

令和元年度 モデル事業 取組 斐川特産協会

事業のポイント

- ・出西生姜を地域ブランドとして確立した実績を持つ斐川特産協会が、斐川地域の魅力や特産品を県内外へ発信していくため、新たな情報発信策を検討。
- ・既存の特産品のブラッシュアップ及び新たな地域資源の発掘を行うことで出雲ブランド特産品の商品力強化を図るとともに道の駅を核とした情報発信を通じて販路拡大を目指す。

基本情報

- ・WG名 : 斐川特産協会
- ・活動テーマ : 地域内での資金循環の促進
- ・モデル事業名 : 地域の特産品を活用した出雲ブランドの確立
- ・事業概要 : 生産者共同による地域産品の商品力や情報発信力強化の方策の検討

課題

- ・斐川特産協会員の高齢化や世代交代により、地域連携の希薄化、地域活動の停滞を招いている。
- ・斐川地域の魅力や特産品の情報発信力が低下している。
- ・今まで気づかずに埋もれていた新たな特産品や地域資源を発掘したい。
- ・情報発信を強化して地域特産品の販路拡大を図りたい。

そこで、

斐川特産協会の今後の活動の方向性や地域資源のブラッシュアップ・発掘を専門家の意見を取り入れながら検討するとともに、新たな情報発信策として斐川地域のマスコットである「ひいばあちゃん」をデジタルコンテンツとして活用し斐川地域の情報発信力強化を図る。

初年の取組内容

- ・斐川特産協会員が持つ地域資源を相互で共有・把握するため、専門家の指導のもと会員向けワークショップを開催した。
- ・新たな特産品開発に向けて斐川地域の資源を把握するための会員向けアンケート実施及び分析を専門家の指導のもと行った。
- ・情報発信ツールとして「YouTube」の活用を検討し、斐川地域マスコットキャラクター「ひいばあちゃん」をデジタルコンテンツとして斐川地域及び特産品のPRを行った。

取組成果

- ・会員向けワークショップ及びアンケート実施の結果、複数の地域資源のコラボ商品の開発等により出雲ブランド特産品の商品力強化を図るといった今後の方向性を導き出した。
- ・道の駅の運営に関する専門家を交えて協議を行ったことで、道の駅を核とする情報発信を通じた特産品振興に向けて新たな指針を示すことができた。
- ・マスコットキャラクター「ひいばあちゃん」をYouTube等のデジタルコンテンツに起用したことで、斐川地域の魅力や特産品の情報発信を新たな手段で強化していける可能性を見出すことができた。

活動の様子



ワーキング会議



会員向けワークショップ



ひいばあちゃん動画
アフレコ



「ひいばあちゃん」
YouTube チャンネル

ワーキンググループ構成員の声

- ・会員向けアンケートやワークショップを実施したことで、各会員の意見や考えを把握することができました。また、ワーキンググループで議論を重ねていく中で、今後の目指す方向性が見えてきたと実感しています。
- ・マスコットキャラクター「ひいばあちゃん」を起爆剤として、斐川の魅力を一層伝えていきたいと考えています。
- ・専門家の意見を聞いたことで、今までにない発想や考え方を知ることが出来ました。今後も専門家との連携を図りながら新たな取組に励んでいきたいと思ひます。