

2019年度 自治体アンテナショップ実態調査結果

回答ショップ数79店舗の内、独立店舗店舗60（都道府県：39、市町村：21）が分析対象

※集合型店舗 19店舗は対象外

設立年度	店数
1991	1
1992	
1993	1
1994	1
1995	1
1996	
1997	1
1998	1
1999	1
2000	
2001	1
2002	5
2003	3
2004	1
2005	1
2006	3
2007	
2008	2
2009	2
2010	4
2011	1
2012	4
2013	3
2014	7
2015	4
2016	5
2017	4
2018	3
合計	60

面積	店数
100㎡未満	16
100㎡以上200㎡未満	12
200㎡以上300㎡未満	7
300㎡以上400㎡未満	8
400㎡以上500㎡未満	7
500㎡以上700㎡未満	3
700㎡以上1,000㎡未満	5
1,000㎡以上	1
未回答	1
合計	60

年間入館者数（2018年度）	店数
10万人未満	23
10万人以上20万人未満	5
20万人以上50万人未満	16
50万人以上70万人未満	7
70万人以上100万人未満	3
100万人以上150万人未満	1
150万人以上200万人未満	2
200万人以上	1
未回答	2
合計	60

売上額（2018年度）	店数
3千万円未満	11
3千万円以上5千万円未満	6
5千万円以上1億円未満	5
1億円以上3億円未満	22
3億円以上5億円未満	8
5億円以上7億円未満	5
7億円以上10億円未満	0
10億円以上	2
未回答	1
合計	60

取扱品目数	店数
100品目未満	15
100品目以上300品目未満	4
300品目以上500品目未満	4
500品目以上1,000品目未満	13
1,000品目以上2,000品目未満	16
2,000品目以上3,000品目未満	5
3,000品目以上5,000品目未満	2
5,000品目以上	
未回答	1
合計	60

スタッフ数	店数
現金のみ	8
クレジットカード/デビットカード	50
QRコード/バーコード決済 (paypay、LINEpay、ORIGAMI Pay など)	11
電子マネー（Suica、iD、QUICPay、楽天Edyなど）	37
その他	3
未回答	2

※重複回答 N=60

開設目的	店数
自治体のPR	57
特産品のPR	57
特産品の販路拡大	54
観光案内・誘客	53
地域情報発信（マスコミ等）	52
市場調査・消費者ニーズ	36
田舎暮らし・UJIターン	23
地元出身者との交流	21
地域間交流	16
地元住民の意欲拡大	15
企業誘致	6
その他	6
未回答	2

※重複回答 N=60

運営効果	店数
自治体のPR	58
特産品のPR	58
特産品の販路拡大	55
観光案内・誘客	45
地域情報発信（マスコミ等）	55
市場調査・消費者ニーズ	43
田舎暮らし・UJIターン	23
地元出身者との交流	18
地域間交流	17
地元住民の意欲拡大	15
企業誘致	4
その他	7
未回答	1

※重複回答 N=60

事業内容	店数
物産販売	57
イベント開催	55
観光案内	49
飲食施設	39
展示	37
相談業務	16
その他	13
未回答	1

※重複回答 N=60

インターネット、SNS等の活用	店数
HP	53
Facebook	52
Instagram	26
Twitter	24
メルマガ	18
ネットショップ	17
ブログ	11
その他	6
未回答・該当なし	3

※重複回答 N=60

直近の改装・リニューアル状況（予定含む）	店数
2007	1
2008	1
2009	2
2010	1
2015	3
2016	3
2017	5
2018	10
2019	4
合計	30

外国人客への接遇	店数
外国語の案内パンフレットを設置	24
無料Wi-Fiが整備	23
ホームページが多言語化	20
免税店	15
語学スタッフ常駐	13
レストランメニューの多言語化	11
オリパラに向けた対応	4
その他	16
未回答・該当なし	11

※重複回答 N=60

移住への取組	店数
書籍等設置	36
イベント等実施	13
相談員常駐	6
検索システム導入	3
その他	7
未回答・該当なし	21

※重複回答 N=60

販売方法	店数
店舗以外での販売	45
他アンテナショップとの連携	33
テストマーケティング	30
利用者アンケートの実施	28
企業等への営業	27
企業等とのタイアップ	26
店舗がある自治体との連携	26
商談会	14
その他	5
未回答・該当なし	3

※重複回答 N=60

広報プロモーションの体制	店数
パブリシティ活動	27
雑誌広告	25
新聞広告	19
メルマガの利用	19
専従スタッフが常駐	12
インターネットでの広告	9
テレビ、番組CMとのタイアップ	5
メディア説明会	4
その他	22
未回答・該当なし	4

※重複回答 N=60

運営主体	店数
民間・NPO等へ運営委託	31
第3セクター、JAなどが運営委託	12
地方自治体やその他団体の複数で共同運営	7
地方自治体単独	2
その他	7
未回答	1
合計	60

スタッフ数	店数
10人未満	20
10人以上20人未満	16
20人以上30人未満	11
30人以上	12
未回答	1
合計	60

【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。
- ⑥2019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