

## 今後のアンテナショップ運営事業

アンテナショップ運営事業に係る(株)東京交通会館との建物賃貸借契約が、2020年5月31日に満了する。このため、これまでのアンテナショップ運営事業の総括を行い、今後の方向性を決定したのでお知らせする。

### 《参考》

#### アンテナショップ店舗・運営概要

- |             |                                   |
|-------------|-----------------------------------|
| (1) 所在      | 東京都千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館 1階 124号室 |
| (2) 全体面積    | 24.8㎡(7.5坪) [※ 販売面積は、内 13.2㎡(4坪)] |
| (3) オープン    | 2011年7月8日                         |
| (4) 建物賃貸借契約 |                                   |
| ア 相手方       | (株)東京交通会館                         |
| イ 契約期間      | 3年毎                               |
|             | ※ 現在3期目(2017年6月1日～2020年5月31日)     |
| (5) 運営業務    |                                   |
| ア 委託事業者     | 日和山観光(株)                          |
| イ 委託料       | 0円                                |

### 1 結論

アンテナショップは、首都圏における情報発信拠点として一定の役割を果たしたこと、また、アンテナショップをめぐる環境が大きく変化したことなどから、今期をもって運営事業を終了する。

#### 【理由】

##### ① 多様な市の情報発信力向上

市の情報発信力は、メディア等との関係構築によりアンテナショップ開設当初と比べ格段に向上しており、アンテナショップによる情報発信力は相対的に低下した。

##### ② 市関連商品流通の多様化

ふるさと納税制度の創設や民間事業者(靴、お米など)の首都圏進出など、市関連商品を通じて豊岡市を知っていただく機会が増加した。

##### ③ 「兵庫わくわく館」の拡大リニューアル

本年9月、東京交通会館地下1階の「兵庫わくわく館」が、店舗面積を3倍に拡大しリニューアルオープンした。同館は県内全域の商品を販売・PRする方針である。

## 2 アンテナショップ運営事業の評価

### (1) 豊岡市の知名度アップ、ブランド価値向上

ア 店舗開設による広告効果に加え、店舗での市関連商品の販売のほか、市の取組み、観光スポットやイベント等の情報発信を通じて、市の知名度アップ、ブランド価値向上に寄与した。

イ 豊岡市の首都圏における接触ポイントとして、店舗にとどまらず市関連イベントや企業への出張販売にも積極的な対応を行った。

ウ 開設当初は、市が単独で出店するアンテナショップとしてニュース性があり、メディアに多く取り上げられ情報発信拠点としての役割を果たしてきた。

### (2) 地域経済活性化

ア 常時 200 品程度の商品を揃え、8 年間で延べ 31 万 2 千人が商品を購入し、合計 2 億 6605 万 6 千円を売り上げた。

イ 「コウノトリ育むお米」や「豊岡ぶどう」などの豊岡らしい商品の特別販売や、これまで都内で販売する機会が無かった商品（きなこあめ、玄さんフィギュア、このとりほうじ茶など）を販売し、商品の認知向上、販路拡大を推進する役割を果たした。

### (3) 豊岡市への誘客促進

パンフレット・ガイドブックの配架やポスターの掲出に加え、店舗スタッフからの魅力紹介などが行われた（観光パンフレットの持帰りは月 150～200 冊）。

### (4) 当初の設立目的以外の効果

ア 豊岡市出身者や出張・旅行等で上京した人が、情報交換の場として活用した。

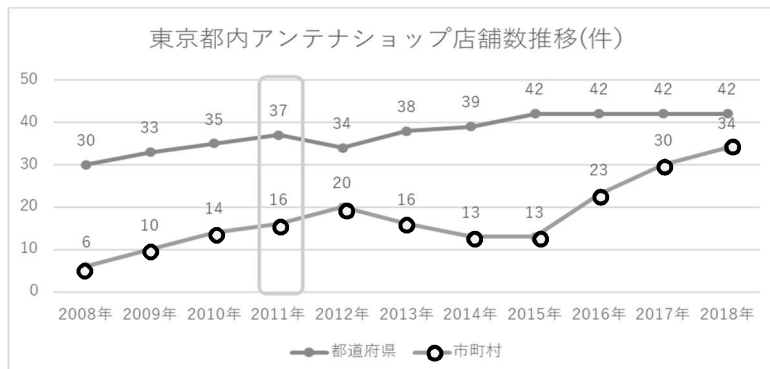
イ 2017 年から但東中学校 3 年生が、修学旅行時にふるさとの魅力と地元商品を紹介する販売体験「MISSION IN TOKYO」を実施した。生徒の故郷への誇りを醸成する場を提供することができた。

## 《参考》

### 他自治体の出店状況（出典「地域活性化センター自治体アンテナショップ実態調査」）

#### (1) 店舗数（コンビニ、商業施設等の一部に併設する「集合型店舗」を含む。）

市町村が出店する都内アンテナショップは、2011 年の 16 件から、2018 年は 34 件と年々増加し目新しさがなくなっている。



**(2) 店舗面積（「集合型店舗」を除く。）**

店舗面積は拡張傾向にあり、100㎡未満の店舗数は減少している。

面積	店舗数							
	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
100㎡未満	23	24	20	21	21	14	16	15
100㎡以上200㎡未満	12	12	12	10	9	12	12	13
200㎡以上300㎡未満	3	2	4	4	4	4	4	4
300㎡以上400㎡未満	7	8	8	8	10	10	10	8
400㎡以上500㎡未満	3	3	5	4	4	6	5	5
500㎡以上700㎡未満	4	5	5	5	7	8	2	2
700㎡以上1,000㎡未満							5	6
1,000㎡以上							1	1
未回答	1	0	0	0	0	0	1	4
合計	53	54	54	52	55	54	56	58

←豊岡市

**(3) 年間売上額別店舗数（「集合型店舗」を除く。）**

1億円以上を売上げる店舗は増加傾向にある。近年は60%以上が1億円以上を売り上げている。

年間売上	店舗数							
	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
3千万円未満	13	9	11	11	9	7	12	10
3千万円以上5千万円未満	4	3	2	3	3	4	4	6
5千万円以上1億円未満	9	7	6	5	2	1	2	4
1億円以上3億円未満	14	12	12	15	15	15	22	20
3億円以上5億円未満	5	6	8	6	8	12	6	7
5億円以上7億円未満	4	4	3	5	3	3	6	5
7億円以上10億円未満	2	2	2	2	3	3	3	2
10億円以上	0	0	0	5	0	1	0	1
未回答	2	11	10	0	12	8	1	3
合計	53	54	54	52	55	54	56	58

←豊岡市

**(4) 事業内容**

「物産販売」「観光案内」を実施するアンテナショップが多い。一方、2011年以降は「イベント開催」「飲食施設」「展示」に取り組むアンテナショップが増加している。

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
物産販売	52	52	53	51	54	52	54	54
イベント開催	32	35	37	38	42	46	49	49
観光案内	41	46	46	42	46	43	46	45
飲食施設	23	26	28	25	25	35	32	36
展示	18	22	21	25	27	30	33	33
相談業務	12	10	12	9	12	15	14	17
その他	8	7	8	1	7	9	10	11
未回答	0	0	0	0	0	0	0	3
店舗数	53	54	54	52	55	54	56	58

←豊岡市

←豊岡市

※ 重複回答あり

### **3 今後の情報発信戦略事業（方向性）**

さらなる“豊岡ファン”の造成やこれまで築き上げてきたメディアとの関係性を維持、拡大し、本市の知名度やブランド価値の向上に努める。

### **4 その他**

営業終了日は、(株)東京交通会館、日和山観光(株)との協議により決定する。