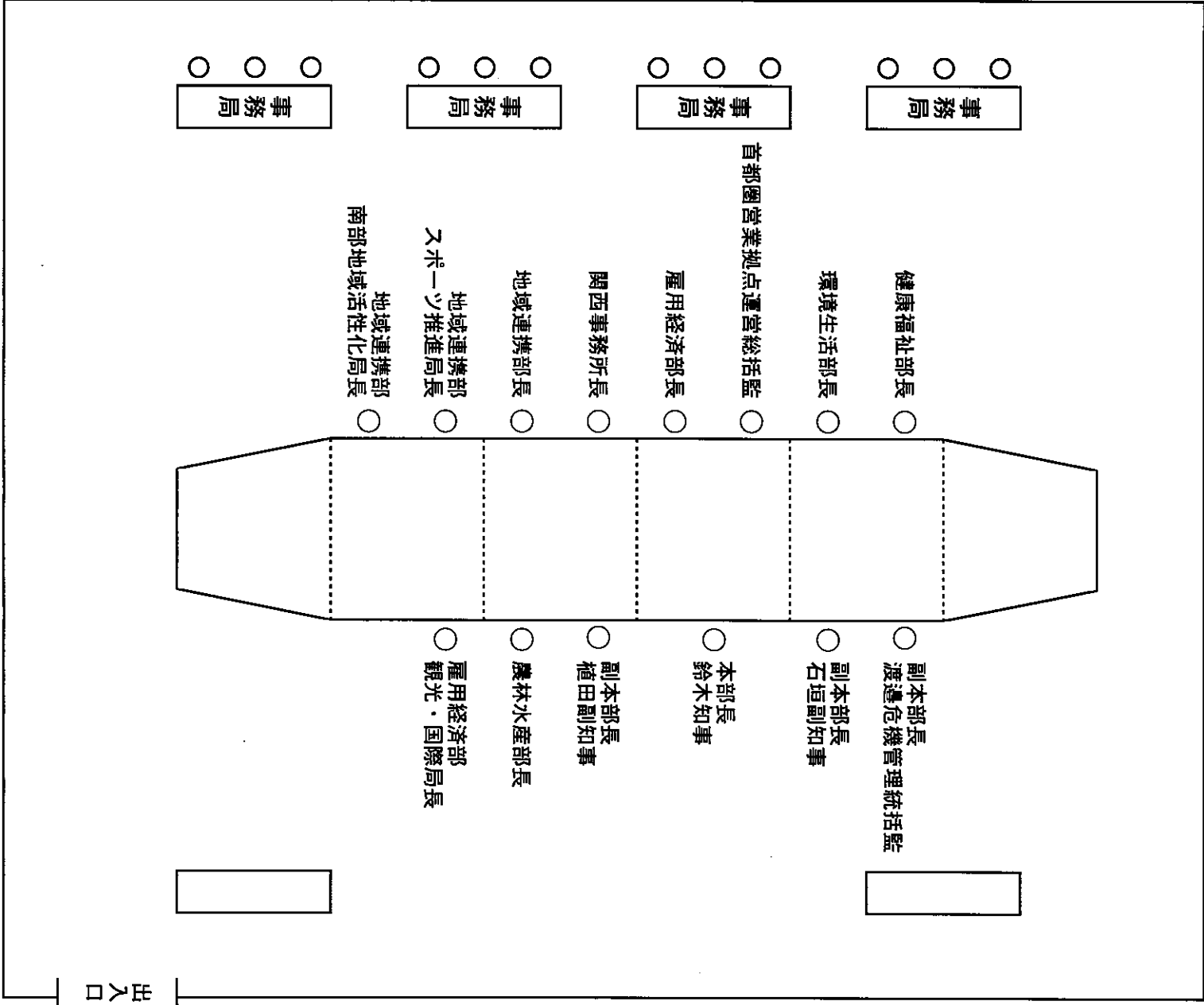


平成26年度第3回三重県営業本部会議 座席表

平成27年3月18日(水)
11時05分～11時20分
プレゼンテーションルーム



平成26年度 第3回三重県営業本部会議 事項書

日 時：平成27年3月18日 (水)
11時05分から11時20分
場 所：プレゼンテーションルーム

1 平成26年度取組重点事項の取組状況について

(資料1)

2 平成27年度取組重点事項骨子について(案)

(資料2)

三重県営業本部 平成26年度取組重点事項

～ 三重県のブランドカアップ Ver. 2に向けて ～

Ⅰ 三重県の魅力情報のさらなる発信

- ① 2年目を迎える「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」の展開による「おかげ年」,「熊野古道」などの情報発信と誘客の推進

- ② 「熊野古道世界遺産登録 10 周年」事業による情報発信と地域活性化取組の推進

☆ 平成 26 年 7 月、12 月 記念イベント開催

平成 26 年 6 月～11 月 熊野古道伊勢路踏破ウォーク開催

- ③ 三重県総合博物館 (M i e M u) など三重の文化発信

Ⅱ 「食」に焦点をあてた、県産品のブランド向上

- ① 「第 1 回食のサミット」の成功と継続の担保

☆ 平成 27 年 1 月予定 第 1 回食のサミット開催

- ② 平成 27 年度開催予定の「ミラノ国際博覧会」に向けた取組等海外販路拡大への取組

- ③ 包括協定 (流通) 企業の協力による県内・外への販路拡大

Ⅲ 三重テラスの「コンセプト」・「機能」の再構築

- ① 「三重テラス」の“魅力”創りの再構築

- ② 中小事業者への支援強化 (商品力・販路拡大)

- ③ ネットワーク拡大とその活用

Ⅳ 関西圏営業戦略の展開

- ① 「熊野古道」、「おかげ年」を中心とした関西圏における効果的な情報発信

- ② 小売・流通事業者等への営業推進

Ⅴ 国際展開プラットフォームの構築

- ① みえ国際展開推進連合協議会 (仮称) の新設

☆ 県内企業等の海外展開 (投資・輸出)、海外誘客、外資系企業誘致等国際展開を推進するため、産学官金一体となった国際展開プラットフォームを構築。

Ⅵ 市町、関係団体への情報の「T W O W A Y」

- ① 未開拓の「すばらしい地元のもの」とコト」の掘り起し

- ② 市町、関係団体との顔の見える関係づくり

H 2 6 年度取組方針		H 2 6 年度上半期の取組状況		H 2 6 年度下半期の取組状況	
I 三重県の魅力情報のさらなる発信		成果：みえ旅バスポート発給数実績 38 万人、熊野古道来訪者数 40 万人以上、MieMu 来館者 29 万人など、三重県フェアとも連動したPRによる認知度向上 課題：観光キャンペーンの成果を踏まえた官民連携、首都圏・関西圏での顧客拡大、ブランド力向上に向けた情報発信の精度向上			
① 2 年目を迎える「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」の展開による「おかげ年」、 「熊野古道」などの情報発信と誘客の推進 (主担部署：観光誘客課)		9月28日(日) 時点 (9月第4週) バスポート発給数実績 3 1 4 , 8 7 9 件 (情報発信) ・三重テラスでの展示や講座 (8 回)、シリーズムエXPO ジャパンや女子旅EXPO 2 0 1 4 への出展等を通じた首都圏での情報発信に努めた。 ・中京圏、関西圏のメディア (60 社、93 者) を対象とした観光情報提供会の実施 (6 月～7 月) (誘客促進) ・観光客の周遊性、滞在性を向上させる「みえ旅バスポート」の発給促進、「みえ旅案内所」、「みえ旅おもてなし施設」の充実につとめた結果、バスポート発給数 30 万部、案内所 95 施設、おもてなし施設 861 施設を達成した。(昨年同時期バスポート 6 万 9 千部、案内所 80 施設 おもてなし施設 799 施設) ・高速道路会社と連携した高速割引企画の実施 (7 月～11 月) 利用者 1,557 件 (開始から 9 週目) 昨年同期比率 1 5 0 % ・県内 5 地域での地域部会事業 (東紀州地域含む) での地域連携事業の企画、実施 等		3月1日(日) 時点 (2月第4週) バスポート発給数実績 3 8 5 , 2 0 0 件 (情報発信) 累計目標比 1 2 8 % ・JRと連携した全国有人駅でのポスターの掲出、テレビ番組放映 2 回 (番組名「遠くへ行きたい」)、JR時刻表への記事掲載を実施 (10 月) ・首都圏メディア等を対象とした観光交流会の実施 (1 月) ・テレビ等での情報発信 (番組名「旅ずきんちゃん」他) ・首都圏、中京圏、関西圏のメディアを対象とした観光情報提供会の実施 (11 月～3 月) ・ターゲットを絞った雑誌 (雑誌名「OZマガジン」「ミセス」旅の手帳) 「男の隠れ家」等) 等での情報発信 (10 月～) ・三重の魅力を伝える講座の開催 (三重テラス等 6 回) 記紀神話講座 (11/23・1/23)、おかげさま講座 (11/11・2/2・3/3) 東海大学オアズンカレッジ (1/23) ・三重県フェア…東員 (10 月)、堺北花田 (11 月)、アピタ桑名 (2 月) ・鈴鹿 F1 日本グランプリ (10/3～5)、津まつり (10/11～12)、三重県民大縁会 (11/22)、熊野古道世界遺産登録 10 周年フィナーレ (12/13)、志摩年末海賊市 (12/20～21)、FDA 青森空港利用促進イベント (12/12～14)、FDA 高知空港利用促進イベント (2/28～3/1)、西美濃・北伊勢フェア (2/20～22)、セントレアでの三重県 PR (9/11～11/4、11/5～1/7)、日本忍者協議会 (仮称) 設立準備会発足 PR (3/8) など (誘客促進) ・首都圏、中京圏、関西圏での旅行会社企画担当者向け情報提供会の実施 東京 (11/7)、大阪 (11/13・3/19)、名古屋 (11/14・3/25)、広島 (2/9)、福岡 (2/10) ・県内 5 地域での地域部会事業 (東紀州地域含む) での地域連携事業の企画、実施) ・平成 27 年度上期企画お披露目イベント (3/14 ジャズドリーム長島) ・「三重亀山ラメーション発売記念！三重で遊ぼう！楽しもう！」キャンペーン (1/19～2/28) ・JOYSOUND×三重県「カラオケで日本を元気にしよう！」コラボキャンペーン (3/25～5/10) 等	
② 「熊野古道世界遺産登録 10 周年」事業による情報発信 と地域活性化取組の推進 (主担部署：東紀州振興課)		H 2 6 年来訪者数 年間推定見込 4 0 万人 年間目標比 1 1 1 % ・「幸結びの路」HP、ガイドブック、ポスター等での情報発信 ・メディア活用 (東海じゃらん 8 月号、東海 TV スイッチ 他) ・熊野古道観光展 PR (三重テラス 6/19-22、30-7/10、岐阜駅ビル 8/22-25、刈谷 HUS/3、土山 SA9/10、三重県フェア (イオン東員、イオン鈴鹿、イオンレイクタウン) 他) ・熊野古道セミナーの開催 (三重テラス 4-6 月、イオン東員、ハルカス等) ・熊野古道伊勢路 170km 踏破キャラバン実施 (芸人カツラギによる 6/21-30) (期間中動画を配信し、サイト内での都道府県ランキングが、28 位→1 位に上昇) ・熊野古道伊勢路踏破ウォークの開催 (全 14 回 のうち 6 回 6 月～9 月、参加者 574 名) ・10 周年記念イベント＆食の幸フェスタ開催 (熊野市民会館他 7/6) ・熊野古道伊勢路図絵の発行 ・熊野古道サポーターズクラブの創設、募集 (会員数 626 人/9 月末現在)		H 2 6 年来訪者数 年間推定見込 4 0 万人以上 年間目標比 1 1 1 % (2 月末時点) ・「幸結びの路」HP、ガイドブック、ポスター等での情報発信 ・谷村新司トーク&ライブ「ココロの学校」開催 (熊野市民会館 11/1) ・「結びの路」フェスタ開催 (熊野古道センター 12/13) 1,250 名 ・熊野古道伊勢路踏破ウォークの開催 (全 14 回 のうち 8 回 10 月～11 月、638 名参加) 通算全 14 回開催延べ 1,212 名参加 (うち全線踏破者 31 名) ・熊野古道サポーターズクラブの募集 (会員数 773 人/2 月末現在) ・熊野古道アクションプログラムの改定 ・熊野古道 PR：イオン東員、亀山 SA、岸和田 SA、ウツリ-ナ、新潟三越 (10 月)、イオン堺北花田、ウツリ-ナ、明治村 (11 月)、JR 大阪駅 (1 月) 他	

H 2 6 年度取組方針		H 2 6 年度上半期の取組状況		H 2 6 年度下半期の取組状況	
③ 三重県総合博物館（M i e M u）など三重の文化発信 （主担部署：文化振興課） H26 年度展示観覧者数目標 2 2 万人		9 月末時点 展示観覧者実績 2 2 3, 1 3 9 人 年間目標比1 0 1 % ・三重テラス（4 月）及び三重県フェア（県内：東員 2 回（4 月・8 月）、県外：レイクタウン（6 月））において、三重県総合博物館の概要や展示内容について PR ・図書館と斎宮歴史博物館が三重テラスでのセミナー開催に向け準備		2 月末時点 展示観覧者実績 2 9 4, 0 1 7 人 年間目標比 1 3 4 % ・ 3 館（総合博物館、美術館、斎宮歴史博物館）連携「おトクに熊野の展覧会めぐり」キャンペーン（10/4～11/24）を実施 ・イオンと連携し、県内（北勢地域から東紀州地域まで 5 店舗）及び大阪（三重県フェア）で同博物館の P R を実施 ・三重テラスにおいて図書館と斎宮歴史博物館がセミナー（3 回）を実施	
	④ 国内外企業への三重の魅力発信 （主担部署：企業誘致推進課）	・首都圏や関西圏等の企業への集中企業訪問や海外ミッションの機会を通して、国内外の企業に対し、三重の魅力を情報発信 ○海外ミッション ＊イギリス：5/1、7/15～7/20 ＊アメリカ：8/25～8/28 投資促進セミナー等		・国内及び外資系企業に対して、三重県における操業環境の魅力を P R する企業セミナーの実施 ○企業ネットワークセミナー in Osaka（11 月 17 日（月） ホテル阪急インターナショナル） ○外資系企業誘致セミナー（12 月 18 日（木） 帝国ホテル東京）	
Ⅱ 「食」に焦点をあてた、県産品のブランド向上		成果：三重県フェア来客 65 万人。食のクラスターの形成に向け「みえ食の逸品フェア」の形成に向け「みえ食の逸品フェア」の形成に向け 課題：「食」を政策パッケージとした販路拡大・商品開発・人材育成			
① 「第 1 回食のサミット」の成功と継続の担保 （主担部署：サービス産業振興課）	・食のサミットをベースに置いた H27 ミラノ博、H28 菓子博の運動による食に関するクラスターの形成 ・神嘗祭 10/14～15 に合わせた「みえ食の逸品フェア」の実施計画とその推進 ・「みえ食のサミット」の開催（平成 27 年 1 月開催予定）に向けての準備 〈テーマ〉 ① 生産者、加工事業者、流通、料理人の連携 ② W o r l d o f F l a v o r などの国際カンファレンスによる情報発信 ③ 海外進出とインバウンド戦略		・「食の産業振興」の取り組みの第 1 弾として、10 月 14 日、15 日に伊勢市において、「みえ食の逸品フェア 2 0 1 4」を開催（主催：三重県商工会連合会、共催：県、後援：伊勢市、伊勢商工会議所） ・同日、会場周辺の伊勢シティホテルで、「食の文化シンポジウム 2014」を開催（主催：公益財団法人味の素食の文化センター、県） ・平成 27 年 3 月 18 日「みえ食の産業振興シンポジウム」開催 （内容）第 1 部 食の産業振興に向けた今後の取組 第 2 部 パネルディスカッション①～三重の食の産業振興の挑戦～ 第 3 部 パネルディスカッション②～事業者の挑戦～		
② 平成 27 年度開催予定の「ミラノ国際博覧会」に向けた 取組等海外販路拡大への取組 （主担部署：サービス産業振興課）	・ミラノ国際博覧会 F S 調査の実施 ・意義としては、①三重県を知ってもらえるきっかけとなり、E U 等からのインバウンドの拡大、海外への販路拡大につながる。②三重県の食や食文化が、ミラノ国際博覧会が提唱する食に関する地球規模の課題（飢餓）に対して貢献できる。		ミラノ国際博覧会三重県出展事業の委託業者決定 （1）ミラノ国際博覧会出展事業 三重のストーリーを伝える映像の上映、ワークショップなど体験型イベント等 （2）ミラノ市内事業 博覧会会場では商行為が禁止されているため、会場外において食に関する業界関係者や消費者に対して、インバウンドや販路拡大につながる取組を行う。 （※ミラノ市内のコミュニティレストランを予定） ①レセプション（案） ・開催時間：2015 年 7 月 1 日（水）19 時から ・開催イベント：ウエルカム SAKE イベント、三重県食材を使った料理等 ・招待関係者：レストラン関係者、ミラノ市関係者、メディア関係者等 ・想定規模：立食 120 名程度 ②テストマーケティング（案） ・開催期間：2015 年 6 月 24 日（水）～7 月 7 日（火）15 日間 ・開催時間：11:00～19:00 ・来場者の客層：平日は 30～50 才代の環境や農業、安全な食に関する方、休日には家族連れ全般 ・来場者数（想定）：1 日／400 名、2 週間／約 5000 名		

H 2 6 年度取組方針		H 2 6 年度上半期の取組状況		H 2 6 年度下半期の取組状況	
③ 包括協定（流通）企業の協力による県内・外への販路拡大	（主担部署：三重県営業本部担当課）	・イオンと連携した「三重県フェア」を開催（3回） 国内 ※イオン東員店（4月）、イオンレイクタウン店（埼玉県越谷店）（6月） ・来客数 3 8 . 6 万人 チラシ配布枚数 3 6 5 万枚 ・参加市町数 9 市町 のべ参加団体 1 1 イオンへの納品額 約 4, 500 万円 国外 イオンマレーシア（9月） ・忍者を観光コンテンツとして表現 ・来客数 5 . 6 万人 事業者数 3 7 イオンへの納品額 約 550 万円		①包括協定締結企業と連携した「三重県フェア」を開催（3回） ※イオン東員店（10月）、イオン堺北花田（11月）、アピタ桑名店（2月） ・来客数 2 6 . 2 万人 チラシ配布枚数 2 7 8 万枚 ・参加市町数 3 市町 のべ参加団体 1 3 ②広域（中部圏）で連携した海外物産展の開催（2回） ・東海食品フェア イオンストアーズ香港（10月）事業者数11社 ・中部物産観光展（中部経済連合会主催）バンコク伊勢丹（10月）事業者数9社	
Ⅲ 三重テラスの「コンセプト」・「機能」の再構築		成果：来館者 80 万人突破、商品開発・販路拡大 66 件、三重テラス会員 4 千 3 百人、 課題：効果的な情報発信による訴求力の向上、県内企業・事業者のチャレンジ支援、 課題：効果的な情報発信による訴求力の向上、県内企業・事業者のチャレンジ支援、			
① 「三重テラス」の“魅力”創りの再構築 （主担部署：三重県営業本部担当課）	上期来館者数 299, 472 人 累計来館者数 531, 577 人 メディア件数 8 月末 24 件、年間目標比 80% 実施事項 ・食品と非食品のスペース構成比 60%：40%→75%：25% ・中元カタログ販売の実施 5 3 件（冬ギフトに反省点を生かす） ・月度社会行事季節への対応が進む 日永うちわのコーナー化、新茶コーナー等 ・販売員育成は不十分ではあるが、8 月度スタッフ 3 名三重県下での教育を出張実施	下期来館者数 220, 860 人 H26 年度計 520, 332 人（2 月末現在） 累計来館者数 795, 575 人 メディア件数 1 月末 56 件、年間目標比 186% メディア掲載による広告換算効果 約 3 億 1 千 5 百万円（2 月末現在） 実施事項 ・ショウツにおける年末年始に対応した売り場構成、福袋、しめ縄、干支おみくじ等の関連商品の販売、レストランにおける旬の食材を使用したメニューやパーティーコースの展開 ・クリスマスのキャンドルイベント、ミニコンサート、年始におけるミカン、伊勢醤油、せんざい等ふるまいの実施 ・日本テレビ『べるべるナインティナイン グルメチキンレース「ごちになります！16」』で、三重テラスレストランが取りあげられた。 ・御嶽噴火・神城（かみしろ）断層地震復興支援の取組として、「観光・物産展」（12/24）、「復興応援パネル展」（12/29～1/5）を実施			
② 中小事業者への支援強化（商品力・販路拡大） 事業者支援 5 0 件（H26 年度累計目標） （主担部署：三重県営業本部担当課）	事業者支援 上期 5 件 累計 43 件 商談会は 8 月度 1 回実施 ・テストマーケティング第 1 四半期実行に至らず。第 2 四半期で 1 7 アイテムで終了	事業者支援 下期 23 件 累計 66 件 商談会は 6 回実施（2 月末現在） ・テストマーケティングは、34 アイテムを実施（2 月末現在）			
③ ネットワーク拡大とその活用 三重テラスサポート会員数 4, 4 9 0 人 （H26 年度累計目標） （主担部署：三重県営業本部担当課）	三重テラスサポート会員数 3, 022 人（累計） ・応援団上期 863 人目標比 173%累計 1, 554 人、応援店舗等累計 210 店目標比 210% ・応援企業累計 44 企業目標比 60% ・テラスカード上期 417 枚目標比 75%、 VIP カード 557 枚目標比 200%、利用件数 16 件 ・テラスカード利用数 2, 105 人客数比 3. 1%	三重テラスサポート会員数 4, 364 人（累計） ・応援団下期 1, 321 人目標比 264%累計 2, 002 人、応援店舗等累計 221 店目標比 210% ・応援企業累計 61 企業目標比 84% ・テラスカード下期 663 枚目標比 66% ・VIP カード 796 枚目標比 158%、利用件数 74 件 ・テラスカード利用数 3, 073 人客数比 3. 3%			
Ⅳ 関西圏営業戦略の展開		成果：トラベルガールズフェスタ（10月）や熊野古道PR事業、伊勢茶等の「食」の講座などテーマ、ターゲットを明確にした情報発信、大阪・神戸商工会議所等での商談会による販路拡大支援等 課題：関西圏での連携強化と県内市町のニーズに合った情報発信			
① 「熊野古道」、「おかげ年」を中心とした関西圏における効果的な情報発信 （主担部署：関西事務所）	・情報発信力を高めるため、関西圏でのPRに重点を置く市町職員等を対象に、テレビ、新聞、雑誌の現場で活躍されている方を講師に招き、“プレスリリースのコツ”セミナーを開催 5 / 2 6 第 1 回テレビ編（2 0 名参加） 4 市 7 機関参加 6 / 3 第 2 回新聞編（1 5 名参加） 1 市 7 機関参加 6 / 2 6 第 3 回雑誌編（1 6 名参加） 3 市 7 機関参加 ・テーマや対象を明確にした観光展や講座などを通じた情報発信を関係市町と連携して実施				
・引き続き、コアな三重ファンを増やすため、具体的なテーマ、ターゲットを明確にしたPRを実施するとともに、PRの場所、手法等についても市町のニーズに合った提案を行っていく。 （主な実施例） ・トラベルガールズフェスタでの伊勢志摩への観光誘客 PR（1 0 月 1 4 日 スイヌホテル南海大阪） ・ホテルレストランでの熊野古道PR（1 0 月 1 日～3 1 日 クロスホテル大阪） ・熊野古道ロングトレイル（1 0 月 8 日～1 4 日 阪急百貨店うめだ本店）					

H 2 6 年度取組方針	H 2 6 年度上半期の取組状況	H 2 6 年度下半期の取組状況
	(主な実施例) 熊野古道等三重のアウトドア PR (4月12日～13日 大阪阪急うめだ本店) 熊野古道と尾鷲ひのき展 (8月2日 大阪あべのハルカス近鉄本店) (8月5日～27日 大阪シティ信用金庫) (8月27日～9月11日 大阪市北区役所) 映画「ROUTE42」上映タイアップ大阪・京都・神戸熊野古道 PR (5月18日 大阪第七藝術劇場 5月31日～6月1日 京都立誠シネマ、6月7日～8日 神戸元町映画館) 京都、兵庫での伊勢志摩への観光誘客 PR (9月6日～7日 イオン京都 9月14日～15日 JR京都駅) (9月14日～15日 尼崎テクノランド) 等 ・5月～6月 29市町首长訪問による関西事務所活用の推進	うち、11日、12日には、「熊野古道伊勢路を歩こう」講座開催 ・「三重県ウィーク in 大阪市北区」開催 (三重のええもん展 1月19日 大阪市北区役所) 三重県フェスタ in 天神橋筋商店街 1月24日、25日 天神橋筋商店街1丁目～3丁目 講座「すばらしき伊勢うどんの世界」 2月1日 大阪市立総合生涯学習センター) ・伊勢茶をはじめとした三重の「食」にこだわった講座、イベントの開催 「伊勢茶～松阪の深蒸煎茶を楽しむ～」(12月14日 まちライブラリ@大阪府立大学) 「すばらしき伊勢うどんの世界」(2月1日 大阪市立総合生涯学習センター) 「幻の牡蠣と三重のお酒のマリアージュ ～幻の牡蠣“渡利かき”を楽しむ会～」(2月24日 Bacc i (三重県オーナーシェフの店)) ・堺北花田での三重県フェア (11月1日～4日)
② 小売・流通事業者等への営業推進 (主担部署：関西事務所)	・三重県にゆかりのある店舗や企業のニーズに応え、三重県産品や地元生産事業者の紹介等を進め、県産品を使った店舗のオープンやメニューの追加など、県産品の販路拡大につながる取組みの実施…3店舗 主な販路拡大 イタリア料理店での野菜の採用 居酒屋での牛肉、鶏肉、鮮魚、しょうゆ・みそ、地酒等の採用	下期実施の商談会 ・大阪商工会議所をはじめ、関西圏で開催される商談会 (大阪商工会議所「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」、大阪産業創造館「天下の台所」、神戸商工会議所「The 商談・販路開拓市 in KOB E」) 情報を市町等を通じ、県内の事業者の情報発信・商談会へ臨むにあたっての勉強会の開催等を通じ、販路拡大を支援する。 セミナー 地域資源活用課1回(10月23日)、関西事務所1回(3月25日予定)
V 国際展開プラットフォームの構築	成果：北米、アセアン、インド、台湾、欧州等へ「みえ国際展開推進連合協議会」を核としたオール三重体制の構築 課題：連合協議会を構成する4分野の協議会間のさらなる連携深化	
① みえ国際展開推進連合協議会 (仮称) の新設 (主担部署：雇用経済総務課) 重点的に取り組むべき国・地域 (1)アジア経済圏 (ASEAN を除く) ○台湾[重点地域] ・三重大学のプロジェクト推進、産業交流、物産展の開催 ・「三重宣言」に基づく観光交流の推進 ○中国 ・ICETT を活用した環境技術の展開、製造業向け展示会出展、県産品の販路拡大 ○韓国 ○インド (2)ASEAN ○タイ[重点国] ・タイ投資委員会 (BOI) との MOU 締結 ・ICETT を活用した環境技術の展開、アジアのサブライチェーン参入 ・物産展開催による販路拡大 ○ベトナム、マレーシアなど ・海外誘客 ・県産品の販路拡大 (3)北米・欧州 ○米国 ・ワシントン州との交流 ・企業誘致 ○ヨーロッパ (スイス・ドイツ・フランス) ・知的交流の推進 ・海外誘客 (4)友好提携都市等 ○ブラジル	・国際展開をオール三重で推進するための「みえ国際展開推進連合協議会」を設立 (8/20) ○「みえ国際展開推進連合協議会」の取組 ・アメリカ経済産業交流ミッションの派遣 (8/24～30) (ワシントン州シアトル市、テキサス州サンアントニオ市) 主な成果：ワシントン州政府との間で産業連携に関する覚書 (MOU) の締結、伊賀牛の 프로모ーション、サンアントニオ市政府との間で産業分野での相互協力関係を構築するための基本合意書 (LOI) の締結 等 ・アセアン・インド経済産業交流ミッションの派遣 (9/7～13) (インド・タイ・マレーシア) 主な成果：インド・カルナタカ州政府との間で産業連携に関する覚書 (MOU) の締結、タイ旅行会社 (トランザ・グループ) への「三重県海外観光特使」委嘱、イオンマレーシア「三重県フェア」での県産品プロモーション 等 ○「三重県企業国際展開推進協議会」の取組 ・6月に設立し、企業協議会の運営や事業について協議する企画運営委員会を開催 (2回) ・アメリカミッション、アセアン・インドミッションに参加 ○「みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進会議」の取組 ・北米知事ミッションに参加 (H26. 8. 24～8. 30) ※ラフィノベーション課より職員1名参加	○「みえ国際展開推進連合協議会」の取組 ・台湾ミッションの派遣 (11/6～9) (台北市、新北市、高雄市、台中市) 主な成果：第22回台北国際旅行博での三重県プロモーション、「お茶」をテーマにした食文化交流会、県内企業と台湾企業との個別商談会 等 ○「三重県企業国際展開推進協議会」の取組 ・共同で調査研究や販路開拓等の活動を行う台湾部会を設置：台湾ミッションや日台若手経営者交流事業 (11月) に参加、台湾での個別商談会 (食品加工分野) を開催 (11月) ・企画運営委員会を開催 (1回) ○「みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進会議」の取組 ・薬事工業会主催薬事産業ミッション (スイス、イタリア) を H27. 1. 18～. 25 実施 訪問先：スイス・ヌーシャテル州政府、CSEM社 (イノベーション機関) イタリア製薬機器メーカー、在イタリア日本国大使館 ○「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」の取組 ・台湾の三重県物産展を通じて、現地ニーズを把握、B to B の商談機会の創出と台湾のバイヤーを県内へ招へい (H26. 11. 18) ・タイでみかん、かき、いちごの食味適期に合わせたテストマーケティングを現地で行った。

H 2 6 年度取組方針	H 2 6 年度上半期の取組状況	H 2 6 年度下半期の取組状況
	・アセアン・インド知事ミッションに参加 (H26. 9. 7～9. 13) ※薬事工業会会員企業 1 社参加 ○「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」の取組 ・協議会会員に対して輸出に向けた商品登録を促し、台湾、タイでの物産展等のバイヤーへ商品提案を行った。 ・台湾で行われた国際見本市へ出展 (4 事業者) し、販路開拓の支援やハラル研修会を開催 (6 月) ○「三重県外国人観光客誘致促進協議会」の取組 ・知事がタイを訪問し、タイの旅行会社へタイとしては初の「三重県海外観光特使」を委嘱 (9 月) ・本年 3 月に「三重県海外観光特使」を初めて委嘱したマレーシアの旅行会社を知事が訪問し、今後のさらなる送客強化に向けた協力を要請 (9 月)	・タイの消費者へ県産品をアピールするとともに、青果物バイヤーを県内へ招へい (H26. 11. 18～11. 21) して県産品の販路拡大につなげた。 ・協議会会員の輸出に向けた知識向上や商品改善等のため、アトバイザー等関係者と連携して研修会やセミナー・個別相談会等を開催 ・「松阪牛」についても商談会等を実施 (フロリダ州オーランド H27 年 1 月) ・米国のバイヤーを県内へ招へいし、商談機会の創出を図る。(H27 年 3 月) ○「三重県外国人観光客誘致促進協議会」の取組 ・台北国際旅行博覧会へ出展し三重県を P R (11/7～10) ・台湾での観光説明会・商談会を開催 (高雄 11/25、台中 11/26、台北 11/27) ・三重県観光アトバイザー会議の開催 (同上) ・観光協定を締結している新北市の平溪国際天灯祭り (2 月) や、台中市で開催される台湾ランタンプェステイバル (3 月) において三重県を P R。 ・タイの FIT トラベルフェアに出展 (11/14～16) ・フィリピンでの商談会 (JNTO 主催) へ参加 (11/19～21)
Ⅵ 市町、関係団体への情報の「T W O W A Y」	成果：意見交換会や三重テラスでの情報発信・物産 P R 等を通じて首都圏での P R の手法を共有 (市町・団体等利用年間 176 件) 課題：市町との双方向の情報共有と連携の強化	
① 未開拓の「すばらしい地元のもの」と「コト」の掘り起し (主担部署：三重県営業本部担当課)	・ 2 9 市町首長を訪問 (5/20～6/4) 三重県営業本部重点取組の共有と意見交換 関西戦略について H25 年度三重テラス企画ベストプラクティスの紹介と共有 市町の「すばらしいモノ・コト・ヒト」を情報収集 29 市町 133 件	・三重テラス 2 階多目的ホール市町・団体等年間イベント実施件数 176 件 (2 月未現在) ・三重テラス 1 周年記念感謝祭「三重の宝 my treasure 発掘プロジェクト」(9/27～10/5) 来館者の皆様等が、“三重の宝セレクター”として参加し、三重の宝情報満載の“トリジャー・ツリー”を作りました。 (会場で約 850 件、Facebook で約 400 件、合計 1,250 件の参加)
② 市町、関係団体との顔の見える関係づくり (主担部署：三重県営業本部担当課)	・県内 5 か所で地域別の意見交換会を開催 (7/22 日～29 日) 参加者 47 人、市町 19 、団体数 15 三重県営業本部や三重テラスの状況等について情報共有	・県内 5 か所で地域別の意見交換会を開催 (12/15 日～18 日) 参加者 43 人、市町 17 、団体数 14 三重県営業本部の進捗状況の報告及び情報共有

H26年度 三重県営業本部エリア別活動年間取組状況について

資料 1－2

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
営業本部 会報	営業本部会報 (4/23)				営業本部会報 (10/20)							営業本部会報 (3/18)	
首都圏	常に旬な情報発信とリピーター確保 三重の櫻 三重の海												1周年おかげさま祭 50万人 1周年 収穫祭 三重テラスオーブン1周年
	COOL MIE トークライブ(知事と旬のゲストとのトークライブ) 年間11回実施(鈴木おさむ氏、片山右京氏、出口浩朗氏等)												冬季対策 クリスマスイベント 年末年始 ふるまい 「ごちになり ます」放映 多目的ホール稼働率84.5% 市町等イベント企画158件
	日本橋周辺地域等との連携による企画の実施												
	商品力や販売力の強化と県内事業者のチャレンジの場の拡大(魅力ある商品づくり 販売力の強化) 「出口」を昇格えた商品開発の支援 ①消費者の意見を参考としたブラッシュアップ ②プライベート商品の開発 ③消費者ニーズ等のフートバック												商品選定会議
	市町・関係団体等との連携強化と「魅力あるモノ・コト」の掘り起し												商品選定会議
	三重の応援企業・応援店舗・三重の応援団												商品選定会議
	熊野古道セミナー(3回)												熊野古道世界遺産登録10周年 移住セミナー
	県産木材のPR												移住セミナー
	県産食材・県産品のPR(みえセレブレーション・みえフードインベシジョン商品等)												熊野古道世界遺産登録10周年 移住セミナー
	ロケ地観光PR(WOODJOB PR)												三重県観光キャンペーンの実施女子旅EXPO2014、ツurisALEXPO2014 JRと連携したPR、おかげ様セミナー、鳥羽県・奈良県との連携調整 三重県観光交流会
その他首都・関東圏	みえ旅バスポートの発給促進、雑誌・テレビ等メディアを活用した情報発信、女性をターゲットにしたイベント、シニア層をターゲットにした講座等の開催、旅行会社企画担当者説明会の開催												
	MieMie(総合情報誌の案内)												大都市圏セミナー 大宮の魅力発信セミナー
	山形 山梨 埼玉 東京 (全国百貨店・伊勢市内で物産展を実施)												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	県産食材・県産品の情報発信・販路拡大支援(みえセレブレーション・みえフードインベシジョン商品・みえジビエ等)												大規模住宅展示会への出展
	県産木材のPR												
	「三重県フェア」の開催												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	イオン(レイクタウン) 三重県フェア(東京)												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	熊野古道セミナーの開催												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	・「熊野古道世界遺産登録10周年」「おかげ年」を契機とした情報発信や営業活動 熊野古道・大杉谷現谷等三重のアウトドアPR 熊野古道と民衆ひのき展 映画「ROUTE42」上映タイアップ大阪・京都・神戸熊野古道PR												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	県産食材・県産品のPR及び販路拡大支援 市町・関係団体等との連携強化を促した地域の魅力の発信												大宮市圏セミナー 信託セミナー
関西圏	三重の応援団体等												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	「三重県フェア」の開催												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重県観光キャンペーンの実施												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	県産木材PR												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	イオン(東京) 「三重県フェア」の開催												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	熊野古道トークショー												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重県観光キャンペーンの実施												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	国際展開プロジェクトチームの構築												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	熊野古道10周年オープニングイベント												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重県総合博物館オーブン												大宮市圏セミナー 信託セミナー
海外	県産食材・県産品のPR及び販路拡大支援 県産木材PR												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	「三重県フェア」の開催												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	ミナソ万博出展への実現可能性調査												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	海外誘客プロモーション(台湾、タイ、マレーシアなど)、姉妹都市や駐日大使館との関係強化、消費税免税制度説明会、ハラル研修会、WIFI整備												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	海外への販路拡大(東アジア・オーストラリア・北米・ほか)												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	台湾、タイで物産展を開催し、テラスマーケットイベントを進めるとともにバイヤー招へいを計画し輸出拡大に努めます。												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重大阪商談会(北米・アジア)												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重大阪商談会(タイ)												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重大阪商談会(北米・アジア)												大宮市圏セミナー 信託セミナー
	三重大阪商談会(タイ)												大宮市圏セミナー 信託セミナー

平成27年度 三重県営業本部 重点取組事項 骨子(案)

＜平成27年度三重県経営方針における政策展開のポイント＞
「まち・ひと・しごと創生の推進」
～希望がけない選ばれる三重への挑戦～(最終案)(暫定版)

■ キーワード:
”連携”と”成果”

1 「食」の産業振興

(1)「食」を政策パッケージとしてバリューチェーンの強化に取り組む

①販路拡大・・・国内外三重県フェア・首都圏等出前商談会・海外商談会の実施

重点アイテム・・・県内差別化商品群・「三重ブランド」・地域資源活用商品・三重伝統工芸品

※ 営業本部担当課(首都圏・関西圏)、中小企業・サービス産業振興課、地域資源活用課

②商品開発・・・「みえフードイノベーションプロジェクト」・デザイナー連携商品の開発推進

開発商品のスピーディーな販路拡大対応

※中小企業・サービス産業振興課、フードイノベーション課、地域資源活用課

③人材育成・・・サービス産業、食品事業者、農業経営者、地域資源活用事業者に

焦点をあて育成事業に取り組む

※ 中小企業・サービス産業振興課、担い手育成課、地域資源活用課

2 国際展開(「みえ国際展開推進連合協議会」

を核とした”オール三重体制”)

(1)台湾、中国、アジア、北米の取組推進と欧州への展開

(2)4つの推進プラットフォームと連合協議会による、クオリティコントロール

①海外ミッション・海外「三重県フェア」による販路拡大、誘客促進

※ 国際戦略課、海外誘客課、ライイノベーション課、企業誘致推進課

地域資源活用課、営業本部担当課

②グローバルリーダー、ミナ国際博覧会の欧米での有効活用

※中小企業・サービス産業振興課、国際戦略課、地域資源活用課、営業本部担当課

③2016年主要国首脳会議(サミット)

※ サミット誘致推進P/T

④東京「オリンピック」、「パリオリンピック」開催を見据えた訪日2千万人時代に向けての

重点国・地域を中心とした重点的なプロモーション及び受入環境整備

※ 海外誘客課

3 情報発信の精度向上

(1)”県ブランド向上”に焦点を当て、「三重県広聴広報プロジェクト」と連携した、情報の質と量(ネット発信にシフトした)の向上、及び全庁参加体制

①三重県観光キャンペーンの集大成に向けた全庁・市町・民間事業者等との連携による

情報発信の戦略的な展開

観光キャンペーンで磨き上げた訴求力ある観光資源の最大活用

国内外の三重県フェアへの積極展開

※ 観光誘客課、観光政策課、営業本部担当課

②首都圏営業拠点等(三重テラス、関西事務所)における、首都圏等の

「応援団(三重の顧客)」の拡大 と県外自治体・民間・NPOとの

さらなる連携体制の強化

※ 営業本部担当課、関西事務所

③三重県ブランド向上に向けたテーマ毎の情報発信

※ 企業誘致推進課、地域支援課、東紀州振興課、南部地域活性化推進課、

文化振興課、スポーツ推進課、ライイノベーション課

4 みえの消費喚起・地方創生推進11事業最大の成果

(1)消費動向に応じた事業展開、事業間の連携、及び統一のかつ戦略的な広報の推進

事業名	担当部局	予算額(千円)	開始時期(案)
・三重ジビエ消費拡大事業	農林水産	65,791	7月
・みえイチ押し食品フェア開催事業	農林水産	80,607	7月
・県産農産物の魅力発信対策事業	農林水産	83,380	6月
・県産村住宅建築促進事業	農林水産	84,300	4月
・魅力ある三重県産水産物の消費拡大事業	農林水産	69,005	5月
・三重ふるさと名物商品販路拡大事業	雇用経済	188,380	7月
・首都圏三重県産品消費拡大事業	雇用経済	39,706	7月
・みえ旅プレミアム旅行券運営事業	観光・国際	522,844	7月
・みえ外国人旅行者旅行券運営事業	観光・国際	340,000	6月
・東紀州地域観光消費促進事業	地域連携	79,484	7月
・みえの消費喚起戦略広報事業	戦略企画	30,000	—

三重県営業本部長指示事項

- 1、平成27年度は「連携と成果」をキーワードに掲げ、営業活動全体のクオリティを上げるため、注力する4つの項目を着実に進めること。
- 2、特に、消費喚起の11事業の成果をあげるためには、庁内外との「連携」という行動基準を持ち推進すること。
- 3、常に、事業取組のアウトプット・アウトカムの成果を意識し、進捗管理と期中対策を柔軟に実行するスピードを持つこと。

平成27年3月18日

三重県営業本部長 鈴木 英敬

