

# 電力会社広報誌の研究

——『東電グラフ』『グラフTEPCO』について——

三 島 万 里\*

A Study of PR Magazines in Japan: *Toudengraph and Graph TEPCO*

Mari Mishima

**要 旨** 本稿は企業広報誌の企業広報上の機能を考察することを目的とし、日本の代表的企業広報誌の事例分析を行う研究<sup>1)</sup>の一環として、東京電力株式会社（1951年設立、以下東京電力）の需要家向け広報誌『東電グラフ』と継続誌『グラフTEPCO』の事例分析研究から、その企業広報上の役割機能を考察しようとするものである。

キーワード 企業コミュニケーション 広報 広報誌

## 第1章 問題の所在と分析手法

企業が社外読者を対象に発行する企業広報誌は、1897年の丸善株式会社『学燈』を嚆矢とし、110年の間、社会に向かって様々な情報を発信し、かつ対象読者との間に双方向コミュニケーションを確立させる重要なコミュニケーション・メディアであった。近年企業コミュニケーションの多様化、インターネット・eメールの隆盛、企業収益の悪化などを背景に休・廃刊が多くなってきているが、企業コミュニケーションとは本来多面的かつ重層的なものであるべきであろう。企業広報誌が企業広報上どのような役割機能を持っているかを分析、考察することは、企業コミュニケーションの現在の位置、今後の方向性を考える上で重要であると考えられる。

東京電力の企業広報誌『東電グラフ』およびその後継誌である『グラフTEPCO』を選択した理由は以下の4点である。第1は東京電力が扱う財の特性である。具体的には、①電気は企業も家庭の個人もすべてが使う財であり、必需的・公共的な財であること、②供給企業は顧客に対していつでも、安定的に供給する体制を整えておかなければならないこと、③供給企業は需要家に対して価格その他供給条件について公平かつ非差別的に供給しなければならないこと、④料金が徴収できること、⑤貯蔵が困難であり、かつ需要が季節別・時間帯別に変動すること、である。第2はその産業組織上の問題点である。電力産業は発・送・配電の3部門によって構成されるが、日本はその3部門が垂直的に統合された企業10社が地域独占供給権をもつ体制であり、とくに小口

\* 本学教授 企業コミュニケーション論

需要家は供給企業を選べないことである。第3は、1951年に発足した9電力企業（その後沖縄電力が設立され10電力体制）の中でも、東京電力は飛び抜けてその規模が大きいことである。第4に、『東電グラフ』『グラフTEPCO』は国立国会図書館で第3号から651号まで、ほぼ所収されていること（創刊号、第2号は東京電力の協力で補完）である。

分析手法は以下の三点である。①原資料の数量・内容両面からの分析、②当該企業とその産業を取り巻く経済社会環境を考察するための諸参考文献、社史、新聞・雑誌記事の分析、③編集者へのインタビュー、である。なお、企業広報誌に関する学術的先行研究文献は、日本では前述拙著等<sup>3)</sup>以外には確認できなかった。

## 第2章 東京電力の概要

### 2-1 草創期の電力産業

日本の電力産業の嚆矢<sup>3)</sup>は、1883年に作られた大日本有限責任東京電燈会社である。初代社長は矢嶋作郎、役員には原六助、柏村信、大倉喜八郎の3名が、技術顧問として藤岡市助・工部大学校助教授が就任した。電気を売るためには、電燈供給から始めなければならず、まず電灯用機械器具の販売、据付工事の請負、臨時灯の添加などの業務をこなさなければならなかった。営業用の最初の点灯は鹿鳴館で、1887年白熱灯を設置している<sup>4)</sup>。

一方、東京電燈は架空電線による白熱電灯の供給にも乗りだし、東京市内5カ所に火力発電所を建設している。その結果、同社の契約数はスタート時の138灯から、1891年には1万灯を突破するに至った。電気事業の有望性は全国に広がり、1880年代後半には東京、大阪、神戸、名古屋などの大都市とその周辺部に、1890年代になると全国的に広がっていった。草創期の電気事業は火力発電が中心であった。『東京電力三十年史』（以下『三十年史』）は1897年末の全国の電気事業者は、火力23、水力7、兼営が3としている。

日清・日露の両戦争を経て、日本経済は右肩上がりの景気上昇を続け、電気事業も一段と活発になる。1907年には全国の電気事業者は116社、1924年には738社となっている。当然競争は激化し、東京地区では一夜のうちに配電架線を取り替えられたりする事件が起こったという。1920年、政府は電気事業者の企業合同を通達、関東地方の東京電燈、関西地方の宇治川電気、大同電力、日本電力、中部地方の東邦電力が五大電力として各地域の中心的事業者となった。

### 2-2 国家統制の時代

五大電力時代となっても名古屋、京阪神、京浜の電力大消費地では五つの電力企業が入り乱れ、激しい電力競争が展開されていった<sup>5)</sup>。これをみた政府・金融機関は公益事業である電気事業に対し、国家統制の必要性を感じるようになり、1938年、国家総動員法の公布と同時に電力国家管理関係四法が公布された。主要な発・送電設備を持つ日本発送電が国策会社としてスタート、配電部門は遅れて1940年、全国を8地区に分けた8つの配電会社（のちに北陸地区の特殊性が認められ9地区に）が誕生する。関東地区では関東配電株式会社の名のもと、東京電燈が中心となり中小事業者たちを統合していった。

戦局の激化とともに、電力は鉄鋼・石炭・軽金属・造船・航空機の五大軍需産業を中心に供給されることになり、一般の需要家は使用電力量を制限されることになる。1942年には看板、電気湯沸かし器、扇風機などの使用が禁止され、住宅用・営業用の電灯需要は30%カットされた。1944年11月以降本格化した本土空襲により電力の発送電設備は甚大な被害を受けた。大都市周辺の火力発電所を中心に、発電設備の44%、配電設備の20%が被害を受け、電気事業は壊滅状態に陥る。復旧工事は資材・労働力の不足により遅々として進まず、一般市民は、灯火管制での暗黒生活を余儀なくされていった。

## 2-3 九電力体制へ

1945年8月26日、軍需省が廃止され商工省が復活、電力事業は商工省電力局の所管となる。1947年過度経済力集中排除法が公布され、日本発送電と9配電会社はその指定を受ける。電力事業の再編成の動きが急ピッチで進められていった。ただし、日本発送電は全国の発送配電設備の一元化を主張したのに対し、配電会社側は適正規模の地区別会社を設立、発送配電一貫体制にすることを要求した。

政府は1948年に商工大臣の諮問機関として電気事業民主化委員会を設置、日発案と配電会社案の折衷案を作ったものの、GHQの了解を得られなかった。そのため翌49年には通産大臣の諮問機関として電気事業再編成審議会を設置、委員長に松永安左エ門を指名、ここから松永の八面六臂の活躍<sup>6)</sup>が始まる。紆余曲折の結果、三鬼隆委員長代理（日本製鐵社長：当時）案（日発と配電会社を解体、新たに9ブロック会社を設立すると同時に、地域間の電力融通を行う融通会社を設立する）を最終案とし、松永案（全国を九つのブロックにわけ、地域ごとの発送配電一貫会社を設立する）を参考意見として通産大臣に答申、GHQは条件付きながら松永ブロック案を了解、1951年5月1日、電力再編成が実施され、九電力体制が発足する。

その後、1951年の異常渇水による全国的な電力危機により、電源開発の緊急性が浮上、52年には電源開発促進法（その骨子は電力会社の現状では着工の困難なダム式の大規模なものなどを早急に開発するため、新たに全国一社の特殊会社を設立するというもの）が国会に提出され、審議の結果、①水力だけではなく、火力も含める、②開発のみを行う臨時的性格とはせず、電力の卸売に重点を置く、の修正を加えた上、同年8月に施行、電源開発株式会社が発足している。

## 第3章 『東電グラフ』発刊と当時の経済社会状況

### 3-1 『東電グラフ』の創刊

1953年6月、『東電グラフ』は創刊される。A4版、表紙を合わせ8ページの薄いものである。モノクロの表紙は夜間作業の写真であり、左下には「日暮れ時、事故が起こったという知らせに、サービス車が直ちに出動。暗い中でも投光器で照らして、作業をしている」との説明がある。2～3ページは「いつになったら電気は楽になるか」と題し、評論家・村岡花子<sup>7)</sup>と東京電力・浅野営業部次長の対談、4～5ページはフォトニュースとして奥利根水力発電所建設の模様、6ページは感電の恐ろしさの啓蒙記事および“主婦と電気”として「私はこんなふうにして電気を使っ

ている」インタビュー，7ページは希望見学・千住火力発電所のお化け煙突の風景写真，8ページ（表4）は電気事故への注意と同年4月から始められたラジオの公共スポット放送のことが掲載されている。「グラフ」の名にふさわしく，表1，表4をのぞく6ページ中3ページが写真を中心とした記事というヴィジュアル度の高い雑誌である。また3ページ左下には発刊の言葉として「今度，広く皆様に，当社の実態を報告するとともに，時々の実情を披瀝し，皆様のご理解とご協力をいただくために，本誌を発行する」ことが述べられている。

つづく第2号では表1は高円寺サービスステーションに集う近隣の主婦の写真，2～3ページ：対談「どうしたら光熱費（でんきだい）を節約できるか」，4～5ページ：フォトニュース「火力地帯」，6～7ページ：フォトストーリー「スピード時代」として東京電力で使われる自動車の紹介，表4：中学2年生の街路燈を昼間は消すという手記，電気相談ご用承りとして電気に関する読者の質問に答えている。また7ページには「読者の声」として，「女子どもでも電気に関してわかりやすい解説を」，「電気と日常生活の各方面の記事を」，「火力・水力発電の現況，電気取り扱いの注意を」，「①漫画を入れて子どもにも見られるように，②手軽な電気知識，停電常識，応急処理法，③読者よりの希望，調査，軽い短編を」などといった読者からの意見が6件掲載されている。ヴィジュアル度が高く，電気に関する知識がわかりやすく記され，かつ希望者には無料で郵送される新しいタイプの企業広報誌は，読者からは好意的に受け止められたようである。

### 3-2 1950年代後半の電力産業

1951年に発足した九電力の課題は，第1に電力不足を克服し，電力需給を安定させること，第2に経営基盤の確立・強化であった。

第1の点に関し，発足当時の九電力の発電設備構成は，水力70%，火力30%と「水主火従」であった。これは，①当時の日本の火力発電原価が水力より高かったこと，包蔵水力に開発余地があったこと，などを理由に，通産省（当時）が水主火従の電源開発方針を掲げていたこと，②電源開発設立の論拠の一つとして，民間電力会社による外資導入の困難性があげられていたこと，による<sup>8)</sup>。しかし，中部電力，九州電力，関西電力の三社は，①アメリカの火力発電技術が著しく進んでいること，②火力発電所は水力に比べ，建設工期が短くてすむこと，③発電原価も水力に十分対抗できること，を理由<sup>9)</sup>に世界銀行から融資を受け（契約調印は53年10月），米国製の機器を購入して，55～56年に新鋭火力発電所を建設した<sup>10)</sup>。東京電力は53年に奥利根などの水力建設を開始，54年には国内技術を採用した新東京火力発電所，米国技術を利用した千葉火力発電所の建設にそれぞれ着手している。その結果，1955年度末の九電力全体の最大出力は，51年に比べ，水力で30%，火力で45%，合計35%増大している<sup>11)</sup>。

第2の点に関し，戦後の国家管理下で継続した政策的低料金，および1950年の朝鮮特需の結果，電気事業の収支は急速に悪化していた。そのため現行料金体系を改定し，原価主義に基づく新料金体系を実現することは，九電力全体の喫緊の課題であった。電力各社は発足早々の1951年8月，1952年5月の二度，さらに54年10月には電源開発が進み，設備が稼働するにしたがって，「支払利子，固定資産税，その他公租公課，減価償却費等資本費の負担」<sup>12)</sup>が重くなり，企業努力だけ

では吸収できないとして値上げを行っている。

その一方、需要家本位のきめ細かなサービスを行うことは、電力再編成の狙いの一つでもあった。東京電力では、1952年に①経営自立体制の推進、②サービスの高揚、を二大目標とする「営業業務基本要綱」<sup>13)</sup>を制定、具体的には、(i) 需要家状況の的確な把握と契約内容の明確化、(ii) 農事電化など時代的要請への対応、(iii) 停電時間の短縮、(iv) サービス意識の改善、(v) 需要家向けPRの積極的推進、を計った。『三十年史』は(v)について、「電気事業の健全な発展のためには、需要家との相互理解を深めることが重要であり、「電気事業の特質や当面の諸問題、事業の内容、その他電気知識などのPRは社会的に義務づけられている」とし、その一環として需要家向けPR誌『東電グラフ』を刊行した、としている。同じ時期、本店にサービスカーを配備して全店を巡回、電気相談、映画、PR活動を行い、需要家の声を本店に直接反映させ、サービスの改善を行っている。

## 第4章 『東電グラフ』『グラフTEPCO』の数量・内容分析

本稿では『東電グラフ』『グラフTEPCO』の総ページ数、情報内容、および社史等に見られる時代背景、の3点から、全651号(1953年6月～2008年3月)を4つの時代に区分した。

第1期：創刊号～1973年12月号…平均8ページ、

第2期：1974年1月号～1987年9月号…平均10ページ

第3期：1987年10月号～2005年3月号…平均16ページ

第4期：2005年4月号～2008年3月号…平均16ページ

以下では社史・新聞雑誌記事などを中心に各期の東京電力の業容、経済社会環境を概観、ついで『東電グラフ』『グラフTEPCO』の数量・内容分析を行い、その企業広報上の機能を明確にする。

### 4-1 第1期(1953年～1973年の21年間)

この時期の電力会社の経営上の最大の課題は、電力不足解消とそのため電源開発の促進であった。1950年代後半からの日本経済の高度成長は、電気需要の急激な増加をもたらした。その要因は、第1に、産業用大口電力需要の増大、第2は家庭用電気器具の急速な普及<sup>14)</sup>である。電源開発は飛躍的に進展し、40年代後半以降続いていた電力不足は、60年代に入ってようやく解消されていく。電源開発の大きな変化は、第1に50年代後半から60年代前半にかけての「水主火従」から「火主水従」への転換、第2に火力発電燃料の石炭から石油への転換、いわゆる「油主炭従化」、第3に60年代後半からの原子力発電の登場、の3点にまとめられる。

第1の点に関し、九電力会社は競い合うように高効率大容量の火力発電所を建設していった。東京電力の場合、57年運転開始の千葉火力<sup>15)</sup>に始まり、横須賀、品川、川崎、横浜、五井など、東京湾岸に新鋭火力発電所を相次いで建設していった結果、1959年の千葉火力発電所4号機運転開始を契機に火力発電が水力発電を追い越している。

第2の点に関し、戦後日本のエネルギー政策は、石炭産業の復興と生産拡大で始まった。46年、

いわゆる「傾斜生産方式」が導入され、資金・資材は集中的に石炭増産に向けられた。一方の石油は外貨割当制の下、輸入は政府規制の下にあった。石油製品の販売統制が外され、燃料の重油転換が推進されるのは1952年からである。一方1953年のデフレ政策以降、石炭の高価格問題がクローズアップされてきた。石炭産業は不況色を強めたため、政府は1955年、石炭産業の保護と外貨の節約を狙いとした「重油ボイラーの設置の制限等に関する臨時措置に関する法律」（重油ボイラー規制法）を5年間の時限立法として制定、同時に原油・輸入重油に対してそれぞれ2%、6.5%の関税を賦課した。その結果、九電力会社の本格的な「油主炭従化」は1960年以降<sup>16)</sup>となり、東京電力の場合、最初の重油専焼火力発電は、1962年に運転を開始した横浜火力発電所、「油主炭従」への転換は1964年度である。

第3の点に関し、日本で初めて商業ベースで原子力発電所の運転を開始したのは、日本原子力発電株式会社<sup>17)</sup>の東海発電所（1966年7月開始）である。九電力の中では関西電力の美浜原子力発電所<sup>18)</sup>がウェスチングハウス社製の加圧水型軽水炉でトップを切り、東京電力福島第1原子力発電所は71年にGE社の沸騰水型軽水炉で運転を開始している。『三十年史』は、1955年11月には「他社に先駆けて社長室に原子力発電課を新設」、50年代後半には具体的な候補地選定が進められていたとし、「火力発電の石炭から石油への転換が行われ、新鋭火力の大容量化が進められようとしている時代に、このように他に先駆けて先験的に行動を開始したことは特筆されよう<sup>19)</sup>」としている。しかし実際に福島県大熊、双葉両町に決定したのは60年頃、1号機の建設が始まるのは1967年であった<sup>20)</sup>。

この期間の『東電グラフ』をみると、ページ数は62年3月号まで通常8ページ、毎年正月号は12ページ、62年4月号より12ページとなっている。誌型は66年8月号までA4版、66年9月号よりB5版となり、その後休刊まで変更されなかった。表4には定価10円と印刷されているが、その横には「ご希望の方には差し上げますから…」と印刷されているところから、創刊当初から無料誌であったと思われる。カラー写真が出るのは56年2月号（新東京発電所の写真）からであり、57年1月号、58年1月号は表1がカラー（千葉火力発電所、および横須賀火力発電所の写真）となり、59年1月号からは毎号表1がカラーとなっている。発行部数に関しては63年5月号の10周年記念号のなかで、「東京電力を理解していただくために50万部発行」と述べられており、「薄いながら発行部数は当時のどの週刊誌よりも多かった<sup>21)</sup>」という。

発信する情報は、①その時々の特ピックスに対する識者と東電社員との対談、②フォトストーリー（東電の業務内容が中心）、③電源開発現場の写真、④電気製品の扱い方、故障の時の注意など、が中心であり、60年代に入ると家庭電化の普及活動に力を入れ始め、⑤電気器具を使った料理の紹介（62年4月から）がこれに加わってきている。

読者との双方向コミュニケーションには当初から熱心であり、53年10月号から一貫して読者欄を設け、多くの読者の声を掲載している。56年6月の3周年記念号には読者からよせられる手紙等は男女半々、（小中学生も含む）学生が多い、という指摘がなされている。同時に主婦層をターゲットとした消費者組織化にも力を入れており、55年6月号では「第2回愛読者夫人の集い 主

婦の目で見えた発電所と家庭電気」として新東京火力発電所見学とその後の座談会を特集している（第1回は確認できなかった）。①新鋭火力発電所の効率性、②蛍光灯とミキサーの故障、③電気火災は火災全体の1%もないこと<sup>22)</sup>、④グラフを読んで、電気器具の故障を直したこと、などが読者と東電担当者の口から語られている。

主婦向けの電気知識の啓蒙の一手段として、54年4月号より横山泰三<sup>23)</sup>の四コマ漫画「ピリリ夫人」が開始され、その後1993年12月号まで40年間継続した。最終回で横山は「ピリリ夫人の思い出」という一文を寄せ、「当時はご飯もガスで炊き、洗濯はたらい…電気がまや冷蔵庫、洗濯機などは普及して」<sup>24)</sup>いなかったため、電気をテーマにしたアイデアをひねり出すのに苦労した、と回想している。

小中学生向けの電気知識の啓蒙にも熱心であった。発刊二周年の「読者の声」には電気の基本知識の好素材として利用している教師、高校入試に役立った、中学・高校生欄を作ってほしいという中学生の投書が採用されている。60年代に入ると、中学生のためのシリーズ「ぼくは電気です」が始まり、「ピカちゃん」<sup>25)</sup>シリーズとして継続されていく。

60年代後半になると、「電気に直接関係のない」肩のこらない読み物、かつ「関東一円の人々の生活に密着した」<sup>26)</sup>新企画ということで、「茶の間の風土記」が開始される。66年5月号の宮城から始まったこの記事は、関東のさまざまな場所、歴史、文化を紹介する内容であり、全4ページ、うち2ページがカラー写真という豪華なもので、84年4月号まで継続した。生活関連情報を発信し、地域密着感を醸成するという新しい役割機能を備えていったのである。その後も小さな旅に関する情報提供は、「ふるさとのお昔ばなし」（84年5月号～）「新・茶の間の風土記」（84年6月号～）、「さりげなく旅気分」（92年4月号～）、「週末・小さな発見」（94年4月号～）、「あの町・この人」（98年4月号～）、「名作の散歩道」（2000年4月号～）、「ふるさと美味彩々」（03年4月号～）と05年の大幅リニューアルまで脈々と受けつがれ続けていく。

原子力発電に関する記事が初出するのは、1957年1月号に木川田一隆副社長（当時）と三宅晴輝<sup>27)</sup>の新春対談で「欧米の原子力発電をみて」である。4周年記念号である57年5月号は、表紙がアメリカの原子力発電所の模型であり、「原子力発電とその将来」として日本原子力研究所・久布白兼致と成蹊高校生・三木隆、東京電力営業部次長の対談、東海村のカメラルボがそれぞれ2ページ掲載されている。

その後原子力発電に関する記事はしばらく影を潜め、再度浮上するのは66年、福島建設準備事務所が正式に設置される年からである。同年1月号には常務取締役・田中直治郎の「明日をになう原子力発電」が巻頭を飾り、中学生向け「ピカちゃんの電気学」<sup>28)</sup>では「原子が作る電気」として2ページにわたって、絵入りでやさしく原子力を紹介している。

『東電グラフ』は二つの方向で積極的に原子力広報に取り組んでゆく。一つは写真等によるヴィジュアルな建設現場紹介である。67年11月号では福島原子力発電所の建設現場全景が表紙を飾り、2ページにわたる写真記事、68年4月号では横山泰三による「第三の火」（建設現場探訪記）、69年7月号では「新しいエネルギー源ととりくんで」、70年9月号では早稲田大学教授・高木純<sup>29)</sup>による「——原子力発電は歴史的必然——公害のないエネルギー源を求めて」、70年12月号では

佐伯誠道・放射線医学総合研究所員による「平和で安全な原子力利用を目指して」等である。

もう一つは小中学生向けにマンガを使った原子力発電知識の紹介である。69年12月号、70年4月号の「ピカちゃんの電気社会学」、71年11月号～72年7月号までの同じく「ピカちゃんの電気社会学」原子力発電シリーズのほか、71年4月号から始まった「あなたの質問ルーム」や72年1月号からの「いつも電気とお友達」でもたびたび原子力発電の知識が紹介されている。

すなわちこの時期の『東電グラフ』の企業広報上の機能は、①電気知識の啓蒙（製品情報伝達機能）、②東電の業務内容紹介（企業活動伝達機能）、③電気器具及びそれを使った料理紹介（製品解説機能）、④地域密着型情報紹介（文化伝承機能、娯楽提供機能）、⑤原子力発電知識の啓蒙（世論形成機能、世論変更機能）、⑥双方向コミュニケーション機能、⑦満足感醸成機能、の7点を中心であり、初期の頃は⑧消費者組織化機能も担っていた。

#### 4-2 第2期（1974年～1987年の14年間）

戦後日本の総使用電力量の推移<sup>30)</sup>を見ると、1956年度～70年度の年平均増加率は電灯・電力合わせて12.9%であったものが、71年度～84年度には4.8%にまで落ち込んでいる。この要因としては以下の3点がある。第一は経済成長率の鈍化である。1955年以降、実質GNPで年率10%の高度成長を遂げていた日本経済は、70年代に入るとかげりを見せ始める。さらに追い打ちをかけたのが73年、78年の二度にわたる石油危機であり、実質GNPは74年には戦後初のマイナス成長となり、その後年率2%程度の「低成長」経済が定着してゆく。第二は、産業構造の変化で、鉄鋼・化学・紙パなど電力多消費型の素材産業が伸び悩んだことである。第三は省エネルギー対策の進展である。中でも家庭用電気機器の電力原単位の向上はめざましく、1973年型と83年型では冷蔵庫で65%減、ルームエアコン・カラーテレビで40%減、というものであった<sup>31)</sup>。

この時期の電力各社の経営上の課題は、第一に石油価格の高騰による経営環境の悪化、第二に、原子力発電の推進と海外での原子力発電所事故発生による地元との軋轢、第三に環境問題への対応、であった。

第一の点に関し、火力発電用の重油価格は、1972年度の平均購入価格が7695円/klであったものが、74年には2万5563円/kl、さらに第二次石油危機後の80年には5万8632円/klにまで上昇した<sup>32)</sup>。すでに発電の80%以上を石油に依存していた電力各社の収益力は悪化、各社は「経営の非常事態宣言」<sup>33)</sup>を行う一方で、54年10月以来の大幅かつ一斉の電気料金値上げに踏み切っている<sup>34)</sup>。その結果、日本の電気料金は国際的にみて割高になる一方、共同歩調をとることで経営合理化によって他社よりも優位を確保しようとするインセンティブが後退、90年代の規制緩和の流れの中で、電力自由化が重要テーマとなる土壌を生み出していった。

第二の点に関し、電力各社は火力、水力のほかに原子力、LNG火力<sup>35)</sup>、石炭火力、ガスタービンなど電源構成の多様化を進めていたが、石油危機以降の中心となったのは原子力発電であった。1985年度の電力九社の原子力発電への依存度は29.5%となっており、関西電力、九州電力、四国電力の三社は40%を超え、東京電力も34.5%というものであった<sup>36)</sup>。当時の原子力発電の最大の問題点は、安全性に関し国民的合意が形成されていなかった点<sup>37)</sup>にある。さらに国内では軽水炉



の初期トラブルによる運転の停止，74年には原子力船「むつ」の放射線漏れの発生，海外では79年にアメリカ・スリーマイル島原子力発電所の事故，86年のチェルノブイリ原子力発電所の事故などが相次ぎ，住民の間に不安感が増大，反対運動が先鋭的になっていった。

東京電力の場合，79年福島第一原子力発電所の6号機が運転を開始，総発電設備に占める原子力の割合は15.6%となった。福島第二原子力発電所は，73年9月公聴会の開催，74年6月建設所発足から8年を経た82年4月に1号機が運転開始した。柏崎・刈羽原子力発電所の場合，より困難を極めた。立地決定の69年には77年に運転開始を予定していた<sup>38)</sup>が，反対運動がスタート<sup>39)</sup>，漁業補償も難航，78年12月ようやく着工，85年に1号機の運転が開始され，東京電力の総発電量にしめる原子力発電の割合は，石油火力のそれを上回るものとなっていく。

第三の点に関し，60年代後半からの公害・環境問題への批判世論は70年代前半からいっそう強力なものとなってきた。電力各社は火力設備の公害・環境対策（排煙脱硫技術の整備，煙突の集合化・高煙突化，水質・騒音対策など），電源地域の環境保全などで対応していった。

この期間の『東電グラフ』は，ページ数は82年3月号まで12ページ，82年4月号より16ページである。75年3月号から76年6月号までは，合理化を理由に隔月発行となっている。79年10月号の表3には，「開かれた経営のためのPR誌」であり，30万部を発行していること，『東電グラフ』にもっとご意見をいただきたいこと，が書かれている。

情報内容は，第1期同様に①発電のための設備紹介，②日常生活での電気についての知識，③地域密着型情報，④電気器具を使った料理紹介，のほか，⑤石油危機以降の東京電力の現況と電気料金改定について，⑥原子力発電に関する知識の啓蒙，の記事が増えていることが読み取れる。また，80年代に入ると，⑦オール電化に関する広告記事，⑧86年4月号から特集記事が設定され，そのまま第3期につながっていくことが特徴的である。

石油危機下の東電の現況と料金改定告知に関する記事は73年12月号から始まる。巻頭2ページで「石油危機と東電」を掲載，「ピカちゃんの電気社会学」で石油が入手困難になったことを訴えている。巻頭記事で東京電力の現況を紹介する手法はその後も続き，74年4月号は「深刻さをまず電力経営」として電力コスト増への理解を求め，翌5月号では「電力料金改定のお願い」（4ページ），6月号「電力料金改定のお知らせ」（4ページ），7月号「よりよいサービスを目指して」と続いている。隔月発行から毎月発行に移行した76年6月号は特集「東京電力の現況」（全ページ）としてQ&A方式で①巨額の設備投資の必要性，②家庭料金が大口より高い理由，③東電は儲かっているのでは，④合理化努力，について詳細に説明，翌8月号は「電気料金改定のお願い」，9月号は「電気料金改定のお知らせ」にそれぞれ4ページを費やしている。80年の料金改訂時も同様に，2月号「料金改定のお願い」，3月号「内容の説明」，4月号「料金改定のお知らせ」を発信している。値上げの告知だけではない。86年6月号，87年1月号には「電気料金がお安くなります」「さらにお安くなります」の記事が掲載されている。

この点に関し，『三十年史』は為替差益還元問題の経緯の中で電気事業の実体や経営課題について社会の理解が不十分であったことが明らかとなったとして，79年「経営方策の新展開」を制

定、経営活動の公開については（i）対話型を基本とする、（ii）資料は平易、簡明、体系的な物とする、とし『事業報告書』、『東電グラフ』などの見直しを行った、としている<sup>40)</sup>。

原子力発電に関しては、巻頭記事・写真で原子力発電所の現状紹介、「ピカちゃんの電気社会学」（76年5月号からは「私たちの電気社会学」と改題）で知識啓蒙をという二本立て手法で行っている。すなわち75年7月号は「新しいエネルギー 原子力」として福島第一発電所を紹介、77年4月号では「これからのエネルギー資源はどうなるか」（4ページ）、81年3月号「安全に運転してきました——原子力発電 この十年」（4ページ）、82年3月「いま東京電力では」（福島第二原子力発電所が営業開始の記事）、7月号「今日の話 福島第二原子力発電所第1号機誕生」、85年7月「電気の3分の1は原子力発電」となっている。「ピカちゃん」シリーズはより継続的であり、72年2月号～4月号、75年5月号～76年5月号、77年4月号～78年3月号、79年9月号～12月号、と矢継ぎ早に原子力広報を行っている。

オール電化（ガスとの業態間競争であり、自社製品広告の一種と考えられる）についての記事が初出するのは82年4月号「超高層オール電化住宅（葛西クリーンタウン）」の紹介からである。83年1月号には新春座談会「炎のない生活——オール電化マンションを訪ねて」、4月号「電気を使って快適な住まい」、6月号「身近になったオール電化生活」、8月号「オール電化の料理教室」、11月号「動く電化住宅」、12月号「電気キッチンヒーターで中国のおせち料理を」と続き、84年になると「電気器具でナイスクッキング」がシリーズ化する。同年11月号の表紙は渋谷の電力館（オール電化の最先端展示場）オープンの模様であり、翌年1月号に電力館の紹介記事、4月号には「増え続けるオール電化マンション」が掲載される。

86年4月号からは特集「暮らしの中のニューウェーブ」と題し、「暮らしを変える新素材」、「いま野菜作りはここまで来ている」、「天気を予報する最新の気象観測技術」など、生活文化の新しい側面を紹介するシリーズが開始され、88年3月号まで継続する。

すなわちこの時期の『東電グラフ』の企業広報上の機能は、第1期の①製品情報伝達機能、②企業活動伝達機能、③製品解説機能、④文化伝承機能、⑤世論形成機能、世論変更機能、⑥双方向コミュニケーション機能、⑦満足感醸成機能、の7点にかわりはないものの、とくに①オール電化という新製品情報伝達機能、②値上げ告知という企業活動伝達機能、④生活文化の新しい側面を紹介する文化伝承機能（電気という東京電力の製品とつながりを持つものが中心）、⑤原子力発電に関する世論形成、変更機能、の4点を強く打ち出したものであったと結論づけられよう。

#### 4-3 第3期（1987年～2005年の14年間）

日本経済は92年のバブル崩壊を経て長い低迷期にはいる。80年代後半からの日米構造協議を端緒に、公的規制緩和の推進が日本経済の目標となっていった。

この時期の電力業界の最大の課題は、電力市場の自由化問題、すなわち公益事業として規制の下で保護されてきた現行体制を見直し、最終消費者段階に及ぶ市場の自由化であった。第1段階として、1994年3月から電気事業審議会地域独占体制が再検討され、95年4月、31年ぶりの電

気事業法の大幅改正が行われた。その内容は、①発電事業への新規参入の拡大（卸供給入札制度の導入）、②小売り事業への参入条件の整備（特定電気事業の創設）、③料金規制などの見直し、の3点である。さらに2000年には小売市場の部分自由化が行われ、特別高圧需要家を対象に、小売り供給の自由化が実施されている。またこの期間中、為替差益、需要低下などを要因として、電力料金は5回にわたり引き下げられている。

この時期はまた、原子力発電分野で社会的に重大な事件が相次いで起こった時期でもある。すなわち、99年9月のJCO臨界事故<sup>41)</sup>、2002年8月に発覚した東京電力のデータ改ざん事件である。前者は99年9月30日、茨城県東海村の核燃料加工会社JCOの工場で、日本初の臨界事故が発生、作業員2名死亡、周辺住民も被爆し、避難・屋内待避勧告などの防災措置が発令された。後者は、2000年7月アメリカGE関係者から資源エネルギー庁に送られてきた内部告発に端を発する、自主点検記録の不正・虚偽記載事件である。東京電力は直ちに調査委員会を発足させ、その原因は「安全性に問題がなければ、国への報告はできるだけ避けたい」とする原発補修部門の独断的な判断があり、原子力部門の「長年にわたる組織的ぐるみの不正」であると結論、平岩外四・那須翔両相談役、荒木弘会長、南直哉社長の総退陣、設備点検・補修作業の実施のため、三原子力発電所の全17基（総電気出力1730万8000キロワット）の運転停止という事態となった。同社は同年9月再発防止策として「四つの約束」（「情報公開と透明性確保」「業務の的確な遂行に向けた環境整備」「原子力部門の社内監査の強化と企業風土の改革」「企業倫理遵守の徹底」）を公表、信頼回復に向けて全社をあげて取り組むとしている<sup>42)</sup>。

1987年10月号から『東電グラフ』は『グラフTEPCO』と誌名をかえている。TEPCOとは東京電力株式会社の英語名Tokyo Electric Power Companyの略称である。ページ数は16ページとなり、発行部数は69万部、13万部を郵送しているという（95年2月号より）。

この時期の特徴は、87年10月号の「暮らしの中のニューウェーブ“時間革命”生活時間が広がっている」（4ページ）など、生活・文化情報が多くなってきたことである。すなわち、88年4月号からは「新産業革命」シリーズとして超伝導などの新技术をわかりやすく紹介している。89年4月号からはシリーズ形式をやめ、単なる特集として「“多休日”時代がやってくる」（4ページ）、続いて「東京通勤100キロ時代」、「街にも家にも花がいっぱい！」など、より生活に密着したテーマがとりあげられるようになった。90年4月号からは「くらしの文化館」シリーズとして包丁、お茶、傘、蚊取り線香など、生活者が親しんだ道具文化をじっくり見直させる特集が組まれていたが、94年4月号からは一転、「Catch the Times」として「ハーブの中から健康が見えてくる」「キッチンが楽しくなるニューグッズ」「梅の不思議を科学する」など、新しい生活文化を紹介するものになる。2000年6月号からは、内田春菊<sup>43)</sup>による新しい4コマ漫画「ぶんでんでんこ」がスタートしている。

原子力広報も90年代前半までは活発に行われていた。88年8月号には科学技術評論家・村野賢哉<sup>44)</sup>の監修で「ホットアングル いま原子力発電所では」として福島第二原子力発電所の紹介を4ページにわたって行っている。89年5月号では原発事故の広報も行っている。すなわち「報告

福島第二原子力発電所3号機」として同年1月に起こった原子炉再循環ポンプの損傷事故について、おわび、事故内容、原因、今後の対策について絵入りでわかりやすく説明している。89年8月号には「こんにちは TEPCOです」として柏崎刈羽原子力発電所の建設近況レポート、92年に入ると2月号表4で柏崎刈羽の第7号機建設着工開始、8月号には「こんにちは…」で建設進む柏崎刈羽原子力発電所、93年3月には同じく「こんにちは…」で青森県六ヶ所村の原子燃料のサイクル施設建設記事、95年9月号には防災の日にちなみ、原子力発電所の安全対策を掲載している。また知識啓蒙も（第二期ほどではないが）ある程度行われており、92年3月号には「エネルギー・チャンネル」（1ページ）で原子力発電の国際的現状、93年3月号には同じくプルトニウムがわかりやすく紹介されている。

90年代後半になると環境問題が大きく取り上げられるようになる。東京電力の環境行動レポート（現サステナビリティ・レポート）が公表されるのは92年12月からで、94年3月号では「エネルギー・チャンネル」で93年版の紹介が載せられ、6月号では「チャンネルTEPCO」で「環境問題に取り組む世界トップ級」として自社の環境広報が写真入りでわかりやすく掲載されている。さらに97年6月号からは6月5日の「環境の日」にちなんだ記事が毎年とりあげられるようになり、01年2月号からは、「もっと身近に」として「ご参加下さい！グリーン電力料金」（自社製品広告）、3月号「東京電力の環境・エネルギー教育」、7月号「尾瀬の自然を守る東京電力の取り組み」などが取り上げられている。

一方、原子力広報は96年以降10月26日の「原子の日」にちなんだ定期広報として扱われるようになる。しかし原子力発電所のデータ改ざん事件に関する同社の広報姿勢には一定の評価が与えられてよい。02年10月号では巻頭で「当社原子力発電所の点検・補修作業に係わるGE社指摘事項に関するお詫びとご報告」を2ページにわたり掲載、03年1月号では黛まどか<sup>45)</sup>との新春対談で、社長・勝俣恒久が事故に対しあらためてお詫びと現状報告を行い、さらに7月号には原子力発電所の運転停止のため、電力供給が厳しくなっていること、節電へ協力していただきたいことを2ページにわたり報告、10月号では協力への御礼と信頼回復に向けての4つの約束の実践を掲載している。

双方向コミュニケーションの緊密化に向けてもさまざまな手段を採用している。95年8月号の500号記念に向けて、94年11月号に『グラフTEPCO』、電気全般に関するアンケート調査紙が挟み込まれ、95年2月・3月号ではその調査結果がわかりやすく報告されており、9000名の回答者があったという。その他、「お風呂で歌う歌ベスト10」を募る（94年9月号、結果は95年3月号）などもその一例である。

料金改定のお知らせも詳細である。87年11月号には4ページで掲載され、95年11月号には料金改定申請のお知らせ、翌96年1月号には告知が、それぞれ4ページにわたり掲載されている。

すなわちこの時期の『グラフTEPCO』の企業広報上の役割機能は、第1・2期の①製品情報伝達機能、②企業活動伝達機能、③製品解説機能、④文化伝承機能、⑤エンタメ提供機能、⑥世論形成機能、⑦世論変更機能、⑧双方向コミュニケーション機能、⑨満足感醸成機能、の7点であることにかわりはないものの、とくに④の生活文化の新旧両面をより掘り下げて紹介する文化伝承機能

(第2期と比較し、東京電力の製品と直接には係わらないものも多くなっている)、⑤の原子力発電、原子力事故に関する世論形成、変更機能が強く出ていること、⑥の双方向コミュニケーションをより緊密にするべくさまざまな手段を用いていること、の3点が特徴的である。

#### 4-4 第4期(2005年～2008年の3年間)と『グラフTEPCO』の休刊

2005年4月号より『グラフTEPCO』は大きく変貌する。表1はよりカラフルになり、誌名も『グラフTEPCO』から『Graph TEPCO』と英文で標記、その下に「Free 無料配布誌」と明記されるようになる。表2には取材、撮影、AD、企画、制作事務所名が入る。2ページから9ページまでの8ページが特集記事であり、季節を感じさせるもの、都市生活者にとって必要な生活情報、おしゃれに関するもの、環境問題に関するものなど、時代の半歩先を行く、おしゃれな情報誌という感触が伝わってくる。

10～11ページは東京電力のPR記事で、オール電化、スイッチキャンペーン、エコキュート、省エネなど、自社製品広告が目につく。12～13ページは有名レストランのシェフがIH器具を使った料理を紹介、14ページは05年度は原由美子<sup>46)</sup>のおしゃれに関する記事、06年度からはテプコのエコ、07年度からはエコスタイルとして毎号若年者層に人気のある有名人がそれぞれのエコを紹介している。

この大胆なリニューアルは何を目的としてなされたのであろうか。編集担当者の小暮義隆、小野里庸子は、筆者とのインタビュー<sup>47)</sup>で以下の7点を答えてくれた。

- ①2008年3月時点で80万部を発行。うち定期購読者として郵送していたのは10万部、そのほかは東京電力の窓口や、コンビニエンスストアに置いたり、東京電力のイベント時に配布。
- ②刊行にかかる費用は1号あたり2000万円、そのほかDM代として月830万円。
- ③創刊以来読者欄を継続している。掲載数は少ないが、毎号アンケートはがきを添付しており、1号あたり50件ほどの回答が寄せられる。HPに書き込まれる意見は東京電力に対し、お客様が思っていること、答えてほしいことが多いが、『グラフTEPCO』のはがきで寄せられるものは、より「軽い」ものであり、むしろ共有世界を求めていると思われる。
- ④05年4月号の変更は、ターゲットの変更によるものである。それまでの「ひろくあまねく」から家を建てる、リフォームをする世代(20代～40代)に限定した。その背景には「オール電化の三倍促進」<sup>48)</sup>、2000年からのエコキュート<sup>49)</sup>販売開始により、「販売」に傾斜し、生活者の家の中の環境問題を提案したということである。
- ⑤リニューアル時から外注を始めたように見えるが、制作事務所とは昭和40年代前半<sup>50)</sup>から協同して制作を進めてきたもので、たまたまその時から名前を出すようになった。
- ⑥リニューアルの反響は字が小さくなった、中身が冷たくない、若い女性に共感もてる(特に表紙)というものが多い。
- ⑦はがきにみる読者構成は男性43%・女性56%、60代4割、50代2割といったもので、10年ほど前、小暮が『グラフTEPCO』編集に携わっていた時代より50代以上が1割ほど減少している、である。

すなわちこの時期の『グラフTEPCO』の企業広報上の役割機能は、前3期と比較して①文化伝承機能、娯楽提供機能を強く打ち出したものであり、その背景には②オール電化、エコキュートといった自社の新製品情報伝達機能、があったと結論できる。その結果、市販の生活文化情報誌とはひと味ちがったテーマがきちんと取材されたかたちで提供されていることで、ターゲットとして選定した読者層を増やすことにはある程度成功しており、③満足感醸成機能、④双方向コミュニケーション機能は確保されていると判断される。

しかし、前3期の『東電グラフ』『グラフTEPCO』がもっていた、企業活動伝達機能、世論形成・変更機能は見あたらなくなってしまっている。前者に関し、毎号2ページのPR面は自社製品広告、もしくはイベント情報であり、東京電力がいま何を行っているかは見えてこない。後者に関し、とくに07年7月16日の新潟県中越沖地震に伴う柏崎刈羽原子力発電所の運転停止については、10月号で「節電の御礼」が掲載されているものの、どのような経緯であったのか、その後原子炉の点検・耐震性の確認がどの程度進捗しているかについての言及はない。さまざまなメディア報道<sup>51)</sup>がなされ、消費者の不安、東京電力への不信感が醸成されているときであればこそ、GE事件の時のような、広報誌による世論形成・変更が試みられるべきではなかったのだろうか。総じてマーケティング・コミュニケーションの側面が強く出された結果、企業広報誌本来がもつ機能がなおざりにされた感がある。

## 第5章 『グラフTEPCO』の休刊と『東電グラフ』『グラフTEPCO』の広報上の役割機能

2008年3月、『グラフTEPCO』は突然休刊する。表4には「休刊のお知らせ」として「当面の間、休刊と」すること、2007年7月に発生した「新潟県中越沖地震に伴う柏崎刈羽原子力発電所の全号機運転停止による極めて厳しい状況を理由にやむなく判断」したこと、休刊の間、東京電力HPで『グラフTEPCO』の継続した情報提供につとめること、が書かれている。2007年7月の新潟県中越沖地震で、柏崎刈羽原子力発電所の運転が全面停止となり、それを補うべく火力発電所を動かすために必要な原油・LNG等の調達費用がふくらみ、東京電力の経営状況<sup>52)</sup>は極度に悪化、08年3月期決算の経常利益は331億円（07年3月期4413億円）と、連結決算の公表を始めた1995年3月期以降最低を記録した（単体では220億円と、28年ぶりの赤字）。全社をあげてのコストダウンがついに55年の歴史を持つ企業広報誌を休刊に追い込んだのである。

前述インタビューでは、①休刊は全社員にショックを与えたこと、②最終的には社長の判断であったこと、③グラフはその後も制作、HPに貼り付けているが、アクセス数は1ヵ月3000件と各段に少ないこと、④お客との接点として冊子としての発刊は必要であり、社長からもかならず再刊するよういわれていること、が語られた。

『東電グラフ』『グラフTEPCO』の企業広報上の機能は、時期により強弱があるものの、①製品情報伝達機能、②企業活動伝達機能、③製品解説機能、④文化伝承機能、娯楽提供機能、⑤世論形成機能、世論変更機能、⑥双方向コミュニケーション機能、⑦満足感醸成機能、の7点にあ

る。このように多機能かつ広報・広聴の両面を兼ね備え（はがきの添付）、80万もの読者を持ち、結果として当該企業と社会との関係を良好にする企業コミュニケーション媒体の代替物はない。

筆者は拙著<sup>53)</sup>の中で企業広報誌発刊のための工夫を4点、社内出版環境条件を3点指摘した。それにしたがって第4期の『グラフTEPCO』をみると、まず工夫1：刊行目的とターゲットの明確化、工夫2：情報内容の斬新性、工夫3：詳細な情報の長期継続的な発信、について、同誌はいずれも該当している。工夫4：読者のユーザー登録については今後の検討課題であろう。社内出版環境条件としては、第一の経営トップが刊行への意志・決断力を有していること、第三のADらとのネットワークという「財産」を有していること、の点はすでに達成されており、第二の編集者育成は広報専門職の育成を含め、企業コミュニケーションの中の企業広報の課題として、より広く議論されなければならないテーマである。

結論としてB5版、16ページと小さく、経済広報センターなどが主催する賞に輝くことはなかったが、これだけ多機能であり、55年もの間まさに「小さな、しかし揺るがない声」を発信しつづけ、ひろくあまねく需要家の当該企業への大きな信頼を得ることに貢献した広報誌は広報誌史上希有な存在であり、その休刊は惜しまれる。一日も早い『グラフTEPCO』の再刊と、企業広報の原点<sup>54)</sup>に立ち戻った内容の再検討を願うものである。

## 注

- 1) 詳しくは拙著『広報誌が語る企業像』（日本評論社、2008年）を参照されたい。
- 2) 前掲拙著、および拙稿「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」（博士論文 東京経済大学）、拙稿「洋酒メーカー広報誌の研究—『洋酒天国』と『サントリー・クオーターリー』について—」（『文化女子大学 人文・社会科学研究』第15・16集）
- 3) 1887年に発行された同社の「電気燈案内」（営業案内）には「東京電燈会社は日本において電燈の元祖なり。東京電燈会社の電燈は極めて安全なり。東京電燈会社の電燈は光力に不同なし。東京電燈会社の電燈は最も廉価なり。」とある（東京電力株式会社『東電三十年史』（以下『三十年史』と略）より。なお、以下本稿の歴史的叙述は特に指摘がない限り『三十年史』によった）。
- 4) 電力料金は極めて高く、1887年当時終夜燈16燭光一燈が1ヶ月3円というものであった（米1升が8銭）。当然需用者は官庁・大企業、花柳界・遊郭であったという（『三十年史』pp.10-11）。
- 5) 1926年東京電燈に入社した木川田一隆は、松永安左エ門率いる東邦電力に、「息の根を止められるほど追い詰められた」と述べている（木川田一隆「私の履歴書」pp.109-111）。
- 6) 木川田一隆前掲書、および小島直記『まかりとおる』が詳しい。
- 7) 村岡花子：（1893-1968）児童文学翻訳者。
- 8) 『三十年史』pp.239-241および橘川武郎「電力」pp.350-352。
- 9) 『関西電力二十五年史』p.148。
- 10) 中部・三重は55年12月、九州・苅田は56年3月、関西・多奈川は56年4月にそれぞれ運転を開始している。なおこの間の各電力会社と通産省のやりとりについては、古川清明『新鋭火力の序章—九州電力苅田発電所建設—』が詳しい。
- 11) 電気事業連合会東経委員会編『電気事業便覧 1985年版』p.16。
- 12) 『三十年史』p.390。
- 13) 木川田一隆は東京電力発足後営業部長として、営業方針の確立をいそぎ、「もっぱら、需要家に目を向ける営業の仕事に精を出した。後年東電の経営の基本にサービス本位を主張したのも、・・・大企業の社会性や国民的合意の必要なことを口にしてしているのも、この時代の体験によるところが大きい」としている

- (木川田一隆前掲書, pp.120-121)。今日でいう「企業の社会的責任」の概念をすでに木川田は持っていたのであり、その産物の一つが企業広報誌であったといえるのではないか。
- 14) いわゆる電化ブームは、60年代前半の第一次（白黒テレビ・冷蔵庫・洗濯機の「三種の神器」時代）、70年代前半の第二次（自動車、カラーテレビ、クーラーの「3C時代」）に分けられる。詳しくは拙稿「第三の消費革命を演出する女性たち―円高は消費者行動をどう変えたか」『エコノミスト』1989年11月28日号を参照。
  - 15) 1号機はアメリカGE社の物を導入したが、2号機以降は国産化している。この傾向は各電力会社も同様であり、国内重電機工業の発展を促進した（『三十年史』pp.326-327）。
  - 16) この点に関し、九電力各社が同時に「油主炭従化」を進めたわけではない。『関西電力二十五年史』によれば、最も早いのは中部電力（1960年度）であり、ついで、関西電力（61年度）、東京電力・四国電力（1964年度）、以降東北、中国と続き、もっとも遅いのは石炭産出地域を背景としていた九州電力（1970年度）であったとしている（北海道は不分明）。橘川は、関西電力が「油主炭従」を急いだ原動力として、東京電力に対するライバル意識がある、と述べている（橘川前掲書, pp.362-363）。
  - 17) 1957年に、電源開発20%、九電力会社40%、その他一般40%の出資比率で設立された会社である。
  - 18) 関西電力は「万国博に原子の灯を」を合い言葉に、美浜原子力発電所の建設を進め、70年8月8日には大阪・万国博会場へ美浜からの電気を送っている（『関西電力二十五年史』pp.323-324）。
  - 19) 『三十年史』p.350およびp.561。
  - 20) 福島第2原子力発電所の選定は65年、柏崎・刈羽の選定は69年である。
  - 21) 1962年から2年間、本店奉仕課で『東電グラフ』の編集に携わった掛川旭朗至のことば（『東電自分史 I』p.247）。
  - 22) この点に関し、東京電燈会社時代の1891年、帝国議事堂が出火、各メディアが漏電説を採用したため、宮城内の電燈が使用中止され、一般需要家の電燈廃止が続出するという事件があった。東京電燈は早速原因を調査、訂正要求の訴えを起こしたが敗訴している（その後議事堂は再度出火、原因は暖炉の出火と判明）。電気火災に対する需要家のアレルギーは続いており、東京電力はアレルギー払拭に力を注いでいたことがうかがえる。
  - 23) 横山泰三：（1917-2007）漫画家
  - 24) 1961年12月号の表紙は家庭電化の普及の代表格として電気がまを使った調理風景を取り上げている。当時の普及率はテレビ69%、電気がま36%、洗濯機48%、冷蔵庫21%というものであった。
  - 25) 不二家のポコ・ペコ、ソニーのソニー坊やに触発されて作ったキャラクターで、カラダが電球、帽子はアンペアのA、眉は稲妻である。64年に名前を公募したところ、4000名以上の応募があったという（渡辺博夫「東電PR奮闘史」『東電自分史 V』pp.71-73）。
  - 26) 同上pp.73-75。
  - 27) 三宅晴輝：（生没年不詳）評論家、木川田とは古くからの友人である（木川田前掲書p.109）。
  - 28) 渡辺は73年に「ピカちゃんの原子力」というPR印刷物をつくったことを述べている。当時、「マンガは現在のように一般的でなかった」ためマンガで原子力PRをすることは不真面目だという声もあったこと、それでも臆せず原子力の専門用語を日常用語に置き換えて作ったこと（例えば「冷却材」は「蒸気となる水」、「制御棒」は「核分裂の起こる割合を加減する棒」など）、できあがったとき上司からわかりやすく面白いといわれホッとしたこと、である（渡辺前掲書, p.73）。
  - 29) 高木純一：（?-1993）早稲田大学教授、理論物理学者
  - 30) 電気事業連合会統計委員会『電気事業便覧』各年版より。
  - 31) 鈴木岑二「電力産業」日本エネルギー経済研究所『戦後日本のエネルギー産業』p.218。
  - 32) 同上
  - 33) 東京電力では73年12月、社長名で①燃料確保への全力投入、②需要節減策の徹底、③業務全般にわたる合理化、④設備投資の削減、特別融資の要請、からなる緊急対策を告示、実施している（『三十年史』p.717）。
  - 34) 東京電力の値上げ率は以下の通りである。51年8月：24.0%、52年5月24.2%、54年10月：11.6%、61年8月：13.7%、74年6月：63.0%、76年6月：21.0%、80年2月：52.3%（『関西地方電気事業百年史』より）。もっとも78年10月から79年3月までは“緊急かつ臨時的な措置”として円高差益の還元



- が実施されている。その還元率は東京電力の場合、1家庭に対し月平均320円程度であった。
- 35) LNGの導入に関し、石油に比べ価格が30%以上高かったにもかかわらず、硫黄分ゼロという利点から、東京電力は66年東京ガスとアラスカLNGの共同購入を契約、70年にはLNG専焼の南横浜火力発電所を完成させている（その経緯は大野誠治『沈黙の巨人 東京電力』p.138-145が詳しい）。
  - 36) 『関西地方電気事業百年史』より。
  - 37) 原子力委員会（1955年に公布された原子力基本法に基づき、56年に設置された原子力行政に関する統轄機関）の『原子力白書 昭和63年版』は、「広く国民に原子力の安全性に対する不安感が増大し、さらにその一部が反対運動というかたちで表出してきた」ことを認めている。
  - 38) 69年9月19日付日本経済新聞。
  - 39) 『三十年史』はその理由として規模が巨大であったこと、時代背景、人口8万余の柏崎市を控えていたこと、農民運動の歴史があったこと、などを挙げている（p.576）。反対派の最大の論点は地盤問題であったことも述べられている（p.841）
  - 40) 『三十年史』p.737。
  - 41) 濃縮ウランやプルトニウムなどの核分裂性物質の内部で核分裂連鎖反応が想定外の状況下で偶発的に起こった状況をさす。
  - 42) 「電力各社の“原子力広報”」『Energy Review』2004年9月号, pp.12-13。
  - 43) 内田春菊：（1959-）漫画家、小説家。なお、「でんこちゃん」自体は東京電力のキャラクターとしてそれ以前からテレビCMなどに登場している。
  - 44) 村野賢哉：（?-2008）科学技術評論家
  - 45) 黛まどか：（1962-）俳人
  - 46) 原由美子：（1945-）ファッションディレクター
  - 47) インタビューは2008年10月2日10時~11時、於東京電力本店。事前に質問状を送付し、それに回答するかたちで行った。
  - 48) オール電化に関し、東京電力は他社に比べ普及取り組みが遅れていた。その理由の一つとして、競合する東京ガスの料金が他地域と比較して相対的に安かったことがあげられる。
  - 49) エコキュート：ヒートポンプで空気熱を集める給湯システム。従来のものより30%の省エネ、50%の省CO<sub>2</sub>効果があるという（東京電力HP <http://www.tepco.co.jp/>より）。（2008年10月3日アクセス）
  - 50) この点に関し、掛川は1962年に奉仕課『東電グラフ』編集を担当したとき、「野村六助氏が社員なみに協力してくれた」としている（掛川前掲論文, p.248）。
  - 51) 自前の化学消防車を持たず、初期消火が遅れたため、火災現場がNHKニュースで流れたこと、自治体への通報の遅れが次々と各紙で報道されたこと、などの結果、例えば、07年7月26日付読売新聞は、東電側が7月26日「地域の皆様へ」というおわびチラシを4万部配布したこと、住民の反応は冷ややかであったこと、中には「東電の対応はいつも後手。また真実を語っているようには思えない」（60代女性）という声もあったこと、を報じている（よみうりオンライン<http://www.yomiuri.co.jp/feature/fe7600/>より）。（2008年10月3日アクセス）
  - 52) 東京電力HP <http://www.tepco.co.jp/>より。（2008年10月3日アクセス）
  - 53) 拙著『広報誌が語る企業像』pp.205-209。
  - 54) 筆者は、企業広報とは、当該企業の存在、その目的と活動内容を内外に公開・発信し、他方、企業に対する内外からの要望・批判を受信して経営陣がそれを認識し、時には自己改革を行う活動であると理解する（同上p.29）。

## 主要文献

- 1：原資料  
東京電力株式会社『東電グラフ』・『グラフTEPCO』1号~651号  
同上『グラフTEPCO』652号~（同社HPより）  
東京電力株式会社HP
- 2：参考文献

植草益（編）『講座・公的規制と産業① 電力』NTT出版，1995年  
宇佐美省吾「電気事業の黎明と「東電」」『エネルギー革命の推進者 東京電力』フジ・インターナショナル・  
コンサルタント出版部，1962年  
大谷健『興亡 電力を巡る政治と経済』産業能率短大出版部，1978年  
大野誠治『21世紀へ始動する沈黙の巨人 東京電力』東洋経済新報社，1998年  
恩田勝巨『東京電力 帝国の暗黒』七つ森書館，2007年  
関西電力株式会社『関西電力二十五年史』1978年  
関西地方電気事業百年史編纂委員会『関西地方電気事業100年史』1987年  
木川田一隆「私の履歴書」日本経済新聞社『私の履歴書』1970年  
橘川武郎「電力」米川伸一他『戦後日本経営史 II』東洋経済新報社，1990年  
小島直記『まかりとおる』東洋経済新報社，2003年  
資源エネルギー庁公益事業部（編）『原子力コミュニケーション 新しい原子力広報を目指して』電力新報社，  
2001年  
鈴木岑二「電力産業」日本エネルギー経済研究所編『戦後エネルギー産業史』東洋経済新報社，1986年  
田中靖政『チェルノブイリシンドローム』電力新報社，1989年  
田原総一郎『ドキュメント 東京電力企画室』文春文庫，1986年  
東京電力株式会社『東電三十年史』1983年  
同上『関東の電気事業と東京電力』2002年  
日本工業新聞社編集局（編）『隠された原発データ 『東電グラフ』事件の教訓』日本工業新聞社，2003年  
古川清明『新鋭火力の序章—九州電力苅田発電所建設—』新鋭火力の序章刊行会，1981年  
松永安左衛門「排他でなく協同で」『エネルギー革命の推進者 東京電力』フジ・インターナショナル・コ  
ンサルタント出版部，1962年  
松永安左衛門「私の履歴書」『私の履歴書 経済人7』日本経済新聞社，1980年