

令和 6 年度（2024 年度）
自治体アンテナショップ
実態調査報告書

2025 年 3 月



一般財団法人

地域活性化センター

Japan Center for Regional Development

は じ め に

地域活性化センターでは、自治体アンテナショップ支援事業の一環として、2008 年度から毎年度「自治体アンテナショップ実態調査」を実施しています。

今回、2024 年度に実施した調査の結果を取りまとめ、報告書として刊行することとしました。本報告書は、東京都内にある 61 店舗の設立主体、設立年月、開設目的・運営効果、事業内容、店舗面積、スタッフ数、年間売上額、入館者数など 37 項目についての調査結果をまとめ、動向を分析しています。また、東京都以外にある 98 店舗、海外にある 2 店舗についても、主要な 12 項目についての調査結果を掲載しています。

東京都内の自治体アンテナショップの状況としては、新設やリニューアル・移転の動きがある一方、閉店するショップもあり、全体としては前年度と比べ店舗数が減少しています。売上・入館者数については、新型コロナウイルス感染症による規制の緩和に伴い回復傾向が見られました。

また、近年急増している「移転・リニューアル」や「新設」の動きに着目し、前回調査以降に移転・リニューアルを実施した、東京都中央区銀座にある「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」、東京都千代田区有楽町にある「わかやま紀州館」、新設された大阪府大阪市北区梅田にある「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」を現地取材し、移転・リニューアル、新設の経緯や運営状況などを紹介しています。

地方自治体や関係者の皆様に本報告書をご活用いただき、地域活性化の一助としていただければ幸いに存じます。

最後になりましたが、本報告書の作成にあたり、ご協力いただきました皆様方に厚く御礼申し上げます。

2025 年 3 月

一般財団法人 地域活性化センター
理事長 林 崎 理

目 次

はじめに

1	地域活性化センターの「自治体アンテナショップ支援事業について」	1
(1)	自治体アンテナショップ実態調査	1
(2)	自治体アンテナショップに関する情報提供	1
(3)	自治体アンテナショップ情報交換会	1
(4)	デジタルマップ	1
(5)	視察の受入・講演会	1
(6)	新規出店等の相談	1
2	2024年度 自治体アンテナショップ実態調査	2
(1)	アンテナショップとは	2
(2)	調査方法	2
(3)	調査結果【東京都内に設置されている店舗】	2
①	調査結果の特徴	3
②	店舗数の推移	5
③	改装・移転・開設状況	6
④	店舗面積	8
⑤	2023年度年間入館者数	8
⑥	2023年度年間売上額・部門別売上額	9
⑦	2023年度取扱品目数	11
⑧	開設目的および運営効果	12
⑨	事業内容	13
⑩	インターネット、SNS等の活用	13
⑪	外国人客への対応	14
⑫	移住促進への取組	14
⑬	広報プロモーション	15
⑭	運営主体	15
⑮	販売戦略	16
⑯	店舗での決済方法	16
⑰	SDGsの達成に向けた取組	17
⑱	ふるさと納税との連携	17
⑲	物流コストの削減に向けた取組	18
⑳	都内分布状況	19
(資料1)	調査結果一覧（東京都内）	20
(資料2)	調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧（東京都内）	22
(4)	調査結果【東京都以外に設置されている店舗】	25
①	店舗数の推移	25

②事業内容	26
(資料3) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧(東京都以外)	27
(5) 調査結果【海外に設置されている店舗】	30
①店舗数・事業内容	30
(資料4) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧(海外)	30

3 事例紹介

(1) 新潟県「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」	31
(2) 和歌山県「わかやま紀州館」	37
(3) 高知県「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」	42

1 地域活性化センターの「自治体アンテナショップ支援事業」について

(1) 自治体アンテナショップ実態調査

2008 年度の予備調査から自治体アンテナショップの実態調査を実施し、調査結果をホームページなどで公開しています。また、2014 年度からは「自治体アンテナショップ実態調査報告書」を刊行しています。

(2) 自治体アンテナショップに関する情報提供

ホームページの「自治体アンテナショップ支援事業」のコーナーに実態調査の結果などの情報を掲載するとともに、月刊情報誌「地域づくり」や公式フェイスブックなどでアンテナショップを紹介しています。

また、マスメディア、自治体、企業、研究機関、一般ユーザーなどからの自治体アンテナショップに関する問い合わせや取材に対応しています。

(3) 自治体アンテナショップ情報交換会

アンテナショップを出店している自治体の職員やアンテナショップ関係者に向けて、自治体アンテナショップ情報交換会を開催し、運営、販売、集客等について、有識者による講演や出店自治体による事例発表により、情報の共有化を図っています。

(4) デジタルマップ

東京都に出店している各自治体のアンテナショップをまとめたデジタルマップをホームページに掲載しています。

(5) 視察の受入・講演会

国内外からのアンテナショップに関する視察の受入や、講演会を行っています。

(6) 新規出店等の相談

新規出店やリニューアル、運営改善を希望する自治体アンテナショップからの相談を受けて、アドバイザー派遣、講演、調査等を行っています（一部有料）。

2 2024 年度 自治体アンテナショップ実態調査

(1) アンテナショップとは

自治体アンテナショップとは、自治体が主体となって、単なる観光物産案内所ではなく、地域の多様な情報を受発信するとともに特産品販売施設や飲食施設等を設置している店舗のことである。

(2) 調査方法

調査は都道府県を通じて以下の要領で行った。

① 調査対象条件

- ・自治体が主体となって設置した施設であること（運営は民間企業等に委託していても可）。
- ・常設施設であること。営業活動が短期間（1 年以内）で終了する施設は含まない。
- ・観光案内所、事務所機能のみの施設は含まない。
- ・道の駅、直売所は含まない。

② 調査基準日

2024 年 4 月 1 日

③ 調査内容

東京都内に設置されている店舗

37 項目（設立主体、設立年月、開設目的、入館者数、売上額など）

東京都以外に設置されている店舗

12 項目（設立主体、設立年月、セールスポイントなど）

海外に設置されている店舗

12 項目（設立主体、設立年月、セールスポイントなど）

(3) 調査結果【東京都内に設置されている店舗】

アンテナショップの店舗数 （2024 年 4 月 1 日現在）

66 店舗（内訳 独立店舗 61 店舗、集合型店舗 5 店舗）

① 調査結果の特徴（分析対象店舗：独立店舗 61 店舗）

※参考：「店名」（出店自治体/所在地）

2023 年 5 月、新型コロナウイルス感染症が感染症法上の 5 類に移行した。ショッピングや旅行等による人流が回復し、飲食店では、アルコール類の提供再開や時短営業要請の解除により来客が戻りつつあるなど、経済活動が活発化してきた。自治体アンテナショップにおいては、円安による国産品の需要やインバウンド消費の増加、加えて「地方創生 2.0」政策による地方への注目の高まりなどが期待され、明るい兆しが見えてきた。

今年度の自治体アンテナショップ実態調査では、都内独立店舗数は 61 店舗、コンビニや商業施設内の集合店舗は、5 店舗で、全体の店舗数は昨年度より 1 店舗減少し、66 店舗であった（表 1 参照）。また、コロナ後を見据えた店舗運営の検討により、新設・移転・改築が進みつつあり、2022 年度以降、急増している。

2023 年度の年間売上は、前年度より 44 店舗が増加した（全体の 72%）。インバウンドへの対応や SDGs の達成に向けた取組、ふるさと納税との連携など様々な取組が進んでいる。

表 1 本調査への回答数推移（単位：店舗）

年度	都道府県 (独立店舗)	都道府県 (集合型店舗)	市区町村 (独立店舗)	市区町村 (集合型店舗)	独立店舗計	集合型店舗計	合計
平成20年度（2008年）	30		6				36
平成21年度（2009年）	33		10				43
平成22年度（2010年）	35		14				49
平成23年度（2011年）	37		16				53
平成24年度（2012年）	34		20				54
平成25年度（2013年）	38		16				54
平成26年度（2014年）	39		13				52
平成27年度（2015年）	42		13				55
平成28年度（2016年）	38	4	16	7	54	11	65
平成29年度（2017年）	38	4	18	12	56	16	72
平成30年度（2018年）	38	4	20	14	58	18	76
平成31年度（2019年）	39	5	21	14	60	19	79
令和 2年度（2020年）	38	4	24	15	62	19	81
令和 3年度（2021年）	37	4	25	5	62	9	71
令和 4年度（2022年）	36	3	23	5	59	8	67
令和 5年度（2023年）	36	3	26	2	62	5	67
令和 6年度（2024年）	35	3	26	2	61	5	66

※独立店舗とは単独で店舗を構えているもの、集合型店舗とはコンビニや商業施設等の一部に併設されたものである。

※2016 年度調査から独立店舗のみを分析の対象としたため、以後の数値には集合型店舗分は含まれない。

◆年間売上額 北海道どさんこプラザ有楽町店が 10 億円超。全体も対前年度比で増加

2023 年度の年間売上額は 2022 年度と比較し、「5 億円以上 7 億円未満」が 2 店舗から 4 店舗と 2 店舗増加し、また、北海道どさんこプラザ有楽町店が 4 年ぶりに 10 億円以上を売上げた。飲食部門の売上は増加傾向にあり、2022 年度は、「1 億円以上」が 9 店舗であったが、2023 年度は 11 店舗となった。また、その他の売上として、イベントやコワーキングスペースの利用料などで 1 億円以上を売り上げる店舗があった。

◆インターネット、SNS 等の活用

・「インターネット、SNS 等の活用」では、コロナ禍に定着した SNS による情報発信

(Instagram、Facebook、X (旧 Twitter)、LINE、YouTube) については継続が見られた。

◆外国人客への対応

コロナ禍により激減した訪日外国人数は、コロナの収束後、回復基調にある。円安の影響により、消費意欲も旺盛であることから、外国人客への対応も進みつつあり、「無料 Wi-Fi の整備」「翻訳機の設置」を進める店舗が増加した。

◆広報プロモーション

「パブリシティ活動」「インターネットでの広告」を実施する店舗が特に増加した。

◆SDGs の達成に向けた取組

「食品ロスの抑制」「プラスチックごみの削減」に取り組む店舗について増加が見られた。

◆ふるさと納税との連携

ふるさと納税との連携が進んでおり、「パンフレット設置」「アンテナショップ取扱商品の返礼」「アンテナショップ商品券の返礼」など、相互に誘導する動きが見られた。

◆物流コストの削減に向けた取組

「物流の 2024 問題」による運送料金の高騰は、遠距離にある地域から都内のアンテナショップへ商品を配送する店舗にとって大きな課題となっている。「在庫管理や配送頻度の見直し」を行った店舗は最も多く、22 店舗であった。加えて、「配送拠点の集約」や「配送業者の見直し」などにも取り組んでいる。

◆その他 東京都以外への出店の増加

東京都以外のアンテナショップはコロナ禍のなかでも減ることがなく、調査開始以来、出店が続いている。調査時点では、全国に 100 店舗あり、北海道内と大阪府内にそれぞれ 13 店舗が出店している。2023 年度から 2024 年度にかけては、大阪関西万博や北陸新幹線・敦賀延伸を機に地元への誘客や特産品の販売促進を狙い、富山県・石川県・福井県の北陸 3 県（共同店舗）、高知県、宮崎県、岡山県倉敷市が大阪駅前のビル内にアンテナショップを出店した。

② 店舗数の推移

調査対象の店舗数は、前年度調査時から新設が1店舗（表2参照）、新たに調査対象となった店舗が1店舗（表3参照）確認された一方、閉館・休館した店舗が3店舗（表4参照）あったため、合計で61店舗となった（図1参照）。

図1 店舗数の推移

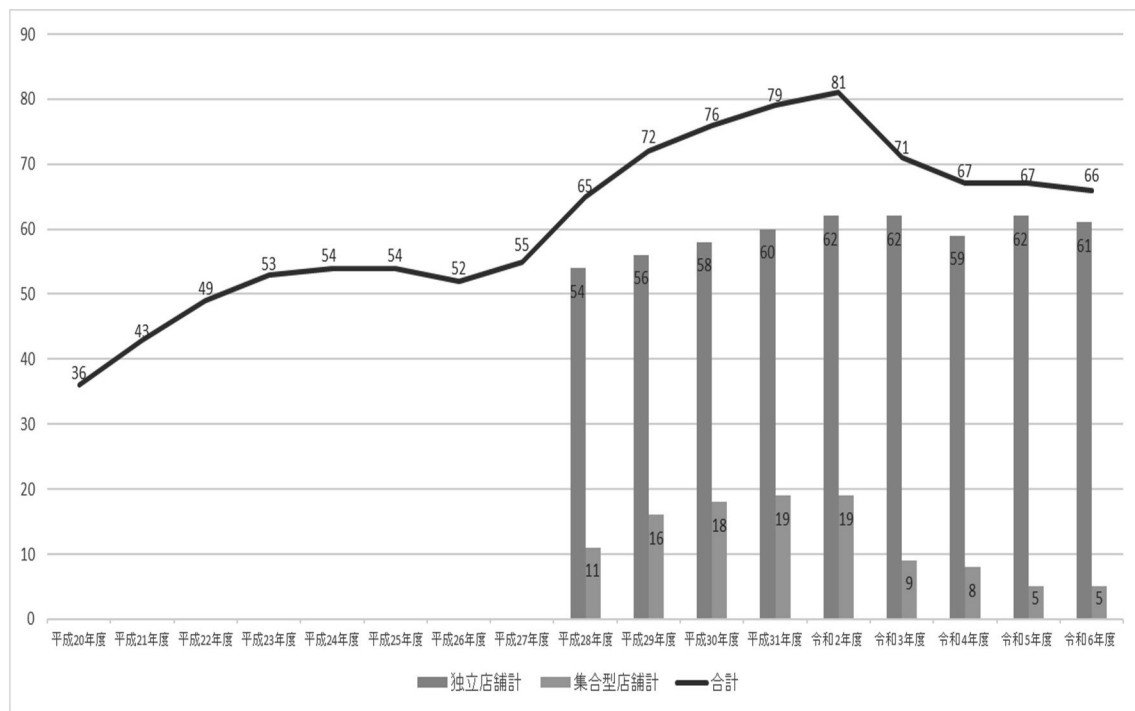


表2 前年度調査（2023年4月1日現在）以降に新設され調査対象となった店舗

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地
2023年4月	福井県	坂井市	坂井市アンテナショップ KINENO	品川区平塚

表3 今年度の調査で新たに調査対象となることが確認された店舗

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地
1990年4月	山形県	鶴岡市	鶴岡市東京事務所「江戸屋敷」	江戸川区西葛西

表4 前年度調査（2023年4月1日現在）以降に調査対象でなくなった前年度調査対象店舗

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	備考
1997年6月	新潟県		表参道・新潟館ネスパス	閉館（その後移転）
2016年3月	岩手県	大船渡市	大船渡ふるさと交流センター （三陸 SUN）	閉館
2021年7月	宮城県 岩手県 福島県	気仙沼市 久慈市 福島市	気仙沼・久慈・福島情報ステーション おかえり館	閉館

③ 改装・移転・開設状況

調査基準日の2024年4月1日以降に改装・移転・開設を予定している店舗は表5のとおりである。※その他にも改装等を検討する自治体は複数あり。

表5 2024年4月1日以降に改装・移転・開設予定の店舗

開設年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地（又は予定地）	状況
2024年4月	鳥取県 岡山県		とっとり・おかやま新橋館	港区新橋	改装
2024年6月	和歌山県		わかやま紀州館	千代田区有楽町	改装
2024年8月	新潟県		銀座・新潟情報館 THE NIIGATA（ザ・ニイガタ）	中央区銀座	移転
2024年10月	長野県		銀座 NAGANO ～しあわせ信州シェアスペース～	中央区銀座	改装
2024年10月	山形県	西川町	田舎割烹にし川	杉並区高円寺南	開設
2024年10月	長野県	上田市	信州上田物産館 UEDA Nerima BASE	練馬区旭丘	移転

近年、店舗の老朽化やアンテナショップの運営方針の見直しなどの理由から増加している「改装・移転」を行った店舗は表6、7のとおりである。実施年度は2018年度が最も多く、8店舗が改装した。

表6 改装・移転の状況

実施年度	店舗数	実施年度	店舗数
2009	2	2019	1
2010	1	2020	5
2015	1	2021	3
2016	1	2022	6
2017	1	2023	7
2018	8	2024（予定）	5

表7 (参考) 2018年度以降の改装・移転実施店舗一覧

年度	出店自治体	ショップ名
2018	山形県	おいしい山形プラザ
	山形県飯豊町	山形県飯豊町アンテナショップ IIDE
	茨城県	IBARAKI sense
	東京都武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」
	東京都府中市	府中市郷土の森観光物産館
	香川県・愛媛県	香川・愛媛せとうち旬彩館
	長崎県	日本橋 長崎館
	宮崎県	新宿みやざき館 KONNE
2019	福島県	日本橋ふくしま館 MIDETTE
2020	北海道	北海道どさんこプラザ有楽町店
	北海道中川町	北海道中川町サテライトスペース「ナカガワのナカガワ」
	山梨県	Cave de ワイン県やまなし
	徳島県	Turn Table
	熊本県	銀座熊本館
2021	奈良県	奈良まほろば館
	広島県	ひろしまブランドショップ TAU
	大分県	坐来大分
2022	福井県	ふくい食の國 291
	福井県	ふくい南青山 291
	長野県大町市	大町市アンテナショップ「信濃大町アルプスプラザ」
	滋賀県	ここ滋賀
	兵庫県洲本市	日本橋室町すもと館
	沖縄県	銀座わしたショップ本店
2023	石川県	八重洲いしかわテラス
	石川県金沢市	KOGEI Art Gallery 銀座の金沢
	福井県坂井市	坂井市アンテナショップ KINENO
	三重県	首都圏営業拠点「三重テラス」
	島根県	日比谷しまね館
	長崎県平戸市	有楽町ひらど商館
	長崎県平戸市	平戸こんね
2024 (予定)	新潟県	銀座・新潟情報館 THE NIIGATA (ザ・ニイガタ)
	長野県	銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～
	長野県上田市	信州上田物産館 UEDA Nerima BASE
	和歌山県	わかやま紀州館
	鳥取県・岡山県	とっとり・おかやま新橋館

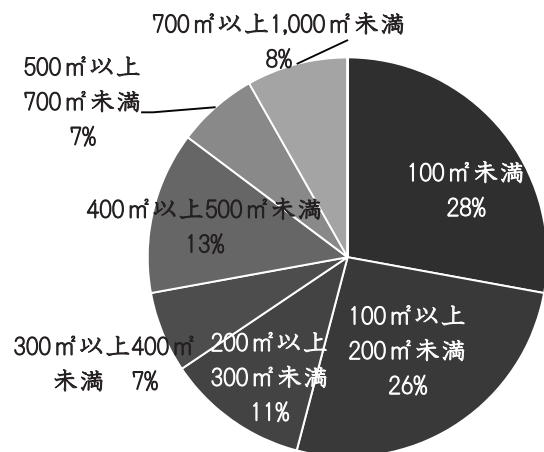
④ 店舗面積

店舗面積が「200 ㎡未満」の店舗が多く、全体の半数以上の割合を占めている。（表 8、図 2 参照）。

表 8 店舗面積別店舗数

面積	調査年度別店舗数	
	2024	2023
100 ㎡未満	17	15
100 ㎡以上 200 ㎡未満	16	17
200 ㎡以上 300 ㎡未満	7	7
300 ㎡以上 400 ㎡未満	4	5
400 ㎡以上 500 ㎡未満	8	8
500 ㎡以上 700 ㎡未満	4	4
700 ㎡以上 1,000 ㎡未満	5	5
1,000 ㎡以上	0	1
総計	61	62

図 2 店舗面積別店舗割合



（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

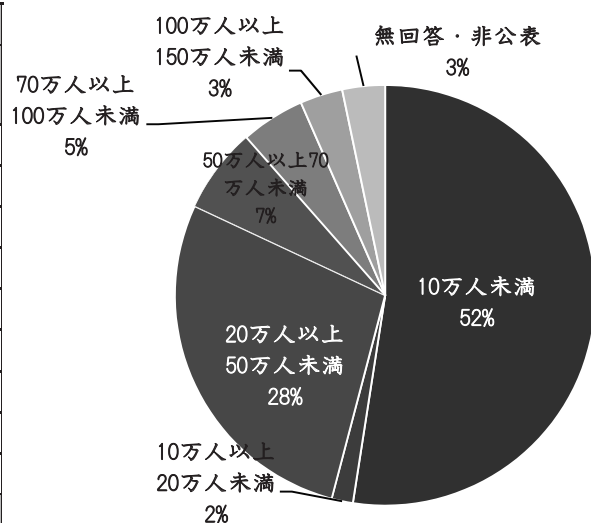
⑤ 2023 年度年間入館者数

年間入館者数が「100 万人」に達したのは「北海道どさんこプラザ有楽町店」（北海道/有楽町）と「栃木県アンテナショップ『とちまるショップ』」（栃木県/押上）の 2 店舗であった。次いで、「70 万人以上 100 万人未満」が「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」 （長野県/銀座）「ひろしまブランドショップTAU」（広島県/銀座）「銀座わしたショップ本店」（沖縄県/有楽町）の 3 店舗であった（表 9、図 3 参照）。

表 9 2023 年度年間入館者数別店舗数

年間入館者数	調査年度別店舗数	
	2024 ※2023 実績	2023 ※2022 実績
10 万人未満	32	32
10 万人以上 20 万人未満	1	1
20 万人以上 50 万人未満	17	17
50 万人以上 70 万人未満	4	6
70 万人以上 100 万人未満	3	4
100 万人以上 150 万人未満	2	2
150 万人以上 200 万人未満	0	0
200 万人以上	0	0
無回答・非公表	2	0
総計	61	62

図 3 2023 年度年間入館者数別店舗割合



（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑥ 2023 年度年間売上額・部門別売上額

年間売上額が「10 億円」に達したのは「北海道どさんこプラザ有楽町店」の 1 店舗のみであった。次いで、「7 億円以上 10 億円未満」が「ひろしまブランドショップ TAU」「銀座わしたショップ本店」の 2 店舗、「5 億円以上 7 億円未満」が「いわて銀河プラザ」（岩手県/銀座）「宮城ふるさとプラザ（愛称：コ・コ・みやぎ）」（宮城県/東池袋）、「香川・愛媛せとうち旬彩館」（香川県・愛媛県/新橋）「かごしま遊楽館」（鹿児島県/有楽町）の 4 店舗であった（表 10、図 4 参照）。また、前年度と比較し、売上額が増加した店舗は、全体の 7 割以上の 44 店舗であった（表 11 参照）。

表 10 2023 年度年間売上額別店舗数

年間売上額	調査年度別店舗数	
	2024	2023
	※2023 実績	※2022 実績
3 千万円未満	13	15
3 千万円以上 5 千万円未満	7	6
5 千万円以上 1 億円未満	8	8
1 億円以上 2 億円未満	7	8
2 億円以上 3 億円未満	7	8
3 億円以上 4 億円未満	5	6
4 億円以上 5 億円未満	5	5
5 億円以上 7 億円未満	4	2
7 億円以上 10 億円未満	2	3
10 億円以上	1	0
無回答・非公表	2	1
合計	61	62

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

図 4 2023 年度年間売上額別店舗割合

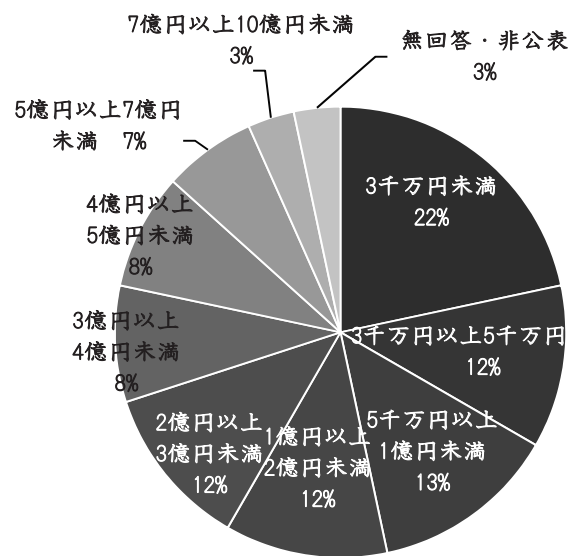


表 11 2023 年度年間売上額前年比状況別店舗数

年間売上額前年比	店舗数
	2024
増加	44
減少	4
横ばい	8
無回答・非公表	5
合計	61

（注）調査対象店舗数 2024：N=61

部門別の年間売上額について、飲食部門の年間売上額が「2 億円」に達したのは「坐来大分」（大分県/有楽町）「かごしま遊楽館」の 2 店舗であった。次いで、「1 億円以上 2 億円未満」が「北海道どさんこプラザ有楽町店」「あきた美彩館」（秋田県/高輪）「おいしい山形プラザ」（山形県/銀座）「日本橋とやま館」（富山県/日本橋）「とっとり・おかやま新橋館」（鳥取県・岡山県/新橋）「Turn Table」（徳島県/神泉町）「香川・愛媛せとうち旬彩館」「まるごと高知」（高知県/銀座）「新宿みやざき館 KONNE」（宮崎県/新宿）の 9 店舗であった（表 12 参照）。

※飲食部門とは、ランチやディナーなどの提供のほか、その場で気軽に飲食できる場所（イートイン等）の提供等を行う部門を指す。

物販部門の年間売上額が「7 億円」に達したのは「北海道どさんこプラザ有楽町店」「銀座わしたショップ本店」の 2 店舗であった。次いで、「5 億円以上 7 億円未満」が「いわて銀河プラザ」の 1 店舗のみであった（表 12 参照）。

オンラインでの年間売上額が「5 千万円」に達したのは「銀座わしたショップ」の 1 店舗のみであった（表 12 参照）。

また、その他の売上としてコワーキング施設の利用料などで「1 億円」を超える店舗が 2 店舗あった。「1 億円」を超えたのは調査開始以来、初めてとなった。

表 12 2023 年度年間売上額部門別店舗数

年間売上額	部門・調査年度別店舗数							
	飲食		物販		オンライン		その他	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
	※2023 実績	※2022 実績	※2023 実績	※2022 実績	※2023 実績	※2022 実績	※2023 実績	※2022 実績
3 千万円未満	19	21	19	17	30	33	15	15
3 千万円以上 5 千万円未満	4	2	5	6	0	0	0	1
5 千万円以上 1 億円未満	7	7	4	6	1	1	1	2
1 億円以上 2 億円未満	9	8	7	8	0	0	2	0
2 億円以上 3 億円未満	2	1	6	7	0	0	0	0
3 億円以上 4 億円未満	0	0	4	4	0	0	0	0
4 億円以上 5 億円未満	0	0	1	3	0	0	0	0
5 億円以上 7 億円未満	0	0	1	0	0	0	0	0
7 億円以上 10 億円未満	0	0	2	2	0	0	0	0
10 億円以上	0	0	0	0	0	0	0	0
無回答・非公表	20	23	12	9	30	28	43	44
合計	61	62	61	62	61	62	61	62

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

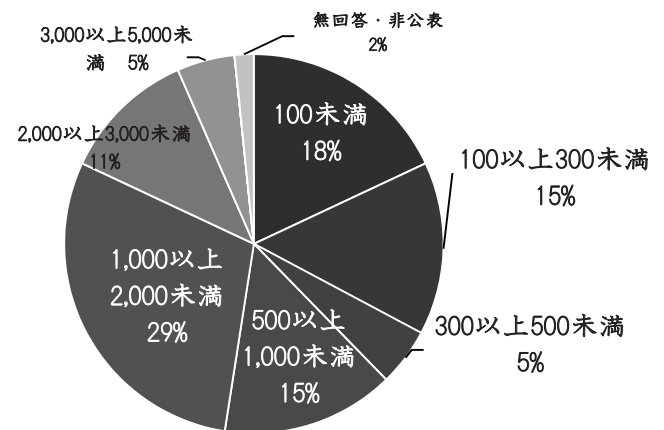
⑦ 2023 年度取扱品目数

取扱品目数が「3,000 以上 5,000 未満」と回答したのは「いわて銀河プラザ」「奈良まほろば館」（奈良県/新橋）「銀座わしたショップ」の3店舗であった。最多品目数帯は、1,000 以上 2,000 未満であった（表 13、図 5 参照）。

表 13 2023 年度取扱品目数別店舗数

取扱品目数	調査年度別店舗数	
	2024	2023
100 未満	11	12
100 以上 300 未満	9	10
300 以上 500 未満	3	3
500 以上 1,000 未満	9	8
1,000 以上 2,000 未満	18	18
2,000 以上 3,000 未満	7	7
3,000 以上 5,000 未満	3	3
5,000 以上	0	0
無回答・非公表	1	1
合計	61	62

図 5 2023 年度取扱品目数別店舗割合



（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑧ 開設目的および運営効果

開設目的で最も多いのは「自治体の PR」「特産品の PR」「特産品の販路拡大」で、59 店舗が回答した（表 14 参照）。運営効果で最も多いのは「自治体の PR」で、61 店舗が回答した。次いで、「特産品の PR」を 60 店舗、「特産品の販路拡大」を 57 店舗が回答した（表 15 参照）。

表 14 開設目的別店舗数（重複回答有り）

表 15 運営効果別店舗数（重複回答有り）

開設目的	調査年度別 店舗数	
	2024	2023
自治体の PR	59	60
特産品の PR	59	59
特産品の販路拡大	59	59
地域情報の発信	54	53
観光案内・誘客	50	53
消費者ニーズの把握・市場調査	37	36
地元出身者との交流	33	31
地域間交流	25	25
田舎暮らし・U I J ターン	21	23
地元住民の意欲拡大	13	12
企業誘致	7	9
その他	4	5

運営効果	調査年度別 店舗数	
	2024	2023
自治体の PR	61	61
特産品の PR	60	60
特産品の販路拡大	57	57
地域情報の発信	55	51
観光客の増加	44	46
消費者ニーズの把握・市場調査	42	41
地元出身者との交流	35	32
地域間交流	25	20
田舎暮らし・U I J ターン	20	21
地元住民の意欲拡大	14	14
企業誘致	6	7
その他	4	4

（注）調査対象店舗数 2024 : N=61、2023 : N=62

⑨ 事業内容

事業内容で最も多いのは「物産販売」で、57 店舗が回答した。次いで、「イベント開催」を 49 店舗、「観光案内」を 44 店舗が回答した。これら 3 項目については約 7 割の店舗が回答しており、アンテナショップの基本的な機能といえる（表 16 参照）。

表 16 事業内容別店舗数（重複回答有り）

事業内容	調査年度別店舗数	
	2024	2023
物産販売	57	59
イベント開催	49	52
観光案内	44	43
飲食施設	43	40
展示	30	30
相談業務	17	20
その他	9	9

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑩ インターネット、SNS 等の活用

インターネット、SNS 等の活用で最も多いのは「HP」で、58 店舗が回答した。次いで、「Instagram」を 47 店舗、「Facebook」を 46 店舗が回答した。「LINE」は、33 店舗から 25 店舗と 8 店舗減少した（表 17 参照）。

表 17 活用中のインターネット、SNS 等ツール別店舗数（重複回答有り）

インターネット、SNS 等の活用	調査年度別店舗数	
	2024	2023
HP	58	57
Instagram	47	47
Facebook	46	47
X（旧 Twitter）	35	38
LINE	25	33
ネットショップ	23	24
メルマガ	14	14
YouTube	11	13
ブログ	5	7
TikTok	1	1
その他	1	2
無回答・非公表	0	0

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑪ 外国人客への対応

外国人客の対応で最も多いのは「無料 Wi-Fi の整備」で 32 店舗が回答した。次いで、「ホームページの多言語化」を 19 店舗、「レストランメニューの多言語化」を 15 店舗が回答した（表 18 参照）。

表 18 外国人客への対応サービス別店舗数（重複回答有り）

外国人客への対応	調査年度別店舗数	
	2024	2023
無料 Wi-Fi の整備	32	28
ホームページの多言語化	19	21
外国語の案内パンフレットを設置	14	16
免税対応	13	14
レストランメニューの多言語化	15	17
語学ができるスタッフの常駐	9	8
翻訳機の設置	14	11
海外 QR コード決済	5	5
その他	10	11
無回答・非公表	7	9

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑫ 移住促進への取組

移住促進への取組で最も多いのは「パンフレット・書籍の設置」で 37 店舗が回答した。次いで、「交流会・イベント等の実施」を 17 店舗、「相談員の常駐」を 6 店舗が回答した（表 19 参照）。

表 19 移住促進への取組別店舗数（重複回答有り）

移住促進への取組	調査年度別店舗数	
	2024	2023
パンフレット・書籍の設置	37	36
交流会・イベント等の実施	17	19
相談員の常駐	6	8
検索システムの設置	2	2
その他	10	14
無回答・非公表	18	7

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑬ 広報プロモーション

広報プロモーションで最も多いのは「パブリシティ活動」で 39 店舗が回答した。次いで、「雑誌広告」「インターネットでの広告」を 23 店舗が回答した（表 20 参照）。

表 20 広報プロモーションの種類別店舗数（重複回答有り）

広報プロモーション	調査年度別店舗数	
	2024	2023
パブリシティ活動	39	34
雑誌広告	23	22
インターネットでの広告	23	19
新聞広告	20	21
メルマガの利用	15	16
専従スタッフが常駐	12	13
メディア説明会	11	9
テレビ、番組 CM とのタイアップ	5	5
その他	35	30
無回答・非公表	0	2

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑭ 運営主体

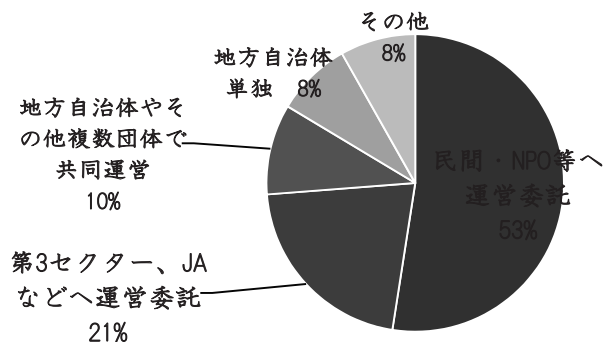
運営主体で最も多いのは「民間・NPO 等へ運営委託」で 32 店舗が回答し、全体の半数以上の割合を占めている。次いで、「第 3 セクター・JA 等へ運営委託」を 13 店舗、「地方自治体やその他団体の複数で共同運営」を 6 店舗が回答した（表 21、図 6 参照）。

表 21 運営主体別店舗数

運営主体	調査年度別店舗数	
	2024	2023
民間・NPO 等へ運営委託	32	32
第 3 セクター・JA 等へ運営委託	13	14
地方自治体やその他団体の複数で共同運営	6	7
地方自治体単独	5	4
その他	5	5
合計	61	62

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

図 6 運営主体の割合



⑮ 販売戦略

販売戦略で最も多いのは「店舗以外での販売」で 48 店舗が回答した。次いで、「テストマーケティング」を 32 店舗、「企業等とのタイアップ」を 30 店舗が回答した（表 22 参照）。

表 22 販売戦略別店舗数（重複回答有り）

販売戦略	調査年度別店舗数	
	2024	2023
店舗以外での販売	48	50
テストマーケティング	32	29
企業等とのタイアップ	30	30
店舗がある自治体との連携	29	27
他アンテナショップとの連携	27	26
企業等への営業	26	25
利用者アンケートの実施	24	26
商談会	14	14
その他	2	3
無回答・非公表	4	1

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑯ 店舗での決済方法

店舗での決済方法で最も多いのは「クレジットカード/デビットカード」で 55 店舗が回答した。次いで「QR コード/バーコード決済」を 50 店舗、「電子マネー」を 49 店舗が回答した（表 23 参照）。

表 23 店舗での決済方法別店舗数（重複回答有り）

店舗での決済方法	調査年度別店舗数	
	2024	2023
クレジットカード/デビットカード	55	57
QR コード/バーコード決済	50	47
電子マネー	49	51
現金のみ	2	0
その他	4	4

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑰ SDGs の達成に向けた取組

SDGs の達成に向けた取組で最も多いのは「食品ロスの抑制」で 29 店舗が回答した。具体的には「消費期限が近い商品の値下げ」「タイムセール」「売れ残った食材をレストランスタッフの賄いとして活用」などである。次いで「プラスチックごみの削減」を 26 店舗が回答した。具体的には「レジ袋の有料化」「紙・木製カトラリーの利用」「梱包材の素材変更」などである（表 24 参照）。

表 24 SDGs の達成に向けた取組別店舗数（重複回答有り）

SDGs の達成に向けた取組	調査年度別店舗数	
	2024	2023
食品ロスの抑制	29	27
プラスチックごみの削減	26	20
ペーパーレス化	14	14
SDGs のプロモーション	7	10
その他	12	11
無回答・非公表	21	13

（注）調査対象店舗数 2024：N=61、2023：N=62

⑱ ふるさと納税との連携

ふるさと納税との連携で最も多いのは「パンフレット設置」で 17 店舗が回答した。次いで、「アンテナショップ取扱商品の返礼」を 9 店舗、「アンテナショップ商品券の返礼」を 8 店舗が回答した。アンテナショップとふるさと納税を相互に誘導する動きが見られた（表 25 参照）。

表 25 ふるさと納税との連携別店舗数（重複回答有り）

ふるさと納税との連携	店舗数
	2024
パンフレット設置	17
アンテナショップ取扱商品の返礼	9
アンテナショップ商品券の返礼	8
アンテナショップで返礼品を販売	6
その他	7
無回答・非公表	28

（注）調査対象店舗数 2024：N=61

⑭ 物流コストの削減に向けた取組

物流コストの削減に向けた取組で最も多いのは「在庫管理や配送頻度見直し」で22店舗が回答した。次いで、「配送拠点の集約」を7店舗、「配送業者の見直し」を5店舗が回答した（表26参照）。

表26 物流コストの削減に向けた取組別店舗数（重複回答有り）

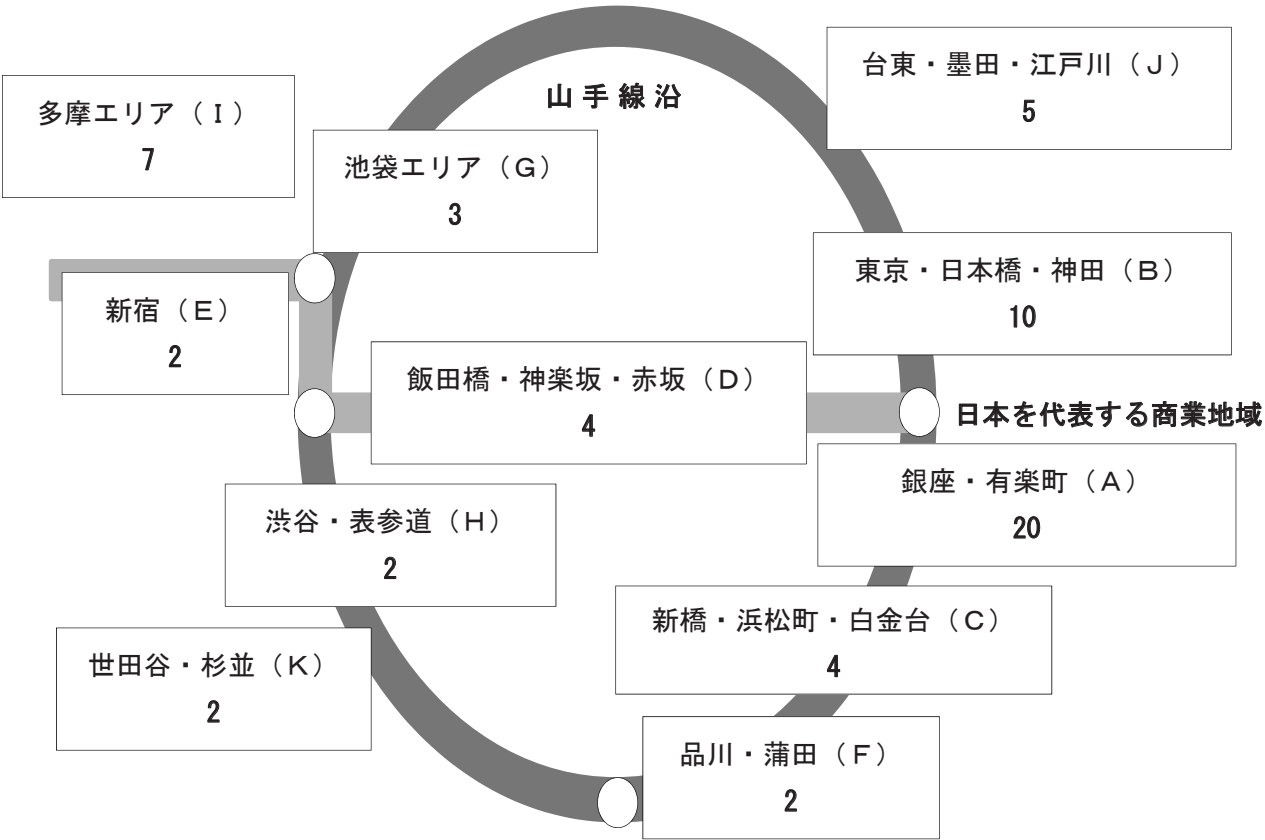
物流コストの削減に向けた取組	店舗数
	2024
在庫管理や配送頻度見直し	22
配送拠点の集約	7
配送業者の見直し	5
貨客混載	3
その他	2
無回答・非公表	32

（注）調査対象店舗数 2024：N=61

⑳ 都内分布状況

東京都内の23区では、中央区及び千代田区に集積しており、特に銀座・有楽町、東京・日本橋・神田に店舗が集積している。次いで港区が多く、新橋にも店舗が集まっている。

図7 アンテナショップ（独立店舗）都内分布状況



() 内のアルファベットは、資料2 (p. 22-24) に掲載した店舗のエリア

都道府県名	都道府県 が設置	市区町村 が設置	合計
北海道	1	1	2
青森県	1	4	5
岩手県	1		1
宮城県	1		1
秋田県	1		1
山形県	1	3	4
福島県	1		1
茨城県	1		1
栃木県	1		1
東京都	1	7	8
東京都・長野県		1	1
富山県	2		2
石川県	1	1	2
福井県	2	1	3
山梨県	1		1
長野県	1	3	4
三重県	1		1
滋賀県	1	1	2

都道府県名	都道府県 が設置	市区町村 が設置	合計
兵庫県		1	1
奈良県	1		1
和歌山県	1		1
鳥取県・岡山県	1		1
島根県	1	1	2
広島県	1		1
山口県	1		1
徳島県	1		1
香川県・愛媛県	1		1
高知県	1		1
福岡県	1		1
長崎県	1	2	3
熊本県	1		1
大分県	1		1
宮崎県	1		1
鹿児島県	1		1
沖縄県	1		1

(資料1) 調査結果一覧 (東京都内)

2024 年度 自治体アンテナショップ実態調査結果

回答ショップ 66 店舗の内、独立店舗 61 店舗（都道府県：35、市区町村：26）が分析対象

※集合型店舗 5 店舗は対象外

設立年度	店数
1990	1
1991	1
1992	0
1993	1
1994	1
1995	1
1996	0
1997	1
1998	1
1999	1
2000	0
2001	1
2002	5
2003	2
2004	1
2005	1
2006	1
2007	0
2008	2
2009	2
2010	2
2011	2
2012	2
2013	2
2014	5
2015	2
2016	3
2017	3
2018	3
2019	2
2020	3
2021	2
2022	4
2023	3
合計	61

改装・移転の状況（年度）	店数
2009	2
2010	1
2015	1
2016	1
2017	1
2018	8
2019	1
2020	5
2021	3
2022	6
2023	7
2024（予定）	5
合計	41

スタッフ数	店数
10人未満	19
10人以上20人未満	20
20人以上30人未満	10
30人以上	12
合計	61

面積	店数
100㎡未満	17
100㎡以上200㎡未満	16
200㎡以上300㎡未満	7
300㎡以上400㎡未満	4
400㎡以上500㎡未満	8
500㎡以上700㎡未満	4
700㎡以上1,000㎡未満	5
1,000㎡以上	0
合計	61

運営主体	店数
民間・NPO等へ運営委託	32
第3セクター、J A等へ運営委託	13
地方自治体やその他団体の複数で共同運営	6
地方自治体単独	5
その他	5
合計	61

開設目的	店数
自治体のPR	59
特産品のPR	59
特産品の販路拡大	59
地域情報の発信	54
観光案内・誘客	50
消費者ニーズの把握・市場調査	37
地元出身者との交流	33
地域間交流	25
田舎暮らし・U I J ターン	21
地元住民の意欲拡大	13
企業誘致	7
その他	4
※重複回答 N=61	

運営効果	店数
自治体のPR	61
特産品のPR	60
特産品の販路拡大	57
地域情報の発信	55
観光客の増加	44
消費者ニーズの把握・市場調査	42
地元出身者との交流	35
地域間交流	25
田舎暮らし・U I J ターン	20
地元住民の意欲拡大	14
企業誘致	6
その他	4
※重複回答 N=61	

事業内容	店数
物産販売	57
イベント開催	49
観光案内	44
飲食施設	43
展示	30
相談業務（移住・企業誘致など）	17
その他	9
※重複回答 N=61	

年間売上額（2023年度）	店数
3千万円未満	13
3千万円以上5千万円未満	7
5千万円以上1億円未満	8
1億円以上2億円未満	7
2億円以上3億円未満	7
3億円以上4億円未満	5
4億円以上5億円未満	5
5億円以上7億円未満	4
7億円以上10億円未満	2
10億円以上	1
無回答・非公表	2
合計	61

年間売上額【飲食部門】（2023年度）	店数
3千万円未満	19
3千万円以上5千万円未満	4
5千万円以上1億円未満	7
1億円以上2億円未満	9
2億円以上	2
無回答・非公表	20
合計	61

年間売上額【物販部門】（2023年度）	店数
3千万円未満	19
3千万円以上5千万円未満	5
5千万円以上1億円未満	4
1億円以上2億円未満	7
2億円以上3億円未満	6
3億円以上4億円未満	4
4億円以上5億円未満	1
5億円以上7億円未満	1
7億円以上10億円未満	2
10億円以上	0
無回答・非公表	12
合計	61

年間売上額【オンライン部門】（2023年度）	店数
3千万円未満	30
3千万円以上5千万円未満	0
5千万円以上	1
無回答・非公表	30
合計	61

売上額内訳【その他】（2023年度）	店数
3千万円未満	15
3千万円以上5千万円未満	0
5千万円以上	1
1億円以上	2
無回答・非公表	43
合計	61

売上額（2023年度）前年比	店数
増加	44
減少	4
横ばい	8
無回答・非公表	5
合計	61

年間入館者数（2023年度）	店数
10万人未満	32
10万人以上20万人未満	1
20万人以上50万人未満	17
50万人以上70万人未満	4
70万人以上100万人未満	3
100万人以上150万人未満	2
150万人以上200万人未満	0
200万人以上	0
無回答・非公表	2
合計	61

広報プロモーション	店数
パブリシティ活動	39
雑誌広告	23
インターネットでの広告	23
新聞広告	20
メルマガの利用	15
専従スタッフが常駐	12
メディア説明会	11
テレビ、番組CMとのタイアップ	5
その他	35
無回答・非公表	0

※重複回答 N=61

インターネット、SNS等の活用	店数
HP	58
Instagram	47
Facebook	46
X（旧Twitter）	35
LINE	25
ネットショップ	23
メルマガ	14
YouTube	11
ブログ	5
TikTok	1
その他	1
無回答・非公表	0

※重複回答 N=61

外国人客への対応	店数
無料Wi-Fiの整備	32
ホームページの多言語化	19
外国語の案内パンフレットを設置	14
免税対応	13
レストランメニューの多言語化	15
語学ができるスタッフの常駐	9
翻訳機の設置	14
海外QRコード決済	5
その他	10
無回答・非公表	7

※重複回答 N=61

移住促進への取組	店数
パンフレット・書籍の設置	37
交流会・イベント等の実施	17
相談員の常駐	6
検索システムの設置	2
その他	10
無回答・非公表	18

※重複回答 N=61

販売戦略	店数
店舗以外での販売	48
テストマーケティング	32
企業等とのタイアップ	30
店舗がある自治体との連携	29
他アンテナショップとの連携	27
企業等への営業	26
利用者アンケートの実施	24
商談会	14
その他	2
無回答・非公表	4

※重複回答 N=61

店舗での決済方法	店数
クレジットカード／デビットカード	55
QRコード／バーコード決済（paypay、LINEpayなど）	50
電子マネー（Suica、iD、QUICPay、楽天Edyなど）	49
現金のみ	2
その他	4

※重複回答 N=61

取扱品目数	店数
100品目未満	11
100品目以上300品目未満	9
300品目以上500品目未満	3
500品目以上1,000品目未満	9
1,000品目以上2,000品目未満	18
2,000品目以上3,000品目未満	7
3,000品目以上5,000品目未満	3
5,000品目以上	0
無回答・非公表	1
合計	61

SDGsの達成に向けた取組	店数
食品ロスの抑制	29
プラスチックごみの削減	26
ペーパーレス化	14
SDGsのプロモーション	7
その他	12
無回答・非公表	21

※重複回答 N=61

ふるさと納税との連携	店数
パンフレット設置	17
アンテナショップ取扱商品の返礼	9
アンテナショップ商品券の返礼	8
アンテナショップで返礼品を販売	6
その他	7
無回答・非公表	28

※重複回答 N=61

物流コストの削減に向けた取組	店数
在庫管理や配送頻度見直し	22
配送拠点の集約	7
配送業者の見直し	5
貨客混載	3
その他	2
無回答・非公表	32

※重複回答 N=61

(資料2) 調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧（東京都内）（2024年4月1日時点）

※エリアのアルファベットはp.19の「都内分布状況」の表記

No.	都道府県	市区町村	ショップ名	所在地	設立年	月	エリア
				運営団体			
1	北海道		北海道どさんこプラザ有楽町店	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館1F	1999	7	A
2	北海道	中川町	北海道中川町サテライトスペース「ナカガワのナカガワ」	世田谷区赤堤4-42-18 株式会社中川町地域開発振興公社	2016	10	K
3	青森県		あおもり北彩館東京店	千代田区富士見2-3-11 株式会社あおもり北彩館	2002	4	D
4	青森県	青森市	AoMoLink～赤坂～	港区赤坂3-13-7 サクセス赤坂ビル1F 東青ビジネスサポート協議会	2016	3	D
5	青森県	八戸市	八戸都市圏交流プラザ「8base」	千代田区内幸町1-7-1 日比谷OKUROJII内 H09 株式会社金剛	2020	9	A
6	青森県	つがる市	農家の刺客	新宿区新宿3-30-13 新宿マルイ本館B1F	2023	3	E
7	青森県	つがる市	果房 メロンとロマン	新宿区神楽坂3-6-92 株式会社スモールエレファント	2019	7	D
8	岩手県		いわて銀河プラザ	中央区銀座5-15-1 岩手県産株式会社	1998	10	A
9	宮城県		宮城ふるさとプラザ（愛称：コ・コ・みやぎ）	豊島区東池袋1-2-2 東池（とういけ）ビル1F・2F 公益財団法人宮城県物産振興協会	2005	7	G
10	秋田県		あきた美彩館	港区高輪4-10-8 ウィング高輪WEST-Ⅲ 1F 株式会社秋田ニューバイオファーム	2008	5	F
11	山形県		おいしい山形プラザ	中央区銀座1-5-10 ギンザファーストファイビル1F・2F 山形県、有限責任事業組合Y Y C共同企業体、株式会社オール・ケッチアーノ	2009	4	A
12	山形県	鶴岡市	鶴岡市東京事務所「江戸屋敷」	江戸川区西葛西7-28-7 山形県鶴岡市	1990	4	J
13	山形県	河北町	河北町アンテナショップかほくらし	世田谷区三軒茶屋2-12-10 河北町商工会	2019	1	K
14	山形県	飯豊町	山形県飯豊町アンテナショップIIDE	杉並区高円寺北2-7-6 有限会社 HOT WIRE GROUP	2014	11	I
15	福島県		日本橋ふくしま館MIDETTE	中央区日本橋室町4-3-16 柳屋大洋ビル1F 公益財団法人福島県観光物産交流協会	2014	4	B
16	茨城県		IBARAKI sense	中央区銀座1-2-1 紺屋ビル1F 茨城県	2011	7	A
17	栃木県		栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」	墨田区押上1-1-2 東京スカイツリータウン・ソラマチ イーストヤード4F 株式会社ファーマーズ・フォレスト	2012	5	J
18	東京都		東京愛らんど	港区海岸1-12-2 竹芝客船ターミナル内 株式会社さわらび	1992	2	C
19	東京都	台東区	ふるさと交流ショップ 台東	台東区浅草4-36-5 台東区	2017	7	J
20	東京都	江戸川区	伝統工芸カフェ アルティザン	江戸川区篠崎町7-20-19 プロシード篠崎タワー3F 篠崎SA/ブリックサービス	2008	7	J
21	東京都	江戸川区	アンテナショップ エドマチ	江戸川区船堀4-1-1 タワーホール船堀内 株式会社アターブル松屋	2018	8	J

※エリアのアルファベットは p. 19 の「都内分布図」の表記

No.	都道府県	市区町村	ショップ名	所在地	設立年	月	エリア
				運営団体			
22	東京都	北区	渋沢×北区飛鳥山おみやげ館	北区西ヶ原2-16（飛鳥山公園管理事務所内）	2021	2	G
				一般社団法人東京北区観光協会			
23	東京都	武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」	武蔵野市吉祥寺本町2-33-1	2001	10	I
				有限会社武蔵野交流センター			
24	東京都 長野県	多摩市 富士見町	多摩市&長野県富士見町共同アンテナショップ Ponte（ボンテ）	多摩市永山1-4 グリナード永山1F	2010	7	I
				株式会社エマリコくたち			
25	東京都	稲城市	いなぎ発信基地へアテラス	稲城市東長沼516-2	2016	4	I
				一般社団法人稲城市観光協会			
26	東京都	府中市	府中市郷土の森観光物産館	府中市是政6-32-10	2011	11	I
				特定非営利活動法人府中観光協会			
27	富山県		日本橋とやま館	中央区日本橋室町1-2-6	2016	6	B
				一般財団法人富山会館			
28	富山県		いきいき富山館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下B1F	2002	6	A
				一般財団法人富山会館			
29	石川県		八重洲いしかわテラス	中央区八重洲2-1-8 八重洲Kビル1F	2024	3	B
				株式会社ジェイアール東日本企画を代表とするコンソーシアム			
30	石川県	金沢市	KOGEI Art Gallery 銀座の金沢	中央区銀座5-1-8 銀座MSビル1・2F	2024	3	A
				一般社団法人金沢クラフトビジネス創造機構			
31	福井県		ふくい南青山291	港区南青山5-4-41 グラッセリア青山内	2002	4	H
				ALL FUKUI			
32	福井県		ふくい食の園291	中央区銀座1-5-8 ギンガウィローアヴェニュービル1F・B1F	2013	4	A
				ALL FUKUI			
33	福井県	坂井市	坂井市アンテナショップ KINENO	品川区平塚3-4-2 エムス戸越銀座1F	2023	4	F
				株式会社ウララコミュニケーションズ			
34	山梨県		Cave de ワイン県やまなし	中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル1F	2004	10	B
				公益社団法人やまなし観光推進機構			
35	長野県		銀座NAGANO ～しあわせ信州シェアスペース～	中央区銀座5-6-5 NOCO1F・2F・4F・5F	2014	10	A
				長野県、一般社団法人長野県観光機構			
36	長野県	上田市	信州上田物産館 UEDA Nerima BASE	練馬区石神井町7-1-14 スカイビル111	2022	10	G
				株式会社LightHouse			
37	長野県	大町市	大町市アンテナショップ 「信濃大町アルプスプラザ」	立川市柴崎町3-9-2 立川市魅力発信拠点施設CotoLink（コトリンク）1F 「LULU Terrace」（ルルテラス）内	2022	6	I
				株式会社まちづくり立川			
38	長野県	木島平村	木島平村アンテナショップ「新鮮屋」	調布市小島町1-34-11	2003	10	I
				一般社団法人木島平村農業振興公社			
39	三重県		首都圏営業拠点「三重テラス」	中央区日本橋室町2-4-1 「YUITO ANNEX」1F・2F	2013	9	B
				三重県			
40	滋賀県		ここ滋賀	中央区日本橋2-7-1	2017	10	B
				アインズ株式会社			
41	滋賀県	長浜市	東京長浜観音堂	中央区日本橋2-3-21 八重洲セントラルビル4F	2021	7	B
				観音の里・祈りくらしの文化伝承会議			
42	兵庫県	洲本市	日本橋室町すもと館	中央区日本橋室町4-4-3 喜助日本橋室町ビル1F	2020	1	B

※エリアのアルファベットは p. 19 の「都内分布図」の表記

No.	都道府県	市区町村	ショップ名	所在地	設立年	月	エリア
				運営団体			
43	奈良県		奈良まほろば館	港区新橋1-8-4 S M B C新橋ビル1F・2F 奈良県	2009	4	C
44	和歌山県		わかやま紀州館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1F 和歌山県中小企業団体中央会	2004	2	A
45	鳥取県 岡山県		とっとり・おかやま新橋館	港区新橋1-11-7 新橋センタープレイス1F・2F 物販店舗：株式会社天満屋、飲食店舗：株式会社稲田屋本店	2014	9	C
46	島根県		日比谷しまね館	千代田区有楽町1-2-2 日比谷シャンテB1F 株式会社東急コミュニティー	2020	5	A
47	島根県	津和野町	TSUWANOW T-SPACE（津和野町東京事務所）	文京区小石川2-25-10 パークホームズ小石川103-3	2014	4	D
48	広島県		ひろしまブランドショップTAU	中央区銀座1-6-10 株式会社頼・スコレコーポレーション	2012	7	A
49	山口県		おいでませ山口館	中央区日本橋2-3-4 日本橋ブラザビル1F 一般社団法人山口県物産協会	2002	6	B
50	徳島県		Turn Table	渋谷区神泉町10-3 株式会社TurnTable	2018	2	H
51	香川県 愛媛県		香川・愛媛せとうち旬彩館	港区新橋2-19-10 新橋マリンビル1F・2F 香川県・愛媛県共同アンテナショップ運営協議会	2003	3	C
52	高知県		まるごと高知	中央区銀座1-3-13 オープレミア 一般財団法人高知県地産外資公社	2010	8	A
53	福岡県		麹町なだ万 福岡別邸	千代田区麹町1-12-1 住友不動産ふくおか半蔵門ビル1階 株式会社なだ万	2023	1	A
54	長崎県		日本橋 長崎館	中央区日本橋2-1-3 アーバンネット日本橋二丁目ビル1F デイ・ナイト株式会社	2016	3	B
55	長崎県	平戸市	有楽町ひらと商館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館B1F 平戸DMC共同企業体 代表構成員 一般社団法人 平戸観光協会	2018	10	A
56	長崎県	平戸市	平戸こんね	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館B1F 平戸DMC共同企業体 代表構成員 一般社団法人 平戸観光協会	2021	6	A
57	熊本県		銀座熊本館	中央区銀座5-3-16 一般社団法人熊本県物産振興協会	1994	10	A
58	大分県		坐来大分	千代田区有楽町2-2-3 ヒューリックスクエア東京3F 大分ブランドクリエイティブ株式会社	2006	4	A
59	宮崎県		新宿みやざき館KONNE	渋谷区代々木2-2-1 新宿サザンテラス内 公益社団法人 宮崎県物産貿易振興センター	1998	3	E
60	鹿児島県		かごしま遊楽館	千代田区有楽町1-6-4 千代田ビル1F・2F・3F 鹿児島県、さつまいも産業振興協同組合、鹿児島県旅行業協同組合、(株)フェニックス、公益社団法人鹿児島県特産品協会	1995	5	A
61	沖縄県		銀座わしたショップ本店	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館1F 株式会社沖縄県物産公社	1994	3	A

(4) 調査結果【東京都以外に設置されている店舗】

当センターでは、東京都以外に設置されている自治体アンテナショップの簡易調査も実施している。その結果は以下のとおりで、店舗数は過去最高の 100 店舗となった。

【調査方法】都道府県を通じて以下の要領で行った。

1 調査対象

- ・自治体が主体となって設置した施設であること（運営は民間企業等に委託していても可）。
- ・常設施設であること。営業活動が短期間（1 年以内）で終了する施設は含まない。
- ・観光案内所、事務所機能のみの施設は含まない。
- ・東京都以外に所在していること。
- ・道の駅、直売所は含まない。

2 調査基準日

2024 年 4 月 1 日

3 調査内容

設立主体、設立年月、セールスポイントなど 12 項目

① 店舗数の推移

東京都以外の地域への出店数は、独立店舗・集合型店舗あわせて 100 店舗となった（表 27・28 参照）。

調査は、このうち集合型店舗 2 店舗を除く独立店舗 98 店舗を対象に行った。

表 27 本調査への回答数推移（単位：店舗）

店舗種別	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
集合型店舗等（市区町村）	0	0	3	5	5	0	0	0	2	0	1
集合型店舗等（都道府県）	0	0	2	2	2	2	1	3	3	2	1
独立店舗等（市区町村）	25	32	45	59	62	55	53	61	68	72	76
独立店舗等（都道府県）	21	25	20	19	20	17	21	19	14	23	22
合計	46	57	70	85	89	74	75	83	87	97	100

表 28 東京都以外への自治体アンテナショップの出店数推移

設立年度	出店数	設立年度	出店数	設立年度	出店数
1989 年度	1	2004 年度	4	2016 年度	3
1991 年度	1	2005 年度	2	2017 年度	3
1993 年度	1	2006 年度	1	2018 年度	13
1994 年度	1	2009 年度	2	2019 年度	6
1997 年度	1	2010 年度	6	2020 年度	6
1998 年度	0	2011 年度	1	2021 年度	5
1999 年度	4	2012 年度	5	2022 年度	3
2000 年度	1	2013 年度	10	2023 年度	4
2002 年度	2	2014 年度	5	2024 年度（予定）	1
2003 年度	2	2015 年度	4		

② 事業内容

事業内容で最も多いのは「物産販売」で 1 店舗を除く 97 店舗が回答した。次いで、「観光案内」を 62 店舗、「イベント開催」を 58 店舗、「展示」を 43 店舗が回答した。飲食施設の設置は、98 店舗中 39 店舗（40％）で、前年度の 95 店舗中 38 店舗（41％）と比較して設置率は大きく変化していない（表 29 参照）。

表 29 事業内容別店舗数(重複回答有り、N=98)

事業内容	店舗数
物産販売	97
観光案内	62
イベント開催	58
展示	43
飲食施設	39
相談業務（移住・企業誘致など）	6
その他	9

(資料3) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧(東京都以外)(2024年4月1日時点)

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
1	北海道札幌市	北海道どさんこプラザ札幌店	北海道		2006.12
2	北海道札幌市	札幌わしたショップ	沖縄県		1999.3
3	北海道帯広市	とかち物産センター	北海道	帯広市	2002.4
4	北海道美幌市	アンテナショップP i P a	北海道	美幌市	2009.7
5	北海道江別市	江別アンテナショップGET'S	北海道	江別市	2015.12
6	北海道赤平市	情報発信基地AKABIRAベース	北海道	赤平市	2015.6
7	北海道恵庭市	Enimarche(エニマルシェ)	北海道	恵庭市	2021.10
8	北海道北斗市	ほっとマルシェおがーる	北海道	北斗市	2016.3
9	北海道八雲町	八雲町情報交流物産館 丘の駅	北海道	八雲町	2014.4
10	北海道江差町	ぶらっと江差	北海道	江差町	2018.10
11	北海道二セコ町	アンテナショップ寿都魚一心	北海道	寿都町	2020.6
12	北海道幌延町	幌延町移住情報PR支援センター「ホロカル」	北海道	幌延町	2018.5
13	北海道鶴居村	鶴居たんちょうプラザ つるぼーの家	北海道	鶴居村	2016.4
14	岩手県洋野町	ひろの水産会館ウニーク	岩手県	洋野町	2013.10
15	宮城県仙台市	蕎と匂 さがゑもん	山形県	寒河江市	2019.9
16	宮城県仙台市	パティスリー サガエサン	山形県	寒河江市	2022.8
17	福島県福島市	福島県観光物産館	福島県		2003.7
18	福島県会津若松市	あいづふるさとアンテナショップ「駅カフェ」	福島県	会津若松市	2002.5
19	茨城県日立市	日立駅情報交流プラザ(ぶらっとひたち)	茨城県	日立市	2012.9
20	栃木県栃木市	栃木市アンテナショップまちの駅コエド市場	栃木県	栃木市	2015.4
21	群馬県桐生市	桐生市観光情報センター(シルクル桐生)	群馬県	桐生市	2020.3
22	埼玉県川越市	川越市産業観光館「小江戸蔵里」	埼玉県	川越市	2010.10
23	埼玉県行田市	観光物産館「ぶらっと♪ぎょうだ」	埼玉県	行田市	2012.4
24	埼玉県行田市	観光物産館さきたまテラス	埼玉県	行田市	2023.4
25	埼玉県所沢市	所沢市観光情報・物産館YOT-TOKO(よっとこ)	埼玉県	所沢市	2021.5
26	埼玉県本庄市	テラスパ本庄(本庄市インフォメーションセンター)	埼玉県	本庄市	2020.6
27	埼玉県狭山市	SAYA Market&Café	埼玉県	狭山市	2022.4
28	埼玉県越谷市	わしたショップ イオンレイクタウンk a z e	沖縄県		2011.12
29	埼玉県嵐山町	嵐山町ステーションプラザ嵐なび	埼玉県	嵐山町	2018.5
30	千葉県我孫子市	我孫子インフォメーションセンター アビシルベ	千葉県	我孫子市	2010.9
31	神奈川県横浜市	神奈川県アンテナショップ「かながわ屋」そごう横浜店	神奈川県		2018.7
32	神奈川県相模原市	さがみはらアンテナショップ「s a g a m i x(さがみっくす)」	神奈川県	相模原市	2013.1
33	富山県立山町	立山町まちなかファーム	富山県	立山町	2018.4

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
34	石川県小松市	空の駅こまつ	石川県	小松市	2013.10
35	石川県小松市	小松土産店	石川県	小松市	2023.9
36	石川県野々市市	1の1 NONOICHI	石川県	野々市市	2019.3
37	福井県福井市	池田町産マーケット こっぽい屋	福井県	池田町	1999.7
38	山梨県甲斐市	甲斐市PRブース	山梨県	甲斐市	2022.6
39	岐阜県岐阜市	THE GIFTS SHOP	岐阜県		2014.9
40	岐阜県可児市	manoショップ	岐阜県	可児市	2018.5
41	岐阜県御嵩町	御嶽宿わいわい館	岐阜県	御嵩町	2010.5
42	静岡県静岡市	わした静岡店	沖縄県		2004.7
43	静岡県島田市	TOURIST INFORMATION おおいなび	静岡県	島田市	2020.11
44	静岡県島田市	蓬萊橋897.4茶屋	静岡県	島田市	2018.3
45	愛知県名古屋市中区	GIFTS PREMIUM	岐阜県		2019.4
46	愛知県名古屋市中区	山 P O R T 新城	愛知県	新城市	2018.6
47	愛知県名古屋市中区	名古屋物産センター	徳島県		2005.2
48	愛知県名古屋市中区	名古屋わしたショップ	沖縄県		1994.7
49	愛知県東海市	東海市観光物産プラザ	愛知県	東海市	2012.11
50	愛知県尾張旭市	尾張旭まち案内	愛知県	尾張旭市	2018.4
51	愛知県蟹江町	蟹江町観光交流センター 祭人	愛知県	蟹江町	2018.5
52	愛知県美浜町	食と健康の館	愛知県	美浜町	2005.4
53	三重県桑名市	宿場の茶店 ー (ハジメ)	三重県	桑名市	2019.7
54	三重県いなべ市	inabe's Shop	三重県	いなべ市	2021.4
55	滋賀県守山市	真庭市場守山店	岡山県	真庭市	2020.6
56	滋賀県東近江市	ぶらざ三方よし	滋賀県	東近江市	2010.9
57	滋賀県東近江市	八日市駅前観光交流施設	滋賀県	東近江市	2023.4
58	滋賀県日野町	近江日野まちなか観光交流拠点施設	滋賀県	日野町	2018.11
59	京都府向日市	向日市観光交流センター まちてらすMUKO	京都府	向日市	2020.11
60	大阪府大阪市	青森・岩手えもんショップ	青森県・岩手県		2016.7
61	大阪府大阪市	福島県観光物産館大阪サテライトショップ	福島県		2018.7
62	大阪府大阪市	新潟県関西情報発信拠点「新潟をこめ」	新潟県		2014.4
63	大阪府大阪市	大阪物産センター (とくしま県の店)	徳島県		1997.7
64	大阪府大阪市	わしたショップリンクスウメダ店	沖縄県		2019.11
65	大阪府大阪市	わした大阪天神橋筋店	沖縄県		2004.8
66	大阪府堺市	杉風舎 (サンブウシャ)	奈良県	東吉野村	1989.4

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
67	大阪府池田市	池田市観光案内所	大阪府	池田市	2013.7
68	大阪府吹田市	吹田市情報発信プラザ（Inforestすいた）	大阪府	吹田市	2015.11
69	大阪府高槻市	真庭市場高槻店	岡山県	真庭市	2012.8
70	大阪府枚方市	アンテナショップ椎葉村里人倶楽部	宮崎県	椎葉村	2017.10
71	大阪府泉佐野市	観光おもてなしプラザ「泉佐野 まち処」	大阪府	泉佐野市	2017.3
72	大阪府泉佐野市	観光交流プラザ「りんくう まち処」	大阪府	泉佐野市	2012.12
73	兵庫県神戸市	ひょうごふるさと館	兵庫県		1991.7
74	兵庫県神戸市	BOTTLE-O	兵庫県	神戸市	2024.4
75	兵庫県神戸市	わした神戸三宮店	沖縄県		2004.5
76	奈良県奈良市	奈良のうまいものプラザ	奈良県		2014.4
77	奈良県奈良市	なら工芸館	奈良県	奈良市	2000.11
78	奈良県大和郡山市	元気城下町プラザ	奈良県	大和郡山市	2010.3
79	奈良県大和郡山市	元気城下町ぶらっと	奈良県	大和郡山市	2013.10
80	奈良県天理市	天理市トレイルセンター	奈良県	天理市	2017.4
81	奈良県生駒市	生駒市アンテナショップおちやせん	奈良県	生駒市	2014.4
82	奈良県曽爾村	そにのわの台所katte	奈良県	曽爾村	2021.4
83	奈良県天川村	天川村ふれあい直売所小路の駅「てん」	奈良県	天川村	2009.5
84	広島県三次市	飯南町交流物産館「あいまるシェ」	島根県	飯南町	2013.10
85	広島県廿日市市	吉賀町アンテナショップかきのきむら	島根県	吉賀町	2003.4
86	広島県府中町	ふちゅう情報プラザつばき館	広島県	府中町	2004.3
87	香川県高松市	かがわ物産館「栗林庵」	香川県		2013.3
88	福岡県福岡市	みちのく夢プラザ	青森県・岩手県・秋田県		1999.2
89	福岡県福岡市	アンテナショップ八女本舗	福岡県	八女市	2013.6
90	福岡県福岡市	よりあい処つしま	長崎県	対馬市	2013.11
91	福岡県大牟田市	大牟田観光プラザ	福岡県	大牟田市	1993.4
92	福岡県大牟田市	新大牟田駅観光プラザ	福岡県	大牟田市	2013.3
93	福岡県柳川市	柳川よかもん館	福岡県	柳川市	2019.4
94	福岡県水巻町	ICOTTO!MIZUMAKI	福岡県	水巻町	2018.10
95	佐賀県みやき町	Café & Gift MIYAKIYA	佐賀県	みやき町	2021.6
96	佐賀県大町町	アンテナショップ大町ふるさと館	佐賀県	大町町	2023.2
97	沖縄県那覇市	那覇空港わしたショップ	沖縄県		1999.5
98	沖縄県那覇市	わしたショップ国際通り店	沖縄県		2010.7

(5) 調査結果【海外に設置されている店舗】

当センターでは、海外に設置されている自治体アンテナショップの簡易調査も実施している。その結果は以下のとおりで、店舗数は2店舗となった。

【調査方法】都道府県を通じて以下の要領で行った。

1 調査対象

- ・自治体が主体となって設置した施設であること（運営は民間企業等に委託していても可）。
- ・常設施設であること。営業活動が短期間（1年以内）で終了する施設は含まない。
- ・観光案内所、事務所機能のみの施設は含まない。
- ・海外に所在していること。
- ・道の駅、直売所は含まない。

2 調査基準日

2024年4月1日

3 調査内容

設立主体、設立年月、セールスポイント事業内容など12項目

① 店舗数・事業内容

海外への出店数は、独立店舗のみの2店舗となった。事業内容は、「物産販売」「観光案内」を2店舗すべてが回答した。

（資料4）調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧（海外）（2024年4月1日時点）

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
1	シンガポール	Flavours of Ishikawa（石川県海外アンテナショップ）	石川県		2019.10
2	香港	石川県海外アンテナショップ	石川県		2019.10

3 事例紹介

(1) 新潟県「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」

「米」「アート」など多様な魅力で新潟と東京をつなぐ

銀座・新潟情報館 THE NIIGATA は 2024 年 8 月にグランドオープンした。豊かな食をはじめとした新潟の魅力的な品々を、その背景にある文化やストーリーとあわせて発信していく。



基本情報	
開設年月	2024 年 8 月グランドオープン (2024 年 5 月 31 日 (8 階レストラン)、6 月 17 日 (B1 階移住相談窓口、3 階イベントスペース)、8 月 8 日 (1、2 階物販))
住所 (最寄駅)	東京都中央区銀座 5-6-7 (最寄駅：東京メトロ銀座線 銀座駅)
電話番号	03-6280-6635 (代表：事務局)
営業時間	B1 階 (移住相談窓口) 10:30~18:30 1、2 階 (物販) 10:30~19:30 2 階 (新潟清酒・THE SAKE Stand 販売) 12:00~19:00 3 階 (イベントスペース) イベントにより異なる。

	8階（レストラン THE NIIGATA Bit GINZA） ランチ 11:30～14:00 (Lo13:30) 土日祝 11:30～15:00 (Lo14:30) ディナー 18:00～22:00 (Lo21:00)
休館日	B1階（移住相談窓口） 火曜日、祝日、年末年始（12/29～1/3） 1、2階（物販、新潟清酒・THE SAKE Stand） 年始（1/1～1/3） 3階（イベントスペース） 年末年始（12/29～1/3） 8階（レストラン THE NIIGATA Bit GINZA） 月曜定休、他不定休あり

本事例紹介は、新潟県からの調査シートを基に、銀座・新潟情報館 THE NIIGATA 館長の田中真佐彦氏と佐藤あかね氏にヒアリング調査のご協力をいただき作成した。

1 出店自治体の概要

新潟県は、本州の日本海沿岸のほぼ中央に位置し、県土面積は全国 5 位、人口は約 209 万人（2024 年 12 月現在推計）である。豪雪地域として知られ、特に魚沼地方や上越地方の山間部は積雪量が多い。また、信濃川や阿賀野川等数多くの河川があり、その下流域には広大で肥沃な平野が広がり、コメの作付面積及び生産量ともに全国 1 位を誇る。また、淡麗辛口を特徴とする日本酒の酒蔵数も全国 1 位で、伝統的な酒造りが盛んである。他にも、精密加工や金属プレスなど、国内屈指のものづくり拠点でもあり、世界的に評価されている洋食器やアートなど、様々な魅力に溢れている。2024 年 7 月に日本最大の離島、佐渡島にある佐渡金山が世界文化遺産として登録され、今後の交流人口の増加が期待されている。

2 開設の経緯

1997 年に表参道にアンテナショップ「表参道・新潟館ネスパス」を開設。開設当初はイベントの開催を中心に新潟の風土やアート、食の魅力等を PR していた。その後、2006 年から物販を開始し、年を追うごとに順調に来館者、売上を伸ばし、首都圏のアンテナショップの中でも上位にランクインするに至った。

そのような中、建物の老朽化のため 2023 年 12 月にネスパスは閉館することとなり、26 年間の活動を終えた。新たな情報発信拠点の開設にあたっては、新型コロナウイルスの影響でライフスタイル等が変化したことにより、実店舗の設置を疑問視する声もあった。しかし、有識者会議で検討が行われた結果、首都圏の人々や在日外国人と出会い・交流する場として、情報発信拠点は今後も必要との意見が出され、新潟への「人の動き」を作るため、銀座に「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」を開設することになった。

3 施設運営

THE NIIGATA の運営形態は下記のとおりである。

設立主体	新潟県
運営主体	公益財団法人にいがた産業創造機構
公募方法	企画提案型（テナント選定）
運営方法	直営＋転貸
店舗面積	540.28 m ² （B1、1、2、3、8 階の合計）
成果指標	—
実施事業	移住相談、物販、イベント開催、飲食業（レストラン）
スタッフ数	44 名（事務局、テナント等の合計）
開設に係る 補助金の活用	国の交付金（新型コロナ感染症対応地方創生臨時交付金）を活用

表 1 「THE NIIGATA」運営形態表

4 開設効果

アンテナショップの開設以降、首都圏において新潟の“食”の知名度が確実に向上したという。現在、「新潟のコシヒカリ」をはじめ、日本酒やへぎそば、笹団子、タレかつといった特産品は全国的な知名度を得ており、これらを求めてショップに来る人も多い。また、店舗開設にあたり、店内で新潟の多様な魅力を五感で味わってもらえる空間をデザインした。随所に県産材、県産品を使用しているほか、新潟で育まれたものづくりの紹介コーナーや、「新潟の大地」をテーマとした作品を展示するなど、工芸品やアートなど、食にとどまらない新潟の魅力発信に力を入れている。

5 立地特性と主な客層

THE NIIGATA は銀座駅から徒歩約 2 分、銀座のシンボルとも言える和光の時計棟の近くに位置している。銀座はファッションやショッピングの中心地としてブランドショップや専門店、百貨店などが集積しているため富裕層や高級志向の客層に向けて新潟の情報発信が見込める。ほかにも、日本橋や有楽町、銀座にかけて、自治体等のアンテナショップが集積していることから、これらアンテナショップ間における誘客の相乗効果により多くの方に向け新潟の PR が期待できる。また、銀座は海外からの観光客が多く集まるエリアでもあり、店舗が位置するすずらん通りには、平日、休日を問わず、様々な国の人たちが行きかっている。

6 事業内容

(1) 物販

1 階、2 階が物販フロアとなっており、1 階入口を入ってまず目に入ってくるのは旬の青果、野菜や季節の生鮮品である。店舗を訪れた人が「新潟の食材」を一目でわかるように工夫している。店舗全体での商品は約 1200 品目を扱っており、品揃えは定期的に入れ替え、来館者のリクエストに応じて商品を仕入れることもあるという。人気の食品はサーモン塩辛、笹団子、柿の種のオイル漬けにんにくラー油等。これらの商品は、表参道時代からの人気商品である。また、レジ横では魚沼産コシヒカリを使用したおにぎりを 10 種類、毎朝店内で手作りし販売しており、人気商品となっている。2 階ではお酒と工芸品を取り扱っている。お酒は淡麗辛口である新潟清酒を数多く取り扱っているほか、県産ワインや地ビールなども揃っている。また、常時約 40 種類以上の新潟清酒の試飲ができる都内最大規模の試飲コーナーがあり、1500 円でお猪口 5 杯分利用でき、物販の中で一番の売上を誇っている。どの日本酒を飲むか迷った場合は、試飲コーナーに設置してあるタブレット端末で「ソムリエ AI」がその日の気分に応じておすすめを提案してくれる。お酒コーナーの隣には工芸品コーナーがあり、酒器や刃物、世界的に評価の高い洋食器等、「食以外」でも優れている新潟の逸品が並んでいる。



ショップ（1 階）・2 階試飲コーナー「新潟清酒・THE SAKE Stand」

(2) レストラン

新潟県燕三条を本拠地とするイタリア料理店「Bit」が 8 階にオープンした。米粉を使用した南蛮エビのパスタや、新潟の郷土料理「のっぺ」を前菜とした土鍋炊きご飯のランチなど、イタリアンと和を両方楽しむことができる。新潟厳選米を使用したトリュフとフォアグラの卵かけご飯がレストランの一番人気メニューとなっている。食材だけでなく、ワインや食器、カトラリー、店内装飾など、あらゆるものに新潟ゆかりの品が使用されている。



レストラン THE NIIGATA Bit GINZA



トリュフとフォアグラの卵かけご飯

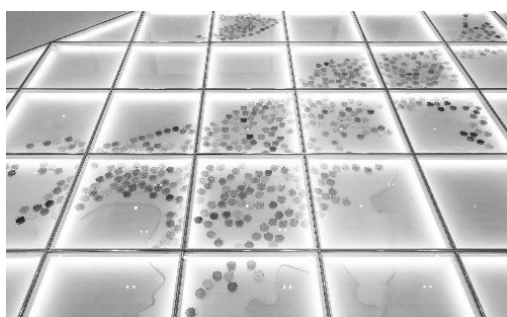
(3) イベントスペース

交流・体験や県産品の紹介等を通じて、新潟の魅力を楽しんでもらえるイベントを開催している。主に新潟県内の自治体・団体・企業が利用しており、特産品や文化などのPRの場として活用されている。

また、「新潟の大地」をテーマにしたアートも展示されている。壁には南魚沼市にある「八海山」をモチーフにした絵画が、床には新潟県 112 市町村（平成の大合併以前）で集められた 705 箇所の土が飾られている。



イベント開催の様子



栗田宏一氏の作品「SOIL LIBRARY/NIIGATA」床に新潟県の 705 箇所の砂が展示

(4) その他

1 階に「情報コーナー」を設置しており、県内各地の魅力や情報をイラストや映像で紹介している。また、地下 1 階には移住相談窓口／にいがた暮らし・しごと支援センターがあり、専門の相談員が常駐して就職、転職などの仕事の相談はもちろん、暮らしの相談にもワンストップで対応している。

7 広報体制・メディアへの訴求

SNS やホームページ、広報誌を活用し、季節のおすすめ商品や3階で行われるイベント情報や観光、移住情報など幅広い情報の発信を行っている。中でも、広報誌「THE NIIGATA NEWS～@銀座～」は年4回発行し、法人会員に郵送しているほか、店舗内で配布している。また、8月のグランドオープンの際には地元新潟のメディアだけではなく、全国的にもテレビや雑誌等に取り上げられ、多くの人が店舗を訪れた。

8 今後の検討事項、課題と展望

表参道・新潟館ネスパスは、26年間にわたり表参道で情報発信を行ってきたこともあり、店舗そのものの知名度も高く、いわゆる「固定客」による一定程度の集客力があつた。このたび、店舗が銀座に移ったことから、新店舗の知名度の向上とともに、来館者の増加（特に平日）について対策が必要となっている。また、表参道時代と比較すると店舗面積が減少したことによる商品数の減少等が避けられなかったため、これを補う方策や、店舗前のすずらん通りに多く行き交う外国人を一人でも多く店内に呼び込む工夫が急務である。

また、新潟は「食に比べると食以外の知名度が低い」とされている。今後は食の魅力だけにとどまらず、新潟のすぐれたものづくりの紹介や、3階のイベントスペースを活用した新潟の文化やアート等の魅力発信も積極的に行っていく予定である。



取材にご協力いただいた 銀座・新潟情報館 THE NIIGATA 佐藤 あかね氏

(2) 和歌山県「わかやま紀州館」

東京で出会える和歌山の恵み

わかやま紀州館は開設から 20 周年となる 2024 年 6 月にリニューアルオープンした。イートインコーナーを新設し、特産品の梅などを使ったジェラートや梅酒、日本酒の飲み比べができるようになった。更なる認知度の強化や特産品の販路拡大に引き続き、取り組んでいく。



基本情報	
開設年月	2004 年 2 月
住所（最寄駅）	東京都千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館地下 1 階 （最寄駅：有楽町駅）
電話番号	03-6269-9434
営業時間	10:00～19:00（日曜・祝日は 10:00～18:00）
休館日	年末年始

本事例紹介は、和歌山県からの調査シートを基に、和歌山県 農林水産部 食品流通課 橋本真明氏にヒアリング調査にご協力いただき作成した。

1 出店自治体の概要

和歌山県は、日本の紀伊半島に位置する県で、南側は太平洋に面している。県土の約 8 割を山地が占めており、温暖な気候と豊かな自然環境を活かした農業や漁業が盛んである。みかんや紀州の梅干しなどが特産品として全国的に知られている。

2 開設・リニューアルの経緯

高野山、熊野古道等が含まれる「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録を契機に、和歌山県の PR と観光誘客の強化を図るため、首都圏における情報発信拠点として開設された。

開設当初は観光案内を中心とした施設であったが、次第に物産部門の強化を求める声が高まり、特産品売場の開設や販売什器の設置が行われ、現在の「わかやま紀州館」に至った。2013 年 4 月には「わかやま喜集館」から「わかやま紀州館」と名称を改め、2024 年には開設から 20 年を迎えた。

店内設備や什器の老朽化、商品数の増加に伴い、売り場面積が手狭になったこと等から、店舗面積の拡張、店舗デザインの刷新および統一、紀州材を活用したカウンターでのイートインコーナーの新設などを行い 2024 年 6 月にリニューアルオープンした。

3 施設運営

わかやま紀州館の運営形態は下記のとおりである。

設立主体	和歌山県
運営主体	和歌山県中小企業団体中央会
公募方法	プロポーザル
運営方法	運営委託
店舗面積	105 m ²
成果指標	テスト販売の実施 年間 8 回以上の外部イベントへの出展等
実施事業	店舗運営、テスト販売の実施、外部でのイベント出展等
スタッフ数	13 名

表 1 「わかやま紀州館」運営形態表



ショップの様子

4 開設の効果

首都圏販路の場を提供することで、今まで首都圏での取引実績がない事業者のステップアップの機会となっている。また、アンテナショップでの販売を通じて、バイヤーやメディアの目に留まる機会も増え、販路拡大や知名度向上が期待できる。実際に、バイヤーやメディアの方が来店され、商品情報や事業者情報の紹介を求められることもあり、事業者間のマッチングにも寄与している。取扱商品においては、3ヶ月のテスト販売の期間を設け、継続して販売するかを、都度、検討している。テスト販売で販売終了となった商品においても取扱事業者に対して、改善点をフィードバックし、次に活かせるようにしている。

5 立地特性と主な客層

東京交通会館地下1階に位置し、有楽町駅直結で利便性が高い。また、他県のアンテナショップや店舗が多く集積しているエリアであることから、他店での買い物を目的に来た客が多く立ち寄る機会を得ている。

リニューアル前の客層は、50代から60代の年代が中心であったが、リニューアルにより店舗を一新することで、幅広い年代の客層の獲得を目指している。

6 事業内容

(1) 物販

リニューアルに伴い、従来の店舗面積が、約2倍に増加した。一番の人気商品は梅干で、売上の約3割を梅干関連商品が占めている。特筆すべきは、梅干の種類が多さであり、約80種類以上を常時取りそろえ、他店では見られないラインナップとなっている。そのほかにも、ゼリーやジュースなどの果実加工品や干物などの魚加工品、みそやしょう油、梅酒、日本酒、工芸品などを豊富に扱っている。県内事業者が店頭でPR販売できる制度も設けており、定期的に試食販売を行うことで、買い物客からも好評を得ている。

また、日本一のパンダ飼育頭数を誇る和歌山県 白浜町のテーマパーク「アドベンチャーワールド」のコーナーも設置されている。紀州館限定商品も販売されており、パンダファンからも注目を集めている。



豊富な種類の梅干し



パンダグッズ

(2) 軽食

リニューアルに伴い、軽食コーナーが新設された。店内で実際に販売されている日本酒や梅酒を飲み比べできるほか、みかんや梅のジェラートを味わうことができる。



梅酒・日本酒飲み比べコーナー



ジェラート

（３）イベント出展

わかやま紀州館の認知度向上や、特産品の PR のため、年間で 10 回程度、駅や百貨店などで開催されるイベントに出展している。

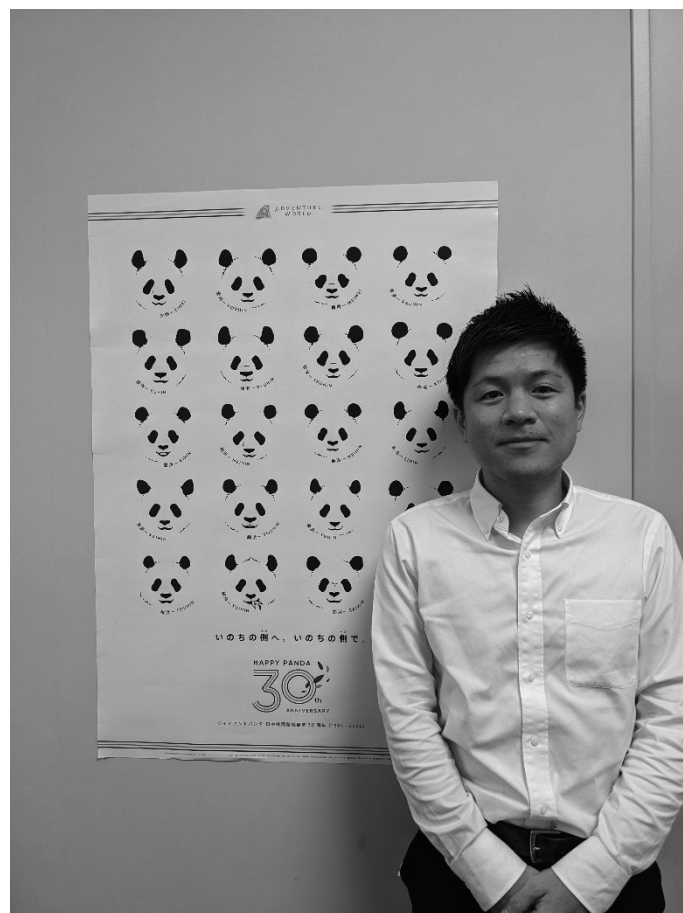
（４）その他

県職員が 1 名常駐しており、首都圏のバイヤーやメディア等からの問い合わせに対して、速やかに対応できるように体制を整えている。

7 今後の検討事項、課題と展望

リニューアルにより店舗面積が大幅に拡充され取扱商品が充実した。また、イートインスペースが設置され、特産品の効果的な訴求が可能になった。今後は、メディアへの露出や、他県のアンテナショップとの連携により、更なるわかやま紀州館の認知度向上ひいては、和歌山県全体の PR に引き続き、取組んでいく。

取材にご協力いただいたわかやま紀州館 橋本真明氏



(3) 高知県「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」

「SUPER LOCAL」をテーマに高知の情報を発信する拠点

高知県あんてなショップ「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」は、2024年7月31日に、大阪駅に直結した「KITTE 大阪」に開設した。高知県の「食」や「観光」など「極上の田舎」の魅力を関西圏に発信するため、エネルギッシュな運営をしている。



基本情報	
開設年月	2024年7月31日
住所（最寄駅）	大阪府大阪市北区梅田 3-2-2 JP タワー大阪 KITTE 大阪 2 （最寄駅：JR 大阪駅、阪神大阪梅田駅、阪急梅田駅、 大阪メトロ四つ橋線西梅田駅、御堂筋線梅田駅）
電話番号	06-6940-6262
営業時間	11:00～20:00
休館日	不定期 ※KITTE 大阪営業時間に合わせる（正月、法定点検日等の予定）

本事例紹介は、高知県からの調査シートを基に、一般財団法人高知県地産外商公社 関西事業本部長 奥田 泰志 氏及び SUPER LOCAL SHOP とさとさ 店長 小松 珠実 氏 にヒアリング調査にご協力いただき作成した。

1 出店自治体の概要

高知県は、北は四国山地、南は太平洋に面して扇状に突き出している。太平洋に面した海岸線は複雑な地形をしており、温暖多湿な気候など複数の要素が、土佐特有の風土を形成している。「高知県は、ひとつの大家族やき。」のコンセプトが表す家族のように親しみやすいポジティブで明るい県民性や、「おきゃく」などのおもてなしの文化を持っている。

2 開設の経緯

これまで高知県大阪事務所が担ってきた、県内の「食」や「観光」などの魅力発信を、より強力に発信していくために新しくアンテナショップを開設した。当該ショップは、首都圏と比較して高知県から距離が近いという優位性を生かして人的交流を促進し、県内事業者や市町村、関西在住の高知県関係者等と連携した「オール高知」で高知の「食」や「観光」などの魅力を発信する拠点として開設した。

開設にあたっては、関西圏の外商活動に関する調査（外商活動に向けた効果的な施策、外商拠点、商圈分析や先進事例の収集・分析等）や有識者会議の意見等も踏まえて、施設の集客力をはじめ、内外からの視認性や大阪駅直結の利便性を考慮し、情報発信の拠点として高い効果を見込める KITTE 大阪へのテナント出店を決定した。

3 施設運営

SUPER LOCAL SHOP とさとさの運営形態は下記のとおりである。

設 立 者	高知県
運 営 主 体	一般財団法人高知県地産外商公社
運 営 方 法	出店テナント区画の転貸借
店 舗 面 積	46.60 坪 (154.08 m ²)
実 施 事 業	物販、テストマーケティング、自主企画イベントの開催、募集型企画イベントにおけるイベントスペースの貸出など
スタッフ数	社員：3 人、アルバイト：10 人（2024.11 月末時点）

表 1 「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」運営形態表

販売商品については、高知県内の事業者への公募や商談会の実施を通じて決定しており、現在は高知県の特産品約 900 商品を販売している。販売商品は加工品が中心であり、その他酒類やカツオのたたき、飲料品などとなっている。

店内は高知県産の木材を活用した什器をベースに、カツオやみょうがなどの特産品を模した土佐和紙張り子照明や、一次産品や高知の風景があしらわれたタペストリーなどで飾られており、コンセプトである SUPER LOCAL に沿った飾り気のない田舎の雰囲気を作っている。商品棚には土佐弁で書かれた POP が設置されており、高知らしい明るく親しみやすい店作りをしている。

また、店外からも視認性が高い大型のデジタルサイネージが2台設置されており、高知の自然、食、歴史・文化、伝統産業、催事出店事業者にまつわる情報といった様々な映像を流すなど、情報発信に活用されている。

店内の一部はイベントスペースとして活用されており、開設からほぼ週1回のペースでイベントが開催されている。イベントスペースにある商品棚は移動式になっており、イベントが無い日には商品が陳列されている。



土佐和紙張り子照明



商品棚の土佐弁手書 POP



大型のデジタルサイネージ

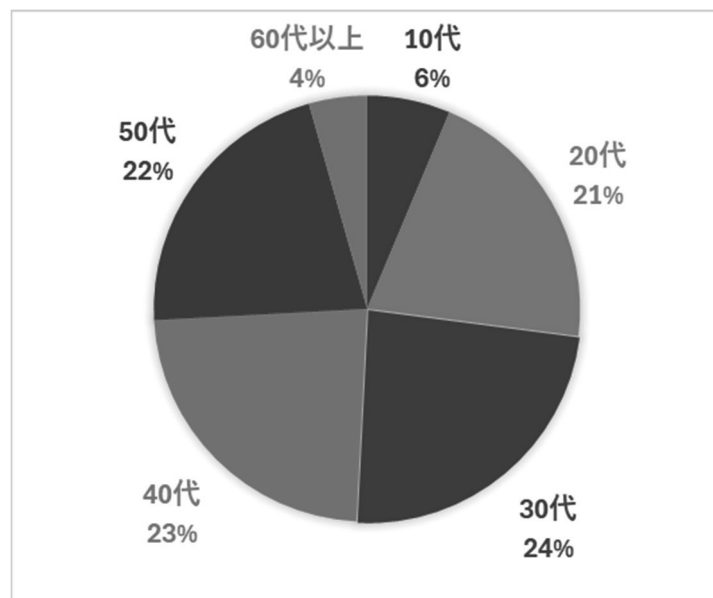
4 開設の効果

店舗の開設は、高知県の特産品の販売拡大に繋がり、デジタルサイネージ等の広告媒体の活用や、関西メディアへの露出による高知県内の情報発信などにより、高知県の認知度向上の効果を上げている。また、店頭イベントなどを通じて、関西エリアの消費者の傾向や、ニーズの把握にも繋がっている。

5 立地特性と主な客層

開設した KITTE 大阪の店舗は、大阪駅に直結した利便性の高い立地であり、同フロアには他県のアンテナショップもある。また、同建物内に飲食店や衣料品店など様々な店舗が立ち並ぶショッピングセンターであることから、他店舗からの立ち寄り、購入の機会の可能性が期待できる。来店者の年代も幅広く、30 代以下と 40 代以上の割合が同程度になっている。

しかし、ショッピングセンターであるため、施設を訪れる客は複数の店舗で買い物をしており、立ち寄りの客が多いことから、店舗での客単価は 1,200 円程度、レジ通過率は約 11%と、東京にある同県のアンテナショップ「まるごと高知」と比較して低くなっている。そのため、売れ筋の商品は、300 円未満の菓子類や飲料となっており、イートインで飲食しやすい商品や、手に取りやすい商品が人気の傾向がある。



来店者の年代別割合

6 事業内容

(1) 物販

物販コーナーでは、「ごっくん馬路村」や「リープル（乳酸菌飲料）」などのご当地ドリンク、「カツオのたたき」や「ぼうしパン」など、高知ならではの食品類、「芋けんぴ」や「ミレービスケット」などの菓子類、「ゆずポン酢」などの調味料類、地酒などの様々な県産品を約 900 アイテムほど販売している。



旬の四方竹販売



ゆずポン酢

(2) イベント

店内イベントスペースでは、高知県内事業者による催事出店やテストマーケティング、店舗独自の自主企画催事などを実施している。開設当初から週に1回程度の頻度で開催されており、その多くは高知県内事業者による催事出店となっている。

特に反響の良かったイベントとして、カツオのたたきや土佐酒などの試食試飲イベントや、せんべろセット（土佐酒飲み比べ三種+おつまみ）の限定販売イベントであった。

また、KITTE 大阪内にある共有スペースでもイベントを開催しており、高知県観光キャンペーン「どっぷり高知旅イベント」などのイベントの反響が良かった。



地元事業者による出店



自主企画で販売したせんべろセット

7 今後の検討事項、課題と展望

現在の販売商品は加工品を中心としているが、高知の旬の生鮮食品を扱った催事販売を実施し、利用者に高知の旬を感じてもらいたいと考えている。

また、関西圏にある高知県に関連した店舗と連携したプレゼントキャンペーンや、KITTE 大阪内にある他県のアンテナショップとコラボしたイベントの開催など、アンテナショップを盛り上げるための催事も検討している。

課題としては、現状ストックヤードに制約があることから、効率的な発注や仕入れ手法を確立していく必要もある。

また、今後の展開としては、「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」を拠点に、高知県産品等のPR活動を通して、高知県を盛り上げる有志「土佐すきやねん隊」と連携して、アンテナショップを拠点にしたイベントを定期的に行いたいと考えている。

取材にご協力いただいた SUPER LOCAL SHOP とさとさ店長 小松 珠実 氏



令和 6 年度（2024 年度） 自治体アンテナショップ実態調査報告書

発行年月日 2025 年 3 月

発 行 一般財団法人 地域活性化センター

〒103-0027 東京都中央区日本橋 2-3-4

日本橋プラザビル 13 階

TEL : 03-5202-6137 FAX : 03-5202-0755

ホームページ : <http://www.jcrd.jp/>