

2014 8/12

No.1976

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 —



「ヨコハマ砂の彫刻展」が横浜市中区本町の特設会場で開催されている。会場には鳥取砂丘から運んだ約1300トンの砂を使い、日本・中国・韓国の世界遺産や歴史的建造物に彫り上げた砂像が並ぶ。11月3日まで。



contents

視点・点描	3
「節目」の年がやってくる	
経 済	4
株式市場活性化の効果に疑問 年金積立金、秋にも運用見直し	
国 際	6
中国、7.5%成長に自信 改革と景気対策の両立課題に	
企業最前線	8
中堅企業もM&Aを活用 成長持続へ事業を多角化	
くらし2014	10
機能性ディスプレイ	
広告珍談	12
～いまこそ広告すべき④ 女性の職場特集	
NNAアジア経済レポート	13
会員のページ	14
設立50周年は2年後に（その2） 会員の動き 事務局からのお知らせ	
会員のページ	15
設立50周年は2年後に（その2）	

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、伊
藤忠商事前会長の 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



「節目」の年がやってくる

「周年もの」という言葉がある。関係者はにぎやかに記念行事を行い、記者は記事を書く。『大物』では来年は「戦後70年」が控えている、といえば大体は分かっている。ただけるだろうか。

関東大震災から90年だった昨年、各メディアは防災特集に力を入れた。今年は第1次世界大戦から100年。身近な話題なら、東京オリンピックや東海道新幹線は

50年、ピキニでの第五福竜丸事件と映画「ゴジラ」第1作公開からは60年…と上げればきりが無い。

周年とは便利な言葉で、特に展覧会ものでは「なぜ今、この話題を（取り上げるのか）」という問いに「生誕（没後）△周年ですから」と返されれば、なるほど振り返るべき時期なのか、と納得してしまう。もちろん、どう振り返るかが大切なの言うまでもない。

わが文化部の守備範囲でいうと、今年の神奈川はかなりの「当たり年」で、いわゆるハコモノの節目が相次ぐ。県立音楽堂が60歳（1954年11月4日開館）、神奈川近代文学館が30歳（84年10月14日開館）、ちよつとずれるが75年1月17日開館で来年40歳の県民ホールも「リニューアル&開館40周年」を掲げて秋から記念事業を展開。3年に1度の現代アートの祭典「ヨコハマトリエンナーレ」と重なったため、大きなイベントは行わないが横浜美術館も四半世紀を迎える（89年11月3日開館）。

これらの「節目」に、当たり前のようにそこにある施設の存在意義を、あらためて考える。いまやネット経由でさまざまな情報やコンテンツが入手できるが、音楽堂も文学館も県民ホールも当時、人々の期待を背負い「文化に触れる場」として歩みだしたのだ。先日見る機会があった音楽堂の建築現場の資料映像では、多くの作業が人の手で行われていて、びっくりした。県民ホールは記念事業の最初の演目にマーラーの「千人の交響曲」を選んだ。県民大規模合唱」と称して、一般公募を含め500人近くが歌声を響かせる。練習を見学したが、生身の迫りに圧倒された。機械化・デジタル化が進む今も、文化芸術活動の原動力は、一人一人が思い、感動し、発信する力なのだろう。

温故知新。「周年もの」を単なる「回顧」ものにしてしまうか、あるいは現在の問題に続く「旬の話題」として切り取れるか。そう考えると、結構手強い。さあ、「節目」の年がやってくる。

（神奈川新聞社文化部長

青木 幸恵）

女性の職場特集

女性の社会進出がさげられて久しいが、いまから80年余りもまえ、日経新聞に女性雑誌の広告が掲載された。

日本経済新聞といえば、なんとなく経営者や企業の幹部候補生が読んでいると感ずる。ということなどは案内広告、なかでも求人や求職など縁遠いのではと（ボクだけかな）。たしかに日経の社史にも、その広告掲載が伸びたのは1980年代後半とある。さらに90年は86年に対して、案内広告が4・12倍。人材広告が3・62倍も増加、重要な広告収入になったと。急速な増加は、案内広告は不動産の仲介・ゴルフ場の会員権や中小企業の成長と分析する。人材のほうは、国際化や自由化・情報化によって、企業の中途採用が活発になった

と。どちらの広告もはや3行で、はたして、大型になった。10段もあれば全ページもある。

そんな日経新聞の前身である「中外商業新報」に、



1931（昭和6）年9月、図が掲載された。雑誌《婦人公論》、付録の「全国婦人職業案内」を強調している。説明はこうだ。「いつか必ず、あなたの役に立つ！ これはいまだかつて、どこでも企てたこ

とのない、素晴らしい大付録です。職業についてある人も、これから職業につく人も、あるひはまったく、職につかない人でさへも、万一の場合に備えてぜひお求め置き下さい！」。そして下関地方、呉地方、丸亀地方、宇都宮地方、水戸地方、弘前地方とユニクな地域別で各地の企業名を列記し、さらに「婦人副業案内」までつけている。およそ女性読者が少ないだろうと感ずる、経済専門紙に出稿した広告主・中央公論社の見識の高さ。はたしてこの広告が雑誌の売上げに、どう結びついたか知らない。ただ健全な男性読者は新聞を持

ちかえり、ムスメの進路を家族とともに考えたにちがいない。記事の満州事変の勃発、けんごんな日本この方もひとしきり話題になっただろう。

日経新聞について。1876（明治9）年、三井物産の益田孝（三井財閥の成長に尽力）によって、「中外物産新報」（タブロイド判の週刊紙）を創刊。82年、三井物産から離別。89（明治22）年、日刊紙「中外商業新報」と改称。大正から昭和にかけて日本の資本主義の興隆とともに、経済専門紙の地位を確立した。太平洋戦争中、新聞統合によって「日刊工業新聞」「経済時事新報」を吸収合併。「日本産業経済」と改題。戦後になって、1946（昭和21）年、「日本経済新聞」に改称した。

（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）
 （図）「全国婦人職業案内」1931（昭和6）年9月20日、中外商業新報掲載