2015 7/14
No.1998
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—

日頃の罪やけがれを青カヤで作った茅舟（かやぶね）に託して海に流し、無病息災を願う富岡八幡宮（横浜市金沢区富岡東）の伝統神事「祇園舟」が５日、同区沖で行われた。800年以上にわたり受け継がれ、市の無形文化財に指定されている。

神奈川新聞社

# 政経かながわ

2015 7/14 No.1998

## contents


**視点・点描** 3
関心が集まる超小型EV

**講演録** 4
「経営者がカギ握るマイナンバーへの対応
厳格になるプライバシー管理とトップの責任」
日本個人情報管理協会理事長　中島　洋

**経　済** 8
異次元緩和「出口」さらに険しく
深まる財政規律の弛緩リスク

**国　際** 10
ギリシャ、ユーロ離脱が視野に
国民投票で財政再建策を拒否

**企業最前線** 12
建設現場に女性パワー
「５年以内倍増」目指す

**くらし2015** 14
ジェネリックのシェア80％目標

**広告珍談** 16
広告はおもしろい①
どこの広告だろ？

**NNAアジア経済リポート** 17

**会員のページ** 18
設立50周年は来年４月に（その12）講演録抄録②
会員の動き

**会員のページ** 19
設立50周年は来年４月に（その12）講演録抄録②


### 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

## 関心が集まる超小型ＥＶ

日本の最先端技術が詰まった水に浮く超小型電気自動車（ＥＶ）に関心が集まっている。開発しているのは川崎市幸区のベンチャー企業「ＦＯＭＭ（フォム）」。６月29日にはタイ・エネルギー改革委員会の幹部や福田紀彦・川崎市長が同社を訪問してＥＶに試乗した。同社はタイで現地生産し、２０１７年春の販売開始を目指しており、実現に向けて開発に拍車を掛けている。

「意外にパワフル。静かで操作性もいい。小さいから狭い所でも走行できる」。同社が本社を置くかわさき新産業創造センター（ＫＢＩＣ）の駐車場。操縦かん型のハンドルを握って試乗した福田市長は、そう感想を述べた。エネルギー改革委員会の幹部もスムーズな走りを体験し満足そうだった。

全長約２・５メートル、全幅約１・３メートル、全高約１・５メートル。軽自動車より小さいサイズに、大人４人が乗れる。前輪にそれぞれ出力５キロワットのインホイールモーターを備え、最高速度は85キロメートル。バッテリーは着脱可能なカセット式で、フル充電で最大１５０キロメートル走行できる。バッテリーを除いた車重は約４５０キログラムだ。

内部に水が入らないバスタブ構造を採用し、水に浮く。ゲリラ豪雨や台風などで洪水が発生した場合には、水面を約１ノットの速度で移動できる。日常的な使用は想定していない、あくまでもエマージェンシー機能だが、これが関心を集める大きな特長だ。

鶴巻日出夫社長は「超小型ＥＶは川崎発でも、モーターは三重県の企業が、フレームは石川県の企業が製造しており、『メードインジャパン』の固まり」と、日本の先端技術にこだわりをみせる。

同社では、15年中にタイに合弁会社を設立し、16年中に開発を終えて生産開始、17年春にはタイ国内で販売を開始する計画。タイには販売に必要な超小型ＥＶの規格がない。鶴巻社長は「まず欧州の規格に適合させ、それをタイの規格として認定を受け、販売を実現させたい」と話している。

**（前神奈川新聞社川崎総局長　小松　裕史）**

広告珍談　広告はおもしろい①

# どこの広告だろ？

宮野　力哉

妙齢のご婦人が、これからの運勢が気になって、八掛見に見てもらってる場面。

「方位ハ日本橋駿河町ガ宜シイカラ　三越呉服店、即チ　みつこし五福天ノ裂レ地ヲ身体ニ付ケテサヘ居レバ家内安全　息災延命ノ一生。衣服ニ不自由シナイコト疑ヒナシデ御座ル……」。裂レ地とは、布地のきれはしのこと。

「ナニ御主人ガ戦地ニ御座ルトナ、ソレナラ早速何カ求メテ送ッテ御アゲナサイ」

掲載されたのは1905（明治38）年4月。前年の2月10日、日本はロシアに対して宣戦布告。日露戦争がぼっ発した。「御主人ガ戦地」とは、亭主が戦線にいるの意である。

三越呉服店とは、百貨店三越の前身。松坂屋や大丸や松屋や高島屋など、日本の百貨店は呉服屋出身が多く、阪急百貨店など私鉄系の百貨店と競いあった時代があった。この広告のころ、呉服屋系百貨店の全盛期。新聞広告の出稿量も抜群であった。

なかでも東京の三越がダントツ。だから、この広告のいちばん上に「これはどこの広告でせう？」。読者はとうぜん知ってると、マークも店名もないこの自信！

日露戦争は全戦全勝、三越はあやかり商法ですごかった。

旅順の要塞が陥落すると、配達用の自動車を華々しく満車飾。東京市内をパレードしてやんやの喝采。東郷平八郎ひきいるわが連合艦隊が、日本海海戦で勝利。凱旋する海軍水兵を歓迎しようと、店頭に巨大な凱旋門をおっ立てて、奉祝した。こんどは陸軍が凱旋するぞと、兵隊たちが着ている軍服のカーキ色に、凱旋門を塗りかえての歓迎ぶり。もっとも三越だけでなく、全国の呉服屋もみな、さわぎにさわいだ。

大丸は「戦勝記念模様友禅類中形更紗半襟等新製仕候」とは、どんな模様だろう。

高島屋は、軍艦旗にイカリを織りだした「万歳帯」は実用新案特許。1万6000本も売れた。白木屋は、「全勝につき祝意をあらわし」買い上げ5円ごとに、あんこではなく、福引券の入ったもなかをプレゼント。伊勢丹は福引の景品に、東郷元帥と乃木大将の似顔絵を印刷した商品券や、勝った勝ったの号外を染めたふくさなど、空くじなし。

大御所・三越は時事新報に連載された、戦争マンガを染めた手拭いを発売。たちまち売り切れ、ハンカチーフからナプキン、ゆかたまで戦争マンガ。大口注文もあったとさ。

（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）

（図）三越呉服店の広告・1905（明治38）年4月、朝日新聞掲載