公益財団法人東京都島しょ振興公社
第７次中期実施計画
（令和７年度～令和９年度）

令和７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（以下「公社」という。）は、平成元年の設立以来、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６次中期実施計画は、令和７年３月に終期が到来するため、令和６年２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７次中期実施計画」（令和７年度～令和９年度）を策定しました。

公社は設立から 35 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　　渋　谷　正　昭

第７次中期実施計画の概要

◇第７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。

◇第７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島しょ町村間をつなぎ、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。

◇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

◇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	運航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７年度～令和９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・小笠原諸島地域力創造対策協議会を「協議会」、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６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・・・・・・・・・・10

第３　第７次中期実施計画の基本方針・・・・・・・・・・・・・18

第４　第７次中期実施計画のキーワード・・・・・・・・・・・・19

第５　取組の視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・20

第６　事業展開の柱・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・21

第７　第７次中期実施計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・22

第８　各事業の基本的考え方及び実施内容・・・・・・・・・・・23

　　１　地域振興事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・24

　　２　特産品展示販売事業・・・・・・・・・・・・・・・・・28

　　３　広報宣伝事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32

　　４　交通関連事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35

　　５　組織・管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・37

第９　本計画に基づく「事業の見直し・検証」に係る取組・・・38
　　～公社における自律改革～

第１　第６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４年３月に、令和４年度から令和６年度までを実施期間とする第６次中期実施計画を策定した。

この第６次中期実施計画の基本方針は、「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」とし、その実現のため、キーワードに加え、３つの取組視点と４つの事業展開の柱を設定した。

・キーワード：「つなぐ」

・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」

・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」

また、本計画は策定することが目的でなく、公社職員が一丸となって取り組み、その内容と成果を可視化して町村等の関係者へ報告することにより説明責任を果たすこととした。

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、事業ごとに取組シートを作成し、半期ごとに進捗確認を行い、その結果を公社運営検討委員会で検討の上、理事会、評議員会に報告した。

＜地域振興事業＞

［特産品化の推進］

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。

「TOKYO　ISLANDS　LEMON　リードディフューザー」、「式根鯛平君　熟成串」、「小笠原レモン搾汁後の果皮を利用した「さくピー」を開発・販売した。過去に開発した特産品には採算や販売の継続性に課題のあるものもあったが、令和６年７月に開発発表会を実施した「さくピー」については、発売当初月及び翌月の東京愛らんどの月間売上１位を獲得、イベント

での売れ行きもよく、ロングセラー商品として期待できる。
今後は、島しょ部で栽培されている島レモンについて、商品開発業者等と該当町村を視察するなど特産物加工品の商品化に向けて検討していく。

年度	新規開発した商品		共同先
４年度	東京諸島産レモン(御神火レモン･小笠原レモン)を使用した「TOKYO ISLANDS LEMON リードディフューザー」		㈱日本果汁
	東京諸島に生息する動植物イラストした「TOKYO ISLANDS 文具セット」 ※えんぴつ３本、15 cm定規、消しゴム		㈱さわらび
	式根島養殖場の真鯛を使用した「式根鯛平君熟成串」		㈱さわらび
５年度	実績なし		
６年度	小笠原レモン搾汁後の果皮を使用したスナック菓子「さくピー」		㈱日本果汁

今後は、特産品開発の継続性や採算等を確保するために、公社が委託して企画・開発を行う形から、企業と生産者との間の「つなぐ」コーディネートを中心に民間のノウハウを活用していく。

[地域振興補助]

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は、令和４年度は 14 件 10,972 千円、令和５年度は５件 3,977 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とともに、公社ＨＰにおいて採択事業を紹介した。

＜優良事例・採択事業の紹介＞
https://www.tokyoislands-net.jp/corporation/works/islander3/
〇八丈島鮮魚を使用した犬猫用ペットフードの製作販売
〇地域振興補助事業採択一覧の公開

令和４年度より東京諸島内の中小企業等も申請対象者に含めるよう地域振興補助事業要綱の一部改正を行った。
また、島内事業者の取組に対する支援の充実強化を目的した制度とするため、他県等の同種補助金の調査・分析の実施、事業者及び町村アンケートを実施し、令和５年４月より要綱を改正した。

［観光振興］
東京諸島最大のＰＲイベントである「島じまん」や「東京愛らんどフェア」を実施し、幅広い来場者に島の魅力を発信することができた。
令和５年度に５年ぶりに開催した「島じまん２０２３」は竹芝客船ターミナル（第１会場）及び竹芝ポートシティ（第２会場）にて実施し、約 10 万人の来場があった。
また、島しょ物産の展示販売がメインである「東京愛らんどフェア」を以下のとおり実施した。

東京愛らんどフェア実施状況（令和４年度～令和６年度）

	令和４年度(春)	令和４年度(秋)	令和５年度(秋)	令和６年度(春)	令和６年度(秋)
会　　場	有楽町駅前広場	有楽町駅前広場	有楽町駅前広場	シンボルプロムナード公園	有楽町駅前広場
日　　程	5 月 27 日(金)/28 日(土)	9 月 9 日(金)/10 日(土)	9 月 29 日(金)/30 日(土)	5 月 25 日(土)/26 日(日)	9 月 27 日(金)/28 日(土)
来場者数	約 6,360 人	約 6,520 人	約 8,420 人	12,841 人	約 6,100 人
町村売上	4,187,160 円	4,717,300 円	4,870,870 円	4,215,417 円	4,600,290 円

また、その他のイベントについては、出展に係る経費の抑制と既存イベントへの出展を精査し、費用対効果が見込めるイベントへの出展により東京諸島のファン層の拡大に取り組んだ。具体的には、ＰＲ効果や売上が見込まれるイベントに積極的に出展を行うとともに、イベント出展時に飲食提供など新たなサービスを展開することにより東京諸島特産品のＰＲに取り組んだ。

東京愛らんどフェアは、東京諸島の魅力を広くＰＲできる事業であるので、今後は、東京諸島の認知度を一層高めていくために売上実績のある会場を中心に出展していく。一方、第６次中期実施計画期間までの経費は公社負担であったが、公社の経営状況に影響を与えていることから、第７次中期実施計画以降は協議会事業とし、イベントの相乗効果を発揮させるなど効率的な運用を目指す。

また、その他のイベントについては、引き続き、出展料やＰＲ効果、売上見込みなどを総合的に勘案し、広報宣伝効果が高いイベントを中心に出展していく。

［人材育成（愛らんどリーグ）（フットサル大会）］

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。

愛らんどリーグは、各島の子供達の交流と健全育成を目的とした大会であることから島での開催を基本としていたが、新型コロナウイルス等の影響により、令和５年度、令和６年度は島外で実施した。

年度	内容
４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　７月 27 日（水）～30 日（土）
５年度	愛らんどリーグ 2023 ・開催場所　江東区(MIFA 豊洲)・調布市(味の素スタジアム) ・開催月日　７月 29 日（土）～30 日（日） ・総事業費　(協議会からの受託金額) 15,427,041 円 ・参加者数：179 名、うち参加選手 116 名 ・順　　位　優　勝：ＦＣ三宅 準優勝：大島マリンズＦＣ、３位：神津Ｆ．Ｃ．
６年度	愛らんどリーグ 2024 ・開催場所　港区(東京都立芝商業高等学校) ・開催月日　７月 26 日（金）～27 日（土） ・総事業費　(協議会からの受託金額) 13,859,013 円 ・参加者数：143 名、うち参加選手 110 名 ・順　　位　優　勝：八丈島ＦＣ 準優勝：ＦＣ三宅、３位：ＦＣフォルサ母島

＜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、都が平成 31 年４月１日から実施した政策連携団体に関する改革など公社を取り巻く環境の変化や、新型コロナウイルス感染症による社会情勢の変動により「東京愛らんど」のあり方を検討した結果、飲食事業は廃止とし物販及び通信販売事業に注力することとなった。令和３年１月１日に「株式会社さわらび」が運営受託事業者となり現在に至っている。

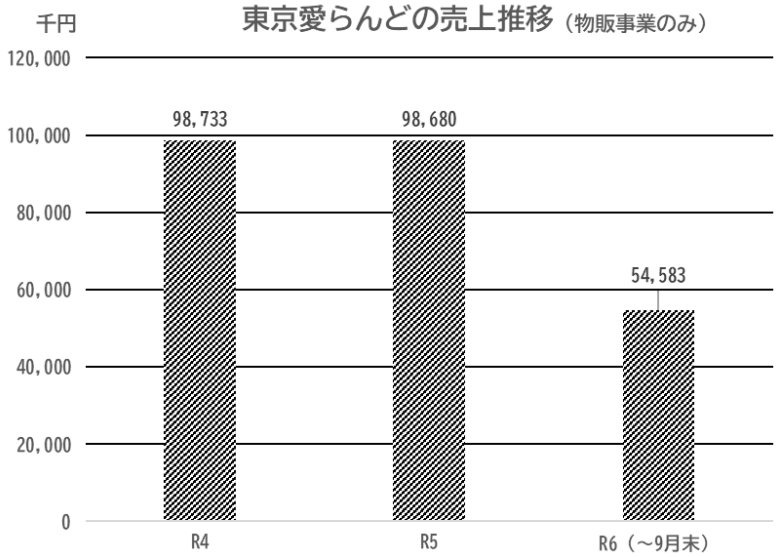
令和４年度から新たな取組として、魅力的な特産品の販売、ショップの運営方法の見直しという観点から、多数の来店者が見込める夏季にアンケートを実施した。結果や頂いたご意見は運営受託事業者と共有し、より良い店舗づくりに向け活用した。

公社の財政緊縮及び赤字幅の減少を目的とし、令和５年度より下記２件について運営受託事業者と交渉を行い、令和６年８月より運用を開始した。

①売上還元率を現行の 5.5%から 6.5%へ変更

②通信販売にかかる資材（段ボール、緩衝材等）の運営受託業者負担

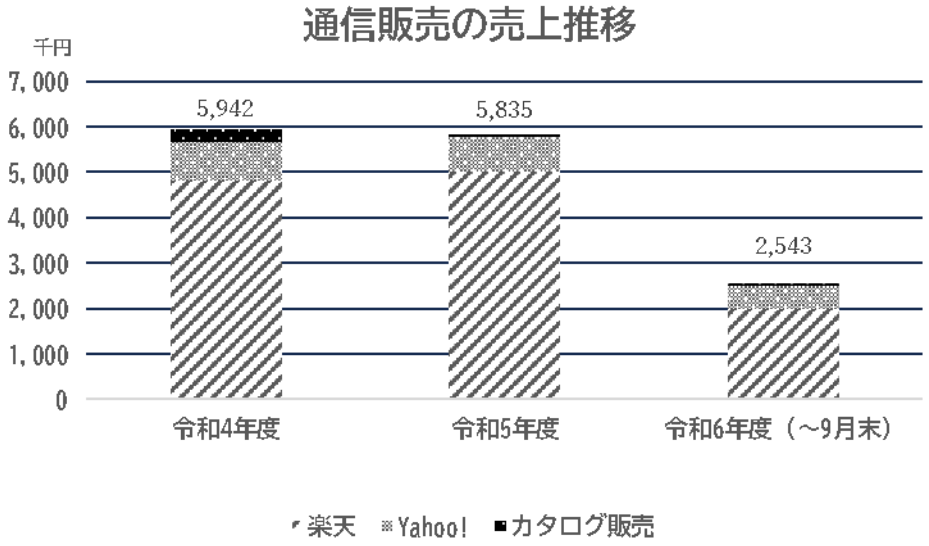
なお、旧飲食スペースについては「情報発信スペース」とし、移住・定住の促進及び関係人口の創出に資する用途として活用している。大型サイネージによる各島の風景動画や移住者のインタビューの放映や各島から寄せられた観光、移住定住に関するパンフレットを設置した。



［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」をホームページ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」、「Yahoo!ショッピング」に出店し、通信販売の促進に努めた。

令和３年６月から通信販売事業をアンテナショップ運営受託事業者に委託したことで、適切な在庫管理、仕入れの調整が可能となり、平日以外も発送業務、お客様対応（商品への問い合わせ、返品など）が可能となったため、円滑に通信販売事業を実施することができた。



また、令和７年度以降の送料適正化を図るため、運営受託事業者と調整し、改定案を作成した。

＜広報宣伝事業＞

［東京諸島情報の発信］

訪島意欲を高めるため、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、X（旧 Twitter）、YouTube、テレビ、雑誌などによりＰＲした。

公社ホームページは、トップページからの離脱率が 45％であり、約半数の方が得たい情報があったにも関わらず、離脱してしまっていることが推測され、課題となっていた。そのため、ニーズが高い情報の前面配置や写真、画像を駆使した導線の改善を行うリニューアルを令和５年９月に行った。この結果、トップページからの直帰率（Google アナリティクスの変更によりこの指標を使用する）を 27.2％（リニューアル前比▲16.8%）に減少させた。

情報発信スペースを活用したイベントについては、フラダンス体験レッスン、ＳＤＧｓ展、島酒試飲イベントを企画及び実施し、伝統文化や食文化を通じたＰＲを行った。

令和７年度以降は、公社財政緊縮のため広報宣伝事業の見直しを図り、ＳＮＳの運用（記事の制作、投稿）及び公社ＨＰへのコラム記事（観光、移住定住等）の作成等は委託せず、原則、公社職員が実施する方針とした。

［東京諸島漁業農業就業体験］

人口減少が続いている東京諸島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実施した。

また、新たな取組として漁業農業の他に、後継者不足が深刻な業種選定を行い、令和５年度は観光業、令和６年度はくさや製造業にて実施した。

年度	漁業就業体験	農業就業体験	新たな就業体験
令和４年度	八丈島　（１） 小笠原父島（０） 小笠原母島（０）	大島　（２） 三宅島　（３） 八丈島　（１）	
	うち１名は体験後に島へ移住		
令和５年度	八丈島　（４） 小笠原父島（１） 小笠原母島（０）	大島　（３） 三宅島　（１） 小笠原母島（１）	神津島（２） ※観光業
	うち４名は体験後に島へ移住		
令和６年度	八丈島　（２） 小笠原父島（２） 小笠原母島（１）	大島　（１） 三宅島　（０） 小笠原母島（２）	新島　（３） ※７年１月現在参加予定

（ ）内は就業体験の募集に対する参加者数

今後とも、必要に応じてあり方を検討する。

＜交通関連事業＞

［ヘリ・コミューター運航支援］

お客様の利便性・満足度を向上させるための取組は以下のとおり。

実施時期	取組事項	
令和４年 12 月	搭乗者アンケート ダイヤ改正 ＡＷ１３９型機就航	お客様ニーズの把握 ＡＮＡ便との接続向上と臨時便・チャーター便就航機会の創出 快適性の向上
令和５年１月	電話予約に係るオペレーターの増員	電話予約を繋がりやすくした。
令和５年４月	八丈島⇔青ヶ島の増便試行	利用実態の検証、搭乗率 72.2%
令和５年 12 月	搭乗者アンケート	お客様ニーズの把握
令和６年 10 月	青ヶ島村民優先予約の試行	事前電話予約による青ヶ島村民の予約枠確保 R6.12.1～R7.1.31 搭乗分
令和６年 12 月	搭乗者アンケート	お客様ニーズの把握
令和７年１月	ダイヤ改正 ＷＥＢ領収書の発行 銀行振込の廃止	搭乗時の安全性と通年において定期便・臨時便の運航確保 搭乗者アンケートを受けて実施 お客様の手数料負担が発生する支払方法を廃止

一方、令和５年６月には、令和９年１月にＪＡ７６９Ｂ機（Ｓ７６Ｃ＋＋）の総飛行時間数が１万時間を超えることが見込まれるため、新機体導入の検討を進めることとした。

まず、新機体選定基準項目（①安全性、②安定性、③経済性、④快適性、⑤機体性能）を定め、これに基づき運航事業者から「新機体選定意見書」の提出を受けた。

令和６年２月、安全性、部品供給体制、新たな機種の整備コスト増から、ＡＷ１３９型機を選定し、令和８年度下半期に就航を予定している。

ヘリ・コミューター運航支援については、引き続き島民の交通手段として安全・安心の運航を支援し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。

＜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確保した。引き続き研修等の受講機会を確保するとともに、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

実施年度	研修名	内容等
令和４年度 ～ 令和５年度	コンプライアンス研修	業務改善を目指す
	相互点検	企画管理課長が業務課を、業務課長が企画管理課を点検
	Ｅラーニング	コンプライアンス
		サイバーセキュリティ
		個人情報
	業務点検	公社印、利害関係者や非行防止
	酒類販売管理者	業務課事業遂行のため受講
	食品衛生責任者	〃
令和６年度	コンプライアンス研修	業務改善を目指す（２回実施）
	相互点検	企画管理課長が業務課を、業務課長が企画管理課を点検
	Ｅラーニング	コンプライアンス
		サイバーセキュリティ
		個人情報
	業務点検	公社印、利害関係者や非行防止
	酒類販売管理者	業務課事業遂行のため受講
	食品衛生責任者	〃
	会計セミナー	公益法人制度
	公益法人セミナー	公益法人制度改革

３　第６次中期実施計画の継承

令和６年度で第６次中期実施計画期間は終了となるが、残された課題の解決や各種事業の継続など、今後も公社の役割を果たすために、これまでの成果や町村からの意見を踏まえつつ、第７次中期実施計画を策定する。

第２　公社を取り巻く社会経済情勢等の変化

令和６年の日本経済は、日本銀行のゼロ金利政策解除、日経平均株価市場最高値更新や物価・賃金の上昇など、これまでの停滞経済から脱却している傾向にあるものの、東京諸島の実態として、人口減少・高齢化や人手不足も課題となっている。

今後の社会経済情勢等の変化は不透明であるとともに、東京諸島の人口減少や人手不足がより深刻になることが見込まれる。

そのような中でも、公社は自主財源に基づく収支相償による事業運営を基本としつつ、これまで以上に島しょ町村の代わりに多様な機関・団体等と連携することで東京諸島の振興に貢献し、存在意義を発揮するためには、コストを掛けずとも事業を推進させることができるような創意・工夫が必要である。

１　都の政策連携団体としての自律的改革・事業評価の取組

都においては、特に都政との関連性が高い団体を「政策連携団体」と位置づけ、協働して事業等を執行し、又は提案し、都と政策実現に向け連携するとともに、団体の自律的な経営改革の推進に取り組んでいる。

本計画は、以下（１）（２）に掲げる制度で設定する目標を包含するものであるため、計画内の関連する部分には下線を付し、見える化する。

（１）　経営目標管理制度

都は、平成 30 年度から経営改革プランの策定・評価を行う経営目標評価制度により、政策連携団体の経営改革を進めてきた。

令和５年度からは、政策連携団体の事業の評価はグループ連携事業評価制度にて実施することとし、各団体による経営目標の策定及び進捗管理を通じた自律的な経営改革については、経営目標管理制度において引き続き取り組むこととなった。

経営目標管理制度においては、財務や人材マネジメント等の視点から団体自らの経営課題の解決に資する目標を設定し、その結果を次年度の更なる取り組みにつなげることでＰＤＣＡを回し、自律的な経営改革を促進する。

＜東京都政策連携団体経営改革ダッシュボード（令和６年度経営目標）＞

令和６年８月、令和６年度の公社における５つの経営目標を公表。

https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiYjY0MjA2MTktMTE3YiO0MjJlLWEzMjItOTA3OTkONWQONDc0IiwidCI6ImQwMzAyZmNjLTNlODEtNDljMyO4MjM1LWQzMTFhMzY4NGNmYyJ9 ［東京都総務局ＨＰより］

（２） グループ連携事業評価

グループ連携事業評価は、令和５年度から、都の各局、東京都政策連携団体（以下この項において「団体」という。）及び財務局が連携しながら、団体が実施している事業等について、都の施策目標につながる協働目標を設定した上で分析・検証し、外部有識者の意見を踏まえて実施した評価結果を次年度予算や団体の取組内容に反映させ、効率性・実効性の高い事業の実施に結び付けることで、都民のＱＯＬ向上につなげていく取組である。

また、都民への説明責任を果たす観点やグループ連携事業評価の有効性を示す観点から評価結果を公表している。

令和６年度における公社の取組として、①東京愛らんどシャトル搭乗率61.0％以上、②アンテナショップ東京愛らんど売上101,200千円以上、③関係人口創出に向けたホームページアクセス数332,000件以上を目標に掲げている。

【TOKYO政策評価・事業評価・グループ連携事業評価見える化ボード】

https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiYmQzNDAxYzMtOGJlYS00YThjLThkYTctMzY4ZDFhZjRiNDNjIiwidCI6ImQwMzAyZmNjLTNlODEtNDljMy04MjM1LWQzMTFhMzY4NGNmYyJ9

３　東京宝島事業

東京諸島は、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」に取り組んでいる。

〔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

東京諸島の産品のブランド化に向けた取組。

公社においても、印刷物やホームページで商標を表示するなど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、令和 12 年に 1,388 万人でピークを迎えたのち、減少に転じて令和 27 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、昭和 25 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。）。

昭和 45 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、令和２年は 24,461 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、令和 32 年には 18,263 人と、30 年間で約６千人減少する見込みである。

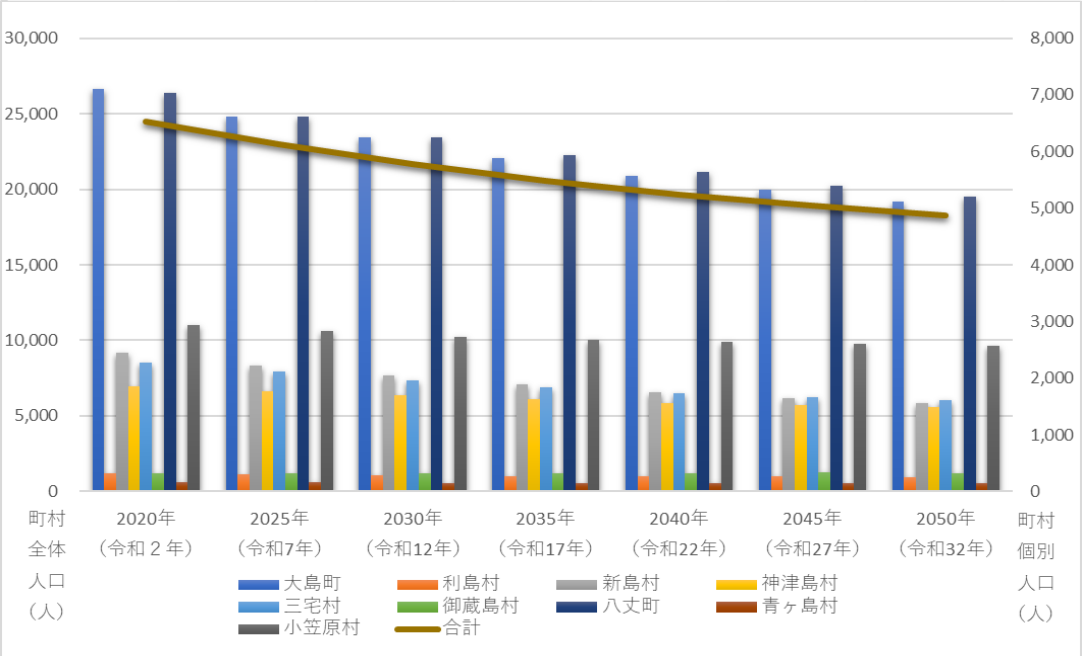
島しょ地域の活力を維持させるため、移住・定住促進や産業を活性化させる施策が、今後ますます重要となる。

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）	2050年（令和32年）
大島町	7,102	6,622	6,249	5,880	5,575	5,320	5,115
利島村	327	298	285	275	267	264	256
新島村	2,441	2,222	2,041	1,885	1,750	1,650	1,560
神津島村	1,855	1,764	1,690	1,621	1,566	1,520	1,487
三宅村	2,273	2,116	1,963	1,831	1,733	1,662	1,613
御蔵島村	323	317	320	327	329	331	327
八丈町	7,042	6,622	6,255	5,933	5,642	5,389	5,196
青ヶ島村	169	156	152	147	146	144	146
小笠原村	2,929	2,828	2,721	2,668	2,638	2,612	2,563
合計	24,461	22,945	21,676	20,567	19,646	18,892	18,263

※2020年　　：国勢調査による実績値

※2025年～2050年：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（令和５（2023）年推計）』5.12.22発表より抽出作成



５　関係人口の創出

人口減少、高齢化に伴い地域づくりの担い手の育成・確保が大きな課題の一つになっていることを背景に、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が増加してきた。これを踏まえ総務省は、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 30 年１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 －「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、総務省は関係人口として地域と継続的なつながりを持つ機会やきっかけを提供する事業を実施する地方公共団体を積極的に支援している。

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は必要不可欠である。

公社は、関係人口の創出に資するため、島しょ町村の情報を集約、ポータル機能を強化し、島や特産品の魅力に加え、島での暮らしや仕事の魅力など、重層的な情報発信を行っていく。

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、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

第６次中期実施計画期間中である令和４年度から令和 11 年度における公社自主財源により対応する事業費について財務シミュレーションを行った。

東京都島しょ振興公社の財務シミュレーション(R4～11年度)

□　経常収支将来推計（令和6年11月12日現在）　　単位：千円

	R4年度（決算）	R5年度（決算）	R6年度（予算）	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
基本財産運用益見込み（A）	26,948	26,923	27,534	28,104	28,104	28,104	28,943	28,943
運用財産・償却資産運用益見込み（B）	16,734	17,061	17,913	18,979	21,218	24,739	24,739	24,739
財産運用益　計（A+B=C）	43,682	43,984	45,447	47,083	49,322	52,843	53,682	53,682
財産運用益を除く経常収益（D）	22,234	26,601	22,947	24,587	24,587	24,587	24,587	24,587
経常収益計（C+D=E）	65,916	70,586	68,394	71,670	73,909	77,430	78,269	78,269
経常費用計（F）	122,611	171,715	149,577	121,606	77,370	77,370	77,370	77,370
収支差額（E−F）	△ 56,695	△ 101,130	△ 81,183	△ 49,936	△ 3,461	60	899	899

※基本財産　：　国債、地方債、政府関係機関債、金融機関への預金、一定格付け以上の事業債（２格付け機関がＡ+と同等以上）で償還期限 20 年以下であること。

※運用財産・償却資産　：　基本財産の債権等に加え、公社債投資信託など。必要な格付けは公社財産運用基準により規定。償還期限 20 年以下であること。

【説明１】

財産運用益計（Ａ＋Ｂ＝Ｃ）を見ると、令和４年度が公社史上最も低い 4,368 万円であったが、令和５年度以降に満期償還を迎えた債券を買い替える際には、利率 1.2%以上の債券に買い替えることを目標にした。

その結果、第７次中期実施計画最終年度である令和９年度の財産運用益は、令和４年度より 916 万円増収の 5,284 万円を見込んでいる。

【説明２】

令和５年度～令和７年度における経常費用（F）には、公社全体の収支バランスを確認するために、経常費用の支出に加えて、令和５年度は経常外費用である木炭倉庫解体工事費 4,990 万円、令和６年度は同じく 2,000 万円と令和７年度は八丈島ヘリ格納庫改修工事費 4,424 万円を設備投資するための費用として含んでいる。

【説明３】

第７次中期実施計画期間である令和７年度以降における経常費用（F）は、東京愛らんどフェアの協議会への事業移管や歳出削減を徹底し、下表のような自主財源で事業展開していく。

（単位 円）

会計	事業名	細事業名	令和６年度 自主財源対応	令和７年度 自主財源対応	令和８年度以降 自主財源対応
公益目的事業会計	地域振興事業	地域振興補助事業	13,040,000	6,000,000	6,000,000
		観光振興事業	28,175,000	2,573,000	2,573,000
		人材育成事業	0	0	0
		特産品推進事業	1,597,000	0	0
	小　計		**42,812,000**	**8,573,000**	**8,573,000**
	特産品展示販売事業	東京愛らんど運営事業	10,836,000	8,149,000	8,149,000
		通信販売（東京愛らんど市場）	1,947,000	1,610,000	1,610,000
		新店舗	0	0	0
	小　計		**12,783,000**	**9,759,000**	**9,759,000**
	広報宣伝事業	広報宣伝事業	23,762,000	12,611,000	12,611,000
		愛らんどネットワーク事業	82,000	83,000	83,000
	小　計		**23,844,000**	**12,694,000**	**12,694,000**
	施設等管理運営事業	倉庫等賃貸	1,061,000	0	0
	交通関連事業	ヘリ・コミューター支援事業	3,829,000	1,096,000	1,096,000
合　計			**84,329,000**	**32,122,000**	**32,122,000**
法人会計（管理費）			**17,103,000**	**17,103,000**	**17,103,000**
公社全体人件費（※）			**22,645,000**	**22,645,000**	**22,645,000**
		経常費用計	**124,077,000**	**71,870,000**	**71,870,000**
		経常外費用	**20,000,000**	**0**	**0**
		設備投資	**0**	**44,236,000**	**0**
		中計	**144,077,000**	**116,106,000**	**71,870,000**
		格納庫改修工事費積立	**5,500,000**	**5,500,000**	**5,500,000**
		合計	**149,577,000**	**121,606,000**	**77,370,000**

※　人件費は、町村と協議会からの人件費分担金を充当後における公社自主財源による費用。

６　竹芝地区における都市開発

竹芝地区は、東京湾を望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」など、東京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）

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。

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

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
（東京都都市整備局）

【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：東京都都市整備局ＨＰ

第３　第７次中期実施計画の基本方針

［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。

［取り巻く状況］

一方、設立から 35 年が経過し、東京諸島の人口減少や都・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益が減少する中、赤字運営により公社事業を維持継続させてきた。

そのため、買替予定債券の利回り向上による運用財産の収益増や事業の見直しによる経費削減を図るとともに、事業によっては関係町村に財政負担をお願いするなど、これまでの枠組みにとらわれない事業展開により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７次中期実施計画においては、第６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、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）から、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）に基づく事業を推進していく。

第４　第７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には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７次中期実施計画のキーワードは引き続き**「つなぐ」**とし、島しょ町村間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、島しょ町村と関係機関がとつながる事業展開により、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」

【店舗外観】

【店舗内観】

島しょ地域の豊かな自然

東京愛らんどシャトル

第５　取組の視点

公社は、**「自律改革の推進」**を行うことで、東京諸島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７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。

東京諸島の現状や課題を的確に把握し、それを踏まえて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。

※　P38「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。

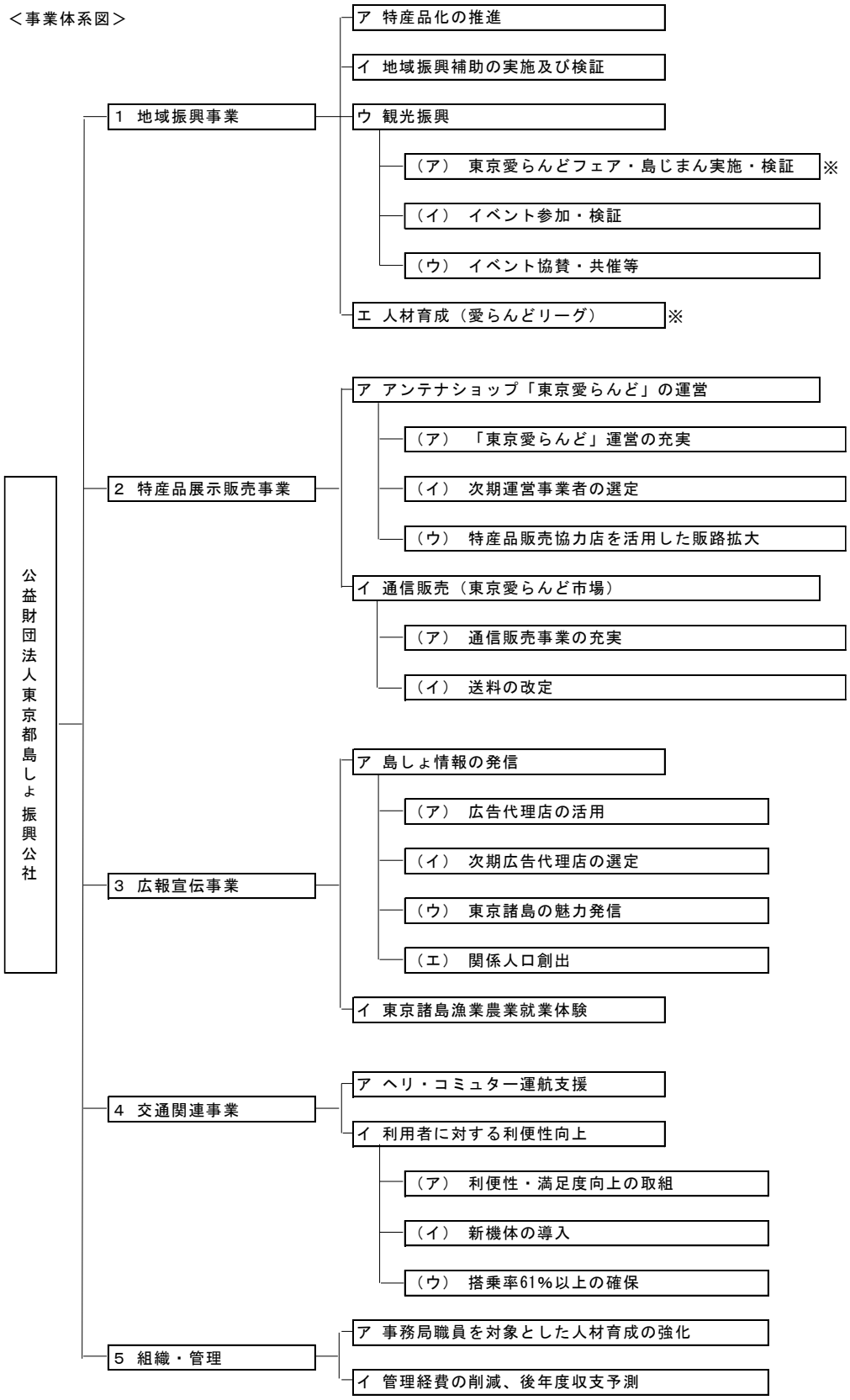
・・・・・・・・・・（４）組織力向上

第７　第７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６次中期実施計画の期間同様、令和７年度から令和９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事業

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、経営目標管理制度、グループ連携事業評価と軌を一にするため、この制度に掲げた目標に関連する記述については本計画の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。特産品開発にあたっては、委託費用をなるべくかけずに企業と生産者を結びつけるコーディネート業務を中心に展開していく。

地域振興補助については、地域振興補助部会で採択された金額が多い場合、翌年度の補助額が必然的に多くなるため、公社の経営状況を踏まえ、年３回の募集を完遂することなく当該年度の募集を打ち切ることを同部会で検討する。

東京愛らんどフェアについては、公社の経営状況に影響を与えていることから協議会事業化し、公社は共催として支援していく。

イベント参加は、動員数が多く注目度の高いイベントへの出展など、より効果的な発信を行うことで、東京諸島のファン層の拡大（関係人口創出）に取り組んでいく。

人材育成事業については、協議会からの受託事業として、島での開催可能な町村がない場合には島外での開催も視野に入れるなど、柔軟に対応する。

（２）実施内容

ア　特産品化の推進

特産品の採算性や販売の継続性を向上させるために、公社が委託して企画・開発を行う形から、企業と生産者との間のコーディネートを中心に民間事業者のノウハウを活用していく方法に事業手法を見直す。

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。

事　業　名	令和７年度	令和８年度	令和９年度	備　考
ア　特産品化の推進	特産品化推進 →	→	→	

イ　地域振興補助の実施及び検証

地域振興に係る補助事業の申請内容を適正に審査し、採択事業については、補助を実施後、報告書の確認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とともに、継続的な事業であることが当該事業の趣旨であるため、アンテナショップの活用や広報宣伝事業とも連携し、販路拡大等、事業者への伴走支援を行う。

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。

事　業　名	令和７年度	令和８年度	令和９年度	備　考
イ　地域振興補助実施及び検証	実施と採択事業の →	ＨＰ掲載 →	→	

ウ　観光振興

（ア）東京愛らんどフェア・島じまん実施・検証

・東京愛らんどフェア（協議会からの受託事業）

東京愛らんどフェアについては、島しょの認知度を高めていくために売上実績のある会場を中心に町村の意見を踏まえて出展していく。

また、来場者に東京諸島の魅力を効果的にＰＲできているかを把握し、今後の運営に活かしていく。

なお、東京愛らんどフェアは令和７年度から協議会事業とする。

・「島じまん２０２５」と「島じまん２０２７」（予定）

本イベントの主催は島じまん実行委員会であるが、公社が共催することにより円滑なイベント実施を支援する。

※他の共催団体：都、（一社）東京諸島観光連盟

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。

（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。出展の際は、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付することで、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。

イベント参加に当たっては、来場者数が多く、広報宣伝効果が高いイベントへの出展など、より効果的な発信を行うことで、東京諸島のファン層の拡大（関係人口創出）に取り組んでいく。あわせて、出展料、過去売上実績、運搬料を勘案し主催者へ出展料を交渉するなどコストを抑えての出展を図る。

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、今後の公社イベント実施の参考にする。

事　業　名	令和７年度	令和８年度	令和９年度	備　考
ウ　観光振興	（ア）東京愛らんどフェア・島じまん実施・検証 →	→	→	島じまん開催年度令和７年度及び９年度（予定）
	（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）（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人材育成事業を引き続き実施するが、島開催とする場合、開催地となる町村の理解と協力が必要不可欠である。

令和７年度以降の愛らんどリーグ開催地に係る意向調査結果（令和６年３月４日実施）では、宿泊場所の確保が困難であるなどの理由により、開催可能と回答した町村がなかったため、受入可能な町村がある場合は当該町村において実施するが、受入可能な町村がなく島開催が難しい場合、島外開催も視野に入れて検討するなど柔軟に対応する。

また、人材育成事業という原点に立ち返り、町村の意向を踏まえ新たな事業の構築を検討する。

事　業　名	令和７年度	令和８年度	令和９年度	備　考
エ　人材育成（愛らんどリーグ）	愛らんどリーグの開催 →	→	→	
	新たな事業の構築を検討 →	→	→	

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、島しょ地域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、島しょ地域の振興に貢献している。

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。

上記のような取組により、東京愛らんどでの物品販売、通信販売、特産品販売協力店への販売、イベント出展での販売の合計において、令和９年度末までに特産品売上高１億 2,000 万円を達成する。

（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、都庁や関係団体等へのＰＲ、利用者目線に立ったサービスの向上に努めていく。

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、取扱品目数について令和５年度比 20%増（594 品目）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。

営業時間については、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９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

ＢtoＢの商談を目的とした「食の魅力発見商談会」などの食品展示会に参加し、運営受託事業者とともに東京諸島のＰＲ及び特産品販売

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７年度	令和８年度	令和９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８年度末
	（イ）次期運営受託事業者の選定 成果の検証 →	選定 →	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）通信販売事業の充実

遠方や高齢などの理由から店舗に訪問出来ないが島の特産品を手に入れたいという需要に応えるため、引き続き、通信販売事業の充実を図る。

通販限定商品として、【熨斗対応　特産品詰め合わせセット】といったお中元等で使えるギフトセットを販売するなど、訪島後の利用以外でも島しょの特産品を活用いただける機会を増やす。

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。

（イ）送料の改定

令和７年４月における運営受託業者との契約更新にあわせて、送料を改定する。

【令和７年４月改定予定の送料】

現行　：全国一律 850 円（サイズ、段ボール個数問わず）

クール便 220 円加算、
代引き　330 円（カタログ）・350 円（Yahoo・楽天市場）加算
改定案：地域別料金の設定及び送料増加
金額幅については関東近県 950 円～北海道、沖縄 1,500 円
（サイズ、段ボール個数問わず）
クール便については変更なし。代引きについては注文方法
にかかわらず、一律 350 円を加算する。

事　業　名	令和７年度	令和８年度	令和９年度	備　考
イ　通信販売 （東京愛らんど市場）	（ア）通信販売事業の充実 →	→	→	
	（イ）送料の改定 →	→	→	

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。

また、広告代理店への委託内容の一部を見直し、公社直営による広報宣伝事業として各島コラム記事、ＳＮＳによる発信を各町村と協力して取り組むとともに、スポーツイベントを通じた広報宣伝も行う。

島しょ地域で喫緊の課題である人口減少に対する取組として、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、東京諸島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、出展するイベント告知をはじめ、東京諸島にかかる情報発信については、公社ホームページを活用し、更なる内容の充実に取り組む。また、インバウンドを踏まえ、訪都外国人向けのＰＲ充実や外国語での特産品紹介に取り組む。

上記の取組については、公社ホームページへのアクセス数などから広報宣伝効果について検証する。

（イ）次期広告代理店の選定

広告代理店の契約期間は令和９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り扱う強みを活かし、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、移住定住に関するホームページ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７年度	令和８年度	令和９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 →	選定 →	新たな運営 →	次期委託更新 令和８年度末
	（ウ）東京諸島の魅力発信 →	→	→	
	（エ）関係人口創出 →	→	→	

イ　東京諸島漁業農業就業体験

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。年齢層を絞ったＳＮＳの活用により瞬発的な宣伝に効果があったため継続する。また、パンフレットの配布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、令和７年度から令和９年度までの間で新規就業者数 10 名以上の達成を目指す。

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。

就業体験事業の内容について、漁業農業を中心に町村の意向を踏まえ実施内容の工夫を図り、定住促進を図る。

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７年度	令和８年度	令和９年度	備　考
イ　東京諸島漁業農業就業体験	東京諸島漁業農業就業体験事業の実施 →	→	→	

４　交通関連事業

（１）基本的考え方

令和５年８月に就航開始から 30 年を迎えた東京愛らんどシャトルは、今後も島民にとって重要な交通手段である。

公社は、安全・安心な毎日の運航と利用者の利便性や満足度の向上を図るためのヘリ・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・協力を継続的にすすめる。

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等が発生していることから大規模修繕を実施する。

また、都と連携して事業スキームの在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。

令和４年度から入札不調が続いている格納庫の大規模修繕を行い、ベース基地としての安全性を確保するとともに、次回修繕費用を積み立てる。

引き続き、都と連携して事業スキームの検討を行う。

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て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）新機体の導入

令和５年度第５回公社理事会（平成６年２月 19 日開催）において、令和９年１月に総飛行時間数が 10,000 時間に到達見込みであるＪＡ７６９Ｂ号機（Ｓ７６Ｃ＋＋）の後継機をＡＷ１３９型機と決定した。

この新機体予算は令和６年度補助金から予算承認を受けており、令和８年度の冬に就航を予定している。

（ウ）搭乗率 61%以上の確保

本計画においても、前計画で不達成であった搭乗率 61%（※）以上の達成を引き続き目標に掲げる。

※第６次中期実施計画において、過去最高搭乗率 60.3%を上回る搭乗率の目標として設定。

低い搭乗率区間の利用促進を図るため、関係町村とも対応策について検討をすすめる。

事　業　名	令和７年度	令和８年度	令和９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 →			
	次回修繕費用の積立 →	→	→	令和 17 年度まで
	事業スキームの調査・検討 →	→	→	東京都と連携
イ　利用者に対する利便性向上	(ア)アンケートの実施 →	→	→	
		(イ)新機体の導入 →	→	
	(ウ)搭乗率 61%以上の確保 →	→	→	

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

新たに着任した職員も即戦力として活躍し、前例踏襲の事務ではなく常時業務改善に取り組めるよう、適時適切に必要な研修を受講させる。加えて、ＯＪＴをさらに充実させ、各機関の役割や事業を学び、今後の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、職員が能力を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行い、多様な業務を経験させる。

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・都の動向を踏まえつつ、各事業を効果検証し、必要な経費と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。

そのため、公社の予算査定時には、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７年度	令和８年度	令和９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 令和６年度

（１） 取組シートの作成

第７次中期実施計画に基づく事業の見直し・検証を行うこととした事業について、事務局において別添の取組シートを令和７年２月下旬までに作成する（計画欄まで記入）。

（２） 報告

令和７年３月、中期計画策定委員会常任委員に取組シートを送付する。

２　令和７年度

（１） 第１四半期開催の公社運営検討委員会

令和７年３月に中期計画策定委員常任委員へ送付した第７次中期実施計画における取組シート内容の検討と所要の修正を加え、半期ごとに行う進捗管理に活用する。

（２） 第３四半期開催の公社運営検討委員会

取組シートを報告し、その検討結果を今後の事業展開に活かす。

３　令和８・９年度

第１四半期及び第３四半期開催の公社運営検討委員会にて取組シートを報告し、その検討結果を今後の事業展開に活かす。

第７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
（公社における自律改革）

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７年度 上期		
令和７年度 下期		
令和８年度 上期		
令和８年度 下期		
令和９年度 上期		
令和９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７次中期実施計画策定の経過

日付	会議名等	内容
令和６年　２月１９日	令和５年度第５回理事会	第７次中期実施計画策定の決定 中期計画策定委員会常任委員構成の決定
令和６年　４月　１日		中期計画策定委員会常任委員就任依頼
令和６年　４月～５月		事務局から常任委員へ公社財政状況説明
令和６年　７月３１日 ～ 令和６年　８月３０日		常任委員へ、第６次中期実施計画各事業の実施状況評価及び第７次中期実施計画への意向調査を依頼
令和６年　９月３０日	第１回策定委員会	第６次中期実施計画への評価報告 第７次中期実施計画への意向調査結果に基き、同計画策定方針の決定
令和６年１１月　７日	第２回策定委員会	第７次中期実施計画（素案）の説明
令和６年１１月１３日	令和６年度第３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）の説明）
令和６年１１月１９日 ～ 令和６年１２月１８日		常任委員へ第７次中期実施計画（素案）に対する意見照会
令和７年　１月		常任委員への意見照会を反映させた第７次中期実施計画（案）の作成
令和７年　１月２４日 ～ 令和７年　３月１１日		第７次中期実施計画（案）に係る 東京都協議
令和７年　２月　６日	第３回策定委員会	第７次中期実施計画（案）の決定
令和７年　２月１９日	令和６年度第４回理事会	第７次中期実施計画（案）の承認
令和７年　３月１２日	理事長決裁	第７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	杉　本　重　治	小笠原村総務課長
副委員長	金　川　智亜樹	八丈町企画財政課長
委　　員	船　木　　健	大島町政策推進課長
委　　員	榎　本　雅　仁	利島村総務課長
委　　員	佐久間　　真	新島村企画調整室長
委　　員	髙　橋　寛　規	神津島村企画財政課長
委　　員	宮　下　　亮	三宅村企画財政課長
委　　員	德　山　隆　思	御蔵島村総務課長
委　　員	庄　司　裕　一	青ヶ島村副村長（総務課長事務取扱）
委　　員	平　野　孝　徳	東京都総務局行政部島しょ振興担当課長

【事務局】

役職	氏名
事　務　局　長	片　岡　　務
企画管理課長	笹　川　真　哉
業　務　課　長	山　口　兼　人