

先進事例を見る

全国中央会では、中小企業・小規模事業者や組合等連携組織が、新たな事業活動への挑戦や組織体制の見直し等を行う際の参考となるよう、知識や経験、ノウハウの移転・活用につなげることを目的に掲げ、都道府県中央会と連携し、課題解決等に先進的に取り組む組合活動事例について、調査・分析、収集・普及を行っており、収集した事例を全国中央会のホームページ（組合事例検索システム）で公開しています。

今回は令和元年度に行った調査のうち、「積極的な情報発信」についての事例をご紹介します。

米COMEかほく協同組合

— 町の高品質農産物をブランド化により全国に販売拡大 —

住 所	〒999-3522 山形県西村山郡河北町溝延字千刈47-1		
U R L	http://iinacossu.com/		
設 立	平成29年3月	主 な 業 種	農業
組 合 員 数	4人	出 資 金	200千円

■背景・目的

地域の農業者は高齢化や米価下落など様々な問題を抱えており、共同で問題解決に取り組む意識が薄かった。当地域は高品質の農産物が収穫されており、町や商工会のアドバイスを受けながら、「商品としていかにして売るか」というブランド化に向けた取組みに着手し、組合を設立する運びとなった。

■取組みの手法と内容

組合員農家と賛助会員から米を集荷し、主に町のふるさと納税返礼品としての販売及び都内にオープンした町のアンテナショップでの販売を行っている。農家は農作物を作ることには注力しがちであるが、アドバイスを受けたことで顧客視点の重要性に気づかされ、ブランド構築の取組みをすすめることとなった。商工会の専門家派遣事業を活用して、ロゴやネーミングを検討した結果、「いいなこっす」のネーミングと清流をイメージしたロゴマークを作成した。

ふるさと納税返礼品としての販売は安定的に推移しているが、リピーターは少なく、また他の販路も乏しい。このため新たな取引先の開拓のために、食品関係の展示会などに出展したところ、品質などを評価されて引き合いはあったが、取引希望量が桁違いに大きいため対応できないこともあった。

■成果とその要因

農家の現状を何とかしたいという代表者らの意識の高さが出発点であり、その手法として専門家の指導を活用してブランド構築に取り組んだことが大きな成功要因といえる。これまではふるさと納税返礼品という安定した販路が確保されてきたが、今後はアンテナショップやネットショップ等を通じてブランドのファンを作り、米以外の農産物の販売も拡大することが期待される。



アンテナショップ内のイベント風景



稲刈作業の様子



Point

農家の意識を「売ること」を起点とした発想に変え、地域農産物のブランド化を推進するとともに、町や商工会と連携して安定的な販路を確保していることが成功要因といえる。