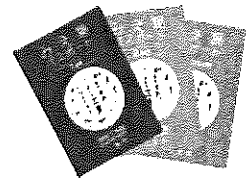


(10) 三重県観光キャンペーンについて

1 県内の周遊性・滞在性を高める取組

(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

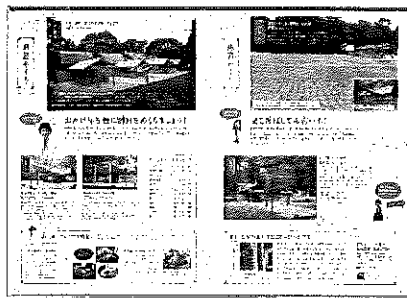
9月7日の「みえ旅パスポート」30万部突破に伴い、9月24日に30万部突破記念イベントを開催しました。



- みえ旅パスポート発給数・(9月25日現在) 311,244件
- みえ旅案内所設置数 (9月25日現在) 95施設 (当初: 68施設)
- みえ旅おもてなし施設 (9月25日現在) 861施設 (当初: 640施設)

(2) 第4弾オフィシャルガイドブック

三重県観光キャンペーン推進協議会構成団体をはじめ、各関係機関の協力により、おかげ年や熊野古道伊勢路ウォーキングの特集、旬の観光情報、キャンペーン企画等を紹介する今年度下期のオフィシャルガイドブックを9月に発行しました。

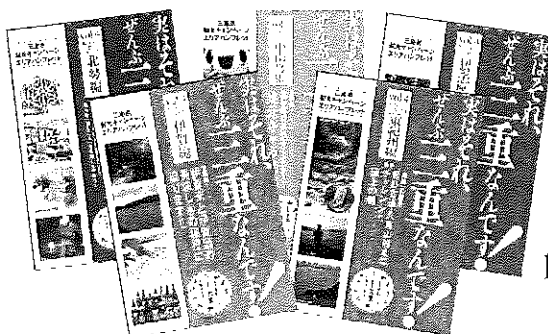


(3) 市町等との連携

①第4弾エリアパンフレットの作成

5つの地域部会で、各地域の新たな魅力の掘り起こしや、周遊ルートの設定等テーマに基づくエリアパンフレットを9月に発行しました。

- 【内容】 北 勢：北勢エリアでおしごと探し！
 中 南 勢：中南勢地域の自慢 地元キャラがナビゲート！「地元キャラ図鑑」
 伊勢志摩：伊勢志摩で御朱印めぐり
 伊 賀：伊賀米と伊賀酒の美味しさの秘密に迫ります!!
 東 紀 州：熊野古道・八鬼山超えにチャレンジ!! / 極上の朝



②地域部会連携事業

10月から県内各地の特色を生かした連携事業を実施します。特に、北勢地域部会、中南勢地域部会では、20代、30代を対象に動画やSNSを活用した企画を展開します。

- 【内容】 北 勢：ゆるぎゃら応援隊のプロモーションビデオで北伊勢の観光PR
中 南 勢：中南勢旅情報の発信 中南勢旅アプリ「み・た・す」
伊勢志摩：第2弾顔出しパネル de Best Shot！
伊 賀：伊賀の国スタンプラリー
東 紀 州：めぐって、み・よ・ら！東紀州 de シールラリー



2 官民一体となった情報発信

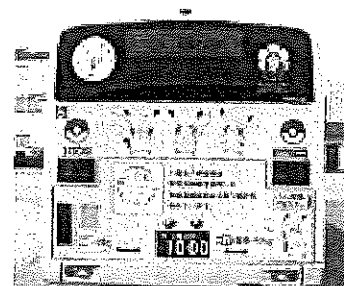
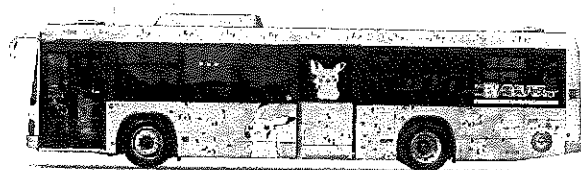
(1) 交通事業者等と連携した情報発信

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 セントレア館内で神宮別宮・熊野古道の記念写真撮影用パネル設置、マネキン海女6体を国際線出発ロビー天井に設置 等



三重交通 大型電気バス「ポケットモンスター ピカチュウ号」へのキャンペーンステッカーを貼付 等



中日本高速道路 刈谷、土山、亀山等SA・PAでのキャンペーンのPR、定額料金で高速道路が乗り放題となるドライブプランの実施 等

◎「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！ドライブプラン」

期 間：平成26年7月1日（火）

～平成26年11月30日（日）

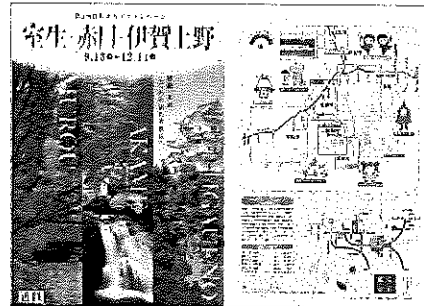
エリア：東京発着エリア

県内周遊エリア



東海旅客鉄道 全国1,100駅での5連ポスターの掲示(10月)、読売テレビの旅番組「遠くへ行きたい」で三重県を放送(2回) 等

近畿日本鉄道 観光特急「しまかぜ」の10月10日の京都・賢島間の運行に併せて京都駅等でPRを実施、近鉄本社が実施するエリアキャンペーン「室生・赤目・伊賀上野(9.13～12.14)」と連携した取組 等



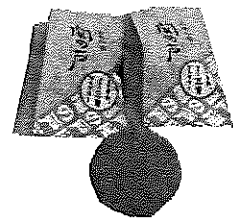
(2) 企業等と連携した情報発信

民間事業者と連携し、商品開発、ロゴマークの活用等に取り組んでいます。

○ 有限会社深川屋

「お茶の香(か) 関の戸」の発売

三重県観光キャンペーンロゴマークをパッケージに掲載した銘菓「関の戸」(亀山茶使用)を発売。



○ 万協製菓株式会社

「まごころ乳液こまめ」の発売

三重県観光キャンペーンロゴマークをパッケージに掲載した「まごころ乳液こまめ」を発売。



● 株式会社NTTドコモ

高速通信LTEサービスの全面拡大に伴う、熊野古道エリア情報等を掲載したチラシの協同作成、県内ドコモショップへのガイドブックの設置 等



(3) 首都圏等大都市圏での情報発信

①女子旅EXPO 2014

首都圏で180万人を超える会員を持つ「OZ magazine」を発行しているスターツ出版が開催する「女子旅EXPO 2014」に出展し、三重の魅力を発信しました。

開催期間：9月19日

開催場所：ザ・プリンスパークタワー東京

参加者数：20～30代女性層を中心に約1,500名



②ツーリズムEXPOジャパン

国内旅行を目的とする日本最大級のイベント「旅フェア日本」と、海外旅行を目的とするアジア最大級のイベント「JATA旅博」の2つのイベントが統合された旅の総合イベント「ツーリズムEXPOジャパン」に出展

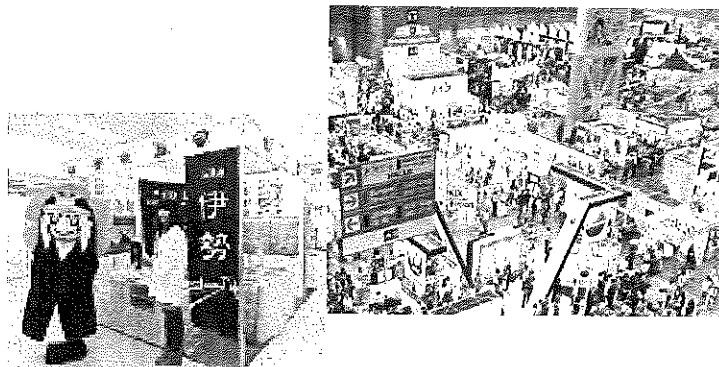
し、三重の魅力を発信しました。

開催期間：9月25日～28日

開催場所：東京ビッグサイト

東展示棟・会議棟

入場者数：約15万人



3 広域連携

(1) メディア等向け観光情報説明会等の相互乗り入れ（首都圏、関西圏、名古屋圏）

◇三重県観光情報提供会

参加：奈良県、島根県

開催場所：名古屋三交ビル（6月30日）、
大阪・ハートンホテル北梅田（7月1日）

◇島根県メディア向け観光情報説明会への参加（8月7日 東京）



(2) シンポジウムにおける共同PR

◇古代歴史文化講演会（8月30日、主催：奈良県、場所：奈良県新公会堂）

◇三県連携記紀シンポジウム（11月1日、主催：三重県、場所：大阪歴史博物館）

(3) 三重・奈良・島根連携「記紀神話講座」（主催：三重県、場所：三重テラス）

◇島根・三重連携講座（7月26日） ◇奈良・三重連携講座（9月14日）

4 その他

(1) 「実はそれ、ぜんぶ三重なんです～三重おかげさま講座～」の開催

首都圏の方々に三重県の深い魅力を伝えるため、首都圏営業拠点「三重テラス」で、「実はそれ、ぜんぶ三重なんです～三重おかげさま講座～」を開催します。

《第1回》

日時：11月11日 19:00～20:30

講師：福森 道歩 氏（陶芸家）

内容：伝統工芸である伊賀焼の魅力

や土鍋を使った料理の紹介など



(2) 斎王、神宮をテーマに情報発信

斎王行列の始まりと言われる「野宮神社」（ののみや）と連携しPRを実施

実施日：10月19日

場 所：祭事「野宮神社 斎宮行列」（京都嵯峨嵐山）

(3) 旅行商品の企画

大手旅行会社等と連携し、「おかげ年」や「熊野古道世界遺産登録10周年」のトピックを活用して旅行商品の造成や販売に取り組んでいます。また、旅行パンフレット誌面等にキャンペーン情報を掲載し、観光客の周遊促進を図っています。

三重県景気動向調査 中間報告書

平成 26 年第 3 回(7~9 月期)



三重県雇用経済部

調査実施機関 株式会社 東京商工リサーチ 津支店

目 次

| | |
|------------------|---|
| I. 調査要領..... | 1 |
| II. 調査結果の概要..... | 2 |

I. 調査要領

1. 調査時点：平成 26 年 8 月（前期＝26 年 4～6 月、今期＝26 年 7～9 月、来期＝26 年 10～12 月（予測））
2. 調査対象：三重県内の事業所 1,500 社
3. 調査方法：郵送によるアンケート調査
4. 回答状況：498 件（有効回答率 33.2%）
5. 調査企業の業種別、従業員規模別、地域別内訳

【業種別】

| | 件数 合計 | 製造業 | 建設業 | 運輸業 | 情報 通信業 | 卸・小売業 | 金融・ 保険業 | サービス業 |
|--------|----------|------|------|-----|-----------|-------|------------|-------|
| 調査対象数 | 1500 | 489 | 161 | 86 | 27 | 373 | 23 | 341 |
| 回答数 | 498 | 168 | 64 | 38 | 9 | 102 | 13 | 104 |
| 構成比(%) | 100.0 | 33.7 | 12.9 | 7.6 | 1.8 | 20.5 | 2.6 | 20.9 |

【従業員規模別】

| | 件数 合計 | 5 人以下 | 6 人以上 20 人以下 | 21 人以上 50 人以下 | 51 人以上 100 人 以下 | 101 人 以上 300 人 以下 | 301 人 以上 500 人 以下 | 501 人 以上 1000 人 以下 | 1,001 人 以上 |
|--------|----------|-------|-----------------|------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------|
| 調査対象数 | 1500 | 423 | 519 | 214 | 122 | 113 | 28 | 17 | 64 |
| 回答数 | 498 | 90 | 122 | 107 | 63 | 71 | 26 | 6 | 13 |
| 構成比(%) | 100.0 | 18.1 | 24.5 | 21.5 | 12.7 | 14.3 | 5.2 | 1.2 | 2.6 |

【地域別】

| | 件数 合計 | 津 | 四日市 | 松阪 | 伊勢 | 桑名 | 鈴鹿 | 伊賀 | 尾鷲 | 熊野 |
|--------|----------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|
| 調査対象数 | 1500 | 207 | 350 | 190 | 220 | 184 | 172 | 118 | 40 | 19 |
| 回答数 | 498 | 78 | 102 | 70 | 72 | 61 | 64 | 34 | 10 | 7 |
| 構成比(%) | 100.0 | 15.7 | 20.5 | 14.1 | 14.5 | 12.2 | 12.9 | 6.8 | 2.0 | 1.4 |

| 地域名 | 対象市町 | 地域名 | 対象市町 |
|-----|----------------------------------|-----|-------------|
| 津 | 津市 | 鈴鹿 | 鈴鹿市・亀山市 |
| 四日市 | 四日市市・菰野町・朝日町・川越町 | 伊賀 | 伊賀市・名張市 |
| 松阪 | 松阪市・多気町・明和町・大台町 | 尾鷲 | 尾鷲市・紀北町 |
| 伊勢 | 伊勢市・鳥羽市・志摩市・玉城町・ 南伊勢町・度会町・大紀町 | 熊野 | 熊野市・御浜町・紀宝町 |
| 桑名 | 桑名市・いなべ市・木曾岬町・東員町 | | |

【注】

○構成比(%)については、小数点第2位を四捨五入しているため合計が100%にならない場合があります。

○数値の前に付した△は「マイナス」を表しています。

○DI (Diffusion Index の略)

DI (ディーアイ) は、増加(又は「上昇」「楽」など)したと答えた企業割合から、減少(又は「下降」「苦しい」など)したと答えた企業割合を差引いた数値のことで、不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらが強いかを比べて変化の方向をみようとするものです。

なお、「雇用(人員過不足感)DIについては、「不足」から「過剰」を引いた値を使用しています。

II. 調査結果の概要

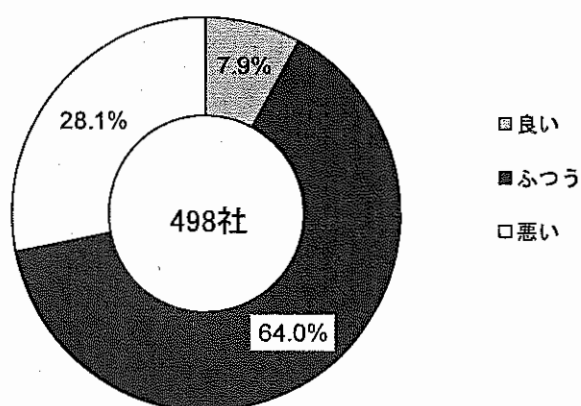
1. 景況感

「今期（平成 26 年 7～9 月）の県内景気」の水準について、「良い」は 7.9%、「ふつう」は 64.0%、「悪い」は 28.1%となっています。

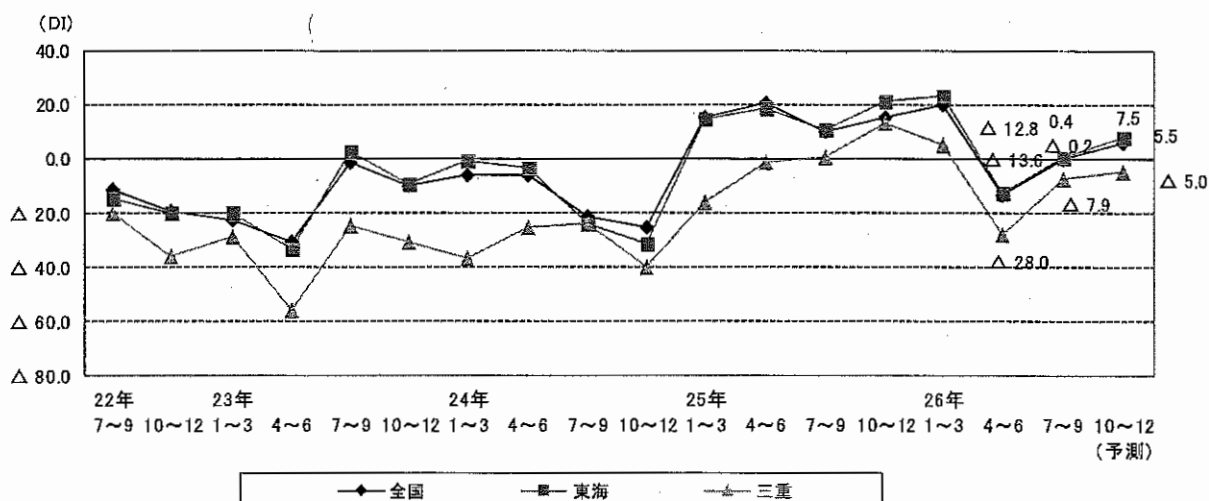
前期（平成 26 年 4～6 月）と比較した「県内景況感 DI」は、今期はマイナス 7.9 ポイントで、前期より 20.1 ポイント上昇し、水面下ながら非常に大きく改善しました。来期はマイナス 5.0 ポイントと今期より 2.9 ポイント上昇し、わずかに悪化幅が縮小すると見込まれています。

内閣府『景気ウォッチャー調査』の全国と東海地方の景況感（7・8 月調査平均）をみると、全国は 13.4 ポイント上昇のマイナス 0.2 ポイントとかなり悪化幅が縮小し、東海は 13.2 ポイント上昇のプラス 0.4 ポイントと大きく好転しました。先行きの見通しは、全国は好調に転じ、東海も良好感が強まると見込まれています。

今期の県内景気(水準)



県内景況感 DI(前期比)と全国・東海地方の景況感



| | 22年 7~9 | 22年 10~12 | 23年 1~3 | 23年 4~6 | 23年 7~9 | 23年 10~12 | 24年 1~3 | 24年 4~6 | 24年 7~9 | 24年 10~12 | 25年 1~3 | 25年 4~6 | 25年 7~9 | 25年 10~12 | 26年 1~3 | 26年 4~6 | 26年 7~9 | 26年 10~12 (予測) |
|-----|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|----------------|
| 三重県 | △ 20.3 | △ 36.0 | △ 29.2 | △ 56.0 | △ 25.3 | △ 31.3 | △ 37.1 | △ 25.5 | △ 24.0 | △ 40.3 | △ 16.2 | △ 1.5 | 0.7 | 12.7 | 5.3 | △ 28.0 | △ 7.9 | △ 5.0 |
| 全国 | △ 11.4 | △ 19.4 | △ 22.7 | △ 30.7 | △ 1.8 | △ 10.4 | △ 6.2 | △ 6.4 | △ 21.7 | △ 25.7 | 15.2 | 20.5 | 9.4 | 14.8 | 19.6 | △ 13.6 | △ 0.2 | 5.5 |
| 東海 | △ 14.7 | △ 20.2 | △ 20.1 | △ 33.7 | 2.2 | △ 10.0 | △ 0.8 | △ 3.9 | △ 24.3 | △ 31.8 | 14.6 | 18.5 | 10.0 | 21.0 | 23.0 | △ 12.8 | 0.4 | 7.5 |

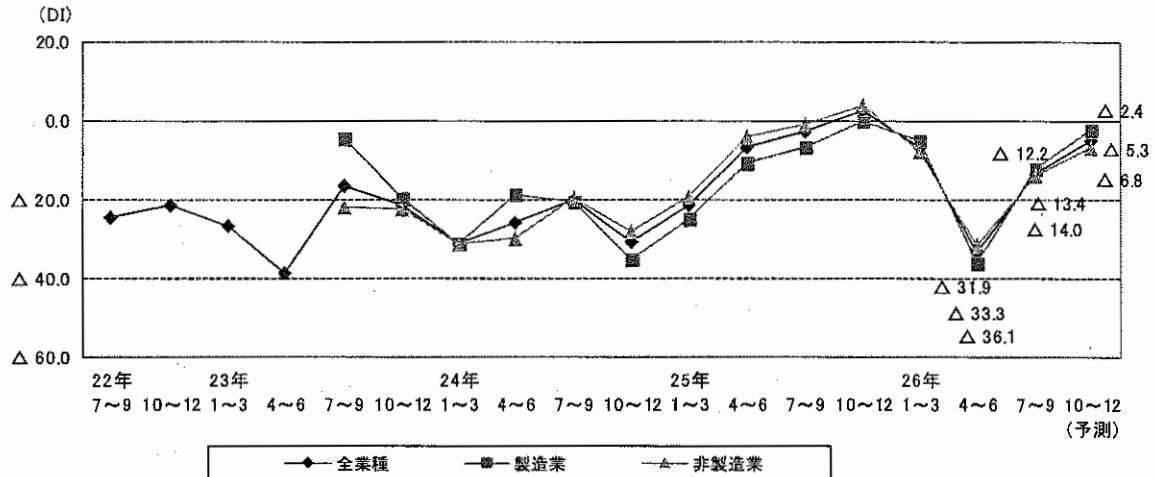
※景況感 DI=前期比で「好転」とする企業の割合から「悪化」とする企業の割合を引いた値。

※「全国」および「東海地方」は、内閣府『景気ウォッチャー調査』の月々の結果を当調査で使用している方法で再計算し、3ヶ月ごとに平均値を算出。なお、直近の値は7月・8月調査の平均値である。

2. 業況 DI

自社の業況についてみた「業況 DI」は、全業種でマイナス 13.4 ポイントとなり、前期から 19.9 ポイント上昇と大きく悪化幅が縮小しました。来期はマイナス 5.3 ポイントと、さらに厳しさが和らぐと予想されています。製造業はマイナス 12.2 ポイントと前期から 23.9 ポイント上昇し、大幅に改善しました。非製造業はマイナス 14.0 ポイントと前期から 17.9 ポイント上昇し、大きく持ち直しました。製造業、非製造業とも来期も上昇すると予想されています。

業種別業況 DI(前期比)の動き(実績)と来期の予測



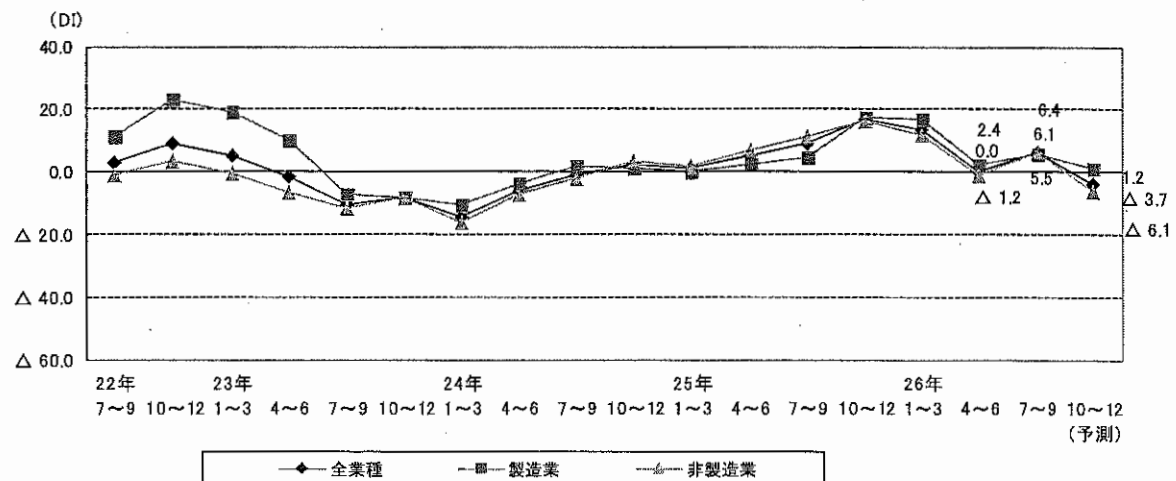
| | 22年 | | 23年 | | 24年 | | | | 25年 | | | | 26年 | | | | 10~12 | |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|
| | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | (予測) |
| 全業種 | △ 24.5 | △ 21.5 | △ 26.9 | △ 39.1 | △ 16.6 | △ 21.7 | △ 31.3 | △ 26.1 | △ 20.2 | △ 30.8 | △ 21.4 | △ 6.7 | △ 3.1 | 2.6 | △ 6.8 | △ 33.3 | △ 13.4 | △ 5.3 |
| 製造業 | | | | | △ 4.5 | △ 19.8 | △ 31.3 | △ 18.8 | △ 20.7 | △ 35.4 | △ 25.0 | △ 10.9 | △ 7.1 | 0.0 | △ 5.1 | △ 36.1 | △ 12.2 | △ 2.4 |
| 非製造業 | | | | | △ 22.1 | △ 22.5 | △ 31.3 | △ 29.9 | △ 19.8 | △ 28.3 | △ 19.5 | △ 4.3 | △ 1.0 | 4.0 | △ 7.7 | △ 31.9 | △ 14.0 | △ 6.8 |

※業況 DI=前期比で、自社の業況が「好転」とする企業の割合から「悪化」とする企業の割合を引いた値。

3. 収益 DI

「収益 DI」は、全業種で今期はプラス 6.1 ポイントとなり、前期から 6.1 ポイント上昇しました。来期はマイナス 3.7 ポイントと減少に転じる見通しです。今期、製造業はプラス 5.5 ポイントと前期から 3.1 ポイント上昇し、非製造業はプラス 6.4 ポイントと悪化から改善へ転じました。来期は製造業がプラス 1.2 ポイント、非製造業がマイナス 6.1 ポイントと予想されています。

業種別収益 DI の動き(実績)と来期の予測



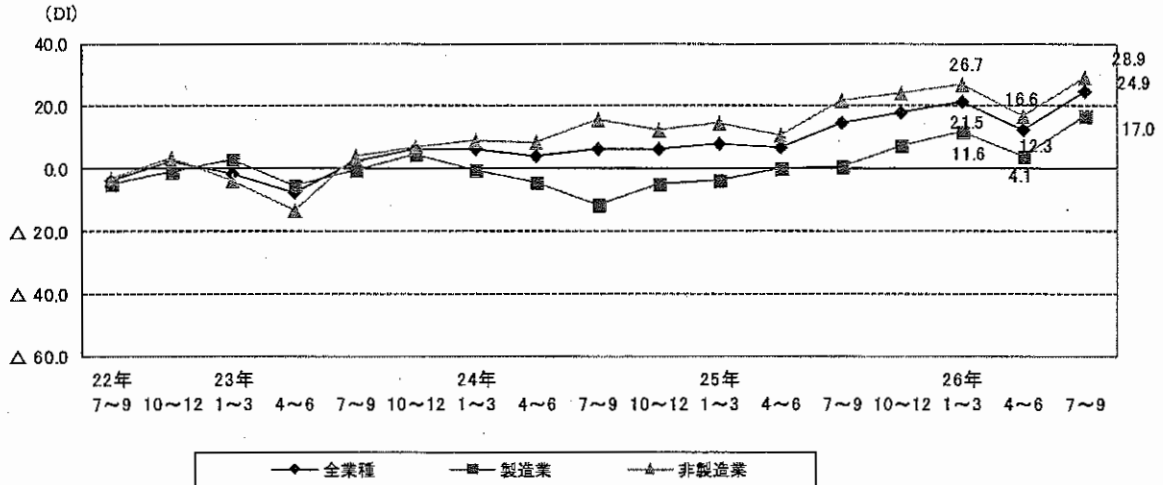
| | 22年 | | 23年 | | 24年 | | | | 25年 | | | | 26年 | | | | 10~12 | |
|------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|-----|-----|------|-------|------|------|-------|-------|
| | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | (予測) |
| 全業種 | 2.8 | 8.9 | 4.9 | △ 1.8 | △ 10.4 | △ 8.1 | △ 14.3 | △ 6.1 | △ 0.8 | 2.4 | 1.2 | 5.0 | 8.9 | 16.6 | 13.6 | 0.0 | 6.1 | △ 3.7 |
| 製造業 | 11.4 | 23.0 | 18.8 | 10.3 | △ 7.2 | △ 8.2 | △ 10.7 | △ 3.8 | 1.7 | 1.1 | 0.0 | 2.3 | 4.6 | 17.1 | 16.7 | 2.4 | 5.5 | 1.2 |
| 非製造業 | △ 0.8 | 3.4 | △ 0.4 | △ 6.6 | △ 11.9 | △ 8.1 | △ 15.9 | △ 7.4 | △ 1.9 | 3.2 | 1.7 | 6.6 | 11.1 | 16.3 | 12.0 | -1.2 | 6.4 | △ 6.1 |

※収益 DI=収益が「黒字」とする企業の割合から「赤字」とする企業の割合を引いた値。

4. 雇用(人員過不足感)DI

「雇用(人員過不足感)DI」は、全業種で今期はプラス 24.9 ポイントと、前期から 12.6 ポイント上昇し、不足感が大きく強まりました。製造業はプラス 17.0 ポイント、非製造業はプラス 28.9 ポイントとともに不足感が大きく強まりました。

業種別雇用の動き(実績)と来期の予測



| | 22年 | | 23年 | | | 24年 | | | | | 25年 | | | 26年 | | | |
|------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|
| | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 | 10~12 | 1~3 | 4~6 | 7~9 |
| 全業種 | △ 3.7 | 2.2 | △ 1.7 | △ 8.0 | 2.3 | 6.2 | 6.2 | 4.0 | 6.3 | 6.1 | 8.1 | 6.8 | 14.7 | 18.2 | 21.5 | 12.3 | 24.9 |
| 製造業 | △ 4.7 | △ 1.0 | 3.1 | △ 5.8 | △ 0.7 | 4.5 | △ 0.7 | △ 4.4 | △ 11.6 | △ 4.9 | △ 4.0 | 0.0 | 0.7 | 7.1 | 11.6 | 4.1 | 17.0 |
| 非製造業 | △ 3.2 | 3.5 | △ 3.6 | △ 13.4 | 3.7 | 7.0 | 9.2 | 8.4 | 15.5 | 12.4 | 14.5 | 10.7 | 21.9 | 24.0 | 26.7 | 16.6 | 28.9 |

※雇用(人員過不足感)DI=今期の人員が「不足」とする企業の割合から「過剰」とする企業の割合を引いた値。

5. 要約

前期と比べた県内景況感DIは、消費税増税の反動が一服したことや、多くの業種で売上が持ち直した影響により、水面下ながら非常に大きく改善しました。

業況DIについては、今期は大きく悪化幅が縮小し、来期はさらに厳しさが和らぐと予想されています。業種別にみると、今期は、サービス業はやや悪化幅が拡大しましたが、その他の業種は全て厳しさが和らぎました。

来期については、運輸業、製造業、サービス業を中心に改善が進むと予想されています。

収益DIについては、今期は好調さを強めましたが、来期は減少に転じると予想されています。

雇用DIは不足感が大きく強まりました。