

三重テラスの運営状況について

(平成26年度実績 & 平成27年3~4月の取組状況)



MIE TERRACE

- ・平成26年度の来館者数は 566,521人、平成25年9月28日のオープン以降の来館者数累計は 841,764 人となりました(平成27年3月末現在)。
- ・平成26年度のショップ・レストランの売上の合計額は 199,954千円でした。
- ・平成26年度のメディア掲載による広告換算効果は、約3億1千5百万円でした。
- ・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26年度実績

※ 数値はH27.3末現在(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26年度の目標値を達成しました。

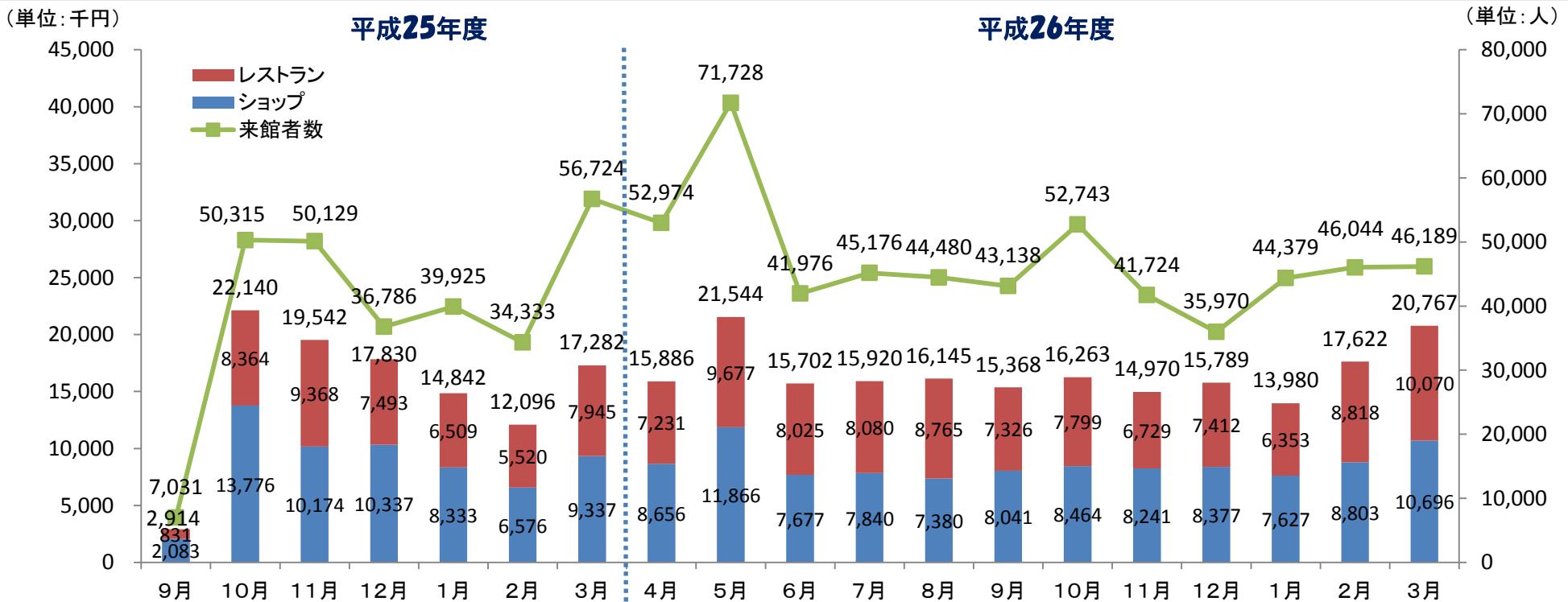
- 来館者数 566,521人(目標値 26.4万人)
- 商品開発や販路拡大につながった件数(累計) 67件(目標値 50件)
- 三重テラスサポート会員数(累計) 4,551人(目標値 4,490件)
- メディア掲載件数 60件(テレビ 17件、ラジオ 11件、新聞 6件、雑誌 26件)(目標値 30件)

【成果指標の目標数値の見直し】

➢ 平成26年度実績等をふまえ、平成27年度目標数値の見直しを行いました。

- 来館者数 29万人→58万人
- 三重テラスサポート会員数(累計) 7,890人→7,020人

DATA



1. 来館者状況

	H25.9~H26.3	H26.4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	26年度計	累計
ショップ	227,655	46,894	62,688	35,963	38,047	37,716	36,974	43,024	35,581	29,602	35,494	38,536	40,320	480,839	708,494
レストラン	17,033	3,015	4,025	3,173	3,139	3,489	2,924	2,544	2,468	2,298	2,315	2,438	2,489	34,317	51,350
イベントスペース	30,555	3,065	5,015	2,840	3,990	3,275	3,240	7,175	3,675	4,070	6,570	5,070	3,380	51,365	81,920
合計	275,243	52,974	71,728	41,976	45,176	44,480	43,138	52,743	41,724	35,970	44,379	46,044	46,189	566,521	841,764
一日当たり平均	1,521	1,766	2,314	1,399	1,457	1,435	1,438	1,701	1,391	1,240	1,530	1,644	1,490	1,569	1,553

2. 売上状況

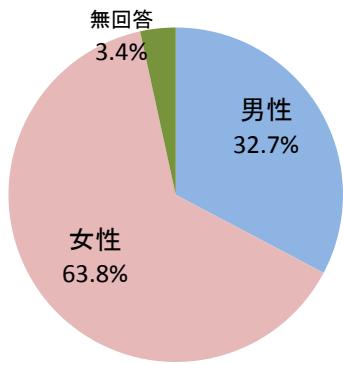
	H25.9~H26.3	H26.4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	26年度計	累計
ショップ	60,616	8,656	11,866	7,677	7,840	7,380	8,041	8,464	8,241	8,377	7,627	8,803	10,696	103,669	164,285
レストラン	46,030	7,231	9,677	8,025	8,080	8,765	7,326	7,799	6,729	7,412	6,353	8,818	10,070	96,286	142,316
合計	106,646	15,886	21,544	15,702	15,920	16,145	15,368	16,263	14,970	15,789	13,980	17,622	20,767	199,954	306,601
一日当たり平均	589	530	695	523	514	521	512	525	499	544	482	629	670	554	566

※ 速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。

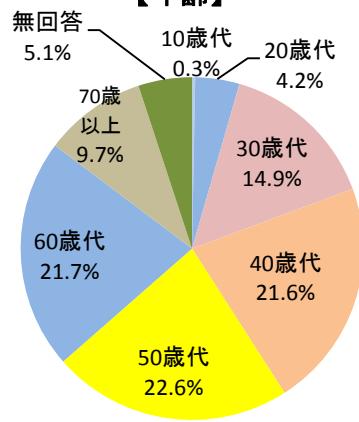
【来館者の属性】

- 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9割を占めています。
- リピーター率（2回以上来館された方の割合）は43%で、昨年度の29%から14%増加しており、一定のリピーターを確保しつつあります。

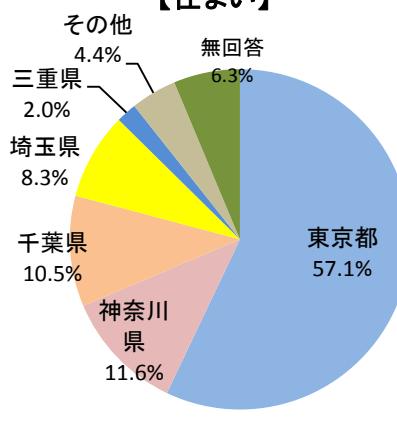
【性別】



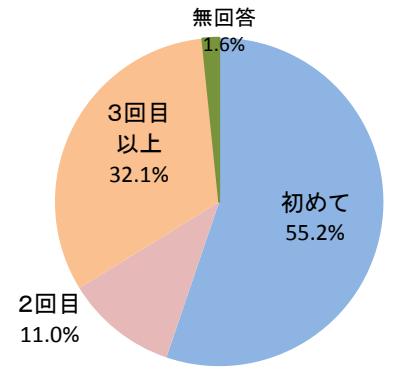
【年齢】



【住まい】



【来館回数】



※平成26年度「三重テラス」来館者アンケート調査による集計結果（H27.2実施）
回答者数： ショップ 330人、レストラン 75人、イベントスペース 267人

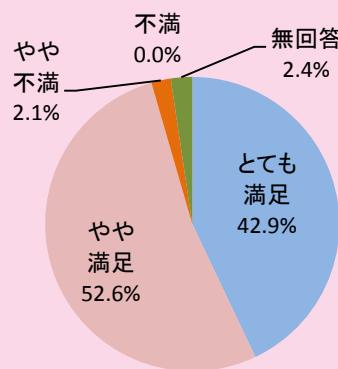
FUNCTION

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、常時約1,100商品を取り扱い
- 桜、熊野古道、夏の涼、銘菓街道、年越しなどの季節や歳時にきめ細かく対応した売り場構成
- POPによる商品の特徴や産地、生産者等に関する商品説明の充実
- 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
- 試食・試飲等の対面販売の強化
- 期間限定で青果等を販売するマルシェの実施
- 2階イベントスペースにおける、県、市町、商工団体等主催イベントと連動したスポット的な商品販売、POP掲出による販売促進

【ショップ満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると95.5%が満足しており、昨年度の結果より16.2%上昇しています。



三重マルシェ

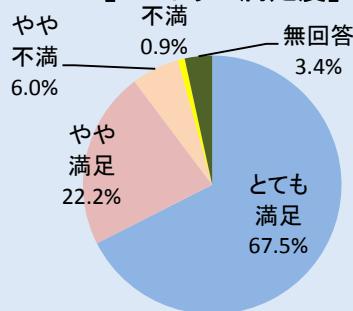


お中元ギフトの販売

【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
- 伊勢エビや牡蠣、松阪牛などの旬や郷土色を生かしたメニューの展開、黒板メニューの提供
- 日本テレビ「ぐるぐるナインティナイン ゴチになります！」の舞台として自治体アンテナショップとして初めて登場（H27.2）

【レストラン満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると89.7%が満足しており、昨年度の結果より6.0%下降しています。

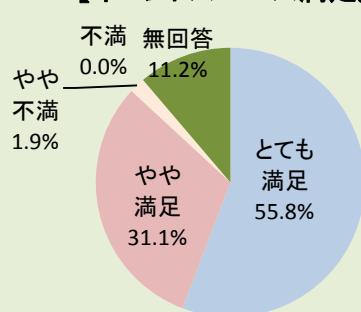


パーティーメニュー（イメージ）

【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、商談会などの多彩なイベントを開催（開催件数：191件、稼働率：84.6%）
- ショップやレストランと連動した特産品の紹介やケータリング等を積極的に展開

【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86.9%が満足しており、昨年度の結果より5.0%上昇しています。



キャンドルづくりワークショップ（H26.12）

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」として活用していただく場となるよう、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(15件)、オリジナル商品の開発(29件)、テストマーケティング(42件) ※件数はオープンからの累計
- 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(8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(15件)



1周年記念商品(松阪木綿・伊勢木綿)

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」を制度化し、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 2,069人、三重の応援企業 64社、三重の応援店舗 67店、三重テラスカード会員 1,587人 ※オープンからの累計
- イベントスペースにおける「三重の応援団のつどい」の開催
- 日本橋地区でのイベント・まつり等(橋の打ち水大作戦、日本橋・京橋まつりなど)多様な機会を活用した情報発信、キーパーソンとの連携による企画の実施
- 島根県、奈良県、福島県の近隣アンテナショップとの連携によるスタンプラリー、マルシェ、バル等の共同開催
- 御嶽噴火・神城(かみしろ)断層地震復興支援の取組として、長野県アンテナショップとの連携による「物産・観光展」、「復興応援パネル展」等の開催
- 地元飲食店や日本橋料理飲食業組合等と連携した食材フェア、座談会等の開催



伊賀産フードビジネスマッチングフェア(H26.11)



三重の応援団のつどい(H26.10)

平成27年度の運営方針

平成27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. 効果的な情報発信による訴求力の向上

- ① 「食・文化」を重点テーマとし、テーマ性を持った企画の展開
- ② 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 魅力ある商品の発掘・出品・ブラッシュアップの支援
- 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と連携

- ① ネットワークと三重ファン層の拡大およ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、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連携の強化

- 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



4月のショップ正面陳列

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27年3～4月の取組状況（速報）

3月は日本橋地域での「桜フェスティバル」による賑わいととも、2月の「ゴチになります！」放映による集客効果も継続し、活気のある月となりました。

ショップでは、春の行楽に適した商品（菓子類、お酒、小物等）や旬を迎えた生あおさ、小女子（こうなご）等の三重の春を感じる商品の提案を積極的に行っています。

4月18日には、日本橋地域における利き酒イベントの特設会場として催しを行い、1日に約6千人という記録的なご来館をいただきました。

日本橋の集客力が高まる時期になり、来館された方々に次も来ていただけるような運営に努めています。



「日本橋エリア 日本酒利き歩き」の賑わい（4月18日）

イベントスペース



- 伝統と革新 ～三重グッドデザインと三重の宝～（3月7日～8日）
- 三重グッドデザイン商品などの展示、真珠のアクセサリーづくり講座、知事と三重県内の職人とのトークセッション、伝統工芸品、真珠の新商品の紹介等を実施〔90名来場〕



- 花・風・水・森 きらめくいなべ市フェア（3月20日～22日）
- ランドネ山大学の講師による山の楽しみ方等についてのトークショー、ユニクロのCMにも出演する彫刻家はしもとみおさんのトークショー・ワークショップ等を実施〔370名来場〕



- 日本橋で岩登り。体験チャレンジ！BOULDERING!（3月25日～27日）
- 三重テラス2階イベントスペースに人工の岩を設置し、子供と女性を対象としたボルダリングイベントを実施。長永スポーツ工業株式会社と共催〔510名来場〕

ショップ

- 春を感じさせるディスプレイの展開。春の行楽に適した商品（菓子類、お酒、小物等）の提案
- 「日本橋桜バル2015」への参加によるショップ桜バルセット（菓子と酒のパッケージ商品）の販売
- 旬の「生あおさ」の限定販売
- 「ゴチになります！」紹介商品の「ソマカツオの塩切」、「伊勢湾産の小女子（こうなご）」等の積極的な販売
- 対面による試食販売の実施（2/28～3/1 渡利かきのオリーブオイル漬け、伊賀漬等）



春を感じさせるディスプレイ

レストラン

- 「ゴチになります！」放映記念メニューの提供
- 伊勢海老、松阪牛などの食材を使用したパーティプランの展開
- 「桜バル」への参加によるレストラン桜バルメニュー（桜鯛のカルパッチョと酒）の提供
- 応援企業等へのパーティプラン利用促進PRの実施



レストラン桜バルメニュー