

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：鳥取県・岡山県
 事業費：R4年度予算 109,581千円 (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、山陰と山陽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、それぞれの物産の制作実演や試食販売、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)

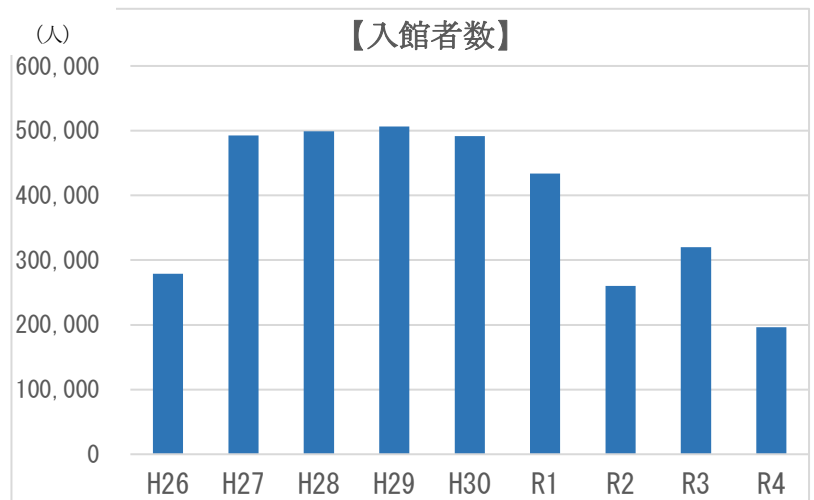
2 実績（開設～H4.9）

（1）機能別の運営状況

ア 入館者

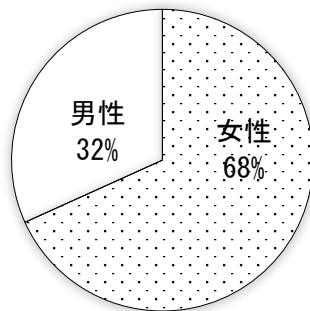
入館者数 累計 3,479,039人

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

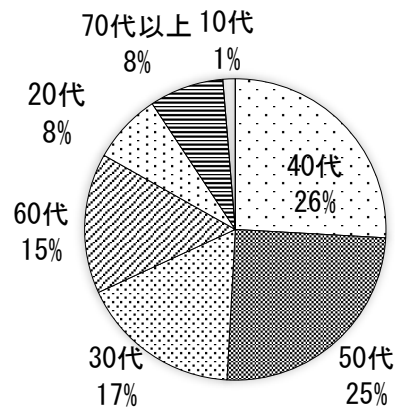


（属性等 ※令和4年10月調査）

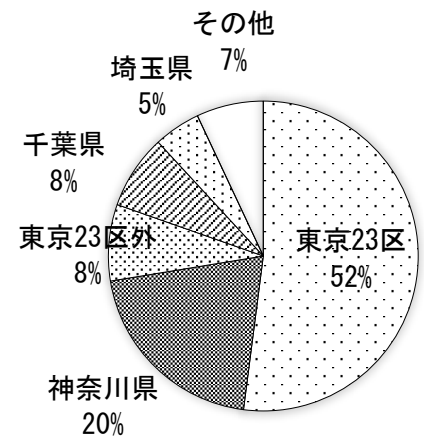
性別



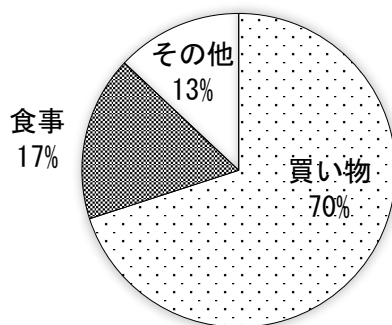
年齢



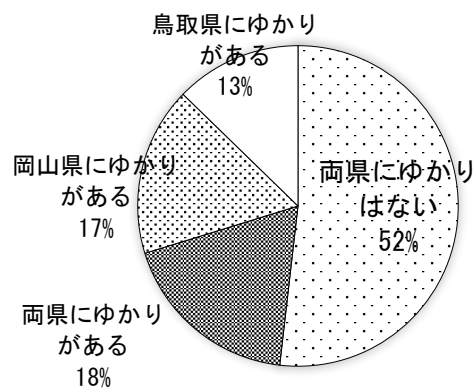
地域



来館目的



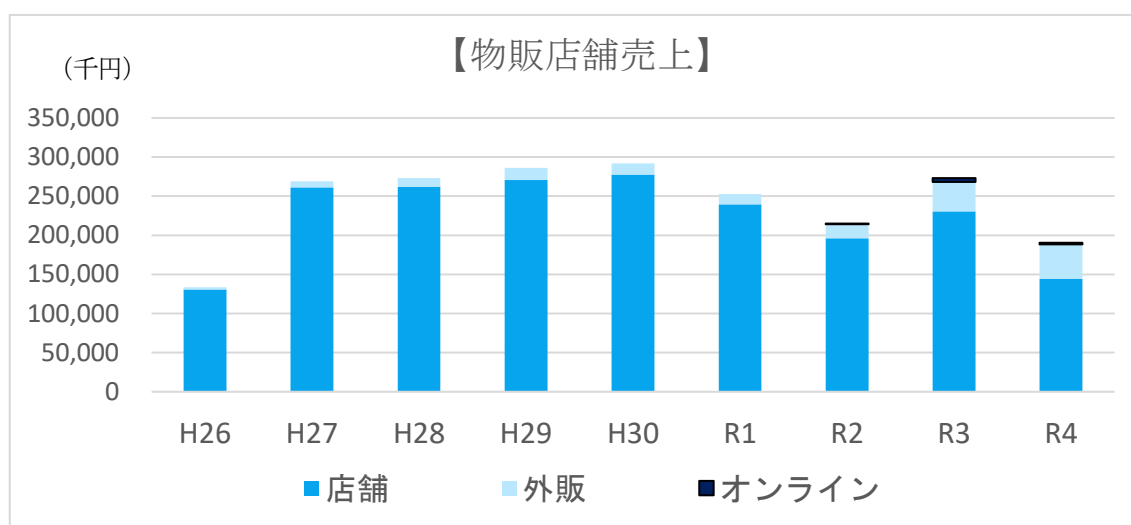
本県との関係



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、年間を通じて鳥取県・岡山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（鳥取県分） 150社

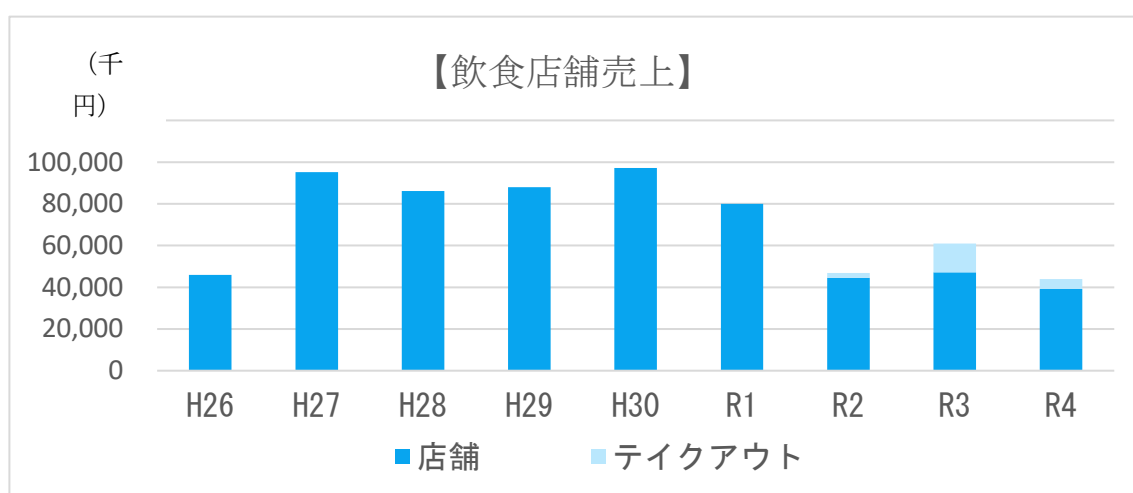
■販売点数ベスト5（R3.10～R4.9）

	品名
1位	白バラコーヒー200ml
2位	とうふ竹輪（かるや商店）
3位	大山白バラソフトクリーム
4位	ブドーパン
5位	白バラコーヒー500ml

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



「紅ずわい蟹重」「とうふちくわ」をはじめとする鳥取の郷土料理やB級グルメ、スイカや梨を使った限定スイーツ、岡山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・鳥取県産食材

メニュー	県産食材（主なもの）
紅ずわい蟹重	紅ずわい蟹、星空舞
鳥取和牛のローストビーフ	鳥取和牛
鳥取和牛のハヤシライス	鳥取和牛、星空舞
大山ハーブチキンの唐揚げ	大山ハーブチキン、タルタルソース（ラッキョウを使用）
大山ハムとソーセージの盛り合わせ	大山ハム・ソーセージ
紅ずわい蟹のサラダ	紅ずわい蟹

■フェアでの提供食材例（鳥取県関連：主なもの）

「らっきょうフェア」らっきょう

「スイカフェア」大栄すいか

- 「梨フェア」二十世紀梨、新甘泉
- 「至高すぎる焼肉オンザライス」鳥取和牛、星空舞
- 「蟹取県フェア」松葉がに、紅ずわい蟹
- 「とっとり・おかやまジビエフェア」鹿肉、骨付き鹿スモーク（いずれも鳥取県若桜町産）

■鳥取県と岡山県のコラボ商品（主なもの）

- 「両県牛乳の飲み比べセット」白バラ牛乳、蒜山ジャージー牛乳
- 「Wステーキ重」、「Wローストビーフ重」鳥取和牛、千屋牛
- 「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」星空舞、鳥取和牛、紅ずわい蟹、砂丘らっきょう
里海米、おかやま和牛肉、牡蠣佃煮、作州黒枝豆、千両なす 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（鳥取県関係） 累計 756日

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
鳥取県	90	168	119	122	90	113	13	22	19
岡山県	51	95	130	94	121	71	21	79	25
計	141	263	249	216	211	184	34	101	44

<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
- ・二十世紀梨や鳥取すいか、椎茸、民芸品等のテスト販売やPR
- ・県内高校の販売実習

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（鳥取県関係分） 累計 700日

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
鳥取県	59	123	144	108	114	97	9	18	28
岡山県	53	118	141	137	123	107	4	22	16
計	112	241	285	245	237	204	13	40	44

<活用例>

- ・らっきょうの漬け方講習会
- ・鳥取県とゆかりのある大学生の交流会
- ・県産品を使った料理の体験教室やワークショップ
- ・県・市町村による移住相談や観光PR
- ・鳥取県ゆかりの落語家による寄席
- ・県内サドベリースクールの映画イベント
- ・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
- ・教員採用試験説明会
- ・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（鳥取県関係） 累計 5,234件（観光 4,560件、その他 674件）

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
観光 関連	256	554	787	739	739	586	267	321	311
その 他	100	99	144	111	83	33	22	60	22
計	356	653	931	850	822	619	289	405	333

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

- ・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。
- ・訪問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。
- ・岡山県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。
- ・鳥取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。
- ・首都圏での鳥取ゆかりの店について知りたい。

カ 移住・しごと

相談件数（鳥取県関係） 累計 833件（移住 485件、しごと 348件） ※開設：R1

年度	R1	R2	R3	R4
移住相談	193	103	129	60
就職相談	174	64	66	44
計	367	167	195	104

※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、首都圏から鳥取・岡山への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

鳥取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

鳥取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鳥取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（鳥取県関係） 累計：79日

登録企業数（鳥取県関係） ※開設：R1

各年度末時点		R1	R2	R3	R4 (9月末)
鳥取県	長期登録	2	2	2	2
	短期登録	1	1	4	6

(2) 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 68 件、ラジオ 30 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

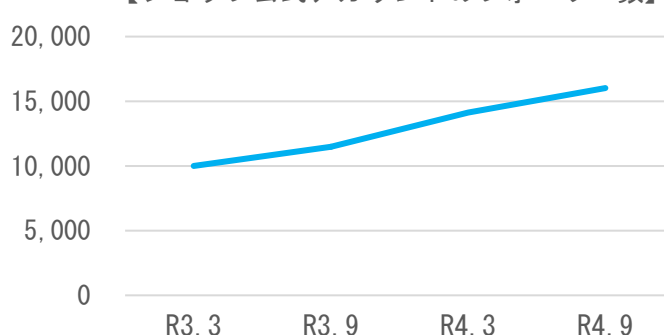
ホームページ閲覧数等

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) 費用対効果 (H26.9～R4.9の推計値)

ア 経済効果額 (累計) 84億円

直接経済効果	28億円	ショップ売上、飲食売上、外売上、オンラインショップ売上
間接経済効果	34億円	メディア露出による広告換算、窓口相談等による観光への誘客など
経済波及効果	22億円	店舗売上による新たな取引の誘発や観光訪問による新たな需要の創出など

イ 費用 (累計) 25億円

(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
- ・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