

H26年度取組方針	H26年度上半期の取組	H26年度下半期の取組
<p>I 三重県の魅力情報のさらなる発信</p>	<p>成果：みえ旅パスポート発給数実績 39.6 万部、熊野古道来訪者数 42.9 万人、MieMu 展示観覧者数 30.6 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</p>	
<p>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)</p> <p>平成25～27年のパスポート発給数目標 累計30万部</p>	<p>9月28日(日)時点(9月第4週)パスポート発給数実績314,879件 (情報発信) ・三重テラスでの展示や講座(8回)、ツーリズムEXPOジャパンや女子旅EXPO2014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「みえ旅パスポート」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、パスポート発給数30万部、案内所95施設、おもてなし施設861施設を達成した。(昨年同時期パスポート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150% ・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</p>	<p>3月29日(日)時点(3月第5週)パスポート発給数実績396,839件 (情報発信) 累計目標比132% ・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) 東海大学オープンカレッジ(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) ・「三重亀山ラーメン発売記念!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</p>
<p>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)</p> <p>H26年来訪者数目標 36万人</p>	<p>H26年来訪者数 年間推定見込40万人 年間目標比111% ・「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H05/3、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)</p>	<p>H26年来訪者数 429千人 年間目標比119% ・「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)713名 ・「幸結びの路フェスタ」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787人/3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、ツアリナ、新潟三越(10月)、イオン堺北花田、ツアリナ、明治村(11月)、JR大阪駅(1月)</p>

H26年度取組方針	H26年度上半期の取組	H26年度下半期の取組
	<ul style="list-style-type: none"> 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） 	他
<p>③ 三重県総合博物館（MieMu）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 22 万人</p>	<p>9 月末時点 展示観覧者実績 223,139 人 年間目標比 101%</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 図書館と齋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 	<p>3 月末時点 展示観覧者実績 306,692 人 年間目標比 139%</p> <ul style="list-style-type: none"> 3 館（総合博物館、美術館、齋宮歴史博物館）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。展示観覧者 31,996 名 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）で総合博物館の PR を実施 三重テラスにおいて図書館と齋宮歴史博物館がセミナー（3 回）を開催 日本教育会館（東京都）において古代歴史文化賞記念シンポジウムを開催 三重県総合文化センターにおいて、第 62 回全国博物館大会を開催。500 名が出席
<p>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）</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 <p>○海外ミッション</p> <ul style="list-style-type: none"> *イギリス：5/1、7/15～7/20 *アメリカ：8/25～8/28 <p>投資促進セミナー等</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 PR する企業セミナーの実施 <p>○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、参加者 112 名）</p> <p>○外資系企業誘致セミナー（12 月 18 日（木） 帝国ホテル東京、参加者 104 名）</p>
<p>Ⅱ 「食」に焦点をあてた、県産品のブランド向上</p>	<p>成果：三重県フェア来客 70.4 万人。食のクラスターの形成に向け「みえ食の逸品フェア」等の開催や「ミラノ国際博覧会」出展準備等 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</p>	
<p>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）</p>	<ul style="list-style-type: none"> 食のサミットをベースに置いた H27 ミラノ博、H28 菓子博の連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〉 <ol style="list-style-type: none"> 生産者、加工事業者、流通、料理人の連携 World of Flavor などの国際カンファレンスによる情報発信 海外進出とインバウンド戦略 	<ul style="list-style-type: none"> 「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 2014」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～

H26年度取組方針	H26年度上半期の取組	H26年度下半期の取組
<p>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)</p>	<p>・ <u>ミラノ国際博覧会FS調査の実施</u> ・ 意義としては、①三重県を知ってもらいきっかけとなり、EU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。</p>	<p><u>ミラノ国際博覧会三重県出展事業の委託業者決定</u> (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: ウェルカム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)14日間 ・ 開催時間: 11:00～20:00 ・ 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、休日は家族連れ全般 ・ 来場者数(想定): 1日/400名、2週間/約5000名</p>
<p>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)</p>	<p>・ <u>イオンと連携した「三重県フェア」を開催(3回)</u> 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 38.6万人 チラシ配布枚数 365万枚 ・ 参加市町数 9市町 のべ参加団体 11 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 37 イオンへの納品額 約550万円</p>	<p>① <u>包括協定締結企業と連携した「三重県フェア」を開催(3回)</u> ※イオン東員店(10月)、イオン堺北花田店(11月)、アピタ桑名店(2月) ・ 来客数 26.2万人 チラシ配布枚数 278万枚 ・ 参加市町数 3市町 のべ参加団体 13 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</p>
<p>Ⅲ 三重テラスの「コンセプト」・「機能」の再構築 成果: 来館者84.1万人突破、商品開発・販路拡大67件、三重テラス会員4千3百人、メディア掲載60件(人気TV番組からの強力な情報発信) 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、首都圏ネットワークの拡大と連携</p>		
<p>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)</p> <p>来館者数 26.4万人(H26年度目標) メディア掲載件数 30件(H26年度目標)</p>	<p><u>上期来館者数299,472人 累計来館者数531,577人</u> <u>メディア件数8月末24件、年間目標比80%</u></p> <p>実施事項 ・ 応援企業や生産者等の協賛を得て、来館者50万人突破、オープン1周年を記念して「三重テラス1周年おかげさま祭」を展開 ・ 鈴鹿8時間耐久ロードレース、高校野球(三重高校)のパブリックビューイングを実施 ・ 三重県関連の映画、少子化対策等をテーマに、旬の情報を著名なゲストとともに知事が発信する「COOL MIE トークライブ」を7回開催 ・ イベントと連携したショップでのPOP、レストランでの特別メニューなど展開</p>	<p><u>下期来館者数267,049人 H26年度計566,521人(3月末現在) 累計来館者数841,764人</u> <u>メディア件数3月末60件、年間目標比200%</u> <u>メディア掲載による広告換算効果 約3億1千5百万円</u></p> <p>実施事項 ・ 冬季対策として、試食・試飲を強化したほか、チラシの配布、POPや幟を活用した呼び込み等を実施 ・ 御嶽山噴火による風評被害支援のため、長野県、岐阜県と連携した復興支援イベントを展開 ・ 夢や未来、ダイバーシティ等をテーマに、旬の情報を著名なゲストとともに知事が発信する「COOL MIE トークライブ」を4回開催</p>

H26年度取組方針	H26年度上半期の取組	H26年度下半期の取組									
	<ul style="list-style-type: none"> ・ ショップスタッフを対象とした県内生産者訪問研修を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 三重の魅力“宝”を発信する講座を「森の宝」、「海の宝」、「祈りの宝」の3テーマで開催、講座終了後には三重県内の現地で“宝”を体験するツアーを実施 ・ クリスマスやしめ縄、福袋、干支おみくじ等の季節に応じた売り場構成を展開 ・ 忘新年会等に対応した複数のパーティーコースを設定 ・ 三重テラスを舞台に、日本テレビ『ぐるぐ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」』（2/5全国放送） 									
<p>② 中小事業者への支援強化（商品力・販路拡大） 事業者支援 50件（H26年度累計目標） （主担部署：三重県営業本部担当課）</p>	<p>事業者支援 上期5件 累計43件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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17アイテムで終了 	<p>事業者支援 下期23件 累計67件、年間目標比134%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商談会は6回実施 ・ テストマーケティングは、42アイテムを実施 									
<p>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 4,490人 （H26年度累計目標） （主担部署：三重県営業本部担当課）</p>	<p>三重テラスサポート会員数3,022人（累計）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 応援団上期863人、累計1,544人、商談先等累計210店 ・ 応援企業累計44企業 ・ テラスカード上期468枚（累計）1,146枚 ・ VIPカード680枚（累計）732枚 ・ テラスカード利用数2,105人 	<p>三重テラスサポート会員数4,551人（累計）、年間目標比101%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 応援団下期525人、累計2,069人、商談先等累計230店 ・ 応援企業（累計）64企業 ・ テラスカード下期441枚（累計）1,587枚 ・ VIPカード下期163枚（累計）895枚 ・ テラスカード利用数（累計）3,681人 									
<p>IV 関西圏営業戦略の展開</p> <p style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">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</p>											
<p>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）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">5/26</td> <td style="text-align: center;">第1回テレビ編（20名参加）</td> <td style="text-align: center;">4市7機関参加</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6/3</td> <td style="text-align: center;">第2回新聞編（15名参加）</td> <td style="text-align: center;">1市7機関参加</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6/26</td> <td style="text-align: center;">第3回雑誌編（16名参加）</td> <td style="text-align: center;">3市7機関参加</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>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</u> <p>（主な実施例）</p> <p>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）</p> <p>熊野古道と尾鷲ひのき展</p> <p>（8月2日 大阪あべのハルカス近鉄本店）</p> <p>（8月5日～27日 大阪シティ信用金庫）</p> <p>（8月27日～9月11日 大阪市北区役所）</p> <p>映画「ROUTE42」上映タイアップ大阪・京都・神戸熊野古道PR</p> <p>（5月18日 大阪第七芸術劇場 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）</p> <p>京都、兵庫での伊勢志摩への観光誘客PR</p> <p>（9月6日～7日 イオン京都 9月14日～15日 JR京都駅）</p> <p>（9月14日～15日 尼崎テクノランド）等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 5月～6月 29市町首長訪問による関西事務所活用の推進 	5/26	第1回テレビ編（20名参加）	4市7機関参加	6/3	第2回新聞編（15名参加）	1市7機関参加	6/26	第3回雑誌編（16名参加）	3市7機関参加	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>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。</u> <p>（主な実施例）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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（10月14日 スイスホテル南海大阪） ・ ホテルレストランでの熊野古道PR（10月1日～31日 クロスホテル大阪） ・ 熊野古道ロングトレイル（10月8日～14日 阪急百貨店うめだ本店）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 Baccì（三重県オーナーシェフの店）
5/26	第1回テレビ編（20名参加）	4市7機関参加									
6/3	第2回新聞編（15名参加）	1市7機関参加									
6/26	第3回雑誌編（16名参加）	3市7機関参加									

H 2 6 年度取組方針	H 2 6 年度上半期の取組	H 2 6 年度下半期の取組
<p>② 小売・流通事業者等への営業推進 (主担部署：関西事務所)</p>	<p>・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り組みの実施…3店舗</p> <p><u>主な販路拡大</u></p> <p>イタリア料理店での野菜の採用</p> <p>居酒屋での牛肉、鶏肉、鮮魚、しょうゆ・みそ、地酒等の採用</p>	<p>・堺北花田での三重県フェア（11月1日～4日）</p> <p>下期実施の商談会</p> <p>・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 KOBE」）情報を市町等を通じ、県内の事業者へ情報発信</p> <p>・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。</p> <p>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)</p>
<p>V 国際展開プラットフォームの構築</p> <p>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</p>		
<p>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)</p> <p>重点的に取り組むべき国・地域</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>(1)アジア経済圏(ASEANを除く)</p> <p>○台湾【重点地域】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>○中国</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>○韓国</p> <p>○インド</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>(2)ASEAN</p> <p>○タイ【重点国】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、アジアのサプライチェーン参入 ・物産展開催による販路拡大 <p>○ベトナム、マレーシアなど</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外誘客 ・県産品の販路拡大 </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 45%;"> <p>(3)北米・欧州</p> <p>○米国</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワシントン州との交流 ・企業誘致 <p>○ヨーロッパ(スイス・ドイツ・フランス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・知的交流の推進 ・海外誘客 </div> <div style="width: 45%;"> <p>(4)友好提携都市等</p> <p>○ブラジル</p> </div> </div>	<p>・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)</p> <p>○「みえ国際展開推進連合協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、伊賀牛のプロモーション、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(L01)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 <p>○「三重県企業国際展開推進協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>○「みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進会議」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・北米知事ミッションに参加(H26.8.24～8.30) ※ライフイノベーション課より職員1名参加 ・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 <p>○「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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ール研修会を開催(6月) ・「伊賀牛」の商談会等を実施(ワシントン州シアトル H26年8月) ※アメリカ経済産業交流ミッションと連携 <p>○「三重県外国人観光客誘致促進協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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) 	<p>○「みえ国際展開推進連合協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>○「三重県企業国際展開推進協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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) <p>○「みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進会議」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>○「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾の三重県物産展を通じて、テストマーケティングを実施(H26年10月、H27年2月)。 ・台湾のバイヤーを県内へ招へいし、BtoBの商談機会を創出(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高級スーパーマーケットで行った。(H26.10月、11月、12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、アド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(松阪牛、伊賀牛の各産地)へ招へいし、商談機会を創出。(H27年3月) <p>○「三重県外国人観光客誘致促進協議会」の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台北国際旅行博覧会へ出展し三重県をPR(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) 三重県観光アドバイザー会議の開催(同上)

H 2 6 年度取組方針	H 2 6 年度上半期の取組	H 2 6 年度下半期の取組
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、台中市で開催された台湾ランタンフェスティバル（3 月）や高雄市ランタンフェスティバル（3 月）において三重県を PR。 ・ タイの FIT トラベルフェア（11/14～16）やタイ国際旅行博（TITF、2/26～3/1）に出展。 ・ 香港の旅行会社へ香港では初となる「三重県海外観光特使」を委嘱（12 月）
VI 市町、関係団体への情報の「TWO WAY」	<p>成果：意見交換会や三重テラスでの情報発信・物産PR等を通じて首都圏でのPRの手法を共有（市町・団体等利用年間 191 件） 課題：市町との双方向の情報共有と連携の強化</p>	
① 未開拓の「すばらしい地元のモノとコト」の掘り起し （主担部署：三重県営業本部担当課）	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>29 市町首長を訪問（5/20～6/4）</u> 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 <u>市町の「すばらしいモノ・コト・ヒト」を情報収集 29 市町 133 件</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 191 件（3 月末現在） ・ 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“トレジャー・ツリー”を作り上げました。 （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）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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