

アンテナショップとOR

01702110 (財)ふるさと情報センター 吉田 肇 YOSHIDA Hajime

はじめに

一昨年「ガット・ウルグアイ・ラウンド（UR）」農業合意によるコメの部分開放、農産物の関税化等は、我が国の農業・農村、中でも「中山間地域」と呼ばれる平地の少ない条件不利な農山漁村に大きな影響を与えることが懸念されている。このため、都市と農山漁村の交流を通じた地域活性化を図る様々な取り組みが行われているが、このうち、地方の自治体等が大都市に設置した「アンテナショップ」は、一過性の物産展やイベントとは異なり、都市生活者のニーズを的確に捉えて地域活性化にフィードバックできるものとして農山漁村の関心が高いものである。しかしながら、費用面・ノウハウ面等からも、市町村単独では開設・運営が難しく、一部の自治体による設置にとどまっているのが現状である。

1. 「ふるさとプラザ東京」の概要

「ふるさとプラザ東京」は、原宿の商業テナントビル「ラフォーレ原宿パートⅡ」の1階、地下1階及び地下2階の3フロアで展開する。単に、中山間地域の特産品や食材を展示・販売するだけではなく、農山漁村の自治体や農協、森林組合、漁協、商工会、第3セクター、団体等と都市生活者、食品産業、流通関係者等が一体となった参加型の交流企画を実施し、ヒューマンネットワークの形成と専門家支援による商品化や事業化等、即効性と実効性のあるむらおこしにつなげていくため、多様な機能を持った総合的な情報発信とふれあい交流の拠点とする。

平成8年度には関西圏にも設置の予定である。

■「ふるさとプラザ東京」の施設諸元■

- 所在地：〒150 東京都渋谷区神宮前1-8-10
ラフォーレ原宿パートⅡ
- フロア構成：<1階>イベントコーナー、情報コーナー等 255m²
<地下1階>ふるさと産品ショップ 371m²
<地下2階>多目的コーナー、オフィス 315m²
- 運営主体：財団法人ふるさと情報センター
- オープン：平成7年11月18日
- 連絡先：TEL 03-5413-2310/FAX 03-5413-2300
- 開館時間：10:00～19:00(地下2階は22:00迄)
- 休館日：1階は年4日間、地下1階及び地下2階は月2日間及び年末年始
- 入館料：無料

2. アンテナショップにおける問題設定

いわば「アンテナショップの専門店街（集合体）」である「ふるさとプラザ」の施設整備・運営に当たっては、他に類を見ない画期的な取り組みであるだけに、様々な問題にも直面している。また、最適化問題、シミュレーション等OR的発想の導入が考えられる分野も多く、来館者（都市生活者等）はもちろん、出店者（市町村等）や運営者（事業主体等）など、多くの関係者からの多様なニーズを的確に受け止めた上でさらなる改善が求められるが、筆者なりにその一例を整理してみると次の通りである。

- (1) 最適化問題（場所選定、業者選定、出店テナント調整・入替えなど）
- (2) 情報発信（広報・パブリシティ戦略、イベント調整、サイン計画など）
- (3) POS集計（売れ筋商品分析、売上管理など）
- (4) 都市側反応調査（アンケート調査、グループ・インタビュー調査など）
- (5) オペレーション（在庫管理、共同配送、要員管理、意思決定など）
- (6) シミュレーション（事業収支計画、入場者予測、予算管理など）

3. ケース・スタディ

ここでは、「ふるさとプラザ東京」地下1階の「ふるさと産品ショップ」（19出店ブースで構成）に導入した共通レジでのPOSシステムから得られた平成7年11～12月の売上データに基づく簡単な集計結果等から、都市生活者の有する消費者ニーズについての若干の考察を試みた。

(1) 金額別集計

ベスト5位で見ると、「サケの薫製」「アルコール度36度の清酒」「バター入りじゃがいも真空パック」「干し柿」「タラコ」と続き、年末年始を控えた時期であり、ふるさと食材を活かした加工品が都市生活者に支持されたと考えられる。

(2) 点数別集計

ベスト5位で見ると、「バター入りじゃがいも真空パック」「柿」「納豆」「味付納豆」「柿」と続き、平均単価も200～300円台と安価で軽量なものが多く、持ち帰りも可能な小ぶりの産品が原宿の来街者にマッチしたと考えられる。

結びにかえて

「ふるさとプラザ」は、農林水産省がUR農業合意関連対策の一環として、平成7年度から開始した「中山間・都市交流拠点整備事業」に基づいて整備・運営した舞台にすぎず、農山漁村が都市部に進出して主体的に情報発信を行う場であり、その活動成果を今後どのように活かしていくのかが自他ともに問われている。