

## （５）首都圏営業拠点「三重テラス」について

首都圏営業拠点「三重テラス」は、平成 25 年 9 月の開設以来、首都圏における三重の認知度を向上させるため、市町や関係団体等と連携を図りながら、ショップ、レストラン、イベントスペースの機能により、三重の食や観光、歴史、文化などさまざまな三重の魅力情報を発信し、誘客の促進、県産品の販路拡大、「三重ファン」の拡大に取り組んできました。令和 4 年 2 月末までの累計来館者数は 4,676,446 人となっています。

今年度は三重テラス第 2 ステージの 4 年目となることから、成果指標の状況のほか、来館者、市町・商工団体、県内事業者等からの評価やこれまでの取組にかかる費用対効果の検証等を行い、アドバイザリーボードにおいて有識者からの評価・助言もいただきながら、今後の方向性について検討した結果を総括評価（最終報告）としてとりまとめました。

### 1 三重テラス第 2 ステージの総括評価（最終報告）

三重テラス第 2 ステージの総括評価（最終報告）の内容は、別紙 1 のとおりです。

### 2 第 3 ステージに向けてめざすべき姿

本総括評価における検証結果をふまえ、令和 5 年度以降も三重テラスの運営を継続する必要があると考えています。

第 3 ステージ（令和 5～9 年度）に向けて、これまでの三重テラスの運営実績や現状における課題等をふまえ、めざすべき方向性を以下のとおり整理しました。引き続き注力すべき事項、改善が必要な事項、そして、それらのために必要な機能の見直し等について、さらなる検討を進める必要があります。

#### （１）三重への誘客機能の強化

- ・「三重への旅のきっかけ、準備を提供する場」として、来館者に三重を体験していただくことにより、三重への来訪意欲を高めていただける機能をより強化します。
- ・観光キャンペーン等に対応した詳細な案内や個人の旅行ニーズにワンストップできめ細かな対応が可能なコンシェルジュの配置について検討を進めます。

#### （２）「三重らしさ」の強力な発信

- ・引き続き、東京・日本橋という地の利を生かして、上質かつクリエイティブな「三重の魅力のショールーム」として、季節や歳時に対応した三重の旬の魅力を、商品や食の提供等により効果的に発信します。
- ・一方、若者や家族連れなど、幅広い客層に三重の魅力を知っていただけるような店舗づくりとの両立をめざします。
- ・インフルエンサーによる発信など SNS を活用したタイムリーかつ効果的な情報発信についても積極的に取り組んでいきます。

### **(3) With/After コロナ時代への的確な対応**

- ・オンラインショップや安全・安心の消費者ニーズに対応した取組など With/After コロナ時代への対応を引き続き推進していくとともに、より実効性のあるものとなるようブラッシュアップしていきます。
- ・三重テラスと県内観光地とを結ぶバーチャルトリップなどDXを活用したイベントを推進していますが、オンラインとリアルとのハイブリッドによる情報発信は、With/After コロナ時代においても引き続き主流となると思われることから、より効果的な手法を追求していきます。

### **(4) ネットワーク機能の強化**

- ・引き続きコアな三重ファンとの連携によるイベントを強化していきます。
- ・「三重県民、県出身者が自分事として活用できる場」として、三重県民や三重県出身者の方々が三重テラスを知り、活用していただく機会の創出にも注力していきます。

### **(5) 効率的かつ効果的な運営体制の見直し**

- ・効率的かつ効果的な運営の観点から、県職員が対応する業務の見直しを行うなど、東京事務所との役割分担の整理や費用縮減につながる方策について、検討を行います。

## **3 今後の展開**

令和4年度においては、第3ステージの運営の具体的な方向性について検討を行うとともに、運営事業者の選定、必要な機能の実現に向けたソフト・ハード両面における準備を行います。

具体的には、上期において、第3ステージに必要な機能、成果指標、運営業務の仕様等にかかる検討を行うとともに、適宜、所要の予算の要求を行いたいと考えています。

検討にあたっては、市町・商工団体等からのご意見をふまえるとともに、戦略企画雇用経済常任委員会において、ご説明をしながら進めてまいります。