

【主担当部局：雇用経済部】

県民の皆さんとめざす姿（令和5年度末での到達目標）

戦略的な営業活動により、三重が世界に誇る産業の持つ魅力や価値に国内外から共感が集まり、本県の認知度が高まることで、県産品等の販路拡大や観光客の増加、県内への企業誘致など、産業・地域経済の活性化につながっています。

主指標						
目標項目	令和元年度	2年度		3年度	4年度	5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	目標値 実績値
三重県産品を 購入したい・観 光旅行で三重 へ行きたいと 考えている人 の割合						70.0%
	66.6% (30年度)					
目標項目の説明と令和2年度目標値の考え方						
目標項目 の説明	首都圏・関西圏におけるアンケートで、「購入したい三重県産品がある」、「観光旅行で三重に行きたい」と考えている人の割合					
2年度目標値 の考え方						

副指標						
目標項目	令和元年度	2年度		3年度	4年度	5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	目標値 実績値
営業活動に関するネットワーク を生かしたイベ ント実施件数 (累計)						2,370件
	-					
首都圏営業拠点 「三重テラス」 の利用者数						20.2万人
	18.5万人 (30年度)					
伝統産業・地場 産業の技術等の 活用、連携によ り商品開発、販 路開拓、情報発 信に取り組んだ 事業者数(累計)						460件
	-					

現状と課題

- ①令和2（2020）年に東京2020オリンピック・パラリンピック、令和3（2021）年に三重とこわか国体・三重とこわか大会、令和7（2025）年に大阪・関西万博、令和8（2026）年に愛知県でアジア競技大会が開催されます。これら国内・県内で開催されるビッグイベントの機会を生かして、県産品の販路拡大や観光客の増加に向けた戦略的な営業活動を行う必要があります。また、これまでの取組によりつながった三重ファンと協働して魅力発信していくことが必要です。
- ②三重テラスは、第2ステージ（平成30（2018）年度から令和4（2022）年度まで）に入り、首都圏における認知度向上、三重の応援団等のネットワーク構築、販路開拓のノウハウの蓄積、首都圏メディアとの関係構築等の第1ステージ（平成25（2013）年度から29（2017）年度）の成果の活用が求められています。また、集客を強力に進めるとともに、魅力的なイベント内容・商品・メニューや店員のおもてなしにより、お客様の満足度を高めるよう、運営の質をさらに向上させることが必要です。
- ③関西圏においては、近年インバウンドが急増しており、令和7（2025）年には大阪・関西万博も開催されることから、これらの動向を的確にとらえ、三重の魅力発信、観光誘客、県産品の販路拡大につなげていくため、営業活動をさらに強化していく必要があります。
- ④伝統産業・地場産業等は、地域の伝統や技術、原料など、三重の風土に根づいた魅力（特性）を生かした貴重な産業です。あらためてその魅力を再認識し、昨今のライフスタイルの変化や消費者ニーズに対応できる新たな魅力や価値を創出し、広く発信することが必要です。

令和2年度を取組方向

- ①三重県営業本部では、三重の認知度を一層向上させるため、ビッグイベントの機会を生かし、県関係課、市町、関係団体等と連携した取組を進めます。このうち、大阪・関西万博に関しては、三重県営業本部の中で庁内体制を整え、具体的な方策を検討します。
また、包括連携協定を締結した企業等と連携しながら三重県フェア等を開催することにより、東京オリンピック・パラリンピックが開催される首都圏をはじめ、関西圏、中部圏及び海外において、三重の魅力発信に努めます。
- ②三重テラスでは、三重の応援団や応援企業などの三重ファンと連携した取組を行うほか、首都圏メディア・SNSを活用した情報発信に取り組みます。
また、首都圏における東京オリンピック・パラリンピック関連イベント（例：「応援村 O U E N - M U R A」）を活用して、世界の人びとに三重の魅力を発信します。
- ③関西圏では、令和2（2020）年度からスタートする新たな関西圏営業戦略に基づき、大阪・関西万博の開催に向けた動きや急増するインバウンドなど、関西圏における社会経済情勢の変化の把握に努めつつ、県内市町・団体、事業者、県関係課と連携し、「情報発信の強化」、「観光誘客」、「食の販路拡大」等の営業活動を展開するとともに、これらを支える「多様なネットワークの充実・強化」に取り組みます。
- ④伝統産業・地場産業では、新たにインバウンド需要をターゲットとし、デザイナーや他事業者等との多様な連携による商品開発や、食材など他の製品と一体となったプロモーションの実施により、販路開拓に向けた取組を支援します。また、伝統産業・地場産業の後継者育成や若手職人の技術向上のための取組を支援します。
- ⑤「三重の日本酒」について、県内酒蔵等とともに、フランスにおいてシェフ、ソムリエ、バイヤー等への強力なプロモーションを継続し、一層の販路開拓及びブランド価値の向上に取り組みます。

主な事業

①戦略的営業活動展開推進事業【基本事業名：33201 営業本部の展開】

予算額：(R1) 9,892千円 → (R2) 10,276千円

事業概要：地域のブランド力の向上、県内への誘客や販路拡大を図るため、三重テラスを中心に、日本橋エリアの関係団体や他県アンテナショップ等の企画・イベント等と連携し、首都圏でのさらなるネットワークの強化と拡大に取り組むとともに、三重の魅力を強力に情報発信する営業活動を展開します。

②首都圏営業拠点推進事業【基本事業名：33202 首都圏営業拠点の強化】

予算額：(R1) 98,400千円 → (R2) 96,328千円

事業概要：首都圏における三重の認知度の向上、さらには県産品の販路拡大や県内への誘客につながるため、首都圏における営業活動の拠点であり、三重の魅力を集めたショールームである首都圏営業拠点「三重テラス」の効果的な管理・運営を行います。

③関西圏営業基盤構築事業【基本事業名：33203 関西圏営業活動の強化】

予算額：(R1) 4,994千円 → (R2) 6,618千円

事業概要：関西圏における三重の認知度の向上、さらには県内への誘客や県産品の販路拡大につながるため、関西圏における消費者やマスコミ等に三重の魅力を情報発信するとともに、より効果的な営業活動を展開します。

④伝統産業・地場産業の新たな市場開拓促進事業

【基本事業名：33204 伝統産業・地場産業、地域資源の魅力増進】

予算額：(R1) 5,690千円 → (R2) 4,757千円

事業概要：あらためて伝統産業・地場産業の魅力を認識し、昨今のライフスタイルの変化や消費者ニーズに対応できる新たな魅力や価値を創出し、広く発信することを支援します。また、優れた商品開発の機運を高めるとともに、事業者の後継者育成、若手の技術向上・販路開拓をめざす取組を促進します。

⑤日本酒の魅力発信・販路拡大支援事業

【基本事業名：33204 伝統産業・地場産業、地域資源の魅力増進】

予算額：(R1) 5,224千円 → (R2) 5,220千円

事業概要：「三重の日本酒」の海外に向けた販路拡大及びブランド価値の向上を図るため、フランス・パリ市内において、ヨーロッパの富裕層をターゲットとして、日本に関心の高いシェフ、バイヤー、一般消費者等にプロモーションを実施し、事業者の取組を支援します。