公益財団法人東京都島しょ振興公社
第５次中期実施計画改訂版
（令和元年度～令和３年度）

令和元年６月

公益財団法人東京都島しょ振興公社

設立目的

伊豆諸島及び小笠原諸島は、美しい自然と豊かな海洋資源等に恵まれ、海洋性レクリエーションや広域観光の場として期待されるとともに、特色ある地場産業の発展可能性を秘めている。

しかし、本地域は、離島特有の厳しい自然的、社会的な制約条件等から、その発展可能性が充分生かされておらず、各島の経済は伸び悩み、観光と公共事業などに大きく依存している状況にあり、自立型経済力の強化が強く求められている。

このためには、各島の産業・観光振興を図るうえで共通の課題である情報化社会への対応、後継者の育成・確保、地域資源の有効活用の調査・研究、輸送体系の開発・改善等について、地域住民の意向を積極的にくみ取り、また関係団体等との連携を図りつつ広域的に取り組むことが必要である。

この考えに立って、島しょ９町村と東京都は、島しょ地域の産業・観光振興を促し、もって、地域経済の発展及び住民の生活・文化の向上に資するため、ここに共同して、財団法人東京都島しょ振興公社を設立する。

【平成元年９月１３日　設立趣意書】

はじめに

公益財団法人東京都島しょ振興公社（以下「公社」という。）は、平成元年の発足以来、島しょ地域の振興を図るため、各種事業を幅広く実施してきました。

しかしながら、公社に対する要望の変化や長引く金利低迷といった経済状況の変化、更には行財政改革の流れなど、公社を取り巻く環境が設立当初より大きく変わったことを受け、平成19年４月に『財団法人東京都島しょ振興公社中期実施計画』を策定しました。その後３年ごとに、これまでの取組成果等を反映した第２次、第３次、第４次中期実施計画を策定し、特産品をキーワードとして、展示販売、地域振興、広報宣伝などの各種事業を着実に実施し、一定の成果を上げてきました。

現在の第４次中期実施計画は、平成31年３月に終期が到来するため、平成30年２月の理事会において、次期中期実施計画の策定を決定しました。

次期中期実施計画の策定に当たっては、各町村と東京都からなる策定委員会を平成30年７月に設置し、現行事業の検証と評価を行い、今後の公社の取組方針を検討してきました。

そして今般、自律改革を進めつつ、島しょ地域の魅力向上等に関して公社の存在意義を発揮し、島しょ振興の推進に寄与することを基本方針とした、「公益財団法人東京都島しょ振興公社第５次中期実施計画」（令和元年度～令和３年度）を策定しました。

公社は設立から30年が経過し、島しょ町村及び都と連携した事業推進により、一定の役割を発揮してきました。ここで今一度、設立の目的である「島しょ地域の産業・観光振興を促し、もって、地域経済の発展及び住民の生活・文化の向上に資する」という理念に立ち返り、改めて公社のあり方を検討することが、持続可能な公社運営の礎になると考えます。

今後とも、島しょ町村をはじめ東京都及び関係機関との連携を強化し、本計画を拠り所として自律的に課題解決を図り、事業を展開することで、島しょ地域全体の振興・発展に寄与していきます。

公益財団法人東京都島しょ振興公社
理事長　青沼　邦和

第５次中期実施計画の概要

◇第５次中期実施計画の基本方針

自律改革を進めつつ、島しょ地域の魅力向上等に関して公社の存在意義を発揮し、島しょ振興の推進に寄与する。

◇見直しの視点

１　選択と集中	真に必要な事業の推進
２　積極的な検証（PDCA サイクル）	課題解決の方向性を果敢に見出す
３　都・町村の動向	島しょ町村及び都との政策連動

◇第５次中期実施計画のキーワード

島しょ地域の住民が自らの地域を象徴するものとして誇ることができ、また、島外に対し島の文化や情報を伝達できる可能性を持った「特産品（宝物）」を現行計画に引き続きキーワードとする。

また、島民に欠かせない交通手段として定着している「ヘリ・コミューター」を、キーワードとして加える。

◇事業展開の柱

１ 販　売	アンテナショップ「東京愛らんど」・通販を中心とした展開
２ 開発・生産	地域振興補助事業を中心とした展開
３ Ｐ　Ｒ	公社事業のアピール・強化
４ 運航支援	運航事業者に対する支援・企画協力

◇計画期間

令和元年度～令和３年度の３年間

目　　次

第１　第４次中期実施計画に基づく事業展開の評価・・・・・・ 1

第２　公社を取り巻く社会経済情勢等の変化・・・・・・・・・ 7

第３　第５次中期実施計画の基本方針・・・・・・・・・・・・15

第４　見直しの視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16

第５　第５次中期実施計画のキーワード・・・・・・・・・・・17

第６　事業展開の柱・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18

第７　第５次中期実施計画の期間・・・・・・・・・・・・・・19

第８　各事業の基本的考え方及び実施内容・・・・・・・・・・20

　　１　地域振興事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21

　　２　特産品展示販売事業・・・・・・・・・・・・・・・・25

　　３　広報宣伝事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・29

　　４　施設等管理運営事業・・・・・・・・・・・・・・・・32

　　５　交通関連事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・33

　　６　組織・管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35

第９　本計画に基づく「事業の見直し・検証」に係る取組・・・36
　　～公社における自律改革～

第１　第４次中期実施計画に基づく事業展開の評価

１　基本的考え方

公社は、平成 28 年度から平成 30 年度までを実施期間として、平成 28 年２月に第４次中期実施計画を策定した。

この第４次中期実施計画では、「特産品」をキーワードとして、「販売」、「開発・生産」、「ＰＲ」を柱に位置付けた。これを基に、「選択と集中」、「民間の活用」、「行政の補完」の視点により、事業の見直しを図っている。

２　計画の進行管理

計画に基づく確実な事業展開に向けて、事業ごとに進行管理を行っている。実施状況については、毎年度、公社運営検討委員会、理事会、評議員会において報告している。

３　成果と課題

計画の実施期間は平成 30 年度までであり、現在は途上にあるが、ここで主な事業の成果と課題を以下に整理しておく。

＜地域振興事業＞

[特産品化の推進]

民間企業との協働による、島しょで生産される果物や野菜等の素材を加工原材料とした特産品の商品開発に取り組んだ。

下記のとおり島しょの果物を搾汁して加工品の新規開発または継続販売を行い、他の約 300 ある特産品と合わせて販路を拡大するとともに、ブランド化を図ることができた。

年度	商品名	製造元／販売元
28 年度	小笠原パッションフルーツカレー★	ハチ食品(株)
	各島産パッションフルーツシロップ★	(株)日本果汁
	産地の恵み小笠原パッションフルーツ（チューハイ）	宝酒造(株)
29 年度	産地の恵み小笠原島レモン（チューハイ）★	宝酒造(株)
	東京 島パッションフルーツ（リキュール）★	宝酒造(株)
	小笠原パッションフルーツカレー	ハチ食品(株)
	各島産パッションフルーツシロップ	(株)日本果汁
	産地の恵み小笠原パッションフルーツ（チューハイ）	宝酒造(株)

30 年度	産地の恵み小笠原島レモン（チューハイ）	宝酒造(株)
	東京 島パッションフルーツ（リキュール）	宝酒造(株)
	小笠原パッションフルーツカレー	ハチ食品(株)
	各島産パッションフルーツシロップ	(株)日本果汁
	産地の恵み小笠原パッションフルーツ（チューハイ）	宝酒造(株)

（★は新規に開発した商品）

今後は、各島で未活用の一次産品の集荷の仕組みづくりを検討するなど、東京諸島産独自の飲食商品の開発を支援していく。

また、特産品のパッケージデザインのリニューアルを行って消費者の認知度、購買意欲の向上や販売促進を目指すデザインプロジェクトについては、学校法人原宿学園東京デザイン専門学校の協力により、新デザインの制作を手掛け、商品の魅力向上を図った。

	商品名	製造元／販売元	現地視察先
28 年度	黄八丈サブレミニ	(株)八丈民芸商事	八丈島
29 年度	あしたば粉末	西野農園	三宅島
30 年度	湯ったりめぐり（入浴剤）	式根島観光協会	式根島・新島

さらに、特産品の販路拡大については、毎年度４件程度の販売協力店を新規開拓し、平成 30 年 11 月末時点で登録店舗数は 22 店となり、広く特産品を届け活用してもらうことで島しょＰＲの協力が得られた。

今後は、デザインの発注先やリニューアルの効果検証など、事業のあり方を検討するとともに、特産品販売協力店舗の新規開拓を継続していく。

[地域振興補助・中小企業等振興補助]

島しょ町村の広報紙や公社ホームページを通じて広く周知を行った。

地域振興補助について、平成 28 年度は５件 4,738 千円、平成 29 年度は６件 4,431 千円の補助を行い、島しょ地域の振興に資する事業を支援することができた。

今後は、より幅広い事業者が活用できるよう、地域振興補助の対象事業を見直す必要がある。

[観光振興]

公社最大のＰＲイベントである「島じまん」や有楽町駅前広場における「東京愛らんどフェア」などを継続して実施し、伊豆諸島・小笠原諸島の知名度向上につなげることができた。平成 28 年度、平成 30 年度は「島じ

まん」にて約 10 万人の来場があったほか、島しょ物産の展示販売をメインに実施する「東京愛らんどフェア」では、平成 29 年度に 1 万人を超える来場があるなど、東京の島の魅力を宣伝することができた。

また、その他のイベントへの出展についても、毎年度約 25 件出展する中で７～８件を新規に開拓したことで、より幅広い来場者に特産品を普及させることができた。

引き続き、都心を中心とした多くの集客が見込めるイベントへの出展を行っていくことが必要である。

[人材育成（愛らんどリーグ）（サッカー大会）]

各島の子ども達がスポーツを通じて相互に交流することができる愛らんどリーグを継続して実施し、平成 28 年度は大島において 250 名が参加し、平成 29 年度は八丈島において 248 名が参加した。平成 30 年度は新島で開催する予定であったが、台風 13 号の影響により中止となった。

島しょの子ども達が一堂に会する貴重な場を提供することで、普段なじみのない者同士の親睦を深めるとともに、思い出を作る一助とすることができた。

今後も、島での開催を基本として引き続き実施しつつ、将来島での開催が困難となる場合に備え、島を除く都内開催など、運営内容も検討する必要がある。

＜特産品展示販売事業＞

[アンテナショップ「東京愛らんど」の運営]

東京愛らんどにおいては、島しょ特産品を展示販売し、販路拡大を行うとともに、島しょ産の農水産物などを使用した食事・飲み物を提供し、売上高の拡大と普及を図ることができた。

年間の売上額は約１億２千万円を推移しており、物販部門では、各島の素材または各島で作られた島焼酎やラム酒、チューハイといった酒類や、塩・醤油等の調味料が売れ筋となっている。

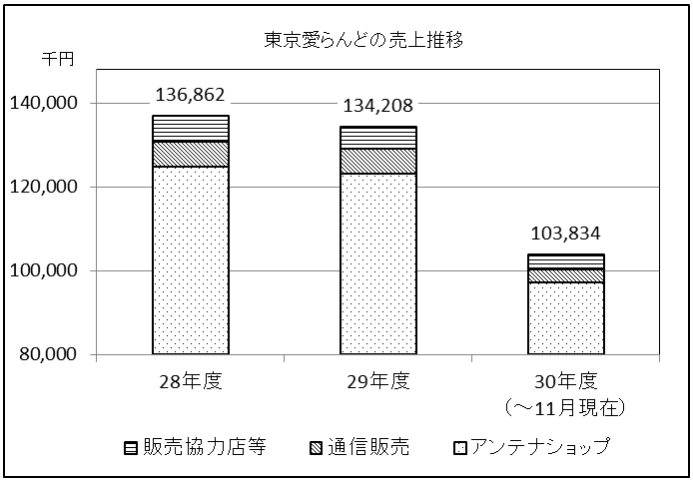
飲食部門では、神津島の「盛若」（樫樽で貯蔵した焼酎でウイスキーのような色と香りが特徴）を炭酸水で割ったものを「島ハイボール」として提供し、生ビールと並んで好調な売行きである。

また、東京愛らんど連絡調整会議を、平成 28 年度は小笠原村・大島町・利島村において、平成 29 年度は三宅村・御蔵島村において実施した。消費者のニーズや生産者の意見を直接聴取し、飲食メニューに要望を取り入れるなど、東京愛らんどの運営改善を図ることができた。

今後は、平成 19 年度のリニューアル以降 10 年以上が経過しており、厨

房機器等の機器更新をしていく必要がある。

さらに、島のアンテナショップとして求められる役割を再整理し、特産品の更なる売上向上や販路拡大、島しょ地域への集客強化を図るとともに、商品の価格及び仕入れの原価率についてもその妥当性を検証していく。



［通信販売］

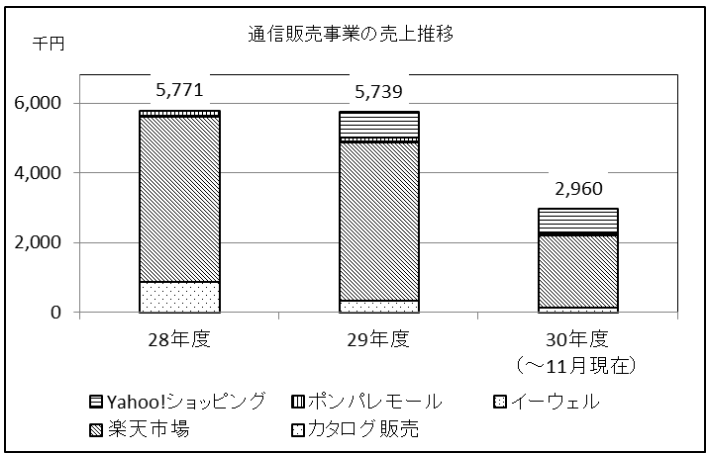
通信販売事業の売上は年間 570 万円程度で推移しており、イカの塩辛や醤油（青唐辛子入り）、牛乳せんべい、島焼酎が人気である。

平成 28 年４月から特産品カタログ「東京愛らんど市場」を電子化し、公社ホームページに掲載するとともに、平成 29 年度から「Yahoo!」通販サイトに出店した。時代に即した販売形態を取り入れ、利便性を向上させることができた。

今後は、費用が売上高を上回っている現状を改善するため、経費がかさむ冊子カタログの見直しなど、経費節減の取組を実施する。

また、引き続き通販サイトに注力するが、売上高が低く収支に合わないサイトは撤退するとともに、売上が見込まれるサイトへの新規出店などを検討していく。

さらに、商品価格の妥当性についても検証していく。



＜広報宣伝事業＞

［島しょ情報の発信］

平成 29 年 5 月末に公社とアンテナショップのホームページ統合を行い、情報を集約するとともに、多様な島しょ情報の発信や SNS の導入など、魅力的なコンテンツづくりを行った。

平成 29 年度は、公社ホームページへのアクセスが約 85,000 件、facebook の公式アカウントへの「いいね！」の数が 10,000 件を超え、島しょ情報発信のツールとして効果的なものとなってきている。

また、訪日外国人の増加に対応するため、統合後のホームページに自動翻訳機能をつけ、英語、中国語、韓国語に変換できるようにしたことで、より利便性の高いホームページに改善することができた。

引き続き、ホームページの内容充実に努めるとともに、SNS を一層活用した情報発信やテレビ等のメディアを通じた効果的な島しょＰＲを行っていく。

［東京諸島漁業農業就業体験］

人口減少傾向にある島しょ地域の移住・定住を促進するための施策として、短期滞在型の漁業・農業の就業体験を行っている。平成 29 年度から事業名を「ワーキングホリデー」から「就業体験」に改めたことにより、観光目的での申込者が減り、転職や移住を真剣に考える者が参加するようになった。

また、平成 28 年度は参加者 13 名中７名が、平成 29 年度は参加者 12 名中５名が体験後に移住又は町村の長期研修を受講し、定住促進につなげる後方支援を行うことができた。

一方、参加者が募集枠に満たないこともあることから、引き続き、広報を積極的に行うことで応募者数を増やし、移住・定住につなげていく。

年度	漁業就業体験	農業就業体験
28 年度	八丈島(3)、小笠原父島(3)	大島(3)、三宅島(1)、八丈島(3)
29 年度	八丈島(3)、小笠原父島(1)、 小笠原母島(1)	大島(3)、三宅島(2)、八丈島(2)
30 年度 (11 月現在)	八丈島(2)、小笠原父島(3)、 小笠原母島(1)	大島(1)、三宅島(2) （八丈島は 2 月実施予定）

（()内は就業体験の参加者数）

＜交通関連事業＞

[ヘリ・コミューター運航支援]

平成 28 年度と平成 29 年度を比較し、搭乗者数が 16,260 人から 16,450 人、利用者満足度が 68%から 72%に増加しており、島民にとって欠かせない交通手段として定着している。

東京都からの財政支援のもと、地上業務員等への教育を切れ目なく毎年度実施し、また必要な都度、ヘリ・コミューターの整備に欠かせない格納庫を速やかに修繕することができた。

ソフトとハードの両面から運航支援することで事故を未然に防ぎ、安全運航を行うことができた。

引き続き、キャンセル対策をはじめ、都度、懸案となる事項について、検討する必要がある。

４　見直し継続の必要性

本年度で第４次中期実施計画の計画期間は終了となるが、残された課題の解決や公社を取り巻く現状などから、理念や成果を踏まえつつ、事業内容や規模等の見直しを継続し、新たな事業展開を図っていく必要がある。

第２　公社を取り巻く社会経済情勢等の変化

第４次中期実施計画が策定された平成 28 年２月から３年が経過し、その間に、公社事業に関係する都政の動向や社会経済情勢にも変化が生じている。島しょ町村行政の補完機能をより一層高めるためには、こうした環境の変化に、適切に対応していく必要がある。

平成 30 年１月に都が策定した「監理団体改革の実施方針」に基づき、公社は「経営改革プラン」を平成 30 年６月に策定した。経営改革プランは毎年度、必要な改訂を行うとされており、令和元年５月に「経営改革プラン」を改訂した。

また、先の実施方針に基づき、同月に都総務局は「東京都政策連携団体活用戦略」を策定した。

これらを踏まえ、本中期実施計画についても改訂を行うこととした。

なお、都が関与すべき団体について、都はこれまで、都が出資等を行っている団体のうち、全庁的に指導監督を行う必要がある団体を「東京都監理団体」として指定し、関与してきた。

平成 31 年４月１日に、都が関与すべき団体について、定義・名称等を見直し、新たな定義等に基づき「東京都政策連携団体」等の指定を行うこととなり、公社も東京都政策連携団体に指定された。

本文中では、見直し前の時点での記述は東京都監理団体とする。

１　経営改革プラン

（１）プランの概要

東京都監理団体（全 33 団体）は、自律的な経営改革を推進することを目的に、令和２年度までの３年間で重点的に進めていくべき経営改革の取組を取りまとめる中期的計画である「経営改革プラン」を、平成 30 年６月に策定した。

都は、同月、それらの主要部分（概要版）を「東京都監理団体経営改革プランの概要」として取りまとめた。

都は、各団体が策定した経営改革プラン（以下「プラン」という。）を、東京都政策連携団体経営目標評価制度（※）の評価対象として位置づけ、東京都政策連携団体経営目標評価制度に係る評価委員会も活用しながら、毎年度、取組状況等について進捗を管理していくとしている。

公社においても、プランの達成状況等の公表を通じて、都民への説明責任を果たすとともに、必要な見直しをプランに反映し、経営改革の取組を

深化していく。

前述のとおり、令和元年５月、公社の置かれた状況を踏まえプランの改訂を行った。

（２）プランと第５次中期実施計画との関係

本計画は、プランに掲げた令和２年度までの目標の達成を包含したものとし、該当部分には下線を付した。

※　東京都政策連携団体経営目標評価制度

○制度の概要

都では、平成 13 年度から団体改革の一環として、団体に自ら「経営目標」を設定させ、その達成度を評価している。評価結果については、翌年度以降の経営改善に確実に反映させることにより、団体の更なる自律的経営の促進を図っている。

都は、団体の経営目標について、外部の有識者からなる評価委員会の委員意見を踏まえ、評価を実施している。

○平成 29 年度東京都監理団体経営目標の達成状況

公社では、成果指標として、「イベント出展回数」、「ヘリ・コミューター利用者満足度」、「農業漁業就業体験事業の応募者数」、「ホームページアクセス件数」及び「通信販売の売上に対する経費率」を掲げたが、目標を達成できたのは「イベント出展回数」のみであった。

評価結果は５段階で最も低い評価となり、これを重く受け止め、今後は目標に至らなかった要因を分析し、目標達成に向けた対応を行っていく。

２　東京都政策連携団体活用戦略

（１）活用戦略の概要

都が直面する課題に的確に対応し、３つのシティ(※)を実現していくために、東京都政策連携団体（以下「政策連携団体」という。）を含めた「都庁グループ」の機能強化が重要であるという観点から、政策連携団体を所管する全ての局等により、令和元年５月に「東京都政策連携団体活用戦略」が策定された。

これは、政策連携団体の今後の役割や担うべき業務領域を、「団体の役割の高度化」、「新たなミッションの付与」、「『官・団・民』の役割分担を踏まえた既存活用策の見直し」の３つの視点から所管局が再整理し、都の政策実現に向けた各団体の活用の考え方を戦略的に示したものである。

※ セーフ シティ、ダイバーシティ、スマート シティ

（２）公社の活用

都総務局が目指す公社の将来像として「団体が培ってきた町村や関係団体とのネットワークを生かし、交通・情報通信分野や産業・就業分野の事業の担い手として島しょ振興を推進」していくことを掲げている。

その方向性を基に、既存事業の効果検証、町村の意向・都の施策を踏まえ、各事業の見直しを図るとともに、事業の効果的な実施に向け、連携・調整機能を強化するとしている。

詳細は、都総務局のホームページを参照。

(http://www.soumu.metro.tokyo.jp/02gyokaku/pdf/dantai/2019dantai/20190521katsuyou.pdf)

３　東京宝島事業

島しょ地域は、海、山、星空といった雄大な地域資源や気候風土に由来する個性的な特産品など、魅力ある「宝物」にあふれている。

東京都では、島しょ地域の隠れた魅力を再発見するとともに、付加価値を付し、島しょの活性化を図ることを目的として、外部の有識者からなる「東京宝島推進委員会」を平成 29 年２月に設置した。

４回にわたり議論が重ねられ、「島しょ地域のブランド化に向けた提言」が平成 29 年 12 月に取りまとめられた。

この提言を受け、知事、各島の首長をはじめ関係者が一堂に介し、第１回東京宝島会議が平成 30 年 10 月に開催され、島しょ地域のブランド化に向けた東京宝島事業が本格化した。

公社においても、役割を踏まえ、具体的な取組を行っていく。

東京宝島事業
　東京の島々が持つ素晴らしい景観や特産品、文化等を、これまで以上に有効活用して更なる魅力拡大を図るため、各島の関係者が主役になり、「東京宝島ブランド」の構築、磨上げ、発信を行うことで、島の高付加価値化を実現しようという取組。

４　島しょ地域の人口将来推計

東京都の総人口は、今後もしばらく増加し、2030 年に 1,388 万人でピークを迎えたのち、減少に転じて 2045 年には 1,361 万人となる見込みである。

しかし、島しょ地域全体では、1950 年の 41,130 人をピークに人口減少が始まった（国勢調査による。小笠原村を除く。）。

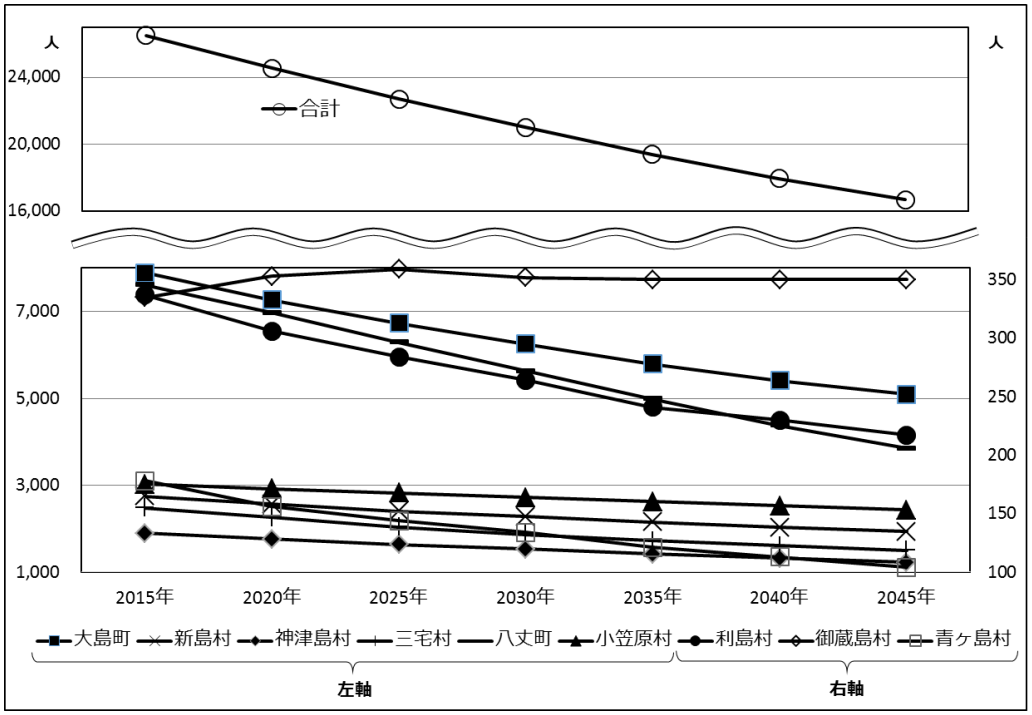
1970 年頃から一部町村で増加傾向がみられたが、９町村全体では減少が続き、2015 年は 26,491 人となった。今後も減少の一途をたどることが予測されており、2045 年には 16,681 人と、30 年間で約１万人減少する見込みである。

島しょ地域の活力を維持させるため、移住・定住を促進する施策や産業を活性化させる施策が、今後ますます重要となる。

口島しょ地域の人口将来推計

単位：人

	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
大島町	7,884	7,266	6,725	6,249	5,795	5,408	5,090
利島村	337	306	284	264	241	230	217
新島村	2,749	2,560	2,397	2,274	2,152	2,029	1,927
神津島村	1,891	1,756	1,637	1,526	1,419	1,317	1,219
三宅村	2,482	2,257	2,041	1,868	1,720	1,602	1,499
御蔵島村	335	353	359	352	350	350	350
八丈町	7,613	6,969	6,292	5,630	4,982	4,377	3,844
青ヶ島村	178	156	144	134	121	113	104
小笠原村	3,022	2,920	2,820	2,717	2,621	2,522	2,431
合計	26,491	24,543	22,699	21,014	19,401	17,948	16,681



（国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成 30 年推計）」より作成）

５　経常収支推移予測

（１）自主財源対応事業に係る収益・費用の算出

公社の事業には、愛らんどリーグや東京愛らんどシャトル運航支援事業など、その財源を財産運用益以外の東京都の補助金や町村・協議会の負担金など特定の財源に依存しているものがある。

よって、収支推移の予測に当たっては、これらの特定財源事業を控除し、自主財源対応事業の収益・費用を用いる。

（２）自主事業に係る収益・費用の推移予測

□自主財源のうち財産運用収益（平成30年12月末時点）

単位：千円

債券利息	新規購入債券利回り率	29年度（決算）	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
基本財産利息収入見込み	0.688%	45,261	36,661	33,250	33,432	29,583	28,458	28,458	28,524	28,590	28,590
運用財産・償却資産利息収入見込み	1.090%	36,869	27,826	27,841	27,376	24,148	18,825	18,466	19,472	20,102	21,613
財産運用益　計		82,130	64,487	61,090	60,807	53,730	47,283	46,923	47,995	48,691	50,202

※「基本財産」：平成 30 年 10～12 月発行の償還期限 20 年地方債の平均利回り（0.688%）、
「運用財産・償却資産」：平成 30 年 10～12 月発行の償還期限 20 年社債の平均利回り（1.090%）

□自主財源のうち財産運用収益を除く経常収益（平成30年12月末時点）

単位：千円

債券利息	29年度（決算）	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
収入上昇率	－	－	0.00%	1.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
財産運用益を除く経常収益	61,663	58,841	58,841	59,429	59,429	59,429	59,429	59,429	59,429	59,429

※ 収入上昇率は、下記の経費上昇率と同様とみなす。

□自主財源に係る経常費用（平成30年12月末時点）

単位：千円

債券利息	29年度（決算）	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
経費上昇率	－	－	0.00%	1.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
人件費上昇率	－	－	0.16%	0.16%	0.16%	0.16%	0.16%	0.16%	0.16%	0.00%
経常費用計	128,187	131,762	130,305	131,170	131,024	132,577	132,439	131,836	131,857	131,868

※ ・平成 29 年度の対前年度消費者物価指数は△0.5%であるが、経費は減少しないこととするため、経費上昇率を 0%とする。
・令和元年 10 月 1 日に予定される消費税率改定（8%→10%）に伴う物価上昇率は、1%（2%×1/2）とする。
・人件費上昇率は、0.16%とする。（平成 29 年人事院勧告の例月給勧告率（行政職））

（３）収入の減少に伴う収支への影響

平成 29 年度から令和８年度までの 10 年間で、経常収支差額の累計は、約１億 5,434 万円の赤字を計上することが見込まれる。

□経常収支将来推計（平成30年12月末時点）

単位：千円

	29年度（決算）	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
基本財産利息収入見込み	45,261	36,661	33,250	33,432	29,583	28,458	28,458	28,524	28,590	28,590
運用財産・償却資産利息収入見込み	36,869	27,826	27,841	27,376	24,148	18,825	18,466	19,472	20,102	21,613
財産運用益　計	82,130	64,487	61,090	60,807	53,730	47,283	46,923	47,995	48,691	50,202
財産運用益を除く経常収益	61,663	58,841	58,841	59,429	59,429	59,429	59,429	59,429	59,429	59,429
経常収益計	143,793	123,328	119,931	120,236	113,159	106,712	106,352	107,424	108,120	109,631
経常費用計	128,187	131,762	130,305	131,170	131,024	132,577	132,439	131,836	131,857	131,868
収支差額	15,606	△ 8,434	△ 10,374	△ 10,934	△ 17,864	△ 25,865	△ 26,086	△ 24,411	△ 23,737	△ 22,236
収支差額(累計)	－	7,172	△ 3,202	△ 14,136	△ 32,001	△ 57,865	△ 83,952	△ 108,363	△ 132,100	△ 154,337

これは、利回りの低下による財産運用益の減少が主な要因である。

公社では、基本財産については、国債・地方債などの債券保有、及び金融機関への預金により運用している。

その他の運用財産・償却資産（都借入金）については、利回りの向上を図るため、事業債の債券保有により運用している。

近年では、平成 28 年１月の日銀によるマイナス金利導入の発表後、利回りの低下が回復することなく継続している。

その後、平成 31 年４月の日銀金融政策決定会合では、超低金利を少なくとも令和２年春頃まで続けるという方針が明示された。

事業の実施に当たっては、常に経営感覚を持ち、収支を意識することが求められる。

あわせて、都・町村・他の団体が行っている公社との類似事業を精査し、公社が行う必要性が薄い事業等は、縮小を含めた見直しを検討する。さらに、事業のあり方を検証し、効果の小さな事業についても、同様の検討を行う。

今後は、財産の運用益を事業の原資の一つとしつつも、他の収入を元にした事業展開ができる方策を、模索していかなければならない。

６　竹芝地区における都市開発

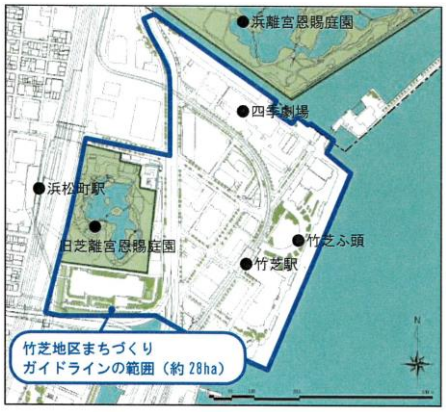
都は平成 24 年 7 月、「竹芝地区まちづくりガイドライン」を策定した。このガイドラインを基に、約 28ha に及ぶ広大な地域で、にぎわいや回遊性の向上を図るためのまちづくりを、官民が連携して行っている。

JR 東日本は、JR 東日本アートセンター自由劇場（四季劇場）が培ってきた、文化・芸術の発信拠点としての機能を更に昇華させた「竹芝ウォーターフロント計画」を、令和２年度の開業を目指して行っている。

また、都が推進する「都有地を活用したまちづくりプロジェクト」の一環として「都市再生ステップアップ・プロジェクト（竹芝地区）」が進行している。

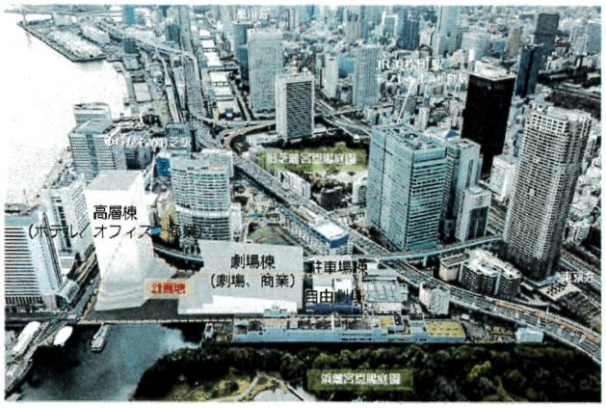
これは、日本のコンテンツ産業の育成・発展に資する機能を有した民間施設と都立産業貿易センターを一体整備することや、住宅棟の新設、歩行者ネットワークの整備等、竹芝に新たな国際ビジネス拠点を創出するもので、令和２年に開業する予定となっている。

このエリアには今後多くの飲食店が進出し、竹芝に店舗を構える公社のアンテナショップ「東京愛らんど」についても、他店と比べ遜色の無い、より魅力あふれるものにしていくことが求められる。



出展：竹芝地区まちづくりガイドライン
（東京都都市整備局）

【竹芝地区まちづくりガイドラインの範囲】



出展：竹芝ウォーターフロント開発計画について
（東日本旅客鉄道株式会社）

【竹芝ウォーターフロント計画】

出展：プレスリリース　（仮称）竹芝地区開発計画 B 街区（住宅棟）新築着工
（東急不動産株式会社、鹿島建設株式会社）

【都市再生ステップアップ・プロジェクト（竹芝地区）】

第３　第５次中期実施計画の基本方針

〔経緯〕

公社は、平成元年の発足以来、島しょ地域の振興を図るため、島しょ町村行政の補完団体として、また、公益事業を担う法人として自立した団体となるべく努力を重ね、幅広い分野の事業を数多く実施してきた。

また、公益法人制度改革３法が平成 20 年 12 月１日に施行され、公社は平成 23 年４月１日に公益財団法人へ移行し、社会的信用をバックに、公益事業の一層の推進を図っている。

〔取り巻く状況〕

一方、設立から約 30 年が経過し、島しょ地域の人口減少や都・町村事業の変化など、公社を取り巻く状況には変化が生じてきている。

特に財政面では、基本財産等の運用収入や事業収入により自律的な経営が求められるものの、長引く超低金利の影響を受けて財産運用収益の減少が見込まれ、特定財源のない事業の事業費調達が厳しい状況にある。

そのため、これまでの枠組みにとらわれることなく、財産運用益のみに頼らない事業展開、社会経済情勢に応じた事業の見直しなど、自律改革を進めていく必要がある。

〔基本方針〕

以上の状況を踏まえ、第５次中期実施計画においては、「自律改革を進めつつ、島しょ地域の魅力向上等に関して公社の存在意義を発揮し、島しょ振興の推進に寄与する」ことを基本方針とする。

事業の見直しは、「選択と集中」、「積極的な検証(PDCA サイクル)」、「都・町村の動向」の３つの視点から行っていく。

「都・町村の動向」を踏まえ、都・町村等との役割を整理した上で事業を展開し、「積極的な検証(PDCA サイクル)」を行うことで事業の効果・必要性を見極める。効果が高い又は必要とされる事業は拡充・継続し、そうでない事業は縮小等を図っていくなど、「選択と集中」による事業規模の見直しを行う。

また、公社が時代を先取り、島しょ地域の振興・発展に寄与するためには、過去及び現在の事業を検証した上で、着実な実施が必要である。そこで、本計画では、現行第４次中期実施計画のキーワード「特産品(宝物)」に係る事業展開の柱「販売」、「開発・生産」、「ＰＲ」を継承しつつ、「ヘリ・コミューター」に係る「運航支援」の観点も加え、事業を推進していく。

第４　見直しの視点

第５次中期実施計画における見直しの視点は、以下の３つとする。

また、利回り低下の影響により運用益が減少していることを踏まえ、財産運用益のみに頼らない事業展開など、公社のあり方の見直しも検討していく。

厳しい財政状況の中で、公社事業に関する「選択と集中」を進め、真に必要な施策・事業の推進を図る。

東京宝島事業の島会議において議論する各島の地域ブランドコンセプトに適う特産品等については、公社各事業の中でも後押ししていく。

一方、都・町村・他の団体が行っている公社との類似事業を精査し、公社が行う必要性が薄い事業等は、縮小を含めた見直しを図っていく。

・・・・・・・・・・・・（１）　選択と集中

事業を取り巻く環境を踏まえ、積極的に事業のあり方を検証することで、課題解決の方向性を見出していく。

各事業に関する指標を極力数値化し、現在のおかれた状況を把握するとともに課題を導き、課題をどのように解決していくかの方策を検討する。

※　P36「第９ 本計画に基づく「事業の見直し・検証」に係る取組」を参照

・・・（２）　積極的な検証（PDCA サイクル）

島しょ町村の各種政策、東京都監理団体経営改革プラン、東京宝島事業などと連動させる。

島しょ町村の各種政策や東京宝島事業に対し、公社としても支援していくような事業展開を心掛け、プランに掲げた目標の達成も実現していく。

・・・・・・・・・・（３）　都・町村の動向

第５　第５次中期実施計画のキーワード

「特産品（宝物）」は、島しょ地域の住民が自らの地域を象徴するものとして誇れる「モノ」であり、島外に対し島の文化や情報を伝達することができるツールとして、その存在価値は非常に高いものがある。

第５次中期実施計画期間においても、島しょ地域及び島外に対し強くその伝統や文化を訴求できる力を持つ**「特産品（宝物）」**を引き続きキーワードに、新たな事業の展開を図ることとする。

島しょ地域の生産者が**「特産品（宝物）」**を開発、生産、販売するために公社を活用する。

また、お客様が**「特産品（宝物）」**をアンテナショップ「東京愛らんど」でお買い求めいただくといったように、伊豆諸島・小笠原諸島の特産品といえば「東京愛らんど」というイメージをつくることに継続的に取り組む。

なお、「特産品の販売」は収益につながり、その事業拡大は公社事業収入の向上に結びつき、自律的経営を実現するための重要な要素となっている。

アンテナショップ「東京愛らんど」

【店舗外装】

【店内内装】

また、離島間を結ぶ**「ヘリ・コミューター」**（東京愛らんどシャトル）は、島民に欠かせない交通手段として、定着している。運航を支援することは公社の重要な役割の１つであり、今後も継続して行っていく。

東京愛らんどシャトル

第６　事業展開の柱

「特産品(宝物)」を支える柱として、以下を掲げる。

特産品展示販売アンテナショップ「東京愛らんど」の事業を中心とし、島外のお客様に向けて展開する。

・・・・・・・・・・・・（１）販売

島しょ地域の生産者、島民を対象とした資源調査を推進するとともに地域振興補助事業を中心とする。

・・・・・・・・・（２）開発・生産

上記の柱を効果的に運営していくための手段として、また、公社事業をアピールすることを目的とし、島の内外に向けて情報発信する。

・・・・・・・・・・・（３）Ｐ　Ｒ

また、「ヘリ・コミューター」を支える柱として、以下を掲げる。

運航事業者に対する支援及び企画協力を継続的に実施していくことを基本とし、その都度、懸案となる事項や、取り巻く環境の変化に応じた中長期的課題について、解決を図っていく。

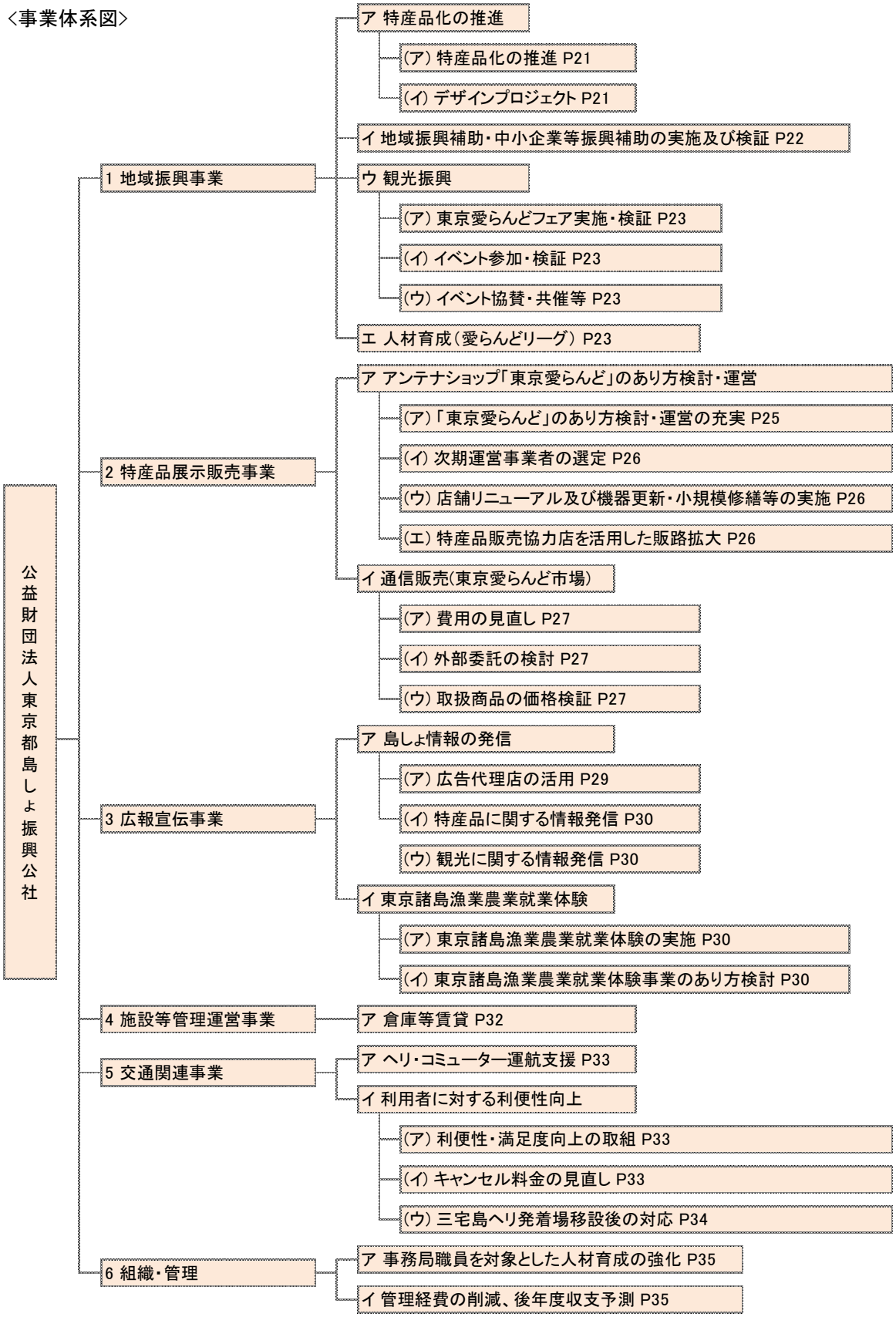
・・・・・・・・・・（４）運航支援

第７　第５次中期実施計画の期間

計画期間の設定に当たっては、社会・経済状況等の著しい変化の中、長期間に及ぶ計画期間は変化を反映しづらいことなどから、前中期実施計画の期間同様、令和元年度から令和３年度までの３年間を計画期間として設定する。

第８　各事業の基本的考え方及び実施内容

〈事業体系図〉



各事業ごとに、基本的考え方、実施内容、年次計画を示す。

なお、前述の通り、経営改革プランと軌を一にするため、プランに掲げた目標については本計画にも盛り込み、該当部分に下線を付している。

１　地域振興事業

（１）基本的考え方

地域振興事業は、島しょ地域の産業の底上げとなる事業である。

特産品化の推進については、民間の商品開発力や販路等の経営ノウハウを活用し、伊豆諸島・小笠原諸島で生産される「素材」を用いた商品開発を進める。

地域振興補助・中小企業等振興補助については、補助金を交付した各事業の効果検証を踏まえ、制度の見直しを検討する。また、東京宝島事業を踏まえた制度とする。

観光振興の都内・近県での地域振興イベント企画への参加については、これまでの事業実績を踏まえて、費用対効果を検証しつつ、さらなる展開を図っていく。

人材育成の愛らんどリーグ（サッカー大会）については、伊豆諸島・ 小笠原諸島地域力創造対策協議会からの受託事業として、引き続き実施していくとともに、事業のあり方について検討する。

（２）実施内容

ア　特産品化の推進

（ア）特産品化の推進

伊豆諸島・小笠原諸島で生産される果物や野菜等の「素材」を加工原材料とした特産品の商品開発を、民間企業との協働により進め、販路拡大や伊豆諸島・小笠原諸島ならではのブランド化を行う。

商品の売上高等効果検証のためのデータを収集し、実効性を高める。

（イ）デザインプロジェクト

産学公連携による特産品のデザインリニューアルを実施し、消費者が手に取りやすい商品に変更していく。

事業開始後 10 年が経過したことから、リニューアルによる新パッケージの売上状況を把握するなどの検証を行い、デザインの発注先（デザイン専門学校）の選定や事業のあり方を検討する。

イ　地域振興補助・中小企業等振興補助の実施及び検証

地域振興に係る補助事業について、東京宝島事業の趣旨を踏まえ、地域ブランドの構築に資する事業を補助対象に加えるなど、今後の補助事業としての仕組みを検討する。

具体的には、上記事業を補助対象として追加すること等について、地域振興補助部会において議論・検討した上で、所要の要綱改正を行う。

その後は要綱を改正したことの効果検証を行うこととする。補助を実施後、定型化した報告書の収受や現場往査の実施などにより、当該事業が継続・発展しているかを確認する。事業が軌道に乗っている場合は、要綱改正の効果があったものと判断し、事業１件当たりの補助限度額の拡大を、そうでない場合は、補助金交付の審査基準をより厳格なものに改めることを検討する。

従来の規定により採択したその他の事業についても、同様の効果検証を行う。

また、適切かつ公平に補助事業を実施するため、担当者向けの統一審査基準等を作成する。

さらに、事業効果の大きい事業等は、優良事例としてホームページで公表することを検討する。

中小企業等振興補助事業については、補助の実績や、補助を実施後当該事業が継続・発展しているかを確認し、今後も公社が本事業を継続していくかどうか、意義を検証する。

ウ　観光振興

（ア）東京愛らんどフェア実施・検証

公社最大のＰＲイベントである「島じまん」は、今後も２年に１回実施していく。

また、年１～２回実施する「東京愛らんどフェア」（物産展）の実施場所については、都心を中心に集客が見込める会場を検討するとともに、効果検証等も行い、今後の実施方法について検討する。

（イ）イベント参加・検証

前年度のイベント出展件数を確保しつつ、少なくとも毎年度２件は売上が伸び悩むイベントから集客力の高いものに変更することで、島しょのＰＲ効果をさらに高める。

イベントごとの売上・費用を明確にし、当該イベントへの出展効果を検証する。

（ウ）イベント協賛・共催等

各種イベントへの積極的な協賛・共催より、公社の知名度の向上に努める。

エ　人材育成（愛らんどリーグ）（協議会からの受託事業）

各島の子ども達がスポーツを通じて相互に交流することができる愛らんどリーグを、引き続き島での開催を基本として実施する。

ただし、宿泊施設の不足等により、受け入れ困難な町村が増加している実態も踏まえ、今後、島開催の継続が困難になる恐れがあることを想定し、島を除く都内開催などの運営方法についても、検討する。

一例として、受け入れ困難な町村の場合は、幹事島として事務局の役割は担いつつ、都内で開催することの可能性も検討する。そして、都内開催における会場、宿泊先の候補地を選定し、交通費や食費等を含め費用がどのくらい発生するかを精査し、分担金の規模を算出する。

（３）年次計画

事　業　名	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備　考
ア　特産品化の推進	(ア)特産品化の推進 →			
	(イ)デザインプロジェクト →	→	→	
イ　地域振興補助・中小企業等振興補助の実施及び検証	要綱改正 →			
		効果検証 →	→	
		優良事例のＨＰ掲載 →		
ウ　観光振興	(ア)東京愛らんどフェア実施・検証 →	→	→	島じまん開催年度(予定)令和２年度
	(イ)イベント参加・検証 →	→	- - - - - - - →	
	(ウ)イベント協賛・共催等 →	→	→	
エ　人材育成（愛らんどリーグ）	愛らんどリーグの開催 →	→	→	
	都内開催の可能性検討 →			

２　特産品展示販売事業

（１）基本的考え方

特産品の売上向上や販路拡大を通じて、特産品ＰＲや島しょ地域の認知度向上を図るため、特産品展示販売事業の取組強化を行い、島しょ地域の活性化・振興に寄与していく。

東京愛らんどでの物品販売及び飲食事業、通信販売、特産品販売協力店への販売、イベント出店での販売の５つのチャンネルの合計において、令和２年度末までに特産品売上高 1 億 5,200 万円を達成する。（リニューアル工事に伴う店舗閉鎖や運営業者の変更がない場合の積算）

展示販売事業は、東京愛らんどの運営を中心に、「販路開拓のファーストステップ」「付加価値特産品の宣伝拠点」という視点で事業を進めていく。

この中で、東京宝島事業における特産品のＰＲも実施していく。

令和元年度末に、現行の「東京愛らんど」委託事業者との契約期間満了を迎える。次期委託事業者選定のタイミングに向けて、東京愛らんどのあり方を中心に、特産品展示販売事業全体のあり方を再整理し、社会経済情勢の変化に応じた店舗機能や運営のあり方を検討する。

町村が推薦する、島しょの素材を使った特産品又は島しょで生産された特産品（純島しょ生産品、ブランド）を宣伝し、適正価格（マーケットプライス）で販売できるよう、通信販売（直営）だけでなく東京愛らんど（委託）での販売価格を含めて検討する。

さらに、地域振興事業、広報宣伝事業との連携による各事業の効果を相互に高めていく。

東京愛らんどについては、東京オリンピック・パラリンピック競技大会、竹芝地区における都市開発等の追い風を活かし、公社の顔として、更に磨きをかけていく。

通信販売については、平成 29 年度において、約 570 万円の売上高に対し、品代、委託経費、配送料、カタログ作成など費用（人件費、減価償却額を除く。）が約 900 万円と、費用が売上高を大きく上回っている。

「選択と集中」の観点から、インターネット利用を通信販売の中心として事業を展開するとともに、費用を見直して支出を減らす努力を実行し、より効果の高い運営方法へ転換する。

（２）実施内容

ア　アンテナショップ「東京愛らんど」のあり方検討・運営

（ア）「東京愛らんど」のあり方検討・運営の充実

平成 30 年度に実施した、島しょ生産品の販売拠点としてのアンテナ

ショップの役割、生産品の売上向上につなげるための調査結果を踏まえ、東京愛らんど運営部会において、アンテナショップの機能や運営のあり方について具体的な検討を行い、令和元年９月を目途に検討結果を取りまとめ、それに基づき、事業実施や必要に応じた改修工事につなげていく。

なお、検討に当たっては、アンテナショップの運営受託業者の選定において、BtoC に強みを持つ事業者を選定する視点を取り入れる。

その際に、店舗リニューアル及び調理機器等の更新の要否について、費用対効果の視点を持って検討する。

新商品の開拓、売上向上策検討等に活かすため、東京愛らんど連絡調整会議を継続的に実施することで、島の生産者の声を東京愛らんどの運営に反映させる。

また、現行の運営体制においても、店舗の収支分析を行い、契約締結時に委託業者から提出された東京愛らんどの物販・飲食売上目標の上方修正について、委託業者に働きかけていく。

あわせて、商品価格が適正かどうか実態調査を行い、調査結果を踏まえて、適正な価格の導入を検討する。

東京宝島事業に関する公社の取組として、都がブランド化を支援する産品について、アンテナショップ、通信販売、イベント出店におけるＰＲの場を提供する。

（イ）次期運営事業者の選定

上記のあり方検討を踏まえて、次期運営事業者選定に向けた具体的な仕様を確定させ、運営事業者募集・選定を実施する。

店舗リニューアルを予定する場合は、その旨を仕様に反映させる。

２年ごとに更新となる委託業者の選定方法や審査基準について検討し、必要に応じて改善を図り、よりよい店舗運営となるよう見直しを行う。

（ウ）店舗リニューアル及び機器更新・小規模修繕等の実施

愛らんど運営部会における検討に基づき、改修工事が必要と判断された場合は、閑散期の冬季（12 月～２月）に必要な工事を実施する。

店舗リニューアルの改修工事を行わない場合でも、長期間使用し老朽化が認められる調理機器等については、緊急性の高いものから計画的に新規購入し、刷新に努める。

（エ）特産品販売協力店を活用した販路拡大

平成 29 年度末時点で 18 店となった特産品販売協力店舗からの商品発注に迅速に対応する。

ホームページ等を通じた告知や広報宣伝委託業者を活用するなどし、

特産品取扱の募集を行い、特産品販売協力店舗を毎年度２店舗ずつ新規開拓し、令和２年度末までに店舗数 26 店以上を目指す。

定期的な利用実績のない既存登録店舗に対しても、再度の利用について働きかけを行い、継続利用を促していく。

東京宝島事業に関する公社の取組として、島しょ事業者に関する情報をデータベース化し、本土事業者が集まる展示会などでのＰＲに活用する。

特産品販売協力店に対して島しょの生産者・事業者を紹介するマッチングを行うことで、島しょ地域における販路拡大を図る。

イ　通信販売（東京愛らんど市場（いちば））

（ア）費用の見直し

配送料は、現行、注文１件につき 850 円均一としているが、実態を考慮のうえ適正価格を検討し、必要に応じて改定する。

紙・電子の媒体効果を検証し、冊子カタログ作成の費用を見直すなど、インターネット利用を通信販売の中心とする。

（イ）外部委託の検討

現在、通信販売は公社主体で実施しているが、酒類以外の商品仕入れ及び商品配送業務は東京愛らんど委託業者に委託している。費用を抑えてより効率的な運営を行うため、東京愛らんど委託事業者への全面委託化など、外部委託に関する検討を行う。

なお、検討に当たっては、BtoC に強みを持つ事業者を選定する視点を取り入れる。

（ウ）取扱商品の価格検証

通信販売における取扱商品の価格は、東京愛らんどでの店舗価格と同一としている。それが適正価格かどうか実態調査を行う。

価格が低いことで、東京愛らんどや公社の通販システムを介さず独自に販売している他の島しょ生産者の営業を妨げている恐れがある場合など、調査の結果に応じ、市場に合わせた適正な価格設定を検討する。

（３）年次計画

事　業　名	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備　考
ア　「東京愛らんど」のあり方検討・運営	（ア）「東京愛らんど」のあり方検討 （イ）委託業者選定方法及び審査基準の見直し （ウ）機器更新・小規模修繕等の実施 （エ）特産品販売協力店を活用した販路拡大 （オ）取扱商品の価格検証	検討結果に基づいた事業実施 新たな業者による運営 店舗ﾘﾆｭｰｱﾙ	新店舗での運営	次期委託更新 令和元年度末
イ　通信販売（東京愛らんど市場）	（ア）費用の見直し　必要に応じ改定 （イ）外部委託の検討 （ウ）取扱商品の価格検証	必要に応じて外部委託 委託内容・委託先の変更 必要に応じ改定		

３　広報宣伝事業

（１）基本的考え方

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に向けたインバウンド需要の取り込みや、多様化する個人の消費・趣向を踏まえ、地域に密着したより細やかな情報発信を目指し、効果的に広報宣伝事業を実施していく。

ホームページや SNS での情報発信について、目的をインバウンドや特産品ＰＲ、移住定住等に分類し、それぞれのターゲットを絞ったより効果的な情報発信のあり方を検討する。

その上で、目的別に情報発信件数の目標を設定し、情報発信状況を分析して、より効果的な情報発信を行っていく。

多岐にわたる広報宣伝ネットワークを持つ広告代理店を引き続き活用し、町村や東京宝島事業の動向も見据えながら、積極的に島の魅力をＰＲする。

公社のキーワードである「特産品」に関する情報発信を強化して、展示販売の売上高向上を目指す。

島しょ地域で喫緊の課題となっている人口減少に対応するため、東京諸島漁業農業就業体験に注力し、移住・定住につながる情報の発信を実施していく。

一方で、都・町村・他の団体がそれぞれ同一の目的で実施している公社との類似事業を精査し、公社が行う必要性が薄い事業等は、縮小や内容変更を含めた見直しを図っていく。

（２）実施内容

ア　島しょ情報の発信

（ア）広告代理店の活用

広告代理店を活用し、テレビ等のメディアを通じた島しょのＰＲを行い、公社ホームページ・SNS により、島しょ住民などが薦める島ならではの風景や「コト体験」の紹介を行う。情報発信は、各町村の意見や、東京宝島事業の趣旨についても意識して行う。

インバウンド対応として、在住外国人を対象とした店舗イベントを実施するほか、東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、訪日外国人情報サイト（LIVE JAPAN）で英語、中国語、韓国語によるイベント情報等の発信を行う。

また、プレスを対象とした店舗イベントを年２回実施するなど、プレスへの情報発信を強化する。

プレスに取り上げられた回数やイベントの課題等に関する検証を行い、より効果的な情報発信を図る。

Web 環境の安全性の確保を図るための対策を確実に実施していく。

（イ）特産品に関する情報発信

アンテナショップ等での売れ筋商品、新商品、特産品を使用した新メニューの紹介などの特産品情報、アンテナショップで開催するイベントの告知や実施報告などを、公社ホームページや facebook において積極的に発信していく。

（ウ）観光に関する情報発信

観光のＰＲについては、(一社)東京諸島観光連盟や都との役割分担を整理し、必要に応じて事業規模の縮小や、島しょ町村情報の発信ポータルへの特化などの見直しを行う。

イ　東京諸島漁業農業就業体験

（ア）東京諸島漁業農業就業体験事業の実施

島しょ町村が実施する定住促進策を後方支援する意味で、公社が引き続き応募者を一般から募り、短期滞在型の漁業農業就業体験を実施する。

実施に当たっては、移住時の住宅・労働環境やサポート体制等、受入体制が整っている町村で開催する。

募集に当たっては、プレスリリースを行うほか、前年度の告知状況を踏まえ、移住支援サイトを中心に Web 媒体で告知するなど情報発信に努め、島しょへの移住・定住を視野に入れた意欲的な参加者を集める。

（イ）東京諸島漁業農業就業体験事業のあり方検討

移住・定住促進のため、短期滞在型の漁業農業就業体験事業を平成 25 年度から実施してきたが、独自で就業体験事業を行う町村もある。定住促進策を遂行する島しょ町村の独自事業や意見を聴取し、町村との役割を整理したうえで、公社は本土における町村窓口としての機能を充実させるなど、より効果的な事業実施を図っていく。

（３）年次計画

事　業　名	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備　考
ア　島しょ情報の発信	(ア)広告代理店の活用 (イ)(ウ)情報発信 都、町村等の類似事業精査 役割の整理	必要に応じて 公社事業の縮小や見直し		
イ　東京諸島漁業農業就業体験	（ア）東京諸島漁業農業就業体験の実施 （イ）東京諸島漁業農業就業体験のあり方検討 町村への意見聴取 役割の整理	役割分担を踏まえた事業実施		

４　施設等管理運営事業

（１）基本的考え方

倉庫等賃貸の災害用木炭等保管管理については、東京都からの受託事業として、引き続き実施していくとともに、事業のあり方について検討する。

（２）実施内容

ア　倉庫等賃貸（東京都からの受託事業）

東京都の動向を踏まえながら、引き続き木炭・コンロ保管の受託を継続していく。

耐用年数調査を実施するとともに、必要に応じ適宜修繕を行う。

（３）年次計画

事　業　名	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備　考
ア　倉庫等賃貸	木炭・コンロの保管 →			
	必要な修繕 →			
	耐用年数調査 →			

５　交通関連事業

（１）基本的考え方

ヘリ・コミューター運航支援として、運航事業者に対する支援及び企画協力を継続的に実施していくことを基本とする。

キャンセル待ちをしても搭乗できない者が多くいる一方で、当日のキャンセルが多く、搭乗率は約５割にとどまる。また、平成 30 年 10 月の島民割引運賃導入に伴い、今後、需要増により予約がより困難になることが予想される。

キャンセル数を減らし、より多く搭乗できるようキャンセル料金体系を適正化し、真に搭乗を必要としている利用者の機会を確保する。

その他、その都度懸案となる事項や、取り巻く環境の変化に応じた中長期的課題について、解決を図っていく。

（２）実施内容

ア　ヘリ・コミューター運航支援

都への予算要求時において、運航事業者が積算した経費を適正に精査し、必要十分な支援を行う。

地上業務員等への教育は安全運航のために必須であるため、継続して実施する。

格納庫等、修繕が必要になった際には迅速に対応し、安全運航につなげる。

ヘリコミ支援検討部会や、運航事業者などの関係者で構成する検討会などにおいて、老朽化した機体について、更新の必要性、機種の選定、機体費用の妥当性、予算措置の方法などを検討する。

イ　利用者に対する利便性向上

（ア）利便性・満足度向上の取組

より良いサービスを提供するための一助として、ヘリ・コミューターの利用者アンケートを実施し利用者の意見を把握し、利便性・満足度向上に向けた取組を実施する。

（イ）キャンセル料金の見直し

令和元年６月から新キャンセル料金体系を導入し、キャンセルにつながる予約を抑止して搭乗機会を創出することで、令和２年度末までに搭乗率 60.0％以上を達成する。

キャンセル料金改定後は、データ収集や利用者アンケートにより効果検証を行う。効果が思わしくない場合は、見直し検討を継続する。

（ウ）三宅島ヘリ発着場移設後の対応

雄山の噴火により、平成 17 年 10 月に三宅島のヘリ発着場は空港から北に離れた場所に移設された。その後火山ガスの影響がなくなり、飛行機との乗り継ぎが円滑に行えるよう、平成 30 年 11 月、空港に戻した。移設後の課題を調査し対策を講じる。

（エ）その他

都度、懸案となる事項についても、課題解決に向け検討する。

取り巻く環境の変化に応じ、路線や運航ダイヤを見直すなど、中長期的な課題に対しても適切に対応していく。

（３）年次計画

事　業　名	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備　考
ア　ヘリ・コミューター運航支援	地上業務員等への教育 →	→	→	
	機体更新検討、更新 →	→	→	
イ　利用者に対する利便性向上	(ア)利便性・満足度向上に向けた取組 →	→	⇢	
	(イ)キャンセル料金の見直し →	⇢	⇢	
	(ウ)三宅島ヘリ発着場の移設後の対応 →	→	⇢	
	(エ)都度、懸案となる事項への対応 →	→	→	

６　組織・管理

（１）基本的考え方

より機動的かつ効率的な公社運営を図るため、事務局職員の能力・資質の向上、管理経費の削減に取り組む。

（２）実施内容

ア　事務局職員を対象とした人材育成の強化

新しく異動してきた職員が即戦力として活躍できるよう、適時適切に研修の受講機会を与える。年度当初には、公益財団法人の制度や債券運用に関する研修を、また、複数回に渡り実施され、習熟度に応じて選択できる決算事務に関する研修を、その他年末調整に関する説明会などをそれぞれ受講させる。

また、職員の能力が最大限発揮できるよう、適材適所の配置を行う。

イ　管理経費の削減、後年度収支予測

公社を取り巻く社会経済情勢や町村・都の動向を踏まえる、又は各事業の効果検証を行うことで、必要な経費、不要な経費を精査し、メリハリ（選択と集中）を付けた予算執行を行う。

公社保有債券の利息収入が依然落ち込んでいる状況にあっても、最新の平均利回りを把握し、精度の高い後年度収支予測を必要に応じ行うことで、公社の置かれた状況を的確に捉え、将来を見据えた対策を打つための一助とする。

（３）年次計画

事　業　名	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備　考
ア　事務局職員を対象とした人材育成の強化	研修の受講 →	→	→	
	適材適所の職員配置 →	→	→	
イ　管理経費の削減、後年度収支予測	メリハリ（選択と集中）を付けた予算執行 →	→	→	
	後年度収支予測実施 →	→	→	

第９　本計画に基づく「事業の見直し・検証」に係る取組
～公社における自律改革～

本計画は、策定することが目的なのではなく、これに基づきどういう取組を行い、どのような成果が得られたか、ということが重要となる。

見直し・検証を行うとした事業について、公社職員全員が滞りなく一丸となって取り組み、成果が上げられるよう、取組を顕在化する。そして、取組内容を町村等の関係者に報告することで、説明責任を果たしていく。

具体的には、以下により、公社における自律改革を行っていく。

１　（平成 30 年度）

（１）　取組シートの作成

第５次中期実施計画に基づき、事業の見直し・検証を行うこととした事業について、各担当者は別添の取組シートを平成 31 年２月下旬までに作成する（計画欄まで記入）。これを公社内で精査する。

（２）　報告

取組シートを、平成 31 年３月上旬に、中期計画策定委員会常任委員に送付する。

２　令和元年度

（１）　５月下旬開催の公社運営検討委員会

時点更新した取組シートを、５月下旬開催の公社運営検討委員会で報告し、検討を行い、検討内容を今後に活かしていく。

（２）　10 月上旬開催の公社運営検討委員会

各担当者は取組シートを９月中旬までに時点更新する。これを公社内で精査する。

取組シートを、10 月上旬開催の公社運営検討委員会で報告し、検討を行い、検討内容を今後に活かしていく。

３　令和２・３年度

（１）　５月下旬開催の公社運営検討委員会

各担当者は取組シートを３月上旬までに時点更新する。これを公社内で精査する。

再度時点更新した取組シートを、５月下旬開催の公社運営検討委員会で報告し、検討を行い、検討内容を今後に活かしていく。

（２）　10 月上旬開催の公社運営検討委員会

２の（２）と同様。

第５次中期実施計画に基づく「事業の見直し・検証」に係る取組シート

大項目		
中・小項目		
担当課		
現状・課題		
目的		
取組内容		
計画・実績	計画	実績
令和元年度 上期		
令和元年度 下期		
令和２年度 上期		
令和２年度 下期		
令和３年度 上期		
令和３年度 下期		
取組結果		

（参　考）

１　公益財団法人東京都島しょ振興公社第５次中期実施計画策定の経過

日付	会議名等	内容
平成３０年　２月１６日	平成２９年度第３回理事会	次期中期実施計画策定の決定・指示
平成３０年　７月３１日	理事会（書面決議）	中期計画策定委員会常任委員の選任
平成３０年　８月２４日 ～ 平成３０年　９月　７日		常任委員に対する、第４次中期実施計画に記載された各事業の実施状況にかかる評価及び事業継続等にかかる意向の調査
平成３０年１０月　５日	第１回策定委員会	公社事業の分析・評価 第５次中期実施計画策定方針の決定
平成３０年１１月２７日	第２回策定委員会	第５次中期実施計画（素案）の策定
平成３０年１１月３０日	平成３０年度第２回理事会	策定委員会での開催結果報告 （策定方針及び計画（素案）の提示等）
平成３０年１１月２８日 ～ 平成３０年１２月　７日		常任委員に対する第５次中期実施計画（素案）意見調査
平成３１年　２月　６日 ～ 平成３１年　３月２０日		第５次中期実施計画（案）に係る 東京都協議
平成３１年　２月　４日	第３回策定委員会	第５次中期実施計画（案）の決定
平成３１年　２月１４日	平成３０年度第３回理事会	第５次中期実施計画（案）の承認
平成３１年　３月２２日	理事長決裁	第５次中期実施計画の決定

日付	会議名等	内容
令和元年　５月３０日	令和元年度第１回理事会	第５次中期実施計画改訂版（案）の承認
令和元年　６月　６日 ～ 令和元年　６月２４日		第５次中期実施計画改訂版（案）に係る東京都協議
令和元年　６月２７日	理事長決裁	第５次中期実施計画改訂版の決定

２　公益財団法人東京都島しょ振興公社中期計画策定委員会委員

【常任委員】

役職名	氏　　名	所　　属
委員長	前　田　裕　二	新島村企画財政課長
副委員長	佐々木　眞　理	八丈町企画財政課長
委員	下　村　　優	大島町政策推進課長
委員	鈴　木　広　一	利島村総務課長
委員	鈴　木　龍　也	神津島村企画財政課長
委員	吉　田　稔　彦	三宅村企画財政課長
委員	中　村　眞　也	御蔵島村総務課長
委員	湯　本　祥　子	青ヶ島村総務課長
委員	樋　口　　博	小笠原村総務課企画政策室長
委員	内　田　峰　夫	東京都総務局行政部島しょ振興専門課長

【事務局】

氏　　名	所　　属
村　松　正　夫	公益財団法人東京都島しょ振興公社事務局長
荒　井　一　成	〃　　企画管理課長
鎌　田　智　恵	〃　　業務課長