



シシガーデン: <http://sisi-garden.com/>

シシペディア: <http://sisipedia.sisi-garden.com/>

映像とインターネットを利用した志布志発の情報発信ターミナル「シシガーデン」がリニューアルいたしました。

平成 27 年度に制作・中継した映像番組・作品のアーカイブはもちろんの事、志布志のことをよりたくさ  
ん知っていただくために新たに志布志市ならではの CM 映像制作プロジェクトに取り組んでいます。  
ぜひ新しくなりましたシシガーデンをご覧ください。



新しくなったシシガーデン



シシガーデン動画番組



内閣府主催「地方創生動画コンテスト」で最優秀賞を受賞し日本テレビにてオンエアされた「お釈迦祭り」PV



「みなと祭り花火大会」を地域おこし協力隊が生中継



夏越しそば祭り PV・生中継



生涯学習講座開講式・生中継



黒豚三味井・どんぶり選手権 応援 PV



424FES 生中継



志布志市プロモーション映像「美しき故郷しぶし・自然編」



国民文化祭での生中継の風景

『地域経済の活性化に向けたあるべき「地域ブランド 商品・サービス」』

こころざしコラム 第23回 坂本貴弘



コラムニスト：ふじやま学校 代表取締役 坂本貴弘 神奈川県出身。志布志ブランド推進アドバイザーとしてブランド作りに挑む。東京大学卒業。

前回「地域経済の活性化に向けた「地域ブランド」の意義」という標題にて、『こころざしブランド通信』メインテーマである「志布志のブランドづくり」のあるべき目的として、「外貨(市外・県外・海外から志布志市内の商品・サービスに支払われるお金)をいかにして稼ぐか?」について書かせていただきました。そして「外貨を稼ぐ」すなわち市内の商品・サービスをどのようから「売り込む」、もしくはは外から「呼び込む」ことで地域全体の『売上』を上げていくことができるか、についても書かせていただきましたが、今回はもう一歩踏み込んで、その『売上の質』について考察したいと思います。

ここでいう『売上の質』とは、地域経済の活性という観点から望ましい『売上のあり方』を意味させていただきます。具体例として、志布志市全体が外地から財・サービスを購入する「移輸入」と外地へ販売する「移輸出」の相関、生産・加工・販売における各具体的な数値を踏まえ考察すると顕著ですが、結論としては、市外に提供され

「売上(外貨)」を獲得している商品・サービスの原材料ができるだけ地域内のものであることによって調達・生産されている状態、できるだけ「地域内製率」の高い商品・サービスによって市外の「売上(外貨)」が獲得されている状態、が地域経済の活性化のために望ましい『売上の質』となります。そして、その『売上の質』がより高い比重の産業構造で地域経済が構成されているほど、地域全体の最終的な利潤の増大、地域内の家計や所得の向上、すなわち「市民益」につながります。より厳密には、中間加工品や最終生産品を製造する事業者の親会社・本店が市内にあるのか市外にあるのか、工場が現地法人か、など各企業における会計・財務・税務的な影響も受けて、地域内に実際に流通・留保する貨幣量は決まってくるが、大枠として、なるべく地域で「内製化」されたものを外部へ販売することが地域経済を豊かにすることに繋がることが変わりはないとはいえます。