

研究ノート

戦時下における通信博物館の軍事郵便展示（補論） —1939・40年の「興亜通信展覧会」—

後藤 康行

1 はじめに

筆者は、『通信総合博物館 研究紀要』第4号（2013年3月）において、「戦時下における通信博物館の軍事郵便展示」という論考（以下、前稿）を発表した。その内容は、戦時下（日中戦争～アジア・太平洋戦争期）において通信博物館（現在の郵政博物館につながる博物館で、当時は通信省に属していた⁽¹⁾）が行っていた軍事郵便関連の企画展示と、展示品を出品した「興亜通信展覧会」について論じたものである。

前稿の前半部分で考察した軍事郵便関連の企画展示については、郵政博物館所蔵の『昭和十三年十月 軍事郵便と航空安全展覧会』や『昭和十六年度 展覧会博覧会関係』という史料を利用することで、展示の周知活動・内容・反響など、詳細を明らかにすることができた。一方、後半部分で考察した「興亜通信展覧会」については、通信博物館発行の月刊広報誌『通信の知識』（郵政博物館所蔵）を史料として利用したのだが、展覧会開催の主旨や展示品の内容について簡単に紹介しただけで終わってしまった。

本稿は、この後半部分を補うためのものである。幸い、その後の調査で郵政博物館に「興亜通信展覧会」に関する報告書がいくつか残されていることが判明したので、その報告書を利用することで、前稿の不足を補っていく。

表「1939・40年の「興亜通信展覧会」一覧」に、本稿で取り上げる展覧会を示した。名称が異なるものもあるが、通信省か通信局⁽²⁾の何れかが主催もしくは後援で、会場は百貨店を利用。詳細は後述するが、展示内容もほぼ同様ということで、これらを一連の「興亜通信展覧会」としてまとめた。

なお、1939（昭和14）年10月に兵庫県東亜貿易協会主催の「興亜展覧会」、1941（昭和16）年6月に熊本通信局主催の「通信文化展覧会」、東京通信局主催の「郵便70周年記念通信展覧会」が開催されているが⁽³⁾、39年のものは通信省か通信局が後援しているかが不明で、41年のものは開催時期がほかの展覧会とやや離れているので、本稿では一連の「興亜通信展覧会」に含めなかった。

史料の引用に際しては、仮名遣いはそのままとしたが、旧字体は新字体に改めた。同様に、史料名も旧字体は新字体に改めた。

- 1 通信省が1943年11月に鉄道省と合併して運輸通信省と改組され、これにより郵便業務を運輸通信省の外局として設置された通信院が司るようになってからは、通信院に属していた。なお、1945年5月には、通信院は運輸通信省の所管から内閣所管となり、通信院と改称された。
- 2 通信局とは、通信省に属する組織で、管轄区域内における通信事業（郵便・為替・貯金・電信・電話の管理、電気事業や船舶海員の監督など）を司り、東京、大阪、名古屋、広島、熊本、仙台、札幌などの大都市に置かれていた。
- 3 通信博物館編『通信博物館七十五年史』信友社、1977年、61頁。

展覧会名	会期	主催	後援	会場
興亜通信展覧会	39. 8. 19~29	逓信省		日本橋三越
興亜の先駆、海・陸・空躍進通信博覧会	39. 9. 17~10. 1	大阪朝日新聞社	大阪通信局	大阪高島屋
札幌興亜通信展覧会	39. 9. 28~10. 8	札幌通信局		札幌三越
興亜の先駆、海・陸・空躍進通信博覧会	39. 10. 25~11. 15	大阪朝日新聞九州支社	熊本通信局	菊屋（小倉）
興亜通信展覧会	40. 1. 17~29	熊本通信局	逓信省	岩田屋（福岡）
興亜通信博覧会	40. 3. 2~8	中国新聞社	広島通信局 広島中央放送局	福屋（広島）
興亜通信博覧会	40. 3. 15~21	広島通信局 高松郵便局		高松三越
通信時局展覧会	40. 4. 20~29	熊本通信局 大分郵便局	逓信省 大分県 大分市 大毎西部総局	一丸デパート（大分）
通信時局展覧会	40. 5. 7~16	熊本通信局 鹿児島郵便局 鹿児島新聞社	鹿児島県 鹿児島市	鹿児島高島屋
通信展覧会	40. 9. 27~10. 2	新潟郵便局		小林百貨店（新潟）
紀元二千六百年記念通信展覧会	40. 10. 20~29	名古屋通信局		名古屋松坂屋

・『昭和十四年八月 三越興亜通信展覧会関係（其之一）』、『同（其之二）』、『昭和十四年度 札幌・神戸・名古屋・福岡・広島・高松・大分・鹿児島興亜通信展覧会関係』、『通信博物館七十五年史』より作成。

表 1939・40年の「興亜通信展覧会」一覧

② 東京から始まった「興亜通信展覧会」

本節では、1939年8月19日から29日に、日本橋三越で開催された「興亜通信展覧会」について述べる。この展覧会については、郵政博物館に通信博物館周知係⁽⁴⁾が作成した『昭和十四年八月 三越興亜通信展覧会関係（其之一）』（以下、『其之一』）と、『昭和十四年八月 三越興亜通信展覧会関係（其之二）』（以下、『其之二』）という報告書が所蔵されているので、これを史料として利用しながら考察を進めていく。

1939年1月、通信博物館では逓信省が主催する「興亜通信展覧会」の開催目的や展示内容の計画案が作成されていた。それによると、展覧会は「日満支三国通信交通の連環関係」と、「生産力拡充の原動力たる電力・郵便貯金・簡易保険等の重要性」を示すことで、「時局の伸展に寄与」することを目的としていた（『其之一』）。展示内容はこの目的に沿うべく、「日満支三国」の郵便・電信・電話・放送事業、航空・海運事業、電力事業などに関連する品々を陳列することとしていた。軍事郵便の展示も、計画案に含まれていた。2月になると、計画案にテレビの受像実験の実演も加わった（『其之一』）。

3月9日には、展覧会の会場予定地である日本橋高島屋の取締役である小川竹次郎より通信博物館の館長遠藤毅に対し、会期を6月15日から30日とする、会場は8階ホールを利用するなどの返答が届いた。しかし、通信博物館側では返答に何か不満があったのか、3月の計画段階

4 1935年6月に、通信事業の宣伝活動を担うため、通信博物館に設置された部署。戦時下において、各種企画展示の開催、印刷物の発行、映画の製作などを行っていた（この点は前稿も参照されたい）。

で、会場は日本橋三越、会期は8月19日から29日へと変更している（『其之一』）。

5月9日には、遠藤毅が日本放送協会の会長小森七郎宛に「興亜通信展覧会ニ関スル件」（博第223号）という文書を発し、テレビの受像装置の出品を要請している（『其之一』）。この結果、展覧会ではテレビ受像の実演が行われ、そこに多くの人々が訪れたことは、前稿で述べた通りである。実際、どの程度の人々が展覧会に訪れたかというところ、8月19日は5万5000人、20日は6万人、21日は月曜休日、22日は5万人、23日は5万5000人、24日は4万8000人、25日は5万人、26日は5万人、27日は5万7000人、28日は月曜休日、29日は4万8000人で、合計47万3000人であった（『其之二』）。

テレビ受像の公開に協力した日本放送協会は、当時の放送を意味するラジオの役割の重要性を観客に伝えることも忘れておらず、独自に大型のパネルを用意し、それを展示していた（図1-1）。

通信博物館は、郵便・電話・電報などの意義を紹介するジオラマを展示しており、軍事郵便関連では野戦郵便局の様子を描いたジオラマを展示していた（図1-2）⁵⁾。このほかにも、東アジアにおける通信事業や航空・海運事業を紹介する展示品が並べられ、日本の「大陸進出」がいかに同地域の「発展」に「寄与」しているかを、人々に知らしめるような内容になっていた。



図1-1 日本放送協会の展示パネル



図1-2 野戦郵便局のジオラマ

3 各地を巡回した「興亜通信展覧会」

続いて、各地を巡回した「興亜通信展覧会」についてみていく。史料としては、通信博物館作成の報告書『昭和十四年度 札幌・神戸・名古屋・福岡・広島・高松・大分・鹿児島興亜通信展覧会関係』（郵政博物館所蔵、以下、『展覧会関係』）を利用する。なお、『展覧会関係』に、先の表に示した全ての展覧会の詳細が収められているわけではない。そのため、いくつか触れることができない展覧会もある。ただ、開催地によって展示品の規模に違いこそあったものの、巡回した展覧会なので展示の主旨や内容に大きな違いがあったわけではない。全ての展覧会に触れなくても、「興亜通信展覧会」の全体像を明らかにすることは可能である。

以下、特に注記がない限りは、本節の記述および引用する図版の出典は、全て『展覧会関係』である。

(1) 「札幌興亜通信展覧会」

日本橋三越での「興亜通信展覧会」が盛況で終わった直後の9月12日、札幌通信局より通信博物館に対し、札幌三越にて「興亜通信展覧会」を開催するので、会場の設計や展示品の並べ方などの指導を求める文書（札幌監郵第二〇〇八三号）が発せられた。通信博物館が、具体的などのような指導を行ったのかは不明だが、日本橋での展覧会同様、会場には大きなパネルや各

5 図1-1、図1-2の出典は『其之二』。

種ジオラマが所狭しと展示されていたので、博物館の職員が事細かに指示を与えていたのだろう。札幌では、テレビの受信実験の実演は行われず、日本放送協会はパネル展示のみを行った。それでも、9月28日から10月8日までの期間（月曜休日）で、約14万人の人々が訪れた。

図2-1は、観客の入り好調だった様子を写したものである。航空関連の展示品を前に、多くの人々が集まっている。学生風の観客が目立つのは、当時の若者にとって、国家の航空事業は「憧れ」の対象だったことをうかがわせる。圧倒的に男性客が多いというのも、この写真からみてとれることである。

さて、この写真をさらによくみると、右上部分に「トーキー軍事郵便上映」という案内が写っていることが分かる（図2-2）。この航空関連の展示コーナーを抜けると、その先で映画が上映されていたのであろう。日本橋三越での展覧会でも映画は上映されており、そこでは『支那事変軍事郵便記録』という映画が上映されていた（『其之一』、『其之二』）。

この『支那事変軍事郵便記録』と、写真にある「トーキー軍事郵便」が同じ作品かどうかは不明である。『支那事変軍事郵便記録』は、通信博物館が1938（昭和13）年度に同盟通信社に委嘱して製作したもので、野戦郵便局の様子を描いた短編（2巻）である⁽⁶⁾。同じ「興亜通信展覧会」で上映された映画なので、「トーキー軍事郵便」もこの作品であったと考えるのが妥当であろうが、通信博物館は1937（昭和12）年度に『軍事郵便』という映画も製作している⁽⁷⁾。これも、野戦郵便局の様子を描いたものである。どちらにしても、映画の内容は野戦郵便局の活動を伝えるものであり、軍事郵便が戦地をくぐり抜けて、いかに兵士あるいは銃後に届けられているかを観客に理解してもらうための上映であった。

(2) 「興亜通信展覧会」（福岡）

1939年12月2日、福岡市の岩田屋百貨店の専務取締役である中牟田喜兵衛より、通信博物館の館長遠藤毅宛に「興亜通信展覧会ニ関スル件」という文書が届いた。これは、熊本通信局主催で、岩田屋を会場に開かれる「興亜通信展覧会」への協力を要請するものであった。この時点では、会期は1940（昭和15）年1月3日から14日まで、通信省に後援として名を連ねてもらい、主旨・内容は日本橋三越での展覧会と同様という計画案であった。12月18日、要請を受けた遠藤毅は熊本通信局宛に文書を発し（博第748号）、会期を1940年1月17日から28日とする展覧会を開催し（実際には29日まで開催された）、展示品の出品に協力する旨を返答した。



図2-1 展覧会を観覧する人々



図2-2 「トーキー軍事郵便上映」会場への案内

6 前掲通信博物館編『通信博物館七十五年史』48頁、50頁。

7 同前47頁、49頁。芸術映画社に委嘱して製作されたもので、製作時は『軍事郵便』というタイトルであったが、後に『野戦郵便』と改題された。1941年、通信博物館は改めて『軍事郵便』という映画を製作している（拙稿「メディアに描かれた軍事郵便—イメージにみる戦地と銃後—」『専修史学』第45号、2008年11月）。

実際に開催された展覧会は、通信省の後援こそ予定通りであったが、内容は日本橋三越のときと同様とはいかず、パネルや写真などは多く展示されたものの、派手なジオラマなどは展示されなかった。日本放送協会からの展示品の出品もなかった。軍事郵便関連の展示コーナーでは、「支那事変と軍事郵便」というスペースが設けられ、いくつか写真が展示されていたほか、軍事郵便が届くまでの経路を解説したパネルも展示されていた（図3）。



図3 「支那事変と軍事郵便」展示コーナー

このほか、通信社が使用する機器の展示、記念切手販売やスタンプ押印コーナーなどがあったのだが、やはり日本橋や札幌に比べると内容が地味であったためか、会期中の入場者数は4万741人と、大幅な減少であった。

(3) 「興亜通信博覧会」(広島)

福岡での展覧会が開催される前日の1月16日、広島通信局より通信博物館宛に、「紀元二千六百年紀年事業ノートシテ通信文化ノ普及、事業周知並利用勸奨ヲ図ル目的ヲ以テ通信展覧会」を開催したい旨、それにあたって展示品を出品してほしい旨が記された文書（監郵第一一九三号）が発せられた。この時点では、展覧会の名称は「通信文化展覧会」、主催は中国新聞社、後援に広島通信局と広島中央放送局、会期は2月20日から3月5日まで、会場は広島市の広島県産業奨励館という計画であった。

その後、「会場等ノ都合」ということで計画は変更され、2月12日に広島通信局が通信博物館に宛てた文書（監郵第三七四八号）では、名称は「興亜通信博覧会」、会期は3月2日から10日、会場は広島市の百貨店である福屋に変更されたことが伝えられた。結局、さらに計画は変更され、開催直前に会期は3月2日から8日までとすることが決定された。

このように、計画案の変更が繰り返される事態は生じたものの、通信博物館からの協力は得ることができていたので、日本橋でも展示されたパネルやジオラマなどが出品されていた（図4-1）。軍事郵便関連の展示では、「故郷のたより」というタイトルで、兵士たちが故郷から送られてきた軍事郵便を読んでいるところが再現されていた（図4-2）。



図4-1 日本橋でも展示されたパネルとジオラマ

テレビの受像実験の実演や映画の上映など、映像関連の展示は行われなかったものの、観客の入りは福岡よりも好調で、3月2日は1万6600人、3日は3万8900人、4日は6,500人、5日は4,300人、6日は6,400人、7日は9,500人、8日は2万3400人と、合計で10万5600人の観客が訪れた。推定でしかないが、広島では主催は新聞社、後援にも放送局が名を連ねていたため、新聞やラジオを通して積極的に展覧会の宣伝が行われていたのではな



図4-2 軍事郵便展示「故郷のたより」

いだろうか。日本橋での展覧会の際も、新聞に開催告知が掲載され、その影響もあって多くの観客が訪れたことは前稿で述べた。福岡でも、ポスターやチラシ、街頭の看板などが作られ、展覧会開催の告知は行われていたが、マス・メディアを利用した宣伝は行われていなかったのかもしれない。福岡で減少した観客の入りが高松で回復したのは、宣伝方法に違いがあったからだと考えられる。

(4) 「興亜通信博覧会」(高松)

広島での展覧会開催の計画が確定していなかった2月15日、広島通信局は、広島に続いて高松でも展覧会を開催したい旨を、通信博物館側に伝えている(監郵第四〇七八号)。名称は、広島と同じで「興亜通信博覧会」、主催は広島通信局と高松郵便局、会期は3月15日から21日まで、会場は高松三越という計画であった。

広島の直後の開催で、主催も広島で後援していた広島通信局であったので、計画が変更されるような事態が生じることはなく、展示内容も広島とほぼ同じものが並べられた。観客数は、3月15日が7,001人、16日が1万841人、17日が1万8753人、18日の月曜は休日、19日が1万785人、20日が1万801人、21日が1万2415人、合計7万596人であった。広島からの連続開催ということで、広島の好調が続いた結果といえよう。もちろん、高松でもポスターやチラシは作成され、郵便局の窓口に掲示されるなど、宣伝活動は行われていた。

高松の展示品で珍しかったのは、公衆電話が設置されていたことである(図5)。日本に初めて公衆電話が設置されたのは1900(明治33)年9月で(その前から、事務員が常駐する電話所は存在していた)、その数は次第に増えていったのだが、設置される場所は東京、大阪、札幌、名古屋、広島、福岡などの大都市がほとんどであった⁽⁸⁾。

つまり、これまで「興亜通信展覧会」が開催されてきた大都市では、公衆電話は珍しくなかったのである。だからこそ、公衆電話が展示されることもなかった。しかし、高松の場合は珍しかった。この公衆電話の設置が展覧会の集客にどれほど影響があったのかを調べることは困難だが、公衆電話は展示品の目玉の1つであったに違いない。ちなみに、設置された公衆電話の入口を指している矢印の掲示には、「興亜通信博覧会期間中皆様の御便利のため臨時に設置しました。御利用下さい。」と記されている。



図5 高松会場に設置された公衆電話

(5) 「逡信時局展覧会」(大分・鹿児島)

1940年3月、大分市の一丸デパートの専務取締役一丸源一郎は、熊本逡信局に展覧会開催の希望を申し出ていた。福岡では岩田屋が、小倉では菊屋が展覧会を開催しているにも関わらず、自分たちはいまだに開催の機会を得ていないことに、一丸側は不満を抱いていたのである。一

8 藤井信幸『通信と地域社会』日本経済評論社、2005年、145～146頁。

丸からの要望を受け、熊本通信局は通信博物館に対し、広島主催のものが終了したら、次は一丸に協力するよう要請した。

一丸側の希望は実現し、4月20日から29日まで、一丸デパートにて「逋信時局展覧会」が開催された。主催・後援は先の表に示した通りである。展示内容は、これまでのものと大きな違いはない。観客数は、20日が4,820人、21日が7,912人、22日が1,249人、23日が1,985人、24日が1,126人、25日が6,500人、26日が2,702人、27日が2,813人、28日が8,325人、29日が5,876人、合計4万3308人であった。すでに福岡や小倉ではほぼ同じ内容の展覧会が開催されていたのだから、観客数としてはこの程度であろう。

なお、やはり「ライバル」としては負けられないのか。一丸デパートで展覧会が開催されていた4月24日、鹿児島市の高島屋が通信博物館に対し、展覧会の開催希望を申し出ている。高島屋としては、前年に日本橋で開催できなかったもので、開催は「悲願」であったのかもしれない。希望通り、「逋信時局展覧会」は5月7日から16日まで開催された。主催・後援は、先の表に示した通りである。内容は、大分のものと同様である。観客数については、記録が残されていない。

(6) 「逋信展覧会」(新潟)

1940年8月8日、新潟郵便局より通信博物館周知係に対し、「逋信展覧会」の開催を希望する申し出が届いた。これは、9月15日に新潟郵便局が新庁舎に移転するため、それを記念するイベントとして、さらには新潟市が日本海における「大陸発展の基地」であり、市民に向けて「交通、逋信の重要性」を訴える必要があるということで、展覧会の開催を求めたものである。

8月29日および9月20日の2回にわたり、通信博物館は新潟郵便局に対し、「逋信展覧会」に出品する展示品の概要を伝えた。その内容としては、これまでの「興亜逋信展覧会」とほぼ同じもので、「日満支三国」の郵便事業、逋信事業、航空事業、放送事業に関するもの、軍事郵便に関するものなどであった。展覧会の主催・会期・会場については先の表に示した通りである。観客数の記録は残されていない。

4 おわりに

以上、前稿を補うべく、「興亜逋信展覧会」について述べてきた。「日満支三国」との「連環関係」の現状や、逋信事業の重要性を国民に知らしめるための「興亜逋信展覧会」は、東京に始まり、全国各地を巡回した。場所によっては、観客の入りやや低調だったところもあるが、基本的には各地で数万人の観客を動員するほどのイベントだったのだから、逋信省や通信博物館としては「成功」といえる展覧会だったのだろう。

会場となる百貨店側が、まるで競い合うかのように展覧会の開催希望を逋信局や通信博物館に申し出たのも、ある程度の集客が見込めるこのイベントを開催できるという「実力」を世間にアピールすることが、店の「ブランド力」の向上につながると考えたからに違いない。「興亜逋信展覧会」は、百貨店にとって魅力的なコンテンツだったのである。

この数万人を集めるイベントに軍事郵便関連の展示品が並べられていたことの意味については前稿で述べたが、今回の考察を行った上で、新たな視点を加えるなら、展覧会での軍事郵便展示は、野戦郵便局の様子を描くことが中心だったということである。パネル、写真、ジオラマ、映画など、多くは野戦郵便局に焦点を当てたものであった。展覧会を主催する逋信省・逋信局・通信博物館としては、郵便物は届ける配達人がいるからこそ届くのであり、それを戦地

で行っているのが野戦郵便局であるということを国民に広く知らしめる必要があったのである。

軍事郵便は、国内では逓信省が取り扱うが、戦地では野戦郵便局（陸軍）と軍用郵便所（海軍）が取り扱った。ただ、これは管轄が変わるだけで、逓信職員たちは軍属として戦地に派遣されており、戦地でも逓信業務を担っていたのである⁹⁾。戦地のなかで懸命に働く逓信職員たちがいるからこそ、国内に出すのと同様に郵便物が届く。軍事郵便展示は、逓信職員たちの懸命な働きと、それによって確保される郵便事業の信頼性の高さを国民にアピールしていたのである。

また、展覧会の主旨に挙げられていた「日満支三国」の通信事業の「連環関係」を形成するものの1つとして、野戦郵便局が描かれていたことの意味も大きい。当然ながら、「日満支三国」の「連環関係」とはあくまでも建て前であり、実際には「帝国日本」を中心にした東アジアの支配体制というのが本音である。この本音が隠された展覧会に野戦郵便局関連の展示品が並べられたということは、野戦郵便局も東アジアにおける日本の支配体制構築のための拠点の1つだと、逓信省が考えていたということである。

これは、決して驚くような話ではない。日本が近代国家として歩み始めてすぐに郵便制度が整備されたことから分かるように、郵便とは国家の勢力圏を示す重要な要素の1つなのである。つまり、戦地に野戦郵便局を設置するということは、その地を自らの勢力圏に組み込んだことを示すことにつながるのである。

軍事郵便は、戦地と銃後をつなぐものであった。そのため、現在では戦時下における兵士と家族、あるいは兵士と故郷などとの「絆」を伝える史料として注目されている。そのこと自体は、戦争の記憶の継承や平和を希求する思いから生じているので、何ら否定されるものではない。ただ、歴史研究という視点から見ると、そこにばかり重きを置いては、戦時下における軍事郵便が果たしていた役割や、野戦郵便局が設置されていたことの意味などを見誤ってしまう可能性もあるので、注意が必要である。

さて、最初に述べたように、本稿は前稿を補うものである。そのため、本稿だけでは逓信博物館の軍事郵便展示について分かりづらい点があるかもしれない。前稿も、併せて参照していただければ幸いである。

(ごとう やすゆき 専修大学 文学部 非常勤講師)

9 「玉砕」が実行されたことで知られるアッツ島には、26人の逓信職員が野戦郵便局員として応召されていた。兵士としての応召ではなかったが、彼らも「玉砕」により命を落とした（拙稿「戦時下の逓信職員組織・逓信報国団に関する基礎的研究」『郵政博物館 研究紀要』第5号、2014年3月）。