

information

日本発!地域密着型プラットフォーム

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化活動をしております。

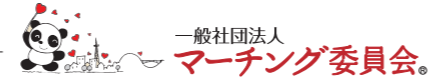
内閣府地方創生 SDGs 官民連携プラットフォームにも加盟し持続可能な社会づくりも目指しております。

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/>



戸板女子短期大学での講演



芝百年会 会員との記念写真

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。

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)の写真:戸板女子短期大学でのイラスト贈呈式。右から白川はるひ学長と当日日比野代表

地域活性情報誌『プラス・エム』港区版 Vol.7

2023年1月26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



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]

2023.1



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:東京タワー 富士山をバックに 作家:上野 啓太

日本のシンボル「富士山」、大空の下にそびえたつ東京のシンボル「東京タワー」。同時に見える都心の景観はとて素敵です。



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 あだちマーチング委員会・株式会社 エイジ 街並みイラストは、きっかけづくり地元好きの集まりを活性化

協賛企業紹介:リコージャパン 株式会社 空間のイメージ・雰囲気を実際に伝える 360°VRコンテンツ作成を新たなビジネスに

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。

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。



東京都 足立区  
あだちマーチング委員会  
株式会社 エイジ  
代表取締役：小林 英一郎

## 街並みイラストは、きっかけづくり 地元好きの集まりを活性化



西新井大師本堂

### 9社のチャーターメンバーで スタート

2009年に活動を開始したあだちマーチング委員会は、足立区内の印刷会社9社がチャーターメンバーとなった。街のイラストを使って、紙に関わるだけでなく、コンテンツの制作を軸にするという趣旨を掲げたのが特徴だ。

まず、地元の足立区の真ん中、「足立区のへそ」と言われる場所を決めた。それが、西新井大師。天長3(826)年創建の弘法大師ゆかりのお寺で、関東厄除け三大師のひとつでもあり、足立区民にとっては誇りとともに親しみのある場所だ。ここを中心にメンバー各自が自転車で地域をめぐり、自分自身の思い出深い場所などを選んでイラストを制作していった。

「足立区にはランドマークと言われるようなものがあまりないので、自分の出身校などもイラスト化しました。私の母校の中学校は生徒数が1,500人以上、毎年500人以上の卒業生がいます。10年経つと5千人、30年経つと1万5千人になるわけで、さらにその親きょうだいか区外へ出ていった人とかにも広がっていくものすごいインパクトの数になるんです。中学校の校門のイラストだけでも、それほど多くの方に喜ばれる」と小林さんは語る。



千住イラスト展案内



イトヨーカドー(左:1977年開店当時、右:現在)

次に、発展目覚ましい北千住を中心としたエリアでイラストにする場所を選んでいった。足立区は新旧のいろんな顔を持つので、多彩なイラストが揃っていき、こうして制作を積み重ねたイラストは現在100点を超える。

最新作は、2023年3月に閉店するイトヨーカドーのイラスト。町の人々にとっては思い出深いお店であり、閉店には感謝も哀切もある。今のヨーカドーと、開店当初のもの、2つを並べたイラストはとても喜ばれているそうだ。



西新井大師イラスト展示①



西新井大師イラスト展示②

### 様々な年代、業種、分野の 人たちと繋がって

あだちマーチングではイラストを使って色々な人との交流を深めようと、足立区の産業展、工業展などちょっと変わった場所でイラスト展を行った。すると、そこから面白い人脈ができていく。例えば、足立区には6つの大学があり大学生も多いので、出展ブースの隣に大学生たちがいたりする。そこで「地元のイラストに興味ありますか?」と話しかけると、



『紙ものフェス』ワークショップの様子



『紙ものフェス』で生まれる新たな交流



地元小学校で授業に参加



『はなはた文教マルシェ』参加の様子



第100回記念納涼会告知

話が盛り上がる。すると、今度はその大学生たちが地元の編集者や商店の社長などを連れてきてくれる。こうして知り合った人々をマーチング委員会の毎月の定例会にお呼びする。その結果、地元を好きな人、地元のことを発信したい人が集まるようになっていった。

そこから発展した形として、「あだち紙ものラボ」という制作集団を作った。色々なものづくりを地元から託されるような集まりである。イラストだけでなく、本の出版やパッケージデザインなどを手がけている人たちとも仲間になった。そして、地元のお寺や神社に無償で会場を提供してもらって、「紙ものフェス」というイベントも数回開催した。

こうして、地元での繋がりがどんどん広がっていき、学校、銀行、役所などから仕事の声かけをいただけるようになった。

現在、13社のメンバーがいるあだちマーチング委員会だが、仕事の取り合いにはならず、共存共栄が実現できているという。設立当初から参加している小林さんにあだちマーチングの活動の感想を尋ねると「苦労は感じたことがないです。多彩な方々と知り合いになれたこと、体験

できなかったような異なる分野に着目できたことのやりがいが大きく、本当にやってよかったと思います」と明るく返ってきた。

### 地元のアーカイブとして 貢献したい

コロナ禍ではイベントは軒並み中止、定例会もストップしてしまったが、委員会メンバー各社がイラストを活用して、銀行から依頼のタペストリーや店舗の日除けの囲いなどの制作を受注したり、学校の制作物のお手伝いをしたりと、地道に活動は続けてきた。

With コロナという社会が変わって

きて、最近では、地元の文教大学とのイベントに参加し、学生たちとの交流を深めた。

先述した閉店するイトヨーカドーもそうだが、「このイラストを描いて欲しい」というオーダーをいただくことも多くなってきているという。マーチング委員会の制作してきたイラストの価値が周知され、共感された証と言えるだろう。

今後は、地元を描いたイラストをマーチング委員会でしっかり管理していくことにより、地元の記憶を記録したアーカイブとして活用されるように努めていきたいと考えているそうだ。■

### POINT! 「点より面で活動を広げていく」

設立当初からあだちマーチング委員会は9社(1社から2人参加)の組織で活動を行ってきた。そして、イラスト展を開催するには異業種の人たちが集めるような場所をあえて選んで、イラストの展示が目的というよりも「地元好き集まれ!」という呼びかけの場にした。このようにイラストをきっかけにコミュニケーションを広げていくことを目指した活動が、あだちマーチングの大きな特徴であり、成果の源となっている。

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



東京都 港区  
協賛企業 リコージャパン 株式会社  
PP事業部PPビジネスサポート部  
担当：伴 仁

## 空間のイメージ・雰囲気をリアルに伝える 360° VRコンテンツ作成を新たなビジネスに



### リコージャパンについて

わたしたちリコージャパンでは、イメージセンシングの技術を活用し360°画像でバーチャルな空間を想像できるソリューションを紹介いたします。

THETA360°bizは、低コスト且つ簡単に実現できる、高品質のバーチャルツアー作成サービスです。

地域の美しい風景やまちなみをバーチャルで再現する事ができます。

### THETA 360.bizについて

THETA 360.bizは、360°全天球カメラ「RICOH THETA」で撮影した360°画像を閲覧するコンテンツを簡単に

作成し、Webサイト上での埋め込み表示や、URLの共有により、エンドユーザーに提供するクラウドサービスです。不動産物件紹介の他、観光地案内や宿泊施設、飲食店やウェディング会場、レンタルオフィスなど、空間の雰囲気や設備をWebサイトで紹介し、集客数、成約率の向上をねらうお客様にご利用いただいています。

### THETA 360.bizの特長について

- ・図面と画像をリンクさせたコンテンツ（ツアー）を難しい操作なく、直感的に作成することができます。
- ・作成したツアーは「URL」「HTMLコード」で共有可能で、URLリンクの共有やWebページへの埋め込み

- ・アプリ不要でウェブブラウザがあれば、360°画像をPCでもスマートフォンでも閲覧可能です。

- ・画像だけでなく、テロップやアノテーション（注釈機能）を使用し、360°画像に付加情報を記載することができるため、画像以上の情報を提供できます。

- ・リコー独自の「AI超解像」「AI明るさ補正」をお使いいただく事で、より鮮明な360°画像の公開が可能です。

- ・公開したい360°ツアーの公開数によって4つご用意しているプランからお選びいただけます。



THETA 360.biz ご紹介ページ ▶ <https://www.theta360.biz/>



### 印刷業界でのTHETA 360.bizの活用について

印刷物だけでなく、360°画像を掲載できるという付加価値を持ったWebページ作成などの役務を担うことによって収益を増加させることができます。

また、印刷物にQRコードを使用して360°画像へのリンクを掲載する事で、印刷物自体の情報量を増やし、印刷物の価値

を高めることができるようになります。360°画像は掲載するだけでなく、掲載する360°画像のクオリティも重要となります。

そこで、360°画像の画像処理業務を印刷業の皆様がお客様から請け負うことで、役務をONでき、より多くの利益を得ることが可能となります。

現在、本サービスをお使いいただいている業種としては、不動産業、建設業、

観光業(ホテル含む)等が多く、パンフレット等も使用している業種が多くあります。

そういった業種で、パンフレットに360°画像ツアーのQRコードを貼り付けて発行することにより、印刷物の発行数の上昇による利益アップ、Webページ制作および360°画像処理業務の請け負い業務による売上アップが見込めると考えております。

QRコードを使用して360°画像へ誘導し、閲覧することができます。

左から右に流れるテロップで説明したい内容を表示することができます。

### リコー環境事業開発センターの360°画像ツアー例



リコー環境事業開発センター Webページ  
[https://jp.ricoh.com/environment/eco\\_business\\_center/](https://jp.ricoh.com/environment/eco_business_center/)

リコー環境事業開発センター 360°画像ツアー  
<https://ricoh-ebc.theta360.biz/t/86a1b88c-2b14-11e8-a5b0-0a98a95454ba-1>





青森県 弘前市 津軽ひろさきマーケティング委員会  
有限会社 アサヒ印刷 代表取締役：漆澤 知昭

## リンゴ生産量日本一の弘前市に来たら、 こだわりのアップルパイも食べてみて

### りんごの形のアップルパイ



紅玉のジュシーでやさしい酸味とバターが香るサクサクのパイが最高です!

### ジャルダンさんのアップルパイ オススメはりんごの形!



ジャルダン洋菓子店  
〒036-8186 青森県弘前市富田3丁目1-6  
営業時間:9:30~18:30 定休日:火曜日、第1・第3月曜日 Tel.0172-32-6158  
[https://www.instagram.com/jardin\\_hirosaki\\_aomoriii/](https://www.instagram.com/jardin_hirosaki_aomoriii/)

市内40店舗以上のこだわりアップルパイ。なかでもジャルダンさんのアップルパイは弘前主催「第1回アップルパイコンテスト(2001年)」でグランプリを獲得、日経新聞のアップルパイランキング(2015年)では 全国4位を獲得しました。その他メディア等多数取り上げられるなど、青森特産「知る人ぞ知る名店」技術の高さや人気うかがえます。

原材料は「青森県産紅玉(りんご)、小麦粉、フレッシュバター、牛乳、砂糖、卵、塩」とシンプルで一切添加物を使用しておりません。りんごそのもののおいしさを最大限引き出したアップルパイです。



津軽ひろさきマーケティング委員会とコラボ、キーホルダーでも登場!

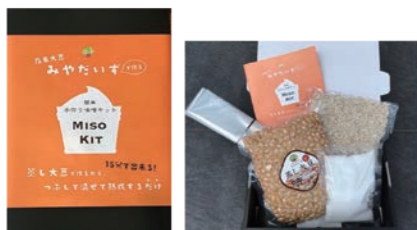


宮崎県 都城市 霧のみやこマーケティング委員会  
株式会社 文昌堂 代表取締役：東 淑恵

## 都城は、肉と焼酎だけじゃない、 畑の肉もすごいんです

### 宮崎県都城在来種みやだいず使用 [みやだいずの簡単手作り味噌キット]

### 愛情いっぱいの手作り味噌で作る お味噌汁は最高のごちそうです



麹、蒸し大豆、食塩、ビニール袋、輪ゴム、作り方ガイドが入っているので、到着後すぐに仕込めます!

ケンコー食品工業株式会社  
〒885-0081 宮崎県都城市鷹尾3丁目28-21 Tel.0986-23-6041 <https://www.misogura.com/>

ケンコー食品工業様では、「体に安全で、安心なものを作る」という想いのもと、添加物不使用の製品作りを行っています。中でも在来種「みやだいず」を使用したこだわりの味噌しょうゆでどれも選りすぐりの逸品ですが、味噌づくりの醍醐味を味わって、自身のお気に入りになるまで、「簡単手作り味噌キット」です。蒸した大豆「みやだいず」が入っていますので、

大豆を潰して、同梱された麹と塩を混ぜるだけです。時間の経過とともに味噌の中の微生物が働く様子を色や香りを感じられ、私だけのお味噌を完成できます。

子供の自由研究にもおすすめの観察シート付きです。



産学官による「みやだいず」プロジェクトのロゴマーク



宮崎県都城市在来種大豆「みやだいず」プロジェクトメンバー



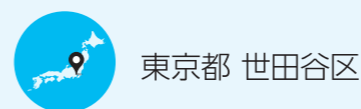
鍋島裕俊が選ぶ

## キラリ☆輝く 地域メディア

アフターコロナで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、それが存在することによって、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」メディアを選び、紹介しています。今回の地域メディアは、日本唯一の有人離島専門フリーペーパーの「季刊リトケイ」です。



有人離島専門フリーペーパー「季刊リトケイ」  
発行:離島経済新聞社 <https://ritokei.com/>



東京都 世田谷区

file No. 10

## 日本の島々に存在する“島国の宝”を 未来につなぐ「有人離島専門メディア」

“つくろう、島の未来。”とサブタイトルで語っているように日本全国の島6852の中から有人離島420島の「ヒト・モノ・コト」の見える化、魅せるかを発信している情報紙です。

このリトケイは、鯨本(イサモト)あつこさんが2010年からメディア活動を開始し、2014年からはNPOとして活動の幅を広げました。鯨本さんは、何故に、島の情報紙を始めたのでしょうか?鯨本さんは海や島と縁があったのでしょうか?否、まったくありませんでした。鯨本さんは大分県の日田市の生まれで、山に囲まれて育ちました。その鯨本さんが何故に?そのキッカケは「島の情報は探しにくい」ことに気付いたからです。鯨本さんは当時、東京のビジネススクールに通い、その仲間たちと島へ移住する友人の島を訪れる際に、初めて聞く島の名前だったので、インターネットで検索し調べました。そして気付きました。「島の情報は探しにくい」と。そこでビジネススクールの仲間たちと立ち上げたのがリトケイでした。

2010年10月にスタートした離島経済新聞(リトケイ)、それまで離島の情報媒体が少なかったこともあり、一気に島に暮らしている人や島が好きの人から反響があり、読者が増え、鍋島も、その一人で、見かけたら必ず入手します。では、鯨本さんと仲間たちが作っているリトケイ、「島に伝えたい情報」「島から伝えたい情報」を紹介し、リトケイの構成は、「インタビュー、特集、データ、島にまつわる情報、島で働く人」などが載っています。

ここでは、最新の今年のNo.38から40号を紹介し、今年の夏号(No.38)には、インタビューが「進化思考」を著された太刀川英輔さんが「世界の希望を小さな島から」と語っています。



特集は、「地域共同体に学ぶ島のシマ」で、最初に奄美諸島の島ラジオ、メディアの存在、役割を紹介しています。次にゴリラ研究で有名な山極壽一さんが屋久島の素晴らしさを語ります。更に3つの島、島根県の隠岐の島、広島県の阿多田島、沖縄県の津堅島、の地域づくり活動の紹介にプラスして山口県下関市の六連島でのシマ活動の事例を見開きで紹介。

今年の秋号(No.39)は、解剖学者であり昆虫愛好家の養老孟司さんの「島がホントで都市がヘン」と云う提言インタビューが載り、特集は「島だから学べると」と「島留学」や「島ツーリズム」の事例が多々紹介されています。読んでいて紹介された島に行きたくなります。そして次に見開きには「小規模離島の海ごみ問題を考える」と云うNPO活動が載っています。今号でも紹介されていますが、毎号一人、島で仕事をしている人を1ページ使って紹介しています。この方たちを訪ねてのヒューマン・ツーリズムも良いと思います。

今年の冬号(No.40)のインタビューは、滝口悠生さんで、小笠原諸島から約280km離れた孤島・硫黄島を「戻れない島の豊かな記憶を追いかけて」と語っています。滝口さんは八丈島の生まれで、6年前に「死んでいない者」で芥川賞を受賞しています。

特集は、「島に生きる言葉100」で、リトケイ創刊号から今号までの経緯の中で語られた「言葉」に照準を置き、100人から紡ぎ出された言葉を紹介しています。キラリと輝く言葉のダイヤモンドです。一例で、島尾ミホさん「島

にも血が流れていて、自分の一部とつながっているような体感」。本当にリトケイ、読んでいて多くの気付きもあり、盛沢山でタマリマセン。

マーケティング委員会の皆さん、ぜひ、このリトケイ、一度、手に取って読んでみてください。リトケイの設置場所は161島・148市区町村を含め、全国に900カ所もあって、春夏秋冬に12000部を発行しています。そして、メディアの発行・発信以外にリトケイの素晴らしいのは、NPOとしての活動です。それは、島は全て海に囲まれています。SDGsでも指摘されている海辺に漂着する海ごみ問題です。

特に島の住民や行政だけでは解決の難しい「小規模離島」の海ごみ問題について、リトケイは読者やSDGs活動を標榜している企業・団体と共に考え実行する「小規模離島の海ごみ問題を考える会」を立ち上げたのです。次世代へ海を引き継ぐために、海を介して人と人とがつながる「日本財団「海と日本プロジェクト」の一環で活動しています。いろいろ紹介してきましたが、リトケイを読んでみたくなりましたか?

鯨本さんが初めて訪れた瀬戸内海の島で出会った農家のおじさんの言葉「この島は宝島だから」、それを確認して、それを島外の人に伝えたくて、作り続けてきたメディア、10年、継続は力なり、ですね。■

◎マーケティング委員会の皆さんも、皆さんの住み暮らす地域の素晴らしいさを、「見える化・魅せる化」して、地元への関係人口・ファンを醸成してください。



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。