



令和6年度 東京宝島事業 ブランドサポーターシップ  
募集要項（大学生の募集）

東京都総務局 行政部 振興企画課

東京都では、都内の地域振興や地方創生等を専攻する大学生などを対象として、東京の島しょ地域の特産品事業者の元で実習し、事業者と商品開発を行う実習生を募集します。

実施内容・募集の詳細は以下のとおりです。

## 1 実施目的

大学生の視点を、東京の島しょ地域の特産品の魅力発信に活かしていただくとともに、島しょ地域と若い世代とのつながり創出に向けたきっかけづくりを目的に、東京宝島ブランドサポーターシップの事業を実施します。

## 2 実施内容および実施期間

実施内容の概要は以下の通りです。実施内容の詳細は後述 11 をご参照ください。

### (1) 事前学習：

令和 6 年 6 月から 8 月の間、合計 3 回 5 時間以上（都内地での実地、オンライン含む）

### (2) 東京の島しょ地域の特産品事業者のもとでの実習：

令和 6 年 8 月 13 日（火）から 9 月 13 日（金）までのうち実習先特産品事業者が希望する期間（1 週間程度）

### (3) 実習先特産品事業者の商品やサービスのブランディングやマーケティング等に関する提案内容の企画立案（プレゼンテーション）：

令和 6 年 10 月以降に実施（オンライン含む。提案に向けた同一実習先実習生との相談等については、必要に応じて実施）

### (4) 提案を受けた特産品事業者が、その提案内容を実行すること（以下、試行という。）への協力：

令和 7 年 1 月から 3 月に実施（頻度等については、試行内容による）

### (5) 都が開催する会議における成果発表への参加：

令和 7 年 2 月から 3 月の間に開催する会議（1 日）

※ 事業の流れについては次の図を参照ください。

< 事業全体の流れ >



### 3 対象者

以下の全ての条件に当てはまる方が参加できます。

- 大学において地域振興分野（地方創生・地域活性化等）などの分野への関心が高い学生
- 本事業を真摯かつ誠実に行う意思を有する学生
- 以下のいずれかの大学に在籍しており、申込時点で学部2年生から4年生までの学生
  - ・東京都立大学、東京女子大学、國學院大學、多摩美術大学

### 4 募集期間

令和6年5月31日（金）まで

### 5 申込方法（指定様式）

本要領をご理解いただき、以下（1）から（4）を作成のうえご提出をお願いいたします。

- （1）【様式1】実習実施申請書：大学が作成・提出
- （2）【様式2】実習被推薦者名簿：大学が作成・提出
- （3）【様式3】教育機関調書：大学が作成・提出
- （4）【様式4】エントリーシート（学生名）：実習を希望する学生が作成

### 6 実習決定までの流れ

- （1）大学から実習生の推薦をいただいた後、都により実習生を選定
- （2）選定された実習生の派遣先となる実習先特産品事業者は、実習生の希望等を斟酌し、都及び都が委託する事務局において調整を行ったうえで決定
  - ※ 実習先特産品事業者の詳細は、「別紙\_特産品事業者の紹介」をご参照ください。
- （3）決定後は、東京都から実習生あてに決定通知を送付

### 7 実習決定後

- （1）実習決定後の提出書類
  - 実習決定後、【様式5】誓約書を提出していただきます。
- （2）傷害保険及び賠償責任保険に加入について
  - 実習にあたって、傷害保険及び賠償責任保険に加入いただきます。加入手続きについては都が委託する事務局が行い、費用は都が負担いたします。
- （3）「東京宝島ブランドサポーターシップ出陣式（仮）」について
  - 参加が決定した実習生には、実習までに東京都庁にて開催する「東京宝島ブランドサポーターシップ出陣式（仮）」にご出席いただきます。詳細は別途ご連絡いたします。
  - ※ 出陣式は公務の状況等により実施しない場合があります。その場合は別途お知らせいたします。

## 8 謝金等

- (1) 実習については、実習先特産品事業者の実習プログラムに定める実習時間（自由時間や食事時間は含まず）に応じた謝金を支給します（支給額は東京都の最低賃金（1時間 1,113 円）により計算）。
- (2) 実習生の交通費(内地の竹芝客船ターミナルや空港、飛行場等から各島に到着するまでの合理的な訪問方法を選択した場合にかかる費用)については東京都で負担します。
- (3) 実習生の内地における交通費（自宅から内地の竹芝客船ターミナルや空港、飛行場等までや、実習前に対面で行う事前学習、東京宝島会議出席に係る交通費）は、実習生の負担とします。
- (4) 実習期間中の宿泊施設（朝・夕 2 食付き）を東京都で用意します。

## 9 実習生の服務

- (1) 実習生は、実習先特産品事業者の指示に従い、実習時間中は実習に専念しなければならない。
- (2) 実習生は、実習先特産品事業者の職務の信用を傷つけ、又は不名誉となる行為をしてはならない。
- (3) 実習生は、実習上知り得た秘密を漏らしてはならない。また、実習を終えた後も同様とする。
- (4) 実習生は、本要領の規定を遵守するため、都に対して、別記様式により誓約書を事前に提出しなければならない。
- (5) 都は、実習生が第 1 項から第 4 項までの規定に反する行為を行ったときは、当該実習生の実習を中止することができる。この場合、都は当該実習生の所属する大学宛て、その旨通知する。

## 10 実習内容の詳細

### (1) 事前学習：前述 2 (1)

ア 実習生は、現地での実習前に事前学習を受講していただきます。内容については、実習先となる島や産業における現状や課題に関するものや、実習後の効果的なプレゼンテーションに向けたマーケティングやプロモーションに関するものを予定しております。

イ 計 3 回程度（調整中）行い、受講方式はオンラインを基本としますが、そのうち 1 回は対面で行います。実施日に受講できない場合、後日アーカイブ映像をご視聴いただきます。

### (2) 東京の島しょ地域の特産品事業者のもとでの実習：前述 2 (2)

- ア 事前学習受講後に、島しょ地域にて、実習先特産品事業者の実習プログラムに参加いただきます。内容としては、実習先特産品事業者での業務体験や見学、特産品事業に従事する方へのインタビュー、島しょ地域への理解を深めるフィールドワーク、他、を予定しています。
- イ 期間は1週間程度で、1日の実習時間については、実習先特産品事業者の就業時間の範囲内で決定（1日最大8時間以内）します。

### **(3) 実習先特産品事業者の商品やサービスのブランディングやマーケティング等に関する提案内容の企画立案：前述2（3）**

- ア 実習後には、実習期間中の体験を踏まえた、主にZ世代（ここでは、1990年代後半から2012年頃に生まれた世代とする。）への訴求に向けた特産品のブランディングやマーケティング等に関する提案（例：パッケージの新デザイン等の作成に関する企画提案、情報発信に関する企画提案、新しい販売方法や、利用方法等に関する企画提案、他）を実習先特産品事業者に対して行っていただきます。
- イ 提案に向けた検討や準備にあたっては、マーケティングやブランディングの専門家によるアドバイス等のサポートを予定しています。
- ウ 提案に向けた同一実習先実習生との相談等については、必要に応じて実施します。

### **(4) 提案を受けた特産品事業者の試行への協力：前述2（4）**

提案を受けた特産品事業者の試行の際、内容によっては実習生に協力を依頼する可能性があります。

### **(5) 都が開催する会議における成果発表への参加：前述2（5）**

令和7年2月から3月に開催予定の都が開催する会議に出席し、実習や企画提案に関する成果発表を行っていただきます。

## **11 その他**

- (1) 実習実施日は、実習決定後、実習先との調整で変更する可能性があります。
- (2) 都は天変地異（感染症等の流行拡大を含む）、政治状況の劇的な変化により、本事業を中止する場合があります。
- (3) この要領に定めるもののほか、東京宝島ブランドサポーターシップに関して必要な事項は、別途定めます。

## **12 提出先・問い合わせ先**

東京都新宿区西新宿 2-8-1 都庁第一本庁舎 13階電話：03-5388-2436（内線：24-794）

東京都 総務局 行政部 振興企画課（事業推進担当）



東京宝島  
TOKYO  
TREASURE ISLANDS

## 令和6年度 ブランドサポーターシップ

特産品事業者の紹介

# 東京島酒（東京七島酒造組合 八丈島／新島）

## 【産品名（島）】

東京島酒（八丈島、新島をはじめとした7島）

※ 実習は八丈島または新島を予定

## 【産品に関する説明】

伊豆諸島・小笠原諸島で生産している東京の島酒（焼酎）

島酒の由来は、1853年八丈島に流刑となった鹿児島島の商人・丹宗庄右工門（たんそうしょうえもん）が、この地で栽培されていた芋と麦（麦麴）を用いて、焼酎造りを始めたことに端を発している。その焼酎の蒸留方法は周りの島々にも伝わり、そこから更なる変化を経て各地の「地酒」となり島ごとの個性が生まれた。

米が貴重な作物であったため代替として麦麴を用いる製法が根付き、“麦麴で仕込む芋焼酎”という全国的にも珍しいスタイルが定着。麦麴特有のさわやかな香りと芋の旨味のバランスに優れた味わいが島の焼酎の特徴である。それぞれの島で伝統的に醸造されている焼酎（芋焼酎、麦焼酎）。

麦麴を使用しているところが特徴。蔵によって味わいや香りが異なる。使用用途：島内外での飲食店での喫飲ならびにお土産店や酒販店、EC等を通じて購入し、自宅で喫飲。

現在のターゲット：島好き、焼酎好き、お酒好き



## 【目指すところ／課題】

「東京島酒」の若者からの知名度を上げて、飲んでもらう機会を増やしたい。

昨年度は、本事業で4名の大学生にご協力頂き、大学生へのアンケート調査や渋谷の飲食店での若者向けの試飲体験会（割材の人気リサーチ）を行った。そこから、東京島酒が、若者から知られていない（71%が知らない）、知っているても飲んだことが無い（67%）等の状況が見えた。

一方で、世の中では「若者のお酒離れ」が叫ばれているが、何らかの機会にお酒を飲む若者が86%（普段からお酒を飲む若者が57%、付き合いで飲むことがあるが29%）もいるという状況が見えた。若者に東京島酒を楽しんでもらうために、若者からの東京島酒の知名度を上げる事が必要である。

## 【学生に提案して欲しい事】

2023年度の事業成果等を踏まえた以下の3点。

1. 「東京島酒」の若年層の知名度を上げること
2. 「東京島酒」の特徴である飲みやすさを訴求して、まず「飲んでもらう」機会を作ること
3. 「東京島酒」と、伊豆諸島&小笠原諸島の産品（飲料や食材など）との組合せを提案すること

# 神代椿（利島農業協同組合 利島）

## 【産品名（島）】

神代椿（利島）

## 【産品に関する説明】

ヤブツバキから取れる純度100%の椿油（化粧品）

【特長】利島の椿油は300年の栽培の歴史があり、生産量は全国で1, 2を誇ります。

島の面積の80%が日本古来の品種であるツバキ科ツバキ属の藪椿（ヤブツバキ）で覆われており、その種子から採取される油のみで精製、製品化されています。

ユチャなどの外国生まれのツバキ種子油が含まれる「カメリア油」「カメリア種子油」とは区別される希少な植物油です。また、2019年から国内で唯一のツバキ種子油で化粧品のORGANIC認証を取得しています。

【使用用途】スキンケア、ヘアケアなどの化粧品として主に使用されます。オレイン酸を約86%含む不乾性油で肌なじみがよく潤いを長時間保ちます。食用や木工製品の塗料や金属の保持などにも幅広く使用されます。

【現状のターゲット】メインターゲット：50代以上の女性  
サブ：35歳以上の女性



## 【目指すところ／課題】

現状では、実際の椿油と、若い人の椿油に対するイメージに乖離がある。Z世代への販売について、可能性が未知数で事業展開として解像度が低い。

Z世代の認知を上げ、使用率を上げていくために、椿油をどのように展開（商品内容、使い方、情報発信、etc...）していけば良いかの解像度を上げていきたい。

また、他の産地と比較したときの、利島ならではの長所、アピールポイントを踏まえながら、Z世代にアプローチを試みたい。オーガニックである事、利島の環境保全への取組み等。

## 【学生に提案して欲しい事】

オーガニック、利島の環境保全、SDGs、等の文脈を踏まえた以下の2点。

- ① z世代が考えるツバキ油の使い方の提案および情報発信方法等のマーケティング提案
  - Z世代向けアプローチとして、Z世代ならではの使い方提案ができないか。Z世代に響く利用方法を提案する事で訴求力を上げたい
  - Z世代の基礎化粧品に対する要望にあわせ、打ち出し方（内容、手法）を提案して欲しい
- ② ツバキ油を原料にした使いたいコスメ等の商品提案
  - 現状の「神代椿」を原料とした、Z世代が使いたいコスメの提案をして欲しい。ただし、提案内容次第で期中の実現が難しいため、内容については要件等

# 焼酎『雄山一』、『明日葉』、『塩』、『フルーツ』など（アットアイランド 三宅島）

## 【産品名（島）】

焼酎『雄山一』、『明日葉』、『塩』、『フルーツ』など（三宅島）

## 【産品に関する説明】

事業者は三宅島にて、飲食施設『三宅食堂』、宿泊施設『三宅島ゲストハウス島家』を運営している。

『三宅食堂』および『三宅島ゲストハウス島家』にて、三宅島の特産品として、下記のような産品を扱っている。

焼酎『雄山一』：現在唯一の三宅島産の焼酎。三宅島には焼酎の文化がある

『明日葉』：伊豆諸島の名産品として生産されている。三宅島では粉末に加工している。

『塩』：こちらも島内の西野農園産にて製造している特産品  
『各種フルーツ』：パッション、マンゴー、レモン、ドラゴンフルーツ、いちごなどが三宅島にて育成されている。



## 【目指すところ／課題】

- 焼酎『雄山一』：焼酎の文化がある三宅島であるが、販路に苦戦しており、製造は不定期的な状況となっている。
- 『明日葉』：三宅島では粉末に加工している西野農園産がいるが、その製品が飲食店での商品としてはあまり活用されていない。
- 『塩』：お土産の販売に止まっており、島内の飲食店での活用は少ない。
- 『各種フルーツ』：バリエーションが増えてきているが、生産が季節性なので、ある時にお土産として買えるという域を出ない。

大学生ならではの目線や行動力、感受性を活かして、普段私たちには見えない魅力や見落としがちな価値を引き出してもらいたい。そのことで、プロダクトアウトではなく、マーケットインな外の方に「欲しい!」と思ってもらえるデザインによって、売上の向上、生産者産の収入増、三宅島の付加価値向上、に繋げたい。

## 【学生に提案して欲しい事】

以下3点のような事業展開につながる提案

- 【雄山一、明日葉、塩、フルーツを活用したテイクアウトフード及びお土産品の開発】『三宅食堂』において、これらの製品の生産者さんを知ってもらいながら、食を楽しんでいただけるような商品や販売方法及びデザインの強化
- 【SNSやポスター等を活用した生産者さんのライフストーリーの発信】生産者さんの物語や想いが伝わるような発信の強化
- 【体験滞在とのコラボレーション】『三宅島ゲストハウス島家』での滞在プランとして、大学生世代や若者が生産者さんと触れ合い、体験し、交流し三宅島への愛着を深めるプログラムの開発



# 東京宝島事業

## ブランドサポーターシップ

“東京都”が実施する「東京宝島事業ブランドサポーターシップ」は、東京の島しょ地域にて、2年生以上の学生の皆さんに、現地の特産品事業者のもとでの実習を通して、特産品のパッケージや魅力発信の方法などを考えていただく取組みです！

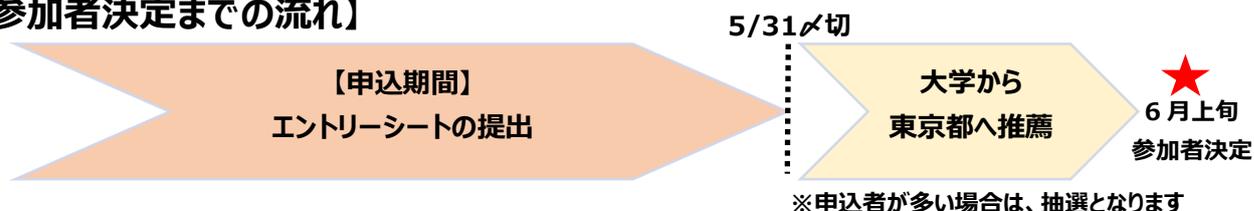
※島しょ地域での滞在は8/13（火）から9/13（金）までの間の1週間程度

ぜひ、皆さんのアイデアをください！申込〆切は5/31（金）です。奮ってのお申込みをお待ちしております！

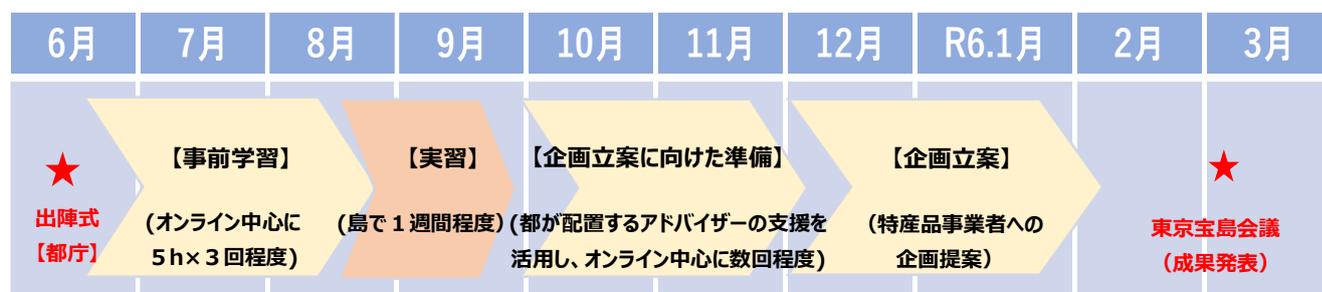
詳細は、募集要項等をご覧ください、ご不明な点はメールにてお問合せください。

申込にあたっての相談も随時受付しますので、お気軽にご連絡ください！

### 【参加者決定までの流れ】



### 【参加者決定後の流れ】



■実習時には、東京都から交通費（都内の港や空港と島しょのを結ぶ船舶又は飛行機）と、島しょ滞在期間における実習時間に応じた報酬（1時間あたり1,113円）の支給、宿泊施設（朝・夕食付き）の提供あり



経営企画室・企画財務課 都連携推進係  
03-5990-5968  
[kz-torenkeisuishin@jmj.tmu.ac.jp](mailto:kz-torenkeisuishin@jmj.tmu.ac.jp)