



あなたとわたしの PARTNER

フリーペーパーで表現する世界

辻 真理子
TSUJI Mariko
筑波大学芸術専門学群
芸術学専攻芸術支援コース 3年



フリーペーパー『PARTNER』は、美大生だけで組織された編集委員会による美大生のための冊子。私が初めて手にしたのは大学に入学した2009年の秋。手に取ったその日、文章を読むより先に全ページの写真やデザインを夢中で眺めた。1ページめくる度に目に映る誌面そのものが、作品のように感じたのだ。そして、最後のページに掲載された編集者のプロフィールを見て、美大生だけで作っているのだと知った。

表紙のインパクトあるモチーフと、誌名や記事タイトル等のタイポグラフィとが作り出す調和。ページを表す数字や小さなサインへの細やかなこだわり。フォントの強弱が生み出す旋律。画材、ファッション、芸術に関わる制度、旬なイベント、話題のクリエイター、美大生の作品など、芸術に関わる人には嬉しいテーマ。様々なものを盛り込んで生まれる美と、余計なものをとことん省いて生まれる美の、両方を知った上で作り上げている誌面。装丁、印刷、記事内容などの点において有料誌と変わらないクオリティーがあるのに、フリーペーパーとして配布する。なぜそんなフリーペーパーを作ることが可能なのか、ずっと不思議に思っていた。

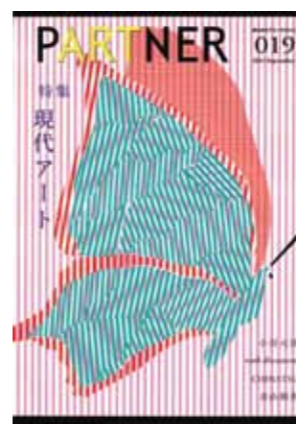
そこで、この度は東京都分寺にあるオフィスを訪れ、第20号を制作する編集委員会の会議に参加させていただくことに。まず、

現在編集長を務める武蔵野美術大学情報学科2年次在籍の阿部愛美さんと出会った。赤や橙の花柄のタイトなスカート、ラメラメのカチューシャにお団子頭という「THE 美大生」の容貌で現れた彼女の姿が印象的。他のメンバーが集まる前に、少しお話を伺うことにした。

2人に1人の美大生が手にするペーパー

— 突然ですが、ざっと『PARTNER』と編集委員会のことを教えてくださいませんか？

阿部 はい。ペーパーは、年に四回発行しています。季刊号という訳ではなく、大学生の夏休みと春休みの前後に当たる、4、7、9、12月になるようにしています。発行部数は3万部なんですけど、美大生が全国に6万人居ると言われているので、2人に1人は手にとってもらえるような部数で発行しています。冊子は、全国の美術系大学、予備校と専門学校など120くらいの学校に置いて頂いています。制作支部としては、関東・関西・名古屋の3支部に分かれているんですけど、制作中には編集長会議をして、全メンバーで一冊を作り上げています。編集委員会は、企画からデザインまで全て行っていて、中にある私たちが記事と同じ形式で制作する記事



広告も、学生がライター、デザイナーとして制作しています。企業が制作して提供して下さる純広告も、渉外は後ろに付いて下さっている会社にも手伝って頂いてるんですが、取って来て頂く広告自体が美大生に向けてのものでし、読んでいく上でノイズにならないように選んでいます。

そして、今作っているのが20号で、次の21号で丁度5周年を迎えます。「美大生に向けたフリーペーパー」としては日本初のものと自負しています。

— 編集委員会では多様な仕事があるようですが、なにを専攻している学生が多いのですか。

阿部 デザイナーはグラフィックやエディトリアルに興味のある学生が多いです。広告制作志望の、いわゆる平面系の学生が多いですが、工業デザインや空間演出、ファッションなど立体を専攻している学生も居ます。ライターは芸術学等、学問を専攻している学生が多いです。結局のところ、科に縛られず、編集に興味を持って集まってきています。

会議の時間になったためここで中断。いつの間にか目の前にはノートパソコンが並べられ、様々なカラーを持つ学生たちが机を囲んでいる。編集委員の役割には、企画の最終決定・冊子全体の編集を行う編集長、編集長と同じく全体の編集をする副編集長、すべての企画に目を光らせ滞りなく企画が進行するように補佐する制作進行、1冊の冊子として誌面デザインのクオリティーを保てるように統括するアートディレクター、渉外担当や、ライター、デザイナー、カメラマン、インタビュアー、ウェブといったものがあるという。

阿部さんの話に出てきた、広告スポンサーや取材対象との交渉を担っている会社とはどのような繋がりがあるのか調査したところ、『PARTNER』の起源となる株式会社モーフィングの存在を知った。そこで、モー

フィングの取締役会長である加藤晃央さんにもお話を伺ってみました。

大学生の時にこんなのがあったら

加藤さんは学生時代、お笑い、演劇、映像を駆使するサークルを作り、そのマネジメントに奔走。「プレーヤーのお世話みたいなことが好きで、楽しかったんだよね。」と語る。3年次に始めた金融系企業のインターンシップで、多くの成長企業に対して、コンセプトから生み出すデザインを提案し、企業とクリエイター間の受注発注を任せられるようになる。社会でのお金と作品のやり取りを実際に経験し、その過程で感じたクリエイターへの責任感とそこで広がった美大生のネットワークをバネに、起業するに至ったという。

まだあまり流行っていなかったフリーペーパーを、「もっとデザイン性の高いもの」にしたいと、美大生や一般の大学生を募り、ミーティングを重ね、現在の『PARTNER』の原型を作成した。

「今でもそうなんですけど、大学生のときにこんなのがあったら絶対入ったのに!」ということをやっとやって行きたいんですよ。」と語る加藤さんは、現在も一般大学の学生と美大生、また学生と社会を繋げるような様々な事業を展開している。そのような仕事の一つとして『PARTNER』編集委員会をバックアップしているのだ。

編集委員全員でデザインする誌面

そんな歴史もあり、現在編集長である阿部さんは、「何か欠けている状態で完成にはしたくない」と語る。そのために、個人やそれぞれの役割分担で完結するのではなく、担当同士で進行状況を定期的に報告し合うことによって、何がどこまで出来ているのか、何をすべきかを全員で把握し全体が進められるようにしているのだという。インタビュアーでなくても、美大生に役立つ情報にする

*『PARTNER』誌面画像は同誌編集委員会より提供