

施策341

三重県営業本部の展開

【主担当部局：雇用経済部】

県民の皆さんとめざす姿

三重の産業の持つ魅力や価値が、県が先頭に立った営業活動を通じて国内外から共感を呼び、産業の活発化や地域経済の活性化につながるとともに、県内への企業立地、製品・県産品等の売り上げ向上や観光旅行者の増加につながっています。

平成27年度末での到達目標

首都圏等における営業（セールス）機能が強化され、三重が誇れるものづくり中小企業や観光商品・県産品等の魅力や価値が、トップセールスを中心とした強力な営業活動により広く情報発信されることで、国内外から共感を呼び、魅力ある地域として三重の認知度が高まっています。

評価結果をふまえた施策の進展度と判断理由

進展度 *	B (ある程度進んだ)	判断理由	県民指標並びに活動指標については、全て目標を達成しましたが、三重テラスの今後の運営方法等について、さらなる検討を行う必要があることから、「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）】

県民指標

目標項目	23年度	24年度	25年度		26年度	27年度
	現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
三重が魅力ある地域であると感じる人の割合	/	45.0%	50.0%	1.00	55.0%	60.0%
	40.0%	52.5%	53.0%		/	/

目標項目の説明と平成26年度目標値の考え方

目標項目の説明	首都圏等における県事業を通じて把握した、三重が魅力ある地域であると感じる人の割合
26年度目標値の考え方	最終年度の目標値である6割の人が、「三重がとても魅力的である」と感じていただける状態になっていることをめざし、毎年度高めていく視点から26年度の目標値を設定しました。

活動指標

基本事業	目標項目	23年度	24年度	25年度		26年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
34101 営業機能の強化（雇用経済部）	営業本部活動回数（累計）	/	100回	300回	1.00	400回	400回
		—	233回	477回		/	/
34102 効果的な情報発信戦略の推進（雇用経済部）	三重の応援団など三重県を応援する三重県ファン数（累計）	/	250人	500人	1.00	750人	1,000人
		—	105人	802人		/	/

(単位：百万円)

	平成 23 年度	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	105	372	135	
概算人件費		162	193		
(配置人員)		(18人)	(21人)		

### 平成 25 年度の取組概要

- ①首都圏営業拠点「三重テラス」(平成 25 年 9 月 28 日オープン)において、多目的ホールを活用したイベント(3月末現在 126 件)、ゲストを招いて三重の旬な魅力を語り合う「知事トークライブ」、三重の食材を引き立てるペアリング講座、県内でのフィールドワークを組み入れた多様な講座を開催
- ②「三重テラス」の成果を指標化し数値目標の設定及び目標達成に向けた運営管理や運営改善を検討・実施(指標検討会：平成 24 年度の 1 回を含み 5 回開催、アドバイザリーボード：2 回開催)
- ③「三重テラス」で取り扱う商品を公募及び選定、オリジナル商品を開発、県内事業者の開発商品等のブラッシュアップを実施、テストマーケティングによるトライアル支援を実施
- ④「食」をテーマにしたフェアの開催等による県食材の販路拡大につながる取組を実施、県内生産者と首都圏流通事業者との商談会を開催(9回)、大手流通事業者との連携により三重の魅力を総合的に発信する三重県フェアを開催(首都圏 3 回、関西圏 1 回、中部圏 1 回)
- ⑤「三重テラス」のオープンに向け、「三重テラス」近隣の商業施設等と連携した三重県フェアを開催(9月 28 日～10 月 19 日：オープン記念、3 月 16 日～3 月 30 日：三重うらら)、日本橋イベント等を活用した PR、情報発信(18 回)の実施、日本橋地域の三重ゆかりの企業等との連携、三重の応援企業や応援店舗等との連携などによるフェア、イベント、商談会等を開催
- ⑥首都圏におけるコアな三重ファンとなる「三重の応援団」の拡大に向けての取組を実施、三重の情報発信や営業活動に協力いただける「三重の応援企業」や「三重の応援店舗」のネットワークの拡大に向けた営業活動を展開(3月末実績：応援団員 802 名、応援企業 23 社、応援店舗 45 店舗)
- ⑦「三重テラス」の活用に向けた県内市町や商工団体等との意見交換及び協議を実施(地域別意見交換会 6 地域×各 4 回実施、訪問による協議を随時実施(延べ 302 回))、三重県営業本部に関わる庁内の連絡会議である営業本部推進チームの会合及び協議を実施(3月末現在 10 回)
- ⑧関西圏における営業展開の基本的な方向性等を示す「関西圏営業戦略」を策定(3月末)
- ⑨関西圏における県人会をはじめ、経済界、大学、鉄道事業者、小売・流通事業者などとのネットワークづくりとネットワークを活かした営業活動を展開
- ⑩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等への紹介、観光展・物産展への出展、関西圏の商業施設や集客施設等での三重県フェアの開催(3回)
- ⑪三重の認知度向上につながるパブリシティ展開(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に向けた営業活動を展開(3月末現在：応援団員 121 名)

### 【年間実施結果】

#### 平成 25 年度の成果と残された課題(評価結果)

- ①「三重テラス」において、オープンに向けた多様な PR 活動やメディアへの情報提供などを行うとともに、オープン後は多様なイベントの開催やショップ、レストランの運営、神宮式年遷宮の効果もあり、来館者数は約 27.5 万人に達しました。今後は、来館者増に向けてメディアの特性に応じた情報提供や旬の情報の効果的な発信、2 階の多目的ホールと 1 階のショップ・レストランが連動したイベント展開など、「三重テラス」全体を活用した運営改善等に取り組む必要があります。

- ②「三重テラス」で取り扱う商品は、2,511商品（3月末現在）を選定し、これまで約1,500商品を取り扱い、季節や年中行事などにきめ細かく対応し、常に三重の旬の情報を発信できる店舗づくりに努めました。今後は、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を進める必要があるとともに、県内事業者の首都圏での販路開拓においては、流通のしくみ・ルートが少ないため、商品を首都圏へ供給するための環境づくりを進める必要があります。
- ③日本橋地域の企業、団体、商業施設、日本橋で活躍する個人などとのネットワークづくりを進めてきたことにより、具体的な連携事業を企画できる環境が整いつつあり、「ECOEDO日本橋・ダイナズクラブ・ナイトアクアリウム」での三重の地酒を味わう「三重ナイト」の開催や、「江戸桜ルネッサンス&夜桜うたげ」でのPR機会の創出などにつながりました。なお、日本橋再生計画の一環として「三重テラス」周辺に大規模商業施設がオープンするため、今後は、幅広い顧客の獲得に向け、周辺施設や団体等とのさらなる連携に取り組んでいく必要があります。
- ④「三重テラス」の活用や三重の情報発信に協力いただけるネットワークづくりとして、営業活動や加入促進の取組を行い、三重の応援団や応援企業、応援店舗の登録拡大につながりました。今後は、ネットワークをさらに拡大するための取組内容を充実していくことが必要です。
- ⑤県内市町や商工団体等との連携強化に向けて、職員をエリア別に担当として配置し、意見交換や訪問活動を進めてきた結果、共同で企画を考えることができる関係の土台づくりができつつあります。今後は、さらに十分な意思疎通ができるよう、「三重テラス」活用イベントの事前・事後のフォローを丁寧に行うなどの取組を続けていく必要があります。また、県庁内の横の連携を図っていく必要があります。
- ⑥関西圏での営業活動の展開においては、ネットワークの拡大、市町との連携や観光事業者との連携の強化を図るなど、ネットワーク形成が進みました。今後は、兵庫県や京都府などの人的ネットワークの形成など、関西圏全域でのさらなるネットワークづくりや、関西圏のメディアで取り上げてもらえるよう効果的な情報発信に努める必要があります。また、3月に策定しました「関西圏営業戦略」に基づき、関西圏における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などの取組を具現化していく必要があります。

#### 平成26年度の改善のポイントと取組方向

【雇用経済部 雇用経済企画総括監 村上 亘 電話：059-224-2414】

- ①「三重テラス」において、集客力を強化し、リピーター獲得につなげるため、来館者が新しい発見や三重の本物を実感していただけるようにショップ、レストラン、多目的ホールが連動した拠点運営など、常に旬な三重の魅力を感じられる拠点づくりに取り組みます。また、「熊野古道世界遺産登録10周年」、「遷宮おかげ年」の機会を捉え、旬発力（旬な情報の発信力）のある活動を効果的に展開し、三重の魅力発信・三重テラスへの集客活動につなげていきます。
- ②「三重テラス」における県内企業・事業者のチャレンジ支援を強化するため、県、市町、関係団体、運営事業者が連携して、魅力ある三重ならではの商品や生鮮品、小規模事業者ならではのまだ知られていない逸品など、商品等の発掘と出品に向けた支援に取り組むとともに、出品前段階から店頭販売までの一連の取組の中でのフォローアップを通して、商品のブラッシュアップにつなげます。また、首都圏への県商品の供給体制が弱いなどの課題等について、具体的な解決方法を検討・整理し、「三重テラス」における県内事業者を支援するトライアル機能の強化につなげていきます。

- ③「三重テラス」周辺施設や団体等との連携については、島根県や奈良県との三県が連携したイベントの開催等、連携によるメリットを活かせるよう、「三重テラス」での企画づくりに取り組んでいくとともに、平成26年4月に日本橋にオープンした福島県の情報発信拠点とも連携し、県域を越えた多様な取組を進めていきます。
- ④首都圏におけるネットワークの拡大と連携を進めるため、三重県出身者、三重県関係企業、日本橋地域の勤務者・居住者・来訪者をメインターゲットとして、三重の応援団・応援企業・応援店舗等への加入促進など、ネットワークづくりに取り組み、コアなファン層の拡大をめざします。また、2階の効果的なイベント企画や日本橋周辺地域でのイベント等とのタイアップ企画など、ネットワークの強みを活かしたイベント等の企画を展開します。
- ⑤市町や商工団体等関係団体との連携の強化を図るため、市町や商工団体等関係団体等に、「三重テラス」を有効に活用いただけるよう、一層の情報共有を図り、「三重テラス」での企画立案、告知等連携を密にして効果的な催しの開催を支援します。そのため、三重県営業本部の推進体制を十分活用し、営業本部員会議と営業本部推進チーム会議を開催し、情報共有を図り横の連携を強化していきます。
- ⑥「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。

\*「○」の着いた項目は、平成26年度に特に注力するポイントを示しています。