

(第三種郵便物認可)

歴史への「念い」 形と情報に

東海企業の『挑む』 戦略家たち

歴史への情熱を語る「コミュニティネット」富永社長



名古屋市中区「コミュニティネット」社長 富永一成さん(48)

同社が製作した歴史関連コンテンツ



1999年 広告代理店業務の「コミュニティネット」社設立。
2005年 歴史関連業務開始。
07年 「フレンドリー」発売。
06年 NHKからライカレンダーを発売。

1999年 広告代理店業務の「コミュニティネット」社設立。
2005年 歴史関連業務開始。
07年 「フレンドリー」発売。
06年 NHKからライカレンダーを発売。

「権利関係の壁」突破

商品化は専門家の監修を受けながら膨大な量の資料に目を通して進める。印象的だったのは関ヶ原合戦「所蔵が全国に散らばっている」と各武将の掘り下げが本当に大変。特に難航したのが島左近で、肖像画が見つからずに結局、びょうぶを切手にするしかなかった」と富永さんは悔しが

同社には連日ファンから意見が寄せられるなど交流も活発だ。これまで歴史ファンといえは高齢層が中心と思われていたが、最近ではゲームなどの影響で若い世代、とりわけ女性層に厚みが出てきた。

木村幸比古さんに 要請アポなし直談判

府の木村幸比古課長に行き当たった。すべさま足を運んでアポイントなしの直談判。熱心に話す富永さんの「念い」に打たれた木村さんともに権利を集中的に整理していき、わずか1週間で準備を終えた。富永さんは「前代未聞の試みだっただけに「なぜ名古屋の会社？ 幕末と何の関係が？」と頻りに聞かれまじ」と振り返る。

出来上がった坂本龍馬切手セットを3000部限定で発売すると、瞬間に完売。シリーズ全

切手シリーズ1万セット 超える大ヒットに

の思いが一気に爆発して企画へ突き進んだ。歴史上の人物で富永さんが特に心酔したのが、乱の中で信念を貫き強烈な「念い」を持った坂本龍馬。だが企画を実行するにも「権利関係が一番

「龍馬」で立つ

への思いが一気に爆発して企画へ突き進んだ。歴史上の人物で富永さんが特に心酔したのが、乱の中で信念を貫き強烈な「念い」を持った坂本龍馬。だが企画を実行するにも「権利関係が一番

戦国武将「8割」ゆかりの地・愛知

富永さんが歴史に興味を持ったのは学生時代にNHKの大河ドラマ「勝海舟」の歴史小説に出会ったのがきっかけ。以来、歴史のうねりに魅せられ

「啓蒙」

「企画の合間に歴史の裏側が見えるのが面白い」と富永さん。今後は「現在、力を入れている戦国時代を突き詰める。培ったネットワークを使って歴史ファンを増やしたい」と、目を凝らす。

商品については同社ホームページ(<http://www.ohigara.jp/rekishi/>)