2015 7/28
No.1999
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—

高校野球の第97回全国選手権神奈川大会は11日、横浜市中区の横浜スタジアムで開幕した。夏の到来を告げるかのような日差しや暑さに負けず、出場186校3548人が堂々と入場行進した。

神奈川新聞社

政経かながわ

2015 7/28 No.1999

contents

視点・点描 3
地元で支えるアマチーム

社　会 4
巨大地震に備え事業継続計画を
高まる自然災害リスク

社　会 6
業務区分撤廃し一律３年に規制
労働者派遣法、抜本改正へ

経　済 8
中東勢進出で揺らぐ航空自由化
米大手、政府に路線規制を要求

くらし2015 10
脳卒中、再発に注意を

広告珍談 12
広告はおもしろい②
かこってしまえ！

NNAアジア経済リポート 13

神奈川景気データファイル 14

神奈川景気データファイル 15

事務局だより

◇横浜定例講演会
2015年8月10日（月）
13時30分～15時
ホテルモントレ横浜　3階
「ビクトリア」
講師は東京大学名誉教授、
火山噴火予知連絡会会長の
藤井　敏嗣　氏
演題は「日本の火山活動の現状と今後」（仮題）

視点点描

地元で支えるアマチーム

横須賀商工会議所と地元の社会人サッカーチーム「横須賀マリンFC」が連携し、選手の雇用支援を始めた。県内の商工会議所でスポーツチームの就職支援をする試みは初めてといい、注目を集めそうだ。

マリンFCは昨年1月、地域サッカーの受け皿になろうと横須賀サッカー協会が設立。地元のクラブチーム出身者で構成され、昨シーズンは県社会人リーグ3部で10戦全勝優勝を飾った。2年目の今季は県リーグ2部に昇格し、Aブロックで12チーム中5位と健闘している（7月20日現在）。最終的には関東リーグ昇格を目標にしている。

活動は、練習が毎週火曜日と木曜日の午後7時からで、試合は原則日曜日。現在、社会人13人と大学生20人が在籍しているが、8人の社会人が市外の企業などで働いており、練習開始時間に間に合わないこともあった。また大学生の中でも4年生が4人おり、就職も気になるところだ。

地元企業に就職できれば、選手側は仕事とサッカーを両立しやすくなる。企業側もクラブが保証する若手の人材を確保できるメリットは大きい。人口減少に悩む横須賀だけに、定住促進にもつなげたい考えだ。

同商議所がサポーター企業の募集を始めたところ、約90社が賛同しており、すでに建設や飲食業など3、4社が採用に興味を示しているという。説明会や面接などを経て希望者を採用する。

雇用支援で連携し、握手する平松会頭（左）と豊田ヘッドコーチ＝横須賀商工会議所

県内では家電量販のノジマが運営する女子チーム「ノジマステラ神奈川相模原」が4年目を迎えて成功しているが、社会人のアマチュア選手が高いプレー環境を確保できる例は少ない。今回の連携事業が軌道に乗れば、全国的にもモデルケースになるだろう。

平松廣司会頭は「『サッカーをしながら地元企業に勤めたい』という方に定住してもらうため、後押ししたい。企業にとっても、会社の特色を出す経営手法の選択肢の一つになるのでは」と話す。マリンFCの豊田哲也ヘッドコーチは「横須賀で働いて家族を持ち、子育てをして、また地元の子どもたちにサッカーで還元していく流れができれば、地域にも貢献できる」と期待している。

（神奈川新聞社横須賀支社長　岡部　伸康）

かこってしまえ！

宮野　力哉

図をご覧ください。

１９０７（明治40）年12月、朝日新聞に掲載された全ページ広告である。

左右にタテ書きで「三越呉服店」とは、百貨店三越の前身である。４隅に○に越の、三越マーク。内側にびっしりと押し込められているのは、三越とはまったく関係ないクライアント。ほとんどが開業医である。

三越は、目立つ広告を出したい。四角い「口」型なら目立つだろう、いろんなもろもろはかこってしまえ！

もちろん三越は、ダンゼンに目立つ。どうしてこんな広告が許されたのだろう。ぼう大な出稿量をほこる、巨大広告主の横暴といえる。いやならいいよ、ほかに出す新聞はあるからと言ったかどうか知らないが、そんな気持ちは大アリだったと思う。

三越のすごいのは自信満々。08（明治41）年7月21日のこと。富士山の登山道に○越マークと、「富士と三越。富士ハ日本第一の名山。三越ハ日本第一ノ商店。デパートメント・ストアーの元祖」と書いた看板を、登山口からてっぺんまで、あっちこっちに立てた。ご来光を拝みたいと登ってきた善男善女は、どう思っただろう。その日だけなのかどうか知らないけれど、さすが日本一である。

まだある。「三越呉服店は已に東京の名所である。紐育（ニューヨーク）、シカゴに行いてワナメーカー、マーシャルヒールドを訪はざる人なかるべく、倫敦（ロンドン）に行いてホワイトレー、ハーローズを観ない人もないでせう。巴里（パリ）に行てボンマルシエを見ない人もなかるべく、伯林（ベルリン）に行てウヰルトハイムで買い物をしない人なかるべく、東京に来て我三越に来て買物をしない人がありませうか。であるから我日本に来た国賓も大概一度は我三越を御覧になります」と、ＰＲ誌にＰＲしたのは、おなじ年であった。

とにかく来日した各国の要人が、つぎつぎと来店。ついに三越はこう書いた。

「三越は第二の国賓接伴所（こくひんせつぱんしょ）なりと評されたも、誠に理由のある事なるべしと思ふ」

図にもどろう。三越の出入り業者ではあるまいに、四方からかこまれてしまったお医者さんたち、どんな気持ちだったろう。天下の三越さまのおかげで、よく目立ったなーと感謝したかもしれない。

（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）

（図）三越呉服店の「口」の字型広告。１９０７（明治40）年12月、朝日新聞掲載