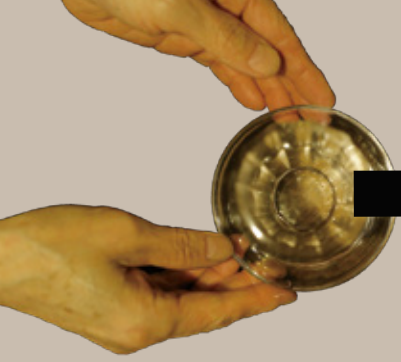


¥0
TAKE FREE

とうほく あきんど でざいん　2017 秋冬

TAD

Tohoku Akindo Design

2017 Autumn & Winter



テーマ
デザイン

伝統とデザイン
東北に生きる人と、かたち

公務員とデザイン
仙台市だって悩んでいます。

関係性のデザイン
しつらえと思いについて

仙臺と臺灣とデザイン
仙臺灣



〈連載〉
カサマのマサカ
広告とフィクション
僕が住む村 ボクジュー村
雑草からパクチー



とうほく あきんど でざいん　2017 秋冬

TAD

Tohoku Akindo Design

2017 Autumn & Winter

テーマ

デザイン

とうほく
あきんど
でざいん

本誌は本年8月に発行した創刊号と同様に、おもに公募で集まった仙台市域の協働クリエイターとともに制作を進めています。前号の読者の皆様からいただいた声を踏まえ、今号では誌面全体の流れや細かな部分に工夫を施してあります。これも冊子制作というプラットフォームを、クリエイターの方々の学びの場とする本プロジェクト（若手クリエイターの人材育成事業）ならではの醍醐味と考えておりますので、本誌をお手に取った皆様も、ぜひ読後の感想を事務局までお寄せいただけましたら幸いです。

とうほく あきんど でざいん 2017秋冬

2017年12月 発行

編集長［代理］	長内綾子（とうほくあきんどでざいん塾）
プロジェクトマネージャー	鈴木瑠理子
アシスタント	深村千夏（とうほくあきんどでざいん塾）
協働クリエイター	おもに公募により集まった仙台ゆかりの21組
編集	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/
発行	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

特集

伝統とデザイン
東北に生きる人と、かたち 04

公務員とデザイン
仙台市だって悩んでいます。 12

関係性のデザイン
しつらえと思いについて 28

仙臺と臺灣とデザイン
仙臺灣 42

連載

カサマのマサカ 02

広告とフィクション 24

僕が住む村 ボクジュー村 36

雑草からパクチー 38

風と花と
他人のふんどしで相撲をとる 40
コンノケンジのお買い物

ROSEBUD TAROT READING 54

東北の力こぶ 57

漫画「制作現場あるある」 20

協働クリエイター略歴 56

誰のためにモノをつくり、コトを起こしていくのか。

グラフィックデザイン、パッケージデザイン、ファッションデザイン、コンセプトデザイン、ライフスタイルデザイン、グランドデザインなど、私たちの身の回りにはいま、さまざまな「デザイン」が溢れており、「デザイン」という言葉を用いる範囲が時代とともに広がりをみせているのは周知の事実です。

そんな「デザイン」という言葉の語源は、「計画を記号に表す」という意味のラテン語 designare（デジナーレ）。日本では意匠・図案と訳されたため、長きにわたり装飾などの見た目に関する用語として解釈されてきましたが、昨今ではむしろ本来の意味が、社会全般にも浸透してきているようです。

かつて、アメリカの経営学者ハーバート・サイモンは「デザインとは、現状を少しでも望ましいものに変えようとするための一連の行為である。」*と述べました。そう考えると、デザインは常になにか良きものを生み出す行為のように捉えられがちですが、忘れてはならないのは、「誰にとって望ましいものなのか」ということでしょう。

今号では、そんな身近な存在でありつつ少々やっかいな「デザイン」を、冊子名の3つの言葉「とうほく」「あきんど」「でざいん」の中から選び、特集のテーマとして全体を構成しました。狭義のデザイン（見た目のデザイン）から広義のデザイン（課題解決や設計としてのデザイン）まで、各記事の主題は異なりますが、「誰のためのデザインなのか」というキーワードを念頭に読み進めていただくことで、新たなビジネスのヒントが見つかるかもしれません。

* Herbert A. Simon. *The Science of The Artificial*. The MIT Press. 1969・1981
ハーバート・A・サイモン『新版 システムの科学』（高宮晋・稲葉元吉・吉原英樹ほか訳）
パーソナルメディア、1987年

カサマのマサカ力



第2話

美味しい麺が全部マルニのマサカ

KASAMA no MASAKA

マルニ食品株式会社



profile

マルニ食品株式会社さん

宮城・登米で創業130余年の歴史を誇る老舗メーカー。大手コンビニの麺商品のほか、「はっと」など地域の味も担う、宮城を代表する製麺所。

profile

笠間 建

二級小型船舶操縦士（失効中）。MBA。特技はテトリス。中小企業のマーケティング・サポート活動を愛好している。華の40歳。

東北で浸透する「隠れたチャンピオン」

「仙台駅の土産屋で人気の麺菓子、『麺ざくざく』じゃないっスか。**グレート**ですよこいつはァ」

すかさずタカハル（**翻訳家**）が、職場の**カサマ土産**に**英語を交えて**反応します。パッケージには「**二階堂製麺所**」の文字。登米の老舗**メーカー**、マルニ食品の**オリジナルブランド**…。

「**めんのマルニ**」といえば、スーパーに売っていた「ミシュランガイド宮城」掲載店「**杉のや**」**監修の袋麺**も製造していたな。袋麺なのに**やたら**旨い。

カサマは**好物**コンビニの**化学調味料無添加**パスタを口に運びながら、麺業界の現状を反芻…**ガタッ！**

「このパスタを作ったのは**誰だぁ！**」



この旨さ。**どこで**製造を…

「**げえっ**、これもマルニ食品！」

あ、ありのまま、今起こったことを話すぜ！

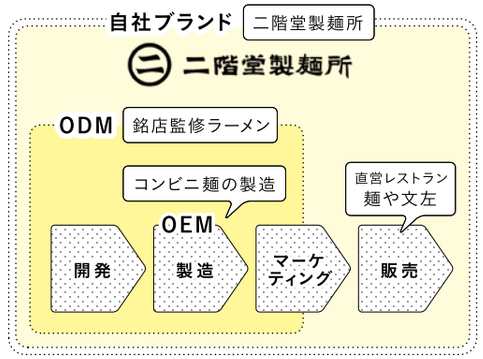
「**仙台駅土産の麺菓子とラーメン専門店の袋麺とコンビニのパスタが全部マルニだった**」

な、何を言っているか分からねーと思うが…。**下請け**だとか**OEM**だとか、そんなチャチなもんじゃねえ。

もっと恐ろしいものの**片鱗**を…はっ、**マサカ**これは「**バリューチェーン**」！

説明しよう!!!

バリューチェーン。顧客に商品が届くまで、付加価値がどのようなプロセスと構造で生まれるかを分析する概念。東北はメーカーの「製造」を担うOEMが多いとされる。カサマは品を変え、形を変えて現れる「マルニ」の影に、バリューチェーンの成立を見出したのである！



OEM……Original Equipment Manufacturing　ODM……Original Design Manufacturing



コンビニ麺のOEMに加え、ラーメン店のODMや自社ブランド商品まで、バリューチェーンをフル活用している？

銘店監修ラーメン

近年ブームになりつつある、ラーメン店の料理人により監修された小売麺。各店の店頭の他、スーパーや地域産品のお土産屋などで好評を博している。



静かに仙台人の胃袋を支配するローカルな「隠れたチャンピオン」の正体を暴くべく、マルニ食品株式会社代表取締役の二階堂玲子社長と、商品開発部で「銘店監修ラーメン」を担当する渥美英則氏に突撃インタビューを敢行しました。

顕在化する隠れたチャンピオン

カサマ　「**銘店監修ラーメン**」がかなりヒットしているようですね。

二階堂社長　弊社は**某グループ**の青森を除く東北5県のコンビニ麺を提供していますが、今後は**自社ブランド**も育てたいと思っています。「銘店監修ラーメン」については、ちょっと**事情**が違っていて、渥美君が詳しいわ。

渥美氏　コンビニ麺は企画や設計など、大抵先方が**仕様**を決め、それを**忠実**に製造します。これに対して銘店監修ラーメンは弊社で企画を有名店に持込み、開発から製造まで行い、**ラーメン店さんのブランドで**売ります。

カサマ　銘店監修ラーメンは、スタートから**1年半で現在18種類**と、かなり速いペースで出されています。

渥美氏　生ラーメンの展開戦略が背景にあるんですが、まあ、要は私が**単純にラーメンが好きだったん**で。



◀渥美さん

カサマ　企画のために**一日でラーメン3杯**を食べたことがあるとか。

渥美氏　企画時期、他には**野菜しか**食べません。何度か食べに行った後、**ダメ元**で企画を店主に話したら、**案外すんなり**OKが出たことも。

開放された真の実力

カサマ　ラーメン店にとってもメリットがあるんですかね？

渥美氏　売れるたびに**ライセンス料**をお支払いしています。お店にとっては**遠方地域のファン**にも届けられ、さらにお土産などを通して**実際に来店**してもらう、新規の**来店客開拓**も期待されているようですね。

カサマ　お店のお土産として売れれば、**客単価の向上**にもなりますしね。

WIN WINを目指して

渥美氏　一方で、売れるかどうかは弊社で慎重に**市場チェック**します。簡易な方法だと口コミサイトの点数より、「書き込み**数**」に注目したりとか。自分が旨いと感じても、**弊社の生産能力は万単位**なので**市場性**は必須。ラーメン店さん側から依頼があっても、生産数量的に成り立たないと**判断**することが多いです。

カサマ　なるほど、設計や生産に加え、企画やマーケティングまで行う**ODMの最先端**という感じですね。

渥美氏　大手のOEMで培った、**高い生産力・品質管理**には自信があります。一方、例えばスープについては**4グループによる試食コンペ**をします。**自分たちでジャッジ**できるのが、**単なるOEM**と違うところかなと。

カサマ　**凄い**クオリティマネジメントですね。でも、**その割に**パッケージは「シリーズ」にしてはデザインがてんでバラバラのような…。

渥美氏　パッケージには小さく「めんのマルニ」ロゴと、裏面の製造者の名前しか入れてないです。他社さんの「監修系」のように**パッケージデザインを統一フォーマット化**してしまうと、お土産品流通には実は乗せにくく、また**そのお店の商品（ブランド）ではなくなってしまう**ので。

カサマ　ああ、**敢えて**それぞれのお店に個別**最適化**しているんですね。

渥美氏　うちの商品が**きっかけ**で、実際にそのラーメン店さんに行きたくなる。これが銘店監修ラーメンの目指す、究極のコンセプトですね。



▲左から、笠間／渥美さん／二階堂社長

次回予告　ものづくりの「オトナの世界」を体感した（食べた）カサマ。さらなる街のマサカが、カサマの前に立ちはだかる！次回、カサマのマサカ最終回！「カサマ、暁に消ゆ！」東北の歴史が、またⅠページ。



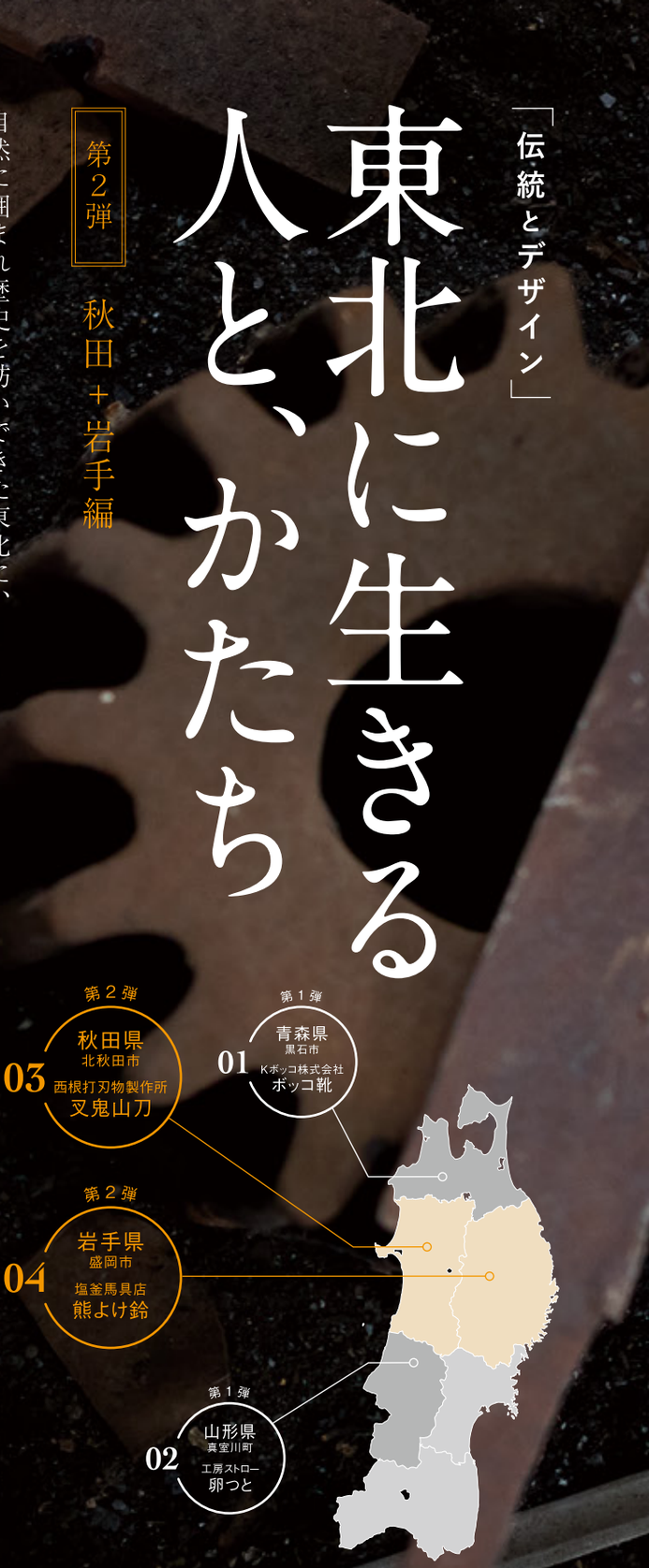
企画・編集・文：笠間建　デザイン：根朋子

「伝統とデザイン」

東北に生きる人と、かたち

第2弾　秋田＋岩手編

自然に囲まれ歴史を紡いできた東北に、
動物と密着して生きてきた人間の歴史あり。
ここに、東北の風土が生んだ動物にまつわる銘品を記す。



MADE IN TOHOKU 03

叉鬼山刀（またぎながさ）

マタギの生き様と、熊の命を貫く刃物

青白く冷え冷えとした恐ろしさと
ぞっとするような美しさを秘めて

思わずたじろいでしまう。殺気立つような鋭さに。強く勇ましい美しさに。ふたつの表情が溶け合う「叉鬼山刀」は、山とともに人々の暮らしがある秋田の奥地で生まれた。手に持てば、ずしりと重い。鋼の重さだけではなく、この刃に打ち込んだ、ある人の想いが積み重なっている。

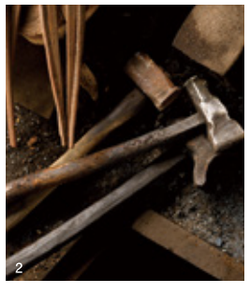
秋田県北秋田市阿仁（あに）。町の四方を囲む山々では、木々と生物が自然の循環を巡らせている。ここに、熊を狩ることで生計を立てた「マタギ」はいる。北海道や東北地方に数多く存在した、集団で狩猟を行う男たちのことだ。土を踏み、沢を越え、藪をかき分け熊を仕留める。そしてその場で毛皮を剥ぎ、捌き、解体する。厳格な山の掟を守りながら捕らえた熊の肉や皮、内臓は、山の神からもたらされた彼らへの恵みだ。そのなかで叉鬼山刀は、万能刀としてマタギの行動と命を支えた。この刃物でツキノワグマの胸元に浮かぶ白い月をひと突きすれば絶命させることもできる。いわば、「マタギが生きるための刃物」だ。生み出したのは、17年前に他界した3代目 西根正剛（まさたけ）こと西根稔さん。鍛冶屋の家系に生まれながらマタギとしても生きた稔さんはさまざまな想いを刃物のなかに忍ばせた。そしてその想いは今、奥さんの誠子さんへと受け継がれている。

秋田杉の鞘に収まる叉鬼山刀は、4寸5分（約13cm）から9寸5分（約29cm）まで全5種。WEBサイトでも購入できるが、直に触れてから手に入れてほしい。（価格は19,800円・税込から。左利き用は＋1,000円）

文・及川恵子　デザイン・阿部順子　撮影・嵯峨倫寛



目には見えなくとも、稔さんの息遣いや佇まいが満ちる鍛冶場。
かつてここには火花が散り、鋼を叩く甲高い音が響いていた。















1 工場に飾られた稔さんの写真が誠子さんを見守る。「真剣に仕事をする主人の姿はどんなときでも素敵でしたね」
2 金槌や火箸などのさまざまな道具が、手付かずのままに残されている。 3・4 板状の地金。これに鋼をつけて鍛接（たんせつ）することで、刃と柄が一体となった強靭な刃物に仕上がる。袋状の柄に棒を刺せば、槍として使うこともできる。 5 電話で注文を受けた稔さんが相手の連絡先などを書き残した黒板。立てかけられた槍は、実際に熊を仕留めたことがあるものだという。 6 薄暗い工場に、稔さんが生前使っていた青色の帽子が色を放つ。 7 誰にも触れられることなく煤（すす）けた機械。しかし、これらの機械が残る場があることで救われる人が数多くいる。

「〝叉鬼山刃〟の四文字には マタギの魂が込められているんです」

〝究極のサバイバルナイフ〟に刻まれた人の輪を大切にするマタギの信念

「叉鬼山刃（またぎながさ）」の四文字には安全への願いが込められている。〝叉〟という字を使ったのも、点を打つことで〝魔を切る〟ため。守り刀としての命名だ。こんなエピソードがある。「険しい山から主人が帰ってくるなり『どうやって帰ってきたか覚えていない』と言い出したことがあって。よく見ると、マタギなら無くすはずのない叉鬼山刃が見当たらない。きっと身代わりになってくれたのでしょうね」

実直な性格の稔さんを、誠子さんは常に隣で見てきた。弟子にしてほしいと懇願する青年には、「マタギの伝統を知らなければ作ることはできない」と拒み、「素晴らしいものに出会えた」と記された感謝の手紙は「奢りの気持ちが刃物に出てしまう」と一度も目を通すことはなかった。完成したように見えた何十本もの刃物のなかから選び抜かれたのがほんの数本だったこともある。「何においてもまっすぐな人。でも自然と人が周りに集まってくるような、あたたかさのある人でした。主人が亡くなったあともこの場所と刃物を守ってこられたのは、主人が築いた縁のおかげですね」。集団で熊を狩るため、仲間意識が強いマタギ。だからこそ刃物には「人の輪を大切にする」というマタギの、そして稔さんの信念まで込められている。

「叉鬼山刃を生かしていくのが私の使命 主人が残した道を守り続けていく」

主人なき工場に、工具や機械は静かに佇む。しかしここは17年前のまま時が止まっているわけではない。この刃物に魅了された人々が全国各地から訪ねてくることで、新たなつながりが生まれる場所になっている。「主人はよく、〝生まれ変わっても一緒になろう〟って言ってくれたんです。言い換えれば、夫婦は常に一心同体ってこと。だから叉鬼山刃と人の輪を生かしていくのは私の使命なんです。主人が亡くなるのは、私が死んだ時なんでしょうね」

現在は稔さんの弟弟子である西根登さんがこの刃物を作り続け、誠子さんは受注業務や発送を担当。類似品が多く出回っているというが、マタギの精神までは到底真似できないだろう。誠子さんは優しい笑顔を見せながらこう語る。「実のあるものはこれからも残っていきますよ」。そう、叉鬼山刃の放つ鈍い光は果てることはない。そして、手にした人の背筋を少し、ぞくっとさせるのだ。





西根打刃物製作所

秋田県北秋田市阿仁荒瀬字樋ノ沢75
☎ 0186-82-2207
営業時間／要問合せ
定休日／要問合せ



「革から動物の生い立ちと使い道を探る。
そうなってこそ一人前の馬具職人」

淡々とした語り口のなかに職人としての確固たる軸をにじませる塩釜孝さん。会社勤めをしたのち、30歳からこの道を歩んでいる。

農業を支えた馬具の技術で熊と人とをほどよくつなぐ

東北唯一の馬具店が盛岡市にある。街の中心部に佇む「塩釜馬具店」だ。「私の祖父が仙台で店を構えたあと一度札幌に渡り、盛岡に移り住んだのは大正11年。この場所には昭和元年からお店を構えています」と語るのは、三代目の塩釜孝さん。その昔、東北各地の大きな街には必ずあったという馬具店。長者番付の上位にその名が記されるほど、馬具店は花形産業だったという。

色鮮やかな衣装で馬を着飾り、農耕馬に感謝する岩手の伝統行事「チャグチャグ馬コ」。この祭りが物語るのは、岩手の人々にとって馬は昔から農家を支える大切な働き手として存在していたということ。そんななかで馬具店は農業に勤しむ人々を支えた。もちろん「塩釜馬具店」も例外ではない。馬を引く手綱などをしつらえ、「チャグチャグ馬コ」では馬の頭部を鮮やかに飾る「はなかくし」や「みみぶくろ」を作り、さらには騎兵隊が乗る馬の鞍などの制作も請け負った。岩手の人を、街を、日本を支えた。しかし、時代とともに馬具の需要は減っていった。だが、質の良い革製品を作り続けてきた技術は、ベルトや革小物などに受け継がれていく。特に〝南部熊鈴〟とも呼ばれる「熊よけ鈴」は、林業関係者や登山家に愛される商品となっていった。

MADE IN TOHOKU 04

熊よけ鈴

塩釜馬具店／岩手県盛岡市

熊の耳に重く届く、澄み切った鈴の音

写真の「熊よけ鈴 2個付（ノーマル）」（5,238円・税込）のほか、「2個付（長）」や「3個付」もある。
「1個付」は子ども用。色はそれぞれ黒or茶。店頭と電話注文で購入可。



4 かつてあった馬具屋から譲り受けた年代もののミシン。足踏み式をモーター式に変え、革の縫い合わせに使用している。 5 木槌やゴム製のハンマーのほか、ツヤを出す材料など。これらすべて、熊よけ鈴づくりの欠かせないもの。



4



熊よけ鈴づくりの最初の工程は、革の面取り。これが使い勝手のよさと手触りのよさを左右する。



鈴を打ち込む作業は、全行程の中で一番神経を使う。「きれいに打ち込まないと、すぐに鈴が取れてしまうんです」



3



2



1

山中に響く、軽やかな鈴の音
人と熊の耳にその響きを伝える

1 富山の仏具メーカーが作るトロイカ鈴。先代が亡くなるまでは、鈴を革に打ち止める作業を任せてもらえなかったのだという。 2 革の周囲に飾りとなる傷をつけていく。同時にこの傷は1枚革であることの証になるのだという。 3 大正末期から残る自宅兼作業場。孝さんの定位置の周りには、愛用の道具や材料が並ぶ。

軽やかな鈴の音の重なりは
熊の住処に立ち入るための響き

よく見知ったカウベル風ではなく、ベルトタイプ。表面に凸面が出ないよう、零戦などの航空機の組立にも使われたという沈頭鋲を使い、鈴を革に打ち付けていく。触り心地や使いやすさ、壊れにくさなど、長年の馬具づくりの技術と使い手への配慮が伝わるシンプルなかたち。もちろん一つひとつ手作りだ。

今すぐにでもこの鈴の音を聞かせてあげたい。音が重なった瞬間の響きと音色。それは、軽やかな音を共鳴させ、光を放つように鳴り響く。人には美しい音として聴こえるが、しかしそれは、熊の耳には脅威の音として伝わらなければならない。そう、人を守るために。「熊を避けるためのものだから、しっかりとその音は大きくなくちゃいけない。でも人には聞き取りやすいという音を目指しています」。富山の仏具メーカーから取り寄せている鈴は一つひとつの鳴りが異なるが、孝さんは似通った音のものを慎重に選び合わせいく。「音程の違うものだと、耳障りになってしまう。最初はそれを知らなくてね。〝あんたが作る熊よけ鈴は音がひどい〟って言われたこともあったなあ（笑）」。時に、ヒビが入っていたり割れている鈴もあるのだという。それをひとつずつ鳴らし聞き分けていくのも馬具職人としての技なのだ。

数十年と壊れることがない熊よけ鈴
その技術は家族で守っていく

「1日に多くて20個は作れるかな。昔は50個くらい作れたんだけどね」。そんな「熊よけ鈴」の制作と合わせて、今では娘さんとともに革や布製品の修理をすることが多いという。小物入れなどの革製品が並ぶ、隣接する「レザーショップしおがま」では孝さんのお母さんが店を守る。「塩釜馬具店」は家族総出で店と技術を守り続けてきた。しかし、孝さんは煙草を燻らせながらこう語る。「これからはカバン修理がメインだろうね。そろそろこの仕事も終わりだよ」。だが、その美しい手仕事に魅了された人は多い。そう簡単にその手を止めさせてはくれないだろうし、残してほしいと懇願するだろう。未来のチャグチャグ馬コも、きっと孝さんなしでは続けていけないのでは。そんな問いにはこう語る。「そんなことはないよ。誰がやったってかっこつけることはできますから」。自信の裏返しに見えたそんなそっけない態度も、これから先へ伝えたいと思う職人の姿だった。



塩釜馬具店

岩手県盛岡市大沢川原 2-2-32
☎ 019-622-5393
営業時間／9:00〜18:00
定休日／土、日曜

デザイン統一の意味・目的を改めて考える

文 工藤拓也／デザイン くろさわかな／イラスト 白柳牧子／協力 仙台市

仙台市だって悩んでいます。

つくり方検証編

公務員とデザイン

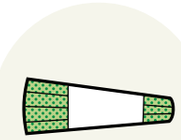


前号までのあらすじ

市として統一された名刺がないことに疑問をもったうめざわ。名刺に対する意識調査を実施したところ、課題が次々に浮かび上がってきました。今号では、デザイン統一の意味と目的を深掘りしつつ、名刺のつくり方について考えていきます。

※前号での予告から変更し、「デザイン検証編」改め「つくり方検証編」としてお送りします。

登場人物

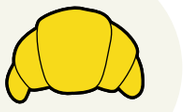


うめざわ

仙台市職員。クリエイティブに市を盛り上げることが仕事の係長。

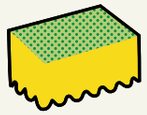
マッキー

仙台市職員。隣の隣の島からやってきて、うめざわと喋るのが日課。



くろわ

グラフィックデザイナー。白飯を食べると眠たくなるため毎日3食パン。



スポンジ

コピーライター。人の話を聞くのが好き。洗剤を薄めて使うほど肌が弱い。

うめざわ（以下、梅）　もうちょい上かな、もうちょい、もうちょい、あーっっ、行き過ぎたーっ!! あーーーーっ!!

マッキー（以下、マ）　うめざわさん？ ちょっ……うめざわさん！ 落ち着いて！ あっつ、ちょっ……ちょっと！ 湯のみは投げない！

梅　はっ！

マ　（最近多いなあ……）今日はどうしたんですか？

梅　名刺に関するアンケートをとって、くろわさんやスポンジさんに相談に乗ってもらったでしょ？

マ　はい。

梅　約4割を占めていた「バラバラのままでいい」という意見が気になって結果を見直していたら、だんだん統一する理由が自分でもよくわからなくなってきちゃって。

マ　実は私もそこがイマイチ理解できていないんですよね。で、このくしゃくしゃになった名刺デザインは？

梅　何か見えてくるかなと思って自分でデザインしてみたんだけど、特にわかったことはないし、デザインも全然うまくいかなくて……。

スポンジ（以下、ス）　こんにちは。

くろわ（以下、く）　お世話になっております。机の上びちゃびちゃですね。

梅　あ、ちょっと手元が狂っちゃって。マッキー、ふきん持って来てもらっていい？

マ　はーい。（ってなんで私が？）

デザインで個性を表現する

梅　では、改めまして今日もよろしくお願いします。

ス・く　よろしくお願いします。

梅　本題に入る前に、1つお願いがありまして。

ス はい。何ですか？

梅 改めて、デザイン統一の意味についてご説明いただきたいんです。マッキーがまだ理解できていないらしくて。

マ うめざわさんもでしょ！

く 人のせいにしない！

梅 （今日も私には手厳しい……）

ス そうですね。この前はさらう程度でしたもんね。まず、「CI」という言葉の意味からいきましょうか。

梅・マ お願いします！

ス CIというのは、コーポレート・アイデンティティを略した言葉です。アイデンティティは「同一性」とか「個性」という意味なので、CIは「企業の個性」だと理解してください。で、それをスローガンとか企業理念のような言葉、ロゴのようなビジュアルに表現することを「CI計画」といいます。

く 読んだり見たりできるものにすることで、より伝わりやすくすることが目的です。

梅 伝えて共感を得ることで、商品を買ってほしい人に買ってもらえる、サービスを使ってほしい人に使ってもらえる、ということですよね？

ス そうです。あとは、先日うめざわさんが言っていたように、対内的な効果もありますね。

マ 組織の目標や理念を理解し共有することで、モチベーションやチームワークが向上する、ということですよね？

く さすがマッキーさん。

ス ここまでで、質問ありますか？

梅 「ビジュアルで個性を表現する」というあたりを少し詳しく説明してもらってもいいですか？

く では名刺にも関係する、文字と色の話をしますね。いろんな種類のフォントがありますが、日本語には明朝体のようなヒゲのあるものとゴシック体のようなヒゲのないものがあります。

マ ヒゲってこの三角の部分ですよね？

く そうです。

これがあることで、フォーマルな印象を与えることができます。

梅 スーツを着てネクタイを締めて、という感じですかね。

マ 和の要素もあるから、着物な感じもありますね。

ス いい例えですね。

梅 Tシャツとか、襟なしなイメージ。普段のマッキーの服装がまさにだね。

マ 言われてみるとそうですね。

く で、次は色なんですけど。文字よりも表現の幅が広く、メッセージ性を込めやすいのが色の特徴です。例えば、銀行の口ゴって青や緑が多いと思うんですけど、「金融機関として規律正しく、誠実に仕事をします」というメッセージが込められていると考えられます。

梅 お金を扱う会社だから、それが信頼の第一条件になりますもんね。

く もう少し暮らしに近いところで話をしましょうか。アメリカ生まれの炭酸入りの黒い飲みものがありますよね？

梅 ええ。赤いパッケージのやつですね。

く かたや青いパッケージの、ザ・スポーツドリンクがありますね。

マ はい。風邪のときにもお世話になる。

く ですです。その2つの色が入れ替わったら、どうですか？

梅 爽快感がイメージできませんね。

マ スポーツドリンクが赤だと、全然喉が潤わなさそう。

デザインの統一と組織の見え方の関係

ス ここまではわかっていただけました？

梅 はい。よくわかりました。

マ 具体的な物をイメージするとわかりやすいですね。

梅 で、いよいよ名刺の話ですね。

ス はい。「どういうデザインにするか」「なぜ統一した方がいいのか」の2つの話があるんですが、前者は一旦忘れてください。

梅 わかりました。

ス ではまず、目をつぶってチームスポーツの整列シーンを思い浮かべてください。競技はなんでもいいです。

梅 ……はい。イメージできました。

マ 私もOKです。

ス 端から見ていくと、1人だけチームロゴの色が違うユニフォームを着た選手がいます。さらに見ていくと、名前表記の文字の大きさやフォントが違う選手、背番号が曲がっている選手、スポンサーのワッペンの位置や数が違う選手、1つ前のバージョンのユニフォームの選手がいます。どうですか？

梅 チーム力低そう。

マ 降格争いしてそう。

ス それですそれ。バラバラな名刺の印象って、まさにそれなんですよ。

梅 自分でワッペンつけてんのかなとか、ユニフォーム忘れたのに予備がないのかなとか想像しちゃって、選手がかわいそうなのもあるんですが、それ以上に残念なチームだなって。

マ 名刺が統一されているだけで、しっかりした組織だというメッセージを発信できるわけですね。

ス そういうことです。

梅 全然話変わっちゃうんですけど、戦隊ヒーローって色がバラバラですよね？ あれってどうなんですか？

ス 色ごと、つまりキャラごとにスキルや役割が大きく違いますよね。それって組織に置き換えると事業の違い、つまり部局の違いだと言えるでしょう。戦隊ヒーローにならえば、統一したデザイン上で部局ごとに業務内容などに応じたキーカラーを設定する、ということになると思います。

マ はい！ 質問いいですか？

ス はいマッキーさん。

マ デザイン統一の意味と効果はよくわかったんですが、デザインの質はどう作用してくるんですか？ 統一されていれば、デザインのクオリティはそこまで重要じゃない気がしてきたんですが。

ス いい質問ですね。これもスポーツチームに例えるとわかりやすいと思います。ユニフォームがダサいチームとかっこいいチーム、どっちが強そうに見えるかということなんですよ。組織に置き換えると、いい仕事してくれそうかそうでないか、という話になりますよね。

マ 強そうに「見える」ということは、実態とは関係ないということですか？

ス 必ずしも関係ある、とは言えないでしょう。ただ、名刺は初めて会う仕事相手に渡すものなので、第一印象としては大きいですよね。

マ デザインのクオリティは、競合との第一印象争いにおいて大切ということですね。

ス はい。1つはそういうことだと思います。ただ、そう考えると行政って競合がいないのかなっていう気もするんですが、どうなんですかね？ 他の自治体が競合になることってあります？

梅 あると思います。東京への人口流出を食い止めたいと考えている地方自治体は多いので、「人口を増やす」という部分で競合していますよ。ただ、一般市民の方に名刺をお渡しする機会はあまりないので、名刺のデザインとは関係のない話かもしれません。

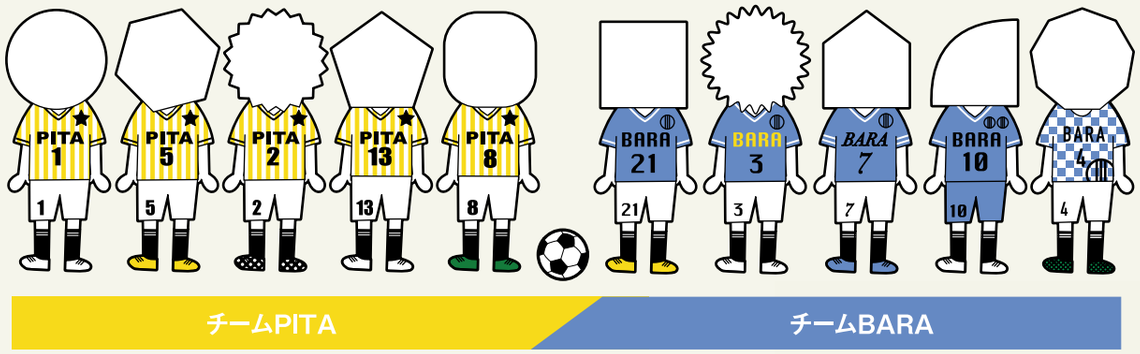
く 定住促進の広報物のデザインに置き換えれば、同じことが言えますよね。

梅 なるほど。確かにそうだ。

ス さて、名刺に話を戻しましょう。「統一されていれば、デザインのクオリティは重要じゃないのでは？」については、「民間企業に比べれば重要度は低いかもしれない。なぜなら競合と争う機会があまりないから」という結論ですかね。

梅 クオリティを上げれば上げるほど、しっかりした組織というイメージを訴求しやすいけど。ということですね？

ス そういうことですね。



提案 1

表裏きっちり使い分け案

／デザイナーにお任せ＼

表面に個人データ※、裏面に各部局の事業内容やプロジェクト（以下、プロジェクト）などの情報、と分けて配置できるような全庁もしくは部局ごとの共通フォーマットをデザイナーに発注。

※個人データ：所属、役職、氏名、連絡先などの情報。



フォーマット確定後、部局ごとに各面の情報を整理しデザイナーに渡す。

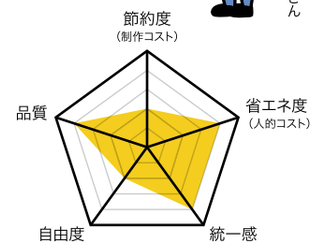




統一されたデザインの名刺が納品される。裏面については、部局ごとに異なる情報が入る。



←印刷会社のインクさん



ス　では、本題に入りましょうか。今回は、名刺のつくり方の提案です。外注と内製、それぞれのウエイトを変えた3パターンのつくり方を考えてきました。さっきまでのクオリティの話も思い出しながら聞いていただけたらと思います。

く　では1つ目の案は私から。

ス　割とオーソドックスな外注案という感じですね。

く　そうですね。ポイントは、今まで表面に入ることが多かったプロジェクトの口ゴを裏面に持っていったことです。

マ　確かに、口ゴのばらつきはかなり目立っていましたもんね。これならすっきりしそう。

ス　口ゴを裏面に持っていき説明テキストと一緒に掲載することで、今の名刺よりも情報量を増やすこともできますしね。

マ　なるほど。プロジェクトについてもしっかり伝えられるようになるわけですね。

梅　表面をフォーマット化するということは理解できたんですが、裏面のフォーマット化って、具体的にどうなるんでしょう？

く　簡単にいうと、口ゴの位置と紹介テキストが入る位置・字数を決めて、そこをプロジェクトごとに差し替えるイメージです。プロジェクトのキーカラーみたいなものがあれば、背景色として使ったりもできると思います。

梅　プロジェクトの口ゴを新規でつくる場合のデザインとか、紹介テキストの原稿作成をお願いしたい場合は、別途費用が必要になりますよね？

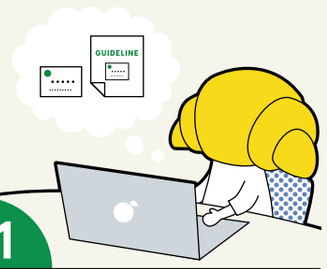
く　そうなりますね。

提案 2

共通台紙＋プロジェクトカード案

／デザイナーと印刷会社、それぞれに発注＼

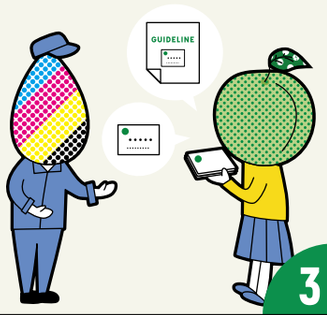
個人データだけが入る全庁もしくは部局ごとの共通の名刺の表面フォーマットをデザイナーに発注。また、フォーマットに文字を入力する際のガイドラインをあわせて発注する。



デザイナーは、フォーマットの共通部分のみを名刺台紙として大量に印刷会社に印刷発注。



共通台紙納品後、個人データ部分をとりまとめ、台紙、ガイドラインとセットで印刷会社に刷り込みを発注。



デザインが統一された名刺（裏面は印刷なし）が納品される。プロジェクトカードが必要な場合は、別途デザイナーにデザインなどを発注する。





節約度
（制作コスト）
省エネ度
（人的コスト）
統一感
自由度
品質

ス　私のは、こんな案です。

く　共通部分を台紙化して、後から個人データを刷り込む方法ですね。

ス　大量印刷、片面モノクロの刷り込みで、単価を抑える作戦です。

梅　こんなことできるんですね。

ス　はい。そこまで珍しい方法ではないんですよ。

梅　へー。よさそうですね。

マ　これって、どこまでの情報を台紙に入れるイメージですか？

ス　課名や係名まで入れると種類が増えてコストメリットが小さくなるので、そこは要検討ですね。

梅　台紙の印刷部分と後から印刷する部分で、見た目に差が出たりしませんか？

く　大きな差は出ないと思います。

マ　プロジェクトの情報を別カードに分けるのはおもしろいですね。

ス　「自由度が必要」という主張の大半は「口ゴを入れたい」ということだと思うんですが、それだけではプロジェクトのことはほとんど伝わらない気がしていて。

マ　後からwebで調べたりも、なかなかしないでしょうしね。

ス　そうなんですよ。別のカードにすれば情報も結構載せられるし、他部署でも配ってもらったり、市役所の窓口などに置いたりすれば、たくさんの人に知ってもらえると思うんです。名刺ともう1枚持つのが手間にはなりますが、プロジェクトのことを知ってもらえるなら、そんなに大きな手間ではないと思うんですよね。

マ　プロジェクトPRツールだと、予算に計上できそうですね。

梅　うん。いけると思う。

SENDAISHI DATTE NAYANDE IMASU.

提案3

ほぼほぼ内製

フォーマットだけ外注案

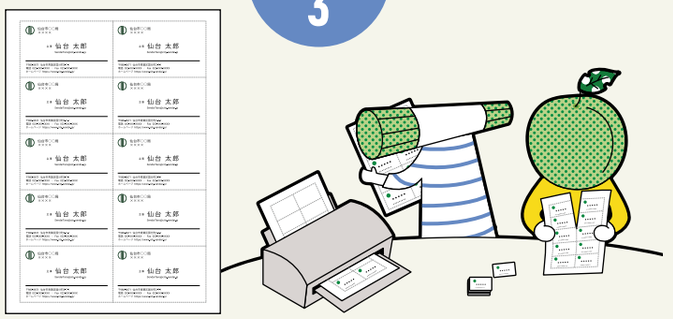
フォーマット確定後、フォーマットデータを各自に展開。ガイドラインに沿ってそれぞれに個人データなどを入力し、プリンターで出力する。



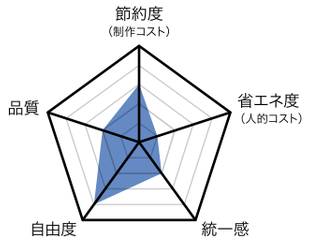
表面に個人データ、裏面にプロジェクトの情報、と分けて配置できるような全庁もしくは部局ごとの共通フォーマットをデザイナーに発注。また、フォーマットに文字を入力する際のガイドラインをあわせて発注する。



2 1 3



表面・裏面ともに、おおよその体裁が整った名刺が完成する（はず）。



く　3つ目の案は、外注を極力抑える方向で考えました。職員の方が自由に編集できる部分が多いので、ある程度デザインの知識がある方がガイドラインに基づいて運用管理する必要があると思っていて、そこをどうするかは課題ですね。

マ　部局内の人が、ガイドラインに沿って名刺をつくっているかチェックする役ということですか？

く　そうですね。あとは、ガイドラインに関する問い合わせの対応をしたりということですね。

ス　すべての部局にすぐに担当できる方がいるってことはないだろうから、デザイナーさんにレクチャーまでやってもらうのかな。

梅　市役所は異動が多いから、運用管理の担当者が変わっても続けられる仕組みも整える必要がある気がします。

く　都度レクチャーというのもコストがかかるし、ソフトの操作方法やデータの扱い方、プリンターでの出力方法などをていねいに解説した運用マニュアルも必要になると思います。

マ　ガイドラインは各職員がフォーマットデータを使うためのルール、運用マニュアルは運用管理担当者のためのガイド、という整理で合ってますかね？

く　はい。合ってます。

ス　プリンター出力時のズレ、インクのかすれ、色合いのバラつき、名刺用紙のプリント範囲の制限など、「自前出力問題」は気にしないことにする？

く　そこは割り切るしかないのかなと思っています。名刺においては競合する機会が少ないということもあるし、ズレや色のバラつきがあってもギリギリ「統一されている」と言ってもいいと思います。

仙台市にふさわしい名刺とは……？

梅　一口に名刺と言っても、いろんなつくり方があるんですね。

ス　そうですね。それぞれにメリットデメリットがあるので、どんなデザインにするのかとあわせて、引き続き検討していければと思います。

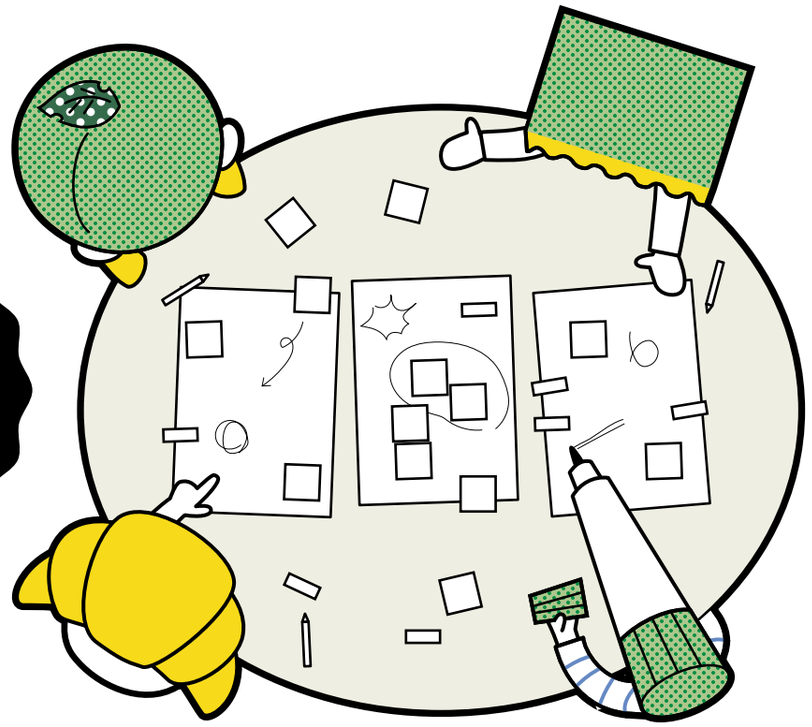
梅　いよいよデザインを考えていくんですね。楽しみだなあ。

マ　あのー、最後にもう1つお願いしてもいいですか？

く　はい。

マ　市役所の職員って印刷会社さんとやり取りすることはあっても、デザイナーさんとやり取りすることはほとんどなくて。デザインを検討する前に、そもそもどうやってデザイナーさんを探したらいいか、発注すべきかをどう見極めたらいいか、について教えてもらってもいいですか？

く　わかりました。まず探し方ですが、「仙台」「デザイン」などで検索すれば、結構見つかると思います。webサイトで実績を確認することもできますしね。



梅　マッキーも知っていると思うけど、仙台市も事務局として関わっている「SC3（仙台・クリエイティブ・クラスター・コンソーシアム）」のwebサイトでも、仙台市域のクリエイターさんを紹介させてもらってるよ。

マ　あ、そうでしたね。あとは、「とうほくあきんどでざいん塾」さんに相談するという手もありますね。

く　発注前の判断については、実績を見せてもらうのが1番です。ほとんどの方がポートフォリオとして実績をまとめられているので、webサイトがない場合は実際に会って見せてもらうといいですよ。

マ　なるほど。わかりました。

梅　さて、次からのデザイン検討なんですが、どんな感じで進めていきましょう？前回のアンケートのように、こちらで事前に準備が必要なことはありますか？

ス　その辺りも含め、こちらで検討してみます。

梅　わかりました。では、決まり次第ご連絡いただくということで。

ス　はい。では本日はこれくらいで。

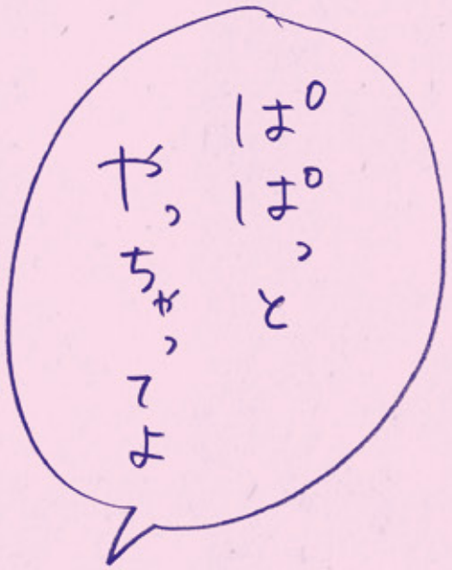
梅　そうですね。お忙しいところありがとうございました。

ス・く　引き続きよろしくお願いします。

次号、いよいよデザイン検討へ。現状の課題をクリアする名刺は完成するのでしょうか?!

制作現場あるある

デザインの制作現場で起こる「あるある」を集めてみました。





クライアント



デザイナー　代理店　カメラマン

イメージ



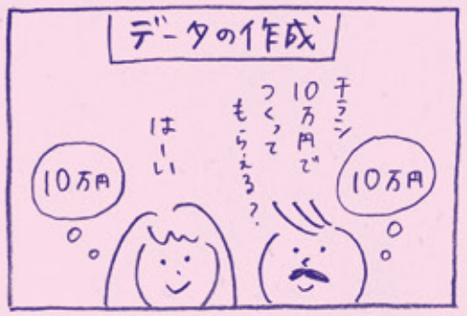






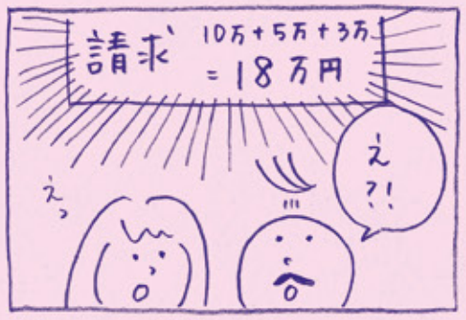
めざすイメージがある時は、できるだけ具体的に伝えましょう。

脳内価格表









新たな作業が発生したらお互いの認識をその都度確認しましょう。

方向性としては









お互い 良いところも悪いところも はっきり伝え合いましょう。

三連休前日









素材提供後の作業時間も考慮しましょう。

求められるスキル









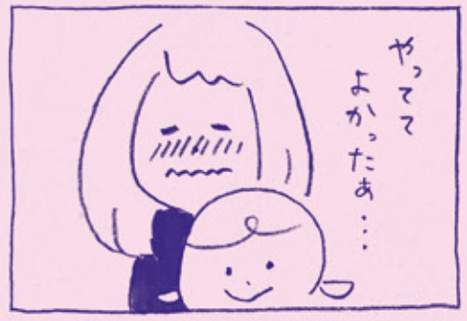
大目に見てください。

まわりまわって









自分のつくったものが、誰かに喜んでもらえる しあわせ。

デザイナーと物書きが、「フィクション」としての「広告」で
ほんの少し変わった世界を想像してみるこの企画。さて、今回は…？

良いデザイナーの見分け方

皆さんこんにちは、本日はようこそこの「〈ダンサブルミキシングセミナー〉良いデザイナーの見分け方」にお越しくださいました！ 本日はどんな動機であれ一度は「デザイナー 良い 見分け方」なんかの身も蓋もないキーワードで検索をかけたことがある方々がお越しだといいのですが、皆さんいかがでしょうか？ ふむふむ、なるほど。また一方でですね、デザイナーとクライアント間の意思疎通について考えたいと思っておられるこの道の方々もおられるといいなと思っていたのですが、こちらは？ ふむふむ、なるほど。いや、みなさん本当にお越しいただきありがとうございます！ 本日はこの、普段は混じり合わないような考え方の皆さんが一緒に考える化学反応も利用しながら、各々が良いデザイナーを見分けるのに実践的に役立つ判断基準を見つけるべくお話していきましょうね。…え？ レクチャーだけじゃありませんよ、皆さんも話すんですよ。

チラシの裏面のタイムテーブルのところ、「登壇者（と会場）によるトーク」って書いてるの、ご覧になりましたよね？ なってない？ 普通の質疑応答だと思った？ 何のことだか分からなかった？ ふふふふ。まあね、皆さんも話しますし、ダンサブルタイムには踊りもしますよ。知識を得ると共に楽しんでくださいね！ …とはいえ…何が起こるか分かってなかったって、皆さん、改めて、よくぞ勇気を出してお越し下さいました！ ふふふ、チラシが良かったのかな…怪しくないのがちゃんと伝わったとか…あ、頷いて下さってる方々、ありがとうございます。まあ、ダンサブルってね、分かりませんよね。「良いデザイナーの見分け方」っていうのも攻撃的だし…え？ そうは思いませんでした？ あ、ご覧ください、この道の方々は苦笑してますよ！ ふふふ、いやね、このタイトルそれなりにキャッチーだったかと思いますけど、デザイナーにとっては並みのキャッチーじゃありませんよ、ちょっとコッチ来てもらおうかってな勢いでですね、非常にこう…腹に据えかねる熱を持った言葉でして。チラシをデザインしたデザイナーさんも、最初ちょっと戸惑ってましたもんね。でもやっぱり、チラシがちゃんとしてそうに見えて安心できたという方がいたのはよかったよかった…まさにデザイナーさんの技量の賜物といいますか、これ、もし私がデザインしてたら「ダンサブル」「ミキシング」の訳分からなさそのままに訳分からない大変な雰囲気になってたところですよ、ふふふ。いやいや、私はデザイナーじゃないしデザインもしませんけど…それでも一番最初にデザイナーさんに企画の概要をお伝えしたときには、もっと訳分からない、カオティックな感じのものになるかなって思ってましたもんね。というか大体いつも、そもそも自分がイメージなんてものを持ってることすら意識してないのが、デザイナーさん

《 この広告と話はフィクションです 》

企画・執筆／斧澤 未知子
企画・デザイン／根 朋子
撮影／嵯峨 倫寛

ダンサブルミキシングセミナー



2017.12.1 fri

斧澤 未知子 Michiko Onozawa
長内 綾子 Ayako Osanai
工藤 拓也 Takuya Kudo
鈴木 瑠理子 Ruriko Suzuki

ARE
107th floor

1,500円

14:00
……
16:00

WE WANT YOU

デザイナーと協働したいけれど
疑問がある人、
デザイナーとしての
活躍の幅を広げたい人
など

Danceable Mixing Seminar

良いデザイナーの見分け方

〒980-0021 宮城県仙台市青葉区中央2-22-222 ARE 107階 | TEL 022-2222-22222 | MAIL info@dmsusodayo.net

［主催］SICC 仙台想像都市広告会 ［後援］とうほくあきんどでざいん塾

からの提案を見て初めて「アッ、こうありえたか！」ってびっくりすることで自分の無意識のイメージに気付くってことが起こるんですけど、今回もラフ案を見たときに、スラリとしてるな～と感じて初めて「あっ、自分はカオティックなチラシをイメージしてたんだ！」ってびっくりしたんですよね。でもそこから、それって自分が設定した言葉に引きずられるみたいにそんなイメージ持ってるけど、それ妥当かな？って考えて…こういう内省に繋がるのも他者にイメージを作ってもらう面白さですね。でも今回、まあ、その案ってつまり私からお伝えした情報に対するデザイナーさんの解釈だと思うんですが、そもそもデザイナーさんにとってもこの企画が何なのか理解する時点で難しくないかな？ってちょっと心配ではありましたよね、字面を見て、結局何か面白いパーティーかな？という解釈にもなりかねないし、かといって普通のセミナーのようにただ真面目に進むものでもないし。うん、違いますよ。踊りますよ。実際、「チラシに出てる情報さえ固めたらデザイナーさんにはもうちゃんとイメージできる」って訳じゃないですし、私の頭の中のセミナーのイメージをデザイナーさんが幻視できる訳じゃないし。自分の意図をうまく分かってもらうためにはどんな情報を渡せばいいんだろうって、そりゃ悩みますよ。とはいえ結局は、一度ではっきりさせるっていうんじゃなくて、デザイナーさんが作ってくれる案とそこへの意見のやりとりの中でちゃんと雰囲気と情報を明確化していけばいいんだと思いますけど。このチラシだと、最終案近くでは他にもっと硬くて真面目な感じの案もあったんですけど、そこに「いや、硬い真面目さじゃなくて気が抜けた真面目なんだ」「なるほどじゃあこの表現ではどう？」みたいなやりとりがあって…余談ですけどこれ、おもて面の写真がカラー、黄色のところはグレーっていう案もあったんですね。それすごく素敵で、素敵って意味だけだったらそっちを選びそうにもなったんですけど、でも結局はこの白黒と黄色のコントラストが強い積極的な印象を伝えるかなという判断で白黒黄色にしたんです。姿勢の表明ですよね。デザイナーさんて素敵な見た目を作ってくれる人ってイメージありますけど、実際は情報整理のプロフェッショナルでもあって…え？あ、そこ新しい認識でした？えぇ、ええ、ぜひメモしてください！これは結構重要ですよ。でもですね、だからって、じゃあそこに自分が持ってる情報の欠片みたいなのをガーッて入れたらハイ、ポン、て自販機から缶ジュースが出てくる、みたいに製品で出てくるかって言ったらそういうわけじゃなくて、やっぱりそこでちゃんと伝わるように情報を伝えないといけないし、これって下手でもなんでもクライアントだって一つの表現を自ら経るってことですよね…とか言っても、やっぱり情報のとこ、「登壇者（と会場）によるトーク」じゃ伝わらなかった、みたいな反省が沢山ですけど！…ええ、どう見えたか、ご意見・ご感想いただけたら大変嬉しいです。でもこれも面白いところだなと思っていて、自分がイメージしてる、しかもこれまでの常識とはちょっと違うかもしれないことを簡潔な言葉に圧縮してちゃんと表現できるって、これもうコピーライターの技量の域だなって私は思うんですよね。なので、こんな些細なことでも最適解へのコラボレーションの可能性が残ってるなと思えて…ねえ、登壇者の工藤さん、どう思われます？活躍の場はおもて面だけじゃなくなくないですか！その前のところもね、「デザイナーと話す」にするか「…と話す技術」にするか、はたまた今の「こと」にするか、もう検討アンド決定ですよね、情報として見え方が全然違いません？言葉にとっても〈ここは舞台私は女優〉ですよ、って、まあおしゃべりはこれくらいにして、それでは本題の「よいデザイナーの見分け方」に移っていきましょうか。（了）

執筆：斧澤未知子（おのざわ・みちこ）1984年兵庫県神戸市生まれ。スイスのチューリッヒ芸術大学でデザインのマスターコースに在籍する一方、出版社 edition finkでアートブック制作を学ぶ。表現のための言語外言語について日々考えている。

デザイン：根 朋子（こん・ともこ）1984年東京都生まれ、仙台市在住。グラフィックデザイナー。広告・CI・パッケージやパンフレットなどを中心に手がける。デザインやコミュニケーションを交えて生まれる可能性を探している。smt活版印刷研究会、製本部所属。

Danceable Mixing Seminar

ダンサブルミキシングセミナー

良いデザイナーの見分け方

デザイナーを見つけたいと思っている人には切実な問いでありながら、デザイナーには眉をひそめられてしまいそうなこの言葉。でも、この言葉から出発してクライアントとデザイナーの協働しやすさを考えていくことはタブーなのでしょうか？ 今回のセミナーでは「良いデザイナー」について考えるヒントとなるレクチャーと対話の時間を通して、「良いデザイナーの見分け方」という問いは果たして有効なのかを考え、自らデザイナーを見極める判断力を養います。

〈対象者〉
- デザイナーと協働したいけれど疑問がある人
- デザイナーとしての活躍の幅を広げたい人 …など

日時 2017年12月1日（金）
14:00～ ※13:30開場

場所 ARE 107階
仙台情報想像セミナールーム

料金 1,500円 ※お申し込み不要

14:00 開始 ※13:30開場
14:10 問題提起トーク① 長内綾子さん
デザイナーを見つけること
長内さんの選曲によるダンサブルタイム
14:30 問題提起トーク② 工藤拓也さん
デザイナーと仕事すること
工藤さんの選曲によるダンサブルタイム
14:50 問題提起トーク③ 鈴木瑠理子さん
デザイナーと話すこと
鈴木さんの選曲によるダンサブルタイム
休憩
15:20 トークタイム 登壇者（と会場）によるトーク
16:00 終了 ※予定



司会 斧澤 未知子

1984年兵庫県神戸市出身。想像都市広告会の一員として誰もがデザインについて考えられる状況を作り出すためのイベントの企画運営に携わるほか、デザインの実用外の効能について研究と実践を行う活動家。



講師 工藤 拓也

1982年仙台市生まれ。コピーライター。キャッチのような短いものから取材記事のような長いものまで書き、企画や編集も手がける。嬉しいのは、ボディコピーがうまく書けたときと、小難しい話のおもしろさを伝えられたとき。



講師 長内 綾子

1976年北海道生まれ。Survivart主宰。2011年11月、震災を機に仙台へ移住。現代美術とビジネスの両方の現場で、問いを立て応答を引き出す場の設計、およびキュレーションを行っている。



講師 鈴木 瑠理子

1987年仙台市生まれ。編集者、ライター。書籍や冊子などの企画・編集を手がける。多様な分野・立場の人々の言葉を聞き、ともに制作テーマを深め、魅力あるものをつくることを目指している。趣味は映画鑑賞と料理。

www.dmsusodayo.net

［会場］仙台情報想像セミナールーム
〒980-0021 宮城県仙台市青葉区中央2-22-222 ARE107階

［お問い合わせ］SICC 仙台想像都市広告会
TEL 022-2222-22222 MAIL info@dmsusodayo.net



しつらえと思いについて

居酒屋〈文化横丁 源氏〉

文：鈴木瑠理子
［pp.28-29, p.35］
デザイン：松井健太郎
撮影：嵯峨倫寛
協力：文化横丁 源氏

とっておき、と呼びたい店がある。けれども、なぜ「とっておき」なのかと考えると、憧れやくつろぎや、背筋を正して、とか、いろんな言葉が湧いて不思議な心持ちになる。〈源氏〉のカウンターに腰かけて、思い巡らせてみようと思う。

［関係性のデザイン］

サンモール一番町商店街を少し進むと、東側に「文化横丁」の入り口を望むことができる。この通りを行くと、出口の手前に小さな公園があり、その敷地と隣接する建物との間に、人ひとりが通れるほどの小道が現れる。側にはほの明るく灯る〈源氏〉の看板があり、小道の奥の突き当たりの壁にも〈源氏〉とある。ここを入り、さらに曲がると縄のれんが見える。

〈源氏〉は昭和25年（1950年）4月の創業だ。現在の女将である髙橋雛子さんのお姑さんが、東京大空襲の被害に遭い、仙台で旅館を営む弟さんの下に疎開して始めた店だという。先代は女子大出の良家のお嬢さんで、働いた経験のない素人だった。空襲で夫を亡くし、4人の子どもを育てるためにしどろもどろで店に立ちながらも、聞き上手で上品な人柄に、東北大学の教授や近県の学者などが多く集ったそうだ。

注文は日本酒かビール1杯につきお通しが付き、一人4杯までがルール。1杯目から順に、きゅうりや大根のぬか漬けと季節を感じる日替わりの一品、冷奴、刺身、おでんか味噌汁と出される。この〝4杯〟のルールは先代の頃の常連客が決めたのだという。店内で一切音楽をかけないのもそうだ。雛子さんは、「お義母さんの雰囲気に合わせて店づくりをされたみたいですね。あまり商売っ気がなく、健康を管理しながらお酒を提供するというところに惹かれたのかしら」と話す。店のモットーは、「健康的に、家庭的に、おいしく呑む」。客もそれをわきまえ、深酒しない。

開店したばかりの17時頃は静かだ。着物に割烹着姿の女将さんは、コの字型のカウンターの中できびきびと働く。ほかの客のお酒を注ぐ様子を窺い、注文のタイミングを待つのもこの店の特徴だ。合間を縫って注文すると、女将さんは厨房に接する小窓に向けて「お通し一つです」と小さく声をかける。店の中には、箸が食器に触れる音、お酒を呑み、料理を食む音がかすかに響く。そして、時折ガラガラと戸が開き、新たな客が座って、場が少しずつ温まっていく。



文化横丁の公園脇に現れる小道。奥に進むと〈源氏〉の入り口がある。

2017年10月16日(月) 18:15の客

茅原拓朗氏の場合

私たちにエモーショナルな体験をもたらす脳の回路構成にはある面白い特徴があって、それは、その回路の中心に扁桃核という恐れや不安を司る中枢が据えられていることである。そのようにに書くと字面は大げさになってしまうが、要は危険なものや避けて通らなければならないものに対して逃げたりよけたりという適切な反応を引き起こす中枢ということで、そのように捉えれば確かに私たちの生存確率を高めるためには〝恐怖〟の方をベースにしておいたほうが理にかなっているとも思えるし、さらに世の中のいろいろを眺めるときにも腑に落ちることが多いような気がする。

もちろん、だからと言って〈源氏〉のコの字のカウンターにおさまってお酒を戴くときに心底感じるあのくつろぎや落ち着きのことをあまり本質的ではないもののように言うつもりはなくむしろその逆なのだが、それらが私たちの脳の中で恐れや不安という「とらわれ」から十分遠ざけられているという形で陰画的に表象されているのだとしたら、それは〈源氏〉というお店のくつろぎをもたらす空間やしつらえのあり方ととてもよく似ているようにも思うのである。

文化横町の公園脇にぽっと灯っている看板は、看板と云うよりは知っている人にだけお店が開いていることを知らせる目印と言った方が近いかもしれなくて、実際、看板の位置から奥をのぞいても入り口は見えず、でも角を曲がれば縄のれんは確かにそこにあって、これは一見さんお断りのというよりは、酒呑みにだけに届く目配せのようなものかもしれない。

店内はカウンター内の天井の明かり取りのような照明と、部屋の四隅の行灯風の明かり、カウンター奥の障子越しにはいってくる厨房の光などによってなだらかな濃淡がつけられているものの決して暗い感じはせず、ちょうど良い塩梅でお燗されたような温度で彩られている。コの字のカウンターは入り口に背を向けて配置されているため、客の出入りにいちいち時間の

流れを寸断されることはないし、コの字のうち向かい合うカウンターの間には盛っきり用のコップ置きやビアサーバ、戦後の創業当初から手を入れながら大事に使い続けられているという酒燗器が置かれていて、客同士の視線を互いに煩わしく感じる必要もない。

カウンターの柱のたもと、壁際などまさにここに欲しいという場所には花が生けてあって眼の置き所となっているのに加え、なぜか厨房に向けて開いている小窓から厨房側に少し奥まったところにも花差しがあって、誰のためのものなのか、誰のためであってもふとそれに気付いた者をなにやらゆかしい気持ちにさせてくれる。

—

さて女将さんはといえば、てきぱきと立ち振る舞いながら、眼のやりどころや一升瓶を両手で掲げて酒燗器にお酒を注ぐ様子（量りもせずにきっぱりと注ぐのだが酒燗器の蛇口から出てくるお酒はコップと受け皿から決してあふれることはなくぴったりである）、盛っきられたコップをカウンターの一段高いところに置くときの手の様子、一つ一つの所作が実に見事にキマっているために動きというよりむしろたたずまいとしてそこにあって、なるほど美しい所作というのはなにより溶け込むということによって測られることかもしれないなどとも考えさせられて、お酒を邪魔することがない。

—

とにかくこのように〈源氏〉というお店のしつらえは、それ自体がなにものかであるためというより、なにかを遠ざけまた別のなにかを邪魔しないということに向けて構成されているのであり、そこで私たちは人間とその社会のもろもろにとらわれ煩わされることなく、くつろぎ落ち着いてそこで供されているところのものと向き合うことが出来るのである。

—

現在ではもっぱらなにかの手段になりはてているかに見えるお酒だが、それが精神に作用し、また（単に酔うということではなしに）その作用ゆえにその他の摂取可能な液体と区別されて人類





創業当初から手入れしながら使い続けているという特注の酒燗器。

椀状の注ぎ口からお酒を注ぐと、湯煎されて下部の蛇口から出てくるつくりになっている。

厨房に接する小窓からのぞく花差し。

に長く愛されてきたのであれば、私たちが会話を通じて我が身のうちにとりこんだ言葉の作用と何ら異なることはなくて、そこでは「酒と語り合う」ということが比喩ではなくなる。ただし、身のうちにとりこむかどうかもまたこちら次第という酒との語り合いにおいては生身の人間との会話以上に当方の状態や場のしつらえというものが大切になってくるのかもしれなくて、だからこそ牧水*は「如何すれば此場合最もうまく飲めるかと云う」ことのために、「何だか身体がよごれてでもいる様に感ぜらるるときは何はおき先ず湯屋に赴く」ことまでしたのだし、また吉田健一**はそのような酔っ払っていながらその中にほんの少し薄眼をあけた〈覚め〉を内包するような絶妙な制御ぶりのみを説話の推進力としながら「ただただ飲み続ける」という神仙のレベルにも到達するような酒呑みにとっての究極の境地を描き出しもした。

—

もちろん神仙でなければ鬼でもないあなたや私が永遠に呑み続けることはかなうべくもない。でも〈源氏〉のコの字のカウンターにおさまってお酒を戴くと、不思議なことにこの一杯目が一杯目でなくなる。俗塵を払い遠ざけたこのお店の時空と、お酒は四杯までという熱い連帯の制度的装置によって（実際このルールは素晴らしい発明だと思う）、この一杯目はついさっき出て行った客の五杯目にも、今年の春宵の余韻を残す五杯目にも、去年の木枯らしの凍みる五杯目にも、はたまた50年前の初代女将さんの姿をありありと映す五杯目にもなって、いつの間にか、私たちは集合的な〝酒呑み〟としてこの場所でずっと呑み続けていたことに気付くのである。

—

＊若山牧水（1885-1928）は稀代の酒呑みとしても知られる歌人である。有名な「酒は静かに飲むべかりけり」以外にも酒をめぐる多くの歌を詠み、酒と生き酒で死んだ人生の機微の諸相を今に伝える。引用は『若山牧水随筆集』（講談社文芸文庫）所収「私と酒」210頁より。浪漫主義から時代を画した彼らしく、器落率直に酒を語る言葉が沁みる。前掲書の別の掌編では「大酒止めます、もっと歌詠みます」宣言をしているあたり、まことに愛すべき人生の先輩である。

＊＊吉田健一（1912-1977）は『金沢』をはじめとする酒を主題とした幻想文学作品とエッセイを多く残した作家・文学者であり、彼の酒食とのつきあいは平凡社の雑誌「太陽」でもたびたび採り上げられて酒呑みのあるべき姿の一つを後生に示してきた。実父であり元首相の吉田茂は、源氏初代女将の弟さんが営んでいた旅館を仙台の定宿にしていたというから、もしかしたら吉田健一も源氏のカウンターに座っていたことがあるのかもしれない。

茅原拓朗［かやはら・たくろう］
1968年東京都生まれ。宮城大学教授、博士（心理学）。
人間の身体／認識を科学と歴史文化の両面から研究しています。
研究と武道／芸能の実践（合気道／能楽森田流笛方）を通じて東北の民俗・芸能にもズブズブとはまり中。

先代が亡くなったあと、しばらくは店で働いていた女性たちが切り盛りしていたが、いずれは店を閉じようという話も出ていたそうだ。けれども、常連客からの「やめないでくれ」という声に後押しされ、雛子さんの旦那さんが勤めていた会社を辞めて後を継ぎ、主婦業に専念していた雛子さんも、二代目の女将として店に出ることになった。「働いてくださっていたみなさんも、『お手伝いするわよ』っていう感じで、本当に家庭的な方たちでした。私が店に出たのは子どもも大きくなって、手もかからなくなってから。結婚した時は、自分が店をやるとは夢にも思いませんでした。それまで全然働いたこともなかったので、本当に不安でしたし、子どもが全員成人したらやめようと思っていましたけれど、その時になると、また『やめないでくれ』っていう根強いファンの方が多くいらっしゃって」。今では雛子さんの息子さんが、父と同じように会社勤めを辞めて後を継ぎ、厨房に入っている。

いつかの年末、スーツ姿の男性が戸を開け、「今日は呑まないんだけど」とひと言置いて、年の瀬のあいさつに来たと女将さんに話していた。抑えた声音で紡がれるその会話の一部始終はわからないが、女将さんが笑顔でお礼を言いながら、年始の営業はいつ、とその男性に伝えていたのを覚えている。また、別の日にも、東京帰りらしい男性が、お土産を女将さんに手渡すのを見たことがある。東京駅にある、並ぶこともあるというバターサンドの有名店の箱。



男性が店の前で足を止め、「源氏に持って行こう」と思い立つ姿を想像してしまう。カウンターの柱越しに、女将さんの割烹着の両手が箱を受け取るのが見えた。

〈源氏〉では、店と客が互いに持つ感謝や尊敬の意思によって、対等に思い合うことのできる関係性が保たれているのを実感する。それは「配慮」とも「思いやり」とも「品」とも言えるかもしれないが、いずれにしてもやさしく素朴で、心の落ち着きを冴え冴えと知るような新鮮さに満ちている。そしてそれは、店と客とが長い年月の中で脈々と育み続けてきた、歴史のあり様なのかもしれないとも思うのだ。

文化横丁 源氏｜住所：仙台市青葉区一番町2丁目4-8｜電話：022-222-8485｜開店：17時｜閉店：23時（22時半ラストオーダー）｜定休日：日曜・祝日

ボクジュー村

僕が住む村

ひぇ〜この話、長文になりそう…。頑張って書きますぅ〜思いよ。

早いもので ボクジュー村に越してから 半年が過ぎました。
村人の皆さんと他愛のないお話もできるようになり、おかげさまで
年配の方のブラックジョークにも慣れてきました。でも生活する中で困った
ことがあったんです。**のぞかれちがうんですよね。**家の中を。
はじめは様子見で観察していたら気づいたことがあったんです。
のぞきは家主の現状を把握するための手段なんです。皆さん、気に
もとめてないようです。住人同士の結束が固く信頼しあっている証
拠です。しかも ボクジュー村では **家に鍵なんてかけ
ないんです。** 理由は鍵をかけてもかけなくても何も起こらない
から。お宅にお邪魔するときは 口笛や 合言葉も鳴らしません。大抵そ
のまま入って、お茶菓子を食べながら近況報告の時間になります。「老人ク
ラブで山形に行った」「飼い猫が3匹いなくなった」そんな話が繰り広げ
られます。帰るときにはバナナ等のお土産を頂ける時もあります。人との
距離感が近すぎることが苦手だったんですけど これはフェイスブックなん
だ！と考えたらものすごく楽になったんです。ここでは〈家〉が自分のアカウント
一般公開しているの
いなります。友達申請は引越しの挨拶でオッケー。
で。のぞきは当然のこと。**いいね！**はほとんどお茶菓子の箸
表します。お土産にバナナや野菜を渡すといいね！のカサ増しも可能です。
ひとつの近況報告に対するコメントは1分間で10件以上集まることも。
シェアのスピードは本家にも負けず劣らずなんですよ。
ワイファイやパソコンなんか無くても、フェイスブックは出来るんです。
うちの村、リアルフェイスブックなんで。 ただし他の本人へのアクセ
スや友達のブロックが出来ません。そして、他の〈家〉への**アクセス**が
かなり面倒です。そんなデメリットやのぞきを許せるほど、私はリアル
フェイスブックをかなり気に入っているんです。だって今日も、4バナナ・
2コーヒー・2サイダー・2ナン・5お菓子・1みたらし団子、押してきま
したから。

住人のないことなんです。だってのぞきは合法ですから



※「アカウト」はアカウントの間違いです。夢中になって書いていたら「ン」を忘れてしまいました。ごめんなさい。

渺（りゅう）| 1992 年宮城県角田市生まれ。2016 年より「墨の人」として活動開始。
「書」や「書道」の枠にとらわれず墨をつかって文字や柄を描く。樹皮や雑草、石などの
自然物に墨を直接塗って和紙に転写した作品を多く展開している。

連載

雑草からパクチー

第2回

記憶の中のデザイン

今号のテーマがデザインということで、何か書こうと思ったが、ペンを取ってもなかなか進まない。僕がデザインについて、声を大にして言えることなんてほとんどないのだ。学生時代、授業中に先生から「デザインと美術の違いとは何か？」と問われたことをいまでも覚えている。当時の僕はその問いに対して何も答えることができなかった。「できればあてられたくない」と下を向いてじっとしていたのではなかったか。あれから十一年、グラフィックデザイナーになって五年が経った。いまの僕はあの頃の僕とたいして変わらないのかもしれない。僕はデザインをたくさん勉強したけれど、それが本当に正しいデザインかどうかなんてわからない。しかし、それを疑うべきだということはわかる。常に変わり続けていくデザインの世界の中で、デザイナーはその時々に答えを出し続けていくことしかできない。デザインは曖昧で、繊細で、難しい。しかし、誰でも一度くらいは何か特別なデザインとの出会いがあるはずで、そのデザインはきっと難しくない。そういうデザインのほとんどは、放っておけばゴミになってしまうか、誰かの宝物になるだけで、どうしようもなくて、僕はデザインのそういうところが好きだ。



ザ・ハイロウズ『一人で大人 一人で子供／俺たちに明日は無い』
発売：ユニバーサルミュージック、二〇〇二年

一人で大人 一人で子供／俺たちに明日は無い

中学生の頃はお金が無いから町の図書館でよくCDを借りていた。その中にザ・ハイロウズの『エンジェル・ビートル（angel beetle）』というアルバムがあって、『一人で大人 一人で子供』は一番最後の曲で、『俺たちに明日は無い』との両A面でシングルカットされていた。アルバムは手が出なかったけど、中古CD屋さんで安くなるのを待ってからこのシングルを200円くらいで買った。このジャケットのデザインを「かっこいい」という人はあまりいないかもしれないけど、僕はこのジャケットが大好きで、タイトルと歌詞の深さと曲の素直さがそのまま表現されていて、もちろん当時はそんな分析はしてないけど、言葉にできない分もっと強く感じた気がする。中学校くらいから携帯電話を持ち始める友達が何人かいて、僕も欲しかったけど買ってもらえなかったから、母親が解約した電話をもらってボイスレコーダーでこの曲を録音して、「着うた」を作ったりしていた。電話もメールも使えないから、ただ自分で再生するだけだった。

旬ではない読書　神谷美恵子『若き日の日記』新装版（みすず書房、二〇一四年）

十一月の初旬、原稿の締切りが近づいているのにどうしても書けなくて、内心は大丈夫だと思っていても、いよいよ焦る気持ちもあった。仕事帰りに書店で『若き日の日記』を偶然目にした時、何か書けそうな気がした。みすず書房の潔い装丁が美しかったというのもある。本というのは不思議な物だ。僕は何故ただの紙の束に夢中になり、何故いつまでもそこから逃げ出せないのだろう。べつに逃げ出したいわけでもない。

『若き日の日記』は神谷美恵子が一九四二年（二十八才）から一九四五年（三十一才）までの四年間を綴ったもので、日本では戦時から敗戦直後にあたり、日記の中にも空襲警報という言葉が頻繁に出てくる。二十八歳の神谷は医学を志しながらも、「書きたい」という気持ちを常に強く持ち続け、医学と文学の両方の道を諦めずに進むことが必然だった。彼女の内側の深いところで医学と文学の道は通じており、彼女自身が誰よりもそれを信じていたのではないか。日記には淡々と丁寧に日々の生活が綴られており、僕も以前に何度か日記をつけることに挑戦したことを思い出し、小学四年の頃に一年くらい続いたことがあったが、それ以来はさっぱりだ。あの時、一年間も日記が続いたのは入院生活がつらかったせいだろう。毎日の日記』が並んでいるところを確認してみると、初めて見つけた時とはまた違う印象で、やはり本というのはその時々、その瞬間での出会いが大切なのだと思った。本に限らず、人生というのは偶然性に溢れていて、例えば、僕は村上春樹という作家が本の中にシェリル・クロウという歌手を登場させたことを少し意外に感じて、だけど確かに雨の日に広尾あたりを車で運転する時に聴くにはピッタリだ、と妙に腑に落ちたことを憶えていて、もし僕が幼い頃に父か母が車の中で偶然かけたシェリル・クロウのCDを聴いていなければあのシーンはそれほど印象に残るところではないはずで、これを書いている時にCDが偶然出てきたのはどこか必然のようにも思える。

理屈をこねたり、説明したり、するのに飽きた。年取るとともに子供にかえって、歌いたくなった。人の心の喜びを悲しみを、心から歌いつつ死にたい。リリカルな文学を作れたらと祈る。

だんだんとわがままになって行く。誰の説にも全面的に賛同できなくなって来る。

人の世も、人の心も、己が心も、要するに謎である。それをあるがままに歌おう、わからないままに美しく、色とりどりであるそれを。

やっと、やっと、少しく芸術の味がわかって来たようでうれしい。

今、欲を言うなら、芸術上の友が欲しい。体操の試験。

（一九四三年二月二十一日）

この日記を読んだ時、まるで詩のようだと思った。詩を読む時のように言葉にリズムが生まれて、見えない筆圧も音になって聞こえるような気がした。最後の「体操の試験」というのは、おそらく学校であった試験のことを記していて、内容とは関係ないけれど、これがあることで文章に深みが出ている気もする。



出典：神谷美恵子『若き日の日記』新装版（みすず書房、二〇一四年）七十五頁

文・デザイン：佐藤豊（さとう・ゆたか）　福島県相馬市生まれ。グラフィックデザイナー。幼い頃は野球選手に憧れたが持病の喘息が悪化し長期入院を余儀なくされ断念。病院に併設された学校で若い美術教師にシュルレアリスムの絵画集を見せられて感銘を受ける。

他人のふんどしで相撲をとる

第二回

文：足立千佳子



ばけつ畑部の場合

駅東の閑静な寺町の片隅にひっそりと佇むコミュニティ・カフェ〈うれしや〉。

スポンサーは登米市米山の農家さんだ。

店主チカコは震災前から登米市内の地域づくりに関わっていた。六次化や登米の農産物を使ったメニューづくりのアドバイスもしていて、その関連で実際にメニューを調理してくれる農家さんとして紹介してもらったのが、のちの〈うれしや〉スポンサーとなる〈かのファーム〉の鹿野耕史・昭子夫妻だったのだ。

〈かのファーム〉は、自家製大豆を加工した納豆や豆腐、油揚げ、野菜やハーブ、仙台牛など、美味しいものをつくっている農家だ。米粉麺を使った焼きそば、米粉を使った野菜キッシュ、味噌味を効かしたケークサレ、季節の野菜をふんだんに使ったピザ……など、〈かのファーム〉に通ってアレコレつくった。が、アレコレつくるよりも前に、手づくりの納豆、豆腐の美味しいこと！ 油揚げは大きくてカリッと焼くと最高だ。試作するたびに出していただく美味しい食材を使った「おまかない」に胃袋をしっかりと掴まれてしまい、納豆も豆腐もお醤油をかけなくてもそのままで美味しい〜！ とか、油揚げをふんだんにいれたお鍋がとっても美味しい！ とか、仙台牛のすき焼きとか……。

あまりにも美味しすぎて、試作のために行くのか、「おまかない」のために行くのか……（笑）。

そんなこんなで2年ほど通ったときに、ある喫茶店の居抜きの話があり、そういえば昭子さんが「いずれは自分の家でつくった野菜や豆をメインにした野菜カフェをしてみたい」と言ってたなあと軽い気持ちで紹介したところ、立地・規模を気に入り、とんとんと野菜カフェの企画実現となったのが、いまの〈うれしや〉なのだ。

胃袋をつかんで交流したい！ という鹿野夫妻の考えをもとに、〈うれしや〉では四季折々〈かのファーム〉で採れる美味しい野菜や仙台牛を使ったイベントを開催。いつも夫妻で来店し、お客さまと交流を深めている。

そして、お客さまから「〈かのファーム〉へ行ってみたい！」と声があがったのをきっかけに「ばけつ畑部」を始めた。部員は、耕史さんが用意してくれた土・野菜苗をバケツに植え、自宅に持ち帰って育てる。日々の疑問はSNSを通じてか、〈うれしや〉に来て質問し、毎月最終土曜日は〈かのファーム〉に行って、ばけつ畑の生育状態を見てもらったり、畑で作業を手伝ったりする。春から秋にかけては畑作業体験で、冬は昭子ママが普段している加工のお仕事……パンづくりやジャムづくり、味噌づくりを体験して、豊かな食の暮らしのおすそ分けを楽しんでいる。

四季の恵み、土からの恵みを大事にしている鹿野夫妻の暮らし。これぞ〈うれしや〉の大事なふんどしなのだ。そのふんどしをフルに使って、楽しませてもらう。それが「ばけつ畑部」。〈うれしや〉のハコから飛び出した楽しい交流はこれからも広がっていく予感大だ。

足立千佳子（あだち・ちかこ）｜仙台市生まれ。まちづくりプランナー。宮城県内および全国各地で住民主体のまちづくりに関わる。東日本大震災後は仙台駅東のエリアマネジメント、復興支援商品「編んだもんだら」制作、コミュニティカフェ〈うれしや〉運営が活動の3本柱。

風と花と vol.2

文：高山智行

荒浜の、これからの街

連載コラムの依頼をいただいた際、「とうほく」「あきんど」「でざいん」という3つのテーマに沿って書いて欲しいと言われたにもかかわらず失念していた第一回。その反省を踏まえ、今回も海辺の街から言葉を綴る。

2011年12月、仙台市若林区荒浜地区は災害危険区域に指定され、400年前に人々が暮らし始めたと言われている土地から「暮らし」の音は消えた。現地再建を望む声、移転に向けて動き始める足音、各々の選択は是非に及ばず、涙を拭う人も目の当たりにした苦い記憶。震災前から在った建物として残っているのは「震災遺構」となった荒浜小学校のみとなった。初めて訪れた人の多くは「どこに建物が建っていたのか？」と真顔の問い。その都度、その足下に日々の暮らしがあったことを伝える。

昨年度より防災集団移転促進事業として、市が買い取った土地（災害危険区域）の利活用方針の検討が始まった。荒浜地区は約40ヘクタールの広大な土地の在り方が問われている。この街を離れざるを得なかった地域の方々は何を思うのか。下は震災当時高校一年生、上は今年80歳の方まで、等身大の声を聞き歩いた。どの年代の方も思い出は堰を切ったように話してくれたが、これからの街を問われると一様に口を閉ざした。なぜなのか。今は何となくわかる気がする。みんな、ここで暮らしていただけで「荒浜をこうしたい」という強い思いを持っていたわけではなかった。「ここで暮らしが続いていく」というシンプルなことで良かったんだと思う。しかし、利活用事業では荒浜のこれからを「事業化」することが求められていて、そこまでしないと同じテーブルについて話をすることが難しい。それが、荒浜に暮らしてきた方たちの「思い」と現状の利活用事業の進め方が少し乖離している部分なのかもしれない。

これからの街を想像する。何もないように見えるこの街を大切に思っている友人たちは、どんな表情で荒浜にいるだろう。泣いているのか笑っているのか。人の顔が見える街を考えることもデザインの一つかもしれない。利活用事業の舞台にあがることのない声なき声に耳を澄ませて。



高山智行（たかやま・ともゆき）｜1983年仙台市生まれ。HOPE FOR project 主宰。震災遺構 仙台市立荒浜小学校職員。東日本大震災後、災害危険区域に指定された地元の若林区荒浜にて、元地域住民や有志とともに場作りを中心に活動を続けている。

コンノケンジのお買い物

低価格の商品を消耗するサイクルに飲まれ、物を手にいれることのステイタスすらかすんで見える昨今。私たちにとっての「お買い物」とはなんなのか？ と立ち止まって考えるきっかけになる（かもしれない）、マイペースかつ実直な買い物通、コンノケンジの通販日記。

No.2 マイスタンダード。

スタンダード。定番。他人がどう思うか関係なく、自分にとって当たり前という「個人的なスタンダード」と、たくさんの人々が高く評価し、長きにわたって愛し続けているものという「みんなのスタンダード」のふたつがあると思います。

今回お取り寄せしたものは、前者の「個人的なスタンダード」です。それは、パンツです。写真を見ての通り、真っ白のパンツです。このパンツを穿き始めて約3年。こうして振り返ると、まだたったの3年かと思いましたが、毎日穿いているせいか、もっと長い期間愛用していると錯覚していました。そのぐらい愛着を感じています。

このパンツとの出会いは、ニューヨークでした（かっこいい響きですね。でも、パンツです）。10日間程の出張の際、パンツを家に忘れてしまったからです。必要に迫られ、Xmartというディスカウントストアへ行きました。この時までは、ボクサーパンツを穿いていました。なぜボクサーからトランクスに転向したかというと、日本とアメリカではサイズ感が異なるので、通常フィットしているボクサーなのにユルユルになったら、なんか嫌だなと思ったからです。また、季節は真夏だったので、フィット感よりも通気性を求めたのかもしれません。地下にある下着売り場に到着し、パンツの形状の変更を決定するまでに時間はあまりかかりませんでしたが、柄の検討に時間を要しました。欲が出たのです。せっかくアメリカに来ているのだから、日本にはない柄や色のものが欲しいと思ってしまいました。しかしながら、たくさん並んでいるパンツはどれもチェック柄ばかりで面白くありません。半ば諦めかけた頃、パッケージの写真と中身が一致していない商品があることに気づき、ようやくこのFRUIT OF THE LOOMの白いパンツを見つけることができました。これまで見たことがないオールホワイトのミニマルなパンツ。5枚入りでお手頃。2パック、即決でした。帰国後、パンツを総入れ替えし、どのパンツを穿こうか考える時間がなくなりました（所要時間約3秒）。

素材は綿100%ではなく、綿55%、ポリエステル45%のため、最初は生地にハリがあり、洗濯を繰り返すと柔らかくなってきます。この馴染んでくる過程があることと、ニューヨークで購入した思い出が愛着の理由です。出張の度にこのパンツのストック分を購入していました。まだストックはありますが、アメリカに行く予定は当分なさそうなのでamazonで購入しました。



価格：$11.92　送料：$8.00　購入先：http://www.amazon.com/

コンノケンジ｜1985年仙台市生まれ。会社員。勤めている会社では、営業部に所属。パンツの変遷：ブリーフ（10歳頃まで）→トランクス（18歳頃まで）→ボクサー（29歳まで）→トランクス（現在）

デザイン｜小林知博

街をデザインするか
生き方をデザインするか
ないものねだりの背比べ

仙臺 to 臺灣

Autumn 2017, trip to Taiwan

初めて『宝島』を読んだ時を思い出した。
ページをめくるのがもったいない、
この高鳴りを終わらせたくないと願うほど、
ワクワクする世界に魅了された。
これは39年間日本から出たことのなかった
一人の仙臺市民が旅した臺灣の思い出と、
仙臺の街への思いを記したルポである。



文・写真＝榎田倫高(えのきだ みちたか)
宮城県仙臺市出身。仙臺市内の大学を卒業後、
仙臺市内の一般企業に就職し、結婚、二児の父。2017年秋現在、課長職。



そもそも臺灣に行こうと思い立ったのは、40歳を目前にして、ふと自分の薄っぺらさに気づいてしまったからだった。職場でも家庭でも、責任ある立場だ。職場でも家庭でも、大きな失敗は許されない。職場でも家庭でも、突飛な意見は歓迎されない。そう、職場でも家庭でも、「個」より「役」を求められているのだと気づいたのだ。

東京に出て行った友人らと話すのも、つらくなった。彼らは自分の意志で戦っている。見知らぬ土地に出て、常に自分という武器を磨きながら、臆することなく崖を登っていく。自分はどうだ。形のない「型」に押し込められ、身動きを取ることができない。そんな自分の姿が、頭の中から消えなくなっている。

別に、臺灣でなくてもよかった。どこか、誰も自分に何かを求めない場所に行きたかった。「型」から外れて、思い切り息をしたかった。結局、ふらりと入った旅行代理店で、店員に薦められた臺灣を選んだのだった。



臺灣 Taiwan

一 日目の夜、勇気を出して足を運んだ夜市。間もなく日付が変わる時間だというのに、大粒の雨の中、光り輝く夜市は平然と営業していた。私は中国語は話せない。指差しでなんとか注文する。出された料理が想像と大きくずれていないことに安堵した。ホテルへの帰りがけ、ビールを買いに寄ったコンビニでは、客らしき男性が店内通路で弁当を食べていた。レジの店員は、私のビールを会計しながら、その男性との会話をやめない。なんて自由な人たちなんだ。少し戸惑う。歩道のベンチでは、初老の男性がよく焼けた肌を晒しながら眠っていた。危なくないのだろうか。仙臺で見かけたら警察を呼んでもいい事案だ。

二 日目の朝。太陽の下で見る臺灣は、より濃厚な不思議さに満ちていた。原付バイクで埋め尽くされる通勤ラッシュ、ノーヘルのドライバー、自由に歩き回る犬。情報が多すぎて、目と頭から次々に溢れていく。衝撃的な風景ばかりで、写真を撮るために何度も足をとめ、駅までの数百メートルがなかなか縮まらなかった。ようやくチケットを買い、新幹線で南へ約1時間半、臺南に移動する。臺南は仙臺と縁深い街。公的な交流も近頃では盛んらしい。だが、時間の流れと人の表情が幾分か穏やかになったことを除けば、不思議な風景は、臺北とあまり変わらなかった。仏具屋は電気をつけずに店番をしているし、歩道は車と原付の駐車で塞がっているし、定食屋の女店主は食材を準備をしながら咥え煙草だ。

　しかし慣れとは恐ろしい。私は少しずつ、この不思議な風景に戸惑わなくなっていった。彼らの日常を、日常として捉えられるようになったのだ。人と人がぶつかる。だが互いに謝らないし、謝らせない。そう、彼らは必要以上に他人に気を遣わない。ぶつかることもあるし、ぶつかられることもある。長い人生の中でペイできることを知っているようだった。なんて自由で、強い人たちなのだろう。











山蘇
lukot house

facebook.com/lukotINN/

三日目は臺南から高速鉄道で1駅、高雄の街を歩いた。つい最近まで「臺灣第二の都市」であった高雄。京都のような格式高い街かと思いきや、駅前にビルや商店街が集中した地方都市の様相だった。ぼんやり、仙臺の街が頭に浮かぶ。

三餘書店
TakaoBooks

http://www.takaobooks.tw



大通り沿い、3階建ての小さなビル。臺灣に来る前に少し調べた時に見つけた、高雄で最も有名という本屋「三餘書店」を訪ねてみる。店内をうろうろしていると、一人の男性が話しかけてくれた。名前は謝さん。この書店のオーナーだった。「ここは映画関係者や建築家、歴史家など、異なるジャンルの人間が5人集まって、チェーンじゃないオリジナルの本屋を開こうという話から生まれた店なんです。1階の書店フロアでは、店員が興味を持った本を独自に仕入れて販売していますね。お客さんに話しかけて、本の好みを聞いて紹介することもあります。大手書店では扱わない本やZINE、日本の書物を翻訳したものも多いですよ。政治が安定して、表現の自由が認められるようになって、出版できるようになった本もあります。地下のギャラリーも、2階のカフェも、ぜひ見て行ってください。私たちが本当にお勧めしたい高雄の観光情報も提供できるので、旅の中継地点としても利用してもらえたらうれしいです」



早速謝さんにお勧めのエリア情報をいくつか聞き、次の目的地を決めた。向かったのは古いコンクリート造りの建物が並ぶ路地。開け放したドアから覗くと、髪の長い聡明そうな女性が一人本を読んでいる。店名は「七號閱覽室」。ギャラリーだろうか。何か土産になるものでも買えるかもしれない。「あ、ここはお店じゃないんです。コミュニティスペース」。女性の名前はカイトさんというらしい。聞きなれない単語に、成り立ちを聞きたくなった。「実は去年個人的な理由で臺灣を離れようかと思ったんですが、自分はまだ臺灣で何もなしていないと思い直しました。村上春樹の本に、傷ついた人が隠れることのできる穴のようなスペース、という話があるんです。そんな





七號閱覽室
Experiment at 7th

facebook.com/experimentat7th/







場所を目指して、自分が好きなアートと本を、誰もが自由に見られる小さなスペースを開くことに辿り着きました。ここはどこかや誰かのコピー、レプリカじゃなく、正真正銘私のオリジナルのスペースです」

臺灣に来て、初めて本当の意味で衝撃を受けた気がした。臺灣人の印象が「不思議な人」から「強い人」に変わっていく。その思いは、続いて訪れた「山蘇」で確信になった。「三餘書店」で教えてもらった「山蘇」は、2時間50元（日本円で200円弱）で漫画を読むことができる、いわゆる漫画喫茶のような空間だ。「ここは約500冊の漫画があって、誰でも好きなだけ自分の時間を過ごせる場所。私はエンジニアだった20代の頃、苦しくなるとよく登山に行ったんです。山小屋には、同じような状況の人がたくさんいました。つまり、山小屋は苦しい時に逃げ込める、再び息をするために必要な場所だったんです。私もいつかこんな空間をつくりたいと思い続けてきました」。穏やかに話す、オーナーの黄さん。となりの男性の話も聞こうと話しかけると、日本語で挨拶が返ってきて驚いた。彼は許さん。日本でも最近注目されている臺灣の雑誌『秋刀魚』の創刊に携わっていたという。「実はもう『秋刀魚』の編集長は別の人に譲っているんですが、その後立ち上げた別の雑誌でもよく日本の取材に行きます。日本の観光情報ではなく、日本の中にある臺灣を、僕の視点から紹介したいんです。『山蘇』は、臺北に住んでいた大学時代、高雄の雑誌をつくることになって知りました。今はここでバーの手伝いや、講演者を集めてイベントを開いたりしています」

※ZINE（ジン）…自費で制作した小冊子のこと。オリジナルの文章や詩、イラスト、絵、写真などを少量印刷し、ホチキスなどで綴じたものが一般的。「MAGAZINE」の「ZINE」が語源とされる。

タクシーを捕まえ、ホテルの名前を書いた紙を見せる。
自分でドアを閉め、大きくヒビが入ったフロントガラスをぼんやりと見つめる。
小石か何か、当たったんだろうか。いつからヒビが入っているのか。
雨が降ったら困るんじゃないだろうか。
そんな小さなことを、臺灣の人々が気にするわけがないのを、
自分はもう知っている。
右車線を走る車も、無秩序に見える夜の街も、ずいぶん見慣れた。

他人のために、自分のスペースを提供する。
何も言わない他人を、何も言わず受け入れる。
そんなこと、現代の日本に、仙臺にできるだろうか。
臺灣だからこそできる、国民性が大きく関わるものなんじゃないだろうか。
いやしかし、彼らも「自分が悩んだ末につくったスペース」だと言わなかったか。
環境がいいからできる、できない、という結論の出し方は、適当じゃない。
もっと真剣に考えてみよう。

自分はそもそもなぜ臺灣に来たのだったか。
「型」に嵌められた自分が嫌だったからだ。
「型」から外れて、束の間でも自由に息をしたかったからだ。
ではその「型」は誰がつくったものだったか。
会社、家庭、地域。それぞれに合った「型」が、徐々に生成されてきた気がする。
思い返せば、小さい頃からそうだった。何か突飛なことをすれば、浮く。
一度輪から外れてしまえば、二度と戻ることはできない。
「正解」の道が1本しかなかった。
仙臺という地方都市で、常に周りを気にしながら生きてきた。
気を抜いたら「正解」から逸れてしまう。

そういえば神奈川や北海道から仙臺に来た知人が言っていた。
「仙臺の人は、本音か建前かわかりにくい。最初は結構戸惑ったよ」
その知人らは比較的自由な人で、
仙臺らしい生真面目な気質が肌に合わないのかと思っただけだった。
でも今ならわかる。彼らは、「型」に嵌まって安心している仙臺人と、
「型」から外れることを良しとしない仙臺の街に、違和感を覚えたのだ。
そうだ。
娘が小さい頃に家族旅行で訪れた沖縄にも、
「ゆんたく」と呼ばれる休憩所が商店街にあった。
誰でも靴を脱いで裸足で休める、知らない者同士で
「今日も暑いですね」「あんたどこで生まれたの、うちの島はもっと暑いよう」と
会話を楽しめる場所だった。
ずいぶん昔に金沢を訪れた時もそんなスペースを見かけた。
自分には居心地が悪そうだと感じるより先に、
何のためのスペースなのか純粋に疑問だったのを思い出す。
「どこで誰が何を聞いているかわからない」
「いつでもちゃんとしなければいけない」
「簡単に心を解いてはいけない」
それが当たり前である街で生まれ育った自分は、
「型」通りに生きることがいつの間にか楽になり、流されてきたのだろう。
自ら「型」に嵌まりに行っていたに違いない。

ホテルの部屋から、仙臺があるであろう方角に向いてみる。
頭の中に浮かぶ見慣れた街。
整ったビル街の至るところに、
大きな耳と目が、無数にひっついているのが見えた。

仙臺 臺灣 Taiwan





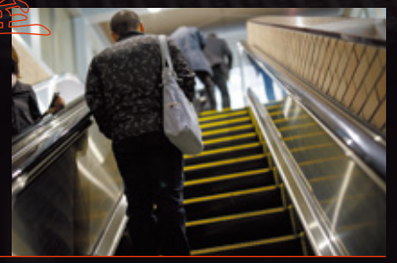


さらには、そこに小さな
「隙間のようなもの」が生まれ、
次の誰かが入り込む
余地さえも残している。

Sendai 仙臺

仙臺駅のエスカレーターがいい例だ。
立つ場所は、右でも左でもない。
前の人に倣うことが「正解」の街。
東北で一番の商業規模と人口を誇りながら、
どこか突き抜けない、少しの諦めが感じられる街。
波風を立てず、穏便に、
全員が利益を享受できるよう配慮された街。

悪いことばかりが浮かぶが、私が生まれた街だ。
多少悪いところが目に付いたくらいで、逃げたりはしたくない。
見て見ぬ振りなんて、以ての外。
気づいたからには、良くしたいに決まっている。
そうだ、仙臺に足りないものを考えよう。



例えるなら、石垣。
仙臺の石垣は、はじめから「正解」に基づいて切り出され、
設計図通りに積み上げられていく。
そこに「個」の意志は関係ない。
しかし臺灣の石垣は、荒々しい岩を荒々しく積み上げながら、
その隙間に小さな石を詰めて造られたように感じる。
個々の特性を生かしながら、堅固で美しい。
小さければ小さいなりの、細長ければ細長いなりの、
良さを発揮できている。
さらには、そこに小さな「隙間のようなもの」が生まれ、
次の誰かが入り込む余地さえも残している。

はじめからそこにあるものを否定しない。まず、受け入れる。
そして生かす。例えるなら、削除ではなく、更新。
苦しい時には、そっと入り込める「穴」のような、
「余白」のようなスペースがある。
これこそ私が感じた臺灣の魅力で、
仙臺に足りないものではないだろうか。
ここまで思い至ってようやく、
頭の中がすうっと軽くなった気がした。
1時間分、先を進む故郷・仙臺。
臺灣に来なければ、1時間どころか
10年経っても考えることのなかった問題だった。



Taiwan 臺灣

Taiwan 臺灣

荷物をまとめながら、
生まれ変わったような気持ちでいる自分を少し持て余す。
仙臺に帰ったら、もう一度自分の生まれた街をよく見渡してみよう。
街も習慣も、すべては暮らす人によって生み出された、
いわばデザインのようなものなのだ。
デザインする人の内面が変われば、デザインも少しずつ変わるだろう。

自分一人では心もとないから、
東京で不動産会社に勤めた友人に連絡してみようか。
仙臺の街にも、誰かが逃げ込めるような「割れ目」をつくってみたい。
古い建物をリノベーションして、まずは私の「避難所」にするのもいい。
私の行動こそ、仙臺という街の「風穴」になるかもしれない。
そして次に続く「遊び」の起点になるかもしれない。

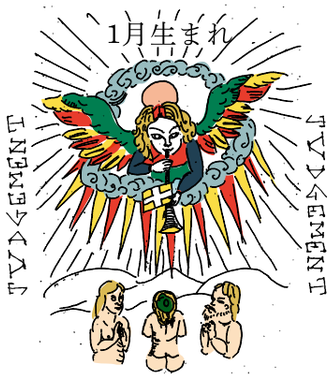


Sendai. 仙臺

穴、余白、割れ目、避難所、風穴、遊び。「それ」の呼び方なんかは人それぞれでいい。私が旅した臺灣は、自ら窮屈な「型」に嵌まりに行く仙臺人から見て自由奔放で、無秩序で、それでいて柔軟な、強い国だった。整いすぎた街は、実は魅力がない。整いすぎたデザインに、魅力がないように。デザイナー榎本幸弘、カメラマン嵯峨倫寛、ライター高橋光子。３人の思考が融合した形のない「意識」である私・榎田倫高はここで霧散することになるが、まずはありのままを受け入れ肯定し、さらに生きやすさを求めてもがき足掻くことの苦しさと美しさを、一人でも多くの仙臺人と共有していきたい。

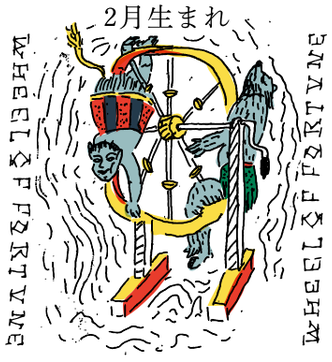
ROSEBUD TAROT READING 秋冬の運勢

1月生まれ



＜**近い未来**＞これまで取り組んできたことへの見通しがつきます。思った通りではない結果を受け入れることになるかもしれませんが、先へ進むことを選択しましょう。＜**キーワード**＞敗者復活戦。セラピー。医療。音楽。20。＜**メッセージ**＞言い忘れたこと、伝え忘れたことがないかの振り返りをお忘れなく。

2月生まれ



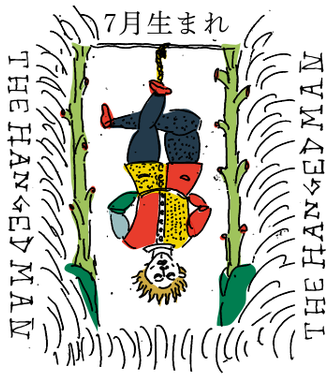
＜**近い未来**＞公私ともに忙しく充実した期間が続いています。気力体力、健康に気をつけて、チャレンジ精神で今後の成長につなげましょう。
＜**キーワード**＞旅行。勉強。指導。経済活動。10。＜**メッセージ**＞ものごとの＋と－、陰と陽の関係性を学ぶことで人生の可能性が開けます。指針、方針が大切です。

3月生まれ



＜**近い未来**＞直感に従った自由な発想と、自立した行動が新しいステップへとつながる兆しです。過去に縛られない生き方が独自のスタイルをつくるポイントとなります。
＜**キーワード**＞可能性。冒険。旅。自由。0。＜**メッセージ**＞ひらめきで旅行や外出をしてみると、いい発想が生まれるかもしれません。

7月生まれ



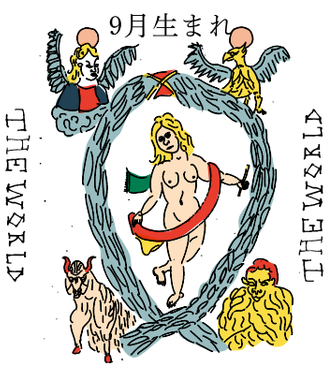
＜**近い未来**＞人生には失敗や挫折を通して、大きく成長していくことが何度か訪れます。これまでの経験は必ず報われます。
＜**キーワード**＞ひらめき。樹木。44。12。＜**メッセージ**＞価値感が変わると見方や感じ方も変わってきます。目線を変えてみることで、自分の立場や状況が好転するでしょう。

8月生まれ



＜**近い未来**＞束縛されていたものから解放されるでしょう。それに伴い、根本的な改革が必要とされるときがやってきます。＜**キーワード**＞金銭。引っ越し。16。
＜**メッセージ**＞これまでの成功は過去のものとして終わらせ、新しい生き方に目を向けるときです。後ろを振り返らずに、常に前だけを見て。

9月生まれ



＜**近い未来**＞自分の行動によって、関わるものごとが次々に変化していく兆しです。誰と一緒に何をしたいのかを見極めて、振る舞い方を選びましょう。
＜**キーワード**＞海外旅行。ダンス。21。＜**メッセージ**＞気の進まないことに無理をして力を注ぐより、今ある現状のバランスをとることが大切です。

文＝ROSEBUD　他＝吉田勝信

タロットカードと月の暦による生まれ月別占い〈2017.12月ー2018.2月〉

ROSEBUD TAROT READING 秋冬の運勢

4月生まれ



＜**近い未来**＞共同経営やパートナーシップを結ぶことで、チャンスがつかめる可能性が出てきます。まずは人を選ぶことです。＜**キーワード**＞選択。パートナー。恋人。登山。6。
＜**メッセージ**＞他人同士のご縁を育むことで、のちのちそのご縁が自分自身にかえってきます。人とのご縁を大切にしましょう。

5月生まれ



＜**近い未来**＞自己をもっと高めたいという欲求が生じる出来事があるかもしれません。自分を磨くことにも時間を使いましょう。＜**キーワード**＞月。資格。アクセント。2。
＜**メッセージ**＞仕事とプライベートを充実させるために何らかの選択をするのであれば、自分から学ぼうとする姿勢が重要とされます。

6月生まれ



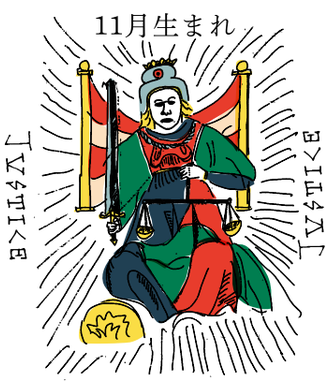
＜**近い未来**＞これまでの停滞していたサイクルに節目をつけて、新しくものごとをスタートさせるときがやってきます。＜**キーワード**＞破壊と再生。農業。決着。13。＜**メッセージ**＞古い慣習や決まりきった考え方に捕われすぎることなく進みましょう。改革はいつも現状を打ち破ることからはじまります。

10月生まれ



＜**近い未来**＞これまで築き上げてきたものが次の成長のために一旦不安定な状況に停滞します。指揮をとっていくために何が大切かを学ぶ機会が訪れます。＜**キーワード**＞父。指導者。家族。登山。4。
＜**メッセージ**＞この時期を乗り切るためには粘り強く取り組み、力の使い方を考えることが大切です。

11月生まれ



＜**近い未来**＞努力しても自分で決められないこと、選べないことが出てくるかもしれません。解決するためには何をはかりにかけるのかをまず知ることです。＜**キーワード**＞決断。裁判。相続。11。
＜**メッセージ**＞社会と自分、仕事とプライベート、バランスをはかってものごとをとらえてみてください。

12月生まれ



＜**近い未来**＞気になる存在、誘惑、縁の深いつながりという力に吸い寄せられます。相手のペースになる前に、勇気を持って自分の姿勢を維持しましょう。＜**キーワード**＞家族のような存在。動物。8。
＜**メッセージ**＞力に力で応じるよりも、愛と勇気を持って関わり合うことがいい関係性をもたらします。

ROSEBUD＝1994年、タロットリーディングをはじめる。「はからめ月のカレンダー」の製作、出版を通して、暦を日々の暮らしに取り入れることを提唱。http://hacarame.com/mind/tarot.html



東北の力こぶ

積み重ね磨き上げた技術で、
時間をかけて形を導き出す。
それが、デザインという仕事。

コピー／工藤拓也　撮影／嵯峨倫寛　デザイン／小林知博

とうほく あきんど でざいん　2017 秋冬

協働クリエイター略歴

特集

伝統とデザイン
東北に生きる人と、かたち
pp.4-11

阿部順子（あべ・じゅんこ）
1983年山形県寒河江市生まれ。デザイナー。東北芸術工科大学卒業後、デザイン会社数社を経て2017年よりフリーランスに。紙媒体を主とした広告デザイン（ポスター・パンフレット・チラシ・パッケージなど）の案件に携わっている。

及川恵子（おいかわ・けいこ）
1982年宮城県気仙沼市生まれ。フリーライター・編集者。大学で建築を学んだのち、地元タウン情報誌の編集などを経て現在に至る。人に出会うこと、未知のものに出合うこと、そして旅と音楽が好き。かっこいい文章、書きます。

公務員とデザイン
仙台市だって悩んでいます。
pp.12-19

工藤拓也（くどう・たくや）
1982年仙台市生まれ。コピーライター。キャッチのような短いものから取材記事のような長いものまで書き、企画や編集も手がける。うれしいのは、ボディコピーがうまく書けたときと、小難しい話のおもしろさを伝えられたとき。

白柳牧子（しらやなぎ・まきこ）
1987年茨城県生まれ。建築職の行政職員。いろんな人のしごとや暮らしぶりに触れてみたい。人やもの、ことを書いたフリーペーパーをつくっている。趣味はのんびりすること、美味しいものを食べること。

くろさわかな
デザイナー。Webサイト制作、印刷物のデザインなどを手がけている。ざっくりとした内容を形にすることが得意。目指すは見た人が思わずニヤリとしてしまうようなものづくり。好きなものはパンとグラノーラと眼鏡と髭。

関係性のデザイン
しつらえと思いについて
pp.28-35

鈴木瑠理子（すずき・るりこ）
1987年仙台市生まれ。編集者、ライター。本誌プロジェクトマネージャー。書籍や冊子などの企画・編集を手がける。多様な分野・立場の人々の言葉を聞き、ともに制作テーマを深め、魅力あるものをつくることを目指している。趣味は映画鑑賞と料理。

松井健太郎（まつい・けんたろう）

仙臺と臺灣とデザイン
仙臺灣
pp.42-53

高橋光子（たかはし・みつこ）
仙台市生まれ（宮城→秋田→岩手→宮城→東京→宮城）。仕事と人生は一蓮托生。人と出会い、語り合い、旅することが幸せ。自分にできそうなことは何でもトライ。モットーは「わかりやすく」。主な仕事はディレクター、編集、ライター。

榎本幸弘（えのもと・ゆきひろ）
1978年山形県鶴岡市生まれ。グラフィックデザイナー。仙台市卸町のTRUNK | CREATIVE OFFICE SHARINGにてフリーランスで活動中。デザインを通して情報を効果的に伝えることを心がけている。

嵯峨倫寛（さが・みちひろ）

連載

カサマノマサカ
pp.2-3

笠間建（かさま・たける）
1977年仙台市生まれ。株式会社コミューナ取締役/マーケティング・ディレクター。地域産品の調査研究や商品展開の戦略策定を行う。手堅い経営理論を駆使するスタンスだが、「全身で感じ、頭で考え、心で判断する」がモットー。

根朋子
［p.27参照］

僕が住む村 ボクジュー村
pp.36-37

**風と花と
他人のふんどしで相撲をとる
コンノケンジのお買い物**
pp.40-41

小林知博（こばやし・ともひろ）
1986年宮城県多賀城市生まれ。デザイナー。株式会社コミューナ所属。大学では建築を学び、集落の地域づくりに携わる。入社後は主に外国人向け広報物を担当。地域や企業の魅力を受け手に伝わるビジュアルに「翻訳」するデザインを心がけている。

ROSEBUD TAROT READING
秋冬の運勢
pp.54-55
吉田勝信（よしだ・かつのぶ）
1987年東京都生まれ。デザイナー。「民俗」の延長としてデザインを思考。家業「台所草木染め結工房」（仙台市）のブランディング、日用品の設計など多様な領域でコンセプトメイキングとそのビジュアライズを行う。

東北の力こぶ
p.57

工藤拓也
小林知博

その他

漫画「制作現場あるある」
pp.20-23

白柳牧子
くろさわかな

撮影

嵯峨倫寛
1980年宮城県石巻市生まれ。写真家/フォトグラファー。広告分野を中心にフリーランスとして活動。「想像の幅」があることに写真の魅力を感じている。被写体からそれ以上のものを伝えることが、自分にとっての写真である。
［撮影／pp.4-11, p.25, pp.28-37, p.57］

**表1／表2／目次／表4
協働クリエイター略歴**

高野明子（たかの・あきこ）
1987年仙台市生まれ。デザイナー、ディレクター。愛称はルーシー。「WALTZ by Lucy」という屋号で企画とデザインを手がける。友人たちと仙台の文化とシビックプライドについて考える「SEN.」という活動をしている。

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（おさない・あやこ）
1976年北海道生まれ。Survivart主宰。本誌編集長代理。2011年11月、震災を機に仙台へ移住。現代美術とビジネスの両方の現場で、問いを立て応答を引き出す場の設計、およびキュレーションを行っている。

松井健太郎
1980年福島県生まれ。グラフィックデザイン事務所BLMU代表。エディトリアルデザイナー。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。

アシスタント

深村千夏（ふかむら・ちか）
1984年宮城県石巻市生まれ。大手エステサロン勤務、さまざまなボランティア活動への参加を経て現職。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。年がら年中手が温かく、マッサージが得意。

協働クリエイター募集

説明会開催！

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

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回発行します。
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、新しい紙メディアです。
このたび、3号目となる春号の制作にあたり、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。

応募資格

- 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で隔週行われる公開編集会議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）。
- 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。

*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

応募からの流れ

12月11日（月）　説明会
12月18日（月）　応募用紙提出締切
12月21日（木）　あきんど塾より結果の連絡
12月26日（火）　第1回顔合わせ＆編集会議

以降、隔週開催（19-21時）の公開編集会議＆制作を経て、春号は3月中旬発行予定

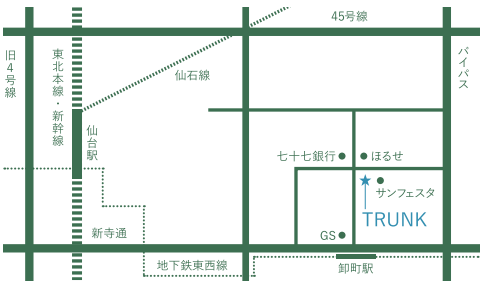
説明会［要予約］

日時　2017年12月11日（月）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）

会場アクセス

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



応募締切

2017年12月18日（月）18:00
*説明会に参加された方にのみ、応募用紙（データ）をメールで送付します。

お問い合わせ

とうほくあきんどでざいん塾（担当：山口、深村）
〒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
E-mail:info@tohokuakindodesign.jp
http://tohokuakindodesign.jp

公開編集会議

開催日程　各回19:00-、2週に1回ペース
1月：10日（水）、22日（月）
2月：5日（月）、19日（月）、28日（水）
3月：5日（月）、6日（火）

会場　TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING

会議参加希望の方は、メールタイトルを「公開編集会議参加希望」とし、以下の内容を本文に明記のうえ、各開催日の前日までにinfo@tohokuakindodesign.jpまで送信してください。
氏名（ふりがな）・参加を希望する日程・職業

とうほく あきんど でざいん

2018春