



山村振興のキーポイント

【名田庄から学ぶ】



ブランド戦略

イベントと情報発信による 村のブランド化

都市部へのマーケティングを主とした地域活性化においてはイベントの開催や積極的な情報発信による地域(地名)のPR活動が重要である。名田庄では特産品の自然薯をメインとした「じねんじょ祭り」の開催やマスコミを積極的に活用して名田庄ブランドの情報発信に努めている。

内部への啓蒙と外部への販売戦略

地域内連携

マーケティングは外部を基本とする

第三セクター方式による地域の産業振興施設の設立にあっては、地元商工業者との調整を図る必要がある。名田庄商会では、物産展やネット販売、他地域への卸等、外部を主としたマーケティングに取り組んでいる。

ニーズの把握

定期的なニーズ調査

自然薯や蕎麦等の特産品の加工から販売を推進するにあたり、納品先へのアンケート調査や商圏の生協へのヒアリング調査を定期的に実施することで、流動的なニーズを的確に把握するよう努めている。当商会ではそのようにして得たニーズに即した販売計画によって毎年安定した利益を生み出している。

人づくり

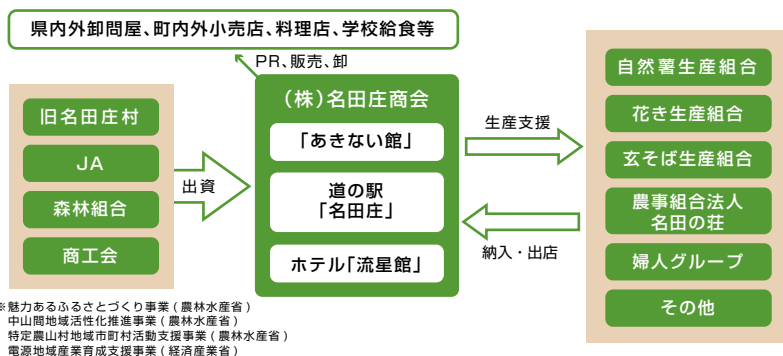
村民の意識改革

地域で初めて取り組む活動にあっては、まず地域住民の意識改革を図ることが肝要である。当初、設立において住民側の関心は低かったが、専門講師による「村民大学」の開催によって、関心と賛同を徐々に得ることができた。また、取組の中でも農産物の買い取り価格を通常より高めに設定するなど、生産者の意欲向上に努めている。



活用した組織と制度

第三セクター方式による地域産業振興



その人に聞く

コンセプトは 「地域活性化と地域への恩恵」

株式会社 名田庄商会 部長 清水義信 氏



この地域では、合併前の名田庄村の時代から林業が盛んに行われており、それに伴い製炭業も盛んでしたが、戦後のエネルギー革命により製炭業は衰退、そして村の雇用機会が縮小し、若者が次々と流出していくということになりました。当初5,000人あまりいた農業人口が昭和50年代には3,000人程度となり、「このままではまずい」という危機感が出てきました。

そこで昭和56年に村が「里づくり構想」を策定。その中で「人、もの、環境づくり」を方針として、それを一手に引き受ける「村民商社」が考案されました。設立までの過程において、まずは地域住民の意識の醸成を最優先し、地域産業の振興に関する専門家を招いて「村民大学」を開催しました。それにより徐々に村民の地域活性化に対する意識が醸成され、設立へと至りました。

当商会は「地域の活性化と地域への恩恵」をコンセプトとしています。通常「安いものを仕入れできるだけ高く売る」といった経営手法が一般的ですが、生産者の意欲を高めるために、「仕入れをできるだけ高くして、最小限の利益を確保できるように売りつくす」といった方針で運営しており、それによって生産活動や販売活動に活気が出てきています。

一方で新たな課題も出てきています。商品やイベントの好評によって販売数が増えてきたため、今度は需要に対して供給（生産）が間に合わなくなり、最悪の場合は他地域から原料を仕入れるといった状況にあります。それらを解決するため、地域の農事組合法人との連携による生産量の増加や生産者の後継者不足解消を図っています。



今後の課題・展望

生産の仕組みづくりと村づくりの担い手育成

目標1

地元NPO との連携

生産者の高齢化と後継者不足を解消するため、地元のNPO等と連携を組み、定住の促進や農業支援を図り、それらを実施していく体制・システムづくりを検討する。

目標2

生産量の増加

現在、消費需要に対し生産が間に合っていない状況にあるため、農事組合法人等と連携し、生産体制を強化。常時需要に応じた生産を確保する。

目標3

地域性の維持 と伝承

平成18年の合併により、おおい町となり、「名田庄」という地域特性が失われつつあるため、地域の個性を維持し、伝承していくことが必要。

関連・関係する団体

おおい町役場 〒919-2111 福井県大飯郡おおい町本郷第136号1番地1 Tel: 0770-77-1111