

## 平成 25 年度当初予算 施策別取組概要

### 3 4 1 三重県営業本部の展開

- 34101 営業機能の強化 (雇用経済部)
- 34102 効果的な情報発信戦略の推進 (雇用経済部)

( 主担当部局：雇用経済部 )

#### 平成 27 年度末での到達目標

首都圏等における営業(セールス)機能が強化され、三重が誇れるものづくり中小企業や観光商品・県産品等の魅力や価値が、トップセールスを中心とした強力な営業活動により広く情報発信されることで、国内外から共感を呼び、魅力ある地域として三重の認知度が高まっています。

#### 施策の数値目標

##### 県民指標

目標項目		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
<b>三重が魅力ある地域であると感じる人の割合</b>	目標値	-	45.0%	50.0%	/	60.0%
	実績値	40.0%			/	

各指標の H23 年度数値は現状値

##### 目標項目の説明

首都圏等における県事業を通じて把握した、三重が魅力ある地域であると感じる人の割合

##### 活動指標

目標項目		H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
営業本部活動回数(累計)	目標値	-	100 回	200 回	/	400 回
	実績値	-			/	
三重の応援団など三重県を応援する三重県ファン数(累計)	目標値	-	250 人	500 人	/	1,000 人
	実績値	-			/	

各指標の H23 年度数値は現状値

#### 進捗状況(現状と課題)

- ・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 周年を迎える、この絶好の機会に、情報発信の中心である首都圏において、営業活動を総合的に進めるため、平成 25 年夏に「首都圏営業拠点」を整備します。
- ・営業拠点の整備に向けては、拠点の機能や、営業機能を高める仕組み、市町が情報発信したい魅力、地元の受入体制のあり方などについて、各市町への訪問によるヒアリング、市町との連絡会議の開催、関係団体との会議の開催、関係事業者や有識者等との意見交換など、県内市町や事業者の方々との議論を進めています。

- ・こうした議論において、「首都圏営業拠点」の基本コンセプトや機能としては、三重ならではの特色ある魅力を前面に打ち出し、拠点の来場者に、三重の魅力を「予感・体感」していただくことを通じて、「三重はこんなにも魅力あふれる所。是非とも行ってみたい」と思わせるような、「三重の玄関口」としての機能が重要であると考えていることから、魅力を発信する仕掛けなどについて、今後具体的な検討を進めます。
- ・三重の認知度向上につなげるためには、「首都圏営業拠点」を核に、「食」や「観光」、「歴史」、「文化」などのさまざまな魅力を、三重ゆかりの店舗や企業等と連携し、首都圏全体で面的に情報発信していくことが重要であり、このような取組を通じて、県内への観光誘客や県産品の販路拡大等につなげていきたいと考えています。
- ・このため、首都圏においては、県内市町等と連携し、ネットワークづくりや、県産品の販路拡大、みえのファンづくり、観光情報の発信、地域資源の価値の再発見など、三重の魅力の総合的な情報発信に取り組んでいるところです。
- ・また、こうした取組をベースに、「首都圏営業拠点」を核にした面的な情報発信が展開できるよう、三重ゆかりの店舗の情報収集等を通じた「三重の応援店舗」の拡充、首都圏の店舗を借り切った市町と連携した営業拠点イベントの実施、三重県内の食材やイベント等の「旬」の情報を情報発信する「三重の応援団通信」の発行など、ソフトの基盤整備を先行的に進めます。
- ・一方、関西圏の営業拠点である大阪事務所では、市町が実施する観光誘客や物産等の販路拡大をサポートする形で取組を進めてきました。また、三重にゆかりを持つ企業や飲食店への訪問を通じていただいたご意見をふまえ、関係部局と連携してビジネスマッチングや、企業や団体と連携した観光展やイベントを実施するなど、新たな取組も展開しているところです。さらに、「三重の応援店舗」や「三重の応援団」、「三重県経済人交流会」などネットワークの拡充にも取り組んでいます。

## 平成 25 年度の取組方向

### 雇用経済部

- ・「首都圏営業拠点」について、平成 25 年の夏の「首都圏営業拠点」開設に向けて準備を進めます。
- ・「首都圏営業拠点」の事業展開においては、「食べる」、「買う」、「体験する」といった複合的機能が必須と考えています。例えば、地域ブランド力の高い商品や、地域色が濃厚な開発商品に関して、その作り手の創意工夫などの「物語」、背景となっている地域の「歴史・文化」を総合的にプロデュースした演出を行うなど、三重の魅力を総合的に伝えることができるような施設運営に取り組めます。
- ・また、首都圏全体の面的な情報発信に向けては、県内市町や関係団体、事業者等との連携を図りながら、「首都圏営業拠点」を最大限活用していくこととし、これを核として、日本橋地域の三重ゆかりの企業等との連携、さらには、三重の情報発信や営業活動にご協力をいただく「応援店舗」や「応援企業」と連携した首都圏全体の面的な取組へと広げていくことが重要であると考えています。
- ・そこで、「首都圏営業拠点」においては、県内市町や関係団体、事業者等と連携し、営業活動のネットワークづくり、県内生産者と首都圏流通事業者との商談会による新たな販路の拡大、観光誘客やコアなファンの囲い込みにつながる情報発信、市町と連携したイベント開催による地域産品の販路拡大、デザイナーとコラボした伝統工芸品や地域資源を活用した県産品のブラッシュアップの機会の拡大などに取り組めます。

- ・また、日本橋には、「日本橋三越」や、「三井不動産」等の三井グループ、食品問屋大手の「国分」、紙問屋の「小津産業」など、今なお、三重ゆかりの企業が多くあることから、こうした企業としっかりと連携を図りながら、日本橋エリア全域でのフェアやイベント、商談会の開催など、三重の魅力の発信効果を高めるような取組を展開します。
- ・さらには、応援店舗や応援企業などと連携し、多数の応援店舗と連携したイベントの同時開催による情報発信や県産品の販売増加、応援企業と連携した商談会による販路拡大や新製品開発の機会増加など、首都圏全体で面的な取組を進めるとともに、首都圏等への地域食材に係る営業活動を積極的に展開するため、地域食材を使った商品の開発から販路開拓まで総合的に支援する新たな仕組みづくりに取り組みます。
- ・関西圏においては、大阪事務所の業務を大きく見直し、積極的な営業活動を展開していくため、「オール三重フェア」と題したイベントの実施、各地域のイベント等との連携、集客交流施設の活用による柔軟かつ機動的な情報発信に取り組むなど、主体的な関西営業戦略を展開することで、コアな三重ファン獲得、ひいては観光誘客につなげるとともに、ヒト・モノのネットワークという営業基盤の構築に向けた取組を検討・推進します。

## 主な事業

### 雇用経済部

首都圏営業拠点推進事業【基本事業名：34101 営業機能の強化】

予算額：(24) 1,891千円 (25) 256,899千円

事業概要：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周年を迎える絶好の機会に、情報発信の中心である首都圏において、営業活動を総合的に進めるため、平成25年夏に「首都圏営業拠点」を整備します。首都圏営業拠点では、「食べる」、「買う」、「体験する」といった複合的な機能を発揮できるよう、効果的な施設運営及び情報発信を推進します。

(新) 首都圏営業拠点オープニング事業【基本事業名：34101 営業機能の強化】

予算額：(24) - 千円 (25) 8,805千円

事業概要：首都圏営業拠点のオープンに際して、三重ならではの魅力を前面に打ち出すイベントなどを実施し、「三重の玄関口」としての情報発信機能をPRするとともに、日本橋地域のゆかりの店舗や企業などと連携し、オープニングイベントを展開します。

(新) 戦略的営業活動展開推進事業【基本事業名：34102 効果的な情報発信戦略の推進】

予算額：(24) - 千円 (25) 49,494千円

事業概要：首都圏全体の面的な情報発信に向け、県内市町や関係団体、事業者等との連携を図りながら、「首都圏営業拠点」を最大限活用していくとともに、営業拠点を核に、日本橋ゆかりの企業等との連携、さらには、三重の情報発信や営業活動にご協力をいただく「応援店舗」や「応援企業」と連携し首都圏全体の面的な取組へと広がっていきます。また、地域食材を使った商品の開発から販路開拓まで総合的に支援する新たな仕組みを構築するなど、戦略的な営業活動を展開します。

(新) 営業拠点を活用した新たな三重の魅力共感者獲得事業

【基本事業名：34102 効果的な情報発信戦略の推進】

予算額：(24) - 千円 (25) 4,378千円

事業概要：日本橋の営業拠点を活用して、高い感性と幅広い人脈を持つ首都圏のビジネスパーソンを対象とした三重の魅力発信講座を開催し、「新たな三重の魅力の共感者」を作るとともに、これまでに培った三重の共感者ネットワークと連携したさまざまな活動を通じて、さらなる共感者ネットワークの拡大・深化に取り組みます。

(一部新) 関西圏営業基盤構築事業【基本事業名：34102 効果的な情報発信戦略の推進】

予算額：(24) 3,467千円 (25) 6,457千円

事業概要：関西圏でのコアな三重ファン獲得、ひいては観光誘客につなげるため、「オール三重フェア」と題したイベントを実施するほか、地域のイベントや展示会への参画、マスコミキャラバン等の実施、関心の高い歴史をテーマにした講座の開設等、さまざまな仕掛けを行います。また、関西圏の営業基盤の構築に向けて、県人会等の活性化や小売・流通業者に向けた営業活動を展開します。