

農漁村の地域活性化のための

4 M-9

インターネットによる情報発信について

中川広一*、飯島泰裕*、村田正明**

* 金沢大学 経済学部 ** 中島町リゾートビューロー

1. はじめに

近年、農漁村における過疎化、高齢化が進み、それに伴い社会の閉鎖化も問題となっている。しかし、よく見てみると、農漁村には豊かな地域資源があり、これらを利用して都市との情報交流を行うことによって地域活性化が可能である。

我々は、石川県中島町を例に、地域資源に関する情報の受発信方策について検討し、従来のパンフレットやイベントによる情報発信とは異なった、インターネットを利用した様々な方策を考案した。

2. 中島町の地域資源と情報発信の現状

中島町は能登半島の中程にあり、水稻、小菊南瓜などの栽培や、能登牡蠣の養殖が行われている中山間村地域である。また、自然の大変豊かな地域でもあり、杵旗祭りやお熊甲祭りといった一風かわったお祭りを行っている。最近では、俳優 中代達矢が率いる劇団「無名塾」の協力で、能登演劇堂を建て、演劇の里として、新しい展開を図ろうとしている。

現状ではこうした魅力ある地域資源が全国的な知名度を得ていないため、潜在的なニーズが高い割に、地域活性化に結びついていない。

現状の情報受発信方法としては、以下のような活動を行っている。

- ・幕張メッセやデパート特産市などでのイベント
- ・首都圏児童への納涼祭への体験ツアー
- ・都市部のアンテナショップ
- ・パンフレットの配布（中島攻略マニュアル、能

Information dispatch with Internet for area activation of a farm and fishing village.

Hirokazu Nakagawa*, Yasuhiro Iijima*, Masahiro Murata**

*Faculty of Economics, Kanazawa University

Kakuma-machi, Kanazawa 920-11, Japan

**Nakajima- Resort Bureau

170, Aza Nakajima-koubu, Nakajima-machi, kashima-gun,
929-22, Japan

hiro@kenroku.ipc.kanazawa-u.ac.jp

登演劇堂公演パンフなど)

・ビデオの上映（「万葉の里 中島町」、「能登演劇堂視察ビデオ」など）

しかし、これらの情報発信方法では、

・ある一定の人数にしか情報が行き渡らない

・コストがかかる割には地域経済への波及効果が小さい

等の問題がある。

これらの問題点を克服する答えとしてインターネットを利用した情報発信が考えられる。

3. 新たな情報発信の方策

現在、インターネットによる情報発信は大きく分けて、「情報倉庫型Web」と「情報発信型Web」がある。一般に、情報作成のコストを抑えるため、それまでに作成したパンフレットや資料を単にデジタル化してWebを作成する「情報倉庫型Web」である場合が多い。こうしたWebの特徴は、長く利用可能な情報をWeb化する傾向が強く、ユーザは一度見ると二度とそのWebを見ないという状況になっている。

ユーザが何度もWebを見に来て、実際に中島町を訪れるようになるためには、「情報倉庫型Web」から「情報発信型Web」へ転換する必要がある。そのためには、コンセプトを明確化し、情報の内容を頻繁に更新しタイムリーな情報を提供する、ユーザ立場に立ったWebにする必要がある。また、最新技術を導入し、離れた地域からもその場の臨場感を伝えるために動画や生中継を利用することも有効である。

以下にその具体例を示す。

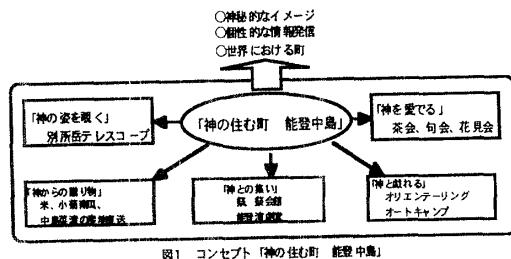
(1) コンセプト 「神の住む町 能登中島」

中島のアピールポイントである「祭り」と「豊かな自然」、「演劇」を「神」をキーワードにすることによって、統合的にアピールすることができる。

この観点から、「神の住む町 能登中島」をコン

セプトに展開したのが図1である。これは独創的な

にカメラを遠隔操作することもでき、その周囲の成育状況や様子を見ることができる。



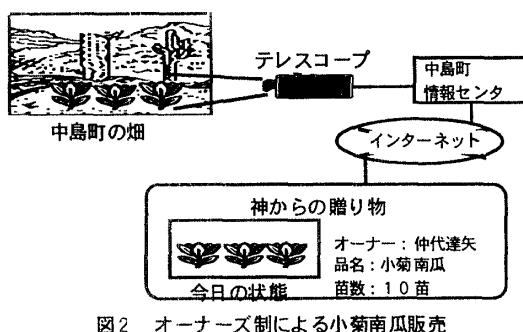
キーワードであり、他の町の情報発信と明らかに差別化できるため、「北陸の小さな町」から「世界における町」へと脱皮が可能である。

このコンセプトをもとにいくつかの情報発信の試作を行った。

(2) 農産品・海産品OnlineShop

現在でもインターネットで広告や受注を行い、宅配便を利用して消費者の手元まで品物を届けるシステムはある。しかし、中島町の農水産品から考えると、単に生産された品物を販売するだけでなく、「オーナーズ制」と呼ばれる、作付け時に販売し、その成長の過程を見せながら、収穫時に配送する販売方式が有効である。

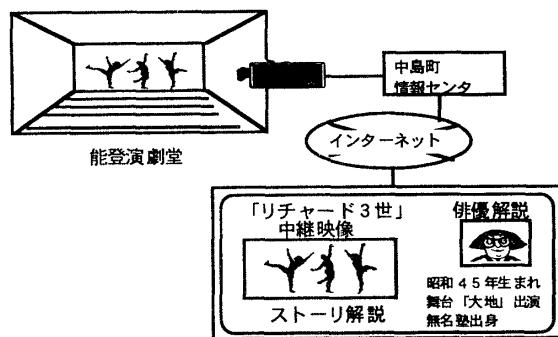
そこで、購入した作物の生長過程を常に見ることができるようにしたのが、図2に示したインターネットを利用したオーナーズ制販売である。



ここでは、小菊南瓜を例にしたが、オーナーの名前を入れるとその人の購入した作物の様子を、東京や大阪など大都市圏にいながらにして見れるようになっており、作付け面積や成育状況について生産者の簡単な報告が得られるようになっている。さら

(3) 祭り、能登演劇場インターネット中継

ただ単に能登演劇場の施設の紹介や公演スケジュールの紹介、またチケットの予約を行えるだけではなく、現在公演している舞台のインターネット中継やそのストーリーの解説、役者の紹介などを行うことによって、その場の臨場感が伝わるとともに、演劇場等への集客力が増すと考えられる。(図3)



一般的に、舞台や祭りの生中継など、実際は有料である情報を無料で流すと実際の参加者が少なくなると言われることが多いが、現実にはむしろ反対で、こうした情報に触れるとますます実際の参加が増える傾向にある。

4.まとめ

これらの情報発信型Webは、従来の情報発信方法と比較して、コストがかからず、地域への経済波及効果が高い。

これらの試作は、中島町の有識者検討会でよい評価をいただいた。今後、ここで提案したような情報受発信方策の実現に着手し、魅力ある地域資源を活用して地域活性化を行うことが重要である。

[参考文献]

- 佐々木他、「中島町山村等活性化ビジョン等」
石川県中島町