



東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS

報告

東京島しょ産品ブランド化 支援モデル事業の取組状況

利島



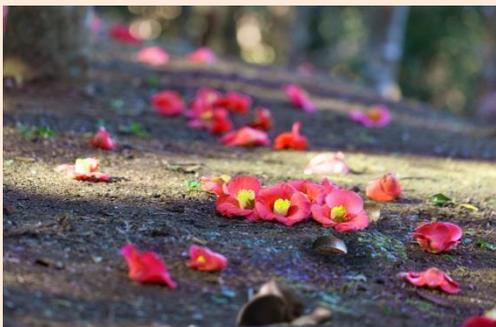
青ヶ島



概要

- 産品ブランド化に向けた支援(2カ年)
- 各産品の強みを活かした高付加価値化に向けた取組

利島産「椿油」



東京島しょ農業協同組合 利島店

青ヶ島産「あおちゅう」



©Makoto Harada



青ヶ島酒造合資会社

利島産「椿油」

東京島しょ農業協同組合 利島店

＜今年度の主な取組＞

- ・COSMOS認証取得と新商品開発
- ・商品ラインナップの再構築
- ・PRツールの作成





商品ラインナップ(化粧品)の再構築 ~リブランディング~

○ターゲット層を意識したリブランディング

○リブランディング後は商品名称・パッケージで統一感を演出

現在

島椿
~利島産100%無農薬



(脱酸)

スキンオイル
~お肌のケアに



(脱酸・脱色・脱臭)

TOSHIMA Excellent hair&skin care
~最高級スキンオイル



(脱酸・脱色・脱臭)

リブランディング後

神代椿-雫-



(COSMOS認証)

神代椿-金-



(脱酸)

神代椿-銀-



(脱酸・脱色・脱臭)

※商品名については検討中



PRツールの作成 ～利島産「椿油」の魅力発信～

○パンフレット

- ・椿油のブランドコンセプト、商品ラインナップ、使い方などを紹介
- ・消費者向け、バイヤー向けなどに活用

○WEBサイトを再構築し、広く情報発信



【販路開拓】

○美容室やホテルなど5つの取引先と調整中



青ヶ島産「あおちゅう」

青ヶ島酒造合資会社

＜今年度の主な取組＞

- ・テイステイングマップ
- ・ラベルリニューアル
- ・新商品開発（飲み比べセット）
- ・PRツール
- ・あおちゅうツーリズム



©Makoto Harada





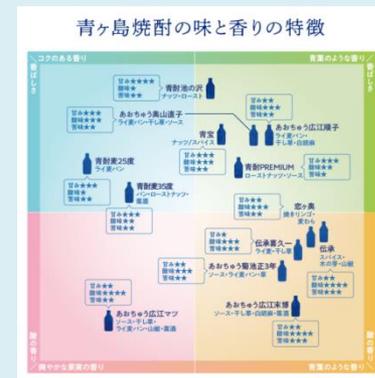
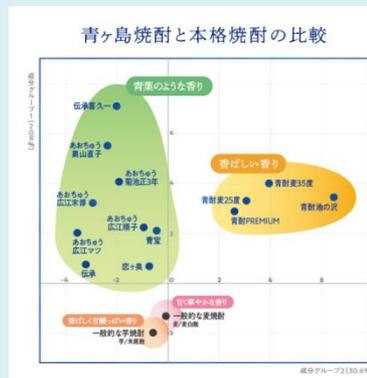
テイスティングマップ ～多彩な味わいをわかりやすく表現～

○あおちゅうの希少性

- ・野生の麴と酵母を活用した極めて希少な醸造方法

○杜氏により異なる多彩な味わい

- ・異なる製法や原料の違いによる個性豊かな味わい

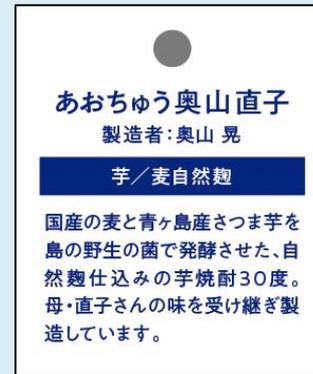


ラベルリニューアル ～商品の個性を効果的にPR～

○首掛けラベル等の作成

- ・杜氏毎に異なる味わい、香りの特徴などを紹介

首掛けラベル





あおちゅうツーリズム ～あおちゅうファンの獲得～

○島内ツアー

- ・青ヶ島への現地ツアー
- ・島の風土や歴史、醸造工場を見学



○島外イベント

- ・都心であおちゅうの魅力
を体験できるイベント等
を開催

〔離島キッチン(写真左)
渋谷ヒカリエ(写真右)〕



【販路開拓】

- 料飲店2事業者、酒販店1事業者と取引を開始したほか、
3事業者と調整中