

2013 7/23

No.1951

毎月第2・第4火曜日発行

# 政経 かながわ

一般社団法人  
— 神奈川政経懇話会 —



第95回全国高校野球選手権記念神奈川大会が7日、横浜スタジアムで開幕。全国最多の190チームが参加し、28日に同スタジアムで行われる決勝戦まで、12会場で189試合の熱い戦いが繰り広げられる。



# 政経かながわ

2013 7/23 No.1951

## contents

<b>視点・点描</b>	3
現在に「つながっている」	
<b>講演録</b>	4
「民主化で広がるミャンマービジネスの魅力」 共同通信社ミャンマー経済クラブ企画顧問 荒木 義宏	
<b>経 済</b>	8
TPP交渉、早くも終盤戦 安倍政権に難題次々	
<b>国 際</b>	10
政権批判で混乱続くトルコ 五輪招致に悪影響	
<b>くらし2013</b>	12
アレルギーでも安全な食を	
<b>広告珍談</b>	14
～うまい物がたり⑱ おめでとう！富士山	
<b>NNAアジア経済レポート</b>	15

### 事務局だより

#### ◇横浜定例講演会

2013年8月7日(水)

13時30分～15時

ホテルキャメロットジャパン

講師は慶応大学環境情報学部

准教授の 大木 聖子 氏

演題は「東日本大震災とこれ

からの地震災害」(仮題)

# 視点 点描



## 現在に「つながっている」

「旧日本軍に空軍はないんだよ、知ってた？」（先輩記者）

「は？　そうでした？（でもゼ

口戦は飛んでたじゃん？）」（私）

「……おい」（先輩）

事の起りは5月。シベリア抑留体験を語り継ぐ男性を取り上げた記事に「旧日本空軍」という記述があった。当方はその紙面を何の気なしに読んだのだが、昭和19年生まれ、母の背中で横浜大空襲

を経験したという日記者は見逃さなかった。

夏といえば、マスコミにとって戦争と平和の季節。しかし敗戦から68年、実際に体験した人にとっては当たり前のことが、若い世代にはもはや未知の領域だ。新人記者はともかく、デスクが見逃し、かりにも部長が（すみません）このていたらしく、これでいいのか。と大先輩が抱いた危機感

もつともで、文化部若手が音頭をとって日記者を講師に、現代史勉強会（戦争編）が企画された。

平日の昼間（最終回のみ夕方）という設定で計3回。文化部以外からも参加して受講者は毎回10数人。各回90分ほどだったが、まだまだ足りない感がある。

旧日本軍の陸軍と海軍はそれぞれに航空本部や航空隊を持ち、陸軍の代表的戦闘機は「隼」、海軍のそれは「ゼロ戦」として名を馳せた（うーん、なるほど）。「引き揚げ」と「復員」の違い、「満州」の位置づけと血であがなった土地だという根強い民族的思い、南方戦線の飢餓、シベリア抑留……。盛りだくさんの内容で、教科書や小説や映画で知っていた（はずの）出来事や名称が、つながっていくのは一種の快感だった。

参加者からも「点として知って

いたことが、線になった」という感想が出た。驚いたのは「うちの父親は奉天生まれだ」という40代Kデスクの発言。引き揚げ時には赤ん坊だった父親は、大人になってから当時のことを両親に尋ねたが教えてもらえなかったという。

「そういうえば、ばあちゃんは中国語ができた」とも。30代のT記者も「祖父母とも満鉄（南満州鉄道）に勤めてて、エリートだったって自慢されました」とボソリ。一気に満州が身近になった。現在にも「つながっている」のだ。

過去は、なかったことにできない。でも、「伝える」「伝えられる」ことをおろそかにすると、大事なことが消えてしまう。いま、続編として戦後史の勉強会ができないか、検討中だ。

（神奈川新聞社

文化部長 青木 幸恵）

# おめでどう！富士山

富士さん。世界遺産、おめでどう。サクラの振袖う。ございます。

すばらしい富士さんにあやかりたいと、昔から多くの会社が広告しました。その一例をお見せしましょう。だけど小さいから、みんながいたいことを列記します。

右端にかがやく富士山。英文のキャッチフレーズ、JINTANの全ページ広告です。

「此広告は来る五月、五十万円  
の巨費を投じ、朝日新聞が主催する訪欧飛行を機とし、世界各地に頒布する日本名物仁丹の広告見本刷なり」

1925(大正14)年、朝日新聞の社機がヨーロッパへ親善飛行。『広告見本刷』とは協賛した仁丹が、訪問する国で配るチラシと同じデザインという意味でしょう。「山に登れ！」

う。茶屋。典型的な日本情緒ですね。

もちろんその年、朝日新聞に掲載されました。

つぎは「富士山 山上園遊会」、カルピスが五合目で開きました。

「山に登れ！  
頂上に立ちて俯瞰する時、人は高遠の理想に生きる」

「山に登れ！  
胸を開いて清爽な  
大気を満喫する  
時、吾等が俗腸は  
一洗せらるる」



登攀の労苦は、人生の行路に生ける教訓を与える」と、登山者が感涙するコピー。なにしろカルピスを考え出した三島海雲は、もーれ

つな富士山ファ

ン。新製品「567」のキャンペーンもぜひお山で開きたいと、32(昭和7)年7月の3日間です。こうしたイベントは24(大正13)年7月の10日間、森永製菓が登山口と山頂でココアを接待しました。つぎは左端を。「味覚 日本晴」「揃って健康 明るい日本」「揃って愛

鉄道から見える日本一の山。すそ野に「味」「の」「素」と野立て看板がたつて、広々したい景色。34(昭和9)年2月、全ページで掲載されました。

用味の素」

ほとんどに、看板を立てた商店がありました。1908(明治42)年7月、「富士と〇〇。富士ハ日本第一の名山。〇〇ハ日本第一の商店。デパートメント・ストアの元祖」と書いて、登山口から頂上まであちこちに立てました。ご来光を拝みたいと登ってきた、善男善女はどう思ったでしょうね。あんまり威張りすぎたその店は、近ごろフウ、フウいっています。

それでは富士さん。永遠に美しい姿でそびえ立っていただきますように、乾杯！

(美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住) 仁丹(大正14)、カルピス(昭和7)、味の素(昭和9)の全ページ広告