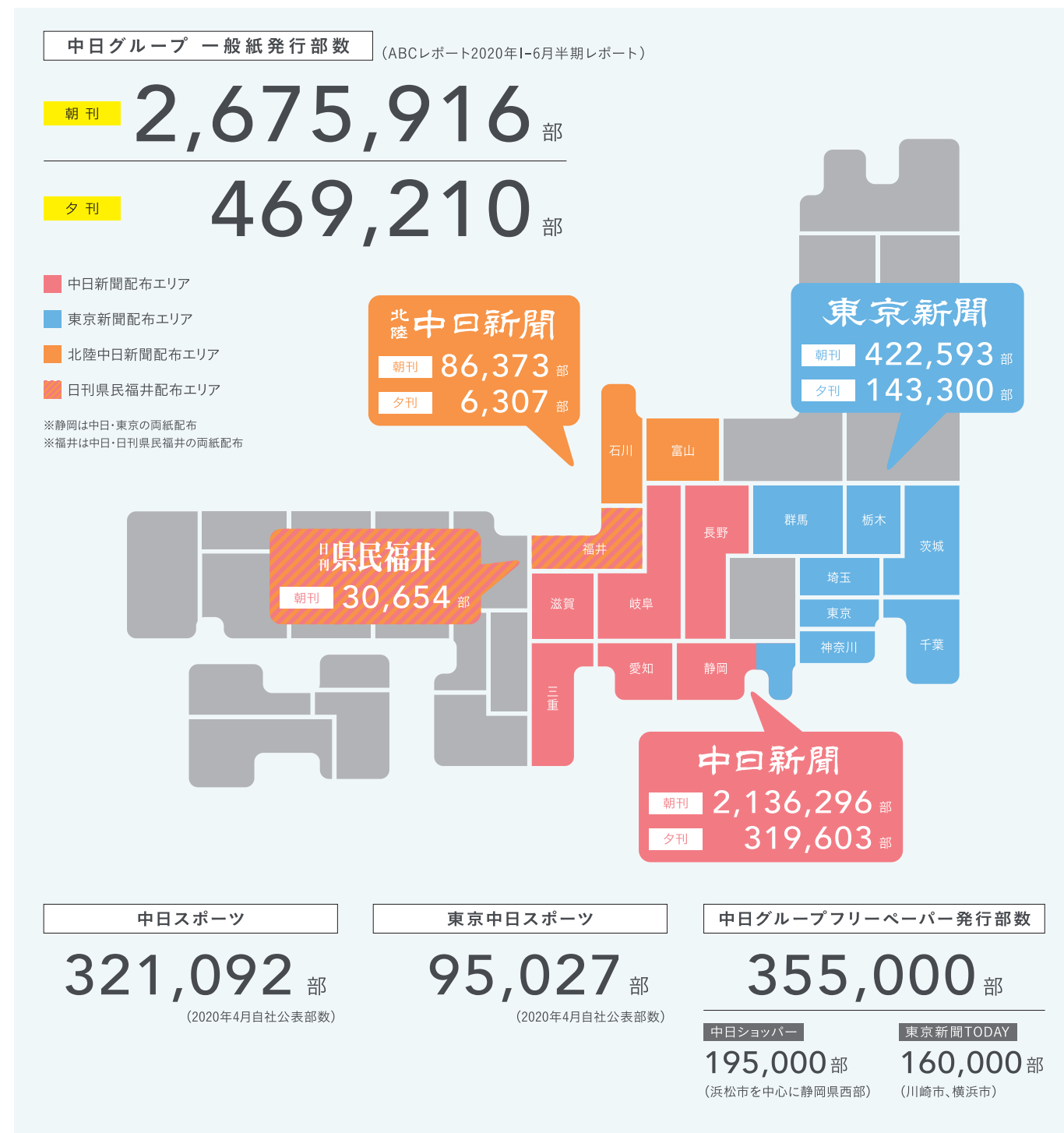




中日新聞社広告局		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118

大阪営業支社	〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-43	TEL.06(6346)1115
福井支社	〒910-0005 福井市大手 3-1-8	TEL.0776(28)8606
中日ショッパー	〒435-8557 浜松市東区薬新町45 中日新聞東海本社内	TEL.053(421)9115
東京新聞TODAY	〒210-0006 川崎市川崎区砂子1-1-14 JTBC川崎共同ビル5F	TEL.044(245)5881

中日新聞社広告局ホームページ <https://adv.chunichi.co.jp/>



TOKYO2020での日本のメダルラッシュに貢献

Interview

Hiroshi Imamura

今村 裕 氏 × Kazuo Mori 森 一 夫

学校法人日本体育大学
常務理事

Kazuo Mori

中日新聞 東京本社 広告局
広告三部 部長

山梨県出身。中京大学卒業後、同大学で入試広報を担当。大学でいち早くITを導入するなど、学校法人の経営改革で手腕を発揮。2009年より現職。



—— 東京オリンピック・パラリンピックでは、日本体育大学の在學生と卒業生から70名を超える選手が出場し、オリンピックでは金メダル3、銀メダル4、銅メダル3、パラリンピックでは金メダル1、銀メダル4、銅メダル2、総勢17名ものメダリストを輩出されました。これは、大学として他の追随を許さないご活躍です。まずはおめでとうございます。

今村 ありがとうございます。日本体育大学では、在學生だけでなく、阿部一二三くんや内村航平くんなど、すでに卒業して企業に所属している選手にも練習施設を提供しました。また、今回の東京大会はコロナ禍での開催ということで、これまで頑張ってきた選手たちが晴れ舞台上で力を発揮できるよう、練習においては徹底した感染防止対策を実施しました。全学を挙げてサポートした結果、一人の感染者も出さず、日本のメダルラッシュに貢献できたことを嬉しく思っています。

—— 新型コロナウイルス感染症の対策について話が出ましたが、大学という場所は学生や教員が多く集まる場所で



世田谷キャンパスのスポーツ棟の廊下には、北島康介選手や白井健三選手、谷亮子選手など、歴代のメダリストのパネルが展示されている。

あるだけに、日頃から感染対策もご苦労がおりだろうと思います。学生が安心して学ぶことができるキャンパスづくりについて、どのようにお考えでしょうか。

今村 このコロナ禍で、授業のオンライン化を急いで進めた大学は多かったと思いますが、私は20年ほど前に、大学ですべての授業をオンライン化するプロジェクトに携わったことがあるので、オンライン授業導入については戸惑うことなく進められました。ただ、本学のような体育大学の場合、授業も入学試験も対面での実技があります。これについては、厳しいガイドラインを設けるなど、より一層の感染対策に取り組んでいます。

—— 20年前にオンライン授業を導入したというのはかなり先駆けていたのですね。コロナワクチンの接種についても、学生や教職員に対していち早く集団職域接種をされたと聞きました。日本体育大学以外で職域接種が早かった大学は、医学部を併設している大学ばかりです。医学部がないなか、なぜこうしたことが可能だったのでしょうか。

今村 日本体育大学はもともと創立以来、体育学部だけで運営してきましたが、この数年間で4つの学部を設置しました。そのひとつが保健医療学部で、研究科長を務めるのは、東京オリンピック・パラリンピックで救急医療の責任者だった横田裕行教授です。これに加え、キャンパス内にクリニックを併設していたため、今回のコロナ禍のなかでもワクチン接種のための医師や看護師、救急救命士を揃えることができ、14,984本ものワクチン接種をスムーズに進めることができました。



中日新聞 2021年7月27日朝刊/東京新聞 2021年8月29日朝刊

シンプルなデザインがかえって目を引き、大きな反響があったという、今村氏のこだわりが詰まった広告。

—— オリンピック期間中の7月27日の中日新聞朝刊とパラリンピック期間中の8月29日の東京新聞朝刊で広告をご出稿いただきました。青地に白いロゴという印象的な広告でしたが、どのようなデザイン意図があったのでしょうか。

今村 日本体育大学の場合、もともと体育大学として知名度が高いため、必ずしも大学らしい広告である必要はありませんし、情報を細かく載せるよりも、シンプルで目を引くデザインのほうが広告効果は高いと考えました。ブランド力のある企業広告を見ると、デザインもシンプルで、しかも時代によってあまり変化しませんよね。私が印象に残っているのは森ビルさんの記事中広告で、ロゴだけのシンプルなデザインが半世紀以上も続いています。こうした広告を参考に、スクールカラーの青地に白でロゴを配し、グループ10校については名称の横に二次元コードを掲載するにとどめました。シンプルさがかえって目立ったのか、結果的に大きな反響をいただき、5段広告ですが一面広告に匹敵するような効果があったと思います。

—— 大学の常務理事というお立場ですと、直接的に広報に関わることは少ないと思うのですが、そうした広報戦略はどうやって会得されたのですか。

今村 私は母校の中京大学卒業後、そのまま大学に残って入試広報の仕事を担当していた時期があり、当時は新聞広告の勉強会に行ったりして、企業又他大学の広告も普段から意識して見ていました。また、先ほどオンライン化についてお話しした大学でも、事務局長として新学部の設置やブランディングを担当しておりました。そうした積み重ねが自分なりの広報や広告の考え方になっているのかなと思います。

それと、私は「すべてやってみなければわからない」という人生哲学を持っておりまして、広告も最初から「こうあるべきだ」という固定観念はあまり気にせず挑戦しています。

—— いくつかの大学において中日新聞に広告をご出稿いただいたという話もお聞きしていますが、そんな今村様から見て、新聞、あるいは新聞広告の役割はどのように見えていますでしょうか。忌憚のないご意見を伺えたらと思います。

今村 メディアのデジタル化が進んでいますが、紙媒体である新聞の重要性は変わらないと私は思います。テレビやインターネットで流れる広告と違って、新聞広告は紙だからこそじっくり見ることができるという良さがあります。また、広告は新聞社にとって、収入面で経営基盤のひとつだと思いますが、私のように広報をやってきた人間にとっては、記事と並んで新聞の根幹を支えているのが広告だという思いがあります。広告には社会や世相が反映されていますし、そこから何かヒントが生まれることもあり得ますよね。そういう点で広告には大きな期待がありますし、日本体育大学としてもぜひまたお願いしたいと思っています。

—— ご期待に沿えるように頑張ります。本日は貴重なお話をありがとうございました。



世田谷キャンパスのスポーツ棟1階に展示されている跳馬は、1964年の東京大会で山下治広選手が使用したものの、岐阜県で保存されていたものが日体大に寄贈された経緯を説明する中日新聞の記事と一緒に展示されている。



日本体育大学の起源である日本体育会が「體育富強之基(たいくふきょうのもとい)」を基本理念に掲げて創立されたのは1891年。今年は創立130周年に当たる。写真の像は創立者の日高藤吉郎氏。

2021 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

愛知県の自動車保有台数は全国一

各県ともに全国を上回る世帯当たり自家用乗用車普及台数

愛知県の自動車保有台数は約533万台

愛知県はものづくり王国として知られるが、製造品出荷額のうち自動車関連が占める割合は圧倒的に高い。愛知県の製造品出荷額の品目別では普通乗用車がトップとなっており、全国の約4割近くを占めている。産業面での圧倒的な強さ以外にも、愛知県は、自動車保有台数でも全国一となっており、まさに自動車王国である。

一般財団法人自動車検査登録情報協会の発表資料によれば、わが国の自動車保有台数は、統計のある1966年以降、2008年と2011年を除き、毎年増加を続けている。2021年（7月末現在）では、全国で約8,245万台を数え、1966年の約812万台の約10倍となった。そのうち約75%を占める乗用車は、約6,213万台となっており、統計開始年の1966年の約229万台から約27倍に飛躍し、50年以上にわたり増加を続けている。

東海4県を見ると、愛知県が約533万台と全国一となっており、2位の東京よりも約90万台も上回っている。静岡県も約292万台と全国では10位となっている。愛知県、静岡県ともに軽自動車を含む乗用車の生産では国内トップクラスの生産を誇っており、生産とともに保有台数においても全国の上位を占めている。特に静岡県は、上位10位に占める都道府県が北海道を除き大都市圏であるのに対して、それらに次ぐ10位に入っており、地方圏としてはトップクラスであることがわかる。

東海4県ともに高い世帯当たり保有台数

一方、1世帯当たりの自家用乗用車の保有台数を見ると、全国では1.037台となっており、2013年以降、減少傾向となっている。全国では世帯数が伸びている一方で、保有台数の伸びが鈍化しており、世帯当たりの普及台数が減少する傾向が続いている。

東海エリア各県の世帯保有台数をみると、愛知県が1.248台（全国19位）、岐阜県が1.553台（同8位）、三重県が1.443台（同15位）、静岡県が1.383台（同18位）と、4県ともに全国平均を上回っており、生活における車の重要性を知ることができる。特に岐阜県の保有率は高く、全国でも8番目に位置する保有率の高さとなっている点が特筆される。

田中 三文

たなか みつふみ

三菱UFJリサーチ & コンサルティング(株)

政策研究事業本部

上席主任研究員



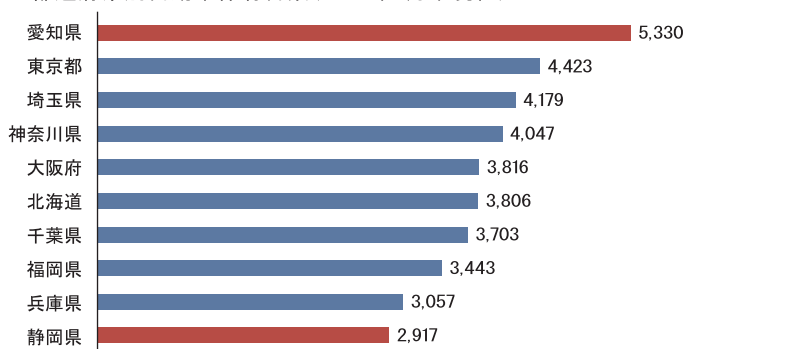
■県別自動車車種別保有台数(2021年7月末現在)

県	車種	乗用車	貨物車	乗合車	特種(殊)車	二輪車	合計	全国順位
愛知県		4,220,908	782,166	10,051	92,866	223,531	5,329,522	1
岐阜県		1,304,521	296,766	4,173	32,819	55,045	1,693,324	18
三重県		1,168,702	277,003	3,230	28,822	55,137	1,532,894	21
静岡県		2,240,773	485,601	5,800	47,548	137,345	2,917,067	10
東海計		8,934,904	1,841,536	23,254	202,055	471,058	11,472,807	-
全国計		62,129,435	14,470,118	220,496	1,785,523	3,845,281	82,450,853	-

※軽自動車含む

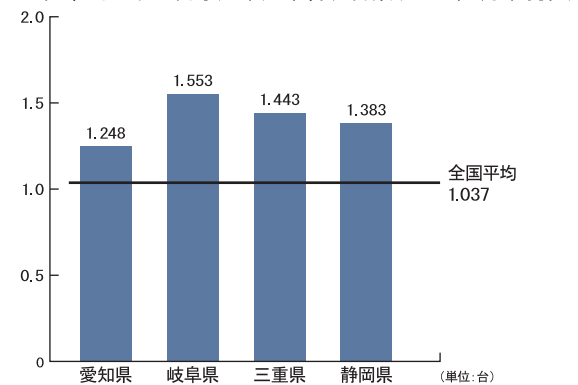
出典：(一財)自動車検査登録情報協会 統計情報を基にMURC作成

■都道府県別自動車保有台数(2021年7月末現在)



出典：(一財)自動車検査登録情報協会 統計情報を基にMURC作成

■1世帯当たりの自家用乗用車普及台数(2021年3月末現在)



出典：(一財)自動車検査登録情報協会 統計情報を基にMURC作成

探訪記

東海エリア



文・写真／増田 幸弘（編集者）

〔三重県 松阪市〕



宇気郷に通じる道。道は次第に険しくなり、夜には鹿が歩いていることも。

限界集落を支えるバス

山里に暮らしてみたい。海辺もいい。ことあるごとに考えてきた。定年退職したら移住したいと思い描いている人は少なくないだろうが、コロナ禍でリモートワークが広がったのを機に、実行に移した人もいる。

長年の夢がかない、かつて宇気郷村と呼ばれた松阪山中の限界集落に滞在した。一週間ほどの短い期間ではあったが、澄んだ水の流れる川のほとりにたつ古い木造家屋に仮住まいしながら、田舎暮らしの夢と現実が見えてきた。

宇気郷村は1955年に嬉野町と松阪市に分かれ、2005年に嬉野町は平成の大合併で松阪市に吸収された。歴史的な経緯もあって、地元の人は山ひとつ隔てて広がる集落を「嬉野の宇気郷」「松阪の宇気郷」と呼び分けている。65歳以上が7割を占める高齢化地域で、人口の流出に悩まされてきた。スーパーもコンビニもない地域で、生活を成り立たせるには車で40分ほどかかる松阪の市街地に行く必要がある。運転できなくなれば暮らすのが難しくなるため、3種類のバスが村と街を結んでいる。

嬉野側からは近鉄の伊勢中川駅まで市営のコミュニティバスが、松阪側からは路線バスが松阪駅まで出ているほか、スーパーのマックスバリュを結ぶ買い物バスがある。このうちコミュニティバスに何度か乗った。下りは8時台、12時台、14時台、18時台の1日4便、上りは7時台、9時台、16時台の3便ある。月・水・金・火・木・土で途中のルートが異なり、日曜日は運休する。車で行けば20、30分の距離だが、ぐるぐる遠回りするので1時間と少しかかる。料金は距離に応じて片道100円ないし200円と低く抑えられている。

バスとはいっても10人乗りワゴン車で、乗り合わせた乗客はみなお年寄り。だれかが乗るたびに軽く挨拶が交わされる。乗り込むまで付き添ってきた家族が運転手に声をかけ、朗らかにまた走り出す。同じ停留所からいつも同じ人が決まった時間に乗ってくることもあるようだった。ほとんどは途中にある病院からスーパーで降り、駅まで行く人は少なかった。

買い物バスは直接、スーパーと「村」を結ぶ。同じく10人乗りのワゴン車で、週一回、特売日に無料で往復する。中古のバスは住民組織が寄付を集めて購入したもので、運転手とガソリン代はスーパー側が負担する仕組みになっている。路線バスについては利用者不足で2001年に廃止されたが、廃止代替バスとして松阪市が自主運行している。終点の宇気郷まで870円だったが、利用推進のために600円の上限を設けた。それでもコミュニティバスや買い物バスに比べて高価なのは否めず、住人によれば、だれも乗っていないことも少なくないとのことだ。

「それでも村の人と顔を合わせるのを嫌ってコミュニティバスや買い物バスを使わず、こっそりとワンマンバスで買い物に行くお年寄りもいます。その気持ちに寄り添うことで、いろんな現実が見えてきます」

廃止してしまえば逃げ場を失いかねない人がいるなかで、いくつかの選択肢が用意されていることには、「公共」の意味を考えさせられる。住む人を失った空き家が「村」には点在し、売りに出ている家や、すでに朽ちて崩れた家もある。なにも宇気郷に限らず全国的な問題で、山間部をとらえた空撮写真を1970年代と現在で比べると、集落や田畑が山に飲み込まれ、風景が一変しているところが少なくない。

こうして村には空き家が増える一方なのだが、田舎暮らしにあこがれ、都会から移り住んでくる人もいる。若い家族連れや、独身の女性が何年か前から宇気郷の集落に暮らしはじめたと聞いた。



コミュニティバスのバス停。限られた便ではあっても、あるとなしとは大ちがいが。

読者が動く

読者を動かす 中日新聞グループのリソース

中日新聞社は地域に密着した情報発信を通して、読者との間に確かな信頼を築いてきました。その信頼は、中日新聞社が持つ様々な機能やサービスにも強く影響を与えています。いずれも新聞広告にプラスαの大きな効果をもたらす地域最強のコンテンツです。ターゲットや目的に応じて、中日新聞社の多彩なコンテンツをご活用ください。

タイムリーなPR訴求を実現！

「きょうは〇〇の日」記念日企画

今日も明日も誰かの、何かの大切な記念日。毎日発行する新聞はそんな一人ひとりの大切な日を応援します。一日の始まりに情報を伝えることで、記念日当日の商品購入やキャンペーン参加を促します。



「きょうは〇〇の日」と知った時、印象に残り購買行動につながります

新聞の記念日企画のポイント

- 1 日のはじめに情報が届く**
一日の始まりに情報をお伝えし、記念日当日の商品購入やキャンペーン参加を促します。
- 2 日付・題字のそばに記事を掲載**
東京新聞は朝刊1面に「今日は何の日」を毎日掲載。一番目に飛び込む場所で、記念日をお知らせします。
- 3 目に留まる1面・題字下枠を利用**
「きょうは何の日」と、隣の題字下広告を連動してさらに記念日を印象付けます。

介護の日



東京新聞 2021年11月11日朝刊 上段8-9面、下段16-17面

11月11日は「介護の日」。東京新聞では2016年より、介護情報や高齢者の健康に関わる情報を啓発するセミマルチ広告を実施しています。本年のメインの特集では、高齢者の運動と健康をテーマとして、身体機能のリハビリテーションの専門職である理学療法士に取材。健康寿命を延ばすための心がけや日々取り組むべき運動、免疫力を高めることにつながる生活習慣、自宅のできる運動などを紹介しました。そのほか、東京都高齢者福祉



7面

2016年～毎年
セミマルチ広告を
掲載しています

1面

施設協議会によるアルバム形式での1年の取り組みの紹介、介護福祉士を目指す学生のインタビュー紙面、栄養士の仕事や活躍の場と資格取得方法の紹介といった特集も実施。コロナ禍で医療・介護関係者への取材が困難となる中、計58段に及ぶ特集紙面となりました。

東京本社 広告三部 木下 聡文

鉄道の日



東京新聞 2021年10月14日朝刊

記念日に連動
した書籍広告を
定期的に掲載
しています

化学の日



中日新聞 2021年8月21日朝刊



中日新聞 2021年10月23日朝刊

【読者の声】 ※一部抜粋

- チャレンジされた子どもたちの様子そのものを見て嬉しくなりました。大人(企業)の取り組みの紹介などもあり、良かったと思います。(男性50代)
- 孫たちとやってみたいです。(男性60代)
- 子どもをもつ立場なので、この手の広告は何度も読み返してしまいます。(女性30代)
- 化学って言われると難しく感じるけど、意外と身近にあるなと思いました。(女性40代)
- 企業が自分の商品の化学について説明してる欄がおもしろかった。(男性29歳以下)

デジタルの日



中日新聞(三重版) 2021年10月1日朝刊

9月にデジタル庁が発足し、日本のデジタル化も新しいステージに入りました。三重県でも4月にデジタル社会推進局が設置され、「あったかいDX」をキーワードとしてデジタル社会の形成に向けて様々な取り組みが行われています。今回、10月10日・11日の「デジタルの日」に合わせ、三重県が展開するキャンペーンのPRを中心に、DX(デジタルトランスフォーメーション)化への取り組みをわかりやすく紹介しました。

名古屋本社 三重アドセンター 鈴木 浩一

夏休み
こどもかがく
チャレンジ
実験紹介

ものづくり企業が集積する中部エリアですが、子どもの理科離れや日本のSTEM教育の遅れが指摘されるなど、将来の業界を支える人材づくりが大きな課題です。

そこで地元紙として、子どもたちに身近なところからサイエンスに親しんでもらおうと、簡単にできる実験遊びを紹介する「こどもかがくチャレンジ」企画を立ち上げました。

第1弾となる今回は、10月23日「化学の日」と絡めて実施しました。夏休み期間中に実験紹介の紙面を掲載し、特設WEBページ上で実験に取り組んだ様子の写真を募集。応募写真の一部を、協賛の化学製品メーカー3社の広告とともに化学の日当日に掲載しました。読者からは楽しく取り組めたと高評価で、協賛企業様も子ども向けの紙面でやわらかく発信ができた点を喜ばれていました。今後も冬休み編・春休み編と継続予定です。

名古屋本社 広告二部 大倉 伽耶

夏休みこども
かがくチャレンジ
×
化学の日

こどもかがく
チャレンジ特設WEBページ



企画レポート

AD BALLOON

01 中日スポーツ | 地元選手を盛り上げ、新規広告主も獲得！

ドラフト会議紙面ジャック企画

〈名古屋本社 スポーツ部 櫻井 優友〉

甲子園のスターや大学・社会人の目玉選手がどこの球団に指名されるか、国民的行事として注目を浴びるドラフト会議。その翌日は毎年、各スポーツ紙がドラフト会議関連記事で紙面を飾ります。今年は、ドラゴンズを来期に向けて盛り上げる紙面作りをしたい、また野球関係者に注目される紙面になるだろうと考え、提案先を野球用品メーカー、野球強豪校などに設定し本企画を立案しました。

結果、一面は練習用バットメーカーの日本ポリマー、終面はスポーツジムのHEAT24と新規クライアントからの広告出稿

がありました。

また、愛知大学の安田選手が中日スポーツでもドラフト前から取り上げられるなど、注目されていたため、愛知大学から地元選手面記事下の広告出稿が決定。当日、安田選手は楽天2位指名となり、「指名おめでとうございます」の文言を広告内に入れ掲載しました。愛知大学から初の支配下選手指名となったこともあり、企画に関して高い評価を頂きました。

今後も広告主に価値を感じてもらえるようなトピックスに合わせて企画を立案していきます。

ドラフト会議翌日 中日スポーツ2021年10月12日



2-3面



終面



7面



1面

愛知大学
野球部の
安田選手
指名記事



TOPICS トピックス

Topics

01 オンライン講座第1弾「性教育」を公開 東京新聞の子育てサイト「東京すくすく」3周年

東京本社 ビジネス開発部 山中 裕子

東京新聞が運営する子育て情報サイト「東京すくすく」は今年9月に3周年を迎えました。この1年は、コロナ禍での心配事や困りごと、家庭内の変化が東京すくすくに寄せられるコメントやページビューの変動から明らかになり、あらためて東京すくすくが果たす役割を認識しました。この度、サイト開設3周年を記念し、子育て層に関心の高い3つのテーマを深掘りするオンライン講座を企画。第1弾となる「性教育」講座を公開しました。

また、11月23日には、1年ぶりにイベントを再開。双子など、多胎育児の親が交流できる場として開催された「ふたごキャラバン」に

ブースを出展。「今だから笑って話せる子育てエピソード」を募集したところ約100件のコメントが集まりました。

そしてこの秋、編集長交代という節目も迎えました。2代目編集長は編集局生活部の今川綾音記者。5年前に子育て層向けにサイトを立ち上げたいと社内で提案し、満を持しての編集長就任です。

「子育て＝ママ」ではなく、社会全体で支えたい。これからも東京すくすくは変わらぬ思いを持って毎日発信し続けていきます。

オンライン講座
第1弾
「性教育」



東京すくすく
サイト開設
3周年
記念企画

東京すくすくオンライン講座

第1弾 「性教育」(公開中)
第2弾 「産後クライシス」(2022年春公開予定)
第3弾 「教育虐待」(同年夏公開予定)

性教育関連の
書籍広告を掲載



東京新聞 2021年11月29日朝刊



東京すくすく【公式】
@tokyo_sukusuku



Instagramははじめました

東京新聞が運営する子育て情報サイト「東京すくすく」の公式アカウントです。子育てに不安や疲れを感じたときにほっとしていただけるアカウントを目指しています。

東京すくすくが
後援&
出展しました

双子・多胎児家族が交流できるイベント
「ふたごキャラバン」

(令和3年度 立川市協働のまちづくり推進事業補助金助成事業)
【開催日時】 2021年11月23日(火・祝)
【開催場所】 東京都立川市 サンサンロード
【主 催】 ・立川市子ども家庭支援センター
・SwingRing〜ふたご応援プロジェクト〜



双子連れの親子が多く来場しました

東京新聞、東京すくすく連載中の
双子育児を描く「ミラクルツインズ」を展示

約100件の
子育て
エピソード



子育てエピソードは
Instagramでも紹
介しています

来場者から「今だから笑って話せる子育てエピソード」を募集
ボードに貼りきれないくらい集まりました

東京新聞の依頼で4企業・3団体が協力 豊島区の公立中学校で「SDGs出前授業」を実施

東京本社 ビジネス開発部 塚本 景子

きっかけは、9月中旬、豊島区立千登世橋中学校 小林校長からの記者への相談からでした。「企業・団体がSDGs達成に向けてどのような取り組みをしているのか、企業の方の言葉で生徒に伝えていただきたい。」豊島区はSDGs未来都市、自治体SDGs未来事業にも選出、来年区制90周年を控え、11月を区立小中学校のSDGsウィークとして位置づけた背景がありました。コロナ禍の教育現場でいかに深い学びの機会を生徒に与えるのか、小林校長は苦心していました。豊島区立中学生は

今年度末まで、各自の端末で東京新聞電子版を閲覧可能というご縁もあり、どうすれば実現するのか社内で検討しました。企業・団体へのご縁といえば広告局。広告局を挙げてお付き合いのある取引先に協力を依頼し、4企業・3団体に協力いただくことになりました。「次世代を担う中学生に弊社のSDGsの取り組みを伝えることで、彼らから学びたい。」出前授業終了後の振り返りの場である企業担当者が話したことが非常に印象に残りました。



東京新聞 2021年11月14日朝刊



ジェンダーの授業(プラン・インターナショナル様)

生徒のコメント

世の中にはいろんな性別(内心的なものも含む)の人がいて、その差別を無くそうとしていること、男性だけではなく女性にも学ぶ・物事を自分で選ぶ権利を与えようとしている取り組みに、少しでも協力したいと思った。

先生のコメント

教員でない大人の方が話す新鮮さ、そして生きたお話をさせていただくことで、とても貴重な機会になりました。環境・消費者教育について学ばせる際、各クラスでもう一度振り返らせたいと思います。



省エネ行動ランプで「七並べ」(東京ガス様)

ナゴヤ愛はどこにある？

第5回

ワクワクの先には有松がある

「有松・鳴海絞り」とは、名古屋市緑区有松・鳴海周辺で生産される絞りの染め物で、国の伝統工芸品に指定されています。後継者不足に悩むことの多い伝統工芸の世界には珍しく、有松・鳴海では若い人の活躍が目立ちます。20年勤務した名古屋市職員を辞め「ありまつ中心家守会社」を立ち上げた武馬淑恵さんもそのひとり。武馬さんの経歴は華やかです。採用から13年目に市民経済局産業経済課の主査となり、伝統産業のイベントや商品開発などに関わったことがターニングポイント。



▲有松絞りのストールづくり

その後も企画や広報など華々しい部署への異動が続き、正直「このキャリアを捨てるのはもったいない」と感じました。その想いをぶつけてみると「よく言われます」とのこと。

市職員として終盤に配属された企画や広報では現場から離れてしまい、武馬さんがやりたいことは少し違って来たのだそうです。市役所の中にいるよりも有松にいる方が、自分がワクワクする仕事ができるのではないかと感じたことが、安定した公務員の立場を捨てる決め手でした。

関わった多くの伝統産業の中から「有松絞り」を選んだ理由は？の問いには、もともとファッションが好きだったこと、絞りには、できあがるまでに「楽しみ」があることをあげます。糸をほどき、開いてみないとどうなっているかわからない。そのワクワク感が他の染め物とはちがう絞りならではの魅力。

また、有松が生んだブランド「suzusan(スズサン)」は、ランプなどのインテリアに絞りを取り込み、早くから海外へ売り込んでいました。そうした意欲的な姿勢はほかの産地には見られなかったことなのだそうです。

職人さんの世界は、組合などの枠組を超えて活動することが難しい部分があります。しかし、今後発展させていくためには、縛りが無い自由な立場で全体を取りまとめる活動が必要です。それなら自分にもできるかもしれない、と武馬さんは考えました。もちろんひとりではなく、一緒に会社を立ち上げたデザインリサーチャーの浅野翔さんや生産者のひとりである山上正晃さんの協力があった

▲アリマツマーケット@松坂屋



からだといえます。

有松天満社で開催中の「アリマツマーケット」は、今後3月・6月・11月の年3回の開催が目標。2022年開催の国際芸術祭「あいち2022」で有松が会場のひとつに選ばれたことも追い風となっています。同様に会場となる繊維の街「一宮」や焼物の街「常滑」との連携も見据え、ワクワクは尽きません。

もちろん、後継者の育成にも取り組んでいます。事業として継続するためには、技術だけでなく収益化に向けたノウハウの指導や、活動する場の提供が必須。課題が多く、大変なほどやりがいを感じるそうです。

有松は、江戸時代から残る町並みも国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されています。近隣には桶狭間などの古戦場や鳴海・宮などの宿場町、現在も一里塚の残る笠寺などがあり、歴史的な名所が点在します。惜しむらくは各名所を結ぶ交通の便が悪いこと。今後は交通網の整備も目標に掲げます。

「ナゴヤの人は『ナゴヤには何もない』と言いがちだけど、有松の人はそんなことは言いません。『有松には絞りがある。祭りがある。町並みがある。』って言うんですよ」と武馬さん。

そうした有松の「人の魅力」こそが、武馬さんを引き付けた一番の理由、なのかもしれません。



▲国の保存地区に指定された町並み



陽菜 ひよ子 Hina Hiyoko

愛知県清須市生まれ。3歳より名古屋市在住。関西に2年、関東に14年住んだのちUターン。2006年『やさしい写仏めり絵帖』(ダイヤモンド社)、2015年『アトピーの夫と暮らしています』(PHP研究所)を出版。イラスト実績はNHKテレビ番組・書籍・広告・新聞小説・自治体・イラスト講師など多数。



好評発売中！
『ナゴヤ愛 地元民も知らないスゴイ魅力』(秀和システム)

中日新聞・東京新聞 新聞広告受付締切スケジュール

広告原稿の刷寸入稿サイズにつきましてはホームページ内の「中日新聞グループ・PDF/eps広告入稿ガイド」をご確認ください。

締切	2月分	3月分	4月分
第1次 前々月 20日	12/20(月)	1/20(木)	2/18(金)
第2次 前月 10日	1/7(金)	2/10(木)	3/10(木)
第3次 前月 20日	1/20(木)	2/18(金)	3/18(金)
特定面 前月 5日	1/5(水)	2/4(金)	3/4(金)

※当該日が土日祝の場合は繰り上げた営業日となります。