

平成27年度当初予算 施策 取組概要

341 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)

県民の皆さんとめざす姿

三重の産業の持つ魅力や価値が、県が先頭に立った営業活動を通じて国内外から共感を呼び、産業の活発化や地域経済の活性化につながるとともに、県内への企業立地、製品・県産品等の売り上げ向上や観光旅行者の増加につながっています。

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。

県民指標						
目標項目	23年度	24年度	25年度	26年度		27年度
	現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値
三重が魅力ある地域であると感じる人の割合		45.0%	50.0%	55.0%		60.0%
	40.0%	52.5%	53.0%			
目標項目の説明と平成27年度目標値の考え方						
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					
27年度目標値の考え方 (みえ県民カビジョン記載内容を転記)	民間調査会社によるブランド力調査を参考に、4年後に都道府県別ランキングトップ10入りをめざすためには、認知度の現状値を20%以上高めることが必要なことから、営業本部による営業活動等により毎年5%ずつ拡大することを目標として設定しました。					

活動指標							
基本事業	目標項目	23年度	24年度	25年度	26年度		27年度
		現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値
34101 営業機能の強化（雇用経済部）	営業本部活動回数（累計）		100回	300回	(達成済)		400回
		—	233回	477回			
34102 効果的な情報発信戦略の推進（雇用経済部）	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）		250人	500人	900人		1,000人
		—	105人	802人			

進捗状況（現状と課題）

- ①「三重テラス」のショップにおいては、「熊野古道世界遺産登録 10 周年」などのトピックや、新茶、三重の涼などの季節に焦点を当てた商品セレクトと売り場構成を図るなど、三重の旬を前面に打ち出すとともに、レストランでは、数量限定ランチや黒板メニューなど、飽きさせないメニュー展開とし、リピーターの確保に努めました。多目的ホールでは、県、市町、関係団体が企画し、三重の魅力を発信する様々な催事を展開しました。なお、成果指標である来館者数は、目標数値に対して順調に推移していますが、今後は、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、アドバイザーボードやアンケート調査による客観的な評価の継続的な実施、関係者とのさらなる連携や、国内外への発信力の強化が必要です。
- ②4月に日本橋料飲組合と高島屋の共同企画「日本橋美味しい街めぐりスタンプキャンペーン」に参画するとともに、5月下旬には、新浮世小路でマルシェを開催しました。また、7月には、丸紅本社（大手町）において、社員向け三重県物産展を開催し、9月中旬には、新宿野村ビルで三重県物産展（一般向け）を、10月下旬には、福德神社の完成や日本橋・京橋まつり等の日本橋地域のイベントと連携したマルシェ等の開催や、日本橋エリアの4県のアンテナショップ（福島、島根、奈良、三重）の連携によるイベントを開催しました。今後は、さらなる日本橋エリアでのネットワーク強化が必要です。
- ③日本橋地域と連携して、桜フェスティバルにあわせた三重の桜・街道のパネル展示、映画「WOOD JOB！」公開にあわせたキャンペーン、にほんぼし福島館のオープンに対応した連携イベントの開催、COOL MIEトークライブ（7回）を開催するとともに、「三重テラス」開設1周年記念企画「おかげさま祭」を企画立案し、実施しました（第1部「50万人達成感謝祭」（8月9日～17日）、第2部「1周年記念感謝祭」（9月27日～10月5日）、第3部「秋の収穫感謝祭」（10月25日～26日））。今後は、県関係部局、部内関係課及び市町、関係団体との連携調整を進めるとともに、さらに三重の「旬」を伝える発信力あるテーマの訴求が必要です。
- ④日本橋三越と連携し、「日本橋街大學」で三重県の素材を使用した講座を「三重テラス」において（6回）開催するとともに、三重の魅力を発信し、コアな三重ファンにつなげるための講座&フィールドワークのセット企画の立案を進めました。今後は、講座のテーマ毎に関係部局、関係課及び市町、関係団体等との連携を進め、さらに魅力ある講座としていく必要があります。
- ⑤市町や商工団体等とのエリア毎の意見交換会（7月、県内5エリア）や訪問活動により、「三重テラス」を活用した市町主催イベント等の企画を支援するとともに、東海道をテーマに広域の市町が連携したイベント（6月）の企画運営を支援しました。また、三重県営業本部会議（4月、10月）及び営業本部推進チーム会議（月1回）を開催し、関係部局の情報の共有と連携を強化しました。今後は、市町や商工団体等とのさらなる連携強化に向けて、首都圏や「三重テラス」と関西圏の情報のフィードバックやニーズの把握・分析などに取り組む必要があります。
- ⑥包括協定締結企業との連携による三重県フェアを開催し、三重県と三重県産品のPRを実施しました（3回 イオンモール東員（4月）、イオンレイクタウン（埼玉県）（6月）、イオンモール堺北花田（大阪府）（11月））。また、海外においては、イオンマレーシアと連携して三重県フェアを開催するとともに（9月）、香港での「東海食品フェア」に出展しました（10月）。

⑦関西圏においては、県内市町等の情報発信力向上とマスコミ関係者への人脈づくり支援のための講座を3回開催するとともに、「熊野古道」、「忍者」、「女子旅」等テーマや対象を明確にした観光・物産展や講座等を通じたPRを関西圏各地で県内市町や事業者等と連携して実施しました。今後も、引き続き、情報発信力の向上に努め、コアな三重ファンを増やすため、ターゲットを明確にしたPRを実施するとともに、より市町等のニーズなどに合うよう効果的な提案をするなど、市町等との連携を強化していく必要があります。また、三重県にゆかりのある店舗や企業のニーズに応え、三重県産品や地元生産事業者の紹介等を進め、県産品を使った店舗のオープンやメニューの追加など、県産品の販路拡大につながりました。引き続き、三重県産品や地元生産事業者の紹介等を進め、三重県食材の取り扱い拡大及び潜在需要の発掘に努めていく必要があります。さらに、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るとともに、県人会や高校同窓会、三重の応援団等を通じた情報発信を行いました。引き続き、関西の経済界等とのネットワークの充実・強化に努め、観光誘客や「食」の販路拡大につなげていきます。

平成 27 年度の取組方向

- ①これまでの「三重テラス」の運用の成果や課題をふまえて、三重の「食・文化」を重点テーマとした情報発信や販路拡大に向けて、日本橋や首都圏の顧客に三重の「旬」を発信していきます。また、コレド2・3のオープンに伴い、新たに日本橋地区に流れる若年者やファミリー層の目線も意識しながら、三重の魅力を訴求する展示・レイアウト等の改善や、魅力あるイベント開催と広報展開などによる情報発信力の強化に取り組みます。さらに、首都圏のネットワークを生かした県内の事業者への支援などにより、関係部局とともに、より効果的な営業拠点となるよう、取組を進めます。
- ②日本橋エリアの関係団体や他県アンテナショップ等の企画やイベント等と連携し、首都圏でのさらなるネットワークの強化と拡大を図るとともに、三重県の大きな魅力のひとつである「食」を情報発信の軸として、国内はもとより、首都圏・海外への情報発信を視野に入れた展示や講座の展開、外国人観光客をターゲットとしたインバウンド観光への対応など、三重の魅力の情報発信を進めていきます。
- ③三重テラスへの集客はもとより、三重県への誘客に結び付けていくため、三重の“宝”魅力発信講座など、三重県魅力を体感できる、三重県へのフィールドワークをセットにした講座を設け、講座等の終了後も継続して参加者や受講生との連携を深め、三重県に関わる機会を提供するなど、情報発信やコアな三重県ファンづくりを推進します。
- ④県・市町・商工団体や県内事業者などの連携により、販路拡大に向けて一体となって営業活動を展開するとともに、包括協定締結企業等との連携による国内や海外での三重県フェアの開催などにより、三重県の情報発信と販路拡大につなげていきます。
- ⑤関西圏においては、「関西圏営業戦略」に基づき、関西圏での多様なネットワークの充実・強化や、県内市町、事業者等と連携した効果的な情報発信により、一般消費者、マスコミ、飲食店等に三重の魅力を訴求するとともに、観光誘客や「食」の販路拡大等につなげていきます。

主な事業

①首都圏営業拠点推進事業【基本事業：34101 営業機能の強化】

予算額：(26) 92,931千円 → (27) 95,293千円

事業概要：首都圏営業拠点「三重テラス」を管理、運営するとともに、効果的に運営していくため、定量的な成果を把握するほか、来館者や事業者等に対するアンケートなど「三重テラス」の評価を調査し、運営の改善などにつなげます。

②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：(26) 18,614千円 → (27) 18,878千円

事業概要：三重テラスを中心に、日本橋エリアの関係団体や他県アンテナショップ等の企画やイベント等と連携し、首都圏でのさらなるネットワークの強化と拡大を図るとともに、三重県の大きな魅力のひとつである「食」を軸として、国内のみならず、海外も視野に入れた情報発信を行います。

③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：(26) 7,062千円 → (27) 8,013千円

事業概要：関西圏における営業展開の基本的な方向性等を示した「関西圏営業戦略」に基づき、歴史・文化・食をキーワードに、テーマや対象を明確にした観光・物産展や講座等を通じて、一般消費者、マスコミ及び飲食店等に三重の魅力を市町等と連携し情報発信します。また、飲食店経営者、小売・流通事業者等に対し、生産者の紹介等を通じて三重県食材の取扱拡大等に努めるとともに、県内事業者に商談会情報等を提供し、商談会参加等の支援を行います。さらに、経済界等とのネットワークの充実・強化を図り、関西圏からの観光誘客や関西圏での「食」の販路拡大につなげます。