

| | |
|-------------------------------------|--|
| | <p>どまらず、全県民、国民にとっての社会モデルだと思う。なによりも奄美群島の人達はそのポテンシャルを持っていることを再認識することが大事だ。</p> <ul style="list-style-type: none"> これまでのアカデミーの参加者や五十人委員会の方々も、どのように行動しているのか未だにつかめていない。いろんなメニューがあっても組み合わせ方やそれを発信してプランニングしていく力が弱い。その人達を早く育成し、アイデアをまとめる力をつけて自ら進んでやれる充実感や、経済的に潤うことがわかればもっと自分たちでする力はある。それを県や市町村が支援できる方法をやるべきである。 <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 今までは地域がプランニングして旅行会社に投げることはなかなか出来なかったが、具体的な癒し効果など他の所と違う差別化の奄美らしいところ（「避粉地」「冬場の良さ」「癒しと健康と長寿」）を出せるプランニングができれば、旅行会社はのってくると思う。 ギリシャ政府は3年前から農業と観光に危機感があって、国の主導でタラソと観光、食そして長寿をテーマとして世界会議をやっている。内容は島巡り体験や家庭料理（郷土料理）の食事会、踊りの体験、長寿食のシンポジウムの開催等全体の景観作りから観光事業がセットになっている。それは、これから奄美でやろうとしていることである。 |
| <p>H19年度 第2回 (H20.2.1)</p> | <p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> このプロジェクトは4年前から始まっているが、市町村の担当者の変更もあり、目指すところの共有が課題だと思う。 プロジェクトは一層長寿・子宝のまちであり続けるよう、さらに長寿・子宝を支える食材などを活用して、観光・産業に使っていくことが最終目的である。 踊りの保存が目的でなく、「我が町の踊りを活用するとこんな効果があり、産業や観光に生かした」ということが大事。町でアレンジして行って欲しい。 H17年度から奄美の地域住民の4000件のデータが集まっている。これらのデータから奄美は長寿と共に早世という2面性をもっている。40歳代の若い男性は日本人の全国平均値より、さらに動脈硬化が進んでいる人が多い。 <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 喜界町は情景の美しさや古い町並みが残っている。長野県飯田市の空き家対策とか兵庫県豊岡市のコウノトリと観光といった例を参考に、それらと踊りの文化を体験するといった総合ビジョンを考えてみてはどうか。 はんだま茶を商品化する場合は、まず地元の人があるはんだま茶を飲んでいることが大事である。そのため、まず直売型（JA等）といったもので島内需要を高めて、島外需要へと展開することがよい。 島の宝は出そろった。あとは地域の方がその宝や資源をどう生かして、地域に根ざしてどう展開していくかが課題。これまでの成果を活かしていく方法について、地域の方を巻き込んで意見交換が出来る場を作りながら事業展開をしていければよいと思う。 |
| <p>H20年度 第1回 (H20.7.15)</p> | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 体験型観光の中に長寿食材を上手く入れ込み、相乗効果を生むような仕組みを是非とも作って行って欲しい。 人材育成と弁当フェアのそれぞれの内容は素晴らしいと思うが、相互の事業内容がバラバラである。このような一つ一つの要素を上手くつなげていく、埋もれているものを双方で引き出して、最後に産業化へつなげていく。ないものを無理につくり上げるのではなく、本当にある物を引き立たせて、これが「奄美の長寿の要素だ」というものができればよい。 観光は、「景観がいい」とか、「温泉がある」だけでは人は来ない。例えば、100歳以上の人の住んでいる村に行って、その人と話ることができるような仕掛けが必要である。握手したり、生活実態にふれあうといったことが、これからの観光には生きてくる。ただパンフレットを作るだけでなく、もっと突っ込んだことをやっていかないと、これからの観光は生き残れない。特に奄美大島は沖縄とよく比較されるが、沖縄は開発され過ぎており、奄美群島は自然が残っている。どう組み合わせていくかということが非常に重要である。 ブランドとは「差別化」である。ただ単にシールを貼ったからブランドになるわけではなく、消費者の支持があり、品質の保証がされていることがブラン |

ドの条件。島内でどれだけ支持を得られているか、観光客に長寿食材が支持を得ているのかじっくり検証し、ブランド化の努力をしていくことが大事である。

【まちづくり】

- ・ 奄美が持つ二面性、長寿者の割合が多い反面、早世の方も多い点について気になっていた。どの年齢の死亡率が影響し、死亡率が上がっているのかといったデータを算出して、これをもとに対策を検討する時期に来ている。
- ・ 早世の要因を1つの調査で探すには、実際のところ難しい点が多々ある。既存データを深く掘り下げて、検討することも有効である。例えば、市町村がこれまで行って蓄積されている健診データを時系列的にまとめることで、一つのヒントが得られる可能性がある。もう一つ、奄美地域の生活習慣予防の調査を実施してきた。すでに 4,500 人以上の調査を終えている。この調査結果は、この早世予防調査にも十分活用できるのではないかと考えている。
- ・ 今までに（アカデミー、五十人委員会等で）養成してきた人材を十分活用してほしい。いい人材が眠っている。せっかくアカデミーを卒業したのに、自分の役割を見失っている住民もいる。その地域の方々が意気込んで、達成感をもって参加できるような企画を是非お願いしたい。

【観光・産業振興】

- ・ ヘルスツーリズムは直ぐに生活習慣病予防につながるものではない。医学的に言えば、生理的な反応、例えば適度な運動をして血圧が下がる。また、心理的な影響、人が心地良かったと感じる反応などが得られ、この点に関しては、実際にエビデンスも得られている。
- ・ 知的好奇心をくすぐるような知的な要素を取り入れることも非常に大切。さらに、その時に楽しいという位置付けもヘルスツーリズムで必要になる。生活習慣病の予防には継続性が必要。もし、生活習慣病予防をヘルスツーリズムに取り込むとしたら、継続性を得られる要素が必要。一方、タラソ施設を地域住民の方に使っていただくことでは継続性が得られるので、生活習慣病予防に効果が期待できる。このような整理の仕方をする、受け手にとってより解りやすい。

H20 年度
第 2 回
(H21.2.2)

【まちづくり】

- ・ 早世の問題があるが、具体的な数値が出ていない。21 年度から「長寿・健康の島」継承・発展事業の中で早世の要因を調査することは非常に大切なことである。その中で、この地域で早世が増えているんだというものを明らかにして、それに対して対応していくことが非常に重要なことである。
- ・ 今回の5年間のプロジェクトの中で、健康づくりという形でそれぞれの市町村の方がずいぶん頑張ってくられ、その成果も出てきていると思う。一方で、健康づくりに積極的に取り組んでいる方は、興味のある一部の方で、肝心の健康づくりをしないといけない方が入ってこない現状がある。そういった方をいかに取り込んでいくか、島民運動への展開に持っていかないといけない。

【観光・産業振興】

- ・ 地域活性化事業として農家民泊が各地で進められており、地域のアドバイザー、コーディネーターを作って農家民泊と連動して地域活性化をするという方向は総務省でも推進されている。
- ・ 「『はんだま』が非常にブームになってきているから、たくさん促成栽培で作って売って儲かればいい」という方向に走るのではなく、常にプロジェクトの3本柱（まちづくり、産業・観光振興）を踏まえて取り組んでいくことこそが、長い目で見たら、オンリーワンの島として残れることになると思う。
そのあたりの本物志向を忘れずに自分たちの島、まちをつくっていく、これを一層強化することが次のテーマと思っている。
- ・ いろいろなツーリズムをやっても、受け入れ側の反応がいまいち伝わってこない。地域の方が元気をもらって笑顔になったなど、話がもっと出てこないこの事業がうまくいったのか、検証されないのではないかと。
また、主体はここに住んでいる人達、という形にもっていかないと、地域の人ややったぞという気持ちになれない。主導は住民の方、それを支えるのが行政という姿勢を示していかないと難しい。
- ・ 沖縄と同じ売り方をしたらダメである。「長寿・子宝」という言葉をいろんな書き物にすべて入れていくなどした方がいい。

| | |
|---|--|
| <p>H21 年度 第 1 回 (H21.7.13)</p> | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 奄美は「長寿・子宝」の島としてのイメージが定着しており、それを育んできた奄美の独特の食材について、何らかの形で加工することで付加価値が高まり、奄美ブランドとして流通していくのではないかと。 ・ 地域の生活・文化を積極的に情報発信していくことが重要。長寿の人の住む地域に観光客が訪れて、交流できる機会をつくってあげたら双方が喜ぶ。これからの観光は、人の存在が大きい。 ・ 旅行商品を見てみると、本当に奄美に来てこの商品を作ったのかと思うぐらい大した情報が載っていない。やはり、マーケットに届いていないということである。観光とまちづくりということを一体的に考えていただきたい。 ・ 奄美には生活の質の向上につながるようなすごいヒントが隠されている。是非そういった観点で、都会の人たちの生活の質の向上につながるメッセージを込めていただきたい。 ・ 地域住民のエリア内に観光客をどれだけ取り込んでいけるかが大きな課題である。 ・ 平成 19 年にヘルスツーリズムのモニターツアーを組み、ツアーに参加する前後でアンケートをした。ツアーに参加する前に「奄美のイメージの中で魅力を感じるの何か」という問に対し、「奄美の自然に触れることができる」が圧倒的に多かった。それが参加後のアンケートでは、「島唄・島踊りを体験できた」、「タラソセラピーを体験できた」、「長寿食材の料理が食べられた」というのが伸びた。観光客が来たときには、食、住民と触れる、癒しがキーワードでいい結果を生んでいる。 ・ 長寿に走りすぎて、観光客にいくら栄養とかカロリーとか健康にいいからといっても食事として楽しめ、満足できるものでないと観光客は受け入れない。 |
| <p>H21 年度 第 2 回 (H21.10.19)</p> | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光をやるときはマーケティング戦略を絶対に考えないといけない。お客が見たいものや食べたいものと、地元が提供したいものはギャップがある。これが、お客が来ない原因である。このギャップをどうやって埋めるかが一番最初のポイントである。ここが埋まらないとお客は来ない。 ・ 「おとなの長旅九州」という事業で昨年一番人気は、宮崎県の綾町だった。アンケートの結果、「綾町には有機野菜や照葉樹林の森があって、周りにたくさんものづくりの人たちが集まる。そこでスローライフを感じてください」という地域の明確なメッセージがあったため、一番人気であった。何を感じてほしいかという、1つの明確なメッセージがなければ、海や山があるだけでは人は来ない。特別なことはしないでよい。観光客のために特別な物をつくると逆効果である。なぜ長寿なのかの本質を考えたら、特別な仕掛けは必要ない。 |
| <p>H21 年度 第 3 回 (H22.3.25)</p> | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (与論町「ゆんぬヘルスツーリズム推進事業」について) 運動による癒し効果については、鹿児島県内の本土でも色々な所でやっており、与論町独自の運動的な要素を取り入れたという特徴があると魅力が高まる。与論町の独自性を、シーカヤックなどの海を使った運動など、もっと打ち出す必要があると思う。 ・ 砂浜でウォーキングなどすることが心や体の調子を整える(癒す)ことに非常に効果的というのがわかった。単にウォーキングコースを造って打ち出すだけでなく、「海風に思いっきり当たりながらウォーキング」というような出し方や、今まで検証されてきたことを活用して特色を出していくと、とても魅力のあるものになる。 ・ 与論島の観光を増やすには、本土からの船を利用した観光客を増やさない限り、厳しいと思っている。九州新幹線が来年開業するが、新大阪や博多から新幹線で鹿児島に着いて、乗り継いで奄美や徳之島や与論まで行くことができる通しの切符を発行できるよう働きかけてもらいたい。また、JRの時刻表にも掲載されると、認知度がアップすると思う。利便性を図ることが非常に大事である。 |
| <p>H22 年度 第 1 回 (H22.7.28)</p> | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「あまみシマ博覧会」の一つ一つは、実は物産のテストマーケティングの場だと思う。作っているプロセスを見せたり、作っている人の思いや哲学などを決められた時間の中で表現する方がよい。 |

| | |
|-----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> 「あまみシマ博覧会」は、1つの手段で目的ではない。重要なのは参加者の島内の方々が、「自分達の住んでいる島はすごい」と、どれだけ口コミで広げていくかということ。奄美の価値は、有料広告では伝わらない。おそらく口コミや奄美に惚れ込んだ方が書いた本、取材の記者が書いた記事、そういうことの繰り返しだと思う。従って、地元の参加者も、ブログやツイッター等で、もっと情報発信するような仕組みを是非考えていただきたい。 |
| H22年度 第2回 (H23.2.1) | <p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本は少子高齢社会のモデルを模索している。どうやったら少子高齢社会、人口減少を乗り切れるかのヒントが奄美地域にあると思うが、奄美地域の方々自身が、そういう認識がどのくらいあるのか。若い人を含めて、このことを再認識し、とても素晴らしい宝をこれからみんなで作って強めていこうという全住民の運動を起こすことが必要だと思う。 <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 奄美の長寿の食や物産など、伝統的なものが徐々に形が変わり、現在の日常から減っている。現代に合うよう変化していかないと残っていかないものが非常に多い。昔ながらの長寿の食事を提供して、珍しさで食べていただく機会があっても、継続性がなければ意味がない。今までの食材を使って、現代風にアレンジすることが自分自身の課題になっている。 |
| H23年度 第1回 (H23.10.31) | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客は、例えば黒砂糖がさとうきびから出来る過程が見えるととても感動する。さとうきびがいつ頃出来て、いつ頃刈るなどの一年間のスケジュールがあれば、旅行をしようとしている人の参考になり、行きたいという気持ちにもなる。 また、行った時に、物語を入れながら商品の説明が出来ると、観光客は非常に感動的に覚えて帰ることが出来るのではないかと。季節ごとの情報を発信していくことも今後の観光には必要ではないか。 観光は、出来るだけ個人ベースまで落とし込まないと行ってみたいという気にならない。この素材に関わっている人が何をしているのか、出来るだけホームページを活用して紹介する仕組みを考えなくてはいけないと思う。自分達で写真を撮って、今この施設のこの瞬間に何をやっているのかというのを、ブログやフェイスブック等を利用して、発表する場を是非作っていただきたい。 知りたいのは、一集落1ブランドのような地域の人たちの日頃の生業や生活等の情報ではないか。これがまさに今、求められる地域観光情報だと思う。 |
| H23年度 第2回 (H24.1.26) | <p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 早世問題をこのまま放っておくと、「長寿の島」は過去のことになる。早世の問題を前向きに取り組んでいくことにより方向性を取り戻せると思う。早世問題は長寿の島に警鐘を鳴らしていると、受け止めなければならない。 <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> このプロジェクトは、はじめに行政が検証や立ち上げを行い、徐々に市町村当局、奄美の住民の方々へともっていくというシナリオである。是非、地元の方が中心になって、自分達の問題としてやっていくという活動を樹立して行って欲しい。目指すところは奄美群島の自立的な発展である。 今、ブータンには世界各国からたくさん視察が入ってきて、結果的に観光につながっている。奄美は長寿・子宝や自然環境等、21世紀の少子高齢社会を生き抜く社会モデルとしてのポテンシャルがある。この世界遺産的優位性をもっと強めていき、皆で「長寿・子宝」と自然との共生等、幸福な生き方が出来る地域だというモデルにしていく。そして、滞在型の観光客にも来ていただき、癒されて帰っていただくというようなコンセプトと目標を改めて共有していくことが大事である。 |
| H24年度 第1回 (H24.7.19) | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 年配の方々などの子育てが終わった人材を活用して、それぞれの地域の案内や文化を語ってもらうなど、高齢者の生きがいづくりをすることが子宝につながっていくものと思っている。 単に自然や景色が美しいだけではなく、プラス人の豊かさとか美しさが加わ |

| | |
|-------------------------------|--|
| | <p>ったトータルとしての世界遺産になればと思う。それを目指せるポテンシャルを群島は持っているが、ずっとここに住んでいると良さに気付かない。外部から指摘・提言してもらい、奄振や世界遺産化等に対して取り組んでいけば、素晴らしいものになると思う。</p> |
| H24 年度 第 2 回 (H25.1.31) | <p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長寿のまちづくりをするためには、企業努力も大事だが、それを応援するまち全体をつくる必要があり、そのためには、縦割りではなく横のつながりである総合行政が大事である。 ・ 官と官の壁、官と民の壁（市町村間の壁）、民と民の壁という三つの壁がある。広域的に市町村を越えていく突破力があるところとないところで、将来のまちが明るいか明るくないか、差がでてくる。全国的にみても、1つの役場内でも課を越えて横断的にやれた地域は元気であり、やれていない地域は元気でないという感じである。 市町村の中で壁が越えられた地域もあるが、越えられずに担当課だけでしか出来なかったところは、次の10年に向けて、なぜ出来なかったか反省することが大切。 ・ 地元の方々だけでいろんな問題を越えていくのは難しいと思う。外の企業やノウハウを持った人をもっと使った方がよい。伊仙町も外部の意見を聞いているのが最大のポイントである。地域の人達に自分たちの宝を気付かせるようなプロジェクトも大事だが、加えて外部の人と接点をもって、新しい感性を取り入れることによって、いろんな化学反応が起きる。 |
| H25 年度 第 1 回 (H25.5.20) | <p>【観光・産業振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「徳之島ダイエットアイランドモニターツアー」の目的が、数値目標を追うものではなく、「生き方を変える」ということで、当プロジェクトの目指すところに合致した、素晴らしい取組である。 ・ 心の問題などが非常に大きな社会課題になっており、これからこういうツアーを行う場合、どういうコンセプトで、どういう人を対象にするか等を考えて、取り組んでもらいたい。 <p>【シンポジウム関係】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ シンポジウムは誰のためにやるのかを明確にはっきりしないといけない。 ・ 少子化対策の問題は、日本全国の問題であるので、少子化対策に取り組んでいる政治家（大臣等）を呼んで、政策の中での考えを聞いて、島での検証がなされ実証があることをみつけていけたら、中央のメディアはついてくるかもしれない。 ・ 21世紀少子高齢社会のモデルになる一つの提案になるチャンスにできると思う。政治家にも来てもらい、政策提言が現場からできればよいのでは。 |
| H25 年度 第 2 回 (H26.2.6) | <p>【総合意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今後は、地元の方々が自分たちの力と知恵と行動で「長寿・子宝」を一層進め、それを支える産業・観光も進めて、奄美群島の自立的な発展を実現して欲しい。 ・ 森少子化担当大臣から、「奄美群島は『21世紀少子高齢社会の対応モデル』になれる」と言っていたので、自信を持って取り組んでいって欲しい。 ・ 全体として自立的発展の芽生えが認められるようになってきた。地域の発展は地域が中心になってやらないと将来がないということが浸透してきた。 ・ 「長寿・子宝」といった人の要因も加わった世界自然遺産は他の地域にはない。そういう素晴らしい島であることを活かして、世界遺産に向けた取組を行って欲しい。 ・ 当プロジェクトで取り組んだ様々な効果検証などは、科学者の視点、論理的な視点で行われており、地域づくりのノウハウが詰まっている。奄美群島においてどのようなことを取り上げたらよいかなど掘り起こしてあるので、是非、地域の発展に役立てて欲しい。 <p>【まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 島で暮らす人たちは「長寿・子宝」を意識しないで暮らしており、外のものに憧れや興味を持っていたが、このプロジェクトが始まって、地元の良さに目を向けるようになってきたことが、このプロジェクトの一番の成果である。 |