

第23回 自治体アンテナショップ情報交換会 事後配布資料

日時：令和3年6月21日（月）14:00~15:00

開催方法：Zoom（事前申込制）

●資料名

・「自治体アンテナショップ支援事業と実態調査について」

●問い合わせ先

一般財団法人 地域活性化センター 情報・広報グループ 担当：丸山

「第23回自治体アンテナショップ情報交換会について」とお問い合わせください。

【メール】 antena@jcrd.jp

【電話】 03-5202-6137

2021年度自治体アンテナショップ情報交換会（第1回 オンライン） 「自治体アンテナショップ支援事業と実態調査について」



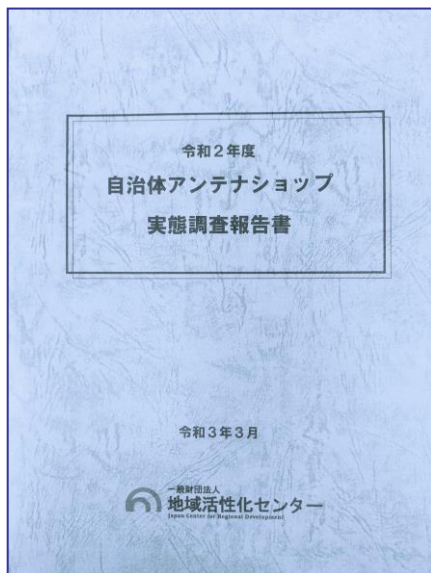
日時：2021年6月21日（月）

一般財団法人 地域活性化センター 広報・プロモーション課

メディアマーケティング マネージャー 畠田 千鶴

自治体アンテナショップ支援事業

- 1 自治体アンテナショップ実態調査を毎年実施（2008年度～）、報告書発行
HP「自治体アンテナショップ支援事業」コーナー、月刊「地域づくり」等で情報公開、またメディア等にも情報提供（<https://www.jcrd.jp/support/antennashop/>）
- 2 自治体アンテナショップ情報交換会を年4回開催（2008年度～） ※昨年度まで2回
- 3 アンテナショップの視察受入、講演会講師派遣
- 4 新規出店、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に対応、アドバイザー・委員等の派遣
- 5 全国の自治体アンテナショップをGoogle マイマップで紹介（センターHPでリンク）



自治体アンテナショップ実態調査報告書



2018年度自治体アンテナショップ情報交換会

都内の自治体アンテナショップの変遷

2000年

- ・1994年 「銀座熊本館」「銀座わしたショップ」、1995年「かごしま遊楽館」
アンテナショップブームの先駆け
- ・銀座・有楽町周辺にショップが集積（東京交通会館に集中）
- ・第1次アンテナショップブーム 定着化

2008年

- ・宮崎県・東国原知事の登場で地方ブーム
- ・日テレ系「カミングアウトバラエティ！！秘密のケンミンSHOW」、雑誌特集などで
- ・スタイリッシュな店、レストラン併設店増加 一般化

2013年

- ・銀座1丁目界隈にショップが集積（6県）
- ・店舗が大型化（広島県、栃木県、三重県）
- ・地域ブランドを意識した店舗運営 進化

2014年

- ・第2次アンテナショップブーム 2015年 8店新規出店
- ・外国人来訪者の整備（パンフレット、フリーWi-Fi整備、免税店許可）
- ・2013年東京オリンピック・パラリンピック決定 国際化に向けて

2016年

- ・ブランド化を意識した高級志向のショップが増加
- ・銀座・有楽町から日本橋や新橋に広がる
- ・宿泊施設、バーカウンターを併設するアンテナショップの誕生 高級化、多様化

2020年

- ・新型コロナウイルスの感染拡大で3回の緊急事態宣言を受けて、経営に打撃。オンラインを活用したプロモーションや新しい生活様式を導入、近隣コミュニティとの連携などにも取り組む
- ・民間の運営する通販サイトにアンテナショップ、物産展などの特設コーナーが開設される
- ・アフターコロナに向けて

2020年度

自治体アンテナショップ実態調査（東京） 結果

都道府県が設立 38店舗

市町村が設立 24店舗

合計 62店舗

※ コンビニや商業施設に入居している19店舗は、分析対象にしていない

【自治体アンテナショップ実態調査対象】

- ①調査は、都道府県通じて行い、各アンテナショップ担当課から回答を得た。
- ②自治体が主体となって設立した施設。（運営は民間セクターでも可）
- ③常施設であること。短期間（1年以内）で終了する営業は含まない。
- ④観光案内所・事務所機能のみの施設は含まない。
- ⑤東京都内にあるアンテナショップ。
- ⑥2020年4月1日現在の状況。

データ出所：「2020年度自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在 （地域活性化センター調査）

自治体アンテナショップの運営状況（単位：店舗）

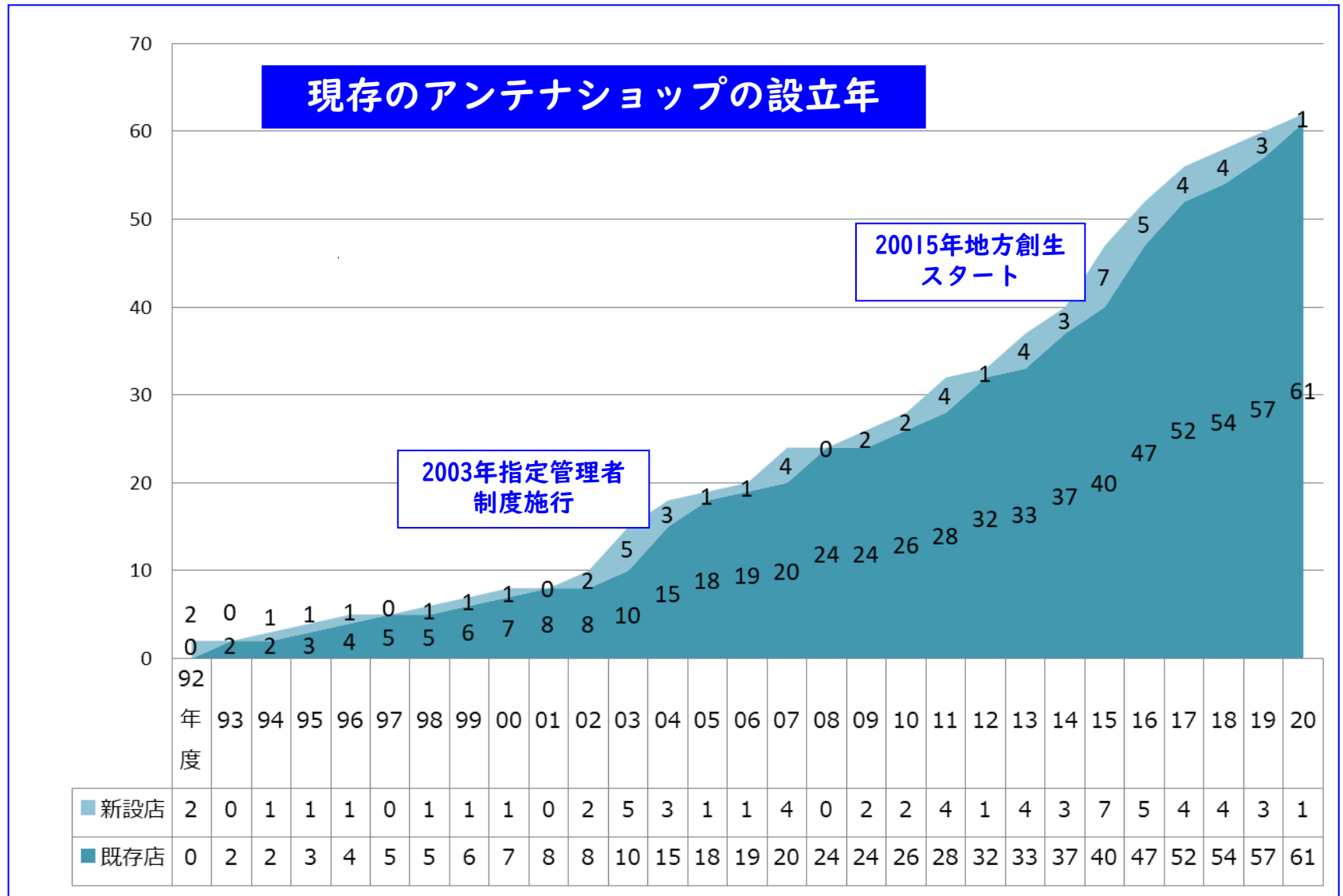
年度	都道府県 (独立店舗)	都道府県 (集合型店舗)	市区町村 (独立店舗)	市区町村 (集合型店舗)	独立店舗計	集合型店舗計	合計
2008		30		6			36
2009		33		10			43
2010		35		14			49
2011		37		16			53
2012		34		20			54
2013		38		16			54
2014		39		13			52
2015		42		13			55
2016	38	4	16	7	54	11	65
2017	38	4	18	12	56	16	72
2018	38	4	20	14	58	18	76
2019	39	5	21	14	60	19	79
2020	38	4	24	15	62	19	81

集合型店舗とはコンビニ、商業施設等にコーナーとして出店した数

地方創生政策がスタートして以降、市町村のショップが増加傾向

自治体アンテナショップ設立の経緯

単位：店



データ出所：「2020年度自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在（地域活性化センター調査）

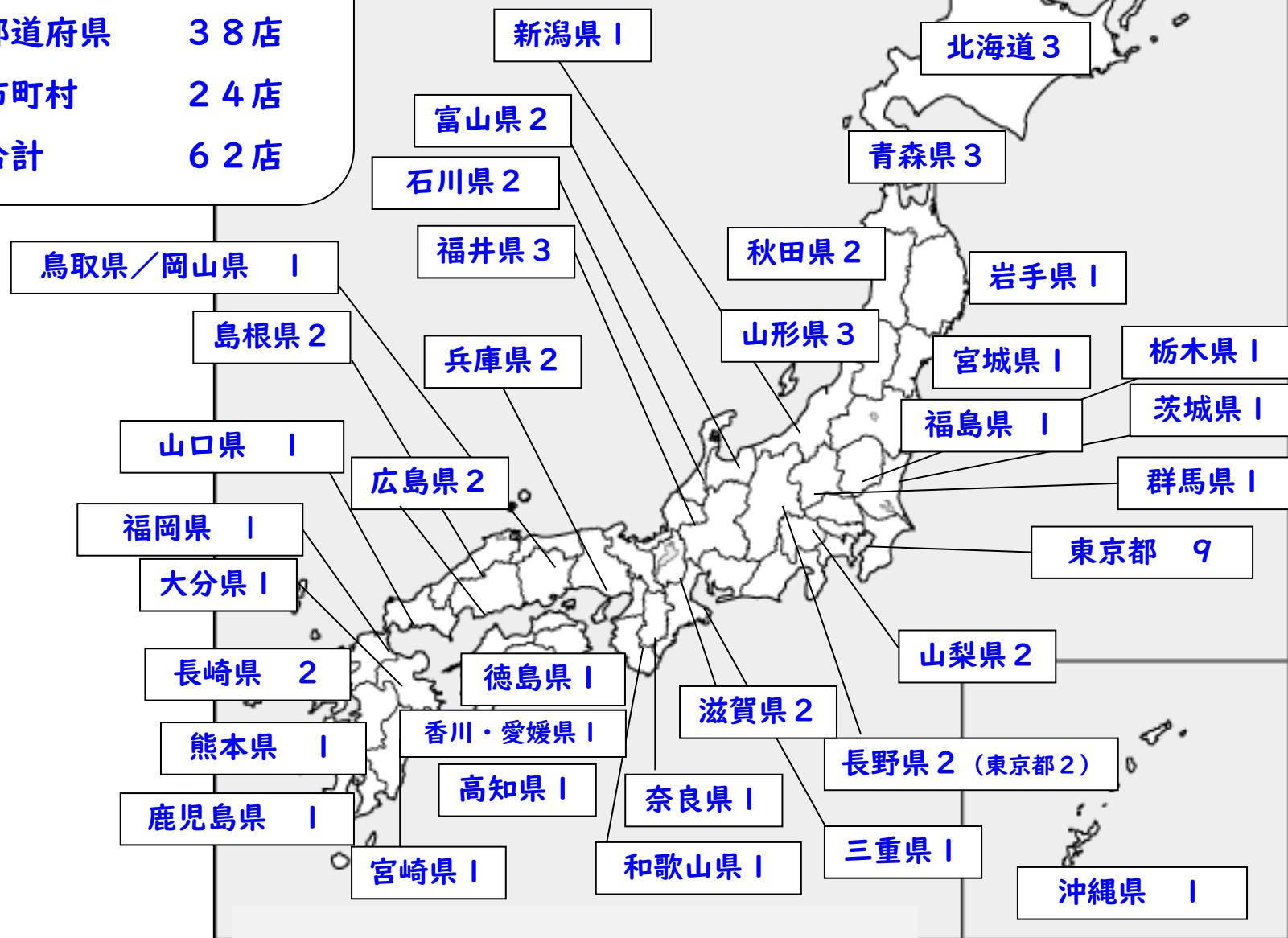
東京都内

自治体アンテナショップ

都道府県 38店

市町村 24店

合計 62店



都内出店一覧（都道府県別）

内訳：都道府県 38店 市町村 24店

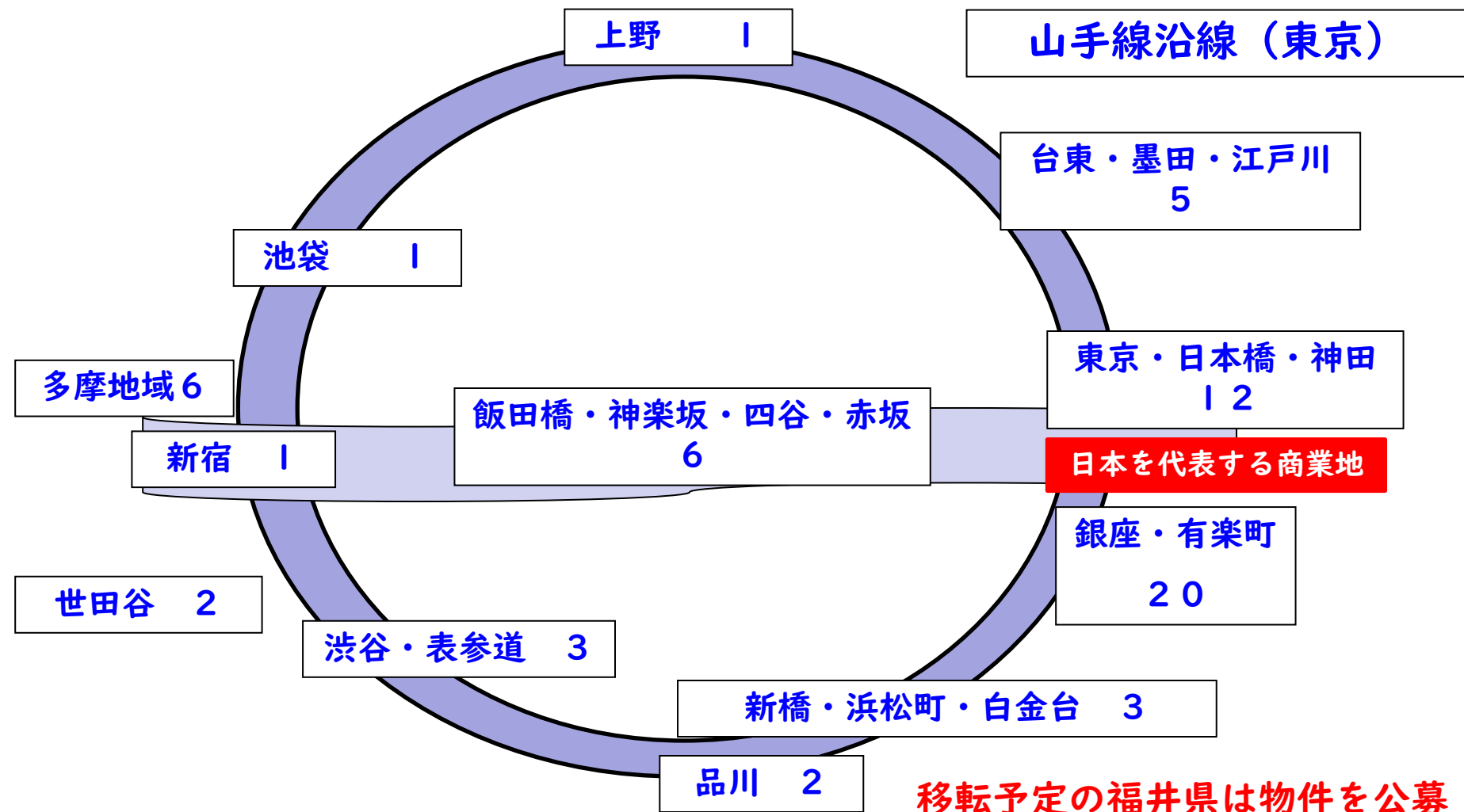
都道府県名	都道府県が運営	市区町村が運営	合計
北海道	1	2	3
青森県	1	2	3
岩手県	1		1
宮城県	1		1
秋田県	1	1	2
山形県	1	2	3
福島県	1		1
茨城県	1		1
栃木県	1		1
群馬県	1		1
東京都	1	6	7
東京都/長野県		2	2
新潟県	1		1
富山県	2		2
石川県	1	1	2
福井県	2	1	3
山梨県	2		2
長野県	1	1	2

都道府県名	都道府県が運営	市区町村が運営	合計
三重県	1		1
滋賀県	1	1	2
兵庫県		2	2
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	2
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	1	2
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

東京都の4店舗が地方との交流目的

データ出所：「2020年度自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在（地域活性化センター調査）

エリア別 自治体アンテナショップ分布図



移転予定の福井県は物件を公募

2017～2020年度 東京都内 新設アンテナショップ一覧

No.	都道府県	団体名	ショップ名	所在地	設立年月
1	青森県	つがる市	果房 メロンとロマン	神楽坂（新宿区）	2019年 7月
2	青森県	八戸広域	8 base(エイトベース)	日比谷（千代田区）	2020年 9月
3	山形県	河北町	アンテナショップ かほくらし	三軒茶屋（世田谷区）	2019年 1月
4	東京都	江戸川区	アンテナショップ エドマチ	船堀（江戸川区）	2018年 8月
5	滋賀県	滋賀県	ここ滋賀	日本橋（中央区）	2017年10月
6	兵庫県	洲本市	日本橋室町 すもと館	日本橋（中央区）	2020年 1月
7	徳島県	徳島県	Turn Table（ターンテーブル）	渋谷（渋谷区）	2018年 2月
8	島根県	島根県	日比谷しまね館（移転）	日比谷（千代田区）	2020年 5月
9	福岡県	福岡県	福扇華	半蔵門（千代田区）	2018年11月
10	長崎県	平戸市	有楽町ひらど商館	有楽町（千代田区）	2018年10月

リニューアル（移転）状況 17店舗

年度	出店自治体	ショップ名
2018年度	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」
	山形県	おいしい山形プラザ
	群馬県	ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家）
	香川県・愛媛県	香川・愛媛せとうち旬彩館
	宮崎県	新宿みやざき館KONNE
	長崎県	日本橋 長崎館
	山形県飯豊町	飯豊町アンテナショップ
	新潟県	表参道・新潟館ネスパス
2019年度	徳島県	Turn Table
	鳥取県・岡山県	とっとり・おかやま新橋館
	沖縄県	銀座わしたショップ本店
	東京都墨田区	産業観光プラザ「すみだ まち処」
	石川県	いしかわ百万石物語・江戸本店
	広島県府中市	広島県府中市アンテナショップNEKI
2020年度	島根県	日本橋しまね館 → 日比谷しまね館
	山梨県	富士の国やまなし館 → Cave de ワイン県やまなし

移転の理由は施設の老朽化、コンセプトのマンネリ化などが理由。21年度には、大分県（有楽町）、奈良県（新橋）に出店・予定。コロナ禍で、好立地、好物件を安い価格で賃貸できる

自治体アンテナショップの運営形態

運営主体

運営主体	調査年度店舗数	
	2020	2019
民間・NPO等への委託	29	31
第三セクター、JAなどへの委託	14	12
地方自治体やその他の団体の複数で共同運営	7	7
地方自治体単独	5	2
その他	6	7
未回答	1	1
合計	62	60

20年度：自治体が単独で運営している店舗は少ない 5店舗（全体の8%）

データ出所：「2020年度自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在 （地域活性化センター調査）

事業内容

(重複回答有り N=62)

事業内容	調査年度別店舗数	
	2020	2019
物産販売	60	57
飲食施設	42	39
相談業務	17	16
観光案内	48	49
イベント開催	56	55
展示	33	37
その他	8	13
未回答	0	1

20年度：特産品販売がトップ60店（96.8%）、イベント開催56店（90.3%）、
観光案内48店（77.4%）、飲食施設42店（67.7%）の順に多かった。

データ出所：「2020自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在（地域活性化センター調査）

自治体アンテナショップ°設立目的と運営効果

単位：店舗 重複回答有り

開設目的	調査年度別 店舗数	
	2020 (N=62)	2019 (N=60)
特産品のPR	61	57
自治体のPR	60	57
特産品の販路拡大	58	54
地域情報発信（マスコミ等）	56	52
観光案内・誘客	39	53
市場調査・消費者ニーズ	39	36
田舎暮らし・UJIターン	26	23
地元出身者との交流	26	22
地域間交流	21	16
地元住民の意欲拡大	13	15
企業誘致	11	6
その他	4	6
未回答	0	2

運営効果	調査年度別 店舗数	
	2020 (N=62)	2019 (N=60)
自治体の知名度アップ°	60	58
特産品の知名度アップ°	60	58
特産品の販路拡大	55	55
地域情報発信（マスコミ等）	58	55
観光客の増加	44	45
消費者ニーズの把握	44	43
地元出身者との交流促進	27	18
田舎暮らし・UJIターン	19	23
地域間交流	19	17
地元住民の意欲拡大	14	15
企業誘致促進	6	4
その他	4	7
未回答	0	1

「観光案内・誘客」の目的が、前年度44店舗から39店舗に減少、新型コロナウイルスの影響で「観光」に積極的な反応を控えていると推測される

店 舗 面 積

面積	2020年度 店舗数	2019年度 店舗数
100㎡未満	17	16
100㎡以上200㎡未満	14	12
200㎡以上300㎡未満	8	7
300㎡以上400㎡未満	7	8
400㎡以上500㎡未満	7	7
500㎡以上700㎡未満	3	3
700㎡以上1,000㎡未満	5	5
1,000㎡以上	1	1
未回答	0	1
合計	62	60

100㎡未満が最も多く、62店舗中17店舗で全体の27%、次いで100㎡以上200㎡未満は、14店舗で全体の23%。200㎡未満の店舗は半数を占める。1,000以上の店舗は、表参道・新潟館ネスパス（新潟県）

2019年度 年間入館者数 単位：店

年間入館者数	調査年度別店舗数	
	2020	2019
10万人未満	28	23
10万人以上20万人未満	5	5
20万人以上50万人未満	16	16
50万人以上70万人未満	5	7
70万人以上100万人未満	4	3
100万人以上150万人未満	2	1
150万人以上200万人未満	0	2
200万人以上	1	1
未回答	1	2
総計	62	60

入館者200万人以上は「北海道どさんこプラザ」（北海道／有楽町駅前路面店）、100万人以上150万人未満は「とちまるショップ」（栃木県／東京ソラマチタウン）、「表参道・新潟館ネスパス」（新潟県／表参道ヒルズ裏）であった

2020年度（令和2年度）年間売上 単位：店

年間売上額	調査年度別店舗数	
	2020	2019
3千万円未満	14	11
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	4	5
1億円以上2億円未満	15	22
2億円以上3億円未満	6	
3億円以上4億円未満	5	8
4億円以上5億円未満	4	
5億円以上7億円未満	5	5
7億円以上10億円未満	1	0
10億円以上	1	2
未回答	0	1
合計	62	60

ボリュームゾーンは、1億円以上2億円で15店舗。1億円以上は37店舗で全体の約60%。
北海道どさんこプラザは3年連続で10億円以上の売上であった。ひろしまブランドショップTAU
は7億以上10億円未満、宮城ふるさとプラザ、表参道ネスパス新7館、香川。愛媛せとうち旬彩
館、かごしま遊楽館、銀座わしたショップの5店舗は5億円以上7億円未満の売上であった

2019年度（令和元年度）品目別年間売上 単位：店

年間売上額	店舗数		
	飲食	物販	その他
3千万円未満	21	17	21
3千万円以上5千万円未満	2	3	1
5千万円以上1億円未満	7	5	2
1億円以上2億円未満	7	9	0
2億円以上3億円未満	3	6	1
3億円以上4億円未満	0	4	0
4億円以上5億円未満	0	4	0
5億円以上7億円未満	0	1	0
7億円以上10億円未満	0	1	0
10億円以上	0	0	0
該当なし	13	3	28
未回答・非公表	9	9	9
合計	62	62	62

回答のあった53店舗のうち、飲食・物販とも備えているのは37店舗。飲食部門のトップは、あきた美彩館、表参道ネスパス新潟館、かごしま遊楽館。物販部門のランキングは北海道どさんこプラザに続き銀座わしたショップとなっている。北海道どさんこプラザはソフトクリームだけで1億円以上を売上ている

取扱い品目数別店舗数

単位：店舗

取扱品目数	調査年度別店舗数	
	2020	2019
100未満	14	15
100以上300未満	8	4
300以上500未満	4	4
500以上1,000未満	11	13
1,000以上2,000未満	16	16
2,000以上3,000未満	6	5
3,000以上5,000未満	3	2
5,000以上	0	0
未回答・不明	0	1
合計	62	60

「いわて銀河プラザ」、「銀座わしたショップ」、「広島ブランドショップTAU」は3,000～5,000品目を取り扱っている。500品目以上を取り扱う店舗は36店舗、全体の約6割ある。少量多品目を取り扱い、ショールーム的役割を果たしている

データ出所：「2020年度自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在（地域活性化センター調査）

販売戦略方法別店舗数

単位：店舗 重複回答有り

販売戦略方法について	調査年度別店舗数	
	2020 (N=62)	2019 (N=60)
店舗以外での販売	49	45
他アンテナショップとの連携	35	33
企業等への営業	33	27
利用者アンケートの実施	30	28
テストマーケティング	29	30
企業等とのタイアップ	27	26
店舗がある自治体との連携	26	26
商談会	16	14
その他	4	5
未回答・該当なし	3	3

店舗外販売が49店で全体の79%。都内で開催されるイベントや企業の厚生施設（社員食堂等）で販売を行っている。キッチンカーの活用なども

店舗内での決済方法

店舗での決済方法について	年度別店舗数		対前年度比 (%)
	2020 (N=62)	2019 (N=60)	
クレジット/デビットカード	55	50	110.0
電子マネー	43	37	116.2
QRコード/バーコード決済	30	11	272.7
現金のみ	4	8	50.0
その他	3	3	100.0
未回答	0	2	-

コロナの影響で接触機会の少ない支払い方法が一気に定着した。新規出店ではセルフレジを設置

広報プロモーションの体制別店舗数

単位：店舗 重複回答有り

広報プロモーションの体制	調査年度別店舗数	
	2020	2019
パブリシティ活動	30	27
雑誌広告	28	25
メルマガの利用	21	19
新聞広告	20	19
SNSでの情報発信	12	9
専従スタッフが常駐	11	12
インターネットでの広告	11	9
テレビ、番組CMとのタイアップ	7	5
メディア説明会（新商品、新メニューなどの説明）	6	4
DM	4	4
その他	8	9
未回答・該当なし	1	4

デジタル化が進んで知るが、紙媒体も依然として人気があると考えられる。ターゲットを絞り効果的にプロモーションを行っている。（例：滋賀県⇒小学生向け フリーペーパー「エコチル」でエコイベント周知、徳島県⇒社食アプリなど）

データ出所：「2020年度 自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在（地域活性化センター調査）

インターネットの活用（単位：店舗 重複回答有り）

インターネットの活用	年度別店舗数				
	2020	2019	2018	2017	2016
ホームページ	57	53	48	52	51
Facebook	53	52	45	43	35
Instagram	29	26	17		
twitter	25	24	19	19	19
メルマガ	24	18	18	18	22
ネットショップ	15	17	18	18	7
ブログ	8	11	9	10	9
LINE	5		-	-	-
その他	1	6	1		
未回答、該当なし	2	3			

5年間でデジタル化が加速。ホームページは57店舗、全体の約90%が設置。ふるさと納税と連動やコミュニケーションアプリ「LINE」を導入し、クーポンの配信やイベントの告知等に活用している。特にコロナ発生以降は、ZOOM、Youtubeライブを活用し、消費者とリアルタイムで交流イベントを開催する例が増えている。（例：銀座NAGANO ワイン蔵見学とテイスティングなど）

外国人訪問者への接遇

単位：店舗 重複回答有り

外国人客への接遇	2020年度 (62店)	2019年度 (60店)	2013年度 (54店)
フリーWi-Fiが整備されている	27	23	
外国語の案内パンフレット	25	24	2
ホームページの多言語化	22	20	4
免税対応	15	15	
レストランメニューの多言語対応	11	11	2
語学ができるスタッフ常駐	10	13	8
東京オリ・パラに向けた対応	5	4	
商品の多言語表示	5	3	
翻訳機の設置	2	2	
その他	8	11	
未回答・該当なし	15	11	



地方のリアルな体験、魅力を海外に向けて情報発信
地域活性化センター視察研修約50ヶ国受入

データ出所：「2020年度自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在

(地域活性化センター調査)

移住の取り組み

単位：店舗 重複回答有り

移住への取り組み	2020年度 (62店)	2019年度 (60店)	2018年度 (58店)	2017年度 (56店)	2016年度 (55店)
パンフレット・書籍の設置	39	36	36	38	30
相談員の常駐	7	6	6	6	5
交流会・イベント等の実施	15	13	13	10	12
検索システムの設置	2	3	5	3	1
その他	7	7	6	2	2
未回答・該当なし	19	21	18	1	

小さな小幅な動きであるが、コロナ発生後、地方移住、関係人口、ワーケーションなどが注目され、東京からの転出も増加していることから、今後のアンテナショップの取り組みが注目される

新型コロナウイルスの影響

2020年3月売上額の前年同月比

2020年3月売上額の前年同月比	店舗数
50%以上減少	11
40%以上50%未満減少	12
30%以上40%未満減少	11
20%以上30%未満減少	5
10%以上20%未満減少	2
10%未満減少	8
10%未満増加	4
10%以上増加	3
未回答・非公表	6

62店舗のうち49店舗が売上減となった。11店舗が50%以上の売上減となった

データ出所：「2020年度 自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在（地域活性化センター調査）

新型コロナウイルスの影響 2

感染症の流行している状況下で力を入れたこと

単位：店舗 重複回答有り (N=62)

新型コロナウイルス感染症流行下で力を入れたこと	店舗数
新しい生活様式	46
通信販売	28
テイクアウト対応	22
オンラインでのPR活動	16
デリバリー対応	8
その他	5
未回答・該当なし	3

社会的貢献への取り組み 帰省できない県出身大学生を食事招待、食品の提供、店舗近隣の子供たちにお弁当を無料支給、貨客混載の実証実験から運用など

データ出所：「2020年度 自治体アンテナショップ実態調査」2020年4月1日現在 (地域活性化センター調査)

ご清聴ありがとうございました