

参考資料

(1) 三重営業本部体制図 (P2)

三重県営業本部の現在の体制図です。営業本部、関係課長会議等において、多くの部局が関わっています。

(2) 首都圏営業拠点について

- ①平成 25 年 5 月 24 日戦略企画雇用経済常任委員会資料から (P3~6)
- ②平成 25 年 4 月 16 日戦略企画雇用経済常任委員会資料から (P7~11)

東京日本橋に開設が予定されている首都圏営業拠点について、その概要や開設に向けた情報発信、今後の取組等について、戦略企画雇用経済常任委員会で説明のあった資料です。

(3) 三重県観光キャンペーンについて (P12~13)

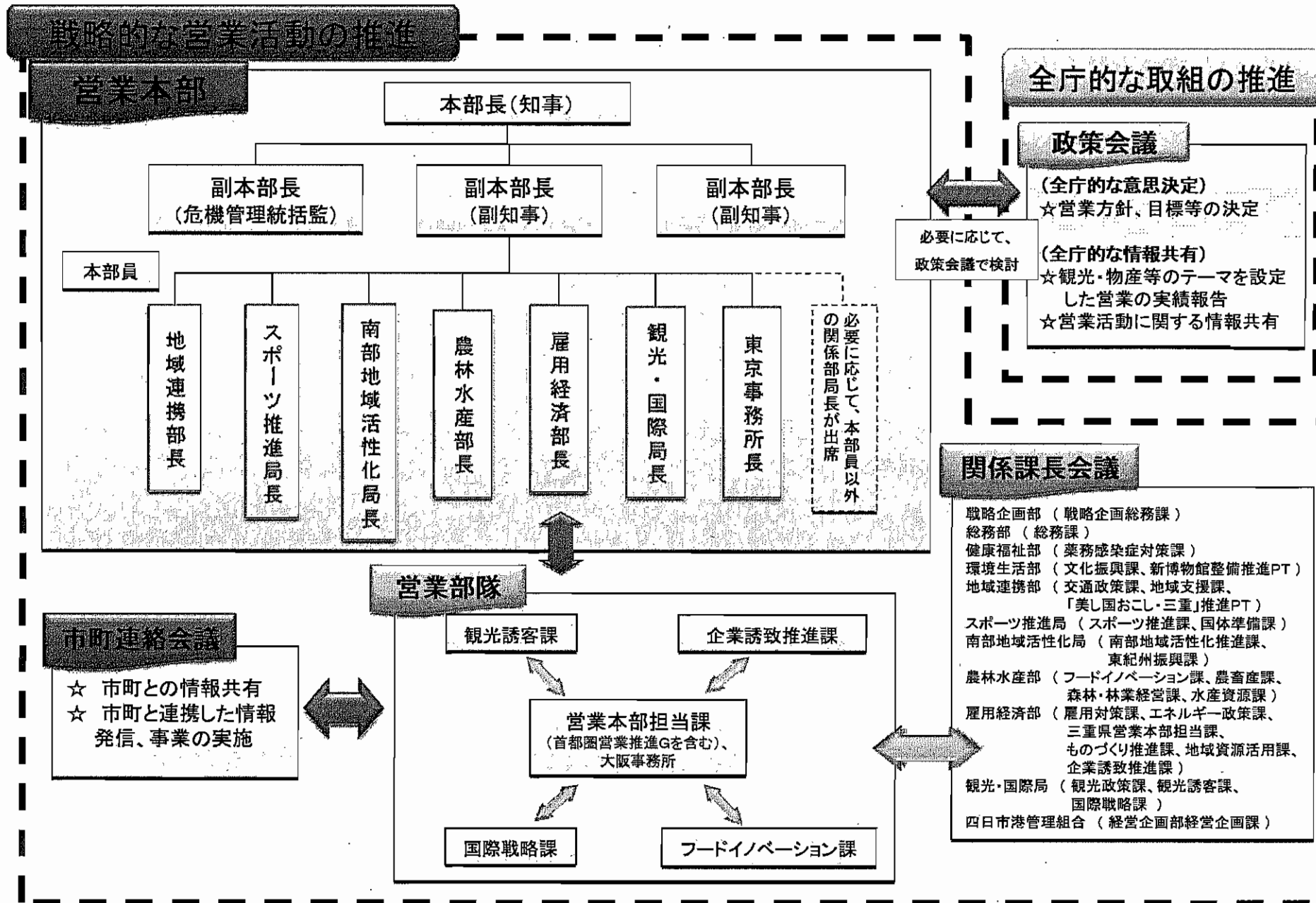
平成 25 年 5 月 24 日戦略企画雇用経済常任委員会資料から

本年 4 月から始まった、3 年間の取組である「三重県観光キャンペーン」についての取組概要です。

(4) 平成 25 年度三重県経営方針について(抜粋) (P14~18)

「平成 25 年度における政策展開のポイント」3 項目のうちの一つに「三重県のブランド力アップ～三重の魅力を大きく発信～」が挙げられています。

営業本部の体制について



(1) 三重営業本部位制図

(2)首都圏営業拠点について

①平成25年5月24日戦略企画雇用経済常任委員会資料から

1 現状（背景・課題）

(1) 首都圏営業拠点の整備および準備

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周年を絶好の機会と捉え、三重の「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」などの魅力を国内外に発信し、県内への誘客の促進や県産品の販路拡大につなげていくため、情報発信の中心地である首都圏に営業拠点を整備します。

現在、平成25年9月の開設に向け、運営事業や内装工事等設計業務を委託し、ハード面・ソフト面からの準備を進めています。

<首都圏営業拠点の概要>

1) 所在地等

- ①住所 東京都中央区日本橋室町二丁目4-1
- ②建物 浮世小路千疋屋ビル（商業施設名：YUITO ANNEX）
所有者：株式会社千疋屋総本店
- ③占有 1階：62.70坪（207.26㎡） 2階：72.38坪（239.29㎡）
合計：135.08坪（446.55㎡）
- ④賃貸借 期間：平成25年4月1日より平成30年3月31日まで

2) 運営事業

- ①委託先（運営事業者）
株式会社アクアプランネット（三重県松阪市大黒田町199）
代表取締役 福政 恵子
※業務提携事業者：株式会社JTBコミュニケーションズ（東京都）
- ②業務委託期間：平成25年4月18日より平成30年3月31日まで

3) 内装工事等設計業務

- ①委託先（設計・施工監理事業者）
株式会社総合デザイン（東京都渋谷区千駄ヶ谷5-4-5）
代表取締役 風岡 正春
- ②業務委託期間：平成25年5月10日より平成25年9月30日まで

4) 基本コンセプト

- 三重の文化にふれてもらうおもてなしの場
- 三重への旅のきっかけ、準備を提供する場
- 三重への共感を呼ぶ、三重ファンづくりの場
- 三重県民、県出身者などが「自分ごと」として活用できる場

5) 基本的機能（食べる、買う、体験する）

- 「食を提供する機能」（1階部分 約30坪、40席程度）
- 「商品を買っていただく機能」（1階部分 約30坪、1,000アイテム程度）
- 「三重の魅力を体験できる機能」（2階部分 50席程度）
- 県内への「誘客・集客機能」
- 県内企業を支援する「トライアル機能」
- 三重に関わる人々を増やしていく「ネットワーク機能」

(2) 首都圏営業拠点開設に向けた情報発信

首都圏営業拠点の開設に向け、首都圏におけるネットワークの構築やコアな三重ファンの拡大、県内への誘客や県産品の販路拡大につなげるため、平成24年度は首都圏全体での面的な情報発信に取り組みました。

① 六本木エリアでの三重フェアの開催【H25.1.18(金)～27(日)】

六本木の富裕層をメインターゲットとして、「東京ミッドタウン」において、三重の魅力を総合的に発信する三重フェアを開催しました。

<内容>

- ・県食材を使ったメニューの提供（レストランフェア）
- ・忍者ショーや伊勢型紙体験・実演等による伝統工芸品などのPR
- ・プレミアムショップでの販売 などによる三重ファンの拡大
- ・メディアを対象とした「三重県観光交流会」を併催

<結果>

- ・多くの来客者やメディア等への三重の認知度向上につながりました。
- ・レストランフェア参加の14店舗への県産食材の継続納入の営業活動や今後の情報発信の協力などにより、10店舗12品目（的矢かき、熊野地鶏、鯛など）の継続取引につながりました。

② 丸の内エリアでの三重フェアの開催【H25.2.4(月)～3.2(土)】

丸の内に勤めるビジネスパーソンをメインターゲットとして、「国際ビル」内の飲食店街「クニギワ」21店舗において、参加各市の民間事業者、団体、行政等との連携企画による「“予感・体感”三重フェア」を開催しました。

<内容>

- ・1日店長など行政も含めた地域の皆さんが、食材をその育まれた地域や人、物語を交えて説明しながら三重の旬の素材を使った料理を提供
- ・三重の食材や食文化、観光情報などに触れていただくことを通じたコアな三重ファンの獲得・拡大

<結果>

- ・7店舗で三重の食材を今後も使用したいという意向がありました。
- ・来客者により深く三重の食材や人を体感していただくとともに、地域の皆さんにとっても、直接ニーズを聴くことにより、より売れるためのマーケティングを学ぶ機会となりました。

③ 日本橋エリアでの情報発信

a) 「究極のお伊勢参り講座」の開催【H25.1.24(木)～3.3(日)】

首都圏の感度の高いビジネスパーソンを対象として、日本橋において、式年遷宮にあわせて伊勢神宮の歴史、お伊勢参りの意義や楽しみ方を学び、体験する講座（4回の講座とフィールドワーク）を開催しました。

<内容>

- ・受講生25名（申込220名）が参加し、フィールドワークでは、受講生（24名）が伊勢・鳥羽市内を来訪し、地元の方々や食と触れ合う機会を通じて、三重の素晴らしさを体感していただきました。

<結果>

- ・受講生が新たにフェイスブックページを立ち上げ、伊勢を中心とする三重の魅力の情報発信に取り組む動きも始まっています。
- ・この方々を中心としたコアな三重ファンの拡大につなげていきます。

b) 「三重 t o 未来」の開催【H25.3.15(金)】

日本橋周辺の事業者、三重フェアや商品開発などに県と連携して取組を行っていただける方等を対象として、「マンダリンオリエンタル東京」において、農林水産部と連携して「三重 t o 未来」を開催し、三重の地域資源を使ったイノベーションに取り組むきっかけの場を提供しました。

2 平成25年度の取り組み

首都圏営業拠点の最大活用を核とした情報発信等営業活動を展開するため、これまで首都圏で築いてきたネットワークを活用・拡大し、市町や関係団体等との連携により、目的・ターゲットを明確にして県内への誘客や県産品の販路拡大に向けた取組を進めます。

(1) 首都圏営業拠点開設に向けた情報発信等

① 首都圏営業拠点の整備等

早期のオープンをめざし、内装工事等の設計、施工手続きを進めるとともに、運営事業者と連携し拠点で取り扱う商品の選定等の準備を進めます。

また、拠点の最大活用に向け、市町や関係団体等の連携を図るための仕組みの構築とイベント・催事等の調整を進めるとともに、広く県民等の参加を得るための拠点の名称公募・決定などを進めます。

さらに、三重の情報発信等に応援いただける「三重の応援団」や「三重の応援企業」、三重の食材や商品等を取り扱っていただける「三重の応援店舗」を中心としたネットワークづくりを進めます。

② 首都圏営業拠点開設と連動した情報発信等

首都圏営業拠点の開設告知や拠点の活用促進等のため、日本橋エリアで開催されるイベント等による情報発信のほか、同エリアの街づくり団体や商業施設、県ゆかりの企業等と連携した三重県フェアなどの開催などの企画を進めていきます。

具体的には、当拠点に隣接する、「YUITO」(飲食店14店舗が入居)、「コレド室町」(飲食店等24店舗が入居)との連携、日本橋エリアの夏(ECOEDO日本橋)や秋(日本橋・京橋まつり)のイベント等と時期を併せた三重県フェアの開催など、関係企業等の協力を得て企画を進めていきます。

(2) 首都圏営業拠点を活用した、三重ファン獲得につながる講座等の開催

首都圏営業拠点において、三重ファンを獲得する効果的な取組を展開するため、県民、県出身者などが自ら企画・活用しようとする取組の推進や、市町や関係団体が拠点を最大活用できるよう連携した取組を推進するとともに、県においても、例えば、知事や三重と縁のある賢人が三重の魅力を語るトークイベントや、「食」、「美」、「健康」、「アート」など、特に女性の関心が高いキーワードと三重の地域資源を掛け合わせたテーマによる講座などを開催していきます。

(3) 「B to B」の取組

日本橋料理飲食業組合など日本橋周辺の飲食店等とタイアップした県産食材メニューの共同開発につなげていく取組を進めるとともに、県内

事業者と首都圏のシェフやデザイナー、クリエイター等との商談の場づくりや商品のブラッシュアップにつながる機会の提供、伝統工芸等に携わる若手職人のブラッシュアップの場としての展示会の開催など、首都圏への販路拡大を支援する取組を進めます。

3 イオンとの連携による拠点開設に連動した情報発信等

三重県と包括提携協定を締結しているイオン株式会社と連携し、「食」「観光」「物産」などの三重の魅力を総合的に発信する三重県フェアを、基幹ショッピングセンター（SC）において開催します。

5月24日（金）から26日（日）には、日本一の商業施設面積を持ち、年間約5,000万人の来店があるイオンレイクタウン店（埼玉県越谷市）を特別催事店舗とした、首都圏のイオン店舗における三重の物産展・観光展を開催します。

<主な内容>

- ① 知事出席による開催記念セレモニー
- ② 市町によるステージイベント
- ③ 式年遷宮紹介写真展等
- ④ 市町ブース（物産販売や試食・試飲、展示）や観光ブース等の設営
- ⑤ 体験コーナー等の設営
- ⑥ グルメ食の提供

②平成25年4月16日戦略企画雇用経済常任委員会資料から

2 営業拠点で実施する事業（案）について

(1) 県が主体的に実施する事業（案）

【戦略的営業活動展開事業費（29,843千円）】

- 知事主催トークライブ
豪華ゲストとの対談またはパネルディスカッション形式の知事主催のトークイベントを開催します。1階レストランまたは2階カフェでレセプションも同時開催します。
- 三重ゆかりの賢人主催トークライブ
三重にゆかりのある、主に首都圏の方々（賢人）の主催でトークライブを開催します。
- 三重大学など県内の大学と連携した、「食」や「歴史」、「文化」、「伝統」などに関する講座を開設します。
- 首都圏営業拠点の効果的な運営のため、有識者や事業者などで構成する「首都圏営業拠点アドバイザリーボード（仮称）」を設置し、客観的・専門的な視点から評価や助言を行っていただくこととします。
- 首都圏営業拠点の活動・成果について、定量的な目標設定・評価を行っていくため、地域ブランド、観光誘客、情報発信などの有識者の方で構成する、「首都圏営業拠点経済効果指標検討会」での検討をもとに、拠点の開設までに設定します。
- 三重県出身者、三重県在住者はもちろん、首都圏の方々が三重との関わりを持つ玄関口となり、コアな三重ファンになるためのしかけとして、三重の文化、伝統、芸術、歴史をコンセプトにした企画を拠点全体で展開します。
- 日本橋エリアにおいては、YUITO、コレド室町、日本橋料理飲食業組合や日本橋地域の街づくり団体等としっかり連携して事業を展開します。また、三重ゆかりの店舗や企業等とのネットワークを活用・拡大し、首都圏全体での面的な情報発信を行います。
- 県や運営事業者のもつネットワークを活用し、各種メディアに営業展開するとともに、フェイスブックなどのソーシャルメディアやホームページなどによる積極的な情報発信を行います。

【首都圏のシェフと三重県の生産者をつなぐ食材フェア事業（7,466千円）】

- 若手シェフなどによる県食材を使った料理コンテストなど、話題性の提供と県食材に関わる人々の開拓につなげるイベントを実施するとともに、拠点発の新たなメニュー化につなげていきます。

【コアな三重ファン発掘・ネットワーク活用事業（10,679千円の一部）】

- オフィスワーカー等を対象に朝大学の手法を用いた講座等を開催します。
- 朝大学等修了生、三重の応援団、応援企業等主催イベント
丸の内朝大学プロデューサークラスの修了生（80名）やお伊勢参り講座修了生（25名）、三重の応援団、応援企業主催でセミナー、講座等を開催しま

す。

- (例)・若年層向けのキャリアアップ講座 (主催: 朝大学修了生)
- ・伊賀忍者講座 (主催: 忍者チーム (朝大学修了生))
- ・伊賀焼で料理イベント (主催: 伊賀チーム (朝大学修了生))

【グローバルビジネス創出促進事業費 (14,920 千円の一部)】

- 伝統工芸品等の素材等のサンプルを展示して、首都圏クリエイター等のアイデアとつなぐ商談会や展示会、サロンなどを開催するとともに、営業拠点でのマッチングをきっかけに開発された試作品や商品を随時、開発プロセスを含めて紹介するなど、BtoBでの活用もすすめます。
- 三重県ゆかりの木工作家や染織作家、萬古焼の急須作家、伊賀焼の土鍋作家等が主催する展示会をギャラリーコーナーで開催し、会期中にはクリエイターやデザイナーとともに「三重を語るサロン」を併催します。
- “三重のいいもん” × X マリアージュ講座
食や伝統工芸品、三重ブランドなどの“三重のいいもん”を掛け合わせたり、X (日本橋、奈良、島根、Local to Local など) を掛け合わせたマリアージュを体験して学ぶ講座を開催します。
- (例)・日本酒 × バウムクーヘン × 伊賀焼 (講師: 日本酒スタイリスト)
 - ・伊勢茶 × 大和茶 (奈良) × 萬古急須 × 高校生スイーツ (講師: 茶生産者、萬古焼作家)
 - ・鈴鹿抹茶 × 伊賀焼 × 創作和菓子 (講師: 和菓子職人)
 - ・伊賀牛 × 伊賀焼 (講師: 伊賀焼職人)
 - ・伊賀くみひも × 伊勢木綿 × 会津木綿 (福島) (講師: 着物アドバイザー)
 - ・ワイン × 燻製料理 × 萬古焼 (講師: フードスタイリスト)
 - ・乾物 (海苔、あらめ等) × 伊賀コシヒカリ × 伊賀焼 (講師: 料理研究家)
- 世界で活躍する新進気鋭のデジタル・アーティストによる、伝統工芸品を映像と五感で体感できる体感型システムで紹介する Future Tradition (フューチャー・トラディション) コーナーを設置します。
- 三重の伝統工芸品や地域資源を活用した商品等を、首都圏のクリエイターやデザイナー等とコラボレーションしてブラッシュアップし、つくりあげ、進化させていく商談会やマッチングサロンなどのプログラムを提供します。
- 三重 T・E・I・B・A・N 展
伝統産業・地場産業の事業者を中心として、伝統工芸品等のブラッシュアップの場としての展示会を開催します。

【ニュービジネス創出人材育成事業費 (14,576 千円の一部)】

- ビジネスマッチング
経営者育成道場の卒業生等の県内若手経営者と首都圏の企業家との出会いの場を構築します。

【首都圏等における立地済企業とのネットワーク構築事業費

(1,692千円の一部)】

○ 経営者懇談会

大手企業の経営者層とのネットワークを構築するための懇談会を開催し
ます。

【三重県観光キャンペーン推進協議会負担金(201,200千円の一部)】

○ 三重県観光キャンペーン推進協議会による観光キャンペーン、海女や忍者な
どをテーマにしたPRイベントの開催、拠点で開催するセミナーと連携した
「みえ旅パスポート」を発給します。

○ 島根・奈良との三県連携で「遷宮」「古事記」等の神話をテーマに講座・フ
ィールドワーク、シンポジウム等を開催します。

《その他県関係部局の事業》

【みえライフイノベーション総合特区基盤整備事業の一部】

ライフイノベーション総合特区PRセミナー(健康福祉部)

【新県立博物館整備事業の一部】

博物館PR(環境生活部)

【多様な連携による地域文化発信事業の一部】

地域文化情報PR講座(環境生活部)

【南部地域活性化事業費の一部】

移住セミナー(地域連携部)

【熊野古道世界遺産登録10周年事業費の一部】

熊野古道世界遺産登録10周年PRセミナー(地域連携部)

【森林整備加速化・林業再生基金事業費の一部】

県産材PR(農林水産部)

【三重県産品営業拡大支援事業費の一部】

首都圏のバイヤー等との商談会(農林水産部)

(2) 運営事業者が主体的に実施する事業(案)

○ 営業拠点オリジナルのプライベートブランド商品として、例えば、テレビ等
で全国的に有名なパティシエ辻口博啓氏(片岡温泉「アクアイグニス」にて
スイーツ等をプロデュース)と熊野産の柑橘類とのコラボレーションによる
スイーツや、鈴鹿山麓のごぼうを使った限定ジェラート等を開発し、販売し
ます。

○ 三重の産直食材にこだわった本格的な料理を提供するため、三重の各地域の
旬の味を提供するメニューを通して、県内各地域を旅するかの如く、三重の
魅力を来館者に伝えます。(例えば、尾鷲直送マグロを使った前菜、伊勢大
あざりと旬野菜の白ワイン蒸し、松阪牛もも肉のグリエと野菜のフリット、
鈴鹿山麓野菜を使ったデザートなど)

- 本物志向、品質重視、価値重視を基本にしながら、例えば、桑名産のなばな、安乗産のサバ、伊賀産の米、熊野産の柑橘類など、三重の選りすぐりの商品を、地域ならではの物語という付加価値をつけて販売します。
- 商品や食材の定期的な入れ替えなどのしくみを構築することにより、県内の小規模事業者にも多くのチャレンジの機会を提供するなど、開かれた拠点として運営します。
- メインターゲットである30～50代の女性を意識して、伊勢茶と三重のお取り寄せ和菓子や三重でしか食べられない郷土料理など、三重県内の食材や食文化を提供するラウンジをつくり、花匠佐々木直喜氏（菰野町在住、家庭画報の表紙のフラワーアレンジを担当）によるフラワーアレンジメントや芸術性の高いクリエイターの作品で飾るなど、話題性の高いスペースとして集客を図ります。
- 神宮式年遷宮を記念し伊勢神宮に作品を奉納された書家紫舟氏による書アートイベントや女性層を対象とした“美”や“健康”などテーマ性のある講座・フィールドワークの開催、県内蔵元提供の日本酒と旬の食材を味わうイベントや萬古焼の鍋を使った料理体験等参加型イベントを開催します。
- 株式会社JTBコミュニケーションズが主体となり、旅行商品の開発と、継続した誘客につなげるために、例えば、地域イベントに合わせた地域周遊ツアーなどのモニタリングツアー商品、各地域の旬の食材を使った飲食の提供と連動させた三重の恵みを実感するツアー等の会員特別優待旅行商品の企画・開発を行います。
- 台湾をはじめ東アジア等からの観光客を迎え入れる館内プロモーション(外国語対応のツールの整備)を行うほか、訪日外国人観光客向けの集客企画を構築します。
- 1階で商品を販売するだけでなく、生産（製造）事業者が対面販売するテストマーケティングなど、消費者目線の評価を市町や県事業者へフィードバックできるしくみをつくります。
- 小規模事業者や県内若手経営者が首都圏で販路開拓等チャレンジできる機会を提供します。
- 既存顧客の囲い込みや新規顧客の獲得のため、会員制度を設けます。また、顧客メリットを付加した電子マネーの導入を大手流通事業者と連携して検討するなど、新たな仕組みの導入を考えていきます。

- 運営事業者の経営する首都圏 10 店舗（丸の内・銀座・南青山・赤坂・新宿など）において、三重の食材を用いたメニュー開発を行うとともに、三重フェアを開催します。

- 日本橋の百貨店や首都圏のショッピングセンター等における物産展や都内イベント会場での催事出店を積極的に行うとともに、通信販売や店外販売による販路拡大を図るなど、新たな顧客開拓に向けた営業活動を行います。

(3)三重県観光キャンペーンについて

本年4月1日から実施中の「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」について、「三重県の知名度の向上」「県内の周遊性・滞在性の向上」「三重ファン・リピーターの拡大」を目指し、次のとおり取り組んでいます。

1. 取組内容

(1) 県内の周遊性・滞在性を高める取組

① みえ旅パスポートについて

観光客の県内での周遊性、滞在性を高め、県内各地のその土地ならではの魅力に触れていただき、三重ファン、リピーターの獲得を目指し、「みえ旅パスポート」を発給しています。

なお、4月1日から5月5日の期間において、5,500件を超える「みえ旅パスポート」を発給しました。

○ 観光客の満足度を高めるクーポン機能

パスポートを提示することで、「みえ旅おもてなし施設」で各種割引やプレゼント等のおもてなしサービスが受けられます。

○ 観光客の周遊性・滞在性を高めるスタンプラリー機能

県内を回ってスタンプを集めることで、三重県の特産品や三重の魅力をより体感できるような賞品が当たる抽選に応募ができます。

○ 三重ファン、リピーターの獲得を推進するステージアップ機能

必要なスタンプ数を集めることで、ステージアップ(3ステージ)し、抽選で当たる賞品もよりグレードアップします。

② みえ旅案内所について

観光案内所、道の駅等県内69施設と連携し「みえ旅案内所」を設置することで、観光客の県内各地への周遊・滞在の促進、並びにおもてなしの向上に取り組むとともに、案内機能の充実により、三重の旅をスムーズに楽しめる仕組を構築しました。

○ みえ旅パスポート発給、スタンプ押印

パスポート発給、スタンプ押印を案内人が行うことで、観光客との会話、ふれあいの場を創出します。

○ 観光客への旅のサポート

キャンペーンオフィシャルガイドブック、地域別パンフレットを配置するとともに、地域の旬の情報を提供することで、観光客が旅をスムーズに楽しめるようサポートします。

③ みえ旅おもてなし施設について

観光施設や飲食店等、県内700軒の様々な施設に協力いただき「みえ旅おもてなし施設」を設置し、「みえ旅パスポート」の提示により、割引やプレゼント等、各種サービスを提供するなど、観光客の満足度の向上につなげるとともに、三重県全域での歓迎ムードを高める取組を実施しています。

(2) 交通事業者と連携した情報発信

中部国際空港、近畿日本鉄道、中日本高速道路と連携し、4月から三重県観光キャンペーンのPRを展開しています。

① 中部国際空港（セントレア）

4月20日（土）から式年遷宮がクライマックスを迎える10月までの半年間、セントレア館内の国内線旅客機が到着する動く歩道（制限エリア）、手荷物受取所、到着ロビー（出口）、各種交通機関への連絡口であるアクセスプラザまでの連絡通路等で、伊勢神宮や熊野古道伊勢路などを紹介するPRポスターやキャンペーンロゴのフラッグの掲出など、セントレア館内を活用したPRを展開しています。

② 近畿日本鉄道

津駅での幟の設置やポスターの掲示に加え、大阪難波駅、近鉄名古屋駅等15の主要駅でガイドブックを配置などを行います。

③ 日本高速道路

中日本高速道路の県内のSA、PAを中心にガイドブックを配置、刈谷SAでの「みえ旅パスポート」の臨時発給などを行います。

また、県内の周遊性、滞在性の向上を図るため、三重県内を中心とした周遊エリア内乗り放題プランなどお得な定額割引、「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」ドライブプランを実施しています。

(3) 島根県・奈良県との連携

「ご遷宮」「古事記」「日本書紀」など、テーマを共有する島根県、奈良県との連携事業を推進します。三重県主体の取組としては、神話等をテーマとする講座・シンポジウム等を実施します。

2. その他

(1) 三重県観光キャンペーン応援特使

本年4月、歌手の水森かおりさんに、三重県観光キャンペーン応援特使に就任いただきました。今後、市町等と連携し県内各地でのイベント等に出演いただきます。

(2) 職員研修会の開催

県職員が式年遷宮をはじめとする三重の魅力が語れるよう職員研修を実施するとともに、キャンペーンロゴ入り名刺等により県職員自らが遷宮をはじめとする三重の魅力をPRできるようにします。

講師：文筆家 皇學館大学非常勤講師 千種 清美

回数：平成24年度 4回実施、平成25年度 4回実施予定

(4) 平成 25 年度三重県経営方針について (抜粋)

I 平成 25 年度の三重県経営にあたって

2 平成 25 年度における県政の考え方

平成 25 年度は、極めて厳しい財政状況の中にあっても、「みえ県民力ビジョン・行動計画」やその他の計画等に示した取組を着実に推進していくとともに、県民の皆さんにより一層の成果を届けていく。

そのため、「選択・集中プログラム」や紀伊半島大水害からの復旧・復興、社会情勢の変化等への対応に注力して取り組むほか、国が実施する緊急経済対策に対して、的確に対応する。

特に、平成 25 年度は、20 年に一度の神宮式年遷宮を迎えることや、地震、津波、風水害等への対応が喫緊の課題であること、児童虐待やいじめなどが深刻化していることなどを踏まえ、「選択・集中プログラム」等の取組を展開する中で、以下の諸課題に的確に対応する。

- 三重県のブランドカアアップ ～三重の魅力を大きく発信～
- 地域を守る ～防災・減災対策の推進～
- 子どもを守る ～児童虐待やいじめへの対応～

また、各施策の展開にあたっては、県民の皆さんの声や現場で発見した課題、みえ県民意識調査の結果などを十分踏まえ、目標達成に向けた戦略的な取組を一層推進する。

II 平成 25 年度の政策課題及びその展開方向

1 平成 25 年度における政策展開のポイント

- 三重県のブランドカアアップ ～三重の魅力を大きく発信～
- 地域を守る ～防災・減災対策の推進～
- 子どもを守る ～児童虐待やいじめへの対応～

(1) 三重県のブランドカアアップ ～三重の魅力を大きく発信～

(主な取組)

- 神宮式年遷宮の好機を生かし、多くの皆さんに三重の魅力を知っていただくため、関係者と一体となった「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」を実施し、全庁を挙げた観光PRを展開（新しい豊かさ協創4）
- 東京日本橋に「首都圏営業拠点」を設置し、三重県の認知度向上や三重県への誘客、県産品の販路拡大を推進するとともに、関西圏における営業機能を強化（緊急課題解決7、社会情勢の変化等）
- 熊野古道世界遺産登録10周年のイベントやキャンペーンの実施などによって東紀州地域の情報を積極的に発信（南部地域活性化）
- 文化会館、図書館、美術館など「文化交流ゾーン」を構成する県立の施設等が連携し、「伊勢」をテーマにしたシンポジウム、展覧会、演劇などのさまざまな取組を実施（社会情勢の変化等）



2 「選択・集中プログラム」において、特に注力する取組

(1) 緊急課題解決プロジェクト

(緊急課題解決7)

三重の食を拓く「みえフードイノベーション」～もうかる農林水産業の展開プロジェクト

三重県の強みである「食」の魅力等を生かした「もうかる農林水産業」の実現をめざす、産学官連携による「みえフードイノベーション・ネットワーク」を活用した各プロジェクトが成果をあげつつあることから、さらなるプロジェクトの創出や県外からの来訪者を意識した商品づくりに取り組む。加えて、商品化等に向けた研究成果の活用や戦略的なブランドづくりなどを一層進めることで新たな三重の「食」を開拓し、県内農林水産業を牽引していく売れる新商品の開発を強化する。

また、首都圏営業拠点を核にした首都圏及び関西圏において、戦略的な営業活動等を展開し、三重の認知度向上を図りつつ、県産品の情報発信やブラッシュアップにより販路開拓等をさらに強化する。

さらに、農林水産資源の高付加価値化に向けた地域の自立的な取組を促進するため、地域活性化プラン等の策定地域の拡大や実践に向けた支援に取り組む。

(2) 新しい豊かさ協創プロジェクト

(新しい豊かさ協創4)

世界の人びとを呼び込む観光協創プロジェクト

神宮式年遷宮や熊野古道世界遺産登録10周年を契機に、三重県への誘客拡大をめざし、関係者と一体になって「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3年間実施する。

キャンペーンでは、周遊パスポートや5つの地域部会におけるイベント、おもてなしなどにより周遊性、滞在性の向上を図り、三重ファンやリピーターを増やす。

また、遷宮や古事記など共通テーマを活用し、島根県や奈良県等との連携による情報発信に取り組むとともに、三重県営業本部等と一体となり、全庁を挙げて三重の魅力情報を発信していく。

さらに、海女や忍者をはじめとする三重県が世界に誇る観光資源の情報発信に地域と連携して取り組む。

海外からの誘客については、「2013 日台観光サミットin三重」が平成25年5月に志摩市で開催されることから、「重点強化期間」として、台

湾への観光PR、誘客活動を集中的に行うとともに、多様なネットワークの構築を通じて県内中小企業と台湾企業との連携につなげていくなど、台湾との連携・交流に取り組む。

(3) 南部地域活性化プログラム

県南部地域では、生産年齢人口の減少、過疎化等が進行し、地域の活力が低下していることから、若者の雇用の場の確保や定住の促進に向け、第一次産業の担い手確保や、高校生を対象に地域との関わりを通して次代の地域を担っていく人材育成等について、南部地域活性化基金を幅広く活用し、関係市町とともに取組を進める。

紀伊半島大水害からの復興に向けて、神宮式年遷宮や高速道路の概成の契機を生かし、平成26年の熊野古道世界遺産登録10周年のイベントやキャンペーンを実施するなど東紀州地域の積極的な情報発信に取り組むとともに、熊野古道世界遺産登録10周年事業の準備を着実に進める。

また、新たに設置した「地域活性化局」が本庁の南部地域活性化局と連携し、南部地域の活性化に取り組む。

3 社会情勢の変化等に対応するため、特に注力する取組

(三重県営業本部の展開)

三重県の魅力を前面に打ち出した営業活動を戦略的に進めるため、平成25年夏に、東京日本橋に「首都圏営業拠点」を設置する。

首都圏営業拠点では、これまで首都圏で築いてきたネットワークの活用・拡大、目的・ターゲットを明確にした戦略的な営業活動を推進するとともに、関西圏においても、ネットワークの強化を図り、「打って出る営業活動」を展開することで、三重県の認知度向上や三重県への誘客、県産品等の販路拡大につなげる。

特に、首都圏においては、「三重フェア」などの開催、三重ファンを獲得するための講座やセミナーなどを通して、首都圏全体での情報発信を行うとともに、コアな三重ファンの拡大、応援店舗・企業の拡大などに取り組む。

また、東京日本橋にアンテナショップを設置している奈良県、島根県との連携を推進するため、遷宮や古事記などを共通テーマにしたPRを行う。

(新しい文化振興方針の策定と新県立博物館の整備)

平成19年度に策定した「三重の文化振興方針」について、グローバルな視点や教育、産業、観光などの他分野との連携といった幅広い観点から検討を行い、10年先を見据えた新しい指針を策定する。

また、平成26年春の新県立博物館開館に向け、展示製作、情報システムの構築などの施設整備を行うとともに、MMM(みえマイミュージアム)プロジェクトなど県民参加型の取組を通して、“みんなでつくる博物館”のための組織や運営の仕組みを構築する。

さらに、20年に一度の神宮式年遷宮の機会をとらえ、文化会館、図書館、美術館など「文化交流ゾーン」を構成する県立の施設等が「伊勢」をテーマにシンポジウム、展覧会、演劇などのさまざまな取組を行うなど、事業、運営の両面から「文化交流ゾーン」の連携強化に取り組む。