

## 第20回 自治体アンテナショップ情報交換会 会次第

日時：令和2年2月19日（水）14：30～17：40

場所：早稲田大学日本橋キャンパス ホール

**14：30～14：35 【開会・挨拶】**

一般財団法人地域活性化センター 常務理事 北村 潤一郎

**14：35～15：20 【基調講演】（45分）**

講師：原 研哉 氏

（グラフィックデザイナー／株式会社日本デザインセンター代表取締役社長）

**15：20～15：50 【特別講演】（1団体 15分×2団体）**

①「銀座・日本橋エリアにおけるインバウンド振興活動について」

発表者：株式会社アライブ・ホスピタリティ・デザイン代表取締役 中 弥生 氏

②「ショップ以外での販売事例」

発表者：株式会社みずほ銀行 公共法人部 渉外第二チーム 晝間 友仁 氏

株式会社ハートエージェンシー営業開発部 副部長 鶴田 敏 氏

**15：50～16：05 休憩**

**16：05～17：05 【店舗事例発表】（1団体 20分×3団体）**

①ひろしまブランドショップ TAU

発表者：村上 祥平 氏（ひろしまブランドショップTAU 店長）

栗根 麻衣子 氏（広島県東京事務所 次長）

②果房 メロンとロマン

発表者：渡邊 照秀 氏（青森県つがる市東京事務所 次長）

③日本橋とやま館

発表者：荻浦 明希子 氏（日本橋とやま館（富山県首都圏本部）館長）

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝ 閉会 ＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

**17：05～17：40 【名刺交換会】**

**【参加者の皆様へお願い】**

- ・ 基調講演（14：35～15：20）中は、関係者以外の会場内の録画や写真撮影はご遠慮ください。
- ・ 携帯電話・スマートフォンはマナーモードに設定いただきますようお願い申し上げます。

## 出演者・出演団体のご紹介（登壇順）①

### 【基調講演】

#### ○ 原 研哉 氏

（グラフィックデザイナー／日本デザインセンター代表取締役社長）

1958 年生まれ。グラフィックデザイナー。日本デザインセンター代表取締役社長。武蔵野美術大学教授。

世界各地を巡回し、広く影響を与えた「RE-DESIGN：日常の 21 世紀」展をはじめ、「HAPTIC」「SENSEWARE」「Ex-formation」など既存の価値観を更新するキーワードを擁する展覧会や教育活動を展開。

また、長野オリンピックの開・閉会式プログラムや、愛知万博のプロモーションでは、深く日本文化に根ざしたデザインを実践した。

2002 年より無印良品のアートディレクター。活動領域は極めて広いが、透明度を志向する仕事で、松屋銀座、森ビル、蔦屋書店、GINZA SIX、MIKIMOTO などの VI を手がける。

外務省「JAPAN HOUSE」では総合プロデューサーを務める。

2019 年 7 月にウェブサイト「低空飛行」を立ち上げ、個人の視点から、高解像度な日本紹介を始め、観光分野に新たなアプローチを試みている。

著書『デザインのデザイン』（岩波書店、2003 年）、『DESIGNING DE-SIGN』（Lars Müller Publishers, 2007）、『白』（中央公論新社、2008 年）、『日本のデザイン』（岩波新書、2011 年）、『白百』（中央公論新社、2018 年）など著書多数。

### 【特別講演】

#### ○ 「銀座・日本橋エリアにおけるインバウンド振興活動について」

中 弥生 氏（株式会社アライブ・ホスピタリティ・デザイン代表取締役）

老舗店や有名ブランドの直営店が立ち並び日本有数の繁華街である銀座は、昨今インバウンドの増加によりさらなる賑わいを見せています。また、100 年以上の歴史がある組織団体「全銀座会」は銀座ブランドの確立に寄与してきました。当組織をはじめ関連団体と連携をとりながら、銀座ホテル協議会（仮称）の立ち上げや自治体アンテナショップとの連携、AfterMICE としての役割の確立を目指し、銀座を訪れるインバウンドの方々に、東京だけではない日本の魅力を伝えていきます。

#### ○ 「ショップ以外の販売事例」

晝間 友仁 氏（株式会社みずほ銀行 公共法人部 渉外第二チーム）

鶴田 敏 氏（株式会社ハートエージェンシー営業開発部 副部長）

みずほ銀行では、大手町と内幸町にある本部ビル等の展示スペースにおいて、地方公共団体のアンテナショップと連携して、地域の特産品を販売する物産展を開催しています。株式会社ハートエージェンシーでは、みずほ銀行から物産展の運營業務全般を受託しており、地方公共団体とのリレーションを深めながら地方創生に貢献しています。



# 第20回自治体アンテナショップ情報交換会

## ショップ以外での販売事例 【ハートエージェンシーの取組】

株式会社ハートエージェンシー



















# 開催に向けクリア(考慮)すべき課題

物産展開催については以下の項目等について、費用対効果等事前の検討が必要となります。

- ① 人員の確保・・・2人～10人
- ② 物量の確保・・・地元生産会社からの配送
- ③ 手数料・・・出店コスト(固定・販売額比例)

## おわりに

- ・今回はクローズドマーケット活用的一端をご紹介します。
- ・売上面・PR面共に妙味があるだけでなく、従業員の満足度も高く、双方Win-Winの関係を構築しております。

～ご清聴ありがとうございました～