BRANDING
ブランディングサロン
SALON

人口1万5千人弱の北海道・白老町に「brew gallery」を開廊した目的とは?

スピーカー

菊地辰徳さん

（株式会社 haku　代表取締役）

1976年生れ、米国の環境コンサルティング会社勤務、国内の経営コンサルティング会社勤務、東北大学大学院環境科学研究科の研究員を経て、2017年に馬と暮らすライフスタイルを実現するために、白老町へ移住。現在、「haku hostel」「haku生活洋品店」「brew gallery」を運営するほか「The Old Grey Brewery」の共同代表を務めている。

ブランディングクラブ オンラインサロン

9月4日(木)
17:30～18:30

◆Zoom によるオンライン開催
（17:15 に Zoom を立ち上げます）

◆事前に参加の可否をご連絡ください

■2024 年にコンテンポラリーアートのギャラリーを開廊

8 月 6 日(水)に北海道・白老町で開催した「8 月度ブランディングセッション」のスピーカーの菊地辰徳さん(株式会社 haku 代表取締役)と翌 7日(木)の午前中に 1 時間半ほど、白老でのさまざまな取り組みをお聞きしました。

また、「haku hostel」に宿泊し、「haku 生活洋品店」、「The Old Grey Brewery」、「brew gallery」も視察しました。その中で個人的に最も惹かれたのは、2024 年 4 月に開廊したコンテンポラリーアートのギャラリー「brew gallery」です。

■地方では都市部に比べてアートに触れる機会が少ない

東京で暮らし、働くことには当然プラスもあればマイナスもあります。後者はさておき、前者のプラス面は何でしょうか？いろいろな考えがありますが、個人的にはアートや音楽に触れる機会が日常的に得られることだと思ってます。

アートに限って言えば、地方にも素晴らしい美術館があり、出張の折には可能な限り足を運ぶようにしています。しかし、地方はアートに触れる機会が都市部に比べて少ないのが現状です。人口 15,000 人弱の白老町も同様です。

■ギャラリーを作ることは自然な文脈でした

一方、白老町では 1986 年から飛生（とびう）アートコミュニティーが活動しており、 2020 年には国立アイヌ民族博物館を中心とするウポポイ（民族共生象徴空間）が開園するなど、芸術文化への関心が高まっています。

しかし、独自でアートギャラリーを作ることは、採算性等を考えると、二の足を踏みたくなるのが一般的です。その問いに対して「アートが好きだったのでギャラリーを作ることが自然の文脈のように思えたのです」と菊地さんは語ります。

■効果を数字でしか見ないことの危うさ

さらに、「もはや経済が成長しない時代の中で、豊かな生活のためには、芸術文化が大事だと思うのです。効果が見えにくい面はありますが、 効果を数字でしか見ないことにはどこかに危うさを感じます」と語ります。

今回のサロンでは、「brew gallery」の開廊に焦点を当て、開廊の目的やこれからの取り組みをお聞きします。また、ギャラリーに隣接する「The Old Grey Brewery」との相乗効果についてもお話しいただきます。

次回予告　9／18 日(木) 17:30～18:30
スピーカー・テーマ未定

ブランディングで中小企業と地域のいまを輝かせます
株式会社 クエストリー
TEL：03-5148-2508
QUESTORY https://www.questory.co.jp