

TEIKOKU DATABANK Historical Museum

Muse

2013.3
Vol. 20

帝国データバンク史料館だより [ミュージズ]

温故知人 01

残された資料を頼りに、
幻の車を甦らせた

パブリカスポーツ復元プロジェクトリーダー
諸星 和夫さん

《逸品解題》— 運ぶ —

事業所があった街をたずねて、尾道篇

残された資料を頼りに、 幻の車を甦らせた

パブリカスポーツ復活プロジェクトリーダー
諸星 和夫さん



諸星さんらの手によって復活されたパブリカスポーツ
(ホイールキャップはオリジナルとは異なる)

■パブリカスポーツとの出会い

パブリカスポーツと出会ったのは1962（昭和37）年の東京モーターショーです。学生だった僕はこんな車をつくれる会社があることに驚き、どこがつくっているのかのぞいたらトヨタでした。その後就職するにあたり、格好いい車をつくりそうだしデザインを大切にしたい会社だと思い、トヨタを選んだのです。その当時の製造業で産業にデザインの必要性を訴えていたのは、ナショナルとトヨタくらいでした。

63年に入社し、最初は本社のある豊田町で工場実習をやりました。その年の秋に本社デザイン部に配属になりましたが、まずは新車開発プロジェクトで東京分室に行くことになりました。今思えば、新人は本番のデザイン

に入る前に東京で時代の動きを勉強してこいという、上司の配慮だったのでしょう。その後、パブリカスポーツを手がけた長谷川龍雄さんがチーフエンジニアとなってカローラの開発が正式にスタートし、僕もそこに加わりました。

■本社にも実車が現存していなかったパブリカスポーツ

長谷川さんは航空機設計者でしたから、実験車だったパブリカスポーツには、航空機の考え方を取り入れてやりたいことを徹底的にやっただけでしょう。その思いがクリヤーに現れ、形になっていました。モーターショーで「こんな車見たことない」と思ったのは、あの車にオリジナリティを感じたからです。当時の国産車は、欧米の車を一生懸命勉強してコピーをしている感じ。コピーから抜け出さないことには、オリジナリティは生まれません。オリジナリティというのは作り手の意志だと思います。これが役に立ちますというレベルとは違う、もつと右脳の感覚。パブリカスポーツはそれを感じさせてくれた車でした。

ところが入社してみると、ほとんどの車は残してあるのに、パブリカスポーツの実車はなかった。なぜかと聞くと「あれは2台しかつくらなかった実験車だったからだ」という答えでした。実験車だったゆえに写真でしか残ってなかったんです。

■パブリカスポーツ 復活プロジェクト

長谷川さんの他、パブリカスポーツの製作に携わっていた旧関東自動車工業（現トヨタ自動車東日本）の佐藤章蔵さん、菅原留意さんと面識があった僕は、彼らがやったことを調べようと思い、関係者を洗い出しましたが、ほとんどの方が亡くなられた後でした。さらに長谷川さんには車の復元図が完成したら見てもらおうと考えていま



諸星 和夫さん

大学で工業意匠を学んだ後、1963（昭和38）年トヨタ自動車入社。デザイン部で初代カローラなどのデザインを手がける。定年後5人の仲間とともにパブリカスポーツの復元にあたり、2012年7月の完成お披露目では、大きな話題を呼んだ。

したが、準備をしている間に亡くなってしまいました。

在職から資料を集めていたものの重要なものが見つからないまま定年になり、自分で図面を引こうと思っていた時、レーシングカーなどを手がけるブーメランの安藤純さんの会社に行ったら、安藤さん自作のパブリカスポーツのスケールモデルが置いてあったんです。彼もパブリカスポーツが好きですが「復元しよう」という話になり、安藤さんが復元モデルの製作を担当することになりました。

さらに当時のパブリカスポーツのボディを実際に設計担当した旧関東自動車工業の満澤誠さん、計測と記録のデジタルサポートを、東京貿易テクノシステム社長の上田俊昭さん、スケールモデルのプロで元日産車体にいらしたDTM社長の小森康弘さんに呼びかけて5人チームで5年がかりで復元しました。実走車ですからエンジンも積んでいますし、実際に運転もできます。

復元にもいろいろな種類がありますが、このプロジェクトでは形の再現だけでなく、構造やその形を支える思想にもできるだけ肉薄しようと考えました。例えば今なら写真から立体をおこすのはコンピュータで読み取って専用ソフトを使えばできますが、それはしない。その時代のやり方や道具などを使ってできる限り当時と同じやり方をトレースしました。なぜなら、重要なのはプロセスだと思っからです。プロセスさえ正しく組めば正しいモノができます。このプロジェクトでも、途中で詳細な図面が出てきたり満沢さんが当時のことを思い出したりで、進めていたものとのすり合わせが必要になったことが何度かありましたが、大きな修正はなかったんです。それはモノの形という表面的なことだけを追ったのではなく、目的を明確にしたプロセスを組んでいたからだと思います。

●パブリカスポーツ

1961年秋、トヨタの長谷川圭主査(当時)より旧関東自動車工業(現トヨタ自動車東日本)に委託され、デザイン・設計・製作が行われた。

名前に示されている通り、当時のトヨタ車の最小モデルであった大衆車「パブリカ」のコンポーネンツを使用することを前提に開発が進められた。

1962年の全日本自動車ショーにおいて参考出品されたこの車は、

小馬力のパブリカ用エンジンでスポーツカーとしての高性能を発揮するために

航空機さながらのボディ構造、軽量化と徹底した空気抵抗の

低減が図られた。パブリカスポーツは、研究実験

としての試作車であるため、量産販売は考えられて

いなかったが、ショーでの注目度は高く、

後のトヨタスポーツ800の開発につながり、

市販量産化へと進むきっかけとなった。

2台試作されたが現存しておらず、知る人ぞ知る

「幻のライトウェイトスポーツカー」として、

人々の記憶の中に残り、今日に至っている。

写真提供：トヨタ博物館



■記録を残すことの大切さ

プロジェクトがスタートしてからも資料を探しましたが、図書館などで個人で探すのは限界もありました。それで当時携わった人を訪ね、本人が亡くなっていてもご家族に資料が残っていないかとたずねたところ、いくつか重要な資料が見つかったのです。寸法が書かれた図面の片割れが出てきたほか、メモをもとに新たな関係者を訪ねるなどして、資料が次々に集まりました。資料を残すことの大切さを身をもって感じた僕らも過去の資料を集めると同時に、このプロジェクトのすべてを記録に残したいと思っています。

どこの企業も、棚卸しや引越で資料を整理してしまいます。資料をただ積むだけでは意味はありません。日本にはこれらを残し、活用するというカルチャーがまだ定着していないと思います。インダストリーの世界でも今、JIDA(公益社団法人日本インダストリアルデザイナー協会)がデザインコミュニティをつくらうと、製品を中心にコレクションしています。インダストリーも文化だという認識で、どういう人物が何を志してモノを作ったのかということを検証する、産業者古学みたいな分野があつて然るべきだと思っんです。ロールス・ロイスの企業アーカイブ担当のトップは考古学者だそうで、自社でやると偏るといって考え方から社内ではやらす、第三者に委ねています。ロールス・ロイスが責任と権限を与えているのはすごいと思いますね。

日本でも企業のフレームを超えて後世に伝えていくという思想がないと、安いとか高いとかつていうお金の価値観と数値的なものを信用してモノをどんどんつくつたつて、消費していくだけ。そうではなくて石を積み時に下にどういいう石があつたのかという、ストーンの「石」とウィルの「意志」



を発掘して検証していくことを大切にしたいところに、見る人に感動を与えるモノなんて無理ですよ。特にインダストリーの製品は形として見えているのは氷山の上だけで、下には生産技術や材料力学などが支えているわけですから。

「好きだから残したい」という気持ちがあるベースになければ、大人の効率だけで考えていても、アーカイブなんてお金と手間がかかるだけのものしかありません。企業が個人の夢を実現させるための社会的な装置になっている今、多くの人が「いいよね」というものは残して愛でなければいけない！もつとみんなのためのというレベルで、アーカイブの仕組みがあるといいと思います。

「好きだった車を残したい」という気持ちだけで始めたこのプロジェクトを、トヨタも応援してくれました。後継者の育成のためにも使うということで、復元したパブリカスポーツはトヨタ博物館に展示されることも決まりました。パブリカスポーツを知らない若い社員たちも格好いいと言ってくれ、すごくうれしかったですね。

モノづくりの原点や楽しさなど、僕らがふだん気づかないことを、あの車の復元を通して勉強させてもらいました。

逸品 解題

運ぶ

企業の歩みを語る上で欠かせない「もの」がある。原点でもあり、象徴でもある「もの」を、残し、伝えてきた企業博物館にとってこの一品はまさに逸品でもある。第1回目は「運ぶ」をテーマにお届けする。



『郵便取扱の図』

「第十図 雪中の郵便馬車と人車」

1877(明治10)年代

柴田真哉【逓信総合博物館所蔵】

郵便物輸送のはじまり

日本政府は、1884(明治17)年12月から翌年5月までアメリカのニューオリンズで開かれた万国博覧会に日本の郵便取扱状況を紹介するため、「郵便取扱の図」を出品した。その中には、この「第十図 雪中の郵便馬車と人車」のように、雪が降る中でも馬車で郵便物を輸送していた様子が描かれている。郵便馬車による輸送は、72年5月頃から始まり、その後は明治期の郵便物輸送手段において重要な位置を占めるようになった。しかし、鉄道の発達や自動車の普及など、輸送手段の変化により東京市内では1926(大正15)年に廃止となった。

郵便馬車には、郵便局間で郵便物のみを輸送するものと、旅客と郵便物の両方を輸送するものの2種類があったが、道路状況によっては、これに代わって、「脚夫」や荷物用の人力車「人車」によって輸送していた。



郵便保護銃

明治初期【逓信総合博物館所蔵】

郵便配達事情の 過酷さを物語る

1871(明治4)年に郵便が創業すると、郵便外務員が賊徒に殺傷され、郵便物を奪われるという事件が幾度となく起きた。そのため、73年に、賊徒から郵便物を守ることを目的として「短銃取扱規則」が制定され、「郵便保護銃」携帯が許可された。そして、87年には、「短銃取扱規則」が「郵便物保護銃規則」に改正され、山間部に生息する熊や猪などから身を守るための使用が認められた。86年に作成された「逓信事業二関スル諸要員雛形帳」にも同様の回転式6連発銃が描かれていて、道具の一つとして数えられているが、郵便保護銃は、取扱いの難しさや危険地域の縮小により、熊よけラップなどに代わり、次第に使われなくなっていった。しかし、規則自体は1945(昭和20)年頃まで存続し、郵便外務員は銃の携帯を許されていた。

逓信総合博物館

■東京都千代田区大手町2-3-1

■TEL/03-3244-6811

■URL/http://www.teipark.jp/

馬の沓・牛の草鞋 【日本はきもの博物館所蔵】

蹄鉄が登場するまで 牛や馬の足を守る

日本はきもの博物館には、これまで人々の活動を支えてきたはきものが多数所蔵されている。先人たちの知恵が詰まったはきもの歴史には、人間とともに労働力であった牛や馬が履いていた草鞋も欠かすことはできない。この草鞋は、長野市で実際に使われていたもので、使用していた人によると、長野から戸隠に荷物を運ぶことが多く、その際途中の山道で使用し、履き替え用も装備していたという。

背にかごを載せ、荷物を載むなど、牛や馬はかつては輸送手段のひとつであった。離れた場所へ運ぶのはもちろん、農作業のため田畑へものを運ぶ際も使用していた。蹄鉄が登場するまでは、蹄を守るため、草鞋を履かせていた。雪道では滑り止めとして、また早く長く歩かせるためにも必要だったのである。地域にもよるが、少なくとも戦前までは使用されていた



馬の沓↑

↓牛の草鞋



鐵道路線便覽

1889(明治22)年頃【物流博物館所蔵】

輸送エリア拡大

1872(明治5)年、新橋・横浜間に鐵道が開業して以降、各地での鐵道建設が進展した。明治20年代になると陸上輸送の中心が道路から鐵道へと変化していき、国内の鐵道網の整備により鐵道貨物輸送も広がりを見せる。

内国通運会社金沢支店が発行したこの「鐵道路線便覽」には、東海道線や日本鐵道線、信越線など、この時点で敷設されていた鐵道網が描かれている。左・下の部分には香港、シンガポールをはじめとした海外の港が見られ、国内はもとより、海外との輸送の広がりも窺い知ることができる。

内国通運株式会社営業目次

1897(明治30)年頃

【物流博物館所蔵】

<p>内国通運株式會社營業目次</p> <p>是會社が日本國内各地に運送業務を営むに當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第一、海陸運送業務</p> <p>第二、専用貨車便</p> <p>第三、貨幣早達便</p> <p>第四、貨物積積運送</p> <p>第五、移轉荷物運送</p> <p>第六、汽車積運送</p> <p>第七、市内運送</p> <p>第八、別仕立運送</p> <p>第九、保險貨物運送</p> <p>第十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第十一、海陸運送業務</p> <p>第十二、専用貨車便</p> <p>第十三、貨幣早達便</p> <p>第十四、貨物積積運送</p> <p>第十五、移轉荷物運送</p> <p>第十六、汽車積運送</p> <p>第十七、市内運送</p> <p>第十八、別仕立運送</p> <p>第十九、保險貨物運送</p> <p>第二十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第二十一、海陸運送業務</p> <p>第二十二、専用貨車便</p> <p>第二十三、貨幣早達便</p> <p>第二十四、貨物積積運送</p> <p>第二十五、移轉荷物運送</p> <p>第二十六、汽車積運送</p> <p>第二十七、市内運送</p> <p>第二十八、別仕立運送</p> <p>第二十九、保險貨物運送</p> <p>第三十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第三十一、海陸運送業務</p> <p>第三十二、専用貨車便</p> <p>第三十三、貨幣早達便</p> <p>第三十四、貨物積積運送</p> <p>第三十五、移轉荷物運送</p> <p>第三十六、汽車積運送</p> <p>第三十七、市内運送</p> <p>第三十八、別仕立運送</p> <p>第三十九、保險貨物運送</p> <p>第四十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第四十一、海陸運送業務</p> <p>第四十二、専用貨車便</p> <p>第四十三、貨幣早達便</p> <p>第四十四、貨物積積運送</p> <p>第四十五、移轉荷物運送</p> <p>第四十六、汽車積運送</p> <p>第四十七、市内運送</p> <p>第四十八、別仕立運送</p> <p>第四十九、保險貨物運送</p> <p>第五十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第五十一、海陸運送業務</p> <p>第五十二、専用貨車便</p> <p>第五十三、貨幣早達便</p> <p>第五十四、貨物積積運送</p> <p>第五十五、移轉荷物運送</p> <p>第五十六、汽車積運送</p> <p>第五十七、市内運送</p> <p>第五十八、別仕立運送</p> <p>第五十九、保險貨物運送</p> <p>第六十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第六十一、海陸運送業務</p> <p>第六十二、専用貨車便</p> <p>第六十三、貨幣早達便</p> <p>第六十四、貨物積積運送</p> <p>第六十五、移轉荷物運送</p> <p>第六十六、汽車積運送</p> <p>第六十七、市内運送</p> <p>第六十八、別仕立運送</p> <p>第六十九、保險貨物運送</p> <p>第七十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第七十一、海陸運送業務</p> <p>第七十二、専用貨車便</p> <p>第七十三、貨幣早達便</p> <p>第七十四、貨物積積運送</p> <p>第七十五、移轉荷物運送</p> <p>第七十六、汽車積運送</p> <p>第七十七、市内運送</p> <p>第七十八、別仕立運送</p> <p>第七十九、保險貨物運送</p> <p>第八十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第八十一、海陸運送業務</p> <p>第八十二、専用貨車便</p> <p>第八十三、貨幣早達便</p> <p>第八十四、貨物積積運送</p> <p>第八十五、移轉荷物運送</p> <p>第八十六、汽車積運送</p> <p>第八十七、市内運送</p> <p>第八十八、別仕立運送</p> <p>第八十九、保險貨物運送</p> <p>第九十、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p> <p>第九十一、海陸運送業務</p> <p>第九十二、専用貨車便</p> <p>第九十三、貨幣早達便</p> <p>第九十四、貨物積積運送</p> <p>第九十五、移轉荷物運送</p> <p>第九十六、汽車積運送</p> <p>第九十七、市内運送</p> <p>第九十八、別仕立運送</p> <p>第九十九、保險貨物運送</p> <p>第一百、當會社の物貨運送、右各項の業務に當り、其の營業目次を左の如く定むる。</p>	<p>内國通運株式會社</p> <p>大阪支店 北場出張所 川口出張所</p>
---	--

輸送サービスの多様さ

日本の物流業界の代表的な企業のひとつである日本通運の歴史は、飛脚仲間が中心となつて1872(明治5)年に創業された陸運元会社に始まる。明治政府の要請と保護を受けて、それまでの伝馬制度に代わる全国的な輸送ネットワークを形成し、75年、内国通運会社と改称した。

内国通運大阪支店の営業内容が描かれたこの引札からは「汽車積運送」など鉄道輸送のほか、「貨幣早達便(現金輸送)」、「品代金引替運送(代引き)」、「移轉荷物運送(引越)」など現代にも通じるサービスが行われていたことがわかる。

営業内容に関する資料が少ない時期のもので、当時の業務内容を知ることができる貴重な資料となっている。

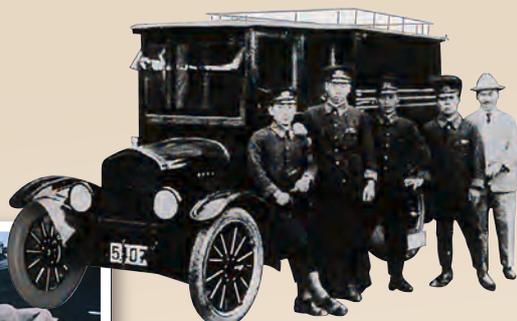


宅扱ポスター 1935(昭和10)年頃【物流博物館所蔵】 画期的な鉄道貨物制度

1927(昭和2)年にスタートし、のちに「宅扱」と改称された「特別小口扱」は、一般消費者も対象とした小口荷物を扱うサービスで、電話一本で集荷に来る、ドアツードアの配送と一貫した輸送責任、集配料込みのわかりやすい運賃体系などの特徴を持っていた。今では当たり前だが、当時としては画期的な仕組みで、現在の宅配便と同じ特徴を持つ。このサービスは鉄道省によるもので、昭和初期には近距離の鉄道貨物がトラック輸送に流れる傾向があり、トラック輸送に対抗する鉄道省の施策の一つだったといえる。

35年には名称が「宅扱」に改称され、このようなポスターが製作された。一般消費者を対象としたこのサービスを広めるため、大衆の目につくような風呂屋、理髪店などに配付され、宣伝効果をあげた。

お客様のニーズに向き合いながら 常に進化しているヤマトの配送車両。



① 創業時代の小倉康臣(右端)と運転士たち

② 昭和30年代中頃まで集配用に活躍した三輪車。
正式な社章である「桜にYのマーク」とともに
現在と変わらないクロネコマークも見られる



③ 1982年5月から本格使用されたウォークスルー車

写真提供：ヤマトホールディングス株式会社



ヤマトホールディングス株式会社
100周年記念事業担当
シニアマネージャー 白鳥 美紀氏

ヤマト運輸は1919(大正8)年、東京・銀座で創業しました。宅急便が始まってからの会社と認識される方も多いのですが、実は歴史のある会社で、6年後に100周年を迎えます。日本がまだ大八車全盛の時代に創業者小倉康臣はトラック輸送事業を始めました。そんな当社の逸品は、やはりトラック。いわゆる配送車両です。

この写真は創業時代のものです(写真①)。T型フォードなどのトラック4台で事業をスタートしました。運転士にも運送屋としては斬新な、洗練された制服を着せているのがわかります。これは常にお客様と接する運転士の応対や服装が、会社の信用・品位を表すものだ、という社長の方針だったのです。

小倉昌男が二代目の社長となった5年後の1976(昭和51)年には、「宅急便」を開始しました。個人の荷物の集荷と配達を全国ネットワークで組織として事業化するというそれまでないビジネスでしたが、その時もクロネコマークをつけた車が走ることでPRになりました。当社はものをつくる会社ではないので、車や制服でPRをすることも必要です。トラック配送時代も車が走る

だけで宣伝になったという記録がありますが、それは宅急便を始めた当初も今も変わりません。

この車はウォークスルー(写真③)といって、当社オリジナルの配送トラックです。九州支社のプロジェクトチームが、ベニヤ板でつくった実物大の模型をもとにメーカーに打診したところ、トヨタ自動車引き受けてくれて出来上がりました。助手席サイドから乗り降りでき、車を降りずに運転席と荷台を行き来できるもので、作業効率やドライバーの仕事環境、安全など現場のことを知る者ならではの仕様になっています。

当社は、お客様のニーズに答え続けていくための努力にはお金をかけてきました。それはサービスだけでなく車も同様です。既成のものがなければ自分たちでつくるという考え方は、運輸業界のパイオニアであるという自負とともに、創業者から受け継がれているDNAだと思います。

事業所のあった街をたずねて

商都から新たな交通の拠点へ

尾道篇



昭和初期の尾道支所内風景。
女性タイピストの姿も見られる

旧尾道銀行本店(現おのみち歴史博物館)

帝国データバンクの事業所展開の歴史において、かつては地域経済の発展とともに活動していたが、その使命を終え、既に閉鎖した事業所がある。尾道はそのひとつで、1974年に62年間の歴史を終えた。

■尾道港の発展

広島県尾道市といえば、映画のロケ地、しまなみ海道の起点といったイメージがまず浮かぶが、「商港都」として中四国経済の発展に寄与してきた。1892(明治25)年、当時の尾道町は農商務省から設立認可を受け、全国で30番目の商業会議所として尾道商業会議所を設立した。当時、県庁所在地以外での設立は異例のことだった。尾道経済がいかに発展していたかが窺える。

尾道港の発展は中世に始まる。15世紀から16世紀にかけて、日明貿易では中国山地の銅の積出港として、また中四国・上方の物資の集散地としての役割を果たした。商港としての歩みを刻み始めた尾道は江戸時代、さらに発展を続ける。17世紀後半、北前船の西

廻り航路が開発されてからは、寄港地として栄華をきわめた。塩や酢、畳表など尾道やその周辺の特産品を積み込んだり、上方で作られた日用品が買い付けられることもあった。尾道はこうした積み重ねの上に立つ、歴史ある「商港都」なのである。

明治に入ると、尾道の豪商で、尾道商業会議所初代会頭でもある橋本吉兵衛が、後の広島銀行となる第六十六国立銀行を1879(明治12)年に開設し、尾道経済の近代化が進んでいくことになる。1892年に創業した日本で最初の興信所である商業興信所は、1908年に尾道に出張所を開設した。帝国興信所は創業から4年で横浜、大阪に事業所を開設。その後、商業が盛んで信用調査の需要が見込まれる主要な都市への展開を行った。1910年から3年間で30カ所の



1904年に建てられた住友銀行尾道支店(現尾道市分庁舎)



事業所を設置し、全国に営業拠点を築いていった。そのひとつが尾道である。創業以来30番目の事業所として1912(大正元年)、尾道出張所が設立された。こうして尾道支所62年の歴史が始まるのである。

■34年にわたり尾道支所長を務めた八幡義朗

1914(大正3)年、出張所から支所に昇格した帝国興信所尾道支所。その半分以上の歴史に名前を刻んだ人物がいる。1927(昭和2)年から支所長を務めた八幡義朗である。28歳で4代目尾道支所長に就任した八幡は、嘱託を解かれる1961年まで、34年にわたって支所長を務めた。



尾道支所玄関前に立つ八幡義朗(昭和初期)

1933年に『尾道大鑑』を発行した際には、編集部を尾道支所内に置き、八幡はその代表を務めた。尾道市の沿革・産業・貿易の検証、市政・社寺仏閣・花街などの豊富な統計データが盛り込まれており、当時の尾道を知る上で貴重な史料となっている。

また八幡は尾道商工会議所議員、尾道工業協同組合副理事長をはじめ、ライオンズクラブなど地域の世話役を進んで務める人物であった。支所の基盤を整備し、信用調査を地域に認知させた功績は大きい。そんな八幡を知る人物がいる。ライオンズクラブで

同じ時を過ごしたフジレックス株式会社代表取締役社長、藤原寿雄氏は八幡のことを次のように語る。「ひとことで言えば、怖い人だった。核心をついた話をする人。八幡さんの話を聞く時は構えて聞かなきゃならなかった」

■海上から陸上へ

昭和40年代、尾道経済に変化が見え始める。当時の日本鋼管が福山にできると、陸運局が福山へ移転し、また輸送手段が海運から陸送へとシフトしていったこともあり、市場が福山に変わっていったのだ。1974(昭和49)年、帝国興信所も尾道支所を閉鎖し、福山に新たな事業所を設置した。

それから約40年。その間尾道を目の当たりにしてきた藤原さんによると、「商都尾道とかかつては言われていたが、今は工業都市へと変貌している」という。観光地としての知名度がまだまだ高い尾道だが、山あいには工業団地ができて、2010年度の製造業の生産出荷額はかつて工業都市といわれた隣接する三原市を抜いた。新たな交通拠点としての役割もある。しまなみ海道が1999年に開通し、今では海の上を走ることができるよう、サイクリングの人気スポットとなっている。また、2014年に中国横断自動車尾道松江線が開通すればしまなみ海道とつながって、中四国を結ぶ新たな陸路が確保されることになる。かつては水路で中四国の拠点となっていた尾道は、山陰・山陽・四国という広範囲を陸路で結ぶ、新たな時代に突入する。

帝国データバンクの出版物は創業以来、
 幾多の企業広告を掲載してきた。
 100年前と比較して、
 広告はどのような変遷をたどったのだろうか。



『帝国銀行会社要録』初版に掲載された高島屋の広告



2012年1月10日に全国紙等に掲載された高島屋グループの広告 [写真提供：株式会社高島屋]

1912(大正元)年11月に創刊した『帝国銀行会社要録』は、全国の企業概要を掲載したもので、現在は『帝国データバンク会社年鑑』と改称し、毎年11月に刊行している。昨年第93版を刊行し、創刊当時と同様さまざまな企業の広告が掲載されている。都道府県ごとに企業名が並び、広告の掲載ページはそれぞれの地域の巻頭や巻末に多くあることも創刊当時と変わっていない。

『帝国銀行会社要録』初版には、大阪府のページと京都府のページのちょうど間に、高島屋の企業広告が掲載されている。刊行された当時の社名は、高島屋飯田合名会社のはずだが、中央部分のロゴマークの下には、合名会社たかしまや飯田呉服店と記載されている。株式会社高島屋美術部の山本博昭さんによると「当社は何度か社名を変えたという歴史がありまして、この広告が掲載された大正元年ですと1831(天保2)年の創業から数えて3つ目の社名、高島屋飯田合名会社になります。これは広告ですから呉服店とわからせるための表記でしょう」とのこと。この頃の当主四代飯田新七は、欧米の百貨店を見て周ったこともあり、貿易にも力を入れていた。社名の左右には呉服部門と貿易部門が分けて記載されている。貿易部門はその後独立し55年、現在の丸紅の前身である丸紅飯田となった。革新的なことに取り組んだ四代飯田新七は、当時業界初の大屋外広告を出した。「鉄道沿線に立てられた看板で、日本初の大屋外広告と言われています。高島屋は、三越さんや松坂屋さん、大丸さんに比べるとかなり後発です。後発であるがゆえに何か新しいことをやろうと考えたのでしょう。広告もどんどん出していこうという姿勢が見られます」(山本さん)

当時の広告を見ると単色刷りながらも意匠を凝らしていることがわかる。長年にわたり高島屋の広告を担当する株式会社エー・ティ・エーの森田一さんによると「呉服屋ですから引札も多く作っており、この広告もその延長だと考えられます。燕や鶴の文様を始め、波や山を描き、松をアレンジするなど、呉服屋であることをア

ピールしながら、単色刷りでも工夫していることがわかります」ということであった。

2012(平成24)年1月10日、高島屋は創業記念日に昭和初期、京都の高島屋呉服店前で撮影された集合写真を新聞広告に掲載した。ここ数年高島屋では企業広告を展開しているが、この年初めて百貨店だけでなく高島屋グループでの企業広告にした。森田さんが制作を手がけた。「原点を見据えて未来に向かうという強い企業メッセージを出せるということで企画しました。企業の信頼性が重要な時代になり、社内にアーカイブプロジェクトができる中で、他の百貨店にないものを押し出そうという企画です」(森田さん)

四代飯田新七は、この写真の中央部分に写っている。まさか100年後に自分の写真を使って企業広告が作られることなど想像していなかったに違いないが、彼の思いは確かに受け継がれている。「今の高島屋の企業理念は『いつも人から』ですが、それがこの写真にも表れています。元々は革新的なものが年月を経て伝統になっていくわけで、後発ゆえに革新的な戦略をいくつも打ち出してきた高島屋の歴史を学び、忘れないという考え方です。その考え方が社会、あるいは社員に対してのメッセージでもあります」と山本さんが語ってくれた。



鉄道の沿線に立てられた日本初と言われる屋外広告 [写真提供：株式会社高島屋]



表紙のご案内

創業者後藤武夫がかつて使用していた椅子である。
布にはシミやほころびが見られ、座面は沈み込んでいたため
2007年、開館にあわせ展示のために修復を行った。座面は
再び膨らみを持ち、ガタツキが取れて座りがよくなり、プロロ
ーグゾーンに展示することとなった。当社の歴史を伝える資料
であるが、内部に打ち込まれた古い釘などからは、これまで多
くの職人さんの手によって修繕が行われてきたことを物語る。

帝国データバンク史料館

〒160-0003 東京都新宿区本塩町22-8 TEL.03-5919-9600 (直通)

ご来館の際は、1F受付にお越し下さい。

ご利用案内

[入館料] 無料
[閉館時間] 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。)

交通のご案内

[JRご利用] 中央線・総武線 市ヶ谷駅 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
丸ノ内線・南北線 四ツ谷駅 2番出口から徒歩9分

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ています。

www.tdb-muse.jp