



東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS



【総括レポート2018 | 三宅島】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年度は、大島・神津島・三宅島・八丈島の4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、三宅島における2018年度の取組を振り返ります。

<目次>

- 三宅島の宝とは？島の宝について検討
- 三宅島の象徴的顧客像（ペルソナ）を設定
- 三宅島のブランドコンセプト・アクションプラン
- 東京宝島ミュージアムでのプレゼンテーション
- 2018年度 三宅島の取組
- 参加者の声

三宅島の宝とは？島の宝について検討

第1回島会議では、「島の宝」について議論が交わされました。参加者からは、海や巨木、アカコッコといった自然や、テングサ、明日葉等の特産品、季節ごとの祭りなど、様々な魅力ある資源が挙がりました。中でも、多くの参加者が三宅島の「宝」として挙げたのは「火山」。約20年周期で噴火する「火山」は、島の自然・歴史・文化の中心に存在するシンボルであるため、三宅島が誇る特筆すべき宝として選ばれました。

第2回島会議は、都心に場所を移し、大島・神津島・八丈島と合同で実施しました。都心でブランド化に成功している企業や施設の視察、地域ブランディングの専門家による講義を通してブランディングの先進事例を学習。ここで得た知識を参考に、第3回以降で三宅島固有の魅力的な個性（＝らしさ）を更に磨き上げていきます。



三宅島の象徴的顧客像（ペルソナ）を設定

第3回島会議では、島に来てほしい「象徴的顧客像（ペルソナ）」について議論。ペルソナは、「20代から30代前半の独身女性」と「30代後半の子育てファミリー」で、あるがままの自然を魅力として感じる人に設定されました。





東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS



続く第4回島会議では、「ベルソナに伝えたい島の宝物」について議論。島のシンボルである「火山」を中心に、「島内の人との交流（価値の共有）」「むき出しの自然」「神社」「祭」「食」などが、伝えていきたい宝に挙げられました。

島の宝物（コンセプトを支える事実・特徴）			
ヒト	モノ	コト	バ
<ul style="list-style-type: none"> 火山の「記憶」を持ち、火山とともに生きる人 神事を大切に守る人 「雄山」を囲む特色ある4地区に暮らす人々 	<ul style="list-style-type: none"> 火山灰を含んだ土壌が育む明日葉 火山活動による複雑な海底地形が生み出す豊かな藻の萃 東京都島全24社中、半分を占める12社の延喜式内社（神社） 	<ul style="list-style-type: none"> 地球の息吹を体感できるジオスポット巡り 溶岩海中ダイビング、秘境「三宅島」クルーズ 式内社巡り、神事・祭身体験 明日葉収穫、季節のお熱さばき体験 	<ul style="list-style-type: none"> 溶岩が生み出す「黒と赤の風景」 裸地からの再生、変化、そして森の最終段階となる樹林やアカコッコなどに会える 「生きた火山博物館」としての露所の数々

三宅島のブランドコンセプト・アクションプラン

第5回島会議では、三宅島のブランドコンセプトとアクションプランを議論。

島のブランドコンセプトは、「五感を呼び覚ます、火山とともに過ごす島」。

荒々しい自然の中にある、火山島ならではの大地、海、食、神事、生活などの魅力を表わしています。

五感を呼び覚ます、火山とともに過ごす島

地球の生きるさまを目の当たりにでき、その息吹きすら感じることができる
火山の島、三宅島。

生命の芽生え、植生の遷移を体感する。
火山と生きる人々の知恵や信仰に触れる。
火山が生み出す自然の恵みを味わう。
そう、火山を歩き、火山を学び、火山を食す。

火山のダイナミズムが織りなす、私たちの五感を呼び覚ます数々の体験。
シンプルで奥深い「一人称」で過ごす島。さあ、三宅島へ。

- アクションプランは、三宅島を訪れる観光客の3つの行動「歩く・学ぶ・食す」に着目し、3つのプランを設定しました。
1. 島内のジオスポット巡りや、ガイドと共に雄山などを歩きながら火山エネルギーに触れる「火山を歩く」プラン。
 2. 神社やパワースポット巡り、島の方と語らいの中から、暮らしや文化の多様性を学ぶ「火山を学ぶ」プラン。
 3. 三宅島の農業を通じて島の人と積極的に交流する「グリーンツーリズム」の要素を取り込む「火山を食す」プラン。

いずれも、三宅島の宝である「火山」を軸に、「五感を呼び覚ます」体験を提供するものです。

▼ 宝物を活用した体験アイデア

火山とともに過ごす島

三宅島

二、火山を学ぶ
三、火山を食す

火山を歩く、火山を学ぶ、火山を食す

世界に類を見ない火山活動が生み出した「地球むきだし」の景観を歩き、悠久の「地球時間」を感じる。島に伝わる信仰や歴史をはじめ、体験者の口伝による噴火体験や伝統文化を肌で感じる。そして、火山が生み出す海の恵みや大地の恵みを食するだけでなく、収穫や焼きを体験する。知れば知るほど、もっと陸したくなる火山の奥深さが味わえ、初心者からベテランまで、誰もが自分にとっての宝物を探せる体験型プログラム。

東京宝島ミュージアムでのプレゼンテーション

2019年3月22日に、東京ミッドタウンにおいて東京宝島ミュージアムが開催されました。この中で、島会議参加者が本土の事業者等の来場者に向け、ブランドコンセプトとアクションプランのプレゼンテーションを行いました。

（東京宝島ミュージアムのレポートは「[こちら](#)」）



プレゼンテーション後、アウトドア系企業や活魚輸送を扱うリースメーカー、ICT（情報通信技術）企業など、プレゼンの内容に関心を持った様々な企業と意見交換が行われ、今後のビジネスマッチングのきっかけづくりになりました。



東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS



2018年度 三宅島の取組

- 2018年9月18日 第1回島会議 | 島の宝について検討
- 2018年10月23日 第1回 東京宝島会議（全体会議） | 11島合同
セレモニー
- 2018年10月24日 第2回島会議 | 4島合同のフィールドワーク、
地域ブランドに関する講演
- 2018年11月29日 第3回島会議 | 象徴的顧客像（ペルソナ）につ
いて検討
- 2018年12月13日 第4回島会議 | 島ブランド・コンセプトシート
の作成・アクションアイデアの検討
- 2019年1月29日 第2回東京宝島会議（全体会議） | ブランドコン
セプト・アクションプランの中間発表
- 2019年2月13日 第5回島会議 | ブランドコンセプト・アクション
プランのブラッシュアップ
- 2019年3月22日 東京宝島ミュージアム | プレゼンテーションを
実施



「火山」を中心とした三宅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

東京宝島事業では、普段は関わることの少ない業種の方々とともに膝を付き合わせて議論し、三宅島について考える良い機会になりました。一方で、自分たちでゴールを考えるからこそ、会議の進め方が難しいとも感じました。次年度以降、アクションを実行していくにあたっての組織づくりに取り組んでいきたいと思っています。（伊藤 奨さん 一般社団法人アットアイランド・地域コーディネーター）