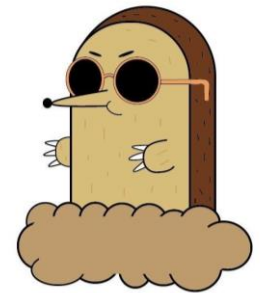


もぐら編集局 活動報告

仙台まちづくり若者ラボ Fグループ



メンバー紹介

①自分の名前

②「所属 or 趣味 or 好きな食べ物 or 仙台の好きな場所」

鎌田 彩希

泉区根白石の伊達政宗の祖母、
久保姫の墓地がオススメ！
えくぼがあり奥州一の美女とされ、お墓の
窪みを触ると美男美女になれるとか...
春は桜が満開です🌸



山田 優志

みずむすびという会社で宮城県民の
水を作って、処理しています！
サッカーもやっているので、
是非一緒にやりましょう！



メンター 石垣 直哉

最近はゴルフにハマっていて、
傘を持ったら振りたくなっちゃう
お年頃。ゴルフをするなら
太白区がオススメです！🏌️

沼澤 南

ラーメン大好き🍜
秋保グランドホテルに毎年
泊まっています(´ε`)🍜

佐藤 真穂

仙台に来て2年目！
サンピアの湯に
8時間籠ります🌋

原田 紗歩

キックボクシングが趣味です！
私を怒らせたら左ストレート
飛んでくるのでご注意を☆
バルレストランモデルノの
マッシュポテトがまた食べたい🍟

山本 知宙

宮城大学大学院で交通の研究をしています。
趣味は団地歩き(?)、仙台の好きな場所は
定禅寺通沿いの「甘座洋菓子店」と
「ド・ギャルソン」です。



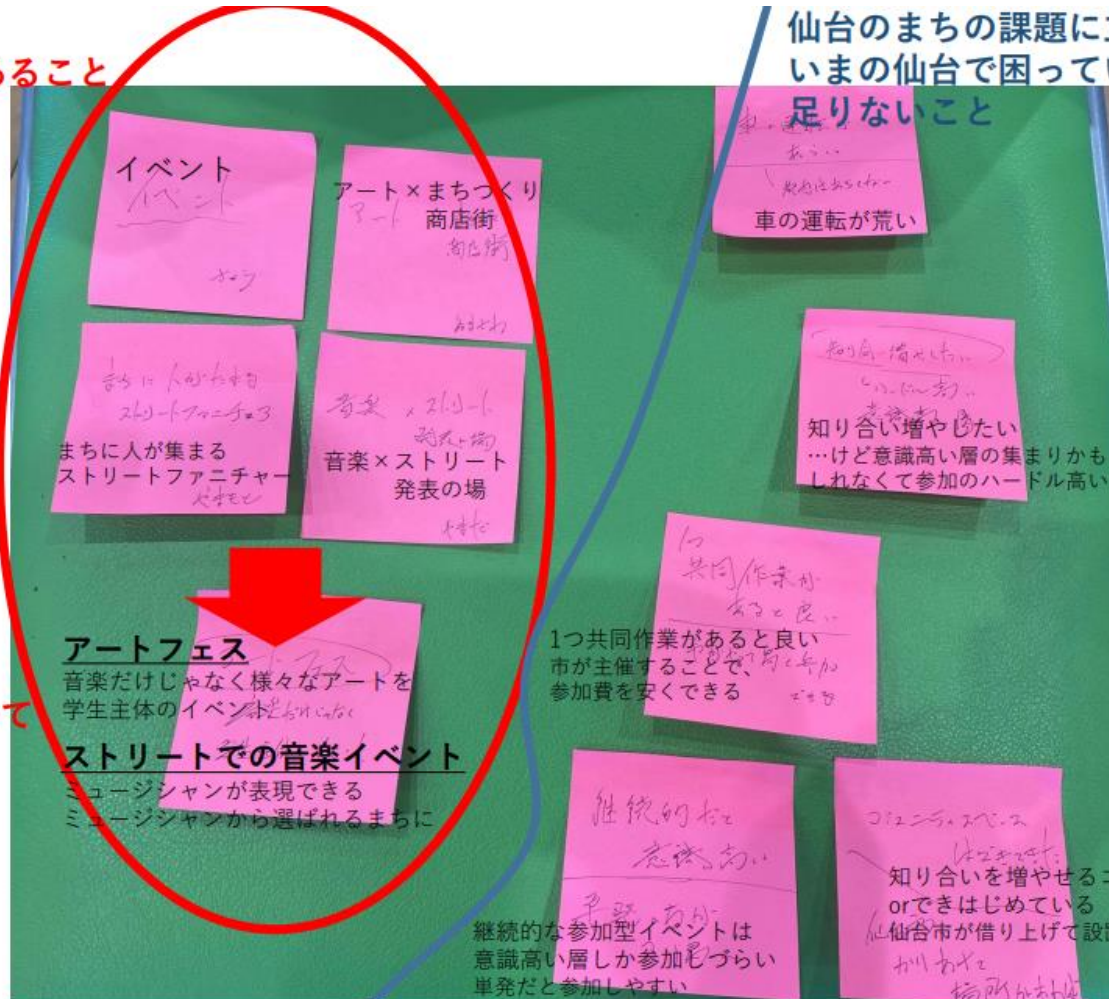
これまでの歩み

①	7/2	WS	仙台市の課題についてグループで話し合い
②	8/4	WS	課題の整理とテーマ決め
③	8/23	WS	テーマからインタビュー先の選定
④	9/21	WS	インタビューの準備
⑤	9/26	インタビュー①	株式会社プレスアート 庄子さんへインタビュー
⑥	9/26	インタビュー②	COLORweb編集部さんへインタビュー
⑦	10/4	WS	インタビューの振り返り
⑧	10/20	WS	動画作成に向けミーティング、取材先アポ取り
⑨	10/26	インタビュー③	WACO CREATE 岩村さんへインタビュー
⑩	11/10	WS	チーム名決定・動画の形式決定
⑪	11/12	インタビュー④	Webメディア ウラロジさんへインタビュー
⑫	～	WS	取材先調整
⑬	12/1		最終報告会

みんなが関心のあることや仙台市の課題についてグループで話し合いを行い、
テーマ決めのヒントを出し合った。

最初に聞いた
みんなが関心のあること

仙台のまちの課題に立ち返って
いまの仙台で困っていること
足りないこと



そこから生まれた
みんなが関心を持って
やれそうなこと

アートフェス
音楽だけでなく様々なアートを
学生主体のイベント

ストリートでの音楽イベント
ミュージシャンが表現できる
ミュージシャンから選ばれるまちに

継続的な参加型イベントは
意識高い層しか参加しづらい
単発だと参加しやすい

知り合いを増やせるコミュニティスペースがほしい
or できはじめている
仙台市が借り上げて設置する場所があれば...

チームFの関心は【アート・文化】

現在の仙台文化の課題点は「魅力が埋もれていて住民が気付いていない」

仙台のおすすめを聞かれて答えられない
くすぶっているイメージがある（仙台市民）

仙台市民は何もないというけど、
県外（東北の人）は仙台に対する憧れがある

仙台は何でもある！
（仙台移住2年目）

外の人知って盛り上がっているだけで、
仙台の人は無関心なイメージ。住めばいい
場所だけど、来るまでのハードルが高い。

仙台は古着のイメージがある。

仙台の文化といえば、昔COLORという
ファッション誌があって、街角スナップを載せていた

テーマとターゲットを決定し、
深掘りするために話を聞いてみたい人について話し合った。

- ① 改めて課題を整理。その結果、**仙台の文化や魅力の再発信**を行なっていきたい。
- ② 「仙台の文化や魅力」は様々ある。魅力の発見方法、発信方法、を検討していく。
- ③ その中の一つの例として、「古着」が挙げられた。
古着という切り口から、仙台の文化を発信していくのはどうか。



●インタビュー先

- 仙台のカルチャー誌COLOR**を出版していた、
- ・株式会社プレスアートさんと
 - ・学生団体color webさん に取材を行いたい

テーマ「仙台の文化・カルチャー」を若者に発信

気づき

仙台に住んでいる人が、仙台の魅力に気付いている人が少ない

→ 仙台は「古着の町」？ファッションは魅力になるのではないかな？

課題

文化を求め若者が大都市（主に東京）へ流出している

→ 要因は「都会文化」への憧れがある

ターゲット

仙台市出身・在住の若者（10～20代）

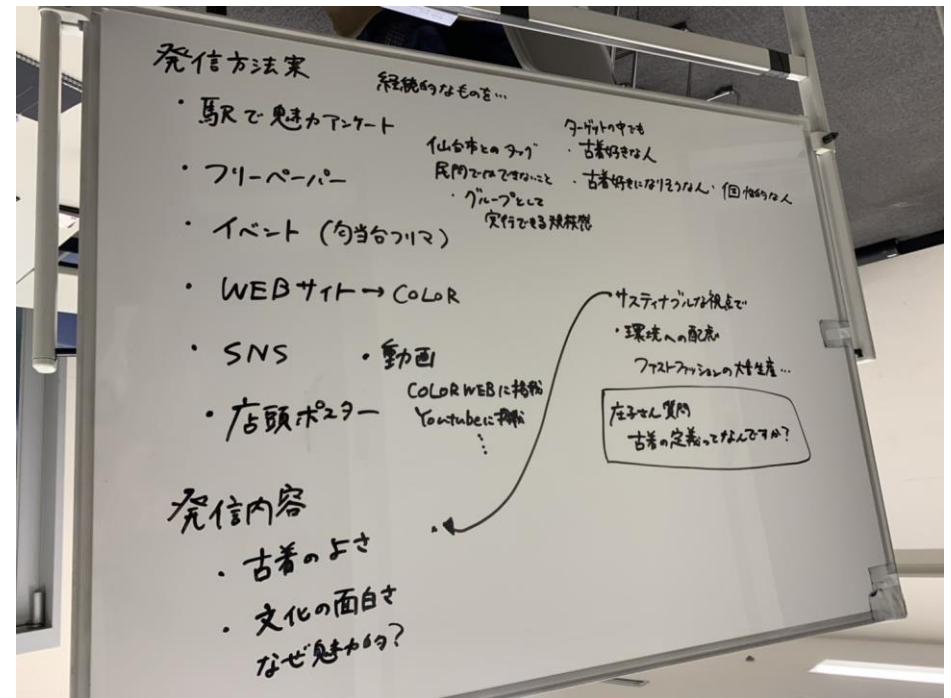
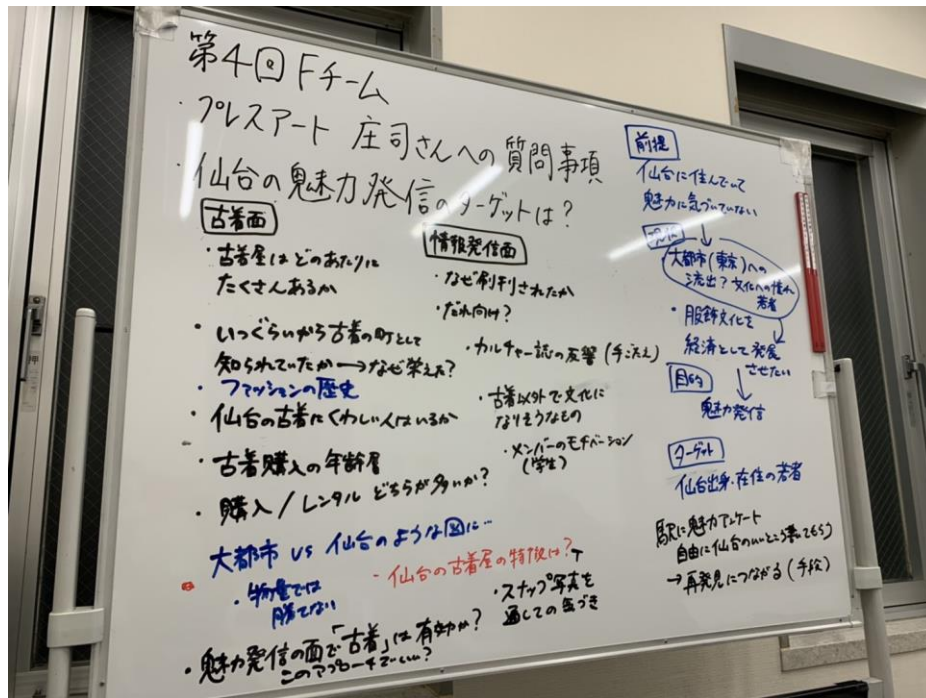
目的

古着文化を皮切りに、仙台の埋もれている文化的魅力を若者に発信し、「仙台っていいところだね」と感じるきっかけづくりを行う

株式会社プレスアートさんと学生団体color webさんへの取材に向け質問事項をまとめた。

【質問事項】

古着・ファッションについて・雑誌 COLORについて・WEB版 COLORの活動について



仙台の古着を中心とした文化や、
それらを発信する中での気づきについて話を伺った。

【COLOR】

仙台のファッションやカルチャーをテーマに、2000年から2009年まで発行された雑誌。
ファッションスナップ、注目のお店、ライフスタイルなど、さまざまなテーマで仙台のトレンドを伝えてきた。

【庄子さん】

当時、雑誌『COLOR』で編集を担当。



「古着」の魅力だけを発信するのではなく、
「人」にスポットを当て発信することがポイントということが分かった。

- ・ 反響が大きかった特集

→ 人を取り上げたもの。COLORはファッション&ピープルマガジン。
スナップ特集は特に見る人が多かった。

- ・ 仙台の文化の特徴

→ 店が文化を引っ張っていくケースが多い。
店同士のつながりや、お客さんがファンになりついていく…など

- ・ 古着がテーマで良いか

若い人をとどめておくためのものが古着だけだと、他の地域よりも突出していないと
有効ではないかもしれない。
→ 考え方として「派生させる」。カルチャーの範囲を広げて違う解釈を組み合わせると良いかも。

ex) 古着×スニーカー、アウトドア、バイク など、古着好きの人のライフスタイルを想像する。

学生目線からの古着へのイメージ、
Webで仙台の文化を発信している意義などを伺った。

【COLORweb】

COLORのWeb版。現役の大学生が編集をしている。独自の目線で気になることを調査したり、ストリートスナップやミュージシャンへのインタビュー、カフェ取材などを行っている。

・ 仙台の流行の特徴

→ 首都圏の流行が2カ月遅れくらいで流行っている。

“若者はなぜ首都圏に
流れていってしまうのか”に
つながる...!

・ 発信する上でのモチベーション

→ 宮城の魅力を再発見できるのが楽しい。

→ 記事を書いたり取材に行ったりすること自体に楽しみを見出している。

・ 古着がテーマで良いか

→ 古着の街といえば仙台、というイメージを作れたら面白そう。

→ 新品とは違う魅力がある。多くの人に見てもらえそう。

→ 興味がない人にも見てもらえるような内容だと良いアプローチになると思う。

インタビューから分かったことや気づいたことについて話し合い、何について発信したいかを決めた。

「人」というキーワードがインタビューで出た。
→古着単体を発信しても盛り上がらない
(古着だけなら東京の方が強い)

『人が文化を創る』仙台の魅力は埋もれている
→人を通して発掘する。
ex.古着 + 古着が好きな人のライフスタイル

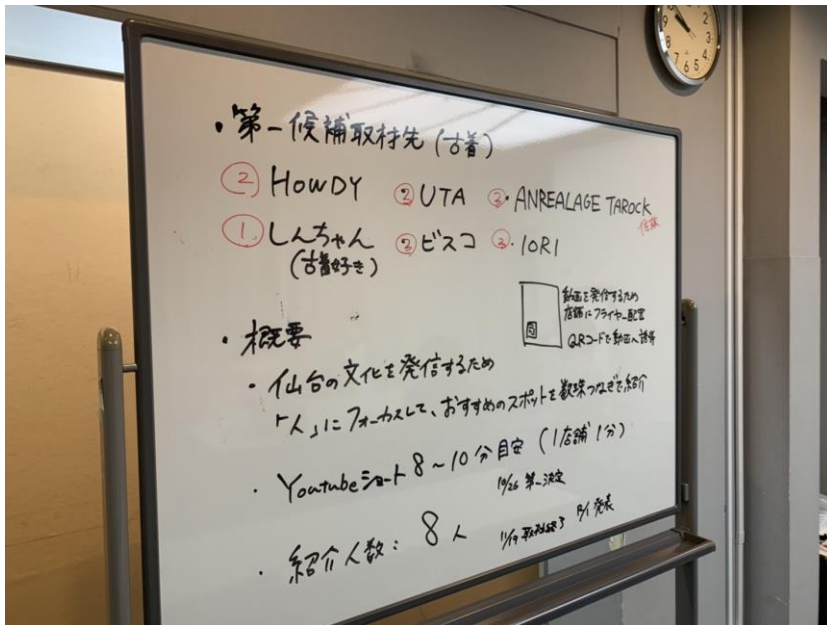
古着が好きな人のライフスタイルを
動画で発信していくのはどうか??

動画発信の利点



- ・情報量が多い→伝わりやすい
- ・ショート動画の流行→若者に見てもらえる
- ・編集部で動画作成できる部員がいる強みを生かす
- ・Youtubeに動画をアップすることで単発で終わらない発信ができる！！

発信するコンテンツの内容を整理し、取材先の候補を出し合いアポイント取りの計画を立てた。



発信方法

YouTube (ショート動画)

動画のコンセプト

古着などの文化を楽しんでいる人を動画で発信し、仙台の知られていない魅力に気づいてもらいたい。

動画の内容

「人」にフォーカスをして、仙台のおすすめの店、自分が好きな場所を数珠つなぎでつなげていく。

取材先候補

古着屋、カフェ、古着好きの人など

動画作成のポイント、どんな発信方法が向いているのかを伺った。

【岩村さん】

東北を拠点に地域の魅力を動画で発信するビデオグラファー。「人と地域に寄り添う」をモットーに、動画制作の仕事や、地域の魅力を伝える動画の作り方講座の講師も務める。

・ 動画の形式

→数珠つなぎをするなら、ショート動画に加えて全編として全部繋げた長い動画がもう1本あると良いのではないかな。

・ 発信方法について

→動画だけではなく、形に残るマップのようなものがあるとより多くの人に発信できるのではないかな。



動画



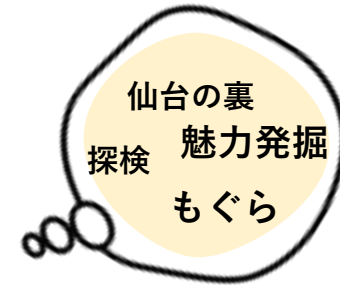
マップ

テーマをもとにチーム名と、発信する動画の形式や流れについて話し合った。

①チーム名

「もぐら編集局」

→仙台の埋もれているディープな魅力を発掘し、発信していく



②動画の形式

→①Youtubeショート

②Youtubeショートを繋ぎ合わせた1本の動画

③動画のキーワード

「ウラ仙台」

→奥渋谷（オクシブ）のような、あまり人に知られていないマニアックな仙台の魅力



●発信に向けたヒアリング

仙台のサブカルチャーを発信している「ウラロジ仙台」という団体があったため、インタビューしてみたい。

Webで仙台のカルチャーを発信する意味や、今まで取り組んできた活動での課題などを伺った。

【ウラロジ仙台】

宮城・仙台のマニアック・サブカルチャー的な話題を扱うWebメディア。「自分たちがまだ知らない宮城・仙台を面白がる」をキーワードに編集部メンバー自身宮城・仙台の魅力発見を全力で楽しみつつ、2022年度は仙台のおもしろい人々と関わりながら発信をしている。



・仙台でカルチャーを発信する意味

→カルチャーを取り扱うメディアがほぼなかったから。魅力を知ってほしいというよりは、「面白い活動をしている背中を見せたい」という想いで活動している。

→青葉通り地下道のイベント：出店側はそのイベントの雰囲気と合わせ、「真の本当の姿」で出店できないという声があった。（仙台ではなく、原宿などに行かないと楽しめない人々）。

スポットが当たりにくい人の活動の場を提供したいという想いでイベント実施。

・ 仙台で「ウラロジ」を活動する意味

→ 自分たちが魅力を感じていないからこそ、創っていくことに意味がある。
仙台が好きな人の好きなものを知ってほしい。

・ 若者のニーズについて（古着）

→ 古着のニーズがあるか分からない。

どういったひとが古着を好んでいるか解像度をあげるのはどうか？

→ ニーズがないから、ニーズを作る取り組みをする。人を通して古着（ライフスタイル）を知ってもらおう。

ウラロジさんからのアドバイス



Webメディアを発信する時にどういうストーリーを立てているのか
読者が記事を読んでどう思ってほしいのか、どう行動してほしいのかを明確に。



「ウラ仙台」というキーワードは「ウラロジ仙台」とさんと被ってしまう？
もっとコンセプトに近い名前にした方が、見ている人が分かりやすいのでは？

👉 動画を見た人にどんな行動をとってほしいか

動画を見て、仙台の魅力のある場所に行ってほしい。
面白い人に会ってほしい。

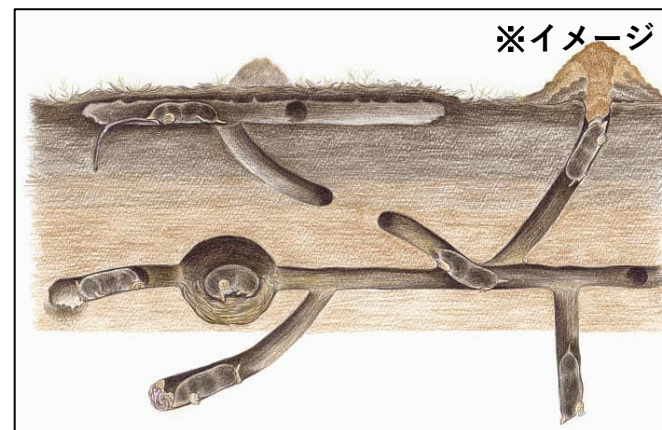
視聴者の【巣】を見つける
ヒントにしてほしい。

👉 動画のキーワードを何にするか

【もぐらの巣】。
籠っている（お気に入りの）店舗・場所
を【巣】と表現する。

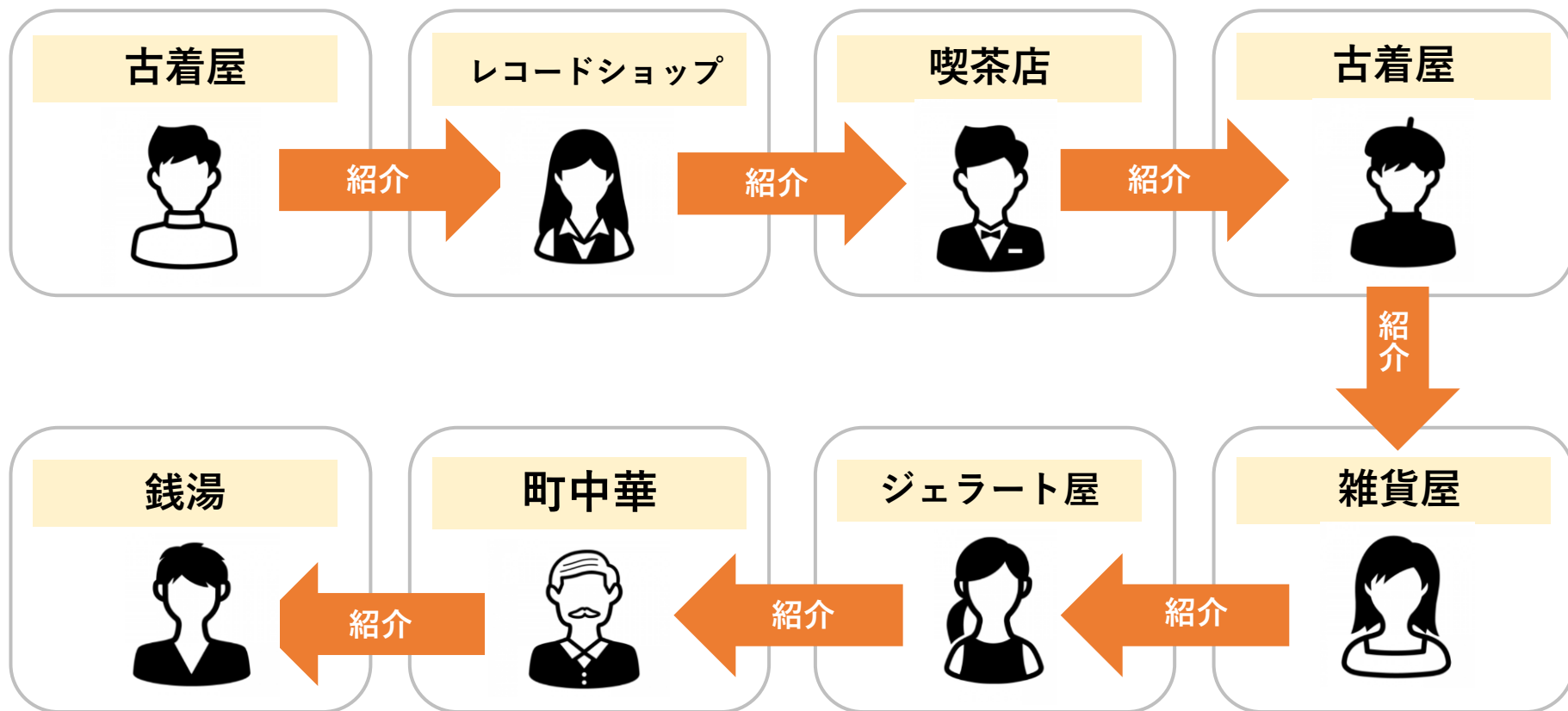
MAPはもぐらの巣モチーフだと、
統一感もあって良い！

もぐらの巣とは？という説明キャプションを最初につける。
「仙台のもぐらたちの生態に迫りました」みたいなナレー
ションも面白そう。



基本的な動画の流れ（全体）

お気に入りの店の「人」を数珠つなぎ形式で紹介
古着屋からスタートし、古着好きの人のライフスタイルを発信していく



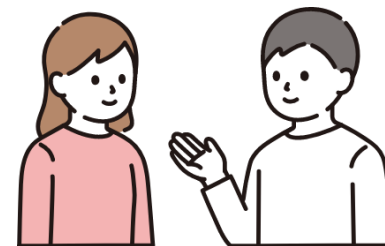
基本的な動画の流れ（1本）



①自分の店紹介
(30秒)



②紹介する店への移動カット（30秒）
(ナレーションでお気に入りポイントの紹介)



③次の人と合流

1本目

- ①〇〇さんが自分の店紹介
- ②〇〇さんが紹介する△△の紹介
- ③△△さんと合流

数珠つなぎ

2本目

- ①△△さんが自分の店紹介
- ②△△さんが紹介する□□の紹介
- ③□□さんと合流

数珠つなぎ

3本目

...

テーマ「仙台の文化・カルチャー」を若者に発信

気づき

仙台に住んでいる人が、仙台の魅力に気付いている人が少ない

キーワード

「私の【巢】を紹介します」

➡ 籠っている（お気に入りの）店舗・場所である古着屋さんや喫茶店などを紹介

課題

文化を求め若者が大都市へ流出している

発信方法

動画＋紹介されたお店を入れたMAPを作成

ターゲット

仙台市出身・在住の若者（10～20代）

形式

①YouTubeショート
②ショート動画を繋ぎ合わせた全編

➡ 2本作成

目的

古着文化を皮切りに、仙台の埋もれている文化的魅力を若者に発信し、「仙台っていいところだよね」と感じるきっかけづくりを行う

今後のスケジュール

これからの仮スケジュール		
12月		①古着好きのしんちゃん 撮影承諾済み ①古着屋HOWDY（鎌田さんアポ取り中） Utah（沼澤さんがDM）
12月	アポ取り中	②オススメ店舗
1月	未確定	③オススメ店舗
1月	未確定	④オススメ店舗
2月	未確定	⑤オススメ店舗
3月		①②③④⑤Youtubeショート公開
3月		全編Youtube公開