

**年間1億円以上売上げた店舗は47.2%、前年比6.4ポイント増
自治体アンテナショップで過去最高の53店に
新規出店2県、3市、うち銀座エリアに3店**

財団法人 地域活性化センターでは、東京都内の自治体アンテナショップの実態調査を行いました。その結果を報告いたします。

自治体アンテナショップとは、単なる観光物産案内所ではなく、地域の総合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する店舗です。

現地に出かけなくても、安全な地場産品が購入でき、地元食材を都会風にアレンジした料理が味わえるなど首都圏住民の人気を集めています。また、アンテナショップは、自治体のPR戦略として年々増加傾向にあります。

【調査方法】 調査は、都道府県を通じて以下の内容で行いました。

- ①平成23年10月1日の状況 ②自治体が主体となって設立(運営は民間でも可)
- ③常設施設店舗 ④観光案内所・事務所機能のみの施設は含まず ④東京都内にある施設 都道府県を通じて行いました。調査内容は、所在地、設立年、設立目的など16項目。

【調査結果報告】

1. 自治体アンテナショップ設立数の推移

- ①自治体アンテナショップ数は年々増加傾向。(図1)
- ②都道府県、市町村から2店増加し、前回調査より4店舗増加。

(昨年度との比較)

平成23年度	53店	都道府県	37店	市町村	16店
平成22年度	49店	都道府県	35店	市町村	14店

- ③前回調査(平成22年10月)以降の新規出店と閉店

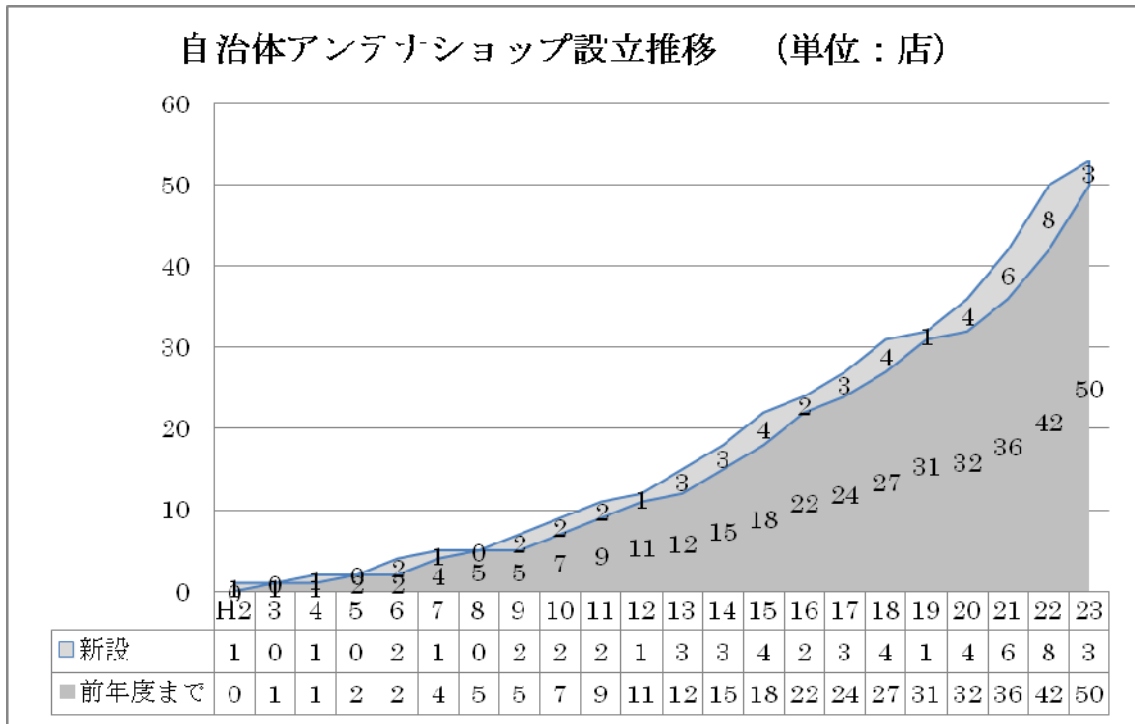
(出店) 5店

- 都道府県：茨城県「黄門マルシェいばらき農園」(中央区銀座)
- 山梨県「Y—wine (ワイワイ)」(中央区日本橋)
- 市町村：茨城県下妻市「シモンちゃんの家」(足立区北千住)
- 兵庫県豊岡市「コウノトリの恵み豊岡」(千代田区有楽町)
- 複数自治体運営「とれたて村」(板橋区大山)

(閉店) 1店

- 市町村：福島県いわき市「いわき・ら・ら」(港区新橋) H6年～23年

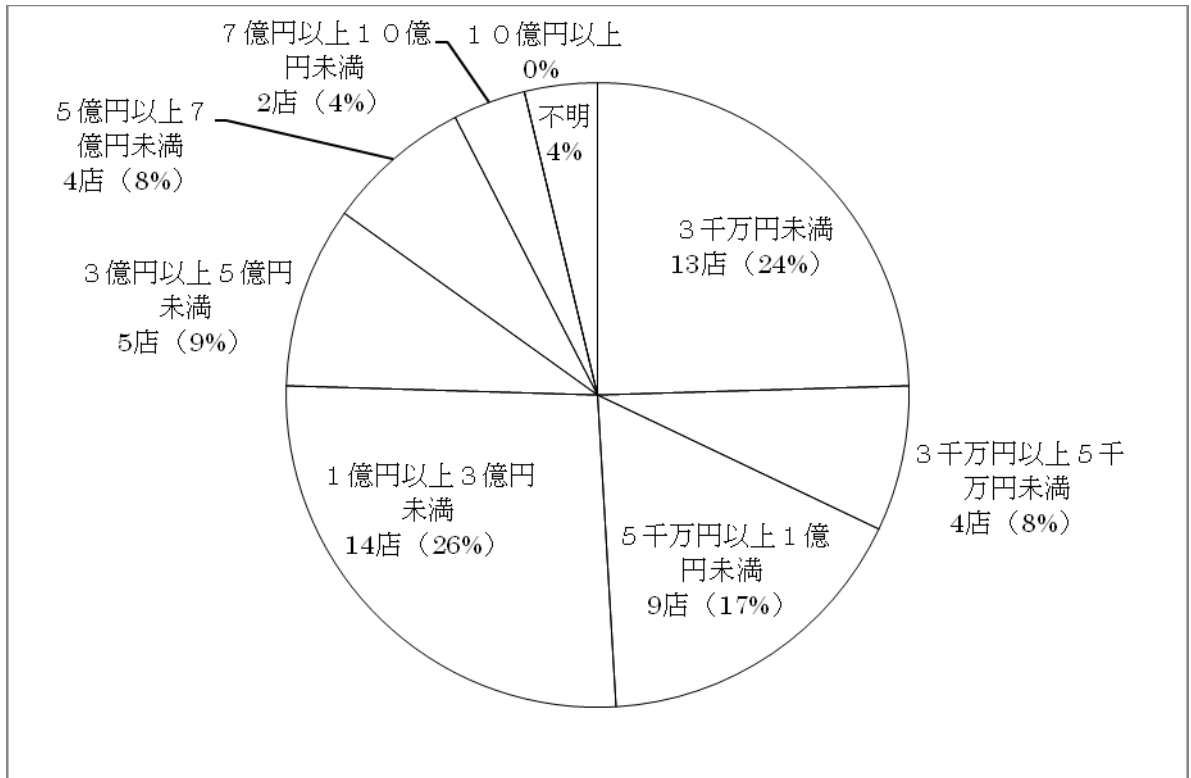
(図1)



2. 年間売上

年間1億円以上を売上げた店舗は、全体の47.2% (図2) で、前回調査より6.4ポイント上がった。

(図2) 年間売上別 店舗数と割合



3. 設立の目的

設立の目的は、「特産品販売」「地域情報発信」「特産品の販路拡大」「観光案内・誘客」「自治体のPR」が高く、40ショップ以上が目的にあげている。(表1)

表1 設立の目的 (重複回答)

開設の目的	店数	開設の目的	店数
特産品のPR	52	田舎暮らし・UJIターン	15
地域情報発信(マスコミ等)	45	都市と農村の交流	12
特産品の販路拡大	44	地元住民の意欲拡大	12
観光案内・誘客	43	地元出身者との交流	9
自治体のPR	40	企業誘致	3
市場調査・消費者ニーズ	25	その他	8

4. 運営の効果

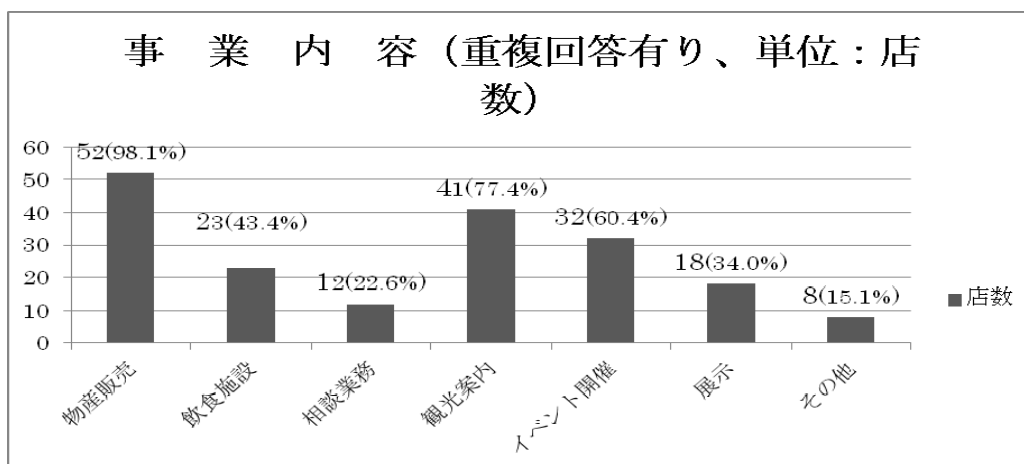
運営の効果では、「特産品の知名度アップ」「地域情報発信」「特産品の販路拡大」「自治体の知名度アップ」等の効果が上がったと回答している。(表2)

表2 運営の目的 (重複回答)

開設の目的	店数	開設の目的	店数
特産品の知名度アップ	52	地元住民の意欲増大	11
地域情報発信(マスコミ等)	44	地元出身者との交流促進	10
特産品の販路拡大	41	都市と農村交流促進	8
自治体の知名度アップ	36	田舎暮らし・UJIターン	6
消費者ニーズの把握	30	企業誘致促進	2
観光客の増加	20	その他	1

5. 事業内容

事業内容は、物産販売は98.1%で、ほぼすべての店で実施している。(図3)
(図3)



調査結果の詳細は、別添資料をご覧ください。

【国内外への波及効果】

自治体のアンテナショップ事業への取り組みは、国内外に様々な影響を及ぼし、下記の通りアンテナショップの出店が進んでいます。

1. 国内の動向

①民間が設立したアンテナショップの増加

②平成23年に設立した主な民間施設

「大阪百貨店」、「兵庫わくわく館」2店（千代田区有楽町：東京交通会館）

※東京交通会館には、官民合わせて12店が集積

「東日本復興応援プラザ」（中央区銀座：TSビル）

※宮城県気仙沼市ほか被災地の物産販売やチャリティ・イベント開催

2. 海外の動向

①平成23年12月 香港に「JAPAN SUPER」（北海道・東北6県、新潟県が共同運営）にプレオープン。

②香港、上海、台北には、すでに10府県（福島県、和歌山県、京都府、沖縄県など）のアンテナショップが出店。*グローバル化が進み、他自治体も、地域産品販売拡大、訪日観光客誘致の拠点として、東アジア進出に注目。

③海外から日本のアンテナショップ視察が増加

④当センターが受入れた視察では、商品の品質、店舗運営、ホスピタリティのレベルの高さが評価。

⑤他国からの視点は、アンテナショップを運営していく上でのヒントになる。一方、出店資金、産地発のJAPANブランドのプロモーション、保護など様々な課題である。

なお、個別自治体の詳細情報は、検索→「自治体アンテナショップ」をご覧ください。

財団法人 地域活性化センターとは

地域活性化センターは、活力あふれ個性豊かな地域社会を実現するため、まちづくり、地域産業おこし等、地域社会の活性化のための諸活動を支援し、地域振興の推進に寄与することを目的とし、全地方公共団体と民間企業・各種団体が一体となって、1985年10月1日に設立された総務省許可の財団法人です。 東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザ13階

【お問い合わせ先】（財）[地域活性化センター](#) 地域づくり情報課

担当：畠田（はただ） TEL:03-5202-6138 メール：hatada@jcrd.jp

* 「地域経済情報」2011年6月号（株）鹿児島地域経済研究所発行（参照）