

EM

06

JUNE 2022

エッセンシャル
人生に欠かせないもの

なりたい自分に
成るための目標

編集者のつぶやき

-人生の余白

InterviewFile vol.06

-目標とゴール

デザイナー日記

-新たなるスタート





ESSENTIAL



あ る朝に、すごく美味しい素敵な珈琲を1杯いただいた。ここ最近は、
仕事のことばかりで嘘はつきたくないと思いながら格好をつけた
いのが本音だが、実際は家庭をかなりないがしろにしている。今どきは女
性も社会進出が当然であり、全力で子育てをカバーしてくれている妻に
は、心から感謝していると同時に申し訳ない気持ちも強い。だからこそ、今
だけ、今だけと思いながら、早く安定して軌道に乗せられるように急いでい
るが現実はそう甘くないと痛感している。

こ の1杯の珈琲を飲んだその日の前日も、当然のように遅くまで仕事
をしては、頭の中が散らかった状態で家に帰り、ご飯を食べ風呂も
入ることなくそのままソファーで寝てしまった。朝になればスマホのアラームに起こされ、熱いシャワーを浴びてスーツに着替えていた。まだ1歳の息子の顔を見ながら身支度をし、玄関では妻が送り出してくれた。ふと、毎朝
呑んでいる栄養ドリンクを飲むのを忘れたことに気づく。コンビニによって
珈琲を買うのが習慣だったが、なぜか栄養ドリンクを買った。数時間後、仕
事をして一息つくときに、珈琲がどうしても飲みたくなり、コンビニに向かっ
たが、途中でなぜかスタバに向かった。到着してごく普通のドリップコーヒーを注文しては、受け取ったのだが、この時に店員さんが、お仕事ですか?
頑張ってくださいと、一声かけてくれた。そしてマグカップには、スマイルの
マークが。その時の1杯の珈琲がすごくおいしく感じたのは、言うまでもな
い。

人 間はわがままな生き物だと、つくづく思う。自分のペースを乱されることも多いし、嫌な人もたくさんいる。意見や価値観が合う人ばかりではない。起業がブームだが、当然サラリーマンの方々の方が圧倒的に多いわけだから、会社の方針に従っては、嫌な想いをお酒で流し込む人を幾度となく居酒屋で目にしてきた。それを見ながら、世界が平和だったらなどいつも思う。ただそんなことはない。人生はどこかで折り合いをつけいかなければ、大袈裟に言えば戦争になってしまう。頭のいい人からすれば感情的になる人は偏差値が低いんだよと罵倒されそうだが、そういうことじゃない。押し殺して生きている人が正解ではなく、ノンストレスでいられる関係性こそがピースであるべきだと思っている。そのためには、何事にも余裕が大事だと思っている。人生で言えば余白というやつだ。それほど映画を見るタイプではないが、人生を映画で例えると、上映開始から今何分程度が経過したのだろうか。クライマックスをどこに設定するのか、確かに映画好きが語りたくなるもの頃ける。スタバの店員さんがかけてくれた一言は、私にその余裕を取り戻してくれた。本当にありがたい話である。余裕があるときにゆっくり飲む珈琲は、どこか格別に美味しい感じる。良い話だが、何を食べるかじゃない、誰と食べるかが重要だと説く人がいたと記憶しているが、本当にその通りだなと思う。美味しいものを食べると人は自然と笑顔になる。料理人とはつくづくクリエイティブだなと思うし、この珈琲も笑顔というよりも、ホッとする一息をくれたといえば、かなりのクリエイティブだと言える。

コ ロナ禍で耳にするソーシャルディスタンス。zoom呑みとメディアが煽る一方で、今も同じようにやっている人は果たしてどれくらいいるのだろうか。むしろ、オンラインで繋がってお酒を楽しむ人は、それまでも一定数いたと思う。新しいように言えば聞こえがいいのか、改めて人は何か定義が欲しいんだなと思わされることが多い。別に誰かに迷惑をかけているわけじゃなければ、好きなように好きな形でお酒を楽しめばいいのにと思ってしまう。話を戻すと、ソーシャルディスタンスは、今やどうなったんだろうと思う。マスク事件もそうだが、相変わらずホリエモンと餃子屋はいつまでバトルをしているのだろうか…。とホトホトあきれ顔になってしまう。もうどっちでもいいのが本音だが、当事者ともなればそうもいかないのかもしれない。理論武装して戦っても、そこにある心情には必ずとも比例するわけじゃないと思えば、温度感を感じ取れないテキストベースのメッセージに何がぬくもりを届けてくれるのだろうか。デザインを日々考えている自分としては、この動かない文字に、どう思いを乗せるべきか、いつも考えているが結局見つかったためしがない。それも当然の話で、受け取った相手がどう感じるかは、制作側にはコントロールできないからだ。毎日のように流れるSNSのタイムライン上には、驚くほどの有象無象のコメントが流れている。それをすべてに目を通し切るのは難しいが、こうして大事な形に残すことで、いつの日から思わず人に届く可能性もあると信じている。感染症対策として耳にしたソーシャルディスタンスは、いつのまにか、人の距離感を想像以上に遠ざけている気がしているが、マスク同様、いつの日か、以前のように戻ることはあるのだろうかと疑問に思う。物理的な距離以上に、心の距離は取り戻すのに時間がかかる。子どもが産まれ、考え方、ライフスタイルと大きく変化した今は、少しまともな大人を演じているが、過去に山ほどの失敗を重ねているのはここだけの話である。心の距離と、人生の余白を考えきっかけをされた1杯の珈琲に感謝している。ありがとう。



語る、過去と今と未来

Interview File vol.006

このインタビューファイルでは、デザインオフィスクリップが気になった人をピックアップ。主に起業家、クリエイター、フリーランスなど、多ジャンルの中から様々な形で活躍する方を取材。“過去”“今”“未来”的フェーズ毎に、パーソナルな部分を深堀り。

what's ESSENTIAL

なりたい自分になる

今回は、10年以上健康的な食事を作って、提供してきた食のスペシャリストとされる栄養管理士の山本さんを取材。さまざまな経験を経て現在はベジットらぼの代表を勤める山本さんのエッセンシャルに注目です。

山本明日菜 / Yamamoto Asuna

高校卒業後に栄養管理士の養成校へ進学。健康になるための方法ということで栄養学を学ぶも、実践して取り入れたもなかなか健康な体を手に入れることができなく、疑問を抱く日々を送る。卒業後、両親が経営する飲食店で体に良い食べ物を提供しながらも、理想としていたウェルネスになることを探し、自身でお店を持つことに。現在は、ウェルネスサロンベジットらぼを2021年4月に開始。現在は創設者であり講師として活躍中。



山本 明日菜 / Yamamoto Asuna

川本：自己紹介をお願いします。

山本：初めまして。べじっとらぼの代表・講師を務める、管理栄養士の山本明日菜です。よろしくお願いします。

川本：まずは、べじっとらぼについてお伺いさせてください。こちらは、お店なのでしょうか。

山本：べじっとらぼは過去3回ほど形態を変えていて今は、オンラインサロンのような形で食育のコーチングなどを行っています。もともとの始まりは、2017年までさかのぼるのですが、この年の7月にコールドプレスジュースをメインに販売するナチュラルフード専門店として立ち上げました。その後2020年3月にナチュラルフードスクールとして、対面形式でのコーチングを行ったりと形を変えたのですが、コロナの影響などもあり、2021年4月にウェルネスサロンとして形を変えて現在に至ります。現在もカウンセリングを行い、必要に応じてローフードやコールドプレスジュースなどもプログラムのオプションとして提供をしています。

川本：そうなんですね。ありがとうございます。コールドプレスジュースというは、ファスティング(いわゆる断食)の時に飲むイメージがあるのですが、ありますでしょうか。

山本：ファスティング(食事の置き換え)としての活用する場合もあります。そちらが一般的かもしれませんのが、私はダイエット目的や体肝目的な感觉でその場限り取り入れる方法はおすすめしておりません。コールドプレス

ジュースは良質な微量栄養素を取り込みやすい形で抽出した、「食べるサプリメント」のようなものです。日々の食生活で不足する栄養の補給として活用していくことを推奨しています。取り入れ方は、体质や目的などで変わってきますので、どのような体作りを目指しているのかで違うため、難しいポイントもありますね。メディアや雑誌だけの情報だと間違えやすいので本当に注意が必要です。まさにこの指導を行っているのが私がやっているウェルネスサロンとも言えます。

川本：全然知りませんでした。ありがとうございます。山本さんは管理栄養士ということですが、養成校の卒業後はご両親の飲食店で働かれていたとお伺いましたが、その経緯を教えてください。

山本：良く自己紹介ではなんちゃって管理栄養士なんて言っています。正直に言うと養成校での勉強は自分の理想としていた内容とは違って、講師の方々とは頻繁に衝突していたのが正直なんですが、ここで辞めても…というのがあって、どうせなら国家資格を取っておこうと考え、いつか自分の理想とする栄養学に繋げるために管理栄養士の資格を取得しました。この通り、管理栄養士として働きたかったわけではなくて、自分のやりたいことの武器としてとりあえず！という程度でした。だから、卒業後も栄養管理士として定番の道ではなく、両親の経営する飲食店でヘルシーな洋風創作料理をお手頃価格で提供するカフェバーをやっていました。管理栄養士がつくる。通常の半分以下のカロリー！フレッシュで栄養価の高いトルコライスを販売し、TVや新聞に取り上げていただいたりもしました。

川本：そういう背景があったんですね。山本さんのそのウェルネスというのがあまり聞きなれないのですが、教えていただけますでしょうか。

山本：ウェルネスというのはその昔にアメリカの医師が提唱したものなんですが、健康な体を作つて自分の理想とするライフスタイルを送ろうというものです。決して難しく捉えてほしくないんですが、心身ともに健康な状態であることをウェルネスと考えていいと思います。

川本：そういうことなんですね。今は働き方も多様化していることを考へると、コロナ禍も相まってウェルネスというのは本当に大切な考え方ですね。

山本：そうですね。仮に病気になれば薬を処方してもらいますが、言葉は少しストレートですが、薬というのはあくまでもごまかすものであつて、そもそも体調不良にならないための体作りが大切なのは？ということに気づいたのが大きかったです。そのためには、心も身体も健康的な状態を保つことが必要であつて、それは決して行政や病院で、一般的に働く管理栄養士としての形では声をお届けするのに限界があると感じました。

川本：奥が深いですね。今はファスティングやオーガニックフードなど、健康に関する話題が多く、たくさんの人が興味関心の惹く話題です。でも、本当に正しい情報を正しく吸収できている人は少なううですね。勉強になります。

山本：健康といっても、その人にとって何が足りていないのか、そして何を補うべきなのか、単純に運動不足なのか栄養不足なのかなど、人それぞれ違うので、現在のペジットラボでは、そのようなヒアリングから初めて体調管理を行い、ひとりひとりにあったプログラムを提案していく働きをしていきます。

川本：冒頭にペジットラボについてお伺いしましたが、ようやく少し理解でき

た気がします。もともとペジットラボを始めたときは、路面店もあって人気だと聞きましたが、やはり形態を変えられたのは、コロナの影響が大きいのでしょうか。

山本：影響がなかったわけではないですが、それが一番よりも、ひとりひとりにあった正しい情報や知識を提供しつつ、ウェルネスになるためのプログラムを提供していくのが必要だと感じたのが正直なところです。もちろんお店でもライフスタイルの見直しなど提案させていただきながらジュースの販売なんかもやっていたのですが、それをメインに行っていこうと思い、形変えました。

川本：お店ではひとりひとりに提案していくのは限界がありそうですね。

山本：そうですね。どうしても請け負える人数に限りがあり、たくさんの形声を届けることが難しい状態でした。私はコールドプレスジュースを売りたいのではなく、体づくりの手法をレクチャーさせていただき、ご自身でセルフケアができるようになっていただきたいという想いでペジットラボを作った経緯がありますので、その形をいかせる形をと、スクール、サロンと形態を変えていった形です。

川本：ありがとうございます。お店は福岡と聞きましたが、ご出身の長崎から出られるきっかけは何かあったのでしょうか。

山本：きっかけは、卒業後の両親の飲食店で働いていたことです。飲食経験のある方は共感してもらえると思いますが、休みなしの長時間労働、睡眠もあり…という働き方になります。まさに私もそのひとりで、全然目指していたウェルネスではないと思い、過酷な働き方はやめようと思ひ、友人の誘いもあって福岡へ出ました。それでペジットラボの始まりが福岡ということです。



川本：私も学生時代に飲食店でのアルバイト経験がありますが、どうしても夜型の生活やお酒などもあってか、規則正しい生活とは真逆になりがちでした。形態を変えられた現在も福岡なのでしょうか。

山本：いいえ。現在は地元の長崎の五島列島に生活拠点を移し、オンラインサロンの形態をとっています。場所を選ばずに働ける為、プライベートを充実させながら、1ヶ所に止まらず、五島列島をメインに、長崎市、福岡市を行き来しながらパソコン1つでラフに活動しています。

川本：時代の波もあると思いますが、場所に捉われない働き方というのは素敵ですね。いわゆるノマドワーカーということでしょうか。

山本：そうですね。オンラインでつながって仕事ができるのであれば、それに越したことは無いと思っています。もともとは海外にも興味があるので、コロナが落ち着いたら行ってみたいですね。他にもそうですが、もし可能であるなら制限のない働き方は、ストレスも軽減されるし、挑戦してほしいですね。

川本：素敵ですね。山本さんにはウェルネスという軸があって、それを達成するために形を変えてチャレンジされている姿には、たくさん見習う部分があるように思います。山本さんの今後の目標などお聞かせください。

山本：今は働くことにフォーカスしていますが、5年後くらいには家庭にもフォーカスしているかもしれないですね。母には、親を超えない下さいと言われ

て育ってきたんですが、個人的にはその目標は達成しているような気がしています。あとは結婚して家族を…というのがこの先、見ていることかもしれません。

川本：ありがとうございます。最後になりますが、山本さんにとってエッセンシャル（人生に欠かせないもの・こと）とは何でしょうか。

山本：ゴール設定です。簡単に表現すると、なりたい自分（夢）をイメージして、そのイメージを既に叶っている状態を感じることです。アスリートの方がよくおっしゃると思うのですが、何度も成功イメージをする、イメトレですね。これをなりたい自分、全てのパターンでイメトレしていく感じです。いかに成功イメージを描けるかで、人生が決まります。なので、ゴール設定が私の人生には欠かせません。これがある事で自然とそれに向かってやるべき行動が見えてきて、日々ワクワクしながら、時間も忘れて、まるで子供の様に夢中になる。そんな日々を送っています。私はなりたい自分（夢）を持ち、楽しい日を送る方で溢れる様に、ウェルネスコーチをさせていただいている。

川本：まだまだ奥の深い分野だなと思いました。心身ともに健康でいることは本当に大事だと思います。この記事を読んで、ひとりでも多くの方が興味をもって、そして行動にうつしてくれたら嬉しいですね。今日はありがとうございました。

山本：少しでも多くの方々とウェルネスなライフスタイルが広がると良いと思っています。今日は、ありがとうございました。



ウェルネスサロン / ベジットらぼ

腸活で人生が変わるあなたがウェルネスでいられるための
食生活・ライフスタイルを提案します。

山本 明日菜 代表 / 講師  aroma_life_style

<https://vegittolabo.com>



忙しく働くあなたへ
自然の恵みで健やかで美しい身体づくりを

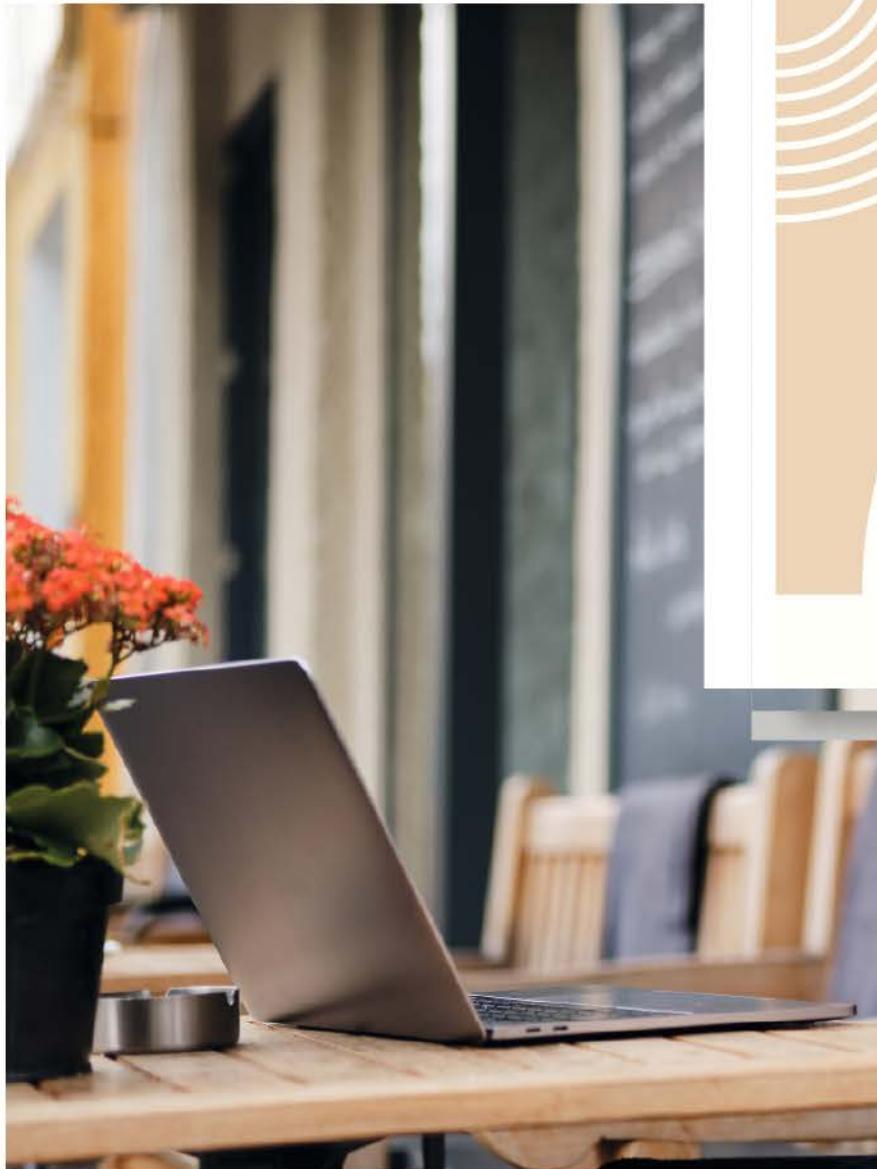
vegitto labo.
ベジットラボ



今 年に入って早くも 6月に入りました。早くも梅雨の時期。早くもといえどもう 1つ。今年の 2月に突如起こったロシアによるウクライナの軍事侵攻。この出来事が始まってから早くも 4ヶ月が経とうとしています。当時はオリンピックで賑わっていました。そんな中こんな事が突如起きるとは、世界中で驚きと緊張が走りましたね。一向に終わりが見えず今も侵攻は続いています。この最悪な事態を止めようと国際的に動いてます。先月までにおよそ 700 社程の多国籍企業がロシアから撤退もしています。撤退している企業の中で、先日話題となった企業があったのはご存知でしょうか。それは知らない人はいないと言う程、私たちの生活に馴染みのあるハンバーガーチェーン店マクドナルドです。ロシアによるウクライナ軍事侵攻を受けて 5月にロシア市場から撤退を発表。ロシアにマクドナルド 1号店が出店したのは 1990 年のこと。当時冷戦の緊張緩和を象徴する出来事でした。世界的企業がロシアで 30 年以上続けてきた市場から撤退判断したという事実、今回の紛争の事の重大さを感じます。

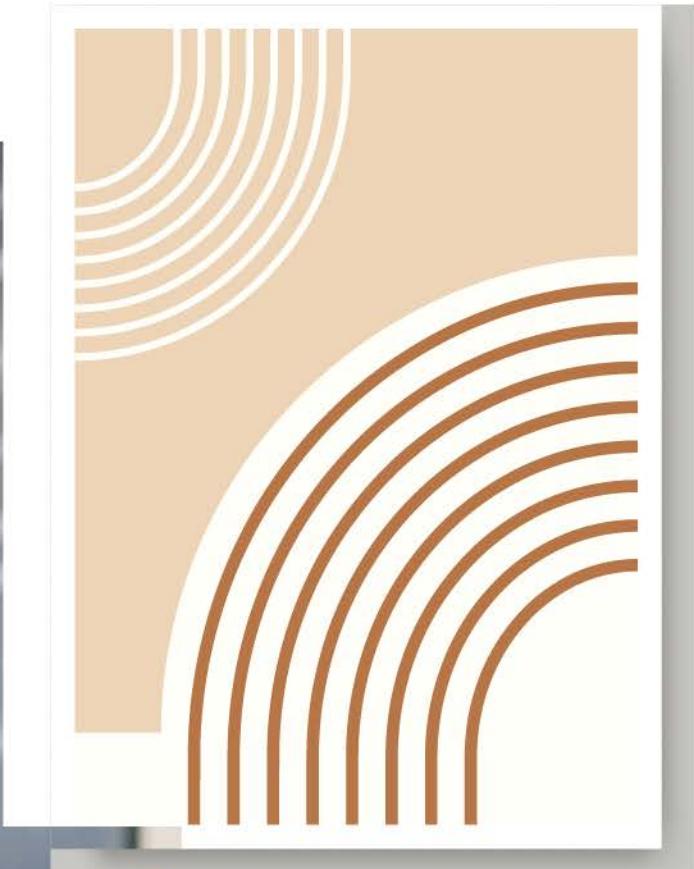
それに対抗しロシア企業は事業を買収。新しく展開することを決意。その店舗の名称は、「フクースナ・イ・トーチカ（おいしい。それだけ）」。この名で先日営業を再開しました。この名がメディアに発表されたのは開店と同日 6月 12 日。その前に先に発表されたのがロゴでした。ロシアでの商標は維持するため、ロシア企業は黄色い「M」を使うことができず、新しいロゴ発表に至ったようです。お店のそのロゴは緑色の背景に赤色の丸 1 つと 2 本のオレンジ色の線のデザイン。それらはハンバーガーとフライドポテト 2 本を表現しており、顧客が長年慣れ親しんできた商品やサービスの品質を象徴する「縁」を背景に採用したと説明していた。

マクドナルドのロゴと言えば、赤の背景に黄色の「M」を思い浮かびますよね。知ってましたか？ 黄色の大きく書かれた「M」の文字。あれば「McDonald's」の頭文字の「M」ではないのです。知ったとき衝撃的でした。ロゴが出来る以前、お店を目立たせるためのサインとして「McDonald's」と書かれた看板の上に黄色い



橋をイメージする「ゴールデンアーチ」を設置。黄色は視認性が高く、工事現場など危険を伴う場に使われるよう注目を喚起させる色。その注目を集め黄色のアーチはその後、お店の両サイドに設置されました。両サイドに設置された2つのアーチを組み合わせてできた形が今のロゴへとなったのです。頭文字ではなく注目を集めるために設置したアーチ（サイン）、云わば店頭の一部がロゴになったのは興味深い成り立ちですね。色にも意味があります。赤色は刺激や食欲、空腹感を引き起こし、黄色は幸福と親愛感を生み出す色なのだと。そして、赤&黄という組み合わせは、速さやスピード感を感じさせるのだという。マクドナルドに合った色ですね。

と、なるとロシアの新しいロゴは一見全く違うデザインな感じがします。メディアでは、マクドナルドの「M」に似ているという意見があるようです。私の第一印象は「モスバーガー」でした。モスバーガーのロゴは赤色の「M」の下に「MOS



BuRGER」(uは小文字ぼく最後羽上がってるの遊び心が感じられますね)と書いてあるものでしたが、今は深緑の枠に白抜きの「M」と緑色の背景に変わっています。食に対する社会問題に対して「安心、安全、環境」の提供に努めるという企業姿勢を表したものだそうです。この「M」も「MOS BURGER」の頭文字ではなく、食パンを意味しているようです。

と、の縁 MOS のロゴに似ていると思ったのですが、調べていく中で似ているロゴは他にもあるようです。とは言え意味もきっかけも各々だと思います。その企業の思いがぎゅっとつまったロゴ。目的や同業者だとどうしても近くなってしまうだけで全く違うもの。そんなロゴをデザインする時は、ものすごく悩みます。難しいです。この記事で社取りあげた3社のロゴも意味を知ると面白くないですか？身近に何気なくあるロゴ、読者の方も気になったロゴがあれば意味を調べてみてください。私もスキルを上げるためにたくさんのロゴを研究しなければ…頑張ります！



思い出の瞬間を
イラストに残しませんか？

イベント情報など各種 SNS をチェックしてください。

@takai_kenshiro

takai_kenshiro

LINE 公式アカウト▶



イラストレーター
Illustrator

タカイ ケンシロウ
Takai Kenshiro

兵庫、富山を中心に活動するイラストレーター。

