

スカイツリーの隣に22日 とちまるショップ開店

22日開業の東京スカイツリー(東京都墨田区)が併設する商業施設「東京ソラマチ」に、県の特産品を販売・PRするアンテナショップ「とちまるショップ」がオープンする。年間2500万人の観光客を見込む注目スポットへの出店に、運営にも並々ならぬ気合が入っている。どんな店なのか。一足早く、18日に開かれた内覧会をのぞいてみた。

内装も県内の特産品で

地下鉄押上駅を出ると、スカイツリーとスカイツリータウンが並び立つ。東京都墨田区



東北新幹線の上野駅から地下鉄を2本乗り継ぎ、押上駅のB3出口から地上に出ると、目の前にスカイツリーと31階建てのビル「東京スカイツリータウン」がそびえ立つ。タウンの入り口から一番近いエレベーターを「東京ソラマチ」の4階まで上れば、そこは和風の土産物店やキャラクターショップなどが並ぶ「ジャパンスーベニア」。この一角に「とちまるショップ」が店を構えている。通路の角に位置し、調理室を含めて約160平方メートルの店舗は、他店に比べると広い印象を受ける。内装

には、ランブシェードに鹿沼麻、壁紙は鳥山和紙、カウンタには大谷石や益子焼の陶板など、県内の特産品をあしらった。

店頭には金谷ホテルベリカリーの菓子やパン、県産イチゴ「とちおとめ」や「栃木レモン」味の菓子、

冷凍ギョーザなど栃木土産の定番商品が並ぶ。奥に入ると真岡の木綿や鳥山の和紙を使った小物、地酒など、扱う商品は1200種類を超える。テイクアウトコーナーを設け、アイスクリームやB級グルメも出すことにした。

情報コーナーには観光パンフレットが並び、日本酒の試飲や市町の観光案内イベントなども予定されている。



開業を控え、店員らが商品の陳列に追われていた＝店内の写真は18日、東京都墨田区の東京スカイツリータウン

テイクアウトコーナーでは、ソフトクリームやジェラート、地ビールや水ギョーザが食べられる

る。高さ350メートルの天望デッキを見学したツリーの観光客は、帰りはタウン5階でエレベーターをいったん降りるため、どうやって足を止めてもらうかの鍵を握る場所になりそうだ。

22日の開業を控え、15人の従業員は接客のトレーニングや商品の陳列など、最後の準備に追われていた。うち県内出身の8人が、栃木初心者ナビゲーターの役割を果たす。

その一人、宇都宮市出身で東京の専門学校に通う小林亜紗子さん(21)は「東京

市町も経営に参加

東京ソラマチ内の自治体直営店は「とちまるショップ」だけ。だが、県が首都圏の特産品をPRする店を出すのは初めてで、自治体のアンテナショップとしてのは後発組だ。ソラマチ内でも300以上の店がしのぎを削る中で「栃木を国内外にPRする絶好の機会」(福田富一知事)を逃すまいと工夫をこらす。運営は宇都宮市の民間企

業「ファーマーズ・フォレスト」に委託した。同市郊外の「るまんちく村」の運営や、中心部にある市のアンテナショップ「宮カフエ」内での農産物販売などに実績があり「栃木の地域プロデューサー」を自任する。運営費を支出する行政側は年間1300万円ずつを県と26市町で折半。市町は人口に応じた負担割合にした。「市町にも経営に参加し、自分たちの店という認識を持ってもらうため」(県観光交流課)という。初年度の売り上げ目標は特に設定していないが、首都圏在住者や観光客の中でも、購買意欲が旺盛で地方の特産品に関心の高い40、60代女性に狙いを定め、栃木県内の観光需要につなげることを狙う。

ファーマーズ・フォレストの松本謙社長に聞いた。――土産物店が並ぶフロアで、どう差別化を図るのですか。

東京はおしゃれな商品があふれている。県内では栃木の商品をおしゃれに演出して良さをPRしてきたが、こちらでは逆に「栃木のコテコテ感」をどう出すが勝負になるだろう。フロアには土産のほか食品など多様な店があり、お客さんの回遊性があり

運営会社の松本社長

そうだ。情報コーナーは7月以降、9割以上の日程が埋まっている。「いつも何か面白いことをやっている」と思っ、足を止めてもらえる仕掛けが重要だ。

――ターゲットや商品の狙いは?

スカイツリーの観光客ももちろんだが、リピーターになってもう一度は栃木出身者を中心にした首都圏在住者の利用を増やしていきたい。そのため店頭にはだん食べるパン

栃木のコテコテ感出して

を置いた。県産農産物の企画販売も手がけていく。スカイツリータウンの上階はオフィスのため、弁当の販売もしたい。観光地の土産物店より、「押上駅前ビル」の使い勝手のいい店になりたい。

――栃木は正直なところ首都圏の人にもなじみが薄いですね。どう印象づけていきますか。

日光、イチゴ、ギョーザだけでなく魅力はどう伝えていくか。農工連携で開発され、良質ながら販路がない商品の試験販売も答えの一つ。また、首都圏のお客さんや観光客の要望を生産者や製造元に提案すること、また「アンテナ」の重要な役割だ。一緒に勉強しながら商品を共同開発していきたい。それこそが実は、新しい栃木らしさをつくることにもつながっていく。

