

第8回 自治体アンテナショップ情報交換会

<開催日時> 平成26年2月27日(木) 15時～16時40分

<会場> 日本橋プラザビル 3階 会議室

事例報告テーマ「自治体アンテナショップの設立と運営」

- | | |
|-------------|--------------------------------------|
| 15:00～15:05 | 開会・地域活性化センターの事業説明 |
| 15:05～15:30 | 「三重テラス」事例発表・質疑応答 (25分)
三重県 |
| 15:30～15:55 | 「新宿みやざき館KONNE」事例発表・質疑応答 (25分)
宮崎県 |
| 15:55～16:20 | 「丘のまち美瑛」事例発表・質疑応答 (25分)
北海道美瑛町 |
| 16:20～16:40 | 名刺交換タイム (20分) |

<閉 会>

事例発表者のご紹介

(敬称を略させていただきます)

ショップ名	三重テラス (三重県)
所在地	中央区日本橋室町2-4-1 YUITO ANNEX 2階
発表者	加藤 憲祐 (三重県首都圏営業推進監 兼 班長)
自己PR	2013年9月28日に「三重テラス」がオープンいたしました。今年は、お伊勢さんの「おかげ年」、そして熊野古道世界遺産登録10周年。三重テラスでは、「食」をはじめ「文化」「歴史」など様々な三重の魅力を発信しています。

ショップ名	新宿みやざき館KONNE (宮崎県)
所在地	渋谷区代々木2-2-1 新宿サザンテラス内
発表者	高林 克彦 (公益社団法人 宮崎県物産貿易振興センター東京出張所 所長)
自己PR	2011年6月就任、民間出身としては二代目となります。一時のバブルのような売上で肥大化した組織を立て直し、アンテナショップとして機能することが課題と考え奮闘中です。

ショップ名	丘のまち美瑛 (北海道美瑛町)
所在地	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1階
発表者	中山勝利 (美瑛町政策調整課長)
自己PR	2013年9月に、町単独でアンテナショップ「丘のまち美瑛」をオープンいたしました。基幹産業である農業が創り出した美しい丘陵景観を目的に、年間120万人の観光客が訪れる肥沃な大地美瑛のブランドづくりをご紹介します。

H26年度 地域活性化センターの自治体アンテナショップ支援事業

1. ホームページ（地域づくり百科）や情報誌「地域づくり」へ紹介記事等の掲載
ホームページには「アンテナショップコーナー」を設けており、6月～9月までの3ヶ月間に71万回ダウンロードされた。
2. 全国自治体アンテナショップ実態調査及び報告書発行（新規事業）
平成25年度まで都内の調査のみ実施していたが、H26年度は、初めて全国的調査を行い報告書を作成し、自治体等に配布する。
3. 自治体アンテナショップ情報交換会（年2回開催予定）
既存ショップの事例報告、専門家（集客、販売、プロモーション等）の講演
4. 各ショップのパンフレットをふるさと情報コーナーに展示（日本橋プラザビル1階）
5. 自治体アンテナショップの英語版パンフレットを作成（新規事業）
日本に住む外国人、海外メディア、外国人旅行者の利用促進を図るために英語版のパンフレットを作成する。
6. 相談、視察等の対応。新規出店、リニューアルを希望する団体の相談。国内外の視察受け入れも行っている。
7. マスコミや一般ユーザーに対して自治体アンテナショップの情報提供をサポートしています。新聞・雑誌の取材協力（アンテナショップの紹介）、テレビへの出演、バイヤーへの情報提供。

【参考】 主なパブリシティ実績一覧

掲載日	メディア名	タイトル	内容
2013.2.4	日経グローバル リクルート	自治体アンテナショップ 開設ラッシュ続く 2012年度調査	レポート執筆（4頁）
2013.3.1	「とーりまか」	TOKYO自治体アンテナショップ事情	インタビュー（2頁）
2013.3.14	読売新聞	アンテナショップ 下町目指す ツリー開業、安い家賃で注目	取材協力 記事掲載
2013.5.11	福井テレビ	「座・タイムリーふくい」～食の福井館」	番組出演（50分）
2013.5.13	日本経済新聞	自治体アンテナショップ「特産品から体験型に」	取材協力 記事掲載
2013.6.11	日経グローバル セミナー	自治体アンテナショップを成功させる方法	講演（90分）
2013.6.8	NHK	おほようニッポン	番組出演（2分）
2013.7.15	日経グローバル	自治体アンテナショップを成功させる方法（講演録）	編集協力（2頁）
2013.7.16	NHK	情報まるごと	番組出演（2分）
2013.7.22	日刊工業新聞	自治体アンテナショップ～日々“営業努力”で成功～	取材協力 記事掲載
2013.8.14	日本経済新聞	子どもと一緒に 銀座で旅気分～自治体アンテナ店、集客競う～	取材協力 記事掲載

※H25年1月18日「H24年度自治体アンテナショップ実態調査ニュースリリース」 配布後の状況。


 MIETERRACE
**首都圏営業拠点「三重テラス」の
取組について**
 三重県営業本部担当課


三重テラスの概要




東京都中央区日本橋室町2丁目4-1
 母世小路千足屋ビル(YUITO ANNEX)
 1階、2階

東京メトロ銀座線・半蔵門線
 「三越前駅」地下直結




三重テラスの概要

**「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」、「関わる人々」など
三重の「旬」の魅力を発信！**

三重の物産や飲食を提供していただける三重ゆかりの店舗(応援店舗)や、三重にゆかりのある企業(応援企業)とのネットワークを構築・拡大し、首都圏において戦略的かつ多面的な情報発信に取り組めます。

↓

三重の文化に触れることができる、
 「とっておき！」のひと時を演出します




三重テラスの概要

基本コンセプト

- 三重の文化にふれてもらうおもてなしの場
- 三重への旅のきっかけ、準備を提供する場
- 三重への共感を呼ぶ、三重ファンづくりの場
- 三重県民、県出身者などが「自分ごと」として活用できる場

基本的機能

- 食を提供する機能
- 商品を買っていただく機能
- 三重の魅力を体験できる機能
- 県内への「誘客・集客機能」
- 県内企業を支援する「トライアル機能」
- 三重に関わる人々を増やしていく「ネットワーク機能」



三重テラスの概要

日本橋と三重

日本橋は、かつて多くの伊勢商人のお店が軒を連ねた場所であり、今なお、三重ゆかりの企業が沢山あります。また、日本橋から伊勢神宮のルートは、江戸時代の旅文化のゴールデンルートでした。
 このように歴史的にも三重県との関わりが深く、日本橋という場所には、首都圏、さらには世界とつながる三重の新しい玄関口としての思いがこめられています。

伊勢商人の店が軒を連ね、今なお各種企業として活躍している、日本橋

お伊勢参り出発の地、日本橋

三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

買う (1階 ショップ)
 地域ならではの物語という付加価値をつけて販売

食べる (1階 レストラン)
 三重の産直食材や地域の「旬」の食材にこだわったメニューの提供

体験する (2階 多目的ホール)
 観光PR、三重の伝統・文化・歴史等に関するセミナーや講座、伝統産業や地場産業を紹介する展示会、生産者と事業者との高談会などの開催

三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

買う (1階 ショップ)
 地域ならではの物語という付加価値をつけて販売

食べる (1階 レストラン)
 三重の産直食材や地域の「旬」の食材にこだわったメニューの提供

体験する (2階 多目的ホール)
 観光PR、三重の伝統・文化・歴史等に関するセミナーや講座、伝統産業や地場産業を紹介する展示会、生産者と事業者との高談会などの開催

三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

県産材・伝統工芸品の活用

伊勢木綿のカーテン

鈴鹿産で染めた暖簾

物販

レストラン

伊賀くみひものメニューブック

多目的ホール

尾鷲ひのきのフローリング、テーブル

鷺鷥ひのきの付帯、ファサード

三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

ショップ



「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」をコンセプトに、三重の魅力が伝わる約1,000商品が勢ぞろい。
お菓子、松阪牛・伊賀牛、伊勢茶、伊勢うどんや、伝統工芸品を使ったテラスオリジナル商品など、毎日の暮らしにも贈り物を探すにもびっぴりな商品が揃います。



三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

レストラン



三重の野菜や魚介など産直食材の良さを活かした料理を提供します。



三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

多目的ホール

様々な企画展示やトークショー、商談会などを開催し、観光・文化・伝統・産業など様々な三重の魅力を発信します。



三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要



三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

子どもの遊戯教室

WAワークショップ

ペアリング講座

知恵トークライブ

三重テラス
MIE TERRACE

三重テラスの概要

日本橋再生計画 日本橋室町東地区開発エリア(平成26年全体竣工)

現代の日本橋に当時の賑わいを再現。さらに新たな魅力を創出する街づくりをめざし、日本橋地域では官民地元が一体となって「残しながら、透らせながら、創っていく」をコンセプトに「日本橋再生計画」が進められています。

YUITO

YUITO ANNEX

日本橋

コレド室町

福徳神社

24年3月竣工予定
シネコム、ショップ、賃貸住宅ほか

26年3月竣工予定
ショップ、オフィスほか

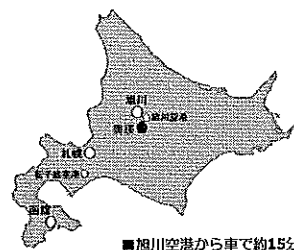
三重テラス
MIE TERRACE

北海道美瑛町アンテナショップ 「丘のまち美瑛」について

自治体アンテナショップ情報交換会

美瑛町の概要

- 面積 677.16km²(東京23区内とほぼ同じ大きさ)
- 人口 10,681人(2013年12月31日時点)
- 位置



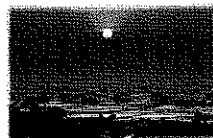
美瑛町の特徴的な丘陵風景



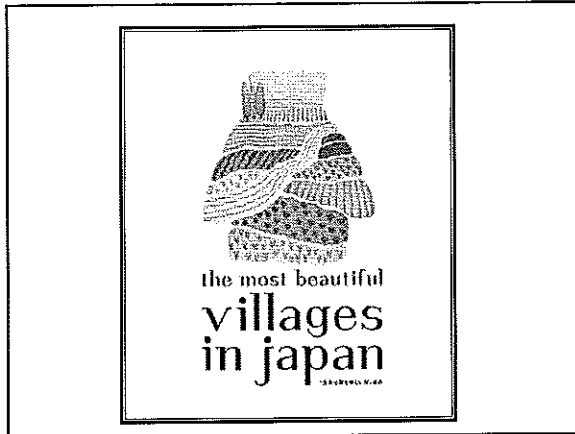
十勝岳連峰を背景とした景観の魅力



NPO法人「日本で最も美しい村」連合
の取り組み



山形県緑豊町(数村数屋管理)



「日本で最も美しい村」連合の目的

この連合は、素晴らしい地域資源を持ちながら過疎にある美しい町や村が、

「日本で最も美しい村」を宣言することで自らの地域に誇りを持ち、将来にわたって美しい地域づくりを行うこと、

住民によるまちづくり活動を展開することで地域の活性化を図り、地域の自立を推進すること、

また、生活の営みにより作られてきた景観や環境を守り、

これらを活用することで観光的付加価値を高め、

地域の資源の保護と地域経済の発展に寄与することを目的としています。

「日本で最も美しい村」の基本的構成要素

■「日本で最も美しい村」のブランド保全、育成

- ・ 資格委員会が資格基準に基づき、加盟申請町村の入会審査実施
- ・ 「フランスの最も美しい村」運動を手本にした世界基準の活動

■企業、団体、個人によるサポーター会員制度

- ・ サポーター企業のノウハウ提供：素材加工、販売マーケティング、経営
- ・ 正会員 50社(2014年)
- ・ 準会員(個人、企業、団体) 482(2014年)

「日本で最も美しい村」連合の活動内容

■「日本で最も美しい村」連合のブランド力強化

- > 「日本で最も美しい村」連合のプロモーション活動
 - ✓ フォトコンテスト、物産展、レストランフェア、物品開発
- > 「日本で最も美しい村」の広報活動
 - ✓ 会員への「日本で最も美しい村」新聞の定期発行
 - ✓ WEB、新聞、雑誌、テレビでの紹介、講演会活動
- > 「日本で最も美しい村」連合加盟町村のブランド磨き
 - ✓ 地域資源オンラインワン化、差別化特産品開発

■ 海外の「最も美しい村」協会との交流や視察

- > 世界連合フェスティバル参加や加盟町村視察
- > 世界連合加盟5か国
 - フランス・イタリア・ベルギー(ワロン地方)・カナダ(ケベック地方)
 - 及び日本 (韓国加盟準備中)

ブランドをつくるには

<p>従来の 解釈</p> <p>ブランドとは、対象の側にあるもので、その品質や差別性を固有の名称やシンボルなどで表したものだもの</p> <p>ネーミング ロゴ・マーク 品質 商標</p>	<p>「ブランド」とは?</p>	<p>新しい 解釈</p> <p>ブランドとは、ある対象に対して深い感情の絆を伴い、人々の頭の中に生じ焼き付いている強い価値の認識</p> <p>好感・信頼・尊敬・愛着</p>
--	------------------	---

主要産業「農業のブランド化」

(株)ル・スタイル

- ・日本で一番おいしいバケットを作りたい。
- ・10年前に兵庫県加古川市から東京へ進出
- ・渋谷ヴィロン、銀座セントル・ザ・ペーカリー他東京にて多店舗展開
- ・国産小麦の使用とバター・チーズなどの乳製品製造のため、美瑛町にジャージー牛の放牧及び乳製品加工を行う「美瑛ファーム」をオープンさせる。
- ・美瑛の利益=会社の利益

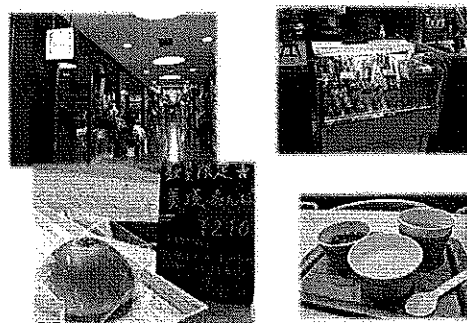
美瑛町×ル・スタイルによる アンテナショップ構想

- ・景観に優れた美瑛町の知名度向上
- ・観光及び交流人口の増加
- ・安全・安心な農産物のPR→低価格競争に合わない安定的な農業収入
- ・産地→業者ではなく、産地→消費者の繋がり
- ・加工品のブラッシュアップ
- ・JA・商工会・観光協会・町・農業従事者他関係者の勉強の場

アンテナショップ「丘のまち美瑛」OPEN
(2013年9月1日)



アンテナショップ「丘のまち美瑛」



経営責任 (有)美瑛物産公社

- 基本はオール美瑛で支える
- JA・商工会・町が出資
 - +ル・スタイルがノウハウを活かしサポート
- 従業員雇用はル・スタイルであり
 - 物産公社は経費をル・スタイルに支払う。
 - ※委託料 ×
 - ※費用弁償的性格○

経営の方針

- 3年間は継続する
- 情報発信の拠点とする
- 町民のチャレンジの場所として
- 当初の経費以外は基本的に独立採算とする



ありがとうございました。

