



専修大学 昭和村小野川地区

専修大学商学部渡邊隆彦ゼミナール

1. 渡邊隆彦ゼミナールチームについて

1. 私たちの専門領域

- ・マーケティング・流通・商業政策
- ・会計・財務分析

特産品や資源の魅力を整理し、消費者のニーズに合わせた発信方法を考案することができるのではないか

2. 応募理由

- ・専門性を活かした社会貢献

過疎化・少子高齢化・廃村の危機に対し、「マーケティング×会計」の両面からアプローチ。

商学部生ならではの視点で、地域の魅力を引き出し、活性化支援に貢献したい。

渡邊隆彦ゼミ

WATANABE Takahiko Seminar

2.昭和村小野川地区のイメージと実際

項目	活動前のイメージ（Before）	実際に分かったこと（After）
社会構造	高齢化（62.5%）が進む、静かな集落	70～90代が元気！「 お茶飲み文化 」などの濃密なコミュニティが健在。
産業・資源	農業が中心の伝統的な村	夏秋期におけるかすみ草出荷量全国1位、国伝統工芸品指定のからむし織 など、実は非常に高いポテンシャルを持つ。
生活・環境	交通面が不便	不便だからこそ「心地の良いお節介精神」が根付く。Amazonや移動販売車を使いこなす柔軟さ。
農業の現状	衰退傾向	温暖化を逆手に取った水稻の 有機栽培 や、若者による水田再生など、新しい動きが始まっている。

3.今年度の活動内容

第1回：からむし織の里フェア出店（販売実践）

大学近くの和菓子屋（亀澤堂・文銭堂）の菓子を販売。
村の特産品（昭和かすみ草・からむし織）の現状を視察。

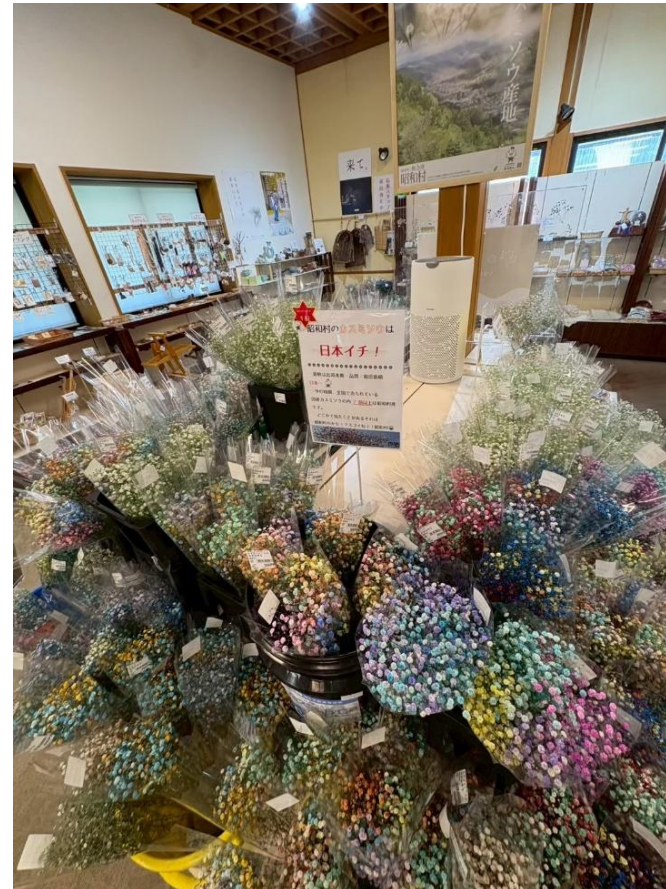


3.今年度の活動内容

第2回：小野川地区「集落戦略策定会議」（ビジョン共有）への参加

除草作業への参加

村内フィールドワーク



3.今年度の活動内容

第3回：フィールドワークを通じた小野川地区マップ作り 収穫祭への参加

「小野川地区絵地図」の作成を通じた地区の強み弱みの言語化。
茅刈りイベント、収穫祭への参加。新米・新そばを通じた住民との交流。



4.活動により発見した課題、活かすべきこと

- **1. 地区の課題（解決すべき点）**
- **コミュニティの持続性：**「用事がなくても行ける場所（お茶飲み場所）」の維持が困難に。
- **女性の交流機会：**男性が外交、女性が家業という文化があり、女性住民との接点がまだ少ない。
- **農地の危機：**農地を維持している人が激減。
このままでは獣たちとの境界線があいまいになってしまう。
- **2. 活かすべきこと（強み・資源）**
- **強力なキーマンと若手移住者：**木村さんを中心とした熱意ある層と、自然農法に挑む若手の存在。
- **ストーリー性のある特産品：**「かすみ草全国1位」「からむし織」などのブランド力。

5.課題解決のための提案、考察

1.「関係構築」を目的としたデジタル・マーケティング

SNS（Instagram/TikTok）での発信： 単なる紹介ではなく、若者の視点で「村のルーティーン」や「人」に焦点を当てたリール動画を作成。

2.「商学部」の知見を活かした販売支援

出店のマーケティング支援： カスミソウを中心とした地区運営の無人販売所（次年度作成・設置予定）における売り出し方（陳列・価格設定・ターゲット選定）へのアドバイス。

3.「協働」による居場所作り

郷土料理教室の開催： 途絶えてしまった「凍みもちづくり」を通して学生と村の女性が交流する場を設け、新たなコミュニティの活性化を図る。



6. 今後に向けて

- ・「名札」の着用と積極的な対話：
 - ・ まずは自分たちの名前を覚えてもらい、心の距離を縮めることから再出発。
- ・ デジタル・マーケティングの実践：魅力の「言語化・可視化」SNS活用（Instagram / TikTok）：
 - 「小野川の日常」を切り取る： モーニングルーティーンや伝統行事の裏側など、住民にとっては「当たり前」でも外の人には「魅力」となるコンテンツを発信。

来年度のゴール： インスタのトップに「この1本で小野川がわかる完璧な紹介動画」をピン留めする。Instagram :onogawa_color

今年度作成した地図の活用： 小野川地区の良い点、改善したほうが良い点があきらかになったので、改善できるところからしていきたい。





ご清聴ありがとうございました！