

とちまるショップ 目標達成

2年目売上高 1億5000万超

限定・特産品が好調

県が東京スカイツリーの商業施設に出店したアンテナショップ「とちまるショップ」が22日、開業2周年を迎える。オープン当初のスカイツリーブームの反動で売り上げ、来客数共に減少しているものの、2013年度の売上高は1億5546万円と目標の1億5000万円はクリア。特産品などの物品販売は好調を維持している。

(岡本朋樹)

県によると、13年度の売上高は前年度から約7300万円減少した。12年度は観光客を呼び込むために特典付きの宿泊旅行券などの金券を多く販売していたほか、スカイツリー開業当初で多くの人が詰めかけていたため、これらの反動減によるものだ。

しかし、金券を除いた物品販売で見ると1200万円ほど増加した。営業日数が前年より約50日多かったこともあるが、1日あたりで見ても6%減と来客数の27%減に比べて小幅な減少にとどまった。定番商品に加え、食品メーカーの限定品を販売するなど、商品の

魅力向上を続けてきたことが売り上げ確保につながった。特に「レモン牛乳」の愛称で知られる「関東・栃木レモン 200g・缶」(110円)や、テイクアウトの「とちおとめミルクジェラート」(400円)の人氣が高いという。

県はとちまるショップの集客力を活用するため、14年度にインターネット販売の対象商品を増やすことを検討している。実際に店舗を訪れたものの、遠くて何度来られない人などに県産品を販売していくことが

目的だ。
財団法人地域活性化センターによると、都内にある地方自治体のアンテナショップのうち、年間100万人を超す来客数があるのはとちまるショップを含む4店舗だけ。スカイツリー人氣が続く中、ショップの集客力を県内の観光や特産品のPRにいかに関活用するかが問われる。

ミルクジェラート

限定100食無料配布

県は22日正午から、開業2周年を記念し、とちおとめミルクジェラートを店頭で無料配布する。限定100食。同日は県のマスコットキャラクター「とちまるくん」が一日店長を務める。



オープン当初のとちまるショップ(2012年5月、県提供)

とちまるショップの営業実績

	2012年度	13年度 (増減率)
売り上げ	2億2809万円	1億5546万円 (▼32%)
金券除く	1億3504万円	1億4736万円 (9%)
同1日あたり	43万0088円	40万3743円 (▼6%)
来客数	215万人	182万人 (▼15%)
1日あたり	6856人	4989人 (▼27%)
参考 タウン全体の来客数	4476万人	3927万人 (▼12%)

12年度は開業日の5月22日、13年3月末



栃木の魅力を発信

東京スカイツリー(東京都墨田区)に隣接する商業施設の中に設けられた栃木県のアンテナショップ「とちまるショップ」が22日、開店2周年を迎えた。2013年度の来店者は約182万人で前年度より15%減ったが、売上高は1億5547万円で目標の1億5000万円を達成した。

同日は、県産業労働観光部の荒川政利部長が上京し、「店頭に並ぶ自慢の商品が生まれた栃木に遊びに来て」と呼び掛け、来店者に限定1000食で「とちおとめミルクジェラート」を無料で配る。……
「とちおとめミルクジェラート」を受け取る来店者(22日、東京都墨田区で)

東京スカイツリー 2周年記念しキャンペーン 「とちまるショップ」

った。県のキャラクター「とちまるくん」が一日店長を務めた他、宇都宮市と大田原市、佐野市、那須町、日光市のキャラクターも集結し、観光などをPRした。

県観光交流課は「今後は、市町村ごとの店頭アピールイベントと物販を連動させたい。県内に人を呼び込めるよう、全国から観光客が集まる強みを生かして情報発信していく」と意気込む。

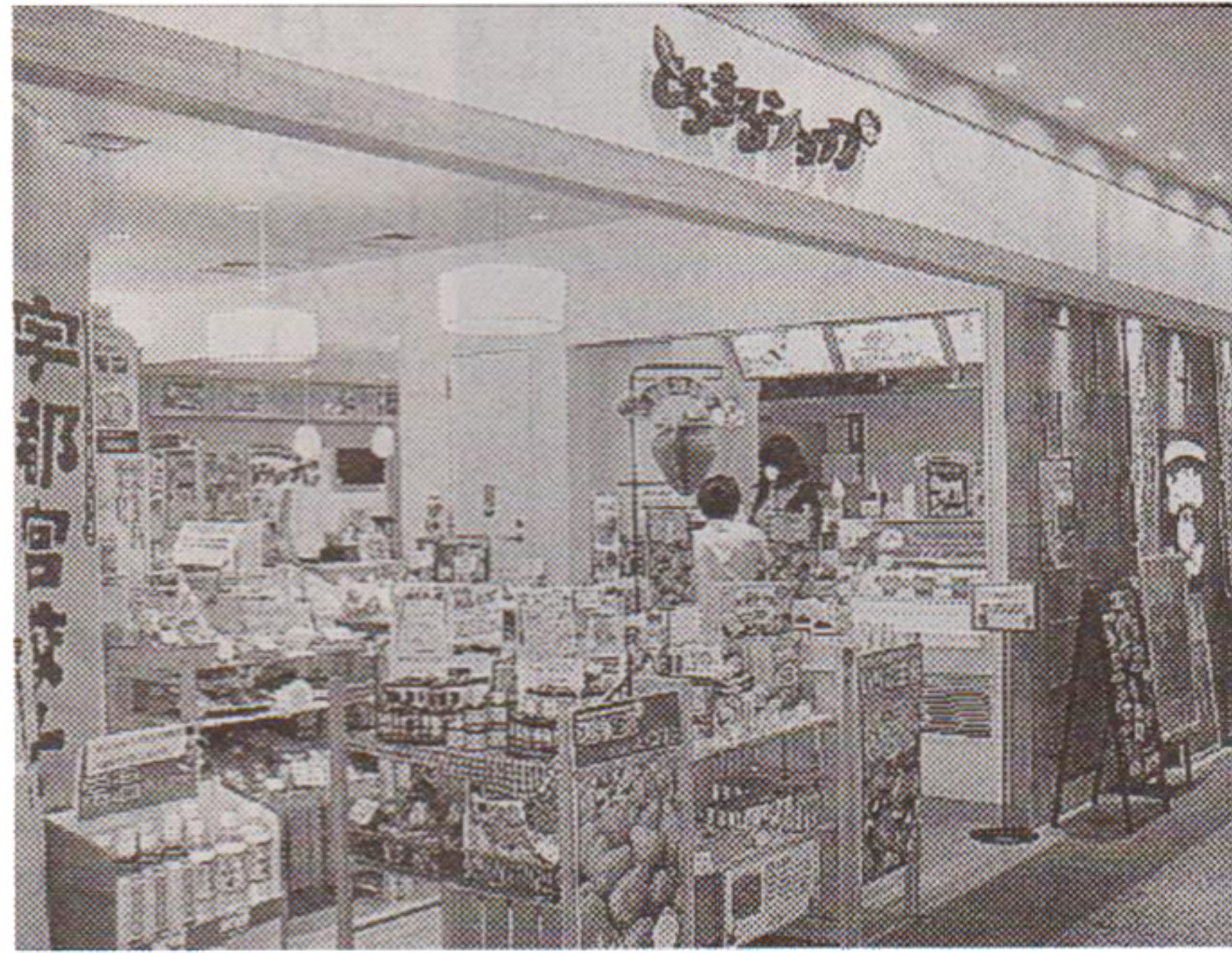
6月8日まで2周年記念キャンペーンを展開し、1回の購入額が2000円以上の人に、4月から売り出したレモン牛乳ソフトクリームをプレゼントする。ご当地商品を詰め合わせたお楽しみ袋も数量限定で用意。24、25日は、6月中旬に新発売するレモン牛乳ジェラートを限定販売する。

東京スカイツリー(東京・墨田)の開業と同時に、栃木県がツリーの商業施設内でアンテナ店「とちまるショップ」を開いてから22日で2年が経過した。年間来客数は180万人強に達し、休日を中心にもまずまずのにぎわいを見せる。ただ銀座に独立型の店舗を構える茨城、群馬の両県に比べて商品を買わない客も多い。ついでに立ち寄った客をいかにファンにしていけるのか、工夫の余地はありそうだ。

来客、年182万人

「とちまるショップ」は商業施設「東京ソラマ

スカイツリーの栃木アンテナ店



集客安定、売り上げ課題

「の4階にあり、レモン牛乳や不二家ミルク「スカイツリー」の2013年度の限定品など栃木ならではの商品が並ぶ。都内からは約39万人に達する。とち

県産イチゴを使った商品などが並ぶ(東京都墨田区) 一方、茨城、群馬のアンテナ店はいずれも道路に面しており、独立性が強い。群馬の「ぐんまちゃん家」の来客数は2月までの11カ月で約53万人。茨城の「茨城マルシェ」の13年度の来客数は約12万人(買い物した客の集客力は健

銀座の路面店 群馬急伸、茨城は堅調

いため、茨城、群馬の2県に比べて好調だとは断定できない。13年度の売上高は約1億5500万円。県は「目標の1億5000万円を達成した」と強調する。1日当たり売上高は約42万円だった。他の2県は茨城が約47万円、群馬は約44万円(11カ月間)。さほどの差はないように見えるが、群馬は12年度に比べ約8割増と勢いがある。アンテナ店情報サイト「風土47」を運営する浜田登氏によると「改装された歌舞伎座が近いことが大きい」という。一方、とちまるシ

低い客単価

もちろんアンテナ店は採算性だけで評価できない。自治体の観光PRなども兼ねており、補助なしで運営する店はほとんどない。ただ「税金を使う以上、観光などにどのような効果があるのか検証が必要だ」(浜田氏)。とちまるショップには「特産品を網羅しているが、メリハリがない」(食品関係の経営者)といった声もある。新製品を3カ月間試験的に販売し、人気が集まれば「本採用」に切り替えるなどの売り上げ増に向けさらに知恵を絞る必要がある。

(宇都宮支局 亀真奈文)

スカイツリー開業2周年

とちまるショップ 記念イベント盛況

東京スカイツリータウン(東京都墨田区)内の県のアンテナショップ「とちまるショップ」が22日、開業2周年を迎え、同店で記念イベントが行われた。多くの来店者が無料で振る舞われたとちおとめミルクジェラートに舌鼓を打ち、お祝いに駆け付けた県内ゆるキャラが晴れの日に花を添えた。
荒川政利県産業労働観光部長はあいさつで「2周年を迎えられたのは皆さまのおかげ。(店頭に並



開業2周年イベントで、一日店長のとちまるくんと並んであいさつする荒川部長(左)＝22日午後、東京都墨田区のとちまるショップ

ぶ)おいしいものが生まれた気候に撮影会に参加し、会場から「かや風土を実感してほしい」と来県を呼び掛けた。
わいい」などと歓声を浴びていた。同店は6月8日まで、数量限定
一日店長には県のマスコットキのお楽しみ袋販売など2周年記念
キャラクターとちまるくんが就任。の催しを続ける。
佐野市のさのまるなど5体も一緒
(文・写真 須藤健人)