

# 都内アンテナショップと地方創生

## 過去最高の81店舗に

東京都内の自治体アンテナショップの数は2020年4月時点で81店舗。これは過去最高の数字だ(図表1)。近年は、市町村によるアンテナショップの増加が目立つ。15年4月に13店舗だったが、その5年後には3倍の39店舗になり、自治体アンテナショップの中で半分を迫る(注1)。近年の都内アンテナショップ増加の背景として、次の3点を指摘できる。

- ① 地方創生(14年9月)
  - ② ふるさと納税(08年4月)
  - ③ ネット・SNSによる情報取得の容易化
- では、アンテナショップを運営する意義は何かのだろうか。

### アンテナショップの意義

都内のアンテナショップの意義として、筆者は次の三つを考えてみた。

#### (1)「ふるさと不明族」の憧れの対象

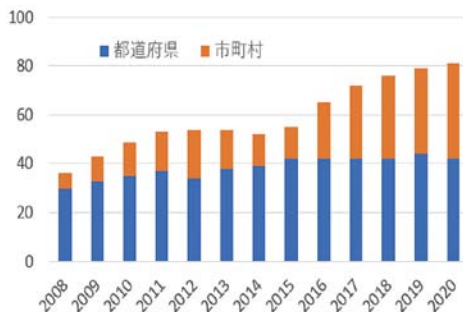
私事で恐縮だが、筆者は東京生まれの東京育ち。

街並みの変化の速過ぎる東京に「ふるさと」を感じる事が少ない。そんな私は、南沙織の「早春の港」(古くて恐縮)や広島人の「それ行けカープ」を聞くと、ふるさとを持つ方々がうらやましくなる。

私のような「ふるさと不明族」は、郷土愛の固まりのよう。自治体アンテナショップに、ある種の敬意を抱く。例えば、

沖繩の「わしたショップ」ファンは、沖繩の方々の郷土愛にも惹かれて

図表1 都内の自治体アンテナショップ店舗数



出典：地域活性化センター「2020年度 自治体アンテナショップ実態調査報告」

思う。「わした」は「私たち」の意味。沖繩の美しさを歌う「芭蕉布」の歌詞の中に出てくる。

#### (2)「上京族」に手が届く対象

東京都以外のご出身で、現在都内に住んでおられる方々には、当該道府県のアンテナショップは、郷土愛を刺激される場所かもしれない。

銀座にある広島県のアンテナショップは「TAU」という名前だが、これが「手が届く」という意味だと理解する人のほとんどは広島県出身者だ。そう、広島弁なのである。「TAU」は、東京在住の広島県人にとつて、まさに手が届く存在だ。東京広島県人会は、会員数や活動の充実度において、全国有数のパワフルな県人会である。

#### (3)「ご当地もの好き」の日本人の回避対象

東京出身か否かを問わず、東京在住の「アンテナショップ好き」に聞くと、「いろいろなアンテナショップを渡り歩く浮気者」が多い。

これからトライされる方のために、19卒に「都

水口 毅

あずさ監査法人ディレクター  
元日本銀行那覇、広島支店長

内アンテナショップの歩き方」をご紹介した。都内のアンテナショップは、地理的に偏在する。これは「いろいろなご当地自慢を要領よく知りたいたい」という日本人の好みの反映かもしれない。

実際、日本人は他の国々と比べて、「ご当地も」が好きだとの説がある。そして、その理由として次の3点が挙げられている。

①南北に長く、気温・海山川など気候・環境が多様な国土である。そのため、狭い国土の各地に多彩な「特産品」が生まれやすい。

②租庸調の「調」は、そのお手本であった中国においては絹や綿だったのに対し、わが国の律令時代の「調」は特産品が広く認められていた。わが国では、古くから地方の特産品の価値を愛でる価値観がある。

③江戸時代の参勤交代もそうだが、特に明治以来、中央政府や大企業で、数年程度で地方と東京の勤務を繰り返す組織が多い。

ご当地ものには、「ご当地検定」「ゆるキャラ」「B級グルメ」などのジャンルがある。これらも多くに「流行り廃り」があり、今、多くのご当地ものに、逆風が吹いている。

そうした目で見ると、都内アンテナショップの店舗数の着実な増加は、注目すべきであろう。

## コロナ禍とアンテナショップ

### (1) 疑似訪問効果

筆者は、監査法人に勤めている。会計士の人々

は、当局から地方の企業に向いて監査をすることが多い。コンサルティングを担当する人々も同様である。その地の特徴的な食事をいただいたり、お酒を飲んだりして、その地のことが好きになる。しかし、コロナ禍は、東京と各地との行き来を難しくした。直接ではなく、対面やオンラインの対話がずつと増えた。しかし、やはり対面で自然に出てくる雑談が無いと距離感を縮めにくい。

そこで、「都内アンテナショップの訪問」である。地方の顧客への電話で、「きのう、貴県のアンテナショップに行き、〇〇を気に入って買いました」などと話すと、自然と距離感が縮まる。

### (2) コロナ禍の打撃

長引くコロナ禍がアンテナショップの経営に与えている影響は、かなり大きい。

ほとんどのショップは、①感染対策②通販③テークアウト④デリバリー⑤オンライン広告——などに力を入れている。それでも、やはりコロナ禍の長期化の影響は大きい。

具体例を挙げる。

先日、ふとしたきっかけで、北日本新聞のインターネットの電子新聞(5月2日付)で、アンテナショップ「日本橋とやま館」がコロナ禍の中で休業を余儀なくされたことが分かった。そこで「日本橋とやま館」のサイトを訪問してみると、次の3点が判明した。

①「日本橋とやま館」は、4月27日に全面休業

に追い込まれた。

②その後5月14日から一部営業再開となった。現在、和食レストランはランチタイムのみ営業。

③他方、有楽町の東京交通会館内の「いきいき富山館」は、4月27日から時短営業となったが、現在は通常営業(平日は10〜19時)である。

都内のアンテナショップは、日本橋とやま館に限らず、コロナ禍の影響を深刻に受けている。アンテナショップをなんとか応援したい。

### ワーケーション、地方移住

#### (1) コロナ禍による人口移動の変化

コロナ禍は、東京圏(東京都+近隣3県)への人口の出入りにも強い影響を与えた。

本年4月下旬に総務省統計局が公表した「住民基本台帳人口移動報告」と同時に公表された「統計Today No.172」によると、20年度中の東京圏(=東京都と隣接3県)以外から東京圏内への転入超過数(=転入者数-転出者数)は、19年度のそれと比べて半減した。

理由は次の2点だろう。

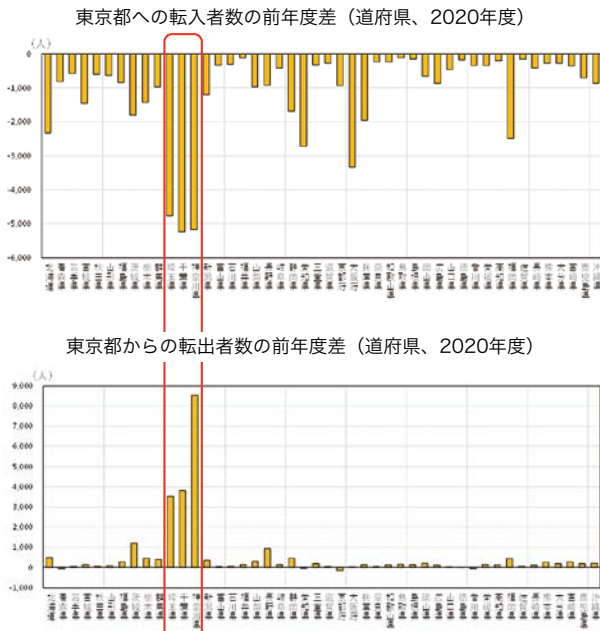
・東京圏以外の方が「コロナ禍がより危険な東京圏」への進学・就職・転居を控えた。

・東京圏の人が「コロナ禍の点でより安全な東京圏以外」に進学・転勤・転居(移住)した。

#### (2) テレワーク、ワーケーション

職種や職場でバラツキはあるが、総じてみると

図表2



出典：総務省統計局

消費者は、もはやオンラインとオフラインの区別を重視しない。コロナ禍で社会的距離が求められるば、オン（通販等）に傾斜し、コロナ禍が終息に向かえば、気が

### オン・オフは融合へ

コロナ禍の中で、全国各地の自治体が、東京を出入りする人の流れの変化に注目し、Zoomなどで頻繁に移住相談会等を展開している。そして、その検討がより進んできた人々のために、都内のアンテナショップがさらなる情報の入手の場所として注目されている。

る。

機能も備えたショップが増えている。コロナ禍の前から、アンテナショップの多くは、各地の特産品販売の場にとどまらず、旅行前に事前に知識を得たり、旅行の後に良い思い出を反芻したりできる場所になっている。それをさらに発展させ、地方への移住や職探しの情報を提供する

### (3) アンテナショップは移住相談の窓口にも

そして、程度の差こそあれ、もつと遠くでテレワークやワーケーションをする動きもみられる。実際、私の同僚の一人は、沖縄県の家族の家からテレワークでコンサルティングを行っている。

向いたときに店に行つて、財やサービスを探し、買い求めるようになるはずだ。インターネットのサイトやZoomの相談で情報を得た人が実際にアンテナショップの移住相談窓口に来るのも、オンとオフの融合の例である。

アンテナショップで販売される財・サービスのほとんどは「生活必需品」ではない。このため、そこでの購買履歴は、その人が「何が好きか」を正直に表す。当然、個人情報の管理は非常に重要だが、うまく管理できれば、お客さまに「次の買い物」を助言できる。デジタル技術は、従来に無いデータを使った販売を可能とする。それは、購買履歴の取得・記録・分析を利用するものであり、近未来には顔認証等による来客の氏名・購買履歴の特定等も広がってくるかと思う。

先ほど紹介した広島のアテナショップTAUは20年5月、オンラインショップをTAU自身のサイト上で立ち上げた。数年後のアンテナショップは、顧客一人一人の合意を前提に、購買履歴がある顧客に対して「次はどの熊野筆・もみじ饅頭・広島レモンを使ったお菓子等をお薦めするか」といった点の分析に人工知能を活用するかもしれない。

適切な購買データの利活用も含め、今後の都内アンテナショップの発展と活躍を祈りたい。

注1 地域活性化センター20年12月23日公表の「実態調査報告」による。グラフの計数も同じ。

テレワークは画期的に進んだ。  
図表2をご覧いただきたい。20年度の東京都以外の46道府県ごとに、東京都への転入者数・東京都からの転出者数が、前年度と比べてどう変化したかを示したグラフである。  
神奈川県・千葉県・埼玉県から東京都への転入者数が激減し、逆にこの3県への転出者数が目立って増えている（転出は、対神奈川県が特に多い）。このうちの一部は、テレワークが一般化する中で、より広い居住スペース・より恵まれた環境を求めた住居地選択をしているはずだ。

前記に知識を得たり、旅行の後に良い思い出を反芻したりできる場所になっている。それをさらに発展させ、地方への移住や職探しの情報を提供する機能も備えたショップが増えている。

## 【都内アンテナショップの歩き方】(都道府県のアンテナショップを中心に代表的なものを記した)

### 神田駅→日本橋

1 福島	日本橋ふくしま館 MIDETTE:店名は福島弁「みにきてね」。疫病除けの「赤べこ」を販売。
2 三重	三重テラス:日本橋室町YUITO ANNEX。県民が大好きな「伊勢うどん」を売ることも。
3 新潟	ブリッジにいがた:第四北越銀行系。2020年12月からオンラインショップを試行運営中。
4 奈良	奈良 まほろば館:三越新館向かい。考古学ファン向けのYouTube発信もしている。
5 富山	日本橋 とやま館:「トヤマバー」の「富山の銘酒の飲み比べセット」が好評。
6 滋賀	ここ滋賀:「SHIGA's BAR」が好評。コロナ禍の中、アマビエをデザインした信楽焼等も販売。
7 長崎	日本橋 長崎館:江戸時代から日本橋は長崎県ゆかりの地で、文明堂もある。
8 山口	おいでませ 山口館:銘酒獺祭・五橋、岩国寿司、焼きふく、萩市産の冷凍猪肉など。
9 山梨	富士の国やまなし館:ほうとう、信玄餅、ワイン、果物、甲州印傳、水晶細工など。

有楽町東京交通会館:アンテナショップが密集。北海道美瑛町、兵庫県豊岡市、長崎県平戸市のショップもある。

1 北海道	北海道どさんこプラザ有楽町店:2017~19年度連続で売上高10億円超を達成。
2 秋田	花まるっ秋田ふるさと館:稲庭うどん、きりたんぼ、根付きセリ、とんぶりなど。
3 富山	いきいき富山館:先日、富山県出身者が「入手困難な銘酒・勝駒が買えた」と喜んでた。
4 大阪	浪花のええもんうまいもん 大阪百貨店:たこ焼き、戎橋筋「をぐら屋」の昆布など。
5 兵庫	兵庫わくわく館:Twitterで発信。海苔の佃煮「アラ!」「明石玉子焼 粉セット」など。
6 和歌山	わかやま紀州館:梅干し、ジャバラ(柑橘類)加工品、熟成マグロハムなど。
7 徳島+香川	徳島・香川 トモニ市場:徳島銀行と香川銀行が作ったトモニGが支援。
8 福岡	ザ・博多 有楽町店:「あごおとし」の炙り明太子、あまおうソフトクリームなど。
9 大分	温泉座:無料の足湯あり。入浴剤、化粧品等。オンライン販売あり。

### 新橋・銀座一丁目駅周辺

1 茨城	IBARAKI sense:県名は濁らないことを地味に主張。メロンパフェ、そぼろ納豆など。
2 福井	食の國福井館:越前そば、水ようかん、地酒(梵、鬼作左、五穀豊穰)など。
3 高知	まるごと高知:1Fの「とさ蔵」に「試し酒コーナー」あり。
4 沖縄	銀座わしたショップ本店:アイテム数4000点を誇る店内に沖縄の音楽が流れる。
5 石川	いしかわ 百万石物語 江戸本店:金沢カレー、焼きいなり、ふぐの卵巣の糠漬けなど。
6 山形	おいしい山形プラザ:日本酒、じんだん大福、油そば、やみつきしみかりせんなど。
7 広島	TAU:外観が地味なので注意。4フロアある本格派。2Fに「広島酒工房 翠」。

### 有楽町駅の南側から銀座駅

1 鹿児島	かごしま遊楽館:焼酎、さつま揚げ、かごしま茶、かるかん、黒豚、薩摩切り子など。
2 島根	日比谷 しまね館:「ご縁カフェ」でスイーツや地酒呑み比べを。移住相談もできる。
3 熊本	銀座 熊本館:くまモンファン御用達。2FのASOBI・Barに「呑み比べセット」あり。
4 長野	銀座NAGANO しあわせ信州シェアスペース:店内のカウンターで呑める。
5 群馬	ぐんまちゃん家(ち):店名は県公認キャラから。2Fに県の形に因む料理店「銀座つる」。
6 岩手	いわて銀河プラザ:店名や店外壁の彫刻装飾は、宮沢賢治の童話に因む。

### 新橋駅の近く

1 鳥取+岡山	とっとり・おかやま新橋館:コロナ禍で消費が減った高級食材による弁当販売など。
2 香川+愛媛	せとうち旬彩館:オリーブ製品、讃岐うどん、じゃこ天、一六タルトなど。

### 表参道駅の近く

1 新潟	N'ESPACE(ネスバス)表参道・新潟館:広い。新潟清酒立呑みBar COCO。移住案内も。
2 福井	ふくい南青山291:食品・地酒、工芸品(眼鏡フレーム)。レストラン併設。

### その他、単独で所在するタイプ

1 青森	飯田橋駅近く:あおもり北彩館 東京店:熟成黒にんにく、りんごスティックなど。
2 宮城	池袋駅東口:宮城ふるさとプラザ(コ・コ・宮城)ずんだ餅入りどら焼きなど。
3 秋田	品川駅近く:あぎた美彩館:地酒コーナーが充実。「スガちゃんまんじゅう」など。
4 栃木	東京都と栃木県を結ぶ東武鉄道のとうきょうスカイツリー駅近くのソラマチ内:とちまるショップ
5 宮崎	新宿駅南口サザンテラス:新宿みやざき館KONNE:店名は宮崎弁「いらっしやい」。
6 東京	竹芝桟橋ターミナル:東京愛らんど:東京都離島の椿油、黄八丈、島焼酎、海産物等。

出典:筆者作成。コロナ禍で休業や時短の場合があります。訪問前にはネット等でご確認ください。