

明治末から大正初期の万年筆

販売における位相とその意義

A Study of Fountain Pens from the End of the Meiji Era to the Beginning of the Taishō Era in Japan: A Paradigm Shift in Their Marketing and Its Meaning

小池 淳一

KOIKE Jun'ichi

はじめに

① 万年筆の輸入と販売

② 漱石と万年筆

③ 三越と万年筆

④ 「万年筆は現代の流行児なり」

おわりに

【論文要旨】

本稿は筆記環境の近代化と消費文化の様相を万年筆を通して考えようとするものである。ここではまず、明治の日本において万年筆が販売に際してどのような位置づけであったか、について、丸善における広告宣伝を確認し、特に夏目漱石が書いた「余と万年筆」(1912)をはじめとする万年筆関係の文章を分析した。さらに三越百貨店における万年筆の販売の様相を『三越』『三越タイムス』からうかがい、その特徴について考察した。その結果として、万年筆は筆記の近代化のシンボルとして、明治末から大正の初めにはかなり普及したが、特に三越では舶来品としての万年筆の販売に尽力し、さらに関連する商品も視野にいれ、商品そのもののばかりではなく、関連する知識や使用法の啓蒙にも努めていたことが明らかになった。日本における万年筆の歴史、筆記文化の近代を考えるためには、ここで論じた以外にも国産化の過程をはじめとする複眼的な考究が必要であろう。

【キーワード】 丸善、内田魯庵、夏目漱石、三越、ウォーターマン

はじめに

万年筆は明治になって日本に輸入されるようになり、それまでの筆を中心とする筆記文化を徐々に塗り替えていった。それは文明開化、西欧化の過程の一端として、毛筆からペンへと文字を書くという行為が大きく変容したことを示している。

文字を書くという行為は、識字能力と不可分であり、個人的な営みであると同時に社会的な営みでもある。文字を書き記すという行為を通して消費行動の文化的な意義をとらえることは近代的な自我の形成基盤とも深く関わる一方で、識字を前提とした社会の構成や特質に関して考えることにもつながっている。墨を硯ですり、それをういて筆で文字を書き記す前近代の行為が万年筆を用いることによって、簡便かつ容易になり、近代社会のさまざまな場面において筆記を可能にしていった。そのこと自体が近代史における重要な階梯であるが、ここでは筆記具とそれをとりまく文化的環境の問題として考えてみたい。また、本稿は万年筆という筆記具を通して消費文化がどのように形成されてきたのかに関する考察を行おうとするものでもある。

本稿ではまず、明治の万年筆の導入の過程を確認し、とりわけ夏目漱石と万年筆との関わりを検討してみたい。次いで三越が発行していた雑誌の記事や広告に着目して、消費文化における万年筆の位相を検討する。特に実際に販売されていた百貨店製の万年筆の販売に際しての姿勢や強調点を検討して、万年筆という筆記具の近代消費文化における特徴を考えてみたい。

①……………万年筆の輸入と販売 ― 筆記の近代化

万年筆がどのような契機にどういった人物によって日本にもたらされたのかについては未だ明確にその様相を明らかにすることはできていない。しかし、明治45年に刊行された土岐哀果の詩集『黄昏に』⁽¹⁾には「女」という作品が収められており、その中で万年筆は次のように描かれている。

日ぐれどき、
万年筆の銀の帯、指のあひだに、
光るはかなさ。

あるいは

をかしさは、
いつかインクの無くなれる万年筆を、
携へしかな。

さらに

秋の夜の、インクの滓の、
 ペン尖につくを気にしつつ、
 書きたりし文

この詩について、はなはだ文学作品の興をそぐような読み取りを敢えておこなってみよう。ここに引いた詩句からは、まず万年筆の軸には銀色の帯の装飾が施されていたこと、次に万年筆は携行されるものであったこと、さらに筆記する際にはインク滓が付着するような状態が現出することを読み取ることができる。明治の末の万年筆は、ほぼ現在の万年筆と同じような特徴を既にこの時点で有していたことがうかがえる。ただしインク滓というのは当時のインクの成分、組成が現在とは異なっていたらしいことを示している。

明治の初めに輸入された万年筆は、明治末年には文学作品のなかでこのようにうたわれる存在になっており、生活の点景として描かれるようになっていたのである。ここから万年筆の浸透の程度を読み取ることができるだろう。わずか40年足らずのうちに万年筆は日本の日常生活のなかに確固たるイメージをもって定着しているのである。

万年筆を輸入しはじめたのは丸善であり、Fountain Pen を「泉筆」ではなく「万年筆」と訳したことだけをみても、それが単なる輸入ではなく、積極的な翻案とでも呼ぶべき創造的なものであったことがうかがえよう。石井研堂は『明治事物起原』で、明治25年発行の「和洋書籍及文房具時価月報」における広告と内田魯庵の証言とを引いて、明治18年頃より、万年筆が丸善によって販売されていたことを指摘している⁽²⁾。

丸善の社史においても万年筆については頁を割かれており、この筆記具が日本の社会のなかに受け入れられていくきっかけは丸善によってもたらされたことが意識されているようである。ただし、当初は現行の金属製のペン先を備えた Fountain Pen ではなく、先端部に針状の仕掛けがあり、紙に押しつけるとそれが引っ込んでインクが流れ出す形式のスタイログラフィックペンであったらしい。やがてペン先を持つ Fountain Pen が明治27、8年頃からウオーターマンをはじめとして欧米から輸入されるようになっていった⁽³⁾。そしてその宣伝に力を尽くした人物として著名なのが内田魯庵である。魯庵は丸善から発行されていた『學燈』の編集に携わるなかで、万年筆に関しても積極的に啓蒙宣伝をおこなった。さまざまな機会をとらえて筆記における万年筆の優位を述べ、盛んにその特徴を説いている⁽⁴⁾。八木佐吉は、こうした丸善と万年筆、その普及に貢献した内田魯庵の功績を述べるなかで、魯庵の丸善入社が明治34年であり、その頃、日清戦争以降に日常的に洋紙が用いられるようになっていったことが万年筆の普及に有利であったことを指摘している⁽⁵⁾。

『學燈』誌における広告もそういった筆記環境の文明開化、西欧化を伴走するようなスタイルで貫かれ、万年筆を用いてインクで筆記することがそのまま新しい時代をひらいていくといった主張が行われていった。「太陽は輝けりオノトを持つ人の頭の上に」というのはこの頃の宣伝文であるが、ここからは、イギリスからの輸入万年筆を所持し、日常的な筆記に用いることは、書くことの文明開化であるという姿勢を読み取ることができよう。そのことは明治9年3月の官報では公文書にインキの使用を禁じる太政官令達⁽⁶⁾が提示されていたのに対して、明治41年12月7日付けの官報でこれを解くといった政府、行政の姿勢の変化とも対応していた。万年筆は単なる贅沢な輸入筆記具で

はなく、近代日本を構成する重要な要素だったのである。

こうした魯庵の万年筆普及に対する最も大きな貢献は明治45年6月に刊行された『万年筆の印象と図解カタログ』で、そのなかでも当時の人気作家である夏目漱石に「余と万年筆⁽⁷⁾」という文章を書かせたことであろう。次節では漱石の文業や回顧譚から万年筆の近代における位相を確認してみたい。

②……………漱石と万年筆 — 明治末の万年筆事情

『万年筆の印象と図解カタログ』は、丸善さらに内田魯庵の万年筆に対する強い思い入れ、意識を示すものであるが、漱石自身はそれ以前にも万年筆を使用した経験があったことを彼の手紙類からうかがうことができる。

のちの漱石、夏目金之助はイギリス留学に向かう船の中から妻、鏡子とその実家の人びとに宛てて書いた手紙のなかで、船中のつれづれに鉄棒で器械体操をしていて万年筆を壊してしまったということを書いている。「時さんの呉れた万年筆は船中にて鉄棒へツカマツテ器械体操をなしたる為め打ち壊し申候洵に申訳之無⁽⁸⁾」明治33年10月8日のことであった。英文学を修め、さらに研鑽を積むための留学に際して、万年筆が贈られたことがわかる。

帰国し、やがて作家となっていった漱石の重要な転機が修善寺大患と呼ばれる罹患とその後の病臥であったが、その療養生活でも万年筆を使っていたことが娘たちへ宛てた手紙から知ることができる。すなわち明治43年8月11日に書かれた手紙のなかに「御父さまは此手紙あおむけにねてみて万年ふででかきました⁽⁹⁾」とあり、病床で仰向けになって万年筆を用いていることが明記されている。この修善寺の大患の際の衰弱の甚だしさを漱石自身は「万年筆をふる力なし」と記している⁽¹⁰⁾。「思ひ出す事など」でも「其時の余は印気の切れた万年筆の端を撮んで、ペン先へ墨の通ふ様に一二度揮るのが頗る苦痛であつた。実際健康な人が片手で檜の六尺棒を振り廻すよりも辛い位であつた。」⁽¹¹⁾と記している。

ここからは仰向けでペン先を上に向けても毛細管現象によってインクが吸い上げられるために筆記が可能な万年筆の特性を承知で使いこなしていることやペン芯の構造が現代の万年筆と比べて未発達であるために、書き出す際に往々にして軸を持って振らねばインクがペン先に到らない特性を意識していることが理解できよう。この作家にとって万年筆とそれを使う行為が日常的なものになっていたことがうかがえる。

とはいうものの、漱石の作家生活にとっては万年筆は積極的な位置を占めていたとも言い切れないことも確かである。「余と万年筆」を改めて読んでみよう。

冒頭で漱石は、内田魯庵の教示によって、丸善で多い時には1日100本もの万年筆が売れること、また1本の万年筆を13年も使う人がいるという例を出しつつ、実用品として万年筆が今の日本において広く受け入れられつつあることを示してみせている。客観的な数字によって万年筆の需要が盛んであることを述べているのである。

漱石自身の万年筆の経験としては、先に述べたように留学に際しての餞別、修善寺大患後の使いこなしがあったわけだが、ここでは3、4年前から万年筆で原稿を書こうと急に思い立ったと記して

いる。それは「第一に便利といふ實際的な動機に支配されたのは事實に違いない」⁽¹²⁾と述べている。その時、丸善からペリカンと称する万年筆⁽¹³⁾を2本購入したという。

この万年筆は調子が良くなかったらしく、筆記しようとするインクが滴ったり、出なかったりしたという。漱石もまた「セピア色の墨を買つて来て、遠慮なくペリカンの口を割つて吞ました。」⁽¹⁴⁾というし、洗浄もしなかったらしい。やがて『彼岸過迄』の執筆時にはつけペンに逆行してしまったという。それが内田魯庵から贈られたオノトという万年筆でこの原稿を書いたところ、「大変心持よくすらすら――と書いて愉快であつた。」⁽¹⁵⁾と記している。漱石の文業において万年筆はこの時点までは必ずしもその中心ではなく、いわば気になる存在にとどまっていたのである。

そのことは大正3年3月22日に『大阪朝日新聞』に載った「文士の生活」の末尾において「用筆は最初Gの金ペンを用ひた。五六年も用ひたらう。其後万年筆にした。今用ひて居る万年筆は二代目のオノトである。別にこれがいゝと思つて使つて居るのでも何でも無い。丸善の内田魯庵君に貰つたから使つて居るまでである。筆で原稿を書いた事は未だ一度もない。」⁽¹⁶⁾と述べていることからうかがうことができる。漱石においては万年筆はあくまでも筆記の道具であり、その実用性において評価していたのである。

「余と万年筆」では前半で「座右に欠くべからざる必要品としての価の廉不廉に拘はらず重宝がられる」⁽¹⁷⁾方に「重きを置きたい」といい、

酒吞が酒を解する如く、筆を執る人が万年筆を解しなければ済まない時期が来るのはもう遠い事ではなからふと思ふ。ペリカン丈の経験で万年筆は駄目だといふ僕が人から笑はれるのも間もない事だとすれば、僕も笑はれない為に、少しは外の万年筆を試してみる必要があるだらう。⁽¹⁸⁾

と述べて、万年筆が近代生活の筆記に不可欠のものとなることを予言している。そしてその具体的實際的な例証として、丸善が輸入していたオノトを賞賛しているのである。漱石の個人的な経験をこえて、明治の末のこの時期に万年筆は高価ではあるものの文筆に必要な不可欠な道具としての位置づけが行われており、その利便性を強調する⁽¹⁹⁾ことが販売と需要の掘り起こしにおいて主張されていたのである。

以上、いささか夏目漱石という作家にこだわって明治末期の万年筆をめぐる問題について考えてきた。しかし、この問題は作家漱石の個人的なものにはとどまらないであろう。明治末のこの時期に筆記をしようとする日本人にある程度は普遍的に共通することではなかっただろうか。明治の後半、丸善を介して続々と輸入された万年筆は、日本人の筆記に対する感覚を変えつつあったと言えるだろう。そのことを意識しつつ、次に百貨店における万年筆の販売の様相について考えてみたい。

③……………三越と万年筆 ― 明治末の百貨店における万年筆の位置

本節では、当時の代表的な百貨店である三越が万年筆をどのように販売戦略のなかに位置づけていたのかを明らかにし、百貨店を舞台とした消費文化における万年筆についての素描を試みる。それによって販売する側からの、いわば商品としての万年筆の位相を考えるとできると思われる。

しかし三越が扱ってきた商品はきわめて歴大であり、また多岐にわたることはいうまでもない。ここで対象とするのは明治末から大正の初めにおける雑誌『三越』『三越タイムス』における万年筆関連の記事および広告に限定せざるを得ないことをあらかじめ確認しておきたい。

まず、明治44年から45年にかけての『三越』誌における万年筆の広告を確認しよう。明治44年の第1巻1号には「万年筆の選択」と題された1頁の広告が掲載されている【図版1】。そこには、

万年筆は今や日本を通じて紳士と貴婦人と学生とを問わず、日用品として誰しも一本を携ふるまでに広く用ゐらる。されど万年筆を選択するには、其インキの流れ出る工合のよろしきや否や、ペンの久しく用ゆるに足るべきや否や、即ち安心して使用し得るものなるや否やを確かめざるべからず。ウオターマン万年筆は久しく我国に紹介せられ、其品のよろしき已に定評あり、こゝに提供して御注文を待つ。沢山御注文被下様御願ひ申上候



図版1 『三越』明治44年 第1巻1号

と記され、さらに万年筆の図版とともに「ウオターマン万年筆一本五円以上種々有之候 内地小包料一個金十二銭」と書かれている。同号にはさらに「こゝに二種の万年筆あり」として、

万年筆には種々の種類あり。然しながら価の廉くして、品質の劣等なるものは直に役に立たず。日用必携品として紳士婦人学生諸氏が御求め遊ばすとなれば斯様の安ものを御薦め致しがたし。こゝに二種の万年筆あり。

(1) ウオターマン万年筆 五円、七円、以上種々あり

(2) 英国製速記者用万年筆 二円八五銭

ウオターマン万年筆は世界に於て其名を知らぬものなく、已に我国紳士社会に其名を知らるゝこと多年、其製品の特長を今更喋々するまでもなし。英国製速記者用万年筆は価は廉なりと雖も筆を運ぶこと愉快にして使用久しきに堪ゆるを以て三越が特約販売を引受けたるものなり。何れも三越が責任を以て御薦め申す品なり。

と万年筆と速記者用の万年筆の2本の図版とともに掲載されている。注目されるのは、速記者用の万年筆であり、これは図版を見るとスタイログラフィックペンらしく、それをさらに「速記者用万年筆」と名づけている。明治の10年代にペン先付きの Fountain Pen に先んじて輸入されたこのタイプのペンを三越ではこの時期に速記者用として、特約販売をしていたことがわかる。

三越が万年筆として積極的に販売しようとしたのは、丸善におけるデ・ラ・ルー社のオノトではなく、ウォーターマン社のそれであった。明治末の百貨店では取り扱う万年筆としてウォーターマ

ンが強く推されていたのである。しかし、『三越』誌の明治44年1巻4号の「近流行旅行用具」としての紹介のなかには、「ウォーターマン万年筆 五円より二十五円まで」とともに「ムーア万年筆 五円より二十五円まで」とされている。ムーアは1900年にアメリカで創業した新興メーカーであった。⁽²⁰⁾三越はウォーターマンとともにこの会社の万年筆も積極的に販売しようと努めていたのである。なお、旅行用具の中に万年筆が掲載されているところにも注意しておきたい。携行することが可能な点に商品としての強み、特徴を見出していたことがうかがわれるからである。

この時期の『三越』誌には、このウォーターマン、ムーア、速記者用万年筆の3種が「優秀なる万年筆」「万年筆三種」として繰り返し登場する。明治44年の第1巻9号には1頁を右上から左下へと斜めに区切り、左上にはこの3種類の万年筆を図版とともに掲げ、残り半分の右下を「ミツコシ鉛筆」と「ポケットデスク」の広告にあてている。「ミツコシ鉛筆」は「一打(ダース)二〇銭(ママ)一グロス 二円」であり「三越が多年の苦心の結果漸く舶来品に劣らざる品質上等なる実用万年筆を製作して発売するに至りしなし。事務室や学校なそにて使用するにはこのミツコシ鉛筆に勝るものなし。御注文を乞ふ。」と記されている。「ポケットデスク」は「一冊(クロス表紙)一円(河表紙)一円七十銭」で「これは坪井理學博士の考案にて旅行などには此上なき軽便なるものなり。鉛筆挿みなどを備へ尚葉書挿みあり、綴ピン容あり、吸取紙あり、郵券入あり、封筒、書簡箋、写生帳などをも容るゝに足る。」と説明されている。三越のオリジナル鉛筆と携帯用の文房具入れとでもいうべき商品とともに万年筆の宣伝がおこなわれていたのである。

なお、この当時の万年筆が高額な商品であることはこれまでに見てきた広告類の文言からも明らかであるが、三越では廉価な万年筆を扱わなかったわけではない。先の「万年筆の選択」という広告が掲載された『三越』明治44年第1巻1号のなかには「弟への贈物」という広告のなかにビクトリア万年筆が写真とともに紹介されており、その価格は35銭であった。これは箱とスポイトと一緒に写っていることから当時のウォーターマンと類似したアイドロッパー方式の首軸を外してインクを注入する、おそらく国産の万年筆ではなかったか、と推測される。こうした比較的若い消費者を意識した万年筆の販売もおこなわれていた点に当時の万年筆の人気や関心の広がりとそれを意識した販売戦略を読み取ることができるであろう。

大正に入って『三越タイムス』誌上にも万年筆の販売に関する広告や記事を見出すことができる。大正元年の第10巻11号の『三越タイムス』には「アズビー万年筆」の広告が掲載されている【図版2】。これは「AZBY FOUNTAIN PEN Price——Yen 2.80」「Made by Waterman Fountain Pen Co. NEW YORK Specially for Mitsukoshi & Co. TOKYO」と英文で書かれたあとに太字で「2円80銭の万年筆」と記され、以下のような説明が付されている。

AZBY FOUNTAIN PEN
Price --- Yen 2.80

Made by Waterman Fountain Pen Co.
NEW YORK
Specially for Mitsukoshi & Co.
TOKYO

2円80銭の万年筆

米國ウォーターマン會社の萬年筆は、其名夙に天下に遍く、苟くも萬年筆を所持せらるゝ紳士學生諸君にして、ウォーターマン萬年筆の名を知らざる方はあらざるべし。されどウォーターマン萬年筆は何れも五圓以上なり。尙一般の需用に應ずるに遺憾なき能はず。こゝに於て三越は、
ウォーターマン會社と特約して
更に平民的な萬年筆を製造せしめ

アズビー萬年筆

と命名し二圓八十銭の廉價にて發賣仕候。何卒御注文のほど奉願上候。

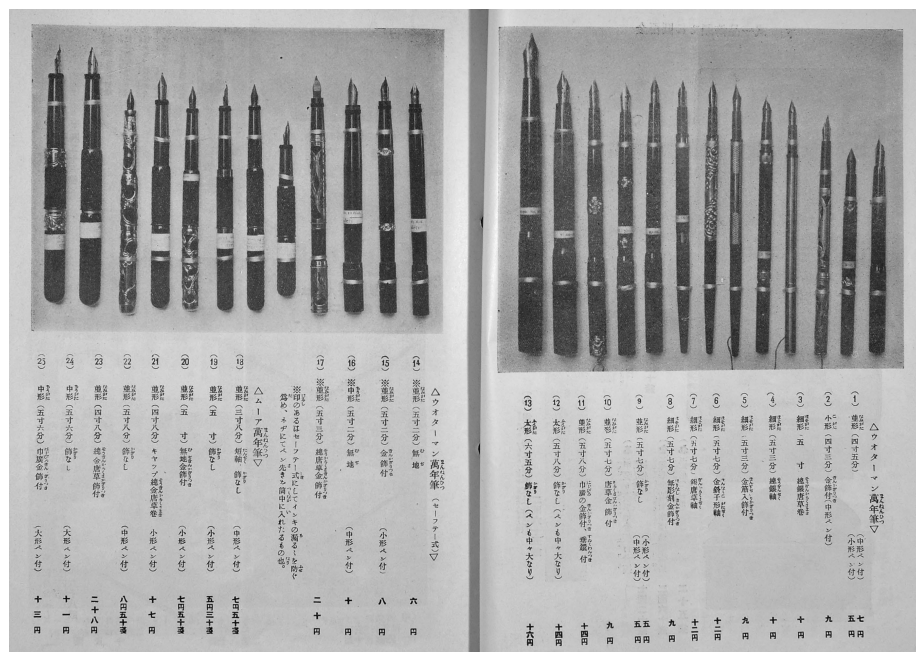
図版2 『三越タイムス』大正元年
第10巻11号

米国ウォーターマン会社の万年筆は、其名夙に天下に遍く、苟くも万年筆を所持せらるゝ紳士学生諸君にして、ウォーターマン万年筆の名を知らざる方はあらざるべし。されどウォーターマン万年筆は何れも5円以上なり。尚一般の需用に應ずるに遺憾なき能はず。こゝに於て三越は、ウォーターマン会社と特約してさらに平民的な万年筆を製造せしめ「アズビー万年筆」と命名し、2円80銭の廉価にて発売仕候。何卒御注文のほど奉願上候。

5円以上する高価なウォーターマンの万年筆に対してその半額近い価格で、しかもウォーターマン社製の万年筆を三越が独自に販売するというのである。広告上部の英文はそのことを端的に示そうとしたものであろう。説明文のなかでも「ウォーターマン会社と特約して」という部分は活字を大きくし、さらに「アズビー万年筆」は大きな活字のみならず四角でそれを囲むという力の入れようである。高額ではあるが優れた商品といったこれまでの万年筆の位置づけから一歩踏み出し、三越が積極的に海外のメーカーと組んで、舶来品でありながら安価で、もちろん高品質の商品を開発販売するのである、という宣言である。万年筆の購買層の拡大を期した販売戦略であり、広告の製作であるといえる。

④……………「万年筆は現代の流行児なり」—大正初めの万年筆の販売戦略

大正に入ってから三越ではこうした万年筆の大衆化を見すえた販売を積極的に進めていこうとしていた。そのことは翌大正2年の『三越タイムス』第11巻1号でさらに明瞭に示されている。この号では写真入り見開き2頁でウォーターマン万年筆13種、同じくウォーターマン万年筆（セーフテータ式）4種、ムーア万年筆8種が掲載されている【図版3】。価格は5円から28円に及ぶもので装飾や



図版3 「三越タイムス」大正2年 第11巻1号

様式などバラエティに富み、おそらく万年筆への憧れ、購買欲を刺激するものであった。

そして「万年筆は現代の流行児なり」という10頁にわたる記事がこの号には掲載されている。筆者は文末に濱田生とあるから、おそらく三越の広告宣伝の中心であった濱田四郎の執筆ではないか、と推測される。この記事は表題に続いて「▽万年筆を求めんとする方々に告ぐべきことども ▽万年筆御使用の御方の知らねばならぬ事共」とあり、万年筆に関する基礎的な知識と使用法について啓蒙しようとしたものであることがわかる。以下、要約しながら内容を紹介してみたい。

まず、「△万年筆の2大種別」として、万年筆と日本で呼ばれているものには、スタイログラフィックペンとファウンテンペンの2種類に分かれること、後者は泉筆と訳すべきではあるが、万年筆と訳していることが述べられる。次に「△万年筆の喜ばるゝ理由」として、外出の際に便であること、机上のインキスタンドを廃することができること、の2点を挙げ、万年筆は軽便無比なることは今や社会の定論だとしている。さらに「△便利極まる万年筆」という項では筆者の個人的な経験として役所などでの書類を書く際や、絵はがきを書く際に使い、さらに家庭でも頻繁に用いて少しも痛んでいないとする。そして「△万年筆は何年保つか」では、万年筆の寿命はその使い方によるが、ペン先は金ペンであり、その紙に触れる部分は白金（実はイリジウム）で、黒インキにふれても錆びないので、無理に取り替える必要もないとする。「△和製万年筆は使用に堪えず」で、和製の万年筆は品質が実用に耐えないとし、金ペン先は日本では出来ないと断言している。そして舶来の万年筆の名称を挙げ、なかでもよく人口に膾炙しているのがウオターマンとムーアであるとし、口絵に言及しながらウオターマンの特色を「其インキの出る工合の如何にも柔らかにして、英語で申すスムーズといふ事は誠によくスラ——とインキの出る工合を形容したものと見えます」といい、「この特色は到底他の万年筆に見ることは出来ません。」とする。さらにウオターマン式万年筆は筒（胴軸）に入れるが、ポケットに入れる際にはカップ（蓋、キャップのこと）を上にしておかないとインキがカップの中に滴り落ちて使用する際に手先を汚すことがあるのが欠点といえ欠点であるとする。

これ以降は万年筆の使用上の注意や構造の説明に記述が移っていく。「△ペン先を上向きにせよ」として、鞘にクリップして万年筆を挿み、ポケットに入れるかシースに入れて帯またはポケットに挿めばよいとする。ウオターマン万年筆への苦情はこのインキの滴りに関することだけであるという。なお、胴中にインキが残り少なくなるとインキの出具合が激しくなるのが、それを防ぐには相当量のインキを入れておけばよく、このことは全ての万年筆に共通することだと述べる。「△セーフティー式の現出」では、セーフティー式の説明が行われる。則ちインキの滴下の不便を補うためのもので、カップに深く鞘を押こめ、先頭をネジで止めてインキが出ないようにしたものでムーア万年筆と似ているとする。

「△ムーア式万年筆」はこのセーフティー式を採用しているムーア万年筆の紹介で、インキの滴下のおそれはないが、書き出そうとする際にペン先を押し出すという手順があることが欠点と言え欠点だとする。「△特殊の好みに応じたる品」ではウオターマンもムーアも紳士用、婦人用の大きさの違い、書斎用と外出向けの違いがあること、装飾の有無と意義（カップの破損防止）を述べる。さらにペン先が数年間は持つこと、その大小が価格の高低に関わること、ペン先の尖った（細い）ものが日本人には好まれ、尖らない（太い）ものは西洋人に好まれる傾向があるといったこと

を述べる。「△掃除の方法及び其注意とインキの種類」では掃除のやり方を説明し、特にペン先は外さない方が良いとする。さらにインキは万年筆用のものを用いるのがよく、青黒色（ブリューブラック）が最もよく、赤インキはペン先を損ねると注意している。

最後に「△修繕は出来る。安物買の銭失ひを御注意」としてペン先の破損、軸または胴の破損などについて、三越では材料（部品）を輸入しているので対応可能であるとし、極めて便利になったと自賛している。終わりに価格について、関税が課されるにもかかわらず三越では米国国内とほぼ同様の価格で販売しているとし、5円以上のものならば安心して使用できる、と結んでいる。

以上、長々と「万年筆は現代の流行児なり」という記事の内容を紹介してきたが、大正初年における商品としての万年筆の位相をよく示していることが理解できると考えたからに他ならない。ここでは万年筆の有用性、使用上の注意、構造の解説、修理の体制を具体的に述べ、その魅力をアピールしようとしている。毛筆やつけペンとは異なった注意が必要なことや、構造の理解の上に立った扱いが求められること、耐久性や修理の可能性など、新しい商品としての万年筆を購買欲の対象とすべく周到な説明を加えているといえるだろう。これらのなかには、はるかに技術的に進歩、向上した現代の万年筆の扱いに通じるものもあり、この時点での普及啓蒙が日本における万年筆の受容に大きな意味を持っていたことがわかる。

この時点での万年筆の販売における大きなネックとなっていた点はその価格であっただろう。『三越タイムス』大正2年第11巻6号では「御注文遊ばす際の御注意として八則」として通信販売を利用する際の注意点をあげているが、そのなかで7番目に「5円以下の万年筆は御使用に堪えざるや」、8番目に「万年筆御使用の注意」という万年筆に特化した記事を掲げている。内容は「万年筆は現代の流行児なり」の要約に近いが、三越の力の入れようがここからもうかがえる。7番目の「5円以下の万年筆は御使用に堪えざるや」では三越では5円以下の安物は売っていないとし、金ペンの使用、インキの出具合の良さを強調して「安い万年筆—換言すれば粗製濫造の万年筆は決して御使用なからんことを希望致します。」と結んでいる。おそらく国内で製造されはじめた万年筆⁽²²⁾に対して、輸入高級品の価値を主張しているのである。

なお、この記事では万年筆そのものはもちろん、万年筆用のクリップ、ウオターマン製のゴム製万年筆掃除器、万年筆首取外し用ゴムなどの広告も併載されている。万年筆のみならず、関連する道具類も販売し、万年筆を快適に使いこなせる筆記環境作りをめざしていると解することも可能であろう。

安価な万年筆に対して高価な外国製の万年筆の優位を主張する姿勢は『三越タイムス』大正2年第11巻12号の「万年筆の時代は来たれり」でも貫かれている。その前半をみておこう。

三越では万年筆を販売して居ります。万年筆が近来非常に需用が多くなりましたにつれ、和製の万年筆は雨後の筍の如く出来ました。然し万年筆は西洋でも中々面倒なる技術を要するので完全なる万年筆はさう容易くは出来ません。現に世間で持て囃さるゝ万年筆が全世界を通じて四五種以上はないといつてもよい位な訳でこれを日本で初めて拵へて見たからとて、直に売り出すといふのは、誠に無責任の様に思はれます。これならばよいと確かに見込のついた上でなければ売り出さないのが至当かと思はれます。

日本で製せる万年筆はいろいろあります。中には舶来のペン先を用ゐ軸其他を加工せるものもあります。和製品に舶来の様な名を付して売る店もあり。然し三越では未だに之を御薦め申す丈けの確信はありません。舶来品は安いものではございません。安くはないが使用上安心して使はれます。インキの出る工合が違ふ、寿命が永くございます、結局万年筆は舶来品の中で、最も名高い、——つまり西洋諸国で充分に社会の信用を得たる名高い万年筆——は最も信用あり、最も安心して用ゆるに堪ゆといふ訳になります。

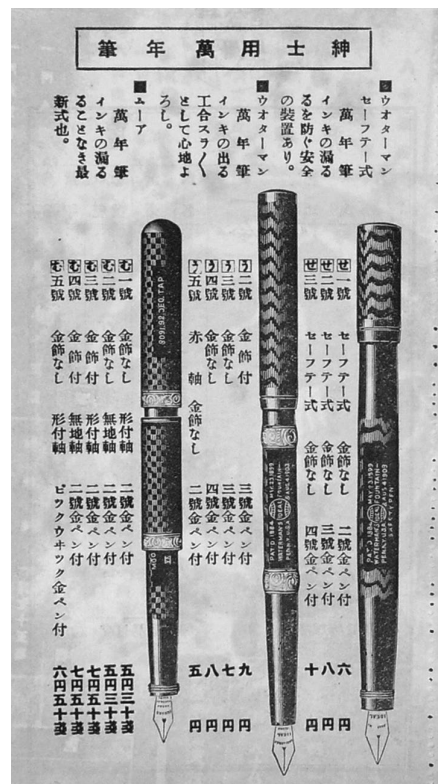
こう述べて、後半はムーアとウオターマンの優越を述べ、万年筆用のインキを使用することを薦め、最後に「安い万年筆は買ふべからず」と主張をくり返している。これを三越における舶来優先、高級志向とだけ受け取ることはできないだろう。それよりも商品の高品質の追求と三越での取り扱いにおけるプライドが万年筆にも及んでいるととらえておきたい。流行しつつある万年筆の取り扱いのなかにも三越が扱うのであれば、高い品質を希求し、その保証こそが販売を支えるという思想を読み取ることができるように思われる（【図版4】は同号末尾の広告）。

万年筆に関しては、その販売にあたって従来の筆記具およびその環境、関連付属する用具が大きく異なることが意識され、そうした知識や手順といった筆記をめぐる新たな生活の様式につながる情報をも提供することが試みられているといえるだろう。大衆化とはいっても商品の安価での供給という単純なものではなく、知識の普及、価値観の醸成といった商品そのものには現れない部分での啓蒙を伴っていた。ある意味で万年筆を中心とする筆記文化の革新がここで図られていたということもできよう。

明治末から大正の初めにかけての三越の万年筆販売は、こうした一種の啓蒙運動としての意味を持っていたと後世からは評価することができる。そして、そこで展開された販売戦略は三越の販売活動というだけでなく、筆記の近代を支えるコモンセンスの形成とかかわっていたといえるだろう。丸善による万年筆の輸入販売に続く、三越による外国産万年筆の販売はそうした近代の消費文化と筆記文化の両方に関わっているのである。

おわりに

本稿では、明治10年代に始まった万年筆の輸入供給の過程を確認し、その位相を特に夏目漱石という一人の作家に焦点を当てて整理してみた。さらに三越の明治末年から大正初めにかけての万年筆の販売姿勢を具体的に検討し、その特徴を考えてみた。以上の結果、見通すことができたのは次



図版4 『三越タイムス』大正2年
第11巻12号

の3点である。

第1に近代日本のなかで万年筆の普及販売に最も力を尽くしたのは丸善であるが、それに続いて明治末年からは三越も万年筆を商品として取りあげ、その販売にかなりの努力を傾注していた。その販売は万年筆単独ではなく、関連する商品も視野に入れたものであった。

第2にそうした三越の万年筆販売は徹底した舶来品中心主義であり、その品質の高さを常に前面に押し出す姿勢が堅持されていた。安価な普及品も海外のメーカーによる製造をおこない、国内で生産される万年筆の可能性には否定的であった。このことから逆に、国産万年筆の普及がこの時期に始まることを推測することができる。

第3に三越は万年筆の販売に際して商品そのものの供給ばかりではなく、関連する知識、特にその使用法の啓蒙に努め、万年筆の優越性を中心とする近代筆記文化の醸成に関わった。これは万年筆に限らず、鉛筆やノートをはじめとする洋紙製品の普及とそれらと不可分な近代の諸制度や官公庁、学校、軍隊などの場とも深く関わっていったものと思われる。

万年筆の日本での浸透については従来、丸善と内田魯庵の活動に即して叙述される場合が多かったが、丸善に遅れるものの三越が万年筆の普及、大衆化に果たした役割を軽視すべきではないことが判明した。日本の万年筆史は複線的に描かれるべきなのである。⁽²³⁾

さらに、ここで見通すことのできた近代の筆記環境をめぐるさまざまな問題については視点を変え、より多角的に考察していくべき点も少なくない。例えば、明治35年生まれで、東京帝国大学に学んで国文学研究者となった伊藤正雄はその回想のなかで、養父で弁護士であった伊藤徳三が大正10年、69歳で世を去るまで、万年フデはおろか、普通のペンすら一度も使ったことがなく、専ら毛筆を使っていたと言い、伊藤自身も大正末年の大学生時代（東京帝国大学）、万年筆は持っていたものの日用には普通のペンを用いていたと言う。学生時代は「大学に通うにもわざわざインキ壺をぶら下げていったものだ。これが当時の学生風俗だったのである。国産の安い万年筆は、故障が多かったせりもあらう。万年筆が真に大衆のものとなったのは、昭和に入ってからではあるまいか。」⁽²⁴⁾と述べている。おそらく大正初めの三越では否定的に扱われていた国産万年筆の品質向上や普遍性の獲得が万年筆のより徹底した大衆化へとつながっていったのではないかと推測される。丸善や三越のみを糸口に万年筆をはじめとする筆記文化の近代史を考えるのは一定の限界があるだろう。それを乗り越えていくための視点や方法をも含めて、考えるべき課題は少なくないことを確認して、とりあえず本稿を閉じたい。

註

(1)——以下の引用は『明治文学全集（第64巻）明治歌人集』（筑摩書房、1968年）に拠った。当該作品は140～146頁所収。

(2)——石井研堂『明治事物起原』（『明治文化全集別巻』、日本評論社、1969年）、1422頁。

(3)——中西敬二郎ほか『丸善百年史』（丸善株式会社、1981年）、808～814頁。

(4)——前掲注(3)、819～827頁。なお内田魯庵が説く万

年筆の有用性については明治45年4月に発表された砂邱子（内田魯庵）「万年筆の過去、現在、及び未来」（坪内祐三・鹿島茂編『明治の文学（第11巻）内田魯庵』、筑摩書房、2001年、424～437頁、所収）が代表的なものである。

(5)——八木佐吉『書物往来』（1975年、東峰書房）、170～172頁。

(6)——前掲注(5)、204～205頁。

(7)——『漱石全集（第11巻）』（岩波書店、1975年）、

509～513 頁。

(8)——『漱石全集(第14巻)』(岩波書店, 1975年), 151 頁。なお, 引用に際しては仮名遣いは原文のままとし, 漢字は通用のものに改めた。以下, 本稿における引用については全て同じ。

(9)——『漱石全集(第15巻)』(岩波書店, 1976年), 3 頁。

(10)——明治43年9月10日の日記, 『漱石全集(第13巻)』(岩波書店, 1975年), 536 頁。

(11)——『漱石全集(第8巻)』(岩波書店, 1975年), 287頁。

(12)——前掲注(7), 511 頁。

(13)——これはドイツのペリカン(Pelikan)社のものではなく, イギリスのデ・ラ・ルー社の製品, ペリカン(Perican)であった。

(14)——前掲注(7), 511 頁。

(15)——前掲注(7), 513 頁。

(16)——『漱石全集(16巻)』(岩波書店, 1976年), 712 頁。

(17)——前掲注(7), 510～511 頁。

(18)——前掲注(7), 512～513 頁。

(19)——なお, この利便性ということを視点に万年筆の近代生活史における位置づけを考えることの重要性も確認しておきたい。漱石の残した手紙には「急ぐので万年筆で失礼します 以上」(大正4年の青木新護宛ての手紙の末尾, 『漱石全集(第15巻)』, 岩波書店, 1976年, 478 頁)とあり, また大正5年の『明暗』十五では

西洋流のレターペーパーを使ひつけた彼は, 机の抽斗からラベンダー色の紙と封筒とを取り出して, 其紙の上へ万年筆で何心なく二三行書きかけた時, 不図気がついた。彼の父は洋筆(ペン)や万年筆でだらしく綴られた言文一致の手紙などを, 自分の俵から受け取る事は平生からあまり喜んでゐなかつた。彼は遠くにゐる父の顔を眼の前に思ひ浮かべながら, 苦笑して筆を擱いた。(『漱石全集(第7巻)』, 岩波書店, 1975年, 45 頁)

という描写がある。これらからは, 万年筆の筆記にあつての利便性や簡易性の反面で, 折り目正しい正式の書記行為ではないという認識や了解が大正初年にあったことをうかがうことができるだろう。言文一致という文体に加えて万年筆による筆記そのものが「だらしない」ものであつたのである。こうした認識がどのように変化していったか, その背景や条件はどのようなものであつたかを考えることは近代日本における筆記史の大きな課題と言えるだろう。

(20)——A・ランブロー(すなみまさみち監訳)『Fountain Pens-万年筆 Vintage and Modern』(同朋舎出版, 1991年), 35 頁。

(21)——濱田四郎については神野由紀『趣味の誕生—百貨店がつくったテイスト—』(勁草書房, 1994年), 111～121 頁を参照。

(22)——こうした三越における万年筆の輸入高級品戦略は前節で指摘したビクトリア万年筆の販売やアズビー万年筆の製造販売と矛盾するようにも思われる。アズビー万年筆はあくまでも万年筆普及のための入門的な商品だったのかもしれない。「万年筆は現代の流行児なり」では「三越で売つて居るアズビー万年筆は金ペンの代わりに鍍金ペンを用ゐてあります。使用に耐へないことはございせんけれども, ウォーターマンの如く, ムーアの如く百発百中と申す訳には参りません。」と述べられている。アズビー万年筆の仕様がうかがえるとともに, 金ペンに対する信頼が厚いことにも留意しておきたい。

(23)——もちろん, 国産万年筆の生産とそれを支えた技術や思想の検討も重要である。その点については現代の「手作り」万年筆を起点とした拙稿「国産万年筆研究の課題」(『国立歴史民俗博物館研究報告』170集, 国立歴史民俗博物館, 2012年)を参照されたい。

(24)——伊藤正雄『忘れ得ぬ国文学者たち—一併, 憶ひ出の明治大正—』(右文書院, 1973年), 276～277 頁。

(国立歴史民俗博物館研究部)

(2014年12月1日受付, 2015年3月19日審査終了)

A Study of Fountain Pens from the End of the Meiji Era to the Beginning of the Taishō Era in Japan: A Paradigm Shift in Their Marketing and Its Meaning

KOIKE Jun'ichi

This paper examines fountain pens to reveal the modernization of writing instruments and the changes of consumption culture. First, this paper analyzes the position of fountain pens in marketing strategies in Japan in the Meiji era (1868-1912) by examining the advertisements of Maruzen, *Yo to Mannenhitsu* (*A Fountain Pen and I*) by Sōseki Natsume (published in 1912), and other essays and writings regarding fountain pens. Moreover, this paper traces the marketing of fountain pens at *Mitsukoshi* Department Store and analyzes their characteristics by examining its booklets named *Mitsukoshi* and *The Mitsukoshi Times*. The results of the analysis indicate that fountain pens became very popular as a symbol of modernization in the writing universe from the end of the Meiji era to the beginning of the Taishō era (at the beginning of the 20th century). In particular, *Mitsukoshi* Department Store actively promoted the sale of imported fountain pens. In addition to sales promotions, it shared related knowledge, including how to use a fountain pen, to create cross-selling opportunities. In order to fully reveal the history of fountain pens and the modernization of writing instruments in Japan, further studies from different angles will be needed, including the research of the process of promoting the domestic production of fountain pens.

Key words: Maruzen, Roan Uchida, Sōseki Natsume, *Mitsukoshi*, Waterman