

2012 4/10

No.1920

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 —



豪華客船「シー・プリンセス」(バミューダ船籍、7万7499ト)が1日、横浜港に初入港した(手前)。大さん橋国際客船ターミナルには、「飛鳥II」とともに2隻の豪華客船がそろい踏み。白い船体が春の港を彩った。



contents

視点・点描	3
楽しみな「なでしこ語録」	
講演録	4
「組織を成功へ導く女性人材の活用術」 前全日本女子バレーボールチーム監督 柳本晶一	
社会	8
大規模ビルで巨大地震対策 帰宅困難者受け入れ	
国際	10
インドで進む新型火力発電建設 日本、現地生産で受注拡大へ	
くらし2012	12
社員の介護、企業が支援	
広告珍談	14
～福沢諭吉のおしえ① 広告のすすめ	
政治反射鏡	15
輿石幹事長の不思議な存在 首相と政調会長が前面に	

事務局だより

◇一般社団法人への移行に関して

2012年3月20日付けで一般社団法人への移行が神奈川県に認可されました。これに伴い、横浜地方法務局に移行登記申請を済ませ、4月1日付け移行登記が4月13日に完了する予定です。今後は「一般社団法人神奈川政経懇話会」と表記して参ります。

◇横浜定例講演会

2012年4月18日（水）

13時30分～15時

ホテルキャメロットジャパン
講師は東京大学大学院教授の藤原帰一氏

演題は「東南アジアの現在
アメリカ・中国・日本の間で」

◇横浜定例講演会・総会

2012年5月14日（月）

崎陽軒・本店

・講演会

13時30分～15時

講師は政治評論家の森田実氏
演題は「政局の展望」

・総会

15時15分～16時

視点 点描



楽しみな「なでしこ」語録

先制点を決めた近賀ゆかりさんの言葉が心に残った。

宮間さん「前半はいい試合をしていた。ただ、五輪で金を取るなら後半はもう少し（内容を）上げていかないと」

近賀さん「課題が多く出た試合。最後は（米国に）押し込まれるシーンもあった。修正していきたいと思います」

みせた。

試合ごとに新しい課題を設定し、実戦でその達成度を確認。結果には決して満足せずさらなる高みを目指す。こうしたサイクルで日常を律するアスリートたちの言葉は自信に満ちあふれ一点の迷いもない。特に、なでしこたちの場合は目標（五輪での金メダル獲得）が明確で、そのための処方せんも手中にしていることが、言葉に一層の力を与えている。

お茶の間で観戦していて、今夏のロンドン五輪での「なでしこ」たちの活躍を確信した方も多かったのではないか。サッカー女子の日本と米国が対戦した4月1日の国際親善試合のことだ。

世界ランキング1位の米国と3位の日本の激突は、まさにロンドンでのメダルの行方を占う前哨戦。日本は前半にゴールを決め試合の主導権を握ったものの、後半

は米国が猛反撃。結果は米国に同点ゴールを決められ、1-1の引き分けで熱戦を終えた。

いつのころからだろうか。勝ち負けにかかわらず、運動選手が試合後にマイクを向けられる場面が発する言葉に、引き込まれることが多くなった。かつては仰ぎ見る存在だった米国を相手に、日本が互角に渡り合ったこの日の試合でも、キャプテンの宮間あやさん、

だが両選手とも米国との激闘の内容を冷静かつ的確に振り返り、今後の課題にまでしっかりと触れている。対決の場は被災地・仙台のユアテックスタジアム。キャプテンにいたっては「本当にこの地でサッカーができることをうれしく思う。地域やサポーターの方々にも勝利を届けたかったが、残念に思っている」と、開口一番、被災地への思いを口にする気配りさえ

は、それを耳にする者にとって、一服の精神安定剤のように心地よく響くはずだ。多くの「なでしこ語録」が聞かれるであろう、この夏が今から楽しみだ。

（神奈川新聞社

統合編集局次長 宮本 敏也）

広告のすすめ

『学問のすゝめ』で明治の若人を奮起させた福沢諭吉は、〃広告のすすめ〃も書いて、われらが先人たちを鼓舞した。

1883（明治16）年10月、福沢が主宰する新聞『時事新報』の社説に執筆した、「商人に告るの文」である。〃商人〃を企業や事業に置きかえれば、いまでも通用する〃広告すべし〃論である。要約するとこうなる。

●商いは（企業は）、〃人に知られること〃がもつとも大切である。

●そのためには、〃経費がいささか安い、新聞紙面を借りて広告すること〃が望ましい。

●といっても〃広告するには適当なチャンス〃がある。それを見定めるのが肝要である。

●人はみな、今日見た広告は、翌

日か翌々日には、〃すべて忘れてしまう〃。

●1度、広告を出したから、2度目は必要ないと思うのは、〃大まちがい〃である。

●西欧には、〃1年365日、広告に最上の日は365日なり〃という名言がある：

偉大な福沢のおすすめとはいえ、130年前である。新聞広告の掲出料が、「いささか安い」とはあり得ない。だけど彼が、PC全盛の現代を見たら、どういうだろう。

新聞の記事は、正確な情報である。それは紙面から消えない、広

告も消えない！ 新聞は軽くて持ち運びできる、そしてじっくり読める。広告もおなじである…。はて、もう一度、〃広告のすすめ〃にもどうだろう。



●自分の（自社の）広告文は、自

伝達できないはずがない。

●自作の広告文には、文法上の欠点もあるだろうが、意味が分からないようなことは、決してない。内容さえ理解できれば、文法のおかしさなどその人の率直さ、淡白さを示して、かえって読み手の気持ちを引き寄せるから、恐れることはない。

●商いの（企業の）成功の秘訣は、広告にありとヨーロッパでいう。日本では、広告の効果を知らる人が少ないのはまことに残念だと……。

こんな福沢の期待をせおって実行したのは、教え子小林一三。阪急電鉄の創業者で、世界唯一の少女歌劇を創立した人である。次号をどうぞ。

（美術エッセイスト、茅ヶ崎市在住）
（図）『時事新報』1882（明治15）年。創刊号の第1面の上半分。この堅苦しい紙面が大変貌する。もちろん広告で。

分で書きなさい。忙しくてとか、とても素人では、と逃げる人が多いが、とんでもない。だれでも手紙を書いている。手紙で自分の意思が相手に通じる人が、広告文を書いて商いが（事業が）