

TEIKOKU DATABANK Historical Museum

Muse

2015.4
Vol. 25

帝国データバンク史料館だより [ミューズ]

温故知人 06

暦は文化を読み解く鍵

歴史資料としての暦を考える

国立民族学博物館名誉教授・吹田市立博物館館長

中牧弘允さん

《逸品解題》— 味わう —

事業所のある街をたずねて〜室蘭篇〜

暦は文化を読み解く鍵 〜歴史資料としての暦を考える〜

国立民族学博物館名誉教授・吹田市立博物館館長
中牧弘允さん



中牧 弘允さん

東京大学大学院人文科学研究科博士課程修了。
日本学術振興会奨励研究員を経て、1977年より国立民族学博物館。
2012年より吹田市立博物館 館長。
専門分野は宗教学、経営人類学。
国立民族学博物館が収集している世界各地のカレンダーをもとに、現地の文化とのかかわりを研究する「考暦学」を提唱。

■宗教が深くかかわっている暦

私の専門は宗教学、宗教学人類学です。暦というのは宗教や民族と深くかかわっていて、例えば今われわれが使っているのはグレゴリオ暦ですが、これはキリスト教カトリック教会のカレンダーです。イスラム教のヒジュラ暦然り、中国の旧暦然りです。
1992年、国立民族学博物館に在籍していた私はインドネシアに1カ月滞在する機会がありました。その時に何を研究しようかと考え、思いついたのが暦。暦法や暦日

の計算をするのではなく、暦が人々の暮らしとどうつながっているのかという観点から暦の発するメッセージを読み解いて、詳しく研究してみようと思ったのです。

インドネシアは多民族国家です。9割以上がイスラム教徒ですが、中国系の人たちもいれば、バリ島のようにヒンドゥーの強い土地もあり、さらに少数民族は別の暦のシステムを持っています。実際に島々を回ってそこで使われている暦を見ると、歴史や民族、宗教文化が凝縮されていることがわかりました。

帰国後、暦・カレンダー研究を通して文化や文明の比較ができるのではないかとということで、考古学に習って「考暦学」を提唱し、以来、国立民族学博物館をベースに世界中の暦を集め、比較して研究をしています。

■暦は情報の宝庫である

ここにあるのは私が収集した資料の一部で、これはバリ島の暦です(写真A)。このタイプのカレンダーは戦前からあり、これを見るとヒンドゥーのサカ暦やイスラムのヒジュラ暦、日本の皇紀まで併記されています。文字だけですが、観光客向けにそうしているわけではありません。ヒンドゥー教の波が来て、ムスリムが来て、華人・華僑の人たちがやって来て、オランダが西暦を持ち込み、日本も一時期占領した結果がこの暦になっているのです。つまり、この暦はバリの歴史そのものです。

これは、「イスラミックセンター・ジャパン」が出しているイスラム暦です(写真B)。グレゴリオ暦は太陽暦ですが、イスラム暦は太陰暦で1カ月は30日か29日になり、1年は通常354日です。よく見ると下の方に小さく西暦グレゴリオ暦も併記しています。こちらは「東京ジャーミイ&トルコ文



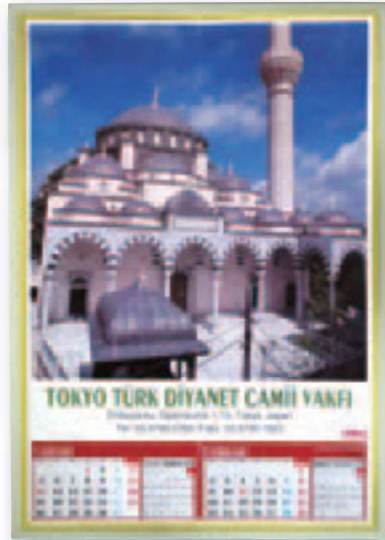
写真A



写真B



写真D



写真C



写真E

化センター」という、ロシアから亡命したトルコ人たちがつくったモスクが発行しているカレンダーです(写真C)。メインはグレゴリオ暦になっていて、イスラム暦は小さめに載せています。

2つのカレンダーを比較すると、おかれている立場や使う人たちの姿が見えてきます。「イスラミックセンター・ジャパン」はより宗教的というか、日本にはいるけれど、本国とのつながりが強いのでしょうか。「東京ジャーミイ&トルコ文化センター」は日本の社会とのつながりが強固であるため、基本は西暦で生活している。ただ儀式などはイスラム式を守る。そんなことをカレンダーから読み解くことができます。

日系ブラジル人社会の歴史や文化も、暦を切り口にするので非常に興味深いことがわかります。これはブラジル移住100

周年をひかえた2006年のカレンダーです(写真D)。神戸を出港した笠戸丸やコーヒー農園といった1世の苦勞をしのばせる写真から、日本を知らない3世の生活までが紹介されています。写真の横には聖句があります。実はこれは「日伯司牧協会」というカトリックの教会が発行したものです。このカレンダーからは、ブラジルがカトリック大国であることや、引用されている聖句から、今の日系ブラジル人の方たちの矜持までもが浮かび上がってきます。

一方サンパウロの「高野書店」が発行しているカレンダーは、ブラジルの祝日と日本の祝日が日本語で併記されていたり、日本の四季の風景があしらわれていることから、本国や親戚とつながりを持っている1世の人たち向けということがわかります(写真E)。

■ 暦は情報メディアであり、文化そのもの

現代のカレンダーを見てみると、ヨーロッパのカレンダーは非常にシンプルという傾向があります。合理化が進めば進むほど、暦に則って儀式をやらなければならない生活は煩わしいので、単純な暦になっていく。若い世代にとってはカレンダーすら必要なく、スマホで見ればいいのです。

しかし収集・比較してわかるのは、暦は文化そのものであり、風俗を映す鏡でもあるということ。カレンダーを見ていけばその時代の風俗や習慣、民族性、宗教観がわかるということ。文化を知る情報源として、暦は切手よりも優れているというのが私の持論です。切手は国が発行しているの、例えばイギリスだとエリザベス女王の肖像に



なり、日本でも国立公園など、要するに国が定めた文化です。一方カレンダーはアイドルあり、ネコや犬ありと、大衆文化、宗教文化など、いろいろな文化がまつまっている豊かな情報源だと思っています。

考暦学という観点から見ても、カレンダーは立派なアーカイブです。国立民族学博物館には約80か国、1,500点ほどの暦がありますが、まだまだ十分とは言えません。私は使い捨てのカレンダーをアーカイブとして残していきたい。それは時代時代に意味を持っているからです。例えば2005年に韓流のカレンダーがたくさん出ているように、その時の風俗や社会現象、そういうのが見てとれるわけです。そのためにも多くの資料を集めて時系列で見っていく、あるいは同時代で比較をすることが、より重要になると思います。

逸品 解題

味 わう

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ある。
第6回は「味わう」をテーマにお届けする。

聖母子像彫りメアシャムパイプ

1873年【たばこと塩の博物館所蔵】

たばことともに、 見た目でもパイプを味わう



メアシャム(Meerschäum) 日本語では海泡石という柔らかい鉱物で作られるメアシャムパイプは、美術的に優れた彫刻が施されていることが多く、「パイプの女王」とも呼ばれ、18世紀ヨーロッパの上流社会で流行した。そのきっかけは、18世紀前半に、オーストリアハングリー帝国の貴族がトルコを訪れた際にメアシャムの塊を手に入れ、それを使ってパイプを作るよう命じたこととする説があるが定かではない。このパイプのように、意匠の凝った彫刻や浮彫りが施されている半面、壊れやすく、実用品としては扱いが難しいという欠点がある。しかし、白に近い象牙色が使っているにつれて変わり、黄色、さらには透明感のある鉛色へと変化を遂げていく。美しい彫刻もさることながら、その微妙な色合いの変化が、今でも多くのパイプ愛好家の間で高い人気を誇っている理由でもある。

プジョーの手挽きコーヒーミル(グラインダー) 19世紀頃【UCCコーヒー博物館所蔵】 挽きたての豆の香りを 楽しむ



自動車メーカーとして知られるプジョーであるが、そのルーツは1810年、プジョー兄弟が設立した製鋼所である。工具や傘の骨、コーヒーミルといった製品の歴史は自動車よりも古い。なかでもコーヒーミルは強靱な刃を使い、安定して挽くことができることから、コーヒーミルの世界標準とも言われている。このコーヒーミルにはライオンマークがあることから19世紀頃の製品とみられ、現在も豆を挽くことが可能である。
UCCコーヒー博物館では「コーヒーのある豊かな生活」をテーマに、コーヒーの情報を提供しよう心がけている。収集は博物館の活動のひとつであるが、企業博物館としてその企業が取り扱うモノの普及・啓発にも取り組んでいる。



「大原女花見図」喜多川藤麿

寛政年間〜文化年間頃【たばこと塩の博物館所蔵】

仕事の間にはたばこを嗜む

江戸時代の女性

たばこは、江戸時代に日本人の生活文化のなかにとけ込み、特に庶民にとっては数少ない身近な楽しみのひとつとして、また生活のなかの憩いとして、欠かせないものになった。きせるやたばこ入れなどの喫煙具にも、「粋」の精神が発揮され、人よりも凝ったものや、工夫したものを持つことが自慢されていた。

この絵に描かれている、桜を見ながらきせるで一服している女性たちは、大原女とよばれ、大原でとれた柴や薪、農作物などを頭にのせて京の町まで売りに歩いた行商の女性たちだが、彼女たちにとっても、たばこは仕事の疲れを癒すものだったことがわかる。

たばこと塩の博物館

- 東京都墨田区横川 1-16-3
- TEL:03-3622-8801
- <http://www.jti.co.jp/Culture/museum>

UCCミルクコーヒー第1号

1969(昭和44)年【UCCコーヒー博物館所蔵】

風味にこだわって開発した、 世界初の缶コーヒー

UCCの創業者であり、日本のコーヒーの父と呼ばれる上島忠雄は、自身の経験から缶入りのコーヒーを開発するプロジェクトをスタート。製品化までの道のりは苦難の連続だったが、1969(昭和44)年4月、ついに缶コーヒーが完成する。しかし自信を持って送り出した商品は、同業者から「邪道だ」と言われてしまう。他社においても開発しても販売までは続かないなか、UCCでもほとんど売れない状況が続いた。

飛躍のきっかけとなったのは、70年に開かれた大阪万博。全国の人に爆発的に飲まれ、世界初の缶コーヒーといわれる飲み物になり、現在も引き続き飲まれている。大阪万博が大きなターニングポイントとなった。



UCCコーヒー博物館

- 神戸市中央区港島中町6-6-2
- TEL:078-302-8880
- <http://www.ucc.co.jp/museum/>

笹沼五郎商店 納豆展示館

■茨城県水戸市三の丸3-4-30

■TEL:029-225-2121

■<http://www.tengunatto.jp/pavilion/>

押し切り

昭和初期【納豆展示館所蔵】

納豆の醍醐味を伝える 藁苞づくりの道具

納豆は、稲わらの中に存在する納豆菌を蒸
煮した大豆に付着させてつくる発酵食品で
あるが、昔は味噌と同じく農家などで当たり
前に自分の家でつくって食べるものだった。
そのため納豆製造の用具類には、農機具も
多い。

押し切りはほとんどの農家にある道具で
あり、納豆づくりにおいては稲わらを裁断
し、藁苞をつくるために使われる。藁苞は、
大豆に納豆菌を付着させるために欠かせな
いものであり、容器としての役割も果たして
いる。今では食品衛生上の観点から包材と
して使われるのみの藁苞だが、自家製の納豆
がつくられていた時代を物語る道具のひと
つである。



大豆を発酵させる「室」(1/4スケール)

【納豆展示館所蔵】

旨味を増すための 命がけの作業

大正から昭和の初期にかけて使われていた、「室」と呼ばれる発酵室の4分の1スケールモデルである。炭や薪・練炭で熱源をとって部屋を温め、その上に沸かした湯をおいて温度40℃、湿度90%になるよう調整していた。

湿度を保つために換気用小窓などはつけられず、作業者は炭による一酸化炭素中毒の危険と隣り合わせだった。また、納豆菌が発酵する時に酸素を必要とするため低酸素の状態になり、室に入ったとたん酸素欠乏症で意識を失うなど、まさに命がけで納豆づくりをしていた。

大衆音楽から戦地での癒し、教育用。 その集大成が現代のハーモニカです。



トンプバンド
(A)現在のパッケージ
(B)昭和30年代のパッケージ

味わいのある独自の音色を持つハーモニカは、手軽に楽しめることもあり、今も青春時代にビートルズを聴いて育った60代以上の人から、ゆずを聴いて興味を持ったという若い世代まで、幅広く親しまれています。

トンプ楽器製作所は、国内で最も長い歴史を持つハーモニカ製造会社です。初代社長の真野清次郎は玩具問屋での丁稚奉公を経て、1902(明治35)年に当社の前身である真野商会を設立。アコーディオンを小さくした



ブルースハーモニカ
(A)ゆずや長瀬剛が使っているのと同型のブルースハーモニカとパッケージ
(B)昭和40年のブルースハーモニカとパッケージ

ような音の出る楽器玩具の製造をきっかけに、16(大正5)年、本格的な国産ハーモニカの生産に乗り出しました。

国産ハーモニカは日本の曲や志向に合わせて独自に発展してきたこともあって、大正時代より大衆音楽に欠かせない楽器として広く認知され、ハーモニカブームが巻き起こります。各地でハーモニカバンドが結成され、当社も専属の「トンプバンド」がラジオ番組に出演するなどし、人気を博しました。



株式会社トンプ楽器製作所
代表取締役社長 真野 照久氏

戦争映画などでハーモニカを吹いているシーンをよく見かけます。音楽を楽しむことが難しい時代ですが、ハーモニカだけは別で、需要もかなりあったそうです。というのも兵隊さんがハーモニカを一本持って戦地に赴くことがあったようで、90歳近い今も現役のハーモニカ奏者の方も、持っていたとおっしゃっていました。戦地での癒しであったほか、現地の子どもに教えたり、民家で食べ物をもたらしたお礼に一曲演奏したそうです。一方、戦時中の当社は飛行機の部品を製造していた、楽器製造どころではありませんでした。

戦後、国産ハーモニカの歴史を変える出来事が起きました。教育現場でハーモニカが使われるようになったことで、大量生産できる体制と耐久性が求められたのです。日本中のメーカーが研究と努力をしました。今、世界中から日本製のハーモニカが高い評価を受けているのは、教育用ハーモニカの生産で培われた技術力によるものなのです。

ハーモニカにはさまざまな種類があり、当社でも30を超える製品を取り扱っています。なかでも「特製トンプバンド」は複音ハーモ

ニカの代名詞とも言える世界に誇るハーモニカで、27(昭和2)年に発売され、現行モデルとして今も当社の主力製品です。未だに戦前に製造したハーモニカの修理依頼があります。また、楽器自体はほとんど変化がありませんが、パッケージは時代によって変わっています。どの時代のものも凝ったデザインで、丈夫な箱であるのが特徴です。

創業から113年。ハーモニカは単なる楽器ではなく、音楽を楽しむ人たちのための道具であるというのが、当社の原点にあると言えるかもしれません。そのためには、ハーモニカを使う音楽を理解することや、プレイヤーの要望を知ることが大切だと考えています。音楽が新しくなると、楽器に対する要求もまた変わってきますので、プレイヤーの方とのコミュニケーションは製品づくりの要でもあります。



教育用教材ハーモニカ
(A)昭和30年代後半のパッケージ
(B)昭和40年代のパッケージ
(C)昭和40年代のハーモニカ(箱入り)
(D)現在のハーモニカ

事業所のあった街をたずねて

日本の製造業を支えてきた 鉄鋼の街

室蘭篇



1940年頃の室蘭支所



工場夜景のスポットとして近年、名を馳せている室蘭。北海道の南西部に位置し、その地形を生かして室蘭港を中心とし、発展してきた。帝国興信所はこの地に1927(昭和2)年、事業所を開設。紆余曲折の道のりを経て、2002(平成14)年に閉鎖となった。

■鉄のまち室蘭の誕生

室蘭は1872(明治5)年に室蘭港が開港してから、鉄道や航路の整備、埋め立てが進み、石炭の積み出し港としての役割を担うようになる。現在も道内最大の重化学工業都市であり、国際流通港湾都市として位置づけられている。

鉄の街としての口火を切ったのは、北海道炭礦汽船であった。89(明治22)年に政府より、幌内炭鉱と官営幌内鉄道の払い下げを受けて創業した北炭は、鉄道部門の国有化で資金を手にする。石炭のほか鉄鋼、砂鉄といった豊富な資源を持つ室蘭に注目し、1906年に製鉄事業への進出を決め、09年に輪西製鐵場を完成させた。第一次世界大戦時、鉄鋼需要が増加したことから活気づき、それまでの一事業ではなく、新会社北海道製鐵を18(大正7)年に設立した。これまで幾多の再編を繰り返している。

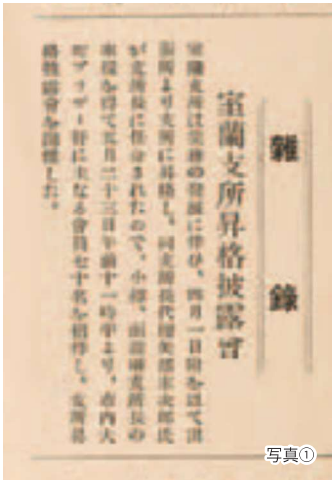
■起伏激しい室蘭支所

返し、現在は新日鐵住金として稼働している。また北炭は輪西製鐵場のほかに、英国の兵器メーカーであるアームストロング社と共同出資によって大型火砲などを製造する日本製鋼所を06年に設立した。こうして鉄のまちが生まれたのである。

帝国興信所室蘭支所は1927(昭和2)年6月、道内では5番目となる事業所として開設された。開設当初は「支所」であったが、2年後には支所長の退職とともに「出張所」に降格。順調に調査件数を伸ばしていた矢先のことだった。そこから業績は低迷するが、調査件数がピークとなった39年に「支所」に昇格する。その際、昇格を盛大に祝ったことが社内報『脱俗』に記されている。「プラザ一軒に主なる會員七十名を招待し、支所昇



1964年の地図。赤枠部分が室蘭支所(『室蘭市住宅明細地図』日本地図編集社発行)



写真①



1963年10月、再開した室蘭支所前で、第3代社長後藤義夫を囲み撮影された室蘭支所員の集合写真

写真①『脱俗』1939年6月



左側が新日鐵住金、右側が日本製鋼所



写真②



写真③

写真②③ 戦後再開された室蘭支所 (1969年撮影)と現在

格披露會を開催した(写真①)。ブラザー軒は当時企業や銀行、料亭、旅館などで賑わう表通りにあった西洋料理店である。地元の人々の話によると、3階建ての洋館で、結婚式や地元企業の会合などによく使われていた会場だったという。現在は隣接する室蘭プリンスホテルの駐車場となり、当時の面影を残すものは何もない。

戦局が悪化すると、日本国内の調査件数は減少の一途をたどった。室蘭支所も例外ではなく、42年には前年の半分以下の調査件数となった。そして45年7月15日、兵器を製造していた日本製鋼所、日本製鐵所が軍需工場として米軍の標的となり、艦砲射撃を受けた。工場一帯のほか、周辺の市街地や住宅街なども甚大な被害に遭った。それから1ヵ月半後の8月末付で室蘭支所の業務は休止となり、業務は札幌へと移管された。

■18年間の空白を埋める

休止から18年後の1963(昭和38)年10月、室蘭市本町に室蘭支所が再開された。周りには多くの商店が立ち並び、賑やかだったことが当時の地図からわかる。地図と写真を頼りにその場所に行ってみると、改装されてはいたが建物は残っていた(写真③)。しかし周りは閑散としており、当時の活気あふれる雰囲気を感じ取ることはできなかった。80年代後半に入ると、室蘭経済の中心が室蘭駅から東室蘭駅エリアに変わり、室蘭支店も87年に東室蘭駅にほど近い、室蘭市東町に移転した。

室蘭エリアは、先発の調査機関の会員企業が多くを占めていた。77年から2000(平成12)年まで室蘭支店に勤めた、第15代室蘭支店長森田利文さんは、当時のことを次のように語る。「とにかく片っ端からお客さまのもとへこまめに通いました。営業に行くので

はなく、お客さまの近況を聞きに行くのです。頻繁に顔を出すことで信頼を得て、TDBとお付き合い合ってもらえるようになりました」

■高炉の火が消え、企業城下町に危機迫る

1986(昭和61)年、鉄鋼業界は冬の時代を迎える。国内の景気低迷と円高により「鉄鋼不況」に見舞われた。「新日本製鉄においては雇用問題はこれからだが、第三次合理化案で釜石の第二高炉休止、室蘭、広畑の形鋼工場休止を打ち出し、企業城下町の灯が消えようとしている」(『帝国タイムス』1986年11月5日付)とあるように、企業城下町といわれた室蘭が変貌していく。この状況を目の当たりにしていた森田さんは「鉄鋼不況の時は大変でした。新日鉄の煙突が4本から1本へと縮小。下請け業者も減っていきました。120件くらいは倒産したと思います。人口も企業数も減っていき、室蘭支店の売上も減少していきました」。こうして室蘭経済、そして室蘭支店の業績も下降の一途をたどる。そして2002(平成14)年、室蘭支店の閉鎖が決まった。多くの会員企業から惜しまれ、時には「なぜ撤退するのか!」と叱責されることもあったという。

室蘭支店の管轄エリアは、現在苫小牧支店が担当しているが、鉄のまちとしての役割は変わることがない。森田さんは「今の室蘭は新日鐵住金と日本製鋼所でもつてるようなものだ」と言う。事実、室蘭に本社を置く製造業の多くがどちらかの関連会社、下請け、取引先となっており、売上高も全体の9割以上を占める。これが企業城下町と言われる所以であり、現在も高炉の火が消えない理由である。

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。

広告いまむかし—6

ヤナセ

ヤナセは本年5月25日に創立100周年を迎え、100年企業の仲間入りをする。創立100周年記念実行委員会マネージャーの山田光弘さんは「当社の100周年プロジェクトには6つの分科会がありまして、その1つである広報宣伝部会が担当しているのが現在の100周年広告シリーズです。ほかに社会還元事業、お客様への感謝フェア、そして社史の刊行なども予定しています」と語る。

現在、月に1度新聞に掲載している100周年広告には、ヤナセが最初に輸入販売を手がけたビュイックの写像が配されているバー



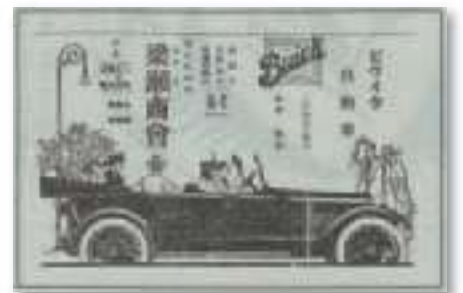
『帝国銀行会社要録』第7版に掲載された広告

ジョンがある。広報宣伝室広報課長の福城和也さんはこの広告について「ヤナセが100周年を迎えることを、広くお客様に知っていただき、当社の歴史をたどりながらこれまでのご愛顧への感謝をお伝えするというコンセプトです」と語る。

1918(大正7)年発行『帝国銀行会社要録』第7版に、ヤナセの広告が掲載されている。この年はヤナセの創業3年目にあたる。オープンカーにモダンな洋装の男女のイラストが配され、取引先の海外メーカー・サプライヤーと、ヤナセの事業所一覧が並んでいる。「広告が掲載されたのは、創業者の梁瀬長太郎翁が三井物産から独立して会社を立ち上げた頃です。同時代の新聞広告と比較すると、オープンカーと男女のイラストは似ていますが、ビュイック単体の仕様が書かれており、社名がメインのこの広告とは対照的なことがわかります」(山田さん)。また福城さんは「当時はまだ人力車の時代で、自動車は一般大衆の手の届くものではありませんでした。富裕層向けにアピールするには、企業の経営者が多く目にする『帝国銀行会社要録』が格好の広告媒体だったのではないのでしょうか。またそれ以前に、梁瀬長太郎翁には、「自動車を売る前に、日本人に自動車を知ってもらい、その良さを感じてもらおう」との狙いもあったはず。その意味で、こうした企業広告を展開していたのだと考えられます」と語る。

1918年の新聞広告

車を紹介するだけでなくそこに着飾った人を描くことで、車のある憧れの暮らしを見せることに主眼が置かれていることがわかった。100周年広告には、「クルマはつくらない。



「クルマのある人生をつくっている。」という企業スローガンがある。ただ車を売るだけでなく、車に乗る楽しみ、そのライフスタイルまで含めているという点は、100年経った今にもつながっている。



2014年10月28日付の日本経済新聞に掲載された100周年広告

PICKUP

「信用調査業 告知板」(1954年8月11日、『アサヒグラフ』)入手 戦後の信用調査業界トップが集めたインタビュー記事

このほど、帝国データバンク史料館は「信用調査業 告知板」が掲載された、1954(昭和29)年8月11日発行の『アサヒグラフ』(朝日新聞社)を入手しました。

「信用調査業 告知板」と題した見開き2ページのコーナーには、当社の2代目社長後藤勇夫をはじめ、信用調査業界の経営トップの写真とインタビューが掲載されています。

当館では、これまでこの記事の存在を把握しておらず、また信用調査業界のトップがひとつの誌面にこれだけ集まるという点でかなり珍しく、大変貴重な資料の発見となりました。

帝国データバンク史料館は、当社の資料だけではなく、信用調査業界に関する資料も収集しています。今後も幅広く資料を収集していきます。



<掲載6社のラインナップ>

- 帝国興信所社長 後藤 勇夫
- 東亜興信所社長 矢島 確雄
日本で最初の信用調査機関である商業興信所と、東京興信所が戦時中に合併して東亜興信所となった。現社名はサン・トーア。ホテルを経営。
- 日本信用調査社長 富田 史朗
現社名はときわ総合サービス。調査事業から撤退し、現在は出版業がメイン。
- 東京商業興信所社長 永井 房太郎
戦時体制下では当社の大阪本部とともに大阪合同興信所を設立。現社名は東商インクワイアリー。
- 東京商工興信所(銀座)副社長 桑沢 秀雄
現在の東京商工リサーチ。
- 東京商工興信所(有楽町)社長 沢 昌樹
現東京商工リサーチと、かつて商号をめぐって法廷で争っていた。



大学生の来館が増えています

2015年2月25日、東洋英和女学院大学より、企業博物館見学研修で、町田小織先生と3名の学生さんが来館されました。同大学ではこれまで、さまざまな業種の企業博物館を見学するプログラムを実施されており、その一環としてご来館いただきました。帝国データバンクの概要や、史料館の設立背景、信用調査業の歴史的意義、良い会社と危ない会社の見分け方などのレクチャーを行いました。その後常設展示室を見学し、最後は東洋英和女学院大学OG社員との懇談会でプログラムを終了しました。参加された学生さんたちが、就職活動を控えた3年生ということもあり、女性が働くということについて、熱心な質問が飛び交いました。

今年に入り、大学のゼミや就職活動等で来館される学生さんが急増しています。甲南大学奥野明子先生のゼミの皆さま、明治大学三和裕美子先生のゼミの皆さま、京都産業大学橋本武久先生のゼミの皆さま、あわせて50人あまりの学生さんが来館されました。





表紙のご案内

桜のメダリオン

1926(大正15)年に竣工した帝国興信所本社ビルの外壁には、桜をデザインしたメダリオンが施されていた。社屋は2002年に取り壊しとなったが、アーケードのアーチ付け根部分からひとつだけ取り外し、保存されることになった。このビルは、伝統的な意匠とモダニズムが併存した、当時としては新しい様式の建築物であった。メダリオンのモチーフとなった桜は、社章や刊行物の題字にデザインされたり、社内の椅子や机、戸棚に彫られたりするなど、当社のシンボリック存在でもあった。

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受付にお越しください。

ご利用案内

[入館料] 無料

[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。)

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