

離島と企業をつなぐ『しまっちゃんぐ』の概要

- 地域課題を解決する1つの手段として、離島と企業をつなぐ「マッチング」の場を提供する『しまっちゃんぐ』を開催。
- 対話重視のマッチングにより、離島活性化のための事業につなげる。
- これまでに計4回開催し、のべ34の離島地域と159の企業・団体が参加。

離島地域

- ・島を活性化したい
- ・島の魅力をもっと活かしたい
- ・外の企業と交流する機会が少ない

民間企業(島外)

- ・島と事業を立ち上げたいが、島のことが良くわからない
- ・島に貢献したいがつながり方がわからない

しまっちゃんぐ

～離島と企業をつなぐプラットフォーム～

・島でのワークショップの開催

島の住民、事業者、行政関係者等が集まり、コーディネーターを中心として島の課題を明確にするとともに、島の未来のビジョンとそれに向けた取り組み内容(プロジェクト)について話し合う。



ワークショップの様子

・交流会の開催(東京都内)

島の関係者と本土の企業関係者により交流会を開催。各島のプロジェクトに沿って、島の課題解決や活性化と一緒に取り組んでいく企業とのマッチングを図る



しまっちゃんぐ2018

離島と企業による
プロジェクトの実施

離島の活性化

【参考】離島と企業のマッチング 成果事例①

事例1: 沖島×コープ滋賀 アイスクリームづくり(人口;287人)滋賀県近江八幡市

【沖島子どもチャレンジ特産品開発事業】

- 「しまっちんぐ2016」をきっかけに、近江八幡市と特産品開発の専門家がつながりを持ち、「沖島」で特産品開発がスタート。
- 事業者、地元協議会、行政のサポートの下、沖島小学校の子どもたちの企画による「沖島のやさしいアイス」が商品化。
- 子どもたちによる販売会(2017年2月)では約600個が完売。
- 現在も県内で販売されており、売り上げの一部は沖島小学校の児童のために使われている。

マッチングの概要

【位置図】



【離島側の課題】

- ・高齢化、若者の島外流出
- ・島内の経済活性化
- ・沖島の認知度が低く、定住につながらない

×

【企業側の提案】

- ・島の小学生のキャリア教育を兼ねた特産品開発

➡

【離島と企業のチームづくり】

(離島側)

- ・沖島小学校
- ・沖島町離島振興推進協議会
- ・近江八幡市

(企業側)

- ・コープおきなわ(全体デベト)
- ・池田牧場(製造者)
- ・コープしが(販売者)

プロジェクトの内容

○ 沖島小学校の子どもたちの企画による島のアイスクリームづくり

- ・沖島小学校(児童数15人)の子どもたちが、全4回の授業と現場実習を通じて、アイスクリームの企画開発から販売体験までを実施。
- ・事業者らのサポートの下、学校で育てた島のサツマイモを使用した「沖島のやさしいアイス」を商品化。
- ・パッケージには、沖島をイメージした魚や鳥のイラストが描かれ、2017年に実施された販売会では、目標の200個を大きく超える600個が完売した。
- ・現在、本格的に生産を行い、売り上げの一部は、沖島小学校の児童のために使われている。



①企画書づくり



②商談会



③試作品を試食



④パッケージデザイン



⑤完成品お披露目



⑥販売体験

事業の成果・期待される効果

子どもたちの島への誇りや愛着の醸成、島内産物の販路拡大とPR、沖島に対する認知度の向上

【参考】離島と企業のマッチング 成果事例②

事例2: 利尻島 × KDDI しまものラボ(人口; 5,090人) 北海道利尻町

【しまものラボ】

- 「しまっちゃんぐ2016(秋)」をきっかけに、利尻町、KDDI株式会社、利尻町商工会、NPO法人離島経済新聞社が結びつき、「しまものラボ」がスタート。
- 「しまものラボ」は、離島の地域活性化を目指す「しまものプロジェクト」の一環として、販路拡大や商品PRに課題を抱える離島の事業者を対象に、オンライン講座で販売の基礎を学ぶ取り組み。
- 最終的には、利尻島の産品をKDDIサイト「auウォレットマーケット」で販売し、販路拡大につなげる予定。

マッチングの概要

【位置図】



【離島側の課題】

- ・人口減少
- ・島内の産業活性化
- ・移住や定住の促進

×

【企業側の提案】

- ・全国販売に向けた食品衛生や安全面などに関する講座による販路拡大

➡

【離島と企業のチームづくり】

(離島側)

- ・利尻町
- ・利尻町商工会
- ・町内事業者

(企業側)

- ・KDDI株式会社
- ・NPO法人離島経済新聞社

プロジェクトの内容

- **流通販売・商品企画分野の専門講師による講義の実施**
 - ・商品が持つ「売り」や「課題」を発見し、商品の魅力を伝える手法や動画制作方法などを学ぶ。
 - ・全5回の講座を通じ、自分の商品の「課題」と「売り」を探す(3回)、商品の「売り」を言語化する(2回)、動画制作体験講座(オプション)を学ぶ。



講座開催の様子

出典 | http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1705/26/news104_2.html

- **au WALLEt Market 内での販売**

ECサイトである「au WALLEt Market」内の「しまものマルシェ」において、利尻島の産品を販売。



利尻お味噌汁セット
(カット昆布、乾燥銀杏藻、おぼろ昆布)

事業の成果・期待される効果

離島産品の付加価値向上・販路拡大、専門スキルを持つ人材の育成

【参考】離島と企業のマッチング 成果事例③

事例3: 壱岐島 × LIG どこでもオフィス、ゲストハウス(人口;26,750人)長崎県壱岐島

【どこでもオフィス・ゲストハウス運営】

- 壱岐を好きになってくれる企業、そして共に知恵を出し合っ、協働で島をわくわくさせたい企業を募集していた壱岐市とマッチング(「しまっちんぐ2016秋」)した(株)LIGは2017年1月にリモートワークを島内で試行する「どこでもオフィス」を実施。
- これをきっかけに(株)LIGが旧旅館および隣接する酒造蔵をリノベーションし、ゲストハウスとレストランを運営。(スタッフ5名移住)
- 今後サテライトオフィスの展開も検討している。

マッチングの概要

【位置図】



【離島側の課題】

- ・「街の活性化」
- ・「お金のいらない暮らし」の推進

×

【企業側の提案】

- ・ゲストハウス事業
- ・サテライトオフィス運営



【離島と企業のチームづくり】

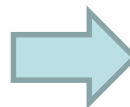
- | | |
|-------|---------|
| (離島側) | (企業側) |
| ・壱岐市 | ・(株)LIG |

プロジェクトの内容

- ・壱岐島の様々な場所でリモートワークを試行しながら、壱岐島の魅力をブログにて発信。
- ・使われていなかった旅館および酒蔵をリノベーションし、ゲストハウス・レストランを開業。



Caféでのリモートワークの様子



旅館等のリノベーション

出典 | <https://liginc.co.jp/>

事業の成果・期待される効果

- ・宿泊施設が少ない地域でのゲストハウス・レストラン開業による、観光客の増加・地域の賑わいの創出。
- ・サテライトオフィスの試行事例という形での企業誘致および雇用創出。