

ふり返ればナニがいる？ 本誌25年、50の記憶

文／竹中 聡（本誌編集長）

節目節目に、何度もやってきた気はするのだが、ふり返ることができるのもとうとう最後になったので、もう一度だけ、ということで本誌の歴史を追ってみたい。

と、言っても最後の編集長となった僕が本誌に関わり始めたのは'94年。足かけ16年分しか歴史を知らない。一部伝聞だったり、感想だったり、諸先輩方には恐縮ではあるが、総巻数309のうち、190号に立ち会い、一般に「雑誌」と認知されてからの歴史で言えば、おそらく8割近い歴史を見てきたはずなので、ご容赦いただきたい。

「A CITY FOCUS」ファンも、「Club Fame」ファンも、「CF!」ファンも、「京都CF!」ファンも、またそうでない人も、たまたま一冊買っただけの人も、懐かしい曲を聴くときのように、当時の気分を思い出していただけるだけで幸いです。

ルポルタージュな'80s

初めて僕が「Club Fame」つてもものを知ったのは、確か'88年か、'89年頃だったと思う。地下鉄の車内吊り広告に「Don't Worry Be Happy」と赤く書かれたキャッチコピーを見たときだ。

それより5年も前に本誌は創刊している。初代編集長バッキー井上さん（今号にもちよこちよこ名前が出てくる）が、この人の凄いところが付けた創刊時の題号は「A CITY FOCUS」といった。マハラジャ祇園にやってきた近田春夫・藤原ヒロシ・高木完とイベント（'81）の風景をライブ撮りしたり①、'84年と言えば好景気で百貨店・ファッションビルではDCブランドが隆盛、セールに群がり、ビルを一周する長蛇の列を載せたり②、街の有名人の告別式をリポートしていたり③。B5版で、写真はモノクロ。情報誌という感じではない。そもそも「情報誌」と思っていなかったのが当時で、「何を載つけていたのだ？」というところ、「ルポルタージュ」とか「コラム」ばかりである。客観的であろうとする現在の情報誌の姿勢（と手法）からみても、やっぱりちよこちと違う。ちなみに現在の本誌では「Catch the entertainment」が唯一「コラム」のコーナーだ。

「街に思ふことがあれば、好きなこと書けやー」な姿勢はジャーナリズムに近く、題号を「Club Fame」と改めてからもその気風は続いていて、「潘裕司がやっていった木屋町の店に、坂本龍一がやってきたときの写真」と、昨年12月号の対談で言っていたのがこの号に載っていて、それが'89年2月号「それぞれの記念写真」④だ。

ワンレン・ボディコンな'90

'90年代に入って1月号号では、通称ストプリなんて呼ばれる「Street Prince・



Princess」という手法が見られる⑤。ワンレンでボディコンでイタリアンスーツの逆三角でソバージュな時代、取材当時、撮影された記憶のある方は、ご自身を探してみてください（小さくてムリか）。5月号では何と「バリ特集」⑥！バリに行つて、気になる写真を撮つて、見てきたものを書いてみるだけ。コラムと言えはコラムだが、一度ぐらいは僕も海外ロケに行つてみたかった…。

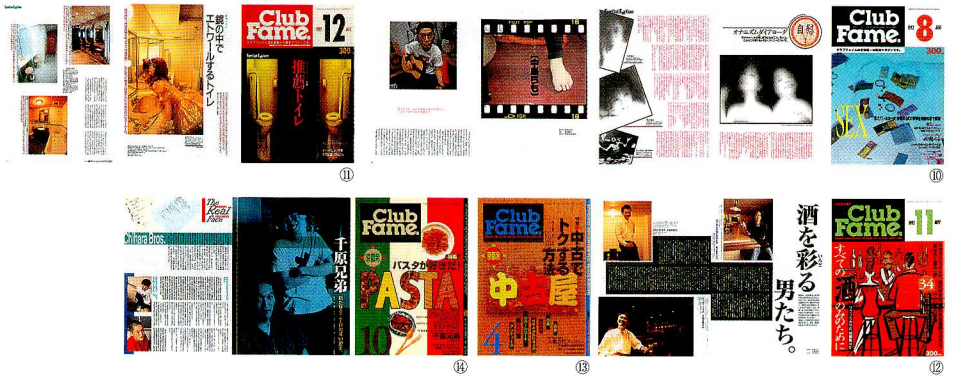
7月号で初めて「Stop Fame」という、京都のショップガイドを付録に付けている⑦。カードを提示すると特典が受けられるという、今のクーポンのハシリで、以降、'94年ぐらいまでは毎年アップデイトした付録をつくつていた。それが街に介入する、ひとつの方法論だった。

この頃からB級グルメな'91

'91年6月号「この一冊、全部食うても一ヶ月」⑧。おなじみの「地球屋の皿うどん」も「コ罗纳の玉子サンド」もアローンのオムライス」も「味香のカレーうどん」も載っている。今号にご登場いただいた「英太郎」はラーメンではなく「おろしうどん」の写真だ。元橋一裕編集長の代になり、ちよこちと情報誌っぽくなっている気もする。そしておそらく、初代のラーメン特集であろう、'91年11月号「突撃拉麺」⑨。移転前の「山さんラーメン」や、お馴染みの「長浜ラーメンみよし」も、伝説の「天下一品」木村社長のロングインタビューも載っている。その後、「爆食拉麺」⑩、「こ推奨ラーメン」⑪、「京都ラーメン合戦」⑫、「まんここやられてもおた京都ラーメン」⑬、「京都でラーメン、食べるなら」⑭、「京都・ラーメン検定」⑮、「京都ラーメン物語」⑯と、そして今号と、時代を問わず本誌のキラライコンテンツは続いていく。以前にも「中華料理店の一品としてのラーメン」なんてコー



歴代ラーメン特集 ⑨



ナーがあつたりして、企画も一回りした
ということか。

SEXでトイレな'92

情報誌らしく…、と言いつながらも、'92年8月号は「SEX特集」⑩。今いくよ、くるよとオナニーのクロストーク！中島らものインタビュウが載っているのも感慨深い。数々の著名人へのインタビュウも忘れられないことのひとつだ。インタビュウ慣れたお歴々に、「いかに今まで聞いたことのない質問をぶつけるか？」という醍醐味を重ねてきた。

'92年12月号「推薦トイレ」も、ことあることに話題になる号だ⑪。街場の店の変わったトイレやら、トイレにまつわるクイズやら、「ナンノコッチャ？」と言われればそうだが、書いてあることは何となく読み込んでしまおう。

「夜・酒・男」の'93・売れるぞ！'94

'93年11月号「すべての酒のための」⑫が本誌の「夜・酒・男」の原点か。今年の3〜6月号も表紙を手がけてくれた、渡辺チカラさんが表紙イラストを寄せてくれている。

'94年4月号「中古屋」特集⑬。この号のバックナンバーが飛ぶように売れ、後の「中古屋II（'95年3月号）」「中古屋III（'97年4月号）」や、古着特集への布石となった。'94年でいうと、10月号「パスタが好きだ」⑭。最近でこそ、「イタリアン」という呼び名が浸透したし、それこそ何十軒も取材してきたが、イタリアン特集の始点はこの号かも。後半には千原兄弟のインタビュウも。

「雑誌の売れ行きは、テレビで言う視聴率と同じだ」と僕は常々言ってきた。「売れ行きを気にした雑誌づくりをする」と、負のスパイラルに陥ってしまう」として。マーケット優先ではなかった本誌の、ひ

とつの転回点がこのあたりだったような気がする。返本という負の遺産を「バックナンバー」として再販し、丸山書店の北白川店で、ひと月に5000部近く売れたのが、結構大きな出来事だった。

エリア特集に着手した'95

歴代エリア特集号 ⑮



'95年は西の天災、東の人災。神戸で阪神淡路大震災が、東京で地下鉄サリン事件があつた年。その年の10月号「京の通りに遊ぶ1千本通・北山通」⑮。これも意外に売れた号で、本誌得意のエリアシリーズの祖かもしれない。後に寺町、烏丸、御池、四条に囲まれたエリアを「セントラルスクエア」と名付けて特集したり（'00年5月号）、「御所みなみ」（'03年4月号・'07年6月号）、「上河原町」（'02年7月号・'05年10月号）など、「新しく、呼びやすい土地の名前を発明できないか？」みたいなことを考えて、「街の牽引力」になりたい感覚だったのも事実である。

もっと売らせてくれ！'96

「売ってくれ（というか書店営業も担当していた僕的には「売らせてくれ」）」な気分を象徴するような号が'96年2月号「パスタデート」⑯・3月号「京都ラーメン合戦」と続き、そして5月号の「い

まどきのフェミニン、カフェ」⑰。これ以後に何度も特集をする「カフェ」である。「Cafe saint」や「Le Paris」（現在のフシヨーン）と並んで「キャピタル東洋亭」「イノダコーヒ」、何となくテラスっぽい店を集めている。カフェという着眼は正しかったし、よく売れた。2月号と5月号のタイトルは、ふり返ると何だか照れくさい（というか恥ずかしい…）が、ちなみに、5月号の特集の最後に「Reourd」を紹介していて、サロンを巻いたギャルソン風のスタッフが、そんなに高くないワインをワゴンサーブしてくれるスタイルは、ものすごく早く、編集部の人気店になった。内装が辻村久信さんで、いわゆるデザインーズカフェとかレストランのハシリだった。



歴代カフェ特集号

'97



歴代年末特大号

売り損じにビックリ'97

そして'97年1月号、本誌初めての特大号「おいしいトコ行きたい!」⑩。これまでこんなタイトルは今なら三流雑誌でも付けないし、ページ数を増やし、背表紙を付けて、前年の特集を再編集しているだけだが、飛ぶように売れた。実売率が確か97%とか、とんでもない数字だったと思う。翌年の特大号は河原町蛸薬師にあった「丸善」に、一気に1000冊が並んだ。この後、毎年年末はこの手法で特大号を出し、それは今年まで続いている。

表紙や特集ページに女の子のモデルちゃんを使うことも増えた。「売れるんなら、女性誌にしてしまってもいいじゃないか」と考えていた。3月号「夜の一件目」に選ぶお店特集⑨もよく売れた。「やつぱ、酒飲んでメシ食って……っていうニーズは高い」と実感した。ちなみに、読者の方から「これ、『一件目』じゃなくて『二軒目』じゃないの?」というお電話があり、「いやあ、飲みに行くことを『ひとつのイベント』と捉えてるんですよ」なんて苦しい説明に、笑って「なるほどお」とおっしゃっていただきましたが、ええっと、間違いでした。

発刊日も誌名も変わりました'98

'98年から、発刊日が毎月1日に。「Club Fame」と決別の年、そして「CF」スタートの年でもあった。4月号「気分はトラットリ屋」⑫は、街の居酒屋が軒並みイタリア読みな店名に業態替えしていったのに着目した号で、「Tanto Quanto (たんとくわんと)」とか「わいんや」といった店名が、まさにイタリアン(「イタ飯」とは呼ばない)な時代だった。表紙に「ワインでまじり」とも書いているので、ワイン人気もこの頃からだと思ふ。このイタリアンブームが、今に続くイタリアン流行りの礎になっていると、僕は思っている。

5月号「町家でごちそう」⑬も特筆だ。街のメシ屋・飲み屋と町家をブックイングした店への着眼・特集は本当に早かったと思う。後に町家がどのような騒ぎになっていくかはご存じだと思ふが、「町家でやれば流行る」というだけの店(もしくは事業主)があまりにも増え、街に困った状況を(妙な観光地化とか)もたらしたという意味で、おこがましいようだが責任を感じなくもない。

8月号「ふらり先斗町」⑭で通常号最高売り上げを叩き出した。これまた女性モデル

ルの表紙で、特集については、北から順番に先斗町の気になる店を網羅した。そして11月号で題号が「CF」に⑮。これが何故か? ということも、未だにご存じいただいていないことがあるのだが、簡単に言うと「京都の雑誌」が「全国の雑誌」になったということです。

一大転換期になりました'99

翌'99年も、カフェやランチや祇園といった人気特集の表紙にカッパルや女の子のモデルを使うなど、女性誌的アプローチを続け、それなりに安定していたのだが、一部のスタッフや、驚いたことにスポンサーから「クラブフェイス(まだまだこう呼ばれることが多かった)はこうとちゃうやろ!」という声があり、夏場に一気に噴出した。そうしてできあがったのが99年10月号「愛すべき木屋町マスター」だ⑯。街の大先輩である木屋町バーのマスターから、若手の木屋町人に、世代による飲み方の違いを聞いたり、街の使い方を特集した。インタビュー的な取材は非常に面白いし、個人的にはやりやすく好きなのだが「売れへんくて、知らんぞ?」というやりとりをした覚えがある。ところがこれが大反響。今に続く本誌のイメージ、「酒・夜・男」が、全部入っているし、その後の方向性を決定づけた。ちなみに「atp@radio」の恒岡誠二さんが最後に受けた取材がこの号で、掲載した写真が今も同店にかけられている(本誌と同じ年な「atp@radio」の25周年の様子とは本年3月号に掲載)。

店の内外装がテーマだった'00

「ミレニアム」って言葉がやたら使われ出した西暦2000年。1月号の「モダン+京都+異次元空間」という特集⑰は、いわゆるデザイナーズな店特集である。辻村久信さんや西堀晋さん、森田恭通さんや森



⑭



⑮



⑰

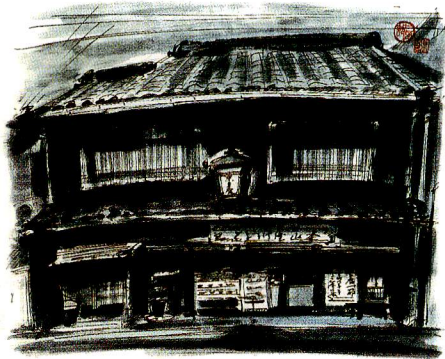


⑳



㉑

創業明治三十年 京豆腐一筋



三田村宗二画伯 筆

京・北野天満宮の門前町
西陣の台所 北野下の森で
親子・孫・豆腐を商って四代百余年
とようけ屋山本です。
出来が良いの悪いのと云いながら
最近では生湯葉や豆腐湯葉料理
大豆餡の豆腐饅頭まで
商うようになりました。
御近所、御町内御用達をと
思い、普通の値段で
最高のものを作り続けられと
精進しています。
今も昔もこれからも変わることなく
大豆の可能性を求めて
努力を重ねていきます。
楽しみながら…御鼻屑に。



ええかげんな そこそ豆腐 210円 (デザート・洋風豆腐)
とようけ饅頭 6ヶ入 1050円
つるり にがり絹ごし豆腐 200円

※規格外変り豆腐、生湯葉ご相談承ります。

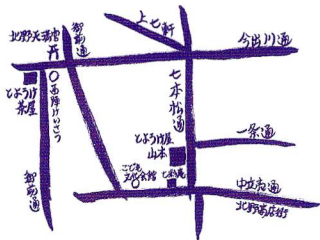


創業明治三十年

とようけ屋山本®

京・西陣
北野・下の森

本店



京豆腐一筋 とようけ屋山本

〒602-8336 京都市上京区七本松通一条上ル滝ヶ鼻町429-5
TEL.075-462-1315

豆腐料理 とようけ茶屋

〒602-8384 京都市上京区今出川通御前西入紙屋川町822
TEL.075-462-3662

生湯葉工房 七彩庵

〒602-8336 京都市上京区一条通七本松西入滝ヶ鼻町429-19
TEL.075-467-2225

<http://www.toyoukeya.co.jp>

井良幸さんといった、今や（当時もであるが）錚々たる方々に、手がけた京都の店まで足を運んでいただき、店主やオーナーさんと語ってもらった。

6月号から題号をちよつとりニューアール。「京都CF」に。

7月号「近頃の町家では…」⑳、前回と違い、「町家やつたら何でもアリ」という姿勢ではなく、媒体的な意見、みたくいもないで、一家言を持つばんはひろふみさんと若林広幸さんの対談だ。各特集のタイトルも、徐々に凝ったもの、というか考え抜いたもの（それがいたずらに長タイトル化してしまつてもいるが）が増えてきている。

同年12月号「夜と、彼女と木屋町と」㉑は女性を意識した特集ではあるが、少し前の「女性誌化」という意味ではない。木屋町という女性ひとりでは近づきづらい街に、「可愛い色」をモチーフにして、優しく男前のスタッフがいる店に誘おう、という重層企画だ。「この店は、何色か？」というロケハンを徹底した号でもある。

その瞬間、写真撮ってました'01

01年4月号「京都に潜む、もてなしの隠しだま」㉒。夜の酒メシ店の、いわゆる「穴場店」を「隠しだま」という言葉に置き換えた。「Watching Carefully」コーナーは、前年末に様々な場所で行われていた、真正銘21世紀が明けた瞬間の各地のミレニアムイベント集。読者の皆さんはその瞬間、何をしていたか憶えていますか？ もはや記憶があやふやな方も多いのでは？ 僕は憶えています。琵琶湖畔で史上初めて冬に上がった琵琶湖の大火火を撮影してました！

11月号「蕎麦特集（原題はもつと長い）」㉓。久々の女性表紙もやっぱり女性誌とは違う感じ。当時、脱サラで蕎麦打ちを始め人なんかが増えていて、美味い蕎麦屋があちこちにできた。いみじくも今号の特集「京の麺の考古学」コーナーに、「京都ラーメン王国の原点は、いわゆる蕎麦切り」と出てくる。この蕎麦特集の中に、しんそばの「松葉」の社長が、「店名や所在は明かせないが、松葉とは違う名前ですら

手打ちの二八蕎麦を出しているという噂」に迫り、それが真実であることを証明し、その様子を掲載した。そのヒントが、今号にある。

実的には初めて別冊、出しました'02

明けて'02年、世間は日韓W杯で大騒ぎ。僕も常以上バタバタしていたような記憶もあるが、それはこの別冊のせいでもあつた。本誌史上初となる「本気で売つてやろうぜ！」という別冊の発刊だった。'02年10月号別冊「近頃の町家編」㉔。大手出版社にも負けないものを、書きたいだけ、撮りたいだけ、贅沢にやろうという気概で臨んだ一冊である。この頃、他にも町家本はあつたが、繰り返すが、後に猛威を振るう「何でもかんでも町家」「町家は売れる」的なアプローチではないことだけは、付け加えておきたい。むしろ本誌は、この後、町家（と、そこにまつわるいろんな意見や評価や現実）を当たり前のものと認識し、特集は組んでいない。個人的にも、この別冊の原稿は今でもひとつのマイルストーンとし



て読み返す。この後、'03年5月号別冊「祇園」・'03年9月号別冊「エリア特集」・'04年1月号別冊「京みやげ」・'04年8月号別冊「訪ねやすい京の町」・'04年10月号別冊「喫茶ロマン」と、「京都ブランド」と名付けた別冊シリーズを発刊した。



別冊「京都ブランド」シリーズ ⑩

思わぬ盲点に気づきました'03

'03年1月号「京都駅まわり特集（これまた原題はやたら長い）」⑩。エリアシリーズの「思わぬ盲点」だったのがこの京都駅夜の「二軒目」の潜在ニーズの高さは意外だった。以後4度に渡って京都駅まわりを特集する（'05年1、2月合併号・'06年10月号・'07年11月号）。

5月号「小割烹」⑫は京都が誇る味、下積みの少ない創作料理人ではない、凛とした味を出す料理人に会った号である。

11月号「ストア・エンジニア特集」⑬。世の中は「デザイナーズカフェ」や「デザイナーズレストラン」全盛の頃で、その騒ぎ方に「？」だった、というか既に飽きてきた本誌が、「京都出身」「デザイナー禁句」という縛りをつけて、「cate co.」森井良幸、「Araki planning」荒井弘というふたりの工

ンジニアを特集した。その布石は、先の別冊町家号にあるふたりの対談である。「エンジニア」という名称が「デザイナー（もしくはデザイナーズ）」という言葉に對する、本誌なりのアンチテーゼでもあり、良くてきた号だと思っている。巷の流行りに對して、ピリオドを打ちたかったという気持ちでヒネリ出した、その「エンジニア」という言葉選びはプライドでもある。

生え抜きライター大活躍'04

'04年5月号「衆ちゃん酒場」⑭は、「創作料理から、純居酒屋へ」という街のベクトルを、割と早い段階でキャッチした号だったと思う。こういった雑然としたライブ感は、少なくとも現在の情報誌では捉破りの営業時間中取材で出る。しかも賑わっている時間帯なので、店主の方々は忙しい。すると取材というより実況になる。その時間帯の取材そのものと、実況原稿を気に入ってくださった店と取材陣に感謝だ。本誌生え抜きのライターが全盛期であり、この頃の原稿は、全体の統一感という意味でも、非常にクオリティが高かったような気がする。

'04年は、「2カ月連続特集」というのを立て続けにやってみた年でもあった。8月号・9月号「床特集」⑮と11月号・12月号「室町特集」⑯だ。決して多くはない、限られたページで、多くの店を紹介しようとしたときに、「文字数を減らす」ってことを、どうしてもできない物書き体質が本誌の悪癖というか、ある意味美德だと思う。「100文字ソコソコでは伝わらん」という大概の表れ、苦肉の策と言えはそれも正しい。

こんな撮影アリなんです'05

'05年8月号の「先斗町特集」⑰は、表紙にご注目。とあるビルの屋上（というかテラスみたいなところ）から、三脚の長さを最長にして、命綱を引っ張ってフォトグラフィアーを支えつつ、タイマーで先斗町を撮ろうと試みた一葉である。残念ながら先斗町の真上までカメラを持って行くのはムリだったが、こういうマタギの一発みたいな撮影や写真を見、見る側や撮る側に楽しんでもらえたのも、本誌の特徴ではないだろうか。画一的な写真が多い世の中だが、基本的に本誌の写真の撮り方は自由だった。

なんとってバルだった'06

'06年は何と言っても「バルとガールズバー」な年だったように思う。3月号「カウンター酒場特集」⑱は、本当はもっと早く特集したかったが、これでも他よりは早い時期の特集だったと思う。「bonito」という店ができ、スペインバルルチヨイ飲みが浸透した。みんな「グラスワインとハモニペリゴ」になった。この少し前から「ニユースな街ネタ」コーナーを、ガールズバーが賑わせた。ちなみにこの年の10月号で、年末以外で初めての特大号を出した。特集は「京都駅まわり」シリーズ。よく売れた。

ピンポイント人気を知った'07

'07年は、総じて好調な1年だった。「こういう特集が評価されるのか」という号もあった。

3月号「四条通特集」・9月号「四条大宮&西院特集」⑲・10月号「四条烏丸特集」。特に、3月号と9月号が大宮や西院で大人気だった。「へえ、こんなところで」というのが正直な感想。場末感というか、ごちゃごちゃとした街場感がある街で評価されたのは、「酒場実況」のせいか。10月号のモノクロ特集で、「カラスボ（烏丸スポーツ）」というコーナーを企画した。タブロイド紙風に、噂を検証してみたり、現地ルポしてみたり、けったいな川柳を集めてみたり、悪ノリと思われた読者もいるかもしれないが、つくって置いてそれなりに楽しかったし、いま読んで面白。



歴代京都駅まわり特集号 ⑳



バックナンバーあります'08

'08年は1月号からつくり手としては改心の一撃「イタリアな毎日！」⑩。先にも少し触れたが、イタリアン職人文化が一気に花開いた。コーナー立てやビジュアルも含め、パッケージとして良くできていると思う。「イタリアン」ではなく、「イタリア」としたのは、特集したのが食文化だけではないから。ヴェスパやフェラーリについても書いていて、マラネロの工場でマエストロがつくっているフェラーリエンジンの縮小版についての原稿は、苦もなく筆が進んだ。

6月号「ガツパン特集」⑪は、「パン」という女性的なモチーフを、いかに「酒・夜・男」にスライドさせていくか？というのが主題で、「あのお、男用のパン、つくっていただけませんか？」という無茶なお願いに、こんなにたくさんのお店が協力してくれるとは、正直考えていなかった。期間限定やら新作やら、「男子パン」の数々が、今もメニューに残っている店もあると聞く。

9月号の「おんな店特集」⑫は、「京オナナ」という言葉へのアンチテーゼだった。10月号「自転車ライフ！」⑬。エゴとかどうとかもそうだが、街場の動き（イベントとか、ファッションとかも含め）を知ったし、「非飲食特集」というのは長年のテーマでもあった。

11月号「音街京都」⑭。数年前まで続いていた、京都のライブハウスを追っかけたコーナーのノウハウを活かしてはいると思うが、発刊後も、「ウチも載りたかったです」とか、「読みました」という声を、音自慢のお店からいただいたのが嬉しかった。「拾得」のテリーさんに、「ステージが終わった出演者が、『後ろの壁からハモる声が聞こえてきたんですよ。楽しかった』と言わはったことがあります」という話をうかがった。その話をつじあやのさんにしたら、「碌碌の楽屋でも、誰かが座っている感じがするときがある（笑）」と言っ

いた。「KMF」「京都大作戦」…、大小を問わず現在の京都の音楽イベントの増え具合というか、成り行きは、非常に楽しい。そして12月号が、通巻300号記念特大号「最高の晩餐」⑮である。編集手法は珍しいものではないが、背伸びやムリのない編集方針を自慢したい。世の中には京都出身もしくは在住の有名人がもつというが、ここでご登場いただいている方々は、リアルに本誌と付き合ってくれたり、影響を与えてくれたり、支えてくれた人たちだ。判

型ではない「本誌のサイズ」が、この一冊には詰まっている。

カウントダウン！'09

今年に入ってから、ご愛読いただいている読者の方はお分りであったろう。Xデーはヒタヒタと迫っている。「世間に負けた」てなことを言うつもりはないし、原因は他にもいろいろある。そんな中で、つくり手として非常に手応えを感じたのが3月号「お魚じょうず」⑯だ。「日本酒十魚」という、日本人の基本飲食の復調と、そんな店が増えていることは嬉しかった。

5月号「エゴ特集」⑰は、メディアの使命を果たしたつもりではあるが、実に難しい号であったことを白状しておく。

6月号「おにかいカフェ」⑱。言葉とお酒、2階部分にあるカフェ・喫茶の特集は、これはラーメン店にも言えることで、良い店はアクセス不問というか、目指す店としてそこにある、という実証でもあった。

7月号「フレンチ特集」⑲は、イタリアンやスパニッシュだけでなく、京都にフツと湧き出つつあるフレンチの世界を、時系列的に、また職人の系譜（師弟関係）としても切り込んでみた特集である。

そしてついにやってきた休刊記念号「シメは、ラーメンで！」⑳。もちろん、歴史の節目と、飲んだ後のトドメという意味を「シメ」にかけている。ラーメンは、そこそそ全国各地でござって取り上げられているモチーフだ。その中で、少なくとも京都においては、本誌は他の何より信憑性を持つていると思う。取材にまわっている間にも、そのことは実感できたし、残念がってくださるラーメン店の声（それ以外の店や人も）こそ、本誌の実力だと思ふ。

ここまでご覧いただいた、何かの記憶や気分が訴えられたら嬉しいと思いつつ、最後にお願いを。雑誌を手にしたら、「使う」だけでなく、「見る」だけでもなく、「読んで」欲しい。出版物や活字というの

は、意志を伝達する道具であって、そう使われて初めて「媒体（メディア）」となる。視覚情報だけで成り立っているものだから、雑誌からは音も聞かえないし、匂いもしない。だからこそ、書いてある言葉から想像して欲しい。

そうでないと、これからも多くの雑誌が休刊に追い込まれてしまうと思うし、言葉もなくなってしまう。

「CF」だけは休刊はないと思つてました。老舗やのに…

そんな言葉がうかがうたび、嬉しいやら寂しいやら申し訳ないやら…だった。でも老舗だろうと何だろうと、今が淘汰の時であることは分かっていたことだ。

「100年に一度の…」と言つても、雑誌はきつとゼロにはならない。「世間に負けた」みたいで厭だから、「不況がどうこう」とは言わない。他にも色々あつて、ついに最終号となった。しんみり終わるのも柄じゃないので、巻頭特集は派手にラーメンにした。

街と正面から（時には裏側から）向き合ってきたとか、街を検証してきたとか、本誌がやってきたことについて言えることはたくさんあると思うし、できなかったこと（やらなかったこと）もたくさんある。とにかく「そこに何があるか？」より、「誰がなぜ？」を大切にできた。

本誌が何を成してきたかは、10年後、20年後の歴史が教えてくれると思うし、京都という街と関わられたことが、誇りであり、「惜しまれること」が、何よりの財産である、今は思う。

関わってくださった全ての方々に多謝し、人間が言葉と想像力を失わないことを願つて、筆を置く。

25年間のご愛読、本当に、本当にありがとうございました。

2009年7月

梅雨が明ける頃、40歳の節目を直前に。

