

### 第3回 アンテナショップのあり方検討委員会（議事要旨）

1 日時 令和5年10月5日（木） 13:30～15:30

2 場所 県庁第二庁舎5階 52会議室

3 出席者（敬称略）

#### 【委員】

安藤 大輔（一般社団法人田沢湖・角館観光協会 会長）

伊藤 明子（株式会社ドレッシング・エー 代表取締役）

畠田 千鶴（一般財団法人地域活性化センター メディアマーケティングマネージャー）

日景 賢悟（秋田活性化株式会社 代表取締役）

#### 【オブザーバー】

真鍋 弘毅（秋田県あきた未来創造部 移住・定住促進課 課長）

小笠原 晋（秋田県観光文化スポーツ部 誘客推進課 課長）

熊谷 僚子（秋田県東京事務所 あきた売込み課 副所長（兼）課長）

#### 【事務局】

佐々木 重夫（秋田県観光文化スポーツ部 次長）

黒澤 正弘（秋田県観光文化スポーツ部 食のあきた推進課 課長）

武田 三郎（秋田県観光文化スポーツ部 食のあきた推進課 アドバイザー）

本間 勉（秋田県観光文化スポーツ部 食のあきた推進課 チームリーダー）

藤原 由佳（秋田県観光文化スポーツ部 食のあきた推進課 副主幹（兼）サブリーダー）

富樫 史弥（秋田県観光文化スポーツ部 食のあきた推進課 主任）

4 事務局 佐々木次長あいさつ

本日が第3回目の検討委員会となる。

前回の会議後、委員からのご意見や県としての考え等を踏まえて庁内で検討を重ね、報告書の素案としてとりまとめたものを本日皆様にお示しする。

内容については、アンテナショップの機能として物販が基本にあるので、し

っかり売る体制を拡充していく必要がある旨、飲食は収益の観点から続けていく必要があるが、コロナ禍以降の立ち直りが遅いところを見ると、見直しの検討が必要である旨記載している。

また、立地については、品川再開発の状況が不透明な中、現段階では、再開発の状況を見ながら立地を検討する、といった書きぶりとしている。

まだ素案であるので、本日は委員の皆様から様々なご意見を頂戴して、修正・拡充を行ってまいりたい。

## 5 協議・説明事項

(1) 東京アンテナショップ「あきた美彩館」の今後のあり方に関する報告書(素案)について

事務局

(資料1、2により説明)

(2) 意見交換

○ 安藤委員長

報告書で示された東京アンテナショップの今後のあり方に関する基本的な考え方(資料1:右上囲み部分)について、これが報告書の結論に当たる部分になるが、どのように感じるか。また、意見などはあるか。

【委員から意見なし】

○ 安藤委員長

それでは基本的な考え方については、この文言で進めてもらえればと思う。続いて、資料2の13~14ページに関してご意見はあるか。

事務局 黒澤課長

事務局から補足させていただく。

13ページの「(3) 売上の確保とコストの削減について」は、売上や利益のみを重視するというのではなく、売上げを追求していくことが、結果として商品や秋田県のPRなど、アンテナショップの機能を総合的に高めることにもつながることから、売上額の増加や利益の確保を重視していく、といった書きぶりとしている。

これまでの会議での委員のご発言等を踏まえて整理しているが、考え方やニュアンスとして少し違うような部分があれば教えてほしい。

○ 安藤委員長

14 ページの書きぶりについてはどうか。

□ 事務局 黒澤課長

こちら委員からの意見を踏まえつつ、『コト』の充実を図る」や「〇〇と言えは秋田」など書いているが、必ずしも意見の言葉どおりとはなっていない。これらについてニュアンスがしっかりと反映されているか。

また、書きぶりについても、「こうした方がいい」という点があればご意見をいただきたい。

【委員から意見なし】

○ 安藤委員長

それでは、こちらこのまま進めてもらえればと思う。

続いて、15～18 ページ、「3 アンテナショップの機能及び機能強化に向けた取組」について意見を伺いたいと思うが、こちらについても事務局から補足はあるか。

□ 事務局 黒澤課長

求められる機能の整理として、物販についてはアンテナショップの中核的な機能として、「しっかり売る」ことを念頭に体制づくりや販促を行っていく、飲食提供についてはコロナ禍以降、宴会需要の落ち込みにより売上げが激減する中、カフェやイートインなど、現在の郷土料理や宴会を中心としたスタイルからのシフトも有効、といった書きぶりとしているがどうか。

□ 事務局 佐々木次長

飲食については、コロナ禍以降売上げが戻っていないものの、やや回復傾向にはある。今後需要が戻る可能性もあるが、県としては楽観的な見通しは持っていない。

例えば、需要を取り込むため運営形態をカフェなどに切り替えた場合でも、

秋田のブランディングとセットでどのようなメニューを出すかを検討していく必要があると考えており、そうした認識を示すような書きぶりとしている。

○ 安藤委員長

話が逸れるかもしれないが、これまでの検討委員会では、運営事業者A社との関わりについてあまり触れてこなかった。A社の運営方法について、触れなければ触れないままでも良いと思うし、その点で何か意見があるとするれば、フォローする必要があると思う。

□ 事務局 黒澤課長

運営事業者A社から聞き取りを行う中で、「宴会需要はコロナ禍以前の水準までは戻らないだろう」という話は聞いていた。飲食は厳しい状況ではあるが、少し様子を見る必要があるだろうとの認識であった。

一方で、店舗運営を工夫していく必要があるという認識は運営事業者自身も持っており、運営協議会などで定期的に意見交換は行っている。

○ 安藤委員長

書きぶりについて、売り方が悪いと言っているように受け取られかねないような部分もあるように感じる。運営事業者からは「我々は一生懸命やってるのに」と思われる可能性があるため、注意する必要があると思う。

□ 事務局 黒澤課長

実際に店舗を見てみると、ここはもう少し頑張ってもらいたいと感じる部分もあるし、委員からも工夫の余地があるという意見も多くいただいているが、書きぶりについては、運営事業者に対して配慮してまいりたい。

○ 島田委員

店舗運営を円滑に進めるためには、周辺環境についての理解を深める必要があると思う。

「周辺環境の状況について、運営事業者と共有しながら改善を図っていく」といったような形であれば、前向きな表現になると思う。

○日景委員

運営事業者A社と県の契約内容について、運営事業者が儲かるのであれば、頑張ろうとするモチベーションも生まれると思うが、赤字が出た時、黒字が出た時の扱いはどうなっているのか。

□ 事務局 黒澤課長

県に、家賃の割り勘分と広報費等、一定の金額を納めてもらい、そのうえで、売上げが上がって黒字になれば、運営事業者の利益になるし、赤字であれば自己責任ということになる。

○ 伊藤委員

県が運営経費を負担していることもあり、運営事業者は積極的に今の状況を変えていこうという気持ちが薄れてしまうことも考えられる。改善できることがあればすぐに取り組もうとする気持ちを持ってもらえるようになればいいと思う。

□ 事務局 佐々木次長

運営に係る経費の大部分を県が負担しているわけなので、いまひとつ営業努力しようとするマインドが薄れてしまうということはあるかもしれない。

○ 伊藤委員

例えば、銀座のように複数のアンテナショップが並んでいれば、他県と比べて頑張らなければならないと思うかもしれないが、品川は秋田だけなので、他県との比較が難しいということもある。

○ 安藤委員長

運営事業者としては、県から負担してもらって儲けるのは悪いこと、申し訳ないなどと思っているかもしれない。

儲かることは県にとって良いことだと運営事業者に対しても伝える必要がある。店舗で利益が出るのは県全体にとってもありがたいことだというような評価がないと、一生懸命にならないのではないか。

○ 日景委員

この会議でいろいろと前向きな意見が出たとしても、運営事業者A社がそれを受容できるか気になる。我々が意見を言っても、関係ないと思われてしまうと、この会議自体の意味がなくなってしまう。

また、県がいつも専門的な知識を持って対応できるわけでもないのに、県と運営事業者の間に、プロデューサー的な役割の人が必要なのではないかと思う。

□ 事務局 佐々木次長

確かに、県が飲食機能を見直してほしいと思って要求しても、運営事業者側は儲からないと思っているかもしれないので、間に立つような役割の人が必要かもしれない。

○ 安藤委員長

現状、運営事業者としてはA社のみが手を挙げている状況とのことだが、結局儲からないから、他に手を挙げるところがないということもあるのではないか。

アンテナショップの売上げがすごく上がるということであれば、次回のコンペの際には、別の事業者が参入することもあるかもしれない。

いずれにしろ、売上げをどんどん上げていって儲けることは全然間違いではない、という認識をしっかりと共有してもらえればありがたい。

○ 畠田委員

競争原理は必要だと思う。他県のアンテナショップともそうだし、他の業者との競争原理が働かなければならないと思うので、報告書にはそうした内容もまとめた方がいいのではないか。

○ 安藤委員長

H県はビールやレモンなど、本当に地元で評価されているものをアンテナショップで取り扱っている。

運営事業者に任せきりではなくて、県でも、地元の本当にいいものを連れていくので、店舗で一生懸命売ってほしい、という姿勢でないといけない。

○ 畠田委員

新商品開発については、事業者だけに任せるのではなく、県の方でも、商品開発に繋がっていくような取組があればと感じる。

例えば、北陸新幹線が通る自治体ではお土産商品をどんどん作っていたりする。そうしたエポックメイキングがある時に、新しい商品を作ることも秋田県全体の力にもなると思う。

○ 日景委員

15 ページの「(1) 求められる機能について」にある E C 販売の書きぶりが個人的によく分からない。

先日の会議では、E C の売上が悪いという話があったと思うが、E C 販売へのシフトを進めていくのか。

○ 畠田委員

例えば、E C と対面販売は対立するものではなく、互いに相乗効果を発揮する、というような書きぶりならいいと思う。

実際、E C 販売が好調なアンテナショップは相当にお金をかけてサイトを作っている。

○ 安藤委員長

やはり対面販売の良さを生かしながら、それを E C にもつなげていくようなスタイルが正しいのであって、E C を積極的に進めることがアンテナショップの機能ではないと思う。

○ 日景委員

運営の方向性について定まっていない感じがする。

E C を運営しても、売上げと経費がほぼ同額となっている事例も見ていて、私は E C はやるべきでなく、対面販売に集中した方がいいと考えている。

□ 事務局 佐々木次長

「シフトを進める」というような表現は改めた方がよいか。

- 日景委員  
個人的にはそう思う。美彩館のECをしっかりと整備するとなると、ランニングコストも相当な金額がかかると思う。  
むしろ、美彩館にお客さんが来て商品を買った後に、これはネットだとどこで買えるのか、と聞かれた時に今のECに誘導するような流れを作る方が好ましいと思う。
- 安藤委員長  
それでいいと思う。
- 畠田委員  
ECもそうだが、ふるさと納税の位置付けが他県のアンテナショップでも課題となっている。  
某自治体では、ふるさと納税払いで買い物できるようにしている。
- 安藤委員長  
ふるさと納税は、物販機能というよりその他の機能になるのではないか。その他の機能から物販・飲食につなげていくということになるかと思う。
- 日景委員  
店舗でふるさと納税してもらって、半分は店舗を運営する県に入ることになると思うが、残ったもう半分以上をアンテナショップの運営費に充てていけば良いのではないか。
- 事務局 佐々木次長  
仮に実施するとすれば、アンテナショップで市町村のふるさと納税ができて、ということになるかと思う。県としては、まずは市町村に納税してもらうべきだという考えがあるので、店舗に行けば、希望する市町村にふるさと納税ができて、その市町村の商品がそこで買えるという流れになるのではないか。  
実際にやる、やらないについては、かなり検討が必要である。
- 安藤委員長  
その仕掛けも含めて、やはり少し検討する時間が必要だと思う。

□ 事務局 佐々木次長

実際にやるとなれば市町村からも負担してもらおうという話になると思うし、商品も運営事業者が仕入れる商品とは別に市町村が指定した商品にするなども考えられる。

報告書には問題意識として表現したうえで、今後、検討を行っていければと思う。

○ 日景委員

ふるさと納税が実現できれば、お客さんに対して単に物を買うだけでなく、ふるさと納税の返礼品として、地域でこういう体験ができますといったような「コト」も提供でき、それを導線として秋田に人を呼び込めるようになる。

○ 安藤委員長

移住相談機能については、担当である移住・定住促進課からの意見はあるか。

○ オブザーバー 移住・定住促進課 真鍋課長

10月1日、京橋に「アキタコアベース」をオープンした。

アンテナショップと移住相談機能の一元化を検討するうえで、品川再開発の動向によるところが大きいと考える。品川から移転ということになれば、先ほど候補地として日本橋なども挙がっていたが、移住相談拠点との親和性があるかと思う。

「アキタコアベース」は、移住と就職の相談窓口としての機能がメインであるが、それに加えて、秋田に関心を持つ層を広げたいということで設置している部分もあるので、これからどのような方が利用されるか、しっかりと分析を行っていきたい。

□ 事務局 黒澤課長

移住相談拠点として、品川は候補エリアではないということか。

○ オブザーバー 移住・定住促進課 真鍋課長

移住相談拠点は有楽町、日本橋などに集積しており、我々も立地の検討を進めるに当たって、東京駅、有楽町、銀座、日本橋の四つのエリアをベースとし

て考えていた。

○ 畠田委員

東京駅周辺は、間もなく出店予定の自治体もある。八重洲口の方は再開発しており、移住機能を考えると選択肢となるエリアだと思う。

○ オブザーバー 移住・定住促進課 真鍋課長

アキタコアベース等の利用者の分析を行ってみて、例えば、交流人口と移住人口に強い相関性があるなどの要因が見えれば、場所の議論を超えて検討していくこともあり得る。

○ 安藤委員長

マーケティング機能、観光PR機能、イベント機能などについて、意見はあるか。

□ 事務局 佐々木次長

イベント機能について、事業者自ら美彩館に行って商品を売ってもらったりしているが、もう少し利用件数を増やしたいと思いつつも、具体策に欠けている状況である。

そうしたことができれば、美彩館はただ商品を売っているだけでなく、いつも行けば何かしらのイベントが開催されており、にぎわっている雰囲気も出てくると思う。

○ 安藤委員長

マーケティング、観光PR、イベントの機能については、売上げが増えてくると自ずとついてくる部分と思う。

○ 日景委員

おそらく、運営事業者A社は店舗のオペレーションで頭がいっぱいだと思う。こうした機能を付けたいという県の想いは理解しつつも、それでは誰がやるのかという話なのではないか。

先ほども話したが、攻めの姿勢で取り組めるような人に、県と運営事業者A社との間に入ってもらえばいいと思う。そうした人がA社の中にいればいいが、

いないとすると別で雇う必要があると思う。

○ 畠田委員

美彩館でやっていることをSNSで発信したり、個人、事業者が発信したり、誰かに外注して発信するなど、周知方法については検討が必要である。

インフルエンサーの活用などもよく言われるが、インフルエンサーはその時だけになってしまうので、絶えずちょっとした動画を投稿するだけで大分変わってくると思う。

関係人口などとも言うが、ファンの人にもいろいろ情報を流してもらったり、県がメディアで流すといった仕掛けも必要である。

個人が発信できる時代なのだからこれを生かした方がいい。個人同士の発信の仕方が多様であるので、そういうことができる人材がいればいいと思う。

○ オブザーバー 東京事務所あきた売込み課 熊谷課長

昨年度からSNS活用を依頼しており、少しずつ投稿頻度は増えているものの、担当者は一人で、ECも担当しているため、忙しいようである。人手不足でなかなか手が回らないようだ。

○ 日景委員

たった1人いればいい。プロデュースできるような方であれば外部でもいい。そこにはお金をかけていいと思う。

外部の客観的な視点で、「飲食メニューは今これを提供しています」など、前向きな投稿でどんどん盛り上げていくような人が必要なのではないか。

○ 伊藤委員

14ページにある「『秋田の入り口』としての魅力の向上」について、「コトの充実を図る」とある。ここでの想定はワークショップをしたりとか、秋田からも生産者が来てくれるような形が取れるということであると思うが、仮に手を挙げる事業者が少ないとすれば、そもそもそうした使い方ができることが知られていないのではないか。

○ 畠田委員

他県のアンテナショップのウェブサイトでは、「出店したい方向け」、「一般

のお客様向け」のように問合せページが分かれている。

○ 安藤委員長

美彩館の場合、入り口となるページはそのように分かれているのか。

□ 事務局 藤原副主幹

当課のホームページには美彩館の利用について案内を掲載している。美彩館のHPにはそうした情報は出ていない。

○ 安藤委員長

何曜日だと使えるか、有料か無料か、火を使っていいかなど、しっかりとアウンスすれば、活用したいと手を挙げる人はいるのではないか。使いたくてもどうしたらいいか分からない人も多いと思う。

イベントスペースの使用料は決まっているのか。

○ 事務局 黒澤課長

無料である。

○ 安藤委員長

都内は場所代の負担が大きく二の足を踏む事業者が多いが、無料であれば行く人はいると思う。

□ 事務局 黒澤課長

コロナ前は年間 50 件以上のイベントが開催されていたが、コロナ禍以降はイベント件数が減少し、まだ戻ってない。

ご指摘のとおり、イベントスペースの活用について認知度が低いのかもかもしれない。

アンケート結果を見ても、必要だと言う声は多いが、実際に活用したことがあるかという割合としては少ない。

○ 安藤委員長

これから「コトの充実を図る」ためには、入り口は整理していく必要があると思う。

続いて、19 ページの立地の話に移るが、事務局から説明はあるか。

□ 事務局 黒澤課長

品川再開発の状況が大きく変わらない中で、踏み込んだ内容にはしなかった。現店舗のデータを検証してみると、売上げの実額や費用対効果で見て悪くない状況なので、まずは今の立地の中でベストを尽くしていく。

書きぶりについて、率直な感想はあるか。

○ 日景委員

一点、「劣悪な条件」という表現については疑問に感じる。「劣悪」というと相当ひどいという印象を受けるので、今より悪くなるということを書きたいのであれば、表現は考えた方がいいと思う。

○ 安藤委員長

「居抜きで入居」という表現も気になる。

○ 事務局 黒澤課長

報告書にふさわしくない表現については改める。

□ 事務局 佐々木次長

「課題」に、現店舗は「フリーの客が少ない」と記載した。今後、サラリーマンが多いエリアに移転して、客単価は下がるがフリー客が多く来るという選択肢もあり得るが、県内の事業者にとっては、品川とこうした選択肢のどちらが好ましいだろうか。

○ 安藤委員長

前にも話したが、私は品川は本当にちょうどいいと思う。

人がたくさん来るところは、試食だけされて商品は全然売れないということもあり得るため、田舎の事業者からするとなかなか大変な部分がある。

また、某百貨店のように高級なビルであれば、それに対して持っていけるような商品がないし、もしクレームがあった場合に、その後処理が大変だったりする。

○ 日景委員

県がアンテナショップを通じてどの人たち向けにPRしたいのかによって、場所や形態が決まってくる。

若者向けにやりたいということであれば渋谷のセンター街、といったように、ターゲットをしっかりと決める必要がある。

そうした点で、個人的には品川や東京駅周辺がいいのではないかと思う。

アンテナショップを通じて誰に対して秋田を売り込みたいのかが定まっていないとズレると思う。

○ 畠田委員

インバウンドが増えてきていたり、客層が変わってきている可能性もあるので、品川で営業を続けるにしても、一度、周辺環境の調査を行った方がいいと思う。

○ 安藤委員長

他に意見はあるか。

○ 畠田委員

企業とのコラボだけでなく、出展先の自治体とのコラボを活発に行っているところもある。M区では、地方と遠隔地連携のような取組を行っている。例えば、秋田で新米ができたなら、給食でそのお米を出したりといったように、何かイベントがあった際には提案できるのではないかと思う。

また、T自治体でも、日本全体のアンテナショップのPRのために、スタンプラリーを実施している。こうしたスタンプラリーやイベントなどはT自治体の予算で行っているのだから、うまく活用するのも良いのではないか。

○ オブザーバー 誘客推進課 小笠原課長 様

観光サイドの話をする、「何を楽しみにして秋田に来るか」というアンケートを取った際、「おいしいものを食べに行きたい」という回答が一番多い。報告書では、飲食機能をカフェやイトイン等の簡易なものに切り替えるとあるが、郷土料理などの金看板を外しても大丈夫なのかな、とは思う。

□ 事務局 黒澤課長

アンテナショップで郷土料理を提供することへの想いもあるが、最近では民間の店舗でも秋田の郷土料理を味わえるようになってきていることは考慮する必要がある。

○ 伊藤委員

カフェスタイルやイートインであっても、別にコーヒーやパフェだけでなく良いと思う。報告書の書きぶりについては、県産食材を使ったメニューというコンセプトをきっちりと書き込むのがいいのではないかな。

○ 安藤委員長

これまでのような郷土料理を残していくべきか、それとも転換していった方がいいか、運営事業者の意向としてはどのように考えているのか。

やはりお店に食べに来ているお客さんの反応が重要だと思うので、運営事業者がこれまでの経験から、切り替えた方がいいか、それとも稲庭うどんやきりたんぼなどのメニューは残しておくべきか、その辺は様々なやり方があると思う。そのうえで、郷土料理が食べられるお店の情報をしっかりとお知らせしていくことは大事だと思う。

□ 事務局 佐々木次長

運営事業者A社との契約上、郷土料理のメニューを提供するということは定められているのか。

□ 事務局 藤原副主幹

契約では、販売商品の何パーセントを飲食部門を売るように定めており、その例として、きりたんぼ鍋、稲庭うどん、ハタハタなどの郷土料理などを挙げている形である。

提供メニューについては運営事業者に委ねられている。

○ 安藤委員長

飲食機能について、16 ページでは「提供メニューも『自然』、『発酵食』、『スイーツ』等のように、コンセプトを明確に打ち出したものとする。」と断定的に書いているが、「検討する」ぐらいにした方がいいのではないかな。一方、15

ページでは「現在のスタイルからシフトしていくことも有効と考えられる。」  
となっているので、書きぶりについて検討が必要だと思う。

○ 日景委員

先ほど小笠原課長が質問されたのは、カフェやイトインに変わると、郷土料理がメニューとして提供できないのではないかと、という趣旨か。

○ オブザーバー 誘客推進課 小笠原課長

アンテナショップで郷土料理の提供を完全にやめるのかと思っただけの質問であった。

□ 事務局 黒澤課長

表現の印象が強かったからだと思う。書きぶりを改める。

○ 日景委員

きりたんぽの本場である大館市では、きりたんぽ鍋を囲んで食べたりせず、鍋で煮たものを器に盛って、それをテーブルに運んできて食べる。イトインでもそうした形で提供できると思うし、「これが本場のきりたんぽの出し方」といった発信の仕方もできなくない。

○ 安藤委員長

そうした提供方法の他に、スイーツやハンバーガーを出してもいいと思う。ただし、料亭で宴会するようなスタイルを踏襲するかどうかというと、違うかなとは思っている。

○ 伊藤委員

美彩館のレストランの造りが蔵のようなイメージなので、もう少し変えられればとは思っている。

□ 事務局 黒澤課長

まずはメニューの変更から進めていくような流れになるのではないかと。

何かすぐに大きく変わるということではなく、ニーズに対応しながら、進めていくような書きぶりにしたいと思う。

- 安藤委員長  
他に意見はないか。
  
- 事務局 黒澤課長  
立地のところで様々な意見が出たが、報告書の内容に付け加えることはないか。
  
- 安藤委員長  
品川に残るにしても、賃借人次第ということはあるので、今の段階ではあまり踏み込んだことは書けないのではないか。
  
- 日景委員  
品川の再開発によって人流が大幅に減少した場合などで、アンテナショップを閉めるというラインは引かなくてもいいのか。
  
- 事務局 黒澤課長  
店を閉める前に、移転を検討することになると思う。
  
- 日景委員  
私は、アンテナショップを通じて、秋田に人が来てほしいと思っている。秋田に人を引っ張ってくるための導線はどのようにやろうとしているのか。アンテナショップの大きな役割はそこだと思っていて、その点は真剣に考えていく必要があると感じている。  
美彩館で売っている商品と秋田で売っている商品が同じものであれば、美彩館で買って終わってしまうので、秋田に来ないと買えない商品を作るなど、戦略的に行っていく必要があるのではないか。
  
- 畠田委員  
例えば、移住の大規模相談会を美彩館で開催するというようなことは可能なのか。
  
- 事務局 黒澤課長  
「アキタコアベース」が10月1日にオープンしたばかりなので、まずはそ

ここでイベントを開催することになると思うが、飲食を伴うようなイベントや、移住希望者の懇親の場のような位置付けで、美彩館で開催するやり方はあると思う。

○ オブザーバー 移住・定住促進課 真鍋課長

お酒を飲みながらの交流イベントなどであれば、美彩館で開催するというような使い分けはできると思う。

○ 伊藤委員

レイアウトを変えられるか分からないが、akitavisionのSNSに掲載されている美しい画像や映像などをディスプレイで流したらいいのではないか。

また、日本酒サーバーの利用状況はどうか。日本酒サーバーを利用してお酒を飲んでいる人が、飲みながらその映像を見られるようにしたらいいと思う。

○ オブザーバー 東京事務所あきた売込み課 熊谷課長

日本酒サーバーは会社員から人気を集めている。買い物客の邪魔にならないように、レイアウトを変更も検討している。

○ 畠田委員

アンテナショップでのチョイ飲み、はしご飲みは人気を集めている。

○ 安藤委員長

他に意見が無ければ、本日の議事は以上とする。

進行を事務局にお返しする。

□事務局

本日は長時間にわたりご審議いただき感謝申し上げます。以上をもって、第3回アンテナショップのあり方検討委員会を閉会する。