

小説家・原田マハさんとコラボ！アートを気軽に楽しむための 2023年版ほぼ日手帳weeks『Maha Art Techo』が誕生！

テーマは「ミュゼ活」。マハさんの書き下ろしエッセイや、美術館の楽しみ方も収録した特別版です。



株式会社ほぼ日（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：糸井重里）が企画・販売を行う「ほぼ日手帳」は、2023年版において、小説家の原田マハさんとコラボレーションした特別仕様の「ほぼ日手帳 weeks」（週間手帳）を発売いたします。たくさんの方々に、アートや美術館をもっと身近に楽しんでほしいという原田マハさんの思いから生まれ、『Maha Art Techo』と名づけた手帳には、マハさんの書き下ろしエッセイ12編を含む特設ページを収録。2022年9月1日（木）より、「ほぼ日ストア」（WEB）、直営店の「TOBICHI」（東京/京都）、全国のロフト、Amazonなどに加えて、原田マハ公式ウェブストア「マハ展SHOP」でも販売いたします。

▶ 予告サイト：https://www.1101.com/store/techo/ja/magazine/contents/y23_cover_harada

はじめての人でも気軽にアートに楽しめる「ミュゼ活」手帳。

『Maha Art Techo』のテーマは「ミュゼ活」。マハさんが名づけ、提案する「ミュゼ活」とは、「親しい友達に会いに行く気分で、思い立ったときに、できるだけ気軽に美術館を訪れること」（ミュゼ＝フランス語で美術館のこと）。美術館好きな人はもちろん、はじめての人でも気軽にアートを楽しめるように、通常の「ほぼ日手帳weeks」にはない、16ページの特設ページを収録。マハさんと全国各地の美術館を旅するような気持ちで1年を過ごせる1冊です。

● 特設ページの主な内容

「ミュゼ活5か条」

導入では、はじめてアートに触れるという人に向けて、マハさん流の美術館の楽しみ方を紹介。

「原田マハの推しミュゼ」

本編には、マハさんのお気に入り美術館情報が季節を感じるエッセイとともに収録されています。

書き下ろしエッセイ



1月
美術館のドアは、
いつも開いている
ロフトのタクワン

美術館へ行くのに、事前に準備は必要ですか？ 何か特別な心算はありますか？
自問自答の巻「ミュージアム・ブザー（Museum Coor）」
— 1 好きな美術館に逢う人。先で、まっそんなふうに聞かれる。で、私の回答はいつも同じ。「いえ、特にありません」。行きたくないときも行きたくないときも、行ける時間があるときにまっで行く。私にとって、それが美術館というところである。
もともと、最近の美術館は入場料が無料定額になっている館内も多いため、行くという気配がなからずできます。というときには、事前に行く日を決めて予約し、美術館のホームページで内容をチェックして、そうか、あの作品も観られるんだ、と楽しみにする。それを事前の準備といえどもからしれないが、最終的な

表紙は、マハさんの著書にも登場する、アンリ・ルソーの『夢』

表紙のデザインは、フランスの画家 アンリ・ルソーが描いた『夢』。マハさんの著書『楽園のカンヴァス』に登場し、物語の重要な鍵を握る絵です。ニューヨーク近代美術館 (MoMA) に所蔵されている縦約2m、横約3mほどの大きな絵を、手のひらサイズで持ち歩けるようにデザインしました。素材はカンヴァスのような肌触りをイメージした布クロス。そして表紙を開いた「見返し」部分には、マハさんからの直筆メッセージが入っています。



ルソーの『夢』からほぼ原寸サイズでトリミングした下敷き

うれしいおまけとして、ルソー『夢』の下敷きがついています。縦約2m × 横約3mという大きな絵から一部分をほぼ原寸サイズでトリミングしたデザイン。この下敷きを眺めながら、絵の迫力や大きさを想像してみるのも楽しそう。裏面は、絵の雰囲気にならって、はっと目を惹くイエローで、長辺には定規代わりの目盛りがついています。



●商品情報

- ・商品名：Maha Art Techo [weeks]
- ・価格：¥3,520 (税込)
- ・サイズ：横94mm×縦188mm×厚さ10mm
- ・重さ：約140g
- ・主な素材 (手帳)：レーヨン、紙
- ・主な素材 (下敷き)：合成紙 (ユボ)、表面 マットPP
- ・発売：2022年9月1日 (木) ※ほぼ日ストアは午前11時より
- ・販売場所：「ほぼ日ストア」(WEB)、直営店の「TOBICHI (東京/京都)」、全国のロフト、Amazon、原田マハ公式ウェブストア「マハ展SHOP」など



■世界で72万人に愛されている「ほぼ日手帳」

ウェブサイト「ほぼ日刊イトイ新聞」から生まれた「ほぼ日手帳」は、2023年版で22年目を迎えるロングセラー商品です。コンセプトは『LIFEのBOOK』。自分の生活やスタイルにあわせて自由にのびのび使える手帳として、言語や文化を飛びこえて人気が広がり、2022年版は世界の156の国や地域で、72万部を売り上げました。2021年には、長年にわたり人々から高い支持を得ているデザインとして「グッドデザイン・ロングライフデザイン賞」を受賞しました。

たっぷり書ける定番の1日1ページの手帳本体は、持ち運びやすい文庫本 (A6) サイズの「オリジナル」とA5サイズの「カズン」の2種類。書きやすい「3.7ミリ方眼」、ボタンと「180度開く」造本、ほぼ日刊イトイ新聞から厳選して1日1つずつ掲載された「日々の言葉」などが特徴です。組み合わせで使える手帳カバーは、さまざまなブランドやアーティストとコラボレーションしながら、毎年多彩なラインナップを展開。その他、週間手帳「weeks」、5年間を1冊に記録できる「5年手帳」、月間カレンダーと方眼ノートを組み合わせた「day-free」など、種類もデザインも豊富なラインナップを取り揃えています。

※ほぼ日手帳公式サイト：<https://www.1101.com/store/techo/>

●取材の問い合わせ先・プレスキット

株式会社ほぼ日 担当：藤野 メールアドレス：press@1101.com 電話：03-5422-3801

※本プレスリリースに関する画像素材：<https://1101.jp/3Q6Kct8>