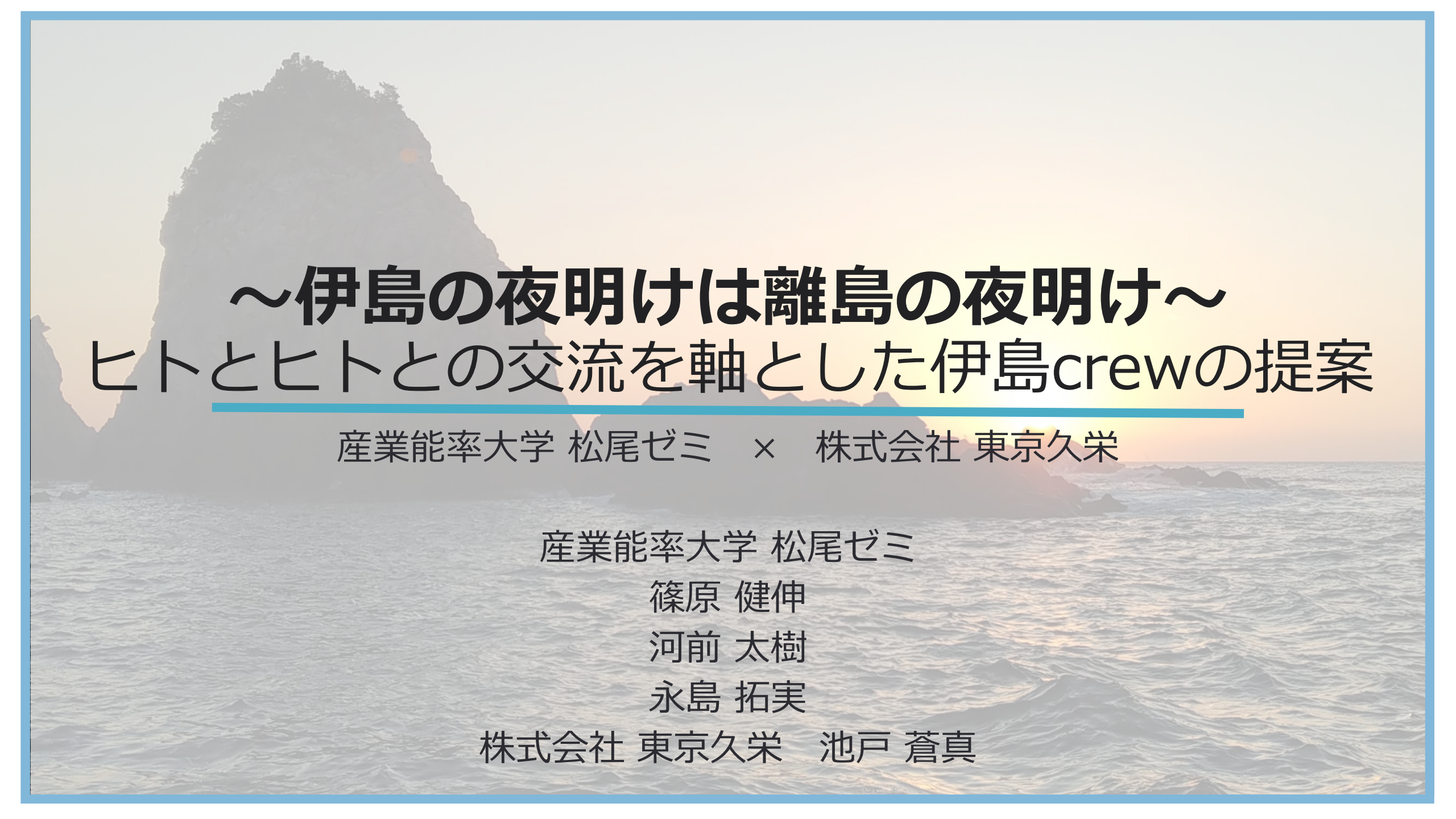




～伊島の夜明けは離島の夜明け～

ヒトとヒトとの交流を軸とした伊島crewの提案

産業能率大学 松尾ゼミ × 株式会社 東京久栄

産業能率大学 松尾ゼミ

篠原 健伸

河前 太樹

永島 拓実

株式会社 東京久栄 池戸 蒼真

1. 自己紹介

目次

内外部分析と考察

- ・ 内部分析
人口構造、産業構造、漁業の特徴分析
- ・ 外部分析
阿南市の人口分析、阿南市の産業分析、
阿南市の行動分析
- ・ SWOT分析

企画提案

- ・ 企画コンセプト
- ・ 具体案①
- ・ 具体案②
- ・ 企画による効果
- ・ 目指すべき全体像

おわりに

- ・ 伊島のこれから
- ・ 伊島イセエビフェスタの実施
- ・ 私たちの想い

私たちについて



産業能率大学
松尾ゼミ

消費者インサイト（ホンネ）
研究とリアル商品開発をテーマ
にマーケターの育成のため
ビジネスで活用できる生きた学
問を学んでいる。



株式会社
東京久栄

取水・排水設備や各種水産施設
のエンジニアリング・メンテナ
ンスのほか、環境コンサルタント
として、海域調査や環境アセ
スメントなど海洋に関する多岐
にわたる業務を行っている。

マーケティング

コンサルティング



伊島離島創生プロジェクト

日本に300を超える有人離島の中から、典型的な離島の
1つである伊島に着目し、離島の持続可能性に関する
調査研究並びに振興方策の検討を行う。

2. 徳島県 伊島



私たちが伊島を選んだ理由

【出典】国土地理院 標準地図



伊島とは？

- **地名**：徳島県阿南市伊島
- **アクセス**：答島港から連絡船で30分
- **面積**：約1.45平方キロメートル
- **特徴**：四国最東端の島。アワビやサザエなどを獲る潜水魚が盛んであり、島の固有種であるイシマササユリをはじめとした希少な動植物が見られる。



伊島が変われば離島が変わる、離島が変われば日本が変わる

調査を進めていく中で、伊島が地方の典型的な問題を抱えた離島であることが分かった。

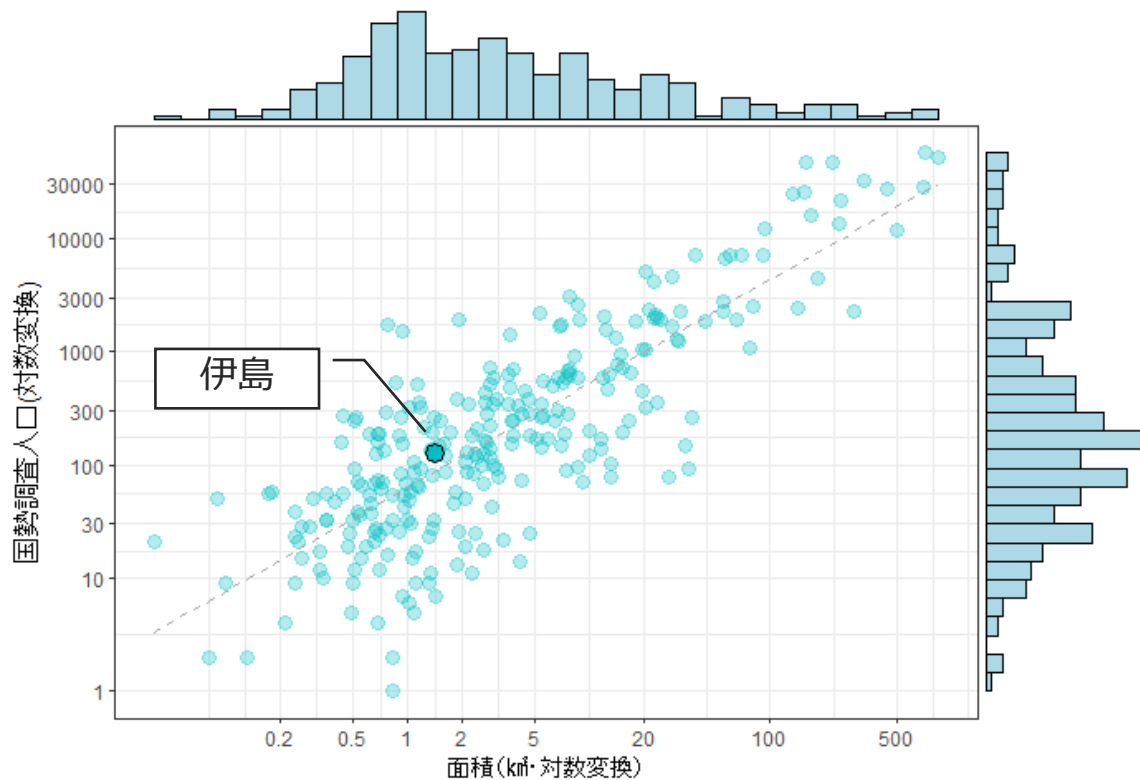
現地に訪れた際に、島民から「分かっているけど、行動できない」という声を聴き、美しい島と島民の想いを次の世代に残したいという想いから伊島での活動を選択した。

3. 内部分析① 人口構造

・伊島は高齢化・人口減少の課題を抱える典型的な離島のひとつ。

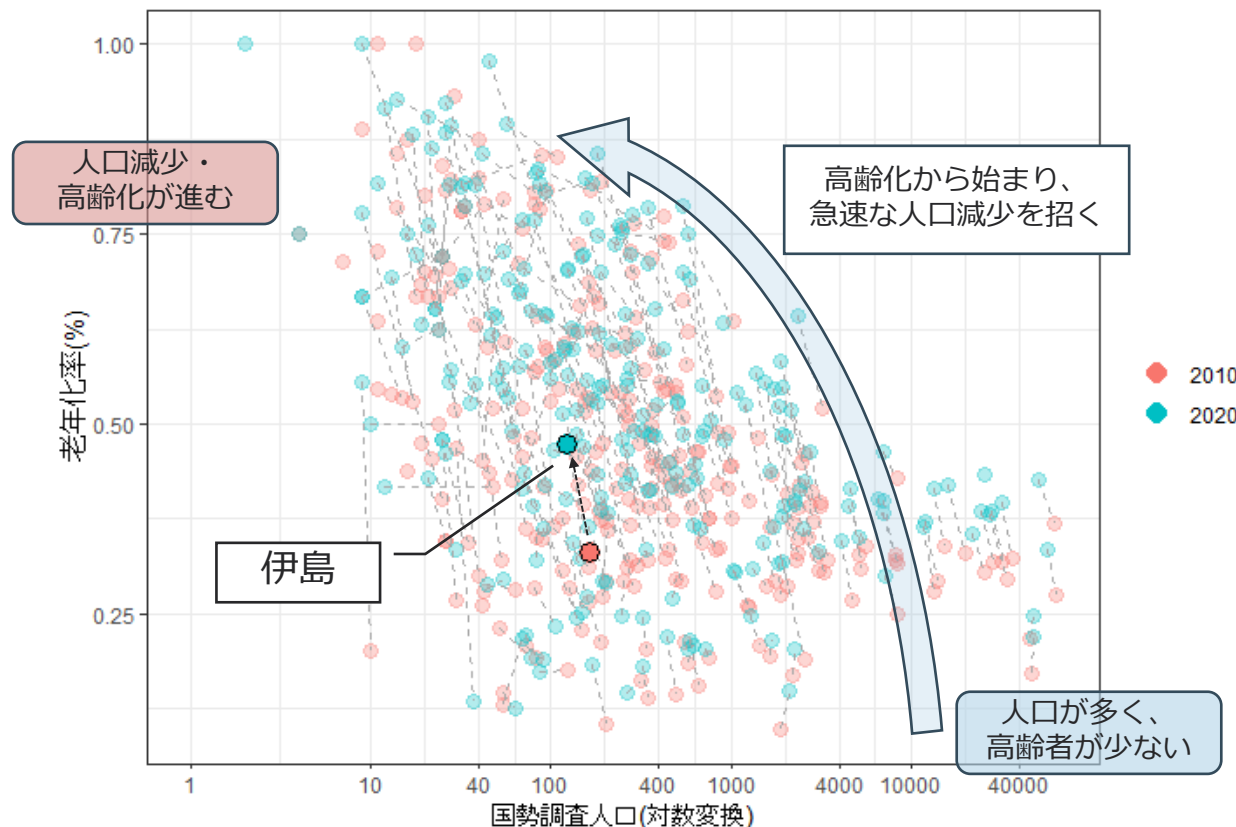
【出典】公益財団法人 日本離島センター，離島統計年報より作成

日本の有人離島の面積と人口



- ・ 伊島は、面積・人口の両方で日本の有人離島の典型的な特徴を示す。
- ・ 伊島は日本の有人離島の典型的な例と捉えることができる。

離島の人口と老年化率の推移

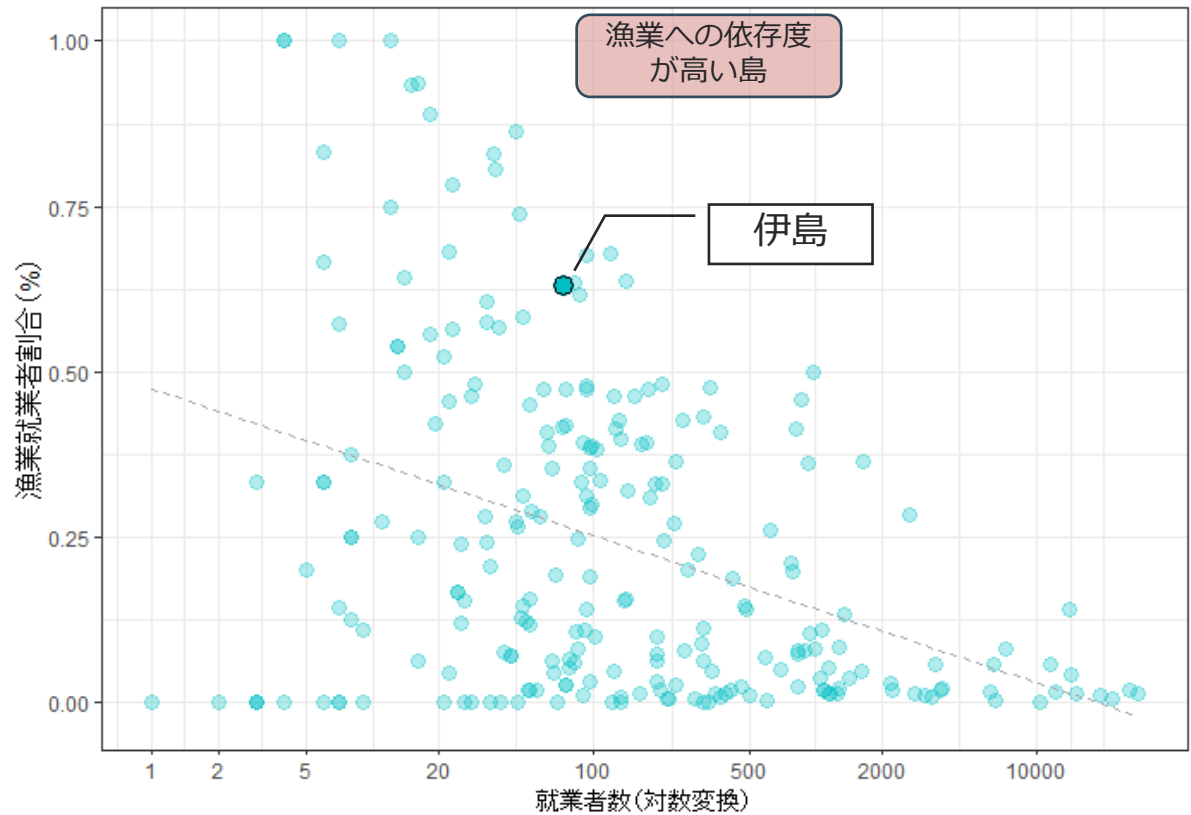


- ・ 日本の有人離島のほとんどでは、2010→20年にかけて、老年化率の上昇、人口の減少が確認できる。
- ・ 伊島では2010→20年にかけて、顕著な高齢化と僅かな人口減が確認できる。

4. 内部分析② 産業構造

・伊島では漁業が重要な産業である。

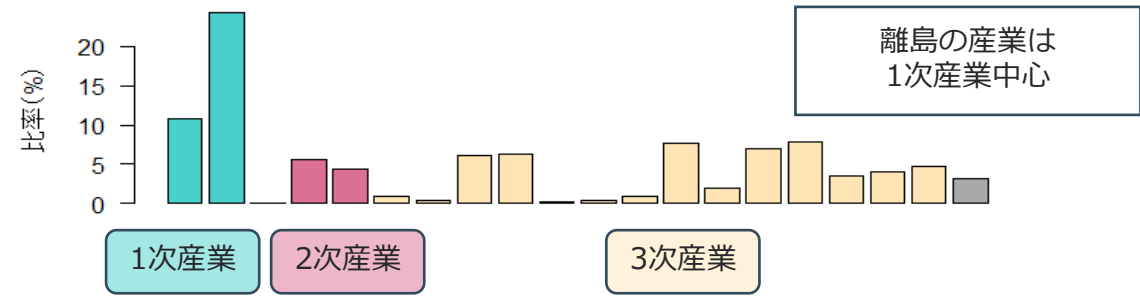
離島の就業者数と漁業就業者割合



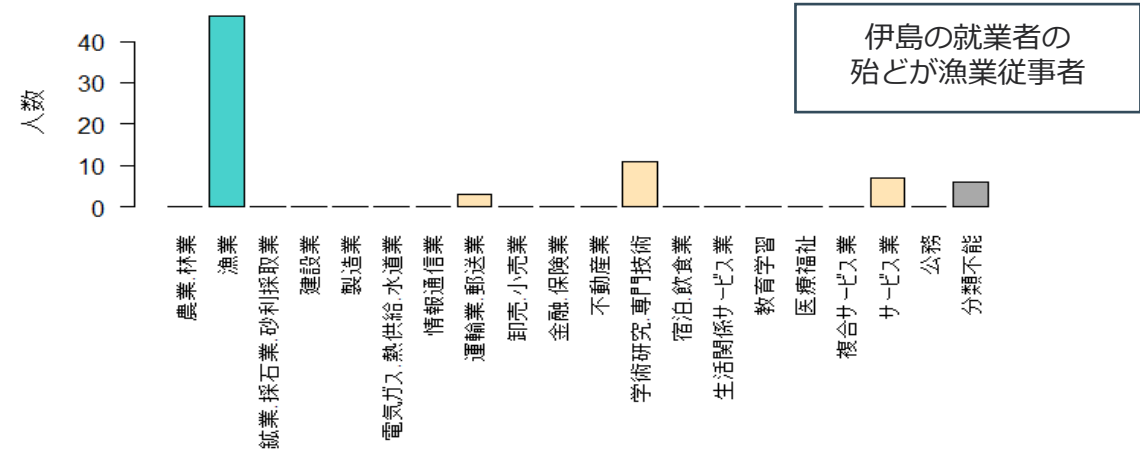
- 日本の離島の多くは漁業を基幹産業としており、規模の小さな離島ほど漁業の重要度が高い傾向がある。
- 伊島は日本の離島の中でも特に漁業就業者割合が高く、漁業への依存度が高い島である。

【出典】公益財団法人 日本離島センター，離島統計年報より作成

離島の就業者割合平均(%)



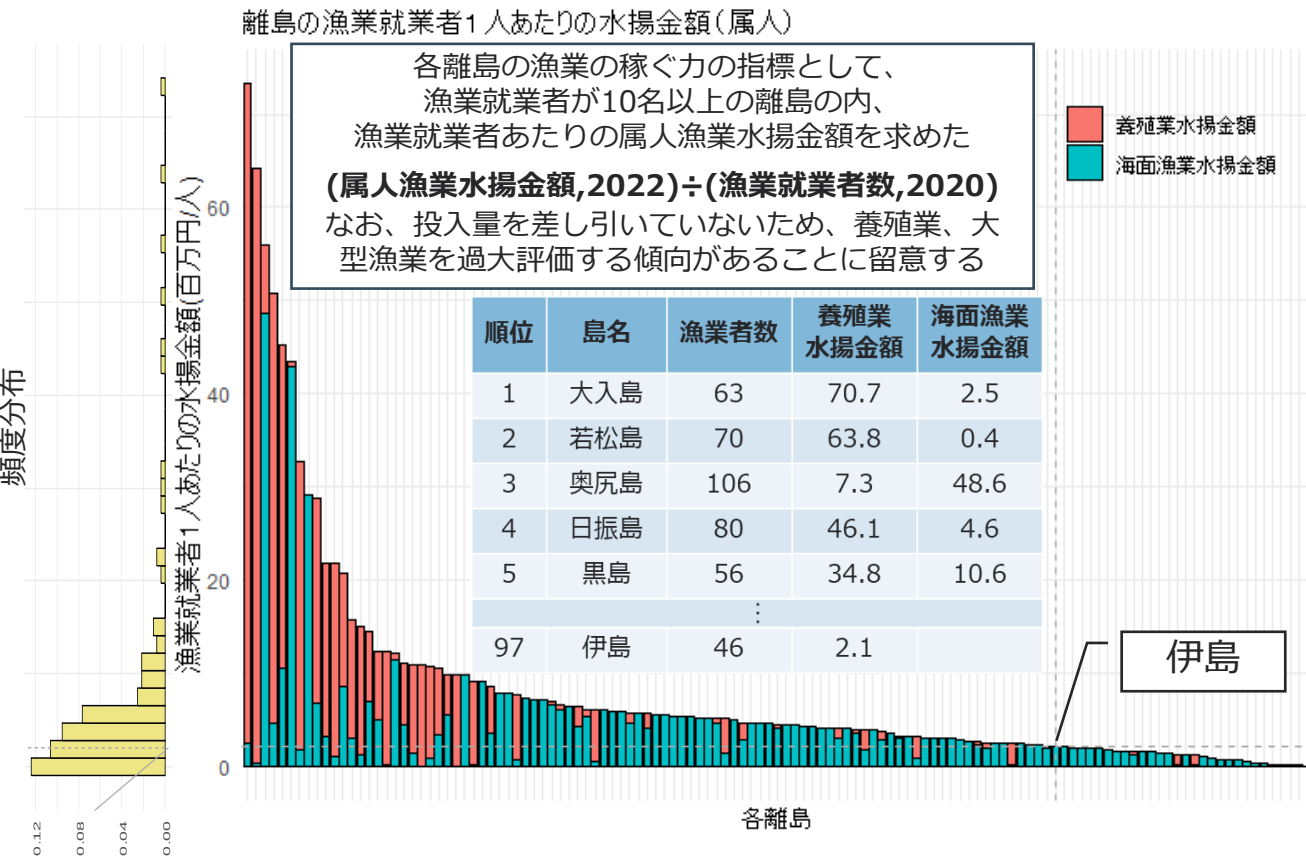
2020年国勢調査に基づく就業者数(合計73人)



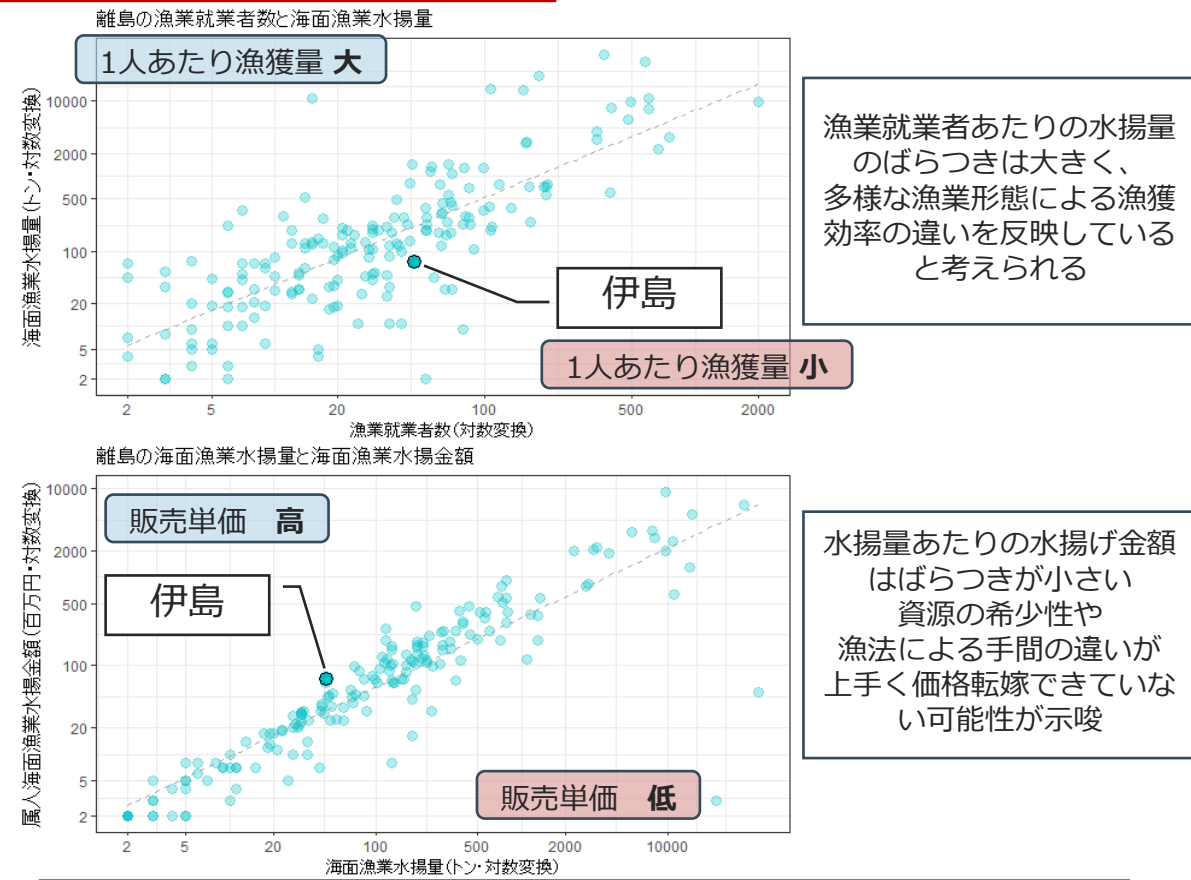
- 日本の離島の産業は漁業・農業が主体であり、一部、宿泊・飲食業等が盛んな離島もある。
- 伊島は漁業就業者数が就業者の殆どを占め、宿泊業・飲食業は2020年現在には存在しない。

5. 内部分析③ 漁業の特徴分析

・ **伊島の漁業は漁獲効率が低く販売単価が高い特徴があり、稼ぐ力は弱い。** 【出典】公益財団法人 日本離島センター，離島統計年報より作成



- ・ 漁業者1人あたりの水揚金額は数百万円程度の離島が殆どであり、養殖業の盛んな離島で大きくなる。
- ・ 伊島の漁業者1人あたりの水揚金額は他の離島と比較して小さい。



- ・ 伊島の漁業は①1人あたりの水揚量が少なく、②販売単価が高い特徴を持つ。
- ・ これは素潜り・釣りが中心である伊島の漁業の特徴を反映したものと考えられる。

6. 内部分析④ ヒアリング調査

・ 伊島の漁業は豊富な磯根資源が強みであり、売価向上の施策が有効。

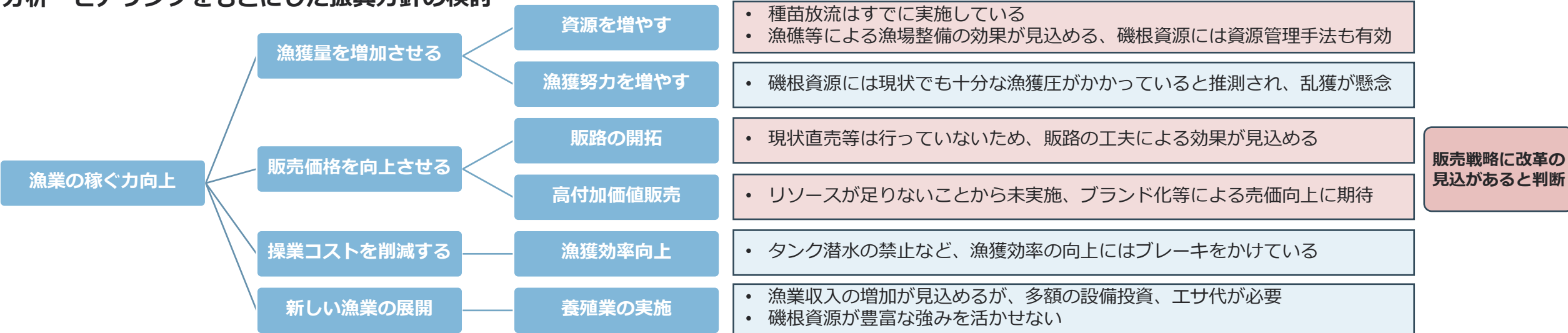


漁業者へのヒアリング結果

- ・ 伊島には素潜り（伊島潜り）の漁師と竿釣りの漁師がいる
- ・ 漁期になるとイセエビ刺網が盛んにおこなわれるほか、タコかご、ウツボかご、採海藻などが兼業で操業される
- ・ 素潜りでは乱獲を防ぐため、タンク潜水を禁止している
- ・ 付近の水試により、アワビ、サザエの種苗放流も実施されている
- ・ イセエビやアワビ、アマダイなど単価の高い資源に恵まれている
- ・ 素潜りは設備投資、燃料代等のコストが軽微なため、利益率が高い



分析・ヒアリングをもとにした振興方針の検討

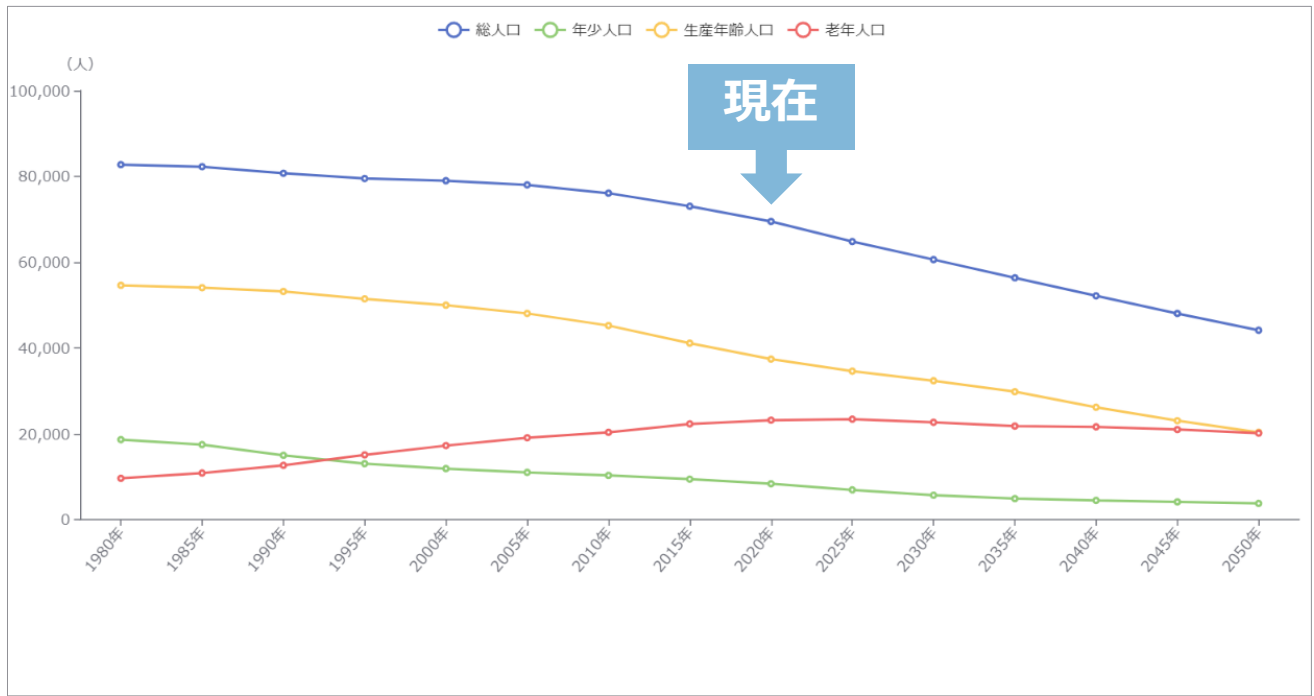


- ・ 漁業者へのヒアリングを実施し、素潜り・釣り主体の漁業形態であること確認した。
- ・ データ分析・ヒアリングの結果から、漁獲物の売価向上の施策が有効であると考察した。

7. 外部分析① 阿南市の人口分析

・ 阿南市は人口減少の課題を抱える一方、新卒採用の年代で移入が生じている。

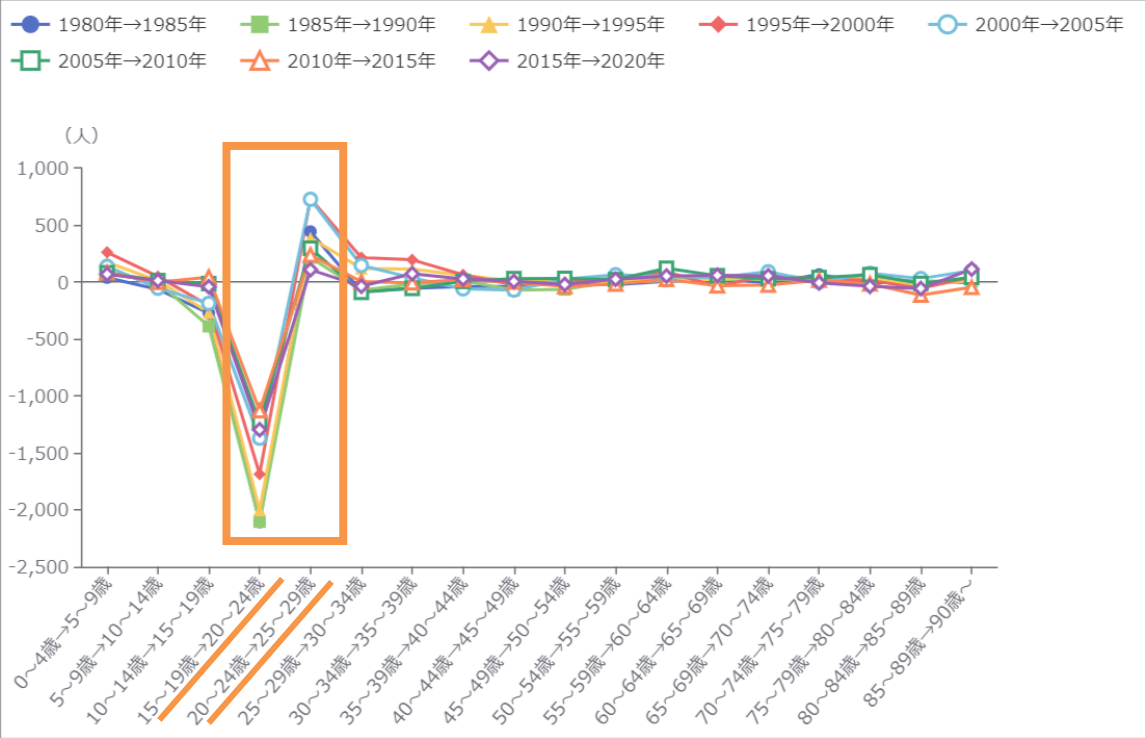
阿南市の人口推移



【出典】 RESASサマリーポータルより
総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

- ・ 総人口は1980年以降、横ばいであったが、近年は減少トレンドに変化した。
- ・ 今後2050年にかけて、さらなる人口減少が予想されている。

年齢階級別純移動数



【出典】 RESASサマリーポータルより 総務省「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」

- ・ 市内に大学がないことから15～24歳の大学進出時の市外への転出数が極端に多い。
- ・ 一方で20～25歳（就職年齢）の転入があり、阿南市の企業へと就職する人が一定数存在する。

8. 外部分析② 阿南市の産業構造

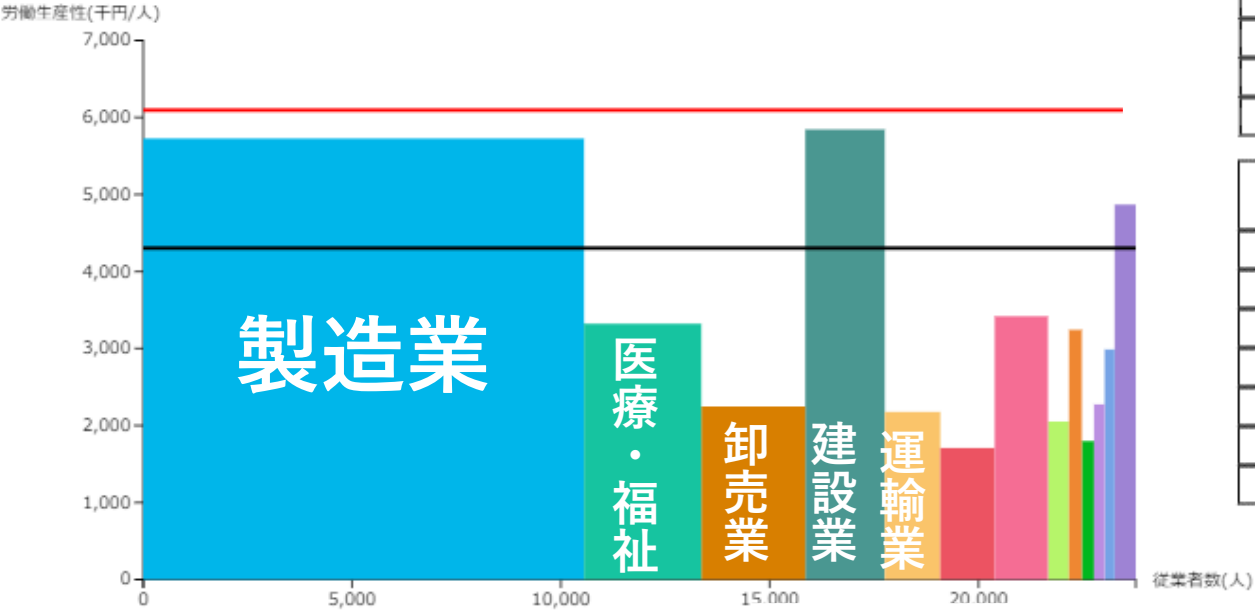
・阿南市では製造業が地域の基幹産業となっている。

従業者と労働生産性から見る付加価値額

徳島県阿南市

2021年

— 全国の平均労働生産性 : 6,095.12 (千円/人)
— 指定地域の平均労働生産性 : 4,303.39 (千円/人)



	産業	労働生産性 (千円/人)	従業者数 (人)	付加価値額 (百万円)
●	製造業	5,726.74	10,554	60,440
●	医療、福祉	3,321.94	2,808	9,328
●	卸売業、小売業	2,246.99	2,490	5,595
●	建設業	5,844.46	1,903	11,122
●	運輸業、郵便業	2,176.56	1,331	2,897
●	宿泊業、飲食サービス業	1,707.92	1,301	2,222
●	サービス業(他に分類されないもの)	3,418.82	1,275	4,359
●	生活関連サービス業、娯楽業	2,051.38	506	1,038

	産業	労働生産性 (千円/人)	従業者数 (人)	付加価値額 (百万円)
●	複合サービス事業	3,242.62	305	989
●	農業、林業	1,797.95	292	525
●	学術研究、専門・技術サービス業	2,274.51	255	580
●	不動産業、物品賃貸業	2,987.50	240	717
●	鉱業、採石業、砂利採取業	0.00	0	0
●	その他	4,869.31	505	2,459
●	秘密・格付け不能等	0.00	0	0

製造業の従事者が大きな
ウェイトを占め、生産性も
地域内では高水準である

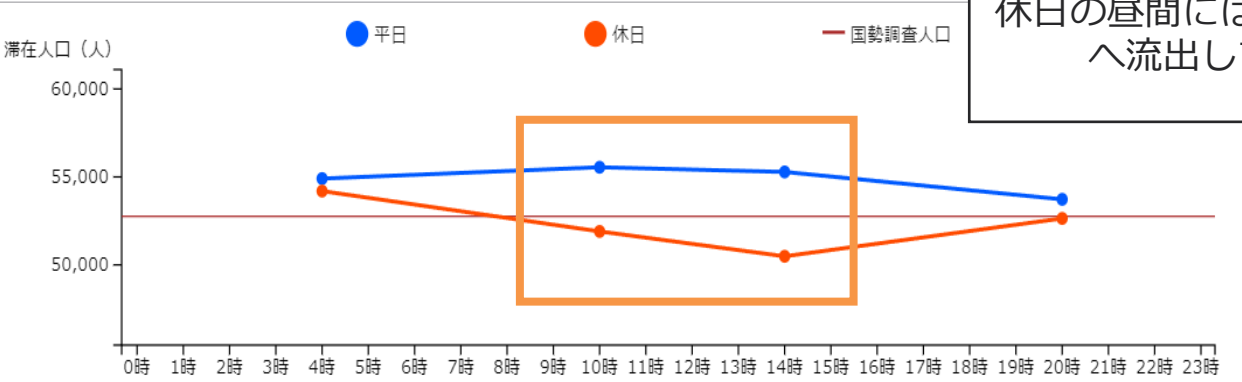
【出典】RESASサマリーポータルより 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

- ・阿南市に本社をおく企業が比較的多く、四国内でも有数の大企業が存在する。
- ・阿南市は徳島県内では徳島市に次ぐ産業都市であり、特に製造業が労働者数、労働生産性の両面から見ても、地域産業を支えている。

9. 外部分析③ 阿南市民の行動分析

・ 阿南市民は休日になると市外に流出する。

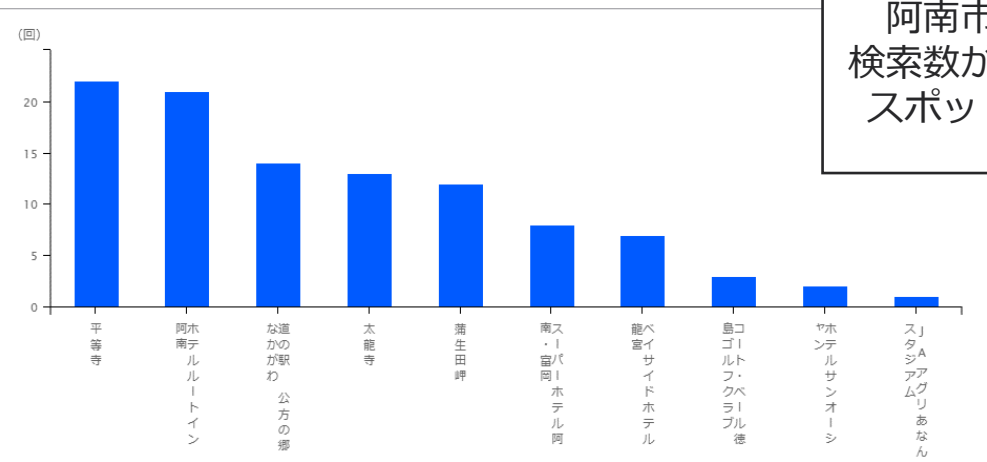
滞在人口の時間別推移



平日は就業者が滞在するが休日の昼間には市民が市外へ流出している

【出典】RESASサマリーポータルより、株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」、総務省「国勢調査」

指定地域の目的地一覧



阿南市にあるホテルの検索数が多く、市内の観光スポットの検索が少ない

【出典】RESASサマリーポータルより、株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

阿南市市民へのヒアリング

- 地元の人ほど伊島にいかない。大半の阿南市民は行ったこともないのではないかな。
- 県外から来た人のほうが伊島に興味を持つかもしれない。
- 休日は徳島市や淡路方面に出ることが多い。



阿南市大手企業担当者へのヒアリング

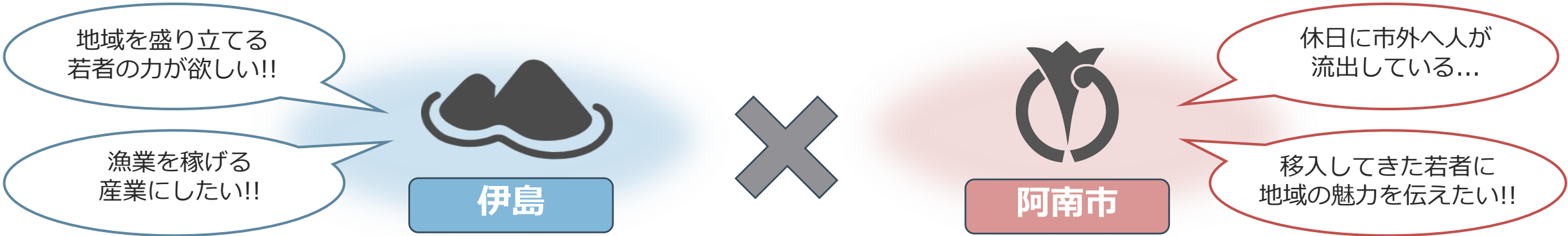
- 新卒は半数が県内出身者であり、半数は県外からの就職者。
- どこもそうだが、新卒の定着率が下がってきていることは課題である。
- 伊島に行く目的があればいいが、連絡船の往復2000円がネックになる。



- 阿南市は平日の滞在人口に比べ、休日の滞在人口が少なくなる傾向がある。
- 阿南市内には遊んだり、観光するスポットが少なく、休みの日には阿南市外に流出する傾向がある。

10. SWOT分析

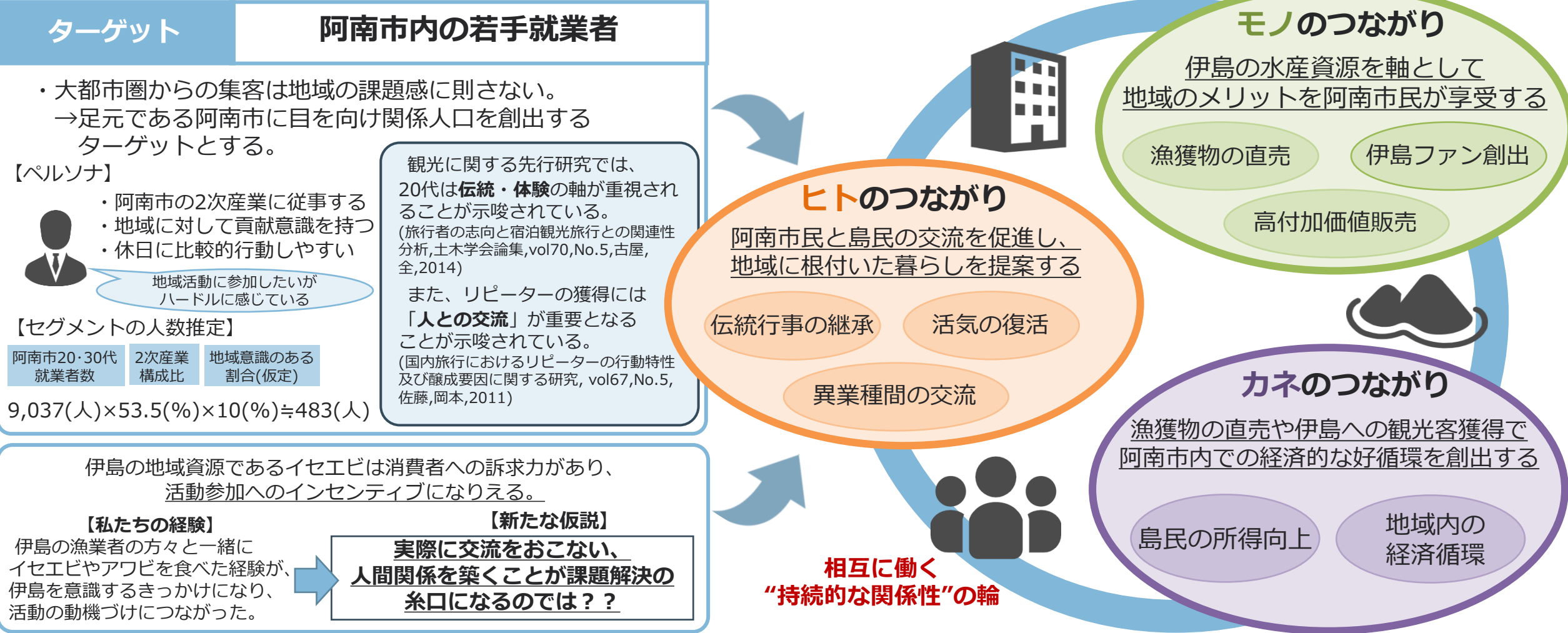
伊島を対象としたSWOT分析	
内部要因	Strengths(強み) - 漁業従事者（潜り/釣り/刺網）が多く、島の経済を支えている。 - イセエビ・アワビなど単価の高い水産資源に恵まれている。
	Weakness(弱み) - 高齢化が顕著であり、人口減少が深刻である。 - 産業構造が漁業に偏っており、産業基盤が脆弱である。 - 漁業者1人あたりの漁獲量が小さく、漁業の稼ぐ力が他の離島と比較して低い可能性がある。
外部要因	Opportunities(機会) - 阿南市は特に製造業が盛んであり、大手製造業者が地域経済を支えている。 - 新規就職年代で他県からの人口流入がある。
	Threats(脅威) - 阿南市全体でも緩やかな人口減少が確認される。 - 阿南市の市民は休日に市外へと流出している。



伊島の強みと阿南市の強みを活かすことで、双方の課題を同時に解決することができないか??

11. 企画コンセプト

ヒト・モノ・カネ 3つの要素からなる交流



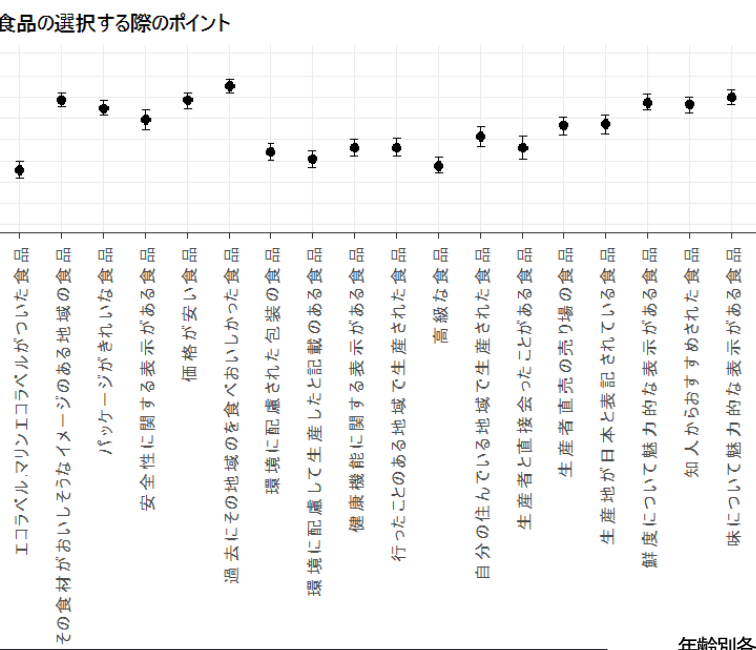
ヒト・モノ・カネの3つのつながりによる好循環を生むには、どのような戦略が必要か??

13. アンケート結果 食品選択の際のポイント

・ **食品選択の際には関係性の軸も評価点になり、知人の生産した食品には高い支払い意志額を示す。**

消費者アンケートの結果【143名】

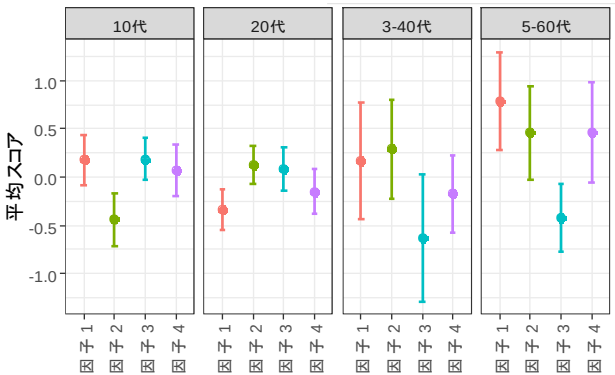
【各項目の重要度】



【因子分析】

設問	因子1	因子2	因子3	因子4	共通性
価格が安い食品	-0.03	-0.3	0.14	-0.03	0.11
高級な食品	0.07	0.18	-0.03	0.16	0.06
生産地が日本と表記されている食品	-0.03	0.21	-0.14	0.52	0.33
健康機能に関する表示がある食品	0.11	-0.17	0.09	0.49	0.29
安全性に関する表示がある食品	0.07	-0.21	-0.03	0.89	0.84
鮮度について魅力的な表示がある食品	-0.04	0.02	0.29	0.57	0.41
味について魅力的な表示がある食品	0.25	-0.16	0.47	0.03	0.3
エコラベル、マリンエコラベルがついた食品	0.74	0.11	-0.04	0.06	0.57
環境に配慮して生産したと記載のある食品	0.89	0.12	-0.02	-0.01	0.82
自分の住んでいる地域で生産された食品	-0.1	0.7	-0.05	0.14	0.52
環境に配慮された包装の食品	0.7	0.02	0	0.12	0.5
行ったことのある地域で生産された食品	0.13	0.74	0.03	-0.18	0.6
生産者と直接会ったことがある食品	0.14	0.71	0.09	-0.23	0.59
過去にその地域のものを食べたことのある食品	-0.06	0.4	0.18	-0.06	0.2
パッケージがきれいな食品	-0.01	-0.04	0.79	-0.11	0.64
その食材がおいしいようなイメージのある地域の食品	-0.07	0.11	0.61	0.06	0.4
生産者直売の売場の食品	0	0.54	0.26	0.2	0.4
知人からおすすめされた食品	-0.08	0.1	0.4	0.05	0.18

年齢別各因子の平均スコア



因子寄与

1.98	3.21	2.47	2.60
------	------	------	------

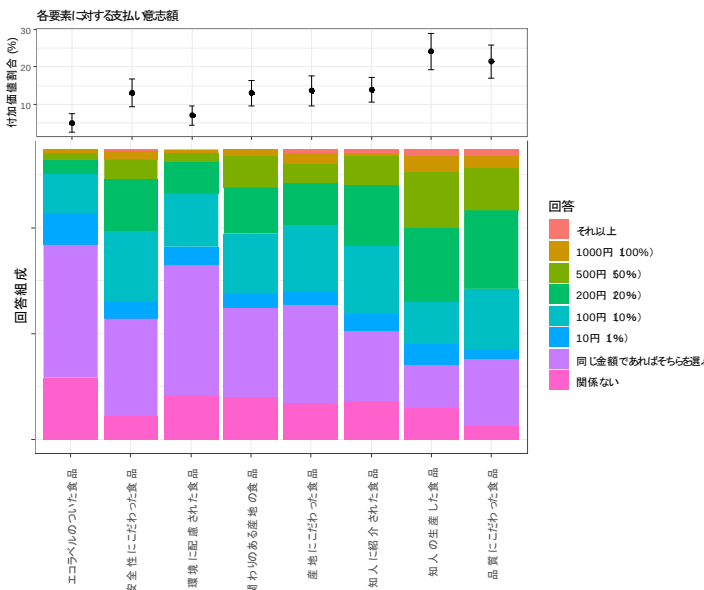


4つの軸で食品を選択している

支払い意志額

【支払い意志額】

1000円の商品に対して下記の特徴がある場合、いくらまでの追加費用を許容できるか



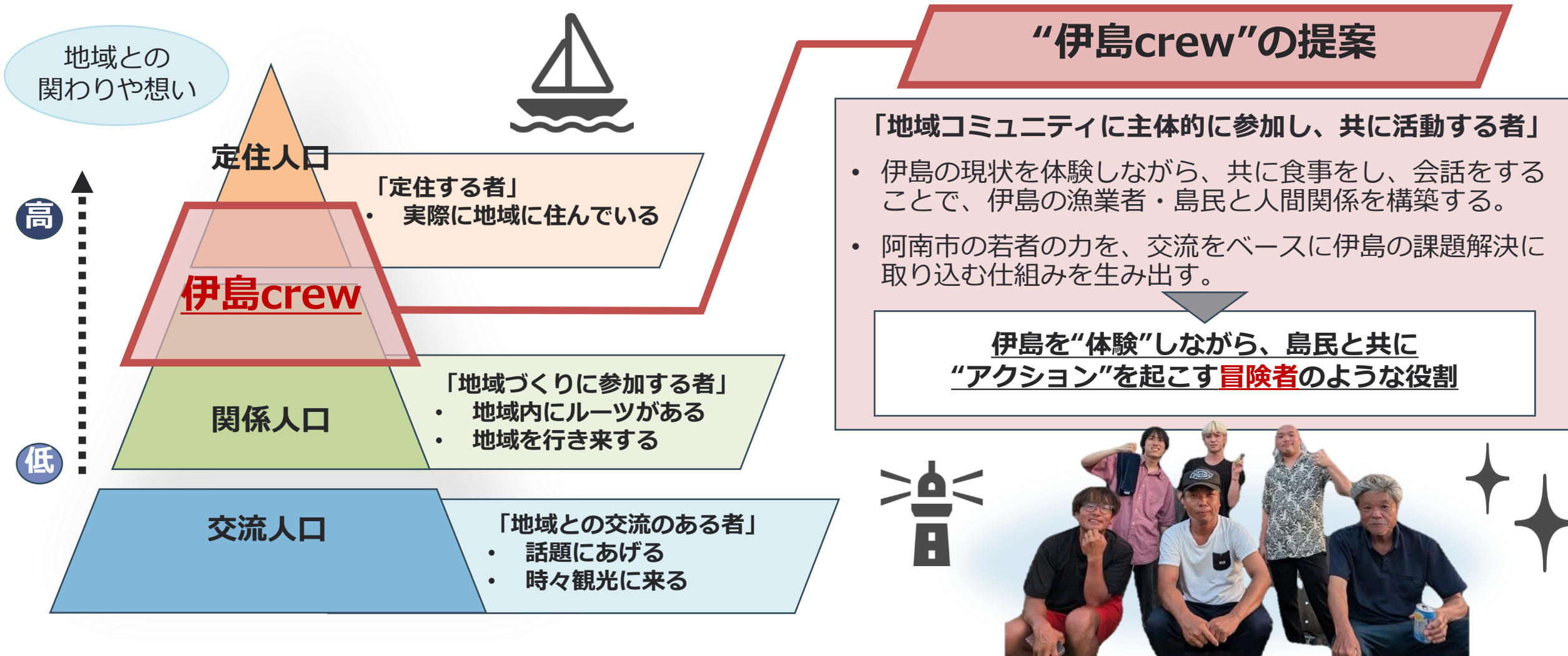
・ 特に知人が生産した食品では支払い意志額の増加が顕著であり、生産者との関係性や安心感に付加価値を感じている

消費者との関係性構築がスモールスケールマーケティングの鍵

- ・ 地域の食品を食べておいしいと感じた経験が重要
- ・ 消費者が食品を選択する際には①説明志向、②感性志向、③環境志向、④関係性志向の4つの評価軸で判断される
- ・ 関係性は年代が増すほどに評価されやすい

14. ヒトの交流を軸にした“伊島crew”の提案

- ・ ヒトとヒトとの結びつきをもとに、地域社会の好循環を生み出す担い手となる、“伊島crew”の創出を目指す



15. 具体案① イセエビ×ワークショップで“伊島crew”を創出

“伊島NEWサミット”の実施

【現状】

- 島を訪問した際に、島民と島外の私たちの間で島の持続性に対する意識の差異を感じた
- 島の現状を客観的に確認する機会がなく、島の未来について考えたり、話し合う場がない
- 阿南市民の殆どが伊島に行ったことがなく、訪問を促すには目的が必要

【必要なこと】

- 消費者に訴求力のあるイセエビをインセンティブとした、若者の関係性志向と感性志向に訴えかける交流イベント
- 意識のある若者が、水産物の産地や休日の目的地として伊島を選択しやすくするための関係性構築
- 漁獲から販売、観光に至るまでの、島の目指すべき姿について議論する場の提供

ワークショップの実施による交流機会の造成

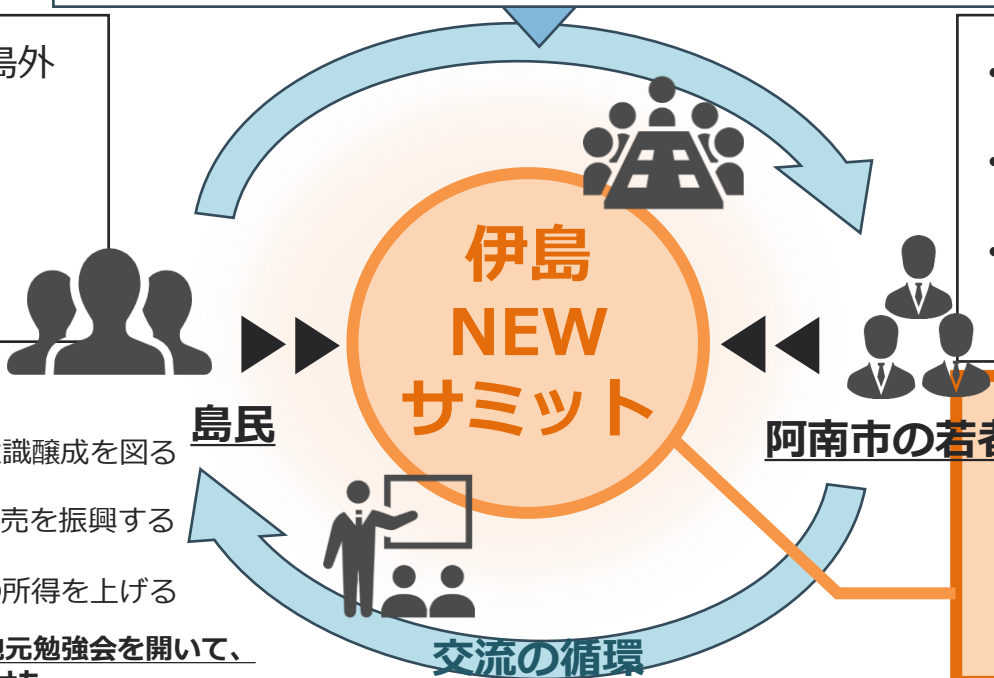
- 島民が参加して、島の未来について島外の人を交えて話し合い、自ら考える
- イセエビなどの漁獲物を振る舞い、コミュニケーションをとることでファン層を獲得する

- 現地を肌で感じながら、イセエビなどを食べ、おいしかったという経験をする
- 移入してきた地域の中で、自分の力が求められているコミュニティを発見する
- 生産者から直接漁獲物を買える関係性を構築できる

【交流から生まれる効果】

- ヒトの交流 島外の若者と島民の議論から両者の意識醸成を図る
- モノの交流 参加者をメーリングリストにいれ、直売を振興する
- カネの交流 阿南市内での経済循環を産み、島民の所得を上げる

長崎県松浦市の事例では、漁業者と婦人会が何度も地元勉強会を開いて、渚泊を中心とした地域振興を実現させた



- ワークショップ形式で島の将来や販売方策を主題にディスカッションを実施
- イセエビを使用した懇親の機会を用意

伊島crewの創出

16. 具体案② 伊島産漁獲物の直売の仕組みづくり

伊島の漁師から直接漁獲物を購入できるECサイトを構築

伊島へ訪れ、漁業者との関係性を構築する
実際に漁獲物を食べて感じる

- 伊島NEWサミットを通して伊島に訪れ、島の漁業者と会話し、食事することで人間関係を構築する
- 伊島で獲れた魚介類を食べ、おいしかったという経験を得る

Point.1

- 食品の選択には、実際に食べておいしかったという経験が最も重要
(アンケート調査より)

サミット参加者のメーリングリストから、直売の提案を行う

- サミットに参加した顧客は優良顧客になる可能性が高い
- 参加者の特性に合わせて消費者ニーズを再調査する
- 情報発信を行い、顧客から次の顧客への広がりを狙う

Point.2

- 自身との関連の高い食品は、消費者の関係性志向に訴求する
- 知人が生産した食品は情報発生力があり、拡散されやすい
(アンケート調査より、未収録の内容も含む)

消費者と漁協とのやり取りを通して、市場で価格が付きづらい漁獲物を中心に直販する

- 直売の体制構築により、従来の流通経路と比較して、消費者は①食材入手までのリードタイムの短縮、②生産者の顔が見える、③流通のコスト減による低価格、④地域への貢献の明瞭化のメリットを得ることができる。

Point.3

- 角の折れたイセエビ、傷アワビは味は同じでも買い叩かれる
- イガイやカメノテ、タカノハダイなど通常市場に出回らないがおいしい漁獲物もある
(ヒアリング調査より)
- ブランド価値の向上には直売が必須**

直売によって伊島の漁獲物を家庭でも楽しむ

- 伊島産の漁獲物の消費を通して、伊島との結びつきを深める。



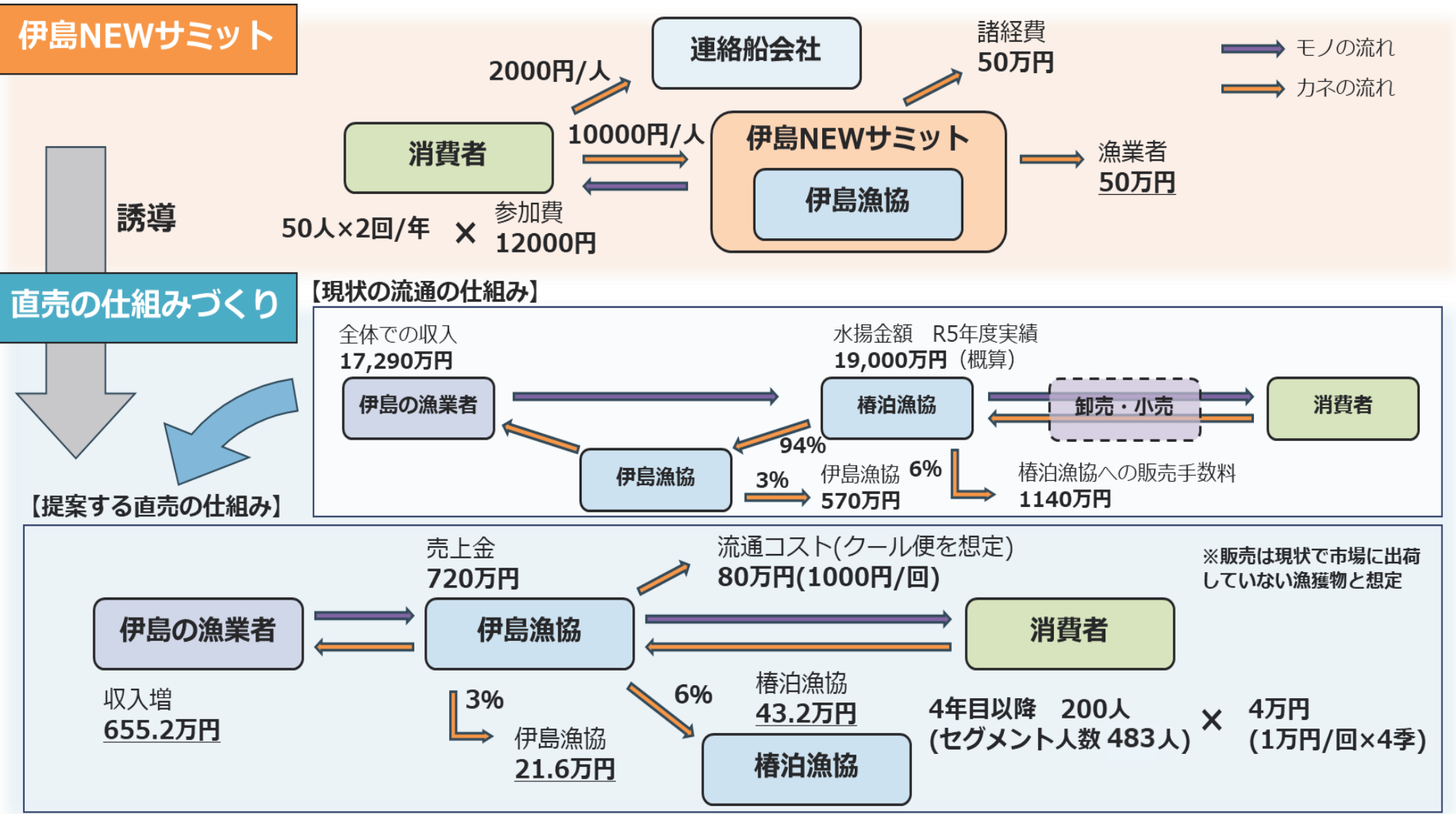
【直売の仕組みづくりの好例】



- 漁業者による対面販売など、消費者とのコミュニケーションを促すことによって、水産物のブランド価値を高めた、また漁業者の販売への意識も向上した

伊島の漁獲物を好きになり、
伊島の人を好きになってもらうことで、
再度取引したいと感じる

17. 企画による効果



本企画を実施した場合、
年間で**705万円**の収入増加
が見込まれる。

年間の収入増加額	
伊島サミット	50万円
直売スキーム	655.2万円
計	705.2万円

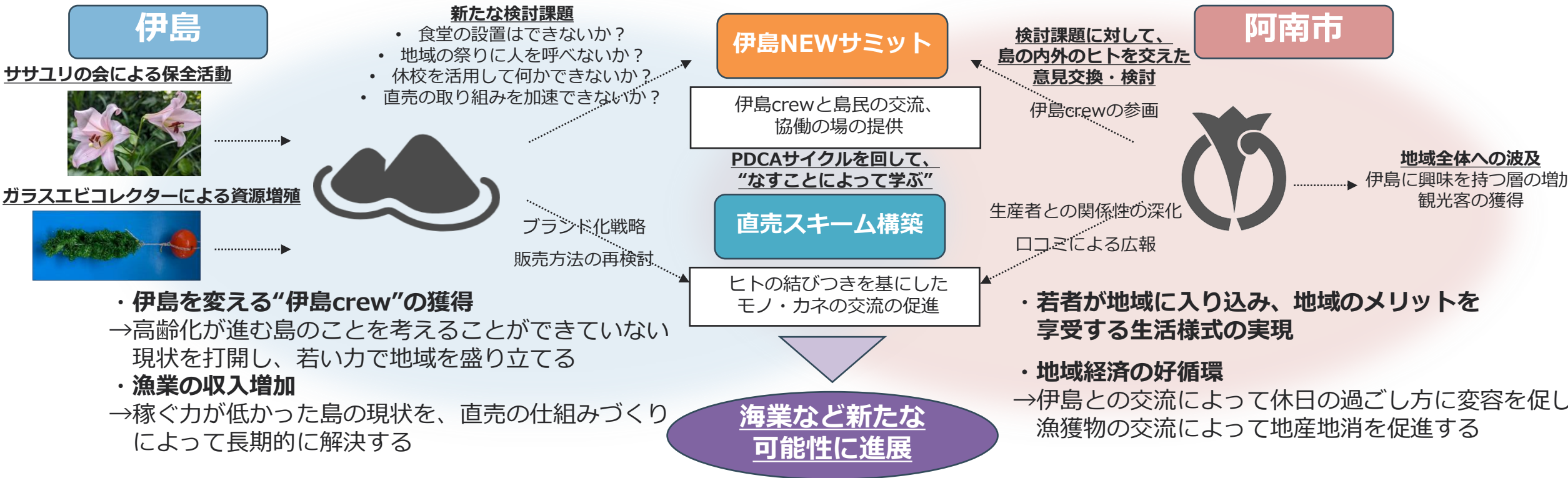
加えて、
①伊島漁協に**21.6万円**
②椿泊漁協に**43.2万円**
③連絡船会社に**10万円**
の経済効果が見込まれた。
漁協・連絡船運航会社は漁
村地域を支える存在であり、
収益向上は肝要である。

将来的に直売の販売量を全漁獲量
の10%まで増加させることで、
2165万円/年の収入増を
見込むことができる

R5漁獲金額1,9000万円×直売割合0.1×椿泊手数料0.94 ×伊島手数料0.97×直売による売価増率1.25=2165.5万円
必要顧客数 1,000人程度見込み

18. 伊島の描く将来像

- 伊島NEWサミット・直売スキーム構築の2つの企画を通して、ヒトとヒトとの結びつきにもとづいた“伊島crew”を創出する。
- 本企画から得た成果とつながりを基盤として、伊島と阿南市間でのヒト・モノ・カネの好循環を生み出す。
- 地域の基幹産業である漁業の振興と、伊島の既存観光資源である「ササユリ」などの島の魅力と連結させることによって、観光業・漁港活用・休校活用・海業振興など新たな可能性を創出する。



ヒトとヒトとの繋がりによる、新しい地域への関わり方を提案し、
ヒト・モノ・カネの交流が地域の新しい可能性を生み出して、持続可能性を高めていく

19. 伊島イセエビフェスタの実施

実際にお客さんを呼んだイベントを開催し、好評いただいた。
12/14にはさらにスケールアップしたイベント実施を企画中！

11/9 イセエビイベント試験実施

参加者8名(20代夫婦、40代夫婦(子連れ)など)

実施メニュー

8:20 答島港集合
8:30 連絡船「みしま」に乗船
9:00 伊島に到着
9:00～ 伊島トレッキング
10:30～ 伊島周囲の漁船クルージング
13:00～ イセエビ付き海鮮BBQ
14:45 連絡船「みしま」に乗船
15:15 答島港解散



- ・ イベント実施を島の収入に繋げることができた
- ・ スケールメリットがあればさらなる収益を見込める

収入の部			
参加費(大人)	9000	7	63000
参加費(子供)	4000	1	4000
計			67000
支出の部			
消費税			6700
渡航費(大人)	2060	7	14420
渡航費(子供)	1040	1	1040
会場費	1000	11	11000
食材費			28813
炭代など			980
クルーズ代	10000	1	10000
保険料	400	8	3200
計			66153
収益			¥4860
計			847

参加者の声

- ・ 初めて伊島に来た
- ・ 満足できた
- ・ タカノハダイがおいしかった
- ・ 非日常感が味わえた
- ・ やや安いと感じられた
- ⇔ 衛生面が気になった
- ワークショップは敷居が高い



2024

12/14 ±

8:20 ▶ 15:15

- ・ 答島港 連絡船「みしま」乗り場 集合・解散

- ・ 参加費

¥6,000-(小学生以下半額)
別送、連絡船渡航費がかかります

- ・ 定員

20名
事前申し込み必須

- ・ イベント内容(予定)

答島港から船で伊島に上陸！

島内見学・トレッキング

イセエビ付海鮮焼き

島民交流会

答島港に帰港！



12/14 イセエビイベント実施

参加者 一般25名 ← 4日で完売！
(うち子供3名)

阿南市大手企業社内報、阿南市役所、商工会、観光DMOを通じて告知
→阿南市大手企業から多数の申し込みがあった

参加費 大人 8060円
こども 4040円
→178640円の収入

- 11/9実施の内容に加えて、
- ・ 島民交流会の実施
話題提供として「地方創生☆政策アイデアコンテスト」の成果発表を実施
 - ・ プレストでの意見徴収
 - ・ マーケティング調査の実施
アンケートベースの調査を実施します

実際にイベントを行い、
交流人口の創出につなげる！

20. まとめ

提案内容の整理

高齢化・人口減少や漁業の稼ぐ力不足など
伊島の地域課題を乗り越えるカギは、
阿南市のフレッシュな人材が握っている

阿南市の若者が**伊島crew**となって、
「伊島NEWサミット」や「直売の仕組み」を通して
ヒト・モノ・カネの3つの好循環を生み出す

ヒトとヒトとの結びつきが重要

企画を通して生まれた新しい交流のかたちから、
経済効果を創出するだけでなく、
伊島を変えるきっかけを創り出す

私たちの想い

**魅力ある伊島が後世まで残り続けるために、
様々な人から認知されることで持続的な発展を目指したい!!**

企画作成にあたって協力・コメントいただいた皆様

伊島漁協組合長様

島の漁業についてよく整理されている。
漁業者にとって、良い流れになるといい。

伊島町会長様

データを使ってよくまとめてくれている。
ぜひ、コンテストにチャレンジしてほしい。

阿南市市民部様

このような検討をしてくれていることは、地域にとって大変ありがたいこと。
学生の熱意もよく伝わった。

阿南市の企業様

海の駅や食堂など新しい展開があるとよい。
伊島までの移動のコストを超えられるかが肝要である。

水産庁漁港漁場整備部様

興味深い内容であった。
このような取り組みを通して、
海業の推進の下地が醸成されるとよい。

日本離島センター様

データの取得はやっているが、活用までは手が回っていない。
データを使ってもらえることはとてもありがたい。

誠にありがとうございました