

広告メディアとしての対外宣伝メディア

一戦時期日本のタイ語プロパガンダ誌における商業広告

加納寛

「大東亜」戦争期の日本が発行した対外プロパガンダ誌には、商業広告が掲載されているものも多かった。しかし、こうした商業広告については、従来ほとんど研究がなされてきていない。本稿は、戦時期のタイ向けプロパガンダ誌である『カウパアプ・タワンオーク』に掲載された商業広告の概括的な分析を通して、「大東亜」戦争期の日本企業がタイにどのように関与しようとしていたかを浮かび上がらせ、戦時期における対外宣伝と商業広告との関係を考察しようとするものである。

分析の結果、『カウパアプ・タワンオーク』の広告ページ比率は、当時の一般雑誌に比べても大きかったことがわかった。業種別には、とくに薬品・化粧品や繊維関係企業の広告が多く見られ、広告のタイ語化努力も高かった。タイ人に対して、記事と商業広告との相乗効果を通して、日本の綿布や化粧品・薬品などを売り込もうとする意図を読み取ることができよう。

Propaganda Media as Advertising Media: Commercial Advertising in Japanese Propaganda Magazines Published for Distribution in Thailand During WWII

Hiroshi KANO

The purpose of this paper is to consider the relationship between propaganda and advertising during WWII by examining advertisements in a Japanese propaganda magazine produced for distribution in Thailand, Khaw Phaap Tawan-ook. Although many advertisements exist in Japanese propaganda magazines during WWII, little attention has been given to them—this remains true for Thai-language magazines. The ratio of advertising pages in Khaw Phaap Tawan-ook was higher than the average magazines at that time. Advertisements for pharmaceutical, cosmetic and textile companies were published frequently, and evidenced an effort to utilize the Thai language. These facts show that this particular Japanese propaganda magazine intended to promote Japanese products to Thai people through the combined effect of articles and advertisements.