

## 「研究ノート」 交通系広報誌研究の系譜

### 一 はじめに

関東大震災後の一九二四年、船舶による海上旅行を宣伝するために、大阪商船株式会社の広報誌『海』が創刊された。同誌は戦局の逼迫による一九四三年八月の終刊まで、合計一四四号を発行した<sup>(一)</sup>。二〇世紀前半の海上交通の発達とこの時代にピークを迎えた「大大阪」の繁栄を背景に、『海』は一海運会社の広報誌でありながら、文芸的な要素も網羅し、海事思想の普及を志すなど、多岐にわたる内容を有する一級の史料として高い評価が与えられている<sup>(二)</sup>。広報誌（PR誌）という独特な雑誌を研究する意義は小さくないが、しかし

ながら、企業社史の分析を除けば、メディアの視点からの広報誌をめぐる先行研究は十分とはいえない。

二〇一九年、JR東日本が発足した一九八七年以来社外向けに刊行されていた広報誌『JR EAST』は取材不正事件によって社会から激しいバッシングを受け、休刊に踏み切った。このほか、大手交通会社が発行する広報誌の相次ぐ休廃刊は目新しいものではない。

IT技術の進化と紙媒体の衰退などのメディア環境の激変を背景に、電子メディアを活用した即時性が高い取組みが主流となり、広報誌の役割の見直しも進んでいる。二〇世紀末までに、交通会社の広報誌が開花した時代は次第に幕を下ろしたとも言えるが、では約一世

陶正涵

紀にわたる歴史をもつ交通系広報誌をどのような交通文化の文脈に位置づけるのか、どのような社会的機能を果たしたのか、について論じた研究は管見の限り見つかっていない。さらに、広報誌というメディアに関する研究は、引き続き深められていく余地を残している。

本研究ノートでは、交通系広報誌を中心に広報誌というメディアに関する先行研究を概観した上で、そこから広報誌の歴史の変遷および社会的機能を整理し、企業広報と交通文化の分析に利用する可能性を検討する。このことよって、海運会社の広報誌としての『海』を研究する意義と可能性を見出ししていきたい。

## 二 広報誌研究の特徴

はじめに、日本における広報誌の発達史を概観したい。

### (一) 日本の近代化のなかでの広報の誕生

PRが成立した背景には米国におけるメディア——新聞・雑誌・出版の発展がある。「パブリック・リレーションズ」という言葉は一八九七年、アメリカ鉄道協会（一）の資金調達のための文書に現れたのが最初とされているが、のちに近代PRの父と呼ばれたエドワード・バーネイズが書いた『世論を結晶化する』から「パブリック・リレーションズ」が一般化したようである（二）。

日本で「広報」という言葉が現れたのは一八七二年、日本最初の日刊新聞『横浜毎日新聞』においてである。一八九二年には広告代理業「弘報堂」も設立された。「弘報」とは広く知らせるとの意味である。また、一九二三年に南満洲鉄道（満鉄）が設置した弘報係という部署名を「広報」という言葉の正式な起点とする説もある（三）。

一九〇六年、半官半民の特殊会社である南満洲鉄道株式会社が設立された。一九二三年には、「弘報」の名を冠した会社組織が満洲国の広報体制の一翼を担っていき、文章宣伝・形影宣伝・口授宣伝などの業務が進んでいた（四）。アメリカ発祥の「パブリック・リレーシ

「ヨンズ」という用語を最初に発見したとされるのは福島慎太郎であるが、その同時期の三〇年代には満鉄弘報処でもPRに関する研究を始めた<sup>(5)</sup>。

ところが、日本の大企業の多くに広報部門が設置されるようになったのは一九六〇年代の初めごろであり、まだたかだか六〇数年の歴史しか持っていない。敗戦後の日本はアメリカを主とする連合国軍総司令部によって間接統治を受け、「パブリック・リレーションズ・オフィス」が設置され始めた。占領軍の示唆を受け、政府、自治体のメディア利用は次第に「広報」という新しい言葉に収斂していったようである。ここでの「広報」の表現は満鉄時代の「弘報」から「広報」に変わった。漢字制限によって「弘」が使えなくなつたためである。一方、民間企業はマーケティングの一分野としてのアメリカのパターンを導入し、「ピーアール」部門が開設された<sup>(6)</sup>。

## (二) 日本における広報誌の変貌と機能

メディアの性質を前提として、広報誌の定義を明確にする必要がある。三島万里は比較メディア論をベースにし、他の企業出版物・パンフレット・カタログ・CSRレポートとの比較のなかで、広報誌の要件を以下の四点にまとめた。①企業が広報の目的に沿って企業理念や活動内容などを顧客・地域住民・一般社会などのステークホルダーズ(利害関係者)に発行する。

②定期的に刊行されている。③一定のページ数をもつ。④情報内容は多岐、詳細である<sup>(7)</sup>。

洋書と西洋小間物の輸入販売会社であつた丸善が発行する『學鏡』(二八九七年創刊)は企業広報誌の嚆矢とされてきた。ただし、『學鏡』は、現在も発行されている広報誌として最古ではあるが、日本の最初の広報誌は、守田治兵衛が一八七八年に発行した『芳譚雑誌』であるという見方も存在している<sup>(8)</sup>。

戦後に到来したマーケティング広報全盛の時代については、大衆消費社会が一つの要因となつた。『週刊朝日』編集長・扇谷正造が広報誌を「PR雑誌」と名付け

たのもこの時代であった。PR活動の重要性が誰の目にも明らかになっていった。資生堂『花椿』（一九五九年に二〇〇万部突破）をはじめ、サントリ―『洋酒天国』（一九五七年創刊）、銀座百店会『銀座百店』（一九五五年創刊）など文化誌的性情をもった広報誌もこの時代に創刊された。

六〇年代後半から、企業と社会の利害が衝突する場面がしばしば見られるようになり、企業広報は企業防衛のためのイメージ戦略を中心とするようになった。このプロセスにおいて、製品広報から文化誌への転換が顕著になったと、三島は述べている。富士ゼロックス『グラフィケーション』（一九六七年創刊）や日本IBM『無限大』（一九六六年創刊）など、大宅壮一が「社会派PR誌」と呼んだ一群が雨後の筍のごとく創刊された<sup>(二一)</sup>。

三島は、企業広報誌の機能を合計二点にあげて<sup>(二二)</sup>（三）、広報誌機能への考察を二つの方向から展開した。まず、企業と社会の強い愛着関係を築きあげること

焦点を当て、産業分野別に比較検討すべき代表的企業広報誌の事例を挙げ、威信付与、情報伝達、娯楽提供、双方向コミュニケーションなどから考察することで企業広報誌の企業広報上の機能を明らかにしようとした<sup>(二四)</sup>。一方で、文化誌の性情を備える雑誌として、もっと広い意味で社会文化に影響を及ぼす事例もあつた。広報誌が製品情報伝達のみではなく、製品周りの文化伝承・娯楽提供に努めるということが新しい流れとして着目に値いしよう。『學燈』、『時好』（三越、一九〇二年創刊）、『嗜好』（明治屋、一九〇八年創刊）という輸入商品販売の広報誌は、いずれも読書文化、食生活文化という、企業が提供する商品の使用価値以外の側面を強調しつつ西洋文化を日本社会に周知・啓蒙する機能を発揮した<sup>(二五)</sup>。企業文化からみるならば、丸善はいわば西欧文化の窓口として特に男性知識人階層にファンを持つていて、「紳士」のイメージが濃厚だ。一方、「男物は丸善、女物は三越」という言葉に示されるように、三越は女性文化の旗手としての側面を持つていた<sup>(二六)</sup>。

全体の傾向として、製品情報伝達・解説機能重視から産業・生活文化形成・伝承機能重視に移行していることが見られる。

### (三) 広報と交通の親和性

前節で言及したように、「パブリック・リレーションズ」という用語はアメリカ鉄道協会の文書から登場したことが確認できる。『株式会社』によると、「南北戦争から一八九〇年代に至るまで、ウォール街はほとんど鉄道会社の膨大な資金調達のためだけに存在している<sup>(二七)</sup>」ようなものだった。米国<sup>(二八)</sup>では、歴史的に鉄道産業が民間に担われており、富や権力が集中する巨大産業であった。ペンシルヴェニア鉄道は、一九〇六年にアイヴィ・リーをコンサルタントとして雇い、鉄道事故にあたってPRを通じてよく対応した。リーは「新聞報道だけでは好意的な世論を作り出せない、トップが行いを改めたことを民衆に見せるべきだ」として、企業と民衆との「ツーウェイ・コミュニケーション」を重視した

(二八)。

すなわち、権力集中でありながら広く民衆に利用されるという性格を持つ鉄道会社は、強力な独占企業として情報公開も含めPR的活動を必要としたのである<sup>(二九)</sup>。

他方、日本の鉄道は、明治初期以来、長きにわたって国家機構の一部として発展していく<sup>(三〇)</sup>。日本において相次ぐ鉄道行政の所管変更、監督組織と現業組織の分離による混乱は、一九〇六年の鉄道国有化をきっかけに社会問題となった。陸上交通としての鉄道事業が国土管理と物資運送につながっており、政府の行政管轄(鉄道院・鉄道省)に収斂されつつあった。なお、国境を越えて外地であった中国関東州の官営鉄道網も視野に入られ、南満洲鉄道(満鉄)の監督権が関東庁および拓殖局とともに鉄道院に所管されるようになるなかで交通と政治の深い関連性が顕在化したのである。したがって、一九二三年に国家権力の集中する満鉄が設立した「弘報係」が、政治の正当性を発信することを主

目的としながら交通と広報の親和性をより深めることを目指したのも、ゆえのないことではなかった。

次節から交通広報誌にまつわる研究をレビューしておきたい。

### 三 交通系広報誌に関する先行研究

#### (一) 交通系広報誌の定義

これまでの先行研究では交通系広報誌の範囲についてのまとめはほとんど見当たらない。したがって、まずその定義を明確にしておきたい。

三島の広報誌に対する定義を踏まえ、交通系広報誌は交通機関が広報の目的に沿って企業理念や活動内容などを広く社会に伝える雑誌であると定義しておく。

不特定多数の人々・物が利用する交通の方式・手段として整備された体系を公共交通機関と呼ぶ。国営であれ私営であれ、旅客輸送であれ貨物輸送であれ、陸運（鉄道〔地下鉄・新幹線〕自動車〔バス・タクシー〕な

ど）・空運・海運にかかわる機関が一般的に主体と見なされていた。この他、一定のページ数をもつこと、定期的な刊行ペース、多岐にわたる情報内容をもつことも必要条件とされる。ここで注意したいのは、社員に向ける社内報は、最近では、企業広報の重要な一部となっているが、戦前から戦後の一九五〇年ごろまでは人事労務部門の業務とされてきたという歴史があることである。そのため、本稿では特に触れない。また、交通機関が発行するパンフレット・旅行案内書などは定期的に刊行されないがゆえに、本稿では原則としてそれらを「雑誌」として取扱わない。これまで代表的な交通系広報誌を附録の表にまとめた。

#### (二) 鉄道広報誌と郊外余暇スタイルの構築

鉄道会社が発行する雑誌は当時の市民の余暇生活文化を理解するための重要な窓である。一八九〇年（明治二三年）軌道条例制定後、道路上の軌道に電車を運行する市内連絡ないし都市連絡電気鉄道が相次いで開業し

た。この時期の大阪市を中心とした人口集中が、交通革命を促したのである(二二)。一九一一年四月の神戸電気鉄道開業を契機に、戦前の阪神地域は優良な郊外住宅地および遊覧地として発展した。その結果、多くの富裕層が阪神地域に移住し新しい郊外住宅地を形成していった(二三)。

竹村は阪神交通文化圏形成の特質を明らかにする過程で、阪神電気鉄道(一九〇五年開業)が同電鉄沿線居住者を対象として発行したPR誌『郊外生活』(一九一四年〜一九一五年)を素材として、余暇環境としての郊外の成立過程を明らかにした。阪神電気鉄道は、鉄道事業の拡大のために沿線の土地開発や貸家経営に取り組み、大阪・神戸などの大都市からの移住を推奨した。沿線住民の余暇活動のみならず、自然への関心を積極的に組織しようとした点でこのPR誌は注目に値する(二四)。田園趣味や六甲山登山の提唱にみられるように、『郊外生活』は二〇世紀初頭において郊外生活の価値を認識した先駆的なメディアであった。阪神電鉄が一

九〇八年に刊行した『市外居住のすすめ』は同様に、郊外生活への不安を解消して快適な生活ができるよう、飲料水や医療など、健康に関する記事を掲載した。

竹村によると、阪急よりも早く開発された阪神鉄道が推進した余暇文化は、阪急交通文化圏の成立を正しく理解するための前提である(二五)。阪神間に対する出遅れを取り戻すべく箕面有馬電気軌道が刊行したPR誌『山容水態』(一九一三年創刊)も、郊外ユートピアの形成のなかで再評価された(二六)。安野彰は『山容水態』における沿線住宅地のイメージと宝塚文化形成の一端に注目した。広報誌の内容として、沿線の住宅地、動物園、新温泉といった娯楽施設と名所旧跡がここまかに取り上げられている。当時の人々が箕面電軌への憧憬を抱くようになり、その過程で宝塚の特異性の基底となる「清新さ」と沿線土地において山や水が作り出す「清新な」環境イメージが浸透することになった、と安野は結論づけている(二七)。

それらのPR雑誌は単なる宣伝やカタログではなく、

読物や評論など内容にもこだわった。もともと富裕層の興味を引くというより、民衆路線をとりながら、出現しつつあった新中間層の心を掴み、阪急沿線を舞台とした郊外ユートピアでの新しい生活スタイルを提示することが目的であったためだ。

このように、メディアによる地域イメージの確立は阪神・阪急など大手電鉄会社が手掛けた郊外住宅地の形成が大きく影響していることが確認できる。逆にいえば、鉄道会社が発行する広報誌は、各電鉄が沿線エリアでアピールする広報戦略の方向性を端的に物語っている。会社は沿線の住宅地開発や貸家経営を積極的に進める一方で、観光・レジャー事業にも力を注ぎ、遊園地、ホテル、歌劇場、百貨店経営などに乗り出していった。鉄道の多角的な集客戦略が展開されるなかで交通や都市文化との接点に焦点が当てられるようになったのである。

### (三) 鉄道会社の広報(宣伝)事業：鉄道によって政治

的表象を読み解く

前述した満鉄の広報組織はプロパガンダを重要な武器と認識していた。日本国内、満洲国、中国、欧米と密接に連絡を取り合うにとどまらず、満洲弘報協会、満洲国通信社、満洲調査機関連合会、満洲映画協会、満洲観光委員会、満洲日日新聞などとも密接な関係を築いた。満鉄の刊行物は多彩な広報活動の一環として強調され、一九三三年から創刊されたグラフPR誌『満洲グラフ』はその代表例であった。鉄道沿線の景観を軸に、満洲における生活・風俗・工業・農業・漁業・民族美術・各民族の特集など極めて多岐にわたる内容で構成されている。ここで前提とされているのは、鉄道によって提供される景観が広報誌のPR活動によって国家的なベースペクティブに組み込まれ、満洲国の「想像の共同体」の形成に一役買うという一連の仕組みである。既存の研究には、メディア研究の文脈のなかで満鉄弘報課のメディア文化政策の中における同誌の立ち位置について論じたものがある(二七)二八。報道写真研究の中にも、内閣情報部が推進した「写真報道事業」が加速させたが



ラフ雑誌発行の一連の流れの中に同誌を位置付けるものもある<sup>(二九)</sup>。また、広報誌の具体的な内容を踏まえつつ、グラフィズムのなかに現れたモダニズム表現と植民地主義の葛藤<sup>(三〇)</sup>、あるいは表象された先住民と女性による民族とジェンダーの階層化<sup>(三一)</sup>についても検討されている。

そのほか、鉄道建設のPRを兼ねた小説「白蘭の歌」が『毎日新聞』に連載され、雄大な自然に囲まれながら発展が著しい満洲というイメージが打ち出された。

半官半民の満鉄は、鉄道会社でありながら、調査研究機関でもあった。満洲における特殊な使命を帯び、国益を担って出発したのである。満洲の経済・交通を中心に農業、畜牧業などの知識とデータを集積し、ロシアや中国の動きを睨んでいた。その意味で、満鉄は、自らの存在の正当性を社内外に知らしめることなしには、存在できない企業でもあった。鉄道広報誌は会社の広報戦略の一部分であると同時に、鉄道を利用して「満洲国」の正当性を国内外に主張しようとするメディアの機能

も担っていた。ここから、政治性と商業性が絡み合う複層性が見出されるのである。

#### (四) 旅行文化の考察における鉄道広報誌の欠落

以上のように、交通系広報誌に対する分析を通じて交通と経済・文化および政治(国策)を結びつけて論じる可能性が示されている。だが、鉄道広報誌を対象として旅行文化を検討する研究はほとんど見当たらない。

それは、鉄道が旅行よりも日常生活を重視しており、鉄道広報もこれに重点化された結果であった。そして、広報誌の代わりに鉄道会社が発行する旅行案内書・ガイドブックが旅行宣伝の役割を担うようになった。

一九〇九年、鉄道院<sup>(三二)</sup>の編集による『遊覧地案内・鉄道院線沿道』は、鉄道国有法によって統合され、鉄道院の管轄の下におかれた全国の鉄道沿線を案内するものであり、「新たに旅行者となった人」をも生み出した<sup>(三三)</sup>。この案内をきっかけに、日本全国を一冊で一覽しうる鉄道旅行案内書が数多く刊行され始め、一九〇

九年以降昭和初期までほぼ毎年刊行されている<sup>三〇四</sup>。

そのあと、国家機関が主体となつての鉄道沿線の旅行案内書が一貫して編纂され続ける。

先行研究では、鉄道旅行案内が豊富な情報を保有する資料としてしばしば用いられる。そこでしばしば焦点化されるのは、具体的な観光地イメージである。大道は「旅」における恐山の位置付けの変遷をたどつた。娯楽を主体とした近代の旅、すなわち観光(ツーリズム)

という新たな旅の文化を成立させるものは、近代輸送にほかならない。ただ、鉄道旅行案内によつて、恐山は鉄道網から脱落し、「訪れるべき場所」から「車窓の風景」へと変わつていった<sup>三〇五</sup>。広瀬も鉄道旅行案内を利用し、温泉地域の近代化のプロセスを明快に説明した<sup>三〇六</sup>。

ただ、鉄道旅行案内書は目的地としての観光地の数々を紹介するが、ルートに関する描写は少ない。単なるどこかの旅行先の視覚的イメージ・旅行先に対するまなざしというだけではなく、交通広報誌は移動する

ことそれ自体のイメージを提供することも重要な機能の一つである。客観的な観光地情報の網羅より、広報誌はより主観的であり、企業のイデオロギーにより忠実であるがゆえに、企業の意図や行動をより立体的に捉えることが可能となるのではないだろうか。

#### 四 おわりに

ここまで概観してきた交通系広報誌研究の系譜を振り返ると、メディアの歴史と機能に注目しながら、雑誌の内容分析を通じて色々な側面から交通と都市文化・経済・政治の関連性を考察しているのがわかる。

広報誌というメディアは企業のイデオロギー的性質を内包するからこそ、会社の集客戦略を全体的に明らかにすることができる。例えば、私鉄経営に乗り出した小林一三は乗客を誘致すべく、沿線住宅地や遊園地の開発に積極的に取り組んで、メディアを大量にばらまき、独特なコミュニケーション戦略を形成したという

ことが広報誌から読み解けるだろう。このように、鉄道会社にとつての周辺文化の重要性を浮かび上がらせることが可能である。

一方、企業の成長・発展の歴史と広報への明確な姿勢との間に強い相関関係がある。例えば、ANA『翼の王国』の場合、一九六五年はB五判、三七ページのパンフレット状のもので、「現在窮乏、将来有望」の時代を表している。八〇年代半ばに国際定期路線の運航を開始すると、内容も海外特集が多くなり、ページ数も増大している<sup>三七</sup>。時代を泳ぎ抜く大企業の広報誌から、その産業および時代文化の変遷を歴史的に跡付けることができる。広報誌は企業の広報手段にとどまらず、文化誌の性格を備える雑誌として長い時間を経て社会全体の文化や規範に影響を与えることがあり得る。原武史は国民の共時的体験を演出する国鉄に対抗する関西私鉄を「官」から独立しようとする文化装置として捉え、私鉄会社の立場から私鉄が確立した生活文化圏と大阪の「帝都」への変質を論じた<sup>三八</sup>。交通を媒介として都

市を含めた日本全体にまたがる思想史を物語ることができる。交通がどのように国家・都市文化の構築に関与するかといった問題を、交通文化の多層性から見ようとする際に、広報誌も良好な研究素材となる。

これらの研究からは、交通広報誌の資料的価値が確認できよう。

ただ、交通系広報誌に関する研究は鉄道を中心に展開される傾向が強いが、周縁的な交通手段としての船舶や飛行機などの研究は十分になされていないままである。宇田正は、鉄道システムが文化の一つの枠組みとして、前近代的かつ伝統的な社会の文化体系を徐々に破壊していく一方で、次第に国内社会のあり方や日本人の内面的な感性と深く関わり合っていく様子を描いている<sup>三九</sup>。このように、鉄道を中心に形成された近代国家については、ナシヨナリズムを基盤とする研究がなされてきたが、今後の研究においては、国境を「越境」する船舶・航路が展開するインターナシヨナリズムにも注目すべきだろう。船会社の広報誌への進出に関す

る考察は、広報誌研究を補足するだけでなく、鉄道を相対化する船の文化意義の解明にも一石を投じることができるとはならずである。

以上のように、鉄道と比べて非日常性を帯びている

- (一) 岡田芳郎『海』大阪商船株式会社 一九三三年『アド・スタディ』第六九号、二〇一九年、四七頁。
- (二) 根川幸男『海』復刻版解説 二〇一八年、柏書房。
- (三) 猪狩誠也『日本の広報・PR 二〇〇年』同友館 二〇〇三年、三頁。
- (四) 同前 六頁。
- (五) 猪狩、前掲書(二〇〇三年)、二七四—二七五頁。
- (六) 猪狩、前掲書(二〇〇三年)、四頁。
- (七) 津金澤聡廣 佐藤早己『広報・広告・プロパガンダ』ミネルヴァ書房 二〇〇三年。
- (八) 三島万里『広報誌を読む』『文化学園大学紀要』第四七号、二〇一六年、八三頁。
- (九) 猪狩、前掲書(二〇〇三年)、四九頁。
- (一〇) 小玉武『洋酒天国』とその時代』筑摩書房 二〇〇七年。
- (一一) 三島万里『広報誌が語る企業像』日本評論社、二〇〇八年。
- (一二) 三島万里『企業広報誌の世界』紀伊國屋書店、二〇一八年、一六三頁。企業広報誌の機能として、三島は製留情報伝達機能、製留解説機能、企業理念・企業活動伝達機能、文化伝承機能、娯楽提供機能、課題設定機能、世論形成機能、世論変更機能、双方向コミュニケーション機能、威信付与機能、満足感醸成機能の二一点をあげた。

船への着目は、文化装置としての交通の位置付けのより多角的な究明に資することが期待できる。

- (一三) 三島万里『広報誌と歩く(一)』『文化学園大学・文化学園大学短期大学部紀要』第五一集、二〇一〇年、八〇頁。三島は「鳥極」をあげ、広報誌の二番目の役割機能としての「地域との社会信頼資本創出機能」を提起した。
- (一四) 三島万里「企業広報における広報誌の役割の研究―その歴史の変遷と今後の展望」東京経済大学博士論文、二〇〇六年。
- (一五) 菊池暁『洋食・日本・モダンズム』明治屋PR誌に見る』『VE STA』第七二号、二〇〇八年。
- (一六) 山口昌男『敗者』の精神史』岩波書店、一九九五年。
- (一七) John Mickelthwait, Adrian Wooldridge, 鈴木泰雄(訳)『株式会社』ラングダムハウス講談社、二〇〇六年。
- (一八) Stuart Evers, 平野秀秋, 左土輝人, 挟本佳代(訳)『PR―世論操作の社会史』法政大学出版局、二〇〇三年。
- (一九) 猪狩、前掲書(二〇〇三年)、二頁。
- (二〇) 瀬領大輔、リオポルド・ウエチユラ(Leopold Weisla)「日本と米国の高速鉄道投資の比較」『ファイナンス』The Finance: 財務界広報誌』第五六巻第一号、二〇一〇年、四頁。
- (二一) 一九〇三年の大阪市街電鉄、一九〇五年の阪神電気鉄道(大阪出入橋―神戸三宮の都市間を結ぶ)、一九〇七年の南海電気鉄道による難波―和歌山間全線電化、一九一〇年の箕面有馬電気軌道(大阪北部(現在の

阪急電鉄箕面—宝家線、兵庫電気軌道（現在の山陽電鉄）、京阪電気鉄道、一九二二年の大阪高野鉄道（現在の南海高野線）による汐見橋—長野間における電車併用運転の実現、一九一四年の大阪電気鉄道（現在の近鉄奈良線）など。

(二) 永藤清子『阪神電気鉄道の発達と阪神地域における郊外生活の形成—「留子園短期大学紀要」第二六号、二〇〇七年、一三一—一四〇頁。』

(三) 竹村民郎『余暇環境としての郊外の成立—阪神電鉄PR誌『郊外生活』に関連して—』『日本人の労働と遊び・歴史と現状』国際日本文化研究センター、一九九八年、一二二—一三二頁。

(四) 竹村民郎『阪神間モダニズム再考—竹村民郎著作集(二)』三友社、二〇一二年。

(五) 竹村民郎『笑楽の系譜—都市と余暇文化—』同文館出版株式会社、一九九六年。

(六) 安野彰『戦前期の郊外住宅地の形成と宝塚文化との関係について—『しんぶん』第六巻、二〇一五年。』

(七) 白戸健一郎『中国東北部における日本のメディア文化政策研究序説—満鉄弘報課の活動を中心に—』『京都在学生涯教員手・図書館情報研究』第九号、二〇一〇年、二二—三三頁。

(八) 和海西原『満州における弘報メディア—満鉄弘報課と『満洲グラフ』のことなど—』『國文學—解釈と教材の研究』第五二巻、第五号、二〇〇六年、七四—八三頁。

(九) 白山真理『報道写真と戦争—一九三〇—一九六〇—』吉川弘文館、二〇一四年。

(一〇) 竹葉文『絵画の効果、写真の機能—写真家・洲上白陽と『満洲グラフ』』『満洲グラフ』複製版、第十五巻、満鉄会監修、ゆまに書房、二〇〇

〇九年、一四五—一五七頁。

(一一) 半田ゆり『他者としてのネイティブと女性—『満洲グラフ』における植民地表象の様式—』『映像』第二〇一巻、二〇一九年、二七—四八頁。

(一二) 鉄道国有化後に設置された鉄道管轄官庁。鉄道国有法公布の翌二〇〇七年（明治四〇年）四月一日、国有鉄道の業務運営官庁として逓信省に帝国鉄道庁が設けられたが、国有鉄道の運営と私設鉄道などの監督とを一元的に管轄するため、一九〇八年二月五日に鉄道院が設置された。このさい、従来の鉄道管轄官庁である逓信省鉄道局および帝国鉄道庁は廃止された。内閣直屬で、国有鉄道の運営と、国内の鉄道・軌道、南滿洲鉄道などの監督にあたり、事業規模は年々拡大した。一九二〇年（大正九年）五月一日、鉄道省に昇格した。戦前の日本で、鉄道に関する業務を管轄していた国家行政機関の一つである。

(一三) 荒山正彦『旅程と費用概算』にみるツーリズム空間—関西大学大学院先端社会研究所概要』第八号、二〇一二年、一一—一七頁。

(一四) 平田剛志『鉄道発編—鉄道旅行案内—』諸版の比較研究』『Core Data』第八号、二〇一二年、一五四頁。

(一五) 大道晴香『霊場恐山の近代化—大正期の「観光化」をめぐる—』『文化批評』第七巻、二〇一六年、二二—四四頁。

(一六) 広瀬正剛『旅行案内書を主な分析資料とした温泉地域の近代化過程に関する研究』北海道大学、二〇一二年。

(一七) 三島 前掲論文（二〇一〇年）、七六頁。

(一八) 原武史『「民都」大阪対「帝都」東京—思想としての関西私鉄—』講談社学術文庫、二〇一〇年。

(一九) 宇田正『鉄道日本文化史考』思文閣、二〇〇七年。

表：各産業における代表的な交通系広報誌

産業	発行主体	誌名	刊行期間
鉄道	日本国有鉄道	R	1959-1987
		国鉄首都圏ニュース	1963-不明
		国鉄通信	不明-1982
	東日本旅客鉄道	JR EAST	1987-2019
		トランヴェール	1988-1991
		Train vert	1991-現在
	北海道旅客鉄道	The JR Hokkaido	1987-現在
	九州旅客鉄道	Please	
		窓	1993-1999
	四国旅客鉄道	JR 四国ニュース	1987-現在
	東海旅客鉄道	L&G	1881-不明
		かぎろひ	1989-不明
		WEDGE	1989-現在
		ひととき	1989-1992 2001-現在
		やまとみち	1992-不明
	西日本旅客鉄道	Blue Signal	1987-1995 1996-現在
		Urban Network	1988-不明
		シティ・ハイク オオサカ	
		JR WEST	1987-現在
	小田急電鉄	小田急だより	1954-不明
		マンスリー小田急	1967-不明
		おだきゅう	1987-1995
		ODAKYU VOICE	2008-2011
		Odakyu voice home	2011-現在
		小田急生活情報誌 CUE!	
	京王電鉄	京王ニュース	1955-現在
		あいぼりー	1996-現在
		京成文化	1949-不明
		京成	1967-不明
		京成らいいん	不明-現在
近畿日本鉄道	近鉄	1947-1967	
	近畿文化	1949-不明	
	真珠	1952-1969	
	近鉄ニュース	1968-現在	
	きんてつ	1976-不明	
京阪電気鉄道	沿線歳時記	1990-不明	
	くらしの中の京阪	1976-不明	

		京阪	1949-不明
		グラフ京阪	1981-不明
		けいはんだより	1988-不明
		京阪ニュース	不明-1999
		K-PRESS	不明-現在
	阪急電鉄	TOKK	1972-現在
		LINEA	1990-不明
		阪急沿線	1980-1984
		HOT	
		山容水態	1913-1914
	阪神電気鉄道	阪神	1965-1987
		阪神電車	1966-不明
		みなさまの足阪神電車	1976-不明
		ホッと!HANSHIN	2007-現在
		郊外生活	1914-1915
船舶	日本郵船	THE TRAVEL BULLETIN	1920-1941
		YUSEN	1957-現在
	大阪商船	海	1924-1943
	大阪商船三井船舶	海運調査月報	1951-1998
	川崎汽船	川崎汽船調査月報	1980-1990
		情報開発月報	1990-1993
		情報センター月報	1993-1994
		調査月報	1994-2001
		季刊瀬戸内海	1952-不明
	商船三井客船	海	
	関西汽船	関西旅行ニュース	1967-不明
	商船三井	えちか	2004-2012
		ジャパン：東洋旅行と交易発 展の絵（写真）入り雑誌/ジャ パン：海外観光雑誌	1910-1930
	日本郵船と近海郵船	海の旅	1931
航空	日本航空	Jet travel	1962-不明
		季刊おおぞら	1973-1989
		ジェットトラベル	不明-1979
		Winds	1979-2003
		CURRENTS	1989-2007
		Agora	1991-現在
		Skywards	2003-現在
		明日の翼	2013-現在
	全日本空輸（ANA）	翼の王国	1960-現在

		ていくおふ	1977-現在
		WINGSPAN	1988-現在
交通局	奈良交通	奈良交通ニュース	1976-不明
	三重交通	車窓	1948-不明
	都営交通	ふれあいの窓	
自動車	東海自動車	伊豆だより	1938-2011
	大分バス	まりんぶるー	1983-不明
	阪急タクシー	フロントガラスの向こう側	
物流	ヤマト運輸	クロネコだより	1983-不明 2007-現在
	大和運輸	YAMATO	

---

出典：三島万里『企業広報誌の世界』が作成した企業広報誌目録（運輸関連業）と「経済広報センター」（<https://www.kkc.or.jp/>）ウェブサイトより筆者作成