

企業・組織・人材と 離島とのマッチングについて

国土交通省国土政策局離島振興課
株式会社 J T B 総合研究所

1. 企業・組織・人材と離島とのマッチングとは（背景）

◎ 離島の状況

- ・ 主体的取組だけでは離島振興や課題解決が困難な状況がある。
- ・ 島外の企業・組織・人材を島に取り込むことで、離島振興や課題解決に対応している実例がある。



離島と企業・組織・人材をつなげる = マッチング



◎ 島外の企業・組織・人材の思い

- ・ 離島とビジネスを展開したい、離島に貢献したいなどの思いがあっても、離島とつながる方法がわからない。
- ・ ビジネスパートナーになれるのか、自分たちが離島に貢献できるのかなどの不安がある。

1. 企業・組織・人材と離島とのマッチングとは（定義）

「企業・組織・人材と離島とのマッチング」とは

= 離島振興や離島の課題解決のために、島外の企業・組織・人材と離島とをつなげること。

※ 企業・組織・人材 … 民間企業、協同組合、NPO、大学、研究機関、技術やノウハウを有する個人 等

企業・組織・人材のやりたいこと、求めること

+

離島のやりたいこと、解決すべきこと

⇒ お互いが目的や考え(ニーズ)を知り、最適な「つながり（マッチング）」を実現するための方策が必要。

2. 取組事例 – 粟島（1）

<商品開発・販路開拓による島での教育と産業振興>

教育面の目的

- 地域資源がお金に変わる経験を通じて、島に誇りを。
- 稼ぐ難しさを学び、親の仕送り等に感謝の気持ちを。
- 「仕事がないから帰れない」ではなく、「仕事を創りに帰る」というビジネスマインドを育む。

産業振興の目的

- 第2次産業、第3次産業との連携の経験を積む。
- 島外に流通していなかった産品を“産業”に。
- 次年度以降、同様のノウハウで商品開発ができるよう企業のネットワークづくり。

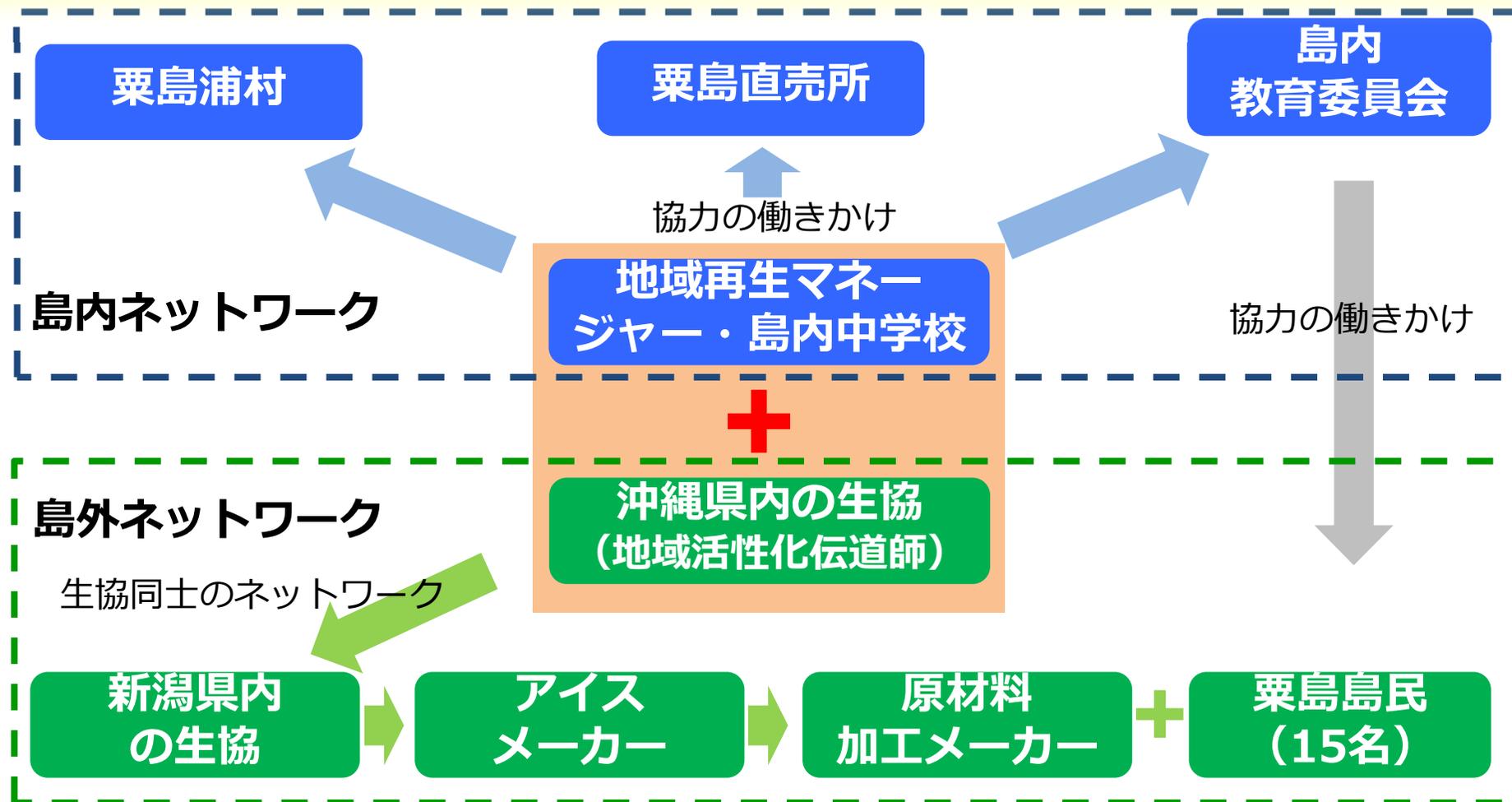


**粟島の枝豆を使ったアイスクリーム作り
（中学校、島民、新潟県内及び沖縄県内の生協、アイスメーカー、
原材料加工メーカー、粟島直売所によるチーム）**

2. 取組事例 – 栗島 (2)

◆ 地域と企業とのマッチング – プロジェクトチームの構築

- ・ 地域と企業がビジョン（教育と産業振興）を共有
- ・ 外部人材や有識者の協力により連携



2. 取組事例 – 粟島（3）

【 成果 】

- 販売実習により、新潟大学生協で50個を15分で完売。市内スーパーで150個を1時間で完売。初回1,000個は数日で完売、2,000個追加製造。売上75万円。
- 村主催で粟島在来の枝豆の栽培講習を開催、生産拡大。
→枝豆栽培の産業化へ
- 島内及び島外のネットワーク(及び販路)が構築された。

【 成功要因 】

- **事業のビジョンを島内外の関係者で共有**したことで、明確な推進体制、協力体制ができたこと。
- **関係者が連携**して商品開発を行ったため、それぞれが主体的に販路を開拓したこと。（島内各店舗（直販所など）、新潟県内及び沖縄県内の生協（ギフト）、島の民宿）
- **島外ネットワーク**(生協)を通じて円滑に生産者の協力を得られたこと。
- **離島内外の事情に明るいマッチングのための仲介者**(地域再生マネージャー、地域活性化伝道師) がいたこと。
- 仲介者が**島内外にネットワークを有していたか、または構築**したこと。

2. 取組事例 — 対馬（1）

<産学官金連携による養殖クロマグロの県内消費拡大>

背景・課題

- 長崎県の養殖クロマグロは全国第2位の生産量（H25年3,070 t）。（第1位は鹿児島県。）
- 長崎産の養殖マグロのほぼ全量福岡へ出荷。県内での流通がほとんどなく、知名度も低い。



クロマグロの
知名度向上

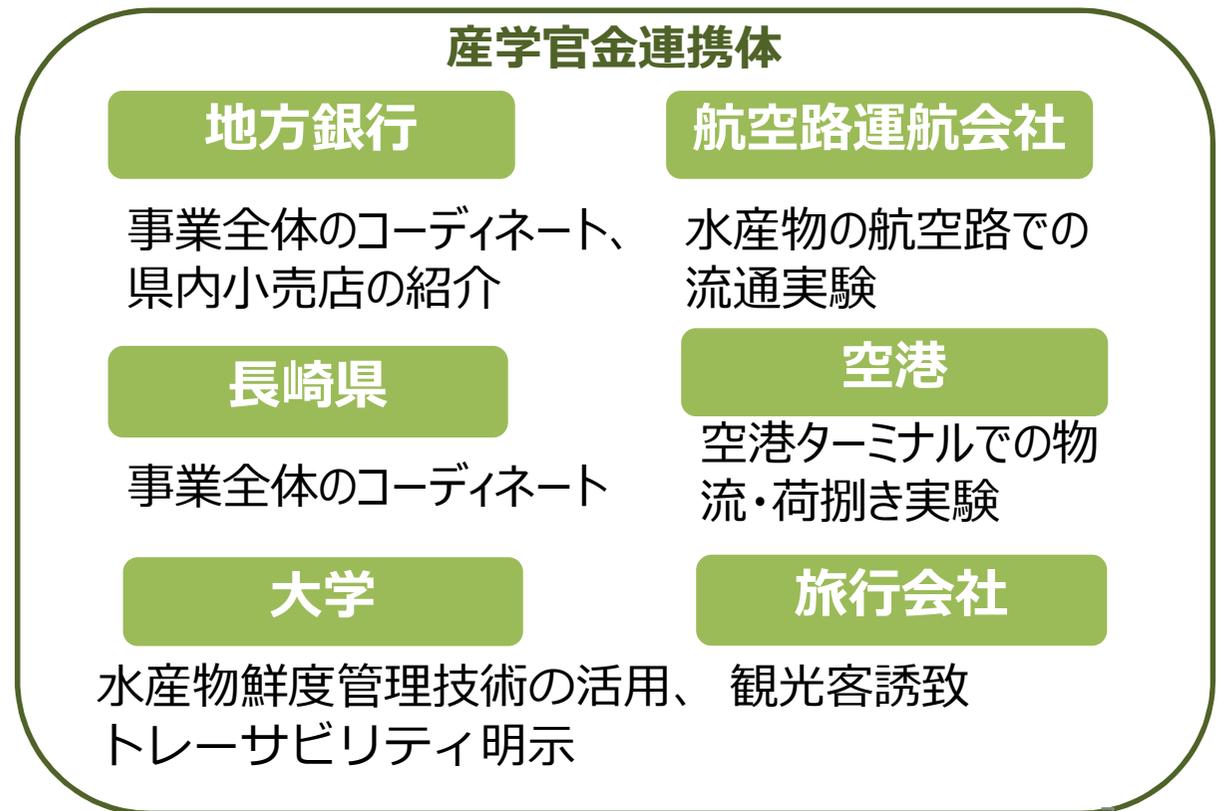
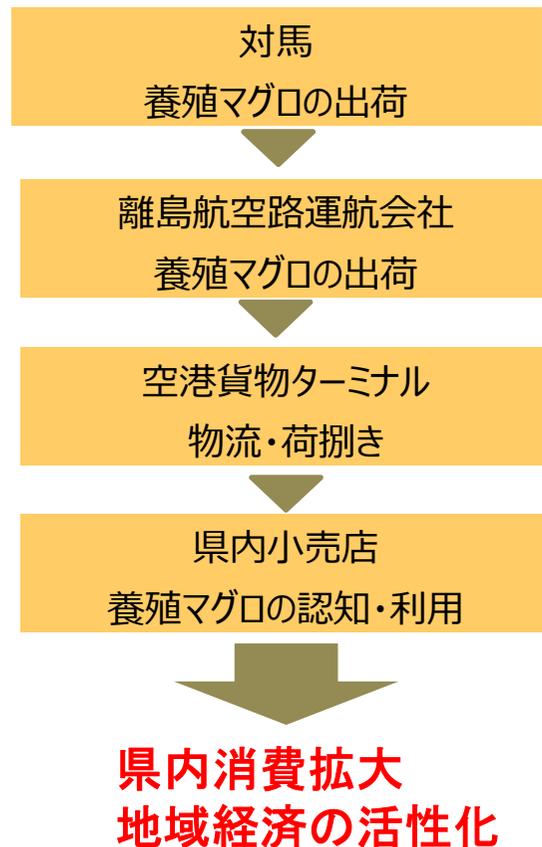
クロマグロの
県内消費拡大

- ・ 消費拡大やそれにともなう技術向上などによる県内産業振興
- ・ 海外から輸入されるマグロに対抗した安定供給の追求 等

2. 取組事例 – 対馬（2）

◆ 地域と企業のマッチング – 産学官金連携による取組

- 県の呼びかけで、離島航空路運航会社、空港貨物ターミナル、旅行会社、大学に加え、地元の地方銀行で構成される**産学官金連携体を形成**。
- 産学官金が役割を決めて、事業を実施。
- 県内(観光客や修学旅行生含む)を対象とした養殖マグロの普及促進。



2. 取組事例 – 対馬（3）

【 成果 】

- 長崎県内でクロマグロの取扱いが開始され、県内での認知度アップ。
- 養殖マグロの市場拡大により対馬養殖業者の利益が拡大。
- 長崎発“旨いマグロまつり”の開催（H24年～）などによる地域振興。
- 産学官に金融機関を加えて連携が有機的に機能することが実証された。

【 成功要因 】

- 産官学金の体制の構築により取組において、**県と金融機関が全体の調整役として機能**したこと。
- 各参加主体の**役割が明確**であったこと。
- 短期的、中長期的にそれぞれの参加主体に利益があったこと。また利益が見込まれたこと。
- **地元金融機関が流通や販路のネットワークを有していた**こと。

2. 取組事例 — 鹿児島県

◆ 地域外のプロボノ(専門的知見を活かしながら社会貢献を行う取組)による地域おこし団体等への活動支援体制構築

(平成26年度新しい離島振興施策に関するフォローアップ調査)

- ・鹿児島県がプロボノ人材と離島をマッチング。地域おこし団体等への活動支援。
- ・いずれは県の手を離れ、地域おこし団体が自立していく必要あり。(資金確保等の点で取組の持続性に課題。)

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)の内容

年度	地域	団体名称	団体概要	支援内容
平成25年度	甬島 (薩摩川内市)	ぽっちゃん 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

2. 取組事例 — 地域復興（復興庁）

◆ 地域復興マッチング「結の場」（復興庁）

- ・復興庁が被災地企業と大手企業とのマッチング支援を実施。
- ・支援提案企業（大手企業等）と被災地域企業が課題解決やビジョンを共有し、新たなビジネスを創出するワークショップを開催。
- ・平成26年度事業では、マッチングの成果として49の取組が進行中



出典：復興庁「結の場」ウェブサイト<http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat4/sub-cat4-1/yuinoba.html>

3. マッチングに必要な要因

マッチングのために

- ◆ 企業・組織・人材と離島が**情報共有**できる仕組み
- ◆ 島内外の**ネットワーク**

マッチング後の事業実施のために

- ◆ 調整役となれる「**仲介者**」の存在
- ◆ 明確な**ビジョンの共有**
- ◆ 役割分担の明確化
- ◆ 具体的な成果

全体を通じて

- ◆ 島内外のネットワーク
- ◆ **島外人材の活用**
- ◆ **島内人材の確保・育成**

4. マッチングのための取組案

マッチングのための仕組み作り

- ◆ 国や地方公共団体等によるマッチングの場の提供
 - ⇒ ワークショップ、商談会、相談会、プラットフォームの構築等
- ◆ インターネットを利用した相互の情報交換の手段の構築
- ◆ 「仲介者」としての支援