

2016.9

# News Letter 05



ラボ活動報告『阿武町の魅力を伝えよう』編 第1弾

これまでのラボでは、阿武町のことを知る活動や町の皆さんの暮らしに触れる活動をしてきました。では、実際にそれらの情報をどのように活用していけばいいのでしょうか。そこで今回のラボは、地方での暮らし方を特集した雑誌記事を用いて、その構成を紐解いていくワークショップを行いました。その過程を通じて、取材のコツや情報を取りまとめるコツなどを学びました。

## 21世紀の 暮らし方 研究所



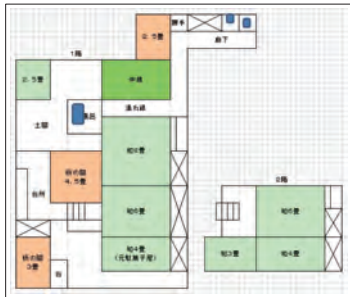
日時 >> 2016.9.24 Sat 13:30-16:30

参加 >> 22名 (町内 10名, 町外 12名) + 研究員の子ども 6名

プログラム >> 前回のふりかえり --- レクチャー --- ワークショップ --- まとめ

レクチャー  
**変わりつつある  
 情報発信**

studio-L 村岡さんより



新生活を始めるといった際に、仕事探しや住まい探しで私たちが目にするものってなんでしょう？そう、「求人票」や「間取り図」ですよね。求人票や間取り図のように、統一された様式で情報がまとめられていると、世の中にたくさんある情報の中から自分に合うものをざっくりと選び比較する際に役立ちます。

では、これらの求人票や間取り図から、どれくらい具体的に自分の新しい働き方や暮らし方を想像できますか？そうですね、文字の情報だけだと、細かな想像をするにはやはり限界があります。

最近では、仕事や不動産情報を提供するウェブサイトなどに、共に働くことになる人や空間を設計した人の想いを載せたものが増えてきています。そうすることでメッセージ性が強まる効果が出ます。

(▶参考事例は最終ページに掲載)

今日のワークショップでは、地方の暮らしを伝える雑誌を参考に、その伝え方のポイントや、実際に取材する際の心がけを学びたいと思います。

ソフトコト 2016年4月号  
 地方の仕事特集を題材にします



ワークショップの流れ

1 文字から受ける印象を話し合おう

まずは、記事の中から「仕事の概要」がまとめられたパーツの切り抜きが配られました。そこにはお店の名前、場所、営業時間など最低限の情報しか書かれていません。文字情報だけから伝わる印象を「〇〇そう」という表現で付箋紙に書き出しました。

2 写真から受ける印象を話し合おう

続いて、記事の中から仕事の様子を象徴する「3枚の写真」の切り抜きが配られました。写真という視覚的な情報から受ける印象を、同じく「〇〇そう」という表現で付箋紙に書き出しました。

3 文字情報(1)に視覚情報(2)が加わることで変わった印象を話し合おう

作業1と作業2で書き出した「〇〇そう」という印象に、どのような変化があったのかを付箋紙に書き出しました。文字情報と視覚情報それぞれが持つ役割や両方掲載することで生まれる効果についても話し合いました。

4 記事の完全版を見ながら表現のコツを探ろう

ここでようやく記事の完全版が配られました。作業3で話し合ったポイントが、どのような言葉や写真の取り方で表現されているのかを探り、記事にマーカーをしていきました。

5 取材に必要な「目」と「耳」について話し合おう

最後に、いざ自分たちが空き家とその所有者の想いを取材する際に、どのような目(着眼点)とどのような耳(傾聴力)を持てば良いのかについて話し合いました。

54 洋服  
 足踏みミシンと手縫いで仕上げる。  
**青空洋服店** [島根県]  
 店長に聞きました 森田あづさん  
 Q オススメの商品は？  
 ワンピース、コートなど  
 2万円~3万円  
 売れたらそれきりの受注生産なので価格は目安です。受注金の時期や場所は電話でお問い合わせを。  
 DATA 住所 島根県邑智郡邑南町上田所505-2 開店時間 10:00~18:00 休業日 特になし アトリエなので商品販売はなし。見学希望の方はまず電話を。 tel.090-4145-7135



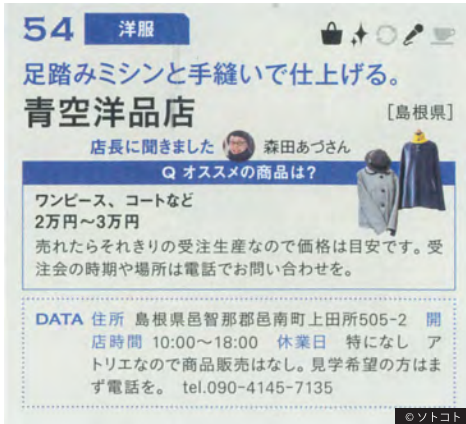


1班

メンバー  
 児玉 健太 末益慎太郎 末益絵里 藤村 久美子  
 古河 和子 松岡孝行 山本 直

ファシリテーター (まとめ役)  
 山根・石田 (阿武町役場)

1 文字から受ける印象を話し合おう



お店のイメージ

- ・少人数でやってそう
- ・知ってる人しか行かなそう
- ・お店の周りが静かそう
- ・店長の顔が見づらそう

店長のイメージ

- ・仕事が丁寧そう
- ・生活が大変そう

商品のイメージ

- ・オリジナルの商品が買えそう
- ・一生モノの品物が手に入りそう
- ・予算より高くなりそう
- ・商品が届くまで時間がかかりそう

2 写真から受ける印象を話し合おう



お店のイメージ

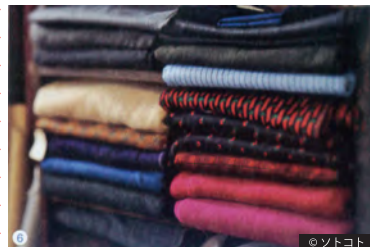
- ・やっぱり寒い古民家で作ってそう
- ・全体的にアットホームそう
- ・家具まで古いものにこだわってそう
- ・職場の雰囲気があったかそう
- ・全体的にレトロそう

商品のイメージ

- ・帽子あったかそう
- ・うすくてあったかそう
- ・主に冬物扱ってそう
- ・ニット系も作ってくれそう
- ・地味な色が多そう

店長のイメージ

- ・優しくて話やすそう
- ・落ち着いた雰囲気好感が持てそう
- ・店長は仕事にポリシー持ってそう
- ・店長がほがらかそう
- ・古いものを大切にしていそう
- ・雑貨屋さん好きそう
- ・旦那さんが金持ちそう
- ・副業やってそう
- ・使う道具にこだわりありそう
- ・イラストもうまそう



3 文字情報(1)に視覚情報(2)が加わることで変わった印象を話し合おう

商品が見える、こだわりが分かる

- 店長の道具へのこだわりが見えたと、興味を持った
- どんなものを作っているのか想像しやすくなった
- 商品が素敵に見えるようになった
- 商品に心がこもっている感じがした

雰囲気・人柄が分かる

- 店長の雰囲気が見えて興味がわいた
- 店主に関する情報が増えた
- 店長のような服装、スタイリングができるものも作ってくれそうだと感じた
- 店長もより素敵に見えるようになった

仕事の仕方、働き方が分かる

- 丁寧な仕事をやってくれそうだと、より感じるようになった
- 店もとても素敵に見えるようになった
- アトリエの様子が変わった
- 店長自身がつくっていることがわかった
- 行ってみようかなと思った

- ♥ 人の写真はとてもメッセージ力が強いと思った
- ♥ 縫いや衣料に興味のない人もひきつけられるはず！



4 記事の完全版を見ながら表現のコツを探ろう



5 取材に必要な「目」と「耳」について話し合おう

- 手・服装・部屋・家具などから「その人らしさ」や「こだわり」を発見できる目を持とう！
- 男目線、女目線も取材に生かそう！

- その人の根幹にまつわるエピソードに耳を澄まそう！
- HOT SPOT（気持ちが高ぶる瞬間）を聞き取ろう！
- BGMなどからも「その人らしさ」を感じ取ろう！





2班

メンバー

阿武みどり 小野薫 下川翔平 中塚和央 羽鳥純香

三好宏美 矢次稔浩 山本悠理

ファシリテーター

西上 (studio-L)

1 文字から受ける印象を話し合おう



お店のイメージ

- どこで買えるのか分からなそう
- 手軽に買えなさそう
- 休みの日は行けなさそう
- 買いにくそう

商品のイメージ

- 若者受けしそう
- 外国人のお客さん多そう
- オシャレそう
- Senbei ってローマ字で書いたらせんべいじゃなさそう
- お土産によさそう
- 観光客向けじゃなさそう
- 色々な味がありそう
- かたそう

店長のイメージ

- ノリ良さそう
- とがってそう
- 英語しゃべれそう

2 写真から受ける印象を話し合おう



お店のイメージ

- 老舗そう
- 伝統を守ってそう
- 新しいものと伝統をミックスしてそう

商品のイメージ

- カロリー低そう
- さっぱりしょうゆしかなさそう
- 出来立ては美味しそう
- 袋で買いたくなりそう
- のびしろありそう
- Senbei 以外のグッズで商売していそう
- せんべいの力でせんべい以外のブランド化も手がけていそう

店長のイメージ

- せんべいを心から愛していそう
- 兄弟あんまり似てなさそう
- 父親と似てなさそう
- 親の熱意を引き継いでいそう
- 家族の絆が強そう



3 文字情報(1)に視覚情報(2)が加わることで変わった印象を話し合おう

お店について

- ・作り手と売り手のコンビネーションが見える
- ・家の歴史を感じた
- ・商品だけでなく店の内面が分かって、より身近になった。

店長について

- ・店の思いに心が動かされる
- ・直接会ったような気がする
- ・店の人の良さが伝わってきた。
- ・言葉→饒舌、写真→謙虚

商品について

- ・手作り感
- ・選びたくなるパッケージ、味、量の情報が分かった
- ・商品の質感が伝わった
- ・工程が見えて味の想像ができる

- ♥ 想像がポジティブな方に向いた
- ♥ 想像力が湧いてくる
- ♥ 自分の主観も入れて読むことができる

- ♥ 文字よりも写真の方が目に留まりやすい
- ♥ 文字だけで伝わらなかった想いやこだわりが見ただけで分かる



4 記事の完全版を見ながら表現のコツを探ろう



5 取材に必要な「目」と「耳」について話し合おう

驚く目

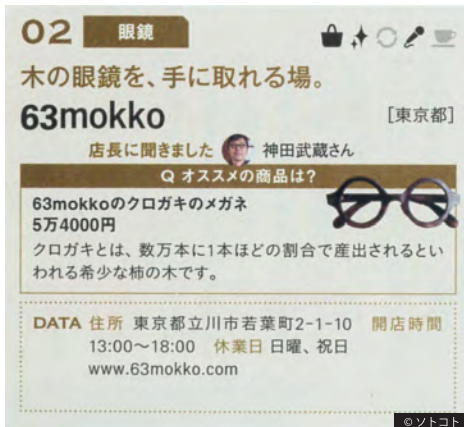
- ・赤ちゃんのように素直に現場を見つめよう！
- ・消費者の目線、作り手の目線、客観的な目線など、多様な方向から観察しよう！
- ・読者が知りたいことを写真で伝えよう！



寄り添う耳

- ・いいこと、そうでないことの両方に耳を傾けよう！
- ・背景や歴史について聞こう！
- ・読者が応援したくなるような共感の接点を話の中から引き出そう！

## 1 文字から受ける印象を話し合おう



## 店長のイメージ

- めがねに命をかけてそう
- こだわりがすごそう
- OPEN 時間が短いので作ることに時間を割いていそう

## お店のイメージ

- 店内も木のおいがしそう
- おしゃれそう
- 平日は仕事している方々は来店しにくそう
- お店に入りにくそう
- 接客が大変そう
- クロガキ (材料) がなくなったら閉店してそう

## 商品のイメージ

- どれも高そう
- 希少そう
- 種類が少なそう
- 木のめがねしか無さそう
- 失敗できなそうで商品の扱いで気疲れしそう

## 2 写真から受ける印象を話し合おう



## お店のイメージ

- 店内にもこだわりがあふれていそう
- どんなお客さんが来るのか緊張しそう
- 1人1人の対応をしていそう
- 作業台も年季が入っていて、きっと誰かから引き継いでいそう

## 商品のイメージ

- ぬくもりがありそう
- 高そうだけど見てみたい
- 作り方を見たら愛着がわきそう
- メガネへの想いが伝わってきそう
- 1つ1つの作業が細かそう
- 製作に時間がかかりそう
- すごい集中力が必要そう
- アレンジ調整ききそう

## 店長のイメージ

- 道具への愛着が強そう
- 用具へのこだわりがありそう
- 要望を具体的に形にしてくれそう
- お客様の意見をしっかりくみ取ってくれそう
- とても物静かそう
- 丁寧な仕事をしそう
- 商売気がなさそう



3 文字情報(1)に視覚情報(2)が加わることで変わった印象を話し合おう

お店について

- ・丁寧な仕事をやってくれそうだと、より感じるようになった
- ・店もとても素敵に見えるようになった
- ・アトリエの様子がわかった
- ・店長自身が作っていることがわかった
- ・行ってみようかなと思った

商品について

- ・店長の道具へのこだわりが見えたとし、興味を持った
- ・どんなものを作っているのか想像しやすくなった
- ・商品が素敵に見えるようになった
- ・商品に心がこもっている感じがした

店長について

- ・店長の雰囲気が見えた。興味がわいた
- ・店主に関する情報が増えた
- ・店長のような服装、スタイリングができるものも作ってくれそうだと感じた
- ・店長もより素敵に見えるようになった

- ♥ 全体的に情報が濃くなったと思う
- ♥ 1回は来店したいと思える
- ♥ マイナスのイメージがプラスに変わる



4 記事の完全版を見ながら表現のコツを探ろう



5 取材に必要な「目」と「耳」について話し合おう



点ではなく円で見る目

- ・その人だけではなく、周辺地域やご近所にも目を配ろう！
- ・その人の感性、魅力に気付く目を持とう！
- ・手からその人らしさを感じ取ろう！

背景を聴き取る耳

- ・背景を聴く耳を持とう！
- ・その人のキーワードを見つけるように話を聞こう！
- ・友人や近所の方からもその人らしさを聞き出す耳を持とう！



## まとめ

studio-L 村岡さん



「驚く目」「寄り添う耳」「点でなくて円で見る」など、思い出不動産プロジェクトの指針になるような言葉がたくさん出てきましたね！ 今回のことを意識して取材をすることで、思い出不動産の記事づくりがスムーズに進むと思います。

皆さんがおっしゃったように、相手の根幹をなすエピソードを聴くことは大切です。どうして空き家になったのか。どうして空き家を誰かに住み継いでほしいと考えているのか。今回題材にした、雑誌の記事がそうであったように、相手の大切にしてきたものに寄り添うようにお話を耳を傾けることで、自然に良い表情を引き出すことができるでしょう。

また、空き家一軒を単体で紹介するのではなく、ご近所や周辺環境についても合わせて発信したいですね。まさに、「点でなくて円」の情報発信です。そのような記事を増やし、連ねることで、阿武町全体をまとまりのある「円」として伝えることができます。

地方の暮らしを伝える雑誌やウェブサイトは増えています。今日のワークショップの内容を踏まえて、それぞれの媒体を研究してみてください。そうすることで、取材する「目」と「耳」が磨かれますよ！

studio-L 西上さん



阿武町が「選ばれる町」になるには、「住んだらどんな暮らしがあるのか」をリアルに想像して考えてもらえることが第一歩です。

そのためには、町の様子の写真が載っていたり、空き家の持ち主の家族のエピソードやご近所の方の暮らしぶりを感じることができると、記事に「地域性」を持たせることが大切です。

そこに、良いこと悪いことどちらも書かれているなど「誠実さ」が加わることで、読者の心の中に「実際に行ってみたい」という気持ちが起こります。記事の端々から阿武町を感じ取れるよう、次回のラボでは是非細やかな取材をしてください。

近年地方への移住が盛んになっていますが、「選ばれる」には「多様さ」がポイントになります。都会は、働き方・住まい方・ファッションなどにおいて、多様であるのが当たり前でそれが許されています。一方で、一般的に田舎は少しでも変わっているだけで目立って、話題や興味の対象になってしまうことがあります。

田舎なのにいろんな人がいて、いろんな暮らし方が認められているということに、人はいい意味でのギャップを感じ、集まってきます。

町内外から様々な年齢や職業の方が集まるラボが「多様性の象徴」になってきているように、思い出不動産プロジェクトが多様な暮らし方を育む受け皿となり、阿武町の新たな魅力になることを期待しています。

## 参考事例の紹介

### “インタビュー” 記事を用いた ウェブサイト

①



②

生きるように働く人の仕事探し  
日本仕事百貨

③



④

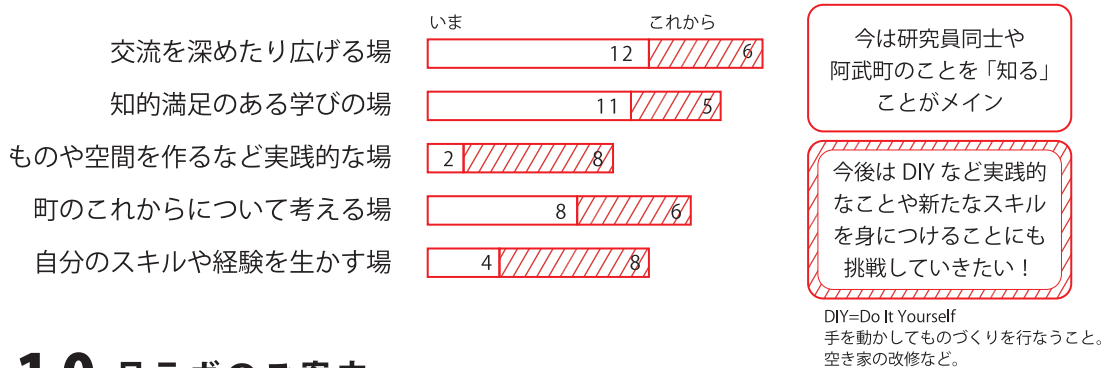


①②③ 仕事紹介系 ④ 物件紹介系

## 今日のワークショップで学んだこと

- \* 記事をただ読むのではなく、自分だったらどのように書くかなど、視点・目的を持つことで得られる情報量が全く違うことが分かりました。
- \* 膨大な情報量の中にも写真が入るだけで先を読む意欲がわいて関心の幅も広がると感じました。
- \* 「記事から発信していく大切さとそれを表現する人の目や耳」の必要性。
- \* これから情報誌を見る目が変わりそう
- \* 「驚く目、寄り添う耳」「点でなく円」
- \* 素敵な言葉にたくさん出会えました。物を見る目線、切り取り方などのセンスを磨きたいと思います。
- \* ちょうど来週、空き家の持ち主と空き家で会うので、しっかりエピソード、思いなど聞いてきます。今回の内容はめちゃくちゃ勉強になりました。
- \* 文章、写真の組み合わせによって、物語がどのように伝わるか、改めて勉強できた。百聞は一見に如かず、眼は口ほどに物を言う。
- \* 取材の仕方、人に話を聞くということに難しさがわかり、その方法の一つを学びました。
- \* 人によって見る角度が全く違うと改めて思った。
- \* 色々な視点を持つことが大切。違う視点を持つと見えてくるものが変わってくる。
- \* 町が移住者から選ばれるためのプレゼンを一生懸命していく時代になったという驚きがあった。
- \* 魅力を発信するためどうすれば良いかを知ることができた。様々な他の人の意見を聞いた。

## 私たちにとって「いまのラボ」と「これからのラボ」とは



## 10月ラボのご案内

開催日 >> 2016.10.22 Sat 13:30-16:30 場所 >> 水甚

テーマ >> 『阿武町の魅力を伝えよう編』第2弾

実際に町内にある空き家を所有されている方からお話を伺います。

事務局 >> 役場総務課企画広報係 tel 2-3111 ニュースレター編集 >> 株式会社 studio-L