

三重テラスの運営状況について

(令和元年度実績)



MIE TERRACE

令和元年度の実績

※ 数値は令和2年3月末現在の速報値です。

【4つの指標の状況】

➤ 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、目標値を達成しました。

- 三重の魅力体験者数 207,643人 (目標値 188,000人)
- 商品開発・販路拡大件数(累計) 969件 (目標値 750件)
- メディア掲載件数 122件(目標値70件)
(内訳:テレビ 7件、ラジオ 1件、新聞 22件、雑誌 27件、Web 65件)
- 三重ファン連携取組数(累計) 612件 (目標値 485件)

【概要】

- ・平成25年9月28日のオープン以降の来館者数累計は、令和2年3月末現在で4,104,089人となりました。(令和元年度来館者数 600,557人)
- ・令和元年度のショップ・レストランの売上の合計額は 256,310千円でした。
※内訳:ショップ 141,342千円、レストラン 114,967千円(過去最高)
- ・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発信など、184件のイベントを開催しました。

【成果指標】

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	19.1万人	19.5万人	19.8万人
実績値	18.5万人	20.8万人	-	-	-

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	-	-	-

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	-	-	-

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

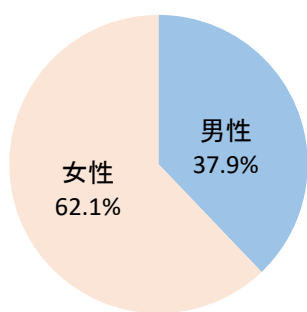
三重ファン連携取組数(累計)	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
目標値	240件	485件	735件	990件	1,250件
実績値	294件	612件	-	-	-

来館者アンケート(抜粋)

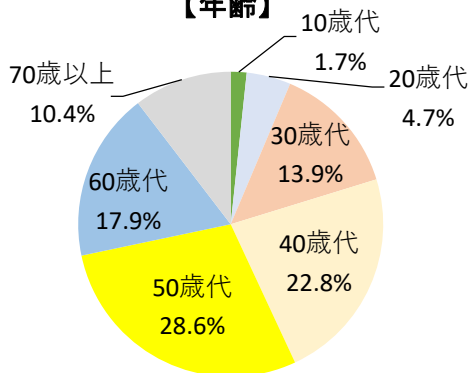
【来館者の属性】

- 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51.4%で、一定のリピーターを確保しています。

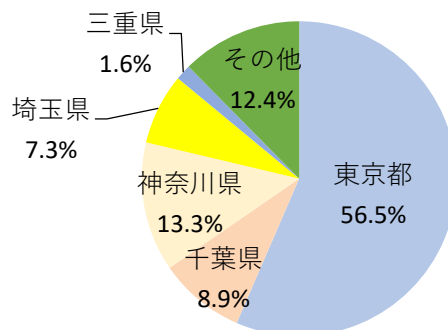
【性別】



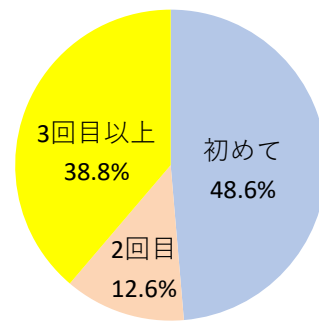
【年齢】



【住まい】



【来館回数】



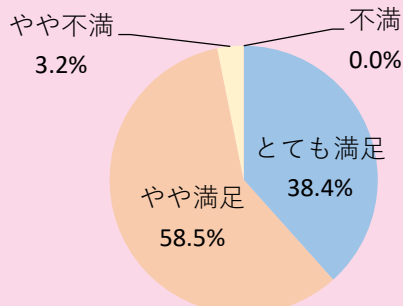
※令和元年度「三重テラス」来館者アンケート調査による集計結果〔R元.12実施〕（無回答を除いた数を基数として計算）
回答者数： ショップ 327人、レストラン 105人、イベントスペース 507人

三重の魅力の情報発信

【買う（1階 ショップ）】

- 常時約1,300点の商品を取り扱い
- 首都圏で手に入れることが難しい商品（銘菓、旬の農産物・柑橘類、生麺タイプの伊勢うどん）を特別入荷販売
- 毎月第3土曜日の「みえセレクションの日」をはじめ県内の高校生によるGAP農産物の試食販売会など、県内事業者等と連携した試飲・試食販売会を強化
- 外国人観光客向けに、お茶の種類・味の説明POPや伊勢えび・松阪牛の解説POPを設置
- 夏の暑い時期に、県産果物の果汁を使用したドリンクや麦茶など三重の飲み物で来館者をおもてなし

【ショップ満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると96.9%が満足しており、高水準を維持しています。

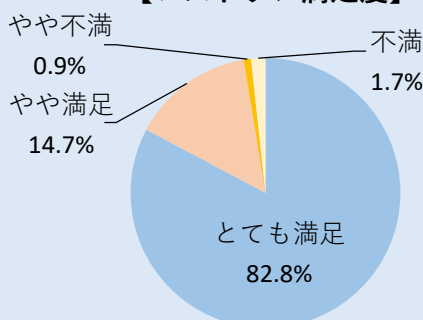


伊勢海老・松阪牛をテーマにした正面棚 (R1.11)

【食べる（1階 レストラン）】

- 三重の「採れたて」の「旬の食材」を、素材の良さを生かすことができる「三重・イタリアン」スタイルで提供
- 県内酒蔵とのコラボイベントの実施やメニューに地酒の取り揃えを拡充するなど、三重の日本酒のPRを強化
- インバウンド対策として翻訳機を導入するとともに、ランチ英語メニューを作成し、店先に掲示
- 「GAPフェア」を開催し、GAP認証食材を使用した特別メニューを展開
- 伊勢海老漁解禁に合わせ伊勢海老フェアを開催

【レストラン満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると97.5%が満足しており、高水準を維持しています。

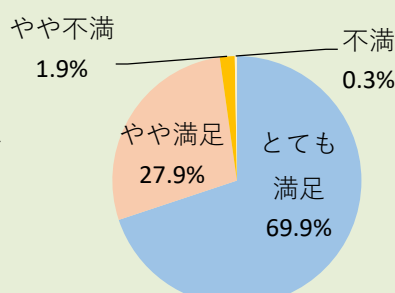


レストランの外国語表記メニュー (R1.5～)

【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（令和元年度稼働率：88.1%）
- 県内企業や団体による利用を積極的に働きかけるなど旬の三重の魅力を、機会を逃すことなく情報発信
- ショップやレストランとの連携による特産品の紹介や企業等によるケータリングサービスの利用を促進

【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97.8%が満足しており、高水準を維持しています。



三重とこわか国体・三重とこわか大会 開催600日前イベント (R2.2.24)

首都圏での販路拡大に向けた「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図る「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、店頭での対面販売、試飲、試食販売の支援、首都圏の百貨店・商業施設の催事などへの出展による商品の販売・PRの実施など、県内事業者支援の取組を実施。

また、中高生が自ら生産した農産物や地域産品を販売し、消費者との触れ合いを通じて地元への理解を深める「学びの場」としても活用。

➤ 令和元年度にイベントスペースで実施された販路拡大イベント

- ・せいわええとこお届けプロジェクト (5/23)
- ・座・みえOKAMI フェスタ(7/7-7/8)
- ・三重クラフトビールの会(7/12)
- ・三重県南部地域 食の展示&商談会 in 東京(9/11-9/12)



せいわええとこお届けプロジェクト
(R1.5.23)

三重に関わる人々のネットワークの拡大

これまで築き上げてきたネットワークのさらなる拡大、深化に向けた取組や、ネットワークを活用した取組を展開。

➤ 首都圏在住の三重ゆかりの方々との連携事例

- ・みえフェス(4/27、6/1、10/14、2/8)
- ・U35みえ Next Action Meeting(9/21、11/21、2/16)
- ・みえクリエイティブ・ラボin Tokyo(8/7、2/4)

➤ 中央区、日本橋地域の企業・団体との連携事例

- ・第7回日本橋エリア日本酒利き歩き2019(4/13)
- ・中央区との連携による熊野古道、伊勢神宮をテーマとした「中央区民カレッジ」の開催(5/15、5/29、10/9、10/23)
- ・三井不動産との連携による「江戸小紋と伊勢型紙～日本橋と三重を結ぶ職人の美意識～」の開催(12/8-12/9)



U35みえ Next Action Meeting
(R1.9.21)

三重テラス第2ステージ めざすべき方向性

1 三重テラスのブラッシュアップ

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 など

2 さらなる販路拡大

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 など

3 効果的な情報発信

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 など

4 ネットワークの強化と協創

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 など

※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(2018年度)～令和4年度

データ

	来館者数 (単位:人)					売上額 (税込み、単位:千円)			
	ショップ	レストラン	イベントスペース	合計	一日当たり平均	ショップ	レストラン	合計	一日当たり平均
H25年度計	227,655	17,033	30,555	275,243	1,521	60,616	46,030	106,646	589
H26年度計	480,839	34,317	51,365	566,521	1,569	103,695	96,513	200,208	555
H27年度計	569,942	30,581	73,733	674,256	1,852	142,438	106,107	248,546	683
H28年度計	628,545	31,748	82,781	743,074	2,047	149,547	114,137	263,684	726
H29年度計	555,353	30,019	83,475	668,847	1,848	137,547	105,419	242,966	671
H30年度計	479,198	29,743	66,650	575,591	1,590	139,839	114,463	254,302	702
R元年度計	490,506	29,130	80,921	600,557	1,668	141,342	114,967	256,310	712
累計	3,432,038	202,571	469,480	4,104,089	2,059	875,025	697,636	1,572,662	789

サービス・オブ・ザ・イヤーを受賞しました

小売業・流通業などの業界専門誌『商業界』を出版する株式会社商業界が、全国の物販5555店、飲食772店のサービスレベルを調査し、グランプリ、優秀店舗を発表する「サービスオブザイヤー2019」において、三重テラスが「セルフサービス部門賞」を受賞しました。「サービスオブザイヤー」は、ホスピタリティや接客スキルなどの6項目を覆面調査し店舗のサービスクオリティを総合的に評価するもので、三重テラスは、6項目全てにおいて100点満点の評価を受けました。オール100点の店舗は、物販の5555店のうち三重テラスを含めた23店舗で、さらにその中で三重テラスは優秀ストアとして評価され、「セルフサービス部門」の部門賞を獲得しました。



改元を契機とした取組を展開しました

ショップでは、「改元」をテーマとした正面棚に伊勢海老などのおめでたい商品を展開するとともに、「令和」記念限定福袋や関連商品を取り揃えるなど新元号キャンペーンを実施しました。特に、新元号記念茶は外国人のお客様からも支持されました。また、レストランでは「令和」をラベルにした地酒を取り扱い、三重の日本酒のPRに取り組みました。

イベントスペースでは、10月に行われた「即位礼正殿の儀」のパブリックビューイングを実施するとともに、伊勢神宮に造詣の深いゲストをお招きし、「伊勢神宮と皇室」に関するセミナーを開催しました。

当日はテレビ局等6社から取材を受け、参加者に対するインタビューも生中継されるなど注目を集めました。



オープン以来の来館者数が400万人を突破しました

平成25年9月28日のオープン以来の来館者が1月13日に400万人を超えたことから、これまでにご来館いただいたお客様や三重テラスを支えていただいている皆様への感謝の気持ちを込めて、「三重テラス来館者400万人！ご愛顧感謝キャンペーン」を実施しました。ショップでは、お菓子や海藻など三重のおいしさが詰まった記念感謝袋の数量限定販売を行ったほか、レストランでは、特別メニュー（松阪牛の牛カツ）を提供しました。また、三重テラスでのお買い物、お食事でも期間中2,000円以上ご利用いただき応募された方の中から、抽選でペア宿泊券や特産品詰め合わせ等が当たるプレゼントキャンペーンを実施しました。



2020東京オリパラ大会の好機を生かすための準備を進めました

外国人に人気のお茶、急須、松阪木綿などの商品の説明POPに英語表記を加えました。



音声翻訳機（48言語対応）を導入しました。



4か国語（日・英・韓・台）を話せるスタッフの配置したことで、外国人の方も笑顔でお買い物を楽しんでいただいています。

コード決済「Wechat Pay」「支付宝（アリペイ）」及び「銀聯（ぎんれん）カード」などのキャッシュレス対応が可能となりました。

新型コロナウイルスの影響について

新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、3月28日（土）から4月7日（火）までの間、土日は臨時休館、平日は営業時間を短縮し、4月8日（水）から5月6日（水・振）までの間は臨時休館しています。

このことにより、令和2年3月の来店者数は前年同月比でマイナス16,065人（62.1%）、売上はマイナス824万円（65.8%）となりました。