

## 【研究ノート】マイダス王の手／天皇の視線

### ——近代出版における皇室ブランディングの誕生と終焉

出版広告、皇室ブランディング、天覧、台覧、献上

藤元 直樹

権力によって人々は支配される。だが逆にこの権力はリソースとして利用されてもいる。皇室の権威をブランドとしてしたたかに活用する動きは出版界にもあり、「天覧（台覧）」という記号を添えられた出版物が世を賑わせていた。もっとも、個別の存在は知られていても、この種の出版物をジャンルとして把握し、具体的な広がりを認識することは困難であった。ところが、資料デジタル化の潮流の中で、検索可能となった大量の出版広告により、その分布をたどる道が開かれ、1899年の博文館の例を始点とし、1930年の取扱内規改訂を終点とする時限的な営為として、この事象の輪郭を描くことが可能となった。本稿が、関連出版物リスト整備の足掛かりとなり、個別事例検証の精緻化につながることを期待している。