



東京宝島ブランディング報告会を開催

2020年2月18日、東京の有人島全11島が議論を重ねてきた取組アイデア発表の場として、東京・丸の内にて東京宝島ブランディング報告会が開催されました。大島は、2018年度の島会議の議論をもとに「『ちょうどいい』が見つかる、行きつけになれる島」というブランドコンセプトを具体化した体験コンテンツや島民との交流を盛り込んだモニターツアーを報告。「行きつけになれる島」というブランド価値に魅力を感じた企業も多く、意見交換では、フィールドワークを行うインターンの派遣、人材教育プログラムの開発、体験メニューの旅行商品化、温泉施設の活用など、企業からの様々な提案がありました。2020年度は、体験コンテンツのさらなる磨き上げや運営スキームを検討し、また、今後さらに関係人口を広げていくために、観光の枠を超えて、企業研修や教育事業も視野に入れながら「行きつけになれる島」を模索していきます。



「都心からもっとも近い」という立地を生かした大島のプレゼンテーションに各企業の出席者も興味津々。その後の意見交換にもたくさんの企業が大島ブースを訪れていました。



Kitatchi House (キットチハウス)
～業務用でリノベーションしたスペースを事業拠点として活用

業務用の商業施設をリノベーションし、企業研修プログラム、体験型プログラムの実施拠点として島の魅力を発信し「Kitatchi House」を運営します。
 施設は現在、研修プログラムの実施、セミナーセッションなど、より多くの企業に提供し、島の魅力を発信し、島の発展に貢献していきます。

様々な体験メニューを組み合わせた滞在型プログラムの創出を目指している大島。2020年度もブランドコンセプトの体現を目的に、各体験メニューの充実や教育プログラムの創出に向けて取組を続けていきます。