

平成27年度 三重県営業本部 重点取組事項 (案) ■キーワード: "連携 と 成果"

1 「食」の産業振興 推進

□ 「食」を政策パッケージとして、連携するバリューチェーンの強化に取り組む

- ①販路拡大・・・三重テラス・三重県フェア・首都圏等商談会での機会創出
- ・「みえセレクション」、「地域資源活用商品」、「三重の(伝統)工芸品」を重点カテゴリとする
 - ・首都圏等のバイヤー、シェフへの県内招聘による地域食材再発見の実施
 - ・県主催企画、三重テラスでの商談会を2回計画、中京地区にて"みえのこだわりマッチング"交流会開催
 - ・JA、JFにおける「販路拡大」に焦点を当てた連携強化

目標: 取引事業所(者)数 75件

- ②商品等開発・・・「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

- ・「みえセレクション」の選定目標 累計100品目
- ・地域資源のデザイナー連携及び商品開発から販売までプロデュース支援
- ・みえフードイノベーションの推進による新たな商品等の開発
- ・ライフイノベーションに関わる機能性食品の創出支援

目標: 新たな開発商品 45品目

- ③事業者育成・・・食品事業者、農業経営者、地域資源活用事業者を対象に実施

- ・食品事業者、農業者を対象に商品差別化、営業力向上の研修を通し活性化を図る
- ・地域資源活用における商談スキル・ブラッシュアップ向上セミナーの実施
- ・食、観光産業におけるホスピタリティー人材の育成・確保

目標: 年間研修参加人数 190人

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")

□ 台湾、中国、アセアン、北米の取組推進と欧州への展開

□ 4つの海外推進プラットフォームと連合協議会との連携による、クオリティーコントロール

- 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 (別紙)

- ・海外の知事ミッションは、7月 欧州 11月 タイ 12月(1月)台湾
- ・海外三重県フェア: 11月イオンマレーシア 11月バンコク伊勢丹 1月or2月イオン香港 1月or2月 台北(三井林口アウトレット)、高雄(TAROKOパーク)
- ・国際見本市への参加(台湾・タイ)

目標: 海外での取引事業者数 32件

- ②ワールドオブフレーザー、ミラノ国際博覧会の欧米での有効活用

- ・米国市場への販路拡大の入り口作りと県内次世代料理人の育成
- ・欧州における、三重県の情報発信(欧州ミションとの連携)やテストマーケティングの実施によるインハウンド効果と販路開拓の足がかりの構築

- ③「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」開催を見据え、重点地域を中心にプロモーション実施と受け入れ環境整備

- ・外国人旅行者向けロコミサイト(トリップアドバイザー)での情報発信強化
- ・三重県フェア等における"伊勢志摩"、及び「忍者」「海女」などのクールジャパン資源を活用したプロモーション
- ・3つの環境整備: 免税店開設支援・無料公衆無線LAN整備・外国語表記改善

目標: 外国人延べ宿泊者数 20万人

3 情報発信の精度向上

□ "県ブランド向上"に焦点を当て、「三重県広聴広報アクションプラン」と連携した、情報の質と量(ターゲットの明確化、ICT活用)の向上

- ①三重県観光キャンペーンの最終年度に向けた全庁・市町・民間事業者等との連携による情報発信の戦略的展開
- ・蓄積された「みえ旅パスポート」データベースを活用したリピーターの拡大策
 - ・地域との連携による「着地型観光商品」のwebサイト活用による販売促進
 - ・国内外の三重県フェア及び庁内部局の県外営業事業との連携による積極的参加

目標: 観光レクリエーション入込客数 4,000万人

- ②首都圏営業拠点等(三重テラス、関西事務所)における

「応援団(三重ファン)」の拡大 と県外自治体・民間・NPOとの連携体制の強化

- ・応援団員と「テラス・関西事務所」との関係づくり企画の実施とSNS強化の取組
- ・三重テラス: 100万人記念、2周年、年末年始、冬季対策の、4つの重点セールスの実施
- ・三重テラス: ショップの魅力度向上策(買上率20%達成)

目標: 累計応援団数 3,500名

目標: テラス来館者数 58万人

- ③28年、29年度等の誘客キラーコンテンツの"事前告知"国内外への発信

・"サミット+伊勢志摩国立公園70周年"、"全国菓子大博覧会"、"三重国体"を、全ての発信機会を活用

目標: 合計パンフレット配布枚数 2万枚

- ④三重県ブランド向上に向けたテーマ毎の情報発信

- ・移住促進: ええとこやんか三重 移住相談センター(東京:4/22オープン)等における市町と連携した情報発信
- ・文化発信: 斎宮跡復元建物・MieMuを重点発信、観光誘客課との連携
- ・企業誘致: 外資、国内企業セミナー(市町連携含め) 5回計画

目標: 移住相談件数 月100件

目標: 文化施設利用者数 136万人

目標: H27年度 企業誘致件数 40件

4 みえの消費喚起・地方創生推進11事業成果の最大化

□ 消費喚起による新規需要の創出、観光振興を通じて、まち・ひと・しごと創生を推進する

事業名	担当部局	予算額(千円)	開始時期(案)
・みえジビエ消費拡大事業	農林水産部	65,791	夏頃～
・県産農産物の魅力発信対策事業	農林水産部	83,380	新米の時期～
・県産材住宅建築促進事業	農林水産部	84,300	4月～
・魅力ある三重県産水産物の消費拡大事業	農林水産部	69,005	秋頃～
・みえのイチ押し食品フェア開催事業	雇用経済部	80,607	9月～
・三重ふるさと名物商品販路拡大事業	雇用経済部	188,380	7月～
・首都圏三重県産品消費拡大事業	雇用経済部	39,706	7月～
・みえ旅プレミアム旅行券運営事業	観光局	522,844	5月末～
・みえ外国人旅行者旅行券運営事業	観光局	340,000	6月～
・東紀州地域観光消費促進事業	地域連携部	79,484	7月～
・みえの消費喚起戦略広報事業	戦略企画部	30,000	4月～