

いんじゃぱんねくすと inJapan Next

地域のたからを全国へ、世界へ



2026 夏号
Vol.10



contents

特集 | イノベーションクラブ事例紹介
「甲斐の国マーケティング委員会」

顧問並木将央氏連載コラム
「マーケティングイノベーションのすゝめ」

あなたの街のマーケティング委員会
「津軽ひろさきマーケティング委員会」



一般社団法人
マーケティング委員会





山梨県 中央市
甲斐の国マーチング委員会
株式会社 アドヴォネクト
代表取締役社長：井上 雅博

「印刷×農業」で開く新たな価値創造 地域課題の解決からすべては始まった



南アルプス市の圃場から見た富士山

新しい産業ではなくても 新しい価値は生まれる

山梨県中央市流通団地に本社を構えるアドヴォネクトは、現在、印刷業のほかに農業法人たとき農園株式会社を運営し、水田および“乾田直播”による稲作事業を展開している。

「本業である印刷も、新たに始めた農業も決して新しい産業ではありませんが、あえてこの2つを組み合わせた『印刷×農業』という形にすることで、新しい価値が生まれるのではないかと考えています」と、井上社長は新たな可能性について語っている。

「トランスフォーメーション(変革)」という言葉もよく聞きますが、“かっこよくなる”というイメージがあります。ロードフロンティアの並木先生もおっしゃっているように、“幼虫が蝶になる”ようなイメージです。それこそが、私たちが目指すイノベーションであり、新しい発明やアイデアを実用化して、人々の生活や社会を変えることで新しい価値を生み出していきたいです」。

昨今、社会課題を解決するために既存産業同士を掛け合わせる動きが各地で現れつつある。そうした中、印刷業と農業の両方を行うことが、新しい価値として認められ始めていると井上社長は分析する。

そして『印刷×農業』の根底には、マーチング委員会の基本理念「先義後利」の考え方が流れていると指摘。マーチング委員会の基本事業である地域のイラストづくりは、これまで気づけなかった地域の価値の再発見につながり、新たな活動を喚起するきっかけになる。

「マーチング委員会のイラストを見て、郷愁のような思いを抱かれる方もいらっしゃいます。イラストから地域の新たな価値に気づく、あるいは地域に対する思いがもう一度心に入ってくる、そんな力があると思います」。

従来の事業体からの脱皮

現在、紙媒体の需要は縮小し、紙に対する価値観も変化し、印刷業のあり方は大きく揺らいでいる。そうした中、「従来からの顧客先に対して、これから何ができるのか」が問われていると井上社長は言う。

そうした中、アドヴォネクトが取り組んでいる『印刷×農業』には、「景観を守る」「農業を次の時代に繋げる」という目的がある。マーチング委員会のイラストは、地域を改めて見つめ直し、とらえ直すことに繋がり、“景観を守る”というストーリーを育むことができる。マーチング委員会が活動を通じて大切にしている“思想と情景”が存在する。

なお、新しいことに取り組むことの大切さについて、「並木先生もおっしゃいますが、“分かってから取り組む”のではなく、“取り組むことで分かる”ことがあると実感しています」と語る井上社長。行動を通じて価値を理解していくプロセスこそ、マインドセットを切り替える大きなポイントになっている。

“どんな地域をつくりたいか”を イメージすることから始める

印刷会社が地域のハブとしてコミュニティを構築していくには、自社の取り組みに共感してくれる仲間をどれだけ増やせるか

が鍵となる。「自社だけではできないことを一緒に取り組んでくれるパートナーを探す。そんな気がしています」と井上社長。

そのために大切にしているのが、「どんな地域であってほしいのか」「自分の会社がどうなれば地域が良くなるのか」という姿を、できるだけ具体的にイメージすることだ。ゴールを具体化できれば、何を解決すべきかが見えやすくなる。

井上社長がイメージしたのは、「地域活性化のプロデューサーに全員がなろう」というもの。そのためにも、一人ひとりが自分の力を生かし、できることを実践していくことで地域を元気にし、自社も元気にしていく。このメッセージは、日頃から社内でも言い続けている言葉でもある。

同社が農業を始めた最初のきっかけは、「印刷×農業」という発想からではなかったと振り返る。当時、「紙」は森林伐採や環境破壊と結び付けられ、悪者視されがちだった。しかし、作物の収穫後に残る茎や葉は紙の原材料にもなり得る。「紙の原材料を自分たちで育て、そこから紙が作れるなら、“紙は悪者じゃない”と表現できるのではないか」。そんな素朴な発想が出发点だった。

農業を始めて、地域の人たちから農作業のことを教わるうちにわかったことは、農業従事者の高齢化や耕作放棄地の拡大といった社会課題だった。また、米農家が抱える背景には、米価が安く、産業として成り立ちにくい実情があった。

そこでアドヴォネクトとして考えたのが、プロモーション事業も行ってきた自社のノウハウを生かすことだった。ノウハウを活かして地域の仕事を“魅力ある仕事”にでき

ば、農業を支える力になるのではないか。「私たちの持つ力で地域が元気になればいい」と考えた。これこそ自らの理念に沿う取り組みだと感じたという。

しかし、農業の世界では自分たちは“アウトロー”のような存在だとも自覚している。「地域の人たちに受け入れてもらえるよう行動することを心掛けています。自分たちだけが良ければいいでは、意味がありません」。

将来的に地域全体が「産地」として評価され、お米の価値が上がれば、価格を上げることできる。そうした頑張りを続けることで地域にも還元でき、やがて受け入れてもらえるのではないか。その思いから、2～3年前から始めたのが、品評会やコンテストへの出品である。昨年ようやく一つの品評会で予選を通過した。賞の獲得まではまだ遠いが、小さな一歩を積み上げている途中だ。

なお同社では、お米づくりだけでなく、環境に配慮した印刷にも早くから取り組んできた。大豆インキについては2000年代初頭から使用し、石油系溶剤をほとんど含まないNon-VOCインキを採用。FSC森林認証も取得している。印刷と農業の双方で、一貫して持続可能性を意識した活動を行っている。

現在、たとみ農園の作付面積は甲府盆地最大級の10haにまで拡張した。高温耐性品種の導入や、CO2削減に貢献できる乾田直播など、環境負荷低減に資する取り組みも積極的に進めており、これらが社会的にも高く評価されることを期待している。

オーナー制度やプロスポーツチームとの連携で収益化を目指す

井上社長が実感した農業の大きな課題の一つである高齢化の実態は、全国的に稲作に携わる人のうち60歳以上の割合は約9割にのぼるなど、急務の課題といえる。

山梨県全体の農業の実態としては、農業従事者の数そのものは増える傾向にある。しかし増えているのはシャインマスカットやワイン用のブドウ、名産品の桃などのフルーツ農家や、単価の高い野菜農家が多い。一方で「後継ぎはいるが、稲作はやめてしまった」という農家も少なくないという。

「稲作農家が減っている大きな理由とし



JAPAN DX Player AWARD 2025において、AIを活用したドローンによる農業散布の最適化、および 乾田直播(かんでんちよくば)技術の地域実装への挑戦が高く評価され、特別賞受賞に至りました

て、利益確保が難しいことがある」と井上社長は分析する。昨年は売値こそ上がったものの、それでも1反あたり30万円には届かず、4～5反程度では家業として成立しにくいのが実態だ。

「だからこそ、企業が稲作に加わり、新しい取り組み方が生まれてくれば、そこに関わる人材も増え、新しい可能性が出てくるのではないかと期待を寄せる。

最近、たとみ農園では、ドローンを使った農業散布等を行う農園サポート事業を立ち上げた。自社の田んぼだけでなく他の農家の作業も請け負うことで、地域農家との交流が生まれており、「たとみ農園」を認知してもらうことにも繋がっている。

加えて、安定して良い価格でお米を販売できるように商品づくりと市場づくりを目指し、「田んぼのオーナー制度」もスタートした。オーナー企業になると、田んぼの維持・管理に関わることができるため、企業のCSR活動としてもアピールできる。収穫したお米は、福利厚生として社員に配布したり、取引先への贈答品にすれば顧客サービスとして活用できる。

今後は、水を張らない乾田状態の田んぼに直播きで稲の種子をまく栽培方法“乾田直播”による田んぼのオーナー制度の立ち上げも検討している。「普通の田んぼより収穫量は減るかもしれませんが、GHG削減効果が高いと言われているため“社会貢献度の高いお米”としてアピールでき、面白いのではないかなと思います」と井上社長。

田んぼのオーナー制度を始めたことで、県内のいくつかの企業と新たなつながりも生まれた。中には初年度から10反分もの契約を結んだ企業もあった。そうした企業とは、印刷物が必要になった際に「気軽に声をかけてくれる関係」に発展しつつある。

「地域課題である農業に取り組んでいる印刷会社に仕事を頼むこと自体が、価値ある選択だと認識していただけるようになった」と井上社長は手応えを語る。

一方、サッカーJリーグのヴァンフォーレ甲府とも連携。クラブとコラボしたパッケージの“コラボ米”は、地元紙・山梨日日新聞でも紹介され、話題を集めた。こうしたコラボレーション活動は、新しい商品や企画のアイデアが次々と生まれる源泉にもなっている。「新しい価値をつけて販売するというのは、とても楽しい取り組みです」。

スポーツチームとの連携は、商品価値や注目度を上げるだけではない。現役期間が短いスポーツ選手のセカンドキャリア支援としても可能性を感じている。農業の現場だけでなく、商品開発や地域復興など様々な形で活躍してもらおう場を提供できる可能性があり、発展的な連携を模索している段階だという。



ヴァンフォーレ甲府とコラボして商品化されたコラボ米。売り上げの一部がチームに寄付されます。

地域との関係性が変化した 「やまなしSDGsカフェ」

現在の農業の課題は、一般的に家族経営で運営されており、“産業になっていない”ことだと井上社長は指摘する。一方で印刷業は、一つの産業として確立しており、データ加工に始まり、印刷・製本・加工など、得意分野を持つ複数企業が協業する仕組みが存在する。

農業にこのような「分業と協業」の要素を取り入れ、産業としての仕組みを確立できれば、経営も安定しやすくなるのではないかと考えている。そうした考えのもと、印刷会社でありながらも、農業に取り組み、地域のエコシステムづくりを牽引しようとしている。

アドヴォネクストの取り組みが地域に根付き始めた背景には、「やまなしSDGsカフェ」の運営も大きく影響しているという。「やまなしSDGsカフェ」は、SDGsに関心を持つ人々が集い、気軽に、しかし真面目に対話を楽しみながら学び合うコミュニティ。持続可能な「やまなし」の未来を目指し、様々な取り組みや考え方、地域の魅力を発信する組織として機能している。

この事業を始めたきっかけは、旧・いわてマーチング委員会を運営していた杜陵高速印刷が、岩手県で「いわてSDGsカフェ」を立ち上げると聞いたことだった。「山梨でもぜひ取り組みたい」と、共同仕掛け人であるリコージャパンに相談したところから、やまなし版のプロジェクトが始まった。

この経緯から地元・リコージャパンと良好



持続可能な未来を目指し、集う「やまなしSDGsカフェ」

な関係も生まれ、SDGsカフェを通じて行政との接点も増えた。もともと山梨県中央市は、中巨摩郡田富町・玉穂町と東八代郡豊富村の2町1村が対等合併して誕生した自治体である。その合併の影響により、行政関連の仕事で失ったものもある。

しかしSDGsカフェを契機に、行政との関係性は良い方向へ変化している。かつては「行政から仕事を受注する側」として願っている立場だったのが、行政から「SDGsカフェの一員に加えてほしい」と声をかけられるなど、お願いされる存在へと変化している。

“思想と情景”がカタチになった イラスト

これまでの印刷会社という業態は、先代から「負の遺産」から「正の遺産」まで多くのものを引き継いで操業する業態だった。

しかし、今後、事業を次の世代へ渡していく立場として井上社長が強く意識しているのは、「若い世代には負担ではなく“何かに挑戦できる土壌”を残したい」という思いである。

「経営者にとって、挑戦しなければ会社は萎むしかありません。挑戦する意義はとても大きい。“何かに挑戦できること”そのものに、良さがあると思います」。そのためにも、会社全体のマインドセットが求められると語る。

マーチング委員会の根底には「先義後利」という理念がある。百景のイラストは額装して飾る、絵葉書やカレンダーにするなど、様々な形で活用できる。風景がイラストとして存在することで、自分たちが「本当は何に取り組みたいのか」が見えてくると語る井上社長。

アドヴォネクストの社内に飾られた地域イラストを見たお客様からは、「これいいですね」と声をかけられることも多い。イラストがあるだけで信頼感が増していくことも感じられる。「マーチング委員会の取り組みには、信頼感や信用がついてくると思っています。得がたいものです」と語る。

マーチング委員会の活動は地域振興そのものであり、誇りを持てる営みだ。「こうした活動は誰もが得られるものではなく、未来に繋げたい活動だと感じています」。

“思想と情景”が目に見える形で存在していること自体が大きな財産である。「マーチング委員会メンバーの皆様には、この財産をぜひ大いに活用してもらいたいです」と井上社長は呼びかけている。

My Innovation

Q. 井上社長にとって「Innovation」とは？

イノベーションとは、失敗を重ねながら形を変えていく営みだと思っています。農業参入に限らずこれまでの活動は、まさに失敗と試行錯誤の連続でした。それでも「分かってから取り組む」のではなく、「取り組むことで分かる」を信じて動き続けました。その泥臭い日々がいつしか信頼となり、印刷×農業という新しい価値へと育ってきたと実感しています。

委員会DATA

甲斐の国マーチング委員会

所在地 山梨県中央市流通団地3-4-5
代表 井上 雅博
運営企業 株式会社 アドヴォネクスト
HP <https://www.adovonext.com/>
連絡先 Tel.055-273-6141

アドヴォネクスト
WEB TOP



マーチング イノベーションの すゝめ

顧問 並木 将央 氏 特別連載コラム



並木 将央

株式会社ロードフロンティア 代表取締役
一般社団法人 マーチング委員会 顧問

1975年生まれ。2011年にITやビジネスモデルをコンサルティ
ングする株式会社ロードフロンティアを設立。成熟社会経営コ
ンサルタントとして、業種、業態を問わない戦略構築が幅広い
顧客の支持を得ている。2014The Japan Times「次世代のア
ジアの経営者100人 2014」に選出。

第1回テーマ

「なぜマーチング企業がローカルゼブラ企業となるのか？」

成熟社会という時代の大きな転換点

現代は「成長社会」から「成熟社会」へと根本的に切り替わっています。かつての大量生産・薄利多売・人口増加を前提とした画一的なビジネスモデルはもはや機能せず、少子高齢化・人口減少・市場縮小という厳しい現実の中で、企業は新たな存在意義を問われています。先が読めないVUCA時代において、かつての常識が通用しない局面が次々と訪れています。こうした時代背景の中、マーチングに所属する企業がローカルゼブラ企業を目指すことは、単なる経営戦略ではなく、地域と企業が共に生き残るための本質的な選択といえます。

人口減少

技術発達

情報過多



今の社会の3要素

「市場獲得」から「市場養殖」への マインド転換

マーチングが提唱するイノベーションの核心は、「今までの当たり前から新しい当たり前を作ること」にあります。既存の案件を受け取るだけの「消費者マイン

ド」から脱却し、自ら案件や市場を創造できる「生産者マインド」へと転換することが求められます。顧客のニーズを先回りして見つけ出し、提案し、ビジネスにフィードバックするという能動的なプロセスが不可欠です。ローカルゼブラ企業を目指すことは、まさにこの生産者マインドを体現する行為です。地域のシーズ(可能性)やニーズ(課題)を能動的に掘り起こし、ビジネスとして形にしていく姿勢こそが、マーチング所属企業に求められる中心的な役割です。

地域のハブとして共助を生み出す役割

ローカルゼブラ企業とは、事業を通じて地域課題を解決しながら収益を確保する企業です。時価総額を重視するユニコーン企業とは対照的に、社会課題解決と経済成長の双方実現を目指すゼブラ企業に「地域(ローカル)」を加えた存在であり、政府も「新しい資本主義」の中でその創出を積極的に推進しています。地方自治体の「公助」だけでは対応しきれない課題が増える中、民間企業が連携して「共助」を担う仕組みが不可欠です。マーチング所属企業が一番の親ゼブラとなり、地域のハブとして自治体・住民・他企業をつなぎ、地域全体を動かす触媒となる。これは地域市場を形成することで自社の持続的な成長基盤を築く、経済的にも合理的な戦略です。

思想と情景を守りながら 地域価値を発信する

マーチングが重視する「思想と情景」とは、地域固有の歴史・文化・誇りを次世代へ継承するための精神的支柱です。「思想と情景の交差点に感情が生まれ、憧憬が変われば地域と個人が結びつく」、目先の経済合理性だけを追いかけて、地域ブランドの醸成と住民のシビックプライドを育むことが持続可能な地域市場の根幹となります。まちなみ百景イラストなどの取り組みを通じて、地域の思想と情景を深く理解していることを内外に示し、地域価値の発信力を高めることが必要です。

「やるからわかる」行動こそが すべての起点

最終的に最も重要なのは、「まずやってみて、そこから学ぶ」という「やるからわかる」へのマインドシフトです。AI前提の成熟社会では、知識蓄積、情報利用よりも行動と経験、社長の人間力が中心となります。マーチングに所属することで、全国の先行委員会からのサポートやアドバイスを受けながら、この挑戦を一人で抱え込まずに進められます。地域獲得の戦国時代を勝ち抜くために、今こそローカルゼブラ企業への歩みを踏み出す必要があるのです。■

「マーチング
イノベーション読本」
発行のお知らせ



マーチングイノベーション読本を発行いたしました。本読本は会員企業がローカルゼブラ企業に変貌するためのガイドブックとなります！

◎ 詳細はマーチング委員会公式HPにてご確認ください。

Check!



津軽ひろさきマーチング委員会

「津軽ひろさきマーチング委員会」(2011年6月に発足)は地域活性化支援促進を支援するプラットホームを目指している団体です。弘前の身近な風景をイラストにして市民が地元を自慢できるコミュニケーションツールになること、また、地元に限らず、多くの方々に弘前を知っていただくことを目的としています。



委員会DATA

津軽ひろさきマーチング委員会

所在地 青森県弘前市青樹町3-6
 代表 漆澤 知昭
 運営企業 有限会社アサヒ印刷
 HP <https://www.asahiinsatsu.co.jp/>
 連絡先 Tel.0172-87-1118

イトーヨーカドー弘前店様地下オートウォークにて全国から8委員会にご協力をいただいて展示を実現した『全国まちなみ百景イラスト展』(2022年11月)



作品タイトル:弘前城と下乗橋
 作家:イラスト 上野 啓太

弘前ひとまち百景のイラストの原点ともいえる「弘前城」その弘前城がある弘前公園では、石垣修理のために移動していた天守を2026年8月21日に天守台に移動させます。本曳き戻しは、大正4年(1915年)に行われた曳き戻し以来、111年ぶりの大事業となり二度と見る事のできないこの歴史的瞬間を是非、お越しになってご覧ください。

活動報告

弘前の名所の文具、雑貨グッズ 『弘前さくらまつり』にて大好評完売御礼!



トートバッグやチャーム付きトートバッグ、チャーム付きペン、ポチ袋、クリアファイルがあらたに2026年弘前公園さくらまつり会場の売店にてお土産お取り扱い開始、と同時に大好評のうちに会期完売いたしました。



◎デジタル捺染技術を用いた高品質の商品展開で、布雑貨商品という単価の高い4,000円台の領域に挑戦でき印刷技術のヨコ展開の大事さをかみしめています。

活動報告

弘前ねぶた村(観光施設)にひとまち百景マグネットカプセルトイ設置

クルーズ船の寄港に伴って海外のお客様が多くバスツアーでくるようになった観光施設に、海外のお客様向けのマグネットを展開開始しました。マグネットは特に海外のお客様に人気でたくさんの方に購入いただきました。



◎マーチング委員会の活動を通して、郵便局や市役所など様々なところに波及して認知されていることが嬉しいです。

公式FB



公式WEB



◎ MORE INFO

津軽ひろさきマーチング委員会 の最新情報はこちらからチェック!

message

マーチング委員会活動のイラストは唯一無二のコンテンツとなりますので弘前の魅力を発信して交流人口を増やしていきたい



1 4/17 盛岡・5/14 酒田・5/15 山形 で開催！ 『イノベーション読本 & AIセミナー』 開催レポート

会員の皆様が地域イノベーションを起しローカルゼブラ企業を目指すお手伝いとして各地で開催。4月の盛岡を皮切りに5月は酒田、山形で実施しました。今後は6月に静岡、10月に長崎、関西地区で予定しております。地域を活性化して自社の業績アップを目指す方は是非とも理事長や塾長をはじめとした理事にご相談ください。



各会場とも、参加された皆さんと共に多くの“学びのきっかけ”を得ることができました

in 盛岡 (永代印刷株式会社本社2F)

2026年4月17日(金)

みちのくマーチング委員会
(永代印刷株式会社)
佐々木 秋枝



開会の挨拶をする代表の佐々木氏

並木先生において頂き、社内研修としてAIセミナーを開催頂きました。コロナが明けからの業績悪化で打開策を模索しておりますが、やはりお聞きしても社内の感じ方は様々でした。すぐにできるものなのか、予算をどう組むのか、課題は山積ですがこの混沌の中に、必ず道はあると信じて動き続けたいと思います。

in 酒田 (酒田駅前交流拠点施設ミライー3F)

2026年5月14日(木)

しょうないマーチング委員会
(北星印刷株式会社)
代表 岩間 奏子



趣旨説明をする代表の岩間氏

マーチング加入から8年、活動は停滞気味でしたが昨年久々に参加したマーチングEXPOで得た情報に衝撃を覚え、社長ひとりで聞く話ではないと感じ社員向けセミナーを開催していただきました。地方で日々感じている不安を払拭するために、社員一人ひとりが何を考え、どう行動しなければならないのか。大きなヒントをいただきました。

in 山形 (株式会社大風印刷本社工場)

2026年5月15日(金)

やまがたマーチング委員会
(株式会社大風印刷)
代表 大風 亨



冒頭の挨拶をする代表の大風氏

令和8年5月15日のセミナーでは、AI活用による業務自動化や地域課題解決への印刷業界の可能性を学びました。暗い話題が多い中、印刷業界の未来と地域貢献への希望を感じる有意義な機会となりました。セミナーを受講した社員はどんな質問にも回答し、更に深い内容を教えてくれる並木先生に非常に感激していました。

マーチング委員会[今後のスケジュール] マーチング委員会公式HP <https://machi-ing.jp/>

2026/6/24(水) イノベーション読本 & AIセミナー in 静岡

2026/7月下旬 マーチングEXPO 2026 (開催会場未定)

2026/10月下旬 イノベーション読本 & AIセミナー in 四国・九州 (開催会場未定)

◎ 各イベントの詳細はマーチング委員会公式HPにてご確認ください。



講師:並木 将央 氏

いんじゃばんねくすと inJapan Next

地域のたからを全国へ、世界へ



2026 夏号
Vol.10



今号の街／青森県弘前市(夜のさくらまつり・弘前公園)

作品タイトル:『弘前公園 桜のハート』 作家:上野 啓太

弘前公園内のどこかにある(非公開)桜のハートがみられる場所のイラストです。ひろさきさくらまつりの会期は夜のライトアップも行われ、このハートの下で記念撮影をしようとする観光客の皆様で、混みあっています。場所が非公開ではありますが会期中はひとだかりを目印にするとうわりやすいです。桜の咲いた季節以外でも、四季折々の色合いで、ハートがみられる非公開絶景スポットのイラストです。

2026春のヒット商品カプセルトイ
「THE AOMORI アクリルキーホルダー」

地域の魅力を発信する

「津軽ひろさきマーケティング委員会」

有限会社アサヒ印刷

<https://asahiinsatsu.co.jp/>

contents

特集 | イノベーションクラブ事例紹介「甲斐の国マーケティング委員会」

顧問並木将央氏連載コラム「マーケティングイノベーションのすゝめ」

あなたの街のマーケティング委員会「津軽ひろさきマーケティング委員会」

マーケティング委員会 Topics & Information

