2013 1/29
No.1939
1月第3・第5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—

「成人の日」の14日、県内は大荒れとなり、横浜で初雪を観測、成人の日に雪となるのは1998年以来15年ぶり。成人式会場では振り袖姿の新成人が滑らないよう慎重に階段を下りる姿が見られた。

神奈川新聞社

2013 1/29 No.1939

政経かながわ

contents

視点・点描 3
南の島から目が離せない

講演録 4
「混迷日本の政治は立ち直れるか！
～総選挙後の政局を読む」
政治ジャーナリスト　末延　吉正

政　治 8
五つの大罪反省し日本再生を
橋下市長、起爆剤に

経　済 10
「日本直販」ブランド破綻
粉飾発覚から半年で倒産

くらし2013 12
孫に会えない祖父母たち

広告珍談 14
～うまい物がたり⑦
出た！　飲め！

政治反射鏡 15
民主、主体性の確立急務
３年半後のダブル選照準に

事務局だより

◇横浜定例講演会
2月22日（金）
13時30分～15時
崎陽軒本店
講師は東京大学大学院新領域創成科学研究科国際協力学専攻教授　戸堂　康之氏
演題は「つながりによる経済成長～産業集積とグローバル化」

◇神奈川ＴＯＰセミナー
3月13日（水）
富士ゼロックス神奈川株式会社と共催
ホテル、ニューグランド「レインボーボールルーム」
▽特別講演　15時30分～16時30分。講師は元ヤクルトスワローズ監督の古田　敦也氏、演題は「優柔決断のすすめ」
▽基調講演　16時40分～17時40分。講師は第29代海上幕僚長の赤星　慶治氏、演題は「日本における周辺情勢」
▽懇親会「神奈川情報交流会」17時50分 ～19時30分、「ペリー来航の間」

視点点描

南の島から目が離せない

前々回の小欄で、携帯電話やデジタルカメラなどの家電にはハイテク製品の製造に欠かせない希少金属（レアメタル）が含まれており、使用済み家電は決してごみなどではなく、「宝の山」だと紹介した。今回は現代版宝探しの第２弾。舞台は日本を取り巻く海、それも、水深数千メートル級の深海である。

専門家によると、こうした深い海の底の岩盤には、海水に溶け込んだ金属が長い時間をかけて体積した層があり、マンガンクラストと呼ばれている。

日本最東端の南鳥島の沖約３００キロメートル、水深約５６００メートルの海底にもこうした層が広範囲にあり、しかもその泥の中に、ハイブリッド車のモーターなどの製造に必須のレアアース（希土類）が大量に含まれていることを東京大学などの研究チームが突き止めた。資源小国・日本のイメージを一新させかねない朗報を、神奈川新聞が他紙に先駆けて報じたのが２０１１年の年初。１月１日付１面を見ると、「南鳥島沖に巨大鉱床」「商業採掘へ政府本腰」「レアアース含有」の活字が踊る。このスクープから丸３年。ようやく、横須賀市にある海洋研究開発機構による本格的なレアアース泥の調査が今年から、同島周辺の深海でスタートした。

調査開始を伝える１月19日付本紙によると、深海調査研究船「かいれい」を使い、深海の底に堆積する泥の厚さを調べたり、数カ所の泥を採取する。調査は１月いっぱいなので、本誌が読者の皆さんに届くころには、「宝の泥」のサンプルが持ち帰られているはずである。

巨大鉱脈発見時の初期の調査では、採取した泥の中に、ハイブリッド車のモーターの高機能磁石などに使われるジスプロシウムなどの重希土類が高濃度に含まれていることが判明。資源の埋蔵量は国内消費量の２３０年分と推計されるなど、大いに夢が広がった。

今回の本格調査ではいかなる結果が出るか、楽しみがまた一つ増えた格好だ。現在、日本は国内で消費されるレアアースの大半を中国からの輸入に頼っている。深海から泥を吸い上げる技術の確立など、乗り越えなければいけない壁はあるものの、排他的経済水域で初めて見つかったレアアースを含む海底鉱床が有効に活用され、国内調達の道が開ければ、資源の安定確保にもつながる。今年は、年間平均気温が約25度という南の島から目が離せそうにない。

（神奈川新聞社
統合編集局次長　宮本　敏也）

広告珍談 ～うまい物がたり⑦

宮野　力哉

出た！　飲め！

前回のつづき。ビール発祥の地、横浜はどうなったか。1884（明治17）年、栄光のスプリング・バレー・ブルワリーは倒産。すべての設備を買い取った浅田甚右衛門が、東京中野で「浅田ビール」を生産。山手の跡地には、ジャパン・ブルワリーを設立。三菱の岩崎弥太郎、三井の益田孝、第一国立銀行の渋沢栄一など、財界人が株主に参画。新しく機械を導入、ドイツから技師を招聘。日本人好みの「麒麟ビール」を醸造した。総代理店は磯野計が率いる明治屋。88（明治21）年5月、明治屋はこんな広告をだした。

「数年以来我国に於てビール酒の醸造は」年とともに盛んになりましたが、品質が思わしくなく、ドイツビールに圧倒され、ほとんどが失敗でした。このたび、ドイツから専門家を招聘。本家本元の製法で、日本人の嗜好にあわせて研究を重ね、ようやく色艶も風味も、いままでのものとはことなる「希有絶無の良品」ができました。

翌年6月、つぎのように広告した。

キリンビールはますます皆さまに賞味され、宮内省や鹿鳴館の注文を受けています。横浜ビールの名で香港・シンガポールにも輸出。防腐剤を入れず、香りも味も欧米製品に優ると評判です。この度、新しい商標へ変更しました。おなじみの麒麟マークである。

76（明治9）年、政府は北海道開拓と殖産振興のため、札幌に醸造所を設立。ドイツで免許皆伝の技術者も着任。「札幌ビール」を発売。86（明治19）年、大倉喜八郎に払い下げられ、札幌麦酒会社として発足した。北海道から消費地への輸送費が頭痛のタネ、ならばと東京工場を、隅田川は吾妻橋に建設した。

大阪はどうだろう。関西財界人や清酒の蔵元が出資して89（明治22）年、大阪麦酒会社を設立。「アサヒビール」を生産した。一足飛びに1930（昭和5）年、寿屋は「オラガビール」を発売した。〝オラガ〟とは、そのころの首相田中義一のニックネームとか。瓶はリサイクル、ラベルは1色刷りの低価格。この広告をだした。

「出たオラガビール」「飲めオラガビール」なんともすごい迫りよう。連日、全ページで掲載されたが世界大恐慌の不況下。売上げがのびず撤退。63（昭和38）年、寿屋はサントリーと改称。4月、「サントリービール」を発売した。

（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）

（図）「オラガビール」の新聞広告・1930（昭和5）年、各紙掲載