

ふるさとの味 おふくろの味

秋山駿は、『人生の検証』の冒頭の「食」という章を、こんな文章で書き起こしている。「食。これは私が黙殺してきたテーマだ」。



おおすみ なおと
大隅 直人

さらに秋山は、「食べなければ生きてゆかぬ」ということを「生存の公理」とした上で、自らがこの公理に反抗し、黙殺しようとした理由について書く。「明らかに、その根は、私の内部の、父親なるものへの思い、母親なるものへの思い、というところに根差している。父親とは何か。あるいは母親とは何か」と、いつか人は問うらしい。食への態度は、その問い合わせている。

ふるさとの味、おふくろの味について書くようにはどう依頼を受けて、まず私は当惑し、しばらく考えてから、引き受けたことにした。二十代の頃に感想をしていた秋山のこのエッセイを里山に

お話ししていく秋山のこのエッセイを思い出
出し、自分にも「食」について立ち止
まって考える機会を与えたことが
、ありがたかったからである。

とはいっても、ここで私自身の父親や母親への思いや、ふるさとという言葉につよい違和感を覚える自らの履歴について書いても、誰も面白くないだろうし、自分も面白くない。

もう少しだけ秋山を引用しよう。「お母さん」と言えば、食べ物はそこにある」「しかし、そこへ父親が登場する。父なるものは言う。それは生きてゆかれぬ。食べなければ生きてゆかれぬ。食べるためには社会に出て有用な人間にならねばならぬ。」

ふるさとの味、おふくろの味について考えようとする時、両者を等号で結びつけたくなる機制は、ごく自然なものなのかもしない。しかし、よく考えようとするなら、安易にイコールとすべきではないのかもしれない。だが、それを探究するには紙幅が足りない。

私の母の故郷は、北九州の門司である。九州は食の宝庫と言われる。母の生家は病院で、裕福だった。帰省をするとき、まだ小さかった私の前にも、ふくさしの盛り付けられた大皿が一枚置かれた。だがそれは、ふるさとの味とは違う。

ふるさとの味、おふくろの味と問われて私が思うのは、「いわしのぬか焼き」である。いわしを醤油で煮て、ぬかみそを加えて仕上げる。含まれる乳酸が効くのだろうか、小骨が柔らかくなり、まとめて食べられる。母のぬか床には山椒の実がふんだんに入っていた。それゆえ、市販されているものとは差異がある。思い出すだけで、唾液が溢れてくる。

生まれ育った北海道の「いすし」、思春期を過ごした東京の「くさや」、関西に来てから知った「へしこ」「ふなずし」。私は総じて発酵食が好きである。滋賀に越してから朽木で出会った「さばのなれすし」は、現地でしか手に入らないが、あまりにも美味なので、人に教えたくない食べもののひとつである。

届託ばかりの青年期を経て、中年期以降は、こんな私も、食べることにかぎらず、さまざまなものに感謝しながら生きることができるようになった。両親と家族に感謝したい。

(さいはて社 代表 56歳)

「チラシーサイクル」
電通は9月20日、新聞折込チラシの来店効果を可視化し、出稿メディアの最適化や広告費用を算定するソリューション「子S e C y c l e (子) きる新たな仕組み」を発表した。来店促進を目的とした、現在も多く企業で活用されているチラシの効果を検証・上進める。さらに、今回の提携により、声廣告メディアの価値向上を進めることで、両社の強みを活用して、相互事業発展を目指す」としている。

リューションを実際の折り返しに沿って、ラシックによる開拓と販売の連携を強化する。また、リーンループによる効率的な販路構築を実現する。

The diagram illustrates the SeeCycle system for store location information. It shows three stages:

- Initial State:** Shows multiple store icons with their respective customer counts (e.g., 〇〇%, △△%).
- Intermediate State:** A specific store icon is highlighted with a red border.
- Final State:** The highlighted store's customer count is shown as 100%. A red arrow points to a detailed view of a single customer's path through the store, which is also highlighted with a red border.

人の目は、個人で見ざる程の工事費
指標で比較できる分析
などを美装しており、メ
ディア横断での子
算配分最適化や、
マークティングR
OI投資対効率の
最大化を支援す
る。

現在 大手小売
クリエイントでの
導入が決定してお
り、今後も実店舗
を持つさまざまな
企業への導入をい
援していくこととし
て、電通は「今後
も、データマイ
ンルームを活用し
た同ソリューション

「音声ガイドで
回る書店」開催
KADOKAWA
P、マルチメディア
版と新たなサイン

売れ筋」ギフト本
月20日から、アマゾン
KADOKAWA

トモレーブ位で、発売

オフる「デザインのミカタ」と題する無限のひきだし」とヤマハ音響研究所、定番の展示会を青山アーツセンター本店（東京）で開催している。涉谷区で開催している。10月3日まで。

今回のイベントのテーマは「音楽ガイドで向かう新しい書店の歩き方」で、グラフィック・Webデザイナーであるデザイナーの研究が、さまざまな書籍の表紙デザインについて、青山アーツセンター一本店を舞台に音楽ガイドで解説する。

電店効果を可視化
折込チラシの来る
電通は9月20日、新聞
込チラシの電子効果集を
発し、出稿メテイア
選定や配布量、予算の
適量化への活用を可能と
企業で活用されている折
り紙ルーム
ラットフォーム
業者が広告主
「チラシーサイクル」提供開始
SeeCycie(チ
ラシーサイクル)を開
発し、提供を開始したと
弊社した。来店勧奨を
的として、現在多くの
企業で活用されている折
り紙ルーム
ラットフォーム
業者が広告主
に新しいたな組み。
きる新たな組み。

The diagram illustrates the relationship between store effectiveness (店効果) and various performance metrics:

- Top Row:** 広告事例 (Ad Examples), 売上伸びりの流れ (Sales Growth Flow), 許可制度 (License System), 初回 (First Time), 内部 (Internal), 報告 (Report).
- Bottom Row:** 折込効果 (Door-to-door Effectiveness), ラウド環境 (Loud Environment), ワークシート (Worksheet).
- Middle Section:**
 - Left Box:** 片面貼込チラシ (Single-sided Flyer) vs. 両面貼込チラシ (Double-sided Flyer). Comparison shows 0% vs. □□%.
 - Middle Box:** 片面貼込チラシ (Single-sided Flyer) vs. 両面貼込チラシ (Double-sided Flyer). Comparison shows □□% vs. □□%.
 - Right Box:** 片面貼込チラシ (Single-sided Flyer) vs. 両面貼込チラシ (Double-sided Flyer). Comparison shows □□% vs. □□%.
- Bottom Right Box:** 実店舗の差分からCPAやROIなどの計算結果が得られる (Results from actual stores include CPA and ROI calculations).
- Bottom Center:** お客様がどのくらい叶えてくれるか (How much customers can achieve).
- Bottom Left:** お問い合わせを頂いています (We receive inquiries).

などほかのオフショア開発会社と競争する「デザインのミカタ」を統合した来年春に可視化を行い、オンライン上で手に入る(業界無限の「ひきだし」とヤフーのマーケティング・高度化に貢献していく。特別展示会を「青山アツカセンター」本店(東京渋谷区)で開催している。

ノーランダード
デジタル広告

一般消費認表示と異なる認させるングは③
ちなみECサイが社会問題一般のではなく

第三回 広告・宣伝には、事態がターンとなり、今後は個人的で個人用カウント商品・サービスを介した場面となると考えられる者は著名人物エンサイン報告・宣伝などを隠して、サービスをもらうことをした場合で、TikTokのいうワードのように、とては

クリエイターの活動を規制する悪影響