

Steel Landscape

鉄の点景

写真左から、
中村式ポスト（1901～）
郵便差出箱1号・丸型（1949～）
郵便差出箱7号（1962～）



郵便ポスト

——郵便屋さん、お入んなさい……

子供の頃、こんな唄で縄跳びをした方も多いのではないだろうか。土地によって歌詞は少しずつ違うが、「郵便屋さん」は日本中で縄跳び唄の定番なのだという。昭和中期に全国に広まり、いまなお歌い継がれているのは、郵便が庶民の生活に溶け込み、親しまれてきたことの証（あかし）である。

年賀状、暑中見舞いの例を待たず、日本は押しも押されもしない郵便大国であり、年間郵便総数は260億を突破する。今号は郵便大国日本を支えるポストにスポットを当てる。

公衆便所と間違われたポスト

郵便ポストが初めてお目見えしたのは明治4年（1871）のこと。東京、京都、大阪など82ヶ所に「書状集箱（しよじょうあつめばこ）」と呼ばれる木箱が設置された。足つきの台に箱を載せ、切妻屋根をかぶせた純和風の造りだった。江戸時代にも飛脚制度があるにはあったが、ポストの出現で初めて、誰でも簡単に手紙を送れるようになった。「庶民のための通信」の誕生である。

翌年には「黒塗柱箱（くろぬりはしらばこ）」と呼ばれる角柱型のポストが数十本増設された。素材は杉、色は黒。その後100年も続く柱型ポスト時代の先駆けだ。だが、郵便の黎明期はポストには受難の日々となった。火災で焼失したり、爆竹を投げ込まれたり、「郵便」を「たれべん」と読んで公衆便

所と誤解し、用を足すものまで現れた。文明開化の頃だけに差入口が高いのは外人仕様かと思ひ込み、背伸びして用を足したらしい。

火災に強いポストをとという要請にこたえて、明治34（1901）年、東京日本橋に鑄鉄製の郵便ポストが現れた。円筒型で色は赤。郵便ポストと聞くと真っ先に浮かぶのがこのタイプである。明治・大正の町並みに赤いポストは目立ったらしく、大正期の通信協会の雑誌に以下の記述がある。

「黒き木造りのは旧式ポストと目されている。外観の美という点にも関連して丹塗り（赤土で赤く染めたもの）のポストが増設される事となったものと思われる」。

このポストを考案、製作したのは郵便用具の職人、俵谷高七（1854～1912）である。用具の修繕を請け負う一見平凡な職人でありながら、俵屋は非常にユニークな人物であつたら



しい。ほかにも、タバコや切手の自動販売機、福引に使う抽選機を発明している。ポストと自動販売機といえば、あたかも現代の町並みを見越したかのような発明ではないか。

そしてポストも「供出」となった

社会によりやく認知された郵便は昭和に入ると急速な伸びを見せた。オート三輪によるスピード回収、航空郵便もこの時期に始まった。大型郵便が入られるよう口の広がる郵便ポストも登場している。

だが、昭和12年（1937）、状況は一変した。日中戦争から太平洋戦争へと突入する間、軍需が最優先されて鉄は「供出」となった。

当時の1コマ漫画が郵便配達員を登場させていた。キャッチボールをする子供たちに声をかけている。

「あっちでやってくれよ。ポストはセモノだからね」。

ポストはこの頃、瀬戸物、コンクリート、合成樹脂などで作られ、ボールが当たると壊れかねない存在に変わっていた。

世代交代中の郵便ポスト

戦争が終わると同時に郵便は再び急伸した。年間郵便利用数は昭和22年（1947）には24億通、30年が48億通、40年には95億通と約10年ごとに倍増している。

郵便ポストは収容量の大きいものが必要とされ、試作の結果、円筒形から角型へと転換された。角型ポストは鉄棒の外側を銅板で包み、ガス管製の脚を取り付けたもの。特定の製造工場があるわけではなく、毎年一般入札によって受注されるという。

平成8年（1996）に、郵便ポストのモデルチェンジが行われた。より親しみやすくという意味もあり、角型の中にも丸みを帯びたラインのデザインになった。郵便物が入れやすい工夫がされるようになり、子供や車椅子の人が差入口に届くよう、背の低いものへと変わっている。

現在、郵便ポストには9つのタイプがあり、17万本が全国の街角に立っている。年間1万本が新たに作られ、角型へと次々に世代交代をしている。すでに製造中止となっている円筒形は残すところあと5900本という。だが、この丸型のポストを

懐かしむ声も多く、写真を紹介するインターネットのホームページも見られる。

ポストが町から消えていく？

かつてクイズや抽選などに応募するときは官製はがきを使うと相場が決まっていた。だが、最近は応募方法が電話やFAX、電子メール、インターネットのWeb利用というものも珍しくなくなった。

平成11年度の郵便総数は約260億通、国民一人当たり約200通であり、まだ日本は世界有数の郵便大国として健在である。だが、インターネットなどの情報通信技術の発展の陰で、ダイレクトメールは増加しているものの、私信は減少を始めている。

これを象徴するのが「メール」という言葉だろう。「メール」はいまや郵便を表すと言うより、パソコンや携帯電話による「電子メール」通信を指す言葉となりつつある。若い世代は愛を告白するのにさえ「電子メール」を送ることが増えてきたという。「電子メール」はさらに郵便の牙城とも言える年賀状にも食い込んできた。「電子メール年賀状」のテレビCMが昨年末に大量に流れたのをご記憶の向きも多いと思う。アナログからデジタルへの時代の潮流のなか、近い将来郵便が下降を始めるのは疑う余地がなさそうだ。

郵便が「電子メール」などに取って代われつつあるとともに、「ポスト」もインターネットの進展で存在を失う状況がある。「電子メール」でのやり取りと郵便ポストが無縁なのは当然だが、インターネット上では郵便利用にもポスト不要の「郵送代行サービス」が始まっている。画面に要件、写真、イラストなどを入力すれば、望む相手にハガキを送ってくれるという。今後さらにサービスが進んだとき、街角のポストにわざわざ出向く必要はなくなり、ポストもバーチャルな世界の存在になるのかもしれない。

いまでも、各地で縄跳び唄は歌い継がれているが、いつか、子供たちがこの唄の「郵便屋さん」を知らない日が来るのだろうか。

- 参考資料
郵政省郵政研究所附属資料館資料図録 第39号、第40号
郵便ポストの移り変わり（郵政研究所附属資料館）
変わりだねポストあれこれ（ゆうせいトビックス437）
- 写真提供
通信総合博物館