



「第2回島会議」を開催！（後編）

10月24日、東京・赤坂にて大島・神津島・三宅島・八丈島の4島合同で開催された第2回島会議レポートの後編をお届けします。



地域の新たな価値を見つけ、発信していくこと

フィールドワークでブランディングの実践の場を視察し、そこで得た気づきを共有した後、再び赤坂に集合した各チーム。プログラムの後半は、マガジンハウス WEBマガジン『コロカル』の編集長を務める及川卓也氏より、「地域の魅力発信のために・魅力的な地域ブランドをつくるために」というテーマの講演を聴講。

グループディスカッションで言語化された気づきやヒントを、どうすれば今後の島のブランド化につなげられるのか。島会議の次のステップに向け、及川氏より『コロカル』の紹介を含め、地域メディアという立場から、地域の魅力発信や魅力的な地域ブランドをつくるために必要な視点について、お話いただきました。

及川氏は「今回の東京宝島ブランドづくりの視点について、『関わる人がやりがいを感じられるような、島の人々を幸せにすること』『一度のブームになるのではなく、ファンを作って継続的に繋がっていくこと』『空き家問題や高齢化、地域の文化資源の保護などの社会課題を解決すること』『運営・広報活動にコストがかからないこと』『観光ニーズに対応する客観的な視点・ホスピタリティ』の6つが考えられる」と、持続可能なベース作りの大切さを語りました。



実際に大島や青ヶ島の人口を例に、島によって異なる規模感がある中で、キャパシティを上回る人を呼び込むのは現実的ではなく、自分たちの規模感を考えた上で、閑散期も含めて、どのように島をアピールしていきたいのか明確化する必要性を訴えました。

また、実際に『コロカル』を通じて多地域に関わる中で、「リソースを価値にする」「話題性を作るためのエッジ」「連携やネットワークを活かしながら進めるシェア」「ブランド化を拡大していくストーリー作り」という4つのキーワードを挙げ、岩手県西六町のプロジェクトを始めとした他地域の先進事例を紹介。

「地域の価値を理解しているリピート客を確保し、新たな顧客を効率よく獲得していくためには、様々なリソースが限られていることが今後の課題になってくるはず。地域の新たな価値を見つけ、発信していくことが、そういった課題解決にも繋がると思うので、皆さんの成功を祈っている」と参加メンバーへエールを送りました。

ブランドとは、明確な個性（＝らしさ）をもつもの

続いて、博報堂ブランド・イノベーションデザイン（以下BID）の竹内慶部長より、今後、島の魅力を発見し、実際に磨き上げを行っていく前に、改めて「ブランド化の基礎」についての講義を聴講。





東京宝島

TOKYO
TREASURE ISLANDS



実際にBIDが手がける企業事例などを交えて、竹内氏は「広告などを使って表面を美しく着飾り、化粧を施し、イメージアップを図ることそのものがブランド化ではないと考えています。人づくり・モノづくり・場づくり、あらゆる手段を使って実態を作っていくことがブランディングであり、値段の高い安いではなく、明確な『らしさ』を持つものがブランド。そして、全ての関係者にとって価値あるものを作っていくということがブランド化だと考えています」と語りました。

また、ブランド化のメリットとして、品質の優位性、他には真似できない模倣困難な差別性を生み出すことであり、お客様がサービス・商品を選ぶ明確な理由を提示することと話し、「地域や島にこそ、未来のブランドのヒントや可能性があると思っています」と締めくくりました。

地域や島にこそ、未来のブランドのヒントがある

講演終了後には各グループで、フィールドワークと講演という島会議全体を通じて得た気づきの共有をするため、グループディスカッションを実施。各グループからは、「島の中で考えていると、どうしてもないものねだりになってしまう。でも、今日見て回ったところ、伺ったお話は、どれも『その場所ならではの』の視点でブランド化されていました。自分たちの島らしさというものを、しっかりとブラッシュアップして、より魅力的にしていくことで付加価値が生まれるのだと思います。この島会議という貴重な機会を、そういった取組につなげていけるようにがんばりたいです」「今回のフィールドワーク、講演など、全体を通じて『共創』というキーワードに対して、多くの気づきがありました。自分の中でしっかりと吸収して、今後に活かしていきたい」「今日改めてブランド化についての学びの場を得て、自分の頭の中の整理をすることができました」「各論と実践、両方を見ることができました。今日見たこと、聞いたことをこれからの取組に向け、自分たちでしっかりと整理していくことが必要だと感じました」といった意見が挙がり、参加者それぞれが今後の取組に向けたヒント、気づきを得た1日となりました。