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

第２６回　自治体アンテナショップ情報交換会

日　　時：令和４年６月29日（水）14:00~16:00
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　奈良県アンテナショップ「奈良まほろば館」
・事例発表②　北海道上川郡東川町アンテナショップ「東川ミーツ」
・事例発表③　熊本県アンテナショップ「銀座熊本館」
※基調講演の資料は公開しません。

●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

令和３年度
奈良まほろば館運営概況
～新たなファン獲得をめざして～

令和４年６月２９日

奈良県　観光局　奈良まほろば館

施設概要①

名称

奈良県ブランドショップ「奈良まほろば館」

所在地

東京都港区新橋１－８－４

ＳＭＢＣ新橋ビル１階、２階

営業時間

Shop/Cafe&Bar　　11:00～20:00　定休日　年末年始

TOKi（Restaurant&Bar）定休日　月曜日、第２・第４日曜日

Restaurant　火～土　12:00～15:30(L.O. 13:00)/ 18:00～22:00(L.O. 19:30)

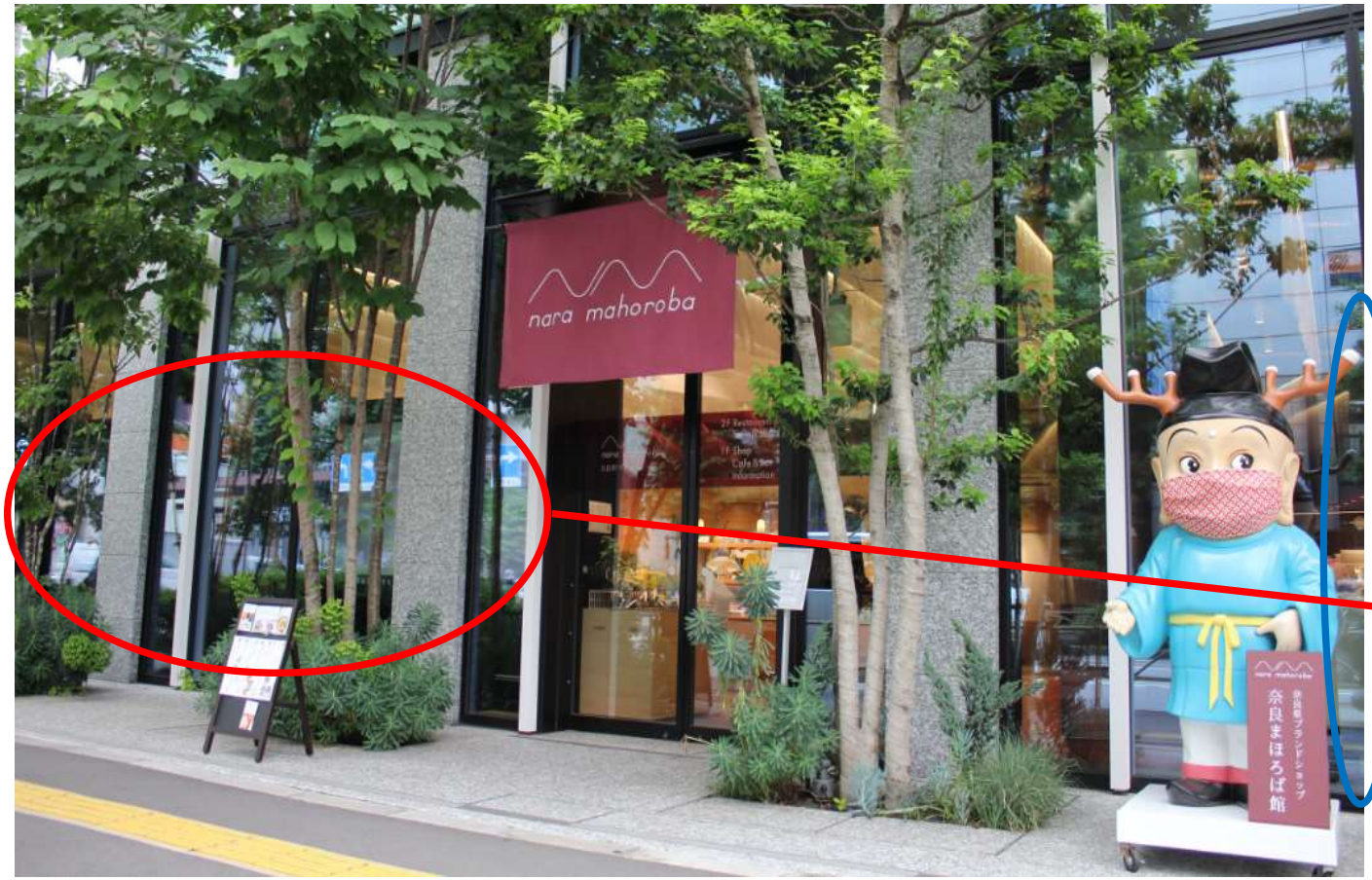
日　12:00～15:30(L.O. 13:30)

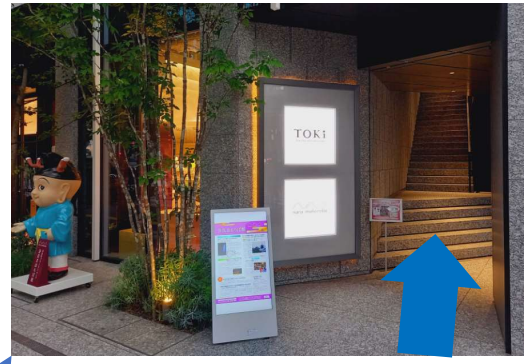
Bar　火～土　12:00～15:00(L.O. 13:30)/17:30～22:30(L.O. food 21:00,drink 22:00)

日　12:00～18:00(L.O. food 17:00, drink 17:30)

施設概要②

外観





２階への階段
（エレベーターもあり）

大型モニター
（８Ｋ・120インチ）

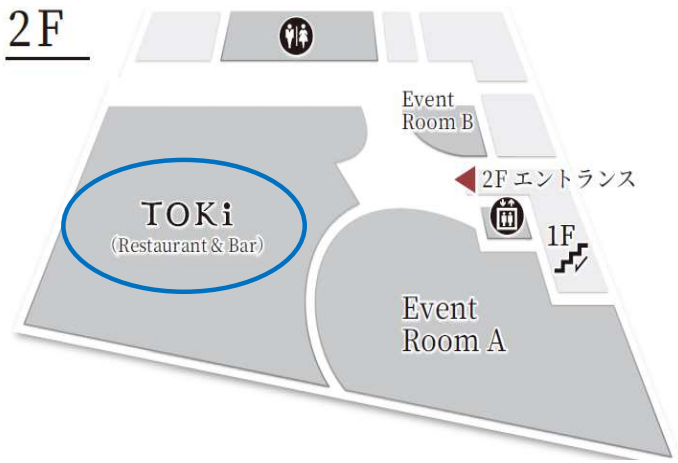
施設概要③

日本橋の再開発事業に伴い、
メディアや旅行エージェントが多数立地する
新橋に令和３年８月に移転・リニューアルオープン

総合的情報発信機能

【１階】ショップ	物販・観光案内
【２階】レストラン　TOKi	食の提供
【２階】イベントルーム	イベント開催

観光　伝統工芸　食　農産物



施設概要④

【１階】ショップ/Cafe&Bar

・内装は、飛鳥・奈良時代に伝わり正倉院宝物にも数多く使用されている「蘇芳色（すほういろ）」を用い、県産材が映えるよう工夫

・上質に、豊かに、丁寧に暮らすことができるよう、奈良らしい魅力的な商品を販売

・Cafe＆Barでは、気軽に奈良を味わえる飲食メニューを用意

【運営業務受託者】　奈良のことなら共同企業体（ナラノコトナラ株式会社）

Shop

Cafe&Bar

施設概要⑤

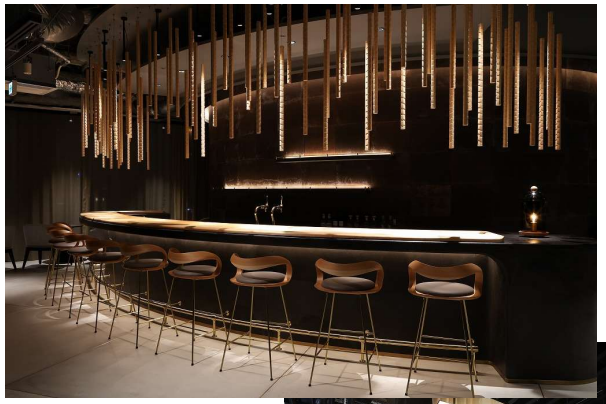
【２階】

TOKi（Restaurant&Bar）

・県産食材にこだわった料理が映えるモノトーンの内装

・Barカウンター天板や壁面などに県産材を活用し、１階とは異なるテイストとなっています。

【運営受託者】奈良のことなら共同企業体
（川島 宙氏［アコルドゥ　オーナーシェフ］）



TOKi(Bar)

TOKi(Restaurant)

イベントルーム

奈良の有名社寺の僧侶や専門家等による講座、
奈良の文化や食を体感できるワークショップ等、
深く奈良を知ることができるイベントを開催

イベントルームA

活動方針

1 奈良まほろば館のリピーター、ファン獲得のため、
魅力ある店舗づくりとイベントの開催を促進

2 首都圏において県産品の紹介や、テストマーケティングを
行うことにより、新商品の掘り起こしを継続的に実施

3 首都圏メディア、企業等に対し訴求力のある情報発信を
行い、メディア等を通じて本県の魅力を全国に拡散

4 SNS、HP、Youtubeなどを活用し、
幅広い世代に県と奈良まほろば館の魅力を届ける

職員構成（受託事業者を除く）

館長

業務統括

課長

管理運営

移住相談も行っています！

係員５名

1. 庶務・施設管理
2. メディア・旅行会社への情報発信
3. 修学旅行誘致
4. MICE誘致
5. 奈良県産品の販路拡大

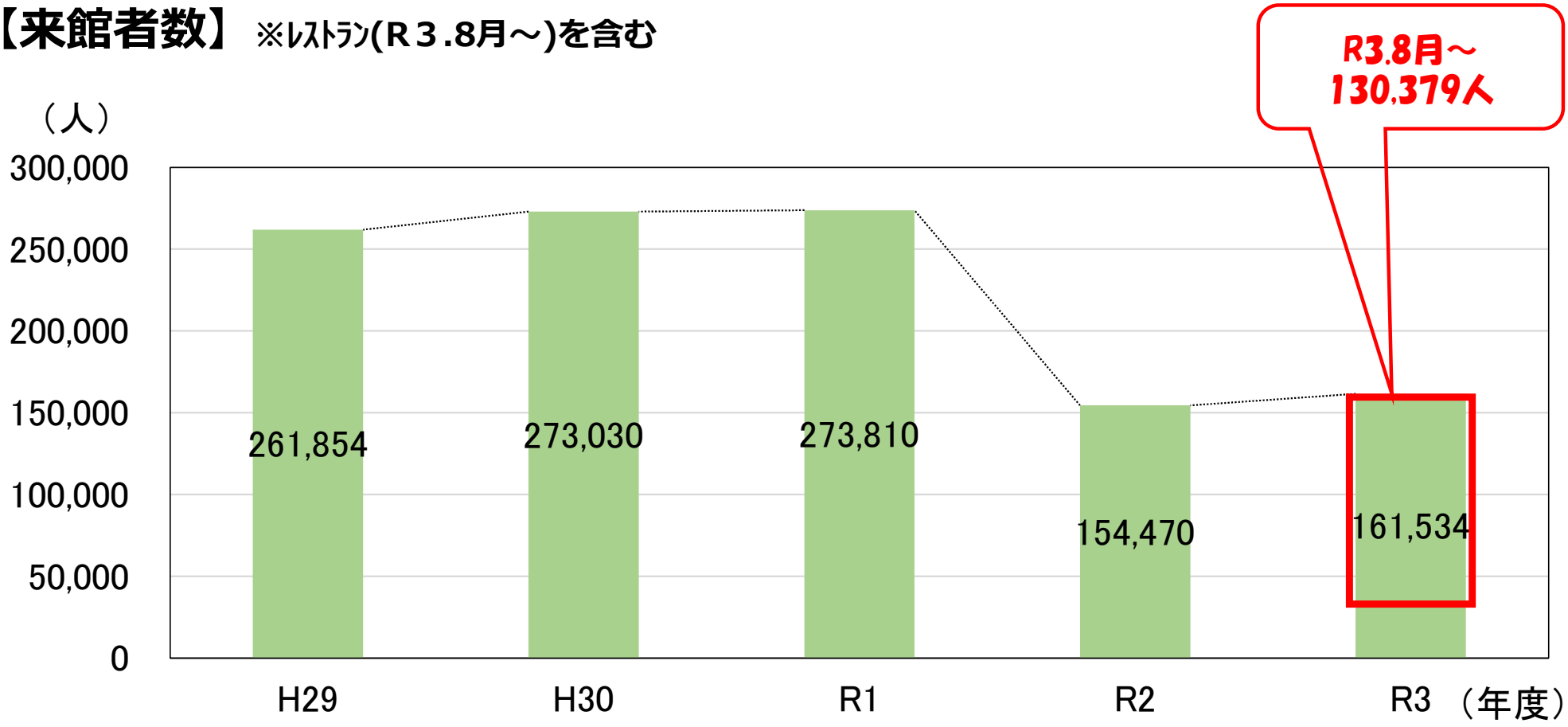
会計年度任用職員３名

・事務補佐１名

・観光コンシェルジュ２名

運営概要①－１

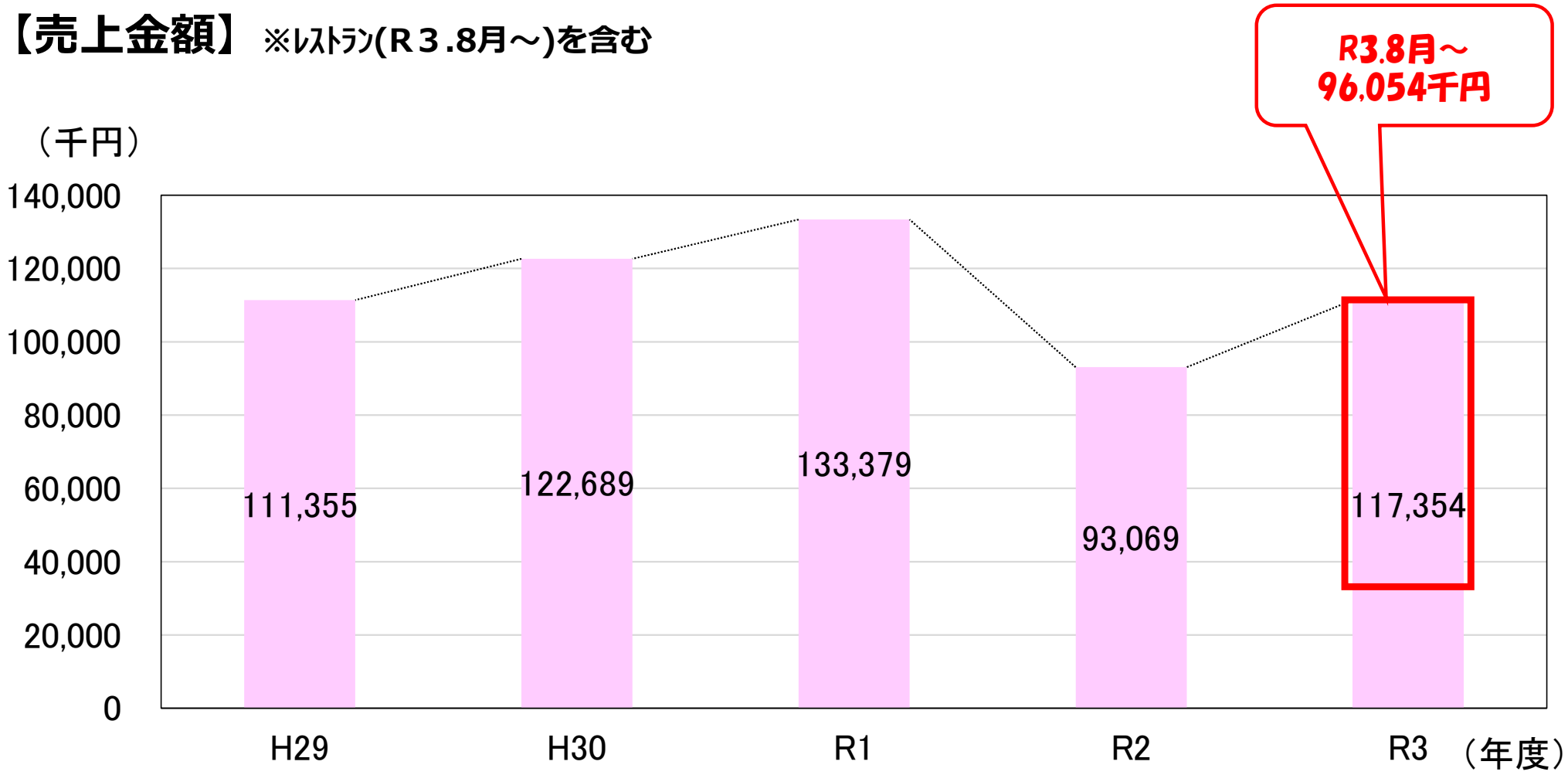
【来館者数】 ※ﾚｽﾄﾗﾝ(Ｒ３.8月～)を含む



※令和３年６月までは東京・日本橋にて営業。同年８月１０日より東京・新橋にてリニューアルオープン。

運営概要①－２

【売上金額】 ※ﾚｽﾄﾗﾝ(Ｒ３.8月～)を含む



※令和３年６月までは東京・日本橋にて営業。同年８月１０日より東京・新橋にてリニューアルオープン。

運営概要②

【１階】ショップ・令和３年度人気商品ベスト10（売上金額）

順位	商品名
1	柿の葉寿司
2	奈良漬け
3	田舎揚げ
4	葛餅
5	三輪素麺
6	かき氷
7	わらび餅
8	揚げ出し豆腐
9	柿もなか
10	あんぽ柿

柿の葉寿司

奈良漬け

田舎揚げ

葛餅

三輪素麺

柿もなか

日本酒
奈良県は清酒発祥の地

古都華
季節限定ながら第13位

柿
五條市は柿生産量日本一

運営概要③－１

【１階】ショップ／Cafe&Bar

ショップで販売している商品などを使用した
飲食メニューを提供

柿の葉寿司セット

日本酒

蔵元やゲストを
招いてのイベン
ト（飲み比べ、
トーク等）も随
時開催
しています！

運営概要③－２

【１階】ショップ／Cafe&Bar

・奈良では、数年前から「かき氷」が大ブームに！
・Cafe＆Barでも、季節に合った「かき氷」を常時提供

運営概要④

【１階】ショップ／マーケティングエリア

ショップの１コーナーにテストマーケティングの場を設け、
県や市町村などが企画した販売会を実施

繊維製品
ブランド
販売会

奈良県は
靴下生産量
日本一！

下市町・
黒滝村
特産品
販売会

運営概要⑤－１

【１階】マーケティングエリアにおける代表的な企画❶

まほろばチャレンジリーグ

・首都圏での販路拡大を目指し、奈良まほろば館で新商品販売にチャレンジする出品者を募集

・１階ショップで約3～4週間、出品商品（10社程度）を販売

・リーグ終了後、すべての出品商品に対して、フィードバック　※デザイン･数量･価格等に関する改善等の助言、購入者の意見など

・売れ行き好調な商品（上位２商品／回）は、リーグ終了後も奈良まほろば館で３ヶ月程度継続販売

運営概要⑤－２

まほろばチャレンジリーグ（令和３年度実施結果）

■第1回(R3.12.6～R4.1.7)

売上額　第1位

ならまち招福庵[奈良市]
ならまち庚申さん
なないろこはくとう

売上個数　第1位

㈱吉田屋[下市町]
くずゆ

■第2回(R4.1.8～2.6)

売上額　第1位

満福[大和高田市]
正倉院宝物柄のペンダント

売上個数　第1位

㈲山口農園[宇陀市]
農家のたっぷり野菜カレー

・令和４年度は４回（２部×各２回）開催予定
・第１部（第１回：8/29～9/20、第２回：9/21～10/13）は現在募集中！ [別添チラシ]

運営概要⑤－３

まほろばチャレンジリーグ　～フィードバックを活用した商品の改善例～

ならまち 招福庵（奈良市）　ならまち 庚申さん ないろ こはくとう

リーグ
開催時

出品事業者に
改善アドバイス

パッケージを変更し、継続販売中

運営概要⑤－４

【１階】マーケティングエリアにおける代表的な企画❷

「伝えたい 奈良のこだわり」フェア

令和３年度：３回（１ヶ月／回）
令和４年度：４回（１ヶ月／回）

東京でまだ知られていない逸品を求めて、県庁バイヤー（県職員）が奈良県内各地をくまなく回り巡りあった原材料・作り方・歴史文化などにこだわり、食べる人のことを考えて作り出されたバイヤー厳選のこだわりの逸品を販売

運営概要⑥

【１階】観光案内コーナー

奈良に精通した観光コンシェルジュが旬の情報をお伝えし、より良い奈良の旅をご提案します。

手作りの「かわら版」で、
今おすすめの旅を案内！

令和３年8月１０日～３月末 案内状況

問合せ人数　計2,989人
（平均13人/日）

問合せ件数　計13,090件
（平均57件/日）

●問合せ項目上位
1. 社寺（2,508件）
2. 公共交通・タクシー（2,468件）
3. 花・自然（1,273件）

●問合せエリア上位
1. 奈良公園周辺（2,803件）
2. 吉野町（1,595件）
3. 明日香・高取（1,257件）

運営概要⑦

【２階】イベントルームでのイベント

講座（歴史･文化等）

展示会（ポスター等）

ワークショップ

お写経教室

チャリティー書画展

商談会

運営概要⑧－１

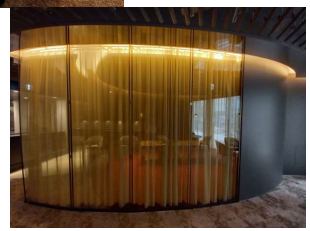
TOKi（Restaurant＆Bar）

・奈良の生産者と連携し、料理で季節の素材や奈良の風土と歴史を皆様に感じていただけるようなメニューを構成

・季節に合わせて少しずつ移ろう料理を
レストランではコースで、
バルエリアではアラカルト（平日昼はランチ）
で、奈良の地酒やワイン、季節の果物の飲み物とともに楽しんでいただけます。

Restaurant

（個室）



Bar

Topic

ミシュランガイド奈良2022特別版（R4.5月発売）
当レストランの運営者である川島宙氏がオーナーシェフを務めるレストラン「アコルドゥ」（奈良市）が**二つ星を獲得**！

運営概要⑧－２

ＴＯＫｉにおけるメニュー例❶

大和牛と春玉葱
ハーブ、橘、八角
のコンソメ

アマゴのベニエ
クレソンと柿酢
のジュレ

三輪山本の手延べ
パスタ麺
イチジクのTempura
生ハムのコンソメと
若い八朔

奈良サンド
（桜の塩漬け入り）

運営概要⑧－３

ＴＯＫｉにおけるメニュー例❷

大和肉鶏のアサード
柿のフライと
ジェラート

大鉄砲豆乳の
クラムチャウダー

大和丸茄子と倭鴨の
コンフィタード
のサラダ

古都華パフェ（左）
古都華ジュース（右）

情報発信

ＳＮＳによる情報発信状況

＊投稿数（令和３年8月10日～３月末）
Facebook：172
Instagram：151

＊フォロワー（令和４年３月末時点）
Facebook：4,770
Instagram：3,653

＊投稿内容
奈良まほろば館イベント・ショップ・レストラン、
奈良県内観光情報等

※ほかに、ショップのTwitter、TOKiのInstagram発信もあり

その他の取り組み

- **奈良まほろば館リニューアルオープン１周年記念イベント**

  ８月６日（土）他　食に関するイベントなど予定

- **店内装飾（１階ショップ）**

- **マーケティング販売機会の拡充**

- **訴求力のある広報**

  周辺の鉄道駅での広告、積極的なメディアリリースなど

- **他県アンテナショップとの連携**

- **ＫＰＩの設定**

  来館者数、売上金額、メディア掲載数、ＳＮＳフォロワー数、満足度など

ご清聴ありがとうございました

東川町に、出会う店。
「東川ミーツ」

東川ミーツ
HIGASHIKAWA MEETS

地域拠点型アンテナショップ
ならではの、販売戦略

令和４年６月２９日（水）

株式会社東川振興公社　荒井聡

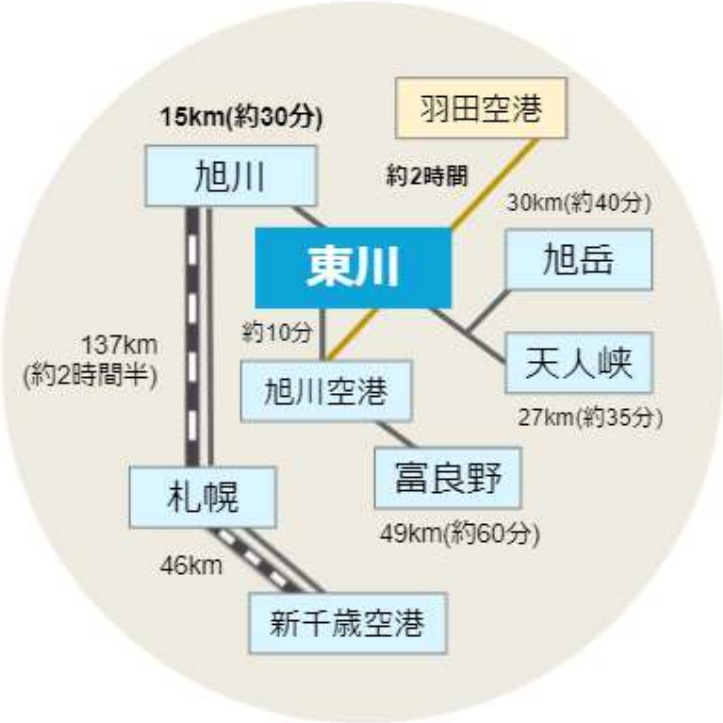
東川町について（立地・アクセス）

■立地・アクセス

＊2022年5月末時点：8,548人

東川町は、**北海道のほぼ中央に位置する、人口約8400人の町です。**東部は山岳地帯で大規模な森林地域を形成し、**日本最大の自然公園「大雪山国立公園」**の区域の一部になっています。**大雪山系の最高峰旭岳（2,291m）**は、東川町域に所在。豊富な森林資源と優れた自然の景観が観光資源として高く評価されています。

▼都市部からのアクセスの良さが魅力
羽田空港から町まで：約2時間
旭川空港から町まで：約10分
旭川駅から町まで　：約30分



2022年4月30日現在
人口：8,480人（うち外国人398人）
面積：247.30㎢

東川町について（町の特色・キーワード）

町の特色・特徴的な取り組みとそのキーワード

写真文化首都「写真の町」

・1985年「写真の町」宣言
・2014年「写真文化首都」宣言
・東川国際写真フェスティバル
・写真甲子園

etc…

水が豊かな町

・大雪山が生み出す豊かな水資源
・全戸が地下水で生活
・上水道がないまち

etc…

大雪山・旭岳の町

・北海道最高峰「旭岳」
・2291m
・大雪山国立公園の一部を有する

etc…

お米の町

・高品質ブランド米「東川米」
・単一農協、JAひがしかわ
・ゆめぴりかコンテスト最高金賞
・2020年 公設民営酒造誕生

etc…

木工家具の町

・「旭川家具」の3割の産地
・2021年「椅子の日」宣言
・建築家・隈研吾さんとの連携
・君の椅子プロジェクト

etc…

適疎な町

・25年間人口が増え続ける町
・「適当に疎がある」状態
・2022年、「ゼロカーボンに取り組む 適疎な町宣言」

etc…

東川町について（中心街の景観）

東川町について（米のまち・田園風景）

東川町について（大雪山国立公園／旭岳・天人峡）

町の特産品について（お水）

上水道がなく、「天然水」を生活水として暮らしているまち、東川町。

東川町は、全国的にも珍しい、北海道でも唯一の上水道の無い町です。その秘密は、大雪山の大自然が蓄えた雪解け水が、長い年月をかけてゆっくりと地中深くにしみ込み、ゆっくりと東川町へ大切に運ばれてくるからなのです。

東川町で暮らす人たちは、この水を生活水として利用しており、天然の美味しい水で育ったお米や野菜は格別です。また、豆腐や味噌など東川町の地下水を惜しみなく使い、本物の味を追求した加工品や、飲食店でも水の恩恵を受けています。

大雪旭岳源水は、大雪山の自然が創りあげた銘水として知られ、良質で美味しい地下水に恵まれた中でも最上級の水です。ミネラルが豊富にバランスよく含まれ、水温も約6～7度と通年を通して一定で、日々こんこんと湧き出ています。（湧出量1分間に約4,600L）

【大雪旭岳源水】
・環境省選定「平成の名水百選」（平成 20年6月）
・特許庁「地域団体商標登録」（平成 25年4月）
・モンドセレクション・ワールドセレクション最高金賞受賞

まいにち
天然水

町の特産品について（お米）

基幹産業としての誇りと自信
北海道屈指の米どころ

大雪山旭岳のミネラル豊富な地下水で米作りを行う東川町。2019年には、北海道のブランド米「ゆめぴりか」の「ゆめぴりかコンテスト」で東川米が最高金賞を受賞し、日本穀物検定協会が実施する米の食味ランキングでは、最高ランクの「特A」を2011年以来、連続獲得し続けています。

このように評価が高いのは、恵まれた環境におごることなく、地元農家とJAひがしかわが制定した独自の厳しい生産基準「東川米信頼の証10か条」や「水とくらす5か条」をしっかりと守り、安全と品質を向上する取り組みを行っているためです。このお米や水を求めて、東川に店を構えるため全国から移住してきた人たちも多くいます。

■水田作付面積：約2，300ヘクタール
■農家戸数（米作）125戸（平均作付面積約18ha）
■「東川米」ブランドの確立
・水の良さを生かした厳しい栽培基準
・「東川米」地域団体商標の取得
・「生活協同組合コープさっぽろ」でのブランド米展開
・首都圏等での販売網の樹立
・2019年「ゆめぴりかコンテスト」金賞受賞
・JA東川、岩塚製菓と「ふわっと雪どけ煎餅」開発

町の特産品について（木工家具製品）

日本三大家具の旭川家具を創り出す「家具・クラフトの町」として発展

北海道の良質な木材を使用し、優れたデザインで知られる旭川家具。日本五大家具産地 のひとつとして海外でも有名です。その 約30%は東川町で製作 されており、町内には木工を志す若者からこの道数十年のベテランまで、幅広い世代の職人たちが集まって鍛錬を重ねています。

そんな家具デザイン文化を育んできた東川町は、2021年に4月14日を「椅子の日」と制定 し、宣言を行いました。家具や椅子などに感謝する習慣と文化を創造し、地域の家具産業の振興を図ることを誓う宣言です。

■日本三大家具「旭川家具」3割の生産地
■技術力とデザイン性に優れた家具の作り手が集積（約30事業者）
■町の特性を生かした家具産地としてのチャレンジ
・「椅子の日」制定
・建築家「隈研吾」氏との連携
・町独自の起業支援、商品開発支援、販売支援
・公共施設への積極的な家具導入（町全体がショールーム）
・デザインミュージアム構想の実現へ（織田コレクション）

東川ミーツについて（概要）

正式名称
東川ミーツ（HIGASHIKAWA　MEETS）

運営会社
株式会社東川振興公社
＊町が大株主の第三セクター。町に関する様々な事業を行う法人

所在地
旭川駅前に１店舗
旭川空港内に１店舗
東川町内に２店舗
＊各店舗の所在地詳細は右記の通り

【旭川駅前店の立地図】

営業時間
＊各店舗の営業時間は右記の通り

開設日
令和２年(2020年)８月１日（土）
＊初号店、旭川駅前店の開設日

旭川駅前店

〒070-0030 北海道旭川市宮下通7-3112
ホテルウィングインターナショナル旭川駅前１階
（ヨシノリコーヒー旭川駅前店内）
［TEL］0166-26-5575 ［営業時間］7:00～21:00
（※ヨシノリコーヒー旭川駅前店に準ずる）

旭川空港 エアポート・リラ 東川ミーツ コーナー

〒071-1562 北海道上川郡東神楽町東2線16
旭川空港2F 売店エアポート・リラ店内
［TEL］0166-83-2337
［営業時間］7:55～20:00（※就航便に準ずる）

せんとぴゅあ店

〒071-1426 北海道上川郡東川町北町1丁目1-２
せんとぴゅあⅡ内
［TEL］0166-73-4666
［営業時間］10:00～17:00
［定休日］年末年始（せんとぴゅあⅡ開館に準ずる）

ギャラリーZen店

〒071-1424 北海道上川郡東川町南町3丁目3-2
ギャラリーZen内
［TEL］0166-74-8820
［営業時間］10:00～16:30
［定休日］火曜

東川ミーツ　コンセプト

CONCEPT/TAGLINE

東川町に、出会う店。

「東川町まであと一歩」という距離かつ「多くの人が行き交う好立地」での取り組みも
ただ「モノを売るだけの場所」ではなく、東川町との交流人口を増やす「接点」でありたいと考えます。

POINT 01

物販だけではない
交流人口を増やす入口として

人にも会える交流の場
＋町と都会の中継地点

イベント、ワークショップ、ポップアップストアなどを通じて
東川町らしく「ただの物販店」ではない
他の地域の人々と東川の人々との交流が生まれる場として。
さらに、東川町の情報を発信し
主に国内外の観光客に向けた東川町と他都市の
中継地点を目指し掲げる「出会う店」というコンセプト

POINT 02

東川町の運営する
地域産品の店と伝わるよう

アンテナショップ
らしさを醸し出す

「アンテナショップ」とは名乗らずとも、
アンテナショップらしさを醸し出すことで
「東川町の産品のお店かな」と連想させ
消費者とのコミュニケーションを
スムーズに行うための
ロゴをはじめとするVIデザイン

POINT 03

地域住民も
外国人観光客も親しみを持てる

フレンドリーデザイン
＆多言語対応

旭川駅前店、旭川空港店ともに
地域住民から外国人観光客まで
幅広い集客の期待できるお店です。
地域の人に愛されるフレンドリーなデザインと
外国人にも利用しやすいよう
売場での多言語対応（POPなど）

東川ミーツ　ロゴデザイン

M

山 ・・・ 東川の「豊かな自然」を象徴する山

Nature Green ・・・ 東川の豊かさの源である山の緑

E

水田 ・・・ 東川の「営み」を象徴する水田

Water Blue ・・・ 東川の日常に脈々と流れる水の青

T

人 ・・・ 東川の「活力」を象徴する人

Passion Red ・・・ 東川の人々がモノに注ぐ情熱の赤

S

モノ ・・・ 東川の人々による「ていねいなモノづくり」を象徴する指

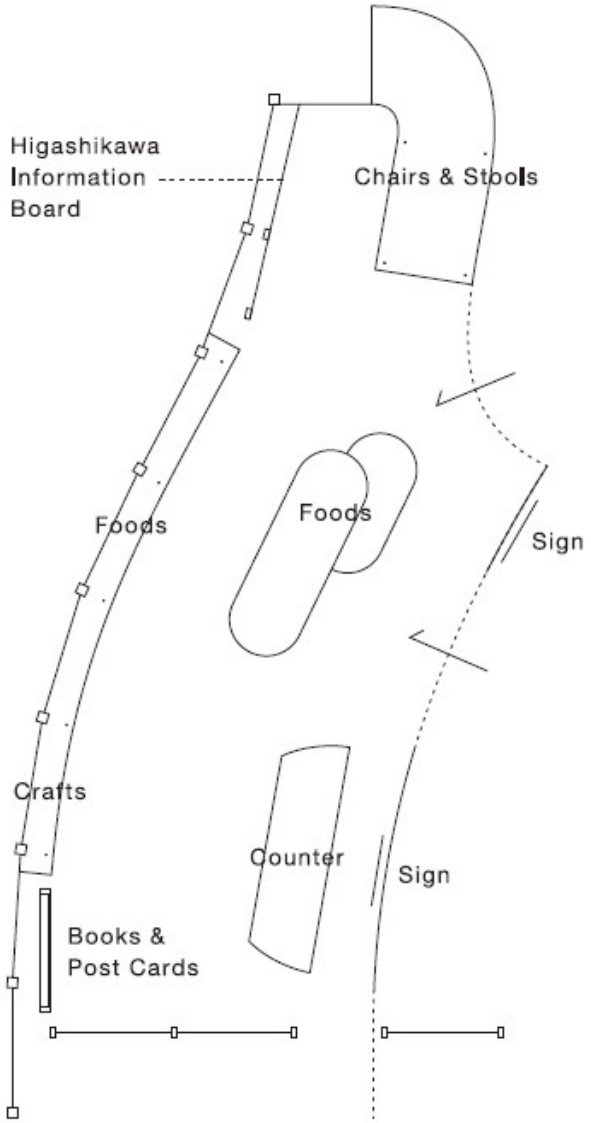
Mild Yellow ・・・ 東川の優しい空気感を表すマイルドな黄色

東川ミーツ　フロアプラン（旭川駅前店）

HIGASHIKAWA MEETS ASAHIKAWA EKIMAE

BASIC FLOOR PLAN

旭川駅前店は、元々の空間の持つ優美な曲線を活かし、
まるで水が流れるかのような、流れを感じる空間を設計。
什器類は曲線を活かしたデザインとし、
食品から家具に至る大小様々な製品をシームレスに繋ぎます。
ホテル入口側には椅子などの家具を並べ印象的なアイキャッチを産み、
店舗中央には、最も多くの方が手に取るであろう食品を並べ
その名の通り「看板商品」として店内へ誘導する役割を担います。
店舗奥側は、クラフト小物や書籍、写真のポストカードなど、
文化的な産品をゆっくりとご覧いただけるエリアとします。
そして、「東川インフォメーションボード」と名付けた壁面では、
東川町の概要を多言語にて表現することで、
ホテルに宿泊する外国人観光客に対して東川町をアピールすると共に、
日本人にとっては「アンテナショップらしさ」を生み出すことで
アンテナショップ特有の「お墨付き感」を醸し出すことで
店舗イメージと製品価値の向上に寄与することを目指します。
そして、什器のみならず床や壁にも手を加えることで、
店舗空間全体での「体験価値の向上」を目指します。



東川ミーツ　多店舗展開の強み

【町外店舗】

＊町からの委託を受けて、株式会社東川振興公社が運営。店舗管理については、旭川駅前店はヨシノリコーヒー(コーヒーショップ)、空港ミーツコーナーは株式会社リラ(空港内土産屋)へ別途運営委託

◆町と都会の中継地点
　＊旭川駅前、東川町まで車で約30分
　＊旭川空港、東川町まで車で約15分

◆多くの人が行き交う好立地なロケーション
　＊情報発信力に強みのある(効果的な)立地
　＊町との交流人口を増やすための接点の創出

◆東川町まであと一歩」という距離間
　＊町に興味を持ったお客様が直ぐに訪問出来る距離間

旭川　**旭川駅前店**

ヨシノリコーヒー旭川駅前店内に併設。町内産スイーツなどの食料品から木工クラフト雑貨まで東川ミーツ全４店舗の中で最も充実した品揃えを誇ります。店内ではヨシノリコーヒーのスペシャリティコーヒーも味わえます。

旭川空港　**旭川空港 エアポート・リラ 東川ミーツ コーナー**

東川ミーツだからこそ叶うオリジナリティあふれる商品を多数取り揃えております。コモディティ化の激しいお土産店の中に圧倒的な差別化要素が盛り込まれた店内へ是非お越しください。

【町内店舗】

＊町からの委託を受けて、店舗管理も含め株式会社東川振興公社が直接運営をおこなっている。

◆道の駅を補完するショップ
　道の駅 → 雑多に物が陳列された、購買ありきの場所
　東川ミーツ → 見せ方や什器にもこだわった、
　　商品展示スペースとしての位置づけ

◆町内における産品の情報発信基地
　＊町民の町民による町民のためのショップ
　　(町民が町の素晴らしさを再認識できる場)
　＊来町者のための、お土産屋さんとしての側面

東川　**せんとぴゅあ店**

木工クラフト雑貨は他のミーツ店にはない充実の品揃え。町内の職人が丹精込めて作り上げた商品を多数取り揃えております。ここでしか買えない逸品を求めに是非ご来店ください。

東川　**ギャラリーZen店**

東川スタイルカフェ店内に併設。カフェでは東川や近郊で採れた食材を使ったメニューをご提供。東川ミーツでは町内で焙煎されたコーヒーやスイーツを販売しております。

→　多店舗展開のメリット　①展開する地域での認知度が上がる ②売上の上限伸展 ③スタッフのモチベーションが上がる ④全体で見たときの経営効率が上がる ⑤店舗運営における問題を早期に解決出来る

東川ミーツ　取扱い商品

【食品類】

◆東川町の特産品である美味しいお水とお米がベース
◆お水とお米から派生した日本酒、他の酒類では、ワインの取扱いもあり。
◆美味しいお水で飲むコーヒー類
◆美味しいお米とお水で作られた多彩な商品群の数々
　＊おにぎり・蒸しパン・ドーナツ・豆腐・味噌etc
◆他にも、クッキー類・スコーン・チョコレート
　などなど多種多様な商品展開

【木工クラフト雑貨】

◆日本三大家具産地のひとつである「旭川家具」の約３割が東川町で生産されている。
◆町内には30を超える家具事業者があり、家具産業が盛んである。
◆家具事業者が製作する木工クラフト雑貨の取扱多数
◆町内の職人が丹精込めて作り上げた一生モノで持続可能な本物志向の商品

【販売力のある商品、売れている商品】

■TAISETSU COFFEE／ドリップバッグコーヒー
1袋　270円

＊空港店のお土産品として大好評！
＊軽い・かさばらない・持運び便利・カワイイ・珍しい・お手頃なところがヒットしている理由

■東八ストアー／はちみつ各種
150g入り　各種680円～980円

＊とにかく安い！ コスパ重視の方に刺さる商品
＊ラベルなどのデザイン性は高くないが、高品質で味は大満足間違いなしの逸品！

イベント展開（周年イベント）

<取組実績>

・2021年7月31日(土)～8月1日(日)の2日間
東川ミーツ旭川駅前店1周年記念イベント

・2021年11月20日(土)～11月21日(日)の2日間
東川ミーツ旭川空港コーナー1周年記念イベント

<イベント内容>

・イベント限定スイーツのプレゼント
・お酒の特売
・HUCプレゼント抽選会
※HUC…東川ユニバーサルカード/町内でお買い物の際にポイントが貯まる便利なカード

■旭川駅前ミーツイベント告知

■空港ミーツイベント告知

■１周年記念イベントの様子

■１周年記念イベント先着特典プレゼント
（地元事業者とコラボ製作した、
イベント限定キューブ型シフォンケーキ）

イベント展開（出張東川ミーツ）

<出店実績>

①2021年10月23日(土)～24日(日)の2日間　ブランチ札幌月寒(商業施設)に出店
②2021年 3月15日(火)　東京京橋マルシェに出店
③2022年 3月19日(土)　羽田空港第1ターミナルに出店　＊東川ミーツ(東川町)単独
④2022年 5月28日(土)～29日(日)の2日間　ザ・プリンスパークタワー東京 ふるさとマルシェに出店
※今後の出店予定 → 7/9(土)～7/10(日) 三井アウトレットパーク札幌北広島、10/27(木)～11/1(火)イオン旭川西SC

<出店の背景>

＊町施策の一環である民間企業とのオフィシャルパートナー契約をバックボーンに出店 ＊町役場との協業で町のPRも兼ねた展開(町予算からの費用計上) ＊基本的に来るものは拒まず出店 ＊物産だけではなく多角的に町をPR

<各出店風景など>

①

＊屋外にてテントひと張りの出店
＊地元TV局とのタイアップで、人気キャラクターのOnちゃんも登場！

②

＊屋外にてテントひと張りの出店
＊即完売商品続出！ 大好評でした。

③

＊屋内で販売ブースを7つ設置

＊物産販売だけではなく、トークショー、音楽演奏、町内家具事業者の椅子の展示、ワークショップなどを含めて、複合的多角的に東川町のPRをおこなった。

＊羽田空港における、地方自治体関連の物産販売では、過去一番の売上を達成！大好評でした。

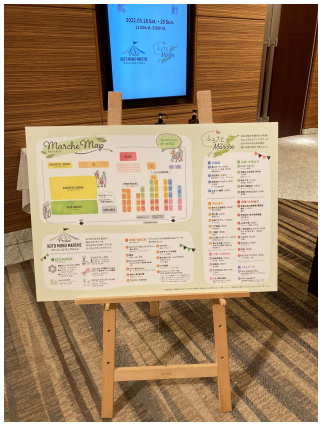
＊ふるさと納税のご案内冊子と町産米を使用したせんべい同封のサンプリングを実施し、大々的に町のPRをおこなった。

④

＊プリンスホテル×JALコラボレーションのふるさとマルシェに出店

＊屋内で販売ブースを2つ設置。余剰スペースには町内家具事業者の椅子の展示も実施

＊ホテル内展示会場での開催だったこともあり、不特定多数の流動客(通行人)への販売が見込めず、販売額としては一定の成果にとどまった。



＊ふるさと納税のご案内冊子と町産米を使用したせんべい同封のサンプリングを実施し、大々的に町のPRをおこなった。

キャンペーン展開

キャンペーン名：東川ミーツ1周年記念！ぐるっと巡ってスタンプラリー

実施期間：2021年7月31日(土)～9月20日(祝)

実施目的：町内経済の活性化、町内と近隣地域への認知向上により地元アンテナショップを再認識いただくこと

実施内容：a）全４店舗ご来店のお客様先着500名に東川米の「こめかん」ファイターズ限定ラベルをプレゼント
b）＊HUC 1,000ポイントプレゼント(1ポイント1円換算、実質1,000円分の付加価値)

HUCとは、東川ユニバーサルカードの略称。町の人口が8,300人にも関わらず、カード会員とアプリ会員の合計が11万件以上ある地域経済の活性化に大きく寄与している商工会が発行するポイントカード。公共施設の利用、町や商工会主催のイベントへの参加、健康診断受診など生活のあらゆる場面でポイントが付与される。各個人商店やカフェ、ガソリンスタンド、大手コンビニチェーン店も加盟店となっている。

実施結果：スタンプラリー達成者423名、一人あたりの購入想定額約2,000円＝約80万円　費用＝約80万円
収支としてはトントンであったが、ショップの認知度向上や固定客の増加、地域経済の活性化に寄与した

<チラシ表面>

<チラシ裏面>

★好評につき、2022年も同内容のキャンペーンを開催予定！

<チラシイメージ>

＊キャンペーン名称を
夏祭りスタンプラリー へ改名

＊キャンペーンの
運用方法を見直し

広告宣伝、告知展開

<地元のフリーペーパー>

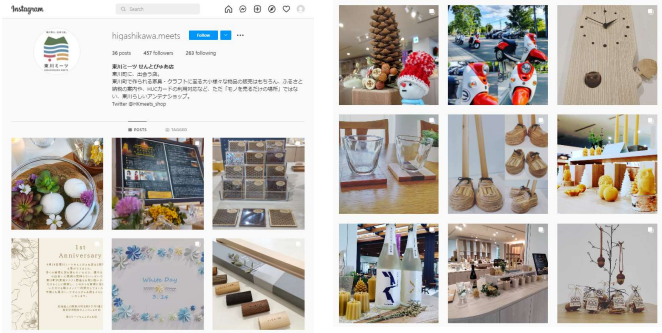
- 1周年記念イベント開催告知（旭川駅前店）
- 1周年記念イベント開催告知（空港ミーツコーナー）
- 1周年記念スタンプラリーの無料記事掲載

<北海道新聞　地方版>

- 1周年記念スタンプラリーの記事掲載
- オンラインショップ開設に伴う記事掲載

<インスタ>

- せんとぴゅあ店で適宜タイムリーに情報配信を実施
- フォロワー数が少なく、効果は限定的か…？



★現状は地域限定の発信に留まってしまっている…

→　今後は、オンラインショップの商品ラインナップを充実させ、魅力的なECサイトに発展させたのち、日本全国に向けた告知展開も進めて行きたい。

オンラインショップの展開

【開設日】　2022年4月14日（木）
【送料】　全商品全国一律送料無料
【商品数】　89アイテム
【取扱商品】　特産物のお米やお水、木工クラフト雑貨・家具(スマホスタンドやストラップなどの
お手頃価格の小物から、数十万円以上する家具などの高級品まで幅広く取扱い
【URL】　https://higashikawa-eets.com
【開設基盤】　ネットショップのプラットフォーム(開設基盤)は、STORES（ストアーズ）を利用

【開設経緯】　東川町とその近郊でリアル店舗展開をおこなってきたが、東川町の素晴らしい特産品の数々を、
日本全国の皆様にも知って欲しい、是非お手に取っていただき、東川町ならではのストーリーを
感じていただきたいという想いから、東川ミーツオンラインショップは産声をあげました。

【現状報告】　月に4～5件の売上で、ほぼ お水とお米のみの販売（木工クラフト雑貨小物1件を除く）

【今後の展望】日持ちのする食品類を中心にアイテム数の拡充、画像追加（主に家具の樹種別色別写真）など
をおこない競争力のある販売サイトへのブラッシュアップを予定

【オンラインショップTOP画面】

【取扱商品一例】

東川米 ゆめぴりか –
白米５kg × ２袋 -
¥5,280 税込

大雪旭岳源水源水 500ml
24本入り × ２ケース -
¥5,760 税込

どんぐりの鈴
（２個セット）
¥3,960 税込

【商品詳細画面（商品オーダー画面）】

東川米 ゆめぴりか - 白米・５kg×２袋 -
¥5,280 税込
送料無料でお届けします
その他送料についてはこちら
カートに入れる
お気に入りに追加

ほどよい粘りと、豊かな甘味

美味しくて安心なお米をお届けしたいという「夢」とアイヌ語で美しいを意味する「ピリカ」がひとつになった「ゆめぴりか」。
ほどよい粘りと、豊かな甘味を「東川米」で存分にお召し上がりください。

５kg×２袋

白米

商品パッケージが変更になることがあります。

発売元 株式会社東川振興公社

製造元 東川町農業協同組合

ご清聴ありがとうございました。

東川ミーツ
HIGASHIKAWA MEETS

銀座 熊本館
GINZA KUMAMOTOKAN

令和４年（2022年）6月29日
熊本県東京事務所

1. 銀座熊本館について（施設概要）

【名　称】
銀座熊本館

【所在地】
〒104-0061
東京都中央区銀座5-3-16（１F～４F）

【アクセス】
JR有楽町駅
数寄屋橋方面出口より徒歩５分
東京メトロ銀座駅
C4出口より徒歩２分

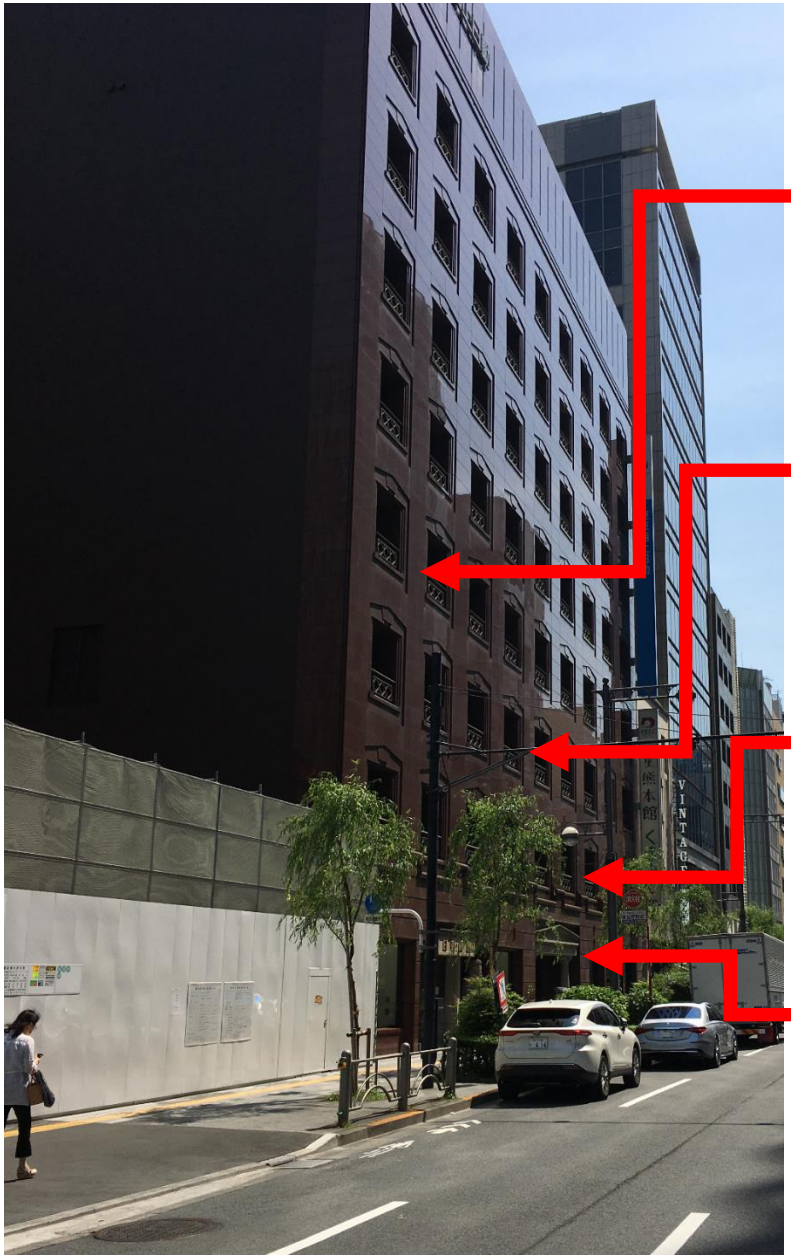
【開館時間】
11:00～19:00
（休館日：毎月第一月曜日・年末年始。
但し月曜日が祝休日の場合は次の平日）
※２F ASOBI・Barは12:00～19:00

銀座熊本館店舗入口

銀座熊本館位置図

【開設日】
都外の自治体アンテナショップとしては最も早く、平成６年（1994年）に
「銀座わしたショップ本店」（沖縄県）と同時期に開設

2. 銀座熊本館の施設紹介（フロアガイド）



4F

打合せ室、ストックヤード（86.20㎡）

3F

熊本県東京事務所（86.20㎡）
（一社）熊本県物産振興協会東京支部
（公財）くまもと産業支援財団

2F

くまもとサロン（86.20㎡）
①ASOBI・Bar
②観光情報コーナー
③くまモングッズコーナー

1F

くまもとプラザ（92.62㎡）
県産品常設展示販売

3. 銀座熊本館の運営について

運営方針

　首都圏における熊本県の観光・物産・文化等の情報発信や販路拡大のため、県産品の展示販売や旬の食材を使った飲食物を提供することにより、熊本のイメージアップを図り、新たな熊本ファンの増加に繋げる。

（１）１階　くまもとプラザ

　管理運営（１階及び２階ASOBI・Bar）を一般社団法人熊本県物産振興協会に委託し、食品、酒類、民工芸品を約1,500品目販売している。産地直送の青果物を販売、商品の随時入れ替え、各種フェア・イベントの開催など、できるだけ多くの商品を紹介し、何度もご来館いただけるよう工夫。

（２）２階　くまもとサロン（ASOBI・Bar、観光情報コーナー、くまモングッズコーナー）

①ASOBI・Bar

　県産品の販路拡大につながる「おもてなしの場」、「情報発信の場」として、熊本の酒と旬の食材を使った料理、地酒（球磨焼酎等）を提供。

・営業時間　12:00～19:00

②観光情報コーナー

　観光コンシェルジュが常駐し、旅程アドバイスや最新観光情報を提供。
　パンフレット、マップ、時刻表等の無料配布を実施。

③くまモングッズコーナー

　「くまモン」の関連グッズを販売。くまモン人気に伴い、１階に設置していた売場を平成25年８月、２階に移設し展示面積を拡大。

4. SNSやHP等での情報発信

様々なイベント情報をＳＮＳやＨＰ等で随時発信し、来館者増につなげる取組みを実施

（1）facebook

フォロワー数
12,081人
（R3.1開設）

（2）Instagram

フォロワー数
1,198人
（R3.4開設）

（3）twitter

フォロワー数
2,880人
（R3.9開設）

（4）ＨＰ 銀座 熊本館 GINZA KUMAMOTOKAN

訪問者数
13,041人/月
（R4.4月）

5. 来館者及び売上データ

令和３年度（2021年度）の銀座熊本館への来館者数及び売上高

R3来館者数	R3売上高
250,187人	251,614千円

※来館者多数のため、入館制限を設けた際の写真（平成28年熊本地震発生後の支援）

6-1. 銀座熊本館の売れ筋・主力商品（食品）

商品名：からしれんこん

（株）ふくとく（熊本市）、
森からし蓮根（有）（熊本市）

熊本を代表する郷土の味。ウコンを使用した香ばしい衣に、地元味噌メーカーと作り上げた風味豊かなからし味噌が蓮根と爽やかな あじわいを奏でる。

商品名：徳用ちりめん

（株）みやもと海産物（芦北町）

無選別、機械干しのお得なちりめん。

商品名：鮮馬刺し赤身ミニ（冷凍）

（株）千興ファーム（御船町）

あっさりとして、とても柔かくて甘味があり、霜降り肉よりも食べやすい部位。スライスしてある。

POINT CARD

銀座熊本館では、買い物がお得になるポイントカードがあり、会員になり、買い物すると次の特典がある。
①購入金額100円毎に２ポイント加算。
②500ポイント以上貯めると、500ポイントにつき500円分の商品代金として利用可能。
※ポイントカードの有効期間は、最終買い物日から１年間。

6-2. 銀座熊本館の売れ筋・主力商品（菓子）

商品名：リキュールマロン

スイス洋菓子店（熊本市）

生地に浸み込んだたっぷりのリキュールシロップ、県産の渋皮マロンが入ったバタークリームをサンドしたバターケーキ。

商品名：風雅巻き

（株）風雅（熊本市）

有明海産の焼海苔で、豆菓子を1本1本手巻きした海苔菓子。磯の香り豊かな海苔と香ばしい豆菓子とのコラボレーションを楽しめる。

銀座熊本館１階店舗概観

商品名：陣太鼓

（株）お菓子の香梅（熊本市）

大納言小豆たっぷりの、みずみずしい餡で求肥を包んだ熊本の代表銘菓。

6-3. 銀座熊本館の売れ筋・主力商品（スタッフオススメ）

商品名：くまもとの晩柑しぼり

熊本県果実農業協同組合（熊本市）

熊本県産河内晩柑100%ジュース。果実本来の味を活かし、ジューシー感、爽やかな酸味、ほのかな苦みを揃えたジュース。

商品名：山うにとうふ

（有）五木屋本舗（五木村）

九州産大豆「ふくゆたか」のみを100%使用。こだわりの製法で生み出した秘伝のもろみ味噌に、五木屋独自の堅豆腐を長期間じっくり漬け込んだ逸品。

商品名：南関あげ

塩山食品（株）（南関町）

熊本県南関町に昔から伝わるあげ豆腐で、伝統食品のひとつ。一般的なあげ豆腐とは日持ちの長さや食感が異なるのが特徴。味噌汁や煮物などの具として煮ると柔らかな食感になり、味もよくしみ込んでなんとも言えぬ美味しさ。

6-4. 銀座熊本館の売れ筋・主力商品（酒類）

商品名：吟香鳥飼

（株）鳥飼酒造（人吉市）

華やかな香りに加え、甘味があって透明感のある味わいは、和食はもちろんフレンチやイタリアンとも高相性。

商品名：限定川辺720ml

繊月酒造（株）（人吉市）

相良村産の”ヒノヒカリ”と川辺川の伏流水を使用。クリアですっきりとした味わいでありながら、しっかりとした味と香りが特徴。

商品名：特別限定酒大石

（資）大石酒造場（水上村）

豊かな大地が育んだお米と球磨川の伏流水が、コクがあり、まろやかな深い焼酎を育て上げた。琥珀熟成の深い味わいが楽しめる。

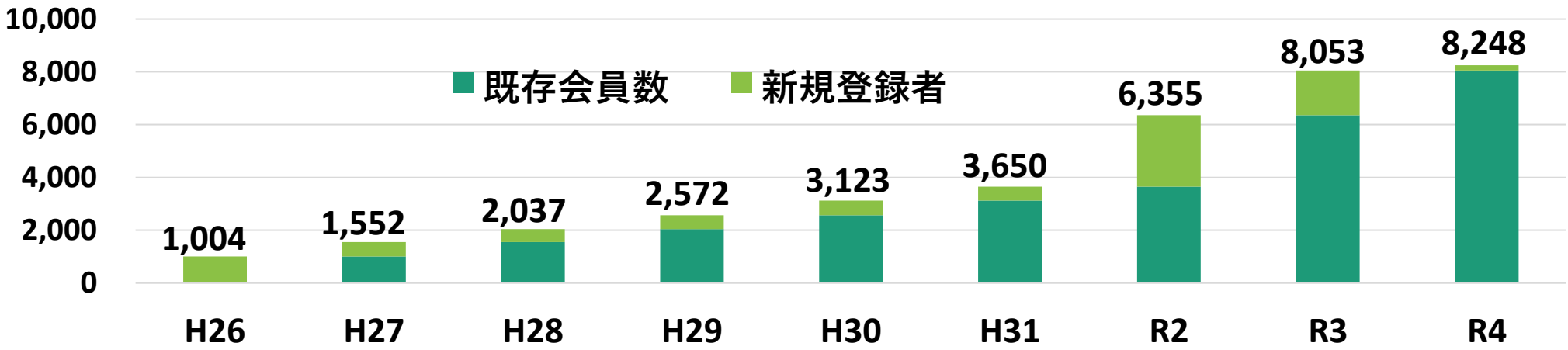
球磨（くま）焼酎とは	熊本県の南端にある人吉球磨地方で約500年の伝統を誇る、米を原料とした焼酎。
27の蔵元	球磨焼酎の蔵元は現在**27**蔵。それぞれの蔵元がこだわりの方法で焼酎づくりを行っており、バラエティ豊か。
令和2年7月豪雨災害	令和２年７月豪雨の影響で複数の蔵元が被災。現在でも一部の蔵元が復興に向け再建中。
ロゴマーク	地理的表示（GI）の産地指定を受け、平成19年（2007年）３月に球磨焼酎ブランドマークを作成。 球磨焼酎の原料である「米」をベースに、日本三大急流の清流「球磨川」水系の地下水のメージを組み入れ、球磨焼酎の頭文字「く」で表現。

JAPAN GEOGRAPHICAL INDICATION
KUMA SHOCHU
地理的表示 球磨

7-1. 銀座熊本館　会員の属性①

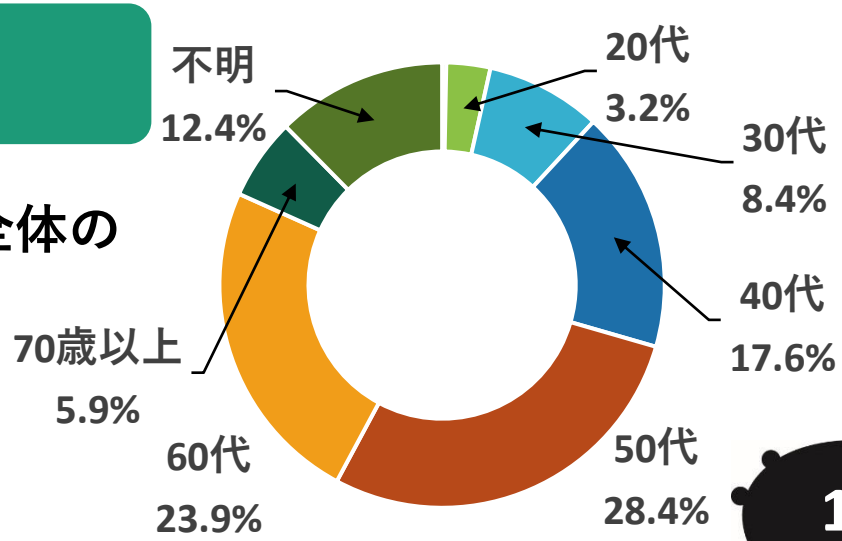
(1)会員属性全体

- ポイントカード会員数約８，３００人（令和４年６月時点）



(2)会員の年代構成

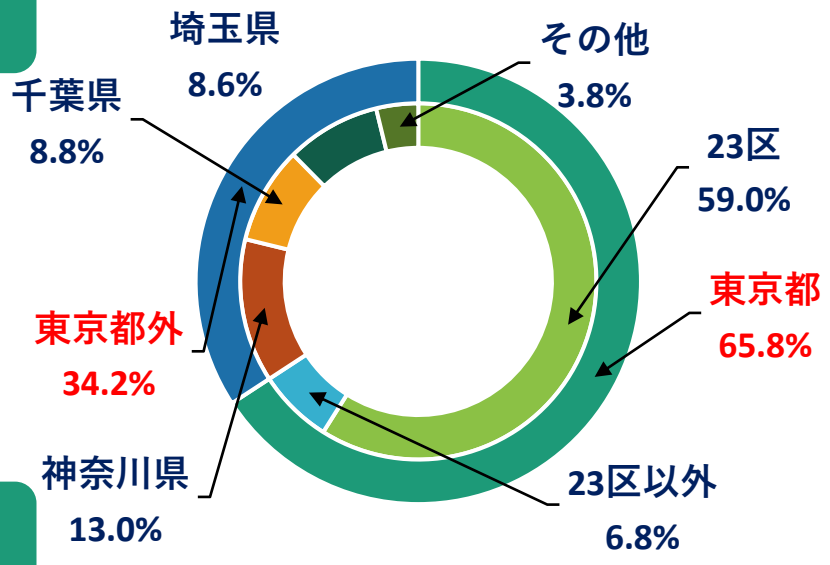
- ボリュームゾーンは５０代～６０代で、全体の過半数（５２.３％）を占める
- 会員の年齢層は近年、若年化の傾向



7-2. 銀座熊本館　会員の属性②

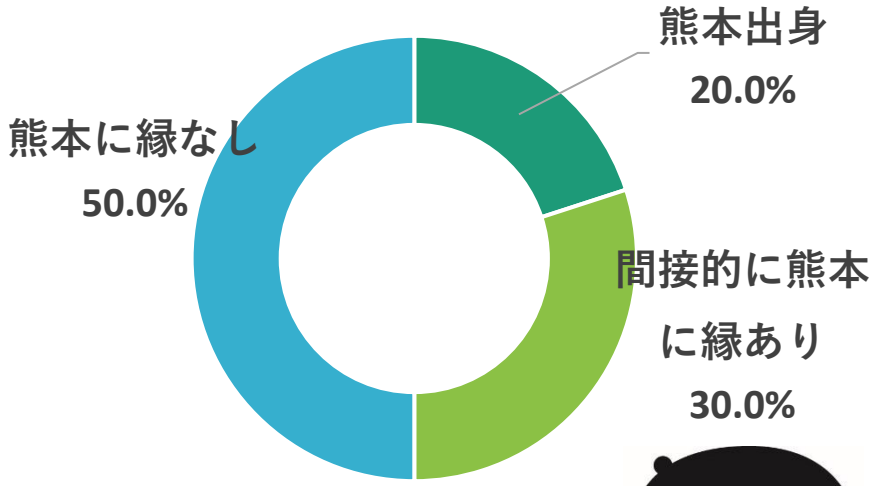
(3)会員の住所

- 東京都居住者が６５.８％、都以外の居住者が３４.２％
- 東京都在住者以外では神奈川県居住者が多い（全体の１３.０％）



(4)会員の熊本との関係性

- 熊本に縁のない方が半数
- 熊本出身者も２０.０％存在

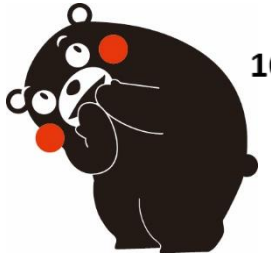


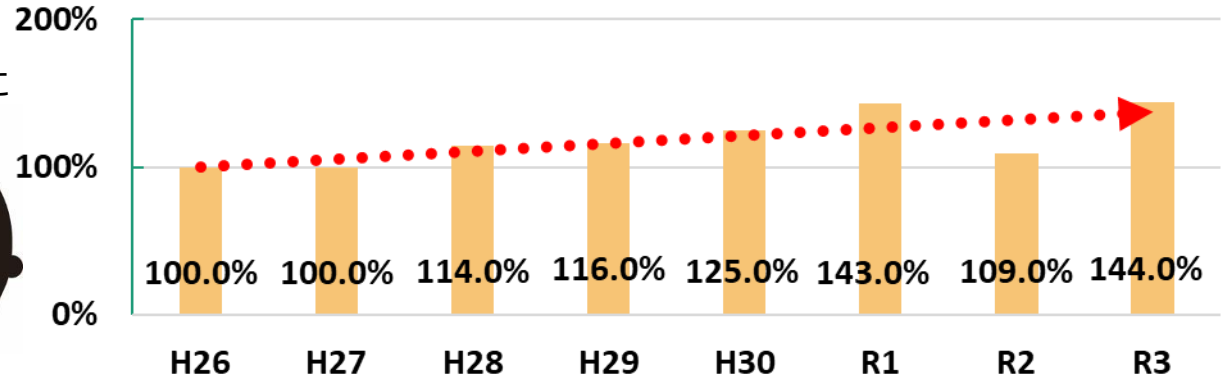
8. 近年伸びたASOBI・Bar

◆銀座熊本館２階のASOBI・Barは令和２年度に新型コロナウイルス感染拡大の影響で一時売上が下がったものの、令和３年度には持ち直した。

◆長期的な売上高は上昇傾向にある。

※右グラフは平成26年度を100%とした場合の売上高推移





◆ASOBI・Barで提供しているメニュー（抜粋）

9. フェア（令和3年度の実施例）

銀座熊本館では１年を通じて様々なフェア・イベントを実施し、集客と売上UPを図っている

4	晩柑フェア
5	新茶フェア
6	メロンフェア
7	人吉・球磨、いぐさフェア
8	球磨焼酎、畜産・水産フェア
9	早期米、山江栗フェア
10	創業祭、玉名市フェア
11	あさぎり町フェア
12	宇土市フェア
1	初売り、山都町フェア
2	くまもとフルーツフェア
3	くまもとのお米フェア

フェア写真

10. 情報発信の事例（令和3年度）

（1）ASOBI・Barでのオンラインイベント開催

◆開催日時　令和３年（2021年）10月８日（金）　20:00～21:30

◆出演者　光ママ親子（コンビ名：しゃかりき）

◆実施内容
- 光ママ親子のアンテナショップ紹介
- 銀座熊本館特選！売れ筋商品紹介
- 光ママと学ぶ熊本クイズ
- くまモン登場＆ASOBI・Barメニュー紹介　他

※好評のため、２回目を令和4年２月にも実施

ＳＮＳでの広告

（2）くまモン出没＋テレビ等メディア取材対応

①銀座熊本館におけるくまモン出没の状況
- 10月の銀座熊本館「創業祭」において、開店時のお出迎え
- その他、各種フェアやイベントの際にゲリラ出没し熊本をPR

②銀座熊本館における取材等の状況

	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	WEB他	合計
令和３年度	16件	2件	3件	10件	14件	45件
令和２年度	49件	16件	13件	17件	16件	111件

（3）観光物産イベント出展時のPR

	出展回数	出展した主なイベント
令和３年度	8回	二子玉川キネコ映画祭
令和２年度	5回	阿蘇観光プロモーションin東京

11. 観光情報コーナーでの魅力発信

大自然の魅力がつまった「阿蘇」、加藤清正が築いた日本三名城の一つ「熊本城」、キリシタンの歴史が色濃く残る「天草」など、豊かな自然と歴史がおりなす魅力あふれる熊本県の観光情報や旅程アドバイスを専属の「観光コンシェルジュ」が案内。

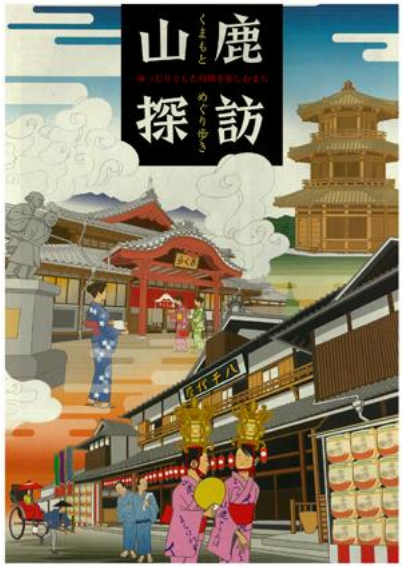
【営業時間】
11:00～19:00

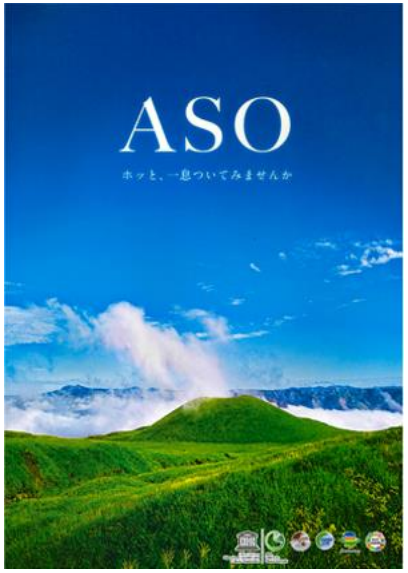
【定休日】
毎月第一月曜日、年末年始

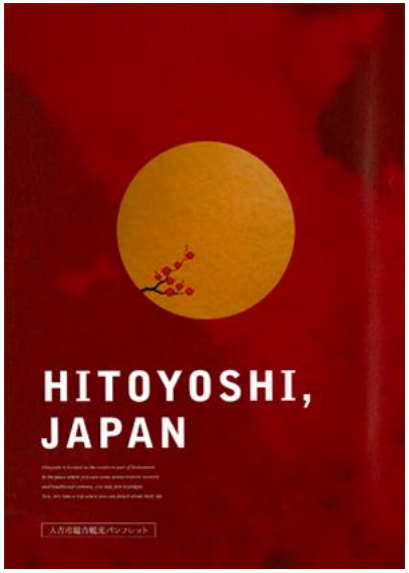
観光案内件数

	観光案内	電話対応
令和３年度	3,986件	68件
令和２年度	3,474件	39件

【観光パンフレット（一部抜粋）】







12-1.「泊まれるアンテナショップ」について①

（１）イベントの趣旨・目的

- ◆国内外への旅行が制限される「コロナ禍」の現在だからこそ東京にいながら地方を体験できる、新しい旅のスタイルを模索・提案
- ◆オンラインで人と接し、熊本のモノに直接触れることで熊本の魅力を再発見し、リアルな熊本への旅へとつなげる
- ◆首都圏等に在住する大学生で構成された有志団体「リトルジャパンin東京」が企画し、銀座熊本館協力のもと実施

（２）開催日

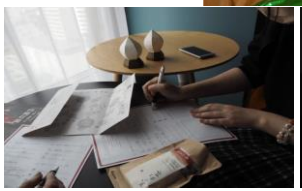
令和４年（2022年）２月18日（金）～21日（月）

（３）開催場所

sequence MIYASHITA PARK
東京都渋谷区神宮前６丁目２０-１
（https://www.sequencehotels.com/miyashita-park/）

（４）参加者

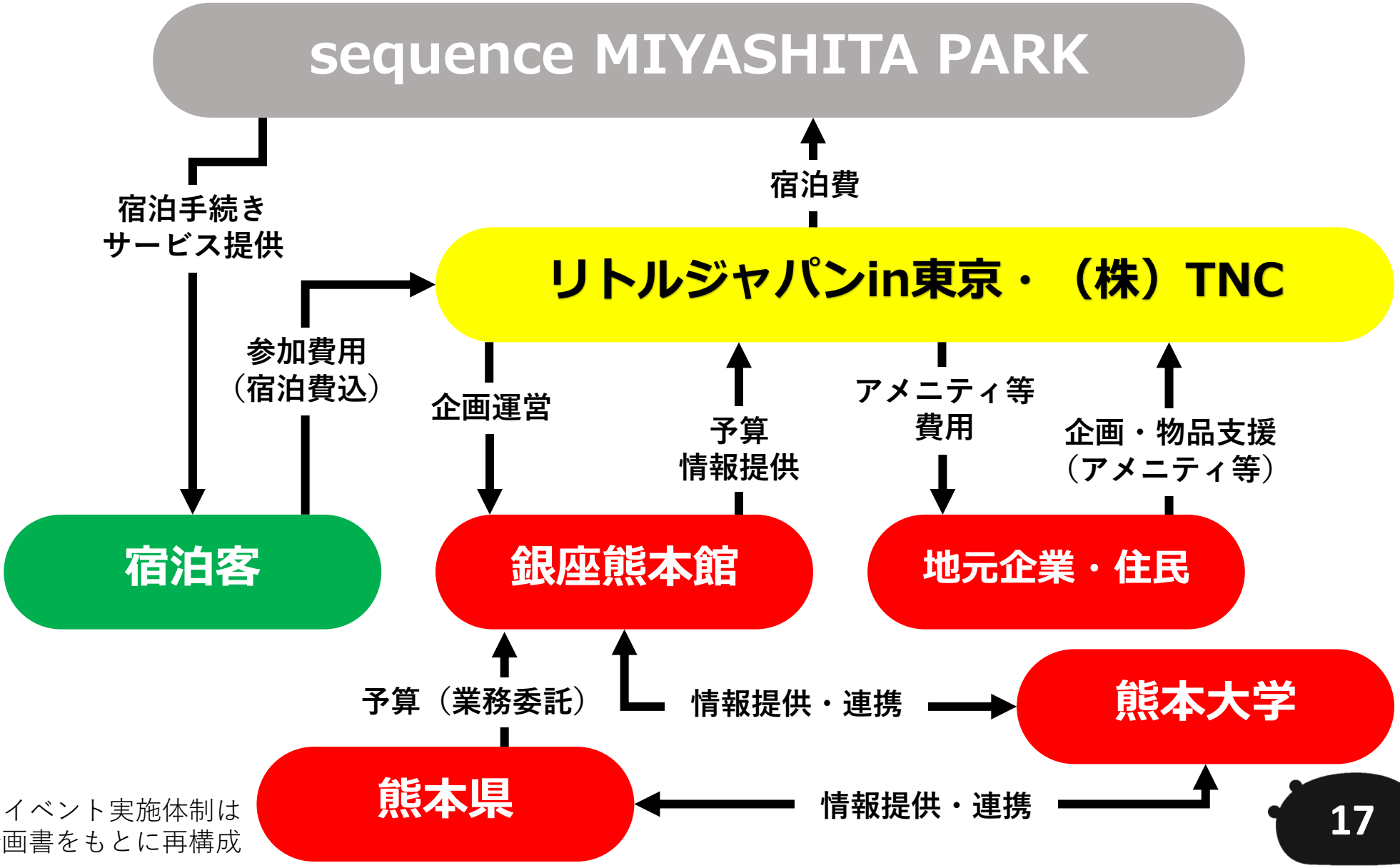
①Ｚ世代の女性二人
②40代、20代の母娘
③70代の夫婦



※写真は当日配布された資料やイベント実施時のものであり、イベント完了報告から引用

12-2.「泊まれるアンテナショップ」について②

（5）イベント実施体制



※イベント実施体制は
企画書をもとに再構成

12-3.「泊まれるアンテナショップ」について③

（6）イベント内容

スパイス×熊本食材、新たな「美味しい」に出会うペアリングコース

熊本県産の食材と熊本出身のシェフが一品一品考案した料理を提供。

熊本大学の焼酎サークル「くまくま」と球磨焼酎カクテルづくりを楽しむ

熊本と球磨焼酎を愛する大学生が考案したオリジナルカクテルを提供。

熊本に触れる、こだわりのアメニティ

ホテルには熊本名産の「晩白柚の石鹸」や「黒糖ドーナツ棒」など、熊本ゆかり のアメニティを設置。

「山鹿灯籠」の和紙技術を体験できるオンライン・ワークショップ

金属を一切使用せず和紙と糊だけで作成する「山鹿灯篭」を、灯篭師のオンラインサポートを受けながら作成。

会いたい・行きたいの想いが詰まった「旅日記」

イベントを通じて得た思いを参加者が綴り、後日熊本へのリアルの旅へとつながる「手がかり」を添えて冊子として送付。

※イベント内容はプレスリリース等から再構成

12-4.「泊まれるアンテナショップ」について④

（7）主な行程

1日目

17:00
チェックイン

17:30～18:30
阿蘇麓の雰囲気で熊本の食を堪能

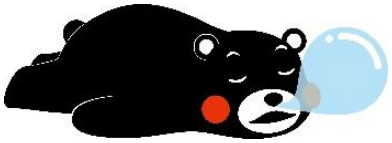
18:30～21:30
人吉球磨の球磨焼酎で晩酌

22:00～
八代の晩白柚の入浴剤などでリラックス

※行程は企画書をもとに再構成

2日目

08:00
起床



08:30
ホテルの朝食会場で食事

10:00
部屋でミニ体験（ワークショップ）

14:00
チェックアウト

後日
冊子等が届く

ご清聴ありがとうございました

～本日御参加の皆様　ぜひ銀座熊本館へお越しください～

おしまい