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

第２７回　自治体アンテナショップ情報交換会

日　　時：令和５年１月 31 日（火）14:00~16:10
開催方法：ハイブリッド（リアル＋オンライン）開催
会　　場:WASEDA NEO 教室８（コレド日本橋）

●事例発表資料について

・事例発表①　栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」
・事例発表②　石川県アンテナショップ「いしかわ百万石物語・江戸本店」
・事例発表③　長崎県アンテナショップ「日本橋 長崎館」

●問い合わせ先

一般財団法人　地域活性化センター　地域創生・情報広報グループ
【メール】　antena@jcrd.jp
【電　話】　03-5202-6137

栃木県アンテナショップ

とちまるショップ

運営概要

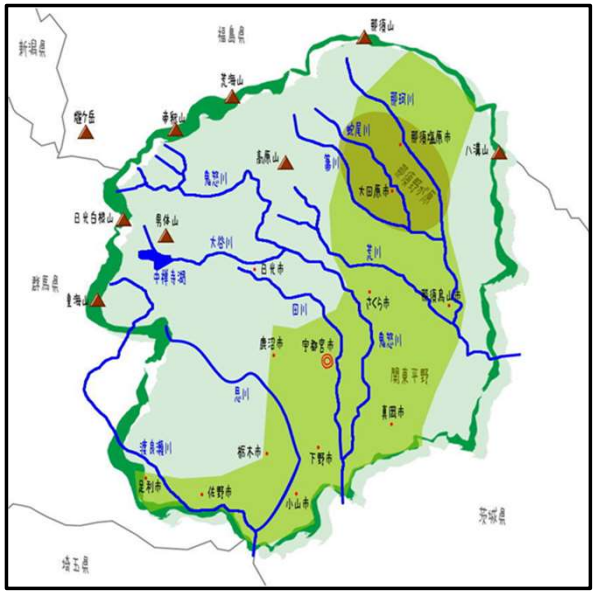
株式会社ファーマーズ・フォレスト

FARMERS FOREST GROUP

栃木県について

【特 徴】

関東地方北部に位置する、内陸県で、県庁所在地の宇都宮までは新幹線で約50分の距離にある。人口は、約191万人で、関東地方最大の面積を誇る。県土の約54%を森林が占める自然豊かな県で、国際観光地日光をはじめ、温泉郷として知られる那須、塩原、鬼怒川、川治など多くの観光資源に恵まれている。
産業は、農林業、商工業、観光業のバランスがとれ、全国有数の産業県となっている。
特に「いちご」は生産量54年連続日本一を誇り、「いちご王国・栃木」を掲げている。



青線：一級河川　緑地域：平野

栃木県について

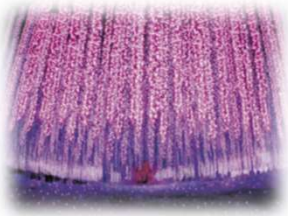
【産 業】

農業は、「いちご」の生産量以外にも米や麦、野菜などの農産物の多くが生産量全国トップテン入りするほど盛んであり、那須野が原などの高原部が酪農地となっており、生乳の生産量は本州一である。

工業は、運搬に最適な東北自動車道と北関東自動車道などの幹線道路が整備され首都圏からアクセスがしやすく、各産業団地等には有名大手企業等が数多く立地している。

観光業は、国立公園のある日光エリア、鬼怒川や塩原など温泉郷、那須高原での保養施設など、自然観光もありながら世界遺産日光の社寺や足利学校など歴史文化財、あしかがフラワーパーク、モビリティリゾートもてぎなどテーマパークなどの人気の施設もあり首都圏からの観光客が多い。

商業は、地域の特産物を活かした小売業や飲食店が発展し、ビジネス客や観光客が多く、宿泊サービス業も盛んである。

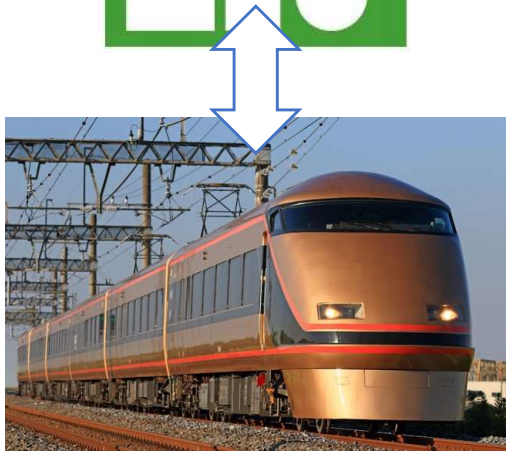


施設概要①

【名 称】　栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」

【営業時間】　10:00～21:00　年中無休　※ソラマチの営業に準ずる

【所 在】　東京都墨田区押上１丁目１－２東京ソラマチ イーストヤード4F



栃木県とスカイツリーは
東武線で繋がっている関係

平成24年5月22日に東京ソラマチと東京スカイツリーの開業とともにオープン

施設概要②

【外 見】

大型スクリーンで情報発信

特別イベントスペース

裏手窓側大型パネルで名所訴求

施設概要③

【店 内】

店内の商品は
テーマごとに
配置

観光＆情報コーナー

地元人気商品コーナー

売れ筋商品

日本酒コーナー

銘菓土産商品コーナー

施設概要④

【テイクアウトコーナー】

▲テイクアウトコーナー

▲通年レギュラー商品

【夏季限定】
日光天然氷

【冬季限定】
餃子ドッグ(仮)

【新作】
餃子風ライスバーガー

運営状況①

【運営体制】

アンテナショップ協議会

栃木県

【各市町】
宇都宮市　足利市　栃木市
佐野市　鹿沼市　日光市
小山市　真岡市　大田原市
矢板市　那須塩原市
さくら市　那須烏山市
下野市　上三川町　益子町
茂木町　芳賀町　市貝町
壬生町　野木町　塩谷町
高根沢町　那須町
那珂川町
計25市町

連携

栃木県アンテナショップ とちまるショップ

(運営会社) 株式会社ファーマーズ・フォレスト

運営統括責任者　1名

行政担当窓口　1名

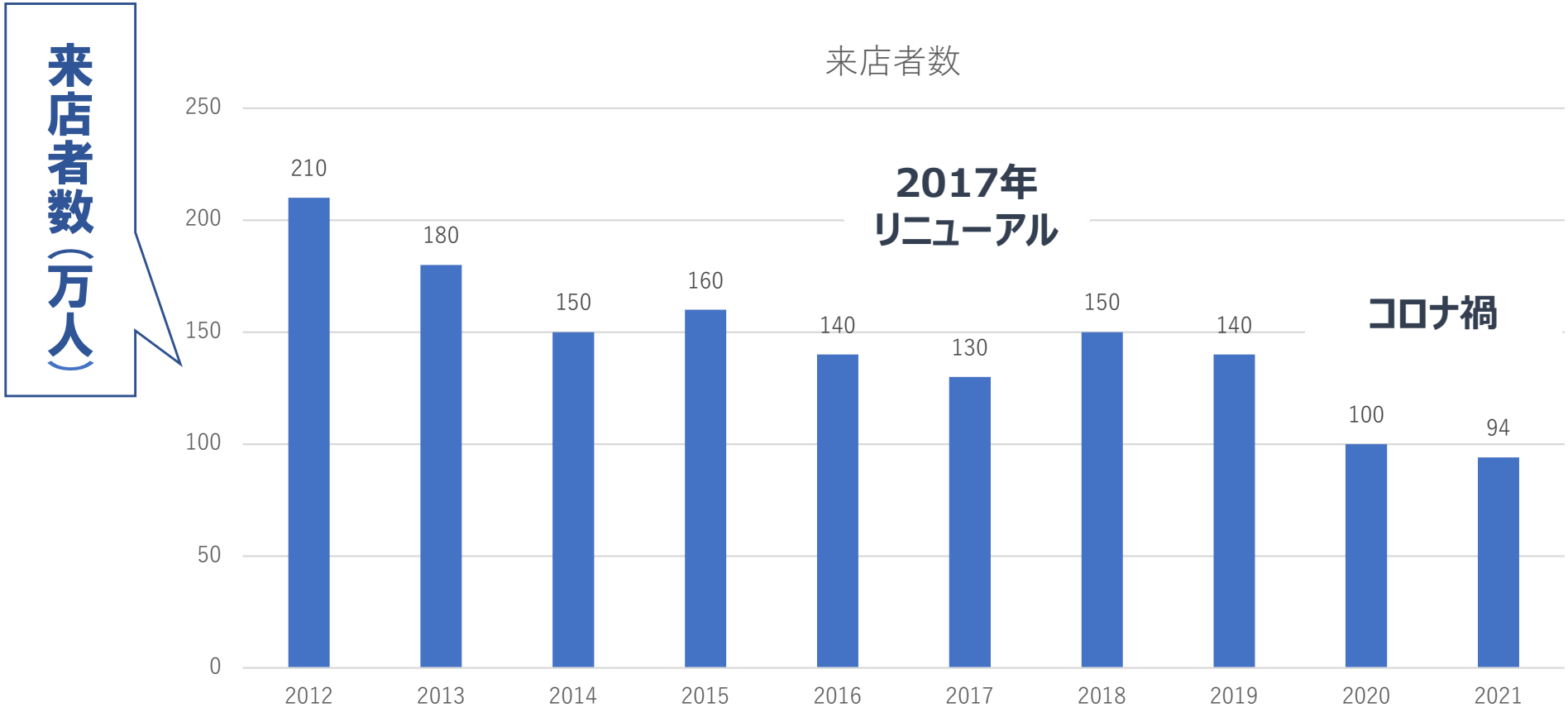
- 物流ユニット
- 商品バイヤーユニット
- 催事担当スタッフ
- 広報戦略ユニット
- デザインユニット
- トラベルユニット

店舗責任者　1名

- 相談役　1名
- 東京オフィスサポート
- ハウスアテンダント
  10名～12名

運営状況②

とちまるショップの来客数の推移



平均150万人の来店者数　全国アンテナショップ59店舗中3位以内

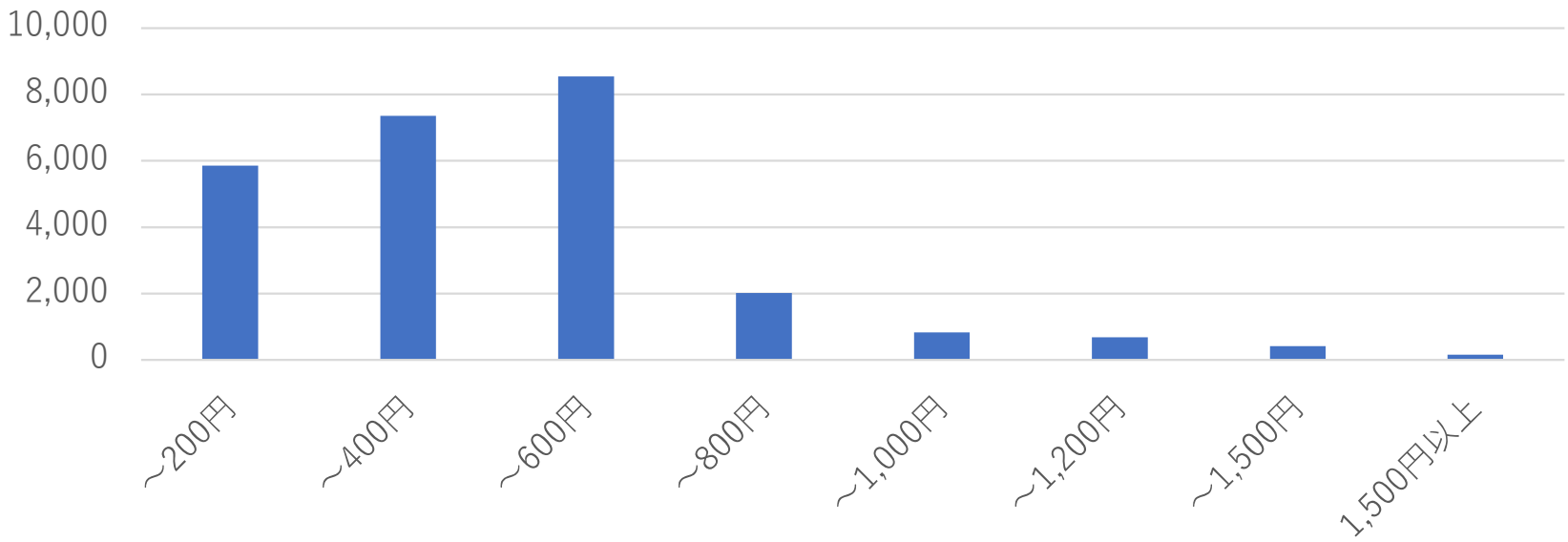
商業施設内（ソラマチ）の集客力をうまく利用

運営状況③

とちまるショップの売筋傾向(2022年4月～9月)

	単日平均			お客様1名平均		
	売上	客数	販売商品数	購入金額	購入個数	単価
とちまるショップ	318,867	375	1,045	850	3	305

価格別の販売数(2022年4月～9月)



運営状況④

【売れ筋人気商品】

年間販売数NO.1　レモン牛乳

テイクアウト関連

伝統和菓子 古印最中

銘菓 トラピストガレット

いちご関連菓子

宇都宮餃子各種

佐野らーめん

金谷ホテルベーカリー

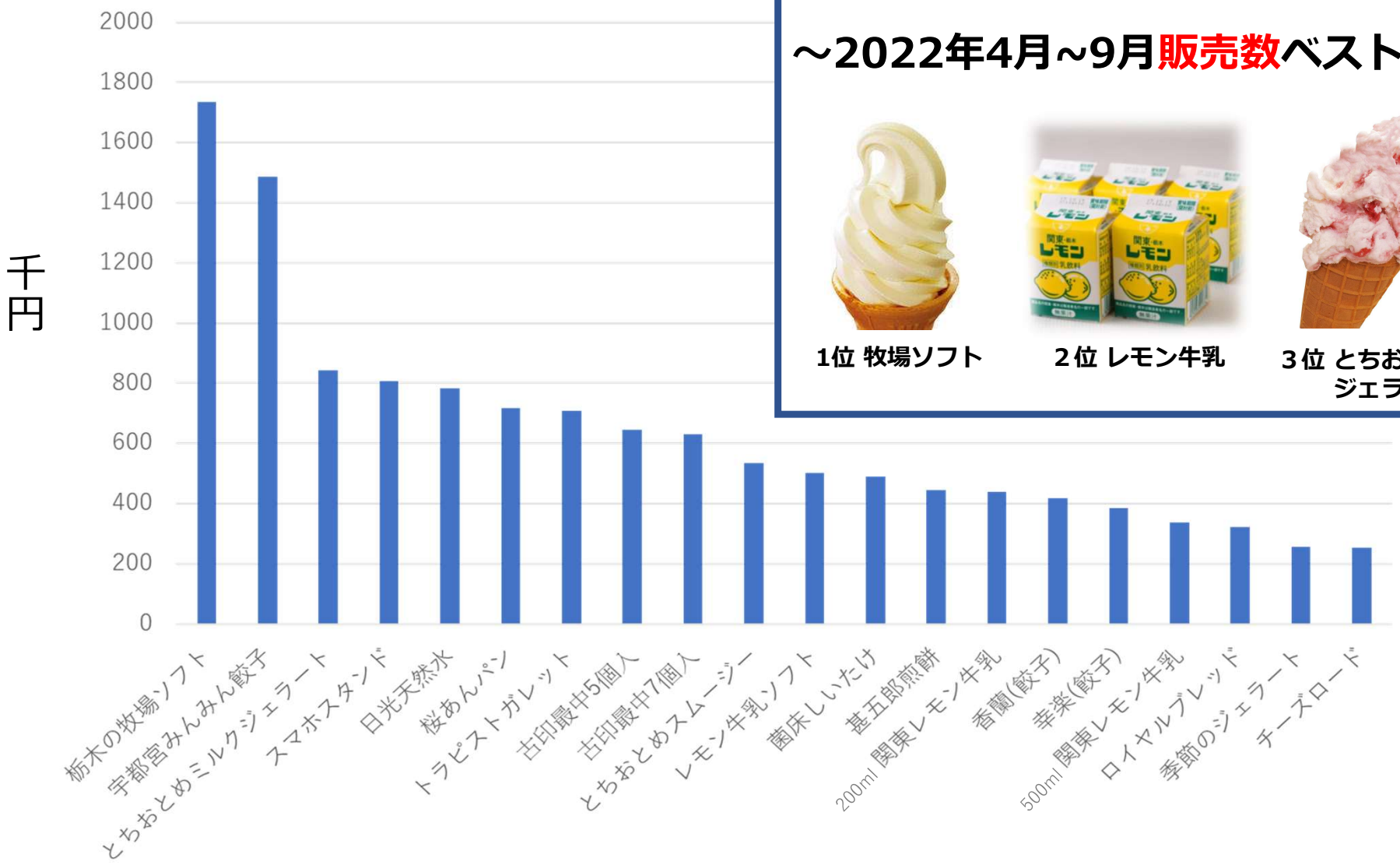
受賞日本酒

クラフトビール

工芸品

運営状況⑤

とちまるショップの商品別売上実績(2022年4月～9月)



～2022年4月~9月販売数ベスト３～

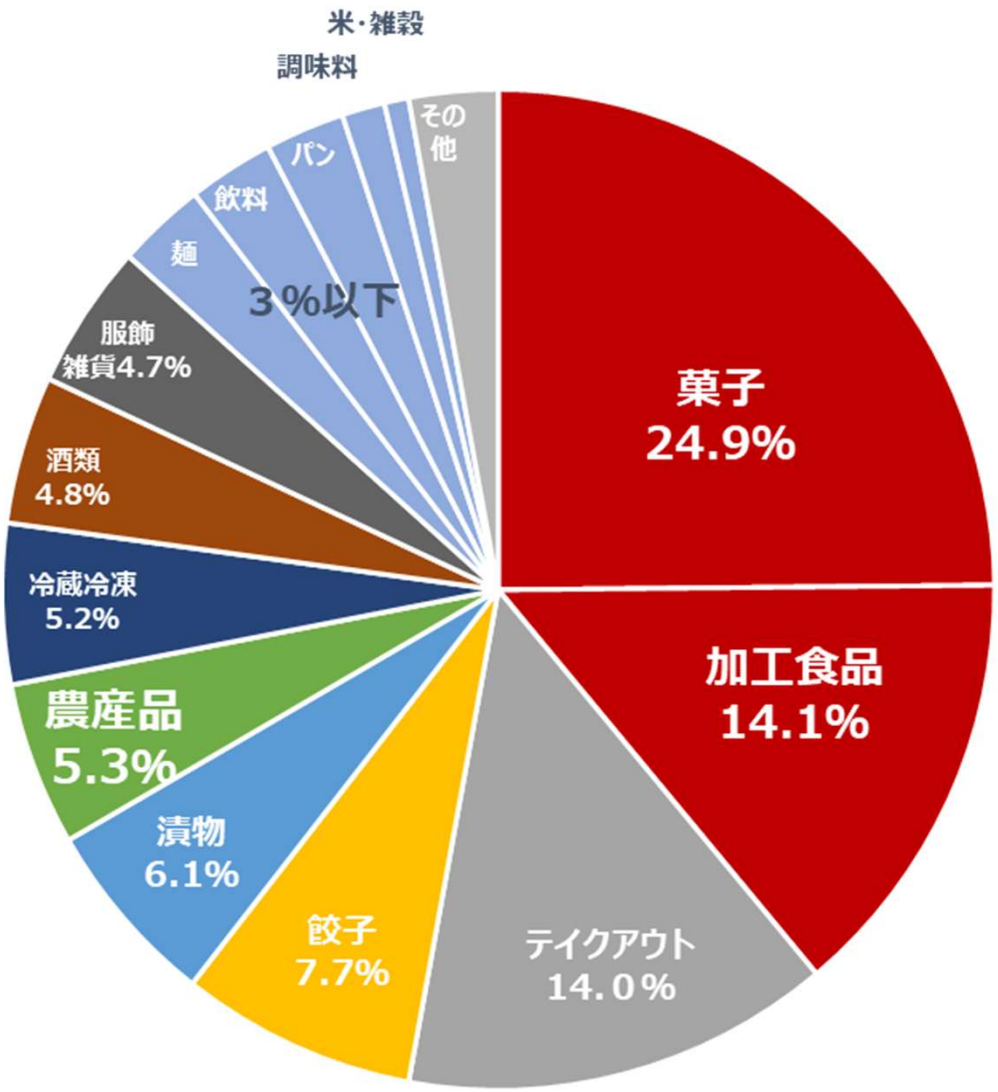
1位 牧場ソフト

２位 レモン牛乳

３位 とちおとめ
ジェラート

運営状況⑥

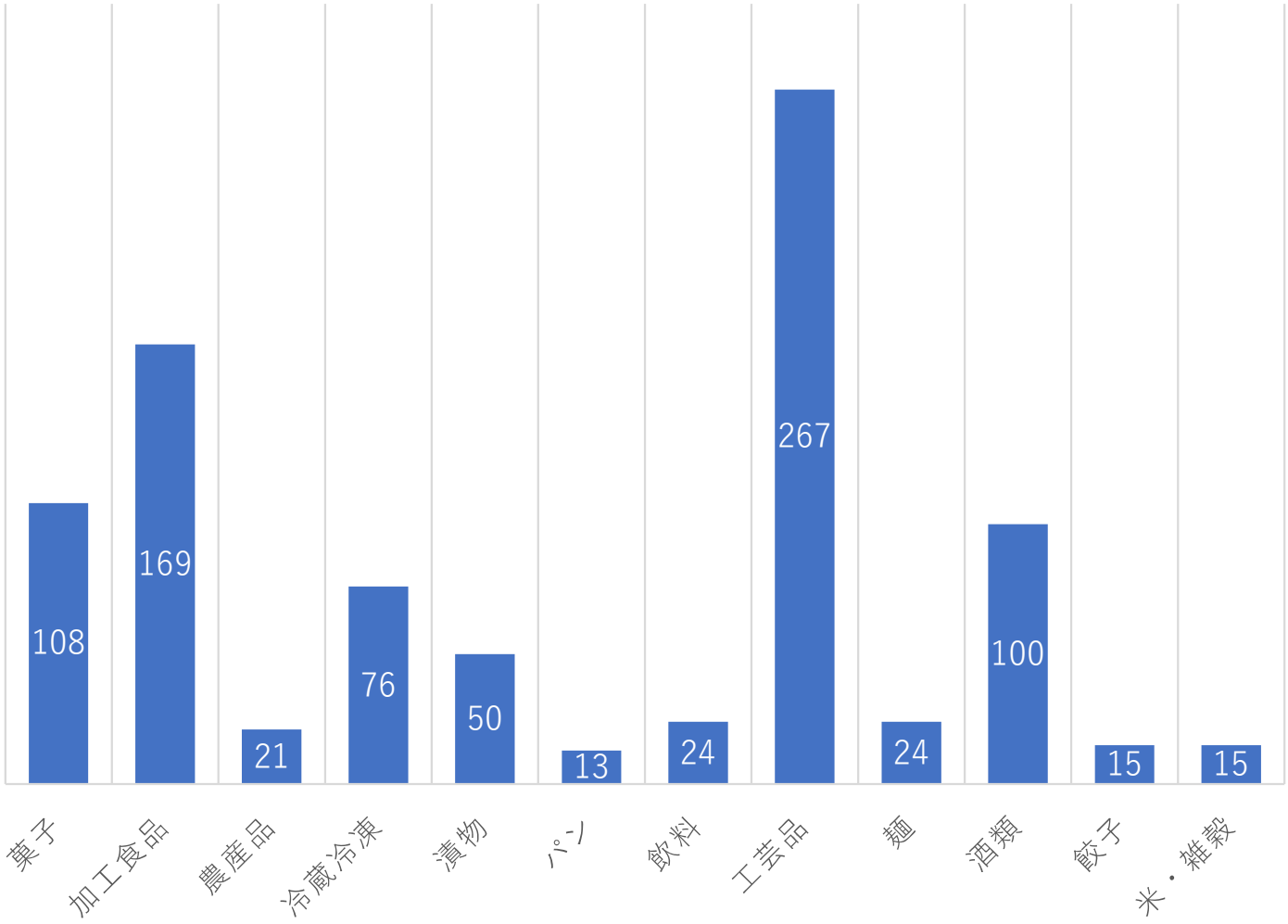
販売構成比(2022年4月～9月)



・菓子、加工食品で約4割を占めている
・行動制限緩和でテイクアウトは前期比223%増
・他の商品も前期比120%～160%増
・農産品のみ前期比横ばい
※コロナ禍でも安定して購入される

運営概要

商品数（2022年9月現在）



レモン牛乳関連グッズ

各市町キャラ関連グッズ

工芸品関連

運営概要

【活動方針】　10年間の運営から培ったノウハウを活かす

▼初期段階のテーマ

▼第3期運営のテーマ

くらしを愉しみ、旅をいろどる
～ライブエンターテイメントショーケースとちぎ～

【運営ポイント】

1，店舗にいながらにして栃木の「暮らし」や「旅」を五感で体感できるライブ感のある店舗運営

2，在庫や場所に依存しない販売機会を創造し、店舗をショーケースとしてお客様の知りたい情報や欲しいモノへの接点を増やし、顧客満足の最大化と安定した店舗運営

3，ライブコマースや動画配信、インフルエンサーコミュニケーションを通じて、距離や時間を超越した情報発信を展開

取り組み①

【特集企画】　県との連携で特集企画を構築

■イベントスペースは各市町や県内事業者が都内でのPRやテスト販売の場として活用

▶各市町ＰＲ

▶事業者ＰＲ

取り組み②

【販売制度】　チャレンジ販売制度で新たな商品の掘り起こし

四半期ごとに募集
■直接申請
■県市町から紹介

3ヶ月間の販売
■手数料の緩和
■買取など待遇

結果フィードバック
■店舗責任者の総評
■好評商品は継続販売

■今年度実績

小山市　加工肉業者

栃木市　繊維製造工場

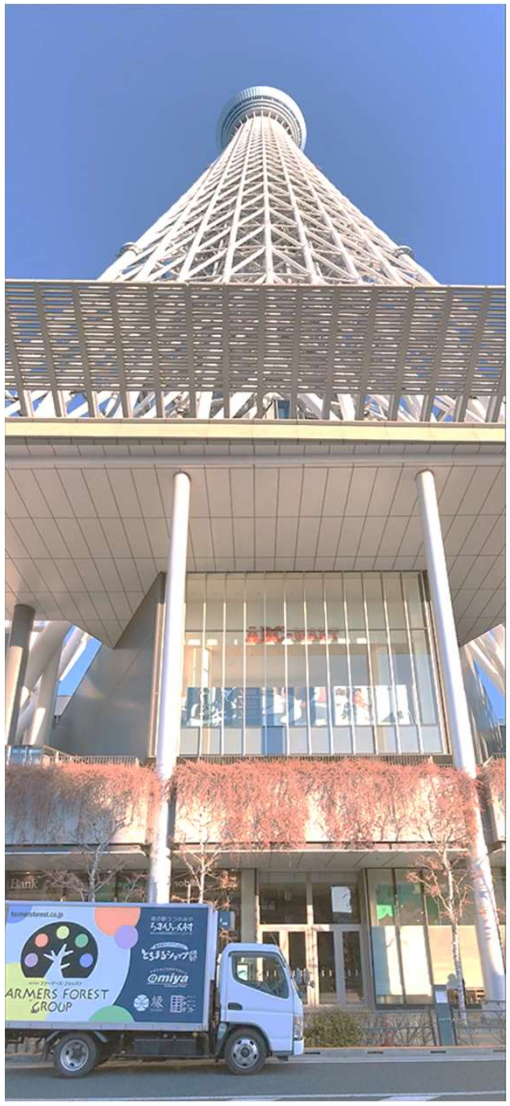
佐野市　いちご農場

【現在絶賛販売中】

取り組み③

【物 流】

独自の物流機能「とちまる便」



とちまるショップでは毎月2回の「とちまる便」による商品運搬を本施設開設当初より、実施しており、都内に構える本施設においては、どうしても商品の運搬コストがかかってしまうところをカバーしている。商品運搬コストによって売価設定の整合性問題や出品の断念などの問題が生じる懸念があったが、「とちまる便」は事業者の商品運搬コスト削減に大きく貢献し、出品しやすい環境を構築させた。25市町の特集企画やチャレンジ販売制度においても活用している。また、この機能を活かし、新鮮な農産物の配送も行っている。

取り組み④

【情報発信】　戦略的広報活動を展開

▼SNSを活用

▼オリジナルYoutubeチャンネル開設

▼ＱＲコードで事業者や観光情報を発信

★今後店舗から商品情報や
特集企画模様をライブ
配信予定

取り組み⑤

【外部出展】　外部出展で栃木をＰＲ

■外部で「栃木県物産展」やイベント出展を実施

▼企業出展

▼屋外出店

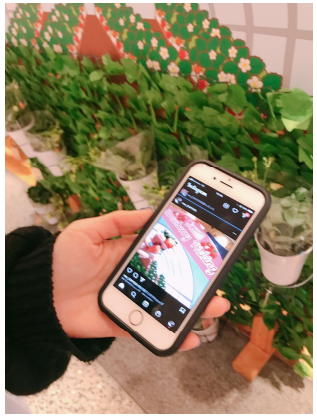
▶栃木県との距離を活かし鮮度のある農産物を用意
どこの会場でも人気

▲とちおとめ100%スムージーは大人気

取り組み⑥

【その他】 リアル体験コンテンツで栃木をＰＲ

▼店舗でいちご狩り体験



▼東京周遊ツアー企画

ご清聴ありがとうございました

石川県アンテナショップ

いしかわ百万石物語

江戸本店

令和５年１月３１日

石川県商工労働部経営支援課

株式会社シ･ピ･エル(店舗運営事業者)

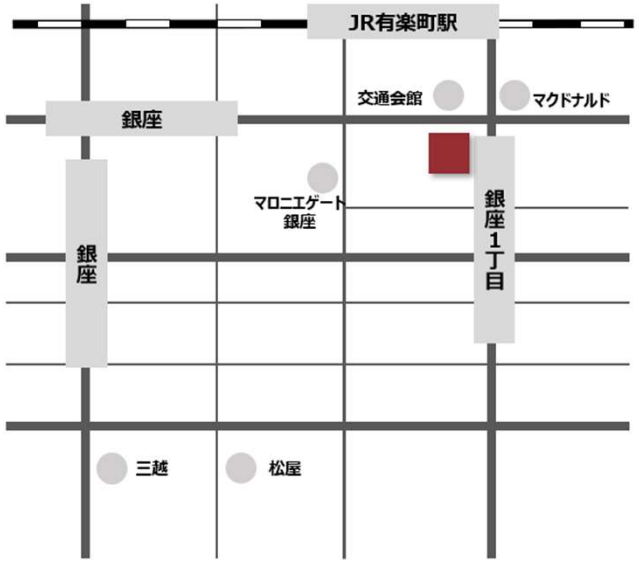
いしかわ百万石物語・江戸本店

店舗名称

いしかわ百万石物語・江戸本店

店舗所在地

中央区銀座２－２－１８　TH銀座ビル



開設日

平成２６年１０月８日
（北陸新幹線金沢開業の約半年前）

令和２年３月６日リニューアルオープン
（北陸新幹線金沢開業５年の節目）

フロアガイド

2F いしかわ見聞録

・観光情報の発信
・伝統工芸品の展示販売
・イベントの実施

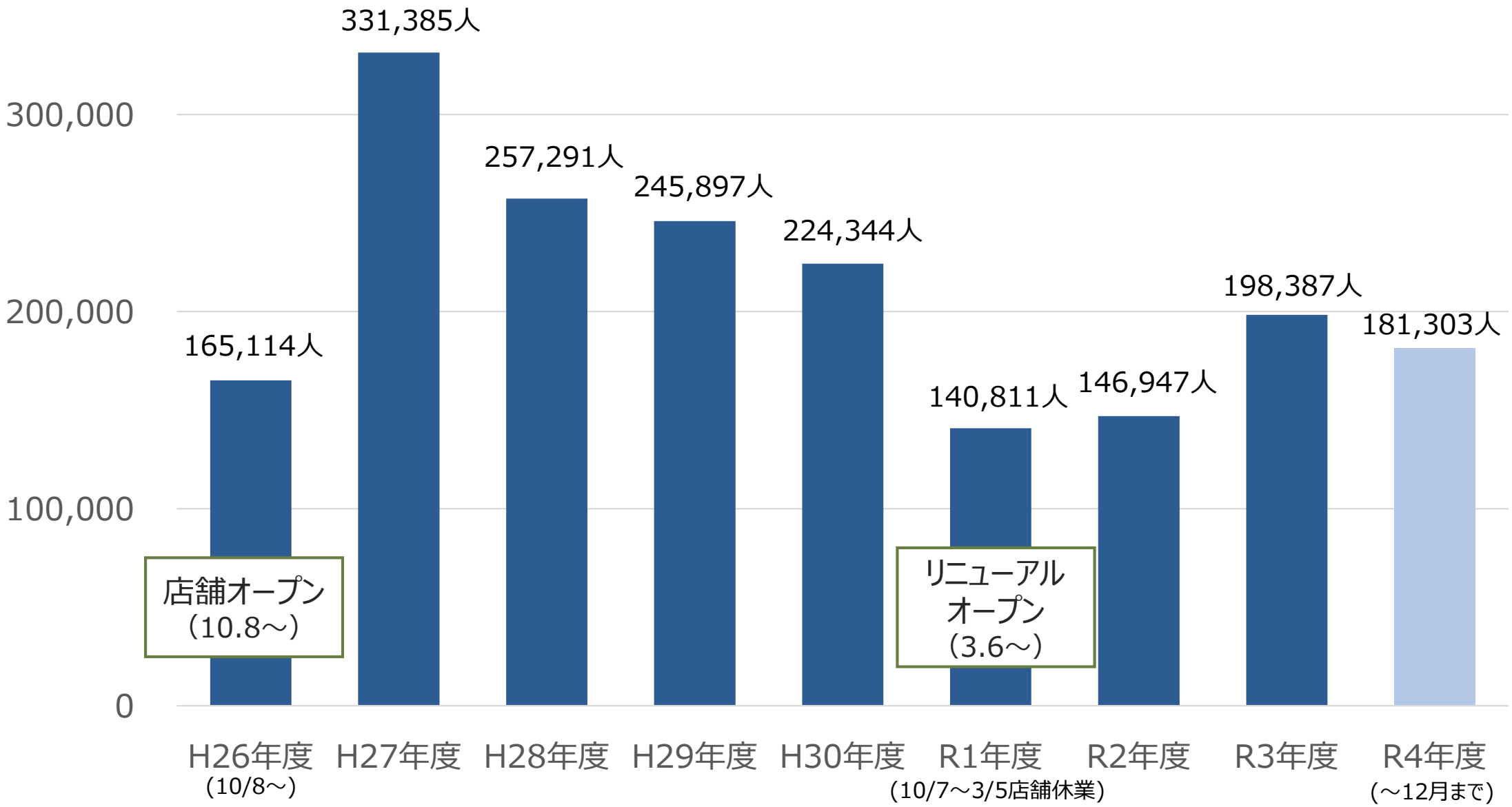
1F いしかわ百万石の味と技

・和菓子やお茶の販売
・期間限定商品の特設販売
・試飲試食の実施

B1F いしかわ里山里海の恵

・海山の幸を使った加工品の販売
・地酒や調味料などの発酵食品の販売

来店客数の推移


300,000
200,000
100,000
0
165,114人
331,385人
257,291人
245,897人
224,344人
140,811人
146,947人
198,387人
181,303人
店舗オープン
（10.8～）
リニューアル
オープン
（3.6～）
H26年度
（10/8～）
H27年度
H28年度
H29年度
H30年度
R1年度
（10/7～3/5店舗休業）
R2年度
R3年度
R4年度
（～12月まで）

江戸本店の役割

産品を通じた
魅力発信機能

×

誘客機能

×

販路開拓機能

首都圏における石川の情報発信拠点

産品を通じた魅力発信機能について

〇県内　約３６０事業者
　　約１,８００アイテム　を取り扱い

〇菓子、農水産加工品、地酒、伝統工芸品を販売

〇店外催事への参加による産品の首都圏PR
　百貨店への催事出店のみならず、民間企業でも
　物産展を開催

➡商品の魅力を通じた石川の魅力発信

誘客機能について

○店舗２Fに観光案内カウンターを設置
県内全１９市町の観光パンフレットを集結

○専任の観光コンシェルジュの常駐
毎年、石川県へ研修旅行を行っており
情報をブラッシュアップ

○年間約９,０００人(R3年度)が 訪れ
そのうち約３割のお客様がコンシェルジュを利用
旅行雑誌等では得られないコアな情報も発信

**➡石川の観光情報をリアルにかつ
きめ細かく発信**

販路開拓機能について

○店舗に販路開拓アドバイザーの常駐

県内中小企業が開発した新製品などを、首都圏等の大手小売店・専門店・通販会社などへの斡旋や、販路拡大のアドバイスを実施

荒木アドバイザー

○県内事業者のテストマーケティング支援

県内中小企業が開発した新製品などを、首都圏等の大手小売店・専門店・通販会社などへの斡旋や、販路拡大のアドバイスを実施

荒木アドバイザーのもと、年間10回のテストマーケティングを実施

店舗リニューアルについて

➤内外装のリニューアル

（例1）

「のれん」を設置し
視認性向上

（例2）

イートインを廃止し、
地下売り場を拡大

店舗リニューアルについて

➤店舗２Fイベントスペースの拡充

好評であった伝統工芸体験等を充実させるため、イベントスペースを拡充

最大収容人数：8名

売り場の中にイベントスペースがあるため、
イベントに集中できないとのお客様からの声

最大収容人数：30名

※感染対策のため現在10名程度

簡易キッチンも備え、
食を体験するイベントも開催可能に

かに面づくり教室の開催

体験教室の開催

著名人を招聘した観光魅力PRセミナー

セミナーの開催

売り場を廃止し、全面イベントスペースへ

店舗リニューアルについて

➤取扱商品の選定（商品選定委員会の実施）

首都圏消費者の嗜好を熟知した専門家による商品の選定（年２回）
公募のあった商品については、**専門家によるアドバイスも実施**

➡魅力ある商品の充実と商品ブラッシュアップを実施

最近の店舗の取り組みについて

・With コロナの時代を迎えつつあるなか、現在では飲酒を含むイベントも実施
・客足もコロナ前に戻り、イベントは好調

１Fイベントスペース

冨来商工会イベント

志賀町PRイベント

2Fイベントスペース

県漁協×松波酒造イベント

「まつや」ひとり鍋イベント

最近では事業者が自ら店舗に赴き、販売することも増えてきている。

直近の取材実績等

■掲載日：12月20日(火)
■メディア名：Nスタ『12月20日は「ブリの日」』

県産ブリの新ブランド「煌（きらめき）」の発表に伴い、店舗でも取材を受けた。

■掲載日：2022年12月2日(金)
■メディア名：朝日新聞掲載

2022年12月2日(金) 14版 東京日 地域総合 22

東京ご当地紀行

フグ卵巣 毒消せば極上のうまみ

石川県白山市

糠漬けに 先人の工夫

詰め合わせ 3名に

■いしかわ百万石物語 江戸本店
住所：中央区銀座2-2-18
電話：03・5579・0890
営業時間：午前10時半～午後7時、年始は休業

石川の伝統的な発酵食「フグの卵巣の糠漬け」が全国紙で紹介

SNSの活用

・週１回のペースで投稿
・単なるイベント告知だけではなく、ストーリー等も活用したシズル感のある発信

このほかホームページや
Facebookでも取り組みを発信

実演販売スペースの活用

「食べ方がわからない・味の想像がつかない」といったお客様の声にこたえるため
食べ方を提案する**「実演スペース」**を設置

実演スペースの様子

どじょうの蒲焼きの販売

海老の唐揚げの販売

マスタードの試食（温野菜にディップ）

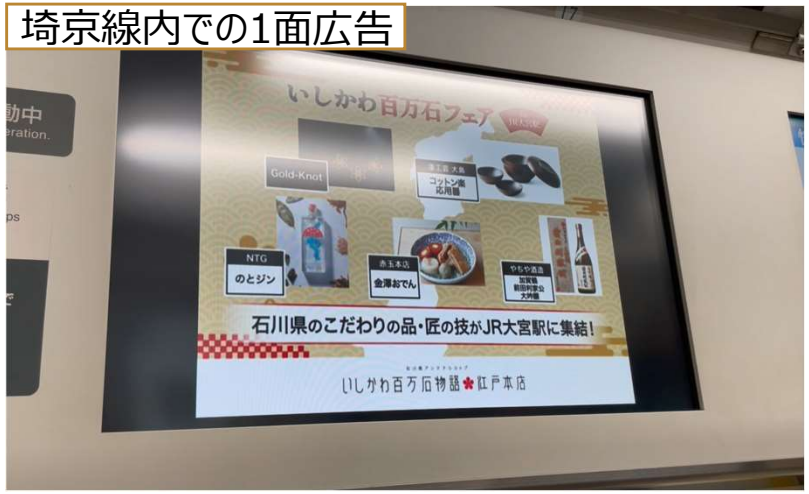
その場で簡単な調理（加熱調理含む）をして、お客様に提供することが可能になり、
・スタッフおすすめの食べ方提案
・調理が必要な商品の試食　等　　が可能に

駅や交通広告媒体の活用

トレインチャンネルの活用

山手線内での３面広告

埼京線内での1面広告



JR東日本グループとタッグを組んで店舗運営をしている強みを活かし、**JRならではの情報発信**も実施

主要駅構内での出張販売の様子

東京駅での出張販売

大宮駅での出張販売

伝統工芸体験も駅構内で実施

オンラインツールを活用した取り組み

ライブコマースの実施

HandsUP By 17LIVE

店舗での接客が、はばかられる中で石川の魅力を伝えるためライブコマースを活用した商品の販売を実施

パンセットのPR販売

カニのPR販売

ライブコマースとは

ライブ配信で商品を紹介する配信者と視聴者で双方向に連絡を取り合い商品を確認して販売する方法

ゆー
2022-03-11 19:23:08 HandsUP
ありがとうございます！保存もきくようなので購入したいと思います。楽しみです！！

おかき
2022-03-11 19:23:44 HandsUP
ぺろっと食べちゃいそうですね～

しんじ55
2022-03-11 19:24:35 HandsUP
岐阜の兄弟にも送ってあげたいです

くまきち
2022-03-11 19:24:57 HandsUP
説明聞いてから見るとすごくお得に感じまする

アンテナショップへの誘客にもつなげ、**新たな顧客創造**にもつなげれることができた。

新幹線輸送の活用

コロナ禍で石川に旅行や帰省できない人のために、**新鮮な石川の”美食”**を楽しんでいただくため、
北陸新幹線を活用した生鮮品を輸送を実施

カニの販売

新鮮なフルーツを使った
パフェの販売

加能ガニに列
15分で完売

北陸新幹線で初輸送

県アンテナ店

急きょ上限設定

東京だより

用意した商品は完売するなど、
お客様からは大変好評をいただいた。

ご清聴ありがとうございました

長崎県アンテナショップ「日本橋 長崎館」
～情報受発信機能の強化・集客促進～

日本橋 長崎館
NIHONBASHI NAGASAKIKAN

長崎県文化観光国際部
物産ブランド推進課

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

設置目的・基本コンセプト

設置目的

○アンテナショップを首都圏の情報発信・受信の拠点として、物産・観光を主とした本県全般の魅力を発信し、長崎に関心をもつ人々の拡大を図り、ひいては、県産品の認知度向上、売上増や本県への誘客の増加につなげる。
○また、首都圏の消費者ニーズ等を把握し、県内事業者へのフィードバック等により、魅力ある商品づくりを進め、県産品の販路開拓・拡大につなげる。

基本コンセプト

首都圏と地元の人・物・情報の交流を活発化することで “地域を元気にする”

《ポイント》

①人気の定番商品に加え、新商品や知られていない商品・観光資源も積極的にPRし、「長崎らしさ」を発信

②アンテナ機能を重視し、首都圏の消費者が求める商品や観光資源を掘り起こして、ショップから地元に提案

③日本橋 長崎館をフックとした首都圏バイヤー等とのつながりを通じて商談機会を創出し、県産品の販路拡大を推進

・名　　称　日本橋 長崎館
・オープン　H28年3月7日（月）
・場　　所　東京都中央区日本橋二丁目1－3
　　「アーバンネット日本橋二丁目ビル（1F）」
・最 寄 駅　東京メトロ「日本橋駅」B7出口から徒歩1分
　　JR「東京駅」八重洲北口から徒歩5分
・面　　積　328．17㎡（99．27坪）

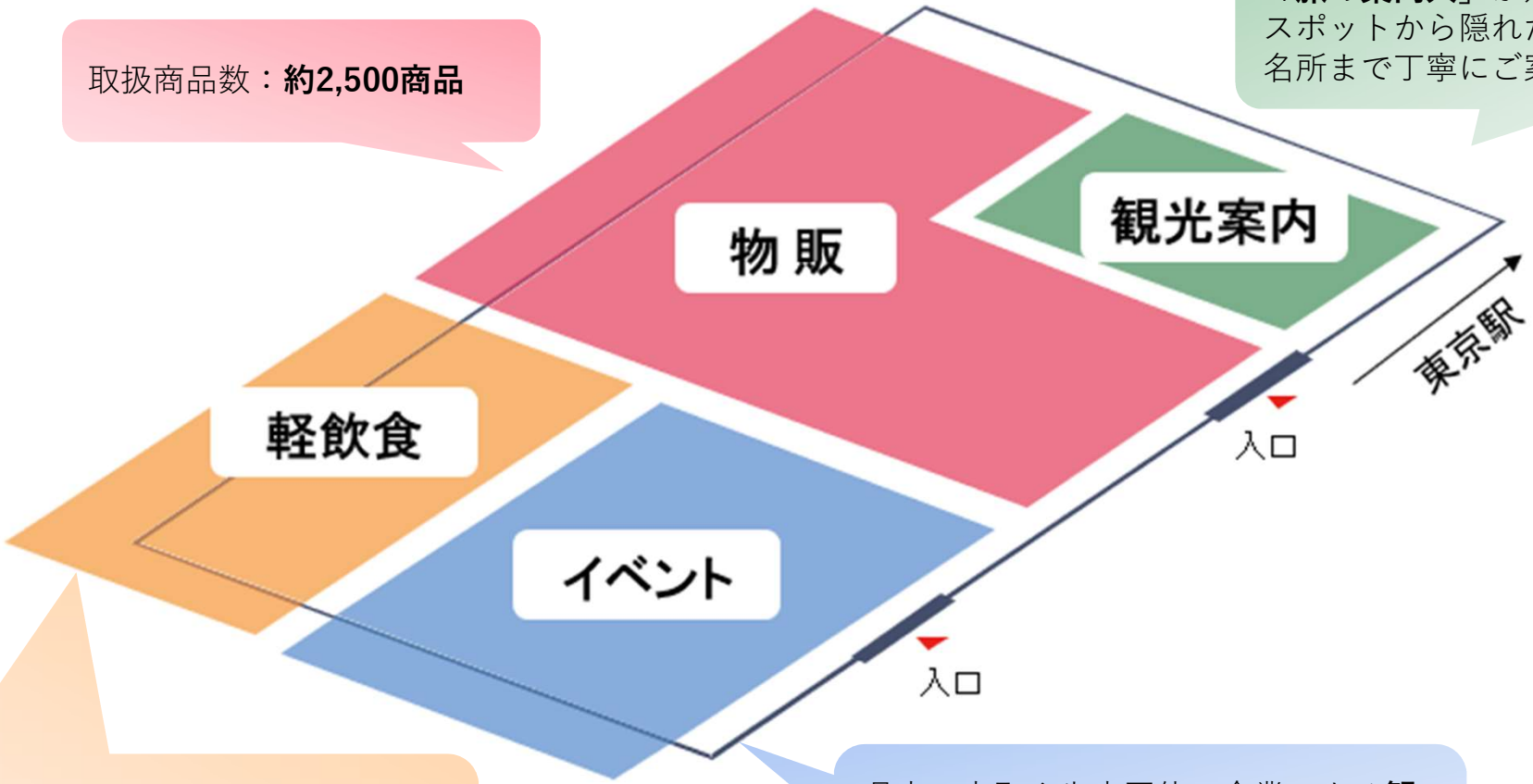
© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

館内レイアウト

店内は【観光案内】【物販】【軽飲食】【イベント】の4つのゾーンで構成

取扱商品数：**約2,500商品**

「旅の案内人」が定番のスポットから隠れた観光名所まで丁寧にご案内

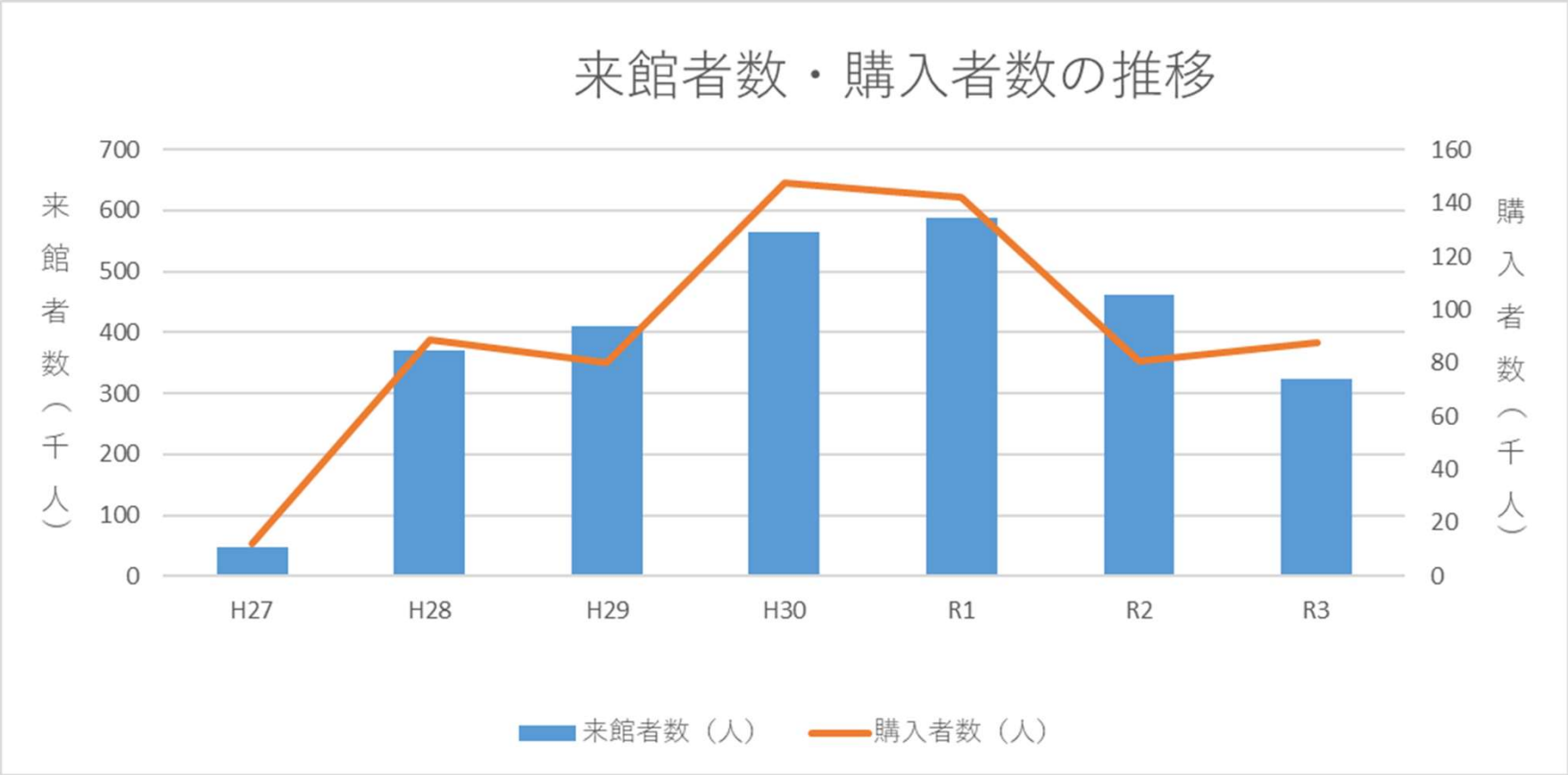


店内販売している商品を主に取扱ったメニューを提供しており、**食べ比べ、飲み比べ**も楽しめる

県内の市町や生産団体、企業による**観光PR**や**実演販売**、**常時取扱のない商品の販売**等を実施

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

来館者数



	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	計
来館者数（千人）	47	370	410	566	588	463	322	2,765
購入者数（千人）	12	89	80	148	142	81	88	639

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、来館者数は減少傾向にあるが購入者数は回復傾向にある

→購入者率増。購入目的をもった方が来館されている

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

観光案内コーナー

		H28	H29	H30	R1	R2	R3	計
コーナーへの立寄数（人）	人数	16,470	11,904	11,441	7,035	3,757	3,379	53,986
	日平均	46	34	32	20	13	10	-
窓口相談数（件）	人数	2,224	2,477	2,524	2,541	1,432	1,358	12,556
	日平均	6	7	7	7	5	4	-

新型コロナウイルス感染拡大の影響をより受けた業態となるが、
国の旅行支援等により旅行の計画の相談がきている。

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

軽飲食コーナー

令和３年１２月よりランチのみ営業を再開
令和４年４月より夜営業を再開

座席数を８席→６席にし、スペースを確保
パーテーションを設置する等、対策を行い営業。

松浦港発　天然ブリの漬け丼

ちゃんぽん

五島手延うどん　地獄炊きセット

イベント時には限定メニューの提供を行う等、メニューを入替えて魅力を発信

五島美豚の豚丼

長崎和牛ハンバーグランチ

日本酒利き酒セット
（日本酒3種、おつまみ3種）

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

イベントスペース

イベント実施日数

	H28	H29	H30	R01	R02	R03	合計
県	67	88	68	95	97	45	476
市町	119	57	99	69	11	12	367
企業等	113	80	78	112	27	42	461
運営事業者	88	84	112	261	7	1	553
合計	387	309	357	537	142	100	1,857

運営事業者による賑わい演出の自粛、県内企業の出張自粛によりイベントは減少

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

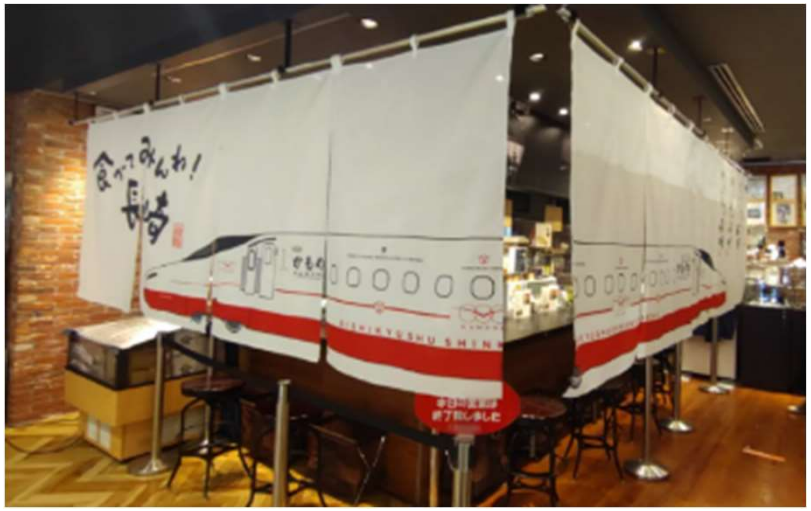
装飾　西九州新幹線開業・NHK連続テレビ小説「舞いあがれ！」

令和４年９月２１日　西九州新幹線開業

◎西九州新幹線長崎県広報大使「長濱 ねる」さん
　のポスターを入口及び店内天井に設置。

◎軽飲食コーナーの暖簾は新幹線のデザインに変更。

◎新幹線関連商品の販売を実施。



NHK連続テレビ小説「舞いあがれ！」の舞台～五島列島～

◎NHK連続テレビ小説「舞いあがれ！」ポスターを
　入口及び店内天井に設置。

◎物語の中で登場した大型「バラモン凧」を天井に設置。

◎「バラモン凧」関連商品を販売

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

テストマーケティング

チャレンジコーナーを設置（令和３年度～）

情報受信機能の強化を目的として、「チャレンジコーナー」においての商品販売を通じていられた情報を事業者へフィードバックすることにより、商品の磨き上げを促進するテストマーケティングを実施。

実施スケジュール

実施数	実施日時	実施市町	事業者・商品数
1	７月　１日（金）～　７月３１日（日）	雲仙市	２社７商品
2	８月１５日（月）～　９月１４日（水）	対馬市	６社７商品
3	１０月　１日（土）～１０月３１日（月）	佐世保市	７社７商品
4	１１月　５日（木）～１２月１４日（水）	西海市	１社２商品
5	１月　５日（木）～　２月　４日（土）	波佐見町	２社３商品
6	２月１５日（水）～　３月１４日（火）	長崎市	１社３商品

計：１９社２９商品

フィードバック内容

◎専門家からの意見として流通関係者、料理家等の５名の方からの「コンセプト」、「価格」、「パッケージ」、「味」、「ネーミング」についての点数評価及び商品に関する評価

◎購入者アンケート調査
→アンケートカード（QRコード）を商品に添付

◎長崎館の運営状況（期間中の来館者数、購入者数、購入者性別年代等）

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

松浦市との連携事業　サバPRイベント

全日本さば連合会広報担当サバジェンヌ池田様にご協力いただき、松浦市と連携しイベントを実施

【イベント概要】

●池田様によるサバグルメトークショー

・13:00～　・15:00～

※***15:00からは松浦市長が参加***

●松浦市サバ商品の販売・試食

●サバ福袋の限定販売

池田様ご提案のレシピ商材のお得な詰合せセット

●イートインコーナーにて鯖メニュー提供

池田様ご提案のレシピを提供

軽飲食コーナーメニュー（ご提案レシピ）

旬サバちゃんぽん

旬サバのまぜうどん

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

SNS活用　日本橋長崎館公式LINEキャンペーン

「日本橋 長崎館」公式LINE運用（令和2年7月開始）

LINEお友達人数：1,667人（令和４年12月時点）

令和４年度LINEキャンペーン内容（3回実施予定）

日時	内容
8/1~ 8/31	期間中1会計につき3,000円（税込）以上購入されたお客様に先着でノベルティプレゼント
11/1~11/30	
3月実施予定	期間中1会計につき3,000円（税込）以上購入されたお客様に抽選で長崎県産品プレゼント

情報受信機能

ノベルティクーポン取得のながれ

アンケートに回答

公式LINEトーク画面から
事前にクーポンを取得
取得にはアンケート回答必須

レジスタッフに画面をみせ、
クーポン「使用済」にする

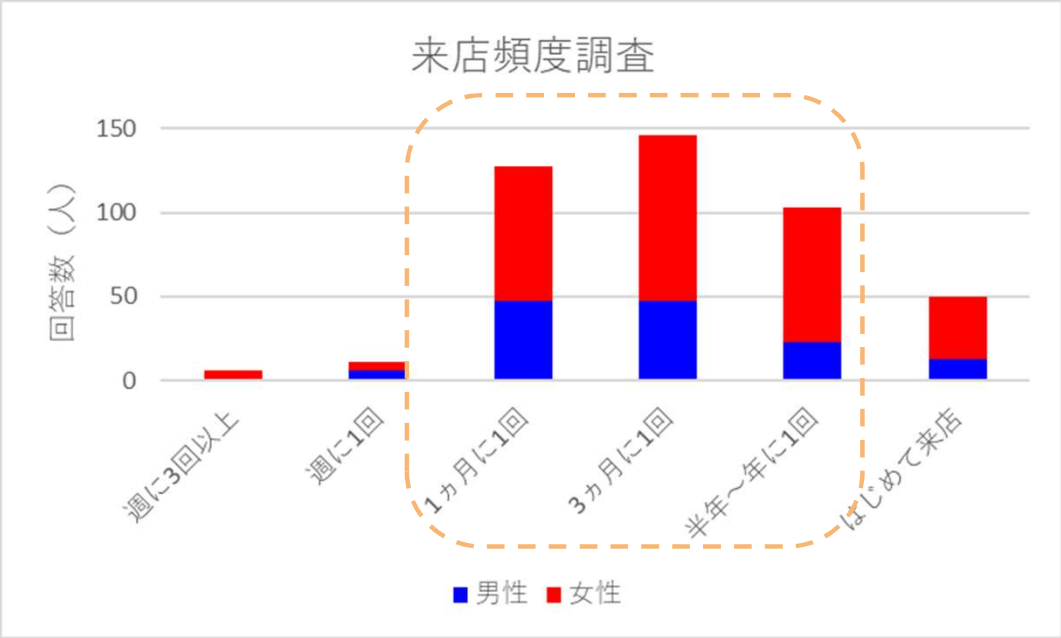
（参考）11月キャンペーン　チラシ

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

SNS活用　日本橋長崎館公式LINEキャンペーン

11月LINEキャンペーン　アンケート結果　一部抜粋（回答数447人）

■来店頻度調査



■日本橋長崎館の魅力を向上させるために
どのような取組みを進めるべきだと思いますか。
（複数選択可）

	回答項目	回答数（人）
1	**イベント・フェアを増やす**	**289**
2	期間・数量限定の商品を取り入れる	178
3	軽飲食コーナーのメニューを増やす	160
4	試飲・試食を増やす	149
5	観光PR企画を行う	134

※選択肢10項目のうち上位5項目

◎新しい発見をしていただけるよう【３ヵ月に1回】の周期で工夫が必要
◎イベントスペースの活用強化

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

食べてみんね！長崎県産品応援店スタンプラリー

長崎県産品応援店とは・・・・

長崎県では、首都圏・関西圏を中心に長崎県産品を積極的に取り扱っていいただいている飲食店、小売店舗を「食べてみんね！長崎県産品応援店」として認定。

スタンプラリー概要

実施期間：令和５年２月１日（水）～３月１２日（日）
参加方法：対象店舗に設置されているQRコードをスマートフォンで読み取り、ポイントを取得。集めたポイント使って、希望する賞品へ応募。
対象店舗：・応援店４８店舗（首都圏２４店舗、関西圏２４店舗）
・長崎県アンテナショップ「日本橋 長崎館」
・長崎県平戸市アンテナショップ「有楽町ひらど商館」

平戸和牛サーロインステーキ

天然クエ鍋セット

波佐見焼　正角皿2枚セット

平戸ミルクバッカジェラート
8個セット

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

「スーツァンレストラン陳」との連携事業

長崎県では・・・

ホテル・料飲店フェア事業

情報発信力の高いホテル・高級料飲店を対象に、長崎県産食材の使用と長崎らしいメニューの提供により、利用客に県産食材の美味しさを伝え、また、本県の歴史・文化・観光等の魅力を総合的に発信する「長崎フェア」を実施することにより、長崎県産品のブランド化と本県への誘客などを図る取組を実施している。

「日本橋 長崎館」との連携が実現!!

概要

開催日：令和５年２月４日（土）・５日（日）・１８日（土）
２月１９（日）・２３日（木・祝）

時　間：１１：００～１５：００（ラストオーダー１４：３０）

メニュー：**四川式長崎ちゃんぽんセット 1,000円（税込）**
「“じてんしゃ飯”仕立ての炊き込みチャーハン」、
「“そのぎ抹茶の白玉団子”はねぎ絞りの甘酒シロップ」付

豆板醤と黒醋がアクセントの“具雑煮”セット 1,000円（税込）
「“じてんしゃ飯”仕立ての炊き込みチャーハン」、
「“そのぎ抹茶の白玉団子”はねぎ絞りの甘酒シロップ」付

期間中はコラボレーションレシピカードを配布

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved

ご清聴ありがとうございました

© Nagasaki Prefectural. All Rights Reserved