

## 下庄をよくする会

### 1 基本データ

○地区名 下庄地区

○人口 8,995人 (平成26年3月)

○世帯数 2,891世帯 (平成26年3月)

○地区の沿革

下庄地区は大野市の北西部に位置し、勝山市に隣接しています。昭和29年に2町6ヵ村が合併して大野市が誕生した時に、下庄町も大野市に編入されました。大野市の市街地と勝山市に挟まれた形であり、奥越地区全体から見ると中心地域として、国の九頭竜川ダム総合管理事務所や県の奥越土木事務所、奥越合同庁舎のほか、ビュークリーンおくえつ、県立高校、警察署、郵便局等の官公庁等が集中しており、国道沿いには複数の郊外商業施設も進出しています。また、中部縦貫自動車道の大野ICも当地区に設置され、平成25年3月24日に供用開始となり、これに併せ、国道157号の大野バイパス（東縦貫線）も整備されました。

### 2 現状と課題

○現状

①市街地に隣接しているため、地区内は農家と非農家が混じり合っています。さらに細かく見ると、農家が多い地域、農家と非農家が混在する地域、非農家が多い地域に分けられます。

②新たな幹線道路に隣接した堂本区では地場野菜の直売所を開設し、また矢区では独自にカタクリや桜を中心とした公園整備やイベントを開催するなどそれぞれの資源を生かした地域づくり事業を行っています。このように地区内の行政区や各種団体は、既に様々な地域づくり事業を、活発に行っ

ています。

③各種団体役員の年齢層が高くなってきていることと合わせて、若い年齢層の地域づくり活動への参加が少なくなっています。

○課題

①地区内では、新たな幹線道路、商業施設等に隣接し、人の往来が多くなる地域と、現状では人の往来の増加を望めない地域があり、区民の地域づくりに対する意識の違いがあります。

②地区民が交流することで、団結力を高め地区内を元気することを目的に毎年10月、「下庄まつり」を開催しています。毎年、地区内外から多くの人を訪れています。



(下庄まつりの様子)

③地区民が誰でも参加できる直売所として、平成23年6月に「下庄青空市」をオープンしました。しかし、出品登録者数が28人（平成25年4月）と少数であることなどから出品数や品目数等に不足感があり、更なる経営の安定化が必要となっています。



(下庄青空市の様子1)

- ④これからを担う後継者を育成していくため、若い年齢層が集まりやすいような環境づくりや事業展開が必要となってきました。

### 3 事業の内容

○地区内に在住する若者たち（18歳～40歳ぐらい）で、地区内の資源（人、歴史、文化、伝統、自然環境、食、行事、施設等）を利用しながら、自らも楽しめるような事業を企画、実施していこうという趣旨で「下庄を楽しむプロジェクト(仮称)」を立ち上げ、参加の呼び掛けを行いました。この呼び掛けを契機に、若者グループ「しもプロ」による活動が始まりました。



(しもプロ打合せの様子1)

- 区長会等にも呼び掛け、地区内の名所史跡を再調査し、説明看板等の更新や新設を行いました。
- 法政大学の岡司直也准教授を講師に「まちづくりシンポジウム」を開催しました。

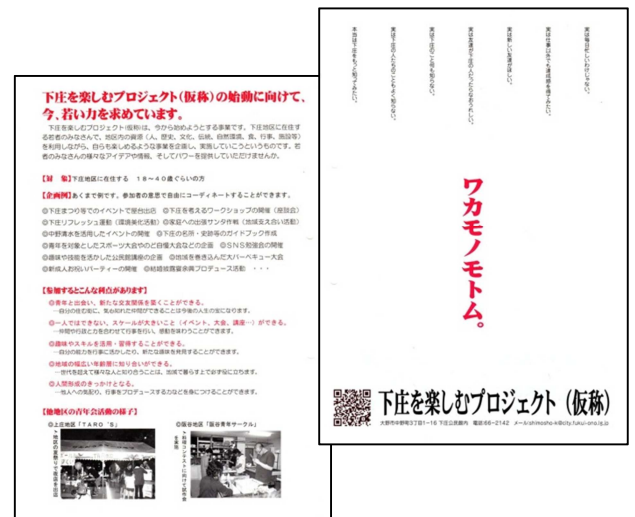


(まちづくりシンポジウムの様子)

- 直売所「下庄青空市」への出品参加者数の増加を図るとともに、新聞等を活用した広報活動を行いました。
- 直売所「下庄青空市」と地域との連携したイベント等を企画・実施しました。

### 4 事業の成果

○「下庄を楽しむプロジェクト(仮称)」では、平成25年5月に全戸配布のチラシで参加を呼び掛けたところ、当初6人の賛同者が集まり「しもプロ」として活動を始めました。その後、最初の活動である「パラパラ動画」を制作する過程でメンバーが増え、年度末には26歳から38歳までの若者たち11人で構成されています。



(下庄を楽しむプロジェクト(仮称)チラシ)

参加した若者らは、「パラパラ動画」の撮影で地区内の名所や史跡、施設を巡ったことで地元の魅力を再認識し、また地元の人たちとの関係が深まり、地域行事にも関心を持つようになったようです。

さらに、完成した「パラパラ動画」を下庄まつりで発表し、インターネットでも配信したことにより、下庄地区の情報とともに「しもプロ」の活動を多くの人々に知ってもらうことができ、メンバーの活動に対

する意識も高まりました。



(パラパラ動画撮影の様子)



(下庄まつりでの発表の様子)

「しもプロ」は、6月25日（火）の第1回打合せ会以降、平成26年3月25日（火）まで15回の定期的な会議のほか、前述のパラパラ動画の作成、市のイベント「越前おおの冬物語」での雪像「となりのトトロ」づくり、地区団体の事業協力など、その活動範囲が徐々に広がってきています。

現在、次年度に向けての新しい企画を協議しており、今後の活動が楽しみな存在となっています。



(しもプロ打合せの様子2)

○区長会で、平成13年頃に下庄をよくする会が設置した名所・史跡の説明看板の確認と新たな設置希望を依頼し、その回答を基に下庄をよくする会文化部員を中心に名所史跡の再調査を行いました。

この再調査を行う段階で、既に内容等を知っているはずの下庄をよくする会文化部員らも、改めてその魅力を感じ取ることができ、地域資源としての認識を高めることができました。また、事前調査で区長会と連携したことで、この取り組みを地区全体に周知することができました。



(名所・史跡再調査の様子)

再調査により、説明文の見直しや関係者との再調整が必要なことが分かり、作業を分担して準備に取り掛かり、平成26年3月に名所・史跡看板の更新と新設を行いました。



(更新)

(新設)



○平成26年1月24日に開催した「まちづくりシンポジウム」では、法政大学の岡司直也准教授を講師に招き、「地域資源の再生に向けた地域づくり」について学びました。この中で、地域資源の捉え方から地域資源の再生という考え方から、さらに今の時代は農家、非農家というだけでなく、多様な人々、人材が地域内に住んでいるので、このような見えない住民の把握や、薄れてきている地域資源の共有などについて、知恵を出し合う場が必要であり、この方法と

して「集落点検活動」などを行ってはどうかとの提案などもあり、参加者からは大変参考になったとの声が聞かれました。



(岡司准教授による講演)

○地域づくり拠点施設「下庄青空市」では、3年目となる直売所「下庄青空市」を開催しました。開催に先立ち、レジシステムの操作勉強会や協議会を開催し、「下庄青空市」のスムーズな運営に向けて意思統一を図りました。



(レジシステム操作勉強会の様子)

開催期間中は、下庄をよくする会厚生部

主催の「健康ウォーク」で行うバーベキューの材料購入や下庄をよくする会産業部主催「親子そば打ち体験教室」での薬味の購入、また併設する勤労青少年ホームの料理教室での食材購入など、参加者と「下庄青空市」を結び付けるような取り組みにより、地元農林産物への関心を高めました。



(料理教室やバーベキューの様子)

また、定期開催や夕市開催にあたり、下庄をよくする会の機関紙「下庄するべ」やポスター、福井新聞のぷりんを活用した告知などにより、地区内外に事業のPRができました。

(下庄をよくする会機関紙「下庄するべ」)

○拠点施設は、直売所以外に公民館利用者の駐輪スペースや雨天時のイベント会場などに広く活用されており、地区住民の情報交換や交流の場として定着してきています。

○直売所「下庄青空市」の運営状況及び成果

①平成23年の状況

6月26日から11月27日までの毎日曜日、午前8時から12時まで開催しました。合計24日の開催で、総売上額は約60万円でした。一日の平均売上額は約2万5千円、客単価は478円となりました。

開催時間の後半はほとんど来客が無いことや、朝日の差し込みが強いことなど継続していく上での新たな課題が分かりました。

開催日数	出品数	販売数	販売額	客数
24日	6,683点	4,239点	597,409円	1,249人
1日平均	278.5点	176.6点	24,892円	52人

※1人当たり購入単価 478円

②平成24年の状況

6月24日から11月4日までの毎日曜日、午前7時30分から10時30分まで開催しました。合計21日開催で、総売上額は約46万円でした。一日の平均売上額は約2万2千円、客単価は515円となり、売上額の実績は前年を下回りましたが、客単価は約40円上がりました。客単価の増加は、一人当たりの農林産物購入品数の増加にもつながり、ファンとなったお客さんが出てきたものと考えられます。

開催日数	出品数	販売数	販売額	客数
21日	4,778点	3,423点	458,910円	891人
1日平均	227.5点	163点	21,853円	42人

※1人当たり購入単価 515円

③平成25年の状況

6月23日から11月24日までの毎日曜日、午前7時30分から10時30分まで開催しました。合計23日開催で、総売上額は約65万円となり、過去最高額となりました。出品参加者数は1人増え29人です。一日の平均売上額は約2万8千円、客単価は545円となりました。事業の開始から3年目となり、直売所が地域に認知され、ファンとなるお客さん（固定客）の増加につながったのではないのでしょうか。

開催日数	出品数	販売数	販売額	客数
23日	6,328点	5,017点	654,080円	1,200人
1日平均	275.1点	218.1点	28,438円	52人

※1人当たり購入単価 545円



(下庄青空市の様子2)

④広報活動の状況

各年度ともオープン前に、機関紙や区長、地区推進委員等を通じ農産物の出品者の募集を行うとともに、ポスターやチラシによる広報などを行いました。平成23年度は、近隣スーパーとの連携による広報により、

広くPRすることができました。平成24年度は、9月21日開催の夕市に合わせ、福井新聞の「ぷりん」に広告を載せ、来客数、売上額に大きな効果を得ました。平成25年度も8月13日開催の夕市に合わせ、11日付福井新聞の「ぷりん」に広告を載せました。

(福井新聞のプリン) →

(平成25年6月24日付  
日刊県民福井の記事) ↓

## 5 今後の展望

本年度結成した若者グループ「しもプロ」の自主的な活動とその発展に期待しています。このような若い年齢層による、自主的な企画・運営に対する側面的な支援とともに、下庄をよくなる会をはじめとした地区の各種団



下庄まつりでのパラパラ動画撮影

体との連携を図りながら、これからも若い年齢層が集まりやすい環境づくりを進めていきます。

地区内の名所・史跡の活用については、本年度更新また新設した案内看板を積極的に活用するため、資料の整備や学習活動、イベント等の事業展開を図っていきます。また、これらの名所・史跡を取りまとめた下庄ガイドブック等の制作も検討していきます。

直売所「下庄青空市」については、今後も継続していきます。そのためにも、出品者の資質向上に向けた勉強会の開催や、個々に対応している出品野菜を使った料理レシピ等の相互連携、地区の各種団体や公民館、勤労青少年ホームと連携した野菜の活用、自主的な料理教室の開催など、様々な事業を考えていきたいと考えています。また、出品数の確保、品揃えの充実を図るため、加工品の生産についても検討していきます。

このような取り組みが、動き始めた若者たちの活動の広がりと共に、各種団体の活動への刺激となり、下庄地区の更なる活性化につながっていけばと考えています。



資母の歴史発見隊による名所・史跡めぐり