

---

# 久高島特産品販路拡大アクションプラン

---

---

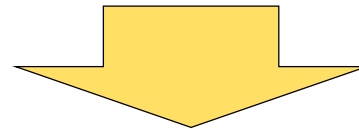
## 【目次】

1. 本事業の背景
  2. 久高島の概要
  3. 基礎データの整理(人口及び土地利用、交通・人の動き、  
住民意向、入域者数・来訪者アンケートなど)
  4. 久高島の特産品と販売方法
  5. SWOT分析
  6. 久高島特産品の販路拡大に向けた方向性
  7. 施策の推進による島民と観光客への好循環サイクルのイメージ
  8. 販路拡大アクションプラン
  9. 販路拡大に向けたロードマップ
    - ◆施策の具体的な内容、進め方
-

# 1. 本事業の背景

## ■本事業の背景

- コロナ禍で観光客が減少し、島の経済が停滞したが、今後も社会情勢の変化により、島の経済状況に大きな影響を及ぼす懸念がある。
- 斎場御嶽の世界遺産登録後の2000年以降、久高島への観光客が急増しており、オーバーツーリズム傾向であるため、入域ルールなどを周知して、観光マナーの改善を図っていく必要がある。
- 今後も自然環境や社会情勢の変化によって、島へ観光客等が渡れない状況下にあっても、島の収入源を確保し、久高島の人たちが歴史文化を継承し、自立して幸せに暮らすために、島民が観光利益を享受できることが求められている。



## ■本事業の目的

- 平成29年度より沖縄離島活性化推進事業費補助金を活用し、観光振興事業を推進。  
(次ページの検討経緯参照)
- これまで取り組んできたモニターツアーの造成等のコト消費に対する取り組みを活かして、特産品や土産品などのモノ消費の拡大を検討するのが本事業の目的である。
- 久高島の一次産品や加工品等の販路を拡大していくことにより、商品を通じてより久高島の魅力を感じて頂くとともに**観光客が島へ渡れない状況においても収入源を確保することができる仕組みを構築**する。

# 1. 本事業の背景(検討経緯)

## ■久高島の地域振興に関わる検討経緯

年月	事業名	概要
H29年度	久高島実施計画策定事業	久高島自治会が定めた久高島総合計画を具体化するため、施策の実施計画を策定
	久高島野菜工場整備事業	久高島における雇用の場を創出するため、野菜工場を整備
	久高島観光振興事業	久高島への観光誘客を図るため、観光客の受入に必要な体制を整備
	久高島観光基礎調査事業	久高島における観光の状況を把握するため、観光実態調査、住民意向調査、古民家・空き家実態調査、他地域先進事例調査、首都圏等ニーズ調査を実施
	久高島集落文化遺産サイン整備事業	「神の島」と呼ばれる久高島に所在する文化遺産を来訪者に適切で分かりやすく情報を提供できるように案内板や目的地への誘導板、信仰上の禁忌の場所への注意板等を整備した。
	久高島コンシェルジュ機能設置事業	久高島の環境保全や訪れる観光客の満足度を高めるためにコンシェルジュ機能を設置し、島民を雇用して機能を運営
	久高島観光基盤整備事業	久高島における観光客の受入の基盤となる観光関連施設を整備 ①文化遺産の改修工事②草刈り機の購入③グランピング機材の購入
H31年度	久高島観光振興事業	久高島における観光客の受入の基盤となる観光関連施設を整備 ①トイレ・シャワー施設改修工事②文化遺産補修工事
R2年度	久高島観光振興事業	久高島における観光客の受入の基盤となる観光関連施設を整備 ①ガイド育成プログラムの実施②体験交流メニューの造成
R3年度	久高島観光振興事業	久高島における観光客の受入の基盤となる観光関連施設を整備 ①ガイドツアー用電動カート購入②カート管理用車庫整備
R4年度	久高島観光振興事業	久高島における観光客の受入の基盤となる観光関連施設の整備等の取組を通じて得られたデータなどを活かして、自走化に向けたマーケティング等の仕組みを構築 ①体験交流型観光の磨き上げと受入体制の確率②持続可能な観光交流推進と可視化システム運用の確率③受入環境整備の推進と体制整備の確率
	久高島振興・関係人口創出拠点機能強化事業	島の収益力の向上を目指した様々な取組を進めていく上で不可欠な関係人口創出のため、体験学習・宿泊交流等の拠点機能の強化を行う。(特産品販売促進施設「とくじん」の改修基本計画)

## 2. 久高島の概要

- 琉球開闢（かいびやく）の祖アマミキヨが天から最初に降り立ったといわれており、神の島と呼ばれている。「琉球国由来記」によると、島の東海岸にあるイシキ浜に流れ着いた壺の中に五穀の種子が入っており、そこから農業が始まった五穀発祥の地とされている。
- イザイホーをはじめとして、年間30を超える集落単位の祭祀・行事が存在する。
- 特産物にイラブー（エラブウミヘビ）があり、現在では捕獲者及び捕獲量に制限がある。
- 近年、保育所やグランピング施設が整備されており、特産品販売促進施設(とくじん)、宿泊交流施設、船待合施設等の改修も計画されている。



出典：久高のシマ時間 久高島来島者向け公式マップより作図

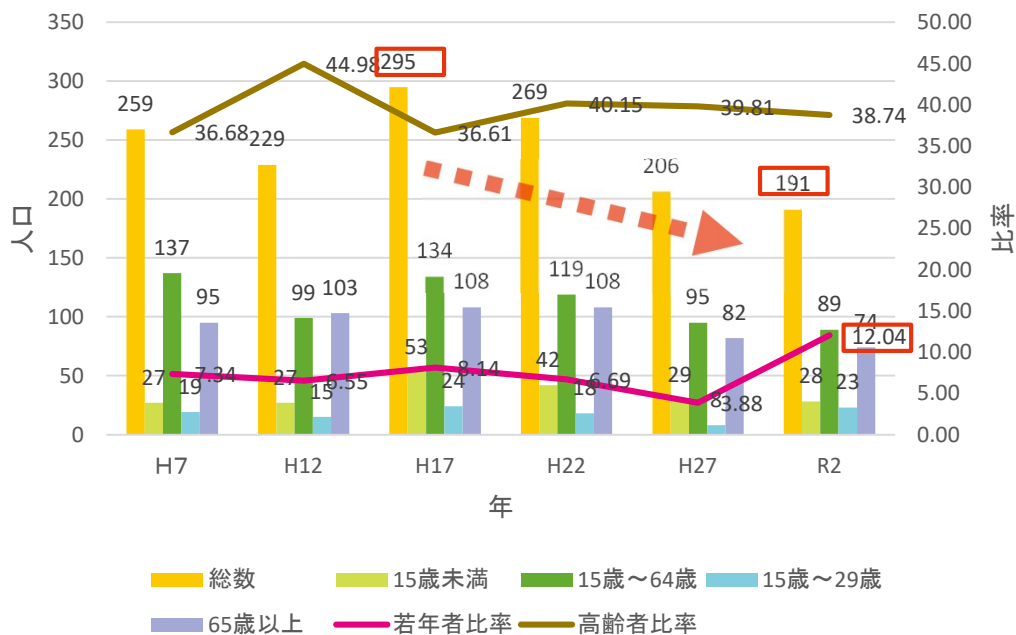
CNTTインフラネット

### 3. 基礎データの整理(人口及び土地利用)

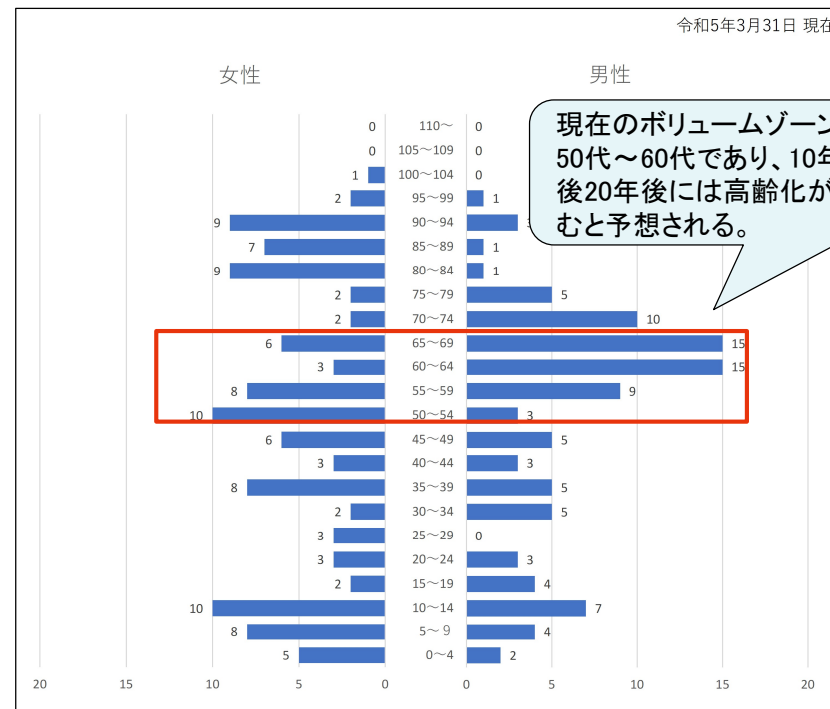
- 南城市全体では、現在まで人口が増加しているが、今後は全国的な傾向と同様に少子高齢化が進む予測である。
- 久高島の人口は、令和5年9月末現在、世帯数145世帯、男性110人、女性118人、合計228人。65歳以上は74人で、高齢化率は約35%。久高島を含む旧知念村地域は、一部過疎化地域となっている。
- 土地利用については、久高島は用途地域の指定はない。久高島では「土地総有制」を採用しており、土地は個人の所有ではなく区の所有であり、土地を利用するには区の実地調査が必要とされる。(久高島土地憲章)

総人口数は、減少傾向。近年、若年者比率が上昇しているため、若者が成人後も定住できるよう就労先の確保が必要。

久高区人口推移



■久高区年齢別人口(令和5年3月31日現在)

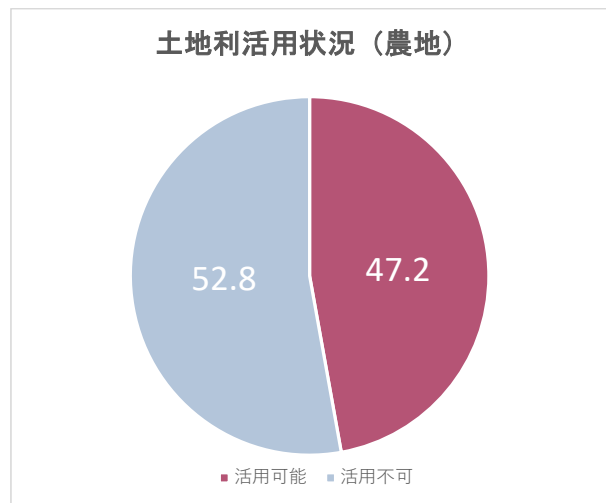
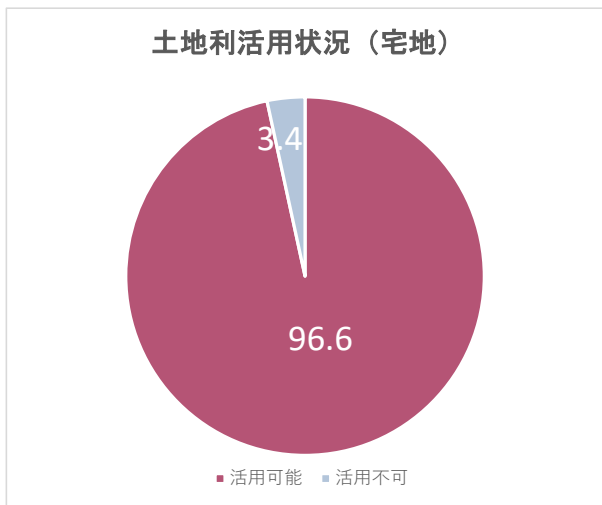


現在のボリュームゾーンは、50代~60代であり、10年後20年後には高齢化が進むと予想される。

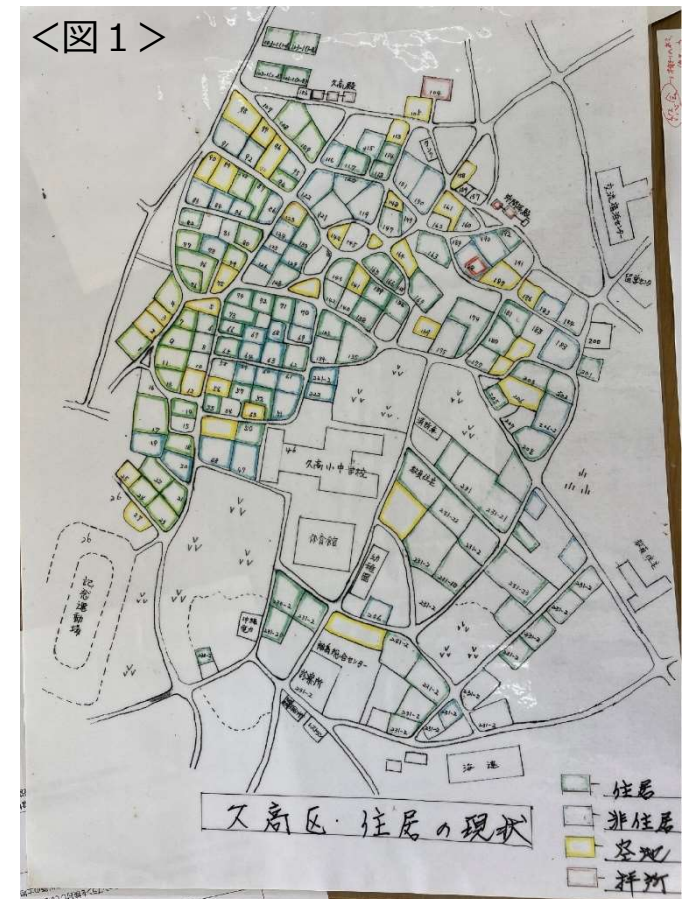
出典:南城市

### 3. 基礎データの整理(土地管理委員会へのヒアリング結果)

- 農地は、約7.5ha(47.2%)が活用可能な農地である。活用可能な農地には、現在利用されている農地と2～3年休耕している農地が含まれている。
- 活用不可の農地は、元々農地で後継者不足により廃業し、荒廃した土地である。概ね10年程度放置されると重機等の機械で大規模な土地改良をしなければ、農地として使用できない状態となる。現在、農地として活用している土地も全面農地として活用していないと、段々と自然林に浸食されて、活用可能な面積が減少している状況である。
- 宅地は、約3.2ha(96.6%)が活用可能な宅地である。残り3.2%は空き地である。(約4年前に久高区の住居の現状を調査し、整理した図を受領(図1))空き家のほとんどは、仏壇があるため、人に貸せないなどの理由が多い。



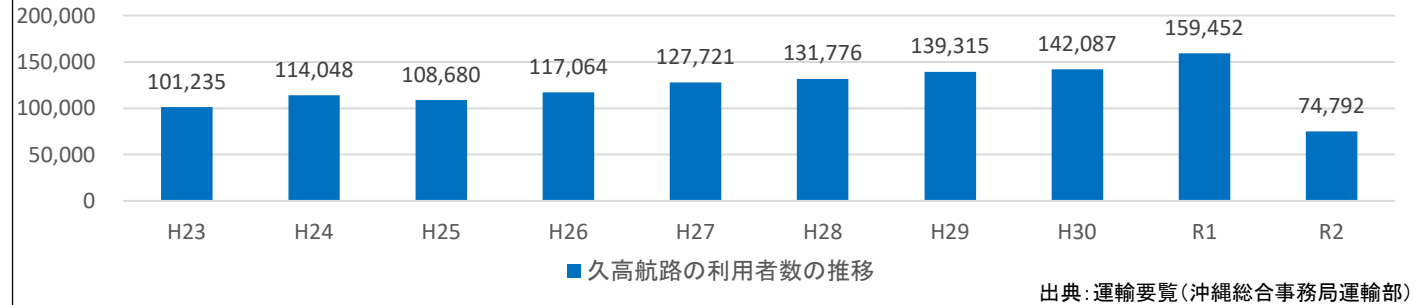
	総面積(地番のある土地)	活用可能	割合(%)
農地	160,451	75,666	47.2
宅地	33,223	32,096	96.6
合計	193,674	107,762	55.6



### 3. 基礎データの整理(交通・人の動き)

- 久高島から沖縄本島への移動手段は航路であり、所要時間は高速船で15分（フェリー25分）、毎日6往復便が運航している。運賃は、往復で約1500円である。
- 久高島内の移動手段は、徒歩・自転車・自動車であり、観光においてはレンタサイクルが主流である。
- 安座真港は、Nバス（安座真港バス停）と結節しており、周辺には斎場御嶽やあざまサンサンビーチ等の観光施設も立地している。
- 滞在人口分析にて人の動きを確認すると、世代による大きな違いは把握できなかったが、最北端のカベール岬では、居住者・勤務者は滞在が把握できなかったことに対し、来街者は、比較的15分以上滞在している人が多い。これは、集落内でレンタサイクル等を借りて、先北端まで移動し、戻ってくる観光ルートを通る人が多いと言える。

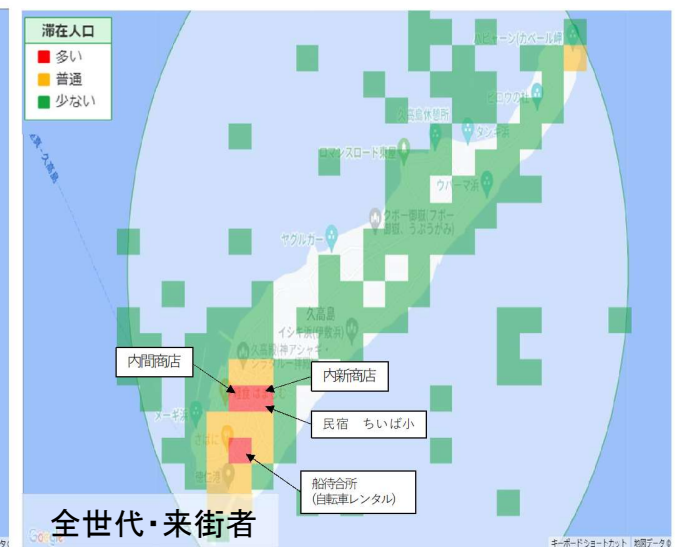
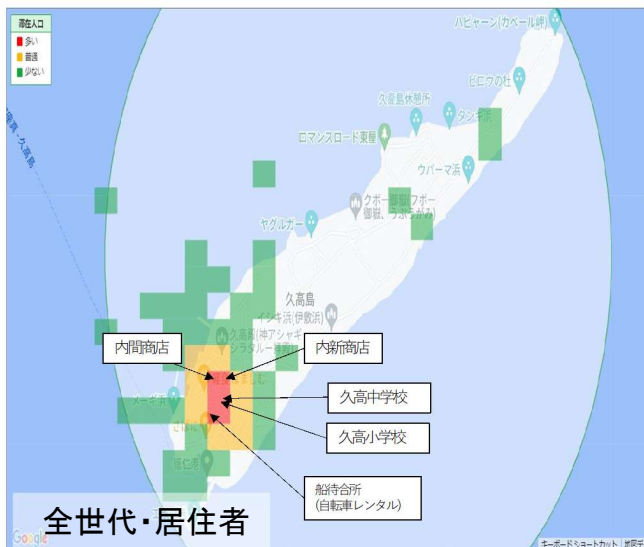
#### ■久高航路の利用者数推移



出典:南城市地域公共交通網形成計画(南城市)

出典:運輸要覧(沖縄総合事務局運輸部)

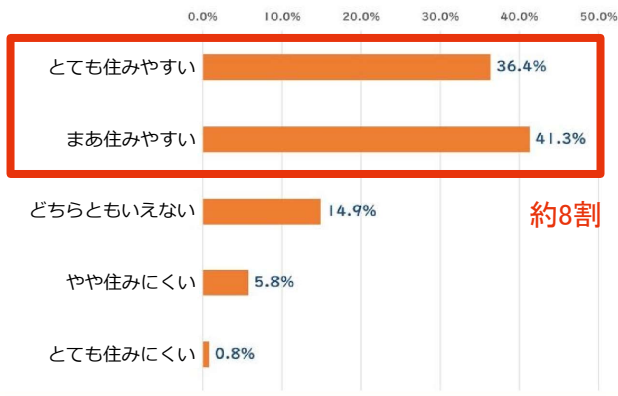
#### ■滞在人口分析 (KDDIロケーションアナライザー)



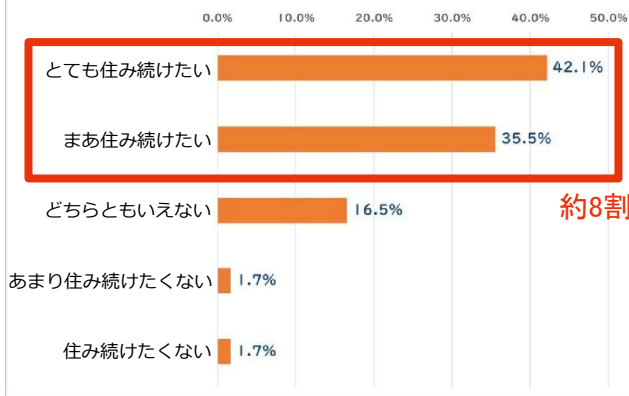
### 3. 基礎データの整理(住民意向)

- 久高島の住み心地や居住継続意向から、約8割の住民が現在の島の生活に一定程度満足していることが伺える。
- 久高島を訪れる観光客の印象や外国人の訪問については、「どちらともいえない」が最も多く4割を超えており、良い面を認めつつ、ネガティブな印象も併せ持っている住民が一定数いることが分かる。
- 観光の影響による生活変化では、「島民の活躍の場が増加する」というプラス面の期待がある一方で、「聖域への立入り」「船の混雑」「治安の悪化」「資源への悪影響」が5割以上と観光による影響を懸念する声もある。
- 具体的に困っていることは、「ゴミ問題」「立入り」「神事への配慮」「自転車の危険運転」「集落内の水着での歩行」「船に乗れない」などが挙げられている。

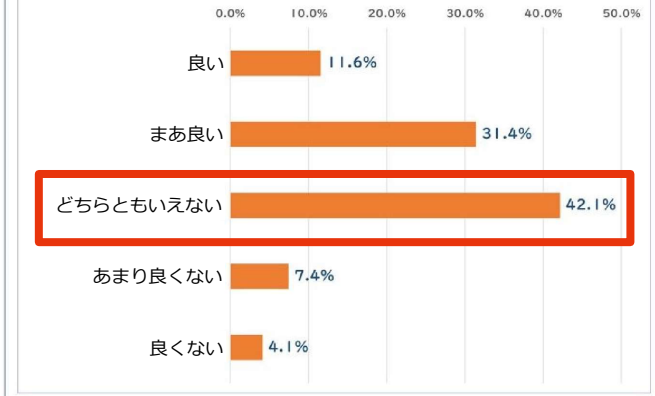
調査結果：久高島の住み心地



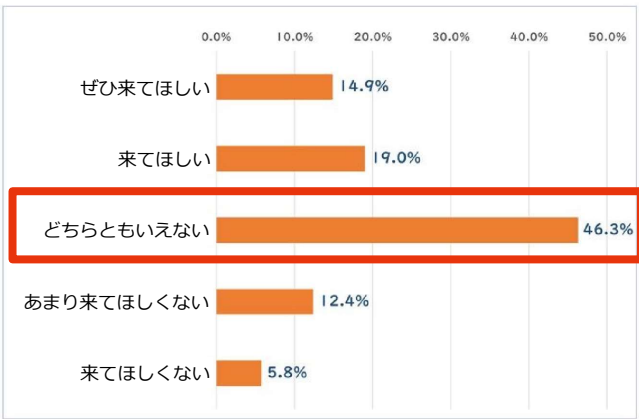
調査結果：久高島への居住継続意向



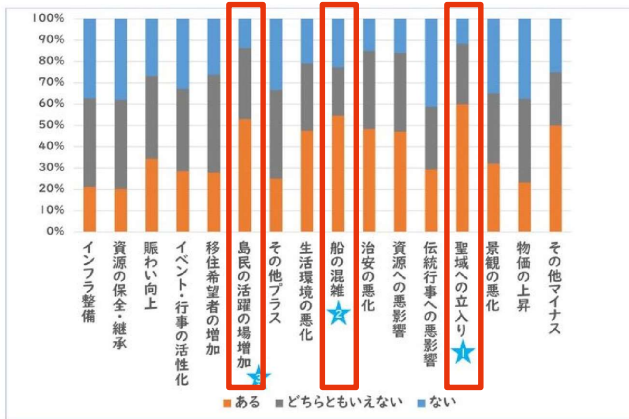
調査結果：久高島を訪れる観光客の印象



調査結果：外国人の訪問について



調査結果：観光の影響による生活変化



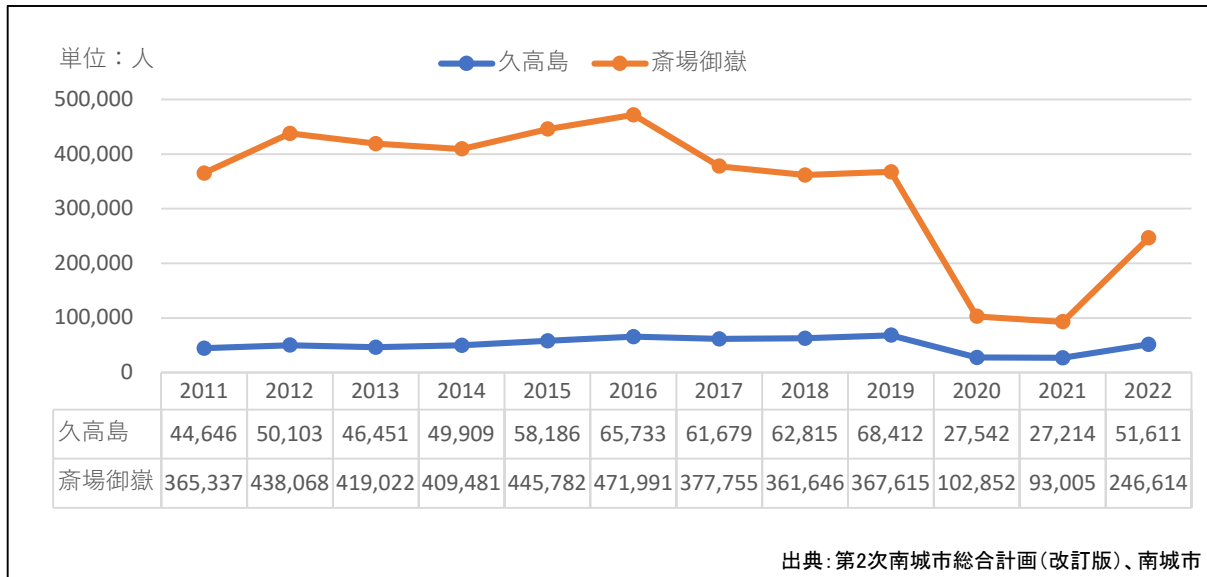
調査結果：具体的に困っていること(自由記述)

- ・ゴミ問題、観光客が増えるときは、運びきれない。
- ・浜にゴミ等を残していく方もいらっしゃるの、そこは困っています。
- ・ボランティアで海のゴミなどを拾って来るが持って帰ってほしい。
- ・入ってはいけないところに入る事。
- ・畑に入ったりする人もいる。畑をやっている人にとっては大きな問題。
- ・島の行事の時の行事に対する考え方の違い。例えば、旧正月に島民は正装しているのに、短パンやTシャツで酌とりをしているのを見るとすごく違和感を感じる。
- ・神の島の意味を、はき違えてくる。
- ・島外からの車で集落内で走行する。
- ・スピードを出して自転車を走らせる。
- ・マナーが悪い(特に車、自転車速度)。ぶつかりそうになってびっくりした事が度々あり。
- ・狭い集落内を団体で歩いたり、車がきても避けるのが遅い。
- ・集落内をビキニで歩いている!!
- ・水着で歩く事は久高島に相応しくない。若い子はあまり来ないしてほしい。
- ・観光客の方が多すぎて、島の人が船に乗れないことがあった。
- ・マスクをしない(複数)。

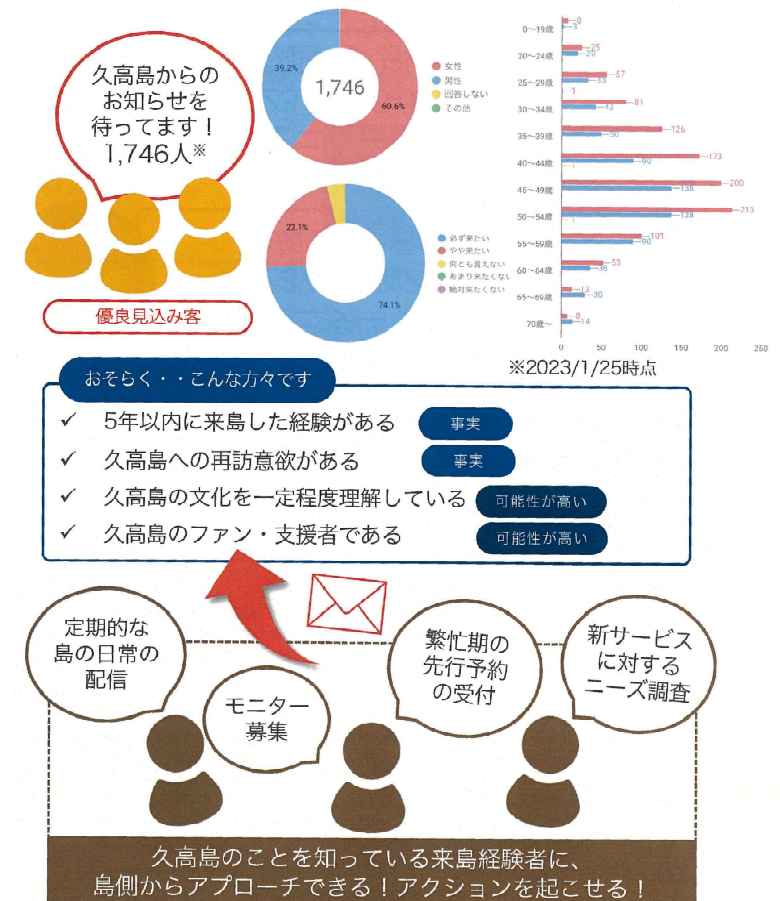
### 3. 基礎データの整理(入域者数・来訪者アンケート)

- 令和元年度に久高島を訪れていた入域観光客の数は68,412人であったが、令和2年度は新型コロナウイルス感染症対策により27,542人にまで減少した。しかし、緊急事態宣言の解除以降、入域観光客は徐々に回復に向かい、令和4年度は51,611人に達し、今年5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行してからは、コロナ禍前の水準に戻りつつある。
- 久高島のターゲットについて、2018年から運用している観光客アンケートによって「久高島からの案内を受け取りたい」としてメールアドレスを登録している方が、1,746人(2023年1月25日時点)存在する。この登録者は、久高島に来訪し、アンケート回答及び再訪意欲も高いことから、久高島の優良見込み客と考えることができる。

■ 久高島入域者数推移 (年度毎)



■ 久高島のターゲットについて



出典: R4久高島観光交流受入環境整備事業報告書

## 4. 久高島の特産品と販売方法

### ■産業

	品目	概要
農業	レタス (水耕栽培)	・フリルレタス「美ら菜」 久高島と南城市内の工場から沖縄県内主要スーパー（サンエー、イオン、かねひで、ユニオン等）へ出荷。 (有)神谷産業（南城市玉城）の運営するwebサイトでの通販や久高島内飲食店への卸し（食材利用）あり。
	麦	・クラフトビール「久高島ヴァイツェン」 浮島ブルーイングオンラインショップにて取扱のほか店舗「タプルーム」にて提供。 ・雑穀ミックス「久高島五穀」 浮島ガーデンオンラインショップにて取扱。
	野菜	・期間限定(3月～5月)で野菜(人参、玉ねぎ、大根、冬瓜、カボチャ、スイカ、ビーツなど)の詰め合わせをゆうパックにて提供。
漁業・水産加工業	塩	・食用やバスソルトがあり、周辺売店、なんじい商店、ふるさと納税返礼品等で販売している。
	海ぶどう養殖	・「福you」オンラインショップにて生海ぶどうを販売している。
	イラブー（エラブミヘビ）	・「海蛇（いらぶー）の粉」 南城セレクションに認定され、周辺売店、なんじい商店、ふるさと納税返礼品等で販売している。
	夜光貝	・令和2年報告書に島の食材を美味しく提供したいとの意見の中で挙げられている。

〈フリルレタス 美ら菜〉



出典：(有)神谷産業

〈クラフトビール 久高島ヴァイツェン〉



出典：浮島ブルーイング

〈雑穀ミックス 久高島五穀〉



出典：浮島ガーデン

久高島の水産業は、もずく養殖が約7割を占めるが、志喜屋漁港に直接水揚げされる。そのため、久高産として区別することは困難。

# 4. 久高島の特産品と販売方法

## ■ 南城市または南城市観光協会での取扱商品

### 【沖縄南城セレクション】

南城市地域物産館で専用コーナーを設けて販売を実施

南城市が、地域資源及び歴史・文化的にゆかりのあるものを活用して開発された優良な推奨品を認定する制度。

〈久高島に関係する南城セレクション認定品〉

- ・ 久高島 海蛇（いらぶー）の粉／NPO法人久高島振興会（2015年度受賞）
- ・ イラブーめん／NPO法人久高島振興会（2015年度受賞）
- ・ イラブーパイ／NPO法人久高島振興会（2018年度受賞）



### 【なんじい商店】（オンラインショップ）

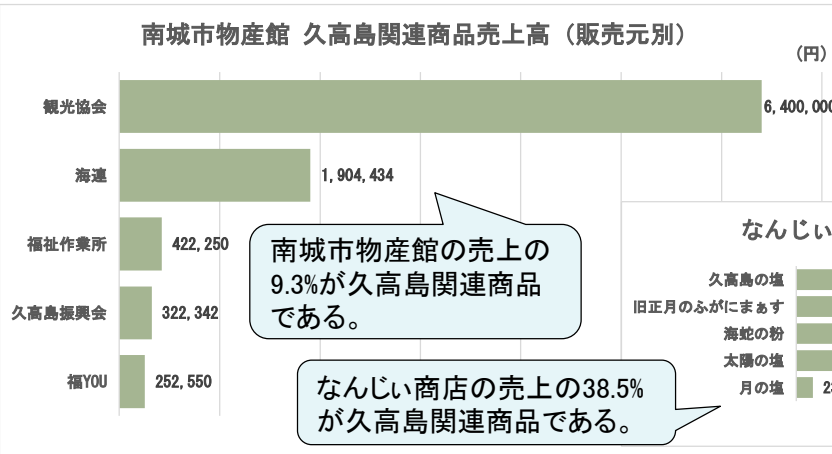
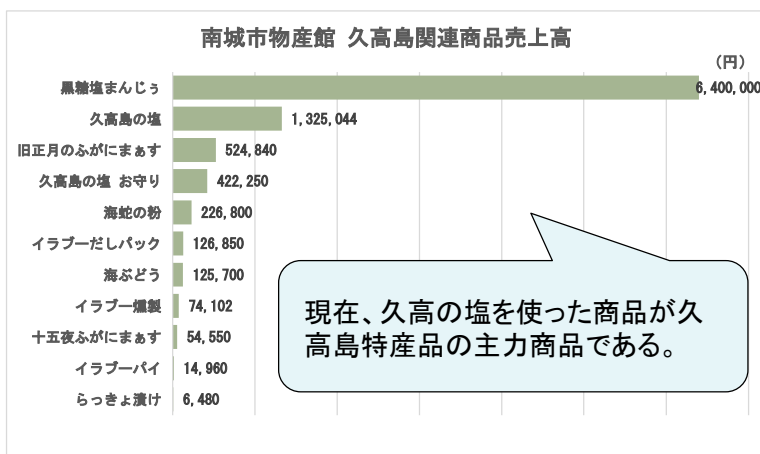
南城市観光協会が運営するオンラインショップ。沖縄南城セレクション認定商品を中心に様々な商品を取扱う。

〈「久高島」カテゴリーの取扱商品〉

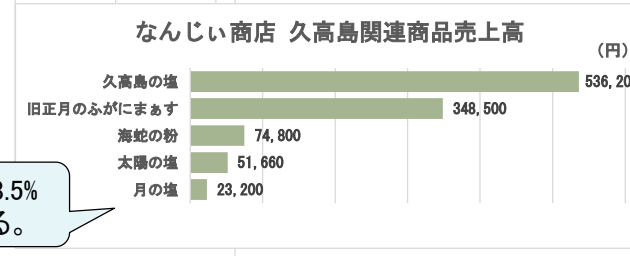
- ・ 黒糖塩まんじゅう（久高島の塩使用）
- ・ 久高島の塩
- ・ 月ぬ真塩（バスソルト）
- ・ 太陽ぬ真塩
- ・ 海蛇（いらぶー）の粉



出典：なんじい商店



観光協会より受領データ (R4年度(3~4月)売上データ)



# 4. 久高島の特産品と販売方法

## 【ふるさと納税】

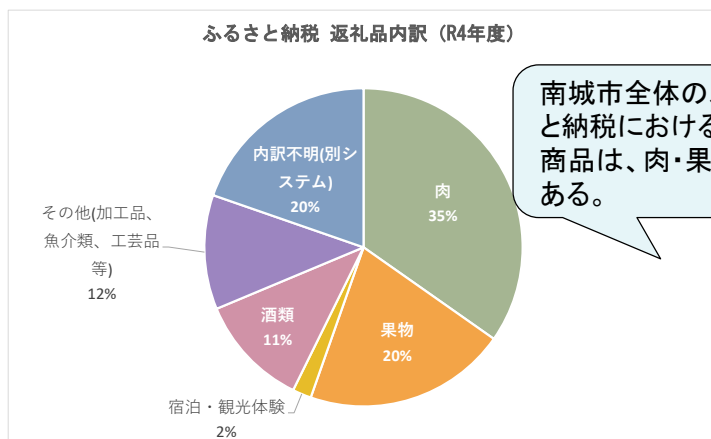
- ・サイトによってラインナップが若干異なるものの、基本的にはなんじい商店で取扱されている塩が中心。
- ・複数商品の詰め合わせセットの一部として含まれているパターンもある。
- ・久高島ヴァイツェン（浮島ブルーイング）、久高島五穀（浮島ガーデン）は、那覇市の返礼品に含まれている。

### <久高島関連商品の取扱例>

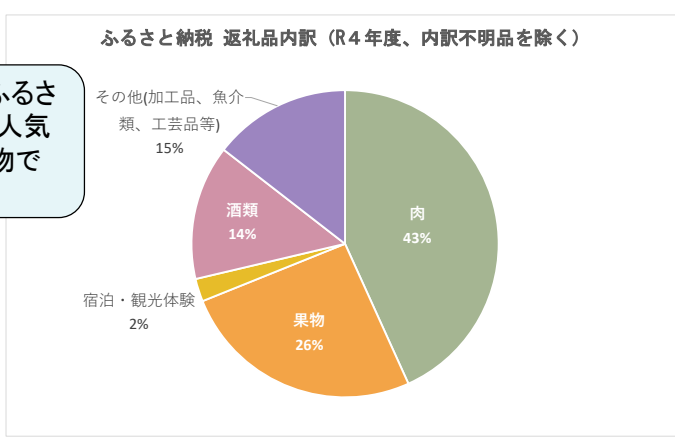
ふるなび …久高島の塩、月ぬ真塩、太陽ぬ真塩、黒糖塩まんじゅう、久高島ヴァイツェン、久高島五穀

さとふる …久高島の塩、月ぬ真塩、太陽ぬ真塩

※ふるさとチョイス、楽天ふるさと納税、ANAのふるさと納税でも類似の取扱であった



南城市全体のふるさと納税における人気商品は、肉・果物である。

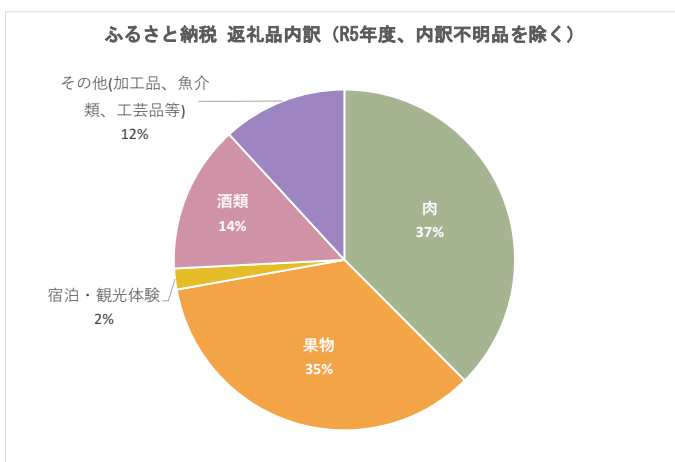
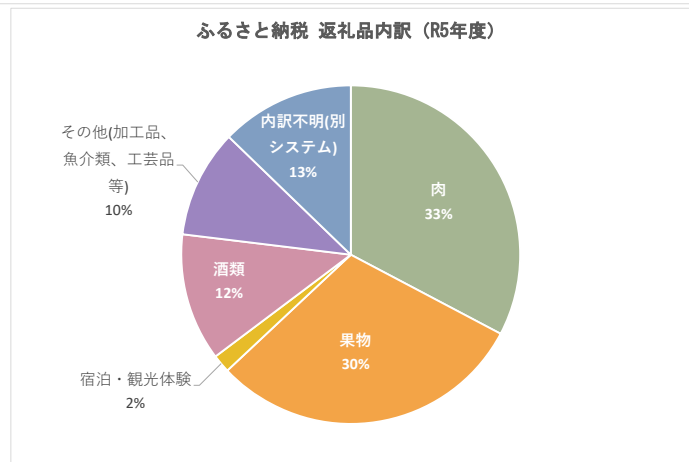


R4年度

①寄附額(円)	295,206,500
②寄附件数(件)	16,980

③返礼品種類別申込件数(件)	16,980
肉	5,898
果物	3,504
宿泊・観光体験	327
酒類	1,935
その他(加工品、魚介類、工芸品等)	1,976
内訳不明(別システム)	3,340



R5(4月~11月)

①寄附額(円)	242,528,800
②寄附件数(件)	12,483

③返礼品種類別申込件数(件)	12,483
肉	4,086
果物	3,776
宿泊・観光体験	217
酒類	1,521
その他(加工品、魚介類、工芸品等)	1,287
内訳不明(別システム)	1,596

観光商工課より受領データ (R4~5年度ふるさと納税関連データ)

# 4. 久高島の特産品と販売方法

## ■ 船待合施設の売店、周辺商店での取扱商品

### ● 安座真港売店

- ・ イラブーの燻製
- ・ 海蛇（いらぶー）の粉
- ・ イラブーパイ
- ・ イラブーちんすこう
- ・ 塩（食用／バスソルト）
- ・ らっきょうの甘酢漬け
- ・ 石鹼
- ・ タオル
- ・ Tシャツ

### ● 徳仁港売店

- ・ 海蛇（いらぶー）の粉
- ・ 塩（食用）
- ・ らっきょうの甘酢漬け
- ・ にんにくの黒糖漬け
- ・ 五穀のつぼ
- ・ 石鹼
- ・ Tシャツ
- ・ 書籍
- ・ 写真集
- ・ ポストカード
- ・ 魔除けキーホルダー

〈徳仁港売店〉



〈内間商店〉



出典：ナサー屋（内間商店）

### ● 内間商店オンラインショップ

- ・ 塩（食用／バスソルト）
- ・ お守り（破魔真塩入り）
- ※店頭のみ販売
- ・ 草木染めバッグ等

〈安座真港売店〉



# 5. SWOT分析

●現況調査、ヒアリング調査結果を踏まえて、久高島特産品に係わるSWOT分析を実施し、久高島特産品の販路拡大アクションプランの課題や方向性を確認した。

	内部要因	外部要因		機会(O)	脅威(T)
プラス要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・神の島、パワースポット等の一定の認知度やブランドがある。</li> <li>・他の地域には無い、文化(祭祀)や歴史がある。</li> <li>・イラブー等の特徴ある特産品が存在する。</li> <li>・島民とのコミュニケーションという体験により、神の島から親近感を持ってもらいやすい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内観光客の回復</li> <li>・インバウンドの回復</li> <li>・南城市の観光スポット(斎場御嶽、ニライカナイ橋、おきなわワールド、ガンガラーの谷等)の認知度向上</li> </ul>	強み(S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産する人やストーリーが見える(又は魅せる)ような特産品を久高島に愛着や畏敬を持ってもらえるターゲットに効果的に販売する方法が求められる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般的な観光客と久高島を訪れる観光客は、ある程度差別化されるようなPRが必要であり、その選りすぐりのターゲットに選りすぐりの特産品を届けるような販路が求められる。</li> </ul>
マイナス要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少、高齢化が進んでいる。</li> <li>・特産品数、生産力に制限がある。(イラブーは祭祀とセットで、捕獲量など決まっている)</li> <li>・離島であり、土地改良や移住などが難しい。(土地は区の所有である点も含む)</li> <li>・農業において、大量生産が難しい。</li> <li>・特産品販売において、離島からの輸送費がかかる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台風や軽石等の島に渡れない状況の発生</li> <li>・災害の発生</li> <li>・久高島と南城市が結び付いていない観光客が多い</li> </ul>	弱み(W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多方面からのアプローチで、農業等への就業人口増加を図り、<u>原材料を継続的に供給するための手法</u>が求められる。</li> <li>・生産量や輸送費の課題を乗り越えられるような<u>付加価値を生む特産品や販売方法</u>が求められる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光業のみに頼る、農業のみに頼るといった生活スタイルでは無く、<u>複合的に事業を行い、複数の収入源を確保</u>することが求められる。</li> <li>・<u>久高島と南城市が結び付く</u>ように、安座真港側にも久高島の情報を発信する拠点が求められる。</li> </ul>

## 6. 久高島特産品の販路拡大に向けた方向性

方針	具体的な課題	主な施策の方向性
1. 担い手確保 (農業への就業人口の増加)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業だけでは生活が成り立たない。</li> <li>・生産者の高齢化、後継者がいない。</li> <li>・生産のための土地が無い。</li> <li>・Uターンで働きたい若者の住宅無い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①特産品の生産力強化(安定供給) →<b>NPO法人の所有する土地の利活用(1000坪)</b> →専門家による技術指導(農業など) →人材育成(観光業との兼業など)</li> <li>②生産品から2次加工を行い、特産品による採算性の確保(生計としての確立する必要がある)</li> <li>③市や区が主導した住宅供給や土地活用のマッチングなどの制度設計(久高版空き家空き地バンク、家守制度など) →<b>久高の土地利用憲章を踏まえた、島のためになる土地利用(移住のあり方)の検討</b></li> <li>④久高島の文化・景観の保存としての農業(【例】大豆畑トラスト制度) →島内外の人の久高への愛着(誇り)増進</li> <li>⑤関係人口の創出(島まるる制度、しまっちゃんぐ制度の活用)</li> </ul>
2. 特産品の販売力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・久高島のポテンシャル(素材やストーリー)が活用できていない。</li> <li>・久高島と南城市が結び付いていない久高島ファンをターゲットとしたECが無い。</li> <li>・ふるさと納税や南城セレクションへの出品が少ない。</li> <li>・離島フェア等のイベントに出展出来ていない。</li> <li>・商品ごとの特性に応じた出口戦略が無い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①販路の拡大化の検討 →セット販売による高単価化、取り扱い店舗の拡大、生協等の消費者組織への出品 →海外展開の検討(台湾・基隆市(キールン)など) →地産地消拠点の整備(久高島側と安座真港側)</li> <li>②特産品の販売戦略を立案可能な人材の育成(外部人材の登用)</li> <li>③久高島を入口としたECサイトの整備 →WEBサイト(久高のシマ時間)の有効活用</li> <li>④魅力ある特産品形成 →<b>久高島に昔からあるものなど、商品の後ろに人が見えるものやストーリーが語れる特産品の開発、整理(現状の特産品のストーリーを整理することも考えられる)</b> →離島フェアなど同様な特徴を持つ地域との差別化(ストーリー、インパクトなど) →地域ブランドの磨き上げ</li> </ul>
3. 特産品の強化(顧客開発)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・久高島のポテンシャル(素材やストーリー)が活用できていない</li> <li>・公式WEBサイト久高のシマ時間でDMを希望する顧客は、2000人程度いるが活用できていない。</li> <li>・想定されるリスクを踏まえて、価格転嫁できていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①顧客データの分析 →ターゲットのニーズを把握</li> <li>②<b>久高島と顧客の良好な関係性を築き、継続していくための仕組み構築</b> (ターゲットとコミュニケーションを取り続ける仕組みが必要) →地域おこし協力隊などの専門知識を持った外部人材の登用</li> <li>③効果的な情報発信 →商品ごとに刺さるターゲットを定めて、販路・PRを検討</li> <li>④<b>テストマーケティングの実施(新たな産品×観光ツアーの造成)</b></li> </ul>
4. 地域への愛着形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の地域組織において、人材が不足。</li> <li>・島民の皆さんの築いてきた文化・歴史を次の世代へ継承していく手段や人手が不足。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①地域への窓口組織の形成 →<b>生産力の確保、人材育成などアクションプランを推進する上で主体となる組織が必要。</b></li> <li>②将来の担い手育成 →小中学生、留学生、修学旅行生の職業体験 →お得意様との継続的な交流</li> </ul>

# 6. 販路拡大アクションプランの全体イメージ



# 7. 施策の推進による島民と観光客への好循環サイクルのイメージ

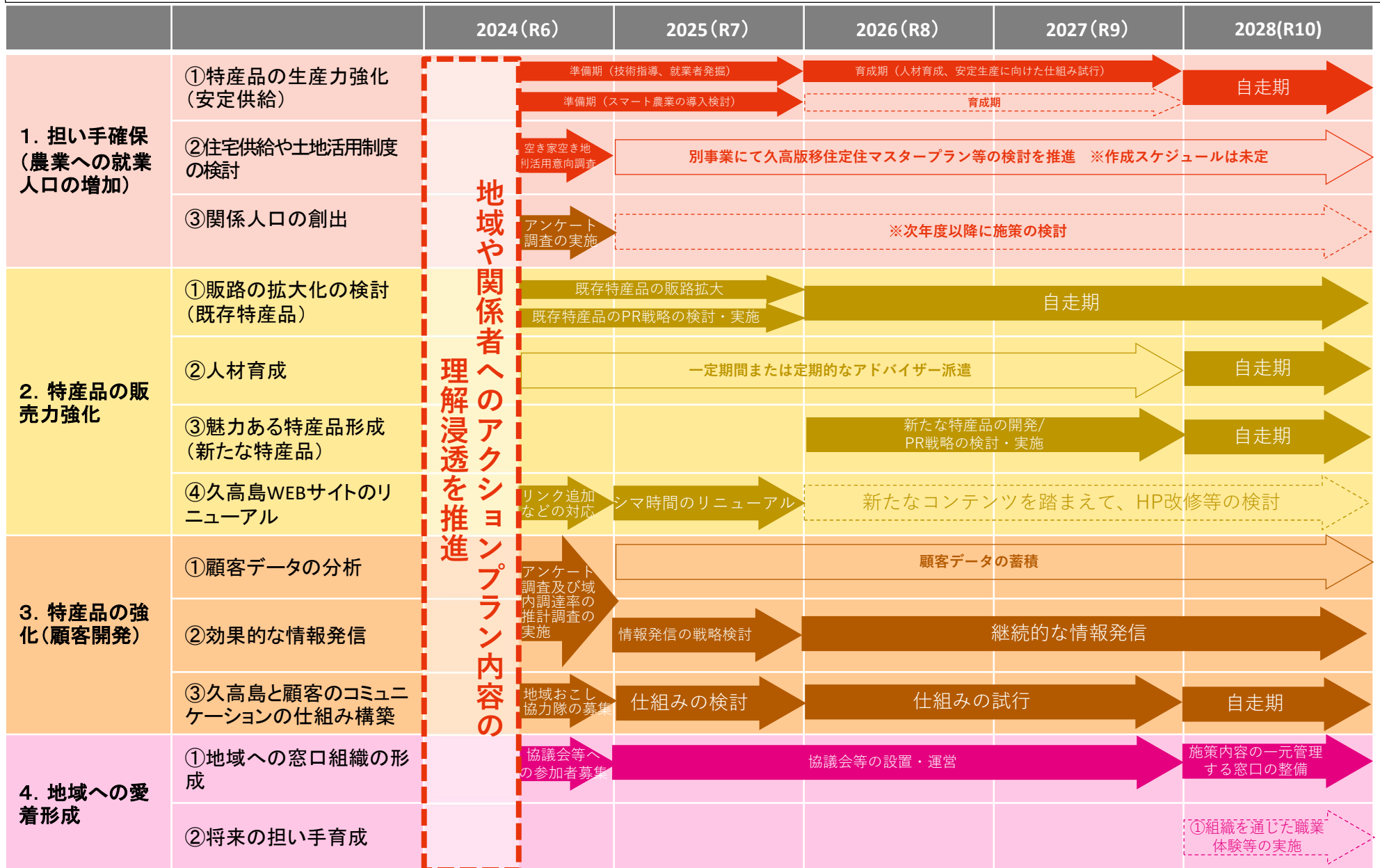


# 8. 久高島特産品販路拡大アクションプラン

計画	方針	施策	取組内容	目標(例)
久高島特産品販路拡大アクションプラン	1. 担い手確保 (農業への就業人口の増加)	①特産品の生産力強化(安定供給) 【振興会・久高区】	・NPO法人の所有する土地の利活用(1000坪) ・専門家による技術指導(農業など) ・人材育成(観光業との兼業など)←③施策との連携	・農地活用率 ●●%→●●% ・農作物の生産品種数 ●●種類 ・専門家による講習会の実施 ●回/年
		②住宅供給や土地活用制度の検討 【市・久高区】	・久高の土地利用憲章を踏まえた、島のためになる土地利用(移住のあり方)の検討	・久高版移住定住マスタープランの作成
		③関係人口の創出 【市・久高区・振興会】	・「農作物の生産」や「空き家活用制度」との連携を図れる関係人口の創出の方向性の検討	・関係人口数 ●人/年 ・島民数の純増 ●人/●年間
	2. 特産品の販売力強化	①販路の拡大化の検討 【市・久高区・振興会・各事業者】	・セット販売による高単価化 ・イラブーなどの久高島産品取り扱い店舗の拡大 ・生協等の消費者組織への出品検討 ・離島間連携による販売力強化(琉球弧など) ・海外展開の検討(台湾・基隆市(キールン)など) ・地産地消拠点の整備(久高島側と安座真港側)	・久高島産品の提供店舗数 ●店舗→●店舗 ・特産品の出荷数 XXX: ●個(kg)→●個(kg) ・イベント等の期間限定販売 ●回/年実施
		②人材育成 【市・久高区・振興会】	・NPO法人の特産品販売を戦略的効果的に実施するため、アドバイザーを派遣し、人材育成を行う	・アドバイザー派遣 ●回/年
		③久高島WEBサイトのリニューアル 【久高区】	・WEBサイト(久高のシマ時間)において、1. 担い手確保の施策の取り組みのお知らせや特産品のストーリー紹介及び観光協会等のECサイトへのリンクなどを検討	・WEBサイトから既存ECサイトへのページ遷移数 ページビュー●件→●件
		④魅力ある特産品形成 【久高区・振興会・各事業者】	・久高島に昔からあるものなど、商品の後ろに人が見えるものやストーリーが語れる特産品の開発、整理(現状の特産品のストーリーを整理することも考えられる) ・地域ブランドの磨き上げ	・新たな特産品開発 ●件/●年間 ・既存特産品の売上高 ●%UP/●年間 ・促進キャンペーンの実施 ●回/年
	3. 特産品の強化(顧客開発)	①顧客データの分析 【市・久高区】	・ターゲットのニーズを把握	・アンケート取得数 ●件/年→●件/年
		②効果的な情報発信 【久高区】	・商品ごとに刺さるターゲットを定めて、販路・PRを検討 ・新たな産品のテストマーケティングを踏まえた観光ツアーの造成を検討	・久高島情報のメール配信 ●件/年→●件/年 ・モニターツアーの開催 ●件/年→●件/年
		③久高島と顧客のコミュニケーションの仕組み構築 【市・久高区・振興会・各事業者】	・地域おこし協力隊を活用し、顧客マーケティングやターゲットとコミュニケーションを取り続ける仕組みの検討	・地域おこし協力隊の登用 ・メールリスト登録者数 ●人→●人
	4. 地域への愛着形成	①地域への窓口組織の形成 【市・久高区・各事業者】	・既存組織やコンテンツを一元管理できる窓口整備に向けて、協議会や委員会などを立ち上げ検討を進める	・協議会の実施 1回/四半期

# 9. 販路拡大に向けたロードマップ

- 今後5年間のアクションプランのロードマップを以下に示す。
- 年1回進捗を確認し、具体的な行動計画の見直しを図る。



# ◆施策の具体的な内容、進め方(1)

## ①特産品の生産力強化【振興会・久高区】

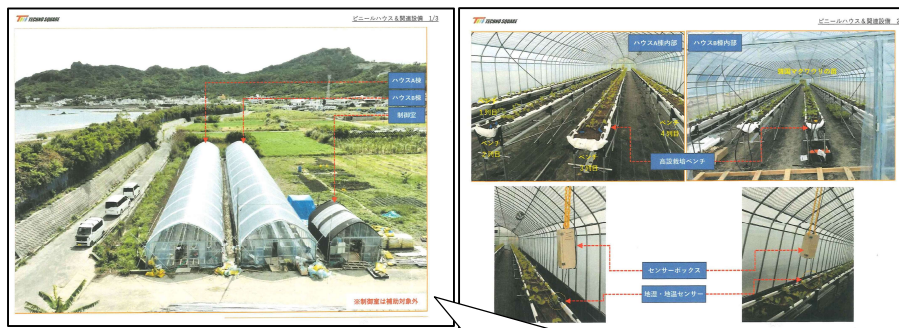
・特産品の候補となる農作物を選定し、NPO法人久高島振興会が所有する土地の利活用を検討する。(R6年度以降)  
⇒久高島の昔からの食文化を活かすため、農作物の候補は以下の通り

委員会等で挙げられた農作物	概要
五穀	米、裸麦、高キビ、ヒエ、島小豆
ニガナ	ニガナは、葉草のひとつで、ビタミンC、カロチン、カルシウムが多く含まれ、昔から、せんじ薬としても用いられている。腹痛や下痢、胃腸炎などに、生の茎葉をついて汁を出し、その汁を湯で薄めて飲んで良い。
パタフライピーなどのハーブ類	東南アジアを原産とするマメ科の植物で、和名は蝶豆(ちょうまめ)。その花にはアントシアニンが多く含まれている。インドでは古くからアーユルヴェーダなど薬草として、または食事療法として取り入れられていた。



・選定した農作物の作付けや生育について、専門家による技術指導を受ける。(R6年度以降)

・スマート農業の導入検討(市・久高区/R7年度以降)  
⇒スマートビニールハウスの導入により、人手不足を踏まえた効率化合理化を図った新たな特産品(一次産品)の生産を検討



人口減少への対応と生産力強化の両立を実現する上で、デジタル技術を活用する

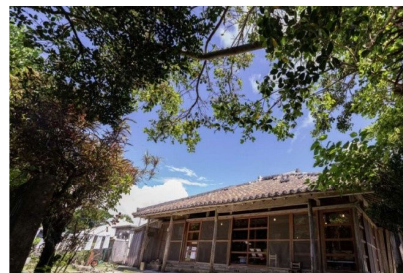
出典: スマートアイランド構築 事業結果説明書より(南城市より受領)

## ②住宅供給や土地活用制度の検討【市・久高区】

※以下の内容も含めて、別事業にて久高版移住定住マスタープラン等の検討を推進

- ・土地管理委員会と協力し、空き家空き地の意向調査を実施(市・久高区/R6年度～)
- ・以下のような事例を踏まえて、久高島地域での移住定住を促進する施策を検討(市・事業者/R7年度～)

### 【事例】南城市ちゃーGANJU空き家活用事業



#### 【概要】

- ・空き家の管理に困っているオーナー様と小規模事業所を求める企業家さんのマッチング
- ・お仏壇のある戸建て賃貸事業を実施
- ・年に2～3回数時間オーナー様に仏間を開放し、それ以外は賃借者が自由に利用できる
- ・貸すためのリノベ費用は、民間事業者が持ち、賃貸期間で減価償却する(オーナー様の負担なしで賃貸化)

空き家の賃借の際に農地とセットで貸すことも検討

### 【事例】農地付き空き家の手引き (R5.3 国交省)

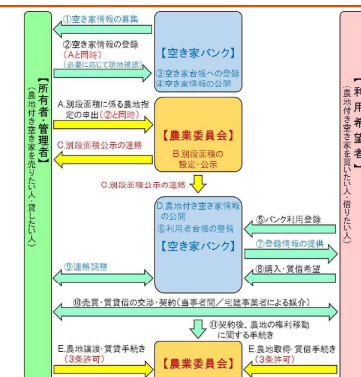
#### 農地付き空き家提供の流れ

- (1) 農地付き空き家の取組に向け、空き家物件情報を外部に発信するための「空き家バンク」を地方公共団体のHP上で提供。
- (2) 農地法では、農地の権利の取得の際に一定の面積要件(北海道では2ha、都府県では50a以上)が定められている<sup>(注)</sup>が、地域の実情に応じて農業委員会の判断で、**下限面積の引下げを行うことが可能**(農地法施行規則第17条第2項)。これにより、1a(100㎡)程度を下限面積としている例あり。



#### 【取組フロー】

- 空き家バンクの立ち上げ(自治体)、空き家情報の募集(空き家バンク)
- 空き家情報の登録、別段面積に係る農地指定の申出(空き家・農地所有者)
- 別段面積の設定・公示(農業委員会)
- 農地付き空き家情報の公開(空き家バンク)
- バンク利用登録(空き家・農地の購入又は賃借希望者)
- 購入又は賃借希望者への空き家・農地登録情報の提供(空き家バンク)
- 売買・賃貸借の交渉・契約(宅建事業者等)
- 農地譲渡・取得、賃貸借手続き(農地所有者、購入者・賃借人)



注) 【農業経営基盤強化促進法等の一部を改正する法律(令和4年法律第56号)】(令和4年5月27日公布、令和5年4月1日施行)により農地法の農地の権利の取得の際の面積要件が廃止されました。

# ◆施策の具体的な内容、進め方(2)

## ③関係人口の創出【市・久高区・振興会】

・公式WEBサイト久高のシマ時間を介して、DMを送ることが可能な2000人程度の久高島ファンに対して、特産品に関するニーズ把握のためのアンケート調査やテストマーケティングを実施(南城市/R6年度～)

⇒R6年度後半:アンケート調査の企画及び実施  
⇒R7年度以降:テストマーケティングの企画及び実施

・「農作物の生産」や「空き家活用制度」との連携を図れる関係人口の創出の方向性を検討(市・区・振興会/R7年度～)

【案1】島まーる制度を活用して、収穫時期や人手が必要な時期など期間限定で農業就業者を募集

【案2】大豆畑トラスト制度のようなシステムの導入

【案3】「やんばるもあい」のようなシステムをNPO法人久高振興会の会員制度に取り入れる(P.25参照)

島まーるプログラムの一例



ビーチクリーンの支援

海岸を清掃しながら、海洋ごみについて考えよう!

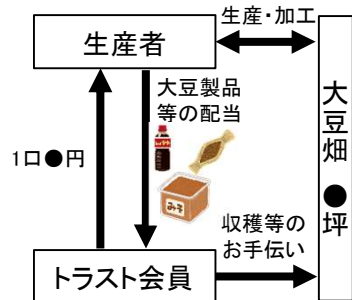
収穫作業の支援

田畑で昔ながらの原風景に身を置き、気持ちいい汗を流しましょう。

イベント運営の支援

参加者の笑顔が見たい! イベント運営を支えてください!

### 《大豆畑トラスト制度のシステム》



### 《やんばるもあいのシステム》



【参考】しまっちゃんぐに応募し、久高島の課題解決に向けてコラボできる企業を探す(具体的に、組織的に解決したい案件が発生した場合に有効)

【事例】しまっちゃんぐ制度(国交省)



<マッチングを求める分野> 農業、林業、観光、その他

こんなことを今しています。これからやっていきましょう。

1. 月形焼油抽出: 北大東村は、自身の月形加工施設で月形焼油を抽出しています。この焼油は既述や抗ウイルス効果があり、健康や美容に貢献しています。
2. 陸上競技: 船とヒラメの陸上競技に挑戦しており、持続可能な水産物の発展を支えています。
3. 農産物連携: 農産物連携6次産業推進活性化事業を展開し、地域資源を活かした新しい種が活躍の場を創り出しています。
4. 嶺南山道跡整備: 農史部「北大東村嶺南山道跡」の整備計画を策定し、文化的な観光資源を守り育てています。
5. 重要文化的景観: 沖縄県初の国の重要文化的景観に選定された海地区の景観保存力を入れ、文化遺産の保護に取り組んでいます。
6. 観光振興計画: 北大東村観光振興基本計画を策定し、観光業の発展を推進しています。
7. 南北大東島連携: 南北大東村との連携プロジェクト「南北大東島おじゃりやれP!」を推進し、地域間の連携を強化しています。

こんなことができる企業を募集中

- ・島で精製している北大東月形製油及び月形水に興味関心を示してくれる企業
  - ・北大東村月形の製造及び月形水を原料として必要としている化粧品や食品、農産メーカー
  - ・島で採られているドロマイト鉱石に興味関心を示してくれる企業
- 北大東島の地域資源を活かし、地域経済を支え、地域社会に貢献する機会を持ち、地域との連携や持続可能なビジネスモデルの構築に興味を持つ企業を募集します。

PR資料

資料を見る>>>

島からのメッセージ

沖縄県東端、国境南島。陸から太平洋を見下ろすドライブやサイクリングでの景観、歴史跡嶺南山道跡は島ならではの体験です。

【参考】地域おこし協力隊を募集し、久高島の課題解決に向けてコラボできる人材を探す(具体的に、必要な人材のスキルが明確になれば有効)

### 地域おこし協力隊インターン

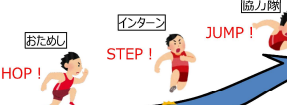
- 令和8年度までに現役隊員数を10,000人とする目標の達成に向け「応募者数の増加」が急務であるなか、令和元年度から「おためし地域おこし協力隊」を実施しているが、隊員としての実際の活動や生活が具体的にイメージしにくいという意見も。そこで、「おためし」と「本体」との間に、令和3年度から「地域おこし協力隊インターン」を創設し、応募者の裾野を拡大。

### 地域おこし協力隊インターン

おためし地域おこし協力隊	地域おこし協力隊インターン	地域おこし協力隊
<p>★期間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主として2泊3日</li> </ul> <p>★移住要件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul> <p>★活動内容(例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政、受入地域等関係者との顔合わせ</li> <li>・地域の案内、交流会</li> <li>・地域協力活動の実地体験 等</li> </ul> <p>★財政措置(特別交付税措置)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施経費: 1団体あたり100万円上限</li> </ul>	<p>★期間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2週間～3か月</li> </ul> <p>★移住要件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul> <p>★活動内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域おこし協力隊と同様の地域協力活動に従事</li> </ul> <p>★財政措置(特別交付税措置)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターンのプログラム作成等に要する経費: 1団体あたり100万円上限</li> <li>・協力隊インターン参加者の活動に要する経費: 1人・1日あたり1.2万円上限</li> </ul> <p>⇒地方への移住に強い関心がある方や地域おこし協力隊をあまり知らない方へアピール!</p> <p>⇒地域おこし協力隊への参加を具体的なイメージをもって検討することが可能に!</p>	<p>★期間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・概ね1年～3年</li> </ul> <p>★移住要件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・原則、都市地域から条件不利地域への移住が必要</li> </ul> <p>★活動内容(例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域産品の開発・販売等地域おこし支援</li> <li>・農林水産業への従事</li> <li>・住民の生活支援 等</li> </ul> <p>★財政措置(特別交付税措置)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・募集経費: 1団体あたり300万円上限</li> <li>・活動経費等: 1人あたり480万円上限</li> </ul>

### 参考事例

- ・新潟県においては、「にいがたイナカレッジ」として、1か月(短期)～1年(長期)の「地域インターン」を実施。短期(主に大学生)113名、長期(主に社会人)35名が参加(2012～2019年度、延べ数)
- ・「集落の若い人たちが集まりに出やすくなったと思います」、「なかなか帰りが重くて取り掛かれなかったことが、学生達がみんなの背中を押してくれました」といった地域の声あり。



# ◆施策の具体的な内容、進め方(3)

## ①販路の拡大化の検討【市・久高区・振興会・各事業者】

・歴史的つながりのある台湾基隆・和平島との物販交流  
 (市・久高区・振興会・各事業者/R6年度～)【南城市主導で実施】  
 ⇒R6年度後半:協議会を立ち上げ、和平島ビジターセンターの指定管理との物販交流内容の検討(特産品、出荷方法、売上受取方法など)  
 ⇒R7年度:本格的な販売スタート

### 【概要】

・植民地期に台湾の人々に漁撈技術を伝えた人物として久高島出身の「内間長三」さんが取り上げられており、この漁撈技術が台湾東北部の「海女」の基礎となつたとされている。  
 ・現在、和平島は国家風景区に指定されており、観光スポットとして「和平島ビジターセンター」が整備されている。



◀琉球漁民慰霊碑【現在撤去済】(モデル:内間長三氏)

・久高島産品の地産地消拠点の強化(市・久高区・振興会・各事業者/R6年度～)【南城市主導で実施】

⇒※現時点で南城市主導で決定している内容は、以下の通り

R6年度:特産品販売促進施設(とくじん)の改修工事

離島体験宿泊交流施設、久高船待合施設、安座真船待合施設の改修工事設計

R7年度:特産品販売促進施設(とくじん)のリニューアルオープン

離島体験宿泊交流施設、久高船待合施設、安座真船待合施設の改修工事

R8年度:離島体験宿泊交流施設、久高船待合施設、安座真船待合施設の全面リニューアル

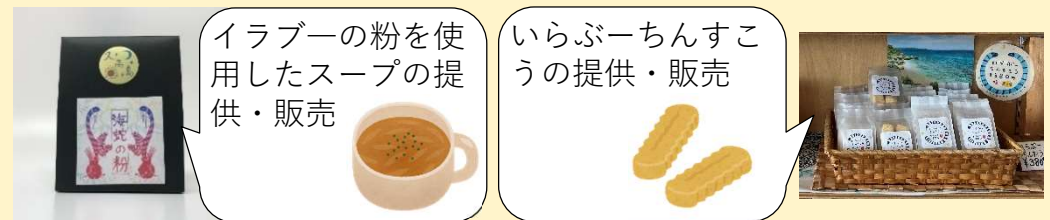
・安座真船待合所周辺のPPP事業の検討(市・久高区・振興会・各事業者/R7年度以降～)【南城市主導で実施】

⇒民間事業者の提案により、カフェや売店、浜焼きなどの飲食施設の設置や簡易宿泊施設等の整備を検討

・久高島産品の地産地消拠点の増加  
 (市・久高区・振興会・各事業者/R6年度～)

⇒R6年度後半:協議会を立ち上げ、特産品の販売ルールを検討し、以下のような取り組みを実施。

◆特産品を島内の飲食店で試食と購入をできるようにする。



◆島内の食堂において、季節のものを使った商品のメニューや販売をできるようにする。



出典:福youHP

◆朝市やマルシェなどを定期的開催する。



◆グランピング施設では、久高島の1次産品の食材セットを販売する。



出典:デイグランピング(サウスポークグループ@久高島)

# ◆施策の具体的な内容、進め方(4)

・島外の既存販路における久高島フェアの開催(市・久高区・振興会・各事業者/R6年度～)【南城市主導で実施】  
⇒R6年度後半から順次企画及び実施



出典：浮島ブルーイング

第1弾の久高フェアとして、久高ヴァイツェンとイラブー、海ぶどう、塩、レタスなどを使った料理の振る舞い、久高の歴史文化を紹介するイベントの実施



月桃庵  
イラブー御膳

イラブー料理カナ  
イラブー汁付き  
カナ定食

・島内の飲食物販事業者で地域ブランドの磨き上げの一環としてブランドロゴやスタンプラリーなどのキャンペーンを実施(市・久高区・振興会・各事業者/R7年度以降～)【観光協会主導で実施】

愛知県では、県産の農林水産物を活用し、食や花をテーマとして、地域活性化と観光需要の拡大に向けた活動を行う地域を「食と花の街道」として認定し、その魅力を広くPRしている。

【事例】おかげさかき氷街道 (2018年度「食と花の街道」認定 (愛知県))



・毎年、4月下旬～9月末までの5か月間実施  
・おかげさかき氷街道協議会が主催で、スタンプラリーを開催し、全ての店のスタンプを集めるとオリジナル御朱印帳がもらえる。

島内の飲食物販事業者が共同して、久高島全体で販売促進を図れるようなイベントの開催

・観光協会主体での久高島特産品の販路強化(観光協会・市・久高区・振興会・各事業者/R7年度以降～)【観光協会主導で実施】



過去「イラブー展」が開催されている。久高島フェアやなんじい商店の久高島のページの充実などを検討

出典：南城市観光協会HP

過去開催された「半島芸術祭in南城 (2008-2016)」のように、久高島と知念半島側と一体的なイベントの開催を検討する。南城市ハーブフェスティバルと同時開催していた時期もある。



↑なんじい商店 (南城市観光協会)

【事例】春日井サボテン街道 (2021年度「食と花の街道」認定)



出典：広報なんじょう(2010年10月)



# ◆施策の具体的な内容、進め方(5)

・NPO法人久高島振興会を中心として、久高島特産品セットの販売の検討(市・振興会・各事業者/R7年度以降～)  
 ⇒R7年度:協議会を立ち上げ、販売先、特産品メニュー、価格などの検討を実施  
 ⇒R8年度以降:販売開始

【事例】沖島の特産品セット (滋賀県近江八幡市)

## ●島の食品詰め合わせセットの販売

沖島の美味宅配便「もんでくる」  
 【価格(税込)】6,000円(一般価格)/5,500円(もんで会員) ※送料(普通小包)込み  
 【内容】鮎寿司、島野菜など  
 【販売方法】予め申込期限と発送時期を設けた受注販売



## ②人材育成【市・久高区・振興会】

・NPO法人久高島振興会の特産品販売力強化のため、アドバイザーを派遣し、人材育成を行う(市/R6年度後半～)

・R7年度以降の久高島webサイトのリニューアルの一案として、特産品の紹介ページのイメージは以下の通り。

【事例】1次産業と3次産業の連携(志摩観光ホテル)

**答志島産の黒海苔の特集**  
 ⇒志摩観光ホテルレストランの料理長が黒海苔生産者を訪ね、漁や加工方法、独特の食文化を紹介。生産者の黒海苔への誇りや島独特の文化を守りたいという想いも届ける。生産者の話を受けて、黒海苔を使った料理誕生へのストーリーと料理内容の紹介。

## ③久高島WEBサイトのリニューアル【久高区】

・既存の久高島公式HPである「久高のシマ時間」を窓口として、1. 担い手確保の施策の取り組みのお知らせや特産品のストーリー紹介及び観光協会等のECサイトへのリンクなどを行う(久高区/R6年度～)  
 ⇒R6年度後半:既存サイトへのリンク追加  
 ⇒R7年度:特産品の紹介ページの作成



↓なんじい商店 (南城市観光協会)



←離島のサポーターになる旅島まる (沖縄県企画部地域・離島課)

沖縄県公式移住応援サイト おきなわ島ぐらし→ (沖縄県企画部地域・離島課)



←南城市ふるさと納税特設サイト (南城市)

# ◆施策の具体的な内容、進め方(6)

## ④魅力ある特産品形成

【久高区・振興会・各事業者】

・久高島に昔からあるものなど、商品の後ろに人が見えるものやストーリーが語れる特産品の開発(振興会・各事業者/R8年度～)

【事例】 沖島の生協との特産品開発 (滋賀県近江八幡市)

### ●特産品の開発(離島×企業マッチングの成果事例)

島の子どもたちによる企画の商品化「沖島のやさしいアイス」

⇒国土交通省による離島と企業をつなぐ

取組「しまっちゃんぐ」の活用

- ・コープおきなわ(全体コーディネート)
- ・池田牧場(滋賀県内製造者)
- ・コープしが(滋賀県内販売者)

【価格(税込)】 378円(140ml)

【販売方法】

島内1店舗、池田牧場、コープしがにて取扱

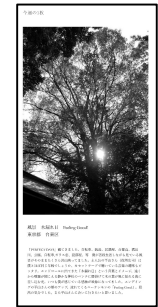


## ②効果的な情報発信【久高区】

## ③久高島と顧客のコミュニケーションの仕組み構築【市・久高区・振興会・各事業者】

・DMを送ることが可能な顧客へのメールマガジンの配信を検討(久高区/R7年度以降～)

【事例】 ストリートファニチャー等の製造メーカーのメールマガジン(風景セコロ)



・地域おこし協力隊を活用し、顧客マーケティングやターゲットとコミュニケーションを取り続ける仕組みの検討

⇒ R6年度後半: 地域おこし協力隊を募集

⇒ R7～9年度: 地域おこし協力隊の活用(活動期間3年を想定)

・例えば、ファンクラブ等の組織を立ち上げて、島内の経済活動へ還元してもらう

【事例】 沖縄県渡名喜村への地域おこし協力隊の派遣

**Q1. 地域おこし協力隊に応募したきっかけを教えてください**

新生児の子育てが落ちついて、趣味の園芸と料理に対する関心が強くなりました。植物×食の面で、持続可能なライフスタイルを追求する「パーマカルチャー」を知り、自給自足の暮らしに憧れるようになりました。移住の準備をはじめたのはその頃からです。

まず会社員をしながら勉強のために、熊本県那由町にある非営利工房の「地方で仕事を創る塾」へ参加しました。そのときに都知から「地域おこし協力隊」の制度を教えてくださいました。山梨県に移住し都留キャンパスで活躍している仲間のお話を聞き、応募を決めました。

渡名喜村は、JOINTWEBサイトの募集自治体一覧を見て、テレビショールがユニークだったので応募しました。海に浮かぶ島を空撮したものでした。

**Q2. 日々の活動内容や活動を通じて感じていることを教えてください**

現在2年目です。昨年は、農産加工品を製造販売する生活改善グループのお手伝いとして、特産品である島にんじんを使った商品づくりをしました。

渡名喜の農業は小規模ですが産地のサンゴ礁を守るために、長年、無農薬・有機肥料を費やしています。手配をいわず環境への影響を考慮したこだわりの、時代が求める素晴らしい味につながっています。沖縄県内の小規模農産物が集ったPRキャンペーン「おきなわ」では、島の日々の様子を撮影し、facebookで島とつながりのある皆さんにお伝えしています。透明度の高い海、ウミガメやクジラ、伝統行事などならではのひとコマが人気です。

1年目はいろいろな方々と知り合いになれるように、進行中のプロジェクトのなかでいっしょに仕事をやる機会をつくってもらいました。島の人の配面に感謝しています。

**○ある一日の活動**

6:00 [起床] → 6:30 [朝食の準備] → 7:10 [朝食] → 7:40 [自転車や徒歩で移動] → 7:50 [スクジュール・メール・SNSチェック] → 8:30 [企画立案] → 12:00 [自宅で昼食] → 13:00 [日ご仕事] → 14:00 [特産品加工センターや生活改善グループさんと打ち合わせ] → 15:30 [PR動画撮影] → 16:30 [昼食] → 18:00 [帰宅] → 20:00 [読書の時間] → 22:00 [就寝]

## ①顧客データの分析【市・久高区】

・公式サイト久高のシマ時間を介して、DMを送ることが可能な2000人程度の久高島ファンに対して、特産品に関するニーズ把握のためのアンケート調査やテストマーケティングを実施(南城市/R6年度～)

⇒ R6年度後半: アンケート調査の企画及び実施

⇒ R7年度以降: テストマーケティングの企画及び実施

・久高島島内の域内調達率の推計調査(市/R6年度～)

⇒ 観光客などによる島内での消費が、島内事業者の売上や従業員の雇用などにどのような効果を及ぼしているかを調査する。また、経済波及効果の算出のため、島内事業者の域内調達率を把握する。

⇒ R6年度後半: 島内事業者へのアンケート調査(あるいは、ヒアリング)

⇒ R7年度以降: 調査結果を活用した目標設定およびモニタリング

# ◆施策の具体的な内容、進め方(7)

【事例】沖島ファンクラブ（滋賀県近江八幡市）

【年会費】 一口 1,000円

【会員特典】

- ・オリジナルてぬぐい（会員証）の発送
- ・島内の指定店で使用できる地域通貨の発行（100もんて=100円分）
- ・沖島の食品詰め合わせセット「もんてくる」の優先購入・割引購入

【入会方法】 WEB、電話、FAX



【事例】気仙沼クルーシップ（宮城県気仙沼市）



気仙沼クルーカードは、1ポイント=1円で「クルーシップ加盟店（飲食店、物産店、宿など）」でのお買い物でポイントをためたり、使うことが可能。ネットショッピングでもポイントが貯まる（サイモンズポイントシステム）。図書館等の公的施設でも使用可。クルーカードのポイントを使わずに失効すると、そのポイントは全額気仙沼に寄付される。

【事例】やんばるもあい（やんばる酒造株式会社）

島内や久高島産品の購入で使用できる地域ポイントなどを創設し、経済循環の促進を図る。

やんばるもあい

- 積み立て(月 1500 円～ ※1 年更新)
- 年 1 回「本場のやんばるもあい」(酒造所での食事会)参加
- 年 4 回の返礼品(泡盛、フルーツなど)
- 毎月のお慶り(やんばるもあい運賃)
- 年 1 回「本場のやんばるもあい」(酒造所での食事会)

もあい仲間 (定期購入のお客様)

おたよりもあい  
1,000円/年会費

ともだちもあい  
1,980円/月

つながるもあい  
3,980円/月

やんばるもあい 内容

【おたよりもあい 1,000円/年会費】  
◎もあい運賃でつながるお手紙仲間です。ちょっとノンビリ、ゆる〜く情報チェックしたいという方へおすすすめ！

【ともだちもあい 1,980円/月】  
◎ぜひ、やんばる酒造に遊びに来て下さい！の願いを含めて、新しくなった直売所でのおもてなしを充実させたプランです。

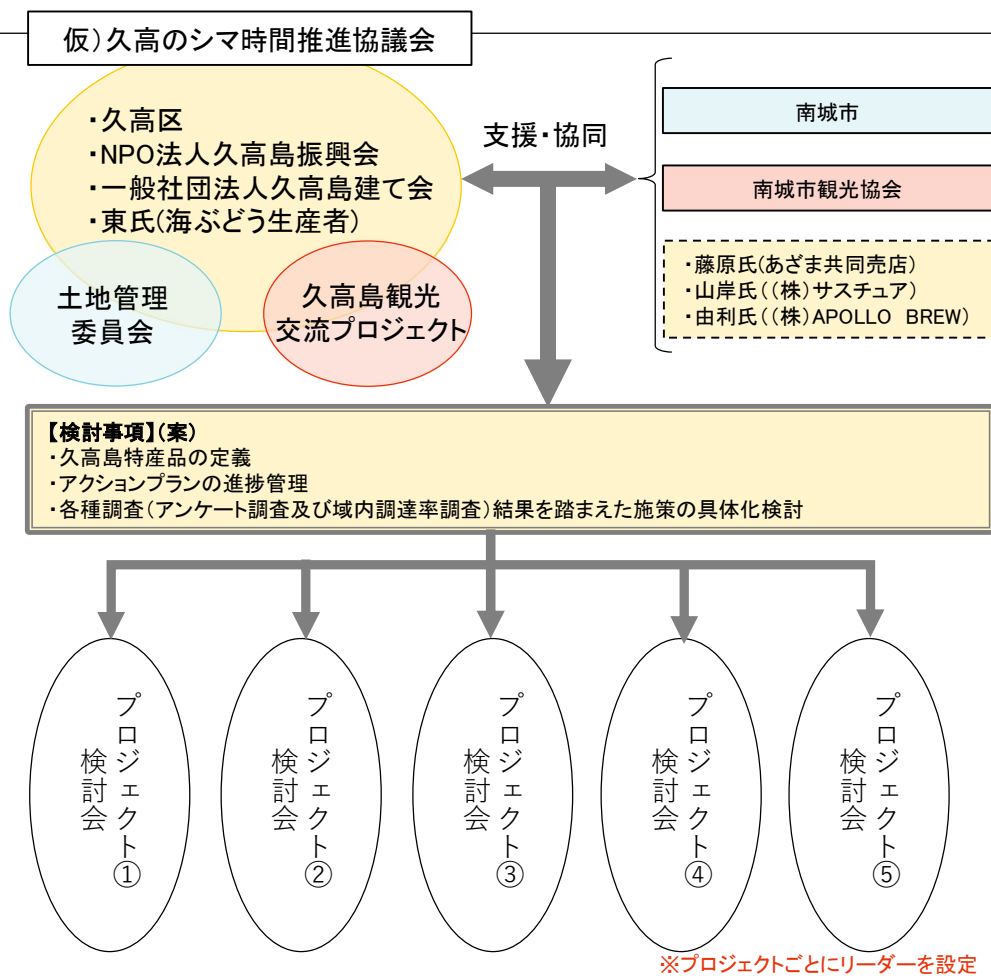
【つながるもあい 3,980円/月】  
◎やんばる酒造が自信をもってお届けする「泡盛&グルメ定期便」を中心に仲間との交流も楽しめる一人一人のプランです。

NPO法人久高島振興会の会員制度あるいは新たな窓口組織の島外の人とつながる仕組みとして検討



## ①地域への窓口組織の形成 【市・久高区・各事業者】

アクションプランを推進する上で、主体となる組織を形成する  
⇒R6年度後半：R5年度アクションプラン検討委員会の後継組織として、下図のような組織体系を検討  
⇒R7～9年度：協議会の推進  
⇒R10年度：施策内容の一元管理する窓口組織のリリース



# ◆施策の具体的な内容、進め方(8)

## 【事例】沖島町離島振興推進協議会（滋賀県近江八幡市）

沖島町離島振興推進協議会

びわ湖に浮かぶ沖島が、離島振興法の改正および内海に準じた形で内水面の指定基準制定により離島振興対策実施地域の追加指定が検討され、その結果平成25年7月17日に指定を受けました。

それに伴い、沖島では自治会・沖島漁業協同組合・湖島婦人の会・女性会・老人クラブ等の主要団体関係者等により沖島町離島振興推進協議会（以下協議会）を設立しました。

当協議会では、離島協新聞の作成発行を行い、また全島民集会により離島振興について島民説明会を開催し、島民方々への周知、事業の進捗状況、事業報告等の説明をしています。

そして島民一人一人の理解と一人一人の思いを大切に、これからの「沖島」のことを関係各位のご支援ご協力をいただき協議会が主体となり、島民とともに、歴史的・文化的にも貴重沖島を後世に引き継がれていくよう、沖島の振興について進めていきたいと考えています。

皆様のご協力をいただけますようお願いいたします。



### 当協議会へのお問合せ先

名称：沖島町離島振興推進協議会

住所：滋賀県近江八幡市沖島町268-1（沖島コミュニティセンター内）

電話：0748-33-9779（沖島コミュニティセンター内）

※インターネットからのお問い合わせは、お問い合わせフォームをご利用ください。

滋賀県では下記のように沖島離島振興について考えていただいています。平成23年に策定した「滋賀県基本構想」に基づき沖島の振興についても、振興の目標を「琵琶湖の自然と文化を守り、環境を活かした暮らしを創造する安心・安全な沖島〜クール&スマートアイランド〜」と位置づけ関係者と連携して適切かつ着実な実施に努めます。

- （1）自然の特性を活かした生活ができる沖島
- （2）琵琶湖の環境を活かして人々が生き生きと暮らす沖島
- （3）心を癒す琵琶湖の豊かな自然や文化を守り伝える沖島
- （4）健康で安心な沖島
- （5）災害等に備えた安全な沖島

### ◇「後継者育成事業」への参加

『後継者育成事業』は、平成29年度から3年間、滋賀県、滋賀県漁連が主体となり、琵琶湖の漁業の未来の担い手となる後継者を育成することを目的として始動する事業です。研修希望者は一般公募で募り、沖島漁協はその指導者として参加し、漁業体験研修、本格的な技術を学べる実地研修を行い、新規就業者の確保に努めて参ります。

H27年12月には、試験的な目的で10日間程度行われる講習に沖島も指導者として協力いたしました。この試みで本格的な始動に向け模索し、事業の成功へとつながるよう協力していきたいと思っております。

令和5年度には、「後継者育成事業」の一環として、漁協組合長のもと、国が行う3年間の研修制度に参加し頑張ってきた青年が研修を終え、新米漁師としてひとり立ちされ、準組合員となりました。

このように少しずつではありますが、実績もできています。依然として沖島漁協でも後継者問題は年々深刻化していますが、今後も先祖から受け継いできた沖島の漁業を守り、琵琶湖の恵みを次世代に受け継いでいくためにもこの事業に積極的に参加していきます。

## 【事例】琵琶湖の漁業の後継者育成事業(滋賀県、滋賀県漁連)

→沖島漁業協同組合も指導者として参加し、R5年度には、国が行う3年間の研修制度を修了した方が新米漁師としてひとり立ちし、準組合員となった。

## ②将来の担い手育成【●●】

※実施主体は、令和10年度以降に設立する地域組織を想定

## 令和10年度以降に設立予定の地域の窓口組織を通じて、小中学生、留学生、修学旅行生の職業体験等の実施(●●/R10年度以降)

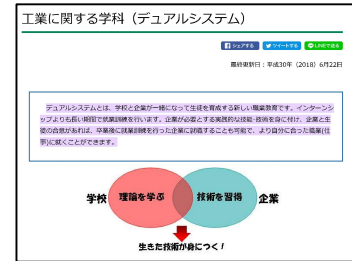
### 【事例】デュアルシステム制度（三栄コンサルタント）



↓郡上北高校 地域産業コース



鹿児島県伊佐農林高等学校では、農林技術科2年生に対して、林業就業支援講習を実施



## 【将来構想】将来、久高島の産業の担い手を育成するため、地域組織が主体となった育成プログラム(奨学金制度等)の実施(●●/R10年度以降) ※財源確保が課題

【事例】次世代リーダー育成道場（東京都）  
→高校生の留学支援制度（毎年約200名募集）

