



第2回式根島島会議 開催レポート

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。7月9日に開催された利島の第2回島会議の様子をレポートします。

>>式根島の概要はこちら

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

>>スタディーツアー

(<https://tokyo-treasureislands.jp/report/all4-co3.html>)

アイデア一つでブランド化、スタディーツアーの学びを共有



式根島チームは前日に催されたスタディーツアーの振り返りからスタート。

「hanare (ハナレ)」のデザイン性を評価する声や、「刷毛じょうゆ 海苔弁山登り」からコンセプトの重要性を学び、アイデア一つで海苔弁がブランド化することに驚いた人も。他には「COMMUNE 2nd (コミュニンセカンド)」の移動式キッチンカーは魅力的とし、島の住人と観光客が集えるコミュニティスペースとして、また、宿泊先のチェックアウト後の式根島の楽しみ方のひとつとして、屋台導入に前向きな意見も出るなど、序盤から活発な議論が交わされました。

島会議での議論の材料となる情報収集が宿題



スタディーツアーの気づきを共有した後は、ファシリテーターより「スタディーツアーで得た気づきを参考に、今後の島会議で議論する『島の課題』と『課題解決のためのアクションプラン』を様々な数値から考察するため、来島者の年齢層や季節ごとの増減、年間の宿泊客数といった観点から情報収集をしてはどうか」と参加者に投げかけました。

民宿や商店を営む参加者から「来島客の中心は30代、5年前は40代の来島客が多かったように思う」「来島者数としては、5月のゴールデンウィークと7~8月、特に8月のお盆時期は混み合う」などのコメントが出ました。

10月に予定している第3回島会議で、島の人口数、観光人口数、移住者数など、自治体のオープンデータも絡めてさらに深い議論を行うため、参加者それぞれが来島者の動向などについて情報収集することを宿題とし、第2回島会議は終了しました。