

### 第3回東京宝島推進委員会 発言録

日時：2017年11月7日（火）15時～16時30分

場所：東京都庁第一本庁舎7階大会議室

#### 1. 開会

【事務局】

定刻になりましたのでただ今から第3回宝島推進委員会を開会いたします。本日はご多忙の折ご出席いただきありがとうございます。私は事務局を務めます東京都総務局多摩島しょ振興部部長の山口でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の会議資料についてご説明します。本日の会議はペーパーレスで行います。会議の資料は基本的にタブレットやテレビのモニターでお知らせします。紙では議事次第、議員名簿、座席表をお配りしております。ご確認ください。それでは開会にあたりまして、小池知事よりご挨拶をいただきます。

#### 2. 知事挨拶

【小池知事】

皆様、こんにちは。本日はお忙しいところ都庁までお越しいただきました。今日はもう全員ご出席ということで、フルメンバーでございます。よろしくお願いいたします。これまで二回議論を重ねていただきまして、東京の島の強みであるとか、課題を抽出していただきました。東京宝島のブランド化に向けた取り組みをどのように進めていくべきなのか、ご意見をこれまでいただいていたわけでございます。

それから、河野委員、アレックス・カー委員からは、今日は、島の活性化につなぐ具体的な事例をご紹介いただけるということで、大変楽しみにいたしております。

それから、委員の皆様方は島に直接いらしていただいて、いろいろ実地体験をしていただいているのと、それと、いらっしゃる予定だったのが飛行機が飛ばないというのが、3回中3回で、雨男は誰なんだという、ね。ここも、やはり島の活性化のためには考えるべきポイントではないかなと思います。そして、私自身はですね、11の有人島をですね、コツコツと回っておりまして、知事就任以来10島目の訪問先となります神津島に今月23日には何う予定にいたしております。

また皆さんで宝物を探し、そして宝島にしていくためにも、皆様方の英知を傾けていただきますようお願い申し上げます。冒頭のご挨拶とさせていただきます。よろしくお願いいたします。

#### 3. 委員紹介

【事務局】

ありがとうございました。それでは続きまして委員の皆様をお手元の名簿順にご紹介いたします。本日は6名全員の委員にご出席いただいております。はじめにアレックス・カー委員でございます。大洞達夫委員でございます。楓千里議員です。河野奈保委員でございます。野口健委員でございます。山田敦郎委員長でございます。

それではここで今回初めてのご出席になりますアレックス・カー議員、野口委員から一言ずつご挨拶をいただきますと思います。はじめにアレックス・カー委員をお願いします。

【アレックス・カー委員】

アレックス・カーです。よろしくお願いします。

昔から東京都の島があるというのを聞いていましたけどもまだ一度も見たことがないし、ある意味何も分からないのにこの委員会に参加しているということが恥ずかしいですね。しかし、島が大好きですし、東京都の島に限らず日本全国の離島の問題はやはりなかなか深刻な問題でありまして、今の時代、特に観光に、逆にホープがあるので、これからの面白い展開を楽しみにしています。よろしくお願いします。

【事務局】

それでは次に、野口委員よろしくお願いします。

【野口委員】

野口と申します。1回目2回目出られずすみません。

東京都の島は以前からいろいろ回ってまして、東京のレンジャー制度を立ち上げた時のメンバーで、10年ほど前にいろんな島をまわってきました。

一般的に東京都のイメージは、コンクリートっていうイメージが非常に強い。ただし、世界中の首都の中で世界自然遺産を抱えているのはおそらく東京都だけですね。世界文化遺産はいろんな国の首都にあっても、世界自然遺産が首都にあるのは東京だけ。東京都はいろいろ島を抱えていますし、奥多摩もブナの原生林もあって、東京はものすごく色々な魅力的な自然を抱えている。

ただ島のほうは天気が悪いとなかなか行けない。行ったところで泊まるところがあまりない、キャンプ場がないから若い人がなかなか行けない。いろんなハードルがあって、せっかく素敵な島を抱えているのに伝わりきれていないと感じております。ですから、この委員会を通して島の魅力をもっともっと伝えていきたいと思っております。よろしくお願いします。

【事務局】

ありがとうございます。それではこのあとは山田委員長に進行をお願いいたします。

#### 4. 議事

【山田委員長】

ここから私が進行役をさせていただきます。本当に皆さんお忙しい中ありがとうございます。実りある議論ができる時間にしていければと思っております。

お手元の議事の次第に従って今日の議題に入っていきたいと思いますが、始めに委員からの視察報告ということで、お話を伺いたいと思います。わたしも、今ふれていただいたように島のほうにお邪魔しようということで、河野委員と一緒に、大島に6月に行かせてもらって。そのままの勢いで8月に八丈島に行こうと思

ったら欠航だった。9月にまた行こうということで八丈島を経由して青ヶ島まで行けたのですが、これはレアなこと、非常に大変なことなんです。素晴らしいものを拝見して、さあ戻ろうとなった時に船しか動いていない、ヘリコプターが飛ばないということで、八丈島をそのとき一緒に見ようと思っていたがスキップせざるをえなかった。また10月30日に行こうと思ったら台風が来て行けなかった。三度目の正直でも行けなかった。そういう話なんです。

台風の影響等々もいろいろと被る島で、野口委員も10月に利島に行っていたく予定で出かけていたいたら悪天候で下船ができなかったそうで。波が荒くて高く上陸できない。急きよ新島に行かれたと。同じ日に行かれたということで、本当にご苦労様でした。

ということで、今日の報告は、大洞委員と野口委員からそれぞれお願いしたいと思います。そういう島の厳しさも含めてお話をいただければと思いますので、両委員お願いいたします。それでは、まずは大洞委員からお願いします。

## **(1) 委員からの視察報告**

### **【大洞委員】**

なんとか行けた青ヶ島の報告をさせていただきます。9月に山田委員長とともに行ってまいりました。

ご存知のように青ヶ島はアメリカの環境保護 NGO のワングリーンプラネットで、`死ぬまでに一回見るべき絶景13選、の日本で選ばれた唯一の場所なんだそうです。羽田から飛行機で八丈島に飛びましてそこからヘリで20分で青ヶ島に着きます。天候によって左右されヘリの就航率は8割程度だそうです。事実、我々も翌日の帰りはヘリが飛ばずに船に切り替えることになりました。ただ船の就航率はもっと悪くて年平均6割程度だそうです。

この写真の船、静止しているように見えますが、実は上下にもものすごく揺れていまして、島がすべて外海に面しているので、非常に波が荒くて接岸できるかどうかはすべて時の運なんだそうです。漁船も海に係留できないということで、この写真の真ん中にケーブルカーみたいなものがあるのですが、これで釣り上げて陸で保管するという状況だそうです。しかもアクセスが悪くて、港から島の内部につながるトンネルが非常に狭くて物資の搬入に制約条件が高いということが分かりました。

一方でですね、島にはいろいろな宝物があります。この左側の写真ですが標高400mの展望台から見た風景で、二重カルデラの内側がプッチンプリンみたいでかなりかわいい、かなりの絶景です。右側はおオタニワタリという植物が群生しているところがあるのですが、その中で老木の肩を借りて生えている風景でありまして、あたり一帯がとても幻想的でとても魅力的なスポットでした。

これは青ヶ島特産の青酎ですね、青酎を試飲しているところです。この16種全部試飲しました。この青ヶ島酒造の奥山さんにご説明いただいておりますが、おオタニワタリの麹菌を使うとか非常にユニークな焼酎でありまして、おかげで夜はよく眠れました。青酎はいろいろ工夫されておりまして、右側にあるようにお客さんが自分でラベルを貼れる小瓶があったり、青ヶ島の別名、歴史的に昔から鬼ヶ島と呼ばれたりいろんな島の名前があるそうですが、そういう別名が表記されている袋が用意されていたり、楽しい贈り物になるようアレンジされています。青酎工場の視察自体が口コミでかなり増加しているようで、年間500~600名の方が訪れるということでしたけれども、今いらっしゃる10名の杜氏さん、この後継者がいないということで今

後がちょっと心配な状況です。

もう一つ、ひんぎゃの塩。火山帯ですから地熱でゆっくり海水を乾燥させてミネラル分が多い塩を生産しています。もともとは村の事業でしたが、山田さんが引き取って事業を続けていらっしゃいます。品質管理も厳しくされておりまして、結果として加工品の原料にも使える。口コミで広がっているようですが、ここもボトルネックは検品を中心にした人員が足りない。生産量には限界があります。他にもいくつかあるのですが今日は時間の関係で省かせていただいて、まとめに入ります。

まとめとして、まず先ほど申し上げたように非常にアクセスが悪いということ。そして物資の搬入も厳しいという現実があるので、量・ハコモノではなくて質を高めて価値をあげる方向かなと思いました。モノ・コトの原石があって、これをどう磨くかということですが、[マーケティング上の工夫]と書いてあるのは、例えば、ひんぎゃの塩はとても品質が良くてしっかりしているわりには、価格が低いという印象を正直受けました。パッケージや売り先の構成を見直す余地があるのではないかという気がします。

その次の[価値の定義]と書いているのは、例えばオオタニワタリのような絵になるシーンがありまして、こういうところはガイドのみの区割りとする、もっと希少価値が上がって環境保護につながりますし、そういう取組ができるのではないかという話も出ました。

[今はないけれどあっても良さそうなこと]ですが、例えば非常に素敵なストーリーがある島なので、宿の増床が難しいということであれば、居心地がよいキャンピングカーをホテルがわりに使うとか、非常に素敵なストーリーがある島だから、それを学んで公認ガイドしてくれる人を育成するとかいう取組ができないかなと思いました。いずれにしても島の人々を巻き込んだ体制づくりが非常に大事になると思います。

[三位一体]というふうにしたのですが、右下にあるいろんな環境条件、人口、自然の制約条件がある中で、左側の事業社の方々がやる気になってそれを磨き上げていく。今申し上げたように、いくつかの宝物があって市場があるように思います。だから、これをどうやって今後三位一体の努力をもって引き上げていくのが重要だと思いました。以上です。

【山田委員長】

私もたまたま、1階で青酎を買ってきましたけど、おいしいですよ。病みつきになりますね。

【野口委員】

なかなか内地では手に入らない、貴重ですよ。

【山田委員長】

買いたい方は都庁の売店にもあります。後二本残っています。

あとは島とうがらしのペーストとか、なかなかいいものがありますし、あとは知らせていく必要がある。お値段はこれで3,000円ちょっとだから安くはないですが、もっと高くてもいいのではないかと。手作り感満載の焼酎、青酎。味がいろいろあるというのも素晴らしいですね。

さて、今度は、利島の港までいって上陸が叶わなかった野口委員ですが、新島の印象等々教えてくださいませんか。

## 【野口委員】

利島には行ったことがなかったものですから、楽しみにしていたのですが、着岸できなくてですね。大型フェリーが着岸できていたので上陸できるかなと思ったら、高速船というのは水から見えてない部分が少ないものですから、上が振られてしまうんですね。いざ渡るっていうときに、はしごがガッコンガッコンして結局渡れない。ジャンプしたら渡れるのに渡っちゃダメって言うし。これから自己責任においてジャンプは OK というルールをつくってもいいのではないかと。ジャンプすれば絶対いけるんです。安全上の理由で上陸できなくて、そこから急ぎは新島の方に行きました。

この写真は、東京から乗った「虹」という高速艇ですけども、虹色なんです。ただ、ペンキの色が少しはげているので、こういう鮮やかな色にするなら定期的にもうちよっとなんかペンキを塗り替えるなど、そういうところは大事だと思うんですね。やはり旅行というのは移動から含まれますので、行きの船から楽しめるような演出も大切で、船をきれいにしてもいいのかなと思いました。

突然行った新島ですが、村長さんが出迎えてくださって。突然行ったので向こうも困ったなって顔されていましたが、でも、気さくで優しくかったです。

僕は新島に行ったことなく上陸して初めて知りまして、新島がアートの島だってことで、驚きました。上陸して車でグーッと回ると、いろんなところ、いたるところに彫刻品があるんです。なぜかという、コーガ石という、イタリアのリパーリという島、そこも新島にしかない石があって。非常に柔らかくて加工しやすい、掘りやすいということで、この新島にはいろんなアーティストが集まって、このコーガ石でいろんなアートをつくって、それが島のいろんなところにさりげなく飾ってある。非常に不思議な島でした。

これは食堂ですね。食堂もコーガ石を使っている。非常にしゃれている。高級レストランではないけれど、そう見える。食事もまあまあ、というかとても美味しかったです。意外と島に旅行で行くと、せっかく景色も海もいいけど、食事がうーんという島が多い中で。1軒しか行ってないので偉そうなこと言えませんが、明日葉とたたきあげが非常に美味しかったのがうれしかったです。

これは、アートの島にしては意外だったですけど、コーガ石を削ってその跡地でサバイバルゲームをしているそうです。意外と雰囲気があってサバイバルゲームは、ハマるかもしれないなと思いました。今の BB 弾はいろいろ聞きましたら自然に戻るとのこと、ここでパチパチ打ち合っても環境破壊にならない。富士山の樹海でもやっている人が結構いて、たまに BB 弾がどこかに行っちゃみたいですが、ここなら消える心配がないのでいいのかなと。サバイバルゲームは僕のホームページをつくっていたスタッフもハマっていて、一定のニーズがあるので、怪しい人が来ちゃうかもしれませんが、意外とサバイバルゲームはありかなと思っています。

あとは海がすごいなと思いました。小雨が降ったりと天気が悪かったのですが、ふつう晴れて日光が入ると海がきれいに水色になるんですけど、まったく日光がない中であれだけエメラルドグリーンがウワツと出てくるっていうのは、晴れているとずっとすごいんだろうなと思って驚きながら見ていました。

これはキャンプ場です。都営なんです。僕はいろいろ東京都の島をまわってきましたが、都営のキャンプ場というのは、僕の知っている島だとたぶんなかったですね。キャンプ場を作ろうという意見があったり、キャンプ場をつくとわけのわからないヒッピーがくるとか、ゴミが出るとか、大騒ぎする人が出るとか、地元の民宿が困るんじゃないかとか、小笠原ではかなりキャンプ場をつくる・つくらないという議論が当時ありました。もしキ

キャンプ場ができると若い人が来やすくなると。なにしろ船賃が高いものですから、小笠原旅行に行くなら飛行機に乗ってバンコクとか行ったほうが安いですね。船賃が高い、しかも2等だと雑魚寝でなかなか大変な思いをしたのに高い、そして行ったら宿泊費もまた高い。もし仮に若い人を増やそうとするなら、キャンプ場はありかなと思いました。

ただ心配する意見が多くて、新島でヒッピーが来るかと尋ねると、意外と西欧人が多いと。外国人が非常に多くて西欧人でしばらくゆっくりと家族で過ごす人が多いと。騒いだりごみを落としたりトラブルを起こすことは、ほぼほぼないと。彼らがいなくなった後もきれいになっていますし、ここの環境、雰囲気はすごくいいので、観光で来る人もテントで来る人もそうポイポイゴミは捨てないだろうなというのは、キャンプ場の雰囲気がそうさせているのかなと、なんていうふうに思います。

キャンプ場はひとつ議論に挙がってもいいのかなと思います。新島以外でキャンプ場が今ないところ。キャンプ場を作れる場所があり、地元の民宿・旅館、地元の島民の意見が最優先されますけど、もし人を増やしたいなら一つ大きな魅力的な要素かなと思います。

あと、これは僕も知らなかったのですが、これが新島ガラスっていうんですね。コーガ石を溶かして何も色を付けないとオリーブ色になるそうなんです。あれを削って溶かすと、この色になる。いろんな東京都の島をまわってきましたけど、このコーガ石というものを聞いたこともなかったものですから。お土産に買って渡しても誰一人知らないんですね。ホントに、次の写真がものすごく美しくて。意外と小さくてそんなに高くないんですけれど。

こういう魅力的なものがありながら、いろんな人に話しても「へー、そんなのがあるんだ」という反応が返ってくるので、まだまだ知られていないんだと。帰りは飛行機で40分で着きましたが、非常に近いのに存在としてはまだまだ遠いんだというのを、新島ガラスを見ながら感じていました。

本当は利島に行くつもりで新島になって、3時間くらいしかいなかったんで、まともな報告ができないのですが、個人的にもう一回行ってみたいと思わせる島だったことは間違いないです。ありがとうございました。

【山田委員長】

ありがとうございます。3時間の中ですごくいろんなものをご覧になったんだと伺いました。キャンプ場とかガラス工芸品とかコーガ石とか、いろんな魅力にあふれているなと思いました。それでは次の議題に時間の関係で移りたいと思います。

## **(2) 意見交換「島しょ地域のブランド化に向けた取組の方向性」**

【山田委員長】

「島しょ地域のブランド化に向けた取組の方向性」ということで10月に集まれる委員で集まって事前打ち合わせをいたしました。けっこういろんな意見が出まして、議事録なんかをみると、こんなに分厚いものが出ていますけれども、そこでの議論を事務局でまとめていただきましたので、意見交換を後ほど進めていきたいです。それでは事務局のほうから資料の説明をお願いいたします。

【事務局】

それではお手元のタブレット、またはスクリーンのほうをご覧ください。

東京宝島のブランド化に向けた今後の方向性につきまして、先日の議論をまとめました。

これまでの委員会での議論、委員の皆さまの島への視察を通じて、東京の島にはブランド化に向けて強みとなる特産品、観光資源が数多くあることが分かりました。一方でその強みを伸ばしていくにあたっては事業の担い手不足や宿泊施設、飲食店の選択肢などいくつかの課題となる事象があることが明らかになってきております。そうした状況を踏まえたうえで、これから東京の島がブランド化していくために何をすればいいのか、その取組の方向性について委員の皆さまにご意見をいただいたので、その内容についてご説明いたします。

はじめに、「東京宝島」ブランドのあり方についてです。まず島民や島を訪れるユーザーの方が東京の島に対するイメージを持ちやすいように、「東京宝島」という11の島全体を包括するブランドを構築する必要があります。「東京宝島」ですが、首都の東京にありながら自然の恵みや独自の伝統文化、豊かな暮らしが存在するなど東京の新しい魅力の象徴として、島しょ地域全体のブランド化の取組を推進する役割を担うものです。

一方で、それぞれの島ですが、「東京宝島」のコンセプトを共通理解したうえで、各島のいろんなバラエティ豊かな特性をいかしながら、現地が主体となって独自のブランドを確立していくことが必要と考えます。

次に、今後の方向性についてご説明いたします。

「東京宝島」ブランド化におきましては、中長期にわたる持続的な取組が必要と考えております。2020年を当面のマイルストーンとしまして、島の現地を主体とした継続的な取組と、それに合わせて「東京宝島」の認知を高めるためのスピーディな取組、これを両方組み合わせながら有機的に事業を展開していく必要があると考えます。

具体的な取組としましては、第一に価値の共有、機運醸成の仕組みづくりになります。まずは、島しょ地域全体で「東京宝島」のビジョンを共有して相互に刺激し合う機会の創出が必要になります。例えば、島しょ全体の関係者が議論をしたり情報共有をしたりするための場として「東京宝島会議」を開催することが考えられます。また各島ごとですが、島ごとに会議の場を設定するなどによって現地の行政、関係団体、事業者などが当事者間で自らの島の個性や価値、将来像を自己で認識して共有することも重要になってきます。

これらの取組を進めながら並行して次の取組を実施していきます。一つは、左下の事業者の支援になります。各島から生み出される新しいチャレンジに対して、それを事業化するために必要な資源を提供できるスキームが必要になってきます。例えば、現地の事業者に対して、ひざ詰めでのマーケティングや販売戦略のハンズオン支援などをきめ細かに実施していくことなどが挙げられます。

もう一つが、右下の「東京宝島」ブランド全体の展開になります。多くの人に「東京宝島」を知ってもらうためには、やはり積極的な発信が必要になります。現在もいろんな島の物産展など、あるいは島のPRを行っています。本土でさらなる情報発信の場を提供したり、メディアを通じた各種プロモーションも積極的に展開することも必要になってきます。また、こうした「東京宝島」が提供する価値やメッセージに触れられるシンボリックな事業を展開することも効果的になってきます。

こうした取組を継続的に展開することで、「東京宝島」全体の魅力の向上ブランド化の確立につなげる

べきと考えております。前回の議論の内容は以上です。

【山田委員長】

委員の皆さんにご意見いただきたいと思います。この「東京宝島」ブランド化の考え方、あるいは現地を主体として当事者として各島のブランドをつくっていく、そして「東京宝島」全体の魅力を上げていくということについてうかがってきたい。時間があまりないので、おひとり1回になると思います。

まず、ご紹介にもありましたけど、東京島しょ全体で宝島のビジョンを共有し相互に刺激しあう機会が必要ということで、まず全体のビジョンがある、あるいはブランドのコンセプトがある、それが各島々の持ち味として融合していくことが必要なので、各島で有志が集まって、あるいは行政、事業をやっている方が集まって議論していただいて、それぞれの島のコンセプトを考えましょと、こういう二重構造でやっていこうという話です。

続いては「東京宝島」のビジョンは何か、ブランド論的に言いますと、他の島とどういう違いがあるのか、これは提供価値というのですが、どういうところに価値があるのかを考えなければならないわけです。

大枠でビジョンやコンセプトを考えただけですが、各島々の皆様どうですかと投げかけるのが良いかと思いますが、各島で共有していただく前に「東京宝島」のビジョンやコンセプトはどうだろうか、ここがまだ固まっていない。作ろうと思えば作れるのですが、皆さんの意見をお伺いしたいと思います。ここで楓さんからお願いします。

【楓委員】

言葉がうまく思いつかないのですが、〽往来、〽にぎやか、というイメージです。島と島との往来、都内や他府県からも、とにかく往来を増やしていく。海外の方もどんどんいらしていただく。そういうイメージです。いい言葉で、委員長がつくってくださるといいなと思います。意識は〽往来、です。

【山田委員長】

それでは河野さんよろしく。

【河野委員】

ブランドというと、やっぱり山田委員長が一番お得意だと思うのですが。今回設ける宝島のコンセプトが、この島々を知らない一般の人からすると、どこかの一個の島に行くとすべてがわかったような気になるのですが、それぞれの特徴があって1個1個違うので巡る・回らなければいけない。それをスタンプラリーのように1個1個つぶしていく。まさに小池知事が仰っていた、今そこに楽しみ、出会いがあるという、〽巡る、とか〽回る、というイメージがひとつ欲しいなと思いました。

【山田委員長】

今日初参加の2人は大洞さんに伺ったあとで。

【大洞委員】

この間も話が出ましたけれど、僕ら小さいとき東京島しょなんていう概念はなくてですね、伊豆七島とか大島とか、そういうことで覚えているのですね。そういう意味でいうと、東京の島という、かなり強烈な、みんなに認知してもらえそうな働きかけが大事なんじゃないかなと。楓さんもおっしゃっていましたが、島同士一体感があるわけじゃなくて、当然競争もありますから、その中で何か共通項が出る方法があればいいなと思いますがまだアイデアがないので、すみません、後にします。

【山田委員長】

それでは島に行っていたいでいますので、野口さんいかがですか。

【野口委員】

島の旅の魅力だと思うんですけども、一般的に旅行というところへ移動して忙しく、特に日本人は忙しくあっちこっちに行くと。ただ島は行くのにも時間がかかるし、行ってから雨が降るとやることがない。唯一あるのは、青酎をずっと飲むとかね。それも島の旅の魅力だと思うんですね。例えば、小笠原に行くと25時間かかるし。まあ今は飛行機もありますが、やはり他の旅との違うというのは、一つ「のんびり」、ゆるったり、とか。僕は三宅島行った時もいいなと思ったんですけど、テレビの番組で連絡をしたら、バラエティなら絶対来てくれるなと。島が本当に好きで楽しんでくれる番組ならいい、環境番組ならいいとかですね。これ以上旅館を増やす、民宿を増やすつもりはないとね。ゆったり自然が好きでゆったり過ごしたい人だけが来てね、というのが三宅・御蔵は非常に強くてですね。島の旅はゆったりフランス人的に、ゆったり過ごすっていうのも島の旅の魅力かなと思うと、そこを強調してもいいのではないかと。あちこせこせ行くんじゃないとね。一か所でゆっくりすごしましょうと。雨が降った時には飲みましょうと。あまりいらいらしないで。日常生活でみんないらいらしてますから。そう考えると、テレビもない民宿でいいわけではないですか。そういうイメージが僕はありますけどね。

【山田委員長】

時の流れを楽しむぐらいの感じで出かけていただきたいですね。

【野口委員】

そうですね、時間を楽しむ感じですよ。

【山田委員長】

さきほどおっしゃられていた世界自然遺産があるのは世界の首都の中で東京だけ？

【野口委員】

たぶん東京だけ。1000キロ離れてるからずいずいですけどね。あとは島の魅力の伝え方だと思うんです。例えば、小笠原で世界遺産になって、みんなイルカやクジラをイメージして世界遺産をイメージしていくわけだ

すが、実は、小笠原が世界遺産になったのは何とかという、小さいカタツムリがあって、ちっちゃい絶滅危惧種とかシダ類とか地味なものが評価されて世界遺産になったんです。多くの人はイルカダクジラだと思っていますが、本当は島の魅力はそこじゃないだよと伝える人もいなきやいけないし、東京都レンジャーの役割も非常に大きいと思います。

【山田委員長】

ありがとうございます。小笠原も行きたいんですがね、なかなか 24 時間、いま 25 時間が 24 時間になってちょっと早まったらしいです。1 時間早まってどうするんだって話はあるんですが、それ乗って 3 時間だけ滞在して帰ってくるという、すごい行程もあるそうです。

【野口委員】

逆に、行くのに大変だということに価値があると僕は思います。

【山田委員長】

さて、今コーヒーが出てきたのですが、これが大変貴重な小笠原で採れたコーヒーだそうです。年間収穫量が 200 k g。少ないですね。現地販売価格が 100 g 2,000 円。通常 500 円程度ですね。都内で 1 日限定 5 杯だけ提供している店もある。えらいものが出てきたね。飲みながらアレックス・カー委員のお考えを承りたいと思います。

【アレックス・カー委員】

野口さんがおっしゃったことがぴったり合う。`のんびり、

日本人は忙しそうにしているとおっしゃいましたが、最近うちの祖谷、山の中のかやぶき屋根の古民家を直しているわけですけども、来訪者のためにいろんな体験プログラムなど準備したのに、ほとんどいらないと言われるんですよ。縁側に座って霧が谷間から上がってくるのを見るだけで、ほっとしてくれよということになりまして、日本人でさえね。まして欧米人フランス人、アメリカ人、じっくり家族同士で 2～3 日でも散歩でもレンタカーでまわるとか、それでハッピーなんですね。別に、何か有名な文化財を見るとか何とかいうのはいんですね。逆にこれにヒントがあるんですね。

祖谷の場合のセールスポイントは秘境。日本の 3 大なんとかってありますが、3 大秘境があります。祖谷と、奈良の十津川。奈良の十津川も秘境だからなかなか行けない、神秘的なんだということでお客は敢えて来てくれる。先ほど楓さんは「往来」という言葉を使っていましたが、`蓬莱、。蓬莱山。昔の東にあるという伝統があるんですけど、仙人の島です。そういう島っていうブランディング、島としての秘境というセールスポイントはいいと思う。ただし、長期滞在とか、じっくりいただくには宿泊という問題になるので、次のプレゼンで触れたいと思います。

【山田委員長】

どうもありがとうございます。

【アレックス・カー委員】

「蓬莱、を「宝来」と書くのもいいかもしれません。

【山田委員長】

宝島ですからね。そういう意味では仙人の島とか秘境だとか。私もですね、青酎を美味しく飲ませていただいて、青ヶ島ってすごいなと思いました。これが東京にあるのかと。

いろいろご意見が出ていますが、このあとプレゼンもごさいますので先に進めていきたいと思います。今いろんなキーワードいただきました。「往来」「交流」「めぐる」「秘境」「神秘的な」「のんびり・ゆったり」というようなお話も出ました。大洞さん、おっしゃりたいことがありそうですが、いかがですか。

【大洞委員】

「のんびり」「ゆったり」は、まったくその通りだと思います。

もうひとつ先ほど言えなかったのですが、基本的に共通のブランドとか価値をどうつくるかという話になった時に、当事者の方々を巻き込んでコンセプトにしていくのがすごくいいなと思いました。

ちょっと話はそれるのですが、青ヶ島の後継者問題などいろいろあるわけで、次世代の育成ということも含めてですね、島について語ったり、みんなでコンセプトを考えたり、場合によってはそういう人たちがストーリーテラーになって島のガイドになったりですね、そういうようなことも含めてこういうコンセプトづくりができればいいなと思っています。

【山田委員長】

どうもありがとうございます。大洞委員とも取り組ませていただいた沖縄県の離島プロジェクトでも、島の方々にしっかり議論していただいたと記憶にございます。それが巻き込みになり、ある意味で内的なブランド啓発活動、インターナルブランドになったと思っております。

まだ意見いろいろとおありかと思いますが、知事から一言いただきたいと思います。

【小池知事】

島しょ地域それぞれ島めぐりをさせていただいて、誠にありがとうございます。大変ご苦労をかけているということも改めて痛感いたしました。本当にご苦労様でございます。

「遠い」ということをどう逆手にとって、それで価値を付けていくか、もうブランディング化というのはまさしくそこにあるわけでございます。

東京に島があるというのは、多くの方が確かにご存じない。アイランドといいますと、ヒートアイランドはあるんですけど、あまり東京の島のイメージはない。伊豆七島ですよ、昔はね。そこのネーミングひとつとってみても、そこから始めるという話なんだろうと思います。

あと、先ほどキャンプ場、私もグランピングという新しい豪華なスタイルもイイと思います。あれはひとつポイントになる。これから、ホテルをどうしますかとか、民宿の皆さんとどう連携してっていうのは大変な話だと思

ますので、ひとつそれはいいかなと思う。

それからハワイも、いっぱいマウイとかオアフとか島があってそれぞれ違いますよね。だから、そういう売り出し方、ハワイに学ぶっていうのもあるかもしれないなと思いました。

あと、このあいだ誰だったかしら、有名な人が日本に来ていて、「東京の後どこにいらっしゃるんですか」って聞いたら、香川の直島に行くんですね。安藤忠雄さんの地下に潜る美術館があったり。どこの国の人だったか忘れましたが、あんなに行きにくいところにわざわざ行くという話を。しかも複数から聞きました。ひとつ、アトラクティブな場所であるとかモノとか何か、それがあるかないか。それこそ、その宝物探しというところを皆さんにお願いしているところです。あと、売り出し方を。

それから、私もつくづく思うんですけれども、アクセシビリティ。やっぱり、行けるか行けないか、その日にならないと分からないというのは、いろいろ旅行の計画を立てるにおいてね、やっぱり不安定さが残るので、インフラはまず確保したほうがいいと思うんです。今ちよこちよこいろいろ工事やったりしているんだけど、そのへん集中的にやったほうがいいのかかなんていうのは、つらつら思うところであります。

本当に、ありがとうございます。

【山田委員長】

知事、ありがとうございます。本当におっしゃるとおりで、就航率が40%、50%っていうのはなんとかもう少し上げたいのと、調布空港は便利なところはあるんですけど、そこからひとつ飛びで行ける環境があるといいなと。アクセシビリティは大事。ただ不便さを逆手に取るというのもあるし、海外の方にうまく売り込むとか。視察でも、海外の方は結構多くお目にかかりました。あとはいろんな外国の方がガイドブックなどを研究して、本も読んでこられるのを我々も見習いたい。魅力の発信先として海外を強化していくのも考えられる。

### （3）委員によるプレゼンテーション

【山田委員長】

さてここで、河野委員とアレックス・カー委員の2人から活性化事例をご紹介いただきたいと思います。河野さんからはインターネットの観点から活性化事例をお話いただけますか。

【河野委員】

私も東京生まれ東京育ちでございますが、毎日東京都でせかせかと過ごしています。のんびりゆっくり過ごすのが一番の贅沢なので、そういったところを島で実現していくのは一つテーマかなと思いました。

その一方で私たちとしてはネクストチャレンジとしまして、せっかくITの分野にいるので、そういったところもいかしつつ、インバウンドですとか、若者の周知も含めて、ご提案させていただければと思います。

最初にお見せするのは、私が大島に行きましたときの写真と、あとこういうのがあったらいいなということで写真を加えさせていただきました。

フォトジェニックという単語、テクノロジー、マネタイゼーション。この3つのキーワードが重要になってくるのではないかと考えておまして、今回この3つに分けてご説明させていただければと思います。

先ほどからもいろいろありました視察の報告もありましたが、皆さんの写真がきれいでおおっというのがとても多いので、やはり若者の今フォトジェニックというところをうまく活用してなんか形にしていきたいと思います。また、テクノロジーというところでは、ドローンと書かせていただきましたが、他にもいくつかあるかと思います。人手不足ということもありますので、そういった部分はテクノロジーでサポートしていくこともできるのではないかなと思っています。

そして私が島に行ったときに1番思ったのが、せっかくだったら経済を活性化したいのでお金を使いたいと思ったんですけど、使わせてくれない。お土産も少なければアクティビティもないので、何か貢献したいのにお財布を出せなかったということがありました。例えば、港で魚を売っていて買いたいと思ったんですが「これ東京に持っていきませんよ」と言われ、結局買えなかったというのもありまして、そこが潤うようなお金の落とし方、使い方を支援したいなと思っています。

また、お金は物を買うだけでなく、写真にあるようにアクティビティがすごく重要ななと思っておりまして、例えば出張でサンフランシスコに行きますと、ここ何年かで大きく変わったのが、セグウェイを使ってみんなが橋を渡ったりして、昔だったら自転車だったのがセグウェイになっています。セグウェイはやりたいと思うけど、やれる場所がないからやってない方もいらっしゃると思いますし、ちょっとした講習でできるので、例えば、これをやることで2～3時間の滞在時間が伸びるので、日帰りで帰るのではなく宿泊するとか、その分食べ物を食べることもつながると思っています。それから大島の道路がすごくきれいだったんですね。普通に走ったらいろいろ問題あるかもしれませんが、すごく気持ちよく移動できるんじゃないかという意味で入れさせていただきました。

もう少し具体的にキーワードを詳しくお伝えさせていただきますと、フォトジェニック、SNS 映えるもの、今ですとインスタグラムかなと思います。テクノロジーではドローンといいましたが、無人自動車、無人船など、今、海外では出てきておりますので、そういったものやセグウェイ。こういったテクノロジーのテストの場として、例えば特区制度などを使いまして、新しい試験プラス話題になるというのいかがかなと思っています。

そして、マネタイゼーションでは、お金を落とす機会も必要ですし、電子マネー、クレジットカードの決済の整備なども必要ななと思っています。

もう少し具体的に資料を説明させていただきます。

これは沖縄の久米島の例なんですけど、久米島と弊社の楽天トラベルというサイトで連携して作った久米島を説明するページです。これは、うちのほうでページのコンテンツをすべてつくっているわけではなく、実際にこういったハッシュタグを使ってインスタグラムに上げているユーザーの色々なフォトを、ツールを使ってピックアップをしてページをつくっています。ですので、常にリアルタイムにどんどん更新されるし、第三者の誰かの声を見ることによって、ユーザー周知することができるかなと思っています。また、データをもう少しご説明すると、インスタグラムなど SNS と旅の親和性が高いというデータが出ております。例えば、ソーシャルメディアで発信したいので場所を選んで行ったという人が今や 20 代 30 代で多くなっています。例えばフォトジェニックな食べ物があるところに行きますっていうのはあると思いますが、旅もそういう傾向が出てきています。また、旅行中にインターネットを使って新たな情報を検索しながらまわるということも出てきているかなと思います。インスタグラム利用者は 1500 万人を超えていて、20・30 代、特に女性に強い媒体になっておりますので、若者に目に触れる機会になるかなと思います。

ドローンなどのテクノロジーの部分になります。例えば、写真真ん中のもの、TOYOTA 製の超小型の電気自動車のコムスというんですけども、一緒に働いていた仲間が楽天をやめて、この町おこしをやっている、すごくいろんな取組をしており、そこで私も勉強しています。岡山県的美作市、その上山地区というところなんですけれども、高齢者の移動手段としてトヨタさんと連携してこういったものをいれています。スタッフが一番前に乗って、イヤホンみたいなトランシーバーで後ろのほうに観光客が乗って、回りながらトランシーバーで案内するらしいんですよ。もちろん高齢者の移動手段でも実用的に使えるし、話題だったり、いろんなものに触れる機会が出てくるのではないかなと。

1 番右の写真は、開発段階と聞いているが、実際に物資を輸送する無人船が完全に自動制御でできるそうです。これだと天候に左右されないのも、ある意味物資を運ぶとか、大島だと活火山があるわけで、災害があった時などテクノロジーのテストをしながら、さらに何かあった時にサポートできるのではないかなということであげさせていただきました。

続きましてドローンというところで、弊社ドローンに思い入れがあってテストしておりまして、ちょっと紹介させていただければと思います。いろんなところで皆さまドローンやっておられると思うんですが、私たちもちょうど南相馬市とローソンさんと連携して、この 10 月 31 日からドローンを使った試験を半年間にわたってスタートしております。東京電力の第一原発の時に避難区域になっていたんですけども、そのあと 2016 年 7 月に解除になったものの、やはりそこには日用品がなかなか届きづらく、高齢者だけが残っていたこともありまして、あるローソンで運送の移動式のものを利用して、その商品を手で運ぶというものです。離陸から運んで荷卸して帰還するまですべて自動制御しているので、ある程度の重さや天気や風などもすべてデータでみて安全なところに飛ばす。今回テストをスタートしたばかりですが、ローソンといえば、あったかいから揚げくんがあると思うんですが、から揚げくんが空を飛んでですね、7 分くらいであったかい状態で届くので、高齢者が多い地域とか島の一部とかに使えるのではないかなと思っております。

あともう一つ、島にお金落ちる仕組みでご紹介したいのが、1 番左上のほうにデータナレッジというのがあります。voyagin というサイトがありまして、レストランとかチケットとかツアー、あとは体験アクティビティの予約ができるサイトなんですけども、利用者のうち欧米人が約 7 割くらい占めていて、海外の人が日本に来るときに情報を仕入れてチケットを買ったりアクティビティの予約をしたりできるサイトです。アメリカ人 34%、オーストラリア人 21%と、かなりの割合でいらっしゃるって、アジアの方は日本に来た時に買い物をして、それを目的にして遊んで帰るといっても多いようなんですが、オーストラリア人は異国で自然に触れてアクティビティという体験を楽しみに行かれる方もいるようです。その中に、島なら日本の文化も知りながら自然を体験できるという意味でインバウンドに最適ではないかなと思っています。

インバウンドをやっている、この voyagin を運営している外国人たちが一緒に実際に商品をつくるということまでやってくれています。インバウンドで、私たちがどういう人にどういうものを届けようかと考えるときに、どうしても日本人の感覚になってしまいがちですが、私たちが気にもなっていない当たり前のことを面白がられたり、商品の設計も違うと思うので、こういうサイトの運営者と連携することでよりニーズに合ったものを提供できるのではないかなと思っています。さらに宿泊施設、決済など、テクノロジーを活用すれば、弊社でいうと、楽天 Pay というものがあるんですけども、沖縄で edy がすごく使われることで進化したように、こういった決済ツールをいれることで人手を削減できるのではないかなと考えています。今ネットですと、とにかくターゲットイン

グして広告で PR かけていくというがあるので、こういったインバウンドのお客様をいち早くつかんで、東京に来てどこに行こうかなという方に 2、3 日週末に行ってみようかなとか、前からそういうニーズをつかむこともできるのではないかと、マーケティングもできるのではないかと考えています。

最後に面白い人がいまして、ご紹介させていただきます。先ほどの voyagin というサイトの社員ではあるんですけども、アレクサンダーという者がいまして、ブルガリア人、でも東京大学大学院卒という人です。2006 年に初めて日本に来て、日本に魅せられていろいろまわっているということで、すでに 47 都道府県すべてに足を運んで日本を知っている、私たちと違う視点で知っていると思います。この人たちがいろんな県、復興庁もありましたが、そういったところと連携して実際にインバウンドに必要な商品開発をしています。

こういった取組をしていくことで、私たちがここで見つけられないような設計ができるのではないかと考えています。例えば新島ではサバイバルゲームやグランピングという言葉があったと思いますが、サイトに上げた時のユーザーの反応やインバウンドのニーズも、いろいろトライしていくことで合致したものがみつかるのではないかとご提案させていただきます。私からは以上になります。

#### 【山田委員長】

ありがとうございました。フォトジェニック、テクノロジー、マネタイゼーションの 3 つのキーワードいただきました。なんかテクノロジーっていうのも面白い視点だと思いましたし、確かに大島の道路、非常に無人車の試験に向いていると思いますね。セグウェイは乗ったことがある方はいます？

#### 【大洞委員】

パリで乗りました。パリはガイド付きで最初練習して、それで観光ができます。

#### 【山田委員長】

そうですね。乗ったことがあるんですか。

さて、続きましてアレックス委員、「離島における古民家再生活用事例」。ご紹介ください。

#### 【アレックス・カー委員】

あくまでも活用事例なので、東京とは限らないですが。

これは長崎県沖合にある五島諸島の北にある小値賀のレストラン。私たちが改造して今も使われている古民家ですね。古民家再生の話に入りたいが、まずその前に祖谷。陸の孤島、島ではないんですが、日本の秘境です。私は 1964 年に横浜に親が転勤して住んでいました。写真は学校の遠足で日光に行ったときですね、大学生になって日本一周しました。（写真の当時は）今よりだいぶ痩せていますね。

ついに巡り合えたのが祖谷です。まったく変わった地形で、日本のグランドキャニオンと呼ばれているくらい。田んぼだけです。茅葺き屋根の民家も空き家がいっぱいありまして、こんな場所ですね、ついに 1973 年にこんな家を買いました。学生でした。屋号を付けましてね。箆庵（ちいおり）ですね、笛の宿。元禄時代、300 年前に建てた家なので、何百年の庵の煙で床も柱から全部真っ黒なんですね。黒の世界。壁の裏まで漆で塗られていました。このような家をあの頃から見つけてですね、茅葺きですから定期的に葺き替え

をするのですが、当時はお金がなくて、近くで解体されるくずだらけの葺き替えをいただいてしばらくそれで保ったんですけどね。（写真のような）こんな感じで、まるで炭鉱から出てきたみたいですね、

茅場って今の時期はこんな感じですね。茅って意外とイベント性があります。村のじいさんばあさんに教えてもらって、東京の会社の新入社員を招いて「茅刈ウィークエンド」とかいうイベントをします。背が高く刈りにくいかデメリットばかり思われがちですが、観光になってくるとそういうことがプラスになるんですね。

祖谷はね、日本の従来の観光概念ではまずアウトなんです。不便。とにかく当時、私の麓庵まで道すらなかった。下から1時間くらいまで歩かないといけない。今も急カーブの細い道がくねくねしてある。ガードレールもないしヒヤヒヤしますよ、初めて行く人はね。大変なんです、本当に。今は9軒ほど直して宿泊施設としてやっていますが、冬は集落の上のほうは上がれないので閉鎖してますね。アクセスは基本的に悪い。

有名な重要文化財とかも世界遺産といった、ラベル付きのものもないです。麓庵自体は大邸宅でもない、農家に過ぎないのに、数十か国から約20年間で3万人が来たんです。ついに、ミシュランの星をもらいました。当時の徳島県の観光関係の方がうちにきて、「大きな観光ホールもなければ駐車場もないのになんで？」と。私は「何にもない魅力」というのがあると思う。ラベル付きで白川郷のようにバスでバーツと行って写真撮って帰るような観光もあるが、例えばフィレンツェとかシエナとかもいいんですけど、同じトスカナ地方のなんもない静かな町とかにも結構お客が行くんですね。泊まるし、ブドウ畑歩くとか。先ほどの河野さんのお話の中にね、今の時代は時間がのんびりできることは贅沢だと言っているの、そういう観光のニーズがある。祖谷に来て何もありません。下から霧が湧き上がってくるのがそれで幸せという世界ですね。うちの麓庵を直して、他にも三好市が企画して9軒やらせてもらいました。

しばしば今日の話に出ているのが、人口減っているとか若者がいないとか、それには新しい産業が必要ですね。今の時代は、基本的に観光しかない。まず宿泊業をベースにした観光、それ以外のプロダクトを作ったり、いろんなことができるが、それで初めて安定した職場ができる。例えば祖谷の場合には、麓庵にお客は来ていたが、他の8軒は4年前は宿泊数ゼロ、いまは3000人。宿泊費、食事代から車代からいろいろ入れて、ひとつの集落が生む収入全体は約5,000万円なんですね。すごい大人数じゃなくていい。宿泊1人1~2万とか平気で払うんです。東京から祖谷に行こうと思えば、東京島しょ部にも時間的にも金銭的にも行けると思う。うちのお客の35%は関東から来ています。

本題の島に入ります。祖谷の学生時代から経験していますが、やはり小値賀町というのはひとつのチャレンジでしたね。佐世保から高速フェリーで2時間くらい。祖谷よりさらに不便なんですね。よく欠航する、なかなか行きにくい場所。かわいい漁港があって、このような町が残ってますね。隠れキリシタンの場所でした。僻地とかそういう場所には、時代に合わない人たちが逃れていく。ほんとに丘の上のおとぎ話に出てくるようなかわいい天主堂がございます。このような景色ですよ。ここが、小値賀本土という島がありまして野崎がありまして、野崎は今無人島です。約40年前にみんな出て行ってしまった。それですごくワイルドなこんな風景が残っていて、人間が出ていったあと、鹿が氾濫して、丁寧にゴルフ場のように刈り込んでくれるんですね。畑や石垣がきれいに残っています。南洋的な木が残ったりしています。

日本の地方、田舎はどこでも祖谷のような感じ。原始信仰とか神秘的な海への信仰。例えば、この鳥居は何かの社に向かっているんじゃない、海の向こうの島を向いているとか。このようなものがあるんです。

一方で、何億もかけて誰も行きそうにない海水浴場つくってもほぼ閉鎖になったり、建物をつくったりしてきたんですけど、ほとんど集客の効果がなかった。ただ祖谷に負けない立派な古民家がたくさん残っている。小値賀は町なんですけど、7軒が宿泊、1軒をレストランにしている。京都でも町屋をやりましたけど、京都は一步出るとレストランや飲み屋がある。ところが、島に行くでは夜になるとしんとする。小値賀はだいたい夜7時から真っ暗なので、どこか食べに行けるところがあればいいねということでレストランにしました。

家はですね、かなりのボロですよ、数年空き家でね、雨漏りもしていた。こんなような場所が直すとうなります。

肝心なのが、一見すると日本座敷なのに、目に見えない部分で、地震対策したり、冷暖房、電気系統、トイレ・風呂を全部刷新しています。ここが肝心な1番大事なところだと思います。祖谷などやったときに、こんな不便な場所、知名度が低い場所に、日本人は来るのかなと思ったのですが、意外と来るんですね。小値賀にも来ます。なぜ来てくれるかっていうと、今の日本人、和のブーム、日本を見直す空気になっていると思うんですね。町家とか祖谷の秘境とか小値賀に泊まりたい・行ってみたいと思うんだけど、苦労したくない。大人の客、特にうちは女性客が特に多い。彼女たちはきれいな部屋、トイレ、冷暖房が効いて…という生活水準があって、それさえあれば1泊1万2万でも平気で払う。安心していられる。

私がやっているのは、保存運動じゃないです。文化財として直してるんじゃないで、今の家としてやっています。アイランドキッチンをつくって、そこから見えるこたつリビング。きれいな座敷に、こんなテーブルを作ったり。古民家ってチャレンジですが、解決案がどこかにある。井戸があったところに井戸を直したり。

風呂は、ユニットバスを入れれば便利かもしれないけど、それでは東京から半日使って10万かけて行く意味がない。一流スパのように綺麗さにおいてはきちんとしたものにしなさいといけない。

古民家から出たいろんな道具類を、きれいに磨いて戻す。「おじかアイランドツーリズム」という地元団体が経営しています。彼らはほとんど外部から入ってきた若者です。島が大きな問題として抱えているのが、移住問題です。彼らは職場があり、社会貢献的な思いもあるので取り組んでいます。地元のおばさんたちと花を活けたり、地元の独特の赤い石とか置いたりですね。こういう漁港を見下ろすようなテーブルを作ったりと工夫しています。

これは、藤松家っていう大きなお屋敷でした。そこをレストランにしました。立派な、海に面したところなんです。船着き場がちゃんと就いていたお屋敷ですね。これは直した後の土間です。工事中なんですけれども、せつかくの古民家ですから、できるだけ昔の間とか素材とか残したいんですけども、どこか今の時代を思わせたいので、7mのロングテーブルを東京から持ってきました。この下もこたつになっています。今宴会で結構人気スポットになりました。

あと2階はもともとこうだったのが、ワインバーになりましたね。これも2階にありますね。これ私が書いた字なんですけども、乾坤一擲（けんこんいつてき）といってサイコロを転がす意味なんです。つまり、町としてこれだけの金額をかけて、これだけの8軒ほどを直すというのは大変な事業でした。これでうまくいくのかっていうのを全部賭けたという意味ですね。そういう文字を飾りました。

小値賀は、内陸も結構きれいなんですね。松原は松くい虫の病気でやられています、島だとまだ大丈夫で残ってます。あともう一軒。母屋の横にある納屋なんですけども、アトリエというテーマでミーティングルームとしても使えます。ファミリーで来る家もあれば、グループでミーティングでも使えます。日本全国、ひょっと

すると世界どこでもそうかもしれないけど、横が狭くて小さくて密集している家が多いのは、ひとつの人間の本能的な何かがあるかもしれないね。ここも典型的な漁港で、かわいいかまぼこ工場があるんですね。こんな昔のものが残っていて、その中で漁港の中の小さい家を直して2階の部分のリビングにしました。もう1軒は、日月庵といって、小さいんですけども、けっこうこじんまりしたのがお客は喜ぶんですね。大きなお屋敷に泊まりたいのは意外と少ない。ちょっとしたコテージの雰囲気のほうが落ち着きみたいです。このような調子です。ここも、ちょっと窓の外に港が見える場所です。まだ元気な島で秋祭りはちょうど今の時期で、このようなお祭りをやってるわけです。

プレゼンはこれで終わりますけど、最後に私の経験から言いますと、結局、泊まる場所、とにかく宿泊がかなり大きな要素です。健全的な観光地として、ちょっといいお客が1万でも2万でも払ってくれる宿泊もあれば、バックパッカーがいてもいいんです。このような島に行くバックパッカーは、悪い行動するような人たちじゃない、費用も時間も思いもかけての目的地だと思いますので、両方あっていいと思います。

古民家の問題に関しては、東京の島には行ったことがないですが、本土にあるようなでかい材木でできた日本の典型的な古民家ではないかもしれない。あるいは木があまり丈夫じゃなくて、近代的になっているかもしれない。それでも、それなりに直し方があると思います。ロマン、美しさ、快適さが重要。家が小さくてもいい、文化財じゃなくてもいい、そういうものに力を入れれば、どうにかなります。ただし、本当に海外の人に行ってほしいのであれば、さっきお見せした、ある程度の気楽さ、きれいさは必要かなと思います。

最後にワンポイントなんですけど、地名度は低い、なかなか行くのは遠い、けれど成功している例として、インドネシアの Raja Ampat (ラジャアンパット) という島々がある。パプアニューギニアの大きな島の西側にある。行きにくい。インドネシアに行ってバリに行って、また飛行機でパプアに行って。海の中。しかしいろんな面白いもの、ロッジとかリゾートとか、変に贅沢ぶったところじゃないですよ。意外と素朴といえば素朴かもしれないけど、気持ちいい、綺麗なので世界中の人たちが行ってますよ。ある意味で、島しよや東京都も Raja Ampat (ラジャアンパット) かもしれないね。グーグルで調べてみてください、きれいですよ。以上でした。

#### 【楓委員】

小値賀島は、訪れる方の宿泊、ガイドや体験プログラムの予約を「小値賀アイランドツーリズム」がすべてワンストップで手配しているのが特徴です。

#### 【山田委員長】

そうですね。何も無いところっておっしゃっていましたが、泊まる場所が素晴らしければ、他に何もなくていい気もしてきました。ただすごく躯体がしっかりしている建物ばかりだったので、東京の島の建物がそうなるかわからないですけども、それはそれでそれなりに工夫できるのではないかなと。1つ、2つと言わずにぜひたくさんまわっていただきたいですね。

#### 【アレックス・カー委員】

ぜひ行かせてもらいたいですね。

【山田委員長】

まわりがいありますよ。

古い良さもあるけど、センスもある。大島の波浮の港の景観と似たものも出てきました。あのあたりに手を入れれば、今でも素晴らしいがさらに素晴らしくできるのではと、先ほど河野さんと話しておりました。

さて、もう終わりの時間を通り過ぎております。最後に一言だけ申し上げますが、今日のご意見をいっばいありがとうございます。ブランド化の今後について年内を目途に本委員会の提言として取りまとめ作業を進めていきたい。コンセプト等もまた整理をしていきたいので、よろしくお願いいたします。

【小池知事】

本当にありがとうございます。

皆様方のタテ・ヨコ・ナナメから見て、東京の宝島を、ぜひ宝にさせていただきたいと思います。

次回の12月もお忙しいと思いますけれども、より具体的に、どんどん詰めていっていただければと思います。よろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。

【山田委員長】

それでは事務局から連絡事項ありましたらよろしくお願いいたします。

【事務局】

次回12月の開催を予定しております。日程は調整させていただきますのでよろしくお願いいたします。こちらからは以上です。

【山田委員長】

それでは以上をもちまして、本日の委員会を終了いたします。全員揃いました。どうも今日はありがとうございました。

以上