公益財団法人東京都島しょ振興公社
第６次中期実施計画
（令和４年度～令和６年度）

令和４年３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。その後も３年ごとに、これまでの取組成果等を踏まえブラッシュアップした中期実施計画を策定のうえ、地域振興、展示販売、広報宣伝、交通関連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５次中期実施計画は、令和４年３月に終期が到来するため、令和３年８月の理事会において、次期中期実施計画の策定にあたり、各町村と東京都からなる策定委員会の設置を決定し、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するなど、準備を進めてまいりました。

そして今般、取り組むべき事業を明らかにすることで課題の設定・解決を図るなど自律改革を進めるとともに、多様な主体と連携することで公社の存在意義を発揮し、島しょ地域の振興と発展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６次中期実施計画」（令和４年度～令和６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、島しょ地域の現状に寄り添い事業を見直すことが、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６次中期実施計画の概要

◇第６次中期実施計画の基本方針

取り組むべき事業を明らかにすることで、課題の設定・解決を図るなど自律改革を進めるとともに、多様な主体と連携することで公社の存在意義を発揮し、島しょ地域の振興と発展に寄与する。

◇取組の視点

１ 自律改革の推進	実情を踏まえ、積極的な事業の見直し・検証を実施
２ 選択と集中	真に必要な事業への注力
３ 町村・都との連携	軌を一にした取組により、事業効果を向上

◇第６次中期実施計画のキーワード

キーワードは「**つなぐ**」とする。

公社の役割（島しょ町村の「補完機能」「橋渡し機能」）を踏まえ、島しょ地域の人々、美しい自然環境、特産品などの魅力を島しょ内外の人々と「**つなぐ**」事業を展開することで、地域経済の発展及び住民の生活・文化の向上に資する公社理念を実現する。

◇事業展開の柱

１ 特　産　品	開発・販売を通じ、生産者の支援及び島の魅力をＰＲ
２ 関係人口創出	ポータル機能を強化し、多くの人に伝わる広報を実施
３ ヘリ運航支援	運行事業者に対する支援・企画協力
４　組織力向上	職員の知識向上を図るなど、東京諸島を担う人材を育成

◇計画期間

令和４年度～令和６年度の３年間

なお、本計画中、公益財団法人東京都島しょ振興公社を「公社」、伊豆諸島及び小笠原諸島を「東京諸島」、東京都を「都」と表記する。

目　　次

第１　第５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・・・・・・・・・11

第３　第６次中期実施計画の基本方針・・・・・・・・・・・・21

第４　取組の視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・22

第５　第６次中期実施計画のキーワード・・・・・・・・・・・23

第６　事業展開の柱・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・24

第７　第６次中期実施計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・25

第８　各事業の基本的考え方及び実施内容・・・・・・・・・・26

　　１　地域振興事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・27

　　２　特産品展示販売事業・・・・・・・・・・・・・・・・・31

　　３　広報宣伝事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35

　　４　交通関連事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・38

　　５　組織・管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・40

第９　本計画に基づく「事業の見直し・検証」に係る取組・・・42

　　～公社における自律改革～

第１　第５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、令和元年度から令和３年度までを実施期間として、令和元年６月に第５次中期実施計画を策定した。

この第５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」、「運航支援」を柱に位置付けた。これを基に、「選択と集中」、「積極的な検証（ＰＤＣＡサイクル）」、「都・町村の動向」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、半年毎に公社運営検討委員会で検討のうえ、理事会、評議員会において報告している。

３　成果と課題

計画の実施期間は令和３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］

○　特産品開発

民間企業と協働し、島しょ地域で生産される果実等の素材を原材料とした、新たな加工品を産み出す特産品開発に取り組んだ。このうち、小笠原産パッションフルーツを使用した壜チューハイは、平成 29 年度に発売した小笠原産レモンを使用した壜チューハイと同様、売れ行きがよく、ロングセラーとして期待できる。

また、開発につながる各島の農水産物を幅広く把握する特産品資源開発調査を令和２年度に実施した。あわせて、広報宣伝委託事業者に、他の自治体の事例などに関する助言を仰ぎ、特産品化に向けた検討を行った。

年度	新規開発した特産品		協働先
元年度	小笠原産パッションフルーツを使用した壜チューハイ「寶クラフト小笠原パッションフルーツ」		宝酒造㈱
	新島の焼酎の酒かす液を南房総市産いちごの葉に散布したいちご「東京愛らんどベリー」		㈱DIGLEE
２年度	小笠原産レモンを使用した「小笠原島レモンベーグル」「小笠原島レモンピール」		㈱日本果汁
３年度（予定）	東京諸島のレモンを使用したディフューザー		㈱日本果汁

今後とも、特産品資源開発調査や他団体の事例を参考とし、東京諸島のブランドとなる特産品を開発していく。

○　デザインプロジェクト

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、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、特産品の魅力向上を図った。

一方、過去の販売数等の調査を行った結果、デザイン変更により売り上げが上がったとの結果は見出せず、既にデザインを変更している特産品もあることが判明した。検討の結果、令和３年度を持ってデザインプロジェクトを廃止とする。

	特産品名	製造元／販売元	実施町村名
元年度	無人酒 	小笠原ラム・リキュール（株）	小笠原村
２年度	明日葉粉末 70ｇ 	（有）あしたば加工工場	八丈町
３年度	くさやスティック食べくらべセット	新島水産加工業協同組合	新島村

［観光振興］

令和２年５月に実施を予定していた公社最大のＰＲイベントである「島じまん」は、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった。

同様に「東京愛らんどフェア」は令和２年度以降実施できていないが、令和元年９月には、これまで有楽町駅前広場としていた会場を新橋ＳＬ広場に替えて開催し、幅広い来場者に島の魅力を発信することができた。

	愛らんどフェア 2019（春）	愛らんどフェア 2019（秋）
場所	有楽町駅前広場	新橋ＳＬ広場
日時	・令和元年 5 月 24 日（金） 15 時～20 時 ・令和元年 5 月 25 日（土） 11 時～19 時	・令和元年 9 月 20 日（金） 15 時～20 時 ・令和元年 9 月 21 日（土） 11 時～19 時
来場者数	約 9,120 人	約 10,141 人
委託費用（予算）	800 万円	800 万円
会場使用料	583,200 円	無料
9 町村売上合計額 （大島町キッチンカー売上を含む）	計 3,883,860 円 （内訳）1 日目：1,643,360 円 2 日目：2,240,500 円	計 3,395,950 円 （内訳）1 日目：1,743,220 円 2 日目：1,652,730 円

またその他のイベントについては、前年度に出展したイベントの客層、売れ筋商品、経費率などを検証し、経費率が 100％を超えるイベントには特

段の事情がない限り次回の出展を見合わせるなど、効果的な出展を行った。
今後とも、新型コロナウイルス感染症の感染対策を徹底する。
様々な客層にＰＲする観点から、東京愛らんどフェアについては一会場のみに固定するのではなく、有楽町駅前広場及び新橋ＳＬ広場を併用して開催していく。その他のイベントについては継続的に出展先の開拓を行うとともに効果検証を実施し、経済的かつ効果の高い出展を目指していく。

[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た。
あわせて、宿泊施設の不足等により、受入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、島を除く都内開催の運営方法を検討した。
新型コロナウイルスを開催地の島に持ち込むことを防ぐため、令和３年度は島を除く都内開催とし、実施に向けて関係機関と調整し準備を進めた。結果として中止にはなったものの、代替コンテンツを実施することで、各島の子ども達の交流の場を提供することができた。

年度	内容
元年度	愛らんどリーグ 2019 ・開催場所　八丈町　八丈町富士グラウンド ・開催月日　８月２日（金）～４日（日） ・総事業費　(協議会からの受託金額)13,947,000 円 ・参加人数　203 名(選手 100 名、監督引率 20 名、応援 83 名) ・順位　　優勝：八丈島ＦＣフェニックス 準優勝：大島マリンズＦＣ　３位：ＦＣ三宅
２年度	新型コロナウイルス感染症の影響により中止 ・開催予定場所　三宅村 ・開催予定日　　８月３日（月）～６日（木） 島を除く都内開催に当たっての運営方法検討。
３年度	初めて島を除く都内で開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止 ・開催予定場所　江東区豊洲 ・開催予定日　　７月 29 日（木）～30 日（金） 代替コンテンツとして、オンライン島じまん発表会や各島を巡る出前リフティングクリニック等を実施。

今後も、島での開催を基本として引き続き実施しつつ、台風やコロナ禍等により中止となった場合は、代替コンテンツを実施する。

［地域振興補助・中小企業等振興補助］

中小企業等振興補助については、令和２年度は２件 7,886 千円の補助を行った。令和３年度については、公益財団法人東京都中小企業振興公社が実施していた「ＴＯＫＹＯイチオシ応援事業」が終了し、新たに実施する「ＴＯＫＹＯ地域資源等活用推進事業」に対する要綱を制定した。

一方、中小企業等振興補助については、公益財団法人東京都中小企業振興公社が先導している事業であり、公社は受動的な立場となっている。また、個人情報保護の観点から公益財団法人東京都中小企業振興公社との情報共有が難しく、要綱設立当時とは状況が異なってきていることから、検討結果を踏まえ令和３年度をもって事業を廃止する。

地域振興補助については、令和元年度は４件 4,000 千円、令和２年度は11件9,513千円の補助を行い、島しょ地域の振興に資する事業を支援した。

また、公社ＨＰに採択事業の紹介を行った。

■採択事業の紹介

https://www.tokyoislands-net.jp/islander/support03

〇新島ガラスのスピン成形による量産品開発

〇椿油作製販売

今後は、中小企業等振興補助を地域振興補助に一元化し、事業の充実強化を図っていく。

＜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］

公社は、東京諸島の特産品の普及啓発と、同地域の振興・発展のため、平成４年２月 17 日から竹芝客船ターミナル内において、アンテナショップ「東京愛らんど」を運営している。

運営開始以来、特産品の展示販売、島の食材を取り入れた食事や酒類の提供、店舗イベントの実施など、特産品の普及啓発や島しょ地域の振興に努めてきた。

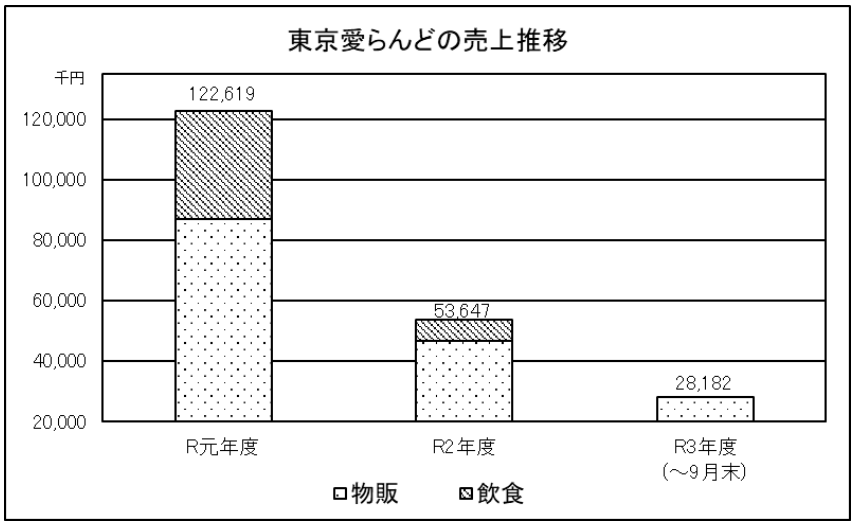
しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、令和２年４月４日から５月 31 日まで臨時休業を余儀なくされた。その後は時間を短縮して営業を行ったこともあり、売上が減少した。

こうした状況を踏まえ、「東京愛らんど」のあり方を検討し、令和２年 11 月に報告書として取りまとめ、以下の方針を定め了承された。

・飲食事業は廃止する。
・赤字幅がより小さく、新型コロナウイルス感染症の感染拡大がより抑制できる物販や通信販売の事業に注力することで、島の生産者を支援する。
・通信販売事業に注力するに当たっては、令和３年１月１日以降の「東京愛らんど」の運営に関し、店舗運営と通信販売事業の両方を請け負える事業者を公募により選定する。

これを受け、令和３年１月１日から運営受託事業者の変更に合わせ、飲食事業を廃止し、物販や通信販売の事業に注力することで、赤字幅を減少させ経営改善を図るとともに、引き続き島の生産者を支援することとした。

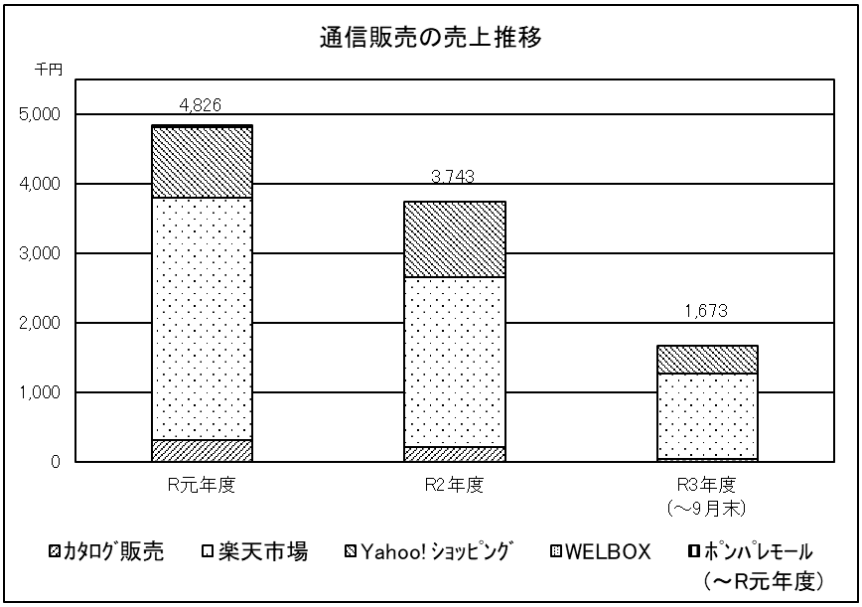
また、旧飲食スペースについては移住・定住を促進し、関係人口の創出に資する用途として活用する方針を打ち出した。



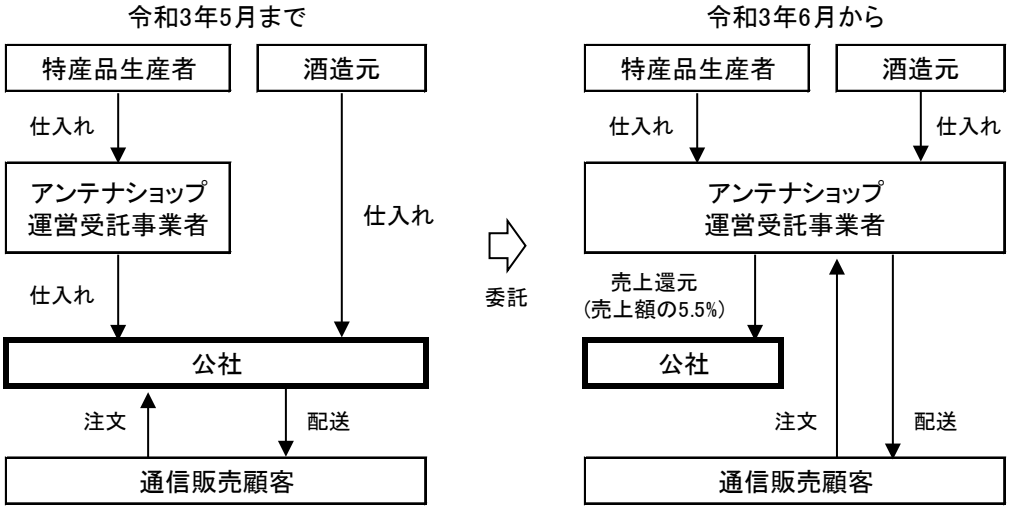
［通信販売］

公社オリジナルの通販電子カタログ「東京愛らんど市場」をＨＰに掲載するとともに、引き続きインターネット販売サイト「楽天市場」、「WELBOX」、「Yahoo!ショッピング」に出店し、通信販売の促進に努めた。

なお、令和２年４月４日から５月 31 日までは、新型コロナウイルス感染症の影響による店舗の臨時休業とあわせ、通信販売についても休止した。



従前は公社が通信販売業務を担っていたが、令和３年６月からは、当業務をアンテナショップ運営受託事業者に委託し、効率化を図った。



今後は、通信販売業務を委託した効果を検証する。

＜広報宣伝事業＞

［島しょ情報の発信］

広告代理店を活用し、東京諸島の特産品など、島の魅力をＨＰ、ＳＮＳ（Facebook、Instagram、Twitter）、YouTube、テレビ、雑誌などによりＰＲし、訪島意欲を高めた。

令和元年度はアンテナショップ「東京愛らんど」において、新商品のお

披露目など、プレスやインフルエンサーなどを招いた店舗イベントを積極的に実施した。

コロナ禍により特産品の売上が落ち込む中、島の食材を用いたレシピコンテストや公式 YouTube チャンネルの開設、特産品を景品とするオンラインキャンペーンなどを実施し、生産者を支援した。

広報宣伝事業の効果を検証するため、令和３年５月に首都圏在住の 20～69 歳の男女 300 名を対象にアンケート調査を実施した。一年後に同様の調査を実施し、各指標を比較する。

今後はこの結果をもとに、効果が低い広報宣伝手法の縮小・廃止、効果が高い広報宣伝手法の充実強化を図ることで、効率的な広報宣伝を展開する。

[東京諸島漁業農業就業体験]

人口減少が続いている島しょ地域への定住促進を図り、産業等の活性化につなげるため、短期滞在型の漁業・農業就業体験事業を引き続き実施した。

町村によっては独自に本事業との類似事業を行っているため、公社の役割を改めて検討した。その結果、

- 漁業農業の従事者確保の取組を実施していない島しょ町村に対し、補完する事業として機能している。
- 農業については、長期農業研修プログラムを実施している島しょ町村はあるものの、島での農業を短期で経験できる公社の本事業は、農業への適性や島の暮らしの可能性を判断する場として機能しており、長期農業研修プログラムにつなげている。

ということが分かり、本事業は「島しょ町村事業を補完」する役割を果たしていると結論付けた。

また、次年度の委託事業者にかかる検討を行い、各事業者へのヒアリングを実施した結果、旅行会社からコンサルティング会社へ変更した際の有効性は見い出せなかった。

令和２年度には、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が、第一次産業の重要性を見直すきっかけになった、ということが複数の応募者から志望動機として挙げられ、応募者数は過去最高となる 67 名に増加した。

年度	漁業就業体験	農業就業体験
元年度	八丈島（２）、小笠原父島（１）、小笠原母島（２）	大島（３）、三宅島（３）、八丈島（３）
	うち３名は体験後に島へ移住又は町村が行う研修に参加	
２年度	八丈島（３）、小笠原父島（２）	大島（３）、三宅島（３）、八丈島（３）、小笠原母島（１）
	うち５名は体験後に島へ移住又は町村が行う研修に参加	
３年度	八丈島（４）	大島（３）、三宅島（３）、小笠原母島（２）

（ ）内は就業体験の参加者数

今後とも、必要に応じてあり方を検討することとする。

＜施設等管理運営事業＞

［倉庫等賃貸］

令和元年度まで、都福祉保健局から災害用木炭・コンロ備蓄の委託を受け保管管理を行っていたが、同局から、木炭の廃棄方針が示されたことを受け、検討・協議した結果、木炭が廃棄されるまでの間、賃貸借契約に基づき倉庫を貸すことで合意した。

令和３年度末で木炭の廃棄が終了することから、地権者と調整のうえ適切に木炭倉庫を解体し、地権者に土地を返還する。

＜交通関連事業＞

［ヘリ・コミューター運航支援］

令和元年６月搭乗分から、※1新キャンセル料金体系を導入するとともに、令和２年６月から新キャンセル料金体系導入の効果検証を行った。結果、一部の便を除き、ほとんどの便でキャンセル率を減少させることができ、搭乗機会を創出することができた。

また、老朽化した機体について、更新の必要性、機体の選定、費用の妥当性を検討するため、「東京愛らんどシャトル機体更新検討会」を立ち上げ、検討した結果、新機体案としてＡＷ１３９型機を選定した。

今後は、新機体の導入をスムーズに進め、引き続き島民の交通手段として安全・安心の運航に努めていくとともにアンケートの実施等により利用者に対する利便性の向上を図っていく。

※1　旧：出発日のみ発生
　　新：出発の３日前（出発日を含まない）から発生

＜組織・管理事業＞

［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ことが出来た。引き続き研修等の受講を行うとともに、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。

■研修・講習会・説明会の受講実績

	延べ参加人数	主な研修名等
令和元年度実績	14 名	「会計セミナー入門編」ほか８件
令和２年度実績	15 名	「新任役職員セミナー」ほか８件

４　見直し継続の必要性

今年度で第５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、公社役割、これまでの成果や町村からの意見を踏まえつつ、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

我が国の景気は、設備投資や生産などの面で持ち直しの動きが続いているものの、新型コロナウイルス感染症の動向による内外経済の更なる下振れリスクがあるなど、今後の景気動向は不透明であり、依然として厳しい状況にある。

また、高齢化や人口減少などの地域課題に加え、コロナ禍における産業・観光振興の推進など、第５次中期実施計画が策定された令和元年６月以降、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。

公社がその役割を果たし理念を実現していくためには、こうした環境の変化に適切に対応していく必要がある。

１　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ＨＰを参照。

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

２　経営改革プラン

（１）プランの概要

都は政策連携団体（全 33 団体）を都庁グループの一員と位置付け、各団体が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年間の経営改革に資する取組をまとめた「東京都政策連携団体経営改革プラン」を策定し、東京都政策連携団体経営目標評価制度の評価対象（※）に位置付け、毎年度、到達目標や取組事項等の改定、達成状況の評価を行ってきた。

同プランの終期を迎えるにあたり、新型コロナウイルス感染症による影響やポスト・コロナ社会の到来を見据えた中長期的な視点による戦略、都政を取り巻く新たな課題を的確に捉えた事業展開により、各団体の強みやポテンシャルを磨き上げる戦略などが盛り込まれた「東京都政策連携団体経営改革プラン（2021 年度～2023 年度）」（以下「プラン」という。）が、令和３年５月に策定された。

都は、引き続き各団体が策定したプランを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。

（２）プランと第６次中期実施計画との関係

本計画は、プランに掲げた令和５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。

○令和元年度東京都監理団体経営目標の達成状況

プランに掲げた成果目標のうち、広報宣伝事業の強化については、ターゲットを定めた情報発信を積極的に行うなどすべての個別取組

事項で目標を達成した。また、新型コロナウイルス感染症の影響があるものの、特産品展示販売事業の強化及びヘリコミューター利用者に対する利便性の向上等についても着実に取組が進捗しており、総じて団体として一定の成果を上げており、評価結果は５段階で中位のＢ評価であった。

３　東京宝島事業

島しょ地域は、海、山、星空といった素晴らしい自然環境や海洋資源、特産品、歴史・文化などの「宝物」にあふれており、これらには更なる活用や魅力拡大の可能性が秘められている。

都は、こうした「宝物」や隠れた魅力を掘り起こし、一層磨きをかけ、広く発信することで島のブランド化に向けた「東京宝島事業」を取り組んでいる。

■「東京宝島事業」事業内容

○東京宝島会議

東京の 11 島の関係者が一堂に会し、島間での情報交換やブランディングの先進事例などについて学ぶ会議。

○島会議

11 島の住民が主体となり、各島でブランド化に向けた議論を行い、ブランドコンセプトやそれを踏まえた取組アイデアなどを検討する会議。

○各島の取組

島会議等で検討したアイデア等の具体化・実現に向けた、各島での継続的な取組。

○産品ブランド化

東京の島々の産品のブランド化に向けた取組。

公社においても、東京宝島事業と連携した取組を行っていく。

東京宝島
TOKYO
TREASURE ISLANDS

４　島しょ地域の人口将来推計

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。

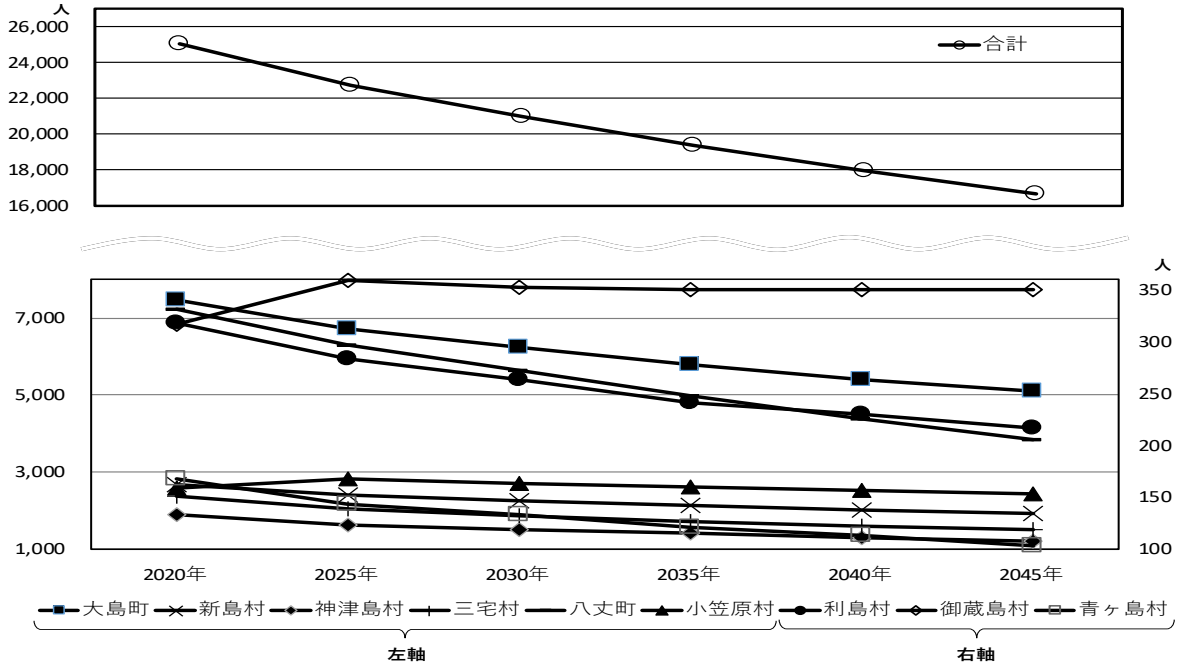
島しょ地域の活力を維持させるため、移住・定住を促進する施策や産業を活性化させる施策が、今後ますます重要となる。

口島しょ地域の人口将来推計

単位：人

	2020年（令和2年）	2025年（令和7年）	2030年（令和12年）	2035年（令和17年）	2040年（令和22年）	2045年（令和27年）
大島町	7,453	6,725	6,249	5,795	5,408	5,090
利島村	318	284	264	241	230	217
新島村	2,675	2,397	2,274	2,152	2,029	1,927
神津島村	1,913	1,637	1,526	1,419	1,317	1,219
三宅村	2,393	2,041	1,868	1,720	1,602	1,499
御蔵島村	317	359	352	350	350	350
八丈町	7,218	6,292	5,630	4,982	4,377	3,844
青ヶ島村	168	144	134	121	113	104
小笠原村	2,605	2,820	2,717	2,621	2,522	2,431
合計	25,060	22,699	21,014	19,401	17,948	16,681

※ 2020年は1月1日現在の実績



東京都総務局統計部「住民基本台帳による東京都の世帯と人口」（毎年１月１日現在）及び国立社会保障・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　関係人口の創出

総務省は、移住・交流施策を通じて積極的に課題解決に取り組む地方公共団体の増加に伴い、これまでの成果と課題を検証し、移住・交流施策のあり方を検討することを目的に、平成 28 年 11 月に「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 報告書 ー「関係人口」の創出に向けてー」を取りまとめた。

報告書では、地域の持続性を確保する上で、地方公共団体は自らの団体の多様な「関係人口」を認識し、それらの者と継続的なつながりを持てるような施策を展開していることが極めて重要であるとしており、総務省は、こうした事業を実施する地方公共団体に対し、積極的な支援を行っている。

また、令和２年６月の第 32 次地方制度調査会（「2040 年頃から逆算し顕在化する諸課題に対応するために必要な地方行政体制のあり方等に関する答申」）においても、「関係人口」に関わる取組は引き続き推進すべきと答申した。

都においても、令和３年３月に策定した「「未来の東京」戦略」で、島しょ地域への定住促進等の取組を通じ、賑わいと活力に満ち溢れた地域社会を構築するとしている。

今後、東京諸島が地域経済の発展及び住民の生活・文化の向上を図っていくためには、島外からの移住者の受入れや関係人口を創出することが必要不可欠である。

６　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、伊豆諸島地域二地点間ヘリ輸送事業支援や愛らんどリーグなど、その財源を財産運用益以外の都の補助金、町村や伊豆諸島・小笠原諸島地域力創造対策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（令和3年12月28日時点）

単位：千円

	新規購入債券利回り率	2年度（決算）	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
基本財産運用益見込み	0.607%	32,908	28,304	26,228	26,237	26,222	26,207	26,325	26,444	26,444	26,444
運用財産・償却資産運用益見込み	0.684%	27,406	22,904	16,338	15,775	15,992	15,935	16,038	16,727	17,202	17,202
財産運用益　計		60,313	51,208	42,566	42,012	42,214	42,142	42,363	43,170	43,645	43,645

※「基本財産」

令和３年４～10 月発行の償還期限 20 年事業債の平均利回り（0.607%）

２格付け機関がＡ＋と同等以上

「運用財産・償却資産」

令和３年４～10 月発行の償還期限 20 年事業債の平均利回り（0.684%）

１格付け機関がＡ－と同等以上

□自主財源のうち財産運用収益を除く経常収益（令和3年11月30日時点）

単位：千円

	2年度（決算）	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
収入上昇率	－	－	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%
財産運用益を除く経常収益	30,607	24,360	20,549	20,575	20,602	20,629	20,656	20,682	20,709	20,736

※ 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（令和3年11月30日時点）

単位：千円

	2年度（決算）	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
経費上昇率	－	－	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%	0.130%
人件費上昇率	－	－	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%	0.000%
経常費用計	111,110	97,856	140,941	98,095	102,319	97,310	102,381	97,464	102,552	97,649

※　経費上昇率は、総務省統計局の消費者物価指数（令和３年８月から 11 月までの平均）とする。

人件費上昇率は、令和３年人事院勧告の民間給与との差額とする。

（３）収入の減少に伴う収支への影響

令和２年度から令和 11 年度までの 10 年間で、経常収支差額の累計は、約３億 7,429 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（令和3年11月30日時点）

単位：千円

	2年度（決算）	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
基本財産運用益見込み	32,908	28,304	26,228	26,237	26,222	26,207	26,325	26,444	26,444	26,444
運用財産・償却資産運用益見込み	27,406	22,904	16,338	15,775	15,992	15,935	16,038	16,727	17,202	17,202
財産運用益　計	60,313	51,208	42,566	42,012	42,214	42,142	42,363	43,170	43,645	43,645
財産運用益を除く経常収益	30,607	24,360	20,549	20,575	20,602	20,629	20,656	20,682	20,709	20,736
経常収益計	90,921	75,568	63,114	62,587	62,816	62,771	63,018	63,853	64,354	64,381
経常費用計	111,110	97,856	140,941	98,095	102,319	97,310	102,381	97,464	102,552	97,649
収支差額	△ 20,189	△ 22,287	△ 77,827	△ 35,507	△ 39,503	△ 34,539	△ 39,362	△ 33,611	△ 38,197	△ 33,268
収支差額(累計)	－	△ 42,476	△ 120,303	△ 155,811	△ 195,313	△ 229,853	△ 269,215	△ 302,826	△ 341,024	△ 374,291

これは、償還した債券を元に新たに債券を購入する際、長引く金利の低迷により利回りが低下しているため、運用益が減少することが主な要因である。

また、都の災害救助用木炭倉庫のための倉庫賃貸・管理を行っているが、木炭等の災害救助用品としての用途が終了し、令和３年度を持って倉庫賃貸・管理が終了するため、当該事業の収益が皆減するとともに、令和４年度に木炭倉庫の解体費用が発生することから経常費用が一時的に増加している。

今後は、満期償還後の買い替えに当たっては、基本財産についても、国債や地方債と比較して利回りの高い、事業債を中心に保有していく。

あわせて、自律改革を推進することにより事業のあり方を見直し、移管、統廃合を実施する。更に、事業の効果、実施方法の効率性を検証し、事業内容の見直し・改善を図る。

なお、今後も必要となる東京愛らんどシャトル八丈島格納庫の改修工事のため、積立を計画的に実施していく。

７　竹芝地区における都市開発

竹芝地区は、都心を周回するＪＲ山手線や羽田を結ぶ東京モノレールの駅である浜松町に隣接するとともに、東京湾に臨むウォーターフロントに位置し、世界自然遺産を有する東京諸島への玄関口である「竹芝客船ターミナル」も立地するなど、都心における陸海空の交通結節点として高いポテンシャルを有するエリアである。

都は、平成 24 年７月、更新期を迎えた都有施設の再編整備を契機に国際競争力強化に資する開発を推進するため、「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、「豊かな緑、海、文化を実感できる、活気のある業務・商業等の拠点を形成」を目的としたまちづくりを、官民が連携して行っている。

現在、竹芝には多くの店舗が進出し、同地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ている。

（１）都市再生ステップアップ・プロジェクト（竹芝地区）

本計画は、竹芝地区まちづくりガイドラインに基づき、都有地活用事業及びエリアマネジメント業務により、地区の魅力を高め東京の都市再生に寄与することを目的とし、「竹芝地区まちづくり協議会」及び「一般社団法人竹芝エリアマネジメント」が設立され、両輪体制で事業を実施している。さらには、「竹芝Marine-Gateway Minato 協議会」も発足し、地域の活性化に寄与している。

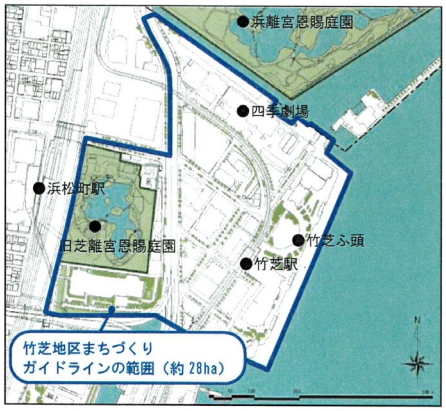
都有施設の跡地には、商業施設やオフィスが入居する 40 階建てタワーと 18 階建てのレジテンスタワーからなる「東京ポートシティ竹芝」が令和２年に完成・開業した。

（２）竹芝ウォーターフロント計画

本計画は、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まちづくりを目的とし、令和２年 10 月 24 日に「ウォーターズ竹芝」が全面開業となった。

「ウォーターズ竹芝」は商業施設やホテル等が入る地上 26 階建てのタワー棟、劇団四季専用劇場であるシアター棟など多彩な施設が集結している。

【竹芝地区まちづくりガイドラインの範囲】



出展：竹芝地区まちづくりガイドライン
（都都市整備局）

【都市再生ステップアップ・プロジェクト（竹芝地区）竣工写真】

出展：都都市整備局ＨＰ

第３　第６次中期実施計画の基本方針

１　経緯

公社は、平成元年の設立以来、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、社会的信用を背景に公益事業の一層の推進を図っている。

２　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。

３　基本方針

以上の状況を踏まえ、第６次中期実施計画においては、第５次中期実施計画の方向性を継承し、「取り組むべき事業を明らかにすることで、課題の設定・解決を図るなど自律改革を進めるとともに、多様な主体と連携することで公社の存在意義を発揮し、島しょ地域の振興と発展に寄与する」ことを基本方針とする。

この基本方針を実現するためのキーワードは「**つなぐ**」とし、４つの事業展開の柱（**１　特産品　２　関係人口創出　３　ヘリ運航支援　４　組織力向上**）に基づき事業を構築、３つの取組視点（**１　自律改革の推進　２　選択と集中　３　町村・都との連携**）により事業を推進していく。

第４　取組の視点

公社は、**「自律改革の推進」**を行うことで、島しょ地域の現状や課題を把握し、それを踏まえた事業の見直しや検証を行い、**「選択と集中」**により真に必要な事業へ注力し、**「町村・都との連携」**により、軌を一にした取組により実施事業の効果を最大限発揮させる。

第６次中期実施計画における取組の視点は、以下の３つとする。

島しょ地域の現状や課題を的確に把握し、それ踏まえた積極的に事業の見直しや検証を行うことで、地域に寄り添った事業を構築する。

オンライン等を活用し地域の現状を丁寧に聞き取るなど各町村の多様な課題把握に努め、課題解決に資する事業を構築について検討する。

※　P42「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

・・・・・・・・・・（１）　自律改革の推進

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。

町村・都・他の団体が行っている公社との類似事業を精査し、公社が担うべき役割を明確にし、差別化を図りながら事業を実施する。

・・・・・・・・・・・・（２）　選択と集中

町村や都と連携を密に取り、公社がハブとなり軌を一にした取組を行うことで、実施事業の効果を最大限発揮させる。

島しょ町村の各種事業や東京宝島事業など、公社がハブとなって取り組むことでスケールメリットを働かせるなど、事業効果を最大限引き出していく。

・・・・・・・・・（３）　町村・都との連携

第５　第６次中期実施計画のキーワード

東京諸島は各島が孤立したいわゆる「外海孤立型離島」であるため、東京の本土及び他の島しょ町村との交流には限界があり、特産品の販売や魅力発信のためのイベント実施など地理的に不利な条件である。

一方で、島しょ地域は、素晴らしい自然環境や海洋資源、特産品、歴史・文化など多様な魅力に溢れている。

そこで、第６次中期実施計画のキーワードは**「つなぐ」**とし、東京諸島をつなぐ事業展開を図っていく。

「つなぐ」は、離れている物を結び付けて一続きのものにするという意味がある。

公社は、島外の住民を島しょ地域の住民（生産者）や魅力とつなぎ、島しょ地域での生活において重要な交通手段である東京愛らんどシャトル（ヘリコミューター）で各島をつなぎ、今後の島しょ町村行政を担う職員を育成し、関係機関とつながる事業展開を行い、公社の役割を踏まえ存在意義を発揮していく。

アンテナショップ「東京愛らんど」

【店舗外装】

【店内内装】

島しょ地域の豊かな自然

東京愛らんどシャトル

第６　事業展開の柱

キーワード**「つなぐ」**を支える柱として、以下を掲げる。

特産品の開発・販売を通じ、生産者の支援及び島しょ地域の魅力をＰＲする。

・・・・・・・・・・・・・（１）特産品

ポータル機能を強化し、多くの人に伝わる広報を実施することで島しょ地域の認知を広げ、関係人口を創出していく。

・・・・・・・・・（２）関係人口創出

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ることで、生活において重要な交通手段を確保する。

・・・・・・・・・（３）ヘリ運航支援

公社職員の知識向上を図り、東京諸島に資する関係団体とつながりを強化していくことで、東京諸島を担う人材を育成していく。

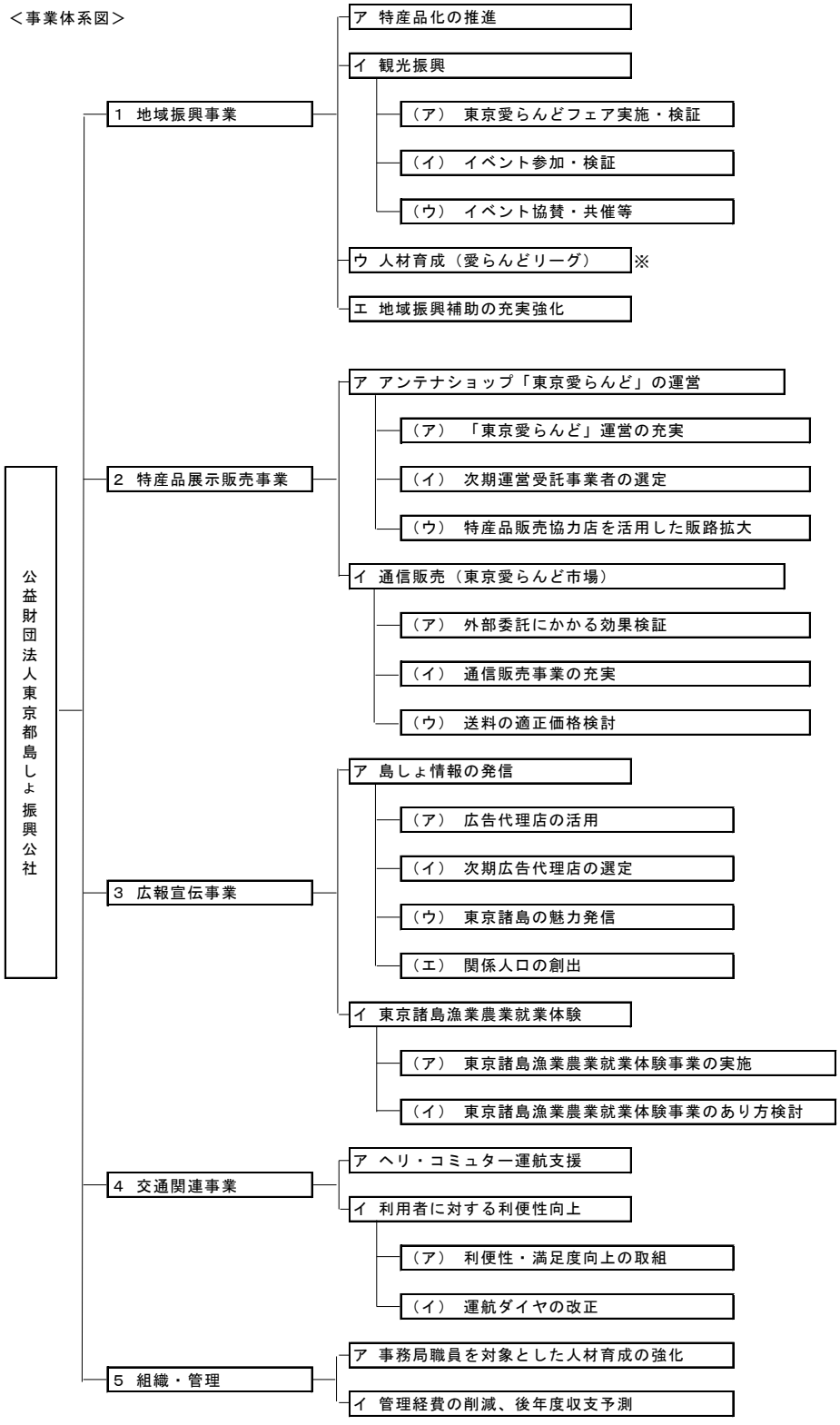
・・・・・・・・・・（４）組織力向上

第７　第６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、第５次中期実施計画の期間同様、令和４年度から令和６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＞



※ 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

各事業について、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、民間事業者の商品開発力や販路等の経営ノウハウを活用し、東京諸島で生産される果実等の素材を原材料とした、新たな加工品を産み出す特産品開発に取り組む。

地域振興補助については、島内事業者等の取組に対する支援を充実するため、中小企業を補助対象者に加えるなど「地域振興に係る補助金交付要綱」及び「地域振興に係る補助金交付要綱細則」の見直しについて検討する。

イベントへの参加については、新型コロナウイルス感染症の感染対策を徹底しつつ、継続的に出展先の開拓を行うとともに効果検証を実施し、経済的かつ効果の高い出展を目指していく。

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、島での開催を基本として引き続き実施する。

（２）実施内容

ア　特産品化の推進

商品化に向け、島しょに赴くとともに、必要に応じて食品加工業者等にも協力を仰ぎ、島の農水産物を調査研究し、原材料の生産量・時期・求められる特産品等を把握する。調査研究に当たっては、特定の島に偏ることなく、東京諸島全体を視野に入れ幅広い視点を持つ。

アンテナショップ運営受託事業者や食品加工業者等と連携し、特産品開発を行う。また、パッケージデザインを島民から募集するなど、地域に親しまれる特産品となるよう工夫する。

新規開発した特産品はアンテナショップの店舗や通信販売で取り扱うとともに、島しょ地域の商店でも販売するなど、販路を確保する。

新規開発した特産品の販売状況や原材料の消費量(額)を指標として販売の継続・中止を検討し、特産品の流動性を高めマンネリ化を防ぐ。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
ア　特産品化の推進	(ア)特産品化の推進 →	→	→	

イ　観光振興

（ア）東京愛らんどフェア実施・検証

新型コロナウイルス感染症の感染対策を徹底し、各町村の意見を十分踏まえながら、東京諸島最大のＰＲイベントである「島じまん」を今後も２年に１回実施していく。

東京愛らんどフェアについては、実施目的である「東京諸島の魅力をアピールすることで訪島意欲を喚起し、観光客増大を図る。」や、郷土芸能の披露による文化振興を念頭に置き、様々な客層にＰＲする観点から、一会場のみに固定するのではなく、有楽町及び新橋会場を併用して開催していく。

引き続き効果検証を実施するとともに、多摩地域での開催や、テーマを設けた実施の可能性についても検討する。

また、実施が困難な場合は、令和３年度秋と同様、代替イベントを実施する。

（イ）イベント参加・検証

公社が特産品を取扱うメリットを活かし、地域や他団体と連携したイベントの企画や出展を行う。イベントを行うに当たっては、特産品の販売や効果的な情報提供を行うとともに公社通販チラシを配布することで、販売後の追加注文につなげ、効果的に生産者を支援していく。

飲食提供可能なイベントに出展する場合は、必要に応じ島内事業者にも参加を促す。

出展した後は効果検証を行い、今後の出展を計画するうえでの参考とする。

（ウ）イベント協賛・共催等

島しょ地域の産業・観光振興を促し、地域経済の発展及び住民の生活・文化の向上に資すると思われる各種事業に協賛又は後援を行い、事業を後方支援するとともに、公社の知名度向上に努める。

また、協賛又は後援を行った事業のいくつかを視察することで、今

後の公社事業に役立てる。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
イ　観光振興	(ア)東京愛らんどフェア実施・検証 (イ)イベント参加・検証 (ウ)イベント協賛・共催等			島じまん 開催年度(予定) 令和５年度

ウ　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や新型コロナウイルス感染症の状況も踏まえ、島を除く都内開催も視野に入れるなど、柔軟に対応する。

これまで、天候等の理由により愛らんどリーグ中止を余儀なくすることが多くあった。今後は、令和３年度に実施した中止に伴う代替コンテンツを検証し、効果が見い出せた場合は、課題があれば改善のうえ、町村の意見を取り入れながら中止時に実施する。

随時、愛らんどリーグ担当者会議決定事項の一覧を更新するとともに、サッカー（フットサル）以外の交流の場が提供できないか検討する。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
ウ　人材育成（愛らんどリーグ）	愛らんどリーグの開催 代替コンテンツ効果検証 担当者会議決定事項一覧更新、交流の場検討			

エ　地域振興補助の充実強化

地域振興に係る補助事業については、要綱制定以来、大きな見直しは行っていないことから、各町村の実情を踏まえ、島内事業者等の取組に対する支援の充実強化を行う。

具体的には、過去に採択された申請者に対してのアンケートを実施し、各町村の意見を踏まえ、地域振興補助部会において議論・検討した上で、所要の要綱改正及び様式の改正を行う。また、採択事業については、必要に応じ現場往査を実施して事業内容を公社ＨＰに掲載するなど、事業を広く周知していく。

なお、令和３年度に廃止した「中小企業等振興補助事業」についても、公益財団法人東京都中小企業振興公社が実施している助成事業については、引き続き各町村に対し情報提供を行っていく。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
エ　地域振興補助の充実強化	アンケート実施 → 要綱改正 →	実施 →	実施 → 採択事業の HP 掲載 →	

２　特産品展示販売事業

（１）基本的考え方

公社は、東京諸島の特産品の普及と販売を通じた同地域の振興・発展のため、平成４年２月 17 日から竹芝客船ターミナル内において、アンテナショップ「東京愛らんど」を運営している。

運営は民間事業者に委託しており、東京愛らんどは以下の役割を果たしている。

〇特産品の販売

焼酎、塩辛、椿油などの特産品を展示販売し、島しょの魅力を伝えている。

〇移住・定住及び地域のＰＲ

アンテナショップ内スペースにおいて、各町村の実情も踏まえながら、移住・定住を促進し島しょ地域の魅力をＰＲするなど、関係人口の創出に資する用途として活用し、町村事業を後押ししている。

〇島しょ地域以外の人と交流する拠点

島の魅力を浸透させるとともに、来場者からの情報発信を促すことなどを目的として、特産品や観光等をテーマとして来場者を募り、イベントを実施している。イベントは、人が集うことで交流が生まれ、相乗効果が発揮されるようになり、島しょ振興の貢献に役立っている。

〇販路開拓による生産者支援

離島という地理的条件や生産者の高齢化などにより、島外の販路を開拓することは、一生産者では困難である場合が多い。このため、「東京愛らんど」は「島を除く都内における特産品の売り場」としても機能させている。

そのため、ここで特産品を販売することは、生産者の支援につながっている。

引き続き上記の役割を担っていくほか、地域振興事業、広報宣伝事業との連携により相乗効果を高め、島しょ地域に寄り添ったショップ運営を目指す。

あわせて、東京宝島事業に関する特産品のＰＲも継続して行う。

通信販売事業については、外部委託したアンテナショップ運営受託事業者が注文の受付から商品発送、システム管理等、事務全般を担うことで、利用者からの要望等を反映させやすくするなど、事業者の自助努力を促し、事業を充実強化していく。

（２）実施内容

ア　アンテナショップ「東京愛らんど」の運営

（ア）「東京愛らんど」運営の充実

魅力的な特産品の開発・販売、ショップの運営方法の見直しにより、また、ＨＰやＳＮＳ等の広報の連携強化により、コロナ前の 2018 年度水準まで売上高を回復させる。

情報発信スペースについて、各町村の実情も踏まえながら、移住・定住を促進し、島しょ地域の魅力を発信するなど関係人口の創出に資する用途として活用し、町村事業を後押しする。

島の生産者・加工業者を掘り起こし、取扱い品数について令和２年度比 60%増を目指し、生鮮品なども充実させ魅力ある店舗を運営する。

特産品の価格について、生産者と交渉を行い、価格を下げ販売量の拡大を図る特産品、価格ではなくブランド価値に重きを置く特産品など、生産者の意向を尊重し、品目ごとに運営受託事業者の知見も活かしながら検討する。

営業時間について、季節や船便の竹芝発着時間に応じ、基本となる時間から延長するなど柔軟に対応する。

より良いサービスを提供するための一助として「東京愛らんど」においてアンケートを実施し、利用者の意見を把握して今後の運営に活かしていく。

なお、店舗の使用用途や老朽化に合わせ、適時適切な店舗改修を行うが、店舗改修に当たっては、費用対効果の視点も取り入れる。

（イ）次期運営事業者の選定

現運営受託事業者の契約期間は令和５年３月 31 日までである。新たに契約を締結する際は、２年間の受託成果を検証して継続の有無を判断するとともに、必要に応じて契約内容を修正する。

（ウ）特産品販売協力店を活用した販路拡大

運営を外部委託した受託事業者自らの創意工夫により、割引率などの条件（協力店は東京愛らんどから店頭価格の５％引きで特産品を仕入れることができる。また、送料無料で手元に納品される。）を改善するとともに、コロナ禍であり困難な状況ではあるがイベント出展時におけるＰＲなどに努め、公社とともに特産品販売協力店を新規開拓することで、事業の充実強化を図る。

また、特産品販売協力店制度を活用して島食材を用いたメニューの導入を飲食店へ促していくとともに、定期的な特産品に関する情報を

提供するなど、販売協力店に対して案内し、特産品の利用を積極的に働きかける。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
ア　アンテナショップ「東京愛らんど」の運営	(ア)「東京愛らんど」運営の充実 →	→	→	次期委託更新 令和４年度末
	(イ)次期運営受託事業者の選定 成果の検証 →	新たな運営 →	→	
	(ウ)特産品販売協力店を活用した販路拡大 →	→	→	

イ　通信販売（東京愛らんど市場（いちば））

（ア）外部委託にかかる効果検証

通信販売事業についてはアンテナショップ運営受託事業者に運営を委託したが、効果検証を実施し、今後に活かしていく。

（イ）通信販売事業の充実

コロナ禍ということを考慮し、従来のアンテナショップ主軸の手法から、通信販売等の対面でない手法を強化していく。

通信販売を独自に実施できない島内事業者を掘り起こし、「東京愛らんど」通販に取り入れ、スケールメリットを働かせる。ただし、自ら通信販売事業を手掛ける島内事業者との競合には配慮する。

公社と一体となって販売促進を行う。

（ウ）送料の適正価格検討

運営受託事業者の知見も活かしながら、引き続き送料の適正価格について検討する。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
イ　通信販売 （東京愛らんど市場）	（ア）外部委託にかかる効果検証 → （イ）通信販売事業の充実 → （ウ）送料の適正価格検討 検討 →	→ 必要に応じ改定 →	→ →	

３　広報宣伝事業

（１）基本的考え方

情報発信の主な目的を「島や特産品の魅力」「島への移住・定住情報」「島で暮らすこと・働くことの魅力」等を発信することによる「関係人口の増加」とし、「島と関わりを持とうとする人」を増やしていく。

多様な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、積極的に地域の魅力をＰＲし、訪島を促すなど多くの人々と東京諸島をつなぐ。

公社の事業展開の柱の一つである「特産品」に関する情報発信に引き続き力を入れ、展示販売の売上高向上を目指し、生産者を支援する。

島しょ地域で喫緊の課題である人口減少に資する取組として、島での暮らしや就業を体験できる東京諸島漁業農業就業体験事業を実施し、定住促進を後押ししている。募集・広報の強化など取組内容を工夫することで移住・定住者を増やし、島しょ地域の活性化に貢献する。

実施した広報宣伝の取組を効果測定し、今後の事業展開に活かしていく。

（２）実施内容

ア　島しょ情報の発信

（ア）広告代理店の活用

広告代理店に事業を委託し、テレビ･雑誌等のメディアを通じた島しょ地域のＰＲを行うとともに、公社ＨＰ・ＳＮＳによる適時適切な情報発信を継続的に実施する。さらに、ふるさと納税など町村が力を入れている事業を集約し、ポータル機能を強化するなど重層的な情報発信を行う。

新型コロナウイルス感染症の感染状況を注視しつつ、インバウンド対応や店舗イベントを行う。

首都圏在住の 20～69 歳の男女 300 名を対象としたアンケート調査を令和４年５月に実施し、特産品やアンテナショップの認知度、島しょ地域の魅力、訪島の意欲などを把握・分析する。令和３年５月実施した同調査の各指標を比較して事業の効果検証を行い、効果が低い広報宣伝手法の縮小・廃止、効果が高い広報宣伝手法の充実強化を図る。

ＳＮＳごとの情報発信件数や取組内容を整理して効果測定の方法を検討し、実施する。

（イ）次期広告代理店の選定

現広告代理店の契約期間は令和５年３月 31 日までである。新たに契約を締結する際は、成果を検証して継続の有無を判断するとともに、必要に応じて契約内容を修正する。

（ウ）東京諸島の魅力発信

アンテナショップの運営を通じて特産品を取扱う強みを活かし、島しょ地域の生産者から現状や課題を聞き取り販売に反映させるとともに、来店者からの意見・要望を生産者に伝えるなど橋渡し（つなぐ）の役割を担うことで、他の団体とは差別化を図った広報宣伝を実施し、公社の存在意義を発揮する。

（エ）関係人口の創出

町村の実情に配慮しつつ、町村などが提供する移住定住やワーケーションなどに関する情報を集約し、ＳＮＳ等で発信するとともに、都と連携し、移住定住に関するＨＰの新たなポータル機能のあり方について検討する。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
ア　島しょ情報の発信	(ア)広告代理店の活用 →			
	(イ)次期広告代理店の選定 成果の検証 →	新たな運営 →		次期委託更新 令和４年度末
	(ウ)東京諸島の魅力発信 →	→	→	
	(エ)関係人口の創出 →	→	→	

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

町村が実施する移住・定住促進策を後方支援するため、短期滞在型の漁業農業就業体験を実施する。

募集に当たっては、プレスリリースを行うほか、新聞・移住にかかる支援機関・イベント等において告知する。パンフレットの配付先を拡大して広報宣伝を充実させるなど工夫を図ることで、新規就業者を 10 名

以上創出する。

実施に当たっては、各町村が行っている漁業農業就業事業の実情に即したものとし、コーディネート・参加者のサポートに強みを持った事業者に運営を委託する。

（イ）東京諸島漁業農業就業体験事業のあり方検討

令和２年度に、町村等が実施する類似事業と公社の役割を検証した。検証により、本事業は就業や島での生活の体験を通じて自身の適性を把握できるとともに、体験後は各町村が実施する長期農業プログラム研修等に誘導できることを確認した。これにより、公社は本事業を通じて町村の既存事業を補完する役割を果たしているということが明らかになった。

また、次年度の委託事業者にかかる検討を行い、各事業者へのヒアリングを実施した結果、委託事業者を旅行会社からコンサルティング会社へ変更した際の有効性は見い出せなかった。

以上を踏まえ、今後は必要に応じてあり方を検討することとする。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
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 →	→	→	
	（イ）東京諸島漁業農業就業体験事業のあり方検討 必要に応じてあり方を検討 →			

４　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き島民の交通手段として安全・安心な運航を行い利用者に対する利便性の向上を図ることを基本とする。

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制し搭乗機会を創出することができた一方、要望や意見の多い運航ダイヤの見直しについても運航事業者と協議を進め、利便性・満足度の向上に努めていく。

格納庫については平成 22 年度に大規模修繕を行ったが、経年劣化により雨漏り等が発生していることから改めて大規模修繕を実施する。また、各島に設置している無線機についても購入してから年数が経過していることから、順次更新を行い安全・安心な運航を支援する。

また、都と連携して事業スキームのあり方を検討していく。

（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。

格納庫の大規模修繕及び無線機の更新が必要なことから、迅速に対応し、安全運航につなげる。

都と連携して事業スキームの検討を行い、実施可能な事項があれば導入していく。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
ア　ヘリ・コミューター運航支援	格納庫の大規模修繕 →			
	無線機の更新 →			
	事業スキームの調査・検討 →		見直し ---------- →	都と連携

イ　利用者に対する利便性向上

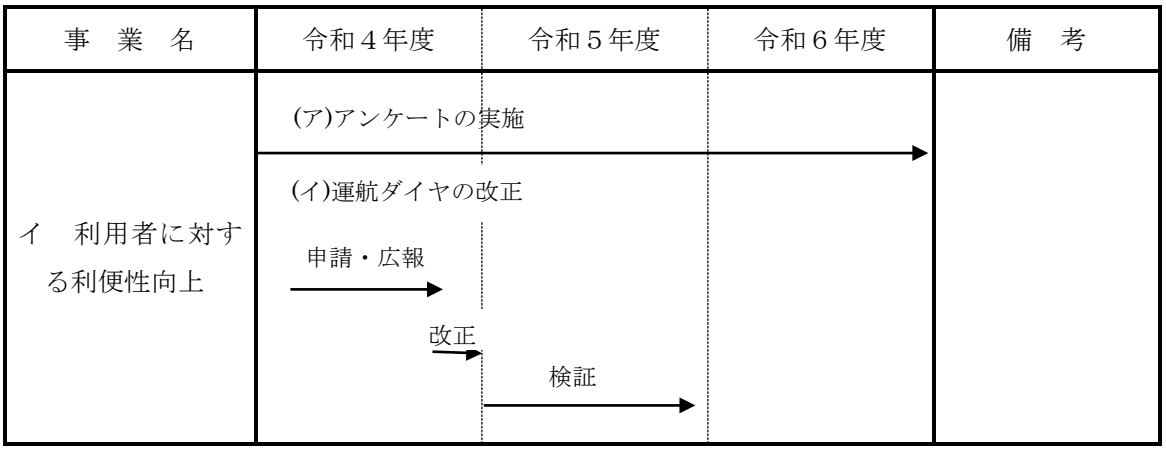
（ア）利便性・満足度向上の取組

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することで、利便性・満足度向上に向けた取組を実施する。

（イ）運航ダイヤの改正

利便性・満足度向上に向け、新機体導入時期に併せて運航ダイヤの見直しを行うことで、新たな搭乗機会を創出し、コロナ禍以前の過去最高搭乗率 60.3%を上回る搭乗率 61.0%以上を令和６年度までに達成する。

運航ダイヤ改正後は、データ収集や利用者アンケートにより効果検証を行う。



５　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とともに、ＯＪＴを充実させ、各機関の役割や事業を学び、つながり作りの機会を創出することで、東京諸島を担う人材を育成していく。

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とともに、兼務や配置替えを柔軟に検討することで、多様な業務を経験させる。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６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

公社を取り巻く社会経済情勢や町村･都の動向を踏まえ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）を付けた予算措置を行う。

計画期間中では、木炭倉庫の解体、東京愛らんどシャトル格納庫の修繕及び無線機更新など、大規模な経費の支出が見込まれており、積立金などを取り崩しての対応となる。

今後も定期的な修繕等に備えるため、積立金などの経費を捻出して対応していく必要がある。そのため、予算査定時には、最新の平均利回りを把握し、後年度収支予測を行うことで、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。

事　業　名	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備　考
イ　管理経費の削減、後年度収支予測	メリハリ（選択と集中）を付けた予算措置 → 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、これに基づきどのような取組を行い、成果が得られたかが重要となる。

見直し・検証を行うにあたっては、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、取組内容を可視化する。さらに、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推進していく。

１ 令和３年度

（１） 取組シートの作成

第６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令和４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、令和４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４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５・６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６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４年度 上期		
令和４年度 下期		
令和５年度 上期		
令和５年度 下期		
令和６年度 上期		
令和６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６次中期実施計画策定スケジュール

日付	会議名等	内容
令和３年　８月２０日	令和３年度第３回 理事会（書面決議）	中期計画策定委員会常任委員の選任
令和３年　９月２１日 ～ 令和３年１０月　８日		常任委員に対する、第５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
令和３年１０月２７日	第１回策定委員会	公社事業の分析・評価 第６次中期実施計画策定方針の決定
令和３年１１月２９日	第２回策定委員会	第６次中期実施計画（素案）の策定
令和３年１１月２９日	令和３年度第４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）
令和３年１１月２９日 ～ 令和３年１２月１３日		常任委員に対する第６次中期実施計画（素案）意見調査
令和４年　２月　８日	第３回策定委員会	第６次中期実施計画（最終案）の決定
令和４年　２月１５日	令和３年度第５回理事会	第６次中期実施計画（案）の承認
令和４年　２月２１日 ～ 令和４年　３月２４日		第６次中期実施計画（案）に係る 東京都協議
令和４年　３月２８日	理事長決裁	第６次中期実施計画の決定

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	岩　本　竹　浩	新島村企画調整室長
副委員長	笹　本　博　仁	八丈町企画財政課長
委員	下　村　　優	大島町総務課長
委員	鈴　木　広　一	利島村総務課長
委員	髙　橋　寛　規	神津島村企画財政課長
委員	山　高　亜紀子	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	杉　本　重　治	小笠原村総務課長
委員	三　鍋　香　織	東京都総務局行政部島しょ振興担当課長

【事務局】

氏名	所　　属
下河辺　悠　美	公益財団法人東京都島しょ振興公社事務局長
大　森　悟　志	〃　　企画管理課長
荒　井　一　成	〃　　業務課長