

広域コミュニティの形成

ファンコミュニティ

(ファン=本県離島に関心のある一般消費者)

ファンとなるきっかけ

SNS

・ブログ

・Instagram

・Facebook

・Twitter

イベント

・特産品販売

イベント

・ワークショップ

・移住相談会

・トークイベント

友達の紹介

旅行

出張・転勤

等

○ファンコミュニティ形成による効果○

- 1 口コミによる売上増加
- 2 固定客の獲得
- 3 一般消費者のニーズの把握
- 4 商品のブラッシュアップ
- 5 新しいアイデアの発掘
- 6 UIターン者の増加
- 7 ブランド力の強化 など

～離島地域おこし団体からのファンへの働きかけ～

- 1 離島地域おこし団体等とファン同士の交流イベントの開催
- 2 離島の情報の提供
- 3 新商品等のモニターの実施
- 4 特典の提供(優先購入, 商品割引等) など

離島地域おこし団体

・ワークショップ等による新しい視点からの問題解決への連携
・連携しての新事業開発

・インターンシップや勉強会による世代間の交流や相互のノウハウ共有

・地域活性化
・本県離島のブランド力強化

ワークショップ等による人材ネットワークの構築

他業種

起業予定者
若手事業者

実践型インターンシップ実施の流れ

