

地域ブランディングとプロモーションを支援

東洋美術印刷

千代田区の特性を活用

「むらまち」を結ぶ活動を展開

東洋美術印刷(本社/東京都千代田区、山本久喜社長)は、2004年から地元・飯田橋を中心に地域活性化事業を開始している。そして2015年には、千代田区商工業連合会の有志とともに、一般社団法人「むらまち結び」を設立。視野を日本全国の市町村に広げ、地域活性化の取り組みを展開している。今回、「むらまち結び」の代表理事を務める山本社長と企画・運営などを担当している同社・仲山裕文氏に、「むらまち結び」の取り組みなどについて聞いた。

東洋美術印刷は、2010年には、文京区の地蔵通り商店街振興組合とともに、一般社団法人「むらまち結び」を設立。町会、大学、商店街、区役所などと連携を深めながら、飯田橋から千代田区、文京区と活動の幅を広げている。課題・欲求を解決するこ



山本社長(左)と仲山氏

とを目的に活動を始めた。地域のコトづくりのエンジンとして、地域活性化のための各種施策・イベントの企画・実施、事業のコンサルティング、各種助成金などの申請サポート、安心・安全のまちづくりの支援、地域メディア運営などを展開してきた。地域活性化事業を開始した経緯について山本社長は「既存の印刷ビジネスとは別に、新たな事業の柱として取り組んだのがきっかけだった」と語る。当時の取り組みとしては、地元商店街の支援が中心であったという。「主役はあくまでも地元の方達」と語る山本社長は、地域情報を満載したフリーペーパーを制作するに



香岐全景

あたり、取材などを地元の大学とのコラボレーションを図りながら行うなど、地域密着の活動を展開してきた。取材などを地元

は東京23区で19番目の大きさだ。しかし、この千代田区は昼間の人口が約82万人と、別の顔を持っている。毎日、千代田区に通う、82万人のビジネスマンや学生達を「むらまち結び」では、「千代田者(ちよたまもの)」と定義している。

むらまち結びは、2015年、千代田区商工業連合会の有志とともに、一般社団法人「むらまち結び」を設立。視野を日本全国の市町村に広げ、地域活性化の取り組みを展開している。今回、「むらまち結び」の代表理事を務める山本社長と企画・運営などを担当している同社・仲山裕文氏に、「むらまち結び」の取り組みなどについて聞いた。

開してきた。商店街の活性化からスタートした取り組みは、大きな評価を受け、千代田区、そして近隣エリアへと活動範囲を拡げていくことになる。そして2015年、千代田区商工業連合会の有志とともに、一般社団法人「むらまち結び」を設立。視野を日本全国の市町村に広げ、地域活性化の取り組みを展開している。今回、「むらまち結び」の代表理事を務める山本社長と企画・運営などを担当している同社・仲山裕文氏に、「むらまち結び」の取り組みなどについて聞いた。

「この「むらまち結び」とは、千代田区やその周辺の都市型資源(購買力、情報発信力、集客力など)を活用し、日本各地の市町村(むらまち)と千代田区をつなぎ、マーケティングなどを支援していくことを目的としている。千代田区の人口は、約4万8000人。面積で

むらまち結びは、2015年、千代田区商工業連合会の有志とともに、一般社団法人「むらまち結び」を設立。視野を日本全国の市町村に広げ、地域活性化の取り組みを展開している。今回、「むらまち結び」の代表理事を務める山本社長と企画・運営などを担当している同社・仲山裕文氏に、「むらまち結び」の取り組みなどについて聞いた。

香岐のプロモーションを展開。長崎県の離島「香岐の島」は、博多港から高速船で約1時間、長崎空港から飛行機で約30分の場所に位置する。島内には小さな祠もあわせると1000以上の神社がある。島の特産品は、平成26年4月に商標登録された黒毛和牛ブランド「香岐牛」をはじめ、「新鮮な海の幸」や「香岐焼酎」など。また、香岐は「麦焼酎発祥の地」ともいわれている。

このイベントの主催者である長崎県香岐市および(一社)香岐市観光連盟と「むらまち結び」をジョイントしたのは、同じく地域活性化に積極的に取り組む富士ゼロックス(株)だ。2015年、富士ゼロックス長崎は、香岐市と

地方創生に向けた連携協定「香岐なみらい創りプロジェクト」を締結。住民が中心となった対話や体験を通じ、観光客誘致や人口増につながる新産業の育成など、これまで培ったコミュニケーション研究技術を活かし支援している。

山本社長は、富士ゼロックスの取り組みを以前から認識しており、「むらまち結び」の活動などを目的に活動を始めた。地域のコトづくりのエンジンとして、地域活性化のための各種施策・イベントの企画・実施、事業のコンサルティング、各種助成金などの申請サポート、安心・安全のまちづくりの支援、地域メディア運営などを展開してきた。

説明していた。その縁から今回のイベントプロデュースが決定した。商品PRするのではなく、地域の魅力を発信

「ゆずの加工食品について、得意分野のプロモーションである。しかし、「むらまち結び」が提案した計画は、単なる商品販売ではなく、香岐自体をプロデュースするものだ。

「ゆずの加工食品について、得意分野のプロモーションである。しかし、「むらまち結び」が提案した計画は、単なる商品販売ではなく、香岐自体をプロデュースするものだ。

まるごと味わう
香岐の島
IKI-NO-SHIMA
ウィーク

香岐の魅力をプロデュース



盛況だった行幸マルシェ

「丸の内行幸マルシェ×青空市場」に出店し、「千代田者」を対象に香岐のプロモーションを展開。都内では流通することが少ない香岐の食材を使った特別メニューの提供や観光PRなどを実施。また、女性販売員に巫女の服装で接客対応させることで、香岐の魅力を視覚的に表現することも購入者を対象に、島内の神社から譲り受けた「おみくじ」を引いてもらうなどの工夫もしている。

「このメニュー開発にも「むらまち結び」が関わっており、仲山氏は「単に香岐生にゆずの加工食品を組み合わせるのではなく、ゆずの加工食品3点ずつまぐ調査したものを提供したかった。そのため、試食にはかなりの時間を費やした」と振り返る。ランチ・ディナーのメニュー開発にも「むらまち結び」が関わっており、仲山氏は「単に香岐生にゆずの加工食品を組み合わせるのではなく、ゆずの加工食品3点ずつまぐ調査したものを提供したかった。そのため、試食にはかなりの時間を費やした」と振り返る。

「このメニュー開発にも「むらまち結び」が関わっており、仲山氏は「単に香岐生にゆずの加工食品を組み合わせるのではなく、ゆずの加工食品3点ずつまぐ調査したものを提供したかった。そのため、試食にはかなりの時間を費やした」と振り返る。