

トピックス

館蔵の正月用引札にみる郵便集配員

—福神としての図像を中心に—

倉地 伸枝

1 はじめに

郵政博物館では、令和元年度の秋期企画展として「郵便屋さんの図像学」(Iconography of Postman)⁽¹⁾を開催した。同展では、郵便創業期から1970年代までに制作された錦絵、周知印刷物、省機関誌の表紙原画など館蔵資料約150点を展示し、そこに登場する郵便集配員の図像の特徴や歴史的変遷をたどった。

同展で目玉とした展示資料のひとつが、郵便集配員を描いた正月用引札である。正月用引札は明治中頃から大正時代に商家が年始の贈答品として得意先に配布した一枚摺で、新春に相応しい吉祥図像や流行の風俗を刷り込んだものである。郵便集配員はそこにどのような姿で登場しているだろうか。本稿では、これまでほとんど紹介されてこなかった館蔵の正月用引札の概況を示し、そのうち郵便集配員を描いた作例について図像の特徴と意味を考察したい。



【図1】 引札「御定宿 大坂さかいすじ長堀ばし南詰
[大阪府] 平野屋佐吉
1978-272、明治初期
※表・裏面

2 館蔵の引札と正月用引札

郵政博物館には約35点の引札が収蔵される⁽²⁾。引札は商店の来店誘致や商品の売り込みのための広告を載せた紙⁽³⁾で、当館に伝わるのは江戸から明治時代初期に飛脚問屋や街道筋の宿

- 1 2019年10月12日（土）～12月25日（水）。開催概要は本誌『郵政博物館 研究紀要』第11号の「展覧会紹介」を参照。
- 2 当館の引札コレクションは、一般資料（整理番号1978または9000、郵政省郵政研究所附属資料館（通信総合博物館）編『一般資料目録』1990年、35頁 ※9000については掲載なし）と図書資料（整理番号SAA、SBA、SGC、SJCのいずれか、同編『図書資料目録（下）』1992年、211-249頁）にまたがって分類されている。その大部分は当館が「駅通史（資）料」と称するもので、江戸時代を中心とした通信・交通等に関わる資料群である。個々の引札の来歴は明らかでないが、井上氏によれば「駅通資料」は①駅通司・駅通寮・通信省が交通分野の歴史調査のため収集したもの、②駅通司が道中奉行所から引き継いだもの、③郵便取扱所の前身となった宿駅等への関心から随時収集されたもの、④郵便博物館創業期に館活動を牽引した樋畑雪湖（1858-1943年）が収集したもののいずれかであるという（井上卓朗「郵政資料館所蔵資料概要」『郵政資料館 研究紀要』創刊号、郵政資料館、2010年3月、105頁）。
- 3 紙を配るという広告方法は、1683（天和3）年に越後屋三井（現在の三越百貨店）が「現金安売掛値なし」の新商法を謳ったものが嚆矢とされる。このような方法は元禄（1688-1704年）頃から始まり、文化・文政（1804-30年）頃に開花したとされるが、「引札」という用語が文献に登場するのは文政以降で、それまでは「札廻し」などと呼ばれていたという。引札の語源は、「客を引く札」、あるいはかつて配ることを「引く」といったことから「配る札」とあるという説が定着している。以上のことは引札研究に先鞭をつけた増田氏によって指摘され、その後の研究でも踏襲されている（増田太次郎『引札繪ビラ風俗史』青蛙房、2010年（初版1981年）、12-18頁）。

屋、船問屋などが配布したとみられる作例である。その形式は【図1】のように30×10cm程度の細長いものが多く、上部に業種に関わる簡単な絵図、下部に店名や所在地などの情報が記載されている。このうちのいくつかには裏面に道中案内図や周辺の社寺参詣路なども刷り込まれているが、多くは絵図よりも文字情報が主体となっている。

このような質実な印象の引札とは別に、当館にはこれより大振り⁽⁴⁾で画面の大部分を華やかな多色刷り⁽⁵⁾の絵柄が占める作例がみられる。これは明治中頃から大正時代にかけて商家が得意先に年賀の贈答品として配布したもので、先行研究が「正月用引札」と呼び通常の引札とは区別して論じてきたものである⁽⁶⁾。正月用引札には商店や商品に関わる広告だけでなく、顧客にとって便利な暦などの生活情報や、新春に相応しいめでたく美しい図像が掲載された。商家は新年も得意先から一層の愛顧を得られるよう、このような魅力的な正月用引札をあつらえ、年末の掛取りや年始回りの折に贈ったという。

当館には約35点の正月用引札が収蔵されているが、その大半は郵便や通信に関わる特徴をもつものである⁽⁷⁾。その内訳としては、第一に全体構成のなかに郵便物の種別や料

金、利用上の注意点などをまとめた表を組み込んだものがある。正月用引札には暮らしに有用な情報がしばしば盛り込まれたが、その代表として知られる暦のほか、郵便の利用案内を掲載した例も少なくない⁽⁸⁾。当時の人々はこのような情報を手近に参照するため、受け取った正月用引札を居間や台所などの壁や襖、障子に長く貼り出していたことが知られている⁽⁹⁾。またこれこそが、店名や所在地などの情報を継続的に顧客の目に触れさ



【図2】 正月用引札「呉服太物唐物洋傘シャツ股引染糸糸類 信州篠ノ井町停車場通り [長野県] 山屋呉服店」2996-025、1920（大正9）年

- 4 正月用引札の主なサイズは大奉書サイズ（53.0×39.4cm）かこれを縦に二つ切りした大判サイズ（39.0×26.5cm）であるとされるが、当館のものはすべて後者である（熊倉一紗『明治・大正の広告メディア 〈正月用引札〉が語るもの』吉川弘文館、2015年、51頁）。
- 5 正月用引札は石版印刷が主であると考えられていたが、その図像制作を寡占していた大阪の古島印刷所と中井印刷所には、機械刷木版も導入されていたことが近年指摘された（熊倉、前掲書、41-46頁）。
- 6 正月用引札が通常の引札とは異なる様式と機能をもつことは増田氏によって指摘され（増田、前掲書、45-48頁）、その後の研究でも踏襲されている（樋口知志・佐藤友理「引札に見る近世・近代の社会と文化」『アルテス リベラレス（岩手大学人文社会科学部紀要）』第86号、2010年6月、58頁／熊倉、前掲書、4頁）。ただし、各地のコレクションには両者を区別せずに紹介している例もある（藤井樊『讃岐の引札—広告に見る明治・大正浪漫』四国新聞社、1996年／加賀市教育委員会『引札の世界 北前船がもたらした華麗なる広告チラシ』加賀市教育委員会、1999年）。
- 7 当館の正月用引札コレクションも、一般資料（整理番号2996または3997、前掲『一般資料目録』、171-172頁 ※3997については掲載なし）と図書資料（整理番号NNA、※『図書資料目録（上・下）』に掲載なし）にまたがるが、大半は「2996」に含まれる。当館データベースによれば、このコレクションは堀田良平氏による1973年と1983年の5点の寄贈を素地とし、1984～97年の購入によって拡充された。購入元としては福地書店（17点）、アベノスタンプコイン社東京支店（2点）、泰川堂書店（2点）が記録に残っており、泰川堂書店から購入された【図6】には28,000円の値札が添えられている。各地の正月用引札コレクションがしばしば地元の商家などに伝わったものを核とするのに対し、当館のコレクションは郵便や通信との関連性を基準に後世に収集されたものであることに特色がある。なお、当該資料の収集活動は1997年以降中断されているが、館外のコレクションにも目を向けるべき作例がある（増田、前掲書、第6図（23頁）および森嘉紀『金沢の引札』文一総合出版、1979年、51番（17頁）など）。
- 8 樋口・佐藤氏は、正月用引札に掲載される「便利な生活情報」として「暦」と「郵便料金表」の2つを挙げている（樋口・佐藤、前掲論文、57頁）。

せ、印象づけたいと考える商家のねらいでもあった。第二に、郵便や電信に関わる図像を描いたものが挙げられる。正月用引札には鉄道や時計塔など新時代を象徴するモチーフが好んで描かれるが、郵便ポスト、電柱、電話機、郵便や電報の配達員などもこれらと並んでしばしば登場するものである。【図2】は郵便の利用案内と郵便に関わる図像の両方がみられる作例で、流行の束髪をしたモダンな女性たちの傍らには、「小包郵便料」の表が赤い郵便ポストの正面に描き込まれている⁽¹⁰⁾。

本稿では、郵便に関わる図像をもった作例から特に郵便集配員が描かれた9点に着目し、これらを図像の特徴から2つのグループに大別してみていきたい。1つめは、郵便集配員が通常の人間の姿で描かれ、店先に駆け込むさまが画中に小さく登場するものである。2つめは、郵便集配員が福神の姿で描かれ、郵便物を片手に配達に向かうさまが比較的大きく捉えられたものである。第3章と第4章では、それぞれの作品群を「人間による配達」「福神による配達」と便宜的に呼び分け、その配布年代、全体構成、図像の特徴と意味を検討していきたい。

3 人間による配達

(1) 配布年代

商店に駆け込む郵便集配員を描いた正月用引札としては、似通った様式のもものが5点収蔵されている。これらの正月用引札はいつ頃配布されていたものなのか。【図3,4】には略暦⁽¹¹⁾が掲載されており、1888（明治21）年および1890（明治23）年の年始用に配布されたことが分かる。また【図3】には、図像部分が同一で、商店主が加賀国の平松亥三郎、略暦が1883（明治16）年という異なるバリエーション⁽¹²⁾も確認された。これは、この正月用引札が既製の図像にそのほかの情報を加刷するという「名入れ方式」⁽¹³⁾によって制作されたことを示しており、当該図像の作例はすでに1883（明治16）年頃から出回っていたことがわかる。

一方、暦の記載がない【図5～7】は年代の手がかりが得にくい、その図像には【図3,4】と似通った特徴がみられ、両者が同じ頃に配布されたのではないかと推測される。

- 9 熊倉氏は、この裏付けとなる同時代の証言や絵画資料、文化財として保存された住宅の事例を報告している（熊倉、前掲書、51-54頁）。
- 10 ここに表示された「小包郵便料」は、1919（大正8）年4月15日に改正されたばかりの新料金（通信省『通信事業史』第2巻、通信協会、1940年、239頁）。郵便ポストは特徴的な差入口のデザインから1908（明治41）年に導入された「回転式ポスト」とわかるが、本来見られる上部の段状のくびれ、胴部の「郵便 POST」の金色浮出文字や開函扉などは、描写から省かれている。同ポストについては、井上卓朗「最初の公式鋳鉄製赤色円筒形郵便柱箱—回転式ポストとその改良について」『郵政博物館研究紀要』第7号、2016年3月、76-88頁を参照。
- 11 略暦は年間の重要な行事を抜粋した暦で、例えば【図4】は左右両端の欄に月の大小（31日ある月と28・30日ある月の別）、その内側上段に四方拝からはじまる10日間の祝祭日、中段右に甲子と庚申の日、中段左から下段3行に二十四節気、下段中央に日曜表を記載している。なお、左下の刊記からこの引札の「印刷兼発行人」は大阪府の鈴木利兵衛であること、右上欄外に「明治廿二年十一月廿一日印刷」「全年十一月廿三日出版御届」とあることから、配布前年の秋に印刷し、出版届を出していることがわかる。江戸時代に暦の印刷頒布を独占した暦師は、1872（明治5）年に政府指導のもと「頒暦商社」を組織してその権益を保持したが、一枚物の略暦については1883（明治16）年に自由化されたという（中谷哲二「幕末明治の引札と画入り暦」『日本印刷学会誌』第45巻第4号、2008年、236-238頁）。
- 12 商店情報は「煙草舶亭投網卸売処 加賀国金沢区青草辻 平松亥三郎」（森、前掲書、44番（15頁）／熊倉、前掲書、図47（79頁））。
- 13 正月用引札の多くは、大阪を中心とする大手の印刷会社が図像部分を制作し、ここに地方の小規模印刷業者が商店情報や暦を刷り加えるというプロセスで生産された。まず大手業者は図像部分のさまざまな版下絵を絵師に描かせ、これを印刷して見本帖を作成する。次いでこの見本帖を全国の小規模業者に提供し、彼らを通じて在郷商店から注文を受ける。大手会社は指定された図像部分のみをまとめて印刷し、最後に小規模業者がこれに個別の商店情報や暦を刷り加えて完成させたという（熊倉、前掲書、27-29頁）。具体例は、後述註20を参照。

これらの具体的な類似点としては、まず人物の描き方が挙げられる。例えば【図5】の右側には紺色の着物に赤い帯を締め、閉じた洋傘のようなものを持つ女性が見られるが、この描写は【図3】中央の女性とほぼ同一であり、また【図4】左側の女性とも大きく似通っている。また、着物の色味や傘を開いている点は異なるが、【図7】の女中連れの女性も、【図5】をちょうど反転させたような立ち姿をみせている。また、本稿で問題にする郵便集配員も、【図3,5,7】においてほぼ同じ体勢で描かれている。

店先の暖簾部分にも共通点がみられる。いずれの作例にも黒地に白抜きで配布主の店名や屋号紋、取扱商品などの情報が書かれているが、これは図像部分にも名入れ方式が用いられたことを示している。【図5】を見ると、店舗左右の長暖簾と軒下の水引暖簾の部分がコの字を伏せたような空白となっているが、ここに配布主固有の情報が加刷されることによって、図像はその商店そのもののような現実味を帯びることになる。

正月用引札は社会世相の変化に応じて「人々の興味を引くような新奇な図像を常に開発」するものであったといわれており⁽¹⁴⁾、構図や人物描写、名入れの方式が著しく似通ったこれらの作例も、同時期に配布されたものではないかと推測される。配布年代が明記されない【図5～7】についても、【図3,4】と同時期の19世紀後期（明治10年代中頃～20年代前半）に出回っていた可能性が高いと思われる。

(2) 全体構成

全体の形式としては縦長と横長のものがある。縦長形式の【図3,4】は上段5分の2程度の枠内に図像、下段左に商店情報（店名／店主名、所在地、取扱商品）、右に黒地白抜きの略暦が配置される。横長形式の【図5～7】は画面の大半を図像が占め、左端に商店情報を記載する欄が設けられている。いずれも構成上の特徴としては、先述した暖簾部分の加刷を除き、図像、商店情報、暦がそれぞれ決められた枠内におおむね整然と収められていることを指摘できる。

なお、これらの構成要素を区切る枠線にもしばしば工夫が見られる。例えば【図5,6】の左端にみられる縦長の長方形は木製の吊り看板を、【図7】全体や【図5】の中央上段は巻物を模している。また、図像部分も観者の視線を引きつけるように上下端や周囲が鮮やかな赤線で区切られ⁽¹⁵⁾、内側に広がる源氏雲によって強調されている。



【図3】 正月用引札「呉服太物類 肥後高瀬保田本町〔熊本県〕米屋出店」2996-030、1888（明治21）年



【図4】 正月用引札「呉服類京都染物取次 播磨國龍野日山〔兵庫県〕木村初太郎」2996-031、1890（明治23）年

14 熊倉、前掲書、279-280頁。図像の具体的な変遷については同99-168頁に詳述される。

(3) 画像の特徴

いずれも商店や宿屋の入り口を描いたもので、真正面かやや俯瞰視点から捉えられた構図から、店内と往来の様子をともに垣間見ることができる⁽¹⁶⁾。

【図4】を例に店内をのぞいてみたい。上がり框の右側には2人の女性が腰をかけ、膝に紺色縞柄の反物を乗せて何か会話をしている。店にはいたるところに赤や紺色の反物が広げられ、彼女たちのすぐ右後ろに控える店員は黄色の反物を恭しく抱きかかえている。その左奥でも、角型火鉢を挟んで店員と客が商談をしているようだ。ここに描かれているのは、店のあちらこちらから会話が聞こえてきそうな、活気ある座売りの光景である。

店に面した往来も人で賑わっている。【図4】画面中央ではステッキをついた洋装の男性が店内を見つめ、その手前では男女連れが店先を指しながら会話をしている。一番左で見返る青衣着物の女性は一人のようにだが、買い物客の女性が小児（【図6】）や使用人（【図5,7】）を伴う姿も見られる。これらの客に交ざって、彼らを送迎する車夫が所在なさげに座り込んだり（【図5,6】）、店員が大きな風呂敷包みを背負って得意回りに出ようとする様子（【図4,6】）も描かれている。

【図4】の往来には客と店員以外の登場人物も描かれている。1人は画面右手から荷車を押して歩く運送人、もう1人は左手から店先に駆け込もうとする丸笠に洋式制服⁽¹⁷⁾の郵便集配員である。いずれも動きやスピード感を強調するように、運送人は着物の裾を翻しやや右足を上げ、郵便集配員は前のめりに



【図5】 正月用引札（商店情報未記載）2996-009、配布年不詳



【図6】 正月用引札「木綿唐反物装束物荒物 後志国磯谷〔北海道〕江州志店」2996-026、配布年不詳



【図7】 正月用引札「御定宿 京都烏丸通四條北入箒町〔京都府〕明田佐兵衛」2996-012、配布年不詳

15 ここで見る作例と直接的な影響関係はないかもしれないが、かつて通常の引札も人目につきやすいよう上部が赤く染められ、「天紅（てんべに）」とも呼ばれていたという（増田、前掲書、17-18頁）。

16 熊倉氏は、正月用引札に見られる店頭風景図は『摂津名所図会』（1798年）のような名所案内本や『大坂商工銘家集』（1846年）のような買物案内本の系譜に連なるとし、構図などの類似点を指摘している（熊倉、前掲書、132頁）。

17 1871（明治4）年の郵便創業まもなく、集配員の制服は黒を基調にしたモダンな洋装が採用されたが、明治末頃まではこれに「饅頭笠」と呼ばれる丸笠が組み合わされた。このようないで立ちは郵便集配員に独特のもので、画中に登場する場合もそれと特定しやすい。なお、画中の細かい表現は必ずしも現実に即しておらず、ここでは本来黒色を地色とする郵便鞆が赤や緑で塗られ、1887（明治20）年に笠の正面に表示するよう定められた通信省徽章「〒」も描かれていない。

なって左足を高く上げるさまが描かれている。運送人と郵便集配員という組み合わせは【図6】を除くすべての作例に見られるが、郵便集配員はいずれも肩から掛けた郵便鞆を脇で押さえながら駆け、【図3,5】では握りしめた書状を今まさに届けようとしている。集配員たちの表情はほとんど見えないものの、【図7】では歯をくいしばっているようにも見える。

これらの図像は、賑やかに集まる顧客と忙しく立ち働く店員、荷物を運び入れる運送人、そして書状を手に勢いよく店先に駆け込む郵便集配員の姿を通して、商店の活況を生き生きと表現している。

(4) 図像の意味

以上に見たように、これらの図像は店員や顧客という「人」、運送人が運ぶ「もの」、そして郵便集配員が届ける「情報」が店先に集中する光景を描いている。これが商売繁盛の状況を視覚的に示すものであることは、例えば株式会社島原貯金銀行の支店開業広告【図8】を



【図8】 引札（支店開業広告）「株式会社 島原貯金銀行 [長崎県]」2996-07、配布年不詳

見ても明らかである。ここには同銀行に金を預けた勤勉な「甲吉」という男性が呉服業で成功を収める物語が描かれているが、その「商業大繁昌図」と題された右上結末の一コマにも、客や荷物とともに書状を携えた郵便集配員の後ろ姿が見られる。店員と客、運送人、郵便集配員の姿を通して、人、物流、通信の活発な交流を描くことは、商売繁盛の様子を伝えるための定型的な表現だったのではないだろうか。通信については、当時刊行された『商人必携 郵送便覧』の緒言に、「夫れ通信の商家に必用なる 老者の杖に抛り暗夜の燈に於けるが如し [...] 商人の通信に抛らざれば商業振はず 売買取引行ふ能はず」⁽¹⁸⁾と説かれるように、商業の成功に不可欠と見なされたものであった。ここで郵便集配員は、通信が活発に交わされる状況、そしてそれがもたらす商売繁盛の象徴として描かれていると考えられる。商店はこのような図像を通して新年も一層の繁盛を祈念する⁽¹⁹⁾とともに、自店の活況を顧客に示すことで来店意欲をそそろうとしたと考えられる。

18 横野鎮次編『商人必携 郵送便覧』吉岡平助、1893（明治26）年、頁記載なし。

19 熊倉氏は、正月用引札の図像には「未来の幸福状態を前もって表象し、そうすることでその現実化を願う」性質があるとし、民俗学における「予祝」の行為に通じると述べている（熊倉、前掲書、263頁）。

4 福神による配達

(1) 配布年代

郵便集配員が福神の姿で描かれる作例は4点が収蔵されている。このうち【図9～11】の配布年は略暦からそれぞれ1902（明治35）年、1904（明治37）年、1911（明治44）年とわかり⁽²⁰⁾、【図12】は背景に描かれている郵便はがきの様式⁽²¹⁾から、1876～88（明治9～21）年頃の制作と推測される。本章で扱う引札は【図12】のみ時代が先行すると思われるが、そのほかは20世紀初頭（明治30年代中頃～40年代中頃）にかけて配布されたものである。



【図9】 正月用引札「御菓子砂糖卸小売 松本南新家町〔長野県〕油屋店」 2996-008、1902（明治35）年



【参考図1（註28）】 「菊はがき」（紐枠、1銭）、1898（明治31）年発行

(2) 全体構成

縦長と横長の両方の形式がみられる。前章の作例では、図像、商店情報、暦などの諸要素がおおむねそれぞれ与えられた枠内に収められていたのに対し、ここではこれらの相互



【図10】 正月用引札「和漢砂糖類 荒物袋物類 各国煙草 類諸茶 信州下高井郡中野西町上〔長野県〕南商店」 2996-005、1904（明治37）年



【参考図2（註25）】 「菊はがき」（青枠、1銭5厘）、1899（明治32）年発行

侵食が進み、画面全体がより複雑なものになっている。例えば【図10】では、太い黒枠で囲われた画面の左側に商店情報と略暦が並び、右側に2つの縦長の長方形が重なりあっている。図像は特定の枠内に収まることなく、これらの背面や手前の層にまた

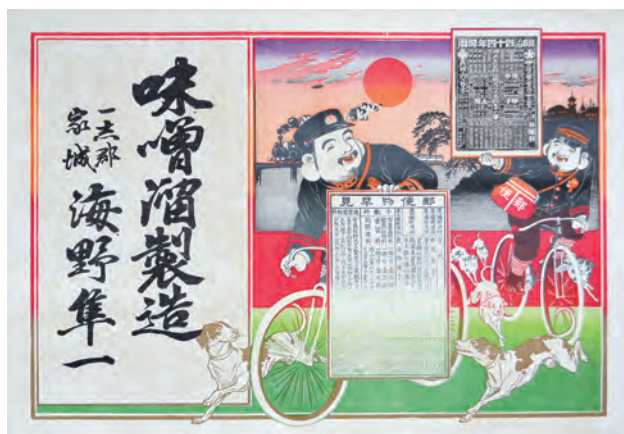


【参考図3（註20）】 正月用引札「手伝請負并二荒物セメント 灰 京都市東洞院通佛光寺上ル 田原國造」 筆者蔵、配布年不詳

20 【図3】と同様に、【図9,10】にも加刷違いの作例が確認された（【図9】は藤井、前掲書、資料134（88頁）、【図10】は同書の資料68（46頁）と【参考図3】）ものの、いずれも暦を掲載していないため年代の参考にはならない。なお、この藤井コレクションと筆者蔵の作例は商店情報のみを堂々とした筆文字で加刷しており、比較的全体のバランスがよい。当館の【図9】は商店情報と暦のあいだがやや間延びして見え、逆に【図10】は暦の右端に松竹梅の図像が重なって彼岸や庚申の日にちが判読しにくくなっている。

21 後述註26参照。

がるように描かれている。【図9,12】の空間構成はここまで複雑ではないものの、商店情報や暦は図像の内側に取り込まれ、それぞれの境界がはっきりとは区切られていない。【図11】は画面が赤い二重線で2つに分けられているが、略暦と郵便物早見表は商店情報と併記されず、図像の内部に埋め込まれている。



【図11】 正月用引札「味噌溜製造 一志郡家城〔三重県〕海野隼一」2996-047-02、1911（明治44）年

なお、前章の【図5～7】では商店情報が吊り看板や巻物を模した枠内に描かれていることを指摘したが、ここでは郵便はがきが同様の役割を果たしている。詳細は後述するが、例えば【図12】は画面全体があたかも1枚のはがきに描かれているかのようなのである。

(3) 図像の特徴

ここでは全体の構図、郵便集配員の描写、そして郵便はがきを模した意匠の3点に着目してみていきたい。

まず構図については、前章に比べてより広がりのある空間構成を指摘することができる。前章の作例は店構えをほぼ正面から捉えるもので、奥行きは店内がかろうじてのぞき込める程度にしか描かれていなかったが、

【図9】の右遠景には日章旗を掲げた家屋、【図11】にはニコライ堂を思わせる高台の洋風建築群、【図12】には遠くそびえる富士山や洋上に浮かぶ船をのぞむことができる。このような



【図12】 正月用引札「御料理志多し處 員弁郡楚原〔三重県〕大黒や」2996-028、配布年不詳

右後景のモチーフは、左手前へと続く道や砂浜（【図9,12】）、あるいは鉄橋（【図11】）によって前中景へと連続する。この上を集配員や汽車が走ってくことで、観者の視線は右奥から手前へと誘導される。

また、【図10】の空間は連続するというより層状に重なりあっているが、ここでも2つの空間をまたぐように集配員が左手前へと大股で一步を踏み出している。いずれの作例においても、郵便集配員は遠近感のある空間に配され、右奥から観者の側に向ってくるという構図が取られている。

次に着目したいのが、郵便集配員の描写である。彼らは前章の作例では店頭風景の一部として小さく描かれていたにすぎなかったが、ここではクローズアップで捉えられ存在感を増して



【参考図4（註26）】 「小判はがき」（紙幣寮銘、1銭）、1876（明治9）年発行

いる。まずすべての作例に共通するのが、これらの集配員が大きな耳たぶをもち、ふくよかな顔で微笑んでいることである。このような福相は、彼らがただの人間ではなく、正月用引札のモチーフとして頻繁に登場する福神⁽²²⁾であることを示唆している。細部の描写もこれを裏付けるもので、例えば【図11】では、左右の集配員はそれぞれ左胸に鯛と小槌の形をした胸章をつけており、彼らがこれを^{アトリビュート}持物とする恵比寿、大黒天であることが示されている⁽²³⁾。

なお、【図11】に限っては恵比寿と大黒天の二神が郵便集配員に扮しているが、そのほかの作例では大黒天がこの役を担っている。このことは【図9】の制帽が左右の垂れたいわゆる大黒頭巾になっていること、【図12】の胸章が小槌であることからわかる。【図10】の集配員には直接的な持物は見られないが、右の商店主と思われる福神は烏帽子、三つ菱柏紋の狩衣、駕籠の鯛という持物から恵比寿とわかるため、もう一方はこれと対で表現される大黒天と考えるのが自然であろう。なお、背後に描かれた「注文はがき」の料額印面には上部両隅の円内に小槌が描かれており、本図における大黒天の存在が示唆されている。郵便集配員が同じ福神でも特に大黒天として描かれるのは、恐らく大きな郵便鞆を肩にかけた姿が、宝袋を担ぐ大黒天とより結びつきやすかった⁽²⁴⁾からだと思われる。

最後に注目したいのが郵便はがきを模した意匠で、【図11】以外の作例に登場する。ここでは、郵便集配員などの登場人物が実際に手に持つはがきと、画面の背景としてのはがきの両方が描かれており、異なる次元の描写が入れ子状に組み合わせられている。これらはどのように描かれているだろうか。

まず【図10】では、画面右の恵比寿が、四隅に正方形を配した青い枠のはがき⁽²⁵⁾を手読んでいます。そのデザインは背景に描かれた「注文はがき」と似通っており、観者は両者を重ねあわせて見るようながされる。この恵比寿はそろばんや大福帳を前に座っていることから商店主と考えられるが、彼は店外へと踵を返した集配員から、たった今受け取った注文はがきを読んでいるところとみられる。床には現金が積まれており、この注文が新たな儲けを生むことに満足気な様子である。一方で、郵便集配員が右手に持つはがきは料額印面と枠線が赤く、この注文はがきとは別のものであることが示唆されている。商店に背を向け、次に配達に向かう

22 2000点を超える正月用引札を調査した熊倉氏は、「七福神や福助、お多福、高砂の尉と姥、狸々といった福徳を授ける神や縁起物、霊獣など」、現世利益をもたらす存在は神仙の画題のうち特に人気があり、なかでも「商売繁昌」「財福供給」をもたらす恵比寿と大黒天は頻出すると指摘している（熊倉、前掲書、102-104頁）。この二神については増田氏も、「正月用引札には、よくもこんなに飽きもせずエビス・大黒が使われたものかと、あきれるくらい多い」と述べている（増田太次郎『引札 繪びら 錦繪廣告』誠文堂新光社、1977年、82頁）。

23 当時、実際の郵便集配員は「〒」マークを桜花が囲むデザインの胸章をつけていた（「通信官署傭人制服規程」（公達第749号）、『逓信公報』第5338号、1909年10月20日、2017頁）。

24 漫画家の長崎拔天（1904-81年）は1956年のコラムで、「大きな袋を肩にかけ 大国さまが来かかるとここにイナバの白兎 皮を剥がれて赤裸」という唱歌について、これを聞くと郵便集配員を思い浮かべ、逆に郵便集配員を見ると必ずこの唱歌を口ずさむと述べている（長崎拔天「とんち教室 綴り方 大きな袋」『ぼすとまん』郵務局だより第52号、1956年、8頁）。これは石原和三郎作詞・田村虎蔵作曲の「大くさま」と題された唱歌で、ちょうど本章の正月用引札が制作された頃の1905（明治38）年に『尋常小学唱歌（二ノ中）』に掲載された（金田一春彦、安西愛子編『日本の唱歌（上） 明治篇』講談社、2017年、218-219頁）。「大きな袋を肩にかけ」で始まるこの唱歌は、袋を持った大黒天のイメージを一層定着させ、同じように郵便鞆を肩にした集配員との連想をうながしたかもしれない。

25 1898～1911（明治31～44）年に発行された「菊はがき」と総称される官製はがきのうち、1899（明治32）年5月に発行された1銭5厘の「青枠」と呼ばれるもの〔参考図2〕を模していると思われる。ただし、四隅の正方形内の四つ花菱や枠線の連続模様がオリジナルに倣う一方、本来「郵便はがき」と記載される上側部分が「注文はがき」に、料額印面中央の菊花が桜花、二重円上部の「大日本帝国郵便」が「大日本帝国大阪」、下部の「壹銭五厘」が「萬歳」、上二隅の円内が駅鈴の代わりに小槌、下二隅の料額「1 1/2」「SN.」が「繁」「栄」の文字となり、商売や吉祥に関わる内容に改変されている。

先は顧客のところであろうか。

次に【図12】では、集配員がもつはがきの宛先に「各府縣御得意様 貴下」(【図12】部分)と判読でき、これが明らかに得意先に宛てられたものとわかる。このはがき⁽²⁶⁾も四隅の正方形や左上の青く塗りつぶされた楕円形が背景のはがきと同じデザインで、両者が同一のものであることが示唆されている⁽²⁷⁾。観者はこの正月用引札そのものを画中のはがきと重ね、それがあたかも大黒天扮する郵便集配員から届けられたもののように感じられる構造となっている。



【図12】部分(180度回転)

最後に【図9】については、集配員が持つはがきは細部まで描かれず、画面右上からのぞくはがきと必ずしも同一のようには表現されていない。しかし、集配員の上方に出現する恵比寿⁽²⁸⁾に着目すると、彼は少女に「ふくとく」と書かれた短冊を手渡している。その手は集配員の手の向きをなぞるように平行に配され、両者は重ねあわせて見られるように描かれている。この恵比寿は背景のはがきと集配員の配達するはがきの中間に位置し、画面右側に集中する3つのモチーフを結びつけている。画面右上のめくれた部分にははがき⁽²⁹⁾の宛名面と通信面がのぞくが、後者には顧客の愛顧に感謝を述べる文句が書かれている。これらを総じて考えると、大黒天の集配員が運ぶはがきは顧客に福德をもたらし、また謝意を伝えるものとして描かれていると解釈できるのではないだろうか。

以上に見たように、画中に登場するはがきは商店が顧客から注文を受けるためのものだけでなく、商店から顧客に案内や謝意を伝える媒体としても表現されていることが指摘できる。

本項では、「福神による配達」の図像の特徴として次の点を確認した。第一に、右奥から左手前に郵便集配員が向かってくる構図、第二に、集配員が大黒天を主とする福神として描かれていること、第三に、画中のはがきが商店から顧客に宛てたものとしても表現されていることである。

(4) 図像の意味

このような図像の特徴を踏まえると、観者、すなわちこの正月用引札を贈られた顧客は、あ

- 26 1876~88(明治9~21)年に発行された「小判はがき」[参考図4]と称される官製はがきを模したものとみられる。枠線の四隅に配された正方形や、外側で太く内側で細い子持ち罫と数珠つなぎの菱形がオリジナルに忠実に倣う一方、料額印面は部分的に白い雲に隠れ、上部の5つの桐花に書かれる文字が「大日本郵便」から「大日本儲便」、本来1銭の「壹」と書かれる料額文字が「商」、また、本来左から「JAPANESE POST」と書かれる外周下半分が左右共にJAPANのように改変されている。偽造防止のために入れられた機械彫刻の地模様まで丁寧に再現されており、民間における印刷技術の高さを示している。
- 27 なお、画中には「御注文の節は、はがきにて申し越しください頼み上げ候」と記載されている。この背景のはがきには、顧客から差し出される注文はがきとしてのイメージも重ねられているかもしれない。配布主である仕出し屋と顧客は、料理を届けることのできる比較的近距离に所在していたはずだが、来店ではなく郵便を介しての注文が推奨されている点が興味深い。
- 28 この福神は烏帽子をかぶっていることから恵比寿とみられるが、彼が扮するのは右肩に担いだ梅枝の短冊に「正直第一」などと書かれることから商店主とも、あるいは胸に「福便」と書かれることから集配員とも考えられる。両者のダブルイメージかもしれない。
- 29 註25で述べた通称「菊はがき」のうち、料額印面の茶味を帯びた色調や1銭の料額を示す左下隅の「1」は、1898(明治31)年12月に発行された「紐枠」と呼ばれるもの[参考図1]をイメージしていると思われる。ただし、画中の枠線角に見られるくびれた菱形、それに沿うよう内巻きに収まった唐草状の先端、内部の四つ花菱、引き伸ばされた菱形と六角形の連続模様は本来の紐状の枠線とは大きく異なり、どちらかというと言年発行の「青枠」[参考図2]に近い。料額印面は、四隅の小さな円や中央の菊花紋章がオリジナルを模しているが、それを囲む文字が「大日本帝国郵便」から「大日本帝国商用」に改変されている。

たかも画中の郵便集配員が自分のもとに駆け寄り、福をもたらし知らせを差し出しているかのような感覚を抱いたのではないだろうか。通常、正月用引札は年末年始に商家が得意先をまわって直接手渡したとされている⁽³⁰⁾が、顧客が遠方に居住している場合には郵送も用いられたと考えられる⁽³¹⁾。このような場合、顧客は現実には訪れる郵便集配員を画中の福神と重ねあわせ、届けられた正月用引札に一層のありがたみを覚えたのではないだろうか。

前章でみた「人間による配達」を主題とする正月用引札は、賑わう店頭風景を描くことで新年の商売繁盛を祈念するという、商家本位の図像であった。店の活況を伝えるイメージは結果的に顧客の来店意欲をうながしたかもしれないが、画中にそれ以上の戦略的な広告メッセージを読み取ることはできない。これに対して本章の作例は、郵便集配員＝大黒天の手によって店から顧客へ良い知らせが届けられる様子を描くことで、自店が顧客の福利に奉仕する存在であることを巧みに印象づけている。正月用引札の広告機能はこれまで限定的にしか評価されてこなかった⁽³²⁾が、福神の訪れという顧客の利益を視覚化した図像は、商店に好印象を抱かせ来店と購買をうながす、積極的な広告としても評価できるのではないだろうか。

5 むすび

第3章では、19世紀後期（明治10年代中頃～20年代前半）に描かれたと思われる「人間による配達」の図像5点を検討し、郵便集配員が商売繁盛を象徴する一要素として登場していることを確認した。続く第4章では、20世紀初頭（明治30年代中頃～40年代中頃）を中心に配布された「福神による配達」の図像4点を分析し、集配員が商店から顧客、すなわち正月用引札の観者へと吉報を届ける福神として描かれるようになったことを指摘した。

そもそも正月用引札に郵便集配員がしばしば描かれるのは、1872（明治5）年に郵便網が全国に広がり、その姿が人々のあいだに浸透していたことが背景にあると考えられる。例えば【図6】は北海道後志国磯谷の呉服屋が配布したものだが、郵便はこのような辺縁の地にも、1876（明治9）年頃までには開設されていた⁽³³⁾。郵便集配員が全国どこでも理解されうるモチー

30 熊倉、前掲書、51頁。

31 例えば【図7】のように配布主が宿屋の場合、顧客は通常遠方に居住していると考えられる。増田氏は「問屋や宿屋など遠隔の地の客を相手にする業種の場合は、来店のお客に手渡すとか、ときには郵送の方法も取ったようである」と述べている（増田、前掲書（1977年）、73頁）。また、牧野氏は「〔北前船の〕某船主家の調査中、引札と年賀状が同封された郵便物を発見した」と報告し、北前船は冬の日本海の荒波を避けて秋の終わりに航海を終えているため、寄港地の船問屋などが正月に船主に引札を贈るには郵送に頼るほかなかったであろうとの見解も述べている（牧野隆信「北前船と引札」前掲『引札の世界 北前船がもたらした華麗なる広告チラシ』、75-77頁）。

32 熊倉氏は従来の研究が正月用引札の広告機能を積極的・肯定的に評価してこなかったことを疑問視し、新春の祝意を伝える正月用引札は顧客に喜びをもたらし、その返礼として来店や商品の購入をうながすという点で「間接的に広告機能を果たしていた」と論じている。しかし、正月用引札の図像については、「正月に相応しい目出度い吉祥図像」と一括するにとどまり、それ自体に広告的なメッセージが潜められている可能性については言及していない（熊倉、前掲書、268頁）。

33 1872（明治5）年7月の郵便全国実施には遅れるが、同年10月には「函館—札幌—小樽」、その3年後には太平洋岸の「苫小牧—浦河—釧路—根室」、さらに翌年にはオホーツク沿岸の「宗谷—紋別—網走—厚別」ルートが拓かれ、北海道を一周する郵便線路が完成した（井上卓朗、星名定雄共著『郵便の歴史—飛脚から郵政民営化までの歩みを語る—』株式会社鳴美、2018年、81頁）。なお、磯谷の雷電峠では通送人が郵便物を運ぶ途中で遭難する事故が多発していた。例えば1897（明治30）年秋には、雷電峠をのぼったところで「後方より一頭の熊躍り出て通送人の背に手を掛け引倒さんとし」たため、この通送人がとっさに着ていた合羽を脱いで逃げ出し、さらに火を焚いて難を逃れたという事件が報道された。この記事は、「同山の熊害は是のみならず往々危険の憂ありて昨今は交通殆ど杜絶したる程にて脚夫の雇入に応ずるものなき故警察署にても熊狩をなす筈にて其後は何れも松明を携え脚夫に付添人を増し通送中なりと云う」と結んでいる（「郵便通送人危険を免る」『交通』第17巻（第163号）、1897年10月10日、131（31）頁）。このような奥地にもユニバーサルサービスは徹底されていた。

フであるからこそ、各地の在郷商店をターゲットにしていた大手印刷会社は、その姿を繰り返して図像に盛り込んだのではないだろうか。

だが、なぜそのなかでも19世紀後期から20世紀初頭にかけて、郵便集配員＝福神という特異な図像が誕生したのであろうか⁽³⁴⁾。そこには、この頃小売業において、とりわけ顧客にとって郵便の存在感が増してきたことを指摘できるかもしれない。本稿のむすびとして、これについて簡単に言及したい。

まず第一に、1896（明治29）年に代金引換郵便制度が開始され、小包郵便の利便性が増したことを挙げたい。小包郵便制度自体は1892（明治25）年には誕生していたが、当初取り扱い地域が限られ、また代金を前払いすることへの不安があったためか、その利用は主に知己間の贈答等にとどまり、「小包郵便の真目的」である「商売品の売買乃至は見本の送受等」はわずかであったという⁽³⁵⁾。これが代金引換制度の導入により、人々は遠方地に欲しい品物⁽³⁶⁾があれば注文状を郵送し、支払いは商品受け取り後に行う⁽³⁷⁾ことができるようになった。これは消費者に安心⁽³⁸⁾と価格面での利益⁽³⁹⁾をもたらした。また、同じ1896（明治29）年には小包のサイズ制限も緩和され、呉服店や雑貨店が取り扱う「杖・傘・巻織物類」の郵送もできるようになっている⁽⁴⁰⁾。このような制度の充実を受け、1900（明治33）年には大店である三井呉服店も「地方係」という担当部門を設け、通信販売事業に本格的に乗り出している⁽⁴¹⁾。ここに至って「代金引換小包郵便の如きは国利民福を増進するに於て尠からざる力ある」⁽⁴²⁾と称賛されるようになり、実際にその取扱物数は1892（明治25）年には約4万個であったのが、1896（明治29）年には約274万個、1912（大正1）年には約2,416万個⁽⁴³⁾と桁違いに増加している。小包郵便のなかった時代、郵便集配員は商売繁盛を象徴する一要素として描かれるに過ぎなかったのが、小包郵便が伸張する時代には福の神として描かれても遜色がないほど、顧客を利する存在とみなされるにいたったことがうかがえる。

-
- 34 福神を人間のように描く例は実は郵便集配員に限らず、1894～1911（明治27～34）年頃には福神が「兵士のようにラッパを吹いたり、汽車を運転したり、電話をしていたりする」例や「電話をする人間の横で番頭に扮していたり」する例も報告されている（熊倉、前掲書、111-112頁）。正月用引札における福神図像の変遷という視点からみれば、福神＝郵便集配員をこの文脈に位置づけて考えることもできるであろう。
- 35 「代金引換小包郵便規則愈発布せられたり」『交通』第14巻（第139号）、1896年、366頁。
- 36 大都市に立地する小売店は「呉服、洋服、靴、薬、化粧品など」を、産地の業者は「茶や水晶など」を通信販売で取り扱っていたという（満園勇「三越による通信販売と地方資産家の流行受容」国立歴史民俗博物館・岩淵令治編『「江戸」の発見と商品化―大正期における三越の流行創出と消費文化（歴博フォーラム民俗展示の新構築）』岩田書院、2014年、30頁）。
- 37 ただし、今日のように、小包を配達してきた集配員に直接代金を支払うことはできなかった。代金引換の小包は局留めに限られ、受取人は郵便局からの到着通知を受けて窓口へ出向き、差出人が指定した金額を郵便為替で送金してから商品を受け取った（郵政省編『郵政百年史』吉川弘文館、1971年、248頁／井上・星名、前掲書、136頁）。
- 38 後払いが可能になったことにくわえ、商品に万が一の損害があった場合には政府から補償が受けられるという安心感もあった。渡邊醇之助『小包郵便法詳解』明法堂、1892（明治25）年の広告文は、「貨物の運送を以て業とする会社商店」は少なくないが、貨物通送上に損害が生じた場合に政府が進んで賠償責任を負うことを規定したのはこの法が嚆矢であると説いている（『交通』第5巻（第43号）1892年、1頁）。
- 39 実業家で『交通』の発刊者の一人である下村房次郎は、イギリスにおける小包郵便導入の事例に言及し、同地で旧来「仲買人なる一種の媒介商」が取り扱ってきたものが直取引となることで「需用給両者の収入がドッサリと増してきた」と述べている。小包郵便は生産者と消費者の距離を縮め、双方の利益を増すものとみなされていた（下村房次郎（演説の筆記抜抄）「郵便の形体及方法」『交通』第5巻（第50号）1893年、442頁）。
- 40 前掲『郵政百年史』、240頁。
- 41 満園、前掲書、30頁。
- 42 前掲「代金引換小包郵便規則愈発布せられたり」、368頁。
- 43 「郵第3表 引受内国小包郵便物数」郵政省編『郵政百年史資料』第三十巻、吉川弘文館、1971年、17頁。

次に、1900（明治33）年に私製はがきが解禁されたことも、商店と顧客の交流をより活発化させたといえるかもしれない。遠隔地間の通信販売には、取扱商品を知らせる案内はがきや、注文をうながす往復はがきが必要となる。これに官製はがきでなく私製はがきを用いる利点としては、早くも1892（明治26）年に「私製の便とする所は規定方式の範囲内に於て、商業用広告等に利便なる印刷又は意匠を加ふるを得るに在り」と説明されており、すでに私製はがきを認めていた欧州各国では「郵便葉書を多く使用する商家に在ては、孰れも皆特別の葉書を製する」ことを常としているとも述べられている⁽⁴⁴⁾。実際に日本で私製はがきの商用利用がどの程度浸透していったかは検討の余地がある⁽⁴⁵⁾が、この規制緩和は商用はがきをより自由に、主体的にデザインしていくという意識を後押ししたのではないだろうか。案内はがきの美しい意匠や巧みな広告文は、顧客に商品を手にする喜びを想起させ、購買へと駆り立てたであろう。商店からの便りを届ける郵便集配員は、このような買い物の楽しみをもたらし存在としても歓迎されたかもしれない。

最後に、すこし時期は下るが1907（明治40）年に導入された広告郵便制度は、郵便を通じた広告活動のさらなる活性化をもくろむものであった。これは、郵便局が広告主からの郵便物を料金別納によりまとめて引き受け、集配員が定められた地域の不特定の宛先に配る仕組み⁽⁴⁶⁾であった。これにより、商店はもとから住所を知っている固定客だけでなく、不特定多数の潜在的顧客にもアプローチができるようになった。これは顧客の側にとっては、知らない商店からの思いがけない案内が郵便を通じて届くという状況を生むものである。広告郵便は宛名を書いたり切手を貼る必要もないため、往復はがきを模した【図13】のような自由で楽しいデザインも生まれている。視覚イメージが限られていた時代、人々はたとえ商店や商品に直接関心がなくても、画中の着物の女性のように集配員から案内広告を受け取り、その軽妙な文句やデザインに目を楽しませたかもしれない⁽⁴⁷⁾。

19世紀後期から20世紀初頭における郵便制



【図13】 広告郵便「咳治散 埼玉県忍町行田 葉舗大嶋喜兵衛」筆者蔵、1907～24（明治40～大正13）年 ※二つ折りを開いた片面

44 「私製郵便葉書」『交通』第3巻（第29号）1892年、350頁。

45 ただし、日本においては私製はがきの解禁後、商用のはがきが官製から私製へと一挙に移行したとも考えがたい。というのも、当館の実通便資料を見る限り、1900年代初頭の商用はがきはいずれも官製はがきに商店名などの情報を刷ったもので、私製はがきを用いた例は確認できなかったためである。大量の案内郵便物を出すには切手を貼る手間が惜しまれたためであろうか、この実態についてはさらなる調査を要する。

46 広告郵便物は100通（1通の重量は2匁まで）またはその端数ごとに同一郵便区内20銭、区外30銭の料金で引き受けられ、ほかの郵便物の配達とともに配布された（『通信公報』第4562号、1907年3月28日、548、557頁）。ただし、その普及は限定的であったとみられ、導入当時は、差出人が「郵便配達人の手を経て低料確実なる広告の目的を達する」ことの出来る方法として期待された（丁字生「郵便法及郵便規則中改正に就て」『交通』第387号、1907年、1頁）ものの、利用状況が芳しくなく1924（大正13）年に廃止された。この理由について増田氏は、「配布先が漠然としている点では、広告主としては頼りなさを感じたに違いない」と述べるほか、新聞折込広告の台頭を挙げている（増田、前掲書（1977年）、162頁）。

47 当時は世間に空前の絵はがきブームが巻き起こっていた時代でもあった。1904～06（明治37～39）年に通信省が日露戦争に際して発行した官製絵はがきがこの熱狂を引き起こし、流行に乗じた民間の版元も、創意を凝らした美しい絵はがきを競って売り出していた（井上・星名、前掲書、144-146頁）。視覚イメージに対する人々の欲望が高まりを見せていた時代といえるであろう。

度の発展——代金引換小包郵便の実現、私製はがきの解禁や広告郵便制度の導入——は、商品流通や広告活動の可能性を広げるものであった。人々は郵便を通じて、心待ちにした購入品や心をくすぐる多彩な案内広告を以前にも増して受け取るようになったと考えられる。郵便集配員＝福神という図像が生み出され、また人々に受け容れられたのは、郵便事業の恩恵が増していたこと、そして個々の集配員がその表現に恥じない仕事ぶりを見せていたからではないだろうか。正月用引札から浮かび上がる当時の郵便集配員像は、郵便事業をめぐる現状を顧みるための材料ともなるかもしれない。

[謝辞]

本稿では、くずし字の解読に際し郵政博物館主任資料研究員の田原啓祐氏に指導を賜りました。記して感謝申し上げます。

*引札類の図版のキャプションには、「取扱商品／事業、所在地〔現在の都道府県〕、店名／店主名」当館整理番号、配布年を記した。「 」の情報は資料から抜粋し、[]は筆者が補足した。

*引用文については適宜現代仮名遣いに改め、片仮名は平仮名に、漢字の旧字体は一部の固有名詞等を除き新字体とした。

*本文・脚注ともに西暦表記を基本とした。歴史的出来事に関わる箇所については()に和暦を補ったが、そのほか書誌情報等では割愛した。

(くらち のぶえ 郵政博物館学芸員)