

東京大正博覧会で注目—御木本のティアラ

大正期には上野公園を会場に、東京大正博覧会（大正三年）、平和記念東京博覧会（大正十一年）と二度の大きな博覧会が開催された（平和記念東京博覧会は大正後期編で紹介）。

大正三年の東京大正博覧会（図1-2-30）には天野啓次郎（後の天野時計宝飾品株式会社）などの有力業者が出品。御木本真珠店や天賞堂（図1-2-31）や丸嘉などの大手小売店も出品している。



図1-2-30
東京大正博覧会第一会場入口風景
東京大正博覧会絵葉書

博覧會と天賞堂

協賛大賣出し

三月廿日は舉行多岐多岐の記念日品進呈
大正博覧會は規模大結核社共實に前日整理に値ひすべく種業工業の發達乃至美術工業の進歩に甚大の資益を興ふべきは勿論に候。本堂大に此趣旨を發し諸君に各館に多數の出品をなし又爾等中堂購買の便利を認らんが爲め即賣店を開設して御用命を仰上候。

先づ會場内に於ける出品場所と品目とは左の如くに候。

- 美術館** には本堂工場及び現代諸大名家の考案妙技に成れる立錫彫刻物又は金銀の形體を施したる花敷類其他多種を出品す。
- 工業館** には本堂各工場に於て技術熟練の妙手を専ら製作せしめたる美術應用の金白銀玉入裝身具類宝飾品飲食器等を出品す。
- 外國館** には特に斯道精通の店員を専らに派遣し選擇せしめたる現時流行の金銀時計寶玉類（類當時計掛時計並音機類諸種）を出品す。

右の外上野不忍池畔に開設したる

- 即賣店** には總ゆる種類の品物を陳列致し低廉の價も取らざる格を以て理想の優待品を提供仕候又本店に於ては御應用の指環、指輪、時計、時計類、同種物、眼鏡等に於ては中外兼貨の粹を集め置き候に付何卒博覧會御覽の御序を以て御柱廊の程快して本堂上候。

即賣店 客用電話 御立券の御客様方の御用命に御座り候。

天賞堂 本店

東京第 即賣店 天賞堂博覧會即賣店

下谷區上野不忍池畔
電話新橋特長一三三三三三
電話新橋特長一三三三三三
電話下谷特二六二四

図1-2-31
天賞堂博覧會出品広告

大正3年3月19日『東京日日新聞』
『広告で語る天賞堂と銀座の100年』⑳より

この時出品された宝飾装身具で特に注目を集めたのは御木本真珠店のプラチナ製の真珠のティアラ。大正三年5月の『婦人世界』ではこれを「東京大正博覧会で眼につくもの」として写真入りで紹介している（**図1-2-32**）。

ティアラは当時、「冠形かんむりがたの髪飾り」と呼ばれたが、これを実際に

見た記者は「日本で初めて拵こしらへた髪飾タイエイラ」として、「真中まんなかに大きな真珠が入ってゐて、五萬五千円の札がついております（中略）外側の金属は白金で、中央の大きな真珠の外に、それより幾らか小さい真珠が三個ついてをります。その外にダイヤモンドを沢山むらば鏤めてあります」と報じている。

わが国で初めての実作のプラチナ製ティアラであり、金額も「五萬五千円」と桁違い。これを見た多くの人々に驚きを与えたことだろう。

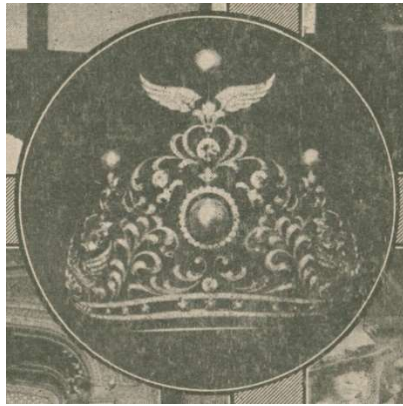


図1-2-32
御木本真珠店出品のティアラ
大正3年5月『婦人世界』より

第一次世界大戦の宝飾ブームで成金なりきん続出

大正前期の最も大きな出来事として挙げられるのは大正三年7月に始まった第一次世界大戦（1914～18）である。

この戦争はオーストリアの皇太子夫妻がセルビア人青年によって暗殺されたことに始まった（サラエボ事件）。これに対してオーストリアはセルビアに宣戦布告。これを受けてセルビアを後援するロシアに對抗してドイツがロシア、フランス、イギリスと開戦。

日本はドイツに宣戦布告して参戦し、ドイツの租借地であった中



図 1-2-34
和田邦坊「成金栄華時代」

『太陽』no. 132 ②より
昭和3年刊『漫画明治大正史』に大正の戦争成金を描いたもので、百円札を惜しげもなく燃やしている。実際にこのような人物はいたようで、船成金の山本唯三郎^{ただきぶろう}は料亭から帰ろうとした時に停電が起きてあたりが見えないのでふところから百円札を出し、それに火をつけて履物を探させたという。

この戦争は当時、欧州大戦（または欧州戦争）と呼ばれていたことから分かるとおり、あくまでもヨーロッパでの戦争であり、事実日本は実害をほとんど受けることはなかった。それどころか、イギリスやロシアなどから軍需品などの注文が殺到し、大きな経済的利益を収めた。この景気は「大戦景気」と呼ばれ、造船業や鉄鋼業などが急速に成長した。

株式市場も活況を呈し多数の「成金」^{なりきん}が続出した（図 1-2-34）。成金とは将棋からのたとえで、にわか金持ちになることをいうが、この成金たちの金遣いの荒さは凄まじいものだった。



図 1-2-33
青島占領を記念して作られた銀の帯留
部分金銷し
裏に「征青記念」とある。

国山東省南東の青島^{チンタオ}を占領。記念帯留も売り出された（図 1-2-33）。

成金の豪奢振りー金の印台指輪も盛ん

大正八年（1919）10月の月刊『寸鉄』では「現代成金の豪奢振り」という記事で、「東京市内の各百貨店の呉服売場、貴金属売場で帯一本に千金をとうじ、ダイヤ入りの時計、腕環、指環その他宝石類に万金を惜まぬ者は、日々珍しくなく」と報じている（『精工舎史話』^{③〇}）。

この頃には金の印台指輪（印面付き男性用指輪）（図1-2-35）が数多く作られ彼らの指を飾った。なぜ皆が金の印台を求めたかという点、いざという時には、金製品なら貴金属店などで買い取ってくれるし、質屋でもすぐお金に換えてくれるという利点があったからである。従って、金性は20金、22金、純金など高品位のものも多かった。



図 1-2-35

金の印台指輪

天賞堂

大正4年4月『天賞堂営業案内—貴金属装身具之部』より

金の平打ち指輪（二段目中）もボリュームたっぷり。

大正前期は貴金属製品や宝飾品が売れに売れた時代である。同時代の史家はそのようすを、「指環腕環等に至りでは元来の奢侈品、此好況に促されて貴金属宝石類の珍なるもの貴なるものを競うて用ひられ」た、とその熱狂ぶりを記録している（『近世日本世相史』^{③1}）。昭和末期〜平成のバブル時代を思い起こさせるような大正期のバブルである。戦前の日本にもこのような時代があったのである。

宝石の重量単位「カラット」―第一次世界大戦末から普及

日本で宝石の重量の計量単位であるメートル制「カラット」（語源はカロブ樹の実から、1 ct ≡ 0.2 グラム）が農商務省令で採用されたのは明治四十二年（1909）11月11日である（『日本の宝飾文化史』図9-1）。しかしその頃はまだ紙上の布告にすぎず、実際は多くの業者は「珊瑚の玉の径を測る分差ぶさしを使って、直径幾分と云って取引をしていた」（『宝石百年』（第一回座談会））。すなわち、当時は重さではなく、直径を測るノギス形式の計測器を使い大きさを測っていたのである。

「カラット」という呼び方が普及しだしたのはダイヤの取引が活発になった第一次世界大戦末期からで、大正十一年（1922）頃になると一般向け広告にもカラットの図を示したものが出始めた（図1-2-36）。この頃からダイヤモンドは大きさではなく「目方」（重量）で量るものだという考えが徐々に広まっていった。



図 1-2-36
ダイヤモンド目方表入り広告
丸嘉
大正 11 年 10 月『新演芸』より

業者間の取引に際しては、これまでの「分差」の他、金属製平板に大きさの異なる丸穴のあいた板ゲージや、挟み式のダイヤモンドゲージ（モー氏ダイヤモンドゲージ）が用いられた。挟み式は日本製も作られ（図1-2-37）、枠付きのダイヤモンドでも測定できて便利だった（図1-2-38）。

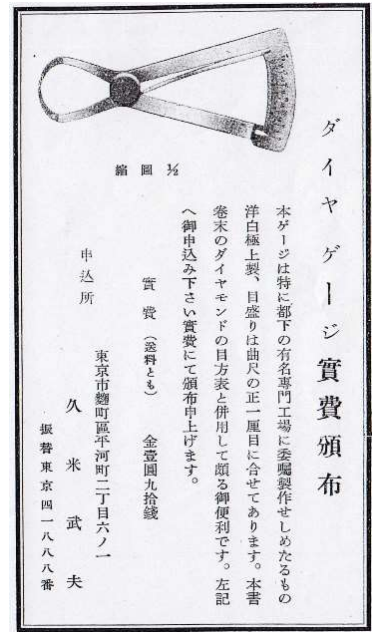


図 1-2-37
挟み式ダイヤゲージ
『寶石辞典』③より
ラウンドのブリリアンカット石に用いられる。

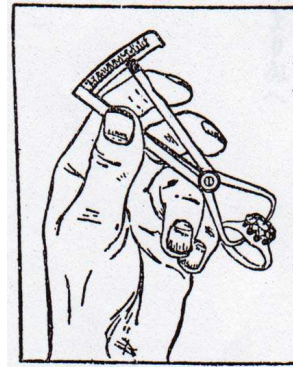


図 1-2-38
挟み式ダイヤゲージ使用図
『寶石辞典』より
ダイヤの縁の直径の寸法を測った後、高さの寸法を測り、目方換算表(『寶石辞典』所収)から重量を割り出す。

プラチナ需要増加で価格急騰

次に述べるように第一次世界大戦でダイヤモンドの価格が上がったが、プラチナの価格は更に大きく上がった。なぜこの時期にプラチナ価格が急騰したのか。理由は装身用の需要が増えたというだけではなく、戦争の影響が大きかった。

地金業者の回顧録によると、当時プラチナはイギリスやアメリカから輸入していたが、プラチナは重要な軍事物資であるため、国際相場が変動し、従来より大きく上昇した。

プラチナは火薬の触媒として使われる。有力地金業者である松村金銀店でも火薬の触媒用として平塚にある海軍火薬廠（弾薬工場）（かやくしやう）に相当量のプラチナを納めたという(『三代目松村伊助回想記』③)。

この値上がりにより、製品を売る者も多くこれまでのプラチナ装身具の大部分は潰しの材料に供されたという記録が『日本囊物史』に残っている。同書によると、大正二年に一匁(3・75グラム)11円60銭のものが、大正五、六年には27円から30円に大幅に値上がりした。

プラチナの値上がりにもかかわらず、プラチナは高いから買うという成金もいた。

新聞に「白金が騰って居ますから今白金でお作りになるのは御損です」と商人に云われて、「ナニ高い處が値打なのだ」と札ビラを切る者も増えているという記事も出ている（大正七年4月28日『東京朝日新聞』）。

ダイヤの輸入、爆発的に増える

第一次世界大戦の勃発でダイヤモンドの産出が減り国際相場は高騰した。だが九年をピークにダイヤの輸入は年々増加した。大正六年には約133万円だったものが、大正九年には約515万円と4年間のうちに一気に4倍近くまで跳ね上がった（図1-2-39）（大正十年の急激な落ち込みは戦後恐慌による）。

年次	金額
大正6年(1917)	¥1,333,713
7年(1918)	¥2,144,126
8年(1919)	¥2,546,492
9年(1920)	¥5,148,147
10年(1921)	¥1,689,973

図1-2-39

大正6～10年のダイヤ輸入額

大蔵省発表

『ダイヤモンド』③④、『宝石百年』

（第二部）より

当時を体験している宝石業者によると、高値にもかかわらず1カラット以上の大きな石もどんどん輸入されて、たちまちのうちに売れていったという（『宝石の知識』③⑤）。

その頃の1カラットのダイヤはどの程度の値段だったのだろうか。『値段史年表明治・大正・昭和』③⑥によると、良質の1カラットの小売価格は大正二年で500円、大正八年で800円と年々上がり、大正九年になると千円にまで値上がりしている（図1-2-40）。

千円といっても今とは貨幣価値が違うのでピンとこないかもしれないが、同書によれば千円というのは、ちょうど当時の内閣総理大臣の月給相当額である（ちなみに大正十年の銀座の一坪の土地の売買価格も千円）。やはり、一般の人にはまったく縁のない大変な金額だった。

明治三十三年	二百円
明治四十四年	四百五十円
大正二年	五百円
大正八年	八百円
大正九年	千円

図 1-2-40

ダイヤモンド 1カラット（良品）の値段の推移

天賞堂調べ

『値段史年表明治・大正・昭和』より

ダイヤモンドの品質はどの程度だったか

第一次世界大戦後にダイヤモンドが普及したが、その頃からダイヤモンドの品質―カラー・グレード―にも注目が払われるようになり、品質に触れる広告も出た（図 1-2-41）。

大きければ大きいほどよいという人もいただろうが「日本人は形の大小より、品質にその重きをおいた」（『宝石百年』（第二部））。そのため輸入されたダイヤモンドも、概して良質のものが歓迎された。ダイヤモンドの品質の格付け（品位等級）において、その色の美しさ（色合い）を示すカラー・グレードは重要な要素である。現在ではアメリカのG I A（アメリカ宝石学会）によるDから始まるアルファベット表記方式が一般的だが、この時代は、鉱地や色などに由来する古い表示方式が用いられていた。

等級順位は、上位から（一）リヴァーズ（二）ヤーガーズ（三）ブルー・ウエッセルトonz（四）ウエッセルトonz（五）トップ・クリスタルズ（六）クリスタルズ（七）ヴェリー・ライト・ブラウン（八）トップ・シルヴァー・ケープ（九）シルヴァー・ケープ（十）ケープ（十一）イエロー（十二）ブラウンの十二段階（『ダイヤモンド』他）。

このうち日本に入ってきたものは、ウエッセルトonz級を最高として、これは「ブルーホワイト石」とか「純白色」と呼ばれて取引された。ここで紹介している大勝堂の広告にある「ブリュー・ホワイト」（ブルー・ホワイト）とあるダイヤモンドもおそらくウエッセルトonz級の石で、国内では最高級品の部類に属するものだったのだろう。

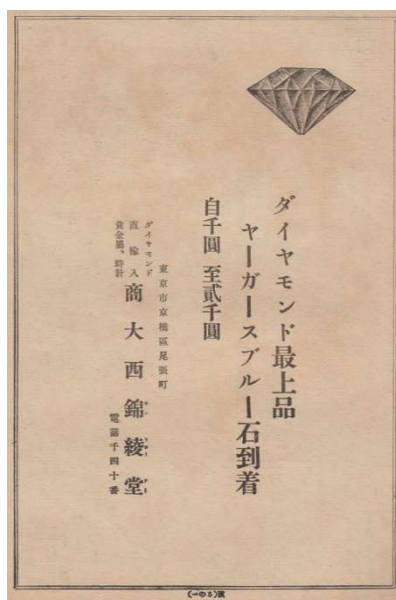


図 1-2-42
大西錦綾堂ダイヤ（ヤーガーズ）
広告
大正 8 年 11 月『演芸画報』より

さらに、その上のクラスのダイヤモンドも国内に入っていたようで、それを示すのが大正八年 11 月の大西錦綾堂広告（図 1-2-42）。そこにはダイヤモンドの最上級品として「ヤーガスブルー石到着」とある（値段は千円〜二千円）。「ヤーガーズ」（ヤーガーズ）とは等級二番目の最高級品に属するダイヤである。

欧米の長い歴史に比べれば日本は寶石については後進国である。従って戦前までの日本には良質のダイヤなどまったく無かったと思われるが、これらの広告を見ると必ずしもそうではなかったようだ。それほど多くはなかっただろうが、こういう特品クラスのダイヤも売られていたのである。



図 1-2-41
大勝堂のダイヤ（ブルー・ホワイト）
広告
大正 6 年 3 月『演芸画報』より
ダイヤモンドの文字の下に「ブ
リュウホワイトブリリアント」
とある。