

あなたの街の「地方創生」を支援する情報誌

2021
Mid-Summer



人が笑む、街も笑む。
[プラス・エム]

2021. 7

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

マーチング委員会は「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」に加盟しております。



今号の街／東京都新宿区赤城元町 赤城神社 社務所

作品タイトル: 赤城神社 作家: 上野啓太

赤城神社は群馬県赤城山麓の大胡氏が鎌倉時代の終わり頃に、早稲田の地に移り住んだ際、その御分霊をお祀りしたのが始まりで何度か場所を変えながらも江戸時代になる前には現在の神楽坂に末裔の牛込氏によって遷され以後500年以上この地に親しまれてきました、現在の御社殿は11年前更地から建築家隈研吾の設計監修によりモダンな神社として生まれ変わりました。



あなたの街で活動する
『わせだ新宿マーチング委員会』の
活動を裏表紙でご紹介します! ▶▶▶

特集：マーチング活動事例紹介① 藤沢マーチング委員会

東海道五十三次の藤沢宿という歴史に、現代社会のニーズSDGsを加えて

特集：マーチング活動事例紹介② にいがたマーチング委員会

伝統ある商店街再興の一助としてマーチング活動を展開

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®



神奈川県 藤沢市
藤沢マーチング委員会
代表：川上 彰久

東海道五十三次の藤沢宿という歴史に、 現代社会のニーズSDGsを加えて



さんこうどう社屋

由緒ある街の歴史ある企業として

藤沢マーチング委員会を運営している株式会社さんこうどうは今年で創業136年、会社のある場所は東海道五十三次の藤沢宿として栄えたところだ。藤沢市ではこの歴史とともに古い町並みを大切にしており、さんこうどうも新社屋に建て替えた際に瓦を活かしたノスタルジックなデザインにするなど地域の魅力を守ることを尊んでいる。

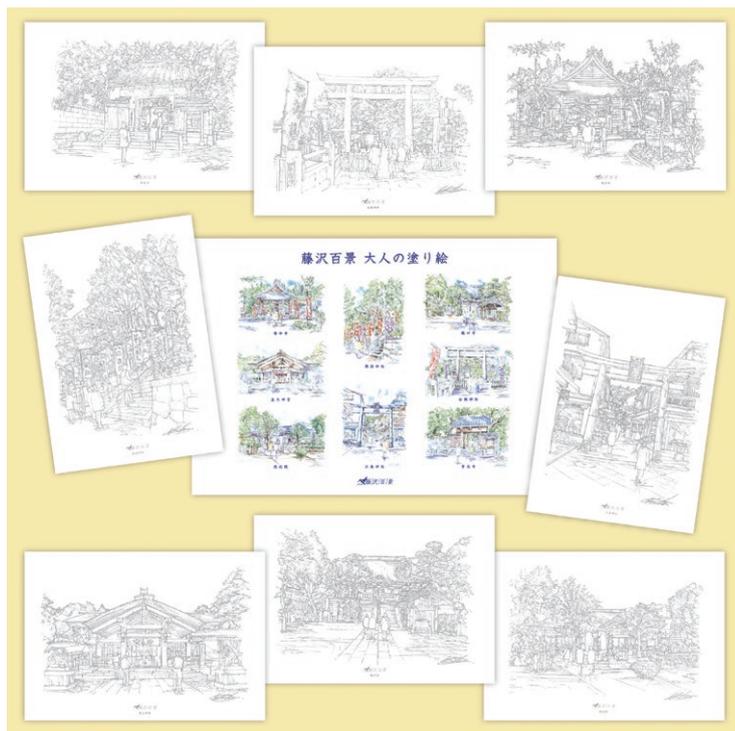
こうした地域性も鑑みて、藤沢マーチ

ングで作成したイラストは、地元の神社仏閣の8点だ。龍口寺、養命寺、皇大神宮、常光寺、白旗神社、江島神社、感応院、諏訪神社。コロナ前はイラスト展やイベントでのイラスト展示を行っていた。ポストカードは、2020年4月に、ふじさわ観光名産品協議会から認定され、信頼感を増すことができたという手応えを得ているようだ。また、8点のイラストは大人の塗り絵にして販売し、これもまた好評を得ている。

ユニークなのは、ポストカードの販売

方法として、自社の前に無人販売を設けていること。通りがかった人が気軽に買えて、ほのぼのとした雰囲気が好評で、コロナ禍で非接触型販売としても注目されている。駅構内の土産品ショップでも販売しているが、無人販売は地元との身近な関わりを大事にする藤沢マーチングらしさと言えるかもしれない。

ポストカードや大人の塗り絵が人気の理由として、地域ではなじみの神社やお寺が描かれたイラストに惹かれる方が多いことが挙げられ、その強みを活か



地元の神社仏閣の8点を楽しめる「藤沢百景 大人の塗り絵」



通りがかった人が気軽に買える、ポストカードの無人販売



ふじさわ観光名産品協会から認定されたポストカード



木の名刺



抗菌印刷の紹介ツール

し、神奈川県屈指の神社である寒川神社さんのカレンダーの制作を受注し、上野啓太氏にイラストを描いてもらって完成させた。マーチング活動のイラストを見せて「うちでこういうことができます」と営業が提案してきた成果だ。自社コンテンツが営業の可能性を広げている。一世紀をゆうに超える事業活動により先人の積み重ねてきた信頼があり、マーチング活動によりその信頼をさらに高めていけると実感しているそうだ。

マーチング活動の軸をSDGsに

藤沢市は、2020年12月に、国登録有形文化財の桔梗屋（元茶・紙問屋）の建物を購入し、保存の取り組みを行っている。かつての宿場町の時代に想いを馳せるような蔵などがあり、藤沢宿の歴史や文化の継承とともに、地域の活性化に活用すると言う。市は「旧東海道藤沢宿街なみ継承地区」を指定しており、藤沢マーチングはその地域の風景をイラストに起こしてマーチング活動につなげていければと考えている。

また、地元でもSDGsに取り組む企業

が増えている中、その一環に関わることも心がけているという。

例えば、木の名刺。神奈川県産の木（杉や檜）を使った名刺に印刷した名刺で、地産地消および環境対策を図る。「地元の木を使ってリサイクルを意識しませんか」という呼びかけで営業展開を図り、自治体などの方々の名刺に活用されるようになっていく。

コロナ禍では、抗菌名刺などにもニーズが高まっている。人々の安心と安全を支えることも企業の使命と考え、積極的に抗菌印刷物の推進にも取り組んでいる。

今後はマーチング活動をもっと本業につなげていきたいというのが目下のテーマだというのが、地道でも一步一步着実に前進している印象を受けた。

POINT! 「地域密着の具体性を模索し、ニーズをキャッチ」

マーチング委員会とは、地元の風景を大切にして人々の感動とともに活性化につなげる地域密着型の活動だが、その「地域密着」とは具体的にどのようなことなのか常に課題としてあると言う。地域でのイベントばかりではなく、いかにコミュニケーションを生み出し、喜ばれる活動にしていくか。他のマーチング委員会の活動においても、その事例を見つけるように意識しているそうだ。例えば、香川県のさぬきマーチング委員会では地元のレトロな電車「ことでん」とのコラボ活動が成功している。藤沢市には江ノ電があるが、会社として取引はあるものの藤沢マーチング委員会としての絡みはない。さぬきマーチングの活動を参考に、江ノ電のイラストを描いて提案するような新たな挑戦も考えられるだろう。江ノ電は観光客にも人気の存在であり、湘南らしさの象徴の一つでもあるから、藤沢マーチングのコンテンツにしたら強みとなる。

マーチング活動を始めて10年余、地域密着とは「その地域性をいかに生かすか」という企画力が決め手だ」という気づきを得たと語っている。



新潟県 新潟市
にいがたマーチング委員会
担当：高橋 純子

伝統ある商店街再興の一助として マーチング活動を展開



新潟古町まちみなと情報館



「情報工房DOC新潟古町まちみなと情報館」オープン時の様子

地域笑社でありたい思いとは

新潟県新潟市の中心市街地にある古町商店街は、新潟港から続く堀沿いに発展した歴史ある商店街で、京都祇園や東京新橋と並び称された芸妓文化の残る街でもある。明暦元年に作られ、

360年以上の歴史を有し、最盛期には千軒以上の商店が軒を並べ、かつては代官所などもあったと聞く。しかし、時代の変化とともに郊外型の商業施設が多くできるようになると、人の流れが変わり、古町商店街は寂れてしまっていた。その後、行政と地元経済界が協力して価値

あるこの商店街を再興しようという機運が高まり、撤退したデパートの跡地に新潟市役所の一部が新たに開設されたりしている。その商店街の一角に、2021年3月22日、にいがたマーチング委員会を運営する第一印刷所が「情報工房DOC新潟古町まちみなと情報館」をオー

ブシした。

もともと、第一印刷所の情報工房DOCは、商業オフィスやコンベンション施設の中に店舗を構えて、地域密着でドキュメントサービス(D)・オフィスサービス(O)・コンベンションサービス(C)を近隣の企業や店舗に提供することを目的として立ち上げた部署である。当初は、印刷物受注や自社製品販売が主な活動だったが、イベント事務局やいがた百景のコンテンツを利用した地元企業とのコラボレーション企画などを通じ、ものづくりができる強みを活かした地域活性化のまとめ役を期待されるようになっていった。そこで、古町商店街に情報工房DOCを出店し、地域資源を活用して地元の人々を巻き込み、地域を活性化させる役割すなわち「地域笑(商)社」の役割を担う決意をしたという。

しかし、古くからある商店街に新規参入するにあたり、いかに溶け込んで一体感を持てるようにするかに配慮した。コロナ禍で大々的なイベントは難しい。そこにマーチング活動のイラストを活用することになった次第だ。

アフターコロナの新しい発信力を備える

自己紹介代わりに、DOC店内で「いがた百景」のイラスト展を行うことにしたのである。こうすれば、気軽に訪れてもらえて、何をしているところが理解してもらいやすい。既存のイラストに加えて新たに古町エリアのイラスト9点を描き起こし、期間はオープンの日からゴールデンウィーク前までの一カ月強。出店の挨拶とイラスト展の案内を兼ねたチラシを持って商店街を回って配布し、「ぜひ、来てくださいね」と声をかけた。その甲斐があってイラスト展は大盛況、特にイラストに自分の店が描かれている方々には大変喜ばれ、いがたマーチングの活動に興味を持ってもらうとともに交流が芽生えるきつ



抗菌印刷のマスクケース

かけになったそうだ。

その後、まちなみイラストが多くの方の心を温めた手応えは、徐々に現れてきた。お客様の要望で人気のあったイラストをポストカードとして販売したり、古町芸妓が歩くイラストを使った抗菌印刷マスクケースのサンプルを商店街向けに配布し見積り引き合いを得たりと、古町商店街におけるいがたマーチングの存在感が育ってきている。

目下のコロナ禍では、観光案内所の運営といがた百景のポストカードなどの土産品の販売が中心となっているが、今後は商店街のアーケードの支柱を広告媒体として活用したり広場でのイベントを仕掛けたりと商店街に喜ばれる

企画を提案していきたいと準備を進めているとのこと。また、新潟県内の観光コンテンツをPRするイベントなども企画している。全国的に知名度のある「長岡花火」、世界遺産登録を目指す「佐渡」など、毎回違う地域をテーマにして県内各地を紹介していく構想で、行政、企業、商店街を巻き込んだ大規模なイベントなども実施していく。いがたマーチング委員会はその名の通り、新潟県全域に展開していく趣旨であるため、古町商店街での経験や知見を生かしてこれからも県内各所に視点を広げ、それぞれの地域の活性化に役立っていきたいと考えている。■

POINT! 「昔からの地域に新規参入する “ふれあい”のきっかけに」

日本全国でよく聞かれるのは、歴史ある地域では脈々と受け継がれてきた慣習があり、長くいる人たちの中での人間関係がすっかり出来上がっているので、外から来た新しい人や団体をなかなか受け入れてくれないという悩みだ。しかし、相手に喜ばれることを考え、地域のためになりたいという思いで懐に飛び込んでいけば、受け入れてもらえるという成功体験をいがたマーチングが示したといえよう。自分たちの故郷の風景を描いたまちなみイラストは、世代を超えて感動を呼ぶ。子供の頃から遊んだ場所、馴染みの神社やお寺、愛用している商店街などが描かれたイラストを見ると、親近感が一気に湧く。長くからいる人も、新しく来た人も、その土地への愛情は大きい。皆で地域を大切にしていこう、盛り上げていこうという思いを一つにすることは、マーチング活動にできる社会貢献に他ならない。



岐阜県 岐阜市
岐阜ぷらざマーケティング委員会

透明感が涼を運ぶ
伝統の技が光る岐阜の手作りうちわ

水うちわ



4代目・住井一成さんのおしゃべりも楽しい。

柔らかな風が心地良い
夏のお供にお気に入りの1本を



住井富次郎商店
〒500-8009 岐阜県岐阜市湊町46 <http://www.ccn.aitai.ne.jp/~gf-utiwa/>
TEL:058-264-4318

岐阜城の城下にあり、格子戸のある古い町並みを今に残す「川原町」。長良川の水運を活かして栄えた風情ある川湊に住井富次郎商店はあります。

明治創業の岐阜団扇の老舗で、昔ながらの手作業で1本ずつ丁寧に仕上げています。中でもこの時期おすすめしたいのが、透けるような質感が美しい水うちわ。美濃で漉いた雁皮紙という薄い和紙

に天然のニスを塗ることで、独特の透明感を出しています。制作風景を間近で見ることができるので、作る工程や雰囲気を楽しむこともおすすめです。



愛知県 豊橋市
東三河マーケティング委員会

ご当地の恵みを使った
SDGsな「えびせんべい」



変わり種えびせん 是蔵(これぞう)



水産業者・生産農家とタッグを組んだ東三河の自然の恵み達。

東三河の素材で作った
変わり種 えびせん



変わり種えびせん 是蔵(有限会社 石黒商店)
〒443-0021 愛知県蒲郡市三谷町東四丁目3 <http://www.k-corezo.com>
TEL:0533-75-6070

せんべいと言ったら皆さんはどんな物を思い浮かべますか?日本の米を原料とする煎餅で「米菓煎餅(べいかせんべい)」ともいい、粳米(うるちまい)をつぶしたり搗(つ)いたりして伸ばしたものを焼いてつくる米菓ではありませんか?しかし愛知県でせんべいと言えば海老せんべいのこと、ジャガイモ等から作られる澱粉とエビを材料に用いて製造されたせんべいなのです。愛知

県が生産量と国内シェア90%以上を占め、三河地方と知多地方が主な生産地です。このエビせんべいに地元の農産・海産の恵みを加えた「変わり種えびせん」、東三河の水産業者及び生産農家とタッグを組んだSDGsな逸品です。



鍋島裕俊が選ぶ
キラリ☆輝く
地域メディア

コロナ禍の今、地域メディアが求められています。それは地域コミュニティの再生・醸成に、地域に暮らす老若男女の互いの顔の見える化・魅せる化できるものが求められているからです。前回の「キラリ☆輝く 地域メディア」は、「トキ」に照準を当てた大阪市の狭いエリア「中之島」のフリーペーパー「月刊島民」を紹介しました。「トキ」、時層レイヤーを一枚一枚剥がし、丁寧に作り込みされていたメディアであることを理解していただけたかと思います。



東京都 文京区

file No. 05

書く!描く!撮る!子どもたちが作る
文京区のローカルマガジン

「MiTaMiYo!!」(みたみよ) 無料 企画・制作・発行:クリエイターチームカラフル 後援:文京区
文京区の子ども達とプロが一緒にフリーマガジン「MiTaMiYo!!」。以下のアドレスからお読みいただけます。
<http://mitamiyo.net/>



今回は、子どもたちが自分の住んでいる町を調べて、取材して、記事にしたメディアで、2018年に経済産業省のキッズデザインコンクールで「子どもたちの創造性と未来を拓くデザイン部門」で評価された東京都文京区の「MiTaMiYo!! みたみよ!! 4号」を紹介します。

この「MiTaMiYo!!」、文京区の事例ですが、他にも数か所(伊豆市・伊豆の国市・沼津市・北杜市)で展開されているメディアで、その共通したプロジェクトの名称は「COLOMAGA Project」です。

略して「コロマガ」、そのコンセプトは、“地域の活性化と子供の創造性の育成を同時に行いながら、シビックプライドの醸成を図る”ことです。特に子供の自由な視点で、店や企業を取材し、自分の言葉やイラスト・写真で表現したものをデザイナーが整えてあげることで、大人だけでは作れない新しいフリーマガジンに完成しています。

その結果、子供たちは「楽しかった」「前より地元が好きになった」と言ってくれます。また、その記憶は、ずっと残ります。では「MiTaMiYo!!」の記事を紹介しましょう。

※「MiTaMiYo!!」小石川・春日エリア特集の取材風景は、以下でご覧いただけます。
<http://mitamiyo.net/category/news/>



「MiTaMiYo!!」4号、表紙は小学4年生が描いた絵で、“こんにやくえんま”で有名な源覚寺のえんま像です。

記事は、嘉納治五郎ゆかりの講道館、初めて割烹着を作った赤堀料理学園、東京ドームシティのアトラクション、小石川の八百屋さん、ブックハンターがいる本屋さんペブルスブックス、美味しいイタメシ屋さん青いナポリ、ケーキのお店アリンコなどを取材し、書かれ描かれています。

そして、ページの至る所に子供たちのイラストや写真がキラキラと輝いています。

取材を受けたお寺の住職さんや店のオーナーさん、うれしくてタマリマセンね。

じっくり見て、読んでいただけて、幸せな気分になってきます。

この「MiTaMiYo!!」などのコロマガプロジェクトを進めているのが、株式会社カラーコードの代表の浅井由剛さん。ご本人の経歴も魅力的ですが、現在は京都芸術大学の准教授をしながら地域デザインを常に考えておられます。

浅井さん、コロマガのプロジェクトを開始した時に、一つの仮説を立てたそうです。

このマガジン作りに参加した子供たちが成長して生まれ育った町から離れることがあっても、きっと継続して、自分の生まれ育った町に積極的に関わりあっていこうと。

そして、その仮説の結果を見るには10年は必要だろう、と。

結果、取り組んでから8年目になりますが、仮説は現実的なものになりつつあり、最初に参加した子供たちが大学生になって自分の仲間を集めて、プロジェクトの運営を担っているそうです。

なんて素晴らしい流れ、継承なんですよ。彼ら大学生が子供たちのサポートをしているなんて。

また、このコロマガの活動は、SDGs、ESDの実績活動としても注目されています。

子供たちの創造性を育てて、地域を繋げる活動、全国のマーチング委員会の地域でも、子供たちと一緒に、こんな活動を創り上げてください。■

◎コロナ禍の今こそ、身近な、地元で暮らす人々の関係性が重要で、こんな風に地元の子供たちが自分の住んでいる町を調べて、取材して、記事にして、それをプロの大人たちがサポートして出版するプロジェクトで出来上がった作品は、必ず地元でハッピーを呼び込みます。全国各地のマーチング委員会メンバーも、ぜひ、子供たちと一緒に作ってくださいな。



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。

いつの時代も変わらないもの

「先義後利がもたらす「何か」



一般社団法人マーチング委員会理事
小林 英一郎

私の趣味の一つに音楽鑑賞があります。ロックやジャズ、ポピュラーそしてクラシック…。

毎年、大分で開催される音楽祭のピアノコンサート。一昨年は別府マーチングの樋口さんのコネクションで一緒にさせていただき、コンサート終了後の大分の夜も堪能。昨年はその入手困難なチケットを家族総出で手に入れるも、世界的なロックダウンの影響から中止。そして今年、ソーシャルディスタンスで席の取り合いになるチケットをなんとかゲット。会場は万全な対策と準備をしており、ファンも関係者も二年ぶりの開催を待望していましたが、

緊急事態宣言の発令～延長により叶いませんでした。

以前、東京から大分にピアノを聞きに行く理由を尋ねられたことがあります。ピアニストを目の当たりにする貴重な機会ですが、ミスタッチで間違えることもあるでしょうし、聴衆に対するサービス精神も過剰ではありません。それでも、その演奏には「何か」と畏敬を感じます。

現在「何か」を感じ取れるリアルな機会が希薄な情勢となりました。マーチング活動も例外ではありません。

価値を劇的に変化させるパラダイムシフトの様相で、毎日の生活にあらためて

「何か」を創造することをもとめられている気がします。こんな時勢だからこそ地域の再発見や地方を慮る行動と「何か」を探求することが肝要なのかもしれません。そのためには地域の自慢や愛着に結びつく『共感』を生むことが大事と考えています。

かつてマーチング活動の一環でお伺いした京都、また亀岡での石田梅岩先生の「先義後利」をはじめ、今も昔も、こんな時勢であっても変わらない教えがあると確信しています。

その一つに「仲間と相談する」を勉強させていただきました。困ったときに相談する仲間とは「善」を旨とする「先義後利」。身近で大切な情報や具体的な取得の手段は自分から会社、家族や友人、ステークホルダー、さらには地域・産学公金・CSR・SGDsへと「何か」が『共感』されるはずで

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/>

2021/8/26(木) マーチングアカデミー塾 第5回ウェビナー (ZOOM)

16:00~18:00+「居酒屋 宮ちゃん」 [+m vol.5]の各コーナーに寄稿いただいた委員会によるプレゼン/「居酒屋 宮ちゃん」:交流会



2021/9/8(水) 地域のキーマンづくり リーダー養成講座 (ZOOM)
16:00~19:00 第5回『成熟社会のセールス』並木将央氏による経営セミナー



地域のキーマンづくり リーダー養成講座 (バックナンバー)

第1回～第3回までの並木将央氏による経営セミナーは、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!**

マーチングアカデミー塾 第4回ウェビナー (バックナンバー)

2021年5月21日にリモート開催されたウェビナーの様子は、QRコードからご視聴いただけます。



表紙の街の委員会紹介

わせだ新宿マーチング委員会 <https://www.taiyodoenvelopes.co.jp/>



関連協と一緒に活動しました、新宿マルシェの写真です。上野啓太さんに描いていただいた新宿各所の絵を印刷した、ポストカードや一筆箋、ポチ袋、イラストなどを販売しました。

「イラストで街自慢」を合言葉に、印刷関連会社を中心に全国で活動しております。ボランティアではない。利益優先でもない。地域の絆を創造する印刷会社の「街おこし」!! わせだマーチング委員会はイラストを通して、わせだの街の再発見・活性化に貢献して行きます。

わせだ新宿マーチング委員会

所在地 東京都新宿区早稲田町79番地

代表 吉澤 和江

企業HP 株式会社太陽堂封筒 <https://www.taiyodoenvelopes.co.jp/>

連絡先 03-3202-9018