



人が笑む、街も笑む。
マーチング委員会情報誌
[プラス・エム]

2021. 4



今号の街／兵庫県南部地方

作品タイトル: 西国街道 作家: 上野啓太

兵庫県南部地方を貫く西国街道は、古より人の往来が活発な所です。歴史文化が幾重にも積み重なり、物語・ドラマも豊富です。姫路城のある姫路の街、ハイカラの神戸、そしてその周辺の街おこしをしていこうという当委員会の看板イラストです。中央のフィッシュダンスは、メリケンパークに建つ巨大な鯉のオブジェ。フランク・ゲーリー設計、安藤忠雄監修です。鯉は瀧を上り龍になります。



カバーアートの街で活動する
『ひょうご南部マーチング委員会』の
情報を裏表紙でご紹介します! ▶▶▶

特集：マーチング活動事例紹介❶ 青い森マーチング委員会
地元の高校生美術部とのコラボで新しいマーチング活動を広めている

特集：マーチング活動事例紹介❷ ながはまマーチング委員会
コロナ禍でイラスト展ができない。そこでひらめいた新企画が大ヒット

マーチング委員会「日本全国おすすめ情報」
地域活性の取り組み紹介「キラリ輝く地域メディア」



一般社団法人
マーチング委員会®



青森県 青森市
青い森マーチング委員会
事務局：長尾 宗幸

地元の高校生美術部とのコラボで 新しいマーチング活動を広めている



青森市浪岡アップルヒル(高校生のイラスト)

間延びしていた活動が、高校生との コラボで一気に活性化

青い森マーチング委員会の発足は、2012年。長尾印刷の長尾幸治社長(青い森マーチング委員会 代表)が「やろう」と提案し、実質的な活動は、長尾印刷の営業チームが主に担当している。もとと、東京の大学卒業後、文京区湯島の株式会社TONEGAWA(当時は利根川印刷)に就職した宗幸さんは、目の前で利根川英二さんが率いるマーチング委員会の活動を見て体感しており、2011年に故郷青森に戻って現在の会社に入社した経緯がある。一旦地元を離れて外から故郷を見たことで新たな発見が

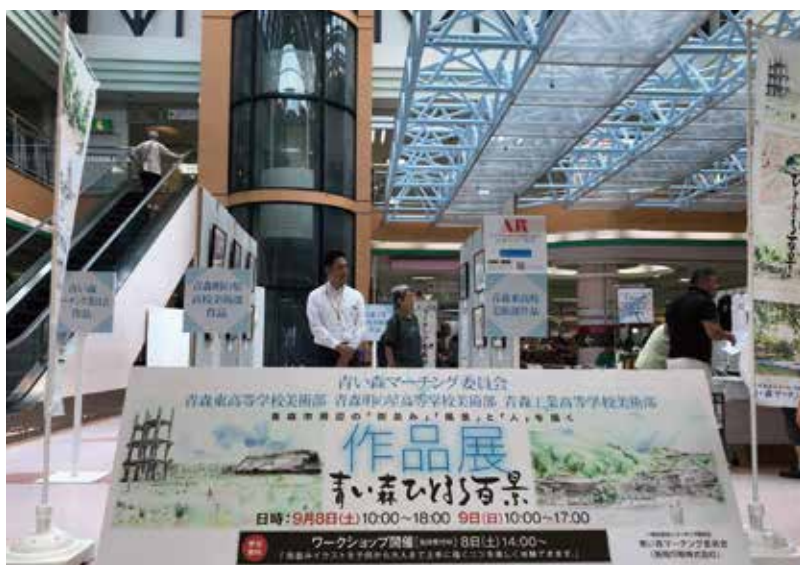
あり、「やっぱり地元はいいな」と思うに至った。それが現在のマーチング委員会の活動に大いに活かしていると言う。

しかし、地元のアーティストに依頼していくつかのイラストを作成してマーチング委員会を始めてみたものの、展示会をやる程度の活動で、しかも間延びして行っていたため手応えもなかった。

転機となったのは2017年。自社の関係者が青森東高校と繋がりがあり、マーチング委員会の活動を話したところ「一緒にやりましょう」という運びになったのだ。具体的には、高校の美術部の生徒たちに故郷の風景の写真を何枚も渡し、そこから自分の感性で選んで、自分が好きな風景を自由に絵を描いてもらい、その

絵の展示会を開催するというものだ。「高校生たちに自分の住んでいる街を再認識してほしい、より好きになってほしいという思いでやっている」と宗幸さんは語る。

実際にやってみると、予想以上に好評で、2017年以降継続できているだけでなく、他の高校美術部にもコラボの輪が広がり、現在では3~4校となっている。学校の方針によっては水彩画でない場合もあるが、それにとらわれず、一人でも多くの高校生に街の絵を描いてほしいという思いを大事にしている。こうして現在、青い森マーチングの持っているまちなみイラストは、地元のアーティストと上野さんのイラストと高校生たちの



2019年「青い森ひとまち百景」作品展の様子



会場を彩る高校生たちの描いた百景に来場者も感心



ワークショップでも高校生が活躍しています

描いた様々なイラストがあり、他に類を見ないバリエーションだ。

ワークショップで多くの人に故郷の絵の楽しさを伝えて、街おこし

いつも絵の展示会を行うのは、地元のショッピングセンターの催事場。まちなみイラストハガキも作成しているが、催事場での決まりで販売行為は禁止とされているため、販売ではなく配布という方法をとっている。

展示会だけでなく、絵の描き方を体験できるワークショップも行っており、これがまた人気。その方法は、まず高校の美術部の顧問教師が絵の描き方の講演をして、その後、美術部の生徒たちが参加者の方々に絵の具の塗り方などを教えていく。マーチングのイラストを線画にしたものを用意し、それに塗り絵をしてもらうのだ。こうすれば、誰でも気軽に絵筆をとりながら故郷の風景に親しめる。

会場では故郷の風景を見たり描いたりしながら「懐かしいね」「いいね」などの感想が聞かれる。集客の告知は主に

facebookを利用しているが、そのDMには「今年もやってください」「開催を待てました、ぜひ参加します」など嬉しい声が寄せられ、マーチング委員会のメンバーにとって大きなモチベーションになっているそうだ。

東京での生活で地元を見直す経験をした宗幸さんにとって、コラボしている高校生やワークショップに参加する子どもたちが地元の風景に親しみ、愛情を持ってくれることは大きな喜びとなっており、そ

れこそが青い森マーチング委員会の活動の意義だと考えている。それが少しずつでも街おこしの原動力となっていけたらというのが願いだ。

さらに多くの人に活動を周知してもらうためにどのような集客方法があるのかを探るのが今後の課題だと言う。

地元の高校生とのコラボという新しいマーチング活動のあり方は、今後も継続していく中で一層の成果が期待できそうだ。■

POINT! 「自分の環境にあった方法を見出す」

他のマーチング委員会の活動の情報を得る機会はあるが、「都市部と地方では環境が異なるし、活動をしている会社の規模もそれぞれ違う。良い事例があって自分のところでやってみようとしても壁や弊害が大きくて難しいなと思うことがしばしばです」と宗幸さん。マーチング活動を上手に本業の収益向上に繋げている他の委員会の活動を見て、自社でもそのようになればと思うが、今のところは完全にボランティア止まりだ。だが焦ってもしようがない。青い森マーチングの高校生とのコラボはひょんなご縁から実現したアイデアだったが、そのように自分の環境下で可能なことを見つけてコツコツとやっていくことが結果的に無理なく楽しく活動が続けていけるコツだと考えている。



滋賀県 長浜市
ながはまマーチング委員会
代表：立花 丈太郎

コロナ禍でイラスト展ができない。 そこでひらめいた新企画が大ヒット。



コハクチョウが群れる湖畔

朝礼で話し合ってきた 「コロナ禍でもできること」

2014年10月の発足以来、地元のふるさと祭りに出店してイラストや絵葉書を販売するなど恒例のイベント活動などを継続して来た、ながはまマーチング委員会。現在、イラストは49点まで作成している。しかし、2020年は新型コロナウイルス感染症拡大により、イベントは実施できなかった。ながはまマーチングを主宰している谷口印刷では、毎日の朝礼の時などを活用して企画委員会を開催している。昨春以降は「このコロナ禍において我々にはできることはないか」が、もっぱらのテーマ。社員皆が意見を出し合った中から実現できそうな案をピックアップし、詰めていく方法でいくつかを実行して来た。その事例を紹介したい。

まず、2020年夏、暑中見舞いハガキにマーチングのイラストをあしらったコースターにもなるようにして好評を得た。コースター用の紙でハガキを作成し、四角く切り取るとコースターとして使えるという仕掛けだ。夏だから水を入れた飲み物を飲む→コースターが重宝されるだろう、という発想が元となっている。イラストは、「賤ヶ岳から見た奥琵琶湖」。得意先や関係会社はこのコースターになる暑中見舞いハガキを出したところ、「これはいいアイデアだね」など



コースターになる暑中見舞いハガキ(2020年夏)

好評だったという。これまでどこもやっていなかったものなので注目され、実際にコースターとしても結構使ってもらっているという手応えを得た。

故郷の風景のイラストと 方言をマッチング

次に、2020年年末に年賀状印刷の受注を促進するにあたり、受注の粗品としてこれまでボールペンを進呈していたが、何かマーチングのイラストを使ったものにとりかえようと考えた。年賀状→お正月→お年玉、という発想でポチ袋を作成することを思いつく。と言っ

ても、ただのポチ袋ではおもしろくない。一万円札を折らずにそのまま入れられる大きさにして、お年玉用だけでなく色々な用途に使ってもらえるようにと願った。そして、マーチングのイラストとともに、地域の良さを見直してほしいという想いを込めて方言を入れたデザインで制作したのである。

ポチ袋は次の3種類。

1、イラスト：余呉川の桜と菜の花 方言：「おせんどさんで」

これは滋賀県湖北地方の方言で、年配の方たちの間でぽっと出てくる思いやりの言葉。「大変ですね」「お疲れが出ませんように」などの意味がある。色々な場面

で使われており、道ですれ違う時でも「おせんどさんで」と声をかけたりする。

2、イラスト：長浜城歴史博物館

方言：「こんでこらえとくれ」

これもこの辺りの年配の方が使う方言で、「勘弁してくれ」というような意味。一般的なお詫びの言葉よりもっと深い意味があり、厳粛な気持ちで心から言う一方で、時には冗談ながらに使ったりもする。

3、イラスト：賤ヶ岳から見た奥琵琶湖

方言：「だしかいな」

お客さんや友達が来て話をしている相手が帰ろうとする時に、「まだいいじゃない」と引き止める言葉。もうちょっとゆっくりしたらどう、という意味も含むし、帰ってしまったら寂しいというニュアンスもある。

若い世代とお年寄りを繋ぐためのヒントが、ヒットに繋がった

それがさらに進化することになる。方言には馴染みが薄い若い世代には、現金よりもカード決済やアプリ決済などのキャッシュレスが浸透している。だが、方言を使うお年寄りには現金を使う人がほとんど。だから、ポチ袋ではなく「キャッシュデス袋」というネーミングにしたのだ。現金を入れて使う袋だから、キャッシュデス＝キャッシュデス。キャッシュレスは便利だが、お金を使う感覚が薄れる危惧もあり、このキャッシュデス袋に現金を入れて渡すことでお金の大切さをあらためて教えたい。地元の風景のイラストと方言を通して故郷の良さをあらためて知ってほしい。そのような願いが込められている。

これを3枚セットにして、年賀状を注文したお客さんに粗品として渡したところ、たちまち人気に。新聞に取り上げられると、その記事を読んだ方々から



キャッシュデス袋新聞記事
2020年12月10日の中日新聞[びわこ版]に掲載されました。



キャッシュデス袋

「売ってほしい」というリクエストが多く寄せられた。

それにより、ながはまマーチング委員会の存在を知っていただける機会にもなった。

コロナ禍でイベントの実施が難しい中、ユニークなアイデアでマーチング活動を展開し注目を集めたこの事例は、多くのマーチング委員会にも参考になるに違いない。■

POINT! 「イラストの新たな広がり挑戦すべき」

正直なところ、イラスト展を毎年やっても数年すると新しく開催する場所がなくなり、同じ場所で何回もやるとマンネリ化するのが田舎ゆえの課題だった、と立花さんは振り返る。都市部と違って、大勢を集められる商業施設やホールのような場所はそれほど多くないからだ。そこに手詰まり感を覚えていたところにコロナという試練が到来。しかし、密になるからイラスト展ができないというピンチを、新しい方法によりイラストの魅力を光らせるというチャンスに変えた。キーワードは「話題性のあるものに展開する」。そうすれば、口コミやメディアに取り上げられて広がっていく。今回の成功体験を得て、しばらく止まっていた新規のイラスト作成にも前向きに取り組んでいきたいと言う。



東京都 港区
田町・白金マーケティング委員会

歴史と文化が溢れる運河のあるまち芝浦 そんな街の名前が付けられた日本酒

「芝浦運河 特別純米酒」



地元の地酒専門店や日本酒愛好家一推しの蔵元直出限定酒です。

東京のベニスといわれる運河の街 芝浦でしか呑めない逸品酒



芝浦商店会

〒105-0014 東京都港区芝浦3-14-4 桜ビル <https://shibaura-shoutenkai.com/>
TEL:03-3769-2038

芝浦はJR田町駅からほど近い運河に囲まれた街で、運河に架かる橋はライトアップされ、頭上にはモノレール、眼下には海上タクシーが横切り、運河沿いには緑豊かな遊歩道があるなど情緒と活気に溢れています。

そんな街そのものの名前が付けられた日本酒が、「芝浦運河 特別純米酒」です。

この日本酒は、新潟県川津の下越（かえつ）酒造で醸造され、芝浦の町おこしのために作られたものです。

運河の街芝浦でしか呑むことができない逸品。ぜひ一度いかがでしょうか。



奈良県 奈良市
奈良マーケティング委員会

砂糖一筋～160年余の歴史を誇る 奈良の老舗

「御門米飴」^{みかど}「奈良こんふえいと」^{みかど}「御門飴」



町屋の風情が漂う「ならまち」に店舗があります。

古来伝わる甘味料。 こだわりの素材を使用した菓子。



砂糖傳増尾商店

〒630-8332 奈良県奈良市元興寺町10 <https://www.satouden.com>
TEL:0742-26-2307(本店) TEL:0742-26-3108(紀寺支店)

ならまちの南。安政元年創業の砂糖傳増尾商店本店には、古より伝承された製法で作られた、無添加の「御門米飴」、またそれを原料にした「御門飴」。素材とことんこだわって作られた「奈良こんふえいと」など多彩な商品が販売しております。ならまちにお越しの際はぜひお立ち寄りください。

もちいどのセンター街「絵図屋」では

マスオグループのゆるキャラ「ならまちこ」グッズも販売しております。こちらもぜひお立ち寄りください。



鍋島裕俊が選ぶ キラリ☆輝く 地域メディア

皆さん、コロナ禍の中、「キラリ☆輝く」地域メディアとは？ のイメージが湧きましたでしょうか。

前回は「ヒト」に照準を当てた地域メディア、「まちびとライブラリー」、埼玉県ときがわ町の「ときがわ職人図鑑」を紹介しました。今回は大阪市の中心にありながら狭いエリア「中之島」に照準を当てたフリーペーパー「月刊島民」を紹介します。この「月刊島民」、なんと最新号で136回も発行していますが、残念なことに今号が最終号です。地域のレイヤー、特に時層レイヤーを一枚一枚剥かし丁寧に作り込みされていますので、読んでみると地域の編集術も教えてもらえます。



大阪府 中之島

file
No. 04

地域の魅力を発信する冊子の人気から 連動企画に繋がり市民カレッジへ

「月刊島民」無料 企画・制作・発行：株式会社104B（イチマルヨンビー）

この「島民」のバックナンバーはpdfになっているので、以下のアドレスからお読みいただけます。

<https://nakanoshima-daigaku.net/about/tomin/>



大阪の中之島、行かれた方も多々いらっしゃると思いますが、大阪市の北区にある堂島川と土佐堀川に挟まれた中洲のことで、東西に細長く、長さは3km、幅は最大で300mの地域です。その中之島、現在は行政・経済・文化施設が集中していますが、江戸時代からの名残で大阪が「天下の台所」と呼ばれた由縁にもつながります。当時、全国の各藩蔵屋敷が中之島界隈に集まり、米や様々な物資の売買が行われました。明治期になり、図書館や中央公会堂などの文化施設が出来、商業+文化の発信地になりました。まさに建物にも時層レイヤーが幾層にも重なっている地域です。

また、現在の地名は中之島ですが、江戸時代の町名を列挙すれば「中之島上之鼻・上中之島町・肥後島町・築島町・久保島町・白子島町・西信町・常安町・塩屋六左衛門町・湊橋町・宗是町・本五分一町・常安裏町・治郎兵衛町・小倉屋仁兵衛町・庄村新四郎町」があり、これだけでも物語になります。



(写真：月刊島民136号 最終号 表紙)

今回、紹介する「月刊島民」は2008年8月に京阪電車の中之島線が開業し、沿線のPRを目的に創刊されたメディアです。当初の予定は、ほぼ半年で終了の予定でしたが、中之島の島内や周辺的话题を、「ヒト」「モノ」「コト」に加え「トキ」についての話題が面白く、副タイトル「橋を渡る人の『街事情』マガ

ジン」、地元密着の地域コラムもあり、好評につき発行を継続することになり、今日に至っています。



今号は最終号ゆえに丁寧に「月刊島民のつくり方」としてコンセプトと特集テーマ、連載ページの考え方を載せており、地域を編集・デザインしてメディアを制作するヒントになります。まずは「街の見方」からです。街を理解し、街の個性を浮かび上がらせる。月刊島民が中之島をどう把握したのかが載っています。

街自体が独立した細長い島でありながら都心のど真ん中にあり、船が行き来する川を間近に望む。島と周囲の街を結ぶ橋がふんだんに架けられ、人もクルマも関係なく行き来が常に活発である。オフィスのほか、美術館もホテルも病院も公園も住宅も存在し、この島だけで24時間が完結できる。都市の歴史そのものを体現するような建築物に事欠かず、島自体が一つの博物館である。

「月刊島民」の「特集テーマ」も常に関心を引く魅力的なものが組まれています。その際、常に頭に入れておくのは、読者の中之島知識より更に深く・広く・時を遡って調べ載せることだと書いています。読者との距離

感だと。「やっぱり、そうなんだ。これは気になる。へえ～意外だったよ。そう言えば、そうだった。」など、読者が発する言葉になるような内容を特集しているそうです。

「月刊島民」の「連載ページ」も魅力的です。ここでは地域色、それもピンポイントで捉えた内容を追っかけて載せています。そして「特集テーマ」も「連載ページ」も中之島を浮き彫り意識させるために他の地域との比較を載せています。

136号も続いてきた「月刊島民」、人気の醸成は冊子の発行だけではありません。蓄積してきた中之島知識を「ナカノシマ大学」という市民カレッジで更なる魅力度発信を行ってきました。「中之島に足を運び、島を体験してもらいたい」と中之島に点在する様々な施設を会場に使い、大阪の歴史や文化をテーマに研究者や月刊島民に登場した方を講師に招いて、講座を開催しました。だから12年間も続いてきたのですね。

これら「月刊島民」のノウハウ、全国のマーケティング委員会のメンバーも真似して魅力多い地域を創っていいのではないでしょうか。「島民」遺伝子の継承を！

◎地域の魅せ方、今回は、同一地域でも何回でも発信することが可能だと「月刊島民」が教えてくれました。地域に時間軸のレイヤーを加えれば、更に奥行きが出て、地域を編集・デザインする面白さ、地元が楽しくなってくることでしょ。



鍋島 裕俊

折込広告文化研究所 代表

元 朝日オリコミ社長室長、メディア戦略アドバイザー

朝日新聞社系の折込広告会社に営業で入り、その後、出版、マーケティングを経て、現在、メディアの方向性を考える戦略セクションに所属。折込広告全国大会の分科会やセッションのプロデュースを担当。

折込広告に関する過去の著作は、「商業界」「食品商業」「宣伝会議」「販促会議」「物価資料」など多数。

便利になった情報化社会

「でもやっぱりリアルが一番」

一般社団法人マーチング委員会理事

宮崎 佳昭



マーチング委員会に入会し早8年になりました。絵の数はあまり増えていませんが気がつけば沢山の人と出会い、SDGsにも色々取り組むようになって来ました。そしてマーチングの活動がきっかけで地域の仕事も増えました。新型コロナウイルスの影響で出張する回数がかなり減り年間約40～50回あった出張もここ1年ではたったの3回。めっきり人と会う機会も減り会食もほぼ無し。都市圏の出張から帰ってくると嫌な目で見られることもあり、地方ではコロナに対し少し過敏すぎでは？

と思う場面もあります。子どもの頃から乗り物が好きで遠方に出向いたり仕事や旅行で海外に行くのを趣味の一つとしていましたが、ずっとどこにも行けない状態が続いておりストレスを感じています。一期一会という言葉が好きで人に会うことを楽しく大切に思うし、各地方での食べ物、景観、名物、人柄、方言など地方にはそれぞれの味わいがあります。IoTの発達により色々便利な時代になりましたが、web画面の2次元の世界では今ひとつ心に残りません。やはり紙の新聞を読むのが好き

だし気になる本は手にとって買うし、手元に置いておきたいものです。また絵葉書や手紙が届くと心が癒やされるし紙の質感も味わえます。テレワークがほぼ定着しつつありますが新規開拓営業においてはwebやメールだけでどうやって信頼を得るのか?そもそも相手は信用出来るのか?などと色々考えてしまいましたがネット通販などは既に定着して市場も大きくなっているし、その波に乗らなければ取り残されてしまうばかりです。コロナによって急激に変化した社会にいかに対応していくかが今の課題ですが、収束したら四国八十八か所の巡礼に行きたいと思う今日このごろです。+mが届くと各地の皆様の記事を読み元気になり、1日も早く全国のマーチング委員会の皆さまに画面ではなくリアルにお会いできる日を待ち遠しく思います。

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ホームページ <http://machi-ing.jp/>

2021/5/21(金) マーチングアカデミー塾 第4回ウェビナー(ZOOM)

16:00～19:00 「+M」の各コーナーごとのマーチング委員会によるプレゼン/「居酒屋 宮ちゃん」:交流会



2021/6/9(金) 並木将央氏による経営セミナー『成熟社会のビジネスシフト』

16:00～19:00 第3回「イノベーションとビジネスモデル」(ZOOM)



第10回 一般社団法人マーチング委員会定時総会動画 動画配信中!

「2021年2月19日にリモート開催された定時総会の模様は、QRコードからご覧いただけます。



第1回 地域のキーマンづくり リーダー養成講座

定時総会後に行なわれた並木将央氏のセミナー、マーチング委員会ホームページの会員専用サイトにて**限定公開!**

表紙の街の委員会紹介

ひょうご南部マーチング委員会 <http://www.maruyama-p.co.jp/>



郷土史家と次回の取材場所とイラストをどこにするのかを検討中

兵庫県南部は瀬戸内の東の端であり、近畿の西の端です。魚・肉・水・粉等の食材、歴史文化も宝庫です。郷土史家をメンバーに、それらを地元の人たちと再発見しながら、地元愛を育み、交流人口を増やし、地域発展に貢献していこうとしています。イラストも20点になりました。もっと増やして、皆さんの活動を参考に、外へ向かって発信していきたいです。

ひょうご南部マーチング委員会

所在地 兵庫県高砂市神爪1-11-33

代表 丸山 恵右

企業HP 丸山印刷株式会社 <http://www.maruyama-p.co.jp/>

連絡先 079-432-1511

