

出版広告パンフレットの普及とその受容
— 円本全集ブーム期における内容見本の位相
大尾侑子

本研究は、近代日本における出版広告パンフレットの普及とその受容について、1920年代後半の円本ブーム期における「内容見本」を事例に明らかにした。これまで円本ブームは書物の大量生産、流通、消費をもたらした「出版界の革命」として語り継がれてきた。一方で、本稿が注目したのは同ブームが「パンフレット」の激増をも喚起したことである。大手版元が宣伝合戦を繰り広げた同ブームにおいて、内容見本は新聞広告、雑誌広告、実物見本、書物への挟み込みなど、他の広告／モノとの相互作用のなかで消費者に浸透した。また改造社『マルクス＝エンゲルス全集』内容見本を事例に取り上げ、それが予約規則書であるにとどまらず、「無料の教材」的な機能を持ち得たことも指摘した。各社が他社との差異化のために内容見本自体の充実を図り、推薦文や解説を盛り込んだ結果、広告用パンフレットに文学や思想の伝播に寄与する副教材的な側面が付加されたのである。