

新潟を舞台に
クリエイティブな挑戦を続ける
4人のビジネスキーパーソンにフォーカス。
今まで明かされることのなかった、
彼らの今後の展望に注目したい。

PHOTO:cozi(studio roop)
TEXT:Haruka Matsunaga(KENTO Broadcasting inc.)

特集： **新たな挑戦へ。**

S T E P I N T O N E W

#04

株式会社テクスファーム 代表取締役社長

近藤 大輔

DAISUKE KONDO

#03

SNIPSグループオーナー/
アートディレクター

由藤 秀樹

HIDEKI YOSHIFUJI

#02

株式会社ideal 代表取締役社長

和田 亮

RYO WADA

#01

株式会社けんとう放送 取締役放送局長

逸見 覚

SATORU HENMI



アーティストレベルから サロンワーカーまで スタッフを育てたい

「美容師はその人に合ったヘアスタイルを提案することが求められる、そう感じていた。だけど、16年間の経験で少し違っていると分かってきました。お客様の声に耳を傾け、その人の生活背景をも理解した上でスタイルを提案するべきだと。僕の親世代はカット(技術)でひたすら勝負していたけど、今や時代はデザインセンス。ファッション性が広がり多種多様なデザインが求められる中、いかに要望へ応えられるかが重要になってくるはず。」

ハサミを握り、女性を美しく変身させるその姿勢、高い技術、ス

カットジャケット¥14,700、ボーダーニット¥10,500、白B.Dシャツ
¥8,925、パンツ¥12,600 / Adam et Rope

衣裳協力 / BP・1F アダムエロペ

#03

SNIPSグループオーナー / アートディレクター

由藤 秀樹

1968年新潟市出身。SNIPSグループのトップ。全てのジャンル、テイストをこなし、しかも手入れのしやすいヘアカットを提供している。ライフスタイルやキャリアに合わせたデザインで、「生涯頼れるヘアデザイナー」がモットー。

ビューティーコーディネーターという部門を設け、年齢は関係なく、お客様のバックグラウンドを理解したうえでプランを提案します。昔のようなヘアカタログを見せて髪を切る時代では、もうありません。スタッフにも「FORM DESIGN」移転にあたって、今まで経験したことのないヨガの効用を勉強してもらうなど、新生SNIPSのコンセプトを理解してもらうようにしました。全員の美に対する認識を統一することで、本当のSNIPSの価値が発揮されると信じているからです。」

移転前に県外での講習に参加し、実際にヨガをしながら学んだスタッフも入れれば、夜な夜な勉強に取り組んだスタッフも。それぞれの技術向上だけでなく、美への知識・経験を高めるべく機会を与えるのが由藤の指導方法の一つとも言える。

「スタッフへ指導を入れるときに気を付けているのは、一度で多くを伝え過ぎないこと。これは、ゴルフをやっている僕が感じたことだけど、上手く球が飛ばないときに指導を受けるとして、あれもこれも言われたら一度では理解できないなって。だから、自分が人に教えるときも一度で伝えることは一つにしようって決めているんだ。」



SNIPS LIFE DESIGN



新潟市中央区八千代1丁目3-18
TEL: 0120-410-617
営業時間: 平日 10:00~19:00
土・日・祝日 9:30~19:00
定休日: 毎週月曜 / 第一・第三火曜



新潟美少女図鑑

EDITORS
NIIGATA DESK



HukuHuku



CRAS



Soda



新潟って、 こんなに面白い！

生まれたのが新潟美少女図鑑。「街に住む普通の女の子たち」がモデルになり、見覚えのある街並みをバックに撮影を繰り返すことで、読者に親近感と地元愛を表現したんだ。自分の知っている子が載っていたら皆見ちゃうもんね」。

その言葉の通り、美少女図鑑は約1週間でなくなってしまう「幻のフリーペーパー」として定着。フリーペーパーというメディアは街にすっかり馴染んでいた。同時に、街には「美少女図鑑のモデルになりたい」とオシャレを楽しむ子が増えたようにも思えた。

その後も新潟に住む女の子のために作られたブライダル雑誌「HUKU:HUKU」や新潟でのライフスタイルを提案する「CRAS Living Nigata」や、着々とニューメディアの創造に力を入れてきた近藤。その熱意の根本には、趣味のアウトドアも少し関係していた。

「オフは、県内外で登山やカーヌー、キャンプなどアウトドアを満喫しています。日常では体験できない刺激がたくさん転がっているし、仲間や家族との時間を過ごすのにも最適。シヨッピングや観光もいけれど、新潟を120%楽しめるの

はアウトドアなんじゃないかな。新潟に住んでいるのにその魅力を知らないのはすごくもったいない！と思って、この夏に新しい媒体を作ったんだ。今年の始めくらいにふと思いつかんだけど、実現したら面白いなと思って」。

8 / 1からスタートした「EDITORS NIIGATA DESK」は、スマートフォン向け地域メディア。今までの媒体とは違い、webメディアとして形成されている。「新潟の持つ魅力を知っているのは、メディアではなく、自分なりに楽しみながら暮らす、この街の生活者」という点に注目し、個人の持っている情報や経験、知恵を集めたものだ。自身のアウトドア経験から得た「新潟の本当の面白さ」を形にした結果できたもの。誰もが一度は憧れたことのある、関東圏のような街の楽しみ方から少し視点を変え、新潟市に暮らし、働く、私たち自身、あるいは身近にいる人が実際にどのようにその地域生活を楽しんでいるか？それを知ることが、より充実した生活を送るヒントになるはずと考えたのだ。

「『ここにはない何か』への憧れではなく、今まさにココ新潟

で「楽しんでるリアル」にフォーカスすることで、これらの世代に受け継ぐべき、重要なメディアの役割の一つではないかと考えて、EDITORSを立ち上げを決意しました。僕と同世代の人だけでなく、20代の新社会人世代や学生の皆さんにも読んで欲しいな」。

新潟に限らず、全国各地の魅力を拡散してきた近藤。「COOL LOCAL」にこだわりの理由とは？

「僕が一番残念に思うのは、それぞれの土地ならではの多様性を無視した、画一的な価値観やサービスが今、あまりにも世の中に出回り過ぎていて、ということ。そして、それを誰もが何の考えもなしにただ受け入れている。それではあまりにもつまらない。肝心なのは、社会の多様性を受け入れ、それぞれにふさわしいものを、それぞれが自分たちの頭で考えること。『東京から発信されるものだけがカッコいい』という考え方はもう捨てましょう。地方に住む僕たちが、地方から、新しい「かっこよさ」を創り出すべき。地方から発信される新しさにこれからはこだわりたいながら、僕ならではの視点で街に刺激を与え続けたいです」。

「地方でも面白いものが作れるはずだ！」。約15年前にテクスファームを立ち上げた近藤にとって、伝えたいことはたくさんあった。「不況の真っただ中にあつても、新潟の街には面白いネタがたくさん転がっている」。

10代、20代の若者にこのメッセージをダイレクトに伝える手段、それこそが99年当時はまだ一般的ではなかったフリーペーパーというメディアだった。

「創刊当時はフリーペーパーがどんなものなのかまったく知られていなかったけれど、掲

載している情報は新潟の街遊びに関する、ごく身近なヒト、モノ、コト。これがSODAの始まりでした。自分たちの街のリアルな情報が載っていることから、創刊後すぐに噂になりました」。

SODAが学生から社会人まで幅広く読まれるようになるには、その時間は掛からなかった。発刊後すぐに、近藤の頭の中には次のビジョンが見えていた。

「SODA発行により生まれた人間関係や読者ニーズから

ショップコート¥18,900、B.Dシャツ¥8,925、デニムベスト¥10,500、
ホワイトデニム¥11,550(以上Adam et Rope)、ベルト¥7,035
(Tory) / Adam et Rope

衣裳協力 / BP・1F アダムエロペ

#04

株式会社テクスファーム 代表取締役社長

近藤 大輔

1973年新潟市出身。[COOL LOCAL]をテーマに、地域コンテンツの開発から運営とプラットフォーム提供を行う、TEXFARM inc.代表取締役社長。2008年に全国展開を遂げた「美少女図鑑」の発起人。



Cross Talk



過去の経験、 現在、 そして今後の課題

それぞれの挑戦

和田(以下：和)：僕は両親が教師だったこともあって、「良い学校を出て、働いている人こそ成功者だ」と小さい頃から強く言われていたんだ。10代の頃、その両親の考えを何とか覆したいと思って必死になつてた。当時はスノーボードにハマって、スポンサーをもらいながら大会で活動するまでに上り詰めていたんだけど、カナダで行われた大会で大怪我をしてしまつて…。そこから僕の料理人人生が始まつたんだ。

逸見(以下：逸)：料理はいつから始めたんですか？

和：スノボで生活していくために東京から新潟へ引っ越してきて、古町五郎でバイトをし始めた時だから、22歳くらい。足を怪我して最初はシヨックが大きかったけど、それでも何かで人と競っていたかったんだよね。そこで「僕が今できることは料理だ」って。料理なら1倍やれる自信もあった。当時五郎を仕切っていたオーナーも、元はウィンドサーフィンの東北チャンピオン。仕事も遊びも一流の人だったから、その背中を追っていましたね。自分で勝負しなければいけない状況にして、「そうせざるを得ない状況」と自分を持つていくようにしていたんだ。

近藤(以下：近)：その追い込み方がすごい。逆に俺はどの分野でも「人と競いたくない！」って思っていたな。他の誰もやったことのない、戦わない土俵。テクスファームを始める前は服を売っていたけど、その頃も服屋なのにイベントを企画してみたりして、誰もやったことのないことに挑戦しようって考えを持っていた。他と戦わないようにするにはどうしたら良いのかを考えた結果、クーポンや広告要素を一切省いた、新しいメディア「PICOPICO(エディターズ)」が完成したんだ。

由藤(以下：由)：業種によって考え方も違ってくるものだよな。僕なんて皆と違ってオタクっぽい幼少期だったから、根本的に人と比べられることには劣等感を感じていたもの。僕にだってどこか才能があるはず！と思つて、18歳くらいまで過ごしていたかな(笑)。でも、社会人になるならちゃんとスキルを身に付けなきゃって、焦りは感じていたかな。

逸：僕もそうですね。ナビゲーター

業企画部」「企画制作部」「事業企画部」…これからも「企画」の付く新しい部署が増やせるように会社を強くしていきたいな。

20代と30代では 挑戦する対象が まったく違う

由：20代の頃って仕事じゃなく、いろんなところで背伸びしちゃうもんだよね。サイズ感の合っていない服や車を選んで満足していたな(笑)。とにかく、お金がなくてもボロくても外車に乗るだとか、ギアにこだわって見栄を張ったりね。

近：車はファッションと同じで人と違うものじゃないとダメだと思って。言わば、一つの自己表現の場だよな。

逸：でも、今の20代って車や服を自分のライフスタイルとして捉えていない人たちが多くて、それってすごく寂しいですよな。

由：そうだよな。僕なんて、BBOに行くからあの車に乗りたい、旅行をするのにこの車に乗りたいって、そんなことばかり考えていたけどな(笑)。

和：僕の若い頃なんて、6畳1間のスペースに4人一緒に住んでいたことあるんですよ。生活費を切り詰めてでも良い車に乗ることに価値があると思っていたものだけだなあ。車に乗っているときの自分の世界観って大切だと思う。それに、小さな挑戦をたくさんしていた。例えば、落としたお金は絶対に捨つた(笑)。

ターになるんだから、しっかりラジオオのバックボーンを理解して、英語を話せるようにならなきゃと思つていた。26歳でアメリカへ渡つた経験は、すべて今の自分に繋がっているようにも感じる。

和：僕なんて、20代の頃は本当によく怒られていましたよ(笑)。上司からよく言われていた言葉が「お前は器用だけど、信用がない」ってこと。がむしやらに料理を勉強してきたけど、すべて自分のためにやってきたようなものだったから。そこから周りの人のために働くことと意識を変えて、接客に力を入れたし、お金のことも学んだ。全部挑戦というか、欠けているものを補うために、必然的に行われたことかもしれないね。今までの経験、積み上げてきたものが実は挑戦だったように感じるな。

由：今は、本店を移転したことで生じる変化を大切にしていきたいって思っているんだけど、これも同じように必然的にそうなったものだと感じている。というのも、利用するお客さんも新しい施設が増えて「よりキレイになれるんじゃないか」って期待してくれる訳ですから、僕らがしっかり今までの以上の美容を提供して、ビジネス的にも進展していくことが求められている。挑戦っていうのは、変化と共に常に現れるものですよな。

和：働いている以上、進化することって当たり前で、現状を維持するっていうことは、結局のところ退化を意味するようなものなんじゃないかな。

近：僕が美少女図鑑を始めたときも同じ感じ。必要だと思つたから始めたんだ。全国的に拡散されたのは編集長の愛情あつてかな(笑)。

逸：和田さんは東京出身だけど、新潟で働こうと思つたのは何か理由があつたんですか？

和：6年くらい前は東京で店を開きたらいいなって考えたこともあったけど、自分にマッチしてなかったんだ。新潟にいくと県外へ出ることがすごくカッコよく見えるけど、そんなことはない。今は需要のあるこの場所で新しいものを作っていくことにやりがいを感じている。

由：東京へ行ってしまおう人はたくさんいるけど、東京で働くことが魅力的という訳ではないと思う。新潟でやって自分のやりたいことできるし、むしろ挑戦の幅が広がることもある。美容に関しては今後、アジアの勢力がかなり重要になってくるから自分にしかできないことが求められているように感じるな。

逸：仕事に関しては作業する場所ではなく、自分が何をしたいかが重要。ラジオは正にそうで、今となつては新潟市から発信しているうちの放送も、サイマルラジオで全国、全世界で聴くことができるようになった。新潟市の皆さんに向けて放送することは変わりないけど、全世界にメッセージを発信できることは大きなチャンスだと思つてる。

近：皆の挑戦が類似しているように感じるな。最近では実力がないのに有名になりたがる人が多くて、単純に流されているようにしか見えない。ネットを使えば自分の作った原稿や絵、ダンスも披露できる今、自分しかできないことを追求していけば、新しいものが自然と誕生するものじゃないかな。

全国で必要とされたのはすごく嬉しかった。

逸：皆さん良いエピソードを持っていますね(笑)。僕の挑戦っていうと少し前の話になるけど、31歳のときに取締役に就任して、その直後に進めたのが部署名の変更だった。今まではただの「営業部」「制作部」だけだったけど、それがどうしても「ただ広告を売る人」「ただ広告を作る人」のように感じて嫌だったんだ。そこから全部署に「企画」という言葉を盛り込んで、どの部署でも自分で考えて、企画して物事を進めて欲しいというメッセージを込めた。「営