



豊洲市場
豊洲市場

豊洲市場夜景

豊洲市場の賑わいを創出し、 人・モノ・情報を地方と連携し 地方創生に活かす



TOYOSUブランドを通じた、地方創生

応募者

豊洲市場夜景

株式会社ビジネスクロス 代表 中小企業診断士 宮崎博孝
江東区・全国連携チーム

中小企業診断士 木内 清人、渡辺 裕、西岡 邦彦、
上村 菜穂、木村 和広（江東区豊洲在住）

江東区（豊洲）とは？

2018年10月、築地市場（中央区）から豊洲市場（江東区）へ移転

江東区の区名は隅田川の東に位置するという地理的な意味で、水に恵まれた自然的特性をいかながら「みんなでつくる伝統、未来 水彩都市・江東」を目指して、2020年東京オリンピックで更に発展していきます。

豊洲市場

2018年10月11日に開場した高度な品質・衛生管理や効率的な物流を実現する首都圏の基幹市場です。



出典：東京都資料

江東区(豊洲)には、地方創生に活かせる強みがある。

年間1000万超の外国人 + 1 3 0 0 万人都民の人（大マーケット）

卸売業、情報通信業がつよみ



人口
江東区 510,692

面積
40.16
全国5位の分布

生産額（総額-地域別）2013年

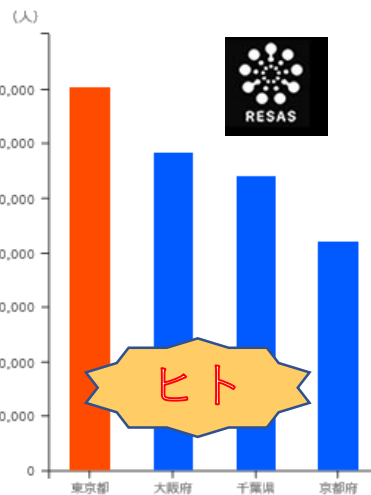


旧築地市場は国内最大の市場

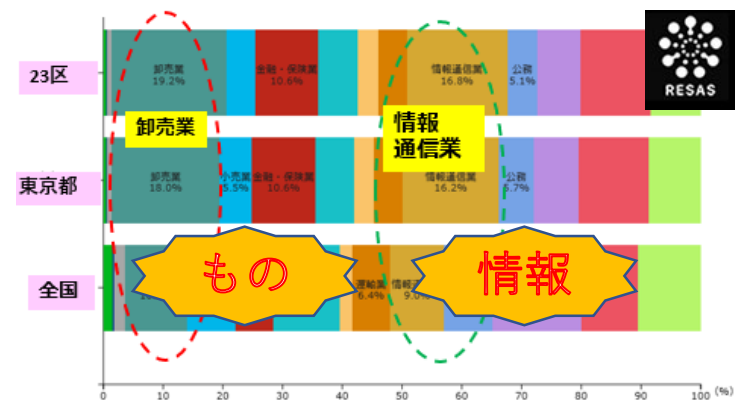
水産物 (万トン)		(億円)	
取扱量		取扱金額	
(1位) 築地市場	約41	(1位) 築地市場	約 4,292
(2位) 大阪市本場	約11	(2位) 大阪市本場	約 1,128

出典：東京都資料 築地市場の概要
(平成28年)

もの



都道府県別訪問者数 2018年 10-12月期



地域内産業の構成割合（生産額（総額））



マークは、RESASデータを使用

P3

江東区（豊洲）とは？

2018年10月、築地市場（中央区）から豊洲市場（江東区）へ移転

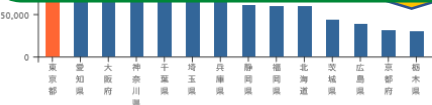
江東区の区名は隅田川の東に位置するという地理的な意味で、水に恵まれた自然的特性をいかながら「みんなでつくる伝統、未来 水彩都市・江東」を目指して、2020年東京オリンピックで更に発展していきます。

豊洲市場

2018年10月11日に開場した高度な品質・衛生管理



江東区（豊洲）には、地方創生に活かせるモノ・金・人・情報の強みがある



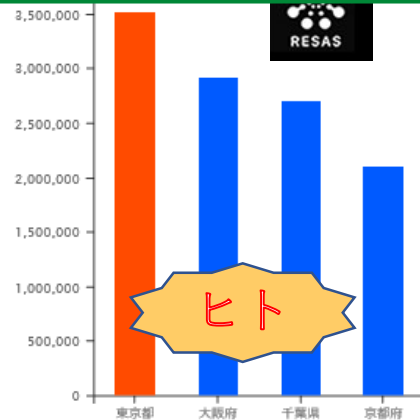
旧築地市場は国内最大の市場

水産物 (万トン) (億円)

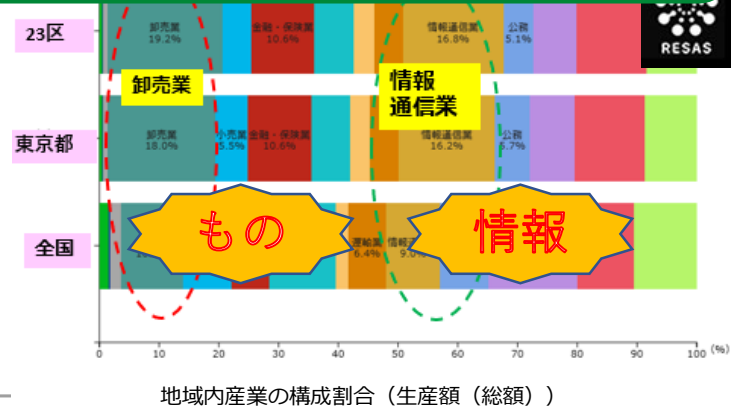
取扱量		取扱金額	
(1位) 築地市場	約41	(1位) 築地市場	約 4,292
(2位) 大阪市本場	約11	(2位) 大阪市本場	約 1,128

出典：東京都資料 築地市場の概要
(平成28年)

もの



都道府県別訪問者数 2018年 10-12月期



地域内産業の構成割合（生産額（総額））



マークは、RESASデータを使用

P4

豊洲市場エリアの課題 にぎわい、アクセス、ブランド確立

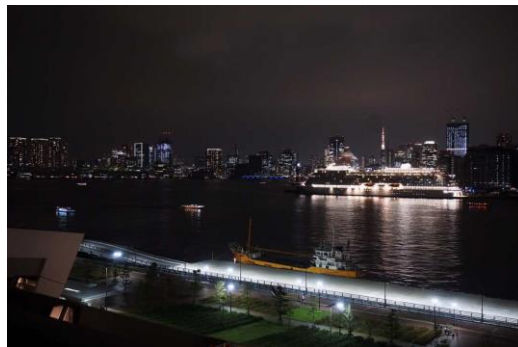
ポテンシャルを活かし、**にぎわいを創出、アクセスを改善**することで、**魅力を向上**させ、**豊洲ブランドを確立**することが**必要**

【豊洲市場エリアの現状・課題】

- **夕方から夜間は閑散**。場内市場のみの移転で**賑わいに欠ける**。
- **アクセスが良くない**（ゆりかもめ、バス（本数は多くない））

【課題(にぎわい、アクセス) 解決へのポテンシャルは高い】

- 屋上には、**夜景の美しい緑地**があり、**活用の余地あり**
- **銀座、有楽町に近接(5キロ圏)**。**選手村**（五輪後5000戸の住宅）**に隣接**。
- BRTも開通予定。水路活用の余地
- 豊洲と全国を結ぶ物流ルートが存在。**「鮮魚（食）の豊洲」ブランド確立の余地あり**



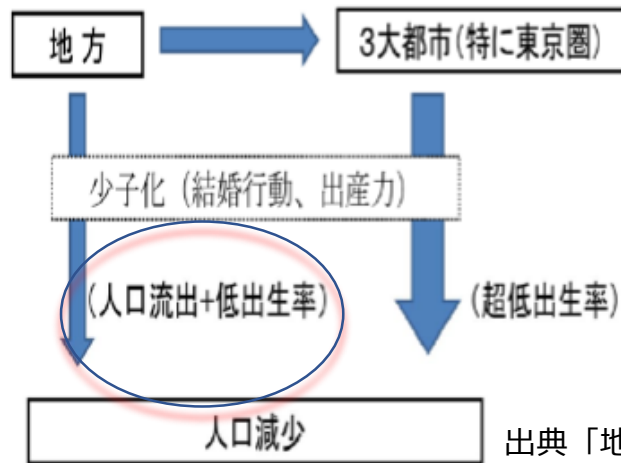


豊洲市場エリアの課題

ポテンシャルを活かした
にぎわいの創出、アクセスの改善
ブランドの確立

地方の現状① 人口減少（少子化と人口流出）

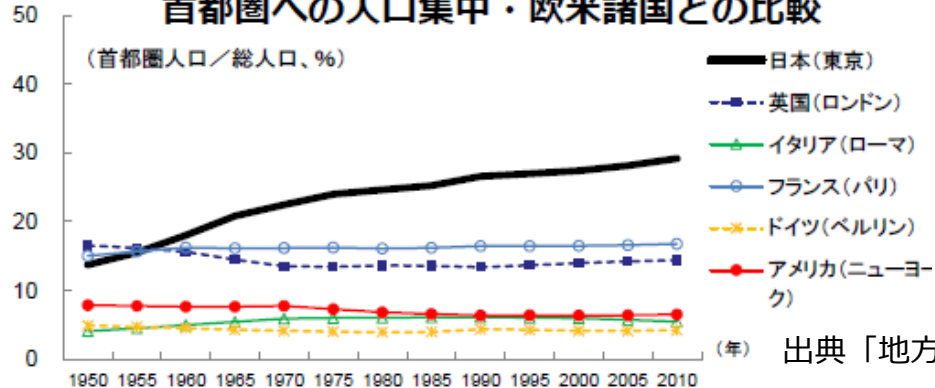
地方は少子化や**大都市（東京）への**
継続的な人口流出で毎年人口が減少



出典「地方創生の現状2018」
(まちひとしごと創生本部)

首都圏への人口集中・欧米諸国との比較

(首都圏人口／総人口、%)



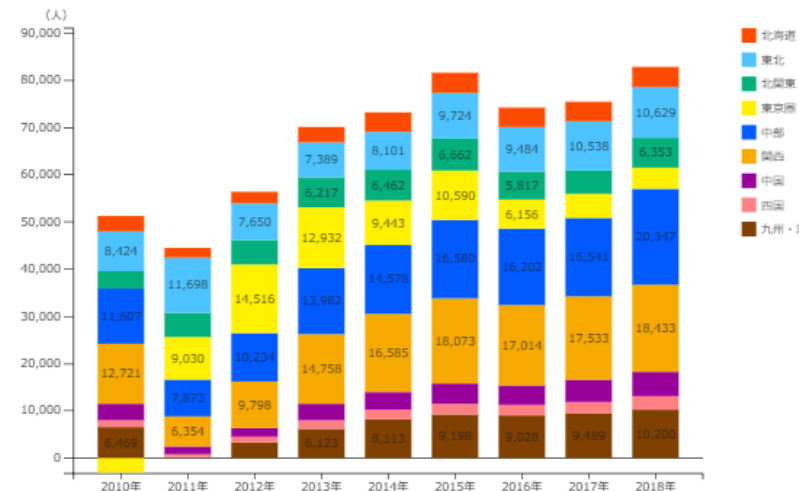
出典「地方創生の現状2018」 (まちひとしごと創生本部)

東京都への毎年10万人弱の流入元
→中部、関西ブロックはじめ**全国から流入**

出典RESASデータ（総務省「住民基本台帳人口移動報告」）

地域ブロック別純移動数

東京都

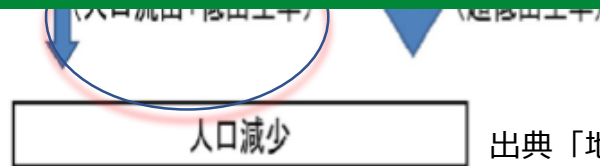


地方の現状① 人口減少（少子化と人口流出）

地方は少子化や都市圏（東京）への

継続的な人口流出で毎年人口が減少

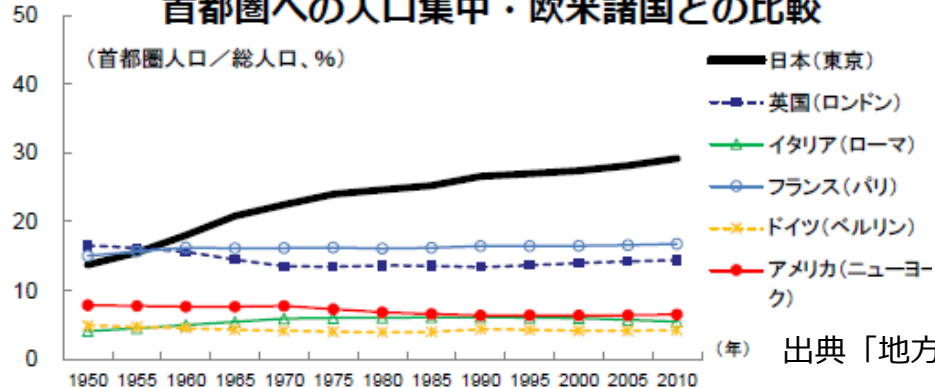
毎年の人口減少 （少子化、都市圏への人口流出）



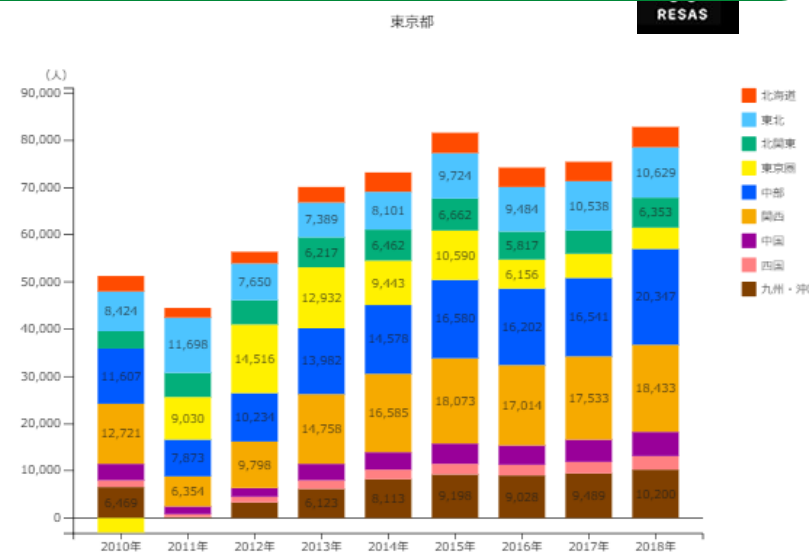
出典「地方創生の現状2018」
（まちひとしごと創生本部）

首都圏への人口集中・欧米諸国との比較

（首都圏人口／総人口、％）



出典「地方創生の現状2018」 （まちひとしごと創生本部）



地方の現状② 外国人流入も限定的

外国人観光客は大都市圏中心（東京都と大阪府で約半分）

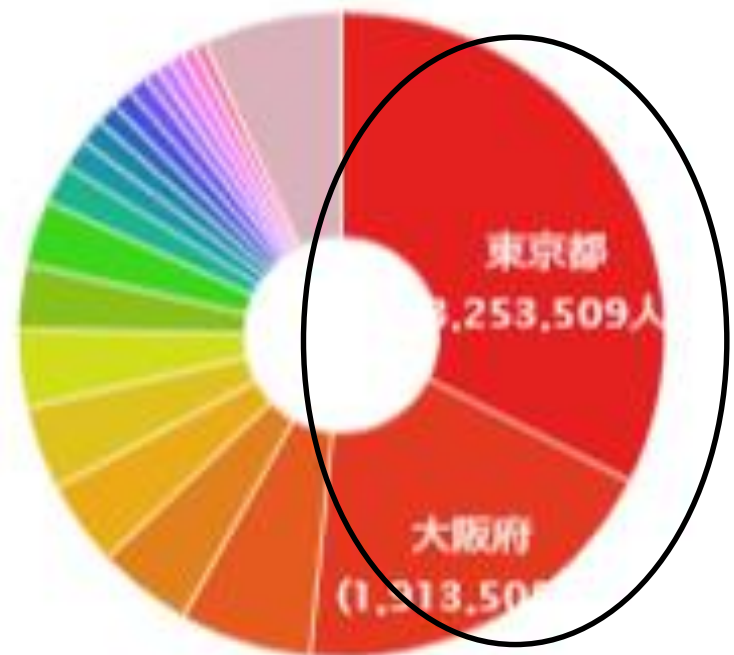
つまり、地方の定住人口減少を補えていない



昼間(10-18時)



夜間(2-5時)



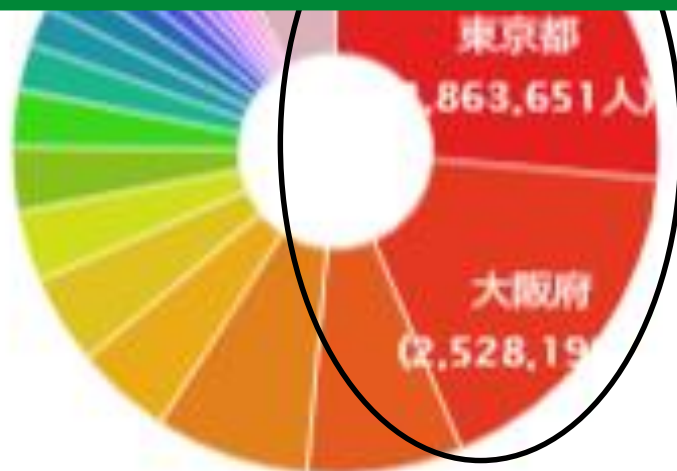
RESASデータ（NTTドコモ「モバイル空間統計」）

地方の現状② 外国人流入も限定的

外国人観光客は大都市圏中心（東京都と大阪府で約半分）

つまり、地方の定住人口減少を補えていない

外国人観光客は、
地方の定住人口減を補えていない



RESASデータ（NTTドコモ「モバイル空間統計」）

地方の現状を踏まえた政府の課題認識や取り組み

政府も「**地方への新しい人の流れを作る**」を基本目標の1つに
(主要な取り組み例)

- ・「関係人口」の創出・拡大
- ・地方の暮らしの情報発信の強化

まち・ひと・しごと創生基本方針2019から

2020年度における各分野の主要な取組

1. 地方にしごとをつくり安心して働けるようにする、これを支える人材を育て活かす

- ・「地域人材支援戦略パッケージ」等による人材の地域展開
- ・新たなビジネスモデルの構築等による地域経済の発展
- ・「海外から稼ぐ」地方創生
- ・地方創生を担う組織との協働
- ・高等学校・大学等における人材育成

2. 地方への新しいひとの流れをつくる

- ・ ~~地方への企業の本社機能移転の強化~~
- ・ 企業版ふるさと納税の活用促進による民間資金の地方還流
- ・ 政府関係機関の地方移転
- ・ 「関係人口」の創出・拡大
- ・ 地方公共団体への民間人材派遣
- ・ 地方の暮らしの情報発信の強化

3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、誰もが活躍できる地域社会をつくる

- ・ 個々人の希望をかなえる少子化対策
- ・ 女性、高齢者、障害者、外国人等が共生するまちづくり

4. 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

- ・ 交流を支え、生み出す地域づくり
- ・ マネジメントによる高付加価値化
- ・ Society5.0の実現に向けた技術の活用
- ・ スポーツ・健康まちづくりの推進

地方の現状を踏まえた政府の課題認識や取り組み

政府も「**地方への新しい人の流れを作る**」を基本目標の1つに
(主要な取り組み例)

- ・「関係人口」の創出・拡大
- ・地方の暮らしの情報発信の強化

まち・ひと・しごと創生基本方針2019から

「地方への新しい人の流れを作る」ため、
関係人口創出・拡大、地方の情報発信強化

- ・「海外から稼ぐ」地方創生
- ・地方創生を担う組織との協働
- ・高等学校・大学等における人材育成

- ・地方公共団体への民間人材派遣
- ・地方の暮らしの情報発信の強化

3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、誰もが活躍できる地域社会をつくる

- ・個々人の希望をかなえる少子化対策
- ・女性、高齢者、障害者、外国人等が共生するまちづくり

4. 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

- ・交流を支え、生み出す地域づくり
- ・マネジメントによる高付加価値化
- ・Society5.0の実現に向けた技術の活用
- ・スポーツ・健康まちづくりの推進

提案のまとめ

5つの提案の相乗効果で、**豊洲に“賑わいを創出”**するとともに、**地方特産品の需要、マーケット拡大**を図り、地方の魅力発信により**地方を訪れる観光客やUITターの増加**につなげる

■ 江東区（豊洲）の効果

■ 豊洲に賑わいを創出し、街の総合的な魅力を向上

■ 豊洲ブランドの確立

■ アクセス改善により住民、観光客双方にとって利便性の高い街へ

【提案】

提案①TOYOSU
ROOFTOP BAR

提案②豊洲市場とアンテナ
ショップ連携

提案③地方特産品を豊洲
ブランドに認定・発信

提案④豊洲市場（リアル）から地方の魅力発信
ポータルサイトへ誘導

提案⑤舟便と自動運転による銀座・有楽町の周遊

■ 地方の効果

■ 地方特産品の需要、
マーケット拡大

■ 地方を訪れる観光客の
増加

■ 地方の定住者の増加

提案のまとめ

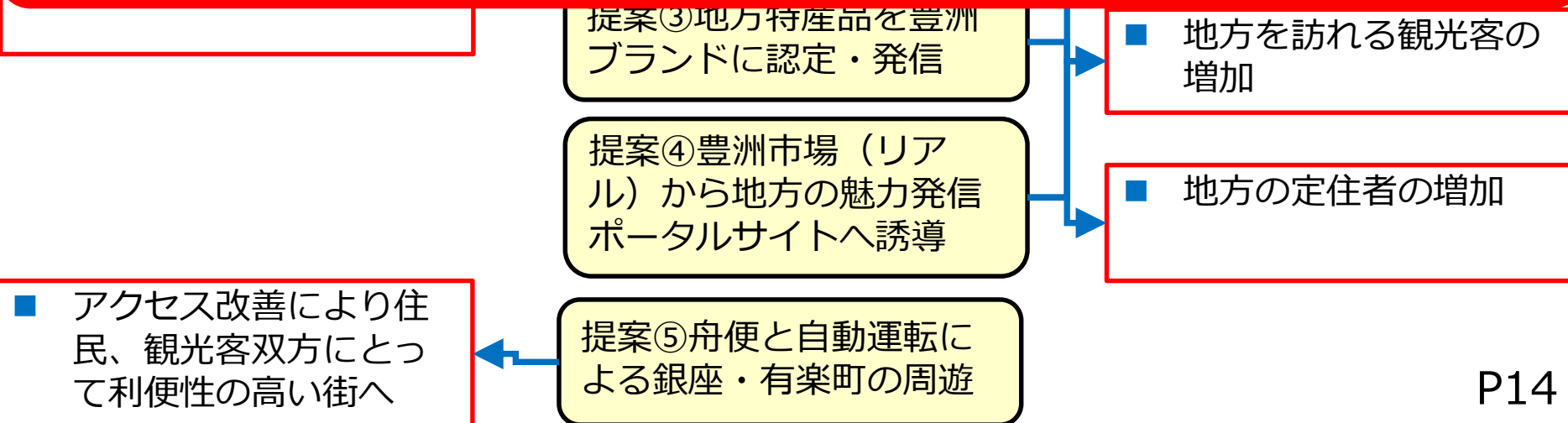
5つの提案の相乗効果で、**豊洲に“賑わいを創出”**するとともに、**地方特産品の需要、マーケット拡大**を図り、地方の魅力発信により**地方を訪れる観光客やUITターの増加**につなげる

■ 江東区（豊洲）の効果

【提案】

■ 地方の効果

5つの提案の相乗効果で 豊洲の課題と地方の課題の両方を解決する



提案のロードマップ

豊洲：豊洲市場の空き時間・空き空間を有効活用した“**賑わい創出**”による
豊洲ブランドの向上と**交通利便性の向上**を図る

地方：豊洲の国内・海外観光客への**売上増**と、**ネット誘導によるリピート**
販売と地域の情報発信を図る

	1st STEP ～2020	2nd STEP ～2023	3rd STEP ～2029
江東区	人 物 ルーフトップバーで、賑わい創出（提案①） アンテナショップとの連携で地方の特産品販売（提案②）	物 地方特産品を豊洲ブランドに認定・発信（施策③）	・銀座有楽町と豊洲の自動運転、豊洲-品川の舟便（提案⑤）
(効果)	⇒賑わい創出、観光客増	⇒豊洲ブランドの確立	⇒観光客のアクセス向上 ⇒住む人、働く人の交通利便性向上
地方	情報 ・ネット誘導による地域特産品の物販と地域情報の発信（提案④）	・全国の知名度向上 ・ネットからの定期的な継続購入	・地方の特産品や地域情報を知って、旅行やUIJターンのきっかけに
(効果)	⇒豊洲で知って、観光に行ったり、ネットで購入	⇒売上増による生産増加、雇用増	⇒UIJターンの増加

提案① TOYOSU ROOFTOP BAR

豊洲市場の屋上緑化広場をルーフトップバー※として開放し、豊洲住民と豊洲を訪れた人が、全国各地の食材を使った料理と特産のお酒を楽しみ、交流できる社交場にします

※屋上を飲食店として利用する形式

Before



※出典：「とよすと」HP

東京湾、レインボブリッジ、東京タワーを望める東京らしい夜景とともに日本全国の味が楽しめる夜の東京の観光スポットへ。
夜景や料理の写真はInstagramなどで世界に発信。

After



※イメージ：NY Brooklyn One Hotel Rooftop Bar
(出典：「idktonight」HP)

P16

豊洲に賑わい創出&全国各地を訪れるきっかけ作り

提案① TOYOSU ROOFTOP BAR

豊洲市場の屋上緑化広場をルーフトップバー※として開放し、豊洲住民と豊洲を訪れた人が、全国各地の食材を使った料理と特産のお酒を楽しみ、交流できる社交場にします

※屋上を飲食店として利用する形式

Before

毎週末、週替わりで5名産の食材を使った料理を出し、お客は各店舗を購買し、食べ比べの

ヒト

提案① 「The 東京」な夜景と地方各地の料理とお酒を楽しめるルーフトップバーで豊洲に賑わい創出

※出典：「とよすと」HP

東京湾、レインボブリッジ、東京タワーを望める東京らしい夜景とともに日本全国の味が楽しめる夜の東京の観光スポットへ。
夜景や料理の写真はInstagramなどで世界に発信。



※イメージ：NY Brooklyn One Hotel Rooftop Bar
(出典：「idktonight」HP)

豊洲に賑わい創出&全国各地を訪れるきっかけ作り

提案②首都圏のアンテナショップの逸品を豊洲に集結

銀座・有楽町を中心に65店以上あるアンテナショップと連携し、
常設アンテナショップフェアをルーフトップバーに併設します。
ーアンテナショップいち押しの逸品を豊洲ブランドへー



・アンテナショップ：地方自治体が知名度向上を狙い大都市に開設し、物販や観光情報発信、などをする施設。

出典 小学館デジタル大辞泉より編集

・5Km圏内の多数の店舗と連携

もの：豊洲で地方からの逸品を賞味・評価

ひと：首都圏の大需要＋インバウンド客

情報：物産展から全国へ発信

常設アンテナショップ集合体を形成

Toyosuブランドを受発信



出典：google東京都内の「地方アンテナショップ」



東京都がフェア開催
出典：アンテナショップフェア資料より



イメージ

画像出典：ダイヤモンドアンテナweb



*出典：東京都WEB

提案②首都圏のアンテナショップの逸品を豊洲に集結

銀座・有楽町を中心に65店以上あるアンテナショップと連携し、
常設アンテナショップフェアをルーフトップバーに併設します。
ーアンテナショップいち押しの逸品を豊洲ブランドへー



・アンテナショップ：地方自治体が
度向上を狙い大都市に開設し、物販
光情報発信、などをする施設



提案② 都内に65店以上あるアンテナショップから 地方の特産品を豊洲にあつめ広く拡散



出典：google東京都内の「地方アンテナショップ」

*出典：東京都WEB

提案③市場と地方が連携し豊洲ブランドを確立

ルーフトップバーに併設する常設アンテナショップフェアから**地方の逸品**を**Toyosu Selection<豊洲ブランド>**として認定し**全国へ発信**します。
更に投票でBest 3を毎週表彰し、実店舗、ネットでアピールします。

都心のアンテナショップから逸品



常設アンテナショップ
フェアで**試飲・試食**
<SELECTION>



夜間の屋上
を**通年活用**

先週のベスト3

Weekly Top3

Toyosu
Brand委員会

1位



2位



3位



画像出典：豊洲市場ドットコム

豊洲ブランド確立

地方からアンテナ
ショップへ

アンテナショッ
プから豊洲へ

豊洲で認証
ブランド化

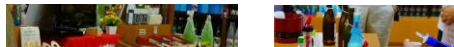
Toyosuから
全国へ、世界へ



提案③市場と地方が連携し豊洲ブランドを確立

ルーフトッパーに併設する常設アンテナショップフェアから**地方の逸品**を**Toyosu Selection<豊洲ブランド>**として認定し**全国へ発信**します。
更に投票でBest 3を毎週表彰し、実店舗、ネットでアピールします。

都心のアンテナショップから逸品



Toyosu
Selection

モノ

ショップ
・試食
ON>

提案③

地方の特産品を豊洲の目利きが<豊洲ブランド>
として全国・世界へ発信、TOP3の表彰も！

毎週のベスト3

Weekly Top3

Toyosu
Brand委員会



画像出典：豊洲市場ドットコム

豊洲ブランド確立

地方からアンテナショップへ

アンテナショップから豊洲へ

豊洲で認証
ブランド化

Toyosuから
全国へ、世界へ



提案④豊洲での出会いを地方との継続的な関係作りへ

豊洲での地域・食との出会いを継続的なものとするべく、ポータルサイトを構築し、ネットでの購入を可能とし、また、**地域の魅力の発信**を通じ、**実際に地域に足を運んでもらう**

- ・ ネットでも購入できるサイトを構築(日本中、世界中から購入可)。
- ・ **市町村、都道府県が自らの魅力**を競いながら**自由に発信**し、実際にその**地方に足を運んでもらう**ことを意図したサイトとする
- ・ **商工会議所**(観光情報を発信)、**郵便局**(地域密着)とも**連携**し、**サイト知名度をあげ**、掲載自治体数も増加させる。内外インフルエンサーによる**SNS発信も活用**
- ・ 本施策のメリットを享受しうる**旅行会社等とも連携**
- ・ 長期的には、**ふるさと回帰支援センター等と連携**し、**定住者(Uターン)**増加も図る

**地方と
情報、
人を連
携**

 **日本商工会議所**
The Japan Chamber of Commerce and Industry

政策提言活動 中小企業関連情報 会員向け事業 地域振興情報 調査・研究 国際関連情報 IT関連情報

トップページ > IT関連情報 > 各地商工会議所が関わっている地域ポータルサイト

IT関連情報 トップ

中小企業等のIT活用に関する実態調査

中小企業経営イノベーションサポートガイド

販路拡大支援ポータルサイト

商工会議所名	地域ポータルサイト名	URL
函館	はこぶら	http://www.hakobura.jp/
小樽	地産志食しりべし	http://oishii-shiribeshi.com/
旭川	あさひかわビジネスサーチ	http://www.ccia.or.jp/abs/

 **日本郵便** そばにいるから、できることがある。

↑ トップ 郵便・荷物 銀行

日本郵便トップ > 企業情報 > CSRの取り組み > 地域社会と共に

企業情報

地域社会と共に

① 地域社会の発展・活性化のために ② 次世代育成のために ③ 健康的な意
④ 災害復興支援のために ⑤ 豊かな暮らしの実現のために ⑥ どなたにもご

地域社会の発展・活性化のために

① 郵便局と地域との連携 ② 地方公共団体との連携 ③ 商品・サービス

提案④豊洲での出会いを地方との継続的な関係作りへ

豊洲での地域・食との出会いを継続的なものとするべく、ポータルサイトを構築し、ネットでの購入を可能とし、また、**地域の魅力の発信**を通じ、**実際に地域に足を運んでもらう**

- ・ ネットでも購入できるサイトを構築(日本中、世界中から購入可)。
- ・ **市町村、都道府県が自らの魅力**を競いながら**自由に発信**し、実際に**地方に足を運んでもらう**ことを意図したサイトとする

情報

提案④

バーチャルTOYOSU ROOFTOPで地域の魅力を発信
豊洲での食・地域との出会いを継続的なものに

政策提言活動 中小企業関連情報 会員向け事業 地域振興情報 調査・研究 国際関連情報 IT関連情報

↑ トップ > 郵便・荷物 > 銀行

[日本郵便トップ](#) > [企業情報](#) > [CSRの取り組み](#) > [地域社会と共に](#)

企業情報

地域社会と共に

① 地域社会の発展・活性化のために | ② 次世代育成のために | ③ 健康的な意
④ 災害復興支援のために | ⑤ 豊かな暮らしの実現のために | ⑥ どなたにもご

地域社会の発展・活性化のために

① 郵便局と地域との連携 | ② 地方公共団体との連携 | ③ 商品・サービス

[トップページ](#) > [IT関連情報](#) > [各地商工会議所が関わっている地域ポータルサイト](#)

IT関連情報 トップ

中小企業等のIT活用に関する実態調査

中小企業経営イノベーション
サポートガイド

販路拡大支援ポータルサイト

各地商工会議所が関わっている地域ポータルサイト

商工会議所名	地域ポータルサイト名	URL
函館	はこぶら	http://www.hakobura.jp/
小樽	地産志食しりべし	http://oishii-shiribeshi.com/
旭川	あさひかわビジネスサーチ	http://www.ccia.or.jp/abs/

One Teamの組織体制

全国の自治体、アンテナショップ、企業、クラウドファンディング、東京都、地元自治会からの出資や人的支援を受けた新会社が、提案を実行する

豊洲市場参加者

■ 出資や人的支援



東京都



(ふるさと納税活用)

全国の
自治体

都道府県
アンテナショップ°

企業
(地方名産品)

出資

【新会社】株式会社(民間活用)
目的：豊洲市場の賑わい創出と
地方とモノ・人・情報を連携

出資

クラウド
ファン
ディング

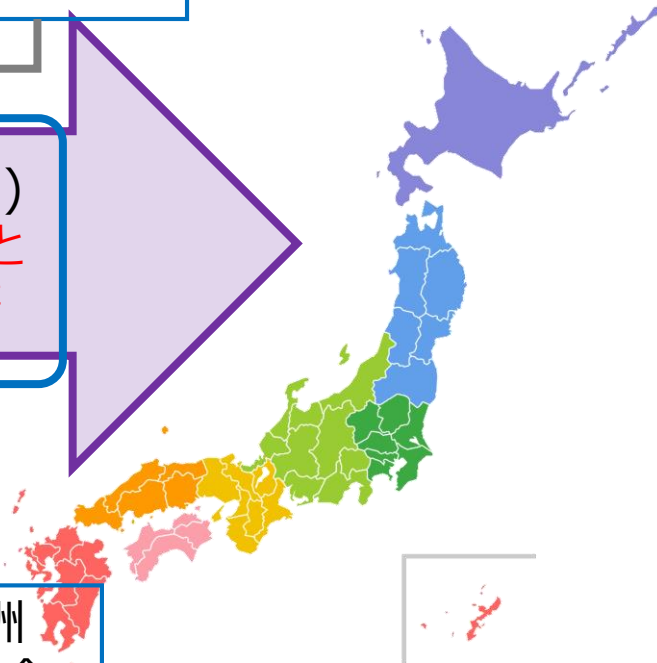
都施設や都有地
現物出資

東京都

人

豊洲
自治会

47都道府県



まとめ

豊洲市場の賑わいを創出し、人・モノ・情報を地方と連携し、
地方創生に活かします！

■ 江東区（豊洲）の効果

■ 豊洲に賑わいを創出し、
街の総合的な魅力を向上

■ 豊洲ブランドの確立

■ アクセス改善により住民、
観光客双方にとって利便性の高い街へ

【提案】

提案①TOYOSU
ROOFTOP BAR

提案②豊洲市場とアンテナ
ショップ連携

提案③地方特産品を豊洲
ブランドに認定・発信

提案④豊洲市場（リアル）から
地方の魅力発信ポータルサイトへ誘導

提案⑤舟便と自動運転による
銀座・有楽町の周遊

■ 地方の効果

■ 地方特産品の需要、
マーケット拡大

■ 地方を訪れる観光客の
増加

■ 地方の定住者の増加

まとめ

豊洲市場の賑わいを創出し、人・モノ・情報を地方と連携し、地方創生に活かします！

豊洲市場の賑わいを創出し、人・モノ・情報を地方と連携し、地方創生に活かします！

■ アクセス改善により住民、観光客双方にとって利便性の高い街へ

提案⑤舟便と自動運転による銀座・有楽町の周遊

提案①TOYOSU KITCHEN TOP BAR

提案②豊洲市場とアンテナショップ連携

提案③地方特産品を豊洲ブランドに認定・発信

提案④豊洲市場（リアル）から地方の魅力発信ポータルサイトへ誘導

地方特産品の需要、マーケット拡大

地方を訪れる観光客の増加

■ 地方の定住者の増加