

information



### 日本発!地域密着型プラットホーム

## 一般社団法人 マーチング委員会とは…

(一社) マーチング委員会は、日本全国のまちを元気に明るくするために、それぞれの地域の人達で結成された全国 57 の委員会のネットワークです。

先議後利を理念として掲げ、美しい日本のまちなみを描いた各地域のまちなみ百景の製作を通して人と人、人とまちをつなぐハブとなり地域イベントの企画運営、観光振興の支援、地域の物産品の開発～販売支援、教育支援等、その地域に根差した様々な地域活性活動をしております。

内閣府地方創生 SDGs 官民連携プラットフォームにも加盟し持続可能な社会づくりも目指しております。

お問い合わせ先／本部・事務局 担当：利根川芳明

〒113-8521 東京都文京区湯島 1-7-11

(株) TONEGAWA 内

TEL:03-3811-1111 FAX:03-3811-1230



### あなたの街の委員会紹介 浜松町・芝・大門マーチング委員会 <http://www.konicaminolta.jp/pr/machi/>



芝地区の老舗商店会関係者と打合せ



港区内の散歩ツアー参加者と記念撮影

東京は港区芝の臨海部に広がる浜松町。かつて東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・増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が最初に通ったのもこのまち。いま東京港を臨んで超高層マンションや先端企業本社の近未来風景が広がっています。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・大門マーチング委員会は、港区と「まちなみイラストを活用した港区のシティプロモーションの推進に関する協定」を締結し、まちなみイラストを活用した港区の魅力発信をしております。

浜松町・芝・大門マーチング委員会

所在地 東京都港区芝浦1-1-1 浜松町ビルディング26階  
コニカミノルタジャパン内  
代表 日比野 薫  
企業HP コニカミノルタジャパン株式会社 <http://bj.konicaminolta.jp>  
連絡先 090-2428-4128 (日比野)



表紙(右下)の人物写真:協賛企業のコニカミノルタジャパン社の大須賀 健社長と「浜松町・芝・大門マーチング委員会」の日比野代表

地域活性情報誌『プラス・エム』Vol.4

2022年4月1日発行 発行／浜松町・芝・大門マーチング委員会・コニカミノルタジャパン株式会社 協力／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内ビル内

TEL: 03-3811-1111 FAX: 03-3811-1230 メールアドレス: [injapan@machi-ing.jp](mailto:injapan@machi-ing.jp)



マーチング委員会は地域活性を各地で実践する印刷関連会社を中心とした全国ネットワークです。

※本誌掲載記事・写真の無断複写・複製・転載を禁じます。

## あなたの街の「地域活性」を支援する情報誌



人が笑む、街も笑む。  
[プラス・エム]

2022.4

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。

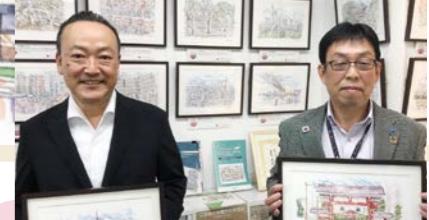


### 今号の街／東京都港区

作品タイトル：札の辻スクエア 作家：上野啓太

港区の「産業」と「学び」を支える新たな拠点となる施設で、港区立産業振興センター、港区立三田図書館や民間連携床等からなり、多くの人に親しまれることが期待される複合施設。

地上12階、地下1階 総床面積18,333.57m<sup>2</sup>



あなたの街で活動する  
『浜松町・芝・大門マーチング委員会』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 くまもとマーチング委員会・ホープ印刷 株式会社

災害にもコロナ禍にも負けずに、「継続は力なり」を体現していきたい。

特集：マーチング活動事例紹介② ひょうご南部マーチング委員会・丸山印刷 株式会社

歴史資産が多すぎて埋もれている地元の魅力を百景&ストーリーとともに蘇らせたい

マーチング委員会「日本全国おすすめ情報」／新規会員紹介

地域活性の取り組み紹介「キラリ輝く地域メディア」

## 浜松町・芝・大門マーチング委員会

浜松町・芝・大門マーチング委員会は、わたしたちのまち 東京都港区を明るく、元気にしたいと願う多様なメンバーによって人と人、人とまちをつなぐ様々な活動をしています。



熊本県 熊本市  
くまもとマーチング委員会  
ホープ印刷 株式会社  
代表：松本 徹

## 災害にもコロナ禍にも負けずに、「継続は力なり」を体現していきたい。



熊本城

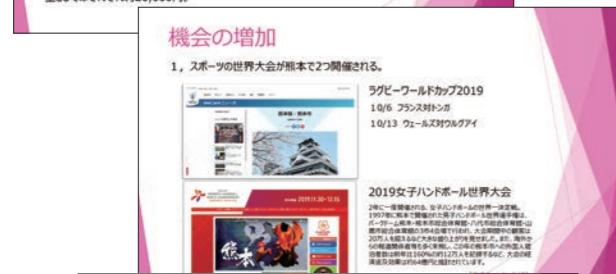
### 地震、豪雨、コロナ…… それでもマーチングを続ける想い

日本列島は自然豊かな反面、自然災害も多い。くまもとマーチング委員会が活動する熊本県でも、幾つもの天災により甚大な被害を被ってきた。2016(平成28)年の熊本地震、度々起きる九州北部豪雨などは未だ記憶に新しい。その苦難を乗り越えて郷土を愛し、守り続けている人々の歴

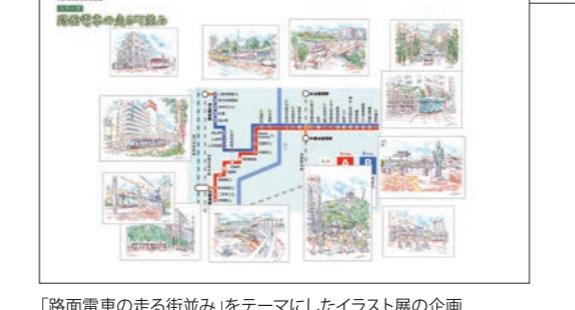
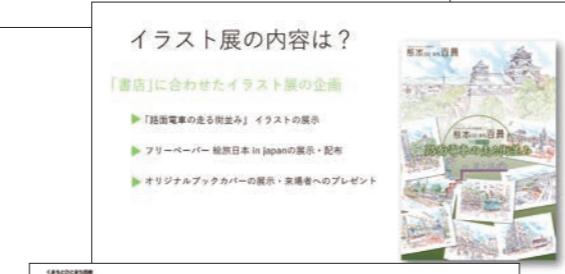
史が今日まで脈々と紡がれている。くまもとマーチングは、熊本市にあるホープ印刷株式会社が活動を行っているが、天災や新型コロナウィルス感染拡大などにより本業がダメージを受けるなかでも、せっかく始めたマーチング活動の灯火を絶やさないように努力を続けている。

熊本地震では、被災した熊本城の痛々しい姿が地元だけでなく全国の人々に

ショックを与えた。石垣の3割が被害を受け、国の重要文化財建造物は13棟すべてが壊れ、天守閣は入り口の石垣の崩落や屋根瓦の半分以上が剥がれ落ちるなど、城全体の復旧には20年かかるとされている。しかし、コツコツと復旧工事は進められ、2021年4月天守閣が一般公開の運びとなった。また、地震以前から熊本市コンベンションシティ基本構想のもとで計画されていたSAKURA MACHI



くまもとマーチング委員会事例紹介と新規有効活用の展示



「路面電車の走る街並み」をテーマにしたイラスト展の企画

Kumamotoの工事も進み、その中の熊本城ホールが2019年9月に竣工している。

こうした復興熊本の姿は、マーチング活動にとっても好機と捉え、改めて熊本の魅力ある風景をイラストとして紹介する試みを行っているところだ。一例では、熊本で開催される学会で提供される弁当の折掛に「くまもとひとまち百景」のイラストを採用していただき、好評を得た。コロナ収束後は、熊本での大規模イベントや来訪者も増えると予想され、このような活用がさらに広がると期待している。

### 点と点を繋いで 線の魅力にして人々を動かす

コロナ禍によりイラスト展開催はペンディングのままだが、いずれ開催できる時に備えて、イラスト作成も進めている。時に注力しているのは「路面電車の走る街並み」をテーマにしたもの。熊本市内をのどかに走る路面電車は人々の生活の足として長年定着しており、路面電車は日常そのものとも言える存在だ。その街並みをイラスト化し、改めて地域の魅力再発見に繋げたいという思いを込めて。観光マップや路線図と連動し、点と点の魅力を線にし、人々の動きを促していく考えだ。

その一方で、くまもとマーチングの活動エリアは熊本県全域を対象としているので、今後はイラストにする地域をさらに広げていく構想もある。海も山もある自然の美しい景色、歴史的な由緒ある景色など、熊本の魅力は尽きない。例えば、明治時代に第五高等学校(現・熊本大学)の英語教師として熊本に住まいを構えた夏目漱石の旧居や、漱石の代表作のひとつ『草枕』ゆかりの温泉地などに思いを馳せるのも楽しいだろう。

### 無理せず、継続を

マーチングのやりがいは、今まで見てきた街を違った見方で再発見できることで



地元の百景を使ったホープ印刷2022オリジナル卓上カレンダー

あり、さらにイラストを活用して再発見の視点を他の人に伝えられることだと実感している。社内のマーチングメンバーにより、どの風景をイラストにするかの会議を開いているが、場所にまつわるストーリーとともになぜここをイラスト化したいかを話し合うことが良いイラストを生み出すポイントだ。

そして、企画会議も含めてマーチング活動は全て会社の業務時間内に行い、今後、休日にイラスト展を行った場合も業務

扱いとする。継続してこそ活動の成果が実っていくので、継続できるように無理をしない方針だといふ。

熊本の復興とともに伴走しているくまもとマーチング。コロナにより中止となった熊本でのマーチング全国大会だが、リベンジを図りたいところ。他県のマーチング委員会の仲間との交流もまた活動の大きなモチベーションとなっているからだ。■

### POINT! 「いつもの街並みを違う視点で、 と言う面白さ」

この土地に生まれ育って今日まで生活していると当たり前になっている景色でも、ふと視点を変えてみると、新しい発見がある。それがマーチングの面白みである。だから、熊本城を普段なかなか見ない角度から描いてみると、いろいろな角度のイラストで展開するとか、創意工夫をしていきたい。それは若い世代にもハッとする気づきを与えることができるかもしれない。さらに、高齢の方々に喜んでいただけるよう、昔の街並みなど地域の移り変わりをイラスト化して、それを見ながら「ああ、これ懐かしいね」など語り合える場をマーチングが作ればと思っている。イラストはコミュニケーションを生み出す力、そう信じて活動を継続していくことで、地域の活性化を図っていくことを願っている。

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。



兵庫県 高砂市  
ひょうご南部マーチング委員会  
丸山印刷株式会社  
代表：丸山 恵右

## 歴史資産が多すぎて埋もれている 地元の魅力を百景&ストーリーとともに 蘇らせたい



西國街道

### 地域の課題に適合したのが マーチング活動

2017年から活動を始めたひょうご南部マーチング委員会。ある会合で利根川英二氏と出会いマーチング活動の話を聞いて感動したのがきっかけだ。というのも、兵庫県南部は西國街道や



①



②



③



④



⑤

- ① 北条鉄道
- ② 姫路城鳥瞰図
- ③ 十輪寺
- ④ 北風正造之碑
- ⑤ 書写山圓教寺開山堂の力士像

① 北条鉄道  
② 姫路城鳥瞰図  
③ 十輪寺  
④ 北風正造之碑  
⑤ 書写山圓教寺開山堂の力士像

① 北条鉄道  
② 姫路城鳥瞰図  
③ 十輪寺  
④ 北風正造之碑  
⑤ 書写山圓教寺開山堂の力士像

北前船などと関わる歴史的名所が多く、地元出身の著名人などがいるにも関わらず、昨今人気のツーリズムから取り残され、残念な思いを抱えていたからだ。さらに、姫路城が有名だが、他にも多数の国宝や重要文化財を有する地域であるのに、それが地元の人々にさえも十分に知られていないこと

を憂えていた。それぞれにまつわるストーリーとともに、様々な地域の魅力を紹介することにより、地域の人々の誇りに繋がればという思いが、マーチング活動のモチベーションとなっているそうだ。

マーチング活動としてまず着手したのはフェイスブックでの展開。「神戸播磨出会い百景」という名称でページを立ち上げ、アルバムには百景のイラストも掲載している。姫路から神戸あたりまでの地域を活動対象エリアに想定し、テーマは「歴史」に絞り込んだ。特に西國街道ゆかりの歴史ある場所を紹介しようと、「まるちゃんの西國街道ぶらり旅」という企画を立ち上げて、毎回様々な場所を紹介している。西國街道は江戸時代の街道で、京都から下関を通じて九州の太宰府までのルートであり、兵庫県南部では海沿いと山沿いの2つの行き方があった。いわゆる交通の要衝として地域を支えてきたのである。

### 徐々に協力者が増えていく 秘訣とは

マーチング活動で紹介する場所や風景は、丸山さん、歴史に詳しい後輩、同級生の三人で「次はどこを取り上げようか」と相談して決めている。モットーは「楽し

みながらやっていく」。気のあった仲間でワイワイと取材に出かける楽しみもあるし、取材によって知らなかったことを学んだり新しい出会いがあったりと知的好奇心を刺激されることもやりがいとなっている。

こうした活動を見て、丸山印刷の社内の有志たちはインスタグラムやツイッターを始めてくれるようになった。主に女性スタッフで、こちらも楽しみながらやることをモットーにしており、面白い話題などを投稿するうちに、ツイッターのフォロワー数は1万人近くまで伸びてきている。

社内には百景のイラスト全点が掲げてあるが、当初はそれほど興味を持たれていなかった。それがここにきて、SNSの手応えのよさも相まって少しづつ興味を持つ社員が増えているようだ。

### 歴史上の著名人を称えて

地元高砂の著名人に、工楽松右衛門(くらくまつえもん)がいる。帆布の始祖と言われる人物だ。大阪から瀬戸内海や日本海を通り、函館、択捉島まで荷物を積んで貿易をしていた北前船は帆掛け船だったが、彼が発明した丈夫な帆が航海を安定させ、物流が飛躍的に拡大し、日本の経済発展に大きく貢献した。そこ



上／『夢の代(しろ)』の写本12冊  
下／『夢の代(しろ)』の写本の本文



2022カレンダーと絵葉書

で、ひょうご南部マーチングでは松右衛門の地元として、北前船の寄港地にあるマーチング委員会と交流し、活動を広げていきたいと考えている。その準備を始めようとした矢先に新型コロナウイルスの感染拡大の時期となったため、2022年以降にスタートを切る。

もう一人の地元出身の有名人が、山片蟠桃(やまかたばんとう)。江戸後期の町人学者で、経営が傾いた商家や仙台藩を立て直した手腕で知られる。現在、大阪府ではその功績を称えて「山片蟠桃賞」を設立しているほどだ。そして、彼の主著『夢の代(しろ)』の写本を地元の名士が手に入れ、その複製を請け負ったのがひょうご南部マーチング委員会を主宰している丸山印刷だ。複製の工程では、各

ページをスキャンすると材質が和紙ゆえに裏側のページが写ってしまうため、それを手作業で消していく、デジタル＆手作業の細かい作業が肝となった。そして空気を含んで柔らかい和紙に印刷する技術も工夫を重ねて開発した。こうした努力の成果により見事、2021年12月に写本の複製を納品。これらは公的施設などに寄贈され、多くの人の目に触れていくことになり、これもまた地域を活性化するマーチング活動の一環として捉えている。

このような経験をふまえ、今後は、行政や地域のボランティア活動団体などに、マーチング委員会の活動をアピールして、互いに連携し、地域の人々の郷土愛を育むとともに街おこしに繋がるような大きな活動にしていけたらと考えているそうだ。■

### POINT! 「楽しみながらやっていく、 それが継続の源」

マーチング活動にあたり、「楽しいからやっている」「楽しみながらやっていく」というのが一貫した思いだと丸山さんは言う。そして、紙の上にインキを乗せるだけが印刷業の仕事ではなく、フェイスブックなどSNSで情報発信やコミュニケーションを図ったり、地域活動をしたりと、いろいろ繋げていける産業が印刷業なのだという再認識もあったとのこと。やっている人たちが楽しそうだから、社内でも地域の人々も好意的な関心を高め、協力者になっていくという循環が見られる好例だ。



静岡県 静岡市 駿河の国マーチング委員会  
日本レーベル印刷 株式会社 代表：岩井 泰次郎

「自分達が本当に食べたいものを」という  
想いとこだわりを繋いで80年

### ホワイトシップ印ツナ缶詰

#### 小さな港町「由比」で生まれた とておきの1缶



株式会社 由比缶詰所  
〒421-3103 静岡市清水区由比429-1 <https://yuican.com/>  
TEL:0120-272-548 ※詳細はホームページをご確認ください。



「自分達が一番食べたいものを作り始めたホワイトシップ。  
最上級の材料を使い、それを活かす独自の製法で作り上げています。」

静岡県中部に位置する「由比」は、山と海に囲まれ駿河湾越しに富士山を望む港町です。江戸時代の宿場町で、歌川広重の東海道五十三次にも描かれています。由比缶詰所はこの由比の地で80年以上缶詰を作り続けています。特に美味しい夏のびんなが鮪のみを使用して、漬け込む油もコクのある綿実油とヘルシーなオリーブ油です。製造後、6ヶ月熟成させて

からの出荷を徹底しています。開缶時の漂う香り、身の白さと滑らかな歯ざわり、絶妙な塩加減とふくよかな味わいで、これまでのツナ缶の概念を変えてみてください。



様々な種類の缶詰を、主にOEMで製造していた由比缶詰所ですが、「社員自身が作ったことに胸を張れる自社商品」と、約40年前に自社ブランドの商品を作りました。

※掲載情報は令和4年1月時点での内容です。最新情報は各ホームページやお電話にてお問い合わせください。

### 新規会員紹介



栃木県 宇都宮市  
しもつけの心マーチング委員会  
株式会社 井上総合印刷  
代 表：井上 加容子(代表取締役社長)  
事務局：手塚 由喜(しもつけの心編集長)



シンプルな白い外観が目印の井上総合印刷本社社屋。  
冬はイルミネーションを点灯

栃木県の情報が詰まった季刊誌「しもつけの心」。  
現在は63号まで発行

### 故郷は温かい。 100年先も誇れるまち宇都宮

(注釈)しもつけの心マーチング委員会では、「故郷は温かい。」×「地域のキャッチコピー」になります。  
宇都宮市、小山市、佐野市etc…  
第一弾は、宇都宮市からスタートします。

株式会社 井上総合印刷  
(本社) 〒321-0973 栃木県宇都宮市岩曽町1355番地  
TEL028-661-4723(代) FAX028-662-7607  
<http://www.inoue-gp.jp/index.html>  
info@inoue-gp.jp

創業55年目を迎えた弊社は、宇都宮市を拠点に活動しております。今から15年前、創業40年の節目に支えてくださった地域の皆様への恩返しの一環として、季刊誌「しもつけの心」を刊行いたしました。「故郷の温かさ」を軸に、地域、人、絆、活動を取り上げて年4回。昨年末には第63号が発行されました。

現在は地域貢献推進チームを立ち上げ、様々な取り組みを行っております。  
今回、同じように地域や街を想うマーチング委員会さんにご縁を感じ、そのノウハウを加えた新制「しもつけの心」で文化・芸術の発展を担えたら幸いです。どうぞご指導ご鞭撻のほど宜しくお願ひ申し上げます。

### 地域活性の取り組み紹介



コロナ禍の今、求められている地域メディアは、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で、それがあることによって、地域コミュニティの再生・醸成が可能になり、一助となります。「キラリ☆輝く 地域メディア」は、私が蒐集した全国各地の地域メディアの中から、「人が見える・魅せる」メディアを選んで紹介しています。



愛知県 東三河エリア

file No. 07

### 人・事柄・地域の魅力を伝え 暮らしを愉しむためのヒントに

右記のサイト「オンライン ヒト・コト・モノ」からバックナンバーが読みれます。<https://itoko.co.jp/hitokotomonono>

前回の地域メディアは、ちょっと特別版で、地域ツールと成る「地域かるた」を紹介しました。同時に「地域かるた」を地域の皆さんと一緒に作るワークショップも紹介しました。それは、持続可能な地域・社会の実現に向けて、人と土地、人と人と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。自分たちの住み暮らす地域は、他とは違うのだ、まさに個々の地域には独自性があり、“ないものはない”的考観の具現化で、アイデンティティも醸成されると思いました。

さて今回の紹介する地域メディアは、2021年11月に知り、即、入手したメディアです。「暮らしのエッセンス ヒト・コト・モノ」で、愛知県東三河エリア(8市町村)のメディアで、年1回、10月1日に発行するフリーペーパーです。その2020年と2021年の号を紹介します。東三河エリア8市町村とは、豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市、設楽町、東栄町、豊根村の広域地域で、その地域の“暮らしを愉しむための人(ヒト)・事柄(コト)・地域(モノ)”。東三河エリアに住む人たちのライフスタイル「東三河いいとこ」を応援します。”というコンセプトのメディアですが、どんな内容なのでしょうか。

2020年の第7号の特集は「東三河で人が集う繋がる場。」です。人が集う繋がる場では、蒲郡市の竹島水族館、豊橋鉄道、太平洋岸自動車道、新城市的スポーツツーリズム、などが紹介されており、しかし一般的なガイドではなく、必ず人を介在して魅力を語らせています。

次に「ヒト」ですが、素敵な「ヒト」に会える場の紹介で、森と街をつなぐ人々やバードウォッチャー、食のアドバイザー、毎日でも食べたくなるカレーショップ、シクラメンなどの花農家さんなどが登場します。

「コト」では、日常の生活や仕事に彩りを与える事柄を見せている人たちが登場します。ブランド鴨の飼育農家さん、機械メーカーなのに農業の未来を考え参入したメンバー、釣り具メーカーが創ったモノづくり工房、豊根村でチョウザメ養殖を始めた人、こだわりのパン屋さんなどです。一つ一つの物語がたまりません。

最後は「モノ」ですが、暮らしの学びを愉しめる場と人が登場します。プロのフリークリマーが教えるボルダリングの場、道の駅が提案するアクティ美ライフ、自然と遊びながら学ぶリノベーション、商店街のまちゼミを仕掛け人など、一つ一つに参加したくなります。

2021年の第8号の特集は「東三河の新たな取り組み」で、それは、新しいスポットの誕生や価値を高める取り組みのことです。その一つが、私も覗に行きたかったアーティスト・ライブアリーナ「豊橋市まちなか図書館」で、2021年11月27日にオープンしました。コンセプトは「知と交流の創造拠点」で、地元の三河杉をタップリ使っているので温かみある空間が魅力的です。また、豊橋市や設楽町の道

の駅では、日本酒づくりなどの体験コーナーや多くの自然を撮る撮影会、暮らしの歴史を伝える郷土館も併設しています。体験アクティビティではサイクリング、トレッキング、パドリング、サーフィンなどの参加を促進しています。

8号の「ヒト」は、お茶ブランド「しんしろ茶」の農家さん、キッチンカーでハンバーガーや惣菜を提供する人、心弾むスイーツを売るケーキ屋のご夫婦、ほれん草農家のご夫婦など多々登場します。

さて「コト」には、“人と人、人とモノ、ココロ”地域循環する場を提供する本屋さんのオーナー、居心地よいオープンキッチンの食堂店主、地域に恩返ししたいと話すたこ焼き屋さんなどなど、会いに行きたくなります。

今回の「モノ」最初には、SDGs、環境に優しい活動、マイボトルで使い捨て容器のごみを減らす活動の紹介、子供から大人まで楽しめるアスレチック付き宿、田舎をたのしむ提案のブルーベリー農家さんが載っています。ざっと、7号と8号の内容を紹介したが、この地域メディアを片手に持ち、「ヒト」に会いに行く旅、ヒューマン・ツーリズムが、たくさんありました。

この優れた冊子は、WEBでも読むことができますが、手に取って読まれたほうが、ヒューマンガイドブックになるでしょう。

◎さて、今回は、最近、見つけたデザイン豊かなメディアを紹介しました。この年1回の発行と言う少ない感じがしますが、中に凝縮されたキラリと輝く「ヒト・コト・モノ」と出会うと、多くの東三河地域の魅力に惹かれてしまいます。

- ▶ しっかりとした軸を持ち、地域とのつながりをカタチにしている人(ヒト)。
- ▶ 私たちが生活している環境や、食生活などを教えてくれる事柄(コト)。
- ▶ コミュニティや、その繋がりを、より一層深く提案してくれる地域(モノ)。

次回も、そんな地域メディアを紹介したいと考えています。



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。