

2022 年度 自治体アンテナショップ実態調査報告

都内調査対象となる独立店舗数は59店舗 昨年度より3店舗減少
オンライン売上、SDGs の取組状況を初調査

年間売上1億円以上は1店舗増の30店舗、3億円以上7億円未満で5店舗増

前年同月比の売上（2022年3月）は36店舗が好転、物販は回復傾向

全国の地域活性化の取組の支援や情報発信を行っている一般財団法人地域活性化センターは、「自治体アンテナショップ支援事業」（p.28 参照）の一環として2009年度以降、都道府県を通じて東京都内の「自治体アンテナショップ実態調査」を行っています。このほど2022年度の調査結果がまとまりましたのでお知らせします。併せて、2014年度から簡易な調査を実施している東京都以外のアンテナショップの状況もお知らせします。

また、2023年3月に「2022年度自治体アンテナショップ実態調査報告書」の発行を予定しており、その際にはこの調査結果とともに3ヶ所のアンテナショップについて取材に基づく詳細な実態を紹介します。

東京都内の自治体アンテナショップの調査状況について

アンテナショップの店舗数 （2022年4月1日現在）

店舗（内訳）独立店舗（本調査対象）59店舗、集合型店舗（本調査対象外）8店舗

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（2008）	30		6				36
21年（2009）	33		10				43
22年（2010）	35		14				49
23年（2011）	37		16				53
24年（2012）	34		20				54
25年（2013）	38		16				54
26年（2014）	39		13				52
27年（2015）	42		13				55
28年（2016）	38	4	16	7	54	11	65
29年（2017）	38	4	18	12	56	16	72
30年（2018）	38	4	20	14	58	18	76
31年（2019）	39	5	21	14	60	19	79
令和2年（2020）	38	4	24	15	62	19	81
3年（2021）	37	4	25	5	62	9	71
4年（2022）	36	3	23	5	59	8	67

（注）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。

【調査結果の特徴】分析対象：独立店舗 59 店舗

※参考：「店名」（出店自治体/所在地）

新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）拡大の影響により、長期にわたって困難な運営状況であったが、2021 年度内の売上や入館者数は回復しつつある。独立店舗数は、昨年度調査 62 店舗から 5 店舗が閉館・休館で減少した。一方で、新規出店等で 2 店舗が加わった。

今回、はじめてオンライン販売の売上を調査項目に設けた。回答が 30 店舗からあり、年間売上 5 千万円以下が 28 店舗、5 千万円以上 1 億円未満が 2 店舗であった。

コロナ発生後に調査を開始した前年度 3 月との比較では 36 店舗が好転した。2022 年 3 月 21 日に解除された東京都のまん延防止等重点措置の効果は期間が短く限定的であるが、飲食施設の営業時間の短縮や酒類の提供自粛の協力を必要とされなくなったため、その後の売上は好転している。コロナの影響については、2019 年度から 3 回目の調査を行い、回答をまとめた。今回の調査から、SDGs の取組についても調査項目を設け回答をまとめた。

以下は、項目ごとの報告である。

◆年間の総売上額は対前年度比で増加 「飲食」は回復遅れる（pp. 7-8/表 1 0）

2020 年度（前回調査）の年間総売上額は、1 億円以上が 29 店舗（全体の 47%）であったが、2021 年度は 30 店舗（51%）に回復した。特に、2 億円以上に売上を回復する店舗が増加し、2020 年度より 2 店舗増加した。物販部門で 1 億円以上売上げたのは、2020 年度の 20 店舗（32%）から 2021 年度は 22 店舗（37%）に回復した。他方で、飲食部門の回復が遅れており、1 億円以上売上げたのは、2020 年度同数の 1 店舗のみであった。コロナの影響で、オンライン購入の増加が想定されたが、まだ定着の途上にある。

◆SNS・ネット販売活用の状況（p. 10/表 1 5）

2021 年度は、SNS の導入等は、Instagram、Twitter の活用、ネット通販の利用者が飛躍的に伸びたが、2022 度は、ほぼ横ばいであった。Facebook の利用店舗は、51 店舗から 46 店舗、ネットショップは、28 店舗から 23 店舗とそれぞれ 5 店舗減少した。

◆ウィズコロナの取組について「オンラインから対面へ」（pp. 13-15/表 2 2、2 3、2 4、2 5）

「コロナ流行下で力を入れたこと」の設問では、2021 年度（前回調査）に比べ、「新しい生活様式」「オンラインでの PR 活動」「テイクアウト対応」「デリバリー対応」などすべての項目で減少傾向にある。特に「オンラインでの PR 活動」は、32 店舗から 23 店舗と 9 店舗減少した。

また、2022 年 3 月月次売上額の前年同月比では、36 店舗が好転している。

◆SDGs の取組について（p. 16/表 2 6）

今年度調査で初めて SDGs の取組の調査を行った。食品ロス対策（19 店舗）、プラスチックごみの削減（16 店舗）、ペーパーレス化（3 店舗）、SDGs のプロモーション活動（4 店舗）の報告があった。

【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である。

【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（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。短期間（１年以内）で終了する営業活動・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

2022 年 4 月 1 日

③ 調査内容

36 項目（所在地、設立年月、設立目的、入館者数、売上金額など）

調査結果

2016 年度調査から独立店舗のみを分析の対象としたため、以後の数値等には集合型店舗分（コンビニエンスストアへの併設等）は含まれていない。

① 店舗数（調査分析対象である独立店舗（今回は 59 店舗））の推移（図 1 参照）

調査対象の店舗数は、前年度調査した店舗から新設が 1 店舗（表 2 参照）、新たに調査対象となる店舗が 1 店舗確認される一方、閉館・休館した店舗が 5 店舗（表 3 参照）あったため、合計で 59 店舗となった。

図 1 年度別既設・新設店舗数の推移

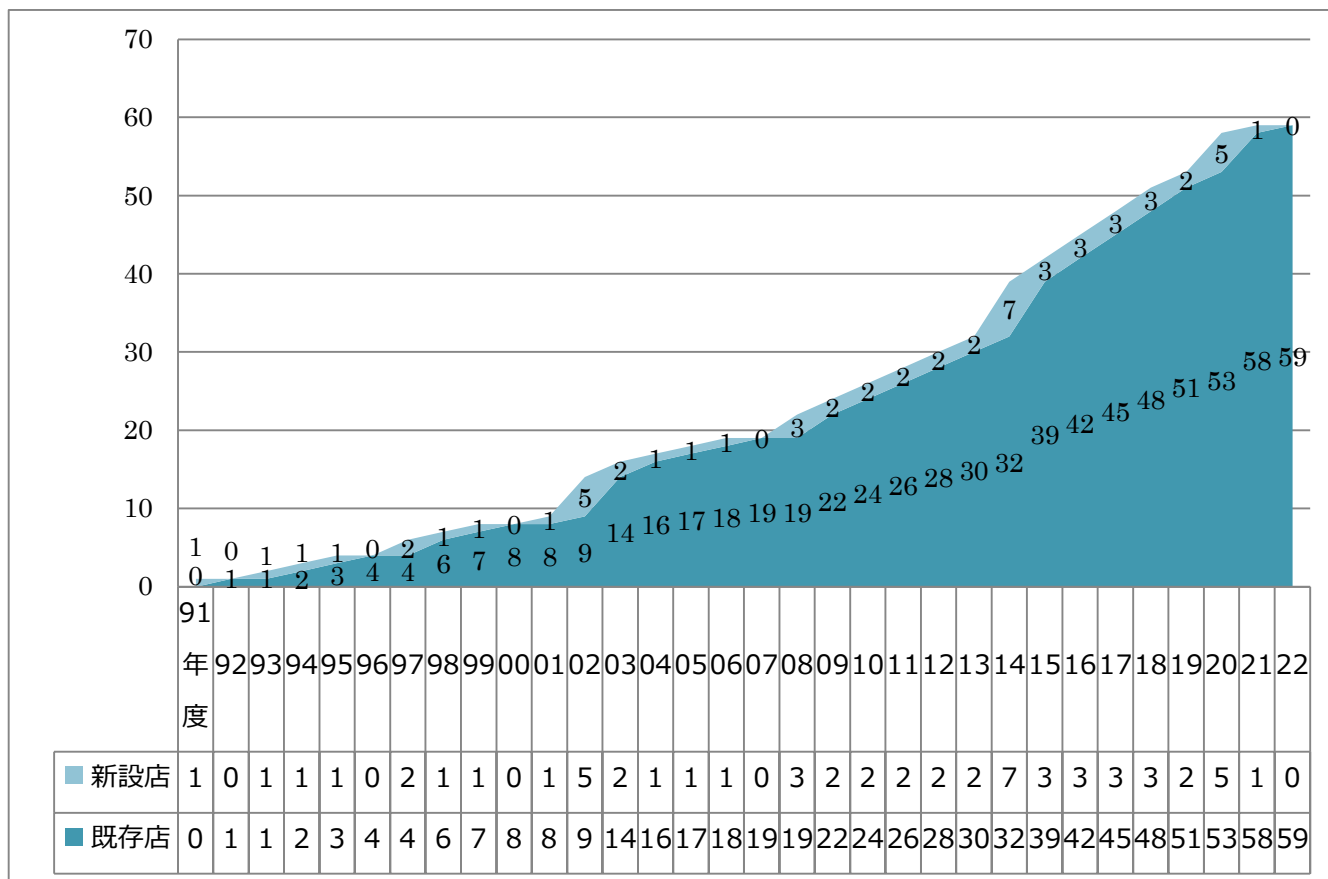


表2 前年度調査（2021年4月1日現在）以降に新設され調査対象となった店舗

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地
2021年6月	長崎県	平戸市	平戸からありがとう	千代田区有楽町

※今年度の調査で新たに調査対象となる店舗が1店舗確認された。

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地
2021年2月	東京都	北区	渋谷×北区飛鳥山おみやげ館	北区西ヶ原

表3 前年度調査（2021年4月1日現在）以降に閉館・休館した前年度調査対象店舗

開設年月	都道府県	市区町村	店舗名	備考
2018年11月	福岡県		福扇華	休館
2013年9月	北海道	美瑛町	丘のまち美瑛	閉館
2012年5月	東京都	墨田区	産業観光プラザ すみだ まち処	閉館
2016年8月	福井県	坂井市	坂井市アンテナショップ	閉館
2003年1月	東京都 長野県	立川市 大町市	立川市・大町市観光情報プラザ 「信濃大町アルプスプラザ」	閉館（移転オープン）

調査基準日の2022年4月1日以降に開設した店舗は表4のとおりである。現段階で、開設予定の店舗は判明していないが、出店を検討している自治体は複数ある。

表4 2022年4月1日以降に移転・開設・開設予定の調査対象店舗

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
2022年6月	東京都 長野県	立川市 大町市	立川市・大町市観光情報プラザ 「信濃大町アルプスプラザ」	立川市	移転
2022年10月	長野県	上田市	信州上田物産館 UEDA Nerima BASE	練馬区石神井	開設
2023年2月	福井県	—	ふくい南青山 291	港区南青山	予定
2023年2月	福井県	—	食の國 福井館	中央区銀座	予定

※そのほか出店・移転検討自治体複数あり

また、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「リニューアル・移転」について確認した。改装年度は2018年度と2020年度が最も多く、9店舗が改装した（表5、6参照）。

表5 リニューアル・移転の状況

実施年度	店舗数	実施年度	店舗数
2009	2	2018	9
2010	1	2019	6
2015	1	2020	9
2016	1	2021	4
2017	2	2022（予定）	3

表6 (参考) 2018 年度以降のリニューアル・移転実施及び予定 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	飯豊町アンテナショップ
	茨城県	IBARAKI sense
	群馬県	群馬県アンテナショップ「ぐんまちゃん家」
	東京都武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」
	新潟県	表参道・新潟館ネスパス
	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
	東京都墨田区	産業観光プラザ すみだ まち処
	東京都府中市	郷土の森観光物産館
	石川県	いしかわ百万石物語・江戸本店
	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
2020	北海道	北海道どさんこプラザ有楽町店
	北海道中川町	ナカガワのナカガワ
	山形県河北町	河北町アンテナショップかほくらし
	東京都	東京愛らんど
	東京都立川市・長野県大町市	立川市・大町市観光情報プラザ「信濃大町アルプスプラザ」
	山梨県	Cave de ワイン県やまなし
	徳島県	Turn Table
	長崎県平戸市	有楽町ひらど商館
	熊本県	銀座熊本館
2021	山梨県丹波山村	小さな村 g 7 ショップ
	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	大分県フラッグショップ「坐来 大分」
2022	福井県	ふくい南青山 291
	福井県	食の國 福井館
	滋賀県	ここ滋賀

② 店舗面積

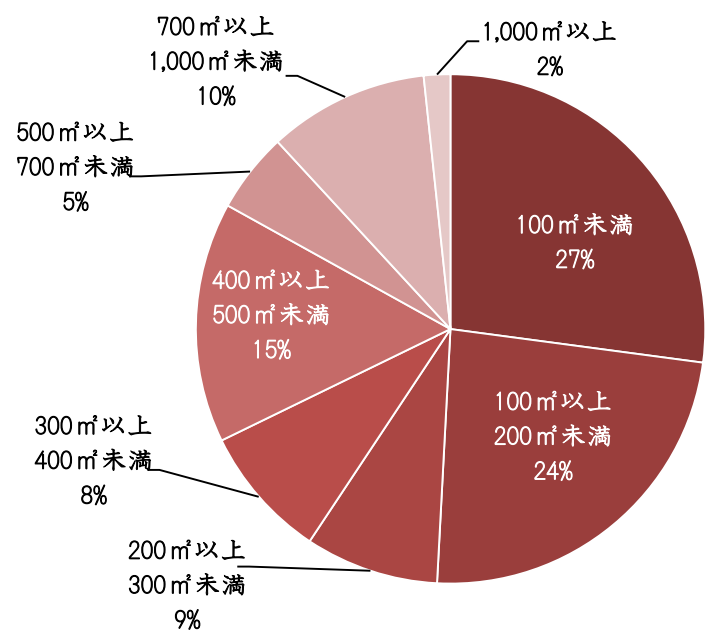
200㎡未満の店舗が多く全体の半数近くを占めている。調査対象店舗の中で1,000㎡以上の面積を有するのは「表参道・新潟館ネスパス」（新潟県/表参道）のみであり、前年度同様の結果となった（表7参照）。

表7 店舗面積

面積	調査年度別店舗数	
	2022	2021
100㎡未満	16	17
100㎡以上 200㎡未満	14	14
200㎡以上 300㎡未満	5	6
300㎡以上 400㎡未満	5	7
400㎡以上 500㎡未満	9	9
500㎡以上 700㎡未満	3	3
700㎡以上 1,000㎡未満	6	5
1,000㎡以上	1	1
合計	59	62

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

図2 店舗面積別店舗割合



③ 2021 年度年間入館者数

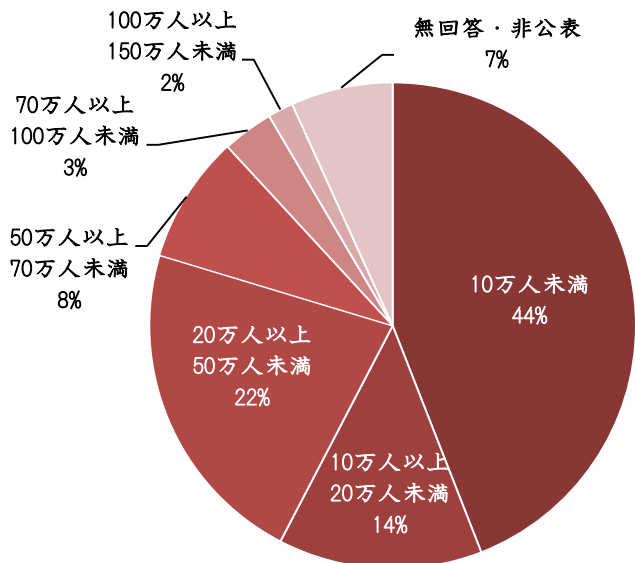
2021 年度も年間入館者数が100万人に達した店舗は「北海道どさんこプラザ」（北海道/有楽町）の1店舗のみであった。「北海道どさんこプラザ」は回答のあった55店舗のアンテナショップの中で年間入館者数が最も多く、その人気うかがえるものの、2020年度と2021年度ともに150万人に届かず、コロナ拡大前の2019年度実績の200万人以上に届かなかった（表8参照）。

表8 2021 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	
	2022 ※2021 実績	2021 ※2020 実績
10万人未満	26	30
10万人以上 20万人未満	8	8
20万人以上 50万人未満	13	16
50万人以上 70万人未満	5	2
70万人以上 100万人未満	2	2
100万人以上 150万人未満	1	1
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	4	3
合計	59	62

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

図3 2021 年度年間入館者数別店舗割合



④ 2021 年度年間総売上額

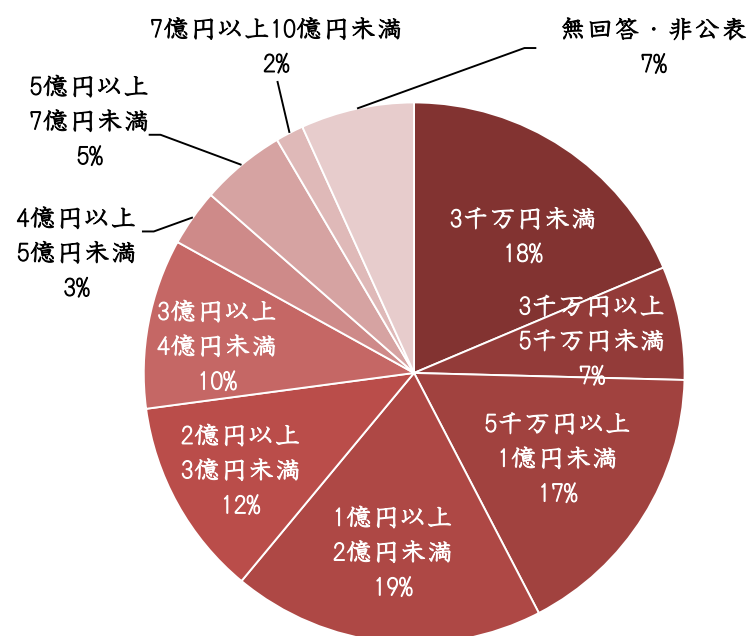
年間売上額が最も多かったのが「北海道どさんこプラザ」の7億円以上10億円未満であった。次いで、5億円以上7億円未満が「ひろしまブランドショップTAU」（広島県/銀座）「表参道・新潟館ネスパス」 「銀座わしたショップ」（沖縄県/銀座）の3店舗、4億円以上5億円未満が「いわて銀河プラザ」（岩手県/銀座） 「宮城ふるさとプラザ」（宮城県/東池袋）の2店舗であった（表9参照）。

表9 2021 年度年間売上額別店舗数

年間売上額	調査年度別店舗数	
	2022 ※2021 実績	2021 ※2020 実績
3千万円未満	11	16
3千万円以上5千万円未満	4	7
5千万円以上1億円未満	10	10
1億円以上2億円未満	11	12
2億円以上3億円未満	7	10
3億円以上4億円未満	6	3
4億円以上5億円未満	2	1
5億円以上7億円未満	3	2
7億円以上10億円未満	1	1
10億円以上	0	0
無回答・非公表	4	-
合計	59	62

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

図4 2021 年度年間売上額別店舗割合



部門別の年間売上額について、飲食部門の年間売上額が1億円に達したのが、2020年度に引き続き「かごしま遊楽館」（鹿児島県/有楽町）の1店舗のみであった。次いで、「北海道どさんこプラザ」「宮城ふるさとプラザ」「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）「表参道・新潟館ネスパス」「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」（香川県・愛媛県/新橋）「まるごと高知」（高知県/銀座）「大分県フラッグショップ『坐来 大分』」（大分県/銀座）の11店舗が5千万円以上1億円未満の売上となった（表10参照）。

※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

物販部門の年間売上額第1位の7億円以上10億円未満は「北海道どさんこプラザ」で、5億円以上7億円未満の「銀座わしたショップ」が続いた。4億円以上5億円未満が「いわて銀河プラザ」「表参道・新潟館ネスパス」で2店舗あった（表10参照）。

さらに、今年度からはオンラインでの売上額調査も行った。5千万円以上1億円未満は「銀座NAGANO」（長野県/銀座）「銀座わしたショップ」の2店舗であった（表10参照）。

表 10 2021 年度年間売上額の内訳

年間売上額	部門・調査年度別店舗数						
	飲食		物販		その他		オンラインのみ
	2022 ※2021 実績	2021 ※2020 実績	2022 ※2021 実績	2021 ※2020 実績	2022 ※2021 実績	2021 ※2020 実績	2022 ※2021 実績
3 千万円未満	18	18	13	21	13	25	28
3 千万円以上 5 千万円未満	4	8	2	4	4	1	0
5 千万円以上 1 億円未満	11	8	9	8	0	1	2
1 億円以上 2 億円未満	1	1	9	11	0	0	0
2 億円以上 3 億円未満	0	0	6	4	0	0	0
3 億円以上 4 億円未満	0	0	3	3	0	0	0
4 億円以上 5 億円未満	0	0	2	0	0	0	0
5 億円以上 7 億円未満	0	0	1	1	0	0	0
7 億円以上 10 億円未満	0	0	1	1	0	0	0
10 億円以上	0	0	0	0	0	28	0
無回答・非公表	25	27	13	9	42	7	29
合計	59	62	59	62	59	62	59

(注) 調査対象店舗数 2022 : N=59、2021 : N=62

⑤ 2021 年度取扱品目数

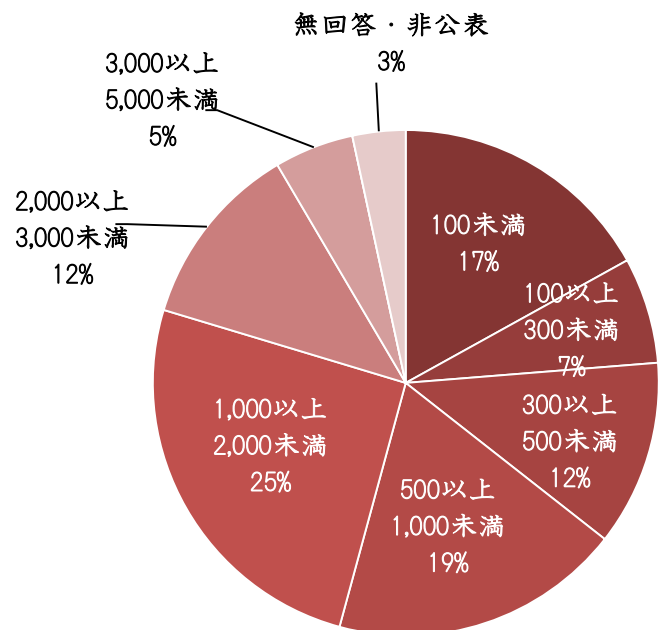
3,000 品目以上 5,000 品目未満と回答したのは「ふくい南青山 291」（福井県/南青山）「奈良まほろば館」（奈良県/新橋）「銀座わしたショップ」の 3 店舗であった。最多品目帯は、1,000 品目以上 2,000 品目未満であった（表 11 参照）。

表 11 2021 年度取扱品目数別店舗数

取扱品目数	調査年度別店舗数	
	2022	2021
100 未満	10	12
100 以上 300 未満	4	9
300 以上 500 未満	7	4
500 以上 1,000 未満	11	12
1,000 以上 2,000 未満	15	13
2,000 以上 3,000 未満	7	8
3,000 以上 5,000 未満	3	4
5,000 以上	0	0
無回答・非公表	2	-
合計	59	62

(注) 調査対象店舗数 2022 : N=59、2021 : N=62

図 5 2021 年度取扱品目数別店舗割合



⑥ 開設目的および運営の効果

アンテナショップを開設する目的として最も多かったのは「特産品の PR」で、調査対象 59 店舗の全てが挙げている。次いで、「特産品の販路拡大」と「自治体の PR」が 57 店舗であった。

運営の効果を感じている事項として挙げた店舗の数が最も多かったのは、調査対象 59 店舗の全てが挙げた「特産品の PR」であり、次いで「自治体の PR」が 57 店舗、「特産品の販路拡大」が 56 店舗であった。また、38 店舗が「市場調査・消費者ニーズ」を開設目的としていたのに対し、42 店舗が同項目を運営効果として挙げた。一方、開設目的に「観光案内・誘客」を 53 店舗が挙げたが、運営効果を挙げたのは 42 店舗であった（表 12・13 参照）。

表 12 開設目的別店舗数（重複回答有り）

開設目的	調査年度別 店舗数	
	2022	2021
特産品の PR	59	62
特産品の販路拡大	57	59
自治体の PR	57	59
地域情報の発信	54	56
観光案内・誘客	53	57
消費者ニーズの把握・市場調査	38	36
地元出身者との交流	28	26
田舎暮らし・U I J ターン	24	26
地域間交流	22	23
地元住民の意欲拡大	14	14
企業誘致	10	11
その他	4	4

表 13 運営効果別店舗数（重複回答有り）

運営効果	調査年度別 店舗数	
	2022	2021
特産品の PR	59	62
自治体の PR	57	60
特産品の販路拡大	56	57
地域情報の発信	54	58
観光客の増加	42	45
消費者ニーズの把握・市場調査	42	42
地元出身者との交流	31	29
田舎暮らし・U I J ターン	23	21
地域間交流	20	21
地元住民の意欲拡大	13	14
企業誘致	7	6
その他	4	4

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑦ 事業内容

アンテナショップの事業内容で最も多いのは「物産販売」で 58 店舗が実施している。次いで「イベント開催」の 53 店舗、「観光案内」の 47 店舗が多かった。これら 3 項目については約 8 割以上の店舗が該当しており、アンテナショップの基本的な機能といえる（表 14 参照）。

表 14 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	
	2022	2021
物産販売	58	62
イベント開催	53	56
観光案内	47	48
飲食提供	40	42
展示	29	34
相談業務	20	19
その他	8	10

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑧ インターネット、SNS 等の活用

ホームページ（56 店舗、全体の 95%）、Facebook（46 店舗、全体の 78%）、Instagram（43 店舗、全体の 73%）が多く活用されている。一方、Facebook、ネットショッピングは、前回調査より 5 店舗減少した。2022 年度の新たな調査項目の YouTube は、9 店舗で活用されていたが、TikTok の活用報告はなかった。また、「その他」と回答した店舗には「note の活用」や「県の広報担当/東京事務所と連携してメディアへの案内」をしているところがあった（表 15 参照）。

表 15 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	
	2022	2021
ホームページ	56	56
Facebook	46	51
Instagram	43	41
Twitter	34	32
ネットショップ	23	28
LINE	20	18
メルマガ	13	17
YouTube	9	－
ブログ	6	7
TikTok	0	－
その他	2	3
無回答・非公表	0	1

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑨ 外国人客への対応

コロナの影響により、訪日外国人旅行者数が大幅に減少したものの、アンテナショップでは外国人客への対応の強化が引き続き図られた（表 16 参照）。

表 16 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	
	2022	2021
無料 Wi-Fi の整備	31	30
ホームページの多言語化	20	20
外国語の案内パンフレットを設置	19	24
免税対応	14	16
レストランメニューの多言語化	12	12
語学ができるスタッフの常駐	9	11
翻訳機の設置	5	4
海外 QR コード決済	3	3
その他	3	16
無回答・非公表	12	－

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑩ 移住促進への取組

移住促進への取組については、前年度と同様「パンフレット・書籍の設置」をしている店舗が最も多かった。

「相談員の常駐」と回答したのは8店舗であったものの、「その他」の回答の中に「アンケート調査」「常駐ではない相談員の配置」「関係機関との連携・誘導」などがあり、より細やかな相談対応に取組んでいることが読み取れる（表17参照）。

表17 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	
	2022	2021
パンフレット・書籍の設置	36	39
交流会・イベント等の実施	15	15
相談員の常駐	8	7
検索システムの設置	1	1
その他	11	8
無回答・非公表	16	18

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑪ 広報プロモーションについて

最も多かった回答は「パブリシティ活動」であり、34店舗が実施していた。次いで「雑誌広告」が多く、28店舗が実施していた。

「その他」の回答では、「広報誌の発行」「新聞折込チラシ」「YouTubeチャンネル」などが挙げられた（表18参照）。

表18 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	
	2022	2021
パブリシティ活動	34	35
雑誌広告	28	30
新聞広告	23	24
メルマガの利用	17	17
インターネットでの広告	16	14
専従スタッフが常駐	10	13
テレビ、番組CMとのタイアップ	7	9
メディア説明会	5	3
その他	29	17
無回答・非公表	2	3

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑫ 運営主体

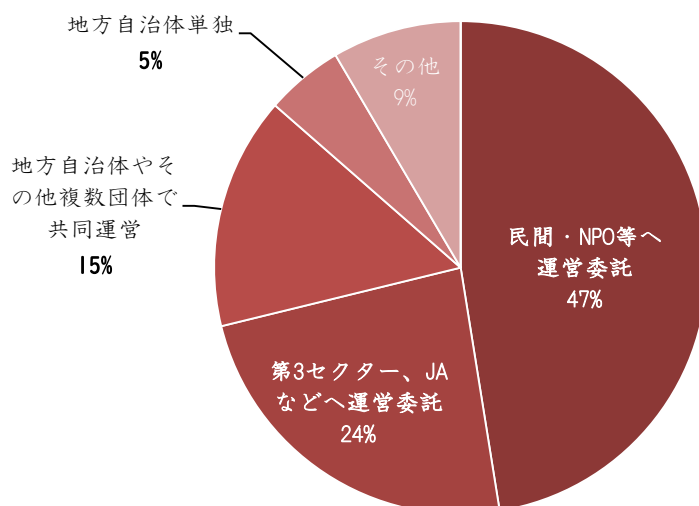
運営主体は、「民間・NPO等への委託」が最も多く26店舗で、全体の約半数を占めている。次いで「第3セクターやJAなどへ運営委託」が14店舗、「地方自治体やその他団体・法人（民間企業・NPO・財団・第3セクター・JA等）の複数で共同運営」が9店舗と続いている（表19参照）。

表19 運営主体について

運営主体	調査年度別店舗数	
	2022	2021
民間・NPO等へ運営委託	28	30
第3セクター・JA等へ運営委託	14	12
地方自治体やその他団体の複数で共同運営	9	11
地方自治体単独	3	4
その他	5	5
合計	59	62

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

図6 運営主体の割合



⑬ 販売戦略方法について

回答として最も多かったのが「店舗以外での販売」で、全体の83%を占める49店舗が実施していた。次いで、「テストマーケティング」「企業等とのタイアップ」「他アンテナショップとの連携」が多かった。

「その他」では、「都内にある同一県内アンテナショップとの連携」「イベント実施」などの回答があった（表20参照）。

表20 販売戦略別店舗数（重複回答有り）

販売戦略について	調査年度別店舗数	
	2022	2021
店舗以外での販売	49	50
テストマーケティング	31	31
企業等とのタイアップ	30	35
企業等への営業	28	31
他アンテナショップとの連携	27	30
利用者アンケートの実施	27	29
店舗がある自治体との連携	25	30
商談会	17	18
その他	3	2
無回答・非公表	2	3

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑭ 店舗での決済方法

2021 年度に続き、キャッシュレス決済への対応が普及してきたが、「クレジット／デビットカード」の導入が 5 店舗減少した（表 2 1 参照）。

表 2 1 店舗での決済方法別店舗数（重複回答有り）

店舗での決済方法について	調査年度別店舗数	
	2022	2021
クレジット／デビットカード	52	57
電子マネー	46	47
QR コード／バーコード決済	37	38
現金のみ	2	1
その他	2	4

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑮ 2022 年 3 月月次売上額の前年同月比

自治体アンテナショップはコロナ感染拡大により、ほとんどの店舗が休業や時短営業をし、運営に深刻な影響を与えた。しかし、2022 年 3 月月次売上額の前年同月比では、回答のあった 54 店舗のうち 18 店舗が売上減となったものの、36 店舗は売上増となった（表 2 2 参照）。

その理由として、店舗がコロナへの対応に慣れたこと、地方への移動を控える首都圏住民に「旅行気分を味わえる」「地元の商品を購入できる」といった需要があることなどが考えられる。

表 2 2 3 月月次売上額の前年同月比別店舗数

3 月月次売上額の前年同月比	調査年度別店舗数	
	2022	2021
50%以上減少	3	4
40%以上 50%未満減少	0	1
30%以上 40%未満減少	2	1
20%以上 30%未満減少	2	5
10%以上 20%未満減少	7	3
10%未満減少	4	11
10%未満増加	8	10
10%以上増加	－	23
10%以上 20%未満増加	4	－
20%以上 30%未満増加	5	－
30%以上 40%未満増加	7	－
40%以上 50%未満増加	2	－
50%以上増加	10	－
無回答・非公表	5	4
合計	59	62

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑩ コロナ流行下で力を入れたこと

ウィズコロナの取組が積極的に進められており、感染対策、通信販売、テイクアウト、デリバリー、オンライン PR などが 2021 年度に引き続き取組まれている。「オンラインでの PR 活動」が前年度より 9 店舗減少したが、ウィズコロナで人との接触も復活してきたことから、対面での PR 活動に変化したと推察される（表 2 3 参照）。

表 2 3 新型コロナウイルス感染症の流行下で力を入れたこと（重複回答有り）

新型コロナウイルス感染症流行下で 力を入れたこと	調査年度別店舗数	
	2022	2021
新しい生活様式（ソーシャルディスタンス、検温等）	43	48
通信販売	35	36
オンラインでの PR 活動	23	32
テイクアウト対応	20	24
デリバリー対応	12	14
物流等の工夫	2	3
その他	4	6
無回答・非公表	1	0

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑪ コロナ感染拡大による営業状況への影響

コロナ感染拡大による営業状況への影響について調査を行った。

「休業（一部期間）」及び「一部休業」した店舗が 2021 年度に比べ大きく減少し、時間を短縮して営業している店舗が多かった（表 2 4 参照）。

表 2 4 新型コロナウイルスの感染拡大による営業状況への影響（重複回答有り）

新型コロナウイルスの感染拡大による 営業状況への影響	店舗数	
	2022	2021
休業	21	46
一部休業（飲食施設のみ休業等）	20	24
営業時間短縮	39	44
その他	7	9
無回答・非公表	12	0

（注）調査対象店舗数 2022：N=59、2021：N=62

⑱ 2021 年度のアンテナショップ運営全般に関する特筆事項

コロナによるアンテナショップ運営全般への影響を調査したところ、59 店舗のうち 40 店舗から回答があった。売上や入館者数は、回復傾向にあり、様々な販促プロモーションに取り組んでいることがうかがわれる（表 25 参照）。

表 25 2021 年度のアンテナショップ運営全般に関する特筆事項（自由記述を集約した）

内容	理由
① 売上回復（21 店舗）	● 売上は回復したが、コロナ感染拡大前までには戻っていない ● 客単価が回復（2 店舗）、客単価減少（1 店舗） ● 三多摩にある店舗は、在宅勤務が増えたために近場の野菜などの売上が好調 ● 物販は好調 ● 代引通販が人気となり売上が大幅に増えた ● 巣籠需要で、食品系の一部の商品は好調（旅行が出来ないため、気分だけでも地方を感じたいなど）
② 売上減少（2 店舗）	● 在宅勤務者が増え来館者が減少し、飲食部門のランチ、ディナーの需要も減少した ● 学校給食への納品も行っているが、コロナによる休校の影響を受けた
③ 入館者回復（10 店舗）	● 東京都のまん延防止等重点措置解除後は復調傾向で土日は混雑する
④ 入館者減少（1 店舗）	● 平日夕方以降の来店者が減少傾向 ● 飲食施設への来館者が減少
⑤ 販売プロモーションの実施（11 店舗）	● 「季節特集コーナー」を設けてオススメすることで販売売上进行を伸ばしている ● コロナ禍で帰省できない方々の需要と内食需要でセレクトショップ（小売）の売上が前年比を上回った ● 試合が開催できない状況が続いていたサッカーやバスケットのご当地チームのグッズ販売を開始した ● コロナ関連商品（マスクなど）を販売した ● オンラインイベントを積極的に開催 ● プレミアム商品券を販売して売上进行を伸ばした
⑥ イベント実施の制限（2 店舗）	● 予定されていた広報やイベントを通常通りに実施することが厳しい 1 年だった ● 例年実施している、社会活動、地域訪問、イベントが実施できなかった
⑦ 感染防止強化（2 店舗）	● 飲食施設の感染予防に座席制限や酒類提供の自粛
⑧ その他	● 飲食店のスタッフが確保できなかったことから、現在でも人員不足が続く、店舗運営に支障をきたしている ● 家畜類の餌代や原油価格の高騰により、仕入れ先から食材等の値上げ連絡が多くなった

⑱ 2021 年度の SDGs に関する特筆事項

新たに SDGs の推進に向けて取組んでいることを調査したところ、59 店舗のうち 31 店舗から回答があった（表 2 6 参照）。

表 2 6 2021 年度の SDGs に関する特筆事項（自由記述を集約した）

内容	理由
①食品ロス（19 店舗）	● 賞味期限の近づいた商品を値下げ販売 ● 賞味期限が近付いた商品に値下げシールを貼付 ● 賞味期限が近づいた商品のコーナーを設置 ● 賞味期限の近づいたものを寄贈 ● SNS を利用してフードロス削減 ● マルシェで利用する野菜を併設レストランで利用して、売れ残り・廃棄食材を減らしている ● レストランで廃棄しそうな食材は食材をスタッフの賄い料理に使う
②プラスチックごみの削減（16 店舗）	● レジ袋の有料化 ● オリジナルエコバックの販売及びプレゼント ● マイボトル販売 ● テイクアウトの食品容器やストローはバイオプラスチックを利用、コーヒーカップはバイオプラスチックか紙素材にした ● 竹製ストローを試験利用
③ペーパーレス化（3 店舗）	● 配送品のメーカー納品箱（ダンボール）の再利用 ● デジタル化を進めてペーパーレス化を進めている
④SDGs のプロモーション（4 店舗）	● イベントのテーマに、積極的に SDGs に関する活動をしている地元事業者などを取りあげて PR ● ジェンダーレス、サステナブルな商品の取扱いに努めている ● パネル展等啓発イベントの開催 ● SDGs 関連商品の特設コーナーの設置

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

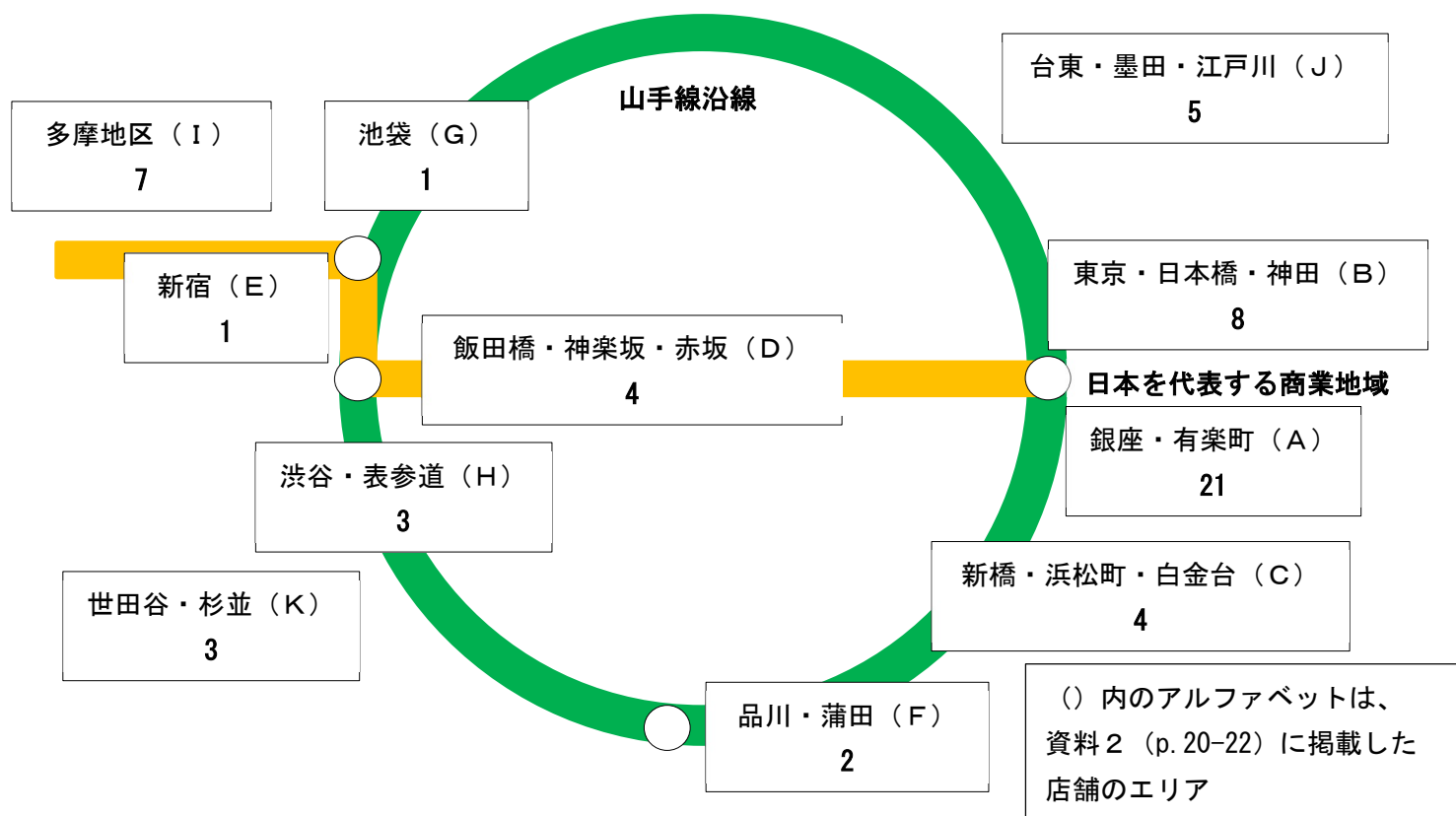


表27 アンテナショップ（独立店舗）を都内に出店している自治体

東京都内自治体アンテナショップ（独立店舗）

都道府県が設置する店舗 36店舗

市区町村が設置する店舗 23店舗

合計 59店舗

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	3	4
岩手県	1	1	2
宮城県	1		1
秋田県	1		1
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	8	9
東京都・長野県		1	1
新潟県	1		1
富山県	2		2
石川県	1	1	2
福井県	2		2
山梨県	1		1
長野県	1	1	2

都道府県名	都道府県 が設置	市区町村 が設置	合計
三重県	1		1
滋賀県	1		1
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	2
香川県・愛媛県	1		1
高知県	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

2022 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 67 店舗の内、独立店舗 59 店舗（都道府県：36、市区町村：23）が分析対象

※集合型店舗 8 店舗は対象外

設立年度	店舗数
1991	1
1992	
1993	1
1994	1
1995	1
1996	
1997	2
1998	1
1999	1
2000	
2001	1
2002	5
2003	2
2004	1
2005	1
2006	1
2007	
2008	3
2009	2
2010	2
2011	2
2012	2
2013	2
2014	7
2015	3
2016	3
2017	3
2018	3
2019	2
2020	5
2021	1
合計	59

リニューアル・移転の状況（年度）	店舗数
2009	2
2010	2
2015	1
2017	2
2018	7
2019	6
2020	3
2021	9
2022	3
2023（予定）	3
合計	59

スタッフ数	店舗数
10 人未満	18
10 人以上 20 人未満	18
20 人以上 30 人未満	13
30 人以上	10
合計	59

面積	店舗数
100 ㎡未満	16
100 ㎡以上 200 ㎡未満	14
200 ㎡以上 300 ㎡未満	5
300 ㎡以上 400 ㎡未満	5
400 ㎡以上 500 ㎡未満	9
500 ㎡以上 700 ㎡未満	3
700 ㎡以上 1,000 ㎡未満	6
1,000 ㎡以上	1
合計	59

運営主体	店舗数
民間・NPO等へ運営委託	28
第3セクター、JA等へ運営委託	14
地方自治体やその他の団体の複数で共同運営	9
地方自治体単独	3
その他	5
合計	59

開設目的	店舗数
特産品のPR	59
特産品の販路拡大	57
自治体のPR	57
地域情報の発信	54
観光案内・誘客	53
消費者ニーズの把握・市場調査	38
地元出身者との交流	28
田舎暮らし・UJIターン	24
地域間交流	22
地元住民の意欲拡大	14
企業誘致	10
その他	4

※重複回答 N=59

運営効果	店舗数
特産品のPR	59
自治体のPR	57
特産品の販路拡大	56
地域情報の発信	54
観光客の増加	42
消費者ニーズの把握・市場調査	42
地元出身者との交流	31
田舎暮らし・UJIターン	23
地域間交流	20
地元住民の意欲拡大	13
企業誘致	7
その他	4

※重複回答 N=59

事業内容	店舗数
物産販売	58
イベント開催	53
観光案内	47
飲食施設	40
展示	29
相談業務（移住・企業誘致など）	20
その他	8

※重複回答 N=59

売上額（2021 年度）	店舗数
3 千万円未満	11
3 千万円以上 5 千万円未満	4
5 千万円以上 1 億円未満	10
1 億円以上 2 億円未満	11
2 億円以上 3 億円未満	7
3 億円以上 4 億円未満	6
4 億円以上 5 億円未満	2
5 億円以上 7 億円未満	3
7 億円以上 10 億円未満	1
10 億円以上	0
無回答・非公表	4
合計	59

売上額内訳【飲食】（2021 年度）	店舗数
3 千万円未満	18
3 千万円以上 5 千万円未満	4
5 千万円以上 1 億円未満	11
1 億円以上 2 億円未満	1
2 億円以上 3 億円未満	0
3 億円以上 4 億円未満	0
4 億円以上 5 億円未満	0
5 億円以上 7 億円未満	0
7 億円以上 10 億円未満	0
10 億円以上	0
無回答・非公表	25
合計	59

売上額内訳【物販】（2021 年度）	店舗数
3 千万円未満	13
3 千万円以上 5 千万円未満	2
5 千万円以上 1 億円未満	9
1 億円以上 2 億円未満	9
2 億円以上 3 億円未満	6
3 億円以上 4 億円未満	3
4 億円以上 5 億円未満	2
5 億円以上 7 億円未満	1
7 億円以上 10 億円未満	1
10 億円以上	0
無回答・非公表	13
合計	59

売上額内訳【オンラインのみ】（2021 年度）	店舗数
3 千万円未満	28
3 千万円以上 5 千万円未満	0
5 千万円以上 1 億円未満	2
1 億円以上 2 億円未満	0
2 億円以上 3 億円未満	0
3 億円以上 4 億円未満	0
4 億円以上 5 億円未満	0
5 億円以上 7 億円未満	0
7 億円以上 10 億円未満	0
10 億円以上	0
無回答・非公表	29
合計	59

(資料 1－2) 調査結果一覧

年間入館者数 (2021 年度)	店数
10 万人未満	26
10 万人以上 20 万人未満	8
20 万人以上 50 万人未満	13
50 万人以上 70 万人未満	5
70 万人以上 100 万人未満	2
100 万人以上 150 万人未満	1
150 万人以上 200 万人未満	0
200 万人以上	0
無回答・非公表	4
合計	59

広報プロモーションの体制	店数
パブリシティ活動	34
雑誌広告	28
新聞広告	23
メルマガの利用	17
インターネットでの広告	16
専従スタッフが常駐	10
テレビ、番組 CM とのタイアップ	7
メディア説明会	5
その他	29
無回答・非公表	2

※重複回答 N=59

インターネット、SNS 等の活用	店数
HP	56
Facebook	46
Instagram	43
Twitter	34
ネットショップ	23
LINE	20
メルマガ	13
YouTube	9
ブログ	6
TikTok	0
その他	2
無回答・非公表	0

※重複回答 N=59

外国人客への接遇	店数
無料 Wi-Fi の整備	31
ホームページの多言語化	20
外国語の案内パンフレットを設置	19
免税対応	14
レストランメニューの多言語化	12
語学ができるスタッフの常駐	9
翻訳機の設置	5
海外 QR コード決済	3
その他	8
無回答・非公表	12

※重複回答 N=59

移住促進への取組	店数
パンフレット・書籍の設置	36
交流会・イベント等の実施	15
相談員の常駐	8
検索システムの設置	1
その他	11
無回答・非公表	16

※重複回答 N=59

運営方法	店数
店舗以外での販売	49
テストマーケティング	31
企業等とのタイアップ	30
企業等への営業	28
他アンテナショップとの連携	27
利用者アンケートの実施	27
店舗がある自治体との連携	25
商談会	17
その他	3
無回答・非公表	2

※重複回答 N=59

店舗での支払い方法	店数
クレジットカード／デビットカード	52
電子マネー (Suica、iD、QUICPay、楽天 Edy など)	46
QR コード／バーコード決済 (paypay、LINEpay など)	37
現金のみ	2
その他	2

※重複回答 N=59

取扱品目数	店数
100 品目未満	10
100 品目以上 300 品目未満	4
300 品目以上 500 品目未満	7
500 品目以上 1,000 品目未満	11
1,000 品目以上 2,000 品目未満	15
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	2
合計	59

2022 年 3 月売上額前年同月比	店数
50% 以上減少	3
40% 以上 50% 未満減少	0
30% 以上 40% 未満減少	2
20% 以上 30% 未満減少	2
10% 以上 20% 未満減少	7
10% 未満減少	4
10% 未満増加	8
10% 以上 20% 未満増加	4
20% 以上 30% 未満増加	5
30% 以上 40% 未満増加	7
40% 以上 50% 未満増加	2
50% 以上増加	10
無回答・非公表	5
合計	59

コロナ流行下で力を入れたこと	店数
新しい生活様式	43
通信販売	35
オンラインでの P R 活動	23
テイクアウト対応	20
デリバリー対応	12
物流等の工夫	2
その他	4
無回答・非公表	1

※重複回答 N=59

コロナによる営業状況への影響	店数
休業	21
一部休業	20
営業時間短縮	39
その他	7
無回答・非公表	12

※重複回答 N=59

【自治体アンテナショップ実態調査対象】

調査は、都道府県を通じて行い、各アンテナショップ担当課から回答を得た。

- ①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）。
- ②常設施設であること。短期間（1 年以内）で終了する営業は含まない。
- ③観光案内所・事務所機能のみの施設は含まない。
- ④東京都内にあるアンテナショップ。
- ⑤道の駅、直売所は含まない。
- ⑥2022 年 4 月 1 日現在の状況。
- ⑦一般財団法人 地域活性化センター調査

(資料2-1) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧

※エリアのアルファベットは p.17 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			
1	北海道		北海道と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	ナカガワのナカガワ	世田谷区赤堤 4-42-18	2016	10	K
				(株) 中川町地域開発振興公社			
3	青森県		あおもり北彩館東京店	千代田区富士見 2-3-11	2002	4	D
				(株) あおもり北彩館			
4	青森県	青森市	あおもり地域ビジネス交流センター AoMoLink～赤坂～	港区赤坂 3-13-7 サクセス赤坂ビル 1F	2016	3	D
				東青ビジネスサポート協議会			
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 OKUROJI 内 H09	2020	9	A
				管理運営業務委託者：八戸市 受託者：(株) 金剛 (八戸市内の事業者)			
6	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	2019	7	D
				(株) スモールエレファント			
7	岩手県		いわて銀河プラザ	中央区銀座 5-15-1	1998	10	A
				岩手県産 (株)			
8	岩手県	大船渡市	大船渡ふるさと交流センター (三陸 SUN)	杉並区和田 3-59-9 第三加部ビル 1F	2016	3	K
				(株) 地域活性化総合研究所 (代表取締役 新沼謙治)			
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	2005	7	G
				(公社) 宮城県物産振興協会			
10	秋田県		あきた美彩館	港区高輪 4-10-8 ウイング高輪WEST-Ⅲ 1F	2008	5	F
				(株) 秋田ニューバイオファーム			
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ブビル 1F・2F	2009	4	A
				山形県、(資) Y Y C 共同企業体、(株) オール・ケッチャーノ			
12	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	2019	1	K
				河北町商工会			
13	山形県	飯豊町	飯豊町アンテナショップ IIIDE	杉並区高円寺北 2-7-6	2014	11	I
				(有) HOT WIRE GROUP			
14	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	2014	4	B
				福島県観光物産交流協会			
15	茨城県		IBARAKI sense	中央区銀座 1-2-1 紺屋ビル 1F	2011	7	A
				茨城県			
16	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	2012	5	J
				(株) ファーマーズ・フォレスト			
17	群馬県		群馬県アンテナショップ「ぐんまちゃん家」	中央区銀座 7-10-5 The ORB Luminous1F・2F	2008	7	A
				群馬県、(株) 田園プラザ川場			
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	1992	2	C
				(株) さわらび			
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	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	2008	7	J
				篠崎 SA パブリックサービス			

(資料2-2) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧

※エリアのアルファベットは p.17 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			
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	2018	8	J
				(株)アターブル松屋			
22	東京都	北区	渋谷×北区飛鳥山おみやげ館	東京都北区西ヶ原 2-16 (飛鳥山公園管理事務所内)	2021	2	J
				(一社)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	9	I
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
				NPO 法人シーズネットワーク			
25	東京都	稲城市	いなぎ発信基地ヘアテラス	東京都稲城市東長沼 516-2	2016	4	I
				(一社)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
				NPO 法人府中観光協会			
27	東京都	西東京市	まちテナ西東京	西東京市田無町 4-1-2	2020	4	I
				西東京市駅前情報発信プロジェクトコンソーシアム			
28	新潟県		表参道・新潟館ネスバス	渋谷区神宮前 4-11-7	1997	6	H
				(公財)にいがた産業創造機構			
29	富山県		日本橋とやま館	中央区日本橋室町 1-2-6	2016	6	B
				(一財)富山会館			
30	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 1F	2002	6	A
				(一財)富山会館			
31	石川県		いしかわ百万石物語・江戸本店	中央区銀座 2-2-18 TH銀座ビル	2014	10	A
				(株)シ・ビ・エル(店舗運営業務)			
				(株)ジェイアール東日本企画(広報業務)			
32	石川県	金沢市	dining gallery 銀座の金沢	中央区銀座 1-8-19 キラリトギンザ 6F	2014	10	A
				(一社)金沢クラフトビジネス創造機構			
33	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
				(株)東急ハンズ			
34	福井県		食の園 福井館	中央区銀座 1-3-3	2013	4	A
				(株)東急ハンズ			
35	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
				(公社)やまなし観光推進機構			
36	山梨県	丹波山村	小さな村 g 7 ショップ	東京都大田区蒲田 5-13-1 グランデュオ蒲田	2020	4	F
				NPO 法人小さな村総合研究所			
37	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 NOCOビル 1F・2F・4F・5F	2014	10	A
				長野県、(一社)長野県観光機構			
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
				(一財)木島平村農業振興公社			
39	三重県		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)			

（資料２－３）調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧

※エリアのアルファベットは p.17 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			
41	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
				(株) 淡味			
42	奈良県		奈良まほろば館	東京都港区新橋 1-8-4 S M B C 新橋ビル 1F・2F	2009	4	C
				奈良県			
43	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	2004	2	A
				(公社) 和歌山県観光連盟【観光】和歌山県中小企業団体中央会【物販】			
44	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	2014	9	C
				物販店舗：(株) フジランド 飲食店舗：(株) 稲田屋本店			
45	島根県		日比谷しまね館	千代田区有楽町 1-2-2 日比谷シャンテ地下 1F	2020	5	A
				島根県、(株) 東急コミュニティー			
46	島根県	津和野町	TSUWANO 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
47	広島県		ひろしまブランドショップ TAU	中央区銀座 1-6-10	2012	7	A
				(株) 鞆・スコレコーポレーション			
48	山口県		おいでませ山口館	中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 1F	2002	6	B
				(一社) 山口県物産協会			
49	徳島県		Turn Table	渋谷区神泉町 10-3	2018	2	H
				(株) Turn Table			
50	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	2003	3	C
				香川県・愛媛県共同アンテナショップ運営協議会			
51	高知県		まるごと高知	中央区銀座 1-3-13 オーププレミア	2010	8	A
				(一財) 高知県地産外商公社			
52	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	2016	3	B
				デイ・ナイト (株)			
53	長崎県	平戸市	有楽町ひらど商館	千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館地下 1F	2018	10	A
				(株) GreenPeace			
54	長崎県	平戸市	平戸からありがとう	千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館地下 1F	2021	6	A
				(株) GreenPeace			
55	熊本県		銀座熊本館	中央区銀座 5-3-16	1994	10	A
				(一社) 熊本県物産振興協会			
56	大分県		大分県フラッグショップ「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	2006	4	A
				大分ブランドクリエイト (株)			
57	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	1998	3	E
				(公社) 宮崎県物産貿易振興センター			
58	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	1995	5	A
				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、(公社) 鹿児島県特産品協会			
59	沖縄県		銀座わしたショップ本店	中央区銀座 1-3-9 マルイト銀座ビル 1F・地下 1F	1994	3	A
				(株) 沖縄県物産公社			

東京都以外のアンテナショップの簡易調査の結果について

当センターでは、東京都以外にあ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 82 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立した施設（運営は民間企業等でも可）
- ・常設施設であること。短期間（１年以内）で終了する営業は含まない。
- ・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
- ・道の駅、直売所は含まない。

2 調査基準日

2022 年 4 月 1 日

3 調査内容

所在地、設立年月、設立主体、事業内容など 11 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 87 店舗となった。

調査は、このうち集合型店舗 5 店舗を除く独立店舗 82 店舗を対象に行った。

表 2 8 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
集合型店舗等（市区町村）	0	0	3	5	5	0	0	0	2
集合型店舗等（都道府県）	0	0	2	2	2	2	1	3	3
独立店舗等（市区町村）	25	32	45	59	62	55	53	61	68
独立店舗等（都道府県）	21	25	20	19	20	17	21	19	14
合計	46	57	70	85	89	74	75	83	87

表 29 東京都内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
1988 年度	1	2004 年度	1	2014 年度	6
1991 年度	1	2005 年度	1	2015 年度	6
1994 年度	1	2006 年度	1	2016 年度	4
1997 年度	1	2008 年度	1	2017 年度	3
1998 年度	2	2009 年度	3	2018 年度	10
1999 年度	1	2010 年度	2	2019 年度	3
2000 年度	1	2011 年度	2	2020 年度	7
2002 年度	2	2012 年度	9	2021 年度	3
2003 年度	2	2013 年度	8		

② 事業内容

82 店舗の全てで「物産販売」を行っていた。続いて「観光案内」53 店舗、「イベント開催」49 店舗、「展示」45 店舗となっている。飲食施設の設置は、82 店舗中 34 店舗（41％）で、前年度の 80 店舗中 32 店舗（40％）と比較して設置率は大きくは変化していない（表 30 参照）。

表 30 事業内容別店舗数(重複回答有り、N=82)

事業内容	店舗数
物産販売	82
観光案内	53
イベント開催	49
展示	45
飲食施設	34
相談業務（移住・企業誘致など）	6
その他	8

(資料３－１) 調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧（東京都以外）

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	北海道旭川市	東川ミーツ旭川駅前店	北海道	東川町	2020.8
4	北海道帯広市	とかち物産センター	北海道	帯広市	2002.4
5	北海道美唄市	アンテナショップ P i P a	北海道	美唄市	2012.4
6	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
7	北海道赤平市	情報発信基地 AKABIRA ベース	北海道	赤平市	2015.6
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	2014.1
10	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
11	北海道東神楽町	旭川空港エアポート・リラ 東川ミーツコーナ ー	北海道	東川町	2020.9
12	北海道東川町	東川ミーツせんとびゅあ店	北海道	東川町	2021.4
13	北海道東川町	東川ミーツ ギャラリーZen 店	北海道	東川町	2021.4
14	北海道白老町	白老駅北観光インフォメーションセンター	北海道	白老町	2020.4
15	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
16	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
17	福島県会津若松市	駅カフェ	福島県	会津若松市	2002.8
18	茨城県日立市	ぶらっとひたち（日立駅情報交流プラザ）	茨城県	日立市	2012.9
19	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
20	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
21	群馬県渋川市	渋川地区名産品センター	群馬県	渋川市	2015.12
22	群馬県富岡市	まちなか観光物産館（お富ちゃん家）	群馬県	富岡市	2013.5
23	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
24	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
25	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
26	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
27	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
28	神奈川県横浜市	横浜市の水源地 道志情報館 水カフェどうし	山梨県	道志村	2016.9
29	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
30	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

(資料 3-2) 調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧（東京都以外）

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
31	石川県小松市	空の駅こまつ	石川県	小松市	2013.10
32	石川県野々市市	1 の 1 NONOICHI	石川県	野々市市	2019.3
33	石川県能登町	のと九十九湾観光交流センター「イカの駅つくモール」	石川県	能登町	2020.6
34	石川県能登町	能登観光情報ステーション「たびスタ」	石川県	能登町	2014.4
35	福井県福井市	池田町産マーケット こっぱい屋	福井県	池田町	1999.7
36	山梨県甲斐市	早川町物産展	山梨県	早川町	2021.3
37	岐阜県岐阜市	THE GIFTS SHOP	岐阜県		2014.9
38	岐阜県可児市	mano ショップ	岐阜県	可児市	2018.5
39	岐阜県御嵩町	御嶽宿わいわい館	岐阜県	御嵩町	2010.3
40	愛知県名古屋市	木祖村アンテナショップ源気屋桜山店	長野県	木祖村	2008.11
41	愛知県名古屋市	GIFTS PREMIUM	岐阜県		2014.8
42	愛知県名古屋市	山 P O R T 新城	愛知県	新城市	2018.7
43	愛知県名古屋市	名古屋物産センター	徳島県		2005.2
44	愛知県名古屋市	名古屋わしたショップ	沖縄県		1994.7
45	愛知県東海市	東海市観光物産プラザ	愛知県	東海市	2012.11
46	愛知県美浜町	食と健康の館	愛知県	美浜町	2005.4
47	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
48	三重県桑名市	宿場の茶店 ー（ハジメ）	三重県	桑名市	2019.7
49	滋賀県守山市	真庭市場 2 号店	岡山県	真庭市	2019.6
50	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
51	京都府向日市	向日市観光交流センター まちてらす M U K O	京都府	向日市	2020.11
52	大阪府大阪市	青森・岩手えもんショップ	岩手県		2016.7
53	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
54	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
55	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
56	大阪府堺市	杉風舎（さんふうしゃ）	奈良県	東吉野村	1988.6
57	大阪府吹田市	吹田市情報発信プラザ（愛称：Inforest すいた（いんふおれすとすいた））	大阪府	吹田市	2015.11
58	大阪府高槻市	真庭市場 1 号店	岡山県	真庭市	2012.8
59	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
60	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

(資料３－３) 調査対象アンテナショップ（独立店舗）一覧（東京都以外）

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
61	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
62	兵庫県神戸市	ひょうごふるさと館	兵庫県		1991.7
63	兵庫県神戸市	灘の酒蔵通り	兵庫県	神戸市	2010.12
64	兵庫県姫路市	ふるさと宍粟 PR 館“きてーな宍粟”	兵庫県	宍粟市	2014.4
65	奈良県奈良市	奈良のうまいものプラザ	奈良県		2012.4
66	奈良県奈良市	なら工芸館	奈良県	奈良市	2000.11
67	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
68	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
69	奈良県天理市	コフフンショップ（天理市観光物産センター）	奈良県	天理市	2017.4
70	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
71	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
72	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
73	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
74	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
75	広島県廿日市市	吉賀町アンテナショップかきのき村	島根県	吉賀町	2003.4
76	徳島県三好市	三好の逸品アンテナショップ	徳島県	三好市	2011.4
77	香川県高松市	かがわ物産館「栗林庵」	香川県		2013.3
78	高知県高知市	津野町アンテナショップ（愛称「満天の星」）	高知県	津野町	2012.4
79	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
80	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
81	福岡県福岡市	よりあい処つしま	長崎県	対馬市	2013.11
82	福岡県水巻町	ICOTTO!MIZUMAKI	福岡県	水巻町	2018.10

地域活性化センター「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

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」を発行しています。

2. 自治体アンテナショップに関する情報提供

地域活性化センターのホームページの「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. 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。

5. 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）

2022年度中に開催又は予定されているイベント等のご案内

- ・2022年6月「第26回自治体アンテナショップ情報交換会」開催
- ・2023年1月「第27回自治体アンテナショップ情報交換会」開催予定
- ・2023年3月「2022年度自治体アンテナショップ実態調査報告書」発行予定

※自治体アンテナショップの情報は、地域活性化センター ホームページ「自治体アンテナショップ支援事業」コーナーに掲載されています。URL <https://www.jcrd.jp/>

（お問い合わせ先）一般財団法人 地域活性化センター 情報・広報プロモーション課
電話番号：03-5202-6137 メール：antena@jcrd.jp