

# 平成22年度 自治体アンテナショップ実態調査結果

ショップ数(H21年度) 49店(43店) 都道府県 35店(33店) 市町村 14店(10店)

設立年	件数
1990	1
1991	
1992	1
1993	
1994	3
1995	1
1996	
1997	2
1998	2
1999	2
2000	1
2001	2
2002	4
2003	4
2004	2
2005	2
2006	4
2007	1
2008	4
2009	6
2010	7
合計	49

スタッフ数	件数
10人未満	26
10人以上20人未満	11
20人以上30人未満	4
30人以上	6
不明	2
合計	49

面積	件数
100㎡未満	20
100㎡以上200㎡未満	9
100㎡以上200㎡未満	2
200㎡以上300㎡未満	6
300㎡以上500㎡未満	3
500㎡以上	5
不明	4
合計	49

年間売上(H21年度)	件数
3千万円未満	7
3千万円以上5千万円未満	3
5千万円以上1億円未満	8
1億円以上3億円未満	9
3億円以上5億円未満	5
5億円以上10億円未満	6
10億円以上	
不明	11
合計	49

年間入館者数(H21年度)	件数
10万人未満	13
10万人以上20万人未満	6
20万人以上50万人未満	8
50万人以上100万人未満	5
100万人以上	3
不明	14
合計	49

運営主体	件数
地方自治体単独	1
第三セクター、財団、JAなど運営・委託	19
民間・NPO等へ委託	14
地方自治体とその他団体の複数で共同運営	3
その他	11
不明	1
合計	49

開設目的	件数
自治体のPR	37
特産品のPR	44
特産品の販路拡大	42
市場調査・消費者ニーズ	24
観光案内・誘致	38
地元出身者との交流	8
都市と農村の交流	9
地域情報発信(マスコミ等)	42
田舎暮らし・UJIターン	14
企業誘致	2
地元住民の意欲拡大	11
その他	7
不明	2

(重複回答)

事業内容	件数
物産販売	49
飲食施設	18
相談業務(田舎暮らし、企業誘致等)	12
観光案内	37
イベント開催	30
展示	20
その他	7

(重複回答)

運営効果	件数
自治体の知名度アップ	36
特産品の知名度アップ	43
特産品の販路拡大	39
消費者ニーズの把握	26
観光客の増加	20
地元出身者との交流促進	10
都市と農村交流促進	5
地域情報発信(マスコミ等)	40
田舎暮らし・UJIターン	3
企業誘致促進	2
地元住民の意欲増大	11
その他	3
不明	2

(重複回答)

## 【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。
- 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。
- 6) 平成22年10月1日現在の状況。
- 7) 財団法人 地域活性化センター 調査