



第34号 2021.1.1発行
 発行者：株式会社協進印刷
 編集者：JO編集委員会

正解がないからおもしろい みんな違ってみんないいのが芸術

画家 大野 愛 さん

早稲田大学文学部美術史コース卒業後、横浜を拠点に画家として活動。各地の港の風景や船を主題とした油彩画を制作。

ストライプを全面にあしらう独自の手法で著作権取得。

ジャズライブの横で即興で描き上げるライブイベントやCDジャケット制作等、音楽とのコラボレーションも手掛ける。

かわさきエフエム、Tokyo FM等ラジオ出演多数。
 シンママ画。2013

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



江森：大野さんは早稲田大学文学部を卒業されて画家という異色の経歴の持ち主ですが、なぜ画家を目指したのでしょうか。

大野：私は生まれつき大腸の障害を持って生まれてきて、小さいときは外で遊べなかつたんですね。それで家の中や病院でずっと絵を描いていて絵が大好きになりました。その後手術をして障害はなくなりましたが、絵はずっと好きで、中学の頃は美術コースのある高校に行きたかったし、高校のときは美大に行きたかったんです。でも親や学校の先生が将来を心配して反対し、私も当時は反対を押し切る情熱も無かったので早稲田の文学部美術史コースに行つて学芸員の資格を取ることにしたんです。

江森：高校は横浜緑ヶ丘でしたよね。それだけ勉強のできる娘が美大に行くと言ったら、親は反対するでしょうね。よくわかります(笑)

大野：でも、学芸員の勉強をする中で、他の人の絵の展示をしてたら自分が描きたくなつてしまつたんですね。絵の方は趣味で続けようと思つていたので、大学2年から個人的な絵画教室には通つていたんですけど、ある日先生に「画家になるにはどうしたらいいんですか？」と相談したら「描いて売つたら画家だよ」と言われて、「確かに！」と思つたのが画家を目指したきっかけです(笑)。そこからもうどうしても描きたくなつてしまつて、4年の夏休みに「画家になります！」と宣言して手探りで始めました。もちろん画家の先輩なんていないし、個展の開き方もわからなければ、値段の付け方もわからないし、ギャラリーカフェに作品を持ち込んで、そのオーナーさんに個展の開き方を教えてもらつてというように体当たりでやってきましたね。

江森：画廊には所属しているのですか？

大野：いえ、所属はしていません。よく画家の登竜門などと言われる○○展とか○○会とかというのは、学歴がものをいう世界で、私のようなアウトローはたとえ何十万円という年会費を払い続けたとしても、一生のうちに佳作が1回とれたらいい方なので、そこにいる意味もないんですね。であればまったく違うルートでやってみようということで、完全フリーでやっています。

江森：これだけ時代が変わつていると当然絵の世界も変わつてきてはいるんでしょうけど、それにしても自分で新規開拓していくというのは大変そうですね。

大野：そうですね。江森先輩のおっしゃる通り昔絵をたくさん買つてくれた方が高齢になつたり亡くなつたりして、絵自体あまり売れなくなつてきているので、既存のルートでもなかなか厳しいです。そんな中でも、このホテルニューグランドさんとか、

横浜そごうさんとか、今まで絵を買つてくろではなかつた場所で扱つていただけのようになつてきているのはうれしいですね。

江森：ここでは飾つていけるのではなく売つているの？

大野：そうですね。1階の廊下に1枚だけ展示してあつて売つていただいています。そごうさんも普通絵画は美術部で扱うんですけど、私の絵はインテリア部で扱つていただいていますので、どちらも絵なんてあんまり興味がないという方にも、見ていただける機会ができています。

江森：そういうえば、そごうでライブペインティングのイベントやつたよね？

大野：年2回のペースで個展をやらせていただいています。昨年12月のクリスマスイベントのときは音楽にあわせてライブで描くというパフォーマンスをしました。インテリア部の催しなので、そごうの6階の



エスカレーターを上がってすぐのところ、いきなり作品が置いてあって、しかも私がずっと絵を描いているという「なにこれ？」みたいな状態になっています(笑)。そうやってこちらから外に出ていくことで新しいつながりが生まれてくると思いますね。私自身も、知らない人の個展はすごく入りにくいですし、ホテルとかデパートとか普通ここに置いてないでしょというところに置くことで、絵を買いにきたのではない人にも見てもらうことができますからね。ギャラリーにこもっていたのでは、なかなか難しい時代になっていると思います。

江森..でも、自分で描いたのを自分で売るのが難しいでしょ？

大野..難しいですね。グループ展とかで他の作家さんの作品だったら結構売れるんですよ。ここがいいんですよ！とか言ってます。でも私の絵のここがいいんですよ！ってなかなか言えないです(笑)

江森..ですよ。よくフリーのデザイナーから同じような話を聞くことがあります、やっぱりマネジメントしてくれる人なり会

社なりがあった方がいいんでしょうね。芸能事務所みたいな。

大野..欧米ではアーティストが所属する事務所がたくさんあって、作家が作品作りに専念できる環境が整っているんですけど、日本にはほとんどないですよ。以前は画廊がその役目を担っていたんですけど、以前調べたことがあるのですが、日本のアート市場は世界全体の5%もないんですよ。しかもその多くは古美術やすでに亡くなられた方の作品で、現役の作家の作品なんてほんとに少ししか出回っていないので、マネジメントの仕事も成立しにくいのではないのでしょうか。

江森..日本がこの先どんな産業で世界と戦っていくのかということを考えてとき、製造業もダメ、金融もダメ、既存産業がダメダメな中で、日本の美意識というのは、唯一我々に残された世界に通用する価値ではないかと思うんですよ。もっとアートが生活のいろいろなところに入っていくべきだと思いますね。

大野..そうですね。ザ・美術「みたいになると、どうしてもほとんどの人が私には関係ないとなってしまいうので、生活の中に幅広く浸透していくように活動していきたいですね。

江森..コロナ前は仮装でイベントなんかもやりましたよね？

大野..やりましたね、海賊のかっこして(笑)。あれは子供向けのワークショップで、幼なじみのフォトグラファーと一緒に自分だけの海賊船を作るというテーマで始めたんですが、あるとき千葉のハロウィンイベントと呼ばれて、仮装してきてくれということだったので、海賊の仮装したら、子

供ウケが桁違いで(笑)。それ以来ずっと海賊でやってました。今年はまったくできないうすねえ。

江森..子供の反応はどうですか？

大野..もともとは私たちの師匠のような画家さんが子供向けのワークショップをやっていて、それを手伝っていたんですね。そこでいまの子供たちが、小さい頃から既成概念の枠にはめられてしまっただけに発想ができない現実を目の当たりにして、少しでも創作活動の楽しさを知ってもらえればと始めたことなんです。子供に絵を描かせる、「ここは何色にすればいいんですか？」ってきいてくるんですよ。「絵なんだから何だっていいんだよ」と言ってもわからないみたいで…。また例えば太陽を青く描いたりすると、保護者の方が「違うでしょ！」と言ってしまったということもありますね。

江森..正解を求めたがるといういまの風潮ですね。僕たちが子供の頃はそんなことなかったと思うんだけど、なんでなんでしょうね？

大野..芸術って正解がないからおもしろいと思うんですよ。誰が一番とかという順序も、商業的にはあったとしても、本来は順序をつけるべきものではないんですけど、どうしても〇〇賞とかつづけたがるし、もっともそれを取らないと売れないからみんなが目指すのも当たり前なんですけど、みんな違ってみんないいというのが芸術のいいところなのに、みんながいいと言わないから売れないというようになるのは、もったいないなあと感じます。

江森..意外と古いというか、ガチガチな世界なんですね、芸術界も。



ホテルニューグランド本館
1927年(昭和2年)の開業時に建設され、現在も当時と変わらぬ姿で使われ続ける渡辺仁設計の歴史的建造物

大野..それを壊そうという動きも若い世代では始まっていて、学歴や過去の受賞歴を見ずに評価するという賞もできてきてはいますが、お客さんの方がまだ対応できていないというのが現状ですね。それを考えるのはすごく長い時間が必要なんだと思います。

江森..早稲田出身の大野さんが学歴社会を壊すというのは痛快ですね。日本人の美意識を世界に広げていくという意味でも、これまでとはまったく違うアートの世界を作って行って欲しいです。

大野..買ってもらう前にまずは知ってもらわないと存在してないのと同じことなので、絵を買うつもりなんて全然ない人にも、こんな絵があるんだ、こんな画家がいるんだって知ってもらうことが大事なんじゃないかと思っています。

江森..今後はどんな活動をされる予定ですか。

大野..ギャラリー以外の場所での展示を増やしていきたいというのはもちろんですが、グッズとかパッケージなどへの二次活用も積極的にやっていきたいですね。

コロナで飲食店が大変だったときに、和食屋さんのテイクアウトのお弁当の包み紙に私の絵を使ってもらったんですけど、そういうイラスト的に活用していく展開も楽しいなと思っています。

週イチ縛りでコツコツ続けてきた「スタートアップブログ」が、会社のことに限らず地域情報なども盛り込んだコミュニティメディア「cocollabo magazine」となっておりリニューアル。昨年11月のCSR報告会「ありがとうトゥナイト」にあわせてリリースされました。

すっきりと整理されたトップページには、最新記事とおすすめ記事が並び、協進印刷の活動や最新の地域情報、CSR関連情報をゲットできます。

また本誌「JO」は、ホームページには紙媒体形式のPDFをアップしていますが、マガジンでは、「JO対談」「大口自慢」3

R CLUB」といった記事のカテゴリー別にまとめてありますので、お気に入りのコンテンツをバックナンバーごととまとめ読めます。

引越したばかりで、まだまだ以前のスタートアップブログとほとんど変わりませんが、今後は代表江森のCSR講座、効果的なオンラインを充実させつつ、地元横浜の情報、NPO等の情報、印刷会社ならではのちょっとしたマニアックな技術情報なども掲載していく予定です。

「cocollabo magazine」は今後私たちの主

力商品となるオウンドメディアの実践例です。オウンドメディアにご興味がある、自社でもやってみたいという方は、ぜひお問い合わせください。

「cocollabo magazine」左記QRコードのほか、弊社ホームページからもアクセスできます



3Rはご存知ですか？そう、リデュース (Reduce)、リユース (Reuse)、リサイクル (Recycle) です！身の回りには不要だけどそのまま捨てるのはもったいない、何かの代用にはならないかな？を元パタンナーMと元アパレル販売員Mの「WM (ダブルエム)」で、ちょっと役に立つ (…かもしれない) ものご紹介するという企画です。時にはまったく役に立たないものもあるかもしれませんが、そこはご愛嬌！ということで、どうぞ温かい目でお付き合いください。

お掃除ミトン

3RCLUBの第1回目が今回と同じJO新年号で、大掃除用に作ったパタパタ雑巾だったのですが、今回のFINALも大掃除ネタです。えっ!? FINAL?と思われた方もいらっしゃると思いますが (ごくわずか…いやゼロ??) もうネタが尽きてしまい、継続不可能となりました。大変残念ですが、これまで温かく見守ってくださり、ありがとうございます。最後の3RCLUB、ぜひ作っていただけたら嬉しいです。

- ① 要らないタオルを半分に折って手の形に型をとる
- ② タオルを重ねたまま型に沿って縫いひっくり返す
- ③ 出来上がり
- ④ ブラインドの掃除にもとっても便利！

【ここがポイント！】

縫ってから切ると生地がズレが起こらず、縫いやすく綺麗に縫い合わせられます。実は試作品では先に切ってしまう、ほんとうに縫いにくかったんです。さらに長さにもこだわり、手首が隠れる長さにする事で掃除のときに手から抜けにくくしました。これがとっても便利！ぜひぜひお試しください。

それではみなさま、また会う日まで Have a good 3R life!



① 切り離すのは縫ってから！



② とってもカンタン



③ あっという間に出来上がり



④ ブラインドなど狭い隙間もこの通り

あなたの知らない ふおんとのほなし

第四話 ゴシック体

明朝体と並んで馴染み深い「ゴシック体」。活版印刷を発明したグーテンベルクが開発したラテン文字は後年ドイツの国字となり「ドイツ・ゴシック」と呼ばれましたが、装飾が多く読みにくい書体でした。20世紀に入って文字の装飾を廃して太さを一様にした「サンセリフ」という書体が開発されて流行する中で、アメリカ人のベントンが開発した書体「オルタネート・ゴシック」が日本に輸入され、長い名前を省略して「ゴシック」と呼ばれました。それがいつの間にかすべての「ゴシック体」の総称になってしまったというのが名前の由来のようです。

「サンセリフ」というのは、「セリフ」と呼ばれる装飾用の尖った出っ張りがない書体の総称ですが、日本のゴシック体は欧米のサンセリフにならったものと考えられるものの、その発祥は定かではありません。また完全に装飾がないわけではなく、わずかに毛筆の「止め」のニュアンスも見られることから、隷書体にルーツがあるのではないかという説もあります。左図の游ゴシックや小塚ゴシックのようにわずかに装飾のあるゴシック体を「セリフ系ゴシック体」と呼ぶ場合もあります。

メリハリの少ないゴシック体は、一般に明朝体に比べて可読性が低いと言われ、本文には不向きとされています。そのため見出しなど大きなサイズで目を引く必要がある部分に多用されます。

活字時代には選ぶほど種類のなかったゴシック体ですが、写植の普及によって書体のバリエーションも増えていきました。中でも写研の「ゴナ」は線がすべて均等な幾何学的でモダンなデザインで一世を風靡しました。今ではスタンダードになったモリサワの「新ゴ」、フォントワークスの「ロダン」などは、ゴナの影響を受けて開発されたものです。

ロダン 新ゴ 小塚ゴシック 游ゴシック

期間限定！YouTube動画「わかりやすいデザイン文字編・色編」を公開

新型コロナウイルスの影響で、インターンシップや就職説明会の開催が難しくなった今、デザインや美術を学んでいる学生向けに「印刷会社の仕事」をYouTubeに発信しています。今回はDTPオペレーターの仕事を中心の内容となっており、普段目にする本やチラシの文字が何故スラスラ読めるのか、なぜ知りたい情報がすぐ目につくのか、「文字を読みやすく」する法則などインデザインやイラストレーターを使う学生たちに向けて、協進印刷ならではの視点で学校では教えてくれないデザイン（Media Universal Design）について解説しています。

また、もちろん専門の勉強をしていない方々にも役立つよう、普段の生活（アルバイトや、趣味、課題）でも使える文字組の提案なども併せて行っております。ぜひチェックしてみてください！コラボマガジンをご覧くださいいただけます。



寄付つき感染予防冊子が、 寄付月間2020公式認定企画に

ひとり一人ができる感染予防の啓発として好評を得ている『感染予防のために、できること』を、寄付月間にあわせ期間限定で「寄付つき商品」として販売する企画が、寄付月間2020公式認定企画として認定されました。

1冊お買い上げごとに5円を「神奈川県子ども食堂・地域食卓ネットワーク」に寄付します。

寄付月間2020にあわせた企画ではありませんが、1月末まで継続実施中です。小さなことからできる社会貢献してみませんか。お申し込みは下記QRコードより。



「ありがトウナイト2020」 無事終了しました！

前号でもお知らせしました通り、今年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のためパネル展示と取り組み発表会のみとなり、ポジョレーヌーボーや社長のお手製おつまみ、マジシャンやアーティストによるライブなどのお楽しみ企画が実施できず、少し寂しい報告会となりました。

取り組み発表会はZoom配信を取り入れ総勢約50名の方にご参加いただくことができました。このような状況の中、まずは開催できたことに感謝し、来年こそは多くのおみなさまに笑顔でお会いできると信じています。



「全員が監査員」の内部監査を実施

内部監査スキルのある従業員に限られるため、いつも同じメンバーによる内部監査になってマンネリ化してしまう現状を打破するため、全従業員が監査員の内部監査に挑戦しました。一人が担当する監査の範囲をごく一部に絞り、その代わりに監査員の数を増やして全体をカバーするようにしました。システム監査だけでなく、今回は取り組みの有効性も評価するようにしたため、慣れない監査員には少し難しかったようですが、業務の理解にはつながったと考えています。社員教育の一環として今後も継続していきたいと思えます。

JO（ジェイ・オー）2021年1月号（第34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

