

# 戦略企画雇用経済常任委員会 所管事項説明資料

1. 雇用経済部組織の概要	・・・ 1
2. 雇用経済部平成27年度予算の概要	・・・ 3
3. 主要事項	
(1) 「みえ産業振興戦略」について	・・・ 10
(2) ものづくり産業の推進について	・・・ 13
(3) 中小企業・小規模企業の振興について	・・・ 15
(4) 食の産業振興について	・・・ 17
	(別冊)
(5) 地域資源を活用した産業振興について	・・・ 25
(6) 企業誘致の取組について	・・・ 27
(7) 三重県新エネルギービジョンの推進について	・・・ 29
(8) 三重県営業本部の展開について	・・・ 33
(9) 国際展開の推進について	・・・ 41
(10) 雇用施策の推進について	・・・ 43
(11) 観光振興について	・・・ 45

## (参考)

資料1 「平成27年度 事務事業概要」

資料2 2016年主要国首脳会議 誘致計画のポイント

平成27年5月26日

雇用経済部

# 1 雇用経済部組織の概要

【職員定数（平成27年4月1日現在）】

本	庁	179
地	域 機 関	102
合	計	281

## 雇用経済部

〔部長 廣田恵子〕

副部長  
 横田浩一  
 雇用経済企画総括監  
 大橋範秀  
 三重県営業本部  
 総括本部員兼営業部長  
 脇坂泰則  
 首都圏営業拠点運営総括監  
 安保雅司  
 人権・危機管理監  
 小林哲也  
 障がい者雇用推進監  
 渡邊和洋  
 食の産業政策推進監  
 伊藤敬

雇用経済総務課  
 課長 渥美仁康

計量検定所  
 所長 加藤正二

国際戦略課  
 課長 岡田直也

サミット誘致推進プロジェクトチーム  
 担当課長 岩本弘一

雇用対策課  
 課長 下田二一

津高等技術学校  
 校長 中西清司

エネルギー政策・ICT活用課  
 課長 山岡哲也

三重県営業本部担当課  
 課長 高部典幸

関西事務所  
 所長 嶋田宜浩

ものづくり推進課  
 課長 山路栄一

工業研究所  
 所長 湯浅幸久

中小企業・サービス産業振興課  
 課長 増田行信

地域資源活用課  
 課長 福井夏美

企業誘致推進課  
 課長 西口勲

## 観光局

〔局長 田中功〕

次長 谷合隆

観光政策課  
 課長 河口瑞子

観光誘客課  
 課長 瀧口嘉之

海外誘客課  
 課長 富田康成



## 2 雇用経済部 平成27年度予算の概要

### 【基本的な考え方】

我が国の少子高齢化・人口減少が諸外国においても経験のない規模とスピードで進展する中、人口の減少と経済規模の縮小という負のスパイラルを克服するため、地方創生は国と地方が総力を挙げて取り組むべき喫緊の課題となっています。

こうした中、三重県の地域特性を踏まえた成長産業への攻めの取組などを進め、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立し、「まち」に活力を取り戻すことで、地方創生を実現します。

豊かな食材、「食」を彩る多様な食文化を背景に、三重県の「食」関連産業は成長産業としてのポテンシャルを有しています。こうしたポテンシャルを最大限引き出すため、本県の食の産業振興に取り組むための指針として「みえ食の産業振興ビジョン」を策定し、これに基づき施策を集中的に展開していきます。

航空宇宙産業は、自動車関連産業など、三重県が強みとする産業との親和性も高く、今後の市場拡大が予想される成長産業です。平成26年度に策定した「みえ航空宇宙産業振興ビジョン」に基づき、県内企業の参入促進や海外ミッション等により構築した海外とのネットワークの活用による人材育成などに取り組み、産業の「高み」をめざします。

国際展開に関しては、海外市場の獲得を見据え、「みえ国際展開推進連合協議会」を核に、県内企業のビジネスチャンス拡大や、海外誘客促進等を積極的に進めます。

また、若年者の安定した雇用や、女性が子育てしながら安心して働くことができる職場づくりなど、働く場の環境整備は極めて重要です。このため国や関係機関等と連携し、正社員化の促進に向けた取組や、女性がライフステージに応じて働き続けることができる環境の整備、三重県障がい者雇用推進企業ネットワークの活用などによる障がい者雇用の促進に取り組み、雇用の安定化や質の向上を図ります。

こうした取組を進めていくにあたっては、「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づき、県内企業の大部分を占める中小企業・小規模企業にきめ細かな支援を迅速かつ的確に実施していきます。

「三重県観光キャンペーン」については、パスポートの発給等が好調に推移しており、引き続き、官民一体となって強力に展開します。

また、海外誘客についても、最重点の台湾について台北から台中・高雄の中南部でのプロモーションに注力するほか、重点国であるタイをはじめとする東南アジア等での取組を進めます。また、新たに個人の外国人旅行者（FIT）に向けた認知度向上や、無料公衆無線LANの充実、消費税免税店の拡大など受入環境の整備を促進します。

また、産業構造に影響を及ぼす外部環境の変化に対応していくため、地域の成長戦略の更なる充実を図る必要があります。このため、県内企業を巻き込みながら、策定後まもなく3年が経過する「みえ産業振興戦略」を平成27年度中に改訂し、次世代を見据えたプロジェクトの創出につなげていきます。

# 平成27年度 雇用経済部関係当初予算総括表

## ○ 款別総括表

(単位:千円)

区 分	平成26年度当初 予算額 (A)	平成27年度当初 予算額 (B)	前年度比較 増減(B-A)	B/A
一般会計		(16,064,747)	(△ 158,042)	(99.0%)
	16,222,789	15,535,867	△686,922	95.8%
※うち 雇用経済部予算	16,126,382	15,442,410	△683,972	95.8%
※うち 労働委員会予算	96,407	93,457	△2,950	96.9%
労働費		(3,634,752)	(△ 1,551,406)	(70.1%)
	5,186,158	3,613,639	△1,572,519	69.7%
※うち 労働委員会予算	96,407	93,457	△2,950	96.9%
商工費		(10,638,911)	(1,505,772)	(116.5%)
	9,133,139	10,131,144	998,005	110.9%
※うち 観光局関係予算	590,803	(764,737)	(173,934)	(129.4%)
		619,548	28,745	104.9%
土木費(四日市港関係諸 費)	1,903,492	1,791,084	△112,408	94.1%
特別会計	663,247	1,261,693	598,446	190.2%
中小企業者等支援資金貸 付事業等	663,247	1,261,693	598,446	190.2%
合 計	16,886,036	(17,326,440)	(440,404)	(102.6%)
		16,797,560	△88,476	99.5%

※観光局関係予算には、人件費を含まない。

※( )書きは、平成26年度2月補正予算を含んだ額。



# 地方創生に向けた先駆的取組の展開

三重県の地域特性を踏まえ、他地域のモデルとなる取組を積極的に展開し、地方創生を実現します。

## 成長産業への攻めの取組

※予算額は平成26年度2月補正予算を含めた額で記載

三重県産業との親和性や社会情勢の変化を踏まえ、成長産業へ攻めの取組を展開。

**「食」関連産業の振興** (中小企業・サービス産業振興課 224-2227  
国際戦略課 224-2499)  
食の産業振興支援事業 5,001千円  
ミラノ国際博覧会出展事業 63,435千円  
(新)全国菓子大博覧会・三重開催支援事業 32,653千円  
(新)食の産業情報発信支援事業 16,509千円  
(新)地域食材魅力再発見事業 7,521千円  
(新)沖縄国際物流ハブを活用した三重県産品輸出支援事業 15,543千円

**新エネルギー関連産業**  
(エネルギー政策・ICT活用課 224-2316)  
クリーンエネルギー研究推進事業 9,277千円  
バイオリファイナリー・エネルギー産業活性化推進事業 2,505千円  
新エネルギー導入促進事業 25,197千円

**「航空宇宙産業」の振興**  
(国際戦略課 224-2499、ものづくり推進課224-2393)  
(新)航空宇宙産業海外連携事業 49,523千円 (国際戦略課)  
(新)航空宇宙産業振興事業 41,916千円 (ものづくり推進課)

## ものづくり産業の振興

(ものづくり推進課 224-2393)

三重県の強みであるものづくり産業の更なる強化に向け、技術開発・試験研究・市場開拓等を支援。

ものづくり技術高度化支援事業 33,287千円  
国内販路開拓支援事業 4,854千円  
中小企業・小規模企業の課題解決支援事業 27,903千円  
(新)高度人材確保支援事業 25,399千円

## 戦略的な企業誘致

(企業誘致推進課 224-2819)

企業投資促進制度の活用とワンストップサービスによる積極的な支援などにより、県内における投資を促進。

(一部新)三重の雇用経済を支える県内投資促進事業 1,603,677千円  
外資系企業誘致促進事業 6,032千円  
(新)本社機能移転促進事業 50,000千円

## 営業活動の展開

(三重県営業本部担当課 224-2386)

三重の魅力を経営活動の総合的、効果的に発信するための営業活動を展開。

首都圏営業拠点推進事業 99,023千円  
戦略的営業活動展開推進事業 11,826千円  
関西圏営業基盤構築事業 7,617千円  
(新)地域の魅力発信・販路拡大支援(三重県フェア)事業 26,513千円

## 中小企業・小規模企業の振興

「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づき、県内企業の大部分を占める中小企業・小規模企業へきめ細かな支援を実施。

(中小企業・サービス産業振興課224-2227、ものづくり推進課224-2393、地域資源活用課224-2336、雇用対策課224-2461)

ステップアップ経営向上計画支援事業 34,770千円(中小企業・サービス産業振興課)  
(一部新)中小企業金融対策事業 620,118千円(中小企業・サービス産業振興課)  
(新)中小企業・小規模企業地域課題解決プロジェクト支援事業 6,000千円(中小企業・サービス産業振興課)  
(新)スタートアップ支援事業 7,719千円(中小企業・サービス産業振興課)  
みえ産業企業選事業 1,150千円(ものづくり推進課)  
(新)地域資源活用商品販路開拓支援事業 6,600千円(地域資源活用課)  
(新)販路拡大ひとづくり事業 4,337千円(雇用対策課)

三重県産業の  
「高み」と  
「裾野」を拡大

## サービス産業の振興

(中小企業・サービス産業振興課 224-2227、エネルギー政策・ICT活用課224-2316)

ものづくり産業と産業の両輪をなすサービス産業の高度化・高付加価値化を推進。

商店街等活性化支援事業 7,322千円(中小企業・サービス産業振興課)  
(一部新)ICT利活用産業活性化推進事業 1,789千円(エネルギー政策・ICT活用課)

## 国際戦略の推進

(国際戦略課 224-2499、サミット誘致推進プロジェクトチーム 224-2429)

海外市場の獲得を見据え、官民が一体となった「みえ国際展開推進連合協議会」を核に、県内企業の海外展開、販路開拓、海外誘客などを総合的に推進。

県内中小企業海外展開促進事業 27,589千円(国際戦略課)  
(新)G8サミット関連事業 100,000千円(サミット誘致推進プロジェクトチーム)

## 観光誘客の促進

(観光誘客課224-2802、海外誘客課224-2847、観光政策課224-2077)

「三重県観光キャンペーン」を展開し、三重の魅力の発信、周遊性・滞在性の向上や観光産業の基盤強化に取り組み、本県への誘客を促進。

三重県観光キャンペーン推進協議会負担金 162,700千円(観光誘客課)  
(新)ビッグデータ活用による県外在住者への再来訪促進事業 17,500千円 (観光誘客課)  
(新)海外誘客推進プロジェクト事業 115,777千円(海外誘客課)  
(新)みえのバリアフリー観光推進事業 6,126千円(観光政策課)

## 雇用の安定化・質の向上

(雇用対策課 224-2461)

働く場の環境整備に取り組むとともに、雇用創出のための事業を展開。

(新)“ひとをよびこむ”三重版子どもしごと体験事業 10,673千円  
(新)若年者正規雇用安定事業 17,242千円  
(新)障がい者ステップアップ推進事業 6,823千円  
(新)女性の就労継続支援事業 5,424千円  
戦略産業雇用創造プロジェクト事業 462,874千円、地域人づくり事業 1,487,169千円  
(新)ワーク・ライフ・バランス推進サポート事業 4,921千円



# 地方創生の実現に向けた攻めの取組

雇用経済総務課	224-2355	サミット誘致推進PT	224-2429
雇用対策課	224-2461	三重県営業本部担当課	224-2386
ものづくり推進課	224-2393	中小企業・サービス産業振興課	224-2227
企業誘致推進課	224-2819		
国際戦略課	224-2499		
農林水産部	フードイノベーション課	224-2391	

「しごとの創生」と「ひとの創生」の好循環を確立するとともに、安心して就労できる社会経済環境を整備します。

※予算額は平成26年度2月補正予算を含めた額で記載

## 地方にひと・しごとを呼び込む仕掛け

**(新)本社機能移転促進事業 50,000千円**  
 地域における雇用の創出、地域経済の活性化を図るために、東京圏や海外等の企業の本社機能の県内への移転を支援。(企業誘致推進課)

**(新)地域の魅力発信・販路拡大支援(三重県フェア)事業 26,513千円**  
 国内外での「三重県フェア」の開催等による販路拡大。(三重県営業本部担当課)

**(新)G8サミット関連事業 100,000千円**  
 主要国首脳会議に向けた受入体制等の整備。  
 (サミット誘致推進プロジェクトチーム)

**(新)沖縄国際物流ハブを活用した三重県産品輸出支援事業 15,543千円**  
 沖縄国際物流ハブ機能を活用し、アジア市場に販路ネットワークを有する沖縄県と連携することで、三重県産品のアジア市場への展開を促進するとともに、県内中小企業・小規模企業の海外進出、販路拡大を支援。(国際戦略課)

**(新)海外誘客推進プロジェクト事業 115,777千円**  
 海外誘客促進のための認知度向上と受入環境の整備。(海外誘客課)

**(新)“ひとをよびこむ”三重版子どもしごと体験事業 10,673千円**  
 交流人口ひいては定住人口の増加を図るため、子どもたちの参加型事業を実施。(雇用対策課)

## 成長産業への攻めの取組

### 「食」関連産業の振興

豊かな自然に恵まれた豊富な食材、食空間を形成する伝統産業・地場産業など三重県の「食」のポテンシャルを最大限に発揮するため、情報発信、商品開発・販路開拓、事業環境整備などに取り組みます。

#### 情報発信

- 食の産業振興支援事業 5,001千円**  
 「ワールド・オブ・フレイバー」への参加、「みえ食のサミット(仮称)」の開催。  
 (中小企業・サービス産業振興課)
- ミラノ国際博覧会出展事業 63,435千円**  
 ミラノ国際博覧会への出展、ミラノ市内での販路拡大の取組。(中小企業・サービス産業振興課)
- (新)食の産業情報発信支援事業 16,509千円**  
 食品関連事業者の展示会出展支援、フォローアップ。(中小企業・サービス産業振興課)

#### 商品開発・販路開拓

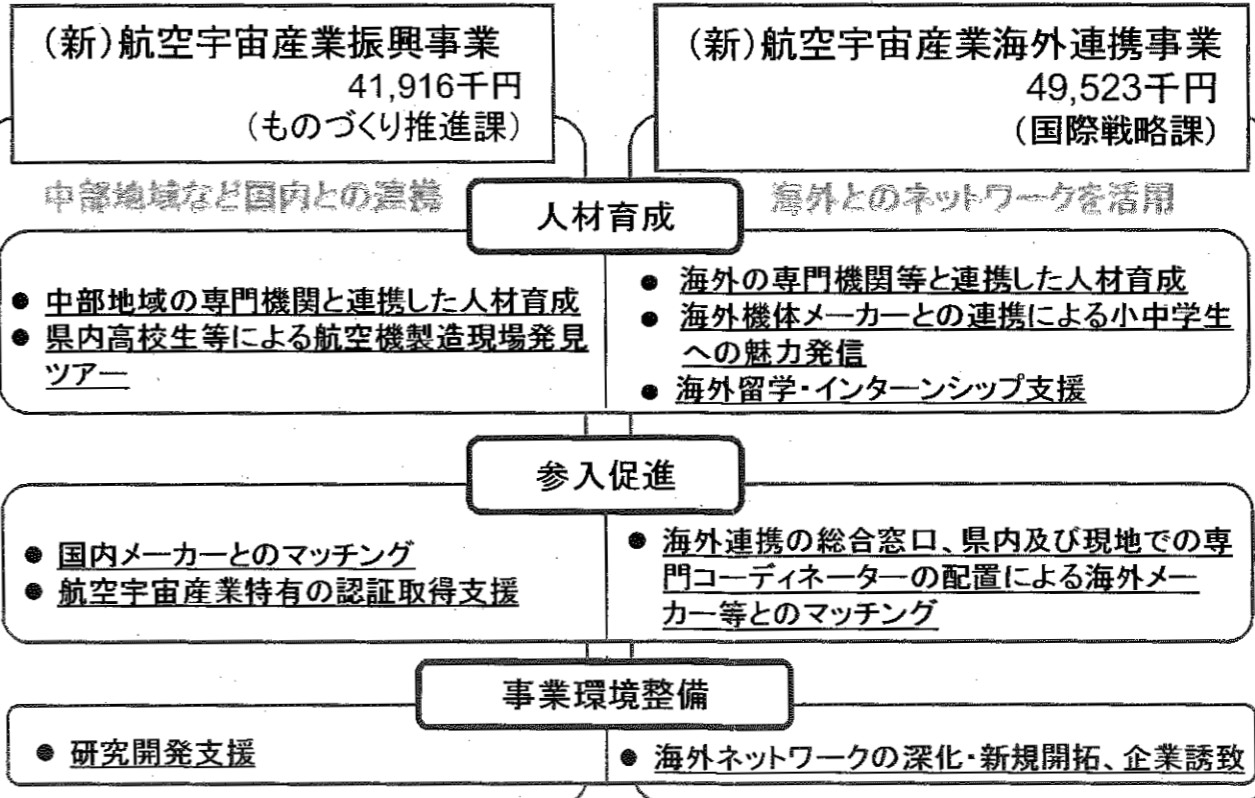
- (新)地域食材魅力再発見事業 7,521千円**  
 大都市圏のバイヤー、シェフ等とのマッチング、商品のブラッシュアップ。(中小企業・サービス産業振興課)
- みえフードイノベーション総合推進事業 215,204千円**  
 産学官連携による新たな商品・サービスの創出等の促進。(農林水産部フードイノベーション課)
- 農林水産物・食品輸出イノベーション事業 5,779千円**  
 海外での国際見本市への出展、バイヤーの県内招へい等を通じ県産品の輸出拡大を図る。  
 (農林水産部フードイノベーション課)

#### 事業環境整備

- (新)みえの食バリューチェーン構築事業 25,008千円**  
 ICTを活用した事業環境の整備やバリューチェーン形成のためのプロジェクトの実施、国内外の地域との連携強化。  
 (農林水産部フードイノベーション課)

### 「航空宇宙産業」の振興

航空宇宙産業が集積する中部地域やこれまでの海外ミッションで構築してきた海外ネットワークを活用しながら、人材育成、参入促進、事業環境整備に取り組み、航空宇宙産業の振興を図ります。



# 三重県観光の持続的な発展に向けて

## 世界に開かれた三重 ～観光産業の振興と国際戦略の展開～

観光局  
(059-224-2077)

本県の認知度を上げ来訪者を増加させるための情報発信の強化、県内での周遊性・滞在性やおもてなしの向上等に取り組むとともに、台湾、東南アジア等への集中的なプロモーションと外国人観光客の受入環境整備に取り組み、観光産業の活性化を図ります。

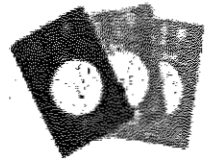
### 式年遷宮の好機を生かした国内誘客戦略

- 三重県観光キャンペーン推進協議会負担金 162,700 千円
- ・みえ旅パスポート（周遊パスポート）や5つの地域部会における連携事業
  - ・テーマ性を重視し、女性、シニアの方々等ターゲットを絞った情報発信
  - ・首都圏営業拠点「三重テラス」、関西事務所等との連携
  - ・島根県、奈良県など他県との連携

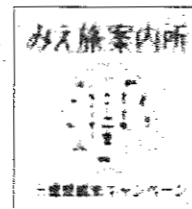
#### 三重県観光キャンペーン ～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～

宇治橋の鳥居を再利用した「七里の渡し」と「関の迫分」の鳥居の建替え、鈴鹿F1日本グランプリへのホンダの復活参戦、国史跡斎宮跡における建物の復元、名松線の全線復旧などのトピックスを活用するなど、多様な主体とともにキャンペーンを展開します。 H27.5.17 現在

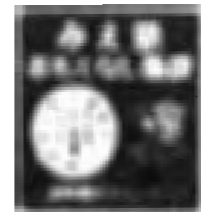
1 みえ旅  
パスポート  
42 万部



2 みえ旅  
案内所  
100 箇所



3 みえ旅  
おもてなし  
施設  
861 箇所



- （新）ビッグデータ活用による県外在住者への再来訪促進事業 17,500 千円

- ・みえ旅パスポート達成者への再来訪の促進
- ・ウェブサイトを活用した県内各地の着地型観光商品の情報発信、販売促進

- 国内誘客推進事業 51,017 千円

- ・三重の観光営業拠点運営協議会（13 市町等）における協創による地域資源を活用した観光商品の造成
- ・三重県観光連盟、伊勢志摩観光コンベンション機構等との協創による情報発信など
- ・県内フィルムコミッションとの連携による映画ロケ地等の情報発信

### 来訪を促進する観光の基盤づくり

- （新）みえのバリアフリー観光推進事業 6,126 千円
- ・バリアフリー観光の情報発信やコンシェルジュ機能の強化
  - ・バリアフリー観光推進大会の開催等による機運醸成
- 熊野古道伊勢路誘客促進事業 11,315 千円
- ・名古屋駅と熊野古道各峠を結ぶバスを活用したツアーの造成
- 県営サンアリーナ環境整備費 144,342 千円
- ・利用者の安全性や快適性に配慮した施設及び設備の大規模修繕

### 三重県を訪れる海外誘客戦略

- （新）海外誘客推進プロジェクト事業 115,777 千円
- ・台湾等での「忍者」「海女」プロモーションやアジアでのゴルフツーリズムプロモーション
  - ・口コミサイト、SNSでの外国人観光客向け情報発信強化
  - ・個人の外国人旅行者（FIT）向けホームページの構築等
  - ・無料公衆無線LANの充実や消費税免税店の拡大など受入環境の整備促進

### 海外自治体等と連携した誘客戦略の展開

- 日台観光交流推進事業 4,925 千円
- ・台湾北部に加え台中、高雄等中南部からの誘客促進
  - ・協定を締結している新北市との観光交流の促進

※予算額は平成 26 年度 2 月補正予算を含めた額で記載



## (1) 「みえ産業振興戦略」について

### 1 「みえ産業振興戦略」策定の経緯

2008年のリーマンショックによる影響では、三重県の付加価値成長率が、全国のマイナス2.5%に比べ、マイナス9.8%と全国一の減少幅となり、県内経済は景気変動に大きく左右される脆弱性を有していることが明らかとなりました。

加えて、本格的な人口減少社会による国内市場の縮小や経済のグローバル化による海外企業との競争の激化など、我が国を取り巻く環境は厳しさを増しており、これまでの産業構造に対する考え方を抜本的に見直し、パラダイムの転換を踏まえた政策創造が求められています。

このような認識を踏まえ、三重県では、「今後、何を成長産業と位置付け、何で雇用を生み出していくのか」についての検討を進め、平成24年7月、地域の成長戦略として「みえ産業振興戦略」を策定し、その具現化に向けた取組を進めています。

(※「みえ産業振興戦略」の概要と構成は別紙のとおり。)

### 2 「『みえ産業振興戦略』アドバイザーボード」について

「みえ産業振興戦略」の具現化、そして、その時々国際情勢や国内雇用経済情勢を踏まえた戦略の新しい方向性を模索していくため、日本を代表する有識者、経済や産業などに専門的な知見を有する学識経験者や民間企業の経営者をメンバーとする「『みえ産業振興戦略』アドバイザーボード」を設置し、知事を交えた意見交換を実施しています。

### 3 今後の取組方向（「みえ産業振興戦略」の改訂）

「みえ産業振興戦略」の策定から、間もなく3年が経過する中、成長産業への攻めの取組の展開や、産業構造に変化を及ぼす外部環境の変化にいち早く対応していくため、本年度中に「みえ産業振興戦略」を改訂します。

その際には、「世界の中で三重県が果たす役割」という軸を明確に打ち出すとともに、本県の産業集積の強みに立ち返り、北勢地域における次世代を見据えたものづくり戦略の検討を進めるなど、新たな展開を図っていきます。

また、改訂にあたっては、「県内外5,000社アンケート調査」、「県内外企業1,000社訪問」を実施し、現場の変化・課題等を職員自らが的確に把握し、現場に軸足を置いた検討を進めます。

【参考】「みえ産業振興戦略」アドバイザリーボード委員名簿

(平成 27 年 5 月 26 日現在)

氏名（敬称略）	組織名・役職
新井 純	昭和四日市石油株式会社 代表取締役社長
生駒 芳子	ファッションジャーナリスト
上田 豪	株式会社百五銀行 代表取締役 取締役会長
後藤 健市	株式会社プロットアジアアンドパシフィック 代表取締役会長
◎ 佐久間 裕之	株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長
澤田 秀雄	株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長
田中 久男	ジャパンマテリアル株式会社 代表取締役社長
ダマシエク 由美子	日本キャボット・マイクロエレクトロニクス株式会社 代表取締役社長
寺島 実郎	財団法人日本総合研究所 理事長
徳増 秀博	財団法人日本立地センター 専務理事
西田 厚聰	株式会社東芝 相談役
西村 訓弘	国立大学法人三重大学大学院医学系研究科 教授・副学長
松原 宏	東京大学大学院総合文化研究科 教授
宮崎 由至	株式会社宮崎本店 代表取締役社長
和田 正武	公益財団法人三重県産業支援センター 高度部材イノベーションセンター センター長

◎：座長



# みえ産業振興戦略 概要と構成

～「新しい時代」を拓く6つの地域戦略～

## 第1章 戦略策定の背景と課題

### 1 近年の地域産業政策

- 企業誘致と中小企業振興を両軸とした産業政策を展開
- 汎用品生産拠点からの脱却を目指して
- 情勢の変化に対応した産業政策に転換(四日市臨海部工業地帯の産業再生、高度部材イノベーションC等)

### 2 成果と残された課題

- 自動車関連産業と電機電子関連産業を中心とした輸出型産業で県経済成長をけん引
- 製造品出荷額等が全国トップクラスの伸び率で推移するものの、付加価値率が低い構造になっている。

## 第2章 戦略の策定について

### 1 戦略策定の目的

### 2 戦略の策定手法等

### 3 戦略の更新・改訂(ローリング)

## 第3章 地域(現場)からみる産業構造の変化と企業行動の在り方

### 1 産業別の付加価値構造・就業者構造の変化からの考察

- 強みは「高度部材」と「中小企業のものづくり基盤技術」。特定の業種に過度に偏らない強んで多様な産業構造構築の必要性、製造業と非製造業を産業の両輪に両者を伸ばす必要性。

### 2 代表的企業の事業構造の考察

- ①高度部材・素材技術を活かした成長産業の強化 ②安定収益を確保する事業ポートフォリオの最適化
- ③新興国等の海外市場の開拓 ④グローバルな社会的問題解決への貢献

### 3 ものづくり三重の考察

- 製造品出荷額等は全国上位だが、付加価値率(付加価値÷出荷額)は全国平均を下回る状況
- 中小企業(製造業)の付加価値率は全国42位 → 付加価値額の増加と付加価値率の向上が課題

【みえた課題】★世界にはない部材・素材を提供できるのに生かし切れていない ★付加価値率が低い  
★海外展開を行う企業が意外に少ない ★外部連携を行っている企業がかなり少ない

### 4 企業アンケート調査の考察

- ①経営戦略:基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力強化 ②期待分野:クリーンエネルギー分野と医療・介護 ③成長戦略として求められる海外展開 ④外部連携の実施比率が低い ⑤望まれる立地環境:顧客との近接性など複数項目に分散 ⑥社会的責任:企業の存続・成長 ⑦地域資源活用型産業の課題:販売チャネルやマネジメント人材の確保や市場ニーズの把握等

### 5 企業1,052社訪問の考察

現場の生の声から導かれるキーワード

- ①製品・技術・ノウハウ・外部連携、地域資源活用、顧客起点の視点、感性価値・ストーリー性の導入
- ②販路:行政のサポート、国内の経済・市場状況への対応策、展示会・ビジネスマッチング
- ③円高:台頭するアジア企業との価格競争、円高への対応策、円高の間接影響と自動車産業の生産移転、企業買収
- ④海外展開:障壁、行政のサポート、海外展開を考えない理由、現地生産のメリット

## 第4章 今後取り組む課題

- ①脆弱な産業構造 ②成長産業の育成 ③サービス産業の成長率の低さ ④高度部材の強みを経済活動の成果へ
- ⑤海外市場への展開の遅れ ⑥外部連携比率の低さ ⑦行政の企業誘致策の転換 ⑧社会課題解決に関わる取組の遅れ ⑨高度専門人材の育成 ⑩マーケティング活動展開のための経営資源等不足 ⑪行政の課題

## 第5章 今後の産業政策と目指す姿

### 1 今後の産業政策

今後取り組むべき11の課題

- ①ものづくりとサービス産業を両輪と捉えた産業政策の展開によるシナジー効果の創出
- ②付加価値率の向上を伴った付加価値額の維持・拡大 ③イノベーションとマーケティングの連携・融合～需要の喚起へ
- ④世界的な視座に立った国際戦略～海外市場開拓と資金の国内還流
- ⑤産業集積の特性を活かした社会的問題解決型産業の育成 ⑥地域雇用の維持・創出～賃金の維持・向上～デフレ脱却

### 2 戦略で目指す姿(目標値等)

※平成27年度の目標値

- ものづくりを維持・強化しつつ、サービス産業の育成・強化を図り、企業が事業活動を通じて「付加価値額・率」を向上させ、「地域雇用」を維持・創出していく

- ①ものづくり産業の付加価値を維持(2.32兆円:全国11位)
- ②ものづくり中小企業の付加価値率を向上(31.5%→35.2%)
- ③サービス産業(広義)の付加価値構成を向上(61.9%→63.3%)
- ④労働力人口に占める就業者割合を向上(96.0%→97.5%)
- ⑤サービス産業(広義)の就業者構成を向上(62.4%→65.2%)
- ⑥共感者(魅力と感じる人)の割合を向上(40.0%→60.0%)

『一定の経済成長』を伴いつつ、『個人の幸福(豊かさ)』を実現

## 第6章 地域の成長戦略

### 1 新しい時代を拓く新産業・新市場創出のシナリオ

- ①産業分類にはない高度部材産業や先端技術産業など「先端ものづくり産業」
- ②地域に密着した観光関連産業や、徹底した顧客志向型産業などの「サービス産業」
- ③環境・エネルギー(クリーンエネルギー)関連産業や医療・健康関連産業(ライフバージョン)などの「社会的問題解決型産業」

### 2 6つの戦略(具体的な取組)

#### (1) 【戦略1】ものづくり戦略(メイド・イン・三重)

- ①ものづくり中小企業の育成(パッケージ化支援等) ②AMIC等による基盤技術支援強化 ③成長産業への参入促進と海外展開促進 ④ステイタスの「見える化」 ⑤技術的優位性の確保

#### (2) 【戦略2】サービス戦略～観光の産業化等～

- ①支援体制の強化(推進協議会) ②高付加価値経営への取組 ③強力な情報発信 ④ものづくりと融合したサービス産業の創出 ⑤グローバルビジネスの振興

#### ・【観光の産業化】

- ⑥地域資源を活用した商品開発 ⑦コンシェルジュや場所文化を軸とした共感者づくり ⑧観光と他分野産業の融合・連携

#### (3) 【戦略3】海外展開戦略(国際戦略)

- ①海外展開拠点(サポートデスク) ②メイド・イン・三重ブランドの売り込み ③金融支援制度 ④海外見本市参加 ⑤ネットワークの構築・活用 ⑥プロモーションと誘客活動

#### (4) 【戦略4】成長産業(社会的問題解決型産業)への攻めの取組

- ①クリーンエネルギーバレー(創エネ・蓄エネ・省エネを軸に研究開発や企業誘致) ②スマートライフ(メガソーラー・風力・バイオマス絡み取組) ③スマートアイランド構想 ④ライフイノベーション総合特区(医療機器開発・医療情報DB) ⑤「高度部材」産業の強化 ⑥中小企業と大企業の連携 ⑦次世代型産業コンビナート

分科会メンバーと連携したプロジェクトが続々と創出  
☆塩害対策型ソーラーシステムの研究開発  
☆住宅間直流電力融通技術の研究開発

#### (5) 【戦略5】戦略的な企業誘致を推進し、更なる県内への投資促進に挑戦

- ②付加価値創出型施設(マザー工場)誘致 ③マイルージ制 ④金融機関等と連携した県内投資促進 ⑤アジアの拠点化を目指した外資系企業誘致 ⑥グローバルアクセスの強化 ⑦県内産業集積の更なる強化と空洞化防止 ⑧地域資源の再発見等を通じた県南部への設備投資促進 ⑨多様な人材育成を通じた設備投資の促進

#### (6) 【戦略6】振興戦略プラットフォームの構築

- ①ネットワーク ②ひとづくり(国内外からの人材取り込み、産業界・教育機関と連携した人材育成、産業構造に対応した労働力のマッチング、若者・女性・高齢者等の就労促進、特区制度を活用した雇用政策の推進)
- ③中小・小規模企業の振興方針(5つの視点)

- i 自発的な挑戦を促進(中小・小規模企業の持てる力の発揮)
- ii 外部連携の促進(連携による力の増幅)
- iii 資金や人材など経営資源確保の支援
- iv アクティブ・カンパニー(中小・小規模企業)の取組を支援

#### (7) その他

県組織への反映

### 参考:企業経営戦略7カ条(県職員心構え10カ条)

- 第1条:何よりも大切なモノ、それは社員そして人の「幸福」
- 第2条:「感動的」な価値を創り出せ
- 第3条:ものづくりは「ひとづくり」
- 第4条:「おもてなし」こそ我々の強み
- 第5条:「特定少数市場」の深さを認識すべき
- 第6条:「自ら動け」、アクションからのみ事がはじまる
- 第7条:「懐かしいモノ」で未来を描け

(番外:若手への3カ条)①我々は社会の構成員だ、悩む前に「働け」、②「自分探しの旅」に出るな、君はそこに居る、③一緒に考えて…まずは「自分で考える」

## (2) ものづくり産業の推進について

### 1. 現状（背景・課題）

本県の製造品出荷額（平成 25 年工業統計調査）は 10 兆 4,092 億円で、全国 9 位となっており、素材の生産から加工組立まで多数の企業群が県内に立地しています。

ものづくり産業を取り巻く状況は、最近の景況回復や円安などの良い材料もある反面、海外企業との競争激化、国内市場の成熟化、人材不足などの課題も抱えています。

このような中、本県のものづくり産業を支える中小企業・小規模企業が、自らの強みを生かして技術力と営業力を高め、国際競争力を維持強化していくため、以下の方向で取組を進めます。

- ①高付加価値な「ものづくり」に取り組む中小企業・小規模企業の支援
- ②研究会等を通じた、ものづくり基盤技術強化の支援
- ③工業研究所等との連携による各企業の技術課題・研究開発の支援
- ④今後の市場拡大が期待される航空宇宙産業分野の振興
- ⑤AMIC（高度部材イノベーションセンター）の活用による中小企業・小規模企業支援
- ⑥大企業等との販路開拓支援や技術交流の促進
- ⑦産業展や顕彰事業の実施による県内企業の情報発信

### 2. 平成 27 年度取組

#### (1) 高付加価値な「ものづくり」への取組支援

中小企業・小規模企業が新たに新商品・新技術の研究開発に取り組む場合に、工業研究所や（公財）三重県産業支援センター等のネットワークを活用して、販路の確保等も見据えた経営戦略の策定を支援するとともに、研究・試作開発に対して「メイド・イン・三重ものづくり推進事業」による支援を行います。また、ものづくり中小企業・小規模企業が連携体を構築して共同で行う新商品開発等に対して支援を行います。

なお、近年は、中小企業・小規模企業において研究開発などに取り組む高度なスキルを持つ人材の不足が問題となっていることから、高度人材の確保・定着等のため交流会の開催や補助金等の支援策を実施します。

#### (2) ものづくり基盤技術強化の支援

県内の中小企業・小規模企業に共通する「設計、生産技術、評価・分析」等のものづくり基盤技術を強化するため、企業の課題やニーズを踏まえた研究会を、工業研究所やAMICと連携して実施します。また、工業研究所の有する機器を企業に活用してもらい、試作開発や知識習得を促進するための「高度加工機等活用講座」を開催します。

### (3) 工業研究所の取組

中小企業・小規模企業が生産や開発で抱える技術的な課題を解決するため、「町の技術医」として、技術相談、共同研究、依頼試験、機器開放等、中小企業・小規模企業の事情に応じたきめ細かい支援や、企業間連携の促進に取り組みます。

また、企業が研究開発等を行うにあたり、必要な知識・技能を習得する基礎講座や機器取扱講習会等を実施して、中小企業・小規模企業の人材育成を進めます。

### (4) 航空宇宙産業の振興

航空宇宙産業は今後大きな市場の拡大が見込まれる一方、人材の育成に時間がかかることや特有の認証取得による厳格な品質管理能力が求められる等の課題があります。このため、平成 27 年 3 月に策定した「みえ航空宇宙産業振興ビジョン」に基づき、国の支援制度も活用しつつ、国内外の専門機関と連携した人材育成、認証取得や受注獲得支援による参入促進、研究開発の推進や企業誘致による事業環境整備に取り組みます。

また、国際戦略総合特区「アジア No. 1 航空宇宙産業クラスター形成特区」に参画する県内企業は平成 27 年 4 月現在で 10 社となっており、地域推進協議会事務局である愛知県や県内市町等と連携・調整しながら、特区に参画する企業等の事業展開を支援します。

### (5) AMIC を活用した中小企業支援

産学官のハブ的な機能を担う AMIC を活用し、大企業等と中小企業・小規模企業との連携、多様な人材・研究機関との交流を進め、イノベーション創出のための研究開発プロジェクトのコーディネートや、中小企業・小規模企業の研究開発支援、産業人材の育成を行います。

### (6) 国内販路の開拓

技術ニーズを持つ大企業等と中小企業・小規模企業の出前商談会や技術交流会を開催して、販路開拓の機会を創出します。また、商談会等での交流を通じた大企業等の技術動向把握や人的ネットワーク構築により、中小企業・小規模企業の研究開発の促進を図ります。加えて商談会で成約に至らなかった案件については、工業研究所と連携して事後フォローに取り組みます。

### (7) 県内企業の情報発信

県内で事業を展開する企業等の製品や技術、サービスを一堂に展示し、ビジネスマッチングと企業 PR を行う産業展を開催します。(平成 27 年 11 月 20 日(金)～21 日(土)に四日市ドームで開催予定)

また、素晴らしい経営を実践している中小企業を「みえのおもてなし経営企業選」として表彰を行い、魅力を情報発信します。(平成 26 年度表彰企業数：7 社)

### (3) 中小企業・小規模企業の振興について

#### 1. 現状

中小企業・小規模企業は、県内企業数の99.8%、雇用の86.5%を占め、地域社会の持続的な形成及び維持に寄与している重要な存在であります。国際競争の激化や人口減少社会など社会経済構造の変化への対応など課題が山積しています。

このため、時代変化に対応した支援を迅速かつ的確に実施するため「三重県中小企業・小規模企業振興条例」(以下「条例」と言います。)を平成26年4月に施行し、地域の実情や企業の特徴等を活かした県内中小企業・小規模企業の振興に取り組んでいます。

#### 2. 平成27年度の取組

##### (1) みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会

平成26年5月、条例第23条に基づき「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を県内5地域(北勢・中南勢・伊勢志摩・伊賀・東紀州)にて開催するとともに、同協議会分科会及びワーキンググループを設置し、地域課題解決に向けた具体策の検討を行いました。今後は、ワーキンググループや分科会において、地域ごとの課題解決のため、地域の進捗状況に応じた事業展開の支援を検討するとともに、平成27年度に創設した中小企業・小規模企業地域課題解決プロジェクト支援事業により支援を行います。

##### (2) 三重県版経営向上計画

条例第16条に基づき「三重県版経営向上計画」認定制度を創設し、これまで166件の計画を認定しました。今後は、地域インストラクター、経営指導員等と連携し、計画策定事業者の掘り起し、認定事業者のフォローアップ等に取り組み、県内中小企業・小規模企業の経営の向上を支援します。

##### <三重県版経営向上計画 認定件数>

ステップ区分	認定件数	
		小規模事業者(内数)
ステップ1	52件	47件
ステップ2	105件	94件
ステップ3	9件	7件
合計	166件	148件

※ステップ1：課題を把握・整理する！(計画づくりをスタート)

※ステップ2：実施計画を立てる！(実施計画の実行をサポート)

※ステップ3：本格的に実行する！(収支計画、資金計画を含む実践サポート)



### (3) 経営人材の育成

若手経営者の育成やネットワークの構築等については、中長期的な観点を持ち継続的に取り組む必要があり、時代認識力や世界潮流を読み解く力といったグローバルな視点を取り入れた「MIE戦略経営塾」を引きつづき開設するとともに、業種を超えたネットワークを構築する場づくりに取り組みます。

### (4) 創業・第二創業、ソーシャルビジネスの促進

創業や第二創業を目指す事業者への支援は、新たな産業や雇用の創出に大きな役割が期待されることから、国等の支援策に加えて、県独自の支援制度である「みえ地域コミュニティ応援ファンド」、海外ネットワークとの連携や資金、人材育成など独自の「スタートアップ・プログラム」の策定、「スタートアップ都市推進協議会」事業によるマッチング交流会や学生向けのチャレンジマインド醸成教育等に取り組みます。さらに、ソーシャルビジネスの活動を促進するため、金融機関との勉強会を通じたサポート体制の検討やクラウドファンディングセミナーの開催に取り組みます。

### (5) 商店街の活性化

各々の個店が魅力を高めるとともに、商店主等がネットワークを形成して、街としての魅力を高めていくことが重要であることから、商店街等活性化支援事業により、「まちゼミ」など地域の魅力を高める取組みに加え、商店主等のネットワーク強化に向けた支援を、関係団体と連携して進めます。

### (6) 資金供給の円滑化

設備資金や運転資金などの円滑な資金供給を行うことは、中小企業・小規模企業の経営の向上や安定を図る上で重要であることから、引き続き、小規模事業資金、みえ経営向上支援資金など県中小企業融資制度により、資金調達の円滑化を支援します。

### (7) よろず支援相談及び事業引継ぎ支援センター

平成26年6月に、(公財)三重県産業支援センターが、国からの受託事業として開設した「三重県よろず支援拠点」、及び「事業引継ぎ支援センター」について、商工関係団体、金融機関等支援機関と連携して更なる周知を図り、活用を促進します。

<三重県よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センター 相談件数>

	相談件数
三重県よろず支援拠点	1916 件
事業引継ぎ支援センター	28 件

## (4) 食の産業振興について

### 1. 「みえ食の産業振興ビジョン」の策定

#### (1) 策定の目的

本県の食関連産業は、製造業全体における食料品製造業の事業所割合が第1位、従業員数の割合も第3位を占めるとともに、卸売・小売業では、飲食料品を扱う事業者数の割合が約3分の1を占めるなど、多くの県民に「働く場」を提供しています。

この食関連産業に関わる政策を着実に実行していくためには、関連する取組を体系的に整理し、関係者が将来に向けた取組の方向性を共通の認識として理解したうえで、連携の拡大・強化を図り、一体的な政策として推進していくことが重要です。

このため、今後5年間の本県の食の産業振興に取り組むための指針として「みえ食の産業振興ビジョン」を策定し、これに基づく施策を集中的に展開していきます。

#### (2) ビジョンの構成案

ビジョンの構成案は、次のように考えています。(別冊資料参照)

- ・第1章 三重の食が持つポテンシャル
- ・第2章 食の産業を取り巻く環境の変化
- ・第3章 食の産業振興の目指すべき姿
  - ◆ 県内の雇用を創出し、地方創生の鍵となる「三重の食関連産業」
  - ◆ 国内外の多くの人を惹きつける「三重の食関連産業」
  - ◆ 県民の安全・安心、健康づくりに寄与する「三重の食関連産業」
- ・第4章 今後の取組の方向性
  1. 第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興
  2. 食の産業振興を支える土台づくり

#### (3) 今後の予定

- 5月下旬～ 関係機関、団体への説明
- 6月19日 環境生活農林水産常任委員会でビジョン最終案を説明
- 6月22日 戦略企画雇用経済常任委員会でビジョン最終案を説明
- 6月下旬 庁内推進会議の設置、ビジョンの策定

### 2. ミラノ国際博覧会

#### (1) ミラノ国際博覧会日本館イベント広場出展事業

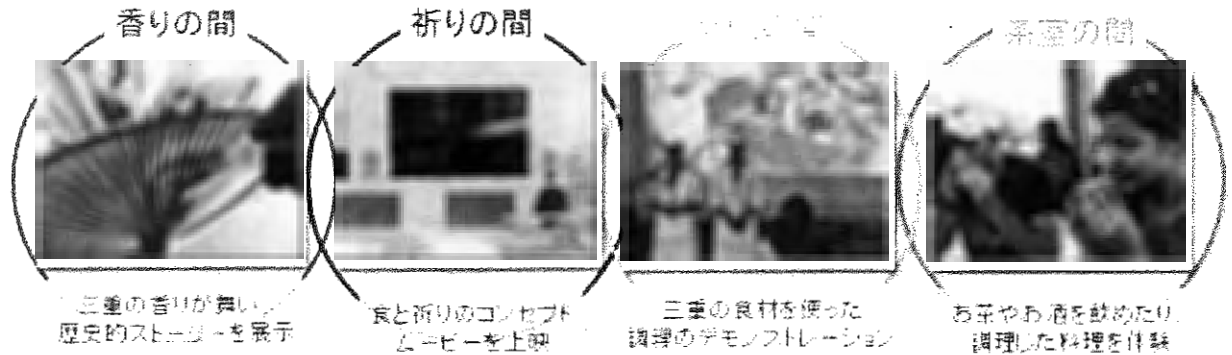
ミラノ国際博覧会(会期:5月1日～10月31日)に参加する約140の国と国際機関の中で最大級の規模で出展する日本館のイベント広場を活用し、7月1日から4日までの4日間、三重県として出展事業を展開します。

三重の魅力ある「食」やそれにまつわる文化等を情報として発信し、日本の中の三重としての知名度向上や海外誘客の拡大をめざします。

出展にあたっては、催事の名称を「食と祈りの食卓」とし、日本人の多くが持つ、食事の前後に「いただきます」「ごちそうさま」と手を合わせる習慣や、「もったいない」という価値観、四季折々の食材を与えてくれる自然への「おかげさま」という感謝について感じていただく展示や実演等を実施します。

展示スペースには、尾鷲ひのきを用いて空間を構成し、「香り」「祈り」「体験」「茶室」の4つのコンセプトに分け、五感で体感できるプログラムを実施し、三重県が育んできた食文化の情報を来場者に提供します。

また、この出展事業で来場者に三重への関心を高めてもらい、平行して実施するミラノ市内事業へも足を運んでいただけるよう、ゲートウェイとしての機能も持たせていきます。



三重県が育んで来た食文化を五感で体験できるプログラム

## (2) ミラノ市内事業

万博会場内においては、商行為が禁じられているため、ミラノ市の中心部にある複合施設「カッシーナ・クッカーニャ」内の施設及びイタリア国内最大の流通会社「ユニオントレード」の直売所にて、テストマーケティング（一般消費者向け、バイヤー向け）とレセプションを実施します。

「カッシーナ・クッカーニャ」内のコミュニティレストラン「ウン ポスト ア ミラノ」では、博覧会会場出展初日の7月1日にミラノ市や商工関係者、日本食も含めたレストラン関係者、メディア、旅行関係者を招待したレセプションを開催し、三重の食や伝統工芸品等のPRを行うとともに、三重県から出展する業者とのマッチングを図ります。

また、「カッシーナ・クッカーニャ」内の別施設を使い、6月24日から7月7日までの14日間、「三重WEEK」と銘打ち、県内35社（食品24、非食品11）の約150品目を出品し、三重県産品の一般消費者向けテストマーケティングの実施をはじめ、食文化体験イベントや地域の食を学ぶエデュケーションプログラム、会場内のバーでの三重の地酒の提供など、様々なイベントを開催し、インバウンドや販路の開拓につなげていきます。

流通会社「ユニオントレード」の直売所では、6月29日と7月6日の両日、バイヤー向けテストマーケティングを実施し、三重県の業者と現地バイヤーとのマッチングを図り、販路の拡大につなげていきます。



ミラノ市内会場 (Un Posto a Milano (ウン ポスト ア ミラノ))  
築400年の建物をミラノ市が買い取ったミラノ市内にあるコミュニティレストラン

### 3. 第27回全国菓子大博覧会・三重

第27回全国菓子大博覧会・三重実行委員会設立総会が4月24日に開催され、平成29年4月の大博覧会の開催に向けた準備がスタートしました。

県では、大博覧会の成功に向けて関係市（伊勢市、鳥羽市、志摩市）と連携しながら、実行委員会の取組を支援するとともに、その成果を三重の食の産業振興に繋げていきます。

#### 【基本計画の概要】

- ・主 催：第27回全国菓子大博覧会・三重 実行委員会
- ・テーマ：お菓子がつなぐ「おもてなし」を世界へ
- ・開催期間：平成29年4月21日（金）～5月14日（日） 24日間
- ・会 場：県営サンアリーナ及び周辺エリア
- ・来場者数：60万人（目標）

## 第17回ワールド・オブ・フレーバー出展報告

アメリカ合衆国カリフォルニア州ナパ・バレーにあるCIA (The Culinary Institute of America)で、4月22日から24日まで開催された、アメリカで最も影響力のある食に関する国際会議「第17回ワールド・オブ・フレーバー」に三重県として出展しました。

### (1) 参加概要

2015年はアジアをテーマに開催され、有名オーナーシェフやホテル・レストランの料理長、食に関する製造・販売業者、メディア関係者など約750名が参加し、三重の食に関する効果的な情報発信や販路開拓、人材育成に向けたきっかけづくりが期待できます。

今回の出展にあたっては、三重県として立食形式の試食ブースを設置し、特産松阪牛や三重県産のマグロ、マダイといった海産物など三重の食材を使った料理の他、三重県産の日本酒やお茶などを参加者に提供し、三重の食に関する魅力を紹介しました。

あわせて、ブースには、三重の食や商取引に詳しいコーディネーターも常駐し、参加者とのネットワーク構築や県内事業者の販路開拓をめざしました。

また、現地での調理にあたっては、相可高校食物調理科の村林教諭と生徒代表に協力を求め、会場で得た貴重な経験を今後の食分野における若い世代の教育に生かすとともに、三重県とCIAとの人材交流につなげていくこともめざしました。

### (2) 成果と今後の対応

三重県の食材を使った試食品や三重県産の日本酒、伊勢茶はどれも好評で、用意した品は全てなくなり、レストラン関係者やバイヤーの関心が高かった日本酒や、現地での知名度は低いものの評価が高かった海藻の「あおさ」など、今後の商談につながるものもありました。

今回の経験を踏まえ、対象となる国や地域のニーズを的確に把握し、三重の食材に関する情報を確実に実需者に届けていく仕組みの検討など、今後の対策に反映していく必要があります。

また、CIAとの連携については、実務者レベルでの協議からスタートし、今後の三重県とCIAとの連携のあり方について検討していきます。

(参考) 出展会場の様子



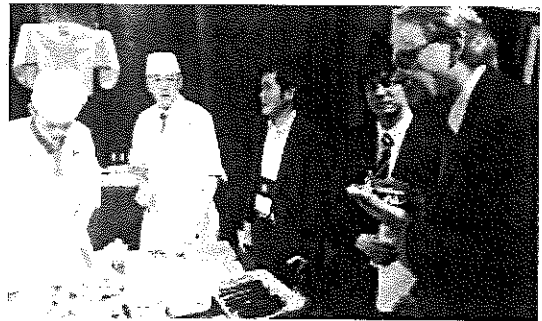
三重県ブースでの寿司パフォーマンス



会場の様子



三重県製品の展示



CIAグレッグ副学長の来場



# みえ食の産業振興ビジョン（案）

## はじめに(策定趣旨)

- 豊かな食材や多様な食文化を背景に高いポテンシャルを有する三重県の食関連産業は、農林水産業・製造業・サービス業が関わる裾野の広い産業であり、多くの県民の「働く場」を提供している。
- 本県は、「『食』で拓く地域活性化」をテーマに、国の地域再生法に基づく地域再生計画の認定を受けた(平成27年1月)。
- 今後、5年程度の本県の食の産業振興の方向性を定めた「みえ食の産業振興ビジョン」に基づき、集中的に施策を展開していくこととする。

## 第1章 三重の食が持つポテンシャル

### 1. 三重の食のバックグラウンド～歴史、風土、文化など～

### 2. 食に関連する産業の裾野の広さ

#### (1) 1次産業(農林水産業)

- 豊かな食材、食文化
- 三重ブランド等、品質管理された食材 など

#### (2) 2次産業(製造業)

- 食文化に根ざした加工食品(米菓、酒、水産加工品等)
- ダイニングを彩る製品群(陶器、織物、木材、鋳物等)
- 日本を代表する食品企業の製造拠点や機能性食材等の研究開発型企業、食品製造の生産設備を担う企業の存在

#### (3) 3次産業(サービス業)

- 豊かな観光資源、国内有数のレジャー施設や宿泊施設
- 優れた料理人
- 地産地消に取り組む小売業や革新的な卸売業

### 3. 教育・研究機関

- 実践的な調理技術教育を行う高等学校や、地域の食の知が集積している専門学校
- 大学や県公設試験機関、国や民間の研究機関

ポテンシャルを最大限に活用

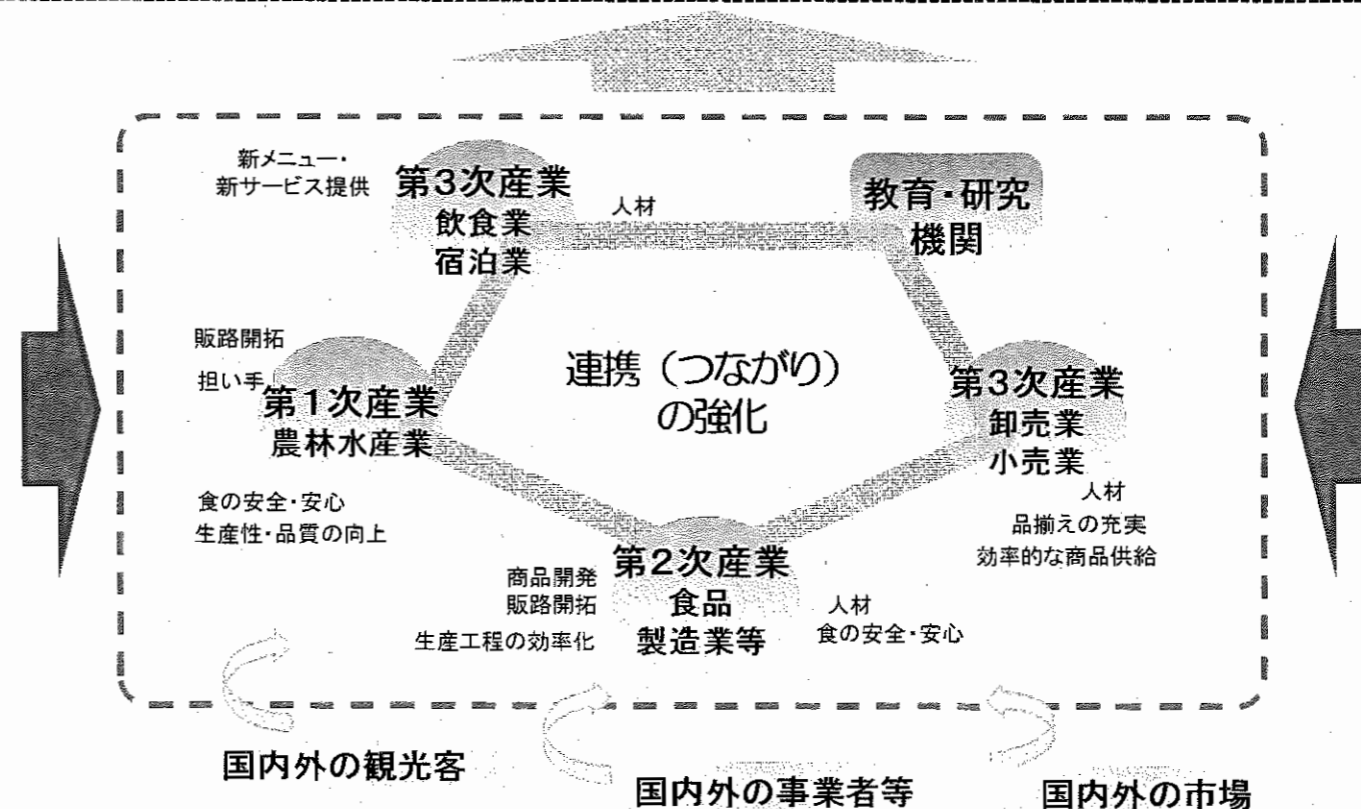
## 第3章 食の産業振興の目指すべき姿

◆県内の雇用を創出し、地方創生の鍵となる「三重の食関連産業」

◆国内外の多くの人を惹きつける「三重の食関連産業」

◆県民の安全・安心、健康づくりに寄与する「三重の食関連産業」

第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興



食の産業振興を支える土台づくり

## 第2章 食の産業を取り巻く環境の変化

直面している対外的変化に的確に対応

### ◆伸びない国内市場・生産年齢人口の減少

- 人口減少、国内需要の減退等の中、消費者ニーズの変化を的確に捉える必要。

### ◆拡大する世界の食の市場

- 急速に拡大する世界の食市場を取り込み、三重県の食産業の成長を促進する必要。

### ◆情報通信技術の進展

- ICT・ビッグデータの発達により新しい産業分野の創出など様々な取組が展開。



# みえ食の産業振興ビジョン（案）

## 第4章 今後の取組の方向性

### 第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興

#### 1. 素材(農水産品)の磨き上げ・試験研究

- 生産コストや病原菌リスクの低減等、農水産業にかかる技術課題についての試験研究の実施
- 種苗の放流や供給体制の強化など、水産資源回復のための取組による海女の漁業収入増加の支援
- 海外マーケットのニーズ等に即した栽培技術の確立とJGAP認証取得の促進

#### 2. 商品開発支援

- 農林水産資源を活用し、産学官連携による新商品等を生み出す「みえフードイノベーション」の推進
- 医療食・介護食など機能性食品・作物の創出、地域資源を活用した医薬品、化粧品、健康増進・維持につながる食品等の製品化支援
- 「みえ“食発・地域イノベーション”創造拠点」を通じた研究開発・技術支援
- 海外・大都市圏を目指すグローバル食品の開発促進
- 伝統産業・地場産業における、デザイナー等との連携による商品開発及び販路拡大等支援

#### 3. 販路開拓支援

- 「三重セレクション」認定による県産品の販路拡大
- 大都市圏のバイヤー・シェフ等と県内事業者とのネットワーク構築及びマッチング等の支援
- 地域資源を活用した医薬品、化粧品、健康維持・増進につながる食品等の販路開拓に向けた支援
- 海外市場調査を通じた県産水産物の輸出促進
- 台湾、アセアン諸国での物産展の開催、海外に販路を持つバイヤーの招聘による県産品の輸出拡大支援、台湾およびタイへの現地アドバイザーの設置等による営業活動支援
- 沖縄国際物流ハブ機能を活用した県産品のアジア市場への展開促進
- 獣肉等(ジビエ料理)の需要拡大のための供給体制の整備や商品開発・販売促進

#### 4. 三重の食の情報発信

##### (海外への情報発信)

- 海外での三重県フェアによる県産品の魅力発信
- OCIA(カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ)で開催される「ワールド・オブ・フレーバー(WOF)」への参加(H27.4)
- ミラノ国際博覧会(テーマ:食)への出展(H27.7)
- 県産品を活用し、三重らしさや機能性を生かした日本食、日本食レシピの提案・紹介
- 県産ブランド牛肉の海外メディアや料理人等への情報発信
- G8サミット開催(H28)(予定)
- 海外誘客のためのプロモーションや無料公衆無線LANや免税店など受け入れ環境の整備支援

##### (国内への情報発信)

- 「全国菓子大博覧会・三重」の開催(H29)
- 三重テラスを中心とした首都圏でのネットワークの強化・拡大及び情報発信
- 関西圏からの観光誘客や食の販路拡大につながる関西圏営業戦略の展開
- 三重県フェアによる県産品の魅力発信、展示会等に出展する事業者への支援
- 「三重ブランド」認定による優れた県産品の情報発信
- 米の流通事業者との連携による県産米のPR、魚食普及の取組の推進

#### 5. 新たな価値を創造する基盤の構築

- 個々の事業者の経営力の強化
- 食関連産業(サービス産業含む)等の誘致、外資系企業の誘致

### 食の産業振興を支える土台づくり

#### 1. 食の安全・安心に向けた取り組み

- 農薬や水産用・動物用医薬品等の適正使用の推進や、トレーサビリティの適正実施等による食の安全・安心の確保
- 加工・業務用野菜の産地に向けた体制の構築

#### 2. 多様な連携(つながり)を生み出す仕組みづくり

- (ICTを活用したネットワークづくり)
  - ICT等の活用による、生産、加工、流通、販売に至る事業者間の連携の強化、ビッグデータを活用できる環境の整備や人材の育成
  - 三重の食が一元的に把握できる消費者目線のポータルサイトの構築
- (多様な業種の顔の見える関係づくり)
  - 従業員も含めた事業者との勉強会や事業者間連携の構築につながるネットワーク形成のための、専門家によるコーディネート組織の形成

#### 3. 食関連産業の人材の確保・育成

- (農林水産業における人材育成と担い手確保)
  - 農業者のマーケティングスキルの体系的な習得の支援
  - 農業への企業等の参入促進や意欲ある多様な農業者の育成、新規就農希望者や障がい者などの就労支援
  - 漁業への新規就業者の初期投資費用の軽減や障がい者の就労支援
- (食品製造業における人材育成)
  - 商品の差別化に向けた取組や、事業活動の信頼性、営業力の向上支援
- (飲食業・宿泊業などサービス産業における人材育成)
  - マーケティングスキルの向上やおもてなし経営手法の体系的な習得の支援
  - 県内高等学校への食に関わる専攻科の設置促進や世界に通用する料理人の輩出を視野に入れた米国料理大学との連携
  - サービス経営学プログラムの県内大学への導入、海外の食の総合大学との連携の検討
- (県民の親しみ・理解の醸成)
  - 県民に三重の食や食文化への親しみや理解が深まるような新たな施策の検討

## (5) 地域資源を活用した産業振興について

### 1 現状（背景・課題）

伝統産業・地場産業をはじめ地域資源を活用した産業は、消費者ニーズの多様化による需要の低迷や従事者の高齢化等の課題に直面しています。

このような状況を踏まえ、「伝統産業事業者等への訪問による課題把握」、「専門家の活用による新商品開発」、「販路開拓」、「人材育成」、「ファンドの活用促進」に取り組んでおり、今後も、伝統産業・地場産業の活性化に向けて、消費者やユーザーにその商品やサービスを含めた価値を提供する価値創造型産業への転換を進めていくことが必要です。

#### 【課題】

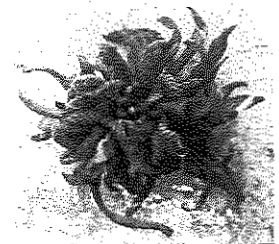
- ・昨今のライフスタイルの変化や消費者ニーズの多様化による需要の低迷
- ・海外からの安価な輸入品の増大や国内の産地間競争の激化
- ・生産額の落ち込みに伴う事業者数・従事者数の減少
- ・従事者の高齢化の進展による人材や後継者の不足
- ・全国各地域の同様の商品との差異化が図られていない
- ・生産ロットが小さく、既存の流通ルートに乗りにくく、また、消費者ニーズの把握が十分に行えない
- ・自身の商品の魅力を自身の言葉で伝える商談力の不足

### 2 平成27年度の取組

地域資源を活用した新商品の開発や販路開拓への積極的なチャレンジなど、事業者の自主的な取組を支援することにより新たな価値創造に向けて活動していくための環境づくりに取り組み、地域資源を活用した更なる産業振興を推進していきます。

#### (1) 伝統産業・地場産業の新たな市場開拓を支援

デザイナー連携事業等で開発された工芸品等の成果品について、首都圏や海外を見据えた商品へのブラッシュアップを支援するとともに、事業者の状況に応じた、きめ細かな販路開拓支援に取り組みます。



松阪木綿の残布を活用したコサージュ

#### (2) 「三重グッドデザイン(工芸品等)選定制度」の活用

「三重グッドデザイン(工芸品等)選定制度」を活用し、伝統を守りつつ革新的な商品開発に取り組む気運を高め、伝統工芸品などの地域資源活用商品等の情報発信や戦略的なデザイン活用を促進し販路開拓を支援します。



三重県産松のバイクスタンド  
「宿輪木（やどりんぎ）」

### (3) 人材の育成

県単補助金を活用し、伝統産業・地場産業に従事する人材や担い手育成などの後継者の確保及び技術の伝承・向上を目指す取組を支援します。

### (4) 魅力ある商品づくりの促進

県内事業者の地域資源を活用した商品のブラッシュアップや販路開拓を促進するため、販路開拓セミナーや商談機会の提供を通じ、商品のブラッシュアップ並びに事業者の販売力向上を支援します。

### (5) 地域資源活用商品の販路開拓支援

首都圏の情報発信力の高いマスコミ関係者等を対象に、県内の地域資源の魅力トークライブによりプロモーションし、県内地域資源への興味を喚起し現地取材の誘致、販路開拓を支援します。

また、地域資源活用商品の開発、販売力向上に意欲の高い事業者を対象に、年間を通じた商品並びに事業者のブラッシュアップ研修の実施と研修成果を発揮する場として全国規模の展示会・商談会への出展を支援し、商品開発力・販売力向上を図ります。

### (6) みえ地域コミュニティ応援ファンド等の活用促進

国、県等の地域資源活用に係る支援施策の普及を図るとともに、「みえ地域コミュニティ応援ファンド」等を活用した事業者に対して、販路を見据えた商品開発のアドバイスなどのフォローアップ活動を行うことにより、県内事業者の新商品開発や販路開拓等の活発な事業活動を支援します。

○みえ地域コミュニティ応援ファンド応募・採択件数

年度		地域課題解決型		地域資源活用型				計	
				地域資源		ものづくり			
		応募	採択	応募	採択	応募	採択	応募	採択
26	第1回募集	17	6	22	11	8	4	47	21
	第2回募集	25	5	34	16	6	2	65	23
	小計	42	11	56	27	14	6	112	44
H19～26累計		297	72	342	159	42	21	681	252

○みえ農商工連携推進ファンド等応募・採択件数

年度		農商工等連携事業		農商工連携ファンド		計	
		応募	採択	応募	採択	応募	採択
26	第1回募集			8	5	8	5
	第2回募集			12	6	12	6
	小計			20	11	20	11
H20～26累計		12	12	83	46	95	58

## (6) 企業誘致の取組について

### 1 現状・課題

近年、国内の企業がグローバルな視点での適地適産による生産を活発化させていること、また、国内では小規模な投資の割合が増える傾向にあることなど、企業の投資動向が変化してきています。

このような変化も踏まえ、企業投資促進制度を活用して、成長産業の設備投資、マザー工場化や研究開発機能強化への設備投資、さらには、サービス産業の設備投資や南部地域への設備投資を促進するとともに、関係機関と連携を図りながら規制の合理化など操業環境の整備に取り組んでいます。

また、ものづくり基盤技術の高度化や集客・交流などの事業に取り組む中小企業の設備投資についても支援しています。

さらに、地方創生の観点から、東京圏、大阪圏などに本社があり、県内に本社機能を移す企業の誘致を促進するため、本年度新たに優遇制度を設けたところです。

これらの制度を活用して、引き続き効果的な企業誘致を展開していく必要があります。

### 2 平成27年度の取組

引き続き、企業の幅広いニーズにワンストップサービスで迅速に応えるとともに、企業投資促進制度の活用や規制の合理化の取組などを進め、新規企業の立地や県内立地済み企業の再投資、さらには南部地域への投資を促進します。

企業投資促進制度等の概要については、次のとおりです。

#### (1) 成長産業、研究施設、外資系企業などの誘致

製造業の中でも県経済の成長エンジンとなる、クリーンエネルギー、ライフィノベーション、さらには食品関連、航空宇宙関連などを成長産業と捉えて、企業誘致に取り組むとともに、付加価値の高い施設として研究開発施設の誘致にも取り組みます。

さらに、対日投資促進に向けた取組を行い、アジアの生産拠点などをめざす外資系企業等の誘致を推進します。

なお、小規模な投資については、マイレージ制度により、累積投資額（5億円）などの要件をクリアすれば補助の対象とすることとし、県内再投資を促進します。

#### (2) マザー工場化につながる投資促進

単なる量産ではなく、製品の設計、開発、試作等の機能を有し、かつ、他の工場への技術指導、支援等の機能を有する工場（マザー工場）は、将来にわたって国内にとどまる可能性が高いことから、マザー工場の誘致に取り組めます。

また、新規立地だけではなく、県内企業のマザー工場化についても促進していきます。

なお、研究部門、調達部門などの体制強化に向けた人材の異動についても、投資を行ったものとみなして支援を行うこととしています。

### (3) 南部地域への投資促進

県南部地域において、製造業のほか、地域資源を活用する企業等の投資を促進します。

県南部地域は、時間的、距離的な制約があり、新たな工場進出が低調であるという状況が続いていることから、雇用要件を緩和（10人から5人（県内企業は3人））しています。

### (4) 「サービス産業」の誘致

製造業とともに、県の経済成長を牽引するサービス産業のうち、国内外からの集客力の高い施設や「日本で唯一」など、三重県の知名度アップにつながる施設等、高い経済波及効果を生み出す企業の誘致に取り組みます。

### (5) 県内中小企業の投資促進

「中小企業高付加価値化投資促進補助金」を活用して、県内ものづくり中小企業の高付加価値化につながる設備投資を支援します。さらに、県内で集客・交流などの事業に積極的に取り組む中小企業の設備投資も支援します。

### (6) 本社機能移転の促進

東京圏（東京、神奈川、埼玉、千葉）、大阪圏（大阪、兵庫、京都）などに本社がある企業を対象に、経営意思の決定、経営資源の管理、各種業務の統括などの本社機能を県内に移転することについて支援します。

### (7) 操業環境の整備による支援

ものづくり産業の競争力を強化し、今後も持続的に発展していくためには、企業の操業環境の整備も重要であり、引き続き規制の合理化などの取組を進めていきます。

## 【参 考】 企業誘致件数の状況

みえ県民カビジョンに掲げた企業誘致件数（県の立地協定締結件数＋国の工場立地動向調査件数）について、平成26年の実績は91件となっており、平成24年からの累計は182件で目標値に対する達成率は100%となりました。

（企業誘致件数の実績）

年	立地協定件数	工場立地動向調査件数 ※	計	累計値（目標値） 【達成率】
H26	18	73	91	182件(120件) 【100%】
H25	29	36	65	91件(80件) 【100%】
H24	8	18	26	26件(40件) 【65%】

※工場立地動向調査件数は、立地協定との重複分を除いたもののみ計上。

## (7) 三重県新エネルギービジョンの推進について

### 1. 現状（背景・課題）

本県では、地域資源や地理的条件などの地域特性を生かした安全で安心なエネルギーの創出を促進するとともに、温室効果ガスの排出抑制や産業振興に貢献していくという観点から、平成24年3月に「三重県新エネルギービジョン」を策定し、①地域エネルギー創出、②まちづくり・地域づくりにおける新エネルギー導入、③新エネルギー関連産業育成等、5つの戦略プロジェクトを掲げています。県では、ビジョンの具現化を図るため、企業・大学・市町など産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」を平成24年10月に設立し、環境・エネルギー関連産業の育成・集積及び地域資源を生かした新エネルギーの導入促進に向けて、研究会やプロジェクトにおいて具体的な取組を進めています。

### 2. 平成27年度の取組

#### (1) みえスマートライフ推進協議会における主な取組について

##### ①「エネルギー関連技術研究会」での取組について

県内中小企業の実業・エネルギー分野への新たな展開をめざし、工業研究所が運営する「エネルギー関連技術研究会」において、4つの分科会（燃料電池、太陽エネルギー、二次電池、省エネ・システム）を開催するとともに、県内中小企業と工業研究所とが、燃料電池や太陽電池等に関する先導的な研究開発を共同で実施しています。

##### ②「みえバイオリファイナリー研究会」での取組について

非可食性バイオマス等を原料とした燃料や化成品の製造に向けた研究開発のプロジェクト化を推進するため、四日市コンビナート企業などと、平成25年5月に「みえバイオリファイナリー研究会」を設立しました。この研究会において、バイオリファイナリーに関心のある企業の参加を得て異業種交流会を開催し、シーズとニーズのマッチングを行うとともに、平成26年度に策定したバイオ燃料やセルロースナノファイバー等の将来有望なテーマの事業化に向けたロードマップに沿って、企業等の取組を支援します。

##### ③ 各地域モデル検討会での取組について

桑名、熊野、鳥羽の3つの地域において、新エネルギー等の環境・エネルギー技術を活用して、安全・安心なまちづくりや産業振興等といった地域課題の解決を図るためのモデル事業の実施を支援しています。引き続き事業の推進を支援するとともに、先導的な取組が他の地域においても水平展開されるよう市町や企業等への情報提供を行います。

#### (桑名プロジェクト【市街地モデル】)

桑名市と大手ハウスメーカーが、まち全体のネットゼロエネルギー化や、EV(電気自動車)シェアシステムの導入といったスマートタウンを整備する取組を行っています。また、大手通信事業者が、桑名市を中心に、3,500世帯にHEMS(ホーム・エネルギー・マネジメント・システム)を設置し、ここから得られる電力データを利用して、省エネ対策や新たなビジネスモデルを展開する実証事業を進めています。



(熊野プロジェクト【中山間部モデル】)

国の支援策等を活用し、林業関係者や大学等が、製材端材や間伐材等の未利用木質バイオマスを活用して、地域で木質バイオマス燃料と資金が円滑に循環する仕組みの構築に向けた事業性評価に取り組みます。

(スマートアイランドプロジェクト(鳥羽市)【沿岸部モデル】)

答志島をフィールドとして、半導体関連企業や大学等が、小型燃料電池を活用した非常用電源確保のユーザーニーズの把握など製品開発に向けた調査を行っています。

(2) 新エネルギー等の導入促進に係る取組について

① 新エネルギーの導入促進に係る取組について

平成24年7月に再生可能エネルギー固定価格買取制度がスタートし、県内各地で民間主導によるメガソーラー事業等の取組が進んでいることを受け、その整備に合わせて事業者が行う環境教育や防災対策などの地域貢献策を支援します。また、「再生可能エネルギー等導入推進基金事業」により公共施設と民間施設への再生可能エネルギーの導入を進めるとともに、市町や地域コミュニティによる新エネルギーの活用に向けた取組や、家庭・事業所でのバイオマス熱利用等新エネルギーの導入を支援します。

② 「メガソーラー地域活性化研究会」での取組について

平成26年12月に商業運転を開始した木曾岬干拓地メガソーラーに関し、「メガソーラー地域活性化研究会」において、メガソーラーの稼働を契機とした周辺地域の活性化に向けた取組を検討します。

③ 「メタンハイドレート地域活性化研究会」での取組について

次世代エネルギー資源として期待されるメタンハイドレートに関し、平成25年3月に設立した「メタンハイドレート地域活性化研究会」において、国等の動向や技術開発に関する最新の情報を把握するとともに、市町とともにエネルギー関連産業の誘致など将来地域の活性化につながる取組方策について検討します。

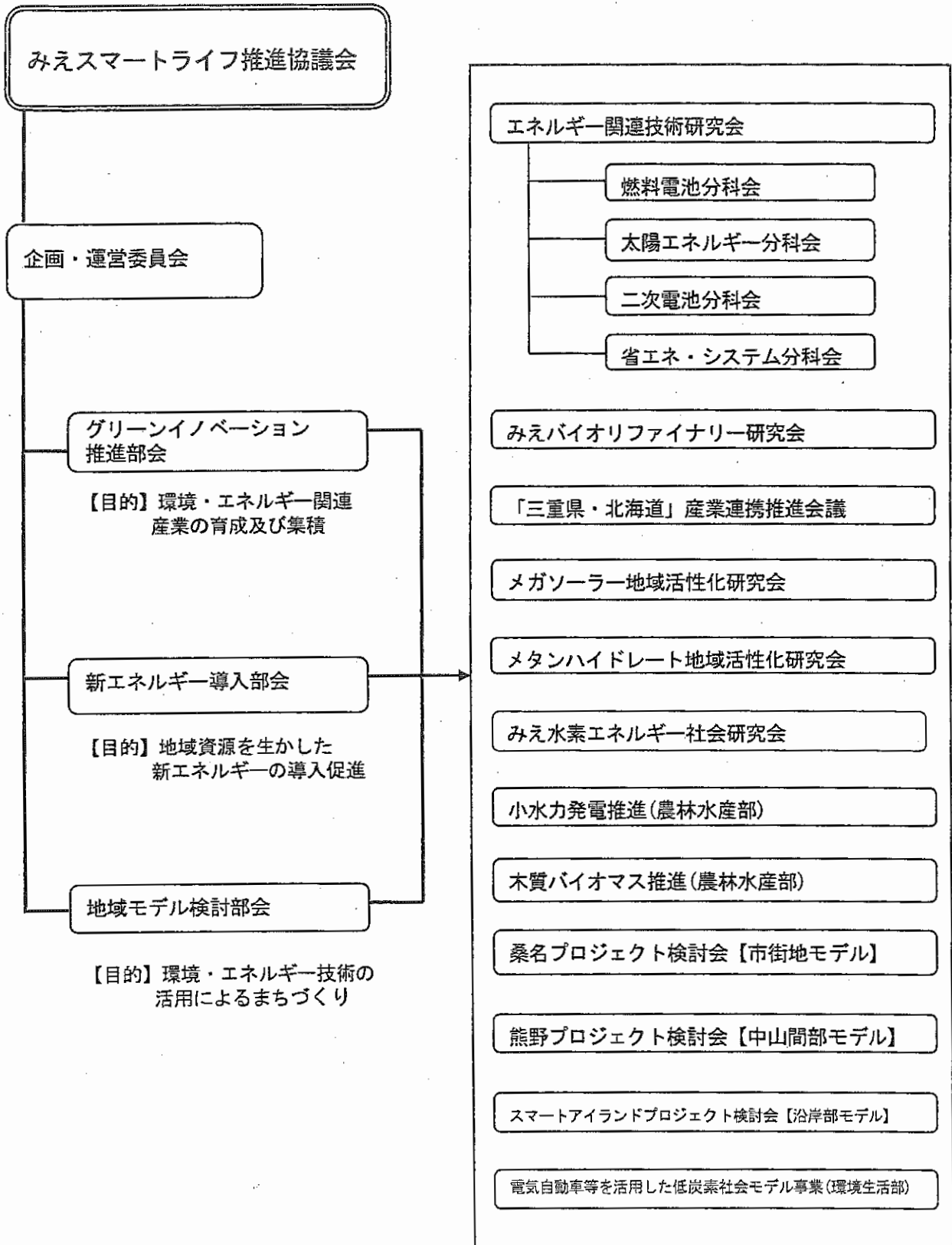
④ 「みえ水素エネルギー社会研究会」での取組について

平成27年3月に市町等の参加を得て設立した「みえ水素エネルギー社会研究会」を中心に、将来の二次エネルギーの中核となることが期待される水素エネルギーに関し、その利活用を新しいまちづくりに結びつけられるよう情報収集や意見交換などを行います。

(3) 三重県新エネルギービジョンの中間的な評価について

「三重県新エネルギービジョン」については、目標年度である平成32年度の中間点に近づくことから、平成27年度において、新エネルギーの導入目標に対する進捗状況、国の新エネルギーや地球温暖化対策に関する動向、社会経済情勢の変化などを踏まえ、中間的な評価を実施します。

◆ みえスマートライフ推進協議会運営組織図 ◆







## (8) 三重県営業本部の展開について

### 1. 三重県営業本部の取組

#### (1) 現状及び課題

知事を本部長とし、関係部局長等で構成する三重県営業本部は、首都圏および関西圏を最重要エリアとし、三重の「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」などの魅力の情報発信と県内への誘客、県産品の販路拡大等に向けた営業活動を全庁的に取り組んでいます。

平成26年度は、「三重県の魅力情報のさらなる発信」、「『食』に焦点をあてた、県産品のブランド向上」、「三重テラスの『コンセプト』・『機能』の再構築」、「関西圏営業戦略の展開」、「国際展開プラットフォームの構築」、「市町、関係団体への情報の『TWO WAY』」を6つの柱にして県の営業活動の全体調整を行うとともに、下部組織である営業本部推進チーム会議を毎月開催し、庁内の情報共有をはかりました。

今後は、部局横断的な情報発信と営業活動をさらに推進していくとともに、市町や事業者、関係団体と協力しあえる関係を構築し、官民あげて最大の効果が発揮できる取組を行っていく必要があります。

#### (2) 平成27年度の取組方針と今後の予定

今年度は、「食の産業振興の推進」、「国際展開」、「情報発信の精度向上」、「みえ消費喚起、地方創生推進11事業最大の成果」の4つのポイントに注力して、営業活動の取組を推進します。具体的には、商品開発などの事業者支援、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による取組、三重県広聴広報アクションプランと連携した情報発信の質の向上、消費喚起による新規需要の創出等に民間、市町、団体等と連携をはかり展開していきます。

### 2 首都圏営業拠点「三重テラス」

#### (1) 現状及び課題

首都圏営業拠点「三重テラス」では、三重の魅力を効果的に発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しており、平成25年9月28日のオープンから平成27年3月末現在での累計の来館者数は841,764人となっています。

平成26年度において「三重テラス」の成果を評価する4つの指標は以下のとおりとなり、すべて目標値を達成しました。

指標	実績	目標値
①来館者数	566,521人	264,000人
②商品開発や販路拡大につながった件数(累計)	67件	50件
③三重テラスサポート会員数(累計)	4,551人	4,490人
④メディア掲載件数	60件(※)	30件

(※)内訳：テレビ17件、ラジオ11件、新聞6件、雑誌26件

また、三重の旬の情報を発信できる店舗づくりに努め、常時約1,100商品の販売を行うとともに、県内事業者への支援として、商品のブラッシュアップやテストマーケティング等に取り組んだほか、季節の食材を活かした限定メニューの提供やお客様からの要望に対応したメニュー改善等に取り組みました。

さらに、2Fイベントスペースでは、県、市町、商工団体等が主催するセミナー、展示、商談会など多彩なイベントを開催（開催件数：191件、稼働率84.6%）したほか、ネットワーク拡大の取組として、「三重の応援団」（2,069人）、「三重の応援企業」（64社）、「三重の応援店舗」（67店）等の加入の促進等を行いました（数値はオープンからの累計）。

引き続き「三重テラス」への集客、ネットワークの拡大、県内企業・事業者のチャレンジ支援等に努めるとともに、国内外への発信力の強化が必要です。

特に、日本橋エリアでのさらなるネットワーク強化や市町、関係団体等との連携調整を進め、継続的に「三重テラス」への誘客をはかる魅力あるイベントの企画、講座等における三重の「旬」を伝える発信力あるテーマによる訴求が必要です。

## （2）平成27年度の取組方針と今後の予定

これまでの「三重テラス」の取組の成果や課題をふまえ、4つの指標の数値目標の達成と質的な改善をめざし、5つの運営方針のもとに事業を展開します。

### ①「効果的な情報発信による訴求力の向上」

「食・文化」を重点テーマとした企画の展開、リピーター・目的客の確保に向けた対策、海外への情報発信や外国人観光客をターゲットとした対応を推進します。

### ②「県内企業・事業者のチャレンジ支援」

魅力ある商品の発掘・出品・ブラッシュアップの支援、テーマ性を持った商談会や応援店舗等への営業活動を通じた販路拡大を進めます。

### ③「首都圏ネットワークの拡大と連携」

首都圏ネットワークと三重ファン層の拡大、会員との親密な関係性の構築に取り組むほか、日本橋地域の団体や他のアンテナショップとの相互連携による発信力の強化をはかります。

### ④「戦略的な広報活動の充実」

ターゲットを明確化したメディアへの情報提供や、情報発信力の高い媒体・人・手法による戦略的な情報発信の強化に取り組めます。

### ⑤「市町、商工団体等関係団体との連携の強化」

市町、商工団体等関係団体との一層の情報共有をはかるとともに、企画・立案、告知、集客等の連携による効果的なイベント実施の支援を行います。

こうした取組により、三重テラスを舞台として、さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていきます。

### 3 関西圏営業戦略

#### (1) 現状及び課題

「関西圏営業戦略」に基づき、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、三重への観光誘客や「食」の販路拡大に取り組みました。「効果的な情報発信」では、マスコミへの情報発信力を高めるためのセミナー（3回）や、市町等と連携して旬の情報を発信しました（エージェント6回、マスコミキャラバン等の観光PR54回、情報発信実績123件）。

「観光誘客」としては、「熊野古道」、「食」「女子旅」等テーマを絞ったイベント等に出展しました（91回）。「『食』の販路拡大」については、「食」をテーマにした講座やイベントを実施するなど、三重県食材を取り扱う応援店舗と連携した取組を進めました。

また、「ネットワークの充実・強化」においては、大阪商工会議所に加え、京都、神戸の商工会議所の会員になるなど関西圏の経済界とのネットワークの拡大に努めました。

今後は、引き続き、観光展や物産展、イベント等について、時期、場所、ターゲット等の視点から整理し、より市町等のニーズなどに合う効果的な場を提案していくとともに、関西の経済界との連携を一層深め、販路拡大や観光誘客、企業誘致、就職支援等につなげていく必要があります。

#### (2) 平成27年度の取組方針と今後の予定

新たな三重県食材の調達や、シェフを講師とした講座の開催や店舗におけるイベント等の開催協力など、関西事務所と連携した企画の実施に積極的に協力いただける三重の応援店舗を活用し、ニーズを掘り起こすとともに、引き続き「関西圏営業戦略」に基づき、今後も情報発信力の向上に努め、市町等と連携した関西圏でのマスコミ、旅行代理店、飲食店、小売事業者等に向けた情報発信や、観光展・物産展等を通じたPR、コアなファンが獲得できるようターゲット、テーマを明確にしたイベント等を実施します。さらに、関西の経済界との対話を進め、関西経済界と三重県との連携を深めていきます。



# 三重テラスの運営状況について

(平成26年度実績 & 平成27年3～4月の取組状況)



MIE TERRACE

- ・平成26年度の来館者数は 566,521人、平成25年9月28日のオープン以降の来館者数累計は 841,764 人となりました(平成27年3月末現在)。
- ・平成26年度のショップ・レストランの売上の合計額は 199,954千円でした。
- ・平成26年度のメディア掲載による広告換算効果は、約3億1千5百万円でした。
- ・ショップ、レストラン、イベントスペースにおいて三重の魅力や季節行事・イベントに対応した旬の情報を発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

## 平成26年度実績

※ 数値はH27.3末現在(速報値)です。

### 【指標の状況】

➢ 三重テラスの成果を評価する4つの指標のすべてにおいて、平成26年度の目標値を達成しました。

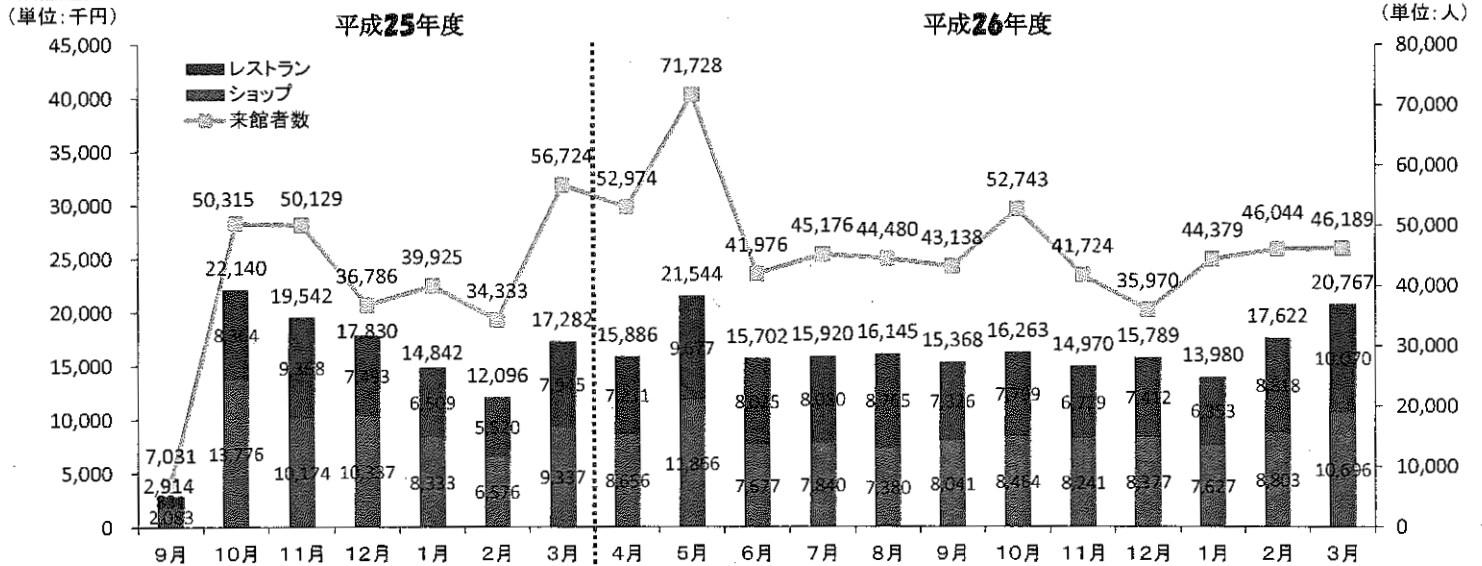
- 来館者数 566,521人(目標値 26.4万人)
- 商品開発や販路拡大につながった件数(累計) 67件(目標値 50件)
- 三重テラスサポート会員数(累計) 4,551人(目標値 4,490件)
- メディア掲載件数 60件(テレビ 17件、ラジオ 11件、新聞 6件、雑誌 26件)(目標値 30件)

### 【成果指標の目標数値の見直し】

➢ 平成26年度実績等をふまえ、平成27年度目標数値の見直しを行いました。

- 来館者数 29万人→58万人
- 三重テラスサポート会員数(累計) 7,890人→7,020人

## DATA



### 1. 来館者状況

	H25.9~H26.3	H26.4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	26年度計	累計
ショップ	227,655	46,894	62,688	35,963	38,047	37,716	36,974	43,024	35,581	29,602	35,494	38,536	40,320	480,839	708,494
レストラン	17,033	3,015	4,025	3,173	3,139	3,489	2,924	2,544	2,468	2,298	2,315	2,438	2,489	34,317	51,350
イベントスペース	30,555	3,065	5,015	2,840	3,990	3,275	3,240	7,175	3,675	4,070	6,570	5,070	3,380	51,365	81,920
合計	275,243	52,974	71,728	41,976	45,176	44,480	43,138	52,743	41,724	35,970	44,379	46,044	46,189	566,521	841,764
一日当たり平均	1,521	1,766	2,314	1,399	1,457	1,435	1,438	1,701	1,391	1,240	1,530	1,644	1,490	1,569	1,553

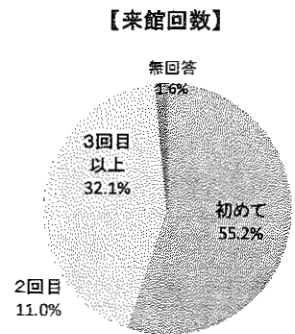
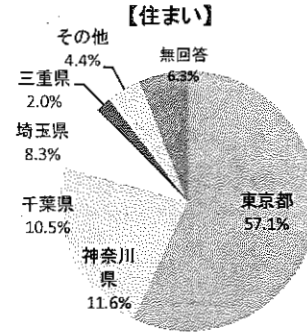
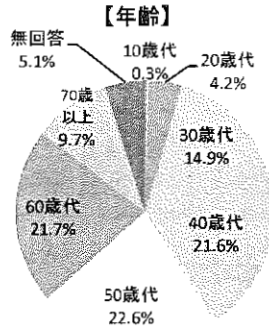
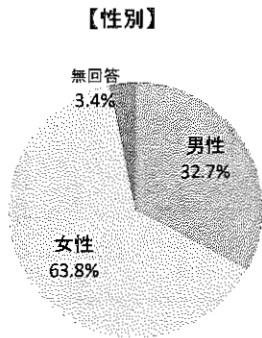
### 2. 売上状況

	H25.9~H26.3	H26.4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	26年度計	累計
ショップ	60,616	8,656	11,866	7,677	7,840	7,380	8,041	8,464	8,241	8,377	7,627	8,803	10,696	103,669	164,285
レストラン	46,030	7,231	9,677	8,025	8,080	8,765	7,326	7,799	6,729	7,412	6,353	8,818	10,070	96,286	142,316
合計	106,646	15,886	21,544	15,702	15,920	16,145	15,368	16,263	14,970	15,789	13,980	17,622	20,767	199,954	306,601
一日当たり平均	589	530	695	523	514	521	512	525	499	544	482	629	670	554	566

※ 速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。

### 【来館者の属性】

- 男女比率は女性が約6割、年代別では40～60歳代が全体の約3分の2を占めています。
- 首都圏居住者が約9割を占めています。
- リピーター率（2回以上来館された方の割合）は43%で、昨年度の29%から14%増加しており、一定のリピーターを確保しつつあります。



※平成26年度「三重テラス」来館者アンケート調査による集計結果（H27.2実施）  
 回答者数：ショップ 330人、レストラン 75人、イベントスペース 267人

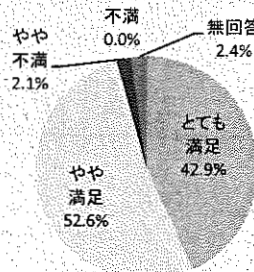
## FUNCTION

### 三重の魅力の情報発信

#### 【買う（1階 ショップ）】

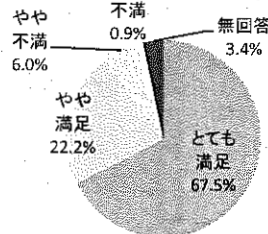
- 取扱商品の公募・選定を行い、常時約1,100商品を取り扱い
- 桜、熊野古道、夏の涼、銘菓街道、年越しなどの季節や歳時にきめ細かく対応した売り場構成
- POPによる商品の特徴や産地、生産者等に関する商品説明の充実
- お中元・お歳暮などの贈り物や生鮮品等の需要に対応したカタログギフト販売の実施
- 試食・試飲等の対面販売の強化
- 期間限定で青果等を販売するマルシェの実施
- 2階イベントスペースにおける、県、市町、商工団体等主催イベントと連動したスポット的な商品販売、POP掲出による販売促進

#### 【ショップ満足度】



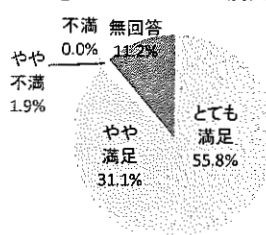
「とても満足」、「やや満足」とあわせると95.5%が満足しており、昨年度の結果より16.2%上昇しています。

#### 【レストラン満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると89.7%が満足しており、昨年度の結果より6.0%下降しています。

#### 【イベントスペース満足度】



「とても満足」、「やや満足」とあわせると86.9%が満足しており、昨年度の結果より5.0%上昇しています。

#### 【食べる（1階 レストラン）】

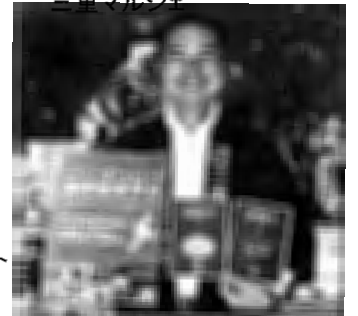
- 三重の「採れたて」の「旬の食材」を、素材の良さを生かせる「三重・イタリアン」スタイルで提供
- 伊勢エビや牡蠣、松阪牛などの旬や郷土色を生かしたメニューの展開、黒板メニューの提供
- 日本テレビ「ぐるぐるナインティナイン ゴチになります！」の舞台として自治体アンテナショップとして初めて登場（H27.2）

#### 【体験する（2階 イベントスペース）】

- 三重の魅力の情報発信の場として、三重テラス企画の催事をはじめ、県、市町、商工団体等が主催するセミナー、展示、商談会などの多彩なイベントを開催（開催件数：191件、稼働率：84.6%）
- ショップやレストランと連動した特産品の紹介やケータリング等を積極的に展開



三重マルシェ



お中元ギフトの販売



パーティーメニュー（イメージ）



キャンドルづくりワークショップ（H26.12）

## 首都圏での販路拡大にむけた「出口」として県内事業者支援

県内の生産者、販売事業者が、首都圏での販路拡大をはかる「出口」として活用していただく場となるよう、ショップでの販売を通じた商品のブラッシュアップや、イベントスペースにおける商談会等を通じた販路拡大など、県内事業者の支援に取り組みました。

- ショップでの販売を通じた商品のブラッシュアップ(15件)、オリジナル商品の開発(29件)、テストマーケティング(42件) ※件数はオープンからの累計
- イベントスペースにおける商談会等の実施による販路拡大(8件)
- 日本橋関係者、応援店舗等に対する営業活動による販路拡大(15件)

## 三重に関わる人々のネットワークの拡大

三重テラスの活用、三重県・三重テラスの情報発信等にご協力いただけるネットワークとして、個人会員の「三重の応援団」、法人会員の「三重の応援企業」、三重県産品の取扱いや情報発信にご協力いただく「三重の応援店舗」を制度化し、加入促進を行いました。また、日本橋地域の企業・団体等との連携による取組を展開しました。

- 登録数:三重の応援団 2,069人、三重の応援企業 64社、三重の応援店舗 67店、三重テラスカード会員 1,587人 ※オープンからの累計
- イベントスペースにおける「三重の応援団のつどい」の開催
- 日本橋地区でのイベント・まつり等(橋の打ち水大作戦、日本橋・京橋まつりなど)多様な機会を活用した情報発信、キーパーソンとの連携による企画の実施
- 島根県、奈良県、福島県の近隣アンテナショップとの連携によるスタンプラリー、マルシェ、バル等の共同開催
- 御嶽噴火・神城(かみしろ)断層地震復興支援の取組として、長野県アンテナショップとの連携による「物産・観光展」、「復興応援パネル展」等の開催
- 地元飲食店や日本橋料理飲食業組合等と連携した食材フェア、座談会等の開催



1周年記念商品(松阪木綿・伊勢木綿)



伊賀産フードビジネスマッチングフェア(H26.11)



三重の応援団のつどい(H26.10)

## 平成27年度の運営方針

平成27年度の三重テラスの運営にあたっては、これまでの「三重テラス」の取組の成果や課題をふまえ、4つの指標の数値目標の達成と質的な改善をめざし、次の運営方針のもとに事業を展開します。

### 1. 効果的な情報発信による訴求力の向上

- ① 「食・文化」を重点テーマとし、テーマ性を持った企画の展開
- ② リピーターや目的客の確保に向けた対策の実施
- ③ 海外への情報発信や外国人観光客をターゲットとした対応の推進

### 2. 県内企業・事業者のチャレンジ支援

- ① 魅力ある商品の発掘・出品・ブラッシュアップの支援
- ② テーマ性を持った商談会や応援店舗等への営業活動を通じた販路拡大

### 3. 首都圏ネットワークの拡大と連携

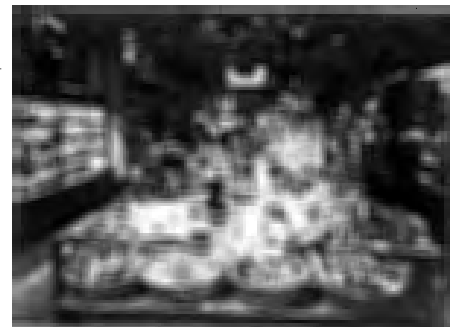
- ① ネットワークと三重ファン層の拡大および会員との親密な関係性の構築
- ② 日本橋地域の団体や他のアンテナショップとの相互連携による発信力強化

### 4. 戦略的な広報活動の充実

- ① ターゲットを明確化したメディアへの情報提供や、情報発信力の高い媒体・人・手法による戦略的な情報発信の強化

### 5. 市町・商工団体等関係団体との連携の強化

- ① 市町や関係団体等との一層の情報共有の推進
- ② 企画立案、告知・集客等の連携による効果的なイベント実施の支援



4月のショップ正面陳列

三重テラスを舞台として、さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていきます。



# TOPICS

## 平成27年3～4月の取組状況（速報）

3月は日本橋地域での「桜フェスティバル」による賑わいととも、2月の「ゴチになります！」放映による集客効果も継続し、活気のある月となりました。

ショップでは、春の行楽に適した商品（菓子類、お酒、小物等）や旬を迎えた生あおさ、小女子（こうなご）等の三重の春を感じる商品の提案を積極的に行っています。

4月18日には、日本橋地域における利き酒イベントの特設会場として催しを行い、1日に約6千人という記録的なご来館をいただきました。

日本橋の集客力が高まる時期になり、来館された方々に次も来ていただけるような運営に努めています。



「日本橋エリア 日本酒利き歩き」の賑わい（4月18日）

## イベントスペース



○ 伝統と革新 ～三重グッドデザインと三重の宝～（3月7日～8日）

➢ 三重グッドデザイン商品などの展示、真珠のアクセサリーづくり講座、知事と三重県内の職人とのトークセッション、伝統工芸品、真珠の新商品の紹介等を実施【90名来場】

○ 花・風・水・森 きらめくいなべ市フェア（3月20日～22日）

➢ ランドネ山大学の講師による山の楽しみ方等についてのトークショー、ユニクロのCMにも出演する彫刻家はしもとみおさんのトークショー・ワークショップ等を実施【370名来場】

○ 日本橋で岩登り。体験チャレンジ！BOULDERING!（3月25日～27日）

➢ 三重テラス2階イベントスペースに人工の岩を設置し、子供と女性を対象としたボルダリングイベントを実施。長永スポーツ工業株式会社と共催【510名来場】

## ショップ

- 春を感じさせるディスプレイの展開。春の行楽に適した商品（菓子類、お酒、小物等）の提案
- 「日本橋桜バル2015」への参加によるショップ桜バルセット（菓子と酒のパッケージ商品）の販売
- 旬の「生あおさ」の限定販売
- 「ゴチになります！」紹介商品の「ソマカツオの塩切」、「伊勢湾産の小女子（こうなご）」等の積極的な販売
- 対面による試食販売の実施（2/28～3/1 渡利かきのオリーブオイル漬け、伊賀漬等）



春を感じさせるディスプレイ

## レストラン

- 「ゴチになります！」放映記念メニューの提供
- 伊勢海老、松阪牛などの食材を使用したパーティープランの展開
- 「桜バル」への参加によるレストラン桜バルメニュー（桜鯛のカルパッチョと酒）の提供
- 応援企業等へのパーティープラン利用促進PRの実施



レストラン桜バルメニュー

## (9) 国際展開の推進について

### 1. 現状（背景、課題）

#### (1) 本県の国際展開の現状と課題

海外市場をにらんだ県内企業のグローバル展開は、喫緊の課題ですが、みえ産業振興戦略の中でも問題提起されているとおり県内企業の海外展開は遅れている傾向にあります。このため、県では、拡大する経済や国内の取引構造の変化を見据え、県内企業の海外展開を積極的に推進する必要があると考えています。

また、観光分野でも、本県は伊勢神宮などの観光資源に恵まれ、国内旅行者のみでも延宿泊者数は優位にありますが、昨今の訪日外国人旅行者の増加をチャンスととらえ、県内観光事業者とも連携し、より効果的なインバウンドの取組を進める必要があります。

さらに、農林水産物・食品等の輸出に関して、世界の食のマーケットは、今後10年間で倍増することが見込まれるほか、世界的な日本食ブームによる海外での認知度・注目度の高まりなど、世界における日本産食品に対する将来的な需要拡大の機会をとらえ、三重県としても輸出促進の取組を効果的に行っていく必要があります。

#### (2) これまでの県の取組

限られた資源の中で重点的かつ集中的に国際展開を行うため、県では、「みえ国際展開に関する基本方針」を平成25年9月に策定するとともに、上海及びバンコクに海外ビジネスサポートデスクを設置し、中小企業の海外展開を支援してきました。

また、行政間で海外と緊密な関係を創ることが県内企業の海外展開にとって有益であるとの考えから、県が前面に立って、海外とのネットワークの構築・強化を進めるとともに、海外ミッションなどを契機として、海外自治体等との連携による取組（トップセールス、産業・観光・物産等の関連イベントへの出展・開催、商談会開催、三重県フェア開催など）を積極的に行ってきました。

これらの取組は、県内企業の参画を得ながら官民一体となって進めてきましたが、国際展開のプラットフォームとなる協議会を新たに立ち上げるなど、推進体制の強化にも努めました。具体的には、すでに設置済の「三重県外国人観光客誘致促進協議会」、「みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進会議」の両協議会に加え、昨年3月には「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」を、6月には「三重県企業国際展開推進協議会」を設置するとともに、8月には各協議会を連合化した「みえ国際展開推進連合協議会」を設立し、国際展開を「オール三重」で推進するための体制を構築しました。

### 2. 平成27年度の取組

#### (1) 国際展開に関する平成27年度の基本的な考え方

これまで基本方針に基づき、国・地域別に取り組んできた結果、産業連携に関する覚書(MOU)や観光交流協定の締結、大学間の連携協定、県産品の販路拡大など、産業連携や観光交流等において、多様なネットワークや取組の成果が生まれつつあります。今年度の取組は、これら成果の一つ一つを、それぞれ、しっかりとフォローし、

それらを最大限に活用しながら、「みえ国際展開推進連合協議会」を中心に4協議会間での連携を図りながら展開していきます。また、「食」関連産業、航空宇宙産業、ライフサイエンス産業といった成長産業分野での取組に注力します。

具体的には、企業間交流の促進、商談の機会の創出など産業面の取組、現地旅行会社への継続的取組、FIT（個人旅行者）向けプロモーションなど観光面の取組、三重県フェアの開催、BtoBのマッチング・商談支援など食を中心とした県産品の販路拡大の取組を展開するとともに、上記の成長産業分野でのグローバルな産業人材の育成についても取り組んでいきます。

## (2) 「みえ国際展開に関する基本方針」の見直し

基本方針策定後、「みえ国際展開推進連合協議会」の設立など推進体制の整備や、各国（地域）等とのネットワークの強化が進んでいることから、現行の基本方針について見直しを行い、国際展開のさらなるレベルアップを図ります。

見直しについては、有識者会議での議論等を踏まえ検討を進め、今月の連合協議会でもご議論をいただきました。その方向については、以下の①～④のとおりです。

### ① 国（地域）別における取組の進展

産業連携や観光交流等において、多様なネットワークや取組の成果が生まれつつあることから、基本方針の国（地域）別の取組方向等を見直し、さらに一歩先を目指した内容とします。

### ② 国際展開推進体制の整備（プラットフォームの構築）

分野ごとの4つの協議会の設置とそれらを束ねる連合協議会の設立を踏まえ、これらの推進体制を国際展開のプラットフォームとして基本方針に位置づけ、国際展開の推進エンジンとして有効に活用するなかで、強力に進めていきます。

### ③ 国際展開における支援体制の強化

支援体制の強化については、今後は、観光・海外誘客も含め、海外ビジネスサポートデスクを活用しながら取組を進めていきます。また、新たに、海外連携の総合窓口を設置するとともに、海外展開のコーディネート機能を持たせます。

### ④ 新たな分野の取組の推進

国際展開の取組を進めるなかで、国（地域）別及び各分野において構築してきたネットワーク等を活用していくことにより、新たな分野への取組の可能性が生まれてきています。機を逃さず、積極的に取り組んでいくため、次のア～エについて「新たな分野」として基本方針に位置づけて取組を進めていきます。

ア ライフイノベーション分野における海外連携の推進

イ 医療分野における学術連携（高度人材の確保・育成等）

ウ 「食」クラスター、ICT・ビッグデータに関する医療・農業分野連携

エ スポーツを通じた海外との交流の促進

## (3) 平成27年度の海外ミッションについて

みえ国際展開推進連合協議会及び4つの分野別協議会間の連携のもと、平成27年度は、欧州（イタリア・フランス・イギリス）、アメリカ、タイ、台湾・香港について、海外ミッション団の派遣を行う予定です。

## (10) 雇用施策の推進について

### 1 現状（背景・課題）

#### (1) 若者の就労支援

県や国等が共同で運営している「おしごと広場みえ」を拠点として、関係団体と連携しながら、相談事業やセミナー等の支援施策に取り組んでいます。今後、若者の就労ニーズとともに企業のニーズも踏まえた、就労支援策を検討していく必要があります。

#### (2) 女性の就労支援

再就職支援として、平成 26 年度は、就労相談や合同面接会、女性向け求人・求職ウェブサイトを「みえじょ NAVI」の運営、スキルアップ研修とインターンシップを組み合わせた採用支援プログラムなどを行いました。さらに働く意欲を持つ女性の力を活かすためには、再就職支援に加えて、就労継続に対する支援の充実が必要です。

#### (3) 障がい者の就労支援

平成 26 年 6 月 1 日現在の民間企業における障害者実雇用率が 1.79%（全国 33 位）となり、前年の 1.60%（全国 47 位）から大きく改善しました。しかし、依然として全国平均値（平成 26 年 1.82%）や法定雇用率（2.0%）には達していないことから、さらに障がい者の一般就労を支援していく必要があります。

また、障がい者の就労訓練・就労体験の場、商品販売のチャレンジの場、県民や企業と障がい者との交流の場として、平成 26 年 12 月 24 日にステップアップカフェ「Cotti 菜」を三重県総合文化センター「フレンテみえ」1 階にオープンしました。今後、「Cotti 菜」を効果的に活用し、障がい者の一般就労に向けた就職スキル向上の支援、県民及び企業に向けた障がい者雇用の理解促進と普及啓発に取り組む必要があります。

#### (4) 雇用の促進

雇用の場の創出については、平成 26 年度は、国の緊急雇用創出事業臨時特例交付金を活用した「地域人づくり事業」及び「起業支援型地域雇用創造事業」に取り組むとともに、県内自動車関連産業における「戦略産業雇用創造プロジェクト」に取り組みました。雇用経済情勢が回復傾向にあるなか、経済成長をより確かなものとするため、労働力不足の解消など地域経済の活性化につながる取組がさらに求められています。

#### (5) ワーク・ライフ・バランスの推進

企業におけるワーク・ライフ・バランスの取組は、セミナー開催やホームページ掲載等による周知・啓発に加え、「男女がいきいきと働いている企業」認証・表彰制度等の取組により増加傾向にあります。しかしながら、規模により取組の進捗度合いが異なることや特定の業種に取組が多いことから、より多くの企業に取組が広がるよう支援策を検討していく必要があります。

### 2 平成 27 年度の取組

#### (1) 若者の就労支援

「おしごと広場みえ」を構成する各機関や他の就労支援機関との連携により、新卒者や新卒未就職者、非正規雇用の若者と、若者を成長の原動力として必要とする企業とのマッチングの機会を充実します。

また、若者の安定した経済基盤の確立のため、様々な雇用形態に対する理解促進や正規雇用を目指す非正規雇用の若者に対するキャリアアップ支援、若者に企業の魅力を伝えるため、企業情報のデータベース化や中小企業・小規模企業と若者との相互理解のための交流の場づくりなどを実施します。

さらに、新卒未就職者等を対象に、就職に直結するインターンシップを実施するとともに、学生等が社員と同様の業務を行う実践的な長期インターンシップを実施し、県内中小企業・小規模企業の優秀な人材確保・人材育成に取り組みます。

加えて、県内高校を卒業し、大学へ進学した者のうち約8割が県外へ進学すること等から、首都圏や関西圏において、U・Iターン就職相談やセミナーを開催します。

## (2) 女性の就労支援

再就職支援を行うとともに、結婚・妊娠・出産・子育て期などのライフステージごとに女性が望む多様な働き方が実現できるよう、再就職後のパート労働の女性や女子学生と企業との意見交換会やワークショップを開催し、女性の就労継続に必要な環境づくりを支援します。

また、県内の中小企業・小規模企業に対して女性活用に関するアンケート調査を実施し、女性の就労継続にあたっての課題や支援に対するニーズを把握します。

## (3) 障がい者の就労支援

障がい者雇用アドバイザーによる求人開拓や障がい者と企業とのマッチング、定着支援のためのコンサルティングなど企業に対する雇用支援を実施することで、障がい者が就労する環境を整備します。また、障がい者が実践的な職業能力を身に着けるための委託訓練等を実施し、障がい者の職業能力開発を支援します。

ステップアップカフェ「Cotti 菜」においては、障がい者の就労訓練・就労体験や、福祉事業所等で作られている商品の展示・販売を通じたブラッシュアップのほか、県民や企業と障がい者との交流により障がい者雇用の理解を促進する取組を実施し、地域社会における障がい者雇用の機運の醸成につなげます。

さらに、平成27年4月28日から登録を開始した「三重県障がい者雇用推進企業ネットワーク」における活動を通じて、企業間の主体的な取組を支援します。

## (4) 雇用の促進

平成26年度から実施している、「地域人づくり事業」において、地域の状況に応じた多様な人材育成を行うことにより、雇用の拡大や在職者の賃金上昇などの処遇改善につなげます。また、引き続き「戦略産業雇用創造プロジェクト」において、県内自動車関連産業における雇用の拡大と、技術の高度化による産業振興を一体的に支援します。

さらに、今年度から「地域創生人材育成事業」において、労働力不足を抱えている分野や、今後、労働力不足が懸念される成長産業分野(航空宇宙、食等)について、安定的な人材の確保を目指すとともに、労働力不足解消に向けて総合的に取り組みます。

## (5) ワーク・ライフ・バランスの推進

より多くの企業に取組が広がるよう、セミナー開催等による周知・啓発、認証・表彰制度等に力を入れ、業種や企業規模別に応じた取組事例を紹介して広く啓発を図ります。

また、地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型)を活用し、新たにワーク・ライフ・バランスに取り組む企業の従業員等を「ワーク・ライフ・バランス推進キーパーソン」として養成し、専門家のサポートを得ながら企業での取組が効果的に進められるよう支援します。

## (11) 観光振興について

### 1 現状（背景・課題）

平成 25 年の神宮式年遷宮、平成 26 年の熊野古道世界遺産登録 10 周年の好機を捉え、官民一体となって「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」を展開しています。その結果、2 年間で約 40 万冊の「みえ旅パスポート」が発給され、みえ県民意識調査でも、「国内外に三重の魅力が発信され、交流が進んでいますか。」という項目が、平成 23 年度（第 1 回）の 17.3%から平成 26 年度（第 4 回）には 28.3%まで上昇するなど、三重県の認知度向上を図ることができました。しかし、今後も魅力ある観光地であり続けるためには、誘客の促進だけでなく、「観光の産業化」を図る必要があります。

### 2 平成 27 年度の取組

#### (1) 国内誘客

三重県観光キャンペーンの 2 年間の取組成果を踏まえ、集大成の年として、キャンペーン後も見据え国内誘客の取組を進めます。みえ旅パスポートのデータを活用した誘客促進や地域部会による連携事業など、キャンペーンで構築したしくみを活用しながら、市町や観光事業者と一体となって、自然、食、文化などテーマを明確にした情報発信や首都圏の女性などターゲットを絞った観光誘客により三重ファン・リピーターの獲得を図ります。また、割引率を設定した「みえ旅プレミアム旅行券」の発行や県内各地の体験メニュー等着地型観光商品のプロモーションによる販路拡大により、観光消費額の拡大を図ります。

#### (2) 海外誘客

「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、台湾及びタイをはじめとする東南アジアを中心に、海外の旅行会社を対象にした商談会や海外の旅行博での PR を実施します。また、近年増加する個人の外国人旅行者（FIT）に対し、「海女」「忍者」「F1」など本県のクールジャパン資源を活用したプロモーションや、フェイスブック等 SNS を活用した情報発信、外国人旅行者向け口コミサイトにおけるキャンペーンを行うとともに、割引率を設定した宿泊券や商品券を活用し、本県への誘客、認知度向上を図ります。さらに、無料公衆無線 LAN 整備（Wi-Fi）の支援や外国人向け消費税免税店の拡大など外国人の受入環境整備を促進していきます。

#### (3) その他重点的な取組

三重県のバリアフリー観光ガイド「みえバリ」を活用し、県内観光案内窓口等における案内機能の向上や移動の困難な方々の旅行機会の創出を図るなど、「日本のバリアフリー観光推進県」の実現に向けて取り組みを進めます。

#### (4) 観光振興基本計画の策定

三重県観光キャンペーンやインバウンドの取り組みの成果や課題を踏まえ、県内での観光消費額の拡大、「観光の産業化」の実現の観点から、三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）の策定に取り組みます。



## 「みえ旅パスポート」の取組状況について

### (1) 発給数及び達成者数の状況

平成25年4月1日から平成27年3月29日までのパスポートの発給状況は、次のとおりです。

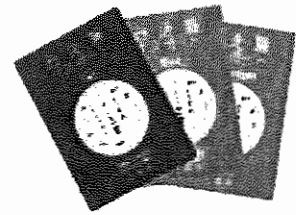
発給総数 396,839 件

ファーストパスポート 334,994 件

セカンドパスポート 45,754 件

プレミアムパスポート 16,091 件

※プレミアムパスポート達成者 8,269 件



押印総数 528,825 件

北勢地域 75,292 件

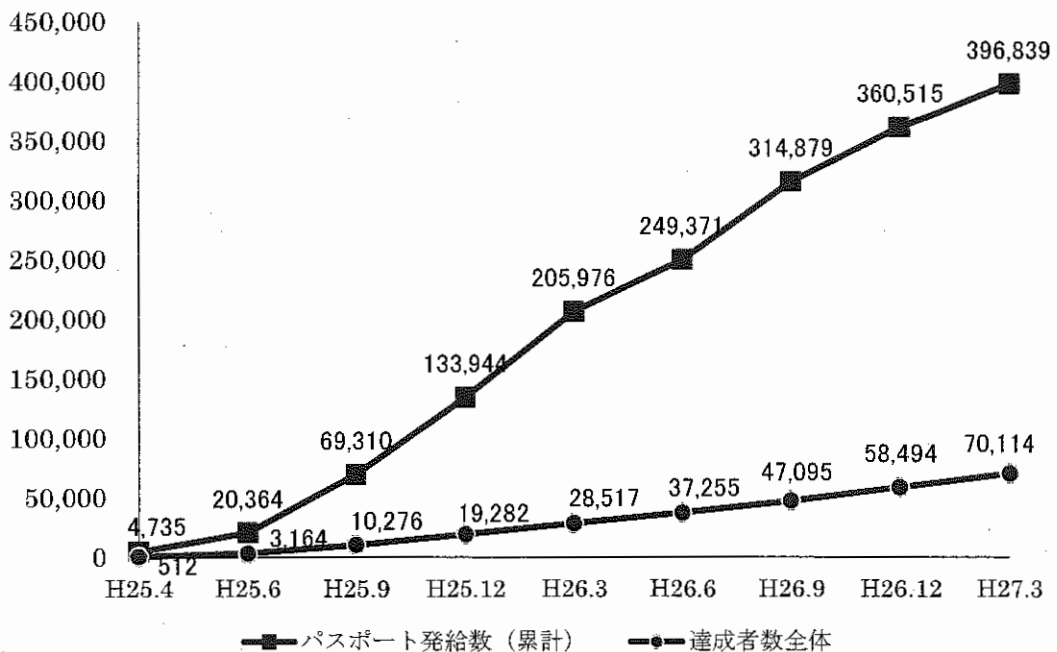
中南勢地域 117,270 件

伊勢志摩地域 216,897 件

伊賀地域 55,912 件

東紀州地域 39,210 件

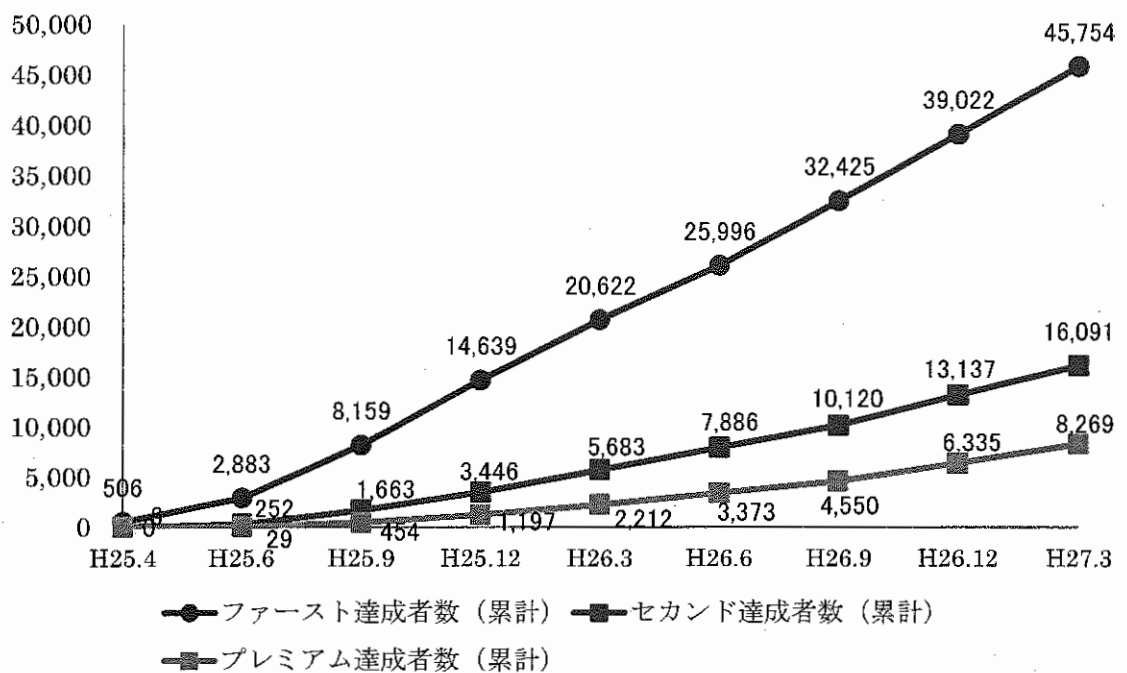
その他 24,244 件



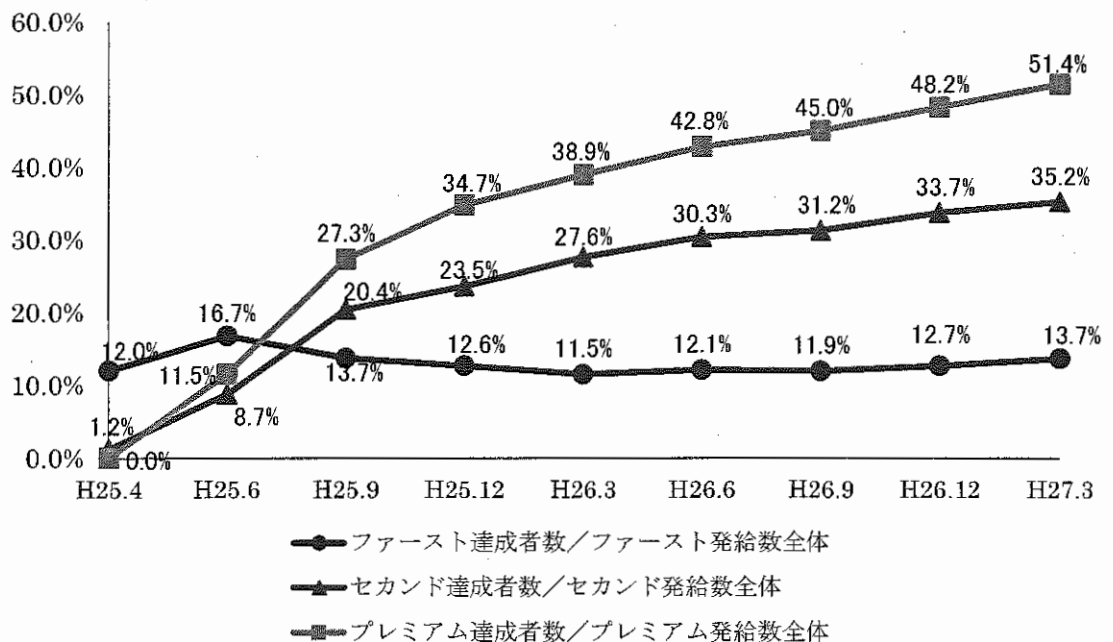
- ・観光キャンペーン開始後、順調に増加しており、平成27年3月末で39万部を超える発給数となっている。
- ・発給数に占める達成者数の割合は15～17%台で継続的に推移しており、パスポートを手に入れた観光客の周遊性、滞在性の向上が図られている。



## (2) 達成者数 (ステージ別)



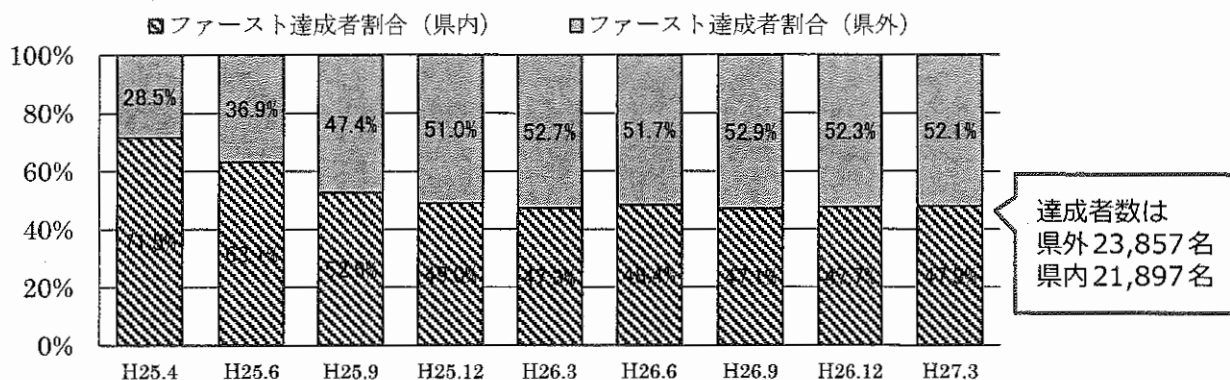
## (3) 発給数に占める達成者数の割合 (ステージ別)



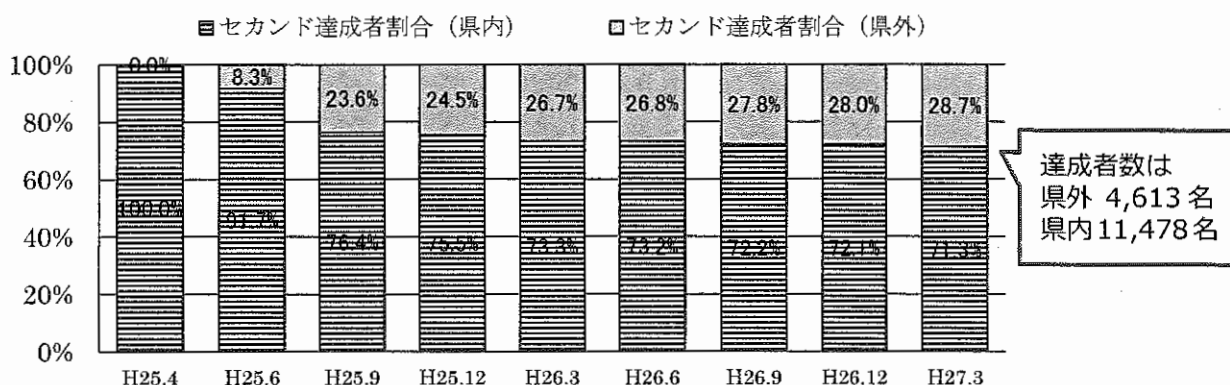
ステージアップに伴い達成者数の割合が高くなっており、パスポート事業を実施したことで、よりコアな三重県ファンを創出することに繋がったと考えられる。

#### (4) 達成者数の県内／県外割合（ステージ別）

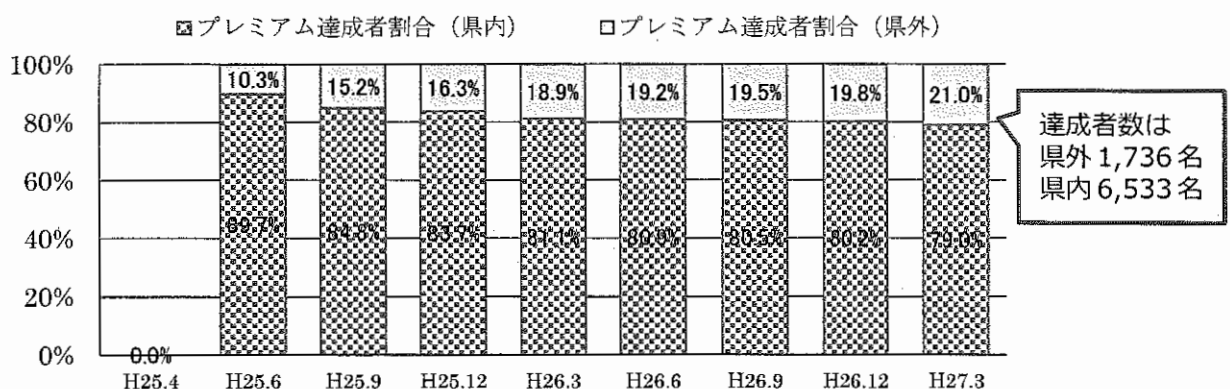
##### ① ファーストステージ



##### ② セカンドステージ



##### ③ プレミアムステージ



・パスポートの利用期間を3年間という長期間としたことで、県外達成者数の割合が着実に増加しており、県外からの誘客に効果を発揮していると考えられる。



# 三重県インバウンド(海外誘客)ターゲット国・地域

## 【今年度の基本方針】

現地でのトップセールス、商談会等PRを行うほか、外国人旅行者旅行券事業、口コミサイト(トリップアドバイザー)との連携事業や受入環境整備等、増加するFIT(個人の外国人旅行者)をターゲットとした誘客活動もあわせて展開

## 台湾(インバウンド重点地域)

- ・H25年5月:「日台観光サミット」開催  
10月新北市と観光協定締結
- ・H26年11月:知事ミッション派遣(旅行博出展・海女によるPR)
- ・H27年3月:台湾ランタンフェスティバルへの出展
- ・今後北部に加え中南部(台中・高雄)にも注力  
(H27年4月:交流協会高雄事務所に職員派遣、5月:高雄旅行博へ初出展)
- ・新北、高雄に開設される商業施設において観光・食・物産を組み合わせたPRを実施予定

## ブラジル

- ・H25年8月:知事ミッション派遣
- ・三重県人会(約250世帯)と連携し日系人(約150万人)へのアプローチ
- ・H27年7月:サンパウロにて忍者によるプロモーション実施予定。また旅行会社の視察旅行受入を予定

## フランス

- ・神宮、熊野古道等伝統的観光資源が好まれ欧州他国への影響大
- ・有力旅行会社新規ツアー商品がH26年11月から催行
- ・H27年7月の欧州知事ミッション派遣に合わせパリにて忍者・海女のPRを実施予定

## タイ(インバウンド重点国)

- ・H26年9月知事ミッション派遣 有力旅行会社グループに対し「三重県海外観光特使」を委嘱し関係を強化
- ・拡大傾向にあるFITや旅行消費額が多いインセンティブツアー(報奨旅行)の誘致を目指す

## マレーシア

- ・H26年3月有力旅行会社幹部に対し「三重県海外観光特使」を委嘱し関係を強化
- ・H26年9月知事ミッションを派遣
- ・良質な団体客のさらなる取り込みと将来的な観点からFIT及びムスリムの取り込みを目指す

## 韓国

- ・本県来訪の多いゴルフ客の更なる誘致を目指しゴルフツーリズムに取り組む

## 中国

- ・訪日旅行者が大きな伸びを示す中、「昇龍道」等広域の取組の中で誘客を展開

## 香港

- ・H26年12月有力旅行会社代表に対し「三重県海外観光特使」を委嘱し関係を強化
- ・レンタカー商品の強化に取り組みドライブツーリズムの目的地を目指す

