Nittosha 姫路女学院中学校・高等学校 HIMEJI INTERNATIONAL SCHOOL Social Eight

兵庫県中播磨地区地域まちづくり活動応援事業
SDGs2026未来を拓く共創プロジェクト

マッチを世界へ

-地場産業の認知度を向上させる取り組みとオリジナルグッズの提案-

紺岡りの　千家明日凪
（金内菜々香　髙濱千菜　森蔭小萩　吉村唯楓）

目次

01　日東社とは

02　この活動の目標・課題

03　具体的な提案

04　私たちのこれまでの活動

05　まとめ・今後の展望

日東社とは



国内少数の一貫生産のマッチメーカー

日本のマッチ市場の約7〜8割を生産

広告用マッチ・家庭用マッチで高いシェア

100年以上の歴史を持ち、時代を超えて

伝統的なマッチ製造を維持

この活動の目標・課題

＜課題点＞
・マッチの**需要率**が下がっている
・**知名度**が下がっている
・**廃棄**が多い

＜目標＞
・SNSでの情報発言を通じて、マッチの**認知度**を向上させる。
・マッチのパッケージを工夫し、**幅広い世代の購買意欲**を高める。

提案

・文房具マッチ

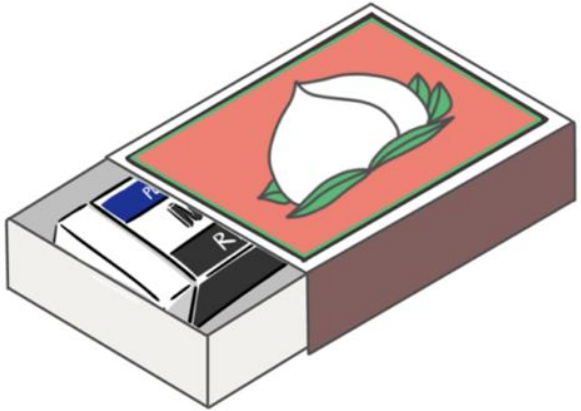
・アロママッチ

・SNSの運用

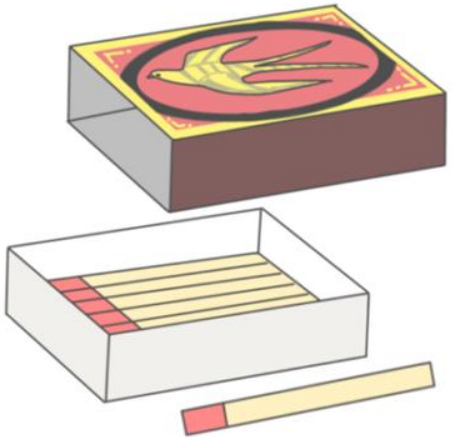
・姫路城マッチ

文房具マッチ

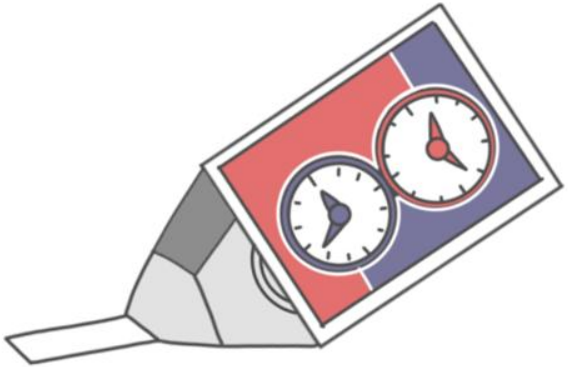
（イメージ画像）



マッチ箱に消しゴムを入れて
消しカスの散乱を防ぐ



付箋のデザインをマッチ棒柄に
レトロな付箋



修正テープマッチ箱のデザイン

アロママッチ

（イメージ画像）









SNSの運用





SNSの概要

高校生×企業のコラボSNS運用

マッチの情報を分かりやすく発信

高校生らしいアイデアで、マッチを
もっと身近に感じてもらう投稿を実施

もっと多くの人に"マッチ"を知ってもらう
ための取り組み


HIMEJI

姫路城マッチ



商品名：姫路城マッチ

12 つくる責任 つかう責任

日東社と姫路女学院のコラボマッチ

マッチの火薬が赤・白・黒



不揃いのマッチを使用し

環境に配慮したご当地マッチ

観光客の方にも手に取ってもらえるよう

姫路らしさを感じる和風デザインに

姫路城マッチ (あいめっせフェスティバル)

マッチの箱詰め作業



品質を意識した製品づくり

ポップを作成



購買につながるようポップを工夫

SNSで宣伝



魅力的にするための試行錯誤

姫路城マッチ（あいめっせフェスティバル）







モノを売るだけではなく「魅せ方」の工夫、多くの方に手に取ってもらえるよう接客も意識

姫路城マッチ（あいめっせフェスティバル）

あいめっせ売り上げ目標 **100** 箱

実際の売り上げ **109** 箱

目標比：+9個（達成率109%）

現在オンラインでの販売を開始　実際の店舗での販売を検討中



台湾での交流について



台湾の学生との意見交流

台湾では日本よりもマッチが
あまり使われていない
（ライターが主流のため）

⬇

海外でのマッチの**認知度は低い**

台湾のマッチ▶



これまでの私たちの活動





高校生と企業の協力によるイノベーション（中間発表）

これまでの私たちの活動





高校生と企業の協力によるイノベーション 最終発表会

これまでの私たちの活動





ひめじ創生SDGsアワード

まとめ

文房具マッチ･アロママッチ ▶ 日東社も姫路女学院にとっても**良い経験に**

SNSでは投稿を工夫 ▶ **若年層** にもマッチの魅力を伝える

姫路城マッチ ▶ 実際に販売し**売り上げ目標を達成**

購入者の方々からの好意的な反応