

# 令和元年度 八戸ふるさと交流フォーラム

資料：自治体アンテナショップ（都内）の活動状況



ここ滋賀



日本橋とやま館

日時：2020年2月4日（火） 会場：ホテル ルポール麹町

一般財団法人 地域活性化センター 広報室長 畠田 千鶴

自治体アンテナショップ  
日本のユニーク取り組み



特産品販売

アンテナ機能を  
フル回転!!



観光案内

東京にいながらにして  
地方を旅した気分



イベント開催（銀座わしたショップ）



レストラン(三重テラス)



# 自治体アンテナショップの役割

## 地域情報発信のプラットフォーム



地元への送客口！

## 自治体アンテナショップの変遷

2000年

- ・1994年「銀座わしたショップ」、1995年「かごしま遊楽館」 アンテナショップブームの先駆け
- ・銀座・有楽町周辺にショップが集積（東京交通会館に集中）
- ・第1次アンテナショップブーム **定着化**

2008年

- ・宮崎県・東国原知事の登場で地方ブーム
- ・日テレ系「カミングアウトバラエティ！！秘密のケンミンSHOW」、雑誌特集などで
- ・スタイリッシュな店、レストラン併設店増加 **一般化**

2013年

- ・銀座1丁目界限にショップが集積（6県）
- ・店舗が大型化している（広島県、栃木県、三重県）
- ・地域ブランドを意識した店舗運営 **進化**

2014年

- ・第2次アンテナショップブーム 2015年 8店新規出店
- ・外国人来訪者の整備（パンフレット、フリーWi-Fi、免税店）
- ・2013年東京オリンピック・パラリンピック決定 **国際化に向けて**

2016年

- ・ブランド化を意識した高級志向のショップが増加しつつある
- ・銀座・有楽町から日本橋や新橋に広がる
- ・宿泊施設、バーカウンターを併設するアンテナショップの誕生 **高級化、多様化**

2017年以降も増加傾向にあり、スタイリッシュで個性的なアンテナショップが増加。2018年、徳島県は宿泊施設付きアンテナショップをオープンした。また、初期に出店したショップは改装、移転を計画し新たなターゲット層を取り込もうとしている



# 地域活性化センター

## 自治体アンテナショップ支援事業

2008年度から12年間、自治体アンテナショップ実態調査を実施、報告書も作成

(3月発行予定)

2 地域活性化センターのホームページ、フェイスブック、月刊「地域づくり」などに掲載

HP「自治体アンテナショップ支援事業」コーナー URL <https://www.jcrd.jp/>

自治体アンテナショップ情報交換会を年2回開催

4 アンテナショップの講演や視察の国内・海外に向けて実施

5 新規出店、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アドバイザー、講師の派遣など

6 都内アンテナショップ、JTBと共同で日本語と英語のパンフレットを作成

JTBのWEBサイト「るるぶ&more」とも連動

7 問い合わせ：一般財団法人地域活性化センター広報室

電話番号：03-5202-6137 メール：antena@jcrd.jp

## 令和元年度（2019年度）

## 自治体アンテナショップ実態調査 結果

都道府県が設立 39店舗

市町村が設立 21店舗

(市が設立したショップ13店舗、区2店舗、町村6店舗)

合計 60店舗

※1 コンビニや商業施設に入っているショップは分析対象にしていない

### 【自治体アンテナショップ実態調査対象】

- ①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。
- ②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）
- ③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。
- ④観光案内所・事務所機能のみの施設は含まない。
- ⑤東京都内にあるアンテナショップ。
- ⑥2019年4月1日現在の状況。



# 市の独立店舗アンテナショップリスト

13店舗 全体の21.7%

No	都道府県	市町村	ショップ名	設立年	エリア
1	青森県	青森市	AoMoLink ~赤坂~ (あおもり地域ビジネス交流センター)	2016	赤坂
2	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 「信濃大町アルプスプラザ」	2010	多摩地区
3	東京都	武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」	2001	多摩地区
4	東京都	稲城市	いなぎ発信基地ペアテラス	2016	多摩地区
5	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	2010	多摩地区
6	東京都 長野県	調布市 木島平村	調布&木島平 食の駅	2003	多摩地区
7	神奈川県	三浦市	なごみま鮮果	2006	神田
8	石川県	金沢市	dining gallery 銀座の金沢	2014	銀座
9	福井県	坂井市	坂井市アンテナショップ	2016	戸越銀座
10	滋賀県	長浜市	びわ湖長浜KANNON HOUSE	2016	上野
11	兵庫県	洲本市	日本橋室町すもと館 (有楽町から移転)	2020	日本橋
12	兵庫県	豊岡市	「コウノトリの恵み」	2011	有楽町

2019年4月1日現在、つがる市「果房 メロンとロマン」は7月に開店

## 自治体アンテナショップの運営形態

年度別(年号)	都道府県 (独立店舗)		市町村 (独立店舗)		合計 (独立店舗)	合計 (集合店舗)
2008(20)	30		6		36	
2009(21)	33		10		43	
2010(22)	35		14		49	
2011(23)	37		16		53	
2012(24)	34		20		54	
2013(25)	38		16		54	
2014(26)	39		13		52	
2015(27)	42		13		55	
2016(28)	38	4	16	7	54	11
2017(29)	38	4	18	12	56	16
2018(30)	38	4	20	14	58	18
2019 (R1)	39	5	21	14	60	19

集合型店舗とはコンビニ、商業施設等にコーナーとして出店した数

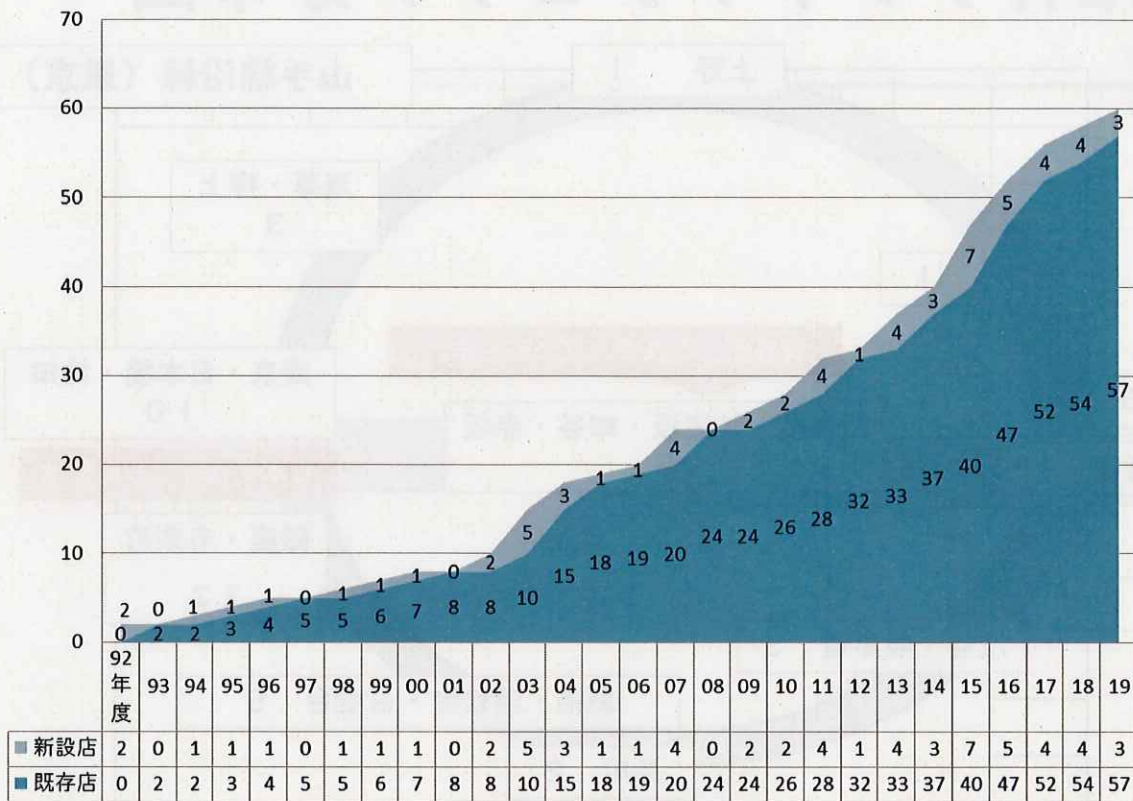
市町村の出展が多い。地方創生政策がスタートして以降、市町村のショップが増加

データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在 (地域活性化センター調査)

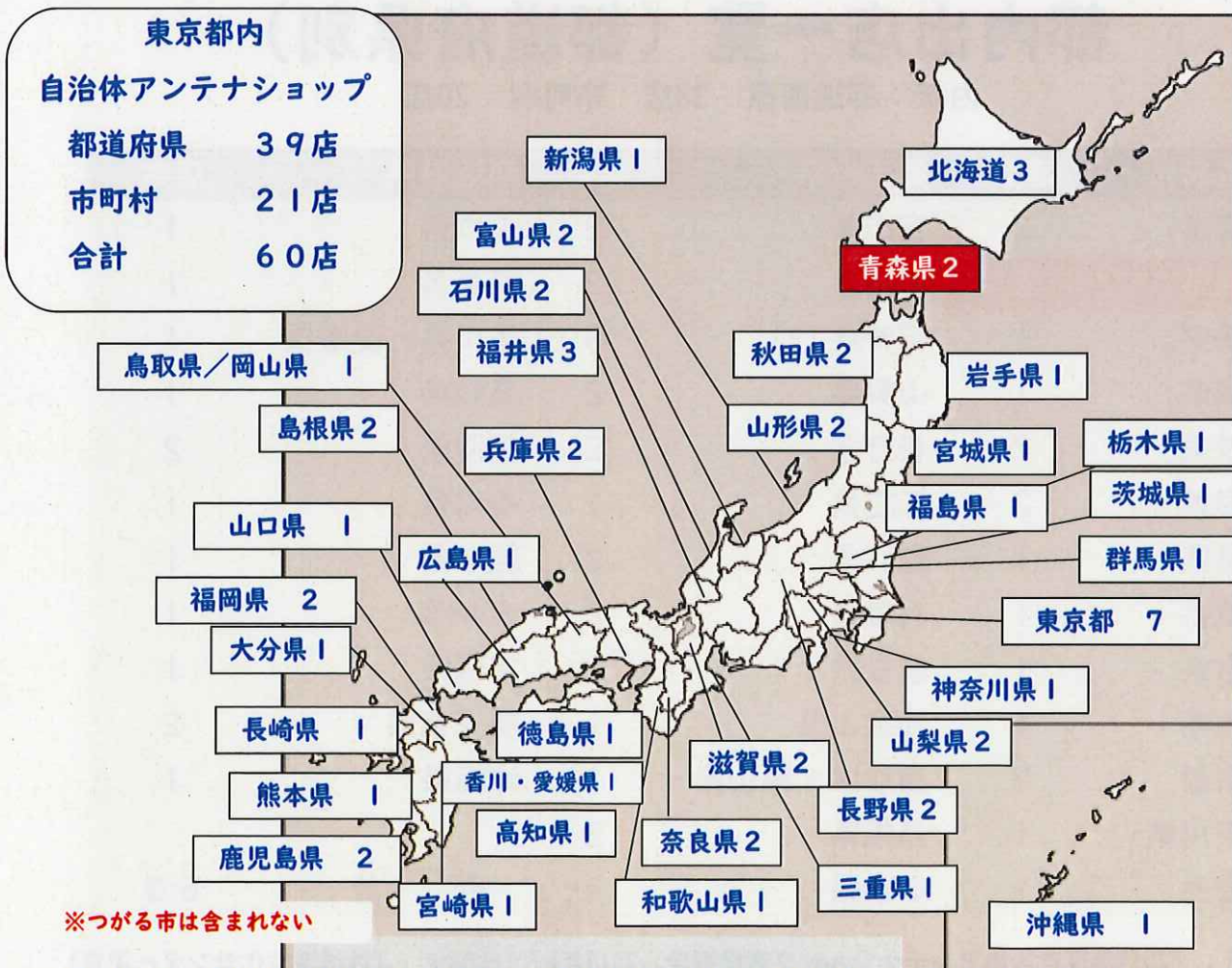


# 自治体アンテナショップ設立の経緯

単位：店



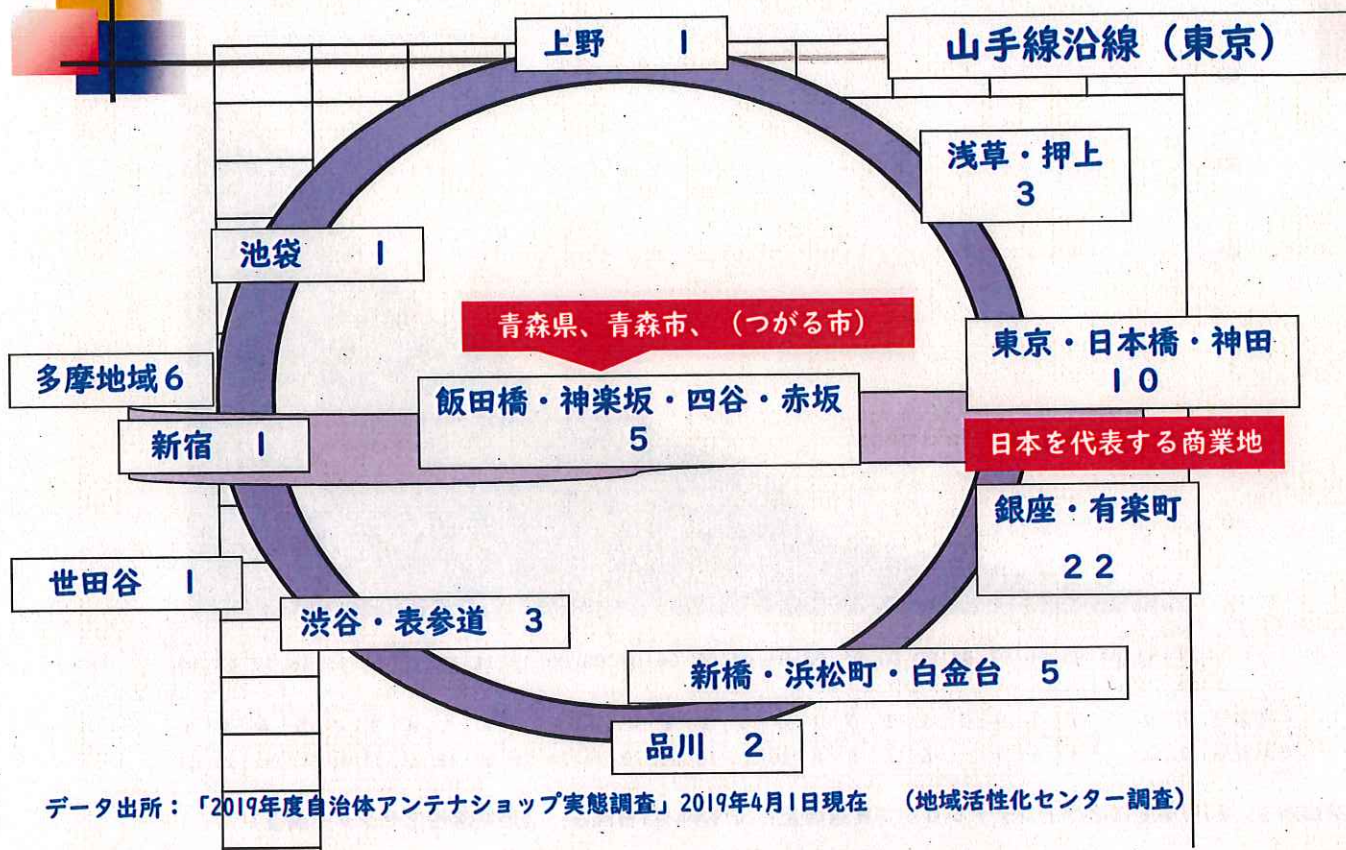
データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在（地域活性化センター調査）



データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在（地域活性化センター調査）



# エリア別 自治体アンテナショップ分布図



## 都内出店一覧 (都道府県別)

内訳：都道府県 38店 市町村 20店

都道府県	店数	都道府県	店数	都道府県	店数
北海道	3	富山県	2	山口県	1
青森県	2	石川県	2	徳島県	1
岩手県	1	福井県	3	香川県・愛媛県	1
宮城県	1	山梨県	2	高知県	1
秋田県	2	長野県	2	福岡県	2
山形県	2	三重県	1	長崎県	1
福島県	1	滋賀県	2	熊本県	1
茨城県	1	兵庫県	2	大分県	1
栃木県	1	奈良県	2	宮崎県	1
群馬県	1	和歌山県	1	鹿児島県	2
東京都	7	鳥取県・岡山県	1	沖縄県	1
神奈川県	1	島根県	2		
新潟県	1	広島県	1	合計	60

データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在 (地域活性化センター調査)



## 2017～2018年度 東京都内 新設アンテナショップ一覧

No.	都道府県	団体名	ショップ名	所在地	設立年月
1	青森県	つがる市	果房 メロンとロマン	神楽坂（新宿区）	2019年 7月
2	東京都	台東区	ふるさと交流ショップ台東	浅草（台東区）	2017年 7月
3	滋賀県	滋賀県	ここ滋賀	日本橋（中央区）	2017年10月
4	兵庫県	洲本市	スモトのおべんと（閉鎖） 日本橋室町すもと館（新設）	日比谷（千代田区） 日本橋（中央区）	2018年11月 2020年 1月
4	徳島県	徳島県	Turn Table （ターンテーブル）	渋谷（渋谷区）	2018年 2月
5	福岡県	福岡県	福扇華	半蔵門（千代田区）	2018年11月
7	長崎県	平戸市	有楽町ひらど商館	有楽町（千代田区）	2017年10月
8	福岡県	福岡県	福扇華	半蔵門（千代田区）	2018年11月

## リニューアル・移転の状況

年度	都道府県	ショップ名	所在地	備考
2017年度	福島県	日本橋ふくしま館MIDETTE	日本橋（中央区）	
	栃木県	とちまるショップ	押上（江東区）	
	滋賀県	ここ滋賀	日本橋（中央区）	移転
	島根県	にほんばし島根館	日本橋（中央区）	
	広島県	ひろしまブランドショップTAU	銀座（中央区）	
2018年度	岩手県	いわて銀河プラザ	銀座（中央区）	
	山形県飯豊町	飯豊町アンテナショップ	高円寺（杉並区）	
	茨城県	イバラキセンス	銀座（中央区）	
	群馬県	ぐんまちゃん家	銀座（中央区）	移転
	東京都武蔵野市	アンテナショップ「麦わら帽子」	吉祥寺（武蔵野市）	
	新潟県	表参道・新潟館ネスパス	表参道（渋谷区）	
	香川県・愛媛県	香川・愛媛せとうち旬彩館	新橋（港区）	
	長崎県	日本橋長崎館	日本橋（中央区）	
	宮崎県	新宿みやざき館KONNE	新宿（新宿区）	
	2019年度	東京都墨田区	産業観光プラザ「すみだ まち処」	新橋（港区）
鳥取県・岡山県		とっとり・おかやま新橋館	新橋（港区）	
徳島県		Turn Table	神泉（渋谷区）	
	沖縄県	銀座わしたショップ本店	銀座（中央区）	

施設の老朽化・コンセプトが古くなったため、2017年から、18ショップが移転・リニューアルした。



# 事業内容 (単位：店舗 重複回答 N=60)

事業内容	店数
物産販売	57
飲食施設	39
相談業務	16
観光案内	49
イベント開催	55
展示	37
その他	13
未回答	1

特産品販売がトップ57店 (95.0%)、イベント開催55店 (91.7%)、観光案内49店 (81.7%)、飲食施設39店 (65.0%) の順に多かった。

データ出所：「2019自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在 (地域活性化センター調査)

## 自治体アンテナショップ設立目的と運営効果

単位：店舗 重複回答有 N=60

開設目的	設立目的 (店舗数)	運営効果 (店舗数)
自治体のPR	57	58
特産品のPR	57	58
特産品の販路拡大	54	55
市場調査・消費者ニーズ	36	43
観光案内・誘客	52	45
地元出身者との交流	21	18
地域間交流	16	17
地域情報発信 (マスコミ等)	52	55
田舎暮らし・UJIターン	23	23
企業誘致	6	4
地元住民の意欲拡大	15	15
その他	6	7
未回答	2	1

観光案内・誘客は目的に対して、効果が少ない。田舎暮らし・UJIターンでは前回調査より効果的と回答した店舗が多かった、16店舗→23店舗へ

データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在 (地域活性化センター調査)



2018年度(平成30年度)

## 年間入館者数

単位：店

年間入館者数	店舗数	調査店舗のうち市の数と割合
10万人未満	23	9 (42.8%)
10万人以上20万人未満	5	2 (33.3%)
20万人以上50万人未満	16	1 (7.1%)
50万人以上70万人未満	7	
70万人以上100万人未満	3	
100万人以上150万人未満	1	
150万人以上200万人未満	2	
200万人以上	1	
未回答	2	1 (25.0%)
合計	60	13

入館者200万人以上は「北海道どさんこプラザ」（北海道／有楽町駅前路面店）、150万人以上200万人未満は「銀座わしたショップ」（沖縄県／銀座1丁目）、100万人以上150万人未満は「とちまるショップ」（栃木県／東京ソラマチタウン）、「表参道・新潟館ネスパス」（新潟県／表参道ヒルズ裏）であった

データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在（地域活性化センター調査）

## 2018年度(平成30年度)年間売上

単位：店

売上額	店舗数	調査店舗のうち市の数と割合
3千万円未満	11	5 (45.5%)
3千万円以上5千万円未満	6	5 (83.3%)
5千万円以上1億円未満	5	1 (7.7%)
1億円以上3億円未満	22	1 (7.7%)
3億円以上5億円未満	8	
5億円以上7億円未満	5	
7億円以上10億円未満	0	
10億円以上	2	-
未回答	1	-
合計	60	13

ボリュームゾーンは、1億円以上3億円未満。北海道と広島県は10億円以上を売り上げた。市の売り上げは、5千万円未満が10店舗で市のショップの76.9%を占める。1億円以上を売り上げたのは、「Dining gallery 銀座の金沢」（石川県金沢市）

データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在（地域活性化センター調査）



# 販売戦略方法別店舗数

単位：店舗 重複回答あり N=60

販売方法戦略方法について	店舗数	全体に占める割合 (%)
店舗以外での販売	45	75.0%
企業等への営業	26	44.6%
企業等とのタイアップ	30	50.0%
テストマーケティング	30	50.0%
商談会	14	23.3%
他アンテナショップとの連携	33	55.0%
店舗が立地する自治体との連携	26	43.3%
利用者アンケートの実施	28	46.7%
その他	5	8.3%
未回答・該当なし	3	5.0%

データ出所：「2019年度 自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在 (地域活性化センター調査)

2019年度初調査

## 店舗内での決済方法

単位：店舗 重複回答あり N=60

店舗内での決済方法について	店舗数	全体に占める割合 (%)
現金のみ	8	13.3%
クレジット/デビットカード	50	83.3%
QRコード/バーコード決済	11	18.3%
電子マネー	37	61.7%
その他	3	5.0%
未回答	2	3.3%

データ出所：「2019年度 自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在 (地域活性化センター調査)



# 広報プロモーションの体制別店舗数

単位：店舗 重複回答あり N=58

広報プロモーションの体制	店舗数	全体に占める割合 (%)
パブリシティ活動	27	45.0%
雑誌広告	25	41.7%
新聞広告	19	31.7%
メルマガの利用	19	31.7%
専従スタッフが常駐	12	20.0%
インターネットでの広告	9	15.0%
テレビ、番組CMとのタイアップ	5	8.3%
メディア説明会	4	6.6%
その他	22	36.7%
未回答・該当なし	4	6.7%

データ出所：「2019年度 自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在（地域活性化センター調査）

## インターネットの活用（単位：店舗 重複回答 N=60）

インターネットの活用	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度
ホームページ	53	52	51	44
ブログ	11	10	9	9
ツイッター	24	19	35	13
フェイスブック	52	43	17	30
インスタグラム	26	7		
メルマガ	18	18	22	19
ネットショップ	17	18	17	15
その他	6	1		

今後、ネットでの情報発信は重要。インスタグラムの利用状況を初めて調査。ふるさと納税と連動して、返礼品として、併設レストランの食事券を利用したり、キャッシュレスシステムを導入するショップなどIT化が進みつつある。その他の回答で、**4店舗で「LINE」をアプリを活用している**

データ出所：「2019年度自治体アンテナショップ実態調査」2019年4月1日現在（地域活性化センター調査） 22



外国人客への接遇	2019年度 (60店)	2018年度 (58店)	2017年度 (56店)	2016年度 (55店)	2015年度 (55店)	2014年度 (52店)	2013年度 (54店)
外国語の案内パンフレット	24	18	22	18	18	2	2
ホームページの多言語化	20	17	13	10	7	5	4
レストランメニューの多言語対応	11	10	9	6	6	3	2
語学ができるスタッフ常駐	13	13	10	10	9	6	8
フリーWi-Fiが整備されている	21	21	21	17	10	—	—
免税店である	15	14	13	9	3	—	—
東京五輪に向けた対応	4	2					
その他	16	8	5	7	5	—	—
未回答・該当なし	11	13	15	—	—	—	—



地方のリアルな体験、魅力を海外に向けて情報発信 地域活性化センター視察研修 47か国受入

## 英文アンテナショップ・パンフレット 自治体アンテナショップ、ぐるなびと共同で作成



ぐるなび×東京メトロ 共同サイト「レッツ エンjoy東京」に掲載  
QRコードを搭載し、中国語（繁体・簡体）、韓国語にも対応。地図情報や地域の深掘り情報も発信  
※英語版は2014年度から発行、日本語版は2017年度版から発行



# 事例：都道府県のアンテナショップ

人気アンテナショップは、物販、飲食ゾーン、イベントが人気



## 北海道どさんこプラザ

年間売上10億円超。ソフトクリームだけで1億円以上売り上げ。チーズケーキ「赤いサイロ」を入手する人の行列が毎日開店前にできる

(所在地：有楽町)



## ひろしまブランドショップTAU

年間売上10億円超。飲食コーナーが充実。日本料理、イタリア料理、汁なし坦々麺、お好み焼きを供する。「カーブ女子のタベ」などユニークなイベントを頻繁に開催 (所在地：銀座)



## 銀座わしたショップ

取扱い商品数はトップクラス。食品やお酒(泡盛)のほか、伝統工芸品(上布、焼き物、かりゆし)、化粧、雑貨など、珍しい商品を販売

(所在地：銀座)

取材・写真 畠田千鶴

# 事例：都道府県のアンテナショップ2

新たな取り組み「スタイリッシュなアンテナショップ」

## 銀座NAGANO

(長野県)

立ち飲みコーナーが人気。外国人観光客の利用も多い。移住コーナーは都内アンテナショップで最も充実している

(所在地：銀座)



## Turn table (徳島県)

宿泊とレストランを兼ね備えたオーベルジュ型アンテナショップ。流行の発信地の渋谷に立地。訪日外国人の宿泊も多い

(所在地：渋谷)

## ときのもり (奈良県)

ミシュランの星を獲得したレストラン型アンテナショップ。立地は高級住宅地にある

(所在地：白金台)



取材・写真 畠田千鶴



# 事例：市のアンテナショップ1

6次化とシティープロモーションを目的としたアンテナショップ

日比谷から日本橋に移転「日本橋室町すもと館」



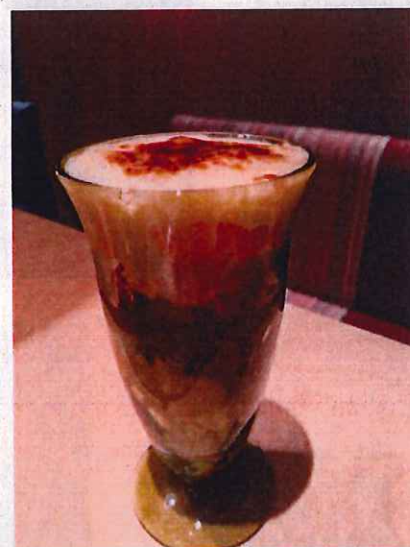
取材・写真 島田千鶴

東京の一等地・日本橋の一角にある路面店。特産品の販売コーナー、イートイン「島キッチン」も設置している（所在地：日本橋） 2020年1月9日 開設

# 事例：市のアンテナショップ2

メロンに特化したアンテナショップ

青森県つがる市「果房 メロンとロマン」



取材・写真 島田千鶴

神楽坂の路地裏にあるメロンとスイーツの店。女性客が多く落ち着いた店。東京事務所も同じ建物内にある。市役所職員は4人。（所在地：神楽坂） 2019年7月 開設



## 事例：市のアンテナショップ3

地域資源を活用したシティープロモーション  
びわこ長浜KANNON HOUSE（滋賀県長浜市）



西郷隆盛像の

近くに立地



館内の様子



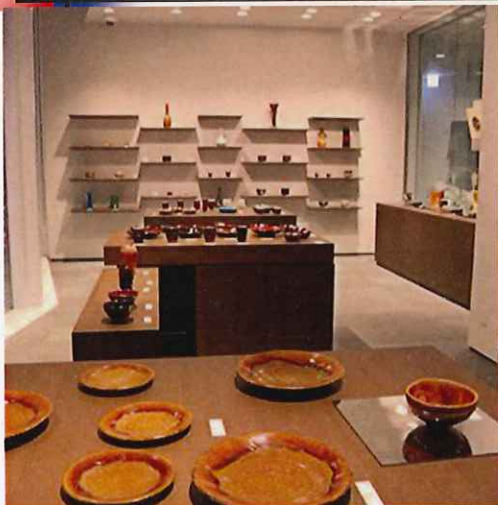
展示：保延寺千手観音 2019.1

長浜市に古くから伝わる観音信仰や文化を発信するアンテナショップ。長浜とゆかりの深い寛永寺のある上野に開設した。2ヶ月に1回、展示替えされる。東京芸術大学と共催で特別展を開催したり、ギャラリートークやコンサートも開催されている（所在地：上野） 2016年開設

取材・写真 畠田千鶴

## 事例：市のアンテナショップ4

銀座の一等地で高級路線  
「Dining gallery 銀座の金沢」



開設：2014年

①洗練と高級なイメージ

伝統工芸品など100万円の商品も販売

レストランのディナーコースは6500円から データ出所：北國新聞 2014.12.1

②銀座中央通り沿い新築ビル6階

写真は銀座の金沢HPより



# アンテナショップを成功させるには！

- 好立地
- 魅力的な店のコンセプト
- 広報プロモーション
- その地域ならではの  
“おもてなし”
- 民間企業との連携
- 自治体同士の連携
- 地元との連携



東京都が実施するスタンプラリー