

平成27年度 自治体アンテナショップ実態調査結果

ショップ数 55店(52店)

都道府県店42店(39店)

市町村店13店(13店) ()は平成26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	1
2006	4
2007	
2008	3
2009	4
2010	5
2011	2
2012	4
2013	5
2014	8
合計	55

スタッフ数	店数
10人未満	19
10人以上20人未満	17
20人以上30人未満	7
30人以上	10
未回答	2
合計	55

運営主体	店数
地方自治体単独	0
第三セクター、財団、JAなど運営・委託	12
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	9
その他	10
合計	55

事業内容	店数
物産販売	54
飲食施設	25
相談業務	12
観光案内	46
イベント開催	42
展示	27
その他	7

(重複回答) N=55

年間入館者数(H26)年度	店数
10万人未満	14
10万人以上20万人未満	8
20万人以上50万人未満	11
50万人以上70万人未満	5
70万人以上100万人未満	1
100万人以上	4
未回答	12
合計	55

開設目的	店数
自治体のPR	46
特産品のPR	55
特産品の販路拡大	46
市場調査・消費者ニーズ	31
観光案内・誘客	46
地元出身者との交流	12
地域間交流	12
地域情報発信(マスコミ等)	45
田舎暮らし・UJIターン	16
企業誘致	6
地元住民の意欲拡大	7
その他	2

(重複回答) N=55

年間売上(H26年度)	店数
3千万円未満	9
3千万円以上5千万円未満	3
5千万円以上1億円未満	2
1億円以上3億円未満	15
3億円以上5億円未満	8
5億円以上7億円未満	3
7億円以上10億円未満	3
未回答	12
合計	55

運営効果	店数
自治体の知名度アップ	46
特産品の知名度アップ	53
特産品の販路拡大	44
消費者ニーズの把握	35
観光客の増加	29
地元出身者との交流促進	19
地域間交流	12
地域情報発信(マスコミ等)	44
田舎暮らし・UJIターン	8
企業誘致促進	3
地元住民の意欲増大	8
その他	0

(重複回答) N=55

面積	店数
100㎡未満	21
100㎡以上200㎡未満	9
200㎡以上300㎡未満	4
300㎡以上400㎡未満	10
400㎡以上500㎡未満	4
500㎡以上	7
合計	55

インターネットの活用	店数
ホームページ	44
ブログ	9
ツイッター	13
フェイスブック	30
ネットショップ	15
メルマガ	19

(重複回答) N=55

外国人への接遇	店数
外国語の案内パンフレット	18
ホームページの多言語化	7
レストランメニューの多言語対応	6
語学ができるスタッフ常駐	9
フリーWi-Fiが整備されている	10
免税店である	3
その他	5

(重複回答) N=55

移住への取り組み	店数
パンフレット・書籍の設置	29
相談員の常駐	4
交流会・イベント等の実施	8
検索システムの設置	1
その他	3

N=55

地方創生関連の取り組み	店数
プレミアム商品券の販売	20
プレミアム旅行券の販売	8
プレミアム商品券等の販売計画はない	20
その他	6

N=55

【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27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

