

# 道内の風土・文化見つめて30号



## 異色の企業誌

大雪山の別称で、神々の遊ぶ庭」という意味から名付けられた隔月刊「カムイミントラ」が一月で丸五年三十号を迎える。スキー場や宿泊施設を経営、観光業を営む札幌市のりんゆう観光(植田英隆社長)が、とかく埋もれがちな道内の風土や文化

を描き起こそうと、八十四年一月に創刊した十六頁の小冊子だが、特集テーマを中心とした内容がらけ、固定読者が静かに増えている。

B5判のカムイミントラは表紙にカラー写真をあしらいい、二、三頁が写真と短文、四、五頁が毎月違う三人の随想、六、八頁が特集が続き、最後に美術館の催しや、本の紹介、読者の手紙、「北のまちのナンバーワン」などが掲載されている。

特集は、東大演習林や剣器温泉、礼文の花といった自然から道文学館、間拓記念館などの施設、江差退分の心、三浦綾子さんら多方面にわたるテーマを取り上げ、いずれも人々を、まとめている。会社の宣伝は裏表紙だけ。資本金四千万、社員六十人、年商十億円という企業が発行する雑誌としてはかなり異色だ。

発刊のきっかけは「中央指向カムイミントラの打ち合わせをする坂東さん(右)と植田社長(札幌市東区北9東2のりんゆう観光)で

やそのいいところを見ている

だけでなく、北海道という星元をまず見詰める必要がある」といつもいっていた植田社長が、

社史としてまとめた「職人の回想録の編集者たちが気に入ったことから、一年六回分の編集を五百万円に依頼した。注文は「全国に胸の張れるいいものを取り上げる事と、会社の批判はダメ」ということだけ。相談はうけるが、企画などにはほとんどくちを出さない。

三千部を発行、得意先に送ったり、ホテルやロープウェイの駅においているほか、二百部、年千円で販売している。定期有料購読者は千人にも上り、全国各地に郵送している。カムイミントラを見た客のなかには、会社の姿勢を前向きにとらえてくれたり、「随分余裕のある会社ですねえ」と受け止める人もいて、結構宣伝になっているそうだ。

編集に当たっている坂東豊子さんは「毎号締め切りに間に合わせるのが大変ですが、とにかく楽しい仕事です。私自身もカムイミントラによって北海道を

# 多彩なテーマに固定読者

三千部発行  
道外郵送も

勉強させられました。取り上げたいテーマはまだありませんので、よりいい冊子に育てていきたい」と言う。

植田社長は「随想だけで九十人の人に我が社を知ってもらうことが出来た。北海道の良さを認識してもらう事が、会社のイメージを広げることにつながると思えば、むしろ安い投資ではないか。テーマがあり、編集者の熱意があるうちはつづけていきたい」と話している。

## 卓上四季

企業のPR誌なのに宣伝具がほとんどなく、地域文化の発掘・向上に真剣に取り組んでいる雑誌の企画展が、

北海道文学館などの主催で札幌市資料館で開かれている(月曜休館、二十二日まで)▼取り上げられたのは札幌の共同印刷発行の『月刊ニュースきょうとつ』と、りんゆう観光発行の隔月刊『カムイミンタラ』の二誌。『きょうとつ』はB5判で八ページ、『カムイ』は変形B5判で十六ページに過ぎないから、雑誌というよりは

パンフレットに近い▼そんな小冊子にもかかわらず、読者に根強い人気があるのは、地域文化にこだわり続ける編集姿勢への共感からだろう。創刊丸九年の『きょうとつ』が一貫して追い続けてきたのは、本道の印刷・出版を中心とした文化情報の発信だった▼四ページの特集を柱に、道内出版物の紹介や年間通し企画の欄を設け、表紙を木版画で飾るスタイルは創刊以来変えていない。創刊六年の『カムイ』も、かなり掘り下げて取材した特集に、随想欄を加えた組み合わせをずっと守り続け

ている▼両誌とも、特集面のテーマは人物、グループ、文学・美術活動、文化財、自然など多岐にわたる。共通しているのは、対象を絞り込むことによって中身を濃くし、小冊子らしからぬ情報を伝えていることだろう。個性的で異色の雑誌といわれるゆえんだ▼情報がはんらんしているといわれるが、本当に欲しい情報は少ない。とりわけ地域文化の情報は手薄だ。両誌の地道な活動は、企業が地域の文化振興や情報発信に参加し、大きく貢献できる道が開けていることを示している。

火星と木星の間に、多くの小惑星が存在している。かけらとも言ってしまうほどに小さな星々で、サン・デクシユベリの「星の王子さま」の星もその中にあると、勝手に思っている。

公式に存在が確認されたものには、発見者に命名権が与えられる。「北海道」も「札幌」もすでに命名されて、太陽系内の軌道を回っている。

登録番号四四二〇番の小惑星が、「北海道」の命名者でもある発見者の上田酒二さん・金田宏さんにより「カムイミンタラ」と名付けられて申請され、国際天文学連合小惑星センターに認められた。「カムイミンタラ」とは申請内容にあるようにアイヌ語で「神々の遊歩道」と

### カムイミンタラ

いう意味である。台地状の地形をさし、北海道の大層根・大雪山の別称でもある。当社発行の隔月刊の小冊子はその言葉を誌名に借用した。九〇年七月号で、「北海道精進・小惑星会議」という北海道の先進的なアマチュア天文グループを特集した。「神々の遊歩道」という言葉に、お二人が注目したきっかけにもなったかもしれない。

未来の宇宙旅行で、人類のたれかが、小惑星「カムイミンタラ」と遭遇するところがあるに違いない。ささやかながら個人的な羨しい期待がひとつ増えたと言っている。

(密道菜・旅行菜「りゅうの観光」社長  
植田 英樹)

小惑星

### ▶▶ オフィスの四季



北海道の文化や自然を全国に発信してきた隔月刊誌『カムイミントラ』誌が今年の一月号（通巻百二十号）をもって第一期の区切りとして休刊した。同誌の「ずいそう」欄に執筆を依頼され、創刊号に「晴耕雨解」、最終号に「サッポロバレーの二十年」を二十年の間において書いている。誌名の「カムイミントラ」とはアイヌ語で「神々の遊ぶ庭」の意味で、大雪山系の別名でもある。りんゆう観光の植田英隆社長が北海道の風土に根ざした文化誌を、という熱意で発刊し、これまで続いて来た。他企業の広告もほとんどなく、自社の宣伝誌くささもなく、北海道の風土・文化誌を目指すところが誌面から伝わってくる。

最終号の「ずいそう」にも書いたけれども、同誌の創刊の一九八四年と同じくして、筆者も「知識情報処理研究振興会」を立ち上げ、機関誌『いんふおうえいぶ』を発刊している。印刷会社は『カムイミントラ』誌と同じアイワードである。筆者の方は一九九五年、通巻四十五号をもって

## 魚眼図

### カムイミントラ

終わっている。筆者一人で原稿書きと原稿集め、経理から発送までやっていたから、十一年間続いたのは大したものだと自分ながら思っている。

同じ印刷会社だったので、『カムイミントラ』の出版経費を聞いてみたことがあるけれど、筆者の機関紙とは桁が違っていた。企業という組織が出版しているとは言え、商売にあまり貢献するとは思えないこの種の出版を続けて来たのは、やはり大変な努力だったろうな、と一時期は同業者(?) だった者としては感じ入っている。

経済と文化を乱暴な区別で言えば、前者は仕事を作ってお金を稼ぐこと、後者はお金を使って価値観に合うものを創り出すこと、とでもなろうか。『カムイミントラ』は前者と後者をつないだ存在であって、同じ企業で育てていくのは難しい。でも、その難しさに再挑戦が行われることを期待したい。

（青木由直・北大教授Ⅱ情報メディア工学）