

「とちまる」PR上々

スカイツリー隣に開店

22日開業の東京スカイツリー(東京都墨田区)に隣接する商業施設「東京ソラマチ」内に、県内の特産品を販売、PRする「とちまるショップ」がオープンし、大勢の買い物客でにぎわった。構想から約3年、東日本大震災や原発事故、災害などに見舞われた県内を景気づける象徴にと、関係者は期待をふくらませた。



ランドオープンに先立

つ午前9時10分ごろから、福田富一知事や県のマスコミ、公署で名付け親になった佐野市の小学4年生、島田舞香さん(9)らが並んでテープカットした。島田さんは「意外に大きなお店だったのうれしい。また家族で一緒に来たい」と話していた。

同9時40分ごろから、徐々に一般の買い物客が訪れ始めた。店頭では関係者が



⑤とちおとめジェラートや水餃子のテイクアウトもできる
⑥店内にはレモン牛乳や農産物など県の名産が並ぶ。いずれも東京都墨田区

パンフレットなどを配って客を呼び込んだほか、佐野市の第一酒造が地酒「開華」をふるまった。ショップから南に約1・5キロ離れたJR錦糸町駅前のホテルでは午前11時半から記念式典があり、福田知事は「温泉や農畜産物、地酒など、栃木はここに出しても恥ずかしいものを持っている。震災や原発事故、竜巻などで各地域は沈んでいますが、手にとっていただき、足を運んでもらいたい」とあいさつした。市町長や国会議員ら約130人の出席者が、県が開発した「県庁ビル」で乾杯した。

◇

とちまるショップは、商業施設「東京ソラマチ」のイーストヤード4階にあ

る。スカイツリー隣接の商業施設内にある都道府県としては唯一のアンテナショップ。県と26市町が費用を折半して運営する。営業時間は午前10時から午後9時。千円以上購入した人に、県内で使える観光宿泊券などが抽選で当たるキャンペーンを31日まで実施している。

(吉野太郎、山岸玲)

最初のお客は塩こうじ購入

福田知事はテープカット

後、買い物客第1号として納豆とゆずジュースの計377円を購入した。

最初の一般客は、同じフロアのアパレル店に勤める女性社員(29)で、塩こうじを買った。「珍しいな、と気になっていました。栃木はイチゴ狩りに行ったことがありません」と話していた。

■「とちまるショップ」にひとこと

住所、氏名など	ひとこと
東京都葛飾区、主婦 弥十郎弘美さん(39)	栃木はイチゴのイメージしかなかった。ジャムや地酒が充実していたのはよかった
足利市、無職 森田昇さん(78)	建設中からこの店を楽しみにしていた。立派で言うことない
佐野市、会社員 関口果奈さん(29)	「とちまるショップ」という名前前で栃木の店だとわかってもらえるか心配
東京都世田谷区、大学生 石川仁美さん(24)＝鹿沼市出身	栃木の名産を東京の人に见せられるようになりうれしい
東京都江戸川区、自営業 桜井幸雄さん(39)＝真岡市出身	出身地なのに知らない物が多く、新しい発見があった。とちまるくんも初めて知った
東京都世田谷区、俳優 男性(44)＝宇都宮市出身	しもつかれがあるかと期待したがなかった。見たことがないものばかり

高さ634m 世界一の電波塔 初日来場20万人 新名所に

東京スカイツリー開業

世界一高い電波塔の東京スカイツリー(634m、東京都墨田区)が22日、開業した。雨で眺望が良くない中、早朝から大勢の見物客が詰め掛けた。運営会社によると、初日の展望台の入場券9千枚は完売。7月10日までは完全予約制で、連日ほぼ満員の状態という。

(3、5面に関連記事、9面に特集)

本県経済効果も期待

足元に広がる街区「ウン」と合わせた予想1万人、年間約320万回を想定。東京スカイツリー「来場者数は初日で約20万人。首都圏の新たな、ツリーブームで」

分にはわいた。タウンのオープニングレモニーでは、各営業区民でプロ野球福岡ソフトバンクホークス会長1号は、東京スカイツリー



開業した東京スカイツリー＝22日午後、東京都墨田区

ブカット。近くで育った主さんは「立派なツリーが完成し、地元出身としてうれしい」と笑顔を見せた。事業主体・東武鉄道の根津嘉津社長はあいさつで「世界一のツリーが成長するための恵みの雨だ」と空を見上げた。

ツリー本体の開場式の後、招待客らがエレベーターで高さ350mの第1展望台(展望デッキ)へ。入場者第1号は、東京スカイツリーと名付けた約3万人から選ばれた。玉皇の会社員中沢歩さん(42)で、長男の中学1年謙太君(12)と外を見渡し感動的。幸せの一言ですと満足そうだった。一般客の入場は正午に始まった。夜には、発光ダイオード(LED)の照明が来場者のカウントダウンで点灯、ツリーがライトアップされた。とうきょうスカイツリー駅から特急で2時間、日光や鬼怒川の間、観光客を誘致する本県でも観光客誘致の期待は高く、あじきん総合研究所の試算では、県内への波及効果は年間370億円。観光客誘致はスカイツリーを訪れる人の1割程度、年間250万人が見込まれるという。県はツリー内の商業施設「東京ソラマチ」に開設したアンテナ店「とちまるショップ」で地元の名所や物産などを宣伝、観光客を招き入れようとする。

観光誘客へ「希望の灯火」

本県初のアンテナショップ「とちまるショップ」が22日、東京スカイツリー(東京都墨田区)に併設する都内最大級の商業施設「東京ソラマチ」4階にオープンした。加工食品や伝統工芸品など県産品1千点以上を販売し、観光情報発信基地としての役割も担う。開店前の式典には福田富一知事、県市長会

「とちまるショップ」開店

長、高橋文吉県議会議長らが参加。福田知事は「200万県民にとって希望の灯火。栃木の良さ、味を大いに堪能してもらいたい」と観光誘客の呼び水になることを期待した。店舗の名付け親で、テラフカットにも参加した野市榎野小4年の島田舞香さん(9)は「思ったよりも店が大きい」「うれしい」と笑顔を見せた。



とちまるショップのオープン記念式典でテープカットをする福田富一知事(左から3人目)、名付け親の島田舞香さん(同4人目)ら＝22日午前、東京都墨田区、柴山英紀撮影

「とちまるショップ」開業

スカイツリー「東京ソラマチ」内

栃木の特産、1000点ずらり

栃木の味覚と観光をスカイツリーで発信……。22日開業した東京スカイツリー(東京・墨田)の商業施設「東京ソラマチ」に栃木県のアンテナショップ「とちまるショップ」がオープンした。写真。とちおとめを使った洋菓子や益子焼など県内の特産品1000点以上が陳列。スカイツリーと鉄道でつながる栃木観光などをアピールする。

開業のテープカットで福田富一知事は「栃木の味を大いに楽しんでほしい」とあいさつ。ショップを運営した。



するファーマーズ・フォレスト(宇都宮市)の松本謙社長は「商品を随時入れ替えるなどして売り場の鮮度を保っていききたい」と意気込みを語った。

真岡産のブロッコリーを購入した女性は「栃木県のアンテナショップがあるとは知らなかった。新鮮な野菜を買えてうれしい」と満ち足りた。

米国人の女性は「栃木には行ったことがないが、米国に住む家族を連れて訪ねてみたい」と笑顔を見せた。

とちまるショップ開店

「東京ソラマチ」県内誘客に期待

東京スカイツリー(東京都墨田区)が開業した22日、併設されている商業施設「東京ソラマチ」に県初のアンテナショップ「とちまるショップ」がオープンした。特産品の販売に加えて国内外の人に栃木の魅力を売り込む拠点として、東日本大震災以降の風評被害で

苦しむ本県の観光業にとつてどの程度の誘客につなげられるか。関係者の期待が集まる。

午前9時すぎ、福田知事が「これまでは、栃木のもを東京で買えるかと聞かれても答えられなかったが、これで『とちまるショップ』で」と言える」と笑顔であいさつ。店舗を命名した佐野市立植野小4年島田舞香さん(9)らと6人でテープカットした。県産野菜を手にとつて選んでいた東京都荒川区、主婦山田秋子さん(43)は「新鮮なのに安くてびっくり」と満足そうだった。

県は首都圏からの誘客をはかろうと同店でもプレミアム付き宿泊券の販売を始めた。鬼怒川温泉でホテルを経営する小野吉正さん(67)は「県産品を売るだけ

では誘客につながらない」と指摘し、「宿泊券を目玉にして、一度でも足を向けてもらえる道筋をしっかりと作ってほしい」と期待を寄せる。東武線でスカイツリーから約1時間の足利市は「特産品を見て買ってほしい、観光パンフレットを手にとつてもらふことで『意外に近い』ことをPRできれば」と話す。

観光、県産品PRの好機

東京スカイツリー開業を好機として、県は観光客誘致や地場産品のアピールに力を入れている。

夏休みの観光誘客の起爆剤とするプレミアム付き宿泊券「元気度日本一とちぎ『券』」は、ツリー周辺のアンテナショップ「とちまるショップ」でも取り扱い、

発売は開業と同時の22日からとした。販売価格3000円だが5000円分利用できる。

県内でも、宇都宮市の「おいでよーとちぎ館」や地方合同庁舎の売店などで販売。同館では初日だけで約480枚を売り上げ、人気は上々だ。

また県産「三条大麦」などを使った「県庁ビール」を、とちまるショップでお客様に抽選でプレゼントし、県産品をPRした。

ファーマーズ・フォレスト(宇都宮市)、栃木マイン(宇都宮市)の「同」に製造を委託。免許などの関係から県が販売は出来ないが、今後も魅力アピールに活用したいとしている。



テープカットにのぞむ福田知事(左から3人目)と命名者の島田さん(同4人目)

東京への近さが強みに

「とちまるショップ」運営会社社長に聞く

東京スカイツリータウン内に開設され、華々しいスタートを切った県のアンテナショップ「とちまるショップ」。店舗の運営を任されたのは、宇都宮市の農林公園「ろまんちっく村」の運営などで実績がある「ファーマーズ・フォレスト」(同市)だ。東京という新たな舞台で、どんな戦略を描いているのか。松本謙社長(四五)に聞いた。

(神田要一)

「県外で初のアンテナショップ。どう売りたいか。」「首都圏から、県内に観光客を呼び込みたい。」「松本社長は素材が豊富。標高差もあり、いろいろな産物の北限や南限だったり、何でも作れる。東京スカイツリーができたことで、近さを強みになった。リア

「単純にモノを販売するだけでなく、スタッフの言葉や商品から、東京に近いこと。」「これから魅力にしろ。」「松本社長は素材が豊富。標高差もあり、いろいろな産物の北限や南限だったり、何でも作れる。東京スカイツリーができたことで、近さを強みになった。リア

「単純にモノを販売するだけでなく、スタッフの言葉や商品から、東京に近いこと。」「これから魅力にしろ。」「松本社長は素材が豊富。標高差もあり、いろいろな産物の北限や南限だったり、何でも作れる。東京スカイツリーができたことで、近さを強みになった。リア



松本謙 長野県出身。大学卒業後、日産自動車栃木工場などで勤務。施設管理会社を経て、2007年7月にファーマーズ・フォレストを設立。ろまんちっく村のほか、農畜産物の加工販売やレストラン運営などを手掛ける。

「栃木感」演出にこだわる

ルな形で栃木県を連想し、足を運んでもらうことができるのは大きな武器になる」

「食品関連産業の振興に向けた県のプロジェクト「フードバレーとちぎ」を推進する上でも鍵を握るが。」

「フードバレーや、県が進める『とちぎ食の回廊』もそうだが、いろいろなものを『つなぐ』というところに意義がある。栃木県の営業拠点が東京にできたことで、つなぐ営業活動をしたい。開発された商品の出口となるよう、販路の機能も果たしたい」

「オープン一年目の目標は。」

「当初はどんな動きが起きるかが未知数。観光客もターゲットだが、より継続性を出すには、地元の人や東京に住んでいる栃木県出身者に日常的に活用してもらうのも目的。そこを踏まえた戦略を採っていく」