

講じる施策の効果把握に向けて

各離島が講じている離島振興施策の効果の捉え方について、10地区の事例調査をもとに、下表に整理を行った。
整理に当たっては「直接効果」「間接効果」に分けるとともに、それぞれを「定量評価」「定性評価」に分類をした。各施策は、所得向上、雇用創出、定住人口増加等を目的としたものであるが、単年度でそれらの目的を達することは困難であるため、それに至る前段階の取組の効果を丁寧に把握することに留意して、整理を行っている。

講じる施策の効果把握の考え方（案）

事業分類	施策内容	直接的評価		間接評価	
		定量評価	定性評価	定量評価	定性評価
(1)定住促進事業					
産業活性化事業	<ul style="list-style-type: none"> 戦略産品開発（戦略産品開発のための調査、研究、研修事業、ブランド化、戦略産品のテスト販売、産業活性化のための広報等） 輸送支援（戦略産品の移出に係る海上輸送費支援） 	<ul style="list-style-type: none"> 開発商品数 特産品の売上 商品の価格競争力 売上のうち、第一次、第二次産業への波及効果 輸送費低減による生産者の所得額 販売チャンネル数 雇用（正規・臨時） 	<ul style="list-style-type: none"> 地域産品の認知度 地域の認知度 商品製作のプロセス（マーケットイン・プルの商品か否か） 	<ul style="list-style-type: none"> 島を離れる若者減少（転出人口減少） 視察に訪れる人数・回数 	<ul style="list-style-type: none"> 島民の意欲醸成 島民の誇り醸成
定住誘引事業	<ul style="list-style-type: none"> 定住情報の提供（UJIターン希望者のための相談窓口の設置、空家情報の提供等） 施設整備（上記と併せて実施する人材受入れのための空家改修等） 	<ul style="list-style-type: none"> 定住希望者の人数 移住相談件数 定住者の人数 空家情報の管理 空き家改修実績 移住支援制度 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の認知度 地域のイメージ 	<ul style="list-style-type: none"> 交流人口の増加（お試し移住） 子どもの数（学校の生徒数増加） 壮年人口指数 	<ul style="list-style-type: none"> 学校の活性化 地域活動の実施状況 島民の誇り醸成
流通効率化関連施設整備等事業	<ul style="list-style-type: none"> 海上輸送、保管、荷さばき、流通加工の過程で流通効率化に効果のある以下の施設の整備（改築等含む。）又は機材の導入。 	<ul style="list-style-type: none"> 生産コスト低減（生産者の利益率） 流通量 生産物の単価 商品の価格競争 販売チャンネル数 	<ul style="list-style-type: none"> 鮮度 地域産品の認知度 地域の認知度 	<ul style="list-style-type: none"> 関連加工業者の売上、販売チャンネル 	<ul style="list-style-type: none"> 島民の意欲醸成
(2)交流促進事業					
地域情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> パンフレット作成、WEBの作成運用、PR活動等 	<ul style="list-style-type: none"> WEBの閲覧者数 配布数 必要な情報までのアクセス性（階層） 島外へのイベント参加数 	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信母体 地域の認知度 パンフレット、WEBサイトの質（マーケット戦略）（SEO（検索エンジン対策）） 	<ul style="list-style-type: none"> メディアの露出回数 	<ul style="list-style-type: none"> 島民の誇り醸成 島民のPCスキル
交流拡大のための仕掛けづくり	<ul style="list-style-type: none"> インストラクター、世話人等の確保のためのシステムの構築、及び同人材の育成のための研修、交流の場を提供するために必要となるプログラムの作成、先進事例調査等 	<ul style="list-style-type: none"> 観光プログラム数 インストラクター等の人数 受入団体数 人材育成研修の数 事例調査回数 	<ul style="list-style-type: none"> 観光客からの申込み・問合せの情報の流れ ビジネスモデル構造 人材育成研修の内容 観光プログラムの内容 事例調査の活用度合 	<ul style="list-style-type: none"> 視察に訪れる人数・回数 	<ul style="list-style-type: none"> 島民の意欲醸成 島民の誇り醸成
交流の実施	<ul style="list-style-type: none"> 体験学習事業、伝統芸能・伝統工芸体験事業、シンポジウム、離島体験ツアー、コンサート、農林水産業体験事業等 	<ul style="list-style-type: none"> 来島者数 消費額、消費構造 観光事業者の収入 観光事業者の雇用安定性 雇用（正規・臨時） 	<ul style="list-style-type: none"> 島のファン数 口コミによる評判 	<ul style="list-style-type: none"> 観光・交流をきっかけとする移住者数 リピーター数（リピート率） 他の島への来島者数 	<ul style="list-style-type: none"> 交流と通じた地域ブランドの確立 島民の誇り醸成
(3)安全安心向上事業					
防災機能強化事業	<ul style="list-style-type: none"> 避難施設の整備（津波避難タワー等の避難施設整備） 防災活動拠点の改修等（廃校舎等の既存公共施設の改修、耐震化等） 避難路、案内板等簡易な施設の整備や無電柱化 緊急時物資等輸送施設の整備 災害応急対策施設の整備（非常用電源設備、耐震性貯水槽、備蓄倉庫、防災情報伝達設備等） 	<ul style="list-style-type: none"> 避難所の収容人数 避難所までの距離、時間 備蓄量（食料・水、毛布の枚数） 災害時の通信手段の確保状況 通信手段の利用可能性（誰でも使えるようになっているか） 災害時のエネルギー確保手段や確保日数（何日耐えられるか） 	<ul style="list-style-type: none"> 災害時の対応周知と島民以外の避難可能性（島民だけでなく観光客等の避難可能性） 災害時の緊急輸送網の確保 島民の防災意識の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 視察に訪れる人数・回数 	<ul style="list-style-type: none"> 島民の安心感 観光客の安心感
計画策定等事業	<ul style="list-style-type: none"> 防災力向上のための調査、防災講習の実施、要援護者名簿の作成、災害時の離島のエネルギー確保のための調査及び計画策定等 	<ul style="list-style-type: none"> 避難講習の実施回数 避難講習の参加割合 要援護者の把握割合 孤立時の対応マニュアル 計画実行のためのアクションプラン 	<ul style="list-style-type: none"> 災害対応マニュアル（避難等の対応基準） 地域防災力の活用 ※建設会社による復旧作業、宿泊施設の避難所利用など 島民の防災意識の向上 		

講じる施策の効果把握に向けて

現在講ぜられている離島振興の施策について、いくつかの取組を事例に、定住環境の改善に資する効果を捉える際の視点などについて考える。

取組事例

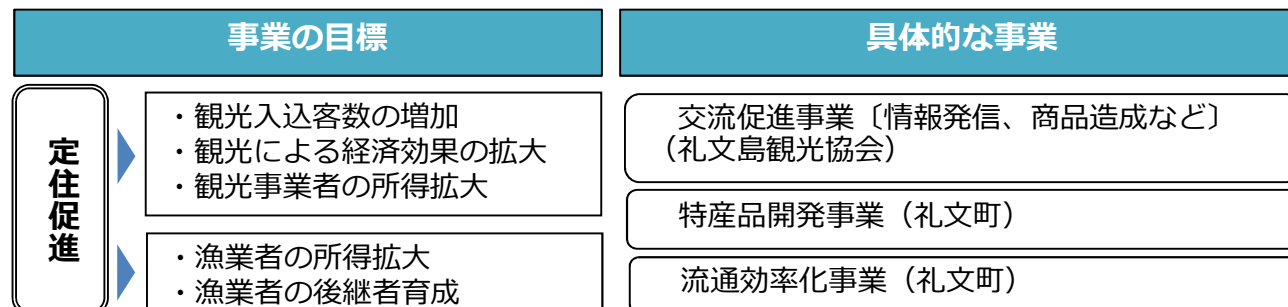
	都道府県	市町村	島名	取組
1	北海道	礼文町	礼文島	観光と水産業の活性化を通じた所得向上、定住促進への取組
2	東京都	八丈町	八丈島	農業の担い手育成研修による定住促進への取組
3	新潟県	粟島浦村	粟島	直売所による産業活性化を通じた定住促進への取組
				再生可能エネルギー導入による雇用創出に向けた取組
4	三重県	鳥羽市	答志島	旅行商品・特産品開発による雇用創出・所得向上に向けた取組
5	愛媛県	新居浜市	大島	総合防災訓練による安全・安心向上に向けた取組
6	愛媛県	松山市	忽那諸島	観光による交流促進を通じた定住促進への取組
7	佐賀県	唐津市	玄海諸島	定住促進のための特産品開発、交流人口拡大事業
8	鹿児島県	—	黒島、種子島、屋久島	地域外のプロボノによる地域おこし団体等への活動支援を通じた地域活性化の支援体制構築へ向けた取組
9	鹿児島県	三島村	竹島、硫黄島、黒島	特産品開発支援による所得向上・雇用創出に向けた取組
10	鹿児島県	薩摩川内市	甕島	水産加工の強化を通じた所得向上と雇用創出に向けた取組

取組事例①（礼文島：観光と水産業の活性化を通じた所得向上、定住促進への取組）

(1)取組の背景

観光客数の減少、漁獲量の低下・燃料代の高騰による水産業の衰退が著しく、総合的な産業振興策により所得向上と雇用創出を促し、定住促進を図ることが必要

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	礼文島 (礼文町)
地理類型	孤立大型
市町村区分	1島 = 1市町村
人口	3,078人 (平成22国勢調査)
世帯数	1,445世帯 (平成22国勢調査)
面積	81.33km ²

(3)取組の具体的内容

施策概要

【交流促進事業〔情報発信、商品造成など〕（礼文島観光協会、離島活性化交付金事業）】

- ・ポスター、パンフレットの作成、WEBサイトによる情報発信。
- ・新聞、エコチル、北海道じゃらんなどの媒体での発信。
- ・モニターツアーを開催し、7月17日～9月19日の期間に600名を募集。
- ・観光客の質問などに答えるコンシェルジュ機能を担う案内所の開設。
- ・ノベルティの作成・来島者へのプレゼント、イベントによる感動・満足度向上。
- ・フォトコンテストの開催・JR北海道の「まんぷくサロベツ号」との連携。
- ・高級感のある商品造成（JTB、トラピックス、クラブツーリズムなど）。
- ・次世代の会、おかみの会などを開催し意見交換を実施。

【特産品開発事業（礼文町、離島活性化交付金事業）】

- ・島内の民間事業者が急速冷凍システムの導入による実証実験を行っており、新たな商品開発に取り組んでいる。
- ・後継者対策のため、漁師の研修制度を実施しており、毎年数名の若者が研修を受けている。研修生は、研修を終えて独立する際に、漁業権を取得し、正組合員となる。

【流通効率化事業（礼文町、離島活性化交付金事業）】

- ・平成25年4月から輸送費支援を行い、支援の分で浮いた費用で、販路開拓や梱包・包装の改良を実施。



試作品の試食会の様子

取組事例①（礼文島：観光と水産業の活性化を通じた所得向上、定住促進への取組）

(4)現在抱えている課題

- ・交流促進事業と観光入込客数の関係は不明だが、事業をやめて観光客が減ることが怖くて中止できないのが実情。
- ・民宿は漁業などとの兼業が多くを占め、漁業で生計の基盤が確立しているため、夏季の臨時収入としての認識であり危機感は乏しい。一方で、将来的に見ると後継者がいないことが課題。
- ・現在、利尻・礼文で2泊3日のツアーが多いところを、3泊4日のツアーにして、滞在時間の向上・消費拡大を図りたい。
- ・今後は体験が重要だと認識している。自然体験や魚を釣る・食べるといった体験を通じて礼文島の魅力を感じてもらいたい。
- ・観光客1人当たりの消費額などを把握していないため、経済効果は算出できない。
- ・販路開拓や梱包・包装の改良等による効果が発現するまでに時間を要する可能性がある。
- ・資金的支援だけでなく、ノウハウや実行支援を含めた人的支援が必要。
- ・急速冷凍システムを活用した商品開発、新たな流通システムの構築を進めたい。
- ・漁業は安定性に欠けるため、コンブの養殖場を整備して、安定した生産、付加価値化を進めたい。
- ・漁師の研修生の収入を安定させる必要がある。
- ・漁師の研修生の住宅確保が課題。新たに漁師になった2世帯の為の住宅を整備・提供する予定で、今後5年間では10戸を整備予定。

(5)取組による効果を把握するための視点

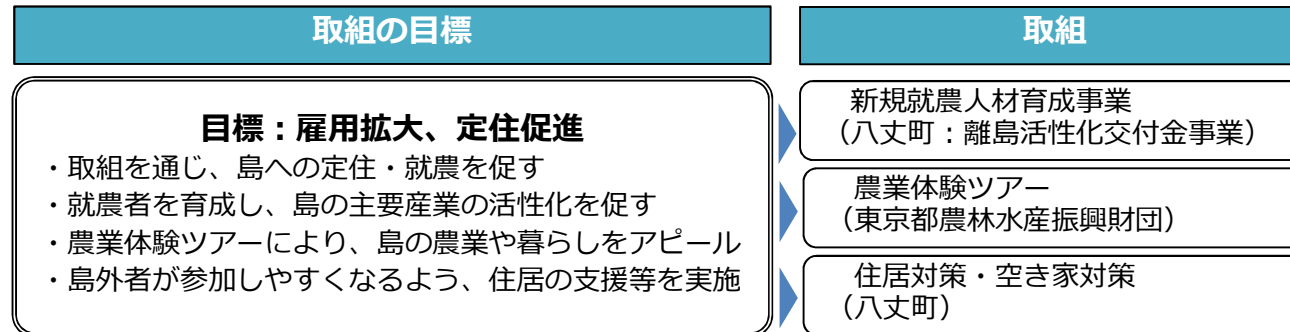
効果把握の考え方		表れている効果	
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信の手法・数 ・来島者数、消費額、消費構造 ・観光事業者の収入 ・観光事業者の雇用安定性 ・雇用（正規・臨時） ・開発商品数、特産品の売上 ・第一次、第二次産業への波及効果 ・販売チャネル数 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成25年度の観光客入込客数実績が135,700人と前年比101.3%と増加 ・観光客1人当たりの消費額などを把握していないため、経済効果は算出できない ・パンフレット10,000部、利礼パンフレット70,000部、ポスター1,000枚作成（各市町村、ハートランドフェリー、スポンサー、各観光関係機関で配布） ・とろろ昆布1,000個、昆布あめ20,000個、ストラップ3,000個作成 ・漁協、地元水産加工会社等による商品試作（アワビ、スケソウ、ヤナギノマイ、タコ、タラ、ブリ、ナマコ3種（生、蒸し、酢の物）、イズシなど） ・輸送費支援により、浮いた費用で、販路開拓や梱包・包装の改良を実施
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット、WEBサイトの質 ・島のファン数、口コミによる評判 ・地域、地域産品の認知度 ・商品製作のプロセス 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅館、民宿などの女将で構成される「おかみの会」で、外国人観光客増加に対応する地域のホスピタリティ向上の活動開始 ・従来とは異なる高級感のある旅行商品造成 ・加工品の試食会を定期的で開催し、意見を吸い上げ改善する仕組みがある
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・移住者増加、転出者減少 ・関連産業の売上 ・メディアの露出回数 ・リピーター数（リピート率） 	<ul style="list-style-type: none"> ・交流促進、産業振興による雇用増加、定住者増加の効果までは至っていない ・島内産品を宿泊施設で提供することは、施設で必要とされる材料を安定的に提供できないため、規模の大きな宿泊施設ほどできていない
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・交流を通じた地域ブランドの確立 ・島民の意欲、誇り醸成 	<ul style="list-style-type: none"> ・漁業は後継者不足であるにも関わらず、島の子ども就職の受け皿になれていない ・民宿は漁業との兼業が多く、行業で生計が建てられるため、危機感に乏しい

取組事例②（八丈島：農業の担い手育成研修による定住促進への取組）

(1)取組の背景

人口減少や農業従事者の高齢化、後継者の不足等により、耕作放棄地が年々増加しており、新規就農者の育成を通じて、雇用の受け皿を確保し、定住促進を図ることが必要

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	八丈島 (八丈町)
地理類型	孤立大型
市町村区分	1島 = 1市町村
人口	8,231人 (平成22国勢調査)
世帯数	4,090世帯 (平成22国勢調査)
面積	69.48km ²

(3)取組の具体的内容

施策概要

【八丈町農業担い手育成研修センター事業（八丈町産業観光課，離島活性化交付金事業）】

研修期間：平成25年4月～平成29年3月の4年間

研修作目：ルスカス、レザーファン、フェニックス・ロベレニー

指導員：先進農家、東京都八丈支庁、島しょ農林水産総合センター等

研修内容：基礎（安全衛生、農業総論、農業簿記）、栽培実習

就業目標：年間300万円の所得を稼げる農業者を育てる

特徴：栽培品目が観葉植物であり、研修終了後の1年目から収入を得ることが難しいため、研修の3～4年目で自己実習を実施し、土地の取得や苗の栽培等を行い、研修終了後すぐに安定した収入が得られるよう配慮している。



レザーファンのハウス

【農業体験ツアー（東京都農林水産振興財団）】

新規就農を目指す方を対象に、新規就農先の候補地の一つである八丈島で2泊3日の農業体験ツアーを実施。

日程：3月（実施年度によって異なる）

募集人員：10名程度（実施年度によって異なる）

【住居対策・空き家対策（八丈町）】

島外から就農を希望しても、現状では、就農希望者が自ら探すしか方法がないため、町が空き家情報を収集、希望者と所有者を仲介し、住居を提供できる仕組みを検討中。

取組事例②（八丈島：農業の担い手育成研修による定住促進への取組）

(4)現在抱えている課題

- ・島内外の誰でも対象としているが、島外の方の住居の確保が難しく（町営住宅は空きがない）、住居の確保ができていないのが実情。
- ・研修生が研修期間中に得る収入は、研修で得る農業収入しかなく、研修1~2年目では収入が少ない。それに対し、生活費の支援をすべきか否か悩ましい。
- ・研修には1人500坪の面積が必要であるため、現在は3~4名の研修生で実施している。将来的に6名程度まで拡大したいが、農地の取得も必要であり難しい。
- ・就農にはある程度の資金が必要で、それがないと農地の取得や融資を借りる際の障壁になってしまう。現時点では、研修生の募集に、資金の蓄えを条件にしていらないが、研修終了後の就農を考えると必要と思われる。

(5)取組による効果を把握するための視点

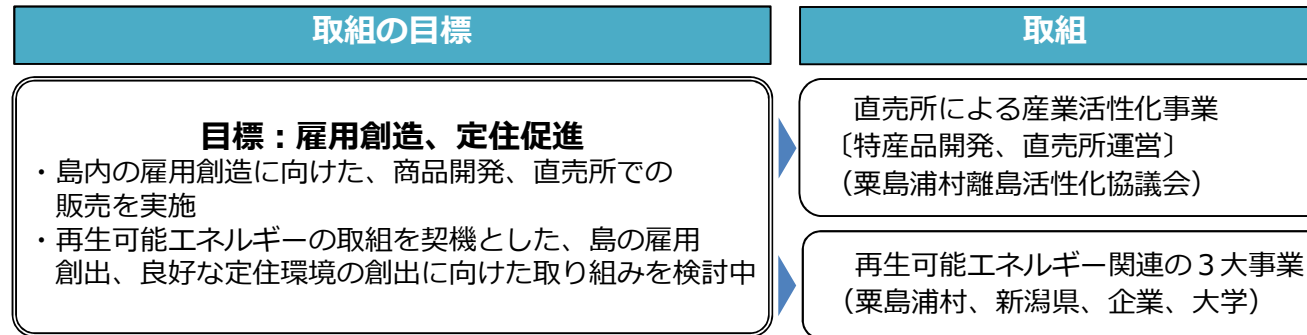
効果を把握するための視点		表れている効果
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・研修参加人数 ・就農実績人数 ・定住者の人数 ・空家情報の管理 ・空き家改修実績 ・移住支援制度
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・1期生は3人、2期生は3人の計6名。 ・1期生は2人就農、2期生は3人就農予定。 ・研修生は島民であり、人口増加には寄与していない。 ・空家バンクはなく、今後空き家情報の整理と改修、就農希望者への斡旋を行っていく予定。 ・研修中の生活費を支援するか検討中。
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の認知度 ・地域のイメージ
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都や地域の先進農家等の協力により、4年間かけて、農業の基礎研修、栽培実習を実施し、新規就農者の育成・確保を図っている。 ・研修3年目からは、農地を取得し実践研修を行う。 ・年間300万円の所得を稼げる農業者を育てることを目標にしている。 ・指導している島の農家が刺激を受け、意欲が増している。 ・所得補償をしない研修制度により、自ら稼ぐ意識が高まり、就農後の定住率が高まると考えられる。

取組事例③（粟島：直売所による産業活性化を通じた定住促進への取組）

(1)取組の背景

人口減少と高齢化により、島内産業の衰退が著しく、地域資源を活用した商品開発と販路開拓により、雇用を創出し、定住促進につなげていくことが必要

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	粟島 (粟島浦村)
地理類型	孤立小型
市町村区分	1島 = 1市町村
人口	366人 (平成22国勢調査)
世帯数	182世帯 (平成22国勢調査)
面積	9.86km ²

(3)取組の具体的内容

施策概要

【特産品開発事業（粟島浦村離島活性化協議会、離島活性化交付金事業）】

実施主体：協議会は、粟島浦村役場、粟島汽船株式会社、粟島浦漁業協同組合、粟島観光協会、（有）粟島定置で構成

取組内容：商品開発は粟島水産加工協同組合が、マーケティングや商品開発のアイデア、販路開拓を担っている
(商品規格の見直し、パッケージデザイン、販路開拓、菓子店との連携など)



菓子店との連携による商品

【再生可能エネルギー関連の3大事業（粟島浦村、新潟県、企業、大学）】

- ・ 粟島沖洋上風力発電事業、海洋再生可能エネルギー実証フィールド事業、粟島スマートコミュニティ事業の取組
- ・ 粟島沖洋上風力発電事業は、民間企業が粟島西沖に大規模浮体式洋上風力発電を数十基整備するプロジェクト
- ・ 海洋再生可能エネルギー実証フィールド事業は、海洋再生可能エネルギー実証フィールドに認定された粟島沖にて、新潟県、日本大学、民間企業などが連携し、海流（潮流）発電、波力発電、浮体式洋上風力発電の実証事業を実施
- ・ 粟島スマートコミュニティ事業は、新潟国際情報大学が主体となり、スマートコミュニティビジネスの計画、事業化に向けた検討を実施

取組事例③（粟島：直売所による産業活性化を通じた定住促進への取組）

(4) 現在抱えている課題

- ・ 人、物（原料）、資金、情報等の質・量ともに不足しているため、安定的な生産基盤の構築が重要。
- ・ これまでの商品開発は島民の自己満足。消費者や市場が何を求めるか考えていなかったため、抜本的な改善が必要だった。
- ・ 商談会などで、大手企業などから話をいただくことがあるが、全て手作業のため、供給量に限界がある。
- ・ 島内の水産物などを活用することがこの取組の意義であるにも関わらず、漁協の協力が得られない。
- ・ 現在、水産加工協同組合で、地元の女性を7名雇用しているが、今後もそれを継続・拡大していきたい。補助がある間の一定期間ではなく、継続的な雇用が重要。
- ・ 粟島の魚介類の魅力をいちばん伝えられるのは鮮魚であり、鮮魚の販売に力を入れていきたい。
- ・ 直売所運営や水産加工協同組合を担う、後継者確保と育成が必要。
- ・ 人は重要であるが、人の力に依存しすぎると後継者の育成ができない。誰でも直売所の経営ができるような仕組みを確立したい。

(5) 取組による効果を把握するための視点

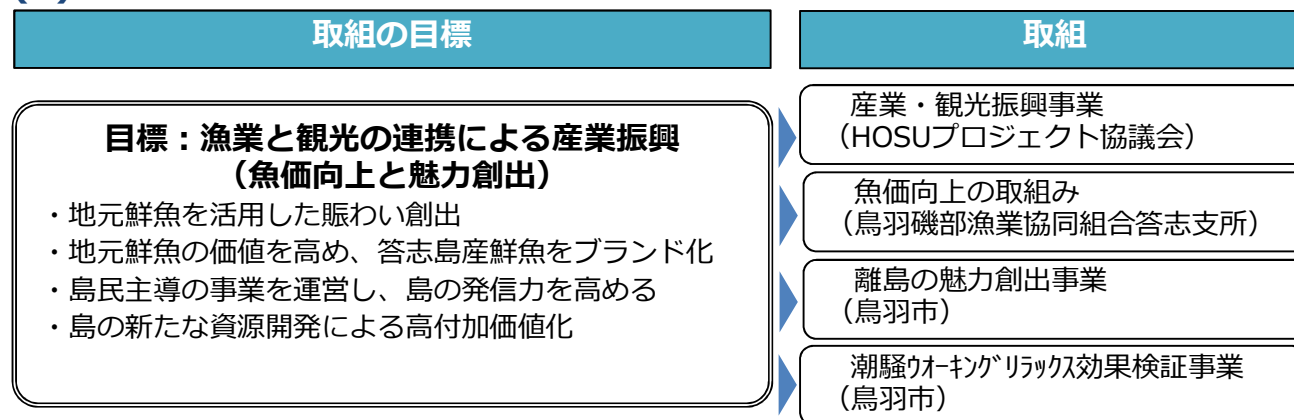
効果を把握するための視点		表れている効果
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開発商品数 ・ 特産品の売上 ・ 売上のうち、第一次、第二次産業への波及効果 ・ 販売チャネル数 ・ 雇用（正規・臨時）
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・ ワカメ、岩海苔、飛魚（みりん干し、つみれ）の商品改良、大豆クッキー、絵葉書（普通、立体）、粟島切手（52円、82円）、岩のりラスクなどを開発 ・ 直売所オープンからの1年半で、約600万円の売上がある ・ 主な販路は、島内の直売所「ぼっけ屋」と、アンテナショップ、地方の催事 ・ 商品開発により、地元の女性7名の雇用（時給800円、稼働日数10日程度/月） ・ 漁業から直接原料を買い入れるため、海上輸送賃金と市場手数料がかからず、生産者の収入はわずかに増加している
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域製品の認知度 ・ 地域の認知度 ・ 商品製作のプロセス
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・ JANコード、表示シールを付け、1袋当たりの内容量を減らし、消費者が手に取りやすい商品へと改良 ・ バイヤー等の意見を聞き、消費者のニーズに合ったものに改善している ・ 地元の女性たちを臨時職員として雇用しているが、正規で雇用するほどには至っていない ・ Iターン者が意欲的に活動し、既存商品の改良や新商品の開発を行っている ・ 漁協、観光協会などの地元の協力が十分得られておらず、効果が地域に浸透しているとは言い難い

取組事例④（答志島：旅行商品・特産品開発による雇用創出・所得向上に向けた取組）

(1)取組の背景

豊富な魚介類が獲れるものの、地域の特産品として認知・活用が不十分であったため、観光と連携した高付加価値化を進め、所得向上と雇用創出を図ることが必要

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島（市町村）	答志島（鳥羽市）
地理類型	内海近接型
市町村区分	1島 = 1市町村
人口	2,578人 （平成22国勢調査）
世帯数	769世帯 （平成22国勢調査）
面積	6.98km ²

(3)取組の具体的内容

施策概要

- 【産業・観光振興事業（HOSUプロジェクト）】**
 実施日時：平成26年11月9日（日）10:00～14:00
 実施内容：鯛千匹干し（ギネスチャレンジ）、鯛と伊勢海老の提供
 実施主体：HOSUプロジェクト協議会（旅館組合、漁協答志島支所、鳥羽市、鳥羽高校）
 特徴：鳥羽市を訪れて食べて楽しむ仕掛けづくりを官民協働で実施
- 【高度品質衛生管理システム】**
 事業主体：鳥羽磯部漁業協同組合答志支所
 取組内容：答志島産鮮魚の品質管理を徹底し、ブランド化することによる魚価の向上
- 【離島の魅力創出事業】**
 事業主体：鳥羽市観光課
 取組内容：島づくり会議の定期開催、鳥羽の島遺産編集、島むすび開発など
- 【潮騒ウォーキングリラックス効果検証事業】**
 事業主体：鳥羽市観光課
 取組内容：小説「潮騒」刊行60周年記念事業として浜辺のブランディングの推進



取組事例④（答志島：旅行商品・特産品開発による雇用創出・所得向上に向けた取組）

(4)現在抱えている課題

- ・島内の若者を中心に、HOSUプロジェクトのような観光との連携事業が定着しつつあるが、一步引いてみている島民も多い。
- ・鳥羽市内で取組みの認知が高まっているが、旅館組合ほか地域への経済波及効果はまだ小さい。
- ・高度品質衛生管理システムは漁協の答志支所で実施しているが、本所に出荷される際に、他地域のものと同じになってしまい、答志支所産の鮮魚のブランディングができておらず、魚価向上に資するまでの仕組みになっていない。
- ・答志島内に漁協の支所が2つ存在し、両者が同じ取組みを行っていないため、答志島産鮮魚のメリットのアピールが難しい。
- ・島の高齢化は切実で、観光と漁業との連携事業の機運が高まっても取組みには時間的、物理的な限界もある。
- ・島と本土の連携が重要なことは誰もが認識しているが、いまだに本土との温度差もある。
- ・浜辺のリラクゼーション効果については資料も乏しく、検証結果が必ずしもメリットのアピールに繋がらないことが考えられる。

(5)取組による効果を把握するための視点

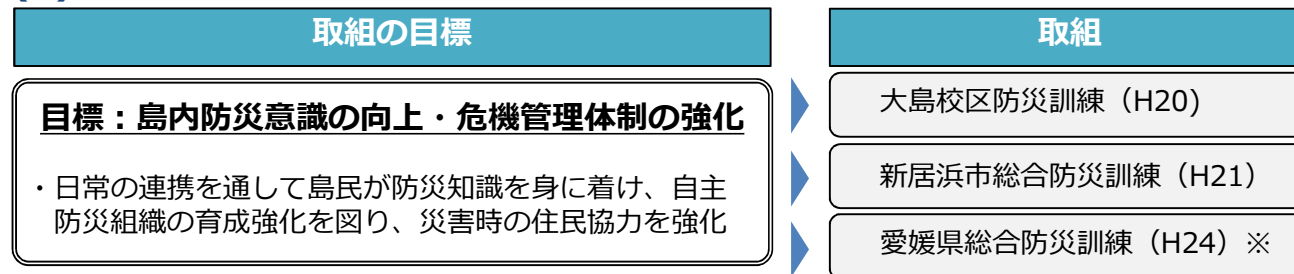
効果を把握するための視点		表れている効果
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・取組みPRによる来島者数 ・メディアへの露出 ・来島者による経済効果 ・魚価向上の割合 ・島内産品の販売額 ・浜辺のリラックス効果
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客への認知度はポスターや口コミで徐々に広がっている ・答志島産＝衛生的という認知は徐々に高まっている ・島づくり会議をきっかけに、若者の参加や特産品開発が始まっている
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントへの関係者数 ・現役漁師の数 ・鳥羽市の観光認知度 ・飲食メニューの充実度
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・協議会メンバーに加え、高校生30人の参加等、本土からの協力が増えている ・高齢化した漁師の後継者が増加してきた ・HOSUプロジェクトを通じ、島の情報発信が全国に広がっている ・地域の特産品を活用した料理メニューが増加している ・イベント参加者の口コミにより、評判が広がっている ・魚を「獲る」から、商品を海から「仕入れる」へと考え方が変わった

取組事例⑤（大島：総合防災訓練による安全・安心向上に向けた取組）

(1)取組の背景

東南海・南海地震などの大規模な災害では、被害が多数かつ広域にわたり消防機関等の機能低下が予測される。離島環境にある大島地区は孤立する可能性があるため、島の防災力向上を進める必要がある

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	大島 (新居浜市)
地理類型	外海近接型
市町村区分	島+本土=市町村
人口	257人 (平成22国勢調査)
世帯数	138世帯 (平成22国勢調査)
面積	2.14km ²

(3)取組の具体的内容

施策概要	内容
	【平成20年度大島校区防災訓練】 主 催：新居浜市大島校区連合自治会自主防災組織 参加機関：大島校区住民及び自主防災組織員、新居浜市消防署川東分署、大島消防分団、新居浜市（約50人） 訓練想定：南海トラフを震源とする地震（震度6弱） 内 容：大島小学校のプールの水を飲料水として利用する装置の取り扱い訓練を実施
	【平成21年度新居浜市総合防災訓練】 主 催：新居浜市、新居浜市連合自治会 参加機関：新居浜市、自治会、消防本部、消防団、警察署、小学校、大学、医師会、四国電力、愛媛航空隊など 訓練想定：南海トラフ地震とそれに伴う二次災害（建造物倒壊・火災・土砂崩れなど、津波は除く） 内 容：避難訓練・災対本部設置訓練・ヘリコプターでの移送訓練・備蓄食料の試食・情報収集訓練などを島民・消防団が主体で実施（自衛隊、海保や市の防災課が補助）
	【平成24年度愛媛県総合防災訓練】 主 催：愛媛県防災会議、新居浜市防災会議など 参加機関：愛媛県、新居浜市、消防防災航空隊、愛媛県警、陸自14特科隊、陸自14飛行隊、消防本部など 訓練想定：地震による建物倒壊、孤立地区の発生、津波による浸水 内 容：傷病人をヘリコプターで陸部へ移送する訓練などが主体
	※島独自の訓練はH21年度を最後に実施していない

取組事例⑤（大島：総合防災訓練による安全・安心向上に向けた取組）

(4)現在抱えている課題

- ・危機意識がまだまだ低い。
- ・島はインターネット環境等情報インフラが整っておらず、情報の共有が難しい。
- ・距離的に本土と近く、島内で緊急避難が必要な災害や長期間孤立するような災害想定はされない点などを考慮し、大島の避難計画は島内完結型の避難方針から、島外避難型の避難方針へと変更された。
- ・そのため、大島の避難訓練は市内の防災訓練と合同で行っている。また、医療機関の不整備などを理由に、長期間の島内避難は難しく、島内訓練も不要という住民からの意見もあった。
- ・大島小学校併設プールの飲料水化についても、維持管理コストや低い島民需要の点から、浄水器設置そのものが疑問視されている（地域住民から「不要」という声もある）。
- ・食糧支援についても、炊き出しや非常食利用の想定はあるが、備蓄等は少ない。
- ・島民対象の心肺蘇生訓練、消火訓練などの自助・共助に係る訓練や、避難誘導などの大まかな役割分担はされているが、発災時に機能するかは疑問。
- ・平成23年の東日本大震災以降、地震・津波想定が抜本的に見直され、それに伴い平成24年には大島の沿岸部は津波浸水域と想定された。この想定に従えば、現在避難場所として指定されている公民館は浸水域にあたる為利用できず、一方で高台にある旧小学校も土砂災害警戒区域に指定される。そのため、防災計画そのものを見直すほか、地震・津波被害を想定した一時避難訓練の実施は検討する必要がある。

(5)取組による効果を把握するための視点

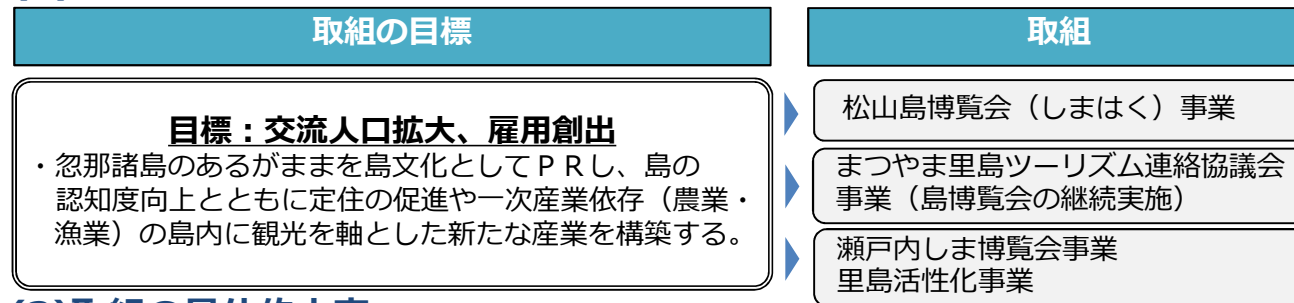
効果を把握するための視点		表れている効果
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・防災訓練の実施回数 ・防災訓練の参加者数 ・非常食・飲料水等の備蓄量
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・島民の防災意識の醸成 ・危機管理体制の強化 ・ハザードマップ等のツール拡充 ・案内板等のハード整備
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・防災をテーマとした他地域離島との交流機会 ・視察の受入れ数
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・島民の安心感 ・観光客の安心感

取組事例⑥（忽那諸島：観光による交流促進を通じた定住促進への取組）

(1)取組の背景

人口減少と高齢化、農産物（みかん）の値崩れ、漁業の衰退（燃料費高騰、漁獲量減）により、一次産業以外の産業による雇用創出の可能性を模索することが必要

(2)取組の全体像



(3)取組の具体的内容

【瀬戸内しま博覧会事業（離島活性化交付金事業）】

平成22年度の「しまはく」では、島民や松山市による実行委員会が「松山島博覧会」を開催し、島内で楽しめる体験プログラム等を提供するなどの島内周遊の活性化を目指したもの

主な取組み

- ・ 県域・市町域を越えた広域観光ネットワークの構築
- ・ 地域住民が主体の観光プログラムの創出
- ・ 豊かな地域資源の発掘及びブラッシュアップ
- ・ 既存の取り組みやイベントを継続実施
- ・ 戦略的かつ効果的な広報宣伝による誘客促進

【里島活性化事業（離島活性化交付金事業）】

「しまはく」の終了後、本取組のさらなる発展のため、忽那諸島を「離島」ではなく「里島」として、域外の人が故郷に帰ってくるような感覚で島に来ていただく、という考え方の下で

「まつやま里島ツーリズム連絡協議会事業」として引き継ぎ、平成25年度からは「里島活性化事業」として事業を展開

主な取組み

- ・ 「体験」「文化」「食」を通じて、都市住民との交流促進を図る
- ・ アイランダーや移住・交流フェア等のイベントにおける里島のPR
- ・ 交流の場としての体験プログラムの拡充
- ・ 出合いの場の創出
- ・ 地域リーダーの育成

施策概要

基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	忽那諸島 (松山市)
地理類型	内海近接型
市町村区分	本土+島 = 1市町村
人口	5,998人（9島合計） （平成22国勢調査）
世帯数	2,439世帯（9島合計） （平成22国勢調査）
面積	44.87km ² （9島合計）



ガイドブック表紙

取組事例⑥（忽那諸島：観光による交流促進を通じた定住促進への取組）

(4)現在抱えている課題

- ・住民との連携の難しさが最も大きな課題。最も連携が難しいのは外部人材を参画させる場合であるが、各島・各集落で文化、習慣や日常的な交流の度合いが異なるため、集落や島を超えた連携を行う際にも困難が生じる場合がある。
- ・里島ツーリズムへの参画など、交流人口の拡大に向けた取り組みに積極的な住民が固定化し、また高齢化している。
- ・里島ツーリズム連絡協議会の活動財源は市からの補助金と会費であり、自主財源を生み出すしくみが確立されていない。
- ・近年島への移住に関する相談が増加しており、また空家も増加しているにも関わらず、「仏壇がある部屋は貸せない」「知らない人には貸したくない」などの理由により貸し手と借り手の意向がマッチしないため、移住につながらない状況にある

(5)取組による効果を把握するための視点

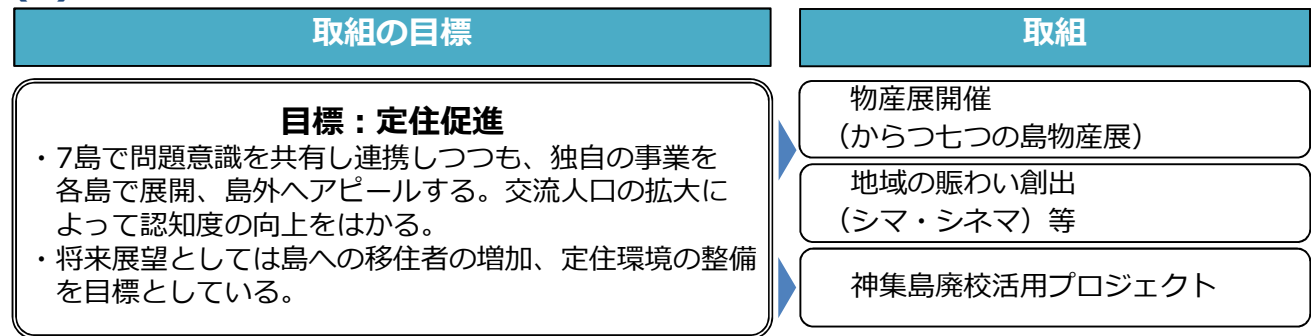
効果を把握するための視点		表れている効果	
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・観光プログラム提供数 ・観光プログラム参加者数 ・出会い創出事業のカップル数 	<ul style="list-style-type: none"> ・プログラム数：60（H23）⇒70（H25） ・プログラム参加者数：4,305人（H23）⇒6,187（H25） ・カップル誕生数15組。1組結婚に向けた動きあり。
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の認知度 ・しまぼうの認知度 ・地域のイメージ ・若手リーダーの台頭 	<ul style="list-style-type: none"> ・しま博事業の参画者数、観光客数は年々増加している。 ・人材育成事業で若手育成が加速している。 ・来訪者とのふれあいや交流の機会が創出されることで、保守的だった島民の意識に変化が見られるようになった。
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・船舶の乗車率 ・船舶会社の売上 ・その他関連産業の売上 ・メディアの露出回数 ・定住者の人数 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光プログラム参加者に対して復路の船舶チケットを無料にするなど、連動した取り組みを実施している。
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・外部機関からの評価 ・地域間関係良好化 ・島民の誇り醸成 	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産省から「豊かなむらづくり全国表彰」にて農林水産大臣賞を獲得した（まつやま里島ツーリズム連絡協議会が受賞）。 ・国土交通省から「地域づくり表彰」にて全国地域づくり推進協議会会長賞を獲得した（松山離島振興協会が受賞） ・全国離島振興協議会主催の「離島振興60周年記念功労者表彰式」にて国土交通大臣表彰を受賞した（松山離島振興協会会長、まつやま里島ツーリズム連絡協議会会長の田中政利氏が受賞）

取組事例⑦（玄海諸島：定住促進のための特産品開発、交流人口拡大事業）

(1)取組の背景

人口減少と高齢化を背景に地域産業の衰退が顕著であり、特産品開発による雇用創出、交流人口の拡大、島の知名度向上のための交流事業等を通じた定住の促進が必要

(2)取組の全体像



(3)取組の具体的内容

【物産展開催：からつ七つの島物産展（離島活性化交付金事業）】

実施主体：からつ七つの島活性化協議会（7島の代表者により構成）

取組内容：7島合同で物産展を開催し、特産品を販売

会場は、福岡まで商圈があり、かつ、山間部にある直売所「鳴神の庄」とし「海のものを出でる」をテーマ毎回マスコミなどへ事前情報を提供し認知度の向上を図る

【地域の賑わい創出：シマ・シネマ（離島活性化交付金事業）】

実施主体：からつ七つの島活性化協議会、唐津市、唐津シネマの会

取組内容：島内外の交流促進創出事業として、各島で映画上映イベントを実施「子供たちのシマ・シネマ」と題する子供向け企画を展開し、映画上映・交流イベントも実施

【神集島廃校活用プロジェクト（唐津市）】

実施主体：唐津市、神集島、九州大学

取組内容：九州大学に委託して旧神集島小学校舎を活用したソーシャルビジネスの立ち上げを目指し、耕作放棄地の開墾、交流イベントの開催などを実施

施策概要

基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	玄海諸島 (唐津市)
地理類型	内海・外海近接型
市町村区分	島+本土 = 1市町村
人口	1,910人（7島合計） （平成22国勢調査）
世帯数	734世帯（7島合計） （平成22国勢調査）
面積	10.7km ² （7島合計）



神集島の交流イベントのチラシ

取組事例⑦（玄海諸島：定住促進のための特産品開発、交流人口拡大事業）

(4)現在抱えている課題

- ・事業を通じて交流人口は増えつつあるものの、定住人口はほとんど確保できていない。玄海諸島には、玄界原子力発電所の10キロ圏内にあたる区域もあり、定住人口が増えないことに影響を与えているかもしれない。
- ・現場の活動を先導しているのは、地域おこし協力隊一人であり、7島をフォローするのに物理的な限界がある。
- ・島民間で参加度合いの差があり、積極的に参加している住民は限定的である。
- ・物産展での成功体験が今の島民の大きなモチベーションになっているが、特産品がプロダクトアウトになりがちで、経済波及効果としては、十分あらわれていないのが実情である。事業者や漁協などの関わりが弱いことも一因と思われる。
- ・神集島廃校活用プロジェクトでは、卒業等で、大学生が継続的に関われないことが課題である。継続的な交流やサポートに仕組みが必要と思われるが、そのノウハウや人材が不足している。また、大学に何かをしてもらいたいという意識もあるように思われる。
- ・インフラ環境は整備されているものの、島の方だけではICTの利用は容易でなく、取組みの発信・宣伝においては環境的・技術的にほとんどできていない。

(5)取組による効果を把握するための視点

効果を把握するための視点		表れている効果
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・開発商品数 ・特産品の売上 ・食品営業許可数 ・イベント回数・来場者数 ・事業参加住民数の推移
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・すり身のでんぷら、石割豆腐、ひじき、塩わかめ、塩ウニ、めかぶ、椿油、イカー一夜干し、アジの開きなど、主に島に伝わる産品や自家消費的な食品を商品化 ・9月の物産展では、2日間で約36万円の売上 ・物産展は県内外を含めて平成26年度では7回開催し、定期化している ・馬渡島では食品営業許可数が増加。松島・加唐島では加工場をそれぞれ新規に設置 ・「子供たちのシマ・シネマ」には約30人の子供が島内外から参加
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・来島者数の推移 ・定住人口の推移
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・各種イベントへの島外からの参加者は多いとはいえ、今後の課題である。また、これまでのところ新規定住者はいない。 ・自分たちが開発した商品が売れるという手ごたえを得ることで、特産品開発を通じた活性化に島民が楽しみや喜びを見出している ・活動を通じて、希薄になった地域コミュニティの復活、強化が進む ・島外民、特に若者との交流を通じた島の魅力の再認識、活性化への新たな視点の発見 ・島同士の交流により良い意味でのライバル意識が芽生え、切磋琢磨しあう傾向にある

取組事例⑧（鹿児島県：地域外のプロボノによる地域おこし団体等への活動支援を通じた地域活性化の支援体制構築へ向けた取組）

(1)取組の背景

離島で地域づくりに取組む団体には、専門的な知見が不足している場合があり、地域外の専門家とマッチングすることで地域づくり活動を円滑に進ませることが課題

(2)取組の全体像

取組の目標

目標：雇用拡大

- ・県内離島で活動している地域おこし団体等に対し、専門的知見地域外の人材による支援を可能にするプラットフォームを設立する

取組

地域おこし団体等に対し、専門的知見や技術を持った地域外の人材（プロボノ）による支援を実施

基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	屋久島、黒島、種子島 (鹿児島県)
地理類型	—
市町村区分	—
人口	—
世帯数	—
面積	—

(3)取組の具体的内容

【離島地域おこし団体活動支援モデル事業（離島活性化交付金事業）】

- ・平成25年度は3地域（甕島、種子島、中之島）の地域おこし団体の支援をした。
- ・平成26年度も3地域（黒島、屋久島、種子島）の支援を行っている。

施策概要

年度	地域	団体名称	団体概要	支援内容
平成25年度	甕島 (薩摩川内市)	ぼっちゃん プロジェクト	地域おこし協力隊メンバーが、商品開発・PR、販路拡大等を行うプロジェクト	新商品開発、販路拡大の戦略策定
	種子島 (西之表市)	(社) なかわり生 姜山農園	生姜栽培を復活し、地域の活性化、交流人口の増加を図ることを目的としている	新商品開発、デザイン、経理
	中之島 (十島村)	NPO法人トカラ・ インターフェイス	特産品づくりと人材育成（島の担い手、リーダーの育成）など	人材育成を行うための課題可視化
平成26年度	種子島 (中種子町)	NPO法人Turtle Crew	ウミガメの生態系の調査・研究 ヨットを用いた海洋体験活動の推進	キャッチコピーやパッケージの開発
	屋久島 (屋久島町)	屋久島里めぐり推 進協議会	里のエコツアーを実施し、集落独自の魅力の発信、環境保全、経済振興を目指している	広報と持続可能な収入源の確保
	黒島 (三島村)	あしたよなあー (特産品加工)	大里地区の新しい特産品開発・販売を行い、所得向上を目指している	生産能力の向上、パッケージ

取組事例⑧（鹿児島県：地域外のプロボノによる地域おこし団体等への活動支援を通じた地域活性化の支援体制構築へ向けた取組）

(4)現在抱えている課題

- ・目の前の課題を解決したいという地域側と、将来を見据えた優先課題の整理を重視するプロボノなど、互いの意識にギャップがあった。プロボノに何を依頼するのが良いのか、モデル事業を通じて事例を増やしながらか見極めていく必要がある。
- ・業務委託として関わるわけではないので、プロボノの責任をどのように考えるかは難しい。プロボノとして地域に関わる意味を参加者が理解しなければいけない。
- ・市町村からは、地域おこしを担う団体が存在しない集落における課題整理や住民の合意形成などへの支援の要望もあったが、プロボノには負担が大きすぎるため適さないと考えている。
- ・いずれは、県の事業の手を離れ、中間支援組織が自立していく必要があるが、持続的な資金確保の点などで課題もある。
- ・プロボノは、ボランティアが前提ではあるが、高度な専門スキルを活かした分野では、無償で支援を行うことが既存のビジネスの価格破壊を引き起こす可能性があるなど、どこまで無償で行って良いのか難しいことがわかった。このケースでは有償ボランティアとして活動していただいた。

(5)取組による効果を把握するための視点

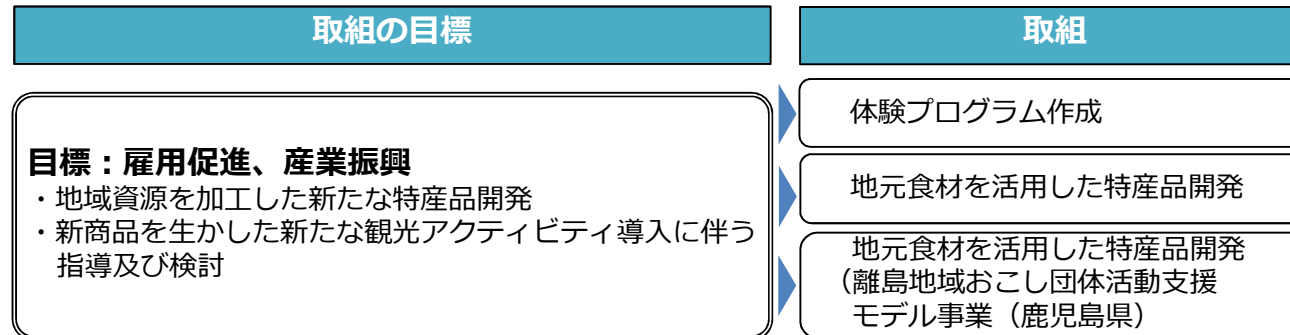
効果を把握するための視点		表れている効果	
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開発商品数 ・ 特産品の売上 ・ 売上のうち、第一次、第二次産業への波及効果 ・ 販売チャネル数 ・ 雇用（正規・臨時） ・ 来島者数 ・ 観光事業者の収入 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成果は、各離島の課題の種類や進捗状況によるのでさまざまである ・ 甕島では、「紅はるかジンジャコンフィチュール」「とうふ屋さんの大豆バター」などの新商品を開発 ・ 種子島では、生姜山ギフトパック、ジンジャージャム、ジンジャーチョコなどのパッケージデザインを実施 ・ 首都圏や鹿児島地域において、高度で専門的な分野から簡易的な分野まで多様なプロボノ人材を確保 ・ 事業計画作成や会計書類の整備などを実施
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域産品の認知度 ・ 地域の認知度 ・ 商品製作のプロセス ・ パンフレット、WEBサイトの質 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 合同催事の開催や離島間連携商品の開発などに向けた島の横のつながりができた ・ プロボノを経験した人は、その後も離島の良き理解者となり、さらにネットワークを広げてくれることが期待できる (支援期間が終わっても関わりを続けられるのがプロボノの良さの1つでもある)
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・ メディアの露出回数 ・ 観光・交流をきっかけとする移住者数 ・ リピーター数 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 甕島では、開発した商品がその後に県内デパートで販売されるようになった ・ 商品開発のような目的が明確なものは効果が出ているが、それ以外のものはプロボノで成果を出すのは難しい
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 島民の意欲醸成 ・ 島民の誇り醸成 ・ 地域ブランドの確立 	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロボノのプラットフォーム（中間支援組織）についての知見が蓄積されつつある ・ 中間支援組織が自立するための仕組みはまだできていない

取組事例⑨（三島村：特産品開発支援による所得向上・雇用創出に向けた取組）

(1)取組の背景

人口減少が進む地域を活性化するために、自然を活用したプログラム開発、地域統一の特産品の開発による雇用創出と定住促進が必要である。

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	黒島、硫黄島、竹島 (三島村)
地理類型	孤立小型
市町村区分	複数島 = 1市町村
人口	418人(3島合計) (平成22国勢調査)
世帯数	242世帯(3島合計) (平成22国勢調査)
面積	31.2km ² (3島合計)

(3)取組の具体的内容

【特産品開発支援事業(体験プログラム作成(平成25年度事業)) (離島活性化交付金事業)】

①シーカヤック研修
 研修期間：平成25年11月5～7日 研修場所：竹島 参加人数：5名(畜産や漁業を営む方)
 研修内容：インストラクター講習(シーカヤック座学、心肺蘇生法、シーカヤック実技試験、レスキュー講習)
 研修目標：若者の免許取得をフォローし、シーカヤックを観光に組み込む

②トレッキング研修
 研修期間：平成26年3月21～24日 研修場所：黒島 参加人数：6名(従来、独自に観光ガイドをしていた方)
 研修内容：トレッキングの専門インストラクターが地元のガイドとともに現地でプログラムを作成。専門知識の教育とガイド法の講習。
 研修目標：プログラムの確立と地元の人々のスキルアップ

③ジオパーク認定に向けた取組

- ・6つの大学を中心に、ジオパークの認定を目指して活動している。
- ・50名弱の大学生にカヤックやトレッキングをしてもらいながら、島の魅力を発信してもらっている。

【特産品開発支援事業(地元食材を活かした特産品開発(平成26年度事業)) (離島活性化交付金事業)】

- ・「大名筍と三島牛のうま煮」「黒島みかんのフレーバーティーなど」「椿油を練りこんだうどん」の3種類の特産品を開発している。
- ・実際に加工を行うのは、青年会や婦人会である。レシピの作成には、フードコーディネーターを招聘している。
- ・商品が完成した場合、鹿児島県内のデパートで三島村のブースを設けPRしたり、宿泊施設等で販売するなどの計画がある。

取組事例⑨（三島村：特産品開発支援による所得向上・雇用創出に向けた取組）

（4）現在抱えている課題

- ・体験プログラムが充実し、観光客が増えたとしても受け入れる民宿が限られている。民宿では、最大定員でも30名程度であり、現在の民宿経営者は専業もしくは漁業等と兼業している。
- ・平成25年度の特産品開発は村主導であったが、今年度は、地元の協力団体として黒島青年会が関わってくれた。実際の加工者としては青年会・婦人会を想定している。
- ・特産品の加工に必要な機械が村内には不足している。商品の需要に応じて、必要であれば機械を購入していかなければならない。
- ・民宿経営者は高齢者が多く、宿で食事を提供することが困難になると思われるため、民宿は素泊まりのみとし、食事が宿の外でできるようバーベキューハウスを設置したいと考えている。
- ・雇用の創出は、定住人口拡大を目的としているが、定住促進をするにも供給できる住宅が不足している。また、地域に打ち解けられずに悩みを抱えるなどの問題が生じている。定住に繋げるために、空き家改修事業に補助を国土交通省に要望している。
- ・特に後者に関して、地域おこし協力隊で過去5名赴任したが、うち2名がそれぞれ2年、1年（任期前）で村を離れてしまった。各島に役場の支所があるが職員は数名であり、各種問題を相談する場合も十分な対応ができていない。

（5）取組による効果を把握するための視点

効果を把握するための視点		表れている効果
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・シーカヤックは島民5名受験、5名が合格し免許を取得 ・トレッキングは島内ガイド6名が参加 ・平成25年度は研修を実施したが、本格的な観光客受け入れには内部の体制強化が必要 ・平成26年度の商品開発は、少なくとも1品の商品化、販売開始が可能と思われる ・経済効果はまだ表れていない <p style="text-align: right;">うま煮のパッケージデザイン（案）</p>
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客からの申込み・問合せの情報の流れ ・人材育成研修の内容 ・観光プログラムの内容
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアの露出回数 ・地元で働く若者増加
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・島民の中では、国の事業はハード整備だけという認識だったが、離島活性化交付金の事業内容を知り国が産業などのソフト面にも目を向けてアプローチをしていることで認識が変わった

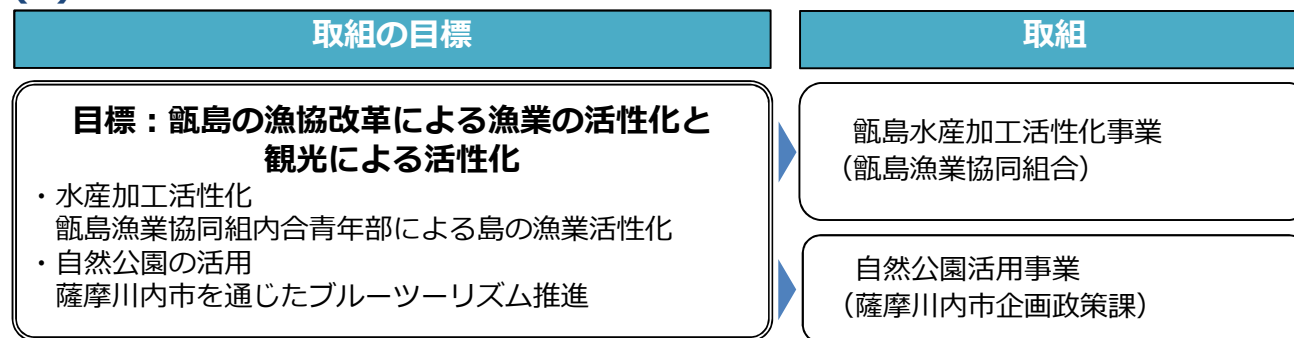


取組事例⑩（甌島：水産加工の強化を通じた所得向上と雇用創出に向けた取組）

(1)取組の背景

鹿児島県内の他の離島と比較しても人口減少が著しく、観光と地域資源（漁業、自然公園）の連携による島内の産業活性化、交流人口の拡大による雇用創出、定住促進を図ることが必要

(2)取組の全体像



基礎データ

項目	内容
対象離島 (市町村)	甌島 (薩摩川内市)
地理類型	
市町村区分	有人3島 = 1市町村
人口	5,597人 (平成23年10月1日現在)
世帯数	3,154世帯
面積	118.75km ²

(3)取組の具体的内容

施策概要

【甌島水産加工活性化事業（離島活性化交付金事業）】

実施主体：甌島漁業協同組合

実施目的：魅力ある漁業、次世代に繋がる漁業をめざし、漁業との触れ合う機会を創出

取組内容：キビナゴ漁の漁船に、最新機器類を装備し、漁獲効率の向上を図っている

キビナゴ中心であった漁に伊勢海老やかご網、メジナといった高付加価値漁業を組み合わせ所得拡大を図る磯遊び、海上散歩、シュノーケリング、海鮮バーベキュー、伊勢海老漁体験などを実践

担い手育成に向けた子供向け漁業体験（魚の捌き方体験、ロープワーク体験、選別出荷体験など）を実施
キビナゴを活用した特産品開発やイベントへの参加

【自然公園活用事業（離島活性化交付金事業）】

実施主体：薩摩川内市企画政策課

実施目的：甌島の魅力創出と自然公園を活用した外部への情報発信と誘客

取組内容：夏の体験プログラムの充実

甌島観光のPRを薩摩川内市全体で実施

地域おこし協力隊やUターン者を巻き込んだ取組の実施

地域への資金獲得のため、特産品開発などの実施



キビナゴ漁（出典：薩摩川内市）

取組事例⑩（甌島：水産加工の強化を通じた所得向上と雇用創出に向けた取組）

（4）現在抱えている課題

- ・島の高齢化が止まらず、若者の転入があってもマンパワー不足は慢性的である。
- ・地元漁師の高齢化も激しいが、新たな担い手育成が必要である。
- ・現状は、一部の離島ファンが島を訪れている程度の規模の観光消費であるが、新たな観光客の獲得により拡大できる資源と可能性を持っており、島内産鮮魚の付加価値向上とPRによる甌島ブランドの確立と発信力強化が必要である。
- ・食品メーカーとの連携により、キビナゴの高付加価値化（1匹2～3円から20円以上）はできたが、行政の目標設定が高く、行政側が期待する成果と、島の実態の乖離が大きい。
- ・冬季は船の欠航も多く、甌島に訪れたくてもできないケースがある。そのため、今後は薩摩川内市全体として、甌島に渡れなかった際の代替案を本土で提示できる仕組みを検討している。
- ・観光客への情報発信の必要性を認識しながら、受入体制が整わないため、表立った発信を行うことが出来ない。
- ・本土からの支援を待っているのは、島の活性化は難しいと考えている。地域おこし協力隊など、島の若い人材を育て、行政支援と協業しながら、島民が自ら甌島の魅力を積極的に発信できるようにする必要がある。

（5）取組による効果を把握するための視点

効果を把握するための視点		表れている効果	
直接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略商品の販売額 ・漁師の所得 ・来島観光消費額 ・来島観光客数 	<ul style="list-style-type: none"> ・キビナゴの販路開拓により、1匹2～3円から20円以上に取引額が向上した。 ・高付加価値鮮魚の販売数の増加などによって、漁師の収入が一般サラリーマンなみで安定するようになった。 ・例年20組程度の常連客の他、来訪者が年々増えている。同時に地魚を土産品に購入したり、伊勢海老を宅配便で取り寄せたりと、観光をきっかけとした島への直接的な経済効果が増してきている。
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・甌島産鮮魚の認知度 ・地域の認知度 ・地域資源への認知 	<ul style="list-style-type: none"> ・学校やスーパーでのPR活動から、甌島の魚の認知と関心が高まっている。 ・捌き方、食べ方を魅せることにより、本土での魚の購入が増加している。 ・観光客の来訪により、島の資源が観光素材として活用できることに、島民が気づく機会となった。
間接効果	定量	<ul style="list-style-type: none"> ・島に戻る若者の増加 ・本土側での魚の購入額 ・薩摩川内市への問い合わせ 	<ul style="list-style-type: none"> ・甌島がテレビ等に取り上げられる機会が増え、島を出た若者や島に興味を持った若者が定住を前提に少しずつ訪れるようになった。 ・観光目的の情報収集の問い合わせが増えている。
	定性	<ul style="list-style-type: none"> ・島民の意識改革 ・島民の観光客への関心 	<ul style="list-style-type: none"> ・魚の獲り方、売り方を変えれば収益が上がることへの意識に変化が生じている。 ・島を訪れる人が増えたことで外部からの刺激を得た島民に今まで通りではいけないという意識が芽生えてきた。