

第9回東京宝島推進委員会 発言録

日時：令和6年10月2日（水）10時30分～12時00分

場所：東京都庁第一庁舎7階大会議室

1. 開会

【事務局】

それでは定刻になりましたので、ただいまより第9回東京宝島推進委員会を開催いたします。私は、事務局を務めさせていただきます総務局事業調整担当部長の松野でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

委員の皆様におかれましては、ご多忙のところ、ご出席誠にありがとうございます。

本日は山田委員長、大洞委員、矢ヶ崎委員、藤田委員、小林委員、長谷川委員にご出席をいただいております。

本日の流れですが、昨年度、島にご視察いただいた委員の皆様から視察の内容のご報告及び提言をいただきます。その後、私のほうから都の宝島事業の取組を報告させていただきまして、委員の皆様には、議題ごとに意見交換をいただいて、我々の今後の取組に活用させていただきたいと考えております。

その後、今日大学生の方にも来ていただいております、東京宝島ブランドサポーターシップ事業ということで、島内実習を参加していただいた皆さんから報告会ということで発表をしていただきます。

なお、本日の会議はペーパーレスで行いますので、お手元のタブレット等でご確認をいただければと思っております。

それでは、開会に当たりまして、佐藤総務局長よりご挨拶させていただきます。よろしくお願いいたします。

【佐藤総務局長】

東京都総務局長の佐藤でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は先生方、そして大学生のブランドサポーターの皆様、お忙しいところご出席を賜りましてありがとうございます。

東京の島しょ地域のブランド化を目指すこの委員会も9回目となりました。委員の皆様におかれましては、お忙しいところご参加いただきましてありがとうございます。

現在、ご案内のとおり観光需要が回復をしております、特に訪日外国人旅行者数は7か月連続で同月過去最高を記録するなど、地域活性化の起爆剤となるインバウンド需要は大変堅調に回復をしているところでございます。

島しょ地域におきましても、この機を逃すことなく、観光客の獲得に努めるとともに、こちらにもございますけれども、産品を磨き上げていくということが必要でございます。

委員の皆様におかれましては、この島しょ地域の持つポテンシャルを発揮できるよう、多岐にわたる分野からの、忌憚のないご意見をぜひご頂戴いただければと思います。今、先生方ともお話をさせていただきましたけれども、実際に現場を見られて、今日お話をいただけることを大変楽しみにしているところでございます。

やはり東京というのは、ビルに囲まれている東京というのも一つの東京の姿ですがけれども、島しょ地域みたいなところがあるということも一つの東京で、東京一極集中と言われてはいますが、東京都は、東京の都会の仕事をしているだけではなくて、地方が持つようないろんな振興とか、そういった仕事を持っているということを、今日大学生の方もいらっしゃいますけれども、よく分かっていただけるということは、本当にありがたいことだと思います。

本日、知事は別の公務がございまして、今そちらをやっておりますけれども、それが終わります次第、今日の開催を大変楽しみにしておりますので、すぐ駆けつけるというご連絡をいただいておりますので、そういう予定でございますのでどうぞよろしくお願いいたします。

それでは、どうぞ本日はよろしくお願い申し上げます。

【事務局】

ありがとうございます。

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。

委員長、よろしくお願いいたします。

【山田委員長】

よろしくお願いいたします。委員長の山田でございます。

今日は9回目とおっしゃいましたかね。もうそんなになるかなというふうに思いますけれども、この後、いろいろとご報告もあるかと思いますが、前広な展開ができていてすばらしいなというふうに思います。

今日は本当にお忙しいところ、委員の皆さんにお集まりいただきまして、ありがとうございます。また、今日は学生の皆さんもたくさん来ていらっしゃって、この後、お話が聞けるということで楽しみにしております。

どうぞ、最後までよろしくお願いいたします。

2. 議事

(1) 委員からの昨年度視察報告とブランド化に向けた助言

【山田委員長】

さて、それではお手元の議事次第に従って、今日の議題に入っていきたいというふうに思います。

「委員からの昨年度の視察の報告とブランド化に向けた助言」ということでお願いをし

たいと思います。

ペーパーレスという話がありましたけれど、私の目の前が紙だらけなんですけれども。

まず、そうしますと、最初は小林委員のほうからのご発言ということになりますかね。よろしく願いいたします。

【小林委員】

ありがとうございます。楽天グループ株式会社地域創生事業の小林と申します。

私からは、昨年、藤田委員と一緒に訪れた青ヶ島と八丈島ですね。こちらの視察レポートと提言について、お伝えさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、今回の視察の目的としましては、青ヶ島と八丈島の観光資源を現地で確認、体験して、観光客誘致のための新しい施策のアイデアとなるような提言を行うこと。また、地元の観光業者や住民の皆様と意見交換を行って、現地のニーズや課題を把握することとしております。

それでは、ここから具体的な視察内容のレポートとさせていただきます。

まず、島へのアクセスですね。私は羽田から飛行機で八丈島へ向かいまして、八丈島からは青ヶ島、こちらはヘリコプターで向かいました。座席がたった9席というプレミアム感の高い20分間の空の旅となりました。

1日目、青ヶ島で訪れたのは、まず到着したのが右の地図にある青ヶ島のヘリポートです。島内の全容は地図のとおりなんですけれども、ヘリポートの逆側に八丈島からの船が就航する港があります。就航が海峡に左右されるので、就航率は50%程度とかなり厳しい状況ですと。

青ヶ島でまず訪れたのが、島内唯一の商店、十一屋商店さんです。この日、私たちが行った日の品ぞろえはかなり充実していたものだったんですけれども、船が何日も就航できない日があったりとか、そういう場合は品物が届かないことも多々あるというようなお話をされていました。

ただ、島の皆さん、個人的にインターネットショッピングで食品や日用品はお買物をまとめてしているというようなお話もあって、弊社のようなECモールの事業者としては、配送料だったりとか、配送までの日数、こちらに関して離島での不便さの解消というのは引き続き課題だなと感じました。

続きまして、こちらのお写真ですね。青ヶ島の自然環境と文化を象徴する存在である「ひんぎゃ」を使用したふれあいサウナと地熱窯、また製塩事業所です。製塩所のインスタグラムを、このときからずっと私はフォローしておりまして、活動の様子を今でも見ることができて楽しんでおります。その場所と離れていても、現地の様子がリアルタイムで分かることで、気持ちがいつでも青ヶ島に行けるような気がしております。

続きまして、青ヶ島の酒蔵にも見学に行きました。青ヶ島の特産品として高い評価を受けている「あおちゅう」の製造工程の見学です。もともと楽天市場でも人気の高い商品な

んですけれども、この地で造られて、また自分の手元に届くというこのストーリーは、さらに価値を高めるものであると感じました。

続いて、八丈島へ2日目は移動させていただきました。

八丈島では、まず、八丈町長へのご挨拶をさせていただきました。

さらに、事業者様との意見交換ですね。ここでは移住体験の取組だったり、観光振興の取組に関して、意見交換を行わせていただきました。さらに都立八丈高校では、高校生のアイデアの実装について、探究学習についてお話を伺わせていただきました。

そのほか、サステナブル・アイランド事業の実施箇所についても複数訪れています。

そして最後に、観光地となっているふれあい牧場だったり、地域産品の黄八丈を製造するゆめ工房など、2日間で地域の人との意見交換を多数させていただき、八丈島、青ヶ島の魅力を存分に感じることができる視察となりました。

視察自体のレポートは以上になるんですけれども、続きまして、ここからは視察から提言をまとめさせていただきました。

その提言の前に、まず青ヶ島は「あおちゅう」だったりとか、「ひんぎゃの塩」など、目玉となりそうな地域産品がたくさんありました。

例えば「あおちゅう」であれば、普通にECで販売する場合、父の日などの相性のよいイベントでPRしたり、ギフト需要に合わせてサイズ展開を増やすなど、すぐに実行できるECの成功事例というのはたくさんあります。しかし、視察や意見交換の中で、そこに住む地域の皆様が、自地域がよくなるように新しい取組に果敢にチャレンジしていることを理解しまして、本日は、地域の担い手を創出して関わる人、関係人口を増やすような取組を提言させていただきます。

観光×物産×次世代教育というところで、テーマは若者とよそ者を巻き込んだブランドづくりです。

まず具体的な事例から紹介させていただきます。物産×次世代教育の事例となります。

こちらは、県立高校と楽天市場に出店している花由さんというお花の事業者、さらに弊社の3社で、ロスフラワーとSDGsをテーマとした産学連携による探究学習の伴走支援をした事例になります。地域産品のブランディングだけではなく、社会課題の解決にも挑戦して、自分たちでロスフラワー問題を解決するような商品を企画、販売していただきました。

こちらの一番のポイントとしましては、作って終わりではなく、出口を準備していることです。アドバイザーとして入っていただいた花由さんのWebページで、実際に商品販売することで、自分たちが想像していたとおりに商品を手にとってもらえたのか、販売できたのか、はたまた手にとってもらえなかったのか。こちらを数字的根拠を持って振り返ることができます。

続いての事例、こちらは観光×次世代教育です。

地域の魅力を海外に発信する観光ブランディングに挑戦していただきました。イースト

とくしま観光推進機構様と楽天とが伴走支援しまして、地域創生モデルと観光業における次世代人材の育成を目指して観光教育につなげていきたいという意図でこちらを実施させていただきました。観光DMO様には徳島のデータを用いて現状を伝えていただいたり、現地ではどのような取組をしているのか伝えることで、高校生には実際の職業観を持っていただくような流れとなっております。

こちらでも先ほどの事例と同じく、単に企画を考えるだけではなく、実際に動画を作成してプロモーションまで実施することで、夢物語ではなく、実現まで持っていく、成果が出たか、出なかったかを確認するところまで伴走しております。

以上のことから、青ヶ島と八丈島ではどのような展開ができるのかと考えたときに、既に八丈島の都立八丈高校では、探究学習の時間に郷土愛醸成だったり、社会課題に目を向けた取組がされています。このような取組をさらに広げ、深めることが、今後の島しょ地域のブランディングには重要だと考えています。地元の事業者様との関わりだけではなく、内地の人、さらには海外の方も巻き込んで、青ヶ島、八丈島に興味を持っている人にも積極的に関わってもらって、実践の場を提供することが必要だと考えております。学生が興味を持ち、住みたくなる、近い将来働きたくなる機会づくりをしていくこと、これが若者の力による、よそ者を巻き込んだブランド化が進んでいく礎となると思っております。

こちら最後に、釈迦に説法ですけれども、「地域には若者・ばか者・よそ者が大切」という資料を付け加えさせていただきました。内容に関しては割愛しますが、愛のある大胆な企画を考えて、それでいて客観的に考える人材が今後の発展につながると考えております。

以上で発表を終わります。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した。非常に素晴らしいご提言をいただきました。また、きれいにパワーポイントも作っていただいて分かりやすかったです。本当にありがとうございます。

本当に簡単に行ける島じゃないということでございますけれども、小林さんはラッキーにも行きも帰りもヘリで八丈島から行けたということでね、本当によかったと思います。この後、藤田さんのほうからご報告をいただきますが、これは一緒に行かれたんですかね。ということで、違う視点でまたお願いいたします。

【藤田委員】

小林委員に同行いたしました、藤田でございます。私のほうから、この素晴らしいプレゼンテーションの後ですので、やや蛇足にはなるかと思いますが、あくまで個人的な視点でお話させていただいて、このブランド化に向けて議論が広がればいいかなというふう

に思っております。

青ヶ島と八丈島の両方に行かせていただきました。まずは東京都の八丈支庁の皆様方、青ヶ島村役場の皆様、八丈町役場の皆様、そして何よりも島民の皆様にお忙しい中、時間を割いていただいたことに感謝申し上げたいというふうに思います。

そして、青ヶ島なんですけれども、やはり伺って、あまり失礼なことを言っちゃいけないのですが、厳しい自然環境の中で限られた島の中で生きていらっしゃるということを現地視察と、そして現地の方ともお話をさせていただくということで、まず私の中で思った、浮かんできたことというのは、こちらにある1行目のところです。命と文化をつないできたということへの畏敬の念というところです。詳細なお話をお聞きしたんですけれども、ここではお話しませんが、やはり全島避難、火山の爆発で天命の別れというふうに言われておりますけれども、そこから島民全員が避難しまして、何度か帰還する、戻るチャレンジをするんですが、結局全員が帰還するまでは何と39年間かかったと。彼らが言うところの還住魂ということでお話がありますけれども、非常にそういった形で、よくぞつないでくれたということ、これを深く感銘をしたというところです。

利他の心というふうに書かせていただいたんですが、やはり先ほど申し上げたような環境下ですから、島を維持するために、島民の皆さん、もちろん役所の皆さんも含めまして、島に住まわれている方々がほぼ全員が兼業です。何かをしながら何か島を維持するために足りないお仕事というところを、それなりわいにしていく、取り込んでいくということで、ほとんどの島民の方は1日お休みなく、いろんな仕事をされているということです。まさに助け合い、利他の心であり、他が示すものはこの青ヶ島。島のために皆さんが研究をされているということについても、これも感銘を受けたというところです。

大きさにして千代田区の半分程度、その中でも人が住めるエリアといったところでは、東京ドーム10個分ぐらいのエリアしかありません。民宿も4軒ほどですし、食事を確保する、観光客のための食事を確保するためには、やはり事前予約が必須であると、これはキャンプ場においてもそうですよね。そうやって商店は1個しかない。飲み屋も1件しかない。もうまさに脆弱な観光受入環境というところも目にまいりました。

ただ最近では、なかなか行きにくい島というところで、そこに私は行って来ましたよということも、また映える。SNSですと映えるような状況ですので、そういったところにもどんどん飛び込んでいらっしゃる方がいらっしゃいます。もちろんいい方はいらっしゃいますけれども、いい方というか、この畏敬の念を持って触れる方もいらっしゃいますけれども、残念ながらそうでもない方もいらっしゃると。外国の方は特に、外国の方が悪いということではないんですけれども、どこまで理解をしていただけるかというところはあるかなと思います。

そういう意味では、島の方々が大切にしてきたほこらとか、神社などももちろんなんですけれども、ほこらといったところは神聖な場所ですよね。そういったところについても、やはり配慮なく入ってこられる方もいらっしゃるというのが現実だなというふうに思います。

この青ヶ島で観光がこのブランド化にどう寄与するのかというところで考えますと、私が行ったときにすぐ思い出したのが、2019 年ウィーン政府、統計ではなくて、いろんな観光事業者の方、また地域住民の方々と一緒になって話し合っただけで決めた、ウィーンの観光をもってどうウィーンを発展させるかという政策というのがございます。それを思い出しました。何が書いてあるかというと、これはコロナの前なんですけれども、2019 年、ウィーンは観光客のために何ができるかではなく、観光客はウィーンのために何ができるかということを考えるべきであるというスローガンといいますか、掲げていたんですね。まさに観光産業が、この島の維持、そして島が大切にしてきたこと、もしくは今大切にしているもの、これをどうやって周知をして、そこに対して畏敬の念を持った人々に来ていただくのか。これがブランド化において非常に重要なことだと思います。

そして、さらにここに書かれて、今お話ししたような慢性的な人手不足という中で、観光客がこの島の維持といったところにどう貢献するのか。これもちょっと失礼な話、言い方をしますけれども、正直、島自体はそんなに、先ほど言ったように広くありません。見るべきものというところはガイドさんがちゃんとガイドすれば 1 日で終わってしまうというところなんです。ただ天候が、我々はラッキーでしたけれども、でも残念ながら夜は曇っていたので、1 泊 2 日ですと星には巡り会えませんでした。ですから、やっぱり 1 泊とか 2 泊の話ではなくて、1 週間ぐらい行っていただくところなんです。

ですけど、先ほど申し上げたように、見るものはそんなにないということと言うと、観光客がこの人手不足の中、島の維持のために自分の特技を生かして参加をする。そういうようなことが必要な考え方になってくるのではないかと、ブランド化に必要な考え方になるのではないかなというふうに思いました。

ちょっと IT に強い方であれば、もう Wi-Fi の設定で困っているところでちょこちょこっとなんてやって、島民の方からありがとうと言ってもらえる。資格のある方はもちろんです。いやいや、そんな何もないよ、得意なこと。でも、島ではイベントがいろいろあります。不幸なイベントもあります。楽しいイベントもあります。そのときに何かお手伝いをする。設営ですとか撤去ですとか。カナブンとカミキリムシを捕まえるのも、実は島にとっては貢献なんですよね。駆除につながるというところで。草むしりも、もちろんだというふうに思います。そっちのほうがよく SNS 映えする、SNS で好意的に思っただけのような話じゃないかなと。

一つ目の提言は、観光客はウィーンのために何ができるのか、これを青ヶ島の皆様方と考えていきたいなというふうに思います。

観光客が来ても、島自体が衰退していったらしょうがないですよということと言うと、やはり産業が必要だというふうに思います。島民の方と話していたときに、町の経済の維持の上で重要なのが中学校の存在という話がありました。学生さんがいなくなると、もちろん先生がそこにいる必要がなくなってしまうので、ごそっと人口が変わってしまうということを経験感を持っていらっしゃいました。

このときに思い出したのが、少し古いお話ですけどもイギリスです。ブレア首相が就任直後の 1999 年にしましたお話があったのが、イギリスの留学産業、これを一つイギリスの経済活性化の柱にするぞということで話があったんですね。留学も観光の分野の一つですので、ここでシェアを 25%取ってと、アメリカだけじゃないんだというようなことで外から人を集めている。これは非常に、この青ヶ島に相性がいいかなというふうに思っています。青ヶ島は先ほど申し上げたように、観光施設を造るとか、宿泊施設を拡充するというのは難しいです。ただ、留学であればホームステイ、今住んでいらっしゃる方と共存していく。そして島に対する理解、島に対する貢献もいろいろな形でできるのかなというふうに思いますので、イギリスの留学産業というのがもう一つの提言、産業振興ということで提言をさせていただきたいなというふうに思います。

続きまして、八丈島です。これは皆様ご存じのとおりポテンシャル豊かな観光インフラ、とにかく羽田から 1 時間飛行機で行けるということ、東京駅から行くとほぼ 2 時間ですね。これは東京都のもう一つの田舎であります奥多摩エリア、これも東京駅から大体電車で 1 時間ですから、そういったところに東京のもう一つの顔がある、側面がある。宿泊施設もちょうど終わってしまったものもありますが、そういったものをリフォーム、リニューアルすればいいでしょうし、やっぱり先ほどお話ありました、東京のビルの中での MICE、これとの連携ということで、東京都のもう一つの顔を見るというところで大きな可能性があるのかなというふうに思います。

観光協会では、皆様ご存じのとおり、アドベンチャーツーリズムというところにブランド化のところ、八丈島の観光というところではブランド化に非常に大きく貢献する考え方がなというふうに思います。

先ほど、小林委員とかイースト徳島というところの名前が出てきて懐かしかったんですけども、今、四国ツーリズム創造さんが広域の DMO ですけれども、アドベンチャーツーリズムで四国は行くと、これで生き残るしかないんだということで地域連携 DMO、イーストさんのような、あと地域 DMO の方々を引っ張って、このアドベンチャーツーリズムというところを推進しています。定義としては、おさらいですけども、自然、文化、それから体験アクティビティですね。この三つの要素のうち二つを満たすものがアドベンチャーツーリズムを名のってよいという定義になっておりますけども、これもまさに八丈島にも自然があり、つないできた文化があり、そしてそれを体験するような施設も先ほど小林委員がご説明あったとおり、たくさんあるというところです。

産業面のほうに関しては、私自身がシリコンバレーに何回か、1996 年から 2011 年の間視察で行きました。あそこも車文化でして、車でびゅっと入ると、建物があって人が住んでいたりとか、オフィスがあったりカフェがあったりということで、そこでいろんなものが生まれているんですね。八丈も U29 プロジェクトでお伺いしたときに、車でひゅっと入ったリフォームしたところで、実はもういろんな活性化の取組ということがあって、シリコンバレーでガレージでヒューレット・パカードが生まれたかのように、ここからもいろんなものが

生まれてくるんじゃないかなという可能性を感じました。

シリコンバレーに比べて足りないものは何かというと、もっと圧倒的な交流の場ですね。カフェとか、あとは実は大学、スタンフォードのような大学というところを、全部誘致する必要はないですけども八丈島キャンパスみたいな形で、都立の大学等々を誘致できたら、本当にシリコンバレーになって新しい産業がどんどん生まれてくるんじゃないかなと思います。

最後ですけども、象徴的イベントとして、昨年福岡でデジタルのサミットではなくてフェスが行われました。名前は「Colive Fukuoka」という名前だったんですけども、1 か月で 60 以上のコンテンツが走って、30 代が 60%、アジアから 50%、欧米から 50%、24 か国、最初は 50 人ぐらいの方だったんですけど。国のほうもデジタルノマドワーカーに対するビザも緩和いたしましたので、これから 50 か国近くの方々が来られると。その方々がぜひ島民の方とか、島外から移住されてきた方々が混じることによって、今度はちゃんとシリコンバレーと同じような、いろんなアイデア、いろんな産業というものが生まれてくるというポテンシャルがあるんじゃないかなというふうに思います。

最後に 8 月 8 日というふうに書かせていただきましたけれども、これは実は世界でのノマドワーカーの日なんです。八丈島です。8 月 8 日です。8 月は八丈島でジャズフェスティバルもあります、お祭りもあります、花火もあります。ぜひ、今別途走っています CIQ、八丈島の空港に直接外国から来て、そこで入国できるような仕組みと、実証実験を東京都で今年やりますけれども、こういったところを積み重ねながら、ぜひデジタルノマドフェスを八丈島で行うということが、産業にとっても観光にとってもブランド化になるのではないかなというふうに思います。

大変長くなりましたけれども、以上で私からの提言を終わらせていただきます。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した。

それでは、ちょっと時間の関係もありまして少し急いで行きますけれども、私のほうから。昨年の 11 月でしたかね、ちょっと大分たっているのですけれども、視察先の父島、母島、小笠原村について報告をしたいと思います。簡単にさせていただきます。

まず何よりも東京から行きますのは、この行程表の一番上のところで、これは 11 時に竹芝桟橋を出まして、翌日の 11 時に父島へ着くということで丸々一日かかるというところ、これが結構高いハードルになっているのかなというふうに思います。ですので、実は 1 週間ほとんどいない状態、私、東京を開けるのが大変だったんですけども、26 日から 12 月 1 日までということなんです、実際に島にいたのはたったの 3 日間ということで、この辺りがなかなか難しいところだなと思いました。

こちらは、おがさわら丸での過ごし方ですね。丸一日どういうふうに過ごすかということ

で、それぞれ思い思いの過ごし方をするんですが、船はもう何代目かのおがさわら丸になりまして、とてもきれいで過ごしやすく、船内で退屈をするということはあまりありませんでした。いろんな催しが行われたり、それからガイドさんがデッキに出て周りの島々を説明してくださるというようなところもございました。

そして、下は父島からの景色ということでございまして、右側のところは海を見ている私でございますけれども、かなりたそがれた感じに映っておりますけれども夕日がとてもきれいということで有名な場所でございます。

宿泊の施設がどうなっているのかなということでいろいろと拝見をしたわけですが、これはホライズンホテルということで、平成6年2月には平成天皇それから美智子様のご宿泊になられたという宿でございます。多分、一番高級な宿かなというふうに思いますけれども、バリアフリーの対応はこれからなさるのかなということで、今はまだできていないということでありました。レストランでも、当時の天皇がお召し上がりになったフレンチのコースをアレンジしたものが提供されるというようなことでもございました。また、右下にはこうもり亭という、この後出てまいります増山さんという方が運営されているコテージでございます。非常に小ぶりのコテージですが、おしゃれなつくりになっていましたね。

次のページ、こちらは特産品についてちょっと触れておりますけれども、いろんな特産品があるのですが、実はコーヒーも栽培をしているんですね。上は USK コーヒーということで、USK というのはユウスケさんという方がやっていたので USK なんですね。でも、手作りのコーヒー、そしてそれを焙煎して、そしてクッキーも作って、本当に豊かな自然の中でこれをいただくことができるというようなすばらしい取組でございます。

そして、下は農協さんの店舗だと思いますけれども、小笠原れもんですね。いろんなブランド化の試みがなされている中では、成功している部類ではないかなというふうに思います。結構大玉ですよ。

今度は海洋センターというところに訪問いたしました。左上ですね。ウミガメの赤ちゃんです。アオウミガメですが、海岸でふ化をしますと、お母さんはもうとっとこの卵を置いて海に帰っていくわけですが、この卵をそのままそこに置いておくわけにいけないということで、温度変化でウミガメは性別が変わってくるらしいんですね。砂の中で一定の期間を置いて、そしてそれが盗まれたりとか潰されたりとかしないように保護をして、こちらの海洋センターでふ化をしているということでございます。本当にちっちゃくてかわいいのですが、一定の期間ここで大きくしましたら、要は安全に海に帰るために、ここで一定の大きさにするんですけども、タグをつけて、背中にチップがついていますが、これを海に放ってその後のフォローアップをしていくというようなこともしております。非常に重要な施設です。

右側ですが、こちらは母島のほうになりますけれども、母島の森の入口にこういう消毒をするマットが敷いてあります。ここで靴の底についてくる、ちょっと名前を度忘れしましたが、ちっちゃいヒルの一種なんです、こういうものを殺してから山に入らないとい

けないということですね。極めて絶滅危惧種がたくさんいる重要な森でございますので、こういったところの危惧種を守るというような試みもなされております。

島民との触れ合いに関しましては、本当に素晴らしいんですが、とってもオープンな島なんです。遠くに行きづらいけどオープンな島。いろんな歴史があって、フラダンスをやる方が多いわけですね。島民の1割がフラダンスができるということでございました。大変素晴らしいイベントも見せていただいて感動いたしました。ちっちゃな男の子までフラダンスを踊っております。

そして右側の下ですけれども、これはおがさわら丸が父島を出航するときの様子ですが、漁船ですとか小さい船に島の方々が乗ってきまして次のページにひょっとしたら動画があるかな、これをちょっと動画を回していただけますか。左下をクリックすると流れます。

(動画視聴)

【山田委員長】

すごく手を振ってくれていますよね。おがさわら丸の中から撮影していますけれど。右側のほうへ行きますとこれはすごいんですが、これはどんどん次々とみんな飛び込んでくるんですね。この方々の歓迎の仕方の仕方というか、見送り方がすばらしくて。要は、行ってらっしゃいと言って飛び込むんですね。行ってきてねということで、ここがあなたのおうちですよというようなアピールをしてくれております。

いろいろと意見交換もさせていただきました。左の上の写真、これは小笠原村の村長の渋谷さんですね。渋谷さんという方は、実は東京の都内のお生まれでございまして、渋谷区かと思ったらそうじゃなかったんですけれども、非常に何といいますか、リベラルな感じで、いろんな意見もぶつけてこられる方だったんですが、基本的に今オーバーツーリズムという状態ではないんだけど、あんまりたくさん来てもらっても困ると、こういうスタンスはお持ちでございます。それから、やっぱり都民ファーストって知事もよくおっしゃられますけれど、基本的に島民ファーストということで、島民を第一に考えるんだというようなことを強調されておられました。

そして、右の黄色いシャツを着ていらっしゃる方は、父島みらい会議のマスヤマさんですね。このマスヤマさんともう一人、この下のほうに写っていらっしゃる深澤さんと、いろいろこのお2人はアクセラレーションの取組で協力をして頑張っている方々です。で、ご意見を伺いました。ウェブサイトを立ち上げたり、外国人の方向けの英語とフランス語のホームページも立ち上げたり、フランス人のシェフを招いて美味しいお料理を振る舞ったりとか、いろんな試みをされております。また、父島みらい会議というのは、父島の未来についていろいろと語り合うということで、島民の健康で幸せなよい暮らしというものをしっかりと追求をしていくんだという趣旨の会議を展開されているということでございました。

今度は母島に参りまして、母島は先ほども一部ご紹介しましたが、絶滅危惧種がたくさんおりまして、生態系の保護に取り組んでいる島でございます。下の真ん中の写真は私

が靴の裏を洗っているわけでありまして、この次の写真に行きましようか。次のページにいきましよう。

この左上ですね、皆さん分かりますかね。ゼリーみたいなのが葉っぱの上に乗っているんですが、これはカタツムリなんですよね。ちっちゃいカタツムリ、まるでゼリーのような、しずくのようなカタツムリですが、要は危害を加えられないということで、自然と甲羅というか殻がなくなってしまった、そういう殻を持たないカタツムリなんです。こういう絶滅危惧種が、これがオガサワラオカモノアラガイという名前なんです、先ほど申し上げたヒルに食べられちゃうというようなことが起こらないようにしている。実際に父島ではこれがあつたわけですが、この絶滅危惧種が結局ヒルに食べられちゃって絶滅をしてしまったと。だから、絶対母島では守るんだということでございます。その他、アカガシラカラスバト、ちょっとよく分からないですが頭の上がちょっとトサカのようなものがついていて、それが赤いんですね。ハトの一種ですけども、これも本当に守っていかなければいけないような動物ということになります。こういうものがたくさんあるということで、自然の宝庫であり、こういう残された命の宝庫でもあるということでございます。

この山を私どもトラッキングをいたしまして、3時間ぐらい歩いたんですかね。乳房山という山の頂上付近まで行きまして、そこからの眺めが下の写真になっております。

基本的に小笠原というのは本当に世界有数の自然があるということで、「宝物」の宝庫でございます。世界自然遺産であるがゆえに、なかなか観光客の受入れに対しては環境が課題と、整備ができていないし、なおかつたくさん来られ過ぎてもオーバーツーリズムは困るというような状況がございます。来島者が一時期コロナで非常に減ったんですが、今はまた回復をしているというような状況の中で、人手不足ですとか、受入側のいろんな事業者の負担が増えているというような状況がございます。24時間の船旅というハードルは高いんですけども、それを乗り越えてでも訪れるべき島ではないかなというふうに思っております。

今後、いろんなアクセスを考えていただきたいなというふうには思っておりますけれども、まず関係人口を増やしていくということが重要であって、こういう島が私ども東京の中にあるということをまず知ってもらいたい。それから、さらに少し行きづらいいですけども、ぜひこの船旅というものを皆さんにも楽しんでいただきながら、向こうに着いたら本当にオープンで明るくてハッピー、彼らいわく全員がよそ者ですと、こういう島なんです。ですから、ちょっといろんな島を私も巡らせていただきましたけれども、違う傾向があります。

食がとても豊かなんですね。美味しいんです。実は鯖というお魚がありますけれども、これが美味しいんですね。私は小笠原で鯖なのかと思ったら、それは全然関係ないらしいんですけども、こういう食の名物もあるということで、私は村長にはぜひ魚市場を作ってくださいというお願いをしました。実は地元の方は、お魚はあんまり食べられないんです。豊富に漁獲量があるのに、全部豊洲のほうに行っちゃうということで、ここは何とか改善ができないかなというふうに思っております。

近くて遠い島ですけど、ぜひ皆さんには1回見ていただきたいなというふうに思う島

でございました。

すみません、ちょっと時間が押してしまっておりますけれども、ここから皆さんのご意見を伺いたいんですが、どうしましょう。いいですか、ちょっとだけ一言ずついただきますようかね。

短めに大洞委員のほうから。私も行かせていただいたけれど、青ヶ島のこととか、何でもいいんですが、どうぞ。

【大洞委員】

すみません、ちょっと別の角度の話になるので恐縮なのですが、今お話を伺いながら、この委員会が始まって今8年かな。当初、主にやっぱり島の産品をいかに売るかということにかなり意識がいていた気がするんですね。今日、皆さんのお話を伺っていて、もう今はそれを超えて、こちらにいらっしゃるブランドサポーターシップの大学生の方とか、それから小林委員や藤田委員が今お話されたような島を超えたネットワークを含めた価値の創出みたいなのところに徐々に発展をしてきているなというふうに感じたわけですが、同時に、我々は実は島の振興という側面もあるんだけれども、同時に東京が持っている資産としてこれをいかに生かす、それが東京の価値を世界都市としての価値をいかに上げていくのかということの一つの戦略資産でもあると思うわけですね。その両方の側面を考えていくべきじゃなかろうかということをご強く感じて、これは前も申し上げたのですが、海外の友人たちと日本の話をすると、例えば直島はよく知っているわけですよ。多分、藤田委員も何か関わっていらっしゃったと思うのですが、だけども八丈島を知っている人ってあんまりいないですよ。

でも、直島はかなり戦略的な取組をしたと思うし、それからちょっと前に事務局の方にもお話ししたんですが、ギリシャでゴミゼロの島という、すごいSDGsで物すごく売っているティロスという島があるんですが、非常にここも戦略的な取組をしているわけですね。

今回、いろんなチャレンジプロジェクトなんかで島を超えたドローンのいろんな物流システムであるとか有効な取組も進んでいますし、そういう意味で広がりはあるんだけれども、もう一歩先を考えて、東京都の島全体を考えた取組というのがもう一層必要じゃないかなと。だから島個体がありますと。それから島を結ぶ取組がありますと。島と島以外を結ぶ取組がありますと言ったときに、今度、島全体をどうブランド化していくのかという取組も今後必要になってくるかなというふうに、今、お話を伺いながら非常に思いました。

そういう意味で、予算も増えるかもしれませんが、そういう取組も必要じゃないかなという中で、ぜひ事務局の方々にも今やっている取組が全体の絵の中で、どういう位置づけの取組をしているのかということを1回整理していただいたらすごく分かりやすくなるかなというふうに思いました。

すみません、ちょっと違う角度の話で申し訳ないです。

【山田委員長】

ありがとうございます。

それでは矢ヶ崎委員、一言お願いします。

【矢ヶ崎委員】

ありがとうございます。では、端的に。

青ヶ島、八丈、小笠原のお話をお聞きしまして、大変ありがとうございます。特に委員長がご報告された小笠原ですね。私の友人にも年に一遍、小笠原に1週間いないとどうも調子が悪いという友人がいるんですけれども、その意味が分かったような気がいたしました。

ブランド化に向けてということですので、お話を拝聴しまして、やはりブランディングはアウターとインナーという二つの方向性があるわけですが、アウター、外に向かった情報発信というのは島に対するリスペクトを持った人々にやっぱり来ていただきたいということで、ある程度人数を絞ってどういう人に来ていただきたいかというメッセージをしっかりと発信していくということが大事なんだろうなというふうなことを思いました。

また、ブランディング中のインナーですね。これを地元の方々、特に若者と一緒に進めていかれるという取組、このアウターとインナーのバランスがしっかりと取られているということが、宝島における大事な点かなと思って拝聴いたしました。

以上です。

【山田委員長】

ありがとうございます。

それでは、最後に長谷川委員、お願いいたします。

【長谷川委員】

素晴らしいご報告ありがとうございました。

私は物売りではなく、あくまでZ世代の若者としてSNSを中心とした運営を会社で行っていますので、その視点でお話しできればと思います。こうやって資料だったりとか、あそこにも展示されているものだったりとかを見ると、何でしょう、強くPRの有無にかかわらず、もう既にいいものが宝島にはそろっている、じゃあなぜ届いていないのかというのがシンプルなところで、今日のこういった会議も皆様本当に様々な視点でお話されているのにもかかわらず、インスタで検索するとやっぱり出てこないんですよね。この1年の取組の中で、例えばアイドルグループのINIさんの東京宝島PRというものもあって、そこで若者にも大きな反応があったというふうには伺っているんですけれども、例えばその情

報を得た後に、我々はウェブサイトですごい検索するかというよりかは、私、もしくはどうですか、皆さん。結構、インスタグラムだったりとか、Xでの検索、そこで上がってきたもののさらに深いところという意味でウェブサイト。ありがとうございます、うなずきをいただいているので。

なので、いいもの、いい取組、いいPR、いいブランディングを幾ら行ったとて、若い世代からすると、SNSに上がっていないとやっていないものと同然というふうな感覚になってしまいますよね。そうなんですよね。なので、ここを何か先ほどインスタグラムで検索したら 72人、多分まだ発信されていない東京宝島のアカウントがあったので、ぜひこのすばらしい取組がまとまっているインスタグラムアカウントを。

これはちょっと余談になってしまうんですけども、先日あった都知事選、これは大きくSNSで話題で、特にインスタグラム上で話題だったんですね。もう一つ、都民にとっても直接的に投票ができたというところもポイントだと思います。一方で、つい先週、先日あった自民党総裁選に関しては、全然我々に直接的な投票権がないという理由でしょうか。インスタグラムでの、SNSではなくインスタグラムでの盛り上がりが少なかったがゆえに、私がネイルサロンに行っていた隣のお客さん、今総裁選中ということを知らない。何が言いたいかというと、情報というのがテレビを見ている人、Xを見ている人、TikTok、インスタグラム、分散してしまっているというのが、今、一つの現状なのかなと思うので、まずはこういった点から情報が届いていないというのが物すごくもったいないなというのを今日お話ししながら思いました。

すみません、長くなりましたがありがとうございました。何かできることがあれば、お手伝いをぜひさせてください。

以上です。

【山田委員長】

ありがとうございます。ぜひよろしくお願いします。

インスタグラムもやっていますよね、インスタはやっていない。まだやっていない、そうか。

【長谷川委員】

72人でした、さっき見たら。

【山田委員長】

これはやらないとね。

本当にすばらしい映像もいっぱいあるんですよね。ぜひそういうものを公開していきたいなというふうに思うし、情報の共有の仕方というのは広げていくべきだなというふうに思いました。

いろいろと皆さんのご意見も伺わせていただきまして、ありがとうございました。

(2)「東京宝島」の取組について

【山田委員長】

それでは次に、東京宝島の取組ということが今、非常に前広に進んでおりますので、この辺も事務局からよろしくご説明願いたいと思います。

【事務局】

ありがとうございます。それでは簡潔に説明させていただきます。

まず、チャレンジプロジェクトです。

こちらについては、複数の島で展開できる複数の事業者が連携して行う新たなチャレンジを今年度6事業者に支援してまいります。具体的には、島内外の意欲ある若者が参加して、美の健康ツーリズムにトライしたりですとか、先ほどもお話に出ておりました島間をつなぐようなドローンの活用というような取組を進めてまいります。あと、小笠原では木材を使ったブランドストーリーを展開していくというようなことも進めてまいります。

続きまして、アクセスの多様化です。

こちら先ほどもちょっとお話が出ましたが、海外の富裕旅行者層の獲得を目指して、今年度はビジネスジェットを海外から直接誘致する、CIQの検証なんかを行ってまいります。来年度は、その取組を基にビジネスジェットの海外見本市で、我々の島の魅力を発信して認知度を高めていきたいと考えております。

続きまして、サステナブル・アイランド事業です。

こちらは継続事業になりますが、町村が取り組む魅力の磨き上げですとか、課題解決に支援を行っております。今年度で大島、八丈については事業が終わりますが、大島については昔ありました三原山の滑走台のプロジェクションマッピングなんかを作ったり、あと八丈ではAIを使って鯨の動きを状況把握して、そういったものを観光に結びつけていこうというようなことでDXを活用した新たな取組を進めているところです。

事業期間を3年間と設けておりますが、前向きに取り組んでいくにはもう少し時間が欲しいなというような、前向きな町村からの意見ももらいながら、今、鋭意に事業を進めているところでございます。

非常に雑駁ですけれども、私からの説明は終わらせていただきます。

【山田委員長】

この意見交換ですけれども、今ご説明をいただいたことに対しての意見交換ということによろしいですかね。

ちょっと早足だったので、全体がちゃんと把握をできたかなというふうには思うのですが、簡単に申し上げると、今、二つのプロジェクトが動き出すというか、もう既に一つは

サステナブル・アイランド事業として続いてまいります。これは非常に大きな規模の事業が多いのですが、片やチャレンジプロジェクトも、これまでのアクセラレーションを引き継いで、さらにそれが島と島をまたがって展開できるような形で大きなものに育ってきているというようなことでございます。今、また画面に出ておりますけれども、こういった取組に関しては、先ほど大洞委員にちょっとそれに関するご発言があったものですから、紐解きも含めて、この辺はちょっとよくご存じの大洞さんと藤田さんに、まず一言ずつ伺いたいと思います。

まず、藤田さん。

【藤田委員】

チャレンジプロジェクトに関して。

【山田委員長】

どちらの事業に関してでもいいですが、一つ一つ分けてという議論の時間もございませんのでまとめて。

【藤田委員】

非常に島内の方々の力を活性化するというところの施策と、島外の方々……。

【山田委員長】

音が入っていないかもしれない。

【藤田委員】

失礼いたしました。非常に3施策、バランスがよくすばらしいかなというふうに思っております。島内の皆さん方のアイデアというところを引き出すようなものと、島外の方々がその島に対するポテンシャル、やっぱり先ほど小林委員からお話があったようなよそ者だから見えるものというのもあるので、そういったところに着火していく施策といったところ。それから、今度は一つの島で成功したものを、今度は横に広げていくという考え方、非常にバランスの取られた施策が走っているなというふうに思っております。

冒頭のお話じゃないですけど、やっぱりもっと東京都民の方々が関心を持っていただけるような施策というところがこれに加わると、より加速度を増していくのではないかなというふうに思いました。

以上です。

【山田委員長】

ありがとうございます。そうですね、都民の人たちが知らないところで何かというんじ

やなくて、どんどん知らせていきたいですね。

大洞さん、どうですか。

【大洞委員】

さっき大分申し上げちゃったんですけども、今、ご説明があったサステナブル・アイランドの取組、これは島ごとの取組ですよ。このチャレンジの話になってくると、これは島をやっぱり超えた取組になってくると。

じゃあ、今、我々はどこに向かっているのかと。さっき申し上げたような世界都市というか、そういうことも含めて、今後どこに向かっていて、その中にどういう、こういうプロジェクトが位置づけられていくのかと。恐らくまだ穴だらけでやんなきゃいけないことが多分いっぱいあって、それは何なのかということを、1回きちんと整理をした形で、この委員会が関係している取組も位置づけて見られるとすごくいいなというふうに思っておりますので、ちょっと過分なお願いかもしれませんが、もしそういうことができれば、ぜひお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

【山田委員長】

ありがとうございます。ほかの皆さんからも一言ずつ、本当に申し訳ないんですけど、11時半に知事が入ってこられる可能性が高いということで、ちょっとそこまで巻いていきたいと思いますが。

いかがでしょうか。今度は長谷川さんにまず聞いちゃおうかな。

【長谷川委員】

ありがとうございます。そうですね、先ほどの資料の中にもありましたけど、都民のためのもの、地元の何でしたっけ、アウターとインナーというお話で、物凄く富裕層に、海外の富裕層、ウルトラ富裕層に狙ったものと都民に愛される島というのは、これは実はすごく大きく違うものなのかなというふうにも思うので、ここはもう少し私自身も理解を深めて、どこに向かっているのかというのは物凄く、これがオーバーツーリズムの京都とかで起きていることの課題の一つだと思いますので、ここは注意深く見ていく必要がある点なのかなと思いました。

以上です。

【山田委員長】

ありがとうございます。

それでは、矢ヶ崎さん、いかがですか。

【矢ヶ崎委員】

ありがとうございます。非常にバランスの取れた取組であるというご指摘も納得できますし、加えて今後に向けた戦略性、これを入れていくということも大事だなということも大変賛同いたします。ビジネスジェットのCIQの検証なんかも本当にご苦労されたと思いますけれども、とても楽しみにしております。

それとサステナブル・アイランド創造事業ですね。大島と八丈、事業完了ということですからけれども、恐らくもっと、もう少し支援をいろんな観点からなされたほうが成果がもっと確実なもの、よいものになると思いますので、事業の終わりが終わりではなくてですね、しっかり寄り添って成果をつくるというところまでしていただけるとうれしいなと思いました。

以上です。

【長谷川委員】

ありがとうございます。

小林さん、お願いします。

【小林委員】

この事業に関わられている事業者さん、当事者の皆様以外にも、都民の皆様できっと実は本当は関わりたいと思われている方ってたくさんいると思うんですよね。今日、情報が届いていないだとか、横のネットワークというお話がたくさんありましたけれども、その辺を強化していくことが、この事業を二重三重に拡大していくきっかけとなるんじゃないかなと思いました。ありがとうございます。

【山田委員長】

どうもありがとうございます。

小池知事がお見えですね。

(知事入室)

【山田委員長】

よろしくお願いします。

ちょうど今、島を訪問した委員の報告を行いまして、これが青ヶ島、八丈島、そして私は父島、母島に参りましたので、その報告をさせていただいたということと、事務局のほうから今年度の事業について、二つの大きな柱があるわけですが、これのご説明をいただいたことに対してのご感想を皆さんから伺ったというところでございます。

ということで、知事におかれましては、もうスタスタと歩かれていて、大変に回復が早くいらっしゃってすばらしいなと思いましたけれど。

それではここで知事から、一言、本事業について、また本委員会についてお願いをしたいと思っております。もう本当にいきなりでございますが、すみません、よろしくお願いします。

(4) 知事挨拶

【知事】

皆様、おはようございます。東京宝島推進委員会、今日で第9回となります。お忙しいところ、お集まりいただきありがとうございます。また、この間もずっと、この島の魅力をどうやってアップグレードしていくかということ、また知らせていくかということで熱心なご議論を賜ったこと、感謝申し上げたいと思います。

そして11の島には、それぞれもう全部違うんですね。自然から、そしてそこで生まれてきた歴史や文化も、それぞれの島ごとにカラフルな文化があります。ぜひ、それを磨き上げて、そして宝物としてもっともっと磨いていきたいというふうに思っております。

それにしても、今、世界がもうガタガタしておりますけれども、やはりそういう中でも観光でほっと息のつける、そして海を楽しむ、そういう場所を提供するということは、この東京にとっても、また日本にとっても、とても有効なことだというふうに思っています。

島の魅力を先ほどから磨くと申し上げていますが、それを発展をさせて、かつ持続させるという幾つもの課題がありますけれども、山田委員長は小笠原、藤田委員、小林委員が青ヶ島と八丈島の視察、体感をしていただきました。また、今日は学生さんが、みんなおそろいのシャツで、爽やかなシャツでお越しいただきました。ぜひ皆さんからの感想も聞かせていただいて、どうすればもっと島が魅力を増すことができるかとか、違った目で、フレッシュな目を見て、そしてそれをまた参考にできればなというふうに思っております。皆さんご協力、ありがとうございます。

(5) ブランドサポーターシップ事業大学生報告会

【山田委員長】

知事、どうもありがとうございます。まさに、ブランドサポーターシップ事業ということで、今日、大学生の皆さんからの報告を伺うということになっておりますので、その中でもいろいろと触れていただきたいなというふうに思います。

コミュニケーションをもっとよくしましょうということで、先ほど長谷川委員からもですね、もっともっとインスタを使ったらどうだと、こういうご指摘もありましてね、全然届いてないよという話で、宝島の認知度も上げていきたいし、横断的に一つの大きな島の集合体として価値を上げていこうというようなお話もございました。

それでは、ブランドサポーターシップ事業について、松野部長、よろしくお願いします。

【事務局】

ありがとうございます。それでは簡単にブランドサポーターシップ事業について説明させていただきます。

本事業は、島しょ地域とZ世代をはじめとする若者の皆さんのつながりを創出していくことを目的として、都内の大学生と島しょ地域の事業者の方を結びつけて、実習生として派遣をして、大学生の皆様から若者の目線での提案をしていただいて、提案を実現していくというものになっております。

派遣先といたしましては、4島で3事業者ということで、利島、三宅島、八丈島・新島ということで現地実習を行いました。参加大学としては、昨年度からご協力をいただいております矢ヶ崎委員の東京女子大、楓委員の國學院大学、そして都立大学の3校に加えまして、今年度から多摩美術大学にご参加いただき、大学を超え、様々な学部の皆様のコラボレーションで、4校で計20名の大学生に参加していただいております。本日は、18名の学生さんにもお越しいただいております。

それでは利島、三宅、そして八丈と新島は一つのグループということで、3グループを順に実習の内容と今後の展望について報告をしていただければと思います。

それではまず最初に、利島農業協同組合で実習を行われました湯本さや香さんのグループの皆さん、どうぞよろしくお願いします。

【多摩美術大学 湯本さん】

それでは、これからブランドサポーターシップ利島チームの発表を始めます。本日、発表させていただく多摩美術大学の湯本です。よろしくお願いいたします。

まずはチームと受入特産品事業者についてです。今回のプログラムには、國學院大学から2名、多摩美術大学から2名、東京都立大学から2名の計6名が参加しています。特産品事業者は、利島農業協同組合。

利島特産品は300年以上の歴史を誇るツバキ油で、日本古来の品種であるツバキ科ツバキ属の藪ツバキの種子から採取される油のみで生成されており、利島ならではの地質や独特な栽培、精製方法によってほかにはない特徴を持っています。

続いて、実習についてです。現地実習は台風の影響で短縮となってしまいましたが、8月25日から29日に行いました。

実習初日は、まず島の全体像を把握するため、車で島内を1周し、その後、資料館、ツバキ農園、工場など、利島やツバキ産業に関わる施設を見学し、利島の歴史や現在の島内の教育、ツバキ産業を未来につないでいく取組など、それぞれの場で貴重なお話を伺うことができました。

2日目は役場の方から産業振興や島での生活などについてお話を伺い、夜には島内の若手を集め、食事をしながらざっくばらんに話ができるよう交流会を開きました。和やかな

雰囲気の中で、利島の未来や、なぜ利島での生活を選んだのかなど、本音の部分を聞くことができました。

3日目の午前は、事業者である加藤さんから販売についてのお話を伺い、午後は学生たちのリクエストで小学生中学生との交流会を開き、子供たちの目線での利島の魅力やツバキ油のことや、学校の生活について、質問を交えながら話をしました。夕方には、自分たちの足で利島の魅力を見つけられるように、島内散策の時間を取り、お土産を購入したり、人口浜での海水浴を楽しみました。それぞれの活動後には、インプット整理の時間や今後の方向性の議論なども行い、短いながらもツバキ油と利島への理解を深めることができ、充実した実習期間となりました。

実習を終えて、学生からはこのような感想が出てきました。

交流会では島の子供や大人たちから本音を聞くことができた。内地で人から聞いたり、インターネット上で読んだ話では分からない魅力を体験できたので、実際に現地を訪れることができてよかった。

島民には本土に対して便利さに対する憧れなどがあるのではないかという偏見があったが、利島が大好きで利島の生活に満足していることが分かった。

島自体も島の人たちも魅力的で、また行きたいと思える島だった。利島のよさを若い世代に伝えていきたいと強く感じた。

長い歴史を持つツバキ油のよさや人々の思いを次世代に紡いでいく方法や、島外出身である私たちの視点での提案を行っていききたいと思った。

ほかのツバキ産業を行っている地域についても比較調査を続けていきたい。

今回の実習と今後の調査から、利島の独自の路線を見つけて提案を行いたいなど、たくさんの感想が出てきました。

最後に提案の検討についてです。提案の方向は、利島のツバキ油を次の世代につないでいくとしました。

検討している内容は、300年の歴史を持つ利島のツバキ産業をこの先も続けていきたいという島の人の思いや努力を実習で知ったことで、長い歴史のある利島のツバキ油のよさや生産者、島の人々の思いを次の世代に紡いでいけるような提案ができないかという方向性で進めていきます。

次の世代に伝えていく提案として、「親子で使う方法」や「子どものはじめてのスキンケア」、「未来を意識し環境に配慮した製品」など、どのような訴求、プロダクトがよいかを現在検討しています。ターゲットについては、Z世代の新米ママなどがいいいのかなど、今後ミーティングを重ねて検討していきます。

以上で、ブランドサポーターシップ利島チームの発表を終わります。ご清聴ありがとうございました。

【事務局】

ありがとうございました。

それでは、続きまして三宅島に実習に行かれた中津葵乃さん、ご報告をお願いいたします。

【多摩美術大学 中津さん】

それでは、これからブランドサポーターシップ三宅島チームの発表を始めます。発表者は、多摩美術大学の中津と申します。よろしくお願いいたします。

今回のプログラムでは、國學院大学から1名、多摩美術大学から2名、東京女子大学から3名、東京都立大学から2名の合計8名の学生が参加しています。

受け入れてくださった特産品事業者は、一般社団法人アットアイランドで、三宅島の特産品としては焼酎の「雄山一」や「明日葉」、塩、島唐辛子、フルーツなどがあります。

島での実習は9月1日から9月7日まで行われました。三宅島では、アットアイランドの伊藤さんが様々なプログラムをコーディネートしてくださいました。

前半では、七島展望台や火山体験遊歩道などを訪れ、火山とともに島民の方々が暮らしてきたこと、避難生活を強いられて大変な体験をしたことなど、三宅島のバックグラウンドを知ることができました。また、島の食材を提供している三宅食堂やカフェカノンといった飲食店を訪ねて、お店の方々のお話を聞いたり、島の復興の象徴である焼酎「雄山一」の工場を見学させていただいたり、また「明日葉」、島唐辛子、塩などの加工をしている西野農園さんにて、実際に2日間にわたって収穫や加工の体験などをさせていただくことができました。

後半は2チームに分かれて三宅島の方々が今足りないと思っている三宅島を象徴する、みんなに配れるお土産について、チームごとに提案を行いました。みんなでブレインストーミングをしたり、デザインが得意な人、プレゼントが得意な人など、それぞれの得意分野を生かして意見をまとめ、最後は島の方々に向けて発表会を開くことができました。島の方々からは、とてもたくさんのご意見、応援のメッセージをいただいて、今後の正式な提案に向けて意欲がさらに膨らんでいます。

この1週間の実習を通し、このような感想を得ることができました。詳しくはご覧いただければ幸いです。

このように、島では様々な経験をさせていただいたことにより、よい仲間ができ、三宅島にまた行きたいと思えるようになりました。

最後に今後の提案の方向性についてです。まずは、大きな方向性として、島で発表した内容を基に、「明日葉パウダー」「島唐辛子パウダー」「塩」を使ったお土産案を詳細、検討していきたいと考えています。10代から20代の若者をターゲットに、大人数に配れるお菓子の商品案として、島では2チームでそれぞれ提案を発表しました。例えば、火山によって生まれる石「スコリア」の形をモデルにしたチョコクランチ「ちょこすこ」や三宅島の地層を表現したバームクーヘン「みやけばあむ」というものです。

今後はこれらの案をブラッシュアップしながら、実際にお土産として商品化できるか、実現可能性を検討していきたいと考えています。

そのほかにも、お土産に限らず、島の魅力を伝える商品、イベント、ツアーなどの意見も実習の中でたくさん出てきましたので、これらについても検討を深め、実現できそうなものを見極めていきたいと考えています。

これから年度末まで島に根づくお土産が作れるように、私たち一同で検討していきたいと思います。

以上、ブランドサポーターシップ三宅島チームの発表でした。ご清聴ありがとうございました。

【事務局】

ありがとうございました。

それでは続きまして、八丈島及び新島の七島酒造組合にて実習を行いました小澤遼人さん、ご報告をお願いいたします。

【多摩美術大学 小澤さん】

それでは、これからブランドサポーターシップ、八丈島・新島チームの発表を始めます。発表者は、多摩美術大学、小澤遼人です。よろしくお願いします。

今回プログラムでは、國學院大学から2名、東京女子大学から2名、多摩美術大学から1名、東京都立大学から1名の合計6名の学生が参加しています。

受け入れてくださった特産品事業者は東京七等酒造組合で、特産品は伊豆諸島、小笠原諸島で生産している東京の島酒、焼酎です。ちょうどそちらにも置いてあります。美味しいですね。

今回プロジェクトでは、若年層向けに東京島酒の知名度の向上と愛飲いただくための提案がミッションとなりました。

島の実習は、8月30日から9月6日の間で八丈島と新島で行われました。

八丈島では、東京七島酒造組合に所属する八丈島酒造、八丈興発、坂下酒造、檜立酒造の4蔵で実習体験をしました。蔵の見学やラベル貼り、瓶洗い、機械のメンテナンスなどの貴重な体験をし、各蔵の焼酎作りに対するこだわりやこれまでの島でのお酒造りの文化について教えていただきました。そのほかにも、島で長年酒販店を営んでいる山田商店の山田さん。チーズ作りをされている、エンケルとハレの魚谷さん。くさや作りをされている長田さんといった、食や流通といったお酒とも関わりの深い産業に従事して生活を営んでいる方々から、八丈島での暮らし、産業、歴史、文化などのお話もお伺いしました。

新島では、新島酒蒸溜所で自習として、蔵の見学や新商品のテイस्टィングといった体験をしました。各島で食材を味わえる飲食店で、焼酎の作り手の方々との交流会をし、実際に島の料理と焼酎を味わいながらお話を聞くことで、島酒の美味しい飲み方やたしなむ

ことの楽しさを知ることができました。また、実習中にメンバーで集まり、事前学習で検討していたアイデアについて改めて話し合いました。夜遅くまで議論したのが、ちょっと楽しかったりもしますね。最終日には、蔵元の方々に現時点のアイデアについてさらなるインタビューを進めることで、よりよい提案になるよう検討を重ねました。

1週間の実習を通し、我々学生からは、このような感想が出てきました。

杜氏の皆さんと話しながら、お酒を飲むことで楽しさを知った。体験を通して、こだわりや個性といった軸を守り抜いていることを知れた。

焼酎は大人のイメージだったが、そんなに恐れるものではなく、気軽に飲めることに気づいた。

焼酎を今まで飲んだことがなかったが、学ぶことで味の違いを知り、造り手の人間性を知ることでお酒をより好きになることができた。

お酒造りに関わる人の背景を大切にすることが大事で、それが東京島酒を広めるきっかけになると思った。

実際に現地体験をしたからこそ、イメージや先入観だけではなく、押しつけではない一緒に作り上げるようなアイデアを提案したいと思っている。

このように、島の様々な経験をさせていただいたことにより、造り手の皆様との交流を通し、私たち自身が東京島酒のファンとなりました。ここにいるメンバーを含めて、既に6人はファンを増やせたということで、結果オーライではあるのかなとちょっと思います。

最後に、今後の提案の方向性についてです。

まず大きな方向性として、①ダイレクトで知ってもらう、②モノコトからつなげて知ってもらう、の2方向で検討をしております。

事前学習でディスカッションした内容を踏まえて、実習体験の最終日に実施した造り手の皆様へのインタビューで得た意見を基に、さらにアイデアを練りました。

方向性①のダイレクトで知ってもらうでは、島酒と島料理を特別な場所で体験するイベント、島ヌーンティーというアイデアを検討しております。島ヌーンティーとは、島酒にアフタヌーンティーをかけた言葉です。課題としては、昨年度のブランドサポーターシップで実施した試飲会との差別化などがあります。

方向性②のモノコトからつなげて知ってもらうでは、島酒を歴史、文化の側面から知ってもらう絵本や本の制作、ラベルを二次利用したキャンドルやポストカードの制作というアイデアです。味だけではなく、杜氏の人柄やお酒の文化と歴史という側面を自習体験で実感したので、それらを伝えることができるようなアイデアを検討しております。

そのほかにも、焼酎粕である廃液の利用やSNSの活用方法といった様々なアイデアが出ております。

今後も、事業者の方々とディスカッションをしながら検討を深め、よりよい提案にしたいと考えております。

以上、ブランドサポーターシップ八丈島・新島チームの発表でした。ご清聴ありがとうございました。

【事務局】

ありがとうございました。皆様、フレッシュなすばらしいプレゼンテーションをどうもありがとうございました。

それでは、山田委員長より総評をいただければと思います。

【山田委員長】

どうも皆さん、本当にご苦労さまでした。

あれですよね、今回は多摩美の人たちも入って、今日、発表者はたまたま全部多摩美の人だったけれど、ちょっとパッケージとかデザインとか、そういう視点も入って広がったので、より面白くなったかなというふうに思っております。

これは、要は提案をこれからしてもらうんですよね。具体的にね。いよいよ具体的な提案が出るということで、さすがにちょっと若い方の視点は違うなど、Z世代の目線で考えていただくと、また違うものが生まれてくるんじゃないかなという期待を非常に高めて、楽しく伺わせていただきました。

本当にありがとうございました。ご苦労さまでした。改めて、拍手を。

【事務局】

山田委員長、ありがとうございます。

それでは、知事からも一言、よろしくお願いいたします。

【知事】

島でいろんな宝物を掘り出してくださいました。今年の地価の、土地の値段の上昇率を見ていて、宮古島がすごく伸びているんですよね。今、何というんですかね、ポストコロナなどもあり、それからやはり自然とか、宮古島の何か所か、きっとリゾートを造るエリアなんじゃないかなと思いますけれど、かつてニセコとか、あと白馬、軽井沢。軽井沢は、もうかなり有名過ぎるぐらいですけど。大体、ニセコにしても軽井沢にしても、それから最近岩手の盛岡なども注目されて、これはニューヨーク・タイムズが掘り起こしたとか。みんなね、海外の人がすばらしいじゃないかといったところが掘り起こされて、今、注目され続けてきているわけで。

今日は、Z世代の皆さんが島を巡っていただいて、ある意味、新しい目で島のいろんな産品に驚いたり、こんなものがあるんだったら、もっとこうすればいいのにとというようなアイデアを提供してもらいました。なるほどなど。

三宅のバームクーヘンは、すぐ思いつくようでなかなか進まないところもありましたけ

れども、やっぱり面白いと思うんですね。それから利島もご承知のようにツバキ油ということも、あれもなかなかいろいろ考えたけど、必ず量が確保できるかどうかというのがなかなか難しいので、大手の化粧品などに売り込むけれども、なかなかうまくいかないというのはあったんですね。それから、ツバキ、カメラリアというのはシャネルのデザインと同じなので、何か付加価値のつけ方でもう少し工夫すると同時に、逆に十分供給が確立していないというそれを逆手にとって、希少性ということでやってみるというのは、やっぱりありなのかなと常々思っておりますけれど、改めて学生さんがその辺の魅力に気づいてくれました。焼酎は、みんな飲んで楽しかったんだろうなというふうに思います。

本当にそれぞれの島で大発見、いろいろあったかと思ひますし、まず皆さんがファンになっていただいて、もっとそれを突き詰めて、よりすばらしい部分の、自分だったらこうするというのをさらに磨き上げていただければというふうに思っております。

この会議も宝島というネーミングをつけているのは、まさに宝の島をもっともっと知らせていく、価値があるという考えの下で推進していく委員会でございます。これからも、皆さんのフレッシュなアイデアと、そしてそこ、若い方々のニーズですね。一言で言えば、全てこれはマーケティングですね。これを東京都としてしっかりと応援して、そして島の魅力を今後も高めていくということで、島の人口も少なくなっているところがあるけれども、逆にその魅力は高まったりしています。

宮古島の例の一つ取ってみてもそうですけれど、やはり注目をいかにされるか。そして、島のよさを棄損しないで成長させるという二つの相反したベクトルですけれども、ぜひいい考え方で、11の島をしっかりと、これからも宝にしていきたいと思っております。

皆さん、ご協力ありがとうございました。

【事務局】

知事、ありがとうございました。

それでは、以上をもちまして、本日の委員会を終了させていただきます。

委員の皆様におかれましては、貴重なご意見をありがとうございました。事業の進捗につきましては、適宜ご報告させていただきたいと思ひます。

それではこの後、学生の皆様と知事、委員の皆様で記念撮影と思ひますので、まずプレスの皆様と学生の皆様、移動をお願いします。知事と委員の皆様、少々お待ちいただければと思ひます。

(記念撮影)

【事務局】

ありがとうございました。

以上