

良 街

MOTOSU
good
things

[2021.03]
vol.01



FEATURE#01 宮脇志穂

本菓市のヒト・モノ・コト

ヒト、モノ、コトが「良い街」をつくる。
生き生きと暮らすヒト、想いを込めてつくられた
モノ、新しくわくわくするコトをお届けします。



FEATURE#02 tokitokistore

暮らしを自給し、暮らす喜びが持続するまち「本菓市」

本菓市に関わるすべての人に「本菓市の魅力」を共有するために、市民協働で市のブランドコンセプトを作成しました。「よるこび、ぞくぞく。自給持続。」をキャッチコピーに、本菓市で暮らす人、働く人などすべての「市民」が誇りを持って暮らしを自給していく、持続可能なまちづくりを目指します。



良い街 Vol.01 2021.3発行 発行 = 本菓市役所 企画財政課 〒501-1292 岐阜県本菓市文殊324 TEL = 0581-34-5024 編集・デザイン = 株式会社リトルクリエイティブセンター

もっと知りたい 【本菓の魅力】 -MOTOSU no MIRYOKU-

01 樽見鉄道に大人も子どもも楽しめる「プラレール」列車が登場！



岐阜県大垣市から本菓市根尾樽見までを走る「樽見鉄道」。地域住民の交通手段として、また、観光客を楽しませる観光列車として活躍するローカル鉄道です。そんな樽見鉄道では、今、鉄道玩具「プラレール」にちなんだラッピング列車が運行し話題となっています。車両前面には「プラレール」のキャラクター「てっちゃん」のヘッドマークが施され、外装はもちろん、内装にも「プラレール」の世界が楽しめる、キュートなラッピングが施されています。見て楽しい、乗って楽しいこの特別車両は、2022年3月まで運行される予定です。

02 観光農園「つみつみいちごファーム」が手がける、素材にこだわった加工品



岐阜県下一の生産量を誇る本菓市のいちご。「濃姫」や「華かがり」といった岐阜県のブランドいちごが多く生産されています。観光農園「つみつみいちごファーム」では、いちご狩りが楽しめるほか、いちごを使った加工品の開発にも力を入れており、「濃姫」を贅沢に使用したジャムやヨーグルトなどが人気です。中でも、ジャムは無添加にこだわり、1本(300g)に約35個ものいちごがギュッと凝縮されている逸品。ブランドいちごならではの繊細な甘さとジューシーな味わいが楽しめます。

＼ いいもの、そろってます。 /

本菓市のふるさと納税

毎年、全国から多くの寄付が寄せられる本菓市のふるさと納税。食料品や日用品、木製品など、魅力的な返礼品がそろっています。



カリモク家具

地域の8割以上が山林の本菓市では、木製品の製造が主要産業の一つです。市内にあるカリモク家具の製造会社では、ダイニングセットや学習デスクなど、人々の生活を豊かにする木製品を世に送り続けています。

はちみつ

近代養蜂発祥の地であり、養蜂業が盛んな岐阜県。市内の工場では、「安全・安心」で高品質な蜂蜜製品を製造しています。養蜂家が心を込めて採集したはちみつをぜひ味わってください。



詳細はこちらをご覧ください >

本菓市 ふるさと納税



数学 問題

VOL.01

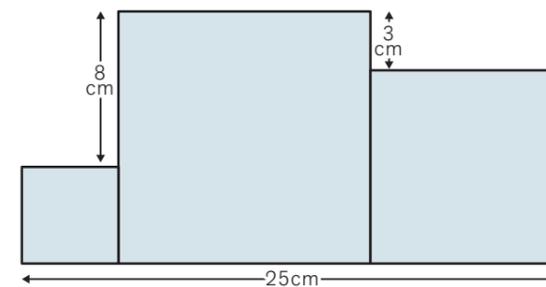
楽しみながら、考える力をUP↑

日本数学の父「高木貞治博士」の出身地になみ「数学のまちづくり」を進めている本菓市。数学の面白さに没り、楽しみながら「論理的な思考」を高める様々な取り組みをしています。論理的な思考は、的確な判断や表現力、説得力に直結し、人生を幸せにたくましく生き抜くために必要な力です。このコーナーでは、本菓市が実施している「算数・数学甲子園」の過去問をご紹介します。ぜひチャレンジしてください！

Question

大きさがちがう3つの正方形をならべて、下のような形を作りました。この色のついた形の面積を求めましょう。

第23回(2020年)出題



答えは
市HPをチェック！



FEATURE

#02

本巢市の
ヒト・モノ・コト

NAME

tokitokistore

CATEGORY



ヒト



モノ



コト

NOTE

シェアアトリエ

人がつながり、ゆるやかな時を刻む、
変化を楽しむシェアアトリエ。

本巢市の南端、田んぼと柿畑が広がるのどかな風景の中に佇む建設会社の倉庫が、2020年5月、7組のクリエイターが集まるシェアアトリエ「tokitokistore」に生まれ変わりました。トタンの外壁のいかにも倉庫らしい外観とは対照的に、店内に一歩足を踏み入れれば、やわらかに降り注ぐ陽光が心地よく、洗練された真っ白な空間が訪れる人を出迎えます。倉庫内に作られた7つの「小屋」には、カメラマンや木工作家、服飾作家などのクリエイターが入居しており、それぞれが実店舗として週末を中心に店を開けるスタイルで営業しています。クリエイターのファンを中心に、オープン前からSNSや口コミで話題となり、今では地元の家連れや博見鉄道に乗って来る高校生など、幅広いお客さんが訪れます。

「私は数年前からブームになっているマルシェが好きで、よくカフェとして出店をしていたんです。でも、年に数回の大型マルシェはもちろん楽しいですが、もっと日常的に作り手とお客さんが直接つながれる空間があったらいいなと思って。信頼できる6組の仲間を掛けると、みんな共感してくれて、快く参加してくれました」。入居するクリエイターの一人であり、tokitokistoreの発起人、岩佐侑里子さんは振り返ります。岩佐さんは、もともと縁のあった建設会社で広報を担当する美濃島聖也さんとともに、6組の意見を取り入れながらコンセプトや空間のイメージを膨らませ、店名には「大きな木」のように「時」とともに愛着が湧く、あたたかい場所にしたい」とい



想いを込めました。実は、最初は工場がぼつりぼつりとあるだけだったこの場所に出店することに半信半疑だったという美濃島さん。しかし、主役である「人（クリエイター）」がtokitokistoreの魅力を発信し続ければ、それが店のアイデンティティとなり人を惹きつけると信じて試行錯誤を重ねながら店づくりを注ぎました。「人と人が場を共有することで新しい何かが生まれる」という美濃島さんの狙い通り、クリエイター同士がコラボレーションをして企画したイベントは大成。クリエイターがつながることで個々の活動では実現し得なかったことが、次々と起きています。今はカフェのメニューに地元産のいちごを使ったスイーツを取り入れるといった、本巢市の地域性を活かした企画も仕掛けていきたいという岩佐さん。tokitokistoreはこれからも空間づくりやメンバーの入れ替わりなど、あらゆる変化を関わる人みんなで楽しみながら、ゆっくと時を刻んでいきます。



DATA

岐阜県本巢市十四条117

営業日/土・日曜(祝日は不定期で営業)

※各種イベント詳細はHPをご確認ください

https://tokitoki-store.com/

FEATURE

#01

本巢市の
ヒト・モノ・コト

NAME

宮脇 志穂 / MIYAWAKI shiho

CATEGORY



ヒト



モノ



コト

NOTE

彫刻家



PROFILE

東京造形大学美術学部彫刻専攻卒業。2011年にアトリエ「NEOSHIHO」を立ち上げ、2014年頃より、植物とうつわをテーマに植木鉢作品を本格的に展開。Instagramを通して、その世界観を発信。2019年に「NEOSHIHO」を閉じ、クリエイティブディレクターに増元直人氏を迎えブランド「N/OH」(のう)を創立。正規取扱店舗は世界6カ国で展開している。個人名義でも彫刻作品に留まらず多方面で活動している。

https://www.n-oh.com/



迷いや葛藤のその先へ。
自身の選択が、人生に筋を通す。

植物と一体となるような力強さと、暮らして馴染む繊細な表情を持ち合わせた植木鉢。本巢市根尾出身の彫刻家、宮脇志穂さんの手から生まれる作品は宮脇さんの人柄をも映し出しているかのようです。「彫刻は制作の過程が作品に刻まれるので、迷うとそれが作品に表れてしまうんですよ」。型をとった器にしのぎを入れる宮脇さんの手は躊躇なく進んでいきます。しかし、制作に臨む漂とした姿とは裏腹に宮脇さんの人生は不安や葛藤の連続だったといえます。

宮脇さんが彫刻に出会ったのは高校時代。根尾の自宅から2時間かけて岐阜市の美術科のある高校に通学し、彫刻を専攻。土を触ることの魅力に惹き込まれ、東京の美術大学に進学します。大学ではより深く彫刻を学ぶものの、彫刻を生業にするという将来像が描けず、それでも土に触り続けたいと、卒業後は大学時代のアルバイト先だった故郷、根尾の陶芸工房のスタッフとして社会人生活をスタート。工房では制作物が器として実用されるという、彫刻では味わえなかった喜びを覚え、それが日々手を動かすことの理由になりました。時には「NEOSHIHO」として小さな個展を開催することもあり、工房での日々は充実していたものの、5年が過ぎた頃から先の見えないう不安が少しずつ溜まっています。工房に勤め始めてから7年目、30歳を迎える年に独立を決断。2011年、岐阜市内のビ

ルの一室にアトリエを構え、新たなスタートを切りました。「先は全く見えていませんでした。やるしかない状況に自分を追い込んだんです」。

作家と美術講師、二足のわらじで、個展やイベントを目標に作品を作り続け、ようやく道が開けたのは彫刻の講師として母校の高校に転動したことがきっかけでした。それまで陶芸を中心に活動していた宮脇さん。生徒とともに久しぶりに彫刻に触れたとき、10数年ぶりに彫刻に対するエネルギーが湧きあがり、それから独自の彫刻作品を次々と発表。SNSを通して発信されるNEOSHIHOの世界観は多くの人の心を掴みました。活動は軌道に乗り、眩しいほどの成功を収めたかのようにしたが、宮脇さんは自分のものづくりの姿勢と、世間からのイメージとの間にギャップを感じ始め、2019年にNEOSHIHOとしての活動を終えることを発表。数ヶ月後、新たに仲間を迎えブランド「N/OH」(のう)を立ち上げました。「今までは一人だったのでわがままにできたけど、他人と活動するということは自律も必要。良い意味で割り切れるようになって、すっきりと制作に臨めるようになりました」。N/OHは様々な人やものこととの相互作用を期待しています。3年目を迎え、ブランドとしてのアイデンティティが確立され始めた今、何と出会い、どんな反応が起きるのか。宮脇さんは期待に胸を膨らませています。