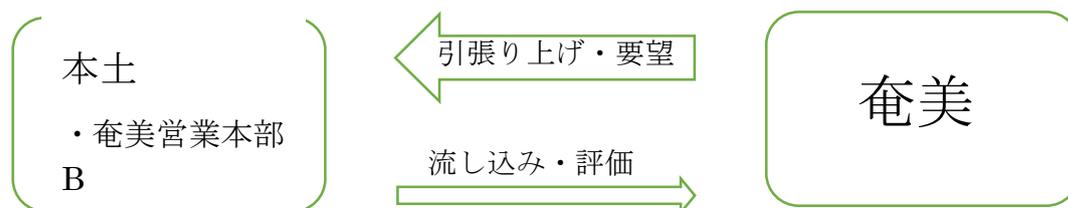


11 本土に奄美流通インフラ

緒言

我々奄美の活性化、振興を唱える時これまでの視点は地元中心の目線であった、と思う。限られた島内で議論し、島内で作って、企画を起こしてそれを島内から本土へ送り出すというイメージであった。そうではなく、

営業部隊を本土に置き、本土から奄美を引っ張り上げるイメージで、本土が奄美営業本部であるべき。



- 1 これまであった地域島おこし協力隊のような「本土・島興し推進隊」を本土に置く。島出身で民間人に一定年収を支給して複数年働いてもらう。本土で需要を掘り起こす。
- 2 営業活動は販売店・マスコミ・エージェント・アカデミー(大学研究機関)への販促紹介。
- 3 地元との接点は①各市町村の個人起業家、企業②観光物産協会③奄美群島広域事務組合である。個人起業家の方が気力が勝っているしネットワークが軽い。
- 4 営業品目は今現在島で言われている事すべてである。地元の・特産物・観光・伝統芸能・アカデミー(民俗学、歴史、言語、...)等だ。これらをVRにして本土へ紹介する。
- 5 取引の起動は本土から島へ発注を掛けることだ。今までは島から本土へ送り出しであったが今後は逆である。(いままでもそうであったろうが力点の比重が逆になるという事である)
- 6 目玉の観光ツアーは島からの呼びかけではなく本土からの流し込みが主となる。VR(バーチャル・リアリティ=仮想現実)や奄美の疑似体験の場を本土において提供する。特に奄美、沖縄は民俗学の宝庫。アカデミーから見れば非常に魅力有るところ、それらの研究活動を資金面などからサポートする。
- 7 本土から島への評価—遠慮のない評価を提供し品質を磨く。我々の島内での生産物は外部評価を受けてない。品質は他者からの評価を受けてこそ磨かれる。
- 8 島から本土への要望：・販売先の開拓・物産展の場所取り・等の要望/要求を出す。例えば物産展など物の受け取りや展示準備、販売スタッフなど人手は必要。それを本土で受け入れる体制(郷友会会員等)を整備しておく。そういう要望を出す。
- 9 これらの活動は・東京奄美会・関西奄美会の郷友会が支える。郷友会の正式活動として行う。そのためには奄美会と島のトップ同士が合意することが必要。
- 10 「経済効果測定」の視点が必要。経済効果を予測し、結果を測定をする。てーげてーげなやりっぱなしでなく活動をデジタル視点から捕捉すること。

総論(これから)

私は具体的に島の活性化について言うことはない、現在皆が言っていることが実行されると非常にすばらしい。私の視点はこれらの島の宝物を如何に島外へ流通させるかであり、その視点から述べたつもりである。

(北島公一)