月刊島民

橋を渡る人の「街事情」マガジン

中之島

Vol.109 2017 8/1

◉iPadサイズ（と、ほぼ同じ）

ナカノシマ大学

「大阪・鳥瞰図列伝
①吉田初三郎と
鳥瞰図時代の幕開け」

申し込み受付中！

島民Vol.109.indd 1 2017/07/22 7:53

京阪ホールディングス［Keihan Group］

◎2016年～　◎12,500部
◎年8回発行

全52社の京阪グループ社員に向けて発行。以前は『かけはし』だったが、2016年のリニューアル時にタイトルを変更。発行回数も増やした。

若手社員が中心になって、グループ各社をつなぐ誌面を。

2016年のホールディングス化をきっかけに、心機一転とばかりに社内報をリニューアル。トップのメッセージや経営理念などを社員に浸透させるだけでなく、グループ各社をつなぐ架け橋として、年8回のハイペースで発行されている。

「心がけていることがあります」と、広報担当の片岡大祐さんが語るのは、「グループのみなさんの頑張りを積極的に取り上げることです」。グループ各社の取り組みを紹介するニュースや、いきいきと働く女性社員をピックアップする連載コーナー、お客さんからの感謝のメッセージの紹介など。「京阪グループで働くことを誇りに思える誌面にしていきたい」と話す。

誌面の雰囲気はとても軽やかで明るく、読みやすい。その秘訣は、担当者に若手社員が多いことも関係している。「社内報は以前から20～30代の若い広報部員を中心に企画・編集することが多いんです。若手が担当することで、わからないことを素直に取り上げられますし、解説の文章も自然と丁寧になるのはメリットだと思います」（片岡さん）。

いつの間にか社内では当たり前になっていることでも、若手にとってはわからないというケースは多いもの。若い社員に視点を合わせることで、世代間のギャップを防ぐ効果はあるだろう。つい最近担当になったばかりの小池秀和さんも29歳。「異動前はくずはモールの担当で、チラシやDMの作成にも携わっていました。印刷物は見られないと意味がないので見やすさにはこだわっていましたし、その経験を社内報にも活かせれば」と意気込む。

京阪だからといって「電車色」が強いわけではない。レジャーやホテル、不動産、商業施設など、グループが展開する事業のさまざまなトピックを扱う。ここ最近の特集タイトルを挙げると、「これまでにない、これからの京都」「京阪グループホテル、観光創造への取り組み」など、ビジネス誌の特集のようなタイトルが目立つ。

グループ会社の職場紹介ページを見るだけでも、商業施設を担当する京阪流通システムズ、アクアライナーなどの大阪水上バス、沿線住民にはおなじみe-kenetカードの京阪カードに京都タワー…。ありとあらゆるジャンルでたくさんの人が働いている様子は仕事図鑑の趣すら。これだけ多岐にわたる会社と仕事があれば、ビジョンを共有するための社内報の存在感は大きいだろう。

社内報担当者のホンネ
経営統括室　経営戦略担当（広報・CSR）　片岡大祐さん　小池秀和さん
「グループ会社の編集委員の方にも情報を提供していただいています。グループと電鉄、両方の社内報を担当しているので、この情報はどちらに載せるべきか、迷うこともたまにありますね（笑）」（片岡さん・左）

巻末の人気コーナー「キラリとひかる」では、登場する社員が毎回ガラリと変わる。

グループ会社の職場を紹介するページは、お仕事図鑑のような雰囲気が。とてもにぎやかで明るい。

こちらは電鉄の社内報。

京阪電気鉄道［進取］

◎2016年～　◎5,000部　◎年4回発行

京阪グループとは別に、京阪電気鉄道株式会社すなわち京阪電車の社内報もこちらで担当。タイトルは『進取』。オールドファンには説明不要、「進取の精神、技術の京阪」のスローガンから採られたものだ。グループ全体の広がりや動向を俯瞰する『Keihan Group』に対して、『進取』では電鉄社員の一人ひとりの素顔にフォーカス。より各部の細かい取り組みを紹介することで差別化を図っている。社員の笑顔が並ぶ表紙デザインが、とてもチャーミング。

取材・文／江口由夏　大迫 力（本誌）

島民Vol.109.indd 2　2017/07/22 7:53

田辺三菱製薬
[meet]

◎2007年～
◎年4回発行
◎6,500部

合併を機に創刊したことから、「出会い」の素晴らしさを強調。前社名の三菱ウェルファーマの「M」と、田辺製薬の「T」が向き合う。

社外の声を積極的に取り入れ、変化のきっかけに。

社内報とは会社の中の話を伝えるメディアだ。そんな中、田辺三菱製薬の『meet』は、社外の人たちからどのように見られているかを積極的に取り入れている。

例えば、連載コーナーの「外から見るMTPC」は、取引先などの関係各社が田辺三菱製薬についてコメントする。褒め言葉が並ぶのではなく、わりと真面目な提案があったりするのがおもしろい。反対に、「他社へ学びにいきました」というコーナーも。新しい取り組みや成功の秘訣について教えを乞うのだが、業界の枠を超え、全国各地へ取材に回るフットワークには頭が下がる思いがする。

そのねらいについて、広報部の早田達哉さんはこのように話す。

「今年の10月で、田辺三菱製薬が発足し10年を迎えます。社内報では主に経営メッセージを伝えることを重視していたのですが、次の10年、20年に向けて、従業員が自らの仕事を見つめ直し、変化を遂げるきっかけになるようにと、社外の声を取り入れてきました」

7月に発行された最新号から編集担当に加わった武居瑞穂さんは、今まで気づかなかった社内報の役割の大きさをひしひしと感じている。「最新号ではアメリカでの本格的な事業展開のスタートについて取り上げています。以前は国内の営業担当でしたから、アメリカ事業も『遠い話』という感覚だったのですが、知っていくにつれ、もっとみんなに伝えたいという気持ちになりました。

現在は10周年記念号制作の真っ最中。「過去をふり返るものではなく、今後どう進んでいくのか、変わっていく機会になるような特集にしたいですね」と武居さん。単なる情報提供ではない、社内プランディングのためのツールとしてのあり方を模索し始めたばかりだ。

社内報担当者のホンネ
広報部 報道グループ　武居瑞穂さん
「3ヶ月先のことを考え、その時点で読者に新鮮だと感じてもらうにはどんな企画がいいのか、まだまだ課題ばかりです。でも、何かを頼んでもみなさん喜んで協力していただけるので、社内報ってすごかったんだなと気づきました」

今年4月号の「外から見るMTPC」では、三津家正之社長がNECのトップと対談。あえてまったく異なる業種の企業を取り上げる「他社へ学びにいきました」も特徴的。

ダイビル
[かすがひ]

◎昭和44年（1969）～
◎年4回発行
◎400部

「かすがひ（い）」はコの字型の金具で、木材をつなぎ合わせるためのもの。大阪・東京の2拠点（創刊当時）や、社員と旧在職者をつなぐ。

継続と、変化と。これぞザ・社内報。

筆文字のタイトルがいかにも老舗企業らしい風格。ビルをつくる会社にぴったりのタイトルは、創刊直後の第2号で名称が募集され、第3号で発表されると共にこの名前になった。

企画や記事の選定は、各部署から集められた広報室兼任メンバーと話し合い、広報室の中道仁美さんが編集作業を担当する。「人数がそれほど多くないこともあり、このスタイルが伝統になっていますね。アットホームな雰囲気がある反面、どうしても〝縦割り〟の部分はありますから、社内の情報交換やコミュニケーションを促す意味もあります」。

経営方針や人事、社内行事の報告など、オーソドックスな誌面の中、2012年に子会社ができたベトナムの情報を伝える「ベトナム通信」が目を引く。現地社員の書いた英語記事と日本語訳が掲載された2ヶ国語表記。日本とはちょっと違うレクリエーションの雰囲気がエキゾチックな感じがする。

また、育児休暇取得後に復職する女性社員が増えてきたことを受けて始めた「ママれぽ」「パパれぽ」では、育児中の社員の様子を写真で報告。近況を知ると共に、復職後のやりとりを円滑にするねらいがあるそうだ。会社の規模や特性に見合った編集体制や誌面づくり。社員のためのものという社内報の王道をゆくのが、質実剛健な会社ならでは。

社内報担当者のホンネ
広報室　中道仁美さん
「会社の動きを記録するものでもあるので、避けられないことではありますが、マンネリ化しないように常に心がけています。行事には必ずカメラ持参で参加。「これ、『かすがひ』に載せたら?」と言ってくださることも増えてきて、嬉しいです」

誌面からして楽しい職場のムードが伝わってくる「ベトナム通信」。

過去の社内報。題字は今と変わらず。なかなか味わい深い。

島民Vol.109.indd 3　2017/07/22 7:53

朝日ビルディング［あさひ・びる］

◎昭和31年（1956）～
◎年4回発行
◎400部

昭和40年（1965）に社内公募を行い、投票や議論の末、このタイトルに変更。デザイン性も重視し、2010年に現在のロゴへ。

熱量は新聞社ゆずり。読まれてこそ価値が出る。

中之島フェスティバルタワーや同ウエストを運営している朝日ビルディング。そのルーツはもちろん朝日新聞社。となると、社内報とはいえ力の入れようが違う。「取材はもちろん、編集やデザインも自分たちでやるというDNAは昔からあったのだと思います」と話す経営管理部の平美代子さん。社内報編集のセミナーに参加し、編集機と格闘した入社当時を振り返ってくれた。

社内報担当者のホンネ
経営管理部　平美代子さん
「原稿を依頼する際はみんな遠慮がちですが、やっぱり故郷の思い出は書きやすいネタなんでしょうね。逆に原稿を削るのがしのびなくて（笑）。故郷の味・蜂の子を皆で味見したのもいい思い出です」

同じく経営管理部で社内報を担当する永田保男さんはまさに、かつて朝日新聞で腕を鳴らした一人。「いい記事も面白い記事も、読まれてこそ価値が出ます。読みやすさや目を引く誌面づくりを重視し、最新号からリニューアルしました」。テキストが縦組で右開きだったものを、一般的な資料やパンフレットの体裁に合わせ、横組で左開きの冊子へ。「ツインタワー完成のニュースを伝えた特別号は、通常のものと違いがわかるように、観音開きで作りました。中面は特徴であるタワーのレンガをあしらって、全社員の名前とコメントを記載。全員分のコメントを集めるのは苦労しましたが、いい記念になってくれると嬉しいですね」。

この春からメイン編集者となった藤岡敏弘さんは、反響があったことを嬉しそうに話す。「社員から、社報読んだよと声がかかるとやりがいを感じます」。

朝日ビルディングは本社がある大阪を始め、東京、名古屋、九州などにも拠点を置く。全国の社員から人気があるのは、各社員が自らふるさとを紹介する「わたしの故郷」。子ども時代の遊びや、意外な人となりがわかったりと物理的な距離を埋めてくれる名物コラムだ。

ツインタワー完成を記念し、今年6月に出された特別号。レンガの写真の上にコメントが。芸が細かい!

大阪大学［阪大NOW］

◎昭和29年（1954）～
◎年4回発行
◎10,000部

「大阪大学の"今"を紹介する広報誌」として、平成10年（1998）より現タイトルに。歴史や学内施設に焦点を当てた取材企画が好評。

読み手を意識した、"魅せる"学内広報誌。

インナーコミュニケーションが必要なのは大学も同じ。阪大のようなマンモス大学であればなおのこと。昭和29年（1954）に発行されたシンプルな「学報」からスタートした機関紙は、デザインや構成などのリニューアルを繰り返し、昨年から手頃なB5サイズ&16ページに収まった。

「大事なのは、阪大のファンになってもらうこと。読み手を意識した誌面づくりと、部数も全教職員に行き届くように増やし、そのぶんページを圧縮してすっきりさせました」と、広報課の前田健一郎さん。ニュース性のあるトピックはウェブへ移し、広報課で取材した読みものを充実させた。専門性の高いネタについて、阪大が誇る教授陣にインタビューし、それを元にわかりやすく執筆するのは、なかなか難しい。この4月から編集部へ加わった石川健男さんは、「これまで何気なく目を通していた記事が、こんな風に作られていたのかと感心しました」。

誌面づくりに欠かせないのが、グラフィックデザイナーの存在。学内にクリエイティブユニットが所属していて、昨年からはまるごと1冊手がけている。「いくら中身が素晴らしいものでも、デザイン次第で手に取られないのはもったいない。読者の方がついめくってしまうようなデザインにできれば」とデザイナーの新零衣さん。バックナンバーも含めて、ホームページで誰でも閲覧することができる。

社内報担当者のホンネ
広報課　前田健一郎さん（左）
「実は昨年の誌面リニューアル時、愛読している月刊島民を参考にさせてもらいました。阪大にとっても、中之島は掘り下げていかないといけないエリア。これからも意見交換させてください!」

広報課の企画と新さんのデザインが好評だった、今年1月号の特集。阪大を17個の数字から読み解くというもので、「へぇ」を連発した人が多かった。

島民Vol.109.indd　4　　2017/07/22　7:53

「働き方改革」で、社内報が復権？

社内報というメディアは、今、どのような存在なのか。なんとなく、「一世代前のもの」というイメージがあるような…。広報の専門誌『広報会議』編集長の森下郁恵さんに聞いた。

取材・文／大迫 力（本誌）

社内報の役割

時代によらず、まずは経営情報や企業理念の伝達が第一です。大きな会社ほど社員がトップの生の声に触れる機会は少なくなるもの。それはやはり社員としては知っておくべきでしょう。

また、従業員のモチベーションを高めるという意味もあります。ある部署をクローズアップしたり、縁の下の力持ち的な人を取り上げたりすると、やっぱり仕事に対するモチベーションは上がりますよね。同時に自分の立ち位置を知ることにもつながる。トップダウンとボトムアップの機能が、社内にいい循環を生む。この二つの役割が大きいと思います。

最近の社内報のトレンド

最近多いのは、20～30歳代の若い社員にターゲットを絞った社内報です。年輩社員にとっては企業の理念や歴史は当たり前でも、下の世代になるにつれてそのマインドが薄れ、本来継承されるべきものが継承されなくなってしまう。だからこそ若年層も手に取りやすい、格好良くデザインも素敵な誌面にするのです。

各社の社内報を見ていると、あえて「他社へ取材に行く」という企画を取り入れる企業も増えています。外部への取材を通して自社を客観視することで、自分たちの社会的な立ち位置や役割をあらためて理解できるという効果が期待できます。誌面のマンネリ化も防げるし、何より取材の機会自体がいい刺激になっているようです。

社内報が再び脚光を？

今、「働き方改革」ということがすごく話題になっていますよね。テレワークやリモートワークを導入して働く場所を問わない会社や、フレックスなど柔軟なワークスタイルを認めている会社も増えています。そうした流れの中で、これまでのように社員全員が同じ時間帯に同じ職場にいるということが少なくなりつつあります。

個々のワークライフバランスを尊重するという意味では歓迎されるべきですが、社員同士が情報や理念を共有する場がなくなるという懸念も。その中で、ウェブツールを含めた社内報の役割が少しずつ変わってきました。

過去には2014年、パナソニックが一度廃止した紙の社内報を復刊した時は、日経新聞が取り上げるなど大きな話題になったこともあります。このほか定期的にリニューアルを図るなど、社内コミュニケーションを活性化するツールとして、社内報を見直したいという動きが近年増えてきました。

ウェブによる社内コミュニケーション

イントラネット（組織内限定のプライベートネットワーク）を活用した情報発信や、ウェブ版の社内報の活用は今や当たり前になりました。とはいえ紙媒体もまだまだ根強く、併用する企業もたくさんあります。ウェブの利点は、何と言ってもタイムリーな情報を載せられることでしょう。動画活用も盛んで、社長の記者会見の様子を撮影し、社内向けにアップするなど、紙とウェブでうまく役割を分けていますね。

イントラネットのシステムを構築するにはある程度の規模の予算が必要になるため、LINE WORKSやFacebook のWorkplaceなどのビジネス向けの情報共有ツールで代替する流れも今後増えていくのではないでしょうか。

これらの利点はスマホとの相性がいいこと。例えば、全国の店舗や工場で働く人など、仕事中にパソコンを使用していなくても、スマホは持っていますよね。現場で働く従業員が多い会社だと、ウェブによる社内コミュニケーションに力を入れるケースが多いんです。離れた場所での多様な働き方をつなぐ役割を、社内報が担っているわけです。

日本で唯一の広報に特化した専門誌。発行元は2017年春に開学した専門職大学院「社会情報大学院大学」。8月号の特集は『「働き方改革」で変わる社員向け広報の役割』で、社内報担当者必見の内容。定期購読者への特典、「社内報のつくり方」事例集PDFも、かなり気になる。ちなみに、発売元の宣伝会議の関西本部は堂島にある。
https://www.sendenkaigi.com/books/kouhoukaigi/

島民Vol.109.indd 5 2017/07/22 7:53

大同生命保険
［社報大同］

◎明治41年（1908）～
◎年6回発行
◎10,000部

100年以上の歴史を誇る。創刊時から変わらないコンセプトを継承しつつ、毎年デザインを一新し、新たなコンテンツを加えて提供。

伝統を守りながら、毎年リニューアル。

創業110周年を記念し、2012年より大阪本社内に展示室を設けて一般公開されている「大同生命の源流〝加島屋と広岡浅子〟」は、その名のとおり、大同生命が歩んできた長い歴史をひも解いている。

展示品の中には明治41年（1908）に創刊された『社報大同』が。当時は新聞のようなつくりで全12ページ。従業員に向けて、会社の経営方針や現況を伝えるために毎月発行されていた。大同生命といえば、明治35年（1902）に生命保険会社3社の合併により創業している。社内報の発行は、3社のつながりをより強固にするためだったのかもしれない。

一時休刊していた同紙は、大正12年（1923）の新社屋完成を目前に復刊。以来、この8月で626号を数える。「社内ではペーパーレス化が進んでいますが、社内報は手にとって読んでもらいたいので、冊子形式での提供にこだわっています」と、広報部（大阪）の郡清隆さん。

デザインやコンテンツは毎年リニューアル。「年度ごとに会社の経営・営業方針を社報に反映して、全役職員で共有しています。今年は115周年なので、関連情報を充実させています」。創業者の一人である広岡浅子がヒロインのモデルとなったNHKの連続テレビ小説「あさが来た」が放送された2015年には、表紙に「浅子ゆかりの地」の古地図をシリーズで掲載。その中でも大阪・中之島の地図は特に好評だったという。

広報部員のホンネ
広報部（大阪）　平あけみさん
「今年度は、役職員が健康増進のために取り組んでいることを紹介するコーナーが人気ですね。なるべく多くの従業員にスポットを当て、“笑顔があふれる社内報”を届けることを目指しています!」

以前は和歌や俳句の投稿コーナーも。

記念すべき創刊号。

大同生命大阪本社
メモリアルホール 特別展示
☎06-6447-6263
平日10:00AM～5:00PM
（入館は4:30PMまで）
土・日・祝休（月曜は事前予約者のみ受付）　入館無料

大林組
［マンスリー大林］

◎昭和38年（1963）～
◎年6回発行
◎14,000部

「チーム大林」としての総合力や一体感を伝える目的があり、全国各地にある施工中の現場を紹介し、社員のやる気につなげている。

創刊は高度成長期。ウェブ版「デイリー」も。

創刊当時は高度成長期。駅やダム、ビル等の建設ラッシュが到来し、営業活動も盛んに。それ以前から、竣工工事の写真や概要を掲載した「工事画報」、得意先等に現況を知らせる「グラフ大林」等の社外向PR誌を制作していた。更に昭和36年（1961）、広報課を新設し積極的な広報活動に力を入れる。

社外に関係先が増えていく中で、社員の連帯感も必要と、昭和38年（1963）に社内報「マンスリー大林」を創刊。会社の動向や業界の情勢を、社員に向けて発信・共有する目的があった。

今も「マンスリー大林」は社内で高い認知度を誇る。「記事は全て自分達で企画・取材・執筆しています。肌で感じた事を伝えることで、読者にも親近感を抱いてもらえます」とCSR室社内広報課の鈴木一隆さんはそのメリットを話す。

ウェブ版社内報「デイリー大林」では、毎営業日に情報を更新。会社の主要な動きや現場の取り組み等をタイムリーに発信している。ウェブの特性を生かして記事にアクセスする導線を多数確保。関連情報も得やすいように工夫している。「いいね！」ボタンやコメント欄で閲覧者が反応もできる。会社への理解を深め、モチベーションアップにつながるウェブサイトを目指している。

社内報担当者のホンネ
CSR室 社内報担当の皆さん
「『社員を元気に、そして会社を、社会を元気にする!』という思いで、作っています。課題や使命に挑戦する社員、複数の職種や支店に登場してもらうことを意識しています」

人気コーナー「現場レポート」では、現在は臨場感が伝わる写真やイラストなどを駆使。平易な文章を心がけ、忙しい合間にでも読みたくなる誌面に。

島民Vol.109.indd 6　2017/07/22 7:53

社内報タイトルクイズ

どこの会社でしょう？

(1)

まご

タイトルロゴにもデザイン力。

「窓を開けるように、社内の風通しを良くしていこう」という思いからこのタイトルに。今も昔もデザインはグループ会社で手がけているというから驚き。そのクリエイティビティの高さは、かつての『洋酒天国』や『クォータリー』から受け継がれる系譜。

(2)

いんぺりある

平仮名だけど英語にしてみよう。

読みごたえ十分な50ページものボリューム。社内報にかける思いもさすがは「一流」。社内報のタイトルを日本語に訳すと、その意味がわかるはず。編集部は東京ですが、大川の畔、桜ノ宮であなたをお待ちしております。

(3)

あしたのもと

どこかで聞いたことのあるコピー。

創刊当時決まった新スローガンを、そのまま社内報タイトルに。「聞いたことがある!」という人も多いのでは。響きも覚えやすく、Web版は毎日更新しているので、社員の間でもすっかりおなじみの存在。中之島にライブラリーのあるビルを構えている。

(4)

ダッシュするのは誰でしょう?

会社の歴史が長いだけに、前身である「月報」も大正7年（1918）創刊。タイトルロゴの「A」は、中之島に大阪本社がある会社のイニシャル。それがダッシュする、すなわち全国津々浦々を走り回る職業と言えば…？　答えがわかれば納得のタイトル。

---

(2) 帝国ホテル

◎昭和39年（1964）～　◎隔月発行
◎2,800部

誌面のほとんどは東京の本社で編集しているが、一部は大阪で編集。桜や天神祭の季節などには大阪らしい写真を撮り下ろし、全国の社員へ向けて華やかなにぎわいをおすそ分け。帝国ホテルでは環境活動教育にも力を入れており、社内報での連載を社内ポスターやセミナーと連動させている。

(1) サントリーホールディングス

◎昭和9年（1934）～　◎年6回発行
◎13,000部

グローバル化に伴い、誌面は創刊当時から変化。社会情勢・経営状況・社員のマインドという3つの観点から、各現場で奮闘する社員の姿を通して、経営課題や重点戦略を伝えることが、現在の大きな方針になっている。インパクト大の表紙は、社員からも「毎号凝っている」と評判だ。

(4) 朝日新聞社

◎大正7年（1918）～　◎年4回発行
◎12,000部

昭和35年（1960）に「朝日人」と改称された社内報が2001年にリニューアルし、現在のタイトルへ。新聞記者らしい取材秘話や、社員が本人にとって忘れられない本との思い出を綴ったコラムなど、そのクオリティは高い。

(3) 味の素

◎2001年～　◎Webは毎日更新、紙のグループ広報誌は年2回発行　◎14,000部

「従業員を主役に、一人一人が味の素グループのアンバサダー」がモットー。各部署やグループ会社を訪問する「おじゃましま～す♪」や、新しい技術などについて紹介する「教えて!●●さん」など、社員が前面に出てくるのが楽しい。いかにも社内報らしい個人のオフを紹介するコーナーもあり。

島民Vol.109.indd　7　　2017/07/22　7:54

これがほんとの社内報。

大阪天満宮［てんまてんじん］

◎昭和48年（1973）～
◎年2回発行
◎10,000部

大阪天満宮にも社内報、いや社報があった。毎年、天神祭の直前と年末の2回、神社にとっての節目の直前に発行される。夏の号には天神祭のワンシーンが、年末の号には菅原道真の絵画が表紙にあしらわれる。こちらは「社内」というよりは、全国の天満宮を初めとする神社や、氏地の人たちに向けて発行されている。社報の発行自体はなんと大正13年（1924）から行われている。

内容は若手の神主さん3人と共に、おなじみ大阪天満宮文化研究所の高島幸次先生が編集会議を行って決定。神社で行われた祭事の報告やいろいろな取り組みについての記事が中心となり、それぞれ担当の神主さんが執筆をする。あらためて見ると、お祭りや行事の多さに驚く。

天神橋筋商店街の人々の声や、参拝した方々が感想を投稿するコーナーも。それらに混じり、表紙で使われた天神画の解説を専門家である松浦清氏（大阪工業大学准教授）が担当していたり、高島先生による論稿があったりと、なかなか読み応えがある。

「人事」の欄もちゃんとあって、新しく着任された神主さんや巫女さんは顔写真入りで紹介している。これには、氏地の人たちに顔を覚えてもらうためという理由がある。社務所などで配付されており、毎号楽しみにしている読者も多いそうだ。

高島幸次先生が日本画家・菅盾彦の「浪花天神橋」を解説。何気なく描き込まれたディテールを紹介するもので、さすがは第一人者。

あるある!?

社内報づくりは大変だ!?

ままならぬ原稿依頼、錯綜するアポイント、度重なる修正…。社内報担当者の汗と苦労を知る者こそ、真の働く島民だ。

●支社長からメールで送られた写真が全部ピンボケ。ボツとも言えず、悶々と校了日まで悩む。
【あるある!?度】★★

●800字と伝えているのに原稿用紙4枚も書いてきた会長。しかも手書きかよ～！　急きょデザイン変更。
【あるある!?度】★★★

●新入社員と会長の座談会。誰も喋らない。どんどん機嫌の悪くなる会長。仕方ないので自ら笑いをとって、雰囲気作りに悪戦苦闘。おい新人、笑ってんじゃねーよ！
【あるある!?度】★

●社員食堂で「我が社の自慢グルメ」に社長ご推薦のハンバーグ定食を掲載したら、同期みんなから嘘つき呼ばわりされた。わかるけど…。こっちの立場もわかってよ。
【あるある!?度】★

●色校正を社長室に見せに行った部長が帰席した時の表情で、今夜の残業が決まるというのが、わが課の伝統です。
【あるある!?度】★★★

●研究センターの取材で、新素材による今後の可能性を取材。最初から最後まで意味がわからない。質問すら出てきません。でも、そんなこと口に出して言えません。
【あるある!?度】★★★

●新体制の組織図を一般社員より早く見ることがある。「あぁ、このセクション来期からなくなるんだぁ～」と、当該セクションの同期とランチするのがとても辛い。はやく発表してください。【あるある!?度】★★

●校了日とプレミアム・フライデーが重ならないように、常にカレンダーの先を読んでいる。
【あるある!?度】★★★

●あっ、会長が写真を変えた。いったい何があったんだろうと広報部では朝から噂が飛び交っております。
【あるある!?度】★

妄想・文／石原 卓（本誌）

島民Vol.109.indd 8　2017/07/22 7:54

ナカノシマ大学
NAKANOSHIMA UNIVERSITY

21世紀の
懐徳堂
プロジェクト

鳥の目で大阪を
見た絵師たち

◎今月の1枚
「日本鳥瞰近畿東海大図絵」（1927年発行・本渡章蔵）
大阪をはじめ近畿東海エリアを中心に描く。台湾、上海、ハワイ、サンフランシスコも画面にしっかり収まっているのが初三郎式鳥瞰図ならでは。

◎今月の授業

【鳥瞰図】

2017年9月講座
「大阪・鳥瞰図列伝 ①吉田初三郎と鳥瞰図時代の幕開け」
講演／本渡章（作家）

絵師を通じて鳥瞰図とその歴史をたどる、新しい古地図シリーズのはじまりはじまり!

明治36年（1903）、人類最初の動力飛行機が大空を舞った。ご存じライト兄弟の偉業である。その10年後、ある日本の絵師が1枚の鳥瞰図を発表した。絵師はのちに「大正の広重」と呼ばれることになる吉田初三郎。その図は「京阪電車御案内」という（右図）。やがて列島を大ブームに巻き込む、「初三郎式鳥瞰図」の原点となった作品だ。

遊覧旅行の世界的な流行の波にも乗り、列島を空から見下ろす鳥瞰図は人々の心を広大なパノラマへと解き放った。空前の鳥瞰図ブームはなぜ起きたのか。20世紀日本の風景とともに読み解く古地図新シリーズの開幕。最初に登場する絵師はもちろん吉田初三郎その人。ユニークな画法はどのように編み出されたのか、多作で知られる初三郎の仕事ぶりとは。誰もが魅入られるその世界が明らかに。

「京阪電車御案内」（1913年発行・京阪電車蔵）　のちの初三郎式鳥瞰図と比べるとぐっとシンプル。モダンなのに懐かしい。時の皇太子にも褒められ、鳥瞰図師・初三郎誕生を後押しした記念碑的作品。

募集要項

「大阪・鳥瞰図列伝 ①」
日時／2017年**9月13日**（水）
7: 00PM〜8:30PM頃（開場6:30PM〜）
会場／大阪府立中之島図書館 本館3階 多目的スペース2
受講料／2,500円（鳥瞰図付き）
定員／80名
主催／ナカノシマ大学事務局

お名前・ご住所・電話番号・人数・講座名を明記の上、下記までハガキ、ファックス、もしくはHP内の応募フォームからお申し込みください。複数名でご参加希望の場合、ハガキ、ファックスについては、人数分の必要事項を明記してください。

〒530-0004 大阪市北区堂島浜2-1-29 古河大阪ビル4階
「ナカノシマ大学9月講座」受付係　FAX.06-4799-1341

※先着順で受付後、**8月20日前後より**受講票をお送りします。
※受講料は講座当日に受付にてお支払いください。
※定員に達した時点で申し込みは締め切らせていただきます。
※当日のお車ならびに自転車でのご来場はご遠慮ください。

ナカノシマ大学の最新情報は
https://nakanoshima-daigaku.net/

ケータイや
スマホからは
こちら!→

お問い合わせ
☎06-4799-1340
（ナカノシマ大学事務局）

島民Vol.109.indd 9　2017/07/22 7:54

天満天神繁昌亭
毎月25日のお楽しみ

天神寄席 噺のあとさき

八月席のご案内

申込受付中

◉お題【船場】

「船場・中之島を語る」

8月は、江戸時代の中之島で行われていた川遊びなど、夏にぴったりなネタが集まる。ゲストの橋爪節也先生が、そんな風流を描いた名画を語る。

笑福亭松枝

桂坊枝

落語／桂阿か枝「米揚げ笊」
笑福亭生喬「遊山船」
笑福亭伯枝「次の御用日」
笑福亭松枝「百年目」
桂坊枝「船弁慶」
鼎談／「絵画・歴史・落語の大阪」
ゲスト／橋爪節也（大阪大学教授）
高島幸次（大阪大学招聘教授）
桂春之輔

ナカノシマ大学でお得な前売り券を発売中！

開催日／**8月25日**（金）
開演時間／6・30PM～（開場6・00PM～／受付開始5・45PM～）
受講料／2300円（通常・前売2500円／当日3000円）
お支払い方法／当日（5・45PM～）、繁昌亭入口付近の「ナカノシマ大学受付」にてお支払いください。
※予定枚数に達し次第、予約受付を終了します。
※ナカノシマ大学では当日券の販売は致しません。
●お申し込み方法、お問い合わせ先はP9を参照してください。

六月席のニコマ

御来場御礼

鼎談／「はじめて大人になる～大人の思考・子どもの思考」
内田樹　高島幸次　桂春之輔

高　ここまで四席聞いていただきました。「月並丁稚」など、いかがでしたか？　まともに言づけができなかった子どもの噺ですね。

内　僕ね、番頭さんが丁稚のことを「子ども」って呼ぶのが好きなんです。「百年目」もそうですね。

春　僕らも、師匠から「子ども」という言い方を習ったんです。ただ、それではお客さんが誰を指しているのか混乱するのではないかという意見もあります。同じ意味合いで、「現代のお客さんはわからんから」とサゲを変えることもあります。

高　現代のお客さんの中には、丁稚は子どもだというイメージに結びつかない方もいらっしゃいますね。

内　日本語を母語とする人であれば、新しい言葉ができて最近使われなくなった言葉を聞いても、本来は一瞬のうちに共通認識できるはず。落語の中だけでも、そういう古い言葉を残してもらわないと、消えちゃいますからね。

高　三席目の「宿題」は創作落語で、鶴亀算を解く子どもとそのお父さんが出てくる噺でした。

内　子どもには少しだけ考えさせて、もう答えを見せちゃえばいいんです。大事なのは、答えを導き出すプロセス。それがいかに面白いか、どんな発想の転換をすればいいのか、目の前で大人が実験してみせるのがいい。そうして子どもが「先生、すげぇや！」と感動するほうが、自力で挑戦させて、手順だけ覚えさせるよりも教育的に良いと思いますね。

春　ところで最近の日本人は、えらい人もどんどん子ども化しているような気がして…。

内　まず、子どもと大人は考え方が違いますよね。子どもはやっぱり一本道をどんどん行ってしまう。子どもが登場する落語は、そういった子どもの暴走が社会的秩序を裏切っていくところが笑いのタネになります。それに対して、大人は躊躇ったり葛藤したりする。いろんな事情をかわしながら行動しているので、いつも出遅れてしまうんです。でも大人になる成熟の条件は、葛藤だと思いますよ。

高　内田先生は、以前こう書いてらっしゃいますね。「どうふるまってよいか適宜の基準がないときに、適切にふるまうことができるのが大人の条件だ」と。

内　大人たちも、水面下ではすごいスピードで情報を処理しているはずです。子どもは知っていることが全部。経験＝知っていること、なんです。でも大人は、自分が知っていることの何万倍の情報のアーカイブを持っていて、そこから引き出すように結論として出す。どうしていいかわからないのに判断を迫られている時の思考回路こそ、子どもと大人の分かれ目ですね。

島民Vol.109.indd　10　　2017/07/22　7:54

『ビッグイシュー』は、大阪でつくられていた。

取材・文／中井咲穂

駅や街頭で、セレブや有名人の表紙がトレードマークの雑誌を売っている人を見かけたことはないだろうか？ 販売者は、みんなさまざま事情を抱えるホームレスの人たち。一冊350円の雑誌『THE BIG ISSUE JAPAN』を販売して得る180円が彼らの収入になる。このように雑誌の販売を通して、ホームレスの人々が自立の道を歩んでいく「セルフヘルプ」をサポートするのが、大阪・堂島に事務所を構える有限会社ビッグイシュー日本だ。

「2週間あれば人生は変わります」。そう語るのは、編集長の水越洋子さん。もともとNPOの活動でホームレスの問題について調査していた水越さんは、1991年にロンドンで刊行された『THE BIG ISSUE』を知った。モノやお金ではなく「チャンス」を提供し、ホームレスの人々を救済の対象ではなく、ビジネスパートナーにする。情報源の記事を書いたライターを通してコンタクトを取り、2002年に現地へと向かった。

数日間みっちり社内を見学。日本では2万人を超えるホームレスがいる現状を話すと「すぐ日本でもやりなさい、なんでも手伝うよ！」と背中を押された。そして2003年、『THE BIG ISSUE JAPAN』が大阪で創刊。その頃は、日本で一番ホームレスが多い街が大阪だった。

「最初は何号続くかわからないままやってましたよ」と笑う水越さん。運と縁をつかんで離さない水越さんだからこそ、今では北海道から九州まで全国に裾野をひろげ、1500人以上ものホームレスの人々を支えてきた。

来年の9月で15周年。読者からは、「販売者の方とのおしゃべりと内容のおもしろさに毎号購入」「毎朝見ては〝おじさんも頑張っているから私も頑張ろう〟と励みに通勤していました」という声も少なくない。

この10数年間で、路上生活者は7割も減ったといわれている。しかし、今増えているのは20代、30代の若年層のホームレス。路上で寝ない彼らは、路上調査では見つけることが困難な「見えないホームレス」。数字だけでは、ホームレス・貧困の問題が改善しているとは言いづらいのが現実だ。

「この雑誌がなくなることが、最終目標でありミッションなんです」と編集部の土田朋水さん。すべてのホームレスの方々の自立こそ、一番の願いだ。

編集長の水越洋子さん（左）と、東京で『THE BIG ISSUE JAPAN』に出合い、フリーライターから編集部員に転身した土田朋水さん（右）。

「世界一あたたかい人生レシピ」は、ホームレスの方が回答する人生相談のコラムと、料理研究家の枝元なほみさんが考案する「悩みに効くレシピ」が合体した人気コーナーだ。

『THE BIG ISSUE JAPAN』

毎月1・15日に発売（350円）。中之島界隈の販売所は淀屋橋駅北詰 、中之島フェスティバルタワー前　肥後橋駅7番出口、京阪京橋駅&JR京橋駅連絡口、南森町駅3番出口、JR天満駅前商店街付近、京阪天満橋駅東側交差点付近など。販売者のいない市区町村の場合は、定期購読も受付中。☎06-6344-2260

島民Vol.109.indd 11　2017/07/22 7:54

トウミン月報

2017年8月1日発行

いよいよデビューだ！京阪特急「プレミアムカー」

噂の車両がいよいよ8月20日（日）にお目見えする。京阪電車の特急に初となる座席指定車両「プレミアムカー」が登場。これまで以上にゆったりとした時間を過ごしてもらうための新しいサービスだ。

今回はオリジナルのリクライニングシートを採用。かつ2＋1の3列配置で、広々とした空間を実現した。車内では新しい制服に身を包んだ専属アテンダントが乗務。また、観光などで荷物の多い乗客のためにラゲッジスペースも設けている。

一方で、ビジネスパーソンを意識して、フリーWi-Fiに加えて大型テーブル＆コンセントも完備。ゆったりどころか仕事が捗りそうである。いずれにせよ、快適性には並々ならぬこだわりを見せてきた京阪らしい仕上がりを見せている。

これまでサービスや居心地のよさにおいて、料金不要特急の最高峰を目指してきた京阪電車にとっては画期的なサービスである。しかし、扉にはご覧のとおり伝統の「鳩マーク」が輝く。京阪特急の歴史への敬意は決して色褪せていないのだ。（大迫 力・本誌）

京阪電車 プレミアムカー

8000系特急車両の6号車に組み込まれ（8編成）、毎日ほぼ終日利用することができる。利用料金は乗車区間によって400円または500円（別途乗車券が必要）。乗車の際に必要な「プレミアムカー券」は、8月6日（日）から特急停車駅のインフォステーション等で買えるほか、インターネット専用サイト「プレミアムカークラブ」でも購入可能（会員登録が必要）。

この夏を締めくくるのは「中之島なつまつり」

今年も「中之島なつまつり」の季節がやってきた。会場である京阪電車中之島駅前の大阪国際会議場には、一夜限りの巨大な櫓が出現。河内家菊水丸さんが登場する盆踊りタイムは、仕事帰りの大人も、ご近所からやってきた子どもも入り混じり、年々その熱気を増しているように思う。特に人気なのは、マイ浴衣を持ち込めば、会場近くで着付けてくれる有料サービス。「オフィスから直行でもウェルカム」のお祭りが、中之島らしくて嬉しい。前日までの予約が必須なのでお忘れなく。

大阪国際会議場の1階だけでなく、中之島バンクスにもまたがって、今回もグルメ屋台がずらりと並ぶ。中之島周辺の人気店が、この日のためだけに考案したメニューは見逃せない。また、中之島バンクス港から乗船できるワンコインのミニクルーズは、ぜひ体感してほしい。最近、なぜナイトクルーズが人気なのか、その理由がわかるはずだ。（江口由夏・本誌）

中之島なつまつり2017
日時／8月28日（月） 5:00PM～9:00PM頃
会場／大阪国際会議場 1Fプラザ・中之島バンクス
入場無料・詳細はhttp://nakanoshimanatsumatsuri.jp

島民Vol.109.indd 12 2017/07/22 7:54

＼クルーが毎月綴ります／

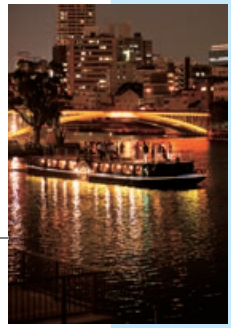
大阪水上バスの クルーズ歳時記

今月のオススメ

「ひまわり 納涼 BEER GARDEN CRUISE」

大阪水上バス
企画宣伝部
岸田俊徳さん

たとえば、「出世大阪城」「願掛け船」と聞いて、どんなことを想像しますか？「船から5回大阪城天守閣を見ると出世する」というのが、「出世大阪城」、「大川で船に乗り、中之島に沈む夕日に2回願い事をすると願いが叶う」というのが「願掛け船」というのだそうです。また、天満橋のライトアップには、船に乗らないと見ることができない「ラッキースター」という仕掛けがあります。



こうしたちょっとロマンティックな物語を楽しめるのも、船のいいところ。大川から中之島にかけては、道頓堀とは違う落ち着いた魅力があります。日中の風景ももちろんいいのですが、日没間際は別格。夕陽で浮かび上がるビルのシルエットや、ライトアップされていく橋や街並みを船上から眺めることができ、とても落ち着いて優雅な気分に浸ることができます。

この夏限定の「ひまわり 納涼 BEER GARDEN CRUISE」は、カフェ［カンテグランデ］によるスパイシーなスペシャル料理と、生ビールが飲み放題という夏の夜にぴったりのクルーズ。また、プレミアムフライデーには、音楽とコーヒーを楽しめる「プレミアムナイトクルーズ」をご用意しています。

一昔前、夏の夕暮れ時には、涼を求めて多くの船が大川に出ていたようです。「舟遊びは大人の粋な夕涼み」と決めこんで、今昔の物語を感じられるクルーズをお楽しみください。

期間／8月25日（金）までの毎週水・木・金曜
料金／6,000円（浴衣割引、浴衣レンタルあり）
時間／6:30PM～8:30PM
（この内、乗船時間は90分。※詳細はHPにて）

ひまわり　イベントクルーズ

☎0570-07-5551（事前予約制）

こころまち つくろう
KEIHAN
大阪水上バス

http://suijo-bus.osaka/

仕事帰りにたしなむ「中之島深夜寄席」

土佐堀通沿いの小さなビルで、「中之島深夜寄席」なるものが始まっている。会場は、名紡ビル改め「中之島SPINNING」の3階。古いビルをリノベーションし、普段はコワーキングスペースとして利用されている。当日受付のみということで仕事帰りにのぞいてみた。

拍手とともに登場したのは、桂ちょうばさん。実はこちらの寄席、ちょうばさんと桂佐ん吉さんの同期二人会なのだ。4月に開催した第一回が盛況だったため、恒例化することになった。この日の演目はちょうばさんの「おごろもち盗人」「代書屋」、佐ん吉さんの「鬼の面」「幽霊の辻」。笑いに笑った22時の終演後は、出演した二人と会話できる機会もあり、こじんまりとした空間に満ちた熱気が印象的だった。

運営をサポートするのは、京都に住むインテリアデザイナーの勝野明美さん。夫婦そろっての落語好きが高じ、ちょうど寄席の会場を探していた佐ん吉さんと中之島SPINNINGをセッティング。自ら着物でお茶子や受付も務めている。

落語がこんな場所で聞けるとはと驚きつつ、次回も楽しみにしたい。（江口由夏・本誌）

中之島深夜寄席
第三回 9月1日（金）
第四回 10月20日（金）
会場／中之島SPINNING 3階
時間／開場7:30PM～、
第一部8:00PM～、
第二部9:00PM～
（各回50分）
木戸銭／二部通し2,000円
（当日受付のみ・自由席）

お盆休みの中之島 堂島川で精霊流し

企業が一斉に夏休みとなるお盆の時期は、中之島もひっそり。とはいえ、そんな中でも毎年8月15日（火）には町内会の人たちによって精霊流しが行われ、恒例となっている。玉江橋の南詰、堂島川沿いの河川敷に、ろうそくや線香を供え、先祖や家族を想って手を合わせる。日本中で見られる風景だが、ビルの夜景や橋のライトアップに囲まれて行われるのが中之島らしい。今年は係留した船にお供え物を積み込んで、海の方へと見送るという趣向も。ぜひ各家庭のお盆飾りを持参して、お参りしてほしい。

関連行事として8月8日（火）には大阪大学中之島センターにて、幼少期からこの精霊流しに参加してきた民族学研究者の田野登さんの講演も。また、当日の運営を手伝ってくれるボランティアも募集中とのこと。詳しくは中之島連合振興町会のホームページなどで確認を。（大迫 力・本誌）

中之島の精霊流し
日時／8月15日（火）
4:30PM～8:30PM頃
問い合わせ／
リバーサイドビルディング
☎06-6441-3559
http://www.
osaka-nakanoshima.com/

島民Vol.109.indd 13　2017/07/22 7:54

「お料理をお出しするタイミングも、一期一会の大事なひとときです」

祖父・湯木貞一の想いを女将から受け継いだ

[福吉兆]若女将 奥野八重子さん

はじめにお客様へお茶をお出しすると、「あら、神戸吉兆なの？」とお湯呑みに目を留められて、会話のきっかけになることがあります。もともと中之島のリーガロイヤルホテルに昭和40年（1965）から［神戸吉兆］の本店があり、私もそこにいましたので、中之島はすっかりおなじみの場所だと思っていました。でも、東西に長いからでしょうか。ホテルがある5丁目から中之島フェスティバルタワー・ウエストのある3丁目にやってくるだけで、こんなに景色が変わるとは！　こちらでは、ビジネスでもご利用いただけてありがたいなと感じています。

［吉兆］は、祖父にあたる湯木貞一が創業。子どもたちにのれん分けをしたことで［神戸吉兆］が生まれました。その頃から忙しく働く両親の背中を見て育ちましたので、この世界に入ったのは自然なことでしたね。

［福吉兆］という屋号は、最晩年の祖父からいただいたものです。両親にならって心がけているのは、地道に祖父の味を守っていくこと。オープンできたのも、祖父の［吉兆］という基盤があるからだと思っています。日本料理にも色々ありますけれど、創業時から祖父が大切にしていたのは「茶の湯の心」でした。「らしさ」を感じられるのは、祖父が考案したとされる松花堂弁当でしょうか。仕切りの中に、ごはんやお造り、野菜の炊合せや焼きものなどをバランス良く盛った名物のお料理です。お弁当のまわりは、［吉兆］十八番のお出汁がきいた椀物や、旬のデザートが飾ります。

若女将としては、間口を広げ、その味をもう少し気軽に楽しんでもらえるようにしたいですね。これからは季節の行事に合わせてお料理を一緒に楽しめる催しなどもできたら、なんていろいろ企画しております。お茶会やお能の会もできるつくりにさせていただいています。ご来店の際は、ぜひお料理の器や掛け軸がある空間にも注目していただきたいです。

もう一つ大切にしているのは、茶の湯に通じる「一期一会」。懐石料理なら、お客様がお料理を召し上がる2時間ほどを、私たちも共有させていただく。お料理をお出しするタイミングも、一期一会の大事なひとときです。

今は走りだしたところなので、お客様にご挨拶するため、リーガロイヤルホテル店とこちらを行ったり来たりする日々。新しいお客様との一期一会を楽しみにしております。

祝祭へようこそ。

FESTIVAL PLAZA

http://festivalplaza.jp/

提供／株式会社 朝日ビルディング

Information from **福吉兆**［中之島フェスティバルタワー・ウエスト2階］

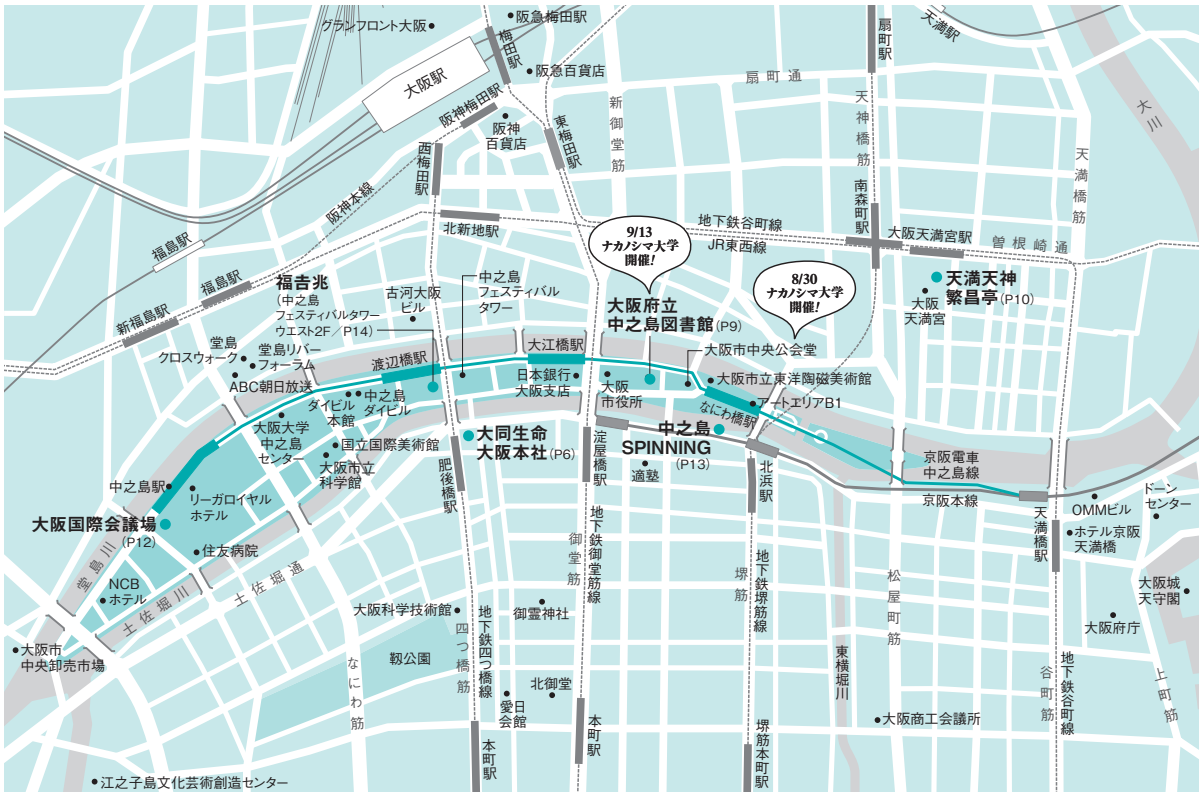
4月17日にオープン。中之島を描いた屏風絵が美しいテーブル席は、家族や友人とのハレの日に使いたいと思わせてくれる、ゆったりしたレイアウト。昼はお値打ちの近江牛肉丼（3,024円）ほか、松花堂弁当（写真・4,860円）や贅沢に懐石料理（7,560～）もアリ。夜の懐石料理は16,200円～。個室もあるので接待にも◎。「ご予算や食材などお気軽にご相談くださいね」と若女将。☎06-6484-6266

11:30AM～LO2:00PM　5:00PM～LO9:30PM

島民Vol.109.indd 14　2017/07/22 7:54

大「島民」MAP

橋を渡って通う人、川を見ながら帰る人、みんな「島民」です!



『月刊島民』はここでもらえます。

●京阪電車関連　京阪電車主要駅／京阪シティモール／京阪モール／パナンテ天満橋店／ホテル京阪 天満橋／ホテル京阪 京橋 グランデ

●大阪市北区・中央区・福島区　**[書店]**旭屋書店 梅田地下街店／紀伊國屋書店 梅田本店・グランフロント大阪店・本町店／ジュンク堂書店 大阪本店・梅田ヒルトンプラザ店・天満橋店／MARUZEN&ジュンク堂書店 梅田店／文教堂書店 淀屋橋店／隆祥館書店　**[公共施設・大学関連施設など]**アイスポット／朝日カルチャーセンター／味の素 食のライブラリー／ABC朝日放送／大阪企業家ミュージアム／大阪倶楽部／大阪工業技術専門学校／大阪国際会議場／大阪市中央公会堂／大阪市立科学館／大阪市立総合生涯学習センター／大阪市役所市民情報プラザ／大阪城天守閣／大阪商工会議所／大阪大学中之島センター／大阪21世紀協会／大阪府立中之島図書館／大阪ボランティア協会／大阪歴史博物館／追手門学院 大阪梅田サテライト／川の駅はちけんや／関西学院大学 大阪梅田キャンパス／慶應大阪シティキャンパス／国立国際美術館／CITYNAIL'Sインターナショナルスクール／芝川ビル／市立住まい情報センター／少彦名神社／中央電気倶楽部／適塾／ドーチカ／ドーンセンター／ホテルNCB／メビック扇町／立命館大阪オフィス／龍谷大学大阪梅田キャンパス　**[店舗・医院など]**アンドール 本町本店／上町貸自転車／Ultra 2nd／江戸前鰻料理 志津可／天満橋鍼灸整骨院／MJB珈琲店／エルマーズグリーン コーヒーカウンター／大西洋服店／OOO(オーー)／カセッタ／喫茶カンターロ／喫茶SAWA／グランスイート中之島／黒門さかえ／コモンカフェ／The Court／サトウ花店 中之島本店／ザ・メロディ／シアトルベストコーヒー新関電ビル店／じろう亭／Girond's JR／心斎橋山田兄弟歯科／住友病院／セブンイレブン大阪証券取引所店／タピエスタイル／たまがわ鍼灸整骨院／東郷歯科医院／NAKAGAWA1948 淀屋橋店／ナンジャーノ／パストラーレ／花かつ／BAR THE TIME 天神／平岡珈琲店／ビルマニアカフェ／FOLK／フレイムハウス／ミニジロー／宮崎歯科／吉田理容所

●大阪市内その他　**[書店]**旭屋書店 なんばCITY店／紀伊國屋書店 京橋店／ジュンク堂書店　難波店／福島書店／柳々堂／ルーブル書店　**[公共施設・大学関連施設など]**大阪科学技術館／大阪市社会福祉研修・情報センター／大阪市立中央図書館／大阪府立江之子島文化芸術創造センター／川口基督教会　**[店舗・医院など]**あじさい／アートアンドクラフト／欧風食堂 ミリバール／大阪シティ信用金庫 江戸堀支店／御舟かもめ／カルチャーカフェ上方／Calo Bookshop and cafe／写真とプリント社／鳥かごキッチン／ネイルサロン スワンナ／バルピコ／ホステル64オオサカ／MANGUEIRA／Loop A

●大阪府下　旭屋書店 京阪守口店／学運堂／Books 呼文堂／水嶋書房 くずはモール店／大阪狭山市立図書館／大阪市立難波市民学習センター／大阪大学企画部広報・社学連携事務室／大阪大学 21世紀懐徳堂／大阪大学本部／大阪府立中央図書館／摂南大学 地域連携センター／野村呼文堂／郵政考古学会／ゆったりんこ／連携考房 童子

●大阪府以外　ジュンク堂書店 西宮店／恵文社 一乗寺店／水嶋書房 丹波橋店／伊丹市文化振興財団／川のほとりの美術館／納屋工房／タバーン・シンプソン／百練／奈良県立図書情報館／龍谷ミュージアム

●東京　往来堂書店(千駄木)／BOOKSルーエ(吉祥寺)／B&B(下北沢)／隣町珈琲(荏原中延)／ONLY FREE PAPER(東小金井)／かもめブックス(新宿)

◎バックナンバーお譲りします。

バックナンバーをご希望の方には1冊100円(手数料)でお譲りしています。なお、品切れの号もありますが、予めご了承ください。お問い合わせは下記の電話番号まで。

◎定期購読も受け付け中です。

毎月確実に読みたい方は、ぜひお申し込みください。まずは下記の電話番号までお問い合わせ下さい。

次号予告　名場面中之島鑑

初心者でも気軽に楽しめると大人気の「中之島文楽」は今年も開催。
昔も今もゆかりの深い、中之島と文楽とのつながりを楽しもう。

●『月刊島民』vol.110は2017年9月1日発行です!

編集・発行人／大迫 力(編集集団140B)
編集・発行／月刊島民プレス
若狭健作　綱本武雄(株式会社 地域環境計画研究所)
松本 創　江口由夏(編集集団140B)
〒530-0004 大阪市北区堂島浜2-1-29 古河大阪ビル4階
Tel 06-4799-1340　Fax 06-4799-1341
制作進行／堀西 賢(ALEGRESOL)
デザイン／山﨑慎太郎
表紙イラスト／奈路道程
印刷／佐川印刷株式会社

島民Vol.109.indd 15　2017/07/22 7:54

月刊島民 中之島 109号 2017年8月1日発行 編集・発行人／大迫力（140B） 編集・発行／月刊島民プレス 〒530-0004 大阪市北区堂島浜2-1-29 古河大阪ビル4階 定価0円 Printed in Japan

京阪特急 座席指定|特別車両

PREMIUM CAR

2017.8.20 Debut

2017.8.6 発売開始

※車両写真はイメージです

運転区間 淀屋橋（大阪）⇔出町柳（京都） 料金 400円・500円（別途乗車券が必要です。なお、その他の車両は 従来どおり乗車券のみでご乗車いただけます。）

詳しくはこちら https://www.keihan.co.jp/traffic/premiumcar/

京阪電車お客さまセンター：06-6945-4560［平日］9:00～19:00［土休日］9:00～17:00 / 年中無休（12/30～1/3を除く）