

## (7) 雇用施策の推進について

### 1 現状（背景・課題）

労働力人口が減少していく中で、雇用のミスマッチの解消などにより、若者、女性、障がい者などの雇用促進が求められています。

#### (1) 若者の就労支援

若者の就労については、県や国等が共同で運営している「おしごと広場みえ」を拠点として、相談事業やセミナー等の支援施策に取り組んでいますが、若者の就労ニーズとともに企業のニーズも踏まえて、就労支援策を検討していく必要があります。

#### (2) 女性の就労支援

女性の就労については、働く意欲を持つ女性の力を産業振興に活かすため、就労継続、再就職支援の両面からの支援の充実が必要です。

平成 25 年度「子育て中の女性の就労意識に関するアンケート調査」の結果では、再就職への阻害要因となっている事項として、仕事と家庭の両立や仕事のブランク、スキル面での不安等があげられており、こうした不安を解消するための就労支援策を検討していく必要があります。

#### (3) 障がい者の就労支援

障がい者の就労については、ハローワークを通じた障がい者の就職件数は 1,254 件（平成 24 年度）と前年度より大幅に増加（30.6%増）しているものの、平成 25 年 6 月 1 日現在の障害者実雇用率は 1.6%（法定雇用率（民間）2.0%）と全国 47 位という状況にあり、障がい者雇用の促進が一層求められています。

#### (4) 雇用の促進

雇用の場を創出し失業者の雇用を促進するため、国の「緊急雇用創出事業臨時特例交付金」を活用して、平成 25 年度は、起業支援型地域雇用創造事業等に取り組みました。

雇用経済情勢が回復傾向にあるなか、経済成長をより確かなものとするため、地域経済の活性化につながる取組がさらに求められています。

### 2 平成 26 年度の取り組み

#### (1) 若者の就労支援

「おしごと広場みえ」を構成する各機関や他の就労支援機関の支援制度との効果的な連携により、新卒者や新卒未就職者、非正規雇用の若者と、企業の成長の原動力となる若者を必要とする企業とのマッチングの機会を充実します。

また、新卒未就職者や非正規雇用の若者を対象に、就職に直結したインターンシップを実施し、安定的な雇用につなげるとともに、学生等が社員と同様の業務を行う実践的な長期インターンシップを実施し、県内中小企業の優秀な人材確保と人材育成に取り組めます。

## (2) 女性の就労支援

就労意欲を持つ女性に対する相談支援や、女性向け及び企業向けセミナーの開催等により、女性の就労を支援します。また、「子育て中の女性の就労意識に関するアンケート調査」の結果を踏まえ、離職ブランクのある女性を対象としたインターンシップ事業を実施します。さらに、女性の能力発揮や仕事と家庭が両立できる職場環境づくり等に取り組む「男女がいきいきと働いている企業」を認証・表彰します。

## (3) 障がい者の就労支援

県民が障がい者と交流し理解を深める場づくり、障がい者が就職に向けてステップアップできる実践的訓練、障がい者が活躍できる職域の拡大、企業と障がい者の接点を増やし、「障がい者が戦力になる」ことへの理解の促進等の必要性を踏まえ、障がい者雇用を促進する取組みの一つとしてのステップアップカフェ（仮称）を「三重県総合文化センター1階フレンテみえ」に設置し、「県民総参加」で取組を進める応援組織の立ち上げや、カフェの活用につながる障がい者雇用支援事業（地域人づくり事業の一部）に取り組めます。

また、障がい者雇用アドバイザーによる普及啓発、就職面接会の開催、ジョブサポーターの派遣などに取り組むとともに、障がい者雇用に関するセミナーの開催、特例子会社の設立への助成に取り組めます。

## (4) 雇用の促進

平成25年度国補正予算による交付金を活用した「地域人づくり事業」を実施し、地域の状況に応じた多様な人材育成を行うことにより、雇用の拡大や在職者の賃金上昇などの処遇改善につなげます。

## (8) 地域資源を活用した産業振興について

### 1 現状（背景・課題）

伝統産業・地場産業をはじめ地域資源を活用した産業は、消費者ニーズの多様化による需要の低迷や従業者高齢化等、厳しい環境にあります。

このような状況を踏まえ、「伝統産業事業者等の訪問による課題把握」、「専門家の活用による新商品開発」、「販路開拓」、「人材育成」、「ファンドの活用促進」に取り組んできたところです。

今後も、伝統産業・地場産業の活性化に向けて、消費者やユーザーにその商品やサービスを含めた価値を提供する価値創造型への産業転換が必要になります。

#### 【課題】

- ・昨今のライフスタイルの変化や消費者ニーズの多様化による需要の低迷
- ・海外からの安価な輸入品の増大や国内の産地間競争の激化
- ・生産額の落ち込みに伴う事業者数・従事者数の減少
- ・従事者の高齢化の進展による人材や後継者の不足
- ・全国各地域の同様の商品との差異化が図られていない
- ・生産ロットが小さく、既存の流通ルートに乗りにくく、また、消費者ニーズの把握が十分に行えない

### 2 平成26年度の取組

地域資源を活用した更なる産業振興を進めるため、地域資源を活用した新商品の開発や販路開拓への積極的なチャレンジなど、事業者の自主的な活動を支援することにより新たな価値創造に向けて活動していくための環境づくりに取り組んでいきます。

#### (1) 伝統産業・地場産業の新たな市場開拓を支援

大都市圏や県内外で活躍するデザイナー・クリエイター等との連携を通じて、県内事業者の新商品の開発や、首都圏及び海外も視野に入れた販路拡大等の取組を支援します。また、デザイナー等とのネットワークづくりに努めさまざまな分野のデザイナー等の協力が得られる環境づくりに取り組みます。

#### (2) 魅力ある商品づくりの促進

地域資源活用事業者を対象に、販路拡大と商品のブラッシュアップにつながるための取組を専門家の活用や商工団体と連携し、三重テラスをはじめとする大都市圏や県内の集客拠点等で行うことで、事業者の魅力ある商品づくりと販路開拓を支援します。

#### (3) 「三重グッドデザイン（工芸品等）」（仮称）制度の実施

伝統工芸品等の新たな取組拡大と、事業者のビジネス活動の活発化につなげていくため、専門家等の選定協力による「三重グッドデザイン（工芸品等）」（仮称）制度の実施を検討します。

**(4) 人材の育成**

県単補助金を活用し、人材や担い手育成など後継者の確保と技術の伝承・向上の取組を引き続き支援します。

**(5) ファンドの活用促進**

地域資源を活用した事業者の取組をフォローしていくため「みえ地域コミュニティ応援ファンド」、「みえ農商工連携推進ファンド」の一層の活用促進に努めます。

## (9) 企業誘致の取組について

### 1 現状・課題

近年、国内の企業がグローバルな視点での適地適産による生産を活発化させていること、また、国内では小規模な投資の割合が増える傾向にあることなど、企業の投資動向が変化してきています。

平成25年4月には、このような変化も踏まえ、国内にとどまって操業を続けるマザー工場の整備に対する支援、マイレージ制度の導入による県内企業の再投資の促進、さらには、地域経済への波及効果の大きいサービス産業の立地促進などを柱とする新たな企業投資促進制度を創設したところです。

この新しい制度を活用して企業誘致に活発に取り組んできたところであり、引き続き効果的な企業誘致を展開していく必要があります。

### 2 平成26年度の取組

企業の幅広いニーズにワンストップサービスで迅速に応えるとともに、新しい企業投資促進制度の活用や規制の合理化の取組などを進め、新規企業の立地や県内立地済み企業の再投資を促進します。

企業投資促進制度の概要については、次のとおりです。

#### (1) マイレージ制度の活用

マイレージ制度は、企業が行う小規模な投資を累積し(5年間)、要件に達した段階(例えば、成長産業の場合は投資額5億円)で、補助の対象とすることができる制度です。

この制度を活用して、県内企業において近年増加している中小規模の投資についても支援を行い、再投資を促していきます。

#### (2) 成長産業、外資系企業、研究施設などの誘致

製造業の中でも県経済の成長エンジンとなるクリーンエネルギー、ライフイノベーション等の分野の産業や三重県の強みである高度部材産業を成長産業と捉え、企業誘致に取り組みます。

また、成長するアジア市場を狙おうとする外資系企業のアジア拠点の誘致を重点的に進めます。

さらに、付加価値の高い施設として研究開発施設の誘致にも取り組みます。

#### (3) マザー工場化につながる投資促進

単なる量産ではなく、製品の設計、開発、試作等の機能を有し、かつ、他の工場への技術指導、支援等の機能を有する工場(マザー工場)は、将来にわたって国内に留まる可能性が高いことから、マザー工場の誘致に取り組みます。

また、新規立地だけではなく、県内企業のマザー工場化についても促進していきます。

なお、研究部門、調達部門などの体制強化に向けた人材の異動についても、投資を行ったものとみなして支援を行うこととしています。

#### (4) 南部地域への投資促進

県南部地域において、製造業のほか県南部地域の優れた地域資源を活用する企業等の投資を促進します。

県南部地域は、時間的、距離的な制約があり、新たな工場進出が低調であるという状況が続いていることから、昨年度の投資促進制度の見直しにあたり雇用要件を緩和（10人から5人（県内企業は3人））しました。

このほか、三重県の南部地域活性化策と整合させ、対象地域を拡大（地域資源活用型産業に伊勢市、玉城町、度会町を追加）しています。

#### (5) 「サービス産業」の誘致

製造業とともに、県の経済成長を牽引するサービス産業のうち、国内外からの集客力の高い施設や「日本で唯一」など、三重県の知名度アップにつながる施設等、高い経済波及効果を生み出す企業の誘致に取り組みます。

#### 【参 考】 企業誘致件数の状況

みえ県民カビジョンに掲げた企業誘致件数（県の立地協定締結件数＋国の工場立地動向調査件数）について、平成25年の実績は65件となっており、平成24年からの累計は91件で目標値に対する達成率は100%となりました。

##### （企業誘致件数の実績）

年	立地協定件数	工場立地動向調査件数 ※	計	累計値（目標値） 【達成率】
H 2 5	29	36	65	91件(80件) 【100%】
H 2 4	8	18	26	26件(40件) 【65%】

※工場立地動向調査件数は、立地協定との重複分を除いたもののみ計上。

## 三重県 企業投資促進制度の概要

～日本で操業するなら三重県で！！～

### マイルージ制度

- ・補助金の投資要件に満たない投資でも、ポイント(投資)を積み上げる(最大5年間)ことにより要件を達成した場合は、各補助金の申請が可能とできる制度
- ・障がい者雇用における法定雇用率を達成もしくは期間内に達成した企業は対象期間を1年間延長

### 成長産業立地補助金

- ・対象: クリーンエネルギー、ライフイノベーション等の成長産業及び高度部材産業
- ・投資要件: 5億円以上、 雇用要件: 10人(県内企業は5人)
- ・補助率: 10%(限度額 5億円) ※「高度部材産業」の場合は12%

### マザー工場型拠点立地補助金

#### 【設備投資支援】

- ・対象: 製造業で、マザー工場化につながる投資
- ・投資要件: 5億円以上
- ・雇用要件: 10人(県内企業は5人)
- ・補助率: 15%(限度額 5億円)

#### 【人材異動支援】

- ・要件: 研究部門、調達部門などの体制強化に向けた人材の異動を支援50名増加で5億円の投資とみなす。5年間で雇用を増やす場合も可
- ※但し、「設備投資支援」が「人材異動支援」のどちらか。

### 研究開発施設等立地補助金

- ・対象: 研究開発施設又は試験認証機関の建設
- ・投資要件: 2億円以上(伊勢市、志摩市、玉城町、度会町は1億円以上、東紀州、鳥羽市、大台町、南伊勢町及び大紀町は3,000万円以上)
- ・補助率: 投下償却資産額の10%(限度額5億円)

### 外資系企業アジア拠点立地補助金

- ・対象: アジアの生産拠点を整備する事業
- ・投資要件: 5億円以上
- ・雇用要件: 10人(県内企業は5人)
- ・補助率: 20%(限度額5億円)

### 地域資源活用型産業等立地補助金

- ・対象: 県南部地域の製造業及び地域資源活用型産業  
(地域資源活用型産業について、伊勢市、玉城町、度会町を追加)
- ・投資要件: 3,000万円以上(伊勢市、志摩市、玉城町、度会町は1億円以上)
- ・雇用要件: 5人以上(県内企業は3人)
- ・補助率: 投下償却資産額の15%(限度額5億円)

### サービス産業立地補助金

- ・対象: 集客交流産業、宿泊業、情報通信産業等
  - ・投資要件: 雇用効果、経済波及効果が大きいもの
  - ・補助率: 投下償却資産額の10%(上限1億円)  
※賃借の場合、家賃年額の10%(3年間)
  - ・対象例: テーマパーク、ホテル・旅館、美術館、複合集客施設など
- ※オフィス開設についても支援
- ・対象: 営業・販売、経営企画、財務、人事等の事務所設置
  - ・補助率: 家賃年額の10%





## (10) 三重県営業本部の展開について

### 1 三重県営業本部の取組

#### (1) 現状及び課題

三重県営業本部は、首都圏および関西圏を最重要エリアとし、三重の「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」などの魅力の情報発信と県内への誘客、県産品の販路拡大に向けた営業活動を全庁的に展開するため、知事を本部長とし、関係各部局が横断的に取り組んでいます。

平成 25 年度は、首都圏営業拠点「三重テラス」による情報発信、「三重県観光キャンペーン」の展開、包括協定締結企業との連携による「三重県フェア」の開催などに取り組み、首都圏等における営業（セールス）機能を強化しました。

また、県内市町や商工団体等との連携強化に向け、三重県営業本部担当課内にエリア担当を配置し、顔の見える関係づくりと情報共有に努めました。

今後は、部局横断的な情報発信と営業活動をさらに推進していくとともに、市町や事業者、関係団体と協力しあえる関係を構築し、官民あげて最大の効果が発揮できる取組を行っていく必要があります。

#### (2) 平成 26 年度の取組方針と今後の予定

三重県経営方針に基づき「三重県のブランド力アップ Ver. 2」を図るため、①三重県の魅力情報のさらなる発信、②「食」に焦点をあてた県産品のブランド向上、③「三重テラス」の取組の充実、④関西圏営業戦略の展開、⑤国際展開プラットフォームの構築、⑥市町、関係団体との双方向コミュニケーションを取組方針とし、総合的な情報発信と営業活動を三重県営業本部の推進体制のもと、更なる部局との連携を図り展開していきます。

### 2 首都圏営業拠点「三重テラス」

#### (1) 現状及び課題

首都圏営業拠点「三重テラス」では、三重の魅力を効果的に発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しており、平成 25 年 9 月 28 日のオープンから平成 26 年 3 月末現在での累計の来館者数は 275,243 人となっています。

平成 25 年度は、三重の旬の情報を発信できる店舗づくりに努め、取扱商品の公募・選定（約 2,500 商品を選定）を行い、常時約 1,100 商品の販売を行うとともに、県内事業者の支援として、商品のブラッシュアップ等に取り組んだほか、季節の食材を活かした限定メニューの提供やお客様からの要望に対応したメニュー改善等に取り組みました。

また、多目的ホールで、県、市町、商工団体等が主催するセミナー、展示、商談会など多彩なイベントを開催したほか（開催件数：126 件、稼働率 92.3%）、ネットワーク拡大の取組として、「三重の応援団」、「三重の応援企業」、「三重の応援店舗」等の制度化、加入の促進等を行いました。

今後は、さらなる来館者増に向け、旬な情報の効果的な発信とリピーターの確保や、2階多目的ホールと1階のショップ・レストランが連動したイベント等の展開など、「三重テラス」全体を活用した運営改善に取り組むとともに、生鮮品の取扱や試食等の販売方法の工夫等による販売促進、旬の魅力を訴求する新たな商品の発掘、首都圏の消費者ニーズ等をフィードバックしていく仕組みの構築等が課題です。

## (2) 平成26年度の取組方針と今後の予定

引き続き、集客力の強化とリピーターの獲得につなげるための運営改善に努め、常に旬の魅力を感じていただける拠点づくりに取り組みます。

- ・来館者に新しい発見や三重の本物を実感していただけるようなショップ、レストランの運営と日本橋周辺地域の集客施設やイベント等との連携など、リピーター獲得につながるイベント等の企画・実施
- ・魅力ある商品の発掘と出品に向けた支援および消費者ニーズ等のフィードバックによるブラッシュアップ支援
- ・三重の応援団等への加入促進によるネットワークの拡大と取組内容の充実
- ・メディアの特性に応じたきめ細かな情報発信

なお、「三重テラス」の成果を評価する指標として、①来館者数、②商品開発や販路拡大につながった件数、③三重テラスサポート会員数、④メディア掲載件数の4つを掲げています。

現在、平成26年4月末に運営事業者から提出された「年間業務報告書」の実績をふまえて、専門家によるアドバイザリーボードの意見も参考にしながら、平成25年度実績の評価及び指標の目標数値の見直し等に取り組んでおり、6月の戦略企画雇用経済常任委員会においてご報告いたします。

## 3 関西圏営業戦略

### (1) 現状及び課題

平成25年4月には、大阪事務所を関西事務所へと名称を改めるとともに、部長級の所長を配置し、平成26年3月には、三重の魅力の効果的な情報発信、観光誘客、「食」の販路拡大につなげる営業展開の基本的な方向性等を取りまとめた「関西圏営業戦略」を策定しました。

また、関西圏における県人会をはじめ、経済界等とのネットワークづくりや関西圏の店舗や企業などのニーズを踏まえた県産食材等のスーパー店舗等への紹介等の営業活動をはじめ、観光展・物産展への出展、商業施設や集客施設等での三重県フェアの開催（3回）、パブリシティの展開（プレスツアー5回、マスコミキャラバン9回、情報発信実績92件）、三重の応援団等の拡大（応援団員121名）等を実施しました。

「関西圏みえの観光・ゆかりの店舗調査」や関西事務所の日常の営業活動で収集した「生の声」から、具体的なPRのポイントを絞り、何がニーズなのか、伊勢志摩地域以外の集客、ブランド力がある食材以外の認知度の向上等の課題が明確になりました。

### (2) 平成26年度の取組方針と今後の予定

「関西圏営業戦略」に基づき、効果的な営業活動を展開するため、関西圏での効果的な情報発信により、一般消費者、マスコミ等に三重の魅力を訴求し、三重への観光誘客増や「食」の販路拡大につなげていきます。また、営業活動展開の基盤となる多様なネットワークの充実・強化を図り、経済界（関西経済連合会など）、マスコミ、旅行会社、小売・流通関係者、三重ゆかりの店舗、三重の応援団、県人会、高校同窓会の会員等との「顔の見える」関係を構築するとともに、市町、商工団体、事業者、広域的な組織等との連携を強化していきます。

# 三重テラスの運営状況について(4月次速報)



- ・平成26年4月の来館者数は 52,974人で、3月に引き続き5万人以上の来館者数となりました。なお、オープン以降の来館者数累計は328,217人です(平成26年4月末現在)。
- ・ショップ、レストラン、多目的ホールにおいて、三重の春の魅力や季節行事・イベントに対応した旬の情報を発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

## TOPICS

### ショップ

- 映画「WOOD JOB！」公開と連携した特設コーナーの設置、映画の半券チケットでの割引サービスの実施(5月10日～31日)
- 母の日ギフト詰め合わせ(紅茶、カップ、マイヤーレモン等: 4,380円、ひのき入浴木、海草石鹸、タオル等: 5,380円)の販売。
- テストマーケティングの実施(スキンケア関連商品等3商品)
- 「もう一品」を促す、レジ横でのお菓子など買い求めやすい商品の販売を実施
- 「2014 みえセレクション」選定商品特設コーナーによるPR(3月からの継続)
- 新浮世小路で5月24日、25日に青果の販売を行うマルシェを開催予定



「WOOD JOB！」特設コーナー

### レストラン

- 2階多目的ホールで開催した「みえのうみ～三重の豊かな海藻 sea vegetables～」(5月1日～7日)と連携し、海藻ランチョンマットの使用や海藻メニュー(糸わかめとひじき、からすみのサラダ等)の提供
- 三重県の自然豊かな土地で育った銘柄鶏にハーブを効かせて香ばしく揚げた期間限定ランチ「三重県銘柄鶏のハーブフリット」の提供(5月8日～)
- 映画「WOOD JOB！」公開にあわせ、映画の半券チケットでの割引サービスの実施(5月10日～31日)、升酒の提供



母の日ギフト詰め合わせ

### 多目的ホール



- 福島県・三重県連携「ふくしまと三重の桜競演」パネル展(4月12～13日)
- 「日本橋ふくしま館」のオープンを記念し、福島と三重の桜の名所写真を展示し、お茶のふるまいなども実施[600名来場]

- Mie Mu(三重県総合博物館)のご案内(4月23日～29日)
- 4月19日開館のMie Mu(三重県総合博物館)PR・展示し、伊勢茶やお菓子のふるまいも実施[575名来場]

- COOL MIE トークライブ(4月29日)
- 映画「WOOD JOB！」の公開を記念し、トークイベントを開催。トーク後は、交流会も実施[80名参加]



- みえのうみ～三重の豊かな海藻 sea vegetables～(5月1～7日)
- 三重の自然、歴史、文化の奥深さを象徴する「海藻」に焦点をあて、海藻に関する展示、トーク、海藻の食べ比べ、ふるまいなどを実施[1000名参加]

## DATA

1. 来館者状況 (単位:人)				2. 売上状況 (単位:千円)			
	H25.9~H26.3	H26.4	累計		H25.9~H26.3	H26.4	累計
ショップ	227,655	46,894	274,549	ショップ	60,616	8,656	69,272
レストラン	17,033	3,015	20,048	レストラン	46,030	7,230	53,260
多目的ホール	30,555	3,065	33,620	合計	106,646	15,886	122,532
合計	275,243	52,974	328,217	一日当たり平均	589	530	581
一日当たり平均	1,521	1,766	1,556	※ 速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。			

## (11) 国際展開の推進について

### 1. 現状（背景、課題）

#### (1) 「みえ産業振興戦略」における「海外展開戦略」の位置づけと取組

少子高齢化に伴い国内市場が縮小していく中、海外市場をにらんだ県内企業のグローバル展開は喫緊の課題ですが、県内企業の海外展開は遅れている傾向にあります。このため、地域の成長戦略として平成24年7月に策定した「みえ産業振興戦略」において、その具体的な取組のひとつとして「海外展開戦略」を位置づけています。

これまで県では、中国・上海及びタイ・バンコクの三重県海外ビジネスサポートデスクの設置、トップセールス、コンベンション出展、商談会開催などを通じ、県内企業の海外展開や販路開拓の支援、イノベーションの誘発や、産業、物産等幅広い分野と連携した海外誘客、外資系企業誘致を促進してきました。

これらの取組を一層進めるため、平成25年5月には、独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）と「中小企業等の海外展開支援に係る業務協力に関する覚書」を締結し、県内企業の海外展開を連携して支援してきました。

#### (2) 「みえ国際展開に関する基本方針」の策定とそれに基づく取組

平成25年9月には、県の強みを発揮できる分野及び国・地域に対して、限られた資源の中で重点的かつ集中的に国際展開を行うため、三重県が取り組むべき方向性を定めた「みえ国際展開に関する基本方針」を策定しました。

同方針に則した取組として、重点国・地域の一つとして位置付けている台湾との連携・交流では、「2013日台観光サミット in 三重」（平成25年5月30日～6月2日）を志摩市で開催し、2016年までに日台相互交流人口400万人をめざす「日台観光サミット三重宣言」を合意したほか、本県と台湾の企業間連携を支える新たなネットワークの構築を図りました。

また、同じく重点国・地域の一つであるタイとの連携では、平成25年11月、タイ投資委員会（BOI）との間で産業連携に関する覚書（MOU）を締結しました。

そのほか、25年度においては、8月にはブラジル及びアメリカに、同年11月にはマレーシアにミッション団を派遣するなど、既存のネットワークのフォローアップ及び新たなネットワークの戦略的構築を行いました。

### 2. 平成26年度の取組

#### (1) 産官学金一体となって取り組む国際展開のプラットフォーム構築

「みえ国際展開に関する基本方針」では、国際展開のハードルを下げるためには県が前面に立って、海外とのネットワークの構築・強化を進めるとともに、官民一体となった国際展開のためのプラットフォームとなる協議会を立ち上げ、取組を推進していく必要があるとしています。

このため、26年5月、産学官金が一体となって「三重県企業国際展開推進協議会」を設立し、県内企業の課題やニーズを把握するとともに、支援機関が連携して、幅広い分野での中小企業・小規模企業の海外展開を支援していきます。

また、同協議会と、これまでに取組を進めてきている観光誘客、農林水産品の輸出促進及びライフイノベーションに係る海外展開の各協議会の間で、情報共有や中期戦略の協議等を行い、連携して国際展開の取組を推進していくため、平成26年夏を目途に「みえ国際展開推進連合協議会」（仮称）を設立することとしています。

## （２）「みえ国際展開に関する基本方針」のローリング

時々刻々と変化する世界の経済状況、政治情勢の中、本県の国際展開の取組を適時、適切に推進し、県内企業の海外展開支援や海外誘客を効果的に行っていくためには、その時々の世界情勢や、県内企業のニーズや課題等を踏まえ、本県の国際戦略の方向性などを見極めていく必要があります。

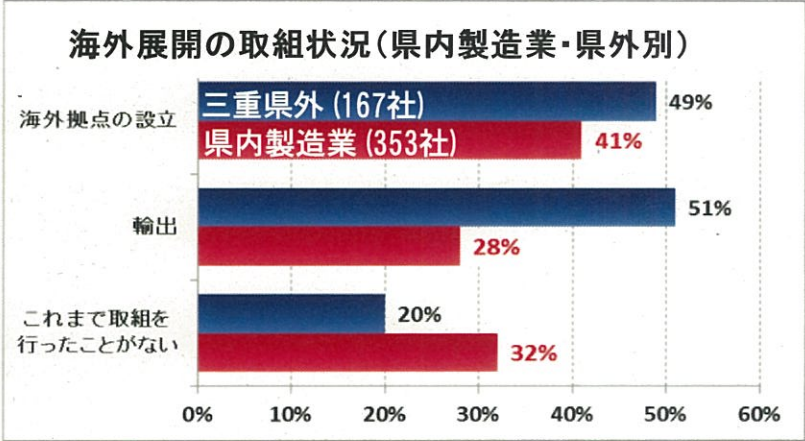
こうしたことから、「みえ国際展開推進連合協議会」（仮称）や「三重県企業国際展開推進協議会」、「みえ産業振興戦略アドバイザーボード」などを活用し、県内企業のニーズや課題、専門家の意見等を聴き取り、「みえ国際展開に関する基本方針」を適宜ローリングしていくこととしています。

# 「みえ国際展開に関する基本方針」の策定

## 【海外展開に関する現状と三重県の課題】

- ① 拡大する世界経済
  - ・国内需要の減退 → 新興国市場の拡大
  - ・世界的な連携の加速
- ② 三重県の課題
  - ・県内企業の海外展開の遅れ
  - ・観光事業者等において海外誘客のニーズが高くない。

→ 平成25年9月、「みえ国際展開に関する基本方針」を策定。



「みえ産業振興戦略(H24.7策定)」から作成

## 【国際展開に関する三重県の基本方針】

### 1. 基本的な考え方

- 国際的に開かれた三重県文化の形成
- 相手国・地域との「Win-Win」の関係構築
- 三重モデル(台湾との連携モデル)の横展開
- アジア...マーケット
- 欧米...パートナー(新産業分野創造、産業の高付加価値化)
- その他...産業交流への発展を視野に、良好な関係を維持

### 2. 重点的に取り組むべき国・地域

#### (1) アジア経済圏(ASEANを除く)

##### ◎台湾(重点地域)

- ・三重大プロジェクト、産業交流、物産展、観光交流

##### ○中国、韓国、インド

#### (2) ASEAN

##### ◎タイ(重点国)

- ベトナム、マレーシアなど
- ・タイ投資委員会(BOI)との連携、ICETT(環境分野)、アジアのサプライチェーン参入、物産展の開催

#### (3) 北米(ワシントン州)・欧州(スイス、ドイツ、フランス)

#### (4) 提携都市等: ブラジル・サンパウロ州

### 3. 国際展開のためのプラットフォーム構築

(企業の国際展開にかかるハードルを下げる)

#### (1) 戦略的な行政間ネットワークの構築

- ・タイ投資委員会(BOI)との産業連携に関するMOU等

#### (2) 国際展開の推進体制(ファシリテーター等)の整備

- ・国際環境技術移転センター(ICETT)、高度部材イノベーションセンター(AMIC)、三重大学地域戦略センター(RASC)、三重県ビジネスサポートデスク、JETRO、金融機関、商社等

#### (3) 人材育成・啓発

- ・グローバル人材の育成
- ・モデル事例集の作成等

⇒官民一体となった協議会の立ち上げ

活用

### 【三重県のポテンシャル】

1. 三重県の持つネットワーク
2. ファシリテーターとして活用可能な組織  
(三重大学地域戦略センター(RASC、国際環境技術移転センター(ICETT等))
3. 世界に誇る産業集積と試作ものづくり
4. 世界に知られる観光資源
5. 三重の食文化と食材

各分野へ展開

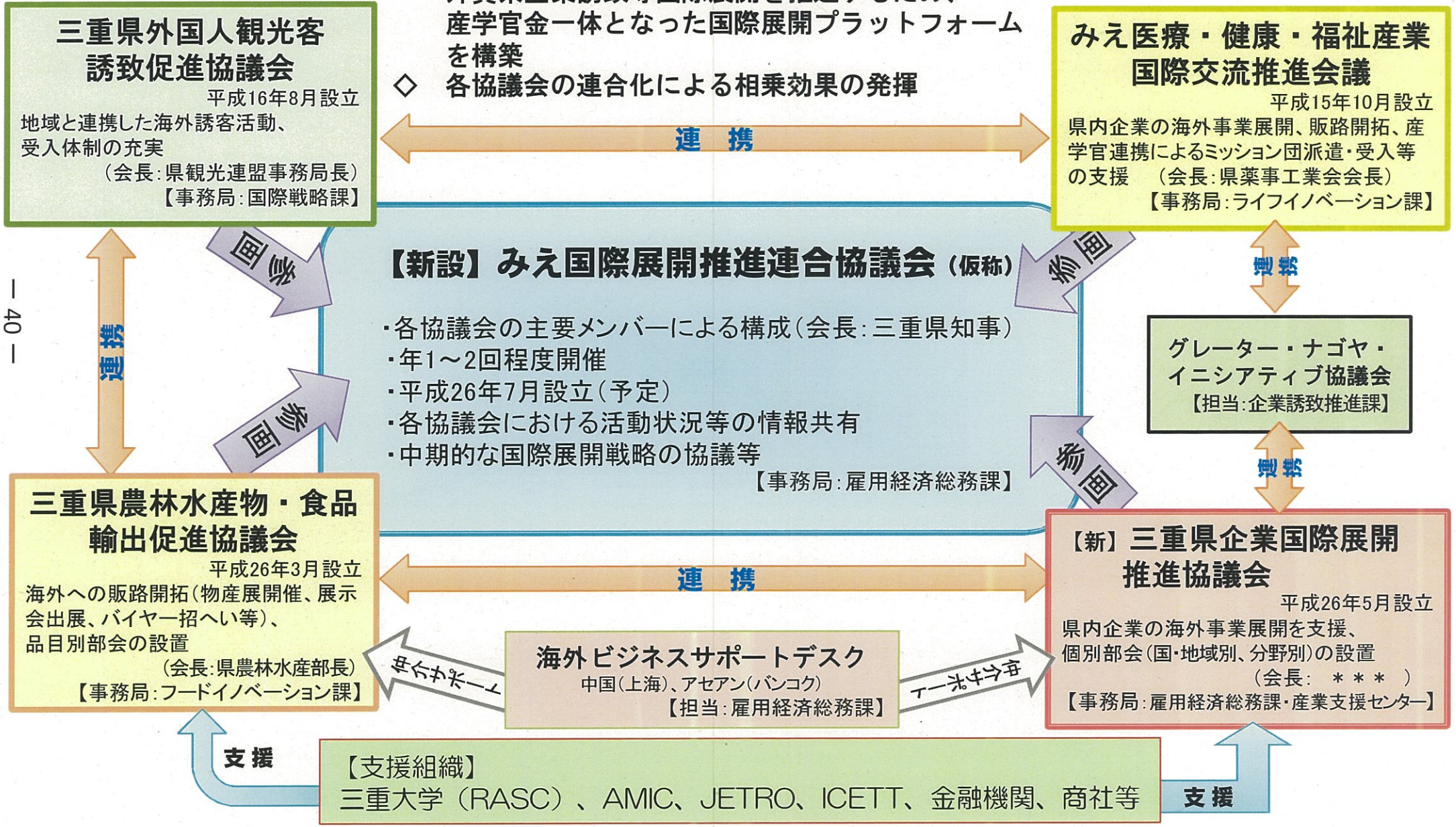
- ◎ 県内企業の海外展開
- ◎ 外資系企業の誘致
- ◎ 海外からの誘客促進

# 三重県産業の国際展開推進体制の整備(案)

～「みえ国際展開に関する基本方針」の具現化に向けて～

平成26年5月  
三 重 県

- ◇ 県内企業等の海外展開（投資・輸出）、海外誘客、外資系企業誘致等国際展開を推進するため、産学官金一体となった国際展開プラットフォームを構築
- ◇ 各協議会の連合化による相乗効果の発揮



## (12) 三重県観光キャンペーンについて

平成 25 年 4 月から 3 年間に亘り実施中の「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」について、「三重県の知名度の向上」「県内の周遊性・滞在性の向上」「三重ファン・リピーターの拡大」を目指した取組を進めています。

### 1 三重県観光キャンペーン推進体制

県民の皆様をはじめ、市町、企業等官民が一体となった三重県観光キャンペーンを展開するため、24 年 10 月 11 日に県・市町・国・経済団体・交通事業者等からなる三重県観光キャンペーン推進協議会を設立しました。

### 2 三重県観光キャンペーンの仕組

#### (1) みえ旅パスポート・みえ旅案内所・みえ旅おもてなし施設

観光客の県内での周遊性、滞在性を向上させ、県内各地の魅力に触れていただくことで、三重ファン、リピーターの獲得を目指し、「みえ旅パスポート」の発給や、道の駅はじめ、宿泊施設など県内の様々な施設に対して、「みえ旅案内所」及び「みえ旅おもてなし施設」への協力を働きかけています。

- みえ旅パスポート発給数 20 万部
- みえ旅案内所設置数 87 施設（開始当初：68 施設）
- みえ旅おもてなし施設 852 施設（開始当初：640 施設）\*H26.4 現在

#### (2) オフィシャルガイドブック

関係機関の協力により、旬の観光情報、各地の観光情報、みえ旅パスポート、キャンペーン企画等を紹介する本キャンペーンオフィシャルガイドブックを年 2 回作成しています。

#### (3) テーマを絞ったガイドブック

多くの方に本県の魅力溢れる各地のスポットに訪れていただけるよう、「たのしいみえののりもの」、「ごほうびすぼっと三重」、「映画旅文学旅みえ」のテーマを絞ったガイドブックを作成しました。

#### (4) オフィシャルホームページ

三重県観光連盟の「かんこうみえ」と一体となったオフィシャルホームページ及びフェイスブックを展開しました。

#### (5) 地域部会の取組

県内全市町に 5 つの地域部会の参画を得て、地域の魅力を掲載したエリアパンフレットの作成や地域連携事業の実施など地域と一体となった取組を進めました。

### 3 官民一体となった情報発信

#### (1) 交通事業者等と連携した情報発信

近畿日本鉄道、東海旅客鉄道、三重交通、中日本高速道路、中部国際空港等と連携し、観光客の周遊促進及び再来訪を訴求する情報発信を展開しています。



中部国際空港	中部国際空港セントレア館内でのポスター掲示、幟・フラッグの設置、マネキン忍者の受付カウンター上への設置 等
近畿日本鉄道	駅構内でのポスター掲示、ガイドブック等の配置、PRイベントの実施 等
東海旅客鉄道	1,100 駅での5連ポスターの掲示、JR時刻表でのキャンペーンの告知、名古屋駅通路でのポスター掲示 等
三重交通	みえの地域周遊定期バス「ちょび旅」の運行、路線バス全車両（680 輛）へのキャンペーンステッカーの貼付 等
中日本高速道路	SA・PAにおけるデジタルサイネージでのキャンペーンPRを実施、オフィシャルガイドブックを配置、定額料金で高速道路が乗り放題となる「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」ドライブプランの企画実施 等

## (2) 企業等と連携した情報発信

民間事業者との連携においては、75社を超える企業に協力いただき、商品開発、ロゴマークの活用、PRなど、官民が一体となった三重県の認知度向上に取り組みました。

## (3) 首都圏等大都市圏での情報発信

三重テラス、関西事務所、名古屋桜通りカフェと連携して、雑誌媒体を活用した女性、シニア等に狙いを絞った情報発信や、メディア等を対象にした企画提案、情報発信を行うとともに、地方では、百貨店の物産展等でPRを実施しました。メディア掲載件数 159件（新聞115回、雑誌25回、TV19回）

## 4 おもてなしの向上

### (1) おもてなしセミナー

県内の観光案内に携わる方々が、来訪者と快適な関係を築き、来訪者に再び三重を訪れたいと思っていただけるような「おもてなし」の心を育むために、セミナーを2回、伊勢神宮の現地研修を2回開催しました。

### (2) 「実はそれ、ぜんぶ三重なんです～三重おかげさま講座～」

25年12月～3月にかけて、三重県の首都圏営業拠点「三重テラス」において、「実はそれ、ぜんぶ三重なんです～三重おかげさま講座～」を年4回開催し、三重県の深い魅力を伝えることで、旅の動機付けを行いました。

## 5 広域連携（島根県・奈良県との連携）

遷宮や古事記・日本書紀など共通テーマを有する島根県や奈良県と、首都圏はじめ大都市圏で連携事業や共同PRを展開しました。

## 6 平成26年度の取組

式年遷宮「おかげ年」や熊野古道世界遺産登録10周年等を最大限活用し、引き続き、みえ旅パスポートの発給促進、みえ旅案内所、みえ旅おもてなし施設の充実を図るとともに、地域部会や民間事業者等幅広い主体と連携した取組を進めることで、官民一体となった誘客促進を図ります。