

三重テラスの運営状況について

(令和2年度実績及び令和3年度運営方針)



MIE TERRACE

令和2年度の実績

※ 数値は令和3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つの指標のうち、3指標について目標値を下回る結果となりました。

- 三重の魅力体験者数 75,871人 (目標値 176,000人)
- 商品開発・販路拡大件数(累計) 1,167件 (目標値 900件)
- メディア掲載件数 57件(目標値80件)
(内訳:テレビ 4件、ラジオ 0件、新聞 5件、雑誌 22件、Web 26件)
- 三重ファン連携取組数(累計) 686件 (目標値 735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3年3月末現在で4,387,702人となりました。(令和2年度来館者数 283,613人)
- 令和2年度のショップ・レストランの売上の合計額は 141,519千円でした。
※内訳:ショップ 98,891千円、レストラン 42,628千円
- 新型コロナウイルス感染症の影響により活動の制約が大きかった中、安全・安心への消費者ニーズに対応するため、ECサイト、WEB来店システム、混雑状況表示システムなどICTを活用したサービスの提供を展開しました。
- イベントスペースにおいて、DXを活用したオンラインイベントによる情報発信など、54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	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	-	-

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	-	-

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	-	-

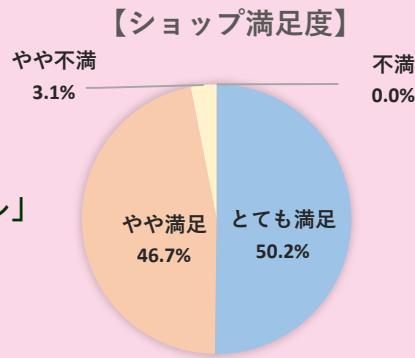
指標④: 三重ファン連携取組数

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	-	-

【買う（1階 ショップ）】

- 7月1日からレジ袋有料化（レジ袋不要とする来店者は約9割）
- 7周年記念に伊勢角屋麦酒「三重テラスオリジナルラベル」を販売（限定300本）
- 期間限定で「赤福餅」を特別販売（9月、11月、12月に各3日間）
- アバターロボット「newme」を活用し、明野高校生徒が「明高米」のリモートPR活動を実施（1月5日～1月31日）



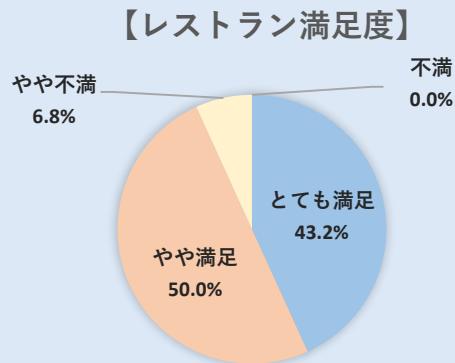
「とても満足」、「やや満足」とあわせると96.9%が満足しており、高水準を維持しています。



上左) 明高米
上右) ショップのアバターロボット
下) リモートPRの様子
(R3.1.5 ~ 1.31)

【食べる（1階 レストラン）】

- オフィスワーカーをターゲットにテイクアウトを開始 松阪牛や三重の旬の食材を使用したメニューを開発
- 伊勢まだいを使用した10品食べ放題の2日間限定ランチイベントとして「伊勢まだいフェア」を実施（8月29日～30日、参加者96名）
- ローストビーフ丼などのメニューで使用するお米を「明高米」で提供（1月5日～1月31日）
- 三重県食材をふんだんに使った「三重の宝箱 お正月おせち」を販売（二段重、三段重 各100個完売）



「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。

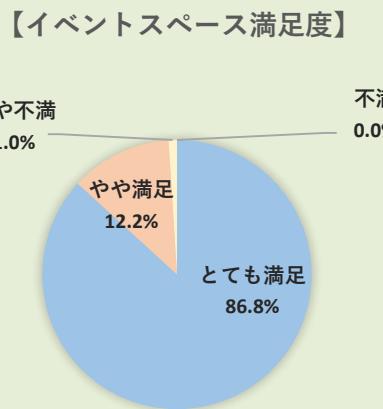


左) 伊勢まだいフェア (R2.8.29～30)
右) 三重の宝箱 お正月おせち

【体験する（2階 イベントスペース）】

新型コロナウイルス感染症の影響により、各種イベントが中止となる中、ZoomやYouTubeなどを用いたオンラインセミナーやオンライントークなど、DXを効果的に活用したイベントを開催
※開催されたオンラインセミナー等の内容は、YouTubeに「三重テラスチャンネル」として登録（令和3年3月末現在登録本数 28本、延べ視聴回数 13,599回）

- 夏休みこどもオンラインセミナー
三重の様々な魅力について、子供向けに分かりやすく4回に渡って説明（8月3日、17日）
- 7周年記念トーク・オンライン
三重の日本酒造りとお伊勢参りの歴史的な関係性や三重の日本酒の今と未来の展望について語られる（10月1日）
- こどもDXカレッジ
県内事業者や専門家がアバターロボットを通じて、首都圏の小学生に三重の様々な魅力を解説（10月3日、4日）
- 三重の“宝”トーク～SDGsにふれる伊勢志摩バーチャルトリップ～
志摩市の和具漁港から鈴木知事がバーチャルトリップナビゲーターとなり、伊勢志摩の人と暮らしにふれる旅へご案内（11月7日）
- HIS × 三重テラス × 鈴鹿市 松田次生と行く！ 鈴鹿市の魅力を再発見オンラインツアー
第1部で鈴鹿市の観光スポットを案内し、第2部ではF1ドライバーである松田次生さんによるトークイベントを配信（1月31日）
- 三重の“宝”トーク～森を感じてSDGsにふれるバーチャルトリップ～（松阪市）
松阪市飯高町と三重テラスをオンラインでつなぎ、三重の自然を通じてSDGsやエシカルを感じるバーチャルトリップにご案内（2月20日）



「とても満足」、「やや満足」とあわせると98.8%が満足しており、高水準を維持しています。



こどもDXカレッジ (R2.10.3～10.4)



三重の“宝”トーク
～SDGsにふれる伊勢志摩の
バーチャルトリップ～
(R2.11.7)

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、新型コロナウイルス感染症により苦境に立つ県内の事業者支援を展開

【令和2年度に実施したキャンペーン】

- 三重テラスプレミアム商品券の発行
(令和2年10月1日より販売開始 1,000冊完売)
- 三重テラス応援店舗連携キャンペーン
県内産品の需要拡大を目的に、三重の応援店舗(14店舗)と連携したプレゼントキャンペーン
(実施期間:令和2年10月24日～令和3年1月31日)

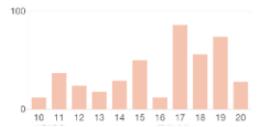
【令和2年度に取り組んだサービス】

with/afterコロナにおける安全・安心へのニーズに対応するとともに、これまでにない新たな形で三重の魅力を感じていただくことを目的に、新サービスを導入

- ECサイト「三重テラスOnline Shop」の開設(6月～)
- WEB来店システム
自宅のパソコンやスマートフォンなどからオンラインでの来店時間を事前予約し、リモートでショップスタッフから店内商品の説明を受けながら、商品購入が可能
(1月18日運用開始)
- ソーシャルディスタンス表示システム
三重テラスショップのリアルタイムの混雑状況や、当日の時間帯ごとの混雑予測をスマートフォンなどから確認が可能(1月15日運用開始)



SHOP混雑情報
(18:49現在)



SHOP混雑予報

「三重テラス Online Shop」トップ画面



参加した首都圏在住の学生のお礼メッセージ



学生みえ Next Action Meeting (10月4日)

三重に関わる人々のネットワーク拡大

新型コロナウイルス感染症の影響により、帰省やアルバイトができない首都圏の学生を支援するため、県内の大学生が中心となって支援プロジェクトを実施

- 三重県産品の無償配布(「まごころお届け三重」プロジェクト)
皇學館大学の学生が県内事業者から支援物資(食料品、飲料、衛生用品等)を募り、三重テラスに集め、故郷を離れて首都圏で生活している学生や若者たちに無償配布
(7月11日、12日)

・支援を受けた若者	209人	・協賛事業者	45社・団体
・支援品目数	69品	・支援物資数	約5,200個

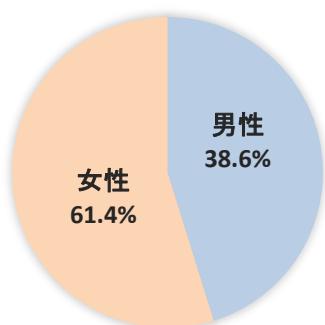
- 学生みえ Next Action Meeting
「まごころお届け三重」プロジェクトを立ち上げた県内学生と首都圏在住の学生がアバターロボットで参加した知事と意見交換(10月4日)

来館者アンケート(抜粋)

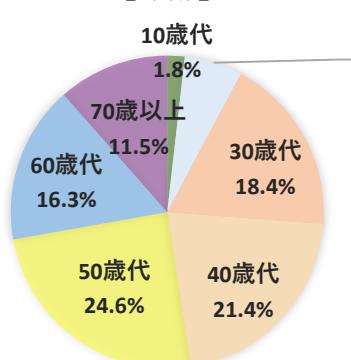
【来館者の属性】

- 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)は過去3年で最高の64.7%となりました。

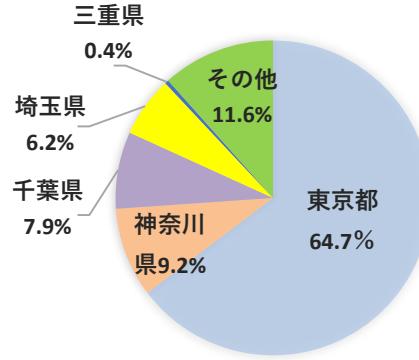
【性別】



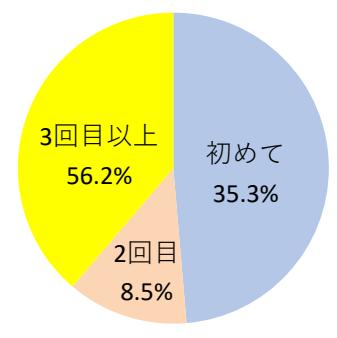
【年齢】



【住まい】



【来館回数】



※令和2年度「三重テラス」来館者アンケート調査による集計結果 [R3.1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 321人、レストラン 44人、イベントスペース 102人

令和3年度三重テラス運営方針

三重テラス第2ステージのめざすべき方向性にしたがって運営改善に努めるとともに、以下の取組に注力します。

- (1) 柔軟かつ大胆な発想で「新たな日常」を創造し、三重テラスを進化させます。
- (2) 県内事業者の販路拡大・販売拡大に向け、三重テラスの機能を発揮させます。
- (3) SDGs推進の観点を三重テラスの運営に取り入れるとともに、エコ、エシカル、サステナビリティも併せて発信します。
- (4) 東京2020オリンピック・パラリンピック、三重とこわか国体、三重とこわか大会などのビッグイベントを生かして三重の魅力を発信します。

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～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	248,545	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	256,309	712
R2年度計	258,754	11,459	13,400	283,613	927	98,891	42,628	141,519	462
累計	3,690,792	214,030	482,880	4,387,702	1,651	973,915	740,264	1,714,179	645

新型コロナウイルス感染症の影響について

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止にかかる緊急事態宣言を受けて、4月8日から5月31日まで全館が休業となったほか、緊急事態宣言期間外も含め、東京都の要請に対応して適宜、レストランの時間短縮営業を実施しました。

また、近隣企業における在宅勤務や時差出勤の推奨、会食の自粛により、日本橋のオフィスワーカー及び日本橋の夜間の人の往来が大きく減少しました。

その結果、令和2年度の来館者数は前年比でマイナス316,944人(47.2%)、売上はマイナス114,790千円(55.2%)となりました。