



# 飯豊町 スタディーツアー報告

---

6120303 野島彩永・8320313 野尻栞音・8620504 工藤優真



# 報告内容

## Agenda

---

01

問題設定/調査概要

Project task/  
Research details

02

各アンテナショップ  
比較分析

Comparison/Analysis of  
antenna shops

03

アンテナショップIIDE  
課題/提案

Issues/Proposals  
for Antenna Shop IIDE





# 01

## 問題設定/調査概要

Project task/Research details

# 問題設定

Project task



アンテナショップIIDEの現状を比較・分析し、  
「飯豊町の東京拠点」「情報発信」「交流」「物販」など様々な  
視点から、アンテナショップに求められる機能について考える。

By comparing/analyzing the current situation of the Antenna Shop IIDE, we figure out the roles of antenna shops in general from several perspectives such as “Iide town’s base in Tokyo”, “information offering”, “interaction” and “product sales”.

→分析結果の報告・課題解決のための提案

Sharing research results・Giving suggestions for problem solution



# 方法

Method

---

- **山形/飯豊町について知る Learn about Yamagata/Iide town**
  - 2/1 山形東京事務所講義 Lecture by Yamagata office in Tokyo
  - 2/2 オンラインキッチン体験 Online cooking
  - 2/3 置賜×港区の取り組みについて知る OkitamaxMinato
  - 2/4 アンテナショップIIDE誕生経緯を学ぶ Story about Antenna Shop IIDE
- **アンテナショップ訪問 Visit antenna shops**
  - 2/1 おいしい山形プラザ/かほくらし/  
他都道府県のアンテナショップ訪問 Visiting antenna shops
  - 2/3 アンテナショップIIDE訪問 Visiting Antenna Shop IIDE

# 報告

## Final Presentation

---

- **各アンテナショップの分析** Analysis of each Antenna Shop
  - おいしい山形プラザ Oishii Yamagata plaza
  - かほくらし Kahokurashi
- **アンテナショップIIDE/課題と提案**  
Antenna Shop IIDE/Issues and Proposals



# 02

## 各アンテナショップ比較分析

Comparison/Analysis of antenna shops

- 
- 
1. おいしい山形プラザ Oishi Yamagata Plaza
  2. かほくらし Kahokurashi

# 1. おいしい山形プラザ

## Oishii Yamagata Plaza

📍 東京都中央区銀座1-5-10

- ・ **山形県**のアンテナショップ

An antenna shop of Yamagata prefecture

- ・ 1F:特産品販売コーナー

Shop for local specialties

- 2F:レストラン 「ヤマガタ サンダンデロ」

Restaurant "Yamagata Sandandelo"

- 観光情報コーナー

Tourism information center





# アンテナショップの役割(参考)

## Roles of the antenna shop

### ・設置目的 Goals

アンテナショップ＝首都圏での山形県の窓、首都圏との懸け橋

→山形を知っていただく、山形県産品を買っていただく、  
山形に来ていただく

Letting people know about Yamagata, buy Yamagata products, and come to Yamagata.

### ・ターゲット Targets

- 山形に興味のある方々全て People who are interested in Yamagata
- 本物の良さ/価値に共感していただける中高年層  
Middle-aged and older people who understand the value of "real" things
- 周辺に勤務されている方 People who work in the area
- 周辺の飲食店シェフや料理人の方々 Chefs and cooks at restaurants in the area

# 商品陳列における工夫

Designing product displays

- ・ **生産地**が見える工夫

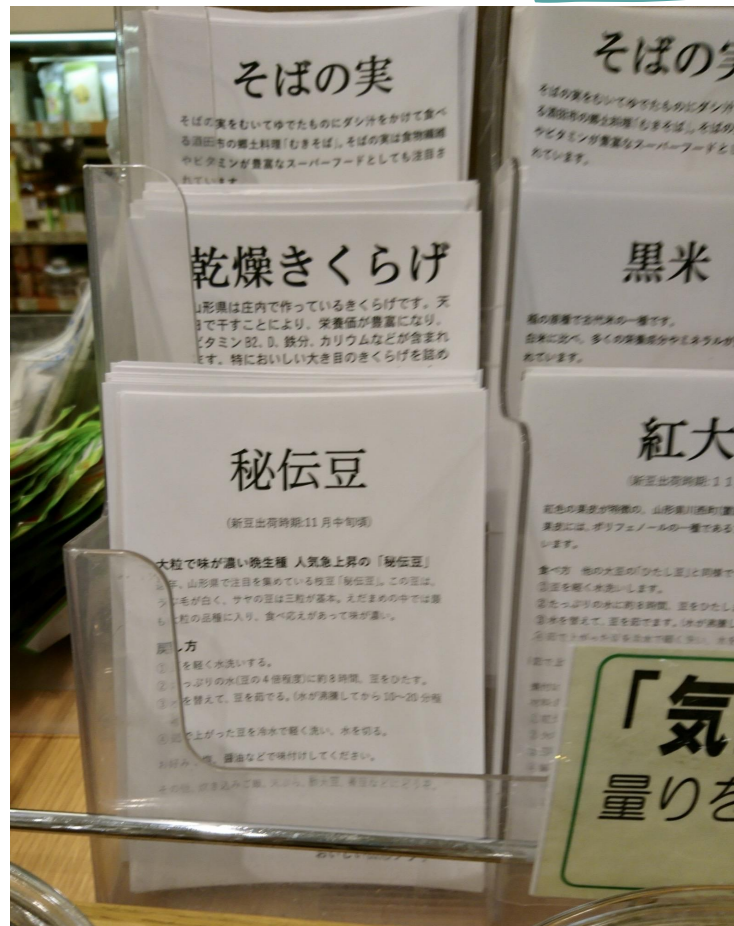
You can see where the products are produced.





## ・ 山形食材の説明書き

Information about ingredients  
from Yamagata



## ・目を引くランキング

Attractive introduction of  
products

おいしい山形プラザ				集計期間 2021年1月	
ザ・ベストテン				素材選	
1位	じんだん本舗大江 / 南陽市	1個	山形県産「ヒメノモチ」を使ったコシのあるお餅で「ただちや豆」の餡を包んだ一口サイズの大福です！	108円	
2位	酒田米菓 / 酒田市	20枚	東北限定のオレンジせんべい！がとうとう東京に上陸！県内産のうるち米を100%使用。「オレンジ」の秘密は...??	162円	
3位	煎餅工房さがえ屋 / 寒河江市	150g	さがえ屋独自の「しみせんダレ」がたっぷり染み込んだ歯ごたえ抜群の香ばしいせんべいに醤油みつし！	573円	
4位	後藤商店 / 米沢市	220g	山形の昔からのお漬物といえは、有名なのは「おみ漬」です。所さんの番組でも紹介されました！納豆との相性が抜群です。	378円	
5位	日本製乳 / 高島町	9本入	味よし！色よし！香よし！山形土産におしどりミルクケーキのCMでおなじみの山形を代表するお土産品。カルシウム豊富な食べる牛乳。	216円	
6位	平野屋 / 長井市	10玉入	山形名物の玉こんにゃくが味付けになってかんたん便利に夏は冷たく、温煦してアツアツにしても美味しいですよ！	324円	
7位	杵屋 / 山形市	1個	たっぷりのグルミを使ったもちもちとした食感のかわしは、原料のお米に人気の山形ブランド米「つや姫」を使用しております。	120円	
8位	みうら食品 / 東根市	2食入	「マツコの知らない世界」で紹介された和風中華そばのインスタントラーメン。麺の風味が最高です！！	324円	
9位	酒田米菓 / 酒田市	20枚	昆布茶で有名な玉露茶との期間限定コラボ商品。爽やかな梅と昆布の味わい深い旨味が口の中にも広がります。	162円	
10位	後藤商店 / 米沢市	220g	昔から、青菜漬は山形の冬期間には無くてはならない漬物です。家々の軒先で青菜を干す風景は、雪深い冬の到来を告げる風物詩です。	378円	

# 商品選びにおけるこだわり

How to choose the products to sell

## 未だに知られていない山形を発信

Promoting the still-unknown aspects of Yamagata

+

## 山形出身者にとっては懐かしく愛着のわくような商品選び

Choosing products that are nostalgic for people from Yamagata

- ・どこにでも売っているモノではなく…  
あえてあまり出回っていない**マイナー商品**  
Selling minor products

- ・ゆくゆくは…  
「**新商品**を作ったからアンテナショップに  
置いてほしい」  
Selling newly developed products



# トライアル商品

## Trial Products

新商品などを期間限定で販売 Selling new products for a limited time.

→東京での反応を見る Seeing how people in Tokyo react to it.

以前は試食(コロナ禍ではアンケート)

→アンテナショップ側から生産者へフィードバック  
商品改善のアドバイス

Giving advice to producers from the antenna store

店側の利益率を低く設定 Making the store's profit margin lower.

→出品のハードルを下げる+売れやすく

Making it easy to exhibit + to sell





# イベント実施

Events

---



- ・ 生産者などによる**実演・商品説明**

Demonstrations and product explanations by producers.

- ・ **新商品のお試し販売**

Trial sales of new products

→ お客さんの反応を基に商品棚への陳列検討

Consideration of displaying products on shelves based on reactions from customers







トライアル商品

Trial Products

イベント

Events

地域産業の成功へ

Success of local industries

# 山形食材の体験

## Experiencing Yamagata's food

### レストラン 「ヤマガタ サンダンドロ」



# 情報発信

Transmission of information

## 2F 観光情報コーナー

Tourism Information Center

- ・ 各市/地域の観光情報・カタログ・イベント情報・ツアー情報  
Tourist information, catalogs, event information, and tour information
- ・ 山形出身のスタッフ  
Staffs from Yamagata

### → 重要な情報発信源

An Important source to send information

### → 山形への人の動きを促す

Encouraging people to go to Yamagata



2F 観光情報コーナー







## 2. かほくらし Kahokurashi

📍 東京都世田谷区三軒茶屋2-12-10

- ・ **河北町**に特化したアンテナショップ  
An antenna shop specialized in Kahoku-cho
- ・ 1F: ショップ Shop、2F: レストラン Restaurant
- ・ 目的：河北町の魅力発信 Purpose: Sharing local appeals  
→ **人口流出抑制 + 呼び込み**  
Minimizing population decrease + Attracting people
- ・ ターゲット：**30代後半**  
Target customers: late 30s



# ①地域産業の発展

Development of local industry

## ・マーケットイン (⇔プロダクトアウト)

Market-In (⇔Product-Out)



## ②つながりの創出

Connection

---

- ・ 地元小学生との関わり

Interaction with elementary school students in the town

- ・ SNSの活用

Utilization of social media

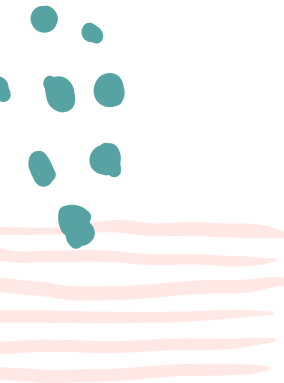
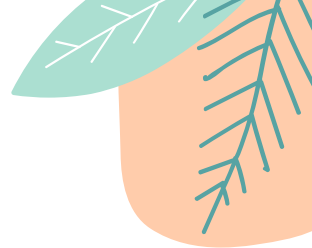
**町内外の人々とのつながりを維持**

Maintaining connection with people inside/outside the town

+

**地域に対する肯定感向上**

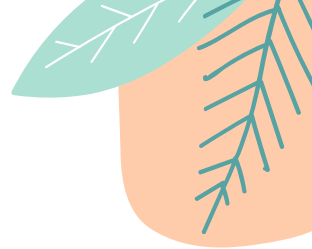
Improving local-esteem





# 地元小学生との関わり

Interaction with elementary school students



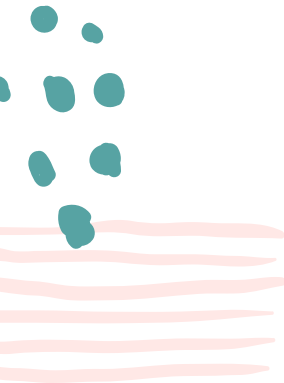
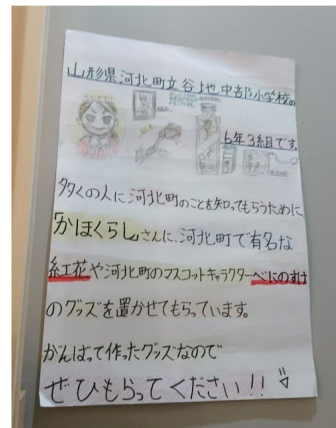
## 自分の故郷への誇りを感じてもらおう

Making them proud of their hometown

- ・ 河北町の産品を用いたグッズ作り  
Students make goods using specialties in the town
- ・ 成果物を店内にて配置  
Displaying the goods in the store

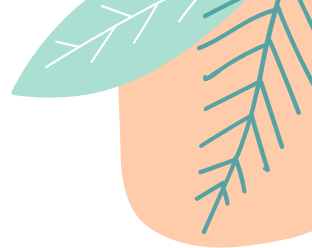
→ 達成感や地元に対する愛着の実感 = 定着促進

Sense of accomplishment/attachment = Settlement to the town



# SNSの活用

Utilization of social media

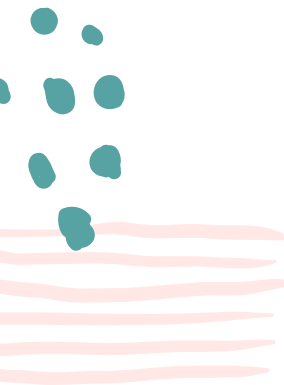


## 地元産品への誇りを感じてもらう

Making them proud of local products

- ・ SNS(Instagram, Facebook)にて商品情報を発信  
Sharing product information on social media
- ・ 地元産品が販売されている喜び = 誇り  
Pleased to know their products being sold in Tokyo = Sense of pride
- ・ SNS = 情報発信 + 感謝を伝えるツール  
Social media = sharing information + showing appreciation

→ **定着と流入の双方を促進** Encouraging settlement and inflow



### ③若年層への魅力発信

Sharing local appeals to younger generation

- 店づくりへのこだわり

Shop make-up

- イベントの開催

Events

**河北町の活性化を見据えたターゲット戦略**

Target-customer strategy

for revitalization of Kahoku-cho

# 店づくり

## Shop make-up

# アンテナショップ“らしくない”雰囲気

Not being conventional “antenna shop-like”

- ・ 店の内装  
Store interior
- ・ 情報発信ジャーナル  
Information journals

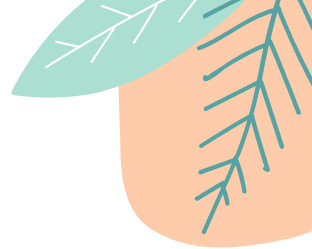
→ 若い世代のリピーター化

Making younger generation repeat customers



# イベントの開催

Events



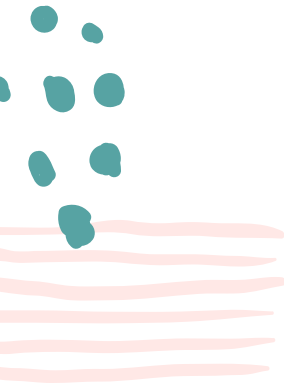
## 河北町と東京の橋渡し



Bridging Kahoku-cho and Tokyo

- ・ 料理イベント ex. 味噌づくり体験  
Cooking events ex. Experiencing miso(fermented soybean paste)production
- ・ 生産者を招いた交流  
Interaction with producers/farmers

→ 若年層に“本物”の価値を知ってもらう

Sharing real value of quality products with younger generation





# 03

## アンテナショップIIDE 課題/提案

Issues/Proposals for Antenna Shop IIDE

# アンテナショップIIDE

Antenna Shop IIDE



📍 東京都杉並区高円寺北2-7-6

- ・ **飯豊町のお米**や特産品及び  
山形県全域の産物を販売

Rice and special products made in Iide are sold here  
(Some famous products made in Yamagata are also sold.)

- ・ 高円寺の小学生の農業体験交流を  
きっかけに誕生

Born out of the growing ties between Koenji and Iide Town, especially  
farming experience for elementary school students

- ・ ターゲット： **健康志向の高い方、30代/年配の方**

Target customers : Health-conscious people, 30s / Elderly



# アンテナショップIIDEの現状と解決策

Issues/Proposals for Antenna Shop IIDE

## 1. 飯豊町への理解→観光・移住促進の不十分さ

Not enough thought is given to the pamphlet to promote tourism and moving to Iide

- ・ 移住の“**きっかけ**”となる情報の不足  
(就農志望者以外にもアピールを！)

Less incentive for visitors to move to Iide  
(Especially for those who are not interested in being farmers)

- ・ 観光パンフレットなどの不足

Few tourist pamphlets





- ・ 飯豊町の地理や名所、商品の生産地を**可視化**  
→ 飯豊町への**理解を深める**

They should create displays to tell the geographical features and main sights of Iide  
→ make visitors understand Iide deeper



- ・ 観光案内、「**手にとりやすい**」移住情報の充実  
→ 飯豊町への**観光・移住促進**

They should provide more information on moving and tourism that is more convenient for visitors (Such as information on subsidy for domestic immigrants)  
→ Promote visitors to trip or move to Iide

## 2. 「飯豊らしさ」の不足

Not enough originality of lide



↑飯豊町の伝統工芸品である菅笠(すげがさ)やつるかご  
lide's traditional crafts (A sedge hat and vine bags)

←飯豊で作られた和菓子  
Japanese confections  
made in lide

一目で飯豊産と分らない、、  
We can't recognize that they are  
made in lide

- ・ **飯豊ブランド**の強調

→ シールやコーナー区分を活用

They should emphasize products that are from Iide making use of original stamps and special sections

例えば…飯豊マークを全飯豊産商品に！

For instance… they can put the special stamp on the products made in Iide



- ・ 「伝統工芸品」としての紹介

→ 飯豊町の**伝統文化**を発信

They should introduce their traditional crafts and tell their traditional culture



### 3. ターゲットを意識した魅力発信の不十分さ

Not enough appeal for their target customers

健康志向の方は**商品の背景**を知りたい

Health-conscious people want to know more about the product (Such as who produced it, where it's from, and how it's produced)



例) おにぎりコーナー  
飯豊産のお米を使ったおにぎりが並ぶが、  
**商品についての説明が少ない**

Not enough introduction about rice made in Iide



# 商品の「ストーリー」を可視化

生産者の顔、商品開発までの背景、生産過程・環境、  
民芸品の作り手さんなどを紹介

They should tell the “story” of their products

(such as who produced them, where they are from and how they are produced)



## →商品への「安心・信頼」 / さらなる魅力発信

Consumers will feel more relieved/They can tell good points of lide



## 4. コロナ禍での交流創出の必要性

They have to find a new way to communicate with their customers in the spread of Covid-19

- ・ コロナ禍では生産者が直接店舗に出向くことが難しい

In the spread of Covid-19, farmers in Iide have difficulty in going to Tokyo and deliver their products by hand

- ・ オンライン料理教室のPRの必要性

They will hold online-cooking class in February 19th , but not announced well.



・ 食品購入者に、民宿のお母さん達による調理方法紹介動画のQRコードをプレゼント！

They can give customers QR Codes of recipes by farmers in Iide



・ オンライン料理教室のPR

They should announce online-cooking class on a large scale

→少しでも飯豊町の“人”と触れ合い、  
親しみを持ってもらう



Even in the spread of Covid-19, customers and farmers in Iide can “communicate” with each other!

# 私達からの提案

## Our Suggestions

- ・ 観光・移住情報発信機能の強化 Providing more information on tourism and moving
- ・ 飯豊ブランドの強調 Highlighting the Iide brand
- ・ 商品の「ストーリー」を可視化 Visualizing the "story" of a product
- ・ QRコードやオンラインイベントを活用したつながりの創出  
Creating relationships between customers and producers through the use of QR codes and online events

少しの**展示方法の工夫**によって**飯豊町の魅力**を  
さらに発信することができるのではないか

With a little ingenuity, we can further promote the appeal of Iide!



山形県飯豊町の食材を使って料理&交流を楽しもう!



いいいぞ

2nd Stage  
セカンドステージ

山形県飯豊町と「つながる」オンラインイベント

オンラインキッチン

2022年

2月19日 土 18時開

募集締切/2月12日(土)

参加費 3,000円

Peatixにて  
販売中!! ▶▶▶



Web会議システム Zoomを使って  
「オンライン調理実習」と「農産物の生産者とのライブ交流」を  
お楽しみいただくイベントです。

飯豊町の食材を使ってオンライン調理実習! 飯豊町の温泉宿施設  
「しらさぎ荘」の料理人が懇切丁寧に教えます。調理後は食事をしなが  
ら、オンラインで繋がる参加者、生産者とのライブ交流、飯豊町のいろんな  
ことを聞いて、知って、学んでみませんか。

※ご希望があれば事前にスタッフがZoomの接続方法などをご説明いたしますので、「オンライ  
ンイベントは初めて」とZoomの使い方に自信がないという方もお気軽にご参加ください。

約5,000円相当の  
食材が届きますので、  
大変お得です!(送料含む)

山形名物「芋煮」を完全習得! これであなたも芋煮名人!

大好評の「芋煮」の第2回になります。山形県の郷土料理「芋煮」  
(置塩風 牛肉・醤油味)を一から学べる絶好の機会です。山形  
県以外では手に入りにくい芋煮用の里芋「上品」と米沢牛・味  
付けはこれ一ツの万能調味料「だし醤油」が届きます。鍋一つ  
で作ることができる芋煮はアウトドアなどでも重宝すること間違  
いなし!

今回は芋煮+αとして、翌日に芋煮を使って作る「カレー芋煮」  
もご紹介します。芋煮用の食材に加えて、カレーにぴったりの食  
感のお米「豊若丸」と、飯豊町のパン屋さんが手作りしたカレー  
パン用のパンが付きます!

【時間】18:00~20:00(調理1時間+交流1時間)

【定員】30名

【お届けする食材】①洗いいり芋(800g) ②米沢牛(200g)

③だし醤油(1L) ④しめじ・まいたけ(各1パック)

⑤こんにゃく(1枚) ⑥米「豊若丸」(1kg)

⑦パン(2個) ※食材は開催日の2日前を目途にお届けします

お申し込み  
要! 参加費  
は別途です

美味しいお料理の初めに「いいで」の「どぶろく」

300円+1,100円 720円+2,200円

※どぶろくは未成年者への購入はできません。

主催/NPO法人みらいいで お問い合わせ(メール)/npo.miraiide@gmail.com  
協力/めざみの里グリーンツーリズム推進協議会・有限会社HOT WIRE GROUP・山形県飯豊町アンテナショップHIDE

いいでオンラインキッチン  
2/19開催!

A flyer about an Iide cooking  
class on Zoom (2/19)

# 今後の展望

Future plans/prospects

- ・ 飯豊町の人々との繋がり Connection with people in Iide
- 学生との協働 Cooperation with students  
ex. グッズや開発商品の店頭配置/販売  
Displaying/ Selling goods and products  
→ **地元の若者に強みや魅力を知り、誇りに感じてもらう**  
Make them aware of the town's appeals and be proud
- 生産者との協働 Cooperation with producers/farmers  
ex. 高円寺の特性(单身者が多い、等)を共有し、限定商品を開発  
Sharing market (Koenji) characteristics (many single residents etc.) and developing store-limited products  
→ **地域産業の活性化 Revitalization of local industry**

# 今後の展望

Future plans/prospects

- ・ 実演/イベントの実施 Demonstration/Events
  - 生産者と消費者の交流 Interaction between producers and consumers  
ex. おにぎり、餅つきイベント  
Demonstration of making rice balls/rice cakes
- ・ プチ移住体験 Demo moving to lide
  - アンテナショップを起点 Antenna Shop lide=departure point
  - 期間限定 For a certain period of time like two weeks

→ 飯豊町と消費者の距離を縮める

Closing the distance between lide town and consumers in Tokyo



**ご清聴ありがとうございました**  
**Thank you for listening.**

---