一般財団法人
地域活性化センター
Japan Center for Regional Development

地域をつないで３０年

第 16 回 自治体アンテナショップ情報交換会　会次第

日時：平成 30 年２月２０日（火）
14:00～16:40
場所：早稲田大学日本橋キャンパスホール
（コレド日本橋　５階）

14:00～14:05　開会・あいさつ

14:05～14:55　第１部「地域にお金を廻す販売戦略」
講師：鈴木 正晴氏（株式会社日本百貨店　代表取締役社長）

14:55～15:05　第２部「地域活性化センターアンテナショップ支援事業について」
説明：（一財）地域活性化センター 振興部 広報室長　畠田 千鶴

15:05～15:25　第３部「インターネット・パンフレットを活用した広告宣伝」
講師：松沢 聡氏（株式会社ぐるなび　加盟店営業部門）

15:25～15:35　休憩

15:35～16:20　【事例発表】（１５分×３団体）
① ここ滋賀の設立経緯・運営について
滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」企画・広報担当　辻 良介氏
② まるごと高知の広報活動
高知県地産外商公社ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ戦略局広報担当ｼﾆｱﾃﾞｨﾚｸﾀｰ 野戸 昌希氏
③ いわて銀河プラザの販売戦略
岩手県産株式会社 東京支店 いわて銀河プラザ 副店長 清水吉彦氏

16:20～16:40　【名刺交換会】

地域活性化センター「自治体アンテナショップ支援事業」について

１　毎年、自治体アンテナショップ実態調査を行い、調査結果はホームページ等で公開しています。また、ニュースリリースを作成し、マスコミ等に情報発信をしています。
２．各アンテナショップの情報をホームページ、フェイスブック（地域づくり現場なう）、情報誌「地域づくり」誌等で掲載しています。
３．自治体アンテナショップ情報交換会を年２回開催しています。
４．アンテナショップの講演や視察を国内・海外に向けて行っています。
５．新規出店、リニューアル、運営改善を希望する自治体アンテナショップからの相談を受けて、アドバイザー派遣、講演、調査等を行っています。（一部有料）
６．自治体、マスコミ、小売店バイヤー、旅行会社、一般ユーザーに対してもアンテナショップの情報提供を行っています。
７．都内アンテナショップと共同で日本語と英語のパンフレットを作成しています（平成 29 年度事業　株式会社ぐるなびと企画・作成）。また、このパンフレットは会社ぐるなびと東京メトロの共同運営サイト「レッツエンジョイ東京」にも連動しています。

【平成２９年度自治体アンテナショップ実態調査結果の特徴】

１．調査の結果、都内のアンテナショップ数は**過去最高の 72 店舗**となった。
２．調査基準以降の出店状況は、平成 29 年 10 月に「ここ滋賀」（滋賀県/日本橋）、同年 7 月に「福岡　久留米館」（久留米広域連携中枢都市圏/新橋）、8 月に「ＮＥＫＩ」（広島県府中市/神田）が出店した。また、平成 30 年 2 月には、徳島県が渋谷に宿泊機能をもつアンテナショップ「ターンテーブル」がオープン。また、複数の自治体が今後の出店、リニューアル、移転を計画している。
３．独立店舗の**年間売上は 1 億円以上が 56 店中 37 店で全体の 66.0%**であった。前回調査（平成 28 年度）では、54 店中 34 店（63.0%）であり上昇傾向にある。
４．年間入館者数は、**「北海道どさんこプラザ」（北海道/有楽町）が 200 万人以上でトップ**であった。続く、100 万人以上 150 万人未満のゾーンは、「とちまるショップ」（栃木県/墨田区）、「表参道・新潟館ネスパス」（新潟県/表参道）、「銀座わしたショップ」（沖縄県/銀座）の３ショップであった。
５．近年、店舗の外観、内装、サービスが洗練されてきており、優れた木造建築に贈られる**ウッドデザイン賞**（「日本橋とやま館」富山県/日本橋）やおいしい料理を提供するお店の判断基準である**ミシュラン**の星（「ときのもり（奈良県/白金台）を獲得するショップ・レストランも出てきた。
６．都内イベントへの出展や販路拡大のための取り組みを行っている団体が増加傾向にあると推測されることから、今回調査から、「外販」「外商」の項目を新たに追加した。
７．今回初めて**インスタグラム**の活用について調査を行ったところ、7 店が導入していた。

（お問い合わせ先）一般財団法人　地域活性化センター　広報室　　畠田・三浦

電話番号 ： ０３－５２０２－６１３７　メール: antena@jcrd.jp

平成２９年度自治体アンテナショップ実態調査結果　一覧

回答があった 72 店舗の内、独立型店舗 56 店舗（都道府県 38 市町村 18）が分析対象

※集合型店舗　16 店舗（コンビニ内 6　その他 20）は対象外

設立年度	店数
1991	2
1992	
1993	1
1994	1
1995	1
1996	
1997	1
1998	1
1999	1
2000	
2001	2
2002	5
2003	3
2004	1
2005	1
2006	4
2007	
2008	2
2009	2
2010	4
2011	1
2012	4
2013	3
2014	7
2015	5
2016	4
合計	**56**

年間入館者数(H28)年度	店数
10万人未満	22
10万人以上20万人未満	5
20万人以上50万人未満	13
50万人以上70万人未満	5
70万人以上100万人未満	5
100万人以上150万人未満	3
150万人以上200万人未満	0
200万人以上	1
未回答	2
合計	**56**

年間売上(H28年度)	店数
3千万円未満	12
3千万円以上5千万円未満	4
5千万円以上1億円未満	2
1億円以上3億円未満	22
3億円以上5億円未満	6
5億円以上7億円未満	6
7億円以上10億円未満	3
10億円以上	0
未回答	1
合計	**56**

面積	店数
100㎡未満	16
100㎡以上200㎡未満	12
200㎡以上300㎡未満	4
300㎡以上400㎡未満	10
400㎡以上500㎡未満	5
500㎡以上700㎡未満	2
700㎡以上1,000㎡未満	5
1,000㎡以上	1
未回答	1
合計	**56**

スタッフ数	店数
10人未満	20
10人以上20人未満	11
20人以上30人未満	11
30人以上	12
不明	2
合計	56

運営主体	店数
地方自治体単独	1
第三セクター、財団、JAなど運営・委託	10
民間・NPO等へ委託	26
地方自治体とその他団体の複数で共同運営	10
その他	9
合計	**56**

事業内容	店数
物産販売	54
飲食施設	32
相談業務	14
観光案内	46
イベント開催	49
展示	33
その他	10

（重複回答）　N=56

開設目的	店数
自治体のPR	53
特産品のPR	54
特産品の販路拡大	51
市場調査・消費者ニーズ	34
観光案内・誘客	49
地元出身者との交流	18
地域間交流	20
地域情報発信（マスコミ等）	47
田舎暮らし・UJIターン	23
企業誘致	7
地元住民の意欲拡大	12
未回答	1

（重複回答）　N=56

運営効果	店数
自治体の知名度アップ	51
特産品の知名度アップ	54
特産品の販路拡大	51
消費者ニーズの把握	38
観光客の増加	41
地元出身者との交流促進	22
地域間交流	19
地域情報発信（マスコミ等）	50
田舎暮らし・UJIターン	16
企業誘致促進	4
地元住民の意欲拡大	12
その他	1
未回答	1

（重複回答）　N=56

インターネットの活用	店数
ホームページ	52
ブログ	10
ツイッター	19
フェイスブック	43
インスタグラム	7
メルマガ	18
ネットショップ	18
その他	1

（重複回答）　N=56

外国人客への接遇	店数
外国語の案内パンフレット	22
ホームページの多言語化	13
レストランメニューの多言語対応	9
語学ができるスタッフ常駐	10
フリーWi-Hiが整備されている	21
免税店である	13
その他	5

（重複回答）　N=56

移住への取り組み	店数
パンフレット・書籍の設置	38
相談員の常駐	6
交流会・イベント等の実施	10
検索システムの設置	3
その他	2
未回答	1

（重複回答）　N=56

外販・外商	店数
外販	41
外商	10
未回答	1

（重複回答）　N=56

取扱い品目	店数
5,000品目以上	1
3,000品目以上5,000品目未満	1
2,000品目以上3,000品目未満	5
1,000品目以上2,000品目未満	16
500品目以上1,000品目未満	12
300品目以上500品目未満	2
100品目以上300品目未満	4
100品目未満	12
未回答・不明	3
合計	56

【自治体アンテナショップ実態調査対象】

調査は、都道府県通じて行い、各アンテナショップ担当課から回答を得た。

①自治体が主体となって設立した施設。（運営は民間セクターでも可）
②常設施設であること。短期間（1年以内）で終了する営業は含まない。
③観光案内所・事務所機能のみの施設は含まない。
④東京都内にあるアンテナショップ。
⑤道の駅、直売所は含まない。
⑥平成29年4月1日現在の状況。
⑦一般財団法人 地域活性化センター 調査

講師および発表団体紹介

○鈴木 正晴 氏（株式会社日本百貨店　代表取締役社長、日本百貨店ディレクター兼バイヤー）

1997 年伊藤忠商事入社。アパレル関連やブランドマーケティングに携わる。日本のスグレモノを国内外で広めるという理念の元 2006 年に独立。2010 年には東京・御徒町に、ニッポンのモノヅクリとスグレモノをテーマにした雑貨店、「日本百貨店」をオープン。現在は東京エキナカや秋葉原の食品専門店など、7 店舗を運営。国内外への百貨店等への卸事業やプロモーション業務なども手掛け、作り手と使い手の出会いの場を提供している。

○松沢 聡 氏（株式会社ぐるなび　加盟店営業部門　Let's ブロック　Let's 営業グループ リーダー）

広告代理店にて消費財メーカー、住宅設備メーカーなどのプロモーション経験を経て、株式会社ぐるなび入社。ぐるなび入社後は、メーカープロモーションや国の震災復興事業、地方自治体の地域活性化事業に従事。その後、地域活性化を行うべく、全国津々浦々、東北地方や北陸地方、中国地方、九州地方、北関東地方のエリアを 4 年ほどかけて担当し、一次生産者の販路開拓や観光・食材・飲食店の切り口でぐるなびのリソースを活用した食を通した地域活性化を行ってきた。2017 年よりインバウンドメディアとインターネットを活用したプロモーションを担当し、さまざまなソリューションの提案を行っている。

○ここ滋賀

かつて近江商人が店を構え、滋賀との縁が深い東京・日本橋に滋賀県の情報発信拠点「ここ滋賀」を昨年 10 月 29 日にオープンしました。１階は、滋賀県の特産品や伝統工芸品を販売するマーケット、総合案内、県内 33 の蔵元の日本酒が味わえる SHIGA'sBAR、そしてイベントスペース。２階は近江牛と発酵をテーマとしたレストランです。東京にいながら滋賀県の魅力を実際に見て、触れて、食べて、感じることのできる施設として運営しています。

○まるごと高知

「高知のヒト、コト、モノの発信拠点」として 2010 年８月、銀座一丁目にオープンしました。１階は野菜やお菓子、調味料など、地下１階は高知県全蔵の日本酒や焼酎や工芸品の販売をしています。２階レストラン「TOSA DINING おきゃく」は、高知の食材を和洋さまざまな料理でお楽しみいただくレストランです。高知の代名詞ともいえる「カツオのたたき」には特にこだわり、高知の漁師が一本釣りしたカツオを店内でさばき、藁焼きしたものを提供しています。

運営は、一般財団法人高知県地産外商公社です。ショップ、レストランの収益事業のほか、プロモーションを専門にするプロモーション戦略局、全国各地の小売・飲食業に県産品を売り込むための外商部が東京、大阪、高知にあります。

○いわて銀河プラザ

銀座にある岩手県のアンテナショップ「いわて銀河プラザ」。岩手県の恵まれた自然が育んだ安全でおいしい食品、職人の技が生み出す工芸品、産地直送直売や観光 PR イベントなど「いわてブランド」を一堂に集結しました。平成 30 年 10 月 20 日にはオープンから 20 周年を迎えます。

滋賀県情報発信拠点
「ここ滋賀」

滋賀県　情報発信拠点　辻

ここ滋賀 概要

外観





RF ：67.91㎡
2F：139.43㎡
1F：145.01㎡



【R階】
テラス



【２階】
レストラン

滋味







【１階】
マーケット／地酒バー
総合案内／イベントエリア

- □ オープン：平成29年10月29日（日）
- □ 所在地：東京都中央区日本橋二丁目７－１　東京日本橋タワー
- □ アクセス：東京メトロ･都営地下鉄「日本橋駅 」B6、B8出口すぐ ＪＲ「東京駅」八重洲北口 徒歩６分

＜営業時間＞

1F　マーケット

10：00 ～ 20：00

地酒バー「SHIGA's BAR」

10：00 ～ 23：00

総合案内「SHIGA's CONCIERGE」

10：00 ～ 20：00

イベントエリア

2F　レストラン「日本橋　滋乃味」

ランチ

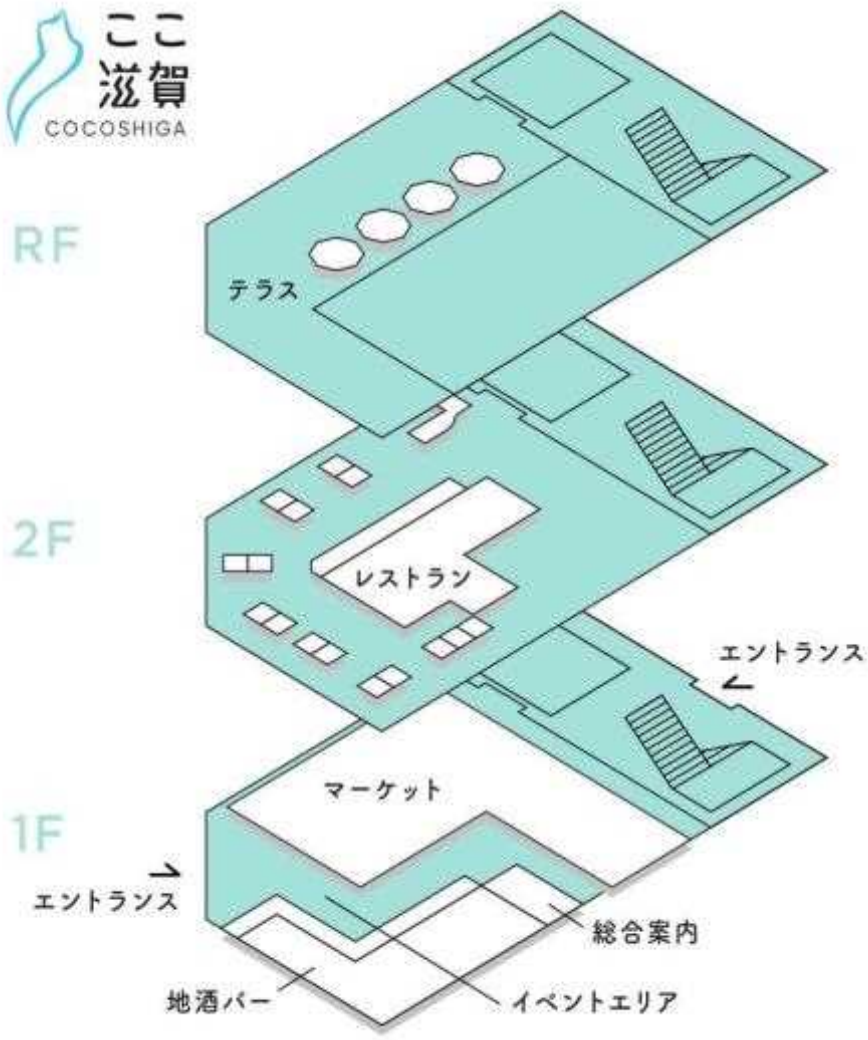
11：30 ～ 14：00

ディナー

18：00 ～ 23：00

RF　テラス

10：00 ～ 23：00



コンセプト

ここ
滋賀
COCOSHIGA



「ここから　ひろがる　滋賀のストーリー」

「ここ」に滋賀があり、
「ここ」で滋賀に触れ、
「ここ」へ来れば滋賀に行きたくなる。
滋賀が世界に誇る琵琶湖をはじめとする豊かな自然や歴史文化、そこで育まれた食やモノ、コト・・・。
「ここ滋賀」で感じた「何か」を探しに滋賀へ。

「全国・世界から選ばれる滋賀へ」

全国・世界から人、モノ、情報が集中する東京で滋賀の魅力を体感いただき、「買う」「食べる」「訪れる」「住む」といった場面で選択されることを目指す。

名称に込めた想い

① 「ここ」に滋賀があり、「ここ」から滋賀を発信する

② 「ここ」へくれば滋賀に行きたくなる

③ 英語表記の「COCO」には、コミュニティ、コワーキング
など、人と人が手を結び共に作るイメージ

④ 滋賀といえば琵琶湖であり、「湖国」の意味



ターゲット

「アンテナショップが好きな層、滋賀県人」のニーズを捉えながら、戦略的に拡大をしていくターゲットとして、「上質さを求める女性」や、企画催事で広がりをもたらせる「ビジネスパーソン」、10年間の運営を前提にした場合の中長期的な戦略ターゲットである「インバウンド」を設定。

戦略ターゲット①

上質さを求める女性



・日本橋周辺に勤務している、上質さを求める女性。日頃から質の高い食事、友人との意見交換、友人へのプレゼントなど、安くてたくさん、ではなく、センスの良い・先見性を感じられる選択に惹かれる。話題性のある内容や、友人に語れるストーリーに重きを置いている。
・休日に日本橋にショッピングに訪れる女性。手間のかかった丁寧なものが好き。

戦略ターゲット②

日本橋に勤めるビジネスパーソン



・日本橋周辺に勤めるビジネスパーソン。新たな知識をインプットして、自身のスキルを磨きたい人。同様の意識を持った人と繋がりたい人。企画催事のセミナーなどに参加。

戦略ターゲット③

インバウンド(欧米・アジア)

・訪日外国人観光客。日本に何度も来日をしており、なかなか行かないような場所を発掘したり、コアな日本を知り、先を行くトレンドを作りたい人。

ベース利用者

アンテナショップファン＋滋賀県人



・売上の基盤を作るメインターゲットは、特定の県に限らず、アンテナショップが好きな50代～の夫婦。日本橋周辺のアンテナショップ巡りを行い、1度に何店舗も周遊をし、日常的に利用頻度高く来店をする層。

・滋賀県出身で東京で働いている、滋賀県の方。県の特産品に触れたい・食べたいと感じた時や、滋賀の空気感を感じたい時に来館する層。

目標

平成31年度に　　**来館者数45万人**、**拠点年間売上２億円**

	H29	H30	H31	H32	H33	計
①来館者数（人）	187,500	405,000	450,000	450,000	450,000	1,942,500
②拠点売上（百万円）	83	179	199	209	219	889

「どうして日本橋？」近江商人ゆかりの地・日本橋

日本橋・三越前周辺には各地域のアンテナショップが集結していますが、滋賀県が日本橋を拠点に選んだ理由はそれだけではありません。日本経済の中核となる大手企業が拠点を置く日本橋、実は滋賀県ゆかりの地域でもあるのです。

江戸に日本橋が作られた慶長8年（1603年）、日本橋は東海道をはじめとする“五街道の起点”となり、それ以降急速に諸国の人々の往来で賑わいました。大都市江戸の流通を担当したのが三河、伊勢の商人に加えて近江商人でした。江戸のまちづくりに大きく貢献した近江商人には日本橋の一等地が与えられ、現在も近江商人にルーツを持つ企業は当地で経営を続けています。

例えば、日本橋に東京本社をおく総合商社「丸紅(株)」は滋賀県豊郷町で創業。ここ滋賀のお隣にも日本橋店を構える(株)髙島屋の、屋号の由来は近江国高島郡（現・滋賀県高島市）。日本橋に開業して400年来の歴史を誇る老舗寝具店の西川産業(株)も、滋賀県近江八幡市の近江商人が創業者です。そんなゆかりある日本橋の地から、滋賀県の魅力を発信していきます。

近江ゆかりの日本橋

近江商人と日本橋の深い関係

江戸時代から経済の中心であった日本橋。滋賀から多くの近江商人が商いに訪れ、店を構えた。彼らが繁栄を築いた根幹となる精神は、今も生き続けている。



●西川仁右衛門

450年以上の歴史あり 元祖・近江商人

近江国蒲生郡に生まれた初代西川仁右衛門は、1566年に蚊帳、生活用品の商売を始める。近江八幡町に店を構えてから商売を拡大し、1615年には江戸・日本橋に支店を開設した。現在も変わらず、近江を代表する老舗企業である。

※イラストは9代目西川仁右衛門の肖像画を基にしたもの





●伊藤忠兵衛

繊維卸商から世界的な総合商社へ

11歳で行商を始めた初代忠兵衛は麻布の持ち下り業で商才を発揮。呉服太物商を開店し、今日の伊藤忠商事の礎を築いた。二代目忠兵衛となった後も日本橋人形町に進出し、海外へも次々と出張所を開設していく。





●飯田新七

世界へ視点を広げた高島屋の創業者

初代飯田新七が高島市で始めた、古着と木綿を扱う「高島屋」。「志を広大にして日本中はおろか世界の人を得意先として商売する心がけが肝要である」という言業をもとに、二代目以降も積極的な経営を行い、1933年日本橋に高島屋を開店した。







日本橋交差点の変遷













経緯

年度	概要
H26	• 首都圏情報発信拠点あり方検討プロジェクトチーム設置 • 拠点機能の検討 • 物件情報収集
H27	• 物件情報入手 • 協議・交渉
H28	• 契約締結 • 運営委託・設計委託プロポーザル
H29	• 内装整備 • 商品公募・メニュー検討・催事受付

「ここ滋賀」開設にかかる契約関係

契約内容	事業者名　等
建物賃貸	契約額8,640,000円/月（税込）（H29.4.1～H39.3.31）
運営	UDS株式会社　無償（H28.12.13～H34.3.31）
内装整備	〔B工事〕 契約金額17,496,000円（H29.6.23～H29.10.5） 〔C工事〕 契約金額128,341,800円（H29.6.19～H29.10.10）

内装（１F）









内装（２F）







内装（RF）





内装整備での企業協賛

企業名	内　容	数量	設置場所
オプテックス株式会社	自動ドアセンサ	1式	自動ドア
	ソーラーLED照明	1台	R階テラス
赤木屋ホールディングス株式会社	コーヒーブルーワー	1台	地酒バー
大塚オーミ陶業株式会社	信楽焼きのカウンター天板	1式	1階カウンター
株式会社ひらつか建築	地酒バーハイチェア	5脚	地酒バー
株式会社安藤製材所	総合案内椅子	3脚	総合案内
	レストランカウンター椅子	6脚	2階カウンター
艸方窯	光る洗面器	1台	女性用トイレ





オプテックス（大津市）



赤木屋



大塚オーミ陶業（甲賀市）



ひらつか建築（多賀町）




安藤製材所（彦根市）



艸方窯（甲賀市）

県関連企業の採用製品

企業名	内　容	数量	備　考
大湖産業株式会社	ロールスクリーン	23本	（東近江市）
株式会社LIXIL	レストラン壁面タイル	1式	（甲賀市）
株式会社ひらつか建築	オトバコ	2台	（多賀町）
株式会社安藤製材所	レストランテーブルと椅子	13台	（彦根市）コナラ材
ー	暖簾	2か所	高島帆布、湖東の麻



２階レストラン個室の間仕切りも大湖産業の製品

ＩＮＡＸ信楽工場で焼成したタイル





オトバコはスマホを差し込むことで音が反響してスピーカーのように拡声する装置（多賀の杉・欅と湖東の麻で制作）

永源寺森林組合のコナラ材を使用



高島帆布の暖簾





「滋乃味」文字は東近江のはんこ職人斎藤江湖氏が揮毫

映像による情報発信









いつも何か楽しいことがある「企画催事」

各地域のアンテナショップが集結している日本橋・三越前周辺。各アンテナショップでは物産販売はもちろん食やイベント等、多機能化が進んでおり、滋賀の魅力をどう打ち出すか「差別化」できる企画や演出が求められています。

「ここ滋賀」は、アンテナショップの開業タイミングとしては各地域より後発となり、かつ全館のフロア面積としても他より狭いという条件の中、各地域のアンテナショップと差別化するために

多様な「魅力体感企画催事」

をテーマに、“ここ滋賀にいけば、毎日違う何か楽しいことに出会える”ような、様々な切り口での催事を実施していきます。県内事業者や生産者、自治体主催の催事を中心に、地域のヒト、コト、モノや四季などさまざまな角度から滋賀を切り出して演出。

“何度来ても新しい発見がある”。

日本橋という立地を生かして、周辺勤務のビジネスパーソンや、休日のお買い物客層がリピートしたくなるアンテナショップを目指します。



□たとえば・・・こんな出会いの提供を想定しています。



平日の帰り道・・・
「ここ滋賀」にふらっと立ち寄ると、1F地酒バーで飲み比べイベントをやっていて、蔵元の方のお話を聞きながら、発酵食との食べ合わせまで体験できた。

平日のお買いもの中・・・
お買い物の帰りみち、最近話題の発酵食についてのインナービューティ講座に参加。自家製発酵食品の作り方を学べた。





休日のお散歩中・・・
「ここ滋賀」の前を通ると琵琶湖一周サイクリングの講座をやっていた。県内でレンタサイクルして周ることもできるらしい。

ニュースレター「SHIGA's GUIDE」

毎月の企画催事情報、商品情報、レストラン情報を掲載し、加えて県内の情報と連動しながら情報発信を行うニュースレター

発行日：毎月15日
発行部数：１万部
仕様：A5サイズ、８ページ冊子

表紙デザインは毎月のテーマをもとに、滋賀県在住の切り絵作家 早川鉄兵氏の切り絵で表現。

11月のテーマは「秋の収穫祭　～近江の食を楽しもう～」であることから、近江牛・近江米・湖魚がモチーフとなっている。



“ここ滋賀にいけば、毎日違う魅力に出会える”ような、様々な切り口での企画催事を実施。
県内事業者や生産者、各市町、団体主催の企画催事を中心に、地域のヒト、コト、モノや四季などさまざまな角度から滋賀を切り出して演出。

ここ滋賀では、運営事業者が都内で運営する２つの施設をサテライト施設として利用が可能！

①LEAGUE有楽町
住所：千代田区有楽町2-10-1
　　東京交通会館ビル6階
ｱｸｾｽ：JR「有楽町」駅徒歩1分
利用人数：着席80名、立席100名まで

②INBOUND LEAGUE新宿
住所：新宿区新宿五丁目15-14
ｱｸｾｽ：東京メトロ「新宿三丁目」駅徒歩2分
利用人数：着席80名、立席100名まで



「ここ滋賀」企画催事









「ここ滋賀」企画催事









「ここ滋賀」企画催事









1F：滋賀の本物が「買える」「飲める」「聞ける」

滋賀の魅力を販売するマーケット

県産の旬の野菜や米、加工食品やお茶、菓子等の特産品から、信楽焼や織物など伝統工芸品を販売。



テイクアウト

県産の「みずかがみ」を使用したおむすびや、ここ滋賀オリジナルコーヒー、近江の茶、ソフトクリームのテイクアウト。



地酒バー「SHIGA's BAR」

滋賀県酒造組合協力のもと、県内33の蔵元の地酒が楽しめるバー。



【メニュー】

・滋賀の地酒	300円～
・滋賀の地酒飲み比べ 4種	1000円～
・はじめての鮒ずし	500円
・近江牛の生ハム	1,000円
・近江のお茶（朝宮・土山・政所）	各600円～

総合案内「SHIGA's CONCIERGE」

県内の旬な観光案内をはじめ、UIJターンによる、移住や就職情報も提供。

滋賀県でしか買えなかったモノ

・これまで滋賀県でしか買えなかったモノも、１Fのマーケットで手に取れるようになります。

・「近江牛」「発酵食品」をはじめとする食品はもちろん、ギフト需要に応える手土産向けの商品、工芸品など。

＜つい手にとりたくなる滋賀のモノ＞

びわ湖真珠

（淡水パール）



「無核」の琵琶湖真珠ならではの個性
養殖に３年かけ、自然の力ではぐくまれる

琵琶湖で真珠がとれること自体、広く知られていないが、かつてヨーロッパを中心に、琵琶湖でとれる真珠は人気を集めていた。昨今、琵琶湖の水質改善などを機に、ふたたび琵琶湖真珠が輝きを取り戻している。
琵琶湖固有のイケチョウガイを母貝とする琵琶湖真珠。特徴は、一つひとつ違う色合いや形にある。しずくのような形、平たい形やぷっくりとした形、色合いも深みのあるピンクやベージュに近いピンクと、同じものは一つとしてない。

サラダパン

（つるやパン）



ご当地グルメとしてしばしば取り上げられるサラダパンも、「ここ滋賀」で楽しめる。パンの中にはたくわんが・・・！

ギフト向け

（近江米など）



自分へのごほうびや大切な人へのプレゼントに向く、ギフト向け商材も豊富。上質感と品質を兼ね備えた品が揃う。

グッズ

（コクヨ工業滋賀など）



滋賀県発祥の飛び出し防止「とび太くん」グッズや、琵琶湖をぐるっと書ける定規など、滋賀県ならではのグッズも。

! 東京デビュー!?の滋賀の食

・「滋賀県の食」と聞いて、思い浮かぶのは何でしょうか？案外、首都圏で滋賀の食は詳しく知られていないかもしれません。

・「ここ滋賀」のオープンを機に滋賀県民以外にとっては“初耳”な、東京デビュー？！の食を、体感してください。

＜地元では知られているけれど、「ここ滋賀」をきっかけに東京デビュー?!する食情報＞

通称「赤こん」

赤こんにゃく



インパクトあるビジュアルのご当地グルメ！

「地元では、こんにゃくは赤いものだと思っていた」と言われるほど、地元では古くから親しまれているのが近江八幡名物赤こんにゃく。鮮やかな色はインパクトが大きく、料理のアクセントにもなる。

1F ☞マーケットで購入可能

サカナのスキヤキ!?

じゅんじゅん



湖魚や鶏肉を「じゅんじゅん」した鍋！

じゅんじゅんとは、琵琶湖の漁港をもつ地域の一部にその名前が残されてきた郷土料理。スキヤキ風の味付けをした鍋料理で、「じゅんじゅん」とは鍋で煮える音を擬音語として名詞化したものという説がある。スキヤキといえば牛肉だが、「じゅんじゅん」は湖魚や鶏肉を使うものを指すことがほとんど。

2F ☞日本橋「滋乃味」でメニュー展開予定（時期による）

! 個性がひかる滋賀の酒

・「滋賀県」が隠れた美酒の宝庫であることは、首都圏ではまだあまり知られていません。
しかし実は今、日本酒マニアが滋賀県のお酒に熱視線を送っています。

・滋賀の日本酒の特徴は、蔵ごとに個性豊かな酒造りに徹していること。滋賀の酒＝●●、と一言で言い表せないことが特徴ともいえます。

・その個性は、滋賀県の気候風土や琵琶湖をはじめとする地理的要因が大きいと言われています。

“SHIGA’s BAR”でできることは・・・？

●対話型の日本酒体験

バーカウンターでは、33の蔵元の個性的な地酒が楽しめるだけでなく、日中は語り部による販売や、蔵元による実演販売も実施。対話型で、つくり手とコミュニケーションをとりながら美味しい地酒をいただく時間は、「ここ滋賀」ならではです。

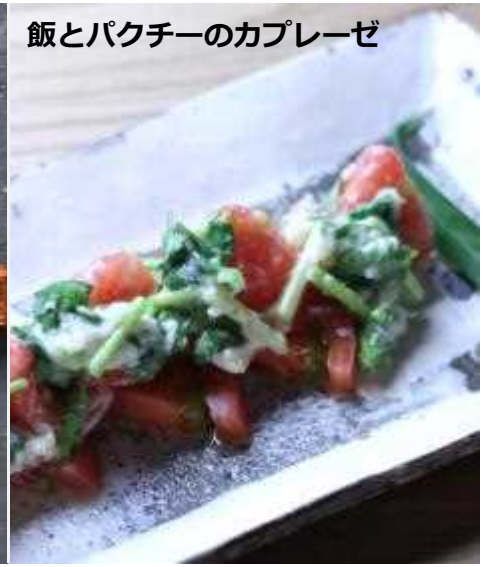
●バースペースを活用した多彩な日本酒イベント

バースペースをイベントスペースとして活用し、関連のイベントも多彩に実施予定。
セミナー形式や飲み比べイベント、信楽焼での試飲会など、地酒を入り口に滋賀を知るきっかけの場所として、「SHIGA’s　BAR」を展開していきます。

参考文献
※滋賀県酒造組合・滋賀県酒造業共同組合　パンフレット「滋賀の酒」 ※「SHIGA’S　BAR」東京農業大学教授小泉武夫氏　寄稿

2F：滋賀を「食する」


近江牛の味噌漬け焼き


飯とパクチーのカプレーゼ

日本橋
滋乃味

<ディナー>
・発酵出汁の旨酸っぱい豚しゃぶ（1人前） 2,500円
・本日の近江牛の炭火焼き 2,500円
・本日の近江米土鍋ご飯 800円
・コース 5,000円、 8,500円

<ランチ>（平日のみ）
・近江一汁三菜定食 1,200円
・近江牛の肉吸いうどん 1,000円
・近江牛定食 2,900円

日本橋　滋乃味
（にほんばし　じのみ）

滋は滋賀県の「滋」の音読み
栄養があってよい味であること
を指す滋味の「滋」でもある。
この「滋」を用いながら、「滋
賀」の「味」を楽しんでもらえ
るお店であることを込めている。

東京視点で「食」を提供

・２Fレストラン「日本橋 滋乃味」では、「食」という入り口から滋賀の魅力を伝えるため、東京ならではの「編集」をほどこしたメニュー提案を行ってます。

・地方の楽しみ・魅力・奥深さは、「食」。その土地で、その土地ならではの風や雰囲気のなかで食べるからこそ美味しいと考えます。ゆえに「日本橋 滋乃味」では、滋賀で食べられるものをそのまま持ってくるのではなく、東京ならではの編集をほどこすことで、奥深い文化の「入り口」を知るきっかけを提供することを目的としています。

・日本橋ならではの上質な空間とお料理、そしてお酒を楽しんでいただけます。



＜提供メニューのコンセプト＞

近江牛
発酵（鮒鮓・なれずし）
WASHOKU



＜利用想定シーン＞

会食　お祝い　デート

友人とお食事　同僚とお食事　家族とお食事

コース料理

近江牛をメインに盛り込んだコースメニューを提供
（5,000円、8,000円）

アラカルト料理

鮒ずしや近江牛、湖魚を使ったメニューで、
きちんと美味しいアラカルト料理も用意。

! 食のトレンド“発酵食”

・今、日本のみならず世界中で「発酵」が食のトレンドとなっています。世界中からシェフが料理に発酵技術を取り入れるため来日したり、各地で行われている発酵をテーマにしたイベントも大盛況を見せています。

・そんな食のキラーコンテンツでもある「発酵」、実は滋賀県の食文化のひとつでもあります。

・代表的な「鮒ずし」をはじめとして、脈々と受け継がれてきた滋賀県ならではの発酵食文化を、「ここ滋賀」で体験・学習できることも魅力のひとつです。

＜体調が悪いときこそお寿司を食べる？！＞

発酵食品は、体験的に体によいことが知られ、古くから世界各地で伝承されてきました。たとえばヨーグルトのはじまりは、紀元前5000～6000年頃とされます。また日本でも縄文・弥生時代には、発酵を利用した干物やなれずしが作られていたようです。さらに遣唐使が奈良・平安時代に中国に渡り、みそ、酢、酒、醤ひしお、漬物のはじまりを日本にもたらしたとされています。
今、「菌活」などといったキーワードとともに注目されているこの「発酵食」。海のない滋賀県だからこそ、古くから発酵食文化が根付き、その代表的なもののひとつが「鮒ずし」です。

ふなずし
鮒ずし



滋賀県では、子供のころ、風邪をひいたりおなかの調子が悪いときに鮒鮓を食べさせられた、という経験を持つ人も多い。それほど、栄養価が高い発酵食品、鮒ずし。

現存する最古の寿司とも言われる「鮒すし」。琵琶湖でとれるニゴロブナの内蔵を取り、一旦塩漬けにする。その後、塩抜きした二ゴロブナを飯で漬けこみ、乳酸発酵させたもの。

高知のヒト、モノ、コトの発信拠点









高知県アンテナショップ

おきゃく高知



広報活動について

2010年８月21日オープン

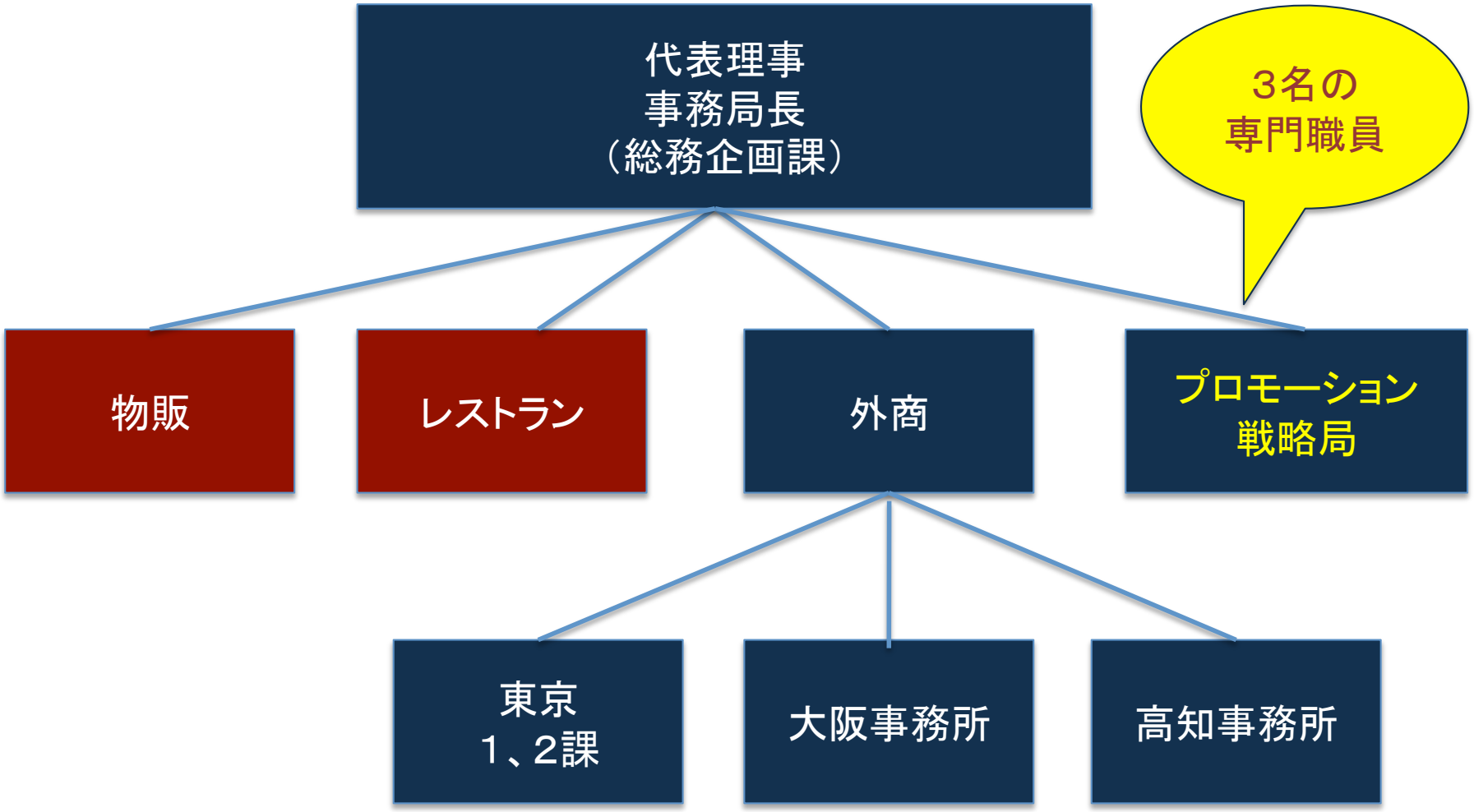




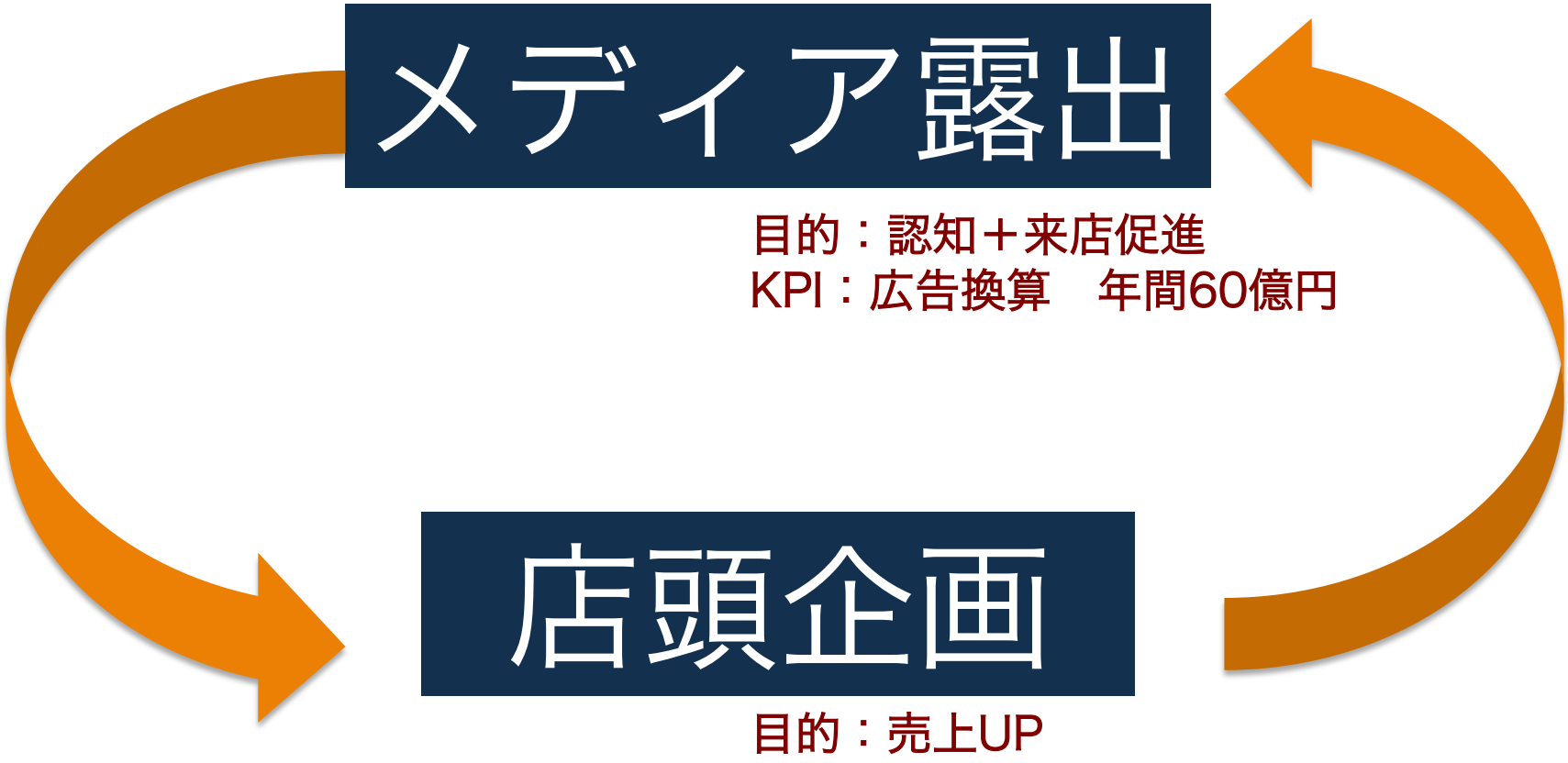




運営は高知県地産外商公社



広報活動の軸



店頭プロモーションの実例をご紹介します

事例 1

●キリンビール「高知で乾杯」の発売初日を「解禁日」に店頭で乾杯





事例２

店舗オリジナル商品として高知の「宴席遊び」を詰め込んだ「高知お花見セット」





お花見セット企画のスキーム

プレスリリース → **新聞掲載** → テレビ露出 → 店頭販売

完売

事例３

100種類を超えるゆず関連商品の販売強化のための「＃ゆず活」を企画







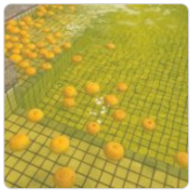


更新情報

2017年12月21日

【本日は冬至】最高の #ゆず活 DAYです！

本日は冬至。 11月より行ってきた「#ゆず活」フェアの最終日です。みなさん、2カ月間ゆずを楽しまれましたか？？



2017年12月21日

【主婦必見！】今年はゆず活クリスマス【#ゆず活】

イルミネーションが街を彩り、クリスマスムードが高まってきた。毎年この時期になると、「今年のクリスマスディナーは何にしよう…。」と悩んでいる人も多くいることだろう。そこで今回のブログは、前回紹介したゆずジャムを使った『豚バラのゆずジャム煮』を紹介したい。



2017年12月20日

【ゆずの種の使い方】実は簡単に化粧水がつくれるぞ！



「＃ゆず活」企画のスキーム

店頭POPでお客様に訴求



ゆず関連商品の売上
昨年同月比**１２０**％！

「＃ゆず活部」を創設
Webに情報拡散





Twitter 424投稿
Instagram 192投稿
計 **616投稿**をget！

冬至の日に
高知県の柚子を
テレビで露出



全国放送の情報番組でPR
広告換算**２千万円**！

そのほかにも、広報活動の一環で
こんなことをやっています

事例１

●東京から高知を盛り上げる有志の集まり「関東海援隊」

会員1,200人

東京から高知を盛り上げる。

関東海援隊

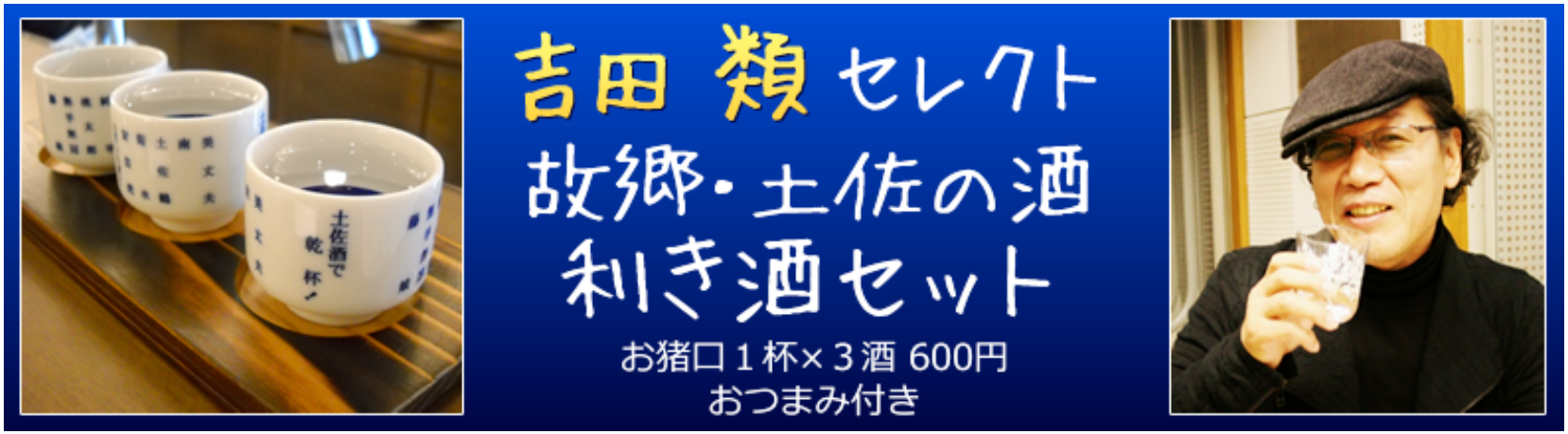






事例２

●「酒場放浪記」でご活躍の吉田類さんと一緒に
年間を通して土佐酒の盛り上げる企画を展開しています









事例３

●お客様を集めて、ショップで扱う商品の試食会を定期的に開催しています





「いわて銀河プラザの販売戦略」

いわて銀河プラザ　清水吉彦

1998年

長野オリンピック開催の年



10月20日
いわて銀河プラザ銀座5丁目に開店

岩手県産株式会社について

当社は、県産品の販路拡大を通じて、県内の産業振興に寄与することを目的として、昭和39年12月に設立されました。

地場産品の販路拡大を目的とした第三セクターとしては日本で初めて設立された会社。

平成26年12月17日に創立50年を迎えました

岩手県産株式会社　営業拠点について













本社
ららいわて
ら ら平泉店

仙台営業所
ら ら仙台店

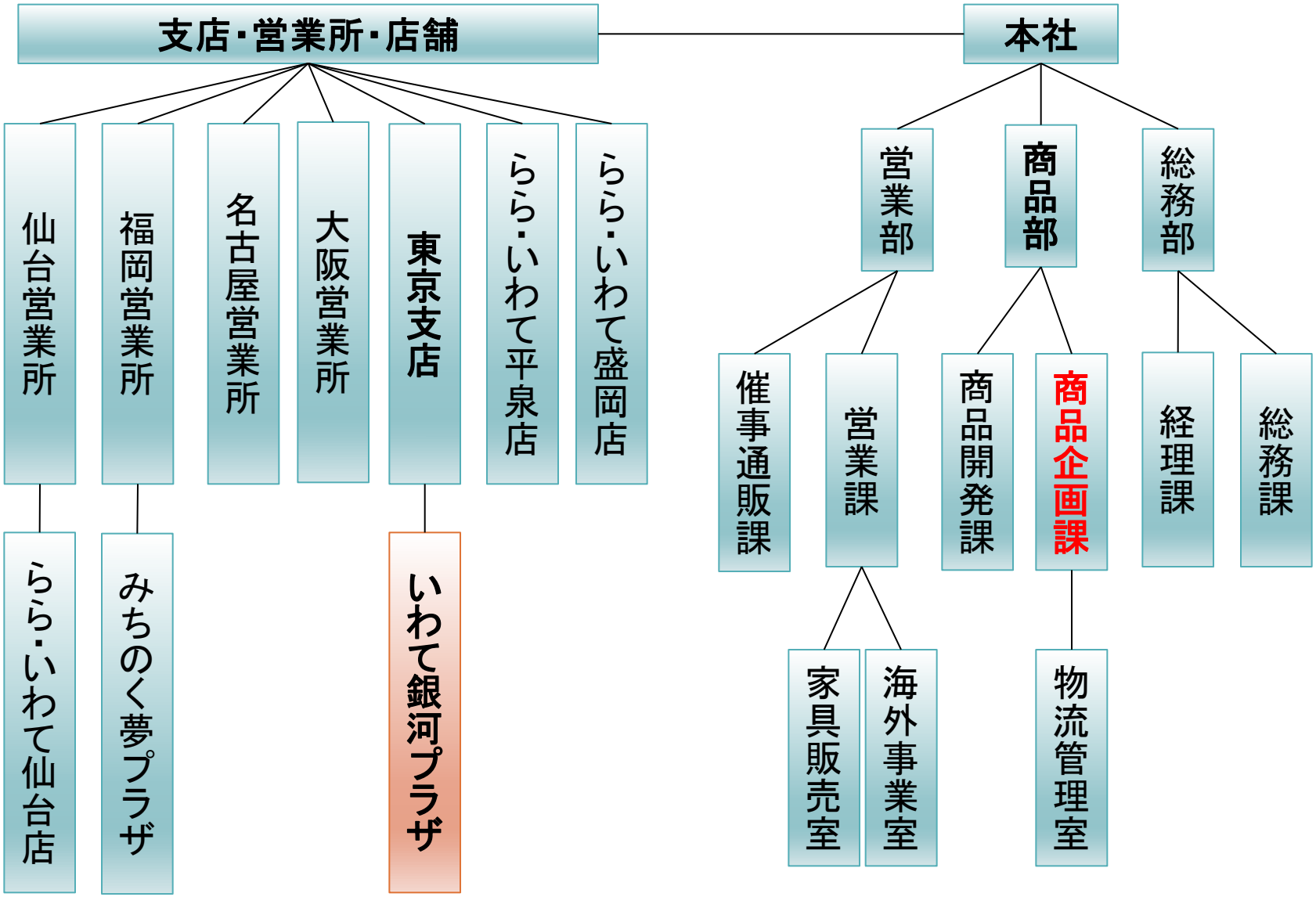
東京支店
いわて銀河プラザ

大阪営業所

名古屋営業所

福岡営業所
みちのく夢プラザ

岩手県産株式会社　組織図



いわて銀河プラザ施設概要

施設名	面積	概　要
総合ｲﾝﾌｫﾒｰｼｮﾝ（観光情報ｺｰﾅｰ）	70㎡	33市町村観光ﾊﾟﾝﾌﾚｯﾄ展示、観光相談等
アンテナショップ	240㎡	食品、酒類、民工芸品等
イベントスペース	100㎡	県内各種団体による物産販売等
ﾋﾞｼﾞﾈｽｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ	55㎡	岩手県内企業の首都圏活動拠点(6ブース)
Uターンセンター	75㎡	就職情報の提供、相談等（定住相談含む）
その他付随施設	213㎡	倉庫、トイレ、玄関等

いわて銀河プラザ売上TOP10

平成29年4月1日～12月30日

順位	商品名	規格	販売金額
1	切り落としショルダーベーコン	200g	10,123,544円
2	小岩井ソフト(Sサイズ)		5,918,596円
3	三陸海宝漬	350ｇ	5,691,298円
4	小岩井ソフト(Mサイズ)		4,168,283円
5	鉄瓶		4,012,078円
6	まめごろう（南部煎餅）	7枚	2,747,073円
7	トロイカベイクドチーズケーキホール	5号	2,525,612円
8	サヴァ缶スリーブ3種	170g×3	2,451,462円
9	ミニかもめの玉子パック	6個入	2,337,563円
10	ぴょんぴょん舎盛岡冷麺	2食	2,311,581円

平成29年4月1日～12月30日

順位	商品名	規格	販売金額
11	くるみ餅（ゆべし切りおとし）	185ｇ	1,967,231円
12	ミニかもめの玉子化粧箱 15個	15個入	1,965,305円
13	南部煎餅詰合せ8種	18枚	1,825,421円
14	おばあちゃん南部煎餅（ﾋﾟｰﾅﾂ	12枚	1,741,565円
15	岩泉ヨーグルト 加糖	1000ｇ	1,735,291円
16	おいしいわかめ	400ｇ	1,706,759円
17	弁慶のほろほろ漬け	115ｇ	1,599,040円
18	おさしみわかめ	400g	1,588,231円
19	ミニかもめの玉子化粧箱	9個入	1,547,298円
20	厚焼きせんべい　7枚入	7枚入	1,486,393円
21	いかせんべい	7枚	1,470,763円
22	岩泉プレーンヨーグルト　1Ｌ	1000g	1,413,352円
23	ＳＬ銀河弁当		1,341,365円
24	ゆべし切り落とし（塩）	185ｇ	1,322,817円
25	ごま摺り団子　8個入		1,284,001円
26	普代産すき昆布	1枚入	1,279,945円
27	輪切り切干大根	80ｇ	1,262,888円
28	南部そば	300ｇ	1,158,684円
29	アフォガート		1,158,159円

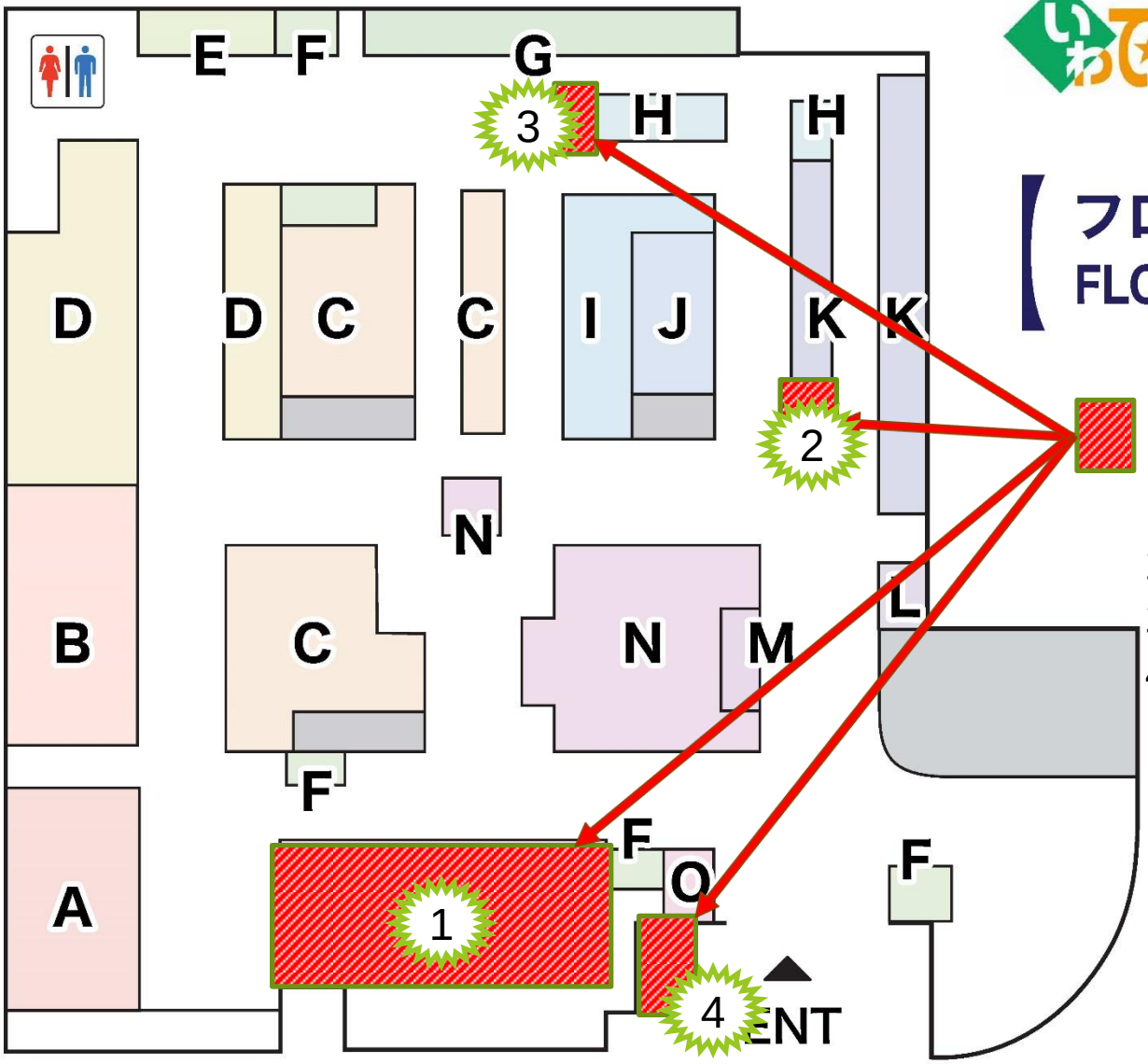
順位	商品名	規格	販売金額
30	豚ロース(スライス)	380g	1,155,371円
31	いぶしの里ももハム	102ｇ	1,132,179円
32	天然生わかめ	360g	1,117,575円
33	前沢牛めし		1,100,180円
34	練りくるみっこ	130g	1,094,375円
35	三色せんべい　7枚	7枚	1,088,172円
36	かもめの玉子　化粧箱	12個入	1,087,086円
37	岩手のお弁当		1,044,465円
38	ｻｳﾞｧ缶ﾊﾟﾌﾟﾘｶﾁﾘｿｰｽ	170g	1,002,910円
39	かもめの玉子　パック	4個入	993,078円
40	岩手の海藻サラダ	200ｇ	986,419円
41	短角牛ﾛｰｽｽﾃｰｷ肉	180ｇ	967,170円
42	あわび海宝漬	220ｇ	961,611円
43	青なんばんみそっこ胡瓜	150ｇ	908,870円
44	中村家　うに海宝漬	350g	908,540円
45	さばのオリーブオイル漬け	170ｇ	905,340円
46	短角牛肩ロース	200ｇ	878,467円
48	湯通し塩蔵わかめ	130ｇ	867,101円
49	豆パンロール		854,079円
50	いちご煮　小袖屋	415ｇ	848,665円

いわて銀河プラザ施設概要

施設名	面積	概　要
総合ｲﾝﾌｫﾒｰｼｮﾝ（観光情報ｺｰﾅｰ）	70㎡	33市町村観光ﾊﾟﾝﾌﾚｯﾄ展示、観光相談等
アンテナショップ	240㎡	食品、酒類、民工芸品等
イベントスペース	100㎡	県内各種団体による物産販売等
ﾋﾞｼﾞﾈｽｻﾎﾟｰﾄｾﾝﾀｰ	55㎡	岩手県内企業の首都圏活動拠点(6ブース)
Uターンセンター	75㎡	就職情報の提供、相談等（定住相談含む）
その他付随施設	213㎡	倉庫、トイレ、玄関等

いわて★銀河プラザ

【 フロアガイド FLOOR GUIDE 】



イベントコーナー

1.イベントコーナー
2.工芸前
3.ワイン売り場前
4風除室

イベントコーナー利用事例



平成29年9月　洋野町物産展

イベントコーナー利用事例



平成29年11月　岩手県酒造組合

イベントコーナー利用事例



平成29年11月　三陸・けせん観光協議会

イベントコーナー利用事例



平成29年11月　普代村・岩清水産直フェア

イベントコーナー利用事例













風除室での弁当・惣菜の販売

銀河プラザの誘客

- イベントコーナー…2～14日で入れ替わり
- 作りたて弁当販売…1～2週間で入れ替わり
- 商品の数…300社3,000アイテムが並ぶ

- 岩手県の文化と利用する客層に合わせた商品を展開（日配品で誘客）
- お客様を飽きさせない売り場づくり

いわて銀河プラザ年間売上の比較

