

三重テラスの運営状況について

(平成28年度実績 & 平成29年3~4月の取組状況)



MIE TERRACE

- ・平成28年度の来館者数は 743,074人、平成25年9月28日のオープン以降の来館者数累計は 2,259,094 人となりました(平成29年3月末現在)。
- ・平成28年度のショップ・レストランの売上の合計額は 263,412千円でした。
- ・平成28年度のメディア掲載による広告換算効果は、約3億9千1百万円でした。
- ・ショップ、レストラン、イベントスペースにおいて三重の魅力や季節行事・イベントに対応した旬の情報を発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

平成28年度実績

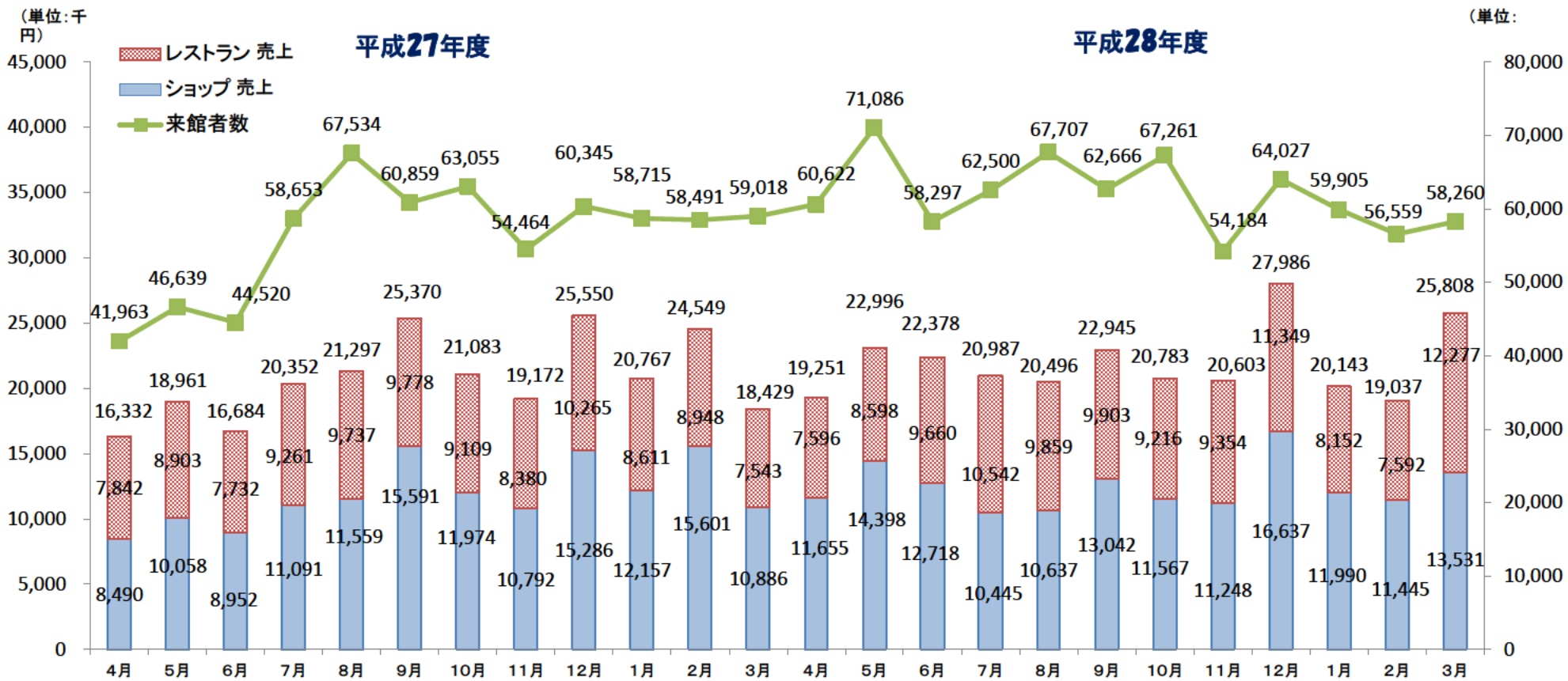
※ 数値は平成29年3月末現在の速報値です。

【指標の状況】

➢ 三重テラスの成果を評価する4つの指標のすべてにおいて、平成28年度の目標値を達成しました。

- 来館者数 743,074人 (目標値 59万人)
- 商品開発や販路拡大につながった件数(累計) 244件 (目標値 130件)
- 三重テラスサポート会員数(累計) 11,071人 (目標値 9,585件)
- メディア掲載件数 102件 (テレビ 37件、ラジオ 13件、新聞 21件、雑誌 31件) (目標値 30件)

DATA



1. 来館者状況

(単位:人)

	25年度計	26年度計	27年度計	H28.4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	28年度計	累計
ショップ	227,655	480,839	569,942	48,913	62,416	50,181	53,989	56,355	54,451	55,975	46,988	53,799	49,303	47,058	49,117	628,545	1,906,981
レストラン	17,033	34,317	30,581	2,126	2,620	2,676	3,011	2,954	2,995	2,666	2,596	2,978	2,362	2,081	2,683	31,748	113,679
イベントスペース	30,555	51,365	73,733	9,583	6,050	5,440	5,500	8,398	5,220	8,620	4,600	7,250	8,240	7,420	6,460	82,781	238,434
合計	275,243	566,521	674,256	60,622	71,086	58,297	62,500	67,707	62,666	67,261	54,184	64,027	59,905	56,559	58,260	743,074	2,259,094
一日当たり平均	1,521	1,569	1,852	2,021	2,293	1,943	2,016	2,184	2,089	2,170	1,806	2,134	1,997	2,020	1,879	2,047	1,780

2. 売上状況

(税込・単位:千円)

	25年度計	26年度計	27年度計	H28.4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	28年度計	累計
ショップ	60,616	103,695	142,438	11,655	14,398	12,718	10,445	10,637	13,042	11,567	11,248	16,637	11,990	11,445	13,531	149,313	456,062
レストラン	46,030	96,513	106,107	7,596	8,598	9,659	10,542	9,859	9,903	9,216	9,354	11,349	8,152	7,592	12,277	114,100	362,750
合計	106,646	200,208	248,546	19,251	22,996	22,378	20,987	20,496	22,945	20,783	20,603	27,986	20,143	19,037	25,808	263,412	818,812
一日当たり平均	589	555	683	642	742	746	677	661	765	670	687	933	671	680	833	726	645

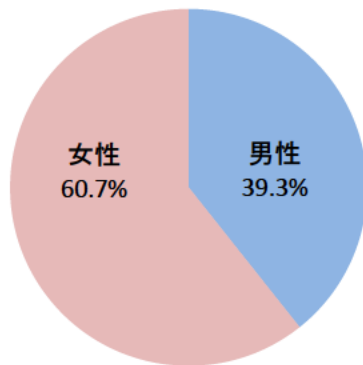
* 数値は速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。

* 端数処理の関係上、合計が一致しない部分があります。

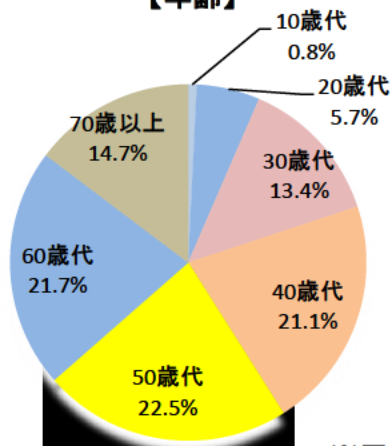
【来館者の属性】

- 男女比率は女性が約6割、年代別では40～60歳代が全体の約3分の2を占めています。
- 首都圏居住者が約91%を占めています。
- リピーター率（2回以上来館された方の割合）は53%で、一定のリピーターを確保しています。

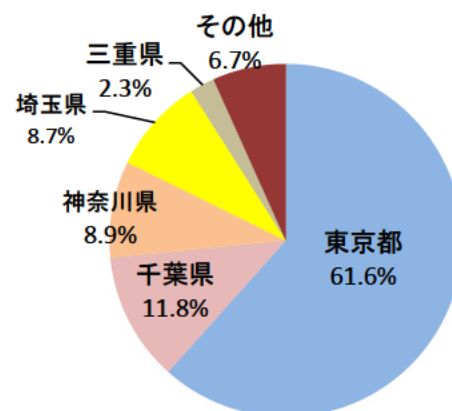
【性別】



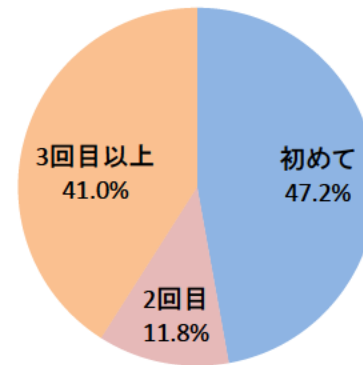
【年齢】



【住まい】



【来館回数】



※平成28年度「三重テラス」来館者アンケート調査による集計結果〔H28.12実施〕
（無回答を除いた数を基数として計算）

回答者数：ショップ 303人、レストラン 105人、イベントスペース 372人

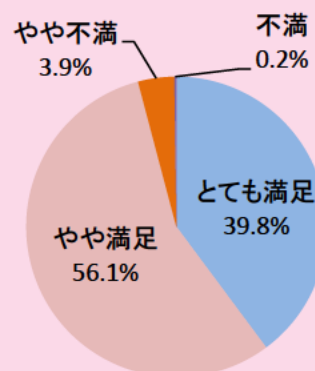
FUNCTION

三重の魅力の情報発信

【買う（1階 ショップ）】

- 取扱商品の公募・選定を行い、取扱商品は常時約1,300点
- 伊勢志摩サミット、オープン3周年、季節や歳時にきめ細かく対応した売り場構成や陳列
- 県内各地の銘菓や旬の農産物等の特別販売商品や季節商品の取り揃えの充実
- お中元・お歳暮などの贈り物や生鮮品等の需要に対応したカタログギフト販売の実施
- 2階イベントスペースにおける、県、市町等主催イベントと連動したスポット的な関連商品販売、POP掲出による販売促進
- 真珠の免税販売や英語表記による商品案内など、外国人来館者への対応

【ショップ満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると95.9%が満足しており、高水準を維持しています。

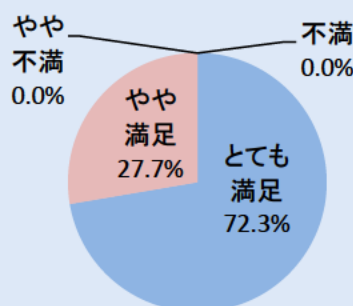


伊勢志摩サミット
応援ありがとうキャンペーン

【食べる（1階 レストラン）】

- 三重の「採れたて」の「旬の食材」を、素材の良さを生かせる「三重・イタリアン」スタイルで提供
- 伊勢海老や松阪牛、はまぐりなどの旬や郷土色を生かしたメニューの開発・提供
- 伊勢志摩サミットにちなんだ特別メニューの提供
- Webによる予約管理システムの運用や早割・遅割プランの導入等による利便性の向上
- 近隣企業等へのパーティプランの利用促進PR

【レストラン満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると100%が満足しており、高水準を維持しています。

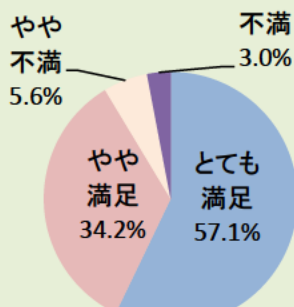


黒トリュフ香る
松阪牛のローストビーフ丼

【体験する（2階 イベントスペース）】

- 三重の魅力の情報発信の場として、三重テラス企画の催事をはじめ、県、市町、商工団体等が主催するセミナー、展示、商談会等の多彩なイベントを開催（開催件数：180件、稼働率：90.4%）
- ショップやレストランと連動した特産品の紹介や県産食材を使ったケータリングを展開
- 伊勢志摩サミットやお伊勢さん菓子博2017に関連したイベントの開催

【イベントスペース満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると91.3%が満足しており、高水準を維持しています。



COOL MIE スペシャルトークライブ &
伊勢海老漁解禁！イベント（H28.9）

首都圏での販路拡大にむけた「出口」として県内事業者支援

県内の生産者、販売事業者が、首都圏での販路拡大をはかる「出口」として三重テラスを活用していただけるよう、ショップでの販売を通じた商品のブラッシュアップや、イベントスペースにおける商談会等を通じた販路拡大など、県内事業者の支援に取り組みました。

- ショップでの販売を通じた商品のブラッシュアップ(64件)、オリジナル商品の開発(52件)、テストマーケティング(86件)
 - イベントスペースにおける商談会等の実施による販路拡大(13件)
 - 日本橋関係者、応援店舗等に対する営業活動による販路拡大(115件)
- ※すべて件数はオープンからの累計



三重県観光マッチング交流会(H29.2)

三重に関わる人々のネットワークの拡大

三重テラスの活用、三重県・三重テラスの情報発信等にご協力いただけるネットワークとして、個人会員の「三重の応援団」、法人会員の「三重の応援企業」、三重県産品の取扱いや情報発信にご協力いただく「三重の応援店舗」の加入促進を行いました。また、日本橋地域の企業・団体等との連携による取組を展開しました。

- 登録数:三重の応援団 4,085人、三重の応援企業 84社、三重の応援店舗 115店、三重テラスショップカード会員 4,919人 ※すべてオープンからの累計
- 日本橋地域でのイベント(リオ・オリパラパレード)・まつり(福徳市など)など多様な機会を活用した情報発信、日本橋地域6館のアンテナショップ連携による企画の実施



リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックメダリストパレード観覧(H28.10)

伊勢志摩サミット開催を契機としたPR

伊勢志摩サミット開催の前後に、テレビ番組で三重テラスが取り上げられたことから、首都圏における認知度が高まりました。このサミット効果を生かすため、イベントスペースでサミットにちなんだ各種イベントを開催したほか、ショップではサミットで提供された商品の販売、レストランではサミット記念メニューを展開するなど、様々な手法により三重の魅力の発信に努めました。



伊勢志摩サミット写真展&伊勢志摩観光展(H28.6)

平成29年度の運営方針

平成29年度の三重テラスの運営にあたっては、これまでの「三重テラス」の取組の成果や課題をふまえ、4つの指標の数値目標の達成と質的な改善をめざし、次の運営方針のもとに事業を展開します。

1. サミットのレガシーや菓子博等のビッグイベントを生かした効果的な情報発信等による集客強化

- ① 重点テーマを「食・文化」とし、テーマ性を持った企画の展開や、デザイナーなどクリエイティブ層とのコラボレーションによる情報発信のブラッシュアップ、企業との連携によるイベント開催等を通じた魅力発信の促進
- ② 接客力の向上などリピーターや目的客の確保に向けた対策の実施
- ③ 海外への情報発信や外国人観光客をターゲットとした対応の推進

2. 県内企業・事業者のチャレンジ支援

- ① 三重ならではの魅力ある商品の発掘・出品・ブラッシュアップの支援、県内事業者へのフィードバック機能の強化
- ② テーマ性を持った商談会や応援店舗等への営業活動を通じた販路拡大

3. 首都圏ネットワークの拡大・強化と連携

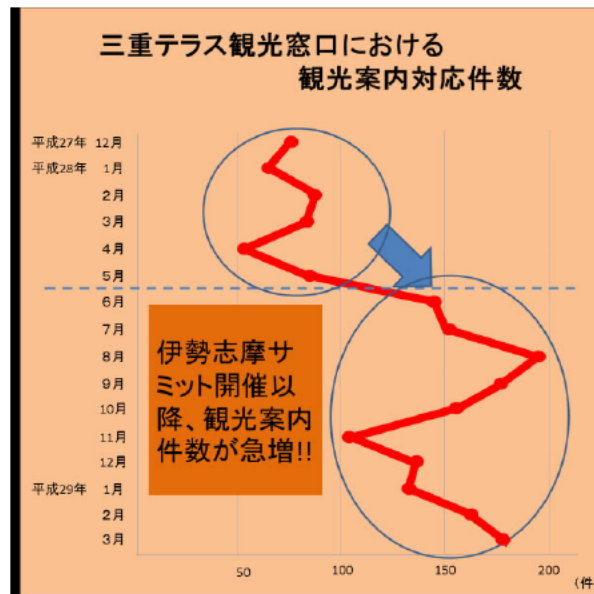
- ① ネットワークと三重ファン層の拡大及び会員との親密な関係性の構築
- ② 日本橋地域の団体や他のアンテナショップとの相互連携による発信力強化

4. 戦略的な広報活動の充実

- ① ターゲットを明確化したメディアへの情報提供や、SNSの一層の活用など情報発信力の高い媒体・人・手法による戦略的な情報発信の強化

5. 市町・商工団体等関係団体とのさらなる連携

- ① 市町や関係団体等との一層の情報共有の推進
- ② 企画立案、告知・集客等の連携による効果的なイベント実施の支援



三重テラスを舞台として、さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていきます。

平成29年3～4月の取組状況（速報）

「お伊勢さん菓子博2017」の開幕を目前に控え、ショップでは、菓子博関連の商品によるディスプレイを展開し、イベントスペースでは、菓子博PRコーナーを設置したほか、菓子博を紹介するイベントを実施しました。

また、ショップでは、生産者による試食販売を頻繁に実施するとともに、週末はショップスタッフにより、商品を焼く・炒める・炊くなど、一手間かけた試食を店内入口で実施することで、来店を促しました。

イベントスペースでは、四日市萬古焼や鈴鹿墨といった三重県の伝統工芸品を紹介するイベントや、鈴鹿サーキットで開催されたモータースポーツのイラスト展&トーク、三重県出身の絵本作家・浦中こういちさん原画展など、バラエティーに富んだイベントを実施して、幅広く三重の魅力を発信しました。



「お伊勢さん菓子博2017」の開催に向けたディスプレイ展開

イベントスペース



- ise-chaのある生活～ise-chaを彩る茶器とともに（3月11日～12日）
- 100種類以上の四日市萬古焼の急須や湯飲みなどの展示・販売のほか、自分が気に入った萬古急須で淹れた伊勢茶の試飲体験も実施〔625名来場〕



- お伊勢さん菓子博2017開催記念 三重のお菓子めぐり展～地元の愛されスイーツ&スナック～（4月16日～5月14日）
- 4月21（金）から23日（日）の間は、2階イベントスペースにおいて、赤福特別販売のほか、菓子博でしか味わえない・買えないお菓子の試食・販売を実施



- 日本橋エリア 日本酒利き歩き（4月16日）
- 第5回日本橋エリア 日本酒利き歩き2017に参加。参加店を巡り、楽しむ利き酒イベントの特設会場として開催〔3,220名来場〕

ショップ

- 「お伊勢さん菓子博2017」の開催を控え、店舗正面の陳列棚に、菓子博にちなんだ商品によるディスプレイを展開。
- 土、日は日替わりで、関東エリアでは手に入りにくい三重の銘菓を限定販売。
- 旬の柑橘類を毎月販売。3月はせとか、文旦、4月は木成り甘夏、セミノールなど。
- キリンビールが地域限定発売する「一番搾り 三重に乾杯」を特別販売。



4月の旬の柑橘類

レストラン

- 三重の地酒の四合瓶を販売開始。これにより、レストランの地酒ラインナップは、ボトル、グラス売り合わせて計22種に拡大。
- ポルトガルから2組の生産者を招き、生産者と三重テラスシェフとの一夜限りのコラボレーションディナー「ワインメーカーズディナー」を開催(4/13)。
- 春の歓送迎会プラン向けのサービスとして、メッセージ付きドルチェプレートを提供や、イタリアンスパークリングワインボトルのプレゼントを実施。



三重の地酒(四合瓶)