

## 島スタイルワーカーズ・コレクティブ

キーワード：フリーペーパー発行 Uターン

活動地域：山口県大島郡周防大島町

### 活動地域概要：

周防大島町は、山口県東南部に位置し、瀬戸内海に浮かぶ島では3番目の面積を有し、島と本土とは大島瀬戸を渡る大島大橋によって連結している。人口2万2千人弱。地勢は全般的に山岳起伏の斜地で600m級の山々が連なり、海岸部に狭隘な丘陵地が広がる程度で大半を山地が占めている。年間平均気温15.5と比較的温暖で、青く澄みわたる瀬戸内の海と四季の彩り豊かな美しい自然を有する町。2004年に大島郡4町が合併して、周防大島町が誕生した。



### 団体・活動概要：

日本一高齢化した島を元気にするためには、島で仕事をつくるしかないと考えた若者達は、東京からUターンして自分自身が事業として島での起業に取り組むことにしました。実践活動としてまず行ったことがUターン自営業者を応援するフリーペーパーづくりです。助成対象活動では、季刊フリーペーパー「島スタイル」を発行して毎号Uターン自営業者に焦点を当ててきました。また、未来の島づくり作戦会議では、日本一ハワイ移民の多い島ならではのビジネスとして家紋を入れたオリジナルアロハを作るアイデアを得て、実現への足固めを行いました。そして、介護事業所が併設されたバリアフリーアパートの1階に他の島おこしビジネスを行う若者たちと共有してオフィスを構えました。今後さらに自分たちが楽しめる島づくりを精力的に追求することとしています。



### 島スタイルワーカーズ・コレクティブ

設立：2004年 メンバー総数：8名

代表者：大野圭司

連絡担当者：大野圭司

連絡先：〒742-2921 山口県大島郡周防大島町西方14 しらき村100号室

TEL：0820-78-2000

FAX：0820-78-2000

E-mail：ohno@dream-kids.net

ホームページ：http://dreamkids.typepad.com（島スタイルで検索）

## 1 団体の目的と経緯

### (1) テーマと目的

島に足りないモノを自分たちでビジネスにすれば、島は元気になる。

### (2) 地域の状況や課題

高齢化率が45%と非常に高い島(2000年国勢調査では日本一)。瀬戸内海で3番目に大きく(外周160km)人口は2万1700人いるが、年間500人以上も人口が減少している。最も強く感じる島の課題は、自分の身近な課題を自らが解決しようと挑戦者が少ない事。

### (3) この活動を始めたきっかけ

故郷、周防大島をほっとけない!という想いを強く持ち2004年8月に東京からUターンした。その時に感じたのは、ヒップホップチーム、兄妹デュオ、ジャム屋オーナー、インターネット起業家、デジタル詩人など島を元気にしようと活動する20代30代が想像以上に多かった。であれば、共同作業を通じて横つなぎになる事で、島の新たなコミュニティを創りたいと思い始めた。

### (4) これまでの活動経緯

#### 東京での経験とUターン後の実践

助成以前の活動は大きく前期と後期に分けられる。前期は、2004年8月に周防大島にUターンする前の東京での活動。後期は、2004年8月にUターン後の2005年3月末までの活動。まず前期の東京では、島に帰り、島おこしビジネス実践するためのプランニングとプレゼンテーションを実践型で学ぶために、会社員を2002年末で辞め、フリーランスWEBデザイナーに転身した。その時期に、周防大島出身の幼なじみの東京在住大学生グループに再会し、近い将来、共に島にUターンする事を熱く語り合った。現在、彼

らも全員、周防大島に帰郷し、MRCというヒップホップクルーを結成し音楽を通じて、島を熱くしようと活動中。そして、僕は東京での経験を、現場の周防大島にて活かすために2004年8月に帰郷。前期は、実質的な島での活動経緯ではないが、島で活動を開始するために必要不可欠な要素だったと、今改めて思う。次に後期について。帰郷後半年は、島の課題を真正面から解決するスタンスの島おこしビジネスをプランニング。その際、先にUターンしていた同級生や、親身になってくれるお寺の住職、介護事業所経営者、さつまいも農家の方にプランを相談する。その結果、島の大きな課題は雇用減少。仕事が減るから若者が島に帰ってこない。であれば、自らが仕事を創る自営業者としてUターンするしか道はない。そのために、20代30代のUターン自営業者を応援するフリーペーパー“島スタイル”という島おこしビジネスを、個人事業として2004年2月にスタート。

## 2 活動の内容

### (1) 具体的な活動の紹介

・フリーペーパー「島スタイル」の発行  
目的

都会で暮らす若者が島にUターンする時に“自営業”という職業選択が、当たり前にある島風土を創る。

内容

【特集(表紙と中1ページ)】 20代30代のUターン自営業者の物語

【夢ホワイトボード(表紙)】 島人や島ファンの夢ホワイトボード

【島ビジネス広告(中ページ)】 カフェや携帯ショップ等の企業広告

【公式スポンサー広告(裏表紙)】 ホテル&リゾート サンシャインサザンセット



ヒップホップクルー「MRC」

【島スタイル情報(裏表紙)】 発行者紹介、配布場所、活動履歴等

【島生活コラム(裏表紙)】 ミセス・マサラ

広告料

特集 : 25,000 円

島ビジネス広告 : 25,000 円(半ページ)

公式スポンサー広告 : 50,000 円

島生活コラム : 5,000 円

年間 120 万円の売上

規格

A5 サイズ 4 ページ (A4 センター折り) 年間 6 回、各号 5,000 部発行。

最新号の Vol.006 は 6 ページに拡大。

ターゲット

周防大島町民と島に訪れる観光客。それ以上は特に絞り込んではいないが、今風のデザインに惹かれる層。

配布場所

島内 20ヶ所、島外 10ヶ所。道の駅、ホテル、カフェ、美容院、レストラン等

・未来の島づくり作戦会議

目的

20代 30代の若者が中心に集い、島に新しいイベントやビジネスを生み出そうとする事。

規模

年間 20 回開催。2006 年 5 月より、きんさいネット ~ 島のデジタルカフェ ~ が開催場所。

内容

未来の島づくり作戦会議とは、20代 30代の若者

を中心に集い、島に新しいイベントやビジネスを生み出そうとする会議。これまでの議題は、東和商工会 0B 会プレゼン、都市再生モデル調査、しまづくりキャラバン 2005、ダイエット寺子屋、島アロハプロジェクト、島づくり人材大学プレゼン、国民文化祭写真展、しまづくりキャラバン 2006、周防大島 .tv。頻度は、月に 1 回から 2 回。この中でも特筆すべきは、島アロハのビジネス化。メンバー全員が副業で取組んでいるため、構想より 1 年かかった。ビジネス化に至った最大の要因は“ご縁”と“勢い”。



島スタイル vol.005 「北風に負けん号」

元々、2005 年春に、僕と周防大島ドットコム(インターネットによる特産品販売・観光情報プロモーション)運営の江良正和で、日本一のハワイ移民の周防大島にオリジナルアロハを創りたいと雑談妄想。そして 2005 年夏の大島アート展をご縁に、岩国市の機織作家、植野竹代と出会う。同時期に、スポーツ NPO 運営の河内啓に出会い、偶然にも妻、乃理子の宇部市の同級生には染色作家の今澄智子がおり出会う。更に、この夏に大野のパートナーとなる伊藤慶子と出会う。その 6 人が 2005 年 9 月に集い、飲み食い夜 24 時を過ぎた頃に「家紋アロハ」という商品名が降臨した。その後は勢いにまかせ、島アロハプロ



未来の島づくり会議



家紋アロハ



ジェクトチームと名乗り、(財)日本離島センターの助成金を申請し採択され、edgeという大阪にて開催された社会起業家を目指す若者のビジネスプランコンペにも応募した。結果的に、50万円の助成金とビジネスプランコンペはファイナルの公開プレゼンテーション審査まで進出した事で、資金と人脈と、何よりチームの結束、島アロハへの本気モードを手に入れた。島アロハプロジェクトの進化と連動し、開始後の9ヶ月間で、6人のメンバーは、離婚、結婚、妊娠、カフェ・オフィスオープンとなり、人生が大きく進化した。未来の島づくり会議から生まれた人と人との出会いは、予想外の島ドラマへと動き出している。

#### 島のプレゼン学校 (2006年秋~)

未来の島づくり作戦会議とも連動可能なスキルアップ事業。周防大島で をしてみたいという想いを、もっとうまく相手に伝え届けたいという課題を持っている人のための、プレゼン実践講座。例えば、新たな島ビジネスを考えている人、学生を惹き付ける新授業を考えている先生、AO入試でプレゼンテーションをする学生、仕事で新しい企画を考えている人、子育てが一段落し何か新たな事を始めようと考えている人、NPO的な活動で新しい企画を考えている人等をターゲットとする。講座内容は、プレゼン虎の巻講座、プレゼン実践、ビデオでプレゼンチェック、ゲストプレゼン勉強会。その他、プレゼン資料づくり等の個別相談や講座後の交流会も実施。

#### SHIMA - DAMA 2007 (2007年秋)

島人魂を刺激するためのプランコンペティション。誰が一番、島人の魂を震えさせるプランをパフォーマンス(視覚・嗅覚・味覚・聴覚・触覚に訴えかける事)できるかを決定する賞金イベント。一年に一回、島のプレゼン学校で修行した人たちの集大成を、

公で発表する要素もある。賞金は最優秀賞30万円。一次書類審査を通過したプランは公開プレゼンを行い、その場にいる参加者全員の総合評価で賞金30万円を競う。賞金30万円の集め方は「島の未来募金」。幸せを呼ぶ透明ガラスの豚募金箱を、島スタイルを配布させて頂いているホテル、カフェ等に10ヶ所設置。設置箇所の利用者に好意で募金をして頂く。年間資金調達目標額は120万。想定として、1ヶ所で500円/日、1万円/月。1万円中2,000円(20%)を設置箇所へ。3,000円(30%)が島の未来募金の運営費。残りの5,000円(50%)がSHIMA - DAMA 2007のイベント運営資金へ。10ヶ所合計で、SHIMA - DAMA 2007のイベント運営資金は年間50万円。その内30万円を賞金へ。残りの20万円が運営費。募金者数は、一人当たりの年間募金額が300円とすると年間4000人必要。島内在住者や島外の出身者で、島のために何かしたいと思っている人の善意を換金する。

・島カフェ=きんさいネットとami cafe 228.

当初の目標であった島カフェ(オフィス機能と島情報発信基地と飲食店)計画は、最終的に、きんさいネット(オフィス機能と島情報発信基地)とami cafe 228.(飲食店)に分かれスタートする事になった。経緯は、2005年の春から夏にかけて、祖母のネットワークや周防大島町が管理する空き家物件、町の遊休公共施設等を探したが、入居したいと思える物件には巡り会えなかった。2005年8月に雑貨カフェのオープンを目指す伊藤慶子と出会い意気投合し、島カフェ共同計画を立ち上げる。一時的には周辺の詳細を得るが、2005年末の彼女の離婚等で計画は破談する。年が明けてから、お互い気持ちを切り替え別々の再スタートを切る。彼女はami cafe 228.(アミーカフェフジヤ)という、伊藤家の空き家をリノベーションした和カフェだ。ami cafe 228.は、飲食だけではなくキッズルームもあり、子連れの若妻



「島スタイル」に掲載した夢ホワイトボード



「島スタイル」の取材中

たちがゆっくりゆったり、おうち感覚でくつろげるカフェ。その他、プチブーケ、かわいい雑貨、おしゃれな贈答用雑貨も販売。キャッチフレーズは「ともだちの輪が広がる島のおうちカフェ」。オープンは5月27日。



きんさいネットが入っている「しらき村」

僕は、2006年1月より、島スタイルのオフィス開設を目指し、身近にいる人に物件情報を収集。元書道教室をしていた町家、コンビニの2階など候補物件を発見したが、最終的に決定したのは、瀬戸内の多島美を見渡せる岬に建つ、バリアフリーアパート「しらき村」だった。1階には介護事業所しらきがあり、3階建てのアパートには20代～80代までの老若男女が住む。そのしらき村の1階に、しらき村マネージャー松永氏のご好意により通常より安く入居させて頂いた。きんさいネットの構成内容は東和町どっとこむ（WEBプログラム開発・PC教室開催）の藤井忠明のオフィス、島スタイルのオフィス、周防大島.tvの活動拠点の3つが一部屋に集まっている。部屋全体は無線Lanでインターネットフリースポットになっていて、観光客がふらっと自分のノートPCを持って来てメールチェックや島情報の収集も行える。



周防大島諸島の浮島を目指して

部屋中央はフリースペースになっておりPC教室、未来の島づくり作戦会議、お客様との打ち合わせ、今秋からは「島のプレゼン学校」も平日夜間に開催する。これらを統合した空間が「きんさいネット～島のデジタルカフェ～」だ。当初の島カフェ計画は、彼女と結婚した後2010年には、四国山脈をみわたせる瀬戸内絶景スポットに共同店舗を構える具体的準備を開始。事業内容は、フリーペーパー島スタイル、島のプレゼン学校（200Hスクリーンのミニシネマ風）、シマクエ事業（島を巡りカード集めをする冒険プログラム）、長期滞在型の島宿コーディネート事業、周防大島産の魚介類と周防大島産の乳製品を使ったイタリアンダイニング（プライダルパーティーも可能）、プチフィットネスクラブ。これらを、共同経営する。

## （2）活動の特徴、工夫点、苦労した点

### ・フリーペーパー「島スタイル」の発行

活動の特徴は、大野圭司＝島スタイルなので、365日24時間が仕事。どこに行っても誰に会っても「島スタイル」。地元の小学生のサッカー練習に顔を出したり、お寺の子供行事に参加すると「お兄ちゃん、島スタイルじゃろ！」と言われるようになってきたし、島内のいたる所で、知らないおばちゃんから声をかけられたりしている。中国新聞、山口新聞、読売新聞、NHK山口、NHK広島、KRYラジオ山口等の地元メディアへは、ほぼ出演し、ローカル有名人になりつつある。山口県内の各地域で地域づくりをしている方からの相談メールや、アメリカ・東京・大阪等の島出身者からのメールは数えきれないほどある。

ただ、最大の課題は定期発行できる制作時間の確保と、広告収入の拡大による収入の増加。制作時間の確保が困難な理由は、人件費を払えるほどの事業ではないため、企画・営業・取材・編集・デザイン



浮島のヒラメ養殖

をひとりで行わなければならない。なので、他のプロジェクト、他のデザイン業務を同時平行で進める場合に、寝る間を削り発行しなければならなくなる。だが、それが体力的精神的に持続せず、発行が遅れる。

改善方法は、仕事の効率化。それと、他のプロジェクトの絞り込みと、デザイン業務の受注量を制限する事。仕事の効率化に関しては、SOHO型のワークスタイルから、島スタイルのオフィスを開設し、新たなMacも購入しワーク環境をリニューアルし、精神的にも環境的にも改善された。他のプロジェクトの絞り込みは、島の課題を解消できるプロジェクトに携わる事で収入が得られる、若しくは収入になる可能性が高いプロジェクトへの時間投資的な関わりだけに絞る。ボランティア的なプロジェクトの場合は、社会貢献性の高いプロジェクトのみ参加。デザイン業務の受注量制限は、発注者の人としての器と自分との共鳴度で受注するかどうか判断する。乗り気でない仕事は受注しない。

#### ・未来の島づくり作戦会議

活動の特徴は、いわゆる会議だけでなく、島内外の多ジャンルの人材交流を行うために、バースディパーティー・鍋会・飲み会・映画鑑賞会も開催した。そうする事により、若妻や女性会社員等、島おこしに直接関わっていない人々との交流も深められた。何より最大の成果は、未来の島づくり作戦会議中に発案されたビジネスアイデア“島アロハ”のプロジェクトチームが結成され、商品化を進め、2006年の6月～8月は家紋アロハづくりワークショップを開催し、年間100着140万円売上のビジネスとして動き始めた事。

ただ、最大の課題は、未来の島づくり作戦会議を

コーディネートする自分自身の負担増。今後は、ami cafe 228. や東和町どっこむの藤井忠明と共催し、更に多ジャンルの人材が交流できる会を開催する。

### 3 活動の成果

#### (1) 目的・目標は達成できたか

##### ・フリーペーパー“島スタイル”の発行

創刊1年後に収益事業にするという目標は達成できた。最新号のVol.006(現在制作中)では、5,000部6ページの規模で、広告収入18万円、印刷代8万円、粗利10万円のビジネスになっている。Cafeやパン屋を始めた周防大島の20代30代の自営業者を応援するという目的は達成できた。広告費の10倍上の売上につながっている。だが、島にUターン風土を創るという事は一年では達成できていないし、できるはずもない。風土とは、それが当たり前になる事。事業開始30年後の2030年に、島にUターン風土を創るために、日々、努力中。

##### ・未来の島づくり作戦会議

目標以上の回数で開催する事ができた。東京在住の雑誌編集長、県内在住の求職中の若者など島内以外の人材交流もでき、目標以上の価値を創れた。

#### (2) 地域や団体にどのような変化をもたらしたか

##### ・フリーペーパー“島スタイル”の発行

Vol.001:

島のヒップホップクルーMRCが世に出るきっかけになった。自己満足サークルから一歩踏み出て、島を盛り上げる団体へと変貌。新聞等にも掲載され、花火大会や夏祭り等の島内イベントにも引っぱりだこになった。現在は、クラブ風の拠点を国道沿いの海岸端に構え、月に一回「島の歌合戦」を開催している。



未来の島づくり作戦会議



Vol.002 :

島のデジタル詩人、西山喬が世に出るきっかけになった。趣味でとるデジカメ写真から、人に魅せる写真展への変化。新聞へも掲載され、島でデジカメを持って歩いても不審がられる事も少なくなった。現在は、島八ガキを9種類商品化し、道の駅、ホテル等で販売中。職業はデジカメ写真家ではなく、デジタルな詩人。島の写真に添える“数行の詩”が人の心をぎゅっとつかんで離さない。

Vol.003 :

カフェ起業の若妻コラボ特集にて、瀬戸内ジャムズガーデンの松嶋智明とcafe Misakiの浜村真砂子をつないだ。偶然にも同い年で共通の友達を持つ、間接的な友達だった。二軒でカフェをするとドリンク一杯無料というコラボクーポンの効果もあってか、1ヶ月で島スタイル効果は大きく現れた。島スタイルをきっかけに、ほぼ全ての地元メディアに取り上げられ、ビジネスは加速した。cafe Misakiのオーナー曰く、「島スタイルのおかげで、当初の予定より一年くらい早いスピードで認知され売上目標に到達したよ。それと、始めは、自分のお店だけが儲かれば良いという発想だったけど、そうじゃなくて、島全体で儲けなきゃという大野くんたちの想いと行動に共感したよ。」ビジネスの応援だけでなく、心の変化もうながせるフリーペーパーになった。

Vol.004 :

同級生の弟の結婚&出産を特集記事にした。その記事のスポンサーになってくれたのは、板金屋を営むご両親。島スタイルを応援したいという西山板金の想いを熱く感じ深く感謝した。若者が少ない島で、めでたい結婚と出産をフリーペーパーを通じて、島全体でお祝いするという雰囲気



きんさいネットが入居している「しらき村」内部

を醸成。奥さんは、高校時代はマドンナ。旦那は島ジャニーズのイケメン。島スタイルは色々な視点から島の20代30代を応援するというイメージを読者に与える事ができた。

Vol.005 :

島でパン屋をはじめ、一度は倒れた島津家の復活物語を特集。島スタイルをきっかけにして、静岡から注文が来たり、ホテルの朝食として定期販売したり、青年の家から突然メロンパン100個の注文が来たりするなど、じわじわと島スタイル効果が発揮された。島スタイル効果も多少あってか、復活後のほうが売上が伸び安定して来ている。今後は、ふたりの子供を養っていける、島のパン屋を目指す。

#### ・未来の島づくり作戦会議

島とはいえど、外周160kmの島。島端の集落と橋付近の集落にいる若者は、これまで友達になるきっかけは少なかった。島内合併による効果もあり、島内交流がしやすい雰囲気、島はひとつという感覚を多くの人が持ちやすくなった。未来の島づくり作戦会議を開催した事による嬉しい変化は、参加した島内自営コンビニ業の長男と広島OL女性が、恋に落ち交際を始めた事。島の若者は割合は少ないが、20代30代で2千人はいる。だが、親と同居していたり、新しい異性と出会うきっかけが少ないため、未婚の20代30代が多い。Uターンし、子育てをする事で島内の子供の数を増やす事も大切だが、その前に、島内の恋愛ミスマッチを解消する事が必要不可欠だと感じる。恋愛ミスマッチを500組解消する事により、1,000人の子供を増やす事ができる可能性もある。

恋愛ミスマッチを解消するために、まずは、知らない未婚の男女が知り合い、友達になる事のできるイベントも定期的で開催したい。

(3)活動に必要な資源(人材、資金、情報、ネットワークetc.)をどのように活用し、新たに構築したか

・フリーペーパー“島スタイル”の発行

人材：営業・取材・編集・デザインは大野。  
印刷は株式会社グラフィック。(京都の会社へネット入稿)

部分的な写真提供は西山。(一枚毎の買取)  
モデルは島の美女やキュートな子供。(謝礼金や図書券)

資金：助成金と広告収入により事業開始1年で黒字化。2年目は助成金なしで黒字化の見通し。

情報：島を歩く見る聞くで情報収集。

ネットワーク：公私なしの365日24時間がネットワークづくり。

その他：広告出稿クライアントからの顧客紹介。一度、島スタイルに掲載し、予想以上の効果が出たため、次の顧客を紹介してくれる。

・未来の島づくり作戦会議

人材：集客から会場設置までほぼ全てを大野が行ったが、そこが課題。

資金：イベント毎の会費と助成金にて運営、運営費を捻出できる会費へ。

情報：MLと電話を活用し集客。

ネットワーク：公私なしの365日24時間がネットワークづくり。

その他：これをきっかけにして“島アロハプロジェクト”チームが結成。

(4)助成がどのような役割を果たしたか

・フリーペーパー“島スタイル”の発行

助成金のおかげで、広告収入がない創刊号を出す際の資金面のリスクを抑える事ができた。第二号よ

り毎号5万円のスポンサーがつき、助成金なしでも発行可能になったが、その段階では、人件費をほとんど捻出できない状態だった。だが、助成金のおかげで余裕あるフリーペーパー発行を行う事ができた。

・未来の島づくり作戦会議

会場賃貸料等を助成金でまかなう事ができたため、会費を抑えられた。

(5)その他貴団体の視点から成果と思われること

・フリーペーパー“島スタイル”の発行

島を元気にする応援を何かしたいが、そのきっかけがなかった方が、島スタイル発行の資金面や人脈面で協力して下さった。

・未来の島づくり作戦会議

恋が生まれた事。

#### 4 活動資金

(1)助成活動における活動資金のうち、助成金以外の財源の内訳とその割合

・フリーペーパー“島スタイル”の発行

|              |          |
|--------------|----------|
| 広告収入：Vol.001 | 0円       |
| Vol.002      | 50,000円  |
| Vol.003      | 100,000円 |
| Vol.004      | 100,000円 |
| Vol.005      | 130,000円 |
| Vol.006      | 180,000円 |

広告収入 560,000円 48%

(2)助成期間終了後の活動資金確保の見通しとその方策

広告収入をある程度確保できているので、助成金収入なしでも継続発行は可能。だが、6Pのフリー



きんさいネットの様子



ペーパー発行の広告収入だけでは厳しいので、サポーター制度をつくり年会費を頂きながら、出身者等へフリーペーパーを送付するサービスを開始する。

## 5 課題

団体や活動の抱える課題と解決方策

未来の島づくり作戦会議の課題である大野の負担増。なので、ami cafe 228. や同部屋の藤井忠明との共催で行う。

## 6 今後の展望

団体や活動の将来像（今後の展開として検討・予定している内容や目標等）

今後一年間で、東和町どっどこむの藤井と共同で、周防大島限定のSNS サービスや、Google Maps API を活用した「みんなで作る周防大島地図」など、周防大島に在住する人や、出身者、そして島ファンをオンラインで結びつけコミュニケーションする事のできるサービスをつくる。会員費は取らず、Google アドセンスやAmazonWEBサービス等のアフィリエイト広告収入にて運営費を捻出する。それと連動し、島内で「みんなで作る周防大島写真展」という展示交流イベントをつくり、オンライン・オフラインで人材交流を生み出していく。

