

## 【選択・集中プログラムの取組】

(1) 選択・集中プログラムの取組数値目標等一覧

選択・集中プログラムの取組名		数値目標					
		目標項目	24年度 目標値	24年度 実績値	目標達成 状況	進展度	
緊急課題 解決4	働く意欲が生かせる雇用確保プロジェクト	プロジェクトの数値目標	県内労働力人口に占める就業者の割合	96.7%	96.6%	0.99	B
		実践取組	本プロジェクトにより支援した人の数	29,200人	26,744人 (見込)	0.92	
			事業参加者の県内中小企業への就労	30人	35人 (見込)	1.00	
			新規就農希望者等への就業・就農支援	100人	117人	1.00	
			漁師育成機関の整備推進(累計)	2か所	2か所	1.00	
			福祉人材センターにおける相談・支援による就職者数	210人	315人	1.00	
			県が就職に向けて支援した述べ若年者数	15,750人	14,214人	0.90	
			県立高等学校卒業生徒の内定率	97.0%	96.6%	0.99	
緊急課題 解決8	日本をリードする「メイド・イン・三重」～ものづくり推進プロジェクト	プロジェクトの数値目標	創業しやすいと感じる企業の割合の伸び率	110	集計中	未確定	B
		実践取組	外資系企業の誘致	1件	0件	0.00	
			海外展開等による取引先の拡大 世界に誇れるものづくり中小企業の創出	30社	32社	1.00	
新しい 豊かさ 協創3	スマートライフ推進協創プロジェクト	プロジェクトの数値目標	県民の皆さんや企業をはじめとしたさまざまな主体が連携して取り組むプロジェクト数(累計)	7件	7件	1.00	B
		実践取組	クリーンエネルギー関連に取り組む企業のネットワーク化	20社	113社	1.00	
			自動車の軽量化・省エネ化に取り組む企業の支援(累計)	18社	22社	1.00	
			大規模な新エネルギー施設の導入	1施設	1施設	1.00	
			協議会(電気自動車等を活用したまちづくりを検討する協議会)での検討・取組数	5件	5件	1.00	
			企業の省エネルギーにつながる取組	5社	3社	0.60	
			新しい 豊かさ 協創4	世界の人々を呼び込む観光協創プロジェクト	プロジェクトの数値目標	観光レクリエーション入込客数	
実践取組	延べ宿泊者数	770万人			863万人 (暫定値)	1.00	
	リピート意向率	82.0%			集計中	未確定	
	県内の外国人述べ宿泊者数	100,000人			94,140人 (暫定値)	0.94	
	海外の自治体等との連携事業者数(累計)	2			3	1.00	
	受講生(「三重can-co(観光)本気塾」を受講した方)が取り組んだ地域活動数(累計)	10			13	1.00	

\* 斜線の欄は、数値目標を設定していない取組を表しています。

## (2)改善・注力一口コメント

選択・集中プログラム名	
改善・注力一口コメント	
緊4 働く意欲が生かせる雇用確保プロジェクト	主担当部局 雇用経済部
<p>産業・労働・教育の3つの分野の連携による「三重県キャリア教育支援協議会(仮称)」を設置し、若者の就労と企業等の人材確保を支援します。特に、若者を取り巻く雇用環境については、求人と求職のミスマッチによる早期離職が課題であることから、産学官が連携し長期インターンシップなどの実践的な就業体験プログラムの実施や首都圏営業拠点を活用したUターン就職への支援などビジネスマッチング等による三重の若手経営者と首都圏の企業家との出会いの場の構築などといった人的ネットワークづくりを進めます。</p> <p>また、出産や育児等を契機に離職した女性の就労を促進するため、相談会やセミナー、女性経営者を交えたサロンを開催します。</p>	
緊8 日本をリードする「メイド・イン・三重」 ～ものづくり推進プロジェクト	主担当部局 雇用経済部
<p>県内企業の再投資や県内外からの新たな投資を呼び込む仕組みとして「マイルージ制度」を活用し、新たな成長分野であるクリーンエネルギー分野やライフィノベーション分野の企業や外資系企業、マザー工場、研究施設など、高付加価値創出型施設の誘致に取り組むとともに、地域経済への波及効果が高い集客交流施設など、サービス産業の誘致の推進、研究者や技術者など人材の誘致にも取り組みます。</p> <p>海外展開拠点(ビジネス・サポートデスク)については、多種多様なネットワークを活用して「現地でしか入手できない生の情報」を充実し、日本貿易振興機構(JETRO)等関連支援機関と連携して、技術的な支援等によるサポート体制のより一層の充実・強化に取り組みます。</p>	
協3 スマートライフ推進協創プロジェクト	主担当部局 雇用経済部
<p>「三重県新エネルギービジョン」の具現化を図るという観点から、防災対策、観光振興、健康・医療など地域のニーズや課題と、環境・エネルギー技術とを結び付けるため、「みえスマートライフ推進協議会」のもとに、「グリーンイノベーション推進部会」、「新エネルギー導入部会」、「地域モデル検討部会」を設け、モデルプロジェクトを推進し、産業振興等に生かしていきます。</p> <p>具体的には、次世代型コンビナートをめざす「バイオリファイナリー研究会(仮称)」や、中小企業の環境・エネルギー関連分野への参入を促進するための「エネルギー関連技術研究会」において関連産業の振興を図ります。</p>	
協4 世界のんびとを呼び込む観光協創プロジェクト	主担当部局 雇用経済部観光・国際局
<p>国内誘客戦略については、神宮式年遷宮や世界遺産登録10周年の好機を捉えて、官民一体となって「三重県観光キャンペーン」を実施します。キャンペーンを通じて、「三重県の認知度の向上」「周遊性・滞在性の向上」「県民の観光行動の促進」「リピーターの増加」を図っていきます。また、共通テーマを持つ他県との連携や海女・忍者など三重県が世界に誇る観光資源を活用して情報発信を行っていきます。</p> <p>海外からの誘客については、5月に志摩市で開催される「日台観光サミット」を契機に台湾への観光PR、誘客活動を重点的に行っていきます。</p>	



## 緊急課題解決 4

## 働く意欲が生かせる雇用確保プロジェクト

【主担当部局：雇用経済部】

## プロジェクトの目標

- ・ 中小企業の成長支援や新産業の創出、農林水産業の振興等により、雇用の場を創出し、大学・大企業・中小企業・経済団体等との連携により、雇用に結びつく新たな仕組みが構築されています。
- ・ 求職者に対して、求人ニーズをふまえた能力開発の機会を提供するとともに、求人側と求職側のミスマッチを解消することで、厳しい雇用情勢の緩和が進んでいます。
- ・ 厳しい若年者の就職状況をふまえ、安定した就労に向けた重点的な支援を行うことにより、若者の不安定な就労状況の解消が進んでいます。

## 評価結果をふまえたプロジェクトの進展度と判断理由

進展度 *	B (ある程度進んだ)	判断理由	厳しい雇用情勢の中、プロジェクトの数値目標並びに実践取組の一部について目標値を達成することができませんでしたが、ほぼ目標値に近いものとなったことから、「ある程度進んだ」と判断しました。
----------	----------------	------	--

【\*進展度：A（進んだ）、B（ある程度進んだ）、C（あまり進まなかった）、D（進まなかった）】

プロジェクトの数値目標					
目標項目	23年度	24年度		25年度	27年度
	現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
県内労働力人口に占める就業者の割合	96.4%	96.7% 96.6%	0.99	97.0%	97.5%
本プロジェクトにより支援した人の数	28,529人	29,200人 (25,000人) 26,744人 (見込)	0.92	30,100人	31,500人 (27,100人)
目標項目の説明と平成25年度目標値の考え方					
目標項目の説明	○県内労働力人口に占める就業者の割合 ○本プロジェクトの構成事業のうち、人材育成、就労支援等の事業により支援した人の数				
25年度目標値の考え方	「県内労働力に占める就業者の割合」は、平成27年度にリーマンショック前の状況に戻すという目標に向けて、24年度より割合が増すよう設定しました。「本プロジェクトにより支援した人の数」は、当プロジェクトを構成する様々な事業の目標値の合計値としています。				

## 実践取組の目標

実践取組	実践取組の目標	23年度	24年度		25年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
1「雇用の場の不足」を産業振興の視点から解決するために	事業参加者の県内 中小企業への就労		30人	1.00	30人	30人
		—	35人 (見込)			
	新規就農希望者等 への就業・就農支援		100人	1.00	100人	100人
		—	117人			
	漁師育成機関の整備 推進(累計)		2か所	1.00	3か所	3か所
		—	2か所			
2「求人と求職のミスマッチ」を解消するために	福祉人材センター における相談・支援 による就職者数		210人	1.00	270人	270人
		254人	315人			
3「若者の未就職や不安定な就労状況」を解決するために	県が就労に向けて 支援した延べ若年 者数		15,750人 (12,500人)	0.90	16,000人	16,500人 (13,250人)
		12,470人	14,214人			
	県立高等学校卒業 生徒の内定率		97.0%	0.99	98.0%	100.0%
		96.8%	96.6%			

(単位：百万円)

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	651	584		

## 平成 24 年度の取組概要

- ・ 産業政策と連動した雇用政策を展開していくため、産業界や労働界と連携して「三重県雇用創造懇話会」を開催（4回）し、新しい雇用政策を検討、若年者の雇用をはじめ、女性や障がい者などの潜在的労働力の活用なども検討
- ・ 若年者の雇用維持・創出に向けては、中小企業の成長や新たなビジネスの創出等と連動していくため、大学等と連携した企業人材の育成や、中小企業の成長を支える人材確保のための魅力発信を実施
- ・ 新たなビジネス創出による雇用の場の創出を行っていくため、創業志望者や新事業展開をめざす中小企業を対象に「ビジネスプランコンテスト」を開催し、プランのブラッシュアップを実施するとともに、三重大学と連携して「MIE経営者育成道場」を開催
- ・ 農業・漁業への就労支援については、市町や関係団体等と連携して人材の受入れを地域で支える新たな仕組みづくりに関する取組を実施
- ・ 求人と求職のミスマッチの解消については、働く意欲のある方の就労を支援するため、職業訓練の実施により技術や資格を修得する機会を提供

- ・ 求人数が求職者数を上回る福祉・介護分野については、福祉人材センターにおける相談や就職フェア等を実施
- ・ 女性の就労を支援するため、就労支援相談を実施するとともに、企業に対して女性の就労継続や職場復帰に関するアドバイスを実施
- ・ 若年者の就労支援については、大学等と連携した人材育成などに加え、高等学校の就職指導プロセスの改善に取り組むとともに、「おしごと広場みえ」を拠点に、就職に関する相談や就職のためのセミナー、合同企業説明会等を実施
- ・ 若年無業者の職業的自立を進めるため、包括的な支援体制を整備し、厚生労働省委託事業の地域若者サポートステーションと連携し、相談や支援情報の提供、訓練講座、就労体験等を実施

## 平成 24 年度の成果と残された課題（評価結果）

- ・ 中小企業等の人材の確保・育成については、大学等と連携した「技術者基礎技術講座」等を開催（4 講座）するとともに、北勢、中勢、南勢地区の中核的企業と連携した講座（153 名参加）も実施しました。さらに、中小企業への若年者人材の確保に向け、企業の魅力をわかりやすく伝える映像を制作（8 社）するとともに、三重県中小企業団体中央会とも連携し、国の「地域中小企業の人材確保・定着支援事業」を実施、大学生約 1,000 人が参画し、実際に 35 名の学生の就労に結びつきました。
- ・ 中小企業の成長や新たなビジネスを創出し、地域中小企業の雇用の維持・創出に結びつけていくために、中小企業の新事業展開等をビジネスプラン段階から支援し、15 件のプランのブラッシュアップを行うとともに、10 件の事業化や事業拡大を支援しました。今後は、国や民間等の資金的支援が充実してきたことから、助成金等による支援ではなく、更なる事業拡大や事業継続に重要となってくる経営者の人脈づくりやビジネスマッチング、ネットワーク構築等の取組を支援していく必要があります。
- ・ 農業では、119 名が「みえの就農サポートリーダー」に登録され、13 名の就農希望者が支援を受けるなど、地域における新規就農者への支援が行われました。水産業では、就職体験や就業相談のほか、地域外からの新たな参入希望者を受け入れる仕組みづくり（漁師塾\*）に 2 地域（18 名）で取り組みました。今後はこれらの取組を他地域に普及させることが必要です。
- ・ 1,171 名の求職者等が職業訓練を受講（うち 304 名は訓練継続中）し、25 年 3 月末までに 462 人の就職につながっています。しかし、農業やファッション系コースなど前年度から受講者数が大きく減少した訓練コースがあるなど、訓練ニーズの変化が見られます。このため、関係機関と連携のもと、ニーズに応じた訓練となるよう見直しを行っていくことが必要です。
- ・ 職業紹介や就職フェア等の実施により、315 名の福祉・介護職場への就職が内定しましたが、福祉分野は、依然として雇用ニーズの高い分野であるため、引き続き重点的な支援が必要です。
- ・ 女性の就労支援については、相談件数 674 件、7 企業にアドバイスを行いました。女性の就労支援を充実させるためには、個々の女性への支援と企業への働きかけをより効果的に行うことが必要です。
- ・ 県立高等学校に就職支援相談員を 10 名配置するとともに、経済団体と連携して高校生を対象とした就職相談会を開催しましたが、就業意識や勤労観・職業観の醸成が必要な生徒がおり、生徒の社会的・職業的自立に向けたキャリア教育の充実が必要です。
- ・ 「おしごと広場みえ」を中心に、三重労働局をはじめとする関係機関と連携して、相談・セミナー・合同企業説明会等を実施しましたが、雇用創造懇話会において現在提供しているサービスが若者のニーズにあっているかの確認、定着支援のための離職理由の調査が必要等の意見をいただいております。

これらの課題への対応が必要です。

- ・ 県内 4 カ所の地域若者サポートステーションが、若年無業者の就労支援を実施していますが、利用者の増加に伴い、多様な課題に対する支援のあり方等を検討することが必要になっています。
- ・ 若年者の雇用については、「三重県雇用創造懇話会」などでの議論も踏まえ、現在提供しているサービスが若者のニーズに適合しているかの検証、安易な離職を防ぐための離職理由の調査、働き続けるために求職者が勤務先に求める施策の調査、そして、それに応じた定着支援の拡充などを検討していく必要があります。

#### 平成 25 年度の改善のポイントと取組方向

- ・ 雇用維持が中心であった従来の雇用政策を転換し、産業構造の変化にあわせた雇用政策が求められていると認識しています。労働力人口が減少していくなかで、雇用のミスマッチを解消することに加え、貴重な人材を成長産業や中小企業にうまく橋渡ししていく雇用政策を展開し、県内経済の成長につなげていくことが重要です。
- ・ 中小企業の人材の確保・育成については、中核となる人材育成のため、より効果的な講座を開催することに加え、三重県中小企業団体中央会などと連携した人材確保・育成事業を、引き続き展開します。また、本県の経済をけん引する製造業の維持・強化に取り組んでいくなかで新たな取組方向として、例えば、次世代自動車に関する大学の寄付講座の開設や、産業界における高度技術者雇い入れによる新分野展開や技術力向上の支援、中小企業等の研究人材の育成と雇用支援などを国や産業界と連携し、パッケージとして取り組む雇用創造プロジェクトを創設するなど人材確保・育成と雇用創出を両輪として進めていきます。
- ・ 中小企業の成長や新たなビジネスの創出に向けては、雇用の維持・創出につながる力強い経営者の育成をめざして、三重大学などと連携した経営者育成道場（座学）に、実践カリキュラムを導入するなど、より実践的な経営人材の育成に取り組みます。さらに、「首都圏営業拠点\*」なども活用し、三重の若手経営者と首都圏の経営者などの出会いの場をつくり、県内中小企業の更なる事業拡大や事業継続のキーとなる経営者の人脈づくりなども支援していきます。
- ・ 農業では、「みえの就農サポーターリーダー」のさらなる登録を進めるとともに、市町や産地における就農希望者の受入体制の構築等に取り組みます。水産業では、漁師塾における研修カリキュラム等を充実するとともに、新たな地域での展開に取り組みます。
- ・ 関係機関と連携した求人・求職ニーズの把握や訓練カリキュラムの見直し、平成 24 年度に一部の訓練に導入したキャリア・コンサルティングの成果と課題を整理しつつ他の訓練に広める等の職業訓練の充実に取り組みます。
- ・ 福祉・介護分野の人材確保を図るため、福祉人材センターによる新たな人材の確保、求人・求職者のマッチング等を実施します。
- ・ 女性の就労支援に関する業務を雇用経済部で総合的に担うことにより、雇用施策やワーク・ライフ・バランス等の取組と一体的な実施を図り、効果的な支援や企業への働きかけに取り組めます。
- ・ 「三重県雇用創造懇話会」などで、若年者の雇用の議論を行い、国が実施する事業との連携や定着支援の充実等を検討するとともに、「首都圏営業拠点」を活用したUターン就職支援、長期インターンシップなどの実践的な就業体験プログラムの実施に取り組めます。また、小・中・高・大を対象とした体系的なキャリア教育の推進と若年の就労、企業等の人材確保を支援するため、「三重県キャリア教育支援協議会（仮称）」を設置します。



## 緊急課題解決 8

# 日本をリードする「メイド・イン・三重」 ～ものづくり推進プロジェクト

【主担当部局：雇用経済部】

### プロジェクトの目標

- ・ 県内産業の空洞化懸念を払拭し、三重のものづくり産業が、「メイド・イン・三重」として日本をリードし、世界に打っていくことで、産業が活発で県内外から投資が呼び込める環境が整備されています。
- ・ 三重のものづくり産業の強じんな基盤づくりや国内外からの企業誘致を進め、働きがいあふれる雇用の場が増加しています。

### 評価結果をふまえたプロジェクトの進展度と判由

進展度 *	B (ある程度進んだ)	判断理由	プロジェクトの数値目標は現在調査中であることと、実践取組の1つは目標を達成することができませんでしたが、企業の設備投資による事業の拡大にはつながったことから、「ある程度進んだ」と判断しました。
----------	----------------	------	--

【\*進展度：A（進んだ）、B（ある程度進んだ）、C（あまり進まなかった）、D（進まなかった）】

### プロジェクトの数値目標

目標項目	23年度	24年度		25年度	27年度
	現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
操業しやすいと感じる企業の割合の伸び率	100	110 集計中	未確定	※	150

### 目標項目の説明と平成25年度目標値の考え方

目標項目の説明	三重県が国内で操業しやすい環境が整備されていると感じる企業の割合の平成23年度を100とした場合の伸び率
25年度目標値の考え方	24年度実績値を踏まえ、25年度の目標値を設定します（※）。

### 実践取組の目標

実践取組	実践取組の目標	23年度	24年度		25年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
1 「立地環境の魅力低下」を解決するために	外資系企業の誘致	1件	1件	0.00	1件	1件
		1件	0件			
2 「海外展開の障害となる課題」を解決するために	海外展開による取引先の拡大	—	4年間で40社以上が取引を拡大			

実践取組	実践取組の目標	23年度	24年度		25年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
3 「ものづくり中小企業の課題」を解決するために	世界に誇れるものづくり中小企業の創出		30社	1.00	30社	30社
		—	32社			

(単位：百万円)

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	2,409	153		

### 平成 24 年度の取組概要

- 平成 24 年 7 月、「みえ産業振興戦略\*」を策定し、その戦略の具現化に向けた取組を推進。また、戦略策定後も「アドバイザーボード\*」を設置（2 回開催）し、具現化に向けた取組の評価に加え、「みえ産業振興戦略」の更新・改訂（ローリング）を開始
- クリーンエネルギー、ライフイノベーション等の成長性のある産業や、外資系企業等の誘致活動を実施（企業訪問実績：696 件）するとともに、「操業するなら、三重県で！」とする新たな企業投資促進制度を、平成 25 年 3 月にとりまとめ
- 県内中小企業の海外展開を促進していくため、中国及びアセアン諸国での県内企業の事業展開を支援する海外展開拠点（ビジネス・サポートデスク）を中国・上海、タイ・バンコク及び県内に設置
- 平成 24 年 7 月、台湾政府経済部台日産業連携推進オフィス（TJPO）との間で産業連携に関する覚書（MOU）を締結
- 平成 25 年 1 月、三重大学と連携し、ヨーロッパで中小企業等の技術開発や事業化支援を行うスイスの CSEM 社のサテライトオフィスを、三重大学地域戦略センター内（CSEM-三重連携オフィス）に誘致
- 県内中小企業がオンリーワン型企業をめざしていくことを促進するため、県研究機関とも連携し、ものづくり基盤技術の開発や、新市場開拓につながる改良開発型の技術開発を支援
- 優れた技術等を有する県内の中小企業が連携し、試作品の開発、大学等との共同研究、海外の販路開拓、さらには、県内外の企業グループとの連携などに取り組むことを支援（新規 3 者、継続 3 者）
- 県内ものづくり中小企業の新技術・新製品等を、大企業など川下企業\*の製造拠点あるいは研究開発拠点において、直接アピール・意見交換を行う展示会・面談会等（出前商談会等）を 11 回開催
- 県内ものづくり中小企業の新たな連携を模索し、「三重県・北海道」産業連携推進会議を設置、現在、北海道十勝地域の農家と農商工連携など具体的なプロジェクトを構築中
- 県内外の集客拠点における販売につなげるため、地域資源活用事業者を対象に、首都圏で活躍するデザイナーやシェフ、ジャーナリスト等による販路開拓アドバイスを実施（27 事業者）
- 海外に向けて伝統産業・地場産業の魅力を総合的に提案する事業者をデザイナー・クリエイターと連携し、支援する「グローバルビジネス創出促進事業費補助金」において、2 事業者の取組を支援。そのうち地場産業の 1 事業者がブラジルでの展示会に出展し、海外販路開拓に成功

### 平成 24 年度の成果と残された課題（評価結果）

- 平成 24 年度の企業誘致件数は 26 件と低迷、特に新たな外資系企業の誘致については目標の 1 件を達成することが出来ませんでした。既存の外資系企業における既設工場内への設備追加により、生産体制の増強や一定の雇用の創出が見込まれる予定です。今後は、従来の地域における企業誘致活動を転換し、企業の国内外での操業環境の変化を的確に捉え、より戦略的な企業誘致を展開していく必要があります。
- 企業などと幅広いネットワークを持つ金融機関等と連携し、企業訪問や投資セミナーを開催しましたが、引き続きこれらの取組を進めていくことに加え、今後は、首都圏営業拠点なども活用した企

業経営者とのネットワークの構築にも取り組んでいく必要があります。

- ・ 外資系企業の誘致に向けて、大使館、在日外国商工会議所等のネットワークをさらに強固にしておくことも必要です。
- ・ 海外展開拠点（ビジネス・サポートデスク）では、活動開始当初はメールによる情報提供をはじめ情報セミナーを開催するなど、サポートデスクの存在を周知すること、平成 24 年 9 月後半以降については、尖閣諸島問題を踏まえた中国経済の現地動向などを県内企業へ情報提供するとともに、各種イベント併せた個別相談、展示商談会などによる県内企業の販路開拓支援を実施しました。今後は、「足で稼いだ現地の生の情報がほしい」、「現地で困ったときの駆け込み寺であってほしい」など、サポートデスク活用企業の声も踏まえた取組を展開していくことが必要です。
- ・ MOUを締結した台日産業連携推進オフィス（T J P O）や行政院全球招商聯合服務中心（インベスト台湾サービスセンター）、タイ投資委員会（B O I）などと県とのネットワークを通じて、県内企業が現地及び県内で海外政府機関から個別相談や情報提供などのサポートを受ける体制を構築することができました。
- ・ 中小企業は、業態や取り組む内容・課題が異なることから支援には細かな対応が必要なため、メイド・イン・三重ものづくり推進事業などにおいて、研究機関と支援機関が連携して企業それぞれの段階に応じた取組を支援していくことが必要です。
- ・ これまで県内に結成された 7 つの中小企業連携体に対し、試作品の開発などを支援してきたところ、グループとしての受注実績があがり、取引拡大、技術力向上、新分野進出等につながる成果が出てきているところですが、組織体制の整備と受注拡大への取組をさらに促し、活動の自立化、継続化を図る必要があります。
- ・ 出前商談会等の開催により、川下企業と県内企業が、技術・製品開発に関する意見交換を直接行い、川下企業とのネットワークの構築や技術ニーズ等の把握を進めるとともに、多くの具体的な商談が開始され、この中から新たな取引の成立も生まれました。一方で、商談がスムーズに進んでいない案件や取引成約に至らなかった案件も見受けられることから、その理由を把握・整理し、技術的課題等の解決に向けた支援を進め、取引の成約に向けて的確なフォローアップを行う必要があります。
- ・ 平成 24 年度のリーディング産業展は、従来の方針を見直し、企業間の商談創出を重視した企画内容に変更した結果、昨年度より大幅に商談件数が増加し、販路開拓や新商品開発に向けた新たな連携など、今後の展開につながる機会を提供することができましたが、今後さらに、川下企業の来場及び出展企業との面談を一層促進し、商談の質・量ともに拡大・充実を図る必要があります。
- ・ 「三重県・北海道」連携推進会議においては、十勝地域を中心に（十勝ラウンド）、北海道の農家と県内ものづくり中小企業の連携を模索しているところですが、当該地域でのプロジェクトを構築していくことに加え、他の地域における連携へと拡大していくことも必要です。
- ・ 地域連携促進フォーラム開催や「御在所サービスエリア」での販売促進の取組、デザイナー等を活用した販路開拓アドバイスの実施を通じて、地域資源関連事業者の商品開発や販路開拓に関する意欲の向上が図られました。今後、さらに取組が進むよう、県内外の専門家との連携機会の創出や、県内集客拠点や首都圏営業拠点等を活用した商品開発や商品ブラッシュアップ支援などの環境整備を進める必要があります。
- ・ 伝統産業・地場産業事業者等との意見交換等を実施する中で上げられた「デザイナー等との連携の方法がわからない」、「県内ではデザイナー等との出会いの場が少ない」、「海外に販路を求めたいが進め方がわからない」という意見を受け、伝統産業・地場産業事業者と県内外のデザイナー等のお互いが納得する効果的なマッチングの機会を創出し、それらの連携により革新的なデザインによる商品企画及び海外を見据えた販路開拓を行う仕組みづくりが必要となっています。

## 平成 25 年度の改善のポイントと取組方向

- ・ 今後の企業誘致活動においては、「マイレージ制度\*」による立地済企業の再投資や、県外からの新たな投資の呼び込みに加え、「マザー工場化\*」の促進、さらには、従来訪問を行ってこなかった「サービス産業」の誘致にも取り組んでいくこととします。その際、引き続き、金融機関等との連携による企業訪問や投資セミナーなどを行っていくことに加え、首都圏営業拠点なども活用し、企業毎に当該企業の関連企業も含めて、知事との懇談会を開催するなどし、企業経営者との強いネットワークを構築していきます。また、県外からの新たな企業誘致にも果敢に挑戦していくこととし、そのための積極的、集中的な県外における企業誘致活動を展開していきます。
- ・ 外資系企業の誘致については、在日大使館・外国商工会議所等ネットワークを活用し、国内外の外資系企業に対し県内操業環境の定期的な情報発信を行うとともに、県内外資系企業の動向把握に努めるなどにより、県内投資の促進に取り組みます。
- ・ 企業誘致活動を効果的に展開していくため、さらには、三重県の強みでもある産業集積を進化させていくためにも、職員自らの「企業 1,000 社訪問」などを通じて、県内の産業構造を企業個別の活動から分析（企業診断）していきます。
- ・ 「企業 1,000 社訪問」などの分析結果なども踏まえ、「みえ産業振興戦略」アドバイザーボードにおいて、戦略の更新・改訂（ローリング）を行っていくことに加え、時機を捉え、政府に対して地域からの実感を踏まえた具体的な提案を行っていくようボードの運営を行っていきます。
- ・ 海外展開拠点（ビジネス・サポートデスク）については、県内企業への現地情報の提供、個別相談、商談機会創出の支援という活動を実施していく際、多種多様なネットワークを活用して「現地ではか入手できない生の情報」を充実していくこととし、県内企業の業種・業態や海外展開の経験度合いなどにきめ細かく対応したサポートを行っていきます。さらに、日本貿易振興機構（JETRO）、中小企業基盤整備機構、三重県産業支援センター、三重県工業研究所等関連支援機関や大学等と連携して、技術的な支援や国事業の活用による、サポート体制のより一層の充実・強化に取り組みます。
- ・ 海外現地の企業団体や研究機関、国内外の専門家などとの新たなネットワークの構築を図り、海外展開拠点のバックヤード機能とも言える「情報収集」及び「ネットワーク構築」の充実を図っていきます。
- ・ 県内中小企業の課題を解決し、商品開発につなげていくため、国のものづくり中小企業・小規模事業者による試作開発等の支援制度を有効に活用するとともに、県においても、県研究機関と産業支援機関が連携し、ものづくり技術基盤の開発、新たな市場開拓につながる改良開発型の技術開発に加え、ニーズの高い中小企業の予備的な研究としての「可能性試験」の 3 段階で企業の段階・業態に応じた支援に取り組みます。
- ・ 中小企業連携体の自立化に向けた活動支援のため、市町の支援機関との一層の連携を図るとともに、県内中小企業による地域を超えた交流に取り組んでいる全国的な中小企業連携体との連携も促進します。
- ・ 多様な分野の川下企業のニーズを把握して、出前商談会等が開催できる新たな川下企業を発掘し、多様な分野における出前商談会等の開催をめざすとともに、県内企業に対し川下企業のニーズ・製品・加工方法等の情報を事前に提供するなどして、さらに効果的な出前商談会等の設定・運営を図ります。
- ・ 出前商談会等において明らかになった参加企業の技術課題等について、工業研究所が中心となりの確な支援を行い、商談の進捗を促進させるとともに、当該川下企業への再提案や他の川下企業への

提案等のチャレンジを支援します。

- ・ 県内ものづくり中小企業や農家などの新たな連携を模索していくため、北海道をはじめ、他の地域においてもローカル・トゥ・ローカルの取組を進めていきます。
- ・ 県内事業者に対して地域資源関連商品の開発から販路までの一貫した支援を行うため、県内の集客拠点における販売店とのマッチングによる商品のブラッシュアップの実施や、首都圏におけるデザイナー、クリエイター等の専門家を活用して新たな需要拡大へのチャレンジを支援するための具体的な仕組みづくりに取り組みます。
- ・ 伝統産業・地場産業事業者の積極的な取組を支援するため、県内外のデザイナー等との出会いの場としてマッチング交流会や事業者の現場見学会を実施し、お互いに納得した新商品の開発や販路開拓等の企画立案を行う仕組みづくりに取り組み、革新的なデザインによる商品企画及び販路開拓の取組を促進していきます。



【主担当部局：雇用経済部】

プロジェクトの目標

二歩先を見据えて、環境・エネルギー関連分野の技術の活用やエネルギーの効率的な利用を図りながら、ライフスタイルや生産プロセスなどあらゆるシーンで変革を促す取組を進め、4年後には、環境負荷を減らしながら、県民の皆さんが豊かさを実感できる「スマートライフ」への転換が進んでいます。

評価結果をふまえたプロジェクトの進展度と判断理由

進展度 *	B (ある程度進んだ)	判断理由	プロジェクトの数値目標は達成したものの、実践取組の1つが数値目標を達成できなかったことから、「ある程度進んだ」と判断しました。
----------	----------------	------	---

【\*進展度：A（進んだ）、B（ある程度進んだ）、C（あまり進まなかった）、D（進まなかった）】

プロジェクトの数値目標

目標項目	23年度	24年度		25年度	27年度
	現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
県民の皆さんや企業をはじめとしたさまざまな主体が連携して取り組むプロジェクト数(累計)	/	7件	1.00	13件	25件
	—	7件		/	/

目標項目の説明と平成25年度目標値の考え方

目標項目の説明	「みえグリーンイノベーション構想*」などの中で取り組むプロジェクト数
25年度目標値の考え方	平成24年度の実績値を踏まえ、平成25年度も引き続き同程度（6件）のプロジェクト創出をめざすための目標値を設定しました。

実践取組の目標

実践取組	実践取組の目標	23年度	24年度		25年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
1 「環境・エネルギー関連産業の集積と育成」に挑戦します！	クリーンエネルギー関連に取り組む企業のネットワーク化	/	20社	1.00	20社	20社
	自動車の軽量化・省エネ化に取り組む企業の支援(累計)	—	113社		/	/
2 「地域資源を生かした安全で安心な新エネルギーの導入」に挑戦します！	大規模な新エネルギー施設の導入	/	1施設	1.00	1施設	1施設
		—	1施設		/	/

実践取組	実践取組の目標	23年度	24年度		25年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
3 「県民の皆さんや企業と取り組む省エネをはじめとした地域づくりの推進」に挑戦します!	協議会での検討・取組数		5件	1.00	5件	5件
		—	5件			
	企業の省エネルギーにつながる取組促進		5社	0.60	5社	5社
		—	3社			

(単位：百万円)

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
予算額等	92	177		

### 平成24年度の取組概要

- ・ 本県の地域特性、産業特性を踏まえて、今後の成長産業として期待されている「環境・エネルギー関連産業」の育成・集積の取組方向を取りまとめた「みえグリーンイノベーション構想」を策定。
- ・ 企業、大学、経済団体、市町など産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」を平成24年10月1日に設立し、3つの部会（グリーンイノベーション、新エネルギー導入、地域モデル検討部会）を設置
- ・ 木曾岬干拓地において、メガソーラー\*事業者が仕掛け人となり、地元企業による環境・エネルギー関連分野へ新たなビジネス展開の促進など、産業振興に向けた取組を検討する「メガソーラー地域活性化研究会」を平成25年2月18日に発足
- ・ 次世代のエネルギー資源として注目されているメタンハイドレート\*を、産業振興、地域活性化につなげる「メタンハイドレート地域活性化研究会」を発足（平成25年3月28日）
- ・ 自動車の共通課題である軽量化・省エネ化を背景にして、自動車の軽量化に向けた研究会（5研究会）を開催
- ・ 木質バイオマスの安定供給体制づくりを促進するため、県内9地域の「地域林業活性化協議会」に木質バイオマス推進員を配置するとともに、県内の林業関係者を対象に安定供給体制づくりのためのセミナー等（6回）を開催したほか、供給事業者の収集・運搬機械の導入等を支援（8事業体）
- ・ 農業用水を活用した小水力発電施設の導入に向け、通年発電が可能な農業用水施設を有する地区をモデル地区に設定し導入を検討、また、農業用水に関わる水利権の取得に向けた協議を実施
- ・ 電気自動車等を活用した低炭素社会モデル事業において、伊勢市をモデル地域とし、企業、団体、大学、行政等が参画した協議会を設立し、協議会の取組や各主体の役割等を定めた行動計画（おかげさまAction!）を策定

### 平成24年度の成果と残された課題（評価結果）

- ・ 「みえスマートライフ推進協議会」には、①環境・エネルギー関連産業の育成及び集積を目的とした「グリーンイノベーション推進部会」、②地域資源を生かした新エネルギーの導入促進を目的とした「新エネルギー導入部会」、③環境・エネルギー技術の活用によるまちづくりを目的とした「地域モデル検討部会」の3部会を設置し、具体的テーマを設定して研究会やプロジェクト検討会を立ち上げました。今後、早い段階で、具体的なプロジェクト化を図っていきます。
- ・ 「グリーンイノベーション推進部会」では、企業ネットワークの構築と県内企業の技術・シーズの掘り起こしを目的とした「エネルギー関連技術研究会（平成24年7月20日設置）」を2回開催す



るとともに、同研究会のもと、4つの分科会（燃料電池、太陽光エネルギー利用、二次電池、システムの関連技術分科会）を開催し（計7回）、県内中小企業とエネルギーに関する共同研究開発を実施しました（創エネ：2件、蓄エネ：1件）。

- ・「新エネルギー導入部会」では、本県の地域特性や地域資源を生かした新エネルギーの導入促進を図るため、木曾岬干拓地へのメガソーラー事業者の決定やメガソーラー事業に取り組む事業者の相談に応じるほか、次世代のエネルギー資源として注目されているメタンハイドレートを、産業振興、地域活性化につなげる「メタンハイドレート地域活性化研究会」の発足（平成25年3月28日）や洋上風力について既存文献等による基礎調査を実施しました。
- ・「地域モデル検討部会」では、県内29市町への意向調査を実施したうえで、桑名市（市街地）、熊野市（中山間部）鳥羽市（沿岸部）をモデル地域として選定するとともに、3地域の住民や県内の企業を対象にアンケート調査を実施し、環境・エネルギー技術やIT技術を活用した安全安心のまちづくりや産業振興など地域課題解決につなげるプロジェクトについて検討を行いました。桑名市の「陽だまりの丘」をフィールドとした防災や子育て支援など安全・安心につながる事業等を検討する「桑名プロジェクト検討会」を発足（平成25年2月26日）、また、熊野市の旧紀和町をフィールドとした木質バイオマスの利用による産業振興や防災対策等につながる事業等を検討する「熊野プロジェクト検討会」を発足しました。（平成25年2月4日）また、鳥羽市の離島をフィールドとした検討会の発足を準備しつつ、答志島において蓄電池を搭載した超小型電動車両を活用した住民や観光客の島内移動の利便性や地域活性化にかかる社会実証を実施しました。
- ・省エネ効果が高い保冷システムの開発や、室内ファンなどに活用できる省エネ効果が高い電動機の開発に補助金を交付する（2社）など、県内企業の省エネ技術等を生かした新たな事業展開を促進しました。
- ・高度部材イノベーションセンター\*（AMIC）などを拠点として、「太陽光発電関連技術の研究開発」に10社、「全固体ポリマーリチウム二次電池」の実用化を推進する協議会に12社が参画するなど、全体では113社がクリーンエネルギー関連分野の研究開発にかかるネットワークに参画し、取組を展開しました。今後は、県内中小企業への共同研究に向けた技術支援や情報提供やモデルプロジェクトの構築などを通じて、中小企業の環境・エネルギー関連分野への進出を促していくことが必要です。
- ・自動車の軽量化に向けた研究会（複合プラスチック、金属材料、接合技術、CAE、電動・電装部品に関する5研究会）については、計17回開催し、県内企業延べ173社が参加しました。今後は、自動車の共通課題として今後さらに求められている軽量化技術・省エネ技術・新素材活用等に関する県内企業の関心は高いことから、研究会を通じて、県内企業に対する技術動向等の情報発信や技術開発の支援を継続・発展させる必要があります。特に、研究会で取り上げる内容（新素材とその加工・接合方法、シミュレーション技術等）について、研究会参加企業が実際に試作・テスト等を実施できるよう、大学等研究機関や他県公設試等との連携、及び県工業研究所の支援能力の向上等に、より一層取り組む必要があります。
- ・新たな木質バイオマスの供給目標量9千tに対し、10,620t（118%）の供給量が確保されました。また、新たな需要先として、複数の発電事業計画が進められるとともに、未利用間伐材の安定供給体制づくりや木質バイオマスエネルギーの利用促進、水分量のなどの品質規格の統一、木質バイオマス証明制度の推進などを目的として、三重県木質バイオマスエネルギー利用推進協議会が設立されました。今後は、安定供給体制づくりに向けて、供給事業者の拡大とともに発電や熱利用など木質バイオマスエネルギー利用の拡大に取り組む必要があります。
- ・小水力発電施設の導入について、関係機関と協議が整い、安濃ダムの河川放流口に小水力発電施設

を整備することとなりました。今後は、整備に向けた手続きなどを着実に進めるとともに、さらなる小水力発電の普及に向けた取組が必要です。

- ・昨年度策定した行動計画（おかげさまAction!）に沿った取組を着実に進めるため、各主体がそれぞれの役割に応じて、取組を進めていく必要があります。

## 新しい豊かさ協創プロジェクト推進会議における主な意見

（スマートライフ推進にかかる意見）

- ・スマートライフ推進のためには、地域の価値を高める「ブランディング」が鍵となる。
- ・スマートライフの情報発信については、企業へのアピールと住民への理解がポイントとなる。モデルケースの取組によって、住民にとってどのようなメリットがあり、ライフスタイルがどのように変わるのか、三重県の魅力、アピールポイントを住民に対して分かりやすく説明する必要がある。

（具体的なプロジェクト化に向けた意見）

- ・プロジェクトでの国の補助金を活用するためには、全国に水平展開していく視点を意識することが重要である。
- ・プロジェクトがビジネスとして採算が取れるまでには、しばらくかかるので、当面は防災対策など公共事業として実施する中で地域の産業振興につなげるという観点が必要ではないか。
- ・ビジネスモデルとして採算性が難しい事業については、行政と民間が連携して公共サービスの提供を行うスキームを活用して企業からの提案を求める必要があるのではないか。
- ・補助金がなくなった後も運営の仕組みとして持続できるプロジェクトにするべきではないか。
- ・プロジェクトでは、エネルギーコストの観点だけでなく、地域とどう関わっていくかの観点での取組を考えないと定着しないのではないか。
- ・特に、地域モデルの熊野市、鳥羽市の取組では、エネルギー利用効率化の観点だけでなく、産業振興の視点が重要になる。
- ・三重県には、多様な地域資源があるが、つながっていない。区切らないでトータルでマネジメントしていく視点が重要。

## 平成 25 年度の改善のポイントと取組方向

- ・「みえスマートライフ推進協議会」活動の情報発信や「みえグリーンイノベーション構想」等の推進により、産学官の交流・連携の場を広げ、プロジェクト化に向けたネットワークづくりを行います。このネットワークの中で、本県の地域特性・産業特性を生かし、県域を越えた広域連携をも視野に入れたオープンイノベーション\*を推進・加速させ、研究開発の促進・販路拡大・市場拡大につなげることで、関連産業の育成と集積を図るとともに、多様な産業の育成に取り組んでいきます。併せて、三重県の地域資源を生かしつつ、さまざまな主体の参画によって太陽光発電、風力発電、中小規模水力発電、木質バイオマスの利用等の新エネルギーの導入や、省エネルギーを推進することにより、地域における安全で安心なエネルギーの創出につなげます。また、将来実用化が期待されているメタンハイドレート等次世代のエネルギー資源に関連する地域活性化の取組方策を検討します。
- ・企業、大学等の産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」を核とし、「グリーンイノベーション推進部会」、「新エネルギー導入部会」及び「地域モデル検討部会」の研究会・プロジェクトを運営し、産業特性や地域特性など本県の強みを生かし、環境・エネルギー技術やIT技術を活用したビジネスモデルや社会モデルを提案していき、新たなビジネスの創出を図ります。

- ・新たな産業創生に向けて高度部材・素材を強みとする四日市コンビナート企業などを中心とする「バイオリファイナリー\*研究会（仮称）」を設立し、みえ発の研究開発プロジェクトをめざします。
- ・県、工業研究所、高度部材イノベーションセンター（AMIC）が連携して、情報提供や取り組むべき技術課題を見出すための勉強会・研究会を設置するなど、既存技術を生かした省エネ技術への展開をめざしたネットワークづくりを行います。
- ・自動車の軽量化に向けた研究会は、最新の研究・技術開発動向、出前商談会等で明らかになった自動車メーカー等の技術ニーズ、及び研究会参加企業の抱える技術課題等を踏まえて内容を見直すとともに、素材メーカー、大学等研究機関に加え、試作機能を有する企業との連携により、工業研究所が中心となって、研究会参加企業の技術課題解決や試作・加工テストを支援します。
- ・安定供給体制づくりに向けて、三重県木質バイオマスエネルギー利用推進協議会を活用し、関係者との連携を強化するとともに、供給事業者への収集・運搬機械等の導入支援を行い、供給事業者の育成に取り組みます。また、林業者だけでなく他業種の参入を促進します。
- ・木質バイオマスのエネルギー利用の拡大に向けて、木質チップの供給や発電・熱利用施設の整備を促進するとともに、木質チップ原料のストックヤードの確保を支援し、木質チップ原料の供給を促します。
- ・安濃ダムの小水力発電施設整備の実施設計を行います。また、小水力発電の普及を図るため、地域の小水力発電量の賦存量調査を行うとともに、市町及び水路管理者への啓発に取り組みます。
- ・電気自動車等を活用した低炭素なまちづくりを行うため、協議会が策定した行動計画に基づき観光プランの作成や国の補助制度を活用した電気自動車等の導入、充電器の設置等に取り組んでいきます。



【主担当部局：雇用経済部観光・国際局】

プロジェクトの目標

三重県観光の「予感」(三重へ行ってみよう)・「体感」(三重で旅行を満喫)・「実感」(三重は楽しかった、また行きたい)のサイクルが築かれ、観光産業が本県の経済をけん引する産業の一つとして確立されています。そのため、観光旅行者の多様なニーズに対応するさまざまな観光振興の取組を、県民の皆さん、市町、観光事業者、観光関係団体等と連携して進めます。4年後には、観光の基盤づくりが進み、観光旅行者の満足度が向上し、式年遷宮\*後も観光入込客数が持続的に確保されています。

評価結果をふまえたプロジェクトの進展度と判断理由

進展度 *	B (ある程度進んだ)	判断理由	プロジェクトの数値目標を達成したほか、現時点で確定していない実践取組の目標値についても、概算値において概ね達成できる見込みであることから、「ある程度進んだ」と判断しました。
----------	----------------	------	--

【\*進展度：A（進んだ）、B（ある程度進んだ）、C（あまり進まなかった）、D（進まなかった）】

プロジェクトの数値目標

目標項目	23 年度		24 年度		25 年度	27 年度
	現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値	
観光レクリエーション入込客数	3,565 万人	3,650 万人 3,787 万人	1.00	4,000 万人	4,000 万人	

目標項目の説明と平成 25 年度目標値の考え方

目標項目の説明	1 年間に観光レクリエーション等の目的で県内の観光地を訪れた人数について、全国観光統計基準に基づき集計した推計値
25 年度目標値の考え方	遷宮効果による誘客が順調に進んでいることから、平成 25 年度の目標値を 4,000 万人に前倒しし、高い水準での維持を図っていくこととします。

実践取組の目標

実践取組	実践取組の目標	23 年度	24 年度		25 年度	27 年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
1 「さまざまな主体との連携による観光PR・誘客」に挑戦します！	延べ宿泊者数	708 万人 (22 年)	770 万人 (暫定値)	1.00	800 万人	800 万人
		75.7% (22 年度)	82.0%		未確定	88.0%
	リピーター意向率	75.7% (22 年度)	集計中			

実践取組	実践取組の目標	23年度	24年度		25年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
2 「海外での認知度アップによる来訪者の増加」に挑戦します！	県内の外国人延べ宿泊者数		100,000人	0.94	120,000人	150,000人
		106,000人 (22年)	94,140人 (暫定値)			
	海外の自治体等との連携事業数(累計)		2	1.00	5	10
		—	3			
3 「来訪を促進する観光の基盤づくり」に挑戦します！	受講生が取り組んだ地域活動数(累計)		10	1.00	20	40
		—	13			

(単位：百万円)

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	53	252		

### 平成 24 年度 の 取 組 概 要

- ・ 「三重県観光キャンペーン」を平成 25 年 4 月から実施するため、官民一体となった推進協議会を設置（平成 24 年 10 月）、キックオフ大会（平成 24 年 11 月、伊勢）、スタートイベント（平成 25 年 3 月、県庁）を実施
- ・ 県全体でキャンペーンの機運醸成及びキャンペーンの周知を図るため、キックオフ大会（平成 24 年 11 月、伊勢）、スタートイベント（平成 25 年 3 月、県庁）を開催するとともに、桂三輝(サンシャイン)さんを隊長とする三重県観光キャンペーンPR 隊を組織し、県内市町と連携したPR 活動を実施、三重県観光キャンペーン推進協議会でキャンペーンの愛称を公募し、全国から寄せられた 1,644 件から「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」を選定し、キャンペーンロゴマークを作成
- ・ 三重県観光キャンペーンにおける「県内での周遊性、滞在性の向上」「三重ファン・リピーターの増加」を行うため、「みえ旅パスポート」、「ホームページ」、「ガイドブック」、「エリアパンフレット」を作成するとともに、「みえ旅案内所」（68 施設）、「みえ旅おもてなし施設」（平成 25 年 3 月現在 約 600 施設）を設置
- ・ 島根県、奈良県など「遷宮」や「古事記」など共通テーマを活用し連携した観光PR を実施
- ・ 三重の観光営業拠点（桜通りカフェ）については、新たに 3 市町が参加し、あわせて 10 市町が参加し、参加市町における旅行商品の造成や情報発信、特産品の販売等に取り組みました。
- ・ 台湾にミッションを派遣し「日台観光サミット」を三重県に誘致
- ・ 中部広域観光推進協議会や「昇龍道プロジェクト」等広域連携による取組に参画し、連携したプロモーション活動を実施
- ・ フェイスブックやツイッター等を活用し、三重県の情報発信を実施
- ・ 県内の受入体制整備のために「ことなび」を運営し電話通訳サービスや県内事業者等のパンフレットの翻訳等の多言語対応を支援、また県内観光施設にWi-Fi 環境を整備
- ・ 海女や忍者を活用した三重県観光モデルの構築に向けて、「海女振興協議会」（平成 24 年 6 月）と「伊賀流忍者観光推進協議会」（平成 24 年 8 月）を地域が主体となって設立し、情報発信や誘客に向けたコンテンツづくりに着手

- ・地域資源を活用したニューツーリズムとして、スポーツツーリズム\*やロケ地観光の支援を開始
- ・三重県観光連盟による人材育成事業を支援するとともに、そのフォローアップとして「三重県 can-co-本気塾」事業を実施

## 平成 24 年度の成果と残された課題（評価結果）

- ・平成 25 年 4 月から実施する三重県観光キャンペーンの組織体制の構築を行うとともにマスコミへの露出も増加するなどキャンペーンを順調にスタートさせることができました。また、「三重県の認知度の向上」「県民の観光行動の促進」「三重ファン・リピーターの増加」を図るため、「みえ旅パスポート」の作成、「みえ旅案内所」、「みえ旅おもてなし施設」の設置など本キャンペーンの核となる仕組みを構築しました。今後は、作成したロゴマーク、観光大使を活用した情報発信や「みえ旅パスポート」、「みえ旅案内所」、「みえ旅おもてなし施設」などの取組を積極的に展開する必要があります。
- ・島根県、奈良県など共通テーマを持つ他県と連携して観光PRを行うことにより、メディアへの露出も増えました。
- ・「2013 日台観光サミット in 三重」開催までの期間を台湾との「重点強化期間」に位置づけていますが、集中的に三重県をPRし、認知度を高めていくことが課題です。
- ・「昇龍道プロジェクト」や中部広域観光推進協議会と連携したプロモーションを行っており、さらなる有効活用が課題です。
- ・フェイスブックやツイッター等で情報発信していますが、多くの人に閲覧してもらいフォロワーを増やすことが課題です。
- ・「ことなび」による外国人向けの電話通訳サービスや県内事業者等のパンフレットの翻訳等を行っていますが、利用拡大のため県内事業者や旅行者への周知が課題です。
- ・海女や忍者を活用した三重県観光モデルの構築については、平成 24 年 6 月に海女振興協議会、同年 8 月に伊賀流忍者観光推進協議会を発足しましたが、今後、協議会を中心に地域が一体となって主体的に事業を進めていくことが課題です。
- ・平成 25 年度 JFC（ジャパンフィルムコミッション）総会を 9 月に伊勢市二見町に誘致することができました。また、6 月には、「バリアフリー観光を推進する全国フォーラム伊勢大会」が開催されることから、これらの機会を生かし、新しい観光として地域に定着させることが課題です。
- ・首都圏営業拠点、関西事務所、名古屋の桜通りカフェを活用した情報発信については、市町等との連携をさらに深め、訴求力のあるメディアやエージェントなどへの情報発信を進める必要があります。
- ・地域で観光をけん引するキーパーソンの育成とネットワーク化が図られました。育成した人材が地域において、地域の魅力を発掘するとともに、これらを活用した商品企画に結びつくような支援が課題です。

## 新しい豊かさ協創プロジェクト推進会議における主な意見

（情報発信について）

- ・三重県には、忍者や海女、伊勢神宮、熊野古道など光るものがたくさんあるが、時代背景などのストーリー性を持って発信することが大事である。
- ・20 年に一度、メディアに注目されるこの機会に、神宮にだけ参拝に来て帰ってもらうのではなく、三重の本当の魅力を知ってもらい、次（20 年後）への布石とすべき。三重県観光キャンペーンは、

地域が連携して発信するいい機会である。売り込みたいポイントを絞って情報発信していくのが効果的である。また、三重ファンやリピーターを獲得していくためには、遷宮後も継続して情報発信していく必要がある。

- ・ 20年に一度の神宮式年遷宮は、記念日的な意味あいもあり、伊勢は、新しいアトラクションをつくらなくても、何度でも来ていただける要素がある観光地であり、観光の原点である。

(おもてなしについて)

- ・ お客様のニーズは一人ひとり違う。お客様の希望にあった旅が提案でき、喜んでいただくことが励みになっている。伊勢志摩でのバリアフリー観光のノウハウを県内各地に広げ、県全体でレベルアップしていきたい。
- ・ 20年前は、まつり博等もあり、伊勢志摩に人が一極集中した結果、キャパを超えるお客さんに対応しきれなかった。そのようなことは2度と繰り返してはならない。リピーターとして来ていただけるよう全力でおもてなしをしなければいけない。
- ・ 観光で大事なものは満足度である。イベント等で一気に人が増えると、何も発信できないどころか不満を持って帰った人により、マイナスの評判が広がってしまう。時期や場所を平準化させてピークをつくらぬような誘客が理想である。また、クレームを最小限に抑えるシステムやクレームを魅力に反転させていくことが、三重ファンの増加につながる。

(観光の産業化について)

- ・ 観光は、産業として確立されていないのが現状であり、早く確立する必要がある。儲かる企業をどれだけ作れるか、付加価値を付けて利益の出る企業体制をつくるのはどうしたらいいかを考えるべきである。
- ・ 観光の産業化に対する取組が弱い、好調な時にこそ取り組むべき課題である。

(交通対策について)

- ・ 年明けくらいから伊勢市内での交通渋滞がひどくなってきた。周遊性にも影響を与えることから、シャトルバスを使ったパーク&ライドを実施すべきである。その際には、バス専用路線をタクシーや観光バスも通行できるようにしたほうがいい。
- ・ 今、一番の課題は交通渋滞対策である。地元が、交通渋滞対策にしっかり取り組んでいる姿勢が大事である。駐車場など収容力が足りないのであればマイナスの情報であっても発信すべきである。
- ・ 田舎ほど公共交通機関がない。津なぎさ町や駅前のレンタカーをネットワーク化して周遊の仕組みをつくれぬか。

(インバウンドについて)

- ・ インバウンドについては、モニターツアーを積極的に受け入れ、モデルルートを確立する必要がある。
- ・ 情報発信のエリアとターゲットを明確にしないと狙ったところまで情報が届かない。
- ・ 海外からのお客さんに対して消極的である。国内客と同様に“WELCOME MIE”と歓迎の気持ちをアピールすべき。
- ・ ビジターズセンターなど、旅の総合案内所が必要である。海外に比べて、日本の窓口案内機能はまだ弱い。

## 平成25年度の改善のポイントと取組方向

- ・ 式年遷宮の好機を生かした国内誘客戦略の推進については、「ストーリー性を持たせた情報発信」、「売り込むポイントを絞る」、「案内窓口の充実」などの委員の意見も踏まえ、官民一体となった協議会により、平成25年4月から3年間、「三重県観光キャンペーン」に集約して情報発信や誘客



促進、おもてなし向上など地域の受入体制の充実を進めるとともに、首都圏営業拠点\*や関西事務所を活用しながら首都圏等大都市圏での三重の旬の情報を発信していきます。

- ・ 交通渋滞対策については、伊勢地域観光交通対策協議会の一員として、委員から寄せられた意見も反映させながら課題解決に向けて取り組んでいきます。
- ・ 6月には、「バリアフリー観光を推進する全国フォーラム伊勢大会」、9月には、JFC（ジャパンフィルムコミッション）の平成25年度総会が伊勢市二見町の賓日館で開催されることから、これらを契機として、新たなツーリズムとして地域に定着するよう関係機関と連携しながら取り組んでいきます。
- ・ 海外誘客戦略の推進については、「2013日台観光サミット in 三重」の開催をチャンスと捉え、委員の意見にあったように、「選択と集中」によりターゲットの明確化に留意しながら、台湾との観光交流関係を具体的な形にして、一過性に終わらせない取組を行います。また、「昇龍道プロジェクト」など広域連携による取組を中部広域観光推進協議会と一体となって進め、「昇龍道百選」を有効に活用し、三重県の魅力ある観光資源を海外にPRするとともに、新しいコースづくりにも取り組みます。
- ・ 観光基盤の強化については、本県が世界に誇る海女、忍者を活用した、国内外の情報発信の強化に引き続き取り組めます。
- ・ スマートフォンを活用した、観光情報提供を進めていきます。
- ・ 観光産業が、裾野の広い産業であることから、地域資源を活用した新商品開発やサービスの向上、新たな観光需要の創造等に取り組む、本県の経済をけん引する産業の一つとして確立することをめざします。

# (参考) 用語説明

## (参考)用語説明

本文に掲載されている用語の説明です。

「掲載箇所」に記載されている内容は以下のとおりです。

- 第1章 : 第1章に掲載されています。  
 三桁の数字 : 第2章の該当する番号の施策の取組に掲載されています。  
 緊急○、協創○ : 第3章の該当する番号の選択・集中プログラムの取組に掲載されています。  
 行政運営○ : 第4章の該当する番号の行政運営の取組に掲載されています。

単語（事項等の名称）	解 説	掲載箇所
ABC(アルファベット)		
ASEAN	東南アジア諸国連合の略称。東南アジア10カ国の経済・社会・文化などでの地域協力機構であり、インドネシア、シンガポール、タイ、フィリピン、マレーシア、ブルネイ、ベトナム、ミャンマー、ラオス、カンボジアが加盟する。約6億人の人口規模を持つASEANは、目覚ましい経済成長を続けており、市場として大きな魅力を有する。なお、「ASEAN6」とは、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナムの6カ国をさす。	第1章
RDF	ごみ固形燃料。ごみを固めた暖房や発電の燃料。ごみを選別、粉碎した後乾燥させ、圧力を加えて固めたもの。発熱量は石炭に近く、1kgあたり約4,000～5,000kcalである。	152 325
SNS	ソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service)の略で、限られたユーザーだけが参加できるWebサイトの会員制サービスのこと。友人同士が集まったり、同じ趣味を持つユーザーが集まったり、近隣地域のユーザーが集まったりと、ある程度閉ざされた世界にすることで、密接なユーザー間のコミュニケーションを可能にしている。	341 343
あ行		
アドバイザーボード	「みえ産業振興戦略」の具現化やその時々国際情勢や国内雇用経済情勢を踏まえた戦略の新しい方向性を模索していくため、有識者により構成された委員会。	第1章 321 343 緊急8
オープンイノベーション	新技術・新製品の開発に際して、組織の枠組みを越え、広く知識・技術の結集を図ること。一例として、産学官連携プロジェクトや異業種交流プロジェクト、大企業とベンチャー企業による共同研究などが挙げられる。	325 協創3
オンリーワン型の企業	その企業でしか提供していない技術や商品、サービスを持っている企業のこと。	322
か行		
川下企業	川下企業とは、最終製品を製造・販売する産業を総称している。反対に川上企業とは、川下企業に対して加工サービスや部品の供給等を行う産業を総称している。	第1章 321 322 緊急8
クリーンエネルギーバレー構想	今後の成長分野である「環境・エネルギー関連分野」における新技術・新製品の開発をめざす県内企業のネットワークづくりの支援をベースにして、研究開発の促進、事業化促進、販路・市場拡大、ひとづくり、設備投資および立地の促進等の取組を連携させて、環境・エネルギー関連産業の集積・振興を図ることをねらいとした構想。平成25年3月に「みえグリーンイノベーション構想」に名称変更。	321
グローバル	グローバルとローカルを掛け合わせた言葉。世界規模の視野で考え、地域の視点で(根づいて)活動する概念。	323
コアな三重ファン	三重の持つさまざまな魅力や価値(県産品、観光地、ものづくりの技術など)を理解し、自ら利活用している人。また、魅力等を他の者に薦めたいと思っている人。	341
高度部材	原材料の純度、組織構造の高度な制御、加工成型技術で創られた優れた性能・機能を持つ素材、部材、部品のこと。	321

単語（事項等の名称）	解 説	掲載箇所
高度部材イノベーションセンター(AMIC)	平成20(2008)年3月に開所した財団法人三重県産業支援センターが管理運営する施設。企業間の融合を図る結節点として、県や四日市市と連携し、研究開発の促進、中小企業の課題解決支援、ものづくりを担う人材の育成に取り組み、さらに平成22(2010)年3月の加工技術研究棟の整備により、中小企業の加工技術力の向上を図っている。	321 324 325 協創3
さ行		
式年遷宮 (神宮式年遷宮)	遷宮とは、神社の正殿を造営・修理する際や、正殿を新たに建てた場合に、御神体を遷すこと。式年とは定められた年という意味で、伊勢神宮では20年に一度行われる。	第1章 341 342 協創4
若年無業者	15～34歳の非労働力人口のうち、家事も通学もしていない者	331
首都圏営業拠点	東京日本橋に設置し、首都圏における営業活動を総合的に進めるための施設。	第1章 311 321 323 341 342 緊急4 緊急7 協創4
スポーツツーリズム	旅先で観光とともにスポーツを楽しむ、あるいはスポーツ大会への参加とともに旅を楽しむなど、スポーツを通じた新たな魅力の創出、スポーツを核とした交流のこと。	342 協創4
た行		
トライアルショップ	首都圏において、平成23年度に実施した三重の観光情報(ポスター・パンフレット等)と物産品(陳列等)をPRする期間限定の試行的な店のこと。	323
な行		
は行		
バイオリファイナリー	石油化学に代わり、植物由来の資源からバイオ燃料やプラスチックなどの化学製品を生み出す技術や生産設備のこと。	第1章 321 325 協創3
ま行		
マイルージ制度	県内企業の成長や高付加価値化に向けた再投資を促進するため、今まで対象とならなかった小規模な投資をポイント化し、補助の対象とみなすことができる仕組みをいう。	第1章 321 緊急8
マザー工場	単なる量産工場ではなく、開発、量産試作などの機能を備え、他の工場に対しての技術指導や支援能力を持つなど、高い付加価値を有する施設をいう。	第1章 321 緊急8
三重が魅力ある地域であると 感じる人	首都圏等における県のアンケート調査において、「県産品を購入したい」、「観光目的で来県したい」、「本県で居住したい」、「本県で立地・操業したい」という回答や、「本県の『歴史』、『文化』や『街並み・建造物』などに対して『独自性』や『愛着』等を感じる」と回答した人のこと。	341
みえグリーンイノベーション構 想	今後の成長分野である「環境・エネルギー関連分野」における新技術・新製品の開発をめざす県内企業のネットワークづくりの支援をベースにして、研究開発の促進、事業化促進、販路・市場拡大、ひとづくり、設備投資および立地の促進等の取組を連携させて、環境・エネルギー関連産業の集積・振興を図ることをねらいとした構想。	第1章 321 325 協創3
三重県営業本部	県産品等の認知度向上と販売促進等に取り組むために設置した、知事を本部長とする組織。	第1章 341
三重県エネルギー対策本部	三重県におけるエネルギーの安定供給の確保、新エネルギーによる地域エネルギーの確保や省エネルギー対策を総合的に推進することを目的に、平成23(2011)年5月に設置した組織。	325

単語（事項等の名称）	解 説	掲載箇所
みえ産業振興戦略	平成24年7月に策定した三重県における産業振興の方向性を示したもの。	第1章 321 323 343 緊急8
みえ“食発・地域イノベーション”創造拠点	食品関連分野におけるイノベーションの創出や、高付加価値商品の開発などを支援することを目的とした研究開発拠点（三重大学と三重県工業研究所の2カ所を整備）で、県内の食品関連企業が産学官連携や農商工連携を通じて活用することを目的とする。	324
メガソーラー	出力1メガワット(1000キロワット)以上の大規模な太陽光発電。発電所建設には広大な用地を必要とするが、再生可能エネルギーの基幹電源として期待されている。	第1章 255 325 協創3
メタンハイドレート	永久凍土層や深海下の地層等、低温高圧の条件の下で存在するメタンガスと水が結晶化した固体の物質で、分解してガス化することで次世代のエネルギー資源として注目されている。	第1章 325 協創3
ら行		
ライフイノベーション	医療・健康・福祉分野で、新しい技術や考え方を取り入れて新たな価値を生み出し、社会的に大きな変化を起こすことをいい、革新的な医薬品、医療機器、医療・介護技術等の研究開発の促進や関連産業の活性化をめざすもの。	第1章 321
漁師塾	若者などの水産業への就業・就労を促進するため、漁業技術の研修等を通じて人材育成や就業支援を行う育成機関。	第1章 314 緊急4
ローカル・トゥ・ローカル	地域間の多様な産業交流を通じて、各地域の産業振興を図っていくという概念。	第1章 322
わ行		
ワーク・ライフ・バランス	ワーク(仕事)とライフ(仕事以外の生活)を調和させ、性別・年齢を問わず、誰もが働きやすい仕組みをつくること。	第1章 331 332