

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



社会・地域貢献事業 by マーチング委員会  
日本を再発見!

## 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]

2022.7

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。

### 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/>



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。



当委員会と港区は、令和3年3月に「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」を締結して、相互に連携して当委員会が作成する「まちなみイラスト」をさまざまな手段及び媒体において活用し、港区の魅力を広く発信しています。



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)の写真:芝の老舗店の集まり「芝百年会」関係者と「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.5

2022年7月13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。

2022  
Mid-  
Summer



### 今号の街／東京都港区

作品タイトル: 増上寺 作家: 上野啓太

東京タワーを望む場所にある「大本山増上寺」は、浄土宗の寺院で正式名称は「三縁山広度院増上寺」という。開山は明徳四年(1393年)で、浄土宗七大本山の一つに数えられる。

家康公から徳川家の菩提寺として選ばれて以来、縁は深く、現在「徳川将軍家墓所」には2代将軍秀忠公を始め6人の将軍やその親族が眠っている。



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 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

自治体との連携により着実に活動が広がっている手応えが、次の繋がりと新たなチャンスを生む

協賛企業紹介：株式会社 ミアド

中小の印刷会社の課題を解決に特化したサービス「キュリア(QUEAR)」

マーチング委員会「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」

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。



東京都 港区  
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  
総務部WIL&DISグループ  
シニアアドバイザー：日比野 薫

自治体との連携により着実に活動が広がっている手応えが、次の繋がりと新たなチャンスを生む



新橋SL広場

### 港区との協定締結のきっかけとは

東京都港区には、3つのマーチング委員会がある。そのうち、浜松町・芝・大門マーチング委員会は、コニカミノルタジャパン株式会社の日比野さんが専任で活動を行っている。コニカミノルタは、マーチング委員会の特別協賛企業としても活動を支援してくれている存在だ。

日比野さんがマーチングの活動を始めたのは2014年のこと。まず該当エリアの名所などのイラストを作成してみたが、当初は「マーチングって何?」という反応だったり、話は一応聞いてくれてもなかなか活動展開に結びつかなかったり、と苦戦したという。ところが、2017年頃から潮目が変わってきた。2020年開催予定だった東京オリンピック・パラリンピックに向けて港区が国内外に魅力を発信しようと「MINATOシティプロモーション」事業を立ち上げ、その一員に認定されたマーチング委員会は、港区との連携で様々な活動に関われるようになったのだ。そして、その事業は2020年に終了したが、港区からこれまでの活動に対する評価および今後の期待をいただき、2021年に港区と浜松町・芝・大門マーチング委員会で新たな協定を締結する運びに。これにより、期限無しでマーチングのイラストを活用して港区の魅力を発信する事業はますます幅広く、かつ、スムーズに展開



① 港区中小企業お役立ちガイド  
② 港区学校教育推進計画  
③ マイナンバーカードガイドブック

できるようになったと日比野さんは喜ぶ。

毎年10点くらい増やしてきたイラストは現在52点。また、港区からの要望で、港区の代表的なシーンである六本木ヒルズ、東京ミッドタウン、赤坂、青山などのイラストも加えた。

### 区からの相談に対応し、区を盛り上げる一助になれる喜び

2021年、新型コロナウイルス感染拡大により様々な事業活動が制限されるなか、

港区は若者向けのワクチン接種促進のため、9月～12月の毎週金曜日19時～24時まで、区内のホテルを会場として予約なしでワクチン接種ができる取り組みを行った。その際、区の担当者から「待機場所にまちなみイラストを置いて、待っている間に見ていただきたいのだが」と相談を受けた。見慣れた街の風景が優しいタッチのイラストになって会場に設置されている様は、雰囲気が和らぐと喜ばれたという。

また、2022年4月1日、札の辻に区の施設「札の辻スクエア」がオープンしたが、その



待機場所にまちなみ百景イラストが展示された、港区のワクチン接種会場の様子



芝百年会のアーカイブ本  
『芝百年 暖簾の物語』



令和3年協定式にて、港区区長の武井雅昭氏(左)と



右は区が、左は観光協会が作成のイラスト入りエコバッグ



新橋SL広場の工事囲いのイラスト入り横断幕

内覧会で来場者にまちなみイラスト入りのエコバッグを作成して配布し、好評を得た。これも事前に区の担当者から相談を受けたもの。ちなみに、まちなみイラスト入りのエコバッグは以前も観光協会の依頼で作成した事例があり、いずれもコニカミノルタのグループ会社キンコーズの売り上げにつながる成果となっている。

さらに、2022年5月下旬から、JR新橋駅前のSL広場にあるSLの塗装工事が始まっており、工事囲いにSL広場を描いたまちなみイラストが採用されている。今年は、新橋・横浜間の鉄道開通150周年の節目にあたり、その記念事業のひとつにこのように関わっていることは大きな誇りだ。

### 新たな世代も巻き込んで、違う視点からの活動も企画中

「港区と協定を締結したことで、マーチング委員会の活動がやりやすくなったのと同時に、他の様々な活動をしている方々との繋がりが増えて、マーチングの活動が一層広がっている相乗効果は大きいですね。“じゃあ、一緒にやりましょう”と、どんどん繋がっていくんです」と日比野さん。

港区芝で百年以上続く老舗店の組織である芝百年会では、2022年2月にアーカイブの本を出版したが、その中にもまちなみイラストが挿絵として多数使用されている。

区内には戸板女子短期大学と芝学院という2つの学校があり、今後は学校との連携も進めていきたいと考えている

そうだ。まず、日比野さんが戸板女子短期大学で講義を行ってマーチング活動についても広く知ってもらい、若い女子学生の視点でインスタ映えする港区の風景を写真に撮ってもらってそれをイラスト展開するなど、SNSを活用した新たな試みも構想中だという。

より自由な発想で、より幅広い世代とともに、マーチング活動の新たな構想は止むことがない。■



+m 港区版  
2021.11月号

### POINT! 「CSVを目指すことが、活動を広げるモチベーションになる」

日比野さんは、CSV(Creating Shared Value=共通価値の創造)がマーチング活動の大事なモチベーションだと説く。CSVとは、つまり、社会課題解決と事業利益の両立である。そしてこの実現のためには、日頃から自治体などと密にコミュニケーションをとっていることが重要。日々のちょっとした会話から課題が見えたり、相談されたり、提案できたり、他に繋がったり、と次のアクションに繋がっていくからだ。港区の場合はシティプロモーション事業という取り組みがあったが、いずれの自治体でも何かしらの活動を見つけてそこに関わり、日々のコミュニケーションを温めていくなかから新しいチャンスが生まれてくると期待したい。



東京都 渋谷区  
協賛企業 株式会社 ミリアド  
コミュニケーションデザイン部  
担当：木村 愛



キ ュ リ ア

## 中小の印刷会社の課題を解決に 特化したサービス「キュリア(QLEAR)」

### ミリアドについて

みなさん、こんにちは。昨年末からマーチング委員会の協賛企業として活動に参加させていただいております株式会社ミリアドの木村愛と申します。当社は2018年に創業し印刷会社さん向けのツール「キュリア」の開発、販売を行なっております。

なぜ今この時代に、印刷会社さん向けのツールの会社を立ち上げたのかを申しますと、代表の樋口が元々前職で

### 印刷会社さん向けのツールの企画、開発、販売を行なっていたことが理由

です。そこで印刷業界の課題をたくさん聞き、その課題を解決したいという想いで、開発したのがキュリアというツールになります。

**キュリア(QLEAR)について**

キュリアというは下図にあるような20種類以上のスマホコンテンツを、DTPデータのテンプレートはめ込み

### だけで作成できるツールです。

ガチャやおみくじなどの抽選コンテンツから、スマホサイトやアンケートフォーム、スタンプラリーの作成まで1つのツールで作ることができます。これらのコンテンツの入り口は基本的にQRです。NFCにも対応済みです。そして利用ログも取得することができるため印刷物の効果測定が可能となります。



制作面のマージン

営業面のマージン

### 印刷業界の課題について

印刷業界は売上げの8割を上位2社で占めている業界です。そのため他の業界と比べて下請けを行う会社が多い構造となっております。ゆえに取引先は同業者である印刷会社になることがとても多いと思います。ここに「中間マージンビジネス」の課題が生まれております。

### 【制作面の中間マージンビジネス】

顧客から例えば100万円で制作依頼がきたときに、自社で対応できないものはWEB制作会社さんに頼みますよね。貴社が窓口なので手数料はいくらか取れると思うのですが仮に取れても20%ほどかなと思います。仮にここが自社内で制作を完結できていたら利益はもっと取れていたことになります。

### 【営業面の中間マージンビジネス】

エンドクライアントと直接取引がない場合も中間マージンビジネスの課題を抱えています。仮に顧客が100万円で発注したとしても、間に入っている印刷会社さんや代理店さんが手数料を抜いてますので貴社自体には8かけの80万円しか入らないということが起こっています。これも仮に直接クライアントさんと貴社がつながっていれば満額もらえたことになります。



この2点を活かして400万円を超える自治体の入札案件を勝ち取ったり、40万部のチラシ受注を受けることができたりと成功事例が多数ございます。

### サポート内容

=下記3つのサポートを行っております。=

#### ①ツールの支援

バージョンアップが昨年は軽微なものを含めると65回行われました。頻度高くアップデートしております。

#### ②情報の支援

コンテンツに利用できる無料素材サイトや今日から使える営業資料もお渡ししております。また事例も毎月追加しております。

#### ③人の支援

営業チラシの構成案のアイデアから、お客様の提案書作成、営業同行など伴走するサポートerをつけることが可能です。

※有料 月額15万円×3ヶ月

### マーチング委員会特典

今回上記の「③人の支援」をマーチング委員会の会社様限定で無料でご提供させていただきます。(※キュリアビジネスプラン導入時)  
ご興味ありましたらお声掛けくださいませ。個別zoomにてご紹介いたします!

問い合わせ先/  
株式会社 ミリアド 木村 愛  
ai.kimura@miliad.co.jp 070-1251-8334



香川県 高松市 さぬきマーチング委員会  
株式会社 ミヤプロ 代表取締役：宮寄 佳昭

### 本場仕込みの本格派さぬきうどんが手軽に東京都内などで食べられる

#### 本場さぬきうどん

##### 香川県の麺と、いりこ出汁にこだわったさぬきの味



香川県のさぬきうどん店が都内などJR駅で6箇所もあります。写真は武蔵小杉店(新店舗)



おろし醤油とり天(並)690円  
牛肉温玉ぶっかけ690円

JR四国グループが運営する「めりけんや」、「親父の製麺所」の本格派さぬきうどんは都内などのJR駅6箇所で気軽に味わえます。さぬきマーチング委員会(株式会社ミヤプロ)は3月にオープンした武蔵小杉店の新店舗にあわせ、うどんのメニューを全てイラストで作成しました。サイドメニューも豊富で各種天ぷらを

トッピングしてお好みのスタイルで味わってください。

店舗情報: JR池袋駅(北口改札外IKE KITCHENフードコート内)、JR上野駅(中央改札内左中2階)、JR武蔵小杉駅(北改札外)、JR秋葉原駅(Tokyo Food Bar内)、JR浜松町駅(南改札外)、JR大崎駅(北改札外)



株式会社 めりけんや  
〒769-0203 香川県綾歌郡宇多津町浜三番丁36-2  
<https://www.merikenya.com>  
TEL:0877-49-6111 ※詳細はホームページをご確認ください。



東京都 足立区 あだちマーチング委員会  
株式会社 エイジ 担当: 青木 寿々

### ものづくりでコラボ。 地域の存在価値を創出しています。

#### あだち菓子博に出展「おいしいふせん」



会場のアリオ西新井1階イベントスペースに、足立区内にある菓子製造業者18社が出店し、2日間で約5,000人ものお客さまにご来場いただきました。

##### 足立区長と共にパシャリ! 潤徳女子高校の学生さんが女子高校目線で考案した「おいしいふせん」



株式会社エイジ 担当:青木 寿々  
〒121-0831 東京都足立区舎人6-6-25 <https://ag-print.com>  
info@ag-print.com

高校様とコラボレーション! 学生さんのアイデアをカタチにするお手伝いを行いました。学生からは、自分のアイデアが現物になるなんて感動しました! たくさん喜びの言葉をいただきました。「足立区の未来であるお子さんの夢を叶えたい」という足立区の大人たちが手を組み、一緒に未来へとつないでいます。



※掲載情報は令和4年6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。

### 地域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

神奈川県 厚木市

### 独自の路線と工夫を凝らした 誌面構成の地域メディア。

発行:株式会社 日本デジタルワークス <https://ndw.co.jp/>



前回の地域メディアは、昨年、見つけたデザイン豊かなメディア、それも年1回の発行、しかし、その内容はギュッと詰まったキラリと輝く「ヒト・コト・モノ」と出会うことが可能なメディアでした。この「暮らしのエッセンス ヒト・コト・モノ」を読むと、愛知県の東三河地域の魅力に惹かれ、ヒューマン・ツーリズムが、したくなります。

さて8回目に紹介する地域メディアは、今年3月3日に偶然に(高円寺の喫茶店の窓際で隣に座っていた)知り合ったフリーペーパー編集者が発行しているメディアです。

メディアの名称に「〇〇時間」と地域の名前が入っています。

神奈川県の厚木市でPCやWEB周りのビジネスをしている株式会社日本デジタルワークスが発行する「厚木時間」、「吉祥寺時間」、「海老名時間」、「杉並時間」、「愛川時間」を紹介します。

印刷や出版、メディア系でもない企業が、地域メディアを発行していることに、私は惹かれました。特に冊子紹介のキャッチコピーが「一周回って、地元がいちばんおもしろい。」って、良いですね。

考えられることは、「地元への恩返し」、「地元でのビジネスの醸成」だと推察します。

それぞれの特集や記事内容を紹介します。最初に「厚木時間」ですが、神奈川県厚木市、この地域を最初に手掛けたメディアで67号まで発行しています。さすがにここまで発行しているとネタが無くなるのでは、と思い



きや、コロナ禍でコミュニケーションに飢えている状況を踏まえ、特集は「スナック」です。

サブタイトルが「心が和む。地域の身近なコミュニティ」で、呑んで・呑って・悩みを打ち明けよう!、イズコロナ、アフターコロナ時代での「人」を求める、「人」と話しを楽しむ「場」としての厚木市内のスナック8軒を採り上げています。

次に「吉祥寺時間」は、特集が「こんなに吉祥寺。」で、地域の見える化・魅せる化と、吉祥寺に至る「いい道さんぽ」(地図付き)や「昭和の吉祥寺写真館」と称したアーカイブで「開かずの踏切」を載せています。

もちろん「人」も載っています。「吉祥寺を支えてきたあの人の店主」に、「いま、会いにゆきます。」シリーズで、「八丈島 浜やんの店主の金城昌吉さん」。地域を支えてきた人の紹介、良いですね。

「海老名時間」の特集は、カレーライスとイチゴです。海老名には、いちご農園が3ヶ所あり、その地域資源を載せています。海老名市でいちごの栽培が始まったのは1930年からだそうで、その10年後にはなんといちご農家は300戸に増えて、市を代表する農産物になりました。またカレーの特集には海老名市のカレーショップ10軒の個性と味を紹介して

います。ヒューマン・ツーリズム+カレー・ツーリズムが出来ます。

「杉並時間」と「愛川時間」は創刊したばかりのメディアです。この二つの地域も「文化」があります。

「杉並時間」の特集は、阿佐ヶ谷駅です。神社と商店街が混じり合う地域で、個性的な「店」や「人」が多々います。掲載の珈琲店や古書店など、覗いて語らいたくなります。またシリーズで高円寺や阿佐ヶ谷に多い暗渠の紹介や錢湯の紹介が良いです。

「愛川時間」には、自然豊かな愛川町の素晴らしさを探り上げ、町を散歩しましょうと呼びかけています。さらに地域資源の「半原ワサビ」を紹介し、130年受け継いできた半原ワサビでの町おこし「半原ワサビまちづくりプロジェクト」が立ち上がったことが載っています。

◎5つの地域メディアから共通で感じるのは、「地域は様々なレイヤーによって成り立っている」ということです。それは、「地」層+「時」層+「知」層。そして、これらのレイヤーを重ねることが可能な地域は素晴らしい、ってことです。

▶地層 → 地理的な資源  
▶時層 → 時をかけて集積された資源  
▶知層 → 人々の知識(クリエイティビティ)により集積された資源

そして、地域メディアの役割は、これらのレイヤーを“見える化・魅せる化”することです。次回も、そんな地域メディアと出会い、知り、読み、繋ぎ、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。