

2014 8/26

No.1977

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 —



秦野市南矢名の瓜生野（うりゅうの）地区で14日、室町時代から続くとされる盆の伝統行事「瓜生野百八松明（ひやくはったい）」が行われた。麦わらを束ねた松明（たいまつ）を若者らが振り回し、炎と火の粉を散らした。



contents

視点・点描	3
サンマが結ぶ岩手との縁	
講演録	4
「政府の憲法解釈と集団的自衛権」 元内閣法制局長官、弁護士 阪田 雅裕	
政治	8
本質的議論なき憲法解釈変更 集団的自衛権、対テロは不要	
経済	10
蜜月続く財務省と安倍政権 悲願の「消費税10%」へ全面協力	
国際	12
ガザ紛争、大量破壊の末に収束 ほど遠い恒久的な停戦	
くらし2014	14
玉石混交のサ付き高齢者住宅	
広告珍談	16
～いまこそ広告すべき⑤ 広告文、書きます	
NNAアジア経済レポート	17
神奈川景気データファイル	18
神奈川景気データファイル	19

事務局だより

◇横浜定例講演会

2014年9月10日(水)

13時30分～15時

横浜ベイシェラトンホテル&
タワーズ 4階「清流」

講師は前駐中国全権大使、前
伊藤忠商事会長の
丹羽 宇一郎 氏

演題は「日中関係と日本経済
のこれから(仮題)」

◇横浜定例講演会

2014年10月1日(水)

14時～15時30分

横浜情報文化センター 6階
「情文ホール」

講師は株式会社タニタ前代表
取締役会長の 谷田 大輔 氏

演題は「タニタの経営論～世
界初・家庭用体脂肪計、タニ
タ食堂 誕生秘話を交えて
(仮題)」

視点 点描



サンマが結ぶ岩手との縁

サンマが結ぶ縁である。達増拓也・岩手県知事Ⅱ写真左Ⅱが、横浜市中央卸売市場南部市場（同市金沢区）を訪れた。酷暑の中、同県大船渡産のサンマを焼く市場の人々をねぎらった。東日本大震災から約3年半、横浜と岩手の人がつながり始めた。

達増知事は、この日（8月2日）南部市場で開かれた復興シンポジウム出席のため、盛岡から新幹線

でやってきた。講演で「被災地の本格的な復興はこれから」と力を込めた。市場の夏祭り（岩手県デー）も開催、同県から大槌町のホタテや岩ガキなど水産加工品のブースも出て大人気だった。

「東日本大震災復興シンポジウム・岩手県デー」を実現させたのは、食品関連事業者でつくる南部市場共栄会の有志である。中心の大川貴志さんは、大震災直後から

被災地支援を続ける。避難所で不足するトイレットペーパーを運ぶ

「エロール運動」から、「サンマ焼き支援」に、さらにシンポやイベント交流に発展した。

「同じ食品流通の仲間として、販路を失った水産事業者を見捨てない」（大川さん）。三陸からサンマを大量購入して、横浜市内のイベントで焼いて振る舞う。会場で

募った寄付でサンマを買い足す。そんな支援を続けている。

大船渡と同じサンマの名産地・宮城県女川のアンテナショップ「愛と勇氣とサンマ」（被災地への愛、風評に立ち向かう勇氣）を馬車道近くで運営している。大川さんは、横浜を日本一のサンマ消費地にするのが夢だという。

シンポで達増知事は、4月に全線で運行再開した三陸鉄道が復興の象徴であり、震災がれき処理も完了した、と現状を報告した。一方で、仮設住宅にまだ3万人以上が暮らし、復興事業を担う技術者が不足している悩みを語った。

たくさんの岩手の人が「買って応援、岩手の復興」「岩手が好きになったら移住を」と声をからした。暑くて、熱い夏の日だった。

（神奈川新聞社編集局次長

小野 明男）



広告文、書きます

新聞が目立つようにと新聞社は、色紙にした。広告主は広告が目立つようにと、香りをつけた。1949（昭和24）年2月のこと、化粧品のカリムの広告からバラの香りが匂いたった。原理は簡単、印刷インクに合成香料を混ぜるだけ。しかし掲載料は倍ほどかかったとか。こんなアイデアを出したのは広告代理店ではなかったか。

代理店の起源は1612年、パリで新聞を発行するルノードが創業した《金の雄鶏社》。日本は1873（明治6）年、内外用達会社が広告の取次ぎをした。87（明治20）年11月、《博聞雑誌》を創刊した雑誌社は社内に、「全国各新聞広告取扱所」を開設。その雑誌に「日本に始めての事業 今般西洋の風に習い各新聞の広告取扱

所を設け、広告を取次で新聞社へ送り、人目に立つ様に広告する仕方方を教へ、広告の文を西洋風に面



2. 式用用懸賞募集 (18. 2)

34）年の創業であった。広告文は広告主がみずから書くと福沢諭吉先生はおっしゃったが、とても素人に来るわけない。そこで広告文制作、請け負い屋が出現した。だけど世間に知られなくて、注文がこないと彼は広告

をだした。75（明治8）年1月のこと。「代作屋書知別号、大伝伝問其名齋（ダレデモキナサイと読む）。受次所 第一大区十

二小区元岩井町四十番地 森氏温知堂」和歌や連句や俳句や詩の代作。序文や跋文の代作など、あらゆる文章の代作承ります。そして「引札名弘ちらしの類 一枚 金二朱より」と。引札とは戸別に投げ込むチラシのこと。「弘」は広告のこと。2朱とはいかほどか、著名な現代のコピーライターはどれくらいだろう。かつて、掲載料と同額をふんだくったライターさんはいたけど。

白く作り、広告する人に手数と入費の多く懸らぬ様に致させ、手数料は一文も取りせぬ、実に日本に始めての事業にして御便利此上なし」と告知した。世界的な大手代理店・博報堂は95（明治28）年に創立。電通の前身は1901（明治

江戸時代、さまざまの人が広告文を書いた。本居宣長は菓屋の、山東京伝はたばこ屋の、滝沢馬琴はうなぎ屋を書いた。土用の丑の日にはうなぎと提唱したのは平賀源内。横浜毎日新聞の記者、仮名垣魯文は最初のプロ・ライターであった。

載せた広告は代理店・正路喜社が主催した「広告用語懸賞募集」の広告。ビールならサクラビールと作例があつて1等300円、2等50円。銀行の初任給は75円であった。（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）「図」「広告用語懸賞募集」広告 1924（大正13）年8月、朝日新聞掲載