



東京都 台東区
台東マーチング委員会
望月印刷 株式会社
担当：牛込 秀行

手描きのまちなみイラストが コロナで疲弊した社会で求められている



柳橋

beforeコロナ、afterコロナ

以前は1人の社員が担当していたマーチング活動だが、今年の3月頃から5人体制にして、毎月の定例ミーティングも設けるなど、活動の仕切り直しをしているという台東マーチング委員会。そこには、コロナ禍で得られた気づきがあるという。

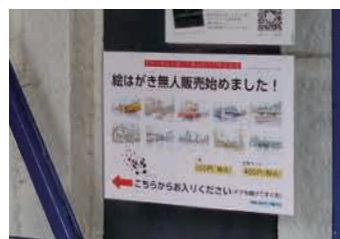
コロナ前から、隅田川の屋形船や地域振興イベントで知り合ったお店などにまちなみイラストの絵葉書を置いてもらっていた。屋形船や隅田川などのイラストだからそこに来る人たちは親近感を持ってくれると期待していたのが、反応がイマイチ。そうこうしているうちにコロナになり販売を休止してしまった。他には、東京都の産業展への出展や、自社の玄関先で絵葉書などの無人販売を行ってきたが、いずれもぼちぼちという程度だった。

潮目が変わったのは、コロナにより人々の生活に閉塞感が広がってからだ。2021年1月の産業展でイラスト展示と絵葉書の販売をしたところ、多くのお客さんが足を止めてくれ、「こういうのはいいね」「ホッとする」などを声をかけてくれるようになったのだ。また、会社の玄関前での無人販売も、看板を大きくしたりしたところ売れ行きがこれまでの6倍くらいに増え、立ち止まってイラストに見入る人の姿も見られるように。

人通りの多くない通りにはは画期的なことだ。中にはエントランスの内線電話



望月印刷本社玄関での看板と無人販売



産業展での展示の様子

から問い合わせしてくる人も出てきた。ただ代金を投入して購入すればいい仕組みなのだが、「これはどういうものなのか、ちょっと話を聞かせてください。興味があるので」というのだ。

「こうしたお客さんの声からわかるのは、CGやデジタルでなく、手描きのイラストであることが魅力だということ。みなさん、コロナ禍やテレワークで疲れて、アナログ的な温かみのあるものに飢えているのかもしれない。マーチングのイラストは地域の人に刺さるコンテンツなんだと感心しました」と言う牛込さん。こうした店頭販売や産業展の反応が良かったことにより、マーチング活動に関わる社員たちの士気も上がり、自主的にマーチングのイラストを使った販促展開の提案も出てくるようになった。8月からは、イラストを使ったマグカップなどのグッズのweb販売も始めている。

イラストを有効活用し 地域とつながる活動にシフト

もともと台東エリアは観光客が多く集まる場所で、人気のイラストは吾妻橋、柳橋など、昔ながらの地域のシンボリックなものだった。コロナ禍で観光地は打撃を受けたとはいえ、やがて、観光客も戻ってくるだろう。その時に台東区のお土産として、まちなみイラストやイラストグッズを販売していきたいという計画しているそうだ。

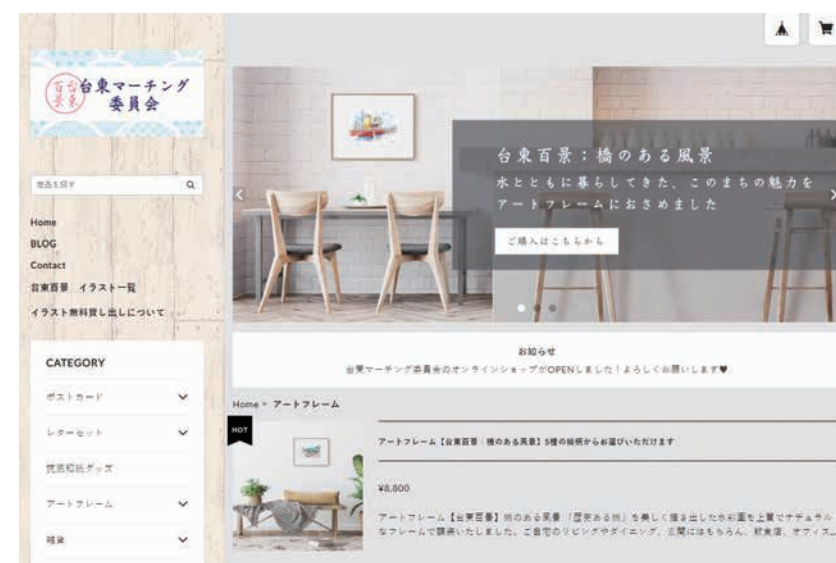
また、台東マーチング委員会を主宰している望月印刷は大手企業との取引による商業印刷つまりBtoBがメインで、地域密着の活動をしていなかった。しかし、まちなみイラストにより地域での認知度を高めていけるという手応えを得て、今後は、イラストにより地域とのつながりを広めていきたいと考えている。実際、社長が名刺や絵葉書、カレンダーを持参して区役所への定期訪問を始めた。郵便局に広告ポスターを出して、イラスト

付き年賀状の受注計画も進めている。今後は、他のマーチング委員会が行っているような区役所や商店街でのイラスト展など、もっと地域の人に喜んでもらえる活動を考えていきたいと、抱負を語ってくれた。

新型コロナのパンデミックは社会全体を厳しい状況に陥れたが、その反面、人の心にとって何が大切かを見つめ直す

機会にもなった。その中での癒しの一つがマーチングの活動であるという証明を台東マーチングの事例からうかがい知ることができた。

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。■



今年8月から開始したweb販売のサイト



地域を
元気にする
力

暮らす人々を繋ぎ共感を生む
まちなみイラスト

地域で暮らす人たちの繋がりをさらに強くするには、その土地ならではの共感を育むことが重要です。まちなみ百景イラストは、まちなみを再発見させることで自分たちの街のアイデンティティを高め、街への誇りを醸成してくれます。その想いを共有し、語らう場が生まれれば、新たな繋がりも作られて行きます。あなたの街のまちなみ百景を活用し、新たな場と繋がりを進めてみてはいかがでしょうか。

この紹介事例にご興味のある方は、お気軽に
一般社団法人マーチング委員会へご相談ください。



福島県 いわき市
いわきマーチング委員会
株式会社 いわき印刷企画センター
代表：鈴木 一成

私の百景→会社の百景→地域の百景へ 感動を広げる新たなチャレンジ



国宝 白水阿弥陀堂

クラウドファンディング＆ YouTubeに挑戦

マーチング委員会の中で3番目に
スタートしたいわきマーチングは、鈴木さん
の「これいいな、すぐにやろう」という思い
で2010年10月から始まった。自分の思い
から始まったマーチング活動が、やがて
会社の活動になり、その後地域の活動へ
と広がってきている。東日本大震災の時も
「いわきひとまち百景」のイラストは様々な
形で被災地での交流グッズや癒しとして
役立った。

そして、今後の持続性を考えた時に、
必要なのは、もとと社会を巻き込むことだと
考えた鈴木さんは、今までの発信ツール
だけでは弱いので、YouTubeを使って
みようと思いつく。自分がYouTubeで
発信し、募金などで百景のイラストを増や
していく仕組みが作れたら持続性も高ま
ると。そのプランが以前から興味のあった
クラウドファンディングに結びついた。「これ
まで自分たちのお金でやってきたマーチン
グだけど、どうやってファンを増やしてい
くのかと考えていた。そこで、クラウドファン
ディングで出資者からお金をいただいて
そのお金でひとまち百景のイラストを増や
していいたら、一石二鳥だと思ったんです」
と言う鈴木さんの行動力は実に見事だ。
信用組合と一緒に「MOTTAINAI
もっと」というクラウドファンディングに挑戦。



支援を呼びかけるチラシも制作

新聞でも紹介されました



鹿島ショッピングセンターエブリア様での展示会



やる気あふれるインターン生

目標は20万円、期間は4月16日から1カ月。
告知方法は、地元の相双五城信用組合
にチラシを置いてもらったり、鈴木さん自身
がYouTubeで情報を発信したり、スー
パーで仮設のイラスト展を開いたりした。
当初は支援額を6千円と8千円にして
リターンは百景のグッズをプレゼントすると
設定したが、社員からもっと高額なもの
もあったほうがいいという意見があり、支援
額6万円で上野啓太さんにイラストを描い
てもらえるリターンにしたところ、これだけで
たちまち目標額に達することに。結果は、
支援額483,000円、達成率241%。

クラウドファンディングにはさまざまな
メッセージも寄せられ、「昔からファンで
した、頑張ってください」「いつもお世話に
なっている神社がないのはおかしい、私
がお金を出すからそこを描いてください」
などの声が活動に関わるメンバーのモチ
ベーションを高めた。そうして、新たに5カ
所のイラストができ、贈呈式を行い、新聞
でも紹介された。

なお、商業施設における恒例の夏の
イラスト展は今年も開催した。ただイラスト
を展示しておき、静かに見てもらう方法なの
でコロナの感染のリスクはほとんどない。

今年11月には市のまちづくり予算により、
上野さんに来てもらってイラスト展と絵
はがき教室を行う予定だ。

インターンも巻き込んでみたら

もうひとつ、新たな挑戦としてインター
シップの受け入れを行っている。1月に地元
出身で東京の大学に進学しているが
コロナで大学が閉まって登校できないと
いう学生をインターンとして数日間受け
入れた。9月には地元の学生3人を受け
入れ、マーチングに関わるお店の取材や、
自社社員へのインタビューなどをしても
らい、会社のブログの記事も書いても

らった。例えば、「営業ってどんな仕事?」と
いう取材では、社員もノリノリで話してい
るのを見て、社内に新たなエネルギーが
感じられたと言う。その後、インターン志望
者が1人増え、今度は週1回など継続して
有給のインターンシップを行う。これもまた
新しい取り組みであり、マーチング活動にも
どのような刺激となるか楽しみである。

故郷を離れて東京で大学生活を送って
いる若者にとっても、改めて地元の良さを
知るきっかけにもなるのではないだろうか。
鈴木さんの描く「地域の百景」に巻き込む
力がさまざまな形で広がっているのは
間違いない。■

地域を
元気にする
力

地域活性の主役を呼び起こし、
地域を元気に

いわきマーチング委員会の事例のように、地域の方々にもまちなみイラ
ストの製作に協力してもらうことで、街で暮らす方々や学生さん達も地域
活性の主役へと引き上げることができるようになります。一緒に活動することで
街への想いが深まり、街が元気になって行きます。街の人々と共創する
舞台・仕組みを作るのも、地域活性への取り組みのひとつです。



石川県 七尾市 石川マーチング委員会
石川印刷株式会社 担当：北原 和典



google
ストリートビュー



ユネスコの無形文化遺産に登録されている青柏祭(毎年5月3日・4日・5日に開催)でも有名な七尾市で、能登半島の里山里海の恵みと職人の技をぜひご堪能ください!

能登前寿司ランチで会話もぴちぴち 午後からも元気

能登前寿司ランチメニュー

ちらしランチ・にぎりランチB・ 地物おまかせ寿司 能登前寿司14貫



店主みずから、毎朝市場に行き、直接お魚を見て買い付けしています。おおよそ30種類以上の新鮮な地元のネタが揃います。能登で捕れる定番のもの、旬のものを味わう事ができます。ランチの時間では、ランチメニュー以外に地物おまかせ寿司というメニューもあり、大人気です。好きなお寿司1貫の追加もOK。一本杉通りの近くのお店です。ここは、でか山の街の

能登前寿司 千代ずし
〒926-0865 石川県七尾市松本町二25-1 <https://www.chiyozushi.com/>
TEL:0767-57-5316 営業時間:11:30~14:00、17:00~22:00(L.O.21:30) 定休日:水曜日

一端。ゆるりと散策し、能登の歴史に想いを馳せてみてはいかがでしょうか。



東京都 文京区湯島 湯島本郷マーチング委員会
株式会社TONEGAWA 担当：利根川 芳明

湯島天神に梅の香り満ちて 東京に春が訪れる

湯島天神 梅まつり

開催期間
毎年2月8日~3月8日



湯島天満宮は、学問の神様として知られる菅原道真公をご祭神とし、古くから「天神様」として親しまれており、学業成就・合格祈願の参拝者で賑わっております。

梅まつりの開催期間中、都内にご用のある委員会の皆様方には、数多くの奉納演芸、各物産展等の催し物も企画されて

湯島天満宮
〒113-0034 東京都文京区湯島3-30-1 <https://www.yushimatenjin.or.jp/>
TEL:03-3836-0753(社務所)

おりますので、ぜひご参拝方々、道真公の愛した梅の花に思いを馳せご観梅くださいませ。



琵琶・尺八・お琴の演奏や、野点もお楽しみいただけます。

鍋島裕俊が選ぶ

キラリ☆輝く 地域メディア

コロナ禍の今、地域コミュニティの再生・醸成のために、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、地域メディアが求められています。「キラリ☆輝く 地域メディア」では、鍋島が蒐集した全国各地のメディアの中から、今が“旬”なメディアやマーチング委員会で実施可能なメディア・スタイルを紹介し、前回の地域メディアは、子どもたちが自分の住んでいる町を調べ取材し記事にしたメディアを紹介しました。メディア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、メディア作りによりシビックプライドの醸成に繋がりました。



北海道 奥尻町

file
No. 06

地域に関連する諸事象を、 50音の形式でカード化した「郷土かるた」

奥尻観光協会「奥尻かるた」紹介ページ <http://unimaru.com/?m=201305>



今回の地域メディアは、探せば全国いたる所にある「地域かるた」を紹介し、同時に「地域かるた」を地域で作るワークショップについても触れます。

「地域かるた」とは、地域に関連する諸事象を、50音の形式でカード化したものです。土地の記憶、日常の営みを伝える“郷土かるた”のことです。

探してみると東京近郊にも多々あります。一例を挙げると、埼玉県は「いわつき郷土かるた、おおみや郷土かるた、かすかべ郷土かるた、かわごえ郷土カルタ、ぎょうだ郷土かるた、等々」。千葉県は「かしわ郷土かるた、銚子かるた、野田かるた、房総子ともかるた、松戸のかるた等々」。東京都は「いたばしカルタ、かつしか郷土かるた、すみだ郷土かるた、豊島区郷土かるた、八王子郷土かるた等々」。神奈川県は「おだわらこどもかるた、鎌倉かるた、かわさきかるた、さがみはら郷土歴史かるた、横濱歴史イロハカルタ等々」。

私が持っている「地域かるた」は、北海道の奥尻島「奥尻かるた」で、奥尻島の名物・地名・暮らしを、素朴な島ことばとおどけたイラストで表現しています。

私が「キラリ☆輝く 地域メディア」に「地域かるた」を紹介した意味は、持続可能な地域・社会の実現に向けて、人と土地、人と人々を繋げる新たな文化を創るツールとして「地域かるた」を活かせたら良いな、それをマーチング委員会がプロデュース&ファシリテーションしてほしいな、と考えたからです。

「地域かるた」のワークショップ、特に地域と大学がコラボして実施したことを私が知ったのは、数年前。最近では小・中学校の授業で“街を知ろう”という課題で街のかるたを作るを行っているという情報も聞こえています。

地域と大学がコラボした例は、芝浦工業大学建築学部の志村教授のゼミで、江東区とコラボして単語帳形式の「かめたん」を作りました。志村教授は、2018年に「東京湾岸地域づくり学」という本も書かれています。この「かめたん」は、亀戸文化センターが開いた講座「亀戸のまちのサポーターになろう」の受講生と志村ゼミの学生によって作成されたもので、実際にまち歩きし参加者が感じた亀戸の顔、親しみのあるもの、ユニークなものなどを選んで作られています。形は名刺より少し大きくて単語帳のように持ち運びしやすいデザイン、全143か所が写真付きで解説されています。

「かめたん」は「地域かるた」ではありませんが、地域の世間遺産やヒト・ミセ・モノ・コトを紹介しており、手に持って地域巡りが出来るツールです。

「かめたん」は作成時に、カードに載せた対象を参加者が実際にまち歩きして選びました。「地域かるた」も同様で、地域資源をまち歩きして選びます。

◎自分たちの住み暮らす地域は、他とは違うんだ、まさに地域に独自性があり、その見える化は、今回の「地域かるた」によって具現化するでしょう。アイデンティティを持つ地域の実現を、マーチング委員会がプロデュース&ファシリテーションすることで完成させましょう。全国各地のマーチング委員会メンバー、自分たちの地域で、地域に住み暮らす老若男女と一緒に「地域かるた」をイラストで一緒に作ろうではありませんか。

ワークショップでの「地域かるた」作成手順

- ①参加者に対して「地域かるた」作成の趣旨説明。
「日常の目線で地域の魅力を発見し、共有しよう」が作成趣旨。参加人数が多ければ地域ごとにグループ分けを行う。
- ②かるたの素材集め行動開始。
グループで指定された地域に行き、発見した気になる対象を写真撮影し、記録する。
- ③かるた台紙の作成＝読み文記入。
写真の対象物から読み文を考える。その後、大きめの台紙の上半分に写真を貼り、下半分にかかるたの読み文と考案者の名前を入れる。写真と文章を組みあわせることで1枚のかるた台紙が完成する。
- ④かるた台紙を50音順に並べて、重複や欠番の有無を確認する。
重複の場合は全員による多数決で1点に絞る。欠番があれば、重複カードの変更で可能かを検討する。
- ⑤全ての50音かるたの完成。
写真と読み札の50音が揃ったら、絵札を写真かイラストのどちらにするかを決める。できれば写真よりイラストが良い。以上で「地域かるた」(作り)のワークショップ終了。
- ⑥完成した50音の「地域かるた」を通常のかるたの大きさに印刷する。
別の日にワークショップ参加者を集め、完成品を1個提供し、かるたの大会を開催する。

コロナ禍の今、地域に住み暮らす人、老若男女と一緒に、地域の良さを自分たちで探し「地域かるた」を作り、そして遊ぶことで、ますます地域の力は、持続可能な地域・社会の実現に向かって醸成・邁進することでしょう。

