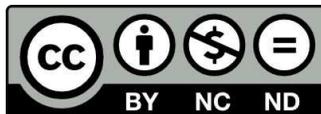


# 日本IT書紀

## 148 情報産業

08 宣試篇  
卷之二十 稜威

佃 均



© 2004 TSUKUDA Hitoshi (Licensed under CC BY NC ND 4.0)

本作品はCC-BY-NC-NDライセンスによって許諾されています。ライセンスの詳細な内容は <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ja> でご確認ください。

第四百四十八

情報産業

一

テレビ局の話が出たので、関連して新聞社のことに触れる。

コンピュータやソフトウェア、ネットワークないしデータ・プロセッシングなどをもって「情報産業」と称する以前に、一九六〇年代までに存在した「情報産業」はラジオ、テレビ、新聞だった。いわゆる「IT産業」が勃興するより早く、電子技術を駆使して情報を伝える産業が誕生していたということを語りたい。

新聞という情報メディアは、まことに不思議な存在なのである。

記者が人に聞いた話、目撃したこと、考えたことなどを活字で印刷して多くの読者に配信する。活字にするという行為が原稿を書く知的作業であることをもって、新聞社を知識集約型産業の典型と考える向きもある。

なるほど新聞というものは、紙の印刷物を売っているの

ではない。そこに印刷された記事や広告、すなわち「情報」と称されるものの付加価値、さらにいえばその情報の信憑性を裏付ける「信用」を売っている。つまるところ本質はサービス業に近い。

「信用」の対価は購読料であり、広告収入である。購読料の大半は印刷費、配送費、販売店の維持管理費に消えてしまうので、新聞社の経営は広告収入によって賄われる。そこで広告料金が「信用」ないし付加価値のパロメーターになるのだが、それは発行部数と発行地域、購読者の特性によって裏付けられる。新聞社における原価の算定方法は、どうも定かでない。

先に触れた「新聞社はサービス業に近い」という言い方は、一部については当たっているが別の意味では間違っている。というのは、日刊新聞社は大量の印刷物を短時間で制作し、個々の家庭まで配達しなければならないので、印刷会社としての機能も備えている。

朝日、読売、毎日、日本経済、サンケイといった大手日刊紙や地方ブロック紙は独自の印刷工場を持っていて、そこには四階建てのビルほどの高さの大型回転機が備えられる。記事原稿を特急で組版・印刷現場に送るために、かつて新聞社のビルにはエアシューターが装備され、印刷の現場には鉛の活字を作る職工員や組版を組み上げる植字工が

油にまみれて働いていた。

また活字を鑄造するために、常に鉛を溶解しておく必要があった。印刷工場の内部の温度は三十度を下ろすことがなかった。薄く小さな鉛の板で活字と活字の間を調整し、行からはみ出した句読点を無理やり行末にはめ込み、活字のブロックを十五段に組み上げ、版面（はんづら）を均して紙型（しけい）を取る。

それを輪転機にセットし、重さが数百キロもある紙のロールを起重機で吊り上げていく。輪転機が動き出すと隣り合った人同士で会話をするのにも大声で喚かなければならない。

立派な労働集約型の装置産業ではないか。

では「製造業」であるかというところでもない。

一般に「製造業」と呼ばれる企業は発注に応じて、ないし需要を見越してモノを生産する。原材料の仕入れ、加工装置や工場、人件費、物流経費などが原価となり、通常はそこに一定の利潤を上乗せして価格が決定される。

製品に特別な欠陥がない限り、消費者に手渡される最終価格がリーズナブルであれば商品が売れ、そうでなければ市場から撤退を余儀なくされる。新聞社が製造業と異なるのは、毎回の発行ページ数や販売価格を自在に変更できないということだ。

ページ割が決まっているので、雑誌より編集が楽という見方もあるが、自由度が少ないのも事実である。かつ、発行し始めたら途中で「休刊」というわけには行かない。

この得体の知れない「業」が他の産業と異なるもう一つは、私企業でありながら「社会の公器」であることを求められる（ないしそれを自認し、ときに言い訳にする）ことだ。私企業であるからには利益を追求せざるを得ず、半面、「社会の公器」たらんとすれば利益のみを優先させることができない。

以上のことを前提に一九六〇年代の新聞業界を見ると、大きな転換期を迎えていたことが分かる。テレビという電波メディアの登場によって、新聞社は「私企業か公器か」の問題に直面していた。

大手日刊紙がとったのは「私企業」、つまり利益優先の道だった。なるほど、どんなに「社会の公器」たらんとしても会社が潰れてしまつてはどうしようもない。

報道の国家統制や独占を許さないためにも、言論の自由を守るためにも、健全な経営基盤を持つことが必要である、という理屈は筋が通っている。こうして大手日刊紙は名実ともに「全国紙」を目指すことになった。

このことは東京タワーの完成と同期している。

ラジオ、テレビの放送は電波が届きさえすれば受信でき、

NHK以外は受信料を払う必要がない。スイッチを入れれば受像機にニュースやドラマが無料で映し出され、おまけにコマーションが新しい商品やこれからの生活スタイルを教えてくれる。

電波が一般家庭の普遍的かつ安価な情報メディアとなることが明らかになったとき、スポンサーはテレビに顔を向け、新聞の相対的な価値が低下した。

紙メディアが電波メディアに対抗して利益を確保するには、より多くの広告を集めなければならない。より多くの広告を集めるには、一回に発行するページ数を増やさなければならず、より多くのページ建てをより多く印刷するために、より高速で高性能な輪転機を用意しなければならなくなった。

そのためには発行エリアを広げ、発行部数を伸ばさなければならぬ。発行エリアを広げるには印刷所から迅速にトラック輸送で届けるか、現地に印刷所を持つかである。

仮に地方に印刷所を確保したとしても、東京、大阪で作製された編集面をどのように地方の印刷所に送り届けるかが問題だった。

この点、発電所と送電線網の課題を抱えていた電力業界とよく似ているが、電力業はその地域を独占できたのに対し、新聞業界にはその地域に根付いた地方紙があった。そ

の壁を乗り越えて発行部数を伸ばすには拡販キャンペーンを展開し、購読の契約を取って歩く営業マンを確保しなければならなかった。そのようなスパイラルが大手日刊紙の競争を激化させた原因だった。

## 二

日本経済新聞社に務めていた筆者の伯父によると、

「当時の焦点は北海道と九州だった」

という。

両地域を合わせると、潜在的な読者（企業、商店、個人世帯）は約一千万である。この一割を確保するだけで百万部の上乗せが可能になる。以下、『メディアの興亡』（杉山隆男、一九九二、文芸春秋）を参照しつつ、伯父から聞き継いだ話を交えて書く。

「当時の焦点は北海道と九州だった」

と言うのは佃正弘である。

特に北海道の場合、津軽海峡を越えるには飛行機か青函連絡船しかなかった。かつ広い。首都圏の日刊紙は北海道に取材拠点を設けてはいたが、新聞を発行しても三日前のニュースを配るのが精一杯だった。

読者は東京で起こっている政治・経済の情報を知りたい  
企業人や政治家に限られ、一般家庭を相手にする地元紙は  
安泰だったが、一九五〇年代に入ると

——現地印刷ができるかもしれない。

という技術的なめどがつき始めた。

通信回線で記事を送るのである。

当時の北海道の総人口は約五百万人。朝毎読三紙にとつ  
て大きな魅力だった。三紙の北海道進出構想が一斉に動き  
出した。

まず朝日が「ファクシミリ新聞」というものに着目した。  
東京で編集した紙面を写真フィルムにしてファクシミリで  
電送し、これを受けた印刷所が輪転機用の特殊金属板に転  
写して印刷する。

通信コストはかかるが、記事原稿を電話で読み上げ、鉛  
の活字で組み上げる手間と比べはるかに効率がいい。読売  
も同じくファクシミリ方式の採用を決めた。

これに対して毎日、モノタイプを地方での新聞印刷の  
武器にした。

前出の山浦守が言う。

「毎日のモノタイプは東京タイムスでも使われていまし  
た。記者が書いた記事原稿をタイプライターで打つと、紙  
テープにパンチされる。その紙テープを自動鑄植機にかけ

ると鉛の活字が生成され、新聞の組版ができあがる。組版  
の現場は人減らしにつながるんで大反対だったけれど、わ  
たしら記者はただ驚いたもんです」

統計会計機械装置のために開発されたパンチカードの技  
術が応用されていた。紙テープに穴が開いていれば電流が  
通じ、その電気信号が機械装置を動かす。

毎日はこの穿孔データを通信回線に乗せ、遠隔地の紙テ  
ープ穿孔機で本社と全く同じ記事データを受け取れるよう  
にした。システムは「リモート・モノタイプ」と名付けら  
れた。

モノタイプを独自の技術で開発していた毎日は改めて多  
大な投資を行う必要がなかった。ばかりでなく、リモー  
ト・モノタイプには利点があった。

朝日のファクシミリ新聞は東京で発行される紙面と全く  
同じだが、モノタイプであれば地元の記事と組み合わせ  
て独自の紙面を作ることができる。

「朝日は東京で作った料理をそのまま地方で振舞う。し  
かし毎日は東京で作った料理に地元で仕入れた材料を加え  
て、テーブルに出す」

毎日は自信満々だった。

日刊大手三紙が情報通信技術を駆使した新聞印刷を開始  
したのは一九五九年の四月である。

最初のうち、朝日、読売はファクシミリの伝送品質が悪かったために手こずった。また両紙は地域のニュースを載せることができなかつた。そのために、地元紙の牙城を崩すにいたらなかつた。購読者を増やすことができたのは毎日だった。

序盤はモノタイプが勝った。

だが結果として、ファクシミリ新聞が勝った。

それは第一に通信技術の改良によつていた。五九年当時に新聞の大判一ページを送信するのに三十分かかつていたものが、東京オリンピックが開かれた六四年には七分半に短縮されていた。

第二は自動写植機の登場だった。東京から送られてきた紙面のある部分を地元のニュースで差し替えることができるとようになったのだ。

再び山浦が言う。

「それまで新聞は取材力が勝負だった。わたしら現場の記者は特攻精神で取材して、ときには命を張ってネタを取るのが仕事だと思ってるんだけど、六〇年代に入ると組織力と技術力が競争のポイントになっていったんです。技術の差で、「特オチ」になるなんていうのは納得できないし、とにかく腹が立った。新聞の紙面に載らなければ意味がないわけですよ」

「特オチ」というのは、載つていなければならぬ記事、他紙が一斉に載せている記事が抜け落ちることを指す。「特ダネ」の反対を意味する隠語として、当時の新聞業界で使われていた。

山浦が経験した最初の「特オチ」は、六六年二月に発生した寸又峡事件のときだった。

二十日午後八時ごろ、清水市のキャバレーで日本人名「金岡安宏」こと金嬉老（きん・きろう）が、一緒にいた暴力団稲川組大岩支部幹部の曾我幸夫と同準構成員の大森靖司の二人をライフル銃で殺害して逃亡、同日午後十一時半ごろ寸又峡温泉のふじみ屋という旅館に現われ、旅館経営者家族や宿泊客を人質にして立て籠もった。

「旅館の前の道は警察が非常線を張つていて、わたしら記者はそこから先に行けない。そのときわたしは旅館の裏にあった小学校に歩いていって、警察の前線の内側に入ることができた。で、立て籠もっている旅館に電話をかけて、金嬉老と話をして、そういうことなら記者を集めるから会見したらどうだ、ということになってね。そのとき、共同通信の本部に青木雨彦さんなんかも詰めていました」

山浦の説得に応じて、金はNHKと静岡新聞の記者と会うことを了解した。

朴訥な風貌に見合わず、山浦は大胆不敵ともいえる命が

けの取材をしている。

「NHKや他の新聞社は無線を持ってましたし、援軍が大勢きているわけです。それで他紙は翌日の紙面に間に合った。ところが当のわたしは昔ながらの鉛筆とメモ帳、しかも記者は自分一人しかいない。結局、特オチになりましたね」

ミュンヘン・オリンピックのときも山浦は「特オチ」を経験した。

「青木まゆみが百メートル・バタフライで金メダルを取った。日本時間で深夜の一時半ごろ。そのとき他紙は記事原稿をファクシミリで送った。こっちは昔ながらの電話送稿だったもんで、国際電話が空くまで待機しなければならぬ。結局、その記事も最終版に間に合わなかった。本社から怒られること怒られること」

ともあれ、新聞の編集・制作に技術革新が始まっていた。最新の技術に対応できないと、どんなに現場の記者が特ダネを取っても紙面に載せることができない時代が到来した。「日刊各紙はたいへんな投資をした。東京タイムスさえ一台数千万円もするモノタイプを導入したんですから。それをやらなければ競争に負けることが分かっていた」

「たしかに紙テープで一行単位の活字ができるというのは、その後の記事の直しや差し替えが楽になった。とにか

く画期的でした。しかし東京オリンピックのあとの不況で購読部数が減り、広告収入が頭打ちになった。結果、それが経営を圧迫することになったんです」

と山浦は言う。

東京タイムスが徳間グループに吸収された背景には、こういうことがあった。

### 三

新しい印刷工場で最新式の大規模輪転機が稼動した結果、朝毎読三紙の朝刊は一九六〇年に平均十二ページだったが六四年には二十四ページに、夕刊は四ページから十二ページに増えた。

東京オリンピックを前にした日本経済は上げ潮にあつて、大量生産・大量消費の時代が訪れた。面白いように広告が集まり、テレビ局も新聞社も経済成長の恩恵を享受した。大手日刊紙はそろってかなり無理な投資を行ったが、バブル的な側面があることに気がつかなかった。

最新鋭の大型輪転機設置に伴う新工場や新本社ビルの建設。

遠隔地で印刷するための情報通信システム。  
地方紙に割り込むための拡販費。

そこに東京オリンピック後の不況がやってきた。

「四十年不況」と呼ばれる。

山一証券の経営危機が表面化し、三陽特殊鋼、サンウェーブが倒産した。

大手日刊各紙は山一証券の経営危機に対して

「シエア拡大を優先した放漫経営」

と書き、三陽特殊鋼やサンウェーブの倒産に際して

「過剰投資が原因」

と書いた。

同じことが新聞社にも起こっていた。

不況で購読が伸び悩み、広告収入が減少した。

——省力化を図るほかない。

と各紙の経営陣は考えた。

ここでいう省力化とは、必ずしも人員の削減を意味してはいなかった。脱・印刷業を指向したことは事実だった。

新聞製作の現場を機械化し、その余力を編集に回そうというのである。

ファクシミリ新聞やリモート・モノタイプを超える方策を講じなければ、「全国紙」は言葉だけに終わってしまうであろう。情報通信技術を駆使した「情報産業」への転換だった。

四十年不況が訪れる前、一九六三年の四月のこと、アメ

リカのワシントン市でANPA (American Newspaper Publishers Association : 全米新聞協会) の総会が開かれた。

そこに招かれたジョン・ディーボルトという若手の経営コンサルタントが「編集者とオートメーション」と題する講演を行った。

ディーボルトは言った。

——今から十年後、コンピュータが新聞や雑誌を作るでしょう。

この話を聞いた多くの新聞人は、

「話としては面白い」

という反応を示した。

総会には日本から毎日新聞社の長谷川勝三郎が参加していたが、彼もまた同じ感想も持った一人だった。

——アルファベット二十六文字の世界でならまだしも、日本では無理だ。

日本には平仮名、カタカナがある。当時、日本で販売されていた電子計算機はやつとカタカナが使えるようになった段階だった。新聞は当用漢字という制約があるにせよ、コンピュータで処理できるはずがなかった。

長谷川は六五年に再びアメリカに視察に出かけ、日本に戻ってその話をした。「新聞協会主催の報告会が開かれたのは六五年八月、場所は茅ヶ崎のホテル」と記録にある。

「茅ヶ崎のホテル」というのは、おそらくは、俳優の上原謙が経営していた「パシフィックホテル」であろう。ここに日本経済新聞社の製作担当役員だった佃正弘が出席していた。

「当時、日経は八十億円を超える借入金を抱えていた。東京・大手町の新本社ビル、福岡、大阪の支社建設、無理を重ねた地方進出などが経営を圧迫しつつあった。コンピュータを使って経営を効率化する、ということを漠然と考えていた」

そのとき日経が使っていたのはIBM社のPC Sだった。古いモデルで性能に不満があったし、よく故障した。それで新しい機種に入れ替えようという話がまとまっていた。続けて佃は次のように言った。

「製作担当になってまず考えたことは、印刷工場の人間を少なくして、その人件費を編集に注ぎ込まなければ日経は発展しないと思っていた。それで工場の無人化ということ考えた。まず技術部長の堀畑クンに相談した。それから役員会にかけて、正式なプロジェクトをスタートさせたんだ」

以下、本人の回想――。

新聞製作の機械化、自動化を進めようと考え、いろんな

機器メーカーの人に相談していたときだった。

六五年の八月に長谷川さんの話を聞いた。そのとき長谷川さんは、アメリカで見聞きしてきたことを話しただけだった。その話を聞いて、ボクは

「あ、コンピュータで新聞が作れるな」  
と思った。それで社へ帰ると技術部の連中をみんな集めて、技術部会を開いた。

コンピュータで新聞が作れると思うか、と質問すると、出席した全員が

「常務、そりゃ無理だ」

と言った。  
みんなが無理だと言うのなら、ボクは作れると思った。

この発想が面白い。

どうもこの佃正弘という人は、周りが反対すればするほど、思うことを貫く意欲が強くなる天邪鬼のような性質（たち）だった。

たまたま日本IBMの副社長だった椎名武雄が佃を訪ねてきた。

そのとき、

「ボクはコンピュータで新聞を作ろうと思う。一緒にやらないか」

と誘った。

この唐突な提案に椎名は驚き、すぐ返事ができなかつた。しばらくして、

「考えさせてください」と言った。

ややせつかちだった佃はその言葉を受けて、技術部と日本IBMの技術者による研究会を発足させた。社内に知られることがない覆面部隊だった。

## 補注

新聞の広告料金 基本は一行当たり単価で設定されていた。求人などの「三行広告」が最小単位で、これを基に「段単価」が設定される。スペースが大きくなるに伴って段単価は下がるが、掲載面やカラー、契約形態によって価格設定が異なる。通常の広告サイズは二段を八等分した「八つ割」、四等分にした「四つ割」、三段の半分を使う「三段1/2」、以下、「五段1/2」「全五段」「全七段」「全十五段」(全ページ)などだが、最近ではコンピュータシステムのおかげで変形も掲載できるようになった。

一回当たりのページ数 新聞や雑誌は第三種郵便として「一回当たりの広告段数が全段数の三分の一を超えないこと」を条件に様々な優遇が与えられていた。プランケット判は一ページが十五段で組まれているので、一ページに入れることができる広告の段数は五段が上限である。より多くの広告を集めるにはページ数を増やすほかなかった。

三日前のニュース 一九五二年一月二十七日の午後七時三十分ごろ、札幌市南六条西十六丁目の路上で札幌中央署勤務の白鳥一雄警部が自転車に乗って帰宅途中、背後から自転車で近づいた男に追い抜きざま拳銃で撃たれた。白鳥警部は即死、発砲した男はそのまま自転車に乗って逃走した。「白鳥事件」である。朝日新聞の場合、札幌支局の記者が書いた記事が電話で東京本社に送られ、輪転機にかけられたのは翌二十八日午後、刷り始めの第一版がトラックで札幌に着いたのは二十九日朝だった。この間に地元紙はより詳細な続報を伝えていた。

地元紙 北海道では札幌を拠点とする北海道新聞を筆頭に、小樽新聞、紋別新聞、釧路新聞、名寄新聞、苫小牧民報、北海道民友新聞、室蘭民報、空知新聞、道北日報といった地域紙が、戦国時代の群雄の如くに点在している状況だった。九州では福岡を拠点とする西日本新聞を筆頭に、佐賀新聞、長崎新聞、熊本日日新聞、大分合同新聞、宮崎日日新聞、南日本新聞が割拠していた。当時に限らず現在でも地域ブロック紙は根強く、全国四十七都道府県で約六十の日刊紙が発行されていた。

ファクシミリ新聞 ファクシミリはイギリスの電気工学研究家であるアレキサンダー・ベインが一八四三年に発明し特許を取得した。現在につながる電子技術を応用した装置が開発されたのは一九二七年のこと、アメリカのベル電話研究所の電子工学の成果だった。日本では一九二八年に丹羽保次郎が中心になってNE式と称される写真電送システムを完成させ、同年昭和天皇即位大典を伝える新聞報道用に東京―大阪間で実用化された。

日中戦争のとき中国の南京に進出した部隊に所属していた石川舎人という人が無線で地図を電送する仕組みを独自に開発したが実用化にいたらなかった。新聞紙面を遠隔地の印刷所に電送し、印刷機にかける技術が実用化されたのは一九五八年、イギリスのマンチェスター・ガーディアン紙が最初だった。ただし同紙は労働組合の反対にあつてファクシミリ新聞の実施を断念している。

翌一九五九年、「朝日」がこれに着目して実用化を試みたが、プランケット判一面を送受信する機械装置は国産化されておらず、日商岩井が輸入した装置は一台約三千万円もする高価なものだった。また当時の通信回線は現在に比べて品質が劣り、電送された画面に白い線が入って使いものにならなかった。

モノタイプ 穿孔機と自動鑄植機を組み合わせ、タイプライターで穿孔した紙テープを読み取り一行単位で活字を鑄造する。毎日新聞社が一九五〇年から開発に着手し一九五七年に実用化した。当時の新聞は一行が十五文字でできており、活字を一つ一つ拾って行組するのと比べ三分の一の時間で版を組むことができた。「毎日」は続いて紙テープのデータを送信し遠隔地に設置した穿孔機から全く同じ穿孔紙テープを出力するリモート・モノタイプの開発に着手したが、電送速度と穿孔装置の処理速度が同期せずデータが正しく送信できないこともあった。

青木雨彦 あおき・あめひこ／1932～1991。本名は「福雄」。横浜市に生まれ早稲田大学文学部仏文学科を出て同大学院修士課程修了後、東京タイムスに入り学習参考書編集者のちフリーのジャーナリストとなった。七二年から「週刊朝日」に「青木雨彦の人間万歳」と題したインタビュものを連載、四年余で二百七十六人＋パンダ二匹というインタビュの「最長不倒記録」を達成した。「言っちゃなんだが」という軽妙な語り口調の社会評論やエッセーでサラリーマンから支持を得た。

青木まゆみ あおき・まゆみ／1953～ ..熊本県に生まれ、一九六八年熊本県稲郷中学校三年生のとき全国水泳大会で優勝して注目を浴び、大阪の浪花女子高校に通うかたわら山田スイミング・クラブで競泳の練習に励んだ。七〇年、百メートル／二百メートル・バタフライで日本記録を更新、七二年に開かれたミュンヘン・オリンピックに日本代表として出場し、女子百メートル・バタフライで一分三秒三の世界記録を出して金メダルを獲得した。徳間グループ 終戦直後、言論統制の反動から新興新聞社が雨後の筍の如く誕生した。読売新聞社にいた竹井博友が芸能とゴシ

ップ記事などを中心とする「アサヒ芸能新聞」を創刊、次いで東京で「日東新聞」を始めたが業績が伸びず、同じ読売出身の徳間康快がこれを継承した。徳間は「アサヒ 芸能新聞」を週刊誌「アサヒ芸能」に切り替え、のちに一般 書籍に進出、社名を現在の徳間書店に改称した。その後、徳間音楽工業（のち徳間ジャパン）を設立し音楽業界に参入した。倒産した大映を再建するとともに業績が悪化していた「東京タイムス」を買収して新聞業界に再参入した。

山一証券の経営危機 オリンピック景気は同時に証券バブルでもあった。オリンピック後、株価売買が低迷したが、大手証券会社や証券保有組合は株式を買上げて株価を維持したが、うち最も経営基盤が弱かった山一が資金繰りに行き詰った。主要な日刊紙は報道を控えていたが一九六五年五月二十二日に西日本新聞が山一証券の経営危機を報道した。同月二十八日、山一は大蔵省に救済を求め、当日夜、日銀水川寮で当時蔵相だった田中角栄が日銀総裁と都銀三行の頭取に無制限、無担保の特別融資を指示したとされる。

山陽特殊製鋼 一九三五年に日本製鉄系列の「山陽製鋼所」として創業し、自動車用鋼材や機械部品などで成長した。六五年資金難から会社更生法適用を申請したが再建に成功した。

サンウエーブ 一九四六年創業の菱和木工を母体に家庭用ステンレス流し台がヒットし、急成長した。五四年「サンウエーブ工業」に社名を変更したが工場建設の過剰投資で資金難となり、アポロ工業に吸収され、社名のみが残った。ステンレス浴槽、システム・キッチンなど住宅水周り製品の大手となっている。

ジョン・ディーボルト John Diebolt／1926～2005。二

ユージャー州ウィホーケンで生まれ、一九五一年ハーバード・ビジネス・スクールを出た。情報化社会の到来にいち早く着目したコンサルタントとして知られ、のち大学で情報社会学の講座などを持った。『情報資源論』『情報資源管理』などの著書がある。

上原 謙 うえはら・けん／1909～1991。本名は「池端清亮」。東京に生まれ一九三五年立教大学経済学部を出て松竹に入った。都会派の二枚目俳優としてデビューし、佐分利信（さぶり・しん／1909～1982）、佐野周二（さの・しゅうじ／1921～1978）とともに「松竹三羽鳥」と称された。女優・小桜葉子と結婚し、その間に生まれた長男が加山雄三である。

# 日本IT書紀 148 情報産業

著 者：佃 均

発行者：（特非）オープンソースソフトウェア協会

<http://www.ossaj.org/>

[info@ossaj.org](mailto:info@ossaj.org)

発行日：2023年4月10日

本作品は2004年-2005年ナレイ出版局より刊行された「日本 IT書紀」全5分冊を底本とし、原著者が一部改定を加えたものを複数の電子書籍に再構成して CC-BY-NC-ND ライセンスにより公開します。



© 2004 TSUKUDA Hitoshi (Licensed under CC BY NC ND 4.0)

本作品はCC-BY-NC-NDライセンスによって許諾されています。ライセンスの詳細な内容は <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ja> でご確認ください。