



かほくらし社の活動について

株式会社かほくらし社 取締役
牧野聡



なぜ河北町でイタリア野菜？

- リーマンショック後の国の雇用対策
- 商工会では年々会員数が減少
- 農商工連携事業としてネタ探し
- イタリアで修行したあるシェフの一言
- 楽天市場で1kg 6000円もする野菜
- 日本に産地はない



かほくをブラン ドに！

- 企業組合かほくイタリア野菜研究会を設立し販売活動をスタート
- イタリア文化も料理も背景も勉強して町ぐるみで
- かほくイタリア野菜のロゴマーク
- 積極的なメディアへの露出
- 有名シェフ・野菜ソムリエさんとのコラボイベント
- 有名百貨店への出展



イタリア野菜を 売るために

- 非常に癖のあるイタリア野菜
- 苦味・辛み・香りが強く単独では食べにくい
- 農協や市場の方も知らない野菜
- 通常の野菜の流通には乗せることができない
- 料理人・流通関係者・商社・マスコミ・野菜ソムリエ・コンサル会社等いろんな方々とつながり、PR活動や販路拡大
- 人のつながりが新たな事業拡大のきっかけとなる



アンテナショップ「かほくらし」の誕生

- 2018年 河北町商工会の経営する「アンテナショップかほくらし」誕生
- 世田谷区三軒茶屋
- 1階は物販2階はレストラン
- 人口2万人を割った河北町において、商工業者の新たな活路
- マーケットインの考えを軸に1次産業を再構築するための起点として
- 交流人口拡大のための窓口として
- 全国商工会連合会の補助金を利用して
- コロナ禍で大変な苦勞

株式会社かほくらし社の誕生

- 河北町商工会の経営する「アンテナショップかほくらし」の経営を引き継ぐ法人として誕生
- 企業組合かほくイタリア野菜研究会を解散し統合することで野菜だけでなく果物や地場産品まで販売する地域商社として
- 地方創生推進交付金を活用
- これまでのイタリア野菜研究会を「かほくらし生産組織」
 - ・ かほくイタリア野菜研究会
 - ・ かほく果樹生産部会・かほくナッツ研究会
 - ・ かほくワインぶどう研究会 細分化

株式会社かほくらし社の課題点

- 株式会社とは言え公共性の高い事業を黒字化する矛盾
- 生産者の商品を買叩くことはできない、物流コストも上昇、家賃も高額 結果的にアンテナショップは原価が非常に高いショップに
- 販売事業は安定した収益性があるが、利幅は少なく、異常気象や生産者の高齢化を受け売上金額は伸び悩み
- 地域おこし協力隊の任期があり、卒業にともなってスキルを持った人材の確保が必要



ホテルB & Vの誕生

- コンサル会社「さとゆめ」から支援を受け再出発
- 公共性の高い事業を町と共に推進
- 収益性の高い事業を模索（インバウンドを含めた宿泊事業）
- 空き店舗となっていた中心地にあるビジネスホテルを野菜を楽しめるホテルとしてリノベーション
- 担い手不足・異常気象から野菜生産の伸び悩み、モノ売りからコト売りへ挑戦



Twin Room



Double Room



Dormitory Room