



第3回利島島会議 開催レポート



利島の椿。江戸時代には椿油が年貢として幕府に上納されていました

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。10月9日に開催された第3回利島島会議の様子をレポートします。

>>利島の概要はこちら

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

既存の要素を組み合わせ、利島のアクションアイデアを探る

第3回島会議は、利島のブランディングを具体化させるアクションアイデアを検討すること、秋に開催されるスタディツアーの行き先を決めることの2つを目標に、議論が始まりました。

アクションアイデアの検討といっても、いきなり考えられるものではないため、ファシリテーターが、アイデアを生み出す手法として「情報をもとに、既存の要素を組み合わせる」という提案。

「情報」として、市町村のアンテナショップや、有名レストランに食材を卸す地域商社、地域の食材を活用した飲食店など、他地域の取組事例を紹介し、各自アクションアイデアの考案に入りました。



キャッチーな魅力に欠けるなら、 人の繋がりから島を知ってもらおう

その後の発表でまず挙げたアイデアは「利島の産品と交流が楽しめる飲食店」。

利島の魅力を発信する飲食店として、「利島産の食材を使った料理を提供するとともに、人との繋がりから島の良さを知ってもらう飲食店『としまや』を作る」という構想には、「島旅に敷居の高さを感じる層にも島の魅力を伝えやすくなる」「お店を拠点に都心に住む島の出身者にも島の魅力を発信してもらえたら」という意見が重なりました。



利島と椿を知ってもらうための新たなアイデア

続いて提案されたのは「椿油」を軸にしたアイデア。「『椿油を使って瞬間的に五感を刺激する』など、新たな体験ができるとおもしろいのでは」という発想の裏側には、東京の島しょ地域のなかで利島の認知度が低いという切実な課題がありました。



東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS



他にも、「タバコ屋くらいの小規模スペースで、椿油など産品を限定して販売・発信するお店」「現在、食用としては5%程度しか製造されていない椿油を食用としても追求する」などのアイデアが挙がりました。



そして、参加者の意見をベースに「地域の食材を発信している飲食店」「新たな商品開発や産品の販売方法などの参考になる店舗」「一つの産品を集中的に発信しているアンテナショップ」等が、スタディツアーの候補地として挙がり、会議は終了。

参加者の加藤大樹さんは、「いろいろ課題はありますが、この島会議とその後の事業で利島の魅力をPRしていきたい。次回の島会議も楽しみながら参加させていただきます」と話しました。

次回はここで挙げたアイデアを具体化させるヒントを得るべく、スタディツアーに出掛けます。