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（ひゃくはったい）」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。

神奈川新聞社

政経かながわ

2014 8/26 No.1977

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

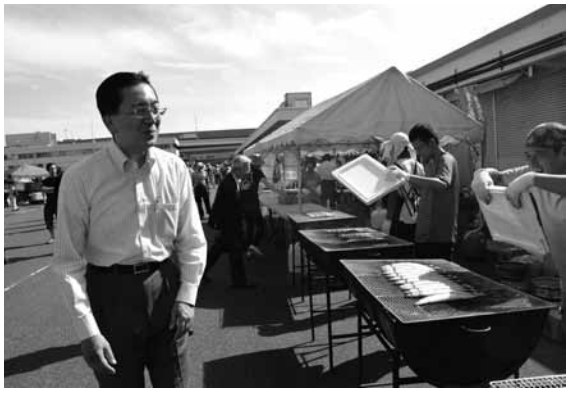
サンマが結ぶ岩手との縁

サンマが結ぶ縁である。達増拓也・岩手県知事＝写真左＝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、横浜と岩手の人と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「1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「愛と勇気とサンマ」（被災地への愛、風評に立ち向かう勇気）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、仮設住宅にいまだ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、化粧品のクリー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を教へ、広告の文を西洋風に面白く作り、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34）年の創業であった。

広告文は広告主がみずから書けと福沢諭吉先生はおっしゃったが、とても素人に出来るわけない。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は、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（かき）知別（ち）号、大伝伝問其名斎（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（ひろめ）」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ぐらいだろう。かつて、掲載料と同額をふんだくったライターさんがいたけど。

江戸時代、さまざまな人が広告文を書いた。本居宣長は薬屋の、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（かながきろぶん）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〟と作例があって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