

■令和3年11月9日 経済労働委員会県外調査（東京都）

奈良まほろば館

（東京都港区新橋1丁目8-4 SMBCビル）

【調査目的】

奈良まほろば館の概要について

【調査概要】

2階レストラン「TOKi」（バスク語で「場所」）及び1階の県物産販売のショップを見学した後、概要説明を受ける。

○奈良まほろば館新拠点概要

- ・移転前の日本橋エリアの再開発事業に伴い、令和3年8月10日に新橋（メディアや旅行エージェントが多数立地）に移転リニューアルオープン。
- ・本県の観光、食、農産物、伝統工芸など多様な魅力を一体的に発信するため、物販、レストラン、イベント、観光案内機能を備えた総合的な情報発信拠点として整備。
- ・イベントについては、イベントルームにて歴史文化の講座や商談会、各市町村のパネル展示などを行っている。
- ・新橋の立地の利点を活かして、顧客のニーズを収集しながら、県内の埋もれた商品を発掘し、首都圏で売れる商品づくりを展開して、県産品の流通、販売拡大を図っていく。

○奈良まほろば館の運営状況

【物販】（令和3年8月10日～10月24日）

来館者：45,347人

売上額：25,833千円

- ・コロナ禍と長雨の影響で、当初は来館者、売上額ともに伸び悩んでいたが、9月以降、コロナ感染減や積極的なメディア露出の取組等により、順調に伸びている。特に10月は、売上額がコロナ禍前の令和元年度を上回っている。土日祝はにぎわっている。
- ・平均客単価（1人あたりの購入単価）は、これまでより大きく上回っている。原因は、購入品数が従来より1～2品多いことと、ショップ内の軽飲食可能なカフェ&バーが好調なことと分析。

【レストラン】（令和3年8月18日～10月24日）

来館者：499人

売上額：3,824千円

- ・当初は緊急事態宣言の影響で、営業時間短縮や酒類の提供自粛等があり、利用が伸び悩んだが、コロナが収まって、10月以降は特に団体利用が入るなど、徐々に利用者が増えてきている。

○まほろばチャレンジリーグ

- ・これまでも県産の新商品販売等を行ってきたが、首都圏での販路拡大に意欲を持つ事業者を対象に、より競争させた上で、売れ行きの好調だった上位商品を継続して販売し、首都圏における定番商品をつくらうという初めての取組。
- ・購入者へのアンケート、商品販売に精通している方からもデザインや内容等の助言を、出品者にフィードアップして、商品のブラッシュアップを図る。

○「伝えたい 奈良のこだわり」フェア

- ・県庁バイヤー（県職員）自ら、首都圏で知られていない食品等を紹介・販売する取組。
- ・オープン時に第1弾、現在第2弾を行っている。

【質疑応答】

Q：観光案内コーナーで、「奈良のここに行きたい」というようなことを相談できるのを聞いていたが、非常に丁寧に説明されていたので、インターネットを使ってリモートによるツアー等も考えてはどうか。

A：担当コンシェルジュがいて、日替わりで必ず1人張り付くようにしている。移転後、年齢層がビジネスマン等若い世代が多い傾向なので、今後SNS等を使った発信ができないか検討している。

Q：当初マスコミにアナウンスしたことで宣伝になり、集客につながったと思うが、費用をかけたポップ宣伝について予算はあるのか。もしあるなら、どういうメディアに対して、どのような広告・宣伝戦略を持っているのか。

A：当初のオープニングイベントやその後の複数回のイベントも、業者に委託して実施している。奈良県らしさをどう伝えるかということで、既にイベントをしているが、今後も奈良まほろば館で季節に応じてイベントをしつつ、オンラインで広報していきたい。また、奈良まほろば館の事務所には県職員がおり、マスメディアや旅行事業者をまわって、県の情報を発信するのが一番の役目であると考えており、営業のような形で行っているところ。

Q：他県のアンテナショップが周りにあり、お互いライバルではあるが、地元をPRしようとする者が集まっているので、横のつながりを持って、相乗効果で高めるということがあっても良いと思うが、どうか。

A：近隣にはとっとり・おかやま館や香川・愛媛せとうち旬彩館があり、今のところコラボした事業等は行っていないが、職員同士の交流はしているので、今後ショップやレストランの連携等のイベントなどについて考えているところ。

Q：加工品ではない野菜等について、選定はどうしているのか。

A：運営事業者から、直接農家や関係団体と交渉して取り入れている。

Q：ここでメディアで取り上げられて話題になった商品の販路・物流について、地元の奈良でどのようにフィードバックしているのか。

A：民放等で商品やカフェ&バーが取り上げられたりすると、ヒットして、ここだけではなく、奈良にも問い合わせが来て、売り切れることなどもあった。こういうことも踏まえ、やり方については検討させていただきたい。また、県庁バイヤーで発掘して展示した商品について、奈良の事業者がここに来て奈良の店で扱いたいと言われ、業者同士をつないだ件もある。少しずつ奈良に戻れるように、つなげていきたい。

Q：まほろばチャレンジリーグの募集方法はどのようにしているのか。

A：報道やホームページ掲載のほか、県庁の中で産業振興総合センターや食と農の振興課といった関係部署と連携し、それぞれとつながりのある事業者等に呼びかけ・宣伝をしているところ。

