

## I 首都圏営業拠点「三重テラス」の概況

▶ 首都圏営業拠点「三重テラス」は、東京日本橋に平成25年9月に開設し、8年余りが経過しました。令和3年10月2日には来館者450万人を達成し、11月末までの累計来館者数は4,582,560人となっています。

### 1 所在地等

- ・ 住所: 東京都中央区日本橋室町二丁目4-1
- ・ 占有: 135.08坪(446.55㎡) (1階 62.70坪、2階 72.38坪)

### 2 運営体制

- ・ 運営主体: 三重県
- ・ 運営事業者: 株式会社アクアプランネット(松阪市)



三重テラス全景

- 2階「イベントスペース」は県が運営、運営事業者が協力・連携
- 1階「ショップ」「レストラン」は運営事業者が運営

## II 設置目的・機能

▶ 三重テラスは、三重の「食」や「観光」、「歴史」、「伝統」、「文化」などさまざまな魅力の効果的な情報発信や、「三重ファン」の積極的な拡大、県産品の販路拡大や誘客の増加をめざしています。

### 1 基本コンセプト

- ① 三重の文化にふれてもらうおもてなしの場
- ② 三重への旅のきっかけ、準備を提供する場
- ③ 三重への共感を呼ぶ三重ファンづくりの場
- ④ 三重県民、県出身者などが「自分ごと」として活用できる場



三重テラス8周年記念ディスプレイ

### 2 基本的機能

- ① 「食を提供する機能」
- ② 「商品を買っていただく機能」
- ③ 「三重の魅力を体験できる機能」
- ④ 県内への「誘客・集客機能」
- ⑤ 県内企業を支援する「トライアル機能」
- ⑥ 三重に関わる人々を増やしていく「ネットワーク機能」



三重の宝箱 お正月おせち

### 3 三重テラス第2ステージ めざすべき方向性

- (1) 三重のイメージアップにつながる魅力的な商品ラインナップと店舗づくり
- (2) 首都圏での新たな販路拡大につなげるための営業活動の展開
- (3) 三重の旬、季節や歳時などタイミングをとらえた情報発信
- (4) 市町・関係団体等、コアな三重ファンとの連携によるイベントの実施

※第1ステージ: 平成25年9月～平成29年度 ※第2ステージ: 平成30年度～令和4年度

## III 運営状況と評価

- ▶ 三重テラスの運営状況を評価するための4つの成果指標については、コロナ禍の影響により、令和2年度は3指標が目標を下回る結果となりました。
- ▶ 来館者数及び売上額は、令和元年度までは上昇基調にありましたが、コロナ禍の影響により、令和2年度は来館者数の対前年度比が47.2%、売上額は55.2%となっています。
- ▶ 一方、コロナ禍で高まった安全・安心への消費者ニーズに対応するため、ECサイトやオンラインイベントによる情報発信など、DXを活用した取組を積極的に進めています。

### 1 成果指標の状況

(令和3年11月末現在)

#### 指標①: 三重の魅力体験者数

(三重テラス来館者のうち、県産品の購入(ショップレジ客数)、県産食材の飲食(レストラン利用者数)、観光案内の利用やイベントスペースへの入場(2F来館者数)など、三重テラスの利用により、三重の魅力を体験していただいた人数)

三重の魅力体験者数	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
目標値	17.1万人	18.8万人	17.6万人	21.5万人	21.8万人
実績値	18.5万人	20.8万人	7.6万人	5.2万人	-

※進捗率 24.2%

#### 指標②: 商品開発・販路拡大件数

(三重テラスを活用した新たな商品の提案、首都圏での営業活動の展開等により、商品開発や販路拡大につなげることができた件数)

商品開発・販路拡大件数(累計)	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
目標値	455件	750件	900件	1,050件	1,200件
実績値	606件	969件	1,167件	1,295件	-

※進捗率 123.3%

#### 指標③: メディア掲載件数

(三重テラスの関連記事が、首都圏のメディア(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、Webニュース)に掲載された件数)

メディア掲載件数	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
目標値	60件	70件	80件	70件	60件
実績値	112件	122件	57件	47件	-

※進捗率 67.1%

#### 指標④: 三重ファン連携取組数

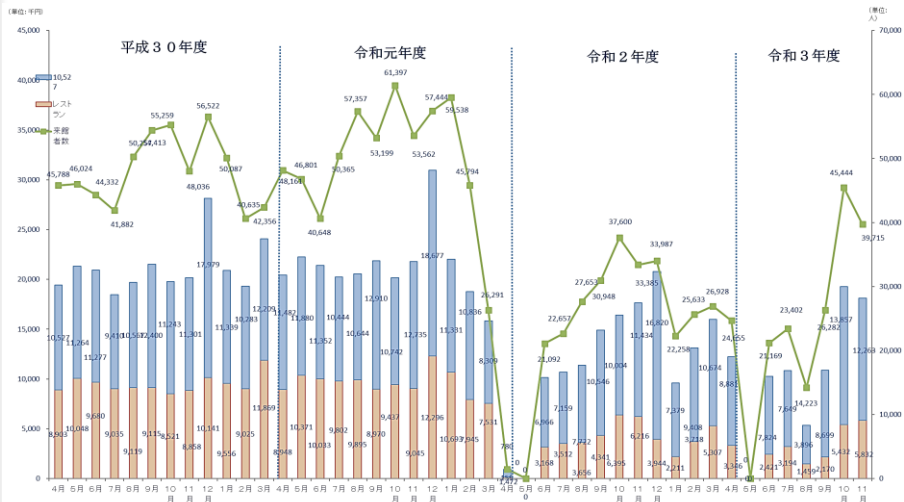
(三重の応援団、応援企業といった三重ファンや県内市町、団体、事業者等と連携した情報発信やイベントの実施等により、三重の魅力発信に取り組んだ件数)

三重ファン連携取組数(累計)	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
目標値	240件	485件	735件	990件	1,250件
実績値	294件	612件	686件	736件	-

※進捗率 74.3%

# 首都圏営業拠点「三重テラス」第2ステージの総括評価（中間報告）（2/2）

## 2 来館者数及び売上額の推移



### (1) 来館者数

	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度(4~11月)	第2ステージ計	累計(H25~)
三重テラス来館者	575,591	600,557	283,613	194,858	1,654,619	4,582,560

### (2) 売上額

	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度(4~11月)	第2ステージ計	累計(H25~)
ショップ	139,839	141,342	98,891	63,069	443,141	1,036,984
レストラン	114,463	114,967	42,628	23,854	295,912	764,118
合計	254,302	256,310	141,519	86,923	739,054	1,801,102

※1 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。  
 ※2 端数処理の関係上、合計が一致しない部分があります。

## 3 安全・安心への消費者ニーズに対応した取組の状況

### (1) 三重テラス オンラインショップ

▶ 三重テラス公式通販サイト「三重テラス オンラインショップ」による三重県産品の販売（令和2年6月から）

### (2) ショップにおけるサービスの提供

▶ WEB来店システム、混雑状況表示システム（令和3年1月から）

### (3) レストランにおけるサービスの提供

▶ 二酸化炭素濃度等の測定およびモニタリングの実施。ウイルスを不活性化するための紫外線照射装置の設置（令和3年5月から）

### (4) オンラインイベントの開催

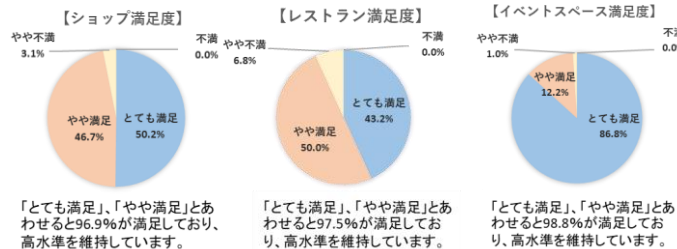
▶ ZoomやYouTube等を用いたオンラインセミナーやオンライントーク等のイベントを積極的に開催



日本橋忍者学校「オンライン忍者人形色付け教室」(R3. 8)

## 4 来館者アンケート結果 (R3.1)

▶ 令和3年1月に実施した来館者アンケートの結果、来館者満足度は、ショップ・レストラン・イベントスペースとも、高水準を維持しています。  
 ▶ リピーター率（2回以上来館した方の割合）は過去3年で最高の64.7%となりました。



## 5 市町・商工団体、県内事業者、日本橋関係者からの評価

### (1) 市町・商工団体

- ・ コロナ禍を経て多様化した情報発信手法を活かした新たな取組に期待。
- ・ 市町単位では知名度や集客力が乏しいため、広域的なPRができることより効果が高い。
- ・ コアな三重ファンとの連携により町の関係人口創出のきっかけとなることを期待。
- ・ 首都圏の販路開拓に向けて県主導の取組に期待。

### (2) 県内事業者

- ・ 日本橋という立地の良さが、商品のブランドアップに貢献している。
- ・ 三重テラスに出品したことにより、首都圏での新たな取引につながった。
- ・ 生産者の声を直接お客様に届けられる機会がもっとあれば嬉しい。

### (3) 日本橋関係者

- ・ 歴史的な繋がりのある三重の営業拠点が日本橋にあることは、日本橋地域にとっても価値がある。
- ・ 8年間、日本橋で続けてきた大きな実績がある。各県のアンテナショップがある中でも特別な存在として受け入れさせていただいている。



桑名もち小麦収穫祭 (R元. 6)

## 6 費用対効果

- ▶ 三重テラス第2ステージの運営に要した費用（H30年度～R3年度）は **約5億4,200万円**
- ▶ ショップ・レストラン・イベントスペースの運営、メディア露出、販路拡大等の取組実績をもとに、同期間の三重テラス運営によって発生した県内への経済効果を測定したところ、**顕在化した経済効果は約21億4,400万円**  
 ※ 将来的な経済効果を含めた経済効果は **約29億5,100万円**
- ▶ **顕在化した経済効果にかかる費用対効果は約4倍（3.96倍）**  
 ※ 将来的な経済効果を含めた経済効果にかかる費用対効果は **約5.4倍**

### 第2ステージの運営に要した費用

	第2ステージ				計	
	H30	R1	R2	R3		
人件費（職員分）	35,692	35,675	36,435	36,435	144,237	
運営管理費	94,859	96,456	93,029	96,213	380,557	
うち施設賃借料	68,913	68,913	68,913	68,913	275,652	
事業活動費	5,674	4,670	2,542	4,240	17,126	
計	136,225	136,801	132,006	136,888	541,920	
財源	借費	123,800	122,588	118,235	127,384	492,007
	納付金	6,750	12,239	12,228	7,921	39,138
	その他	5,675	1,974	1,543	1,583	10,775

※1 令和2年度までは決算ベース。令和3年度は当初予算ベース。  
 ※2 納付金について、平成30年度は、売上（税抜）の3%、令和元年度から、売上（税抜）の3.3%と1階の間貸借料の1割（446.9万円）の合計。

### 第2ステージにかかる経済効果

区分	効果		合計
	直接経済効果	間接経済効果（波及効果）	
顕在化した経済効果			
直接経済効果	ショップ売上	2.90	4.70
	レストラン売上	2.18	2.18
	観光誘客	1.00	1.00
	ファンシティ効果	1.61	1.61
間接経済効果（波及効果）	ショップ売上	1.26	10.66
	レストラン売上	0.99	1.26
	観光誘客	0.94	0.99
	商品開発効果	0.77	0.94
	販路拡大効果	3.53	0.77
	メディア露出	0.68	3.53
	情報発信	0.89	0.68
	催事による情報発信	0.89	0.89
合計			21.44
将来的な経済効果			
直接経済効果	将来売上効果	2.49	5.76
	将来飲食効果	1.54	1.54
	将来観光効果	1.74	1.74
間接経済効果（波及効果）	将来売上波及効果	0.85	2.31
	将来飲食波及効果	0.67	0.85
	将来観光波及効果	0.79	0.67
合計			8.07
総合計			29.51

※1 令和3年9月～令和4年3月分については予測値として算出。  
 ※2 端数処理の関係上、合計が一致しない部分があります。