

首都圏アンテナショップ実績報告書



1 概要

(1)所在地等

所在地：東京都港区新橋一丁目 11-7
新橋センタープレイス 1・2階
面積：941.35 m² (1F 354.01 m²、2F 587.34 m²)
設置者：岡山県・鳥取県
事業費：R4 年度予算 112,411 千円 (建物賃借料ほか)
設置期間：H26. 9. 28～R6. 3. 31



「とっとり・おかやま新橋館」外観

(2)趣旨・目的

首都圏における県産品や観光、移住等に関する総合的な情報受発信の拠点として、県産品の販路拡大や観光客入込数の増加、I J Uターンの促進等を図る。

また、首都圏の消費者に、山陽と山陰の異なる気候風土や歴史文化に培われた両県産の特色ある食材・食品その他の特産品を一堂に展示・紹介することにより、相乗的に顧客満足度の向上と産地側のアピール力向上を図る。

(3)主な機能

ア 物販店舗	両県の優れた食材・食品その他の特産品の個性・魅力を展示・紹介・販売
イ 飲食店舗	両県の旬の食材を使った料理、地酒を提供
ウ 催事スペース	両県の市町村や事業者、関係団体等が、それぞれの物産の製作実演や試食販売、独自文化等のPR展示、観光や移住に関するイベント等を開催
エ 情報コーナー	両県の観光等に関する説明・案内や情報提供、相談対応等
オ 移住・しごと相談コーナー	両県への移住・就職に関する説明・案内や情報提供、相談対応等
カ コワーキングスペース	両県企業の首都圏における情報収集や販路拡大などの活動拠点を提供

(4)運営

物販店舗：株式会社フジランド

飲食店舗：株式会社稲田屋本店

催事スペース等：鳥取県・岡山県共同アンテナショップ運営協議会



物販店舗 (1F)



飲食店舗 (2F)



催事スペース (8周年記念イベント)

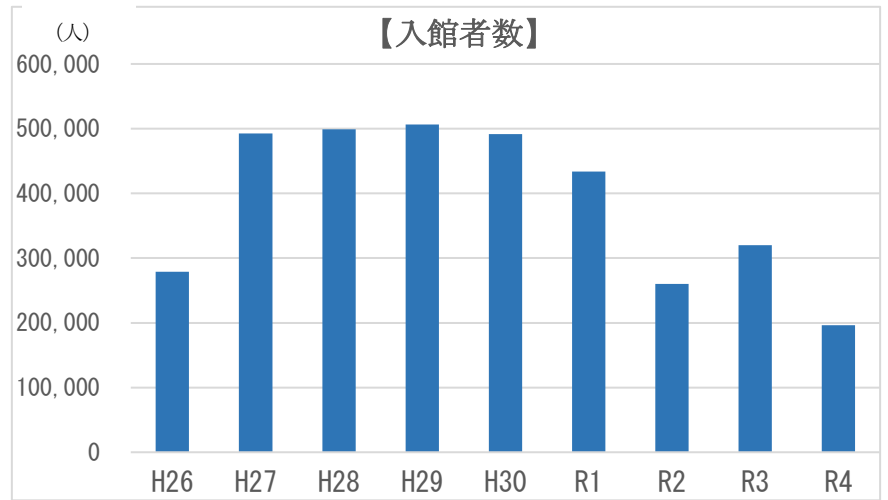
2 実績（開設～H4.9）

(1)機能別の運営状況

ア 入館者

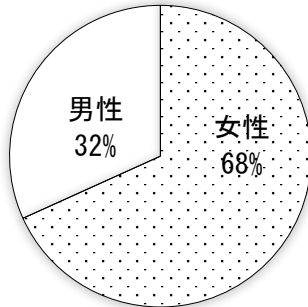
入館者数 累計 3,479,039人

年度	入館者数
H26	279,157
H27	492,611
H28	498,983
H29	506,369
H30	491,707
R1	433,624
R2	260,270
R3	320,173
R4	196,145

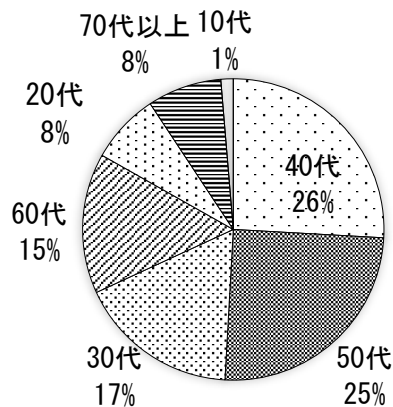


(属性等)

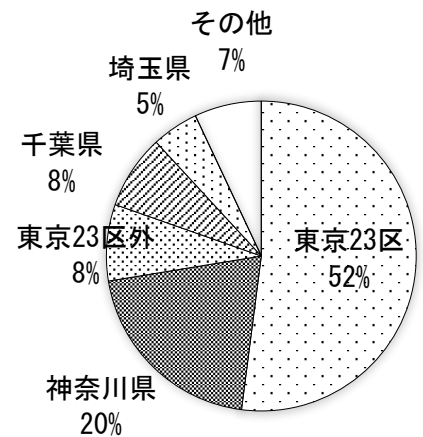
性別



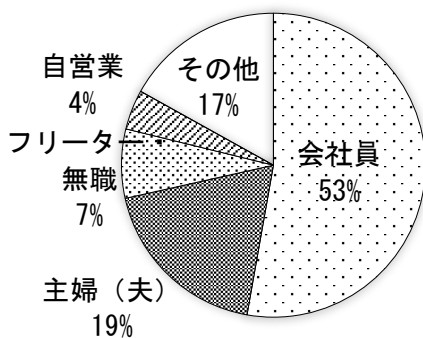
年齢



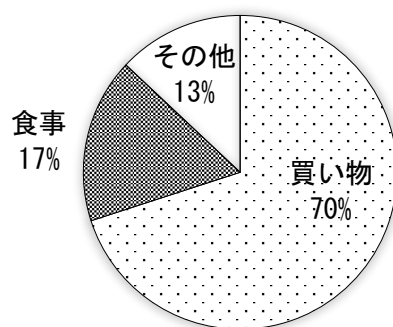
地域



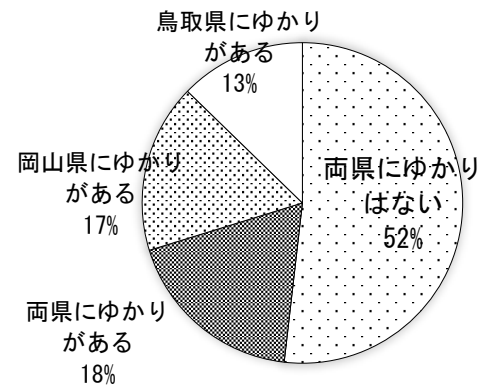
職業



来館目的



本県との関係

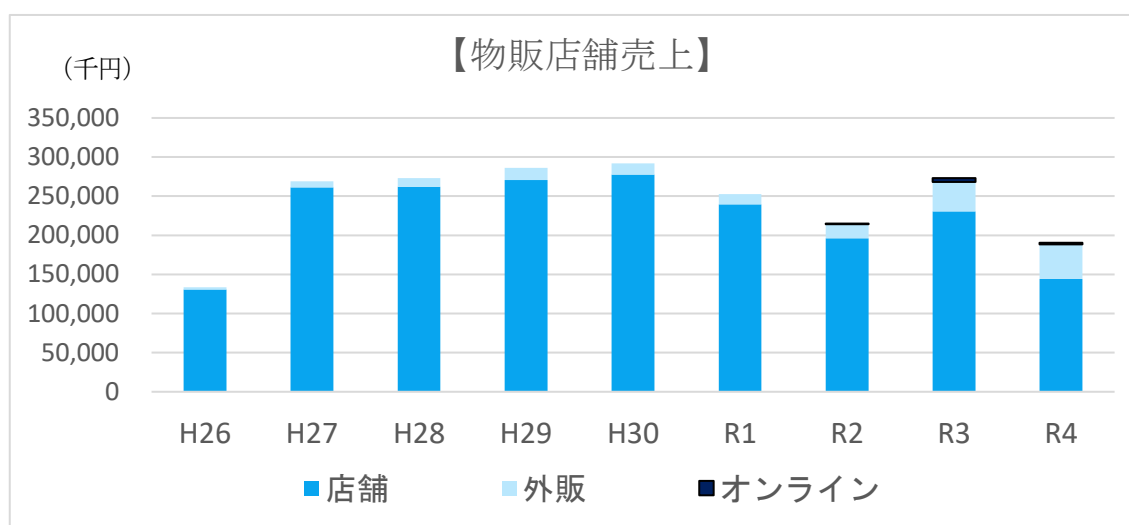


(R4.10 調査)

イ 物販店舗（1F）

売上金額 累計2,184,492千円（店舗2,012,722千円、外販163,973千円、オンライン7,797千円）

年度	店舗	外販	オンライン	物販売上計
H26	130,852	2,837	-	133,689
H27	261,245	7,620	-	268,865
H28	262,166	10,744	-	272,910
H29	270,638	15,401	-	286,039
H30	277,638	14,138	-	291,776
R1	239,591	13,027	-	252,618
R2	195,971	18,023	1,058	215,052
R3	230,377	37,908	4,791	273,076
R4	144,244	44,275	1,948	190,467



新鮮な果物や加工品など、常時約 2,200 品目を用意し、年間を通じて岡山県・鳥取県の旬の特産品を切れ目なく提供している。

面積：265.31 m² 営業時間：10:00～21:00

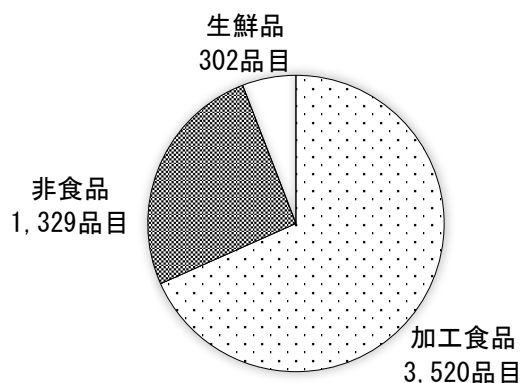
短期間のテストマーケティングが可能な「チャレンジ商品特設コーナー」を設置

- ・取引事業者登録数（岡山県分） 813社

登録商品（累計 5,151品目）

■販売点数ベスト5（R3.10～R4.9）

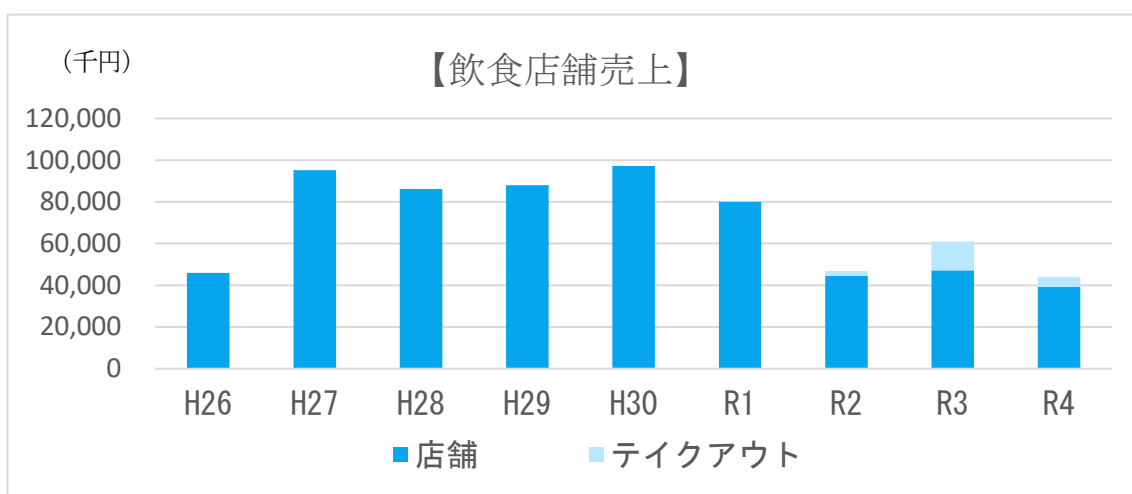
	品名
1位	豊縁
2位	大手まんじゅう（4個入）
3位	蒜山ジャージーソフトクリーム
4位	元祖きびだんご（10個入）
5位	国産果実の岡山白桃グミ



ウ 飲食店舗（2F）

売上金額 累計 644,210千円（店舗 623,467千円、テイクアウト 20,743千円）

年度	店舗	テイクアウト	飲食売上計
H26	45,964	-	45,964
H27	95,241	-	95,241
H28	86,134	-	86,134
H29	87,957	-	87,957
H30	97,151	-	97,151
R1	80,023	-	80,023
R2	44,615	2,256	46,871
R3	47,149	13,841	60,990
R4	39,233	4,646	43,879



「岡山ばらずし」「ホルモンうどん」をはじめとする岡山の郷土料理やB級グルメ、白桃やぶどうを使った限定スイーツ、鳥取県の食材とコラボしたプレートなど、海や山の旬の食材や特色あるメニューを提供している。

面積：98.36㎡ 席数：50席 営業時間：11:00～22:00

■提供メニュー例・岡山県産食材

メニュー	県産食材（主なもの）
ももてなしパフェ	白桃、ぶどう、苺
千屋牛のステーキ	牛肉、千両ナス、ミニトマト
哲多豚のひき肉カレー	豚肉、トマト、ナス
ホルモンうどん	ホルモン、タレ
日生牡蠣の玉子とじ	牡蠣
水耕野菜のグリーンサラダ	レタス、ミニトマト、パプリカ
岡山ばらずし（宴会のみ）	米、卵、サワラ、ママカリ、タコ、アナゴ、レンコン

■フェアでの提供食材例（岡山県関連：主なもの）

- 「白桃フェア」白桃
- 「マスカットのスイーツフェア」シャインマスカット
- 「晴苺のストロベリーフェア」晴苺
- 「雄町の地酒×おつまみペアリングセット」
雄町の地酒、ままかり酢漬け、牡蠣の燻製、哲多豚の角煮、蒜山ジャージーチーズ等
- 「マダコフェア」マダコ、ポテト、牡蠣の白だし
- 「パクチーフェア」パクチー、ミニトマト、白桃、哲多豚、シバエビ
- 「千両なす祭り」千両なす、トマト
- 「黄ニラフェア」黄ニラ、ホルモン
- 「とうもろこしフェア」蒜山産とうもろこし、クラフトビール など

■岡山県と鳥取県のコラボ商品（主なもの）

- 「両県牛乳の飲み比べセット」蒜山ジャージー牛乳、白バラ牛乳
- 「Wステーキ重」、「Wローストビーフ重」千屋牛、鳥取和牛
- 「シェフのきまぐれプレート」ローストビーフ、サラダ、ソーセージ、ポテトサラダ
- 「8周年記念祝膳」里海米、おかやま和牛肉、牡蠣佃煮、作州黒枝豆、千両なす
星空舞、鳥取和牛、紅ずわい蟹、砂丘らっきょう など

エ 催事等

プロモーションゾーン（1F）

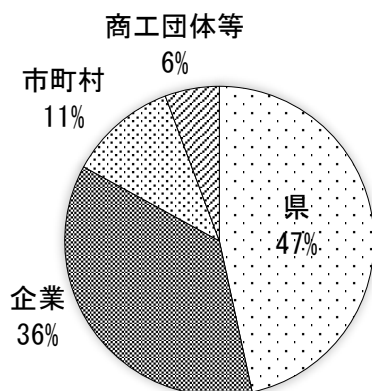
消費者の反応や生の声を聞きながら行う「直接販売」のほか、観光・特産品のPRや学校の学習体験に利用できるスペースを提供している。

面積：約5㎡ 利用時間：10:00～18:00 利用料：2,000円/日

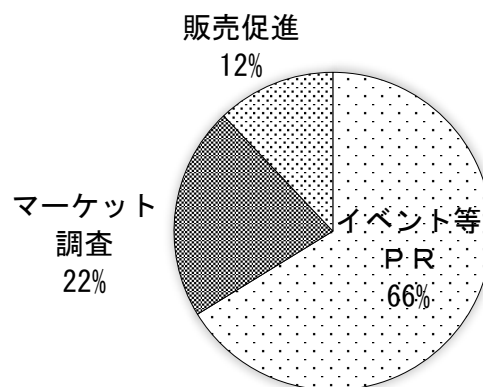
利用日数（岡山県関係） 累計 773日

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
岡山県	55	106	161	104	131	80	21	88	27
鳥取県	86	157	88	112	80	104	13	13	17
計	141	263	249	216	211	184	34	101	44

利用者(R3.10～R4.9)



利用内容(R3.10～R4.9)



<活用例>

- ・両県が連携した県産米やジビエ等のフェア
- ・催事スペースのイベントとセットになった特産品フェアやPR
- ・市町村による魅力発信事業の実施
- ・県産海苔や牡蠣、蒜山ジャージー牛製品、日本刀関連商品等のテスト販売やPR
- ・セミオーダーによるデニム販売

催事スペース（2F）

物販やPRイベント、説明会などに使用できる多目的スペースを提供している。

面積：88.40㎡ 利用時間：10:00～20:00

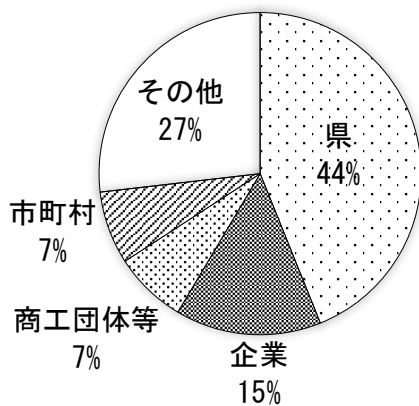
利用料：全日（10:00～20:00）の場合

[県内・非営利] 6,400円 [県内・営利] 12,800円

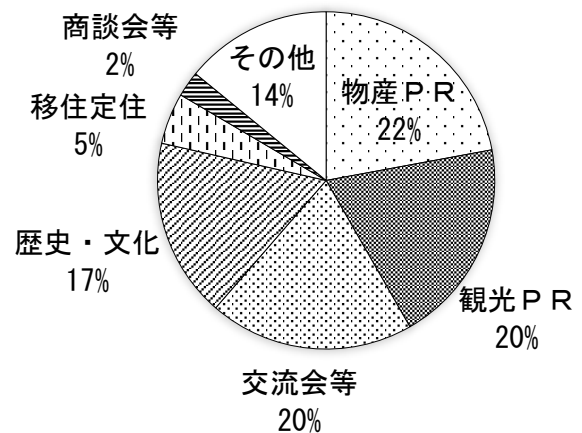
利用日数（岡山県関係分） 累計 925日

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
岡山県	71	164	179	172	158	126	5	26	24
鳥取県	41	77	106	73	79	78	8	14	20
計	112	241	285	245	237	204	13	40	44

利用者 (R3. 10～R4. 9)



利用内容 (R3. 10～R4. 9)



<活用例>

- ・フルーツ、地酒、温泉地等のメディアセミナー
- ・備前焼で愉しむ雄町米の地酒BAR
- ・県産品を使った料理や工芸品の手作り体験教室やワークショップ
- ・市町村による移住相談や観光PR
- ・刀剣と岡山を知る展
- ・飲食店舗との一体利用による県出身者の同窓会や交流会
- ・岡山の近現代建築のパネル展示
- ・両県が連携した林業就業セミナー
- ・県内商工団体等による商談会
- ・県PR企画やアンテナショップ開設周年記念行事等の記者発表会 など

オ 観光等

相談件数（岡山県関係） 累計 4,035件（観光 3,425件、その他 610件）

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
観光関連	198	403	492	485	402	488	276	324	357
その他	57	77	76	100	98	45	28	81	48
計	255	480	568	585	500	533	304	405	405

情報コーナー（2F）

相談員が観光地や食、イベントなど、両県の魅力をきめ細かく案内している。ふるさと納税等に関する問い合わせ等にも対応している。

利用時間：10:00～18:00

<主な相談内容>

・観光関連

行きたい観光地への交通アクセスや近くの宿泊施設、観光スポットを知りたい。
滞在予定時期の現地の気候や混雑状況、割引キャンペーン等について知りたい。
テレビや映画、雑誌等で見た場所やロケ地、グルメについて教えてほしい。
鳥取県や四国などを含めた広域の観光周遊コースを知りたい。

・その他

ふるさと納税のやり方や手続きを知りたい。
岡山県の特産品や郷土料理、産業や文化について詳しく知りたい。
首都圏での岡山ゆかりの店について知りたい。

カ 移住・しごと

相談件数（岡山県関係） 累計 1,489件（移住 655件、しごと 834件）※開設：R1

年度	R1	R2	R3	R4
移住相談	210	106	210	129
就職相談	262	200	290	82
計	472	306	500	211

※電話・Webによるオンライン相談の対応件数を含む。

移住・しごと相談コーナー（2F）

移住、就職を支援する各コーディネーターを配置し、首都圏から岡山・鳥取へのIJUターンをワンストップで支援している。

利用時間：10:00～18:00

<主な相談内容>

・移住関連

岡山県への移住を検討しており、各市町村の支援制度や交通の便等を知りたい。
住まいはどのように探したら良いか。どんな仕事があるか。
移住して起業を考えているが、どんな支援が受けられるのか。

・しごと関連

岡山の仕事はどうやって探せばよいか。

就職先企業としてどのような企業があるのか。

どのくらいの収入があれば岡山中で生活が可能であるか。

キ コワーキングスペース（2F）

県内企業の首都圏における情報収集や販路開拓などの活動拠点としてのスペースを提供している。

- ・コワーキングスペース（24席）及びミーティングルーム（6人用）
- ・ロッカー、フリーwifi、コピー、プリンター

利用日数（岡山県関係） 累計：99日

年度	R1	R2	R3	R4
岡山県	54	11	19	15
鳥取県	57	2	6	15
計	111	13	25	30

登録企業数（岡山県関係） ※開設：R1

各年度末時点		R1	R2	R3	R4（9月末）
岡山県	長期登録	3	1	1	2
	短期登録	10	13	23	26

(2) 首都圏での販路開拓

販路開拓（岡山県関係） 累計 494件

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
販路開拓件数	6	10	57	33	29	37	233	36	53

販路開拓内訳

百貨店 64件
 単独店 397件
 通販事業者 13件
 その他 20件

<具体例>

- ・物販店舗での調味料販売 → スーパーでの取扱開始
- ・物販店舗での菓子販売 → 高質系スーパーでの取扱開始
- ・物販店舗での日本酒販売 → 新橋のレストランでの提供開始
- ・物販店舗でのバイヤーへの商品紹介 → 銀座のバーでのフェア開催
- ・催事スペースでの商談会実施 → 大手百貨店での取扱開始

(3) 首都圏での情報発信

マスコミ露出（把握できたもの） 累計 1,141件

（テレビ 185 件、ラジオ 83 件、新聞・雑誌等 438 件、WEB 435 件）

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
マスコミ露出件数	51	238	170	133	155	173	87	57	77

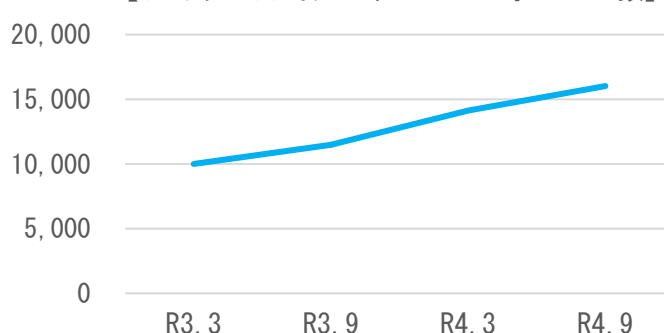
ホームページ閲覧数等

HP閲覧数（ページビュー）	5,155,452 件
DM送付登録数	7,016 件
メルマガ登録件数	2,416 件

ショップ公式アカウントのフォロワー数

Facebook	約 6,800
LINE	約 2,300
Instagram	約 4,600
Twitter	約 2,300
計	約 16,000

【ショップ公式アカウントのフォロワー数】



〈主な番組等〉

・テレビ

フジテレビ「Live News イット!」、日本テレビ「ZIP!」TBS「王様のブランチ」
テレビ朝日「グッド!モーニング」、NHK「首都圏ネットワーク」等

・新聞、雑誌

読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、日本経済新聞、東京新聞、メトロガイド、
クロワッサン、ESSE、旅行読売、じゃらん、るるぶ等

3 評価

(1) 経済効果（H26.9～R4.9の推計値）

効果額（累計） 84.3億円

	前回:H26.9～H29.12 (3年3カ月)	今回:H30.1～R4.9 (4年9カ月)	計
直接効果	17.6億円	22.8億円	40.4億円
間接効果	21.2億円	22.7億円	43.9億円
計	38.8億円	45.5億円	84.3億円

※ 直接効果：新たに発生した消費等によって県内産業部門に直接に誘発された生産額

間接効果：直接効果に伴う原材料等の購入などによって県内各産業に誘発された生産額

(2) ショップ利用者、出品事業者の評価（アンケート結果）

ア ショップ利用者（R4.10実施 2日間：回答456人：複数回答あり）

○ショップに満足している

物販店舗 95.5%（品揃え、価格、店員の対応、店内の雰囲気）

飲食店舗 92.0%（メニュー、味、価格、店員の対応、店内の雰囲気）

○2回以上来店している（リピーター率） 72.6%

○来店の経緯

①新橋館を目指して来た 44.7% ②通りすがり 38.0%

③アンテナショップめぐりのひとつで 13.5% ④その他 3.8%

○ショップ情報をどのように入手しているか

①店頭・店内看板 28.2% ②ホームページ 26.4% ③SNS 13.8% ④口コミ 9.5%

⑤ダイレクトメール 9.3% ⑥メールマガジン 3.8% ⑦チラシ 2.1% ⑧その他 5.4%

（主な意見）

■店舗全体

- ・立地がよいので買い物に便利
- ・通勤途中の駅にあるので、時間があれば立ち寄っている
- ・美味しいものがネットで買わなくても欲しい時に買える
- ・たくさん商品がある。両県が一緒にやっているのはいいこと
- ・他県のアンテナショップも集まればもっとお客様が来ると思う
- ・コロナ禍以後、山陰山陽に行けていないので、こういうお店があるのはうれしい
- ・充実した商品とともに様々な観光情報も楽しみにしている
- ・ダイレクトメールが来ると、出かけたついでに寄っている
- ・いつも情報取得などでお世話になっている
- ・広くて明るく、入りやすい雰囲気
- ・誰もが気軽に立ち寄れる店づくりを今後も期待している
- ・2階に移住・しごと相談コーナーがあることがよく分からなかった

■物販店舗（1F）

- ・品揃えが豊富
- ・いつも期間限定の商品がたくさんあり、来るたびにワクワクする
- ・懐かしい商品が購入できてうれしい
- ・野菜をいつも買いに来る。新鮮で美味しい
- ・お土産の売れ筋ランキングのようなものがあると選びやすい
- ・品揃えは多いが、もう少し常温のおつまみがほしい
- ・ご当地食品が買えることを期待している
- ・旅行先では生ものの購入がためられるが、都内なので助かる
- ・新商品のお菓子をもっと入れてくれるとうれしい

■飲食店舗（2F）

- ・カジュアルな雰囲気で利用しやすい
- ・白桃パフェが好き。スイーツ企画は素晴らしく、美味しい
- ・クラフトビールの生ビールがあるとうれしい

イ 出品事業者 (R4.5 実施 : 調査対象 366 社のうち回答 197 社)

取引先や知り合いに、「とっとり・おかやま新橋館」を紹介した	29.9%
取引先などと「とっとり・おかやま新橋館」が話題にあがるようになった	23.4%
商品、企業の認知度が上がった	22.8%
顧客や消費者との交流（コミュニケーション含む）につながった	17.3%
展示会や商談会、見本市（催し）などに参加した	15.2%
商品や企業のイメージアップにつながった	15.2%
市町村や関連団体などとの情報共有が活発になった	11.7%
従業員のやる気が上がった	10.2%
東京及び関東地方での営業を開始または拡大した	9.6%
他社や異業種との連携につながった	8.6%
新商品の開発、発売につながった	8.6%

(主な意見)

- ・店舗で購入してくれた人が自社のECサイトでも注文してくれるようになった
- ・メディアに取り上げられた
- ・一般のお客様や企業からの問合せがあった時に新橋館を紹介させていただき、販売や商談で役立っている
- ・バイヤーから「新橋館で見た」という引き合いがあり、取引が始まった
- ・関東方面の消費者からの問い合わせに、新橋館にあるとお伝えしている
- ・お客様からの声や商品への要望などの情報がさらにほしい
- ・両県の催事を店舗外で開催していただければ参加したい
- ・当社にとっては、東京の拠点のような位置づけでもある
- ・東京から来られたお客様が商品を知ってくださっていた
- ・首都圏への販路開拓に役立つ店であってほしい
- ・全国を視野に入れた商品の魅力を伝えるパッケージングを考え、売上向上につなげた
- ・オンラインショップにも出品させていただきたい
- ・情報発信や広告効果を感じることができた。今後も継続していただきたい
- ・関東での販路拡大について、実際に販売形態を見ていただける場として助かっている
- ・売上拡大と関東エリアでの販売が実現した。東京から問い合わせをいただくこともあり、商品の認知が広がっていることを実感している

(3) 鳥取県との共同運営による効果

- ・首都圏において、良好な立地条件のもと、広い店舗面積を確保し、両県の情報発信、販路開拓の拠点として多様な機能を長年にわたり発揮し、新橋での店舗運営が来館者や県内関係者等へ定着してきている。
- ・瀬戸内海側と日本海側という異なった風土を活かし、お互いを補う形で、両県の特産（桃、ぶどう、スイカ、梨、かに、牡蠣等）を切れ目なく提供することができている。
- ・両県のフルーツをコラボしたスイーツや牛乳の飲み比べ等による相乗的な情報発信、両県知事による効果的なPRのほか、コロナ禍の制約の中にあっても、SNSの活用等を図りながら情報発信に取り組み、両県の知名度向上を図っている。
- ・こうした取組が、累計350万人を超える入館者と高いリピーター率に繋がっている。

4 今後の考え方

コロナ禍で落ち込んだ実績も、オンラインショップの開設など新たな取組を始めたことなどにより、回復基調にある。首都圏において、さらなる販路開拓や情報発信に向けた取組を行うため、令和6年度以降においても、現在の店舗で鳥取県との共同により、首都圏アンテナショップを継続する方向で検討を進める。