

横浜

Yokohama Renaissance

# 横浜 ルネサンス



Number 18

特集

## 商店街散策

山崎洋子 × 佐藤秀明

Who's Who in YOKOHAMA

坪井純子さん

逢坂恵理子さん

横浜信用金庫

## A Table of Contents

### ごあいさつ

横浜信用金庫理事長  
斎藤 寿臣

『横浜ルネサンス』第18号をお届けします。『横浜ルネサンス』は、当金庫の創立80周年記念事業の一環として、2002年10月に創刊しました。当初は年1回の発行でしたが、2006年から春と秋の年2回発行となっています。

本号では、特集「商店街散策」と題して、横浜在住の小説家、山崎洋子さんと写真家の佐藤秀明さんに横浜の商店街の魅力を取材していただきました。

WHO's WHO in YOKOHAMAでは、横浜赤レンガ代表取締役社長の坪井純子さんと、横浜美術館館長の逢坂恵理子さんをご紹介しています。

第11回「横浜の聴き方」では、N.U.を取り上げています。

『横浜ルネサンス』第18号、お楽しみいただければ幸いです。

特集

### 商店街散策

山崎洋子 × 佐藤秀明 ..... 4

Gumyoji ..... 6

観音様があふれる  
弘明寺商店街

Tennocho ..... 8

ゆったり時を刻む  
天王町商店街

Les Halles Tsukuno ..... 10

古さと若さが同居する  
レアールつくの商店街

Rokkakubashi ..... 12

昭和レトロを保つ  
六角橋商店街

Oguchidori ..... 14

歩けば触れあう  
大口通商店街

横浜を詠む 水原紫苑 写真：矢部志保 ..... 16

Who's Who in YOKOHAMA



坪井純子 横浜赤レンガ代表取締役社長 ..... 18  
いつ来ても変わらないことと  
いつ来ても新しいことの両立



逢坂恵理子 横浜美術館館長 ..... 20  
美術館の新たな展開と  
横浜トリエンナーレでの取り組み

横浜の聴き方 第11回 中島久 ..... 22  
『横濱物語』N.U.

横浜ジェリービーンズ倶楽部通信 ..... 23

### ◎横浜絵解き図絵



内外の気圧差でごみを吸引する現在の電気掃除機は、アメリカで発明された。アメリカでは靴のまま家の中に入り、部屋にはカーペットを敷く習慣がある。カーペットにたまつた土埃を掃除する方法として、吸引式の電気掃除機が考えられた。1899年にゼネラル・コンプレスト・エア＆バキューム社で発明された電気掃除機は、電動の送風機を高速で回転させ、本体内部の空気を負圧にして吸引力を発生させてごみを捕集する仕組みで、現在普及している電気掃除機の原理と同じものであった。ヨーロッパでも、イギリスの技術者ヒューバート・ブースが、1901年に同じ方式の電気掃除機を発明している。

日本では、東芝の前身である芝浦製作所が、国産第1号の電気掃除機を開発し、1931年(昭和6)に販売した。吸い込み用のブラシとモーターが一体化したヘッド部には、車輪が付き、手で軽く押すだけで掃除ができるようになっており、掃除しやすいように把手の角度も変えることができる構造になっていた。

日本で電気掃除機の需要が広がったのは、アパートや団地が急増した、1960年代の半ば頃といわれている。洋風の生活スタイルが流行し、カーペットを敷く家庭も増えてきたため、電気掃除機は必需品となつた。

価格コムで最近の掃除機の売れ筋ランキングを調べてみると、上位20位の中にダイソンのサイクロン掃除機が3台も入っていた。ダイソンの

### 電気掃除機の輸入

デビューは英国ではなく、実は日本だったことを知る人は少ない。1991年(平成3)に日本の国際産業デザイン見本市で受賞し、この掃除機に感銘を受けたシルバー精工がライセンスを取得して、製造・販売に乗り出したのが最初だった。

ところで、国内の電気掃除機の出荷台数自体は、毎年500万台で推移しており、安定しているが、日本の電気掃除機の海外生産比率は増加傾向にある(図1参照)。

横浜税関のデータを見てみると2010年(平成22)において、横浜港は輸入金額で29.0%のシェアを占めており、電気掃除機の輸入金額全国第1位の輸入港となっている。2010年は全国で19力国から、横浜港では10力国から輸入された。国別の輸入数量をみると、中国が全国で9割、横浜港で5割を超えるシェアを占めている。

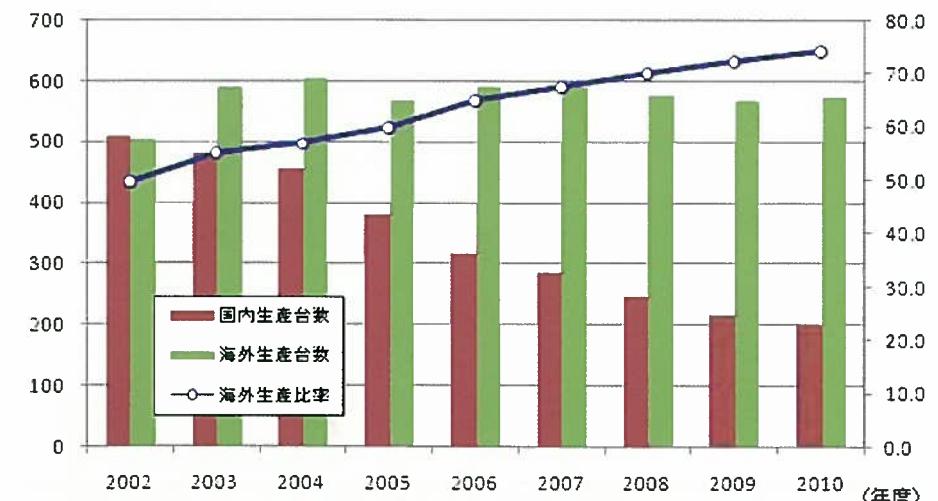
国別にみると、中国、タイ等からは比較的安い電気掃除機が、マレーシア、ドイツ、ハンガリーなどからは比較的高価な電気掃除機が輸入されている。

横浜港や東京港、大阪港など都市部を後背地として持つ港のシェアが高い理由としては、都市部は電気掃除機の需要も多く、電気掃除機メーカーなどの倉庫も多いため、その近くの港が利用されていることなどによる。

円高の現在、国内で生産している電気掃除機が海外で生産される傾向が強まる、さらに輸入増加の要因になると想えられる。

横浜税関 調査部 調査統計課資料などより作成

〈万台〉 図1 電気掃除機の国内生産台数、海外生産台数と海外生産比率の推移 (%)





弘明寺商店街にて。

回、五つの商店街を巡り歩き、私はあらためて思った。  
商店街は帰りたくなる場所である。町ごとにある、故郷、なのだと。

# 特集 商店街散策

書いた人 山崎洋子

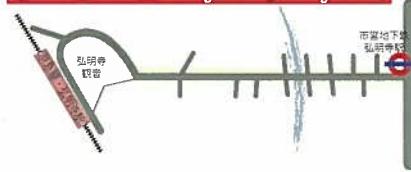
撮った人 佐藤秀明

1947年京都府宮津市生まれ。コピーライター、児童書、脚本家を経て小説家に。1986年「花園の迷宮」(講談社)で第32回江戸川乱歩賞を受賞。「天使はブルースを歌う」(毎日新聞社)「赤い崖の女」(講談社)など、小説、エッセイ、ノンフィクション、舞台脚本などで活動。最新刊は『横浜タイムトリップ・ガイド』(講談社)。

1943年新潟生まれ。日本写真家协会会员。日本大学芸術学部写真学科を卒業後、フリーのカメラマンになる。ニューヨークに渡り写真家修行。北極、アラスカ、アフリカ、チベット、南洋諸島など世界中の邊境を旅し、自然と人間、文化を独特的の視野で撮り続け数多くの作品を發表している。最近は「寒村」、「路地裏」、「摘み草」など、日本人の心の中に潜んでいる思いのようなどを表現することに精力を注いでいる。

# 観音様があふれる 弘明寺商店街

G u m y o j i



弘明寺はねえ、今までこそ初詣なんかたいへんな行列だけど、昔はろくに参拝客も来なかつたんですよ。このあたり、廓はけつこう大きいのがあつたんですけどね。そう、花街があつたんです」

弘明寺商店街の組合理事長、鈴木一正さんが教えてくれた。弘明寺は721年建立という古刹なのだが、門前の賑わいとしては縁日に香具師が店を出す程度のものだつたらしい。終戦後、ここに闇市が立ち、そこから商店街へと発展していった。

アクセスは抜群だ。市営地下鉄の弘明寺駅を地上に出ると、そこがアーケードの入口。店をひやかしながら歩いて行くと真ん中あたりに朱塗りの橋があり、ゆつたり腰掛けて休める縁台も設置されている。下を流れるのは桜並木で有名な大岡川。さらに入ると突き当たりが弘明寺観音。その裏が京急弘明寺駅だ。

電気屋も眼鏡屋も呉服屋もあるが、和菓子屋、酒屋、ラーメン屋、総菜屋などが多く、下町情緒が漂う。それでいて門前町らしい気品と落ち着きがある。

「この節、商店街もオリジナリティーをはつきり出さないと生き残りは難しいからねえ。うちはもう全面的に觀音寺の参道であることをアピールしてますよ」

鈴木さんの言葉どおり、觀音様は商店街のいたるところで活躍。「觀音漬物」「参道銘茶」「浜觀音」「お守り最中」「觀音最中」「かんのん不動産」などなど。

「弘明寺はねえ、今までこそ初詣なんかたいへんな行列だけど、昔はろくに参拝客も来なかつたんですよ。このあたり、廓はけつこう大きいのがあつたんですけどね。そう、花街があつたんです」

弘明寺商店街の組合理事長、鈴木一正さんが教えてくれた。弘明寺は721年建立という古刹なのだが、門前の賑わいとしては縁日に香具師が店を出す程度のものだつたらしい。終戦後、ここに闇市が立ち、そこから商店街へと発展していった。

アクセスは抜群だ。市営地下鉄の弘明寺駅を地上に出ると、そこがアーケードの入口。店をひやかしながら歩いて行くと真ん中あたりに朱塗りの橋があり、ゆつたり腰掛けて休める縁台も設置されている。下を流れるのは桜並木で有名な大岡川。さらに入ると突き当たりが弘明寺観音。その裏が京急弘明寺駅だ。

電気屋も眼鏡屋も呉服屋もあるが、和菓子屋、酒屋、ラーメン屋、総菜屋などが多く、下町情緒が漂う。それでいて門前町らしい気品と落ち着きがある。

「この節、商店街もオリジナリティーをはつきり出さないと生き残りは難しいからねえ。うちはもう全面的に觀音寺の参道であることをアピールしてますよ」

鈴木さんの言葉どおり、觀音様は商店街のいたるところで活躍。「觀音漬物」「参道銘茶」「浜觀音」「お守り最中」「觀音最中」「かんのん不動産」などなど。

だからといって商店主達が御利益に甘えているわけではない。たとえば「酒学工房 川松屋」の店主、川松正孝さんはあちこちから講義に招かれる発酵食品研究家。桜の花びら入りの「さくらワイン」、「飲む点滴」とキャッチフレーズのついたノンアルコールの甘酒など、オリジナル製品のほか、醤油や胡麻油など、川松さんこだわりの発酵食品がところ狭しと並んでいる。「熱中症対策! 沖縄の塩サイダー」もおいしかったなあ!

朝5時から開いているが夕方には売り切れて店を閉めちゃうという「鈴木かまぼこ」で、小さな揚げ物をいろいろ購入。袋を開けて二つ三つ、つまり食いした。さらに藤方豆腐店で熱々の豆腐コロッケを買い、歩きながら食べると……おお、ヘシコ発見!

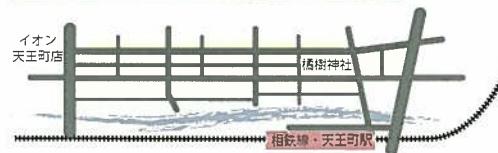
「ヘシコは青魚の糠漬けだ。糠を落とし、焼いて食べる。しょっぱくて香ばしくて、御飯が進む。関西出身の私は子どもの頃よく食べたが、関東ではあまり見ない。典型的な庶民向け保存食なのに、デパートやネット通販だと、最近はえらく高かがたりする。でも、キムラ食品の店先で見つけたのはイフシのヘシコ」「2尾 300円」。驚喜して買う。

そうするうちに夕暮れ。路地の韓国料理屋「どうじ」で冷麺をかつこんだ。帰宅するなり「鈴木かまぼこ」の揚げ物を、ウイスキーの水割りで完食。さすがにおなかが苦しくなった。でも、明日の朝はヘシコがある。嬉しくて、せっせと米を研ぐのであった。



# ゆったり時を刻む 天王町商店街

T en no ocho



「昔は凄かつたんですよ。大きな化学工場とかガラス工場、なにより富士紡績工場がありましてね。3000人からの女工さんがいたんです。東北あたりから出て来た若くて色白の可愛い娘さんばかりでねえ」

天王町商店街協同組合の前理事長、遠山卓志さんは、彼女達を眺めていた子どもの頃を思いだし、うつとりした笑顔になる。

若い娘たちの楽しみは芝居に映画、きれいなものが、おいしいもの。そういう店がどんどんできていった。幟旗がはためき、大売り出しのピラが飛ぶ。横浜一の繁華街だった伊勢佐木町に、勝るとも劣らぬ賑わいだった。

娘さんたち目当てに周囲の工場から若い男たちが集まつてくる。当然、恋が芽生え、所帯を持つ。住宅が増え、家具が必要になる。この表門通りだけで家具屋が10軒あった、と遠山さん。ちなみに

「昔は凄かつたんですよ。大きな化学工場とかガラス工場、なにより富士紡績工場がありましてね。3000人からの女工さんがいたんです。東北あたりから出て来た若くて色白の可愛い娘さんばかりでねえ」

天王町商店街協同組合の前理事長、遠山卓志さんは、彼女達を眺めていた子どもの頃を思いだし、うつとりした笑顔になる。

若い娘たちの楽しみは芝居に映画、きれいなものが、おいしいもの。そういう店がどんどんできていった。幟旗がはためき、大売り出しのピラが飛ぶ。横浜一の繁華街だった伊勢佐木町に、勝るとも劣らぬ賑わいだった。

娘さんたち目当てに周囲の工場から若い男たちが集まつてくる。当然、恋が芽生え、所帯を持つ。住宅が増え、家具が必要になる。この表門通りだけで家具屋が10軒あった、と遠山さん。ちなみに

「表門」とは富士紡績の表門のこと。  
この賑わいは横浜大空襲とそれに次ぐ接收で消えた。また、帷子川の氾濫で、何度も水害にも見舞われた。しかしそれらを乗り越え、商店街は「シルクロード天王町」として甦った。八王子から横浜港へと、昔、輸出用の絹が運ばれた道を横浜シルクロードと呼ぶ。ここもその道筋にあたつていて、「絹」を記念して、商店街の街灯は「繭」を二つに割った形。コミュニティセンターの外観は「織機」を模している。

生鮮食品は近くの松原商店街にまかせるとして、時間がゆつたりと流れるこの商店街には、腰痛・肩凝りケアセンター、鍼灸院、カイロプラクティックなどの、くつろぎスポットが多い。電線を地中に埋め込み、歩道もたっぷりとあるから、「空が広い」のんびりしていこう」という気分になる。

おじさんが店先に腰掛け、道行く人を眺めていた。刃物研ぎ専門の店「ワタナベ研磨」。近所の奥さんが包丁を持ってくる。

「これ、『闇の孫六』だよ。どこで買ったの？」待つてな、15分で終わるから」

68歳くらいかな、と思った研ぎ屋のおじさんは、なんと86歳だった。

私は、こだわり食材の店「和楽」であれこれ買いかながら店主と立ち話。思いがけず共通の知り合いがいた。しかもアフリカに！大型店ではない触れあいが個人商店にある。「物」だけではなく「人間」に会えるから、商店街は素晴らしい。▼



# 古さと若さが同居する レアルつくの商店街

LES HALLES TSUKUNO



横浜東北線・鶴見駅

レアルつくの商店街の歴史は古い。鶴見川を分岐点として、こちら側は山の手だった。そばの諏訪坂あたりにお屋敷が多く、商店から各家に配達をしていた。空襲で一帯は全焼したが復興も早く、昭和30年代前半には、商店街の中をバスが走り、映画館も封切館が一軒あつたという。

「いまどこも商店街は厳しい状況で、将来不安がないとは言えないんですけどね、うちには50代の店主が多いんです。80年から100年くらい前に開業したという古い店もあるんですが、気持が若いんですよ」と、つくの商店街協同組合理事長の高橋英昭さん。さらに、自慢が三つあるという。

まずは東京タワーの高さと同じ333メートルという長さのアーケード。「開閉式のアーケードとしては横浜の草分けです。盆踊りとか七夕夜市、コンサートなんかのイベントもこの商店街の中でやるんですよ。雨が降っても決して中止になることはありません」

二つめの自慢は生鮮食品が京浜随一、安いこと。たしかに、歩いてすぐ眼につくのは何軒もの八百屋さんだ。新鮮な野菜や果物が店先いっぱいに並び、そこから商店街全体に色とりどりの風が流れ出ている感じ。昔はもっとたくさんあり、ここに店を出すのが八百屋さんのステータスになっていたそうだ。

「この店は学校給食、この店は病院とか、それぞれ決まった得意先があるんですね。棲み分けができるから、どの店も成り立つんですね。店によつて



仕入れる市場も違つてたりと、こだわりがあります。わざわざ遠くの市場まで行つてる店もあるんですね」

三つめの自慢は「ぼてふり地蔵」。商店街の一隅にあるお地蔵様だ。「ぼてふり」は漢字で書くと「棒手振」。生姜や潮田あたりで仕入れた魚介を、天秤棒の両側にぶらさげた竿に入れ、行商人が売り歩いていた。その人達が信心していた小さなお地蔵様が、この地域に何体かあつたらしい。戦災ですべて行方不明になつた。それをこの商店街が2003年（平成15）に再建したのだ。

そんな話を伺いつつ、私はもう二つ、自慢しているものを見つけた。デジタル・サイネージ。日本語で言うと電子看板だ。

商店街の2カ所で試験導入されている。商店主が自分の店を語る動画や、イベント情報の静止画など、いろんなタイプの情報発信が即時にできる。なるほど、あの店の店主はこういう人で、この店にはこんな物もあるんだと、つい見入るから、個々の店に対する親しみも湧く。

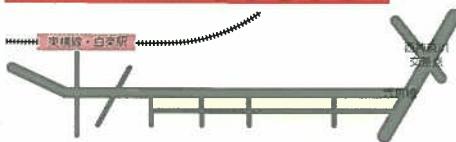


さらにこの看板はツイッターと連動している。最近、ホームページにツイッターのある商店街が増えてきた。これがあると、商店側はいま発信したい情報をすぐ出すことができるし、客側も、知りたいこと、わからないことにすぐ応えてもらえる。

こういうツールを導入するのだから、高橋理事長のおっしゃるとおり、この商店街にはやはり「若さ」がある。

# 昭和レトロを保つ 六角橋商店街

Rokkakubashi



商店街の駐車場でプロレス興行、しかも血みどろのデスマッチあり！いやだ、女性は引くでしょ。買い物に来なくなっちゃうでしょう？と顔をしかめたら、神奈川区商店街連合会会長の石川清貴さんにあつさり言われてしまつた。

「どんでもない。女性は大喜びで、血の付いたレスラーの背中、べたべた触つてますから」

今年で7回目の開催。椅子席270、立ち見席200が、あつという間に売り切れる。

そうか。時代は変わつた。女性も変わつたのだ。変化する二一才に応えていかなければ、商店街の生き残りは難しい。が、一方でどこより昭和レトロな雰囲気を保つているのも六角橋商店街である。

「大通り」は広々とした現代風な商店街なのだが、「歩裏へ入つた「仲見世」は、擦れ違う人と肩触れ合わずには歩けない道幅。その両側に2階建ての店舗がびつしり並んでる。天井を覆うトタン屋根は昭和30年代に造られたもの。雨が降ると淒まじい音をたてる。なんとも懐かしい音だ。

映画やテレビの撮影にもよく使われる。じつはプロレス興行も「お父さんのバツクドロップ」という映画のロケでここが使われたのがきっかけだった。店舗の上は倉庫なのだが、ここがまた張り出しおの縁側や格子窓があつたりして、じつにノスタルジックなのである。

外観だけではなく商店のラインナップもユニークだ。生鮮食品から呉服まで日常の買い物がすべて

商店街の駐車場でプロレス興行、しかも血みどろのデスマッチあり！いやだ、女性は引くでしょ。買い物に来なくなっちゃうでしょう？と顔をしかめたら、神奈川区商店街連合会会長の石川清貴さんにあつさりと言われてしまつた。

「どんでもない。女性は大喜びで、血の付いたレスラーの背中、べたべた触つてますから」

今年で7回目の開催。椅子席270、立ち見席200が、あつという間に売り切れる。

そうか。時代は変わつた。女性も変わつたのだ。変化する二一才に応えていかなければ、商店街の生き残りは難しい。が、一方でどこより昭和レトロな雰囲気を保つているのも六角橋商店街である。

「大通り」は広々とした現代風な商店街なのだが、「歩裏へ入つた「仲見世」は、擦れ違う人と肩触れ合わずには歩けない道幅。その両側に2階建ての店舗がびつしり並んでる。天井を覆うトタン屋根は昭和30年代に造られたもの。雨が降ると淒まじい音をたてる。なんとも懐かしい音だ。

映画やテレビの撮影にもよく使われる。じつはプロレス興行も「お父さんのバツクドロップ」という映画のロケでここが使われたのがきっかけだった。店舗の上は倉庫なのだが、ここがまた張り出しおの縁側や格子窓があつたりして、じつにノスタルジックなのである。

外観だけではなく商店のラインナップもユニークだ。生鮮食品から呉服まで日常の買い物がすべて

揃うのはあたりまえ。アジアン雑貨や女性一人でも入りやすそうなしゃれた居酒屋、さらにはマニアックなフィギュア専門店、アンティーク時計の店もある。

「店はねえ、いま160店舗かな。このあたりは戦前から物流地点だったんですよ。市電も走つてたんですよ。でも昔は、住宅はそんなんに多くなかつたかな」と、前出の石川さん。

ここも戦後の闇市から始まって、大きな商店街に発展した。初代連合会の理事長が山梨から大工を

招聘し、長屋のようなものを建てたのが始まりだ

といふ。

「この12月には大きなスーパーが近くにできるんですね。脅威？ いえいえ、逆ですよ。駅からスーパーへの道筋にこの商店街があるからね、お客様が増えると期待してます」

その自信は、安閑として客を待つてゐるのではなく

いという、商店主たちの努力に裏打ちされている。

開催しているイベントはプロレス興行だけではな

い。年1回の大道芸、さらには4月から10月の第

三土曜日にはナイトマーケット。あえて「闇市」と銘打つた。

各店がシャッターを下ろした午後8時過ぎにス

タート。ストリート・ミュージック、フラメンコ、

タヒチアン・ダンス、タップダンス、フリーマー

ケットなど、何でもありのワンダーランドだ。飲食

店も多いことだし、買い物して、一杯飲みながら食

べて、そのまま夜を待つのも楽しそうだ。



# 歩けば触れあう 大口通商店街

Oguchi dori



JR大口駅から京急子安駅へと伸びるこの商店街に立つと、横浜港の汽笛が聞こえる。  
 「埋立前はすぐ先が海でしたからねえ。シャコが有名で、魚屋だらけだったんですよ」  
 と、大口通商店街協同組合理事長の荒川実さん。旧東海道もあり、昔から人の往来が多かつた。横浜線の沿線でいえば、買い物の中心地は町田と、この大口だったのだ。

「いまは中山に駅ビルができるて地下鉄も開通した。鴨居には『ららぼーと』ができる。でもねえ、商店街はやっぱり、お客様との触れあいですよ。ここはそれを大事にしてるんです。歩いてみてください、わかりますから」

ではさつそくと歩き出したとたん、同行のカメラマンと編集長の姿が消えた。いつたいどこへと、あちこち捜していたら、見つけた！ 石川屋酒店に併設されたカウンターに、おじさん二人の嬉しそうな笑顔が並んでいる。しかも手にはグラス。「なにやつてるんですか、真っ昼間なのに！」と叱つたら、

「いや、うまい塩辛があるっていうから……」と、編集長が照れくさそうに呟いた。グラスの中身はノンアルコールの「ホッピー」。どうやら店を覗いているうちに店主や他の客と話が弾み、気がついたらカウンターに……ということらしい。

「いいはい、とにかく一通り見て回つてからね、と二人を促して先へ進んだものの、今度は私の足が停まつた。和菓子の富士屋。先に、おかみさんから

釘を刺された。

「悪いけど、余分に買っちゃ駄目よ。一、三日後に

食べようっていうのも駄目。うちのは自家製で、変なものは一切入れてないから日持ちしないの。当曰

食べるのが鉄則」

ならばと水餅と大福を買い、その場でいただいだ。店構えは庶民的だが、さすが戦前から続いているという老舗、味は甘さ控えめでとても上品。2個、ペロリといけた。

さつまあげで有名な能登屋蒲鉾店は、いつでも混み合っている。「貝(ご)がたつぶりの各種さつま揚げを買ひ込み、店先で心太(ごんた)を笑いてもらつた。勉強堂洋服店の上不(じょうふ)三雄(さんゆう)さんにも久しぶりにお目にかかつた。洋服屋さんなのだが、ジャズの世界

では、つとに有名な人である。マシュマロレコードという個人レコード会社を持つていて。これぞというミュージシャンを世界中から選び、現地に出かけて交渉。決まれば、録音の手配からジャケット・デザインまで、すべて上不さん一人でやってのける。その評価は非常に高い。

鮮魚「濱の市」の坪倉良和さんも、横浜の活性化には欠かせないキー・マンの一人だ。「町の元気は魚屋から」をキヤツチフレーズに、各地で朝市や出前市を開催。イベントを通じて、おいしい横浜をアピールしている。

今回、五つの商店街を巡り歩き、私はあらためて思った。商店街は帰りたくなる場所である。町



ごとにある「故郷」なのだと。▼

今日は、とにかく一通り見て回つてからね、と二人を促して先へ進んだものの、今度は私の足が停まつた。和菓子の富士屋。先に、おかみさんから

横浜の、通い慣れた書店で、旅の本を買いました。この秋は、東北の旅をしようと思っています。ボランティアでもなく、何のお手伝いにもなりませんが、自然のおそろしさと、人やさまざまな生きもののいのちとを、目に焼きつけてくることが、自分に出来るすべてです。そのための一冊を、ふるさと横浜の、母も大好きだったお店で、買ったのです。

みづはらしおん 歌人。1959年神奈川県生まれ。早稲田大学大学院修了。春日井市に師事し、以降歌集「ひあんか」(宮人まつり)、「くわんおん(観音)」「いろせ」「あかるたへ」、著作「世界の草花の肉体」「京都うた物語」などを発表。現代歌人協会賞受賞、懸河梅花文学賞、河野愛子賞など多数受賞。  
やべ しほ (写真家)。1974年生まれ。奈良県出身。同志社女子大学短期大学部日本語日本文学科卒業。96年ドイツに渡り、日本語教師となる。帰国後、平地駅に勤務し、独立。渡辺貢夫らヨーロッパを多く撮影している。



# 横浜の書店に買ひし 旅の本 みちのくの秋 われに広がる

水原紫苑 写真 矢部志保

# 坪井純子さん

横浜赤レンガ代表取締役社長

## いつ来ても変わらないことと いつ来ても新しいことの両立



### ●新製品を育て、やがてロングセラーに

赤レンガ倉庫が建てられたのは、1911（明治44）年のこと。今年、100周年を迎えた。かつては国の保税倉庫だった歴史的建造物が、さまざまなショップやレストラン、カフェに加え、展示スペースやホールなども備えた複合施設として新たに生まれ変わったのが2002年。来年で10周年の節目となる。「立ち上げ当初は、赤レンガ倉庫はあまり知られていないくて、もちろんブランドも確立されていませんでした。ところがいまでは、横浜の観光スポットの定番として親しまれるようになりました」

こう語るのは、横浜赤レンガの代表取締役社長の坪井純子さん。

坪井さんが社長に就任したのは昨年3月だが、実は立ち上げの際、キリンビールの広報担当として携わっていた。

「改装オープンの際には、ブランドや物語性を必要としました。この建物には、明治以来のストーリーがありますので、それを大いに活用しましたね。そして現在は、第二の創業期。長くマーケティングを担当してきた経験上、新製品をいかにロングセラーに育していくか、それについて念頭に置いています。赤レンガ倉庫

が長く愛されていくためには、このブランドにどう磨きをかけていくかが重要だと考えています」

### ●イベント重視で、つねに新鮮さを保つ

いまではすっかり横浜港の目玉の一つとなつた赤レンガ倉庫には、毎年、およそ500万人もが訪れる。その大半は観光客やカップル、家族ですが、昨今は客層に変化が生じつつあるという。「リピーターが増えましたね。近くにお住まいの方々が、よくいらっしゃるようになります」

これは、たまたま起きた現象ではない。坪井さんは筆頭に、スタッフ一同が取り組んできた成果である。

坪井さんは「鮮度のアップ」を旗印に、施設の充実はもちろん、イベントにも力を注ぐ。

広場で開催される自主企画のイベントは、季節ごとに年4回。9月30日からは、ビールの祭典「横浜オクトーバーフェスト2011」が繰り広げられる（10月16日まで）。

「二つのイベントで、新鮮な赤レンガをいつまでも保ちたいと考えています。そこで、『いつ来ても変わらない』ことと同時に、『いつ来ても新しい』という両面を

### ●駅から遠いハンディを強みに変える

坪井さんがイベントを重視する理由は、もう一つある。それは、赤レンガ倉庫には、最寄り駅から離れているという難点があるからだ。

「駅から遠いと、不便なだけではなく、天候にも左右されやすい面があります。ですから、駅ナカや駅地下といった施設とは違う戦い方をしなくてはなりません。そこで、便利さではなく、わざわざ出かけるという非日常感を重視したい。イベントで目新しさをつねに提案し、ハンディを強みに変えられればと思います」

赤レンガ倉庫には多くの人々が勤務している。運営元の横浜赤レンガの社員をはじめ、約50もの店舗の従業員、そして警備や清掃のスタッフなど、総勢500人600人にのぼるほどだ。そして、この大所帯を牽引する坪井さんは、「ブランドは人が支える」と強く唱える。

「スタッフ一同 同じ気持ちになって、一緒に赤レンガ倉庫の価値を高めていくことをねに心がけています。幸い、赤レンガが好きなスタッフが多く、本当に支えられていると実感できますね」▼

Text by Shinkawa Takashi. Photo by Sato Hideaki.

つぼい じゅんこ  
株式会社横浜赤レンガ代表取締役社長。  
広島県生まれ。東京大学理学部生物科学科卒業。キリンビールに入社し、商品企画担当として「キリン秋味」などを手がけた後、2005年にグループ会社のキリンビバレッジで広報部長に就任。同社では最年少にして初の女性部長となる。  
10年3月より現職。

●コレクション目的を絞った新プログラム  
昨年度から横浜美術館では、「横浜美術館コレクション・フレンズ」という支援プログラムが始めた。同館のコレクション（収蔵品）から1作品のパトロンになれる、全国の公立美術館の先駆けとなるユニークな制度だ。

「当館は豊富なコレクションに恵まれ、その質も高い。それでも企画展だけでコレクション展に立ち寄らない来館者の方もいます」と語るのは館長の逢坂恵理子さん。一昨年の4月に着任した逢坂さんが、まず着手したのがこの試みだ。

「コレクションに焦点を絞ったサポートシステムを整え、作品を通じてアートに親しむレベルを深めていきたいという思いからです。現在の登録者は約100人で、決して多くはありません。ただ、この事業は地道に進めたい。すぐに効果が出るわけではありませんからね」

もう一つ、逢坂さんが取り組んだのが、サイン計画の刷新だ。近隣企業の協賛をあおいで、館内のフロアマップや行き先掲示のデザインを一新し、わかりやすさを実現させた。こちらは早くも成果が現れだと逢坂さんは微笑む。

「入館者から『トイレはどこですか?』

●横浜トリエンナーレでも収蔵品を活用  
かねて逢坂さんは、現代美術の第一線のキュレーター（学芸員）として複数の美術館で手腕を発揮してきた。世界有数の国際展「ベネチア・ビエンナーレ」で日本館のコミッショナーを務めるなど、海外での活動も重ねてきた。そんな逢坂さんは今年、目下開催されている「ヨコハマトリエンナーレ2011」で総合ディレクターを務めた。そのメイン会場の一つが、ここ横浜美術館である（11月6日まで）。

「私が選んだわけではなく、トリエン

ナーレ組織委員会事務局から打診がありま

した。これまで同展は開催のたびに場

所が変わってきたましたが、顔となる会場

があつたほうがいいと思い賛成しました」

今回のテーマは「Our Magic

Hour（アワー・マジック・アワー）」

世界はどこまで知ることができるか?」。

「私は神奈川寄りの東京に暮らしている

もの、やはり横浜に来ると、光と風と

雲が違います。とくに当館は海に近いの

で開放感がありますね」

また、同館が位置するみなとみらい地

区が、馬車道や日本大通りに近いことも

魅力の二つだと語る。

「新旧がうまく混ざっていて、横浜は日

本の近代化とともに歩んできた街だと実

感できます。それに昔から海外との交流

が盛んで、国際展の開催地にまさにふさ

わしいインフラが整っていますね」

▼大人がもともと持っていた感覚を引き出

という問い合わせが減りましたね」

せれば幸いですね」

また、横浜美術館のコレクションも大いに活用。現代美術の国際展にもかかわらず、たとえば江戸時代の浮世絵も出品し、現代の作品と結びつけた。

「現代と過去をつなぐ、美術館だからこそできる展示を目指しました。また、当館にはシユルレアリスト（超現実主義）のコレクションが充実していますので、今回のテーマとも合っていました」

●横浜は、国際展の開催地にふさわしい

逢坂さんはこれまで、名古屋や水戸、

そして東京の六本木など、日本の各地を

転々してきた。そんな逢坂さんに、横

浜はどう映るのか。

「私は神奈川寄りの東京に暮らしている

ものの、やはり横浜に来ると、光と風と

雲が違います。とくに当館は海に近いの

で開放感がありますね」

また、同館が位置するみなとみらい地

区が、馬車道や日本大通りに近いことも

魅力の二つだと語る。

「新旧がうまく混ざっていて、横浜は日

本の近代化とともに歩んできた街だと実

感できます。それに昔から海外との交流

が盛んで、国際展の開催地にまさにふさ

わしいインフラが整っていますね」

▼大人がもともと持っていた感覚を引き出

# 逢坂恵理子さん

横浜美術館館長

Who's Who In Yokohama



おおさか えりこ

横浜美術館館長。東京都生まれ。学習院大学文学部哲学科卒業。国際交流基金やICA名古屋にて国際現代美術プロジェクトに携わった後、水戸芸術館現代美術センターで主任学芸員や芸術監督に就任。森美術館でアーティスティック・ディレクターを務め、09年4月より現職。



アーティストたちが奏でるアコースティックの響きが横浜をつつむ。

N.U.  
PRESENTS

# ヨコハマ アコフェス 2011

日時 2011年10月22日(土) 11時開演  
会場 横浜・象の鼻パーク開港の丘  
出演 N.U.、千綿偉功、TAKUMA、theSoul、  
ひなた、里地帰、hanamas  
主催 YOKOHAMA ACOUSTIC FESTIVAL実行委員会

観覧  
無料

公式サイト: <http://yokohama-acofes.com/>



千綿偉功



TAKUMA



theSoul



ひなた



里地帰



hanamas

Supported by The Yokohama Shinkin Bank

横浜信用金庫は、アコフェス2011を  
サポートしています