

4月から、仕事の都合で何年かぶりに東京生活を始めることになった。せっかくの機会だから、休日は文化や情報が集中する都を探訪している。

先日、全国の都道府県や一部市町村が独自に都内に構えているアンテナショップを訪れてみた。6年間三沢市のまちづくりアドバイザーをさせていたこともあり、ついついショッピングを楽しむと言うよりは、取材の目線で見ってしまった。

国の地方創生方針も後押ししているのが、総じて情報発信や物産紹介、あるいは観光PRなど、各自治体の取り組み姿勢が積極的であることが感じられた。その効果の度合いはお客さまの数やにぎわい、あるいは各店舗のスタッフの様相でおおよそ想像できる。

今回は特に北東北3県に焦点を当ててのぞいた。特に印象に残ったのは岩手県であった。店内はお客さまでにぎわっていた。商品は多種多彩、陳列は垢抜けて見えた。観光地の紹介、休憩コーナーも充実しており、気軽に利用できた。さらに、スタッフの対応に好感が持てた。

商品の数「西高東低」?

この岩手県ショップは東銀座で歌舞伎座前という極めて地の利を得ている。

地の利で言えば、秋田県も、JR品川駅真向かいのじゃれた

私見 Sunday 創見

青森県のアンテナショップ

い、入って秋田の味覚を味わいたくなる誘惑をしている。赴くまま、全国のショップが集中している有楽町の交通会館にも足を伸ばしてみた。館内には14店もあり、それぞれ創意工

北郡の商品を探してみたが、目に入ってこない。目立つのは津軽・下北地方のものである。八戸市や十和田市あるいは六戸町や東北町の商品もあるが、「西高東低」の感は否めない。気になって、登録正会員の会社(団体)を調べてみると、全部で620余りに及ぶが、市町村ごとだと、たったの6社(団体)というところもある。

下谷 栄治

NORD58
顧問事務所代表



しもや・えいじ
1951年、北海道生まれ。エネルギーダクト取組む。おむちわおもち。室蘭工業大学卒業。

夫しながら、特徴を出すべく競い合っているように見える。こちらは一カ所で全国の文化や食に触れることができるほか、観光に限らずさまざまな地方の情報入手が容易である。

さらに、6社のうち1社の経営者は地域の特産であるゴボウを加工・販売することを通して、地域興しや人づくりをリードする若いアグレッシブな方であるが、氏はその地元の御仁でない。青森県の特産品販売ショップはほかに、中央区新富町と品川区戸越銀座にもある。両方とも訪れてみたが、やはり上北地域の商品は多くはない。上北地域に思いを持つ人間としてはいささか不本意である。

交通会館をはじめ、多くのアンテナショップは、日本橋、銀座に入って、三沢市を含め上

都内の一等地にショップを構えるにしても、あるいは個々の会員がそのショップに出品するにしても、利益とコストとの見合いで難しい問題があることは想像に難くないが、「隣の花は赤い」と言うことなのだろうか。