

美作国創生公募提案事業 事業成果報告書

- 1 事業名：「ウィークエンド・アーバン・サテライトショップ みまさか」
- 2 実施団体： 特定非営利活動法人 山村エンタープライズ
- 3 協働担当課： 美作県民局農林水産事業部農業振興課

4 事業概要

NPO法人山村エンタープライズメンバーと美作市地域おこし協力隊員有志等が、おもに週末に関西主要都市の販売会やイベントなどに出店し、外販事業「ウィークエンド・アーバン・サテライトショップ みまさか」(略称：WUSS)を運営し、美作県民局管内の農産物や特産品等の販売を行い、併せて美作地域の魅力を発信し、都市と地域を結ぶパイプ作りを促進する。

5 実施内容

① 出店概要

今事業実施にあたり、下記のとおり出店調査、テスト販売会、WUSS出店、WUSS番外出店(関西主要都市以外への出店)を行った。出店時には、対面接客販売を行い、試食を提供し、観光パンフレット・移住定住パンフレット等を配布し、美作地域の情報発信に努め、出店内容は出店報告書として毎回提出した。

【出店調査1回、テスト販売会2回、WUSS出店23回、WUSS番外出店2回】

- 4/8(金) 大阪出店調査
- 4/22(土)・23(日) 大阪天神橋3丁目商店街出店(テスト販売会①)
- 7/1(土)・2(日) ラグザdeマルシェ、カルメニマルシェ出店(テスト販売会②)
- 7/22(土)・23(日) BANKS RIVERSIDE MARKET出店(WUSS①)



- 7/28(金)・29(土) 北千里diosみまさか市、ラグザdeマルシェ出店 (WUSS②)
- 8/5(土) 梶の葉の七夕祭り出店 (WUSS③)
- 8/12(土) ぐりぐりマルシェ出店 (WUSS④)
- 8/19(土)・20(日) ラグザdeマルシェ、芦原橋アップマーケット出店 (WUSS⑤)



- 8/26(土)・27(日) 北千里dios夏祭り出店 (WUSS⑥)
- 9/2(土)・3(日) ラグザdeマルシェ、カルメニマルシェ出店 (WUSS⑦)



- 9/9(土)・10(日) ぐりぐりマルシェ、枚方宿くらわんか五六市出店 (WUSS⑧)
- 9/16(土)・17(日) 土居商店街、天神橋4番街ワゴン市出店 (WUSS⑨)



- 9/22(金)・23日(土) 北千里diosみまさか市、グランフロント大阪旬食マルシェ出店 (WUSS⑩)
- 9/30(土)・1(日) 旬食マルシェ、カルメニマルシェ出店 (WUSS⑪)



- 10/7(土)・8(日) 土居商店街、くらわんか五六市出店(WUSS⑫)
- 10/14(土)・15(日) ぐりぐりマルシェ、第5回堺商人祭り出店 (WUSS⑬)



- 10/21(土)・22(日) 旬食マルシェ、森の市(大阪・農水省関連) 台風のため中止⇒土居商店街出店 (WUSS⑭)
- 10/27(金)・28(土) 北千里diosみまさか市、土居商店街出店 (WUSS⑮)
- 11/3(金) JA勝英豊年まつり in勝田出店 (WUSS 番外編①)



- 11/4(土)・5(日) 千林商店街、カルメニマルシェ (WUSS⑯)



- 11/11(土)・12(日) ラグザdeマルシェ、くらわんか五六市出店 (WUSS⑰)
- 11/18(土)・19(日) 土居商店街、芦原橋アップマーケット出店 (WUSS⑱)
- 11/24(金)・25(土) 北千里diosみまさか市、生野本通商店街出店 (WUSS⑲)



- 11/25(土) 勝央オープンファクトリー出店 (WUSS 番外編②)
- 12/2日(土)・3(日) ラグザdeマルシェ、カルメニマルシェ出店 (WUSS⑳)
- 12/9(土)・10(日) ロハスフェスタ蚤の市、くらわんか五六市出店 (WUSS㉑)



- 、12/16(土)・17(日) 天三おかげ館・芦原橋アップマーケット (WUSS㉒)

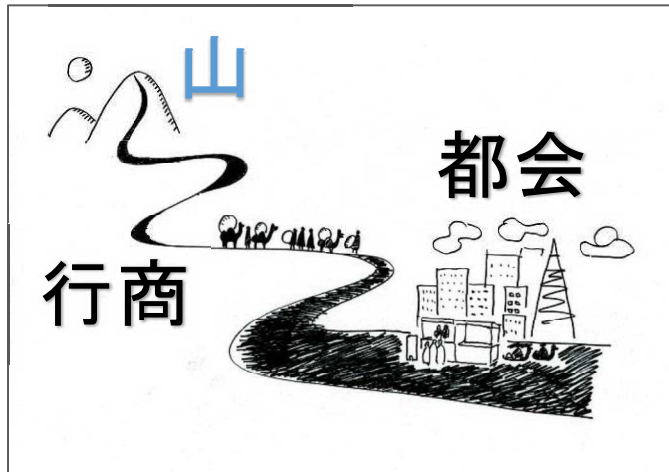
- 12/22(金)・23日(土) 北千里diosみまさか市、土居商店街 (WUSS㉓)



② チーム・アイデンティティの創造(CI)

- ・事業イメージ

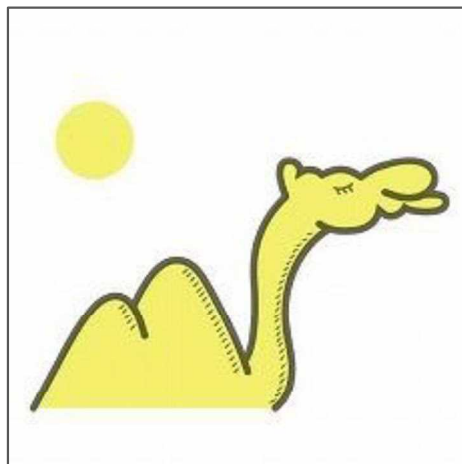
岡山県北の中山間地域から都会へ行商に行くイメージ



- ・チーム名の決定

「岡山県北行商隊 山のキャラバン」

- ・ロゴマークの作成



・店舗イメージ



③ Webを使った情報発信

- ・「岡山県北行商隊 山のキャラバン」
yama-caravan.com

ホームページを作成し、出店スケジュール、出店レポート、ニュース及び商品ラインナップなどの情報発信を行った。

- ・「山のキャラバン岡山県北行商隊」
facebook.com/caravan.yama

フェイスブックページを作成し、出店告知、出店内容、出品商品などの情報発信を行った。



④ 制作物



- ・テント上部看板
- ・テーブル前部垂れ幕
- ・立て看板(Aタイプ)
- ・ユニフォーム(エプロン, ハッジ)



- ・ショップカード
店頭等で配布し、広報した。
(ホームページ, フェイスブックページへの誘導)

6 事業実施による成果、効果、今後の課題

(1) 成果、効果

- 出店開始から12月終了まで、毎週末欠かさず関西の販売会に出店を継続した。
- 関西主要都市で美作圏域の農産物・特産品・6次産品の拡販を行い、常連客やファンができた。
- 美作圏域の特産品・観光・移住定住などのPRを関西主要都市で実施できた。(チラシ配布、口頭での説明等を毎回実施)
- 関西圏と美作を結ぶパイプ作りができた。(主催者、コーディネーター、商店街、他の出店者、お客様等とのつながりの構築)
- 関西圏の出店事情に精通することができた。
- 他の出店者からの紹介で、東京のホテルから農産物の新たな発注を受けた。
- 岡山県を代表する出店者として、関西主要都市の出店場所等で認知され、信用を得た。
- 事業終了以降も、出店・出品等を各所から要請されている。

【所感及び考察ーパーソナルな時代へ】

近年、都市近郊において、マルシェなどの販売会が急激に増えている。この盛り上がりは、もはや文化といっても過言ではないと思う。

販売会においては、出店者は自らの商品を通して、創造的行為を行い、自己を表現している。また、来場者は、参加者として、出店者との対話を通し、共感したり、買物を楽しんだりしている。

このことは、ひとりひとりの個人や個性が浮き立つ時代に向かっていることを象徴しているように思う。今後さらにこの傾向は強まっていくものと考えられる。

(2) 今後の課題

- 外販事業の採算性の問題
⇒当該事業においては、自立営業を行うまでには至らなかった。結論としては、岡山から出店して、外販事業の採算を合わせることは難しいと考えられる。ただし、関西に常設の拠点があり、そこから近隣の販売会などに出店できれば、採算を合わせることが可能であると思われる。
- これまで培ったつながり、信用、顧客などの継続
⇒美作市地域おこし協力隊員等が、個々の事業として外販事業を行っていくことが重要と考えている。

- ▶ 今事業を土台としたこれからの展開・提案
 - ⇒目標として、下記ステップを踏んで、取り組むことが大切
 - 1. 第1ステップ「物流と問屋機能を持った売り込み隊」構築
 - ✓ 美作圏域で良い商品を集め、関西圏の小売店等(小売店、産直コーナー、直売所・・・)に売り込み、集荷配送する事業。⇒行政や地域、商業団体等と協力して売込みができればと考える。
 - 2. 第2ステップ「岡山県のサテライトショップ」開設
 - ✓ 飲食と物販を行う小型の「岡山県のサテライトショップ」を関西の主要都市で開設し、運営する。
 - 3. 第3ステップ「サテライトショップの多店舗化」展開
 - ✓ 上記店舗が軌道に乗ったら、順次「多店舗化」を展開し、物流を自社便で賄い、発展的に運営する。

7 県民局と協働した効果及び課題

美作国創生公募提案事業 審査委員から、「単なる物売りにならないように、見せ方、売り方に工夫をして、他との差別化を図ってもらいたい。また、美作地域の魅力の発信についても積極的に行ってもらいたい。」という意見をいただいた。

それを受けて、陳列什器・ディスプレイ用品・チラシ制作、Webでの情報発信、パンフレット等を使った魅力の伝達など、さまざまな工夫をし、差別化を図った。

結果として、アピール度の高い売り場を構築でき、情報発信力のある出店ができた。そして、主催者やお客様から高評価をいただき、出店要請をいただいたり、常連のお客様になっていただいたりした。

そのほか、美作県民局より随時アドバイスをいただき、事業運営の改善につなげた。

課題としては、上記項目、6.今後の課題 (2)「今事業を土台としたこれからの展開・提案」(第1～3ステップ)に対して、美作県民局と協働して取り組むことができれば、さらに地域や産業の活性化に貢献できると考えている。