

平成 26 年定例会  
戦略企画雇用経済常任委員会  
所管事項説明資料

◎所管事項説明

(1) 『平成 26 年度版成果レポート (案)』に基づく今後の 『県政運営』等に係る意見」への回答について	・ ・ ・ ・ ・	1
(2) 指定管理者が行う公の施設の管理状況報告について	・ ・ ・ ・ ・	3
(3) 「みえ産業振興戦略」について	・ ・ ・ ・ ・	11
(4) 「食」の情報発信について	・ ・ ・ ・ ・	13 別冊 1
(5) 三重県工業研究所の取組について	・ ・ ・ ・ ・	17
(6) 雇用施策の推進について	・ ・ ・ ・ ・	19
(7) 地域資源を活用した産業振興について	・ ・ ・ ・ ・	25
(8) 首都圏営業拠点「三重テラス」について	・ ・ ・ ・ ・	27
(9) 国際展開の取組について	・ ・ ・ ・ ・	33
(10) 三重県観光キャンペーンについて	・ ・ ・ ・ ・	37 別冊 2
(11) 三重県観光振興基本計画年次報告について	・ ・ ・ ・ ・	41
(12) 各種審議会等の審議状況の報告について	・ ・ ・ ・ ・	45
(13) 三重県景気動向調査中間報告について	・ ・ ・ ・ ・	別冊 3

平成 26 年 10 月 3 日

雇用経済部

(1)『平成26年版成果レポート(案)』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見への回答について

戦略企画雇用経済常任委員会

施策番号	施策名	主担当部局名	委員会意見	担当部局の答弁
321	三重の強みを生かした事業環境の整備と企業誘致の推進	雇用経済部	「アジアNo.1航空宇宙産業クラスター形成特区」の指定を受けたが、先行する愛知県や岐阜県では独自の支援策が打ち出されている。本県としても、何か支援策を検討されたい。	航空宇宙産業は、中部地域が強みを持ち、今後とも発展が期待される産業です。 このため、本県においてみえ航空宇宙産業振興のビジョンを年度内に策定するとともに、支援等について検討を進めていきます。
			AMIC（高度部材イノベーションセンター）に入居している企業の活性化が進んでいないように見受けられるなか、地域の中小企業や小規模企業との連携が進むようサポートを図られたい。	北勢地域の強みである素材産業の強みやポテンシャルなどの実態を改めて把握するため、本年度に入ってから周辺企業への訪問を行っているところです。 こうした取組の中でAMICを中心とした具体的な支援策や研究プロジェクトの発掘を進めていきます。その際は、地域の中小企業・小規模企業を巻き込み、当地域の産業構造の高度化を促進していきます。
323	地域の価値と魅力を生かした産業の振興	雇用経済部	特に2次下請けや3次下請けとなるような零細企業（小規模企業）の声を丁寧に聴取し、きめ細かい振興策を講じられたい。	小規模企業の声につきましては、企業1000社訪問や5000社アンケートを今年度も引き続き実施し、丁寧な聴取に努めます。 また、公益財団法人三重県産業支援センターに小規模企業に対するワンストップ相談窓口としての「よろず支援拠点」や事業承継に関する相談窓口としての「事業引継ぎ支援センター」を設置し、きめ細かな支援体制を構築するとともに、県内5地域に配置した地域インストラクターと商工団体の経営指導員が二人三脚で現場に向いて、小規模企業が持つ様々な課題等の把握や解決策を支援していきます。
325	新しいエネルギー社会の構築	雇用経済部	メタンハイドレートに関して、高知県はかなり積極的に取り組んでいるので、本県もさらに活発に研究などを進められたい。	平成25年3月に設置した「メタンハイドレート地域活性化研究会」において、引き続き、その実用化に向けた技術開発に関する最新情報の把握に努めるとともに、平成30年度を目途とした商業化の実現に向けた技術整備を見据え、エネルギー関連産業の誘致など地域の活性化に結びつく取組方策について検討を進めます。

(1)『平成26年版成果レポート(案)』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見への回答について

戦略企画雇用経済常任委員会

施策番号	施策名	主担当部局名	委員会意見	担当部局の答弁
331	雇用への支援と職業能力開発	雇用経済部	女性や若者などの就労においては、正規と非正規で大きな違いがあり、正しく分析しなければ課題が明らかとならないことから、県民指標である「雇用対策事業による就職者数」については、正規雇用と非正規雇用に分けて把握されたい。	正規雇用と非正規雇用に分けての就職者数の把握については、複数の機関が関係しているため、全体で把握できるように働きかけていきたいと考えています。
			ステップアップカフェ（仮称）の成果指標の検討を進められたい。	ステップアップカフェにおいて目指す ①障がい者の実践の場としてのカフェ機能 ②商品の販路拡大につながるブラッシュアップ機能 ③企業と障がい者をつなぐ中間支援機能 という3つの機能の達成度について、指標を検討していきます。
			女性の就労支援については新たな指標を設けて取り組まれたい。	国の成長戦略にも女性の活躍推進という部分もあるため、今後の雇用支援については、女性の就労支援という視点から指標を検討していきます。
342	観光産業の振興	雇用経済部 観光・国際局	観光客のリピート意向を詳しく把握し、特にリピート意向のない層の詳細な分析をしたうえで対策を講じられたい。	三重県観光客実態調査における不満足要因の分析に加え、三重県観光キャンペーンのみえ旅パスポート利用者の分析等を行い、リピート意向率向上を図る対策を進めてまいります。

## (2) 指定管理者が行う公の施設の管理状況報告について

### 1 指定管理者の概要等

三重県営サンアリーナは、地方自治法第 244 条の 2 第 3 項の規定に基づき、株式会社スコルチャ三重が、指定管理者として、平成 23 年 4 月 1 日から平成 28 年 3 月 31 日まで管理を行います。

なお、同社は、平成 18 年 4 月 1 日から平成 23 年 3 月 31 日までの管理も行っており、現在は 2 期目の管理となっています。

指定管理者は、三重県営サンアリーナの事業の実施に関する業務、施設等の利用の許可等に関する業務、利用料金の収受等に関する業務、施設等の維持管理及び修繕に関する業務等を行っています。

### 2 平成 25 年度における管理業務の実施状況及び利用状況

#### (1) 管理業務の実施状況

##### ①管理運営事業の実施に関する業務

平成 25 年度の平均稼働率について、メインアリーナは大型コンサートや全国規模の大会・集会による利用があり前年度の 53.8%から 57.7%へ 3.9 ポイント増加しましたが、サブアリーナは前年度の 64.5%から 61.4%へ 3.1 ポイント減少し、その他会議室等は前年度並 (0.5 ポイント増) に留まりました。利用人数は、会議室のみ前年度を下回ったほかは、アリーナ、トレーニング室、フィットネス室の利用が前年を上回った結果、全体では前年度対比 114.3%の利用となりました。

##### ②施設及び設備の維持管理及び修繕に関する業務

施設・設備の維持管理においては、日常監視とメンテナンスに注力し、緊急度・優先度に配慮しながら修繕対応に努めていますが、平成 25 年度は全国大会が多く予定されていたことから、積極的に修繕するとともに、館内巡回を徹底して不具合の早期発見に努め、軽微な修繕、修復作業を職員が処置するなど、迅速に対応しました。

なお、開館以来 20 年を経て、施設設備の経年劣化が進んでおり、サンアリーナの施設利用に支障を来さないよう配慮し、改修工事を進めていく必要があります。

#### (2) 施設の利用状況

		平成 25 年度 実績	平成 24 年度 実績	対前年度	(数値目標)
利用 人数	アリーナ	275,248 人	236,443 人	116.4%	260,000 人
	会議室等	24,951 人	25,844 人	96.5%	33,800 人
	トレーニング室	12,537 人	11,882 人	105.5%	22,000 人
	フィットネス室	3,944 人	2,908 人	135.6%	4,200 人
	利用人数計	316,680 人	277,077 人	114.3%	320,000 人
稼 平 働 均 率	メインアリーナ	57.7%	53.8%	3.9 ポイント増	57.0%
	サブアリーナ	61.4%	64.5%	3.1 ポイント減	67.0%
	会議室等	19.6%	19.1%	0.5 ポイント増	20.0%

※平均稼働率とは、1日を午前・午後・夜間の3つに区分し、「(区分単位での利用数)÷(稼働可能区分数)」で算出される割合をいいます。例えば、1日のうち、午前、午後、夜間の全てに利用があった場合に 100%となります。

### 3 平成 25 年度における管理業務に関する経費の収支状況

単位：円

収入の部	H25	H24	支出の部	H25	H24
指定管理料	189,445,000	191,000,000	人件費	89,563,123	79,293,258
利用料収入	96,982,743	100,247,650	水光熱費	72,433,717	63,959,129
自主事業収入	32,482,887	33,730,572	一般管理費	126,897,575	129,296,375
営業外収入	1,825,795	321,696	自主事業経費	36,385,035	42,747,177
その他の収入	0	0	その他の支出	0	0
			法人税・住民税等	4,233,675	5,497,104
合計 (a)	320,736,425	325,299,918	合計 (b)	329,530,241	320,793,043
収支差額(a)-(b)	△8,793,816	4,506,875			
利用料金減免額	5,234,214	4,755,203			

### 4 平成 25 年度における管理業務に関する評価

評価の項目	自己評価			県の評価		
	H 24	H 25	コメント (要約)	H 24	H 25	コメント
1 管理業務の実施状況	A	A	<p>○稼働率アップのため、二見旅館の有志の方々とのコラボレーション事業として「合宿プラン」を推進し、近畿エリアの大学を誘致訪問した。</p> <p>○会議室の利用促進のため専任担当者を配置し、県内の利用可能性の高い企業、各種団体などを定期的に訪問する活動を行った。</p> <p>○自主事業においては、「地域連携」をさらに推進するため地元大学の協力を得ながら地域の方々との出会いと交流を実践し、また、近隣の地域総合型スポーツクラブとの連携も行った。</p>	A	A	<p>○多様な自主事業の実施や利用者サービスの充実に努め、県民が利用しやすい施設づくりを実現している。</p> <p>○職員が館内を巡回し、施設、設備の監視・点検を行うとともに、軽微な不具合や故障は自社対応することで迅速な修繕を実現している。</p>
2 施設の利用状況	B	B	<p>○全館が複数日に亘ってほぼ貸切になる大規模の利用に対して、前年度から取り組んできた事前保全ときめの細かい利用支援を行ったことで、混乱なくご利用いただき、満足度向上にもつなげることができた。</p> <p>○メインアリーナの稼働率が示すように、一般的に施設利用は活発であり、話題性も豊富な年度だった。稼働率も利用人数も前年度の水準以上であったが、アリーナ施設を除き目標には届かなかった。</p>	B	B	<p>○平均稼働率は、サブアリーナが前年度の数値を下回ったものの、メインアリーナ及び会議室は上回った。</p> <p>○利用人数は、会議室を除いて前年度を上回り、施設全体で約 4 万人増加した。</p>

3 成果 目標 及び その 実績	B	B	<p>○メインアリーナは堅調で平均稼働率、利用人数ともに目標をクリアしたが、サブアリーナ、会議室では若干目標を下回った。そのため、全体での利用人数は約 99.0%と目標に届かなかったが、前年度対比では 114.3%と大幅に数字を伸ばした。</p> <p>○トレーニング室、フィットネス室についても目標には達していないが、前年を上回っている。</p> <p>○自主事業件数においても目標の 32 件をクリアした。</p>	B	B	<p>○平均稼働率は、サブアリーナと会議室で目標を下回ったが、メインアリーナで目標を達成した。</p> <p>○利用人数は、全館を貸し切る大規模なイベントが多かったため、会議室、トレーニング室及びフィットネス室で目標数値に達しなかったものの、アリーナで目標を達成した。</p> <p>○自主事業も目標数値以上の回数を実施した。</p>
特記事項（今後の課題）			①貸館誘致等のより一層の取組	②老朽化が進む施設・設備の修繕等の取組		



## 指定管理者が行う公の施設の管理状況報告(平成25年度分)

## &lt;県の評価等&gt;

施設所管部名 : 雇用経済部 観光・国際局

## 1 指定管理者の概要等

施設の名称及び所在	三重県営サンアリーナ (伊勢市朝熊町宇鴨谷4383-4)
指定管理者の名称等	株式会社スコルチャ三重 代表取締役 濱田典保 (伊勢市朝熊町宇鴨谷4383-4)
指定の期間	平成23年4月1日～平成28年3月31日
指定管理者が行う管理業務の内容	1 サンアリーナの事業の実施に関する業務 2 サンアリーナの施設等の利用の許可等に関する業務 3 サンアリーナの利用料金の收受等に関する業務 4 サンアリーナの施設等の維持管理及び修繕に関する業務 5 前各号に掲げる業務のほか、三重県がサンアリーナの管理上必要と認める業務

## 2 施設設置者としての県の評価

※指定管理者が変わった場合、前年度の評価は斜線を記入しています。

評価の項目	指定管理者の自己評価		県の評価		コメント
	H25	H24	H25	H24	
1 管理業務の実施状況	A	A			○多様な自主事業の実施や利用者サービスの向上に努め、県民が利用しやすい施設づくりを実現している。 ○職員が館内を巡回し、施設、設備の監視・点検を行うとともに、軽微な不具合や故障は自社対応することで迅速な修繕を実現している。
2 施設の利用状況	B	B			○平均稼働率は、サブアリーナで前年度を下回ったものの、メインアリーナ及び会議室は上回った。 ○利用人数は、会議室を除いて前年度を上回り、施設全体で約4万人増加した。
3 成果目標及びその実績	B	B			○平均稼働率は、サブアリーナと会議室で目標を下回ったが、メインアリーナで目標を達成した。 ○利用人数は、全館を貸し切る大規模なイベントが多かったため、会議室、トレーニング室及びフィットネス室で目標数値に達しなかったものの、アリーナで目標を達成した。 ○自主事業も目標数値以上の回数を実施した。

※「評価の項目」の県の評価 :

「+」(プラス) → 指定管理者の自己評価に比べて高く評価する。  
「-」(マイナス) → 指定管理者の自己評価に比べて低く評価する。  
「 」(空白) → 指定管理者の自己評価と概ね同じ評価とする。

総括的な評価	<p>○県民が利用しやすい施設であることを目指し、「インターネット利用環境の整備」、「ユニバーサルデザインに配慮したトイレ改修」など、県民が利用しやすい施設づくりに工夫しながら取り組む姿勢が認められる。</p> <p>○近隣地域の宿泊施設と協力した大学向けの合宿プランの推進、会議室の利用促進のための定期的な訪問活動など、明確な目標設定のもと誘致活動に取り組んでいる。</p> <p>○スポーツ利用を中心に、自主事業を積極的に実施した。安定収入の確保や利用者増が見込まれるほか、利用者の健康づくりや地域の交流活性化にも結び付く事業であり、今後も継続が期待される。</p> <p>○雨漏りなど老朽化が進むなか、計画的に実施する大規模修繕とともに、指定管理者にて小規模修繕を迅速かつこまめに実施することにより、利用者の「快適性」と「安全性」に配慮した施設の維持に取り組んだ。</p> <p>○1階入り口に「提案箱」を設置しているほか、イベント主催者向けや県民向けに電子アンケートを実施することにより、ニーズ把握に努めるとともに、寄せられた声に対して真摯に対応している。</p> <p>○平均稼働率について、メインアリーナは57.7%で平成24年度から3.9ポイント増加し目標を達成した。サブアリーナは61.4%で平成24年度から3.1ポイント減少し、会議室等は19.6%で平成24年度から0.5ポイント増加したがそれぞれ目標数値には達しなかった。</p> <p>○利用人数について、アリーナは目標数値を達成したが、会議室、トレーニング室、フィットネス室は目標を下回った。平成24年度からの推移としては、会議室が減少したもののアリーナ、トレーニング室、フィットネス室は増加し、合計では対前年度比114.3%となった。</p> <p>○収支について、光熱費の高騰などが影響し8,793千円の赤字となった。</p>
--------	--



## &lt;指定管理者の評価・報告書(平成25年度分)&gt;

指定管理者の名称 : 株式会社スコルチャ三重

## 1 管理業務の実施状況及び利用状況

## (1) 管理業務の実施状況

## ①三重県営サンアリーナ管理運営事業の実施に関する業務

- 平成25年度は伊勢神宮の遷宮があり、これに合わせて全国大会の利用が例年より多くあったことから前半は好調なスタートを切ったものの、後半の1月～3月にかけての利用は逆に前年度より少ない状態で、結果的には自主事業での利用を除くと施設利用料収入はほぼ前年度並みとなった。
- また平成25年度は全館を複数日に亘ってほぼ貸切になるような大型利用が多かったのが特徴で、メイン・サブアリーナの平均稼働率や利用料収入に貢献する有難い案件であった反面、トレーニング室や整体院、フィットネス室などリピート利用者の多い施設を閉鎖せざるを得ないことが課題ともなった。
- 利用目的の多様化の進行が顕著に表れ、幼稚園の運動会、遠足、敬老の日イベントや夕涼み会、国家試験会場やパーティー会場など、様々な式典集会が多く開催された。その一方で、自主事業では、恒例となっている地元企業の対抗運動会、球技大会も定着し、幅広い利用につながっている。
- 平成25年度の特需利用として、式年遷宮行事(お白石持行事)の参加者の着替え会場としての利用があった。

## ②施設及び設備の維持管理及び修繕に関する業務

- 常時職員が館内外を巡回し、施設、設備、備品の監視・整備・点検を行うとともに、発見した不具合・故障については迅速な修繕、修復に努めた。できるだけ自社修繕を心がけ、特に平成25年度は全国大会が多く予定されていたため、前年度以上の費用をかけて修繕を行った。
- 環境整備事業は9期に分けて実施した。整備内容は、フライングスピーカー更新工事、駐車場造成工事、インカム機器更新工事(メイン、サブ)、障がい者トイレ改修工事、吊物制御部品交換、自動制御設備修繕、空冷パッケージエアコン増設工事、メインアリーナ雨水排水埋設管改修工事であった。
- 館内における利便性の向上と会議室利用者へのサービス向上のために第1、3、5会議室でインターネットが利用できるよう整備した。

## ③県施策への配慮に関する業務

- 多目的トイレを、車イスでの利用者がトイレ内で方向転換できるよう環境整備事業にて実施した。
- 子育て支援のため、満1歳までの育児休暇を取得させた後、時間短縮での勤務をさせている(平成26年9月未まで)。
- 社内研修の一環として、緊急避難および消火訓練を年2回実施し、社外で実施された救命救急講習(AED講習)を一部を除く職員が受講した。
- 館内の自動販売機に関して、随時省エネ型への入れ替えを行っているが、平成25年度も1台変更した。
- 三重県暴力団排除条例について従業員への再周知を行った。
- 三重県スポーツ推進局が主催する平成25年度スポーツ施設等安全管理講習会に1名が参加した。
- 三重県南勢志摩地域活性化局開催の「平成25年度南勢志摩地域人権啓発講座(地域人権セミナー)」に1名が参加した。
- 三重県観光キャンペーン推進協議会主催の「第1回おもてなしセミナー」に1名が参加した。
- みえ旅案内所の運営を通じ、三重県観光キャンペーンの推進に貢献した。
- 伊勢志摩フィルムコミッションに協力し、1F会議棟廊下にてTVドラマ撮影に対応した。

## ④情報公開・個人情報保護に関する業務

- 当年度において、情報開示の請求はなかった。

## ⑤その他の業務

- パーク&バスライドの対応  
神宮参拝客の集中時期に市内渋滞対策のため「伊勢地域観光交通対策協議会」により運営されているパーク&バスライドが、シャトルバスの乗換え駐車場としてサンアリーナ周辺駐車場を利用して実施された。

## (2) 施設の利用状況

	【平均稼働率】	(25年度実績)	(目標)	(24年度実績)	【利用人数】	(25年度実績)	(目標)	(24年度実績)
メインアリーナ	57.7%	57.0%	53.8%	アリーナ	275,248人	260,000人	236,443人	
サブアリーナ	61.4%	67.0%	64.5%	会議室等	24,951人	33,800人	25,844人	
会議室等	19.6%	20.0%	19.1%	トレーニング室	12,537人	22,000人	11,882人	
				フィットネス室	3,944人	4,200人	2,908人	
				合計	316,680人	320,000人	277,077人	

## 2 利用料金の収入の実績

	25年度実績	25年度目標	対目標比	24年度実績	対前年比
利用料金収入	96,982,743円	96,600,000円	100.4%	100,247,650円	96.7%
※利用料金減免等の内訳	割引金額 3,011,485円	減免金額 2,153,529円	特別割引金額 69,200円	合計 5,234,214円	

## 3 管理業務に関する経費の収支状況

(単位:円)

収入の部			支出の部		
	H25年度	H24年度		H25年度	H24年度
指定管理料	189,445,000	191,000,000	人件費	89,563,123	79,293,258
利用料金収入	96,982,743	100,247,650	水光熱費	72,433,717	63,959,129
自主事業収入	32,482,887	33,730,572	その他一般管理費	126,914,691	129,296,375
営業外収入	1,825,795	321,696	自主事業経費	36,385,035	42,747,177
その他の収入	0	0	その他の支出	0	0
			法人税・住民税及び事業税	4,233,675	5,497,104
合計 (a)	320,736,425	325,299,918	合計 (b)	329,530,241	320,793,043
収支差額 (a)-(b)	△ 8,793,816	4,506,875			

※指定管理者が変わった場合、前年度の収支状況には斜線を記入しています。

※参考

利用料金減免額	5,234,214	4,755,203
---------	-----------	-----------

## 4 成果目標とその実績

【数値目標】 ※印は指定管理者が掲げる目標	目標値	成果・実績	備考(参考数値)
メインアリーナ平均稼働率	57.0%	57.7%	平成24年度 53.8% 平成23年度 48.9% 平成22年度 60.5%
サブアリーナ平均稼働率	67.0%	61.4%	平成24年度 64.5% 平成23年度 61.8% 平成22年度 63.4%
会議室等平均稼働率(※)	20.0%	19.6%	平成24年度 19.1% 平成23年度 19.4% 平成22年度 17.5%
自主事業イベント件数	32件	34件	平成24年度 28件 平成23年度 39件 平成22年度 37件
アリーナ利用人数(※)	260,000人	275,248人	平成24年度 236,443人 平成23年度 251,366人 平成22年度 208,938人
会議室等利用人数(※)	33,800人	24,951人	平成24年度 25,844人 平成23年度 31,011人 平成22年度 28,101人
トレーニング室利用人数(※)	22,000人	12,537人	平成24年度 11,882人 平成23年度 12,752人 平成22年度 19,066人
フィットネス室利用人数(※)	4,200人	3,944人	平成24年度 2,908人 平成23年度 2,652人 平成22年度 3,368人
サンアリーナ利用人数合計	320,000人	316,680人	平成24年度 277,077人 平成23年度 297,781人 平成22年度 259,473人
今後の取組方針	<p>○大型のコンサート誘致を継続しつつ、新たなビジュアルズインダストリーとして「漫画・アニメ等の即売会」についての可能性を探っていく。</p> <p>○地域とのつながり促進のためシニア層にターゲットを置き、「健康寿命」をテーマに、「元気に体を動かせる状態での長生き」に向けた活動を推進する。また、前年度からスタートした近隣の地域総合型スポーツクラブとの連携も継続していく。</p> <p>○施設の老朽化について、県との連携のもと事前に保全修理を行い、効率の良い営繕管理をしていく。</p>		

## 5 管理業務に関する自己評価

※指定管理者が変わった場合、前年度の評価は斜線を記入しています。

評価の項目	評価		コメント
	H25	H24	
1 管理業務の実施状況	A	A	<p>○稼働率向上のため、二見旅館の有志の方々とのコラボレーション事業として「合宿プラン」を推進し、近畿エリアの大学を誘致訪問した。</p> <p>○会議室の利用促進のため専任担当者を配置し、県内の利用可能性の高い企業、各種団体などを定期的に訪問する活動を行った。</p> <p>○自主事業においては、「地域連携」をさらに推進するため地元大学の協力を得ながら地域の方々との出会いと交流を実践し、また、近隣の地域総合型スポーツクラブとの連携も行った。</p>
2 施設の利用状況	B	B	<p>○全館が複数日に亘ってほぼ貸切になる大規模の利用に対して、前年度から取り組んできた事前保全ときめの細かい利用支援を行ったことで、混乱なくご利用いただき、満足度向上にもつなげることができた。</p> <p>○メインアリーナの稼働率が示すように、全般的に施設利用は活発であり、話題性も豊富な年度だった。稼働率も利用人数も前年度の水準以上であったが、アリーナ施設を除き目標には届かなかった。</p>
3 成果目標及びその実績	B	B	<p>○メインアリーナは堅調で平均稼働率、利用人数ともに目標をクリアしたが、サブアリーナ、会議室では若干目標を下回った。そのため、全体での利用人数は約99.0%と目標に届かなかったが、前年度対比では114.3%と大幅に数字を伸ばした。</p> <p>○トレーニング室、フィットネス室についても目標には達していないが、前年を上回っている。</p> <p>○自主事業件数においても目標の32件をクリアした。</p>

※評価の項目「1」の評価：

- 「A」→ 業務計画を順調に実施し、特に優れた実績を上げている。  
「B」→ 業務計画を順調に実施している。  
「C」→ 業務計画を十分には実施できていない。  
「D」→ 業務計画の実施に向けて、大きな改善を要する。

※評価の項目「2」「3」の評価：

- 「A」→ 当初の目標を達成し、特に優れた実績を上げている。  
「B」→ 当初の目標を達成している。  
「C」→ 当初の目標を十分には達成できていない。  
「D」→ 当初の目標を達成できず、大きな改善を要する。

総括的な評価	<p>○伊勢神宮式年遷宮に合わせて式典集会、スポーツ等の全国大会が数多く開催された。また大きな収益源であり、集客の大きな柱となっている大型コンサートも3件6公演開催され、平均稼働率や利用料収入に大きく貢献した。このコンサートにおいては、弊社の招聘活動として「コンサートエクスプレス」(サンアリーナ⇄名古屋駅直通バス)を数年前から三重交通の協力のもと実施し、多くの利用を頂いている。また平成25年度の特徴要素として、遷宮の影響で宿泊を伴った来場者が多かったことがコンサートスタッフの宿泊先確保を困難にしたため、その確保に弊社も協力した。このような協力関係が安定的なコンサート招聘に繋がっている。</p> <p>○会議室利用においては定期的にご利用いただく企業、団体が2件あり、継続利用によって稼働率の安定的な向上に繋がるので、今後も会議室の利用促進営業を強化していく方針である。</p> <p>○スポーツツーリズムへの取組みとして、「トレイルランニング」を前年度から継続して開催したほか、新たにウォーキングイベント「ムーブアップモーション」を開催した。これらのイベントの定着化は地域への活力となると考え、地域貢献のためにも推進していく。</p> <p>○当年度は全体的に施設利用が活発で、話題性もある堅調な運営結果となったが、収支面では電力、ガス料金の高騰に加えて、夏場の異常気象などによる光熱費の負担が大きく収支を圧迫する結果となった。この傾向は平成26年度にも継続的な課題となるため、省エネ施策を熟考して取り組んでいき、人件費についても効率化と業務の平準化を推進しながらコスト削減に努める必要がある。</p> <p>○以前からの課題となっている施設の老朽化について、巡回・点検・整備を確実にし、不具合や故障の早期発見、早期修繕に取り組んでいく。また、県と連携して計画的に保全修理を進める。</p>
--------	---

### (3) 「みえ産業振興戦略」について

#### 1 「『みえ産業振興戦略』アドバイザーリーボード」の開催

##### (1) 平成 26 年度第 2 回会議の開催

平成 26 年 9 月 15 日(月)、『みえ産業振興戦略』アドバイザーリーボードを開催し、策定後 2 年経過した「みえ産業振興戦略」の改訂に向けた議論を行いました。

##### (2) 各委員からの意見の概要(平成 26 年度第 2 回)

###### 【基本的な考え】

- ・松阪商人・伊勢商人や御木本幸吉など三重人の DNA や歴史、文化に立ち戻り、昔物語ではない視点で、三重県が持つ強みを見直してはどうか。
- ・戦略の改訂にあたっては、「日本・世界の中で三重県が果たす役割」という軸を明確にするべき。

###### 【産業振興全般】

- ・成長産業の高みをめざすとともに、裾野も広げていく「富士山型」の産業構造をめざすべき。
- ・戦略産業の振興にあたっては、「三重県が」という視点で三重の中に閉じこもるのではなく、「三重県と一緒に(WITH MIE)」という視点で、リーダーシップを発揮し、他地域を巻き込みながら、日本全体の活性化にもつなげてほしい。

###### 【コンビナート】

- ・四日市コンビナートは、公害を克服するとともに、「バイオリファイナリー」などエネルギー分野の新たな展開にも挑んでいる世界に唯一のモデル地域であり、国内外に対してイニシアティブを発揮していくべき。

###### 【サービス産業】

- ・建設業、製造業からサービス産業への労働力シフトが続く中、国民一人当たり GDP はここ 10 年で 120 万円減少しており、サービス産業の高付加価値化に取り組む必要がある。
- その意味で、経済人を三重県に呼び込むインダストリアルツアーなど、観光に関しても新たな視点が必要。

###### 【人材育成】

- ・産業人材の育成に関しては、小中学校など早い段階からの教育が重要。
- ・人材が確保しやすい地域には企業も進出しやすい。その意味で、優秀な実業高校を持つ三重県には優位性がある。

###### 【インフラ】

- ・東海環状線西回りの完成やリニア・インパクトなどインフラ環境の進展を県内経済の成長にどう取り込むかという視点も必要。

##### (3) 今後の取組方向

アドバイザーリーボードにおける各委員の意見を踏まえ、来年度の「みえ産業振興戦略」の改訂に向けて検討を進めていきます。



## (4)「食」の情報発信について

三重県は、豊富な食材や多様な食文化、食空間を形成する伝統産業・地場産業、食品加工産業など、多様な「食」のポテンシャルを有しています。

三重の食のポテンシャルを最大限活用し、「食」に関する産業の振興につなげていくため、下記の事業を実施します。

### 1. みえ食の逸品フェア 2014 の開催

#### (1) 開催趣旨

「食への感謝」をコンセプトに、伊勢神宮で10月15日から執り行われる「神嘗祭」に併せて、「食」に携わる事業者が逸品を持ち寄り販売することで、菓子をはじめ、三重の食や食文化の情報発信を行います。

#### (2) 開催概要

##### ①開催日時、場所

- ・みえ食の逸品フェア 2014 前夜祭

10月14日(火) 15:00~21:00 三重県営サンアリーナ

来場見込み数 約1万人(うち県外 約2,000人)

- ・みえ食の逸品フェア

10月15日(水) 10:00~16:00 外宮参道

来場見込み数 約9万人(うち県外 約2万人)

- ・主催 三重県商工会联合会、共催 三重県、後援 伊勢市、伊勢商工会議所

##### ②内容

神嘗祭に併せて、伊勢市駅から外宮までの周辺地域を、江戸時代の参宮街道に見立て、菓子を軸として海産物、茶、酒など、食や食文化の情報発信を行います。

(参考：出展ブース)

- 一般ブース(お菓子、お茶、酒、海産物等)
- イオンリテール(食と地域を豊かにする「フードアルチザン(食の匠)」)
- フードイノベーション課(平成おかげ参りプロジェクト、観光、東紀州)

※「食の文化シンポジウム 2014」を同時開催します。

- ・開催日時 10月15日(水) 13:30~17:00
- ・開催場所 伊勢シティホテル
- ・定員 200名
- ・主催 公益財団法人味の素食の文化センター、三重県

### 2. 「おもてなし」をテーマとする連続講座の開催

#### (1) 開催趣旨

ホテル・旅館業、飲食業、小売業など、食に関わる中小企業・小規模企業を対象とした「おもてなし」をテーマとする連続講座を開催し、県内の食に関わるサービス産業の高付加価値化につながる人材を育成します。

(2) 開催時期等 平成26年11月以降の予定、場所未定

### 3. みえ食のサミットの開催

#### (1) 開催趣旨

県内には、三重の食材や食文化に誇りやプライドを持って、日々、努力を積み重ねている生産者、料理人が数多く存在します。

そこで、三重県の観光促進に意欲的で、海外展開にも関心の高い食の業界のリーダーたちが、食の情報発信プラットフォーム「Team of Mie」を結成するとともに、食の業界の関係者の交流を深めます。

#### (2) 開催概要

①開催時期等 平成27年1月予定、場所未定

#### ②内容

- ・「Team of Mie」の結成について
- ・基調講演
- ・パネルディスカッション など

#### (3) 参加者

生産者、料理人、食に関する各種製造事業者、流通業者、県内市町、関係団体 等

### 4. ミラノ国際博覧会にかかるFS調査結果

#### (1) ミラノ国際博覧会への出展について

本年6月から9月にかけて、2015年ミラノ国際博覧会に三重県が出展した場合の有効性について調査を行ってきたところ、出展する意義があるとの調査結果が出たことから、今後、ミラノ国際博覧会出展に向けた具体的な準備を進めていきます。

#### ①三重県のミラノ国際博覧会出展の意義

- ・三重県を知ってもらいきっかけとなり、EU等からのインバウンドの拡大、海外への販路拡大につながる。
- ・三重県の食や食文化が、ミラノ国際博覧会が提唱する食に関する地球規模の課題に対して貢献できる。

#### ②アピールすべき三重の特徴

- ・恵まれた気候と地形による豊かで多様な自然環境
- ・多様な自然環境を背景とした多様で多産な農林水産業
- ・信仰の地として全国から参拝客と文化が集う交流とおもてなしの地
- ・神宮に残される日本の食や農業、文化の原点とおかげさまの心
- ・伝統を受け継ぎながら新しいものを創り出すものづくりの精神
- ・多様で多産な農林水産物を保持・加工する高い技術力
- ・生物の多様性を取り戻すための環境再生技術

(2) 食にかかる海外展開の調査結果について

①県内市町の海外展開に対する意識調査

- ・ヒアリングを行った 22 市町のうち、15 市町がインバウンドによる観光誘客に関心あり。
- ・22 市町全てにおいて、輸出の活性化やインバウンドの増加に対して、将来的には準備が必要との認識。

②県内事業者の現状調査

- ・三重県ブランド認定事業者 13 社に聞き取り。半数以上が、積極的に海外展開に取り組んでいる、または今後取り組む意欲があると回答。
- ・三重県ブランド認定事業者の他にも 13 社に聞き取り。4 事業者が既に EU に商品を展開している、展開した経験を有しているとの回答。

③ミラノ、タイの現地調査、及びその他の海外調査

ミラノ国際博覧会開催都市であるミラノ、EU圏において経済規模が大きく 5,000 万人以上のマーケットを持つイギリス・フランス・ドイツ、ASEAN 諸国への展開を視野に入れ、親日感情が高いタイについて調査を行いました。

- ・ミラノ：オーガニック食品の堅調な伸びやヘルシー志向の増加から、日本食はブームで終わらず定着しつつある。
- ・イギリス、フランス、ドイツ：日本食は日々浸透し、定着。
- ・タイ：日本茶、日本酒のニーズがある。和牛ブランド、冷凍魚などの人気。親日感情が良好。

④三重県の地域資源の海外展開にかかる分析

- ・加熱工程を経た農産物、海藻類、日本酒、伝統工芸品等は輸出が可能。
- ・その他の地域資源についても、国において、万博期間中の輸出対象の拡大を交渉中であり、引き続き注視する必要。





## (5) 三重県工業研究所の取組について

ものづくり中小企業は経営資源が限られているため、成長に必要な研究、試作開発、人材育成等に十分に取り組めない、といった共通の課題があります。

こうしたことから、ものづくり中小企業が、高度な技術をもって、さらに世界に打って出ていくため、本県では工業研究所（以下「工研」という）が「町の技術医」としての機能を果たすことで、ものづくり中小企業の支援を進めています。

### 1 工研の概要

工研は、本所（津市）の3研究課（プロジェクト研究課、ものづくり研究課、食と医薬品研究課）、金属研究室（桑名市）、窯業研究室（四日市市）、窯業研究室伊賀分室（伊賀市）を設置し、研究開発、県内企業に対する技術支援、技術人材の育成、情報提供等に取り組んでいます。

### 2 平成26年度における企業への支援

#### (1) 技術課題解決及び共同研究の実施

企業の技術課題の解決を支援するため、各企業の技術課題の整理や、課題解決に向けて取り組むための支援活動（ブラッシュアップ等）を行っています。

具体的には外部の支援機関と連携した技術支援等に取り組むとともに、技術開発の可能性試験を行い、企業との共同研究へつなげることにより、企業の課題解決を図っています。

#### (2) 基盤技術の展開支援

ものづくり中小企業に共通する技術的な課題（設計、生産技術、評価分析）に関する研究会を開催し、企業に最新の知識を習得していただくとともに、新たなチャレンジを支援することにより、企業の開発力・生産力の向上を図っています。

#### (3) 研究開発・技術開発支援

##### ①環境・エネルギー分野

省エネを含めたエネルギー分野の総合的な技術支援の中で、システム全体を見据えた二次電池開発や関連するプロジェクト研究に積極的に取り組んでいます。

##### ②鋳物、陶磁器分野

地域資源を活用した新しい商品、技術・試作開発等について、多様な主体と連携を進め、ニーズの把握、共同研究により技術課題の解決を支援し、商品化につなげています。

##### ③食品分野

加工食品や酒類を製造する企業が、県外や海外への販売を目指すために、広域流通を可能にする技術開発を進めています。

#### (4) 人材育成支援

##### ①人材の育成支援（企業向け）

産業活動を根幹から支える技術人材の育成・確保は不可欠です。また、ものづくり中小企業では独自の人材育成が困難であることから、高い技術力を有して高付加価値の製品づくり等を進めていくため、人材の育成支援に取り組んでいます。

##### 【研修講座や機器取扱講習会等】

基盤技術の修得に向けた研修講座や工研の機器を使った取扱講習会を実施。

##### 【人材育成型の共同研究の実施】

若手技術者を中心にした育成講座等を実施

##### ②ものづくりへの関心の醸成（学生等向け）

地域産業を支える技術人材を育成していくためには、小中学生の段階から「ものづくり」に関心を持ってもらうことが大変重要であり、子ども達へものづくりの楽しさを伝える取組を行っています。

##### 【科学体験教室の実施】

科学技術週間（4/14～20日）の間に工業研究所で「科学体験教室」を開催し、ものづくり体験コーナーや電気自動車・ハイブリッド自動車部品の分解展示など、子ども達にもものづくりの楽しさや関心を高める取組を行っています。

#### (5) 機器整備の取組

中小企業の支援を目的とした機器整備については、国や（公財）JKAの補助事業を活用し、機器の新設や更新に取り組んでいます。

○H25年度：

- ・ガスクロマトグラフ質量分析計（経産省 H24 補正事業）【本所】
- ・非接触三次元デジタイザー（JKA補助）【本所】

○H26年度（予定）：

- ・熱膨張測定装置（JKA補助）【窯業研究室】
- ・広帯域赤外分光分析装置（遠赤外線放射率測定装置、テラヘルツ分光イメージング装置）（経産省 H25 補正事業）【窯業研究室】
- ・航空機搭載機器向けノイズ耐性試験装置（経産省 H25 補正事業）【本所】

### 3 今後の取組について

成長産業として期待される「食関連産業」や「ヘルスケア産業」等新たなニーズや課題に対して積極的な取組を進めるとともに、県内ものづくり中小企業の高付加価値化に向けた取組を図ります。

工研をハブ機関として、大学等の教育機関や国の研究機関、企業等、多様な研究機関と連携して企業の新たな価値創造に向けて支援をしていきます。

## (6) 雇用施策の推進について

### 1 若者の雇用支援について

#### (1) これまでの取組

##### ①おしごと広場みえの運営

おしごと広場みえの充実に向けて、各県の状況等の調査を実施しているところです。また、県内の合同企業説明会の調整、県外大学を訪問し、Uターン情報の提供や、保護者向けの就職セミナー(14名参加)を開催しました。

##### ②新卒未就職者等地域人材育成事業

正社員を目指す新卒未就職者や非正規雇用等の若年者(73名)を対象に、社会人基礎力等の研修と、企業での実地研修を組み合わせた実践的なインターンシップを実施しています。9月12日に研修が終了し、現在、就職に向けた支援を行っているところです(9月19日現在、就職率は約53.4%。昨年度実績88.2%)

##### ③長期インターンシップ

5社に委託し、大学生や若年求職者を対象として、1か月程度の長期インターンシップ事業を実施しています。現在、企業開拓と参加者の募集を行っているところです(1事業者あたり6名参加予定。6名×5社=30人実施予定)。

#### (2) 今後の取組

若年者の安定した就労に向け、おしごと広場みえの機能の充実を図るとともに、インターンシップの普及拡大を行っていきます。また、平成26年度から大学生の就職・採用活動の開始時期が、大学3年生の12月から3月へと3か月間遅くなる(活動期間が短くなる)ことから、これまでの合同企業説明会の実施時期などについて、関係機関と調整し、適切な事業を実施していきます。

- ・三重テラスでのUターンセミナー 計3回(9月、12月、2月)を開催
- ・企業見学ツアーや合同企業説明会、保護者向けセミナー等、「企業の魅力発見フェア」を開催(リーディング産業展みえ内)

### 2 女性の雇用支援について

#### (1) これまでの取組

昨年度行った「子育て中の女性の就労意識に関するアンケート調査」の結果において、一度離職した者が再就職する場合、子育てと仕事の両立や、離職ブランク、ITなどスキル面で不安があると回答しています。

##### ①女性の再チャレンジ促進事業

今年度から新たに、女性の再就職を阻害する要因となっている離職ブランク等不安を払拭できるよう、働くために必要なスキルアップ研修(座学)とインターンシップを組み合わせた事業に取り組み、中小企業の人材確保にもつなげていきます。

## ②女性の再就職支援事業

子育て期の女性に対するキャリアカウンセリングや、子育て期の女性を雇用することによる経営上のメリットを企業に理解いただくためのセミナー開催などに取り組んでいます。

## (2) 今後の取組

女性の能力活用を図るため、女性と企業、双方の意識改革を促進しながら、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よう環境整備に取り組んでまいります。

## 3 障がい者雇用について

### (1) ステップアップカフェについて

#### ①開店に向けての進捗状況

ステップアップカフェについては、12月24日のオープンに向け、施設的设计業務を終え、改修工事に着手しています。

また、運営事業者等と連携し、オープンに向けた準備を進めており、11月上旬を目途に、当面の事業計画を策定できるよう検討を進めています。

#### ②数値目標について

「障がい者の働くカフェ事業」、「ブラッシュアップ事業」、「コーディネート事業」の3つの事業を通じて、県民にもたらされる効果を段階的に捉え、「アウトプット」、「アウトカム」の視点から、県民や企業関係者に分かりやすい指標となるよう、検討を進めています。

	数値目標（例）		
	《事業への参画の機会をはかる指標》	《県民や障がい者の意識の変化をはかる指標》	《多様な取組の広がりをはかる指標》
カフェ事業	・カフェで働く障がい者数	・カフェで働く障がい者の意識の変化（ヒアリングで把握）	今後、カフェでの取組内容に応じて指標を検討。
ブラッシュアップ事業	・商品販売、商談会などに参加した事業所数	・事業に参加した事業所の意識の変化	・来店者の事業への参画数 ・企業や県民からの新たな取組の提案数
コーディネート事業	・ステップアップカフェを活用した障がい者数	・働くことに対する自信が深まった障がい者の割合	・コーディネート事業に参画した企業が雇用する障がい者の増加数

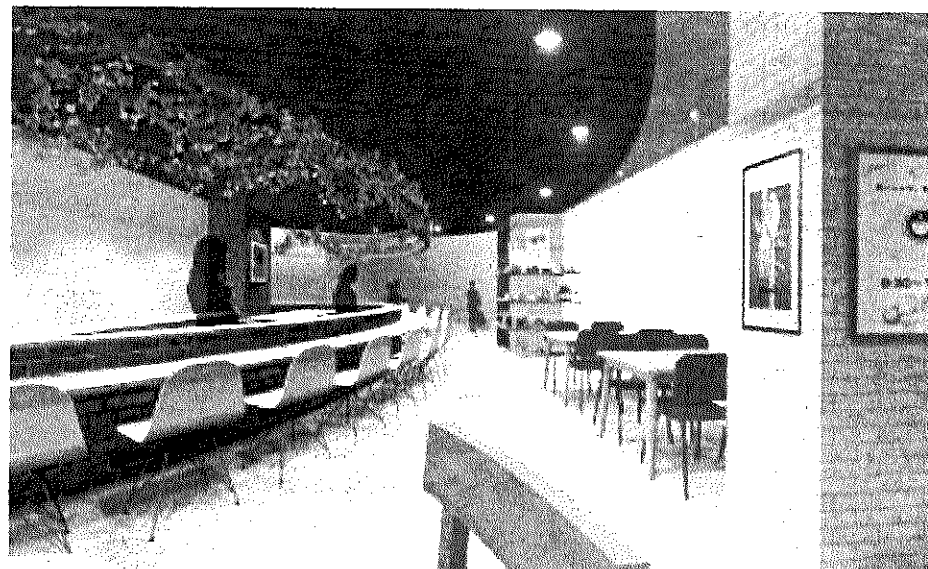
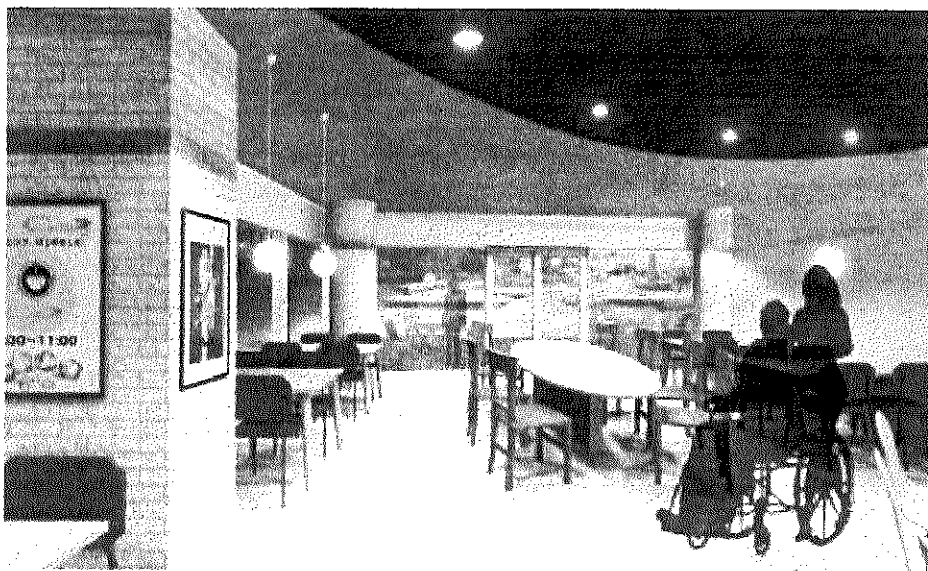
## (2) 今後の取組

ステップアップカフェのオープンに向け、「三重県障がい者雇用推進協議会」等を設立し、障がい者の一般就労に向けた支援、県民及び企業への障がい者就労の理解、普及啓発等の事業を県民総参加で推進できるよう体制を整備してまいります。

また、ステップアップカフェを有効に活用し、これまで取り組んできた、事業主への障がい者雇用に関する制度の啓発、障がい者の就労に向けた委託訓練、就労後の定着支援の取組を強化するなど、障がい者の就労の場の開拓に向けた取組を進めてまいります。



## 【完成イメージ】



### 店舗名称「Cotti」英「こっちな」とは

三重ことばの「こっちおいな」と、提供するメニューイメージの「菜（サラダバー、スムージー）」とを掛けあわせたもの。

多くのお客様に入りやすいお店として、これまで障がいというものに関心がなかった人にも気軽に利用していただけるようにとの誘い入れの意味合いがあり、また、県民や企業、関係機関が集う場になり、「Cotti 菜」を拠点として、障がい者雇用推進のネットワークが県内に広がってほしいという思いが込められています。

### 店舗設計のポイント

1. 店舗の入口正面にカウンターを配置することにより、広く開放的なイメージを醸成し、店舗スタッフと来店者との交流を促進
2. 多様でフレキシブルな販売、展示スペースを確保し、来店者だけでなくフレンテ利用者の目を引きつける
3. 誰もが気軽に利用できるよう、暖かい色調のレンガを配置し、木目調の優しい雰囲気と相まった落ち着いた空間に
4. 調理、給仕がしやすいように無駄の無い導線を確認し、作業行程順に厨房機器をレイアウトすることにより、障がい者が自信を持って働くことができる環境を整備







## (7) 地域資源を活用した産業振興について

伝統産業・地場産業や地域資源を活用した産業などが抱える課題解決のため、デザイナー連携の推進、商品開発、販路開拓支援のためのファンド事業の活用を促進するとともに伝統を守りつつ革新的な商品開発を行う気運を高めるため「三重グッドデザイン（工芸品等）選定制度」を創設します。

### 1 デザイナー連携の推進

デザイナー等とのマッチングを通じて現代のライフスタイルにあったより付加価値の高い新商品開発支援を目的に、「平成26年度デザイナーとの連携による売れる商品づくり支援事業」の事業説明会・相談会を9月9日に実施しました。今後、マッチングチームの編成、プロダクト商品の開発・試作を行い2月には三重テラス並びに県内で成果発表会を開催します。

### 2 ファンドの活用

(1) 県内の地域資源を活用した事業者の新商品開発等の支援を目的に、三重県産業支援センターが平成26年度第1回の「みえ地域コミュニティ応援ファンド」、「みえ農商工連携推進ファンド」の募集、審査を行い、26件の取組を採択しました。

① みえ地域コミュニティ応援ファンド 47件申請 21件採択

【内訳】(地域資源活用型) 22件申請 11件採択

(ものづくり部門) 8件申請 4件採択

(地域課題解決型) 17件申請 6件採択

② みえ農商工連携ファンド 8件申請 5件採択

(2) 第2回の募集(9月24日から10月24日)に合わせ、情報提供を行い事業者のビジネスのスタートアップを支援していきます。

### 3 三重グッドデザイン（工芸品等）選定制度

#### (1) 選定対象商品

伝統的な技術または技法を用いて製造された工芸品や地域に根ざした地場産業の商品を、デザイン性・機能性など現在のライフスタイルに合った魅力的な商品とするために、こだわりを持ち製作・製造された革新的な商品（なお、平成26年度の選定対象となる商品は、平成24年度以降に企画、着手、製造されている商品とします。）

#### (2) 選定の申請を行うことができる者

選定対象商品の生産、製造または販売を行う、県内に主たる事務所または事業所を有する中小企業等

#### (3) 選定

毎年度1回

なお、選定した商品については販路拡大及びファンづくりにつながるよう、県が大都市圏などにおいて情報発信等を行います。

#### (4) 申請期間

平成26年10月20日から11月28日

(5) 審査

選定基準（独自性・信頼性・市場性など）に基づき、学識経験者、デザイン関係者等で構成する三重グッドデザイン（工芸品等）選定委員会により審査を行います。

(6) 選定結果発表

平成 26 年 12 月中旬（予定）

## (8) 首都圏営業拠点「三重テラス」について

首都圏営業拠点「三重テラス」は、平成25年9月28日のオープンから約1年が経過し、平成26年9月27日までの累計の来館者数は569,612人になりました。

ショップ、レストラン、多目的ホールにおいて、三重の魅力をも効果的に情報発信し、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。

### 1 トピックス

#### (1) 三重テラス1周年記念「おかげさま祭」

「三重テラス」は、8月11日に来館者50万人を達成しました。この来館者50万人達成と、9月28日のオープン1周年を記念して、8月から10月にかけて、「三重テラス1周年記念『おかげさま祭』」を展開しています。

##### 【第1弾】「50万人達成！感謝祭」(8/9～17・15千人)

夏休み企画として「三重の夏祭りの写真パネル展」やトークライブ、「親子向けワークショップ」、「ご当地アイスクリームプレゼント」、レストランにおける「松阪牛フェア」等

##### 【第2弾】「1周年記念感謝祭」(9/27～10/5・5千人※9/27,28の来館者)

みえの国観光大使の加藤紀子さんによる「一日店長・トークライブ」、映画監督の呉美保さんと知事による「COOL MIE スペシャルトークライブ」、「三重の宝 発掘プロジェクト」、「三重の応援団のつどい」、等のイベント、レストランにおける旬の特別メニューの提供等

##### 【第3弾】「秋の収穫感謝祭」(10/25、26)

近隣で開催される「日本橋 京橋まつり」や「福德神社奉祝祭」、「YUITO 秋の収穫祭」と連携した、マルシェや旬の特別メニューの提供等

この「おかげさま祭」では、来館者の皆様、そして三重テラスを支えていただいた多くの皆様への感謝の気持ちを伝えるとともに、日本橋界隈の賑わいと一体感を大切にしながら三重の旬の魅力をも情報発信し、新たな顧客やコアな三重ファンの拡大につなげます。

#### (2) お中元ギフトの実施

お中元シーズンに対応し、伊賀牛、松阪牛、熊野地鶏、南紀みかん等のギフト商品のカタログ販売を実施しました。カタログ販売については、今後も引き続き実施してまいります。(お中元ギフト実績：販売数53件、売上額296千円)

#### (3) テストマーケティングの拡大

県内事業者のトライアル支援の取組として、ショップ内にテストマーケティングコーナーを展開し、消費者の声を出品事業者にお伝えしています。

(8月末現在 19商品実施)。

## 2 成果指標及び運営状況の評価

。「三重テラス」の成果を評価する4つの指標（①来館者数、②商品開発や販路拡大につながった件数、③三重テラスサポート会員数、④メディア掲載件数）の状況は次のとおりです。 ※数値はすべて8月末現在

### (1) 来館者数

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	11万人	26.4万人	29万人	31.9万人	35万人
実績値	27.5万人	25.6万人			

### (2) 商品開発や販路拡大につながった件数（累計）

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	10件	50件	90件	130件	170件
実績値	38件	43件			

### (3) 三重テラスサポート会員数（累計）

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	1,350人	4,490人	7,890人	11,580人	15,580人
実績値	1,359人	3,022人			

### (4) メディア掲載件数

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	30件	30件	30件	30件	30件
実績値	89件	24件			

## ○ アドバイザリーボードの意見

9月9日に「三重テラス運営にかかるアドバイザリーボード」を開催し、成果指標や運営状況に関する評価・助言をいただきました。

構成メンバー ※敬称略

本保 芳明（座長／首都大学東京 都市環境科学研究科 観光科学域 教授）

力石 寛夫（トーマス アンド チカライシ株式会社 代表取締役）

田中 章雄（株式会社ブランド総合研究所 代表取締役）

田嶋 雅美（株式会社フランチャイズアドバンテージ 代表取締役 CEO）

手島麻記子（株式会社 彩食絢美 代表取締役）

中井 博胤（株式会社ぐるなび 総合政策室 総研事務局長）

## ① 成果指標に関する意見

- ・ 来館者数や多目的ホールにおける情報発信等の状況について、概ね順調であると評価できる。
- ・ オープンから1年経過し、来館者数のベースとなる数字は掴みつつあるが、オープン効果や周辺店舗のオープン等による外的な影響等も考慮し、もうしばらく推移を見ていく必要がある。

## ② 三重テラス運営に関する意見

### 【情報発信】

- ・ 2年目に向け、「三重テラス」の理念や打ち出していく方向性をスタッフ間で共有するとともに、積極的に発信していく必要がある。
- ・ 三重らしさを伝える発信力のあるコンテンツの開発とともに、メディアにアピールする企画を打ち出していく必要がある。

### 【魅力ある店舗運営】

- ・ 今しか買えない商品、ここでしか買えない商品を作っていくことがリピーターの確保につながる。
- ・ 売り場において、商品の背景にある物語や生産者の思いを消費者に分かりやすくアピールする工夫が必要である。
- ・ 季節を意識した店舗の展開が必要である。「秋の感謝祭」に続いて、クリスマスフェア、ギフトセット等の仕掛けにより年末需要を取り込んでいく必要がある。

### 【機能間の連携】

- ・ レストランのカフェタイムは、気軽な三重の食の情報発信の場として、試食的にショップ内の商品とお茶のセットなどを提供することにより、ショップの販売促進にもつながるのではないかと。

### 【事業者支援】

- ・ テストマーケティングの際に、出品事業者にショップに来てもらい売り場に立ってもらうことも重要である。直接消費者の声を聴くことができるだけでなく、事業者に商品ディスプレイや売り方なども学んでもらうインターンシップの場としても期待できる。

今年度上半期の実績や課題、アドバイザーボードからの意見等をふまえ、さらなる三重テラスへの集客力の強化とリピーターの獲得につなげるための運営改善に努め、常に旬の魅力を感じていただける拠点づくりに取り組みます。





MIE TERRACE

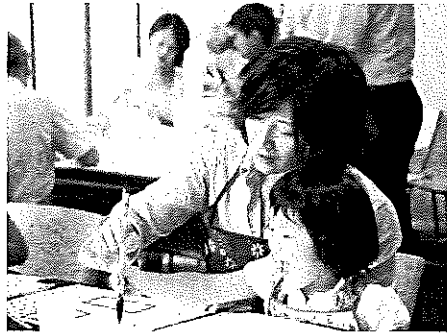
# 三重テラスの運営状況について(8月)

- ・ 8月11日に、来館者数50万人を達成しました。  
オープン以降の来館者数累計は 531,577人(平成26年8月末現在)です。
- ・ ショップ、レストラン、多目的ホールにおいて、三重の旬の魅力や季節行事・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。

## TOPICS

### 50万人達成！感謝祭(8月9～17日)

来館者数50万人達成を記念し、「三重の夏祭り写真パネル展」やトークライブ、「親子向けワークショップ」、「ご当地アイスプレゼント」、レストランにおける「松阪牛フェア」等を実施しました。  
【期間中15,698名来場】



親子向けワークショップ(筆で書く絵かき歌)



### 多目的ホール



○ 東海道五十三次を未来へ(6月5～10日)  
➢ 関宿の魅力三重県内の宿とともに展示や講座で紹介。オープニングでは、東海道にちなんで寄席を実施。亀山茶や地元銘菓のふるまいも実施【455名来場】



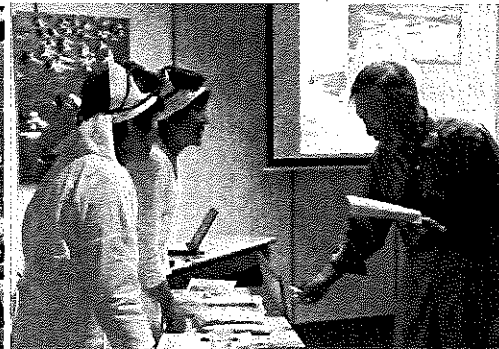
○ COOL MIE トークライブ(6/18、7/25)  
➢ 第3回は「イクメン」を切り口に、フィンランド大使館参事ミッコ氏を、第4回は芸能界きっての食通 辰巳琢郎氏をゲストに迎え、知事とのトークライブを開催【70名、59名来場】



○ 熊野ウィーク(6月23～29日)  
➢ 熊野古道世界遺産登録10周年を記念し、熊野市の観光、食、特産品をPR。商談会や日向市との共同PRも実施【750名来場】



○ 「鈴鹿8時間耐久ロードレース」イベント「風になる」(7月27日)  
➢ 鈴鹿8時間耐久ロードレース決勝をパブリックビューイングで体感！桐島ローランド氏をお迎えしてのトークライブ、マシン展示、ライブ演奏等を実施【300名来場】



○ 三重の海女を知る(8月28～29日)  
➢ パネル展示や講演会により三重の海女を紹介。海女や漁村の食文化を背景とし、商品化した水産加工品の試食によるテストマーケティングもあわせて実施【95名来場】



○ COOL MIE 「いそぶえ」トークセッション(8月31日)  
➢ 志摩の海女さんを主人公とした谷村志穂さんの小説「いそぶえ」の出版を記念し、輝く女性の生き方をテーマとしたトークショーを開催【55名来場】



# TOPICS

## ショップ

- お中元ギフトの実施（伊賀牛、松阪牛、熊野地鶏、南紀みかん等）
- 対面による試食販売の定期的な実施（お茶、出汁、はんぺん、日本酒等）
- 店外催事の実施  
YUITOビル日本橋室町（6/7～8）、マルイファミリー海老名（6/26～7/8）、丸紅本社（7/17～18）

### 【6月】

- 夏の涼を感じさせる、飲み物等を前面に出したディスプレイ
- 2階イベントとの連携による商品に当該市町のPOPを付けたPRの実施

### 【7月】

- 日本橋地域のイベントと連携したアートアクアリウム半券または浴衣のお客様への特典サービスの実施

### 【8月】

- 来館者50万人達成を記念した店内装飾の展開
- 三重高校の準優勝を記念した松阪牛関連商品10%オフセールの実施
- 1周年に向けたレイアウトの変更（売れ筋商品の正面展示等）



お中元の販売用ディスプレイ



涼を感じさせるディスプレイ

## レストラン

### 【6月】

- 期間限定ランチメニュー「金盛丸 直送 尾鷲シビマグロと金白胡麻油のタルタル仕立て」の提供

### 【7月】

- お中元ギフトとリンクした「絶品ブランド牛フェア」の実施
- YUITOの企画による「浴衣付ディナープラン」の提供（7/25～8/17の週末）

### 【8月】

- 来館者50万人達成記念メニューとして、「松阪牛フェア」の実施
- 2階イベント（つディ）と連携し、「津ぎょうざ」を期間限定で提供（8/22～24）



絶品ブランド牛フェア

## 《速報！》1周年記念感謝祭

9月28日のオープン1周年を記念して、9月27日から10月5日にかけて「1周年記念感謝祭」を開催中です。

みえの国観光大使の加藤紀子さんによる「一日店長・トークライブ」、映画監督の呉美保さんと知事による「COOL MIE スペシャルトークライブ」、「三重の宝 発掘プロジェクト」、「三重の応援団のつどい」、等のイベント、レストランにおける旬の特別メニューの提供等を実施しています。

【9/27～28の来場者数 5,483名】



一日店長による県産品プレゼント（9/28）



三重の宝 発掘プロジェクト（9/27～10/5）

## DATA

### 1. 来館者状況

（単位：人）

	H25.9～H26.3	H26.4	5	6	7	8	累計
ショップ	227,655	46,894	62,688	35,963	38,047	37,716	448,963
レストラン	17,033	3,015	4,025	3,173	3,139	3,489	33,874
多目的ホール	30,555	3,065	5,015	2,840	3,990	3,275	48,740
合計	275,243	52,974	71,728	41,976	45,176	44,480	531,577
一日当たり平均	1,521	1,766	2,314	1,399	1,457	1,435	1,592

### 2. 売上状況

（単位：千円）

	H25.9～H26.3	H26.4	5	6	7	8	累計
ショップ	60,616	8,656	11,866	7,677	7,840	7,380	104,036
レストラン	46,030	7,230	9,677	8,025	8,080	8,765	87,807
合計	106,646	15,886	21,544	15,702	15,920	16,145	191,842
一日当たり平均	589	530	695	523	514	521	574

※ 速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。

## (9) 国際展開の取組について

### 1 みえ国際展開推進連合協議会の設立

企業の海外展開、農林水産物・食品の輸出促進、外国人観光客の誘客促進等を有機的、総合的にオール三重で推進するため、「みえ国際展開推進連合協議会」を8月20日(水)に設立し、今年度の海外ミッションの派遣等について意見交換を行いました。

#### (1) みえ国際展開推進連合協議会の役割

県内の国際展開に係る取組を有機的かつ効率的に推進できるよう、連合協議会を構成する各協議会等及び関係機関の活動状況等についての情報を共有しつつ、以下に実施します。

- ①海外ミッションの派遣や海外展示会への共同出展等、各協議会等が実施する国際展開に係る事業についての連携
- ②「みえ国際展開に関する基本方針」をはじめ本県の中長期的な国際戦略についての意見交換

#### (2) みえ国際展開推進連合協議会の構成

三重県知事を会長とし、本県の国際展開に係る取組を推進する次の協議会等から推薦されたメンバーを委員として構成しています。

- ・三重県企業国際展開推進協議会
- ・三重県医療・健康・福祉産業国際交流推進会議
- ・三重県農林水産物・食品輸出促進協議会
- ・三重県外国人観光客誘致促進協議会

#### (3) 第1回みえ国際展開推進連合協議会(8月20日開催)における主な意見

- ・県内にはキラリと光る企業があらゆる分野にたくさんある。そういう企業が海外展開したり、海外展開について検討したりするなかでこの連合協議会が役に立っていけば幸いなことだ。
- ・知事のあいさつにあったように、みんなが一丸となって取り組んでいく協議会にしていきたい。
- ・観光の振興のためには、情報発信と観光客を呼び込む仕掛けが非常に重要。
- ・今回のミッションに関しては、タイやマレーシアは昨年からビザ取得が免除されて観光客が大幅に増加していることから必ず攻めなければならないところであり、知事のトップセールスをお願いしたい。
- ・世界の大学は運営経費獲得に関わることから日本以上に産学連携については非常に大切にしている。世界の大学との連携をご希望される場合には三重大学国際交流センターを活用していきたい。
- ・いいものを提供していく手段として、この連合協議会がより一層連携し、みなさんが知恵を出し合って、知事が言われたように一丸となって世界にアピールしていけば、きっといい結果が出ると信じている。

- ・私どもで把握している範囲では、海外展開しているのは50社くらい。海外展開したくてもできない企業も多く、なかなか情報がないという状況なので、知事が言われた「オール三重」の取組の中で、これまで以上に情報発信について協力をお願いしたい。
- ・ミッションでは政府要人や政府機関とのネットワークをつくるなどの話であるが、我々も三重をしっかりとPRしていきたい。
- ・人口減少の時代になって国内市場が小さくなっていく中で、リスクはあるが、中小規模事業者も仲間をつくり、バックアップを受けながらリスクを回避して積極的に海外展開していく気構えを醸成し、意識を変えてがんばっていただきたいと考えている。
- ・今回のミッション行程は非常にタイトであり、今後はもう少し余裕のある行程を組んでいただくと参加しやすくなるのではないかと。
- ・知事がトップセールスに行った後のフォローが大切で、その後のビジネスへとつながる。
- ・全国へ出向くと、三重県は産学官の連携がうまくいっているとよく聞く。
- ・今回の連合協議会の設立は海外展開の動きを後押しし、機運を盛り上げるだろう。
- ・連合協議会の設立により今までの縦ぐしだけではなく横ぐしが入り、いろいろな可能性が高まったと期待している。

## 2 国際展開の推進に向けた取組

### (1) アメリカ

8月24日（日）から30日（土）にかけて、産学官で構成するミッション団が米国のワシントン州及びテキサス州を訪問しました。

#### ①産業分野における相互協力

人口増加率全米第1位のシアトル市が立地するワシントン州政府及びアメリカの経済誌において「全米で最も急成長している都市」の一つに選ばれたテキサス州サンアントニオ市政府と本県との間で、産業分野での相互協力等を目的とした覚書や基本合意書を日本の自治体として初めて締結しました。

#### ②食の流通拡大

航空宇宙、ライフサイエンス及びICT分野の成長促進、食の流通拡大に向けて、各分野の先端企業や研究機関等への訪問や交流会の開催を行いました。特に食の流通拡大では、在シアトル総領事公邸において、相互のビジネス機会創出等を目的とした交流会を開催し、日本産和牛が今まで商業的に入っていないシアトル市において、伊賀牛の生産者団体として初めての海外展開となる伊賀牛のプロモーションを行いました。

### ③大学・研究機関との連携

昨年度(平成25年度)、学術連携に関する覚書の締結を行ったサウス・シアトル・カレッジと三重大学地域戦略センターとの間で、航空宇宙分野における人材育成プログラムの着手に向けた基本合意書を締結したほか、ライフサイエンス、医療分野で世界トップクラスであるワシントン大学医学部と三重大学医学部との間で、相互の教育、研究における国際協調を発展させ、人材の交流や共同研究を進めるための覚書を締結しました。

また、全米で最も歴史があり、かつ最大規模で高度な研究能力を有する独立非営利の研究開発機関であるサウスウェスト研究所などを訪問し、県内企業の技術向上、高度人材育成の促進について意見交換を行いました。

## (2) アセアン・インド

9月7日(日)から13日(土)にかけて、産学官で構成するミッション団がインドのニューデリー及びカルナタカ州、タイのバンコク並びにマレーシアのクアラルンプールを訪問しました。

### ①産業分野での相互協力

「インドのシリコンバレー」と言われ先端産業が集積するバンガロール市を州都とし、特に今後の成長が国内外から期待されているカルナタカ州政府との間で、日本の自治体として初めてとなる覚書を締結しました。そのほか、インド連邦政府を訪問し、商工大臣や外務次官と意見交換を行うなど、インドとの今後の連携・交流に向けたネットワークづくりを行いました。

さらに、タイでは、タイ投資委員会長官と面談し、タイ政府の新たな投資促進戦略について、マレーシアでは、マハティール元首相と会談し、マレーシアと日本との今後の関係等について、意見交換を行いました。

### ②食の流通拡大

タイでは、JA三重南紀の温州みかんを取り扱っているスーパーマーケットチェーンを訪問するなど、県産品の継続的な販路拡大などに取り組みました。

また、マレーシアでは、海外のイオン店舗で初めて開催した「三重県フェア」の会場を訪問し、県産品の魅力等についてPRを行いました。

### ③外国人観光客の誘致促進

査証免除や航空便の増加により今後さらなる観光客の増加が期待できるタイとマレーシアで、忍者を活用した旅行商品の販売等により三重県への観光客増加に大きく貢献しているタイの旅行会社に「三重県海外観光特使」を委嘱したほか、本年3月に三重県海外観光特使を委嘱したマレーシアの旅行会社を訪問し、トップセールスを行いました。

### 3 今後の取組方向

今回の訪問で構築したネットワークや現地で把握したニーズ、課題等を踏まえ、「みえ国際展開推進連合協議会」を核としてオール三重で国際展開に取り組み、県内企業のビジネス拡大や県内製品の販路開拓等につなげていきます。

## (10) 三重県観光キャンペーンについて

### 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・みえ旅案内所・みえ旅おもてなし施設

9月7日に「みえ旅パスポート」の発給が30万部を突破し、9月24日に30万部突破記念イベントを開催しました。

- みえ旅パスポート発給数（9月25日現在） 311,244件
- みえ旅案内所設置数（9月25日現在） 95施設（当初：68施設）
- みえ旅おもてなし施設（9月25日現在） 861施設（当初：640施設）

#### (2) 第4弾オフィシャルガイドブック

おかげ年や熊野古道伊勢路ウォーキングの特集、旬の観光情報、キャンペーン企画等を紹介する今年度下期のオフィシャルガイドブックを9月に発行しました。

#### (3) 市町等との連携

##### ①第4弾エリアパンフレットの作成（5つの地域部会で、エリアパンフレット作成）

【内容】 北 勢：北勢エリアでおしごと探し！

中 南 勢：中南勢地域の自慢 地元キャラがナビゲート！「地元キャラ図鑑」

伊勢志摩：伊勢志摩で御朱印めぐり

伊 賀：伊賀米と伊賀酒の美味しさの秘密に迫ります!!

東 紀 州：熊野古道・八鬼山超えにチャレンジ!! / 極上の朝

##### ②地域部会連携事業

10月から県内各地の特色を生かした連携事業を実施します。特に、北勢地域部会、中南勢地域部会では、20代、30代を対象に動画やSNSを活用した企画を展開します。

【内容】 北 勢：ゆるきゃら応援隊のプロモーションビデオで北伊勢の観光PR

中 南 勢：中南勢旅情報の発信 中南勢旅アプリ「み・た・す」

伊勢志摩：第2弾顔出しパネル de Best Shot!

伊 賀：伊賀の国スタンプラリー

東 紀 州：めぐって、み・よ・ら！東紀州 de シールラリー

### 2 官民一体となった情報発信

#### (1) 交通事業者等と連携した情報発信

中部国際空港 セントレア館内で神宮別宮・熊野古道の記念写真撮影用パネル設置、マネキン海女6体を国際線出発ロビー天井に設置 等

三重交通 大型電気バス「ポケットモンスター ピカチュウ号」へのキャンペーンステッカーを貼付 等

中日本高速道路 刈谷、土山、亀山等SA・PAでのキャンペーンのPR、定額料金で高速道路が乗り放題となるドライブプランの実施 等

東海旅客鉄道 全国1,100駅での5連ポスターの掲示(10月)、読売テレビの旅番組「遠くへ行きたい」で三重県を放送(2回) 等

近畿日本鉄道 観光特急「しまかぜ」の10月10日の京都・賢島間の運行に併せ京都駅等でPRを実施、近鉄本社が実施するエリアキャンペーン「室生・赤目・伊賀上野(9.13~12.14)」と連携した取組 等

#### (2) 企業等と連携した情報発信

民間事業者と連携し、商品開発、ロゴマークの活用等に取り組んでいます。

- 有限会社深川屋  
県と共同開発した新商品「お茶の香 関の戸」パッケージへのロゴマーク掲出
- 万協製薬株式会社  
「まごころ乳液こまめ」パッケージへのロゴマーク掲出
- 株式会社NTTドコモ  
高速通信LTEサービスの全面拡大に伴う、熊野古道エリア情報等を掲載したチラシの協同作成、県内ドコモショップへのガイドブックの設置 等

### (3) 首都圏等大都市圏での情報発信

#### ① ツーリズムEXPOジャパン

国内旅行を目的とする日本最大級のイベント「旅フェア日本」と、海外旅行を目的とするアジア最大級のイベント「JATA旅博」の2つのイベントが統合された旅の総合イベント「ツーリズムEXPOジャパン」に出展し、三重の魅力を発信しました。

開催期間：9月25日～28日 開催場所：東京ビッグサイト東展示棟・会議棟

入場者数：約15万人

#### ② 女子旅EXPO 2014

首都圏で180万人を超える会員を持つ「OZ magazine」を発行しているスターツ出版が開催する「女子旅EXPO 2014」に出展し、三重の魅力を発信しました。

開催期間：9月19日 開催場所：ザ・プリンスパークタワー東京

参加者数：20～30代女性層を中心に約1,000名

## 3 広域連携

### (1) メディア等向け観光情報説明会等の相互乗り入れ（首都圏、関西圏、名古屋圏）

◇三重県観光情報提供会（参加 奈良県、島根県）

名古屋三交ビル（6月30日）、大阪・ハートンホテル北梅田（7月1日）

◇島根県メディア向け観光情報説明会への参加（8月7日 東京）

### (2) シンポジウムにおける共同PR

◇古代歴史文化講演会（8月30日、主催：奈良県、場所：奈良県新公会堂）

◇三県連携記紀シンポジウム（11月1日、主催：三重県、場所：大阪歴史博物館）

### (3) 三重・奈良・島根連携「記紀神話講座」（主催：三重県、場所：三重テラス）

◇島根・三重連携講座（7月26日） ◇奈良・三重連携講座（9月14日）

## 4 その他

### (1) 「実はそれ、ぜんぶ三重なんです～三重おかげさま講座～」の開催

首都圏の方々に三重県の深い魅力を伝えるため、首都圏営業拠点「三重テラス」で、「実はそれ、ぜんぶ三重なんです～三重おかげさま講座～」を開催します。

第1回 日時：11月11日 19:00～20:30 講師：福森 道歩 氏（陶芸家）

内容：伝統工芸である伊賀焼の魅力や土鍋を使った料理の紹介など

### (2) 齋王、神宮をテーマに情報発信

齋王行列の始まりと言われる「野宮神社」（ののみや）と連携しPRを実施

実施日：10月19日 場所：祭事「野宮神社 齋宮行列」（京都嵯峨嵐山）

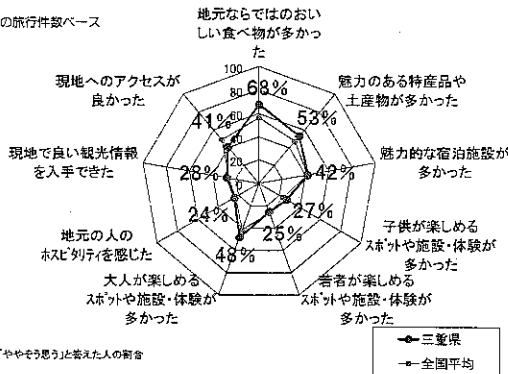
### (3) 旅行商品の企画

大手旅行会社等と連携し、「おかげ年」や「熊野古道世界遺産登録10周年」のトピックを活用して旅行商品の造成や販売に取り組んでいます。また、旅行パンフレット誌面等にキャンペーン情報を掲載し、観光客の周遊促進を図っています。

●旅行後の来訪者の満足度と項目別評価

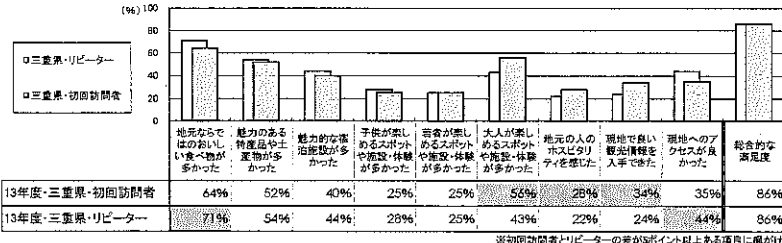
■総合的な満足度と項目別評価 (単一回答) ※各県への旅行件数ベース

総合的な満足度 (全国平均 84%)	13年度		12年度	
	満足度	順位	満足度	順位
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	69%	(11位)	64%	(16位)
魅力的な特産品や土産物が多かった	53%	(15位)	48%	(21位)
魅力的な宿泊施設が多かった	42%	(21位)	36%	(26位)
子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	27%	(7位)	30%	(5位)
若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	25%	(12位)	26%	(9位)
大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	48%	(5位)	41%	(10位)
地元の人ホスピタリティを感じた	24%	(24位)	21%	(25位)
現地で良い観光情報入手できた	28%	(18位)	23%	(24位)
現地へのアクセスが良かった	41%	(26位)	41%	(22位)



※総合的な満足度…「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合 ※項目別評価…「 מאוד思う」「やや思う」と答えた人の割合

■来訪経験別に見た、総合的な満足度と項目別評価



●宿泊旅行先としての三重県のパワー評価

■各指標についての上位15位までランキングと三重県の順位

延べ宿泊旅行者数 (万人)	1回の宿泊旅行あたり大人1人あたり単価 (円)	該県への宿泊旅行にかけられた費用総額 (億円)	来訪者の満足度 (%)	今後の来訪意向 (%)
1位 東京都 1,720	1位 沖縄県 94,600	1位 東京都 10,405	1位 沖縄県 91.4	1位 北海道 30.0
2位 北海道 1,027	2位 北海道 66,300	2位 北海道 6,810	2位 京都府 90.8	2位 沖縄県 27.6
3位 神奈川県 832	3位 東京都 60,400	3位 沖縄県 4,691	3位 北海道 88.3	3位 京都府 15.6
4位 静岡県 831	4位 鹿児島県 58,000	4位 京都府 3,927	4位 熊本県 88.1	4位 東京都 11.4
5位 長野県 773	5位 京都府 56,800	5位 大阪府 3,608	5位 長崎県 87.9	5位 大阪府 6.2
6位 大阪府 769	6位 青森県 54,200	6位 神奈川県 3,287	6位 宮崎県 87.8	6位 長野県 6.1
7位 京都府 691	7位 島根県 54,100	7位 千葉県 3,037	7位 青森県 87.2	6位 鹿児島県 6.1
8位 千葉県 662	8位 福岡県 50,600	8位 静岡県 2,810	7位 宮城県 87.2	8位 長崎県 5.5
9位 兵庫県 567	9位 長崎県 48,500	8位 静岡県 2,686	8位 千葉県 86.6	9位 神奈川県 5.4
10位 福岡県 499	10位 大阪府 46,900	10位 福岡県 2,525	9位 福岡県 86.6	10位 福岡県 5.2
11位 沖縄県 496	11位 徳島県 46,200	11位 兵庫県 2,134	11位 広島県 86.1	11位 千葉県 4.4
12位 愛知県 445	12位 宮崎県 46,000	12位 愛知県 1,707	12位 高知県 86.0	12位 石川県 4.2
13位 栃木県 410	13位 千葉県 45,900	13位 三重県 1,573	13位 三重県 85.9	12位 静岡県 4.2
14位 三重県 407	14位 高知県 45,100	14位 宮城県 1,493	14位 長野県 85.7	14位 青森県 3.6
15位 宮城県 350	15位 富山県 44,600	15位 熊本県 1,475	14位 兵庫県 85.7	14位 熊本県 3.6
			17位 三重県 85.7	14位 大分県 3.6

13年度 三重県 初回訪問者 64% 52% 40% 25% 25% 56% 20% 34% 86%  
 13年度 三重県 リピーター 71% 54% 44% 28% 25% 43% 22% 24% 44% 86%

発行：株式会社 リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター  
 〒100-6640 東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウカウスタワー  
 TEL 03-6835-6250



三重県

※本書掲載内容は無断転載および許可なく複製することを禁じます。ご自身の用途については、じゃらんリサーチセンターまでお問い合わせください。

- 三重県への延べ宿泊旅行者数は407万人(推計値)で全国14位 ※425/101現在の推計人口をベースに計算
- 関西ブロックからの来訪が31%、東海ブロックからの来訪が30%、関東ブロックからの来訪が20%を占める
- 1回あたりの宿泊旅行費用は39,000円で、全国平均46,800円より低い
- 個人旅行が88%を占め、リピーターが62%を占める
- 「スポット」「食・特産品」「イベント・アクティビティ」「テレビ等で話題」で選ばれる割合が全国平均より高い
- 「食」「特産品」「大人が楽しむ」に対する評価が全国平均より高く、「現地アクセス」に対する評価がやや低い

●三重県への宿泊旅行者のプロフィール

■宿泊旅行者の性・年代別構成 ※各県への延べ宿泊旅行者ベース

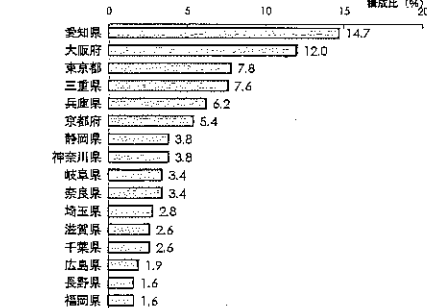
凡例	性別	
	男性	女性
13年度・三重県 延べ宿泊旅行者 407万人	186万人 (45.6%)	222万人 (54.4%)
13年度・全国 延べ宿泊旅行者構成	(48.2%)	(51.8%)

凡例	年代		
	20~34歳	35~49歳	50~79歳
13年度・三重県 延べ宿泊旅行者 407万人	88万人 (21.5%)	107万人 (26.2%)	213万人 (52.3%)
13年度・全国 延べ宿泊旅行者構成	(21.3%)	(24.9%)	(53.8%)

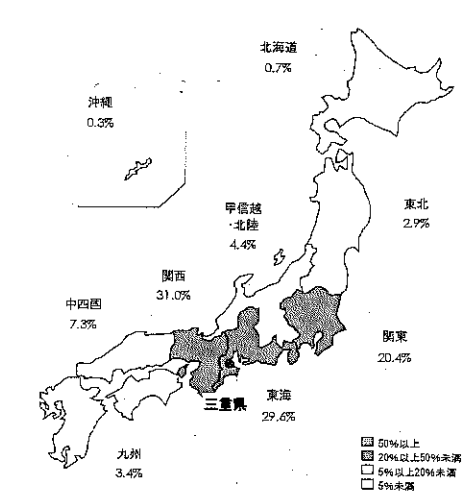
凡例	性別					
	20~34歳 / 男性	20~34歳 / 女性	35~49歳 / 男性	35~49歳 / 女性	50~79歳 / 男性	50~79歳 / 女性
13年度・三重県 延べ宿泊旅行者 407万人	91万人 (22.3%)	97万人 (23.8%)	51万人 (12.5%)	56万人 (13.7%)	104万人 (25.5%)	109万人 (26.8%)
13年度・全国 延べ宿泊旅行者構成	(9.9%)	(11.4%)	(13.1%)	(14.9%)	(25.3%)	(26.5%)

●宿泊旅行者の居住地(発地エリア)

■宿泊旅行者の居住地(上位15) ※各県への延べ宿泊旅行者ベース

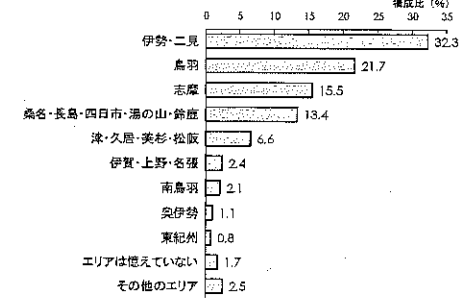


■宿泊旅行者の居住ブロック ※各県への延べ宿泊旅行者ベース



●県内での宿泊先(着地エリア)

■三重県内での宿泊先(単一回答) ※各県への旅行件数ベース



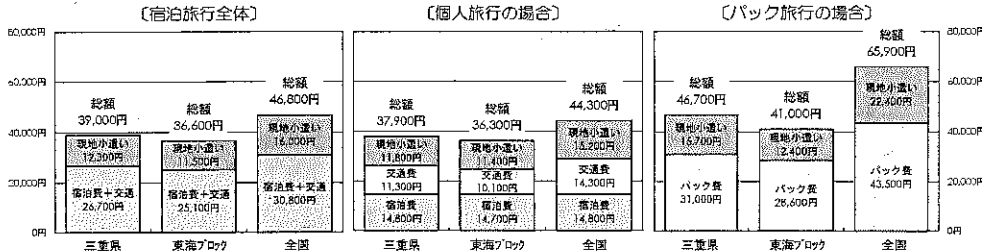
【調査概要】 ●調査対象：国内在住の20~79歳の男女 (株式会社マクロミルの登録モニターから都道府県別・性別別に抽出) ●調査方法：インターネット調査 ●調査時期：2014年4月 ●調査内容：2013年4月~2014年3月(13年度)において実施した宿泊を伴う国内旅行(出張・帰省・修学旅行等を除く)について ●サンプル数：【1次調査】80,000人回収(宿泊旅行実施の有無について) ※回答の中から20,000件を抽出し、性別別の宿泊旅行実施率を分析【2次調査】・宿泊旅行実施者 15,413サンプル ・旅行件数 30,923件 (うち、三重県への旅行件数は835件)



## 滞在力指標

### ●三重県への宿泊旅行費用

■宿泊旅行1回あたりにかかった費用（数値回答）※各県への旅行件数ベース ※ただし、全体の0.5%トリム平均



※金額については、百の位までの繰上りまで示しているため、合計が合わない場合があります。  
※旅行費用については、金額の異なる回答が平均値に大きな影響を与えることを避けるために、0.5%トリム平均をおこなった。

### ■三重県への宿泊旅行にかけられた費用の総額（推計値）

	総額	個人旅行にかけられた費用	バック旅行にかけられた費用	宿泊費	交通費	バック費	現地小遣い
13年度・三重県	1,593	1,356	237	530	406	157	500
	(100.0%)	(85.1%)	(14.9%)	(33.3%)	(25.5%)	(9.9%)	(31.4%)
13年度・全国	73,120	61,215	11,906	20,450	19,752	7,862	25,057
	(100.0%)	(83.7%)	(16.3%)	(28.0%)	(27.0%)	(10.8%)	(34.3%)

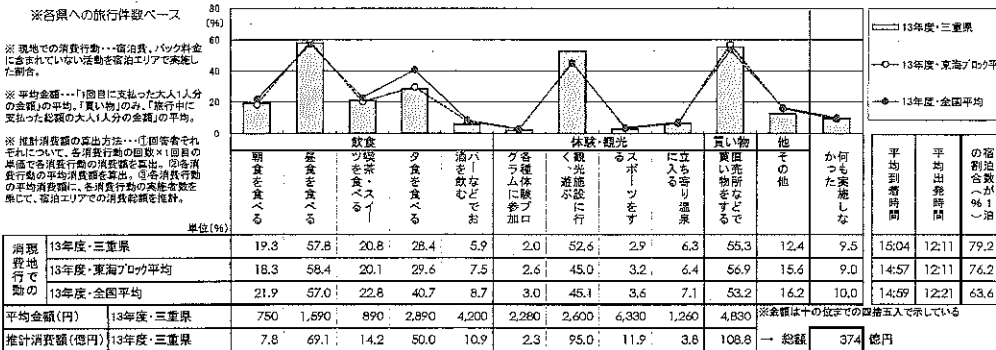
※費用総額の算出方法：性別・年代・旅行形態別に当該都道府県への宿泊旅行件数を推計し、各属性ごとに1人あたり単価を乗じて算出した。また、旅行先が三重県内のエリアである旅行の総額であり、一部、他の都道府県を通過した費用も含められている。

### ■宿泊旅行の手配方法（単一回答）

凡例	個人旅行	バック旅行
13年度・三重県	87.6	12.4
13年度・全国平均	88.4	11.6

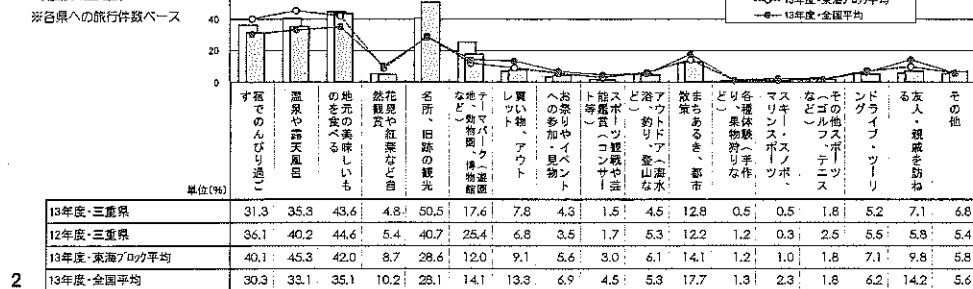
## ●IN・OUT時間と現地での消費行動・金額

■宿泊エリアに到着してから出るまでに実施したこと（複数回答）、平均金額（数値回答）、消費額（推計値）



## ●宿泊旅行時の目的

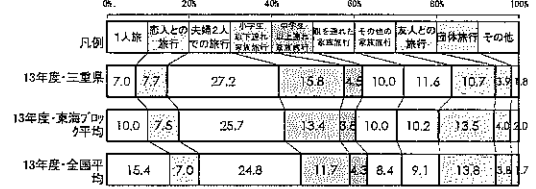
■宿泊旅行の目的（複数回答）



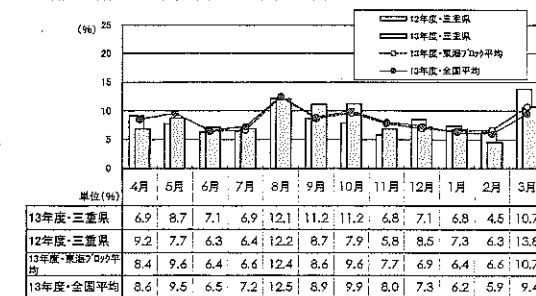
## 選ばれる旅行先 ブランド力指標

### ●三重県への宿泊旅行の形態

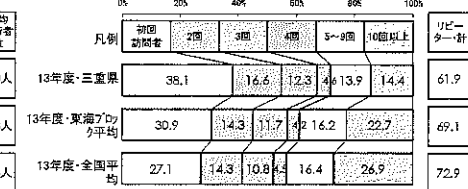
■同行者の種類（単一回答）※各県への旅行件数ベース



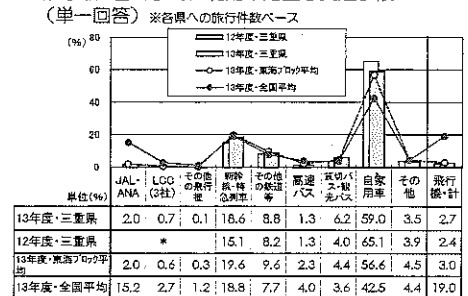
■宿泊旅行の時期（単一回答）※各県への旅行件数ベース



■来訪経緯（単一回答）※各県への旅行件数ベース

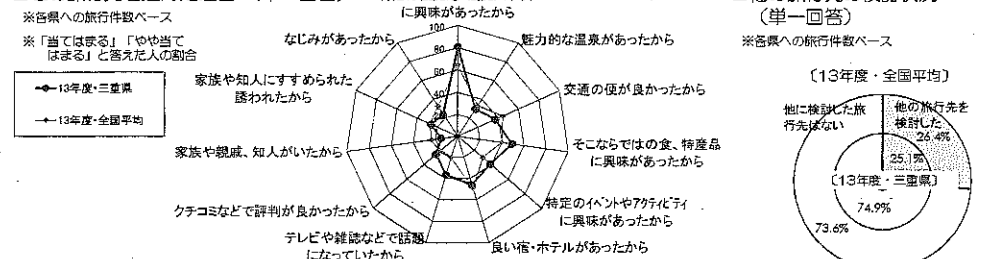


■目的地に着くまでに利用した主な交通手段（単一回答）※各県への旅行件数ベース

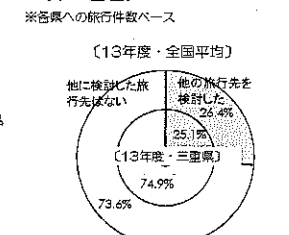


## ●旅行先としてのブランド力

■この旅行先を選んだ理由（単一回答）

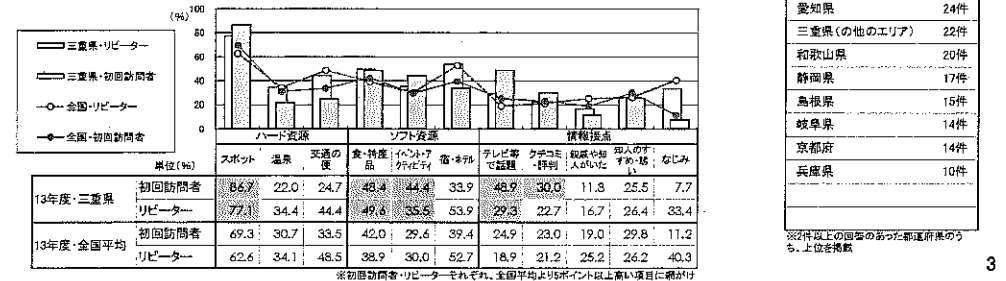


■他の旅行先の検討状況（単一回答）



項目	ハード資産				ソフト資産				情報接点			
	スポット	温泉	交通の便	食・特産品	イベント・フェスティバル	宿泊	テレビ等での露出	クチコミ・評判	観光地・観光客	知人の誘い	家族や友人にすすめられた	なじみ
13年度・三重県	80.7	29.6	37.1	42.3	38.9	46.3	36.7	25.5	14.9	26.0	23.6	
13年度・東海7ブロック平均	61.7	35.4	43.3	43.4	28.2	52.1	21.0	20.4	18.5	25.6	29.7	
13年度・全国平均	64.4	33.2	44.5	39.8	30.0	49.1	20.6	21.7	23.5	27.3	32.4	

■来訪経緯別にみた、この旅行先を選んだ理由



## (11) 三重県観光振興基本計画年次報告について

みえの観光振興に関する条例（平成23年10月20日三重県条例第34号）第21条の規定に基づき、三重県観光振興基本計画（以下、「基本計画」という。）に基づく施策の実施状況等について、平成26年6月4日の三重県観光審議会でご議論いただき、年次報告として取りまとめました。

### 1 年次報告の主な構成

年次報告は、以下の要素で構成しています。

- (1) 平成26年版成果レポート（平成25年度の観光関連の成果と課題等）
- (2) 三重県観光振興基本計画の概要
- (3) 三重県の観光施策の体系
- (4) 平成25年度観光施策の取組状況
- (5) 推進体制の整備

### 2 三重県観光振興基本計画の目標達成状況

目標項目	平成25年 実績値	平成25年 目標値	平成27年 目標値
① 観光消費額	5,342 億円	5,680 億円	5,680 億円
② 観光レクリエーション入込客数	4,080 万人	4,000 万人	4,000 万人
③ 観光旅行者満足度評点	82.7 点	—	100 点
④ リピート意向率	84.5%	88.0%	100%
⑤ 県内の延べ宿泊者数	969 万人	800 万人	800 万人
⑥ 県内の外国人延べ宿泊者数	130,890 人	120,000 人	150,000 人
⑦ 観光における海外自治体との連携事業数	10 件	5 件	10 件

### 3 平成25年度の主な取組状況

#### (1) 式年遷宮の好機を生かした国内誘客

- 式年遷宮や熊野古道世界遺産登録10周年などの好機を捉え、三重の認知度向上、周遊性・滞在性の向上、おもてなしの向上をめざし、官民一体で三重県観光キャンペーンを展開しました。

三重県観光キャンペーンの核となる「みえ旅パスポート」(205,976件)を発給するとともに、「みえ旅案内所」(68施設⇒87施設)、「みえ旅おもてなし施設」(640施設⇒820施設)の充実を図りました。また、地域部会の活用やテーマ性・ストーリー性を持った情報発信、SNSを利用した三重の観光情報発信の強化に取り組みました。

- JFC（ジャパンフィルムコミッション）の総会を9月に伊勢市に誘致し開催しました。また、県内9つのフィルムコミッションにおいて、映画やドラマ、CM等、年間200件を越える取材協力や撮影支援を行うとともに、テーマを絞ったロケ地巡り用の冊子「映画旅文学旅みえ」の作成や今年5月公開の映画『WOOD JOB!（ウッジョブ）～神去なあなあ日常～』の全国公開に併せて、ロケ地マップを作成しました。

- 江戸時代における伊勢商人の拠点であり、お伊勢参りの出発点でもある東京日本橋に、首都圏営業拠点「三重テラス」をオープンしました。  
首都圏営業拠点「三重テラス」を核とした営業展開については、目的・ターゲットを明確にしつつ、市町や関係団体とも連携しながら、県内への誘客や県産品の販路拡大に向けた「打って出る営業活動」を行い、三重の魅力の総合的、効果的な情報発信の取組を進めました。(営業本部活動回数(累計)477回)(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)802人)
- 「遷宮」や「古事記」、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」など共通テーマを持つ他県との連携や東大和西三重観光連盟、西美濃北伊勢観光サミットなど県境を越えた地域間連携により効果的な情報発信に取り組みました。

## (2) 三重県の特性を生かした海外誘客

- 世界に誇れる本県の優れた観光資源である「忍者」や「海女」を積極的に活用し、忍者ツアーの企画や海女文化シンポジウムの開催など、国内外への情報発信及び誘客促進を行いました。
- 「2013日台観光サミット in 三重」の開催を契機として、継続的に台湾からの誘客促進を図るとともに、「みえ国際展開に関する基本方針」を策定し、台湾、タイ、マレーシア、香港、フランスについて、ターゲットを明確にした海外誘客戦略を展開しました。
- 「昇龍道プロジェクト」など広域連携によるスケールメリットを活かした海外誘客を推進しました。
- ブラジルミッション団を構成してサンパウロ州を訪問し、県内各界が連携して三重県の総合的なプロモーションなど友好交流から経済交流への取組を実施しました。

## (3) 観光産業の高付加価値化

- 6月の「バリアフリー観光全国フォーラム伊勢大会」において、「日本一のバリアフリー観光県推進宣言」を行い、研修会や高齢者、障がい者を対象としたモニターツアーを実施しました。
- 「みえ地域コミュニティ応援ファンド」及び「みえ農商工連携推進ファンド」等において、新商品、新サービスの開発や販路開拓を支援しました。
- みえフードイノベーションプロジェクトにおいて、三重県観光キャンペーンとのコラボ商品開発プロジェクトとして、「みえのソフトクリーム」など3商品を開発、販売しました。

## (4) おもてなしの心を形にする観光の魅力づくり・人づくり

- 地域の課題の共有や地域をあげた「おもてなし」で来訪者に接することの大切さを再認識するため、「おもてなし向上セミナー」等を実施しました。
- 県職員向けに、三重の観光についての知識を得てその魅力を発信してもらうため、ブラッシュアップ研修「三重を知る『式年遷宮と三重のええところ』」を開催しました。

#### (5) 利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり

- 熊野古道の価値や魅力を地域自ら紹介する「熊野古道まちなか案内所」を、熊野市の「鬼ヶ城センター」に設置するとともに、熊野古道を中心とした東紀州地域の旬の魅力を発信しました。
- 三重県新地震・津波対策行動計画において、「命が危ぶまれる観光客対策」として、主要観光地の防災対策等を取りまとめました。
- 観光交流に資する社会基盤整備として、紀勢自動車道、熊野尾鷲道路、紀宝バイパス、中勢バイパスや第二伊勢道路の整備を進めるとともに、これらに合わせて供用するアクセス道路の整備などを推進しました。
- 東紀州地域の関係市町と協力して、名古屋駅と熊野古道の各峠を結ぶシャトルバスを共同運行しました。

#### 4 今後の対応

基本計画に基づき、観光振興を着実に推進していくため、各施策が総合的に実施されるよう、全庁的に課題や情報の共有を図るとともに、緊密な連携による事業の実施に取り組んでまいります。

平成27年度まで、官民一体で展開する「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」を集中的に取り組むことにより、「三重県の認知度向上」、「周遊性・滞在性の向上」、「三重ファン・リピーターの増加」に努めるとともに、「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、台湾、タイ、マレーシア、香港、フランスについて、集中的なセールスや「三重県海外観光特使」の委嘱等により、効果的、重点的にプロモーションを実施します。

また、観光振興基本計画の計画期間が平成27年度までとなっていることを踏まえ、今後の観光振興の方向等の検討に着手します。



## (12) 各種審議会等の審議状況の報告について

(平成 26 年 6 月 3 日～平成 26 年 9 月 15 日)

(雇用経済部)

1 審議会等の名称	第 6 回三重県観光審議会
2 開催年月日	平成 26 年 6 月 4 日
3 委員	【会長】東京未来大学 准教授 石坂督規 ほか 6 名出席
4 諮問事項	三重県観光について (リピーター、三重ファンの確保、三重県への継続的な誘客促進等)
5 調査審議結果	<p>事務局から、平成 25 年の三重県観光の現状、三重県観光キャンペーンの状況、バリアフリー観光の推進、インバウンド誘客、三重県観光振興計画年次報告書(平成 25 年度施昨実施状況)(案)として、成果レポート及び平成 25 年度施策実施状況等について、説明を行いました。</p> <p>委員から、</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・今回の遷宮では、首都圏戦略が功を奏し非常に伊勢の認知度が高まった。一方、内宮・外宮の遷御の儀が終わったことで、ブームが終わったといったイメージがあることは否めない。おかげ参りや別宮でも遷宮が続くこと、次の遷宮が始まるといったイメージにより、引き続き誘客促進を図るべきである。</li><li>・参拝が最大の目的の人に一般的な観光スポットを紹介しても周遊にはつながらない。周遊に繋げるためには、神宮に関連するエコツアーや共通するテーマ、コンセプトによりストーリーづけが必要である。</li><li>・パスポートの情報をデータベース化し、三重ファンの顧客データとして管理することで、マーケティングが可能になる。マーケティングによりターゲットを絞って、リピーター確保のための手を打つことができるようになる。</li><li>・交通渋滞や伊勢から周辺の観光地へのアクセスについては、次回の遷宮に向けての課題でもある。外宮と内宮との円滑な移動はもちろん、初めての来訪者でも伊勢から周辺地域へのアクセスを確保しなければ、交通の便がいい名古屋などに流れてしまう。</li></ul> <p>などの意見をいただきました。</p> <p>これらの意見は、三重県観光キャンペーン等を通じて観光施策に反映させていただきます。</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26年6月19日(木)
3 委員	【会長】名城大学 教授 松本幸正 ほか3名出席
4 諮問事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「(仮称) ホームセンターパロー松阪店」(松阪市)の新設に係る届出について(2回目)</li> <li>・「(仮称) 鈴鹿ラッツ」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(2回目)</li> <li>・「ぎゅーとらラブリー志店」(津市)の新設に係る届出について(1回目)</li> </ul>
5 調査審議結果	<p>(1) 「(仮称) ホームセンターパロー松阪店」(松阪市)の新設に係る届出について(2回目) 事務局から、前回の指摘事項1点(周辺道路(側道)の渋滞対策の1項目)に対する設置者側の回答について、説明を行いました。 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。</p> <p>(2) 「(仮称) 鈴鹿ラッツ」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(2回目) 事務局から、前回の指摘事項5点及び確認事項1点(経路案内の充実、駐車場内の安全対策、騒音の住宅及び介護施設への配慮等の6項目)に対する設置者側の回答について、説明を行いました。 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。</p> <p>(3) 「ぎゅーとらラブリー志店」(津市)の新設に係る届出について(1回目) 事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、騒音対策に係る周辺住民への説明、駐車場内の安全対策と騒音対策等について3点の確認事項があり、特に問題がないと確認できれば、結審することとなりました。</p>
6 備考	「ぎゅーとらラブリー志店」の3点の確認事項に対する設置者の回答について、6月30日に審議会委員全員の確認がなされ、特に問題ないと認められました。これにより同日をもって結審となりました。

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26年7月30日(水)
3 委員	【会長】名城大学 教授 松本幸正 ほか3名出席
4 諮問事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「(仮称) パロー別名店」(四日市市)の新設に係る届出について(1回目)</li> <li>・「(仮称) イオンビッグ玉城町店」(玉城町)の新設に係る届出について(1回目)</li> </ul>
5 調査審議結果	<p>(1) 「(仮称) パロー別名店」(四日市市)の新設に係る届出について(1回目) 事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、荷さばき施設における騒音対策、周辺道路の路上駐車対策及び交通安全対策、経路案内の充実、地域住民との協議状況等について7点の確認事項と1点の確認事項があり、継続審議となりました。</p> <p>(2) 「(仮称) イオンビッグ玉城町店」(玉城町)の新設に係る届出について(1回目) 事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、従業員用駐車場の充足、出入口の安全対策等について1点の指摘事項と2点の確認事項があり、継続審議となりました。</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26年9月4日(木)
3 委員	【会長】名城大学 教授 松本幸正 ほか2名出席
4 諮問事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「(仮称)パロー別名店」(四日市市)の新設に係る届出について(2回目)</li> <li>・「(仮称)イオンビッグ玉城町店」(玉城町)の新設に係る届出について(2回目)</li> </ul>
5 調査審議結果	<p>(1)「(仮称)パロー別名店」(四日市市)の新設に係る届出について(2回目)  事務局から、前回の指摘事項7点及び確認事項1点(荷さばき施設における騒音対策、周辺道路の路上駐車対策及び交通安全対策、経路案内の充実、地域住民との協議状況等の8項目)に対する設置者側の回答について、説明を行いました。  設置者側の回答について審議された結果、通学路を含め周辺道路の交通安全対策等の5項目について委員から具体的な対策を求める意見があり、継続審議となりました。</p> <p>(2)「(仮称)イオンビッグ玉城町店」(玉城町)の新設に係る届出について(2回目)  事務局から、前回の指摘事項1点及び確認事項2点(従業員用駐車場の充足、出入口の安全対策等の3項目)に対する設置者側の回答について、説明を行いました。  設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。</p>
6 備考	