

平成23年 第3回定例会
防災農水商工常任委員会 説明資料

(所管事項説明)

1. 「『みえ県民カビジョン・行動計画（仮称）（中間案）』
に関する意見」への回答について …………… 1
2. みえ県民カビジョン及び行動計画（仮称）＜最終案＞
について …………… (別添1)
3. 「『三重県版事業仕分け』に関する意見」への回答
について …………… 2
4. 第2次三重県食育推進計画の策定について …………… 3、(別添2)
5. 首都圏営業拠点について …………… 4、(別添3)
6. 三重県食を担う農業及び農村の活性化に関する
基本計画（仮称）（最終案）について …………… 8、(別添4)
7. 三重県水産業・漁村振興指針（仮称）（最終案）
について …………… 9、(別添5)
8. 「みえ産業振興戦略」検討会議の概要について …………… 10、(別添6)
9. 工場立地動向調査結果（平成23年上期）について …… 12
10. シャープ株式会社亀山工場立地に伴う経済波及
効果等について …………… 13、(別添7)
11. 三重県観光振興基本計画（仮称）（中間案）
について …………… 14、(別添8)
12. 「三重の旅ナビゲーション」の開設について …………… 15
13. 平成24年三重県観光・記者発表会及び交流会
の開催について …………… 17
14. 各種審議会等の審議状況の報告について …………… 18

1. 「『みえ県民カビジョン・行動計画(仮称)(中間案)』に関する意見」への回答

施策番号	施策名	主担当部局名	委員会意見	回答
252	農山漁村の振興	農水商工部	県民指標であることから、わかりやすい目標項目を設定するよう要望する。	農山漁村の活性化の状況を測る指標として、県内の農山漁村における主要な体験交流施設等の利用者数を伸ばしていくことをめざして、「農山漁村地域の交流人口」を県民指標として設定いたしました。 農山漁村地域の交流人口については、南北に長い本県の特性等を踏まえて把握(65施設を予定)できるよう努めるとともに、その拡大を通じて地域の活力向上につなげ、農山漁村地域の定住人口の減少にも歯止めが掛かるよう努めてまいりたいと考えています。
314	水産業の振興	農水商工部	県民指標であることから、わかりやすい目標項目を設定するよう要望する。	もうかる水産業の実現をめざす中、その達成状況を測る指標として、県民にも広く知られ、消費されているイセエビ、カツオ、マダイなど主要魚種の生産額が全国に占めるシェアを伸ばしていくことをめざし、「主要魚種生産額の全国シェア」を県民指標として設定しています。 また、活動指標については見直しを行い、資源管理の推進のための目標である「資源管理に参加する漁業者数」を新たに設定し、豊かな海の維持・再生、県1漁協の実現とあわせて取組を進め、持続可能な水産業の構築を通じて、県民が期待する県内産の魚介類などを安定的に供給できる水産業の実現をめざします。
315	農林水産業の新たな価値の創出	農水商工部	県民指標であることから、目標項目は県民に誤解を与えないよう、わかりやすい指標を設定するよう要望する。	県民指標について、中間案での「農林水産業の価値創出に取り組む事業者数の伸び率」から、最終案では「県産品に対する消費者満足度の増加割合」へと修正し、県民の皆さんにわかりやすい目標項目となるよう見直しを図りました。

3. 「『三重県版事業仕分け』に関する意見」への回答

防災農水商工常任委員会

事業名	担当部局名	仕分け結果	委員会意見	回答
商業活性化支援事業費	農水商工部	再検討	商店街の振興は、買い物弱者の課題解決にもなり得る。商店街を訪れる消費者の視点で、商店街を地域資源としたまちづくりについて、さらに市町と連携して取り組まれない。	商店街を地域資源としたまちづくりについて、市町・住民を含む多様な主体が、地域の資源を棚卸・再発見し、これを活かして活性化に取り組む動きを、仕組づくりの段階から県も市町と連携しながら支援してまいります。
三重の観光プロデューサー設置事業費	農水商工部	不要	観光プロデューサー設置によって、三重県全域で観光商品の開発が行われ、それに伴い、各地域で観光に対する意識が高まり、人材育成にも繋がっており、不要な事業とは思われない。	当該事業により、地域が主体となって行う地域資源の発掘、磨き上げや観光人材の育成など、地域が取り組む持続的な観光地づくりに対して支援を行いました。公開事業仕分けでは、定量的な評価方法等を再度検討するよう意見があったところです。公開事業仕分けにおけるご意見やご指摘を真摯に受け止め、「みえの観光振興に関する条例」の考え方を踏まえつつ、県の役割と今後の事業のあり方について、平成24年度当初予算の編成作業のなかで検討を進めていきます。
魅力ある観光地づくりグレードアップ支援事業費	農水商工部	不要	観光プロデューサー設置事業同様、当事業も地域が主体的に観光地づくりに取り組む事業であり、現在策定中の三重県観光振興基本計画(仮称)を展開していくうえでも必要な事業と判断される。	三重の観光プロデューサー設置事業と同様に、地域が主体となって行う持続的な観光地づくりに対して支援を行い、本県観光の魅力づくりや人づくりを進めてきました。公開事業仕分けでは、県の関わり方等を再度検討するよう意見があったところです。公開事業仕分けにおけるご意見やご指摘を真摯に受け止め、「みえの観光振興に関する条例」の考え方を踏まえつつ、県の役割と今後の事業のあり方について、平成24年度当初予算の編成作業のなかで検討を進めていきます。

4. 第2次三重県食育推進計画の策定について

1 第2次食育推進計画策定の経過

(1) 策定の経過

三重県では、平成19年3月に「食育推進計画」を策定し、家庭や学校、地域における食育の推進とともに食文化の継承、食の安全・安心確保等に関する施策に取り組んでまいりました。今回、計画期間が満了したことから、国において平成23年3月に見直された「食育推進基本計画」の内容をふまえた上で、これまでの取組の成果と課題に基づき平成23年度から27年度までの5年間を期間とする第2次食育推進計画の策定を進めています。

10月の県議会平成23年度第3回定例会における防災農水商工常任委員会での「中間案」のご審議、有識者からの意見聴取会、並びにパブリックコメントの実施を通じていただいた意見をもとに、今回、別添2-2のとおり最終案を取りまとめました。

(2) 意見の内容と対応状況

中間案に対していただいた主なご意見、ご提案の内容、並びに対応につきましては、別添2-3に詳述していますが、主な修正点は以下のとおりです。

第1 食育の現状と今後の展開

- ・三重県の食育の将来像を明確にするため「食育推進計画の実施による本県のめざすべき姿」を追加しました。

第2 取組方針

- ・共食の重要性を明確にするため、共食に関する三重県の現状を追加しました。

第3 具体的施策

- ・食育の推進に当たっては、県民の皆様との協働が重要であるため、県民の皆様に取り組んでいただきたい内容について記述しました。

- ・食育の推進に当たり、家庭での取組を強化するため、朝食の欠食の減少のほか朝食の質の向上についての情報発信や啓発の取組を記述しました。

- ・学校での地場産物の使用を増加させるため、地域の食品事業者と学校給食事業者の話し合いの機会作りや、地場産物を利用した学校給食向け加工食品の開発支援の取組を記述しました。

- ・食育の推進に当たり、地域での取組を強化するため、地域の民間企業等との連携による、みえ地物一番キャンペーンを通じた情報発信の強化を記述しました。

2 今後のスケジュール

第2次三重県食育推進計画は、年内に策定し公表したいと考えています。

また、策定後は、計画の具体的施策について、今年度中から取組を進めます。

なお、今計画については、計画期間を平成27年度までの5年間としていますが、食育を取り巻く情勢の変化等を踏まえ、必要な場合には計画の見直しを行います。

5.首都圏営業拠点について

他県アンテナショップの概要

	店舗名 (住所)	店舗概要	全体面積 (うち物販) <うち飲食>	運営主体	
1	<p><u>表参道・新温館ネスパス</u></p> <p>(渋谷区神宮前4-11-7 B1、1～3F)</p> <p>(営業時間) 物販1F 10:30-19:30 飲食1F 11:30-22:00 (日・祝 -21:00) 飲食B1F 11:00-22:00 (日・祝 -21:00) (定休日) 物販、飲食B1F 年中無休 飲食1F 年末年始、益、 月2回(不定)</p>	<p>ビル1棟全てが新潟館 <B1F> ●飲食店舗 ・ランチとディナーを提供 <1F> ●物販コーナー ・食品(酒含む)のみ工芸品は販売無 ・弁当販売コーナー設置 ●イベントコーナー(食に限定、実演 販売等 屋外にもあり) ・毎週末(金～日)イベント開催 ●飲食店舗(割烹)(県内ホテルが直営) ・ランチとディナーを提供 <2F> ●東京観光センター(日本旅行と提携し 旅行業登録有) ・観光情報提供のほか、電車、宿泊等 旅行の予約可 ●Uターン情報コーナー、にいがた 暮らし相談窓口 ・求人・生活関連情報提供、ハロー ワークの資料閲覧 <3F> ●展示会・商談スペース(有料)</p>	<p>1,658㎡ (134㎡) <290㎡></p>	<p>(財)にいがた 産業創造機構</p> <p>飲食: 新潟グランド ホテル 観光センター: (社)新潟県 観光協会</p>	<p>物販コーナー(1F)</p>  <p>東京観光センター(2F)</p>  <p>展示会・商談スペース(3)</p> 
2	<p><u>ふくい南青山291</u></p> <p>(港区南青山5-4-41 1～2F)</p> <p>(営業時間) 11:00-19:00 (定休日) 年末年始</p>	<p><1F> ●物販コーナー ・食品(酒含む)及び工芸品(伝統 工芸品含む)を販売 <2F> ●ホール ・イベント、説明会、会議等に貸出 ●ふるさと帰住センター、情報ライブ ラリー ・県内での就職相談、観光情報等各種 情報の提供 ●オフィススペース ・展示会等開催可、県内企業の首都圏 営業拠点</p>	<p>998㎡ (258㎡) <161㎡></p>	<p>㈱アサツー ディ・ケイ</p>	<p>店舗外観(1F、2F)</p>  <p>物販コーナー(1F工芸品)</p>  <p>ふるさと帰住センター(2F)</p> 

他県アンテナショップの概要

	店舗名 (住所)	店舗概要	全体面積 (うち物販) <うち飲食>	運営主体	
3	<p>かごしま遊楽館</p> <p>(千代田区有楽町1-6-4 千代田ビル1~3、9F)</p> <p>(営業時間) 物販1F 10:00-20:00 (土・日・祝 -19:00) 観光1F、工芸品販売3F 10:00-18:00 飲食2F 11:00-22:30 (日・祝 -21:30)</p> <p>(定休日) 物販、観光1F、工芸品3F 年末年始 飲食 年始</p>	<p><1F></p> <ul style="list-style-type: none"> ●物販コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・食品(酒・焼酎を含む)のみ販売 ・イトイン(さつまあげ)有 ●観光案内コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報の提供・相談、ネガポジ貸出 <p><2F></p> <ul style="list-style-type: none"> ●飲食店 <ul style="list-style-type: none"> ・黒豚等を使用したメニューを提供(ランチ、ディナー) <p><3F></p> <ul style="list-style-type: none"> ●工芸品販売コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・工芸品の展示・販売 <p><9F></p> <ul style="list-style-type: none"> ●U・ターン、就農相談支援センター <ul style="list-style-type: none"> ・情報提供、相談 	<p>543㎡ (120㎡) <225㎡></p>	<p>物販: さつまいも 産業振興 協同組合 観光: (社)鹿児島県 観光連盟 飲食: (株)フェニックス 工芸品: (社)鹿児島県 特産品協会</p>	<p>店舗外観(1F物販・2F飲食)</p>  <p>物販コーナー(1F食品)</p>  <p>工芸品販売コーナー(3F)</p> 
4	<p>いわて銀河プラザ</p> <p>(中央区銀座5-15-1 南海東京ビル1F)</p> <p>(営業時間) 10:30-19:00 (定休日) 年末年始</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●物販コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・食品(酒含む)、工芸品を展示・販売 ・弁当コーナー設置 ・イトイン(ソフトクリーム)設置 ・小岩井農場の専用売場を設置 ●イベントコーナー <ul style="list-style-type: none"> ・事業者の実演販売等を実施 ●観光情報、UJターン情報を提供する総合インフォメーション、ビジネスサポートセンター(県内企業の東京での活動拠点)を併設 <p>* 同一ビル内に岩手県産(株)東京支店の事務所を併設</p>	<p>753㎡ (365㎡) <無></p>	<p>岩手県産(株) 取締役会長: 知事</p>	<p>物販コーナー(常温)</p>  <p>物販コーナー(冷蔵品)</p>  <p>イベントコーナー(実演販売)</p> 

他県アンテナショップの概要

	店舗名 (住所)	店舗概要	全体面積 (うち物販) <うち飲食>	運営主体	
5	<p>にほんばし島根館</p> <p>(中央区日本橋室町1-5-3 福島ビル1F)</p> <p>(営業時間) 物販 10:30-19:00 飲食 11:00-15:00及び 17:00-23:00 (定休日) 年末年始</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●物販コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・食品(酒を含む)及び工芸品を販売 ●実演販売コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・県内事業者が実演販売を実施 ●観光情報コーナー、インフォメーションカウンター <ul style="list-style-type: none"> ・店舗奥に観光パンフ棚を設置。職員を配置し相談等に応じる。以前は地元ツアーリストが旅行商品を販売していたが3月末で撤退 ●ふるさと定住・雇用情報コーナー ●求人情報、UJターン情報等閲覧可 ●飲食店(店名:主水[もんど]) <ul style="list-style-type: none"> ・アンテナショップに隣接し、地酒とコース料理提供 	<p>400㎡ (150㎡) <60㎡></p>	<p>(社)島根県物産協会</p> <p>飲食: (有)アール・シー・プランニング</p>	<p>店舗外観</p>  <p>物販コーナー</p>  <p>観光情報コーナー</p> 
6	<p>フラッグショップ坐来大分</p> <p>(中央区銀座2-2-2 新西銀座ビル8F)</p> <p>(営業時間) 飲食 17:30-23:00 展示コーナー 11:30-23:00 (定休日) 日・祝、第1土、盆、年末年始</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●飲食店 <ul style="list-style-type: none"> ・夜のみ営業、厳選した県産食材を使用し、価格帯は高め ●物産展示販売コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店舗の店頭にショールーム的に物産を展示し、購入も可(飲食店のレジで対応) ●観光情報コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店とは別室に設置し、相談員を配置 	<p>327㎡ (45㎡) <282㎡></p>	<p>大分ブランドクリエイト(株)</p>	<p>飲食店舗内部(8F)</p>  <p>物産展示販売コーナー(8F)</p> 
7	<p>いきいき富山館</p> <p>(千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館B1F)</p> <p>(営業時間) 10:00-19:00 (日・祝 -18:00) (定休日) 年中無休</p> <p>* 同会館内に、北海道、秋田、静岡、長野、滋賀、香川・徳島銀行、商工会連合会のアンテナショップが出店</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●物販コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・食品(酒を含む)及び一部工芸品を販売 ・取り寄せ商品(鱒すし)の扱いあり ●実演販売コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・2~4日サイクルで県内事業者が実演販売を実施 ●情報提供コーナー <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報のほか、都内の県産品が食べられる飲食店の情報等を紹介 	<p>185㎡ (84㎡) <無></p>	<p>(財)富山会館</p>	<p>店舗全景</p>  <p>物販コーナー</p> 

(注) 面積は、福井県の調査結果(H22年度)より

三重県の首都圏営業拠点施設整備（案）について

1 基本コンセプト

三重の魅力を予感・体感させ、三重県への誘客、三重県産品の販売拡大につなげる

2 重点項目

- ① 食（三重の特徴である“食”の魅力を最大限生かす）
- ② 一体化（物販・飲食・観光の一体的な情報発信を強く意識）
- ③ 連携（三重県の応援事業者等、市町との連携による面的展開をめざす）
- ④ メディア（ソーシャルメディア等も活用し、ターゲットを絞った展開）

3 施設整備案（総面積：400㎡程度）

- ① 物販及び観光情報等発信スペース（150㎡程度）
 - ・ 商品（食品、工芸品）の販売（テスト販売含む）、市場情報の収集の場
 - ・ 首都圏バイヤー、料理人等への商品説明を行うショールーム、商談の場
 - ・ 観光情報の発信を通じて三重の魅力を予感させる場
 - ・ 旅行商品案内・コンシェルジュ、メディア等への情報提供・素材貸出の場
- ② 飲食店（150㎡（50席）程度）
 - ・ 三重の旬の食材を使ったメニューを提供し、三重魅力を体感する場
 - ・ 三重の食材を試食・試飲させ、評価を収集する場
(物販との連携強化や一体的運用を考慮するとフードコートの検討も必要)
*来店客数や食材の供給能力を考慮して50席を上限とし、席数×1坪で算定
- ③ イベント等多目的スペース（50㎡程度）
 - ・ 市町観光イベント等の実施を通じ三重を擬似体験する場
 - ・ セミナーや交流会等を通じてコアな三重県ファンを獲得する場
 - ・ 実演販売、展示会等の開催、商談等中小企業のセールス活動の支援の場
 - ・ 三重県出身者や三重県ファンの集う場
(使用目的により柔軟な運用を行う（パーティションで区切って小スペース創出等）)
*30名程度のセミナーが開催できる面積（50～60㎡）を算定
- ④ その他事務所等附帯施設（50㎡程度）

4 立地場所

- ・ 集客力（他の集客施設との相乗効果）
 - ・ 客層（本物を見分けられ、高所得の人が多く集まる）
 - ・ 客数（平日と休日の差が少ない）
- 等を勘案し立地場所を選定

5 整備方法及び運営方法

- ① 整備方法 県が拠点施設を賃貸借（複数年）し、内部改装を実施
※県が不動産賃料及び改装工事費（大型備品含む）を負担
- ② 運営方法 拠点施設の運営業務を包括的に委託
※運営受託事業者からは、賃料見合いとして売上の一定割合を納付

6 整備時期

- ① 準備期間：平成24年度～平成25年度
- ② 開設時期：平成25年度

6. 三重県食を担う農業及び農村の活性化に関する基本計画（仮称）（最終案） について

1 基本計画の検討状況

本県では、「三重県食を担う農業及び農村の活性化に関する条例（平成22年12月制定・施行）」に基づき、おおむね10年先を見通した基本計画の策定に向けた検討を進めています。

これまで、計画策定懇話会や県議会防災農水商工常任委員会におけるご議論やパブリックコメントでの県民意見などを踏まえるとともに、「みえ県民力ビジョン（仮称）」の策定とあわせた計画の検討を行ってきました。

2 計画（案）の概要

（1）三重県食を担う農業及び農村の活性化に関する基本計画（仮称）

三重県農業・農村の活性化のためには、食に対する県民の多様化する期待に応えるとともに、将来にわたって農業が持続的に営まれることが重要であることを踏まえて、条例の基本的施策に基づく4つの施策体系のもと、さまざまな取組を進めます。

第1章では、計画の策定趣旨や性格、計画期間を整理するとともに、第2章では、取組検討の基礎となる本県農業・農村を取り巻く環境や課題などを整理しています。

第3章では、農業・農村の活性化に向けた取組を進めるため基本的な考え方と4つの基本施策に基づく施策展開の内容を、10年後を目標年度とする数値目標とあわせて示すとともに、第4章では、計画の着実な実践に向けた推進体制と、地域の創意工夫を重視し、地域の総合力を引き出していく「地域活性化プラン」の仕組みを位置づけています。

（2）同基本計画の行動計画

基本計画はおおむね10年先を見通した計画であることから、基本施策を着実に推進するための中期の行動計画を、みえ県民力ビジョン・行動計画（仮称）も踏まえつつ作成していきます。

3 今後の進め方

「みえ県民力ビジョン（仮称）」及び「同行動計画（仮称）」とあわせた検討を進め、平成24年第1回定例会（2月会議）で基本計画を議案として提出するとともに、同定例会の防災農水商工常任委員会で基本計画の行動計画（案）をお示ししたいと考えています。

7. 三重県水産業・漁村振興指針（仮称）（最終案）について

将来に希望のもてる三重県水産業・漁村の姿を明確にした上で、県・市町・流通業者・漁協・漁業者など関係者全てがそれを共有し、連携して取り組んでいくため、2012（平成24）年度から概ね10年先にめざす姿を明確にし、この実現に取り組む基本施策の展開方向を明らかにする「三重県水産業・漁村振興指針（仮称）」の策定を進めるとともに、この指針において明らかにした基本施策を着実に実行していくための具体的な取組を示した「三重県水産業・漁村活性化計画（仮称）」を策定することとします。

1 振興指針（最終案）の概要

「県民が期待する水産物を安定的に供給できる希望ある水産業・漁村の実現」をめざし、地域自らが水産業のあり方や漁村の活性化に取り組む「地域水産業・漁村振興計画（仮称）」の策定と実行や、県1漁協の構築を進める中で

- （1）高い付加価値を生み出す水産業の確立
- （2）地域資源を生かした漁村の活力向上
- （3）自然と共生する生産性の高い水産業・漁村の構築

のもと、様々な取組を進めます。

また、今回、「高い付加価値を生み出す水産業の確立」の数値目標に、資源管理の推進のための目標として「資源管理に参加する漁業者数」を加えました。

2 活性化計画（仮称）について

指針に示した基本施策を実現するため、具体的な施策についてとりまとめた中期の行動計画である「三重県水産業・漁村活性化計画（仮称）」を「みえ県民力ビジョン・行動計画(案)」も踏まえつつ策定していきます。

活性化計画は、平成24（2012）年度から平成27（2015）年度までの4年間を計画期間とする予定です。

3 今後のスケジュール

「みえ県民力ビジョン・行動計画(案)」とあわせた検討を進め、平成24年第1回定例会（2月会議）で活性化計画（最終案）をお示ししたいと考えています。

8. 「みえ産業振興戦略」検討会議の概要について

1 概要

1月18日、第1回目の「みえ産業振興戦略」検討会議を開催しました。第1回目の検討会議では、知事から国内の付加価値構造などを踏まえたマクロベースでの産業構造の変化、代表的企業の構造変化や、集計途中の約5,000社を対象とした企業アンケート調査などを踏まえたミクロベースでの企業構造の変化について、問題意識と論点を提示し、各委員に「今後の産業構造の変化や企業行動の在り方」について、意見交換していただきました。

(1) マクロベースでの産業構造変化

産業別の付加価値構造や就業者構造の変化を考察し、論点を抽出しました。

- ・我が国の強みは「高度部材」やそれを支える「中小企業のものづくり加工技術」であり、その強みを維持・進化すべきではないか。
- ・サービス経済化の進展（サービスの高付加価値化、国際展開、地域貢献の視点）には、むしろ製造業の競争力強化が必要ではないか。
- ・特定の業種に偏らない、強じんて多様な産業構造を構築していく必要があるのではないか。

(2) ミクロベースでの企業事業構造の変化

①代表的企業の収益構造の変化を踏まえ、構造改革の方向性について、企業ヒアリングを実施し、論点（方向性）を抽出しました。

- ・高度部材・素材技術を生かした成長事業の強化
- ・安定収益を確保する事業の維持・強化による事業ポートフォリオの最適化
- ・新興国等の海外市場開拓
- ・グローバルな社会課題解決への貢献

②企業アンケート調査（取りまとめ中）

アンケート調査結果から、円高・国際競争激化の下での経営戦略の方向性と課題を抽出しました。

- ・基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力の強化
- ・今後の成長産業として期待されるクリーンエネルギー分野
- ・成長戦略として求められる海外進出
- ・これまでの産学連携の成果への評価は比較的高い
- ・地域資源を活用した事業展開では、販売チャンネルやマネジメント人材の確保、市場ニーズの把握、地域資源の安定調達が課題

※実施期間 : 2011年9月29日から同年10月14日まで

調査対象 : 5,322社（内 県内企業：4,106社）

中間集計企業数：1,040社（回収19.5%）県内847社、県外163社、不明：30社
製造業482社、非製造業470社、不明88社

(3) 各委員からの意見概要

各委員からは、次のような意見をいただきました。

- ①「アジア・ダイナミズム」にしっかりと向かい合うべき、2年前まではマイナーな話であった「シェールガス革命」を踏まえた世界のエネルギー戦略の変化を意識するべき、などの時代認識が必要ではないか。
- ②企業は、成長するアジアの需要を取り込むためにも海外に進出するが、その際、強みである「高度部材(素材)」や、それを支える「中小企業のものづくり基盤技術」を国内・県内でしっかりと展開していくべきではないか。
- ③加えて、技術力のある中小企業の連携を促進し、中国、台湾、韓国などアジアの中小企業との連携に取り組むなど、アジアのサプライチェーンにはめ込んでいく戦略が必要ではないか。
- ④食や観光など三重をパッケージ化して、首都圏や世界へ売り込んでいく戦略が必要ではないか。その際、三重の強み・魅力に光を当ててブランド化していく取組も大切である。
- ⑤製造業と非製造業は産業の両輪となるべきものであり、豊かな三重と、雇用の創出・維持のバランスのある発展が大切である。その際、製造業とサービス産業を融合させ、社会課題解決型の産業を振興していくことも必要ではないか。

など、他にも「ひとづくり」などを含め貴重な意見をいただきました。

2 今後の取組方向

第1回目の各委員の意見を踏まえ、座長からは、「成長産業」、「立地環境整備」、「海外展開(外需振興)」、「内需振興」、「中小企業」、「ひとづくり」などの政策課題が見えてきているので、これらのテーマごとに別途、更に深い議論を行って具体的な取組を検討していくよう指示をいただきました。

そのため、各委員のご協力を得るなどして、テーマごとに分科会をつくり、具体的な取組の検討を進め、来年2月25日(土)に予定している第2回検討会議へ提示して、各委員との議論を深めていきます。

今後も企業訪問などのヒアリングも進める中で、企業の肌感覚に近い戦略、そして、具体的なプロジェクトなどの取組が動き出す戦略を目指して検討を進めていく予定です。

参考：検討会議の予定

- ①第2回 ※「中間整理」を予定

平成24年2月25日(土) 午前9時～正午：都道府県会館にて

- ②第3回

平成24年5月頃 「最終とりまとめ」

9. 工場立地動向調査結果(平成23年上期)について

経済産業省が発表した平成23年上期(1～6月)工場立地動向調査結果によると、全国の工場立地件数は、前年同期比14.5%の増加、面積は前年同期比16.1%の減少となり、平成20年に発生した世界金融危機以降の景気悪化に加え、円高の進行等による企業の設備投資計画の凍結・見直しや投資意欲の減退、3月11日に発生した東日本大震災などが影響し、前年同期と同様に低い数字となっています。

三重県は、立地件数は14件(前年同期比16.7%増、全国9位)、面積は10ha(前年同期比68.9%減、全国20位)となりました。

区分	立地件数					立地面積 (ha)				
	H21		H22		H23	H21		H22		H23
	上期 (1～6月)	下期 (7～12月)	上期 (1～6月)	下期 (7～12月)	上期 (1～6月)	上期 (1～6月)	下期 (7～12月)	上期 (1～6月)	下期 (7～12月)	上期 (1～6月)
全国	428	439	352	434	403	622	720	499	573	419
対前年同期 増減比(%)	△48.1	△45.6	△17.8	△1.1	+14.5	△36.0	△40.4	△19.8	△20.4	△16.1
三重県 (全国順位※)	13 (12)	19 (7)	12 (10)	7 (17)	14 (9)	28 (6)	56 (1)	33 (4)	8 (6)	10 (20)
対前年同期 増減比(%)	+30.0	+46.1	△7.7	△63.2	+16.7	+69.4	+33.2	+15.7	△86.6	△68.9

※ この資料では、小数点以下第一位を四捨五入して立地面積をhaで表記しています。

そのため、各表の合計が内訳と一致しない場合があります。

※ 全国順位の下期欄は通期(1月～12月)の順位

○工場立地動向調査は、経済産業省が工場立地法に基づき、暦年毎に企業の工場用地等(1,000㎡以上)の取得(借地を含む)状況を調査するものです。

以下のケースは調査の対象外となります。

- ・1,000㎡未満の用地取得企業
- ・既存企業の敷地内への増設(土地取得を伴わない工場の建設及び増設)
- ・物流業、テストコース等(製造業、電気・ガス・熱供給業以外の建設、増設)

10. シャープ(株)亀山工場立地に伴う経済波及効果等について

三重県企業立地促進条例に基づく産業集積促進補助金を活用し誘致したシャープ(株)亀山工場について、その立地に伴う経済波及効果等(雇用、税金など)を検証するため、同工場及び同工場と直接取引のある企業を対象に調査しました。

1 調査項目・対象・出典

- (1) 雇 用 : シャープ(株)亀山工場及び同工場と直接取引関係にある企業、合計33社
- (2) 税 収 : シャープ(株)亀山工場及び同工場立地に伴い、新設又は増設を行った製造業15社、ユーティリティー関連3社及び物流関連等3社、合計22社
- (3) 製造品出荷額 : 経済産業省「工業統計調査」

2 調査結果の概要

(1) 雇 用

- ① シャープ(株)亀山工場を含めた33社において、平成23年5月時点で約7,100名が雇用されています。平成16年1月の操業開始時(約2,500名)と比較し、約2.8倍の増加となっています。

企業別内訳では、シャープ(株)亀山工場が約2,200名、シャープ(株)亀山工場内協力企業約1,100名、県内で新增設した関連企業約3,800名となっています。

雇用形態別内訳では、正社員約5,200名、派遣・業務請負等従事者約1,900名となっています。

- ② シャープ(株)亀山工場を含めた33社の企業のうち5社が、平成23年4月に県内高校新卒者85名を採用しています。シャープ(株)亀山工場が操業した平成16年度から平成23年度までの県内高校新卒者採用者数(各年4月採用)は累計で972名になります。

(2) 税 収

調査対象とした22社の平成22年度県税収入(法人事業税、法人県民税、地方法人特別税)は約29.1億円となっています。平成16年度以降の税込累計額は、約315.2億円となりました。

リーマンショックの景気悪化による影響を受けた平成21年度(約2.4億円)から約26.7億円増加していますが、リーマンショック前の平成20年度(約47.7億円)と比較すると、約6割程度の水準となっています。

(3) 製造品出荷額

県全体の製造品出荷額は平成18年に10兆円を超え、堅調に推移してきました。平成21年は、リーマンショック等の影響で大幅に減少したものの、平成22年(速報値)は、若干持ち直し、9兆7,469億円となりました。平成18年以降全国9位の水準を維持しています。

シャープ(株)亀山工場が平成16年1月に操業を開始して以降、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」の製造品出荷額は、8,725億円(H15年)から1兆9,419億円(H21年)と大幅に増加し、平成16年以降は全国1位の水準となっています。

1 1. 三重県観光振興基本計画（仮称）（中間案）について

1 検討状況

県、市町、県民、事業者、団体等の各主体が協働して、観光産業を、本県経済を牽引する産業として大きく育て、三重県観光の持続的な発展を図っていくため、平成23年10月に「みえの観光振興に関する条例」を制定しました。

条例の理念の具体化を図るためには、条例に基づく「三重県観光振興基本計画（仮称）」（以下、「基本計画」という。）を策定し、観光施策を総合的かつ計画的に推進していく必要があります。

これまでに、条例制定に向け、県民、事業者等を対象としたアンケートの実施、有識者懇話会の設置など、多くの関係者からの意見聴取に取り組んできました。

また、条例施行後も、県内5地域において意見交換会を実施し、さらなる地域の実情把握に努めるとともに、学識経験者等からなる「三重県観光審議会」を立ち上げ、基本計画について審議いただくなど、必要な取組を進めているところです。

これらの検討を踏まえ、前回の常任委員会において説明を行いました「検討案」の内容を拡充し、基本計画（中間案）をまとめました。

2 基本計画（中間案）の概要

第1章 計画の基本的な考え方

第2章 三重県観光の現状と課題

第3章 基本方針と目標

第4章 三重県観光の持続的な発展に向けた施策の展開

第5章 推進体制の整備

※別添8-1及び別添8-2をご参照ください。

3 今後の進め方

今後についても、パブリックコメントの実施、第2回審議会の開催等、さらなる意見聴取の機会を設けるとともに、「みえ県民力ビジョン」の趣旨も踏まえるなど、引き続き検討を深めていきます。

また、これらの状況については、適時、県議会にも報告し、今後の進め方について意見をいただきながら、平成24年第1回定例会2月会議において、計画案として提案することができるよう準備を進めていきます。

12. 「三重の旅ナビゲーション」の開設について

1 目的

「三重の観光営業拠点運営協議会」(※)では、三重県の観光と物産の情報発信や流通促進を図るため、

①「マーケティング&セールス事業(旅行商品の営業・販売等)」

②「トライアルショップ(首都圏における三重県観光情報と物産のPR)」を展開しています。

同事業の受託事業者である(株)観光販売システムズより、「マーケティング&セールス事業の展開に効果的と思われる事業または活動」として、同社が新たにオープンする「プロダクトショップ 桜通りカフェ」内の一部を利用して、「三重の旅ナビゲーション」を開設する提案がありました。

「三重の旅ナビゲーション」では、本県への旅のきっかけとなるよう、三重の観光パンフレット・ポスター等を展示し、旅行案内カウンターを設置する他、三重の特産品の販売やカフェでの一部県産品を使用したメニューの提供などを行い、県内への一層の誘客を図っていきます。

また、同協議会事業としては、旅行商品の流通促進等を図る「マーケティング&セールス事業」についても、地域担当を配置し、本格的な事業展開に取り組んでいきます。

2 概要等

(1)開設場所:「プロダクトショップ 桜通りカフェ」内

①住所:名古屋市中村区名駅3-21-7 名古屋三交ビル1階

②営業時間:月~土曜日 11:00~20:00(ただし、カフェは22:00まで)

③定休日:日曜日・祝日、年末年始(12/30~1/3)

(ただし、年内は12/29まで無休で営業)

(2)開設日:平成23年12月19日(月)

(*営業は平成23年12月20日(火)から)

(3)概要

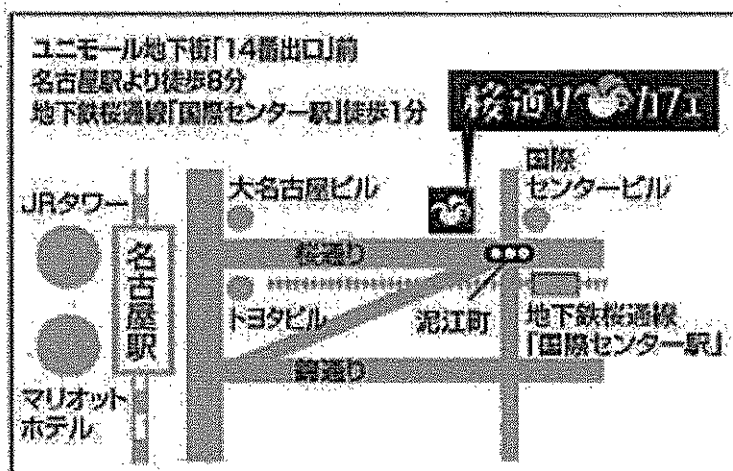
①旅行案内カウンター

②観光情報インターネットコーナー

③カフェ

④県産品販売ショップ等

(4)詳細地図



※ 「三重の観光営業拠点運営協議会」について

- (1) 会員：三重県、6市町（松阪市、伊勢市、鳥羽市、志摩市、熊野市、南伊勢町）、
（社）三重県観光連盟。※賛助会員：伊勢志摩観光コンベンション機構
- (2) 目的：旅行商品の流通促進、「観光」と「物産」の情報発信等を市場や消費者向けに継続的に事業展開し、観光客の来訪の機会や周遊性・滞在性を高め、県内への一層の誘客や県内での消費の拡大等を図る。

13. 平成24年三重県観光・記者発表会及び交流会の開催について

1 趣 旨

首都圏、関西圏のメディアに対し、三重県の観光をアピールするとともに、県内観光関係者がメディアと交流を深め、情報発信の促進や観光商品の販売促進につなげます。

2 実施日時及び会場

(1) 東京会場

日 時：平成24年2月1日（水）17：00～20：00

場 所：椿山荘（東京都文京区関口2-10-8）

(2) 大阪会場

日 時：平成24年2月13日（月）16：00～19：00

場 所：シェラトン都ホテル大阪（大阪市天王寺区上本町6-1-55）

3 参加者（予定）

テレビ・ラジオ局、新聞社、旅行関係雑誌社、旅行会社等

（東京：約300名、大阪：約200名）

4 スケジュール（案）

東京会場

17:00～18:00 観光記者発表会（平成24年三重の観光情報を発信）

18:00～20:00 交流会

（県内観光関係者がブースを出展し、PRし、交流を深める）

大阪会場（内容は東京会場と同様）

16:00～17:00 観光記者発表会

17:00～19:00 交流会

5 交流会出展団体数

県内の市町、観光協会、観光事業者等 約40団体（両会場とも）

14. 各種審議会等の審議状況の報告について

(平成23年9月14日～平成23年11月21日)

(農水商工部)

1 審議会等の名称	三重ブランド認定委員会
2 開催年月日	平成23年11月14日(月)
3 委員	【委員長】三重大学 名誉教授 渡邊 明 他6名出席
4 諮問事項	<ul style="list-style-type: none"> ・ 平成23年度三重ブランド認定更新について ・ 平成23年度三重ブランド認定について
5 調査審議結果	<p>① 平成23年度三重ブランド認定更新について 平成23年末に、認定期間が終了する伊勢茶、南紀みかんの2品目2事業者について認定更新(3年間)することとしました。</p> <p>② 平成23年度三重ブランド認定について 「三重ブランド認定基準及び審査取扱方針」に基づき、申請のあった6件について第1次審査(書類審査)を行いました。 その結果、3件が第2次審査に進む要件を満たしました。 なお、2次審査については、1月以降に実施する予定です。</p>
6 備考	

1 審議会等の名称	三重県大規模小売店舗立地審議会
2 開催年月日	平成23年9月14日
3 委員	【会長】桜花学園大学 教授 森田 優己 他4名出席
4 諮問事項	<ol style="list-style-type: none"> 1 「マックスバリュ大矢知店」(四日市市)の新設に係る届出について(3回目) 2 「(仮称)テックランド朝日店」(朝日町)の新設に係る届出について(2回目)
5 調査審議結果	<ol style="list-style-type: none"> 1 「マックスバリュ大矢知店」(四日市市)の新設に係る届出について(3回目) 事務局から、前回指摘(地元協議資料の提出、道路構造の変更検討及び注意喚起看板案の提示)に対する設置者側の回答について説明 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審 2 「(仮称)テックランド朝日店」(朝日町)の新設に係る届出について(2回目) 事務局から、前回指摘(出入口に係る路面表示の修正検討、駐車場の夜間閉鎖計画の再検討)に対する設置者側の回答について説明 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審
6 備考	

1 審議会等の名称	三重県観光審議会
2 開催年月日	平成23年11月17日
3 委員	【会長】三重大学人文学部准教授 石坂 督規 他9名出席
4 諮問事項	三重県観光振興基本計画（仮称）（中間案）について
5 調査審議結果	<p>事務局から、三重県観光振興基本計画（仮称）（中間案）の検討状況を説明しました。</p> <p>その後、各委員から、三重県観光の持続的な発展に向けた助言や提案をいただきました。</p> <p>主な意見：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計画目標については、入込客数よりも、経済波及効果を重視すべきである。 ・県の役割として、観光旅行者の動向把握等のマーケティング調査を充実させていく必要がある。 ・三重県のセールスポイントを明らかにしてアピールすることが大事である。特に、海外誘客においてはその明確化が求められる。
6 備考	