

Muse

帝国データバンク史料館だより【ミュージズ】

2008.07
VOL.05
TDB Historical Museum

古往今来〈特別寄稿〉

戦後復興と企業再生への歩み

—戦後改革から高度成長へ—

成城大学経済学部教授 浅井 良夫

シリーズ:史料が語る

「第5回」データベースサービス



(写真:東京女子医科大学史料室)

エピソード⑤

吉岡彌生

よしおかやよい

日本で27人目の女医であり、女子高等教育の基盤づくりに活躍した女子教育家。1900(明治33)年に、日本で最初の女性医師養成機関として東京女医学校(現・東京女子医科大学)を創立するなど、日本の女子医学教育と女性の社会的地位の向上に尽力した。社会的な要職につき、活発に発言していた吉岡は、1930(昭和5)年帝国データバンク創業者、後藤武夫が結成した思想結社の機関雑誌『日本魂』に「男女青年風紀問題 私の立場から」という評論を寄稿している。

人物往来

日本の信用調査業

戦後の調査機関

戦後、近代化を経て復興した信用調査業界は二強時代へと突入し、データベース事業を新たな基軸とした業容拡大に向かう。今号では、戦後に躍進し変化した信用調査業を紹介する。

戦後復興の過程で

大手の勢力図が変わる

戦時体制下の企業合同により業者数が減少していた興信業界は戦後、零細規模の新規参入会社が多く、また、悪徳業者も増えるなど業界秩序は混乱していた。この間、復興を目指す戦前からの大手興信所と、新しく台頭してきた有力興信所がしのぎを削り、戦後の業界勢力図は「変じていくことになる」。

戦前に大手として活動していた三大興信所の戦後の状況を見てみよう。終戦直前の1944(昭和19)年、商業興信所と東京興信所は合併により東亜興信所となった。東京と大阪のそれぞれに所在していた本社への戦災は免れたものの戦争による被害は大きく、敗戦直後に全社員を一旦解職し、優秀社員の選抜採用や業績の悪い地方事業所の統廃合、請負制への移行などの処置を講じた。また、占領軍による財閥解体政策に対応して48年以降、財閥系4銀行が中心となって保有していた株式は同社従業員が引き受け、50年9月には、全株式を同社従業員が取得した。これにより、創業時からの銀行系興



1951年に新築した帝国興信所の広島支所
帝国興信所では、戦後の最優先課題として被災支所の復旧が進められた

信所としての性格が薄くなり、銀行からの後ろ盾を失ったことで、やがては低迷を続けることになる。

帝国興信所は、敗戦により海外の事業所を全て失い、国内事業所も53カ所のうち29カ所が罹災した。ほとんどの被災支所社屋が全焼し多くの調査資料なども焼失したが、50年までに5支所を新築するなど着々と復旧が進められていった。

戦後、急速に業績を伸ばし、大手のひとつに数えられるようになったのが東京商工興信所である。同社は戦災のため完全に業務中断を余儀なくされたが、48年から調査会員数の増加により調査件数も急増。49年下

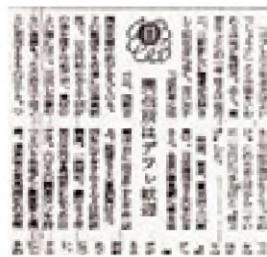
期(7~12月)から5年間で収入高が約15倍に拡大するなど急速に業績を伸ばしていった。同社以外にも、50年に日本銀行を主体とした銀行の出資により設立された日本信用調査や、同年に繊維業界専門の調査機関として業務を再開した東京信用交換所など、大手3社にこれらを加えた上位数社が傑出していた。

業績の伸長と近代化が復興の原動力

朝鮮戦争終了後、日本経済は不況期を迎えたが、興信業界は新聞(1954年8月14日付朝日新聞、「興信所は、デフレ歓迎」など)でも取り上げられるほど業績を伸ばしていた。記事中には「帝国、東亜、東京商工(銀座)、日本信用など大手になると、全国の調査網に集まる依頼は日に400件から1000件以上」などと紹介されている。52(昭和27)年に行われた帝国興信所創業記念式典での所長、後藤勇夫による挨拶で「終戦後7年を経た今日では、御承知の様に大戦前の最盛期にも比すべく所運の復興誠に見るべ

きものがあります」と述べたことから、信用調査業全体が50年代に入って業績を回復していったことがわかる。

また、戦時中の用紙配給の制限などにより休刊していた各興信所の出版物の復刊や創刊が相次いだ。48年、帝国興信所から「帝国興信所報」(「帝国興信日報」から改名が復刊されたのを皮切りに、49年には東亜興信所が「東亜興信新報」を創刊。50年代に入ると東亜興信所より「商工信用録」(50年)、



興信業界の動向を取り上げた新聞記事(『朝日新聞』1954年6月1日[写真右]と8月14日[写真左])
朝鮮戦争終了後、大手興信所では前年に比べ3、4割方調査依頼が増えるなど大幅に業績を伸ばしていった





『帝国銀行会社要録』第32版(1951年刊)
『帝国銀行会社要録』は1943年の第31版を最後に休刊していたが、戦後に復刊し『帝国データバンク会社年鑑』として現在でも発行され続けている

帝国興信所より『帝国銀行会社要録』(51年)、信用交換所より『繊維業者信用録』(55年、後に『全国繊維企業要覧』へ改題)など興信所の出版物が刊行されている。

56年に発表された経済白書には「もはや戦後ではない」との副題がつけられ、高度経済成長期を迎えるが、そのキーワードとなるのが「近代化」である。近代化とは合理化、効率化、民主化という言葉に代表される。戦後の興信業界の近代化を帝国興信所の例で見よう。同社はまず戦後復興に際し支所の管理強化に努め経営方針を全社的に徹底させることで企業基盤を確立させた。また、社内諸規定の制定・整備を進め、こうした経営近代化が焼失した支所を次々と復興させる原動力となっていた。

一方、GHQ(連合国軍司令部)により民主化の一環として労働組合の結成が奨励され、多くの企業で労働組合が結成された。しかし、左派系組合の労働運動が先鋭化し、59年の三井三池争議に代表されるような労使紛争が頻発した。帝国興信所でも53年に信用調査業界初となる労働組合が結成され

る。その後、60年までの7年半にわたり労使紛争が続いた。この紛争により業績は低迷を続けたがその半面、組合の結成は近代的な労使関係を築き上げることとなり、経営の近代化へと進む過程における陣痛でもあったと言つてができる。

興信所は「信用調査機関」へ 「総合情報サービス業」へ

1965(昭和40)年、戦後初の大不況、いわゆる、40年不況の時期に興信所は大繁盛時代を迎えている。戦後最大の倒産と言われた山陽特殊鋼の会社更生法適用申請を始め、企業倒産が頻

発し同年の倒産件数は5,690件に達した。こうした中で、取引先等の倒産情報や信用情報をいち早くキャッチし、被害を最小限に留める存在として興信業が脚光を浴びることとなっ

興信所の繁盛ぶりを取り上げた新聞記事(『朝日新聞』1964年6月24日[写真右]、12月19日[写真左])
倒産被害を最小限に抑える情報の入手先として脚光をあびた興信業は、“40年不況”の時期に大繁盛時代を迎えた



(単位:百万円)

年度	帝国興信所	東京商工興信所
1969	2,514	2,184
1970	2,947	2,621
1971	3,453	3,137
1972	3,645	3,654
1973	4,242	4,200
1974	5,629	5,500
1975	6,454	6,570
1976	7,247	7,598
1977	8,302	8,698
1978	8,974	9,883
1979	9,755	10,180
1980	11,139	11,071

帝国興信所と東京商工興信所の業績推移(1969~80年度)

た。我が国初の信用調査機関が誕生して約70年、ようやくその真価が広く認められたと言える。

この60年代半ばから70年代を通じて、信用調査業界の中心的存在となったのが、帝国興信所と東京商工興信所(74年、東京商工リサーチに社名変更)であった。この時期、両社を合わせたシェアは「貫して60%台を保ち、シェア及び収入高でしを削ったが75年以降はわずかながら東京商工興信所が収入高トップの位置についていた。しかしこの

後、新たに情報化という大きな変革の波が訪れ、帝国興信所がいち早くこの波に乗ることになる。

その波とはコンピュータリゼーションであった。コンピュータの導入により、生産現場のみなら



社名変更の全面広告(『日本経済新聞』1981年3月3日)
1981年3月、業務内容の変化に伴い新しい情報産業への脱皮を果たした帝国興信所は「帝国データバンク」に社名を変更した

ず事務の合理化、さらには経営意思決定の補助にまで利用しようというものである。帝国興信所は68年、超小型電子計算機を導入したが、当初その目的は給与計算等の事務の合理化であった。しかし、この時期からコンピュータ利用の拡大を構想し、72年『全国企業財務諸表分析統計データ』、73年『評点表データ』、74年『アドレスブック』など、膨大な情報を集積したデータベースからさまざまな商品が誕生し販売される。データベース事業は業態を信用調査中心の興信業から顧客管理・マーケティングを含めた、総合情報サービス業へと転換させ、従来の受注産業から情報収集加工提供産業へと脱皮させることとなった。こうした中で81年、帝国興信所は業態を的確に表す「帝国データバンク」へと社名変更している。

またこの年、帝国興信所は個人を対象にした人事調査を全面的に廃止。この頃から企業調査専門の大手興信所の呼称は、それまでの「興信所」から「民間信用調査機関」へと変わり、人事調査専門の中小興信所や探偵業などと明確に区分されることとなった。

特別寄稿

戦後復興と 企業再生への 歩み

― 戦後改革から 高度成長へ ―

成城大学経済学部教授
浅井 良夫

企業再建整備・財閥解体

周知のように、資本主義とは、私有財産制度と私的契約の尊重を前提にした経済システムである。そのため、私的所有を制限した方が経済的に効率良く、社会に有益なことが明らかな場合にも、なかなか、政府や自治体は私権を制限できない。道路を一本通すために、長期間の粘り強い用地買収交渉が必要となることは、われわれも身近で見聞している。私権に踏み込んだ大胆な改革が実施された点で、占領期は、日本の近現代では特異な時期であった。戦後改革は、占領軍の絶対的な権力抜きでは起こりえなかった。

企業に基大な影響を及ぼした措置として、まず戦時補償の打ち切りが挙げられる。1946(昭和21)年5月末にGHQが打ち出した戦時補償の打ち切り方針は、政府と経済界にショックを与えた。戦時補償とは、政府による契約解除や命令によって生じた損害に対する補償および戦争損害保険金支払に対する補償のことである。GHQは、財閥系企業を始めとする日本企業に、戦争は割が合わないことを思い知らせるべく、戦時補償打ち切りの措置に訴えた。

戦時補償債務は、一般会計予算の2倍以上の565億円の巨額にのぼっており、それが支払われるかどうかは各企業にとって死活問題であった。また、軍需企業は銀行から莫大な借入を行っていたので(46年3月末現在、全国銀行貸出残高中、軍需融資・戦争保険融資

は3/4に及んでいた)、戦時補償が打ち切られれば、企業経営は破綻し、金融恐慌への発展は必至であった。そのため、政府はあくまでも戦時補償を支払う方針を掲げたが、石橋湛山蔵相の抵抗もむなし、46年10月に戦時補償の打ち切りが断行された(「戦時補償特別措置法」)。その際、多額の損失を抱える企業や銀行の打撃を和らげ、事業の継続を可能にするために、バランスシートを新旧勘定に分離し、特別損失を旧勘定で処理する方式が採用された。新旧勘定を分離した企業は5,000社余りにのぼった。

財閥は戦争に加担しただけでなく、その独占的な存在自体が中産階級の成長を妨げ、軍国主義の基盤となっていたというのがGHQの考えであったので、財閥解体は、GHQが目指す日本の非軍事化・民主化の1つの柱であった。財閥本社を頂点とするピラミッド状の企業集団は、株式所有と人的支配の両面から解体された。

47年9月までに持株会社に指定された会社は、83社に達した。持株会社・財閥同族が保有する株式は、いったん持株会社整理委員会に移された後、証券処理協議会を経て一般に売却された。その額は、全国株式の1/3に相当したと見積もられている。「証券民主化」と呼ばれたこの措置で、法人の株式所有比率は大幅に低下し、個人株主の比率が拡大した。また、独占禁止法第9条により、財閥の復活を防ぐ目的で純粹持株会社が

禁止された。

戦後改革は混乱を引き起こしたが、外から強制された改革であったにも関わらず、多数の国民に受容された。52年に日本が主権を回復した後も、改革を覆すような措置はほとんど取られなかったことにそれは示されている。占領軍にブッシュされなくても、おそらく同様の変化は起きたはずである。近代化にともない、同族的な財閥の組織は、経済システムと調和しなくなっており、地主制は農業の生産性の向上の障害と化していた。とはいえ、占領改革が存在しなければ、変化は10年や20年は遅れたであろう。占領改革はまさにビッグ・ブッシュであった。

傾斜生産方式とドッジ・ライン

1946(昭和21)年末に閣議決定を見た傾斜生産方式は、鉄鋼と石炭に重点を置く経済復興政策として有名であり、高校の教科書にもゴシック活字で登場する。しかし、はたして傾斜生産方式が、どの程度まで経済復興に貢献したのかは、必ずしも明らかではない。傾斜生産方式は、ほかに選択肢がない中でやむなく取られた政策であったため、その無理な仕組みがもたらした副作用も少なくなかった。

一面の焼け野原となった大都市の写真を見慣れた人には意外かもしれないが、敗戦の時に、かなりの工業設備が空襲の被害を免れて残存していた。日中戦争以後、軍需を満たすために積極的な重化

学工業の育成が図られたので、戦前と較べるならば、重化学工業の工場設備は顕著に拡大していた。また、600万人を超える引揚者があり、労働力は有り余るほど存在した。生産再開の唯一のネックは、原料の調達難であった。

占領軍は貿易を厳しく制限した。輸入物資の大部分は、ガリオア援助による食糧や医療品であり、日本企業が原材料や機械を輸入する道はほとんど閉ざされていた。46年8月に日本政府は20品目の原料輸入の申請を行なったが、GHQにより実質的に拒否された。そこで、政府は、最大の国内資源である石炭に復興の望みを託し、唯一、許可された製鋼用の重油輸入を足がかりに、増産された鉄鋼を炭鉱に優先的に配分し、石炭産業を復興する計画を立てた。

傾斜生産に要する資金を供給するために、政府出資により復興金融金庫(復金)が新設された(47年1月開業)。戦時補償打ち切りで多額の不良債権を抱えた大銀行には、復興計画の面倒を見るだけの余裕はなく、政府が自ら金融機関を設立せざるを得なかった。そのほか産業復興のための資金は、価格差補給金(公定価格と生産費の差額に対する補助金)や貿易資金特別会計を通じた「隠れた補助金」といった財政資金を通じても供給された。

復金融資と補助金が企業のコスト意識を麻痺させた結果、安易な経営に走った企業も少なくなかった。48年には、復金融資にからんだ大規模な疑獄事件で

ある昭電事件も発生した(昭電の経営実態は、最近、麻島昭一『企業再建整備期の昭和電工』学術出版会、2006年において詳細に明らかにされた)。

企業経営が正常な軌道に乗るためには、49年のドッジ・ラインによる経営規律の強化を経なければならなかった。

高度成長の開始

高度経済成長は、1955(昭和30)年に始まったとするのが通説である。

それ以前に、すでに多くの企業は「朝鮮特需」ブームで、再生の足がかりを得ていた。49年から50年前半に経営悪化と労使紛争で破産の危機に直面していたが、国連軍(米軍)からのトラックの発注により、一気に息を吹き返したトヨタはその代表的な事例である。経済成長率も51年には実質12.0%を記録したので、高度成長は朝鮮戦争から始まったと言っても良さそうである。それにもかかわらず、大部分の研究者が、高度成長の起点を55年に求めるのは、つぎの理由による。

第1に、「特需」によって国際収支の均衡が保たれている状態は、正常な経済状態とみなせないからである。52、53年には特需は日本の外貨受取額の1/3までを占めていた。特需とは、在日米軍による軍需調達や米軍人・軍属による購買など米軍による需要を指す。日本政府は、朝鮮特需が一段落した後も、アメリカの軍備・軍事援助は拡大するだろうと考

え、特需の継続に期待を寄せた。しかし、朝鮮戦争・インドシナ戦争の休戦によって、54年には軍事緊張は緩和に向かい、特需は激減した。日本経済は、特需なしで国際収支を均衡させなければ、立ち行かなくなった。政府は、特需なしで貿易収支が均衡することを「経済自立」と呼んで、これを優先的な経済目標とした。

第2に、設備投資主導型の成長は、55年から始まった。神武景気(55、56年)の際に、「投資が投資を呼ぶ」と形容された、新技術の導入による設備投資ラッシュが起きた。イノベーションの訳語として、「技術革新」が当てられ、普及したのもこの頃である。戦後約10年間にわたって、設備投資が低調だったのは、戦時に増設された機械・設備を使用し続けたためであった。鉄鋼業などでは、新規の設備投資は、50年頃から始まっていたとはいえ、まだ、その規模は小さかった。神武景気の時の投資熱はすさまじく、56年

度には、民間設備投資はじつに48%(実質)も拡大した。鉄鋼における一貫製鉄所の新設ラッシュ、石油化学プロジェクトの発足、本格的な国産乗用車の生産開始などが、この時期の技術革新の代表的な事例である。

56年度版の『経済白書』において、「もはや戦後ではない」という言葉が用いられた。あとから振り返れば、意気揚々と高度成長の道を歩み始めたように感じられるかもしれないが、当時の実感はそうではなかった。「経済白書」は、「もはや『戦後』ではない。われわれは、いまや異なった事態に直面しようとしている。回復を通じての成長は終わった。今後の成長は近代化によって支えられる」と、戦前水準への復帰過程が比較的容易であったのと比べ、これからの道は厳しいというニュアンスで書かれている。当時の人は、不安に満ちた緊張感を抱いて高度成長のスタートラインに立ったのである。

ユメ創りモノ造り

～万年筆～

昭和40年代の初期まで、万年筆は筆記用具の主役だった。進学や就職に際してのプレゼントとしても必需品だった。その座をボールペンに譲ってから、市場は縮小を続けたが最近になって、再び人気を取り戻しはじめた。パソコンやメールが普及し、活字ばかりが溢れるなかでスタイルや心を表現するアイテムとして復権してきたようだ。

200年前に英国で誕生した fountain pen (万年筆)

万年筆は今から200年前、1809年に、英国のフレデリック・パーソロミュー・フォルシユがインクを貯蔵できるペンを発明したのが起源とされている。この頃から万年筆は英語で「fountain pen」(泉のペン)と呼ばれるようになった。

1883(明治16)年には、アメリカの保険外交員だったルイス・エドソン・ウオーターマンが毛細管現象を利用した万年筆を発明し、これが現在の万年筆の原型となった。

その翌年の84年、横浜のバンダイン商会在日本で初めて万年筆を輸入し、東京日本橋の丸善などで販売された。

当時の商品名は「針先泉筆」であったが、すぐに「万年筆」と呼ばれるようになった。



昭和初期の製造工場(インキ注入工程)
1918(大正7)年、並木製作所(現パイロットコーポレーション)が、ペン先も含めた純国産万年筆の製造を開始した

国産初の万年筆は1911(明治44)年、阪田久五郎によって造られ、セラー万年筆として今日に続いている。同社は後に、カートリッジ式のインキ補充方式を開発したことも知られている。

しかし、初期の国産万年筆はペン先を輸入に頼っていた。特にペンを紙が触れるペンポイントの製造が国内では難しかったが、東京高等商船学校教授、並木良輔が万年筆用金ペンの開発に成功し、同窓の和田正雄の協力を得て18(大正7)年、株式会社並木製作所が純国産万年筆の製造を開始した。後のパイロット万年筆(現パイロットコーポレーション、以下パイロット)である。

書くための必需品は万年筆から手軽で便利なボールペンへ。

1940年代に入ってから、日本は世界一の万年筆生産国になった。以降、60年代まで製造も販売も順調に推移していった。50代以



パイロットのペン先
万年筆の命とも言われるペン先。先端に熔着するイリジウム合金の製作・加工技術に成功し、国産の手頃な万年筆が普及する

上の年代層では、高校・大学への進学や就職に際して万年筆をプレゼントされた経験が多い。それは、万年筆が「書くための必需品」であったからだ。

しかし、70年代になると需要が落ち込んでくる。高度経済成長期の訪れとともに、筆記具の主役は万年筆からボールペンに移っていった。より手軽に便利に、スピーディにというボールペンの機能性が重宝され、また、それまでは万年筆やペンに限られていた公式文書にボールペンの使用が可能になったことも大きく影響している。

90年代になると、市場はどん底に落ち込んでしまったが、この間も万年筆の価値は生き続け、また、品質も着実に進化してきた。

往年のヒット商品

左から順に、①万年筆「スーパー」(1955年) ②万年筆「キャプレス」(1963年) ③万年筆「エリート」(1968年) 「エリート」の時代を最後に万年筆は低迷を続けた



写真上:大正時代の14金万年筆

写真下:パイロットが開発してきた万年筆の命(ペン先)



蒔絵万年筆

現在販売されているNamikiブランドの最高位シリーズ「エンペラー・コレクション」。工芸品としての価値も高く海外からの人気も高い

漆工芸技術の粋とも言うべき「蒔絵」を施した高級万年筆は現在にいたるまで国内外から高い評価を得てきた。万年筆は実用的な筆記具としてだけでなく、もともとこうした趣味の世界を持ち合わせ

現在、文書はパソコンのソフトで書ける。手紙よりメールが便利だ。自分の字で書くという機会はますます減って、活字ばかりが溢れてきているのだが、21世紀を迎えて、万年筆はじわじわと復権してきている。それはどんな要因によるものなのか。パイロットの筆記具ミュージアム「ベン・ステーション」に伺ってみた。

ブームは21世紀を迎えてから。ファッションという新たな魅力。

「万年筆ブームは2000年代に入ってからですね。以前は大人の道具でしたが、若い人たちから新しいものとして受け止めて頂いていたのだが、最近の万年筆ブームの理由のひとつに「デザイン性」や「ファッション性」を挙げる事ができる。

ドイツ、イタリアなど欧米メーカーには白・オレンジ・ピンク・グリーンなどカラフルなもの、木調のもの、マーブル調のものなどデザイン性に優れたものが多く、こうした輸入品への人気もブームを牽引している。

ミュージアム館長の飯島利文さんと、営業企画部の田中万理さん

「ぜひここで自分にぴったりの万年筆を見つけてください」とのこと



ベン・ステーション

国内随一の筆記具ミュージアム。銀座～京橋散策も兼ねて万年筆の試し書きに立ち寄るのも一考だ



昔、万年筆を常用されていた方々は、現在の万年筆の書き味をご存知だろうか。試しに、パイロット「キャップレス・シマンモ」という細身でキャップの着脱が不要なノック式万年筆で試し書きしてみた。まったく新しい書き味がそこにあった。とにかく余分な筆圧を必要とせず、「サラサラ、サラサラ」と書いて、イン

自分のための一本でサラサラと、書いて、伝えてみませんか。

万年筆は長年使っていると手に馴染んでくる、と言われる。しかし、ペンポイントがすり減ることはなく、馴染むには作家のようにかなり使い込まなければならぬようだ。従って、まず色んなものを試し書きして自分の用途や好みに合ったものを選ぶ、というのが自分への1本の選び方だという。

「自分のためのデザイン、ファッション。自分にぴったりの書き味、そして自分の字が奏でる心通うコミュニケーション。ボールペンやサインペンなどの筆記具や1丁の利便性が成熟する一方で、汎用品ではなく、自分だけのための1本」として、万年筆が秘めていたチカラが復権してきたようだ。

2007年の新聞広告

万年筆で書いた文字、言葉のチカラを「一本のペンがあれば、人は、笑ったり、泣いたりできる」というコンセプトで展開。自筆の愉しみを啓蒙している



ベン・ステーション
筆記具の歩みや初の純国産万年筆、「ダンヒル・ナミキ」等の蒔絵万年筆が展示されている

東京都中央区京橋2-6-21
Tel.03-3538-3840
www.pilot.co.jp/

協力：
株式会社
パイロットコーポレーション

「第5回」

データベースサービス

1960年代から日本の産業界でコンピュータリゼーションという用語が使われ始めた。信用調査業界も蓄積された情報をデジタル化することで利用目的に合わせた情報を提供するデータベース事業に移行していく。今回は、信用調査業界の新たな柱として変化をもたらした企業情報データベースサービスを紹介する。



「COSMOS」はデータベース業界を代表するものとして、海外からも注目される商品へと成長していった
(写真:「DATABASE'98 TOKYO」帝国データバンクブース)

「データベース」の語源は 米国防省から

データベースの歴史を紐解いてみると、ソ連が人類初の人工衛星(スプートニク)の打ち上げに成功した1957(昭和32)年まで遡る。国防および宇宙開発において、自他ともに世界一を自認していたアメリカは、このニュースに多大なショックを受け、これを契機に連邦政府は、軍事および宇宙開発用の大規模な情報処理システムやデータベース開発に乗り出すことになった。「データベース」の呼び名は、この時アメリカの国防省でデータの基地(ベース)という意味で使われ始めたことから広まってきたとされている。

その後、アメリカでは国防省やNASA(航空宇宙局)を中心に、50〜60年代にかけてデータベースシステムの開発が進み、70年代になると商用データベースサービスとして花開くことになる。

日本におけるデータベースサービスは、70年代を黎明期、80年代以降を発展期に

大別することができる。最初の商用データベースサービスは、日本経済新聞社が70年に株式上場企業の財務データや株価情報を収録した磁気テープの販売であったようだ。

68年コンピュータ導入 帝国興信所のデータベース構想

日本の信用調査業界におけるデータベースサービスへの動きはどうであったか。1969(昭和44)年の新聞に、大手興信所のコンピュータ化事情に関する記事が掲載されている。

「たとえば帝国興信所では、個人信用情報をコンピュータで処理し、割賦販売に役立たせたり、企業の信用調査報告書をコンピュータに覚え込ませる計画で、10月ごろから徐々に実行に移す考えだ」(8月20日付毎日新聞、「情報産業へ脱皮する「興信所」」)



大手興信所のコンピュータ化に関する新聞記事（「毎日新聞」1969年8月20日）
「情報産業へ脱皮する『興信所』の見出しで帝国興信所及び大手興信所のコンピュータ化についての記事が掲載された

帝国興信所では、この記事の前年の68年3月に、小型電子計算機を導入している。記事が掲載された69年の段階で、このコンピュータは、給料計算に利用する程度であった。しかし、69年4月、コンピュータ利用研究の責任者であった企画室長が残したメモに「己調（調査済報告書）ならびに評点表という貴重な資料を死蔵させておくのはもったいないことで、これを活用すべく、まず評点表の利用を計画中」とあり、この段階ですでに「データベース化に向けた計画が練られていたことが分かる。また、同年7月の通達文書ですでに、評点表をデータベース化した場合の利用方法を次のように告知していた。

「『○○地方におけるプラスチック加工業者で、資本金○○以上、従業員○○以上、評点○○以上の会社を知りたい』などのいわゆる市場調査も可能となる」

このデータベース商品構想のもと、69年

9月には調査報告書に付した各企業コード（己調番号）を統一することが決定するなど、着々とデータベースの商品化へ向けた準備が進められていった。

データベースの商品化へ「COSMOS」誕生

帝国興信所がデータベースサービスを開始したのは、1972（昭和47）年1月である。この時、試験的に販売された「業種別個別企業財務比率統計表」は、個別企業の財務比率表を業種別一覧表にしたもので、フォーマット用紙に数値を出力して販売された。検索条件が業種コードのみで、社名を手書きで記入しているなど、現在から見ると不完全な形であるが、71年11月に発刊した出版物「全国企業財務諸表分析統計」の制作時から数値をコンピュータに入力し、データ化することで蓄積した情報資産を再利用した初めての商品という意味で、画期的なものであった。この試験販売が予想以上の成果を挙げ、翌月には正式販売が決定。ここに財務諸表データの本格販売が開始された。

「評点表データ」の販売を開始したのは73年9月からである。この新商品を販売するにあたって、各管理職宛に通達文書

が発せられている。

「今までの調査が1社毎であったのに対して、これらの集積のなかから一定の条件のものに抽出した数十、数百社が報告の対象となり、1点ごとの調査から、それ等を集めた線、そしてさらに面への調査へ移行するという興信業にとっては全く新しい分野の開拓を意味するものです。（略）この「データバンク」は是が非でも成功させなければならぬ新商品です」

己調番号	社名	総資産		自己資本		資本金		固定資産		売上高		売上総利益		売上総利益率	
		前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年
91-034	株式会社	1,200	1,500	400	500	1,000	1,200	300	400	1,000	1,200	150	200	15%	16.7%
91-0342	株式会社	2,000	2,500	700	900	1,500	1,800	500	600	2,000	2,500	100	120	5%	4.8%
91-0343	株式会社	3,000	3,500	1,000	1,200	2,000	2,300	800	900	3,000	3,500	150	180	5%	5.1%
91-0344	株式会社	4,000	4,500	1,300	1,500	2,500	2,800	1,000	1,100	4,000	4,500	200	240	5%	5.3%
91-0345	株式会社	5,000	5,500	1,600	1,800	3,000	3,300	1,200	1,300	5,000	5,500	250	300	5%	5.5%
91-0346	株式会社	6,000	6,500	1,900	2,100	3,500	3,800	1,400	1,500	6,000	6,500	300	360	5%	5.5%
91-0347	株式会社	7,000	7,500	2,200	2,400	4,000	4,300	1,600	1,700	7,000	7,500	350	420	5%	5.6%
91-0348	株式会社	8,000	8,500	2,500	2,700	4,500	4,800	1,800	1,900	8,000	8,500	400	480	5%	5.6%
91-0349	株式会社	9,000	9,500	2,800	3,000	5,000	5,300	2,000	2,100	9,000	9,500	450	540	5%	5.7%
91-0350	株式会社	10,000	10,500	3,100	3,300	5,500	5,800	2,200	2,300	10,000	10,500	500	600	5%	5.7%

試験販売された「業種別個別企業財務比率統計表」

1972年1月より試験販売されたデータベース商品。その内容は、個人企業の商号・総資産・自己資本・資本金・固定資産・収入高などの基本データに加え、独自に計算分析した計30種類の比率を産業分類比率の小項目（総数445業種）ごとに一覧表として見る事ができるものであった

商号	所在地	業種	売上高	売上総利益	売上総利益率
91-031	東京都	製造業	2000	1000	50%
91-032	東京都	製造業	2000	775	38.75%
91-033	東京都	製造業	11000	4000	36.36%
91-034	東京都	製造業	4000	275	6.875%
91-035	東京都	製造業	3000	500	16.67%
91-036	東京都	製造業	3000	300	10%

販売開始当初の「評点表データ」の一部

1973年9月より本格販売された「評点表データ」。各調査対象企業の評点表をもとにデータベース化された14項目に、「商号」と「所在地」を加えたデータであった

研究段階の構想から約4年。入力件数が17万5,000件に達した時点でようやく商品化に踏み切った評点表データは、当初主力商品に成長するものと見込まれていた財務諸表データを上回る圧倒的な支持を得るものとなった。

こうして発売された初期のデータベース商品だが、当時はなかなか一般には理解されにくかった。そこで、調査会員宛にダイレクトメールを送り理解に努めるなど商品の理解浸透に注力している。また、74年8月にデータベース商品の総称（冠）を「COSMOS」とし、評点表データに基づく企業情報ファイルを「COSMOS2」、財務諸表データに基づく財務分析ファイルを「COSMOS1」と命名。データベース事業の基礎が固められていった。

日本の会社史

株式会社白木屋

『白木屋三百年史』(1957年)

かつて三越とともに東京日本橋の老舗呉服店、老舗デパートとして名を馳せ、昭和に入つてからは大火災や買収騒動でも世間を賑わせた白木屋。今回は、『白木屋三百年史』(1957年、689頁)を紹介する。

第2部は、呉服店から近代デパートへの発展、株式会社化に始まり、1923(大正12)年の関東大震災や32年の大火、戦時統制下の苦難時代といった部分が大半を占める。巻末に、創業家の家系図や歴代の店主・社長・役員、年表などが附録として付いているが、いわゆる資料編といわれるような部分は見当たらない。買収騒動の発端や経緯に関しても、横井英樹、五島慶太両氏の述懐がほとんどであり、資料となる業績数値等は記載されていない。

『白木屋三百年史』は、1957(昭和32)年3月の発行である。この約1年半前、数年間に及ぶ買収騒動の末に東急電鉄グループが白木屋を再建する目的で買収。この社史は「店舗の新装開店に間に合わせて発行された」とあとがきに記述されている。また、同様に三百年もの長い歴史を持つ白木屋が如何なる経緯で今日に至ったかを一般に知らせ、社員

の発奮も促す、という理由も書かれているが、再建側が過去の歴史を検証するために編纂したという意味合いが強い社史ともいえるであろう。

この社史発行の翌年、株式会社東横百貨店を吸収合併し、商号を株式会社東急百貨店となった。そして99年1月、東急百貨店日本橋店の閉店により、白木屋から337年続いた店舗の歴史が幕を閉じたのである。

本編は、第1部「個人経営時代」、第2部「株式会社時代」の2部構成である。第1部は、創業者大村彦太郎の生い立ちに始まり、1662(寛文2)年の白木屋創業から江戸、明治中期までの白木屋呉服店時代が当時の世相とともに記述されている。



『白木屋三百年史』

1662(寛文2)年に創業した白木屋の会社史。苦難の歴史も大きく取り上げており、特に「白木屋の大火」について詳しく綴られている
※この会社史は、帝国データバンク史料館・水道橋分館に所蔵しています

技術や通信の発展に伴い 提供媒体も多様に

70年代後半から80年代になると、通産省の肝入りのもと、データベースサービスマス業連絡懇談会(79年設立。85年に日本データベース協会に改称)が立ちあがるなどデータベースの普及と活用への環境が整い始めていった。帝国興信所のCOSMOS2は信用調査件数の伸びとともに、年々収録データ量も増え、94(平成6)年には100万件を突破して国内最大級の商用データベースに成長していき、また、01年にはデータベース振興センターが発表している「利用の多いデータベースファイナル」で1位を獲得し、03年以降現在(08年)に至るまで5年連続でトップに選ば



調査会員向けに送られたパンフレット

1974年6月、全国の調査会員に向けてデータバンク業務に関するパンフレットが送られた。当時は、評点表データ商品を「データバンク」と総称していた

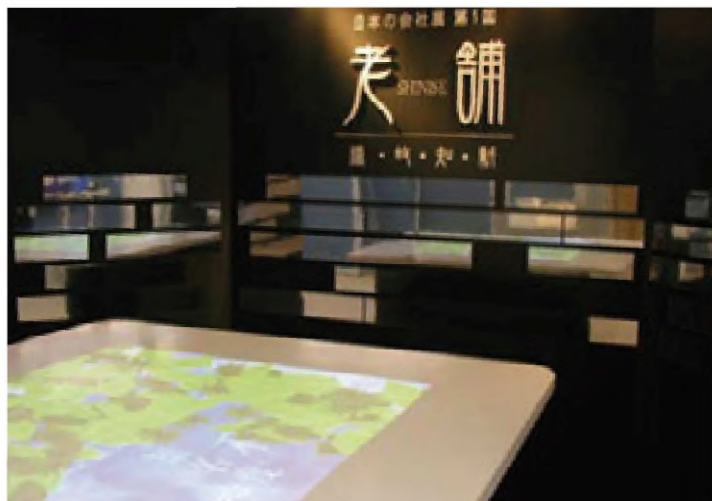
れるなど我が国を代表するデータベースとなった。こうした背景もあり、帝国データバンク(81年、帝国興信所より社名変更)三代目社長、後藤義夫は、96年から2000年までの4年間、日本データベース協会会長を務め日本のデータベース産業の発展に貢献している。

一方、通信技術の発達に伴い、帝国データバンクのCOSMOSは、83(昭和58)年よりファクシミリによる情報サービス、オンラインによる情報サービスと新たなデータベースサービスを開発し、提供している。この時期のオンラインサービスは、帝国データバンクのホストコンピュータと顧客の端末を専用回線で直接結ばなければならなかったが、5年後の88年にはパソコン通信によるオンラインサービス「COSMOSNET」へと発展。顧客のニーズに応じた様々な形での提供が実現していった。

80〜90年代のデータベース発展期に差し掛かると、発売当初には、紙(企業情報一覧表、アドレスタグ、顧客管理カード)とMT(磁気テープ)に限られていた提供媒体も、FD、MO、CD-ROMなどの記録媒体を通じての受け渡しが可能になっていった。現在では、99年より開始したインターネット情報サービス「COSMOSNET2000」を通じて、COSMOS1、COSMOS2、CCR(信用調査報告書)など、帝国データバンクが保有するほぼすべてのデータベースから、より手軽に必要な情報を必要な時に提供する体制が整っている。

特別企画「日本の会社展第1回 老舗—温故知新—」 大盛況のうちに会期終了

帝国データバンク史料館は、2008年6月3日から29日まで特別企画「日本の会社展第1回 老舗—温故知新—」を開催。テレビの報道番組にも取り上げられ、多数のご来場を得て大盛況のうちに終了した。



日本の老舗企業像

企業概要データベース「COSMOS2」から集計した分析データ。日本の老舗企業像を浮かび上がらせた

長寿企業4,000社アンケート

「長寿企業4,000社アンケート」の結果概要をグラフィックパネルとPCで展示した



「老舗ものがたり」

「匠」「究」「粋」「彩」をキーワードに、老舗企業10社をグラフィックパネルとPCで紹介した



「伝統と革新」～老舗からのメッセージ～

老舗企業の経営者が企業継続の秘訣を語りかけた



本企画展は、変革・倒産・ブランド失墜など様々な角度から注目を集める老舗を分析、考察し、企業長寿社会ニッポンに示唆を与えるもの。会期を目前に控えた6月1日にフジテレビ系「報道2001」で取り上げられたこともあり「放送を見た」という人達など、初日から大勢の来場者に恵まれた。「老舗」についての関心も高く、会社経営者やビジネスマン、普段から老舗を研究されている学者など、各方面の方々が見学に訪れ、それぞれの「老舗」に対する考え方を再認識する場として大盛況のうちに幕を閉じた。

ご来館いただいた皆様には厚く御礼申し上げます。

次回第2回は、皆様からいただいたご意見、ご要望も反映して、更に充実した特別企画展を開催する所存です。

ご期待ください。



「日本のお社展第1回 老舖—温故知新—」
6月3日から29日まで開催した特別企画展(P10)

ご利用案内

ご来館の際には館内のご案内、ご質問など、お気軽にお申し越しください。
なお、当館ホームページで展示内容や最新ニュースなどをご紹介します。

<http://www.tdb-muse.jp/>

開館のご案内

[開館時間]10:00~16:30(入館は16:00まで) [休館日]土・日・月曜日および祝日/年末年始(その他展示替えなどのため、臨時に休館することがあります。) [入館料]無料

交通のご案内

[JRご利用] 中央線・総武線 市ヶ谷駅から徒歩8分 / 中央線 四ツ谷駅四ツ谷口から徒歩9分

[地下鉄ご利用] 南北線・有楽町線 市ヶ谷駅 7番出口から徒歩6分 / 都営新宿線 曙橋駅 A4番出口から徒歩9分 / 丸の内線・南北線 四ツ谷駅 2番出口から徒歩9分