



第3回新島島会議 開催レポート



島内のレンタサイクルは、来島者の主な移動手段

東京宝島事業では、島の住民が主体となり、各島の魅力について議論し、磨き上げることで、島のブランド化を目指す「島会議」を行っています。9月3日に開催された新島の第3回島会議の様子をレポートします。

>>新島の概要はこちら

(<https://tokyo-treasureislands.jp/niijima/>)

「島を理解し、島からも理解される人」を呼び込むには？

第3回島会議は、7月に開催されたスタディツアーと、第2回島会議を振り返り、新島が求める象徴的顧客像を言語化するディスカッションからスタートしました。

これまでの議論で、「島への理解があることを大前提として、遊び心や好奇心があり、創造性のある仕事をしながら一緒に何かを作っていきたいと思える人」という顧客像が言語化されました。

しかし、ある参加者から「初めから島への理解を求めることは重くないか？」という懸念が出ました。そこで、改めて議論を重ねた結果、「島を理解して、島民自体からも理解される」ことは最終目標に据え、「島を楽しめる人」「島内にて自力で遊べる人」「余白を感じられる人」というキーワードが追加されました。



続くブランド価値の議論では、他者との関わりや意見交換を通じて得た知識や経験を自らの考えに取り入れることができる「オープンマインド」な感覚は、来島者が感じられる"新島らしさ"なのでは、という意見が挙がりました。また、これまでの議論でまとめられた「つながる、明日が待ち遠しい、結べる、点と点を新しい流れに、一緒にやろう、ありがとうの循環」という6つのブランド価値の中でも「『つながり』が最も新島らしさを体現している」という声に一同がうなずきました。

島内の足りない部分を補完。CREW・TABICAをどう巻き込むか



先のディスカッションを踏まえたアクションプランの検討では、前回のスタディツアーで訪問したドライブシェアサービス「CREW（クルー）」と、地域の暮らし体験マッチングサービス「TABICA（タビカ）」との連携を軸に進める方向で議論が進みました。



東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS



CREWには、移動手段が限られている島内交通の補完により島内に点在する宝にたどり着く手段を、TABICAには、点在する宝の本質的な価値や魅力を伝える役割の補完を期待。

具体的なアクションを考えていく中で、「どこまで柔軟に島に合わせた形にできるのか」「持続していくために、収益として見込めるほど売上が上がるのか」という意見が次々に挙がります。最終的には、両社を新島に招いて現状を見てもらった上で議論したい、ということで一同が合意しました。



参加者の鹿田洋介さんは「スタディツアーを経て島外目線を取り入れ、アイデアをより具体化したい」と展望。登竜海さんは「皆の方向性は揃っていたと思う。いろんな意見が出つつもちゃんと腑に落ち、いい議論だった」と話しました。

次回の島会議では、CREW・TABICAと島内でフィールドワークや議論を重ね、具体的なアクションプランを検討する予定です。