

とちまるショップ開業1カ月

「想定外」売れ筋商品も

東京スカイツリー（東京都墨田区）に併設する商業施設「東京ソラマチ」で22日、本県初のアンテナショップ「とちまるショップ」がオープン1カ月を迎える。1日平均の来場者は8500人と、まずまずのスタート。地元墨田区のリピーターも生まれるなど3000を超すテナントの中で存在感も、確かな手応えに県内観光地も誘客に向けて動き出した。

（右崎倫子）



ジェラートやかき氷が人気を集めるとちまるショップ＝20日午後、東京都墨田区

観光関係者、攻めの姿勢

台風一過の20日、蒸し暑さの中、とちまるショップの店先にはジェラートや天然水のかき氷を頬張る人がずらりと並んだ。店内には県産品を熱心に見つめる人。常時、幅広い年代の客が立ち寄る。

買い物した都内在住のアパレル販売員女性（23）。アンテナショップとは知らず「いいと思う。次に来た時も衝動買いしちゃう」と明るく笑った。

店舗担当者によると、売れ筋はレモン牛乳、和菓子、パンなど。4万円近い結城紬の



ショールも売れた。本県名物の「しもつかれ」も好評で、担当者は想



とちまるショップ通路脇のベンチでかき氷を頬張る子どもたち＝20日午後、東京都墨田区

定外。郷土料理も発掘しなければ」と話す。一方、紅茶販売のワイステイ（宇都宮市）の根本泰昌社長は「陳列する場所が悪いせいか、予想より売れていない」と肩を落とす。

夏向けの新商品開発で売り上げ増を意気込んだ。人がまばらだったのが観光情報コーナー。神奈川県から来た男性（61）は「ちょっと入りづらい」。7月からここでPRイベントが展開されるだけに、気がかりだ。

県内への誘客効果はまた計り知れないが、観光地も手をこまねてはいない。日光地区観光協会連合会、日光市、女将の会は22日、とうきょうスカイツリー駅に乗り込み、キャンペーンを展開する。同連合会は「震災で落ち込んだ分を、スカイツリーを機に取り戻す。こちらから仕掛けていく」と話す。

店舗運営を委託されたファーマーズ・フォレスト（宇都宮市）の松本謙社長は「実需者の反応をきちんと伝え、商品開発まで入り込んで助言し、栃木らしい売れる商品、新しい栃木のブランドをつくっていく」と話した。

スカイツリー開業1カ月

自立式電波塔として
世界一の高さを誇る東
京スカイツリー（東京
都墨田区）はきょう22
日、開業から1カ月が
経過する。多くの人
が訪れ新たな観光ス
ポットとして早くも
定着。本県初のアンテ
ナショップ「とちまる
ショップ」も1日平
均で8500人が来
場し、情報発信基地と
して好調なスタートを
切った。

（3面に関連記事）

県産業労働観光部に

とちまるショップ好調 25万6000人来店

よると、5月22日のオ
ーブンから6月20日ま
での30日間で、25万6
007人が来店。1日
平均は8534人に上
る。売上金額は累計1

保に向けて、7月中旬に
ポイントカードの発行
を予定。最寄り駅から
とちまるショップへの
案内図も作り県内自治
体に配布、夏休みの県
民誘客につなげる考え
だ。

県「反響大きい」

729万8911円、
1日平均で57万66
30円を売り上げた。
年商2億円とする県の
目標に対し、まずは順
調な滑り出しをみせ
た。

県は「ショップへの
期待と反響は思った以
上に大きい。栃木県と
いう顔の見える商品、
サービスを提供し、観
光面に誘導していき
たい」としている。

県は、リピーター確

（石崎倫子）