

# 三重県観光キャンペーン ～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～

平成25年2月2日



三重県観光キャンペーン  
2013.4～2016.3



## 三重県観光キャンペーン事業

予算額 557,421千円

観光・国際局 389,644千円

三重県観光キャンペーン推進協議会負担金

予算額 : 201,200千円  
(うち県費 : 115,301千円)  
観光宣伝 : 90,600千円  
誘客促進 : 92,900千円  
受入体制 : 11,000千円  
会議費等 : 6,700千円

観光関連緊急雇用創出事業 103,889千円

国内誘客推進事業費 65,453千円

その他の関連事業 19,102千円

庁内(主な事業) 167,777千円

三重県営業本部 106,475千円

- 首都圏営業拠点オープニング事業
- 戦略的営業活動展開推進事業
- 首都圏営業拠点推進事業 等

フードイノベーション課 10,629千円

- 三重県産品営業拡大支援事業

東紀州振興課 29,673千円

- 熊野古道伊勢路  
世界遺産登録10周年事業

文化振興課 21,000千円

- 多様な連携による地域文化発信事業

## 市町・企業

### 市 町

- イベント等の開催
- 案内所業務  
(みえ旅案内所)
- 連携による情報発信

### 企 業

- 広告協賛
- 広報宣伝協力
- 物品提供
- その他サービス提供

## 周遊パスポート

三重県で初となる「周遊パスポート」の発行

- ①県内周遊スタンプラリーの実施  
・スタンプを集めて、三重ならではの  
プレゼント提供
- ②ランクアップするパスポート  
・獲得したスタンプ数により、  
パスポートがグレードアップ

## 県内受入体制の充実

地域の情報発信・サービスの提供

- ①みえ旅案内所(県内66箇所予定)  
・周遊パスポートの発給・押印  
・それぞれの地域の旬の情報を提供
- ②みえ旅おもてなし施設(飲食店、観光施設、  
ホテル等)  
・周遊パスポートの提示により、  
割引や飲み物などサービスの提供

## 各種機関と連携した事業の実施

事業者等と連携した三重県観光キャンペーンの展開

- ・高速道路の割引企画
- ・セントレアを活用した大規模な三重県PR
- ・鉄道事業者と連携した企画列車
- ・ショッピングモール、コンビニ等でのPR
- ・商品パッケージでのPR

## 他県との連携

遷宮や記紀万葉など共通テーマを有する他県との連携

- 島根県 : 観光情報提供会への相互参加  
旅行雑誌における共同企画  
観光ガイドブックの共同作成
- 奈良県・島根県  
: 日本橋営業拠点を起点とした3県連携  
3県博物館の連携

# 台湾との連携・交流推進への取組

全体事業費 20,564千円  
 ものづくり関係 1,605千円  
 国際戦略課関係 16,929千円  
 フード関係 2,030千円

## 目的

海外市場、特にアジアについてはこれまでのように人件費など製造コストが安い地域としての考え方から脱却し、リスクを覚悟してでも、県内中小企業の高度な技術に基づく高付加価値な製品やサービスを活かして、拡大するアジア市場の獲得や、場合によっては先進地域と連携したアジア市場への参入などを目指す必要がある。

## アジアダイナミズムの導入

### 【産業】台湾を「ゲートウェイ」とした中国本土への展開

台湾を巨大市場である中国への「ゲートウェイ」と位置付け、台湾企業と連携した中国本土への市場開拓を目指す。

### 【観光】ネットワーク構築・活用による三重県への誘客増加

台湾の旅行会社や政府・観光協会などの観光関係者とのネットワークを構築し、台湾からの誘客事業を集中的に実施することにより、三重県への来訪者の増加を図る。

## 多様なネットワークの構築

重

## アジアダイナミズムの導入

産業

中華圏への「ゲートウェイ」戦略  
 中華圏における企業生存率の増加  
 (68.8%→78%)  
※みずほ銀行実施調査より

補完・連携

台湾  
 三重

台湾観光客の継続的な誘客  
 消費意欲の高い市場  
 (人口2,322万人  
 一人当たりGDP  
 20,101ドル)

観光

### 台湾FIT誘客事業 (VJ事業で実施:3,000千円)

台北国際旅行博とランタン祭りに出展し、一般参加者及び旅行者へ観光PR

### 台湾教育旅行誘致事業

(VJ事業で実施:400千円)  
 学校関係者や旅行会社への説明会や招聘による三重県のPR

### レンタカー事業

(VJ事業で実施:300千円)  
 メディアの招聘等によるレンタカーを活用した商品のPR

### 2013日台観光サミット開催事業

(事業費:8,729千円うち市負担1,000千円)  
 サミットを三重で開催し、台湾の観光事業者は三重をPRし、メディアを通じ認知度向上を図る

### 産業ミッション団の派遣(事業費:1,605千円)

日台産業連携推進実施計画をもとに具体的なビジネス連携・発展を行い、中国を中心とする巨大なアジア市場を開拓する

### 台湾での物産展開催

(事業費:2,030千円)  
 高級スーパーなどで、観光PRを含めた三重県物産展を開催する

### 学術連携【既決予算対応】

台湾の工業技術研究院と三重大学及び鈴鹿医療科学大学との学術連携に向けた取組

### 三重県と台湾との誘客連携事業

(事業費:4,500千円うち国費2,420千円)  
 旅行会社と連携・協力し、旅行商品販売策や誘客促進策を行い誘客を図る

### 日台産業連携推進実施計画の策定【既決予算対応】

緊急雇用創出事業を活用して、サービス・観光分野も含めた調査を実施し、より具体的な実施計画の策定を目指す

台湾における産業構造の現状に関する分析

台湾企業へのアンケート調査及び分析

日台アライアンスの成功・失敗事例調査

台湾企業へのヒアリング調査

県内企業と台湾企業の連携に向けた具体的取組の提案

日台産業連携推進実施計画の策定

### 産業連携に関するMOU

- 1 産業分析を実施する
- 2 双方間で情報交換を行う
- 3 双方間の産業間ネットワークと協働のためのコミュニケーションチャンネルを構築する
- 4 台湾と三重県の産業のための産業コラボレーションプランを研究し、策定する。
- 5 国際市場開拓のためにビジネスマッチングとコラボレーション事業を共同で支援する

### 台湾ミッションの成果とニーズ

産業

#### 産業連携に関するMOUの締結

MOUに基づき、まずは相互調査による市場分析を行う。その結果に基づき具体的な産業連携を図る。現在も、商談取引や事業展開の問い合わせが寄せられ、徐々に成果へ結びつき始めている

#### 県内企業関係者のニーズ

台湾ミッション参加者の中で「他のアジア地域と比べてもビジネスパートナーとして信頼がおける」などの声があり、台湾に強い関心を抱いている

観光

#### 2013日台観光サミットの誘致

2013日台観光サミットの本県開催が決定した。また、観光ミッションを実施した結果、台湾テレビ局による三重県の旅番組制作の取材が実施されることになるなど、具体的な成果が表れつつある

#### 台湾観光事業者のニーズ

台湾での三重県の知名度が低いために、広告・宣伝を充実し、旅行コースを作りやすい環境づくりをしてほしいというニーズがある

期

化

強

点

# 台湾との交流・連携“5大取組”



## リーディング産業展での 台湾産業連携セミナー開催 (2/14)

四日市市で開催。台北駐日経済文化代表処の沈斯淳代表から今後の日台産業連携に関し講演いただき県内企業と台湾企業との産業連携を促進。

## 台湾ランタンフェスティバルへの参加

(2/24～3/10)

台湾政府観光局の主催で開催されるランタンフェスティバルに三重県として初めてランタンを出展し県ブースも設置。点燈式に知事が出席の予定

## 2013日台観光サミットin三重

(5/30～6/2)

県内市町や観光関係団体と連携した「おもてなし」で、三重の魅力をアピールするとともに台湾観光関係者との関係を強化し、台湾誘客を促進。

## 台湾での三重県物産展の開催

(3/6～12、14～24)

台北市の高級ショッピングモール「微風廣場」及び台中市の高級スーパー「裕毛屋」において約100品目の県産品の販売と観光PRを実施。

## 昇龍道ミッション(台湾)への参加

(5/13～15)

アジアからの観光客誘致をめざす「昇龍道プロジェクト」(事務局:中部運輸局)による台湾への訪問団に参加。他県・事業者と連携し三重をPR。

台湾と三重県との関係を維持・強化

# 台湾からのインバウンド強化(24-25年度の対応)

2013年(25年)

平成25年2月2日

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
事業実施スケジュール		台湾最大の「ランタン祭り」(台湾政府主催)へ三重県出展(安濃津よさこいと連携) → 相互交流による台湾観光局等との人脈強化 → 三重県ブースでの台湾旅行会社商品配布  「三重区」行きラッピングバスでのPR	台北市・台中市高級スーパーでの三重物産・観光フェア → メディア報道等を通じて、三重県の知名度向上  サミットに向けた準備		昇龍道ミッション(台湾)、台北駅での日本観光・物産展への参加 → 日台観光サミットに合わせた現地でのPR  <b>日台観光サミット開催</b> → メディア報道等を通じて三重県の知名度向上 → 三重県の観光資源を台湾観光事業者幹部にアピールし、商談等に誘導		セールスコール → サミット後のフォロー				津まつりへの台湾祭り団体の参加 → 相互交流による台湾観光局等との人脈構築						【目標】 平成25年の来県台湾人数につき、 倍増(5年前の水準)を目指す。  延べ宿泊者数 平成24年:13,820人(1-9月) 平成23年:13,200人 平成20年:25,330人
		三重県への誘客促進(台湾と三重県の観光ネットワーク構築事業 → 台湾の旅行会社による三重県ルートを含んだツアー商品販売の促進)		販売促進・誘客促進策の実施													
		ネットワークの活用		三重県と台湾との誘客連携事業 → 旅行会社と連携・協力し、旅行商品販売策や誘客促進策を行い、誘客を図る。	①台北旅行博 ②台中旅行博 ③高雄旅行博  台湾旅行会社ブースでの三重県宣伝						台北国際旅行博・三重県ブースでの台湾旅行会社商品配布 → 一般市民、旅行会社へのPR						「ランタン祭り」(台湾政府主催)への三重県出展(安濃津よさこいと連携) → 相互交流による台湾観光局等との人脈強化
				台湾FIT誘客事業 → 旅行博への出展、PRグッズの作成や広告を行い、近鉄レールパスを活用し個人旅行者の誘致を図る。		旅行会社、メディア招聘		PRグッズ作成(リーフレット、クリアフォルダ)									
				台湾レンタカー事業 → レンタカーを活用した商品のPRなどを行う。		旅行会社、メディア(プロガー)招聘		旅行商品販売支援									
				教育旅行誘致事業 → 学校関係者や旅行会社に、説明会や招聘を行い、教育旅行に誘致を行う。		台湾現地説明会参加					日台教育旅行交流座談会出席  視察旅行受入		台湾現地説明会参加		教育旅行会社セールス		日台教育旅行交流座談会出席  視察旅行受入
		三重県在住台湾人・留学生等による母国語での情報発信(フェイスブック等)															
	個人客対応(「予感」「実感」「体感」による来県サイクルの確立)	「予感」づくり(台湾マスコミ、フェイスブック等を通じた三重県の認知度向上)															
		個人客の来県(「体感」「実感」づくり)															
		ブランド化の推進 友人、知人、リピーター等の来県(来県サイクル確立)															
団体客対応(台湾旅行会社等とタイアップした商品造成)	台湾旅行会社、台湾観光局、エアライン等との関係強化、三重県のPR																
	台湾旅行会社での三重県へのツアー検討(発売まで2-3か月間必要)																
	台湾旅行会社からのツアー商品の発売																
	花見シーズン及びサミット開催前後での集客強化																
	春節(2/10-12)シーズンの集客強化	台湾人団体客の来県(来県サイクル確立)				台湾での学校夏休み(7、8月)				国慶節シーズンの集客強化				春節シーズンの集客強化			