

令和 2 年度（2020 年度）
自治体アンテナショップ
実態調査報告書

2021 年 3 月

は じ め に

国難ともいえる、新型コロナウイルスの感染拡大は、従来の生活を一変させ、社会の各方面に打撃を与えました。

一方で、デジタル化の推進や東京一極集中の是正など以前からの課題については、デジタルトランスフォーメーション、ワーケーション、地方におけるテレワークなどが注目を集めています。

自治体アンテナショップでは、東京オリンピック・パラリンピックのインバウンド需要が見込めず、緊急事態宣言下で実店舗では売上不振の時期もありましたが、感染対策を講じ、商品のデリバリーやオンラインによるイベントを実施したり、出身者、出店先の住民との関係人口を構築するなどの新たな取り組みが始まっています。このように、アンテナショップを通じて、域外に地域の魅力を発信する、地域のプロモーション活動について、地域活性化センターでは引き続き支援していくこととしています。

地域活性化センターでは、実態を把握するために、2008年度から毎年度東京都内にあるアンテナショップの調査を実施し、2014年度からは東京都以外にあるアンテナショップの調査も加えています。

この度、2020年度の調査結果を取りまとめ、報告書として刊行することとしました。本報告書は、東京都内62ショップの設立主体、設立年、設立目的・効果、事業内容、床面積、スタッフ数、年間売上、入館者数など32項目についての調査結果をまとめました。今回は、年間売上の内訳やコロナウイルスによる影響など、新たな調査項目を設けています。東京都以外75ショップも11項目の調査結果を掲載しています。

また、東京都渋谷区表参道にある「表参道・新潟館ネスパス」、東京都千代田区日比谷にある「日比谷しまね館」を現地取材し、設立経緯や運営状況などを紹介しています。

地方自治体や関係者の皆様に本報告書をご活用いただき、地域活性化の一助となれば幸いです。

最後になりましたが、本報告書の作成にあたり、ご協力いただきました皆様方に厚く御礼を申し上げます。

令和3年3月

一般財団法人 地域活性化センター
理事長 椎 川 忍

目 次

はじめに

1	地域活性化センターの「自治体アンテナショップ支援事業について」	1
2	2020 年度 自治体アンテナショップ実態調査	2
	(1) アンテナショップとは	2
	(2) 調査方法	2
	(3) 調査結果【東京都内】	2
	①調査結果の特徴	3
	②店舗数の推移	4
	③店舗面積	7
	④年間入館者数	7
	⑤年間売上額	8
	⑥取扱品目数	9
	⑦開設目的および運営の効果	10
	⑧事業内容	11
	⑨インターネット・SNS 等の活用	11
	⑩外国人客への対応	12
	⑪移住への取組	13
	⑫広報プロモーションの体制	13
	⑬運営主体	14
	⑭販売戦略方法	15
	⑮店舗での決済方法	15
	⑯2020 年 3 月月次売上額の前年当月比	16
	⑰新型コロナウイルス感染症の流行している状況下で力を入れたこと	16
	⑱都内分布状況（都内出店元自治体）	17
	(資料 1) 調査結果一覧（東京都内）	19
	(資料 2) 調査結果分析対象ショップ一覧（東京都内）	20
	(4) 調査結果【東京都内以外】	23
	①店舗数の推移	23
	②事業内容	24
	(資料 3) 調査結果分析対象ショップ一覧（東京都以外）	25
3	事例紹介	
	(1) 新潟県「表参道・新潟館ネスパス」	28
	(2) 島根県「日比谷しまね館」	34

1 地域活性化センターの「自治体アンテナショップ支援事業」について

(1) 自治体アンテナショップ実態調査

2008年度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、小売店バイヤー、自治体、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、年2回、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）

2 2020 年度 自治体アンテナショップ実態調査

(1) 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のことである。

(2) 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も可）
- ・常設施設であること。短期間（1年以内）で終了する場合は含まない
- ・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

2020 年 4 月 1 日

③調査内容

東京都内 32 項目（所在地、設立年月、設立目的、入館者数、売上金額など）

東京都内以外 11 項目（所在地、設立年月、セールスポイントなど）

(3) 調査結果【東京都内】

アンテナショップの店舗数 81 店舗（内訳 独立店舗 62 店、集合型店舗 19 店）

表 1 本調査への回答数推移（単位：店舗数）

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

※独立店舗とは単独で店舗を構えているもの、集合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。

※2016 年度調査から独立店舗のみを分析の対象としたため、以後の数値には集合型店舗分は含まれない。

① 調査結果の特徴（分析対象：独立店舗 62 店舗 ）※参考：「店名」（出店自治体/所在地）

2020 年 2 月以降、急激に感染が拡大した新型コロナウイルスの影響を受け、売上の減少が見られたが、2019 年度通年でみれば影響は限定的であった。この期間の特徴として、店舗での支払方法として、クレジットカード、QR コード決済、電子マネーが飛躍的に伸びた。

また、今回初めて売上額の内訳（飲食、物販、その他）についても調査した結果、約 70%（回答があった 53 店舗のうち 37 店舗）が飲食機能を備える店舗であり、飲食部門で 1 億円以上売り上げた店舗は 10 店舗であった。

◆年間売上額 「北海道どさんこプラザ」（北海道/有楽町）は 3 年連続 10 億円以上

「北海道どさんこプラザ」（北海道/有楽町）の売上は、2017 年度から 3 年連続で 10 億円以上となった。調査対象 62 店舗のうち、売上 1 億円以上の店舗は 37 で、全体の約 60%であった。また、今年度から売上金額のゾーニングを 8 段階から 10 段階に細分化したが、ボリュームゾーンは、1 億円以上 2 億円未満の 15 店舗であった。

◆初調査：飲食機能を備える 42 店舗のうち、10 店舗が飲食の売上 1 億円以上

全体の売上に加えて、初めてその内訳（飲食、物販、その他）を調査した結果、飲食部門で 1 億円以上売り上げた店舗は 10 店舗であった。

◆開設目的で「観光案内・誘客」が大幅に減少

昨年度、開設目的の項目で 53 店舗が「観光案内・誘客」を挙げていたが、今回調査では、前年度比 73.6%の 39 店舗となった。コロナの影響による移動への懸念が減少の要因と考えられる。

◆新型コロナウイルス感染拡大による影響

自治体アンテナショップは 1 回目となる昨年 4 月の緊急事態宣言下でほとんどの店舗が休止するなど、運営に深刻な影響があった。今回は、売上状況や新たな取組について特別に調査を行った。

2020 年 3 月次売上は、回答した店舗のうち 49 店舗が前年比で減少となり、そのうち 11 店舗が 50%以上の大幅減となった。

そうした中、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 などが行われている。

また、各店舗では社会貢献にも取り組んでおり、「Turn Table」（徳島県/渋谷）では、帰省できず東京にとどまる県出身の大学生に対する食事の招待、近隣の子どもたちへのお弁当の無料支給を実施したほか、「木島平村アンテナショップ「新鮮屋」（長野県木島平村/調布市）では、調布市内にある大学の寮生に木島平産のコメ 2 kgをプレゼントした。

◆支払方法 非接触の支払方法が進む スマホ決済導入店舗は対前年度比 174%増

決済方法では、「クレジットカード／デビットカード」50 店舗→55 店舗、「電子マネー」37 店舗から 43 店舗と増加した。特に、伸び率が高かったのは、「スマホによる QR コード／バーコード決済」11 店舗から 30 店舗で、対前年度比 274%となった。また、現金支払の場合も、新規出店した店舗ではセルフ精算機を導入するなど非接触の対応を講じている。

◆調査基準日以降（2020 年 4 月 1 日以降）の出店状況

新店が 2 店舗誕生したが、いずれもコロナ流行の影響を受け、開店日が数カ月遅れた。「日比谷しまね館」（島根県/日比谷）は 2020 年 3 月に開店を予定したが 5 月開店となり、「8base」（青森県八戸広域/日比谷）は 2020 年 6 月の予定が 9 月開店となった。

②店舗数（調査分析対象である独立店舗（今回は 62 店舗））の推移

調査対象の店舗数は、新設が 1 店舗（表 2 参照）、新たに調査対象となる店舗が 4 店舗確認される一方、閉館が 3 店舗（表 3 参照）あったため、合計で 2 店舗増の 62 店舗となった。（図 1 参照）

図 1 年度別既設・新設店舗数の推移

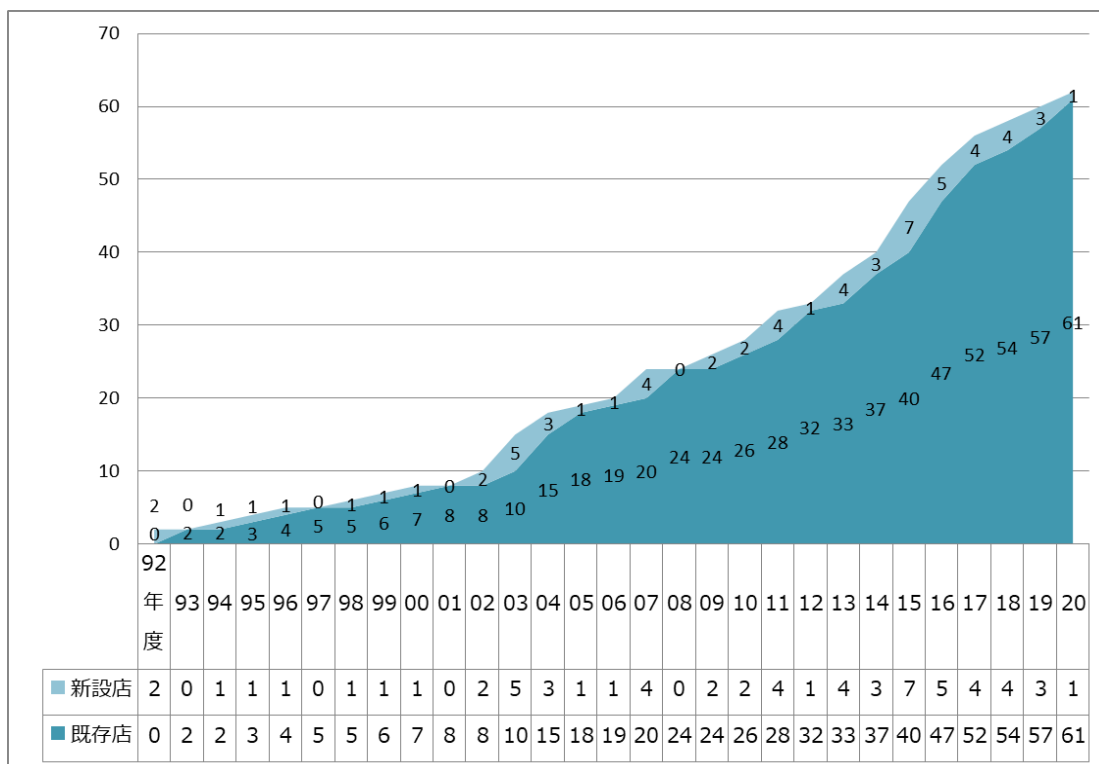


表2 前年度調査（2019年4月1日現在）以降に新設され調査対象となった店舗

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地
2019年7月	青森県	つがる市	果房 メロンとロマン	新宿区神楽坂

※今年度調査で新たに調査対象となる店舗が4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
2019年1月	山形県	河北町	山形県河北町 アンテナショップかほくらし	世田谷区三軒茶屋
2008年7月	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
2018年8月	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
2017年8月	広島県	府中市	広島県府中市 アンテナショップNEKI	千代田区神田

表3 前年度調査（2019年4月1日現在）以降に閉館・休館した前年度調査対店舗

都道府県	市区町村	店舗名	備考
神奈川県	三浦市	なごみま鮮果	閉館
山梨県	—	レストラン Y-wine（わいわい）	閉館（今年度調査対象日以降）
滋賀県	長浜市	びわ湖長浜 KANNON HOUSE	閉館（今年度調査対象日以降）
奈良県	—	ときのもり	閉館
福岡県	久留米市	福岡 久留米館	閉館

調査基準日の2020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 2020年4月1日以降に開設した調査対象店舗

開設年月	都道府県	市区町村	店舗名
2020年5月	島根県	—	日比谷しまね館（移転オープン）
2020年9月	青森県	八戸広域	8base（エイトベース）

※そのほか出店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年度が最も多く、9店舗が改装していた。（表5参照）

表5 実施年度一覧

実施年度	店舗数	実施年度	店舗数
2007	1	2016	1
2008	1	2017	5
2009	2	2018	9
2010	1	2019	6
2013	1	2020	2
2015	3		

表6 2018年度以降の改装・リニューアル実施 店舗一覧

年度	出店自治体	ショップ名	内容
2018年度	茨城県	IBARAKIsense	物販スペース、通路の拡大。商品棚の縮小
	東京都武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」	木材を活かした外装の改修。通路の改修等
	山形県	おいしい山形プラザ	レストラン内装の全面リニューアル
	群馬県	ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家）	移転。売り場面積の拡充及びレストランの開設
	香川県・愛媛県	香川・愛媛せとうち旬彩館	床面、空調、厨房の老朽部分の改修。地酒コーナーの拡充や2階飲食店舗の個室設置、席数増設
	宮崎県	新宿みやざき館KONNE	県産材の内装への活用。物販や観光相談コーナー、レストランの配置換え
	長崎県	日本橋 長崎館	生鮮農水産物の取扱開始を含めた店舗リニューアル及び運営事業者の再公募
	山形県飯豊町	飯豊町アンテナショップ	飲食ブース（飲食カウンター）等を撤去し、テイクアウト中心の運営に移行
	新潟県	表参道・新潟館ネスパス	立ち飲みスペースの新設
2019年度	徳島県	Turn Table	飲食スペースのレイアウト変更
	鳥取県・岡山県	とっとり・おかやま新橋館	物販及び飲食店舗の改装。移住支援、県立ハローワークの機能を持つ「移住・しごと相談コーナー」を新設。コワーキングスペースのレイアウト変更
	沖縄県	銀座わしたショップ本店	1階売場・地下売場のレイアウト変更を行うと共に地下売場には新たにステージを設置
	東京都墨田区	産業観光プラザ「すみだ まち処」	新たに「観光交流スペース」の場を整備予定
	石川県	いしかわ百万石物語・江戸本店	玄関、地下フロア、エントランスを改装し石川県らしさを表現。2階には、県内市町のPRや企業の商談会、伝統工芸等のワークショップなどを行うイベントスペースを新設
	広島県府中市	広島県府中市アンテナショップNEKI	店内イメージをより良くするために照明器具を増加。物販の売上強化を図るために酒類販売コーナーを新設
2020年度	島根県	にほんばし島根館 → 日比谷しまね館	移転リニューアル
	山梨県	富士の国やまなし館 → Cave de ワイン県やまなし	県産ワインと県産食材を楽しむ「食の体感拠点」としてリニューアル。レストランとショップを併設。

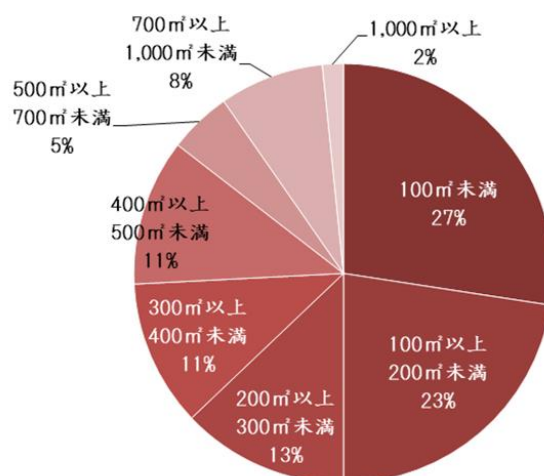
③店舗面積

最も店舗数が多いのは 100 m²未満で、次いで 100 m²以上 200 m²未満が多く、200 m²未満が全体の半数近くを占めている。調査対象店舗の中で最も広い 1,000 m²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）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	
	2020	2019
100 m ² 未満	17	16
100 m ² 以上 200 m ² 未満	14	12
200 m ² 以上 300 m ² 未満	8	7
300 m ² 以上 400 m ² 未満	7	8
400 m ² 以上 500 m ² 未満	7	7
500 m ² 以上 700 m ² 未満	3	3
700 m ² 以上 1,000 m ² 未満	5	5
1,000 m ² 以上	1	1
未回答	0	1
総計	62	60

図 2 店舗面積別店舗割合



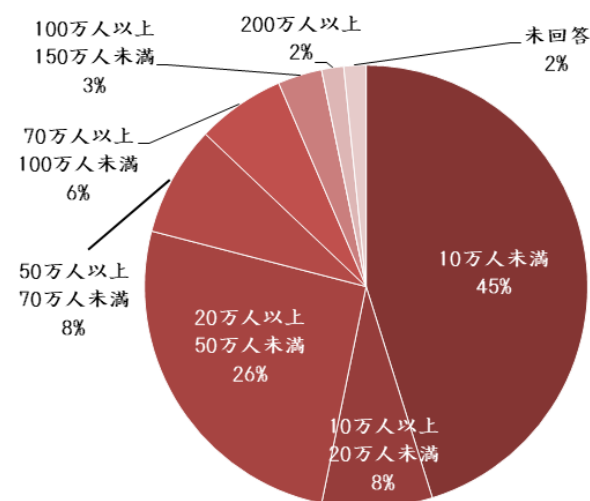
④2019 年度年間入館者数

2019 年度中に、100 万人以上の入館者があったショップは、「北海道どさんこプラザ」「とちまるショップ」（栃木県/押上）「表参道新潟館ネスパス」の 3 店舗であった。「北海道どさんこプラザ」は今年度調査でも唯一 200 万人を超える入館者数を記録しており、人気は引き続き高い。（表 8 参照）

表 8 2019 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	
	2020	2019
10 万人未満	28	23
10 万人以上 20 万人未満	5	5
20 万人以上 50 万人未満	16	16
50 万人以上 70 万人未満	5	7
70 万人以上 100 万人未満	4	3
100 万人以上 150 万人未満	2	1
150 万人以上 200 万人未満	0	2
200 万人以上	1	1
未回答	1	2
総計	62	60

図 3 2019 年度年間入館者数別店舗割合



⑤2019 年度年間売上額

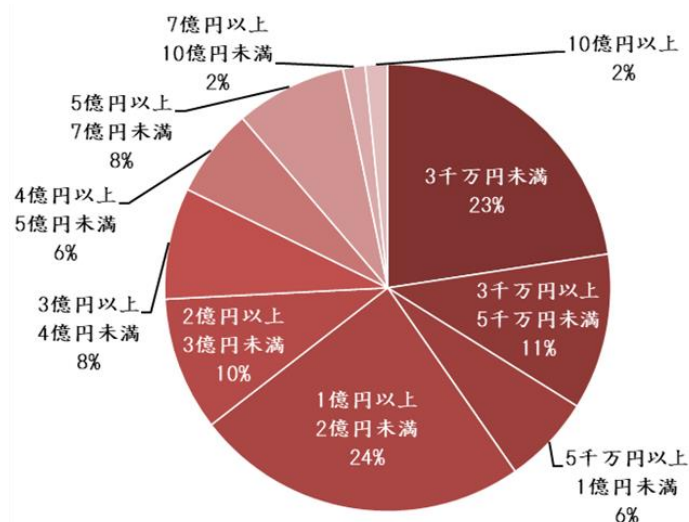
今回から、売上金額のゾーニングを 8 段階から 10 段階に細分化した。

急激な新型コロナウイルスの拡大で 2020 年 3 月月次の売上は伸び悩んだが、それ以前的好調な売上によりほぼ前回並みの売上を維持した。2019 年度年間売上額が 10 億円以上のショップは、「北海道どさんこプラザ」であり、3 年連続で 10 億円以上を売り上げた。続いて、「ひろしまブランドショップ TAU」（広島県/銀座）が、7 億円以上 10 億円未満の売上。5 億円以上 7 億円未満の店舗は、「宮城ふるさとプラザ」（宮城県/東池袋）「表参道・新潟館ネスパス」「香川・愛媛せとうち旬彩館」（香川県・愛媛県/新橋）「かごしま遊楽館」（鹿児島県/有楽町）「銀座わしたショップ」（沖縄県/銀座）の 5 店舗であった。（表 9 参照）

表 9 2019 年度年間売上額別店舗数

年間売上額	調査年度別店舗数	
	2020	2019
3 千万円未満	14	11
3 千万円以上 5 千万円未満	7	6
5 千万円以上 1 億円未満	4	5
1 億円以上 2 億円未満	15	22
2 億円以上 3 億円未満	6	
3 億円以上 4 億円未満	5	8
4 億円以上 5 億円未満	4	
5 億円以上 7 億円未満	5	5
7 億円以上 10 億円未満	1	0
10 億円以上	1	2
未回答・非公表	0	1
合計	62	60

図 4 2019 年度年間売上額別店舗割合



今回の調査では、物販だけではなく飲食の機能※も備える店舗が増えていることから、売上の内訳（飲食、物販、その他）についても調査を行った。（表 10 参照）

回答のあった 53 店舗のうち、飲食と物販との両方を備えている店舗は 37 店舗で、全体の約 70%を占めた。飲食部門のトップ 3 は「あきた美彩館」（秋田県/高輪）「表参道・新潟館ネスパス」「かごしま遊楽館」であるが、物販部門で「銀座わしたショップ」と 1、2 位を争う「北海道どさんこプラザ」は飲食部門でも上位にある。飲食部門の売上が高い店舗は、ランチやディナーを提供する機能を備える店舗が多くを占めているが、「北海道どさんこプラザ」は、ランチやディナーなしで、ソフトクリームとスープの提供で 1 億円以上 3 億円未満の売り上げをみせた。また、飲食部門の売上が物販部門より大きい店舗は、飲食メインで運営している店舗が多いが、「あきた美彩館」は飲食が中心でないにも拘らず、飲食部門が健闘しトップ 3 に入っている。

（※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ものの提供等の機能）

表 1 0 年間売上額の内訳

年間売上額	店舗数		
	飲食	物販	その他
3 千万円未満	21	17	21
3 千万円以上 5 千万円未満	2	3	1
5 千万円以上 1 億円未満	7	5	2
1 億円以上 2 億円未満	7	9	0
2 億円以上 3 億円未満	3	6	1
3 億円以上 4 億円未満	0	4	0
4 億円以上 5 億円未満	0	4	0
5 億円以上 7 億円未満	0	1	0
7 億円以上 10 億円未満	0	1	0
10 億円以上	0	0	0
該当なし	13	3	28
未回答・非公表	9	9	9
合計	62	62	62

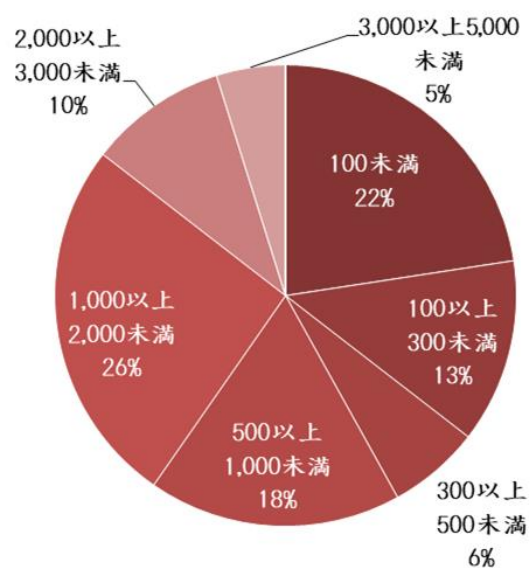
⑥2019 年度取扱品目数

前年度同様、3,000 品目以上 5,000 品目未満と回答したのは「ひろしまブランドショップ TAU」「銀座わしたショップ」の 2 店舗であった。ボリュームゾーンは、1,000 品目以上 2,000 品目未満であった。（表 1 1 参照）

表 1 1 2019 年度取扱品目数別店舗数

取扱品目数	調査年度別店舗数	
	2020	2019
100 未満	14	15
100 以上 300 未満	8	4
300 以上 500 未満	4	4
500 以上 1,000 未満	11	13
1,000 以上 2,000 未満	16	16
2,000 以上 3,000 未満	6	5
3,000 以上 5,000 未満	3	2
5,000 以上	0	0
未回答・不明	0	1
合計	62	60

図 5 2019 年度取扱品目数別店舗割合



⑦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 61 店舗であった。次いで、「自治体の PR」が 60 店舗である。

運営の効果を感じている店舗の数が最も多いのは、60 店舗が挙げた「自治体の知名度アップ」「特産品の知名度アップ」であり、次いで、「地域情報発信」「特産品の販路拡大」であった。また、39 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、44 店舗が同項目を運営効果として挙げた。

「観光」の項目については、「観光案内・誘客」を目的とする店舗が 14 店舗減（前年度 53 店舗から今年度 39 店舗）となったが、「観光客の増加」効果はほぼ横ばい（前年度 45 店舗から今年度 44 店舗）であった。（表 1 2、1 3 参照）

表 1 2 開設目的別店舗数

（重複回答有り、N=62）

開設目的	調査年度別 店舗数	
	2020	2019
特産品の PR	61	57
自治体の PR	60	57
特産品の販路拡大	58	54
地域情報発信（マスコミ等）	56	52
観光案内・誘客	39	53
市場調査・消費者ニーズ	39	36
田舎暮らし・UJI ターン	26	23
地元出身者との交流	26	22
地域間交流	21	16
地元住民の意欲拡大	13	15
企業誘致	11	6
その他	4	6
未回答	0	2

表 1 3 運営効果別店舗数

（重複回答有り、N=62）

運営効果	調査年度別 店舗数	
	2020	2019
自治体の知名度アップ	60	58
特産品の知名度アップ	60	58
特産品の販路拡大	55	55
地域情報発信	58	55
観光客の増加	44	45
消費者ニーズの把握	44	43
地元出身者との交流促進	27	18
田舎暮らし・UJI ターン	19	23
地域間交流	19	17
地元住民の意欲拡大	14	15
企業誘致促進	6	4
その他	4	7
未回答	0	1

⑧事業内容

事業内容で最も多いのは「物産販売」の60店舗で、「イベント開催」の56店舗、「観光案内」の48店舗と続いている。これらの項目については約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。

「その他」の回答の中には「ビジネスサポート機能（オフィスブースの提供）」や「コワーキングスペースの運営」「移住相談」など、地元中小企業の首都圏進出のサポートも行っているアンテナショップが複数見られるとともに、徳島県の「TurnTable」では「ホステルの運営」など、特色ある事業を展開する店舗も存在する。（表14参照）

表14 事業内容別店舗数（重複回答有り、N=62）

事業内容	調査年度別店舗数	
	2020	2019
物産販売	60	57
イベント開催	56	55
観光案内	48	49
飲食提供	42	39
展示	33	37
相談業務	17	16
その他	8	13
未回答	0	1

⑨インターネット、SNS等の活用

ホームページ（57店舗、全体の91.9%）及びFacebook（53店舗85.5%）が多く活用されている。また、前年度と比較するとInstagram、メルマガの伸び率が大きく、Instagramは前年度26店舗から29店舗（前年度比111.5%、うち1店舗は今回の新規調査対象店舗）、メルマガは前年度18店舗から24店舗（前年度比133.3%）に増加している。コミュニケーションアプリ「LINE」を活用する店舗もあり、LINEでクーポンを配信するなど、ファンを獲得するためにSNSを効果的に利用する店舗が増えてきている。（表15参照）

表 1 5 インターネット、SNS 等の活用態様別店舗数
(重複回答有り、N=62)

インターネット、 SNS 等の活用	調査年度別店舗数	
	2020	2019
ホームページ	57	53
Facebook	53	52
Instagram	29	26
Twitter	25	24
メルマガ	24	18
ネットショップ	15	17
ブログ	8	11
LINE	5	4
その他	1	2
未回答・該当なし	2	3

⑩外国人客への対応

2019 年は、訪日外国人の増加や、ラグビーワールドカップの開催、東京オリンピック、パラリンピック開催の前年であったことから、外国人客への対応についても引き続き強化が図られた。(表 1 6 参照)

「その他」の取組としては、「POP の多言語化」「案内看板の多言語化」があげられ、様々な形でインバウンドへの対策を着実にを行っていることが窺える。

表 1 6 外国人客への対応態様別店舗数 (重複回答有り、N=62)

項目	調査年度別店数	
	2020	2019
無料 Wi-Fi の整備	27	23
外国語の案内パンフレット	25	24
ホームページの多言語化	22	20
免税対応	15	15
レストランメニューの多言語化	11	11
語学ができるスタッフの常駐	10	13
オリンピック・パラリンピックに向けた対応	5	4
商品の多言語表示	5	3
翻訳機の設置	2	2
その他	8	11
未回答・該当なし	15	11

⑪移住への取組

移住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。（表 1 7 参照）

「その他」の回答では「常駐ではない相談員の配置」が多くあげられ、より細やかな相談対応に取り組んでいることが窺える。

新型コロナウイルス感染症流行の影響により、地元とオンラインで繋げてのイベント開催や移住相談が増加しており、情報発信の場としてリアルとバーチャルの両面から期待される。

表 1 7 移住への取組態様別店舗数（重複回答有り、N=62）

移住への取組	調査年度別店舗数	
	2020	2019
パンフレット・書籍の設置	39	36
交流会・イベント等の実施	15	13
相談員の常駐	7	6
検索システムの設置	2	3
その他	7	7
未回答・該当なし	19	21

⑫広報プロモーションの体制

「パブリシティ活動」の回答が最も多く 30 店舗が実施していた。続いて「雑誌広告」が多く、28 店舗が実施していた。（表 1 8 参照）

「その他」の回答では、「ポスター、リーフレットの作成」があげられた。

表18 広報プロモーションの体制別店舗数（重複回答有り、N=62）

広報プロモーションの体制	調査年度別店舗数	
	2020	2019
パブリシティ活動	30	27
雑誌広告	28	25
メルマガの利用	21	19
新聞広告	20	19
SNS での情報発信	12	9
専従スタッフが常駐	11	12
インターネットでの広告	11	9
テレビ、番組 CM とのタイアップ	7	5
メディア説明会（新商品、新メニューなどの説明）	6	4
DM	4	4
その他	8	9
未回答・該当なし	1	4

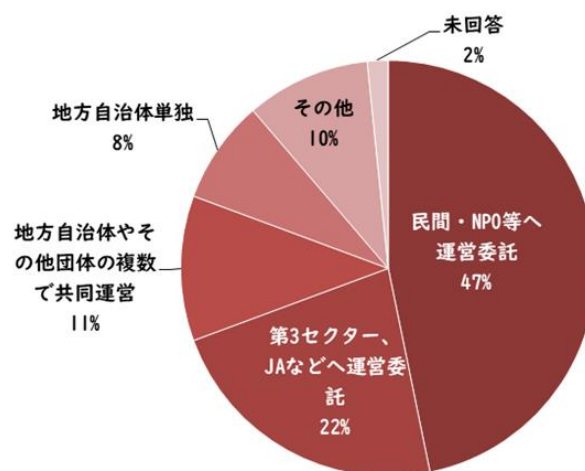
⑬運営主体

運営主体は、民間・NPO等への委託が最も多く 29 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、「地方自治体や民間、団体等複数で共同運営」が7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	
	2020	2019
民間・NPO等へ運営委託	29	31
第3セクター、JAなどへ運営委託	14	12
地方自治体やその他団体の複数で共同運営	7	7
地方自治体単独	5	2
その他	6	7
未回答	1	1
合計	62	60

図6 運営主体の割合



⑭販売戦略方法

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 79%を占める 49 店舗が実施していた。続いて、「他アンテナショップとの連携」「企業等への営業」が回答として多かった。

「その他」の回答では、「店内スペースを活用した実演販売」「イベント実施」があげられた。

多くの項目において、昨年度よりも取り組む店舗数が増加したことから、ビジネス面の強化を図る努力が引き続き行われていることが窺える。（表 2 0 参照）

表 2 0 販売戦略方法別店舗数（重複回答有り、N=62）

販売戦略方法について	調査年度別店舗数	
	2020	2019
店舗以外での販売	49	45
他アンテナショップとの連携	35	33
企業等への営業	33	27
利用者アンケートの実施	30	28
テストマーケティング	29	30
企業等とのタイアップ	27	26
店舗がある自治体との連携	26	26
商談会	16	14
その他	4	5
未回答・該当なし	3	3

⑮店舗での決済方法

「クレジットカード／デビットカード」50 店舗→55 店舗、「電子マネー」37 店舗→43 店舗と増加した。特に、伸び率が高かったのは、「スマホによる QR コード／バーコード決済」11 店舗→30 店舗で対前年度比 274%となった。また、現金支払の場合も、新規出店した店舗ではセルフ精算機を導入するなど非接触の対応を講じている。（表 2 1 参照）

「その他」では、中国人向けの決済サービス（銀れんカード）を導入していると回答した店舗が 1 店舗みられ、インバウンド対応の決済方法を導入していることがわかった。

表 2 1 店舗での決済方法店舗数（重複回答有り、N=62）

店舗での決済方法について	店舗数	
	2020	2019
クレジットカード	55	50
電子マネー	43	37
QRコード/バーコード決済	30	11
現金のみ	4	8
その他	3	3
未回答	0	2

⑩2020 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緊急事態宣言下ではほとんどの店舗が休止し、運営に深刻な影響を与えた。今回は、売上状況や新たな取組について調査を行った。

2020 年 3 月月次売上の前年度比では、回答した店舗のうち 49 店舗が売上減となり、そのうち 11 店舗が 50%以上の売上減となった。（表 2 2 参照）

表 2 2 令和 2 年 3 月売上額の前年同月比

2020 年 3 月売上額の前年同月比	店舗数
50%以上減少	11
40%以上 50%未満減少	12
30%以上 40%未満減少	11
20%以上 30%未満減少	5
10%以上 20%未満減少	2
10%未満減少	8
10%未満増加	4
10%以上増加	3
未回答・非公表	6

⑪新型コロナウイルス感染症の流行している状況下で力を入れたこと（複数回答可）

ウィズコロナの取組は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 などが行われている。（表 2 3 参照）

また、各店舗では社会的な貢献にも取り組んでおり、「Turn Table」（徳島県／渋谷）では、帰省できず東京にとどまる県出身の大学生に対して食事の招待、近隣の子どもたちへのお弁当の無料支給をしたほか、「木島平村アンテナショップ「新鮮屋」（長野県木島平村／調布市）では、調布市内にある大学の寮生に木島平産のコメ 2 kg をプレゼントした。

表 2 3 新型コロナウイルス感染症の流行している状況下で力を入れたこと
(重複回答有り、N=62)

新型コロナウイルス感染症流行下 で力を入れたこと	店舗数
新しい生活様式	46
通信販売	28
テイクアウト対応	22
オンラインでのPR活動	16
デリバリー対応	8
その他	5
未回答・該当なし	3

⑮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、中でも銀座・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

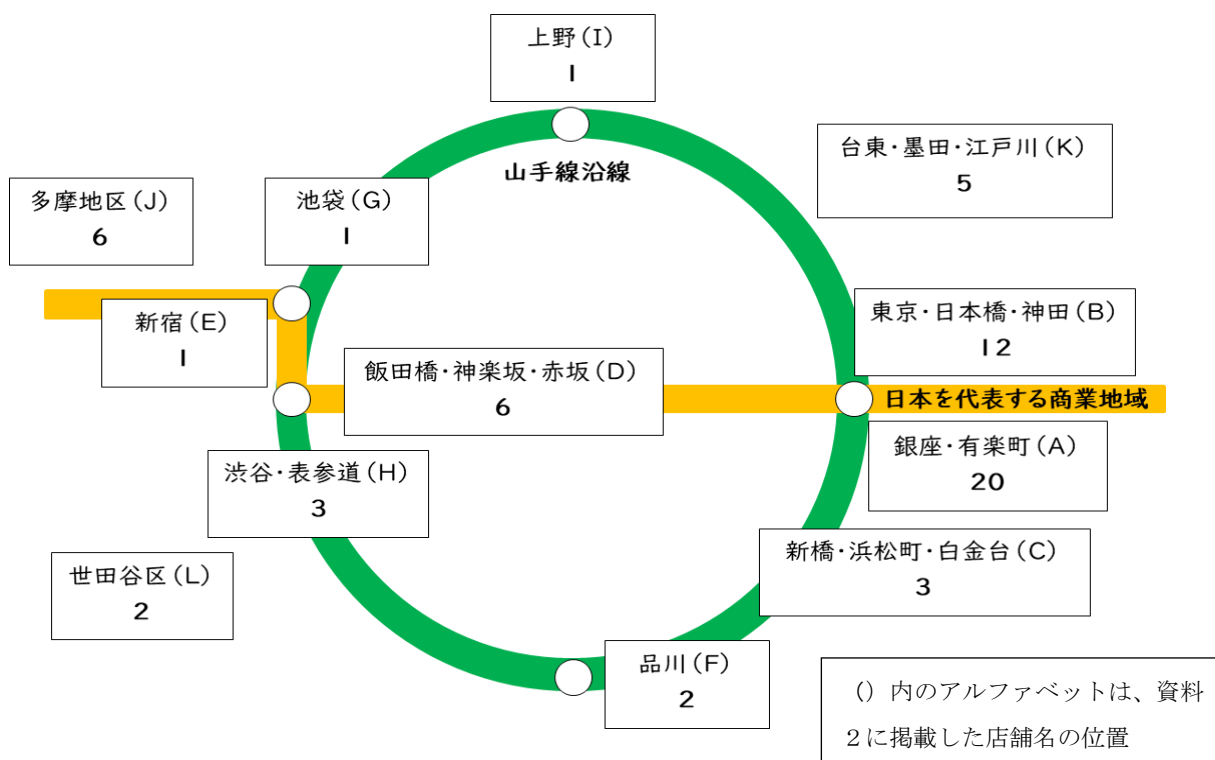


表 2 4 アンテナショップ（独立店舗）を都内に出品している自治体

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 3 8 店舗

市区町村が設置する店舗 2 4 店舗

合計 6 2 店舗

都道府県名	都道府県 が運営	市区町村 が運営	合計
北海道	1	2	3
青森県	1	2	3
岩手県	1		1
宮城県	1		1
秋田県	1	1	2
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	6	7
東京都/長野県		2	2
新潟県	1		1
富山県	2		2
石川県	1	1	2
福井県	2	1	3
山梨県	2		2
長野県	1	1	2

都道府県名	都道府県 が運営	市区町村 が運営	合計
三重県	1		1
滋賀県	1	1	2
兵庫県		2	2
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	2
山口県	1		1
徳島県	1		1
香川県/愛媛県	1		1
高知県	1		1
福岡県	1		1
長崎県	1	1	2
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

(資料1) 調査結果一覧

2020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81店舗の内、独立店舗店舗62（都道府県：38、市町村：24）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	2
1998	1
1999	1
2000	
2001	2
2002	4
2003	3
2004	
2005	1
2006	1
2007	
2008	3
2009	2
2010	4
2011	1
2012	5
2013	3
2014	7
2015	3
2016	5
2017	4
2018	4
2019	2
合計	62

年間入館者数（2019年度）	店数
10万人未満	28
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	5
70万人以上100万人未満	4
100万人以上150万人未満	2
150万人以上200万人未満	0
200万人以上	1
未回答	1
合計	62

スタッフ数	店数
10人未満	21
10人以上20人未満	18
20人以上30人未満	14
30人以上	9
合計	62

売上額（2019年度）	店数
3千万円未満	14
3千万円以上5千万円未満	7
5千万円以上1億円未満	4
1億円以上2億円未満	15
2億円以上3億円未満	6
3億円以上4億円未満	5
4億円以上5億円未満	4
5億円以上7億円未満	5
7億円以上10億円未満	1
10億円以上	1
合計	62

運営方法	店数
店舗以外での販売	49
他アンテナショップとの連携	35
テストマーケティング	29
利用者アンケートの実施	30
企業等への営業	33
企業等とのタイアップ	27
店舗がある自治体との連携	27
商談会	16
その他	4
未回答・該当なし	3

※重複回答 N=62

事業内容	店数
物産販売	60
イベント開催	56
観光案内	48
飲食施設	42
展示	33
相談業務	17
その他	10

開設目的	店数
自治体のPR	60
特産品のPR	61
特産品の販路拡大	58
観光案内・誘客	57
地域情報発信（マスコミ等）	56
市場調査・消費者ニーズ	39
田舎暮らし・U・Jリターン	26
地元出身者との交流	26
地域間交流	21
地元住民の意欲拡大	13
企業誘致	11
その他	4

運営効果	店数
自治体のPR	60
特産品のPR	60
特産品の販路拡大	55
観光案内・誘客	44
地域情報発信（マスコミ等）	58
市場調査・消費者ニーズ	44
田舎暮らし・U・Iターン	19
地元出身者との交流	27
地域間交流	19
地元住民の意識拡大	14
企業誘致	6
その他	4

広報プロモーションの体制	店数
パブリシティ活動	30
雑誌広告	28
メルマガの利用	21
新聞広告	20
SNSでの情報発信	
専従スタッフが常駐	11
インターネットでの広告	11
テレビ、番組CMとのタイアップ	7
メディア説明会	6
DM	4
その他	8
未回答・該当なし	1

店舗での支払方法	店数
現金のみ	4
クレジットカード/デビットカード	55
QRコード/バーコード決済 (paypay、LINEpay、ORIGAMI Pay など)	30
電子マネー (Suica、iD、QUICPay、楽天Edyなど)	43
その他	3

※重複回答 N=62

インターネット、SNS等の活用	点数
HP	57
Facebook	53
Instagram	29
Twitter	25
メルマガ	24
ネットショップ	15
ブログ	8
LINE	5
その他	1
未回答・該当なし	2

※重複回答 N=62

外国人客への接客	店数
無料Wi-Fiの整備	27
外国語の案内パンフレットを設置	25
ホームページが多言語化	22
免税店	15
レストランメニューの多言語化	11
語学スタッフ常駐	10
オリパラに向けた対応	5
商品の多言語表示	5
翻訳機を設置	2
その他	8
未回答・該当なし	16

移住への取組	店数
書籍等設置	39
イベント等実施	15
相談員常駐	7
検索システム導入	2
その他	7
未回答・該当なし	20

※重複回答 N=62

コロナ流行下で力を入れたこと	店数
新しい生活様式	46
通信販売	28
テイクアウト対応	22
オンラインでのPR活動	16
デリバリー対応	8
その他	5
未回答・該当なし	3

2019年3月上額前年同月比	店数
50%以上減少	11
40%以上50%未満減少	12
30%以上40%未満減少	11
20%以上30%未満減少	5
10%以上20%未満減少	2
10%未満減少	8
10%未満増加	4
10%以上増加	3
非公表・未回答・該当なし	6
合計	62

リニューアル・移転の状況（年度）	店数
2007	1
2008	1
2009	2
2010	1
2013	1
2015	1
2016	1
2017	5
2018	9
2019	7
合計	29

売上額内訳【飲食】（2019年度）	店数
3千万円未満	21
3千万円以上5千万円未満	2
5千万円以上1億円未満	7
1億円以上2億円未満	7
2億円以上3億円未満	3
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
非公表・未回答・該当なし	22
合計	62

面積	店数
100㎡未満	17
100㎡以上200㎡未満	14
200㎡以上300㎡未満	8
300㎡以上400㎡未満	7
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
合計	62

売上額内訳【物販】（2019年度）	店数
3千万円未満	17
3千万円以上5千万円未満	4
5千万円以上1億円未満	5
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	4
4億円以上5億円未満	4
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
非公表・未回答・該当なし	11
合計	62

売上額内訳【その他】（2019年度）	店数
3千万円未満	21
3千万円以上5千万円未満	
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	1
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
非公表・未回答・該当なし	37
合計	62

運営主体	店数
民間・NPO等へ運営委託	29
第3セクター、J Aなどが運営委託	14
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	5
その他	6
未回答	1
合計	62

取扱品目数	店数
100品目未満	14
100品目以上300品目未満	8
300品目以上500品目未満	4
500品目以上1,000品目未満	11
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	6
3,000品目以上5,000品目未満	3
5,000品目以上	0
合計	62

【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）。

了する営業は含まない。

い。

⑥道の駅 直売所は含まない

⑦一般財団法人 地域活性化センター調査

(資料2) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧 (東京都内)

※エリアのアルファベットは13頁の「都内分布図」の表記

No.	都道府県	市町村	ショップ名	所在地	設立年	月	エリア
				運営団体			
1	北海道		北海道どさんこプラザ有楽町店	千代田区有楽町2-10-1（株）東京交通会館	1999	7	A
2	北海道	美瑛町	丘のまち美瑛	千代田区有楽町2-10-1（株）東京交通会館	2013	9	A
				丘のまち美瑛東京物産館運営協議会			
3	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	L
				株式会社中川町地域開発振興公社			
4	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
				株式会社あおもり北彩館			
5	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	2016	3	D
				東青ビジネスサポート協議会			
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
7	岩手県		いわて銀河プラザ	中央区銀座5-15-1	1998	10	A
				岩手県産株式会社			
8	宮城県		宮城ふるさとプラザ（COCO MIYAGI）	豊島区東池袋1-2-2 東池（とういけ）ビル	2005	7	G
				公益社団法人宮城県物産振興協会			
9	秋田県		あきた美彩館	港区高輪4-10-8 ウィング高輪WEST-Ⅲ	2008	5	F
				株式会社秋田ニューバイオファーム			
10	秋田県	東成瀬村	むらむすび	新宿区神楽坂6-19	2017	3	D
				株式会社スモールエレファント			
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	2009	4	A
				山形県、有限責任事業組合ＹＹＣ共同企業体、（株）オール・ケッチアーノ			
12	山形県	河北町	山形県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	L
				河北町商工会			
13	山形県	飯豊町	飯豊町アンテナショップ	杉並区高円寺北2-7-6	2014	11	J
				有限会社 HOT WIRE GROUP			
14	福島県		日本橋ふくしま館MIDETTE（ミデッテ）	中央区日本橋室町4-3-16 柳屋太洋ビル	2014	4	B
				公益財団法人福島県観光物産交流協会			
15	茨城県		IBARAKIsense	中央区銀座1-2-1紺屋ビル	2012	11	A
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	2012	5	K
				株式会社ファーマーズ・フォレスト			
17	群馬県		ぐんま総合情報センター（ぐんまちゃん家）	中央区銀座7-10-5 The ORB Luminous	2008	7	A
				事務所：群馬県、物産販売及び飲食提供の運営事業者：株式会社田園プラザ川場			
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
				株式会社ダイナックホールディングス			
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	K
20	東京都	墨田区	産業観光プラザ すみだ まち処	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	2012	5	K
				一般社団法人 墨田区観光協会			

No.	都道府県	市町村	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	K
22	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	2008	7	K
23	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「信濃大町アルブスプラザ」	立川市柴崎町3-14-3 株式会社まちづくり立川	2010	4	J
24	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 有限会社 武蔵野交流センター（出資者：10市町村及び一般社団法人）	2001	9	J
25	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	多摩市永山1-4 グリナード永山内 NPO法人 シーズネットワーク	2010	7	J
26	東京都	稲城市	いなぎ発信基地ベアテラス	稲城市東長沼516-2 一般社団法人稲城市観光協会	2016	4	J
27	新潟県		表参道・新潟館ネスパス	渋谷区神宮前4-11-7 公益財団法人にいがた産業創造機構	1997	6	H
28	富山県		日本橋とやま館	中央区日本橋室町1-2-6 一般財団法人 富山会館	2016	6	B
29	富山県		いきいき富山館	千代田区有楽町2-10-1（株）東京交通会館 一般財団法人 富山会館	2002	6	A
30	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 株式会社シ・ピ・エル（店舗運営業務）	2014	10	A
31	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 一般社団法人金沢クラフトビジネス創造機構	2014	10	A
32	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 （株）東急ハンズ	2002	4	H
33	福井県		食の国 福井館	中央区銀座1-3-3 （株）東急ハンズ	2013	4	A
34	福井県	坂井市	坂井市アンテナショップ	品川区平塚1-6-22 株式会社 FBCアドサービス	2016	8	F
35	山梨県		富士の国やまなし館	中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル 観光案内：公益社団法人やまなし観光推進機構	2004	10	B
36	山梨県		レストラン Y-wine（わいわい）	中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル 株式会社サンティール	2010	12	B
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 長野県、（一社）長野県観光機構	2014	10	A
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 一般財団法人 木島平村農業振興公社	2003	10	J
39	三重県		三重テラス	中央区日本橋室町2-4-1	2013	9	B
40	滋賀県		ここ滋賀	中央区日本橋2-7-1 UDS株式会社	2017	10	B
41	滋賀県	長浜市	びわ湖長浜KANNON HOUSE	台東区上野2-14-27 上野の森ファーストビル	2016	3	I

No.	都道府県	市町村	ショップ名	所在地	設立年	月	エリア
				運営団体			
42	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 株式会社 淡味	2020	1	B
43	兵庫県	豊岡市	「コウノトリの恵み 豊岡」	千代田区有楽町2-10-1 (株) 東京交通会館 日和山観光株式会社	2011	7	A
44	奈良県		奈良まほろば館	中央区日本橋室町1-6-2 日本橋室町162ビル	2009	4	B
45	和歌山県		わかやま紀州館	千代田区有楽町2-10-1 (株) 東京交通会館 公益社団法人和歌山県観光連盟(観光)、和歌山県中小企業団体中央会(物販)	2004	2	A
46	岡山県 鳥取県		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 物販店舗：株式会社フジランド	2014	9	C
47	島根県		にほんばし島根館	中央区日本橋室町1-5-3 福島ビル 島根県、一般社団法人島根県物産協会	2003	11	B
48	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
49	広島県		ひろしまブランドショップTAU	中央区銀座1-6-10 銀座上ービルディング (株)納スコレ・コーポレーション	2012	7	A
50	広島県	府中市	広島県府中市アンテナショップN E K I	千代田区神田小川町1-3-1 N B F 小川町ビル 府中商工会議所	2017	8	B
51	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 (一社) 山口県物産協会	2002	6	B
52	徳島県		Turn Table	渋谷区神泉町10-3 株式会社 Turn Table	2018	2	H
53	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 香川県・愛媛県共同アンテナショップ運営協議会	2013	3	C
54	高知県		まるごと高知	中央区銀座1-3-13 オープレミア 一般財団法人 高知県地産外資公社	2010	8	A
55	福岡県		福岡華	千代田区麹町1-12-1 住友不動産ふくおか半蔵門ビル トリセンダイニング株式会社	2018	11	D
56	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 デイ・ナイト株式会社	2016	3	B
57	長崎県	平戸市	有楽町ひらど商館	千代田区有楽町2-10-1 (株) 東京交通会館 (令和2年8月31日まで) 株式会社グローバルコンサルティング	2018	10	A
58	熊本県		銀座熊本館	中央区銀座5-3-16 (一社) 熊本県物産振興協会	1994	10	A
59	大分県		大分県フラッグショップ「坐来大分」	中央区銀座2-2-2 ヒューリック西銀座ビル 大分ブランドクリエイト(株)	2006	4	A
60	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 公益社団法人 宮崎県物産貿易振興センター	1998	3	E
61	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 ・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 ・公益社団法人鹿児島県特産品協会	1995	3	A
62	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 (株)沖縄県物産公社	1994	3	A

（４）東京都以外のアンテナショップの簡易調査の結果

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。
その結果の概要は以下のとおりで、75 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

2020 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

東京都以外での地域への出店数は独立店舗・集合店舗あわせて 75 店舗となった。
調査は、このうち集合店舗 1 店舗を除く独立店舗 74 店舗を対象に行った。

表 2 5 本調査への回答数推移（単位：店）

店舗種別／年度	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
集合店舗等（市区町村）	0	0	3	5	5	0	0
集合店舗等（都道府県）	0	0	2	2	2	2	1
独立店舗等（市区町村）	25	32	45	59	62	55	53
独立店舗等（都道府県）	21	25	20	19	20	17	21
合計	46	57	70	85	89	74	75

表 2 6 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	2002 年度	1	2014 年度	6
1991 年度	1	2005 年度	2	2015 年度	9
1994 年度	1	2006 年度	1	2016 年度	6
1995 年度	1	2008 年度	2	2017 年度	6
1997 年度	1	2009 年度	3	2018 年度	5
1998 年度	1	2010 年度	4	2019 年度	0
1999 年度	3	2011 年度	3	2020 年度	2
2000 年度	1	2012 年度	4		
2001 年度	1	2013 年度	9		

② 事業内容

74 店舗中 72 店舗と、ほぼすべての店舗が「物産販売」を行っていた。続いて「観光案内」47 店舗、「イベント開催」41 店舗、「展示」40 店舗となっており、前年度調査と比較して観光案内の比率が高い結果となった。飲食施設の設置は、74 店舗中 28 店舗（37％）で、前年度の東京都外 72 店舗中 24 店舗（33％）と比較して設置率が高くなっている。

表 2 7 事業内容別店舗数(重複回答有り、N=74)

事業内容	店舗数
物産販売	72
飲食施設	28
相談業務（田舎暮らし・企業誘致など）	5
観光案内	47
イベント開催	41
展示	40
その他	8
未回答	0

(資料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
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	北海道帯広市	とかち物産センター	北海道	帯広市	2002.4
4	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
5	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
6	北海道赤平市	情報発信基地AKABIRAベース	北海道	赤平市	2015.6
7	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
8	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
9	北海道二セコ町	寿都アンテナショップ神楽(レストラン神楽・鮮魚ショップ神楽)	北海道	寿都町	2017.11
10	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
11	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
12	福島県会津若松市	駅カフェ	福島県	会津若松市	2002.5
13	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
14	栃木県宇都宮市	宇都宮アンテナショップ 宮カフェ	栃木県	宇都宮市	2009.4
15	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
16	群馬県渋川市	渋川地区名産品センター(しゅぶさん)	群馬県	渋川市	2015.12
17	埼玉県川越市	産業観光館(小江戸蔵里)	埼玉県	川越市	2010.10
18	埼玉県行田市	観光情報館ぶらっと♪ぎょうだ	埼玉県	行田市	2012.4
19	埼玉県和光市	T o w a k o「トワコ」	新潟県	十日町市	2016.7
20	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
21	千葉県成田市	千葉トレードセンター	千葉県		2017.8
22	千葉県成田市	ちばぼうきょう	千葉県		2017.8
23	千葉県我孫子市	あびこ農産物直売所あびこん/旬菜厨房 米舞亭(レストラン)	千葉県	我孫子市	2017.6
24	千葉県四街道市	icoba四街道1丁目	千葉県	四街道市	2016.10
25	神奈川県横浜市	Natural Essay(ナチュラル・エッセイ)	岩手県	一戸町	2010.1
26	神奈川県横浜市	千葉県アンテナショップ	千葉県		2010.7
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 水力フェどうし	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「sagamix(さがみつくす)」	神奈川県	相模原市	2013.3
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

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
33	石川県能登町	イカの駅つくモール	石川県	能登町	2020.6
34	福井県福井市	こっばい屋	福井県	池田町	1999.7
35	岐阜県岐阜市	THE GIFTS SHOP	岐阜県		2014.9
36	岐阜県可児市	manoショップ	岐阜県	可児市	2018.5
37	岐阜県御嵩町	御嶽宿わいわい館	岐阜県	御嵩町	2010.5
38	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
39	愛知県名古屋市	GIFTS PREMIUM	岐阜県		2014.8
40	愛知県名古屋市	山 PORT 新城	愛知県	新城市	2018.7
41	愛知県名古屋市	名古屋物産センター	徳島県		2005.2
42	愛知県名古屋市	名古屋わしたショップ	沖縄県		1994.7
43	愛知県美浜町	食と健康の館	愛知県	美浜町	2005.4
44	大阪府大阪市	青森・岩手ええもんショップ	岩手県		2016.7
45	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
46	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
47	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
48	大阪府大阪市	くまモンよかもんSHOP	熊本県		2010.10
49	大阪府吹田市	吹田市情報発信プラザ（Inforestすいた（いんふおれすとすいた））	大阪府	吹田市	2015.11
50	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
51	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
52	大阪府堺市	杉風舎（さんふうしゃ）	奈良県	東吉野村	1988.6
53	大阪府高槻市	高槻市姉妹都市交流センター	島根県	益田市	2008.4
54	大阪府高槻市	真庭市場1号店	岡山県	真庭市	2012.8
55	大阪府枚方市	アンテナショップ椎葉村里人倶楽部（しいばそんりじんくらぶ）	宮崎県	椎葉村	2017.10
56	大阪府田尻町	観光情報プラザ「関空 まち処」	大阪府	泉佐野市	2013.10
57	兵庫県神戸市	ひょうごふるさと館	兵庫県		1991.7
58	兵庫県神戸市	灘の酒蔵通り	兵庫県	神戸市	2010.12
59	兵庫県姫路市	ふるさと穴栗PR館“きてーな穴栗”	兵庫県	穴栗市	2014.4
60	奈良県奈良市	奈良のうまいものプラザ	奈良県		2012.4

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
61	奈良県奈良市	なら工芸館	奈良県	奈良市	2000.11
62	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
63	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
64	奈良県天理市	天理市観光物産センター（コフフンショップ）	奈良県	天理市	2017.4
65	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
66	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
67	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
68	香川県高松市	かがわ物産館「栗林庵」	香川県		2013.3
69	福岡県福岡市	みちのく夢プラザ	岩手県・秋田県		1999.2
70	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
71	福岡県福岡市	よりあい処つしま	長崎県	対馬市	2013.11
72	福岡県福岡市	ひた生活領事館	大分県	日田市	2015.6
73	大分県大分市	ぶんご大野bureau大地の物語	大分県	豊後大野市	2015.11
74	宮崎県宮崎市	みやざき物産館KONNE	宮崎県		1998.4

流行の発信地 表参道で、新潟の魅力を PR する情報発信拠点

表参道・新潟館ネスパス

新潟県は 1997 年 6 月にアンテナショップ「表参道・新潟館ネスパス」を表参道にオープン。名産品を数多くそろえたショップに、2 つのレストランと立ち呑みスペースを併設している。流行の発信地である表参道で、県の魅力を PR する情報発信拠点として運営されている。



基本情報	
開設年月	1997 年 6 月
住所（最寄駅）	東京都渋谷区神宮前 4-11-7 （最寄駅：東京メトロ銀座線・千代田線・半蔵門線 表参道駅）
電話番号	03-5771-7711
営業時間	10:30～19:30 ※店舗により異なる
休館日	なし ※店舗により異なる



本事例紹介は、公益財団法人にいがた産業創造機構表参道・新潟館ネスパスにご回答いただいた調査シートを基に、同館館長の小川裕輔氏にヒアリング調査にご協力いただき作成した。

1 出店自治体の概要

新潟県は、本州の日本海沿岸のほぼ中央に位置している。県境に山々がそびえ、信濃川や阿賀野川など数多くの河川が日本海にそそいでおり、その河川の下流には、広大で肥沃な平野が広がっている。また、日本最大の離島、佐渡島も有する

ラムサール条約に登録された2つの湿地と日本初の世界ジオパークに選ばれた糸魚川市などの世界的に評価されている自然環境や、作付面積及び生産量が全国1位の米、精密加工や金属プレスにおける高度な基盤技術の集積など、様々な魅力に溢れている。

2 開設の経緯

新潟県は、首都圏で新潟文化を発信する情報発信拠点として、1997年に「表参道・新潟館ネスパス」を設立した。特産品のPRや販路拡大、市場調査、観光・移住情報などの地域情報の発信の場としての役割を担っている。

立地の検討にあたっては、情報発信拠点を目的とした開設であることから、情報発信力と集客力の2つを勘案し、流行の発信地である表参道を選定した。店舗は、東京メトロ表参道駅から近く、多くの人で賑わう表参道の通り沿いに立地しており、平日だけでなく休日の集客も期待できる。

3 店舗運営

「表参道・新潟館ネスパス」の運営形態は下記のとおり。

事業主体	公益財団法人にいがた産業創造機構（県の外郭団体）
運営主体	公益財団法人にいがた産業創造機構
公募方法	企画提案型（テナント選定）
運営方法	直営＋転貸
店舗面積	1,658 m ²
成果指標	年間入館者数 100 万人、売上 6 億円が目安 ※コロナ禍前
成果指標の動向	入館者数：1,006,182 人、売上金額：670,329 千円（2019 年度実績）
実施事業	物産販売、飲食、UI ターン・移住相談窓口、観光情報提供
スタッフ数	約 50 人（テナント従業員含む）

表1 「表参道・新潟館ネスパス」運営形態表

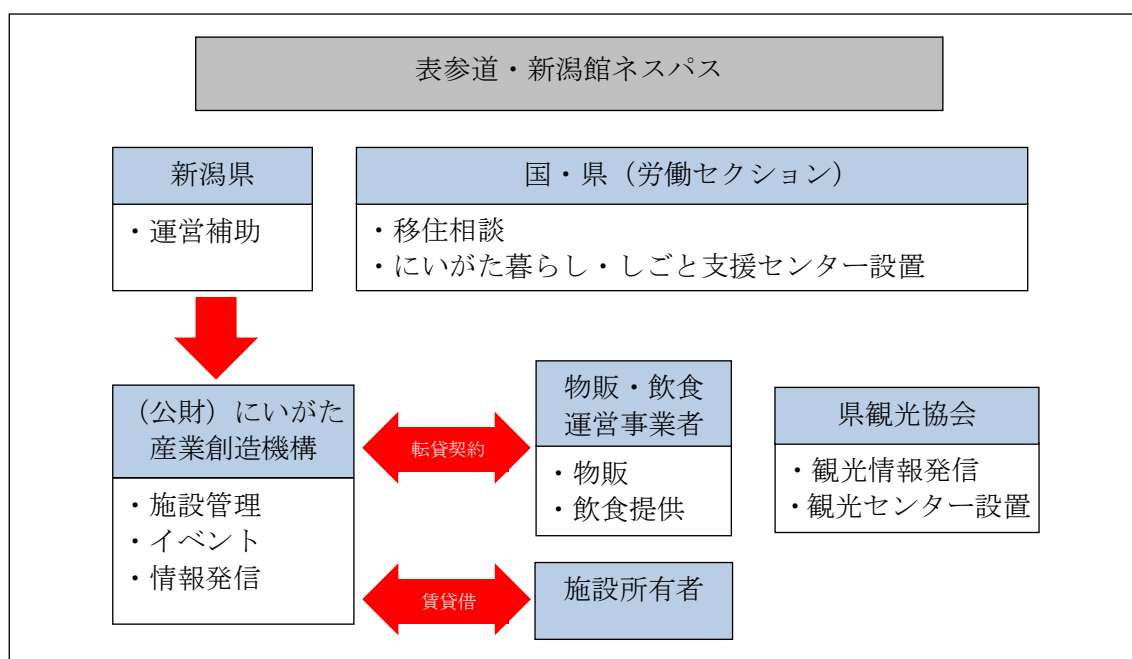


図1 事業スキーム（2021年4月時点での体制）

施設の運営は、公益財団法人にいがた産業創造機構（以下「産業創造機構」という。）が行っており、県はその運営補助の役割を担っている。県と産業創造機構とで連携しながらイベントや情報発信を実施している。

物販及び飲食提供は、産業創造機構と転貸契約を結んだ事業者が担当するというテナント方式により運営されている。提供商品の選定は、基本的に事業者が商談会などで決定しているが、県と産業創造機構も、事業者に助言や提案する形で商品選定に関わっている。また、物販では「にいがたチャレンジ商品」というテスト販売コーナーを設置しており、ここで売上成績の良かった商品も定番商品として選定している。

4 開設の効果

特産品のPRや販路拡大、自治体の情報発信による知名度アップ、UJI ターン希望者のサポートなど、当初目的としていた様々な項目について効果をあげている。

県内事業者には、商品のテスト販売及び消費者モニタリング事業を通して、首都圏での消費者ニーズを把握し販売促進につなげる場として活用されており、来館者には、食などを通して新潟の魅力を伝えることに成功していることから、情報発信拠点としての役割を果たしているといえる。

5 実施事業

(1) 物販

1 階の「物産販売 新潟食楽園」にて、米や日本酒、調味料、珍味など、新潟県内のメーカー等による特産品など約 1,500 品を販売している。新潟銘菓ともいえる笹だんごを中心とした和菓子のほか、米どころの米を使った米菓や日本酒が売れ筋となっている。また最近では、バスセンターのカレーや柿の種のオイル漬け、サーモン塩辛など、メディアで取り上げられた商品の売れ行きが好調で、新たな名物となりつつある。

店内に並ぶ地酒



テスト販売コーナー



(2) 飲食

1 階の「新潟清酒立ち呑み BAR COCO」は、新潟の食材を使用したおつまみや地酒を気軽に味わうことができる飲食スペースである。新潟の清酒を 3 種選んで飲み比べができる「日本酒 3 種飲み比べセット」や、鮭とばや栃尾の油あげなど新潟名産のおつまみがセットになった「ご当地おつまみセット」が人気となっている。また同スペースでは、新潟のガンジー牛の生乳と北限の茶処である村上市の抹茶を使ったソフトクリームや、雪室で熟成された珈琲豆を用いたアイスコーヒーが提供されている。

同じく 1 階の「にいがたの味 静香庵」は、新潟の良質な素材を使った 日本料理や地酒を提供する会席・和食処である。ランチは 2,000 円～6,000 円ほど、ディナーは 6,000 円～15,000 円ほどの価格設定で季節に応じた内容のコース料理や御膳などを提供している。

地下 1 階の「お食事処 新潟食楽園」は、新潟食材を使用した郷土料理や地酒を提供する飲食店である。ランチは 1,200 円ほど、ディナーは 5,000 円ほどの価格設定で、へぎそばや新潟のソウルフードである「タレかつ丼」など郷土料理を多く提供している。

（３）観光・移住案内

店舗２階に、新潟県観光協会が「観光センター」を設置している。県内各地の観光パンフレットやイベントチラシを配架することで、観光情報のPRを行っている。また、移住相談に関しては、国と県の関係セクションが「にいがた暮らし・しごと支援センター」を設置している。職業相談員が、仕事と暮らしの両面から相談対応を行っている。ハローワーク職員と求人を検索しながら相談者への手厚いサポートを実施している。

（４）イベント

週末を中心に、県内事業者や県内自治体による催事を実施し、県産品や地域のPRと店舗への集客につなげている。揚げしんじょうやかまぼこ、日本酒といった新潟でも人気のグルメだけでなく、桐たんすといった工芸品の販売イベントも人気を集めている。また最近では苔玉の販売イベントが、幅広い世代に好評となっている。

その他にも、地域のハロウィンイベントへの参加や地域コミュニティが主催する日本酒講座に講師を紹介するなど、店舗を構える表参道地域と連携した活動をしている。なかでも、店舗周辺を県産チューリップで彩る「にいがたチューリップロード」は、表参道地域を舞台とした一大PRイベントとなっている。

店内イベントスペース



苔玉の販売イベント



6 広報体制・メディアへの訴求

広報については、県と産業創造機構とで連携し、新聞・雑誌やテレビ等の取材を受けるほか、各種 SNS（Twitter、Facebook、Instagram、LINE 公式）やプレスリリースサービス（デジタル PR プラットフォーム）を活用して毎週末のイベントを中心に情報発信を行っている。

館が奇数月に発行する広報誌「ネスパスニュース」では、表参道・新潟館ネスパスで実施するイベントや販売している商品の他に、自治体の観光案内や新潟食材を使ったアレンジレシピなどを紹介することで、包括的に新潟の魅力を PR している。

7 今後検討していること、課題と展望

コロナ禍では、イベントの実施をなかなか思うようにできなかったという課題がある。今後、ウィズコロナ、アフターコロナの施策として、オンラインを活用したイベントの実施を検討している。まずは、例年リアル開催していた料理イベントを動画配信で実施した。また、販売イベントへの出店事業者のさらなる掘り起こしや新潟の隠れた製品の紹介など、店舗の魅力を高めていく予定である。コロナ禍だからこそ新しい発想、価値観が生まれてくる転換期と捉え、Web メディアの活用やリモートを駆使したイベントなどに取り組み、観光や移住も含め、新潟の魅力を多くの人に届けたいと意欲を示した。

取材にご協力いただいた表参道・新潟館ネスパス 館長の小川裕輔氏



多面的な情報発信で、島根とのご縁を結ぶ

日比谷しまね館

2020年5月に移転した島根県のアンテナショップ「日比谷しまね館」は、「島根とのご縁を結ぶ場所～架け橋～」をコンセプトに運営されている。物産・食、観光、移住・定住など多面的な情報発信により、島根の拠り所として、多くの人が島根を感じられる場所を目指している。



基本情報	
開設年月	2020年5月
住所（最寄駅）	東京都千代田区有楽町1-2-2 日比谷シャンテ地下1階 （最寄駅：日比谷駅、有楽町駅）
電話番号	03-6457-9404
営業時間	11:00～20:00
休館日	日比谷シャンテの休館日に合わせる



本事例紹介は、島根県東京事務所にご回答いただいた調査シートを基に、日比谷しまね館 館長の安達 昌明氏、副館長の錦織 崇氏にヒアリング調査のご協力をいただき作成した。

1 出店自治体の概要

島根県は、中国地方の北部に位置する県である。北部は日本海に面し、南部には中国山地が連なっている。神話に登場する由緒ある神社や豊かな自然によるパワースポットが数多くあり、縁結びの聖地として知られている。また、大手化粧品会社の実施する「ニッポン美肌県グランプリ」で毎年上位を獲得しており、近年は美肌県としてのPRを実施している。

2 開設の経緯

島根県は、首都圏での物産販売及び総合情報発信拠点として2003年に「にほんばし島根館」を開設した。日本橋室町に立地していたため、周辺にある三越や高島屋でショッピングを楽しむ40～60歳代の富裕層・主婦層が主な客層であり、そこをターゲットとして特産品販売を中心とした県のPRを進めていた。そのようななか、幅広いターゲット層へのPRを目指したアンテナショップの在り方を再検討し、2020年5月に大型商業施設 日比谷シャンテ内に移転することとなった。移転に伴い、店舗名を「日比谷しまね館」に変更し、物産の展示販売、観光案内、UIターン相談といった従前の運営内容に加え、その場で島根の食を体感してもらおうと、県産食材や地酒を楽しめる飲食コーナーの併設を決めた。

3 施設運営

日比谷しまね館の運営形態については下記のとおり。

事業主体	島根県
運営主体	島根県
公募方法	物産販売：企画提案型コンペ
運営方法	物産販売：委託、観光案内：県、移住相談：ふるさと島根定住財団
店舗面積	262.36 m ²
成果指標	売上金額：195 百万円（2020 年度）
実施事業	物産販売、飲食、観光案内、移住相談
スタッフ数	物産販売・飲食 9 人、観光案内 3 人、移住相談 2 人

表1 「日比谷しまね館」運営形態表

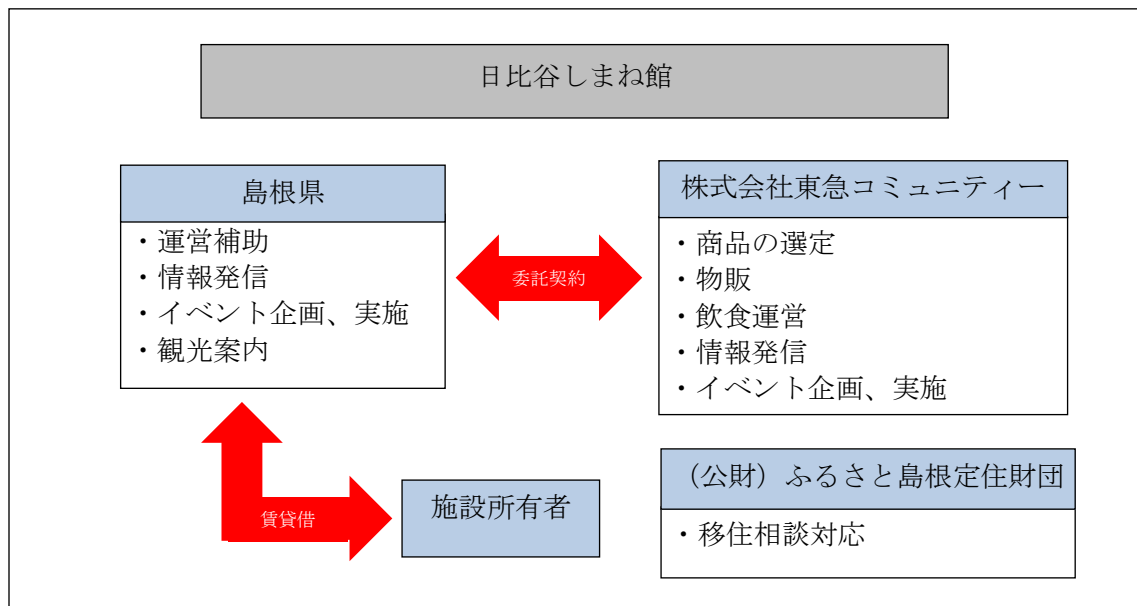


図1 運営スキーム

島根県が事業主体となり、物販・飲食の運営は株式会社東急コミュニティー（以下「東急コミュニティー」という。）に委託している。県は全体統括のほか広報及び物販・飲食へのアドバイスをを行い、東急コミュニティーは、県からの助言を踏まえたうえで商品の選定を含めた物販・飲食の運営を担当している。イベントの実施、情報発信は県と東急コミュニティーそれぞれで行い、メディアに向けた情報発信については別途PR会社にも委託している。

店舗内は、多数の県産品を展示販売する「ご縁市場」、島根の食材・地酒の提供や実演販売を行う「ご縁カフェ」「ご縁ステージ」、セミナー等のイベントを実施するスペース「ご縁広場」、観光・移住の情報を発信する「観光・移住デスク」の4つのエリアに分かれており、「島根とのご縁を結ぶ場所～架け橋～」といったコンセプトのもと、総合的な情報発信が行われている。



飲食スペース「ご縁カフェ」



観光・移住デスク

4 立地特性と主な客層

日比谷しまね館の立地する銀座・有楽町・新橋エリアは、都内でも特にアンテナショップが集積し回遊性の高いエリアとなっている。また、日比谷シャンテ内に店舗をかまえ、近くに日比谷公園や映画館、劇場などがあることから多くの人でにぎわっており、幅広い客層の集客が期待できる。

5 事業内容

(1) 物販

物販エリアである「ご縁市場」では、地元銘菓から新しい商品まで 1,000 種類を超える県産品を展示販売している。販売商品は、基本的には東急コミュニティーが選定しているが、県も交えた商品提案会を年 4 回ほど実施することで、新しい商品の掘り起こしも行っている。その例の 1 つが、県が「ご縁の国しまね」に続くアピールポイントとして掲げた「美肌県しまね」に関連するコスメ商品であり、常設の販売コーナーが設けられ、東京初お目見えの商品が多数販売されている。

売れ筋商品は、のどぐろ、赤てんやあご野焼等の海産物関連商品である。

(2) 飲食・軽食

飲食エリアである「ご縁カフェ」では、のどぐろ丼や赤てんカレー、地酒飲み比べセットなどの飲食提供をしている。店頭販売している酒等を購入することで、ご縁カフェでの角打ちも可能となっている。



「美肌県しまね」にちなんだコスメ商品



人気メニューののどぐろ丼

（３）観光・移住案内

「移住・観光デスク」では、移住・観光情報の発信をしている。移住相談には、公益財団法人ふるさと島根定住財団のスタッフが対応している。スタッフは常駐しており、ホームページで対応できるスケジュールを公開し、また電話・メールでの予約も受け付けることで相談しやすい体制を整えている。観光情報は、県内の観光パンフレットを配架することでPRをしている。また、店舗内の柱にデジタルサイネージを設置しており、映像での自治体情報発信もしている。

（４）イベント

ご縁カフェの一角にある「ご縁ステージ」では、食に関するイベントとして、生産者や職人による対面販売を実施している。これまで、スイーツや寿司などを取り扱う事業者による対面販売を実施した。来店者にご縁カフェで通常提供されているメニューとは違った島根の食を味わってもらうだけでなく、事業者が顧客の生の声を聞く機会の創出にもなっている。

イベントスペースである「ご縁広場」では、島根を感じてもらう体験イベントを実施している。島根県立美術館とコラボしたワークショップや島根県の出産者が企画・プロデュースした映画のトークイベント、出雲地方の名産であるしめ縄を用いたリース制作イベントなどを実施し、歴史や文化など食とは違った観点から県の魅力をPRしている。



焼さば寿司店頭販売の様子



ご縁カフェのメニューと一緒に堪能できる

６ 広報体制・メディアへの訴求

広報については、県と東急コミュニティーとでHPとSNSを中心に行っている。SNSはFacebook、Instagram、Twitterを活用し、イベントの案内や販売商品の紹介などの情報を発信している。

メディアへの情報提供は別途PR会社に委託し実施している。これにより、いくつかのテレビ番組に取り上げられ、赤てんが売り切れるなどの大きな反響があった。

7 今後の検討事項、課題と展望

移転してからこれまで、新型コロナウイルス感染症の拡大により思うようにイベントの実施ができなかったという。社会情勢に合わせた形で、「しまね館の縁結び」という島根の魅力をオンラインでナビゲートする企画を実施し好評を得たが、イベントのリアル開催に意欲を燃やしている。近隣アンテナショップとのコラボイベントや館内での体験イベントの実施、館外イベントへの出店などで、島根のファンを増やしていきたいと意気込んでいる。

2020年度 自治体アンテナショップ実態調査報告書

発行年月日 2021年3月

発行 一般財団法人 地域活性化センター

〒103-0027 東京都中央区日本橋2-3-4

日本橋プラザビル 13階

TEL : 03-5202-6137 FAX : 03-5202-0755

ホームページ : <http://www.jcrd.jp/>