

2004年度第12回物学研究会レポート

「地球と人をながもちさせるデザイン」

『ソトコト』編集長の小黒一三氏 × 『スローフード』編集長の伊東史子氏

2005年3月28日



BUTSUGAKU
物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

第12回 物学研究会レポート

2005年3月28日

2005年3月の物学研究会は、『ソトコト』編集長の小黒一三氏、『スローフード』編集長の伊東史子氏にご登場いただき、「地球と人をながもちさせるデザイン」について対談していただきました。雑誌編集長の視点や行動を通して、スローライフ&フード、LOHASなどのキーコンセプトから、人と環境・モノの関係、モノのデザインに対するご意見を伺いました。以下はそのサマリーです。

「地球と人をながもちさせるデザイン」

『ソトコト』編集長の小黒一三氏 × 『スローフード』編集長の伊東史子氏



；左 / 小黒一三氏 右 / 伊東史子氏

名物編集長の発想と行動

伊東 伊東です。本日は、名物編集長である小黒さんに、私がインタビューするという形式で進めさせていただきます。ただし、会場の皆さんからのご質問やご意見をそのつどお受けしたいと思えます。早速ですが、小黒さんは業界で名物編集者として有名ですが、雑誌編集に関わるようになったきっかけ、今までのお仕事についてお聞かせください。

小黒 僕は小さいときから雑誌やテレビに興味があって、大学を出てそのままマガジンハウスに入りました。ここで雑誌作りをしていましたが、しばらくするとテレビの人たちが雑誌からネタ探しをしていることが分かってきた。そしてテレビ関係者と付き合うようになって、気がついたらテレビ番組作りにも関わっていたというわけです。最初はライアル・ワトソンの特番を作ったり、フジテレビで『ワーズワースの庭』という番組を3年くらいやりました。僕のことをメディアに長けた人と考えている人は多いんですが、本人は単なるインチキ雑誌編集屋のつもりであります。（笑）

伊東 自らインチキとおっしゃるところあたりが小黑さんらしいと思います。（笑） マガジンハウスでの雑誌ブームの立役者として、当時の雑誌作りの面白さやご苦労を教えてくださいませんか。

小黑 例えば『ポパイ』は、アメリカ西海岸文化をマーケットとして日本に定着させた原動力になったわけだけど、実のところ僕らはそこまで意図していませんでした。せっかく取材に行くなら、面白い遊びや格好良いものを取材しようぜといった気軽なノリだった。そしたら周りにアパレル関係者とか、ミュージシャンとかいろんなジャンルの人たちが集まってきて、互いに切磋琢磨しているうちにだんだんマーケットができてきたというわけです。当時のマガジンハウスの功績は、雑誌を通して新しい文化やマーケットを作ったということだと思う。『アンアン』『ポパイ』『クロワッサン』などは、間違いなくひとつの文化やマーケットを創ったんじゃないかな。

伊東 物学研究会のメンバーの中にも、マガジンハウスの雑誌で勉強したり、デートのマニュアルにしたりした方も多くいらっしゃるのではないのでしょうか。

会場から その通りですね。僕は1950年生まれで小黑さんと同世代なんですけど、団塊世代が日本のカルチャーを変えるきっかけだったと思います。当時のマガジンハウスには小黑さんや石川次郎さんといった名物編集者がたくさんいて、彼らは雑誌作りを仕事というよりも楽しんで遊んでいて、それが読者に伝わってきた。日本の基調はサラリーマン社会であり、さまざまな制約にがんじがらめなだけだけど、そんな中でマガジンハウスはカウンターカルチャー的、サブカルチャー的、もっと言えば編集者の好みや楽しみ、遊びとかを徹底したから強いメッセージも持ち得たんだと思う。小黑さんなんて、アフリカにホテルを作るといふ暴挙に打って出るし。（笑） そんな部分に僕は憧れを抱いていた。

伊東 理屈ではなくて自分が面白いことを追いかける精神こそが雑誌作りの神髄であり、小黑さんの仕事の方法なのだと思います。ここでどうしても質問したいことがあります。小黑さんは築地のマグロ問屋さんの3代目ですが、新鮮な生ものをキャッチする力と雑誌作りに必要な時代精神を嗅ぎ取る力って関係ありますか。

小黑 マグロ屋はネタを朝買ってその日のうちに売るのが、商売です。投機的というか、要は狩猟民族なんですね。確かに僕の体にはこの血が流れている、と思います。別の言い方をすれば、精神科医の岸田秀は「人間は本能が壊れている」と言っていますが、僕は本能が過剰に壊れていて、人生はすべて編集だと考えている。極端な話、絶望していない奴らはみんな、何らかのかたちで自分の人生を編集しながら生きているわけです。妻や子ども、仲間たちと折り合いをつけてね。ところが僕の場合、人生の編集方法が狂っていて、アフリカにホテルを建てたり、『ソトコト』なんていう環境雑誌も作ってしまった。

『ソトコト』をめぐる

伊東 過剰に本能が壊れているから・・・という回答はとてもわかりやすい説明でした。

今日はデザイン関係の方なので、せっかくですから『ソトコト』の表紙を見ていただきながら、ソトコトが伝えたい環境、生活について話を進めて行きたいと思います。最初に『ソトコト』創刊の経緯から。

小黑 『ソトコト』に関しては、新聞を開けば環境のニュースが山ほどある。ところがちっとも楽しく

ない。もっと若い人たちが肩の力をぬいて、ファッションや音楽と同じように環境に興味をもって、楽しく勉強してほしいなあと考えて『ソトコト』を作ったわけです。

伊東 創刊号の表紙は現在とはぜんぜん違いますね。



；『ソトコト』2000年1月号
copyright：ソトコト編集部

小黒 創刊号の表紙は、俳優の小林薫扮する『ハーメルンの笛吹男』です。新聞紙で作った服を着てもらって「ほら、また大嘘つきが町に来たぞ！」みたいな、ちょっと自虐的というか斜に構えたアブローチでした。8万部刷ったけど、売れたのはたった6000部ほど。創刊時期の表紙はポリシーもなく、『メンズノンノ』風『アンアン』風みたいに、手を代え品を代えて作ってました。要するにファッション系の広告を狙っていいんですが、表紙としてのコンセプトはまったくばらばらでした。それから、創刊当初使っていたロゴの「SOTOKOTO」は、K2の長友啓典さんがデザインしてくれて、4つの「o」が特徴なのですが、やっぱり「ソトコト」って読めない。それに創刊して1年たっても、5万部出して8000部とか6000部しか売れず、大量返品の手が回ってました。こうなると犯人探しが始まるんですね。取次さんからは表紙のロゴが読めないのが売れない原因だと言われて、長友さんには悪かったんですが、その後ロゴは変えました。

印象に残っているのは、売り上げ不振が続く中で、チェリストのヨーヨー・マさんの表紙の号だけはあっという間に売れたこと。ただ、私はタレントに頼るのはいやなので、これ以降は表紙に有名人をほとんど出していないと思いますけれども、ヨーヨー・マさんには感謝しています。

伊東 なぜここで彼をキャスティングしたのですか。

小黒 偶然です。彼も環境の雑誌だからというノリで承諾してくれたんだと思います。確かにエコマガジンだということで、海外の取材はしやすいし、得しているところは大きいですね。

伊東 若者でも退屈せず、ファッションブルで、それでいて真面目に環境を考える『ソトコト』のような雑誌のポジショニングを固めるのは、なかなか苦労がいったかと思います。ところで、『ソトコト』というタイトルにした経緯を聞かせてください。

小黒 「ソトコト」とはアフリカのバンツ語で「木陰」という意味です。僕はアフリカの音楽をよく聴いていて、『ソトコト』というレーベルがアメリカにあって、それにちなんでつけました。

伊東 表紙にいる「ゴミ捨てるなよ」と言っているサル君にも、何か意味があるのですか。

小黑 環境問題、地球問題は大きすぎるテーマで、基本は「自分の身の始末をしようね」という当たり前のことを積み重ねていくしかないと思うんです。『ソトコト』では、「自分の始末もできない人間はサルにも笑われているよ」という意味でこのイラストを入れています。編集部では、このサルを「第4の猿、寝ザル」と呼んでいます。イラストは長友さんです。

伊東 それからしばらく、ロゴの変更なども含めて表紙の試行錯誤が続きますね。

小黑 本当に。芸能誌みたいな表紙だったり、シェフの三国清三さんが微笑んでいたり。結局、環境雑誌だと広告が取れないし、だからといって広告の取り易さを優先すると芸能雑誌みたいになるし、本も売れないしといった三重苦の時期が続きました。そしていよいよタイトルを変えざるを得なくなって、結局僕の事務所の下に居た奥村鞆正さんをお願いして仮のロゴを作ってもらったんですが、それが定着しちゃった。

伊東 考えてみれば、環境に直接関係のない分野の方の中にも『ソトコト』に関わることによって、新しい道を切り開いた人たちがたくさんいらっしゃいますね。三国さんはスローフードや食育、野口健さんもヒマラヤでゴミ拾いから始まって今では環境のプロフェッショナルとして認知されました。

小黑 お互い様という関係だね。

伊東 そして、この号からガラッと表紙のイメージが変わりましたね。ここらあたりから環境雑誌としての『ソトコト』のビジュアルが定まってきたということでしょうか。

小黑 そうですね。あることがきっかけで、博報堂チームに表紙のコピーとデザインを依頼することになった。やっぱりプロはすごいね。要は表紙で「戦う環境雑誌」みたいなメッセージ性を全面に出すようになった。それで第二段でやったのが、トヨタのプリウスを丸ごと分解。



；『ソトコト』
トヨタのプリウスを丸ごと分解
copyright：ソトコト編集部

当時世界初のハイブリッドカーとしてプリウスが話題になっていたので一台買ってバラしちゃった。そしたら噂をキャッチしたトヨタから「危険だからやめたほうがいいですよ」と連絡をもらってね。それでトヨタさんとの関係もできました。こうして、表紙に関してはなんとなく方向性が見えてきて、ところが中身は全然できていなくて。

伊東 雑誌の販売にとって、表紙の訴求力は大きいものですか？

小黑 もちろん表紙がすべてと言っていいくらいですよ、雑誌というのは。ところが、しばらくし

て、同じ博報堂チームなのにそれまでのデザイナーが電通に移ってしまって、担当者が代わったんですね。そしたら、何度やっても新しいデザイナーと僕はそりが合わないんです。仕方ないので、電通に移った元のデザイナーにお願いすることになりました。

会場から 表紙を作るときは小黑さんもアイデアを出されるのですか。

小黑 最初に彼らが4案とか5案持って来て、それを見ながらさらにアイデアを詰めていきます。

会場から 『ソトコト』の読者対象は？

小黑 当初は、「子どもが1人いる、34歳前後のお坊っちゃま」でした。ところが実際、一番コアな読者は女性になったんですね。

会場から 地球環境というまじめなテーマと遊び感覚との交差は難しいですね。

小黑 『ソトコト』を出し続けて僕が感じたことは、環境問題ってあまりにも大きすぎるということ。環境雑誌といっても僕はあえて「原子力、原発のすべて！」的なNHKスペシャルのようなテーマは避けています。結局のところ、普通の人はエコ住宅やエコプロダクト、スローフードみたいに身近なことにしか興味がないということ。地球環境というよりも、食品とか、子育てとか、安心・安全といったアプローチの方が届きやすいんだと理解したあたりから、編集方針も素直になってきて、部数もついてきたということです。

僕はNPOとかボランティアの人たちと付き合いますが、彼らは環境を生真面目に捉えているから、「『ソトコト』ってインチキだよ、小黑に騙されちゃいけないよ」とか言って警戒している部分もあると思います。ところが、最近、ノーベル平和賞を受賞したケニアの環境副大臣ワンガリ・マータイさんが来日したときに、僕らはシンポジウム開催などのお手伝いをしたんですが、彼らも大勢来てくれますよ。実際、日本の今のNPOでこれだけのイベントをおしゃれに運営できる人材がいらない。だから、お互いに多少のすれ違いには目をつぶって、上手く付き合っていく努力はしていきたいと考えています。

ケニアに5つ星ホテルを建設

伊東 マータイさんの話が出たところで、ケニアのホテルに話を移したいと思います。

小黑 ケニアのサバンナのど真ん中に5つ星のホテルを作るなんて、よほど強い想いがあったのだろうと思われがちですが、僕はそんなことはこれっぽっちも考えていませんでした。建物の設計はエドワード鈴木さん。ムパタというホテル名は、以前から僕が好きだったアフリカ人のアーティストにちなんでいます。

伊東 ホテル建設は自然の成り行きといった風に受け取れますが、それにしてもあまりに無鉄砲なプロジェクトです。小黑さんがいくら資産家だとしても15年間赤字続き、16年目にやっと黒字になったというのはただ事ではないと思いますが。

小黑 たぶん事業だと思っていないから続いたんですね。事業だったら15年間も毎年1億円の赤字を出すなんて絶対に許されない。さっきも言ったように僕は自覚がないというか、壊れているというか。僕はあのホテルのオーナーだけど、意識がゼロでまるで人ごとのように見ている。『ソトコト』もそうです。編集者の生理的なものだと思いますが、例えばロケバスに乗っても会議に出ている、僕は一番後ろに陣取って、そこから物事を見るという習性になっているんじゃないですかね。

伊東 ホテルという事業を営んでいるにも関わらず、小黑さんはあくまでも編集者のであって、事業家ではない。

小黑 僕自身についていえばそうなんだけれども、一方で世の中にも新しい価値観、新しい時代が始まっているんじゃないかな？ つまり、ホテル経営は決して自分のためではない。ところが僕が多く雇用を生んだお蔭でマサイの人たちも牛もずいぶん太ったし、小学校も建った。僕自身は立派なことをしているという気持ちはないんですが、欧米の人たちとは違う管理の仕方を試行錯誤しながら、ムパタという企業は結果的に地元へ寄与して現地に受け入れられています。そういう意味で、僕がやっていることは先取りで、新しいタイプの事業家なのかもしれません。

伊東 ロングタームで見ると、ムパタのプロジェクトは国際関係や環境プロジェクトのかたちに先鞭をつけたと言えそうですね。

会場から ご実家がマグロ問屋さんだそうですが、小黑さんはやっぱり漁師ですね。好奇心いっぱい大海に乗り出すというのは漁師でしょう。海だからエコの思想ですよ。その中で漁師はちゃんとビジネスですから、事業にもなっていなければいけないでしょう。やはり漁師なんですよ。

会場から とは言っても採算性は考えないと、続かないですよ。

小黑 ところが、考えたことないですね、まったく。だから妻が精神病になりました。

会場から 普通の人はそうでしょう。小黑さんは不思議な人だなと思います。僕は『ソトコト』は1年以内に廃刊になると思っていましたが、今も続いている。アフリカのホテルは16年目に何とか黒字になって、しかも現地の発展に大いに貢献している。小黑さんのような人のすごいところは、やるだけのことをやったら後はどうにでもなれというふうに、圧倒的な自信なのか、そういうものがある。それはやはり着眼点が良いからで、世の中の、時代的に何らかの価値があるわけでしょう。『ソトコト』が潰れないのも、継続できる「何か」に着眼し、捉えているからだだと思います。同じことはデザイナーにも言えるんじゃないかな。

そして『スローフード』へ

会場から 着眼点ということでスローフードにつながっていくわけですね。

伊東 私は今、『スローフード』をやれと言われて、一生懸命走っているところですが、今日はいろいろな収穫がありました。先日、スローフード協会イタリア本部のカルロ・ペトリーニ会長が来日した折に、築地市場の移転反対運動について議論がありました。現実的には移転はすでに決定していて如何ともしがたいのですが、ペトリーニさんと小黑さんは「何か行動しなくてはならない。そう、今は世界遺産ブームだから築地を食の世界遺産をすべきである・・・」ということで盛り上がっていました。その場に居合わせて感じたことは、お二人はある部分がとても似ているんですね。それは自分なりの「神の声」を求めて、どんどん進んでしまうということです。何かに対抗していこうというときもネガティブな発想ではなく、前向きに臨んでいこうとする。私が関わっているスローフードとも根底は同じなのかなと思いました。つまり、みんなが前向きな気持ちで、かつ楽しみながら、今までと違った価値観を探っていこうという点で。日本では小黑さんがいち早く検知して、『ソトコト』を通じてスローフードやスローライフという言葉や思想を広めていらっしゃる。

小黑 僕は団塊世代の尻尾です。先輩たちの破壊運動の反動なのか、反対とか戦いが嫌いなんです。

だから築地の場合は、反対運動よりも文化遺産にするほうが重要だと思う。実際外国からお客さんが来たときに、彼らが行きたがるのが京都は別格として、秋葉原か築地です。その築地移転について、まずは今伊東がマークしている「アイ・ラブ・ツキジ」を基にして6月4日発売の『ソコトコ』6周年記念号あたりから、キャンペーンを張ろうかなと考えています。しかも、世界のスローフードの会員8万人が反対しています、というメッセージを付けてね。

「懐かしい未来」を探る

伊東 「スローフード」は雑誌や食品の名前でもなく、今の時代を映している観念的な言葉だと思います。その意味では「LOHAS - - Lifestyle of Health and Sustainability」も、新しいライフスタイルとは何だろうか？という問いかけがありますね。

小黑 「スローフード」は、本当は哲学で食べ物のことだけではないんだけど、どうしても食べ物のこととしか考えてくれない。そこで、スローフード的なライフスタイルを提案できる新しい言葉はないかなと探して「ロハス」に行き着いた。ロハスとは健康で持続可能な暮らしを求める人たちやライフスタイルを意味しています。厳密に言うアメリカ的ロハスとソトコト的ロハスとはちょっとずれています。アメリカでは新しいビジネスのマーケティング用語といった色彩が強いのです。僕らがやろうとしているのは、健康で持続的な生活の希求。要するに自分の健康や医学を考えると、西洋医学も効くけど代替医療も知りたいなというような新しい価値観に基づいたライフスタイルをバックアップしようということです。ロハスの旗の下に集まってくれる人たちで、新しい日本というかアジア人としての基準を作りたいと思ってやっています。

会場から 小黑さんがロハスな人と思う根拠は何ですか？

小黑 例えばこういうことです。今、都会も農村も両方楽しみたいという人たちが出て来ているのではないかと思います。都会生活も味わいたい、でもカントリーライフも必要だという贅沢な人たち。でもちっとも贅沢ではないんです。

伊東 スローフードやロハスといった小黑さんが触手を伸ばすテーマは、他の雑誌やテレビなどのメディアのネタになっています。そんな小黑さんが現在惹かれていることって何ですか。

小黑 僕は編集者気質なのか、常に言葉先行なんです。今一番引かれている言葉は、「われわれは懐かしい未来に向かっているのではないか」ということです。六本木ヒルズは要するに「来るべき未来」であって、映画「ブレード・ランナー」で見てしまった世界にすぎない。懐かしい未来が何なのかはまだわからないんですけど、僕が好きな感性の人たちは「懐かしい未来」という言葉を投げかけるとみんな反応します。「あっ、それわかる」と。みんなそれぞれのアーティストが自分のフィールドで「懐かしい未来」という言葉を受け止めつつあるようにおもいます。

会場から 小黑さんの考え方や行動にはいちいち納得できるんですが、一方で、僕も含めて、物学研究会のメンバーであるデザイナーは巨大な産業経済機構の組み込まれていて、極論すれば大量消費される製品のデザインに携わっています。どんなに環境に優しいとかサステナブル言ったところで、産業革命以後に培われてきた資本主義が劇的に変わるとも思えません。そんな状況を小黑さんは『ソトコト』を通してどんな風に考え、どう行動しようと思っていますか。

小黑 今のご意見は、『ソトコト』をやるときに僕が自問自答したことです。先ほどもいいました

が、地球環境とか環境問題というと今のご指摘のように身動きが取れなくなってしまうんです。そこで僕が出した答えは「要するに、まず自分の始末をつけよう」ということ。僕自身を語れば、むやみにゴミを捨てなくなりました。ただ、企業人としてどのように自分を納得させていくかということでは、あまり自分を責める必要はないし、要するに良心に沿って、できる範囲でやればいいことなのではないですかね。企業の人間としては下知が下れば売れるものをデザインするしかない、でも一方で1人の国民、市民としてバランスをとればいいわけだし。本当に地球のことを考えたら人類がいなくなってしまうことが最良の方法ですからね。

伊東 『スローフード』の場合、イタリアで生まれたことを考えると、大きな矛盾との共存を受け入れること、が前提なのではないかと考えます。小黑さんのご指摘の通り環境にとっては人間が居なくなることが最善の方策だけど、それはできないわけですから。だから「スローフード」ということをマニフェストに掲げることによって、みんなで考えたり悩んだり楽しんだりする円卓会議のような場を創って行くことが、雑誌『スローフード』の役割なのかなと考えています。『ソトコト』も『スローフード』も木楽舎という小黑さんが経営している出版社の雑誌ですが、今お話ししたような流儀というかスタイルが、小黑さんの、そして木楽舎の存在の仕方なのかなという気がしています。

小黑 まずはアフリカに来ていただきたいなあと思います。

伊東 どうもありがとうございました。

以上

講師プロフィール

小黑一三（おぐろ かずみ）氏

1950年東京生まれ。(株)マガジンハウス在籍中に、雑誌『ポパイ』、『ブルータス』、『ガリバー』『クロワッサン』の編集を担当する。テレビ番組『ワーズワースの庭』、『メトロポリタン・ジャーニー』の制作、出版物では『中田語録』の編集、『スガシカオ1095』の出版など、幅広い分野で数多くのプロジェクトに関与。99年世界初の環境ファッションマガジン『ソトコト』を発刊。自らが編集長を務める。スローフード、スローライフの仕掛け人でもある。<http://www.sotokoto.net/>

伊東史子（いとう ふみこ）氏

上智大学文学部社会学科卒業。出版社編集部、クラマタデザイン事務所、ソットサスアソシエイツ日本代理人を勤めた後、94年渡伊。彫金専門学校卒業後、フィレンツェでジュエリー職人として活動。2000年に帰国し、様々な文化事業プロデュースに携わり、2003年（有）パークス設立。デザインマネジメント、海外企業とのビジネスコンサルティング、出版物の企画編集を行う。2004年創刊された「スローフード日本語版」の編集長も務める。著書に『フィレンツェでジュエリー職人になる』（世界文化社）。

2004年度第12回物学研究会レポート
「地球と人をながもちさせるデザイン」
『ソトコト』編集長の黒一三氏 × 『スローフード』編集長の伊東史子氏

写真・図版提供

；物学研究会事務局
；ソトコト編集部
；ソトコト編集部

編集=物学研究会事務局
文責=関 康子

- [物学研究会レポート]に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート]に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。