

令和 5 年度（2023 年度）
自治体アンテナショップ
実態調査報告書

2024 年 3 月



一般財団法人

地域活性化センター

Japan Center for Regional Development

はじめに

まず、この度の「令和6年能登半島地震」により亡くなられた方々のご冥福をお祈りし、ご遺族の皆様にお悔やみを申し上げます。また、被災された皆様に心からお見舞い申し上げます。皆様の安全と被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

地域活性化センターでは、自治体アンテナショップ支援事業の一環として、2008年度から毎年度「自治体アンテナショップ実態調査」を実施しています。

今回、2023年度に実施した調査の結果を取りまとめ、報告書として刊行することとしました。本報告書は、東京都内にある62店舗の設立主体、設立年、開設目的・運営効果、事業内容、店舗面積、スタッフ数、年間売上額、入館者数など38項目についての調査結果をまとめ、動向を分析しています。今回は、ふるさと納税との連携や、物流コスト削減に向けた取組に関する調査項目を新たに設けました。なお、東京都以外にある95店舗についても、主要な11項目のみ調査結果を掲載しています。

東京都内の自治体アンテナショップの状況としては、閉店をするショップもある一方、新規出店やリニューアル・移転の動きもあり、全体としては前年度と比べ店舗数が増加しています。また、新型コロナウイルス感染症の規制緩和に伴い、売上・入館者数ともに回復傾向にあります。

さらに、近年急増している「移転・リニューアル」の動きに着目し、前回調査以降に移転・リニューアルを実施した、東京都千代田区有楽町にある「銀座わしたショップ本店」、東京都中央区日本橋にある『首都圏営業拠点「三重テラス」』、東京都品川区戸越銀座にある「福井県坂井市アンテナショップ」を現地取材し、移転・リニューアルの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していただければ幸いに存じます。

なお、本調査の対象ではありませんが、2024年には、「令和6年能登半島地震」の被災地である石川県が東京駅前にアンテナショップ「八重洲いしかわテラス」を出店し、さらに富山県・石川県・福井県が共同で大阪駅周辺にアンテナショップを出店します。いずれも復興の拠点として、地域の支えとなることを心より願います。

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申し上げます。

2024年3月

一般財団法人 地域活性化センター
理事長 林 崎 理

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	2023年度 自治体アンテナショップ	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	5
	③店舗面積	8
	④2022年度年間入館者数	8
	⑤2022年度年間総売上額	9
	⑥2022年度取扱品目数	10
	⑦開設目的および運営の概要	11
	⑧事業内容	12
	⑨インターネット、SNS等による情報発信	12
	⑩外国人客への対応	13
	⑪移住促進への取組	13
	⑫広報プロモーションについて	14
	⑬運営主体	14
	⑭販売戦略方法について	15
	⑮店舗での決済方法	15
	⑯2023年3月月次売上額の前年同月比	16
	⑰コロナ流行下で力を入れたこと	16
	⑱コロナ拡大による営業状況への影響	17
	⑲SDGsの達成に向けた取組	17
	⑳ふるさと納税との連携	18
	㉑物流コストの削減	18
	㉒2022年度のアンテナショップ運営全般に関する特筆事項	19
	㉓都内分布状況	20
	(資料1) 調査結果一覧 (東京都内)	21
	(資料2) 調査対象ショップ (独立店舗) 一覧 (東京都内)	23
	(4) 調査結果【東京都内以外】	26
	①店舗数の推移	26
	②事業内容	27
	(資料3) 調査結果分析対象ショップ (独立店舗) 一覧 (東京都内以外)	28

3 事例紹介

- (1) 沖縄県「銀座わしたショップ本店」・・・・・・・・・・・・・・・・ 3 1
- (2) 三重県『首都圏営業拠点「三重テラス」』・・・・・・・・・・・・ 3 6
- (3) 福井県坂井市「福井県坂井市アンテナショップ」・・・・・・・・ 4 2

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年度の予備調査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」を刊行しています。

(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、自治体、企業、研究機関、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、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) パンフレットの発行

2015年度から紙媒体のパンフレットとWebサイトを開始しています。

(5) 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。

(6) 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 2023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（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

2023年4月1日

③調査内容

東京都内に設置されているもの

38項目（所在地、設立年月、設立目的、入館者数、売上金額など）

東京都内以外の場所に設置されているもの

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【東京都内に設置されているもの】

アンテナショップの店舗数（2023年4月1日現在）

67店舗（内訳 独立店舗 62店舗、集合型店舗 5店舗）

表1 本調査への回答数推移（単位：店舗）

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
令和3年(2021年)	37	4	25	5	62	9	71
令和4年(2022年)	36	3	23	5	59	8	67
令和5年(2023年)	36	3	26	2	62	5	67

※独立店舗とは単独で店舗を構えているもの、集合型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（分析対象店舗：独立店舗 62 店舗） ※参考：「店名」（出店自治体/所在地）

2020年から世界の経済活動に影響を及ぼしてきた新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）だが、本調査時点（2023年4月1日）では、人の流れや消費が戻りつつあり、日本経済全体が回復傾向になった。それに伴い、自治体アンテナショップの店舗数も回復傾向となり、都内の独立店舗数は、過去最高の62店舗に並んだ。一方で、コンビニや商業施設内の集合店舗は、8店舗から5店舗に減少し、全体の店舗数は前年と同じ67店舗であった。（表1）

年間売上も回復しており、2022年度は1億円以上を売り上げる店舗は、32店舗（全体の52%）となり、前年（30店舗51%）に比べ増加した。また、本調査以降、2023年5月に感染症法上の分類が「5類」へと移行して、売上の回復が鮮明になっており、今後は、イベント開催や飲食部門の回復で、なお一層の売り上げの上昇が期待される。さらに、コロナ禍を経てデジタル化やインバウンドの取組も進みつつある。

今回の調査では、ふるさと納税との連携、地方から特産品を運ぶ際の課題となる「物流2024年問題」について、初の調査を行った。

◆年間の総売上額は対前年度比で増加

2022年度の年間総売上額は回復傾向にあり、特に、2億円以上10億円未満の高い金額のゾーンで、前年度19店舗から24店舗に売上が回復している。飲食部門も回復基調にあり、2021年度は、1億円以上2億円未満が1店舗のみであったが、2022年度は1億円以上2億円未満が8店舗、2億円以上3億円未満1店舗となった。

◆デジタル化の状況

デジタル化の状況は下記の通りであった。

- ・「インターネット、SNS 等の活用」では、コロナで定着した SNS による情報発信で、Instagram、LINE、X (旧 Twitter)、YouTube の伸びが著しかった。
- ・「店舗での決済方法について」は、クレジット/デビットカード、電子マネー、QR コード/バーコード決済の導入が増加した。
- ・「広報プロモーション調査」においても、ネット広告が伸び、雑誌・新聞が減少した。

◆インバウンドの対応

コロナ禍により激減した日本の訪日外国人は、コロナの収束、円安の影響もあって、月別では 2019 年度以上の伸びを見せている。消費意欲も旺盛であることから、外国人客への対応も進みつつある。「レストランメニューの多言語化」「翻訳機の設置」「海外 QR コード決済」の増加がみられた。

◆ふるさと納税との連携

今年度、初調査を実施。自由記述で下記の報告があった。

- ・返礼品にアンテナショップで利用できる商品券 ・食事券・電子決済ポイントを用意 (15 店舗)
- ・アンテナショップでの取扱商品や限定商品を返礼品として用意 (6 店舗)

◆2024 年問題 物流コスト削減の取組について

今年度、初調査を実施。自由記述で下記の報告があった。

- ・在庫管理や配送頻度の見直し (13 店舗) ・配送拠点の集約 (9 店舗)

◆SDGs の取組について

2022 年度に続き 2 回目の調査を行った。SDGs に取り組む店舗は、以下が著しく増加している。

- ・食品ロスの抑制 ・プラスチックごみの削減 ・ペーパーレス化 ・プロモーション活動

◆その他 東京都以外への出店の増加

東京都以外のアンテナショップはコロナ禍のなかでも減ることがなく出店が続いている。現在、全国に 97 店舗あり、調査以来増加しており、大阪府内に 13 店舗と最も多く、続いて北海道内の 12 店舗となる。今後も出店が予定されており、大阪関西万博や北陸新幹線・敦賀延伸を機に地元の誘客や特産品の販売促進を目指し、富山県・石川県・福井県の北陸 3 県、高知県、岡山県倉敷市が、大阪駅前前の新築ビル内に 2023 年度から 2024 年度にかけて出店を計画している。

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（図1参照）

調査対象の店舗数は、前年度調査した店舗から新設が4店舗（表2参照）、新たに調査対象となる店舗が2店舗確認される一方、閉館・休館した店舗が3店舗（表3参照）あったため、合計で62店舗となった。

図1 年度別既設・新設店舗数の推移

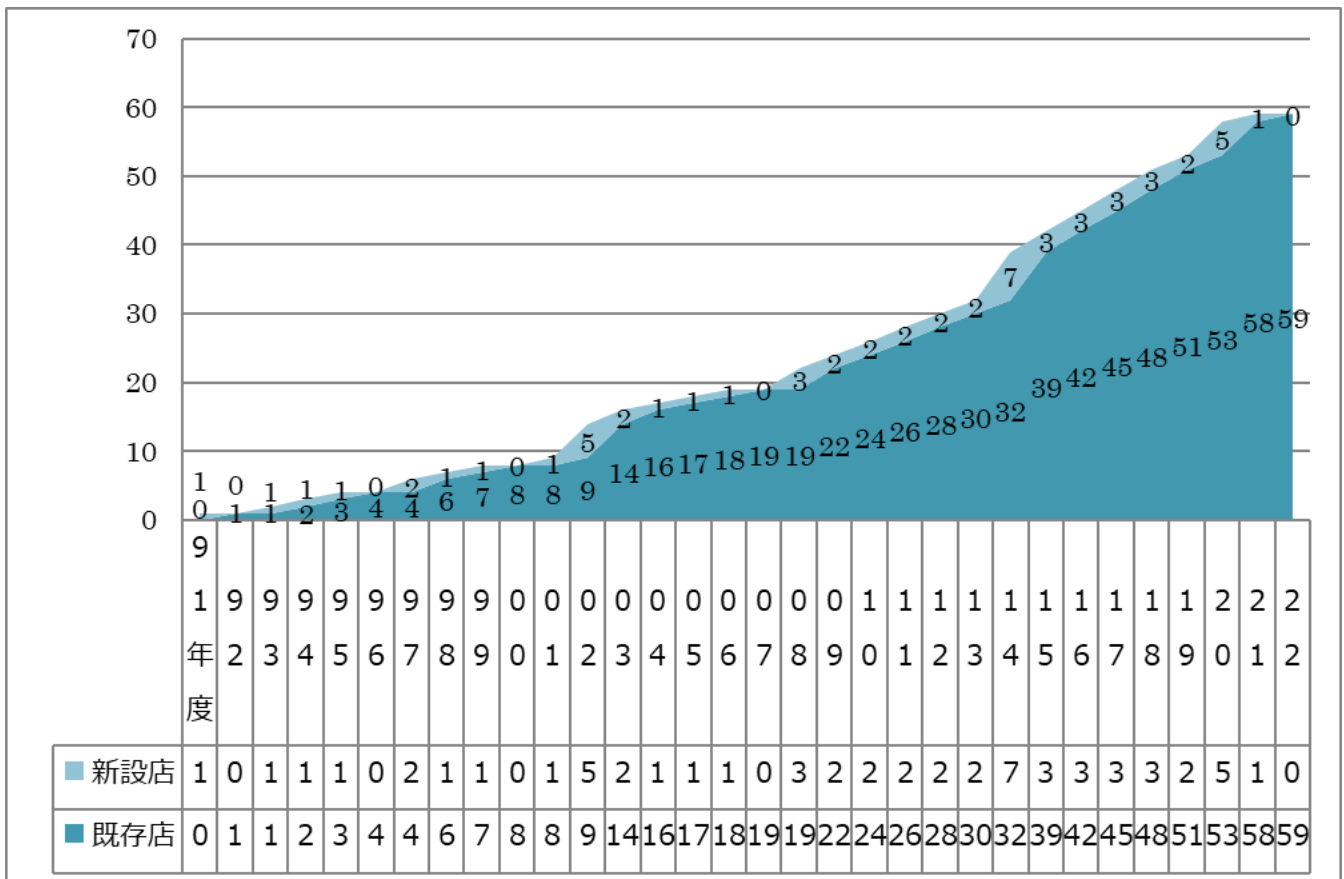


表2 前年度調査（2022年4月1日現在）以降に新設され調査対象となった店舗

設立年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地
2022年6月	長野県	大田市	大田市アンテナショップ 「信濃大町アルプスプラザ」	立川市柴崎町
2022年10月	長野県	上田市	信州上田物産館 UEDA Nerima BASE	練馬区石神井町
2023年1月	福岡県		麴町なだ万 福岡別邸	千代田区麴町
2023年3月	青森県	つがる市	農家の刺客	新宿区新宿

※今年度の調査で新たに調査対象となる店舗が2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
2021年7月	宮城県 岩手県 福島県	気仙沼市 久慈市 福島市	気仙沼・久慈・福島 情報ステーションおかえり館	千代田区有楽町
2021年7月	滋賀県	長浜市	東京長浜観音堂	中央区日本橋

表3 前年度調査（2022年4月1日現在）以降に調査対象でなくなった店舗

開設年月	都道府県	市区町村	店舗名	備考
2008年7月	群馬県		群馬県アンテナショップ 「ぐんまちゃん家」	閉館
2020年4月	山梨県	丹波山村	小さな村g7ショップ	閉館
2020年4月	東京都	西東京市	まちテナ西東京	管理体制の変更

調査基準日の2023年4月1日以降に移転・開設・開設予定の店舗は表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 2023年4月1日以降に移転・開設・開設予定の調査対象店舗

開設年月	都道府県	市区町村	店舗名	所在地 (又は予定地)	状況
2023年4月	福井県	坂井市	福井県坂井市アンテナショップ	品川区戸越銀座	移転
2024年3月	石川県		未定	中央区八重洲	移転
2024年5月	新潟県		銀座・新潟情報館 THE NIIGATA (ザ・ニイガタ)	中央区銀座	移転

※そのほか出店・移転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店舗が改装した(表5、6参照)。

表5 リニューアル・移転の状況

実施年度	店舗数	実施年度	店舗数
2009	2	2019	2
2010	1	2020	6
2015	1	2021	4
2016	1	2022	7
2017	1	2023	6
2018	9	2024(予定)	3

表6 (参考) 2018年度以降のリニューアル・移転実施及び予定 店舗一覧

年度	出店自治体	ショップ名
2018	山形県	おいしい山形プラザ
	山形県飯豊町	山形県飯豊町アンテナショップ IIDE
	茨城県	IBARAKI sense
	東京都武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」
	東京都府中市	府中市郷土の森観光物産館
	新潟県	表参道・新潟館ネスパス
	香川県・愛媛県	香川・愛媛せとうち旬彩館
	長崎県	日本橋 長崎館
	宮崎県	新宿みやざき館 KONNE
2019	福島県	日本橋ふくしま館 MIDETTE
	鳥取県・岡山県	とっとり・おかやま新橋館
2020	北海道	北海道どさんこプラザ有楽町店
	北海道中川町	ナカガワのナカガワ
	岩手県大船渡市	大船渡ふるさと交流センター (三陸SUN)
	山梨県	Cave de ワイン県やまなし
	徳島県	Turn Table
	熊本県	銀座熊本館
2021	長野県	銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～
	奈良県	奈良まほろば館
	広島県	ひろしまブランドショップ TAU
	大分県	坐来 大分
2022	石川県	いしかわ百万石物語・江戸本店
	福井県	ふくい食の國 291
	福井県	ふくい南青山 291
	長野県大町市	大町市アンテナショップ「信濃大町アルプスプラザ」
	滋賀県	ここ滋賀
	兵庫県洲本市	日本橋室町すもと館
	沖縄県	銀座わしたショップ本店
2023	石川県	未定
	石川県金沢市	dining gallery 銀座の金沢
	福井県坂井市	福井県坂井市アンテナショップ
	三重県	首都圏営業拠点「三重テラス」
	長崎県平戸市	有楽町ひらど商館
	長崎県平戸市	平戸こんね
2024 ※1件 非公表	新潟県	銀座・新潟情報館 THE NIIGATA (ザ・ニイガタ)
	島根県	日比谷しまね館

③店舗面積

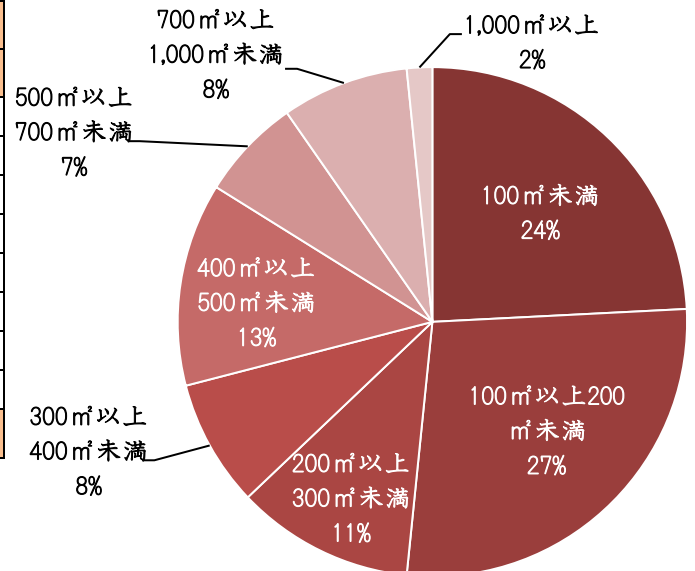
200 m²未満の店舗が多く全体の半数近くを占めている。調査対象店舗の中で1,000 m²以上の面積を有するのは「表参道・新潟館ネスパス」（新潟県/表参道）のみであり、前年度同様の結果となった（表7参照）。

表7 店舗面積

面積	調査年度別店舗数	
	2023	2022
100 m ² 未満	15	16
100 m ² 以上 200 m ² 未満	17	14
200 m ² 以上 300 m ² 未満	7	5
300 m ² 以上 400 m ² 未満	5	5
400 m ² 以上 500 m ² 未満	8	9
500 m ² 以上 700 m ² 未満	4	3
700 m ² 以上 1,000 m ² 未満	5	6
1,000 m ² 以上	1	1
合計	62	59

(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

図2 店舗面積別店舗割合



④2022 年度年間入館者数

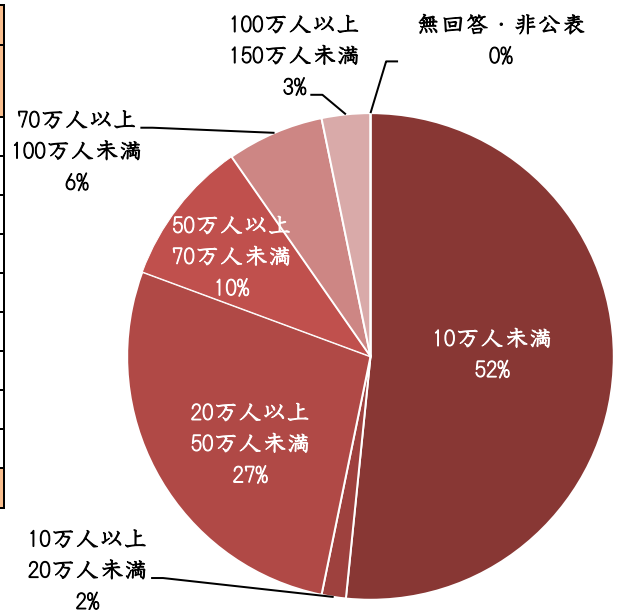
年間入館者数が100万人に達したのは「北海道どさんこプラザ有楽町店」（北海道/有楽町）と「栃木県アンテナショップ『とちまるショップ』」（栃木県/押上）の2店舗であった。次いで、70万人以上100万人未満が「ふくい南青山291」（福井県/南青山）「銀座NAGANO〜しあわせ信州シェアスペース〜」（長野県/銀座）「ひろしまブランドショップTAU」（広島県/銀座）「銀座わしたショップ本店」（沖縄県/銀座）の4店舗であった。（表8参照）。

表8 2022 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	
	2023 ※2022 実績	2022 ※2021 実績
10 万人未満	32	26
10 万人以上 20 万人未満	1	8
20 万人以上 50 万人未満	17	13
50 万人以上 70 万人未満	6	5
70 万人以上 100 万人未満	4	2
100 万人以上 150 万人未満	2	1
150 万人以上 200 万人未満	0	0
200 万人以上	0	0
無回答・非公表	0	4
合計	62	59

(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

図3 2022 年度年間入館者数別店舗割合



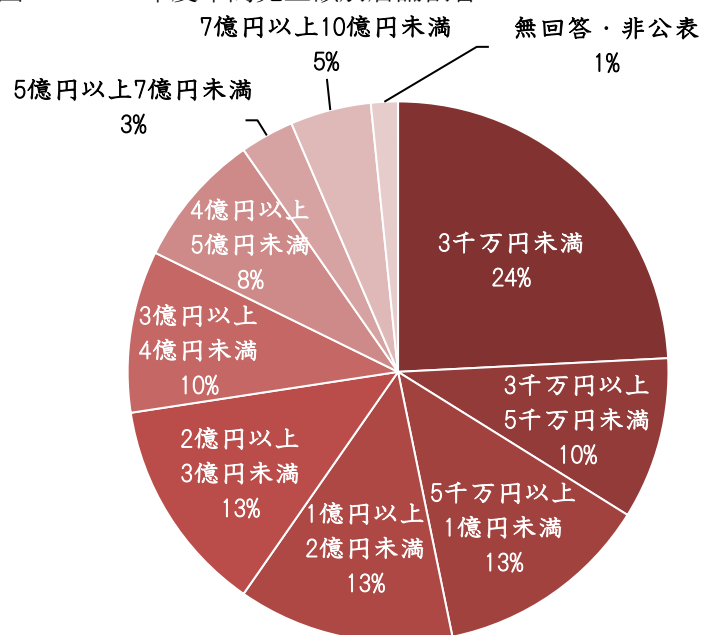
⑤2022 年度年間総売上額

年間総売上額が7億円に達したのは「北海道どさんこプラザ有楽町店」「ひろしまブランドショップ TAU」「銀座わしたショップ本店」の3店舗であった。次いで、5億円以上7億円未満が「宮城ふるさとプラザ（愛称：コ・コ・みやぎ）」（宮城県/東池袋）「表参道・新潟館ネスパス」（新潟県/表参道）の2店舗、4億円以上5億円未満が「いわて銀河プラザ」（岩手県/銀座）「とっとり・おかやま新橋館」（鳥取県・岡山県/新橋）「香川・愛媛せとうち旬彩館」（香川県・愛媛県/新橋）「まるごと高知」（高知県/銀座）「かごしま遊楽館」（鹿児島県/有楽町）の5店舗であった（表9参照）。

表9 2022 年度年間売上額別店舗数

年間売上額	調査年度別店舗数	
	2023 ※2022 実績	2022 ※2021 実績
3千万円未満	15	11
3千万円以上5千万円未満	6	4
5千万円以上1億円未満	8	10
1億円以上2億円未満	8	11
2億円以上3億円未満	8	7
3億円以上4億円未満	6	6
4億円以上5億円未満	5	2
5億円以上7億円未満	2	3
7億円以上10億円未満	3	1
10億円以上	0	0
無回答・非公表	1	4
合計	62	59

図4 2022 年度年間売上額別店舗割合



(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

部門別の年間売上額について、飲食部門の年間売上額が2億円に達したのは「かごしま遊楽館」の1店舗のみであった。次いで、1億円以上2億円未満が「北海道どさんこプラザ有楽町店」「あきた美彩館」（秋田県/高輪）「表参道・新潟館ネスパス」「日本橋とやま館」（富山県/日本橋）「香川・愛媛せとうち旬彩館」「まるごと高知」「坐来 大分」（大分県/有楽町）「新宿みやざき館 KONNE」（宮崎県/新宿）の8店舗であった（表10参照）。

※飲食部門とは、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場所（イートイン等）の提供等を行う部門

物販部門の年間売上額が7億円に達したのは「北海道どさんこプラザ有楽町店」「銀座わしたショップ本店」の2店舗であった。次いで、4億円以上5億円未満が「いわて銀河プラザ」「宮城ふるさとプラザ（愛称：コ・コ・みやぎ）」「表参道・新潟館ネスパス」の3店舗であった（表10参照）。

さらに、オンラインでの年間売上額が5千万円に達したのは「銀座わしたショップ」の1店舗のみであった（表10参照）。

表 1 0 2022 年度年間売上額の内訳

年間売上額	部門・調査年度別店舗数							
	飲食		物販		オンラインのみ		その他	
	2023 ※2022 実績	2022 ※2021 実績	2023 ※2022 実績	2022 ※2021 実績	2023 ※2022 実績	2022 ※2021 実績	2023 ※2022 実績	2022 ※2021 実績
3 千万円未満	21	18	17	13	33	28	15	13
3 千万円以上 5 千万円未満	2	4	6	2	0	0	1	4
5 千万円以上 1 億円未満	7	11	6	9	1	2	2	0
1 億円以上 2 億円未満	8	1	8	9	0	0	0	0
2 億円以上 3 億円未満	1	0	7	6	0	0	0	0
3 億円以上 4 億円未満	0	0	4	3	0	0	0	0
4 億円以上 5 億円未満	0	0	3	2	0	0	0	0
5 億円以上 7 億円未満	0	0	0	1	0	0	0	0
7 億円以上 10 億円未満	0	0	2	1	0	0	0	0
10 億円以上	0	0	0	0	0	0	0	0
無回答・非公表	23	25	9	13	28	29	44	42
合計	62	59	62	59	62	59	62	59

(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

⑥2022 年度取扱品目数

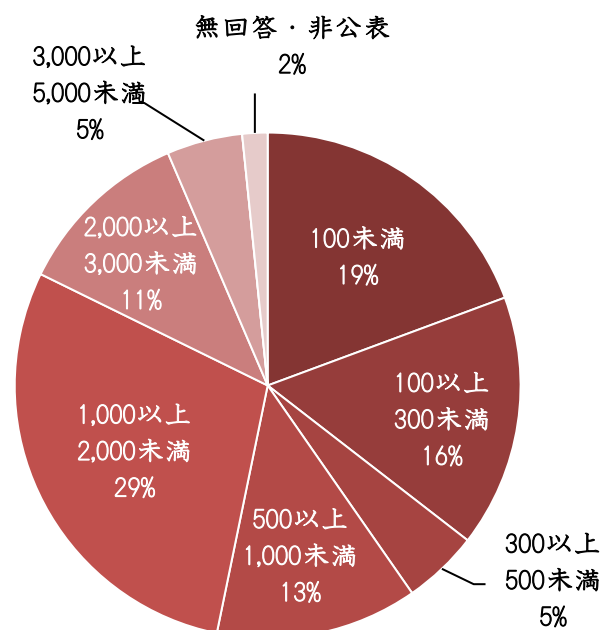
取り扱い品目数が 3,000 以上 5,000 未満と回答したのは「いわて銀河プラザ」「奈良まほろば館」(奈良県/新橋)「銀座わたしたショップ」の 3 店舗であった。最多品目数帯は、1,000 以上 2,000 未満であった (表 1 1 参照)。

表 1 1 2022 年度取扱品目数別店舗数

取扱品目数	調査年度別店舗数	
	2023	2022
100 未満	12	10
100 以上 300 未満	10	4
300 以上 500 未満	3	7
500 以上 1,000 未満	8	11
1,000 以上 2,000 未満	18	15
2,000 以上 3,000 未満	7	7
3,000 以上 5,000 未満	3	3
5,000 以上	0	0
無回答・非公表	1	2
合計	62	59

(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

図 5 2022 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く挙げられたのは「自治体の PR」で、60 店舗が回答。次いで、「特産品の PR」と「特産品の販路拡大」で、ともに 59 店舗が回答していた。

運営の効果としては「自治体の PR」を挙げる店舗が最も多く、61 店舗が回答。次いで、「特産品の PR」を 60 店舗、「特産品の販路拡大」を 57 店舗が回答していた。

また、2022 年度の結果と比較すると、開設目的として「観光案内・誘客」と回答した店舗数は変わらないのに対し、運営効果として「観光客の増加」と回答した店舗数は 4 店舗増加している（表 1 2・1 3 参照）。

表 1 2 開設目的別店舗数表

（重複回答有り）

開設目的	調査年度別 店舗数	
	2023	2022
自治体の PR	60	57
特産品の PR	59	59
特産品の販路拡大	59	57
観光案内・誘客	53	53
地域情報の発信	53	54
消費者ニーズの把握・市場調査	36	38
地元出身者との交流	31	28
地域間交流	25	22
田舎暮らし・U I J ターン	23	24
地元住民の意欲拡大	12	14
企業誘致	9	10
その他	5	4

表 1 3 運営効果別店舗数

（重複回答有り）

運営効果	調査年度別 店舗数	
	2023	2022
自治体の PR	61	57
特産品の PR	60	59
特産品の販路拡大	57	56
観光客の増加	46	42
地域情報の発信	51	54
消費者ニーズの把握・市場調査	41	42
地元出身者との交流	32	31
地域間交流	20	20
田舎暮らし・U I J ターン	21	23
地元住民の意欲拡大	14	13
企業誘致	7	7
その他	4	4

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑧事業内容

アンテナショップの事業内容で最も多いのは「物産販売」で、59店舗が実施している。次いで、「イベント開催」の52店舗、「観光案内」の43店舗が多かった。これら3項目については約7割の店舗が回答しており、アンテナショップの基本的な機能といえる（表14参照）。

表14 事業内容別店舗数（重複回答有り）

事業内容	調査年度別店舗数	
	2023	2022
物産販売	59	58
イベント開催	52	53
観光案内	43	47
飲食施設	40	40
展示	30	29
相談業務	20	20
その他	9	8

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

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92%）、Facebook（47店舗、全体の76%）、Instagram（47店舗、全体の76%）が多く活用されている。

また、2022年度に新規開設された店舗にて、TikTokの活用が1件見られた。

さらに、2022年度の結果と比較すると、Instagram、X（旧Twitter）、YouTubeの活用がそれぞれ4店舗ずつ増加し、LINEの活用が13店舗も増加している。今後も、ホームページのみならず、より生活に身近なSNSの積極的な活用が見込まれる（表15参照）。

表15 活用中のインターネット、SNS等ツール別店舗数（重複回答有り）

インターネット、SNS等の活用	調査年度別店舗数	
	2023	2022
ホームページ	57	56
Facebook	47	46
Instagram	47	43
X（旧Twitter）	38	34
LINE	33	20
ネットショップ	24	23
メルマガ	14	13
YouTube	13	9
ブログ	7	6
TikTok	1	0
その他	2	2
無回答・非公表	0	0

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑩外国人客への対応

コロナの影響により、訪日外国人旅行者数が大幅に減少したものの、アンテナショップでは外国人客への対応の強化が引き続き図られた。レストランメニューの多言語化や翻訳機の設置などの整備が顕著である（表 1 6 参照）。

表 1 6 外国人客への対応サービス別店舗数（重複回答有り）

外国人客への対応	調査年度別店舗数	
	2023	2022
無料 Wi-Fi の整備	28	31
ホームページの多言語化	21	20
外国語の案内パンフレットを設置	16	19
免税対応	14	14
レストランメニューの多言語化	17	12
語学ができるスタッフの常駐	8	9
翻訳機の設置	11	5
海外 QR コード決済	5	3
その他	11	3
無回答・非公表	9	12

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑪移住促進への取組

移住促進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。

「相談員の常駐」と回答したのは 8 店舗であったものの、「その他」の回答の中に「アンケート調査」「常駐ではない相談員の配置」「関係機関との連携・誘導」などがあり、より細やかな相談対応に取り組んでいることが読み取れる（表 1 7 参照）。

表 1 7 移住促進への取組別店舗数（重複回答有り）

移住促進への取組	調査年度別店舗数	
	2023	2022
パンフレット・書籍の設置	36	36
交流会・イベント等の実施	19	15
相談員の常駐	8	8
検索システムの設置	2	1
その他	14	11
無回答・非公表	7	16

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑫広報プロモーションについて

最も多かった回答は「パブリシティ活動」であり、34店舗が実施していた。次いで、「雑誌広告」が多く、22店舗が実施していた。

「その他」の回答では、「イベント出店」「広報誌の発行」「SNSの活用」などが挙げられた。雑誌広告が減少する一方、インターネット広告は調査以降、年々増加している（表18参照）。

表18 広報プロモーションの種類別店舗数（重複回答有り）

広報プロモーション	調査年度別店舗数	
	2022	2021
パブリシティ活動	34	34
雑誌広告	22	28
新聞広告	21	23
インターネットでの広告	19	16
メルマガの利用	16	17
専従スタッフが常駐	13	10
メディア説明会	9	5
テレビ、番組CMとのタイアップ	5	7
その他	30	29
無回答・非公表	2	2

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑬運営主体

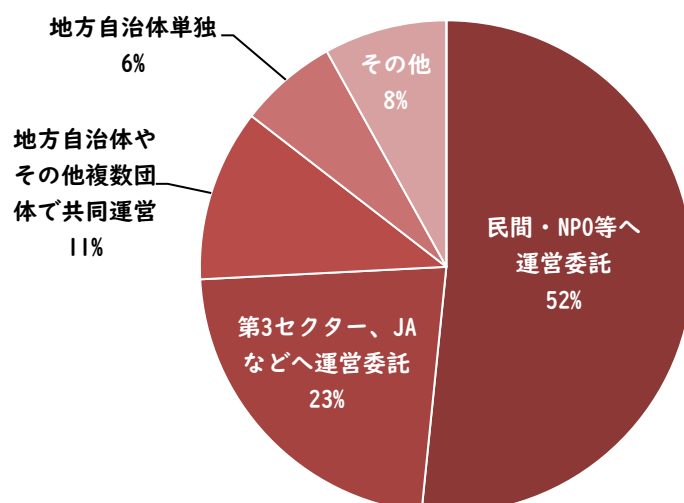
運営主体は、「民間・NPO等への委託」が最も多く32店舗で、全体の半数以上を占めている。次いで、「第3セクターやJAなどへ運営委託」が14店舗、「地方自治体やその他団体の複数で共同運営」が7店舗と続いている（表19参照）。

表19 運営主体について

運営主体	調査年度別店舗数	
	2023	2022
民間・NPO等へ運営委託	32	28
第3セクター・JA等へ運営委託	14	14
地方自治体やその他団体の複数で共同運営	7	9
地方自治体単独	4	3
その他	5	5
合計	62	59

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

図6 運営主体の割合



⑭販売戦略方法について

販売戦略方法として最も多かった回答が「店舗以外での販売」で、全体の 81%を占める 50 店舗が実施していた。次いで、「企業等とのタイアップ」「テストマーケティング」「店舗がある自治体との連携」が多かった。

「その他」では、「都内にある同一県内アンテナショップとの連携」「イベント実施」などの回答があった（表 20 参照）。

表 20 販売戦略別店舗数（重複回答有り）

販売戦略について	調査年度別店舗数	
	2023	2022
店舗以外での販売	50	49
企業等とのタイアップ	30	30
テストマーケティング	29	31
店舗がある自治体との連携	27	25
他アンテナショップとの連携	26	27
利用者アンケートの実施	26	27
企業等への営業	25	28
商談会	14	17
その他	3	3
無回答・非公表	1	2

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑮店舗での決済方法

クレジットカードやキャッシュレス決済の普及により、「現金のみ」しか対応していない店舗はなくなった。特に「QRコード/バーコード決済」の導入が進んでおり、対応店舗は 2022 年度と比較して 10 店舗も増加した（表 21 参照）。

表 21 店舗での決済方法別店舗数（重複回答有り）

店舗での決済方法について	調査年度別店舗数	
	2023	2022
クレジット/デビットカード	57	52
電子マネー	51	46
QRコード/バーコード決済	47	37
現金のみ	0	2
その他	4	2

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑩2023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コロナ禍により、ほとんどの店舗が休業や時短営業をし、運営に深刻な影響を与えた。しかし、2023年3月月次売上額の前年同月比では、回答のあった60店舗のうち16店舗が売上減となったものの、44店舗は売上増となった。増加幅として最も多かったのは「10%以上20%未満増加」で14店舗、次いで、「50%以上増加」が9店舗もあった（表22参照）。

表22 3月月次売上額の前年同月比別店舗数

3月月次売上額の前年同月比	調査年度別店舗数	
	2023	2022
50%以上減少	1	3
40%以上50%未満減少	1	0
30%以上40%未満減少	0	2
20%以上30%未満減少	5	2
10%以上20%未満減少	3	7
10%未満減少	6	4
10%未満増加	8	8
10%以上20%未満増加	14	4
20%以上30%未満増加	8	5
30%以上40%未満増加	5	7
40%以上50%未満増加	0	2
50%以上増加	9	10
無回答・非公表	2	5
合計	62	59

(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

⑪コロナ流行下で力を入れたこと

通信販売、オンラインPR、テイクアウト、デリバリーなどが2021年度に引き続き行われている。全体的に回答数が少なくなっているのは、コロナが収束に向かい、人との接触や対面でのPR活動が増えた影響であると考えられる（表23参照）。

表23 コロナ流行下で力を入れたこと（重複回答有り）

コロナ流行下で力を入れたこと	調査年度別店舗数	
	2023	2022
通信販売	32	35
新しい生活様式（ソーシャルディスタンス、検温等）	27	43
オンラインでのPR活動	19	23
テイクアウト対応	19	20
デリバリー対応	8	12
物流等の工夫	2	2
その他	6	4
無回答・非公表	6	1

(注) 調査対象店舗数 2023 : N=62、2022 : N=59

⑱ コロナ感染拡大による営業状況への影響

コロナ感染拡大による営業状況への影響について調査を行った。

「休業（一部期間）」「一部休業」「営業時間短縮」した店舗は、2022年度に比べ大きく減少しており、コロナの収束によって、社会経済活動が回復している様子が見て取れる（表24参照）。

表24 コロナ感染拡大による営業状況への影響（重複回答有り）

コロナ拡大による営業状況への影響	店舗数	
	2023	2022
休業	6	21
一部休業（飲食施設のみ休業等）	8	20
営業時間短縮	19	39
その他	4	7
無回答・非公表	33	12

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑲ SDGsの達成に向けた取組

最も多かったのは「食品ロスの抑制」に関する取組であり、具体的には「消費期限が近い商品の値下げ」「タイムセール」「食材をレストランスタッフの賄いとして活用」などが挙げられた。次いで多かったのは「プラスチックごみの削減」に関する取組であり、具体的には「レジ袋の有料化」「紙・木製カトラリーの利用」「梱包材の素材変更」などが挙げられた（表25参照）。

表25 SDGsの達成に向けた取組（重複回答有り）

SDGsの達成に向けた取組	店舗数	
	2023	2022
食品ロスの抑制	27	19
プラスチックごみの削減	20	16
ペーパーレス化	14	3
SDGsのプロモーション	10	4
その他	11	0

（注）調査対象店舗数 2023：N=62、2022：N=59

⑩ふるさと納税との連携

新たにふるさと納税との連携について取り組んでいることを調査したところ、62 店舗のうち 22 店舗から回答があった（表 2 6 参照）。

表 2 6 ふるさと納税との連携に関する特筆事項（自由記述を集約、複数回答有り）

内容
● 返礼品にアンテナショップで利用できる商品券・食事券・電子決済ポイントを用意（15 店舗）
● アンテナショップでの取り扱い商品や限定商品を返礼品として用意（6 店舗）
● ふるさと納税に関するパンフレットの配布（2 店舗）
● 返礼品の一部をアンテナショップで販売（1 店舗）

⑪物流コストの削減

新たに物流コストの削減に向けて取り組んでいることを調査したところ、62 店舗のうち 21 店舗から回答があった（表 2 7 参照）。

表 2 7 物流コストの削減に関する特筆事項（自由記述を集約、複数回答有り）

内容
● 在庫管理や配送頻度の見直し（13 店舗）
● 配送拠点の集約（9 店舗）
● 配送業者の見直し（2 店舗）
● 貨客混載（2 店舗）
● 設置自治体へ出張時に特産品等の持ち帰り（1 店舗）

②2022 年度のアンテナショップ運営全般に関する特筆事項

アンテナショップ運営全般に関する特筆事項を調査したところ、62 店舗のうち 37 店舗から回答があった。売上や入館者数は回復傾向にある店舗が多い。また、物価高騰に伴う値上げによる客単価の増加や、移転やレストラン・カフェ等の増設による売上の増加に関する記述も見られた。「過去最高売上」という回答も 6 店舗あった（表 28 参照）。

表 28 2022 年度のアンテナショップ運営全般に関する特筆事項（自由記述を集約した）

内容	理由
① 売上増加（23 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> ● 過去最高売上を記録（6 店舗） ● 原材料等の物価高騰に伴う値上げによる客単価の増加 ● 従来の目的買いの入館者数が増加したことによる売上の増加 ● 物販店舗、飲食店舗ともに売り上げが改善傾向にあり、特に大きく落ち込んでいた飲食店舗の売り上げは前年度比約 140%であった ● コロナ禍による売り上げ減少からの回復基調
② 売上減少（2 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> ● 年間の売上額は前年度を下回った ● 大河ドラマ館の閉館の影響で売上は大幅に減少しているが、新商品の取扱や店舗前イベントで集客に努めている
③ 入館者増加（12 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> ● 開設以来、過去最大の入館者数及び売上となった ● 2021 年度比で、入館者数は約 1 割増加 ● コロナ禍で減少していた来館者数が徐々に回復
④ 入館者減少（3 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナの規制緩和による地方への旅行者の増加等により入館者数は減少 ● 来館者数（及び購入者数）や客単価の伸び悩みがあり、新規顧客の獲得が課題 ● トータル売上は前年を何とかキープしているもののコロナ前と比較すると客数は減少
⑤ 販売プロモーションの実施（2 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> ● 移動販売車を導入し、館外での PR を強化 ● コロナによるまん延防止措置が緩和されたことにより、様々なイベントが復活し、地域訪問や観光 PR の場が増加
⑥ 移転・リニューアル（3 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> ● 2022 年 6 月の移転後、飲食ブースを同フロア内カフェに移管し規模を拡大 ● 好立地への移転やコロナ禍で取り組んできたランチ営業等が功を奏し、開業以来の売上、黒字額を達成 ● 新橋への移転後、レストランの併設や、1 人当たりの購入商品数の増加やカフェ&バーの利用等による平均購入単価のアップにより、1 日当たりの売上額が移転前と比べ増加したことから、前年度より年間売上額が増加

③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、特に銀座・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

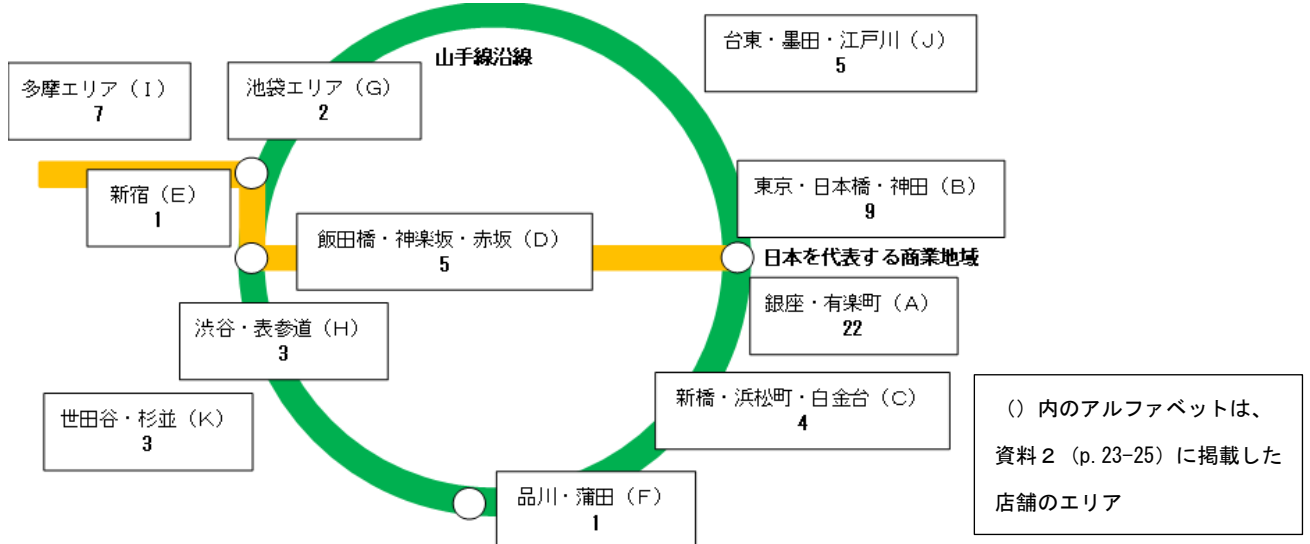


表29 アンテナショップ（独立店舗）を都内に出店している自治体

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	36店舗		
市区町村が設置する店舗	26店舗	合計	62店舗

都道府県名	都道府県が設置	市区町村が設置	合計
北海道	1	1	2
青森県	1	4	5
岩手県	1	1	2
宮城県	1		1
宮城県・岩手県・福島県		1	1
秋田県	1		1
山形県	1	2	3
福島県	1		1
茨城県	1		1
栃木県	1		1
東京都	1	7	8
東京都・長野県		1	1
新潟県	1		1
富山県	2		2
石川県	1	1	2
福井県	2		2
山梨県	1		1
長野県	1	3	4
三重県	1		1

都道府県名	都道府県が設置	市区町村が設置	合計
滋賀県	1	1	2
兵庫県		1	1
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
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	2	3
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 1-2) 調査結果一覧

年間入館者数 (2022 年度)	店数
10 万人未満	32
10 万人以上 20 万人未満	1
20 万人以上 50 万人未満	17
50 万人以上 70 万人未満	6
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	0
無回答・非公表	0
合計	62

広報プロモーションの体制	店数
パブリシティ活動	34
雑誌広告	22
新聞広告	21
インターネットでの広告	19
メルマガの利用	16
専従スタッフが常駐	13
メディア説明会	9
テレビ、番組 CM とのタイアップ	5
その他	30
無回答・非公表	2
※重複回答 N=62	

インターネット、SNS 等の活用	店数
HP	57
Facebook	47
Instagram	47
Twitter	38
LINE	33
ネットショップ	24
メルマガ	14
YouTube	13
ブログ	7
TikTok	1
その他	2
無回答・非公表	0
※重複回答 N=62	

外国人客への接遇	店数
無料 Wi-Fi の整備	28
ホームページの多言語化	21
外国語の案内パンフレットを設置	16
免税対応	14
レストランメニューの多言語化	17
語学ができるスタッフの常駐	8
翻訳機の設置	11
海外 QR コード決済	5
その他	11
無回答・非公表	9
※重複回答 N=62	

移住促進への取組	店数
パンフレット・書籍の設置	36
交流会・イベント等の実施	19
相談員の常駐	8
検索システムの設置	2
その他	14
無回答・非公表	7
※重複回答 N=62	

運営方法	店数
店舗以外での販売	50
企業等とのタイアップ	30
テストマーケティング	29
店舗がある自治体との連携	27
他アンテナショップとの連携	26
利用者アンケートの実施	26
企業等への営業	25
商談会	14
その他	3
無回答・非公表	1
※重複回答 N=62	

店舗での支払い方法	店数
クレジットカード/デビットカード	57
電子マネー (Suica、iD、QUICPay、楽天 Edy など)	51
QR コード/バーコード決済 (paypay、LINEpay など)	47
現金のみ	0
その他	4
※重複回答 N=62	

取扱品目数	店数
100 品目未満	12
100 品目以上 300 品目未満	10
300 品目以上 500 品目未満	3
500 品目以上 1,000 品目未満	8
1,000 品目以上 2,000 品目未満	18
2,000 品目以上 3,000 品目未満	7
3,000 品目以上 5,000 品目未満	3
5,000 品目以上	0
無回答・非公表	1
合計	62

2023 年 3 月上額前年同月比	店数
50%以上減少	1
40%以上 50%未満減少	1
30%以上 40%未満減少	0
20%以上 30%未満減少	5
10%以上 20%未満減少	3
10%未満減少	6
10%未満増加	8
10%以上 20%未満増加	14
20%以上 30%未満増加	8
30%以上 40%未満増加	5
40%以上 50%未満増加	0
50%以上増加	9
無回答・非公表	2
合計	62

コロナ流行下で力を入れたこと	店数
通信販売	32
新しい生活様式	27
オンラインでの PR 活動	19
テイクアウト対応	19
デリバリー対応	8
物流等の工夫	2
その他	6
無回答・非公表	6
※重複回答 N=62	

コロナによる営業状況への影響	店数
休業	6
一部休業	8
営業時間短縮	19
その他	4
無回答・非公表	33
※重複回答 N=62	

SDGs の達成に向けた取組	店数
食品ロスの抑制	27
プラスチックごみの削減	20
ペーパーレス化	14
SDGs のプロモーション	10
その他	11
無回答・非公表	13
※重複回答 N=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)。
- 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。
- ⑥2023 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

(資料2-1) 調査対象アンテナショップ(独立店舗) 一覧

※エリアのアルファベットは p.20 の「都内分布図」の表記

No.	都道府県	市区町村	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 東京交通会館1F		1999	7	A
2	北海道	中川町	ナカガワのナカガワ	世田谷区赤堤4-42-18 株式会社中川町地域開発振興公社		2016	10	K
3	青森県		あおもり北彩館東京店	千代田区富士見2-3-11 株式会社あおもり北彩館		2002	4	D
4	青森県	青森市	AoMoLink～赤坂～	港区赤坂3-13-7 サクセス赤坂ビル1F 東青ビジネスサポート協議会		2016	3	D
5	青森県	八戸市	八戸都市圏交流プラザ8base	千代田区内幸町1-7-1 日比谷OKUROJI内 H09 株式会社 金剛		2020	9	A
6	青森県	つがる市	農家の刺客	新宿区新宿3-30-13 つがるブランド推進会議		2023	3	D
7	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 株式会社スモールエレファント		2019	7	D
8	岩手県		いわて銀河プラザ	中央区銀座5-15-1 岩手県産株式会社		1998	10	A
9	岩手県	大船渡市	大船渡ふるさと交流センター(三陸SUN)	杉並区和田3-59-9 第三加部ビル1F 株式会社地域活性化総合研究所(代表取締役 福山宏)		2016	3	K
10	宮城県		宮城ふるさとプラザ(愛称:コ・コ・みやぎ)	豊島区東池袋1-2-2 東池(とういけ)ビル1F・2F 公益社団法人宮城県物産振興協会		2005	7	G
11	宮城県 岩手県 福島県	気仙沼市 久慈市 福島市	気仙沼・久慈・福島情報ステーションおかえり館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1F 気仙沼・久慈・福島3市連携実行委員会		2021	7	A
12	秋田県		あきた美彩館	港区高輪4-10-8 ウィング高輪WEST-Ⅲ 1F 株式会社秋田ニューバイオファーム		2008	5	F
13	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1F・2F 山形県、有限責任事業組合Y Y C共同企業体、(株)オール・ケッチアーノ		2009	4	A
14	山形県	河北町	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 河北町商工会		2019	1	K
15	山形県	飯豊町	山形県飯豊町アンテナショップIIDE	杉並区高円寺北2-7-6 有限会社 HOT WIRE GROUP		2014	11	I
16	福島県		日本橋ふくしま館MIDETTE	中央区日本橋室町4-3-16 柳屋大洋ビル1F 公益財団法人福島県観光物産交流協会		2014	4	B
17	茨城県		IBARAKI sense	中央区銀座1-2-1 紺屋ビル1F 茨城県		2011	7	A
18	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4F 株式会社ファーマーズ・フォレスト		2012	5	J
19	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 株式会社さわらび		1992	2	C
20	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 台東区		2017	7	J
21	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3F 篠崎SAパブリックサービス		2008	7	J

(資料2-2) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧

※エリアのアルファベットは p. 20 の「都内分布図」の表記

No.	都道府県	市区町村	ショップ名	所在地	設立年	月	エリア
				運営団体			
22	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 (株)アターブル松屋	2018	8	J
23	東京都	北区	渋沢×北区飛鳥山おみやげ館	北区西ヶ原2-16(飛鳥山公園管理事務所内) 一般社団法人東京北区観光協会	2021	2	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	2001	10	I
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(ボンテ)	多摩市永山1-4 グリナード永山1F 株式会社エマリコくにたち	2010	7	I
26	東京都	稲城市	いなぎ発信基地ヘアテラス	稲城市東長沼516-2 一般社団法人稲城市観光協会	2016	4	I
27	東京都	府中市	府中市郷土の森観光物産館	府中市是政6-32-10 府中市	2011	11	I
28	新潟県		表参道・新潟館ネスバス	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
29	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
30	富山県		いきいき富山館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1F 一般財団法人 富山会館	2002	6	A
31	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 株式会社ジェイアール東日本企画	2014	10	A
32	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6F 一般社団法人金沢クラフトビジネス創造機構	2014	10	A
33	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 ALL FUKUI	2002	4	H
34	福井県		ふくい食の園291	中央区銀座1-5-8 ギンザウィローアヴェニュービル1F・B1F ALL FUKUI	2013	4	A
35	山梨県		Cave de ワイン県やまなし	中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル1F 公益社団法人やまなし観光推進機構	2004	10	B
36	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1F・2F・4F・5F 長野県、(一社)長野県観光機構	2014	10	A
37	長野県	上田市	信州上田物産館 UEDA Nerima BASE	練馬区石神井町7-1-14 スカイビル111 株式会社 LightHouse	2022	10	G
38	長野県	大田市	大田市アンテナショップ 「信濃大町アルプスプラザ」	立川市柴崎町3-9-2 立川市魅力発信拠点施設CotoLink(コトリンク)1F 「LULU Terrace」(ルルテラス)内 (株)まちづくり立川	2022	6	I
39	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 木島平村農業振興公社	2003	10	I
40	三重県		首都圏営業拠点「三重テラス」	中央区日本橋室町2-4-1 「YUITO ANNEX」1F・2F 三重県	2013	9	B
41	滋賀県		ここ滋賀	中央区日本橋2-7-1 アインズ株式会社	2017	10	B
42	滋賀県	長浜市	東京長浜観音堂	中央区日本橋2-3-21 八重洲セントラルビル4F 観音の里・祈りくらしの文化伝承会議	2021	7	B

(資料2-3) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧

※エリアのアルファベットは p. 20 の「都内分布図」の表記

No.	都道府県	市区町村	ショップ名	所在地		設立年	月	エリア
				運営団体				
43	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1F		2020	1	B
				株式会社 淡味				
44	奈良県		奈良まほろば館	港区新橋1-8-4 S M B C新橋ビル1F・2F		2009	4	C
				奈良県				
45	和歌山県		わかやま紀州館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1F		2004	2	A
				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】				
46	鳥取県 岡山県		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1F・2F		2014	9	C
				物販店舗：株式会社フジランド 飲食店舗：株式会社稲田屋本店				
47	島根県		日比谷しまね館	千代田区有楽町1-2-2 日比谷シャンテ地下1F		2020	5	A
				株式会社東急コミュニティー				
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		2012	7	A
				(株) 鞆・スコレーボレーション				
50	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1F		2002	6	B
				(一社) 山口県物産協会				
51	徳島県		Turn Table	渋谷区神泉町10-3		2018	2	H
				株式会社 TurnTable				
52	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1F・2F		2003	3	C
				香川県・愛媛県共同アンテナショップ運営協議会				
53	高知県		まるごと高知	中央区銀座1-3-13 オープレミア		2010	8	A
				一般財団法人高知県地産外商公社				
54	福岡県		麹町なだ万 福岡別邸	千代田区麹町1-12-1 住友不動産ふくおか半蔵門ビル1階		2023	1	A
				株式会社なだ万				
55	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1F		2016	3	B
				デイ・ナイト株式会社				
56	長崎県	平戸市	有楽町ひらど商館	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1F		2018	10	A
				平戸DMC共同企業体 代表構成員 一般社団法人 平戸観光協会				
57	長崎県	平戸市	平戸こんね	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館地下1F		2021	6	A
				平戸DMC共同企業体 代表構成員 一般社団法人 平戸観光協会				
58	熊本県		銀座熊本館	中央区銀座5-3-16		1994	10	A
				一般社団法人熊本県物産振興協会				
59	大分県		坐来大分	千代田区有楽町2-2-3 ヒューリックスクエア東京3F		2006	4	A
				大分ブランドクリエイティブ株式会社				
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		1998	3	E
				公益社団法人 宮崎県物産貿易振興センター				
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1F・2F・3F		1995	5	A
				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				
62	沖縄県		銀座わしたショップ本店	千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館1F		1994	3	A
				(株) 沖縄県物産公社				

(4) 調査結果【東京都内以外の場所に設置されているもの】

当センターでは、東京都内以外の場所に設置されている自治体アンテナショップの簡易調査も実施している。その結果は以下のとおりで、店舗数は95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（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
- ・東京都内以外に所在
- ・道の駅、直売所は含まない

2 調査基準日

2023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

東京都内以外の地域への出店数は、独立店舗・集合型店舗あわせて97店舗となった。調査は、このうち集合型店舗2店舗を除く独立店舗95店舗を対象に行った。

表30 本調査への回答数推移（単位：店舗）

店舗種別	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
集合型店舗等（市区町村）	0	0	3	5	5	0	0	0	2	0
集合型店舗等（都道府県）	0	0	2	2	2	2	1	3	3	2
独立店舗等（市区町村）	25	32	45	59	62	55	53	61	68	72
独立店舗等（都道府県）	21	25	20	19	20	17	21	19	14	23
合計	46	57	70	85	89	74	75	83	87	97

表 3 1 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
1989 年度	1	2004 年度	4	2015 年度	5
1991 年度	1	2005 年度	1	2016 年度	3
1994 年度	1	2006 年度	1	2017 年度	5
1995 年度	1	2008 年度	1	2018 年度	12
1997 年度	1	2009 年度	2	2019 年度	6
1998 年度	2	2010 年度	5	2020 年度	6
1999 年度	1	2011 年度	2	2021 年度	2
2000 年度	1	2012 年度	9	2022 年度	4
2002 年度	2	2013 年度	6	2023 年度	1
2003 年度	3	2014 年度	6		

②事業内容

1 店舗を除く 94 店舗で「物産販売」を行っていた。続いて「観光案内」57 店舗、「イベント開催」56 店舗、「展示」44 店舗となっている。飲食施設の設置は、95 店舗中 38 店舗（40%）で、前年度の 82 店舗中 34 店舗（41%）と比較して設置率は大きくは変化していない（表 3 2 参照）。

表 3 2 事業内容別店舗数(重複回答有り、N=95)

事業内容	店舗数
物産販売	94
観光案内	57
イベント開催	56
展示	44
飲食施設	38
相談業務（移住・企業誘致など）	7
その他	7

(資料3-1) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧(東京都内以外)

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	北海道江差町	ぷらっと江差	北海道	江差町	2017.4
10	北海道二セコ町	アンテナショップ寿都魚一心	北海道	寿都町	2020.6
11	北海道幌延町	幌延町移住情報PR支援センター「ホロカル」	北海道	幌延町	2018.5
12	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
13	宮城県仙台市	蕎と旬 さがゑもん	山形県	寒河江市	2019.9
14	宮城県仙台市	パティスリー サガエサン	山形県	寒河江市	2022.8
15	福島県福島市	福島県観光物産館	福島県		2003.7
16	福島県会津若松市	あいづふるさとアンテナショップ「駅カフェ」	福島県	会津若松市	2002.5
17	茨城県日立市	日立駅情報交流プラザ(ぷらっとひたち)	茨城県	日立市	2012.9
18	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
19	群馬県桐生市	桐生市観光情報センター(シルクル桐生)	群馬県	桐生市	2020.3
20	埼玉県川越市	川越市産業観光館「小江戸蔵里」	埼玉県	川越市	2010.10
21	埼玉県行田市	観光物産館「ぷらっと♪ぎょうだ」	埼玉県	行田市	2012.4
22	埼玉県行田市	観光物産館さきたまテラス	埼玉県	行田市	2023.4
23	埼玉県所沢市	所沢市観光情報・物産館YOT-TOKO(よっとこ)	埼玉県	所沢市	2021.5
24	埼玉県本庄市	テラスバ本庄(本庄市インフォメーションセンター)	埼玉県	本庄市	2020.9
25	埼玉県狭山市	SAYA Market & Café	埼玉県	狭山市	2022.4
26	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
27	埼玉県嵐山町	嵐山町ステーションプラザ嵐なび	埼玉県	嵐山町	2018.5
28	千葉県我孫子市	我孫子インフォメーションセンター アビシルベ	千葉県	我孫子市	2010.9
29	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
30	神奈川県相模原市	さがみはらアンテナショップ「s a g a m i x (さがみっくす)」	神奈川県	相模原市	2013.1
31	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
32	石川県小松市	空の駅こまつ	石川県	小松市	2013.10

(資料3-2) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧(東京都内以外)

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
33	石川県野々市市	1の1 NONOICHI	石川県	野々市市	2019.3
34	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
35	石川県能登町	のと九十九湾観光交流センター イカの駅つくモール	石川県	能登町	2020.6
36	福井県福井市	池田町産マーケット こっぼい屋	福井県	池田町	1999.7
37	山梨県甲斐市	甲斐市PRブース	山梨県	甲斐市	2022.6
38	岐阜県岐阜市	THE GIFTS SHOP	岐阜県		2014.9
39	岐阜県可児市	manoショップ	岐阜県	可児市	2018.5
40	岐阜県御嵩町	御嶽宿わいわい館	岐阜県	御嵩町	2010.5
41	静岡県静岡市	わした静岡店	沖縄県		2004.7
42	静岡県島田市	TOURIST INFORMATION おおいなび	静岡県	島田市	2020.11
43	静岡県島田市	蓬莱橋897.4茶屋	静岡県	島田市	2018.3
44	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
45	愛知県名古屋市	GIFTS PREMIUM	岐阜県		2019.4
46	愛知県名古屋市	山 PORT 新城	愛知県	新城市	2018.7
47	愛知県名古屋市	名古屋物産センター	徳島県		2005.2
48	愛知県名古屋市	名古屋わしたショップ	沖縄県		1994.7
49	愛知県東海市	東海市観光物産プラザ	愛知県	東海市	2012.11
50	愛知県尾張旭市	尾張旭まち案内	愛知県	尾張旭市	2018.4
51	愛知県蟹江町	蟹江町観光交流センター 祭人	愛知県	蟹江町	2018.5
52	愛知県美浜町	食と健康の館	愛知県	美浜町	2005.4
53	三重県桑名市	宿場の茶店 - (ハジメ)	三重県	桑名市	2019.7
54	滋賀県守山市	真庭市場守山店	岡山県	真庭市	2020.6
55	滋賀県日野町	近江日野まちなか観光交流拠点施設	滋賀県	日野町	2018.11
56	京都府向日市	向日市観光交流センター まちてらすMUKO	京都府	向日市	2020.11
57	大阪府大阪市	青森・岩手えもんショップ	青森県・岩手県		2016.7
58	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
59	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
60	大阪府大阪市	中之島すもと館	兵庫県	洲本市	2022.4
61	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
62	大阪府大阪市	わしたショップリンクスウメダ店	沖縄県		2019.11
63	大阪府大阪市	わした大阪天神橋筋店	沖縄県		2004.8
64	大阪府堺市	杉風舎(サンブウシャ)	奈良県	東吉野村	1989.4

(資料3-3) 調査対象アンテナショップ(独立店舗)一覧(東京都内以外)

No.	所在地	ショップ名	出店自治体		設立年月日
65	大阪府吹田市	吹田市情報発信プラザ (Inforestすいた)	大阪府	吹田市	2015.11
66	大阪府高槻市	真庭市場高槻店	岡山県	真庭市	2012.8
67	大阪府枚方市	アンテナショップ椎葉村里人倶楽部	宮崎県	椎葉村	2017.10
68	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
69	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
70	兵庫県神戸市	ひょうごふるさと館	兵庫県		1991.7
71	兵庫県神戸市	灘の酒蔵通り	兵庫県	神戸市	2010.12
72	兵庫県神戸市	わした神戸三宮店	沖縄県		2004.7
73	兵庫県姫路市	ふるさと宍粟PR館“きてーな宍粟”	兵庫県	宍粟市	2014.4
74	奈良県奈良市	奈良のうまいものプラザ	奈良県		2014.4
75	奈良県奈良市	なら工芸館	奈良県	奈良市	2000.11
76	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
77	奈良県大和郡山市	元気城下町ぷらっと	奈良県	大和郡山市	2013.10
78	奈良県天理市	コフアンショップ (天理市観光物産センター)	奈良県	天理市	2017.4
79	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
80	奈良県生駒市	生駒市アンテナショップおちやせん	奈良県	生駒市	2014.4
81	奈良県天川村	天川村ふれあい直売所小路の駅「てん」	奈良県	天川村	2009.6
82	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
83	広島県廿日市市	吉賀町アンテナショップかきのき村	島根県	吉賀町	2003.4
84	広島県府中町	ふちゅう情報プラザつばき館	広島県	府中町	2004.3
85	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
86	香川県高松市	かがわ物産館「栗林庵」	香川県		2013.3
87	高知県高知市	津野町アンテナショップ 満天の星	高知県	津野町	2012.4
88	福岡県福岡市	みちのく夢プラザ	青森県・岩手県・秋田県		1999.2
89	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
90	福岡県福岡市	よりあい処つしま	長崎県	対馬市	2013.11
91	福岡県柳川市	柳川よかもん館	福岡県	柳川市	2019.4
92	福岡県水巻町	ICOTTO!MIZUMAKI	福岡県	水巻町	2018.1
93	佐賀県みやき町	Café & Gift MIYAKIYA	佐賀県	みやき町	2021.6
94	沖縄県那覇市	那覇空港わしたショップ	沖縄県		1995.5
95	沖縄県那覇市	わしたショップ国際通り店	沖縄県		2010.7

沖縄県ならではの味で客の心を魅了し飛躍し続ける

銀座わしたショップ本店

沖縄県アンテナショップ「銀座わしたショップ本店」は1994年3月にオープンした。2024年3月には店舗オープンから30周年を迎える。

営業をしていく中で、最寄り駅から遠く、雨天時の集客数が少ないという点から、2023年2月、駅から近い東京交通会館へ移転した。



基本情報

開設年月	1994年3月
住所（最寄駅）	東京都千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館 1階 （最寄駅：JR 山手線、JR 京浜東北線、東京メトロ有楽町線有楽町駅）
電話番号	03-6701-8220
営業時間	10:00~20:00
休館日	年始

本事例紹介は、沖縄県からの調査シートを基に、銀座わしたショップ本店 店長の後藤 友興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

沖縄県は日本で唯一亜熱帯地域に属しており、一年を通して温暖な気候で、独特の文化が発達している。温暖な気候を生かし観光産業が沖縄経済を支える大きな柱になっており、観光客数は2018年度には1000万人を突破した。また、サトウキビやパイナップル、マンゴーなど熱帯果樹の栽培や、全国生産の9割を占めているもずくなども特産である。

2 開設の経緯

元々沖縄県東京事務所に常設販売店があったが、首都圏のニーズの収集や売上の確保という点で十分に機能していなかったため、新たな拠点が必要となりアンテナショップを出店することになった。出店にあたり、首都圏のニーズを収集でき、売上額や、東京の一等地で自分の商品が販売されているという心情面において生産者の自信につなげることができるということを重要視し、1994年2月に銀座一丁目へ出店した。

しかし、駅から遠いところに立地していたこともあり、雨天時の集客数が悪く、移転を検討するなかで、希望する立地面や集客数を期待できる現在のスペースが空いたタイミングで移転した。都内有数の商業地である有楽町から直結している東京交通会館へ移転する事で、既設店のマイナス要素であった雨天時集客の落ち込みを大幅に軽減できると見込み出店した。

3 施設運営

銀座わしたショップ本店の運営形態は下記のとおりである。

設立・運営主体	株式会社沖縄県物産公社
運営方法	自主運営
店舗面積	257 m ²
実施事業	物販、軽飲食、店頭イベント、外部への出店
スタッフ数	社員 7人、アルバイト 15人

表1 「銀座わしたショップ本店」運営形態表

商品の決定については、沖縄本社の担当部署にて仕入先と商品概要や価格など訴求ポイントの商談を実施し、社内へ情報発信を行っている。また、販売商品については、販売部署にて商品特徴や類似品との優位性などを加味したうえで決定している。

店内に一步足を踏み入ると、沖縄民謡が聞こえ、天井や壁にはシーサーや提灯が飾られている。商品棚には、普段なかなか見ることがない県直送の「島人参」「うりずん」などの野菜や「ローゼル」というハイビスカスティーの原料、そして、「ちんすこう」「ソーキそば」などの県ならではの商品が陳列棚に隙間なく陳列されており、一瞬にして沖縄県の雰囲気にもまれる。

店内には「物販コーナー」「飲食・軽食コーナー」があり、物販コーナーでは、年末にとっても人気のソーキそばや、メディアで取り上げられた商品をメインに配置している。軽食コーナーでは揚げたてのサターアンダギーやもずくの天ぷらが人気商品である。



大人気のソーキそば



サターアンダギー、もずくの天ぷら

4 開設の効果

店舗の開設にあたり、特産品の販路拡大が可能になり、マスコミ取材による情報発信をすることで集客力が向上し、生産者のレベル向上にもつながった。また、商業施設の集まる地域だからこそ、首都圏における流行や需要を知ることができるなどの効果がある。

5 立地特性と主な客層

移転した現在の東京交通会館内の店舗は、有楽町駅直結であることで、雨天時において集客数が減少することが無くなった。また、他県のアンテナショップや、別店舗が同フロアにあることにより、本来は銀座わしたショップ本店に来店目的でない客も立ち寄り買い物をしていくこともある。同フロア内の他県アンテナショップとのコラボ商品を販売し、客から好評を得た。

一方で、移転したことにより、店舗面積が移転前の約半分に減ったため、商品の種類を減らさなければならず、移転前に行っていたステージを活用したライブなどのイベントを開催することが難しくなってしまったが、利便性が高まったおかげで、客数は増加し

ている。全体の3割から4割がリピーターの客で、お気に入りの商品や季節によって楽しめる商品を購入していく。

6 事業内容

(1) 物販

物販コーナーでは、「もずく」量り売り、「沖縄そば」「ソーキそば」「わたしたポーク(缶詰)」「海ぶどう」「泡盛」といった沖縄県の定番商品の数々が販売されている。

コロナ禍が明け、外国人観光客も増えており、「ハブ酒」を購入する客が多い。テレビやラジオ、新聞などのメディアに取り上げられると、たちまち取り上げられた商品目当てで客が増える。日中に取り上げられれば、夕方には購入者が増えるというレスポンスの速さである。

毎朝県から直送される野菜は、味の濃さなどが客に喜ばれることも多く、客の要望によって仕入れをすることもあり、多種類の野菜を揃えている。



沖縄県直送の野菜



種類豊富な泡盛

(2) 軽食

軽食コーナーでは、揚げたての「もずくてんぷら」や「サーターアンダギー」、県発祥の「ブルーシールアイスクリーム」を味わうことができる。



沖縄県発祥のアイスクリーム



イートインスペース

8 今後の検討事項、課題と展望

物販や軽食コーナーでは沖縄県特有の商品を取り扱い、また、移転したことにより集客は増えているが、販売面積が減ったことによりできなくなったイベントの開催を検討している。店舗が入っている建物内の空きスペースを活用し、移転前に行っていた「泡盛の勉強会」やライブ、トークショーの開催を検討している。

銀座に店舗があったときには、周辺にある他県のアンテナショップと協力して、合同でイベントを開催したこともあり、今後も他県のアンテナショップと協力してアンテナショップを盛り上げたいとの思いがある。

また、20年3月に迎える30周年のイベントも検討中である。移転により集客力に強みを増した銀座わしたショップ本店の更なる飛躍に注目したい。

取材にご協力いただいた銀座わしたショップ本店店長 後藤友興氏



コワーキング機能の活用で首都圏と三重県をつなぐ

首都圏営業拠点「三重テラス」

三重テラスは開設から10周年となる2023年9月にリニューアルオープンした。新たに設けた「コワーキング機能」を活用し、三重県に関心を持つ人々の交流を促進することで、「三重ファン」を増やし、県産品の販路拡大や誘客の増加を目指している。



基本情報

開設年月	2013年9月
住所（最寄駅）	東京都中央区日本橋室町2-4-1YUITO ANEEX1・2階 （最寄駅：東京メトロ銀座線・半蔵門線「三越前」／JR総武快速線「新日本橋」／JR山手線・中央線・京浜東北線「神田駅」）
電話番号	03-5542-1035
営業時間	ショップ・総合案内：10:00～20:00 レストラン：11:00～22:00 コミュニティスペース：10:00～20:00
休館日	年中無休（12/31、1/1、施設点検日を除く）

本事例紹介は、三重県からの調査シートを基に、三重県 県産品振興課 首都圏営業推進班（三重テラス）主任の南塚也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

三重県は、紀伊半島の東に位置する人口 164.5 万人の海と山に恵まれた県である。県南西部には伊勢神宮や熊野古道などの歴史的観光スポットが点在し、県北部には中京工業地帯が広がり、日本一の製造品出荷額を誇る地域でもある。

2 開設・リニューアルの経緯

三重テラスは、「三井財閥」をはじめ今も三重ゆかりの企業が多い日本橋にて「首都圏営業拠点」として 2013 年 9 月にオープンした。開設から 9 年目に、これまでの運営上の成果と課題、社会環境の変化を分析し、有識者へのヒアリングや市町、商工団体等からの意見聴取等を踏まえ運営方針の検討を進めた。その結果、2023 年以降も引き続き現在の立地で運営を継続し、効率的かつ効果的な運営体制として、これまで県職員が担ってきた「観光案内、交流、イベント」機能の外部委託化と、三重県に関心を持つ人々の交流を促進するため「コワーキング機能」を新設することを決定した。

3 施設運営

三重テラスの運営形態は下記のとおりである

設立主体	三重県
運営主体	●マネジメント業務：日本旅行・アインズ・淡味三重テラス運営共同事業 ●物販・飲食業：株式会社伊勢福
公募方法	企画提案コンペ
運営方法	業務委託
店舗面積	1 階：207.26 m ² / 2 階：239.29 m ²
成果指標	指標①：三重県の魅力体験者数 指標②：商品開発・販路拡大件数 指標③：メディア掲載件数 指標④-1：三重ファン連携取組数 指標④-2：三重ファンコミュニティ実施のイベント・プロジェクト件数 売上金額：217,594 千円/年、利用者数：434,837 名/年
実施事業	物販、レストラン、観光・移住案内、イベント開催、コワーキング機能
スタッフ数	物販：10 名、飲食 15 名、総合案内・コミュニティスペース 16 名

表 1 「三重テラス」運営形態表

4 開設効果

2013年9月の開設から10年間で500万人を超える多くの来館があった。リニューアルオープン以降の9月は、オープニングイベントの効果もあり前年度を大幅に上回る来館者数（175%）、売上額（144%）を記録した。10月は、季節イベントや市町によるイベントなどさまざまな取組を実施しているほか、新たに設置した観光・総合案内の利用が進むなど、順調な滑り出しを見せている。

5 立地特性と主な客層

三重テラスは、日本橋室町地区に位置しており、大規模な商業施設が集積するエリアにある。中央通りに面しており、東京メトロ銀座線・半蔵門線の「三越前駅」にも直結しているため、アクセス面に優れている。また、近隣に大型百貨店があることから、特に40～60代の女性客が多く訪れる。同時に、ビジネス街としての立地も魅力的で、平日は昼休みや仕事終わりのビジネス客の来店も多い。休日になると客層が一変し、若い層や小さな子供を連れたファミリー層が増える。さらに、三重テラスの前には外資系ラグジュアリーホテルがあり、外国人観光客も訪れることから、高額商品の需要も見込まれる。このような環境の中で、銀座とは異なる雰囲気の本橋で、特定のターゲットを絞ることなく、主に三重県を知ってもらうことをメインに展開している。

6 事業内容

（1）物販

「三重テラスで季節を感じていただく」をテーマに、季節に応じた商品を取り揃え、ポップアップで提供している。割合としては食料品が圧倒的に多く、売れ筋はシェルレーヌ、永餅、伊勢うどん、松阪牛肉みそなどが挙げられる。

特筆すべきものとしては「日本酒」がある。三重の日本酒は2016年伊勢志摩サミットで取り上げられ一躍有名になった。三重テラスでは、三重県産の日本酒を30種類以上取り揃えている。

また、対面販売やテストマーケティングを行うスペースを常設し、県産品のブラッシュアップや販路拡大に寄与している。定期的に県内市町や生産者・事業者と協力してイベントを開催し、地元の食材や文化をより深く理解してもらい、地域とのつながりを強化している。



物販コーナー



真珠コーナー

(2) レストラン

リニューアル後は、以前のイタリアンレストランから和食中心の新しいスタイルへと変貌した。壁を撤去し、カウンターを中央に配置したことで、開放感が増し新しい雰囲気が好評である。食材はほぼ県産であり、本物の三重を味わえる。伊勢海老や松坂牛などのコース料理だけでなく、手軽なアラカルトや、夜の懇親会などでも気軽に利用できるような飲み放題付きも提供し、多様なお客様のニーズに対応している。

なかでも、特徴的な取組として、伊勢神宮では毎月1日に行う「ついたち参り」があり、これは、朝早くからお参りし、1日限定で提供されるお餅や伊勢神宮の飲食店で出されるお粥を楽しむ習慣である。「ついたち粥」といわれる風習を取り入れ、毎月1日に特別なお粥を提供しており、その日だけの特別なメニューがランチでお楽しみいただける。

三重の豊かな食材と伝統を生かし、季節感あふれる料理と楽しい食の体験を提供することで、より一層「三重テラスで季節を感じていただく」ことを目指している。



開放感あるレストラン



伊勢うどんのランチセット

(3) 観光・移住案内

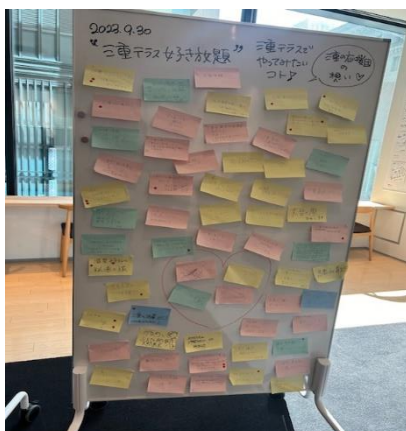
1階に総合案内を設置し、経験豊富なコンシェルジュが常駐して三重の観光及び総合案内をワンストップで対応する。2階には各種パンフレットを取り揃え、より詳細な説明や相談に対応しており、リニューアル前までは県庁職員が担当していたが、現在は株式会社日本旅行に委託している。移住においては、東京有楽町のふるさと回帰支援センター内の、ええとこやんか三重移住相談センターと連携し、1階の総合案内にて情報提供を行っている

(4) イベント 新たなプロジェクト「三重テラス部活動」始動

リニューアルオープンに伴い、首都圏との関係者交流を促進するため、新たなプロジェクト「三重テラス部活動」をスタートした。このプロジェクトは、三重ファンが興味を持つテーマにフォーカスし、定期的かつ継続的に集まり、学び、楽しむことでコミュニティを形成することを目指している。第1弾の2023年12月には「日本酒」と「スイーツ」の2つのテーマを取り上げ、県内産の日本酒やスイーツのイベントを行い、県ゆかりの講師が参加者と共にテーマについて語り合った。これらの活動は「部活動」として定期的に開催し、三重に興味を持つ人々の交流の場を提供していく予定である。

(5) コワーキング機能

2階のイベントスペースをリニューアル後は、コワーキングスペースとしての機能を設置した。フリーアドレス形式で利用し、利用者間の連携・交流を促す機能等)を設置し、三重ファンが集う交流スペースとして活用している。イベントがない日には主にコワーキングスペースとして活用され、自由な雰囲気ですぐにPCを持ち込んで仕事ができる環境が整っている。また、常駐しているコミュニティマネージャーが中心となり、利用者同士を繋げ、県の事業者と首都圏在住の人々を結ぶ場となるよう努めている。県を軸にした繋がりを広げていけるよう、観光や移住に限らず、首都圏在住でありながら三重を好きな方や思い入れのある方が繋がり、様々な関わり方で何か形になって県に貢献できる環境を目指したいと考えている。



三重の応援団の思い



コワーキングスペース

7 広報体制・メディアへの訴求

SNS、HPやメディアを活用した情報発信、最新デジタル技術を活用した効果的な情報発信を行っている。若い世代に向けて、Facebook、LINE、Instagram、YouTube チャンネルなどのプラットフォームを積極的に活用し、LINE はコワーキングスペースの入室・退室に利用している。

8 今後の検討事項、課題と展望

リニューアル後、新たに「つながる」をキーワードにしたコワーキングスペースは始まったばかりで認知度は低く、三重テラス部活動などさまざまな企画を考案していく過程で試行錯誤している。

首都圏に住む若い世代は、現時点では三重県に帰郷する考えがないものの、地域への貢献意欲や地域の魅力を積極的にPRしたいという願望が意外にも多く見られるという。単独では難しい実現も、コワーキングを通じてつながりを築くことで、彼らのアイデアや思いを形にできる可能性がある。リアルな交流が増えることで、さらなる広がりが期待される。

南氏は、「関わり方は様々であり、物販やふるさと納税など、それぞれが自分に合った関わり方を見つけ、多様な出会いを通じて新たな関わり方が広がってほしい。」と期待を寄せている。

三重テラスは、三重の魅力を実効果的に発信し、首都圏からの誘客や県産品の購入を促進すること、さらに首都圏との関係者の交流を促進し、「つながる」ことにより地域課題の解決に寄与する自発的な取組を創出することを目指し運営を進めていく予定である。

取材にご協力いただいた 三重テラス 南 琢也氏



イートイン機能の活用で地域の魅力を効果的に発信

福井県坂井市アンテナショップ

福井県坂井市アンテナショップは 2023 年 4 月にリニューアルオープンした。市自慢の逸品が揃う物販、観光紹介・案内や、イートインを展開しており、戸越銀座商店街の立地を生かし、普段使いしながら、市の魅力を伝える拠点として活動している。



(写真提供：福井県坂井市アンテナショップ)

基本情報	
開設年月	2023 年 4 月
住所（最寄駅）	東京都品川区平塚 3-4-2 エムズ戸越銀座 1 階 （最寄駅：東急電鉄池上線 戸越銀座駅）
電話番号	03-6426-1020
営業時間	10:30~19:00
休館日	年始

本事例紹介は、坂井市からの調査シートを基に、福井県坂井市アンテナショップ マネージャーの松原智絵氏、相川歩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

坂井市は、福井県の北部に位置する人口約 89,000 人、面積 209.67 km²の市で、2006 年 3 月に坂井郡の三国町・丸岡町・春江町・坂井町の 4 町が合併して誕生した。

市の南部を九頭竜川が、北部を竹田川が流れ、西部で合流し日本海に注ぎ込んでいる。中部には福井県随一の穀倉地帯である坂井平野が広がり、西部には砂丘地及び丘陵地が広がっている。特産品としては、豊かな自然によって育まれた「越前がに」、「甘えび」、「若狭牛」、「米」、「そば」などが有名である。

2 開設・リニューアルの経緯

福井県坂井市アンテナショップは、2016 年 8 月に品川区の戸越銀座商店街にオープンしたが、手狭だったため 2022 年 2 月末で一旦閉店。2024 年 3 月の北陸新幹線敦賀延伸開業を見据え、首都圏での情報発信を強化するため、連携協定を締結している品川区で旧アンテナショップがあった戸越銀座商店街に再度出店した。旧アンテナショップでは物販が中心となっていたが、特産品の特徴や味を更に知ってもらうためにイートインスペースを追加。また、市の観光や移住の情報提供、ふるさと納税の相談などを受ける「コンシェルジュ」を配置し、市の総合的な情報発信を行う。

3 施設運営

福井県坂井市アンテナショップの運営形態は下記のとおりである。

事業主体	坂井市
運営主体	株式会社ウララコミュニケーションズ
公募方法	公募型プロポーザル方式
運営方法	運営委託
店舗面積	61.68 m ²
成果指標	売上金額：5,000 万円/年、利用者数：36,000 人/年
実施事業	物販/出張販売、イートイン、観光・移住案内、ふるさと納税相談、フェア
スタッフ数	アルバイト 18 人

表 1 「福井県坂井市アンテナショップ」運営形態表

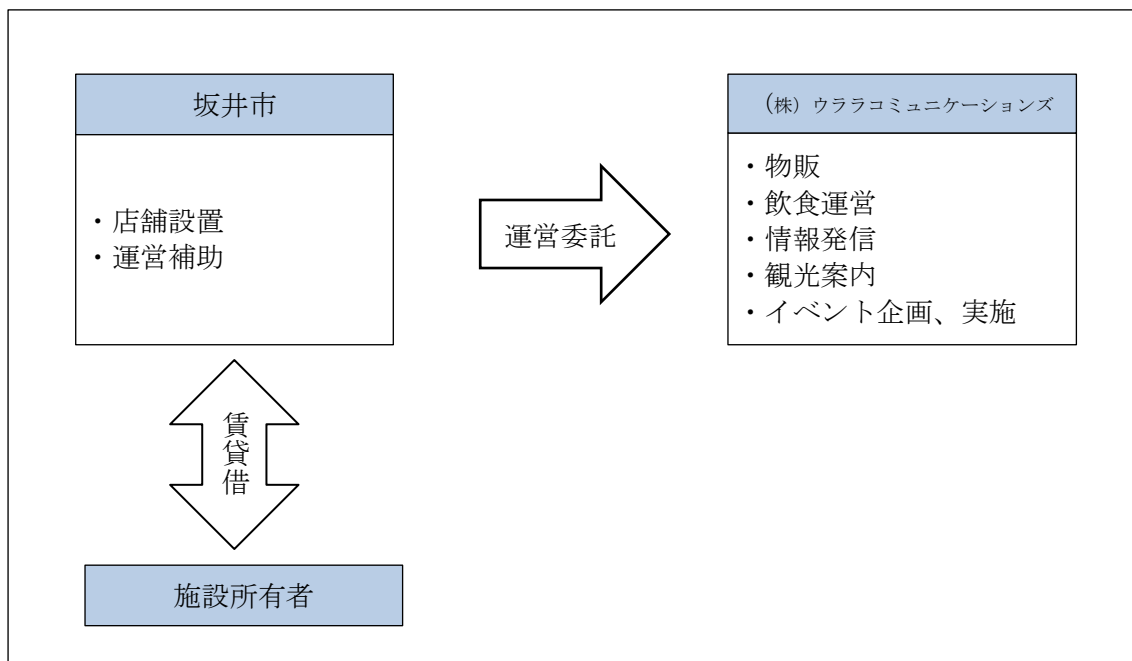
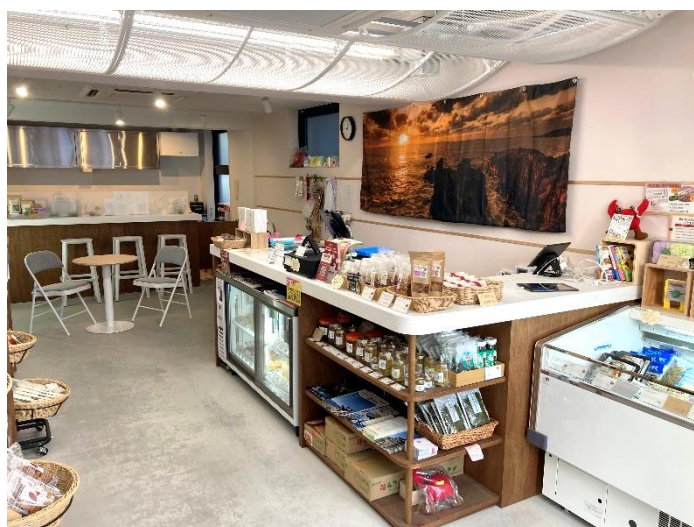


図1 運営スキーム

坂井市が事業主体となり、店舗運営は株式会社ウララコミュニケーションズ（在：福井県福井市）に委託している。販売商品は、原則、坂井市内もしくは坂井市の特産品を取り扱う事業者が販売する商品としており、事前に商品の詳細、価格、ロットや送料などの商談を行い、納品を決めている。

店内は、「物販」「イートインスペース」の2つのエリアで構成されている。また、店内中央には、坂井市の観光名所である「東尋坊」の美しい夕日が描かれたタペストリーが飾られており、来店者は大自然の中にいる感覚で、ゆっくりと買い物や食事を楽しむことができる。



店内の様子

4 開設の効果

首都圏に店舗を構えることで、マスコミに取り上げられやすくなった。また、開設前は商品の販売事務や首都圏までの移動、在庫管理などの課題から、首都圏でのイベント物販が難しかったが、開設により、これが可能となった。さらに、戸越銀座商店街でのイベントにも積極的に参加することで、周辺住民からの認知度も向上しており、有効な関係性も築けていることから、坂井市の関係人口増加にも寄与している。

5 立地特性と主な客層

福井県坂井市アンテナショップが立地する戸越銀座商店街は、東急電鉄池上線 戸越銀座駅を挟んで東西約 1.3km に約 400 店が軒を連ねる都内で最も長い商店街である。同商店街に出店することで、日常使いの商品を求めた多くの周辺住民を誘客できる。

平日は、近くに住む常連客の来店が主で、地域のコミュニティスペースのように、イートインスペースでコーヒーを飲みながらスタッフと雑談する常連客も多い。また、週末は同商店街を訪れる観光客も多く来店する。

6 事業内容

(1) 物販

物販コーナーでは、常時約 300 品目を陳列・販売しており、「地酒」や「油あげ」などが人気商品となっている。また、地元で食べられているケーキやおかきなどのお菓子類や、地元から届く新鮮野菜、地場産業である「越前織」の小物など、市の自慢の品が販売されている。



地酒コーナー



油あげを含む冷蔵コーナー

（２）イートインスペース

イートインスペースのメニューは、物販で人気のある商品を中心とした構成となっており、前述の「地酒」や「油あげ」のほかにも、坂井市を代表する「焼き鯖寿司」や「ご当地スイーツ」などもその場で飲食することができる。また、越前がに解禁の際には、週末に「かに汁」も提供している。



イートインスペース



人気の「地酒・飲み比べ3種」

（３）観光・移住案内

アンテナショップに従事するスタッフを、観光・移住案内における「コンシェルジュ」として配置している。コンシェルジュは、市のイベント・観光地の案内や、移住関係の相談に対して市の移住制度や担当課の紹介を行っている。

（４）イベント

「新米フェア」「甘エビフェア」など、季節ごとに店内フェアを開催し、旬の商品を紹介している。また、首都圏にあり坂井市と連携協定を締結している事業者の本社などに出向き、「坂井市物産フェア」なども開催している。さらに、品川区のイベントにも出店し、物販や市のPRを行っている。

（５）ふるさと納税との連携

レジはキャッシュレス対応となっている。また、坂井市は2023年9月1日より、ふるさと納税の返礼品として「PayPay商品券」を導入し、福井県坂井市アンテナショップでも利用が可能となっている。都内アンテナショップでのPayPay商品券の利用は当時、全国初の取組として話題となった。

7 広報体制・メディアへの訴求

広報活動については、株式会社ウララコミュニケーションズがHPやSNSを中心に実施している。SNSは主にInstagramを活用し、イベント告知や販売商品の紹介を行っている。また、イベントの際には、新聞折り込みポスティングなども行っているほか、店舗にモニターを設置し、映像を通して市の施設や風景、イベントなどの様子を楽しむことができる工夫もしている。

8 今後の検討事項、課題と展望

2024年3月には北陸新幹線が敦賀まで延伸開業されるため、首都圏で福井県への注目度はますます上がることが考えられる。これを機会と捉え、坂井市の魅力をアンテナショップからどのように発信していくか、年間を通じた戦略を検討中である。松原氏、相川氏は、「販売状況のデータをストックしているため、それらを活用した売上などの分析を行い、今後の販売に役立てていきたい。」と意欲を示した。

取材協力いただいた福井県坂井市アンテナショップの（左から）松原智絵氏、相川歩氏



令和 5 年度（2023 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 2024 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/>