

みえ元気プラン

[案]

【雇用経済部抜粋版】

令和 4 (2022)年 9 月

三 重 県

第2章 みえ元気プランで進める7つの挑戦

第1章において整理をしたさまざまな課題の中から、「強じんな美し国ビジョンみえ」で示す基本理念の実現に向けて5年間で取組を一層加速させていかなければならない課題を抽出し、積極果敢に対応していくため、以下の7つの取組を「みえ元気プランで進める7つの挑戦」として位置づけています。

それぞれの課題の解決に向けて、新たに着手・推進すべき取組、既に実施しているがさらに充実・強化を図っていく必要のある取組を展開していきます。

- (1) 大規模災害に対応した防災・減災、県土の強靱化対策の加速・深化
- (2) 新型コロナウイルス感染症等への対応
- (3) 三重の魅力を生かした観光振興
- (4) 脱炭素化等をチャンスととらえた産業振興
- (5) デジタル社会の実現に向けた取組の推進
- (6) 次代を担う子ども・若者への支援・教育の充実
- (7) 人口減少への総合的な対応

なお、それぞれの挑戦で記載している「取組方向」に関連する施策(第3章参照)は、一覧表にまとめて、参考資料として巻末に掲載しています。

(2) 新型コロナウイルス感染症等への対応

現状

1 新型コロナウイルス感染症の感染状況および医療提供体制等の確保

・令和2(2020)年1月に県内で初めての感染者が確認されて以降、新型コロナウイルス感染症との闘いは3年に迫る長期戦となっています。


この間、医師、看護師、薬剤師などの医療従事者の皆さん、社会機能の維持のために取り組んでいただいている皆さんのご尽力や、感染拡大防止対策への県民、事業者の皆さんのご協力により、三重県新型コロナウイルス感染症対策本部や保健所が市町や関係機関等と連携して対策に取り組み、感染の波を幾度も乗り越えてきたところですが、新型コロナウイルスも変異を繰り返しており、県内では令和4(2022)年7月末時点で累計12万人を超える感染が確認されました。

・令和4(2022)年1月以降の第6波においては、令和3(2021)年10月に公表した「みえコロナガード(Mie Covid-19 Guard)」に基づき、早期の対策に取り組んできました。

また、同年6月下旬以降の第7波においては、8月に「BA.5 対策強化宣言」を発出するなど、感染防止対策を再徹底しました。

みえコロナガード

Mie Covid-19 Guard



今後の新型コロナウイルス感染症に対する4つの柱

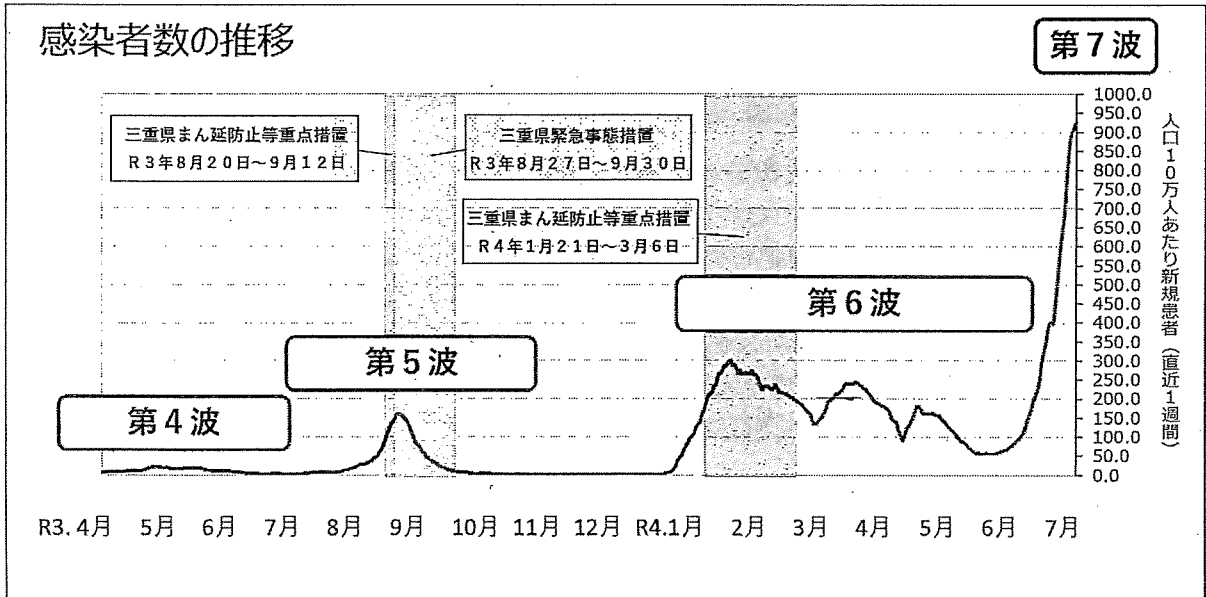
- ① 感染拡大防止アラート等の設定
 - ・感染拡大に迅速に対応するための基準と方針を設定
- ② 検査体制の整備
 - ・民間検査機関の活用等による保健所の検査体制の強化
 - ・無料PCR検査の推進、抗原定性検査キットの活用促進 など
- ③ ワクチン接種体制の整備
 - ・2回目接種の完了に向け、若年層を含めた円滑なワクチン接種の推進
 - ・3回目接種に向けた的確な対応 など
- ④ 医療提供体制の整備
 - ・感染拡大時における療養体制の方針設定
 - ・新たな宿泊療養施設・臨時応急処置施設の確保 など

・ワクチン接種や経口治療薬の投与体制の整備は進んでいるものの依然として新型コロナウイルス感染症が県民の生命や健康に与えるリスクは大きく、刻々と状況が変化する感染症に的確に対応していく必要があります。

これまで本県においては、積極的疫学調査・健康観察を実施する保健所の体制を強化するとともに、感染の早期発見や感染拡大防止のための検査体制の充実、入院を必要とする患者を受け入れる病床の確保、軽症者等が療養するための宿泊療養施設の確保、発症予防や重症化予防に効果のあるワクチン接種の促進などに取り組んできました。

◎新規感染者数推移→R4(2022)年度7月末時点 累計 125,762 人

(R1(2019)年度:11人、R2(2020)年度:2,742人、R3(2021)年度:52,842人、
R4(2022)年度7月末時点:70,167人)

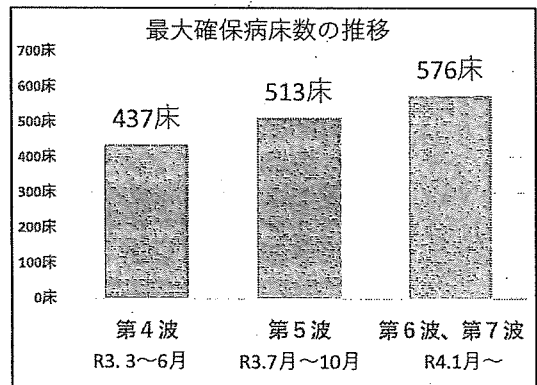
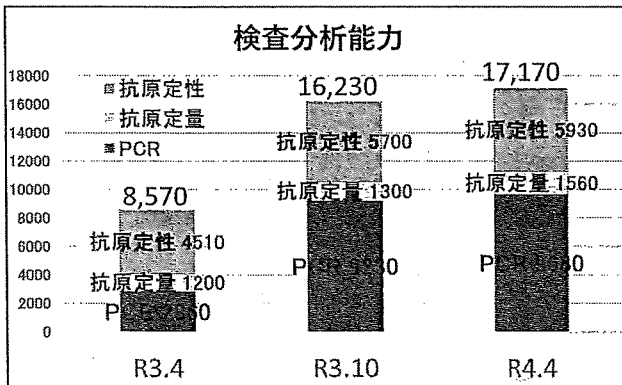


◎検査体制

→1日あたり最大 17,170 件/日

◎療養病床

→感染状況に応じ最大 576 床確保



⇒これまで、新規感染者数の増加に合わせて、必要となる検査体制や医療提供体制(受入病床、宿泊療養施設など)を確保。加えて、積極的疫学調査、患者の健康観察などを行う保健所の体制を整備。

2 新型コロナウイルス感染症が社会・経済活動へ与えた影響とその対応

・感染防止対策に取り組む必要性から県民の行動も変容しており、社会・経済活動にも大きな影響が出ています。外出・移動自粛、生活様式の変化を受け、県内産業においても依然として多くの事業者が厳しい状況に置かれています。

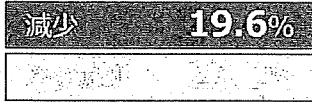
このため、本県では、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者に対する支援や時短要請協力金の実施に加えて、社会経済動向、消費者ニーズや生活様式の変化を的確にとらえた新たな事業展開や価値創出に取り組む事業者の支援を進めてきました。

また、新型コロナウイルス感染症により多大な影響を受けている観光産業の早期回復を支援するため、観光需要喚起のための誘客促進に取り組むとともに、支援金の支給や第三者認証制度による県内観光事業者への直接的な支援に取り組んできました。

◎県内企業の業績への影響

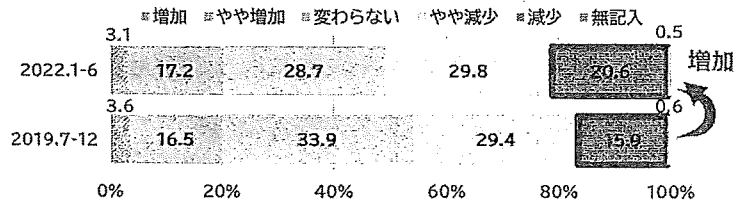
最新データに更新

- ▶ 企業の売上状況 (DI) は、「減少」がコロナ前と比較して増加
- ・最新調査 (2022年1-6月期) **20.6%**
- ・コロナ前 (2019年7-12月期) **15.9%**
- ▶ 今後の売上見通し (DI) も減少傾向

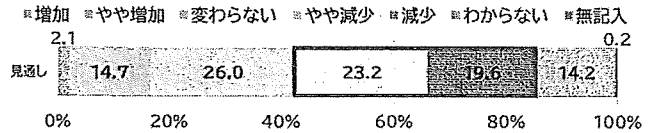


【参考】増加2.1%、やや増加14.7%

売上状況(DI)



今後の売上見通し(DI)



小規模企業景気動向調査「三重の景況」(三重県商工会議所連合会)から作成

⇒新型コロナウイルス感染症による社会・経済活動の変化、県民の行動変容をふまえ、県内経済を支える中小企業・小規模事業者や飲食店、県内観光事業者を対象とした経済再生・活性化につながる支援策を実施。

課題

- ・新型コロナウイルス感染症に関しては、刻々と変化する状況に的確に対応していく必要があります。
- ・国が定める「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」や最新のエビデンス等をふまえマスク着用などの基本的な感染対策の考え方を状況に応じて整理する必要があります。
- ・新型コロナウイルス感染症の流行が長期化する中、厳しい状況に直面している地域経済の再生・活性化に向けた取組を継続していく必要があります。
- ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大がもたらした社会変容をふまえ、感染防止と教育活動の両立、生活困窮者への支援、情報が届きにくい外国人住民への情報発信・啓発活動などに取り組む必要があります。
- ・近年、新たな感染症が繰り返し発生しており、新型コロナウイルス感染症の収束後も、引き続き新たな感染症に備えていくことが必要です。



これまでの新型コロナウイルス感染症対策で得た経験を関係機関・団体等と共有・継承し、新たな変異株や新たな感染症に備えていくことが肝要。

1 新型コロナウイルス感染症などの新たな感染症への備え

① 新型コロナウイルス感染症対策

専門家の意見をふまえた感染症対策の取組

- ・刻々と状況が変化する新型コロナウイルス感染症に的確に対応していくため、医療機関や自治体等の関係者で構成する「三重県新型コロナウイルス感染症対策協議会」において、適宜、国の動向や最新のエビデンス等をふまえ、県におけるサーベイランス、感染拡大防止策、医療提供体制等を検討のうえ、地域の実情に応じて先を見据えた感染症対策に取り組んでいきます。

感染症対策と教育活動の継続

- ・県立学校においては、国の対応状況をふまえ、「県立学校における新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン」等に基づき、必要な感染症対策を行い、教育活動を継続できるよう取り組みます。また、児童生徒の心身の健やかな成長を図るため、実技・体験学習や修学旅行・体育祭等の学校行事、部活動などが円滑に実施できるよう取り組みます。

外国人住民への対応

- ・県多言語情報提供ホームページ(MieInfo)等において多言語での情報提供を充実するほか、多文化共生に関わる市民団体の知見やネットワークを活用し、チラシや動画、SNS等による啓発を強化します。また、みえ外国人相談サポートセンター(MieCo)において、適切な情報提供・相談対応を行うため、保健所をはじめとする関係機関等との連携を強化します。

② 新たな感染症への備え

- ・新型コロナウイルス感染症対策で得たさまざまな教訓・経験をふまえ、医療機関間の適切な役割分担や関係機関との連携体制を維持し、新たな感染症の発生に備えた医療提供体制や検査体制等を整備していきます。

併せて、県民の皆さんが正しい知識に基づいて適切に行動できるよう、正確な情報を的確に発信するとともに、感染拡大や重症化リスクの高い入所施設の従事者に対する研修会の実施等を通じて、感染予防・感染拡大防止を図っていきます。

また、教育活動が継続できるよう必要な感染症対策に取り組むとともに、情報が届きにくい外国人住民をサポートできるよう各主体間のネットワークづくりを促進します。

2 社会・経済活動への影響への対応

① 新型コロナウイルス感染症による社会・経済活動への影響への対応

事業者寄り添った支援

・新型コロナウイルス感染症が地域経済に及ぼす影響を見極め、「事業継続と雇用の維持・確保」、「経済活動の回復」、「社会・経済情勢の変化に伴う対応」の3つの視点に基づき、県内事業者への支援策を実施していきます。併せて、これまでの取組の中で明らかになった課題をふまえ、事業者にとって、よりわかりやすく・利用しやすく・効果的な制度を構築していきます。

事業継続と雇用の維持・確保

本県の経済への影響を最小限にするため
事業活動の継続と雇用の維持・確保に向けた支援を実施

- 売上が落ち込んだ事業者への支援
- 中小企業融資制度を活用した資金繰り支援
- 「雇用シェア」の普及・拡大

経済活動の回復

本県の経済が早期に回復していけるよう、感染防止対策と
両立した社会経済活動に対する支援を実施

- 感染防止対策の取組に対する支援
- あんしんみえリア（第三者認証制度）の活用
- 旅行需要の喚起
- 県産品の販路拡大

社会・経済情勢の変化に伴う対応

社会経済動向や生活様式の変化を的確に捉えて
積極的に事業を展開しようとする事業者を支援

- アフターコロナを見据えた生産性向上・業態転換の取組に対する支援
- テレワークの導入促進
- オンラインも活用した商談機会の創出

生活相談に係る支援

- ・新型コロナウイルス感染症の影響をふまえ、「三重県生活相談支援センター」の体制を強化し、相談者一人ひとりの状況に応じた相談支援（住居確保給付金など利用可能な支援サービスの実施、生活福祉資金特例貸付の申請援助、食料支援等）や増加する外国人からの相談対応等に取り組めます。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により自殺リスクが高まっている状況もふまえた相談体制の確保等に取り組めます。

② 新たな感染症による社会・経済活動への影響への対応

- ・新型コロナウイルス感染症による社会・経済活動の変化が生じた過去の経験をふまえ、新たな感染症に直面した際の備えを進めます。また、次なる感染症に備え、中小企業・小規模企業などにおけるBCP策定支援といった事業継続に向けた対応を強化します。

(3) 三重の魅力を生かした観光振興

現状

(1) 観光消費額、観光入込客数等の状況

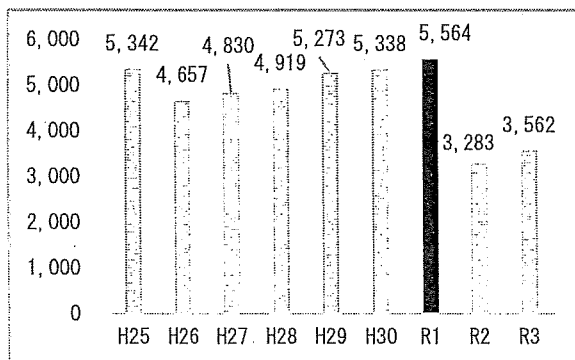
平成 25(2013)年の第 62 回神宮式年遷宮や、平成 28(2016)年の伊勢志摩サミットなど、県内外で行われた大規模イベントを県内観光のチャンスととらえ、積極的な観光キャンペーンを展開し、令和元(2019)年には過去最高の観光入込客数および観光消費額を記録しました。

比較可能な直近の統計によると、平成 30(2018)年の観光消費額(5,338 億円)が県内総生産額(84,114 億円)に占める割合は 6.3%(全国 10 位)となり、観光産業は三重県経済において大きなウェイトを占めています。一方、平成 30(2018)年の延べ宿泊者数に占める外国人延べ宿泊者数の割合は 3.83%で、全国 38 位となっています。

その後の新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、県内の観光産業は大きな影響を受けており、これからの5年間は、感染収束後を見据え、本県が地域間競争を勝ち抜き、選ばれ続ける魅力的な観光地となるための取組が求められています。

【観光消費額】

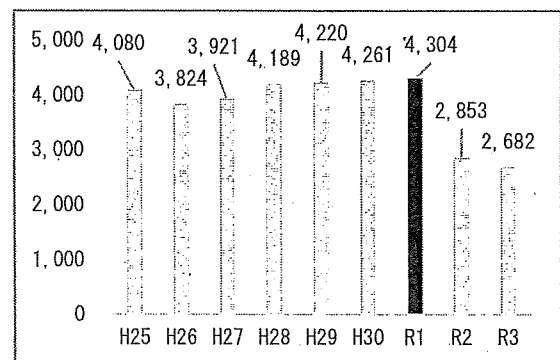
億円



三重県観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査

【観光入込客数】

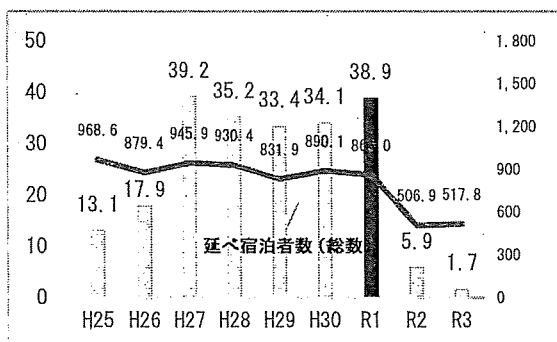
万人



三重県観光レクリエーション入込客数推計書

【外国人延べ宿泊者数】

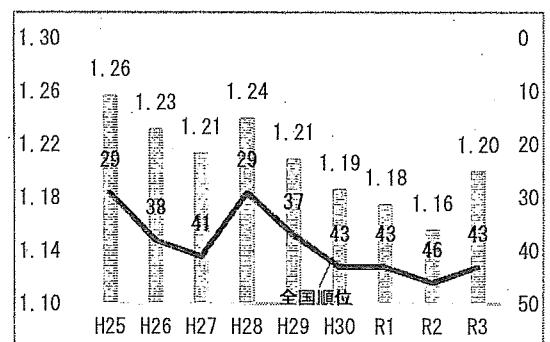
万人



観光庁宿泊旅行統計調査

【平均宿泊日数】

泊、位



観光庁宿泊旅行統計調査から作成

(2) 「持続可能な観光」への関心の高まり

「持続可能な観光」とは、UNWTO(国連世界観光機関)によると、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」とされており、観光庁とUNWTOが発行する「日本版持続可能な観光ガイドライン(2020年6月)」において、「世界的に旅行者の間でも持続可能な観光への関心は高まっており、持続可能性を積極的にアピールすることは、観光地としての価値を高める効果が見込める」とされています。

世界最大級のホテル予約サイトであるブッキングドットコムが実施したアンケート「2019 sustainable travel report」の結果が、次のとおり紹介されています。

- ・「旅行会社は消費者により持続可能な旅行の選択肢を提供すべきである」と答えた旅行者が全体の71%となっていること
- ・「旅行会社が旅行中の持続可能性を高めるためのヒントを提供することを求める」としている旅行者が、日本人では22%、世界では41%となっていること

(3) 三重県観光にとってのチャンスの到来

令和6(2024)年に熊野古道世界遺産登録20周年を迎えるとともに、令和7(2025)年に大阪・関西万博の開催、令和8(2026)年には次期式年遷宮に向けた諸行事が始まります。その後も道路や鉄道といったインフラ整備も順次予定されているなど、数年にわたり行われるこれらのビッグイベントやインフラ整備は三重県観光にとってのチャンスとなります。

2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
	熊野古道世界遺産登録20周年	大阪・関西万博	次期式年遷宮のお木曳	ワールドマスターズゲームズ関西(予定)		大阪IR開業(予定)
				東海環状自動車道全線開通予定		
				中部国際空港第2滑走路供用開始予定		
				リニア東京・名古屋間運行開始予定		

課題

三重県観光における課題認識を、旅行者のニーズに対応できる「戦略的な観光誘客」と、新たな観光スタイルに対応した「質の高い観光地づくり」に大別し、それぞれに整理します。

(1) 「戦略的な観光誘客」

「地域ブランド調査 2021」(ブランド総合研究所)における都道府県魅力度ランキングでは三重県は23位と中位にあることから、旅行者のニーズを正確に把握し、戦略性を持ったプロモーションとしてさらに強化していく必要があります。

また、大阪・関西万博や次期式年遷宮など、国内外から多くの人々が訪れるイベントのほか、リニア中央新幹線東京・名古屋間の開業等の好機を生かして観光の目的地として選ばれ続ける三重となるため、対象を明確にした効果的な観光プロモーションを展開していく必要があります。

〇三重県における課題

「課題1」 戦略的な観光マーケティングの欠如

人口減少や少子高齢化により国内の旅行者は減少していくことが予想される中、観光地間競争の激化、団体から個人旅行へのシフトなど、より旅行者一人ひとりのニーズに視点を置いた観光マーケティングの重要性が増えています。

これまで、三重県では、旅行者データに基づく観光マーケティングが観光地マネジメントに活用できるものとなっていませんでしたが、今後、県、市町、DMO、観光関連団体、観光関連事業者など多くの関係者が「三重県観光マーケティングプラットフォーム」に参画し、旅行者データを共有・有効活用することにより、魅力的な観光地づくりを進め、何度も訪れてくれるファンづくりに取り組む必要があります。



旅行者データに基づく観光マーケティングの推進が必要

「課題2」 三重が選ばれ続けるための観光プロモーションの不足

「地域ブランド調査 2021」における都道府県魅力度ランキングでは、三重県は中位であり、三重県の魅力が全国の人びとに十分届いているとは言えません。令和7(2025)年の大阪・関西万博や次期式年遷宮に向けた令和8(2026)年のお木曳行事等、国内外から多くの人々が訪れるイベントのほか、リニア中央新幹線東京・名古屋間の開業等の好機を見据え、三重県の認知度をさらに高め、観光地として選ばれ続けるためには、三重の強みを生かした戦略的な観光プロモーションを展開し、国内外からのさらなる誘客につなげる必要があります。特に、国内外の人流やあらゆる情報が集中する首都圏での情報発信を強化していく必要があります。



戦略的な観光プロモーションの強化が必要

(2) 「質の高い観光地づくり」

令和2(2020)年の平均宿泊日数は全国 46 位の 1.16 泊に落ち込むなど、旅行者が快適かつ便利に滞在できる旅行環境が不足する状況になっています。三重県の魅力的な地域資源を長期滞在に適したコンテンツやサービスに磨き上げることで、旅行者の滞在時間や日数のさらなる延長を図ることが必要です。長期滞在型観光を促進することは県内の観光消費額を引き上げ、観光産業の振興や地域経済の循環につながります。

〇三重県における課題

「課題1」 旅行者の滞在時間・日数を伸ばすコンテンツやサービスが不足

三重県には神宮をはじめ、世界遺産熊野古道や伊賀流忍者、海女、伊勢えび、松阪牛など世界に誇れる歴史・文化、自然、伝統、食などが数多くありますが、旅行者の滞在時間・日数の延伸や、地域経済の好循環に対して、これらの地域資源が十分に生かされていません。三重県を訪れる国内外の旅行者に、より深く地域の文化や暮らしを体感してもらえるようなコンテンツやサービスはまだ不足しており、地域住民も観光による恩恵を実感できる段階には至っていません。



長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げが必要

「課題2」 旅行者が快適かつ便利に滞在できる環境が不足

三重県は国際空港からの距離が遠く、目的地までの移動に時間を要することに加え、県内の観光地では夜間のバスやタクシーの利用ができないなど、二次交通の課題を指摘する声が多く聞かれます。また、廃屋や空き店舗等により観光地として景観が損なわれている地域があること、外国人旅行者向けの多言語案内表示が不足がちであること、さらには需要が高まっている高付加価値旅行者層が選択する上質な宿泊施設が少ないことなど、多くの課題があります。



旅行者にやさしい受入れ環境の整備が必要

取組方向

【持続可能な三重県観光の推進に向けて】

世界的にSDGsの取組が加速する中、観光地を選ぶ基準の一つとして「持続可能な観光地」であることが注目されているなど、地域全体で受入れ環境を整えることが求められています。旅行者よし、事業者よし、地域住民よしの「三方よし」の持続可能な観光地につなげるため、地域経済の持続的な成長のほか、社会・文化や環境の持続性への配慮など、地域の総合力を発揮した三重県観光の推進として、以下の取組を進めます。

(1) 戦略的な観光誘客の推進

令和7(2025)年の大阪・関西万博や次期式年遷宮に向けた令和8(2026)年のお木曳行事等、国内外から多くの人々が訪れるイベントのほか、リニア中央新幹線東京・名古屋間の開業等の好機を見据え、三重県の認知度をさらに高め、観光地として選ばれ続けるために、三重の強みを生かした戦略的な観光プロモーションを展開し、国内外からのさらなる誘客につなげます。

〇具体的な取組

1 旅行者データに基づく観光マーケティングの推進

- 三重県観光マーケティングプラットフォームの活用(旅行者データの収集、旅行者ニーズに合わせた情報発信)
- データ分析による観光マーケティングの推進
- 観光分野におけるさらなるDXの推進(人材育成等)



2 戦略的な観光プロモーションの強化

- 首都圏等大都市圏でのプロモーション強化(駅、商業施設等)
- 来訪者に対する的確な情報発信(観光DX、観光案内所等)
- メディアやSNS等を活用した国内外への発信強化
- JNTO(日本政府観光局)と連携した海外への情報発信の強化



(2) 質の高い観光地づくり

観光消費額をさらに引き上げ、地域経済を循環させる原動力とするため、地域ならではの食事・文化や自然をじっくり味わう体験を旅行者に提供するなど、拠点滞在型観光を進めていきます。これに向けて長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げを行うとともに、地域の観光事業者はもとより地域住民の皆さんとも連携しながら、多くの旅行者を迎え入れる環境整備を進めます。

○具体的な取組

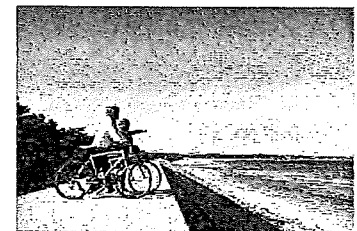
1 長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げ

- 新たな地域資源の掘り起こし(歴史・文化、食、体験等)
- 既存資源の磨き上げ(資源の高付加価値化)
- 魅力ある地域資源を生かした周遊ルートの作成、商品化・販売促進
- 三重の食材を用いた美食旅の推進
- JNTOと連携したコンテンツの評価
- 地域住民の参画、意見の反映



2 旅行者にやさしい受入れ環境の整備

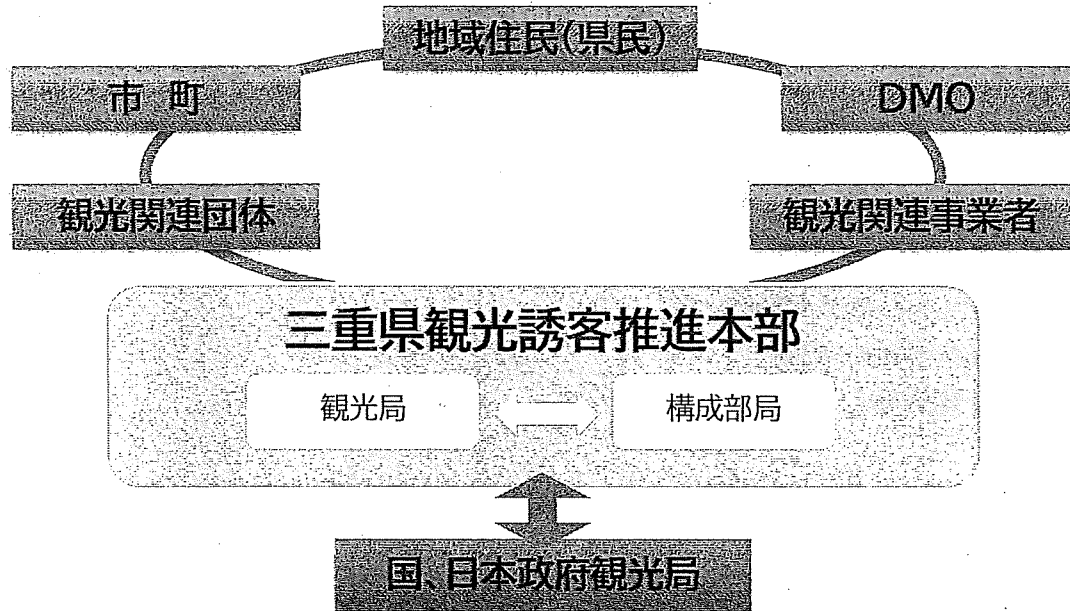
- 宿泊施設等受入れ環境整備(施設改修、多言語案内機能の強化等)
- 高付加価値旅行者層向けの上質な宿泊施設の誘致・整備促進
- 観光地の景観改善に向けた廃業した旅館や空き店舗等の撤去
- 観光人材の育成(宿泊施設、観光施設、案内所等)
- 二次交通の充実(バス、タクシー等)
- 空飛ぶクルマなどの次世代モビリティの活用
- 「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の活用促進



推進体制

観光施策を効果的に推進するため、令和4年3月に「三重県観光誘客推進本部」を設置し、全庁横断で対策を検討するとともに、関係機関と連携しながら取組を進めます。

観光施策の進捗については、みえの観光振興に関する条例に基づき、進捗状況を、三重県議会、三重県観光審議会に報告するとともに、今後の進め方について必要な見直しを図りつつ、取組を着実に進めていきます。



(参考) 有識者ヒアリング等をふまえた今後の検討課題

有識者からは、今後の三重県の観光振興について、以下のような意見をいただいています。施策への反映のほか、進捗にあわせ引き続き検討しながら今後の展開に生かしていきます。

- 持続可能な観光は選択肢ではなく必須である。観光政策の基本である。
- 文化の継承、統一感のあるエリア整備、交通・通信インフラ整備などにおいて、行政の果たす役割が重要である。
- 地域住民の「おもてなし意欲」や「観光客受容度」を高めていくことが重要である。
- 上質な宿泊施設の整備が、観光消費額を押し上げ、より質の高い観光地につながっていく。
- 三重県には、自然も文化もトップクラスのものがあるので、最もポテンシャルの高いところを題材としてしっかりと作り込んでいくことが必要である。
- 魅力的に食を提供できる仕組みとその支援策を考えるべきである。
- 「神宮」の魅力を十分に発信するための方策について検討していく必要がある。
- 団体旅行から個人旅行への変化している中、個人が発信する情報が旅行の主要な情報源となる。ソーシャルメディアの活用を強化しないといけない。
- 熊野古道など広域連携によるブランド力の向上を図るべきである。
- 観光施策の向かうべき方向性を整理するための評価の導入が必要である。

第3章 政策・施策

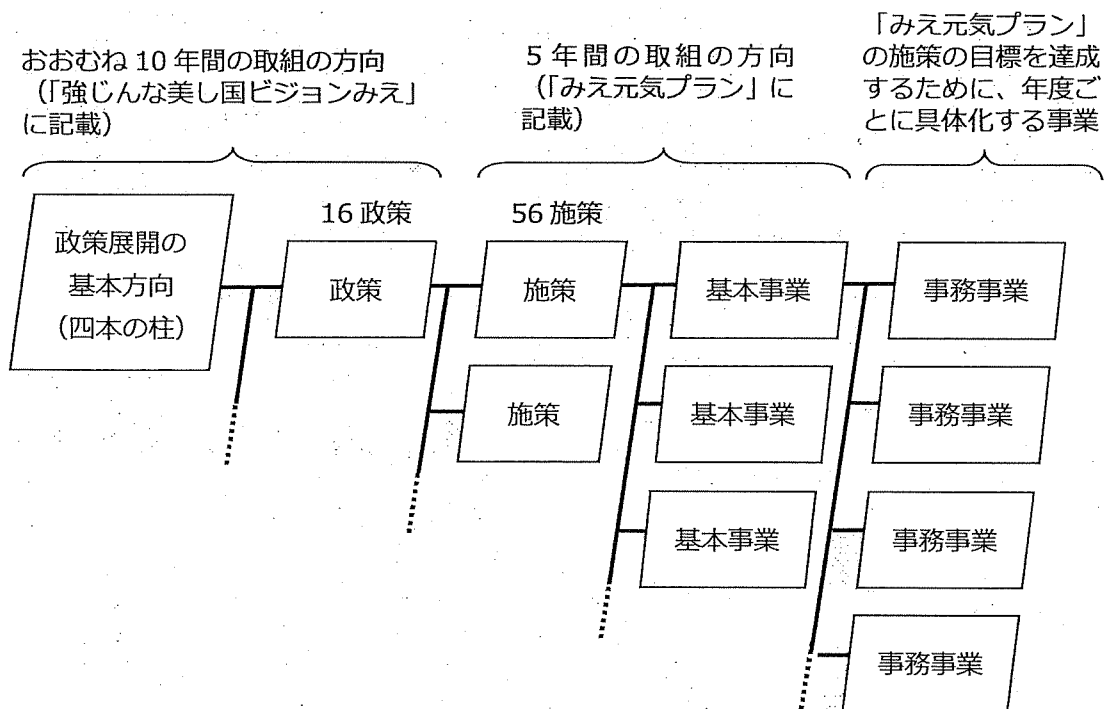
第1節 政策体系とは

政策体系は、「強じんな美し国ビジョンみえ」で示す基本理念の実現に向け、＜政策展開の基本方向(四本の柱)＞のもとに、＜政策＞－＜施策＞－＜基本事業＞－＜事務事業＞の階層で、県の取組等を網羅し、体系的に整理したものです。

●政策展開の基本方向

- I 安全・安心の確保
- II 活力ある産業・地域づくり
- III 共生社会の実現
- IV 未来を拓くひとづくり

図 「強じんな美し国ビジョンみえ」「みえ元気プラン」の政策体系



各施策の取組と「みえ元気プランで進める7つの挑戦」の関係

第2章で記載した「みえ元気プランで進める7つの挑戦」は、政策体系の整理とは別に、5年間でより一層加速させていかなければならない課題をまとめたものであり、第3章に記載する施策を横断的に実施するものです。

なお、それぞれの挑戦で記載している「取組方向」に関連する施策は、一覧表にまとめて、参考資料として巻末に掲載しています。

第2節 政策体系（政策・施策）

「みえ元気プラン」では、「強じんな美し国ビジョンみえ」で示した＜政策展開の基本方向（四本の柱）＞と＜政策＞に加え、＜施策＞とその内容を構成する＜基本事業＞をお示ししています。

＜施策＞には、それぞれ「施策の目標」を設定し、施策が目標としている社会の状況を「めざす姿」として記載しています。

また、このめざす姿の達成に向けた進捗を、適切に評価するとともに県民の皆さんが把握することができる、定量的または定性的な指標(KPI)を、各施策で複数設定しています。

＜施策＞は、目標の進捗や基本事業の取組状況等を総合的に判断して、担当する副部長または次長が評価を行い、毎年度「県政レポート」として取りまとめ、＜施策＞の成果と改善方向を公表します。

●KPIについて

KPIとは、Key Performance Indicator の略で、目標の達成度を評価するための「重要業績評価指標」と訳されます。

「みえ元気プラン」では、各施策に設定された「施策の目標」を達成するための過程を計測する中間指標として設定しており、KPI 自体は県のめざす最終目標ではありません。

施策に設定されている目標が定性的な目標であることから、KPI についても、数値化された定量的なものだけでなく、状態をあらわす定性的なものも含めて設定しています。

基本理念の実現に向けて、次のとおり16の<政策>、56の<施策>を位置づけて、県政を推進していきます。

●政策体系一覧

四本の柱	政策	施策		
Ⅰ 安全・安心の確保	1 防災・減災、県土の強靱化	1-1	災害対応力の充実・強化	
		1-2	地域防災力の向上	
		1-3	災害に強い県土づくり	
	2 医療・介護・健康	2	2-1	地域医療提供体制の確保
			2-2	感染症対策の推進
			2-3	介護の基盤整備と人材確保
			2-4	健康づくりの推進
	3 暮らしの安全	3	3-1	犯罪に強いまちづくり
			3-2	交通安全対策の推進
			3-3	消費生活の安全確保
			3-4	食の安全・安心と暮らしの衛生の確保
	4 環境	4	4-1	脱炭素社会の実現
			4-2	循環型社会の構築
			4-3	自然環境の保全と活用
			4-4	生活環境の保全
	Ⅱ 活力ある産業・地域づくり	5 観光・魅力発信	5-1	持続可能な観光地づくり
5-2			戦略的な観光誘客	
5-3			三重の魅力発信	
6 農林水産業		6	6-1	農業の振興
			6-2	林業の振興と森林づくり
			6-3	水産業の振興
			6-4	農山漁村の振興
7 産業振興		7	7-1	中小企業・小規模企業の振興
			7-2	ものづくり産業の振興
			7-3	企業誘致の推進と県内再投資の促進
			7-4	国際展開の推進
8 人材の育成・確保		8	8-1	若者の就労支援・県内定着促進
			8-2	多様で柔軟な働き方の推進
9 地域づくり		9	9-1	市町との連携による地域活性化
			9-2	移住の促進
			9-3	南部地域の活性化
			9-4	東紀州地域の活性化
10 デジタル社会の推進		10	10-1	社会におけるDXの推進
			10-2	行政サービスのDX推進
11 交通・暮らしの基盤		11	11-1	道路・港湾整備の推進
	11-2		公共交通の確保・充実	
	11-3		安全で快適な住まいまちづくり	
	11-4		水の安定供給と土地の適正な利用	

四本の柱	政策	施策	
Ⅲ の共 実生 現社 会	12 人権・ダイバーシティ	12-1	人権が尊重される社会づくり
		12-2	ダイバーシティと女性活躍の推進
		12-3	多文化共生の推進
	13 福祉	13-1	地域福祉の推進
		13-2	障がい者福祉の推進
Ⅳ 未 来 を 拓 く ひ と づ く り	14 教育	14-1	未来の礎となる力の育成
		14-2	未来を創造し社会の担い手となる力の育成
		14-3	特別支援教育の推進
		14-4	いじめや暴力のない学びの場づくり
		14-5	誰もが安心して学べる教育の推進
		14-6	学びを支える教育環境の整備
	15 子ども	15-1	子どもが豊かに育つ環境づくり
		15-2	幼児教育・保育の充実
		15-3	児童虐待の防止と社会的養育の推進
		15-4	結婚・妊娠・出産の支援
	16 文化・スポーツ	16-1	文化と生涯学習の振興
		16-2	競技スポーツの推進
		16-3	地域スポーツと障がい者スポーツの推進

施策5-1 持続可能な観光地づくり

施策の目標

(めざす姿)

魅力ある地域資源を生かした観光コンテンツの提供や、質の高い宿泊施設等の受入れ環境整備など、旅行者のニーズに対応した受入れ体制が整備されることで、三重県を訪れた人びとが観光を満喫でき、観光客の満足度が向上するとともに、平均宿泊日数が増加しています。

また、地域住民をはじめ、地域全体で旅行者の受入れ機運を高め、三重県の持続可能な観光が推進されることで、三重県を訪れた旅行者がより深く観光コンテンツを体験でき、長期滞在が増加するなど、三重県の「拠点滞在型観光」のイメージが定着しています。

(課題の概要)

観光地を選ぶ基準として、社会・文化や環境に配慮し、旅行者や地域住民など観光に関わる人びとが利益を享受できる「持続可能な観光地」であることが注目されており、地域全体で受入れ環境を整えることが求められています。観光産業の担い手確保も含めた環境整備を通じて、高付加価値旅行者に選ばれる観光地づくり、拠点滞在型観光を可能とする観光地づくりを進めることが必要となっています。

現状と課題

- 観光産業は、その経済効果が、宿泊業や飲食業、運輸業といった分野だけでなく、製造業、農林水産業など幅広い分野に波及する裾野の広い産業であり、持続的な成長によって地域経済や雇用へ波及することが期待されています。
- 近年、旅行者が目的地の選択において、持続可能な観光を重要視することが国際的な潮流となっています。地域住民をはじめ地域全体で旅行者の受入れ機運を高めていくほか、SDGsの達成、カーボンニュートラルへの対応等、経済面、社会・文化面、環境面を総合的に考慮した地域のサステナブルな観光地経営を支援していく必要があります。
- 旅行者が地域の文化にふれ、住民との交流や、豊かで深い体験を味わうことは、長期滞在やリピーターの獲得につながることで期待できるため、長期滞在に適した受入れ環境の整備や三重県ならではの地域資源を生かした体験コンテンツの磨き上げなど、宿泊施設等を拠点とした「拠点滞在型観光」を推進する必要があります。
- 観光消費額を押し上げ、より質の高い観光地につなげていくため、高付加価値旅行者向けの上質な宿泊施設の誘致や、三重の豊かな「食」を旅行者に対して魅力的に提供する仕組みの構築などに取り組んでいく必要があります。
- 三重県は、全国に先駆けて「バリアフリー観光」の推進に取り組んできたほか、事故、自然災害、感染症の拡大などによる三重の観光産業への影響を最小限にするための「観光危機管理」に取り組んできており、引き続き、安全で安心して旅行できる環境の整備促進に取り組む必要があります。

取組方向

■ **基本事業1：拠点滞在型観光の推進**

世界の人びとから旅の目的地として選ばれるよう、県内市町、観光協会、DMO(観光地域づくり法人)等と連携を図りながら、三重ならではの美しい自然、豊かな食、歴史・文化、サステイナブル、バリアフリーなどの視点で地域資源の掘り起こしや磨き上げ(高付加価値化)、それらを生かした周遊ルートを活用などに取り組みます。また、観光の3要素である「宿泊施設」「食」「地域資源」のさらなる磨き上げによって、「拠点滞在型観光」を推進し、旅行者の「もう一泊、もう一食、もう一体験」につなげます。

■ **基本事業2：DMO(観光地域づくり法人)等の支援**

地域のDMO等が行う、観光地の価値を創造するブランディング、地域経済活性化支援機構(REVIC)と連携した観光産業の構造的課題を解決するための取組、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」が掲げる観光指標に基づく観光地マネジメントなど、県内各地で展開される持続可能な観光地づくりに向けた取組を支援します。

■ **基本事業3：受入れ環境の整備**

旅行者の受入れ環境を整備するため、高付加価値旅行者層のニーズにも応えられる質の高い宿泊施設の誘致をはじめ、既存施設の再整備や古民家を再生し観光資源としての活用を進めるほか、三重の豊かな「食」を、旅行者に対して魅力的に提供できる仕組みづくりや、クルーズ船の受入れ環境の充実、二次交通の充実などに取り組みます。また、安全・安心な観光地づくりに向けて観光防災を推進するほか、誰もが快適でストレスフリーに旅行ができる旅行者目線に立った受入れ環境整備としてバリアフリー観光を推進していきます。

■ **基本事業4：観光人材の育成**

地域の観光資源を熟知した人材、観光地経営を担う人材など、質の高いサービスを提供できる観光人材の育成・確保に向け、研修の充実などに取り組みます。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
観光客満足度	93.5%	95.0%	県内の観光地を訪れた観光客の7段階の満足度評価で「大変満足」「満足」「やや満足」の上位3項目を回答した割合
県内の平均宿泊日数	1.20泊	1.33泊	「観光庁宿泊旅行統計調査」に基づく、県内の宿泊施設における延べ宿泊者数を実宿泊者数で除して得た日数
リピート意向率	92.6%	95.0%	県内の観光地を訪れた観光客の「本県を再び訪れたい」と回答した割合

施策5-2 戦略的な観光誘客

施策の目標

(めざす姿)

国内外の多くの旅行者が観光の目的地として三重県を選び、県内の観光消費額が増加しています。また、旅行者データや観光統計に基づく観光マーケティング・マネジメントを行い、旅行ニーズに合わせた戦略的な観光プロモーションを展開することで、三重ファンが増加するとともに、国内外から三重県への来訪や宿泊が増加しています。

(課題の概要)

旅行スタイルや旅行者のニーズがますます多様化していく中で、三重県が観光地として選ばれ、観光入込客数や観光消費額の増加につなげていくためには、三重県の強みを生かした首都圏、関西圏への戦略的なプロモーションに加えて、デジタル技術を活用して多様なニーズへの確に対応していくことが求められています。

現状と課題

- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、令和元(2019)年に 5,564 億円であった県内の観光消費額が令和2(2020)年には 3,283 億円となるなど、本県の観光産業は大きな打撃を受けており、観光消費を促進させていくことが急務となっています。
- 人口減少および少子高齢化の進展による国内市場の縮小や観光産業の担い手不足等の課題への対応とともに、旅行スタイルの変化や旅行ニーズの多様化にも対応していくため、観光産業における DX を推進するとともに、旅行者の行動を収集・分析し、データに基づいた観光マーケティング・マネジメントに取り組み、きめ細かなおもてなしを提供することで、何度もリピートする三重ファンを確保していく必要があります。
- 令和7(2025)年の大阪・関西万博、令和9(2027)年に開催が見込まれるワールドマスターズゲームズ 2021 関西等、海外からも多くの人々が訪れるイベントのほか、次期式年遷宮に向けた令和8(2026)年のお木曳行事や、リニア中央新幹線東京・名古屋間開業等の好機を見据え、三重県の認知度をさらに高め、観光地として選ばれ続けるために、三重の強みを生かした戦略的な観光プロモーションを展開し、国内外からのさらなる誘客に取り組むことが必要です。特に、首都圏は国内外の人流やあらゆる情報が集中することから、三重の観光情報を強力に発信していく必要があります。

取組方向

■ **基本事業1：観光マーケティングの推進**

三重県観光マーケティングプラットフォームを活用することで旅行者データを収集し、旅行者一人ひとりのニーズに合わせた情報発信等に取り組むとともに、プラットフォームのデータを分析することで、戦略的な観光マーケティングを推進していきます。また、観光産業におけるDXを推進するため、観光事業者やDMO(観光地域づくり法人)が戦略的な観光マーケティングを実施できるよう支援していきます。さらに、データに基づく観光地マネジメントが進むよう、プラットフォームも活用して即時性と実効性のある観光統計の集約・共有・活用に取り組んでいきます。

■ **基本事業2：観光プロモーションの強化**

国内外の人びとから旅の目的地として選ばれ続けるよう、美しい自然や豊かな食、歴史や文化など、三重ならではの魅力的な観光資源を生かし、首都圏をはじめとする大都市圏および海外への観光プロモーションを強化します。多くの人々が訪れることが期待される大阪・関西万博や次期式年遷宮を絶好の好機ととらえ、三重の観光の魅力発信に取り組めます。また、この好機を生かし、国内旅行需要とインバウンド需要の双方の獲得を図るため、高速道路や鉄道、航空事業者等と連携した周遊性の高い旅行商品の造成・販売の支援やソーシャルメディアの活用強化、県境を越える広域連携の活用、高付加価値旅行者層への働きかけなど、三重県への誘客促進に取り組めます。

■ **基本事業3：インバウンドの誘客**

インバウンド再開時に「選ばれる三重県」となるため、アフターコロナにおける旅行ニーズの変化をふまえ、日本政府観光局(JNTO)との連携を一層強化し、その知見や発信力を活用した情報発信を行うとともに、レップを活用した海外の旅行会社等へのセールス等の観光プロモーションを展開します。また、国際会議や海外からの産業観光の受入れなど県内へのMICE誘致に取り組めます。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
観光消費額	3,562億円	6,500億円	観光客が県内において支出した観光消費額(交通費、宿泊費、飲食費、入場料、土産代等)
県内の延べ宿泊者数	518万人	1,041万人	「観光庁宿泊旅行統計調査」に基づく、県内の宿泊施設における延べ宿泊者数
県内の外国人延べ宿泊者数	1.7万人	45.4万人	「観光庁宿泊旅行統計調査」に基づく、県内の宿泊施設における延べ外国人宿泊者数

施策5-3 三重の魅力発信

施策の目標

(めざす姿)

県産品の販路拡大や観光誘客の促進などにつなげるため、大都市圏等における県内市町、関係団体、民間事業者、三重ファン等と連携した面的な情報発信やイベント実施等による戦略的なプロモーション活動が進んでいます。また、産業・地域経済の活性化につなげるため、付加価値の高い商品・サービスの創出に取り組むとともに、業種を超えた多様な連携による販売促進の取組が進んでいます。

(課題の概要)

国内の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誘客の促進などにつなげるため、戦略的かつ効果的なプロモーションを展開する必要があります。

また、県産品の販路を拡大するため、業種を超えた多様な連携による商品やサービスなど、消費者ニーズに合わせた新たな価値の創出やそれらを担う人材の育成が求められています。

現状と課題

- 令和7(2025)年に大阪・関西万博が開催される予定です。また、令和9(2027)年には関西でワールドマスターズゲームズ2021関西が開催され、リニア中央新幹線東京・名古屋間が開通する予定です。これら国内のビッグイベントの機会を生かして、観光誘客や三重県の認知度の向上、県産品の販路拡大などを促進するため、市町、関係団体等と連携し、首都圏、関西圏、中部圏および海外において戦略的かつ効果的なプロモーションを展開する必要があります。
- 首都圏においては、三重テラスを核とした三重の魅力情報の発信、県産品の販路拡大、三重ファンと連携した取組等を行っているほか、包括協定を締結した企業等との連携による物産観光展等を開催しています。引き続き、さらなる三重ファン獲得に向けた戦略的なプロモーションを進めていく必要があります。
- 関西圏においては、令和7(2025)年に大阪・関西万博の開催、令和11(2029)年に大阪IRの開業を控え、インバウンドを含む観光需要が増大することが見込まれます。これらの動向を的確にとらえ、県産品の販路拡大や観光誘客の促進などにつなげていくため、三重県の認知度の向上に向けたプロモーション活動をさらに強化していく必要があります。
- 伝統産業および食関連産業等は、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あることから、県産品の魅力を再認識するとともに、消費者のニーズや価値観に対応できる新たな魅力や価値を創出し、国内外への発信や販路拡大につなげていく必要があります。特に、国内市場が縮小傾向にある中、輸出の拡大に向けた支援を積極的に行う必要があります。
- 一般的に伝統産業および食関連産業等は、労働生産性および労働者の定着率が低いことから、産学官が連携し、労働環境の改善に向けた意識向上、新たな価値やサービスを創出できる人材の育成が求められています。また、県産品の販路拡大を効果的に展開するため、県内事業者の商談機能の向上が求められています。

取組方向

■ 基本事業1： 戦略的なプロモーション活動の展開

市町、県内事業者、関係機関等と連携し、①魅力的な情報発信、②県産品の販路拡大、③観光誘客の促進を柱とした一体的なプロモーション活動を、首都圏、関西圏、中部圏および海外において展開します。また、包括協定を締結した企業等との連携による物産観光展や商談会を開催するとともに、三重ファンと連携した取組を拡大し、重層的な三重の魅力発信に取り組みます。

■ 基本事業2： 首都圏における魅力発信

首都圏は国内最大の市場であることから、引き続き最重要エリアと位置づけ、戦略的なプロモーションを進めていきます。具体的には、常設の情報発信拠点である三重テラスを核としつつ、首都圏の集客施設における広告宣伝や包括協定を締結した企業等との連携による物産観光展、ホテルや飲食店と連携したフェア等を実施することで県産品の販路拡大や観光誘客の促進などを進めるとともに、三重県の認知度の向上および三重ファンのさらなる拡大と連携に取り組みます。

■ 基本事業3： 関西圏における魅力発信

関西圏における県産品の販路拡大や観光誘客の促進などに向けて、「関西圏営業戦略」に基づき、関西圏の経済団体や県人会など多様なパートナーとのネットワークを生かすとともに、県、市町、県内外の事業者、関係機関など官民一体となって、ターゲットを絞った三重の魅力発信、観光物産展、商談会等などの取組を効果的に展開します。また、大阪・関西万博開催のチャンスを生かし、三重を知って、選んで、来て、リピーターになっていただけるよう、強力なプロモーション活動を進めます。

■ 基本事業4： 県産品の高付加価値化と販売促進

伝統産業および食関連産業等の多様な連携を促進し、SDGsやエシカルなどの新しい視点を取り入れた付加価値の高い商品・サービスの創出に取り組みます。また、オンラインや体験など多様な手法を活用して、背景・ストーリーとともに商品の魅力を積極的に発信するほか、国内外への販売促進につなげるため、伝統工芸品や食をはじめとする県産品フェアの開催、商談支援等を行います。

■ 基本事業5： 新たな価値創出につなげる人材育成

「みえ食の“人財”育成プラットフォーム」と連携し、学生と企業との交流会やインターンシップ、マーケティング研修等を実施し、新たな価値やサービスを創出できる人材の育成を進めます。また、商談会等による商談機会の創出と合わせ、バイヤー等による商談スキル向上セミナー等を開催することで、県内事業者の商談力向上を図ります。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の 目標値	項目の説明
首都圏・関西圏における観光旅行先としての三重県への訪問意向および三重県産品の購入意向の割合	65.6%	74.0%	首都圏・関西圏におけるアンケート調査で、「観光旅行で三重に行きたい」、「購入したい三重県産品がある」と考えている人の割合
三重テラスにおける魅力発信件数(累計)	92件	1,058件	三重テラスにおいて、県内の市町、団体、事業者、三重の応援団・応援企業等の三重ファンと連携した情報発信やイベントの実施等により、三重の魅力発信を行った件数
伝統産業および食関連産業における消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品・サービスの開発数(累計)	18件	138件	伝統産業および食関連産業等の地域資源を活用し、消費者ニーズの変化等に対応するため、異業種との連携等により開発された商品・サービス数
新商品や魅力あるサービスの開発など、新たな価値創出に取り組むことができる人材の育成数(累計)	255人	1,905人	県および「みえ食の“人財”育成プラットフォーム」が実施する ・マーケティング研修 ・食品衛生研修 ・SNS等活用研修 等を受講し、商品やサービスの新たな価値創出に取り組むことができる人材の育成数

施策7-1 中小企業・小規模企業の振興

施策の目標

(めざす姿)

中小企業・小規模企業の事業継続や雇用確保など経営基盤を強化するため、経営課題の解決に向けた道筋となる計画に基づき、生産性の向上や販路開拓、業態転換等をはじめ、事業承継や創業など新陳代謝を促す取組が進んでいます。

(課題の概要)

人口減少による国内市場の縮小やコロナ禍がもたらした生活様式の変化等により、企業のビジネスにも変化が求められています。

また、中小企業・小規模企業において経営者の高齢化が進み、担い手の確保が難しくなる中、後継者不足や労働力不足による廃業の増加が懸念されます。

現状と課題

- 中小企業・小規模企業は県内企業の 99.8%を占め、地域経済を支える役割を担っています。こうした認識のもと、「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づく取組を進めることで、コロナ禍による生活様式の変化やサプライチェーンの再構築など経営環境が大きく変化する中、自社のビジネスモデルの見直しに迫られている中小企業・小規模企業に対して、アフターコロナを見据えた生産性向上や業態転換、新たな市場開拓等に向けた支援が急務となっています。
- コロナ禍の長期化の影響を受けた中小企業・小規模企業においては、事業継続に向けた手厚い資金繰り支援が必要です。また、人口減少が進行する中、地域の活力を維持し、地域課題の解決や雇用の増大を図るため、スタートアップなど新たな事業の担い手や第二創業経営者等の事業成長に向けた支援が必要です。
- 団塊世代の経営者の引退が多く想定される中、県内企業の 35.8%で後継者が不在であると考えられています。地域経済を支える中小企業・小規模企業が、後継者がいないことを理由に廃業する事態を食い止めるため、関係機関が一丸となった事業承継の支援が必要です。

取組方向

■ **基本事業1： 中小企業・小規模企業の経営支援**

中小企業・小規模企業が継続的に発展できるよう、DX等による生産性向上をはじめ、業態転換など経営力向上に向けた取組に対して、商工団体と連携し、伴走型の支援を行います。また、中小企業等と川下企業との出会いの場を創出し、販路開拓や新製品開発、技術力の高度化等の支援に取り組みます。さらに、感染防止対策と経済活動の両立を図るための飲食店等の施設認証や、今後も起こり得る災害に備えた事業継続計画(BCP)策定を推進します。

■ **基本事業2： 資金調達の円滑化**

中小企業・小規模企業の事業継続に支障が生じないように、手厚い資金繰り支援を行うとともに、事業者が感染症の影響やDX・脱炭素化等の新たな経営課題を克服し、再成長に向けて取り組む設備投資に対して資金面から支援を行います。また、県内産業を活性化する新たな事業を創出・育成するため、次代を担う起業家や第二創業経営者がスタートアップ等に必要となる資金の調達を支援します。

■ **基本事業3： 事業承継の円滑化**

中小企業・小規模企業における後継者がいないことによる廃業を食い止めるため、事業承継診断や事業承継計画の作成、事業承継支援資金の供給など事業者の段階に応じた支援を行うとともに、親族内承継をはじめ、従業員承継、社外への引き継ぎ(第三者承継)など事業者の経営形態にとって適切な事業引き継ぎが行われるよう、関係機関と連携して支援します。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
三重県版経営向上計画や経営革新計画の認定を受けた件数(累計)	6,726 件	9,600 件	商工団体等の支援により、三重県版経営向上計画や経営革新計画の認定を受けた件数
県内中小企業・小規模企業における事業継続計画(BCP)等の策定件数(累計)	1,495 件	5,000 件	中小企業強靱化法に基づく事業継続力強化計画および三重県版経営向上計画(「事業継続」を経営課題として策定した計画)の策定件数
県中小企業融資制度における創業関連資金および設備資金の利用件数(累計)	-	2,500 件	創業・再挑戦アシスト資金およびその他の政策目的資金における設備資金の利用件数
事業承継診断件数(累計)	14,254 件	28,500 件	三重県事業承継ネットワークの支援により県内企業が事業承継診断を実施した件数

施策7-2 ものづくり産業の振興

施策の目標

(めざす姿)

社会経済情勢の変化に的確に対応し、競争力や事業継続力を維持するため、自動車関連産業、電子部品・電気機械産業、航空宇宙産業をはじめとするものづくり企業における新たな製品開発や事業化が進んでいます。また、2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、革新的なエネルギー高度利用技術の促進が図られているとともに、新エネルギーの導入促進や、環境に配慮した効果的なエネルギー利用が進んでいます。

(課題の概要)

ものづくり企業をはじめ、県内企業が脱炭素化といった社会経済情勢の変化に的確に対応していくため、国際競争力や事業継続力の強化に加え、成長産業の育成、デジタル技術の活用など、企業変革力を高めていくことが求められています。また、三重県の地域特性を生かした新エネルギーについて、環境や住民生活に十分配慮しながら導入促進を図る必要があります。

現状と課題

- サプライチェーン全体での脱炭素に寄与する取組を実施することが強く求められています。特に、本県の基幹産業である自動車関連産業においては、電気自動車をはじめ次世代自動車分野の成長により、部品の種類の変化、部品点数の減少、サプライチェーンの変化をはじめ、産業構造の変化に的確に対応していくことが求められています。また、脱炭素社会の実現をめざす上で必要とされる新たな成長産業を育成し、雇用の創出を図るとともに、地域経済の持続的な成長につなげていく必要があります。
- 自動車関連産業、電子部品・電気機械産業、航空宇宙産業をはじめとする本県ものづくり産業が、社会経済情勢の変化に的確に対応し、事業継続力や競争力の強化を図っていくために、県内ものづくり企業の技術開発の促進や、産学官連携等の推進、知的財産の活用等の取組を進める必要があります。
- 四日市コンビナートは、汎用的な化学製品から高機能素材等に至る様々な製品の供給を通じて、戦後の我が国経済の発展と地域の雇用を支えてきましたが、脱炭素社会の実現に向けて、事業構造の変革など抜本的な対応が求められています。このため、コンビナート全体の視点に立ち、四日市市や地域企業等と方向性を合わせた取組を推進していく必要があります。
- 「三重県新エネルギービジョン」に基づき、エネルギーの地産地消、環境・エネルギー関連産業の振興、エネルギー関連技術を生かした地域づくり、省エネの推進に取り組んでいます。
- 三重県の地域特性を生かした太陽光発電や風力発電などの新エネルギーについて、環境や住民生活に十分配慮し、地域との共生が図られながら、導入促進を図る必要があります。併せて、IoT・AIの活用等により、さらなる効率的なエネルギー利用の推進とともに、需要に対応したエネルギーの安定供給が求められます。
- ヘルスケア産業においては、少子高齢化の進展や新しい生活様式への適応等による新たな需要への対応が求められており、関連企業は変革を迫られています。こうした中、ものづくり県である本県内に立地する企業が持つ技術・ノウハウを生かしながら、医療・介護だけでなく予防や健康づくりも含めた新たな製品・サービス・技術の創出に向けた企業の取組を支援し、ヘルスケア産業の振興をめざすライフイノベーションの取組を推進する必要があります。

取組方向

■ 基本事業1： 成長産業育成・業態転換の促進

脱炭素社会の実現に向けて、より効率的・効果的にCO₂排出量を削減していくとともに、生産性向上により事業継続力や競争力を高めていく必要があります。このため、本県ものづくり企業が、電化への対応、新たな領域への挑戦、業態転換、事業再構築、多角化、デジタル化の推進等に前向きに取り組めるよう、本県の優位性・強みを生かしながら、積極的に支援を行い、新たな産業や雇用の創出につなげていきます。

■ 基本事業2： 経営基盤の強化・人材育成の推進

自動車関連産業、電子部品・電気機械産業、航空宇宙産業をはじめとする本県ものづくり産業が、社会経済情勢の変化に的確に対応し、事業継続力と競争力を高めるとともに、他分野・新業種への展開をしていくことが求められています。また、陶磁器をはじめとする伝統的なものづくり産業においても、工法・製法を守りつつ、加工技術や新製品の開発を進め、新たな事業展開を図る必要があります。このため、工業研究所が行ってきたきめ細かな技術支援に加え、共同研究等の産学官連携の推進や、知的財産の取得・利活用等の支援を行い、県内企業の新製品開発、技術的課題の解決、技術力の向上、技術人材の育成等を進めていきます。

■ 基本事業3： 四日市コンビナートの競争力強化

新エネルギーの利活用、脱炭素社会に貢献する素材供給等、新たな産業の創出、石油精製から樹脂製品を製造する設備や供給網が整備されたコンビナートの特性を生かしたカーボンリサイクルやサーキュラーエコノミー（循環経済）の推進について、四日市市やコンビナート企業等と連携しながら、研究開発成果の活用・事業化など四日市コンビナートの競争力強化に向けた取組を進めていきます。

■ 基本事業4： 新エネルギーの導入促進

地方から安全で安心なエネルギーの確保に貢献するため、地域との共生が図られるよう、新エネルギーの導入を促進していきます。また、地域課題の解決に向けた新エネルギーの活用によるまちづくりや、環境・エネルギー関連産業の育成と集積を図るため、エネルギー関連技術の研究開発を支援します。加えて、県民の皆さんや事業者に対してエネルギーに関する啓発等を行います。

■ 基本事業5： ライフイノベーションの推進

産学官民連携を推進し、企業・研究機関等のヘルスケア分野への参入促進や医療機関・福祉施設等における実証等をとおして、ものづくり技術・ICT等を活用した製品・サービス・技術の研究開発、市場開拓等を支援することにより、ヘルスケア産業の振興に取り組みます。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の 目標値	項目の説明
県内ものづくり企業の新たな製品開発や事業化等につながった件数(累計)	11件	66件	県内ものづくり企業が県の技術支援や共同研究等を通じて、新たな製品開発や事業化等につながった件数
四日市コンビナートの競争力強化に向けて産学官が連携して取り組んだ件数(累計)	4件	8件	四日市コンビナートの競争力強化に向けて創出される、産学官連携の枠組みの数
新エネルギーの導入量(累計)	76.4万世帯 (2年)	※79.2万世帯 (7年)	県内に導入された新エネルギーによって家庭で消費されるエネルギーを賅ったと仮定した場合の世帯数

※記載の数値は現行の新エネルギービジョンにおける数値であり、改定後(令和4(2022)年度末)に数値を変更します。

施策7-3 企業誘致の推進と県内再投資の促進

施策の目標

(めざす姿)

付加価値の高い製品・サービスを提供する成長性のある企業が多様に集積する、脱炭素社会に対応した強靱で高度な産業構造への転換を進め、豊かな暮らしにつながる魅力ある雇用の場を数多く創出するため、産業用地の確保や規制合理化など活発な事業活動を支える操業環境の整備と、国内外の企業による県内への継続的な投資を促進します。

四日市港においては、脱炭素化に配慮した港湾機能の高度化や背後圏産業の発展を支えるため、港湾地域の面的・効率的な脱炭素化に向けた取組を促進します。

(課題の概要)

環境の変化に対応した強靱な産業構造を構築し、多くの魅力ある職場を創出するため、産業用地の確保に努め、国内外の企業による県内への投資を促進する必要があります。

また、四日市港においては、カーボンニュートラルポート形成に向けた環境整備や、港湾地域の面的・効率的な脱炭素化への対応が求められています。

現状と課題

- 脱炭素化に向けた産業構造の転換や、IoT、AI等のICTの急速な技術革新によるDXの進展、感染症対策や経済安全保障の観点からのサプライチェーンの見直しなど、企業を取り巻く環境は大きく変動しています。また、少子高齢化の加速や若者の流出による生産年齢人口の減少への対応も課題となっています。
- こうした中、県内産業が持続的に発展していくためには、技術的・社会的な変化を先取りする既存産業の変革と新たな産業の創出が求められており、地域の特性をふまえつつ、産業の高度化・強靱化に向けた県内投資を促進していく必要があります。
- 道路網の整備効果等により、北勢地域を中心に県内への企業立地ニーズは高いものの、既存工業団地等の分譲可能用地が減少し、将来的にも用地不足による誘致機会の逸失が懸念されることから、新たな産業用地の確保が喫緊の課題となっています。また、国内外の地域間における比較・競争が厳しくなる中、操業環境の優位性を保つため、ソフト面での支援の重要性も高まっています。
- 四日市港においては、コンテナ貨物量の増加やコンテナ船の大型化、サプライチェーンの強靱化等に加え、カーボンニュートラルポートへの対応が求められ、背後圏産業のニーズを把握し、地域の産業競争力の維持・強化や、脱炭素社会の実現に向けた取組を推進する必要があります。併せて、物流の中心が霞ヶ浦地区へシフトしており、新しい四日市地区の利活用が求められています。

取組方向

■ **基本事業1：付加価値創出に向けた企業誘致**

企業投資促進制度の活用やワンストップサービスの提供などにより、グリーン・デジタル関連、食関連など成長産業分野への投資や、マザー工場化、スマート工場化、研究開発施設など高付加価値化や生産性の向上につながる投資を促進します。また、特に高い付加価値を有する宿泊施設などを含むサービス産業や県南部地域における地域資源を活用した産業、中小企業・小規模企業の高付加価値化につながる投資を促進します。さらに、本社機能の移転・強化や外資系企業の誘致等にも、国の施策等と連携しながら積極的に取り組みます。

■ **基本事業2：操業しやすい環境づくり**

産業用地の確保に向けて、新たな候補地を開拓するための適地調査を行い、市町や民間事業者に情報を提供することにより、新たな産業用地の整備を促進するとともに、計画中の産業用地開発に係る手続き円滑化や工場跡地等の未利用地の情報収集などに取り組みます。また、操業に関する規制の合理化や法手続きの迅速化など操業環境の向上を図ることにより、県内での企業の新たな事業展開を支援します。

■ **基本事業3：四日市港の機能充実と活用**

四日市港が背後圏産業の競争力の維持・強化に物流面から貢献できるよう、コンテナ船用の耐震強化岸壁(W81)の整備をはじめとした港湾施設等の機能強化や、カーボンニュートラルポートへの対応など脱炭素化に向けた取組が達成できるよう支援します。また、新たな四日市地区の利活用については、港の資源を活用した賑わいづくりの取組を促進します。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
企業による設備投資額 (累計)	—	2,900億円	雇用の場創出に向け県が関与した企業による県内への設備投資(マザー工場化、スマート工場化、研究開発施設を含む)の額
企業による設備投資件数 (累計)	—	150件	雇用の場創出に向け県が関与した企業による県内への設備投資(マザー工場化、スマート工場化、研究開発施設を含む)の件数
操業環境の改善に向けた取組件数(累計)	—	35件	規制の合理化など企業のニーズに応じた操業環境の改善に向けた取組件数

施策7-4 国際展開の推進

施策の目標

(めざす姿)

県内の中小企業・小規模企業の輸出拡大や海外の生産拠点の設置が進むとともに、海外での展示会・商談会への積極的な参加や、越境 EC(電子商取引)の活用に向けた取組が進んでいます。また、県が行う国際交流によって相手国・地域との関係を維持・強化するとともに、国際的な視野を持ち地域で活躍できる人材育成が進んでいます。

(課題の概要)

海外市場を獲得できていない県内の中小企業・小規模企業においては、国内市場の縮小により事業規模の維持が困難になる企業の増加が懸念されます。また、大都市圏に比べて海外展開する企業や国際交流の機会が少ない県内では、国際的な視野を広げたい県内の若者が県外へ流出するなど定着せず、県内企業の国際展開や地域の国際化に資する人材が不足するおそれがあります。

現状と課題

- 人口減少の進展に伴い国内市場の縮小が懸念される反面、海外市場の規模は拡大が予測されていることから、企業の国際展開は喫緊の課題となっています。
- 一方で、ウクライナ危機によって国際ビジネス環境は不透明な状況となっており、県内企業への影響が懸念されます。
- グローバル化の進展に伴い、人・モノ・カネ・情報等がますますボーダレスに行き来する時代が到来しています。県内企業の国際展開や地域の国際化に資するため、三重県の未来を担う若者を、国際的な視野を持ち、地域で活躍するグローバル人材として育成する必要があるものの、県民の海外渡航者数や10万人あたりの県内留学生数が全国平均を下回っており、また、大都市圏に比べて国際交流の機会が限られた状況にあります。
- 環境面をはじめ地球規模での問題が数多く発生し、SDGsといった課題に向けた取組に対する機運が高まっている中、相手国・地域とさまざまな課題を共有し、国際協力に取り組むことで、双方の発展に寄与することが求められています。

取組方向

■ **基本事業1： 中小企業の海外ビジネス展開の促進**

日本貿易振興機構(ジェトロ)や金融機関など関係機関と連携し、県内中小企業・小規模企業の海外ビジネス展開を促進します。そのため、海外政府機関や自治体等とのネットワークを広げるとともに、知事トップセールスを含む海外ミッションにより、県産品や観光資源のPRに取り組みます。また、海外企業との商談会や展示会、越境EC(電子商取引)等への県内中小企業・小規模企業の参加を促進します。加えて、海外企業と商取引する際のコミュニケーションや、外国人目線での商品プロモーションなど県内中小企業・小規模企業が抱える海外ビジネスの課題解決に取り組みます。

■ **基本事業2： 国際交流の推進**

友好・姉妹提携先であるブラジル・サンパウロ州、中国・河南省、スペイン・バレンシア州、パラオ共和国や、太平洋島しょ国をはじめとする三重県とつながりのある外国政府、各国大使館、外務省、国際的な活動を行う団体等とのさまざまな分野での交流や国際協力を通じて、相手国・地域との関係強化につなげます。また、県が有する国際的なネットワークを通じた交流の機会を活用し、高校生や大学生を対象とした連続講座の開催やオンライン交流等を実施することにより、グローバル人材の育成を進めます。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
県が国際展開の支援・関与を行った県内中小企業数(累計)	—	100社	本県の施策を通じて、国際展開に取り組んだ県内中小企業・小規模企業の数
国際的な視野を持つ若者の育成に取り組んだ件数(累計)	—	75件	本県がこれまで構築してきた国際的なネットワーク等を活用して、国際的な視野を持つ若者の育成に取り組んだ件数

施策8-1 若者の就労支援・県内定着促進

施策の目標

(めざす姿)

地域が一体となって若者の人材確保や育成に取り組む機運が醸成され、就職支援協定締結大学と連携した県内企業への情報発信やインターンシップ、就職説明会の開催など、若者に対して企業の情報発信や魅力を感じる機会の提供が進むことで、県内で働きたいという意欲のある若者が増加し、県内企業への就労、定着につながっています。

また、中小企業の生産性向上や競争力強化を図るため、産業・就業構造の変化やデジタル化の進展に対応し、企業や地域のニーズに合ったスキルを身につけた若年人材が育成・確保されています。

(課題の概要)

進学や就職を契機に若者の転出超過が続いており、県内中小企業・小規模企業では労働力不足が懸念されています。

また、デジタル化の進展や産業構造の変化が加速している中、労働市場のニーズに対応したスキルを身につけた人材が不足し、中小企業の生産性向上や競争力強化に支障が生じるおそれがあります。

現状と課題

- 人口減少、少子高齢化が加速する中で、若者・子育て世代が転出超過の大部分を占めており、県内中小企業・小規模企業では労働力不足が深刻化しています。本県の令和3年における転出超過数 3,480 人の約9割が 15 歳～29 歳の若者であり、特に、女性については、仕事と育児の両立を支援する企業等の支援制度や職場環境の整備が進んでいる都市部に流出する傾向があります。また、県内の高等学校を卒業した大学進学者が県内大学へ入学した割合は約2割にとどまり、県内高等教育機関の卒業生が県内企業に就職した割合も5割に満たない状況で、就職支援協定締結大学の三重県出身卒業生の県内への就職率も3割程度となっています。
- 県内企業での就職などを希望する県外大学の学生に対し、県内企業の情報が十分に伝わっていない状況であるため、地域で働く魅力などの情報発信等について商工団体など地域の各主体が一体となって取り組むなど、地域を挙げた採用活動や人材育成の取組を支援する必要があります。
- 労働力不足を解消するためには、新規学卒者に加え、離職者、転職希望者等の幅広い人材が県内企業へ就職・定着するとともに、無業者などの潜在的な労働力を活かしていく取組が重要です。また、IoTやロボット技術など成長・基幹産業に対応する人材や、生産性向上・競争力の強化等を図る企業ニーズに対応する人材を育成するため、若者の職業能力の開発に取り組む必要があります。
- 令和8(2026)年度には、18 歳人口の減少に伴い、県内の高等学校を卒業した大学進学者数は、令和3(2021)年度の 7,864 人より 500 人程度減少し、それに伴い県内大学への進学者数も減少すると見込まれ、県内に定着する若者がますます減少することが危惧されます。地域の活力を維持するため、県内で学び、働き、将来の地域社会を担う学生の増加を図る必要があります。

取組方向

■ **基本事業1：若者等の就労支援**

若者の安定した就労・県内定着に向け、その支援拠点である「おしごと広場みえ」を中心として、総合的な就労支援サービスを提供するとともに、就職支援協定締結大学や経済団体等と連携した県内企業の情報発信や、県内企業へのインターンシップ、合同企業説明会の開催などにより、U・Iターン就職を促進します。また、若者の就労意向や男女による就職決定の意識の違いをふまえ、誰もが安心して働ける職場環境づくりに取り組む県内企業の情報発信を行うなど、きめ細かな就労支援を行います。さらに、県内高校生の保護者に対してアプローチするなど、大学進学後の情報提供にも取り組みます。加えて、県内外の学生やU・Iターン就職を検討している求職者等を対象として、インターンシップに参加した若者や県内企業等のSNSなどオンライン上のコミュニティ等を活用しながら、県内企業の情報や地域で働く魅力を発信するとともに、地域を挙げた採用活動や人材育成の推進に取り組みます。

■ **基本事業2：人材の育成・確保支援**

若者をはじめとした多様な人材の育成・確保、さらには企業が行う生産性向上や新たな事業展開に資する人材の確保などを支援し、地域の産業政策と一体となった雇用機会の創出、拡大に取り組みます。また、津高等技術学校において、成長が見込まれるIT分野や求人ニーズが高いものづくり分野への就労を目指したコースなど、職業訓練として地域産業の担い手となる人材を育成するとともに、技能検定等の円滑な実施や、民間の職業能力開発校への支援を行うことにより、企業や労働者のスキル・キャリアアップの機会を確保します。加えて、産業構造の変化に伴い必要とされる労働者の能力開発への支援について検討を進めます。

■ **基本事業3：高等教育機関との連携等による若者の県内定着の促進**

奨学金を借り受けている大学生等が卒業後に「過疎地域などの指定地域への居住等」または「県内での居住および県内産業への就業」を行った場合、奨学金返還額の一部を助成するほか、高等教育機関と連携しながら若者の県内定着を促進します。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
県内外の高等教育機関卒業生が県内に就職した割合	43.5% (2年)	50.0%	県内高等教育機関の新卒就職者および県外の就職支援協定締結大学の新卒就職者(三重県出身者に限る)のうち、県内企業等へ就職した人の割合
「おしごと広場みえ」新規登録者で就職した人のうち、県内就職した人の割合	62.6%	66.6%	「おしごと広場みえ」に新規登録し、就労支援や情報提供等のサービスを受け就職した人のうち、県内企業等へ就職した人の割合
職業訓練を実施する津高等技術学校への入校者数および受講者数(年間)	516名	590名	職業能力向上のために施設内訓練や在職者訓練を実施する津高等技術学校への入校者数および受講者数(年間)

施策8-2 多様で柔軟な働き方の推進

施策の目標

(めざす姿)

働く意欲のある全ての人々が、やりがいを持っていきいきと働くことができる社会にするため、県内企業における労働環境の整備や、テレワークなど多様で柔軟な勤務形態の導入が進んでいます。

女性や高齢者、外国人などの多様な人材が自らの適性や能力に応じた職業を選択できるよう、安心して就労できる職場環境づくりが進むとともに、必要なスキルアップや労働相談などの支援が行き届いています。

障がい者と共に働くことが当たり前の社会の実現に向けて、障がい者雇用に対する企業や県民の理解が深まり、働く意欲のある障がい者が希望に応じて柔軟に働くことのできる職場環境づくりが進んでいます。

(課題の概要)

社会全体で働きやすい労働環境の整備や多様で柔軟な働き方を選択できる勤務形態の導入が求められています。

また、女性や高齢者、外国人等においては、正規雇用など安定した雇用関係を構築できるよう、安心して働き続けられる職場環境づくりが求められています。

さらに、障がい者においては、希望に応じて働くことのできるよう、企業や県民の理解促進および多様で柔軟な働き方の推進に取り組む必要があります。

現状と課題

- 働く意欲のある全ての人々が、いきいきと働くことができるよう、社会全体で働きやすい労働環境の整備を促進するとともに、テレワークなど多様で柔軟な働き方が選択できる勤務形態の導入に取り組み、企業の人材確保・定着支援や生産性向上につなげていく必要があります。
- 女性や高齢者、外国人、就職氷河期世代など、多様な人材が能力を発揮することができるよう、地域の中で活躍し安心して働き続けられる職場環境づくりに関係機関と連携して取り組むことが必要です。また、雇用のセーフティネットとして、雇用に対する労働相談や離職者の早期就職に向けた職業訓練などを充実させることが必要です。
- 民間企業における障がい者の法定雇用率を達成できない企業が依然として多いことから、障がい者と共に働くことが当たり前の社会の実現に向け、障がい者雇用の拡大と企業や県民の理解促進に取り組むとともに、働く意欲のある全ての障がい者が自らの能力や適性を生かし、希望に応じて働くことのできるよう、多様で柔軟な働き方を推進していく必要があります。

取組方向

■ **基本事業1：多様な働き方の推進**

働く意欲のある全ての人が、やりがいや生きがいを持って自らの希望をかなえ、いきいきと働くことができる労働環境の整備が進むよう、テレワークなどの多様で柔軟な働き方の導入や継続の支援などに取り組み、企業の人材確保・定着支援や生産性の向上につなげていきます。

■ **基本事業2：多様な人材の就労支援**

就労に対する支援が必要な女性や高齢者、外国人、就職氷河期世代などが自らの適性や能力を生かし希望する職につけるよう、知識の習得やスキルアップ等を支援するため、セミナーや研修会を開催するとともに、就労に向けてマッチングの場等を提供します。また、雇用のセーフティネットとして、離職者に対する職業訓練や労働者等に対する労働相談窓口の設置など早期再就職や職場定着に向けた支援を行います。

■ **基本事業3：障がい者の雇用支援**

障がい者雇用の拡大や、障がい者雇用に対する企業・県民の理解促進のため、関係機関と連携し、地域の企業等における職業訓練の実施や、企業等を通じた障がい者からの聴き取りによる職場定着支援、ステップアップカフェなどの取組を行います。また、障がい者が自分に合った働き方を選択し、その適性に応じて能力を十分に発揮することができるよう、テレワークや短時間就労など障がい者のニーズに応じた多様で柔軟な働き方について県内企業への普及に努めます。

KPI(重要業績評価指標)			
項目	現状値	令和8年度の目標値	項目の説明
多様な就労形態を導入している県内事業所の割合	86.1%	92.1%	「三重県内労働条件等実態調査」における調査対象事業所のうち、「多様な就労形態を導入している」と回答した県内事業所の割合
就職支援セミナー等を受講した求職者や企業の満足度	89.4%	94.4%	県が実施するセミナーや相談会に参加した求職者(女性や高齢者、外国人、就職氷河期世代等)および企業のうち、県の取組が就職活動や職場環境整備に役立ったとする割合
民間企業における障がい者の法定雇用率達成企業の割合	56.9%	63.6%	毎年6月1日現在の県内民間企業(県内に本社がある43,5人以上規模の企業)における障がい者の法定雇用率達成企業の割合

(1) 施策のKPI(雇用経済部担当抜粋分)

各施策の「施策の目標」で記載した、「めざす姿」の達成度の把握に有効と考えられる定量的または定性的な指標の一覧です。

II 活力ある産業・地域づくり

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の設定理由	現状値【令和3】	目標値【令和8】
5-1	観光客満足度	県内の観光地を訪れた観光客の7段階の満足度調査で「大変満足」「満足」「やや満足」の上位3項目を回答した割合	持続可能な観光地に向けて、高水準の満足度を維持していくことが重要であることから選定しました。	より高次元の観光地をめざすべく、高水準の満足度を継続的に維持することを目標とするため設定しました。	93.5%	95.0%
5-1	県内の平均宿泊日数	「観光庁宿泊旅行統計調査」に基づく、県内の宿泊施設における延べ宿泊者数を実宿泊者数で除して得た日数	拠点滞在型観光の定着度を測る指標として選定しました。	令和8年度に全国平均である1.33泊となることをめざして設定しました。	1.20泊	1.33泊
5-1	リピート意向率	県内の観光地を訪れた観光客の「本県を再び訪れたい」と回答した割合	持続可能な観光地づくりの進展度を測る指標として選定しました。	より高次元の観光地をめざすべく、満足度と同数を設定しました。	92.6%	95.0%
5-2	観光消費額	観光客が県内において支出した観光消費額(交通費、宿泊費、飲食費、入場料、土産代等)	観光消費額は、観光のもたらす経済的効果を把握する基本的かつ重要な指標であることから選定しました。	令和元年の水準に旅行需要が回復するのは令和6年になるという予測のもと、積極的な誘客促進策を展開することで、県内総生産額に占める観光消費額の割合を、令和7年度および令和8年度に0.5%程度増加させることを目標として設定しました。	3,562億円	6,500億円
5-2	県内の延べ宿泊者数	「観光庁宿泊旅行統計調査」に基づく、県内の宿泊施設における延べ宿泊者数	観光消費額の増加に向けて、首都圏からの観光客や高付加価値旅行者層を意識して誘客に取り組むことから選定しました。	令和元年の水準に旅行需要が回復するのは令和6年になるという予測のもと、その後の伸びは、観光消費額が伸び率約8%をめざすところ、観光消費の増加を先導する意図からこれを上回る約10%として設定しました。	518万人	1,041万人

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の 設定理由	現状値 【令和3】	目標値 【令和8】
5-2	県内の外国人延べ宿泊者数	「観光庁宿泊旅行統計調査」に基づく、県内の宿泊施設における延べ外国人宿泊者数	海外からの観光客や高付加価値旅行者層を意識して誘客に取り組むことから選定しました。	令和元年の水準に旅行需要が回復するのは令和6年になるという予測のもと、その後の伸びは、観光消費額の伸び率と同じ約8%で設定しました。	1.7万人	45.4万人
5-3	首都圏・関西圏における観光旅行先としての三重県への訪問意向および三重県産品の購入意向の割合	首都圏・関西圏におけるアンケート調査で、「観光旅行で三重に行きたい」、「購入したい三重県産品がある」と考えている人の割合	首都圏および関西圏において「観光旅行で三重に行きたい」・「購入したい三重県産品がある」と考える人の割合が増加することにより、三重の魅力戦略的に発信した成果としてさらなる三重ファンの獲得につながる状態が達成できることから選定しました。	これまでの調査で最高値であった平成28年度（伊勢志摩サミット開催年）の73.6%を上回る、74.0%を令和8年度の目標値に設定しました。令和3年度が65.6%であることから、毎年2%ずつ段階的に増加させることを目標とします。	65.6%	74.0%
5-3	三重テラスにおける魅力発信件数（累計）	三重テラスにおいて、県内の市町、団体、事業者、三重の応援団・応援企業等の三重ファンと連携した情報発信やイベントの実施等により、三重の魅力発信を行った件数	首都圏においては、三重テラスを核としてこれまで培ってきた三重ファンのネットワークを活用するとともに、県内の市町、団体、事業者等との連携による面的な情報発信やイベント実施が効果的であり、販路拡大・観光誘客につながることから選定しました。	新型コロナウイルス感染症の影響により首都圏でのPR機会が減少している現状から「With/Afterコロナ時代」に対応した情報発信やイベント等を増やしていきます。大阪・関西万博開催の前年度となる令和6年度に三重テラス第2ステージ平均の実績件数である195件とするとともに、その後は毎年約15%ずつ増やしていくことで、コロナ禍以前に設定していた単年度の最高目標値を超える260件とし、5年間の累計1,058件を目標値として設定しました。	92件	1,058件
5-3	伝統産業および食関連産業における消費者ニーズに対応した付加価値の高い商品・サービスの開発数（累計）	伝統産業および食関連産業等の地域資源を活用し、消費者ニーズの変化等に対応するため、異業種との連携等により開発された商品・サービス数	伝統産業および食関連産業事業者の新たな価値創出の取組を支援し、付加価値の高い商品・サービス開発数が増えることにより、県産品等の販路拡大や三重の魅力発信につながる状態が達成できることから選定しました。	伝統産業および食関連産業事業の直近2か年の新商品・サービス開発数は年平均18件であることから、毎年10%（2件）ずつ増加することを目標とし、5年間の累計138件を令和8年度の目標値としました。	18件	138件

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の 設定理由	現状値 【令和3】	目標値 【令和8】
5-3	新商品や魅力あるサービスの開発など、新たな価値創出に取り組むことができる人材の育成数（累計）	県および「みえ食の“人財”育成プラットフォーム」が実施する ・マーケティング研修 ・食品衛生研修 ・SNS等活用研修等を受講し、商品やサービスの新たな価値創出に取り組むことができる人材の育成数	新商品の開発や魅力あるサービスの提供など、新たな価値創出等ができる人材を育成することで、三重県経済をけん引する原動力となる人材が増えることにより、三重県経済の活性化につながっている状態が達成できることから選定しました。	直近2か年の県および「みえ食の“人財”育成プラットフォーム」の開催する研修等を受講した人材数が、年平均255人であることから、育成数を毎年10%（25人）ずつ増加することを目標としました。	255人	1,905人
7-1	三重県版経営向上計画や経営革新計画の認定を受けた件数（累計）	商工団体等の支援により、三重県版経営向上計画や経営革新計画の認定を受けた件数	中小企業・小規模企業の生産性向上のためには、事業者が主体的に経営向上に係る取組を行うことが効果的であることから選定しました。	コロナ禍前の2か年の平均実績（482件）をふまえ、毎年度500件ずつ増加させることとしました。 <u>なお、令和4年度は、令和3年度と同様、経営向上計画策定を条件とする「新型コロナウイルス克服生産性向上・業態転換支援補助金」があることから、同補助金により増加すると考えられる400件を上積みすることとしました。</u>	6,726件	9,600件
7-1	県内中小企業・小規模企業における事業継続計画（BCP）等の策定件数（累計）	中小企業強靱化法に基づく事業継続力強化計画および三重県版経営向上計画（「事業継続」を経営課題として策定した計画）の策定件数	中小企業・小規模企業が自然災害や感染症等に備えて、人命の安全確保や、発災時の混乱回避、中核となる事業の継続あるいは早期復旧にしっかりと取り組むことが必要であることから選定しました。	中小企業・小規模企業における事業継続力強化計画の策定割合は全国1位となっていることから、令和2年度および3年度のBCP等の策定件数の年平均約700件を引き続き支援していくこととし、毎年度700件ずつ増加させていくことを目標としました。	1,495件	5,000件

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の設定理由	現状値【令和3】	目標値【令和8】
7-1	県中小企業融資制度における創業関連資金および設備資金の利用件数（累計）	創業・再挑戦アシスト資金およびその他の政策目的資金における設備資金の利用件数	新規開業や設備投資等によって、中小企業・小規模企業が事業を成長・再成長させていくためには、必要な資金を円滑に調達できることが必要であることから選定しました。	コロナ禍前の2か年の平均実績（480件、内訳：創業資金350件、設備資金130件）をふまえ、年間480件としました。なお、令和4年度の設備資金は、期間限定の特別制度を運用しているため、230件とし、令和4年度の目標値のみ580件としました。	—	2,500件
7-1	事業承継診断件数（累計）	三重県事業承継ネットワークの支援により県内企業が実施した事業承継診断を実施した件数	後継者難による廃業を食い止めるためには、経営者が事業承継の課題に気づき、具体的な準備を始められるよう、対応が必要な企業の掘り起こしを継続的に行っていく必要があることから選定しました。	中小企業庁が掲げる令和4年度の事業承継診断件数の目標値（2,846件）をふまえ、毎年度2,850件ずつ増加させていくことを目標としました。	14,254件	28,500件
7-2	県内ものづくり企業の新たな製品開発や事業化等につながった件数（累計）	県内ものづくり企業が県の技術支援や共同研究等を通じて、新たな製品開発や事業化等につながった件数	県内ものづくり産業の高付加価値化や競争力強化を図っていくためには、社会経済状況の変化に的確に対応し、新たな製品開発や事業化、実用化につなげていくことが重要であることから選定しました。	工業研究所等の技術支援による事業化数の直近5年間の平均5件を保ちながら、DX推進支援による事業化数を、デジタルものづくり推進拠点を設置した令和3年度の実績値3件を起点に毎年度1件増やすものとして、新たな製品開発や事業化等を目標値に設定しました。	11件	66件
7-2	四日市コンビナートの競争力強化に向けて産学官が連携して取り組んだ件数（累計）	四日市コンビナートの競争力強化に向けて創出される、産学官連携の枠組みの数	コンビナートの競争力強化を図っていくためには、コンビナート全体の視点に立ち、県だけでなく、四日市市や地域企業等とベクトルを合わせた取組の推進がより一層必要となってきました。このため、四日市コンビナートの競争力強化に向けて、産学官連携により取り組んだ件数を目標項目として設定しました。	現状値4件を倍増する、8件の産学官連携の取組を到達目標値に設定しました。（現状値を含む累計値）	4件	8件

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の 設定理由	現状値 【令和3】	目標値 【令和8】
7-2	新エネルギーの 導入量（累計）	県内に導入された新エネルギーによって家庭で消費されるエネルギーを賅ったと仮定した場合の世帯数	県民、事業者、市町等との連携した取組により、地域資源を活かした新エネルギーの導入による安全で安心なエネルギーが確保されている社会の実現をめざしていくことから選定しました。	三重県新エネルギービジョン（令和2年3月改定）に掲げた長期目標（2030年で845千世帯）と県内における今後の導入見込をふまえて令和8年度の目標値を792千世帯に設定しました。	76.4万世帯 (2年)	79.2万世帯 (7年)
7-3	企業による設備 投資額（累計）	雇用の場創出に向け県が関与した企業による県内への設備投資（マザー工場化、スマート工場化、研究開発施設を含む）の額	県の取組の成果を測定するにあたり、企業による新規投資の額は経済効果の大きさを表す上で最も適切であることから選定しました。 なお、県が補助金等を通じて支援する対象は、高付加価値で成長性のある事業に取り組む企業であり、魅力ある雇用の場の創出にも寄与しています。	今後5年間は供給可能な工場適地が極めて少ない状況のなか、過去の実績※を踏まえ最大限の目標値を設定しました。過去4年間の新規土地取得を伴わない設備投資額の平均値が403億円。今後5年間に供給可能と見込まれる工場用地が22区画、土地取得を伴う設備投資の平均額40億円/件を掛けて5年間で880億円、年間176億円。その全てを県が関与し誘致決定することを想定して、合計580億円を年間の目標値としました。 ※特殊要因分除く。	—	2,900億円
7-3	企業による設備 投資件数（累 計）	雇用の場創出に向け県が関与した企業による県内への設備投資（マザー工場化、スマート工場化、研究開発施設を含む）の件数	県の取組の成果を測定するにあたり、企業による新規投資の件数は、企業側の要因に影響を受けやすい額の大きさを補完する指標として適切であることから選定しました。 なお、県が補助金等を通じて支援する対象は、高付加価値で成長性のある事業に取り組む企業であり、魅力ある雇用の場の創出にも寄与しています。	今後5年間は供給可能な工場適地が極めて少ない状況のなか、過去の実績※を踏まえ最大限の目標値を設定しました。過去4年間の新規土地取得を伴わない設備投資件数の平均値が年間約24件。今後5年間に供給可能と見込まれる工場用地が22区画であるため、土地取得を伴う設備投資の件数は年間約5件と見込み、その全てに県が関与することを想定して、合計30件を年間の目標値としました。 ※特殊要因分除く。	—	150件

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の設定理由	現状値【令和3】	目標値【令和8】
7-3	操業環境の改善に向けた取組件数（累計）	規制の合理化など企業のニーズに応じた操業環境の改善に向けた取組件数	企業による県内への新規投資や操業継続の意思決定にあたり、補助金に依らないソフト面での支援も重要な要素となり得ることから選定しました。	過去の実績（年間平均7件）、および計画期間中に見込まれる企業から寄せられるニーズの数と対応するための人員・業務量を考慮して設定しました。	—	35件
7-4	県が国際展開の支援・関与を行った県内中小企業数（累計）	本県の施策を通じて、国際展開に取り組んだ県内中小企業・小規模企業の数	県の国際展開にかかる支援策の効果を測る指標として選定しました。	H24年度からR3年度までの実績が年平均19件であることから、毎年20件支援することとして目標値を設定しました。	—	100社
7-4	国際的な視野を持つ若者の育成に取り組んだ件数（累計）	本県がこれまで構築してきた国際的なネットワーク等を活用して、国際的な視野を持つ若者の育成に取り組んだ件数	グローバル人材の育成について、県が主催、コーディネートするなど積極的な機会提供を行う必要があることから、その件数を目標項目として選定しました。	令和3年度の実績が単年度12件であったのに対して、今後外出制限の緩和や海外渡航できる状況となることにより、オンラインに加え直接の交流機会の提供が可能となることを見込み、現状を上回る毎年15件に設定しました。	—	75件
8-1	県内外の高等教育機関卒業生が県内に就職した割合	県内高等教育機関の新卒就職者および県外の就職支援協定締結大学の新卒就職者（三重県出身者に限る）のうち、県内企業等へ就職した人の割合	若者の経済的基盤の確立には、就職することが重要であり、また、県内企業への就職を促進することで、県経済の持続的な発展につながることから選定しました。	県内高等教育機関の新卒就職者の県内就職率については、高等教育機関の個別の状況を把握し、県内就職促進の取組を一層進めることで、令和2年度の実績から毎年1%ずつの増加を見込み、県外の就職支援協定締結大学の県内就職率については、新たな取組により、県内就職の実績（+0.6%/年）の2倍強の増加を見込むことで、令和8年度には50%となる目標値を設定しました。	43.5% (2年)	50.0%
8-1	「おしごと広場みえ」新規登録者で就職した人のうち、県内企業に就職した人の割合	「おしごと広場みえ」に新規登録し、就労支援や情報提供等のサービスを受け就職した人のうち、県内企業等へ就職した人の割合	「おしごと広場みえ」の支援対象である若者等には、学生以外にも離転職者等を含んでいるため、若者全体の傾向を把握でき、施策を適切に表す指標であることから選定しました。	新たな取組等により、県内就職の過年度の実績（+0.4%/年）の2倍の増加を見込むことで、令和8年度には66.6%となる目標値を設定しました。	62.6%	66.6%

施策番号	項目	項目の説明	選定理由	令和8年度の目標値の設定理由	現状値【令和3】	目標値【令和8】
8-1	職業訓練を実施する津高等技術学校への入校者数および受講者数（年間）	職業能力向上のために施設内訓練や在職者訓練を実施する津高等技術学校への入校者数および受講者数（年間）	県内のものづくり産業を支える人材を安定的に育成・確保するため、若者の職業能力開発に取り組む必要があることから選定しました。	施設内訓練のカリキュラムをニーズをふまえたものに見直すことにより、入校者数を増加（R3：150名→R8：166名）させます。また、新たにリカレント教育として在職者訓練の訓練メニューを段階的に拡充（R3：366名→R8：424名）します。	516名	590名
8-2	多様な就労形態を導入している県内事業所の割合	「三重県内労働条件等実態調査」における調査対象事業所のうち、「多様な就労形態を導入している」と回答した県内事業所の割合	多様で柔軟な働き方を推進するにあたり、短時間勤務やテレワークなどの多様な就労形態の導入状況の現状値を把握するための指標として選定しました。	多様な就労形態を導入している県内事業者の割合は年々増加していますが、小規模事業所においてはなかなか取組が進んでいないのが現状です。今後10人～49人の小規模事業所については、現状（R3：84.0%）から従業員50人以上の実績である9割台を、また、50人以上の事業所においては（R3：93.5%）100%をめざすこととし、令和8年度の92.1%に向けて年1.2%の増加をめざします。	86.1%	92.1%
8-2	就職支援セミナー等を受講した求職者や企業の満足度	県が実施するセミナーや相談会に参加した求職者（女性や高齢者、外国人、就職氷河期世代等）および企業のうち、県の取組が就職活動や職場環境整備に役立ったとする割合	就職困難とされる特定求職者のスキルアップを図り早期就職を目指すとともに、企業側がこうした人材の受入にあたっての課題解決を図ることが働きやすい職場環境づくりにつながると考えられることから選定しました。	各セミナーの満足度が、取組初年度は90.3%となることを目指し、毎年、1.0%ずつ満足度を増加させることにより、令和8年には94.4%を上回ることを目指します。	89.4%	94.4%
8-2	民間企業における障がい者の法定雇用率達成企業の割合	毎年6月1日現在の県内民間企業（県内に本社がある43.5人以上規模の企業）における障がい者の法定雇用率達成企業の割合	民間企業における障がい者の法定雇用率が未達成の企業が依然として多いことから、障がい者と共に働くことが当たり前の社会の実現に向け、多くの企業で障がい者雇用を取り入れてもらえるよう選定しました。	令和3年6月1日現在の本県の達成企業割合は56.9%（17位）であることをふまえ、達成企業割合上位5県の平均である63.6%をめざすこととし、年1.4%ずつ上げていきます。	56.9%	63.6%

