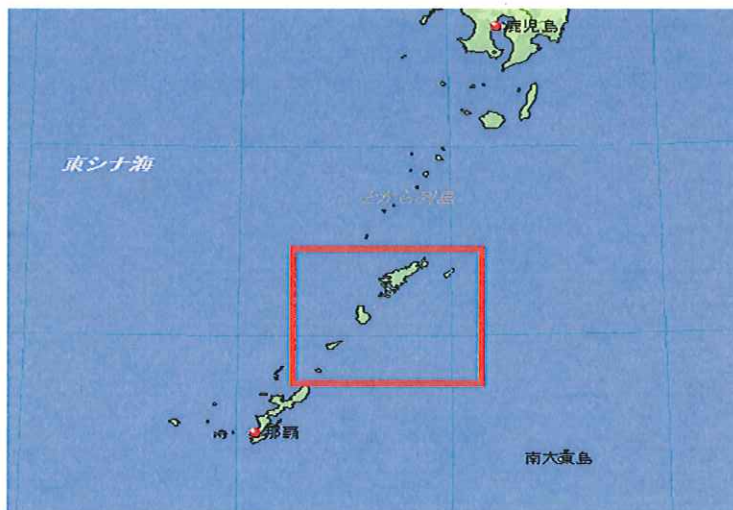


事業の背景と目的

（離島が抱える共通の課題）

奄美群島など地域の人口や産業の規模が小さな離島では、既存の産業の内発的発展や新たな事業の展開といった地域の再生に関する様々な取組において、流通・販売・PR等の面において自ずと限界がある。また、若者の流出や高齢化が進展する中で、一部地域では集落の維持存続の面でさまざまな課題を抱えている現状である。



（群島内における地域連携）

一方、奄美群島では、これまでの長い歴史の中で、行政区分よりも小さな集落という自治の最小単位をベースに独自の生活習慣や文化が培われてきている。（奄美群島の独自性・優位性の強み）

これらの集落の個性が群島全体で連携・補完し合い、ひとつの集合体となることで、新たな事業に関するアイデアの創出や事業化に向けた連携といったパワーを発揮することができる。

そのためには、このような取組の主体となる人材、各集落等におけるリーダーが必要不可欠である。

（群島内外における人的連携）

また、集落の住民だけではなく、集落出身者・奄美のファン・離島振興やマーケティング等の専門家などのネットワークを活用することで、消費地ニーズを掌握し、新たなビジネスの展開も可能となる。

（構想の目標）

本構想は、これまでの本場奄美大島紬やサトウキビの生産といった規模の大きな産業の育成と併せ、奄美群島を構成する8つの離島（有人）、さらに各離島を構成する集落の持つ固有の自然や文化の魅力を最大限活用し、かつ各集落が地域的な連携と人的な連携を行うことで、独自性を保ち、小規模な産業を複数創出することで奄美群島全体としての地域再生を目指すものである。

活動概要

リーダー研修会	車座研修会／地域づくりOJT
第1回リーダー研修会（徳之島町） 第2回リーダー研修会（下川町） 成果報告会（東京）	推進協議会世話人との事前協議 推進協議会の開催 スーパー等での販売 地域イベントの開催 各種アンケートによる分析

広域的な取組

奄美群島は、鹿児島県本土と沖縄県の中に位置する外海離島（8島の有人離島）の12市町村で構成する圏域である。

そのため、事業の背景で述べたとおり離島がゆえの様々な課題を抱えている。しかしながら近年は、不利性と云われてきた離島の共通の課題は、個性であり、強みとしての優位性であるとの意識に変化している。

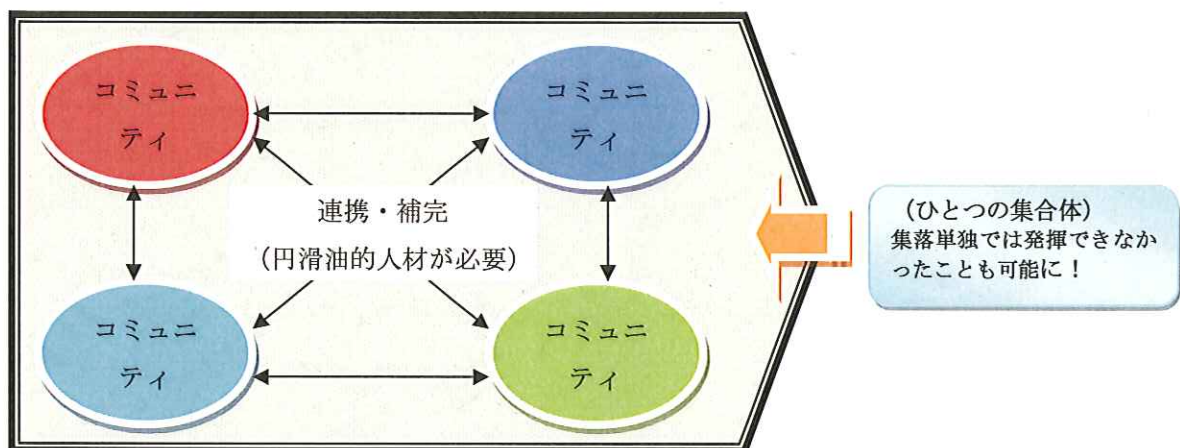
特に奄美群島は、特異な歴史と地理的な背景から固有の文化や自然を有していることから、この離島の特徴を生かす地域リーダーの育成が求められていた。とりわけ、行政区分よりも小さな集落という自治の最小単位をベースに独自の生活習慣や文化が培われてきていることから、集落の個性を生かした取り組みが生まれつつある。

本項では、奄美群島の各地域で実施されている各事業を紹介する。

本事業との連携が深まることで、将来的には奄美群島の集落が個々にビジネスモデル（産業群）として発展し地域が再生することが期待される。

～広域展開のイメージ～

集落間、群島内での連携・相互補完（ひとつの集合体となりビジネス強化）



<効果>

集落が個々にビジネスモデル（産業群）として活性 ⇒ 地域再生

本事業を通じて得られた「成果」

車座研修会、推進協議会などで提言された以下の項目を実践することで、様々な成果を得ることができた。

【提言項目】

- 島内外の交流者へのアンケート実施→改善点を抽出整理
- 「徳之島健康じゃがいもの日」の設定→町内小学校給食に提供
- スーパー等での実証販売
- 地域イベントの開催→PR回数の増加
- その他



【成果】

- アンケートをもとに味の改善が図られ、その結果、スーパー等での実証販売では列ができるほど好評だった。
- 主に地域内で知られていた「母間コロッケ」の名称が、島全体に知られるようになった。
- 指導者や全国各地で取り組んでいるメンバーとのネットワークができた。
- リーダーとしての意識が倍増した。
- 任意団体からNPO法人化への機運が生まれた。（現在申請準備が整いつつある。）
- 実証販売の成果を踏まえコミュニティレストラン開設に向けた動きが生まれた。（現在アンケート調査実施中）
- 島内外出身者との「ブランドを食する交流イベント」を開催し、PRの充実が図られた。
- チラシ・成果品に貼るシール・のぼり旗が作成され、「母間コロッケ」の知名度が上がった。



今後の課題

平成20年度の本事業の実施によって、一定の成果が見られたところである。今後地域に定着し、持続的な展開を図るためには、各課題を解決しながら体制の強化が必要である。

第2回の推進協議会で議論された課題を踏まえ、その方策を整理する。

【課題】

1. ブランド候補食材の各施設等への活用（学校、福祉施設、地元の各スーパーなど）
2. 生産性と品質の向上
3. 販路の拡大
4. 子どもたちや若手の参加



【方策】

1. ブランド候補食材の各施設等への活用（学校、福祉施設、地元の各スーパーなど）

①問題点

大量販売を考える場合は、施設への安定的な供給が最善策である。

しかし、食材の安定確保、衛生面のチェック体制等が大きな課題である。

特に、学校、福祉施設は、食の安全がクローズアップされているため製造工程表などきめ細かい衛生管理が求められる。

②改善策

栄養士等指導を踏まえながら、上記の問題点の解決を図っていく。これまでの取り組みは、衛生面に配慮しながら作っていた。特にかあちゃんコロケとしての「思い」を乗せていた。今回の事業を機にコミュニティレストランの具体的な展開も見えてきたため、一層衛生面の質を向上させる体制を図ることとした。

2. 生産性と品質の向上

この課題は、上記の課題に共通するため、上記の改善策の中で解決を図っていく。

集落全員が経営者との意識醸成が必要との観点から地区全体で NPO 法人化を目指すことで、体制の強化を図り解決することとした。

3. 販路の拡大

①問題点

本事業実施以前は、知名度が低く地区内での販売が主であった。そのため、趣味の延長との意識が強く、収益性も低く手出しの場面が多くあるという問題点を抱えていた。

②改善策

この課題は、上記1、2の課題に共通するため、上記の改善策の中で解決を図っていく。

4. 子どもたちや若手の参加

①問題点

地域のリーダー育成には、若者の参加が欠かせない。現在活動しているのは、高齢者が多い。地域を将来的に支えるためには、世代交流の機会を多く創る必要がある。



②改善策

地区主催のイベントを定期的に行い、地域ブランドのPR提供へ地域活動の面白さ等を伝えるような工夫をする。



5. 「思い」を「集落（コミュニティ）ビジネス」へ

これまで、一人ひとりの思いを形にする展開で活動してきたが、地域全体を一つとして共同で活動するためには、組織として活動することがビジネス化への第一歩である。

そのため、本事業を機会に地域全体を NPO 法人化へ取り組むことで合意が得られたところである。

今後は、法人としての経営マネジメント能力を有する人材の確保、育成が必要となる。