



まちを知り、語り、伝える まちの自慢を発信しよう！

☆地域の誇りを確認・発信プロジェクト☆

気が付けば、「私の暮らす甲良町は・・・」そのあとが続かない。こんなんでは活性化の担い手なんてほど遠い。

私たちが、まちを知って紹介できるようになろう。来訪者にこの町の良さを伝えようと

2018年から地元の観光資源 伝説・逸話などなどを調査研究し、次世代の子供たちにも

知ってもらおうと『えほん』づくりをしています。

町内全13区のうち、9地区を完成 お話の中に思いと

願いを込めて造っています。

特産品とストレートに呼べるものでもなく、地道な活動

ではありますが、しらなかったまちを知ることはできます。

しなかった人との出会いもたくさんあります。そしてなにより我々女性部の認知度は高まり

ました。近年はまれに近隣以外の図書館から送ってほしいと依頼をいただくことがあります。



お配りした区の中には絵本を基に独自で商品を作ったり、勉強会を開いたり、来訪者の対応に使ったりと私たちの読み聞かせ以外にも活用される場が広がりつつあります。

又昨年末には国立国会図書館からも連絡があり、できたてホヤホヤの9冊目もそえてこれまでの全冊を送りました。未来創造事業として取り組んで9年

残り4区を造り終え『こうら物語』として完成をめざしています。



こうら物語のラストに控える藤堂高虎



もったいないから始まった……

地元で無農薬栽培を続けているゆず 加工品製造の後は大量の廃棄物



でも…とってもいい香り 絞ればもっと使えそう……

そんな声を形にしようと、コロナで止まっていた特産品開発も兼ねて検討

試作品を作ってCブロックの会議へ持参

「おいしいやん」と言っていたき「やる気UP」

BC型補助金を申請し、専門家に指導いただき商品開発





いかんせ 収穫は年1回

こんなこととは思っておらず、原料が乏しくなってしまうレシピは完成するも本格的商品化は年明けとなってしまいました。



お陰様にて徐々に販売数も増加傾向です。

しかし、これだけでは当初の「もったいない」を消化するには少なすぎ
もっと販売数を増やさねば もっと取引先を増やさねば
と思っていた矢先 金融機関さんから BtoB の商談会への参加のお誘い
できるかな？ と不安でしたが「やるっきゃない！」と一念発起

だめならあきらめようと2度目のBC型補助金を申請

なんとか認めていただきまして、出展へ



BtoC 物産展の経験はあるものの、初のバイヤー相手の物産展

会場の雰囲気押し倒されそうになりましたが、自分たちの想いはひとつ

話を聞いてもらうために、足を止めてもらうために、最初は小さかった

声もだんだん大きくなっていき、味見を勧めるのも慣れていきました。

あっという間の二日間でした。



後の商談のほとんどがメール・ZOOM

時代の流れにおいてかれないように、資質向上研修は ZOOM 体験を交えて行いました。