

〔研究会例会報告要旨〕

1994年度第1回研究会

日時 7月1日(金) 15:00~18:00

報告は以下の順序で行なわれた。

〔松下電器産業株式会社広告活動史〕

報告者 有馬賢治

〔報告要旨〕

戦前から広告活動を積極的に行ってきた企業の一つとして松下電器産業株式会社(以降「松下電器」)をあげることができる。松下電器では、角型ランプの販売にあたって昭和二年に初めて新聞に三行広告を掲載して以来、現在に至るまで積極的に広告活動が進められている。また、松下電器の創業者である松下幸之助氏は、企業経営の一活動として広告の機能を積極的に評価し、また自ら広告の製作に関与した経験もある経営者であった。そのために松下氏は、広告製作にあたっての経営者の心構えや広告の社会的意義などに関しての持論を折に触れて発言している。本報告では、松下電器の広告活動と同時に創業者松下幸之助氏の発言を時系列的に整理し、創業者の理念がどのように同社の広告活動に影響を与えていたのかの検討を行った。

松下電器がマス媒体を利用した最初の広告活動は、昭和二年四月九日付の『大阪朝日新聞』第八面中央に掲載された角型ランプの新聞広告であった。松下電器では企業が小規模な時代から広告活動を積極的に進めていたわけであるが、この背景には創業者の広告に対する関心が当時から非常に強かったことを一つの理由としてあげることができる。

次に注目すべき広告活動として、昭和五年に「ナショナル電氣コタツに就て」という形

で新聞に掲載された企業広告をあげることができる。松下氏は広告活動を商品の販売促進のための一手段としてのみ位置づけていたのではなく、企業の経営方針や社会に対しての姿勢を訴求するためのスポークスマン的な役割をもつものとして位置づけていた。そのために、企業広告も戦前から積極的に行われていた。

終戦後、松下電器ではいち早く広告に関わる組織を復活させ、広告活動も早くから再開している。例えば、新聞などを使用した企業広告にも積極的な取り組みをみせていた。こうした松下電器の積極的な広告活動や創造的PR活動に対して、昭和三十六年には松下幸之助氏に日本宣伝賞が贈られている。また、この時代の発言から、松下氏が広告は消費者の生活に指針を与える役割を担うものであり、そのうえで商品を薦める必要があることを指摘していたことが理解できる。また、広告表現の製作にあたって、企業の誠意を根底に置いたうえで技術的に磨きあげていかなければならない点も指摘している。

昭和四十年代は、大幅な組織の改変が行われている。昭和四十年にそれまで営業本部の中にあつた宣伝部が、事業部制の導入にともない宣伝事業部として独立している。そしてこの年代には、松下氏は実践的な広告の意義に加えて、企業の広告に関わるべき姿勢や、技術の考え方に至るまで幅広く広告に関わる持論を展開している。松下電器の広告活動は、こうした松下氏の理念を背景として、積極的に且つ一定の規範を遵守して行われていった。

このように松下電器の広告活動を通史的に分析していった結果、企業が広告活動を遂行する場合の幾つかの指針となる理念を松下氏の発言から理解することができた。