された。部数の公表対象を新聞聯盟理事と監事の一四社に限定し、それらは新聞聯盟が定めた様式に基づく報告書を提出する。提出された報告書の真偽について、その他の理事、監事社代表で構成する調査員が、販売店を抜き打ちで現地調査し、万一報告に虚偽があった場合は、罰則として用紙配給量を削減する、という内容が部数調査案に盛り込まれていた。

結果、業務委員会でこの調査案が採択され、約一週間で報告書の提出とその後の調査が実施されたものの、実際に調査されたのは大手全国紙の朝日・毎日・読売新聞のみであった。「現地調査の結果、ほとんど虚偽の報告はな」く、「過去数十年間の販売拡張戦」は「今や新聞聯盟の

下に一致結束」し、「制裁取り決めは無用の長物と化した」と評された。

こうして、一四回に及ぶ会議での試行錯誤の結果、「現在の発行部数を基準の対象とすべきである」との意見で業務委員会は一致し、「昭和十五年七月から昭和十六年六月にいたる一ケ年間の有代発行部数」を基準として配給率を決定する答申案が、七月二十二日に理事会を通じて情報局に提出された。実質、この答申案で制限対象となるのは、発行部数の多い新聞社に限られ、特に前述の調査の時と同様、朝日、毎日、読売新聞の全国三紙が大幅に減配されることとなった。よって、地方紙をはじめ多くの新聞社に目立った影響が出ることはなく、したがって対立が起ることもなく決定したといえる

## (2) 全国紙・地方紙間の対立緩和

前述のように、用紙配給基準について討議が重ねられるなか、情報局松村秀逸が新聞聯盟理事会に、共販制の実施について諮問してきた。このときから、共販制を巡り激しい論争が起る。松村による諮問は、陸軍省情報部囑託大熊武雄による新聞統制に関する次の試案に基づいていた。

〔前略〕販売機構の徹底的新体制としての理想を言へば、どうしても先づ全国新聞社の販売機関を統合整理して一元化し資本金三千万円乃至五千万円程度の一大共同販売会社を創立し各新聞社及販売店主を株主として、本社を東京に置き、大阪に支社その他の各地に支店或は出張所を置き、区、町村毎に読者の分布状態及地理的關係等を考慮して販売店の数を限定し愛読せんとする新聞紙の選択は恰も

煙草の如く読者の自由意思に任せ、共同販売会社は単に華客先きの希望する新聞紙を配達するだけに留め〔後略〕<sup>19)</sup>

「新聞の統制に当つては、販売機構の改革を施行しなければ統制の目的を達することは到底不可能である」とする同試案により、松村は共販制を「新聞統制の重要な手段」であると考えていた。

これを受け、理事会は七月二十九日の会合で「なるべく迅速に実行し得べき共販機構の具体案」作成を業務委員会に諮問し、前述の用紙配給量の問題が一段落したのち、八月七日から検討が開始された。

業務委員会での検討過程をみていく前に、当時の新聞販売の実態について少し触れておきたい。各新聞社は、自紙販売店(専売店)を組織化し、各店が契約読者に対し値引きや景品などさまざまな手段で販売拡張競争を展開していた。こうした状況にあつて、共販制を実施することは、新聞社の興廃を担っていた販売競争の停止を意味した。

そのため、この共販制の構想に対し、新聞界の意見はまとまらなかった。先述したように、地方紙と全国紙の間で意見対立が起つたのである。

全国紙による圧迫を受けていた地方紙は、販売競争を停止する共販制には、むしろ賛成であった。また、新聞聯盟設立前から、共販制を地方紙が自ら構想していたことも、注目に値する。<sup>20)</sup> 地方紙は「一斉に共販に賛成」して、「旧殻を脱して自由競争を停止すべき」であると主張し、もし東京の各紙がこれに反対するならば、「東京を除く全国に於て即時断行」する決意を表明した。<sup>21)</sup>

一方、東京各紙は、主に東京日日、読売、報知の各新聞が以下の理由

から共販制に反対した。

- (イ) 新聞は一般商品と異り共販の対象たるに適しない
- (ロ) 全国に分布された販売組織は共販の必要性を希薄ならしめる
- (ハ) 強ひて共販を実施すれば配達能率を悪化すること必至である<sup>22)</sup>

東京各紙は共販制に代わる「濫売防止不正競争廃止協定」を行うべきであるとの対案を提出し、三紙のほかにも中外と都新聞もこれに賛同した。

〔前略〕東京某大新聞で数十年の販売経験を有する委員の如きは、七十年の販売伝統を断ち切つて共販に乗り替へるのは恰も新聞の生命を絶つものであると悲痛なる反対論を述べれば、之に対し地方紙の有力委員は『大新聞が積年に亘つて地方蚕食を事とし乍ら、今に至つて共販協力を回避するとは共に国策を語るに足らず』と罵り、殺気奔る論争を展開すること数回、前途暗澹たるものがあつた。〔後略〕<sup>23)</sup>

このように、業務委員会において、全国紙と地方紙の委員により議論が紛糾した。地方紙と全国紙の間には深い対立があり、共販制実施に向けて大きな障害となつていたのである。收拾がつかなくなつたため、最終的に政府側参与が斡旋に乗り出すこととなつた。

以上述べてきたような激しい議論を繰り返した全国紙は、最終的に譲歩する姿勢へと転換した。その理由を、朝日新聞の当時の販売部長は次

のように回想する。

〔前略〕政府・軍部の根本の狙いは、新聞統合—再編成で、ことに全国三紙の力を削ぐという点に主眼があるのだから、共販ぐらいで、済ませることができるのなら、傷が浅いのではないかと考えた。〔後略〕<sup>24)</sup>

こうして、政府による業務委員会における介入と全国紙の消極的譲歩により、全国紙と地方紙との間の確執は、根本的解決を見ないまま、共販制は強引ながらも実施へと前進した。

### (3) 全国販売機関の統合

全国紙と地方紙の対立を一応収めた業務委員会は、共販制の実施に向けて、次のような大綱七項を制定した。

一、共販は新聞の共同配達、共同集金、共同輸送を目的とし、各社個々に属せる各販売網を完全分離して統合一元的共販機構に再編成せしめること

一、一市町村を単位として一販売所をつくること

一、各道府県内販売所は道府県別に一販売組合（任意組合）を結成し、この組合をして共販の主体たらしめる事、但し東京、大阪、名古屋等の大都市は府県に準じて一組合又は数組合を結成す

一、右組合の役員は組合地域内に発行本社を有する新聞社（地域内に地方版を有する新聞社もこれに準ず）と販売所たる組合員との同数を以て構成す

一、各道府県組合は左記ブロック毎に各々地区連合会をつくる

北海道樺太地区、東北地区、関東地区、東京市地区、中部地区、  
関西地区、大阪市地区、中国四国地区、九州地区

一、各地区連合会は、東京市に中央本部を設け、その指揮統制に服  
すると共に、管下各府県組合を監督指導す

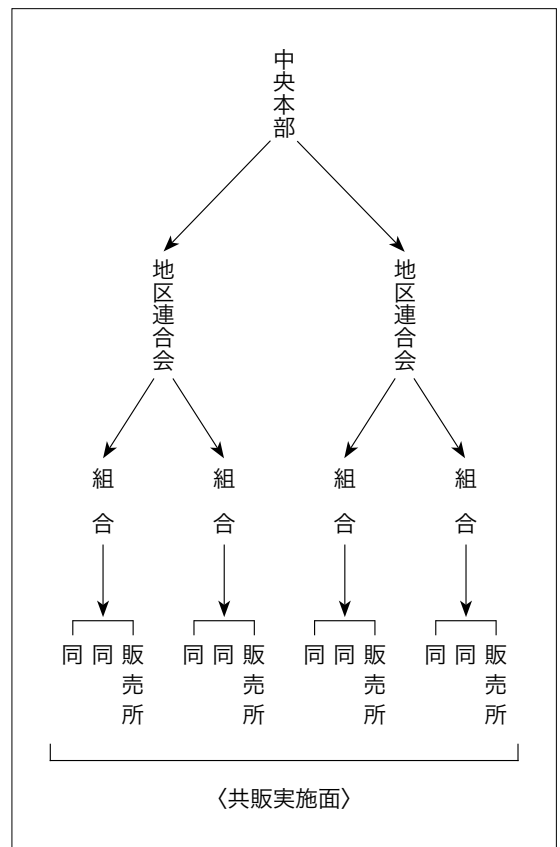
一、十一月末日まで準備期間とし十二月一日を期し、全国一斉に共  
販実施のこと<sup>(25)</sup>

この大綱では、中央集権を避けるため、府県組合に主体を置く地方分  
権を採用したことで、全国紙と地方紙の機会均等を重視した点が重要で  
ある。業務委員会では、表面上は落ち着いたものの、引き続き両者の対  
立関係に配慮しながら、共販制実施が目指されたことが分かる。

この大綱により、八月下旬から九月上旬にかけ、業務委員会販売部会  
により各種定款、規約、施行細則、実施要項などが決定され、引き続き  
全国的な準備に着手することとなった。九月十七日の理事会では、「今  
年（筆者注、昭和十六年）十一月末日までを準備期間とし、十二月一日  
を期して共販制を実施する、このため九月二十三日以降、一切の新聞拡  
張行為を厳禁する」ことを決定した。<sup>(26)</sup> 続く九月二十七日、業務委員会に  
おいて声明が出され、討議を重ねた結果、理事会は新聞共同販売組合（以  
後、共販組合）を作ることを決定した。共販組合を含めた、共販制機構は、  
図2のとおりである。

共販組合は、各道府県を単位として一組合、名古屋、京都、神戸、横  
浜の四都市はそれぞれ一組合、東京、大阪両市はそれぞれ数組合の設置  
を基準としていた。この組合は、それぞれ東京市、大阪市、北海道樺太、

図2 共販制機構図



(宮居康太郎『新聞共販制の解説』10頁を参考に作成)

東北、関東、中部、関西、中国四国、九州のブロック別に設置された各  
連合会のいずれかに、属することになった。

共販組合組織時に、この全国のブロック分けを巡り、問題が生じた。  
新愛知・名古屋新聞二紙の勢力を脅威とする北陸三県（石川、福井、富山）  
の新聞社から、業務委員会に要望が提出されたのである。地方大手の二  
紙と同じ中部地区への編入を忌避し、三県に新潟県を加えた北陸地区を  
作ってほしい、という内容であった。ここには、前述の全国紙と地方紙  
の対立に加え、地方紙間における販売上の対立構図が浮かびあがる。業  
務委員会は、北陸地区の設置は却下したものの、三県を中部地区ではな  
く関西地区とする、柔軟な対応をみせた。<sup>(27)</sup>

自主的統制団体である新聞聯盟での決定という建前や、新聞各社販売  
店の解散式への警察による臨検が行われるなど圧力がかけられた。一方



で、業務委員会では前述のように、新聞紙間の対立を緩和させるためさまざまな工夫を凝らした。「一市町村に一販売所」が共販制の原則であったが、もともと適用外の六大都市（東京、大阪、名古屋、京都、神戸、横浜）以外に、千葉、宇都宮、前橋、静岡、松本も同様に適用外とした。

こうして、目標とされた十二月一日までに、全国的に共販制が実施されることとなった。また、名古屋市、東京市、京都市は、多少ずれ込んだものの、翌昭和十七年二月までに、いずれも共販制に移行した。

以上みてきたように、実施にいたるまでの過程において、事あるごとに全国紙と地方紙間、あるいは地方紙同士の間で対立が起こった。これをいかに緩和していくかが、業務委員会における課題であり、また重要な役割であった。そのような状況下にあっても実施にこぎつけたのには、政府側参与による業務委員会への介入が大きいといえる。「自主的組織」新聞聯盟において、政府の思惑は確実に反映されていた。

### 三、新聞共同販売制度実施まで

#### (1) 共販制実施概要

本節では、前節までの流れを受け、昭和十六年十月の共販制準備段階で発行された『新聞共販制の解説』（以下、『解説』と略す）を主な史料とし、共販制がどのように実施されたかを考察する。<sup>28)</sup>

前章で、新聞聯盟の機構を紹介した。同聯盟を母体とする共販組合が、その指示のもと共販の元締めを行っていた。『解説』は、次のようにその役割を紹介している。

〔前略〕新聞聯盟は共販制の母体とも云へませう。新聞聯盟は独り共販制を実施せしめた許りでなく、用紙の配給制限問題、新聞資材購入問題、編集広告の合理化問題等時局下緊要な問題を自治的に処理しつゝあり、云はゞ国家的見地から新聞界各部門に亘る新体制を活発に促進してゐるのです。命令系統からいへば中央本部が組合の最高統帥機関だが、その中央部は新聞聯盟事務局内に在つて、聯盟と表裏一体といふよりは、聯盟の指導下に共同販売機構の中核体として共販の元締めをやる訳です。直属上官ではないが、聯盟と組合は不即不離の関係で、現に組合の理事の一因たる新聞社側理事は何れも聯盟社員社の代表ではありませんか。〔後略〕<sup>29)</sup>

ここで強調されているように、共販組合は共販制を実施するうえで新聞聯盟と「不即不離」の関係にあり、重要な存在であったといえる。

組織の主な特徴としては、次の三点が挙げられる。

まず一点目として、定款により『公正妥当なる方法により新聞の普及に努め、読者の要求する新聞を販売』し、『自己の意志又は他の請託による特定新聞の勧誘拡張』を禁止することが定められた。

二点目として、次の事項を一切禁止した。

- (イ) 定価販売（公認配達料は別）
- (ロ) 無代紙撒布
- (ハ) 主催又は後援の催物、拡張材料、拡張員の利用
- (ニ) 其他の不正販売<sup>30)</sup>

三点目として、販売所業務細則により、次の事項が定められた。

- (イ) 通信其他の副業をしてはならぬ、組合の許可を得たるものは此限りでない。
- (ロ) 何れの新聞社からも金品饗応を受けてはならない。
- (ハ) 取扱ひ各新聞の優劣を批評せざること<sup>31)</sup>

円滑に共販制へ移行するため、すべての新聞に対する平等な取り扱いが徹底された。

では、実際に業務を行う全国の販売所は、どのように組織され、運営されたのだろうか。『解説』は、販売所を「共販所」と表し、「従来の専売所、直配所、出張所、売払、合売所等直営、自営諸々の販売店とは性格とイデオロギーとを全く一変せる非常時局下の寵児たらしめるもの」と説明する<sup>32)</sup>。

基本的に、六大都市を除き一市町村を基準に一区域とし、これに一販売所を設置した。六大都市には数区域以上存在するため、十数店以上の設置を許可したが、前章で述べた北陸三県のように、六大都市以外の区域においても、状況によって適宜区域の分割、合併の措置がとられた。

組織の実施形態は、「各種会社」「各種組合」「個人経営」のいずれかとされ、「販売店統合に適するもの」として「有限会社」「任意組合」が挙げられた。共同経営の販売所については、「完全なる統合形態を採り得ざる場合に限り」、聯盟理事会の承認を得て実施することとされた<sup>33)</sup>。

また、その組織方法としては、「共販制実施準備要綱」が「販売権出資」「販売権評価出資」「現金出資」を挙げている<sup>34)</sup>。『解説』では各人が適宜「現

金出資」する方法をもつて、「完全な形態」と説明しているが、その選択は現地に委ねられた<sup>35)</sup>。

以上のように、全国の販売所が整備され、運営されていた。共販制に移行した直後の昭和十六年十二月十六日、ラジオにて吉積情報局第二部長から新聞読者である国民に対し、共販制に対する理解を呼びかける放送が行われている。

〔前略〕この非常時局に於てそんな自由主義的無統制の競争をすべきでないこと云ふことから、各地の販売店を各社から独立させて、新聞聯盟の監督下におき、一販売店はその担任区域内に於て、各家庭の要求に応じ、いづれの新聞でも販売すると云ふ建前をとつたのであります。〔中略〕

尚一言附加へておきますが此共販制を採りましたのは、十二月初めからでありまして旧制度新制度との切替へ時期に於きましては、色々の齟齬が起きて、今迄とは異つた新聞が投入されたり、不用の新聞が投入されたり、或は配達漏れになつたりする事が無いとも限らないと存じますが〔中略〕故意にそんな事をする者があつたらこれ亦新聞聯盟事務局に御通知下さい。〔後略〕<sup>36)</sup>

吉積の放送からは、共販制が手探りの状態で始められたことを強調し、それゆえに共販制実施に際し、国民の理解を得ようという意図が読み取れる。実際には、読者への配慮という建前の裏に、販売競争停止による新聞統制の効率的推進という政府側の意図があり、また全国紙と地方紙それぞれに自身の存続をかけた思惑が存在していたのである。

(2) 長野県での実施例

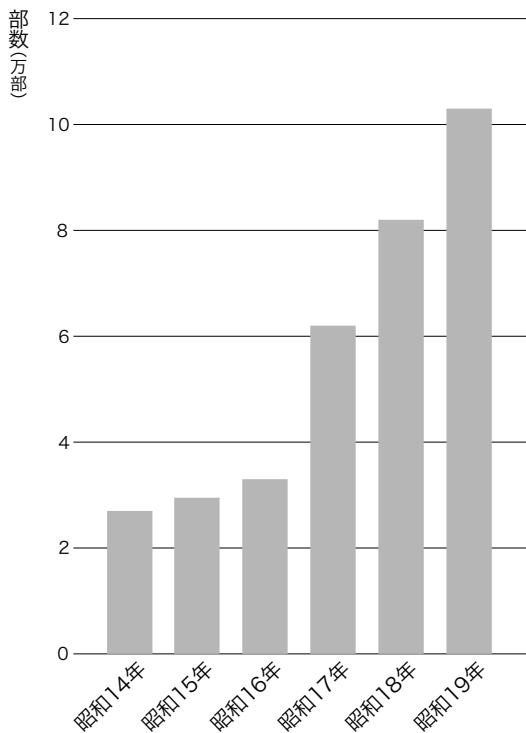
最後に、共販制が地方でどのように実施され、どのような変化をもたらしたのかを、長野県の例から考察したい。

長野県では、規定どおり昭和十六年十二月一日を以て、共販制が実施された。この段階で、長野県下には信州合同新聞、南信毎日新聞、北信毎日新聞、中信毎日新聞、信州日日新聞、そして信濃毎日新聞（以下、信毎と略す）の地方紙六紙が存在していた。すでに県下では、昭和十三年から新聞統合が進み、当時日刊、週刊、旬刊、月刊など合わせて三六三紙に及んだ新聞は、弱小紙から順次統廃合され、戦時新聞体制の構築が進められていた。<sup>37)</sup>

共販制実施にあたり、長野県は中坪八重蔵を本部長とする関東地区本部に所属することとなった。その下部組織である県支部を長野市に設置し、松本則栄を支部長とした。県支部は、信毎販売部長宮本国正をはじめとする、各発行本社から選ばれ出向してきた評議員の助言により運営された。そして、発行本社から分離した各地区販売店が、この県支部傘下に入るようになった。各地区にいくつかあった各社販売店は、地域ごとに合同、あるいは廃業して、一店で地区内すべての新聞配達、集金を一括して取り扱った。

長野県における共販制実施については、信毎の社史『百年の歩み—信濃毎日新聞』及び『百二十年の歩み…この二十年』<sup>38)</sup>に記述があるほかは、あまり記録が残っていない。これら社史からは、大きな問題が起こることなく共販制が実施されたという印象を受ける。それは、実施の翌年五月には新聞統合による一県一紙がさらに進行したことによって、県内の地方紙六紙が信毎一社に統合されたことにも関係すると考えられる。

表 信濃毎日新聞 部数の推移



(信濃毎日新聞『百二十年の歩み』編集委員会編『百二十年の歩み：この二十年』 同社、1995年、50頁を参考に作成)

長野県における共販制実施の影響は、信毎の販売部数にも表れた。信毎販売部数は、実施前（昭和十五年）には三万弱だったが、昭和十六年に三万三千部前後に拡大し、実施後（昭和十七年七月現在）には約二倍の六万一、六八三部と増加している。このとき、県内における主要全国紙の発行部数は、朝日新聞四万四、八八四部、東京日日新聞四万一、五〇〇部、読売新聞三万二、八二三部であり、これらと比べても、信毎は地元において絶対的な発行部数を誇っていた。

社史によると、共販制の実施により、表立った部数拡張戦はできなくなったという。政府側としては思惑どおりであり、また地方紙には、全国紙を抑制し部数を増加させるという結果をもたらした。全国紙の販売競争が抑えられる一方で、新聞統合により県内唯一紙となった信毎は、地元で大きく販売部数を増加させた。都会から長野県への疎開者が多く

なったことに伴って新聞需要も増し、信毎の販売部数は戦争の長期化とともに増加傾向をたどった。地方紙にとつて、国家の力を借りて全国紙の進出を抑制するという目論見が成功した一例といえるだろう。

### (3) 新聞聯盟の解散とその後の共販制

以上、共販制の地方における実施の一例をみてきた。

共販制に反対していた全国紙の状況について、本論文では詳しく取り上げていないが、記録によると東京市の販売店で新聞社同士の小競り合いが起こったものの、実施後は何ら苦情の声はあがらなかったという。<sup>39)</sup>

共販制の母体となった新聞聯盟は、昭和十七年（一九四二）に入ると東条英機内閣のもと解散し、代わって同年二月、特殊法人日本新聞会（以後、日本新聞会）が設立されることとなった。日本新聞会は、新聞界の自主的統制機関であった新聞聯盟とは大きく異なる性格をもち、昭和十六年十二月十三日に公布された「新聞事業令」に基づいて政府の命令で設立され、政府の管轄下に置かれた統制機関であった。したがって、中央集権を避ける形で始まった共販制も、徐々にその性質を変えていくこととなる。日本新聞会時代の共販制運営について、ここでは以下に、軽く触れる程度にとどめておく。

日本新聞会は、新聞統合の完成を目指すとともに、編集そのほかの新聞事業の運営に関する統制指導や、共同販売に関する指導助成、新聞記者登録の実施及びその養成訓練の実施、また新聞用紙など資材の配給の調整など、さまざまな事業に取り組んだ。<sup>40)</sup> この組織のもと、新聞聯盟時代に実施された全国販売所の形態を「各新聞社の集合体である上、一社でも反対があると何も決められない。さらに地区組合の独立性が強く、

中央本部の威令が届かない」として、昭和十七年十月二十六日、社団法人日本新聞配給会が設立された。こうして、基本的な機構形態はそのままに、中央本部の権限が強化され、中央本部から末端の販売所まで、上意下達が徹底された。

### おわりに

以上、共販制実施にいたるまでの過程を、業務委員会の役割を中心に考察し、実施によりもたらされた結果を長野県の例からみてきた。

共販制は、新聞用紙配給問題の討議が重ねられるなかで政府側参与から諮問され、議論となった。新聞聯盟業務委員会では、全国紙・地方紙間の対立が、戦時期日本における新聞体制を構築するうえで大きな懸案となっており、この対立を緩和することが、共販制実施に向けて常に意識されることとなった。参与を通じた政府側の介入により、根本的解決がなされないまま全国紙が妥協し、全国の販売機構統合による販売網の形成を経て、共販制は昭和十六年十二月一日を以て、実施されるに至ったのである。

また、長野県の例からは、同県下で同時期に進行していた新聞統合の流れもあり、大きな問題が起こることもなく共販制が実施されたことがうかがえた。信毎のような地方紙にとつて、共販制は県内の全国紙勢力を抑えるうえで重要な役割を果たしたと考えられる。このことは、政府側にとつても当初の目論見どおり新聞統制の効率化を図るうえで都合のよい結果であった。

日本新聞会、また日本新聞配給会のもと続けられた共販制について、

本稿で扱ってきた新聞聯盟の時代から、運営面で具体的にどのような変化があったのか、とくに上意下達の実態については、今後の課題としてい。これを足掛かりに、戦時期新聞統制全体における共販制、ひいては本稿で述べてきた諸統制機関や新聞の役割とその意義についても考究していきたい。

〈注〉

- (1) 情報局に改組されるまでは、昭和十一年（一九三六）に公式設置された内閣情報委員会が翌年内閣情報部に改められ、情報宣伝業務を行っていた。
- (2) 朴順愛『十五年戦争期』における内閣情報機構（メディア史研究会『メディア史研究』三号、ゆまに書房、一九九五年六月）は、一方的な上からの統制ではなく、新聞側が存続のために自ら戦時体制に協力したことを指摘している。
- (3) 里見脩『新聞統合 戦時期におけるメディアと国家（以下、『新聞統合』と略す）』（勁草書房、二〇一一年）が、「新聞統合」の過程について、時期ごとに詳細な考察を行っている。
- (4) 前掲注3、里見『新聞統合』、一四〇〜一四三頁。
- (5) 昭和二年の長野県における新聞紙・雑誌の総数は一九二に上り、兵庫県の二〇一に続いて全国第六位の紙誌数であった。（前掲注3、里見『新聞統合』一六〜一八頁、図表）
- (6) 昭和十五年二月十三日、情報部「新聞指導方針に就て」  
（内川芳美編、現代史資料四一『マスメディア統制二』みすず書房、一九七五年）、二六二頁。
- (7) 昭和十五年五月十七日閣議決定、「新聞雑誌用紙統制委員会設置にともなう閣議諒解事項」（前掲注6、内川『マスメディア統制二』、二六四頁）。
- (8) 日本電報通信社編『新聞総覧 昭和十七年版』（同社、一九四二年）、第二部

一頁。

- (9) 情報部情報官久富達夫に宛てられた地方新聞社一七紙からの意見書が、『情報局新聞統合同係史料』（有山輝雄他編『情報局関係資料 第六巻』柏書房二〇〇〇年）にまとめられている。名古屋新聞の森一兵が、地方有力紙のまとめ役を担った。森は、昭和十二年十一月に開かれた近衛首相ら政府関係者と有力地方新聞一九社代表による時局懇談会で、地方紙を代表し政府への協力姿勢を示した。（前掲注3、里見『新聞統合』、一三二〜一三三頁）。
- (10) 伊藤正徳『新聞五十年史』（鱒書房、一九四七年）、二二〇〜二二二頁。
- (11) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四四三頁。
- (12) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四四三頁。
- (13) 前掲注3、里見『新聞統合』、一三四頁。
- (14) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四四三頁。
- (15) 前掲注8、日本電報通信社編『新聞総覧 昭和十七年版』、第二部三頁。
- (16) 昭和十六年度下期の用紙配給量を、昭和十二年の実績を基準として、使用する用紙の量（発行部数）に応じて削減率を定めるといふもの。詳しくは前掲注3、里見『新聞統合』、一三六頁。
- (17) 前掲注8、日本電報通信社編『新聞総覧 昭和十七年版』、第二部七頁。実際には、表面化しなかっただけで販売店における調査時に暴力沙汰の事件が生じた例もあったという（前掲注3、里見『新聞統合』、一三九頁）。
- (18) 里見氏によると、答申案は次の内容である。前述の「有代発行部数」に対し、昭和十六年六月中の、新聞の一日平均頁数を乗じ、これを連数に換算し、各新聞社の「消費率」とする。この消費率に対し、一定累進率を乗じて實際配給率を算出し、この率により下期の送配給数量を決定する。
- (19) 昭和十五年十二月五日、大熊囑託「新聞統制試案断片」（有山輝雄他編『情報局関係資料』第二巻）、六二頁。
- (20) 久富情報官に提出された各社からの意見書（注7）からは、京都日日新聞、

小樽新聞などをはじめ多くの新聞社が具体的に共販制を提案していることが分かる。

- (21) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四五五頁。
- (22) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四五五頁。
- (23) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四五五頁。
- (24) 田畑忠治朝日販売部長証言、朝日新聞販売百年史（東京編）刊行委員会編『朝日新聞販売百年史（東京編）』（朝日新聞東京本社、一九八〇年）、一七〇頁。
- (25) 前掲注8、日本電報通信社編『新聞総覧 昭和十七年版』、第二部八頁。
- (26) 前掲注10、伊藤『新聞五十年史』、四五七頁。
- (27) 前掲注3、里見『新聞統合』、一四二頁。
- (28) 宮居康太郎『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』（情報新聞社、一九四一年）。宮居は従軍記者として活躍した人物であり、当該著作のほか、『支那事変従軍記蒐録』『大東亜戦争史』『新聞界人物評伝』『言論統制文献資料集成』などを記した。
- (29) 前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、四八頁。
- (30) 「組合定款」第三三条以下、第三八条までを参照（前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、二二頁）。
- (31) 「販売所業務細則」第五条を参照（前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、二三頁）。
- (32) 前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、二〇頁。
- (33) 「道府県市新聞共同販売組合施行細則」第二条参照（前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、六六〜六七頁）。
- (34) 「共販制実施準備要綱」（前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、五六頁）。
- (35) 「組合定款施行細則」第二条参照（前掲注28、宮居『新聞共販制の解説並に規約・定款・細則一覽』、二三頁）。

(36) 昭和十六年十二月十三日、吉積正雄ラジオ放送「戦時下新聞新体制」『国策放送』（日本放送協会、一九四一年）（『国策放送 復刻版』（大空社、一九九〇年）収録、三一〜三四頁）。

(37) 長野県特高課編『長野県特高警察概況書』長野県社会運動資料八（一九四〇年、東京大学法学部研究室図書室所蔵）。里見氏が調査中、同図書室で発見されたものである。

(38) 信濃毎日新聞「百年の歩み」編集委員会編『百年の歩み―信濃毎日新聞』（信濃毎日新聞、一九七三年）、信濃毎日新聞「百二十年の歩み」編集委員会編『百二十年の歩み…この二十年』（信濃毎日新聞、一九九五年）。本節は、主にこの社史に依拠した。

(39) 東京日日営業局長の七海又三郎によると、「初めは寂しいという考えていたようだが、やってみると楽し、共販制に馴れた。また新聞社も、これで儲けた。競争するための販売費がいらなくなった上、送った紙の分だけキチンと金が入る。新聞社の経営は、これで非常に良くなった」という（日本新聞協会編『七海又三郎―東日の「切り込み隊長」』別冊新聞研究 聴きとりでつづる新聞史「三号、日本新聞協会、一九七六年」。（前掲注3、里見『新聞統合』、一四三頁を参考）。

(40) 日本新聞会事務局編『日本新聞会便覧』（日本新聞会、一九四四年）。

(41) 川上富蔵『毎日新聞販売史 戦前・大阪編』（毎日新聞大阪開発、一九七九年）、五三〇頁。

#### 著者プロフィール

西澤梨花（にしざわ・りか） 平成五年（一九九三）長野県生まれ

駒澤大学文学部歴史学科卒業

現在駒澤大学大学院人文科学研究科歴史学専攻修士課程一年

卒業論文「戦時期日本の新聞メディア―緒方竹虎の言論政策と「思想戦」―」