



東京宝島  
TOKYO  
TREASURE ISLANDS



## 【総括レポート2019 | 御蔵島】東京宝島事業

東京の11の島々には、雄大な自然景観や魅力的な特産品、島ならではの独自の伝統・文化など、様々な宝物があります。2018年度に開始した「東京宝島事業」は、東京の島々が有するこれらの宝物を、島の住民が主体となって磨き上げ、広く発信していくことで、東京島しょ地域のブランド化を目指す取組です。

2018年度の大島・神津島・三宅島・八丈島の4島に続き、2019年度は利島・新島・式根島・御蔵島・青ヶ島・父島・母島の7島で現地の事業者等が参加し、島のブランド化に向けた議論を行う「島会議」を実施しました。

以下では、御蔵島における2019年度の取組を振り返ります。

### <目次>

御蔵島の宝とブランド価値

御蔵島の象徴的顧客像（ペルソナ）

御蔵島のブランドコンセプト・取組アイデア

マッチングイベントでのプレゼンテーション

2019年度 御蔵島の取組

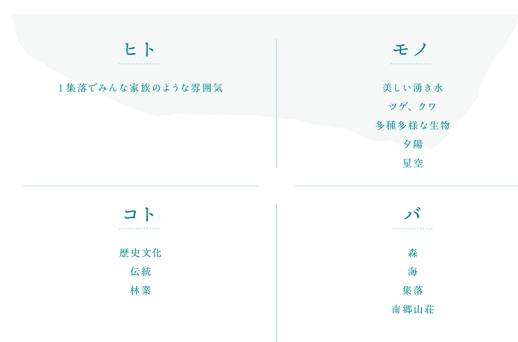
参加者の声

### 御蔵島の宝とブランド価値

御蔵島の島会議は、島の宝を抽出することからスタートしました。野生のイルカが生息することで知られる御蔵島ですが、島の宝はイルカだけではなく、「ツゲ」や「クワ」といった森林資源、豊富に湧き出る「水」、人口300人という小さな島ならではの「皆が家族のよう」「人と距離が近い」「安心安全」という「人と人との関係性」などが、島の宝として挙げられました。

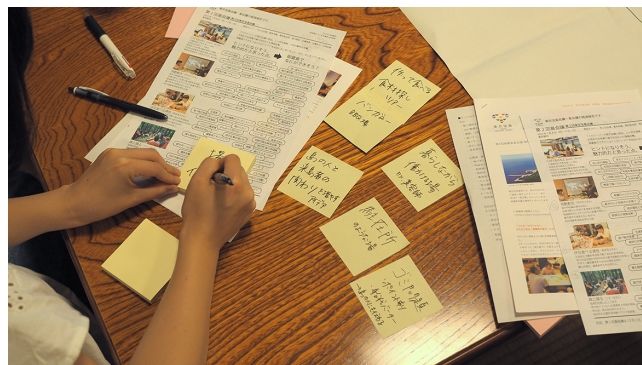


また、それらを磨き上げるためには「御蔵島との関係性を深める体験やコンテンツ」「イベントや島の祝い事などを通して島の人と知り合いになれる」といった「島とのつながるきっかけをつくる」ことが大事」という認識が共有され、島のブランド価値は「島の一員として『特別感』を感じてもらえるような体験ができる」としました。



### 御蔵島の象徴的顧客像（ペルソナ）

新たに呼び込みたい人物像についての議論では「若い方でも（時間的・金銭的）余裕のある人を呼び込みたい」という意見や、「感度の高い20代」「自分のスキルを持っている30~40代」「島に住みたいと思っている人」といった具体的なイメージが挙がり、御蔵島の象徴的顧客像は「島の未来を共につくれる人」に決まりました。





東京宝島  
TOKYO  
TREASURE ISLANDS



島の既存資源を活かし、ペルソナを呼び込む取組アイデアのヒントを探るため、スタディツアーでは、東日本大震災で被災した浜の再生を目的に宮城県石巻市で行われている「はまぐり浜プロジェクト」、横浜で運営されているシェアキッチン・セレクトショップ・ライブラリーを兼ねた地域のコミュニティスペース「藤棚デパートメント」、逗子でカフェやイベントなどを実施するスペースを1日単位で貸しているチャレンジショップでチャレンジキッチンとして運営する「アンドサタデー」の各主催者や、誰でも学べる場を提供する「シブヤ大学」を訪問。地域コミュニティ運営におけるコンセプト設計や具体的な資金繰りなど、組織運営に関わるヒントをヒアリングしました。



### 御蔵島のブランドコンセプト・取組アイデア

ここまでの議論を通じて据えられた、御蔵島のブランドコンセプトは「全てが特別になる、あなたを宝物にする島」。

取組アイデアは「島の生活に入り込み、島の歴史、文化、食を通じて、自分だけの『特別感』を感じてもらえる体験コンテンツの創出」。新しいものを生み出すのではなく、島の既存資源を活用することで、島ならではの魅力を感じてもらえる持続可能なコンテンツ作りを目指します。

具体的には現在、人が住んでいない旧集落にある「南郷山荘」の活用と、住民、来島者問わず誰もが「集まれる場所作り」に向けて、島民によるワークショップ、飲食イベント、チャレンジショップ、キャンプイベントという4方向で検証を進め、将来的なビジネス化を目指していきます。

## 全てが特別になる、 あなたを宝物にする島

島を愛する人が、島に愛される。それが、御蔵島の不文律。

島の魅力は、すべて島の暮らしの中にある。島びとの中にある。それが御蔵島の宝の在り処。

それに気づき、もっと島を知りたくなった時、あなたの前に開かれる新しい扉。

さあ、この島の豊かさや幸せの秘密の蔵の中へ。

あなたに話したい島の歴史がある。体験してもらいたい島の文化がある。

味わってもらいたい島の味がある。手伝ってもらいたい島の未来がある。

気が付けば、あなたは島びとと共に、森の計画と一緒に考え、祭りの準備をする輪の中にいる。

ゲストになるのではなく、島の一員になる。それが御蔵島のおもてなし。

やがて、あなたは気づくはず。もう一つの島の宝もの、それは、あなた自身だということに。

東京から船で7時間半。伊豆諸島に浮かぶ小さな離島は、

きっと、あなたの特別な島になる。あなたが島の特別な人になる。

### 東京宝島ブランディング報告会でのプレゼンテーション

2020年2月18日に、東京・丸の内vacansにて東京宝島ブランディング報告会が開催されました。この中で、島会議参加者が本土の事業者に向け、ブランドコンセプトと取組アイデアのプレゼンテーションを行いました。

(ブランディング報告会のレポートは「こちら」)



プレゼンテーション後、アウトドア系企業やキャンプ系雑誌の出版社など、南郷山荘の活用に関心を持った企業を中心に意見交換が行われ、今後の取組アイデア具現化のきっかけ作りになりました。



東京宝島  
TOKYO  
TREASURE ISLANDS



## 2019年度 御蔵島の取組

- 2019年6月13日 第1回島会議 | 島の宝について検討
- 2019年7月8日 第3回東京宝島会議（全体会議） | スタディツアー、地域ブランドに関するトークセッション
- 2019年7月8日 第2回島会議① | 取組アイデアのイメージ共有
- 2019年7月9日 第2回島会議② | 象徴的顧客像（ペルソナ）の検討
- 2019年10月3日 第3回島会議 | 取組アイデアの検討
- 2019年11月25日 第4回東京宝島会議（全体会議） | ブランドコンセプト・取組アイデアの中間発表
- 2019年11月26日 第4回島会議 | スタディツアー
- 2019年12月19日 第5回島会議 | 取組アイデアのブラッシュアップ
- 2020年2月18日 ビジネスマッチングイベント | プレゼンテーションを実施



豊かな資源と個性溢れる島人たちによって作りあげられてきた御蔵島の宝物をさらに磨き、その魅力をたくさんの人に知ってもらうため、東京宝島事業は今後も続いています。

## 参加者の声

普段は違う仕事をしている島の仲間たちと共に自分たちの島のことを考えたり、都心に出てスタディツアーで学んだりできたことはとても良い機会となりました。まだ活かされていない島の宝物を数多く発見し共有することができ、同時に多くの課題にも気づきました。2019年度はアイデアを出し合うことでメンバー全員が協力し合いましたが、2020次年度は実行の年。それぞれの仕事を抱えながらプランを実行に移すことができるかが課題となりそうです。観光協会や村役場の協力を得ながら、みんなで島の将来について考えていきたいと思っています。（山田壮稔さん 地域コーディネーター・ふくまる商店）