



内閣府

～美ら島の未来を拓く～沖縄総合事務局
定例記者会見（ 9 月 ）

平成28年9月15日（木）14：00～
沖縄総合事務局 6 階「特別会議室」

【発表事項】

1. 『全国の「アンテナショップ」に関する調査』について
2. 『海外展開倶楽部の創設』について
3. 『第1回 沖縄スポーツ産業クラスター検討会議
（アドバイザリーボード）の開催』について

出席者 沖縄総合事務局

局 長

次 長

次 長

総務部長

経済産業部政策課長

開発建設部総務調整官

能 登

仲 程

菊 地

山 谷

松 本

久保田

靖

倫 由

春 海

英 之

直 樹

秀 一



全国の「アンテナショップ」に関する調査

○調査趣旨

自治体(第3セクター)や企業などが、各地域・地方の農水産物や工芸品等の地域資源・名物等を販売、新たな市場開拓及びテスト販売先等を行う拠点、機能として活用する「アンテナショップ」。

アンテナショップについては、1990年代前半には東京都内で数軒程度であったが、現在では50店舗以上と全国から出店しており、増加傾向である。

※沖縄は1994年に「わしたショップ」が東京(銀座)に進出し、全国でもトップクラスの売上げで、県産品を販売、全国展開を図っている。

今回の調査では、東京に出店している全国の「アンテナショップ」の販売等の状況や売れ筋商品の分類や特徴について実態を調査し、全国の人気商品の傾向などを県内企業等にフィードバックすることで県内企業が新たな商品開発等の一助になることを目的に調査した。

【アンケート調査の実施概要】

- (1) 調査期間 平成28年2月18日～2月29日
- (2) 調査対象 東京都内アンテナショップ(38店舗)
- (3) 回答数:15店舗(回収率:39.5%)

○アンケート調査結果概要

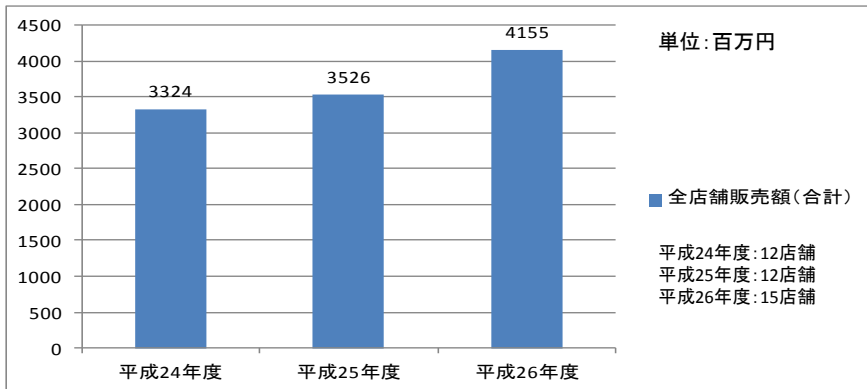
【売上高の推移】

(1)直近の売上高について

アンケート回答店舗(15店舗)における過去3年間(平成24年度～26年度)の売上高(合計)は、年々増加。

※平成26年度の売上高合計は41.6億円。

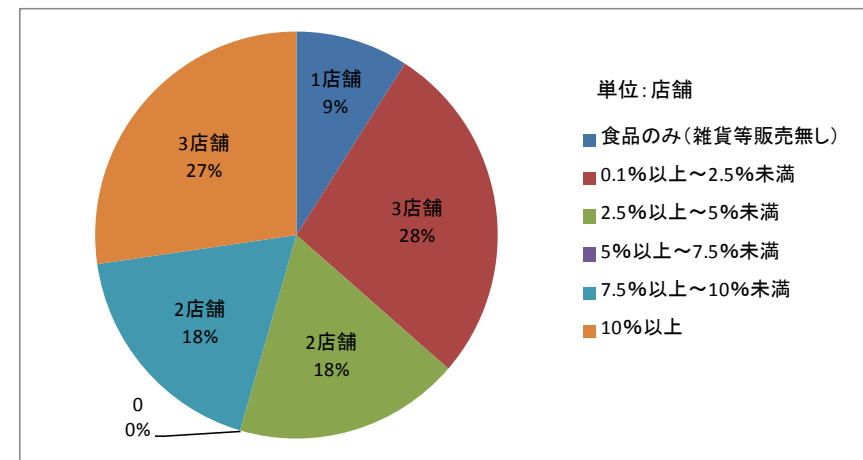
なお、平成26年度については、売上高が1億円以上～2億円未満の店舗(6店舗)が全体の40%を占める。



【物産販売のうち、食品以外(雑貨・衣類等)の販売割合】

各店舗における物産販売(食品、食品以外(雑貨・衣類等))による売上げの内訳は、回答のあった11店舗のうち、食品が9割以上を占める店舗が73%(8店舗)ある。

食品以外の割合が5割を超えている店舗が1店舗ある。

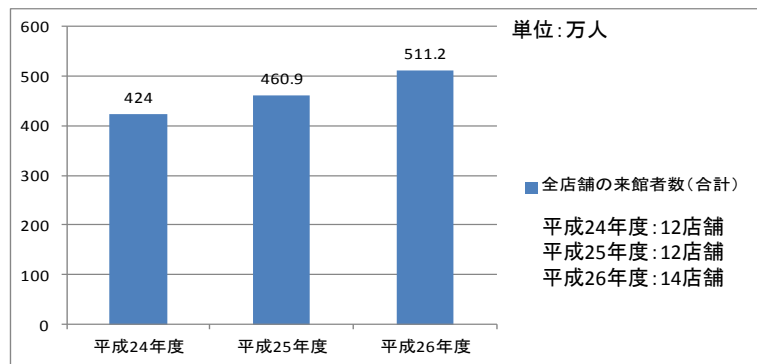


【来館者の推移】

(2) 来館者数

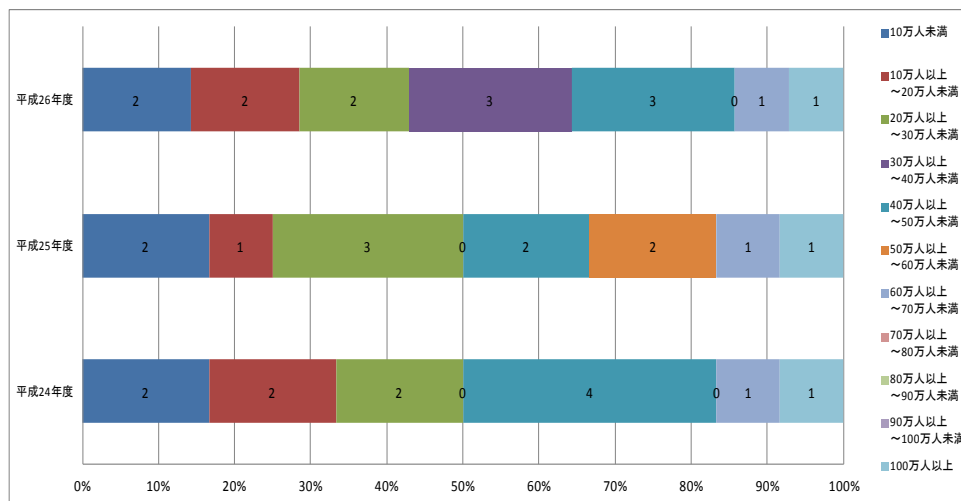
アンケート回答店舗(14店舗)における過去3年間(平成24年～26年度)の来館者数は以下のとおり。

※平成26年度の来館者数合計は511.2万人。うち、年間の来館者数が100万人を超えている店舗が1店舗ある。



○年間来館者規模別表

単位: 店舗

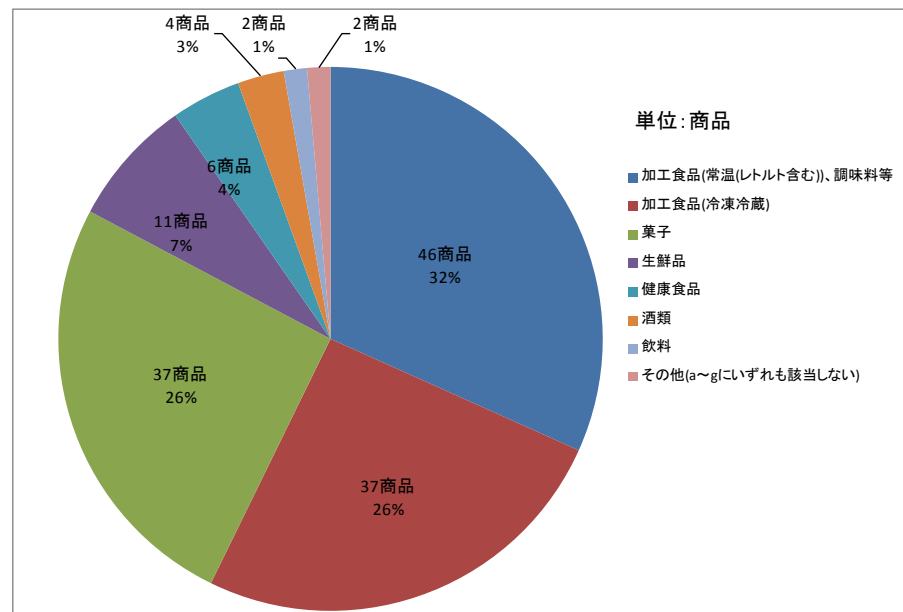


【売上上位の商品の種類】

各店舗が回答した売上上位10位までの商品について、商品进行分类別に集計すると、15店舗が回答した全商品(145商品)の内訳は、「加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等」が32%、「加工食品(冷凍冷蔵)」が26%、「菓子」が26%と、上位3種類で8割(84%)を占める。

一方、「生鮮品」は7%、「健康食品」は4%、「酒類」は3%、「飲料」、「その他」がそれぞれ1%と少ない。

故に「生鮮品」「健康食品」「酒類」などを多く扱っている店舗は少ないと考えられる。



【商品の分類と商品の特徴】

単位：商品

商品の分類	総数	商品の特徴 ※複数回答									
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
生鮮品	11	7	2	3	1	2	1	0	3	3	1
		63.6%	18.2%	27.3%	9.1%	18.2%	9.1%	0.0%	27.3%	27.3%	9.1%
菓子	37	32	5	8	0	18	2	9	3	4	0
		86.5%	13.5%	21.6%	0.0%	48.6%	5.4%	24.3%	8.1%	10.8%	0.0%
加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等	46	26	11	12	1	9	4	6	5	11	2
		56.5%	23.9%	26.1%	2.2%	19.6%	8.7%	13.0%	10.9%	23.9%	4.3%
加工食品(冷凍冷蔵)	37	26	7	9	0	10	0	8	2	16	0
		70.3%	18.9%	24.3%	0.0%	27.0%	0.0%	21.6%	5.4%	43.2%	0.0%
飲料	2	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
酒類	4	2	2	1	0	2	0	1	0	0	1
		50.0%	50.0%	25.0%	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%
健康食品	6	1	4	1	1	0	0	0	0	4	1
		16.7%	66.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	16.7%
その他(a～gにいずれも該当しない)	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
		50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
計	145	97	31	34	3	42	7	24	14	39	5
		66.9%	21.4%	23.4%	2.1%	29.0%	4.8%	16.6%	9.7%	26.9%	3.4%

【商品の特徴】

- ① 地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品
 ② 比較的新しい商品、話題性がある商品
 ③ 価格が安いなど手頃に購入できる商品
 ④ 高価で高級感がある商品
 ⑤ 地域の老舗企業の商品
 ⑥ 地域の新興企業の商品
 ⑦ 大手小売店等でも幅広く流通している商品
 ⑧ 季節限定の商品
 ⑨ 地域独特の珍しい商品
 ⑩ その他

(2) 商品の特徴

15店舗が回答した全145商品の「商品の特徴」については、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」に全体の66.9%(97商品)が回答。次いで、「地域の老舗企業の商品」に29.0%(42商品)が回答。

一方、「高価で高級感がある商品」は2.1%(3商品)、「地域の新興企業の商品」は4.8%(7商品)と低い回答の割合を示している。

上記より、各地域のアンテナショップの売れ筋商品の特徴としては、「地域の定番商品」で、「価格帯が低め」、更に「消費者の手に届きやすいもの」であることが想定される。

(3) 「商品の分類」と「商品の特徴」の関係

「商品の分類」と「商品の特徴」の関係については、回答が多い「加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等」、「加工食品(冷凍冷蔵)」、「菓子」の中で、特に「菓子」は「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」が高い回答(86.5%)を示している。

また「加工食品(冷凍冷蔵)」は、「地域独特の珍しい商品」と回答している比率が高め(43.2%)となっている。

【商品の分類と販売状況の特徴】

単位：商品

商品の分類	総数	販売状況の特徴 ※複数回答										
		ア	イ	ウ	エ	オ	カ	キ	ク	ケ	コ	サ
生鮮品	11	3	7	0	0	0	3	2	1	1	1	1
		27.3%	63.6%	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	18.2%	0.0%	9.1%	9.1%	9.1%
菓子	37	19	32	0	4	3	3	2	2	4	4	0
		51.4%	86.5%	0.0%	10.8%	0.0%	8.1%	8.1%	5.4%	5.4%	10.8%	0.0%
加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等	46	19	23	1	8	1	7	1	4	4	4	1
		41.3%	50.0%	2.2%	17.4%	0.0%	2.2%	15.2%	2.2%	8.7%	8.7%	2.2%
加工食品(冷凍冷蔵)	37	21	25	1	9	2	3	13	0	0	3	1
		56.8%	67.6%	2.7%	24.3%	5.4%	8.1%	35.1%	0.0%	0.0%	8.1%	2.7%
飲料	2	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0
		50.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
酒類	4	1	2	0	0	0	0	2	2	2	0	0
		25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
健康食品	6	1	2	1	1	0	4	1	1	3	0	0
		16.7%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	16.7%	50.0%	0.0%
その他(a～gにいずれも該当しない)	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
計	145	66	93	3	22	2	11	32	3	10	15	3
		45.5%	64.1%	2.1%	15.2%	1.4%	7.6%	22.1%	2.1%	6.9%	10.3%	2.1%

【販売状況の特徴】

- ア) 地元の人に人気
 イ) 県外の人に人気
 ウ) 女性に人気
 エ) 男性に人気
 オ) 外国人に人気
 カ) 季節的(夏や冬など)に良く売れた
 キ) 近年売上げが伸びている
 ク) 近年売上げが落ちている
 ケ) 店舗で重点的な販促活動、キャンペーンを実施した
 コ) パッケージや見た目が印象的
 サ) その他

(4) 販売状況の特徴

15店舗が回答した全145商品の「販売状況の特徴」については、「県外の人に人気」が64.1%(93商品)と、「地元の人に人気」の45.5%(66商品)を上回っている。

この他、「近年売上げが伸びている」が22.1%(32商品)、「女性に人気」が15.2%(22商品)と比較的高い割合を示す。

(5) 「商品の分類」と「販売状況の特徴」の関係

「菓子」は、「県外の人に人気」と回答している比率(86.5%)が高めとなっている。

また、「加工食品(冷凍冷蔵)」についても、「近年売上げが伸びている」と回答している比率が高め(35.1%)となっている。

【参考にしている、注目しているアンテナショップ】

「参考にしている」、「注目しているアンテナショップ」として、「北海道どさんこプラザ」「わしたショップ」「広島TAU」「いわて銀河プラザ」といった、売上高が上位で、店舗面積が比較的大きい店舗が参考・注目されている。

店舗名	地域	注目する理由
まちからむらから館	全国	- 商品の品揃えが良い - メーカーや地元企業とうまく連携している - 店舗面積や立地が優れている
AKOMEYA	全国	- 商品の品揃えが良い - プロモーションやイベントが充実している - メーカーや地元企業とうまく連携している - 売場の設計やコンセプトが優れている
北海道どさんこプラザ	北海道	- 商品の品揃えが良い - プロモーションやイベントが充実している - 地域にブランド力がある - 売場の設計やコンセプトが優れている - 地域産品の掘り起こしスキームがしっかりしている
いわて銀河プラザ	岩手県	店舗面積や立地が優れている
三重テラス	三重県	- 売場の設計やコンセプトが優れている - 店舗面積や立地が優れている
広島TAU	広島県	売上が伸びている
にはんばし島根館	島根県	- 商品の品揃えが良い - 店舗面積や立地が優れている
日本橋長崎館	長崎県	新しく出店された店舗で参考になる。
わしたショップ	沖縄県	- 商品の品揃えが良い - プロモーションやイベントが充実している - 地域にブランド力がある - 売場の設計やコンセプトが優れている

※上記の地域の欄の「全国」については、全国の商品を取り扱っている。

【地域特産品の販売促進や来館者を増加させるための取組】

「地域特産品（食品等）の販売促進や来館者を増加させるための取り組み（留意している点や工夫している点等）」としては、主に、①ダイレクトメールやSNS、webサービスを活用した告知、②リピーター獲得のためのポイント制度等、③試食販売やイベント、店内催事などの取組を行われている。

取組の内容
【情報発信系】 - 広報誌の作成、DM発送、フェイスブック、ホームページの活用による情報発信 - 携帯メール会員にイベントやセールの告知 - SNS活用（LINE割引） 【イベント系】 - 店舗内での各種フェアの実施 - 店頭イベントで地元業者による地域特産品の試食、実演販売等を実施 - お買い上げ抽選会やスタンプラリーの実施 - 年に数回、試食・試飲販売を実施など、店内催事を充実 【その他】 - ワイン選びのアドバイスを行うため、ソムリエを常駐 - 梅干ガチャポンの設置（話題性） - ポイントカードを導入。 - 当館が実施する他の部門（他事業）企画（イベント、展示）と連携。 - 商品紹介（手作りPOP等）の工夫 - リピーター獲得のため、品揃えの強化

○ヒアリング調査結果概要

アンケート調査結果を踏まえ、アンテナショップにおける物産販売の状況や、アンケート結果(売上高の高い商品の順に)の背景等を把握すべく、各県のアンテナショップ担当者等に対し、ヒアリング調査を実施。

概要

調査件数：4店舗

ヒアリング対象：県の三セク（1社）、公益財団法人（県の外郭団体）（1社）、
県東京事務所（2事務所）

ヒアリング内容：店舗の運営状況や現状における問題点や課題点 など

(1)アンテナショップ(店舗)のスタイル、方向性

・各県とも「地域特産品の販売拡大」という目的は共通。ただし、店舗スタイルや販売戦略などは個性が表れている。

A県：地元企業の活性化や当該県の物販、観光誘客、Uターン支援などの「情報発信」意識した多機能型施設を活用した事業展開

B県：店舗創設のきっかけは、観光イベント強化の一環として創設。現在は他店との差別化を図るため、地域特産(特に新鮮な農産物等)の売込み強化等を図った事業展開

C県：「県産品(食材)」を活用した高級飲食店を主力とした事業展開

D県：「近辺に住む人にとってのスーパーマーケット」のようなコンセプト、常設の販売チャネルを持つことに重要視した事業展開

(2)店舗運営や物販事業の状況

・各県共通の売れ筋商品は「地域独特の産品」「知名度がある産品」等。

・来館者は女性が多いことも共通。

・メディアで取り上げられた商品は、非常に反響が大きい(よく売れる)

・来館者は出店している県の地元出身者の購入も多い。

・店舗の立地場所により、客層が違うことが多い(例えば、日本橋では周辺の百貨店の客層と似ている。銀座では歌舞伎座やショッピング、築地に来た人が流れてきている等)

・顧客に偏りが出ないよう、商品の多くは「顧客が手に取りやすい商品」を主として販売。

※価格帯が手頃、見た目やパッケージも重要視 など

(3)問題点・課題点等

・一部店舗からは、ブランド力が強い地域(北海道、沖縄など)や大規模店舗を持つアンテナショップ以外の店舗は「物販のみでの経営は難しい」との意見が出ている。

・行政からの支援がないと事業継続は厳しい。

・販売スペースや販売アイテム数が少ない。

・客層を広げたい(もっと若者を増やしたい)。

・店舗内の商品の見せ方(レイアウト)や店の雰囲気などの工夫が必要。

・市場ニーズと商品がミスマッチ。

(4)今後の展望等

・県産野菜等を使用したレストラン(アンテナショップ的な店舗)などで農水産物等の特産物の販売等を展開していきたい。

・県内企業が東京等に進出(市場開拓、販路拡大等)する前段階(テスト販売)の「試す拠点」としての役割を果たしていきたい。

☆ 全国の売れ筋商品及び取り組みを踏まえて ☆

○東京都内に outlet している各県のアンテナショップについては、店舗の立地や店舗運営のコンセプト、併設されている機能など様々だが、これらショップを対象に販売状況や売れ筋商品などを調査。

以下の結果が得られた。

- ・加工食品や菓子類といった「手に取りやすく、比較的低価格で手軽に購入することができる商品」が比較的多く売られていること。
また、売れ筋商品は、「菓子」、「加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等」、「加工食品（冷凍冷蔵）」で、健康食品や生鮮品などの扱いは少ないこと。
- ・県によっては、販売商品のアイテム数が少ないこと。
- ・客層（特に若者）を広げたいこと。
- ・物販のみで経営している一部ショップについては、経営が厳しい現状にあるため、行政の支援を必要としていること。

沖縄県は全国でも先進的なアンテナショップ「わしたショップ」が既設。同ショップのアンテナ機能（販売機能、卸機能）を積極的に活用することで、県産品の更なる市場拡大や商品力の向上など、県内企業等の成長の一助になるなど期待できる。

同ショップのアンテナ機能を活用し、東京を始めとする他地域のニーズを踏まえた新商品開発やテスト販売などを実施する企業、また、これら企業に対する販売への協力・サポート等を行う公的機関や支援機関については、以下の取組を行う事が望ましいのではないかな。

【県内企業等】

- 消費者ニーズを踏まえ、地域資源を活用し、特に女性や若者を意識した「手に取りやすく、比較的低価格で手軽に購入することができる商品」の商品開発、わしたショップを活用した市場開拓

【公的・支援機関】

- アンテナショップについては、消費者ニーズ等を県内企業へ情報提供すること、また、新商品開発、販路開拓を希望する企業等に対する販売支援やバックアップ、サポート
- アンテナショップでテスト販売等を行う企業等への商品開発や販路開拓支援・補助など

沖縄ミニ経済レポート調査一覧

【2013年】

「那覇まちま〜い」の経済効果等について（2013年7月）

【2014年】

沖縄における専業主婦の就労意識等について（2014年2月）

島豆腐に関する調査等について（同年5月）

沖縄リゾートウェディングに関する調査について（同年9月）

「かりゆしウェア」に関する調査について（同年11月）

【2015年】

「マラソンin沖縄」に対する県外ランナー意向等調査（2015年2月）

沖縄県内大学生の就職に対する意識等調査について（同年5月）

沖縄の通訳案内等に関する調査について（同年9月）

【2016年】

「組踊」に関する調査について（2016年3月）

沖縄の伝統工芸品「織物」に関する調査（同年6月）

○公表資料（URL）：<http://www.ogb.go.jp/soumu/3094/010099.html>



全国の「アンテナショップ」に関する調査 (定例記者会見資料)

【本件に関するお問い合わせ先】

内閣府沖縄総合事務局 総務部調査企画課

担当：大嶺、沢田

[Tel:098-866-0047](tel:098-866-0047)（直通）

E-mail: choki-kikaku3@ogb.cao.go.jp

I. 調査の目的

1. 目的

自治体（第三セクター）や民間企業などが、各地方・地域の農水産物や工芸品等の地域資源・名物等を販売、新たな市場開拓、テスト販売等を行う際の拠点、機能を担う「アンテナショップ」。

これらアンテナショップについては、1990年代前半は東京都内で数軒程度でしたが、現在では50件を超える店舗が全国各地から出店しており、その数は増加傾向にあります。

そこで今回の調査では、東京に出店している全国の「アンテナショップ」の販売状況や売れ筋商品の種類や特徴について実態を調査し、全国の人気商品の傾向などを県内企業等にフィードバックすることで新たな商品開発等の一助になることを目的に調査を行いました。

2. 全国のアンテナショップ

アンテナショップは、各地方の特産品を紹介したり、地域を紹介（観光PR等）することを主たる目的としています。

ショップには特産品の直売所やギャラリー、観光情報コーナーなども備えられているほか、一部のショップには「飲食店」を併設するもの、更には自前のアンテナショップに替えて、近隣のコンビニ内に特産品コーナーを設けているショップがあるなど、形態も様々です。

（参考：わしたショップ）

わしたショップは、(株)沖縄県物産公社が全国で運営する沖縄物産店で、店内では飲食料品を始め、沖縄に関する書籍・CD、沖縄生まれの製品など数多く販売し、全国でもトップクラスの売上げを誇る人気アンテナショップです。

特に1994年に進出した「銀座わしたショップ」は、市場を意識したような店作りをしており、アンテナショップの成功例として他の自治体（ショップ）より注目されています。

また、わしたショップは、北は「札幌わしたショップ」から南は地元「那覇空港わしたショップ」の計15店舗を展開しており、全国の消費者から親しまれています。

Ⅱ. 全国の「アンテナショップ」に関する調査について

○アンケート調査の実施内容等

本調査では、東京都内に設置されているアンテナショップによる販売の現状を把握するため、全国各地から出店、店舗を構え運営している 38 店舗に対しアンケート調査票を送付し、うち 15 店舗より回答を得ました。

図表 1：アンケート調査の実施内容

項目	内容等
調査対象	東京都内に店舗している全国のアンテナショップ（38 店舗） ※各都道府県の第三セクター等が運営する店舗
実施期間	・ 2 月 18 日（金）：アンケート調査票発送 ・ 2 月 21 日（月）以降：回答・返信 ・ 2 月 29 日（金）：返信期限
主な調査項目	・ 過去 3 年度（平成 24 年度～26 年度）の売上高、入館者数 ・ 売れ筋商品及び商品の特徴、販売状況 ・ 注目している商品 ・ 注目している他県のアンテナショップ
回収状況	実施数：38 店舗 回答数：15 店舗（39.5%）

【全国のアテナショップに関する調査】

1. 直近の売上高、年間来館者数について

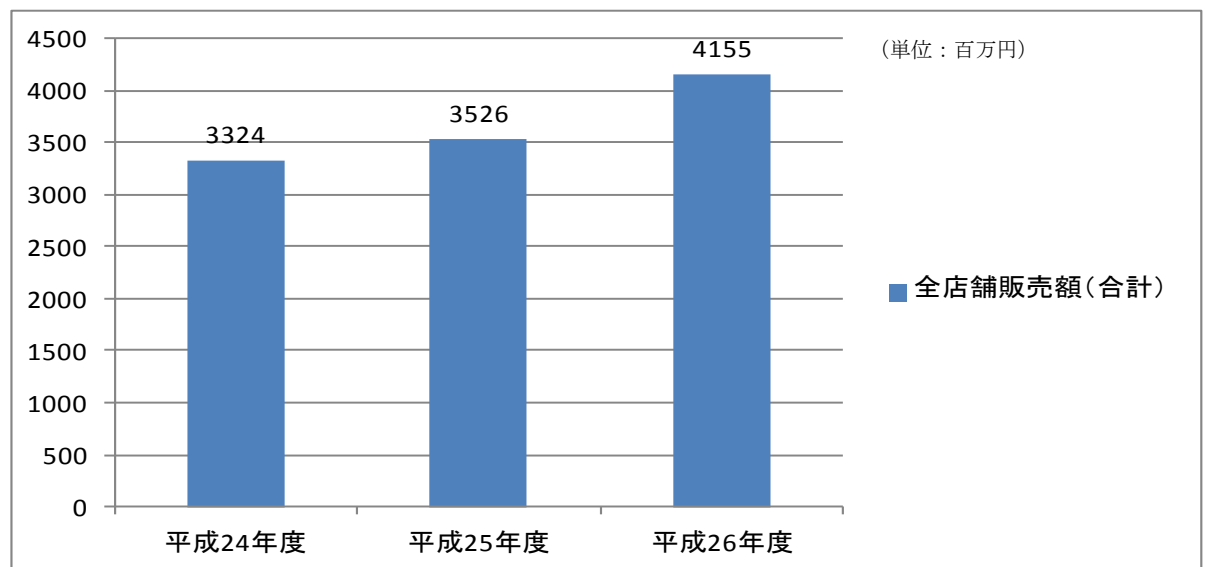
(1) 売上高について

アンケート回答店舗（15 店舗）における過去 3 年間（平成 24 年度～26 年度）の売上高の金額は、年々増加しています。※平成 26 年度の売上高合計は 41.6 億円。

なお、平成 26 年度については、売上高が 1 億円以上～2 億円未満の店舗が 6 店舗あり、全体の 40%を占めています。

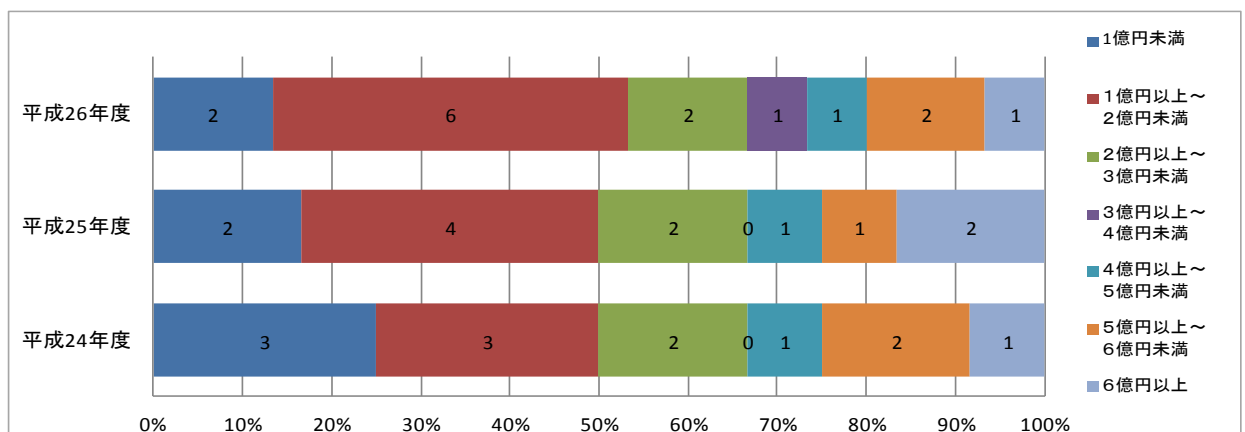
また、平成 26 年度で物産販売以外（飲食店等）の売上があると回答した 5 店舗のうち、4 店舗は物産販売の売上げが大半を占めています、1 店舗については物産販売以外（併設レストラン）の割合が非常に高くなっています。

図表 2：売上高の推移（回答店舗の売上高合計額）



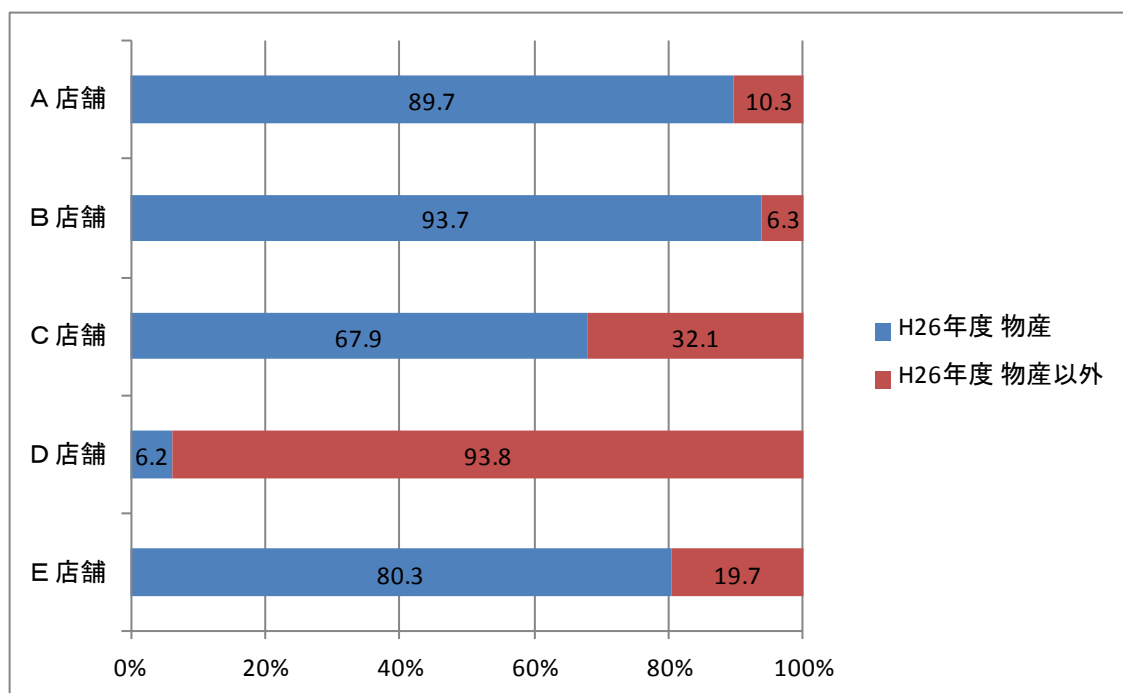
※回答店舗数については、平成 24 年度：12 店舗、平成 25 年度：12 店舗、平成 26 年度：15 店舗

図表 3：売上高規模別表



注：3 店舗については、平成 26 年度から開店したため、平成 25 年度以前の実績はない

図表 4：物産販売以外（飲食店等）を併設するアンテナショップの売上構成（平成 26 年度）

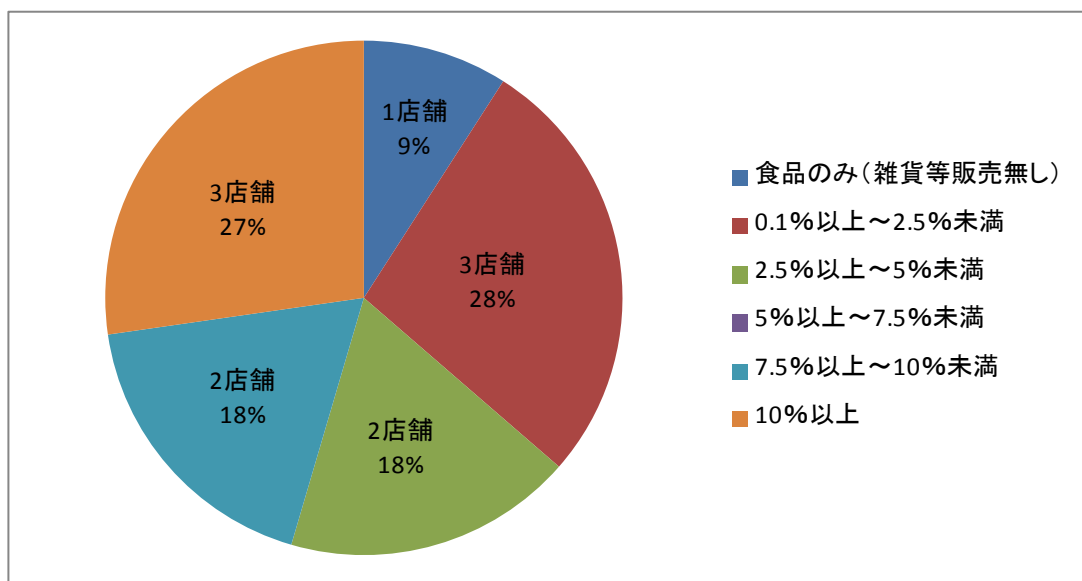


※物産販売以外については、飲食店（レストラン）等を営んでいる店舗

各店舗における物産販売（食品、食品以外（雑貨・衣類等））による平成 26 年度の売上げの内訳は、回答のあった 11 店舗のうち、食品が 9 割以上を占める店舗が全体の 8 店舗（73%）あります。

食品以外（雑貨・衣類等）の割合が 5 割を超えている店舗が 1 店舗あります。

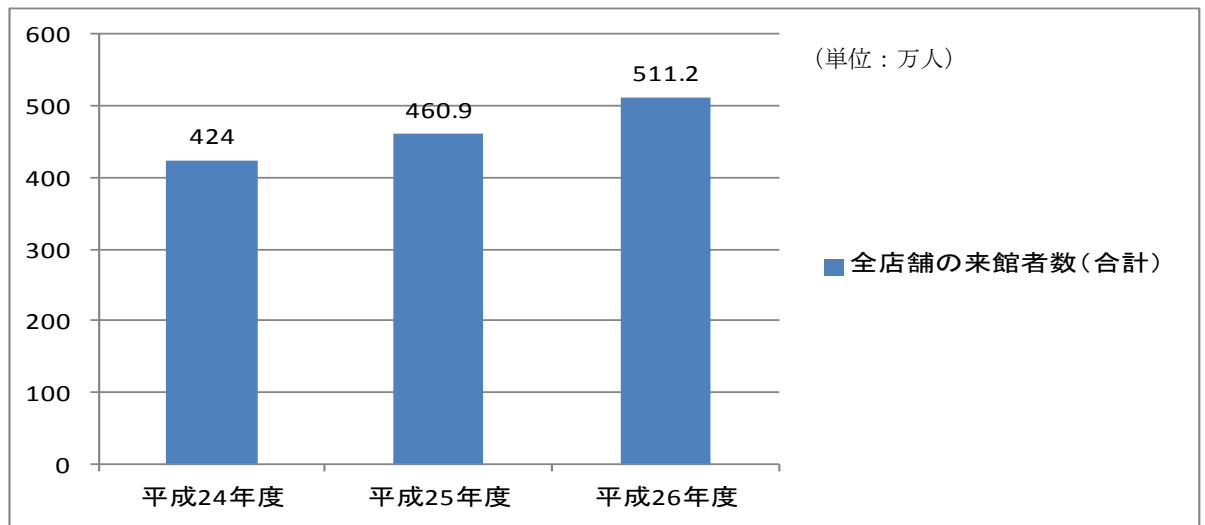
図表 5：物産販売のうち、食品以外（雑貨・衣類等）の販売割合（平成 26 年度）



（２）来館者数

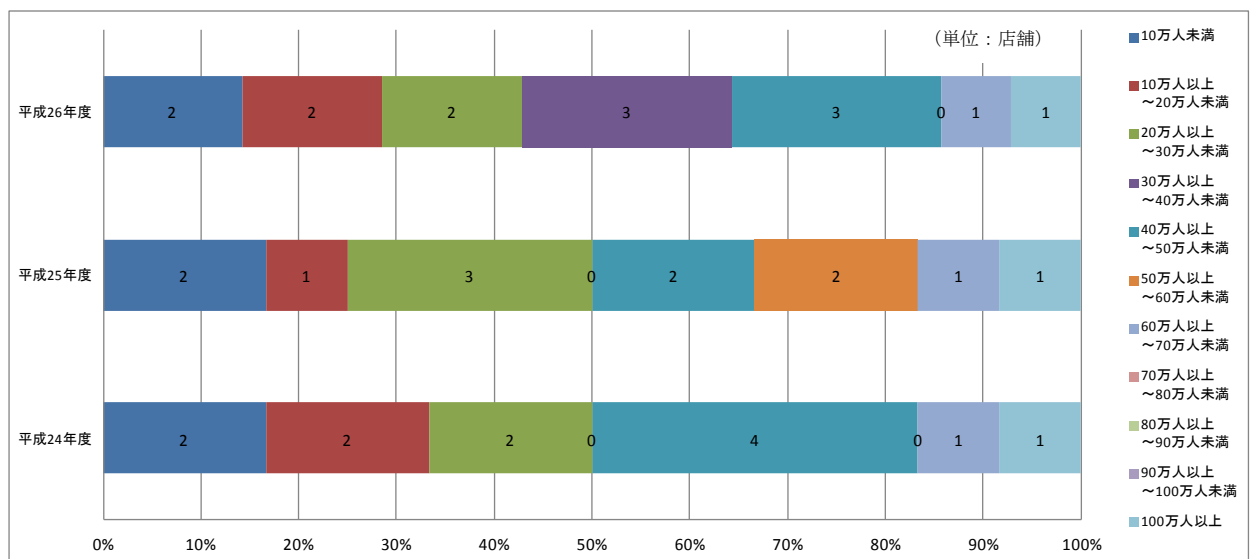
アンケートの回答があった 14 店舗における過去 3 年間（平成 24 年度～26 年度）の来館者数は、以下のとおり推移しています。※平成 26 年度の来館者数合計は 511.2 万人。
うち、年間の来館者数が 100 万人を超えている店舗が 1 店舗あります。

図表 6：来館者の推移（回答店舗の来館者総数）



※回答店舗数については、平成 24 年度：12 店舗、平成 25 年度：12 店舗、平成 26 年度：14 店舗

図表 7：年間来館者規模別表



注 1) 2 店舗は平成 26 年度に開店した店舗のため、平成 25 年度以前の実績なし

注 2) 一部（2 店舗）は、来館者数をカウントしていないため、レジ通過者数を回答

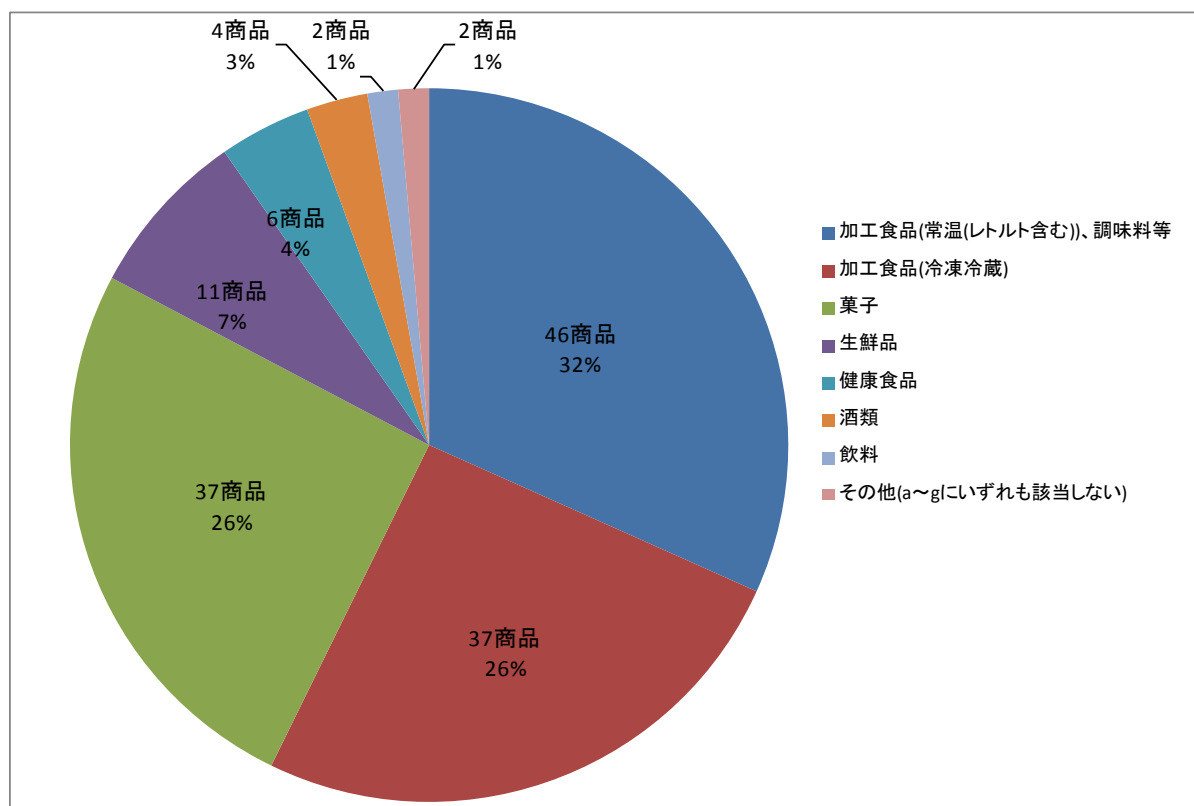
2. アンテナショップの販売状況等について

(1) 売上上位の商品の種類

各店舗が回答した売上上位 10 位の商品について、商品を種類（分類）別に集計すると 15 店舗が回答した全商品（145 商品）の内訳は、「加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等」が 32%、「加工食品（冷凍冷蔵）」が 26%、「菓子」が 26%と、上位 3 種類で 84% を占めています。

一方、「生鮮品」は 7%、「健康食品」は 4%、「酒類」は 3%、「飲料」「その他」がそれぞれ 1%と少なく、「生鮮品」「健康食品」「酒類」などを多く扱っている店舗は少ないと考えられます。

図表 8：商品分類の割合



(2) 商品の特徵

15 店舗が回答した全 145 商品の「商品の特徵」については、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」に全体の 66.9% (97 商品) が回答しています。次いで、「地域の老舗企業の商品」に 29.0% (42 商品) が回答しています。

一方、「高価で高級感がある商品」は 2.1% (3 商品)、「地域の新興企業の商品」は 4.8% (7 商品) と低い回答割合を示しています。

このことから、各地域のアンテナショップの売れ筋商品の特徵としては、「地域の定番商品」で、「価格帯が低め」、更に「消費者の手に届きやすいもの」であることが想定されます。

(3) 「商品の分類」と「商品の特徵」の関係

「商品の分類」と「商品の特徵」の関係については、回答が多い「加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等」、「加工食品（冷凍冷蔵）」、「菓子」の中で、特に「菓子」は 86.5% が「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」と回答をしています。

また「加工食品（冷凍冷蔵）」は、43.2% が「地域独特の珍しい商品」と比較的高い回答を示しています。

図表 9：商品の分類と商品の特徵

商品の分類	総数	商品の特徵 ※複数回答									
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
生鮮品	11	7 63.6%	2 18.2%	3 27.3%	1 9.1%	2 18.2%	1 9.1%	0 0.0%	3 27.3%	3 27.3%	1 9.1%
菓子	37	32 86.5%	5 13.5%	8 21.6%	0 0.0%	18 48.6%	2 5.4%	9 24.3%	3 8.1%	4 10.8%	0 0.0%
加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等	46	26 56.5%	11 23.9%	12 26.1%	1 2.2%	9 19.6%	4 8.7%	6 13.0%	5 10.9%	11 23.9%	2 4.3%
加工食品(冷凍冷蔵)	37	26 70.3%	7 18.9%	9 24.3%	0 0.0%	10 27.0%	0 0.0%	8 21.6%	2 5.4%	16 43.2%	0 0.0%
飲料	2	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%
酒類	4	2 50.0%	2 50.0%	1 25.0%	0 0.0%	2 50.0%	0 0.0%	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%
健康食品	6	1 16.7%	4 66.7%	1 16.7%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 66.7%	1 16.7%
その他(a～gにいずれも該当しない)	2	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%
計	145	97 66.9%	31 21.4%	34 23.4%	3 2.1%	42 29.0%	7 4.8%	24 16.6%	14 9.7%	39 26.9%	5 3.4%

【商品の特徵】

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| ① 地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品 | ② 比較的新しい商品、話題性がある商品 |
| ③ 価格が安いなど手頃に購入できる商品 | ④ 高価で高級感がある商品 |
| ⑤ 地域の老舗企業の商品 | ⑥ 地域の新興企業の商品 |
| ⑦ 大手小売店等でも幅広く流通している商品 | ⑧ 季節限定の商品 |
| ⑨ 地域独特の珍しい商品 | ⑩ その他 |

(4) 販売状況の特徴

15 店舗が回答した全 145 商品の「販売状況の特徴」については、「県外の人に人気」が 64.1% (93 商品) と、「地元の人に人気」の 45.5% (66 商品) を上回っています。

この他、「近年売上げが伸びている」が 22.1% (32 商品)、「女性に人気」が 15.2% (22 商品) と比較的高い回答を示しています。

(5) 「商品の分類」と「販売状況の特徴」の関係

「菓子」は、86.5%が「県外の人に人気」と高い回答を示しています。

また、「加工食品（冷凍冷蔵）」についても、35.1%が「近年売上げが伸びている」と比較的高い回答を示しています。

図表 10：商品の分類と販売状況の特徴

商品の分類	総数	販売状況の特徴 ※複数回答										
		ア	イ	ウ	エ	オ	カ	キ	ク	ケ	コ	サ
生鮮品	11	3 27.3%	7 63.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 27.3%	2 18.2%	0 0.0%	1 9.1%	1 9.1%	1 9.1%
菓子	37	19 51.4%	32 86.5%	0 0.0%	4 10.8%	0 0.0%	3 8.1%	3 8.1%	2 5.4%	2 5.4%	4 10.8%	0 0.0%
加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等	46	19 41.3%	23 50.0%	1 2.2%	8 17.4%	0 0.0%	1 2.2%	7 15.2%	1 2.2%	4 8.7%	4 8.7%	1 2.2%
加工食品(冷凍冷蔵)	37	21 56.8%	25 67.6%	1 2.7%	9 24.3%	2 5.4%	3 8.1%	13 35.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 8.1%	1 2.7%
飲料	2	1 50.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
酒類	4	1 25.0%	2 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 50.0%	0 0.0%	2 50.0%	0 0.0%	0 0.0%
健康食品	6	1 16.7%	2 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	4 66.7%	0 0.0%	1 16.7%	3 50.0%	0 0.0%
その他(a～gにいずれも該当しない)	2	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
計	145	66 45.5%	93 64.1%	3 2.1%	22 15.2%	2 1.4%	11 7.6%	32 22.1%	3 2.1%	10 6.9%	15 10.3%	3 2.1%

【販売状況の特徴】

ア) 地元の人に人気

ウ) 男性に人気

オ) 外国人に人気

キ) 近年売上げが伸びている

ケ) 店舗で重点的な販促活動、キャンペーンを実施した

サ) その他

イ) 県外の人に人気

エ) 女性に人気

カ) 季節的（夏や冬など）に良く売れた

ク) 近年売上げが落ちている

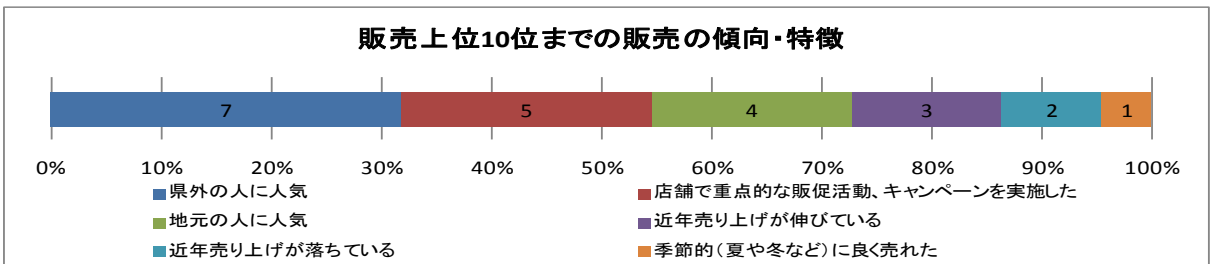
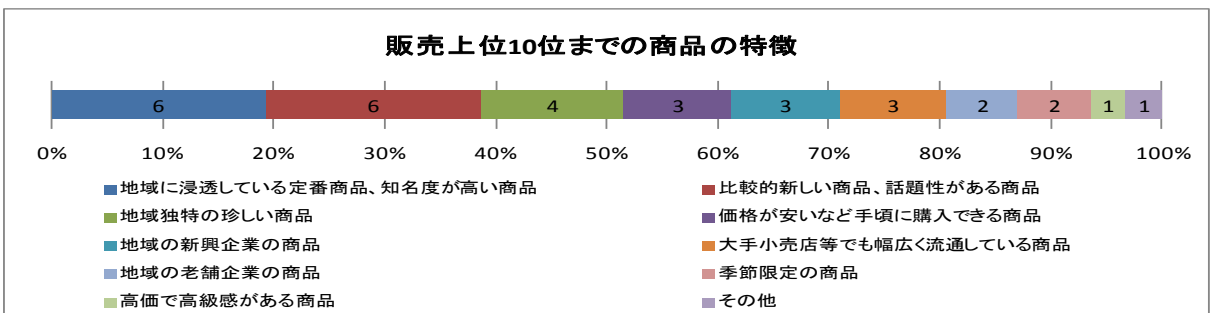
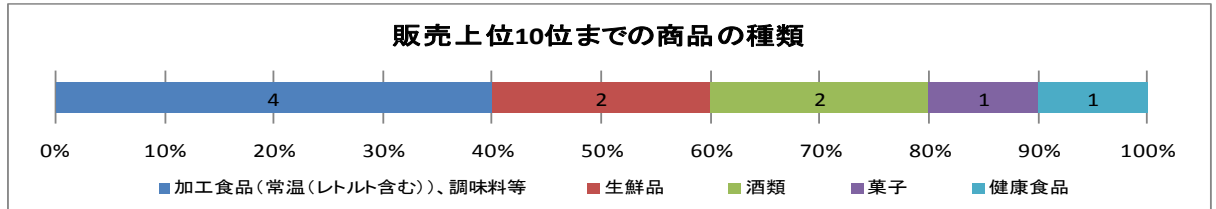
コ) パッケージや見た目が印象的

3-1. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（沖縄県）

沖縄県のアンテナショップ「銀座わしたショップ」の売上上位の商品については、主に加工食品が半数近くですが、他は生鮮品、酒類、菓子など幅広い分類となっています。

「商品の特徴」については、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」及び「比較的新しい商品、話題性のある商品」など高くなっていますが、多岐にわたっています。

「販売の特徴」については、観光地故に「県外の人に人気」の割合が高くなっています。



「銀座わしたショップ」における売上上位（10位）の商品

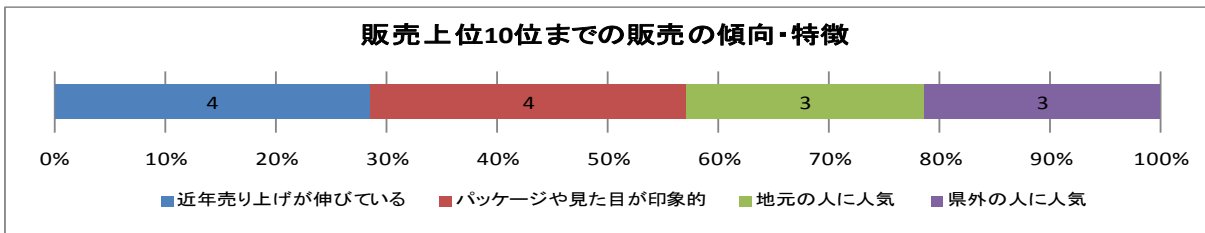
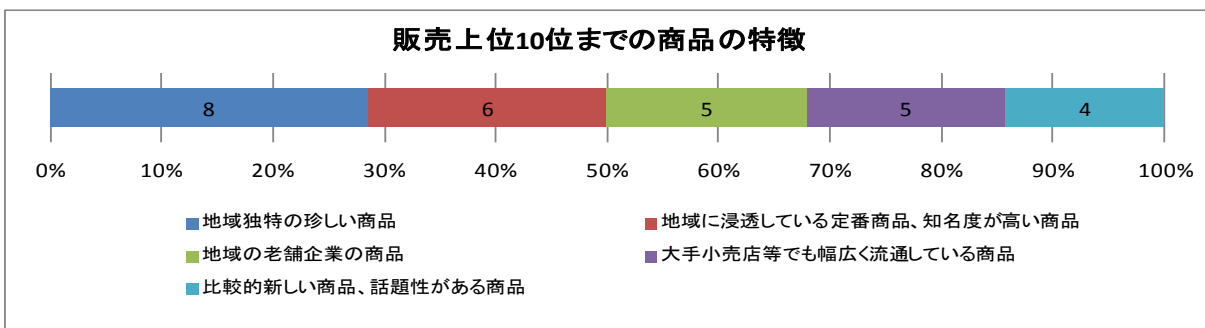
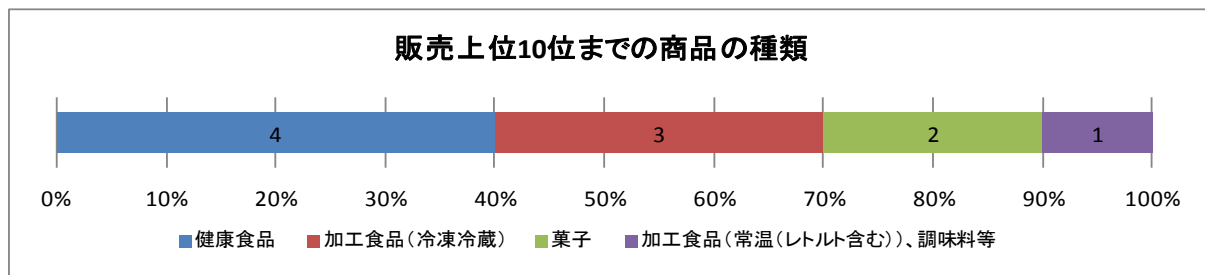
順位	商品名	商品の分類
1	県産香辛料を使用した調味料	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
2	県産海草類	生鮮品
3	根菜類を使用した醗酵商品	健康食品
4	もずく等を使用したスープ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
5	県産根菜類	生鮮品
6	泡盛（古酒）	酒類
7	もずくを使用したドレッシング	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
8	県産ビール	酒類
9	麺類（そば）	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
10	紅イモを使用した菓子	菓子

3-2. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（青森県）

青森県のアンテナショップ「あおり北彩館」の売上上位の商品については、にんにくに関連した「健康食品」が売上額の上位となっています。

「商品の特徴」については、「地域独特の珍しい商品」を始め、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」「地域の老舗企業の商品」といった項目が多く挙げられています。

「販売の特徴」については、「近年売上げが伸びている」や「パッケージや見た目が印象的」などが上位となっています。



「あおり北彩館」における売上上位（10位）の商品

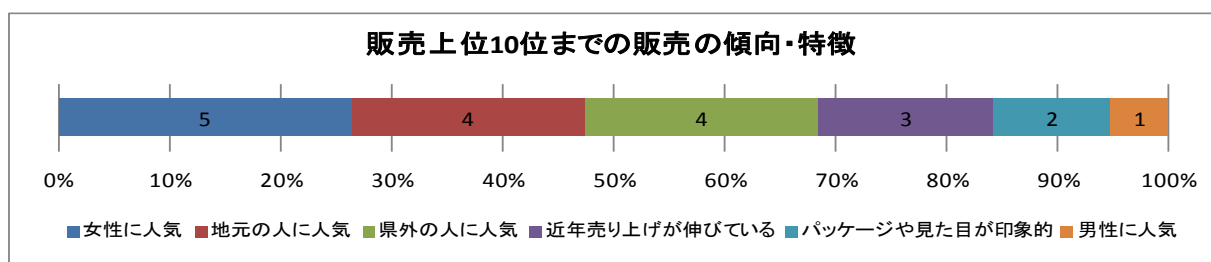
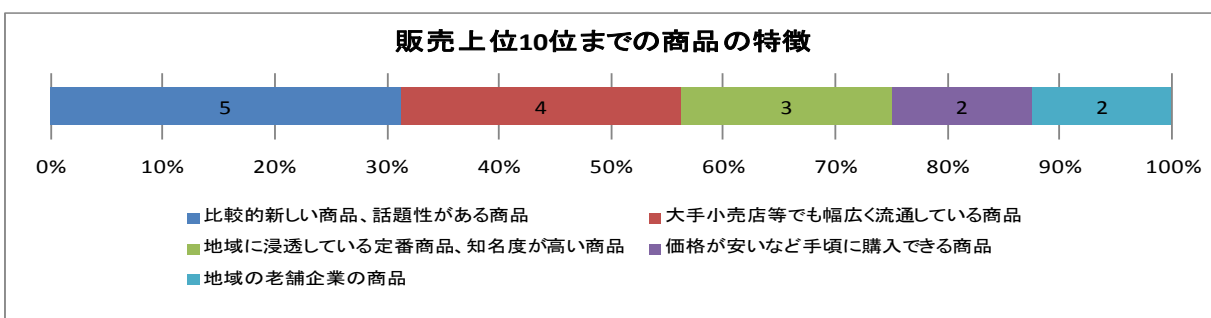
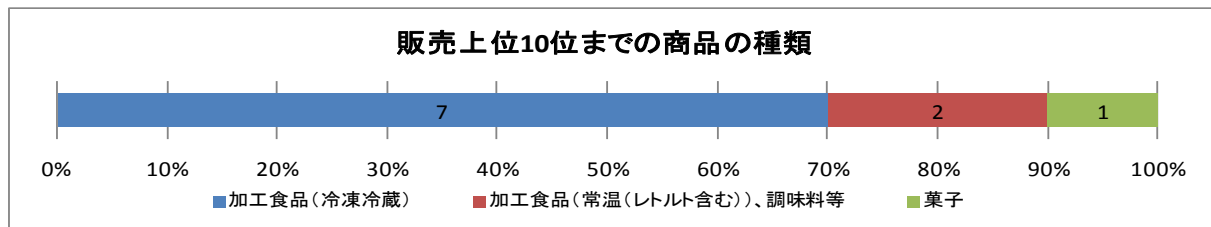
順位	商品名	商品の分類
1	田子の黒	健康食品
2	熟成にんにく元気くん	健康食品
3	大和じじみ汁	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
4	黒の極	健康食品
5	ねぶた漬	加工食品（冷凍冷蔵）
6	八尾町の黒ゴマ(8本)	菓子
7	親孝行黒にんにく	健康食品
8	パティシェのりんごスティック	菓子
9	ねぶた漬パック	加工食品（冷凍冷蔵）
10	味よし	加工食品（冷凍冷蔵）

3-3. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（岩手県）

岩手県のアンテナショップ「いわて銀河プラザ」の売上上位の商品については、農水産物を原料にした加工食品が多く占めております。

「商品の特徴」については、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」、「比較的新しい商品、話題性がある商品」が同程度の回答となっています。

「販売の特徴」との関連では、「比較的新しい商品、話題性がある商品」とされた4商品は、「女性に人気」も併せて挙げられています。



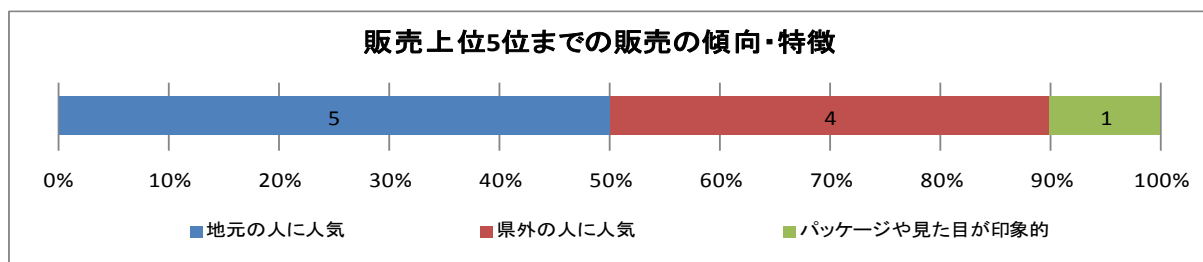
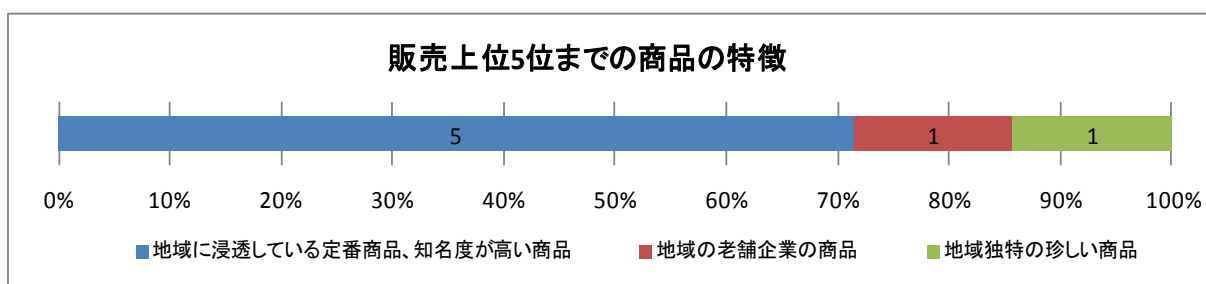
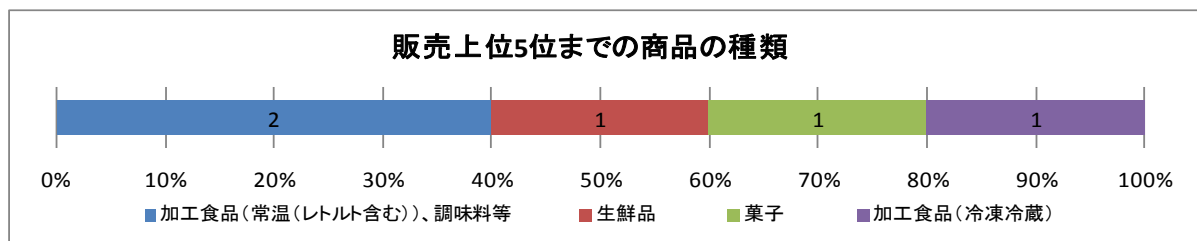
「いわて銀河プラザ」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	切り落としシヨルダーベーコン	加工食品（冷凍冷蔵）
2	三陸海宝漬	加工食品（冷凍冷蔵）
3	岩泉ヨーグルト加糖	加工食品（冷凍冷蔵）
4	ぴょんぴょん舎 盛岡冷麺	加工食品（冷凍冷蔵）
5	くるみゆべし切り落とし	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
6	トロイカベーフードチーズケーキ	加工食品（冷凍冷蔵）
7	ミニかもめの玉子	菓子
8	あわび海宝漬	加工食品（冷凍冷蔵）
9	岩泉ヨーグルトプレーン	加工食品（冷凍冷蔵）
10	弁慶のほろほろ漬	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等

3-4. 各店舗での売れ筋商品（売上上位5位まで商品）（宮城県）

宮城県のアンテナショップ「宮城ふるさと館」の売上上位の商品については、「笹かまぼこ」、「ゆべし」、「牛たん」、「あぶらふ」、「ふかひれスープ」と、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」が占めています。

「販売の特徴」との関連では、「地元の人に人気」、「県外の人に人気」が高い割合で占めています。



「宮城ふるさと館」における売上上位（5位）の商品

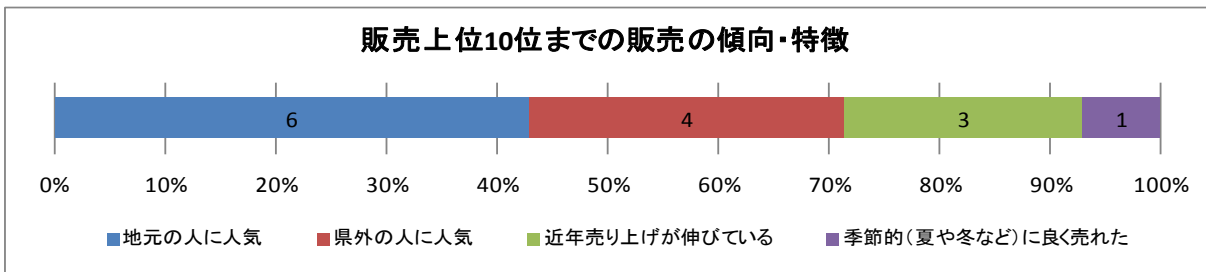
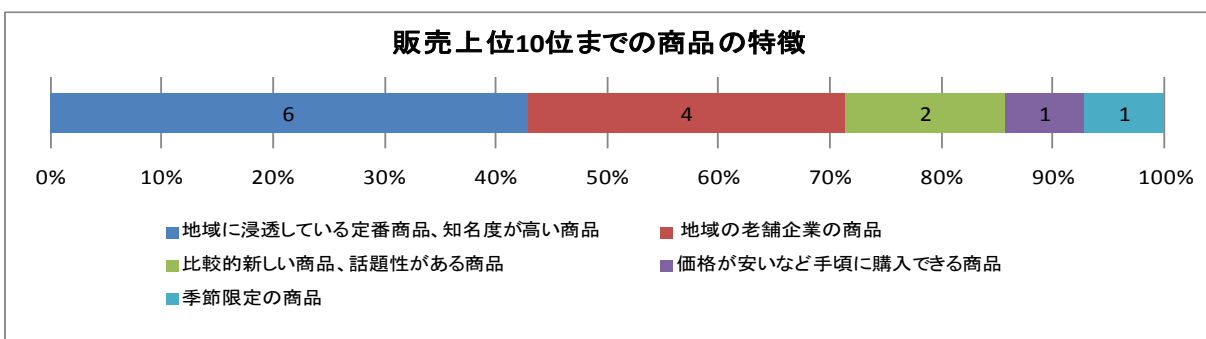
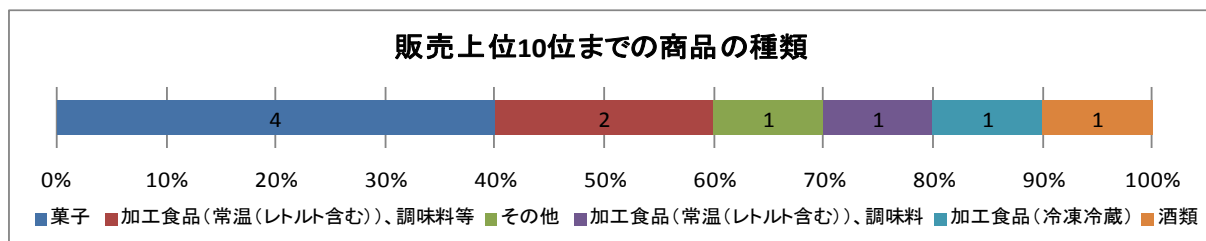
順位	商品名	商品の分類
1	笹かまぼこ	生鮮品
2	ゆべし	菓子
3	牛たん	加工食品（冷凍冷蔵）
4	あぶらふ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
5	ふかひれスープ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等

注）6位以下は無回答

3-5. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（福島県）

福島県のアンテナショップ「日本橋ふくしま館」の売上上位の商品については、主に菓子類ですが、残りは幅広い分類となっています。

「商品の特徴」「販売の特徴」については、菓子類については、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」かつ「地域の老舗企業の商品」であり、加えて共通項として、「地元の人に良く売れている」と回答されています。



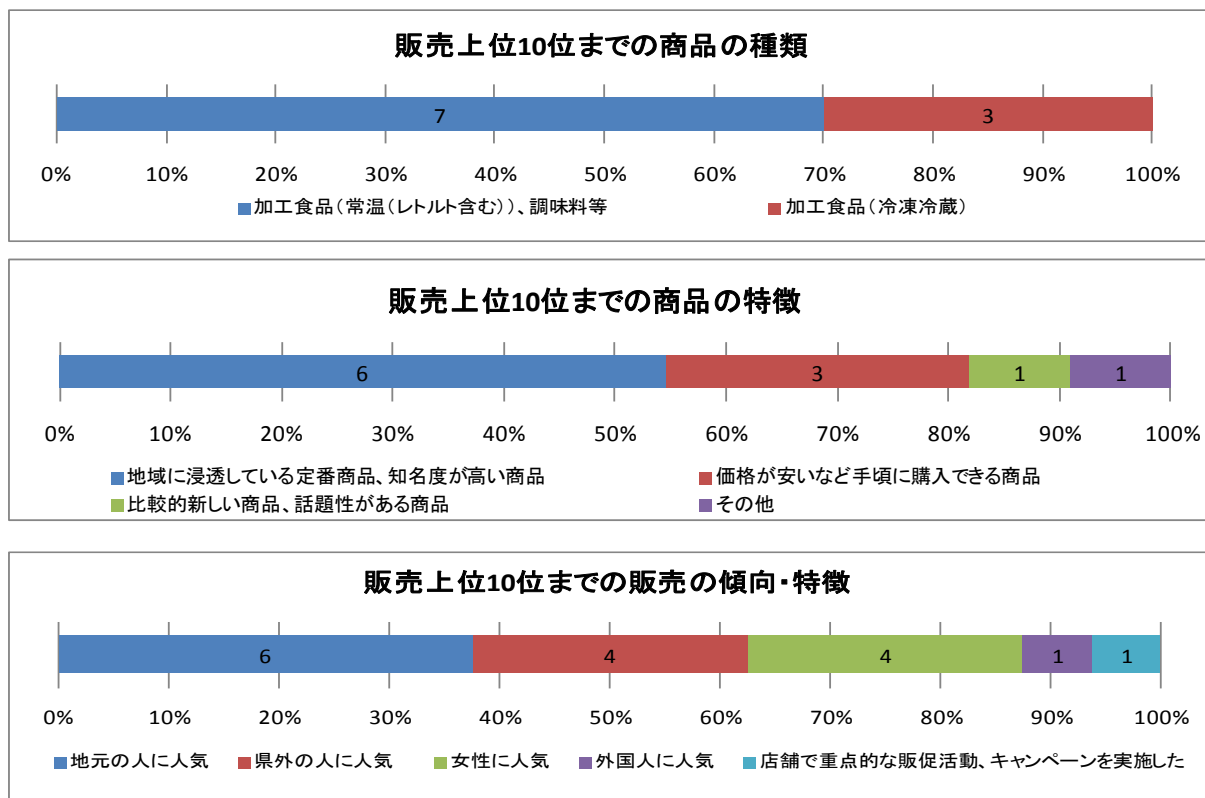
「日本橋ふくしま館」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	ままだおる	菓子
2	厚揚げソフトかまぼこ	加工食品（冷凍冷蔵）
3	飲み比べセット	酒類
4	国産馬刺そモ	生鮮品
5	家伝ゆべし	菓子
6	薄皮小まんじゅう	菓子
7	うまくて生姜ねえ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
8	べこの乳ソフトクリーム	その他
9	くるみゆべし	菓子
10	トルコキキョウ	その他

3-6. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（群馬県）

群馬県のアンテナショップ「ぐんま総合情報センター」の売上上位の商品については、定番かつ手軽に買うことのできる商品が上位を占めています。

売れ筋商品の多くは「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」ですが、地元の人に人気がある「焼きまんじゅう」や「旅がらす」、県外の人に人気がある「カフェチョコ」「ごぼう菓子」と傾向が分かれています。

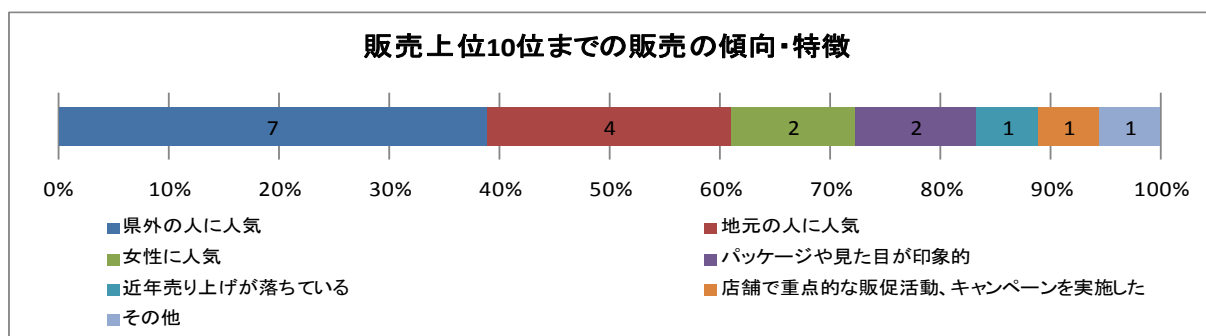
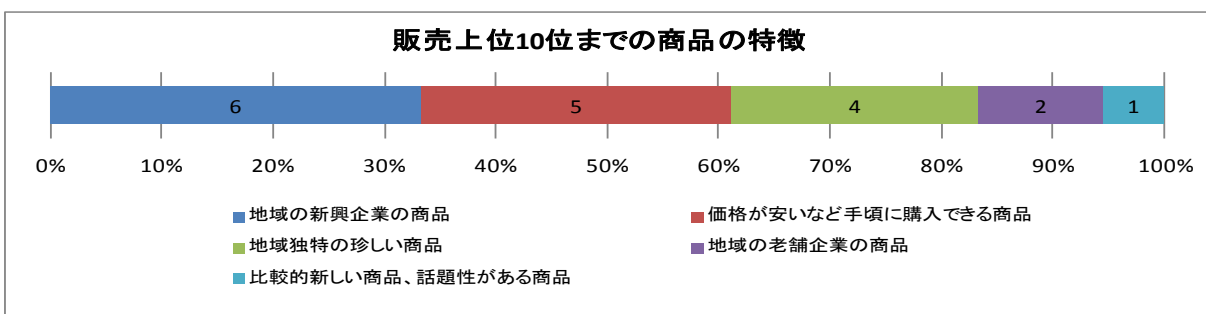
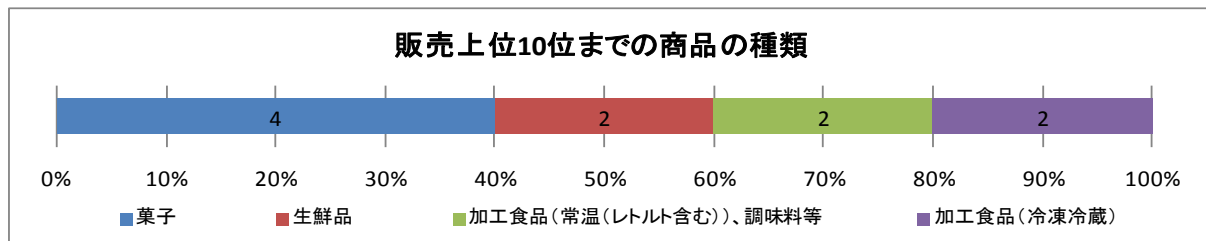


「ぐんま総合情報センター」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	ソフトクリーム	加工食品（冷凍冷蔵）
2	焼きまんじゅう	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
3	生クリーム大福	加工食品（冷凍冷蔵）
4	水沢うどん	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
5	旅がらす	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
6	カフェチョコ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
7	みそ漬	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
8	鉄砲漬	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
9	ぐんまちゃんマカロン	加工食品（冷凍冷蔵）
10	ごぼう菓子	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等

3-7. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（新潟県）

新潟県のアンテナショップ「表参道・新潟館 NESPACE」の売上上位の商品については、地域の特産である「米」や「米を利用した菓子類」などが挙げられているのも特徴的と言えます。特に4位の「コシヒカリ」については、他店を含めてもアンテナショップで販売されている商品としてはかなりの高額の商品であるといえます。



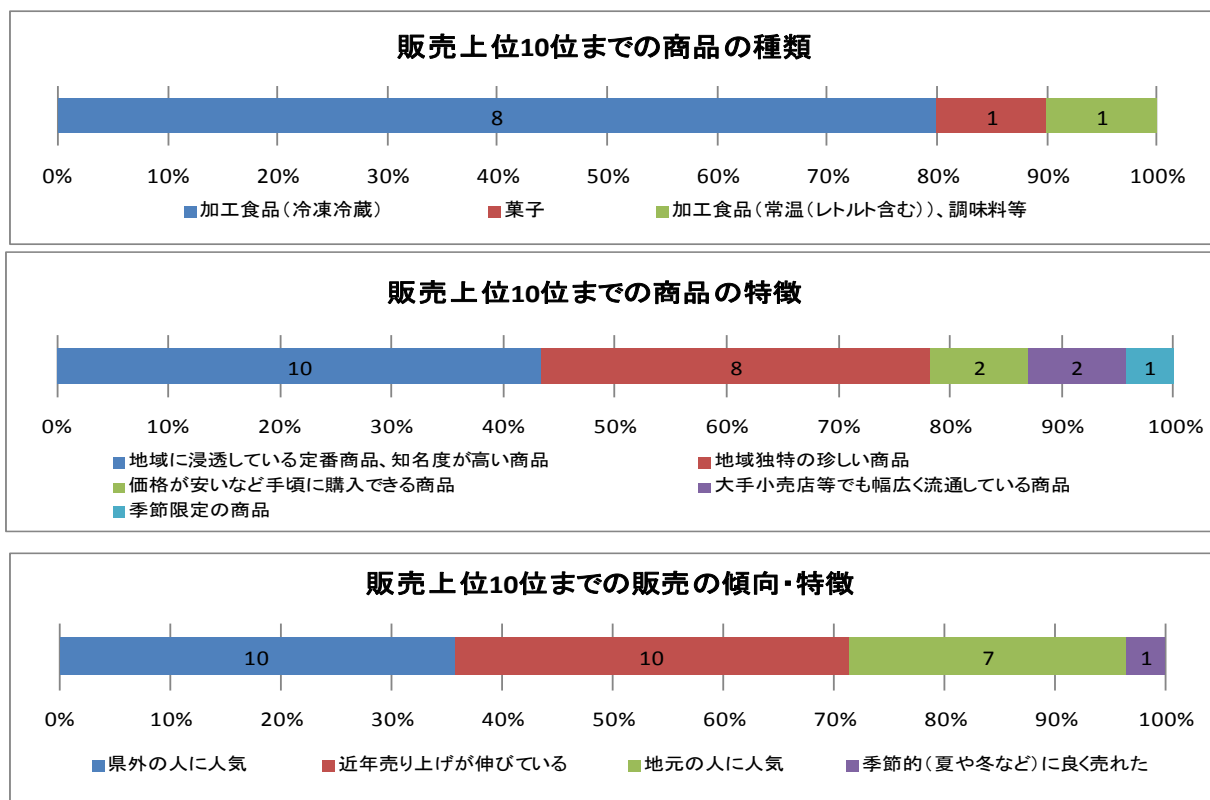
「表参道・新潟館 NESPACE」における売上上位（10 位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	笹だんご（粒あん）	菓子
2	かりんとうまんじゅう 鬼の金棒	菓子
3	エコP米	生鮮品
4	特別栽培魚沼産コシヒカリ	生鮮品
5	端餅	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
6	枳尾の油揚げ	加工食品（冷凍冷蔵）
7	笹だんご（こしあん）	菓子
8	ネギ味噌油揚げ	加工食品（冷凍冷蔵）
9	柿チョコ（袋入） 80g	菓子
10	新潟みそ汁自慢	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等

3-8. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（富山県）

富山県のアンテナショップ「いきいき富山館」の売上上位の商品については、しろえびやほたるいかななどの水産加工品が多く挙げられています。

また、上位の各商品については、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」、「地域独特の珍しい商品」といった似通った特徴の回答が見受けられます。

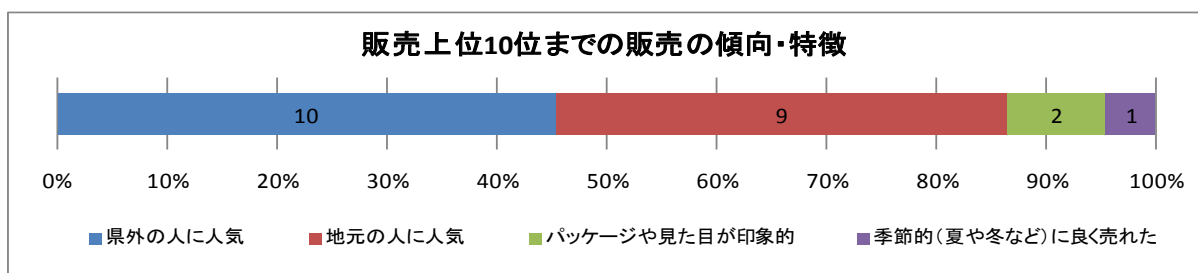
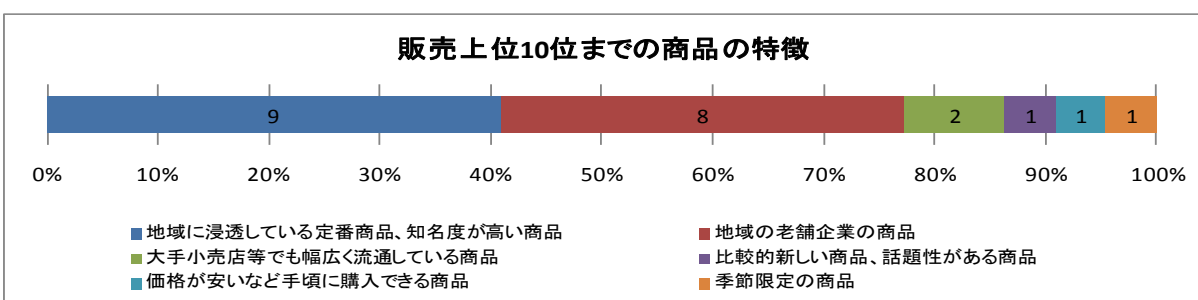
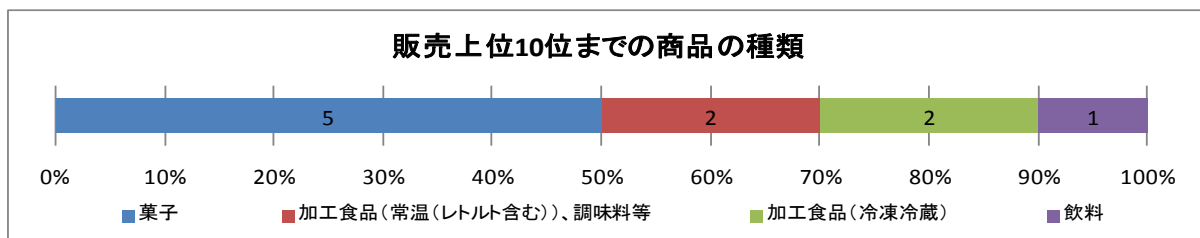


「いきいき富山館」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	白えびを使用した菓子	菓子
2	昆布等を活用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）
3	麺類（うどん）	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
4	ほたるいかを使用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）
5	ほたるいかを使用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）
6	昆布を活用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）
7	白えびを使用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）
8	カブを活用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）
9	魚を使用した練り物	加工食品（冷凍冷蔵）
10	昆布を活用した加工品	加工食品（冷凍冷蔵）

3-9. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（石川県）

石川県のアンテナショップ「いしかわ百万石物語・江戸本店」は、平成26年10月にオープンした比較的新しい店舗であり、立ち上げから時間があまり経過していないことから、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」、「地域の老舗企業の商品」などの商品を中心に販売していることが考えられます。



「いしかわ百万石物語・江戸本店」における売上上位（10位）の商品

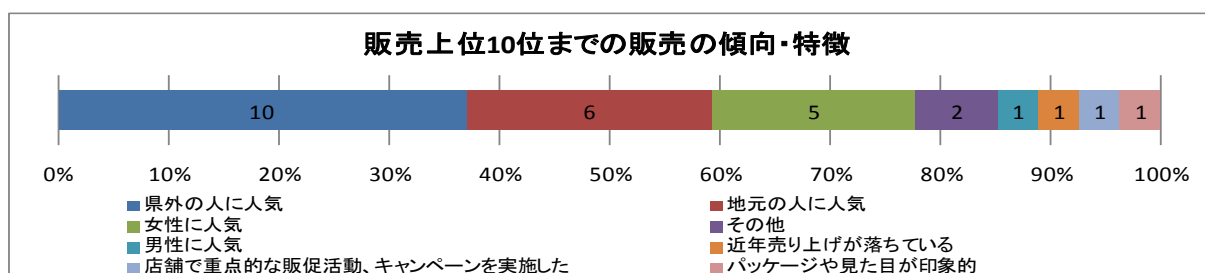
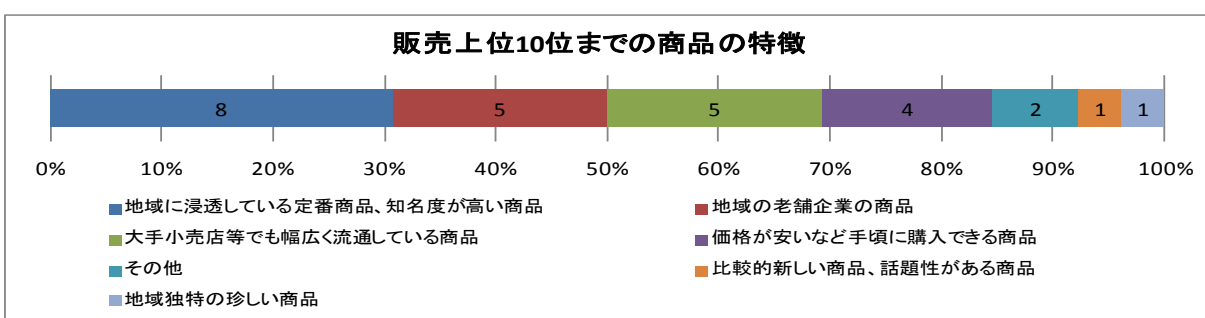
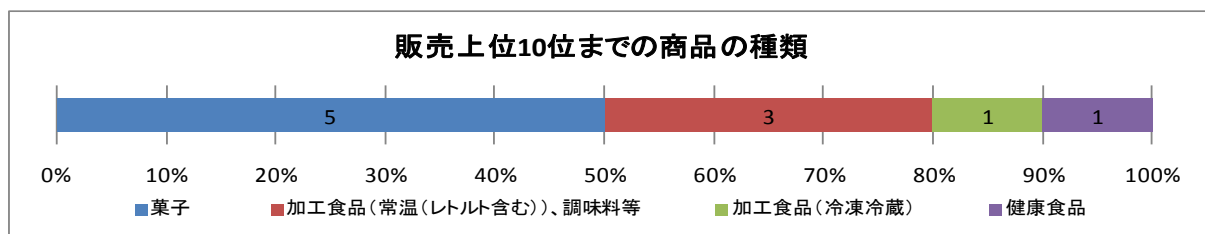
順位	商品名	商品の分類
1	非公開	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
2	非公開	菓子
3	非公開	飲料
4	非公開	加工食品（冷凍冷蔵）
5	非公開	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
6	非公開	菓子
7	非公開	菓子
8	非公開	菓子
9	非公開	菓子
10	非公開	加工食品（冷凍冷蔵）

※回答者の希望により、具体的な商品名は全て「非公表」

3-10. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（長野県）

長野県のアンテナショップ「銀座 NAGANO」の売上上位の商品については、長野県内の特産品を使った菓子を始め、全体的に低価格で手に取りやすい商品が挙げられています。

長野県のアンテナショップについても、平成26年10月にオープンした比較的新しい店舗であり、石川県のアンテナショップ「いしかわ百万石物語・江戸本店」同様に、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」、「地域の老舗企業の商品」を多く扱っていると考えられます。

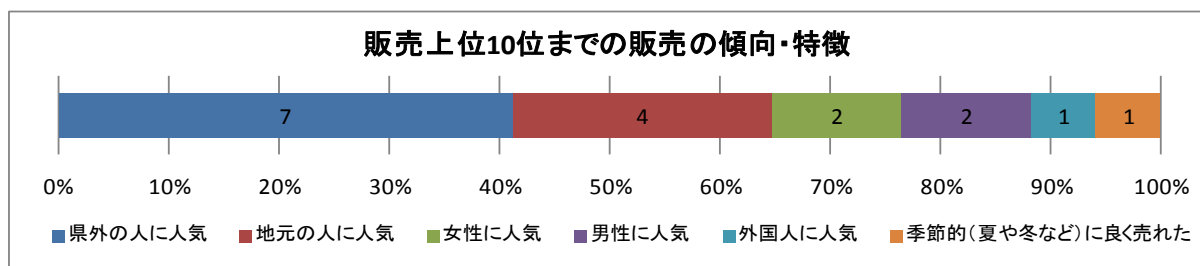
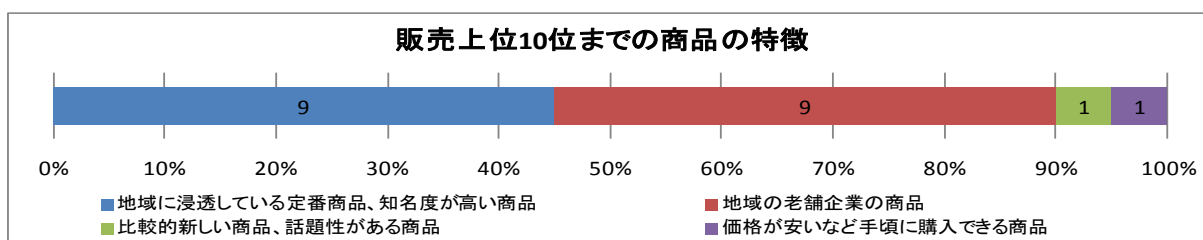
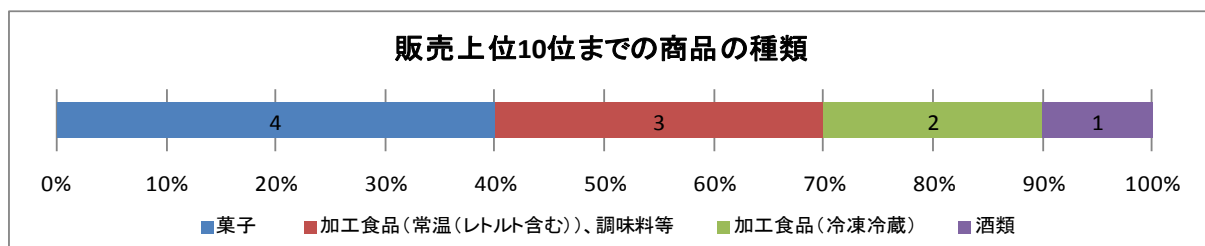


「銀座 NAGANO」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	くるみを使用した菓子	菓子
2	くるみを使用した食品	健康食品
3	香辛料を使用した調味料	加工食品（常温(レトルト含む))、調味料等
4	完熟果実等を使用した菓子	菓子
5	野沢菜を使用した食品	加工食品（冷凍冷蔵）
6	わさび等を使用した加工品	加工食品（常温(レトルト含む))、調味料等
7	欧風せんべい	菓子
8	あんを使用した菓子	菓子
9	野沢菜を使用した加工品	加工食品（常温(レトルト含む))、調味料等
10	くるみを使用した菓子	菓子

3-11. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（京都府）

京都市のアンテナショップ「京都館」の売上上位の商品については、売れ行き商品の大半が、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」、「地域の老舗企業の商品」ですが、他地域と比較し売れ行きの商品は、県外の人による購入も多い傾向が示されています。



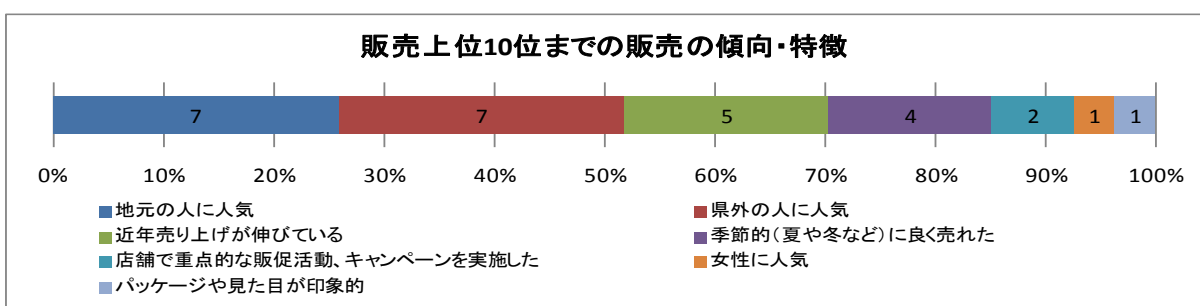
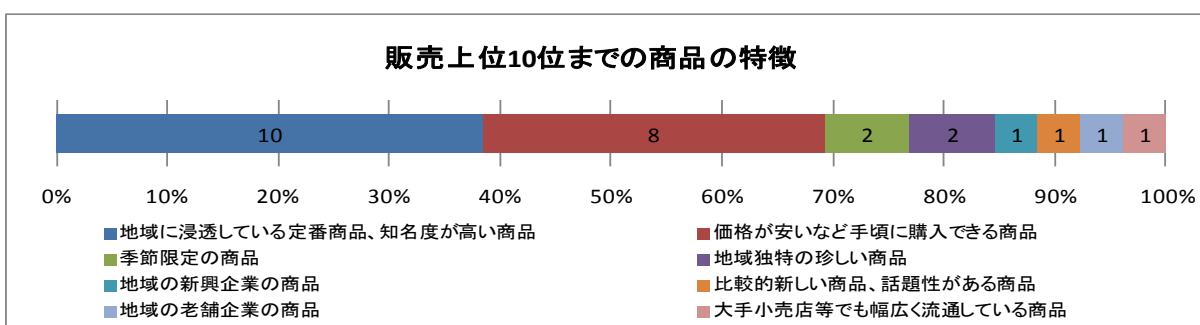
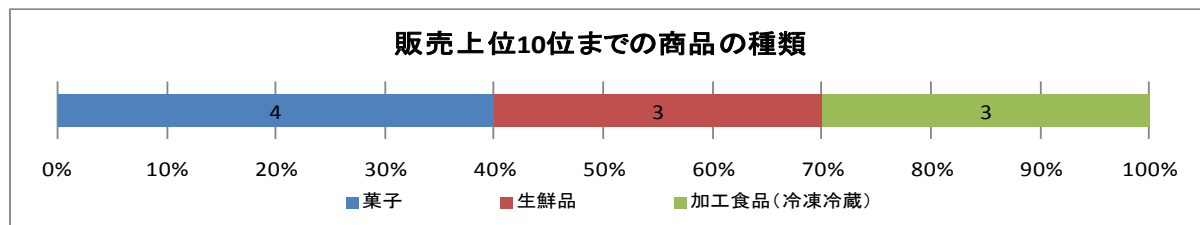
「京都館」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	生八ッ橋	菓子
2	京漬物	加工食品（冷凍冷蔵）
3	干菓子	菓子
4	お酒	酒類
5	ちりめん山椒	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
6	生麴	加工食品（冷凍冷蔵）
7	七味唐がらし	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
8	丹波大納言あずき	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
9	抹茶クッキー	菓子
10	五色豆	菓子

3-12. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（奈良県）

奈良県のアンテナショップ「奈良まほろば館」の売上上位の商品については、売れ行き商品の多くは、「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」、「価格が安いなど手頃に購入できる商品」であり、「柿の葉すし」「柿日和」など「柿」を使った商品が多く挙げられています。

また、当該店舗においては、生柿や野菜などの「県産生鮮品」の販売に力を入れており、他地域の店舗との差別化を図っています。



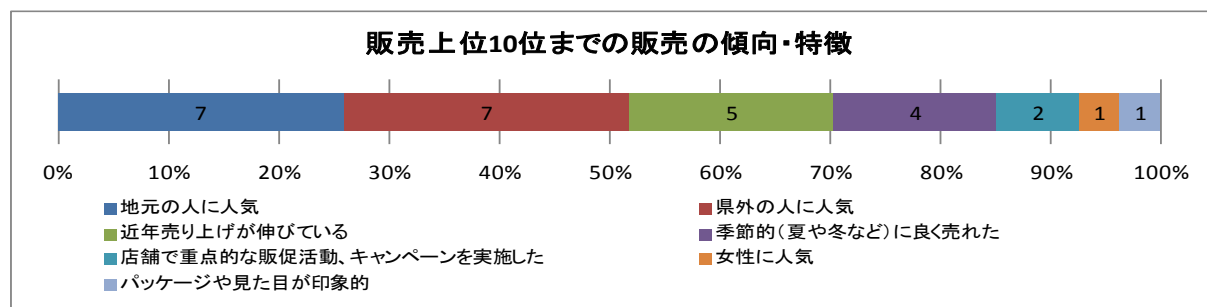
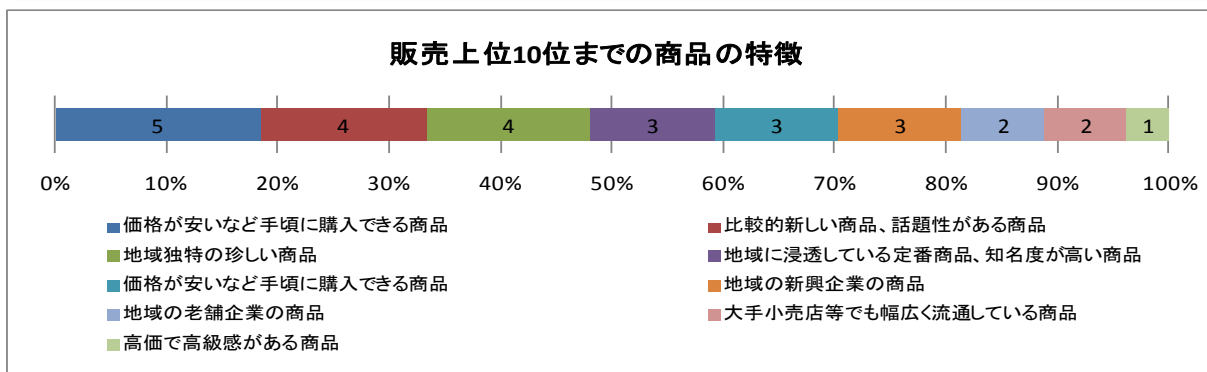
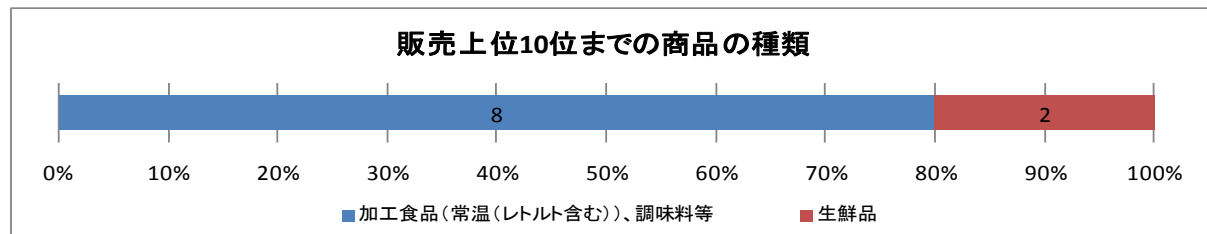
「奈良まほろば館」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	柿の葉すし	加工食品（冷凍冷蔵）
1	田舎揚げ	加工食品（冷凍冷蔵）
3	葛ようかん	菓子
4	柿日和	菓子
5	だいぶつなっとう	加工食品（冷凍冷蔵）
6	刀根柿	生鮮品
6	あんぽ柿	菓子
8	柿もなか	菓子
8	ハウス柿	生鮮品
8	わさび菜	生鮮品

3-13. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（和歌山県）

和歌山県のアンテナショップ「わかやま紀州館」の売上上位の商品については、多くの商品が加工食品（常温（レトルト含む）、及び生鮮品（日持ちする商品）が挙げられています。

売れ行き商品の特徴として、他地域の店舗の回答と比較し、「比較的新しい、話題性がある商品」が挙げられています。



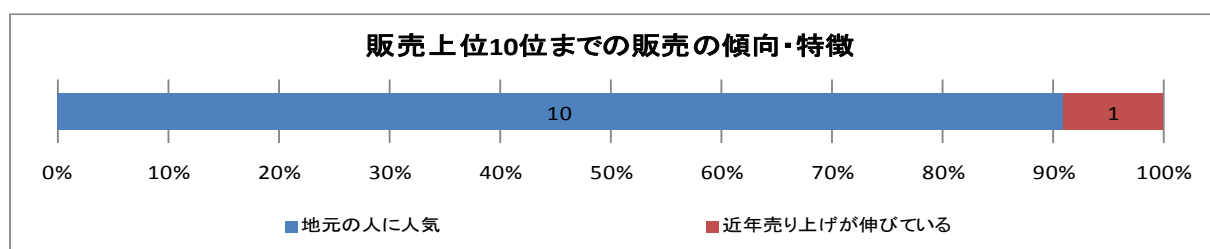
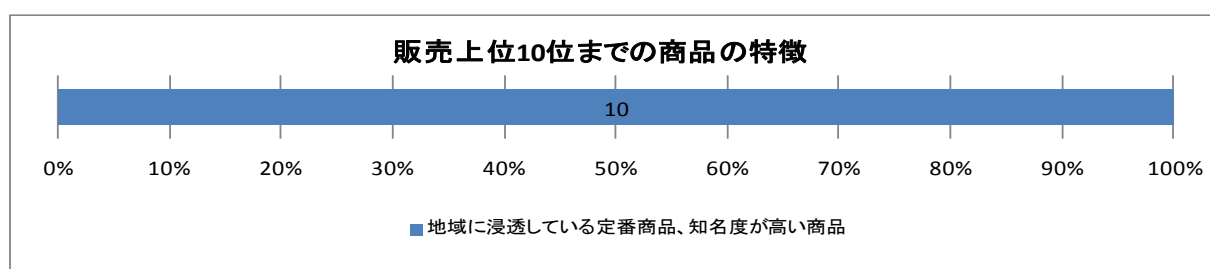
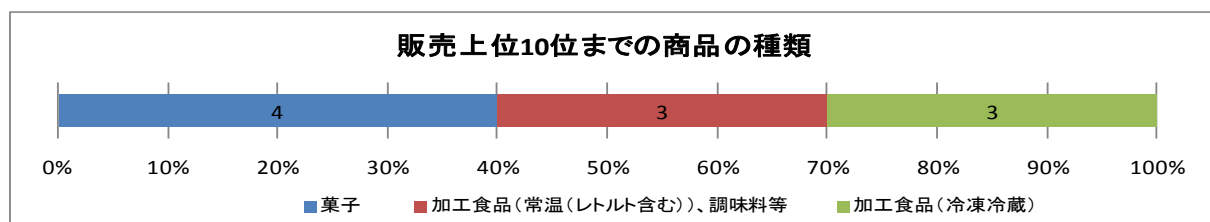
「わかやま紀州館」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	じゃばら果汁	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
2	むかしっ子	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
3	うるめの丸干し	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
4	新生姜	生鮮品
5	梅エキス粒	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
6	はちみつ梅紅	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
7	じゃばら飴	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
8	種抜き干し梅	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
9	まいちゃん家の紀州南高梅 はちみつ梅	加工食品（常温（レトルト含む）、調味料等
10	しいたけ（袋）	生鮮品

3-14. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（山口県）

山口県のアンテナショップ「おいでませ山口館」の売上上位の商品については、主に3種類（菓子、加工食品（常温）・調味料、加工食品（冷凍冷蔵）で占めています。

売れ行き商品の特徴及び販売傾向・特徴については、回答の殆どが「地域に浸透している定番商品、知名度が高い商品」や「地元の人に人気」が挙げていることから、もっぱら”昔から販売され、かつ、地元の人が好む商品”が人気商品となっています。



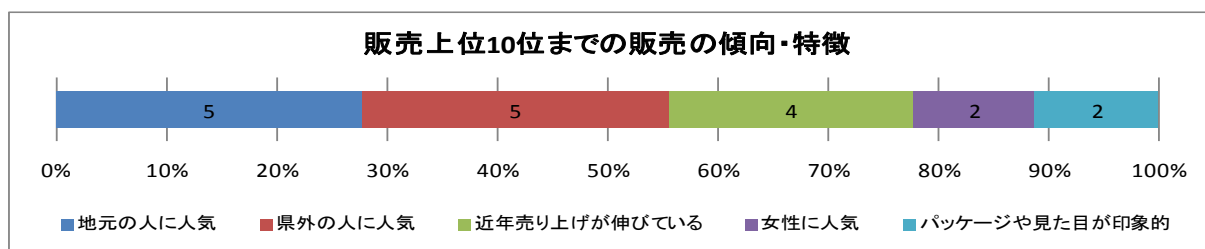
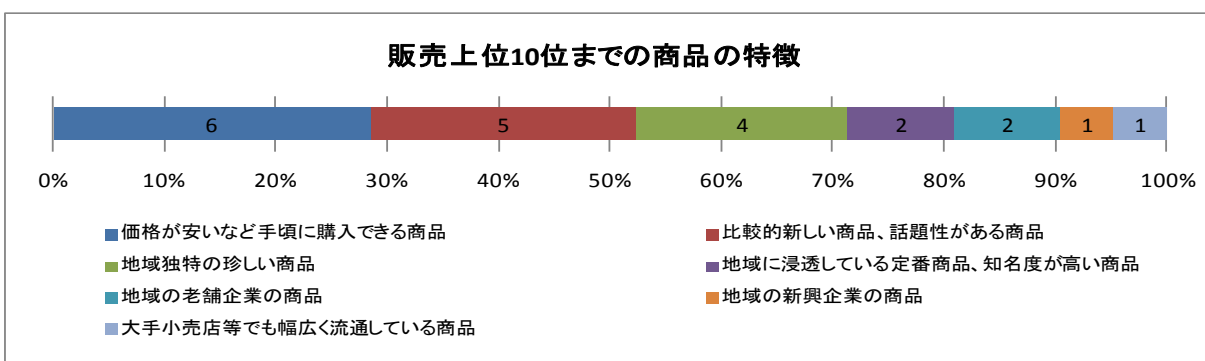
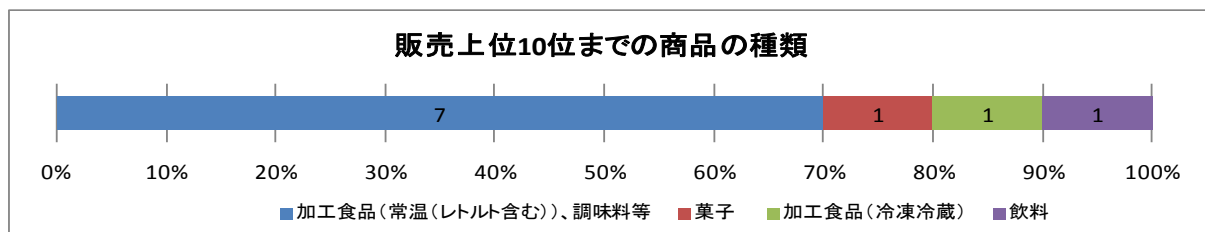
「おいでませ山口館」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	わらび粉を使用した菓子	菓子
2	魚等を使用した揚げ物	加工食品(冷凍冷蔵)
3	イカの干し物	加工食品（常温（レトルト含む））
4	和菓子	加工食品（冷凍冷蔵）
5	わらび粉を使用した菓子	菓子
6	魚を使用した練り物	加工食品（冷凍冷蔵）
7	魚を使用した練り物	加工食品（冷凍冷蔵）
8	餡を使用した菓子	菓子
9	わらび粉を使用した菓子	菓子
10	海藻等を使用したふりかけ	加工食品（常温(レトルト含む))、調味料等

3-15. 各店舗での売れ筋商品（売上上位10位まで商品）（大分県）

大分県のアンテナショップ「坐来大分」の売上上位の商品については、「ゆずごしょう」や「粒マスタード」等多くが「調味料」となっています。

なお、当該店舗については、高級レストランに物販店舗が併設された形式となっています。



「坐来大分」における売上上位（10位）の商品

順位	商品名	商品の分類
1	ゆずごしょう	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
2	ぎびえる	菓子
3	粒マスタード	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
4	りゅうきゅう	加工食品（冷凍冷蔵）
5	あつめしのタレ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
6	つぶらなカボス	飲料
7	カボスコ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
8	とり天の素粒	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
9	くろめ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等
10	干しいたけ	加工食品（常温（レトルト含む））、調味料等

4. 参考にしている、注目しているアンテナショップ

参考にしている、注目しているアンテナショップとして、「北海道どさんこプラザ」「わしたショップ」「広島T A U」「いわて銀河プラザ」といった売上高が上位であり、店舗面積が比較的大きい店舗が挙げられています。

図表 1 1 : 参考にしている、注目しているアンテナショップ

店舗名	地域	注目する理由
まちからむらから館	全国	- 商品の品揃えが良い - メーカーや地元企業とうまく連携している - 店舗面積や立地が優れている
AKOMEYA	全国	- 商品の品揃えが良い - プロモーションやイベントが充実している - メーカーや地元企業とうまく連携している - 売場の設計やコンセプトが優れている
北海道どさんこプラザ	北海道	- 商品の品揃えが良い - プロモーションやイベントが充実している - 地域にブランド力がある - 売場の設計やコンセプトが優れている - 地域製品の掘り起こしスキームがしっかりしている
いわて銀河プラザ	岩手県	店舗面積や立地が優れている
三重テラス	三重県	- 売場の設計やコンセプトが優れている - 店舗面積や立地が優れている
広島T A U	広島県	売上が伸びている
にほんばし島根館	島根県	- 商品の品揃えが良い - 店舗面積や立地が優れている
日本橋長崎館	長崎県	新しく出店された店舗で参考になる。
わしたショップ	沖縄県	- 商品の品揃えが良い - プロモーションやイベントが充実している - 地域にブランド力がある - 売場の設計やコンセプトが優れている

※上記、地域の欄の「全国」については全国の商品を販売している。

4. 地域特産品（食品等）の販売促進や来館者を増加させるための取り組み（留意している点や工夫している点等）

「地域特産品（食品等）の販売促進や来館者を増加させるための取り組み（留意している点や工夫している点等）」としては、主に、①ダイレクトメールやSNS、Webサービスを活用した告知、②リピーター獲得のためのポイント制度等、③試食販売やイベント、店内催事、が各店舗から挙げられています。

図表 1 2：販売促進や来館者を増加させるための取り組み

取組の内容
【情報発信系】 ・広報誌の作成、DM発送、フェイスブック、ホームページの活用による情報発信 ・携帯メール会員にイベントやセールの告知 ・SNS活用（LINE割引）
【イベント系】 ・店舗内での各種フェアの実施 ・店頭イベントで地元業者による地域特産品の試食、実演販売等を実施 ・お買い上げ抽選会やスタンプラリーの実施 ・年に数回、試食・試飲販売を実施など、店内催事を充実
【その他】 ・梅干ガチャポンの設置（話題性） ・ポイントカードを導入。 ・当館が実施する他の部門（他事業）企画（イベント、展示）と連携。 ・商品紹介（手作りPOP等）の工夫 ・リピーター獲得のため、品揃えの強化

【アンテナショップへのヒアリング調査結果】

1. ヒアリング概要

アンケート調査結果を踏まえ、アンテナショップにおける物産販売の状況やアンケート結果（売上高の高い商品の順に）の背景等を把握すべく、各県のアンテナショップ担当者等に対しヒアリング調査を実施しました。

図表 13：ヒアリング調査実施対象

概 要
調査数：4 店舗（県の第三セクター、県の外郭団体（公益財団法人）及び県東京事務所）
実施日：平成 28 年 3 月 18 日（金）
ヒアリング内容：店舗の運営状況や現状における問題点や課題点 など

2. ヒアリング調査結果

（1）アンテナショップ（店舗）のスタイル、方向性

- ・各県とも「地域特産品の販売拡大」という目的は共通しているが、店舗スタイルや販売戦略などは個性が表れている。

A 県：地元企業の活性化や当該県の物販、観光誘客、Uターン支援などの「情報発信」意識した多機能型施設を活用した事業展開

B 県：店舗創設のきっかけは、観光イベント強化の一環として創設。現在は他店との差別化を図るため、地域特産（特に新鮮な農産物等）の売込み強化等を図った事業展開

C 県：「県産品（食材）」を活用した高級飲食店を主力とした事業展開

D 県：「近辺に住む人にとってのスーパーマーケット」のようなコンセプト、常設の販売チャンネルを持つことに重要視した事業展開

（2）店舗運営や物販事業の状況

- ・各県の共通的な売れ筋は、「地域独特の産品」「知名度がある産品」など。
 - ・来館者は女性が多いことも共通。
 - ・メディアで取り上げられた商品は、非常に反響が大きい（よく売れる）。
 - ・来館者は出店している県の地元出身者の購入も多く見られる。
 - ・店舗の立地場所により、客層が違ってくる（例えば、日本橋では周辺の百貨店の客層と似ている。銀座では歌舞伎座やショッピング、築地に来た人が流れてきている等）
 - ・顧客に偏りが出ないよう、商品の多くは「顧客が手に取りやすい商品」を主としている。
- ※価格帯が手頃、見た目やパッケージも重要視している など

(3) 問題点・課題点等

- ・一部店舗からは、ブランド力が強い地域（北海道、沖縄など）や大規模店舗を持つアンテナショップ以外の店舗は「物販のみでの経営は難しい」との意見がある。
- ・行政からの支援がないと事業継続は厳しい。
- ・販売スペースや販売アイテム数が少ない。
- ・客層を広げたい（もっと若者を増やしたい）。
- ・店舗内の商品の見せ方（レイアウト）や店の雰囲気などの工夫が必要。
- ・市場ニーズと商品のミスマッチ。

(4) 今後の展望等

- ・県産野菜等を使用したレストラン（アンテナショップ的な店舗）などで農水産物等の特産物をPR、販売していきたい。
- ・県内企業が東京等に進出する前段階の「試す拠点」としての役割を果たしていきたい。

IV. まとめ

1. 調査結果のまとめ

東京都内に店舗している各県のアンテナショップについては、店舗の立地や店舗運営のコンセプト、併設されている機能など様々ですが、これらショップを対象に販売状況や売れ筋商品などを調査し、以下の結果が得られました。

- 加工食品や菓子類といった「手に取りやすく、比較的低価格で手軽に購入することができる商品」が比較的多く売られていること。また、売れ筋商品は、「菓子」、「加工食品(常温(レトルト含む))、調味料等」、「加工食品(冷凍冷蔵)」で、健康食品や生鮮品などの扱いは少ないこと。
- 県によっては、販売商品のアイテム数が少ないこと。
- 客層（特に若者）を広げたいこと。
- 物販のみで経営している一部ショップについては、経営が厳しい現状のため、行政の支援（事業支援・補助等）を必要としていること。

2. 県内商品の新たな開発、市場拡大に向けて

ここ沖縄は亜熱帯性の気候で、他地域にはない南国特有の動植物、野菜や魚介類などが採れることから、これら地域資源を原料等に、高付加価値商品を作ることが出来る優位性のある地域です。

加えて、沖縄県は全国でも先進的なアンテナショップ「わしたショップ」があります。このわしたショップのアンテナ機能（販売や卸機能等）を積極的に活用することで、県産品の更なる市場拡大や商品力の向上など、県内企業等の一助になることが期待できます。

同ショップのアンテナ機能を活用し、東京を始めとする他地域のニーズを踏まえた新商品開発やテスト販売などを実施する企業、また、これら企業に対する販売への協力・サポート等を行う公的機関や支援機関については、以下の取組を行う事が望ましいのではないのでしょうか。

【県内企業等】

- 消費者ニーズを踏まえ、地域資源を活用し、特に女性や若者を意識した「手に取りやすく、比較的低価格で手軽に購入 することができる商品」の商品開発、わしたショップを活用した市場開拓

【公的・支援機関】

- アンテナショップについては、消費者ニーズ等を県内企業へ情報提供すること、また、新商品開発、販路開拓を希望する企業等に対する販売支援やバックアップ、サポート
- アンテナショップでテスト販売等を行う企業等への商品開発や販路開拓支援・補助など

平成28年9月15日

海外展開倶楽部の創設について（ものづくり企業の海外展開支援）

内閣府沖縄総合事務局経済産業部におきましては、沖縄国際ハブクラスターの枠組みとして、民間主導の海外展開を支援するため、「海外展開倶楽部」を創設し、地域経済課内に事務局を設置しました。各支援機関（沖縄県工業連合会、南西地域産業活性化センター、中小企業基盤整備機構沖縄事務所等）と連携して、個別企業支援等に取り組みます。

内閣府沖縄総合事務局経済産業部では、アジア市場に向けたビジネスを展開する企業を支援する産学金官ネットワーク「沖縄国際ハブクラスター」を平成26年10月に形成し、専門コーディネーターのサポートの下、企業間連携による研究会や広域ビジネスマッチング等の活動を通じて、市場開拓や事業化に向けた取組を推進しております。

他方、海外展開へ向けた取組の一環として、沖縄と台湾企業との産業連携を目指し、今年6月に公益社団法人沖縄県工業連合会及び一般財団法人南西地域産業活性化センターが共同して台湾の経済団体である台日商務交流協進会及び財団法人台湾経済研究院との連携協定（MOU）を締結するとともに、ビジネスマッチング等を行う「沖縄・台湾産業貿易ビジネス対話」が実施された事例もあります。

このような民間主導の海外展開を後押しするため、海外展開倶楽部では、海外ビジネス経験を有する専門人材を配置し、言語面でのサポートを中心に、現地情報の収集、販路開拓やマッチング等の様々な支援を下記のとおり行います。沖縄地域の優れた製品・技術等の海外展開が、一層加速することを期待しています。

記

<海外展開倶楽部の主なサポート内容>

1. ハンズオン支援（個別企業の具体的な要望に応じて情報提供や通訳業務等を行う）
2. 啓発事業（海外展開へ向けた啓発事業の開催）
3. 県内関係団体による産業交流事業のフォローアップ
4. 国際商談会参加（県内企業に対して商談会への参加促進・マッチング強化を行う）

（本発表資料のお問合せ先）

沖縄総合事務局経済産業部地域経済課（玉城、大城、多和田、與古田）

電話：098-866-1730、FAX：098-860-1375

ものづくり企業の海外展開支援（海外展開倶楽部の創設） 沖縄国際ハブクラスター

- 沖縄国際ハブクラスターでは、沖縄のものづくり企業の海外展開を支援するため、「海外展開倶楽部」を創設しました。各支援機関（沖縄県工業連合会、南西地域産業活性化センター、中小企業基盤整備機構沖縄事務所等）と連携し、個別企業支援等に取り組めます。
- 海外展開倶楽部では、言語面でのサポートを中心に、現地情報の収集、販路開拓やマッチング等の様々な支援を行い、沖縄の優れた製品・技術等の海外展開が、一層加速することを後押しします。

1. ハンズオン支援

個別企業の具体的な要望に応じて 情報提供や通訳業務等を行う

- 台湾ビジネスマッチングへの個別フォローアップ支援
 - ・県内企業4社支援中（平成28年9月現在）
 - ・他企業発掘
- 台湾経済団体等と連携した個別支援
 - ・台湾・沖縄経済セミナー＆商談会

2. 啓発事業

海外展開へ向けた啓発事業を開催する

- 県内企業向け海外展開セミナー等（沖縄総合事務局等）
 - ・中小企業等の海外等海外展開事例紹介セミナー
 - ・海外展開を目指す県内企業向けセミナー
 - ・台湾・沖縄経済セミナー＆商談会 ※サポート
- 海外展開セミナー（中小企業基盤整備機構）

3. 県内関係団体による産業 交流事業のフォローアップ

産業交流事業のフォロー・サポート

- 沖縄・台湾フォーラム等への協力（南西地域産業活性化センター主催）
 - ・沖縄・台湾フォーラム開催予定
- 台湾・香港知財関係機関と連携した支援（発明協会主催）
 - ・現地専門家による知的財産やデザインに関する相談窓口を開設（必要に応じて）

海外展開倶楽部

外国企業とのコミュニケーションをサポート

中
華
圏

英
語
圏

長嶺貴美子
島袋 盛貴
小川 潤

4. 国際商談会参加

県内企業に対して商談会への 参加促進・マッチング強化を行う

- 台湾・沖縄経済セミナー＆商談会
- 経済特区沖縄 セミナー＆商談会
- 戦略的基盤技術高度化支援事業のフォローアップ
- 沖縄大交易会
- オキナワベンチャーマーケット（サポート案企画中）

ものづくり企業を海外展開支援の専門家がサポートします！

海外展開倶楽部では企業に対し、専門人材によるサポートを行う。
(海外の市場情報収集、各種手続きのサポート、新たなマッチング企業の発掘等)

コーディネーター 長嶺 貴美子 (ながみね きみこ)
(株)俊美プロデュース



(経歴)

長年中国にて日系製造業にて営業や品質管理、輸出入業務に従事。現在は県内企業様の海外展開、海外企業様の沖縄展開のサポート業務を行っている。

(担当)

中国台湾の市場情報収集や、交渉をする上での通訳作業、企業間マッチングを担当。

コーディネーター 島袋 盛貴 (しまぶくろ もりたか)
(株)アールファイブ



(経歴)

日本電産コパル(株)にて、中国、台湾、韓国、タイ等からの資材調達を担当。(株)パムにて地域特化型媒体の広告営業、事業開発、知財管理に従事。その後、内閣府沖縄総合事務局にて地域知財活動調査員を経て現職。

(担当)

海外展開を考えている県内企業の掘り起こしや、企業間マッチング等を主に担当しながら、長嶺氏のサポートを行う。

コーディネーター 小川 潤 (おがわ じゅん)
(株)Wise Development



(経歴)

米国出身。(株)オフィス北野にて、国内外に向けたコンテンツ事業やイベントの制作、宣伝、配給に携わる。

(担当)

アジア地域(香港・シンガポール等)の市場情報や交渉をする上での通訳作業等を担当。

支援窓口

内閣府沖縄総合事務局経済産業部 地域経済課 TEL : 098-866-1730 FAX : 098-860-1375

長嶺: Kimiko@junmei-p.com

島袋: moritaka.shimabukuro@niac.or.jp

小川: ogawa@niac.or.jp

第1回 沖縄スポーツ産業クラスター検討会議 (アドバイザーボード) の開催

内閣府沖縄総合事務局では、有識者との議論を通じて沖縄スポーツ産業クラスターの形成の方向性を推進、確認、共有するため、下記日程により第1回沖縄スポーツ産業クラスター会議を開催します。

1. 目的

2020年東京オリンピック・パラリンピック等、スポーツのビッグイベント開催に向け、消費・投資マインドの向上、海外から日本への関心の高まりが予想されています。

内閣府沖縄総合事務局では、この機会を最大限に活かしつつ、沖縄の地理的優位性や特色ある生物資源、おもてなしの心や癒やしの空間など人々を惹きつける魅力ある地域資源とも融合した沖縄における新たなスポーツ産業の創出を目指し、県内の産学金官からなるアドバイザーボードを設置し、県内外の有識者との議論を通じて沖縄のスポーツ産業クラスターの形成のための方向性や戦略的取組の推進、確認、共有することを目的とします。

平成28年度は、3回開催します。

2. 開催日時

・平成28年10月1日(土) 14時00分から16時30分

3. 開催場所

・那覇第2地方合同庁舎1号館2階会議室

4. メンバー(参加については現在調整中)

・別添

5. 次第(調整中)

第一部 沖縄スポーツ産業クラスターアドバイザーボードの概要(趣旨等)及び調査事業等について(審議)

第二部 スポーツ産業、スポーツビジネスについて(フリーディスカッション)

＜ゲストスピーカー＞

①日本政策投資銀行参事役 桂田隆行氏

②スポーツ総合研究所(株)代表取締役 広瀬一郎氏(取締役)

問い合わせ先

内閣府沖縄総合事務局

総務部調査企画課

担当者：上原、野原

TEL：098-866-0047

FAX：098-860-1025

経済産業部企画振興課

担当者：玉城、比嘉

TEL：098-866-1727

FAX：098-860-1375

沖縄スポーツ産業クラスター検討会議

メンバー

- | | | |
|----|----------|-----------------------------|
| 1 | 安慶田 光男 氏 | 沖縄県副知事 |
| 2 | 安里 昌利 氏 | 一般社団法人沖縄県経営者協会会長 |
| 3 | 石井 宏 氏 | 学校法人大阪経済大学客員講師、日本女子プロ野球機構理事 |
| 4 | 大城 肇 氏 | 国立大学法人琉球大学学長 |
| 5 | 大嶺 満 氏 | 沖縄県経済同友会代表幹事 |
| 6 | 川上 好久 氏 | 沖縄振興開発金融公庫理事長 |
| 7 | 古謝 景春 氏 | 南城市長 |
| 8 | 白石 武博 氏 | 一般社団法人沖縄県レンタカー協会会長 |
| 9 | 當眞 淳 氏 | 宜野座村村長 |
| 10 | 古堅 國雄 氏 | 与那原町長 |
| 11 | 山里 勝巳 氏 | 公立大学法人名桜大学学長 |
| 12 | 能登 靖 氏 | 内閣府沖縄総合事務局局長 |

オブザーバー

- ・内閣府
- ・経済産業省
- ・スポーツ庁、
- ・沖縄県（企画部、商工労働部、文化観光スポーツ部）
- ・沖縄懇話会
- ・スポーツシェルパ会合登録者

※その他

- (1) アドバイザリーボードは、フルオープンで開催します。沖縄県内のスポーツ関連事業者等一般県民も自由に傍聴できますが、会場の都合により先着50名とします。
- (2) 参加申し込み方法 別紙2のとおり
- (3) 内閣府沖縄総合事務局は、沖縄スポーツ産業を創出するため部横断のプロジェクトチーム（PT長：寺家経済産業部長）を設置し、一元的に推進する体制を整えています。

FAX : 0 9 8 - 8 6 0 - 1 0 2 5

担当 総務部調査企画課 上原 あて

**第 1 回沖縄スポーツ産業クラスター検討会議
(アドバイザーボード) 参加申込書**

[ご連絡担当者名] _____

TEL _____

FAX _____

メールアドレス _____

お名前	会社名・所属機関	役職等

沖縄総合事務局は、このような取り組みを引き続き効果的に推進するため、今年度から部局横断的な取り組み「沖縄スポーツ産業創出チーム」をスタートさせました（図一参照）。

結び

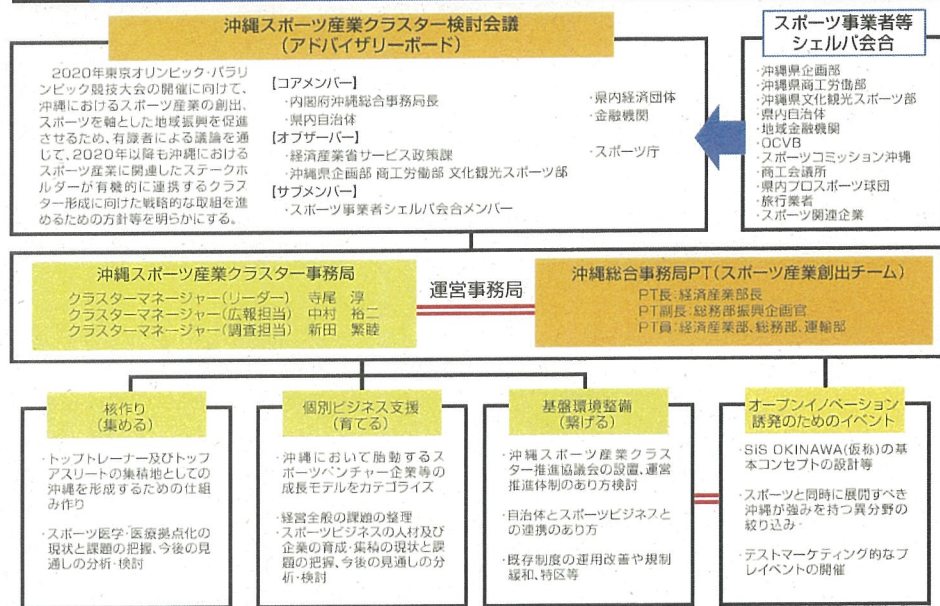
スポーツ産業は、一次産業から三次産業幅広い波及効果があり、地理・気候等沖縄の特性をスポーツに活かすことで雇用創出し所得を向上させることができます。また、日頃からスポーツに親しむことで県民の健康寿命の延伸や子どもたちの心身の発育にもより効果的に貢献できます。沖縄総合事務局は、今後、沖縄県をはじめ様々な主体と連携してスポーツ産業創出に取り組んで参ります。

結び

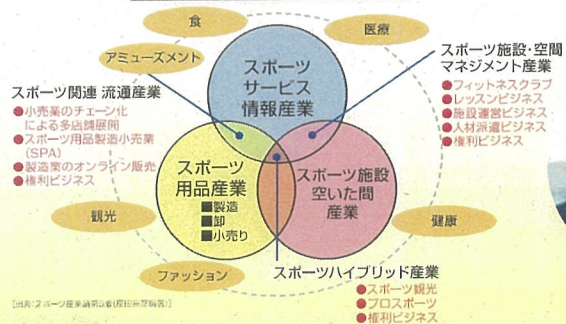
沖繩総合事務局は、このような取り組みを引き続き効果的に推進するため、今年度から部局横断的な取り組み「沖縄スポーツ産業創出チーム」をスタートさせました（図1参照）。

産業室・藤井法夫室長からは「日本
のスポーツ産業の対GDP比率は、世界
のスポーツ産業の対GDP比率に比べて
小さい。逆を言えばまだ成長可能な産
業である」とのお話があり、政府を
挙げてスポーツの成長産業化に向けた
取組を推進していることが発表され
ました。

図1 平成28年度沖縄スポーツ産業クラスター推進に向けた体制図(案)



(参考)スポーツ関連産業の融合化



クラスターマネージャーの皆様



の活性化への期待が高まりつつあること、スポーツが、ものづくり、医療、リハビリ、ヘルスケア、健康といった産業の総合性、波及性が高い産業であること、2020年の東京オリンピック、パラリンピック競技大会の開催を控え、国内のスポーツに関する注目が高まることを踏まえ、今、まさにスポーツを戦略産業として振興する絶好の機会です。

背景

沖繩はスポーツキャンプのメッカとして国内に広く知られ、県民のスポーツに関する感心も高く、アスリートの県内移住やスポーツベンチャー起業などスポーツビジネスが胎動しつつあります。

スポーツ産業は、今後の沖縄経済を牽引する可能性を秘めています。

はじめに

沖縄総合事務局では、沖縄経済を支える国際的な「スポーツ産業」の創出を目指す取り組みを始めました。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催決定を契機にスポーツ庁と経済産業省は「スポーツ未来開拓会議」を開催し、その他地方公共団体・企業・競技関連団体等様々な主体が「スポーツ」に注目しています。

取り組み

スポーツ産業創出の取り組みの目標は、スポーツビジネスが次々に生まれる状況を創り出すことです。そのため三つの取り組みを始めます。

一つ目は、外部からヒト・モノ・カネ・情報・技術と呼び込むためのオープンな仕組みとそのシンボルとしてのイベント「SiS Okinawa」(仮称「Sports Industry in South Islands Okinawa」)の開催に向けた調査事業を実施します。今年度は沖縄の特性を活かした持続可能な基本理念などを制度設計することになっています。

機関、金融機関、医療機関、行政機関、二、三の地域の企業、大学等が、新しい商品、新しいサービス等の「スポーツ産業」という新しい産業が創出される「沖縄スポーツ産業クラスター」を形成します。推進する組織体として「沖縄スポ

「(仮称)」の設置、沖縄スポーツ産業
ーツ産業クラスター推進協議会
クラスター検討会議(アドバイザ
リーボード)を設置し、スポーツ産
業創出に向けた現状分析、課題と
今後の展開方策を提言を行います。
また、スポーツ業界の知見・ネ
ットワークを有するクラスターマ
ネージャー3名を配置します。

三つ目は、スポーツ事業者シェ
ルバ会合(国際的なスポーツ産業
の集積を「頂点」(サミット)と見立
てて、スポーツ事業者等が一体とな
って頂上を目指す意)を開催し
ます。

（水）に開催しました。県内のスポーツに開催した事業者、金融機関、大学、行政機関など約100機関、180名が参加し、スポーツによる地域振興、スポーツビジネスの事業内容や課題、これからの展望について発表され、大きな盛り上がりを見せました。

主権者挨拶では、沖縄総合事務局長寺家克昌が「スポーツ産業部長から」「スポーツ産業がのびくろくや医療健康、観光などの産業と融合すること、市場拡大と地域経済の活性化が期待できる。2020年には東京オリンピックが開催され、スポーツを戦略産業に発展させる絶好の機会である」とことが、また終

沖縄総合事務局
平成28年度広報計画(第3四半期)

平成28年9月15日更新

総務部	項目	H28.第1四半期	H28.第2四半期	H28.第3四半期			H28.第4四半期
				H28.10	H28.11	H28.12	
	イベント・式典	独占禁止法教室(8/7)	子ども見学デー(8/3) 防災訓練(風水害)(8/4) 親と子のお天気教室(沖縄気象台主催)	独占禁止法教室(10/28)	「津波防災の日」に関連するパネル展示(11月上旬) 独占禁止法教室	独占禁止法教室	独占禁止法教室 東日本大震災関連イベント(3月中旬) 沖縄総合事務局防災訓練(地震・津波)
	事業関連	平成27年度における沖縄地区の①独占禁止法、②下請法、③消費税 転嫁対策特別措置法及び④景品表示法の運用状況等についての公表(6/16)			平成28年度那覇第2地方合同庁舎自衛消防訓練(11/9～11)		
	年間行事				下請取引適正化推進月間(11月)		
	情報誌	広報誌群星【5・6月号】(5/2)	広報誌群星【7・8月号】(7/1)、広報誌群星【9・10月号】(9/1)		広報誌群星【11・12月号】		広報誌群星【1・2月号】、【3・4月号】
財務部	会議等	入札監視委員会(3月委員会)議事公表	公正取引室と地方有識者との懇談会(7/27) 公正取引室と地方有識者との懇談会(8/25) 公正取引室と地方有識者との懇談会(9/21)	公正取引室と地方有識者との懇談会(10/11)	防災連絡会(11月) 入札談合等関与行為防止法研修会(11/28)	入札談合等関与行為防止法研修会等(12/1、12/5、12/8)	公正取引室と地方有識者との懇談会

財務部	項目	H28.第1四半期	H28.第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28.第4四半期
	イベント・式典						地域密着型金融に関するシンポジウム
	事業関連	管内金融指標(2月(4/18)、3月(5/13)、4月(6/13)) 管内経済情勢報告(4月)(4/27) 全国財務局長会議(4/27財務省・4/28金融庁) 法人企業景気予測調査(平成28年4～6月期)(6/13)	管内金融指標(5月(7/15)、6月(8/8)、7月(9/9)) 管内経済情勢報告(7月)(8/2) 全国財務局長会議(8/2財務省・8/3金融庁) 法人企業景気予測調査(平成28年7～9月期)	管内金融指標(8月) 管内経済情勢報告(10月)	管内金融指標(9月)	管内金融指標(10月) 法人企業景気予測調査(平成28年10～12月期)	管内金融指標(各月) 法人企業景気予測調査(平成29年1～3月期) 管内経済情勢報告(1月)
	年間行事						
	情報誌	財務省広報誌「ファイナンス」(4月、5月、6月)	財務省広報誌「ファイナンス」(7月、8月、9月)	財務省広報誌「ファイナンス」(10月)	財務省広報誌「ファイナンス」(11月)	財務省広報誌「ファイナンス」(12月)	財務省広報誌「ファイナンス」(1月、2月、3月)
	会議等	平成28年公認会計士試験・第Ⅱ回短答式(5月29日)	平成28年公認会計士試験・論文式(8月19日～21日)			平成29年公認会計士試験・第Ⅰ回短答式(12月11日)	

農林水産部	項目	H28.第1四半期	H28.第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28.第4四半期
	イベント・式典		宮古水まつり(7/3) 石垣島ダムまつり(7/3) 夏休み地下ダム野外学習会(7/28-29)		八重山農林高校施設見学会(農業農村整備事業・国営事業)(11/7) 6次産業化加工品表彰(11/25)		平成28年度一農ネット交流会in沖縄
	事業関連	平成28年度予算国営土地改良事業の地区概要公表(4/1) 沖縄周辺海域における外国漁船の集中取締実施(～7月)	平成27年度沖縄農林水産業の情勢報告(8月)				
	年間行事	食育月間					
	情報誌	広報誌「aff」(各月) おきなわAFFメール(各月中旬) 広報誌「雨の風」(4月下旬)	広報誌「aff」(各月) おきなわAFFメール(各月中旬)	広報誌「aff」(10月) おきなわAFFメール(10月中旬)	広報誌「aff」(11月) おきなわAFFメール(11月中旬)	広報誌「aff」(12月) おきなわAFFメール(12月中旬)	広報誌「aff」(各月) おきなわAFFメール(各月中旬)
	会議等			沖縄の薬用作物等に関する講演会(10/13) 農業女子による講演会(北部農林高校:10月下旬) 伊是名小学校出前授業(農業農村整備事業・国営事業) 伊江小学校・西小学校出前授業(農業農村整備事業・国営事業)	農業女子による講演会(南部農林高校:11月上旬)	農業女子による講演会(中部農林高校:12月中旬)	
統計	特別展示 消費者の部屋	消費者の部屋特別展示スケジュールの公表	さとうきびに関するパネル展(9/13～9/16) ～おきなわの宝 さとうきびの品種と砂糖の製造等について～	統計データから見た沖縄の農林水産業(10/17～10/21)	沖縄の農産物に関するパネル展(12/6～12/9)	沖縄における農業農村整備事業(12月12日～12月16日) ～国営伊江農業水利事業による地下ダム等の供用開始～	
	統 計	平成27年 漁業・養殖業生産統計(4/26) 平成27年度 春野菜、夏秋野菜等の作付面積、収穫量及び出荷量 併載、平成27年度 きゅうり、なす、トマト及びピーマンの年間計(4/26) 平成27年度 みかんの結果樹面積、収穫量及び出荷量(5/17) 平成27年度 花きの作付(収穫)面積及び出荷量(5/31) 平成27年度 さとうきびの収穫面積及び収穫量(沖縄)(5/31) 平成27年度 さとうきびの収穫面積及び収穫量(沖縄)(5/31) 平成28年 農業構造動態調査(平成28年2月1日現在)	平成28年度 水稲の西南礫地における早期栽培等の作柄概況(7月15日現在) 平成27年 新規就農者調査 平成27年 農業物価指数(平成22年基準) 畜産統計(平成28年2月1日時点) 農業経営統計調査 平成27年度 さとうきび生産費 平成27年 農作物作付(栽培)延べ面積及び耕地利用率 平成27年度 指定野菜(秋冬野菜等)及び指定野菜に準ずる野菜の作付面積、収穫量及び出荷量 併載:平成27年度 野菜(41品目)の作付面積、収穫量及び出荷量(年間計) 平成27年度 バンアップルの収穫面積、収穫量及び出荷量(沖縄県) 平成28年度 水稲の8月15日現在における作柄概況 平成27年 農業経営調査 平成28年度 麦類(子実用)の作付面積(全国)及び収穫量(都府県) 平成28年度 水稲の作付面積及びみみ較確定期における作柄概況	平成28年 果樹及び茶栽培面積(7月15日現在) 平成28年 耕地面積(7月15日現在) 平成28年度 水稲の作付面積及び予想収穫量(10月15日現在) 農業経営統計調査 平成27年 個別経営の経営形態別経営統計(経営収支)	平成28年度 4麦の収穫量 農業経営統計調査 平成27年度 肉用牛生産費[子牛・去勢若齢肥育牛・乳用雄育成牛・乳用雄肥育牛・交雑種育成牛・交雑種肥育牛生産費] 農業経営統計調査 平成27年度 肥育豚生産費 生産者の米穀在庫等調査(平成28年6月末)	平成27年 農業総産出額及び生産農業所得(全国) 平成27年度 水稲の収穫量 平成27年 農業産出額及び生産農業所得(都道府県別)	平成28年度 飼料作物の作付(栽培)面積 平成28年度 かんしよの作付面積及び収穫量 平成28年度 飼料作物の収穫量(牧草、青刈りとうもろこし及びソルゴー) 平成27年 漁業生産額 集落営農実態調査(平成29年2月1日現在) 平成28年 漁業就業動向調査 6次産業化総合調査(平成27年度)

経済産業部	項目	H28.第1四半期	H28.第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28.第4四半期
	イベント・式典		中小企業等経営強化法に関する説明会(7/19) 省エネ関連・パネル展(開催予定) 2016年版経済産業省関係白書の説明会(9/2)	標準化と品質管理沖縄地区大会2016(10月11日)	平成28年度伝統的工芸品産業功労者等表彰(11月末)		
	事業関連	沖縄管内百貨店・スーパー販売動向(2～4月分速報)	沖縄管内百貨店・スーパー販売動向(5～7月分速報)	沖縄管内百貨店・スーパー販売動向(8月分速報)	沖縄管内百貨店・スーパー販売動向(9月分速報)	沖縄管内百貨店・スーパー販売動向(10月分速報)	沖縄管内百貨店・スーパー販売動向(11～1月分速報)
	年間行事						
	情報誌	沖縄総合事務局・経済産業ニュース 第78～80号	沖縄総合事務局・経済産業ニュース 第81～83号	沖縄総合事務局・経済産業ニュース 第84号	沖縄総合事務局・経済産業ニュース 第85号	沖縄総合事務局・経済産業ニュース 第86号	沖縄総合事務局・経済産業ニュース 第87～89号
	会議等						

運輸部	項目	H28.第1四半期	H28.第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28.第4四半期
	イベント・式典	平成28年度陸運及び観光関係功労者沖縄総合事務局長表彰式(5/16) 平成28年度陸運関係功労者陸運事務所長表彰式(6/15) 若年内航船員確保推進事業「海事セミナー」(8/29)	平成28年度海事関係功労者表彰式(7/25) 一日船長任命式(7/25) 中学生海の絵画コンクール作品展示(8/8～12) バリアフリー教室(9/18)	・運輸関係(モノレール)統計調査関係者表彰式(10/14予定)			
	事業関連						
	年間行事	「不正改造車を排除する運動強化月間」(6/1～6/30)	海の月間(7/1～7/31) 点検整備推進運動強化月間(9/1～10/31) 自給自足制度PR月間(9/1～9/30) 船員労働安全衛生月間(9/1～9/30) 秋の全国交通安全運動(9/21～9/30)			年末年始の輸送等に関する安全総点検(12/10～1/10)	
	情報誌						
	会議等		グリーン経営認証講習会(8/25～8/26) 船員災害防止大会(9/1)				

※現時点の予定であり、今後変更及び追加となることもある。

沖縄総合事務局開発建設部
平成28年度広報計画(第3四半期)

①道 路

項目	H28 第1四半期	H28 第2四半期	H28 第3四半期			H28 第4四半期
			H28.10	H28.11	H28.12	
イベント・式典	・パネル出展(奥やんばる鯉のぼりまつり)(5/3)		・パネル出展(やんばるの産業まつり)(10/8、9)			・糸満道路高架橋津波一時避難施設指定に関する協定書締結の調印式および4車開通(3月)
事業関連	・特車取締り(4/12、5/16、6/7)	・ロードキル防止活動(カニさんお助け隊)(7/22、8/19、9/16) ・特車取締り(8/22、9/7) ・名護市自転車道 完成イベント(8/10)	・特車取締り(10月) ・直轄道路における道路冠水箇所の公表について(台風接近前随時)	・特車取締り(11月) ・豊見城道路の開通効果(11月中旬)	・特車取締り(12月)	・特車取締り(1月、2月、3月)
年間行事(国交省関連)		・道路ふれあい月間(8/1～8/31)				
情報誌	・道路情報誌の発刊「アシナビーvol.15」(4/1) ・情報誌「道路行政セミナー(WEB版)」地域の取り組み「道の駅関連」(5月号)	・道路情報誌の発刊「アシナビーvol.16」(7/1)	・道路情報誌の発刊「アシナビーvol.17」			・道路情報誌の発刊「アシナビーvol.18」(1月)
会議等	・平成28年度第1回沖縄県道路メンテナンス会議(6/22)		・平成28年度沖縄県交通安全マネジメント検討会議(第1回)		・平成28年度沖縄県交通安全マネジメント検討会議(第2回)	・平成28年度第2回沖縄県道路メンテナンス会議(2月)

②ダ ム

項目	H28 第1四半期	H28 第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28 第4四半期
イベント・式典	・羽地ダム鯉のぼり祭り(4/30～5/1) ・「森と湖に親しむ旬間」関連パネル展(6/27～7/8)	・「森と湖に親しむ旬間」関連パネル展(6/27～8/7) ・大保ダムまつり(7/2) ・福地ダム夏休み自然体験会(7/17) ・金武ダムまつり(7/23) ・漢那ダムまつり(7/31) ・夏休み親子ダム環境体験学習会(8/3) ・安波ダムクイナまつり(9/17)	・パネル出展(やんばるの産業まつり)(10/8、9)	・湖水友の会ダム管理業務体験ツアー(11月)		
事業関連						
年間行事(国交省関連)		・河川愛護月間(7/1～7/31) ・「森と湖に親しむ旬間」(7/21～7/31)				
情報誌	・北部ダム統管事務所広報誌「4月、5月、6月号」 ・沖縄水ニュースのメルマガ発刊(毎月)	・北部ダム統管事務所広報誌「7月、8月、9月号」 ・沖縄水ニュースのメルマガ発刊(毎月)	・北部ダム統管事務所広報誌「10月号」 ・沖縄水ニュースのメルマガ発刊(毎月)	・北部ダム統管事務所広報誌「11月号」 ・沖縄水ニュースのメルマガ発刊(毎月)	・北部ダム統管事務所広報誌「12月号」 ・沖縄水ニュースのメルマガ発刊(毎月)	・北部ダム統管事務所広報誌「1月、2月、3月号」 ・沖縄水ニュースのメルマガ発刊(毎月)
会議等					・沖縄地方ダム管理フォローアップ委員会(12月)	

③港 湾 ・ 空 港

項目	H28 第1四半期	H28 第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28 第4四半期
イベント・式典		・パネル出展(平良港みなとフェスタ2016)(7/18) ・パネル出展(石垣港みなとまつり)(7/18) ・パネル出展泡瀬ビーチイベント(7/31) ・那覇港海の日企画(7/28、8/19) ・とまりんフェスタ(9/10、11:港湾業務艇「うりずん」体験乗船)	・パネル出展(沖縄市東部祭り)(10月)	・平良港張水地区埋立工事見学会(11月) ・中城湾港港湾施設工事見学会(11月)		・石垣港サンゴ見学会(3月上旬) ・第13回沖縄の空港展(1月～2月) ・中城湾港泡瀬地区環境学習(1月)
事業関連	那覇空港滑走路増設事業現場日記(随時)	・那覇空港滑走路増設事業現場日記(随時)	・那覇空港滑走路増設事業現場日記(随時)	・那覇空港滑走路増設事業現場日記(随時)	・那覇空港滑走路増設事業現場日記(随時)	・那覇空港滑走路増設事業現場日記(随時)
年間行事(国交省関連)		・海の月間(7/1～7/31)				
情報誌	・情報誌「港湾」【港劇場:久米島町(兼城港)】(93巻4月号)(4/25)	・情報誌「港湾」《我が町みなとを再発見》9月号		・情報誌「港湾」《港の現場最前線》11月号		
会議等						

④公 園 ・ 景 観

項目	H28 第1四半期	H28 第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28 第4四半期
イベント・式典	・海洋博公園 マーチングバンドフェスティバル(4/29) ・海洋博公園 GWイベント(4/29～5/8) ・海洋博公園 春の都市緑化月間苗木の無料配布(熱帯ドリームセンター5/4) ・海洋博公園 夕陽の広場アニソンコンサート(6/18～19) ・首里城公園 GWイベント(4/30～5/5) ・首里城公園 日影台解説会(6/19、21)	・海洋博公園 サマーフェスティバル(7/16) ・海洋博公園 夏休みスペシャル(7/23～8/31) ・首里城公園 夏休み体験イベント(8/1～8/21) ・首里城公園 中秋の宴(9/17、18) ・海洋博公園 夕陽鑑賞会(9/17～18) ・首里城公園 日影台解説会(9/22、24、25) ・海洋博公園 亜熱帯緑化事例発表会(9/23)	・海洋博公園 秋の都市緑化月間「苗木の無料配布」(10/1～10/31) ・首里城公園 首里城祭(冊封使行列・冊封儀式 等)(10/28～11/3) ・海洋博公園 海洋文化シンポジウム(10/29)	・首里城公園 首里城祭(冊封使行列・冊封儀式 等)(10/28～11/3) ・海洋博公園 やんばるグルメコンクール(11/19～20)	・首里城公園 日影台解説会(12/21、23、24、25)	・海洋博公園 正月イベント(1/1～1/3) ・海洋博公園 全国トリムマラソン大会(1/15) ・海洋博公園 美ら海花まつり(1月～2月) ・海洋博公園 沖縄国際洋蘭博覧会(2月) ・首里城公園 新春の宴(1/1～1/3) ・首里城公園 百人御物参り(1月) ・首里城公園 日影台解説会(3/18、19、20)
事業関連						
年間行事(国交省関連)	・春の都市緑化推進運動(4/1～6/30) ・まちづくり月間(6/1～6/30)		・都市緑化月間(10/1～10/31)			
情報誌						
会議等						

⑤営繕・防災対策・その他

項目	H28 第1四半期	H28 第2四半期	H28.10	H28.11	H28.12	H28 第4四半期
イベント・式典	・手づくり郷土賞募集(6/27)	・優良業者等表彰式(7/13) ・沖縄ブロック国土交通研究会(7/29) ・防災訓練(風水害)(8/4) ・防災活動の啓発イベント(8/31～9/1)	・パネル出展(おきなわ建設フェスタ)(10/16)	・土木の日関連パネル展(11/14～18) ・公共建築の日 関連イベント(11月) ・「津波防災の日」に関連するパネル展示(11月上旬)		・東日本大震災関連イベント(3月中旬) ・沖縄総合事務局防災訓練(地震・津波)
事業関連	・平成28年度(4月以降)発注予定工事及び業務の公表(4/22) ・建設発生土情報公表(6/30)	・平成28年度(7月以降)発注予定工事及び業務の公表(7/26) ・建設発生土情報公表(9月下旬)	・平成28年度(10月以降)発注予定工事及び業務の公表(10月)		・建設発生土情報公表(12月) ・平成28年度(1月以降)及び平成29年度早期(第1四半期)発注予定工事及び業務の公表(12月) ・平成29年度発注者支援業務等の発注見通しの公表(12月)	・平成29年度開発建設部所管予算・主要事業の概要公表(3月) ・建設発生土情報公表(3月)
年間行事(国交省関連)	・土砂災害防止月間(6/1～6/30)	・防災月間(9/1～9/30)		・建設業取引適正化推進月間(11/1～11/30) ・公共建築月間(11/1～11/30)		
情報誌						
会議等	・入札監視委員会(3月委員会)議事公表(4/22) ・i-Construction推進に関する関係機関との意見交換会(4/18)	・入札監視委員会(6月委員会)議事公表(7/21) ・磁気探査研修(開催場所:那覇市)(7/22、26) ・沖縄不発弾等対策協議会(8/31) ・i-Construction推進に関する関係機関との意見交換会(8/10) ・磁気探査研修(開催場所:名護市)(9/6)	・入札監視委員会(9月委員会)議事公表(10月) ・磁気探査研修(開催場所:沖縄市)(10/14) ・第2回沖縄総合事務局「i-Construction」推進会議の開催(10月) ・ICT活用工事現地講習会(10月)	・防災連絡会(11月) ・磁気探査研修(開催場所:宮古島市)(11月) ・濁水対策連絡協議会(11月上旬)	・事業評価監視委員会(12月)	・入札監視委員会(12月委員会)議事公表(1月)

※現時点の予定であり、今後変更及び追加となることもある。