

## 官民共創のエコアイランド宮古島広報誌「島の色」

沖縄県宮古島市 × 株式会社離島未来ラボ

### 取組概要

エコアイランド宮古島宣言2.0の目標達成のために、宮古島市エコアイランド推進課と、株式会社離島未来ラボが一体となって、理想通貨の導入やエコアクションカンパニー制度の実施によって、環境問題の対策に取り組んでいる。これらの取組みは、情報共有のツールとして「島の色」を活用することで、住民・観光客への周知を最大化させ、地域企業や住民の参画を促すことができた。



島の色 の発行

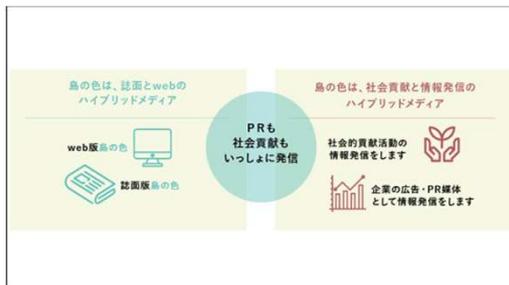


島の色掲載内容

### 基本情報

代表地方公共団体	沖縄県宮古島市
代表民間団体	株式会社離島未来ラボ
他の連携団体等	エコアクション・カンパニー認定企業、理想通貨協力店
カテゴリ	エネルギー対策／環境保全対策／廃棄物（ゴミ）対策
事業費	
めざすSDGsゴール	
事業化までの期間	1年

### 取組内容



島色のスキーム



島色の掲載ページ

この取組で解決した課題	<p>持続可能な島づくりに向けて、企業や住民、観光客の間で、エコアイランド宮古島（宮古島市版SDGs）の認識度を高めていく必要があった。島の色を開発した2019年は、宮古島に観光客が殺到し、オーバーツーリズムと指摘されるようになり、地価は高騰し市民生活に影響を与えるようになり、サステナブルツーリズム・レスポンスブルツーリズムが注目されるようになった。</p> <p>そこで、住民・観光客一体となった島づくりを推進するための情報戦略の一環として、島の色を開発した。</p> <p>結果、エコアイランド宮古島（宮古島市版SDGs）のスローガン「千年先の、未来へ。」はインターネットや各所で引用される機会が増え、島の色ファンと自認する観光客や企業が出現した。また、学校の環境教育の授業で教材として使用されたり、観光協会へ島色のコンテンツを提供する予定となり、島の色を通じて、エコアイランド宮古島の概念が地域社会に根付き始めた。</p>
解決に向けた手法	<p>宮古島市エコアイランド推進課と協働契約書を締結し、エコアイランド宮古島（宮古島市版SDGs）の情報発信ツールとして、島の色を開発。2018年に企画を開始し、初版を2019年12月に発行。現在は第6版を制作中。制作・発行を離島ミライラボ、監修を宮古島市エコアイランド推進課が担当している。</p> <p>エコアイランドコンテンツだけでなく、観光や暮らしについての情報発信し幅広い読者層に対応することで、企業や住民、観光客に、エコアイランド宮古島の目標や取り組みを、宮古島市エコアイランド推進課と共に周知を図った。</p> <p>また、宮古島市の取り組みであるエコアイランド宮古島の推進に協力する市内の民間法人・企業（事業所）を協力企業として認定する「エコアクションカンパニー制度」や、地域通貨である「理想通貨」の情報発信により、事業者が島の色を支援・参加すること＝CSR/CSVと位置づけ、事業者のエコアイランド宮古島への興味・関心を高めることができた。</p> <p>よって、島の色という媒体を使った、官民連携による大きな発信力によって、エコアイランド宮古島の認知やアクションに繋げることができた。</p>

## 取組詳細

事業推進上の各団体の役割分担	「島の色」制作において、宮古島市役所は監修、株式会社離島未来ラボは、編集、制作、運営全般、資金調達を実施。
地域関係者との連携方法	企業については、共に持続可能な島づくりについての情報発信に取り組む「エコパートナー」として定義し参加いただいている。 市民については、エコ活に取り組む幼稚園から企業まで幅広く取材し、関係者が読みたくなる工夫をしている。 観光客については「隣人」として宮古島を故郷と感じてもらえるようなコンテンツづくりを目指している。 宮古島市とはお互いの持ち場で協調し合っており取り組みが進められている。
資金調達方法	島の色掲載企業からの広告費。
資金調達方法の補足	観光地の雑誌として異色であり、その価値が浸透することに時間を要している。 また、コロナ禍により、企業は広告宣伝費を削減する傾向にあり、事業の安定化がこれからの課題である。
事業推進上の課題・工夫	持続可能な島づくりは、市民だけではなく観光客の皆様のお力もお借りしなければならない。 その為に、市民、観光客の皆様が楽しめる、伝わる内容を目指し、環境・暮らし・観光の情報をバランスよく構成することを心がけて、市民、観光客、エコアイランドファン全ての人達に向けた誌面になっている。 また、新しい宮古島ファン層「エコアイランドファン層」を醸成していくミッションも帯びており、宮古島のあるべき未来を提案するようなコンテンツであることも心がけている。 官民共創については、島の色が良い事例となり、他の事例の創出に貢献できるように発信を続けている。 今後は、島内だけでなく島外の方々にもエコパートナーとなっいただき、エコアイランド宮古島の推進と実現に持続的に貢献していきたい。

## 担当者のコメント

公共事業としてスタートした島の色は、現在、民間企業である弊社の自主事業として引き継がれ、今も宮古島市エコアイランド推進課と協力して、持続可能な島づくりに関する情報を、協賛企業のお力をお借りしながら発信しています。各ステークホルダーの得意分野を持ち寄り、活かし合う官民共創の取り組みでありソーシャル・ビジネスとしても成立している大変、貴重な事例として自負しております。  
島の色を読んだという観光客の方々が、わざわざ編集部を訪ねてこられ、一様に内容に感動したと感想を頂きます。事業安定化まで、まだ時間が必要ですが、今の私たちの島には必要な媒体だという信念を持っており、今後もエコアイランド推進課の皆様、エコパートナーと呼びしている協賛企業の皆様と力を合わせて事業に取り組んでまいります。



会社のロゴ

## 優良事例応募項目

取組のポイント（3つの視点）	<p>①地方創生SDGsの視点 エコアイランド宮古島宣言2.0に基づき制作しており、いつまでも住み続けられる島、いつまでも愛される島創りの目標達成のための、情報発信をしてきた。エコアイランド宮古島の概念は、宮古島市におけるSDGsと捉えられる。</p> <p>②ステークホルダーとの連携 エコアイランド宮古島、宮古島版SDGsを発信する「島の色」は、エコパートナーと共にエコアイランド宮古島を情報発信するメディアであり、参加することがSCR・SCVに繋がるメリットがあることで連携が図れている。 また、島の色では観光客の皆様と共にこれからの宮古島を創る隣人と考えており、常に連携を意識している。 世代や性別を超えた、エコアイランド宮古島ファンの新しい層の醸成も目的としており連携を図っていく。</p> <p>③モデル性・波及性 「島の色」という媒体を使い、行政、市民、観光客が一体となって、島の環境問題についての取り組みを知り、取り組みを始められる構造にした。 今後も、アフターコロナ・ウィズコロナを見据えて「サステナブルツーリズム」「レスポンスブルツーリズム」の推進や、SDGs×DXといった新しい取り組みのコンテンツづくり、島内で進められている再生可能エネルギーによる電力の地産地消プロジェクトの発信など、持続可能な島づくりについて積極的に新しい情報を発信し続けていく。 また、島外のエコアイランドファン層の醸成にも力を入れ、宮古島を日本の宝と位置づけて「千年先の、未来へ。」繋げていく。</p>
----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------