

研究ノート

戦時下における通信博物館の軍事郵便展示

後藤 康行

1 はじめに

2012（平成24）年8月1日から31日まで、通信総合博物館（ていぱーく）では企画展示として「軍事郵便展—戦地からの便り—」が開かれた。同館所蔵の軍事郵便関連資料のほか、専修大学教授で、軍事郵便について研究している新井勝紘氏の所蔵資料、新井氏が指導教員を務めている専修大学文学部歴史学科日本近現代史ゼミナールに所属している学生たちによる軍事郵便調査の記録などが展示された。

現在、軍事郵便が歴史資料として世間から注目されていることを、筆者はこれまでに発表した論考のなかで述べてきているが⁽¹⁾、軍事郵便への注目度の高さはこうした展示という形で表れてきているのである。軍事郵便に焦点を当てた展示としては、上記の企画展示のほかに、昭和館の開館10周年を記念した企画展「記された想い～手紙と日記にみる戦中・戦後～」(2009年7月25日～8月30日)、埼玉県平和資料館の平成21年度テーマ展「戦時中の手紙に見る家族の姿」(2010年2月27日～5月9日)などが、近年行われたものの事例として挙げられる。

こうした軍事郵便展示は、戦時下という過酷な状況のなかで、兵士やその家族がお互いに連絡を取り合うための唯一の通信手段である軍事郵便を通して伝えようとした想いを、現代に再現することが目的として掲げられることが一般的である。それは、風化が危惧される戦争の記憶を継承し、平和な時代を生きているということについて再認識することを、現代の人々に問いかけるものであった⁽²⁾。

それでは、まさに「今」戦争が展開されているという状況にあり、平和とは程遠かった戦時中⁽³⁾という同時代においては、どのような軍事郵便展示が行われ、その展示は何を目的としていたのか。本稿では、その点を解明すべく、戦時下における通信博物館（通信総合博物館の前身）による軍事郵便展示に焦点を当てる⁽⁴⁾。

多くの国民が軍事郵便を利用した戦時下という時代において、国立の博物館が軍事郵便展示を行うことの意味、そしてその展示を国民が観ることの意味とは何だったのか。通信博物館による軍事郵便展示に注目することで、その答えが見出せるであろう。

- 1 拙稿「メディアとしてみる軍事郵便—パーソナル・メディアという視点から—」（『専修史学』第43号、2007年11月）、同「戦時下における軍事郵便の社会的機能—メディアおよびイメージの視点からの考察—」（『郵政資料館 研究紀要』第2号、2011年3月）。
- 2 昭和館開館10周年記念企画展「記された想い～手紙と日記にみる戦中・戦後～」の展示パンフレット、埼玉県平和資料館平成21年度テーマ展「戦時中の手紙に見る家族の姿」の展示図録。
- 3 本稿でいう「戦時中」や「戦時下」とは、1937年から1945年までの間を指す。
- 4 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）、同「戦争と手紙—戦地と銃後を結ぶ軍事郵便—」（『戦争とメディア』刊行会編集・発行『戦争とメディア—報道・宣伝・記憶—』2009年）、前掲拙稿「戦時下における軍事郵便の社会的機能」においても、若干ではあるが通信博物館による軍事郵便展示について触れているので参照されたい。

2 概要の把握

(1) 逡信博物館の概要

具体的な分析に入る前に、本節では逡信博物館と軍事郵便の概要について確認しておく。先ずは、逡信博物館の概要である。

郵便・電信・電話といった逡信事業を司る逡信省に、事業の周知や宣伝を担う部署が創設されたのは、1892（明治25）年の郵務局計理課物品掛の設置が最初であった。1902（明治35）年には、この物品掛が郵便博物館となり、1910（明治43）年には、郵便・電信・電話だけでなく、電気・海事・航路標識など、逡信省所管の業務全般にわたる事業用品の保存および事業の研究機関としての役割を担うべく、郵便博物館は逡信博物館と改称された。事業の宣伝、所蔵資料の保存および展示、業務改善のための研究と、逡信博物館は逡信事業の発展に資するための博物館として設置されたのである。しかし、逡信博物館は独立した庁舎を有していなかったため、現実には開館当初はそれほどの役割を果たすことはなかった⁽⁵⁾。

1922（大正11）年3月、逡信博物館は東京の京橋区（現在の中央区）の逡信省庁舎内から、麴町区（現在の千代田区）富士見町に移転した。ようやく、博物館として独立した庁舎（2階建て）を有することになったのである⁽⁶⁾。この移転に伴い、同年5月からは開館日をそれまでの週3日から、月曜および祝祭日を除く毎日へと変更された⁽⁷⁾。

こうして、再スタートをきった逡信博物館が、逡信事業の宣伝機関としての役割を最も果たしていた時期というのが、本稿が対象としている戦時中であった。すでに、1935（昭和10）年6月には、逡信事業の宣伝活動を担うための部署である周知係が逡信博物館に設置されており（同時に、事業用品の考案および研究を担当する用品研究係も設置された）、翌1936（昭和11）年10月には、周知係から博物館運営事務の部門が切り離され、陳列係が設置されたことで、周知係は完全に宣伝担当の専門部署となっていた。周知係については、職員の数や人名など、組織構成という面で不明な点が多々あるのだが、本稿で取り上げる軍事郵便展示を含め、企画展示の開催、各種印刷物の発行、映画の製作など、戦時中における逡信博物館による逡信事業の宣伝活動は、基本的には周知係が担っていたと考えてよい⁽⁸⁾。

逡信博物館は、逡信省に属していた機関であるが、1943（昭和18）年11月に逡信省が鉄道省と合併して運輸逡信省と改組され、運輸逡信省の外局として逡信院が発足してからは、逡信院に属する機関となった⁽⁹⁾。1944（昭和19）年10月には、逡信博物館に設置されていた周知係は逡信院へと移管されることになり、以後は逡信博物館の業務から宣伝部門は姿を消し、資料の保存や展示、逡信事業の研究などに限られることになった⁽¹⁰⁾。1945（昭和20）年5月には、逡信院は運輸鉄道省の所管から内閣所管となり、逡信院と改称されるのだが、逡信博物館は戦局の悪化や空襲の激化に伴い、同年4月には展示室の閉鎖という事態に至った。戦後、再び開館されるのは、1947（昭和22）年11月であった⁽¹¹⁾。

5 郵政省編『逡逡信事業史 第一巻 総説』財団法人前島会、1963年、633頁。

6 逡信総合博物館として、千代田区大手町に開館したのは1964年のことである。

7 逡信博物館編『逡信博物館七十五年史』信友社、1977年、29～31頁。

8 同前37頁。なお、戦時中における逡信博物館による宣伝活動については、前掲拙稿「メディアに描かれた軍事郵便」、同「戦争と手紙」、同「戦時下における軍事郵便の社会的機能」、拙稿「戦時下の漫画にみる逡信事業と戦争—郵政資料館所蔵雑誌『逡信の知識』および『大逡信』掲載漫画の研究—」（『郵政資料館 研究紀要』第3号、2012年3月）でも取り上げているので参照されたい。

9 前掲郵政省編『逡逡信事業史 第一巻 総説』162～163頁。

10 同前634頁。

(2) 軍事郵便の概要

軍事郵便とは、戦地もしくはそれに準ずる地に派遣されている軍隊、軍艦、水雷艇、軍衛、軍人、軍属およびその地の軍衛の許可を得た者から出された郵便物と、それに宛てた郵便物を指す。戦地から出すことが認められていたものは、書状、はがき、小包（公用に限る）である。どれも無料であった。戦地へ出すことが認められていたものは、書状、はがき、毎月1回以上刊行される定期刊行物、書籍、印刷物、写真、小包である。こちらは有料であった。日清戦争を契機に誕生し、アジア・太平洋戦争の終結まで続いていた郵便制度である⁽¹²⁾。

日清戦争期に出された軍事郵便の数は約1239万通、日露戦争期は約4億通以上といわれている⁽¹³⁾。前出の新井氏も、論考のなかでこの数字を挙げており、筆者もかつてはこの数字を支持していた⁽¹⁴⁾。しかし現在では、筆者は日露戦争期の数字に関しては疑問を抱いている。

日清戦争が展開されていた1894（明治27）年と1895（明治28）年における国内の通常郵便物数は、1894年が約3億9000万通、1895年が約4億4000万通である⁽¹⁵⁾。日清戦争期には、約4億通前後の郵便物が交わされていたと考えてよいだろう。この時期の軍事郵便の数を、上記のように約1239万通とすると、郵便物全体に占める軍事郵便の割合は3%程度ということになる。

一方、日露戦争が展開されていた1904（明治37）年と1905（明治38）年における国内の通常郵便物数は、1904年が約10億通、1905年が約12億通である⁽¹⁶⁾。日露戦争期には、約11億通前後の郵便物が交わされていたと考えてよい。この時期の軍事郵便の数を、上記のように4億通以上だとすると、郵便物全体に占める軍事郵便の割合は36%程度にまで達することになる。日清戦争と日露戦争とでは、後者のほうがはるかに大規模な戦争だったとはいえ、この数値はいくらなんでも大きすぎるのではないだろうか。

郵政省編『郵政百年史』（吉川弘文館、1971年）には、1904年2月から1905年10月までの間に、戦地の野戦郵便局（陸軍）と艦船郵便所（海軍）が取り扱った軍事郵便の1ヶ月平均の数が示されている。それによると、野戦郵便局が約180万5000通、艦船郵便所が約186万5000通であった⁽¹⁷⁾。つまり、同書によれば、日露戦争期の軍事郵便の数は約7707万通となる。この数字だと、郵便物全体に占める軍事郵便の割合は7%程度となる。それでも、日清戦争期と比べれば、かなり増加している数値である。

また、通信総合博物館に所蔵されている通信省通信局『明治三十七八年戦役軍事郵便始末』によると、1904年2月から1905年10月までの21ヶ月間で、約1億5000万通の軍事郵便が出されていたことが示されている⁽¹⁸⁾。この数字に基づくと、軍事郵便の割合は14%弱となる。このように、依拠する文献によって、数値はかなり変動するのだが、筆者は日露戦争期の軍事郵便

11 前掲通信博物館編『通信博物館七十五年史』71頁、416頁。

12 軍事郵便の制度については、新井勝紘「軍事郵便の基礎的研究（序）」（『国立歴史民俗博物館研究報告』第126集、2006年1月）、寺戸尚隆「軍事郵便の検閲と民衆の戦争意識への影響—その史料としての有効性について—」（『国史学研究』第31号、2008年3月）、財満幸恵「戦中の軍事郵便とその検閲について—日中戦争から終戦までを中心に—」（『昭和のくらし研究』第8号、2010年3月）を参照。

13 中島五太『詩と真実』（示人社、1983年）に所収されている三井高陽編著「軍事郵便概要—世界軍事郵便概要抄—」（この三井の編著は、1939年に国際交通文化協会から刊行された『世界軍事郵便概要』を抄録したもの）335頁、342～343頁。

14 前掲新井「軍事郵便の基礎的研究（序）」、前掲拙稿「メディアとしてみる軍事郵便」。

15 郵政省編『郵政百年史資料 第三十巻 郵政統計資料・郵便局統計書・郵政百年史資料総目次』吉川弘文館、1971年、15頁。

16 同前。

17 郵政省編『郵政百年史』吉川弘文館、1971年、304～305頁。

の数は、少なくとも7700万通程度、多くても1億5000万通程度であったと考えている。

アジア・太平洋戦争期における軍事郵便の発信数は、正確には把握されておらず、一部推計も含まれたものであるが、1937（昭和12）年から1941（昭和16）年までの5年間分のみ記録が残されている。それによると、1937年は4億9000万通、1938（昭和13）年は3億4500万通、1939（昭和14）年は4億2600万通、1940（昭和15）年は3億9400万通、1941年は3億8500万通となっている⁽¹⁹⁾。

同時期における国内の通常郵便物数は、40億通以上に達している⁽²⁰⁾、郵便物全体に占める軍事郵便の割合は、10%に満たない程度であった。それでも、膨大な数であることに変わりではなく、軍事郵便は戦時下を代表するメディアの1つであった。

軍事郵便に対しては検閲が行われていたので、戦地の様子や戦局の具合など、手紙のなかで兵士が戦争に関する具体的な事実を記すことは制限されていた。しかし、だからといって軍事郵便の歴史資料としての価値が下がるというものではない。なぜなら、年間数億通にも及ぶ軍事郵便を、1通も漏らさず検閲することなど現実的には不可能であり、実際に検閲をすり抜け、戦地における惨状が記された兵士の手紙が家族に届けられるという事例は存在していたからである⁽²¹⁾。

検閲があったとはいえ、軍事郵便には建前やステレオタイプの内容ばかりが記されていたのではない。そこには、送り手の本音も記されていた。だからこそ、軍事郵便は兵士やその家族の様々な想いが込められている資料として、現在では認知されてきたのだといえる。

以上が通信博物館と軍事郵便の概要である。それでは、次節からは戦時下における通信博物館の軍事郵便展示についてみていくことにしよう。

3 2回の軍事郵便企画展示

(1) 戦時中の常設展示

戦時中、通信博物館では軍事郵便に焦点を当てた企画展示が2回行われた。本節では、この2回の企画展示について述べていくが、先ずはその前に、この時期の通信博物館の常設展示について述べる。

通信博物館では、独立した庁舎への移転後に展示スペースが広がったことで、展示品の充実は図られたが、常設展示の構成としては、移転前と移転後で特に大きな変化はなかった。郵便、電信、電話、電気、陸上交通史料、海上交通史料、空中交通史料、切手、通信文などの大きな区分に基づき展示室が振り分けられ、それぞれの部屋に書簡や切手、各種計器類、模型、文書、絵巻などが展示されていた。展示替えは何度か行われていた⁽²²⁾。

戦時下に入ると、上記のような基本的な構成は維持しつつも、時局というものを意識した展示品が加わるようになっていった。1937年末、庁舎の増築が行われ、展示スペースがさらに広がった。これを機に、1938年2月から3月にかけて館内の改装作業も行われ、4月より開館が

18 筆者は、前掲拙稿「戦争と手紙」のなかで、同じ文献を用いて「2億通以上」という数字を挙げたが、これは筆者の誤りであった。

19 郵政省編『続通信事業史 第三巻 郵便』財団法人前島会、1960年、948～949頁。

20 前掲郵政省編『郵政百年史資料 第三十巻 郵政統計資料・駅通局統計書・郵政百年史資料総目次』16頁。

21 新井勝紘「パーソナル・メディアとしての軍事郵便—兵士と銃後の戦争体験共有化—」（『歴史評論』第682号、2007年2月）。

22 前掲通信博物館編『通信博物館七十五年史』26～30頁。

再開された。新たにテレビジョン室が設けられ、常設展示に新たな目玉スポットができたこの時期、野戦郵便局の用具が展示品に加えられた⁽²³⁾。

1940年には、日本の歴史上において交通や通信がいかに大きな役割を果たしていたのかを伝える展示コーナーが加えられた。これは、同年6月20日から7月10日に、皇紀2600年を記念して、通信博物館において開催された企画展「通信交通文化展覧会」の展示内容を、一部手直して常設展示としたものである。

古代の駅伝や平安時代の交通、「現代」の通信など、交通と通信の歴史を解説する内容になっているこの新たな常設展示には、「特設部」として「外地（朝鮮、台湾、樺太、関東州、南洋群島）」や「外国」の交通と通信の状況を伝えるスペースも設けられていた⁽²⁴⁾。交通網や通信網の拡がり、国家の勢力圏の拡がり、と直結するものである。この新たな常設展示は、交通と通信という視点から、「帝国日本」の領域が広がっていることを世間にアピールするためのものであった。

1941年末には、国家に貢献する通信事業という面をさらに強く打ち出すために、軍事郵便の展示や、不要不急の電信・電話利用の抑制を促すための展示が加えられた。これは、同年11月10日から30日にかけて、通信博物館において開催された企画展「軍事郵便ノ利用勸奨及電信電話利用規正ノ特別展示」の直後に行われた展示替えでみられた変化であった。この企画展示の内容については後述するのでここでは詳しく述べないが、ここで使われていた軍事郵便の利用の仕方を解説する内容の展示品や、電信・電話利用の「正しい」方法について説明する内容の展示品が、常設展示に加えられたのである⁽²⁵⁾。

その後は、常設展示の内容に大きな変化が加えられることはなく、1945年4月の展示室閉鎖まで、同様の展示が公開され続けた。以上が戦時下における通信博物館の常設展示の内容である。たびたび新たな展示品が加えられていくなかで、軍事郵便やその関連資料は戦時下という時局を象徴するものとして、常設展示のなかで扱われていた。それでは、その軍事郵便に焦点を当てた2回の企画展示についてみていくことにしよう。

(2) 企画展「軍事郵便と航空安全展覧会」

1938年10月29日から11月7日まで、通信博物館では企画展「軍事郵便と航空安全展覧会」が開催された。全国博物館週間（11月1日から7日までの1週間）⁽²⁶⁾に合わせて開催されたこの企画展示は大変好評を博し、展示期間中には通信大臣の永井柳太郎が観覧に訪れた（図1）。

通信総合博物館には、この企画展示の内容や反響などが記された報告書『昭和十三年十月



図1 展示を観覧する永井柳太郎通信大臣（右端）

23 同前64～68頁。

24 同前57頁、68頁。

25 同前57～58頁、69～71頁。

26 1933年、日本博物館協会の提唱により、明治節（11月3日）を中心とした1週間（11月1日～7日）は全国博物館週間とされた。この期間は、入館料の減免や企画展示の開催など、博物館の普及を目指した様々な催しが行われた。ただ、長くは続かず、1939年を最後に行われなくなった。なお、戦後の博物館週間（10月第2週）は、ユネスコ・イコムにおいて提唱された国際博物館キャンペーンに日本も参加したことで始まったものであり、戦前のものとは全く関係のないものである（倉田公裕監修、石渡美江ほか編『博物館学事典』東京堂出版、1996年、151頁および全日本博物館学会編『博物館学事典』雄山閣、2011年、202～203頁）。

『軍事郵便と航空安全展覧会』が所蔵されているので、ここではこの報告書に基づき、この企画展示の詳細について述べていこう。以下、この企画展示に関する記述および図版は、注記がない限りは上記の報告書を典拠としている。

戦時下に入り、常設展示のなかに時局を意識した展示品がみられるようになってきていた逓信博物館において、戦争をテーマにした企画展示の開催が計画されるようになった。1938年9月12日、逓信博物館では「軍事郵便と航空安全装置展覧会開催計画草案」が作成された。この「草案」では、企画展示の会期や、会場に麹町郵便局の臨時出張所を設置すること、期間中限定の日付印を作成すること、案内状の送付先、展示品など、具体的なことがすでに決定されている。「草案」が作成されるかなり前の段階から、計画は進んでいたのだろう。

9月15日、逓信博物館長の遠藤毅から、逓信省の郵務局、工務局、航空局、経理局それぞれの責任者と、陸軍省新聞班長および東京中央气象台長宛に、企画展示開催の協力を求める公文書が発せられた（博第632号）。郵便事業を担う郵務局と予算を管理する経理局以外の部署や、逓信省以外の組織にまで文書が届いたのは、展示品の提供を求めてのことであった。戦争の経過を示す図版を展示するには陸軍省の協力が不可欠であり、航空安全に関する通信、無線、気象などの各種計器類を展示するにも、やはり専門の部署や組織の協力が不可欠だったのである。

具体的な計画案が作成され、関係機関に協力を求める公文書が発せられたことで、企画展示の開催は決定的なものとなった。そうなる、次にくるのは開催の周知活動である。逓信省の公報である『逓信公報』第3513号（1938年10月27日）には、「軍事郵便と航空安全展覧会」の開催を知らせる記事が掲載された⁽²⁷⁾。上記の「草案」では「航空安全装置展覧会」という名称であったが、最終的には「装置」という言葉は削除された。

『逓信公報』同号によると、企画展示開催の趣旨は「軍事郵便ト航空ニ関スル参考品ヲ陳列展示シ、一般ノ理解ヲ深カラシメ、一ハ戦線ト銃後ノ連結ヲ堅クシ、他ハ航空ノ発達ニ資シ、時局ノ進展ニ寄与セントス」（読点は適宜補い、旧字体は新字体に改めている、以下、史料の引用に際しては同様）というものであった。この趣旨をみて分かるように、軍事郵便のほうに重きを置いていた展示であった。また、現在では軍事郵便は戦地と銃後を結びつけるものであったという指摘がなされているが⁽²⁸⁾、当時から軍事郵便にはその役割が期待されていたことも分かる。

さて、開催の周知活動はほかにもみられ、東京市内外および横浜における郵便局、電信局、電話局の局長の名で、それぞれの区域内の顧客に案内状が送付された（図2-1、図2-2）。案内状は、1万枚用意された。ポスターも2000枚用意され、東京市

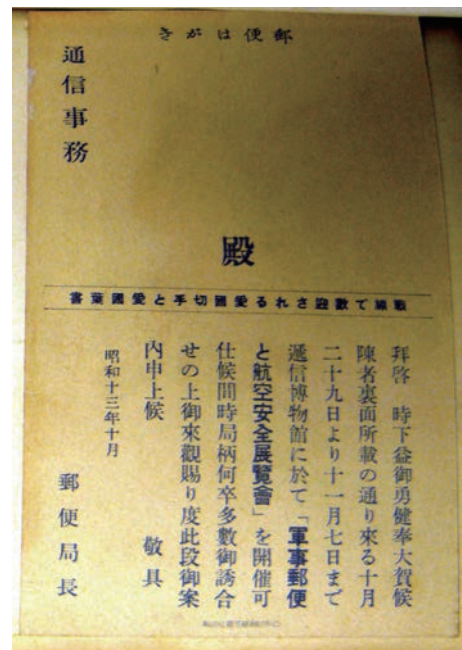


図2-1 「軍事郵便と航空安全展覧会」案内状（表）

27 『逓信公報』第3513号では、展示タイトルは「『軍事郵便ト航空安全』展覧会」と記されているのだが、本稿でこの後紹介していく企画展示の案内状やポスターなどには、「軍事郵便と航空安全展覧会」と記されている。また、考察の典拠としている報告書自体のタイトルも「軍事郵便と航空安全展覧会」なので、本稿では企画展示のタイトル表記を案内状や報告書と同じものにしていく。

28 前掲新井「パーソナル・メディアとしての軍事郵便」。

内外および横浜の郵便局に掲示されたほか、電車内にも掲示された（図3）。

新聞にも開催を知らせる記事が掲載され、ラジオでは会期前日の10月28日の午後7時のニュースの際に、企画展示開催を知らせる放送が流されたという⁽²⁹⁾。このような活発な周知活動を経て、「軍事郵便と航空安全展覧会」は開催されることになった。

展示の内容は、開催の趣意に沿うべく、軍事郵便の出し方を解説した幻燈の上映や、軍事郵便の実物の展示、野戦郵便局の様子が写された写真や、様子が再現されたジオラマの展示、野戦郵便局員の用具の展示、航空関係の無線機、通信機、気象関係の図などの展示というものであった。軍事郵便という戦時中の国民にとって身近なメディアに焦点を当てた展示であり、且つ航空関係の展示も含まれていたため、この企画展示は大人から子どもまで幅広い層を対象にした催しであった⁽³⁰⁾。

実際、多くの国民が観覧に訪れていた。1日毎の来館者数を挙げると、初日が1699人、2日目が1925人、3日目が1375人、4日目が1625人、5日目が1781人、6日目が2601人、7日目が1388人、8日目が1274人、9日目が2574人、最終日が1292人、合計1万7534人であった⁽³¹⁾。逓信大臣の永井柳太郎が観覧に訪れたのは、8日目の11月5日（土）であった。

この来館者数がどれほど多いのかというと、1938年度全体でみれば一目瞭然である。1938年度は296日開館し、来館者数は3万7852人、1日平均128人であった⁽³²⁾。ここから企画展「軍事郵便と航空安全展覧会」の期間と来館者数を引いてみよう。そうすると、286日の開館で、来館者数は2万318人、1日平均は71人となる。10日間で来館者数1万7534人、1日平均1753人の軍事郵便企画展示が好評だったことは明らかである⁽³³⁾。

当時の国立博物館の代表的な存在といえる東京帝室博物館（現在の東京国立博物館）と東京科学博物館（現在の国立科学博物館）の来館者数とも比較してみよう。東京帝室博物館は、



図2-2 「軍事郵便と航空安全展覧会」案内状（裏）



図3 「軍事郵便と航空安全展覧会」ポスター

29 「軍事郵便展覧会」（『東京朝日新聞』1938年10月25日朝刊）。ラジオで、実際に企画展示開催を知らせる放送が流されたのかどうかは確認できていないが、報告書には放送用の原稿が収められている。

30 前掲拙稿「戦時下における軍事郵便の社会的機能」には、この企画展示会場で航空関係の展示品を見学している小学校の男子児童2人を写した写真が掲載されているので参照されたい。

31 『昭和十三年十月 軍事郵便と航空安全展覧会』では、各日の来館者数は上記の通りなのだが、合計が1万7539人と記されている。合計の人数は、7日目の記録からずれが生じている。単純な計算ミスなのか、6日目以前の来館者数を再確認したら5人増えたのか、事実は不明である。とりあえず、本稿では報告書に記されている各日の来館者数を合計したものである1万7534人を正式な来館者数として表記している。なお、前掲逓信博物館編『逓信博物館七十五年史』には、来館者数は2万4000人と記されている（54頁）。何を根拠にこの数字が出てきたのかは不明だが、これは誤りである。

32 前掲逓信博物館編『逓信博物館七十五年史』416頁。

1938年度が263日開館し、来館者数は15万3772人、1日平均でいうと584人、1939年度が357日開館し、来館者数は37万21人、1日平均でいうと1036人であった⁽³⁴⁾。東京科学博物館は、1938年度が356日開館し、来館者数は33万6119人、1日平均でいうと944人、1939年度が355日開館し、来館者数は39万7239人、1日平均でいうと1119人であった⁽³⁵⁾。1日平均の来館者数でみれば、企画展「軍事郵便と航空安全展覧会」はこの2つの国立博物館とも遜色のない成績を挙げていたのである。

もちろん、いくら来館者数が多いといっても、そもそもその来館者が全て同じ目的で企画展示会場を訪れていたわけではない。会場には麴町郵便局の臨時出張所が設けられ、限定の日付印も作成されていたので、その日付印を求めて訪れる人々も少なからず存在していたはずである。

それでも、軍事郵便に焦点を当てた企画展示が国民の関心を惹きつけたことは間違いない。戦時中の多くの国民が軍事郵便を送る、ないしは受け取るという経験をしてきたからこそ、普段の通信博物館では考えられないような数の来館者が訪れたのである。当時の国民にしてみれば、国立の博物館による軍事郵便の展示は、軍事郵便を利用する自分たちの行為が国家から顕彰されているという感覚を抱かせるものだったのではないだろうか。

主催した通信博物館にしてみれば、この企画展示が好評だったことは、会期前に掲げた趣旨が着実に実行されたことを意味しているのも、満足できる結果であったことだろう。この結果と、普段の通信博物館の来館者数の低調を考えれば、軍事郵便の展示こそが集客につながるといふ認識が、通信博物館のなかで生じたとしても不思議ではない。それを証明しているかのようによ、1941年11月には、再び軍事郵便に焦点を当てた企画展示が開かれることになるので、その企画展示について次にみていこう。

(3) 企画展「軍事郵便ノ利用勸奨及電信電話利用規正ノ特別展示」

企画展「軍事郵便と航空安全展覧会」は好評のうちに終わったが、上記のように1日平均の来館者数は低調であった。テレビジョン室という常設展示の目玉はあったのだが、実際にはテレビのしくみを解説しているのみで、テレビに映し出される映像がそこで観られるというものではなかった。後述するように、逓信省が開催する展覧会において、テレビの受像実験が披露されることはあったのだが、その実験が通信博物館の常設展示に加えられることはなかった。映像のないテレビジョン室では、来館者の増加をもたらすことはできなかったのである。

また、この時期に常設展示に加えられた交通や通信の歴史に関する展示品、「帝国日本」の領域の拡がりを示す展示品なども、国民の関心を惹きつけるものではなかった。これは、当時の国民が自国に対して「帝国」という意識を抱いていなかったことを意味しているのではない。もはやこうした展示は、日露戦後の拓殖博覧会（1912年10月1日から11月29日までの期間、上野公園にて開催）や、昭和天皇の即位を記念した大正記念博覧会（1928年3月24日から5月22日までの期間、上野公園にて開催、このほか大阪、兵庫、奈良、愛知、京都などでも開催）などによって散々経験していたので、当時の国民にしてみれば、「何を今さら」といった感覚だっ

33 戦時中のほかの年度の来館者数を紹介しておく、1937年度は257日開館し、来館者数は1万2397人、1日平均48人、1939年度は303日開館し、来館者数は5万1876人、1日平均171人、1940年度は273日開館し、来館者数は3万4689人、1日平均127人であった（前掲通信博物館編『通信博物館七十五年史』416頁）。1941年度から45年度の来館者数の記録は残されていない。

34 東京国立博物館編『東京国立博物館百年史 資料編』第一法規出版株式会社、1973年、663頁。

35 国立科学博物館編『国立科学博物館百年史』第一法規出版株式会社、1977年、839頁。

たのである。

そこで通信博物館としては、この低調を打開するために、かつて好評を博した軍事郵便展示に白羽の矢を立てることになる。こうして、1941年11月10日から30日までの期間、軍事郵便に焦点を当てた2回目の企画展示である「軍事郵便ノ利用勸奨及電信電話利用規正ノ特別展示」が開かれることになる。通信総合博物館には、この企画展示の内容が記されている『昭和十六年度 展覧会博覧会関係』という史料が所蔵されている。以下、この史料に依拠しながら、同展示の詳細について述べていく。

企画展示開催の計画が立てられた時期は明確でないが、当然ながら事前に「計画案」（名称は「軍事郵便ノ利用勸奨ト電信電話ノ利用規正特別展示計画案」）は作成されていた。それによると、今回の趣旨は「最近幾分低調ノ感アル軍事郵便ノ利用勸奨ト、異常ナル輻湊ヲ来タシツツアル電信、電話ノ利用規正」をアピールすることにあった。

前述のように、当時の軍事郵便の数は年間4億通近くに達していた。ただ、1939年度と比べれば、1940・41年度と2年連続でその数は減少していたので、通信博物館としてはこの「低調」の改善を目指す必要があったのである。すでに、通信博物館には軍事郵便の数を増加に導いた実績があった。1938年度に企画展「軍事郵便と航空安全展覧会」を開催したところ、翌1939年度には軍事郵便の数が大幅に増加したのである。

もちろん、このときの軍事郵便の数の増加が全てこの企画展示によるというわけではない。1938年度から39年度にかけて、通信博物館を中心に、国家が様々な手段で軍事郵便の存在を宣伝していたことは、すでに筆者が論じた通りである⁽³⁶⁾。それでも、この企画展示が好評を博していたという事実を考えれば、それが軍事郵便の数の増加につながる要因の1つとなったことは否定できない。だからこそ、再び軍事郵便に焦点を当てた企画展示開催の計画が立てられたのであり、通信博物館は2回目の軍事郵便企画展示の開催により、来館者数と軍事郵便の数、両方の増加へとつなげようと考えたのである。

企画展示開催趣旨のもう1つの柱である「電信電話ノ利用規正」は、国民に不要不急の電信・電話の利用を控えることを訴えるために打ち立てられたものである。戦時中において、通信回線の確保は国家にとって最重要事項であり、電信・電話事業を司る逓信省にとっては通信が混線することなど許されない事態であった。そのような国家の都合を徹底するために、企画展示のもう1つの目的としてこの「利用規正」が掲げられたのである。

企画展示開催に当たり、今回も周知活動は行われていた。ラジオや新聞を通じての通知、宣伝用のビラの配布などである。ただ、ラジオ放送の音源や放送用の原稿、新聞記事、配布されたビラ、こういったものの存在が確認できていないので、実際の周知活動がどのようなものだったのかは不明である。

展示品は、軍事郵便部門には軍事郵便が差出人から受取人に届くまでの様子を再現したジオラマ、軍事郵便の出し方を解説した図版、野戦郵便局の様子を写した写真、野戦郵便局の用具、軍事郵便の見本（書簡、小包）、切手などがあった。電信・電話部門には、電報の「正しい」記載の仕方や通話内容の簡略化を訴える図版が展示されていた。

この企画展示がどれほどの来館者を獲得したのかは不明である。また、この企画展示開催後の通信博物館の来館者数の推移、軍事郵便の数の推移も不明である。そのため、「低調」の改善という通信博物館の思惑が達成されたのかどうかは確認できない。しかし、この企画展示の後、通信博物館の常設展示には軍事郵便コーナーが加えられ、その後は展示室の閉鎖まで大き

36 注8で紹介している論考。

な変化はみられなかった。実際に「低調」が改善されたかどうかは別にして、軍事郵便という存在が通信博物館の展示活動において、重要な位置を占めていたことは間違いない。

4 巡回展「興亜通信展覧会（博覧会）」

本節では、通信博物館による軍事郵便の巡回展示についてみていく。通信博物館内だけでなく、地方でも軍事郵便展示が行われていた事実を紹介していくことで、戦時中の軍事郵便展示が有していた意味というものをより明確にすることができるだろう。

戦時中、通信博物館は多くの展覧会や博覧会に展示品を出品していた。通信省や地方の通信局主催のもの、通信省以外の公的機関主催のもの、新聞社や百貨店といった民間主催のものなど様々である。来館者数が思うように伸びない通信博物館にとっては、展覧会や博覧会への出品は、館内での展示同様、大事な業務活動だったのである⁽³⁷⁾。

本節では、通信博物館が関わっていた展覧会や博覧会のなかでも、「興亜通信展覧会（博覧会）」に焦点を当てる。これは、1939年から40年にかけて開かれたもので、東京だけでなく、札幌、福岡、広島、名古屋と、地方都市を巡回した展覧会であった。この「興亜通信展覧会（博覧会）」において、通信博物館はテレビの受像実験の公開に加え、軍事郵便の展示を行っていた。

以下、各地で開かれた「興亜通信展覧会（博覧会）」の様子を、開催された順番にみていくことにする。なお、本節では通信博物館発行の月刊誌『通信の知識』を史料として利用する。同誌の詳細な書誌情報については、すでに筆者は別のところで述べているのでここでは省略するが⁽³⁸⁾、ごく簡単に紹介すると、通信事業の内容を国民に分かりやすく伝えることを目的としていた広報誌であった。1937年7月から1941年4月まで発行され、創刊当初は10万部発行、その後は12万部発行の時期もあったが、1939年5月からは6万部発行となった。基本的には非売品で、郵便局、電信局、電話局を通じて、全国の官公庁、銀行、学校、図書館などに配布されていた。通信総合博物館には、創刊号から最終号まで全て所蔵されている。この『通信の知識』を用いて、「興亜通信展覧会（博覧会）」の様子を再現していこう。

1939年8月19日から29日まで、東京の日本橋三越にて、通信省主催の「興亜通信展覧会」が開催された。開催の目的は、「大陸政策の第一線に立て、最も重要な任務を有する通信交通の重要性と機構の全貌を示して、一般の理解を得る事」にあった⁽³⁹⁾。

開催の1ヶ月前には、展覧会予告の記事が新聞に掲載され、直前にはテレビの公開を知らせる記事がやはり新聞に掲載された⁽⁴⁰⁾。テレビの受像実験の公開は、多くの人々を展覧会に呼び寄せることに



図4 「テレビジョン実演」に並ぶ人々

37 戦時中、通信博物館が開催もしくは展示品を出品していた展覧会や博覧会の一覧は、前掲通信博物館編『通信博物館七十五年史』（58～61頁）に掲載されている。

38 『通信の知識』の詳細な書誌情報は、前掲拙稿「戦時下の漫画にみる通信事業と戦争」を参照されたい。

39 「興亜通信展覧会」（『通信の知識』第3巻第7号、1939年9月）。

40 「興亜通信展覧会」（『東京朝日新聞』1939年7月18日朝刊）、「テレビ街頭公開 興亜通信展で 十九日から三日間」（『読売新聞』1939年8月17日夕刊）。

なった。『通信の知識』第3巻第7号（1939年9月）には、「テレビジョン実演」会場の前で並ぶ人々を写した写真が掲載されている（図4）。通信博物館の常設展示にあるテレビジョン室とは異なり、実際にテレビの映像が披露されたとあって、この展覧会は来場者が50万人に達した⁽⁴¹⁾。

もちろん、テレビの受信映像の公開だけがこの展覧会の目的ではない。基本は、日本が大陸（中国）において通信および交通部門でいかなる事業を実行しているのか、世間にアピールすることが目的であった。各種パネル、機材、ジオラマなどが展示されているなかで、軍事郵便のコーナーも設けられていた。そこには、「硝煙下の通信旗」と題されたジオラマが設置されており、野戦郵便局の様子が再現されていた⁽⁴²⁾。住居のような建物の郵便局、そこに立てられた千マークの旗、軍事郵便が詰め込まれた袋を運ぶ局員、手紙を読む兵士、典型的な野戦郵便局の構図を再現したジオラマであった。大部分の来場者は、テレビの受信映像を観るために展覧会場に訪れたかもしれないが、来場者がこの野戦郵便局のジオラマを観れば、自分が戦地に送った軍事郵便が届けられる様子を、頭のなかで想像したことだろう。

1939年9月28日から10月8日まで、東京に続いて今度は札幌にて、「札幌興亜通信展覧会」が開催された。主催は札幌通信局、会場は札幌三越であった。開催の目的は、「新東亜建設に邁進しつつある通信事業の全貌を容易に一般に理解せしむる」ことにあり、東京で開かれた展覧会と同じ目的であった⁽⁴³⁾。札幌では、テレビの受信実験は行われなかったようだが、そのほかの展示内容は東京とほぼ変わらず、20万人もの人々が会場に訪れた⁽⁴⁴⁾。

続いて、1940年1月17日から29日まで、福岡にて「興亜通信展覧会」が開催された。主催は熊本通信局、会場は福岡市の岩田屋百貨店であった。先の2回の内容と比べると小規模なものとなり、写真とパネル中心の展示となっていた。軍事郵便も、「支那事変と軍事郵便」というコーナーは設けられていたのだが、東京で設置されていたようなジオラマではなく、写真が中心の地味な展示であった。そのため、来場者は大幅に減少し、5万人ほどであった⁽⁴⁵⁾。

続いて、1940年3月2日から10日まで、広島にて「興亜通信博覧会」が開催された。主催は広島通信局、会場は広島市の福屋百貨店であった。名称がこれまでの「展覧会」から「博覧会」と変わっているが、主催者と会場はこれまでと同じ形式を踏襲しているため、内容自体に変化はないと思われる。ただ、この「博覧会」については、『通信の知識』第4巻第3号（1940年3月）に開催を知らせる広告が掲載されているだけなので、詳細は不明である。

それからやや間隔が空き、今度は1940年10月20日から29日まで、名古屋にて「紀元二千六百年記念通信展覧会」が開催された。主催は名古屋通信局、会場は名古屋の松坂屋であった。再度名称が変わっているが、やはり主催者と会場の形式は同じなので、これまでの展覧会に連なるものと考えてよいだろう。実際、開催の目的はこれまでのものと同様で、「通信、船舶、航空、電気、貯金、保険等、通信事業の各般に亘り諸参考品を展示、一般各位の御参考に供し、（中略）併せて事業の発達に資し、非常時局の伸展に寄与する」ことにあった⁽⁴⁶⁾。

当然、ここでも軍事郵便のコーナーが設けられており、「銃後と結ぶ軍事郵便」と題されたジオラマが展示されていた。東京で展示されていたものと同じように、野戦郵便局の様子を再

41 前掲通信博物館編『通信博物館七十五年史』55頁。

42 前掲「興亜通信展覧会」（『通信の知識』第3巻第7号）。

43 「札幌・興亜通信展」（『通信の知識』第3巻第9号、1939年11月）。

44 同前。

45 「福岡興亜通信展」（『通信の知識』第4巻第3号、1940年3月）。

46 「グラフィック」（『通信の知識』第4巻第12号、1940年12月）。

現したものであった⁽⁴⁷⁾。

以上、約1年をかけて各地を巡回することになった「興亜通信展覧会（博覧会）」の内容についてみてきた。最初の東京開催こそ、テレビの受像実験という派手なイベントがあったため、かなりの来場者を集めたが、その後の各都市での開催では、回を重ねるごとに地味になっていく感があり、来場者も減少していった。そのため、展覧会そのものは成功だったのかどうか判断の難しいところである。ただ、来場者が減少していたとはいえ、それでも数万人が集まったイベントであったことに変わりはない。そこで軍事郵便の展示が行われたということは、やはり大きな意味があるだろう。

軍事郵便は、戦時下の日本社会のなかに浸透していた。それは、明治以降何度も戦争が勃発し、兵士として入営せざるを得ない国民が存在していたからであり、その彼らと彼らの周辺の人々が、連絡を取り合う唯一の通信手段として軍事郵便を利用していたからである。そして、軍事郵便は戦地と銃後を結びつけることで、戦争に向けられる国民の士気を維持する上で重要な役割を果たしていたのである。国家は、軍事郵便がもたらすこの効果を理解していたからこそ、軍事郵便を利用するよう国民に向けて積極的な宣伝活動を展開していた。

通信博物館の館内や、東京だけで軍事郵便展示を行っていても、軍事郵便の利用奨励を図りたい国家の意図は全国の国民には届かない。だが、各地で巡回展示を開けば、その意図が届く範囲は格段に広がっていくことになる。巡回展「興亜通信展覧会（博覧会）」は、国家の意図をより多くの国民に伝えるために開かれたのである。

一方、巡回展示の来場者にしてみれば、東京の人たちと同じように自分たちも軍事郵便を利用しており、その行為を顕彰してくれるような展示が地元で開かれれば、その展示を観に行くというのは自然なことであつたに違いない。そうでなければ、数万人も展覧会場に訪れないだろう。巡回展示の来場者にとっては、国家の意図が何であれ、その展示を観たいと思ったからこそ会場に訪れていたのである。

5 おわりに

軍事郵便は、戦地と銃後を結びつけるものである。前述のように、これは戦時中から国家が認識していたことであり、現在では軍事郵便研究において頻繁に指摘されることでもある。軍事郵便は、人と人とのコミュニケーション手段の1つなのだから、戦地と銃後を結びつける役割を果たしていたのは当然のことといえる。本稿では、軍事郵便そのものではなく、軍事郵便の展示についてみてきたが、この軍事郵便展示もまた、結びつけていたように思える。何を結びつけていたかといえば、それは国家と国民を、である。

軍事郵便は、国家が作り出した制度である。戦時中とはいえ、国民はその制度を積極的に利用していた。もちろん、国家の制度を国民が利用するのは自然なことである。しかし、その制度に焦点を当てた展示活動を国立の博物館が行い、それを多くの国民が歓迎していたとなると、いささか違和感を抱く。

本稿では、軍事郵便展示を観る多くの国民が存在していたことを紹介してきたが、仮に教育、納税、徴兵といった国家の制度に関する展示が行われたとしたら、国民はそれを観に行くだろうか。おそらく、多くの来場者を期待することはできないだろう。国家の制度でも、軍事郵便の展示だからこそ、多くの来場者が見込めるのである。それは、通信博物館が軍事郵便展示を

47 同前。

重視していたことから明らかである。

なぜ軍事郵便の展示は国民を惹きつけたのか。戦時下ということで、多くの国民が軍事郵便を日常的に利用していたから、戦地に手紙が届けられるしくみを知りたかったから、戦地の兵士の姿を思い起こさせるから、軍事郵便を利用するという自分たちの行為が展示によって顕彰されていると感じたから、理由は様々考えられる。ここで、その理由はこれだと断定することはできない。むしろ、理由は1つではなく、複合的な理由があるからこそ、多くの国民の関心を引き起こしたと考えるべきであろう。

国家は、戦争に向けられる国民の士気を維持するため、軍事郵便の利用の奨励を図るべく、通信博物館に軍事郵便展示を実行させる。国民は、戦時下ということもあり、自分たちの生活のなかで身近になっていた軍事郵便に焦点が当てられた展示を、様々な理由から観に行く。その結果として、軍事郵便の数は年間約4億通という高水準が保たれる。戦時下における通信博物館の軍事郵便展示は、国家の宣伝意図にも応え、国民の関心にも応えるものであった。まさに、軍事郵便展示は戦時下の国家と国民を結びつけるものだったのである。

【付記】本稿は、科学研究費補助金基盤研究（B）「軍事郵便がもたらした体験の共有化と大衆化に関する研究」（課題番号23320144）による研究成果の一部である。

（ごとう やすゆき 郵政歴史文化研究会 研究員）