



## 第10回 一般社団法人マーチング委員会 総会&セミナーのご案内

# 2021年度はキーマン育成の一年!

**日時** 2021.2月19日 **金** 14:00 ~ 14:50 総会

**場所** お茶の水エディケーションセンターと各地とのZOOMハイブリッド開催

**第1回 地域のキーマンづくり リーダー養成講座**

「地域ってなんだろう? 地域の役割」

**講師** 並木 将央氏 株式会社ロードフロンティア代表取締役社長 15:00 ~ 17:00  
17:05 ~ 18:00 今後の取り組みのQ&Aコーナー

# 概要



## Zoom 第10回 一般社団法人マーチング委員会 総会&セミナーのご案内

### 2021年度はキーマン育成の一年!

コロナ禍がとまりません！  
 会員の皆様の企業、そしてマーチング委員会にとっても厳しい2020年でした。  
 しかし、この状況を前向きにとらえ10年目である2021年はコロナ禍後を見据え本来の目的である「メンバーの皆様を地域のキーマンとなる」べく成熟社会への変化を学び、SDGsと皆様のイラストを通して地域とのコミュニティ作りを行える基盤を2021年通して学ぶ6回連続事業を行います。  
 講師は昨年マーチングEXPOで「成熟社会のビジネスシフト」のお話をいただいた並木将央氏です。  
 一緒に学び実行しマーチングならではの「色」をもって行きましょう！



**日時** 2021.2月19日(金) 14:00 ~ 14:50 総会  
**場所** お茶の水エディケーションセンターと各地とのZOOMハイブリッド開催  
**第1回** 地域のキーマンづくり リーダー養成講座  
 「地域ってなんだろう？ 地域の役割」  
**講師** 並木 将央氏 株式会社ロードフロンティア代表取締役社長 15:00 ~ 17:00  
 17:05 ~ 18:00 今後の取り組みのQ&A コーナー

セミナーの今後の開催日程	
第2回	4月14日(水) 16:00~18:00 【共感を呼ぶのに重要なポイント】
第3回	6月9日(水) 16:00~18:00 【イノベーションとビジネスモデル】
第4回	7月14日(水) 16:00~18:00 【成熟社会のマーケティング】
第5回	9月8日(水) 16:00~18:00 【成熟社会のセールス】
第6回	11月10日(水) 16:00~18:00 【DXの未だの危険と技術の壁】

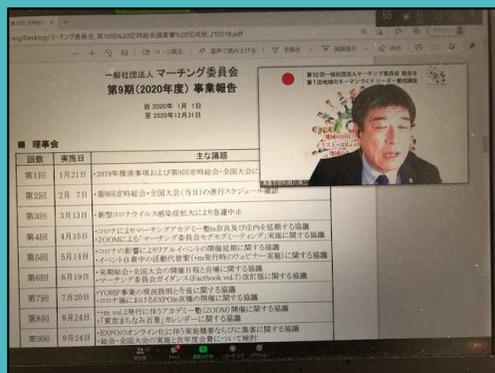
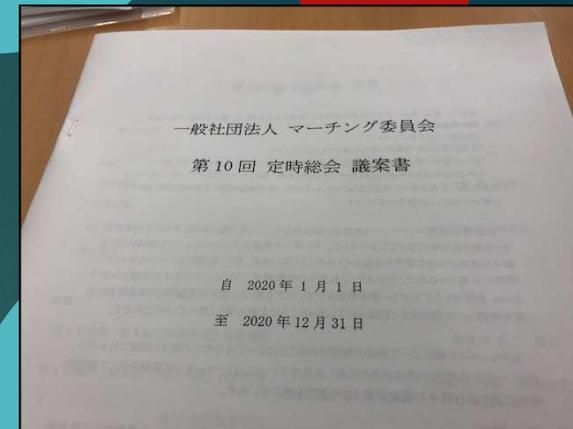
※すべてZOOMにて開催



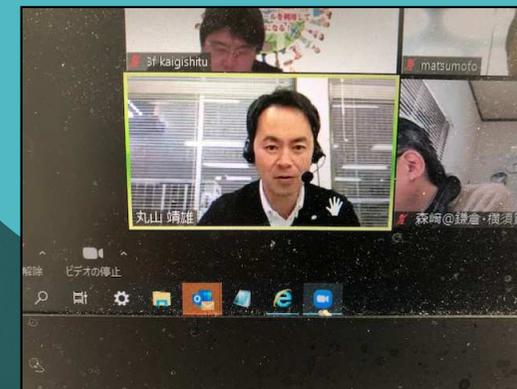
## 第10回一般社団法人マーチング委員会 総会&第1回地域のキーマンづくり リーダー養成講座



# 第10回 定時総会



議事		
第1号議案	第9期(2020年度) 事業報告	利根川 英二 塾長
第2号議案	第9期(2020年度) 決算報告 及び 会計監査報告	利根川 芳明 事務局長 吉澤 和江 監事
第3号議案	役員1名選任の件 豊島マーチング委員会 代表 コスモブリッツ株式会社 代表取締役 丸山靖雄	井上 雅博 理事長
第4号議案	第10期(2021年度) 事業計画(案)承認の件	利根川 英二 塾長
第5号議案	第10期(2021年度) 予算(案)承認の件	利根川 芳明 事務局長



全議案とも満場一致でご承認!!

# 連絡事項 (2021年度 推進事項)



## マーチング委員会 2021年度 推進事項

### 1 情報発信ツール「+M」利活用推進。

マーチング委員会の活動を知っていただくだけでなく、地域創生の取り組み事例や、地域自慢の「食」や「工芸」の紹介など、マーチング委員会の「M」と「笑む」をかけて、「人が笑む、街も笑む」をテーマに発行継続する。

#### ●構成

- ①特集:マーチング活動報告。
- ②レギュラーコーナー:マーチングの会員が地域の「食」や「工芸」などを紹介。
- ③コラム:地域活性の取り組みを紹介。「キラリ輝く地域メディア」
- ④本部からの情報発信。

- 今年度は3~4回/年 発行する。
- 新刊発行後、オンラインでの内容、活用事例の共有を図る。

### 2 マーチング委員会によるセミナー開催。

今年度は、「メンバーの皆様を地域のキーマン育成の一年」と位置づけ、成熟社会への変化を学び、SDGsと皆様のイラストを通して地域とのコミュニティ作りを行える基盤を2021年を通して学ぶ6回連続事業を行います。

- タイトル:「成熟社会のビジネスシフト」の開催(全6回)
- 講師:並木将央氏(株式会社ロードフロンティア代表取締役社長)
- 開催方法:リアルオンラインによるハイブリッド開催
- 実施時期とテーマ

第1回:02/19(金) 15:00~17:00	「地域って何だろう? 地域の役割」
第2回:04/14(水) 16:00~18:00	「共感を得るのに重要なポイント」
第3回:06/09(水) 16:00~18:00	「イノベーションとビジネスモデル」
第4回:07/14(水) 16:00~18:00	「成熟社会のマーケティング」
第5回:09/08(水) 16:00~18:00	「成熟社会のセールス」
第6回:11/10(水) 16:00~18:00	「DXの本当の意味と技術の使い方」

### 3 今年度コロナ禍特別事業「SDGsファシリテーター取得」助成。

コロナ禍により活動制限が予想される今年度は、マーチング会員企業のメンバーが、SDGsファシリテーターとして、地域の指導的な立場で取り組む「地域のコミュニティ活動を推進するキーマン育成」の一環と定義し、ファシリテーター取得助成をすることで、会員企業の取り組みをバックアップする。

取得費用の1/3相当(総額27万円のうち9万円)を、年間20名で予算計上する。

お問合せ先 一般社団法人マーチング委員会 本部・事務局

住所 〒113-8521 東京都文京区湯島1-7-11 TONEGAWA ビル  
 TEL 03-3811-1111 (事務局) FAX 03-3811-1230 Mail: yoshiaki@tonegawa.co.jp  
 ホームページ <http://www.machi-ing.jp>



## マーチング委員会 2021年度 推進事項

### 4 主要イベントをオンライン開催。

今年度は、EXPO・全国大会をオンライン開催を基本とし、アカデミー塾は地方主導型で開催することとする。

### 5 全国まちなみ百景イラストの利活用推進。

今年度も外部に幅広くPRして参ります。現在、ホームページに掲載のイラストとともに、新たに追加制作されたイラストも掲載していきますので、事務局までデータのご提供をよろしくお願いたします。

※マーチング委員会会則第3条11項、12項(会員支援の広報活動を目的とした事業の範囲で各委員会所有の百景イラストを利用し会員の広報支援にあたる。会員が描いたイラスト・絵画について報告を受け広報活動のために管理・活用する)

以上



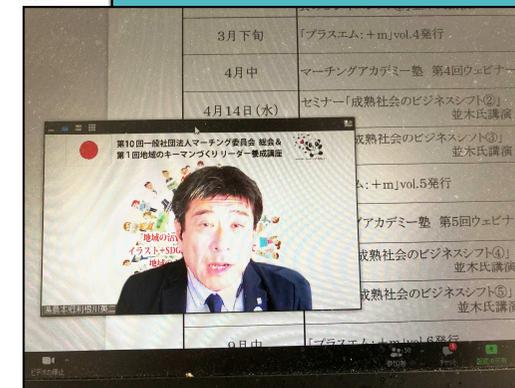
お問合せ先 一般社団法人マーチング委員会 本部・事務局  
 住所 〒113-8521 東京都文京区湯島1-7-11 TONEGAWA 第3ビル  
 TEL 03-3811-1111 FAX 03-3811-1230 inJapan@machi-ing.jp  
 ホームページ <http://www.machi-ing.jp>



スマホでチェック  
「マーチング委員会HP」



スマホでチェック  
「+M Web」



# 連絡事項 (まちなみイラストとSDGs2030)



コロナ後見据えてのマーチング委員会 2021年度以降の施策と今後のあるべき姿 (案)  
10年後も会社が継続するために今できるコトを学んでまいります。

世界も日本も新型コロナウイルスがなかなか収束しません、全国活動を行っているマーチング委員会も大きなダメージを受けています。2021年度の予定もスケジュール立案しましたが、あくまでも予定であり今後の状況次第となっています。

そこで、コロナ禍後の世界を見据えたメンバー委員会・企業の幸せを願う施策をマーチング委員会として実行してまいります。

あるべき姿は 多様化成熟化が進むなか「地域も社会もメンバーも幸せに！」なる道を歩む思想「三方徳の精神」を「まちなみイラストとSDGs 2030」をツールとして展開してまいります。

## 1. マーチングメンバーの「SDGsカードゲームファシリテータ資格取得の支援」

1. についてファシリテーター受講費用の三分の一補助 (9万円/27万円) を実施、各地でSDGsカフェ的な地域プラットフォーム創りによる地域社会との接点を強化 (リコージャパン・KMJとの連携も模索)

## 2. 並木将央さんによる「成熟社会のビジネスシフト」ウェビナーを隔月開催し、コロナ禍後の社会に適応できる思想を持つ

2. については先日のマーチングEXPOのアンケートを踏まえ、10年後の2030年にも会社が持続できるよう視座を高めてまいります。



経営とSDGsを同軸化のお手伝いを地域で展開する。(先義後利)



ニューノーマル時代にも顧客・地域から必要とされる会社になる。

社員・地域が一人一人がどうやってSDGsをじぶんごとにしていくのか。  
2030に向けて自社が率先して同軸化を進める。  
マーチング活動を通して地域活性化のお手伝い。

- ①SDGsカフェ的なものを展開しSDGsカードゲームを地域の方々にファシリテーターとして指導的な立場でお手伝い
- ②ニッチコンテンツのイラスト展開←会員向けサービス (段階的に)
  - ・ 全国の市電絵葉書はがき (環境意識向上)
  - ・ 風力発電水力発電所のイラストはがき等

# 連絡事項 (情報誌 + Mの活用について)



『+m』の活用について

- マーケティング活動成功事例の紹介
- 地域から全国へ発信
- 地域活性情報
- マーケティング委員会のお知らせ

社会・地域貢献事業 by マーケティング委員会  
**日本を再発見!**

**+m** 人が笑む、街も笑む。  
マーケティング委員会情報誌  
[プラス・エム]  
2021. 1

2020  
Early  
Winter



今号の街 / 東京都港区芝公園  
作品タイトル: 増上寺 初詣 作家: 上野啓太  
芝公園内にある、浄土宗の大本山、増上寺。本尊には阿弥如来を祀り、徳川家との関係が深いことから勝運のご利益が高いことも有名。また、近くの東京タワーに集まる天の気と、東京湾からの海の気が融合され、運氣が高まる場所としても人気。国の重要文化財である「三解脱門」をくぐると、むさぼり・怒り・愚かさの煩惱を解脱されると言われています。

カバーアートの街で活動する  
「浜松町・芝・大門マーケティング委員会」の  
情報を表紙でご紹介します! ▶▶▶

特集: マーケティング活動事例紹介① 瀬島本郷マーケティング委員会  
まちなみイラストの展開は自由な発想で、映像にもつながって

特集: マーケティング活動事例紹介② 会津マーケティング委員会  
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

マーケティング委員会「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  
マーケティング委員会



# セミナー：第1回 地域のキーマンづくり リーダー養成講座



テーマ：「地域ってなんだろう？ 地域の役割」

講師：並木 将央 株式会社ロードフロンティア代表取締役



地域ってなんだろう？ 地域の役割

株式会社ロードフロンティア  
ビジネスモデル・ファシリテーター  
並木 将央

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. <http://road-frontier.com> 株式会社ロードフロンティア

---

### 自己紹介

**並木 将央 (なみき まさお)**  
 ■ 中小企業診断士 / ITコーディネータ / 電気工学修士 / 経営管理修士(MBA)

半導体会社の日本法人、日本テキサス・インスツルメンツのつくばテクノロジーセンターの研究員として、IT分野や各種システム分野の研究開発に従事。  
 11年4月、経営コンサルティング、企業研修を主な事業として(株)ロードフロンティアを立。現在は、新規事業開発、企業再生、IT導入、WEB戦略などのコンサルティングまで幅広く事業展開中。  
 行政機関を含め、業種形態を問わず幅広くコンサルティングを行いながら、の大学講師や団体からの依頼による勉強会やセミナー講師、出版などもこなしており、4年「The Japan Times」の「次世代を担うアジアの経営者100人」に選出される。

研究員時代 ■ 出版実績 ■ 「次世代を担うアジアの経営者100人 2014」に選出

### 今日のお話の趣旨

成長社会から成熟社会に進むスピードがコロナによって加速した。

日本の歴史から地域という概念を改めて考える。  
 地方創生、地域活性、そもそも地域って何？  
 私たちは現状までに何を失い、何を取り戻すのか？

地方は行政区を越えられない。  
 地域のキーマンが地域を作り、変革を起こしていけないといけない。

そのときには各地で既に活動している人たちの行動を束ねて、国の施策(戦略、特区、補助金)などあるものを利用して、価値を掘り起こし、新しい価値や変革を生まなくてはならない。

今回は地域のキーマンとなるリーダー養成を図る。



### 今日のお話の趣旨

成長社会から成熟社会に進むスピードがコロナによって加速した。

日本の歴史から地域という概念を改めて考える。  
 地方創生、地域活性、そもそも地域って何？  
 私たちは現状までに何を失い、何を取り戻すのか？

地方は行政区を越えられない。  
 地域のキーマンが地域を作り、変革を起こしていけないといけない。

そのときには各地で既に活動している人たちの行動を束ねて、国の施策(戦略、特区、補助金)などあるものを利用して、価値を掘り起こし、新しい価値や変革を生まなくてはならない。

今回は地域のキーマンとなるリーダー養成を図る。

---

### AGENDA

- ・地域と地方の違い
- ・地域ってなんだろう？
- ・成長社会と成熟社会
- ・これからのリーダーは？
- ・まとめ

---

### AGENDA

- ・地域と地方の違い
- ・地域ってなんだろう？
- ・成長社会と成熟社会
- ・これからのリーダーは？
- ・まとめ

# セミナー：第1回 地域のキーマンづくり リーダー養成講座



## 地方と地域の違いとは？

「地方」は、東北地方、地方出身者、「地域」はアジア・太平洋地域、地中海地域、市の北部地域のように使われます。「地方」は、1つの国の比較的大きな範囲に対して使います。日本では都道府県より大きな単位です。また、国の中心部に対して周辺部を指すこともあります。一方、「地域」は一般的な言葉で、超国家的な範囲から、1つの都市の中まで様々な規模のものを指します

地方	東北地方、地方出身者	地域	アジア・太平洋地域、地中海地域、市の北部地域
----	------------	----	------------------------

1つの国の比較的大きな範囲に対して使う

- 日本では都道府県より大きな単位

国の中心部に対して周辺部を指す

一般的な言葉

- 超国家的な範囲から、1つの都市の中まで様々な規模のものを指す

広範囲または中心部以外

中心部

広範囲から、狭範囲まで

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## そもそも地域ってなんだろう？ ①定義

ここでは、生活している基礎というものの上に、会社、家族、自分

①自分 → 自己、アイデンティティを持ち、活力に満ちた人生を過ごす(肉体および精神体)

②家族 → 生活を送るための精神的な活動体

③会社(事業運営) → 多種多様な人間で構成された経済的な活動体

④地域(地域社会、地域行政) → 生活している基礎となる場所や人間関係、活動の仕組み

⑤国家(政策立案、基本的人権、外交) → 領土、国民、主権、財産、法律を維持する体制

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## 地域のキーマンの必要性

「地域を食い物にする」「自分のもうけばかりを考える」といったことがない、本当の「しよういん」が地方活性には必要です

地域のキーマン「しよういん」

性質

- 自分とかわかる人や地域を良くしたい
- 前向きな発言と考動
- 持続性がある
- 楽しんでいる、清々しい
- 行動力、巻き込み力が高い
- 誰とでも会話でき繋がる
- つながったほうが得たと思われる

商人 持続可能性を作る

紹人 人を地域に呼べる

照人 地域の価値を照らす

笑人 地域の人を笑顔にする

承認 地域の人に承認される

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## 地方と地域の違いって答えられますか？

「地方 イラスト 無料」

「地域 イラスト 無料」

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## 戦後の時代(成長時代)

敗戦を迎え、GHQによるWar Guilt Information Programにより、教育が変えられます。また大量生産と大量消費を中心とした人材育成がなされます

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## 地域キーマンのスキルとは？

人の優秀さ、上司・部下の関係性、人財特性(アビリティとコンピテンシー)は過去と現在では異なります

● 社会の変遷と人の特性

知識社会 (1960-2000)

情報社会 (1980-2020)

行動社会 (2000~)

- 知識社会: 学業の成績、記憶力、地理的偏在
- 情報社会: 情報収集と活用、情報通、地理的要素の排除
- 行動社会: 行動と経験、個人の力量と価値、リアルとサイバーのつながり

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## 成熟時代とは

ここでは成熟社会の定義は、「技術発達と情報過多、そして人口が減少していく時代」とします。人口が減少していくと「労働力の増加」は見込めず、消費者の数も減っていくマーケットが縮小します。「技術の進歩」も進むと、モノ・サービスの質も向上し、十分満足できるレベルに達し、インターネットなどいつでもどこでも購入できる利便性が増して、誰もが程度満足できる社会となり、消費意欲が下がってきます

技術力

消費者の満足ラインを越えたものは、技術を上げても消費者は喜ばない

満足ライン

製品

労働力の増加

技術の進歩

資本の増加

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア

## みんな別々が心地よい

成熟時代は取得できる情報量が増え、人々の価値観が多様化し、人々の夢やビジョンは個別化します

日本企業の三種の神器

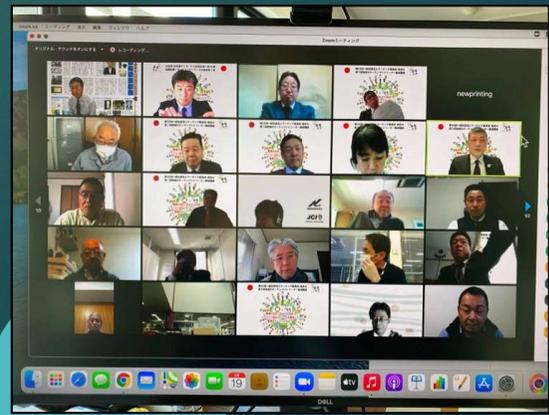
- 終身雇用
- 企業別組合
- 年功序列

成熟社会にマッチするもの

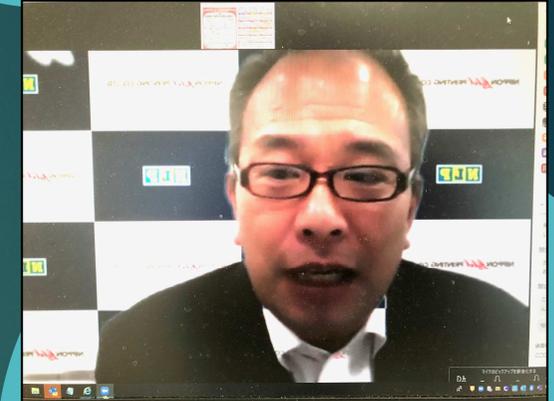
- ソーシャルメディア、ソーシャル広告
- サッカー、チームワーク
- 意識、感性、センス
- オンリーワン
- チャレンジ・イノベーション

企業は社員一人一人が毎日イキイキと楽しく働き、仕事の時間が自己実現につながるような環境を整えつつ経済的利益を上げていく必要があります

Copyright (C) Road Frontier Inc. All rights reserved. http://road-frontier.com 株式会社ロードフロンティア



# セミナー：今後の取り組みについての質問コーナー



質問タイム

御社の悩みを聞かせてください  
(時間の許す限り)  
相談に乗ります!

Copyright (C) Road Frontier, Inc. All rights reserved. <https://road-frontier.com> 株式会社ロードフロンティア



福武 憲昌

鈴木 一成

くらくら印刷

喫茶店経営  
スペースを縮小し、新  
ヒー豆や焼き菓子の  
アウト販売を実施。

居酒屋経営  
→ オンライン専用の注文  
サービスを新たに開始し、宅  
配や持ち帰りの需要に対応。

レストラン  
→ 店舗の一部  
にドライブイ  
ンのテイクア  
ウトを実施。

小売業

企業の思い切った事業再構築を支援  
(中小企業等事業再構築促進事業)

新分野展開や新規分野、新規・新規法人の創設、事業再編成による社会貢献の促進を目的とする。事業再編成による社会貢献の促進を目的とする。

対象

1. 創業から10年以上経過し、事業再編成による社会貢献の促進を目的とする。
2. 事業再編成による社会貢献の促進を目的とする。

補助率

補助率	補助額	補助率	補助額
2/3	100万円～6,000万円	2/3	100万円～6,000万円
1/2	100万円～6,000万円	1/2	100万円～6,000万円

申請期間

申請書類

申請方法

問い合わせ

ろさきマーチング委員会

歴史をたどる  
とまち

山前城と岩本山



## 総会定数

- ・ 決議権数：代表者本人出席28人 代理人出席3人
- ・ 決議権行使書による出席合計23人 合計54人

## セミナー参加数

Max 52人

