『とうほく あきんど でざいん 2017春』ロゴ（風）：とうほくの「T」、あきんどの「A」、でざいんの「D」を組み合わせた文字（図）。「TAD」として認識されるのを避けるため、文字の大きさをバラバラに。文字の後ろに影が出ているようなあしらいにしたのは「ロゴでありながらロゴではない」という微妙なバランスを保つため。

なぜ「ロゴでありながらロゴではない」のか

表紙をデザインする上で一番難しかったのがこの部分である。タイトルを目立たせたいと思ったが、「とうほくあきんどでざいん」と発音したときの響きや、文字が並んだ字面から受ける印象を想像するとすでに強いイメージが確立されているため、小手先だけであがくのは危険だと思った（ちゃんとした思想がなくてはならない）。既存の強いイメージを壊さずに新たなイメージをさりげなく芽生えさせる（この冊子は今まであきんど塾が発行してきた冊子とは少し性格が異なるため）には、既存のイメージから離れすぎても・近すぎてもいけない。そこで「ロゴでありながらロゴではない」という微妙なバランスの文字（図）をつくり、アイキャッチにした。ご託を並べたが、ひらたく言えば単なるデザイナーの捉え方の問題であり、手にとった人が「TAD」と読むのであればそれはそれでよいし、とうほくの「T」、あきんどの「A」、でざいんの「D」と認識してくれればうれしいという、ただそれだけのことである。



罫線：『とうほく あきんど でざいん 2017春』をそれぞれ意味の分かれ目で区切るように罫線を引いた。「とうほく」、「あきんど」、「でざいん」はとうほくあきんどでざいん塾が活動する上での三本柱であり、この冊子の主題でもある。罫線で区切ることにより、それぞれが独立した特性のある言葉だということが浮かび上がる。

地色の淡いピンクとタイトル文字の濃紺：この冊子が発行されるのが3月なので、春らしくポップな色合いにした。文字の色は黒でもよかったが、それだとどこか味気なく少々堅苦しさが出てしまうため、淡いピンクと相性のよい濃紺にした。

冊子タイトル：手に取った人が一目で分かるようにタイトルを大きく配置した。上にある「T」「A」「D」という一見よく分からないロゴ風文字の意味を補足してくれる。

「とうほくあきんどでざいん塾」ロゴ：この冊子を発行しているのが「とうほくあきんどでざいん塾」であるということがすぐに分かるよう、目につきやすい場所に配置した。

文・デザイン：佐藤豊



『とうほく あきんど でざいん』発行に際して

平成24（2012）年5月、協同組合仙台卸商センターは「東北復興創業スクエア事業（デザイン連携促進業務）*」を仙台市から受託し、以降、〈とうほくあきんどでざいん塾〉という呼称のもと、中小企業とクリエイターを対象にさまざまな事業を展開してまいりました。

またこれまでの活動内容を、『あきんどでざいん手帖』（2012年3月）、『あきんどでざいん見本帖』（2013年3月）、『あきんどでざいん手本帖』（2014年3月）として発行し、デザイン活用のためのハンドブックとして参照いただけるよう編集してまいりました。

一方本書では、5年目を迎えた平成28（2016）年度の取り組みを、「とうほく」「あきんど」「でざいん」というキーワードから捉え直し、それぞれの多様な在り方や組み合わせに着目してご紹介いたします。

記事ごとに異なるクリエイターが制作を担当した本書を通して、中小企業経営者とクリエイターの両者が、「とうほく」「あきんど」「でざいん」の可能性や魅力を感じ、また見つめ直すきっかけになることを願っております。

とうほくあきんどでざいん塾

＊正式な事業名は以下の通り
平成24年度：東北復興創業スクエア事業（デザイン連携促進業務）
平成25年度～26年度：東北復興創業スクエア事業（デザイン活用促進業務）
平成27年度～28年度：デザイン活用による高付加価値化支援事業

とうほく あきんど でざいん 2017春

とうほくあきんどでざいん塾
コーディネーター　長内綾子　佐々木美織　松井健太郎
アシスタント　深村千夏

2017年3月　発行

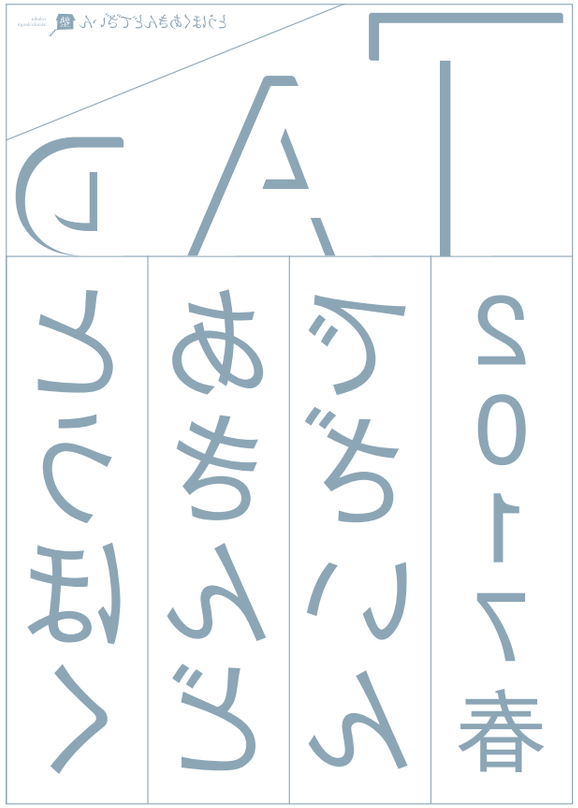
編著者　とうほくあきんどでざいん塾
〒984-8651
仙台市若林区卸町2-15-2
卸町会館5F　TRUNK内
http://tohokuakindodesign.jp/
編集協力　高橋創一
発行人　仙台市経済局産業振興課
協同組合仙台卸商センター

©2017 Tohoku Akindo Design Juku, Published in Japan All rights reserved.
※落丁本・乱丁本はお取り替えいたします。本書の無断複写・複製（コピーなど）は著作権法上の例外を除き禁じられています。代行業者などの第三者による本書の電子的複製も認められておりません。なお、この本についてのお問い合わせは、下記宛てにお願いいたします。
お問い合わせ先：とうほくあきんどでざいん塾　TEL：022-235-2161

「AD」

とうほくあきんどでざいん

2017春



とうほく あきんど でざいん 2017春　目次

巻頭特集　デザインマッチング事例紹介
新商品開発奮闘記　岡田食品工業株式会社
『漬物の概念を超える』 4

とうほくあきんど訪問記
「町のカバン屋さん」の70年
菅井光男カバン店 18

大都市ソウルのビジネス×クリエイティブ
韓国ソウル デザイン見聞録 22

〈仙台〉〈海外〉〈文化・歴史〉の知られざる魅力
あなたの知らない世界
The World Unknown to You 30

若手クリエイターたちの
思考が磨かれた9カ月間、その全貌
蛇足の会 46

協働クリエイター略歴 58

デザイン：榎本幸弘、イラスト：橋本さと子、撮影：門傳一彦

巻頭特集 ◆ デザインマッチング事例紹介

新商品開発 奮闘記

漬物の概念を超える

岡田食品工業株式会社



2016年3月、仙台市若林区卸町―
漬物製造会社4代目兄弟の
挑戦が始まった。

東日本大震災から丸6年。その間、東北・宮城の中小企業は、日本全国や海外からの支援も受けながら、復興を目指し、自社の経営を強化するためにさまざまな取り組みを行ってきた。
震災を機に大転換を図った企業がメディアで注目される一方で、多くの中小零細企業は、現状を維持することで精一杯だった、それが実情ではないだろうか。
中小企業経営において、未来を見据えた“事業革新（INNOVATION）”が強く求められている昨今、しかし事業革新には、社内外の関係者を総動員しての並々ならぬ努力が求められるため、そこへ踏み込む時間的・精神的余裕、楽観的な展望を持てないのが、経営者や次期経営者の本音だろう。
今回の巻頭特集では、漬物市場が厳しいながらも、将来の柱となるブランドを生みだすべく、新商品開発に奮闘した仙台の老舗企業、岡田食品工業株式会社の事例を紹介する。
デザイナーなど専門家とチームを組み、ゼロから本気で取り組んだ一年間の軌跡。そこには現状突破のための発想法や、想いを共有した仲間を巻き込み、「未だ見ぬステージ」へたどり着くため参考となりうる協働ノウハウが詰まっている。
現状を分析し、未来を描き、くじけそうになっても歩を進めたプロジェクトの全容を、ここに公開！

企業DATA

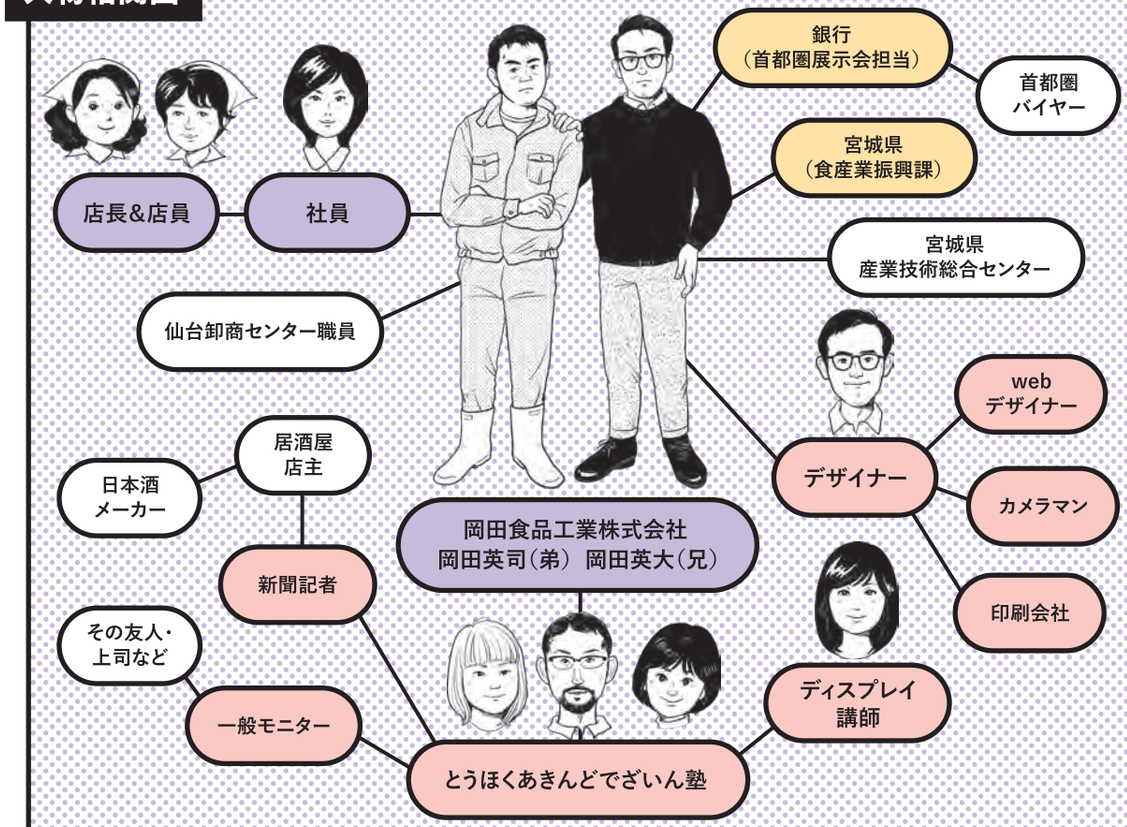
岡田の仙台長なす漬®

- ◆社名　岡田食品工業株式会社
- ◆屋号　岡田の仙台長なす漬本舗
- ◆代表者　岡田講一
- ◆創業年　昭和21（1946）年
- ◆会社設立　昭和32（1957）年
- ◆事業内容　漬物製造業
- ◆所在地　〒984-0015 宮城県仙台市若林区卸町1-4-9
- ◆TEL　022-284-0131（代表）
- ◆FAX　022-284-0133
- ◆E-mail　netshop@sendai-naganasu.com
- ◆オンラインショップ
  ▶ http://www.sendai-naganasu.com/
- ◆仙台季香webサイト
  ▶ http://sendai-kikou.com/

「仙台長なす」とは

小ぶりですらりとした形で、艶やかな紫紺色の薄皮としまった果肉。伊達藩が朝鮮兵役の折に博多から原種を持ち帰ったといわれ、400年以上をかけ、仙台の気候と風土に育まれ独特の姿形を持つ伝統野菜となった。

人物相関図



問いの細分化

「もう、漬物に未来はないのか？」

～現状を打ち破るには、「これまで」を疑うことから～

新商品

革新の軸①

自社独自の漬物観の打ち出し

［常識や概念を崩す］

完成 天然調味料だけで作った持ち運びできる(!)漬物

対応 原料×味×製法で差別化(ひたすら試作…)

再考 自分が買いたい漬物とは？

漬物は地元野菜を美味しく食べる調理法の一つ(にすぎない)

決意 もはや漬物は日持ち勝負じゃない

でも… 日持ちしない

希望 地元野菜を無添加で漬けたい！

第3階層：突破口の模索

第2階層：価値の再定義

第1階層：有るもの・無いもの

革新の軸②

仙台人が誇りを持てる仙台土産の誕生

［土産品の新基準をつくる］

新商品

フレッシュさ×漬物

移動×漬物

完成 土地の旬を取り入れた

対応 高品質で原価率の高い

再考 土産を仙台で買う意味

いつでもどこでも手に入るより

決意 本物志向×期間

でも… コスト高／安定

希望 県産野菜に

有 運転資金

無 開発費
- リサーチ
- 試作
- デザイン
- 展示会出展
- ディスプレイ
- ECサイト

相談

宮城県
食産業振興課
補助事業採択
平成28年度
「食産業ステージアップ
プロジェクト」
商品づくり・販路開拓
支援事業

有 仙台長なす

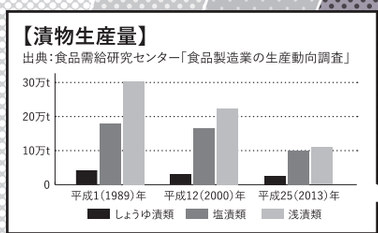
有 伝統

有 販路（百貨店、駅ビルテナント）

無 時代は国産
無添加

無 漬物そのものに
未来がない

【漬物生産量】
出典：食品需給研究センター「食品製造業の生産動向調査」



カネ

ヒト

モノ

新商品

発展性×持続性

漬物のライバルは漬物じゃない

仙台でしか買えないことが価値

ご当地限定品

地域限定品を模索（原価計算を重ねる）

とは？

限定×適正価格

供給できない

すべてシフトしたい！

有 営業＝兄

有 製造＝弟
（2016年入社！）

有 販売員
（勤務歴長く優秀！）

有 デザイナー

有 常連客

無 商品企画部

無 新たな購買者

無 ディスプレイ・内装会社

相談

とうほくあきんどでざいん塾
先進的デザインマッチング事例採択
（平成28年度「デザイン活用による高付加価値化支援事業」）

新商品

革新の軸③

新ターゲット（若い女性層＋男性）に愛されるブランドづくり

［ありそうでなかった 潜在ニーズを満たす］

完成 女性が男性に買って帰りたくなる仙台土産

対応 買ってから手渡すまでのストーリーを描く

再考 県内の人も県外の人も買いたくなる仙台土産とは？

若い女性たちがSNSに投稿したくなる話題性のある商品

決意 手軽な手土産になるような商品が必要

でも… ボリューム感ある贈答品（箱入り）がこれまでの主流

希望 「仙台駅ビル」という販路を活用したい！

戦略的ロードマップ

「俺たちだけで商品開発ができるんだろうか。」

～ステークホルダーを巻き込み、段階的に商品価値を向上させる～

START
2016年3月

緊張でおなかいたい…

ゴクッ

走れんのか俺…!?
やれるのか、俺たち…

デザイナー

ブランドロゴ、カラーはどんなものがふさわしいだろう？

S-PAL店店長

包装紙って大事！伝統は感じるけど地味なのよね…

塾

2016 秋

第4関門 包材検討

漬物のこと、一旦忘れよう！

祝 ロゴ案決定！

祝 ネーミング決定！

ギャァア

ネーミング千本ノックや～！

決断 ❹

二次容器＝紙コップ！ファストフードの概念を導入

試作 ❸

- 紙コップ容器の検討
- ナスの本数と漬け液量確定

漬物で紙コップですか！？

印刷会社

ゴロゴロ

うーん？？？？

☑商標登録手続き
☑意匠登録検討

☑ネーミングの社内人気投票
☑キーワードは「伝統」、「仙台」、「フレッシュさ」、「土産感」

決断 ❸

商品特徴と自社の歴史を融合させた新ブランドを打ち出す

第3関門 ネーミング

☑紙コップのサイズ＆素材検討
☑印刷会社との打ち合わせ
☑紙袋のサイズ検討
☑リーフレット原稿作成
☑撮影カット検討

第1関門 売上分析

\「カネ」のフォロー／
宮城県 食産業振興課

もはや漬物業界の動向を追わなくていいのかも！？

ん!?

\「ヒト」のフォロー／
あきんど塾 コーディネーター

☑多ジャンルのパッケージをリサーチ
☑自店・競合の売場をリサーチ
☑あきんど塾メンバーが工場を見学

塾

2016 春

決断 ❶

仙台長なすに原点回帰 県産限定・無添加

メラメラ

☑新一次容器の検討（スタンドパウチ）

試作 ❶

- スタンドパウチ型容器
- 天然調味漬け液増量

ハァ ハァ

第2関門 モニター試食会

2016 夏

モニター

塾

新ターゲットに直接会って話を聞いてみよう！

決断 ❷

仙台駅限定の仙台土産をつくる

試作 ❷

- 塩分と味の調整
- 味のバリエーション

ハァ ハァ

☑原価計算
☑二次容器の検討（瓶や巾着、手拭い）
☑成分や味の特徴を分析（宮城県産業技術総合センター）

S-PAL店店長＆店員

売場から応援にきました～

買いたい仙台土産がない…

日本酒イベントでも売れそう！

スタンドパウチにしても惹かれない…

お酒派かご飯派かで塩分の好みって違う…

☑量産テスト
☑原材料表示ラベル作成
☑リリース時期の検討

ディスプレイ講師

こんなときにこんなふうに食べてほしいという「想定シーン」を売場に表現しましょう！

決断 ❺

首都圏展示会に出展 バイヤーの反応を確認

岡田の仙台長なす漬

どうぞー

バイヤー

女性ウケ◎！でも、一見しただけじゃコンセプトや意図が分かりづらい…

テスト販売 2017年2月3日

☑紙袋印刷
☑リーフレット印刷
☑紙コップ印刷
☑売場ディスプレイのテスト設置

☑パーティー打ち合わせ
☑SPおよびキャンペーン検討
☑プレスリリース作成
☑お披露目パーティー招待状作成
☑バーコード読み取りテスト
☑売場改装

リリース 2017年3月17日

2016 冬

決断 ❻

歳時記に合わせバレンタインにテスト販売

カメラマン

☑撮影（物撮り、シーン）
☑ECサイト制作打ち合わせ

webデザイナー

まだまだ

関門解説　「突破すべき『壁』、その乗り越え方が分からない。」

第1関門 売上分析

これまでの思い込み

原材料の違う“低価格帯商品”も常設していて、
種類が豊富で買いやすいハズ



ん!?

短時間で土産を選ぶ事が多い駅ビルの売り場で、お客さまを迷わせることになっていないか？

宮城県産原料の土産が欲しい、という声に応えるハイブランドを今後の主軸に！
＝宮城県産・天然調味料を使用した新商品



◀客単価や売れ筋商品、年間の売上の波など、売り場ごとの癖・個性を十分に把握し、新ブランドの味付けや限定販売店舗を定める基礎資料をまとめた

第2関門 モニター試食会

これまでの思い込み

からし漬は男性に人気！
出張で仙台に来る時に必ず立ち寄ってくれる男性の常連も



あれ!?

でも、よく考えると奥さんがご主人に買って帰るケースが多い。土産って財布を開く人と、それを受け取る人の二重構造なのか？

自分が欲しくなる⇒誰かにあげたくなる
若い女性たちの口コミやSNSでの拡散を狙う！
＝女性が男性に買って帰りたくなる仙台土産



▶第一弾試作品を基に、モニター試食会を開催。漬物を買う理由、買わない理由や、一食あたりの量、購買欲のわくパッケージ、仙台土産に求める要素まで、詳細にヒアリングを行った

～開発の長い道のりの中に、「これまで」をリセットする山場を設ける～

第3関門 ネーミング

これまでの思い込み

地元の人には、ある程度、
岡田の名は知られているかと思うのだが…



お?

駅ビルで土産を買う人は、仙台に初めて来た人も多く、岡田のことは知らないカモ

仙台に岡田の長なす漬あり、と改めてご挨拶するようなベタなネーミングが大事！
＝「仙台の土産」感を前面に出したネーミングの新商品



▶「地獄の千本ノック」と称し、社内外のステークホルダーを巻き込み、一人10案ずつをノルマに、ネーミングの案出しを行った。その後、提出案を全て壁に貼り出し、音の響き、字面（じづら）などさまざまな角度から検討した

第4関門 包材検討

これまでの思い込み

開封したら別容器に移し替えるんだから、
ビニール入りでOK



え!?

容器に移し替えるのが面倒だから買わないって本当？

持ち帰って自宅で食べるという思い込みを捨て、
どこでも食べられる容器を考えよう！
＝ファストフードのような手軽な飲食に適した新商品



◀オリジナルの紙コップ製作は、製作会社も限られ、製造ロットが非常に大きいため、情報収集やサイズ・素材検討に困難を極めた。ロゴの商標登録はもちろんのこと、紙コップで漬物を食べるというアイデアを打ち出し、競合と差別化するための話し合いを持った

モノのデザイン －商品を詳細に定義する－

『仙台季香（せんだいきこう）』大解剖

これが新商品の全貌だ！

※写真は実寸の75%縮小

内容量

通常、漬物の内容量はグラム数で表記するが、長なすは本数（個数）で満足感が変わるため、契約農家から仕入れた長なすの中でも、小ぶりで一口サイズのものを厳選して使用。



（小）×4〜5本
（大）×8〜9本

ネーミング＆ロゴ

『仙台季香』というネーミングは「仙台の地元野菜をつかった季節の香の物（漬物）」というコンセプトを表現した。旅の思い出になるような仙台土産に育てたい、という思いを込め「紀行（きこう）」という響きから着想。何十案もの候補の中から採用された、総務部社員渾身のストーリー仕立てのネーミング！
そこへ創業70年の漬物屋の伝統と歴史を重ねるべく、木製の漬物樽の形をモチーフに、読みやすくすっきりとしたロゴマークデザインに仕上げた。



■販売価格：（小）380円＋税、（大）580円＋税

紙コップ＆フタ

天然調味料使用のため、未開封であれば賞味期限は2週間。とはいえ、鮮度の高い野菜を使った加工品であるからこそ、新鮮なうちに食べ切ってもらうのが理想的。そこで、どこでもすぐ食べられるよう、二次包材として飲食容器である紙コップ＆フタを採用！
既存商品のネックであった漬け液を流し捨てる手間をなくし、手を汚さずにその場で食べられるので、屋外での行楽や移動中にもピッタリ！
商品の入ったビニール袋を開封し、紙コップに移したら、そのままフィンガーフードのように食べられる手軽さ。すべて天然調味料だけで味付けした漬け液は、出汁の効いた味で、お湯を注げば、お吸い物としても味わえる。

パッケージデザイン

ロゴデザイン同様、紙コップのデザインも漬物樽から着想。樽表面の樽木の並びをストライプ模様で表現し、紙コップそのものをポップな印象のミニ樽になぞらえた。
漬物のイメージを打ち破る、洋菓子のような華やかな配色を、との社内からの要望にデザイナーが応え、若い女性にも好まれるパステルカラーを用いて明るく軽やかなデザインに仕上げた。

商品データ

■名称：長なすしょうゆ漬
■原材料名：長なす（宮城県）
漬け原材料（しょうゆ、昆布だし、りんご酢、塩、みりん、しょうが）
（原材料の一部に小麦、大豆、りんごを含む）
■内 容 量：（小）40g、（大）70g
■賞味期限：約2週間
■保存方法：直射日光、高温多湿をさけて冷暗所で保存してください。
■販売場所：エスパル仙台店 地下1階 仙臺みやげ館内 売店、
卸町本店、オンラインショップ▶http://www.sendai-naganasu.com/
※天然調味料使用のため、冷蔵庫に保管の上、早めにお召し上がりください。

選ぶ楽しみ

新ブランド第一弾商品は、仙台長なすに絞り、プレーン、ゆず、唐がらしの3種類の味を発売。
パッケージのデザインは統一し、味の違いを色で表現した。
仙台長なすの美味しさが最もシンプルに味わえるプレーン味はラベンダー色。
ゆず味はレモンイエロー、唐がらし味がパステルピンク。
手土産には3種のギフトセットを用意し、手渡す際に味を選んでもらったり、
職場などでシェアして食べ比べる楽しさのほか、SNS用の写真うつりの良さも意識。



『仙台季香』仙台長なす漬（小）・（大）　『仙台季香』仙台長なす漬　ゆず味（小）・（大）　『仙台季香』仙台長なす漬　唐がらし（小）・（大）

今後、宮城で伝統的に栽培されている地元産野菜を使った期間限定商品も発売予定。ますます選ぶ楽しみが拡がる！



持ち運ぶ楽しみ



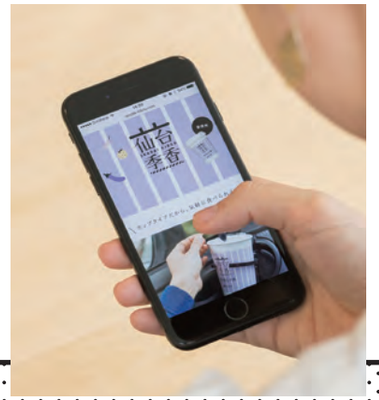
仙台駅ビルで販売するにあたり、新幹線や電車、高速バスで持ち運ぶ際の利便性を考慮し、大小さまざまな商品の組み合わせに対応可能なオリジナル紙袋を制作した。若い女性が、そのブランドの紙袋を持っていることが嬉しくなるような、ファッション性の高い可愛らしいデザインを意識した。
また、紙袋は「歩く広告」ともいわれ、PR効果も期待できるため、底材や持ち手には高級感のある素材を選んだ。その結果、強度とデザイン性を兼ね備えた紙袋が完成。
土産を手渡す前に、購買者自身に商品のこだわりを知ってもらうため、移動中でも読みやすいコンパクトなリーフレットも制作した。

『仙台季香』オリジナル紙袋（左）と、ミニリーフレット（右）は、いずれも新商品購入者限定特典

また買う楽しみ

開発過程でテストマーケティングのために出展した首都圏展示会では、有名店のバイヤーから複数の仕入交渉があった。しかし、その後社内で販売戦略を再検討し、高品質で原価率の高い『仙台季香』だからこそ、「仙台に来ないと買えない仙台土産」という位置付けで地域限定展開することを選択（2017年2月現在）。
ご当地限定商品と観光客は、一期一会の関係になりがちだが、遠方の購買者の「また食べたい！」という再購入ニーズや、全国からのお取り寄せには応えられるよう、ECサイトでの発売も決定。

仙台季香ウェブサイト ▶ http://sendai-kikou.com/
岡田食品オンラインショップ ▶ http://www.sendai-naganasu.com/



コトのデザイン ―商品を通して関係性を育てる―

物語をつくりシーンを可視化する



どんなに素晴らしいネーミングとデザインでも、新商品の価値を瞬時に理解してもらうことは至難の業だ。だからこそ、「こういうときに、こういう人と、こんなふうに食べてほしい」というストーリーを明確に設定し、シーンを可視化(ビジュアライズ)する手法が有効だろう。
ビジュアルイメージは売場と全ての販促物へ共通で展開し、接客トークを介して訴求し続ければ「あの人にあげたら喜びそう!」と購買意欲を高めることができる。商品(モノ)とお客さま(ヒト)の間に関係性をつくることにこそ、新商品を売ることの本当の面白さがあるだろう。





売場での展開を考え続ける



商品(モノ)は、一度デザインやコンセプトが決まったらそれを長く使い続けるのがセオリー。であるならば、発売後の売上向上に真価を発揮するのは、継続的な売場づくりと販売企画だろう。歳時記に合わせたディスプレイや限定商品の投入、駅ビル全体の催事に合わせた特別キャンペーン、他社商品とのコラボレーションギフトの企画など、新たな展開を先々まで考え、実行し続ける必要がある。
商品も、売場も、一度つくったら終わりというのは大間違い! 買い手の反応に合わせて改良し続ける意欲があるかどうか、そこがヒット商品へと育っていくかの分かれ目だ。





あとがき

ゴールまでを見通し、自力で一歩ずつ進むことが成功への近道。

岡田食品工業株式会社 岡田英大さん 岡田英司さん

英大さん 東日本大震災のあと、一時は売り上げが伸びたのですが、工場火災があり、やむなく一時休業しました。そんな事情もあり、会社を本気で立て直すためにはどうしたらいいだろうと悶々としていたのが2015年ころの心境でした。ほどなく、建築関係の仕事をしていた弟が入社を決意してくれ、2016年に創業70年を迎えたことを機に新商品開発をしようと決めました。とはいえ、先代以降本格的な商品開発の経験がなく、ゼロから手探りでのスタート。宮城県補助事業募集の情報を得て採択されたからこそ、うちのような小さな会社でも開発に踏み切れました。

英司さん わたしは家業を継ぐつもりはなく、漬物に対する固定概念もなかった。だからこそ、食品業界以外の目線で新商品開発をしてみたい気持ちもありました。でも、道のりは甘くなかったですね(苦笑)。いま思えば、第一関門「売上分析」(⇒P8,10)が重要でした。自社の強みや各売場の個性が浮かび上がり、課題がはっきりしました。売上分析やモニター会をせずに試作をはじめたら、ここまで思い切ったコンセプトは打ち出せなかったかもしれません。また、補助金申請時の予算配分にはじまり、発売までの工程をあきんど塾からの助言のもと一歩ずつ自力でクリアしたことで、見えないゴールにたどり着くまでの道筋のつけ方が体得できたと思います。全体像が見通せると、ネーミング、デザイン検討など目の前のことに集中して取り組めますね。苦戦したのは味づくりです。天然調味料にこだわり、さまざまな業者に相談し、力になってもらいました。そして、コンセプトをどう伝えるかの部分ではデザイナーの榎本さんやディスプレイ講師の池松先生にご尽力いただき、多くの方の力を借りてようやく発売に至りました。

英大さん モニター試食会や開発チーム内でのプレストで、思い込みを崩してもらえたのが良かったです。漬物の味や塩分、包材やデザインへの意識が大きく変わりました。今後は、売場づくりにも力を入れたいです。漬物が売れた時代の成功体験に縛られずに、新商品を中心に新しい岡田のスタイルを模索し続けたいですね。

経営者とともに悩み、商品を育てる面白さに気づいた。

榎本デザイン事務所 榎本幸弘さん

以前から、岡田食品工業様とはお付き合いがありましたが、これほどまでに長く深い関わりを持てたのは貴重な機会でした。商品開発の全過程に参画したことで、『仙台季香』のコンセプトの面白さやターゲット層の求めるデザインが非常にクリアになり、思いのこもったデザインを提案することができました。包材検討では最適な品種がなかなか見つからず難しさを痛感しましたが、お二人と相談しながら力を合わせて進めることに充実感を感じました。「商品がお客さまの手に届くまでをトータルでプロデュースするのがデザインなのだ」という意識を強く持ち、岡田さんとともに商品を育てていきたいと考えています。



とうほく あきんど でざいん 塾
tohoku 'akindo' design

「前例」「業種」「役割」を超えることに経営の醍醐味がある。

今回の新商品開発が成功した要因は3点あります。
一点目は「前例」を超えること。
経験やノウハウに頼らず、既存の漬物とは異なる価値の新商品を開発するべく、原料、製造法、魅せ方をゼロから模索しました。
二点目は「業種」を超えること。
他分野のヒット商品もリサーチし、異業種出身者の意見を取り入れながら「仙台土産」というジャンルに特化し、漬物のイメージを変えることができました。
三点目は「役割」を超えること。
経営陣自らがリサーチや製造作業に没頭し、現場社員やお客さまの声を聞き、デザイナーや専門家とプレストを重ねました。彼らが最前線に立つことでチームに躍動感と一体感が生まれました。
クライアントとデザイナー両者のインタビューに共通するのは「一歩踏みこみ、変わる覚悟をすることが大切」だということ。まさにそれが、経営の醍醐味であり事業革新の核といえるのではないでしょうか。

とうほくあきんどでざいん 塾 tohoku akindo design

Innovation work sheet

記入してみよう

爆発的なヒット商品も、誰もが知る新サービスも、はじめはどれもが「アイデアの種」からスタートしたはずです。
まずは自分の頭と心の中を文字にあらわして、問いを細分化することが重要。
さあ、あなたも事業革新に向けて、一歩を踏み出してみよう！ ★=今回の岡田食品工業株式会社の事例

社名 ★岡田食品工業株式会社

DATE ★2016. 03. 21

目的 ★漬物の概念を超える

目的と手段が入れ替わっていないかcheck!

手段 ★新商品を開発する

7W3H

who（主体・誰が） ★プロジェクトリーダー：英司、営業&サポート：常務

with whom（関係者・誰と） ★あきんど塾コーディネーター、榎本デザイン事務所

to whom（顧客・誰に対して） ★これまで漬物に関心がなかった若い世代の女性、仙台への観光客

新たなターゲット像を具体的に考える！

when（時期・いつ／いつまでに） ★2016年度のうちに

where（場所・どこで） ★仙台駅ビル内の自社店舗で

what（内容・何を） ★画期的(!)な新商品を

why（理由・なぜ） ★創業70周年の節目に、英司が入社した今だからこそ

「目的」や「時期」と連動した自社固有のなぜをあぶり出す

how（手段や手法・どのように） ★原料にこだわり今までの商品を見直し／新商品開発のプロセスを体得しながら

how many（数量・どのくらい） ★年間売上目標額=200万円程度

how much（価格・いくらで） ★従来品より高価格帯で（ただし、高品質原料へのシフトなど内容に見合った価格設計が大前提）

自社の強みと弱み

強み⇒さらに育てる
弱み⇒補完する

	ヒト	モノ	カネ
強み	★製造＝英司　★営業&サポート＝常務 ★販売＝店長 ★デザイナー＝榎本デザイン事務所	★仙台長なす ★販路（卸町本店、駅ビル、百貨店）	
弱み	★商品企画部、広報部＝あきんど塾	★画期的アイデア	★新商品開発費＝宮城県の補助制度

記入してみよう

保有する強み、弱みを整理したら、補完するための情報収集を開始！
活用できそうな補助金（国、県、市町村、団体）、支援機関ごとの特性やセミナー情報などをどんどん調べてみましょう。

問い合わせ先

TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING

協同組合仙台卸商センターが運営する、クリエイターのためのシェアオフィス。新しいビジネスや商品を生み出すことを目指して、企業とクリエイターのデザインマッチング支援事業を行っています。

POINT
◎商品パッケージや販促物（チラシ、ポスターなど）デザインの実績多数
◎デザイナー、ライター、カメラマンなど豊富な人材のネットワークを有する
◎仙台卸商センターが保有する会議室、展示会場などの活用も可能

TRUNK事務局
平日 9:00～18:00（年末年始および夏季休業をのぞく）
〒984-8651 仙台市若林区卸町2-15-2 卸町会館5階　TEL 022-237-7232　FAX 022-385-7841
E-mail info@trunk-cos.com　http://www.trunk-cos.com/

公益財団法人仙台市産業振興事業団（仙台市中小企業支援センター）

仙台駅からほど近いAER（アエル）7階にある中小企業のビジネスを総合的に支援する機関です。無料の経営相談窓口で課題を読み解き、必要に応じて、補助金や制度に関する情報提供や専門家による個別支援、支援計画立案などを行います。

POINT
◎経営コンサルタント、マーケティングの専門家などさまざまな専門家が在籍
◎高度な経営課題については、専門家をコーディネートして派遣
◎チームを組んで集中的・実践的に支援にあたる「ハンズオン支援」あり

産業振興部／中小企業支援課
平日 8:30～17:00（年末年始および夏季休業をのぞく）
〒980-6107 仙台市青葉区中央1-3-1 AER7階　TEL 022-724-1122　FAX 022-715-8205
E-mail shienka@siip.city.sendai.jp　http://www.siip.city.sendai.jp/

デザイナー紹介



TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING

モニター試食会会場



卸町コミュニティプラザ「ほるせ」

展示会会場



協同組合仙台卸商センター
産業見本市会館 サンフェスタ



菅井光男カバン店

とうほくあきんど訪問記
「町のカバン屋さん」の70年

撮影　嵯峨倫寛

仙台市青葉区大町の街角にひっそりと佇む菅井光男カバン店は、
暮らしに根ざした商いを長年続けてこられた老舗です。
その店主の菅井光男さんと奥様のフミ子さんに、仙台の町で商いをすることや、
時代の変化の中で仕事を続けていくことについて伺いました。

暮らしの中にあるカバン店

菅井カバン店四代目店主の菅井光男さんは、旧制中学校を卒業した15歳のときからカバンづくりをはじめ、70年以上経った87歳の現在もなお、毎日朝から夕方まで仕事をしています。これまで卸売はせずに、オーダーを受けての制作、修理を基本に営業を続けてきました。

店主である菅井さんのお名前そのものが店名となった由来について尋ねると、かつて菅井さんの親類が何軒も「菅井カバン店」を営んでいたことを教えてくれました。「どこも同じ名前だからね、自分の名前を店名にしたんだよ。もともと私の親のころは、この道路向かいに店があったんだけど、私が継いだ後にいまの場所に移転したんだ」。

1868（明治元）年創業、終戦までは軍用のカバンやリュックサックをつくる仕事がメインだったといいますが、戦後になってからは町の人から注文されたものをつくり、修理を受けて直し……という営みが日々の仕事となりました。いまほど既製品が安価かつ多様でなかった頃は、職人の手わざが暮らしの中に溶け込んでいたことを感じさせます。ここ大町も、かつては下駄屋さんや畳屋さん、鍛冶屋さんなどがひしめき合う職人街だったそうです。

その仕事にとって必要なものをつくる

私たちが伺ったときに菅井さんがつくっていたのは、タクシー運転手が使用する業務用財布でした。種類の異なる小銭を分けられるよう、ポケットが何重にも



菅井光男カバン店
宮城県仙台市青葉区大町2-11-36　022-222-8437　9:30–18:00、日・祝休



50年以上使っているミシン。「昔のものは頑丈だね」（菅井さん）

分かれており、仕事をする中で使いやすいよう工夫が施されています。
ほかにも、車掌カバンや植木屋さんの造園道具を入れるホルダーなど、職業と密接に関係しているカバンづくりがオーダーの大半を占めているそうです。
菅井さんは広島や北海道など、全国から注文を受け、長く使える頑丈なカバンを仕上げます。
注文を受けてこれまでつくったものは数知れず。かつてはギターケースや皮ジャンパー、皮ズボンを請け負ったこともあったそうです。
つくりかたに関しては、時代によって変化することはあまりなく、お客さんからの要望に丁寧に応えることが身上とのこと。以前は素材を仕入れるため、頻繁に東京・浅草の革問屋街まで足を運んでいました。

変わる町で、変わらずに仕事を

「店が儲かった時期なんてなかったね、食べていくだけでやっとだったよ」と笑いながら語る菅井さん。
この70年、商売の方法は変えていないといいます。
「広告も宣伝もしていないからね。電話帳に載っているのを見て、問い合わせがあるくらいかな。まわりにいるお客さんの声に応えて、ただやってきただけだからね」。
以前は修業をしたいと扉を叩く人もいましたがなかなか続かず、後継者は不在ですが、お店を子どもたちに継がせたいという気持ちも特になかったそうです。自分はいち職人として仕事をしてきただけ。身体が続く限りは今後も営業する気持ちでいるとのこと。
この仕事で大切だと思うことを尋ねると、「時間をかけて身体にワザや感覚を染み込ませることだね」と菅井さん。「難しい注文に応えて納品したときには手応えを感じるね」とも語り、やりがいのある仕事をすることで、自分の技術も伸びていく、その喜びについてお話いただきました。
この町に限らず、さまざまな場所で暮らす人々の、仕事や生活に欠くことのできないカバンを、一心につくり続けてきた70年。仙台が、日本が、世界が変わり続ける中でも、菅井さんの目は、手は、次につくる一品を常に見定めているようです。






70年、仕事を続けてきたこの手で、今日もカバンをつくっています

韓国ソウル デザイン見聞録 2016/12/7-11

Exploring Design in Seoul

ソウルの今を知る



大都市ソウルのビジネス×クリエイティブ

とうほくあきんどでざいん塾では、毎年コーディネーターが他地域のクリエイティブ事情について学ぶ県外視察を行っています。今年度は初の海外遠征として、隣国・韓国ソウル特別市（以下、ソウル）へ訪問。変化し続ける大都市で生き抜くために、デザインはどのようにビジネスに生かされているのか、その実態を探るべくインタビューや視察を行ってきました。今回の見聞録では、仙台でも参考になりうる事例を中心にご紹介します。

なぜ韓国なのか？

- 韓国は、1997年のアジア通貨危機以降、クリエイティブ産業の振興を国家政策として推進している（海外での韓流ブーム創出もその一例）。
- 2010年にはソウルが「ユネスコ・創造都市ネットワーク*1」に認定されている。
- 2013年より、ソウルの施策として市民の人材育成をクリエイティブに行うオープン・プラットフォーム〈Seoul Creative Lab〉*2 事業がスタート。
- 2014年、ファッション系の問屋街として有名な東大門（トンデムン）エリアに、ザハ・ハディッド*3 設計のDDP（トンデムン・デザイン・プラザ）*4 がオープンし、デザインハブとして機能しているほか、新たな観光名所になっている。
- 仙台からソウルへは、毎日就航の国際線・直行便でわずか2時間30分でアクセスでき、時間と費用を勘案すると場合によっては国内視察より経済的。＊2017年3月現在
- あきんど塾コーディネーターの一人が韓国のクリエイティブシーンに詳しく、韓国語も話せるので、リサーチから現地取材まで国内同様に視察が可能。

*1: 文化の多様性保護を重視するユネスコが、創造的・文化的な産業の育成、強化によって都市の活性化を目指す世界の各都市に対し、国際的な連携・相互交流を支援するもので、2004年に創設された。日本ではデザイン分野で2008年に名古屋市と神戸市が認定されている。
*2: 事業の詳細は、次のwebサイトに詳しい。WORKSIGHT http://www.worksight.jp/issues/632.html/
*3: イラク出身の建築家。奇抜なデザインが特徴でコンペで優勝しても建築されないことも多く、長年「アンビルドの女王」の異名を持っていた。2020年に開催予定の東京オリンピックの会場となる新国立競技場の国際コンペで優勝するも、建設費問題が浮上し、その後の再コンペでは参加を断念。2016年3月に他界。
*4: 3次元の立体設計技法を駆使して設計された、非線形的で近未来的建築デザインが特徴。延面積85,320平方メートルに及ぶ広大な敷地に、大型催事場やミュージアム、デザインラボ、デザインマーケットなどを併設。

デザイン：佐藤豊

基本情報



面積	378,800 km²
人口	1,273 億人 (2013年)
海外からの観光客数	1,974 万人 (2015年)
通貨	ウォン（1,000ウォン≒100円）
年度始まり	3月 ― 4月

視察先

中小企業といっても規模や手法が多様なように、デザイン事務所にもさまざまなタイプがあります。今回の視察では、あきんど塾がこれまで協働してきた中小企業やクリエイターを念頭に置きつつも、一歩先行くクリエイティブを実践する方々をリサーチし、その手法や思考についてインタビューを行いました。

1. **デザイン活用の先進事例と思われる中小企業**
   hanahzo→P.24 ／ THE BOOK SOCIETY→P.28 ／雨乃日珈琲店→P.28
2. **小規模デザイン事務所**
   action seoul→P.26 ／ studio fnt→P.28
3. **中規模デザイン事務所**（地域フリーペーパー発行＋アナログ印刷の体験施設運営）
   203×Design Studio, Street-H, PACTORY→P.28
4. **その他、クリエイティブ関連のショップ、展示会などの調査と簡易ヒアリング**

忙しい毎日に、バスルームでの豊かな「休息」を提案

hanahzo—PAUSE YOUR LIFE｜チョ・ハナさん　Cho Hanah

http://hanahzo.com/



購入者のほとんどはコンセプトに共感する20代～30代の女性。ターゲットに合わせた完璧なビジュアル！



笑顔でインタビューに答えるハナさんは、
1歳の赤ちゃんのお母さんでもある



石鹸 12,000ウォン～
スクラブ 26,800ウオン
シャンプー 33,800ウォン

ソウルでも有数のお洒落なエリア、梨泰院（イテウォン）に、石鹸製造所とショールームを構えるhanahzo（ハナゾー）。ブランド名は代表のチョ・ハナさんの名前から付けられています。

もともと、大学でファッション・デザインを専攻し、服飾関係の会社に勤めていたハナさん。「ファッションは外見を豊かにするものですが、結婚を機に以前から関心のあったライフスタイルに関する仕事がしたかったんです」との思いから、手作り石鹸の造り方を学びました。その後、天然原料にこだわった美しい色彩のオリジナル商品の販売を、2014年よりオンライン通販でスタート。ショールーム兼店舗もオープンし、現在では若者に人気の有名セレクトショップ〈A LAND〉のほか、本質的な心地よさを提案するライフスタイルショップなどでの取り扱いも。

商品のデザインは、ハナさん自身がコンセプトをつくり、絵の具で実際に絵を描き配色を決めているそう。中には大好きな映画から着想したという石鹸もあり、センス溢れる遊び心が伺えます。また、商品の販促ツールのディレクションやデザインも、全てハナさんが行っているというから驚きです。

「写真撮影は、夫が映像関係の仕事をしているので、協力してもらっています」と語るハナさん。シャンプーは抜け毛が気になりはじめたご主人のために開発したのだとか。よきパートナーと巡り会い、ご自身の人生にも大きな変化があったのかもしれません。今後はソープディッシュやブラシなど、バス関連商品全般までラインナップを増やしていきたいと語ってくれました。







美しいオリジナル天然石鹸の数々





見た目だけではなく、肌に優しい素材を使っていることを伝えるイメージカット

革新を生み出すパイオニアに伴走する、ブランディング・パートナー

action seoul | イ・ジャンソプさん　Lee Jangsub　http://actionseoul.com/





リンゴは毎年収穫期に価格を決定し、在庫切れになるまで同じ価格で販売される。
農業従事者の不安定な収入改善と、その実情を伝える意味も兼ねているという

現在、Farmers Partyに参加する農家は3軒。
趣旨に賛同し、徹底した品質管理を守ることのできる農家だけが参加できる

日本ではローカルデザインという言葉が聞かれるようになって久しい昨今。農産品×デザインによる斬新な商品が次々に生まれていますが、安心安全な農産品への関心が日本同様に高い韓国の事例をリサーチしたところ、Farmers Partyというブランドを発見しました。通販サイトでは、特別栽培のリンゴや加工品、蜂蜜がインパクトのあるパッケージで販売されています。このブランドを手掛けたのが、ブランド・コンサルティングを専門とするデザイン事務所action seoul。

代表のイ・ジャンソプさんはソウル大学デザイン学部を卒業しているものの、デザイン会社への就職経験はなく、一風変わった経歴の持ち主。「大学在学中はさまざまな職業のインターンをしたり、1年間休学してカフェを運営したりしていました。卒業後はバルセロナへ3年間留学し、その間にオンラインショッピングモールを運営したところ、大当たりしました。すべてが初めての経験でしたが、当時の経営ノウハウやイメージ戦略が、いまの仕事にそのまま生かされています」と語るジャンソプさん。

大手企業の広告も手がける一方で、革新的と思える開拓者に出会うと、そのためにチームで最善を尽くすのがモットーだそう。「事務所を設立して間もない2010年のある日、知人を介して慶尚北道（キョンサンプクト）（朝鮮半島南東部にある行政区）の農家さんから、消費者に直接販売するリンゴのブランディングに関する相談がありました。その方の農業哲学やビジョンに胸を打たれ、パッケージデザインや販売戦略、イベントの企画運営などを現在も継続して行っているのがFarmers Partyというプロジェクトです」。今後も、そんなパイオニアとの出会いがあれば、業種を問わず伴走していきたいと熱く語る姿が印象的でした。



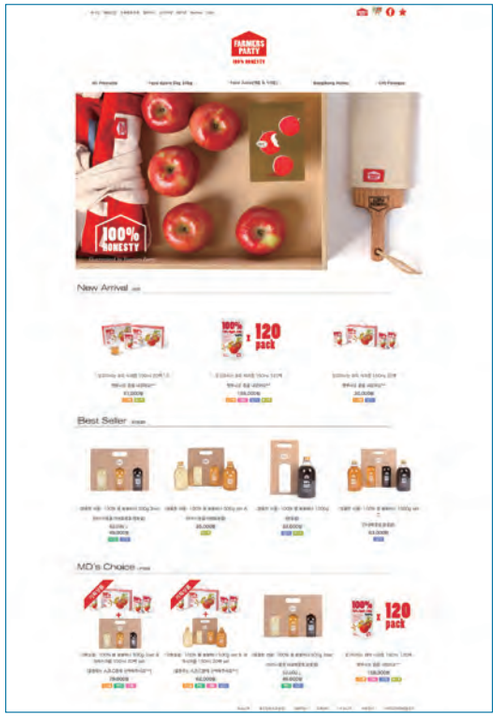
PRイベントとして、オリジナルリヤカーによるゲリラ販売を行ったときの様子



蜂蜜。左から、アカシア、野花草（百花蜜）、栗花



クライアントである農家さん（左）とジャンソプさん（右）



Farmers Partyのオンライン通販サイト
http://www.farmersparty.co.kr/





Farmers Partyの多様なPRツールと商品パッケージ

新たな価値を「本」で提案する、ブックショップ兼小規模出版社

THE BOOK SOCIETY | ク・ヘレンさん　Ku Helen
http://www.thebooksociety.org/



店内の様子



オランダで学んだデザイナーNa Kimによるショップロゴ

『Roma 1-272』(Roma Publications, mediabus)







公私のパートナーである編集者のイム・キョンヨンさんとキュレーターのク・ヘレンさんが2010年に設立した、ブックショップ THE BOOK SOCIETY。書店経営のほか、小規模出版社mediabusとして年に10冊程度の書籍を発行しています。また、アパレルブランドの店舗やアートセンター内のショップなどへのブック・セレクト、外部雑誌での企画編集やライティングも担っているほか、韓国で活躍するデザイナーを紹介する展覧会のキュレーションやトークイベントの企画運営も行っており、韓国のデザイナーはアーティストに近いと語ってくれました。2016年にはソウル市立美術館内に2号店をオープン。韓国のクリエイティブ最前線をさまざまな形で提案し続けています。

思考の断片（thought）に、有意の形（form）を与える

studio fnt | イ・ジェミンさん　Lee Jaemin
http://www.studiofnt.com/



大手化粧品ブランドのパッケージ



韓国国立劇場ポスター





イベントの企画運営にも参画しているという「Record & CD Fair in Seoul」のビジュアル展開

いま韓国で最も注目されるデザイナーの一人が、studio fnt設立者のイ・ジェミンさんです。web制作会社勤務を経て、2006年に独立。現在は全5人の小規模デザイン事務所ということもあり、クライアントはアート&カルチャー系が大半を占めているとのこと。とはいえ、大手化粧品メーカーや有名百貨店のデザイン物も手がけており、form & thought を表すスタジオ名の通り、理論に裏付けされたデザインが並びます。また、大の音楽好きが高じて、個人名義でさまざまなミュージシャンのアルバムジャケットも手掛けているとのこと。

街の変化を記録しアーカイブする、地域フリーペーパー

203×Design Studio | ジャン・ソンファンさん　Jung Sunghwan
Street-H: http://www.street-h.com/　PACTORY: http://pactory-h.com/



『Street-H』は、毎月3,000部発行しており創刊から90号を超える。Hは、「弘大、人、歴史」の英語頭文字Hを表している



PACTORYには年代物の貴重な製本機も



代表のジャン・ソンファンさん

ジャン・ソンファンさんが代表を務める203×Design Studioでは、事務所のある弘大（ホンデ）エリアの地域文化を紹介する月刊フリーペーパー『Street-H』を2009年から発行しています。ソウルの中でも特に変化の激しい街といわれる弘大のいまを、毎号さまざまな切り口で紹介しており、webサイトも展開。韓国のインフォグラフィックスの第一人者でもあるソンファンさんのディレクションのもと、弘大の人やカルチャーをグラフィカルに紹介するポスターも発表しています。また2016年には、活版印刷や製本の体験ができる工房PACTORYをオープン。デジタル時代に、あえてアナログの質感と手作業にこだわった印刷体験ができる貴重な施設です。

ソウルで日本に出会える!? カフェ

雨乃日珈琲店 | 清水博之さん　Shimizu Hiroyuki
http://amenohicoffee.com/



店内の椅子は全て日本の工芸品



清水さん執筆の韓国語エッセイ『韓国タワー探訪生活』（発行元：YOUR MIND）



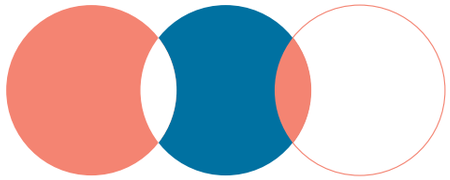


お店の看板やオリジナルマッチは、金沢出身の書家の奥様による作

アジア各国への旅を経て、2010年に清水博之さんが弘大の外れにオープンしたカフェ雨乃日珈琲店。2006年に語学留学で来た韓国で、もともと日本で出版社に勤務していたことから韓国情報誌『スッカラ』（2005年創刊、2015年休刊）に現地ライターとして携わるようになり、そのまま自力でお店もオープンしてしまったという異才。カフェでは、日韓のインディーズ・ミュージシャンのライブも開催。翻訳、ライター業も並行して行っており、2015年には韓国語によるエッセイを上梓しています。

韓国ソウル デザイン見聞録 Exploring Design in Seoul 2016/12/7-11

仙台↔ソウル 近似と差異



中小企業

似ているところ!?

・大手企業から独立し、自身が本質的にやりたいことを実現するために起業。
・地域の資産を掘り起こし、質の高い本物志向の商品づくりに挑んでいる。
・ブランディングの重要性を理解し、デザイナーと協働している。

違うところ!?

・起業家自身がクリエイティブ・ディレクターの手腕を発揮している。
・自分がコトを起こしていく、新たな価値を生み出してくことに意欲的。
・土地にしばられず、商品やサービスの中身で勝負している。
・規模の大小を問わず、時代の変化を敏感に感じ取り、型にはまらないビジネスを展開している。

クリエイター

似ているところ!?

・30代のデザイナーが活躍の主体。
・先進的クリエイターは、クライアントと直接仕事をしている。
・予算はあるがあまり自由がない仕事と、予算は少ないが面白い仕事を、バランスを考えて行っている。
・大学での非常勤講師を務めているクリエイターも多数。

違うところ!?

・韓国の印刷費は日本に比べ非常に安い＝さまざまな実験が可能。
・商業的デザインだけでなく、個人名義でアーティストとして作品発表を行う一面も。

見聞後記

2000年代以降、街のあちこちが再開発という名のもとに変化してきたソウル。街は政治と資本の力であっという間に変わってしまうものですが、そんな感傷とは裏腹に、今日もさまざまな想いを抱えた人たちが起業し、その想いを形にするクリエイターと出会っているのかもしれません。デザインやクリエイティブが、ビジネスの課題解決策の全てではありませんが、今回の視察を通し、想像し創造する人の力を改めて感じることができました。取材にご協力いただいた皆さま、ありがとうございました！

デザイン：合同会社スカイスター



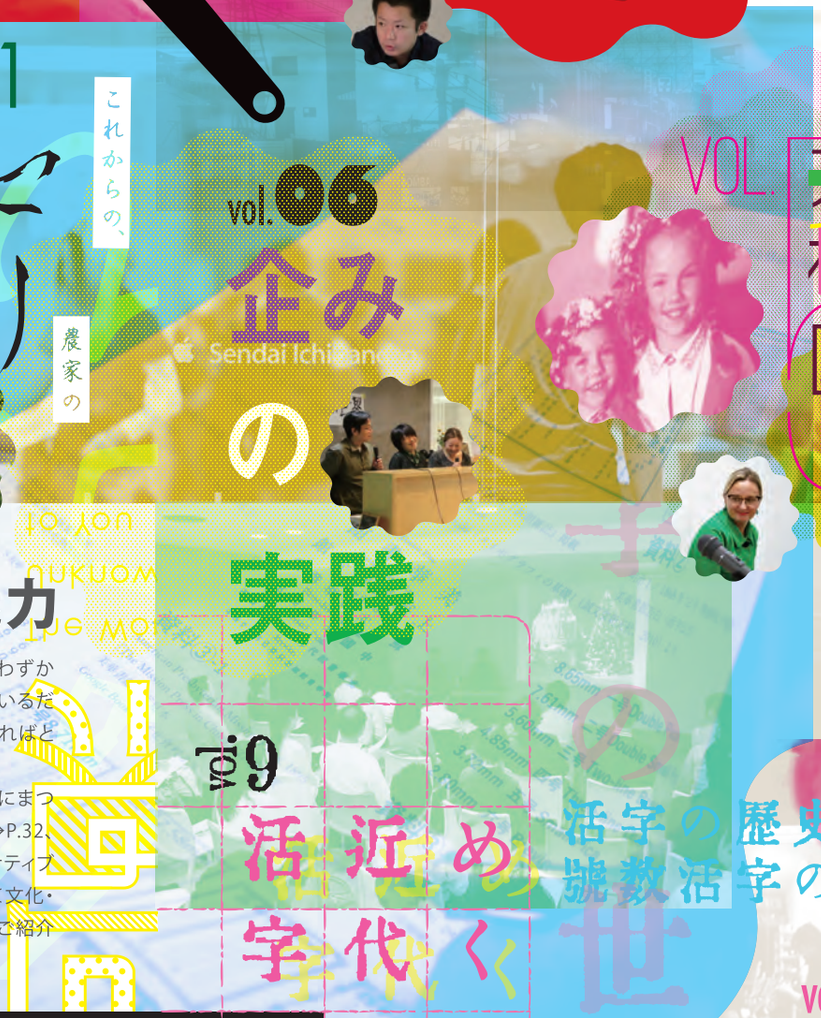








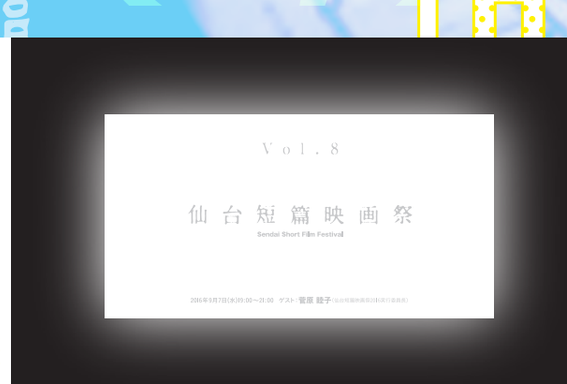
















〈仙台〉〈海外〉〈文化・歴史〉の知られざる魅力

とうほくあきんどでざいん塾では、2015年12月のvol.0（プレイベント）以降、2017年1月までの毎月、何か一つのことを深く掘り下げている方にご登壇いただき、その探求している世界について披露していただくイベント「あなたの知らない世界」を開催してきました。ここでいう世界とは、国に限らず、地域や文化、風習、技など、未知の物事が広がる場所を指します。
ゲストが語る世界に想像をめぐらせ、明日のクリエイティブの糧にしていただくとともに、テーマに関連するドリンクや軽食をつまみながら、交流によって新たな出来事が生まれることを願い、回を重ねてきました。また2015年12月に開通した仙台市地下鉄東西線により、仙台駅から卸町駅まで、わずか9分で結ばれました。卸町には卸売の企業が集積しているだけではない、多様な魅力があることを知っていただければという思いも込められています。
ここでは、全12回の「あなたの知らない世界」を、仙台にまつわる活動をしている方々のお話を聞いた＜仙台編＞→P.32、ある一つの国を取り上げた＜海外編＞→P.38、オルタナティブな活動や独自の研究成果などを発表していただいた＜文化・歴史編＞→P.41の3つの軸に分け、それぞれの世界をご紹介いたします。

仙台編

The World Unknown to You

P32→P37

VOL. 2
卸町 in Apple Store, Sendai Ichibancho
一番町で語る、卸町の魅力

2016年2月19日(金)20:30〜21:30
ゲスト
池田 修(協同組合仙台卸商センター)
山本 潤美(株式会社奥田金物本店)
榎本 幸弘(榎本デザイン事務所)

地下鉄東西線開通によってアクセスしやすくなった卸町について、3名のゲストにそれぞれの視点から語っていただきました。会場は、仙台一番町のアーケード内にあるApple Store, Sendai Ichibanchoです。

まず最初に協同組合仙台卸商センターの池田修さんが、1965年の組合設立の経緯や歴史、これまで行ってきた事業について時代ごとに説明。2015年に組合が50周年を迎え、次の50年に向けた「組合100年ビジョン」が策定されたことを踏まえ、「これからも、一社一社がいきいきと活動することが卸町の活性化につながり、TRUNKやあきんど塾によるクリエイティブな活動が活発に行われる街になっていけばいいと思います」と述べました。

続いて卸町の組合員企業である、株式会社奥田金物本店の山本潤美専務が登壇。フライパンをテーブルに並べ、「弊社は主にキッチン用品を扱っています。それらは『道具』。選び方、使い方、手入れの仕方を知っていただくことがとても重要です。フライパン一つとっても、鉄、アルミなど素材がいろいろありますし、その中で鉄といっても製法はさまざま。問屋、卸売業は商社なので、商品についてマニアックにならなければいけません」と、実際にお持ちいただいたフライパンを例に卸売業について解説していただきました。

3人目は榎本デザイン事務所の榎本幸弘さん。デザイナーから見た卸町の特徴や事務所を構えているTRUNKについてお話いただきました。「知れば知るほど魅力的な街。クリエイターと企業との協働で面白いものが生み出せるのではないかと、ワクワクします」とおっしゃいました。

最後は、あきんど塾のコーディネーターと本日の登壇者によるクロストークで〆。いつもの会場とは異なる場所で、卸町について知っていただく機会となりました。

◉参加者アンケートから

・奥田金物さんの商品解説に興味を持ちました。マニアックな部分が、これからは必要なのだと思いました。
・地下鉄の駅ができ、卸町を身近に感じています。バスの時間を気にすることがなくなったのは、とても大きな変化かと思います。



◉ゲスト略歴
山本 潤美 | やまもと・ますみ
1967年、仙台市生まれ。
株式会社奥田金物本店専務取締役。



◉ゲスト略歴
榎本 幸弘 | えのもと・ゆきひろ
P.58参照

仙台の穴 Vol.3

2016年3月1日(火)19:30〜21:00
ゲスト:**薄井 真矢**((公財)仙台市市民文化事業団 学芸員)
伊達 伸明(美術家)

鉱山名が語る地域史
仙台亜炭
再処分
山地名・人名いりみだれ
坑道内部も調査







足元に眠る穴を探して

仙台といえば近代的な街並みを思い浮かべる半面、古い建物や史跡の少ない街という印象があるのではないでしょうか。しかし、「穴」という切り口で仙台の街を見ると、時間の積層を確かに感じることができます。新しい観光スポットになるかもしれない、秘密の探険スポット「穴」について、ゲストのお二人にこっそり教えていただきました。

2012年よりアートによる地域資源再発掘企画として、「亜炭(あたん)香古学〜足元の仙台を掘りおこす」というプロジェクトをスタートさせた、薄井さんと伊達さん。昭和30年代まで仙台市内の主な生活燃料として使われていた亜炭は、青葉山や大年寺山といった、市民にとって身近な場所で採掘されていました。しかし、時代の流れの中で人々の記憶からそのことが消えつつあります。このような状況で、奇しくも青葉山の亜炭層を掘り抜いた地下鉄東西線工事と期を同じくして、一昔前の仙台の暮らしを再発見しようと始まったのが「亜炭香古学」です。

亜炭を調査する中で、お二人はたくさんの穴に出会ってきました。見つけた穴は、亜炭の採掘穴に限らず、戦時中に使われていた防空壕や軍の施設、地下壕や火薬庫だったと思われるものも。「時代ごとに転用されてきた、一つ一つの穴の面白さを感じ取ってほしい」と薄井さんは言いました。

会場では、実際にこれまでお二人が出会ってきた穴の写真を投影し、解説をしていただきました。広瀬川付近のものから、仙台市野草園の炭鉱跡など、場所、大きさはさまざまです。最近では、八木山橋の崖に開口部を見ることができるようになったという情報も。「普段の暮らしの中では、地下に開いている空間を想像するきっかけがなかなかないけれど、このようなもうひとつの世界があるというイメージを持ってもらえれば」との伊達さんの言葉で、この回は幕を下ろしました。

参加者アンケートから

○近所の熊野堂横穴群にさっそく行ってみます。
○目に見えない、あるかどうか分からないフィクションのような別の世界が、地図であったり実際の足どりを通して徐々に現実のものになっていくような感覚がして、とても面白いと思いました。



◉フード 「穴」にちなんだ、ちくわ、ベンネ、イカフライ、うまい棒



◉ゲスト略歴
薄井 真矢 | うすい・まや
1974年、仙台市生まれ。
(公財)仙台市市民文化事業団事業課学芸員。現代美術の展覧会や教育普及プログラムに携わる。

伊達 伸明 | だて・のぶあき
1964年生まれ。美術家。取り壊される建物の一部を用いてウクレレを制作し、肌感覚から建物を保存しようとする「建築物ウクレレ化保存計画」主宰。





私だけの仙台案内

進学、就職、転勤で仙台での新生活を始めた皆さんに向けて、一般的な観光情報には載っていない仙台の魅力を、お二人のゲストが多方面から紹介。いつもはトークの後に飲食、交流タイムを設けていますが、今回はまず飲食からスタート。ゲストの菊地さんが差し入れてくださった地酒を味わい、参加者同士の会話もはずんだところで、トーク開始です。

トップバッターは、仙台に住んで20年近くになるという佐藤ジュンコさん。歴史を感じさせる、味わい深いお店が好きだといい、「しみ度（しみったれ度）マップのしおり」としてプランをまとめてくださいました。

「普段は徒歩か自転車だけで移動していて、その範囲は仙台駅からせんだいメディアテークくらいまで。その中の好きなところをローテーションして暮らしています」と言い、「もしも友達や後輩が仙台に引っ越してきたらどこを案内するか」という視点による、一日がかりのツアー内容を説明。

午前7時、錦町公園での待ち合わせからスタートし、馴染みの書店や喫茶店、ボーリング場や映画館、寿司屋に居酒屋まで組み込まれた盛りだくさんの内容です。「これでだいたいいくらかかるか計算したら、1万5700円（笑）。しみったれ飲んでばっかりコースでした」（佐藤）。

一方、仙台の街中を探索するのがなりわいで日課になっているという菊地さんは、地下鉄途中下車の旅がテーマ。まずは南北線の南の終点、富沢駅から出発し、長町駅では長町商店街、河原町駅では広瀬川の緑地帯など、駅周辺の魅力あるスポットについて触れていきます。地下鉄東西線の荒井駅では、東日本大震災や地域の記憶を語り継いでいくための場所、せんだい3.11メモリアル交流館に注目。交流館には、佐藤さんによる仙台沿岸イラストマップも常設展示されています。

お二人がこれまで街を歩く中で得てきたとっておきの情報を教えていただけた、大満足の回となりました。



◉ゲスト略歴

菊地 弘志｜きくち・ひろし
仙台市生まれ、福島市などで育つ。
河北新報社記者。2013年から夕刊編集部記者。

—

佐藤 ジュンコ｜さとう・じゅんこ
1978年、福島生まれ、福島育ち、仙台暮らし。
イラストレーター。著書に「月刊佐藤純子」（ちくま文庫）、「佐藤ジュンコのひとり飯な日々」（ミシマ社）など。

◉参加者アンケートから

・仙台歴26年な私ですが、まだまだ知らない仙台が沢山あることに気つかされました。広い目をもたなきゃなと反省。

・まさに仙台に来たばかりの人間にとって、とても参考になるお話でした。これから散策するのが楽しみです。

Vol.8

仙台短篇映画祭

Sendai Short Film Festival

2016年9月7日(水)19:00～21:00　ゲスト：菅原 睦子（仙台短篇映画祭2016実行委員長）

市民主体の映画祭、その歴史

仙台には、さまざまな市民主導の文化イベントがあります。2016年で16回目を迎えた「仙台短篇映画祭」は、2001年からせんだいメディアテークを会場に、毎年秋に開催されてきました。

多くの映画ファンを魅了してきた本映画祭について、立ち上げ当時からスタッフとして関わってこられた菅原睦子さんにお話を伺いました。

そもそも映画祭の前身は、仙台市青年文化センター主催の映画上映事業「ユースシネマフォーラム」。1996年から2000年まで行われたこの上映会をきっかけに集まった、社会人や学生の有志らによって第一回の映画祭が開催されました。

それ以来、企画を考えるところから当日の運営まで、スタッフ全員がボランティアで映画祭をマネジメントしています。

2011年には東日本大震災により、会場となっていたせんだいメディアテークの被害が大きかったため、いったん開催が白紙に。

そのような中で、映画監督の富永昌敬さんの言がきっかけとなり、これまで映画祭に関わった監督たちに、映画制作をお願いした菅原さん。お金が払えない状況でしたが、3分11秒の映画を撮ってほしい、内容は問わないが、できれば多少「希望」を感じられる内容であるとうれしい、と監督たちに投げかけました。

結果的に、41人の監督がこれに応え、オムニバス映画『311 明日』が完成。仙台以外でも、恵比寿映像祭や高崎映画祭など、全国各地で上映されました。

インターネットもそれほど普及しておらず、ましてSNSなどもない、フィルム上映の時代から15年以上が経ち、技術的なことも含め、映画を取り囲む環境も、映画祭の立ち位置も変わってきました。

それでも、映画祭は「こういうもの」と限定せずに、その年その年のスタッフがいいと思うものをつくりあげています。

「将来大物になるかもしれない若手監督を見つける喜びもありますし、チラシのスチール写真1枚でピンと来たら見に行く、そういう楽しみ方もあると思います」と菅原さん。

今後の仙台短篇映画祭にも要注目です。



◉参加者アンケートから

・震災などの終わりのないものと関わりがあるアートの働きについて興味があり参加しました。

・仙台にこのような活動が、しかも16年も続いていたとは知らなかったので、東北を代表して頑張ってほしく思います。

—

◉ゲスト略歴

菅原 睦子｜すがわら・むつこ
岩手県出身。仙台短篇映画祭2016実行委員長。「幕の人」という名目で上映企画を行いながら、イラストや絵画作品の発表も継続して行っている。

チラシデザインは2014年からあきんど塾の松井コーディネーターが担当





◉フード 映画鑑賞のお供といえば！のピザ

vol.11

2016年12月21日（水）19:00－21:00
ゲスト：**三浦 隆弘**（セリ農家）







◉ゲスト略歴　三浦 隆弘｜みうら・たかひろ
1979年、宮城県名取市生まれ。
セリ、ミョウガタケなど在来野菜を作る農家の7代目。食と農のつながりづくりに取り組む。

市場外流通に可能性を見出して

仙台の秋冬を代表する鍋としてすっかり定着した感のある「セリ鍋」。県外から来た方には郷土料理と思われがちですが、これほどの人気が出たのは震災後ということをご存知でしょうか。今回は、その火付け役ともなった名取市下余田地区の在来野菜農家・三浦隆弘さんをゲストに招き、「セリ」と農業のこれからについてお話いただきました。

20歳のころから農業を中心とする多様な活動を行いながら、地元の伝統特産野菜や地域在来野菜をつくり続けている三浦さん。収穫した野菜は農場での直販と、関係性を築いている飲食店のみに販売しています。肉や魚、果物と違い、野菜は収穫してから台所に届くまでの時間をいかに短くするかが勝負。この回のフードで提供したセリも、当日の午前中に収穫したばかりのものです。



「この味と食感を覚えて、普段買っているセリを同じレシピで調理していただければ、違いが実感できます。それ以上の説得力はないのでは」と笑いながらも、農業を通じて自身が地域に対してどのように振る舞うかという真摯な姿勢がうかがえます。「もともと環境NPOやボランティアなど、さまざまな活動をしてきましたが、その中で学んだことは、問題を見つけた人が当事者になって、巻き込んで巻き込まれて、ポジティブな解決をしていくしかない、ということ。グローバル化が進む中でやれることは、農家自身が旗を振ってローカルはいいものだと言い、地元に来ないとうまいものが食べられないぞというムーブメントや雰囲気をつくることしかない。それは市場外流通じゃないとできないんです。それがいまの農業になかなかない。販売会や催事のスキルを上げても、売っているものそのものがよくないと駄目じゃないかと思います」と三浦さんは言います。

◉フード
・セリのマリネ バゲットのせ
・セリスープ

その三浦さんが約10年前に、農薬や化学肥料を使わずに育てた仙台セリを丸ごと味わうための食べ方として普及させたのがセリ鍋です。セリの根を食べるというのは一般的なことではありませんでしたが、三浦さんには根こそが美味しいという確信がありました。そうして、当初は小規模な個人経営の飲食店でのみ出してきたセリ鍋が、口コミで現在の規模まで広がったのです。「馴染みのある野菜の、新しい食べ方の提案です。初夏の時期に収穫するミョウガタケも古くからのレシピが残っていないので、食べ方の提案もあわせてしています」（三浦さん）。

重要なことは、「仙台の美味しいセリを仙台で食べる」というところ。セリを栽培するのに向いていない場所で、セリをつくる必要はないのです。山形在来作物研究会によれば、在来作物の定義は「ある地域で、世代を越えて、栽培者によって種苗の保存が続けられ、特定の用途に供されてきた作物」とのこと。「その土地固有、代替え不可能な資源をこの時代のやり方で保存しつなげていくことで、食文化を掘り下げ、結果的に食産業が地域内で循環して活性化する仕組みをつくりたい。それを楽しくやる大人がいることで一次産業の求心力が生まれてくるはずです。いま流行りのインバウンドも、このように醸した結果として成り立つもの。単年度でインバウンドはできないですよ。腰を据えて、十年二十年、地域の人が身銭を切ってやらないと。遠くから来てくれた人に向けて、この土地の魅力を語るモチベーションがある人がいることが一番大事ですから」と語ってくれました。

これからの、農家のあり方



◉参加者アンケートから

○"この地に暮らす理由"や"アイデンティティー"、お話を聞いていて、郷土芸能や祭りを思い出しました。友人たちが「セリしゃぶを食べたいから、冬に仙台に行く用事をつくる」と言いだしていますが、そんな人たちを少しずつどんどん増やしていきたいと思います！
○大切に育てられたセリのお話を伺った後には、よりおいしく感じました。ごちそうさまでした。

海外編 p38→p40

カタール VOL.1

カタールと経済・貿易・成長

2016年1月20日(水)19:30〜21:00
ゲスト：**松浦 崇久**(カタールフレンド基金 アドバイザー)
竹川 隆司(一般社団法人IMPACT Foundation Japan エグゼクティブ・ディレクター)
佐々木 大(一般社団法人IMPACT Foundation Japan 教育ディレクター)



カタールフレンド基金の支援の下、2016年1月に卸町にオープンした起業支援センター「INTILAQ(インティラック)」の開業にあわせ、カタールに駐在経験のあるゲストとINTILAQを運営するインパクトジャパンの皆さまを招き、その文化や社会状況について伺いました。

「サウジアラビアに接し、アラビア半島東部のカタール半島の多くを領土とするカタールの人口は約226万人(2014年11月現在)、そのうちの9割が外国人です。カタールでは、外国人による労働力が経済の基盤となっています。



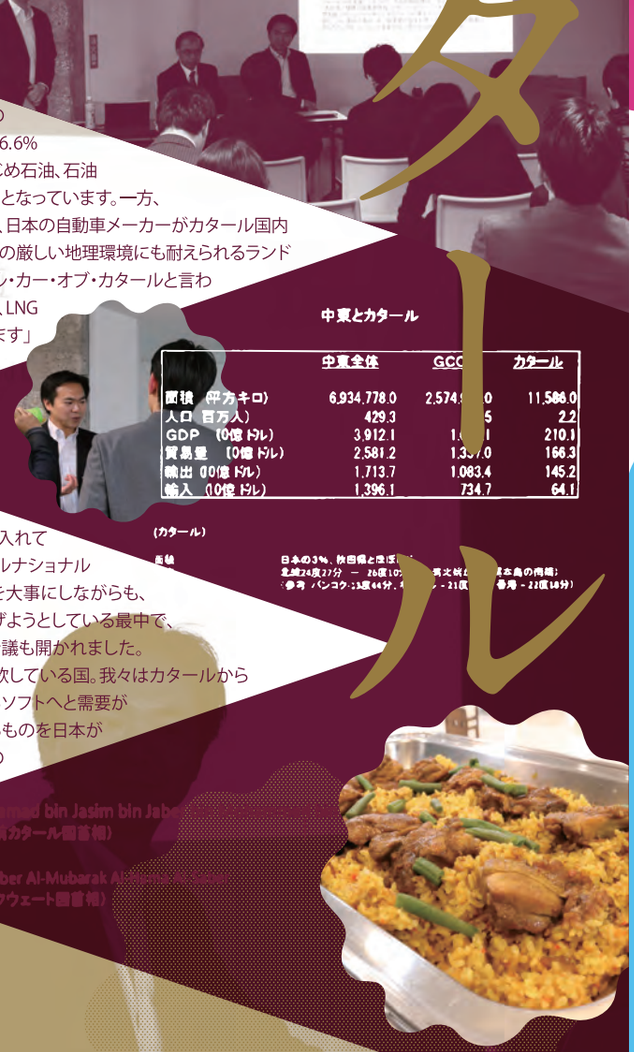
カタールと日本の関係を見てみると貿易がメイン。カタールの輸出先の81.2%がアジアですが、その中で日本は26.6%を占めており、LNG(液化天然ガス)をはじめ石油、石油化学製品を多く輸出する貿易最大相手国となっています。一方、日本からの輸入品目は自動車が最も多く、日本の自動車メーカーがカタール国内の6割のシェアを占めています。特に中東の厳しい地理環境にも耐えられるランドクルーザーが愛されており、ザ・ナショナル・カー・オブ・カタールと言われるほど。さらに、カタールの最重要産業、LNGプラントの多くは日系企業が建設しています」

現在カタールでは教育部門やエネルギー部門、中でも海水から飲料水をつくる造水、ファイナンス、交通(鉄道)、食料、医療など、全面的にインフラ整備に力を入れており、2008年には長期国家計画「カタールナショナルビジョン2030」を発表。これまでの伝統を大事にしながらも、近代国家としての持続可能な成長を遂げようとしている最中で、日本の技術とのマッチングを検討する会議も開かれました。

「カタールは多方面でさまざまなことを欲している国。我々はカタールからエネルギーを買っていますが、ハードからソフトへと需要が移っていく中で、彼らが本当に欲しているものを日本がいかに協力し、提供するかが、これからの課題です」との松浦さんの言葉でこの回は終了しました。

中東とカタール

	中東全体	GCC	カタール
面積 (平方キロ)	6,934,778.0	2,574,952.0	11,586.0
人口 (百万人)	429.3	51.5	2.2
GDP (0億ドル)	3,912.1	1,035.1	210.1
貿易量 (0億ドル)	2,581.2	1,337.0	166.3
輸出 (0億ドル)	1,713.7	1,083.4	145.2
輸入 (0億ドル)	1,396.1	734.7	64.1



◉フード
中東のスパイシーな炊きこみご飯、マクブース

◉参加者アンケートから
・カタールのイメージがなかったので、少しずつ姿が見えてきてとても面白かったです。
・カタールのみならず中東全体への理解と興味が深まりました。

◉ゲスト略歴
松浦 崇久｜まつうら・たかひさ
1950年生まれ、愛媛県宇和島市出身。野村證券、みずほ証券、スバークス・グループにて勤務。
2012年より2014年まで、ドーハにてカタール政府食料自給プログラム作成に参加。



ラトビア共和国レポート

VOL.2

◉参加者アンケートから
ラトビアと日本の共通点、いろいろと意外でうれしく感じました。
民謡のテーマや音色にも通じるものを感じました。
祭りの合唱の一体感がすごいです！

2016年6月9日(木)19:00〜21:00
ゲスト：ダナ・ルダカ(駐日ラトビア共和国大使館 次席大使)
ドンネレ・アリーセ(東北大学博士課程在籍)







北欧の伝統に触れる

日本から約8000km離れている北ヨーロッパの国、ラトビア共和国(以下、ラトビア)。日本に居住する方は200人に満たず、宮城県にはアリーセさんの家族、3人しか住んでいないといいます。日本国内からラトビアへの直行便は飛んでおらず、トランジットしないとたどり着けません。

ラトビアは1991年に独立をするまで、常に他国家支配下に置かれていましたが、それでも自分たちの文化を大切に受け継いできました。ゲストの方が例として挙げてくださったのは、民族衣装とその飾り。全て手づくりの民族衣装は、地域ごとに特色のある装飾と色づかいが施されています。

この国で暮らす人々にとって大事な行事に、夏至祭とクリスマスがあります。夏至祭はリーゴ・ヤーニと呼ばれ、毎年6月23日(首都のリガでは22日)に行われます。この夜は老若男女、皆が一晩中ダンスや歌に興じ、女性は花かんむりをかぶります。ほかにも焚き火越えにより、身を清める神事も。また、リガはクリスマスツリー誕生の地ともいわれており、毎年12月には多くの観光客がクリスマスマーケットを訪れます。こちらはキリスト教伝来以前のアニミズムが色濃く残るお祭りなのだとか。

ラトビアと日本の共通点に関しては、琴によく似たクアクレという楽器があることや、蕎麦を食べる(ラトビアでは実を食べる)ことなどを教えていただきました。

そしてもう一つ、大事な伝統文化にダイナと呼ばれる民謡があります。ラトビアには200万曲ほどのダイナがあり、これまで代々歌い継がれてきました。合唱が生活に根付いているラトビアでは、あらゆる年代の人が歌に親しみ、合唱団は数知れず。トークの最後には、ゲストのお二人にラトビア民謡を披露していただき、その美しい歌声に会場中が耳をすませました。



◉フード
マッシュポテト、アリーセさんのレシピによるチキンのマリネ、ラトビアからダナさんが取り寄せてくれた黒パン



◉ゲスト略歴

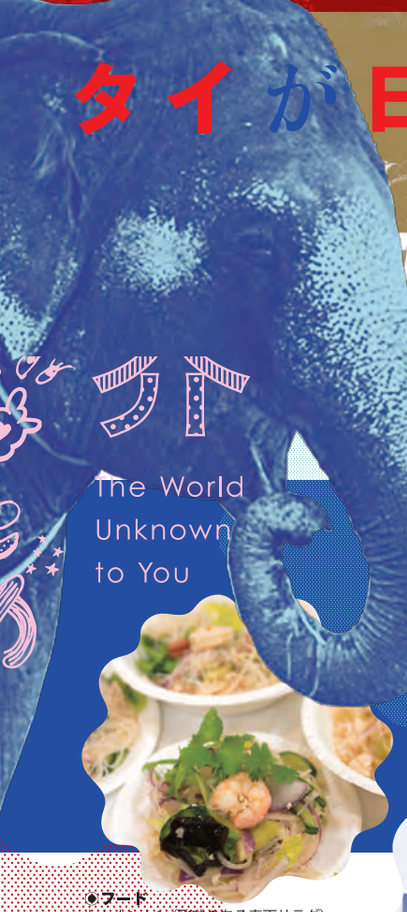
ダナ・ルダカ
1975年、ラトビア、ヴァルミエラ生まれ。
現在、駐日ラトビア共和国大使館次席大使。

ドンネレ・アリーセ
1986年、ラトビア、リガ生まれ。現在仙台暮らし。2015年、東北大学宗教学研究科修士課程を卒業、博士課程入学。

VOL. 10

タイ王国

2016年11月18日(金) 19:00〜21:00
ゲスト：**青木 アタヤ**（仙台タイ語サービス代表、国際文化博士）





◉フード
ヤムウンセン（酸味のある春雨サラダ）

タイが日本に注目する理由

東南アジアの国、タイ王国（以下、タイ）をテーマに、
地理的特徴や食文化がタイ国民の生き方にどのような影響を及ぼしているのか、
日本と比較しながら紹介いただきました。
「訪日タイ人観光客は年々その数を伸ばしており、2015年は前年比21.2%増の79万6700人を記録。
このような現状においてタイを知ることは日本のビジネスマンにとって有意なこと」、
そのようにゲストの青木アタヤさんは言います。
それでは何故タイ人の観光客が増えたのでしょうか。
それは、ビザの緩和や国内経済の成長、LCCの普及、消費税免税制度の拡充、
SNSでの口コミなど、複合的な理由によるものです。
タイでは日本の漫画やアニメーションなど、
ポップカルチャーの人気が高く、また四季のない国ということもあり、
日本の雪景色や春の桜、秋の紅葉など、季節を感じる風光明媚なスポットが評判とのこと。
日本を訪れるタイ人はリピーターも多く、「日本」は魅力的なブランドとして見られているそうです。
逆に、2015年にタイを訪れた日本人は約138万人、国籍別では3位となっています。
仙台市とタイとの関わりとしては、「仙台ータイ経済交流サポートデスク」事業を
行っていることが挙げられます。
タイ・バンコク都に事業窓口を設置し、タイへの製品・技術などの販路開拓を希望する
仙台市内の企業などからの個別相談に乗りながら、
それぞれのニーズに合わせた支援を行い、
タイへの販路開拓を促進する仙台市経済局の事業です。
また2016年には、タイの大手テレビ局が日本の
東北地方を舞台にしたドラマを制作し、
仙台市もロケ地の一つとして登場しました。
2017年に日タイ修好130周年を迎えるいま、
タイをより身近に感じられる
一夜となりました。





◉ゲスト略歴
青木 アタヤ｜あおき･あたや
タイ王国バンコク生まれ。
東北福祉大学、宮城学院女子大学兼任講師。
2007年〜2015年、仙台市経済局国際経済観光部嘱託職員。
2015年、仙台タイ語サービスを立ち上げる。



◉参加者アンケートから
タイの**方**は、**思**っていた**以上**に**日本**の**文化**などを**好**いていてくれるんだ、
と**思**って、うれしくなりました。
タイのゆったりした**雰囲気**や**人々**の
にこやかな**人柄**がとても**好**きです。またいつか**タイ**に行きたいと**思**います。

文化・歴史編
p41 ＞ p45

VOL. 07

韓国と美術

2016年7月28日(木) 19:00〜21:00
ゲスト：**細谷 修平**（美術・メディア研究者、映像作家）

民衆として、表現をすること



◉フード
プルコギ、マッコリ

◉参加者アンケートから
民衆美術を**入口**に、**韓国**の**近代史**〜**現代史**への**興味**が沸いてきました。
つらい事、状況の中、目にする**1枚**の絵の**力**はどれ**程**のものだったか…。
「**自らの手で**」という**思考**、**行動**は、**積み重**なって、**普通**の事として
人々を**勇気付け**、**非人道的**なものを**封じる術**になると**信**じたい。



「民衆の鼓動 韓国美術のリアリズム 1945-2005」
新潟県立万代美術館、韓国国立現代美術館、2007

まずは第二次世界大戦後の韓国現代史について見ていきます。1961年に朴正熙（パク・チョンヒ）が軍事クーデターによって政権を取り、経済政策に力を入れ、韓国は急成長を遂げていきますが、その裏で労働者たちは酷使され続けました。72年には戒厳令を敷き、維新体制と呼ばれた独裁状態へ。79年10月には朴正熙が暗殺されますが、朴の右腕であった全斗煥（チョン・ドゥファン）が同年12月にクーデターを起こし、翌1980年5月17日、全国に非常戒厳令拡大措置。それに対し、翌18日に光州市で学生が蜂起（ほうき）、抵抗運動をはじめます。このような政治状況の渦中で、民衆の立場から社会を見つめ、現実を批判的に乗り越えようとした表現運動が民衆美術です。デモで大きな絵を掲げたり、労働者とともに民家や工場の壁に絵を描いたり、権力側に押収されないよう、丸めて持ち運びが可能な紙で版画を制作するなどの活動を展開していきました。

民衆美術を担った代表的な作家には、金鳳駿（キム・ボンジュン）や洪成潭（ホン・ソンダム）がいます。金鳳駿は工場や労働組合の現場で絵画制作を行い、生身の人間を愛情をもって描きました。洪成潭は先に挙げた光州民主抗争の重要な場面を描いた版画作品などを制作。また社会に向き合う学びの場を形成するなどの活動も行いました。

ゲストの細谷さんは、「民衆美術の作品は、根本的な人間の生の喜びや悲しみといった情動を突きつけてきます。また複製メディアである版画は、重要な情報網でもありました。このような主体性の回復を行った運動から学ぶことは多くあると思います」と語りました。自分たちでメディアをつくり、自分たちで発信すること、その意味と強さをひしひしと感じる時間でした。



◉ゲスト略歴　**細谷 修平**｜ほそや･しゅうへい
1983年生まれ。美術・メディア研究者、映像作家。東北芸術工科大学映像学科・研究補助員。
一般社団法人NOOK理事。主に1960年代の韓国と政治、メディアを研究テーマとする。



チェ・ギュワク著、加藤直樹・訳『クァンジュ・ストーリー 沸点、ソウルオンザ・ストーリー』ころから、2016

vol.06

企みの実践

2016年6月27日(月)
19:00〜21:00

ゲスト：**工藤 夏海**
澁谷 浩次
（ともに音楽グループyumbo、喫茶ホルン店主）



◉参加者アンケートから

- 常識を揺るがすグレイトなインパクトでした!!
- どんな方々か知らず、喫茶ホルンのカレーが好きだったので来ました。思っていた以上にずっと面白い方々でした（静かな人かと）

2つの来し方行く末

90年代から仙台をベースにさまざまな活動を続けてこられた音楽グループyumboのお二人を招き、それぞれの＜企みの実践＞について、じっくりお話を伺いました。



◉ゲスト略歴

澁谷 浩次｜しぶや・こうじ
1970年、北海道生まれ。1998年にyumbo結成、以後4枚のアルバムを発表。最新作は『鬼火』（2016年）。2011年より喫茶ホルン経営。

当日はまずご飯タイムからスタート。と、みんなでご飯を食べている間に、澁谷さん司会による「AKINDO RADIO」が始まり、澁谷さん選曲の音楽を聞きながら、あきんど塾の長内コーディネーターとインタビュー形式でやり取りが。参加者がフードを食べ終わった頃、工藤さんによる似顔絵が描かれたお面をつけた澁谷さん、工藤さん、長内によるトーク本編がスタート。「企て」をテーマに、これまでの来し方を振り返っていきました。

進学のため南三陸から仙台に出てきた工藤さん。デパートのイベントホールで行われていたブラザーズ・クエイ（映像作家。主にストップモーション・アニメーションの分野で活動し、その独特で完成度の高い作品世界にはカルト的なファンが多い）のアニメーションを見て、上映環境も作品の内容もこれまで体験したことのないものだったので、衝撃を受けたといいます。それから自主上映会に頻繁に足を運ぶようになり、その中で現在 book cafe火星の庭を営む、前野久美子さんと出会い、94年からフリーペーパー『TEM』を発行。また「壁画計画」と称して、絵を描かせてもらえる壁を募集し、実際に壁画を制作する活動や個展を開催。97年には人形劇団ポンコレラも結成します。

一方澁谷さんは、夜中に公園などに集まって即興演奏をする「日々之泡」を96年に立ち上げます。これは、チラシをまいて参加者を集め、誰が来て、どんな即興演奏をしてもいいというもの。会場では、96年冬に仙台市内の音楽スタジオで演奏した際の映像が上映されました。その後、即興演奏に特化したバンドとしてyumboを結成し、98年3月に最初のライブを行います。それからマンスリーギグとして月例でのライブを開催し、やがて澁谷さんのつくった楽曲を演奏するバンドへと展開、現在に至ります。

「場」をつくること、人と共有すること

何故、イベントを行ったり、活動を行うのでしょう。その動機と面白さについて壇上の三人が語り合った様子を、座談会形式で振り返ります。



◉ゲスト略歴

工藤 夏海｜くどう・なつみ
1970年、宮城県生まれ。1989年から仙台市在住。1997年人形劇団ポンコレラ結成。yumboの管楽器担当。2011年より喫茶ホルン経営。

工藤：今回、こういう機会をいただいて、どうしてイベントをやったりするんだろうと考えたんです。自分でつくった作品は見てほしいけれど、どうぞ見てくださいというタイプではないし、そもそも誰かに頼まれたものでもないし。でも考えてみると、規模が小さいイベントにお客さんとして参加して、そこで衝撃を受けた経験が自分にとって大事なものになっていることに気づきました。そういう「場」で起こる出来事に対して、興味があるのかなと思います。

澁谷：だから、お金がかかっていて、スケジュールがちゃんと管理されているような、大きなロックフェスティバルとかは苦手なんです。もちろんそういった仕事も尊いけれど、自分たちが面白いと思う場所はまた違っていて。喫茶ホルンも、喫茶店をやりたいと長年思っていたわけではなくて、いろいろと重なって店を始めることになったのですが、小さいけれど自分たちの場所ができたことで、アイデアを実現する早さが出てきたと思います。最近では「ドキドキQ&A」という、ゲストの素性を明かさないで告知して、一問一答形式でやり取りをして、その人がどういう人か徐々に見えてくるというイベントをやっています。

長内：イベントを行ったり何かをつくったりしたときは、誰かに知ってほしい、伝えたいという気持ちが大きいんですか？

工藤：自分の表現ではなく、企画に徹するときはそうですね。以前長内さんは、イベントを行うのは自分とは違う考えを知る場所を設けたいからだと言っていましたね。閃いたり、思いついたりすることは誰でもあると思いますが、それを形にしたいと思うんです。得意だからやってるわけではないし、それを実際にやってみてどうなるかはわからないことが多いですが（笑）。



◉フード
工藤さんが貧しかった学生時代にイベントでつくっていたサンマサンド（サンマの缶詰と千切りキャベツをパンの耳にはさんだサンドイッチ）と澁谷さんの好物・ゆで卵

vol.9

活字の歴史、號数活字の謎

2016年10月8日(土)14:00〜16:00
ゲスト：内田 明(19世紀日本語印刷文字史研究者)

學生時代、友人に「文庫本って出版社で文字の形が違うよね」と言われたことがきっかけで、書体やフォントに興味を持ったという内田さん。「その後、<味岡かな>というかなだけのフォントシリーズを知ったのですが、これが衝撃的でした。かなと漢字で、異なる書体を組み合わせた組版が新鮮に見えたんです。それでかなだけだったら自分でも作字できるのではと思い、ワープロで自分専用の文字をつくったりしていました」。

内田さんはその後、小宮山博史氏(活字書体史研究・書体デザイン)や府川充男氏(印刷史研究者、タイポグラファー)らが行っていた、既存の印刷書体史を更新する研究を知り、刺激を受け、自身でも日本語の近代活字書体について調べはじめたと言います。

「国立国会図書館近代デジタルライブラリー*」なら、インターネット上で公開されている明治期の印刷物を見ているうちに、誰も氣づいていなかったような資料が出てきて、深みにはまってしまい(笑)、産業史としての活字の歴史を掘り下げていきました。例えば日本で最初の活字も日本製ではなく、聖書の翻譯本出版のために上海の美華書館がつくったものを輸入したのだそうです。このように、歴史の見方が変わることが面白いんです」。

そんな内田さんが今回のテーマとしたのは「號数活字」。昭和50年代までのおよそ100年間、日本の活版印刷で使用されていた金屬活字は、サイズ(號数)がシステマティックにつくられていました。しかし研究と実測を重ねていくうちに、明治期の活字サイズは全て統一されているわけではないことに氣づき、活字の製造所が自社の活字を普及させるため、イギリスやアメリカなど、異なる会社の活字を参考にしたのではないか、という假説にたどり着きました。日本独自の漢字かな混じりの活字も、西洋の文字サイズを踏襲していることが分かったのでした。

* 明治・大正・昭和前期の資料を公開しているアーカイブ。2016年5月末に終了し、現在は国立国会図書館デジタルコレクションに統合。



フード：東中田のドーナツ店 Cafe mijineco のドーナツに「活」「字」の旗を立てて提供



ゲスト略歴
内田 明 | うちだ・あきら
1966年生まれ。
19世紀日本語印刷文字史の日曜研究者。
1985-1989年および1996年以降現在まで仙台在住。

このページで使用しているフォントは、内田さんが制作したフリーフォント、Oradano明朝フォント／Oradano明朝GSRRフォントを使用しています。
http://www.asahi-net.or.jp/~sd5a-ucd/freefonts/Oradano-Mincho/

◉参加者アンケートから

・このような産業史の研究があるとは知りませんでした。楽しかったです。
・フォントに最近興味があり、参加させていただきましたが、歴史について知れて、とても良かったです。

フォントが收録している漢字の關係で、一部が當字体での表記となっています

vol.12

御銅師の世界

おんあかがねし

2017年1月28日(土)14:00〜16:00 ゲスト：田中 善(御銅師、株式会社タゼン取締役副社長)



◉ゲスト略歴　田中 善 | たなか・ぜん
株式会社タゼン取締役副社長。
2016年で創業420年を数える、「田善(現：株式会社タゼン)」の十九代目。

◉フード
大手町の和菓子店 森の香本舗の饅頭、どら焼、豆菓子

◉参加者アンケートから

御銅師という**コト**を初めて知りました。
銅の魅力を知ることができて、面白かったです。
銅は半永久素材。
タゼンさんが長く続いているのも、銅のつながる力だったのかなと思いました。

銅暮らしの仙台

御銅師のしごと

「御銅師(おんあかがねし)」とは、神社に収められている銅鏡のように、祈りを捧げるもの、御奉(おんたてまつ)る意味での「御銅」を制作する職人を意味します。「御神体がなぜ銅なのか、それは生活に深く根ざしているからではないでしょうか。銅は熱やエネルギー、情報を伝える、人類最古の金属。御銅師は唯一無二の御銅の品で、人々の想いを形にしてきました」と田中さんは説明します。

タゼンの創業は慶長元(1596)年。伊達政宗が仙台藩を整備するにあたり、大坂の田中に住んでいた銅職人善蔵を招き、出身地の「田中」を姓として与え、仙台柳町(現在の一番町一丁目)に移り住んだのが始まりです。以来「田善」=タゼンは寺社装飾の他、昭和の頃には銅製風呂釜の販売など、時代に合わせたものづくりで、のれんと「善」の名を守り続けてきました。

タゼンの十九代目である田中さんと銅との出会いは15歳の時。「人間の本質的な生き方」を考え高校を中退、自ら銅工の道へと進みました。23歳の時に柳町の本社ビル1階に工房を構え、さまざまな方の思いを銅を用いて形にしてきました。

銅製品の制作は、全て一枚の銅板から始まります。ひたすら叩き、熱を加えた後に急冷、柔らかくなったところをまた叩く作業をひたすら繰り返すこの工程を、銅師は「絞る」と呼びます。非常に根気のいる作業ですが、銅ならではの発色やその風合いには他に替えがたい魅力があります。

世界一の銅職人と、優れた経営者の両立が夢だと語る田中さんは、次の世代へ事業を引き継ぐことが最も重要な使命だと言います。「好きな言葉『真善美』を哲学に、これからも銅を打っていきたい」と述べ、トークを締めました。

その後、和菓子とお茶を楽しみながらの交流会を経て、卸町のタゼンの社屋内にある工房を参加者全員で見学。昭和50(1975)年に田中さんの祖父の代が奉献し、現在修復作業中の瑞鳳殿の香炉を見せていただく貴重な機会となりました。



2017年1月から修復作業中の瑞鳳殿の香炉(部分)

若手クリエイターたちの思考が磨かれた9カ月間、その全貌

蛇足の会

「蛇足の会」は、とうほくあきんどでざいん塾が主催する、仙台市域で活動する若手クリエイターたちの思考を磨く、放課後の部活動的プロジェクト。2016年6月から2017年2月までの約9カ月間にわたり、日常の仕事ではなかなか実現することのできない密やかな想像をカタチにすべく、各自が調査・研究・制作を重ねてきました。ここでは、そのスタートから最終発表までの様子をご紹介します。

デザイン：髙野明子　加賀谷明寛　　最終発表会記録撮影：佐藤紘一郎

大久保雅基 ― おおくぼ・もとき

1988年、仙台市出身。洗足学園音楽大学 音楽・音響デザインコース卒業。情報科学芸術大学院大学［IAMAS］メディア表現研究科 修士課程修了。電子音響音楽の作曲家。名古屋芸術大学、愛知淑徳大学非常勤講師。CCMC2010にてACSM116賞を受賞。Musica Viva Festivalの“Sound Walk”(2010) “Close, Closer”(2013)、ISEA2015に入選。



ゴッティー

山形市生まれ。ドのつくほどの自然豊かな田舎で幼少期を過ごす。地元の大学を卒業後、なぜか縁もゆかりもない仙台へ赴き、かれこれ10年が過ぎる。現在は、グラフィックデザイナーとして勤務し、平面にとらわれないひらめきのデザインと、実験性にみちた、おもしろおかしなデザインを模索中。



門傳一彦 ― もんでん・かずひこ



1982年、神奈川県生まれ。九州芸術工科大学音響設計学科を中退、ドイツ遊学を経て2008年より仙台在住。フリーランスの映像クリエイター・フォトグラファー。TRUNKレジデンス会員。企業やプロジェクトなどのプロモーション映像制作を中心に、撮影・編集・音楽制作までを一貫して行っている。仕組みを知ることやものづくりへの興味が強く、市民工房（FabLab）のスタッフとしてプロダクト開発も行った。

鹿志村匠 ― かしむら・たくみ



建築設計ひとすじ20年。1972年、仙台市（旧宮城町）生まれ。マンション開発系、公共建築系、商業施設系事務所を経て、現在は木造の共同住宅・店舗・住宅などを手掛ける設計事務所を開設。業務外の工務店選びコンペもたまにお手伝い中。休日平日のメリハリがない。

庄司 ― しょうじ

「旅行×ICT」システム開発会社デザイナー（UI/UX/DTP）。仙台市出身・在住。歴史研究、博物館事務、入国管理局、職業訓練等、もろもろを経て現職。歴史専攻からベンチャーへ流れ着き、ICT特化の旅行会社で働くデザイナーとして「旅」と「デザイン」のそもそも、そして「未来」について考える拠りどころとしての「来歴」が気になっている今日この頃。



蛇足の会 発足意図

- インディペンデントに活躍できる人を仙台に増やしたい！
- 新しい視点やものの見方を伝えることができる人を増やしたい！
- ざらつきのある発言・表現ができる人を増やしたい！
- 日々の仕事に埋没せず、常にチャレンジする気持ちを持つ人を増やしたい！

企画運営：とうほくあきんどでざいん塾　マネージャー：高橋 創一

佐藤陽友 ― さとう・ようすけ

1993年、仙台市生まれ。東京で1人暮らしをしている学生時に地元仙台の魅力に気づき、大好きな地元宮城で活動することを決意する。まだ知らない宮城の面白いところを求め自分探しならぬ地元探しの旅に奔走中。また、宮城マスター検定の資格を取得するため日々勉強中。近いうちにどこかで宮城の「面白い」を形にする予定。



やなぎやりさ

行政職員／建築・デザイン教育に関するNPO所属。1985年、仙台市若林区生まれ。学生時代に都市計画道路予定地を活用した畑「まちなか農園」に関わったことをきっかけにその土地の住民となり、現在は町内会役員として地域をバックアップしている。2012年度に「まちなか農園藤坂ー4年間の活動記録」、2015年度には「片平地区防災行動マップ」を製作。本業では東日本大震災後、震災メモリアル事業に関わる。趣味はサーフィン。



© 佐藤ジュンコ

くろさわ

宮城県の地域ISPに勤務しているワーキングマザー。会社での主な業務は、webのシステム開発・サイト制作全般。企画／デザイン／プログラミング／コーディングなど幅広く担当しており、ざっくりした情報から形にすることを得意としている。好きな食べものはパン。朝食に食パンを一斤食べてしまったことがあったとかなかったとか。



髙野明子 ― たかの・あきこ



1987年、仙台市生まれ。愛称はルーシー。宮城県宮城野高校美術科、東北芸術工科大学卒。在学中にスウェーデン王立美術工芸大学konstfack留学。学芸員免許を取得後、せんだいメディアテークで学芸員アシスタント、東京の制作会社で展覧会やメディアの企画・制作などを経て、2016年から、デザインと企画 WALTZ by Lucyとして活動を始める。生活の中でデザインやアートに触れた時に、ワルツを踊りたくなるような瞬間を生み出すことを目指している。THE6ファシリテーター。株式会社モーフィング東北支部。

菅井牧子 ― すがい・まきこ



行政職員。1987年、茨城生まれ茨城育ち。大学入学を機に仙台へ。仙台と京都で建築学生生活を送った後、仙台を楽しいまちにする仕事がしたいと思い、2012年に市役所入庁。東西線関連の部署を経て、現在若林区役所勤務。絵を描くのが好きで、現在知人と仙台をイラストで紹介する本をつくろうと奮闘中。好きな人、もの、ことを書いたフリーペーパーをつくっている。

加賀谷明寛 ― かがや・あきひろ

1990年、仙台市生まれ。青森市育ち。宇都宮文星芸術大学デザイン専攻卒業。同大学大学院中退。大学院在学中は産学連携プロジェクトに複数参加。企業の商品ブランディングから、日光市のキャンドルイベント、鹿沼市広告看板など、栃木県で働く方々と共に活動を行う。現在、仙台のシェア型複合施設THE6の企画・運営に携わりながら、個人では「モノだけでなく人との繋がりも生み出すこと」を目標にデザインの仕事に取り組んでいる。



嵯峨倫寛 ― さが・みちひろ

1980年、宮城県石巻市生まれ。写真家／フォトグラファー。東北学院大学工学部機械工学科卒。浪人中に写真を始め、大学卒業後に（株）491アヴァンにカメラマンとして入社。その後、2013年よりフリーランス。現在は広告分野をはじめ、幅広く活動。また、作品制作も精力的に行っており定期的に個展・グループ展なども開催している。TRUNKレジデンス会員。写真の魅力は「想像の幅」があること。被写体から、それ以上のものを伝えるのが、私にとっての写真である。



第1期

2016年6ー8月

発足後初めての活動として、仙台市内にある変わらないでほしいと思うデザインを写真などで蒐集し、勝手に褒め讃える「仙台永久不滅デザイン探訪」を行いました。くじ引きで3人ずつのチームを組み、あきんど塾コーディネーターと共に仙台市内にある商店街などをリサーチ。チームごとに独自の視点で観察した結果をZINE(ジン)*にまとめ、それを第1期の発表としました。

*ZINE：自主的に制作される出版物。

フィールドワーク

6月25日(土)

dadada 仙台永久不滅デザイン探訪

注目したポイント

今回は街の中の建築ではなく、タイポグラフィ、ロゴ、書き文字、イラストなど、平面的なデザインを取り上げることに。蛇足の会のミーティングで確認しあったのは、「見せ方、切り取り方が大事」だということ。現場でどのように記録を取り、まとめるか、あらかじめチーム内で話し合ったうえで調査に臨みました。また、「永久不滅デザイン」というテーマのもとで、なぜこれを取り上げたのか、その理由を明確にするようにとのあきんど塾コーディネーターからのアドバイスも。



仙台駅に集合して、探訪スタート！

チームA　宮町商店街



くろさわ、佐藤陽友、門傳一彦

チームB　国分町一帯



鹿志村匠、庄司、やなぎやりさ

チームC　サンモール商店街(壱弐参横丁、文化横丁含む)



嵯峨倫寛、菅井牧子、髙野明子

チームD　荒町商店街、連坊小路(むにゃむにゃ通り)



大久保雅基、加賀谷明寛、ゴッティー

8月26日(金)

do 第1期発表会

「仙台永久不滅デザイン探訪」フィールドワークの成果をチームごとに工夫をこらした発表とZINEにまとめ、参加者同士、意見交換を行いました。

チームA　『Jibaphy(ジバフィー)／地縛霊タイポグラフィ』

壁や看板などにうっすらと残っている、役目を終えて上書きされてもなお消えきらなかった「不滅」を感じる文字群を「地縛霊タイポグラフィ＝Jibaphy」と命名。フィールドワークで訪れた宮町地区の「Jibaphy」たちを、画像処理により復元(浄化)し、紹介しました。またZINEをつくるにあたり、消えかかった文字を表現するためにスタンプを自作。染みのようになる透明インクを活用して表紙を仕上げました。

Jibaphy-地縛霊タイポグラフィ　http://jibaphy.tumblr.com/



チームB　『深煎 -FUKAIRI-』

国分町一帯をフィールドワークし、そこで見えたことをwebデザイナー、若手町内会員、建築家、それぞれの視点でまとめたZINEを制作しました。webデザイナー的考察では、「蛇足」は一見無駄だけど必要なことをやっているのでは、という考えから、すべて手描きで構成。若手町内会員的考察は、バーや銭湯、石蔵といった場所の「デザインへの姿勢」に注目し、写真、イラスト、文章で記事をまとめました。建築家的考察では、家紋などの時代とデザインの関係を取り上げました。



チームC　『カレーショップ酒井や』

店内外の個性的な手書きPOPに圧倒されたことをきっかけに、文化横丁内のカレー店・酒井やに焦点を絞り、ZINEを制作。店主へのインタビューを通し、自分でPOPをつくる必然性が見えてきたチームCのメンバーは、「自前の設備で自分でつくった更新されていくもの」に永久不滅デザインを見出しました。ZINEの表紙はカレー粉を使った手刷りに挑戦するなど、酒井やの雰囲気を体験してもらおうと印刷、加工にもこだわりました。



チームD　『タイトル』

荒町商店街と連坊小路で見つけた「朽ちていくデザイン」と「アウトサイダーデザイン」に注目したチームDは、自然の風化によって変容したものと、素人と思われる人がつくったデザインの二つを軸にZINEをつくりました。駐車場の養生テープで貼られた看板をイメージしたファイルの中には、『アウトなZIN』『アウトサイダーデザイナーをなぞる』『あらまち♪むにゃむにゃ便り』、三冊のZINEが封入されています。



塾　あきんど塾から

こちらの企画意図とはウラハラに、各チームとも独創的考察でビックリ!!

第2期

2016年9ー11月

第3期の発表に向けた企画出しと講評を繰り返した第2期。一人一人のアイデアに対して応答を重ね、テーマを絞り込んでいく時間となりました。

みんなで芋煮会



芋煮に関するフリーペーパーを制作したことのある菅井さんがリーダーとなり、10月22日(土)、広瀬川河川敷にて芋煮とバーベキューを行いました。役割分担をして、交流を深めながら美味しい芋煮に舌鼓を打ちました。



菅井さん制作の芋煮フリーペーパー



部室づくり

TRUNK内の一室を、蛇足の会の活動拠点「部室」として整備。建築設計を普段のなりわいとしている鹿志村さんを中心に、それぞれが意見を出しあって利用しやすい空間をつくっていきました。



11月25日(金)

da 第2期発表会

2回目の発表会は、最終発表会に向けた各自の途中経過のプレゼンテーションを行いました。現時点のアイデアを実現すべく意見交換の場となりました。

発表内容の例

・門傳さんはミーティングで話題となった「プロとアマチュアの違いについて考える」クリエイター討論会を行い、普段の生活の中でもこういった話題を気軽に話せるようになることが重要だとまとめました。

・大久保さんは、クリスマスイブに一番町アーケードにて演奏を行う際のパフォーマーを募集。

・嵯峨さんは、旅に関する冊子を制作するにあたり、原稿作成協力の呼びかけをしました。



くろさわさんはお子さんを連れてきて、駄菓子服をプレゼン！



菅井さんは伊達政宗の甲冑をモチーフにしたニット帽を制作



防護服に使われるタイベック®でバッグをつくったゴッティーさん

塾 あきんど塾から

最終発表に向け、まだまだ越えねばならない山多し!!

第3期

2016年12月ー2017年2月

いよいよ、これまでの活動の集大成となる、最終発表会を開催！ 蛇足の会メンバーたちはお互いに協力しながら、展示方法や発表内容について、検討と準備を重ねていきました。

2月25日(土)

蛇足の会 最終発表会

メンバーによる作品展示やオリジナルプロダクト販売、等身大すごろくなど多様な形態での発表に対して、ゲストによる講評が行われました。発表者によるプレゼンやゲストとの応答によって作品の狙いがより立体的になり、来場者とのやり取りも頻繁に見られました。

日　時：2017年2月25日(土) 13:00-18:00
会　場：卸町コミュニティプラザ「ほるせ」1F
ゲスト：伊藤ガビン(編集者)　岸野雄一(スタディスト)





定禅寺通りのカフェ、喫茶ホルンが出張販売を行いました



展示準備に奔走！

講師紹介

伊藤ガビン｜いとう・がびん



編集者。雑誌『ログイン』の編集を経て、ポストーク株式会社を設立。ゲーム「パラッパラッパー」などのシナリオのほか、書籍やwebサイトの企画制作に数多く携わる。デザインユニットNNNNYのメンバーでもあり、読み物サイト「モダンファート」の編集ディレクションや、マンガ読み物サイト「マンバ通信」編集長を務めている。2014年には、とうほくあきんどでざいん塾の「NNNNYのひとこと多いフリーマーケット・ワークショップ」に講師として参加。

岸野雄一｜きしの・ゆういち



音楽家／俳優／著述家等、多岐に渡る活動を包括する名称として"スタディスト"を名乗り、ポピュラーミュージック全般と映像に携わり活動を続け、常に革新的な『場』を模索。東京藝術大学大学院映像研究科や美学校にて教鞭を執る。2015年、「正しい数の数え方」で第19回文化庁メディア芸術祭エンターテインメント部門の大賞を受賞。2017年、さっぽろ雪まつり×札幌国際芸術祭2017「トット商店街」に芸術監督として参加。

＼ 前夜祭！TRUNK7周年記念！／

岸野雄一とみんなのレコード鑑賞会

蛇足の会最終発表会の前夜祭と、TRUNKの7周年を記念して、ラジオのディスクジョッキー形式で、世界中のユニークな音楽を紹介するレコード鑑賞会が開催されました。来場者が持参したレコードをかけて、それについて岸野さんがコメントをするコーナーも。



撮影：門傳 一彦

日　時：2017年2月24日(金) 20:00-22:00
会　場：TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING
ゲスト：岸野雄一(スタディスト)
参加費：無料



大久保雅基 さん

もろびとつどいて

2016年12月24日、仙台の商店街で26分ほどかけて演奏したクリスマスソングの解説と上演時の映像を展示。人工知能を用いて生成された「クリスマスっぽい」メロディと、公共の場でも演奏可能にするための指示によって成立する音楽を作曲した大久保さん。現代音楽があまりに複雑化したことと、演奏者の表現の自由が奪われていること、この２つの問題意識から出発し、いくつかのフレーム（条件）を設定して作品にまとめました。

伊藤ガビンさん 講評

正直なところ、いいのか悪いのかよく分からない（笑）。こういうコンセプトの作品は、なんでもそれなりに成功するので。超大成功の確固たるイメージが決められるとよいのではないかと思いました。

岸野雄一さん 講評

ヘッドホンをつけてメトロノームの指示を聞いて演奏するということですが、街中で上演するならば、そういったものから解放されたほうがいいと思いますね。アウトプットの方法を検討すると次の段階に進めるのかなと思いました。



パフォーマンス時の様子

蛇足の会を振り返って

街の中で演奏することは前々からやってみたかったことなので、今回こういう形で挑戦でき、蛇足の会のメンバーも演奏に参加してくれてうれしかったです。今後は演奏者も満足感を感じるような作品をつくりたいです。



加賀谷明寛 さん

東北六県すごろく

東北六県のご当地情報を、等身大のすごろくで遊びながら知ってもらおうという企画。すべて段ボールで制作され、マスの内容は「平泉が世界遺産に認定、2マス進む」など、各県のご当地ネタが題材になっており、サイコロを振って止まったパネルの内容を司会者が読み上げる仕組みになっています。司会は佐藤陽友さんが協力し、東北をイメージした書割りはイラストレーターのにがおえりんご（伊藤小百合）さんが手がけました。

伊藤ガビンさん 講評

汎用性のある方向に進めることもできますが、このゲームは司会者の力が大きいから、マスの内容によって効果音を流し、道具や衣装に凝るなど、自分たちのパフォーマンスとして練り上げていくような方向もあると思いました。

岸野雄一さん 講評

マスに内容が書いてあるほうが、サイコロを振るときの狙いも定めやすいし、見る人もハラハラしながら楽しめると思います。マスに内容を描くときにも、りんごちゃんにイラストで描いてもらうといいのではないでしょうか。



蛇足の会を振り返って

仕事ではパソコンを道具にしていますが、今回は完全にアナログ、手作業で制作をして、達成感を感じました。蛇足の会だからこそできた企画だったと思います。これからも、全身を使ったものづくりを行っていきたいです。



鹿志村匠 さん　　冬だけど…冬だから？

ダテバイクと地下鉄東西線で輪行ツーリング

仙台市で展開されているコミュニティサイクルDATE BIKE（ダテバイク）に注目した鹿志村さん。仙台市地下鉄は輪行*が可能なので、東西線を利用して、青葉城周辺から荒井駅までのルートを設定。地元の人でないと行けない、裏道・より道・まわり道を巡ります。その一部始終を解説したパネルと車載カメラで撮影した映像をあわせて展示しました。

* 輪行：自転車を分解して、専用の袋に入れ、公共交通機関を利用して運ぶこと。

伊藤ガビンさん 講評

輪行ができると気づいたこと自体に価値があるので、観光客向けのものなど、目的別にいくつかルートがあるといいのかなと思いました。そこに楽しみ方の提案も兼ねた解説が付くといいですね。

岸野雄一さん 講評

ルートの全体図が分かるポスターを一枚大きく掲示するなど、解説の見せ方を工夫してみては。自転車ルートを開拓するのは街を生かす方法でもあるので、行政の観光セクションにも働きかけやすい試みだと思いますよ。



蛇足の会を振り返って

蛇足の会では、自分が考えないようなことを周りの人たちが考えていることが面白かったです。今日の講評を受けて、輪行マップをwebにアップすることなども視野に入れ、継続して調査、活動をしていきたいです。



くろさわ さん

デザインい

身の回りにあるなんでもないものも、見方をちょっと変えてみたら、なんだか異世界にきたような不思議な気持ちになるかもしれない。そんな、「異」を感じるような作品をテーマに、駄菓子でつくった洋服「へんしん駄菓子」と、漫画で使われる符号を可視化させた「漫符・フォトプロップス」を制作。前者はマネキンに着せて展示し、後者は来場者がフォトプロップスを使った様子を撮影できるようパネルを設置しました。

*タイトルの「デザインい」は、2011年から本放送を開始した、映像と音楽でデザインの面白さを伝えるNHK教育テレビジョンの番組「デザインあ」へのオマージュ。

伊藤ガビンさん 講評

どっちも僕は好きですね。いつ、どういうところで、どんなふうに遊んでもらいたいかを決めると、さらに発展できると思います。デザインの種の部分はできているので、どう落とし込んでいくか考えていただければ。

岸野雄一さん 講評

飴玉でネックレスをつくったり、もっと駄菓子のバリエーションがあるといいかなと思いました。漫符は猫耳をつけるカチューシャのようなものに刺さっていると、常にその感情のニュアンスが分かるのではないでしょうか。



蛇足の会を振り返って

思い描いていたことを形にして理解してもらうことが、こんなに難しいことだとは思いませんでした。私は負けず嫌いなので（笑）、周りの人たちに刺激を受けながら、自分のアイデアを実現させようと頑張って取り組みました。



ゴッティー さん

Tyvek®プロダクト－記憶からの創出

福島第一原発事故で作業員が着ていた防護服からTyvek(タイベック)®という素材を知ったゴッティーさんは、そのタイベック®というマテリアルの魅力を伝えるべく、ものづくりを行うことに。素材の特性を生かしたプロダクトをつくり、タイベック®にひっかけた「田井部(たいべ)」という架空の店舗をイメージして、ロゴやサイン、ツール一式をデザイン。和紙のような質感を生かし、どういうものがつくれるのか探りながら制作を進めてきました。

伊藤ガビンさん 講評

僕もタイベック®を使ったことがありますが、耐久性が問題になるので、価格設定が重要ですね。デザインで大事なことは、素材の力をおもいっきり使うこと。タイベック®でしかありえない商品が一個あると、それが軸になると思います。

岸野雄一さん 講評

屋外のポスターに使われている素材であれば雨に強いと分かりますよね。そのように、タイベック®自体への馴染みが薄いので、どういうシーンでの使いみちがあるのかを強調して、プレゼンを行うといいのではないかと思いました。



蛇足の会を振り返って

もっとみんなと話し合い、議論をして、いっそ対立する人が出てくるくらいの(笑)ことをやってみたかったですね。意見を戦わせて、お互いの持っている考えを明らかにする機会をつくることをしてみたいです。



嵯峨 倫寛 さん

ぼくらが旅に出る理由

～蛇足的旅のススメ・私的史的詩的観光ガイド～

嵯峨さんは蛇足の会のメンバーと話す中で、旅の意味について考えるようになりました。そこで今回は、自分の好きな場所、お気に入りの場所を私的な目線で語ってもらい、その内容をまとめ本として出版し、旅の内容をパネルで展示しました。ブースの入り口では嵯峨さん自身の印象に残る旅の映像を上映。登山時に使っているバックパック(約20kg)を背負い、その重みを体験できるコーナーも。

伊藤ガビンさん 講評

本にまとめてあるのはいいですね。ただ、基本的にこういう文集はだいたいなんでも面白いので、話の掘り起こし方やまとめ方になんらかの括りを設けるなどの工夫があると、広く読まれるきっかけにもなると思います。

岸野雄一さん 講評

本を読んで、誰でも面白い逸話を持っていると思いましたし、そういう話を引っ張り出すこと自体が楽しいですよね。トラウマになっていた場所を再訪する話があったけれど、そういうテーマに特化して編集してもいいのではないでしょうか。



蛇足の会を振り返って

蛇足の会では、人と何かをやることは楽しいなと感じる瞬間が多くありました。最終発表の内容も人の話をまとめたものですが、第1期でつくったZINEもチームだから出来たものだったと思います。いい経験になりました。



佐藤 陽友 さん

ローカルCM勝手に作りました

宮城で生まれ育った佐藤さんは、国指定史跡の「遠見塚古墳(とおみづかこふん)」、全国でも珍しい干支の十二支に応じた守り本尊「仙台十二支守り本尊」、標高3mの日本一低い山「日和山」という、地元の人もあまり取り上げないスポットのCMを3本つくりました。ローカルCMとは、特定エリアでのみ流れるCMのこと。日和山はドキュメンタリーテイスト、それ以外の2本は昔つくられていまも使いまわされているCMを研究し制作。懐かしさを感じるブラウン管のテレビで再生しました。

伊藤ガビンさん 講評

日和山のほうはCMだと分かりにくいので、ドキュメンタリーっぽく、もっとやってみるといいと思います。あとは最近出来たばかりの商業施設を、昔からのローカルCMテイストでつくるという方法もありますね。

岸野雄一さん 講評

日和山についてはCMにこだわることなく、登山に挑むまでの過程を事細かにまとめてみるといいのでは？ローカルCMの特性をよく調べてあると思うので、質感にもっとこだわるとさらによくなると思いました。



ローカルCM「日和山」

蛇足の会を振り返って

参加したときは何かやれることがあるはずだと思っているただのフリーターでしたが、クリエイターの人と関わることで影響を受け、自分が面白いと思えることをこうやって形にすることができたので、達成感を感じています。



庄司 さん

旅って何だろう？小図鑑

自身の仕事との関連もあって、人にとって旅とは何か、旅はどのように形づくられてきたのか、といった旅にまつわる歴史的な背景が気になり、それをテーマとした庄司さん。いつもwebデザインの仕事をしているので、手を動かすことをしたいと思い、時代ごとの旅の定義や文学者による旅にまつわる言葉などを調査し、それをイラスト付きの小図鑑にまとめました。また郷土玩具をモチーフにした小物を制作し、展示販売を行いました。

伊藤ガビンさん 講評

盛り込みましたね(笑)。内容がさみしいときには盛り込みたくなると思うけれど、核になる部分の強度を上げてさみしくならないようにするのが正しいと思います。展示の内容自体は面白いので、軸となっている意図が伝わるといいのではないでしょうか。

岸野雄一さん 講評

旅に関するとっかかりとしては、非常にいいと思います。あとは、郷土玩具だけでも研究書があるくらいなので、いまのおもちゃに反映させるとしたらどうなるかなど、どこにポイントを絞って深めていくかが大事ですね。



蛇足の会を振り返って

仕事以外で何かしらやってみたいと思ってこの蛇足の会に参加しました。今回、自分が気になっていたことを調べて、まとめて、発表するという経験ができ、この先自分が何かをやっていくときのヒントになったと思います。



菅井 牧子 さん

甲冑ニット

2016年4月に「政宗が育んだ“伊達”な文化」が日本遺産*に認定されたことを受けて、菅井さんは“伊達な文化”とは何かという問いのもと、伊達家の甲冑をヒントにニット帽を制作。「実用性に優れている」「色へのこだわり」「神への敬意を忘れない」、以上の3点が伊達らしさのポイントだと導き出し、戦国武将たちがかぶっていた兜など、これまでのリサーチをまとめたイラストと実際に編んだニット帽を展示。セーターは鋭意製作中で、完成後披露する予定です。

*日本遺産：地域の活性化を目的に、日本文化・伝統を語るうえで欠かせないさまざまな文化財群を文化庁が認定するもの。

伊藤ガビンさん 講評

デザイン心があって、かわいくまとまっていて、プレゼン的にも楽しい感じですね。でも肝心のニット帽自体の形が分かりにくいので、詰め物をするなど、展示の際にはフォルムが分かるようにしたほうがいいですね。

岸野雄一 さん講評

（ニット帽を着帽し）かぶり心地いいですね。サイドの垂れているパーツが防寒にもなるし、蒸れない感じもあるし。フィット感もいいと思います。戦国時代の意匠を現代によみがえらせる面白いアプローチだと思いました。





蛇足の会を振り返って

普段会えない人と会えて、普段行かないような場所に行けて、刺激になりました。仕事の仕方や考え方で迷っている部分もあったので、改めて自分と向き合って何をしたいのか考える、いい機会になったと思います。



髙野 明子 さん

私が届ける物の価値
ー広瀬川にもいる無能の人

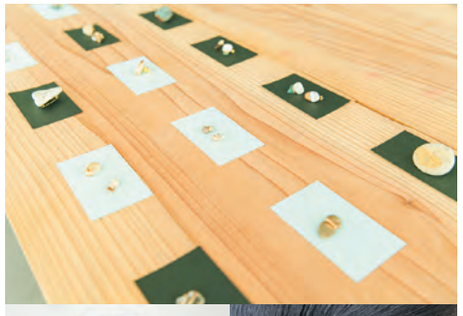
ある物体の価値を他人と交換するだけではなく、原始的、直感的に手のひらで「編集」し、新しい価値を生むことはできないだろうか。そう考えた髙野さんは、広瀬川の川原の石を選択し、編集＝金継ぎを施し、ピアスやブローチに仕上げました。石にどれだけの価値を見出だせるかという実験にもなっており、個々のプロダクトには名前も価格もつけず、欲しいと思った人に値段や商品名を尋ね、モノの価値について思考する場を提供しました。

伊藤ガビンさん 講評

タイトルもつけず、値段も明示しないで、いくらだと思うかお客さんに尋ねるというのはいいですね。テーブルやライトなどの演出も含めて、トータルで世界観をつくっていて、それが気持ちのいい空間になっています。

岸野雄一さん 講評

何かに見立てるのではなく、抽象度を高めて、その美しさを引き出そうとしているのが独自性になっていると感じました。どういう意識に基づいて制作しているのか、テーマを明示することが、販売するときのポイントにもなると思います。





蛇足の会を振り返って

日常の中で置き去りになっていた課題に取り組むことができてよかったです。今回の制作が完成ではなく、これから先のことを考えるきっかけにもなりました。販売の展開についても検討してみようと思っています。



門傳 一彦 さん

ベランダ天文台ノススメ

海辺や山で満天の星空が見えるのは知っていたけれど、街中にある自宅ベランダからでも意外と綺麗に星や星雲が撮影できる、と気づいた門傳さん。双眼鏡やスマートフォン、コンパクトカメラなどを活用し、気軽に星空を撮影できるノウハウをまとめました。どういった機材を使えばいいのかをイメージしやすいよう、実際の撮影に使用した機材一式も展示するなど、天体観測をより身近に感じてもらえるように工夫しました。

伊藤ガビンさん 講評

はまっていくと、ベランダとは関係ないものになっていく気もしますが（笑）、子どもが最初に興味を持つきっかけにもなると思いますので、このような情報にアクセスしやすいポイントをつくってもらえるといいと思います。

岸野雄一さん 講評

天体観測のように専門性の高いジャンルこそ、敷居を下げる工夫をしないと興味を持つ人が増えていかないですよね。敷居を下げ、裾野を広げる、この両方を意識して取り組んでいくと魅力を感じる人が増えていくと思いますよ。





蛇足の会を振り返って

仕事になる前の趣味を、お墨付きをもらってやれた感じです。チームで活動することも、個人で深めていくこともやれましたし、お互いの活動内容に興味を持ちながらコミュニケーションできたこともよかったです。



やなぎや りさ さん

荒浜写真×対話

仙台市若林区荒浜地区で写真を撮り続けてきた、佐藤豊さんの写真をきっかけに、来場者と撮影者である佐藤さん、やなぎやさんとの対話を通して、かつての街、これからの未来に思いを馳せることを目指した展示です。東日本大震災で被災した荒浜地区のこれまでの変遷を撮影し続けている佐藤さんの写真を、やなぎやさんが話を聞きながら整理。またツイッターでも写真が見られるようにアカウントを作成しました（http://twitter.com/arahama_photo/）。

伊藤ガビンさん 講評

被災地のプロジェクトはいろいろと見てきましたが、この展示はこのままでいいなという感じがしました。写真の未整理状態も、それがきっかけで会話になったりしますし。リアルに伝えることを続けていっていただけたらと思います。

岸野雄一さん 講評

アルバムに載っている佐藤さんのコメントも味があって面白いですね。ドキュメンタリー映画に挑戦するのはどうでしょう。現地で佐藤さんが喋っている映像の途中に、スチールを挟むこともできますしね。





蛇足の会を振り返って

蛇足の会に入って、個人として何を大切にしたいかを考えるきっかけになりました。活動の中で、どう人に伝えるかを考えるときに、フラットな目線でみなさんからコメントや反応をもらえてよかったです。

塾 あきんど塾から

当日まで展示の全貌が見えない不安がありましたが、皆さんやりきってくれました!!

とうほくあきんどでざいん塾

tohoku 'akindo' design

『とうほくあきんど でざいん 2017春』
協働クリエイター略歴



→ デザインマッチング事例紹介
新商品開発奮闘記

→ P. 4-17

→ **榎本幸弘** Enomoto Yukihiro | Designer

1978年、山形県生まれ。グラフィックデザイナー。創形美術学校卒業。株式会社小松写真印刷、株式会社ユニグラフィック勤務を経て、2012年に榎本デザイン事務所を開業。TRUNKレジデンス会員。日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）会員。グラフィックデザインを中心に「伝わる」デザインを心掛けている。

→ **橋本さと子** Hashimoto Satoko | Illustrator

仙台市生まれ、東北育ち。フリーランスのイラストレーター。会社勤めの後、デザイン系の専門学校に入学。在学中より似顔絵師、イラストレーターとして活動を開始。初めての仕事は、禅僧の墨蹟展で展示販売する画賛用の水墨画。水彩画や図鑑のような細密画、絵本のようなイラストと、動植物・人物画、ファミリーイメージが得意。意識しているのは手描きの線と画面作り。近年は地元の方々と一緒に創作民話作りの活動に携わっている。

→ **門傳一彦** Monden Kazuhiko | Photographer

P.46参照

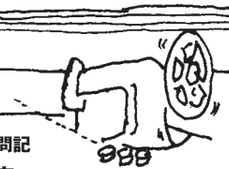


→ **表紙デザイン**
→ **韓国ソウル デザイン見聞録**

→ 表1-4／P. 1-3, 22-29, 60

→ **佐藤豊** Sato Yutaka | Designer

1990年、福島県相馬市生まれ。仙台高等専門学校情報デザイン科卒業。仙台のデザイン事務所を経て2014年より服部一成に師事。助手として働きながら個人での仕事や制作を同時に行う。グラフィックデザインの仕事では「いかに“いい塩梅”の答えを出すか」ということに重きを置いて取り組んでいる。好きな食べ物はあんこ。
http://yute-571.tumblr.com/



→ **とうほくあきんど訪問記**
菅井光男カバン店

→ P. 18-21

→ **嵯峨倫寛** Saga Michihiro | Photographer

P.47参照



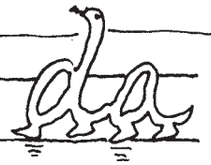
→ **あなたの知らない世界**

→ P. 30-45

→ **合同会社スカイスター**

伊藤典博 Ito Norihiro | Designer
安保満香 Anbo Michika | Designer

広告／ロゴ／イラストレーション／パッケージ／サインなど、ビジュアルコミュニケーションに関わるデザイン全般の企画・制作。TRUNKレジデンス会員。“きらめきと ひらめきを”をテーマにデザインに取り組んでいる。デザインを通して、みなさまがキラリと輝く瞬間をお手伝いしたいと考えている。



→ **蛇足の会**

→ P. 46-57

→ **加賀谷明寛** Kagaya Akihiro | Designer

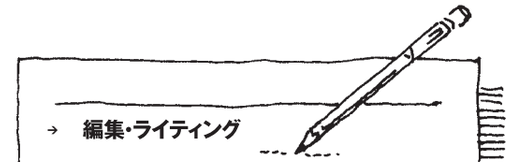
P.47参照

→ **髙野明子** Takano Akiko | Designer

P.47参照

→ **佐藤紘一郎** Sato Koichiro | Photographer

1985年、宮城県塩竈市生まれ。フォトグラファー。仙台のスタジオでのアシスタントを経て、2013年、フリーランスフォトグラファーとして独立。広告写真、映像撮影などのさまざまな撮影に携わりながら作品撮影にも取り組んでいる。特定のジャンル、分野に限定せず、どのような媒体であっても安心して仕事を任されるカメラマンを目指し、日々の仕事に取り組んでいる。
http://ksato5.wixsite.com/photo516/



→ **編集・ライティング**

→ **高橋創一** Takahashi Soichi | Editor, Writer

1986年、宮城県気仙沼市生まれ。編集、ライター、その他。2015年度とうほくあきんどでざいん塾アシスタントコーディネーター。仙台市内の文化施設や企業、NPO法人などの広報物、報告書や書籍の編集、構成を主に手掛けている。自主企画やサポートで音楽、映画、文学・出版関係のイベントに携わる。出版の意図を共有し、丁寧に話を聞きながら、内容と形態が共にみあっている書籍／冊子づくりを行うことが本懐。

とうほくあきんどでざいん塾

長内綾子 Osanai Ayako | Coordinator
1976年、北海道生まれ。武蔵野美術大学造形学部建築学科卒。在学中よりフリーランスのデザイナーとして企業の広告制作などに携わる一方で、2004年、Survivart（サバイバート）を設立し、展覧会や現代美術に関するトークを主宰。2011年11月、震災を機に仙台へ移住。とうほくあきんどでざいん塾には設立時よりコーディネーターとして携わっており、文化とビジネス両方の現場で企画設計、キュレーションなどを行っている。特技は韓国語。

佐々木美織 Sasaki Miori | Coordinator
仙台市生まれ。ビジネスディレクター／デザインコーディネーター。大手教育出版社のマーケティング部門を経験後、仙台へUターン。2008年より「office ayumitoiro」の屋号で活動。中小企業のブランド構築や新商品開発を多く手掛ける。価値の掘り起こしを基軸に、分野を横断した新しいモノやコトを興すことを得意とする。

松井健太郎 Matsui Kentaro | Coordinator
1980年、福島生まれ、仙台育ち。エディトリアルデザイナー。東北大学大学院工学研究科都市建築学修了。秋山伸主宰のschtüccoを経て仙台・卸町のシェアオフィス“TRUNK”アシスタント・マネジャーとなる。その後、フリーランスのデザイナーとして活動し、グラフィックデザイン事務所BLMUを立ち上げ、現在に至る。建築・プロダクト・グラフィックなど分野にとらわれない‘ものづくり’を中心に、地域とクリエイターを結ぶ活動も展開中。

深村千夏 Fukamura Chika | Assistant
1984年、宮城県石巻市生まれ。とうほくあきんどでざいん塾アシスタント。大学卒業後、大手エステサロンに勤め店長を経験するが、震災を機に退職。仙台に移住後、漂うようにさまざまなボランティア活動に従事。その果てに、とうほくあきんどでざいん塾に辿り着く。以降、事務局としてコーディネーターをサポートしつつ、TRUNKの受付業務を担う。個人としては、某復興住宅町内会役員として、ゼロからのコミュニティ形成に奮闘中。

● お仕事のご用命は、各クリエイターに直接ご連絡いただくか、あきんど塾までご相談ください。

お知らせ

『とうほく あきんど でざいん』協働クリエイター募集！

とうほくあきんどでざいん塾は、平成29（2017）年度にフリーマガジン『とうほく あきんど でざいん』を年３回発行予定です。その名の通り、「とうほく」「あきんど」「でざいん」に関するテーマを幅広く扱う予定となっており、記事の企画立案から入稿までの冊子制作に協働いただけるクリエイターを募集します。こんな記事をつくりたい、あんなデザインにチャレンジしたい、といったアイデアをお持ちの方は大歓迎！まずは説明会へのご参加を、心よりお待ちしております。

〈概要〉

・仙台市域在住のクリエイター* であれば、どなたでも応募可能（学生可）。ただし、TRUNKで隔週程度行われるミーティングに極力参加できる方に限ります。

・制作謝金あり（額面は作業内容により応相談）

* ライター、エディター、カメラマン、デザイナー、イラストレーターなど、冊子制作に必須の職種

応募に際し、説明会への参加が必須です。必ずご予約のうえ、ご参加ください。

〈応募締切〉

2017年4月21日（金）18:00

〈説明会〉

日時：2017年4月18日（火）19:00−20:30

会場：TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING
〒984-8651 仙台市若林区卸町2-15-2 卸町会館5F

内容：あきんど塾からの説明、質疑応答

予約：メールに、参加者の氏名・所属先・年齢・携帯電話番号・職種を明記のうえ、info@tohokuakindodesign.jp 宛に送信してください。

持ち物：返却不要の過去実績がわかるポートフォリオ（A4サイズ5枚程度）

〈応募からの流れ〉

4月18日：説明会参加［必須］
4月21日：応募用紙提出締切
4月24日：あきんど塾より結果のご連絡
4月27日：第一回編集会議
以降、ミーティング＆制作を経て納品へ
（夏号は7月中発行予定）
※7月、11月にも説明会を開催予定。
詳細はあきんど塾のwebサイトをご確認ください。

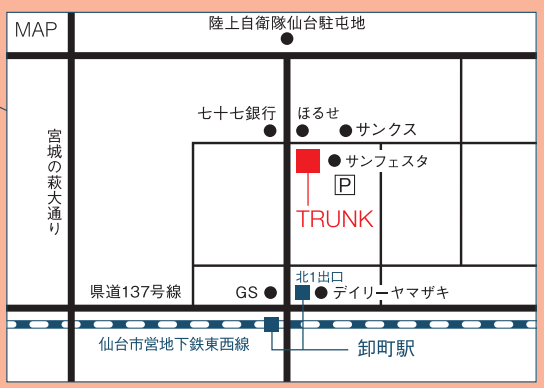
TRUNK内に開設予定の編集室イメージ図



編集室はこちら

TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING

〒984-8651 仙台市若林区卸町2-15-2 卸町会館5F
仙台市営地下鉄東西線「卸町駅」下車、北1出口より徒歩6分
お車の場合は、建物隣接のサンフェスタ駐車場をご利用ください
http://www.trunk-cos.com/



お問い合わせ
とうほくあきんどでざいん塾 事務局
［ 協同組合仙台卸商センター ］
〒984-8651 仙台市若林区卸町2-15-2 卸町会館5F TRUNK内
TEL: 022-235-2161（代表）／022-237-7232（直通）
FAX: 022-284-0864（代表）／022-385-7841（直通）
E-mail : info@tohokuakindodesign.jp　http://tohokuakindodesign.jp/