



# 利島椿油

Pure Organic  
Camellia Japonica  
Seed Oil

## リブランディング ガイドブック

Rebranding Guidebook



### 利島椿油 リブランディングガイドブック

令和2年3月発行

印刷物規格表第1類印刷番号(31)312

編集 | 株式会社博報堂、株式会社ONESTORY  
東京都港区赤坂5-3-1 赤坂Bizタワー

発行 | 東京都産業労働局商工部経営支援課  
東京都新宿区西新宿二丁目8番1号  
電話:03(5320)4772

印刷 | 株式会社崑崙印刷  
千葉県千葉市若葉区大宮町2167-1



東京宝島  
TOKYO  
TREASURE ISLANDS

## リブランディングプロジェクトについて

### 目的

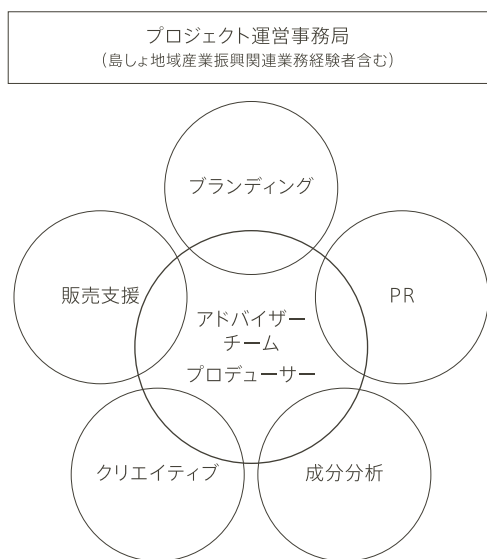
利島の椿油の知名とその生産環境や品質の高さへの理解を広め、ブランド価値を高めること。また、限られた生産量の椿油の価値への理解を得ることで高値で取引に転換できる方法を探ること。この2つを、利島で実際に椿油に取り組んでいる方々と協働しながら推進しました。

### 具体的活動

利島の椿油の魅力を多面的に分析し、他の産地にはない特徴や利島らしさを洗い出してブランドをデザイン。パッケージのリニューアルでは、整理された価値が適切なターゲットに届くよう、情報戦略も併せて行いました。

## プロジェクト推進体制

地域価値プロデューサー、ブランディングプロデューサー、アートディレクターなどの専門家混成チームが、利島の椿油生産関係者のチームと定期的に対話しながら外部視点だからこそその提案を行い、期間終了後も現場で活動し続けられるようにプロジェクト推進しました。



## プロジェクトフロー

### 現状把握と 課題抽出

島の歴史・自然環境・生産体制・生産者の意識・販売状況などの実態をデスクリサーチやヒアリングなどを通して把握・整理したうえで、強みや魅力とともに課題となるポイントを抽出しました。

### ターゲット 意識把握

化粧品用オイルのメインターゲットの中高年女性に美容意識のアンケートを実施。椿油と利島に対する質問も盛り込みました。対象者のうち意識の高い数名には利島産椿油を使用してもらい、グループインタビュー形式で深い意識把握を行いました。

### 利島椿油の 価値抽出

現状把握とターゲット調査を通して得た情報から、利島の生産体制の秀でた点を抽出し言語化。並行して専門機関による椿油の成分分析と土壌環境からのスタディを行い、利島産椿油ならではの価値についても言語化しました。

### 新ブランド規定

価値抽出されたブランド価値を、ブランドコンセプト、ブランドストーリーに整理。また歴史的背景、自然環境、未来につなぐ取り組みなどについても、それぞれわかりやすくまとめました。

### 商品設計・ ツール制作

新しく規定されたブランドに相応しいように、また、他の椿油とは一線を画した品質感を意識した容量のパッケージ、外箱を新たにデザイン。より丁寧に価値を伝えるコピーとビジュアルにまとめた「ブランドファイル」も制作し、情報発信に活用できるように整理しました。

### PR・販売支援

利島産の希少な椿油の価値を、きちんと理解した上で購入いただけるように、実際に手にとってトライアルできる店舗へのセールスを行い、また、ターゲットリーチがあり、利島産椿油と親和性の高いメディアのライターの方を対象にメディアツアーを実施しました。

## 現状把握と課題抽出



## 現状の商品について

利島産の藪椿の種子油のみの天然椿油100%を化粧品用に脱酸加工した「島椿」(100ml)と、それをさらに脱色・脱臭の精製を加えた「Skin Oil」(75ml)、「Excellent hair & skin care」(30ml)の3商品。



## 生産環境とその特徴

江戸時代に始まり、昭和にかけて島全体に植樹が進み、早いうちから椿が農業として育てられ発展し、現在島内には藪椿が約20万本植えられています。椿油のための精油工場は日本一の設備を誇り、利島の椿は全てこの工場で搾油・精製されています。



## 利島の生産者及び関係者の意識

日々続く椿産業従事者にとっては、椿の管理は暮らしの一部になっていますが、椿油は売れるものであり島内ではあまり利用者が多くありません。椿は年による種子の収穫量が不安定なため生産者は兼業が多く、また高齢化が進んでいるのが実情です。

## 課題

昭和初期に植樹が進んだ藪椿は樹齢60年を超えるものが多く、近年強大化する台風の影響で収穫量が減少。植替えは課題の一つですが、藪椿は実がつくまで約20年かかるためなかなか進んでおらず、後継者問題も深刻化しています。椿油の生産量変動に耐えうる椿油の高付加価値化と、種子油だけでなく花、葉、樹木も活用する産業に育てることが課題です。

## ターゲット意識把握



## 調査概要

2019年7月 「美容意識と化粧品使用実態・椿油の認知利用についての調査」を「女の欲望ラボ」会員対象にアンケート形式で実施(30~60代 127名)

2019年9月 「女の欲望ラボ」で美容ライター、ヨガ講師など美容意識の高いインフルエンサー3名を対象にグループインタビューを実施(40代、50代)

## 美容意識および現商品への評価

## ■お肌のお手入れに対する意識

年齢の高い層は乾燥への悩みが増える一方、なるべくお手入れをシンプルに済ませたいと考えるようになる。信頼できる友人の勧めで商品を選び、品質が良ければ多少高くても購入する人は半数近くいました。

## ■オイル化粧品の利用実態

椿油ユーザーは全体の1割程度。使用者はクレンジング、化粧品前のプースター、保湿など、トライアルを重ね使い方を見つけていました。オイルを使用していない人は「ベタつきそう」「使い方が難しい」「必要ない」が理由。

## ■椿油に対するイメージ

「髪に良さそう」が87%と高く、「日本由来」「オーガニック」も半数近くイメージが高い一方「年配の人向け」と考えている人も37%いました。

## ■椿油の成分と使用感について

「オレイン酸を約86%含む」情報提供に対し、好意と使用意向も上がりました。また、購入前には実際に使用感を確かめたいと考える人の人が多く出現しました。

## ■利島の椿油について

利島の椿油の純粋想起は6%(8名)と低いものの、日本一の生産地で江戸時代から続くオーガニックな生育環境。日本で初めてCOSMOS認証の取得も実現した椿油といったファクトを伝えると使用意向が76%まで上昇しました。後日のグリーンでは、色も香りもそのままの「島椿」と脱色脱臭の精製を施した「Skin Oil」は好みが分かれることがわかりました。

## 利島椿油の価値抽出 -環境-



## 歴史的背景

風を強く受ける多くの他の島と同様に防風林として植えられていた藪椿から取れる椿油は江戸時代に年貢米の代わりに生産され、その後も港湾開発や島内の道路整備とともに利島を支える産業として発展してきました。現在では約20万本の藪椿が植えられています。



## 生育・精油方法

利島の円錐状の地形は平地になるよう段々に整地されています。夏には下草が丁寧刈られ(シタツパライ)秋冬には熟して弾け落ちた種子が手で一つ一つ拾い集められます(トリップロイ)。利島の椿油はそうして収穫された完熟藪椿の一番搾り種子油だけを精製しています。



## 生産者意識と協力体制

生産者の平均年齢は70歳を超え、シタツパライやトリップロイも困難な圃地も出始めており、椿の種子の収量減にも繋がっています。Iターンで利島の椿産業に関わるようになった若手や、島外からのボランティアのサポート体制なども徐々に整えられつつあります。

## 生育環境からの考察

戦後に植樹の進んだ藪椿の樹齢は70年を超えるものが多く、早期の植替えが望まれるものの現状は目先の収穫量優先でなかなか進んでいません。生産者の高齢化と相まって、椿油の収量増は簡単には進まないため、単価を上げていくことと製品化による高付加価値化など、生産と販売の両側面から利島の椿産業の持続可能性を考える必要があります。

## 利島椿油の価値抽出 -成分-

専門機関において利島椿油の成分分析及び、利島の生育環境に基づく土壌分析を行いました。



## 油分の成分分析

人の肌にも多く含まれるオレイン酸を約86%含み、肌にしっとり馴染み、高い保湿力を持っています。他の成分も化粧品の乳化に使われるパルミチン酸を始めとした高級脂肪酸が殆どを占め、そのままでも化粧品用に加工されても肌の柔軟性を保つのに効果が高いと考えられます。

## 生育環境(土壌ほか)分析

利島の地質を構成する玄武岩に多く含まれる二酸化ケイ素には、植物の成長促進や環境ストレス低減、病害虫への耐性向上などの特徴があります。利島は河川がなく、長くその地質を保ったために藪椿の実が大きく育つ優れた生育環境になったと考えられます。

## 分析結果からの考察

利島は二酸化ケイ素を豊富に含む土壌からなり、その土地で長年丁寧に管理されて育ってきた藪椿はストレスを受けることがあまりありません。また、生産者の手でトレーサビリティ可能な環境の中、丁寧に育てられてきました。地質や手入れなど優れた環境下で育てられた利島産椿油は、オレイン酸を約86%含むという特徴からも秀でた品質であると言えます。

## 新ブランド規定

### ブランドコンセプト・ストーリーの策定

利島椿油が保有する特徴的な優位性を言語化しました。

ブランド コンセプト	永遠の森のひとしづく 持続可能なサイクルに生きる離島で育つ数椿。その実から滴る珠玉の油。
ブランド ストーリー	洋上に浮かぶ数椿の森から 近づきたい離島故に護られた類い稀な自然環境。島の80%を占める数椿の森。周囲を囲む海がそうであるように、適度な人との距離感を保ちながら、持続可能な健全な生態系を維持してきた。200年以上前から、人々は森に入り、その椿の実を丁寧に拾い、丹念に搾って、香り高い豊富な椿油を産み出し続けている。 これまでも、これからも。

### ブランドステートメントの構築

利島で数椿を育て種子を収穫する生産者の姿。利島の椿油にまつわる歴史や自然環境。椿とともにある利島の方々の暮らし、成分価値や使用感など、利島産椿油のブランド価値をステートメントに凝縮しました。

## 自然に生きる、美しさを育てる。

自然と共に生きることで生まれる豊かな美しさを、利島の椿油は知っています。  
私たちのふるさと、島全体が数椿に包まれる「椿の島」。  
300年の間、大切に受け継がれてきたこの土地でのびのびと育てられた椿の木々。  
そこに宿る実は、熟れて自然と落ちるその瞬間まで、  
急かされることなくゆっくりと見守られ、  
島の人たちの手で、時間をかけ一粒ずつ丁寧に拾われます。  
利島の恵とやさしさがいっぱい詰まった椿油は、  
使うたびにしっかりと、ひとりひとりが持つ本来の美を、  
守り、引き出し、輝かせることでしょ。う。  
この先もずっと、あなたのそばで。  
飾らないありのままの美しさを、大事に育てていきます。



## 商品設計・ツール制作

### 新ブランド名

**神代椿**  
Kamiyotsubaki  
東京利島産  
完全椿油

ネーミング「神代椿」について  
「神代椿」は利島の数椿の原木と言われた大木の呼称。朽ちた今もなお島の人々にとって特別な存在です。



利島マークについて  
利島の特徴的な島の形を、親しみを持って覚えて頂けるようにデザインしたオリジナルマークです。

### 商品ラインアップ

完全数椿の一番搾り種子油を濾過し脱酸したもの、それに脱色脱臭の精製を加えたもの、そしてCOSMOS認証の種子油を濾過脱酸したものの全3品にリニューアル。



神代椿-金-

椿種子の一番搾り油のみを、色・香り・質感を大切に、濾過脱酸した椿油。



神代椿-銀-

椿種子の一番搾り油を濾過脱酸、更に精製し無色透明でサラッと仕上げた椿油。



神代椿-雫-

日本で唯一COSMOS ORGANIC認証の数量限定の希少な椿種子油。

パッケージ意匠  
未承認確認中

### ブランドツールの制作

利島産椿油のブランド情報を、営業、販促、広報などニーズに応じて編集して使えるように制作したブランドファイルと、ブランド情報に誰もがアクセスできるWEBを新たに制作しました。

#### ブランドファイル

利島産椿油の歴史、栽培環境、精油工程、成分特徴、持続可能性などを其々わかりやすく、組み合わせ可能な情報ファイルにまとめました。



#### ブランドWEB

ブランドファイルの情報はWEBからも閲覧可能にし、JA利島が管理する島のインスタグラムとも連動させ随時情報発信します。



## PR・販売支援

## PR活動



## メディアツアー

椿の種子の収穫と花の開花の重なる12月中旬、WEB・雑誌のライター向けにメディアツアーを実施。商品リニューアルの情報公開タイミングに合わせ3月に記事が掲載されました。



## イベント

東京ミッドタウンでの東京宝島イベントでは、プロジェクトメンバーが利島と椿油の紹介を行い、来場者には利島椿油を手にとりその質感を体感頂きました。

## 販売支援活動



## タッチ &amp; トライ店舗アプローチ

新商品の発売は4月以降となるため、3月までのプロジェクト期間はサンプルとプロモーションツールを使い、トライアル店舗の実現に向けて営業活動を推進しました。

## アプローチ先選定基準

アプローチ先は「オーガニック」な商品であること、「東京都の産品」であることを価値として評価して頂けるオーガニックコスメ取扱店やインバウンドの客層を持つ東京(日本)資本のホテルなど。

## プロジェクト総括

## プロジェクトの進捗と成果

2018年4月からの2カ年プロジェクト。一年目はコスメオイル市場と利島産椿油の研究から、限られた土地で生産される希少な利島椿油のブランドコンセプトを策定。付加価値化のためのトレーサビリティ管理を推進し、2019年、日本の椿油で初めてCOSMOS認証取得。

二年目はターゲット調査を行い、また専門機関による成分分析、利島での視察と取材、デスクリサーチなどから、利島産椿油特有の価値をまとめ、正しく高く伝えるように言語化しました。まとめた情報は営業、販促、PRなど幅広く活用できるようファイル化、WEBも新しくしました。4月以降は販売店も拡大しCOSMOS認証の椿油も含めた3商品を発売予定。12月に行ったメディアツアーの記事も3月に掲載しました。

## プロジェクト後の見通し

4月以降新商品が発売になり、新しくなったWEBには、商品購入ページや島のインスタグラムと連動したページも加わります。14枚のシートから構成されたブランドファイルは、今後営業ツールや販促ツール、広報資料など必要に応じてシートを組み合わせ活用頂く予定です。また成分分析では種子油だけでなく花や葉も化粧品原料として活用できそうであることが解るなど、今回得られた情報を起点に椿の価値は高められることがわかりました。

利島のメンバーにとって、ハンズオンプロジェクトで共有したことは、ブランドリニューアルされた商品や情報と言う成果に留まらず、外部から参加のメンバーがもれなく島と椿油のファンになるということに、誇りと確信を感じ、今後の椿産業の推進につながることを考えています。

COSMOS認証と  
有機JASの認証取得について

今回のプロジェクト期間中にCOSMOS認証が取得できたことはブランド価値を上げる上で大きな収穫でした。オレイン酸は悪玉コレステロール値を下げる効果もあるため、既に取得済の有機JASを商品上でも謳えるようJA東京島しょ利島店が中心となり引き続き推進して行きます。