

令和6年度 アンテナショップ報告会

今年度のアンテナショップにおける取組状況

とっとり・おかやま新橋館 物販店舗
運営事業者：株式会社天満屋

2025年3月17日（月）

○店舗コンセプト

※以下のコンセプトを掲げ、

令和6年4月25日（木）のリニューアルオープンより運営を行ってまいりました。

ももてなし感動アンテナショップ

弊社の会社ビジョンは、
『ありがとう』があふれる地域一番の“おもてなし感動デパート”になる です。
地域のお客様の暮らしを豊かにするために、
天満屋は「地域貢献」と「顧客満足」の追求を続けてきました。
変わらないものを守りながら、
お客様の求めるニーズや期待に応えて進化を続けていくことが、我々の責務です。

私たちはこのビジョン“おもてなし感動デパート”を、
「とっとり・おかやま新橋館」で体現し
『ありがとう』があふれる地域一番の“ももてなし感動アンテナショップ”
を、目指します。

○リニューアルオープンに際し、以下の変更を実践しました。

①店内ショーウィンドウの新設

※街を歩く多くの方に、鳥取県/岡山県の魅力を知っていただくため、ショーウィンドウを設置、季節の提案をしていきます。



②店内レイアウトの変更

レイアウトについて

現在のコンセプトを活かしつつ、お客様が来店しやすいようなご提案（イベント・シーズン提案）を打ち出します。

特に、下記の2点に取り組みます。

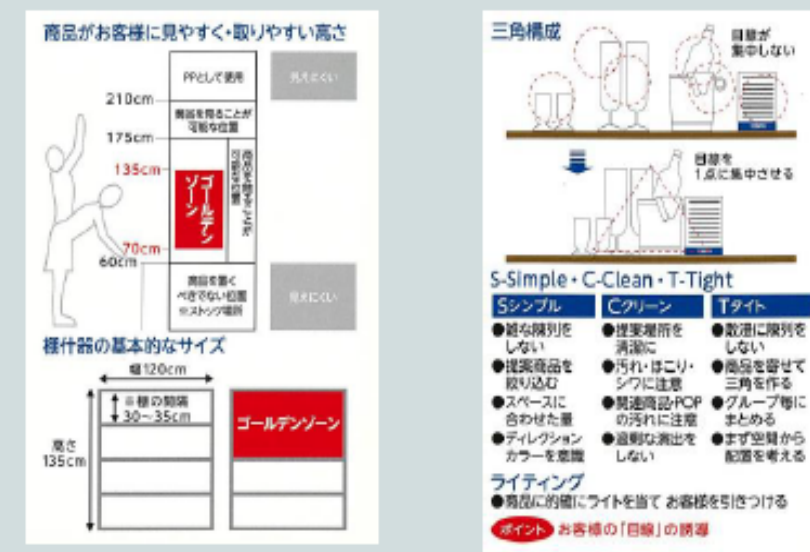
①顧客満足向上

- ・ いつ来ても人気の商品が買える
- ・ 常に新しい提案がある

②地域事業者様のアピール

- ・ お客様（首都圏ニーズ）に対応した両県の商品
- ・ それを作っている生産者のストーリーを伝える

アンケートやテストマーケティングを積極的に行い、お客様より頂いた情報は地域事業者様へフィードバックを行います。



MDPマニュアルの活用

お客様にとって「わかりやすい」売場をつくるために
弊社内で使用しているマニュアルを活用し、全スタッフ
が実施できるよう教育します。

MDP (merchandise presentation) とは、
商品陳列そのものと美観配置の手法、それによる展開統制

■リニューアルオープン後の取り組みについて

②店内レイアウトの変更

■雑貨 イベント



雑貨イベントスペースの充実
POPUPショップとしての活用

■雑貨



■新商品プロモーション

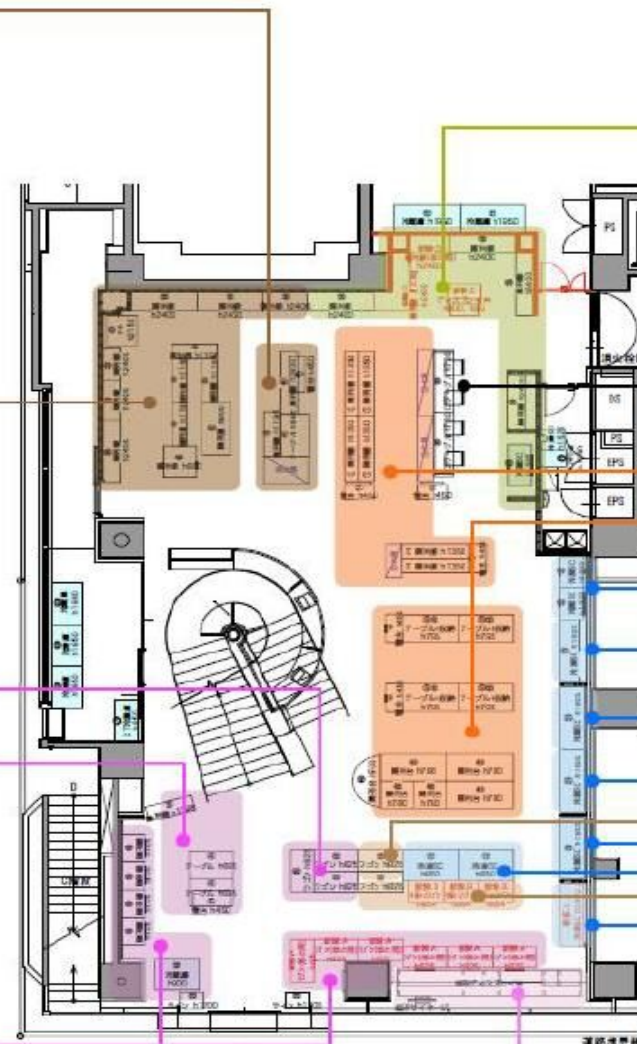
新商品や話題の商品を
展開し、お客様に新た
な興味や好奇心を刺激

■シーズン提案

■イベント



イベントコーナーを充実
毎週の週替わりイベントを実施
店内への入口として、お客様に进店して
もらいやすい活気づくりを実施



■ディスプレイ (PR)

■酒



■イートインコーナー

ソフトクリームサー
バーの窓口近くにイー
トインコーナーを変更
お酒の有料試飲イベン
トも可能

■加工食品

■菓子



■米飯

■チルドドリンク

■冷凍スイーツ

■畜肉加工

■水産加工

■生鮮品

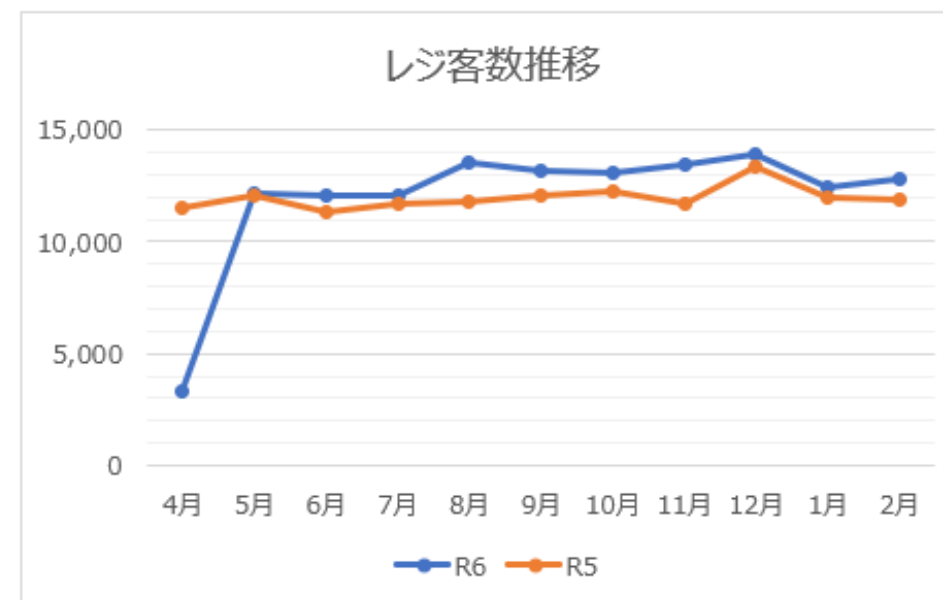
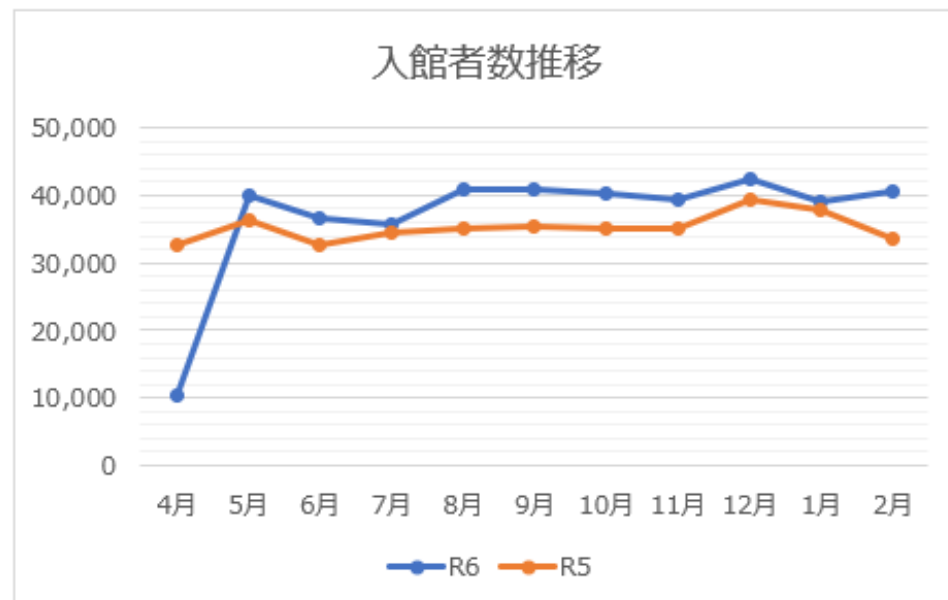
■冷凍食品 (惣菜系)

■冷凍食品 (水産系)

■パンお取り寄せ



入館者数・レジ客数推移



単位：人

令和6年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	合計
入館者数	10,519	39,881	36,769	35,583	40,809	40,922	40,128	39,323	42,473	39,086	40,518	406,011
レジ客数	3,337	12,177	12,032	12,097	13,536	13,173	13,045	13,418	13,913	12,427	12,851	132,006
前年比	28.9%	100.7%	106.1%	103.8%	115.2%	109.3%	106.5%	114.9%	104.0%	103.4%	108.5%	100.3%
買上率	31.7%	30.5%	32.7%	34.0%	33.2%	32.2%	32.5%	34.1%	32.8%	31.8%	31.7%	32.5%

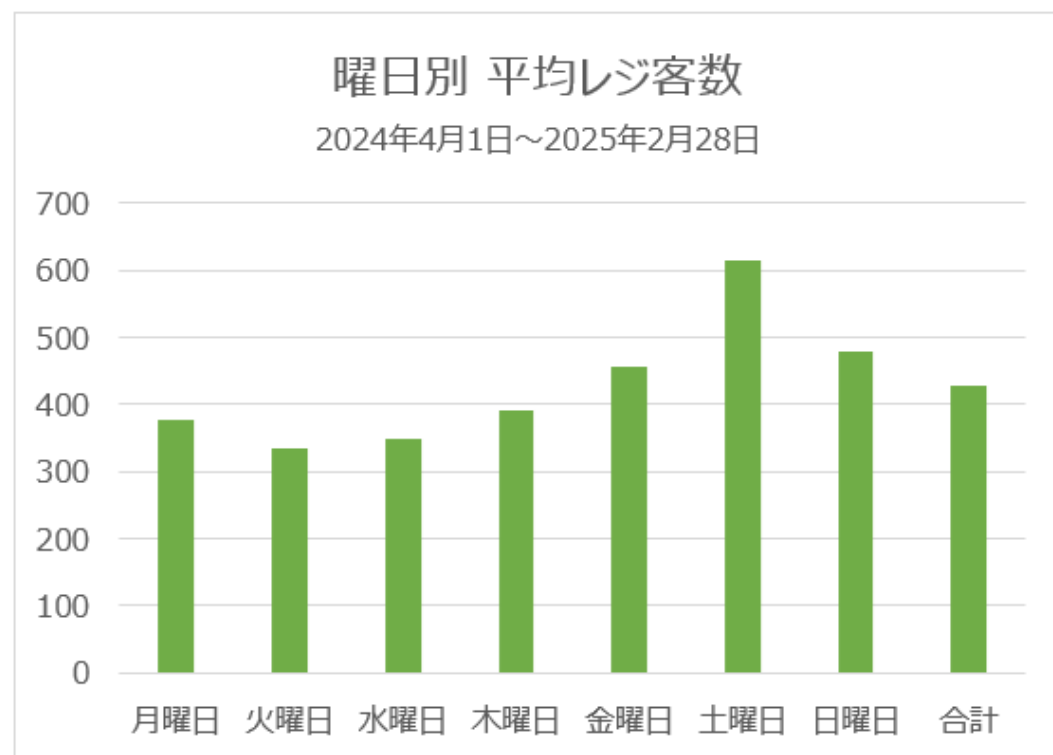
特殊要因
4/25
リニューアル

10周年

令和5年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	合計
入館者数	32,519	36,162	32,766	34,424	35,086	35,376	35,167	35,002	39,342	37,811	33,639	387,294
レジ客数	11,544	12,097	11,336	11,658	11,748	12,048	12,249	11,683	13,382	12,022	11,841	131,608
買上率	35.5%	33.5%	34.6%	33.9%	33.5%	34.1%	34.8%	33.4%	34.0%	31.8%	35.2%	34.0%

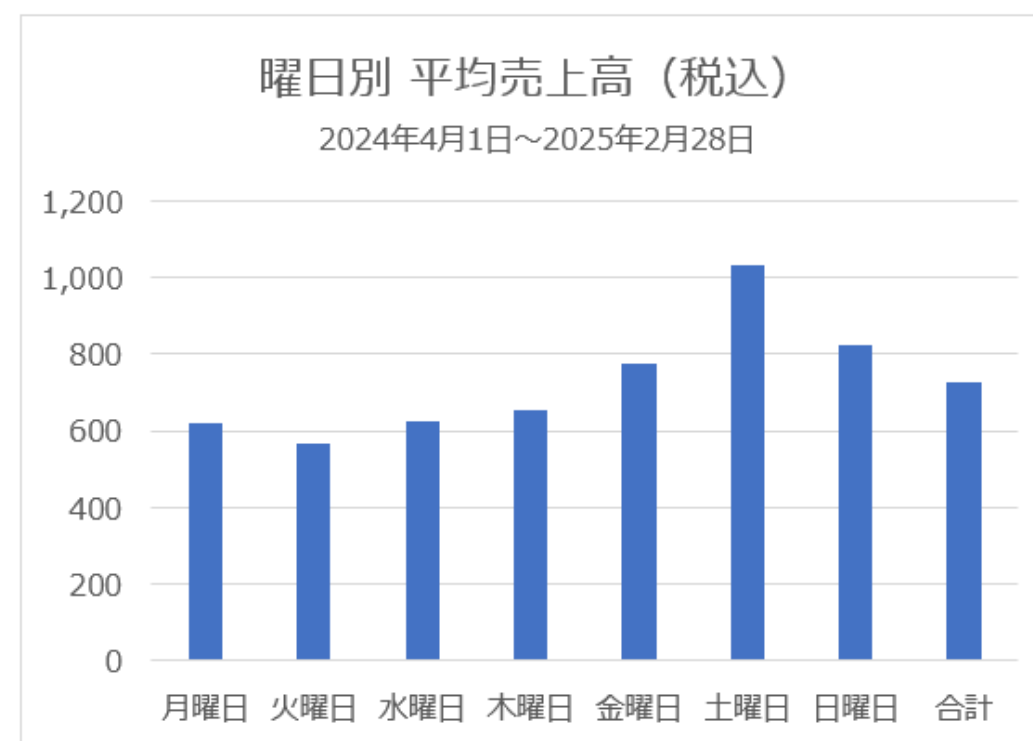
- ・リニューアル後、入館客数・レジ客数は前年超えを推移
- ・テレビ放映の影響のあった8月、ショップ10周年企画の11月が顕著に伸長
- ・買い上げ率、客単価を向上させることが課題

曜日別レジ客数



単位：人

月	火	水	木	金	土	日	合計
373.2	341.9	352.3	379.7	445.9	631.1	481.3	428.6

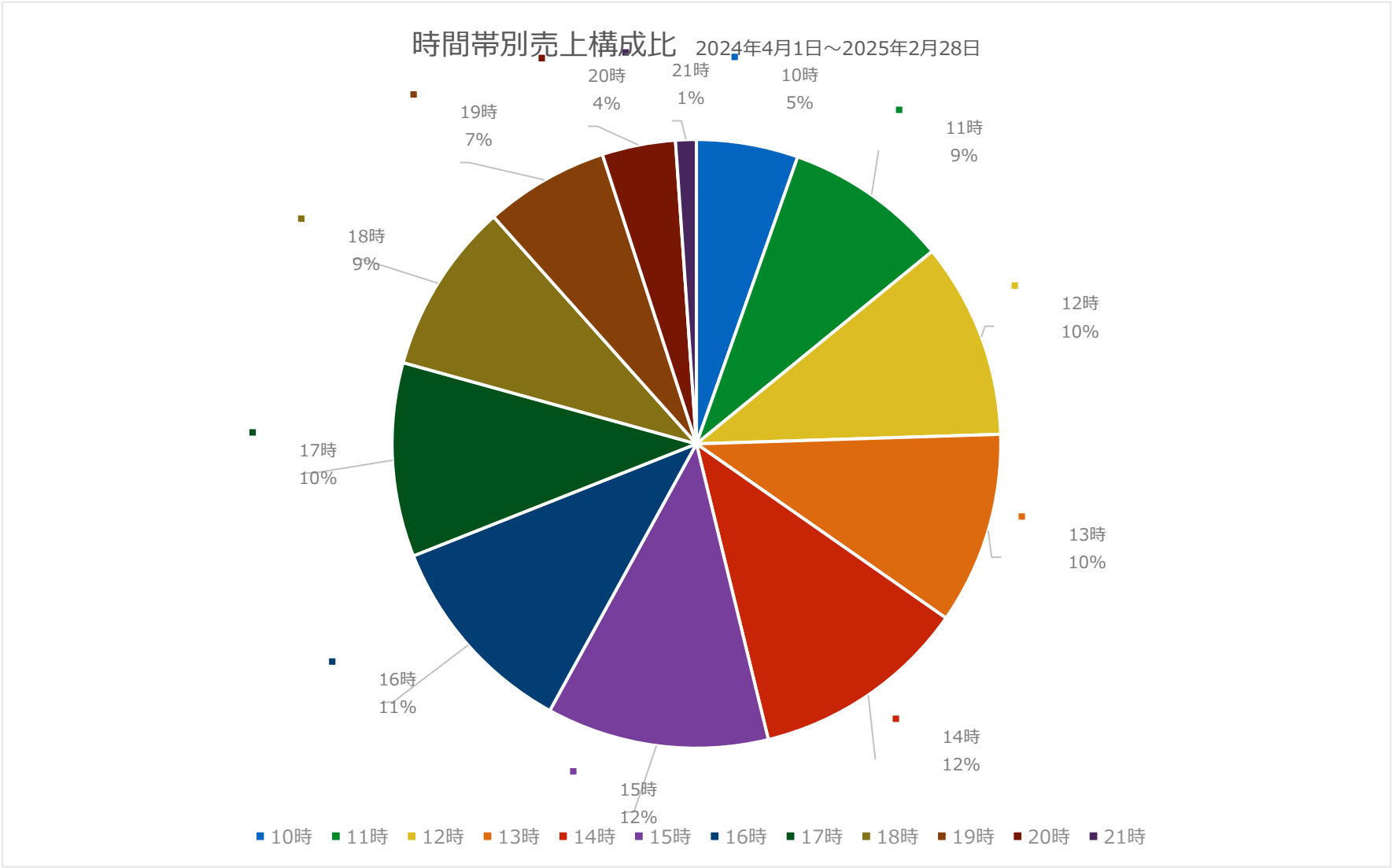


単位：千円（税込）

月	火	水	木	金	土	日	合計
621	582	639	631	763	1,056	822	729

- ・①月曜～木曜、②金曜・日曜、③土曜の3パターンに顕著にわかれる
- ・イベント入れ替えの多い、月曜～水曜は苦戦傾向
- ・取り寄せ品の集中する金曜～日曜に客数、売上高が集中
- ・平日の売上向上、週末の購買転嫁率の向上が課題

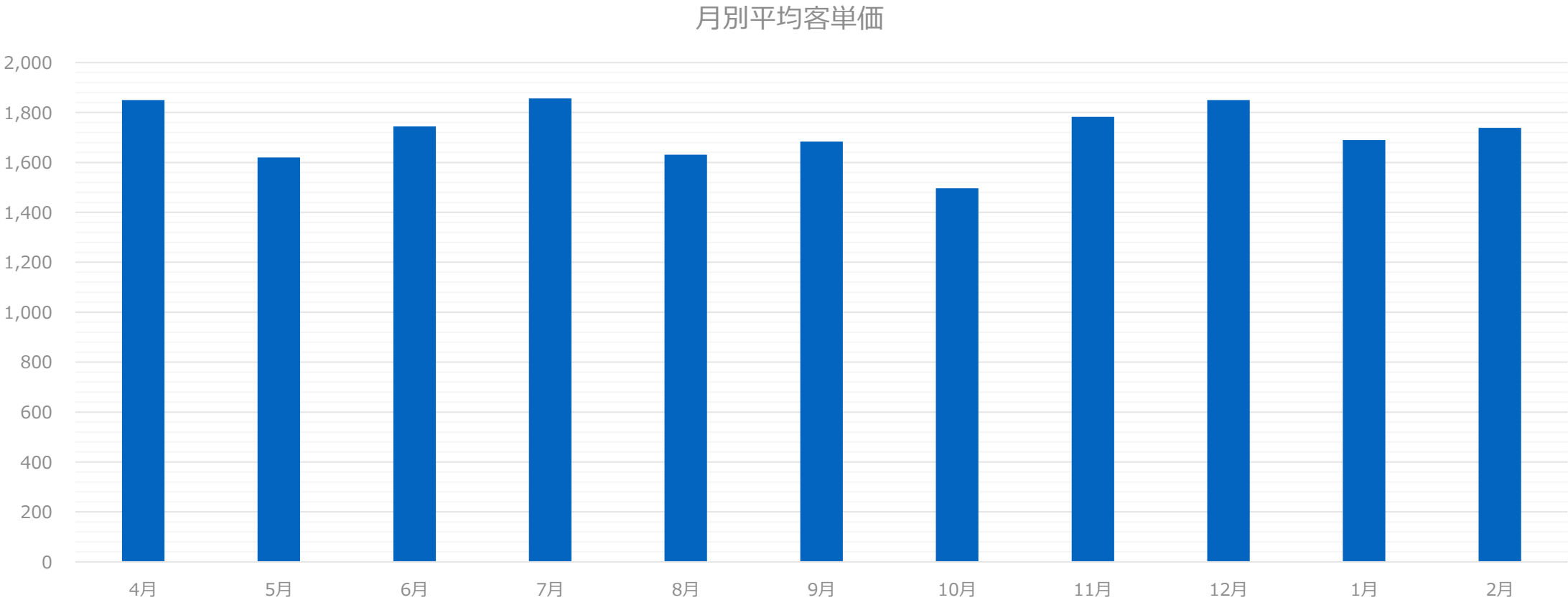
時間帯別売上構成比



時間帯	10時	11時	12時	13時	14時	15時	16時	17時	18時	19時	20時	21時
構成比	5.4%	8.7%	10.4%	10.2%	11.5%	11.8%	11.0%	10.3%	9.1%	6.6%	3.9%	1.1%

- ・ 14時～16時に売上構成比が集中、大きなピークではなく、継続的にお客様が購買
- ・ 午前中の目玉が課題となるが、商品入荷が午後のため、苦戦
- ・ 駅前立地もあり、就業後のサラリーマン向けの集客も思案必要

月別客単価



単位：円（税込）

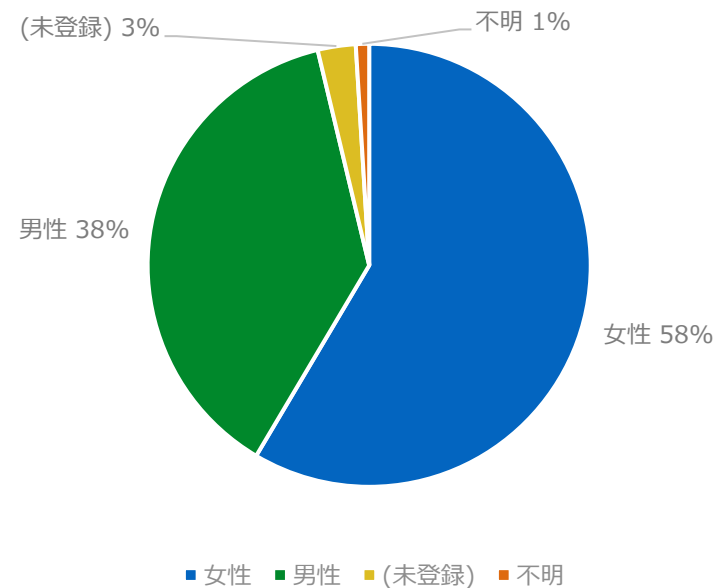
月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
客単価	1,850	1,620	1,744	1,856	1,631	1,683	1,497	1,783	1,850	1,690	1,739

- ・ギフト時期（6月、7月、11月、12月）の単価向上が顕著
- ・8月はイベントによる集客はあり、客単価は低下
- ・11月のギフト、12月の年末年始商材の強化にて、単価向上を思案

客層割合

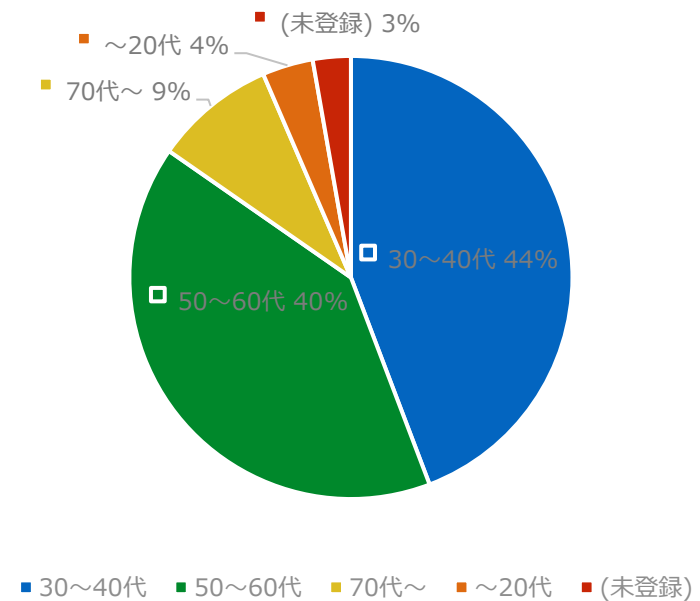
男女比別 売上構成比

2024年4月1日～2025年2月28日



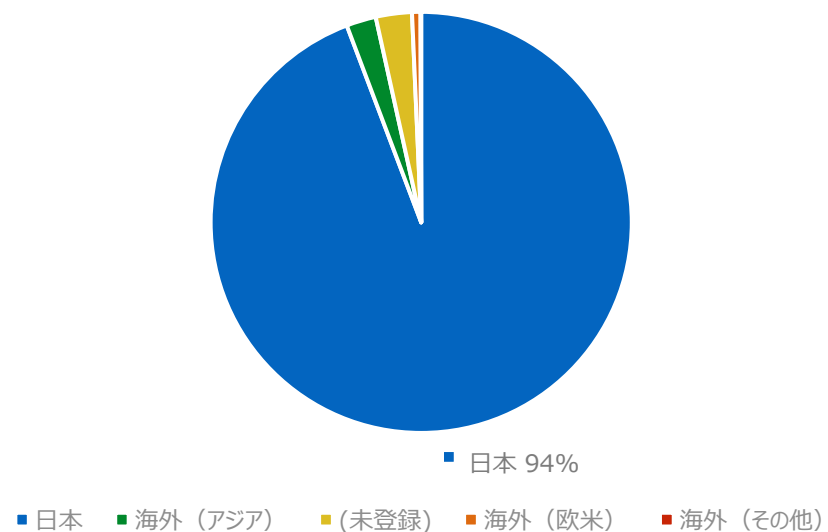
年代別 売上構成比

2024年4月1日～2025年2月28日



国別 売上構成比

2024年4月1日～12月31日



- ・ 圧倒的に日本人需要が多い
- ・ 女性6割はデイリー品、お土産など様々な印象
- ・ 男性はお土産需要が多い印象
- ・ 働く世代の構成比が高く、平日の集客を思案
- ・ SNSでの配信、ネットでの販売も強化必要

全体

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(岡) 豊縁	豊縁	200	9,558
2	(岡) 大手饅頭 大手饅頭4個入り	(岡) 和・生菓子	361	6,243
3	(岡) 廣榮堂 元祖きびだんご10個入	(岡) きびだんご	450	5,419
4	(岡) 大手饅頭 大手饅頭10個入り	(岡) 和・生菓子	900	3,635
5	(岡) 金萬堂 きび田楽 5ヶ入	(岡) 焼き菓子	260	3,531
6	(岡) 橘香堂 むらすづめ	(岡) 焼き菓子	167	3,278
7	(岡) 古見屋羊羹 高瀬舟羊羹 7個入	(岡) 焼き菓子	509	2,563
8	(岡) 岡山木村屋 バナナクリームロール	(岡) パン	173	2,370
9	(岡) 廣榮堂 白桃きびだんご10個入	(岡) きびだんご	450	2,207
10	(岡) 梶谷食品 梶谷のシガーフライ	(岡) 焼き菓子	208	2,206

鳥取県

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(鳥) 大山乳業 白バラコーヒー200	(鳥) 牛乳・乳飲料	107	4,143
2	(鳥) 寿製菓 因幡の白うさぎ	(鳥) 焼き菓子	720	2,695
3	(鳥) 大山乳業 白バラコーヒー500	(鳥) 牛乳・乳飲料	182	2,571

- ・ 菓子を中心に人気。イベント出店やまとめ買いの数量も影響あり
- ・ 豊縁は以前からの顧客、リピーターが根強く、まとめ買いも見受けられる
- ・ 週3回入荷のパンも問い合わせあり

菓子類

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(岡)大手饅頭 大手饅頭4個入り	(岡)和・生菓子	361	6,243
2	(岡)廣榮堂 元祖きびだんご10個入	(岡)きびだんご	450	5,419
3	(岡)大手饅頭 大手饅頭10個入り	(岡)和・生菓子	900	3,635
4	(岡)金萬堂 きび田楽 5ヶ入	(岡)焼き菓子	260	3,531
5	(岡)橘香堂 むらすづめ	(岡)焼き菓子	167	3,278
6	(岡)古見屋羊羹 高瀬舟羊羹 7個入	(岡)焼き菓子	509	2,563
7	(岡)廣榮堂 白桃きびだんご10個入	(岡)きびだんご	450	2,207
8	(岡)梶谷食品 梶谷のシガーフライ	(岡)焼き菓子	208	2,206
9	(岡)福岡製菓所 元祖もんきーばななかすてら	(岡)焼き菓子	150	1,997
10	(岡)橘香堂 むらすづめ	(岡)焼き菓子	630	1,993

鳥取県

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(鳥)寿製菓 因幡の白うさぎ	(鳥)焼き菓子	720	2,695
2	(鳥)石谷精華堂 打吹公園だんご	(鳥)和・生菓子	600	1,722
3	(鳥)宝製菓 大風呂敷2個	(鳥)焼き菓子	400	1,468

- ・ 価格帯にばらつきがあるものの、個々包装の菓子が人気
- ・ お土産需要として、大手饅頭、きびだんごが点数牽引
- ・ 店外イベントではシガーフライ、ばななかすてらも人気
- ・ 菓子の季節商材、目玉商品、お土産需要公的品の発掘と普及が課題

一般食品等

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(岡)岡山木村屋 バナナクリームロール	(岡)パン	173	2,370
2	(岡)山珍 豚まんじゅう	(岡)惣菜・冷凍	1,462	2,104
3	ソフトクリーム(桃)	(岡)ソフトクリーム	500	2,081
4	(岡)蒜山酪農農業協同組合 蒜山ジャージーヨーグルト	(岡)ヨーグルト	150	2,069
5	(岡)蒜山酪農農業協同組合 蒜山酪農カフェオレ	(岡)牛乳・乳飲料	154	2,004
6	(岡)岡山県漁連 ままかりの酢漬	(岡)その他 水産加工品	400	1,785
7	(岡)蛇口から白桃ジュース	イトイン	463	1,739
8	(岡)岡山木村屋 コーヒーロール	(岡)パン	173	1,461
9	(岡)はせい ねぎしょうが天	(岡)その他 水産加工品	260	1,392
10	(岡)岡山木村屋 たくあんサラダロール	(岡)パン	211	1,340

鳥取県

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(鳥)大山乳業 白バラコーヒー200	(鳥)牛乳・乳飲料	107	4,143
2	(鳥)大山乳業 白バラコーヒー500	(鳥)牛乳・乳飲料	182	2,571
3	(鳥)大山乳業 白バラフルーツ200	(鳥)牛乳・乳飲料	107	2,360

- ・ 週1, 週3回入荷のパン、取り寄せ品が牽引
- ・ 夏場だけでなく、秋冬にもソフトクリームの需要高い
- ・ 水産品、乳製品のデイリー品はリピーターによる人気高い

酒類

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(岡)JR PREMIUM SELECT SETOUCHI 岡山育ちのシャインマスカット	(岡)その他お酒	250	494
2	(岡)JR PREMIUM SELECT SETOUCHI 岡山育ちの白桃	(岡)その他お酒	204	481
3	(岡)JR PREMIUM SELECT SETOUCHI 岡山シャインマスカットCHU-HI	(岡)その他お酒	250	442
4	(岡)宮下酒造 独歩ゴールドンラガー	(岡)お酒	450	439
5	(岡)JR PREMIUM SELECT SETOUCHI 岡山白桃CHU-HI	(岡)その他お酒	250	403
6	(岡)宮下酒造 独歩ホワイトエール	(岡)お酒	450	370
7	(岡)宮下酒造 独歩 缶ビール	(岡)ビール類	300	287
8	(岡)宮下酒造 独歩 ピール	(岡)ビール類	400	222
9	(岡)三光 ひのくち 生原酒	(岡)日本酒	324	192
10	(岡)宮下酒造 独歩 マスカットピルス	(岡)ビール類	450	184

鳥取県

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(鳥)鳥取産二十世紀梨チューハイ	(鳥)ワイン・果実酒	170	664
2	(鳥)千代むすび 千代むすび 鬼太郎純吟カップ	(鳥)その他お酒	500	230
3	(鳥)諏訪泉 純米酒うさぎラベル	(鳥)日本酒	380	207

- ・ 男女問わず、チューハイが人気。価格の買いやすさと飲みやすさがリピーターとなっている
- ・ 瓶ビールも人気、イートインコーナーにて飲まれる方も含まれる
- ・ カップの日本酒も人気、飲み比べの需要あり

非食品・雑貨

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(岡) 畳縁	畳縁	200	9,386
2	(岡) kojimaberi 畳縁(約1.5m) / アソート	(岡) 雑貨	300	495
3	(岡) 岡山レース	(岡) 雑貨	-	428
4	(岡) 日本貿易産業	(岡) 雑貨	-	323
5	(岡) コトブキ被服	(岡) 雑貨	-	229
6	(岡) kojimaberi 畳縁の小銭入れ	(岡) 雑貨	600	221
7	(岡) 日本オリーブ オリーブマン グリーン[ーション](果汁水)	(岡) 雑貨	1,000	209
8	(岡) V7V7 歯ブラシ コンパクトヘッド	(岡) 雑貨	250	143
9	(岡) kojimaberi 畳縁のZIP小銭入れ	(岡) 雑貨	900	141
10	(岡) V7V7 歯ブラシ レギュラーヘッド	(岡) 雑貨	250	117

鳥取県

順位	商品名	部門名	本体価格	販売点数
1	(鳥) コナン探偵社ポストカード(原画)	(鳥) 雑貨	190	332
2	(鳥) 妖怪舎 目玉おやじのお風呂玉	(鳥) 雑貨	500	275
3	(鳥) 妖怪舎 いったんメモ	(鳥) 雑貨	400	223

- ・ 畳縁が9,000点を超える実績、小物雑貨以前からのリピーターによる実績獲得
- ・ 岡山レース、コトブキ被服はPOPUPによる影響あり
- ・ 歯ブラシも以前からのリピーターによる実績

7月～9月 桃・ぶどうフェア



- ・果物のメインとなる桃とブドウは中期的期間にて実施
- ・ギフト需要、デイリー品含めて展開を強化
- ・事前に問い合わせもあり、展開好調
- ・桃の蛇口ジュースはテレビの影響もあり好調
- ・中元期は配送のご依頼も増加
- ・果物だけでなく、関連商品の販売は課題





12月～1月 牡蠣・鍋フェア

- ・ 日生牡蠣を蟹、鍋フェアと共に展開
- ・ 円盤、レンジアップ共に人気、問い合わせあり
- ・ 牡蠣展開は寒さも続き、3月上旬まで実施



- ・ 1週間～10日間でのPOPUP販売
- ・ 接客販売を中心とし、セット販売や単価向上
- ・ 土日为中心となるが、平日の客単価向上

プロモーションゾーンイベント→チャレンジ商品への連携



■取り組み

- ・鳥取県、岡山県の事業として、イベントを継続実施
- ・生産者様、メーカー様が実際に来店しての販売を行い、お客様の生の声を集約していただく
- ・実際にその場で商談を行うことができ、店頭での販売へ移行
- ・チャレンジ商品として1か月の販売を実施
- ・新規取り扱いコーナーを設置しての取り扱いを実施

■課題

- ・都心での販売、アンテナショップでの特性を生かした商品の展開
- ・通常陳列販売だけでなく、イベント・ポップアップを活かした販路拡大
- ・継続した展開への連携

■ 外販の取り組みについて

18



10月アゼリア川崎 岡山物産展



1月 日本生命 おかやまフェア

9月 岡山県人会
東京KITTE 特産会
10月 警視庁 鳥取フェア 3日間
川崎アゼリア 岡山物産展
明治安田生命 おかやまフェア

11月 千葉銀行 マルシェ
丸の内トラストタワー おかやまフェア
12月 東京ビックサイト 移住交流フェア
1月 西武東戸塚SC うまいものフェア
日本生命丸の内ビル おかやまフェア

■ 商況

- ・ お菓子、パンが人気。特にパンはお昼時の需要により盛況。
- ・ 菓子はショップ同様に、きびだんご、大手饅頭が主軸。
- ・ 次年度は各取引先からも販売応援などを依頼し、試食・試飲販売など、活性化してまいりたい。

「ももてなし感動アンテナショップ」の実現に向けて

以下の強みを最大限に活かし、両県の魅力アップを行います。

190余年の小売業で培ってきた実績

両県に拠点があることによるローカルな視点と地元の信頼

One to Oneの接客サービスとホスピタリティ

地域と一緒にあって両県の誇りと魅力を伝え、地域の活性化と発展に貢献することを目指します。