

東京アンテナショップ「あきた美彩館」の今後のあり方について(概要)

1 アンテナショップの現状・成果・課題

【現状】

- ・開設：H20.5
- ・所在地：港区高輪4丁目10-8
- ・賃貸借期間：R5.4.1~R8.3.31（3年間）
- ・店舗面積：323.26㎡（97.79坪）
- ・事業内容：物販（1,357商品）、レストラン
- ・運営事業者：(株)秋田ニューバイオファーム

外部環境の変化

【コロナ禍の影響】

- ・リモートワークの普及、ECの利用増加など、ライフスタイルが変化
- ・店舗飲食部門の売上は現在もコロナ禍前の水準に戻っていない

【品川地区の再開発】

- ・品川では複数の再開発事業が同時進行
- ・西口地区のうち、あきた美彩館が立地する四丁目エリアの計画は未定
- ・計画の検討状況によっては現店舗からの立退きを求められる可能性あり

【県移住相談拠点】

- ・アキタコアベースの開設（R5.10 中央区京橋）

【成果】

- ・年平均3億円、R4年度までの合計で約40億円を売り上げるなど、県産品販売や飲食提供を通して首都圏への情報発信、県産品の販路拡大等に大きな役割を果たしてきた。
- ・商品に対する消費者の反応を得るとともに、市町村等が首都圏に向けて情報発信等を行う場としても重要な役割を果たしてきた。



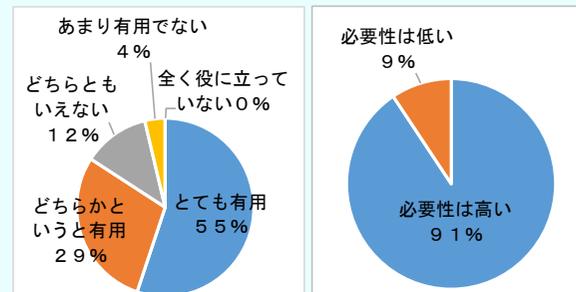
【課題】

- (1) 集客
フリーの客が少ない、客層が固定化
- (2) 事業者・商品
付加価値の高い商品づくり
- (3) 店舗運営
コロナ禍後の飲食部門に回復の遅れ、事業者へのフィードバックが不十分 等

2 アンテナショップの必要性

【事業者や市町村等の評価】

- 県が実施したアンケートでは、
- ・回答した納品事業者の8割超が「アンテナショップは有用」と回答(グラフ左)
 - ・回答した県内市町村・関係団体の9割が「必要性は高い」と回答(グラフ右)



【他県アンテナショップの動向】

- ・近年、閉店する事例が見られる一方、より効果的な立地を求めて移転・リニューアルする事例も見受けられる。

事業者や市町村等のニーズが高く、引き続きその役割を果たす必要がある

3 東京アンテナショップの今後のあり方

基本的な考え方

【機能の更なる充実】

- ・物販部門の強化や飲食提供の見直し、情報発信の強化などにより機能の更なる充実を図る。

【立地に対する対応】

- ・品川地区の再開発計画の見通しが明らかになった段階で、改めて立地を検討する。

【機能強化に向けた取組】

- (1) 物販機能
 - ・アンテナショップの基本的な機能であり、本県アンテナショップの要として、売れる商品の品揃えの充実等により強化を図る。
 - ・量り売りや生産者とのコミュニケーション等、リアル店舗だからこそできる体験(=コト)を組み合わせた販売手法の充実を図る。
- (2) 飲食提供機能
 - ・利益率が高く、店舗の安定的な経営に重要な機能であることから、新たな店舗形態(カフェやイートインなど)への転換やメニューの見直しを検討する。
- (3) マーケティング機能
 - ・テスト販売の利用促進と事業者へのフィードバックの充実により、県内事業者の売れる商品づくりにつなげる。
- (4) 観光PR・誘客促進機能
 - ・食と観光を結び情報発信の充実により、本県への誘客を図る。
- (5) イベント機能
 - ・民間や市町村が各種PRで店舗を利用しやすい環境を整備するなど、イベントでの利用促進を図る。
- (6) 移住相談機能
 - ・アキタコアベースと情報共有等の連携を進める。
 - ・品川再開発の動向や機能等を総合的に考慮しながら、将来的な一元化も検討する。

【立地の検討】

【再開発により①~③に該当する場合 → 改めて立地を検討】

- ① 現店舗が取り壊しとなり、近隣に入居できる物件がない
- ② 現店舗が取り壊しとなり、近隣に入居物件があるが不利な条件
- ③ 現店舗が引き続き使用できるが、不利な条件