

《通販よもやまばなし》

第6話 生きたカナリアが届いた！

日本における通販の元祖が江戸の「四ツ目屋」、明治時代に郵便制度をいち早く活用した近代通販の先駆けが津田仙だということは先にお話ししました。でも、最初から通信販売あるいは通販という言葉が使われていたわけではありません。明治の初期には、米国のメールオーダーを訳した「郵便注文営業」とか、「発送営業」と呼ばれました。「通信販売」という言葉の初登場は、明治41年(1908年)発行の「商業大辞典」とされていますが、以後わが国では一貫して「通信販売」略して「通販」が使われ、インターネットを利用した販売も「ネット通販」ですっかり定着しました。一方、通販王国の米国では、メールオーダー、ダイレクトマーケティング、データマーケティング、イーコマース(EC)など、なかなか定まりません。いっそ「TUHAN」を世界共通語にしてしまっはと思います。

さて、第1次通販ブームとも言える明治時代、どんなものが扱われたのでしょうか。種苗のカタログ販売をはじめとし、今も通販では定番の印鑑、輸入の高級金側懐中時計、初めて新聞広告を利用した目薬、お試し方式を考案した宇治茶、大西白牡丹という会社の化粧品、日本橋丸善の百科事典など、現在通販で売られている商品も大方お目見えしました。百貨店では、明治32年(1899年)に高島屋、つづいて三越、明治30年代末までに白木屋(東急が吸収)、松屋、大丸が通販に乗り出し、カタログや会員誌を競って発行しています。

そんな中で異色と言えるのは「報知新聞」が行った、いわゆる「何でも購入代行」サービスです。報知新聞は、第2話で1901年に100年後の通販を予想した記事を紹介しましたが、明治5年(1872年)に「郵便報知新聞」として創刊、明治28年に「報知新聞」と改題、一時は発行部数600万部を超える大新聞でした。しかし昭和になって衰退、昭和17年に読売新聞に合併され、戦後に現在のスポーツ紙として復活しています。

報知新聞は明治30年代に「代理部」という部門を設け、その目的として「購読者の便利を図り、兼ねて商工業の発展を期するが爲に、読者の必要品の買入れおよび選択の任に当たる」を掲げました。驚くべきことに「人に満足を与ふる精神の一つで、(送料以外)一文の手数料も貰はず親切を尽くす」とあり、まったくの読者サービスだったのです。扱いは高額品から生活用品まで、あらゆるジャンルをカバーし、要請があれば何でも届けるのをモットーにしていました。あるとき、山形の人からカナリアと金花鳥を送って欲しいと5円が送られて来ました。さすがにいったんは断ったものの、死んでもいいからとの再度の要請で、やむなく上野駅まで持って行き、乗務員に途中水やりをして指定の駅で降ろすよう依頼しました。当時のこと、2日ほどはかかったでしょうが、金花鳥は途中で死んだものの、カナリアは無事に届いたといひます。採算を度外視したこうした活動が、部数拡大をもたらした反面、長期的には衰退の一因となったのか、そのへんは定かではありません。