

TEIKOKU DATABANK Historical Museum

Muse 2013.8 Vol.21

帝国データバンク史料館だより [ミュージズ]



温故知人02

産業遺産、

その記憶を伝えるために。

夕張市長 鈴木直道さん

《逸品解題2》— 伝える —

事業所があった街をたずねて〜岩見沢篇〜

夕張市—全国唯一の財政再生団体

若き市長の熱い思いと新たな挑戦。 産業遺産、その記憶を伝えるために。

夕張市長 鈴木直道さん



鈴木直道さん

1981年生まれ。埼玉県三郷市出身。1999年、東京都庁入庁。
2004年、法政大学法学部卒業。2008年、東京都職員として夕張市へ派遣。
2010年4月、東京都知事本局総務部より内閣府地域主権戦略室へ出向、
同年、夕張市行政参与に就任。2011年、夕張市長に就任。

■全国最高の住民負担、 全国最低の行政サービス

夕張は歴史的に石炭とは切っても切れない関係があります。明治初期にお雇い外国人のライマンが石炭鉱脈の可能性を示唆したことを契機に、その後、産炭地として町がスタートし、人口が増加、発展を続けました。しかし、エネルギー政策転換のあおりを受けて、一転して人口の減少が急激に進むなか、折からのリゾートブームをにらみ、炭鉱から観光へ舵を切ったものの、結局、巨額財政赤字を抱えて、7年前の2006（平成18）年6月、当時の市長が「財政再生団体」となる苦渋の選択を行いました。夕張の財政破綻を説明するとき、「炭鉱から観光へ」を合言葉に過剰な観光投資を行ったことが原因である、とひと括りで片付けられがちですが、実はその前段としてエネルギー政策の大転換があった事実は無視できないのです。

企業倒産であれば、会社がなくなり、職を失って…と、身近な話題ですから実感しやすいけれど、自治体の破綻はその地域の人でなければなかなかイメージできないでしょう。マスコミなどでも取り上げられたように、市民感覚で言えば、全国最高の住民負担をしているながら、全国最低の行政サービスしか受けられないのです。

ある大都市で、ゴミ処理を1ヵ当たり約0.8円に有料化するという行政に対し、「市民は生活していけない」と反対する報道がありました。夕張は1ヵ当たり2円です。水道料金を東京と比較したら夕張は倍。下水道使用料金も倍近い。軽自動車税も1.5倍まで引き上げ、市民税の均等割も法令上の上限に届きました。6校あった小学校は児童数の減少という事情もあって1校に、3校あった中学校も1校になりました。

当然、市の職員の給与もカット。大震災後、

国家公務員の給料が削減されていますが、破綻した直後の夕張では年収ベースで4割削減。現在も年収3割のカット、首長である私は70%カットです。これを14年間続ける計画ですが、それでも足りないから、市民の皆さんにもご負担をお願いしているわけです。

さらに夕張では、高齢者団体、文化芸術団体などへのすべての補助金を廃止しました。唯一復活したのが、子供たちに芸術文化に触れてもらう予算、それもせいぜい50万円ぐらい。とにかく削れるところを徹底的に削っています。

■1981年、 生まれた年に大惨事 いまも消えない記憶

財政が破綻したのだから、近代化産業遺産となった夕張炭鉱の歴史、産炭地・夕張の記憶や記録まで消えてしまうのか、決してそんなことはない。箱モノ云々はともかく、夕張炭田、炭鉱の貴重な歴史資料を次代に残していくのは当然です。端的に言えば、それは子供たちに伝えていくことであり、地域へ広く発信していくことにほかなりません。

私が6年前に当時副知事だった猪瀬直樹現東京都知事と夕張に来たとき、夕張市美術館の学芸員だった方が、私に「何年生まれの？」と聞きました。「昭和56年、1981年です」と答えたら、開口一番、「新鉱の事故があった年に生まれたのだねえ」と言葉が返ってきました。

私が生まれた年、1981年10月16日に北炭夕張新炭鉱で事故が発生し、93名が亡くなったのです。斜陽の進む夕張にとつて、スクラップ・アンド・ビルドのビルドであり、最後の砦とも言うべき新鉱の大惨事でした。結局、これがきっかけとなって、

炭都・夕張にとどめが刺されたということ
です。

6年前、私はまだ東京都の職員でしたから財政破綻した夕張市を支援しながら、背景にはどういう問題があって、それを体験的に学ぶことで東京都に還元できる何かがあるだろうという気持ちでこちらに来たのですが、改めて夕張は石炭の町であることを再認識し、事故の概要も当事者から直接教えてもらいました。

事故はガス突出による坑内火災だったため、救助隊が現場に行くことは困難で、二次災害の危険も極めて高かったそうです。しかしそのまま放っておけば、ずっと燃え続けてしまう。火を消さなくてはならない。それには川から水を引っ張って入れる必要がある。そんな状況下で、会社の方々が1軒1軒、炭鉱の中に入ったまま安全不明になっている人の家族に「水を注水してもいいか」「あなたの旦那さんは生きていますか」とかハンコを押してほしい」と説明し、最後は燃え続けていた炭鉱へ、サイレンを合図に注水が始まった。にもかかわらず、翌年には閉山、結局、ヤマは守りませんでした。

今では考えられないような労働環境であり、また坑内には助けを待つ作業員がいたかもしれない。自分のご主人が生きているかもしれないという気持ちのまま注水を承諾するサインをせざるを得なかったお母さんたち。夕張はその歴史の中で、炭鉱事故によって延べ2,000人もの人が亡くなっています。夕張だけです。

今、遺族の方にお話を聞いても、日本を支える誇りを持って働き、事実、国も石炭産業に依存し、炭鉱が国家に貢献してきた



夕張市にある石炭博物館のプロローグゾーンに展示されている炭塊。
この地がかつて豊かな産炭地であった記憶を物語る

にもかかわらず、それが最後は夕張破綻という仕打ちなのか、という思いがひしひしと伝わってきます。多くの人からそんなことを聞く中で、私の中でそういう歴史的事実、皆さんの思いを伝えていくことの重要性をすごく強く感じるようになりました。

■重たい歴史を背負う町 過去を今に繋ぐ語り部たち

財政破綻した自治体で産業遺産を守り、記憶を伝えていくにはどうするか。ご紹介した1981年の夕張新鉱の大変辛い体験を子供たちに伝えるとき、単に箱、建物があから伝わるのではなくて、そういう人たちの記憶がきちんと整理され、記録に残す、あるいはおばあちゃんに学校に来てもらって語り部となっていただくのもひとつ



の伝え方ではないかと思えます。

実際、いま語り部を養成しているところ
です。実際に炭鉱で働いていた方、そのご
家族が、ご自分の目で見、耳で聞いて、
肌で感じた人が話すことはリアリティが全
然違うはずですが。ガスが突出して爆風で仲
間が吹き飛ばされて壁にめり込んでしまっ
た…、実に生々しく語っておられます。お
そらくお話されているご本人も一生消えな
い記憶だと思えますが、それだけにひしひ
しと伝わるものがあるし、そうした機会は、
まだ当時の方がご健在でお話を伺える
ときだけに、とても貴重であると思ってい
ます。

夕張にある石炭博物館は、6年前に夕張
炭鉱が近代化産業遺産群のひとつに指定さ
れたように、北海道の産炭地の中でも非常
にユニークな施設であり、国内最大級の炭
鉱の歴史博物館です。以前は観光施設とし
て位置づけられていましたが、ここは市民
みんなで守っていかねばいけない教育的
施設ということで見直しを行い、その案
内はボランティアガイドさんなどを養成し
て行っています。夕張市内の子供たちだけ
ではなく、多くの学生たちが、自治体の財
政破綻の背後にある石炭産業の歴史を学ば
うと、道内外から来てくれます。そういう
世代にしっかりとバトンを渡していくこと
もこの町の大きな役割です。

■財政破綻したまちから 再生に向かって走り続けるまちへ

夕張は炭鉱とともに成長し、エネルギー
政策の転換によって衰退。現在、財政再生
の真つただ中にあるという、相反する歴史
を歩んできました。

しかし、この町の根っこには激動の変化
を生き抜いてきた方々の熱い思いが脈々と
流れています。その気持ちを胸に、独特の
発展を遂げた近代産業遺産として石炭の歴
史を後代にしっかりと伝えていかなければ
なりません。

また他方では、いまでは夕張の産業文化
ともいべき発展を遂げた「夕張メロン」
の全国ブランドینگをさらに推し進める
ことも必要です。財政破綻に伴い官主導か
ら市民の力で運営されて6年が経ち、注目
を集めている「ゆうばりファンタスティッ
ク国際映画祭」など、このまち特有の地域
文化を深く理解していただくために、交流
の輪も広げるつもりです。

そうして「財政破綻したまち」から「再
生に向かい走り続けるまち」へと、着実に
イメージチェンジしている、夕張のいまの
姿をもっともっと多くの方に知ってほしい
と思っています。



逸品 解題

伝える

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2回目のテーマは「伝える」をテーマにお届けする。

新聞縦覧所の利用を呼びかけるチラシ

1894（明治27）年（日本新聞博物館所蔵）

新時代の情報を収集し

新知識の獲得を望んだ民衆に伝える

明治時代のはじめ、時代の変化を「知りたい」民衆と、自らの実績を「伝えたい」政府の思いを背景に、数多くの新聞が創刊された。しかし、当時の新聞は高価であったため、一般民衆が手に取る



ことはできなかった。そのため政府が新聞普及のために全国に設置したのが、新聞縦覧所や新聞展覧社などと呼ばれる、新聞専用の図書館に似た施設である。新聞以外のメディアが存在しない時代、この施設は貴重な情報入手の場として親しまれた。

官営に始まった新聞縦覧所は民間にも広がり、料金やサービスもさまざまであった。

この資料は、下野足利町停車場前の初谷新聞縦覧所が1894（明治27）年8月に出した新聞縦覧所の利用を呼びかけるチラシである。



明治期の新聞配達人 明治後期【日本新聞博物館所蔵】

新しい国の形を伝える新聞を 各家庭に届ける役割を果たす

日本の新聞配達は、1872（明治5）年の「東京日日新聞」創刊の翌日から始まった。新聞社の社員や印刷工らが仕事の合間に届けていたのである。その後新聞の発行部数の増加などにより、戸別配達を制度化し、専門の配達員を置くようになった。現在のように販売所を経由して配達されるようになったのは1903年からで、報知新聞社がその先駆けである。

新聞配達人は、新聞社や販売店の名入りの刺し子の半纏を着て配達していた。現在はブルゾンなどに代わっているが、そこには今も社名が入っており、基本のスタイルは変わらないことがわかる。

日本新聞博物館

■神奈川県横浜市中区日本大通11

横浜情報文化センター内

■TEL:045-661-2040

■<http://newspark.jp/newspark/>

和英商賈對話集

1859(安政6)年【印刷博物館所蔵】

日本の近代活版印刷術開発の祖 本木昌造による英会話本

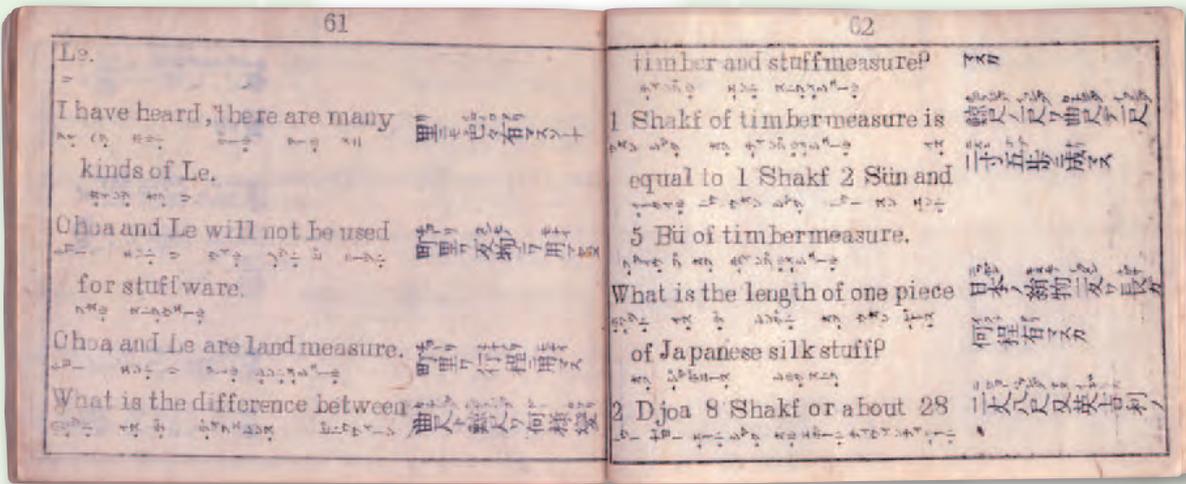
オランダ語の通訳をしていた本木昌造は、わが国で初めて活字を使った活版印刷に挑んだ人物である。1859(安政6)年、本木は、「塩田幸八」の名で、商取引に必要な実用英会話をまとめた『和英商賈對話集 初編』を出版した。今で言うポケット版ビジネス英会話本であり、英語と日本語が対訳の形で紹介されている。この本には複数の印刷技術が併用されており、欧文とふり仮名の小型仮名部分は金属活字、和文部分は木版で印刷されている。現存最古の彼の出版物とされているこの資料からは、当時の印刷技術の工夫が見られる。

印刷博物館

■東京都文京区水道1-3-3 トッパン小石川ビル

■TEL:03-5840-2300

■http://www.printing-museum.org/



スタンホーププレス

江戸時代末期【印刷博物館所蔵】

のちに大量印刷を可能にする 世界初の鉄製印刷機

19世紀初頭、チャールズ・スタンホープが総鉄製の手引き印刷機「スタンホーププレス」を開発した。当時、印刷に必要な圧力を倍加する原理が次々と発明されていく一方で、従来の木造印刷機では、その力を支えられなくなっていた。スタンホーププレスは、「ステープル」と呼ばれる鉄製フレームを組み込むことで、より強固な構造を実現、これにより印刷機の強度が飛躍的に高まった。

貴族としてイギリス上院で議員職務に就いていた彼は、フランスやアメリカで発生した市民革命の精神を、その生涯にわたって追求し、しばしば政府と対立した。彼は印刷技術こそが、自由主義に必要な不可欠であると考え、その向上に努めた。

スタンホーププレスはイギリス文化庁によって保護・保存の取り組みがなされている文化財であるが、日本では印刷博物館が所蔵するものを含めて4台存在する。

NHK 放送博物館
 ■東京都港区愛宕2-1-1
 ■TEL:03-5400-6900
 ■http://www.nhk.or.jp/museum/



ラジオ局開局を知らせるポスター 大正末期〜昭和初期〔NHK放送博物館所蔵〕 広く、早く伝える ラジオ時代の幕開け

1925(大正14)年7月12日に愛宕山から本放送を開始した日本のラジオ。全国に放送局が開局されていく中、このようなポスターで、地方局の開局が伝えられていた。ビジュアルにはご当地のモチーフを始め、通信施設やラジオのある暮らしを描いたものも多い。表現・標語は局ごとに異なるが、開局日時とコールサインは共通して大きく目立つように書かれていることがわかる。

これらのポスターは街頭や町の掲示板などに掲出され、開局周知に役立てられた。

ダブルボタン型カーボンマイク

1925(大正14)年以前
 〔NHK放送博物館所蔵〕

日本で初めての ラジオ放送に使用

1925(大正14)年3月22日、芝浦東京放送局の仮放送所から日本初のラジオの試験放送が開始された。東京放送局が24年11月に設立されて以降、大阪・名古屋にも放送局が設立され、何れも早期の放送開始を目指して放送設備の整備を進めていた。なかでも放送機の設置は欠かせないことだったが、当時国内には放送機が1台しかなく、東京放送局と大阪放送局が競合した結果、大阪放送局がこれを手に入れることになった。そこで東京放送局はやむなく東京市が所有していた無線電信電話用の送信機を借りて放送に充てることにした。この時、無線電信電話用の送信機に付属品としてついていたのがこのダブルボタン型カーボンマイクであった。放送開始当時は、この1本のマイクでニュースをはじめ、洋楽・邦楽・演芸など全番組を放送していたため、技術者は苦勞したという。



玉音盤

1945(昭和20)年8月15日放送
 〔NHK放送博物館所蔵〕



戦争の終結を 国民に告げた

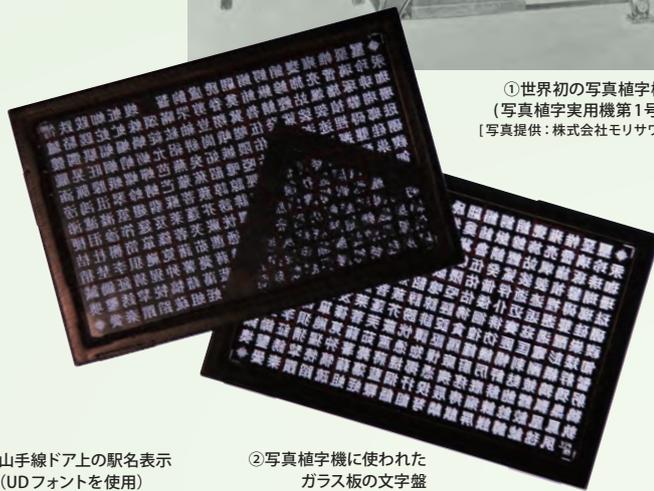
1945(昭和20)年8月15日に放送された終戦の詔書は、天皇が直々にこれを音読したこと、神の声の放送、すなわち玉音放送とよばれている。玉音放送については、放送前日にあたる8月14日の御前会議において議論され、詔書を天皇が直々に読むこと、聴取率の最も高い正午に放送すること、戦時統制によって10kWに制限されていた電波を、60kWに増力することなどが決められた。これにより、詔書の内容は日本本土をはじめ、中国大陸、朝鮮、台湾、南方諸地域にいたる広範囲での即時周知徹底がなされた。

NHK放送博物館では74年、玉音放送の原盤である玉音盤の交付を宮内庁に打診、翌75年に収蔵した。その後、NHK放送技術研究所での修復作業を経て、常設公開展示している。

ハードウェアからソフトウェアへ。 業態が変化しても企業 の中心は「文字」。

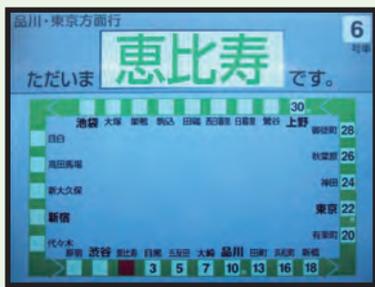


①世界初の写真植字機
(写真植字実用機第1号)
【写真提供：株式会社モリサワ】



②写真植字機に使われた
ガラス板の文字盤

③モリサワのUDフォント
(UD書体カタログ)



④山手線ドア上の駅名表示
(UDフォントを使用)

株式会社モリサワ
代表取締役社長 森澤彰彦氏



1924(大正13)年、モリサワの創業者である森澤信夫が、世界で初めて「写真植字機」

の原理に関する特許を取得しました。カメラとタイプライターを合体させたようなもので、ネガ状のガラス板に光を当て、映画紙に焼き付けていく仕組みです(①②)。発売当時は活版印刷全盛期でしたが、海軍やパラマウント映画の字幕、平凡社の大百科事典に採用されました。なかでも百科事典は写植だからこそできたと言われ、誕生間もない写真植字機にとって最高のケーススタディとなりました。

モリサワにとって大きな転機は、1980年代半ばに始まったDTPです。アメリカのアドビ社から声がかかり、DTP市場に参入。当社にとってDTPは大変なパラダイムシフトで、ハードウェアからソフトウェアに業態が変化する契機になりました。本ビルが建つこの地は、かつて写植機製造の工場でした。DTP化の流れを受けて製造は中止、役割を終えました。しかし、当社の事業は写植機のメーカー時代からずっと変わ

りません。文字を提供するだけではなく、どのように文字を並べるのが、機械からソフトウェアで実現することになっただけで、現在では電子書籍など文字とその周辺の技術とをセットで提供しています。

今も書体の開発は続けており、一つ一つの文字を手書きで作成し、デジタル化しています。書体のことをタイプフェイスと言うように、文字にもいろいろな顔つきがあります。硬い感じの明朝に対し、丸ゴシックはやわらかい印象なので、家電製品などのマニュアルに使用されます。書体のデザインは送り手の気持ちや伝えながら、相手の心理に訴えかけられるのです。

近年は書体にもユニバーサルデザイン(UD)という概念が浸透し、有価証券報告書や約款、商品などに使われるようになりました。文字を大きくすれば良しとする海外に比べ、書体そのものを開発する日本の文字はUD分野で世界の最先端をいけます(③)。

現在、モリサワの書体は、スマートフォンやテレビの中の番組表、カーナビにも使われています。こうしたデジタルデバイスには、さらに高い視認性や使いやすい書体が求められていくと考えられます(④)。

当社の強みは、開発会社でありながら技術に懲りすぎず、技術や時代のターニングポイントに変化していきけること。商品にこだわりの時代に取り残される企業もあるなか、写植機に拘泥せずDTPに参入したのは、新しいものが好きで、それを追求める気質があるからかも知れません。これからもメタモルフオーゼを繰り返しつつ、文字を通じて社会に貢献していきます。

事業所のあった街をたずねて

昔、鉄道。今は緑で結ぶ憩いの場

岩見沢編



1930(昭和5年)の市街地図
●出張所の所在地は「岩見沢町5条東1-1-1」
他の事業所もそうだったように、
市役所、法務局と至近距離に立地していた



利根別原生林。いまは緑で結ばれた市民の憩いの場となっている(写真提供:岩見沢市観光協会)



岩見沢出張所付近の市内幹線道路(旧夕張道路)
左建物は100年近く当地で雑貨販売を行っている中川商店。
当時の帝国興信所岩見沢出張所のことは分からないようだ

帝国データバンクは1900(明治33)年の創業から現在まで、国内外に延べ129事業所を展開した。

その多くは、長年、地域経済の進展と歩調を合わせ、地元振興に大きく貢献してきたが、なかには所期の目的とは裏腹に、開設後数年を経ずして閉鎖を余儀なくされた短命事業所もあった。岩見沢出張所もそのひとつである。

■岩見沢出張所

札幌より10年早く開設

帝国データバンクの創業期、1912(大正元)年までに開設された支所は併せて34か所。調査の受注はもちろんのこと、当初から加盟会員を相当数、確保できる主要都市がほとんどであった。他方、これ以降27(昭和2)年までの15年間に設置された事業所は24か所を数えるが、その大半は営業拠点というよりも、むしろ調査の空白地として残っていた地方都市に足がかりを得ることを目的とした。岩見沢出張所もそのひとつで、飛騨高山や室蘭と共に27年に開設された。北海道では函

■業績低迷、

2年足らずで撤退

岩見沢出張所に関する資料は社内にはほとんど残っていない。わずかに官報スタイルの社内通達誌『脱俗』に記載された出張所長の任免記事と存置期間2年足らずの業績報告の一部だけである(左頁)。

これによれば、開設時の出張所長は大和田宗義で1927(昭和2)年2月に任用さ

館(11年)、小樽 旭川(各12年)、釧路(17年)に次ぐ5番目の拠点で、札幌支所が設置される10年前だった。



岩見沢レールセンター。かつて岩見沢のシンボルであった歴史的建造物としての駅舎(写真提供:岩見沢市観光協会)

れ、28年10月には早くも依頼解職が告知された。大和田解職に伴い出張所も閉鎖されたようだ。

業績は『脱俗』に毎号載っていた「本支所調査報告状況」と「本支所収入状況」から推測するしかないが、開設期間を通じて、毎月低調だった。支所成績順位も開設後間もないこともあり、全国58事業所中、最下位もしくはは下位から数えて5番を脱することはなかった。

調査件数/募入金額(会員加盟料)は、最高月こそ調査員一人あたり22件/1000円を計上したが、通常月の調査件数は同10件以下、募入金額も同20円に届かず、いずれも全国平均の3分の一から4分の一の水準にとどまっていた。

では、なぜ調査拠点としての機能を果たせなかった当出張所を岩見沢に設置したのか。今となつてはその真相を説明することも難しいが、背景には岩見沢という土地柄があつたにちがいない。

■産炭地と港を結ぶ交通の要衝

岩見沢は鉄道のまちである。歴史は古く、開拓が始まったのは1870年代(明治前期)、本州からの移住者によつてだが、82年には北海道最初の官営・幌内鉄道(小樽手宮〜幌内)が全線開通し、石炭列車が当地を頻繁に往来した。83年には岩見沢戸長役場が設置され、市街地の形成が進み、鉄道施設の移設、鉄道網の発展によつてまちはますます活気づいた。

最盛期には、幌内鉄道の小樽と岩見沢間が函館本線に組み込まれ、道内大動脈の基幹都市となり、岩見沢から苫小牧・室蘭間の室蘭本線、岩見沢と幌内・幾春別を結ぶ幌内線、

さらに室蘭本線志文駅から万字線が乗入れ、合計4路線が接続していた。その結果、石狩炭田に分布する近隣の三笠、夕張、栗沢地区にある炭鉱の要として、また道内の穀倉地帯・空知平野を背後に抱え、行政、文教、経済の中核地区として発展することとなった。

帝国興信所が岩見沢に出張所を設置していた1927(昭和2)年、28年は、戸数が4,427戸から4,675戸へ、人口も24,968人から27,659人へ増加(『岩見沢百年史』、1985年3月)、商工業は物品販売業を中心に計1,000戸に迫る勢いだった(『岩見沢町勢要覧』)。

■炭鉱閉鎖で緑のまちへ

1920年代から戦後にかけて、岩見沢は近辺の産炭地を支える交通の要衝として大いに成長する。しかし、やがて国のエネルギー政策の転換を契機として炭鉱は相次いで閉山に追い込まれ、いまでは往時の繁栄を偲ぶことは難しい。

現在は札幌市から車で1時間足らずという地の利を生かし、そのベッドタウンとして機能する傍ら、穀倉地帯・空知平野の大自然と調和するまちづくりが行われ、緑豊かな憩いの場として、産業構造大変革の痛みを乗り越えた。

【後日談】

出張所長解職後、町議会議員に転身?

岩見沢出張所長であった大和田宗義は、所長解職後の2年後、1930年8月30日に行われた第9期町議会議員選挙に立候補、わずか42票の得票しか得られず落選。最下位当選得票75票。そして34年に行われた第10期選挙で112票を得て、当選者30人中15位で当選していた。短期間であったとはいえ、調査によつて町の事情に通じ、それをばねに転身を図つたのかもしれない。

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。

広告いまむかし—2

京阪電気鉄道



『帝国銀行会社要録』初版に掲載された京阪電鉄の広告



2013年夏のおけいはんキャンペーン 比叡山編 [写真提供：京阪電気鉄道株式会社]

京阪電鉄は1906(明治39)年11月、渋沢栄一を創立委員長として創立した。10年に大阪・天満橋駅と京都・五条駅間で鉄道営業を開始して以来、100年にわたり鉄道を核とした運輸業をはじめ、ひらかたパークといったレジャー・サービス業、不動産業、流通業といった事業を手がけてきた同社の広告が、1912(大正元年)年に帝国興信所が発行した『帝国銀行会社要録』初版に掲載されている。経営統括室広報宣伝担当(広報)の伊賀隆行さんによると、「京阪電車が開業して丸2年の広告ですね。沿線の方々によく通勤通学だけでなく、行楽や観光の足としても利用され、定着してきた頃のようなのです。社名の上にあるマークは、社章として現在も鉄道従事員の制帽などに使われており、変わっていません」

さらに伊賀さんは、この広告が大正元年ならではのものだという。「明治天皇の御陵が桃山に定められたのが大正元年の8月で、その年の秋には大勢の方が桃山を訪れたそうです。枚方の大菊人形展は、当時人気興行であった菊人形を、沿線で開催して旅客誘致を図った取り組みで、3回目となった大正元年は枚方で開催されました。開催場所であった枚方遊園は現在のひらかたパークです。伏見稲荷や男山八幡宮(現石清水八幡宮)といった、高名な寺社仏閣が京阪沿線にあるということを広告で訴えたかったのではないのでしょうか」

京阪電鉄では「京阪のる人、おけいはん」をキャッチコピーとした旅客誘致キャンペーンを2000年から行っている。関西では抜群の認知度を誇る広告である。現在、同社の宣伝広告を担当する、経営統括室 広報宣伝担当(宣伝)の岡本敏治さんによると「“おけいはん”という女性のキャラクターをユーザー代表として設定し、京阪電車に乗る“おけいはん”を通して沿線の魅力をご紹介するというもので、スタートした時は旅客誘致キャンペーンのひとつのキャッチコピーでありキャラクターだったのですが、現在は、いわゆるコーポ

レートのブランドイメージを担うだけのキャラクターにまで認知いただいています。広告表現の手法は、その時代時代に応じて変化しますが、その目的は変わりません。沿線の魅力や観光資源のご紹介を通して、定期および定期外の鉄道利用促進を果たすことです。このスタンスはずっと変わっていないことが、100年前の広告と現在の広告を見てわかります。「私鉄王国として知られる関西圏で、当社は球団も劇団も所有しませんでした。キャンペーンであったり枚方大菊人形展で広告塔の役割を果たし、会社の存在感を出すというスタイルを、創業以来ずっと引き継いできたと言えます」(伊賀さん)。

現在の「おけいはん」は5代目。これまで同様に沿線の観光スポットを紹介しつつ、昨今の観光が物見遊山なことから体験型にシフトしているということもあり、おけいはんもその魅力を体感できるいろいろな体験にチャレンジしているという。今は、比叡山エリアの魅力を体験している。人気スポットは時代によって変わるが、100年前も現在も、沿線の魅力を伝え、案内をするという広告の根幹は変わらない。

※文中の肩書きは取材当時のものです



大勢の観光客で賑わう、
大正元年に開催された大菊人形展
[写真提供：京阪電気鉄道株式会社]

NEWS

史料館ニュース

12月1日(日)までテーマ展示 「百年史編纂&シアター映像製作 現地取材15年の記録」開催中

常設展示室「テーマ展示」コーナーでは現在、「百年史編纂&シアター映像製作 現地取材15年の記録」を開催しています。アジア太平洋戦争の終結までに、帝国興信所は極東に延べ29の事業所を開設しました。しかし敗戦により在外資産の全てを喪失。本展示は、1997年から2012年までの15年間にわたってその記憶を呼び覚まし、記録を現地に訪ねる、帝国データバンク海外支所踏査プロジェクトの「メイキング・ストーリー」です。



■展示構成-1 現地現認 ～海を超え、時を超えて～

帝国データバンク海外支所踏査プロジェクトは、15年間で35都市を延べ77回訪問した。それは「時代の風」「時代の匂い」「時代の息吹」を“いまの視点”で写し取る旅でもあった。

■展示構成-2 異境辺境 ～足跡を辿り、歩幅を知る～

かつて極東の地にあった29の事業所では起伏の激しい事業が営まれていた。時代の荒波は日本をさらに異境辺境に追いやり、調査員も頻りに足を運んだ。彼らの足取りを辿ることは当時の日本の歩幅を知ることもあった。

■展示構成-3 残照残像 ～記憶を伝え、資料が語る～

各地の図書館、文書館では数多くの貴重な資料を発見した。

■展示構成-4 東奔西走 ～ロケ隊は今日も行く～

撮影は毎回現地のテレビ局や関係者の協力がなければ不可能なほど大掛かりなものだった。また歴史を切り取る撮影効果を最大にするために、いろいろな特殊機材を使用した。

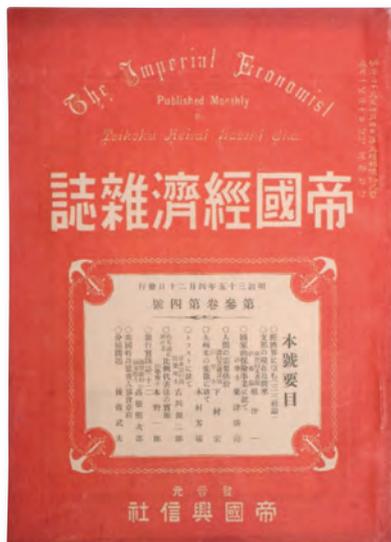
帝国データバンク史料館 特別企画展のご案内

帝国データバンク史料館では、2013年10月1日(火)から帝国データバンク史料館特別企画「日本の会社展 第3回 企業博物館—逸品解題—」を開催します。

第1回目の「老舗」、第2回目の「“輝”業家」に続く第3回目は、企業博物館が持つ、逸品を紹介します。

会期中は常設展示もあわせ、土日祝日も開館します。その他関連する情報については、ホームページ上で随時お知らせします。





表紙のご案内

『帝国經濟雜誌』

第3巻第4号(1902年4月)、第4巻第2号(1902年8月)

(複製/東京大学大学院法学政治学研究所附属近代日本法政史料センター明治新聞雑誌文庫所蔵)

帝国興信所創業期の経営を支えていた経済雑誌『商海時報』は1902(明治35)年1月号より『帝国經濟雜誌』と誌名を改め、学者、官僚、実業家などが執筆し、経済界の実際問題に重点を置くという編集方針となった。編集兼発行人は後藤武夫、発行所は帝国經濟雜誌社、発売元は帝国興信所である。調査事業が軌道に乗るまでは、同誌に掲載された広告の掲載料が唯一の安定した収入であった。

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