

## 第5回東京宝島推進委員会 発言録

日時：2018年12月25日（火）16時30分～17時30分

場所：東京都庁第一庁舎7階中会議室

### 1. 開会

#### 【事務局】

お待たせいたしました。ただいまから第5回東京宝島推進委員会を開会いたします。本日はご多忙の中ご出席いただき、まことにありがとうございます。私は事務局を務めます総務局多摩島しょ振興担当部長の高崎でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

議事に入る前に会議資料のご説明をいたします。本日の会議は、ペーパーレスで行います。会議資料はお手元のタブレットやテレビモニターに表示し、紙では議事次第、委員名簿、座席表をお配りしておりますので、ご確認をお願いいたします。

それでは、開会に当たりまして小池知事からご挨拶をさせていただきます。

知事、お願いいたします。

### 2. 知事挨拶

#### 【小池知事】

皆さんこんにちは。昨年、12月にいただきました、島しょ地域のブランド化に向けた提言に基づいて、今年度はこの東京宝島事業を開始したところでございます。島しょ地域のブランド化や宝島の実現に向けて、さまざまな取り組みが行われているところでございます。それぞれの島が主体的にブランド化に向けた検討を行う、島会議を四つの島で立ち上げております。現在、それぞれの島で活発な議論が交わされているということでもあります。

それから、先日、11の島の関係者が一堂に会しまして、一つ一つのピースを入れていただくというイベントをありがとうございます。東京宝島会議を開催いたしました。すてきなロゴのお披露目となりました。また、委員の皆様にもご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

特産品のブランド化ということで、モデル事業として、利島の椿油、青ヶ島のあおちゅうを選んでマーケティング、そして、販路の拡大などの支援も開始したところでございます。

今日の委員会でございますが、島会議の参加者からお話を伺う。そしてまた、その取り組み状況、今後の予定についてご報告をお願いしたいと思います。

本当に、ことしも大変猛烈な速さで、また夏にはさまざまな災害が多うございましたけれども、着実に2019年、2020年と大きなメガイベントが控える年がやってこようとしております。そして、東京が世界に発信をする絶好のチャンスでございますので、それに向けてまして一つ一つの島が発信するような、そのような流れをぜひ皆様方とともにつくってま

いりたいと考えております。

年末のお忙しい時期でございますけれども、本日お集まりいただきましてありがとうございます。また、今日は三宅島観光協会の谷井様にもお越しいただいております。ありがとうございます。島が、一つずつが光を放つように、本日もよろしく願いいたします。

ありがとうございます。

### 【事務局】

知事、ありがとうございました。

なお、本日の出席者につきましては、座席表の配布をもってかえさせていただきます。

それでは、この後は山田委員長に議事の進行をお願いしたいと思います。

山田委員長、お願いいたします。

## 3. 議事

### 【山田委員長】

委員長の山田でございます。

今、知事からもご案内いただきましたとおり、東京宝島推進委員会から島しょ地域のブランド化に向けた提言というのをさせていただいたわけなんですけれども、非常にこの1年間にいろんな取組がなされまして、自画自賛しちゃいかんのですけれども、島の関係者の方々、それから委員の皆様、そして都の関係者の皆様、ご努力が実って、非常に前に向かって前進しているなという感じを持っております。すばらしい取組であると、と同時に方向性が非常に絞れてきているなど、そんなふうにも感じている次第でございます。

これまでの現状と今後の予定等については、また、会議の中でご説明をいたさそうと思っておりますので、議事を進めていきたいと思っております。

まず一つ目は、島会議・東京宝島会議の開催状況ということで、まさに今、小池知事が触れられたところでございます。私も参加しておりましたが、非常にすばしかったです。感激いたしました。

また、本日は三宅島の島会議のメンバーでもあられます、三宅島の観光協会の事務局長の谷井さんにも来ていただいているということで、本日のゲストとして、また後ほど、いろいろと島の様子等も伺いたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

まず、事務局のほうから説明をお願いします。

### (1) 島会議・東京宝島会議の開催状況

#### 【事務局】

それでは、私のほうから、島会議についてご説明させていただきます。

各島のブランド化におきまして、島の事業者の方々为主体的に議論、アイデア創出していく場でございます島会議でございますが、各島で事業を営む若手の方々が必要なメンバー

となりまして、初年度である今年は、大島、神津島、三宅島、八丈島の4島で、それぞれ5回の開催を予定しておりまして、現在、3回までが終了してございます。

毎回、専門家をファシリテーターとして派遣しておりますが、第1回は、ブランディングについての講義のほか、未来に受け継いでいきたい島の宝物について考え、将来の展望や島ならではの提供価値について議論を交わしました。

第2回は、都心部に場所を移しまして、4島合同でフィールドワークを実施いたしました。その場所ならではの魅力や、提供価値を明確に打ち出し、ブランド化に成功している施設やエリアを視察いたしました。

渋谷コースでは、ソーシャライジング、社会貢献をコンセプトとして、高価格帯でありながら非常に人気の高いホテル、谷根千コースでは、谷中のまちに点在する古民家や飲食店、銭湯などをそれぞれ離れと見立て、まち全体を仮想ホテルとした宿泊サービスなど、都内を4コースに分かれて視察し、参加者からは大いに刺激を受けたという話がありました。

第3回では、ブランドコンセプトづくりに向けて、ターゲットとすべき顧客像、戦略顧客の検討を行いました。今後、第4回、第5回でそれぞれの島のブランドコンセプトや事業アイデアについて、さらに検討を進めていく予定でございます。

各島の参加者からは、専門家の方々に先導いただき、自分たちでも気が付いていなかった魅力がどんどん引き出されている。出てきた原石を磨いている感じが面白い。

僕らが主体で、僕らが何かを見つけ、僕らからどんどん発信して行かなければと意識が変わってきた。

もっと主体的に動かないと。これまで誰かがやってくれると思っていた部分もある。サポートをいただいているこのチャンスを生かしたい。などの声をいただいております。

また、宝島の実現に向けて取り組む関係者が一堂に会します、東京宝島会議ですが、小池知事、各町村長の皆様にもご列席していただき、10月に第1回の会合を開催しました。本委員会の委員の皆様にもご登壇、ご列席をいただきました。この場を借りまして、改めて御礼申し上げます。ありがとうございました。

当日は、山田委員長からご提供いただきました、東京宝島のロゴマークのお披露目、基調講演やトークセッションのほか、全参加者による交流会も開催しました。参加者の方からは、島同士で連携できる場を作っていただいたのは非常に有益、これまで他の島の情報を得る機会はあまりなかった、他の島でこういうことをやっている、これが良かったなどの情報交換ができ刺激となった、などの声をいただき、今後も継続的な交流の機会を希望する意見を多くいただいたところでございます。

事務局からの報告は、以上でございます。

#### **【山田委員長】**

ありがとうございました。

他の島の情報に触れられて良かったということで、非常に皆さんも交流の場で盛り上がっておられたような気がいたします。

それでは、さっきもご紹介しましたけれども、今日はゲストとして三宅島観光協会事務局長の谷井さんに来ていただいております。年末の非常にお忙しいところをありがとうございます。

それでは、島会議の様子ですとか、今後の三宅島における展望等々をお聞かせいただければと思います。よろしくお願いいたします。

### 【谷井氏】

では、改めまして、私、三宅島観光協会から参りました、谷井重夫と申します。今日はよろしくお願いいたします。

私自身も三宅島におけます、この島会議のメンバーに入っております、3回の会議を通しまして、三宅島におけるこの会議の開催、参加によって色々な変化、効果が感じられてきております。なぜか、三宅島というのは、島の名前のおり、「三」にまつわる話が多いんですけど、三つの効果、変化が今回、私どもで感じられておまして、まず一つ目が、ファシリテーターの方の参加による、ご支援による参加意欲の引き出し、そして会議の活性、推進が非常に進んでいるという形になっております。

二つ目、これは普段できているようでできていなかった参加者メンバーのあの人は何をしているのか、意外と知っているようで知らなかったということもあったんですが、会議を通してコミュニケーションをとることによって、その方のスキルを知ることができて、また、それも味方につけていく、その力を使っていくということが非常にドライブがかかっているというふうに感じられております。

三つ目、これはやはり自分の島の「強み（宝）」ですね。これが気付いているようで、実は気付いていなかった。普段何げなく見かけているもの、見ているもの、これが実は第三者にとっては宝物になったりする。化けていくというところがあったんですが、この会議を通して主体的に自らこの宝物探しへ意欲的に行動していくということが図られてきております。

この三つのドライブ、磨きがかかることによって、この第3回の会議を通して三宅島におきましては、この島の宝物へのブランディングに向けての創出、作り出していこうとする力、そしてそれを発信していこうというところの意欲向上が図られているように感じられております。

今後、この三宅島におけます島会議というところになるんですが、これは更なるというところになるかと思うんですが、今回のこの参加メンバーにおける所属組織、業種にとらわれない枠を超えた活発な議論というのを進んでいければなというふうに考えております。

これによって、更なる新しいアイデアの創出が生まれ、また、数ある課題、ここへのきちっとしたフォーカシングを行い、そしてその解決へのアプローチへ導いていく。これを

しっかりプロセスをたどって解決していくという方法にしていきたいなというふうに思っております。

また、それから生まれてきたいろんな情報ですとか、この解決策等との手法、これのナレッジ共有というのを島内で行えればなというふうに思っております。

そしてまた、自らが立っている視点や視線を変えて、この宝物探しというところへの考察が行えればなというふうに思っております。

この宝物となる原石の磨き、その技の向上、こういうものが図れればなというふうに思っております。

また、次なる宝物を探していくというところの探求心、そして、この宝物を見つけるという喜びと同時に、自分の島を好きになっていく、こういうところが郷土愛の醸成というところができれば、非常にいいのではないかとこのように考えております。

そしてまた、観光のみならずというところで、やはりこの三宅島、島全体の活性化に向けての動き、これが図れればなというふうに考えております。

そして、ちょっと大きく出ておりますが、「島（三宅島）の100年後」も考えた動きというの、これもいい機会だというふうに考えておりますので、10年でもいいです。100年でもいいです。先々を見据えた形で、この会議が進んでいければなというふうに考えております。

これらによって、三宅島島内の横串、やはり連携・連帯というものの強化を図ることができるのではないかと。そして、ちょっと言葉遊びになってしまいますが、「隣の芝（島）も青い」、「島は」ではなく、私たちの島も青いんだという意識を持って、どんどんやっていきたいなというふうに思っております。

もちろん、この島同士の切磋琢磨というところも必要かと思えます。これは、島々のいろんな方との情報を見聞きして、自分たちも磨き上げていくということにしていければなというふうに思っております。

最後になりますが、実は、私、三宅島出身ではなく、2年前に移住をしてきた者です。今、観光協会という仕事柄、やはり新しい宝物をどんどん見つけていかなくてはいけないんですが、なかなか日々忙しくて、かまけてしまっているということもあるんですが、今回の参加メンバー、今、13名、三宅島にはおるんですが、この方たちとしっかりとこういう議論ができたこと、出会えたことが私にとってはすごい宝になっております。

このメンバーで、三宅島の宝をどんどんブラッシュアップ、磨き上げて送り出していきたいというふうに考えております。

短いですが、三宅島のご報告という形にさせていただければと思います。ありがとうございました。

#### 【山田委員長】

どうも谷井さん、ありがとうございました。

ここから、委員の皆様のお話も伺っていきたいと思うんですが、まず、冒頭に谷井さんのお話も聞きたいなと思っておりまして、申しわけない、もうちょっと前のほうにいていただけます。

今回、いろんな業種の方が、集まれたとのことでしたが、お互いに今までは余り話したこともないというような方々が集まられているいろんな議論をなさったと思うんですけれども、具体的にどんな強みが出てきたのか、先ほど原石、宝物探しというお話があったんですけれども、ちょっとその辺をお聞かせいただきたいと思うんですが、いかがでしょう。

**【谷井氏】**

実は、今回、メンバーの中に昔から三宅島の花を使ったクラフトワーク、これを趣味でやっていた方がいらっやいまして、これを何か観光客の方、もしくは島内の方、三宅島は花屋さんがあるようで実はなかったりということもありまして、それをうまく三宅島の観光資源としてならないかということで、この花を使った、最近、ハーバリウムというのが、実は女性の方に人気かと思うんですが、これもお土産として販売をしたり、もしくはクラフトワーク、観光客の方が手づくりでつくって、それを完成したものをお持ち帰りいただく、そういうようなこともできるようになっておりまして、そういうことができる方がいるというのを知らない方も実は多くて、今回、参加者の中にそういう方が一人いらっやって、手先の器用な方、もしくは昔からこういうことをやっていたんだというようなことが皆さんに知れ渡ったというのが一つ大きいかなと思います。意外に、こんなことをやっていたのというのは、そういう話が出ておりました。

**【山田委員長】**

わかりました。あと、100年後を考えるとというのも、また壮大なテーマで取り組まれたと思うんですが、これは結構、議論が盛り上がったんですかね。

**【谷井氏】**

そうですね。三宅島、ご存じのとおり、20年周期で噴火を実は繰り返している島です。この20年ごとに、観光も産業も全て一旦、リセットされてしまうということがありまして、これにくじけてはいけないと、やはり長い長期的なスパンを持って、この島が将来、どうあるべきなのか、たとえ噴火が起きてもというような意気込みで考えていきたいということを考えております。みんな、そういう意見も出ております。

**【山田委員長】**

そういう危機に直面されて団結も生まれるというようなことかなと思いますけどもね。また、周辺の島との交流も、そうした災害時に生まれたということも聞いておりますけど

も、前広にいろんな意見交換をしていただいたということで、これからもぜひご尽力をいただきたいというふうに思います。

色々とお忙しいところを今日は参加いただきまして、ありがとうございました。

**【谷井氏】**

ありがとうございました。

**【山田委員長】**

それでは、今度は委員の皆様方のご意見を伺いたいと思います。今、東京宝島会議の様子であるとか、各島でいよいよ島会議が始まって、こうやって集まって議論しているということが報告にございました。今、4島ですかね。これがどんどん他の島にも広がっていくんだらうと思っておりますけども、ここまでのところでこの件に関して、何かご意見ですとか、感想。

よろしくをお願いします。楓さん。

**【楓委員】**

谷井さんにお伺いします。この島会議のメンバー、先ほど13人とおっしゃっていましたが、これはどういうふうに公募手法を教えてください。応募人数は、予定していた人数よりもオーバーしたのか、それとも足りなかったのかを含めて、島の方の受けとめ方を教えてください。それから、谷井さんは2年前に移住されたと伺いましたが、メンバー構成はもともと島にいらっしゃる方と、移住されてきた方の比率を差支えない範囲で、参考のためにお教えてください。

**【山田委員長】**

お願いします。

**【谷井氏】**

三宅島のこの会議のメンバーなんですが、7割が実は移住者になっております。長い方もいらっしゃる、短い方もいらっしゃるんですが、やはり島外から来た方の目線というのも一つ、宝物探しというのも一つ、有効ではないかというところで、この比率になっております。

とは言いましても、やはり島の方もいらっしゃるということもありますので、7：3という形の比率になっております。

このメンバーの選出なんですが、本当はもっと多くの方に参加してほしいということも実はあったんですが、時間の許せる方ということも含め、あとはそういった何というんでしょうか。先ほどのハーバリウムづくりの方ではないんですけども、何か今、既にINGで

していらっしゃる方、こういう方のやはり意識というんでしょうか、情報を持っていらっしゃるといふこともあるかと思うんですが、そういう方にちょっとターゲットを絞ってメンバーを選出させていただいたという形になっております。

**【山田委員長】**

どうもありがとうございます。

知事。

**【小池知事】**

三宅島の魅力については、これからも議論していくかと思いますが、私の最大の関心事は、ソニーをやめられて、なぜ三宅島を谷井さんみずから選ばれたのか、そこを伺いたいですよね。それって、やはり三宅島が引きつける魅力があったからではないのだろうかというふうにも思うんですけれども。よろしくお願いします。

**【山田委員長】**

谷井さん、どうですか。プロフィールが我々の手元にあるんですけれども、どういうこれはきっかけでそういうことになられたんですか。

**【谷井氏】**

はい、わかりました。私、1993年に実はソニー株式会社に入社いたしまして、その後、営業畑を渡っておりました。そのとき、1998年、長野冬季オリンピックも実は営業担当で現場等とも経験したことがあったんですが、とあるきっかけで三宅島に2016年ですね、訪れることがございまして、もう初回の訪問でノックアウトでした。

それだけ、目の前に広がる溶岩の跡、大自然、こういったものが今まで見たことがない本当に非日常の現場が広がっていたと。これは、言っているのかどうかですけど、ソニーよりも光る原石が多々、三宅島にあったということもありまして、移住を決意したという形になっております。

**【小池知事】**

ちなみに、7：3の7の移住者の人たちは、ご存じの限りで結構ですけれども、どういふ方々なんでしょうか。

**【谷井氏】**

7の方は、やはり同じく三宅島で起業してみたいということで、今、ゲストハウスを運営されている方もいらっしゃいます。あとは、嫁いで来られた方というんでしょうか、民宿に嫁がれて、今、おかみさんとして働いていらっしゃる方もいらっしゃいます。あとは、そうですね、漁業関係で研修生として来られた方、島外から来られて、漁業の研修でひと

り立ちして船を持って、今、操業しているという方も参加をさせていただいております。

**【山田委員長】**

ということで、知事、納得されましたか。

**【小池知事】**

やっぱりね、ただ旅行する旅行先ではなく、住むということを決断するというのは、大変な人生の選択だと思えますのでね。それをその7人の方もしておられるというわけですから、そこからひもといていくと、原石の光る部分が見えてくるんじゃないかなというふうに思った次第であります。

今、ハッピーですか。

**【谷井氏】**

はい、楽しくてしょうがないという、ソニーに負けないぐらいヒット商品を三宅島から出せればなというふうには思っておりますので。

**【小池知事】**

ありがとうございます。

**【谷井氏】**

ありがとうございました。

**【山田委員長】**

どうもありがとうございます。ヒット商品ね、確かに生まれそうですよね。ほかの島でも、旅館業を営んでいらっしゃる、あれはどこだったかな、大洞委員、お会いになったと思えますけれども、新潟から来られた方とか、他地域から入ってこられる方が盛り立っているというケースも多いと思うんですが、地元の方と一体になって進めていただきたいなというふうにも思いますので、よろしく願いいたします。

大洞委員、いかがですか。

**【大洞委員】**

今、色々お話を伺いながら、我々、実はいろんな会社の商品開発とか、事業開発とか、ということのサポートをしたりもするんですけど、非常によく似ているなど、今、ちょっと思いまして、一つは、マーケティング部があれば商品ができるわけじゃなくて、そこにはつくる人もいるし、パッケージする人もいるし、売る人もいるし、運ぶ人もいるということが全部一体になって動かないと物事って動かないわけで、やっぱりそういうことを誰

かがコーディネートをしていくというのは物すごく大事な話で、本当に三宅島の場合は谷井さんのような方がいらっしやって、本当にラッキーだなと思うんですが、この会議体がそういうことを醸し出せばいいなということが一つと。

それから、もう一つは、当然のことなんですけれど、最初のうち、色々会議で刺激し合っていて、いろんな自分たちが何なのか、何が価値なのかということを考えていくわけですが、徐々にやっぱり実際、ターゲットは誰なのかとか、そのために具体的にどういうことをしなきゃ、例えば極端なことを言えば、一つ、インバウンドに焦点を当てようみたいなことを考えたときに、じゃあ、例えばコミュニケーションの多言語化はどうするのかとか、そういうことに結びついてくるわけで、だんだん、だんだん実際の現実に向けて方針なり全体を動かしていかなくちゃいけないわけだから、だから、やっぱりそれをどういうふうにまとめていくのか、またはどなたがまとめていくのか、都の方々がどういうふうにやっていくのか、そこら辺がすごく大事じゃないかなというふうに思いました。

#### 【山田委員長】

ありがとうございます。今、まさに商品開発と似ているというお話で、大洞委員はそちらのご専門でいらっしやるから、また、そういう知見を、色々協力していただいて出させていただけるとありがたいなというふうに思いますし、我々委員もできる限りいろんなサポートをしていければなと思っております。

あと、島同士の交流というのが、薄かったというようなお話も、先ほど冒頭にご案内ありましたけども、今回、これをきっかけに島会議だけではなく、いろんな交流が活発化するということは非常に重要じゃないかなというふうに思いますね。

ということで、知事、何かございますか。

#### 【小池知事】

意外と、お隣の島は知らないものなんだということを沖縄のときにつくづく感じたんですね。みんな、那覇とはつながっているんだけど、でも、隣同士って余り行く必然性が意外となかったりするんですね。だから、やはりそこでお互い切磋琢磨し合うとか、一緒になってPRをするとか、これがそういう機能を果たしているわけですけど、あと、想定しているわけですが、意外と知らなかったり、全然話は違いますけど、太平洋の島々でミクロネシアとか、ツバルとか、私、ツバルへ行ったんですけど、隣の自分のツバルという国は 8,000 人ぐらいしか人口はいないんですけど、国連で1票持っていますけどね。隣の島といっても、何千キロ離れていて言葉が違う。すごいですよ、文化人類学的研究の対象になるぐらいでね。それとは全然違いますけれども、でも意外とお隣の島って余り関心事でもないのかな。私たちは、むしろ三宅と八丈とと比べてみますけれども、その辺のところ、実際、どうなんでしょうかね。

### 【谷井氏】

すごい興味があります。ただ、行ってみるとというのは、なかなか難しいところもありますので、最近では観光協会での話になってしまうんですけども、事務局長で結んだ SNS のグループラインというのもやって、きょう、こんなことがあったよとか、あんなことがあったよねを写真、コメントつきでいろいろ連絡をとり合うということもやっております。場合によっては、スカイプで会議というのもやっておりまして、いろいろ報告、情報共有というのはしております。

### 【山田委員長】

特に、三宅島の場合には、周辺の島にいろいろと助けられたりという関係もおありなので、周辺の島との関係は、他の島に比べると濃密かなという気がしますけれどもね。

でも、本当に、隣の島も青いという座布団を差し上げたいような話があったんですが、そういう意味では、他とちょっと競争するぐらいの感じがあってもいいかもしれないというふうに思いましたね。

はい、どうもありがとうございました。

### (2) 東京島しょ産品ブランド化支援モデル事業の実施状況

### (3) 東京宝島事業の今後のプロモーション、イベントの予定

### 【山田委員長】

それでは、二つ目の議題に移りたいと思うんですが、東京島しょ産品ブランド化支援モデル事業というのがあるわけでありまして、先ほど来ご紹介いただいておりますけど、二つの事業を支援していく。そして、プロモートしていく、イベントもやっていくと、こういうことでございますけれども、事務局のほうから、ブランド化支援モデル事業について、ご説明をいただきたいと思っております。

### 【事務局】

産業労働局商工部長の坂本でございます。それでは、私のほうから東京島しょ産品ブランド化支援モデル事業、こちらのほうの実施状況についてご報告をさせていただきたいと思っております。

まず、最初は概要でございますけれども、この本事業でございますが、島しょ産品のブランド化に向けて、専門家によるブランディングや販路開拓支援などを2年間にわたり集中的に行いまして、他の事業者を牽引するモデルケース、こちらを構築しようというものでございます。

6月に選定委員会で、利島産の「椿油」と青ヶ島産の「あおちゅう」、この二つを選定いたしまして、継続的に支援を行っているところでございます。

事業の進め方でございますが、まず、ブランドコンセプトと取組方針、この二つを策定

しまして、これらに基づいて新商品の開発・改良と、様々な販路の開拓を行っていくというものでございます。

このうち、今年度は最初のブランドコンセプトと取組方針の策定、これを行った上で、残りの二つの取り組みにも着手をしているという、こういう段階になってございます。

それぞれの製品の市場動向について、少々ご説明をしたいと思いますんですが、まず、椿油でございますが、こちらナチュラルコスメ市場が赤い矢印が出ておりますけれども、こちらにあるように継続的に拡大をしているということでございます。

中でも、近年、美白とか、あと、エイジングケアなどの機能性の高い商品への訴求が非常に強まっているという状況がございます。

食用油の市場については、アマニやエゴマなどの、いわゆる「新油」と呼ばれるもの、こちらの需要が増えて急拡大をしている最中です。

次のあおちゅうにつきましては、こちら焼酎の乙類というものに分類されているんですけども、その市場自体は縮小傾向にある一方で、有機ワインなどのような、いわゆる自然酒やクラフトビールなどのクラフト酒の人气が高まってきております。

こうした市場動向の把握に加えて、現地調査と事業者へのヒアリングを行いまして、それぞれの製品の特徴なども把握をしております。

椿油につきましては、利島の歴史や文化の象徴的な存在であって、その生産量は全国一を誇ってまして、原料のヤブツバキは有機 JAS 認定を取得しているという強みが一つございます。

あおちゅうにつきましては、麴と酵母を双方とも野生の菌を活用しております。そういうような全国にも極めてまれな醸造方法によって、製造されておまして、10 人の醸造家による多彩な味わいが楽しめるという、こういう特徴がございます。

続いて、それぞれの製品のブランドコンセプトとストーリーについてご説明をいたします。

椿油のブランドコンセプトは、「永遠の森のひとしづく」とさせていただいてございます。ヤブツバキとともに歩んできた利島らしさが表現されたコンセプトとストーリーを製作いたしました。

もう一つのあおちゅうの方になりますが、こちらのブランドコンセプトは、「島の恵みが溶け合い生まれる、命の焼酎」でございます。豊かな島の自然の中で育まれるあおちゅうを神秘的に表現をしているというところでございます。

こうしたブランドコンセプトを踏まえまして、新商品の開発や販路の開拓に現在、着手をしたという段階でございます。

まず、具体的に椿油についてでございますが、コスメでは成分と美容効果の分析を行う機関の選定を今、進めておまして、新たな商品開発の可能性を専門家の方と一緒に検討しているというところでございます。また、食用油としての利用では、高級飲食店に取り引きをしてもらえないかという働きかけを行っているところでございます。

もう一つのおおちゅうに関しては、おおちゅうの希少性や独自性を効果的にPRすると同時に、顧客が楽しめる体験の提供など、顔の見える顧客づくりを促進するための企画の検討を進めているという段階でございます。

以上で、本事業の報告を終わらせていただきます。よろしくお願いいたします。

#### 【山田委員長】

じゃあ、続きまして、高崎さん。

#### 【事務局】

続きまして、今後のプロモーション、イベントの予定についてご報告させていただきます。

島会議での議論も踏まえまして、これから年度末にかけて集中的に実施していく予定であります。

まず、多様な顧客層へのアプローチとしまして、ホテルのコンシェルジュの方々の協会と連携し、コンシェルジュデスクを利用する宿泊者にお配りする東京の島々の魅力や文化を伝える冊子を作成するとともに、コンシェルジュやインバウンド向けのオーダーメイド旅行を企画するエージェントから積極的な情報発信を進めてまいります。

また、自然や文化、ライフスタイルに興味のある方々へのアプローチとしまして、知覚品質の高い情報誌において、有名シェフとコラボレートし、食の面から島の魅力を伝える企画や著名な文化人が自然や文化の面から島の魅力を伝える企画を掲載してまいります。

このほか、飲食店との協同企画により島の食材を活用したフェアや、都心の商業施設でそれぞれの島の魅力を発信するイベントなどを実施する予定でございます。これらの場合は、ビジネスマッチングの場としても活用していきたいと考えております。

さらに、島民や関係者に向けて、東京宝島の取組の認知を高めるとともに、機運を醸成していくため、島への交通機関と連携し、東京宝島のロゴマークの機体のラッピングやターミナルの掲出なども進めてまいります。

私からの報告は、以上でございます。

#### 【山田委員長】

どうもありがとうございました。

具体的な支援、そして展開が進んでいるわけですけれども、委員のお二方、いかがですか。ちょっと一言ずつ、これに対してのご意見とかご感想をいただければなど。

じゃあ、大洞さん。

#### 【大洞委員】

おおちゅうや椿油の話だったんですが、私もこの二つは非常に何というか、ある意味、

可能性がありつつ、一方においていろんなハードルもあるわけで、要するに申し上げたかったのは、例えば椿油の場合、一つは大島というところが競合になるのか、それともそうではなくて相乗効果ということを考えていくのかという問題と、それから恐らく今まではどちらかという、加工用の原料として供給している部分が多い、それだけきちんと品質管理ができていてという強みも多分あるので、そこは強みになると思うんですが、今、やろうとしていることは自分自身のブランド価値を上げていこうという話になっていくので、椿油はある意味、新しくて古い、古くて新しいものなんですから、いろんな人たちがいろんなことをいじくっているわけですので、やっぱり何を開発していくのか、食用油としての開発もいいでしょうし、機能性の新しい追及もいいと思いますが、やっぱりそういう、いわゆる新しい商品価値を突き詰めていくということがすごく大事だと思うし、勝手な意見ですけど。

それから、あおちゅうの場合は、多分、そんな急に生産能力を伸ばせないということを考えると、いかに価値を上げていくかということに注力していきだろ。だから、結局、それぞれのいわゆるキー・パフォーマンス・インデックスといいますか、KPI をしっかりと決めてやるということがすごく大事かなというふうに、今、思いました。

#### 【山田委員長】

ありがとうございます。

それじゃあ、楓さんも。

#### 【楓委員】

2点ございます。あおちゅうは、おいしいので大好きですが、なかなか都内では飲めるところが少なく残念です。先ほどずっとあおちゅうのビンが並んでいる写真がありましたが、あのビンのラベルですと、絶海の孤島青ヶ島でつくられているあおちゅうというのが、すぐにイメージできません。あのラベル、いかがですか、それこそ御専門の山田さんから見て。青ヶ島でつくられていることの希少性、非常に日本では珍しい風土でつくっている焼酎とわかるような工夫、風土を想起させる努力もちょっと必要なんじゃないかなという気がいたします。これは、専門の山田さんにお任せします。

二つ目、椿油にもあおちゅうにも、両方に言えますが、利島の椿油でいきますか、それとも生産者を前面に出した利島の誰々さんがつくった椿油でいきますかというところ。

あおちゅうは、10人の作り手がいらっしゃって、誰々さんのあおちゅうはこういう特徴があるといった、作り手の顔を出すのか、出さないのか、その辺のところは早い時期に決めたほうがいいかなと思います。

というのは、以前、神津島に伺ったときに、あるお店で、これは誰々さんのつくった椿油で、すごく貴重だから今のうちに買った方が良さよと都庁の方が勧めてください、すぐに買い、愛用しています。本当にいい椿油です。

ですので、作り手をフィーチャーするか、しないか、この辺のところはある程度、早目に決めるのが良いかと思えます。私個人としては、作り手の顔が見えるのは、商品への親しみが一段と湧くと考えます。

#### 【山田委員長】

ありがとうございました。ちょっと時間の関係で、一つずつにちょっとお答えいただくことができないんですけれども、ぜひこれ、検討事項としてしっかりと対応していただきたいというふうに思います。

大島は競合なのか相乗効果なのか、これは二つの島で椿油の生産体制が違うので、なかなか難しいところだと思いますけれども、やはり1個1個の島も大事ですけれども、近いわけですから、2島が両方、ウィンウィンになれるというか、伸びていけるような形を考えていただければいいなというふうに思いました。

あと、利島の中で誰々さんがつくるというようなことは、定義づけは難しいんですかね、ひょっとすると、その点だけ。

#### 【事務局】

これは、ブランドの戦略の進め方いかんにかかわると思うんですけど、やはり誰それさんというよりは、島の誰それさんなんですね。ということは、まず、島から入って行って、島の認知度がブランドとして高まる過程の中でという中の誰それさんという差し込み方が一番段階としてはいいんじゃないのかなと思います。やっぱり、ちょっと人というと、都内23区にいる方なのか、島なのかというところが少しぼやけてしまいかねないので、やはりブランド戦略上は、島というところを強調して、そこを深掘りする中で、じゃあ、誰それさんなんだろうかという入り込み段階の立て方、そういうやり方のほうがよろしいのかなというふうには考えております。

#### 【山田委員長】

はい、ありがとうございます。基本的にあおちゅうの件も、私、最初、伺ったときは11人のづくり手がいるというふうに伺っていたんですけど、さっきの報告だと10人になっていきますよね。いやもう本当、これ、支えていけないといけないなと思いますし、パッケージの件も今のパッケージもいいという方もいらっしゃると思うので、余り申し上げないことにしますけれども、本当に手に入りにくい神秘のお酒ですからね。その辺がしっかり伝わるように、少し変えていってもいいのかなと思いました。

お時間、きょうは非常に限られているということで、急ピッチに進めますけれども、あと、KPIね。KPIも何か考えたほうがいいかもしれませんね。なかなか、KPIといってもおわかりにならないかもしれないんですけど、キー・パフォーマンス・インデックスですね。ぜひ、追求をして、経済性も含めて効果のほどを見ていくということだと思います。

#### (4) その他意見交換

##### 【山田委員長】

最後の3番目なのですが、東京の島しょ産品ブランド化支援モデルについて、今、お話をいただきましたけども、その他のことについて、ちょっと意見交換をさせていただきたいなと思うんですが、その他といってもいっぱいいろいろとあるので、私のほうから一つテーマを投げさせていただきたいのは宿泊ですよ。

やはり、誘客をするのはいいと、それから、あと、それぞれの島の産業を盛り上げるということで、いろんな産品がエバンジェリストになって、東京だけでなくいろんなところに出ていくというのもいいと思うんですが、やっぱり来ていただきたいといったときに、宿泊施設の問題というのはどうもついて回るようでございます。

このあたりは、きょう、委員お二方とも非常にお詳しいというか、実際、体験もなさっておられるので、ご意見を伺いたいなと思っております。いかがでしょうか。

じゃあ、楓委員から。

##### 【楓委員】

島の宿泊状況は、7、8、9月のピークのとくに、2泊の方が一番多いというのは、もう皆さんご存じだと思います。その方たちは、どんな宿泊施設であろうと、目の前の海や、山の中の自然を楽しむ目的が明快で、どちらかというとも宿泊の質はあまり求めていない傾向があり、馴染の宿もあるように思います。

ただ、7、8、9月以外の後の残りの9カ月ですね、そこにいらしていただくためには、やはりこの宿に泊まりたいとか、ここの宿だったら目的地にしたいというところが出てこない、宿泊のピークをならしていくのは難しいと思います。

宿のサイズは、先ほどゲストハウスというお話もありましたが、別に大きな立派なリゾートホテルである必要はないと思います。洋式のトイレやベッド、プライバシーの確保などは、最低限必要です。その上で、オーナーの顔が見えて、オーナーがどういうお客様に来てほしいのかや、オフシーズンの島の過ごし方などを、きちっと発信できている、そういう宿が増えれば10月、11月でも1月、2月でもそういう魅力ある宿に泊まりたいというお客様が増えてくる。そこに、また旅行商品も組むことができると思います。

##### 【山田委員長】

はい、わかりました。やっぱり、特徴ですよ、そしておもてなしの気持ちが伝わっていくような、そういうところが増えていくこと、また、そういうアプローチをしていくことだと思いますね。

大洞委員、いかがですか。

### 【大洞委員】

宿泊施設ってものすごくクリティカルで、すごく大事で、やっぱりそこでの体験がものすごく残っていく話だと思いますんで、当然のことながら不愉快な経験はいかんということになってくるので、特に今後、ブランド化に向けてやっていこうと思うと、やっぱり品質の高い宿泊経験、サービスがすごく求められていくんだろうなと思うんですね。

したがって、なかなかそういう本当の意味での宿泊の経験とか、サービスのスキルを持った人というのは、そこら辺に転がっているわけではなくて、この間、ちょっとお話しました例の八丈島のリードホテルの支配人も、もともと新潟ご出身でホテルマンのプロで、かつ、最初に八丈島のあのホテルを始められたときというのは、要するにファンドと一緒になんですよ。外部のお金を持ち込んでいるんですね。

というように、やっぱり外の力、あるいは本当のホテルマンとしての経験とか、本当の旅館としての経験とか、そういうものがものすごく求められていくんだろうなという気がするんです。

したがって、そういう意味でお金の問題もあるし、それから事業者、あるいはスキルを持ってくるとい問題もあるので、そういうところにこの委員会なり都が力を発揮できるとすごくいいんじゃないのかなというふうな気がします。

これ、なかなか島の中だけでできる話ではないので、まさに都が力を発揮できる分野ではないのかなという気がします。お金と人の問題ですね。

### 【山田委員長】

それを大洞委員はどういうふうに支援していただけるんですか。

### 【大洞委員】

私が支援するというよりは、要するにやっぱり例えばね、ホテルに投資している人たちもいるわけですよ。そういう人たちというのは、プロのホテルマンをよく知っているわけですよ。とか、そういう人たちがそれこそ例の竹富の星野リゾートみたいに、言ってみれば投資家とオペレーターと一緒にくっついてあそこで始めて大成功したわけですから、それも一つのモデルじゃないかと思うので、そういう人を探したり、話をしたり、それをだから島と結ばなきゃいけないから、島の具体的なその建物を持っている人だとか、実際に島でホテルをやりたい人もいるかもしれない、そういう人たちと一緒に何ができるかということを探していくということができないんじゃないですかね。

### 【山田委員長】

わかりました。基本的に地元の方がおやりになる民宿で、また味があって温かいおもてなしができてというのもあるけれども、外の力を借りるといような事業開発型の宿泊施設の展開というのもあるんじゃないかと、それができない場所もあるとは思いますがけれど

もね、そういうご意見でした。

うちの家内がパンフレットをある日、私に突きつけて、これに行きたいというんですね。見たら、ハワイの4島を回りますというクルーズ船の広告、チラシでございまして、要は1島1島におりるんです、ちゃんと。だけど、その4島をぐるっと回って、オアフだけじゃなくてハワイ島も見られるし、短期間の間に効率よく、かつ船の上に泊まるということで、ホテルが移動しているようなものなんですね。

見たら物すごい高いお値段なんで、私はちょっと考えさせてと言っているんですけども、そういうクルーズ船を手配して船を宿にして回っていくみたいなこともあるんじゃないかなんて思っております。

知事、いかがですか。何かそのあたりでご意見ございますか。

### 【小池知事】

自然に恵まれ、すばらしい海があつて山があつて緑があつて、もっとPRできないかということで、この会議を始めているわけですがけれども、今、ずっと地価の値上がり、上昇率、いまだに高くなっているのは、やっぱりニセコですよ、北海道のね。パウダースノーといって、あれもやはり最初はニュージーランドかオーストラリアの青年が移り住んで、そして世界に英語で発信したところ、みんなその良さに気付いて、最近は中国人が多いというふうに聞きますけれども、そこに移り住んでヴィラを建ててということで、島ですから特に世界遺産である小笠原など開発ということには気を遣わなければいけないんですけど、伊豆諸島というのか、東京の島と、そのネーミングだって結構大事ですよ。

ですから、そういう外へ向かって十分にアピールできる自然があるし、すばらしい環境があるし、そしてまた、ある意味、三宅島など火山のそれはそれで観光資源にも今はなっていて、エンデューロレースなども私、参りましたけれど、ですから、売りはいっぱいあって、ただ、来られたときに、やはりいろんな方がいらっしゃるから、ある意味、富裕層向けの何か宿泊施設があつてもおかしくないところだと思いました。

それから、例えば島々がそれぞれの魅力を、それこそ宝島のマークのように、それぞれが独自のPR、例えば椿油だったら椿油の利島とか、大島もそうなんですけども、何とかの何々とか、サーフィンの新島とか、ガラス工芸の新島とか、そこら辺のところは、それこそブランド力のつけ方なんだと思います。

宿泊については、欧米の人たちは特に長期に滞在しますし、それからクラブメッドなんというのはね、まさしく長期のバケーションをいかに今年はどこで過ごすかという、そういうことでキャンペーンを張ったりするし、そういったことを考えると、四つの島を巡るとかね、いろんな組み立て方はできるはずなんですね。

ですから、その辺をきちんとこの会議で整理していただくことによって、よりアピール度が高まるというふうに思っています。

やはり、長期滞在の方々からは、より付加価値を高めることによって、宿泊費もそれな

りに、日本のホテルは安いですよ。世界と比べるとご承知のように、だからある意味、富裕層向きのが、まず一つあって、それを見て周りが刺激を受けるというのはありかもしれないなと思っていますね。皆さんのご意見を伺っていると、特にそう思います。

**【楓委員】**

星野リゾートが、奈良の明日香村に進出します。明日香村は明日香法という国の法律で守られた地域ですけど、工夫を重ねて棚田に小さなヴィラを建てます。島の場合、国立公園内など、様々な規制があるでしょうが、運用でうまく対応できる可能性が見えてくれば、高級リゾートホテルなど外資も含めて進出しやすい状況づくりもあるのではないかと思います。

**【山田委員長】**

ありがとうございます。あと、あれね、アクセス、この問題もずっとこの会議では語られておりますけども、その辺も何か改善できるような余地があればと思っております。

遠藤さんは何かご意見いかがですか、今日、すみません、お話いただいてなかったんですけども。

**【遠藤総務局長】**

このまま静かに帰れるかなと思っていたんですけども、いろいろとお話しいただきまして、ありがとうございます。こういう種の会議って、今までいろいろ私も経験あるんですけども、ここまで内情に深く突っ込んだ会議というのも珍しいなというふうに思っていますけども。

ちょっと谷井さんにお伺いしたいんですけども、この13人の会議の中で都庁のここがダメだとか、こういうのをやってくれないんだよとかあって、そういうのがあれば、ちょっとネット中継中なので、ぜひ教えていただければと思いますんで。

**【谷井氏】**

特にこれというのはないんですけども。

**【遠藤総務局長】**

こっそりでもいいんですけど。

**【谷井氏】**

いえいえ。引き続き、やはりご支援はいただきたいなというふうに思っています。先ほども言いましたが、やっぱり伊豆諸島というのもあるんですが、私たちは東京諸島という意識をかなり強く持っています。やはり、東京都さんと一緒になって、そして地元行政さ

んと一緒にということはありますので、ぜひ引き続きのご支援はいただきたいというふうに思っております。

先ほど、お話をいただきましたけど、宿泊についても三宅島は課題がやっぱりあります。私たち観光協会からすると、入り込み数、観光客数がどのぐらいふえているのか、減っているのかというのは毎年出るんですが、なかなかやっぱりふえるというのは難しいですね。増えてはいるんですけど、倍増とか、1.5倍とかというのは、やはり現実的には難しいと。

であれば、先ほど話に出ていました、やっぱり1泊を2泊、3泊、4泊してもらおう、ここに注力をしていこうと。そのためには、やはり観光資源、もしくは着地型のメニュー、こういうものをどんどん開発していかないと、やっぱり人はとどまっただけない、ロングステイしてもらえないというのがありますので、これをぜひちょっと力を入れていきたいなというふうに思っています。

今、いただいていますのは、しまぼ通貨、非常にこれはお客さんから好評いただいております、アンケート結果では1から2泊、3泊、そういったふえているという結果も出てきておりますので、こういったものもぜひ引き続きご支援はいただきたいなというふうに思っております。

#### 【遠藤総務局長】

言えなかったことは、後でこっそりと教えていただければと思います。  
すみません。

#### 【山田委員長】

怖過ぎますよ。そういう意味では、また島の中の人の力というので、ちょっと最後に一言、映像のチカラコンテストという、新島と式根島のいいところを紹介する映像を学生たちの力でつくり上げるというコンテストをやっていて、私も審査員になっているんですね。1月26日に港区内で発表会があるということなんだけど、映像のチカラコンテストでちょっとネットで引いてみていただきたいんだけど。こうやって、中からどんどんアピールをするというのもすばらしいし、学生がそこに絡んでいるというのも非常にいいななんて思っておりますので、ぜひご注目をいただきたいと思います。

それでは、最後に、小池知事から総括をお願いいたします。

#### 【小池知事】

ありがとうございます。東京宝島推進委員会、まさしく宝島を推進していくということで、一步一步進めていただいております。

最後に、航空機の中のこのカバーに、例えばこのマークをつけるとか、徹底してこれを見れば、あ、東京の島ねというのがわかるぐらいにまでいければいいかなと。

そして、一つ一つこの島は何、この島は何というような形でPRができればと思っております。

ます。これからもしっかり予算編成の時期でもございますけれども、しっかりこの島の皆さんが元気が出て、また、あ、こんな魅力がうちの島にあったんだと気が付くような、そしてそれが伸ばせるようなお手伝いできればというふうに思っております。

今日も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した。それでは、事務局から連絡事項等ございましたら、よろしくお願いたします。

**4. 事務局からの連絡事項**

**【事務局】**

次回の委員会の日程でございますが、現在のところ未定であります。ただし事業の進捗状況等につきましては、適時ご報告させていただければと思いますので、よろしくお願いたします。

**5. 閉会**

**【山田委員長】**

ということで、もう年も押し迫り、クリスマスでございますけれども、お風邪など召しませぬように、皆様、知事も大丈夫ですか。元気に、また来年、頑張りたいと思います。

本当に、今日は皆さん、ありがとうございました。

以上