

三重テラスの運営状況について

(平成27年度実績 & 平成28年3~4月の取組状況)



MIE TERRACE

- ・平成27年度の来館者数は 674,256人、平成25年9月28日のオープン以降の来館者数累計は 1,516,020 人となりました(平成28年3月末現在)。
- ・平成27年度のショップ・レストランの売上の合計額は 248,764千円でした。
- ・平成27年度のメディア掲載による広告換算効果は、約2億3千4百万円でした。
- ・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27年度実績

※ 数値はH28.3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27年度の目標値を達成しました。

○ 来館者数 674,256人(目標値 58万人)

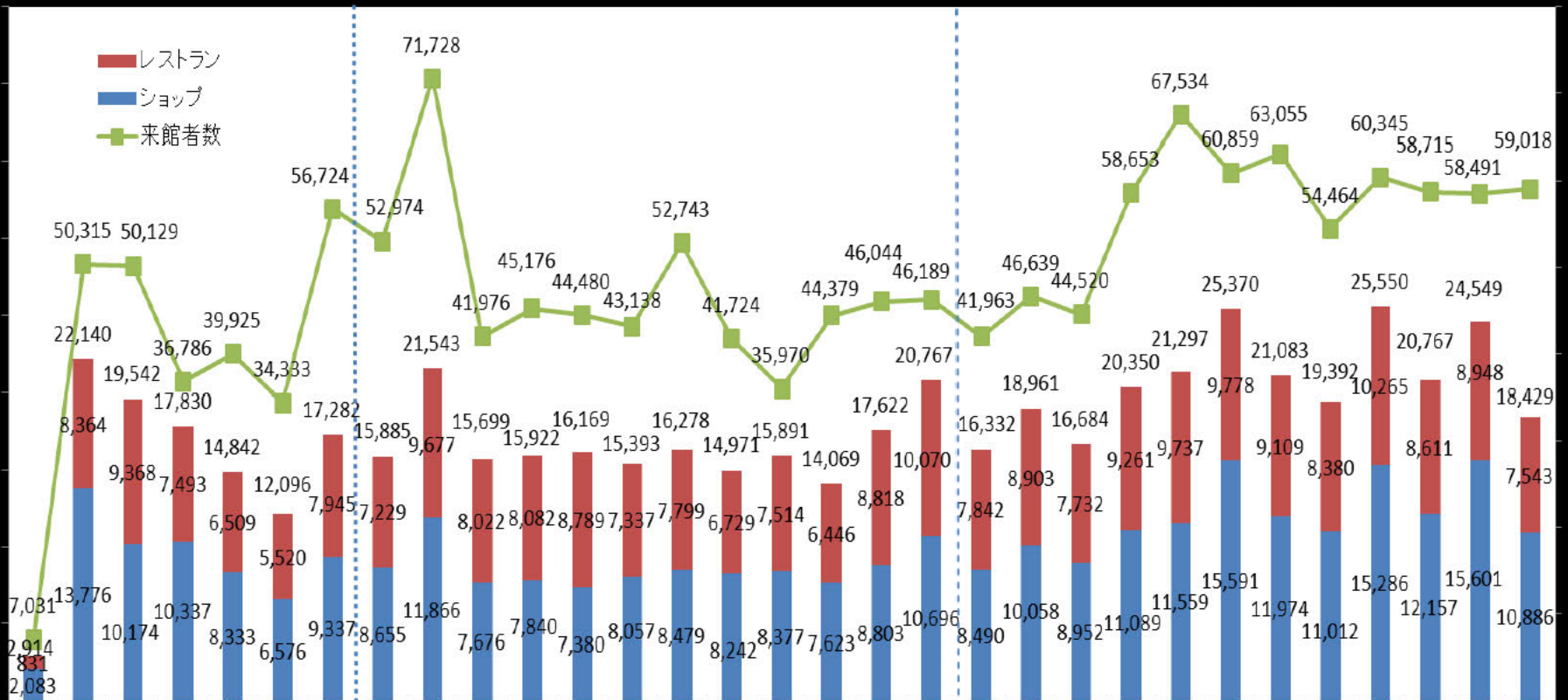
○ 商品開発や販路拡大につながった件数(累計) 113件(目標値 90件)

○ 三重テラスサポート会員数(累計) 7,475人(目標値 7,020件)

○ メディア掲載件数 61件(テレビ 22件、ラジオ 7件、新聞 18件、雑誌 14件)(目標値 30件)

DATA

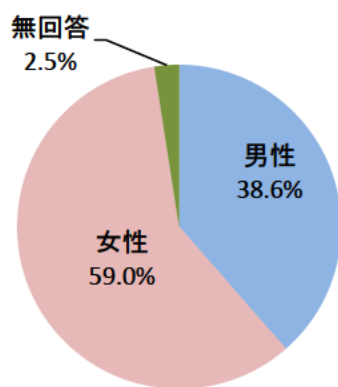
平成27年度



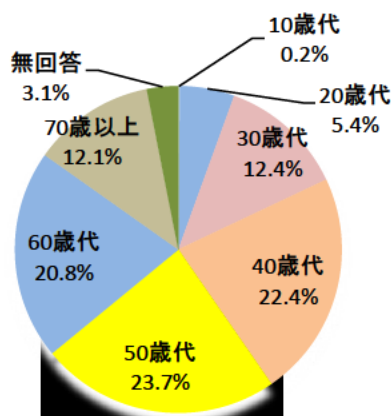
【来館者の属性】

- 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85%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60%で、昨年度の43%から17ポイント増加しており、一定のリピーターを確保しています。

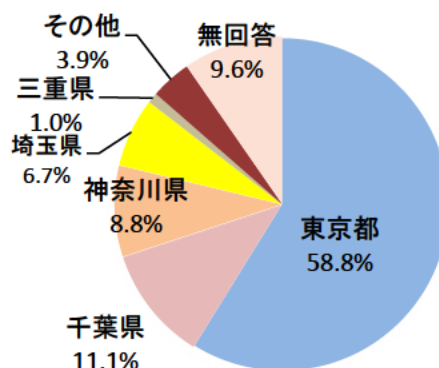
【性別】



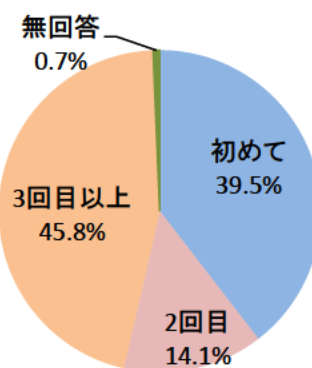
【年齢】



【住まい】



【来館回数】



※平成27年度「三重テラス」来館者アンケート調査による集計結果（H28.2実施）
回答者数： ショップ 303人、レストラン 99人、イベントスペース 210人

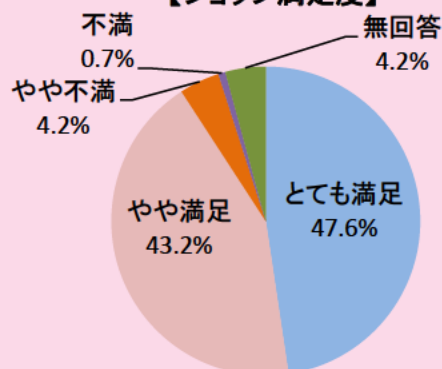
FUNCTION

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
- 伊勢志摩サミット、オープン2周年、季節や歳時にきめ細かく対応した売り場構成
- プレミアム商品券を利用した県産品の販売促進
- 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、動画による商品情報の紹介
- 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積極的な実施
- 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関連商品販売、POP掲出による販売促進
- お客様1人当たりの売上単価は1,784円で前年比20.5%増

【ショップ満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると90.8%が満足しており、引き続き高水準を維持しています。



海の幸をイメージしたディスプレイ

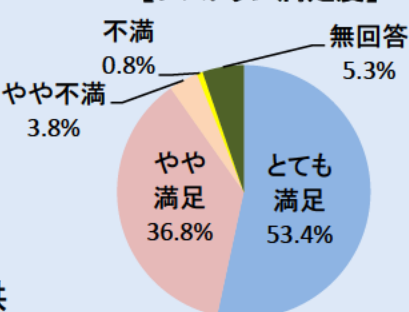


ショップにおける試食販売

【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
- 伊勢志摩サミット開催決定特別メニューの提供
- プレミアム商品券を活用したセットメニューの提供
- 近隣企業等へのパーティプランの利用促進PR
- お客様1人当たりの売上単価は3,470円で前年比23.4%増

【レストラン満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると90.2%が満足しており、引き続き高水準を維持しています。



サミット特別メニュー（「伊勢志摩の宝箱」）

【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：176件、稼働率：92.3%）
- 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
- 伊勢志摩サミット開催決定記念キャンペーン等の実施

【三重の魅力度】

首都圏等における県事業を通じて把握した、三重が魅力ある地域であると感じる人の割合は、三重テラスでの多彩で質の高い情報発信等により、アンケートの結果、目標値60.0%を上回り67.9%となりました。



COOL MIE スペシャルトークライブ（H27.6）

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(32件)、オリジナル商品の開発(39件)、テストマーケティング(73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(11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(31件)
- ※件数はオープンからの累計



パールフェア



伊賀産フードビジネスマッチングフェア(H27.11)

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 3,152人、三重の応援企業 73社、三重の応援店舗 254店、三重テラスカード会員 2,831人 ※オープンからの累計
- 日本橋地区でのイベント・まつり等(神田祭、福徳市など)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
- 伊勢志摩サミット開催を契機としたサミット開催県や伊勢志摩サミット・関係閣僚会合開催県とのスタンプラリーの実施
- 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、商談会等の開催



サミット開催地スタンプラリー(H27.7~8)

平成28年度の運営方針

平成28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. サミット効果を生かした情報発信による集客強化

- 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 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
- 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



ニンニンジャーショー(H27.7~8)

各都道府県のアンテナショップに他のアンテナショップについて尋ねた

- 「気になる」
3位 三重テラス
 - 「展示が上手」
2位 三重テラス
 - 「見習いたい」
3位 三重テラス
- (日経グローバル調べ/H28.3)

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28年3～4月の取組状況（速報）

3月は、日本橋地域における「桜フェスティバル」による賑わいととも、同月24日に三重テラスの来館者数が150万人を迎えるなど、活気のある月となりました。

ショップでは、伊勢志摩サミットの開催を目前に控え、伊勢志摩関連の商品によるディスプレイを展開するとともに、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など、三重の春を感じる商品の提案を積極的に行っています。

また、4月1日より、150万人のご愛顧に感謝して、「来館者150万人感謝キャンペーン」を実施しています。

サミット開催に向けて、三重県の知名度が飛躍的に高まっていることに加え、日本橋地域の集客力も高まっていく時期でもあることから、来館された方々に、次回も来ていただけるような運営に努めています。



「三重テラス来館者150万人感謝キャンペーン」

イベントスペース



○ いなべで“アウトドア&オーガニックライフ”（3月19日～20日）

➢ いなべの魅力である「アウトドア」を、登山やキャンプなどの「レジャー」と、農業や田舎暮らしなどの「ライフ」という2つの観点からPR。19日は、昨秋、竜ヶ岳を登山した、シンガーソングライターの加賀谷はつみさんのライブを実施〔330名来場〕

○ 忍術修行体験 三重テラス（忍者に会おう！忍術を極めよう！in日本橋桜フェスティバル）（3月28日～31日）

➢ 日本橋桜フェスティバルに合わせて、忍者イベントを開催。忍者衣装に試着して、手裏剣術の修行や綱渡り術修行を体験〔758名来場〕

○ 日本橋エリア 日本酒利き歩き（4月16日）

➢ 第4回日本橋エリア 日本酒利き歩き2016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催しを開催〔1,122名来場〕

ショップ

- 伊勢志摩サミットの開催を控え、店舗正面の陳列棚に、伊勢志摩関連商品によるディスプレイを展開
- 旬の「生あおさ」を積極的に販売。また、それに続く生鮮商品として、3月30日から、生はなびらだけの販売を開始
- 平成27年2月放送の「ゴチになります！」で紹介され、人気商品となった「ソマカツオの塩切」を継続的に販売
- 対面による試食販売を実施（3月18日 かつおぶし、3月27日～28日 さくらうどん）



伊勢志摩サミットの開催に向けたディスプレイ展開

レストラン

- 来館者150万人記念メニューとして「三重食材と三重地酒のペアリングディナーコース」を提供。ディナーメニュー「御食つ国(みけつくに)」のそれぞれの料理に合わせて、シェフが選んだ4種の三重の地酒を提供
- 年間を通じて収穫されている、季節の柑橘のオリジナルカクテルを提案。3月は熊野木成り甘夏のカクテルを提供
- 日本橋地域の企業等への歓送迎会プランを提案強化



ディナーメニュー「御食つ国(みけつくに)」