



第37号 2021.10.31 発行  
 発行者：株式会社協進印刷  
 編集者：JO 編集委員会

# 真ん中を歩くな。端っこを歩くやつが世の中を変える。

金一グループ会長 坪倉良和 さん

横浜中央卸売市場本場水産部卸金一グループ代表  
 祖父の代から続いている仲卸の二代目。横浜魚市場協同組合理事。  
 公共空間の多目的利用と五感に訴えた販売の魅力を追求め、神奈川県内の商店街有志と「かながわ朝市ネットワーク」を結成、副代表として地域活性化に取り組んでいる。

その他、横浜中央卸売市場の有志とヨコハマポータルサイド地区を中心に生産者と消費者をつなぐマルシェ（市）開催や、大通り公園の清掃活動「大通り公園市民プロジェクト」開催など、町活性化のイベントを主催している。  
 令和3年の横浜市長選挙に立候補。



**江森**…まずは横浜市長選お疲れ様でした。いまや坪倉さんは「時の人」ですから、何はともあれお話を聴いておかないかと思っ  
 て伺いました（笑）。市長選立候補してみ  
 てくださいました？選挙ってどうい  
 うものなんでしょうか？

**坪倉**…なにしろ政治の素人がひとり  
 で乗り込んでいくわけじゃない。何年  
 も前から一つと選挙やってる選挙管  
 理委員会とか、そこに出続けている政  
 治のプロの人はなんとも思わな  
 いんだろ。素人の立場からしたら普  
 通に考えておかしいだろ。っていう  
 ことがいっぱいあるわけ。たとえば  
 市内4700箇所にある掲示板に、ポ  
 スター自分で貼りに行け  
 っていうんだよ！そんな看板立てる前  
 にボードに印刷しときゃいいだろ  
 って思わない？だいたいからしてポ  
 スター代ぐらい払ってくれるのかと  
 思っ

たのよ。そうしたらそれは後日お支  
 払いします、ただし有効投票数と  
 れたらって言うじゃない。そうす  
 ると15万票ぐらいとらな  
 いといけないんだよね。ある候  
 補者の人はポスター貼るだけで  
 ボランティア1000人集めたって  
 言ってるよ。ボランティアって  
 言ってる、タダでわけにいか  
 ないからね、まともにもやると  
 んでもなくお金がかかるよ  
 ね。

**江森**…得られたものはなん  
 ですか。

**坪倉**…選挙が身近になっ  
 たということかな。なにしろ身  
 近な人が出てるわけだから、政  
 策に興味をもってくれたり  
 とか、そういう効果はあった  
 と思うな。

**江森**…民主主義のため  
 にもすごい犠牲を払って  
 いただきました（笑）。

**坪倉**…うーん、でも別に  
 犠牲とも思っ  
 ないんだよ。人生のやり残し  
 をしたくない

ていう思いがあっ  
 てね、自分の中で行政に文句  
 があり、政治に文句があり、  
 横浜に文句があっ  
 て、言ってもわかって  
 くれな  
 いな、出るとこ出  
 ちゃおうかってね（笑）。  
 チャレンジではあるけど、  
 もう死ぬってときにあの時  
 言っておけばよかった  
 かなと後悔するよりは、  
 なかなか面白かった  
 よねって思いたい  
 じゃない。

**江森**…会社も3つに分  
 けて後継者づくりをして  
 いると伺いましたが、  
 何か後に残していき  
 たいという思いが  
 出てきたということ  
 でしょうか。

**坪倉**…会社の場合、  
 いかにかたくさんの  
 同志をもった人間を  
 育て、それぞれの城  
 築してもらおうと  
 いうことだけど、  
 選挙の場合、また  
 ちよつと違って、  
 自分が思う不条  
 件とかおかしいと  
 思うことをなんと  
 か解決できないか  
 という思いから  
 出たことなん

だよ。だから自分  
 の中では政治とい  
 うよりは市民運  
 動に近いかな。

**江森**…坪倉さんが扱  
 っている「食」とい  
 うテーマは市民生  
 活への影響とい  
 う意味でも大切  
 な問題ですよ  
 ね。現在市場が  
 抱えている問  
 題というのは  
 どういうもので  
 しょうか。

**坪倉**…ここは横浜  
 市の持ち物であ  
 り、横浜市が運  
 営もしている  
 んだけど、税金  
 は使われてい  
 ないの。この運  
 営費はすべて我  
 が払っている  
 家賃や売上の一  
 部で賄われて  
 いるわけ。横  
 浜市の職員も一  
 生懸命やって  
 いるとは思  
 うけど、やっぱ  
 り役所の限界  
 は感じるよ  
 ね。

**江森**…最近の流  
 れでは、この手  
 の公共施設の  
 運営は指定管  
 理制度に移行  
 するのが普通  
 だと思うので  
 すが、なぜこ  
 れまででき  
 ないの  
 でしょうか。

**坪倉**…市場の管  
 理なんて誰  
 でもできるこ  
 と



じゃないからね。協進印刷さんはい私やりますって言ったってできるもんじゃない。ということ、市場の仕事や市場の仕組みに精通している組織が請け負う必要があるんだけど、そういう団体がなかった、つまりそれをまとめられるボスがなかったということだね。

**江森**..なるほど、そのボスが坪倉さんというわけですね。全国には指定管理で運営している市場はあるのですか。

**坪倉**..全国で唯一大阪がやっていると、うまくやってるよ。前に視察に行ったとき、「坪倉さんより前に38箇所の市場が視察に来て、口を揃えて『アメリカットはなんですか?』って聞くから、『アメリカットはありません!』って答えてきたんだけど、今に至っても誰も

やらない」って嘆いてた。「坪倉さんならやってくれそうだから期待してますよ」って言われたよ。

**江森**..市場の売上は増えてるんですか、減ってるんですか。

**坪倉**..減ってる減ってる。全盛期に比べたら三分の一ぐらいじゃない?

**江森**..そんなに?何が原因ですか?

**坪倉**..まず大手量販店が市場で買わない、いわゆる市場経由率が下がっているというの、はひとつの原因だね。もうひとつの悲劇は太田と豊洲という世界最大の市場が近くに2つもあるということだね。横浜のホテルなんかみんな豊洲だからね。

だからこそ、もう一度横浜中央市場のミッションというものを見つめ直す必要があると思ってるんだよ。ここがどれだけ社会に貢献できるかということを考えないと社会から信託されないよ。それを日本で一番細胞化して動いているのは俺だって自負しているけどね(笑)。

**江森**..そのミッションを達成するために市場で取り組んでいることはありますか。

**坪倉**..食に関する講座をやったり、料理教室をやったりね、いろいろやっていることはやってるんだけど、みんな他に仕事もあるし、まあこんなもんでしようという感じになるよね。市場なんだから毎日でもやればいいと思うんだけどね。そういうところはさっき言った役所の限界を感じる場所でもあるよね。

**江森**..私も印刷組合の理事長やっていますから、思いを伝えて、行動に変えていくことの難しさは日々感じています。

**坪倉**..まあでも、志や大義やビジョンがあっ

てはじめて設計図が成り立つわけだし、市場があるからこそ、夢みたいな設計図だって描けるわけだから、そこは丁寧に伝えるしかないよね。

**江森**..ぜひ「食べる」ということの意味を多くの人に伝える活動をお願いしたいですね。ウチの会社では定時制高校からのインターン生を受け入れることも多いのですが、

彼らの中には家庭に問題を抱えている子どもも多く、そういう家庭では料理をしない確率が高いんですね。親が自分のために食べ物を作ってくれるという経験は、親の愛情を感じる最もベーシックな経験だと思うのですが、一方でコンビニやファストフードに行けば、そこそこおいしい食べ物がいっぱい安く手に入りますよね。ビジネスという観点から見ればニーズがある以上そうなるのは当然のことと理解はできますが、料理をしなくなるということが、社会にとってとても危険なことのように思えるのです。

**坪倉**..そういう意味ではコロナは悪いことばかりじゃなくて、食べるってなあに?ということをみんなが考えるきっかけにはなったんじゃないかなと思うな。市場に興味を持ってくれる人も増えて来てるような気がする。

**江森**..立候補の効果ですかね?(笑)。僕は学校でもっと食育をやって欲しいんですよね。家庭科の授業だけじゃなく。

**坪倉**..そうだね。給食の時間ももっと長くともいいと思うね。俺が小学校に出前授業行くときは給食の時間を狙って行くの。そこで子供と一緒に食べながら、この魚はどこから来たという話から、食べ方の作法まで話をするわけ。だいたい給食なんて、

でかいバケツに入れて来て、ひしゃくですくってプラスチックの容器に入れて食べてるわけじゃない。そりゃ栄養的にはそれでいいんだろけど、あれは食事じゃないよね。同じ料理でも器を変える、箸を変える、盛り付けを変える、それだけで味は変わるんだよ。そういうことを教えなきゃいけない。

**江森**..そういうことも含めていまの学校教育には心配なことがたくさんありますね。

**坪倉**..どれだけ学校現場が異端を受け入れられるかだね。学校に行ってもいつも言うのは、みんな真ん中歩くなってことなんだよ。日本なんてどんどん沈んでるんだから、みんなと同じところ歩いてたらみんなダメになるだろ。世の中を変えるのは端っこ歩いてるやつなんだよ。だからどっちか選べって言われたら必ず難しい方を選ぶ。なぜか。難しい方を選んで失敗したってなんにも恥ずかしいことなんてない、だって難しいんだから失敗して当たり前。ただし、いつもベクトルは自分に向ける。そうやって失敗しては考えを繰り返していく人間を育てないといけないんだけど、学校だけじゃなく、行政も政治もみんな失敗怖がっちゃってるんだよね。

**江森**..本当ですね。大人がそんなだから子供たちも極端に失敗を恐れるようになってしまつたでしょう。

**坪倉**..失敗こそが価値なんだし、失敗から得るものがある人生の方が楽しいね。最終的には生まれてきて良かったなと思える人生をどれだけの方が歩めるかということだと思っ



# 男性の育児休業取得促進へ——育児・介護休業法改正

男性の育児休業の取得促進や出産直後の時期における柔軟な育児休業取得の実現を目指して、育児・休業法が改正されました。来年4月から段階的に施行されます。

今回の法改正では、出産直後の育児休業を短期で取得できるようにしたり、休業申請を出した期間中もあっても、急な仕事の都合に応じて一時的に出勤できるようにしたり、妊娠・出産の申し出をした労働者に対して、企業が育児休業取得の意向を事前に確認することを義務づけるなど、男性の育児休業取得を促進するための出産直後の時期におけるより柔軟な対応が可能になり

ます。

男性の育児休業については近年増加傾向にはあったものの、令和2019年時点では7.5%程度と、政府目標の2020年13%、2025年30%の達成には遠く及ばない状況が続いています。背景として依然として残るいわゆる男女の固定的役割意識の壁もありませんが、使いにくい制度上の問題も指摘されており、政府も改善を進めています。今回の改正法は、令和4年4月から段階的に施行されることになっており、企業としても就業規則や育児休業規定の改定など早めに準備しておいた方が良いでしょう。

また新制度は育児休業給付金(180日間まで67%給付)の対象となることも予定されているので、こちらも活用しながら企業としても育児休業の取得促進を積極的に進めていくことで、従業員満足度の向上につなげていきたいところです。

給付等が手厚くなるのにあわせて企業の取り組みの義務化も範囲が広がります。育児休業が取得しやすい環境整備として、研修や相談窓口など、いくつかの選択肢の中から選択して実施することが義務付けられるほか、育児休業取得の意向を事前に確認すること、従来プラチナくるみん企業にの

み課せられていた育児休業取得状況の公表も従業員千名以上の企業において義務化されることになりました。

コロナ禍の影響を受けて出生率が一段と低下することも懸念されており、少子化問題はより深刻になってきています。企業や地域も含めて日本国民一丸となって子育て世帯を応援していきましょう！

●育児・介護休業法改正についての詳細は厚生労働省HPより。



## 個人的な話

とりあえずカタチから  
真島愛子

長引くコロナ禍でレジャー・観光産業は大打撃を受けていますが、ゴルフ関連は健闘しているようです。ゴルフ用品市場は前年比95%ではありますが、スポーツ用品の中では上位。自転車、釣り、アウトドアというコロナで伸びたジャンルに続く好業績です。その売上に貢献しているのが、何を隠そうこのワタシ。

ゴルフを始めたのは今から4年前、寄る年波からスノーボードに危険を感じ、何か他のスポーツを始めようと思ったのがきっかけ。なにかとカタチから入る私は、コースどころか練習場にさえたいして行きもしないのに小物やウェアをひと通り揃えたくなくなってしまいます。デザインに心惹かれるのはPEARLY GATES。でも初心者にはやっぱりちょっと贅沢？と思ひ直し、BEAMS GOLFやJUN & ROPEのようなアパレルブランドを物色。でもここはやっぱり初心者らしくそしてお値段もかわいいCallawayに決まり！

近所のGolf5に足を運ぶも、冬の店頭にある商品にはいまひとつ興味をそそられない。なぜなら、寒い時期に白い息を吐きながらゴルフをするつもりなど毛頭ないから。でもせっかくな来たし、まあ小物だけでもニット素材の色色×柄柄のボールケースを購入。これが意外とコーディネートのはやみになって困った(笑)。

その後も気がつけばGoogle検索。いつか使うだろうからと可愛くて着回しがきくものを“ポチポチ”買い集め、Callawayのサンバイザー、グローブ、シューズ、ポロシャツ、スカート、ソックス等々を購入。エンジンがかかって目的を完全に見失い、FILAでキュロットを、DELSOLでポロシャツ、Munsingwearでレギンスと、気が付けばファッションショーができるまでに。

女子ゴルフ中継を見て憧れていたメーカーはBEAMS GOLFで購入。サンバイザーのつばから「カチっ」と外してみるのを夢みたものの、コースデビューをした今でもほとんど使う余裕なし。ここ最近ではデザインのかわいいボールを見つけては気分が上がり、ゴルフ場に献上したくないから真っ直ぐ飛ぶようにと練習に励んでいます。

# あなたの知らない ふおんとはなし

第七話 送りとプロポーショナル

前回文字の単位の話で、日本活字の特徴はすべての文字が同じ大きさの正方形（全角）の中に収まっていることとお話しました。この正方形を「ボディ」または「仮想ボディ」というわけですが、今日はこのボディとボディの間隔のお話です。

「行間」という言葉が一般によく使われますが、これは具体的にどこを指しているのでしょうか。文字間、行間といった場合、これはボディとボディの間のすき間のことを指しています。一方似ている表現に「行送り」「文字送り」というのがあり、これはボディの中心から中心までの距離を指しています。つまり10ポイントの文字を、15ポイントの行送りで行った場合、行間は5ポイントということになります。

文字間は通常の組版ではゼロであり、これを「ベタ送り」と言っていますが、近年主流になっているOpenTypeという規格には、「プロポーショナルメトリクス」という文字詰めに調整してくれるようになってきました。「MSP明朝」の「P」はプロポーショナルの頭文字をとったもので、「P」がつくフォントは文字間を勝手に詰めてくれます。逆にいうとベタ送りではできません。原稿用紙に書いたようにすべての文字の送りと同じ幅で組みたい場合は、「P」がついていないものか、「等幅」とついたものを使うと良いでしょう。それでも、句読点や括弧などを勝手に詰められてしまう場合もあり、厳密にベタ送りの組版をするのは意外と難しいのです。

プロポーショナルという考え方は元々は欧文活字から来ているもので、ひと文字の大きさがだいたい同じ漢字圏に対して、Mとーなどひと文字の幅が異なる欧文では、文字によって活字の大きさが違ってました。それをデジタル化するにあたり、隣り合う文字によって文字送りを変える「ペアカーニング」という考え方が採り入れられ、それが後年日本語組版の詰め組みに応用されたというわけです。

## STOP自殺！ 啓発絵本3千冊を横浜市神奈川区に寄贈

世界自殺予防デーの9月10日、当社発行の『STOP自殺 TALKの原則でつながる思いやりのかけ橋』3千冊を、横浜市神奈川区に寄贈しました。

自殺者は近年減少が続いていましたが、昨年11年ぶりに増加に転じたことから、当社でも自殺抑制に何か役に立つことはできないかと考え、周囲の人へに向けた啓発絵本を企画・制作しました。カナダの医療従事者たちが提案している「TALKの原則」に沿って、悩んでいる人への思いやりと適切な支援につながる見守りについて、かわいいイラストと簡単な言葉で、誰もが手に取りやすい絵本に仕上げました。区内福祉施設や小中学校、駅や図書館などで配付されています。贈呈式では横浜市からの感謝状をいただくとともに、日比野神奈川区長はじめ、関係の方々よりメールもいただき、今後の活動への弾みがつきました。

当社コラボの特設ページより、冊子と啓発ポスターが無料ダウンロードできます。ぜひご利用ください。



特設ページはこちら

## 認知症を知ろうポスター 早期発見編を発行

「お年寄りに優しいまちづくり」を目指し、2016年から横浜市神奈川区の六角橋商店街連合会が中心となって、地元自治会、企業、学生、福祉施設、当社など多様な主体が参画し実施している認知症啓発のためのプロジェクト「六角橋オ

レンジプロジェクト」の取り組みとして「認知症を知ろうポスター早期発見編」を発行しました。昨年ご好評をいただいた「ふれあい編」に続く第2弾です。本ポスターは、特設サイトから無料ダウンロードできますので、ぜひご活用ください。



オレンジプロジェクト  
2021 特設サイト

## 2年ぶりに実施 母校にCAPを贈りました

2017年から毎年プレゼントしてきた子どもへの暴力防止プログラム「CAP」を、新型コロナウイルスで中止になった昨年分とあわせて地元大口台小学校の3年生、4年生にプレゼントしました。

CAPは、子どもがいじめ・虐待・体罰・誘拐・痴漢・性暴力など様々な暴力から自分の心とからだを守るための予防教育プログラムです。安心・自信・自由の「権利」についての説明の後、3つのテーマに沿った寸劇で「権利」をより具体的に伝えます。CAPの効果をもっと高めるためには、保護者や教員がCAPプログラムを理解する必要があります。今年度は保護者向け、教員向けプログラムも実施することができました。

※CAP（キャップ）：Child Assault Prevention



JO（ジェイ・オー）2021年10月号（第37号）

発行者：株式会社協進印刷

横浜市神奈川区大口仲町108番地

TEL：045（431）6611

FAX：050（3730）6273

URL：http://www.kyoshin-print.co.jp

