

1 東京宝島ブランドのあり方

東京宝島ブランドの構造イメージ



■「東京」の新たな魅力を象徴

首都東京でありながら、海、山、星空といった自然の恵み、独自の伝統・文化と豊かな暮らしが存在

- ・「東京宝島」のコンセプトを共有
- ・「東京宝島」を牽引する取組を推進

■バラエティ豊かな島の特性

島の規模や位置、自然環境や歴史背景によってそれぞれ違う、バラエティに富んだ各島の特性

- ・現地が主体で各島のブランドを確立
- ・自発的に事業創出する体制づくり

2 今後の取組の方向性

価値共有・機運醸成の仕組みづくり

- ・東京島しょ全体で、「東京宝島」のビジョンを共有し、相互に刺激し合う機会が必要
- ・現地の行政、関係団体、事業者などの主体者が、当事者間で島の個性、価値、将来像を自己確認、共有

《取組例》

- ・**東京宝島会議**
島しょ全体の関係者が一堂に会して議論・情報共有
- ・**島ごとに「島会議」**
ブランド確立と新たなチャレンジを発掘

現地を主体に各島のブランドを構築し、
「東京宝島」全体の魅力向上につなげる

事業者の支援

- ・現地から生み出される新たなチャレンジに対し、事業化に必要な資源（ヒト、モノ、カネ、情報等）を提供できる支援スキームが必要

《取組例》

- ・**事業者へのコンサルティング支援**
マーケティング、販売戦略などのハンズオン支援
- ・**事業者補助**
新たに商品開発やコンテンツ開発を行う事業者を補助

「東京宝島」ブランドの展開

- ・「東京宝島」の認知を拡大させるための、積極的な発信が必要
- ・「東京宝島」が提供する価値・メッセージに触れられるシンボル性の高い事業展開も効果的

《取組例》

- ・**宝島体験フェア**
本土で「東京宝島」の魅力を体験できる場を拡大
- ・**各種プロモーション**
メディアやイベントなどを通じて、幅広い対象にPR