

● 第6期(通年第32期)通常総会のご報告

去る5月29日、神楽坂の日本出版クラブ会館において「第6期(通年第32期)通常総会」が出席者21名、委任状8通、議決権29を持って成立、開催され、そこで以下の議案が可決されました。

【第一号議案】

・平成25年度の事業報告及び決算報告審議(理事 鈴木あきら)・監査報告(監事 小原好春)

【第二号議案】

・平成26年度事業計画案及び予算案の審議(理事 鈴木あきら)

【第三号議案】

・役員改選の件

以上の議案はすべて満場一致で可決されました。役員改選結果と担務は以下の通りです。

理事長/広報委員長/デジタル部会長 酒井文人(説話社)
副理事長/教育委員長 小林哲夫(エディット)
理事/事務局長/企業出版部会長 池口美穂(フロンテア)
理事/組織委員長/教育副委員長 外山操(ロム・インターナショナル)
理事/一般書部会長 岡本晃一(アツシュ)
理事/経営委員長 野尻義憲(ムーブ)
理事/教材部会長 澤村陽子(エイティエイト)
監事 須藤靖夫(カルチャー・プロ)
監事 檜森雅美(アーク・コミュニケーションズ)



続いて行われた懇親会は、理事長の挨拶に続いて賛助会員社である大日本印刷の國行淳さんによる乾杯の発声で始まり、歓談を挟んで新理事の紹介が行われた後、新入会員社(賛助会員:株式会社アマナイメーجز、正会員社:株式会社スフィア)の紹介と続きました。最後は第3代理事長で元事務局長のタカオ・アソシエイツの高雄宏政さんの一本締めでお開きとなりました。



●新賛助会員社
株式会社アマナイメーجز 取締役
佐々木孝行さん



●新会員社
株式会社スフィア代表
高丘 卓さん

● 第1回編集講座
「人脈の作り方・著者との上手なお付き合いの仕方」



2014年度の編集講座第1回目は講師に新潮社の出版部部長・中瀬ゆかり氏をお迎えし、中瀬氏の体験に裏打ちされた「人脈の作り方・著者との上手なお付き合いの仕方」についてお話いただきました。

37歳の若さで『新潮45』の編集長に就き、三つ編みお下げの『おぼはん編集長』としてマスコミデビューを飾った中瀬氏ならではのユニークでユーモラスな、しかしながら常にギリギリの剣が峰を渡っているようなスリリングで熱いお話に受講者は引き込まれ、時が経つのを忘れてしまうほどの充実した講義となりました。

● 仕事に役立つ! 業界トップランナーのインタビューを配信中!



● 事務局移転のお知らせ

2014年6月1日より事務局の住所及び電話番号が変更になりました。

〈新住所〉
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町2-14-3 室町ビル3F
TEL: 03-6869-7780 FAX: 03-6701-7180

EDITORIAL MAGIC

2014.06.30 TOTALING NO.114
No.17

巻頭特別インタビュー
社会学者 牧野智和氏

社会学から見た 自己啓発書の世界

制作の現場探訪 vol.17

株式会社カイト 代表取締役社長 大森みつえ氏

広報の垣根を越えた発想で お客さまと社会に役立つ広報支援をめざす



社会学から見た 自己啓発書の世界

社会学者 牧野 智和 氏 (Tomokazu Makino)

書店に溢れる「自己啓発書」。その中にはカリスマ経営者の説く「経営術」や「成功哲学」の書籍があるかと思えば、お掃除や片付け術によって生活習慣を変えようと説く本、そして就活における自己分析の本までが並んでいる。ここまで幅広く人気を集める「自己啓発書」とはいったい何なのか。そんな疑問に答えてくれるのが牧野智和／著『自己啓発の時代——「自己」の文化社会学的探究』（勁草書房）である。

牧野氏は第34回日本出版学会賞を受賞し、業界内でも注目される若手社会学者だが、そもそもなぜ、社会学者である氏が自己啓発書を研究し始めたのか？ そして、その先に見えてきた自己啓発書の世界とは？ 気鋭の社会学者に「自己啓発書の世界から見えてくるもの」を聞く。

Profile

社会学者
牧野智和氏 Tomokazu Makino

1980年東京都生まれ。2003年早稲田大学教育学部卒、2009年早稲田大学大学院教育学研究科博士後期課程満期退学。博士（教育学）。現在、日本学術振興会特別研究員。博士論文をもとに執筆した『自己啓発の時代——「自己」の文化社会学的探究』（勁草書房、2012）は2012年度日本出版学会賞奨励賞を受賞。同書の続編として、PRESIDENT Online上でのWEB連載「ポスト『ゼロ年代』の自己啓発書と社会」がある（2012年～13年）。



自分探しから自分磨きへ 変化する自己啓発書の文脈

——牧野さんの初の単著『自己啓発の時代』では、たとえばその二章「自己啓発書ベストセラーの戦後史」において戦後66年間の自己啓発書の系譜が追跡されていますが、そもそも社会学者である牧野さんが自己啓発書を研究されようと思われたきっかけは何だったのでしょうか？

私が大学院に進んだ2000年代前半、社会学の領域では、世のさまざまな出来事を個人の「心」の問題に還元しようとする向きがかつてないほど強まっているのではないかと、それを「心理学化」「心理主義化」といった概念を手がかりに考えようとする議論が出始めていました。ただそのテーマは評論に留まりがちで、実証的といえる研究成果はほとんど見当たりませんでした。

そこで少年犯罪報道を素材にして、「心理学化」「心理主義化」というテーゼが検証できるのか、またできるとすればそれはいつ頃どのように起こったのか、そして「心理学化」の社会的な影響は何なのかといったことを修士論文では分析しました。

ですが修論を終えて博士課程に進み少し経った後、これって自分のやりたいことだったのだろうかと思い直しました。少年犯罪報道分析でやったことは、他人の心を理解するまなざしの「心理学化」、いわば「他者の心理学化」だったわけですが、この概念の面白味はその逆、「自己の心理学化」にあるんじゃないかと思ったんです。つまり、自分自身をたとえばマズローの欲求段階説から捉え、その段階の最高峰にある自己実現を目指そうとする。あるいはフロイトの「エス／自我／超自我」という観点から自らを捉え、原初的な衝動たるエスに向き合おう、あるいは自我の防衛機制を解除しようとする。「スモールステップ」や「セルフワーク」といったモチベーション維持の技法を自らに適用しようとする。こういった、心理学や精神分析等に関連する知識・技法を自らに適用しようとするとき、「わたし」なるものはどう変わっていくことになるのか、そもそもそれは「わたし」なのか、心理学的な解釈から捉えられ、また改造された「わたし」の別バージョンなのではないか、なんてことを考えたのです。それは、「わたし」をめぐる問いを、哲学や心理学とは違う観点から捉える、これまでにない試みになるだろうとも思いました。そういうわけで、自分自身を理解したり、あるいは改造したりする心理学的技法の研究をしてみようということになったのです。

——それで、自己啓発書に行き着いたんですね。

はい。最初に接近したのは「もうひとりの私を探す」「私って、誰?」といった、一見して「自分探し」というテーマに関連するような特集を1990年代から2000年代に多く組んでいた「an・an」でした。みていくと、その前史があって、1980年代後半から「チャート診断」、つまりYES-NOで分岐していく心理テストとか、

「〇〇点以上のあなたは××な人!」みたいな性格診断テストがちょくちょく掲載されるようになるんですが、1990年代前半には当時日本テレビ系列で放送されていた『それいけ!ココロジエ』経由での深層心理をフロイトやユング流に分析するテストがそれにとっかわるようになり、90年代後半になると「目標を書き出す」「ポジティブワードを言うてみる」というような、自分を意図的に変えるためのメンタルトレーニングがさらにそれにとっかわる、という系譜を観察することができました。

——内面を探るといよりは、鍛えるにこだわっていくんですね。

はい、そうともいえます。それで、「an・an」を分析した後に今度は「就職ジャーナル」を読んでいったのですが、ほぼ同じようなタイミングでチャート診断が隆盛し、やはり同じようなタイミングで自己の内面を掘り下げていくような作業課題が登場することが観察できました。これって面白いなと思ったんです。つまり、女性向けライフスタイル誌である「an・an」と、学生向けの就職情報誌である「就職ジャーナル」の双方において、人間の内面を扱う技法が同時進行的に変容していること。これは書籍に目を転じても同様でした。自己啓発書のベストセラーを追っていても、同様に1990年代中頃以降、内面を解き明かし、また鍛え高めていくための技法が各著作内に盛り込まれるようになっていたんです。こうした各メディアの傾向を、拙著では「内面の技術対象化」と呼びました。それまでは、自分を知ることが大事だ、積極的な意欲をもつことが大事だといった言葉がただ語られていたのが、自分を知るための技法や、自らのモチベーションを高く保つための技法が合わせて提示されるようになったということです。

また、こうした技法を提供しているのは、「心理学化」論が述べるような心理学者や精神科医だけではなくありませんでした。もちろんそうした肩書の人からも提供はされていますが、キャリア・カウンセラーから恋愛コンサルタント、メンタルトレーナー、スポーツ

選手、作家、ミュージシャン、霊能力者までがほぼ同じようなことを語っていました。これは他のところでも話したことで、こうなってくるとやはり問題は「心理学化」ではなく、もっと包括的な観点から捉えねばならないというように思いました。で、色々考えた結果これは「自己啓発」という括りになるだろうと。

——90年代に一気に人々が自己の内面を探り始めたんですね。それはいったいどうしてなのでしょう？

説明のバリエーションは色々あると思うのですが、最近では「ここではない、どこか」の宛先の変化という観点から説明できるのではないかと考えています。これは社会学者の見田宗介さんや大澤真幸さんの半分以上受け売りなのですが、たとえば1960年の安保闘争にかかわった若者、1960年代後半の大学紛争にかかわった若者のなかには、理想の社会体制を求めて運動に参加した人がいたのではないのでしょうか。あるいはより一般的には、二つの闘争の間で進んだ高度経済成長のなかでは、人々は今よりもっとよい暮らしを求めて日々の労働に従事していたのではないのでしょうか。これについてはやや戯画的ですが映画『ALWAYS 三丁目の夕日』に象徴されているのかもしれませんが。1970年代、「ここではない、どこか」の行く先は、大学紛争の終焉およびその延長戦として帰結された連合赤軍事件を決定的な契機として政治ではなくなり、また高度成長の終焉を経て経済でもなくなり、文化領域に移行したように思います。たとえば1970年から国鉄が開始した「ディスカバー・ジャパン」というキャンペーンは、まだ見ぬ「日本のどこか」に希求の宛先を仮託しようとしたものだったのではないのでしょうか。そして1980年代に人々を新たに魅了したのが、消費文化のなかで「わたし」を発見するという、上野千鶴子さんが呼んだところの「私探しゲーム」だったと考えられます。

消費文化の隆盛、より端的に言えばバブル景気がもたらした好況下で享乐的にふるまう人々を横目に、1980年代後半あた

りから「外見ではなく心こそが重要」だとする物言いを多くの人生論の書き手が採用し始めます。バブル崩壊後、このような考え方はより勢いを得て、たとえば中野孝次さんの『清貧の思想』のようなベストセラーを生むことになりました。消費文化内での「私探しゲーム」が陳腐化した、雑駁に言えばブランドものを身につけていることがセンスのよさを示すという感覚こそがダサいと思われるようになってしまったという状況、旺盛な消費欲を支えた好況の終焉、これらが「外見ではなく心」こそが最後に残された「ここではない、どこか」だという言葉の底流にあるのではないかと最近では考えています。

——で、内面探しの旅に出ていくわけですね。

そうですね。「外見ではなく心」へという関心の流れは、二段階で進展しているようにみえます。たとえば先ほどの「an・an」を例にとると、1990年代前半は、「あなた自身も気づかない深層心理を明らかにする」というようなこと、つまり心を読み解くこと自体に目的が置かれていたようにみえます。これが90年代終盤になると、「〇〇力を高める」というように、何らかの目標に向けて内面を鍛えていくことに重心が移動していきます。もちろん内面を明らかにすることもそのプロセスにおいて求められるのですが、「自分の強み」を明らかにし、目標に向けて何をすべきかを明らかにするというように、目標に向けての自己鍛錬の最初のステップに組み込まれるようになっていきます。まとめると、「ここではない、どこか」はこのとき、自分自身も知らない「隠れた」「本当の」内面ではなく、今ある自分のうち望ましい目標に向けて使える「自分の強み」を錬磨していくことに置かれるようになった……といえそうなのですが、もうこれって「ここではない、どこか」とは言い難いように思いませんか。「ここではない、どこか」が消失し、今ある手持ちの武器、つまり「いまここ」でサバイバルしていかなければならなくなったという感覚にたどり着いたということ。これを広く一般的に拡大すると、自己啓発書が求められるようになる心性ということに

なるんじゃないかなと思うんです。

自己啓発書に引き寄せられる読者心理とは？

——それは、書き手の意図というよりは、読者ニーズの結果なのだと思いますが、なぜ読者はこうした自己啓発書のテクニックに惹かれるのでしょうか。なにか社会的圧力があるからなのでしょう？

『自己啓発の時代』を書いたあと、書評会をいくつか開いていただいたのですが、そこで必ず言われたのが「自己啓発書の読者はどんな人たちで、どんな風に読んでいるのか」ということでした。そこで昨年から今年にかけて、読者インタビューを重ねてきたのですが、その語りのうちに「社会」をもし見出すとするならば、今日の職場環境が人々を自己啓発書に向かわせているいくつかの局面がみえてくるのかなと思っています。たとえば若い人であれば、上司が疲弊していてアドバイスしてもらえないとか、あるいは30代以上であれば、若い時は上司や先輩などのロールモデルから基本を教わってこれたけれど、役職につき部下をもつとき、自分がロールモデルにならねばいけないし、もはやその年代になって人に教えるを請うわけにはいかないと。女性の場合は、30代や40代まで働き続けてきたけれど、気づくと同期が皆やめていたとか、初めてその職場での女性管理職になったとか。あとは、フルコミッションの給与体系のなかで少しでも自分の引き出しを広くもちたいと思っている人や、業界の動きがますます激しくなるなかで研鑽する必要を感じている人や、会社が外資系企業の傘下に入って自己啓発を求められるようになった人など……。本当に色々なパターンがあって、一概にまとめることは難しいのですが、大きくいえば、働くことにおけるロールモデルが不鮮明になってきたこと、競争的な環境のなかで自己啓発に向かわせる組織内外の圧が高まってきていることがいえるのかなと思っています。

——そういった考え方によって犠牲になっているものはあるのでしょうか？

率直に言えば、わかりません。自己啓発書を読む人の多くは、自分自身が抱える問題、置かれた状況に何とか向き合おうとしてそれらをわざわざ手に取るわけなので、啓発書を読むという行為をあまり規範的に私が評価したくないというもあります。ただ、先日「現代思想」という雑誌で社会学者の仁平典宏さん対談をしたのですが、その時のキーワードが「冗長性」だったことが今の問いに関連するかもしれません。つまり、自己啓発書が広く読まれる社会を、今ある持ち物で頑張ってサバイバルしていくという心性が広がる社会だと考えると、たとえば自分のことなんて深く考えていようがないまいが大して変わらないとか、それなりに働いていればいいや、というような「ゆるい」考え方はあまり許容されなくなるのではないかなと思うのです。いわば、社会における「ハンドルのあそび」がなくなって、働くことに関して強圧的な方向に舵が切れ過ぎてしまっているのではないかなと思うのです。自己啓発書のなかには、「職場で仕事が辛いのはあなたの心の問題」とするものも多くありますが、それもまた、働くことに関する「ハンドルのあそび」を奪い去って、労働強化の方向に読者を誘っていくことにつながるのかなと思います。それでうまくいく場合はいいのですが、きつくなる場合もあるのではないかなと。

自己啓発書のゴールドラッシュは終わった

——引き続き自己啓発書を題材にした研究をする予定ですか？

はい。『自己啓発の時代』を書くまで、つまり博士論文を書くまでに数百冊の自己啓発書を読んでいて、前著を刊行した時点で「もう自己啓発書は読みたくない! 読まない!」と強く思っていたのですが、PRESIDENT Onlineでの連載をやることになって、また一年で数百冊読むことになり、せっかく連載のためにあれこれ読んだから、これをまとめようと思ってさらに数百冊読んで、ということでもまだ読み続けています。『自己啓発の時代』で考えようとしたのは「自己啓発書

はどんな『自己』を作ろうとしているのか」ということでしたが、また違った観点というか、ほぼ逆の観点から自己啓発書の世界観について考えてみようと思っています。それと前著の至らなかつた点、先の読者インタビューとかですね、それらを盛り込んでまとめられたらいいなと思っています。ただ、博士論文を書き始めてから今までに自己啓発書を千数百冊くらい読んだことになると思うのですが、さすがに今度こそしんどくなってきていて、今やっていることをまとめ終えたら、正直なところ自分自己啓発書とは距離を置きたいと考えています(笑)

——千数百冊!? ですか。ものすごい量の自己啓発書を読んでいるんですね。

いえ、もっと読んでいる方はたくさんいます。自己啓発書の評論をされている水野俊哉さんや土井英司さんなどは、年に千冊くらい読むとか、そんな話をどこかで読んだことがあります。ただなんにせよ僕には限界が近づいている感じはします(笑)

——現在と今後の自己啓発書業界の行方についてはどう思われますか？

昨年から今年にかけて、編集者さんにもインタビューを行ってきたのですが、幾人かの方が、勝間和代さんや本田直之さんがブレイクした2008年頃をピークとして、今はスターがいなくなったとか、ヒットが出づらくなったというようなことをおっしゃっていました。テーマとしても、ドラッカー、掃除、スポーツものといったジャンルでヒットが出たあとは、割に落ち着いているようにみえます。今年上半期のベストセラーに『人生はニャンとかなる!』『人生はワンチャンス!』がありましたが、これは水野敬也さんが得意とするものというか、テーマの独自性というよりは見せ方の上手さに由来する部分が大きい気がしていて、そういう意味でもテーマの開拓は主な鉱脈はあらかた掘り尽くされてしまっていて、ますます見せ方の問題になっていくのかなと思っています。ただ見せ方が重要という考え方自体は特にここ1、2年の話ではないとは思いますが。

とはいえ、新しいテーマが開拓されないということは別に悪いことではなく、自己啓

発書のゴールドラッシュが終わり、市場の拡大期が終わり、安定期に入ったことの現れなのかもしれません。単に市場の飽和と衰退であるのかもしれませんが。いずれにせよ、自己啓発書が書店の目立つところにずらっと並ぶようなここ10年くらいの現象は、私たちの社会の現状を映し出しているのだらうと思います。居並ぶ自己啓発書の顔ぶれが今とは異なった方向に変わっていく、あるいはそもそも自己啓発書ではない違ったジャンルの書籍にとってかわられる、そんな変化が起きたとき、私たちの社会はまた、今とは異なったところに進むことになるのではないかと思います。書棚から社会を読む、ということですね。



自己啓発の時代 「自己」の文化社会学的探究

発行：勁草書房（2012）

「自分探し」「自分磨き」「自分らしさ」「キャリアビジョン」などの独特の言い回しで現代人が問う「自己のあり方」。本書は、この現代的自己論をテーマにベストセラーとなった自己啓発書、就職マニュアル本、女性ライフスタイル誌、ビジネス誌を細かく内容分析。編集に携わる者、出版関係者は必読の書だ。

3,132円（税込み）

編集の現場探訪 Vol.17

株式会社カイト

http://www.kites.co.jp/

1984年設立。企業・団体の広報活動、危機管理広報のコンサルティングを中心として、広報ツールの企画・制作はもちろんのこと、それに関連するイベントや町おこし・地域活性化のコンサルティングまで幅広い事業を手がける少数精鋭のプロ集団。「1.地球の基準 2.社会の目線 3.個人の尊重」という「カイト三原則」を踏まえて、危機管理広報を含めた「攻める広報」をお客さまに提案している。



広報の垣根を越えた発想で お客さまと社会に役立つ広報支援をめざす

株式会社カイト 代表取締役社長 大森 みつえ Mitsue Omori

広がる広報部門の危機管理体制 本番さながらの模擬記者会見を実施

産経新聞の記者をしていた故・土屋達彦が独立し、1984年に当社を創業して以来、企業や自治体の広報支援を一貫して手がけてきました。創業からこれまでの30年のあいだに、広報ツールの編集制作、メディアリリースなどの企業広報や商品広報の支援だけでなく、危機管理広報や地域おこし、海外対応と幅広い活動を行うまで業務の裾野を広げてきました。なかでも、近年企業が力を入れている危機管理広報は私たちが得意とするところ。危機管理広報は事件や事故が発生した時に、いかに迅速、かつ的確なメディア対応を行うかが大切で、その優劣によってその後の企業イメージは大きく変わってきます。そこで当社は、社会部記者出身の土屋の経験を生かし、本番さながらの模擬記者会見を実施しています。この模擬記者会見を行うには、お客さまとともに具体的なリスクを抽出し、細かい状況設定を作り込む必要があります。そのため、プロセス自体が危機管理の取り組みに直結することになり、お客さまから

大変高い評価をいただいているのです。

学校給食の栄養教諭と調理員さんを 表舞台に立たせたい

当社が手がけるユニークな広報支援の取り組みのひとつに、「全国学校給食甲子園」があります。これは地場産物を生かした自慢の学校給食を、全国から集まった学校および給食センターの栄養教諭と調理員がペアになって競う大会で、文部科学省や農林水産省が後援する大きなイベントです。今年で9回目を迎えるのですが、当社は、初年度の立ち上げからかわり、スポンサー集め、プログラム作成、メディアリリース、事務局代行から大会運営とすべての広報プランニングを手がけてきました。昨年開かれた大会では、全国から2,266校の応募があり、1次～4次の書類選考で勝ち抜いた12校が決勝大会に挑みました。決勝大会は実際に作った料理で争うのですが、栄養バランス、調理技術、衛生管理などの学校給食ならではの厳しい審査基準により、優秀校が決まります。会場は毎回地元から応援に駆けつけた学校関係者や報道陣で熱気に溢れ、優勝校が決まった瞬間の会場内

は歓喜と祝福の涙が交錯する感動的な雰囲気になります。この事務局代行業務は、小規模な当社にとって大変責任の重い仕事ではありますが、大会が無事終了したときの達成感は一息お。そして、なによりも普段裏方に徹している全国の栄養教諭や調理員のみなさんのモチベーション向上に貢献する社会的意義のある大会として、そうした仕事にかかわれることに、私たちは高い誇りを持っています。

少数精鋭主義 会社の強みは人財にあり

当社は、決して大きな会社ではありませんが、それでも巨大プロジェクトの運営から広報ツールの制作までの多岐に渡る業務をこなせるのは、社員全員がプロデューサーとして自主的に仕事に取り組む姿勢を持っているからこそです。当社の強みはまさに人財。優秀な社員に恵まれたおかげで、これまで安定した経営を維持することができました。ですから、これからは社員の結束をますます強め、広報という垣根を超えたさらなる事業展開を成功させるよう挑戦していきたいと思っています。

制作現場に聞く

AJEC会員社 株式会社カイトで活躍する社員の方に仕事について伺いました。



企画事業部

岩下 薫

Kaoru Iwashita

プライベートでは小学校から続けているボーイスカウトのリーダーとして子ども達とともに行動する岩下さん。昨年山口で開催された、約2万人が集まってキャンプをする全国大会（ジャンボリー）では、期間中発行された新聞の編集を担当し、全国の参加者と交流を深めた。こうした活動がそのまま仕事につながることもあるという人生のトレジャーハンター。

● 地域住民の想いをカタチにしていく仕事

私は大学院で専攻した都市計画の知識を生かすべく、卒業以来地域おこしのプランニングに従事してきました。カイトに転職したのは、2012年4月ですが、前職で手がけていた地域おこしの仕事を引き継ぎ、自治体にかかわるさまざまなプランニングのお手伝いやそれらに付随したツールの編集制作を行っています。私の仕事に通底しているものは、地域住民の意見聴取などの入念な調査のもと、住民たちの想いをカタチにすること。なかでも、川崎市は、長年かわり続けている思い入れ深い地域のひとつです。川崎市には、東海道五十三次の宿場町・品川に次ぐ2番目の宿場があったのですが、戦災によりほとんどの歴史的資源が焼失してしまいました。この失った歴史的資源を自治体と市民の手で取り戻し、町おこしにつなげたいと10年以上にわたりお手伝いをさせていただいております。

私の役割は、第三者の立場からワークショップを企画し、住民たちの意見交流ができるよう場を整えて、住民たちが自発的に活動を続けられるようコーディネートすること。昨年、この地道な活動が実を結び、川崎宿の歴史的資源を後世に伝える資料

館「東海道かわさき宿交流館」が開館にこぎ着けました。この資料館の設立は、地域住民たちの悲願でもあり、私にとっても大きな喜びとなりました。

東日本大震災後はさまざまな自治体で防災意識が高まり、地域で助け合おうという意識を持った住民が増えてきました。私としては、こうした意識丁寧な拾い上げ、カタチになるよう支援していきたい。そして、カイトで培ったメディアリレーションのノウハウを生かし、もっと若い世代に市民活動の魅力を伝え、地域の輪が広がるように仕掛けていきたいと思っています。



岩下さんが川崎市でかわった地域資源を生かしたまちづくり事業の例。どんな地域にも、町おこしに生かせる素敵な資源や宝物が必ずあるという。



総務部

長谷川 佳代

Kayo Hasegawa

趣味はクラシック音楽鑑賞とピアノやバイオリンなどの楽器演奏。バイオリンは週1回習っており、仕事の合間に練習中の曲を聴いてはイメージトレーニングをしているという本格派。好きな作曲家はブラームスとバグニニ。バイオリニストでは表現豊かなパールマンとスターンをお手本にしている。

● 創業者土屋の“人を大切にする精神”を受け継いでいく

私は1997年4月に新卒でカイトに入社し、総務と経理の仕事を担当していますが、「全国学校給食甲子園」などの大きなイベントを運営する時は、サポートに入り、また音楽関係の演奏会を運営する時は、主担当として演奏者の対応から会場の手配までこなすプロデューサーに早変わりします。この仕事スタイルは私だけでなく、社員みなに共通するカイト流の業務姿勢です。

土屋が亡くなる2014年1月までは土屋の秘書業務も兼任していた関係で、昨年は、土屋が生前残した書籍『叛乱の時代 ペンが挑んだ現場』の編集制作にも挑戦しました。この本は、いわゆる自分史なのですが、東日本大震災後の2012年に起きた霞ヶ関の首相官邸前の「原発再稼働反対」デモをきっかけに土屋がペンをとったもの。このデモに土屋は40数年前に起きた全共闘運動の光景を重ねていたようです。主に新聞記者の立場から全共闘運動が起きた叛乱の時代について記されているのですが、学生側の視点から描かれたものはたくさんあっても報道陣の立場から当時を追ったものはあまりなく、読者の方々から大変貴重な資料だとの

感想をいただいています。当時を知らない私でも、臨場感溢れる土屋の文体に惹き込まれ、時代のうねりを追体験することができました。

2014年3月に土屋の「お別れ会」を開いたのですが、自称“土屋ファン”だという多くの方々にお集りいただき、改めて土屋の人望の厚さに驚かされました。土屋はどんな立場の方にも平等に接し、人を大切にしていました。だからこそみんなから愛されたのだと思います。私たち社員もこうした土屋の精神を受け継ぎ、今お付き合いをしているお客さまとの関係をより強固なものにし、まだ見ぬお客さまとの縁づくりに一層邁進していきたいと思っています。

『叛乱の時代
ペンが挑んだ現場』著者：土屋達彦
発行：トランスビュー（2013）

学生運動から過激派による暴力が起きた1968年前後の十数年。あの叛乱の時代とはいったい何だったのか——。当時記者として現場取材し続けたジャーナリストの渾身の一作。