¥0 TAKE FREE

2018 春

TAD

とうほく　あきんど　でざいん

AOMORI

IWATE

AKITA

YAMAGATA

MIYAGI

FUKUSHIMA

0 25 50 100 km

N

とうほくあきんどでざいん塾

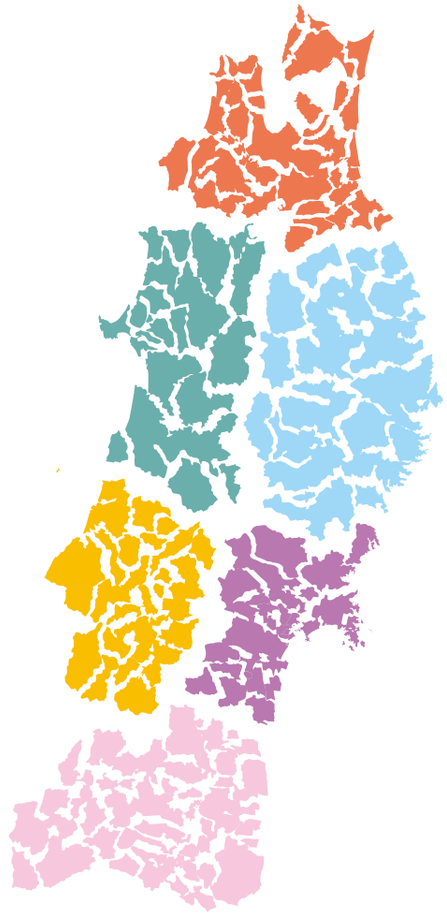
TAD 2018 春

とうほく あきんど でざいん

Tohoku Akindo Design 2018 Spring

テーマ

東北



書を捨てて町へ出る前に、書を読んで、そして旅に出よう。

今号のテーマは「東北」。この呼び名自体、「中央」である東京からの位置関係のもとに設定されたものです。しかし、中心を東京に据えなくとも、やっていく方法はないのだろうか。そんな問いが、東日本大震災をきっかけに、多くの方の心の中に現れたのではないでしょうか。しかし、震災から7年後の現在地は、そのようなナイーブな思いとは裏腹に、多くの中小企業が一大消費地である首都圏へ向けて、自社の商品やサービスを提供しているのが現状です。

かつての社会・経済システムも、より良い社会を目指して創られたことでしょう。しかし、そのとき想定した未来とは違う未来が訪れているのなら、現在に生きる30〜40代の私たちが軌道修正を買って出なければならないのではないか。そして、来たるべき未来の誰かのための「備え」を、しておかなくてはいけないのではないか。そんな思いから、今号の特集である「東北から考える、2020年のその先へ」(p. 40)を企画しました。

青森県弘前市出身の寺山修司（1935〜1983）は、その自著や舞台、映画で「書を捨てよ、町へ出よう」＊と呼びかけました。しかしこれは、あくまでも本を読んでいる人に向けた言葉。基礎となる知識や教養がなければ、町に出て人や物事に出会ったとしても、ひらめきやチャンスとすることは難しいのではないでしょうか。まずは、一冊でも多くの本を読んでください。たとえば、前述「東北から考える、2020年のその先へ」の註釈に登場する本を読むだけでも、新たな視野が広がるはずです。

そのうえで、町へ出る＝「旅」をしてください。もうすぐ、東北にも春がやってきます。

＊書籍は次の通り。寺山修司『書を捨てよ、町へ出よう』(初版：芳賀書店、1967年／改版：角川書店、2004年)。

特集

04 モノが届くまで

14 東北に生きる人と、かたち

22 仙台市だって悩んでいます。

30 写真 / 斜芯

40 東北から考える、2020年のその先へ
鼎談：茅原拓朗×本江正茂×若林恵

連載

02 カサマノマサカ

54 広告とフィクション

58 雑草からパクチー

60 僕が住む村 ボクジュー村

62 コンノケンジのお買い物

64 風と花と

65 他人のふんどしで相撲をとる

66 ROSEBUD TAROT READING 春の運勢

68 協働クリエイター略歴

本誌は、昨年8月に発行した創刊号ならびに12月に発行した第二号と同様に、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。これまでお寄せいただいた読者の皆様からのご意見を踏まえ、二週に一度の編集会議を経て、毎号チャレンジを最優先に細部のブラッシュアップを重ねてまいりました。冊子制作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）は、来年度も続きます。ぜひ読後の感想を事務局までお寄せください。

とうほく あきんど でざいん 2018 春

2018 年 3 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）
アシスタント　深村千夏（とうほくあきんどでざいん塾）
編集補佐　鈴木瑠理子
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 24 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
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

© 2018 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

表紙デザイン：小林知博

カサマのマサカ

第3話

Visionary Company
一ノ蔵のマサカ
KASAMA no MASAKA

profile

株式会社一ノ蔵さん

宮城県大崎市松山町で昭和48年に四つの蔵が企業合同して創立。首都圏で最も知名度が高い宮城の酒蔵。30年以上前から海外にも輸出。

profile

笠間 建

全日本手酌連盟東北支部長。MBA。特技は門前タンヤオ平和。中小企業のマーケティング・サポート活動を愛好するシックでメロウな40代。

首都圏で浸透する「東北の雄」

「あ、**ありのまま**、今起こったことを話すぜ！仙台人が揃ってハマの一**ノ蔵でわざわざ一ノ蔵を呑む**。何を言ってるか分からねーと思うが…」「ジョジョネタですな？」

ヨコハマ桜木町駅近くにある老舗居酒屋、その名も「**一ノ蔵**」。カサマは**渾身のネタ**を披瀝し、久々に会う横浜在住のカサマ(**弟**)に酒を勧めます。

「だが**兄者**、この店**本当に**一ノ蔵**しか**置いてない**ですぞ**」。

日本酒メニューを見ると、確かに**一ノ蔵**だけ。だいたいこの**異様に旨い**「たる」って銘柄、仙台の呑み屋で**見たことないぞ**？いや、**そもそも**一ノ蔵ってこんなに**ラインナップ豊富で旨かったっけ**？

「一ノ蔵好きが高じ店名まで**名乗るとは**、**不正競争防止法違反**の予感ッ！」最近横浜駅前に**法律事務所**を開設したカサマ(**弟**)は、酔いも回ったのか**嬉々**として**法曹的見解**を述べます。**焼酎隆盛**の首都圏において、**気の利いた**お店で置かれている**定番日本酒**が、まさに**一ノ蔵**。逆に仙台の**日本酒主体**の店では**置いていない**ことの方が多く、これは一体…はっ、**マサカ**これは『**地産【他】消**』**戦略**…！

カサマしゅうしのマーケこうざ

「地産地消」などのコトバは、マーケティング理論上は「どこをターゲットにするか」というSTPの概念と考えられるんじゃ。Productをどの Place（流通チャネル）経由で消費者に届けるのか、一種の4Pの組合せでもある。地産【他】消は、いわば地元の素材を駆使しながら、**地元以外に流通**しやすいように設計・製造する、地方メーカーにとって**究極の奥義**なんじゃ！

STP	地産地消	地産【他】消
Segmentation Targeting Positioning	地元に住む人々のソウルフードとして	**域外に住む人々のあこがれフードとして**
4P		
Product	地元食材×とれたて	**地元食材×保存性**
Place	地元の小料理屋	**首都圏スーパー等**
Price	地元価格	**東京価格**
Promotion	地域フリーペーパー	**テレビキー局番組**

地元素材にこだわった一ノ蔵が、
一方で首都圏をメインターゲットにする
地産【他】消戦略を採っている？

一ノ蔵のラインナップ

純米大吟醸から本醸造まであらゆる製法と、甘口～超辛口まで各種味を用意する「フルライン戦略」型。消費者が自分好みを見つけやすく、飲食店も料理に合わせて導入しやすい。

首都圏の飲食店で定番日本酒として、今や東北を代表する銘柄で地元以上に人気の「一ノ蔵」。その謎を探るため、宮城県大崎市松山町の本社工場に向かい、マーケティング室の山田好恵さんに突撃インタビューを敢行しました。

日本酒激戦の地 宮城を戦い抜いて

カサマ **街のマサカ**を拾うこの企画ですが、**拾った場所はヨコハマ**でして。桜木町駅近くに、**その名も「一ノ蔵」**という居酒屋が。首都圏では本当に根強いファンがいるんですね。

山田氏 横浜の一ノ蔵さんですね。実は**あちら様の方が老舗**なんです。

カサマ え、**向こうが先**にできた？

山田氏 はい。弊社設立当初に、先方より一ノ蔵の酒造りの質と**姿勢に共感**いただき、名前を使いたいと。**あまりに消費回転が速い**ので、首都圏で**最も新鮮な一ノ蔵を呑めます**。

カサマ なんと。最近、日本酒にこだわる首都圏のお店に**一ノ蔵が定番**で置かれていて、**その流れ**かと…。一方で、一ノ蔵さんを呑み屋で**敢えて**頼む仙台人は少ない印象が。

◀山田さん

山田氏 それには**宮城特有**の事情が。もともと宮城は一人当たりの日本酒の消費量が全国で一番多かったんです。そして昭和61年に、県が「**みやぎ・純米酒の県**」宣言をしたんですね。

カサマ ああ、**行政主導のソレ系**ですか。だいたい**かけ声倒れ**に…。

山田氏 いや、それが**みんな本気**になってしまい。当時、原料は全農さんから調達するのが普通でしたが、それを機に**地元宮城の米を使う**蔵が増え、**純米酒製造のノウハウ**を蓄積したんです。今では宮城県は吟醸酒生産の割合が他地域に比べ**かなり高く**、昨年の全国新酒鑑評会では出品数23に対して金賞が20と**87%が金賞**を受賞し、群を抜いています。

カサマ なるほど。そういう**激戦の地方大会で**相対的に目立たない一方、そこで**生き残った**ことも、首都圏で好評な背景かもしれませんね。

地元のビジョナリーなベンチャーカンパニー

カサマ 一方で、一ノ蔵さんと言えば、**異様に高いコストパフォーマンス**。純米酒ではなくて本醸造の「**無鑑査**」シリーズのイメージがあります。

山田氏 当時の日本酒は**値段相応**のものしかなく、**手軽に買える価格帯で美味しい酒**はあまりなかった。「無鑑査」は当時の**酒税法のカテゴライズ**への二種の**アンチテーゼ**とも言えます。思い描く酒造りのため、創業時に山を切り開いて全く**新規に生産拠点**も作りました。最新設備を投入する一方、**季節労働者**であった杜氏などの「**蔵人**」の**常勤雇用化**を進め、30年前から**米国にも輸出**しています。

カサマ 新造設備で創業したり**国とバトル**したり、**完全にベンチャー**ですね。とても**アグレッシブ**だ。当時の**完全オートメーション化**の流れや、最近の**非正規雇用増加**と真逆です。そもそも「**マーケティング室**」と**いう部署がある**だけでも驚きです。

山田氏 **原材料**にこだわり、**製造方法**にこだわった。当時はそれだけでも**差別性**があった時代でした。弊社の**創業の精神**が非常に興味深くて。商品カタログの表紙を見て下さい。

カサマ あ、商品カタログの**表紙に経営理念**が！昔から**共感マーケティング**…こりゃ**ビジョナリーカンパニー**じゃないですか！

山田氏 しかもそこには**あるべき振る舞い**は書いていますが、**お酒のことは書いていない**んですね。創業当初から酒蔵としては**先進的**だったのは、**理念が自然と社員の中に継承**されてきたからなんでしょうね。

おわりに 3回にわたり街のマサカのナゾを解明してきた（**していない**）カサマ。
オレたちの大冒険は、まだまだこれからだ！

カサマ先生の
次回作にご期待下さい

企画・編集・文：笠間建　デザイン：根朋子

モノが届くまで

●企画・文／佐藤雄　アシスト／阿部哲也　一日取材サポーター／岩佐知奈、深澤南奈、佐藤茉優（常盤木学園高校2年生）　デザイン／三宅弘真　撮影（P07料理写真）／森谷遼太郎

軽くスマホの画面をタップすると、翌日には画面に映っている「モノ」が家に届くのが当たり前となった生活。しかし、「モノ」はいったい誰がどのように生み出し、どういった人々が関与して私たちのもとに届いているのでしょうか。利便性と引き換えにブラックボックスと化した「モノが届くまで」の舞台裏には、どんな物語が潜んでいるのか。社会や生活の基盤を知ることで、「モノ」と「消費」の関係性を再考してみましょう。

今回の「モノ」

白菜（ハクサイ）：
アブラナ科アブラナ属の2年生植物
原産地：地中海沿岸

かつて宮城県は、白菜の生産高1位を誇りました。東北の食卓には欠かせない冬の定番食材「白菜」にフォーカス！

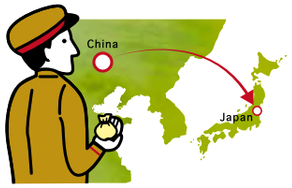
一日取材サポーター紹介

「社会の中にどんな仕事があるのか知りたい！」
と話す高校2年生の3人が、取材をお手伝いしてくれました。

高校２年生になって、将来働くということを今までより現実的に感じるようになりました。
私たちが普段関わっている大人は先生と親くらい。これからの社会について考えてみた時、まだまだ知らないことはたくさんあるんじゃないかなと思いました。だから、私たちはリアルな現場を見るために、みんなで教室から飛び出してみることにしました！

▶P06

歴史｜HISTORY



明治　中国から日本に伝来

大正　国内に広く普及

宮城県内の動き

1922年　小牛田で渡辺採種場を創業した渡邉穎二が、松島湾に浮かぶ浦戸諸島で種の量産化に成功。

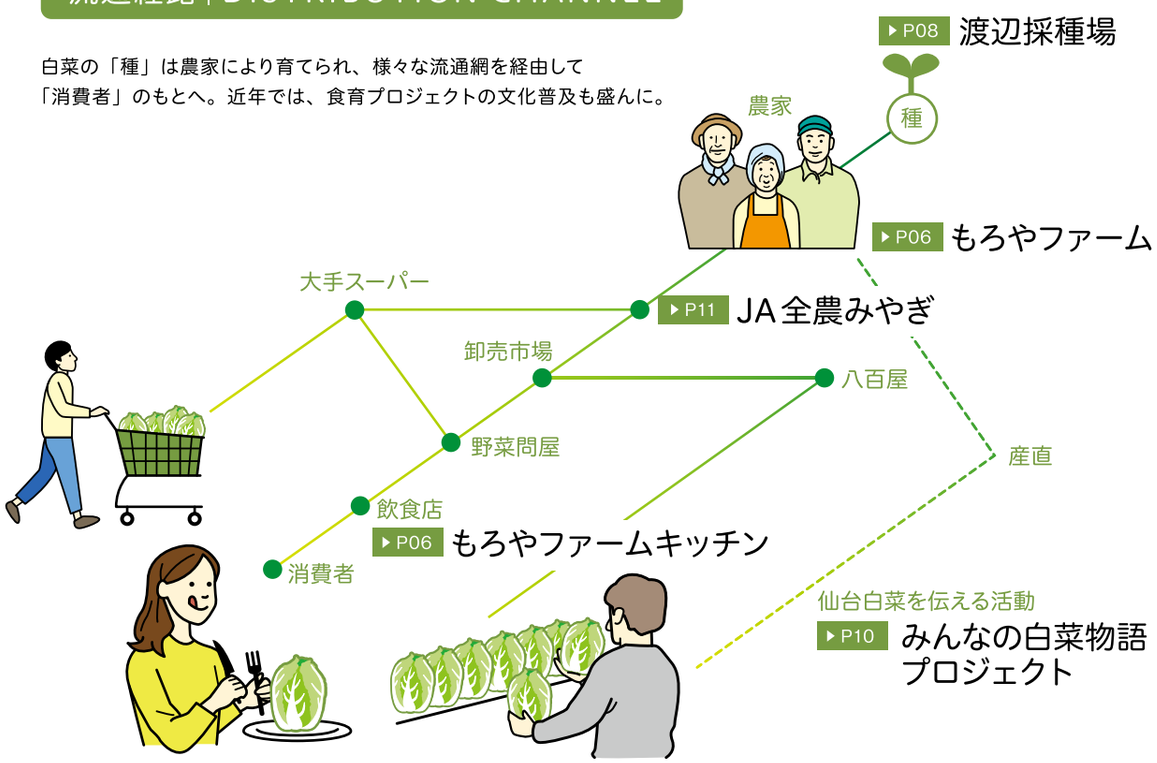
1924年　日本の白菜の原型の一つと言われる品種「松島白菜」が誕生。これをもとに「松島純二号」や「松島新二号」などが育成され、白菜出荷量日本一を誇る大産地へ。「仙台白菜」というブランド名で、全国にその名をとどろかせた。

昭和　戦後、雑交配による品質低下や東京近郊産地の勢力が伸びたことなどにより、伝統野菜といわれる「仙台白菜」の栽培は減少……。

平成　東日本大震災後の2011年6月、農業分野の復興を目指し、JA全農みやぎとみやぎ生協が「みんなの新しいふるさとづくりプロジェクト」を始動。塩害にも強い「仙台白菜」の栽培推進、県内の高校と連携した食育・食農教育の取り組みがスタート。

流通経路｜DISTRIBUTION CHANNEL

白菜の「種」は農家により育てられ、様々な流通網を経由して
「消費者」のもとへ。近年では、食育プロジェクトの文化普及も盛んに。



野菜の色を活かした一品は"前菜"
彩りに心踊り、次の料理に期待も食欲も高まる

育てる×提供する＝農家レストランの喜び

仙台市営地下鉄東西線の東の終点、荒井駅のそばにある「もろやファームキッチン」は、農業を営む萱場さん一家が、育てた野菜を調理し提供する農家レストランです。野菜畑は、東日本大震災の津波が押し寄せて大きな被害を受けましたが、現在では約150種類の野菜と米を生産するまでに発展。"野菜の持ち味を味わってもらいたい"という思いをもとに、「育てる」から「提供する」までの工程に力を注ぐ萱場さんご夫妻にお話を伺いました。

もろや ファームキッチン

もろやファームキッチン 株式会社
代表 萱場市子さん

株式会社 ヤマカ
代表取締役 萱場哲男さん

寒キャベツと冬越し人参の温サラダ、
アンチョビクリームドレッシング

懐かしの白菜の味が原動力

萱場（哲） 「伝統野菜」とは、その土地で古くから作られてきた野菜のことです。つまりは、その土地の風土に適した野菜であるとも言えます。宮城では、その代表的なものが「仙台白菜」です。農家になってから、畑で育てた白菜を食べてみたところ、私が子供の頃に食べた味にそっくりの懐かしい味でした。ぜひ、これを多くの方々に食べていただきたいと思い、生産する力が湧いてきたんです。

卸町にある渡辺採種場さんは、色々な種を開発して私たち農家に提供しています。うちでも渡辺さんの種を植えており、「松島純二号」というのが伝統野菜の仙台白菜なんです。新しい品種と違って病気への抵抗力が弱く、作りづらいこともあるけれど、昔ながらの味を再現したくて作り続けています。

萱場（市） それぞれの季節には「旬」の野菜というものがあります。農家の頭の中には種まきと収穫時期の年間スケジュールが入っていて、その季節に採れる一番おいしい野菜が分かります。でも、今はスーパーに行けばいつでも様々な野菜が並んでいるため、多くの人が「旬」の感覚を分からなくなっている気がします。だからこそ、自分の畑で育てた野菜を自分のお店で提供することで、お客さんに野菜の「旬」の時期や、一番おいしく食べられる調理方法を知ってほしいと私は思っているんです。

お店で「おいしかったよ」とか「柔らかかったね」と言ってもらえることで、料理人としてだけではなく、生産者としての喜びも同時に感じられるんです。

もろや ファームキッチン
〒984-0032
仙台市若林区荒井字東87-2 ヤマカビル2F
TEL 022-288-6476 / FAX 022-288-6418
営業時間　ランチタイム 11:00 ～ 15:00（L.O14:00）
　　カフェタイム 15:00 ～ 17:00
定 休 日　毎週月曜日、第1・3・5日曜日

**高校2年生の3人が
一日取材サポーターとして参加！**

「旬」を味わわせてくれる野菜の起源は種。哲男さんが"懐かしい味"と感じて生産を始めたという白菜の種について探るべく、次は小牛田にある渡辺採種場の本社に伺いました。

種にかける 果てしない時間と情熱

「もろやファームキッチン」で作られている白菜の種を追いかけていくと、県北の美里町小牛田（こごた）にある「渡辺採種場」に行き着きました。渡辺採種場は、昨年で創業95周年を迎えた、種苗の育成と採種、販売をしている企業です。東北で同じ事業を展開している企業はなく、全国で見ても30社程度。それは、種が見た目では品質が分からず、育ててみて初めて良し悪しが分かる商品だからこそ。そのために、徹底した品質管理を行い、厚い信頼を得ています。

今回は、二代目社長の渡邉穎悦さんと、その娘さんで部長の渡邉修子さんにお話を伺いました。

白菜好きが高じて、穎悦社長が自ら絵本を制作・出版

作：わたなべえいえつ／絵：みねぎしとおる『ハクサイの絵本』（農山漁村文化協会・2006年）

渡辺採種場

渡辺採種場
総務部部長 渡邉修子さん

渡辺採種場
代表取締役社長 渡邉穎悦さん

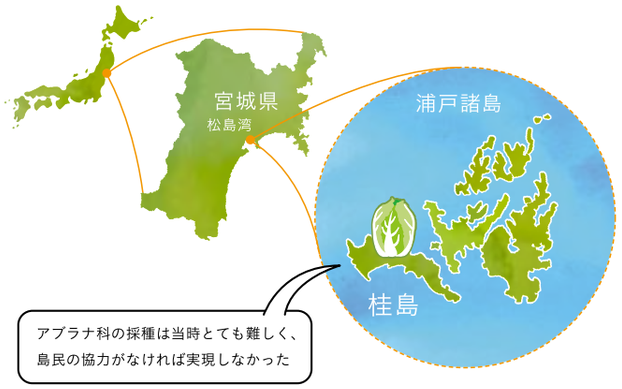
本社敷地内にある昭和12（1937）年に建てられた蔵は、かつて種の貯蔵庫として利用していた

育種は大正時代のベンチャー事業

渡邉（穎） 19世紀にメンデルが遺伝の法則を発見してから、科学的な根拠に基づいた育種が世界で始まりました。日本ですと、育種学会ができたのが1916（大正5）年。本格的に育種が始まったのは昭和の中期からです。弊社の創業者だった父（渡邉穎二さん）は、小牛田農林高校で育種を勉強した後、宮城県立農事試験場*1で米の育種に携わりました。その後、1922（大正11）年に渡辺採種場を創業し、野菜の育種を始めたんです。

ちょうどその頃、中国から白菜の種が伝わり、日本で広まりました。ですから、日本の白菜の歴史はせいぜい100年ぐらいなものなんです。時代劇で白菜が映っているのを見ると驚きますね（笑）。

白菜の育種と採種の方法が確立されるまでは、間引きの技術が重宝され、半分収穫できれば良い方でした。種の値段も非常に高価で、中国産の種一升で、米一石*2と同じ価格だったんです。そのため、父は間引きに苦労しない、100％結球する品種を生産しようとしました。白菜はアブラナ科の植物で、虫たちが花粉を運んでくるため、すぐ他のものと交雑してしまい、純度の高い種を取るのが難しかったんですね。そこで、松島湾に浮かぶ浦戸諸島の桂島に花を隔離して採種しました。当時としては、民間で育種をするというのは大変珍しく、草分け的な存在で、まさに今で言うところのベンチャー事業のようなものでした。



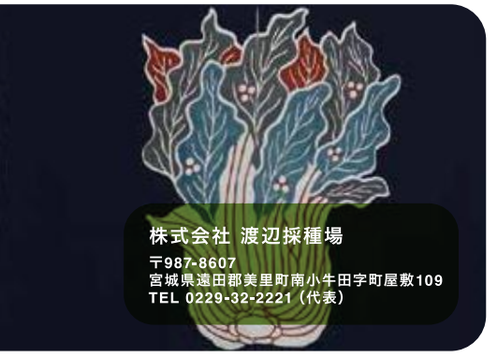
本当に時間がかかる仕事

現在は育種もハイブリッドの時代で、二つの種の違った特性を、一つにすることができます。植物は「自殖」といって、自分の花粉で種をつけることで、遺伝的に安定した「親」を作るんですね。しかし、そのためにはおよそ八世代の交配が必要です。温室を使って1年に2回自殖できるトマトやきゅうりは4年、冬を越して花が咲く白菜やキャベツは8年、2年に一世代しか種が取れない玉ねぎは、なんと16年かかります。親を作った後も、組み合わせの良し悪しや、地域適応力の検定に数年かかり、それに合格して初めて品種を発表することができます。その後も、時代に合った種を生み出さなくてはならないので、開発は続きます。

このように、育種は本当に時間がかかる仕事なので、職員には入社から定年まで一つの野菜を担当してもらっています。一通り仕事を覚えるだけでも10年はかかりますから、そのぐらい長い期間で見ていかないと、良い品種は生まれないんです。

育種は永遠の未完成

渡邉（修） 弊社が開発した新しい白菜の品種「秋の祭典」が、昨年全国の審査会でトップに選ばれました。昔ながらの「松島純二号」にこだわりを持って栽培してくださっている農家の方も多いと聞きますが、現在では連作の影響もあり、根こぶ病*3やべと病*4などの防除しにくい病気も増えています。一方、「秋の祭典」は病気に強く、農薬も少なくて済むという特徴があります。これからもいろいろな病気に強く、時代に合った品種を作っていかなければなりません。育種は際限がない、永遠に未完成の仕事なんです。



株式会社 渡辺採種場
〒987-8607
宮城県遠田郡美里町南小牛田字町屋敷109
TEL 0229-32-2221（代表）

ここでは奥深い育種の歴史を辿ることができました。次は白菜と私たちとの「間」に着目し、白菜の採種文化を保存する活動に携わる方や、流通の仕組みについてご紹介します。

※1 宮城県立農事試験場・明治36年4月(1903年) 創設。元は明治26年 (1893年) 国営農事試験場の支場の一つ。
※2 一升／一石・米の量を表す単位。一石は百升に相当する。
※3 根こぶ病・根に大小のこぶができる病気。
※4 べと病・葉脈で区切られた角形で淡褐色の病斑を作る病気。

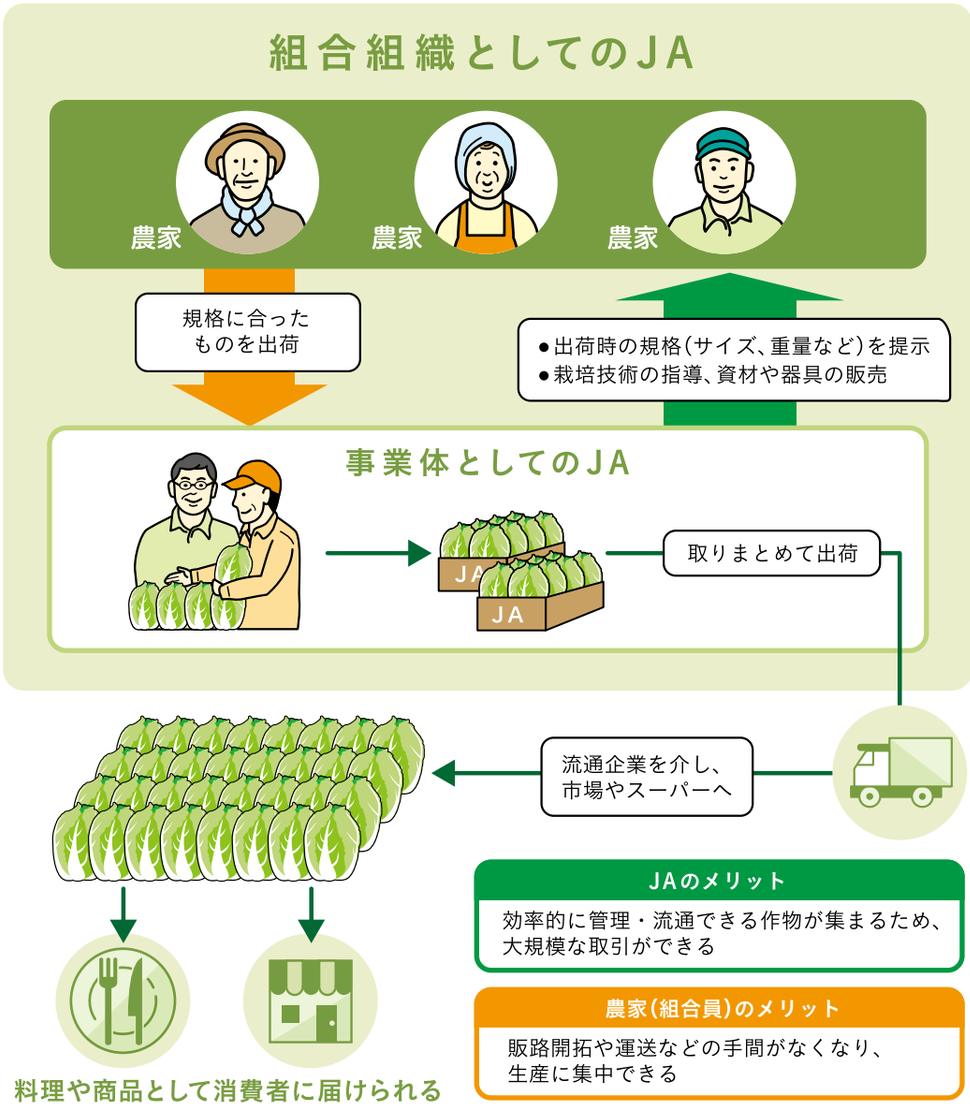
ＪＡ全農みやぎ

「JA 全農みやぎ」は農家と消費者の間に立ち、安定して同品質の野菜を供給するための組織です。

ＪＡ全農みやぎ 営農企画部
販売企画課 課長
大庄司文隆さん

野菜は工業製品と違い、生育が天候に左右されやすく、必要な時にちょうど良い量を収穫できるとは限りません。小売店を通して消費者に安定して野菜を届けるために、ＪＡは組合員である農家に野菜の販売を委託してもらい、農家に代わって野菜を卸売市場やスーパーに販売しています。複数の農家から同品質の野菜の販売を請け負うことで、卸売市場やスーパーに安定して供給することができるのです。

ＪＡグループでは農を身近に感じてもらえるよう消費者と生産者の交流の一環として、野菜を作る作業体験も企画しています。野菜を作る楽しさや難しさを一緒に感じてもらえたら嬉しいです。



みんなの白菜物語プロジェクト

白菜を通して、ふるさとの豊かさを知る

浦戸諸島の野々島で「白菜の採種文化の保存活動」に取り組む明成高校調理科の高橋信壮先生。東日本大震災で津波被害を受けたこの地には、大正期から続く白菜の採種文化がありました。流されてしまった畑を再生させ、島の豊かさを伝え残そうと奮闘する先生の姿勢からは、身近な白菜と私たちとの深い結びつきを感じ取ることができます。

私は高校の調理科で教員をしています。仙台白菜に興味を持ったきっかけは、仙台市の国際交流事業で韓国の高校生と調理科の生徒たちが食をテーマに交流したことでした。出会いの記念に仙台白菜でキムチを作ってみようと思い、生徒たちと共に白菜の学習に取り組むことに。

その際にたまたま出会ったのが『ハクサイの絵本』です。この絵本で、「アブラナ科の白菜は他の植物と交配しないように離島で種採りをしている」という事実を初めて知りました。私は高校で食の教育に携わっているのですが、このことは、これまで全く知らなかったので 2010 年の３月から高校生や地域の協力者と共に、この絵本を活用した「白菜の学び」による地域づくりプロジェクトをスタートさせました。一年目の活動を終えた 2011 年の３月、二年目の活動として、この絵本を百冊用意し、地域の学校などに配布しながら、白菜の学びの輪を広げる「絵本の種まき」などを計画していました。東日本大震災は、まさにその最中の３月 11 日に発生しました。

震災後からこの白菜の学び活動は、ふるさとの復興へ向けた活動として取り組むこととなりました。震災後「絵本の種まき」のため、初めて浦戸諸島の野々島を訪問しました。その際、偶然にも野々島の仮設住宅で採種農家のおばあさん方にも出会うことができました。「震災の津波で畑が流されてしまい、野々島での白菜の採種は今後も再開の見込みがない……」と。私はその話を聞き、大正期から続く島の食文化をなくしてはならないと強く思いました。『ハクサイの絵本』*の著者でもある渡辺採種場の渡邉頴悦社長にもお話を伺いながら、野々島での畑の再生を計画しました。野々島の住民のみなさんや高校生などのボランティア、仙台白菜に思い入れが深い白菜の生産者の方々の協力を得ながら、2011 年の９月から島の畑の再生活動を開始しました。萱場さん（もろやファームキッチン）にもご協力いただきました。

浦戸諸島で約百年間続く白菜の種採りは、そのこと自体が島の貴重な文化だと思います。地域の食文化は、人が自然と向き合いながら、知恵や工夫、思いや願い……を重ね掛け合わせ、紡いできた豊かさのカタチです。百年間続く白菜の食文化を紐解くことは、地域の自然の豊かさに触れながらふるさとを愛するたくさんの方々の思いに心を寄せることでもあると思うのです。

今年の春も浦戸の島には、白菜の花が咲きます。花が咲いたら実を結んで、また種を宿すのです。ふるさとの「耕しの学び」は、耕せども耕せども尽きることはありません。

みんなの白菜物語プロジェクト
高橋信壮さん

次の記事は、農家と消費者の間をとりもっている「JA 全農みやぎ」の大庄司文隆さんです！

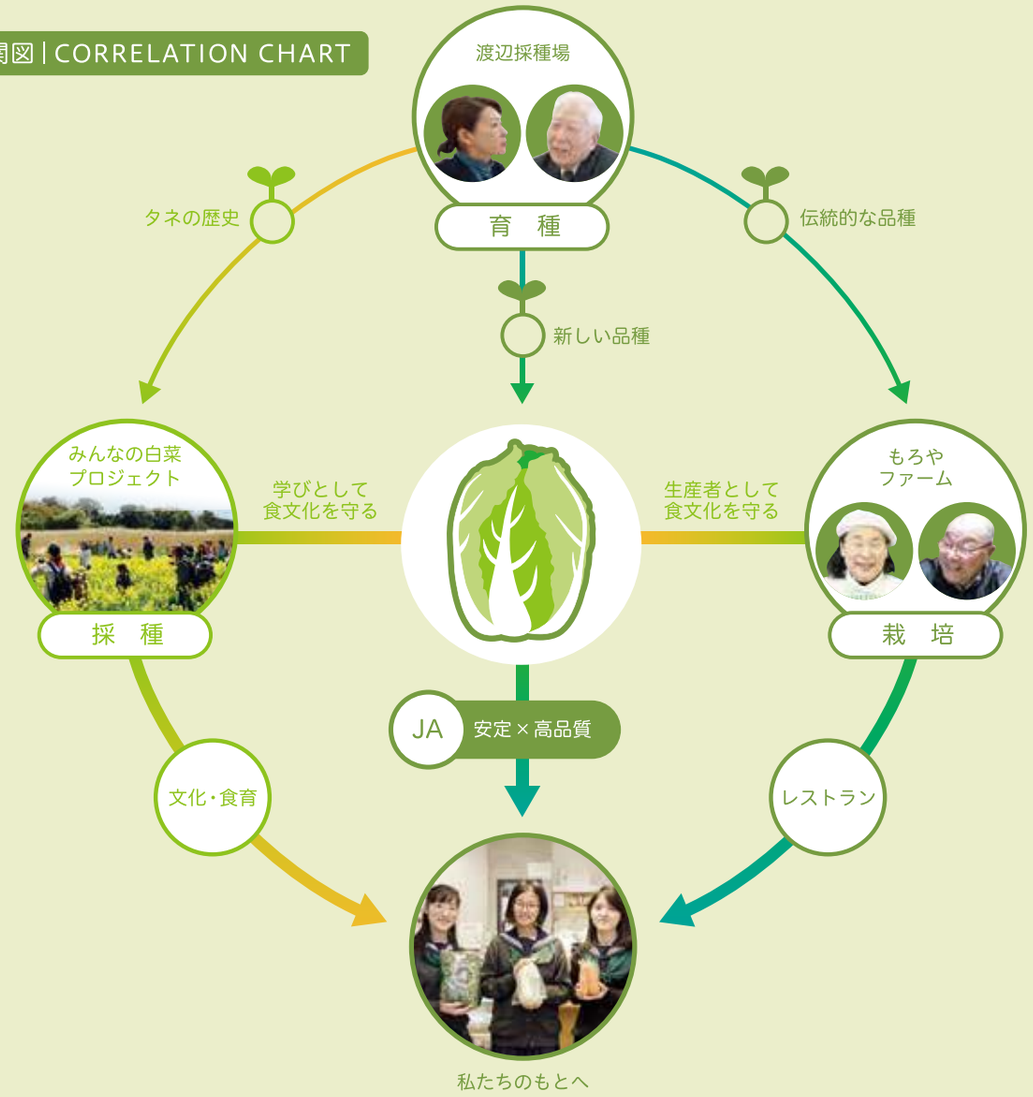
「当たり前」のもとは？

日々の食卓で当たり前に味わっている白菜が、日本ではわずか100年ほどの歴史しかなく、実は宮城県と深い関わりがあること。そして、震災を経て、また新たな時間を刻み始めているのだということを、今回の取材を通して学ぶことができました。

土地の風土に根ざした野菜を育て、旬の味を提供する農家レストランの「もろやファーム」、時代や環境に合わせ終わりなき種の改良を試みる「渡辺採種場」、白菜を通した学びと被災地の復興活動を行う「みんなの白菜物語プロジェクト」、安定して高品質の野菜を届けるための組合組織JA。それぞれが異なる役割を担ってくださっているからこそ、私たちの「当たり前」は成立しているのかもしれません。

本来は、物流のブラックボックスを解明すべくスタートした本企画ですが、「白菜」のバトンを紐解いて見えたのは、人々の思いと技術、そして有機的な関係性でした。スマホの画面をタップするその瞬間に、いま一度立ち止まって「モノ」の先に続いているかもしれない、土地や人をめぐる豊かな物語を想像してみてはいかがでしょうか。

相関図 | CORRELATION CHART



モノが届くまで

僕たちは目の前にあるそれが
そこに現れるまでのことをなんにも知らない

あまりにも平然と座っているから
昨日までいた場所なんて尋ねもしない

どこのだれの目で選ばれて
どこのだれの手で運ばれて
このテーブルに辿り着いたのか

モノに耳を傾けてみる
遠くの街に住む人の足音がする

モノに鼻を近づけてみる
知らない土地の畑の匂いがする

何百年もの時間をくぐらせた味
なんて深遠なことを思うはずもなく

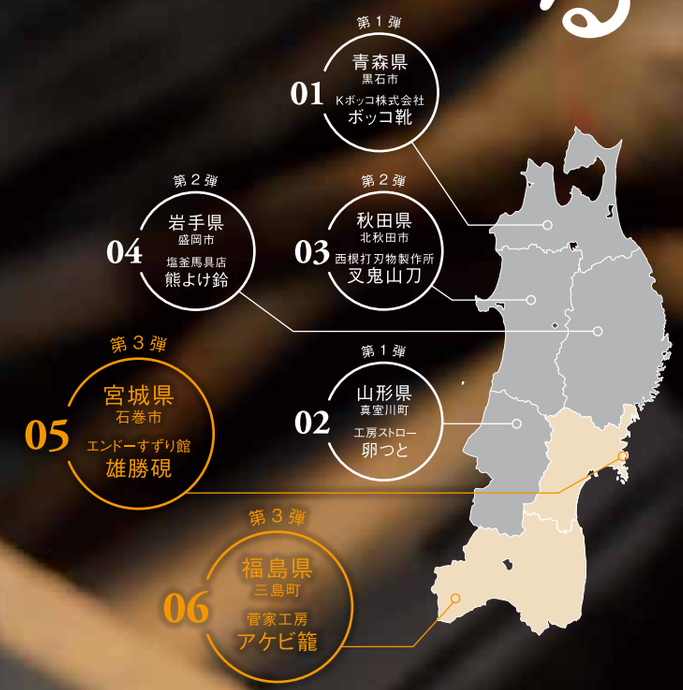
それをほおばることで
知らず 誰かと
今日もつながっているのかもしれない

佐藤 雄

東北に生きる人と、かたち

第3弾　宮城＋福島編

そのかたちのなかに、東北の豊かな自然と肥沃な土地の雄大さを表した銘品たち。ここに、そんな東北の風土を湛えた品々を記す。



MADE IN TOHOKU 05

雄勝硯（おがつすずり）

エンドーすずり館／宮城県石巻市

滑らかな質感と美しさを持つ上質な硯

父の姿を追いかけ自らも硯職人の道へ

東日本大震災から7年。宮城県の東にある小さな港町・石巻市雄勝町は、未だ傷跡の中だ。津波はあらゆるものをさらったが、どうしても奪えなかったものがある。それは、室町時代から続く雄勝硯の伝統だ。工事用の重機が高く空へと伸びる海辺を見下ろせる小高い丘にある「エンドーすずり館」。ここには孤軍奮闘で雄勝硯と向き合うひとりの職人がいる。

雄勝石と呼ばれる玄昌石（げんしょうせき）の採石業を営む家で生まれ育った遠藤弘行さん。雄勝硯の職人を目指すことになったのは、父親の存在が大きい。「父は採石業の仕事をしながらも〝雄勝石が素晴らしいことを形にして証明したい〟と、人知れず納屋で硯を作り続けていたんです。独学でコツコツと硯を作り続け、50歳で職人へ。そこから約30年間、雄勝硯職人の道を歩んだんです」。遠藤さんの父親が作る硯は、石に彫刻を施した緻密な造形と細やかな手作業の技が映える美しさが持ち味だった。その美しさに魅了された遠藤さんもいつしか同じ道へ。技術は父親の技を盗み見ることで学んでいった。気がつけば父親よりも長い40年もの間硯作りに没頭していた。震災によって多くの硯職人が仕事を辞めていく中、組織に属することなく硯を作り続けている。

見るからに滑らかな石の質感が伝わる、遠藤さんが作る雄勝硯。形やデザインは実に様々で、石の特徴を活かした個性的な硯を生み出している。価格は1,500円から。

企画・阿部順子　デザイン・倉茂麻子　文・及川恵子　撮影・嵯峨倫寛

「父が作った彫刻入りの硯。その美しさへの憧れがあるんです」

仮設の工房の中、ひとり石と向き合う遠藤さん。
気さくな人柄だが、石を見つめる時の目は真剣そのものだ。

1 茶色の珍しい石を使い、アクセントとなる花びらをデザインしようとする遠藤さん。石の上に下書きをし、形を掘り出していく。 2 雄勝石の原石。大まかな形に切り出されたあと、工房の中で遠藤さんに形作られるのを待っている。 3 流された道具は、震災から1年後土砂の中から見つかった。今でも大切に保管している。 4 雄勝石は、まっすぐに走る繊維に沿って簡単に割ることができる特徴を持つ。 5 遠藤さんが得意とする彫刻を施した硯。石の形を活かした独創的な仕上がりとなる。 6 雄勝石で墨を磨り、その具合を確かめるのも大切な仕事のうちのひとつ。

石が持つ個性を引き出し思わず見惚れる硯を作る

雄勝石を想像した時に思い起こすのは、質感や模様が独特の表情を見せる黒い石だろう。しかし、そのすべてが〝黒い石〟で一緒くたにされるものではない。採れる場所によって色や性質、質感までもが異なるのだ。遠藤さんは「白・黒・ネズミ」と石の種類を分類し、そこから硯を作り始める。「よく見てみると、光の加減で石の中に金粉が混ざったように見える石もあるんです。磨いた時の肌触りも質感も全然違います」。キメが細かく硬い「白」、吸い付くような滑らかさのある「ネズミ」。どちらも叩くと金属のような軽い音を放つが、それは硬くて良質な石の証。今では全国各地の書家や水墨画家がこの場所を訪ねてくるだけでなく、いかに遠藤さんが作る硯が素晴らしかったかを墨を使って書き連ねてくる人も多いのだとか。その分、遠藤さんは墨について知識を得ることも怠らない。「作った硯でいろんな墨を磨ってみて、石との相性を見るんです。石によって墨を磨る感触は違うし、墨の伸びや色合いも変わってくる。そう考えると、どんな墨を使おうが石が悪かったら意味がない。作家の方もね、硯と墨がマッチすると気持ちが乗ってくるんですって。我々職人は、一切ごまかしなんて利かないんです」

新たな雄勝硯の未来と伝統を守っていくこと

東日本大震災で津波の被害を受け、作業小屋や道具など一切を失ったが、現在は造成工事が進む高台に作業小屋と販売所を設け、日々、雄勝石と向き合っている。右肩で支えたノミを小刻みに動かし、ゴツゴツと音を立てながら、雄勝石が持つ色合いや石紋の美しさが映える硯の形を掘り出していく。しかし、600年続くこの町の伝統産業を引き継いでいる職人は片手で数えられるほどになってしまった。組合などには加盟せず、先代から続く独自の販路を切り開いてきた遠藤さんは、これから先の未来を少し憂う。「これからはさ、ちゃんと後継者も育てていきたいよね。震災後は雄勝石で作ったお皿とかいろんなものが注目されて、新しいものだけに目を向ける人が多かったけど、これから先どうやってこの伝統を守っていくかも考えないと。守っていくことと、いい材料で硯を作る職人を育てていくこと。いつか実現できたらいいなと思います」

エンドーすずり館

宮城県石巻市雄勝町
雄勝字船戸神明68
☎ 080-1823-5433
営業時間／9:00〜17:00
定休日／不定休

MADE IN TOHOKU 06

アケビ籠

菅家工房／福島県三島町

豊かな自然と美しさを映す籠

アケビのツルの特性を活かした「みだれ編み」で作る籠。
自然の姿のまま複雑に絡まっているようでありながら、柔らかな温かみが伝わる。籠はサイズや形で値段が異なり、7,000円から揃う。

作業をしながら、柔和な表情を見せる菅家さん。「籠作りは楽しい」。その気持ちがひしひしと伝わる。

「自然のままのアケビの美しさを大切にしたいんです」

山あいに生きる農家が生んだ土着の文化を示すもの

作り手の人となりと、その人が歩んできた歴史が滲んでこそ手仕事なのかもしれない。そう思ったのは、とある小さな町から生まれた「アケビ籠」を見た時だ。縦横無尽に編まれたアケビのツルが形作る籠は、ハッとするほどの美しさと自然のままの素朴さを纏いながら、作り手の華麗な手さばきを思い起こさせる。作り手に会いに行ってみると、穏やかで柔らかな人柄の主婦がいた。

冬には町全体が大雪に包まれる福島県三島町。この町で生まれ育った菅家（かんけ）千代子さんは、幼少の頃から畑作業に勤しんでいた働き者の女性だ。春には種を蒔き、夏には厳しい天候から作物を守り、実りの秋を迎える。そしてあたり一面が雪に囲まれる冬に、春を待つ農家は家の中で藁仕事ならぬ〝籠仕事〟を行った。山々で育つアケビやヒロロ、ヤマブドウ。この土地で育った植物で籠を編み、その籠で持ち運んだ農具で畑仕事をする。里山の暮らしの循環が、文化として悠々と横たわっているような町。そんな中で菅家さんは、畑仕事を辞めた60歳から籠を作り始めた。それから約20年間、自らの頭の中に描く籠を作り続けている。設計図はない。頭の中に次々と浮かぶ籠のデザインを、黙々と形にし続けているのだ。

力強く“ぎゅっ”と編んでいく、そのテキパキとした手さばきに思わず見入ってしまう。型枠は亡くなった菅家さんのご主人が自作したもの。

この土地にしかないアケビで籠を生み出せるのはひと握り

1 自作の中でもお気に入りは、黒いツルだけで作った籠。昔は買い物や農作業の際によく使っていたという。 2 黒いものから赤みのあるものまで、色と太さも異なる中から作りたい作品に合わせたツルをスッと選んでいく。 3 網目が詰まった「小出し編み」や「平編み」をはじめ、オリジナルの編み方も織り交ぜた籠を生み出している。

自然の風合いを大事にしながら作り手の哲学を落とし込む

「最初はいいツルが全然採れなくてね」。そう振り返る菅家さんの籠作りのルールは、木に巻き付いているアケビのツルは使わないこと。地を張っている柔らかさが残るものを採り、太さや色に分けて保存。使う前に湯にかけ、柔らかくして使うのだという。菅家さんの作品の中でも特徴的なのは、「みだれ編み」と呼ばれる編み方を用いた籠だ。アケビのツルは自由気ままに編まれ、それが独創的な形となっている……と、思っていた。「これはね、好き勝手に編んじゃダメ。どのツルにどうやって編んでいけば表面が平らになるのかを考えて編んでいるんです。パズルのように編んでいくのが楽しくてね。みだれ編みの籠を作る時は、つい時間を忘れちゃうんです（笑）」。以前は、数回だけ編み籠作りの教室に通っていた。しかし、今ではほとんどが自己流の作品だ。「作りたい籠がまだまだあるの。アイディアが尽きてもツルを見てたらね、だんだん作りたくなってくるんだよ」。「男物の籠はないんだな」という声には、がっしりとした造りの籠を作ってみせた。「一升瓶を籠で運べたらいいよね」という声には、瓶がすっぽりと収まるすらりとしたビジュアルの籠を作った。ここにいるのは、割烹着姿のアーティストだ。

4 籠の大きさを測る板は菅家さん手作り。5cmごとに記された印をガイドにしながら、大きさを合わせていく。 5 特別な道具はない。ツルを切ったり留めたりするもの以上に、菅家さんの手そのものが道具だ。

「このツルはここを通すでしょ？　あとはここを通って、こことここにも……」。パズルを合わせていくかのように、菅家さんの感覚が形作られていく。

アケビのツルを見て、触れて作りたいものを作るだけ

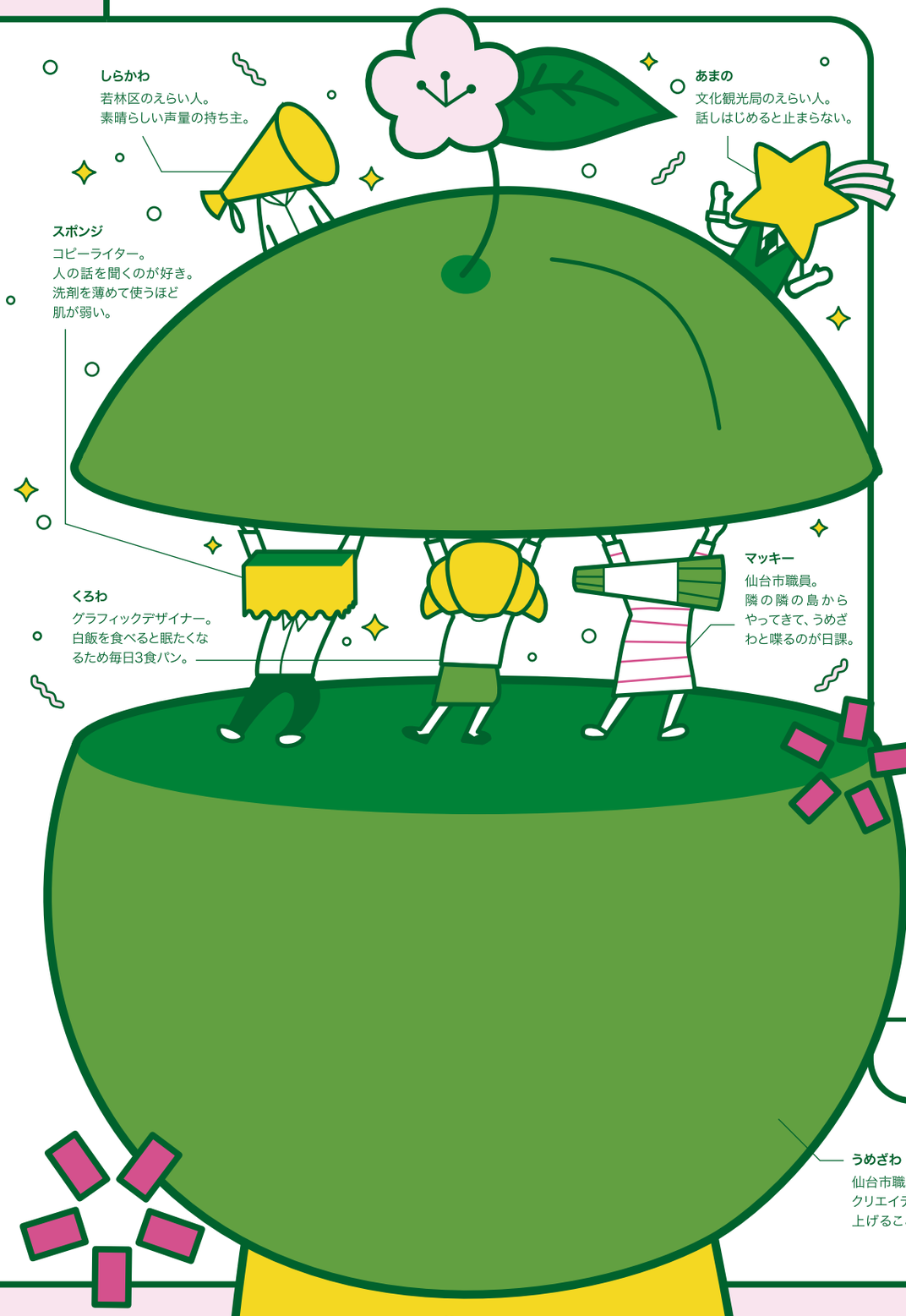
今、町内でアケビ籠を作ることができるのはほんの数人しかいない。最近ではアケビの数も減り、採れるツルの量も少なくなってきている。しかしながらその籠のファンは全国各地におり、東京のセレクトショップでは菅家さんが作ったアケビ籠が入荷するやいなや、すぐに売り切れることもあるほどだ。「最近、私の妹や娘も籠を作り始めているんですよ。私がボケてしまう前までには全部教えないとなあ（笑）」。職人は時折マイペースだ。いつでもフラットに、自分が作りたい籠を作る。何かを背負うこともなく、菅家さんは愛猫との暮らしをゆっくりと紡ぎ、そして静かに黙々と楽しそうな表情を浮かべながら籠作りを続けていくだろう。「これからは頭にある作り方を設計図に残せたらいいんだけどね（笑）。でもそんなことよりはやっぱり新しい籠を作っていきたいな。明日になったらまたアケビを見て、何作ろうかな、なんて考えてね」

菅家工房

【購入可能施設】
●道の駅 尾瀬街道みしま宿
福島県大沼郡三島町
川井天屋原 610
☎ 0241-48-5677
●三島町生活工芸館
福島県大沼郡三島町
大字名入字諏訪ノ上 395
☎ 0241-48-5502

仙台市だって悩んでいます。

提案編



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

仙台市にふさわしい名刺とは

マッキー（以下、マ） うめざわさーん。あれ？うめざわさん、ちょっ、うめざわさんってば！

うめざわ（以下、梅） はっ！ あぶないあぶない。

マ 仕事中なのに、なにニヤニヤしたまま止まっちゃってるんですか。

梅 長い冬がもうすぐ明けるかと思うと嬉しくてね。ついボーッとしちゃっ……

スポンジ（以下、ス） どうも。ごぶさたしてます。

くろわ（以下、く） お世話になっております。

マ あ、スポンジさんとくろわさん。あれ？ 今日って打ち合わせなんでしたっけ？

梅 あれ？ 言ってなかったっけ？

マ 聞いてませんよ？

梅 今日は、名刺の打ち合わせが、あります。

マ 遅いわ！

梅 ということで、改めましてよろしくお願いします。

く・ス・マ お願いします。

ス いよいよデザイン検討ということで、お伝えしていたとおりいくつかの部局に事業内容や名刺の使い方についてヒアリングをした上で、デザイン案を検討していきたいと考えています。

マ はい。楽しみですね。

ス こちらからお願いしていたヒアリング先の選定なんですが、どんな状況ですか？

く ？

マ （うめざわさん！ うめざわさんってば！）

梅 はっ！ すみません。春はついボーッとしてしまいがちで。

く で、状況は？

梅 （あ、今日もやっぱり厳しい）はい。ほぼほぼ決定しています。

ス ありがとうございます。すべて決まった感じですか？

梅 決まりました。「なるべく名刺の使い方や渡す相手が違う部局で」ということだったので、18ある部局の中から文化観光局と若林区役所を選びました。

マ お、それはいいかも。文化観光局は対外的なPRの仕事も多く、外部の方に名刺を渡す機会がとても多い局です。一方若林区役所は、住民の方との距離が近く、名刺を渡す機会は少ないんですよ。

ス うん。それくらい差があるとよさそうですね。

く では、早速日程の調整に入っていただいてもいいですか？

梅 わかりました。じゃあマッキーよろしくね。

マ 了解でーす。（って私の仕事なのこれ？）

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。職員の意識調査を行ったり、デザイン統一の意味・目的やさまざまな名刺のつくり方を学んだりしながら、名刺の統一について考えてきました。最終回となる今号では、2つの部局にヒアリングを行い「仙台市にふさわしい名刺」を形にすることを目指します。

一言では語りきれない多様な事業内容

梅　お忙しいところお集まりいただき、ありがとうございます。お伝えしていたとおり、仙台市の新しい名刺を考えるにあたり、事業や名刺についてヒアリングをさせていただきたいと考えています。では早速本題に入りましょう。

ス　スポンジです。

く　くろわです。

ス・く　よろしくお願いします。

ス　まずは、事業について教えていただけますか？

あまの（以下、天）　では私から。文化観光局のあまのです、よろしくお願いします。うちは、複数の局の事業を統合し、そこに東北連携という新機能を付加し、昨年度にできた局です。観光・東北連携・スポーツ・文化・国際交流の5本柱で事業を展開しています。

ス　随分と多岐にわたっていますね。これらを1つの局で担当する狙いはどんなところにあるんでしょう？

天　端的に言うと、異分野で連携して事業を展開していきたいということです。

く　具体的には、どのような連携をしているんですか？

天　たとえば毎年5月の仙台ハーフマラソンでは、外国人枠を設け、エントリーフォームを多言語化することで、外国人の誘客に力を入れています。

く　スポーツと観光の連携ということですね。「観光」と聞くと、外部の方と会う機会も多そうですね。

天　観光に限らず、すべての事業において多いですね。全庁的に見ても、かなり多い方だと思います。

ス　新しい局で、かつ外部の方と頻繁に会うとなれば、名刺で事業プロモーションをしない手はないですね。

天　そうなんです。ただ、いろいろな事業があるので、局として1つのイメージを打ち出すのが難しく、統一はできていません。間違いなく「連携」がキーワードなんですが、どう表現すればいいか、現時点でアイデアはありません。

く　ちなみに、あまのさんはどんな名刺を使っているんですか？

天　私は外部の方と会うことが特に多いので、観光要素の強い名刺を使っています。昨年は、「政宗公生誕450周年」と大きく入れていました。

く　なるほど。ありがとうございます。

ス　では、そろそろ交代しましょうか。すみません、お待たせしてしまって。

しらかわ（以下、白）　いえいえ、大丈夫ですよ。若林区のしらかわです、よろしくお願いします。区役所の仕事は、一言で言えば「地域の暮らしを支えること」です。戸籍や住民票などみなさんにも馴染みのあるものから、年金、健康福祉、公園や道路などまちづくりに関係することまで、暮らしに関わることすべて、という感じですかね。

ス　仕事で会うのも、地域住民の方が多いわけですよね？

白　そうですね。窓口にいらっしゃるのはほぼ地域の方ですし、住民の方と一緒に、被災地区の行事復活に取り組んだり、文字どおり「地域に入って」仕事をしています。

く　もしかして、仕事で名刺を渡す機会は少ないですか？

マ　区役所にいたこともありますが、渡す機会がほぼゼロの職員も多いです。

白　そうですね。窓口に来た方に名刺を渡すことはほとんどないですしね。

ス　事業を展開する上で、特に力を入れていきたいことはありますか？

白　正直、1つに絞ることは難しいですね。若林区は、5つの区の中で1番面積が小さいんですが、五橋のような中心市街地もあれば、卸町のような業務地区もある。東部には農業地帯が広がり、今は閉鎖していますが市内唯一の海水浴場もある。地域によって、また年齢や性別など住民の属性によっても必要としていることは違いますから。

ス　そうなると、区として1つのイメージを打ち出すのも難しそうですね。

白　おっしゃる通りですね。

く　「若林区ならでは」のことって、何かありますか？

白　うーん……。あ、山がないので若林区だけは熊が出ませんね（笑）。直接の戦災被害がなかったので、歴史的なものが街並みも含め多く残っています。区って地域特性でエリア分けされたわけでもないし、できてから30年経ちますが、東西線ができたり、まだ開発が進行中なんですよね。

必要な情報と機能の見極めが鍵

ス　では次は、名刺についてお聞きしていきたいと思います。いろんな仙台市の名刺を見てきましたが、部局ごとの独自のロゴマークが、デザインがバラバラに見える主な原因の1つだと感じました。これについては、どう思いますか？

天　私は、3つくらいなら自由に入れていいと思います。民間企業も東京オリンピック・パラリンピックのロゴを入れたりしていますしね。

白　ガス局とか、入れないと業務に影響する部局もありますね。だから、入れないことを強制はできないと思います。

梅　少し補足しますが、ガス局には営業職がいるんです。他のエネルギーとの競争に勝たないといけないので。

ス　わかりました。ではロゴが自由に入れられるとして、それ以外の部分を統一することに関してはどうでしょう？

白　私は賛成です。みんな異動のたびに、異動先の人の名刺を借りたりして悩みながらつくっているので。そこに時間をかけるのはもったいないですよね。

天　伝えるべきことが確実に伝わる名刺になればいいんですが、そうでなければ統一すべきでない気がします。で、そもそも名刺で伝えるべきことはなんなのかという話ですよ。連絡先さえ伝わればいいのか、事業や仙台というまちのことも伝えた方がいいのか。あとは、どの時点で効果を発揮する名刺にするのかも考える必要がありますね。渡したときのインパクトや話題づくりなのか、後から相手が連絡をしやすいように、たとえば顔写真を入れるのかとか。そこが定まらないと、答えが出せない気がします。

ス　で、伝えるべき情報や必要な機能は全庁で同じなのか、という話に戻るわけですね……。わかりました。いただいたご意見を踏まえて、デザインを検討してみたいと思います。お忙しいところ、ありがとうございました。

く　ありがとうございました。

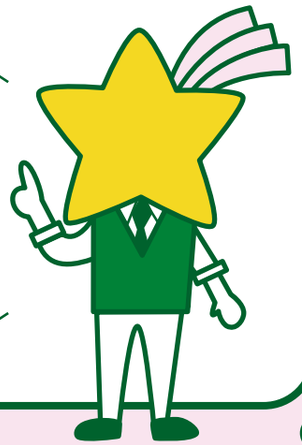
梅　できあがったらまた提案に伺いたいんですが、ご協力いただけますか？

天　もちろんいいですよ。

白　提案、楽しみにしてますね。

文化観光局ってこんなところ

- 2016年度にできた局で、**観光・東北連携・スポーツ・文化・国際交流の5本柱**で事業を展開。
- **「異分野の連携」**がキーワード。
- 仕事で**外部の方に会う機会はかなり多い。**
- 局で統一された名刺はない。もっと小さな単位（課・係）でも統一されていない。



若林区（役所）ってこんなところ

- 戸籍、年金、まちづくりなど、地域の暮らしを支える**さまざまな事業**を行っている。
- 市役所に比べて地域住民の方と近い距離で仕事をしている。
- 統一された名刺はなく、**ほとんど名刺を使わない職員も多い。**
- 沿岸部から中心市街地まで**さまざまな地区**があり、区として力を入れていることも、地域や住民の属性により異なる。

ニーズに合わせて選べる名刺

ス　それでは早速、デザイン案の説明をさせていただきます。基本デザインを統一し、表面の一部と裏面をカスタマイズできるようにすることで、デザインの統一と情報・機能面の両立を図りました。

く　また表面は、名刺を使う頻度に合わせて選べるよう、個人名刺と課の名刺の2種類を用意しました。

ス　ではまず、個人名刺の表面について。カスタマイズできる部分を2つ設けました。1つは右下部分、最大2つまで部局独自のロゴマークが入れられるようになっています。こちらでガイドラインやフォーマットをお渡しすることで、好きなものを入れてもデザインが崩れないようにします。

く　もう1つは、右上の顔写真スペースです。写真があってもなくても成立するようなデザインにして、ロゴ同様、入れる位置をガイドラインとフォーマットで制御します。

天　顔写真は、渡した後に思い出してもらうためには必須だと考えているので、しっかり考慮していただきありがたいです。

ス　はい。当初は入れないデザインを考えていたんですが、お話を伺って必要な理由が理解できたので、入れられるようにしました。

白　部局名や個人名が日英併記になっているのもいいですね。最近は、震災関連の施設にいらっしゃる外国人の方が多いので、とても助かります。

ス　続いて、課の名刺について説明します。担当業務によってはほぼ名刺を使わない職員さんもいらっしゃるとのことだったので、そういう方向けの使い方も含めた提案です。

天　これ、とてもいいですね。市役所でも担当業務によってはうまく機能しそうだし、区役所ではかなり活躍しそうだと感じました。

白　私もそう思いますね。窓口に置いて、自由に持っていけるようにしてもよさそうです。

ス　その使い方も想定しています。窓口にいらっしゃる住民の方が、「この手続きはこの窓口」とわかるように、係名も記載する仕様になっています。

マ　こちらも英語併記になっていますが、外国人住民の方が増えてきているのでとてもいいと思います。

伝えたいことはドーンと裏面に

ス　では次、裏面についてご説明します。

く　裏面は、仙台市の魅力や役所の仕事などについて、1枚ずつ違った内容でつくるという案です。

ス　こちらもやはり、全庁で統一することは難しそうなので、局や課などの単位でそれぞれに違うものを使うことを想定しています。

白　いろんな内容のものがあるなら、何か集めたくなるような工夫があるといいかもしれませんね。

く　そうですね。大人の事情でデザインサンプルはお持ちできなかったんですが、たとえば仙台に縁のある漫画家さんや作家さん、イラストレーターさんなどとコラボすることで、集めたくなるものにはできるかなと思っています。

梅　著名な方でなくても、地元で活動しているクリエイターさんとコラボして新たな仕事を生み出すことは、産業的にもプラスになりますよね。

天　ちょっと気になるのはコスト面ですかね。

ス　と言いますと？

天　カラーで1枚ずつ違う内容を載せるとなると、結構なお金がかかります。もしこの裏面の内容が、名刺交換のときの話題づくりという機能しかもたないのであれば、ちょっとコストをかけ過ぎのような気もするんです。

ス　そうおっしゃられるかなと思い、その辺についても検討してきました。

表面

1 若林区 Wakabayashi-ku
2 障害高齢課 介護保険係 Elderly and Disabled Support Sec. Care Insurance
宮城花子 主任
Hanako Miyagi / Chief
hanako_miyagi@city.sendai.jp
984-8601
若林区保春院前丁3-1 1階
TEL 022-282-1111
FAX 022-282-1152

仙台市 City of Sendai
文化観光局 観光課 観光企画係
Culture and Tourism Bureau Tourism Section Tourism planning engagement
仙台太郎 係長
Taro Sendai / Manager
taro_sendai@city.sendai.jp
980-8671
仙台市青葉区国分町3-7-1
TEL 022-214-8259
FAX 022-214-8316
3 4 5

若林区 Wakabayashi-ku
障害高齢課 Elderly and Disabled Support Section
□介護保険係 Care Insurance
□障害者支援係 Disability Aid 6
□高齢支援係 Support of the Elderly
(022) 282-1111 7
内線
担当 8
984-8601
若林区保春院前丁3-1 1階
FAX 022-282-1152
wak014250@city.sendai.jp

上段：個人名刺を持つ人用
下段：個人名刺を持たない人用

1 市や区のマークと名称。所属により変わる。2 局以下の所属を記載。所属問わず、英語を併記する。3 顔写真スペース。証明写真のようなものではなく、人となりが伝わるような写真を使う。また、写真がなくても統一感が失われないデザインにする。4 氏名と肩書きも英語を併記する。5 部局ごとの独自ロゴを入れるスペース。最大2つまで。6 どんな手続きができる課なのかを伝えるため、係名を記載。外国人住民の方にも理解できるように英語を併記する。7 メインの問い合わせ窓口である代表電話の番号を大きく記載。8 直接連絡が必要な相手には、内線番号と氏名を記入して渡す。

かるた形式で仙台市について紹介

プロ野球カード形式で仙台市職員の仕事について紹介

漢字クイズ形式で仙台市について紹介

こんなことに使える！

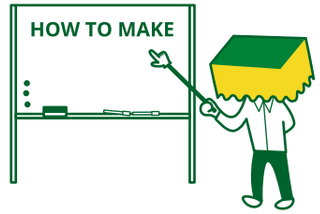
✦対外的な仙台の魅力発信に ✦子どもたちがまちのことを学ぶ教材に ✦多言語化し、外国人住民に向けた仙台での暮らし方のお知らせに ✦市民とのコミュニケーションのきっかけづくりに ✦職員採用活動に

裏面

名刺をつくる流れ

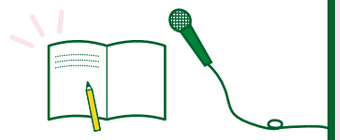
① レクチャーとコンセプトワーク

機能、統一の意味などのデザイン理論から、印刷物ができるまでのフローなど実践的な話までレクチャーを受け、コンセプトワークを通じて名刺の方向性を検討する。



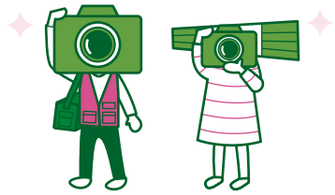
② ネタ集めと企画

有識者へのヒアリングや資料調査を行い、名刺裏面に掲載するアイデアを集め、1枚1枚の名刺の内容を検討する。



③ 制作（依頼）

写真撮影、ライティング、デザインを行い名刺を形にしていく。クオリティにこだわる場合は、プロに発注する。



④ プリント／印刷

完成したデザインで名刺をプリントする。クオリティにこだわる場合は、印刷会社に発注する。

⑤ 完成

こんなことも期待できる！

- 仕事の理解度が上がりモチベーションアップ！
- 印刷物の発注がスムーズに！
- 情報整理や資料作成のスキルアップ！

一緒につくることでいい仕事をつくる

ス　企画やライティング、デザイン、撮影、イラストなどのプロが、職員の方と一緒にワークショップ形式で名刺をつくるというアイデアを考えてきました。名刺自体に機能を付加するよりも、いろんなプラスが生まれるんじゃないかと思いまして。

天　はい。詳しく聞かせてください。

ス　対象は、新人や若手で異動したばかりの職員さんを考えています。まず、名刺で伝えるべきことを考えることが、自分たちの仕事の内容や目的を深く理解することになり、仕事のモチベーションアップにつながるんじゃないかと思っています。

マ　上司を説得して承認を得ることも必要になるので、市役所の仕事の流れを知る機会にもなりそうですね。

梅　地域のことを伝える名刺をつくる際に住民の方にヒアリングを行ったりすれば、いいコミュニケーションの機会にもなりそうです。

く　あとは、「デザインや印刷物についての理解が深まることも、大きなプラスだと思っています。1度流れを経験すれば、以後発注するときにどんな職能の人に何を依頼し、自分たちは何を準備すればいいのかわかりますからね。

ス　細かいですが、プロと一緒に情報整理やデザインを経験することは、仕事の中で資料をつくるときのヒントにもなると思います。

天　ありがとうございます。いろいろ可能性がありそうですね。ただ、ワークショップも仕事の時間を使ってやればコストにはなるので、その辺りはもう少し詰めた方がいい気がしました。

白　1つ質問いいですか？

ス　はい。

白　実際にデザインができあがった後、役所のプリンターでプリントしてもきれいにできるんでしょうか？

く　はい。その辺りの条件も考慮して、カラーにするのかモノクロにするのか、写真を使うのかイラストにするのか、ということを都度検討するつもりでした。

白　わかりました。

梅　では、いいでしょうかね。本日はありがとうございました。

一同　ありがとうございました。

次なるフェーズは実運用！

梅　くろわさん、スポンジさん、マッキー、1年間にわたりどうもありがとうございました。

く・ス・マ　こちらこそ、ありがとうございました。

梅　で、どうしましょうかね？ これから。あ、読者のみなさんに念のためお知らせしておきますが、この企画に登場していたキャラクター、すべて実在人物なんです。私は、この冊子『とうほくあきんどでざいん』をつくる事業の担当係の係長、梅沢です。

く　デザインを担当しました、デザイナーのくろさわです。

ス　構成やライティングを担当しました、コピーライターの工藤です。

マ　イラストを担当しました、仙台市職員の白柳です。

ス　これは当初からお伝えしていたことですが、実際に使ってもらえる名刺の提案を目指していたので、やってみたい部局があれば、まずは説明に伺いたいですね。

く　私も同じ気持ちです。

マ　私は仙台市職員なので、どこまでできるかわかりませんが、できる範囲でお手伝いしたいです。

梅　じゃあ決まりですね。募集をかけてみましょう。では最後に、お1人ずつ感想をお願いします。

く　名刺のサイズでは1人でできることに限界がありますが、職員の方が同じコンセプトのものを使うことで、可能性は広げられると改めて感じました。アイデア次第でおもしろいことがまだまだできそうですね。

ス　名刺を変えることで、社会と役所とのコミュニケーションが活発になっていくといいなと思いました。それが、社会ニーズに合った施策の実施、硬直化した独自ルールの見直しにつながり、「よりよい仙台」への足がかりになる気がするので。

マ　はじめは、単純に名刺がかっこよくなったらいいなという気持ちでしたが、名刺の役割を考えることを通じて、「市役所はこれからどうなっていきたいのか」改めて考えることができました。

ス　うめざわさんは、どうでした？

梅　入庁以来の「なぜ仙台市役所には統一された名刺デザインがないんだろう」という個人的な疑問からこの連載がはじまりましたが、私にとって「名刺デザインを考えること」は「自らの仕事を問い直すこと」でもありました。この連載によって、他の仙台市職員の心にも小さなさざなみを立てることができたとしたら、ちょっぴり愉快です。

ということで、この企画は今号で一旦終わりますが、冊子『とうほくあきんどでざいん』は次年度も継続しますので、みなさまお楽しみに。それではさようならー。

＼求む！／

ワークショップで新しい名刺をつくりたい局・課・係など

「みんなで受けたい」というチームリーダーの方、「上司に提案したい」という若手職員の方、ご要望や人数に応じて最適な方法をご提案いたします。
まずはご連絡ください！

お問い合わせ先
とうほくあきんどでざいん塾
担当：深村
info@tohokuakindodesign.jp

A

何か違うんじゃないかという気がする

B

写真斜芯

立ち位置、感情、あるいは、過程。
見えるもの、見るもの、見たいもの。
一つの言葉で、
それぞれが映す 写真／斜芯。
そこに生まれる、
多様性、多面性、有機性の可能性。

写真
嵯峨倫寛 / 森谷遼太郎

D

C

その人と会った

写真 / 斜芯

これは「色モノ」なのか「本物」なのか？

写真 / 斜芯

E

F

こっちに来た者同士

H

G

写真 / 斜芯

I

平和な「ケ」

J

写真 / 斜芯

—

略歴

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。

A _ 正しいことなんて、本当は人それぞれ違うという当たり前のこと。

C _ 誰もが「その人」を思い浮かべる。

E _ 思っていること、考えていることに常につきまとう葛藤と思考の渦。

H _ それを選ぶことの、「覚悟」とその先にある景色。

J _ 普通に幸せなこと、幸せと感じることは、実は意外と難しいのかもしれない。

森谷遼太郎

1988 年宮城県松島町生まれ。フォトグラファー。
専門学校卒業後、仙台市内の撮影スタジオに勤務。
2014 年フリーランスに。
イベント写真、広告写真などスチール撮影を中心に映像制作にも携わっている。

B _ 今の自分となりたい自分。自分の中に二人存在しているかのような違和感を表現。

D _ この 1 枚で、その人と会って始まった物語みたいなものを想像して欲しかった。

F _ 自分にとって彫り物とは単なるオシャレではなく、芸術だと思う。

G _ 田んぼの畦を何本もの道に見立てて、撮影。

I _ いつまでも続いて欲しい、誰かにとっての平和な「ケ」。

出典

p.31 _ 何か違うんじゃないかという気がする / 阿部和重『ニッポニアニッポン』(新潮社、2004 年)

p.33 _ その人と会った / 本作りワークショップ受講生、有限会社荒蝦夷
『仙台 本のはなし　24 人でつくりました』(仙台文学館、2010 年)

p.34 _ これは「色モノ」なのか「本物」なのか？ / 恩田 睦『蜜蜂と遠雷』(幻冬舎、2016 年)

p.37 _ こっちに来た者同士 / 峯田和伸『恋と退屈』(河出書房新社、2006 年)

p.38 _ 平和な「ケ」/ 東北芸術工科大学 東北文化研究センター『東北学 vol.6』(作品社、2002 年)

デザイン

北村 洸

東北から考える、2020年のその先へ

From Tohoku to the future of 2020

「東北から考える、2020年のその先へ」
開催日：2018年2月4日［日］14時 ― 18時
会場：TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING
内容：前半 ― 話題提供
後半 ― ゲスト3名による鼎談ならびに質疑応答

話題提供

「仙台市の観光施策」 P42
柳津英敬　仙台市文化観光局 観光交流部長

「地方創生とアート」 P44
長内綾子　あきんど塾 コーディネーター／Survivart

鼎談

ゲストトーク P45
茅原拓朗　宮城大学事業構想学群価値創造デザイン学類 教授
本江正茂　東北大学大学院工学研究科 都市・建築学専攻 准教授
若林恵　編集者／『WIRED』日本版 前編集長

キーワード

- 地方創生と観光立国とインバウンド
- 中流階級減少と労働力の流動化
- 消費都市から、様々な事物の生産都市へ
- 20 ～ 30年後の未来を想像し、いまを生きる

企画・構成・編集：長内綾子 | デザイン：北村 洸 | 撮影：森谷遼太郎

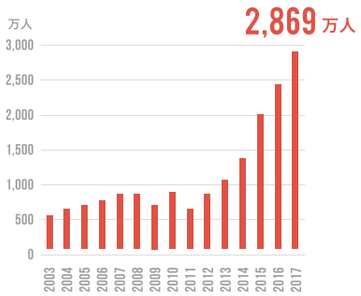
震災から7年。めまぐるしく移り変わる復旧・復興期の環境に、ときに振り回されたり困惑したりしながらも、一人ひとりが日々選択を重ねてきた時間は、東北にどのような変化をもたらしてきたのでしょうか。

この間、国は「観光立国」を謳い、海外からの観光客誘致のため、地方での文化コンテンツ支援などに力を入れており、観光こそが「地方創生」のカギであるとしています。東北もその例外ではなく、観光復興事業として、2015年は50万人だった海外観光客数を、2020年には3倍の年間150万人にするという誘客目標が設定されています。

仙台市を除く多くの市町村では、少子高齢化が目の前の現実として既にあるいま、地方を創生するというのは、果たしてどのようなことなのか。国の指針ではなく、東北に住まう私たち一人ひとりが、日々の生活にひきつけ等身大で考える場となることを目指してイベントを企画し、ここに当日の内容を採録します。

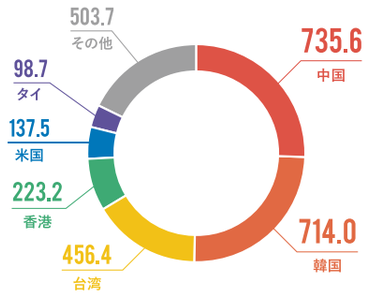
震災直後、地方の抱える課題が前倒しでやってきたと表現された東北。異なる立場の識者の視点から、少し先の時間を想像し、考え、行動する手立てとなれば幸いです。

訪日外国人観光客推移



2003年にスタートしたビジット・ジャパン・キャンペーン以降の推移。2017年は2869万人（速報値）に達した。

訪日外国人観光客 国別内訳
（2017年、単位：万人）



中国・韓国・台湾・香港の上位4カ国で全体の約75%を占める。

出典：いずれも、日本政府観光局（JNTO）発表統計より

話題提供01

仙台市の観光施策

柳津英敬　仙台市文化観光局 観光交流部長

108万人の人口*を擁する東北の政令指定都市「仙台」。2020年の誘客目標に向けた、仙台市の取り組みについて紹介いただきました。

*2018年2月1日現在の推計人口は1,087,201人。2010年の国勢調査による人口は1,045,986人であったことから、震災を機に周辺市町村からの流入が続いていると考えられる。

近年、「交流人口」という言葉をよく耳にします。「人口」とは、その地域に住んでいる人の数ですが、「交流人口」とは、たとえば観光やビジネス、知人・友人訪問など、その地域を訪れる人の数です。

我が国は人口減少が進んでいますが、こうした事態を受け、政府は2016年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、

（1）観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に。

（2）観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に。

（3）すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に。

という三つの視点を提示しました。

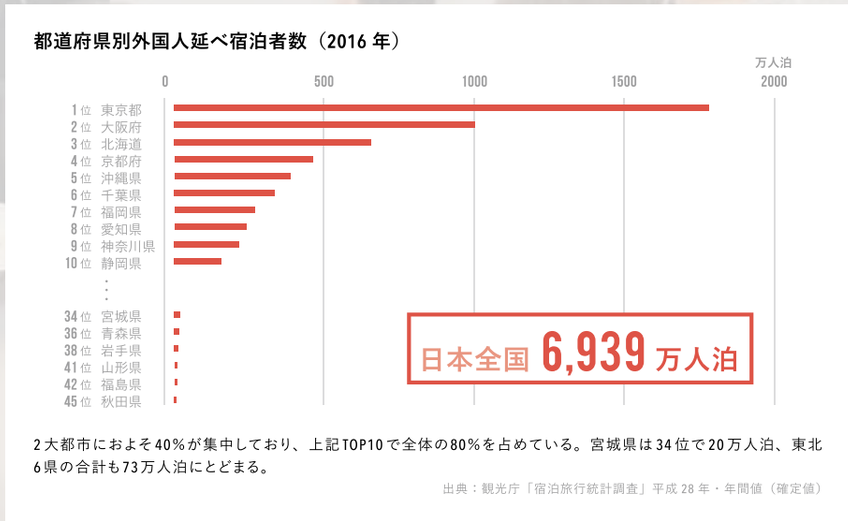
こうした指針を受け、本市を含め多くの自治体は、交流人口の拡大を政策の柱に据え、限られた予算の中で、観光振興に取り組んでいるところです。

とりわけ、訪日外国人の誘致、いわゆるインバウンドについては、人口減少による消費の低迷を補うための方策のひとつとして注目されており、人口1人分の消費を外国人宿泊者8人で補うだけの消費があるという試算もあります。

また、外国人観光客の消費は、貿易収支上輸出に相当し、定義は難しいのですが、観光産業はGDPの6％に相当するとも言われており、いまや日本を支える基幹産業になっているというのが現状です。

どれだけの外国人が日本に来ているかというと、前頁のグラフの通り、5年連続で過去最高を更新しています。その要因は様々考えられますが、政府によるビザの発給要件緩和やLCCの参入等によるものと言われており、特にアジアから多くの観光客が来るようになりました。

外国人に人気の観光地はどこか。「トリップアドバイザー」という旅行情報サイトの2016年の統計を見てみますと、伏見稲荷大社（京都）、平和記念資料館（広島）、宮島（広島）のほか、サムライ剣舞シアター（京都）やアキバフクロウ（東京）といった場所もランクインしています。



2大都市におよそ40％が集中しており、上記TOP10で全体の80％を占めている。宮城県は34位で20万人泊、東北6県の合計も73万人泊にとどまる。

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」平成28年・年間値（確定値）

柳津英敬（やなつ・ひでたか）

1968年仙台市生まれ。1991年仙台市役所入庁。1996年より2年間、JETRO（日本貿易振興機構）に出向し、貿易開発部及びシンガポールセンターに勤務。震災後は、産業プロジェクト推進課長、国連防災世界会議準備担当課長、まちづくり連携担当部長を経て2015年9月より現職。観光振興や賑わい創出、インバウンド、コンベンション施策等を担当。

仙台近郊にも、多くの神社仏閣や震災遺構、世界遺産の中尊寺があり、伊達武将隊もいますが、外国人観光客はあまり来ていないというのが現状です。東北各地には魅力的な観光地がないわけではないのに来ていない。今後、観光資源の魅力そのものを磨き上げると同時に、観光客が来たいと思うような発信をすることが大切だと考えています。

現代の観光の特徴を二つご紹介します。一つ目は「観光の個人化」です。近年、団体旅行から個人旅行へと急速に移行しています。観光客は、個人の興味・関心で行き先を決め、その場からSNSで発信し、それに共感する人がさらに集まる。その結果、これまで観光地とは認識されていなかった場所に突然人が集まるという現象が生まれています。県内で言えば、蔵王キツネ村などはその好例だと言えます。

二つ目は、「コト消費」です。これまでの観光は物見遊山が中心でしたが、体験型メニューが人気となっています。具体的な事例としては、外国人向けの和装体験や果物狩りなどがあります。

また、インバウンドへの期待が高まっていることも大きな特徴のひとつです。仙台市の観光統計を見てみますと、2016年の観光客入込数（いりこみすう）*1や宿泊者数は減っていますが、外国、特にアジアの観光客の延べ宿泊数は順調に増えており、日本人観光客が減った分を彼らが埋めているのが実態です。しかし、日本全国と比較すると、東北地方の外国人の延べ宿泊者数のシェアは、わずか1％程度です（右頁下グラフ参照）。

仙台市は、これまで述べたような政府の方針や観光を巡る状況の変化を受け、新しい事業にも取り組んでいます。ここからは、近年行った取組みの一部をご紹介します。

昨年は、伊達政宗公生誕450年記念の年でしたので、政宗公にちなんだイベントや博物館における特別展などの関連事業を集中的に実施しました。数値は取りまとめ中ですが、瑞鳳殿など縁の深い観光地の来場者数は伸びています。広域連携の取り組みとしては、東北6市のお祭りを集めた「東北絆祭り」を開催し、2日間で約45万人の集客がありました。

また、体験型観光が人気を博しているという状況を踏まえ、体験メニューを集めたHP「仙台里山ライド」*2を開設したほか、「ブラタモリ」*3のようなまち歩き事業にも取り組んでいます。さらには、戦災により焼失してしまった歴史的風景をVR（Virtual Reality、仮想現実）で再現する構想も進めています。

新しい視点の取り組みとしては、仙台ゆかりの著名人と連携した事業も行っています。フィギュアスケートの羽生結弦選手は、仙台市の観光アンバサダーでもありますので、羽生選手を起用して仙台市の観光ガイドブック『週末仙台』*4を発行しました。その反響は、全国はもとより海外にも及んだところです。また、記憶に新しいものとしては、今年夏に行った「ジョジョフェス」*5です。これは原作者の荒木比呂彦先生が仙台出身ということで実現したもので、期間中、5万人を超える集客があり、6割は県外からのお客様であったと想定されています。

東北は、人口減少・高齢化が深刻です。理想論を並べてもなにも始まらないし、海外の成功例を見習おうとしたところでうまくいくわけがありません。

たとえ小さな取り組みであっても、その地域ならではの要素を組み合わせ、様々な方のお力を借りながら、一つでも二つでも具体的な取り組みを始めることが重要なのだと思います。こうした積み重ねが、いつか実を結ぶことを願い、日々努力しています。

東北から考える、2020年のその先へ

From Tohoku to the future of 2020

*1：県内の観光地点及び行祭事・イベントに訪れた人数を、観光地点の管理者・行祭事・イベントの実施者等の報告により調査したもので、純粋な観光客だけでなく在住者もカウントされる。

*2：www.satoyama-ride.com

*3：2008年よりNHKが制作しているまち歩きのテレビ番組。2015年、仙台をテーマに、二度特集が放送された。#12仙台～伊達政宗は「地形マニア」!?～／#13仙台「杜」と「都」～〝杜の都〟の秘密とは?～。

*4：仙台への誘客促進のため、旅好きで情報感度の高い女性をターゲットに、仙台の多様な魅力を紹介する観光ガイドブック。仙台市と講談社発行の女性誌『FRaU（フラウ）』とのコラボレーションにより制作したもので、2016年4月16日から首都圏等で無償配布した。

*5：2017年8月12日（土）～9月10日（日）に開催された「ジョジョフェスinS市杜王町」では、漫画『ジョジョの奇妙な冒険』の作者、荒木飛呂彦氏の原画展「ジョジョ展」を中心に、市内各地で様々なイベントが行われ、コラボ商品も販売された。

話題提供02

地方創生とアート

長内綾子 とうほくあきんどでざいん塾 コーディネーター／Survivart

2000年以降、全国各地でアートフェスティバルが乱立しています。地方創生とアートの蜜月関係と、そこから見えてくる課題を提起します。

「地方創生」は、2014年の第二次安部内閣で登場した言葉で、農業、観光、科学技術イノベーションなどがそのあり方として想定されています。「観光立国」を日本が推し進める要因を調べるうちに、去年は国連の「開発のための持続可能な観光の国際年」だったと知りました。「経済成長を支える観光は、貧困撲滅や雇用創出につながります。また、旅先での異文化交流は相互理解を深め、無知や差別といった障壁をなくし、多様性と平和をもたらします」と説明されています*1。

アートフェスティバルは、特定の地域で開催される、現代アートの展示を主とした一時的なお祭りです。アーティストは地域外から招聘されることが多く、リサーチや住民との協働などを経て作品を制作し、発表することがほとんどです。2000年に、北川フラムさんを総合ディレクターに迎え、新潟県の山間部で始まった「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」*2が成功事例として語られるようになり、「あいちトリエンナーレ」や「札幌国際芸術祭」など、事業規模が1億円を超える大型フェスティバルが次々に始まりました。

現代アートは、普段見過ごしがちな地域の課題や魅力を作品という形で可視化させ、それらを再認識するきっかけになります。一時的とはいえ、賑わいが生まれ観光収入にもつながりますし、多様性受容の一助にもなるので、国連の観光促進とも合致します。東浩紀さんが『観光客の哲学』*3で述べられているのも、同様の話だと思います。

とはいえ、様々な課題もあります。地域振興が前提とされることが多く、シンボリックなわかりやすい作品を求められたり、ディレクターや作家の重複、スタッフの雇用問題やボランティアのやりがい搾取を指摘する人*4もいます。観光は、外貨を獲得できるとか経済を潤すと言われますが、観光リーケージ（leakage）*5もある。いま、コンビニなど身近な場所に外国人労働者*6が大勢いるにもかかわらず、インバウンドを奨励することも含め、なにかいろいろと矛盾を孕んでいる気がしてなりません。

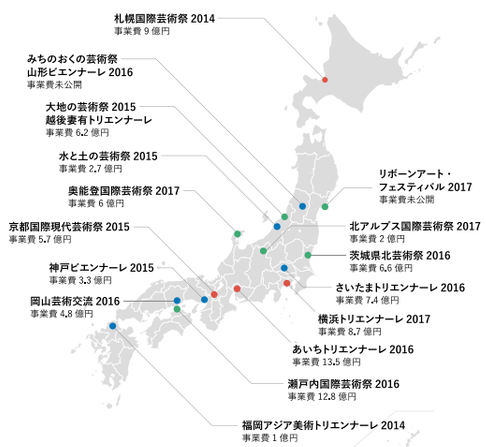
国内の代表的な芸術祭

事業費出典：各芸術祭の事業報告書等より

● 大都市型 / ● 地方都市型 / ● 過疎地（里山）型

事業費内訳：主催者が自治体の場合、総事業費の2〜5割程度が自治体負担。残りは文化庁補助金、協賛金・助成金、入場料収入、グッズ販売等収入など。各地の報告書を見ると、収入が支出を大きく上回るものはほぼないが、経済波及効果やパブリシティ効果は、総事業費の数倍にもなると算出されているものがほとんど。

例）あいちトリエンナーレ2016の場合
総事業費：13.5億円／経済波及効果：推計63.3億円／パブリシティ効果（広告費換算）：推計33億円以上



出典：あいちトリエンナーレ実行委員会
『あいちトリエンナーレ 2016 開催報告書』（2017.3）

長内綾子（おさない・あやこ）

1976年北海道生まれ。Survivart（サバイバート）代表、インディペンデンド・キュレーター。フリーランスのデザイナーとして活動の傍ら、2004年、アーティストの岩井優らとSurvivartを立ち上げ、トークや展覧会等を企画。以降、現代アートの現場に限らず、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。2012年より、とうほくあきんどでざいん塾のコーディネーター。本イベント企画者。

＊1：国際連合広報センターHP、ニュース・プレス「2017年は『開発のための持続可能な観光の国際年』（2017年2月22日）」より。www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/23163/

＊2：アートフェスティバルには様々な呼び名があるが、トリエンナーレは3年に一度開催、ビエンナーレは2年に一度開催の意。

＊3：東浩紀『ゲンロン0 観光客の哲学』（株式会社ゲンロン、2017年）。

＊4：詳細は次の書籍に詳しい。藤田直哉『地域アート――美学／制度／日本』（堀之内出版、2016年）。

＊5：航空券代など、観光収入が着地国ではなく海外に漏出してしまうことを示す。

＊6：外国人労働者をめぐる課題については、次の書籍が詳しい。西日本新聞社『新移民時代――外国人労働者と共に生きる社会へ』（明石書店、2017年）。

ゲストトーク

前半の話題提供を受け、約3時間に及んだゲストトーク。果たして、明るい未来は訪れるのか!?

東北から考える、2020年のその先へ

茅原拓朗 宮城大学事業構想学群価値創造デザイン学類 教授
本江正茂 東北大学大学院工学研究科 都市・建築学専攻 准教授
若林 恵 編集者／『WIRED』日本版 前編集長

茅原拓朗（かやはら・たくろう）

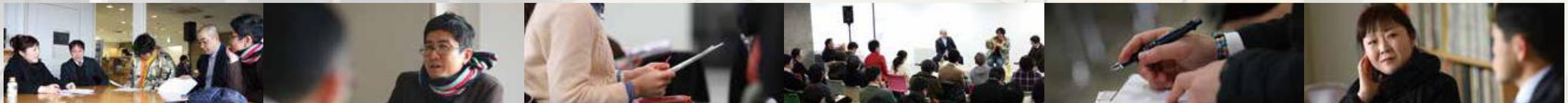
●1968年東京都生まれ。宮城大学事業構想学群価値創造デザイン学類 教授・附属図書館長、博士（心理学）。1997年東京都立大学人文科学研究科心理学専攻博士課程中退。東京大学COE研究員、通信・放送機構国内招聘研究員、東京大学工学系研究科専任講師、宮城大学助教授を経て2009年より現職。著書に『だまされる脳』（講談社、共著、2006年）など。人間の身体/認識を科学と歴史文化の両面から研究している。図書館の仕事や武道/芸能の実践（合気道/能楽森田流笛方）を通じて東北の文化・芸能にも深く分け入ろうとしている。

本江正茂（もとえ・まさしげ）

●1966年富山県生まれ。東北大学大学院工学研究科 都市・建築学専攻准教授、同フィールドデザインセンター長、博士（環境学）。1993年東京大学大学院工学系研究科建築学専攻博士課程中退。宮城大学講師を経て、2006年より現職。2010年より2014年まで、せんだいスクール・オブ・デザイン校長。著書に『プロジェクトブック』（彰国社、共著、2005年）、『OfficeUrbanism』（新建築、共著、2003年）。専門は都市・建築デザイン。情報技術が拓く都市と建築の新しい使い方をデザインし、人々が持てる力を存分に発揮し合える環境をつくり出すべく研究中。

若林 恵（わかばやし・けい）

●1971年生まれ、ロンドン、ニューヨークで幼少期を過ごす。早稲田大学 第一文学部 フランス文学科卒業。大学卒業後、平凡社に入社。『月刊太陽』の編集部を経て、2000年にフリー編集者として独立し、雑誌や単行本、展覧会カタログの企画・編集に携わる。2012年から2017年まで『WIRED』日本版の編集長を務める。2018年4月末には初の単著『さよなら未来――エディターズ・クロニクル2010-2017』を岩波書店より刊行予定。



中流階級減少と労働力の流動化
暗黒な未来

本江：普段は、東北大学工学部の都市・建築学専攻で設計を教えています。設計事務所を持って自分で建築をつくるというよりは、その前段となる部分、モノになる前の企画をつくることが多い。震災後は震災メモリアル事業をいろんなところでやっています。この近くでは、地下鉄東西線の終着「荒井駅」の中にある、「せんだい3・11メモリアル交流館」（2016年2月開館）は、長内さんもそのプロジェクト・メンバーですが、企画をつくるところから携わりました。

今日のテーマは、結構シビアで切実な問題だなと感じています。今日は、僕たちがなにか答えを知っているコンサルタントで、「こうするとお客さんが来て儲かりますよ」というセミナーではなくて、そもそもどういう問いを立てたらいいのかといった話ができるといいかなと思っています。

若林：僕は『WIRED』[*1]というメディアをやっていたので、一応「未来がわかる」ということになってまして（笑）。そういう体で、企業や自治体に呼ばれるというのを7年くらいやってきまして、本当にうんざりしました。知るわけないじゃないですか（笑）。オリンピックの勉強会に呼ばれたり、デベロッパーさんと都市のこれからを考えるということもした。地方創生に関することも多少お付き合いしましたけど、かなりツラい。部外者として関係者をディスって帰るのが自分の役割だと思って、あちこちに敵をつくるわけですが（笑）。

先ほど長内さんが紹介していた国連の観光キャンペーンと、仙台市の方が説明した観光というのは、20年くらい開きがある話なんです。貧しい国の人に可処分所得ができてくると海外旅行に行きますよね。トリス飲んでハワイ行くみたいなことですが。いま日本国内で言われている観光って、相変わらずそれを当て込んでるんですね。世界的に見ると中産階級は没落していくと見られていますし、AI（artificial intelligence、人工知能）で格差はますます広がるなんて話もあります。ユニクロの柳井さんが言うように「100万か1億か」[*2]って世界なんですよ。とすると可処分所得をあてになんてできないんですよ。

一方で、人の流動性は高まっているわけです。コンビニの店員さんて、もうだいたい外国人じゃないですか。で、人がやたらと流動すると、同時にいろんなリスクも入ってきますよね。それをどうするのかってなったときに対処法は二つあって、ガチガチの監視社会をつくるかオープンな建てつけで顔が見える環境をつくるかなんですね。で、後者の線から他者との共感をちゃんと育んでいこう、互いの文化を学ぼうというところを地道にやっていかないと、これからの都市マネージメントなんてできないという論点から、先の国連の観光推進みたいな話が出てくるんですね。観光ってそういう意味ではただの経済の話ではなくポリティカルアジェンダ（政治課題）なんです。それは、インバウンドの人たちの財布をどう開かせるかって話じゃないんですよね。そこがまず日本全体が世界と認識がズレている。

つまり世界中のあらゆる都市は、そういう課題の中で国際的な生き残りをかけて競合関係にあるわけです。日本の都市にしたって国内需要だけでは食えないから観光って話になってるわけですよね。でも、いくら観光客が増えたところで、それで都市をサステイン（維持）することなんてできないですよ。環境の整備、産業の振興、安全対策、雇用の振興、そういういったものすべてと連動したものとしてでないと観光振興も意味がないのに、日本は相変わらず縦割りでバラバラにやってるんですよね。いま自治体も企業も「未来創造」みたいなことをやたらと言うんですけど、おっさんの発想でいくと結局「トリスを飲んでハワイに行こう」みたいな観光振興しかアイデアとして出てこないんですよ。東南アジアあたりの新興国のお金持ちに、お金を落としてもらってランニングコストを稼ぐのも大事ですけど、それをやることが、たとえばいま20代の若者の未来にとってどういう価値があるのかといった道筋がない限り、外国人のおこぼれにすがって生きていく未来しかないじゃないですか。

茅原：宮城大学の、事業構想学部価値創造デザイン学類というところで教えています。広く言うと心理学ですが、認知科学・脳科学とその応用を専門としています。前職では、日本で初めてCAVE型VRディスプレイ[*3]を擁したラボにいたりして、大枠の興味としては、テクノロジーで人間や社会がどうなっていくのかをテーマとして持っています。

AIっていまの状態だと本当にヤバイと思うんです。原子力は破局に至らないよう制御しようとしてきたのに、AIについてはあまりそういう発想が出てこない。「ロボット三原則」[*4]というアイデアだって既にあるのに……。

若林：その線は厳しいかもしれないですね。

茅原：AIに向き合うときの人の反応って、なぜかすごくエモーショナルなんですよね。対アルファ碁[*5]戦でも、人類はもう勝てないことが確定したときに負けた棋士は泣きました。でも、テクノロジーはほとんどあらゆる面でとっくに人間の能力を凌駕していたわけで、その中でなぜAIに対しては人間が使う道具としてクールに向き合えないのかな、と思います。

若林：AIの問題は、テクノロジーそのものの問題より、背後の経済原理が問題で、哲学や倫理面からAIの話をしても「いやこれ儲かるんで」という人たちをおそらく止められない。工場や配送の業務を全部ロボットや自律走行車にやらせて「人はいらないよね」ってなっても、じゃあその人たちの雇用の受け皿を行政がつくれるのかといったら難しい。そのときに、「あいつクビになっちゃったから今日はうちで飯食わせてやるか」みたいな、一種のセーフティーネットがないとツラいことになるんじゃないですかね。イヴァン・イリイチ[*6]がいう「自立共生」の建てつけをどうつくれるかが重要になってきて、デジタルテクノロジーはもっとそこに寄与すべきなんだと思います。

本江：楽観論では、インターネットで情報網はできた。エネルギーもモノも相互接続して極限までコストを下げた超効率的な社会があれば、富は十分にあるのだから、再分配さえ合意できれば、ベーシックインカム[*7]を導入して、AIが奴隷として働いて、人類は貴族的に暮らせるのだと。そのときの関心をどう支えればいいかくらいのことを話す、ジェレミー・リフキン[*8]みたいな人もいるじゃないですか。

若林：いますね。でも、AかBかという話にはならないと思います。資本主義自体が絶対的に悪いシステムかと言うとそんなこともなくて、自由市場のダイナミズムから生まれるおもしろいもの、いいものはたくさんあると思うんです。一方のベーシックインカムはいいアイデアだとは思いますが、うまくそこから社会主義的ユートピアがつくれるのかどうかですよね。おそらくはそれらが共存しうる、うまい中間地点を見出していくことになるのかな、と。怖いのは、それを強引にハードランディング（硬着陸）させようとするとバックラッシュ（反動、揺り戻し）が起きることですね。世界が全体に保守化・右傾化しているのって、こういう話が背後にあったりもするんじゃないかと思うんですよね。

本江：排他的になるほうがイメージしやすいからね。観光の話として中産階級からいかに金をせしめるか、どころでなく、この先30年くらいの社会をソフトランディングでやらないと、もうその先は滅びるしかないとなる。そこで、相互理解と円滑な流通と交通の確保は、あらためて課題。なにをデザインすればいいのか、どういう態度で臨んだらいいのか、と

---

*1：ゲストの若林恵氏は、2012年発行の3号から編集長を務めた。最終号は「アイデンティティ」を特集した30号。

*2：朝日新聞　2013年4月23日付　インタビュー記事「将来は、年収1億円か100万円に分かれて、中間層が減っていく。仕事を通じて付加価値がつけられないと、低賃金で働く途上国の人の賃金にフラット化するので、年収100万円のほうになっていくのは仕方がない」株式会社ファーストリテイリングの柳井正会長兼社長の発言より。

*3：複数のスクリーン面で構成され、没入感を高めたバーチャル・リアリティ環境のこと。

*4：「ロボット工学三原則」（ロボット三原則）とは、SF作家アイザック・アシモフが作品内で使用した作中設定で、ロボットが従わなければならないとする大原則のこと。本原則は、単なるSFの小道具にとどまらず現実のロボット工学にも影響を与えた。

第一条　ロボットは人間に危害を加えてはならない。また、その危険を看過することによって、人間に危害を及ぼしてはならない。

第二条　ロボットは人間にあたえられた命令に服従しなければならない。ただし、あたえられた命令が、第一条に反する場合は、この限りでない。

第三条　ロボットは、前掲第一条および第二条に反するおそれのないかぎり、自己をまもらなければならない。

――アイザック・アシモフ『われはロボット』（小尾芙佐訳、早川書房、1983年）。

*5：Google傘下のDeepMind社によって開発されたコンピューター囲碁プログラム。

*6：イヴァン・イリイチ（Ivan Illich、1926–2002）は、オーストリア、ウィーン生まれの哲学者、社会評論家、文明批評家。『コンヴィヴィアリティのための道具』（渡辺京二・渡辺梨佐訳、ちくま学芸文庫、2015年）では、現行の諸制度による課題を克服するために、「コンヴィヴィアリティ（自立共生的）」な社会への移行を提唱している。

*7：最低限所得保障の一種で、政府がすべての国民に対して最低限の生活を送るのに必要とされている額の現金を定期的に支給するという政策。

*8：ジェレミー・リフキン『限界費用ゼロ社会〈モノのインターネット〉と共有型経済の台頭』（柴田裕之訳、NHK出版、2015年）。

てもプラクティカルな課題ですね。

若林：おっしゃる通りですよね。いま、奇しくもデザインとおっしゃいましたが、いかにデザインしないか、ということも重要かなという気もします。ある時期から、行政の人って中途半端に広告代理店みたいになったんですよね。コミュニケーション戦略でなんとかしようと。でも、もう外面をいくら繕っても、どうにもならないんですよ。よりプラクティカルな、実質的な価値をみんなが求めているわけですから。そういう意味で計画できない感じになっているんです。実体のないものをいくらPRしてもバレるんですね。オーガニックに広げていくしかなくて、それはこれまでの計画主義的なデザインの考え方では実現できないんです。

経済の言葉遣いと、薄っぺらな動機

若林：去年、ベルリンに行ったんですね。壁が崩壊して廃墟になった建物をアーティストやハッカー、音楽家がスクウォッティング（無断占拠）して、そこからクラブカルチャーやデジタルカルチャーが生まれたんです。それがある時期から組織化して行政とも連携し、10年以上かけていまあるおもしろい状況をつくりあげてきたんです。クラブコミッションっていうオーナー組織のトップは、ベルリンのクラブカルチャーが世界的な価値を持つのは、そこが実験場だからだと言うんです。他ではやっていない新しいことをバンバンやったおかげで世界中から何十万人という人が集まる。やってることに実体があるんです。だから、そのスキームだけをパクってもダメなんです。「よそで流行ったからうちでも」っていう発想って、客の側から見たら「よそにあるものをなんでわざわざ見なきゃいけないわけ？」って話で。ナントカ八幡とかお稲荷さんの話が出てましたけど、「伏見稲荷よりは落ちるけど、うちも結構いいんですよ」って言われても、「なら伏見稲荷に行くわ」ってなるじゃないですか。

茅原：スキームだけ持ってきちゃうときにはなにより言葉遣いが変わります。さっき、役所の人が代理店みたいになっちゃってるっていう話がありましたけど、役所に限らずみんな投資家や代理店の言葉で語るようになってしまった。それらは一言で言うと「尻馬に乗る言葉」で、当事者性を欠いています。その言葉でしゃべっている限りは、誰もなにに対してもコミットできない言葉だと思います。

若林：イリイチも、そうした「経済の言葉」を問題にしてますよね。みんな何気なく「開発」っていう言葉を使うけど、この言葉を導入することで、ヒエラルキーや搾取の構造が生まれたり、人が消費の対象にされてしまったりする。例えば「人材開発」って最悪の言葉じゃないですか。前提として、人を取替え可能な材だと想定した言葉なわけですよね。

茅原：起業家やスタートアップの本来のマインドは、投資の言葉で語らないですよね。ちょっと古くてナイーブな例かもしれないけど、YouTubeをつくった3人みたいに、遠くのおじいちゃんに自分たちの暮らしを見せたかった、とか、やはり何か大きなコトを成すときのエートス[*9]として語る。でも、シリコンバレーが輸入されたとき、日本では当の起業家自身が投資家の言葉で事業を語っていた。同じことが「地方創生」や「観光」のことにも言えるように思います。いったい当事者は誰なのか、ということです。

若林：海外だとやっぱりミッションっていうのを必ず最初に語るんですよね。もちろんお金儲けの話は、当然後からは出てくるわけですが、それを最初から言うのは戦略的にもダメなんですよね。理念を語れないやつはダメというのは、やっぱりあって、それがちゃんと他人が聞いて信じられるものでなかったら、お金も落ちてこない。日本ではやたらと、その代わりに「課題解決」が言われるんですが、その課題とお前はなんの関係があるんだってところで信憑性が乏しいものが多い気がします。『WIRED』US版では、編集者が編集長に企画をプレゼンするときに、「なぜそれをお前がやるのか、お前じゃなきゃいけない理由を言え」って問われるらしいんですね。個人的な思いとか主観が、客観的なストーリーに重ならないと人の心は動かせないってことだと思うんです。カルチャーがまだ信用できるなと思うのは、新しいなにかをやってみようとか、ちゃんといままでのものへの批判意識があって、更新しようという意思が、ITビジネスなんかよりはるかに具体的なんですよね。

本江：ベルリンの工場でクラブを始めたのにあたるような人は日本にも結構います。宮城県南の山元町に、トマトをつくっている変わった人がいるんですが、いつも商売につながる言葉で語るわけではない。最初になにか始めてしまう人たち。そういう人もいるけど、なかなか見えにくいとか、どうアプローチして関係を築くのかが課題。どこかで制度とつなげないと、続いていかないというのもある。役所に力がないわけじゃないんですよ。法的に認めることで加速させることはできる。

若林：それは、海外とちゃんとコネクトできるチャンネルをつくることが、一番いい解決法かなと思うんです。日本国内にはもうゴールがない。いま学生で、新しい音楽をやるんだってなったときに、紅白歌合戦に呼ばれても嬉しくないし、オリコンで1位になってもむしろ恥って感じじゃないですか（笑）。ゴールはベルリンでプレイしたり、ロンドンに呼ばれるとかそういうことのほうがいいわけです。コーラル[*10]っていうバンドが流行っていた頃にリバプールに行ったんですが、小さい町だから夜に飲みに行ったりするとその辺のバーにコーラルのメンバーがいたりするんです。音楽を目指している若い子たちは、「ビルボードで1位になった人がここにいる！俺たちもがんばろう！」みたいになりますよね。成功が近いところにあるっていうのは、羨ましい環境だなと思いましたね。

わかりにくさを受け取る力 教養というインフラの崩壊

茅原：震災後のことを少し話すと、宮城大学は公立大学として南三陸町を中心に支援を行っていたんですね。僕もくっついて行ってあれこれしたんですけど、本当にエリアが広かったですし、状況を目のあたりにして、僕個人はもう少し根っこを押さえる方向に向かっていった。それが、武道と能、東北各地の民俗芸能でした。

若林：能とか伝統芸能というのは、なにをされようということなんですか？

茅原：あまり、公の場では言いたくないことではあるんですが、能は鎮魂の正しい作法なので、その作法を正式に身につけて入っていこうと。だからすごく個人的なんですけど。

若林：地域の芸能というのも、能との関わりなんですか？

茅原：それもあります。ある種の宗教儀礼でもあり娯楽でもある点で根は同じものです。山形県の黒川や宮城県の登米など、東北には地域に独特の民俗芸能としての能がいまだに残っていますし、登米では日常の儀礼的行事が、かつての日本がそうだったように能の作法に則って行われていると言います。

若林：これは観光とも関わる話だと思うんですが、日本は海外からなにを期待されているのかっていうのは、日本人自身がもう少しちゃんとつかまえておきたいところだと思うんです。60年代には「禅」みたいなものへの憧れがあった。いまだとVRと日本人の空間把握の仕方は親和

＊9：もとは「いつもの場所」を意味する古代ギリシア語だが、転じて、個人や社会集団の行動や態度を一番深いところで規定し方向づける内面的原理の意味で使われる。

＊10：ザ・コーラル（The Coral）は、1996年にイギリス・リバプール出身の5人のメンバーにより結成されたロック・バンド。

性があると言われたりする。それをうまく定義できると経済効果もあるだろうし、政治の舞台でも役に立つかもしれない。ただ、そこに西洋科学を持ち出して「普遍化」しようというやり方もあんまりピンとこない。日本が持っていたある種の価値観や世界像を、どうアップデートできるのかなというのは気になるテーマですよね。

茅原：そうですよね……。ちょっと回り道しますが、実は東北って能の舞台になった場所が結構あるんです。さらにその前提として東北は歌枕の地というのがある。歌枕って東北に集中しているんです。要は中央としての西方から見たときに畏れと憧れがない交ぜになった〝オリエント〟として、むちゃくちゃ意味に溢れているんですよ、東北の大地って。

そして松尾芭蕉の『奥の細道』は、東北を歩いた紀行文というより能の作法に則って東北の大地に埋め込まれた意味を読み解く、というか召還している書物なんですね。菅江真澄の紀行文[*11]と比較していただくとすぐお気づきになると思いますが、『奥の細道』には明らかに幻想文学的なところがあって、それは能に通じ自ら謡（うたい）もした芭蕉がまさにその作法に則って幽玄の東北をたどり直しているからなんです。この辺で言うと、名取川なんて和歌や能の世界では大変な場所なんですよ。たぶん江戸の当時も見た目はなんの変哲もない川だったろうと思うんですけど、芭蕉は名取川をAR（Augmented Reality、拡張現実）タグみたいに使って古人の姿を幻視して「おおお」と涙するわけです。

若林：そういう話は、本当におもしろいですね。だけど、それを価値化しようとすると、「じゃあ、名取川を観光資源にしましょう」みたいな話になりますよね。

茅原：そう、たぶん本当にARタグが立つんですよね。スマホをかざしたら能因法師[*12]が現れて、とか。

若林：それって、まさに「ポケモンGO」ですよね。それだけでも十分おもしろいとは思うんですけど、それがどうしたら共有財産として価値化されるのか、その道筋がいまひとつわからないんですよね。

本江：おじさんたちは足跡をたどることで、芭蕉の持っていたセンシティビティ（感受性）を得たいのかな。

茅原：僕、思い入れたっぷりに『奥の細道』をたどり直すおじさんが嫌だったんですけど、いまではすっかりそういうおじさんになっちゃってます。そしてそれは『奥の細道』の力以上に、東北の奥深さ故なんだということがいまでは本当によくわかります。

言いたいのはなにかというと、「コンテンツ」という形で消費する対象をボンとつくるというやり方はあるんですが、そこに意味や価値を生じさせるのはこっちの問題でもあるんですよね。アニメとかドラマの〝聖地〟巡りを考えれば、その考え方にはやはり普遍性があると思います。

本江：その能力をどう培うのか、どうすれば芭蕉になれるのか。

茅原：僕は脳科学者でもありますけど、「脳科学的に言うと、脳のこの部分の活性化にいいんですよ」というのは、絶対やりたくないんですよね。

若林：結局、科学の中に回収されてしまうでしょうし。

茅原：能に関して言うと、もうみんな謡の稽古をやりましょうっていう、それしかないかなと（笑）。単純にフィジカルに、あるいは音楽としてもむちゃくちゃ気持ちいいですよ。それに、全部で数千あると言われる曲目のうち、主な百番くらいがわかっていると、『奥の細道』もそうですけど、日本の文化が深く読み取れるようになります。連綿と日本が築いてストックしてきたものが、まさに能をキーとして資源になっていく。ハリウッドの映画だって、聖書がわからないと、うまく理解できないことあるでしょ？あの聖書に相当するのが、日本ではひとつは能なんです。江戸時代に寺子屋で論語を読んでいたと言われるけど、実は主要な教科書は謡本（うたいぼん）だったらしいです。だから、本当に聖書に近い教養の基盤だったんです。そこのインフラが、いまは壊れちゃっているということなんですよね。

若林：外国人に「お寺と神社の違いってなんなの？」って聞かれても、僕らちゃんと説明できないですよね。能はなにがすごいんだっていう話も日本リテラシーの高いやつにしかわからないって言っちゃったら、せっかく興味を持ってくれても広がらない。そこには、もう少し戦略性があってもいい気がします。

茅原：まさに、一種方便として「コンテンツ化」しているのかということですよね。

本江：でも、わかりやすいパッケージにして、前提になる教養がなくても見ればわかるようにするには、どこかで嘘をつくしかない。それなりに練習するとか、トレーニングをして初めて体感できるものを、どうやって共有していくのか。なんとか工夫さえすれば、パッケージでポンと渡せる、そうすれば買ってもらえるって最初から決めちゃうと、無理があるんだろうな。

茅原：能がわかっているような口きいちゃいましたけど、僕も学生時代に六本木WAVE[*13]で出会った〝ワールドミュージック〟の延長に能を発見したクチなんです。世界に類をみない超絶グルーヴが、なんだここにあったじゃん、という。

この辺は、観光と直接関係してくることですが、我々日本人にとっても、「こんなおもしろいものがここにあったのか」というのは、まだまだあると思いますけどね。僕は安田登さん[*14]が書かれている本に、日本文化の原型、基層としての能のとらえ方を教えていただいたんですけど。

若林：すごい人なんですよね。シュメール語[*15]ができたかと思うと、なんかITっぽい会社やってたりするんです。本当に謎すぎるんですけど（笑）。VRのコンテンツを開発してたり。

茅原：そんなに多彩なんですか!?僕は、下掛宝生流のワキ方としか。

若林：学生時代にヒッピーだったそうで、インターネットがまだ軍の中でしか使われてなかった頃に触ったことがある、と言っていました（笑）。

本江：ちょっと羨ましいよね。パッケージされて手に入るようになる前に、混乱した場に身を置くおもしろさ。僕もネタで持ってきた本を2冊紹介すると、文化人類学者ティム・インゴルドの『メイキング』[*17]は計画批判なんです。先に計画して、その通りつくるというのは、ルネサンス以降建築もそういうふうになってるけど、それは本当かと。つくるってもっとダイナミックなことで、頭より手が先だろうと。もっと極端なのが、動物学者チャールズ・フォスターの『動物になって生きてみた』[*18]。アナグマの研究のためには、アナグマにならないとダメだと言って、子供と一緒にトレンチを掘って、蹲（うずくま）ってミミズとかを食べるんですよ。どういうふうに虫に刺されるか、なんの臭いがするかとか、「アナグマ」になって生きるわけ。生態の生成過程に付き合うことが大事だと言っている。

提供する側の話でもあるし、受け取る側の話でもあるけど、さっきの、みんなが投資家の言葉で話すという話の延長に、「それ、役に立つんですか？おもしろいんですか？」っていうのがあるじゃない。役に立つかもわからない、おもしろいかもわからないって言うと、「そんなのは無駄ですね」となって、いま言ったようなことが入り込む余地がない。それではおもしろいことは起こらないし、価値を再生産していけないというの

＊11：江戸時代後期の旅行家、博物学者である菅江真澄（1754－1829）が、東北・北海道の生活と民俗を30年間にわたり記録したもの。著述は100種200冊ほどを数え、『菅江真澄遊覧記』として平凡社の叢書「東洋文庫」に収録され、2000年以降は同社の「平凡社ライブラリー」から5巻本として刊行されている。

＊12：平安時代中期の歌人。藤原長能（ながよし）に師事して和歌を習い、万寿2（1025）年には東北地方を旅した。『後拾遺集』に31首入集。

＊13：セゾングループであるパルコの子会社として、1983年に六本木のビル一棟を使ってオープンした、オーディオ・ヴィジュアル専門店。音楽にとどまらず、様々な文化を発信する拠点として、文化人や音楽家などから高い支持を得たが、六本木地区再開発に伴い1999年12月25日を以って閉店。跡地は、六本木ヒルズメトロハットになっている。

＊14：安田登（やすだ・のぼる）能楽師ワキ方下掛宝生流。Rolf Institute公認ロルファー。東京を中心に舞台を務めるほか、海外公演も行う。『論語』を学ぶ寺子屋「遊学塾」を主宰し、東京をはじめ全国で出張寺子屋を行う。また、能のメソッドを使った作品の創作、演出、出演も行う。主な著書に、『異界を旅する能』（ちくま文庫）、『あわいの力』（ミシマ社）、『イナンナの冥界下り』（ミシマ社）、『身体感覚で『論語』を読みなおす。』（春秋社）など。また、かつては『lightWave 3Dキャラクターアニメーション入門（アスペクト）』などの3DCGやゲームの攻略本、インターネット関連書籍なども執筆し、プレイステーションのゲームの制作にも携わる。

＊15：古代メソポタミアで使用された言語。

＊16：ティム・インゴルド『メイキング』（金子遊・水野友美子・小林耕二訳、左右社、2017年）。

＊17：チャールズ・フォスター『動物になって生きてみた』（西田美緒子訳、河出書房新社、2017年）。

もある。でもなにか、そこが枯れてきているというのもあってさ。無駄かもしれないけど、やろうぜ！みたいなのを、どう立ち上げていったらいいのか。難しいですよね。

若林：國府功一郎さんの『中動態の世界』[*18]が注目された背景には、主客が明確に分離されている前提自体がもう苦しいっていう感覚があるんだと思うんです。GoogleやAmazonのアルゴリズムが、もはやあなたよりもあなたのことをよく知っていたりするわけです。それはそれでイヤな話ではあるんですが、あらゆることを「自己責任」として引き受けなくてはならない世の中もいい加減しんどいわけですよね。なので自分と他者との関係性をどのように再定義するかは、個人だけでなく企業や行政府にとっても重要な論点になっているんだと思います。自分を含め、もうあらゆることを厳密に計画してコントロールすることが困難になっているってことだと思うんですけど。

消費都市から生産都市へ 20年後の未来を想像し、いまを生きる

若林：アイスランドは人口30万人程の国ですが、音楽に関しては世界の最先端なんです。アイスランドのいいところは、そこが消費空間ではないところなんです。じゃあ、音楽家はレイキャヴィークになにをしに行くかというと、音楽制作のために行くんです。ロンドンとNYの中間地点にあるので、両方から音楽家がやってくる。自然もたくさんあるので制作環境としては最高だし、いいスタジオがあって、ビョーク[*19]の右腕だった優秀なエンジニアもいる。地元の音楽家のレベルも高いのでミュージシャンを現地調達することもできる。で、出来上がった音源がいいから、それを頼ってさらに人が集まる。そういう循環なんです。

「観光立国」って日本全国を消費空間にしようって話ですよね。それ、コンセプトとしては最低だなって思うんです。あるデベロッパーさんがやってる「世界都市ランキング」[*20]っていうのがあって、数年前のランキングを見てたら、東京はアーティストと起業家からの評価が低かったんです。それ、なるほどなって思ったんですよね。

音楽の話でいうと、ミュージシャンは興行のためには来ますけど、制作のために東京には来ないって話なんですね。なにかを買ってもらう場所としてはいいんだけど、新しいなにかを生み出す場所ではない。レイキャヴィークが、「みなさん、うちでなにか一緒に新しいものをつくりませんか？」って誘致してるところ、日本は「うちに来てお金使いません？」って言ってるわけです。つまり、なにかをつくる場所として日本を再定義できないのかってことなんです。自分がたとえば外国で仕事を選ぶことになったとしたら、暮らすことになる場所の生活環境や安全性はもちろんですが、「そもそも、そこっておもしろい仕事あるんだっけ？」って重要なポイントじゃないですか。それと同じ話なんです。

若い人は、海外でなにが起きているのかはちゃんと見ておいたほうがいいですよ。彼らに追いつけという話ではなく、自分たちがやっていることがどういう価値を持っているのかを測る上で、外と比較してみるのはラクな方法なので。だし、最初に言ったみたいに、自分たちはそのつもりがなくても、世界的なコンペティションの中に、どんな都市も巻き込まれているので、そこで対等に戦おうと思ったら、行政の人たちももっと外を見ないとダメなんですよ。海外の行政の人たちって本当にイケてるんですよ。いまの若者がどういうことに興味があるかの情報は持っているし、本当によく勉強している。それが日本においては物足りない部分なんですよね。お忙しいのはわかるが、頑張っていただかないと。責任重いんですよ。

あと「コンテンツ」ってお話もありましたけれども、ここもみんなはっきり言って手を抜いてるんです。さきほども指摘がありましたけれど、アートが流行ってるからアートフェスやりますってなったときに、有名人を連れてくればなんとかなるっていう発想しかないから、もう、どのフェスに行っても同じ人しか出てないってことになる。そんなものに人は集まらないですよ。土管を通せば勝手に水が流れるという発想でやっても、そんなの絶対うまくいかないですよ。実体がないわけです。土建屋の発想では、コンテンツはつくれないんです。

本江：狩ってくる、ハントしてくるっていう感覚ではなくて、ここでつくらないといけないということなんでしょうね。

若林：まさにそうです。「育てる」って発想がまるでないんです。

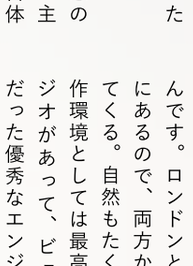
茅原：今日、僕も「育てる」ということについて話したかったんです。畑のメタファー、猟場じゃなくて畑。

若林：僕、仏文出身なんで、畑のメタファーは重要ですよね。カルティベート＝耕す＝カルチャー。『WIRED』を辞めるときの原稿に書きましたけど[*21]、シアトルの全米林産協会を取材させてもらったことがあるんです。あそこは20年後、そっちは50年後に刈り取る山だとかって言うんで、「こっちはいつ刈り取るの？」って聞いたら、75年後とか言う。「それ、生きてないじゃん」って言ったら、そんなの当たり前だと。いまって自分が植えたものは自分で刈り取るって発想なんです。「いま俺らが食えてるのは、過去に誰かがなにかを植えたからだろ？」っていうことを忘れちゃってるんです。誰も育てることをしないくせに、みんなが勝ち馬に乗ろうとして、結果が見えるところに手をつける。こないだあるレコード会社が若いアーティストに、SNSで5000人フォロワーできたら契約を考えてもいいよと言ってて、それってタダ乗りだろって。

本江：東北は貧しいから、速攻では刈り取れない。そこで開き直って、のろのろやってんだよ、悪いかよという顔して、辛抱してつくることをちゃんとやるのが必要なんじゃないですかね。

若林：去年、『WIRED』でエストニア、ベルリン、イスラエルに行く海外旅行ツアーをやったんです。いずれも、イノベーティブだと言われている都市なんですが、どの都市もその状況を生み出した歴史的なモメンタムがあるんです。ベルリンだと壁の崩壊、エストニアも93年にソビエトから独立することでゼロになってしまい、イスラエルは第4次中東戦争が70年代にあってそれが大きな歴史の転換点になっている。どの都市もそこで大きな断絶を経験している。ベルリンで東西の人が一緒に暮らさないといけなくなったときに、お互いに集まれるゼロ地帯としてのクラブカルチャーが重要だったし、エストニアも連邦が崩壊したからこそITエンジニアが国づくりに参加できた。そしてそれが大きな果実として結実するのに20年かかっている。

それを思ったときに、2011年を境に新しく生まれた価値観や考え方が、いまはまだ徐々に広まっている過程なんだなと思ったんですよね。まだなんの結論も出てないし焦る必要もない。で、地道に一生懸命にやっていたら、もしかしたら2030年くらいには、それがなんらかの大きな成果となって目に見えるようになるかもしれなくて、そのときに振り返ってみたら2011年が大きな転換点になっていた、と改めて思うことがあるのかな、と。それを信じて地道に頑張るしかないんだと思いますけどね。



＊18：國府功一郎『中動態の世界 意志と責任の考古学（シリーズケアをひらく）』医学書院、2017年）。

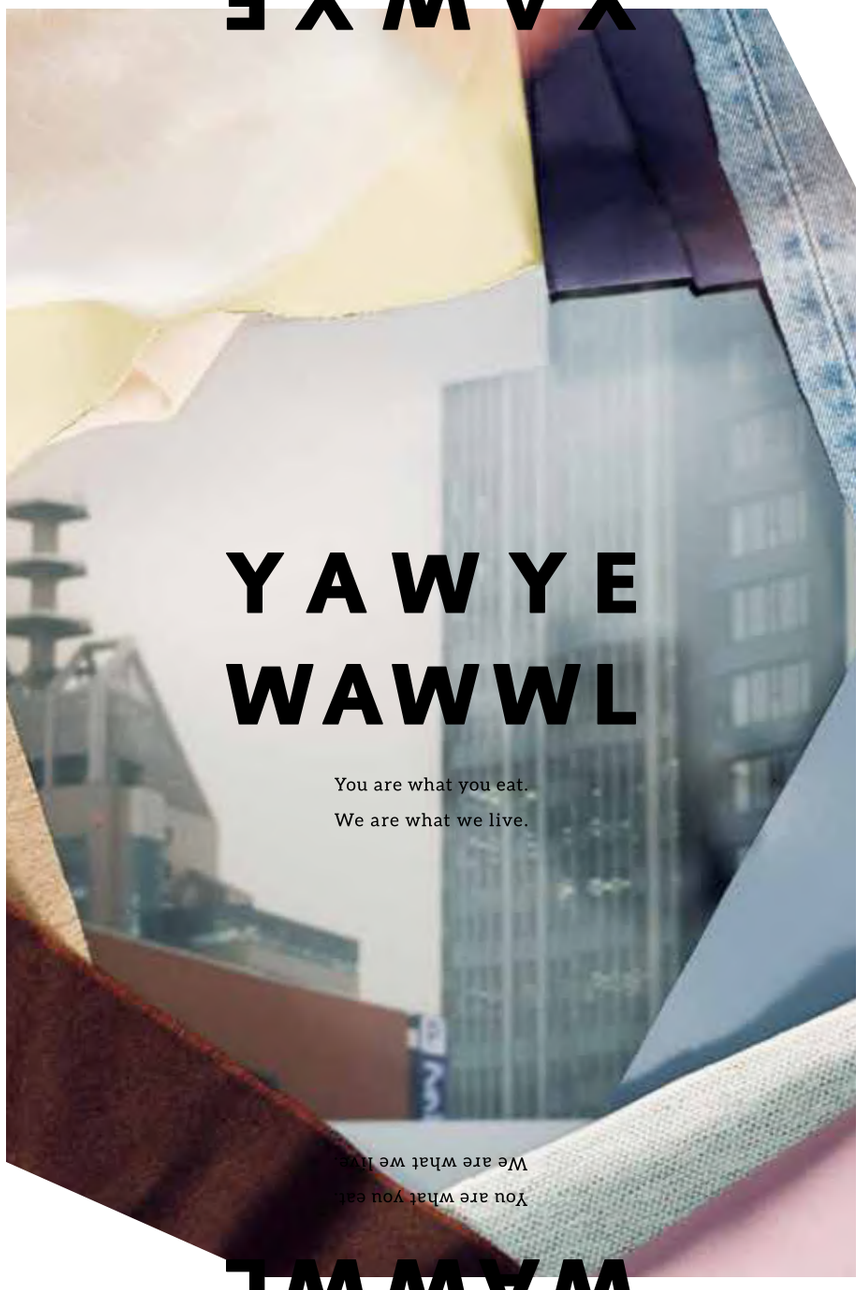
＊19：ビョーク（Björk）は、アイスランド出身のミュージシャン、音楽プロデューサー、女優。

＊20：森記念財団の都市戦略研究所が発表している、世界の都市総合力ランキング（GPCI）。www.mori-m-foundation.or.jp/ius/gpci
2017年のランキングトップ10は次の通り。1位ロンドン、2位ニューヨーク、3位東京、4位パリ、5位シンガポール、6位ソウル、7位アムステルダム、8位ベルリン、9位香港、10位シドニー。

＊21：『WIRED』日本版編集長の退任とプリント版刊行休止に関するお知らせを、インタビュー形式でまとめ、テキストをCC（クリエイティブ・コモンズ）ライセンスのもと公開した。
wired.jp/2017/12/22/oshirase/

表紙

山折り



YAWYE
WAWWL
You are what you eat.
We are what we live.

山折り

Invitation

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…？

TとPとO

企画・執筆／斧澤 未知子
企画・デザイン／根 朋子
撮影／嵯峨 倫寛

しろ子が高校生の時に住んでいた神戸では、女子高生のスカートは長いのがイケているということになっていて、しろ子も膝下すぐから最大20センチ下あたりまでを目安としながら自分の脚が太く見えてしまう魔のふくらはぎ最太ラインを回避したこの長いスカート文化のスカート丈の中で、自分の女子高生生命を紡ぐ政治的主張に合う長さを研究していた（しろ子は個性派左派の末席を汚していると自認していた）。全国的に見ればギャル文化はミニを優勢としているのを分かっていたからこそ、自分の好みが直採用されたかのような地域独自の流行にしろ子は深く深く感謝した。しろ子は別に何信者でもないが、強いて言うなら神に感謝というのがやはり一番しっくりくるだろう。それがいいという価値観を打ち出した人とそれを支えた人がいる、とか考えてもしろ子にはやっぱり何がそこで流行るかなんてある程度偶然でしかないような気がしてたから。もしミニスカート優勢地域に住んでいたらと想像すると、自分の太脚を人前に晒し出さずに済む流行のありがたさはひとしおだった。個性派左派の末席を汚しているといっても、しろ子は自分が本当は別にそんなに強くはない気がしていた。長いの短いのどちらがいいと聞かれれば長いほうがかわいいし好きだと感じているが、それを共通認識の下地がない中で表現する心の強さが自分にあるかといったら、無いような気がした。実際ミニスカート状況になったら案外ミニスカートできるようなもんなんかな？ 実際ミニスカート状況になったらミニスカートがええなと思うんかもしれへん。でも今の自分には長いスカートが好く思えるし、特に葛藤なく自分の嗜好を発揮できる文化圏でラッキー、と思った。もちろん神戸にもこの長いスカート文化圧など気にかけず短いスカートを楽しむ女子高生はいたし、むしろしろ子には特に仲の良い四人組の中に膝上20センチでスカートをひらめかせている友達が二人いた。しろ子は心の中では実際は彼女たちこそが個性派、と自分と領きあった。しろ子が大学に進み自分が高校生だったことに距離を感じるようになった頃、電車で近隣県を行く際にその駅々のホームに見える女子高生たちのスカートが短くてびっくりした。アッ、そうだ自分は故郷の外に出てる、と思った。

あお子は以前はよく自分の好きな服飾として15センチはあろうかというピンヒールの靴を履いていたのだが今では全然履かない。趣味が変わったのではなく、今住んでいる街でヒールの高い靴を履くのはひどく居心地が悪いから。今だって高いヒールの靴はいいものだと思っているが、ここでは誰もそんな靴履いてない。地味な街並みに目が錯覚を起こしてるだけじゃないかと疑い

《 この広告と話はフィクションです 》

よく観察したのだが、本当に全然、誰も、ピンヒールの靴なんて履いていない。あお子は今住む街に越してくる前、この街では自分はキビキビと働くつもりだからと、敏捷に動けそうな靴を特に選んで買って、そればかり履いていた。そうして、もう本当にただのごく偶然によって最初のうちは周りに馴染んでいたからそれで気がつかなかった。目の変化は、休日を寝日に変えてしまう忙しい日々の中、ポンと現れた長めの休日に、そうだ今日は好きな格好で出歩くと思ってから現れてきた。いざ久しぶりに高いピンヒールの靴を履こうとすると何かが自分を止める感じがする。それでもその靴を履いて外に出ると、そこはかとない違和感が続く。不思議だなと周りを見渡すと誰も高いピンヒールの靴なんて履いていないのだった。気をつけて見ても一週間に一人も見かけないのだってざらだった。この街にいると、ピンヒールの靴を履くのは何か並外れた主張をすることのように思えた。太くしっかりとしたヒールならたまに見かける。境目は7〜9センチのあたり、そしてヒールの太さにあるのだ。この街ではその境目を絶対に超えてこない。実際、あお子にはこの境目が隔てているものの感じが分かる。当然だ。だってそれこそがあお子が愛した色気を醸し出す境目なのだから。高いヒールは実用的じゃない。足も脚も痛いし長く立っているのは辛い、こけて膝から血が出たことだってある。そういう一切の実用の境界を度外視して歩み出て見えてくるのは、自分をいかばかりか良く見せたい、という気持ちに違いないのだ。どう考えたって、ヒールの高い靴なんて神様から脚への見た目の贈り物に違いない。それは全く恥ずべき野心でも何でもないのだが、誰もが優しく実直で自然体のこの街では、日常の中に美醜についての揶揄が決して無い代わりに、誰も自分を本当より少しばかりも良く見せようと背伸びしたりもしない。あお子はぼんやりと、次に引っ越すのはいつかと思った。

あか子は情報としてその村を知っているに過ぎないのだが、それでもあか子の中でその村は生き生きとして止まることを知らない。生き生きなんていうとまるであか子がその村に憧れてでもいるかのようだが、別にそうではなく、ただあまりに何度もその村について考えたせいで、そのイメージがまるで現実の記憶と変わらないくらいにはっきり浮かんでくるだけだ。あか子が知っているのは50年も前に写真家たちが残した数葉の写真とそれに添えられた短い解説くらいのもの、それによるとそのイタリアのどこかの村では全ての村人が黒い服に身を包み暮らしているという。最初あか子はなんて陰気そうな村かと思った。写真に写っている人たちもジトッとしたぎょろ目をしている。それに村人全員同じ色の服、なんていうことが本当にできるようには思わなかった。誰か歯向かうだろ。村はよほど小さいのだろうか？ 何か信条を同じくする人たちの共同体なのだろうか？ 黒色であるからには染料で染めているに違いなく、その染める前の色の布地を仕立てて着てやろうって人だって出てくるのではないか？ それは決まりなのか？ 皆がやっていることというのは案外はみ出す気にならないものだろうか？ 黒は色々無難な気もするところこれがたとえば目にきつい赤だったら村はどんなことになるだろうか？ そうして村の家並みや行き交う人々の様子、それを支えうる社会構造や信条を想像しては、いや違うだろ、とかき消したり逆に自分の中だけでそっと肯定したりする作業を繰り返すうち、それらのでたらめと自分でも分かっているイメージが立体的になったのだ。そういうことを考えていると、はて自分がここの場所でこのような格好をして存在しているということにはどういう裏付けがあるというのか？ という気にもなってくるのだった。村についてのあか子の想像のシナリオは百いくつはあるが、中にはこういう仮説もある。村の人たちは心から黒を楽しんだ。発見した黒に皆が魅せられ、狂喜し、それで黒で盛大に遊んだ。文化というものがそういうものだったらいいけど、とあか子は思う。（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。

Invitation

YAWYE WAWWL

You are what you eat.
We are what we live.

この度、服飾のブランドを立ち上げました。
拠点は仙台です。
春風のもと、はじめてのお披露目会を開催します。
あなたの仙台のイメージに、これからに、
加えていただけますよう
ぜひ、手に取ってご覧ください。

期待された「らしさ」をかわして、仙台から作るブランド

You are what you eat. かもしれないし、
We are what we live. というのもまた真かもしれない。
私たちが生活の中で摂取した視覚、嗅覚、味覚、聴覚、触覚の要素たちが、
この場所を派手には主張しなくても、やっぱり自然な背景として
表現に表れてくるっていうのが面白い。
そんな価値観を、服を通して表現していくブランドです。

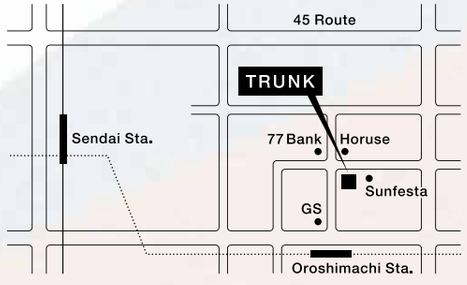
谷折り

Reception party

2018.3.22 Thu.
13:00−15:30 プレス・プレビュー
16:00−18:00 レセプションパーティー

Dress code
一番好きだと思っている服
あるいは、一目惚れして買ったけれど
いつ着ればいいのか分からない服

〈Place〉 **TRUNK**
〒984-8651 仙台市若林区卸町2-15-2 卸町会館5F



022-2222-22222 info@yawyewawwl.net **www.yawyewawwl.net**

谷折り

連載

雑草からパクチー

第3回

「日記」のような

二〇一七年二月九日（木）　祖母が亡くなった。僕には祖母と呼べる人が四人いる。亡くなった祖母は一二歳から二〇歳まで八年間同居していた、最も祖母らしい祖母だった。亡くなった時僕は職場にいて、泣いている弟から電話がきて、お通夜や葬式の段取りなどを聞いた。すぐにでも新幹線に乗って帰るべきなのだろうと思ったが、その日の夜、写真家とアートディレクターのトークを聴きに銀座へ行く予定があった。

銀座に向かう日比谷線の車両の中で祖母のことを考えた。三〇〇キロ離れた場所にある祖母の遺体にはきっとまだ体温が残っているはずだが、七三年間燃やし続けた熱が少しずつ冷め始めている。普段感じることのない三〇〇キロという距離を、生々しくとても遠くに感じる。

トークイベントの会場で専門学校時代の先輩に会い、一緒に食事へ行くことになった。銀座線で渋谷まで行き、道玄坂にある餃子の王将で餃子定食を食べ、祖母のことは話さずに別れた。食事の間に何度か祖母のことを思い出した。祖母はいわゆる「東北のおばあちゃん」というような人で、血縁がない僕と弟のことをとても可愛がった。電話口で泣いていた弟を少しうらやましく思う。

次の日の朝、東京駅へ向かうタクシーの中から皇居の周りをランニングしている人たちが見えて、この人たちは自分の祖母が亡くなる時、何をして過ごしているのだろう、訃報を聞いてどんな表情をするのだろう、と思った。新幹線が発車し、しばらくして窓の外を見ると福島のどこかの町を走っていて、ほとんど同じ形をした屋根に雪をかぶった家屋がたくさん並んでいたり、まばらになったり、真っ白な田んぼだらけの風景になったりした。僕はその風景の中に自分が暮らしているような気がして、そこで暮らすもう一人の自分は、農作業の服を着てトラクターを運転したり、古い家で里芋の煮物を食べたり、薪を焼べてお風呂を沸かしたりしている。

二〇一八年二月一五日（木）　通勤の途中でよく見かけていた野良猫が亡くなった。街路樹が並ぶ通りの、ベンチがあるちょっとした休憩スペースにその猫はいて、近所の人から絶えず餌や水を与えられていた。僕は一度も餌を与えたことがなかったが、ひどい雨や雪の日の夜は、「あの野良猫はどうしているだろう」と考えることがあった。野良猫がよく座っていたベンチには、たくさんの花束や手紙が置かれている。「みなみちゃんが亡くなりました」という貼り紙もあって、その猫が「みなみちゃん」と呼ばれていたことを知った。何週間か過ぎてもお供物はそのまま残っていて、花は枯れ、雨や朝露で手紙はぐちゃぐちゃになっている。最近ふとした時によく、あの猫は幸せだったろうか？　と考える。

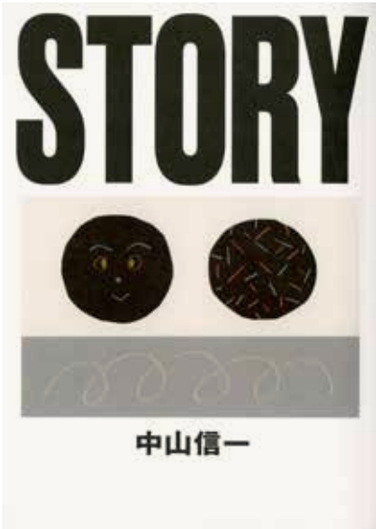
大きなひとかたまりの社会で暮らしている自分を俯瞰すると、幸も不幸もない日常が理想のように思えるけれど、ズームをして近しい人の顔が見えるようになるとやっぱり欲張りになって、誰かを喜ばせたいとか、あれこれ欲しくなったりして、出来ないことに腹を立てたりする。

イラストレーション：伊藤 眸

春の読書

中山信一『STORY』（自費出版、二〇一八年）／石田千『屋上がえり』（筑摩書房、二〇一一年）

春はエッセイが読みたくなる！



中山信一『STORY』（2018年2月13日発行）
装丁：本庄浩剛

石田千『屋上がえり』（2011年10月6日発行）
カバーデザイン：平野甲賀

中山信一『STORY』（作品＋エッセイ集）

イラストレーターの中山信一さんとはプライベートでのお付き合いがある。中山さんは背が高く、メガネをかけていて、顔はキリッと爽やか。なのに、描くイラストは一見するとゆるい。いや、よく見てみると「ゆるい」ともまた違う。気がする。

『STORY』には中山さんが書いたエッセイも収録されていて、その内容がまた面白い。だけど、文章も本人から受ける印象とは少し違う。

中山さんが作り出すものは、言葉にするのが難しい。触れたり揺すったりしようとしてみても、なかなか相手をしてくれない。誰かが描くイラストに似ているようで、全然似ていない。ご本人はいつ話しても謙虚で、なのにどこか尖っていて、ますます謎が深まるばかり。

そして極め付けに、中山さんはヒップホップユニットでラップを担当している現役のラッパーでもある。何度かライブを観に行ったことがあるが、ステージ上の中山さんが机に向かってあのイラストを描いている場面など、到底想像できない。どれが本当の中山さん？　と、会うたびに思う。

石田千『屋上がえり』（エッセイ集）

石田千さんは福島県生まれの東京育ちで、以前から書店で本を見かけるたびに少し嬉しかった。なのにまだ一度も読んだことがなくて、せっかくだから平野甲賀さんがデザインした文庫本を最初に読もうと思った。

本を読む時、本に何も求めない。本の中に書いてあることをただひたすら読むだけで、それが一番楽しい。しかし、目的があって読まなくてはいけない時がどうしてもあって、それが苦痛で仕方がない。

幼い頃に「本を読むと頭が良くなる」と誰かに言われた気がする。そのせいで本を読むことがツラくなった。楽しめるようになったのは高校生くらいだったろうか。『屋上がえり』を読んでいると、何故かその頃を少し思い出してしまう。

水泳の授業を休む代わりに書かされた「レーザー・レーサー」という水着についてのレポート課題とか、何度も盗まれた無印のクリーム色の自転車とか、二限目の休み時間にはすでに食べ終わっている弁当箱の「カラカラ」という音とか。不思議と愛おしい。

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。

儀が住む村

ボクジュー村

わたし ゆくゆくは 土地と結婚すると思います。

ご無沙汰しております。A子です。最近出張で何日か家を空けるだけで「A子ちゃんは嫁ごさ行つたのかい？」なんて噂がたつてしまいます。それほど私の結婚はみなさんの注目の的のようです。

そんな折に幾人かの独身男性を紹介していただきました。結婚相手として心を奪われたのは農家のすぐいつちゃん（仮名）です。村一番のジェントルマンですが農家ということを考えると躊躇してしまいました。恥ずかしながら私は早寝早起きが苦手なんです。農家特有のライフスタイルに合わせられるほど私は彼を愛することができなかったのです。恋愛の難しさを痛感しました。

先日は村一番のプレイボーイ・一郎ちゃんに「俺の子どもを産め！」とプロポーズをしていただきましたが、ただ一郎ちゃんは妻子持ちでもうすぐ孫も産まれます。せっかくの申し出はお断りしました。理由は察してください。

はたまだまだ老人もできそうにありませんがすでに私の結婚式の準備はできているようです。村長日く郷土演舞館に何十年も保管されている晴れ着を纏えるなんて私は幸せ者です。やっぱり本物にはこだわりたいですから。

晴れてボクジュー村で結婚をした女性は秘密結社「婦人会」に入会できます。そこでは年に一回旅行をしたり月に一度の集会では暮らしの知恵を共有します。特にビニールハウス内で開催されるティーパーティーには憧れますわ。

ボクジュー村の正式な一員になるには結婚という通過儀礼が必要です。必然的に結婚した女性（業）も職にしてはいけません。そうすると同時にボクジュー村とも結婚しなければなりません。さらに土地になじまない契約をするのです。村に住んで約一年になる私を立派な仲間にするためにみなさんが暗躍してくださっています。身の縮む思いですが有り難いことです。

暮らしてみた地域や国はたくさんありますが、ビニールハウス・ティーパーティーには行ってみたいです。心優しい男性と結婚したらビニールハウス・ティーパーティーのドレスコードへ到達するようがんばりたいです。新しなければなりませんどうやら今年もむしくなりそうです。

柳（りゅう）｜1992年宮城県角田市生まれ。2016年より「墨の人」として活躍開始。「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。4/12（木）〜15（日）までギャラリー チフリグリにて写真家・嵯峨倫寛とのユニット〈混沌レインボー〉による展示を開催予定。

コンノケンジのお買い物

No.3 家族写真。

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。

文：コンノケンジ

価格：7,000円
購入先：アライ写真館

年に一度、近所の写真屋さんで家族写真を撮ってもらいます。長男が生まれた記念にと思ったのがきっかけです。最初は衣装が豊富で子どもの写真を得意とする写真スタジオで撮ってもらいました。そこは、撮影カット数も多く、自分で写真を選ぶことができました。また、赤ちゃんの表情を引き出そうとするスタッフの姿勢はプロフェッショナルで、出来上がった写真も、赤ちゃんのかわいらしい表情を捉えており満足いくものでした。しかし、同時につまらなさも感じてしまいました。指示通りにし、撮影された多くのカットの中から自分で選択していたのにです。見ず知らずの他の家族と顔だけが差し代わっただけ。こういうポージングで、こういう表情であれば、あなたたちは満足するんでしょ？ と言われているような気がして、それから家族写真への気持ちは薄れていきました。

ある日、車で近所を走っていると、赤信号で写真屋さんの横に止まりました。ふと視線を向けると、お店のウィンドウにはいくつかの家族の写真が飾られていました。子どももどんどん大きくなるし、家族の変化を記録するために、やっぱり定期的に撮ったほうがいいかなと思いました。早速、電話で予約し、写真を撮ってもらうこととなりました。受付時に写真のサイズを決め、支払いをしました。「じゃあ、こっちに座ってください」「お父さんは後ろに立ってね」と店主の無駄を削ぎ落したそっけない指示に従い、「それでは、カメラを見てくださいね」と、店主は数回シャッターを切りました。受付から撮影が終わるまでの所要時間は、10分程度。撮影後は、写真を選ぶことが出来るのかなと思っていたら、「仕上がりは2週間後になります」とのことで、少し拍子抜けした感がありました。撮影の時間は短いのに仕上がるまでの期間が長いと思ったことと、お金を払っているのだから、複数のカットから自分で写真を選ぶことが当然のサービスだと思い込んでいたのです。写真を待つ2週間、選択できない不自由さから不安を感じていたものの、次第にどんな写真になるのか、仕上がりを楽しみにする気持ちに変化しました。そして、どんな写真を撮ったのか示されないまま、店主の選択によって決定された八つ切りの写真は、特別なものに見えました。過剰な演出が排された写真。それ以降、毎年この写真屋さんで家族写真を撮ってもらっています。

私たちは日々、たくさんの何かから何かを選択し、様々な理由により決定しています。支払いが伴う買い物の場合は、特にそうです。お金は、選択したものに対しての対価だからです。しかし、自らの意志ではなく、他者にその選択を委ねることは、多少の不安を伴いますが、案外清々しいものです。信頼という作用がそうさせるのかもしれません。

COLUMN

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。ここ数年は年賀状に家族写真を使用している。今年は、私の三つ編みにショックを受けたと親戚から実家に報せがあった。前向きに捉えたいと思っている。

デザイン：倉茂麻子

風と花と vol.3

文：高山智行

小さな息吹を紡いで

海辺の街から綴るこのコラムも最終回。このコラムの話を受けた際、拙い文章でも「言葉」を大切に綴ろうと決めた。最後のテーマは「東北」。

「復興、風化、希望」。そうした言葉で括られてきた多くのこと。「防災、減災、津波の脅威」を伝えるために遺された震災遺構。次に起こる災害に備えることが防災なのか、以前のように建物が立ち並ぶことが復興なのか。改めて、言葉の本質を問う。海を見つめて涙を流す人を知った日。郷里に帰れない人がいることを知った日。手を合わすだけでは回収出来ない思いがあることを知った日。安直な言葉だけが独り歩きして、おきざりのまま流されていった多くの日々。

あれから7年、年月が過ぎれば心情も移ろいゆくから、声なき声に耳を澄ませてほしい。震災遺構や跡地利活用もただ建物があれば良い、ただ事業が行われれば良いのではなく、これからの人に帰結していくものであってほしい。50年後、100年後の人にも誇れるものであってほしい。

今も明確な答えはないが、「防災」の根底にある意味が命を守ることなら、「復興」はあの日からの日々を、今日というこの日を不足なく過ごすことではないだろうか。悲しい知らせがなくなることはない。綺麗事かもしれない。それでも、そう願わずにはいられない。

工事車両の音が響く日常にも少しずつ日々の音が戻ってきた。震災遺構となった荒浜小学校も、一年に一度だけは、いつかの放課後のように子供たちの声や音楽があった場所として、思いを馳せる場所として開かれている。太陽の照り返しで光る海、街を暮れ入る陽が染める。何もなくなったように見える「東北」の海辺の街は、あの日からも小さな息吹を紡いでいる。

これを読んでいるあなたが、今日という日を穏やかに過ごしていることを心から祈っています。あの日からも変わらない、風と花と愛を。

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。

COLUMN

他人のふんどしで相撲をとる

第三回

文：足立千佳子

編んだもんだら の場合

東日本大震災復興商品として「編んだもんだら」というエコたわしを製作・販売している。タコ・イカ・マンボウ・ホタテ・ヒラメ・サンマ・ウニ・ホヤ・メカブ・椿、スピンオフでカッパとホトケドジョウ。編んでいるのは宮城県北部沿岸地域の「浜のお母ちゃん」たちだ。震災後、避難所や仮設住宅を回り、話を聞くと、どの女性も「今の海は怖い、憎い。でも、津波の前の海はたくさんの恵みがあって、その海の幸で子どもたちを育てた。お父ちゃんと船も持った。いい海だった」と話した。そこで、津波ですべてを流されてしまったお母ちゃんたちも、海の幸をモチーフにした編み物が出来たら喜んでくれるのでは？そして、それが売れてお小遣いが稼げたら、もっと喜んでくれるのでは？という思いで「編んだもんだら」プロジェクトを始め、震災から7年目となった今も登米市内のビジネスコンテンツ創出企業「コンテナおおあみ」の事業として継続している。

商品は1個500円＋消費税。うち、200円がお母ちゃんたちの作業代金。100円が原材料。もう100円が販売手数料。残り100円がコンテナおおあみの取り分だ。これだけでは商売としては厳しい。なので他の事業も展開させながら……と、そのひとつが仙台のコミュニティカフェ〈うれしや〉での取り組みでもあるのだ。また、全国のみなさんに編んだもんだらを買っていただくために、機会を作っては関西へ、東京へ行って（去年は札幌や群馬、熊本へも行けた）、「編み編みワークショップ」や「お話し会」をしながら、お母ちゃんたちの今や、その背景にある宮城の今、東北の今を伝えさせていただく。そして、編んだもんだらのそれぞれの誕生秘話「タコは真蛸。おらほの浜のが一番おいしい」「イカは本当は白いのは腐っている」「朝起きると定置網にひっかかったマンボウが戸口にゴロンと放置されていたもんだ」「ホタテのデザインのポイントは耳」など、一つひとつに対するお母ちゃんたちの思い・こだわりを話す。そうやって、編んだもんだらのファンになっていただき、ひとつ、またひとつ、と買っていただく。

そもそも東日本大震災からの復興には「自然の恵み・自然の脅威を身の丈で受け止め、自然の中で生かされてきた東北の先人たちの知恵」が必要と考え、手仕事・食・情報に重きを置いて活動してきた。先人たちの知恵は地元のみなさんの言葉や風習の節々に隠されている。その知恵を紐解き、次の時代へと編みなおしているのが「編んだもんだら」だ……と言ってみると、単なる編み物プロジェクトではなく、時をまたぐ壮大なプロジェクトに思えてくる。そんなプロジェクトを土俵に、編んだもんだらという貴重なふんどしを拝借して相撲を挑んでいるプロデューサーな私。でも、そのふんどしは、お母ちゃんたちの生きてきた歴史、その背景の先祖代々の知恵。これからも、日本全国に、全世界に、東北魂ここにありと、編んだもんだらを広めていけたら！と、思っている。

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」製作、コミュニティカフェ〈うれしや〉運営が活動の3本柱。

COLUMN

デザイン：倉茂麻子

ROSEBUD TAROT READING 春夏の運勢

1月生まれ

<**近い未来**>孤独な探求はまもなく終わりを告げ、問題は解決に向かうでしょう。謙虚な姿勢と努力が認められ、目標は達成できる兆しです。<**キーワード**>ロウソク。片思い。山の頂。9。<**メッセージ**>信念を貫く気持ちと問題を照らす真心がスムーズに目標達成へと導きます。教育や研究に従事するのも吉。

2月生まれ

<**近い未来**>自分の行動力だけではコントロールできないことが出てくるかもしれません。機転を利かせてアイディアを引き出すことでうまく切り抜けられるでしょう。<**キーワード**>忍耐力。決断。生き物。8。<**メッセージ**>これまでの行動パターンから抜け出し、発想を変えて挑んでみましょう。

3月生まれ

<**近い未来**>今取り組んでいることに葛藤が生じるかもしれません。選択に迷うなら、正攻法ではないやり方も試してみる価値があるでしょう。<**キーワード**>保険。果物。テキスト。2。<**メッセージ**>一歩引いた方があとあとうまくいくこともあります。自我を抑えて今は先に譲ることから学びましょう。

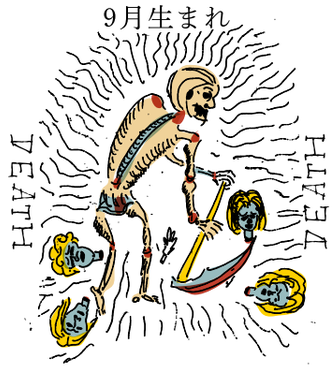
7月生まれ

<**近い未来**>異文化交流や異業種の組み合わせなどを自ら率先して調節することで、新たな関係性をつくり出します。<**キーワード**>インターネット。水商売。14。<**メッセージ**>コミュニケーション能力が生かされ、仕事と友情のバランスもうまくとれるときです。自分の中の可能性を引き出しましょう。

8月生まれ

<**近い未来**>影のリーダーシップを発揮して、不安定な状況を自分に有利な状況にコントロールしていくようにつとめましょう。出過ぎずにやりこなすことを学びましょう。<**キーワード**>健康。血圧。距離。7。<**メッセージ**>仕事よりも優先させることがあるのなら、そちらを基本に考えて行動しましょう。

9月生まれ



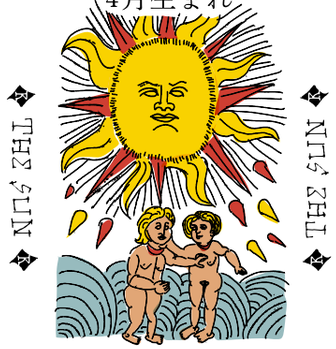
<**近い未来**>いつできるのか分からないとあきらめかけていたことが、仕切り直すことで可能となります。過去のやり方にしがみつかずに、新たな発展を描きましょう。<**キーワード**>模様替え。リニューアルオープン。田畑。13。<**メッセージ**>だめなものはだめだと判断して一度白紙に戻しましょう。

タロットリーディングでは、出たカードの向きが正位置（上下が正しい）か、逆位置（上下が逆さま）かによって占い結果が異なります。⬇が付いているものは逆位置の結果です。

タロットカードと月の暦による生まれ月別占い〈2018年3月→6月〉

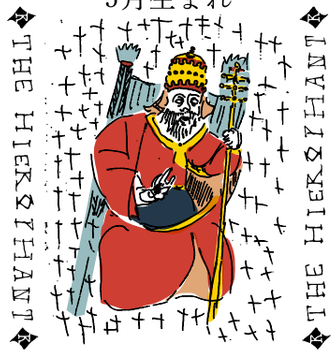
ROSEBUD TAROT READING 春夏の運勢

4月生まれ



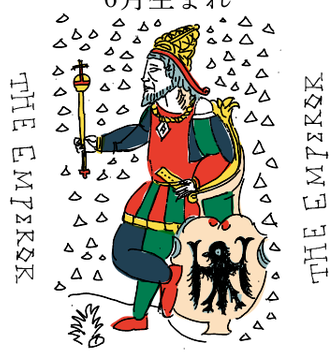
<**近い未来**>問題を分割して一つひとつ片付けていくことが成功への道です。急いで結果を出すよりも、問題を育てていくことが未来に繋がるでしょう。<**キーワード**>子ども。相撲。19。10。<**メッセージ**>自分の意思を持った行動が日の目を見ます。人を輝かせることが自分自身をも照らすことになります。

5月生まれ



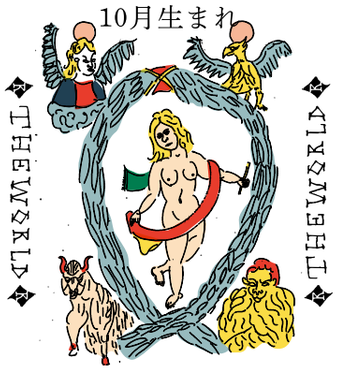
<**近い未来**>期間の満了や援助が打ち切られるタイミングで自立、独立する準備をはじめましょう。ピンチはチャンス、ここからが力の発揮どきです。<**キーワード**>セラピスト。教会。学校。5。<**メッセージ**>パートナーや共同経営者から独立するならこの時期に。これまで学んできたことを生かしましょう。

6月生まれ



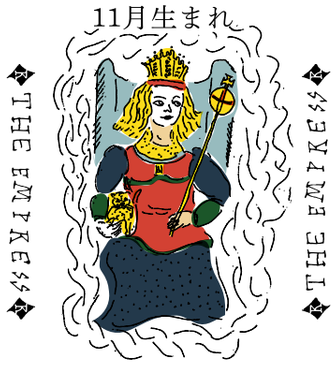
<**近い未来**>先を見据えた行動とリーダーシップを発揮した実行力で信頼を得るでしょう。仕事や経済的な活動は安定した時期に入り、城を守る王になった気分です。<**キーワード**>責任者。経営者。椅子。4。<**メッセージ**>必要なものを揃えるならよく吟味してこの時期に。長く使えるものがいいでしょう。

10月生まれ



<**近い未来**>これまでの取り組みも完遂まであと一歩。必要なものを見極め、バランスを保ちましょう。<**キーワード**>月桂樹。聖書。21。777。<**メッセージ**>一つひとつがあなたの味方となるように、ものごとを統合するための基準を見つけましょう。なにごとも控えめに、影で操作するとよいでしょう。

11月生まれ



<**近い未来**>余暇やプライベートに使う時間が多くなりそう。楽しいだけで満足できなければ、ルールと目的を決めてお付き合いしましょう。<**キーワード**>断捨離。ヴィーナス。3。<**メッセージ**>過剰な接待やお金の使い過ぎに注意しましょう。無駄を省くことで身の回りを快適に保つことができます。

12月生まれ

<**近い未来**>新たなはじまりの兆し。これまでの努力が報われます。仕事、人間関係、新規事業は華々しくスタートできます。<**キーワード**>独創性。企画。技術。1。<**メッセージ**>必要な道具類と準備を整えてから新しいプロジェクトにのぞみましょう。結果を期待するよりもはじめられる喜びを味わって。

文＝ROSEBUD　絵とデザイン＝吉田勝信
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

とうほくあきんどでざいん塾

つくる場所をつくる！ DIY PROJECT

参加者募集！

「とうほくあきんどでざいん塾」では、事業開始より丸6年を迎えた2017（平成29）年度より、若手クリエイターの人材育成事業として冊子『とうほく あきんど でざいん』の制作・発行を年3回行っていますが、2018（平成30）年度は、新たに「つくる場所をつくる！ DIY PROJECT」を展開します。
本プロジェクトは文字通り、多彩な活動を行うクリエイターが参集し、自分たちの制作スタジオを自分たちの手で生み出そうというもので、卸町に位置する「イベント倉庫 ハトの家」を、シェアスタジオとしてリノベーションします。
DIY PROJECTの期間は約半年。この間に、他地域の事例を知り、計画を練り、技術を学び、工作を実践し、2018年11月初旬のオープンを目指します。
詳細は、あきんど塾のWebサイトでご確認のうえ、まずは説明会へご参加ください。

説明会

日時 2018年4月14日（土） 12:00-13:30
会場 イベント倉庫 ハトの家
内容 あきんど塾からの説明、プロジェクトリーダー紹介、会場見学、質疑応答
対象 ものづくり系作家、アーティスト、木工職人、工芸家、プロダクトデザイナー、研究者など、スタジオを必要とする方のほか、大工仕事やDIYに関心のある方、建築、ディスプレイ系職種の方など、本プロジェクトへの参加を検討中の皆様
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3枚程度）
予約 メールのタイトルを「DIY説明会予約」とし、本文に氏名（ふりがな）・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。
主催 とうほくあきんどでざいん塾

プロジェクト・リーダー
関本欣哉 | せきもと・きんや
1975年宮城県仙台市生まれ。東京芸術専門学校（TSA）卒。90年代後半よりアート作品の制作、発表をはじめる。2010年より社会に繋がる表現の場として「Gallery TURNAROUND」を設立。2016年に美術学校「仙台藝術舎/creek」を開校。建築デザインの仕事も手がけている。
http://turn-around.jp/

応募締切

2018年4月23日（月） 17:00
＊上記の説明会に参加された方にのみ、応募書類（データ）をお渡しします

［会場アクセス］
イベント倉庫 ハトの家
〒984-0015 仙台市若林区卸町2-15-6
• 仙台市地下鉄東西線「卸町駅」下車、北1出口より徒歩9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
＊地図は裏面をご覧ください

［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
Email：info@tohokuakindodesign.jp
http://tohokuakindodesign.jp

※「とうほくあきんどでざいん塾」は仙台市と協同組合仙台卸商センターの協働事業です。

とうほく あきんど でざいん 2018 春 ― 協働クリエイター略歴 ［50音順］

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。

阿部哲也 あべ・てつや
1972年福島県福島市生まれ。仙台市市民活動サポートセンターの広報紙『ぱれっと』に市民ライターとして寄稿。普段は"小学3年生のような素直な好奇心で地域を見つめ、おもしろい人・場所を紹介する"をモットーに活動している。

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。

大林紅子 おおばやし・こうこ
宮城県石巻市生まれ。仙台市内で働きながらライター業のスキルアップ中。「地域資源」や「人」に関する取材などを行っている。最近は石巻の地元新聞社と連携したアーカイブ活動のメンバーになりつつある。

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。

北村洸 きたむら・こう
1990年宮城県石巻市生まれ。Webデザイナー。ユーザーにとって効率的で気持ちのいいUI・UX設計を心がけてデザインする。コンセプトワークの段階からクライアントと対話を重ね、構成を練り上げていくことが得意。

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。

倉茂麻子 くらしげ・あさこ
1991年仙台市生まれ。デザイナー、イラストレーター。冊子やチラシなどの紙モノやロゴの制作を行う。クライアントと一緒に考えながら良いモノづくりをすることを目指している。食べることと絵を描くことが好き。

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。

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。

根朋子 こん・ともこ
［p.57参照］

嵯峨倫寛 さが・みちひろ
［p.39参照］

佐藤雄 さとう・ゆう
1982年仙台市生まれ、七ヶ浜町育ち。高校の国語科教員。大学では文章の創作を専攻。2013年のせんだいメディアテーク展覧会「見過ごしてきたもの」の企画に市民キュレーターとして携わるなど、美術や文化活動にも関心を持つ。

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。人やものご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。

三宅弘真 みやけ・ひろまさ
1988年山形県長井市生まれ。東北芸術工科大学にてグラフィックデザインを専攻。現在はデザインの仕事をしながら、山形県上山市にある共同アトリエ「森の月かげ」に所属し、ペインティングを中心としたアート作品も展開中。

森谷遼太郎
もりたに・りょうたろう
［p.39参照］

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。

［編集補佐］
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。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。

TAD 2018 春
とうほく あきんど でざいん

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 まつい・けんたろう
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。本誌プロジェクト・マネージャー。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。

とうほくあきんどでざいん 塾 tohoku akindo design

冊子『とうほく あきんど でざいん 2018夏』

編集長＆協働クリエイター募集

編集長、アートディレクター、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

とうほくあきんどでざいん塾は、2017（平成29）年度よりフリーマガジン『とうほく あきんど でざいん』を年3回発行しています。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、仙台にこれまでなかった新しい紙メディアです。
2018（平成30）年度は、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だけでなく、毎号の編集長も公募いたします。こんな冊子や記事をつくりたい、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

- 仙台市域在住で、40歳以下のクリエイター＊であれば、どなたでも応募可能（学生可）。ただし、TRUNKで隔週行う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）。
- 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。

＊編集長、アートディレクター、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。編集長へ応募の方のみ、応募締切翌日に面接を行いますので必ずご参加ください

説明会

日時　2018年4月9日（月）19:00-20:00
会場　TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING
内容　あきんど塾からの説明、質疑応答
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）
予約　メールに、参加者の氏名（ふりがな）・所属先・年齢携帯電話番号・職種を明記のうえ、info@tohokuakindodesign.jp 宛てに送信してください。
主催　とうほくあきんどでざいん塾

応募締切

2018年4月16日（月）17:00
＊説明会に参加された方にのみ、応募書類（データ）をお渡しします

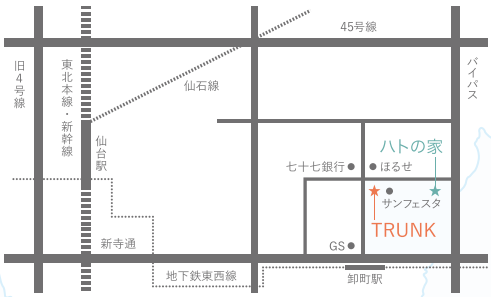
応募からの流れ

4月　9日（月）説明会
4月16日（月）応募書類提出締切
4月17日（火）編集長応募者面接
4月19日（木）あきんど塾より結果連絡
4月24日（火）顔合わせ＆第1回編集会議
以降、隔週火曜日（時間未定）に開催する公開編集会議＆制作を経て、夏号は7月下旬発行予定

［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

［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
Email：info@tohokuakindodesign.jp
http://tohokuakindodesign.jp

※「とうほくあきんどでざいん塾」は仙台市と協同組合仙台卸商センターの協働事業です。



［公開編集会議について］
開催日程　隔週火曜日（時間未定）開催
5月：8日、22日　**6月**：5日、19日　**7月**：3日、17日
会場　TRUNK | CREATIVE OFFICE SHARING

＊左記会議へ参加希望の一般の方は、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。　1. 氏名（ふりがな）2. 参加を希望する日程 3. 職業 4. 参加動機