

## ■令和4年1月26日 観光振興対策特別委員会県外調査（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と移転リニューアル後の取組について

#### 【調査概要】

1階の県物産販売のショップ、2階のイベントルームで開催中の新型展示会「ならいち」、レストラン「TOKi」（バスク語で「場所」）を見学し、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等の会社が多数立地）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情報発信拠点として整備。
- ・床面積：904.39㎡  
賃借料：年間約145,990千円
- ・立地環境：JR・地下鉄の新橋駅から徒歩3分。近隣には、他県のアンテナショップも2つある。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～12月31日）

来館者：87,290人（1日当たり約610人）

売上額：52,068千円（1日当たり約364千円）[うちCafe&Bar：3,609千円、約7%]

- ・オープン時は新型コロナウイルスの第5波と長雨の影響で、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。

特に売上額は、コロナ禍前の令和元年度の水準に近づいている。特に秋頃において、土日等はにぎわっていた。

- ・平均客単価（1人あたりの購入単価）は、1,900円前後で推移しており、以前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Cafe&Barが好調なことと分析。

##### 【レストラン】（令和3年8月18日～12月31日）

来館者：1,347人（1日当たり約13人）

売上額：11,206千円（1日当たり約106千円）

- ・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、10月以降は団体利用がかなり入るなど、徐々に利用者が増えてきている。

##### 【観光案内】（令和3年8月18日～12月31日）

対応人数：1,944人（1日当たり約14人）

- ・10～11月頃はコロナも収まっていたこともあり、実際に奈良への旅行を検討しておられる方の相談が多かったと聞いている。

##### 【経費比較】

- ・1㎡当たりの経費合計は新旧でほぼ同じ。

[新（新橋）：13.8千円、旧（日本橋）：12.8千円]

- ・近隣のアンテナショップ（とっとり・おかやま新橋館、香川・愛媛せとうち旬彩館）と1㎡当たりの賃借料を比較すると下回っており、適正な水準と考えている。

○まほろばチャレンジリーグ

・以前の奈良まほろば館でも県産の新商品販売を行ってきたが、移転後は首都圏での販路拡大に意欲を持つ事業者を対象に、競争させた上で、売れ行きの良い商品が継続販売し、首都圏における定番商品をつくろうという初めての取組を行っている。

1回目：令和3年12月6日～1月7日（終了）

2回目：令和4年1月8日～2月6日（実施中）

（各回ともに、売上上位2商品は今後奈良まほろば館で、約3ヶ月継続して販売）

特徴として、購入者へのアンケートや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、全商品について出品者にフィードアップし、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

・これまで2回実施。

・県庁バイヤー（県職員）自ら県内を巡り、首都圏で知られていない食品等を発掘したものを、紹介・販売する取組。

・販売商品について、お客様の反応や意見を聞き取り、終了後に生産者にフィードバックして、商品のブラッシュアップを図る。

**【質疑応答】**

Q：以前に比べて人出は少なくなっていて、物販のお客さんはいるが飲食は少なくなっているという印象を受けたが、肌感覚として現在どういう状況か。

A：第5波の終わりから第6波が来るまでは、天気にも左右されるものの、物販で1日で800人、土日は1日1,000人ほどお客様が来られるなど順調であったが、その後、東京都で感染が拡大して、現在はまん延防止等重点措置が発令されており、1月になって2～3割減っていると思う。

Q：今後インバウンドが戻ってきたら、我々と違う感覚を持っている方が利用すると思われるが、インバウンドへの対応についてどう考えているか。

A：現在、インバウンドの動向やニーズを注視しているが、違いを設けるということまでは考えていない。まずはどなたに対しても対応できるような努力をすべきと考えている。

Q：物販やレストランで、費用に対して採算がとれる売上はどれくらいか。

A：レストランについて、コロナ禍で時短営業や酒類提供自粛というイレギュラーな時期があったので、もう一度事業者と詰めて考えていきたい。物販については、第6波までは順調に営業できていると聞いているが、いずれにせよ、館として安定的に運営してどれだけ奈良県の情報発信をできるかが一番重要と考えている。

Q：まほろばチャレンジリーグについて、1回目の上位2つの商品はどこで売られているのか。また、継続販売は3ヶ月ということだが、売れ行きが良い場合もそれで終わっているのか。

A：1回目は7事業者で競争し、上位2つを決定して、相手方には連絡しているが、販売の条件等について事業者とショップで調整しているところで、まだ販売していない。約3ヶ月間継続販売する予定で、コーナーを設けて販売するが、その後必ず販売をやめるというものではなく、その間の状況を見て、現在の商品とも比較し、ショップとも相談して、引き続き販売するかどうか考えていきたい。

Q：新型展示会「ならいち」について、3日間ということだが、バイヤーにどの程度周知されていたのか。また、今後も実施していくのか。広報戦略も含めてお聞きしたい。

A：所管する産業振興総合センターからは、今回が初めての試みであり、今回の経験も踏まえて、今後どうしていくか、新しいやり方も含めて検討していきたいと聞いている。

