2014 6/24
No.1973
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—

大井町金子の「せせらぎの郷（さと）花菖蒲（しょうぶ）園」で、見ごろを迎えた約３千株のあでやかなハナショウブが、訪れた人の目を楽しませた。

神奈川新聞社

政経かながわ

2014 6/24 No.1973

contents

視点・点描 3
工場夜景は「近未来の趣」

講演録 4
「消費増税後の日本経済、地方経済の行方」
みずほ総研経済調査部長　　矢野　和彦

国　際 8
米、中国追い詰めを懸念
紛争拡大回避へ火消しに躍起

国　際 10
互いの戦略価値見直す視点を
「慰安婦」は女性の人権問題

経　済 12
賢者はなぜすし店に学ぶのか
カウンターが生む化学反応

くらし2014 14
「良い眠り」の指針改定

広告珍談 16
いまこそ広告すべき①
ご案内します

NNAアジア経済リポート 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７月14日（月）13時30分～15時
横浜ベイシェラントホテル＆タワーズ　5階「日輪」
講師は元内閣法制局長官で弁護士の　阪田　雅裕　氏
演題は「政府の憲法解釈と集団的自衛権（仮題）」

◇横浜定例講演会
2014年８月７日（木）13時30分～15時
崎陽軒本店　5階「マンダリン」
講師は神奈川県地震災害対策検証委員会座長で元東京経済大学教授の　吉井　博明　氏
演題は「神奈川県の地震危険と備え（仮題）」

視点点描

工場夜景は「近未来の趣」

運河の向こうには白い光に照らされたプラントと、水面に映る明かり。目を移すと、余剰ガスを燃やす煙突の炎が夜空を焦がす―。

昼間は巨大な工場群に圧倒されそうな川崎臨海部は、夜になると別の顔になる。近未来都市の趣さえ見せる「工場夜景」。光と影のパノラマが、いま人気だ。

観光資源としての工場夜景のポテンシャルの高さに着目し、ツアーを売り出す先駆けとなった川崎市。しかし、気になるのは市民の反応だった。

２００８年11月、川崎市観光協会と連携し初めて工場夜景ツアーを試行。45人の募集に対し７６７人の申し込みがあった。競争率は17倍。08年度はこのほか7回、昼間のツアーを試行、いずれも申し込みが募集を大きく上回った。

予想以上の反応に「民間企業がツアーを実施しても採算は十分にとれる」と判断。10年から旅行業者や運航会社とタッグを組み、全国で初めてバスツアーと屋形船クルーズの定期運行を始めた。ともに市民ガイド「川崎工場夜景ナビゲーター」が同行し、見どころなどを解説する。

「普段は入ることができない工場の構内に入れる」「屋形船からの３６０度の眺めは最高」。参加者の年齢は小学生から80歳代まで幅が広く、7割以上が女性。若いカップルも少なくない。開始から5年目を迎え、北海道や九州からの参加もあり、いまや知名度は全国区だ。ツアーと「食」のコラボレーションなど話題性の追求も忘れない。

白い光に照らされたプラント

川崎市の呼び掛けで始まった全国工場夜景サミットも、ことし秋で5回目となる。メンバーも4都市から5都市に増え、ことし10月の山口県周南市サミットでは7都市になる見通しという。

サミットを提唱した市観光協会観光推進部長の亀山安之さんは、工場夜景を「人を元気にする『肉食系夜景』」と表現する。「観光はソフトの時代。川崎の工場のような地域の強みを、見せ方を変えて売り込めば活性化につながる」

（神奈川新聞社川崎総局長　小松　裕史）

広告珍談

いまこそ広告すべき①

宮野　力哉

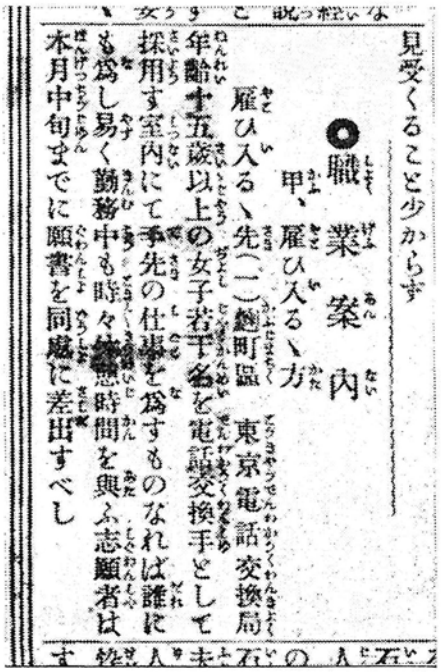
ご案内します

1880年（明治13）年、大阪にこんなチラシがでた。

「縁組は人間之大礼生涯の一大件なり。依て専ら信義を厚ふし之れを取扱ひ必ず不当の手数料を不受但無益の時日を経過せず速に双方の望を達せんが為め今般開業仕候間四方之所君子陸続来臨有らんことを希望す」。いまふうに書くとこうだ。

エングミは人生の一大事業である。その取りまとめは、信用ある私どもへどうぞ。広告主は「養子女婿嫁妻妾縁組仲媒取扱所」。ヨウシにムコさん、ヨメさんに女房、mistessまで、すべてリョウエンにします。べらぼうな料金はいただきませんと。

こうした《案内広告》が、初めて新聞に登場したのは1898（明治31）年1月11日。図が報知新聞にのった。「職業案内」という、女性の電話交換手を募集する広告である。


見受くること少からず

職業案内

甲、雇ひ入るゝ方

雇ひ入るゝ先（一）麹町區　東京電話交換局

年齢十五歳以上の女子若干名を電話交換手として採用す室内にて手先の仕事を爲すものなれば誰にも爲し易く勤務中も時々休憩時間を與ふ志願者は本月中旬までに願書を同處に差出すべし

読者の注目度も高く、新聞社にとって割引なしの現金取引。広告収入の重きをなした。毎年、掲載申込みが増えて1908（明治41）年の調査によると、1年間で50万5000行。それから5年後には倍増して、96万行にもなったという。

といってもニセ案内もあり、太平洋戦後はとくに目立った。

「自宅勤務社員、月収三万円安定。高給優遇、希望者は百円と履歴書を送れ」とか、「地方支部長を求む。保証選考料二千二百五十円送れ」などと、就職難にあえぐ庶民をくいものにした。「趣味の印刷機、五百円のところ二百四十円、送料五十円送れ」など、いまもありそう。

案内広告の先駆者・報知新聞へ、「ムコ殿求む」と広告掲載を依頼にきた父親がいた。応対した担当者といろいろ話しているうちに、「なんならボクが婿養子に行きましょうか」と。見どころがあると見抜いた父親と、とんとん拍子でまとまった。「うまいことやったな、役得じゃないか」と同僚からひやかされ、「案内広告の効果のあることを、身をもって実践しただけ」とすまし顔の担当者だったとか。

ご本人はのちに報知新聞の社長に就任。東京市会議員から衆議院議員へ、連続9回も当選。民政党のボスになり、入閣して逓信大臣。とうとう東京市長にもなった、頼母木桂吉という人であった。

（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）

（図） 最初の案内広告「電話交換手募集」＝1898（明治31）年1月11日・報知新聞