

# 平成26年度 自治体アンテナショップ実態調査結果

別添資料

ショップ数 52店(54店)

都道府県39店(38店)

市町村13店(16店)

( )は平成25年度の数

設立年	店数
1991	2
1992	
1993	1
1994	1
1995	1
1996	
1997	1
1998	1
1999	1
2000	
2001	2
2002	5
2003	3
2004	1
2005	2
2006	4
2007	
2008	5
2009	4
2010	5
2011	3
2012	4
2013	6
合計	52

運営主体	店数
地方自治体単独	1
第三セクター、財団、JAなど運営・委託	11
民間・NPO等へ委託	24
地方自治体とその他団体の複数で共同運営	4
その他	12
合計	52

年間入館者数(H25)年度	店数
10万人未満	19
10万人以上20万人未満	8
20万人以上50万人未満	10
50万人以上70万人未満	7
70万人以上100万人未満	0
100万人以上	4
不明	4
合計	52

スタッフ数	店数
10人未満	24
10人以上20人未満	12
20人以上30人未満	7
30人以上	6
不明	3
合計	52

面積	店数
100㎡未満	21
100㎡以上200㎡未満	10
200㎡以上300㎡未満	4
300㎡以上400㎡未満	8
400㎡以上500㎡未満	4
500㎡以上	5
合計	52

年間売上(H25年度)	店数
3千万円未満	11
3千万円以上5千万円未満	3
5千万円以上1億円未満	5
1億円以上3億円未満	15
3億円以上5億円未満	6
5億円以上7億円未満	5
7億円以上10億円未満	2
不明	5
合計	52

事業内容	店数
物産販売	51
飲食施設	25
相談業務	9
観光案内	42
イベント開催	38
展示	25
その他	1

外国人への接遇	店数
外国語の案内パンフレット	2
ホームページの多言語化	5
レストランメニューの多言語対応	3
語学ができるスタッフ常駐	6

開設目的	店数
自治体のPR	45
特産品のPR	52
特産品の販路拡大	42
市場調査・消費者ニーズ	26
観光案内・誘客	44
地元出身者との交流	8
地域間交流	9
地域情報発信(マスコミ等)	43
田舎暮らし・UJIターン	10
企業誘致	2
地元住民の意欲拡大	5
その他	2

(重複回答) N=52

運営効果	店数
自治体の知名度アップ	44
特産品の知名度アップ	50
特産品の販路拡大	40
消費者ニーズの把握	32
観光客の増加	28
地元出身者との交流促進	13
地域間交流	10
地域情報発信(マスコミ等)	41
田舎暮らし・UJIターン	7
企業誘致促進	1
地元住民の意欲増大	6
その他	0

(重複回答) N=52

インターネットの活用	店数
ホームページ	42
ブログ	10
ツイッター	11
フェイスブック	25
ネットショップ	16
メルマガ	17

(重複回答) N=52

クレジットカードの利用	店数
利用可能	40
利用できない	9
導入検討中	0
未回答	3

N=52

## 【自治体アンテナショップ実態調査対象】

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。

- 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。
- 6) 平成26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