

Lin~~x~~rossing Tokyo

第2回 2011年10月5日（水曜日）開催

〈ゲストスピーカー〉

佐藤泰氏／せんだいメディアテーク 副館長

紫牟田伸子／編集家、プロジェクトエディター、デザインプロデューサー

〈進行〉

谷田宏江／マックスレイ株式会社

〈トークテーマ〉

光のチカラ

〈プロフィール〉

佐藤泰 さとうやすし

せんだいメディアテークの副館長として、「ターミナル(端末)ではなくノード(結節点)である」をキーコンセプトに、情報と情報を、人と人をつなげて発信していく姿勢を貫いている。ウェブサイトのコラム「メディアテークひと言メモ」の執筆、機関誌「ミルフィユ」の発行ほか、地域活性からアートイベントの企画まで、副館長としての役割を超えた幅広い活動を続ける。 <http://www.smt.jp/>

紫牟田伸子 しむたのぶこ

美術出版社『デザインの現場』『BT／美術手帖』副編集長を経て、2000年に（株）日本デザインセンター入社。「ものごとの編集」を軸に、社会や地域に適切に作用することを目指したデザインマネジメントを行う。2011年9月より独立し、紫牟田伸子事務所を主宰。主な仕事に、福井市「おいしいキッチンプロジェクト」、四国経済産業局平成22年度「しこく編集学校」、三井不動産「柏の葉キャンパシティ」ほか。現在、多摩美術大学情報デザイン学科、武蔵野美術大学通信教育学部、桑沢デザイン研究所、女子美術大学短期大学部非常勤講師。 <http://www.shimutaoffice.jp/>（準備中）

——前回リンクロッシングに出演していただいた面出薫さんのお仕事の一つに「せんだいメディアテーク」があります。関係資料を読み込みながら、大変心を打つ内容にたくさん出会いました。写真を見ていただければ分かるのですが、面出さんの非常に目を引く照明設計により、せんだいメディアテークは市民の方々からシンボルとして親しまれてきました。そして、3月11日の東日本大震災以降、復興のための活動を、建物としてのハードだけではなくソフトとして動くメディアテークの実状をきちんとお聞きしたいと思い、今回は副館長の佐藤泰さんにお越しいただきました。

また、デザインプロデューサー、プロジェクトエディターとして日本デザインセンターで活動されておりました紫牟田伸子さんに今回のディスカッションゲストをお願いしました。紫牟田さんは、都市に向けて持つ市民が自負と愛着を持つという「シビック・プライド」を提唱されており、コミュニケーションデザインや地域と地方との関わりのプロジェクトについて多くの実績をお持ちの方です。



< せんだいメディアテーク前景 >

佐藤：せんだいメディアテークは地上1階から7階の建物のなかに、図書館やギャラリー、また市民の方々がさまざまなメディアを使った情報発信を可能にするスペースを持つ複合施設です。複合した機能が層になってそれぞれのフロアに集まっており、機能に応じてレイアウトやインテリアは異なっています。外から見ると階ごとに光の色合いが異なり、キラキラ光る階もあれば、柔らかな光の階もあるというように、光の層ができています。

(三憲法)

最先端の知と文化を提供(サービス)すること

端末(ターミナル)ではなく節点(ノード)となること

あらゆる障壁(バリア)から自由であること

上記は私たちがコンセプトとして掲げている「メディアテークの三憲法」と呼ばれるものです。開館の5年前(1995年)くらいから、オープンしたらどのようなかたちで運営をするかという議論を重ねていましたが、メディアを使った活動がなんなのかといくら議論しても、未来のメディアの使われ方なんて誰も分かりません。あいまいなアイデアやイメージをつくることなく、せんだいメディアテークの在り方をどう捉えるべきなのかを話し合い、出てきたのがこの3つのコンセプトです。

何をするかはそのときの素材、人、場、次第で決まること。結論は求めずに、メディアテークという施設の具体的な役割を結論づけるかわりに、この3つのコンセプトを常に忘れないことが重要だろうと考えたのです。

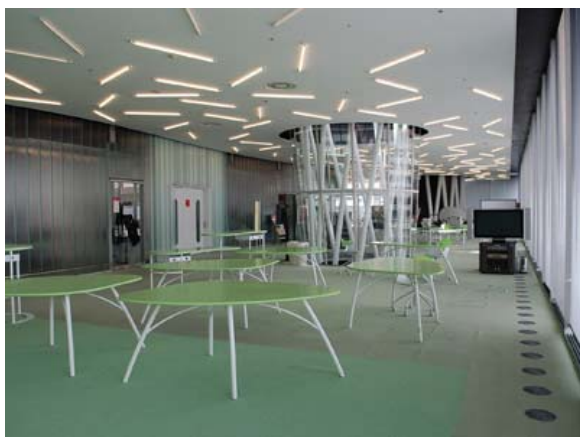
「最先端の知と文化」は、常にピカピカの新しいことをやるだけでなく、そのとき一番求められることに敏感に、意識的に反応する。サービスの内容だけでなく、サービスの仕方そのものも最適な状態に変えていくことを意識しようということです。

「端末(ターミナル)ではなく、接点(ノード)になること」とは、メディアテークで起きたことが、そのなかでおしまいになるのではなく、常に次の何かにつながっていくことを考えようということ。場として公共施設であるメディアテークに何ができるかを意識することで、次々にいろんなことにつながっていく可能性を持つと考えたのです。

「あらゆる障壁(バリア)から自由であること」。メディアテークは目や耳が不自由な方への情報提供という機能でバリアを超えることを求められていますが、さらに国、言語、文化、そして公共施設の運用者と利用者というバリアについても意識しています。バリアに対して常に意識を広げることで、ときには必要

なバリアを守ることも含め、バリアにしばられない本当の意味での自由（フリー）態度を学ぶことも大切だと思っています。

開館前に考えられたこのコンセプトは「三憲法」として残っており、スタッフのあいだでも「それってノードになってないよね」といった会話がいまでも起こるのです。



（7階 震災前）

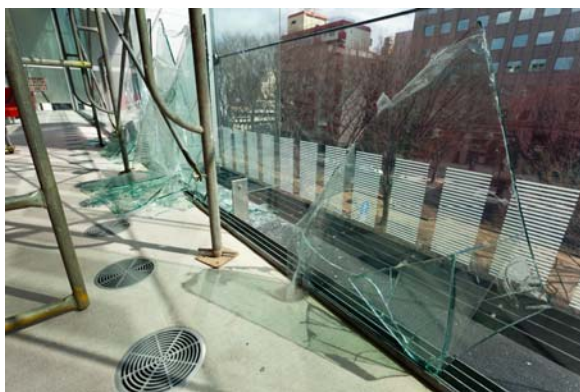
佐藤：7階「スタジオ」は、市民が自ら情報発信をするために必要な映像音響制作設備、機器を備えた空間。活動内容はさまざまなので固定のパソコンなどはなく、機材はワゴンに乗っていて、必要に応じて持ち出し接続して使うシステムです。ランダムに並んだ天井照明も珍しいものですが、これはディスプレイ使用時に照明の映り込みが気にならないようにプランされたものです。



（7階 震災後）

それが3月11日の震災でこのような状態になってしまいました。7階は吊り天井になっており、吊っているアームが建物の固有振動と共振する長さだったようで、激しく揺れた後、耐えきれずに落ちてしまった。発生時、僕はこの7階

にいたのですが、揺れているあいだ立っていることもできず、すごい音がしていたので天井が落ちたことに気づきませんでした。スプリンクラーのヘッドも壊れ、水が吹き出しているところもあって、本当に何がなんだか分からない状況でした。

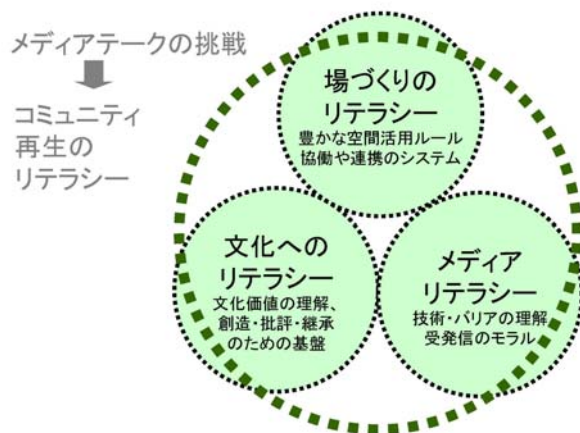


(3階 震災後)

これは3階部分。メディアテークはガラスを多く使っている建物なので、耐震のことはかなり考えられているのですが、震災時この3階が建物全体の歪みのちょうど真ん中だったようです。しかし窓に消防用侵入口があったため、揺れに対する許容量が低かったかもしれません。

また、同じく3階のライブラリーでは、間接的に天井を照らす吊り照明があったのですが、こちらは落ちませんでした。本はごらんのように落ちてしまいましたが……。

——このような状態になっても、震災以前と変わらぬぶれない発信をしているところが驚きです。



(メディアテークの挑戦)

佐藤：「メディアテークの挑戦」とありますが、これはメディアテークという公共施設がどのような役割を担えるかを考え、震災前に考えてつくっていたものです。場づくりのリテラシーが一番上にあり、文化とメディアのリテラシーがその下に並んでいます。

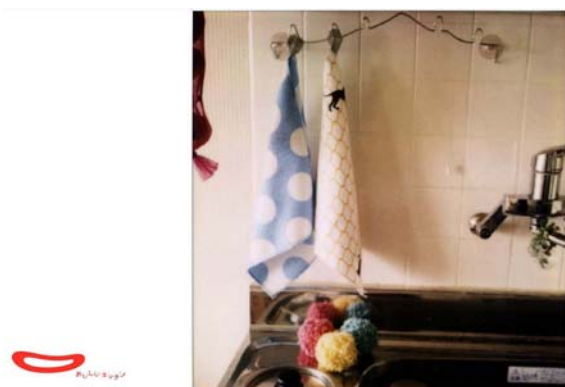
公共施設は、そこで何をやるかが問われがちですが、まずは“場”であることが重要なんです。地域の人が文化やメディアにうまくアクセスできる場所をつくり、そこから豊かな活動が広がっていくように育てていく。必要なのは、メディアテークのような場を地域の創造活動と連携の拠点として育てることがひいては町を育てることにつながるという意識を持つことなのです。

メディアテークという名前自体がカタカナでよく分かりませんよね（笑）。メディアテークってなんなんですかと聞かれる度に、私自身「いやあ、あのう、そのう」と言いながら、相手によって「実はギャラリーで……」「図書館がありまして」と冷や汗をかきながら説明をしてきました。しかし、実はその先にいかなければメディアテークがメディアテークである意味が生まれません。場としてのメディアテークのこのような考え方は、メディアテークをどう説明するか、頭を抱えた末、ようやく見えてきたものです。

紫牟田：私は元々出版社で編集者として働いていました。今でこそデザインに関係した仕事をしていますが、デザイナーではありません。“デザインを用いて

編集する人”という立ち位置が明確になったのは、地域（地方）と関わり始めてからですね。

初めて地域と関わったのが、福井市の「おいしいキッチン」プロジェクト（2005年）でした。地域経済活性化のためになにかデザインプロジェクトがしたいと相談を受け、デザインディレクターを選定して、5つの企業と5組のデザイナーのマッチングを行いました。このときつくったオリジナルキッチングッズは現在でも存続して販売しています。



< おいしいキッチン >

デザイナーが地域に入り込みモノをつくる事例は数多いのですが、私は直前まで記者として取材をしていて、誰が何をデザインしたかが分かって、どこで売っているのか、そのあとどうなったのかということが分からない。つくった後の方が重要なのに、発表して終わってしまうことがとても多かったのです。プロジェクトにはどのような意味があったのかと考えると、行政の問題だったり、企業の問題だったり、プロジェクト自体の問題だったりといういろいろ見えてきます。

そこでおいしいキッチンでは、売ることを想定したプログラムをつくろうとしましたが、結果的に現地企業の一つが販売を担当してくれることになったのですが、それでは普通の間屋のような役割になってしまうんですね。もっと違うやり方がとれるのではないかとも思いました。

そんなことをいろいろと考えていた頃、“シビック・プライド”という言葉と出会います。つくばエクスプレスの秋葉原とつくばのちょうど中間地点あたりにある「柏の葉キャンパス駅」前の広大な土地を所有していた三井不動産が行うマンション開発の企画立案のミーティングに私を含め何人かが集められま

した。そこにいらした伊藤香織さん（東京理科大学建築学科准教授）から、イギリスや EU 諸国で進行している都市再生プロジェクトにおいては、都市環境のハード面とともに、シビック・プライド（市民の誇りや自負といった意味）の側面に重点を置き始めている」というお話を聞いたのです。

「シビックプライド(civic pride)」

シビックプライドは、
都市に対する誇りや愛着

ここをより良い場所にするために
自分自身が関わっているという
意識を伴う当事者意識にもとづく
自負心といえる。



civic pride

< シビックプライド >

シビック・プライドの原点は産業革命の時代にまでさかのぼります。産業革命によって、農村部から都市部に人口が流入。新しくロンドンにやってきた人々は、自分が都市の市民である誇りを目に見える形で表現したいという思いからお金を出し合い、市庁舎の建設などを支えていたそうです。

時を超えて 1980 年代に入り、マンチェスターをはじめとした地方都市の産業は急激に落ち込みます。それらの都市の再生を行う局面になると、ハード面での再開発計画を再生させるだけでなく、その町のアイデンティティや都市のイメージを司る、「人々の心そのもの」の構築を行わなければならないのだ、という実は非常にあたりまえのことに目が行くようになりました。観光名所に人々を誘致しよう、産業を呼び込もうという前提には、皆がこの都市を愛し、自分たちがつくったという気持ち＝シビック・プライドがなければ、本質的な都市再生は不可能だと考えられたのです。

——紫牟田さんはいろんな国をまわって、シビック・プライドのリサーチをされたんですね。

紫牟田：たとえばアムステルダムには、市民の心に訴えかけるキャンペーンと

して「I Amsterdam」というものがあります。この地にいる人は、皆アムステルダムの人なんだと語りかけるようなもの。行政と民間が一体になり、市民のみならず、旅行者にも愛着を持ってもらいたいというものでした。バルセロナでも同様のキャンペーンを行っています。



< I Amsterdam / オランダ >

イギリスのブリストルでは、トラックが通るような町のど真ん中を通る道を遊歩道に変え、産業中心から人中心の町づくりへと転換しています。決して物わりの良い行政ではないので、なんとなく懐柔しながら、時間をかけて自分たちの心のなかに道や町を取り戻すというプロジェクトです。

キャンペーンだけでなく、公共空間のあり方が変わるだけでも、人々の心の中のシビック・プライドは変わっていきます。町と人がコミュニケーションできる接点は町のあちこちにありますから、町を人がきちんとコミュニケーションできるようにデザインすれば、町は絶対に面白くなるし、もっと人は楽しめるのだということがだんだん分かってきました。

——それはせんだいメディアテークが体現していることですよ。

紫牟田：そうです。たとえばアムステルダムの「I Amsterdam」キャンペーンは、建築や都市空間、公共交通機関に言及されており、それが美しいデザインになっている。フランスのボルドーにはトラムが走っていますが、路線上に照

明が仕込まれており、夜になるとトラムが走った後を追うように照明が光り、とてもきれいなんです。単なるイルミネーションではなく、トラムの存在が町をきれいにしている。

これらは住人だけじゃなく、働く人、遊びに来る人など、その町に足を踏み入れた瞬間に、町の人になれるというコミュニケーションの在り方を生み出しているのです。

——メディアテークで働く人の3分の1くらいが、宮城県外から来ていると聞きました。地方で働くという概念が変わってきているのでしょうか？

佐藤：我々は町をこれまで消費してきたんですよね。快適さや利便性だけを見て住みがいの意味を判断してきた。しかし、町自体の価値をつくっていく、そこに参加することで住みがいを感じるようになる人が増えてきている。中にはその町に住んでいなくとも、町の価値をつくることに参加する人もいます。そうしてできた町は本当に楽しい。町の基盤整備をそこから考えはじめたら、これまでと全く違う町づくりができると思うのです。

メディアテークは公共施設ですから、どれだけ人が集まってもお金を生み出すことはありません。もちろん海外から見にくる人もいますから、ここでお金を使わずとも、人が集まることで町としての経済効果は小さくはありません。しかしそのことよりも、この場所が消費するためではなく、価値に接するためや、創造するために機能していることが重要です。改めてこうした場所が求められているのではないかと思います。

紫牟田：佐藤さんのおっしゃった消費のためでない、「創造のため」というのはものすごく大切なこれからのキーワードですね。厳しい言い方になるかもしれませんが、地方が疲弊する理由は、観光消費で自分たちの首を閉めているからだとは強く感じているのです。間違っほしくないのが、シビック・プライドというのは観光プロモーションではないということ。確かに地域キャンペーン、シティプロモーションというのがシビック・プライドという呼び方をしている例がヨーロッパにもたくさんありますし、『来てください！』『ここでお金を落としてください！』という意識が透けて見えることもたくさんあります。しかし、実は日本でそれをやってしまうと、いままで以上に観光で首を閉めて

しまう。今までの資産を探し出すだけではダメなんです。地域が創造的になるために、将来の資産をつくるためのシビック・プライドが必要。ヨーロッパの事情とは異なり、日本では創造のための場所をありとあらゆるコミュニケーションのポイントでつくっていかなければならないと思うのです。

昨年度、四国のものさしづくりをする事業の一環として、「しこく編集学校」という試みを四国経済産業局と行いました。東京中心のものさしではない四国のものさし、四国ならではの素敵な働き方、生活があることを四国の内外の人にきちんと伝えていくことが必要だということを、いろいろな側面で考えていくセミナーのようなものでした。外側の人間が現地にあるものを探して、掘り出して、磨いておしゃれして見せるのではなく、現地の人がつくって知らせることをきちんとやろうということでした。

http://www.shikoku.meti.go.jp/soshiki/skh_a1/kouhou/9_info/shikoku/school/index.html

もちろんあいだに入って客観的に見ることも必要なので、北海道大学 CoSTEP で科学技術を分かりやすく伝えることを考えている渡辺保史さんやコミュニティデザイナーの山崎亮さん、フードディレクターの奥村文絵さんなどを交えて考えていきました。

—— ひとつの地域を全国の視点で考えていこうというものですよね。

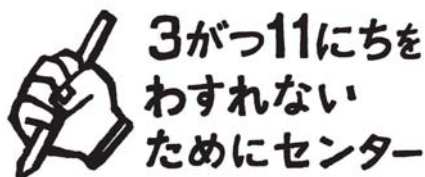
紫牟田：さきほどせんだいメディアテークは、3分の1が宮城県外の方で構成されているというお話もありましたが、メルティングポットはたくさんつくった方が良いと思うのです。しかし、シビック・プライドは町があってこそできるものですから、震災で町が壊れてしまったとき、どのような気持ちを持つべきか分かりません。現在の東北地方はシビック・プライドという枠のなかでは話しづらいことでもあります。ただ、デザインの方から復興の意気込みを見せるポスタープロジェクトを見たとき、涙がでちゃいました。「前よりいい町にしてやる」というのは、本心かっこいいなと思うし、シビック・プライドにも十分訴えかけるものです。

<http://fukkou-noroshi.jp/posters/#iwate>

佐藤：大人が凹んでいても、子どもや若者たちは明るく、けなげに振る舞って

いる。彼らだってもちろん傷ついているのに……。その振る舞いを見ているだけでグッときてしまう。彼らの未来がどこまで保証されるのか、現状では分かりません。だからこそ、その前向きな態度をどう活かすのか、大人はもっと時間を使って考えていかななくてはいけないと思いますね。

——せんだいメディアテークが震災の後、取り組んだプロジェクトについてご説明いただけますか？



発信は
さまざまな支援活動を応援し、
記録は
未来への財産となるように。

「3がつ11にちをわすれないためにセンター」

佐藤：建物が震災で損壊したため、復活までに時間がかかることが予測されました。部分的ではありますが、復活したのが5月3日。震災直後は、基本的に電気も来ないし、最低限の修理もままならない状態でしたが、公共施設としての役割、いままでやってきたことを今後のために役立てるという意味からも、まずは使えるところから場所として復活させることを最優先に考えたのです。

文化に関わる公共施設を運営している場合じゃないだろうという意見もあったし、意気込んで復活をうたうことへの後ろめたさもあり、迷いました。しかし、従来から市民による情報発信することを、まがりなりにもそれを10年やってきたのです。今回震災とその後のさまざまな復興のプロセスについて、大きなメディアが関わっていただけでなく、市民の目線で記録し、編集したものを地域の財産として共有し、未来に伝える必要があるだろうと「3がつ11にちをわすれないためにセンター」を立ち上げしました。

大手メディアが取った記録は、著作権の問題や放送権の問題で囲い込まれて

しまい、阪神淡路大震災のときも後日使えないものが多かったと聞いています。我々は市民目線で将来に伝えていくためにも、自分たちで取った記録をセンターを通じて募っていこうと思ったのです。

<http://recorder311.smt.jp/>

——これを見ると、石巻や南三陸など、沿岸部の被災地の方、いろいろな方々の声をひろいにいっていますね。

佐藤：被災者の声を聞き歩くこともやっていますが、震災後各所でさまざまに活動する NPO の方々にもお話を伺っています。震災から 6 ヶ月経ちますが、被災地の状況はまだまだ深刻です。市民と同じ目線でそのような状況に丹念に向き合い、記録を続けています。人と人が向き合うことの大切さをメディアとして残していると言えるかもしれません。

——メディアテークを設計された伊東豊雄さんがメッセージを寄せてらっしゃいましたよね。

【 つまりここは屋内化された広場のような場所なのです。このような公共施設は現在の日本にはほとんど皆無だと思われま。私にはこの学生の語った、「目的はないけれども何か安心できる場所」としてのメディアテークこそが、今被災された人々にとって最も必要とされる施設ではないかと感じるのです。それは言い換えれば「心の拠り所」です。（抜粋）】

“せんだいメディアテーク Web サイト” お知らせ - メッセージいただきました -

20110407 伊東豊雄氏より

(全文はこちら) → <http://prj.smt.jp/~smtweb/archives/110>

佐藤：震災からそれほど時間を経ず、この後何をすべきなのかと迷っているときに、伊東さんから励ましのメッセージをいただき、少し背中を押されたような気持ちになりました。最後にある「心の拠り所」は、言葉として使い古されたものですが、せんだいメディアテークが本来そういうものでなければいけなかったのだと改めて気づいたのです。

——「考えるテーブル」というのは？

佐藤：1階エントランスには、オープンスペースのなかに、カフェやショップがあり、一角が広場のような空き地になっていました。震災後、そのスペースに地域の人が集まって、支援や復興の進め方などの緊急課題だけでなく、精神的な問題など文化的なことも含め、胸のうちを語り合える場として使っていこうと、「考えるテーブル」というシリーズを始めたのです。豊嶋秀樹さん(gmprojects)にお願いして、これはすべて黒板仕上げのテーブルや椅子といったインテリアも用意。参加した人々がチョークを使って、直接アイデアを書き込むことができるようにしたのです。



< 考えるテーブル >

——このリンクロッシング東京の第2回めの相談でお二人とメールのやりとりをしていたのですが、紫牟田さんのおっしゃった地域や住む場所というフレーズが気に入りました。

(紫牟田さんメッセージ)

【住む場所の選択は、暮らしの内容と文化のバランスによると思っていますが、そのバランスを自分たちなりにつくろうという気運が強くなっているような気がします】

20110921mail 紫牟田伸子氏

紫牟田：東京生まれ、東京育ちの私は、いつも次にどこに住むんだろうと考え

ています。東京生まれだからといって、東京にいなくてもいいのだろうという気持ちが日に日に強くなってきているのです。もっとも若い人を見ると、もうどこに住んでもいいやと考えている人も多く、昨日東京にいた人が震災直後に福岡で暮らします、という感じになっている。しかし、これは震災があったからということではなく、その前からそのようになっていたのではないか、東京の吸引力が弱くなっているのでは……と思うのです。これはいろいろ土地に場としての吸引力が強いところできてきたからかもしれません。都心で享受できる文化とは違う、その土地ごとに存在する自分が選択すべき別の文化を選びに行くという人が多くなっている。

——さきほど観光というお話がでしたが、お二人それぞれが観光について語られた言葉を紹介したいと思います。

（佐藤さん、紫牟田さんそれぞれの言葉）

【地元の私たちが一番大切にするものこそ最高の観光資源】

メディアテークから見える街 その4「質実剛健」より 佐藤泰氏

【「観光」は「地域資源」という考え方のひとつの「活用の仕方」であって、観光とは異なる活用の仕方があるはずで、それは単純に「生活」なのだと。そしてそこに「文化」が生まれます】

20110928 mail 紫牟田伸子氏

佐藤：地域にとってどのような役割を果たしうるのかを理解しながらデザインすることは難しいものです。奇をてらった、変わったデザインである必要はなく、地域の生活の質にみあった中身があればいい。関係のないデザインを持ち込んで、何かあたらしいことをやろうとしたとき、反発を受けるでしょう。地域特有の在り方は一つの価値であるし、地域にとって大事なものをベースに、そこから生まれる価値をもっと発展させていくことが必要。地元の間が大切にするものこそ最高の観光資源であってほしいという願いを込めているのです。東京は何でもありすぎて、そこから自分が何をしたいのか分からなくなっている。地方は何でもあるわけではないが、何もないわけではない。本当に大切なものを選びとりやすい状況であるとも思うのです。

紫牟田：本当にそうなんです。何を情報として選んだらよいのか自体、若い人は面倒くさくて仕方ないらしい。地方の方が分かりやすい状況にあるのだと思います。地元の方が大切にすることは、本当に大切な観光資源になりうる。それこそごく自然な人と地域の結びつきだと感じます。デザインの側にいつも嫌なのが、地域の一部をはがして、違う洋服を着せて観光資源にしている。そうしたデザインの在り方が一番誤解を生むんじゃないかと思ってしまう。

佐藤：最近、日本のアニメ文化に国際競争力があるとかいって、国が率先していろんな取り組みをしていますよね。しかし、アニメ文化を生み出した層の厚さ、質の高さを度外視して観光にできてしまっている。海外向けにアレンジして売ろうとしている。これでは日本が持つアニメの質はどんどん悪くなってしまふような気がします。日本のアニメ文化に力があるのは消費者が強いからこそ。クリエイターの実力はもちろんですが、消費者がそれを厳しく選別し、批評することによって作りあげている質の高さがある。これと同じことが地域にも言えると思うのです。小さくとも、地域の人がこだわっている質を価値として製品化するということ。そのためには地域の人がきちんと育て、批評しなければならない。地域の人が「よく分からないけど、これは東京で売れるらしいよ」とやってしまうのではなく、自分たちが本当にいいと思うところで勝負できればいいなと思います。

紫牟田：ものづくりで地域に行くところとは一番悩むところで、私はせんだいメディアテークのように、地域に根っこを下ろしていない。どれだけその人がそこに誇りや自負をもっているかを知った上で、どのように出したいか分からないところだけ私がアドバイスできれば……というのが理想です。

香川の漆でジャパンプランドをやったときなど、やはりはじまりはいい加減。商工会議所が「ちょっと助成金ほしいな」というくらいでやり始める。ジャパンプランドは海外に出すための助成金ですが、国内でもやった方がいいということで、漆芸家を中心に「漆の家」というプロジェクトを瀬戸内国際芸術祭で発表しました。

最初はすべてを頼られ、聞かれたことに対して、こうした方が良い、海外に見せるならこうじゃなきゃだめというようにと逐一アドバイスを伝えていました。そこには葛藤もあり、私は嫌われもしたと思います。向こうの人々もいろ

いろいろ考えるようになり、イベントから半年ほど経ったとき、あんなにケンカしたのに「紫牟田さんは僕たちに見えないところを見てくれた」と言ってくれ、これからは自分たちでブランドをつくりますと宣言し、必要に応じて私に話しをしてくれるようになりました。地域のなかで価値を見だし、根付くためには、自分たちがどのような状態であるのか、どのような価値があるのかを見極め、自覚することがこれほど大事なのかと改めて感じたのです。

漆の人というのは、基本的には一人でやるのが大前提なので、皆で何かするということがありませんでした。ターミナルでなく、ノードになる必要があることを口酸っぱく伝え、今では本当にノードになろうとしている知ったとき私は嬉しい気持ちでいっぱいでした。

——メディアテークも参加している「仙台宮城ミュージアムアライアンス」というのは、仙台地域にある博物館施設との連携プロジェクトなんですよ？



<http://www.smma.jp/>

佐藤：美術館、博物館以外にも、動物園、植物館といった文化・社会教育施設も含まれる幅広いものです。そこには地域にとって文化的、歴史的なものも含め、そこに関わる人脈など、地域にとって大切なリソースがあります。日頃そのリソースに対し、地域の方は個別にアクセスしていますが、地域にとっての知的、文化的なリソースの群れとしてトータルで動いていこうというものです。どこか一つにアクセスしたことで次につながる。それぞれの館がノードになり、互いを結びつけていく役割を担えば、地域のミュージアムの意味は全く違うものになってきます。ミュージアムは入館者が少ないのにお金ばかりかかっている

ると風当たりが強いもの。費用対効果が見えないというのは問題かもしれませんが、文化施設は直接的成果がすぐに見えるものではないものの、地域に対していろいろな働きをしようもの。それをミュージアムのメンバーが意識し、こうした組織があることを一般市民にアピールすることで、ミュージアムの新しい価値について知っておうとしています。

——地域の人と一緒にあってつくりあげようというものなので、紫牟田さんがおっしゃったように、いろいろな人が訪れ、情報が蓄積することによって刺激を受け、このようなことに及んでいる。

佐藤：シビック・プライドの捉え方もいろいろあると思います。その資源となる材料がいろいろあることを見えるようにしたいのです。

紫牟田：シビック・プライドは人の心に生まれてくることなので、誰かに強制されてできるものではありません。一人ひとりの心に生み出されるためには、なんらかのことが視覚化され、実感されることが重要。伊東さんの言葉にもありましたが、せんだいメディアテークが広場であり、心の拠り所となっていることが分かっただけでもよかったなと思うのです。もちろん震災が良かったということではありませんが、震災がきっかけとなって、そのことがはっきりと見えてきた。

シビック・プライドのリサーチで各地を回ったとき、広場のように人が集う場所の存在がいかに重要であるかということに気づきました。「しこく編集学校」は、古い施設や経済産業省の建物、あるときは町中のカフェで開催したのですが。考えてみればそれはどこも端末（ターミナル）にすぎず、ノードではなかった。場所の広場性というのは、町にとっても人にとっても大切。せんだいメディアテークの面出さんの照明計画というのはものすごく的を得ていたように思います。建物自体が町の心の光になっていたのではないかと感じます。

佐藤：メディアテークはケヤキ並木のある定禅寺通りに面していますが、季節が良いときには入り口は完全に外に向かって大きく扉が開くようになっています。救急車のサイレンや、バスが停まったときには「メディアテーク前です」というアナウンスも館内まで響き渡るのですが、特にクレームが出たことはあ

りません。多少暑かったり、寒かったりしても、開放的な空間となっており、誰でも来れる広場になっていました。時間が余ったからちょっと寄ろうかなという感じ。ここを拠点に、いろんな文化的ポイントや活動にもつながっていく構造になっていると思う。アクセスポイントとして敷居の低い、気持ちの良いポイントに成り得ている。空間と場所のおかげだと思います。



< せんだいメディアテーク 1F 広場 >

——仙台では「光のページェント」といって、年末にいつもケヤキ並木をライトアップするイベントを20年以上やっています。今年は節電といわれていますが、今年はやるのでしょうか？

佐藤：震災で照明器具をやられたようですが、基本的には各方面からの協力を得ることができ、なんとか実施できるようです。



< せんだいメディアテーク前 光のページェント >

——阪神淡路大震災の際にも、ルミナリエをやったことで心にも光が灯った、心が明るくなったと聞きました。我々照明メーカーは、節電というミッションのなか、厳しくチェックされる対象になってしまうので、大きな転機になっています。



<http://www.smt.jp/hitokoto/50/>

佐藤：地震の後、町中の電気はすべて消えてしまったので、普段見えない星空がすごくきれいに目に映りました。地震のショックや津波の情報を耳にしながらも、見上げた星空は美しかった。この写真は私の同僚が撮ったものですが、彼も同じことを考えていたのかもしれない。数日間このような状態が続いていました。

——真っ暗ななかの星空のように、震災がきっかけとなり、せんだいメディアテークの本質的なパワーが引き出され、未来への希望へと繋がっているような気がします。

* レポート内でご紹介しました、「仙台宮城ミュージアムアライアンス」の一環事業で編集され配布される予定だった「せんだいノート」。震災によって発行が凍結されそうだったそうですが、申し出てくれた出版社により発刊されました。東北六県の 900 を超える大小のミュージアムにあらためて連絡し、それぞれの震災後の状況を追記した「せんだいノート」は、ふるさとへの思いと復興への祈りを載せて、全国の書店に並び始めています。

<http://amzn.to/teYHHY>