



マーチングアカデミー塾 +M 第二号記念ZOOMセミナー

日時：2020年8月28日（金）

16時30分～19時00分



社会・地域貢献事業 by マーチング委員会

日本を再発見!

私たちは、美しい日本のまちなみをイラストで発信し、地域の誇りを醸成、様々なツールを使って日本の魅力を再発信する団体です。

人づくり、まち創りの学び舎へようこそ!

マーチングアカデミー塾 第2回 Webinar 開催!

日時：2020年8月28日（金）16:30～19:00 Webinar
内容：1.「+m」各コーナーごとのマーチング委員会によるプレゼン
2.「居酒屋宮ちゃん」：交流会

甲府富士市 会員の皆様には、事務局より招待メールを発行いたしますので、あらかじめZoomアプリをダウンロードして参加してください。

第Ⅰ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）
やまがたマーチング委員会 加藤憲二様
さぬきマーチング委員会 宮寄佳昭様
- 3：各地のマーチング委員会からのお薦め商品（10分×2）
しょうないマーチング委員会 岩間奏子様
甲斐の国マーチング委員会 井上雅博様
- 4：居酒屋 宮ちゃん（60分～閉店まで）



1.マーチング活動事例セミナー

やまがたマーチング 加藤憲二氏



山形県 山形市
やまがたマーチング委員会
代表：大風 亨

コロナ禍の地域支援の礎となった マーチング活動

市内の全小中学校に マスクケースを無償配布

やまがたマーチング委員会は2013年1月の発足以来、ユニークなアイデアで幅広い活動を続けてきた。酒販免許も取得し、ラベルにまちなみイラストを用

いたワインや日本酒の企画提案から販売までを行うなど、地域の方々に喜ばれてきている。やまがたマーチングの活動を行っている大風印刷では、大風社長と営業2課の加藤さんと渋谷さんが主に関わっている。さて、新型コロナウイルスの感染により

人々は不安に晒され、多くの業界が経済的打撃を受けている。手洗いの励行、マスクの着用、人との距離をとるなどを定着させた新しい生活様式のもと、withコロナの日常を進めていかなくてはならない状況の中、ある活動が生まれた。

そのきっかけは、ある日、渋谷さんが「子どもたちが給食を食べる時に外したマスクをビニール袋に入れている。あまり衛生的じゃないよね」と言ったこと。それに加藤さんが「うちは抗菌のマスクケースを作っている。だったら、それを子どもたちに提供したいね」と応じた。そして、県のPTA連合会会長だった親しい方にその企画を相談したところ、長年PTAの役職を務めている方を紹介していただき、さらにいろいろな企業にも声をかけ、「やりますよ」ということに、準備期間約1カ月で、山形市内の企業や団体23の協賛により、市内の全小中学校に23000個のマスクケースを無償で配布した。

自社だけではできない規模の大きい活動だが、マーチング活動が続けられたことにより得られた繋がりがここでおいに活かされたのだという。

約7年のマーチングの活動によって、これまで取引がなかったりあまり親しくなかったりした団体や企業とこんないい関係ができていたんだと、実感する機会にもなったそうだ。



山形市内全小中学校に配布した抗菌マスクケース



マスクケース贈呈式にて佐藤市長(右)と大風社長(左)



フェイスガード



消毒用アルコール パステライゼー77

安価で販売しているのだ(消毒用としてのアルコール度数は70%以上と規定されている)。

コロナの収束はまだ見通しが立たず、こうした感染対策の商品のニーズ対応はまだ当分続くだろう。いわば非常時であるが、マーチングの活動が形を変えて地域とどこにあることは新たな実績となっているのではないだろうか。

withコロナ, afterコロナを 見据えて今できること

コロナ前は、YORIPを使い、うなぎトラベルも絡めて、山形県天童市の魅力を発信してきた。特にYORIPを使ったスタンプリングは好評だったが、2月頃からコロナの影響が出てきて、こうした活動は中止された。

しかし、この状況が永遠に続くわけではない。

コロナの完全収束は難しくてもコロナとともにいかに社会活動を行っていくか、いかに人が人らしく生きていくかは、模索しながら新しいスタイルを作っていくなくてはならない。そこにも、これまでまちなみイラストを活用したさまざまな商品開発を行ってきたアイデアマン揃いのやまがたマーチング委員会らしさが生きてくると期待したい。



大風印刷で販売している抗菌マスクケース

コロナ感染対策グッズにより、 地域を支援

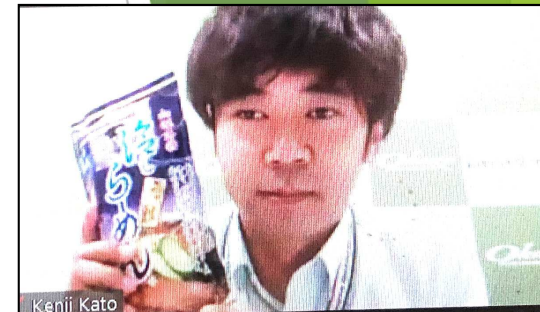
このマスクケースは、もともと、LIMEX(ライメックス)という新素材でチケットホルダーを製作していたことがキッカケになった。LIMEXは原料の約60%が石灰石からできておりプラスチックの代替品でありリサイクル可能なので、環境への負荷を軽減し、SDGsにも合致している。東北エリアではLIMEXの代理店となっているのは大風印刷1社だけであり、それもアドバンテージとなって、コロナ禍において、マスクケースという新たな商品が誕生したのだ。

他にも、フェイスシールドやアクリル板の衛立など、コロナ対策の商品を取り扱っているが、自社で生産していないものでも地域の方々の役に立てるのであれば、と

仕入れて薄利で販売している。
マーチング委員会の活動を機に酒販免許を取得しておいたことも活かされた。酒造会社で作っているアルコール度数77%の消毒用アルコールを仕入れて

POINT 「聞いて、必ず形にする」

「お客様の声を聞くことをいざばん大事にしています」と営業の加藤さんは語る。特に用事がなくてもお客様のところに顔を出して、いわば茶飲み話のような時間を持つことで、今何に困っているか、どんなニーズがあるかを把握するようにしている。その上で、相談されたことにに対しては必ず何か形として提案を持っていくことにこだわる。もしもそれが実現に至らなかったとしても、「こちらの話をちゃんと聞いて何か提案を持ってきたよ」というお客様の信頼の積み重ねにより、「何かあったら相談できる」存在として確立されていく。マーチング委員会とは、地域密着のものだから、地域のお客様のところに「最近どうですか?」と定期的に顔を出すことが実は活動を発展させていく重要なパワーの源になっている。



Kenji Kato



2.マーチング活動事例セミナー

さぬきマーチング 宮寄佳昭氏



香川県 高松市
さぬきマーチング委員会
代表：宮寄 佳昭

まちなみイラストの魅力を
最大限に活かして、成果を生み出す



ことでん 仏生山駅 (仏生山線) (さぬきまちなみ) イラスト電車

枚のイラストから始まった 大きな商機

香川県ことでん平線「瓦町駅」の駅ビル、地下1階地上1階建ての「瓦町FLAG」。地元のランドマークであり、人々の集りどころとなっているこの商業施設には現在65のテナントが入っている。その全てのテナントのチラシ制作を始め運営のお手伝いを行っているのが、さぬきマーチング委員会を運営している印刷会社ミヤプロだ。

そこに至るには長いストーリーがある。さぬきマーチングの活動の中心は、社長と宮寄さんと営業の香西さんで、年齢はかなり離れているが、二人とも同じ仏生山町(ぶっしやうざんちやう)の小学校、中学校の同窓生。仏生山町には、昔から

ことでんの電車の車庫があり、電車まつりもずっと行われているのは知っていた。そして、香西さんは結婚して子どもができてから、子連れで電車まつりに行くようになった。そこで知り合ったことでんの方に提案したのが、電車を描いたまちなみイラストだ。「すごくいい」と好評で、電車まつりの会場でまちなみイラストの展示やハガキなどグッズの販売を行うようになる。こうした関わりは2013年頃から始まったと振り返る。そのうち、記念切符の制作など仕事へと繋がりはじめた。

そして、3年前、瓦町FLAGの仕事のコンペに声がかかる。企画提案したところ、企画内容の評価とともに、地元のこと及びことでんをよく知っているということも強みとなり、年間契約の仕事の受注となった次第である。その金額は2500万

円。1枚の電車のまちなみイラストから始まった大きな光り上げた。

まちなみイラストで地域の 魅力全開

瓦町FLAGのチラシ制作においては、各テナントの取材、撮影なども全てミヤプロが担当。となると、各テナントとのコミュニケーションが増え、相談されることも増えていき、そこからまた新たな仕事が生まれる。

「長くマーチングの活動をやってきて地域に密着した活動が喜ばれている手応えがやりがいになっていました。それが結果的に仕事の光り上げに繋がって、さらにうれしいですね。これからも地域のために、という思いが一番です」と宮寄さんは

微笑む。

瓦町FLAGには、キッズ会員やシニア会員の仕組みがあり、50歳以上のシニア会員になった方にはマーチングの絵ハガキの中から好きなものを1枚プレゼントしているそうだ。一番人気があるのは、栗林公園のイラストのもの。栗林公園は、ミシュラングリーンガイドジャンプで最高の三つ星を取得し、2019年のトリップアドバイザーで「日本で行きたい場所」として唯一選ばれた名所でもある。そうした地元で馴染みの風景をマーチング委員会でおなじみの上野さんが描いたイラストは大変好評だ。



栗林公園 海月亭 (さぬきまちなみ)

名刺などに採用されるだけでなく、「このイラストいいですね。このイラストで他のものも描いてもらえますか?」という問い合わせもくる。それに対応した事例が、香川県商港協会から依頼され上野さんが描き起こしたサンポート高松や、香川県河川協会のクリアファイルだ。これらは著作権ごと買い取ってもらうオーダーメイドなので、マーチング委員会の所有するイラスト点数には含まれていない。

実は、さぬきマーチング委員会のイラスト点数は16点。これだけの枚数で、いろいろなイベントをやってきたのだという。栗林公園での春と秋のイベントではいつもイラスト展示とハガキやうちわや付箋などのグッズ販売し、瓦町駅のコココースでもイベントを行ってきたから、イラスト点数は少ないながら、地元でのまちなみイラストの知名度は高いのだ。

今後はイラストを増やしていくことも課題としている。



香川県商港協会から依頼された上野さんが描き起こしたイラストのクリアファイル。

かがわSDGsアワード審査員 特別賞受賞

2019年12月、「第1回かがわSDGsアワード」において、さぬきマーチング委員会の活動は「審査員特別賞」を受賞した。ずっとマーチングの活動を見てきて



れた高松青年会議所の方から、こういうSDGsの評価があるから応募したらどうかと声をかけていただいたのだという。この「かがわSDGsアワード」は、県内企業のSDGsの取り組みを紹介し称えることを趣旨とし、香川県庁や高松市役所なども後援している。

マーチング委員会としても内閣府SDGs地域創生官民連携プラットフォームの一員になっており、SDGsを目指す目標として取り組んでいるが、その実績の一つになると言えるだろう。

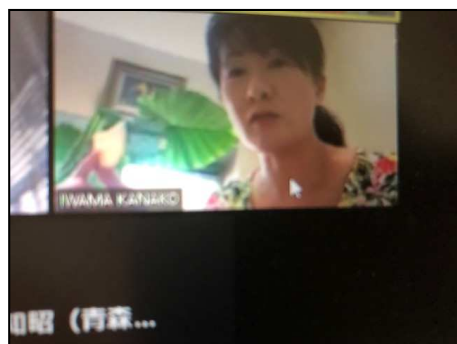
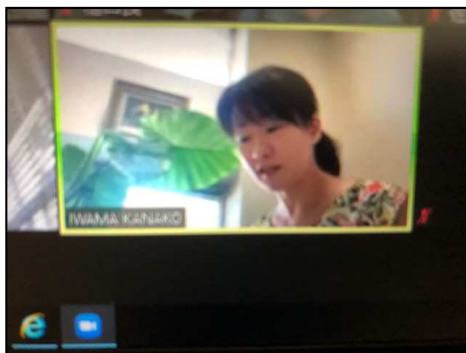
POINT! 「小さなことから一歩ずつ」

「いきなり大きな企画を持っていくよりは、名刺にまちなみイラストを入れませんか、ということにきっかけにして新規のおつきあいを始めるところを大事にしました。のちの売り上げに繋がるストーリーが作れるように自分の中でイメージしながら動いています」と営業の香西さん。営業は足で稼ぐと言われるが、それを実践しているのが香西さんと社長の宮寄さんは評価する。県庁、市役所、商工会議所、郵便局などをこまめに回って顔を出すのは基本。そうしていると、現地の情報が入ってくる。予算が余っているから何か提案してくれ、と言われて、まちなみイラストを絡めた企画を提案し書かれることもある。瓦町FLAGの2500万円の売り上げも1枚の電車のイラストから始まったという初心を忘れない。



3.各地のマーチング委員会が厳選したおすすめの逸品

しょうないマーチング 岩間 奏子氏



山形県 酒田市
しょうない マーチング委員会

庄内平野の美味しいお米から生まれた
サクリ軽い薄焼きおせんべい

オランダせんべい



厚手の生地を追求して生まれた、日本一長いおせんべい工場、オランダせんべいFACTORYの全長は約395m、工程全長はなんと約750mもあります！

おらだのお米でつくった
おらだのせんべい



昭和26年から始まった酒田米集のおせんべい作り。当時せんべいといえば醤油味の厚焼きのものばかり。何枚か食べればお腹いっぱいになってしまうことが課題でありました。「このままではやがて飽きられてしまう」と、何枚食べても飽きのこない薄いせんべいを目指して、まだどこにもない新しいせんべい作りへの挑戦が始まりました。そうして誕生した

オランダせんべいは商品名にも由来する地元の方言「おらだのせんべい」とおり胸を張り長く愛される東北のソルフードと呼ばれるようなロングセラー商品に育ちました。



酒田米集株式会社(オランダせんべいFACTORY)
〒998-0832 山形県酒田市西町2-24 <https://www.sakatabeika.co.jp/>
TEL.0234-22-9541 オランダせんべいFACTORY専用ダイヤル 0234-25-0017



山梨県 中央市
甲斐の国マーチング委員会

稲の生きる力を大切にするために
「特別栽培米基準」で育てています

たとみ農園の「ひのひかり」



お米は生き物ですから毎日丹念に手入れをすることが欠かせません。

毎日食べるものだから
贈り物にも喜ばれます。



ブランド米=美味しいお米と思っていませんか？もちろん銘柄も大切ですが、それ以上にお米の味を決めるのは「環境」と「つくり方」なんです。田園は人の手が入らなければ一年で雑草の生い茂る荒地に戻ってしまいます。たとみ農園の管理する田園すべてが、これ以上農作業を続けて行けないという農家さんから借り受けた田園です。毎日、丹念

に田園を見て回り水を管理し、雑草を払う。地道な作業ですが、そんな努力が認められて、「たとみ農園のひのひかり」は、この度、山梨県中央市のふるさと納税返礼品に採用していただきました。小粒ながら粒に丸みがあり、モチっとした食感を、ぜひお楽しみください。



たとみ農園
〒409-3845 山梨県中央市山之神西通団地3-4-5
<http://www.adovonext.com/okome/order.html>
中央市ふるさと納税 <https://www.furusato-tax.jp/city/product/19214>

甲斐の国マーチング 井上 雅博氏



4.地方活性の取り組み紹介

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、新しい生活様式の機軸の中、まさに「キラリ☆輝く」地域メディアとは、どんなスタイルなのでしょう？観光地などを巡る「旅」のスタイルもコロナ禍の中、推奨されるスタイルとして「マイクロツーリズム」が言われ始めました。これは星野リゾートの代表の星野佳路さんが提唱しており、「ご近所発見旅行」のことです。30分～1時間でできる範囲の旅行、意外と知っていません。地元の再発見ツアーです。まさに、コロナ禍の3密を避けながら近場で過ごす旅のスタイルです。キーワードは「地域内観光」「地元の魅力を再発見!」「地域の方々とのつながり」です。

東京都 台東区

file No. 02 地元の「良きヒト・モト・コト」との出会い
その魅力を紹介する『不忍界限』

『不忍界限』定価300円(税込) 不定期発行 編集発行人=鍋島裕俊
取組店は地元の往來堂書店・古書屋天福・古書屋うらうら

水俣病から地元を再生に繋げた「地元学」は、地域にあるものを見直す取り組みです。「水俣病」の水俣市を、この公害病を乗り越えて「環境都市」の先進地に变えたのは元水俣市の職員だった吉本哲郎さんで、「ないものねだり」をやめてあるものを探し、地域の持っている力、人の持っている力を引き出し、あるものを新しく組み合わせ、ものづくり、生活づくり、地域づくりに役立てていく。それぞれの風土と暮らしの成り立ちの物語という個性を確認し、大地と人と自分に対する信頼を取り戻し、自分たちでやる力を身につけていく。」と提唱・実践し、「地元」再発見をしていきました。

これらの先例を参考にしながら、コロナ禍の新しいメディアのスタイルは、スモールエリアの再発見だと考えます。ただし、そこにはデザイン力、編集力が伴います。地元の「良きヒト・モト・コト」と出会って、その良さを紹介したいにも、デザイン力、編集力が無いと伝わりません。

今回は、まさにスモールエリアの良さを魅力的に紹介するものを、それも個人で、編集力がある方を紹介します。

『不忍界限』は、『月刊ドライブイン』などのリトルプレスを手がけた編集人・ライターの高本倫史さんが、たまたま引越してきた「不忍通り」界隈、千駄木・谷中・根津・池之端などの横路地に入ると、小さな商店が数多く軒を連ねていて、その一軒一軒が歴史もあり魅力的だったものだから、つい毎月1軒を紹介するリトルプレスを創刊したのが経緯です。そして高本さん、このメディアが、町の魅力を発信するためのもの、という言い方ではなく、身近な場所にある風景に興味を向けるきっかけになれば、と謙虚に語っています。

3号は、「越後屋本店」。谷中銀座商店街にある「越後屋本店」は、店頭で

お酒が飲めることもあり、地元客にも観光客にも愛されています。創業は明治にまで遡る老舗の酒屋さん。

4号は、根津神社前にある「平澤剛生花店」。この花屋さんの店頭には花の中には初めて目にする品種も多く、眺めているだけでも楽しい花屋さん。

5号は、根津神社前にある「ペーカリーミウラ」。美味しいパンで大人気の「ペーカリーミウラ」。営業は本曜から日曜までの4日間です。なぜ？

現物をリアルに読みたい方は、3軒の本屋さんに向かってください。

〇地域を、地元を、デザインしよう。
簡単しよう。これがコロナ禍の新しい生活様式に合った「+m」スタイルなメディアだと考えます。

Vol.5号で紹介されているペーカリーミウラ

折込広告文化研究所 鍋島 裕俊氏



5.information

『+m』の活用について

●マーチ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

コロナ禍がマーチングメンバーにチャンスをもたらす! 「+m」読んでTTP(徹底的にバクれ)!

一般社団法人マーチング委員会
マーチングアカデミー 理事 利根川 英二



新型コロナウイルスが日本国内、そして世界中で猛威をふるっています。マーチング委員会メンバー企業の大多数も4月の自粛から始まる経済活動の停滞によって大きな影響が出ていると聞いております。

「先義後利」は理解しているけど、それどころでないメンバー企業がほとんどだと思います。私もこの大会も開催できず、リアルなイベントは今年も延期や中止が続いています。こんな中の中になるはずじゃなかったです。とどろきながら気持ちのメンバーも多いと思います。しかし、このような時こそマーチング活動が大切です。

さて、私たちの「先義後利」の精神は皆さん理解されていますよね。

今、コロナ禍で一歩苦境に陥っているのは何処か皆さん想像してみてください。自粛で直接的に厳しいのは飲食店さんやホテルや旅館ですね。もちろん、病院などの医療機関も大変です。このような時に皆さんがお持ちの地域イフストをレバノカにして遠征されてみてはいかがでしょうか。私たちにできることは地域の皆さんのまちなみイラストに触れていただき書いていただくことです。もしくは「イフストハガキ」を差し上げてください。不要ですという方はいいと思います。

わたしも湯島本郷の地域医療を出ている東都文京病院さんにイフストハガキを差し上げました。

さらに、+mに掲載されている仲間の事例をTTPしていただき、行動に移してみたい。この+mに掲載されているマーチングメンバーはTTP行動を踏こし、結果を出しているということです。コロナ禍によってテレワークが当たり前になりました。通勤しなくてもいいということが証明されました。政府自民党も東京一極集中の是非について再び議論が始まりました。地方分散化のチャンスが巡ってきています。

そのチャンスは是非、キャッチアップするためにも日頃のマーチング活動を仕事として繋げて行く大きなチャンスが目の前に訪れているのです。今がチャンスです! 成功を祈ります!

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-ino.jp/>

8/28(金)マーチングアカデミー 第2回ウェビナー(ZOOM)

「+m」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

10/16(金)マーチングEXPO in 京橋 → Web開催(ZOOM)

基調講演:「成熟社会への脱皮と地方創生」 講師:株式会社ロードフロンティア 代表取締役 並木 将央氏
「+m」創刊報告/「居酒屋宮ちゃん」: 全国名産品紹介(予定)

11/6(金)アカデミー in 庄内(酒田市) → 来年度に延期



講師: 並木 将央氏

+m 創刊記念 [マーチングアカデミー 第1回ウェビナー] 動画配信中!

本誌+m創刊記念に行われたZOOMによるセミナーが、2020年6月10日(水)に開催されました。その記念すべき第一回の録画がYouTubeでご覧いただけますので、ぜひごチェックしてください。



森の街の委員会紹介



甲斐の国マーチング委員会 <http://www.adovonext.com/>

身近な風景のイラストをとおして、住んでいる地域の魅力を発信しよう!という気持ちを持ち続けて活動しています。マーチング委員会の啓蒙に努めていたからこそここまでやってこられました。本当に有り難うございます。今+mの「日本全国おすすめ情報」に取り上げていただいた「たのみ農園」も地域を元気にするお手伝い企業です。主の障人が始めた農園ですが、甲府盆地では一番大きな農地を持つ米農家になりました。これも地域の方々が支えてくださったお蔭です。これからも協力ですが、我々ができることをやり続けていきます。

甲斐の国マーチング委員会
所在地 山梨県中央市山之沖深澤団地3-4-5
代表 村上 寛
企画HP 株式会社アドヴォネスト <http://www.adovonext.com/>
連絡先 055-213-6141

マーチング委員会情報誌「プラス・エム」Vol.2

2020年8月20日発行 発行/一般社団法人マーチング委員会
〒113-8521 東京都文京区湯島1-7-11 株式会社TONEGAWA
TEL: 03-3811-1111 FAX: 03-3811-1230 info@mechinfo.jp

※本誌掲載記事・写真の無断転載・複製・転載を禁じます。

全国のメンバーが地域と繋がり、新しいまちづくりの為にプラットフォームを創る。

マーチング EXPO2020 Webinar 開催のお知らせ

日時: 2020年10月16(金)
14:30 ~ 19:00 Webinar

1. 基調講演: 成熟社会への脱皮と地方創生!
講師: 株式会社ロードフロンティア 代表取締役 並木 将央氏
2. 「+m」創刊報告
3. 「居酒屋宮ちゃん」全国名産品紹介

イベントや行事
の情報

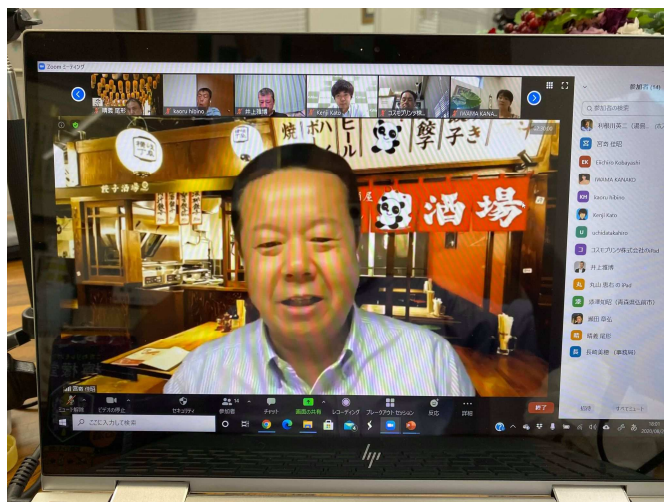
動画を配信
社員さんや地域の
仲間と学び合う



6. 情報交換

第2部再集合 ファシリテータ（居酒屋店主） 宮崎理事

参加者情報交換会（ビール、lemonハイ片手に♪）30分
ここは居酒屋です、いろんな情報交換してください



7.+m 第二号 ウェビナーの振り返り

	委員会	エリア		参加者名	備考
1	甲斐の国	中部	1	井上 雅博	登壇
2	湯島本郷	都内	2	利根川 英二	司会
3	あだち	都内	3	瀬田 章弘	
			4	小林 英一郎	
4	浜松町・芝・大門	都内	5	日比野 薫	
5	わせだ新宿	都内	6	吉澤 和江	
6	大田	都内	7	宮本 みさこ	
7	豊島	都内	8	丸山 靖雄	
8	田町・白金	都内	9	伴 仁	
9	さぬき	四国	10	宮崎 佳昭	登壇
10	いよ	四国	11	佐川 正純	
			12	一色 映志	
11	やまがた	東北	13	加藤 憲二	登壇
12	しょうない	東北	14	岩間 奏子	登壇
13	津軽ひろさき	東北	15	漆澤 知昭	
			16	齊藤 元	
14	ふくしま	東北	17	日下 直哉	
15	東葛	関東	18	内田 隆宏	
16	ひょうご南部	関西	19	丸山 恵右	
17	別府	九州	20	樋口 良一	
			21	尾形 晴義	
18	(折込広告文化研究所)		22	鍋島 裕俊	
19	事務局		23	利根川 芳明	
			24	長崎 美穂	

<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。