



マーチングアカデミー塾 +M 第3号記念ZOOMセミナー

日時：2021年1月20日（水）

16時00分～19時00分



第1部. セミナー

司会進行：利根川塾長



1：挨拶 井上理事長（5分）

2：各地のマーチング活動・成功事例（15分×2）

会津マーチング委員会 志藤弘彰様

湯島本郷マーチング委員会 利根川英二様

3：各地のマーチング委員会からのお薦め商品（10分×2）

別府マーチング委員会 樋口良一様

いよマーチング委員会 岡田善雄様

4：瀬田理事は語る（10分）

あだちマーチング委員会



1. マーケティング活動事例セミナー

会津マーチング 志藤弘彰様

特集：マーチング活動報告②



福島県 会津市
会津マーチング委員会
代表：志藤 弘彰

会津にルーツを持つ二人のイラストで 新たな物語を生み出し、地域貢献



町口英世青春通り / 作井ルビ

漫画家の描く、リアルな心象風景

会津マーチング委員会が始まったのは2018年のこと。三洋印刷社長の志藤さんが福島印刷工業組合で一箱のいわきマーチング委員会の鈴木さんからマーチング活動のことを聞き、興味を持ったのがきっかけである。その後わかったことだが、約10年前、湯島本郷百景の活動をしていた利根川さん(現・マーチングアカデミー塾長)とイラストレーターの上野さんが紹介されたNHKのニュース番組を観た記憶があった志藤さん。「これは面白い取り組みだ」と思っていたことがきっかけ、あの二人の活動が今やマーチング委員会として全国規模に発展していることに感動し、「ぜひ、うちもやりたい」と思った。こうして誕生したのが会津マーチング委員会である。



藤崎北出英世通り / 作井ルビ



日新橋天文台跡 / 作井ルビ

作井 ルビ 漫画家 代表(何れかまつ) 漫画家(コミックス)

たちまち広がって来て、作井さんに連絡を取りたいと切望。その熱意が通じ、会津若松に取材に来ていた作井さんと会うことができ、そこでマーチング委員会の活動を説明し、会津マーチングのために

地元のイラストを描いて欲しいと申し出たのだ。すると、作井さんから祖母が会津若松出身だった縁で子供の頃よく訪れていたという話が出て、会津マーチングのイラストを描くことを快諾してくれた。



只見線コメントプロジェクト「スッカナと只見線」



色鉛筆風景-故郷の色-「お母ちゃんライダー」



カシノダ-故郷の色2021「大志の地蔵さま」

大竹 恵子 色鉛筆画家
福島県大沼郡大志町大志小学、小次郎イラストスクール卒業。故郷の風景を色鉛筆で描く。二科県イラストレーション部門第3回奨励賞受賞、パルケージ、ポスター、その他多くの作品を手がける

しかし、その矢先にコロナ感染拡大により現地に取材に入れない状況になってしまい、現在までやっと3点のイラストが出来上がったところだ。桜が満開の北出丸通りから望む鶴ヶ城、野口英世が火傷の手術をした病院があり学生時代に過ごした場所でもある野口英世青春通り、江戸時代の会津藩校日新館の施設で唯一残る天文台跡(2019年日本天文遺産認定)。もっともイラストを増やし、その後展示会開催やグッズの展開をしていきたいと考えている。

色鉛筆画家が捉えた 会津若松の魅力

さらに、もう一人、イラストを担当してもらった人がいる。色鉛筆画家の大竹恵子さんだ。神奈川在住だが会津出身で、故郷の原風景的なイラストをずっと発表してきている。三洋印刷とはそれまでに地元の旅館のパンフレットにイラストを描いてもらうなどの縁があり、会津マーチングの話をしたところ、意気投合。大竹

さんが一年をかけて会津の風景を取材して絵を描き溜め、ぬり絵の本にする予定で進めている。ぬり絵を楽しみながら、会津の魅力を感じてもらえればという意図だという。この件もコロナの影響で予定より進行が遅れているが、現在まで12点のイラストが完成している。

地域に貢献するための活動として 発展させていきたい

コロナ禍の中、イラスト制作を進めている会津マーチングの今後の抱負は、イラストを使って地域貢献に努めていく

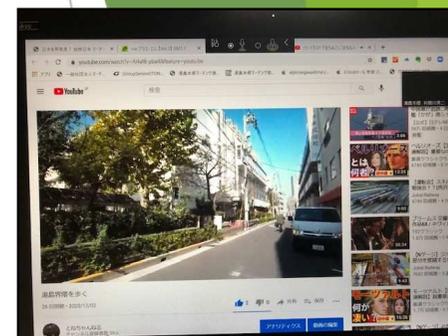
POINT 「日常的で見過ごしがちな感動に気づく」

今回、会津マーチング委員会がイラストを依頼している二人とも会津若松にルーツがありながら現在は離れた土地に暮らしている。志藤さん自身も学生時代に故郷を離れて東京で経験を積んで、そうして距離感を持つと、ある意味、俯瞰的な視点で故郷を見ることができ、それが故郷の魅力の再発見に繋がっているといえよう。当たり前だと思っていたことの素晴らしさに気づく、そんな感動もマーチング活動の大事なポイントである。



2.マーチング活動事例セミナー

湯島本郷マーチング 利根川英二様



特集：マーチング活動報告



東京都 文京区
湯島本郷マーチング委員会
代表：利根川 英二

まちなみイラストの展開は 自由な発想で、映像にもつなげて



イラストは上掲「東大前門」左掲「湯島天神」右掲「文京シビックセンター」

地域の絆、 コミュニケーションペーパー

マーチング委員会活動のフロントランナーともいえる湯島本郷マーチングだが、その歩みはコトコトと地道な活動の積み重ねである。

地域をつなぐコミュニケーションペーパー「湯島本郷マーチング通信」は、約10年前から発行しており、現在は隔月発行で71号に至っている(2021年11月現在)。タブロイド判モノクロ印刷全4ページで、地域で活動している人にスポットをあてたインタビュー記事やグルメ情報などの丁寧な取材記事が特徴。発行部数13,000。地域の様々な場所に置かれているほか、新聞折り込みでも各世帯にも届けられている。QRコードから電子版「湯島本郷マーチング通信

ウェブサイト」に入ることでもできる。地元企業からの協賛広告が活動資金の一部になっているが、制作はほぼボランティアで行っており、制作スタッフは地元在住の主婦2名(乙部さん、長崎さん)と株式会社TONEGAWAディレクターの瀧村さんと林さん。「地域の絆」のあるツールとしての役割を矜持として、毎回の編集会議から取材執筆や撮影、編集デザインまで楽しみながら行っている。取材などを通じて地域のいろいろな人との出会いの場であるとともに、湯島本郷マーチングの活動を伝える役割も果たしていると言える。

まちなみイラストが映える 建築囲い

また、ビジネスとしてきちんと成り立っ

ているのが、建築囲い。工事現場を囲う際にまちなみイラストを用いてデザインし、近隣の住民や通行する人々に楽しんでもらう即席のギャラリーともいえるもの。マンションやビルなどの建築現場ではトラックが往來したり工事で騒音を発したりと地域の住民に迷惑をかける。その状況において人々の気持ちを少しでも和らげ、工事期間中の建築現場に潤いを与えることができれば、という思いで始めた。「街も良い、施主も良い、施工する建築会社も良い」といって、マーチング委員会の基本理念でもある「三方巻」を実現している。

具体的な進め方としては、地域の不動産屋さんや借用金庫などで建築の情報を得たり、施主となる方や建築会社とのコミュニケーションをベースにしたりして、建築が決まったら建築囲いを提案する。



実際に現場の写真を撮ったうえで開いたサイズを想定し、まちなみイラストを配したデザインまで作成して見せる。建築囲いの費用は施主さんか建築会社に負担してもらう。湯島本郷マーチングでは8年ほど前から手がけており、予算は30万〜300万円くらいまでと言う実績だ。利益率は、社内に大判プリンターがあったりデザイナーがいたりすれば変動するが、だいたい60%くらいだ。マーチング委員会の特別協賛をしてくださっているコミニルタさんの子会社キーンコーズさんでも建築囲い用の大判プリンターが可能だ。

実際にまちなみイラストの優しい色使いの建築囲いを設置すると、賑々しい建築現場の雰囲気や和らぎ、立ち止まってイラストを見入る人々の姿もあるほどで、好評を得ている。

時代は動画へ、可能性は より幅広い

「これからは動画の時代。動画を作るスキルを持つと、可能性はぐんと広がる」と利根川さん。「建築囲い」事例集は、QRコードから動画が見られる仕組みを用意している。まちなみイラストをコンテンツとして、これまで多くの委員会がやっていたハガキなどだけでなく、動画を使った展開も呼び

かけたいと思う。利根川さんの経営する会社はコロナの影響で2020年4〜7月の売上げが激減したが、そんな中、動画制作、自社の持っているスタジオ使用や配管などの案件が増えており、売上上の35%を占めるまでに成長している。動画はさらに売上げの大きな柱になるという手応えを感じつつ、マーチング委員会でも動画を取り入れていけば、さらに活動の幅が広がると考えている。動画と紙媒体を連動させたり、SNSを使った発信をしたりしていけば、新たなコミュニ

POINT 「継続は力。やり抜くことが大事。」

最初からうまくいくことなどなかなかない。コトコトと続けることが成功につながる。それは会社の経営とまさに同じである。湯島本郷マーチング委員会の建築囲いの例を挙げると、最初に手がけたのは小学校の隣の建築現場で、子どもたちに注意を促す意味もあって子どものイラストを配した建築囲いを小学校、PTA、湯島本郷マーチングの3者が協力してやろうと提案したところ、すると「それをやっとうるの？」と言う声があった。その時はアベローパーが地域対策費30万円を建築囲いの費用を負担してくれたが、利益はほぼゼロだった。しかし、活動を継続しているうちに理解も広がり、借費が認められるようになり、建築会社の方から「あそここの建築囲いを見て、うちの現場でもぜひやりた」と申し出があったり、新築マンションの現場では建築会社が300万円の費用をかけた、と結果的に成果が実ってきていると言う。「成功の秘訣は、やり抜くこと、これに尽きます。よく、社内でマーチング活動の海人員が足りなくて、と言うのを聞きますが、担当者一人でやっていくのではなく、みんなで共有して進めれば良い。継続できる工夫をすることが、結果的に活動を続けでき、成果を上げていく近道になると思います。」利根川さんの熱い思いは地道な努力の継続により結果を運んできている。

3.各地のマーチング委員会が厳選したおすすめの逸品

別府マーチング 樋口良一様



マーチング委員会「日本全国おすすめ情報」



大分県 別府市
別府マーチング委員会

別府を旅する全ての人に似合う
あたらしみやげもの

ベップニュースタンダード



日々湧き出る温泉のようにエネルギー溢るアイテムを揃えます。

35事業者が試作を重ね完成した
これからのスタンダード。

みやげものはつなぐもの。土地と人、日常と非日常、体験と思い出。旅した私たちが物語ってくれるもの。

ベップニュースタンダードは、別府市とビームスのコラボレーション事業「BEAMS EYE on BEPPU」の公募によって集まった地元の事業者が立ち上げた「あたらしみやげもの」を展開するプロジェクトです。

いつの時代も幅広い層に愛されるみやげものを目指し、別府で活躍する35の事業者たちが、試作を重ね完成した「これからの別府のスタンダード」には是非ご注目ください。



株式会社 徳川組器工業所
〒874-0930 大分県別府市光町2-6 <http://beppu-newstandard.in/>
beppu-newstandard@gmail.com TEL:0977-24-1771



愛媛県 松山市
いよマーチング委員会

長く愛される、丁寧な手作りのぬくもり
砥部の土、水、風土が生み出した伝統工芸品

砥部焼(窯元 きよし窯)



なめらかな手触りと美しいデザインは心を惹かせてくれます。(右写真山田ひろみ氏)

暮らしに溶け込む
温かみのある作品です。

1957年に創業した【きよし窯】現在、国の伝統工芸士の資格をお持ちの2代目の山田公夫氏・ひろみ氏ご夫婦によって、砥部焼の可能性を広げる様々なチャレンジを続けています。ひろみさんは大学でグラフィックデザインを専攻されており、その感性から砥部焼のデザインに新たな風を吹き込んでいます。また砥部焼の女性作家グループ「とべてり」

のリーダーも務めています。現在活躍の場は広がり、道後温泉別荘「飛鳥乃湯泉」などの主要観光地に山田ひろみ氏デザインの陶板壁面が採用されています。きよし窯のぬくもりのあるデザインと豊かな色彩が、愛媛の街を彩っています。



砥部焼窯元 きよし窯
〒791-2133 愛媛県伊予郡砥部町五本松364番地
<https://www.facebook.com/kiyoshigama/> インスタグラム: きよし窯 (@kiyoshigama)
kiyoshigama@titan.ocn.ne.jp TEL/FAX: 089-952-2168



※掲載情報は令和2年12月時点での内容です。最新情報は各ホームページや電話にてお問い合わせください。

いよマーチング 岡田 善雄様



砥部焼(窯元 きよし窯)

暮らしに溶け込む
温かみのある作品です。

1957年に創業した【きよし窯】現在、国の伝統工芸士の資格をお持ちの2代目の山田公夫氏・ひろみ氏ご夫婦によって、砥部焼の可能性を広げる様々なチャレンジを続けています。ひろみさんは大学でグラフィックデザインを専攻しており、その感性から砥部焼のデザインに新たな風を吹き込んでいます。また砥部焼の女性作家グループ「とべてり」

砥部焼窯元 きよし窯
〒791-2133 愛媛県伊予郡砥部町五本松364番地
<https://www.facebook.com/kiyoshigama/> インスタグラム: きよし窯 (@kiyoshigama)
kiyoshigama@titan.ocn.ne.jp TEL/FAX: 089-952-2168

※掲載情報は令和2年12月時点での内容です。最新情報は各ホームページや電話にてお問い合わせください。

4.地方活性の取り組み紹介

地域活性の取り組み紹介

鍋島裕俊が選ぶ
キラリと輝く
地域メディア

皆さん、コロナ禍の中、「キラリと輝く」地域メディアとは？どういったものでしょうか。前回はスモールエリアの良さを魅力的に紹介する地域メディア「不忍界隈」を紹介しましたが、今回は「ヒト」に照準を当てた地域メディアを紹介いたします。私は、この「ヒト」に照準を当てた地域メディアを、勝手に「まぢびとライブラリー」と呼んでいます。紹介するメディアは、「ときがわ職人図鑑」です。ここには32人の「ヒト」が載っています。



埼玉県 ときがわ町

File No. 03

まちの宝で観光資源でもある「職人」の “生き様や素顔”を通じて魅力を紹介

【ときがわ職人図鑑】定価1,000円(税別) 発行:ときがわ職人図鑑制作委員会
<編集:製作 ときがわ編集舎>埼玉県比企郡ときがわ町大字玉川 249-0 豊穂 印刷:文楽堂印刷office



「ときがわ」は、東京の都心から80分の埼玉県比企郡ときがわ町のごとで、人口1万1千人の自然豊かな町です。この小さな町にも「深いこだわりを持った」「なりわい・生き方」をしている人”すなわち職人魂を持った人がおり、その生き方を紹介するメディアが「ときがわ職人図鑑」です。「ときがわ職人図鑑」の本文は、一人一人に対して、「職人魂」を教えてください？これまでの最大のピンチは？今一番の関心事は？と問いかけるのが表ページ、その裏ページには、その人の「別の顔」、違った一面を載せています。



本業ともう一つの顔、誰しも持っていますね。それとプラスして「ときがわ」地元一推しの場所も聞かれています。これは地域の良さを解き重ねています。

- ▶本業不満足、地域・エンタメを探るオールラウンダー
- ▶別の顔 必殺・ゴキの仕掛け人
- ▶本業 自慢は「社風」地域で目指すプロローグの企画
- ▶別の顔 異業を愛する、水玉の紳士
- ▶本業 地域の課題は、「言葉スキル」でフルっと解決
- ▶別の顔 安齋なまきへの情熱

なんか一人一人と会って話をして

みたくなります。私は、この「ときがわ職人図鑑」を手にとった時に、この「まぢびとライブラリー」のスタイル、冊子を見た記憶があり、そうだ「船橋人物図鑑」だ、と思い出しました。「船橋人物図鑑」は昨年4月に発行されていて、船橋の活動している人99人を、1人1ページずつ紹介しています。この「船橋人物図鑑」は載っている人が資金を出し合って、船橋にはこんな活動をしている面白い熱い人が多いです、まさに船橋の名刺代わりに使われています。私も載っている方から名刺代わりに頂きました。そして「ときがわ職人図鑑」の発行に関係していた知人に尋ねてみたら、「船橋人物図鑑」を知って、そのスタイルを参考にしたと話していました。やはり、繋がっていました。



もう一つ、参考までに「まぢびとライブラリー」のスタイルを踏襲した本を紹介いたします。それは、「100人 先生」です。この「100人 先生」を提唱している人は、開発者明さんで、参加型の作品を中心に国内外で活動する美術家で、

2001年には岡本太郎現代芸術賞の優秀賞を受賞しています。



【の巻先生】【輪先生】【タコ釣】先生
【バカジョン先生】【フルードアッサン先生】
【フー先生】【地獄先生】【ガッパ先生】
【回廊木橋先生】などなど

私は開発者の「100人 先生」という本を横浜の建築・アート系の本を置いているブックカフェで知り、即座に購入しました。まさに参加型の活動をされている開発者さんらしく、「誰もが先生、誰もが生徒」を合言葉に、横浜の様々な人が毎回「先生」になり、ちょっと「えっへん」と思えることを持ち寄りトークやワークショップなどを行い、誰もが生徒にもなり、まさに人間ライブラリーです。

地域の面白さは、やはり「ヒト」で、人は多様多様、同じ人はいないし、その違いを語れば、誰でもが「先生」になれるということを実証していますね。

▶マーケティング委員会の最も得意とする地域の良さは、そこに住み暮らし「ヒト」の良さを加えて、「OOO人物図鑑」も、「まぢびとライブラリー」も、全国各所で発行することが、コロナ禍の「+m」スタイルはメディアだと考えます。

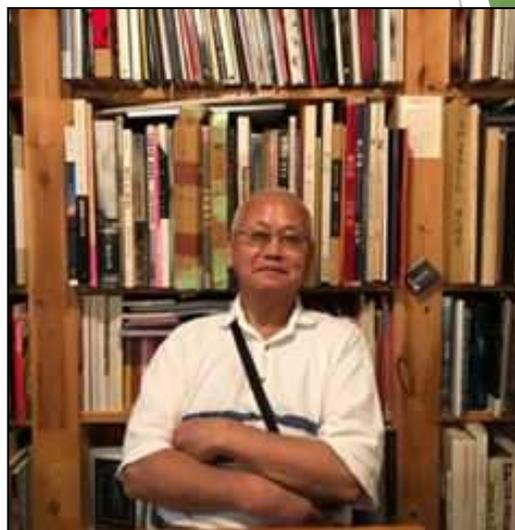


鍋島 裕俊

折込広告文化研究所 代表
元 朝日エリコミ社長兼、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勤務で入り、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ッション所属。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、「読者刊」「読者読者」「読者読者」「読者読者」など多数。

折込広告文化研究所 鍋島 裕俊氏



5.information

『+m』の活用について

- マーケティング委員会のお知らせ → 多くの仲間と共有することで新たな知恵を

information

ポストコロナの印刷経営

『四方よし』とマーケティング活動

一般社団法人マーケティング委員会理事
瀬田 康弘



約30年前に外資系印刷機械メーカーを退職し、12番目の社員として実家の町工場に戻りました。その時分の夢は2つ、社員が幸せに暮らせる会社を創ること、そして中小印刷会社の社会的地位を向上させることでした。自社をより良くすることは後継者としての当然の使命ですが、同時に働く人たちの社会的な評価を上げて行かなくてはならないと真剣に考えていました。これは今でも続く永遠のテーマでもあります。では社会的地位や評価はどのように上げるのでしょうか。安定した経営状況や社員の高い待遇から評価さ

れるといった面も勿論ありますが、最も大切なことは社会に取って必要な会社、無くてはならない存在になることだと思います。いくら大きく立派な会社でも自社の利益のみを最優先する経営をしているのであれば、決して社会や地域から表れて頂く事は無いと思います。地域や社会には沢山の課題があります。これと一緒に考え解決する会社になったとき私たちは社会から尊敬される存在となり同時に事業も発展していくのだと思います。

コロナ禍により5年～10年先の社会が一旦に現れたと多くの識者が語っており、ポストコロナの重要なキーワードは環境・デジタル・地方創生と言われます。それはサステナブルで快適かつ彩りと喜びにあふれる社会づくりを皆で推進しようということなのだ解釈しています。CSR・SDGsという言葉もますます普及してきました。そして、経営においては『四方よし』という言葉が注目されております。つまり買い手よし、売り手よし、社員よし、それに未来よしを加える四方よしです。

マーケティング委員会の活動とは地域の人と人、人とのことを未来へと繋げることです。この継続的活動によって自社も活かされ四方よしとなるものだと思います。この冊中、皆で知恵と力を出し合い、それぞれの地域を未来に向けて共に築き上げて行きましょう。今こそ我々の活動が大切な時だと考えます。

マーケティング委員会[今後のスケジュール] マーケティング委員会公式ホームページ <http://machina.jp/>

2021/1/20(水) マーケティングアカデミー塾 第3回ウェビナー(ZOOM)
『+M』の各コーナーごとのマーケティング委員会によるプレゼン/「居酒屋 音ちゃん」交流会

2021/2/19(金) マーケティング委員会 総会・全国大会
(お茶の水エデュケーションセンター・蒲田)
リアルとオンラインのハイブリッド方式

マーケティングEXPO 2020 Zoom大会 動画配信中!
2020年10月16日、マーケティング委員会の定例会「マーケティングEXPO」をオンラインで開催しました。QRコードから配信の模様をご視聴いただけます。

表紙の街の委員会紹介 浜松町・芝・大門マーケティング委員会 <http://www.konicaminolta.jp/pr/mach/>



東京は港区芝の臨海部に広がる浜松町。かつて築海道の日本橋と品川宿をつなぐ要路にあり、近くには徳川将軍家の菩提寺・海上寺があるなど江戸のおもかげが残るまちです。文明開化の象徴である鉄道の発着が賑わいに通ったのもこのまち。いま東京港を盛り上げる高層マンションや先端企業本社の近未来開発が広がっています。モノレールで空港、そして世界とつながる浜松町はグローバルな発展の可能性を秘めたまちです。

浜松町・芝・大門マーケティング委員会
所在地 東京都港区芝浦1-1-1 浜松町ビルディング26階
ユニカミナルタワービル内
代表 日比野 真
企業HP ユニカミナルタワービル株式会社 <http://bi.konicaminolta.in>
連絡先 090-2428-4128 (日比野)

掲載(右下)人物写真： 編集と製版のユニカミナルタワービル社の大塚副社長(右)と浜松町・芝・大門マーケティング委員会の日比野真

マーケティング委員会情報誌『プラス エム』Vol.3

2020年12月24日発行 発行/一般社団法人マーケティング委員会
〒113-8521 東京都中央区新富1-2-11 株式会社TONEGAWAビル
TEL: 03-3811-1111 FAX: 03-3811-1230 メールアドレス: info@machina.jp

※本誌掲載記事・写真の無断複製・複製・転載を禁じます。

イベントや行事
の情報

動画を配信
社員さんや地域の
仲間と学び合う

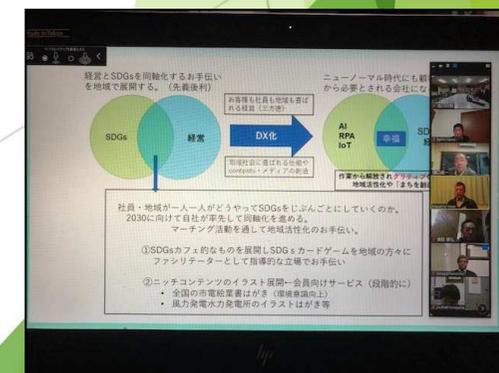
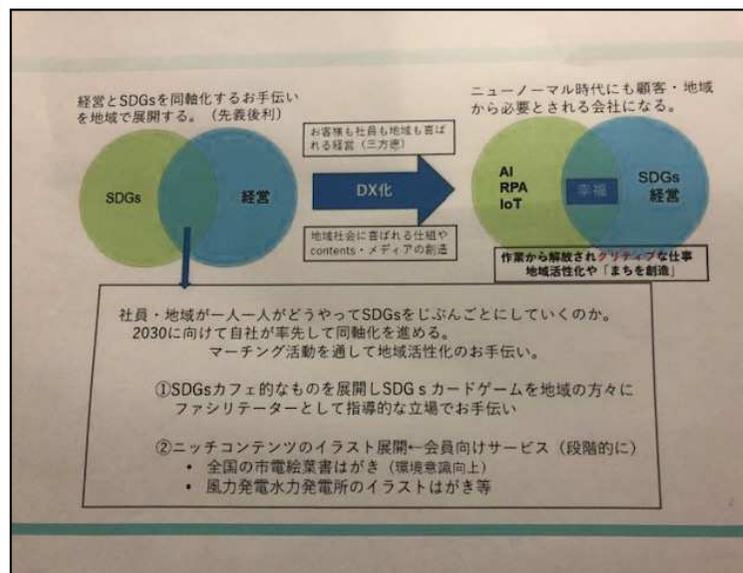
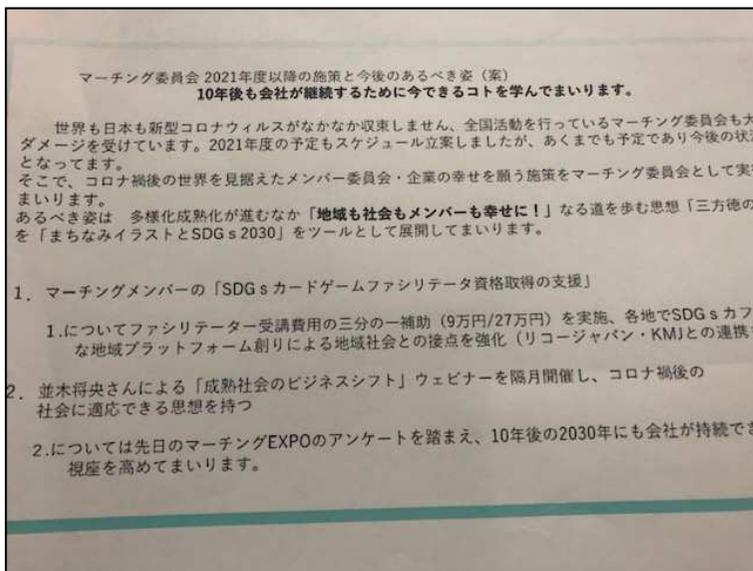
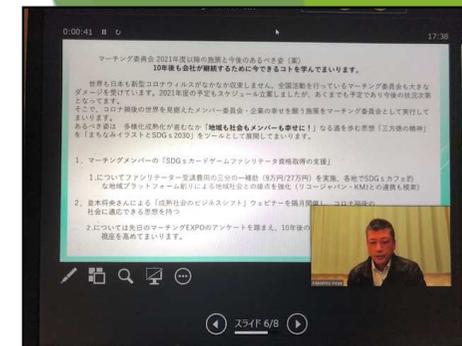


第II部

2021年度の委員会について(20分)

コロナ禍でのマーチング委員会の活動について 井上理事長

- ①成熟社会に対応する「地域のキーマン作り」リーダー養成講座
- ②SDGsファシリテーター養成補助について



第III部

居酒屋 宮ちゃん (オンライン交流会)

ファシリテーター(居酒屋店主) 宮寄理事



7.+m 第3号 ウェビナーの振り返り

	委員会	エリア	参加者名	備考
1	会津	東北	1 志藤弘彰	登壇
2	いわき	東北	2 鈴木 一成	
3	ふくしま	東北	3 日下 直哉	
4	東葛	関東	4 丸田 勝功	
			5 内田 隆宏	
5	湯島本郷	都内	6 利根川 英二	司会
6	あだち	都内	7 瀬田 章弘	登壇
			8 小林 英一郎	
7	浜松町・芝・大門	都内	9 日比野 薫	
8	わせだ新宿	都内	10 吉澤 和江	
9	大田	都内	11 宮本 みさこ	
			12 藤井 和恵	
10	豊島	都内	13 丸山 靖雄	
11	田町・白金	都内	14 伴 仁	
12	甲斐の国	中部	15 井上 雅博	挨拶
13	ひょうご南部	関西	16 丸山 恵右	
14	さぬき	四国	17 宮崎 佳昭	店主
15	いよ	四国	18 岡田 善雄	登壇
			19 スタッフ(女性)	登壇
16	別府	九州	20 樋口 良一	登壇
17	ひむか	九州	21 薬王寺 文宏	
18	誠伸商事		22 福田 和也	
19	(折込広告文化研究所)		23 鍋島 裕俊	
20	事務局		24 利根川 芳明	

<よかった点>

- ・+m公開記念として、17会員24名に直接説明ができた。
- ・情報交換会で各会員の近況を聞くことができた。
- ・全会員の27%が参加された。

<課題>

- ・過去のイベントと同様、参加会員は偏っていた(常連会員)

<今後>

- ・今後の月例開催の中で未参加会員への勧誘方法要検討。
(例：+mの活用事例など、積極的にPR)



+mを中心に会員サービスの充実化・拡大化。