

## 三重県営業本部 平成27年度重点取組事項の取組状況について（2月末実績）

H27年度取組方針	H27年度上半期（4月～9月）の取組	H27年度下半期（10月～2月末）の取組
<p><b>1 「食」の産業振興 推進</b></p> <p>□ 「食」を政策パッケージとして、連携するバリューチェーンの強化に取り組む</p>	<p>取引事業所（者）数 12件（目標達成率 16.0%）            新たな開発商品 7件（目標達成率 15.5%）            年間研修参加人数 延べ 154人（目標達成率 81.0%）</p>	<p>◇新たにクイーンズ伊勢丹、イトーヨーカドーで三重県フェアを開催            ◇ローソンや513BAKERYなど企業とのコラボ商品の開発、定期的な販売</p> <p>取引事業所（者）数 下半期 108 年間 120件（目標達成率 160.0%）            新たな開発商品 下半期 33件 年間 40件（目標達成率 88.9%）            年間研修参加人数 下半期延べ 460人 年間 614人（目標達成率 323.2%）</p>
<p>① 販路拡大・・・三重テラス・三重県フェア・首都圏等商談会での機会創出</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「みえセレクション」、「地域資源活用商品」、「三重の(伝統)工芸品」を重点カテゴリーとする</li> <li>首都圏等のバイヤー、シェフへの県内招聘による地域食材再発見の実施</li> <li>県主催企画、三重テラスでの商談会を2回計画、中京地区にて”みえのこだわりマッチング交流会開催</li> <li>JA、JFにおける「販路拡大」に焦点を当てた連携強化</li> </ul> <p>目標：取引事業所（者）数 75件</p>	<p>(地域資源活用課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>伝統工芸品等ミラノ市内テストマーケティング「三重 WEEK」出展（6月～7月）【10件】</li> <li>イオン京都桂川店における三重県フェアに伝統工芸品の出展支援（9月）【2件】</li> </ul> <p>(中小企業・サービス産業振興課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>みえセレクション冊子作成の委託事業者の決定（9月）</li> <li>みえのこだわり食品マッチング交流会にかかる展示商談会に参加する事業者（FCP集中研修参加事業者）の決定（8月）</li> </ul> <p>(三重県営業本部担当課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>シェフによる生産者訪問【取引成立4件】</li> <li>三重県フェア開催 3回（4月イオン東員店、5月イオンレイクタウン、9月イオン京都桂川店）</li> <li>イオン京都桂川店開催にあたって7月に商談会開催【33事業者参加】</li> <li>三重の応援企業である国分主催の商談会（6月）に三重県ブースを出展【成約5件】</li> </ul> <p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>関西圏の各種産業支援団体等が主催するマッチング事業等を活用して、県内企業の販路拡大等を支援【11社、成約3件】</li> </ul>	<p>(地域資源活用課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内サービスエリア・パーキングエリア商談会（10月、1月）【延52件】</li> <li>首都圏（スーパーマーケットトレードショー、ギフトショー、三重のモノづくり展、三重テラスイベント）出展【延20件】</li> </ul> <p>(中小企業・サービス産業振興課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>みえセレクション冊子を作成し（10月）、1,000部を配布</li> <li>みえのこだわり食品マッチング交流会（2月、出展事業者40者）【成約17件】</li> <li>スーパーマーケット・トレードショー2016へ三重県ブースを設置し、県内事業者の出展を支援（2月、東京都）【出展事業者18事業者】</li> </ul> <p>(三重県営業本部担当課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三重県フェア開催 3回（10月：クイーンズ伊勢丹首都圏17店舗、イオン東員店、1月：イトーヨーカドー中京地区10店舗）【新規取引63件】</li> <li>イオン、イトーヨーカドーとそれぞれ連携した商談会の実施【5回】</li> <li>首都圏の料理人や料理店オーナーとの“伊賀産フードビジネスマッチングフェア”【成約3件】</li> <li>リーディング産業展での商談会【取引成立4件】</li> </ul> <p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>関西圏の各種産業支援団体等が主催するマッチング事業、関西事務所が三重県で実施した「販売力強化セミナー&amp;商談会」等により、県内企業の販路拡大等を支援【35社、成約4件】</li> </ul> <p>(広聴広報課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>伊勢志摩サミット開催100日前記念「三重ウィーク in 日本橋」（2月16日～22日）にて日本橋一帯の百貨店、飲食店などで三重食材の販売、飲食イベントを実施【伊勢茶、的矢かき、松阪牛など 17件】</li> </ul>
<p>② 商品等開発・・・「みえフードイノベーションプロジェクト」、デザイナー連携商品の開発推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「みえセレクション」の選定目標 累計100品目</li> <li>地域資源のデザイナー連携及び商品開発から</li> </ul>	<p>(フードイノベーション課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>みえフードイノベーションプロジェクトによる新商品創出の展開</li> <li>CoCo 壱番屋コラボメニュー「みえジビエキーマカレー」を発表（7月31日）し、三重県内全店舗にて8月1日から発売（来年2月まで販売予定）</li> <li>万協製菓、NPO法人植える美 ing、熊野市ふるさと振興公社と連携して開発したまごこ</li> </ul>	<p>(フードイノベーション課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>みえフードイノベーションプロジェクトによる新商品創出の展開</li> <li>513BAKERY コラボ商品「みえパン」の発売（10月～4月、毎月3商品を販売予定）</li> <li>ローソンコラボ商品「伊勢茶スイーツ」の発売（10月～4月、毎月1商品を販売予定）</li> <li>サンヨー食品コラボ商品「サッポロー番 三重亀山ラーメン牛骨味噌味 伊勢志摩サミ</li> </ul>

H27年度取組方針	H27年度上半期（4月～9月）の取組	H27年度下半期（10月～2月末）の取組
<p>販売までプロデュース支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ みえフードイノベーションの推進による新たな商品等の開発</li> <li>・ ライフイノベーションに関わる機能性食品の創出支援</li> </ul> <p>目標：新たな開発商品 45品目</p>	<p>ろコスメ「まごころボディジェル姫（ひめ）」の販売発表（8月26日）し。9月1日から発売</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ マックスバリュ中部(株)との鹿肉の加工食品（(株)サンショク、松阪ハム(株)）の開発販売 【開発商品3件】</li> </ul> <p>（ライフイノベーション課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品製造事業者を対象とした機能性評価に関する相談窓口の開設（5月）及び個別相談会の開催（8月）【相談件数34件（9月末現在）】</li> <li>・ 食品メーカーと医療機関が連携した介護用食品や地域資源を活用した機能性を有する食品の創出に向けた支援の実施（8月）</li> </ul> <p>（地域資源活用課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デザイナー連携事業、ブランドプロデュース事業については委託事業者が決定し、新商品開発、販路開拓に向けて対象となる事業者を公募・選定（9月末現在）</li> <li>・ 伝統工芸品等を素材として活用しデザイナーと連携することによる新商品の開発（9月末現在）【4件】</li> </ul> <p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 11月に開催するみえセレクション選定委員の決定（8月）</li> </ul>	<p>ット開催記念パッケージ」を1月18日から発売（6か月間の販売を予定）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 万協製菓、NPO法人植える美ingと連携して開発したまごころコスメ「まごころシャンプーSA&amp;まごころトリートメントSA」の販売発表（2月16日）し、3月1日から発売</li> <li>・ カゴメや日本航空と食に関する協定を締結し新商品創出の展開 【開発商品9件】</li> </ul> <p>（ライフイノベーション課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品製造事業者を対象とした機能性評価に関する相談窓口の開設及び個別相談会の開催 【相談件数69件（2月末現在）。個別相談会は2回開催】</li> <li>・ 食品メーカーと医療機関が連携した介護用食品や地域資源を活用した機能性を有する食品の創出に向けた支援の実施【3件。このうち1件は消費者庁への届出を実施】</li> <li>・ 機能性表示食品制度や消費者庁への届出事例等の情報提供を目的としたセミナーの開催 【セミナー開催3回 参加者123名】</li> </ul> <p>（地域資源活用課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デザイナー連携事業、ブランドプロデュース事業【3月発表：6件の予定】</li> <li>・ 伝統工芸品を素材として活用しデザイナーと連携した新商品【3件】</li> </ul> <p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「みえセレクション」として新たに25品目を選定（12月）【累計105品目認定】</li> </ul>
<p>③ 事業者育成・・・食品事業者、農業経営者、地域資源活用事業者を対象に実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品事業者、農業者を対象に商品差別化、営業力向上の研修を通し活性化を図る</li> <li>・ 地域資源活用における商談スキル・ブラッシュアップ向上セミナーの実施</li> <li>・ 食、観光産業におけるホスピタリティー人材の育成・確保</li> </ul> <p>目標：年間研修参加人数 190人</p>	<p>（担い手育成課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新規就農者技術・経営力向上促進研修「マーケティング入門講座」の開催（7月、8月） 【5回、受講者9人（8経営体）】</li> </ul> <p>（地域資源活用課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内集客拠点、首都圏における既設の商談会に向けた商品のブラッシュアップ、事業者の販売力向上に向けてのセミナー・ワークショップ・相談会等の実施（7月～9月）【延106人】</li> <li>・ 商品の機能や価値に止まらず、仕事に対する想いを使い手（消費者）に伝え共感を得ることで顧客と長期的関係を築くブランド化への取組として事業者相互のブラッシュアップミーティングを実施。（4月、6月、8月）【延39人】</li> </ul> <p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食・観光産業におけるホスピタリティー人材の育成・確保事業委託事業者の決定（8月）</li> <li>・ 産業ひとづくり事業委託事業者の決定（8月）</li> <li>・ FCP（フード・コミュニケーション・プロジェクト）集中研修事業参加事業者の決定、第1回個別相談会の開催（8月）【参加者数：12事業者】</li> </ul>	<p>（担い手育成課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 三重のリーディング産品を支える人材育成講座の開催（10月～12月）【3講座、受講者計42人（40経営体）】</li> <li>・ 新規就農者技術・経営力向上促進研修「マーケティング入門講座」（熊野会場）の開催（2月）【1回、受講者8人（8経営体）】</li> </ul> <p>（地域資源活用課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内集客拠点、首都圏における既設の商談会に向けた商品のブラッシュアップ、事業者の販売力向上に向けてのセミナー・ワークショップ・相談会等の実施 【延113人】</li> <li>・ 商品の機能や価値に止まらず、仕事に対する想いを使い手（消費者）に伝え共感を得ることで顧客と長期的関係を築くブランド化への取組として事業者相互のブラッシュアップミーティングを実施 【延51人】</li> </ul> <p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「おもてなし経営中堅・リーダー育成塾」全6回実施（11～2月）【参加者数40名】</li> <li>・ 「おもてなし経営実践道場」他県企業へ派遣研修実施（2～3月）【参加事業者3社5名】</li> <li>・ FCP研修【参加者39名】</li> <li>・ FCP集中研修第2回個別相談会（10月）、第3回個別相談会（12月）、流通店舗視察（1月）の開催【参加者数：12事業者】</li> </ul>

H27年度取組方針	H27年度上半期（4月～9月）の取組	H27年度下半期（10月～2月末）の取組
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品衛生7S研修会（2月）【県内事業者15社、津市】（三重食産振会と共催）</li> </ul>
<p>2 国際展開（「みえ国際展開推進            連合協議会」を核とした”オール三            重体制”）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 台湾、中国、アセアン、北米の取組推進と欧州への展開</li> <li>□ 4つの海外推進プラットフォームと連合協議会との連携による、クオリティーコントロール</li> </ul>	<div style="border: 1px dashed black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>海外での取引事業者数 11件（目標達成率34.4%）            延べ外国人宿泊者数 185千人（7月末）（目標達成率92.5%）            ワールドオブフレーバー（4月）に出展した結果、取引成約2件、問い合わせ3件の成果。            ミラノ万博（7月）4日間の来場者約3,000人、同時期に市内で行った35事業者約150品目のテストマーケティングでは来場者約2,200人。</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇タイと産業連携、台湾高雄市と産業・観光・教育の交流促進の覚書締結</li> <li>◇アメリカ、香港への松阪牛輸出</li> <li>◇インバウンド環境整備箇所（免税16所、WiFi51所、外国語表記40所）</li> </ul> <div style="border: 1px dashed black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>海外での取引事業者数 下半期72件 累計83件（目標達成率259.4%）            延べ外国人宿泊者数 383千人（2015年）（目標達成率191.7%）</p> </div>
<p>① 海外ミッション・海外「三重県フェア」による販路拡大、誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海外の知事ミッションは、7月欧州、11月タイ、12月（1月）台湾</li> <li>・ 海外三重県フェア：11月イオンマレーシア、11月バンコク伊勢丹 1月or2月イオン香港、1月or2月 台北（三井林口アウトレット）、高雄（TAROKOパーク）</li> <li>・ 国際見本市への参加（台湾・タイ）</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-top: 5px;"> <p>目標：海外での取引事業者数 32件</p> </div>	<p>（国際戦略課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○欧州ミッション           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ フランス               <p>欧州における航空宇宙産業の集積地であるヴァルドワーズ県と、同産業を重点分野とする産業連携にかかる覚書（MOU）を締結するとともに（7月2日）、ビジネスセミナー・交流会において、三重県産業の優位性 PR や現地企業と県内企業との交流を図り、また、ダッソー・アビエーション社へのトップセールスの実施（7月3日）</p> <p>また、ヴァルドワーズ県の関係者や現地企業、日系機関の関係者等、約70名を招待してレセプションを開催し、サミットの開催や三重県の誇る食、文化、観光等のPRの実施（7月3日）</p> </li> <li>・ イギリス               <p>在英国日本大使館において、イギリス企業関係者等が参加する三重県ビジネスセミナー及び交流会を開催し、イギリス企業と県内企業の交流を図りました。（7月4日）</p> </li> </ul> </li> <li>○「忍者」「海女」等を活用したプロモーション           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ フランス（パリ日本文化会館）で、実物忍具の展示等や海女文化紹介展示により「忍者」「海女」の文化を紹介。同時開催の忍者セミナー（三重大学主催）には、忍者パフォーマーや知事も参加しPR（7月4日）</li> <li>・ ブラジルで開催の「フェスティバルドジャポン」で忍者パフォーマンスを実施（7月24日～26日）</li> </ul> </li> </ul>	<p>（国際戦略課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○タイミッション（11月19日～21日）           <ul style="list-style-type: none"> <li>・ タイ国際航空、現地旅行会社、日系百貨店や現地高級日本料理店を訪問し、観光誘客促進や食の販路開拓に係るトップセールスを実施。</li> <li>・ 四日市港セミナーに出席し、アセアンへの物流ネットワークの強化に向けたトップセールスを実施。</li> <li>・ 現地進出県内企業記念パーティーに出席し、現地企業関係者等に三重県をPR。</li> <li>・ タイ政府工業省産業振興局と産業連携に関する覚書（MOU）を締結。</li> </ul> </li> <li>○香港・台湾ミッション（1月19日～23日）           <ul style="list-style-type: none"> <li>[香港]               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現地高級スーパーや日本食レストランにおいて、松阪牛をはじめとした県産食材の販路開拓に向けたトップセールスを実施。</li> <li>・ 現地旅行会社2社や現地メディア関係者に対し、三重県への観光誘客に向けたトップセールスを実施。</li> </ul> </li> <li>[台湾]               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ チャイナエアラインを訪問し、高雄～セントレア便の復活等に向けたトップセールスを実施。</li> <li>・ 現地高級スーパーを訪問し、県産品の継続的な取扱拡大に向けたトップセールスを実施。</li> <li>・ 高雄市と産業、観光、教育面での交流を促進するための覚書（MOU）を締結。</li> <li>・ 現地旅行会社2社に対し、三重県への観光誘客に向けたトップセールスを実施。</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

H 2 7 年度取組方針	H 2 7 年度上半期（4 月～9 月）の取組	H 2 7 年度下半期（10 月～2 月末）の取組
	<p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <p>〔欧州〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ミラノ国際博覧会日本館への出展（7月）</li> <li>・ミラノ市内でのテストマーケティングの実施（6～7月）。</li> </ul> <p>〔台湾〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・FOOD TAIPEI 2015 事前説明会及び個別相談会（4月）</li> <li>・<u>国際見本市 FOOD TAIPEI 2015 への出展</u>（6月、台北）【県内出展事業者4社】</li> </ul> <p>〔タイ〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・THAIFEX2015 事前説明会及び相談会（4月）</li> <li>・<u>国際見本市 THAIFEX2015 への出展</u>（5月、バンコク）【県内出展事業者3社】</li> <li>・日本側輸出商社との商談へ県内事業者3社が参加（7月、大阪）</li> <li>・県産品評価調査並びにテストマーケティング（県内11事業者の商品）（8月）</li> <li>・県内事業者3社による販路拡大営業活動（8月、バンコク）</li> </ul> <p>（三重県営業本部担当課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外三重県フェア等の開催について調整を行い、日程の確定及び商談会（7月）を実施</li> <li>・出展申込みは、26件（イオンマレーシア）、10件（バンコク伊勢丹）あり、商談会の結果、4件（バンコク伊勢丹）の出展が決定</li> </ul>	<p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <p>〔欧州〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ミラノ国際博覧会終了後、イタリア国内各種イベントにて三重県産品のプロモーション活動実施（～11月）</li> </ul> <p>〔台湾〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾バイヤーとの商談会（10月、津市）【県内事業者25社】</li> <li>・台湾向けセミナー及び三重県物産展等出展者説明会（1月、津市）【県内事業者18社】</li> </ul> <p>〔タイ〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・知事ミッションに伴い、県内事業者3社による販路拡大営業活動（11月、バンコク）</li> </ul> <p>（三重県営業本部担当課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マレーシア・ディストリビューター向け生産者訪問・展示交流会実施（10月）</li> <li>・イオンストアーズ香港向け商談会開催【17事業者参加】（10月）</li> <li>・三重県フェア in 台湾向け商談会開催【10事業者参加】（10月）</li> <li>・JAPAN FOOD FAIR 2015 開催【26事業者参加】（イオンマレーシア、11月）</li> <li>・マレーシアにて JFA への渡航事業者向け商談会開催【取引成立1件】（11月）</li> <li>・昇龍道（中部・北陸）物産観光展開催【4事業者参加】（バンコク ISETAN、11～12月）</li> <li>・タイにて昇龍道展渡航事業者向け商談会開催【1事業者参加】（11月）</li> <li>・三重県フェア開催【21事業者参加】（イオンストアーズ香港、1月、知事ミッション）</li> <li>・三重県プロモーション開催【13事業者参加】（権八香港、1～2月、知事ミッション）</li> <li>※三重県フェアへの渡航事業者向け商談開催【7事業者参加】（1月）</li> <li>・国内及び海外に住む外国人に、日本の観光・文化情報などを発信している人（在日大使館、SNS）を対象に、三重の魅力発信するイベントを実施（2/24）。20名の参加者があった。</li> <li>・三重県フェア開催【7事業者参加】（三井アウトレットパーク台湾林口、3月）</li> <li>・三重テラスの紹介冊子（日／英、簡／繁）の作成。</li> </ul>
	<p>（畜産課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県産ブランド牛肉の米国輸出の2年目の取組として、伊賀牛の輸出定着化に向け、<u>9月9日にシアトル市内の高級レストランにおいて地元料理人を対象とした伊賀牛メニュー研修会を開催</u>。（使用肉は、8月に商業輸出された伊賀牛を現地で購入）</li> <li>9月10日には、シアトル近郊の高級レストラン2者、食肉流通業者1者を県職員及び伊賀牛関係者が訪問し、伊賀牛のニーズ調査とセールスを実施。</li> </ul>	<p>（畜産課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・松阪牛の米国輸出では、<u>オーランド市内の高級リゾートホテルにおいて2月10日～15日に松阪牛PRフェアを開催</u>。</li> <li>2月9日には、現地メディアや食肉流通業者等を対象としたメニュー研修会を開催。</li> <li>・松阪牛協議会及び松阪市と連携して、イオン香港（1月）、権八香港（1月から約2ヶ月間）での三重県フェアで販売する<u>特産松阪牛の香港初輸出</u>を実現。</li> </ul>

H27年度取組方針	H27年度上半期（4月～9月）の取組	H27年度下半期（10月～2月末）の取組
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イオン香港での三重県フェアに松阪牛が出展できるよう、松阪牛関係者等と随時調整を実施。</li> </ul>	
<p>② ワールドオブフレーバー、ミラノ国際博覧会の欧米での有効活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 米国市場への販路拡大の入り口作りと県内次世代料理人の育成 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 欧州における、三重県の情報発信（欧州ミッションとの連携）やテストマーケティングの実施によるインバウンド効果と販路開拓の足がかりの構築</li> </ul> </li> </ul>	<p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <p>[WOF（4月）]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>WOFに参加し</u>、相可高校の協力を得て、WOFに参加する食の業界関係者に松阪牛、県産マグロ・マダイ、海藻（アオサ、ひじき）、伊賀米、日本酒、伊勢茶等、<u>三重の食のPRを実施</u>【成約2件、問合せ3件】</li> <li>・ <u>CIA（The Culinary Institute of America）副学長と担当者に相可高校を紹介し、三重県との人材交流について協力を依頼</u></li> </ul> <p>[ミラノ国際博覧会（6～7月）]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>ミラノ国際博覧会の日本館に7月1日から4日まで出展し、三重の食や伊勢志摩サミットの開催のPRを実施</u>【来場者数約3,300人】</li> <li>・ <u>ミラノ市内で6月24日から7月7日までテストマーケティングを実施</u>（食品24事業者、非食品11事業者が約150品目出品）【来場者数約2,200人】</li> </ul> <p>【商談成立食品1社、非食品1社】</p> <p>（畜産課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ワールドオブフレーバーで使用する松阪牛について、平成26年度輸出事業による現地ストック肉から提供（4月）</li> <li>・ ミラノ国際博覧会、欧州ミッションでの三重県PRレセプションで使用する<u>松阪牛について、松阪牛関係者と連携してEUに初輸出</u>。（6月）</li> </ul> <p>（地域資源活用課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>【再掲】・伝統工芸品等ミラノ市内テストマーケティング「三重WEEK」出展</u>（6月～7月）【10件】</li> </ul>	<p>（中小企業・サービス産業振興課）</p> <p>[WOF]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内の食の関係者（専門教育の関係者、サービス産業の責任者）によるCIA教育プログラム調査研修の企画・調整【3月実施予定】</li> </ul> <p>[ミラノ国際博覧会]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>【再掲】ミラノ国際博覧会終了後、イタリア国内各種イベントにて三重県産品のプロモーション活動実施</u>（～11月）</li> </ul> <p>（畜産課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>【再掲】松阪牛の米国輸出では、オランダ市内の高級リゾートホテルにおいて2月10日～15日に松阪牛PRフェアを開催</u>。</li> </ul>
<p>③ 「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」開催を見据え、重点地域を中心にプロモーション実施と受け入れ環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国人旅行者向けロコミサイト（トリップアドバイザー）での情報発信強化</li> <li>・ 三重県フェア等における”伊勢志摩”、及び「忍者」「海女」などのクールジャパン資源を活用したプロモーション</li> <li>・ 3つの環境整備：免税店開設支援・無料公衆無線LAN整備・外国語表記改善</li> </ul>	<p>（海外誘客課）</p> <p>○トリップアドバイザーとの連携による情報発信強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ロコミ促進カードを作成しデータ配布（9月19日）、情報提供ステッカーの配布（9月19日、1,600枚）</li> <li>・ Mie Travel Guide、テーマ別ページの公開（9月24日）</li> <li>・ 県民による県内観光施設等へのロコミ促進へ向けて広報媒体によるPRを実施（8月14日三重テレビ、9月3日新聞広報）</li> <li>・ F1日本グランプリでの伊勢鉄道と連携したロコミ促進PR実施（9月26日、27日）</li> </ul> <p>○「忍者」「海女」等を活用したプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ フランス（パリ日本文化会館）で、実物忍具の展示等や海女文化紹介展示により「忍者」</li> </ul>	<p>（海外誘客課）</p> <p>○トリップアドバイザーとの連携による情報発信強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「みえの国観光大使」等のロコミを活用し、県民へのさらなるロコミ投稿を呼びかけ（2月15日）</li> </ul> <p>○海外誘客促進環境整備補助金</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 12月16日から外国語表記改善の受付も再開し全体予算で運用。予算額1,600万円に対し約1,300万円交付決定済み。</li> <li>・ ホテル、店舗等を中心に県内全域で免税店開設支援（16か所）・無料公衆無線LAN整備（51か所）・外国語表記改善（40か所）を整備</li> </ul>

H27年度取組方針	H27年度上半期（4月～9月）の取組	H27年度下半期（10月～2月末）の取組
<p>・ 外国人観光客対応人材育成</p> <p>目標：外国人延べ宿泊者数 20万人</p>	<p>「海女」の文化を紹介。同時開催の忍者セミナー（三重大学主催）には、忍者パフォーマンスや知事も参加しPR（7月4日）</p> <p>・ ブラジルで開催の「フェスティバルドジャポン」で忍者パフォーマンスを実施（7月24日～26日）</p> <p>○海外誘客促進環境整備補助金</p> <p>・ 外国語表記改善は予算枠が埋まり受付終了（10月7日）。無料公衆無線LAN整備は予算枠の半分程度まで埋まっている。免税店開設支援については予算枠余裕あり。</p> <p>（東紀州振興課）</p> <p>・ 県立熊野古道センターにおいて、多言語音声案内システム、多言語案内板等を整備中。</p> <p>・ 熊野古道伊勢路を紹介する多言語パンフレット、英語版峠ウォークマップを作成中。</p>	<p>【外国人延べ宿泊者数383千人（2015年）】</p> <p>（東紀州振興課）</p> <p>・ 県立熊野古道センターでの多言語案内システム（英、仏、中、台、韓）、多言語案内板を整備提供開始（2月1日～）</p> <p>・ 熊野古道伊勢路多言語パンフレット（英、仏、中、台、韓）、英語版峠ウォークマップ作成（1月）</p>
<p><b>3 情報発信の精度向上</b></p> <p>□ ”県ブランド向上”に焦点を当て、「三重県広聴広報アクションプラン」と連携した情報の質と量（ターゲットの明確化、ICT活用）の向上</p>	<p>観光レクリエーション入込客数4,000万人（目標昨対104%）については統計時期の関係で上半期の数値不明（ただし、7月末までの宿泊者数（昨対103%）から順調に推移していると予測される）</p> <p>累計三重の応援団数 3,251人（目標達成率92.9%）</p> <p>三重テラス来館者数 320千人（目標達成率55.2%）</p> <p>国体、菓子博のパンフレット配布枚数 355千枚（目標達成率1775.0%）</p> <p>移住相談件数 月72件（目標達成率72.0%）</p> <p>文化施設利用者数 766千人（目標達成率56.3%）</p>	<p>◇メディアとの関係づくりと首都圏PRの強化</p> <p>◇サミット関係メディア掲載件数23,360件 広告換算約440億円</p> <p>◇海外プレスツアーの実施 ◇U・Iターン支援など移住促進</p> <p>観光レクリエーション入込客数については、5月頃に判明（参考情報：正月三が日の入込客数 昨対114%）。</p> <p>累計応援団数 3,588名（目標達成率102.5%）</p> <p>テラス来館者数 年間615千人（目標達成率106.0%）</p> <p>合計パンフレット配布枚数 下半期112千枚 累計467千枚（目標達成率2335.0%）</p> <p>サミットポスター 約627千枚掲出</p> <p>移住相談件数 月105件（目標達成率105%）</p> <p>文化施設利用者数 1,283千人（目標達成率94.3%）</p> <p>（企業誘致件数の統計データは3月末に判明）</p>
<p>○ 三重県の認知度向上とイメージアップに向け、ターゲットを明確にした訴求効果の高い情報発信を展開</p> <p>・ 情報の「質」を担保した全庁統一的で効果的な広聴広報活動が行えるしくみの構築</p> <p>・ 「選ばれる自治体」としての三重県の総合的なPRをめざし、戦略的な広報プロモーションを展開</p>	<p>（広聴広報課）</p> <p>・ 政策と広聴広報の一体的・戦略的な調整、メディア連携・プロモーション等を組織横断的にマネジメントする「戦略広報アドバイザー」を設置、活用【相談件数73件】</p> <p>・ 地方創生・人口減少対策の取組として、目的とターゲットを明確にした広報プロモーションを開始（9月・キャッチコピー『つづきは三重で』）</p> <p>【内容】新プロモーション企画発表会の開催</p> <p>プロモーションサイト公開、フェイスブックページの開始</p> <p>プロモーションビデオ『三重Uターンサミット』の公開 など</p>	<p>（広聴広報課）</p> <p>・ 政策と広聴広報の一体的・戦略的な調整、メディア連携・プロモーション等を組織横断的にマネジメントする「戦略広報アドバイザー」を活用【相談件数160件】</p> <p>・ 地方創生・人口減少対策の取組の一環として、広報プロモーション動画第2弾を制作（3月発表予定）</p> <p>・ 首都圏（全国）メディアとの関係づくり、情報発信の質の向上を図るため、専門家の協力を得て首都圏PR強化業務（プレスリリース、PR強化等）を展開</p> <p>・ 若年層女性に向けた、訴求効果の高い情報発信に取り組む（3月予定）</p> <p>・ 伊勢志摩サミット開催100日前記念プレス発表会及び食レセプションで三重県の食の魅力などをメディア向けにPR（2月11日）</p> <p>・ 伊勢志摩サミット開催100日前記念「三重ウィーク in 日本橋」の一環として、記念フォーラム「The Sprit of 和」を開催、サミット開催地三重の魅力を発信（2月16日）</p>

<p>① 三重県観光キャンペーンの最終年度に向けた全庁・市町・民間事業者等との連携による情報発信の戦略的展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>蓄積された「みえ旅パスポート」データを活用したリピーターの拡大策</li> <li>地域との連携による「着地型観光商品」のwebサイト活用による販売促進</li> <li>国内外の三重県フェア及び庁内部局の県外営業事業との連携による積極的参加</li> </ul>	<p>(観光政策課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>昨年度末発行した三重県バリアフリー観光ガイド「みえバリ」を観光案内窓口等に配付</li> <li>「みえバリ」を活用したバリアフリー観光コンシェルジュ研修(6月 伊勢市)【参加者55名】</li> <li>三重県バリアフリー観光推進大会(9月 津市)を開催【参加者 350名】</li> </ul>	<p>(観光政策課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光セミナー「バリアフリー観光で集客力アップ」(11月 四日市市)【参加者80名】</li> <li>「みえバリ」を活用したバリアフリー観光コンシェルジュ研修(2月 津市)【参加者54名】</li> </ul>
<p>目標：観光レクリエーション入込客数 4,000万人</p>	<p>(観光誘客課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「みえ旅パスポート」による周遊性・滞在性の促進【発給数累計52万部、スタンプ押印ヶ所数約70万ヶ所、達成者はファースト58,380名、セカンド22,196名、プレミアム11,812名で、各ステージの3年間の目標をクリア(9月末現在)】</li> <li>パスポートデータを活用した首都圏、関西圏、中京圏在住者に対する再来訪促進の取組【約1万人にDMによる旬の観光情報の提供(7月、9月)】</li> <li>日本最大級の体験予約サイト「asoview!(あそびゆー)」を活用した着地型旅行商品の販売【同サイトに三重県特集ページを開設、49事業者162プランを掲載、予約件数は639件(対前年609%)、予約人数1,822人(同628%)、取扱金額713万円(同292%)(5/8~9月末)】</li> <li>旅行会社及びwebサイト(VISIT三重県)で販売した着地型旅行商品【41商品、利用人員33,555人】</li> <li>各市町、民間事業者等と連携し、全国規模の観光展である「ツーリズムEXPOジャパン2015」(9/25~27)や、20代~30代女性にターゲットを絞ったイベント「OZ女子旅EXPO2015」(9/15)に出展</li> </ul>	<p>(観光誘客課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「みえ旅パスポート」による周遊性・滞在性の促進【発給数累計59万部、スタンプ押印ヶ所数約80万ヶ所、達成者はファースト67,583名、セカンド27,253名、プレミアム15,486名で、各ステージの3年間の目標をクリア(1月末現在)】</li> <li>パスポートデータを活用した首都圏、関西圏、中京圏在住者に対する再来訪促進の取組【約1万人にDMによる旬の観光情報の提供(7月、9月、1月)】</li> <li>日本最大級の体験予約サイト「asoview!(あそびゆー)」を活用した着地型旅行商品の販売【同サイトに三重県特集ページを開設、63事業者205プランを掲載、予約件数は795件(対前年593%)、予約人数2,303人(同619%)、取扱金額837万円(同291%)(5/8~12月末)】</li> <li>旅行会社及びwebサイト(VISIT三重県)で販売した着地型旅行商品【41商品、利用人員69,630人】</li> <li>メディアや旅行会社等に旬の観光情報を提供する「平成28年三重県観光交流会」(1/29)を開催【市町、観光関連事業者等40団体出展、メディア、旅行会社等396名来場】。</li> </ul>
	<p>(中小企業・サービス産業振興課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型)の上乗せ交付分に事業申請中(「みえ旅パスポート」のスマートフォンアプリの開発等)(8月)</li> </ul>	<p>(中小企業・サービス産業振興課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スマートフォンアプリ「ぐるっとMIE」を開発、運用開始(1/19~)</li> <li>当該アプリケーションを活用したスタンプラリー事業を伊勢志摩地域において実施中(1/19~3/31)</li> </ul>
	<p>(三重県営業本部担当課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>【再掲】三重県フェア開催 3回(4月イオン東員店、5月イオンレイクタウン、9月イオン京都桂川店)</li> </ul>	<p>(三重県営業本部担当課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏でのイベント等にブース出展し、三重の観光誘客活動を実施(「YUITO秋祭り」など6件、延べ7日)</li> <li>三越伊勢丹と連携し、三重県・伊賀天神祭ツアーを実現【参加者数25名】</li> </ul>
	<p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域や事業者と連携したマスコミキャラバン、プレスツアー等を実施し、各メディアの特性に合わせた戦略的な情報発信となるよう支援【6回 16社】</li> <li>新聞、雑誌、ラジオ等多様な媒体による情報発信【49件】</li> <li>LINE等SNSによる情報発信【随時】</li> <li>観光、「食」など三重の魅力をPRするため、市町、関係団体等と連携したイベント等への出展・支援【22回】</li> <li>歴史・文化・「食」をキーワードとした参加型のイベントやコアな三重ファン講座の実施【8回】</li> </ul>	<p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域や事業者と連携したマスコミキャラバン、プレスツアー等を実施し、各メディアの特性に合わせた戦略的な情報発信となるよう支援【11回 42社】</li> <li>新聞、雑誌、ラジオ等多様な媒体による情報発信【58件】</li> <li>LINE等SNSによる情報発信【随時実施】</li> <li>観光、「食」など三重の魅力をPRするため、市町、関係団体等と連携したイベント等への出展・支援【32回】</li> <li>歴史・文化・「食」をキーワードとした参加型のイベントやコアな三重ファン講座の実施【12回】</li> </ul>



<p>② 首都圏営業拠点等（三重テラス、関西事務所）における「応援団（三重ファン）」の拡大と県外自治体・民間・NPOとの連携体制の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 応援団員と「テラス・関西事務所」との関係づくり企画の実施とSNS強化の取組</li> <li>・ 三重テラス：100万人記念、2周年、年末年始、冬季対策の、4つの重点セールスの実施</li> <li>・ 三重テラス：ショップの魅力向上策（買上率20%達成）</li> </ul> <p>目標：累計応援団数 3,500名 目標：テラス来館者数 58万人</p>	<p>（三重県営業本部担当課）</p> <p>来館者数 320千人（9月末）</p> <p>三重の応援団（首都圏） 2,879人（9月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 応援団員へのメールマガジン発行【23回発行】</li> <li>・ 100万人達成感謝月間（7月）を実施（ペア宿泊券プレゼント、レストランでの松阪牛フェア等）</li> <li>・ 2周年記念感謝祭（9月）を実施（応援団の集い、赤福茶屋、知事トークライブ等）</li> <li>・ プレミアム商品券を7月から販売【商品券売上額25,425千円】</li> <li>・ 伊勢志摩サミット開催決定記念セールの実施（6月）</li> <li>・ 伊勢志摩サミット開催決定記念として、北海道、沖縄県、三重県各アンテナショップでスタンプラリーの実施【スタンプラリー参加者数2,645人】</li> </ul>	<p>（三重県営業本部担当課）</p> <p>来館者数 615千人（2月末）</p> <p>三重の応援団（首都圏） 3,121人（2月末）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 応援団員へのメールマガジン発行【12回発行】</li> <li>・ ショップにおける年末年始に対応した売り場構成、福袋、練り物、しめ縄等の正月関連商品の販売を実施</li> <li>・ 真珠販売イベント（11月）、海女小屋イベント（2月）など特徴あるイベントの実施</li> <li>・ 伊勢志摩サミット開催前（150日前・100日前）記念イベントの実施</li> <li>・ 伊勢志摩サミット開催決定記念として、関係閣僚会合開催県と三重県の各アンテナショップでスタンプラリーの実施【スタンプラリー参加者数1,740人】</li> <li>・ 秋の収穫感謝祭（10月）を実施（東紀州・紀北町の「うまいもん」大集合！ 始神テラス×三重テラス、福徳市への出店）</li> <li>・ 年末企画として年忘れ福引大会の実施。（12月）年始企画としてふるまい・プレゼントの実施。（1月）</li> <li>・ メディア掲載件数 18件（新聞4件、雑誌3件、テレビ8件、ラジオ3件）</li> </ul>
<p>③ 28年、29年度等の誘客キラーコンテンツの”事前告知”国内外への発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ “サミット+伊勢志摩国立公園70周年”、“全国菓子大博覧会”、“三重国体”を、全ての発信機会を活用</li> </ul> <p>目標：合計パンフレット配布枚数 2万枚</p>	<p>（関西事務所）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベント出展時やホームページ、SNSを活用して、イベント開催の告知、開催時と開催後の状況の発信や、すでに三重ファンの方の口コミによる三重ファンの方々への情報提供と新たな三重ファンの獲得に向けた取組を実施</li> </ul> <p>【累計応援団数 372名】</p>	<p>（関西事務所）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西事務所のホームページ、SNSを活用して、各種イベント開催の告知、開催時と開催後の状況の発信</li> <li>・ 応援団員等に対する旬の情報提供と新たな三重ファンの獲得に向けた取組を実施</li> </ul> <p>【累計応援団数 467名】</p>
	<p>（東紀州振興課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 熊野古道セミナーの開催（三重テラス8月）【70名参加】 （近鉄文化サロン阿倍野11月）【2回開催計91名参加】</li> <li>・ 丸紅フットウエアとの熊野古道保全に係る協定締結（9月）</li> </ul>	<p>（東紀州振興課）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 熊野古道セミナー開催（三重テラス2月）【58名参加】</li> </ul>
<p>（スポーツ推進局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第76回国民体育大会の愛称・スローガンを募集（4月から5月）</li> </ul> <p>【募集ちらし250,000枚】</p> <p>愛称・スローガンとも過去10年で最高の応募（愛称）14,771件の応募の中から「三重とこわか国体」に決定 （スローガン）14,030件の応募の中から「ときめいて人 かがやいて未来」に決定</p>	<p>（スポーツ推進局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 三重とこわか国体のマスコットキャラクターデザインを募集（9月から10月）【募集ちらし52,000枚】</li> </ul> <p>（マスコットキャラクターデザイン）1,436件の応募から「伊勢エビ」をモチーフにしたデザインに決定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 三重とこわか国体のマスコットキャラクター愛称を募集予定（3月から4月予定）</li> </ul>	<p>（スポーツ推進局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 三重とこわか国体のマスコットキャラクターデザインを募集（9月から10月）【募集ちらし52,000枚】</li> </ul> <p>（マスコットキャラクターデザイン）1,436件の応募から「伊勢エビ」をモチーフにしたデザインに決定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 三重とこわか国体のマスコットキャラクター愛称を募集予定（3月から4月予定）</li> </ul>
	<p>（サミット推進局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ フォーラム</li> </ul> <p>第1回伊勢志摩サミットフォーラムを9月5日（土）に開催 三重テレビ放映（応援事業、9月21日（月）20:00～20:55）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ポスター</li> </ul> <p>誘致・開催決定ポスターを作成、県内外各所に掲示（約180部） 第1次公式ポスター作成、県内外各所に掲示（約13500部）</p>	<p>（サミット推進局）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ フォーラム</li> </ul> <p>サミット開催気運醸成のため、第2回伊勢志摩サミットフォーラムを1月16日（土）に開催 三重テレビ放映（応援事業、1月27日（水）20:00～20:55）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ポスター</li> </ul> <p>サミット開催の告知と期待感醸成のため、第1弾～第5弾までのうち第3弾までを製作、</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国ロゴマークの募集告知協力（7月8日－9月25日）</li> <li>・公式シンボルマーク</li> <li>制作者発表（8月21日）</li> <li>シンボルマーク県民投票の実施（募集期間9月26日－10月1日）</li> <li>・カウントダウンボード</li> <li>第1次カウントダウンボードを制作（7月15日）</li> <li>・海外プレスツアーの実施</li> <li>ASEAN（8月27－28日）</li> <li>中東（8月30－31日）</li> <li>・欧州ミッション・ミラノ万博でのPR（7月1日－8日、ジャパンサローネ7月7日）</li> <li>・アメリカ・ニューヨーク訪問でのPR（9月27日－29日）</li> </ul>	<p><u>県内外で掲示。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>第1弾ポスター増刷（約22,000部）</li> <li>第2弾ポスター作製、県内外各所に掲示（約12,000部）</li> <li>第3弾ポスター作製、県内外各所に掲示（約15,000部）</li> <li>・カウントダウンボード（（ ）内数字は各時点での設置総数）</li> <li><u>サミット開催告知と歓迎気運醸成のため、民間の応援事業の協力も得て県内外に設置。</u></li> <li>200日前設置（361台）</li> <li>150日前設置（517台）</li> <li>100日前設置（JR名古屋駅等536台）</li> <li>・海外プレスツアーの実施</li> <li><u>サミット開催を契機とした海外への情報発信のため、県内各地を海外メディアが取材するプレスツアーを外務省等関係機関とも連携して実施。</u></li> <li>（外務省主催） <ul style="list-style-type: none"> <li>ベルギー（10月30-31日）</li> <li>イスラエル（11月14-16日）</li> <li>クェート（1月30-31日）</li> </ul> </li> <li>（県民会議主催） <ul style="list-style-type: none"> <li>県民会議第1回 米国、ドイツ等5カ国（12月7-8日）</li> <li>海外著名人招へい フランス（2月15日-19日）</li> <li>県民会議第2回 米国、フランス、カザフスタン（2月17日-18日）</li> <li>米国、ドイツ、香港、韓国メディア県内取材等</li> </ul> </li> <li>（その他） <ul style="list-style-type: none"> <li>関西地域振興財団主催 イギリス、ロシア（1月23-24日）</li> </ul> </li> <li>・<u>サミットを契機として開催地・三重県の魅力を海外に強く発信するため、海外メディアへの広告を展開</u> NEWSWEEK 米国版（2月12日）</li> <li>・<u>サミット開催告知と歓迎気運醸成のため横断幕を設置</u> 40箇所</li> <li>・PRイベント <ul style="list-style-type: none"> <li><u>サミット開催と開催地・三重県の魅力を発信するため、県内外でPRイベント開催や出展。</u></li> <li>伊勢志摩サミット開催レセプション 東京・飯倉公館（10月27日）</li> <li>200日前イベント イオン東員（11月6日-8日）</li> <li>150日前イベント 三重テラス（12月27日-28日）</li> <li>100日前イベント 志摩市阿児ふるさと公園（2月14日）</li> <li>ASEAN環境フォーラム in 三重（2月12日）</li> <li>「おもてなし大作戦」キックオフイベント（2月14日）</li> <li>伊勢志摩サミット開催100日前記念 三重県フェア in 二子玉川ライズ（2月14日）</li> <li>美し国みえ市町対抗駅伝市町交流物産展（2月21日）</li> <li>その他市町、県関係等イベントでPR（200日前25件、150日前17件、100日前66件）</li> </ul> </li> </ul>
--	---	---

		<p>・メディア掲載件数 23,360 件、広告換算値 約 440 億円)</p> <p>(新聞 1,425 件、雑誌 28 件、テレビ 482 件、インターネット 21,425 件)</p> <p>(中間試算 平成 27 年 6 月 1 日～平成 28 年 1 月 31 日、対象地域：首都圏等)</p>
	<p>(中小企業・サービス産業振興課)</p> <p>[お伊勢さん菓子博 2017]</p> <p>・博覧会実行委員会が、開催告知チラシ (4～9 月、45,000 枚)、愛称募集チラシ (5～6 月、30,000 枚)、キャラクター募集チラシ (7～8 月、30,000 枚) を配布</p>	<p>(中小企業・サービス産業振興課)</p> <p>[お伊勢さん菓子博 2017]</p> <p>・博覧会実行委員会が、開催告知チラシ (10～2 月、60,000 枚) を配布</p> <p>・博覧会実行委員会が県民ホールにて開幕 500 日前イベントを開催 (12 月 8 日)</p> <p>(菓子博 PR 大使に吉田沙保里、公式キャラクター「いせわんこ」を発表等)</p>
	<p>(関西事務所)</p> <p>・事務所展示室、四半期ごとに発送するニュースレター「シェイクハンズ」、県人会・高校同窓会、企業訪問等により、パンフレット、ポスター等を随時配布</p>	<p>(関西事務所)</p> <p>・事務所展示室、四半期ごとに発送するニュースレター「シェイクハンズ」、県人会・高校同窓会、企業訪問等により、パンフレット、ポスター等を随時配布</p>
<p>④ 三重県ブランド向上に向けたテーマ毎の情報発信</p> <p>・移住促進：ええとこやんか三重 移住相談センター (東京:4/22 オープン) 等における市町と連携した情報発信</p> <p>目標：移住相談件数 月 100 件</p>	<p>(地域支援課)</p> <p>・ええとこやんか三重地域おこし協力隊募集説明会開催 (5 月)</p> <p>・つデイ 出張移住相談開催 (6 月)</p> <p>・ええとこやんか三重 U・I ターン就職セミナー開催 (7 月)</p> <p>・三重暮らしはじめの一步セミナー開催 (8 月)</p> <p>・ふるさと回帰フェア (東京会場) 出展 (9 月)</p> <p>【相談件数 4 月 22 日～5 月：62 件、6 月：72 件、7 月：56 件、8 月：57 件、9 月：72 件 計 319 件】</p>	<p>(地域支援課)</p> <p>・ええとこやんか三重 移住相談会 (10 月、11 月、2 月)</p> <p>・ええとこやんか三重 U・I ターン就職セミナー (10 月、11 月、1 月)</p> <p>・3 つの紀伊ワードで学ぶ！ライフスタイル発見ワークショップ (11 月)</p> <p>・ええとこやんか三重 真剣 20 代！しゃべり場「地域」というキャリア選択 (12 月)</p> <p>・移住・交流&amp;地域おこしフェア (1 月)</p> <p>・J O I N 移住・交流&amp;地域おこしフェア (1 月)</p> <p>・紀伊半島地域移住プロモーション (1 月)</p> <p>・将来世代知事同盟移住プロモーション「いいね！地方の暮らしフェア」(2 月)</p> <p>【相談件数 10 月：66 件、11 月：82 件、12 月：26 件、1 月：105 件、2 月：85 件】</p> <p>※移住希望地ランキング 2015 (NPO 法人ふるさと回帰支援センター) において、三重県が初めて 20 位にランクインした。</p>
	<p>(関西事務所)</p> <p>・事務所展示室に関係パンフ等を設置。四半期ごとに発送するニュースレター「シェイクハンズ」で移住相談会の情報を掲載 (9 月)。</p>	<p>(関西事務所)</p> <p>・事務所展示室に関係パンフ等を設置</p> <p>・ええとこやんか三重移住相談会 In 大阪！に参加し、情報交換を実施 (10 月)</p>
<p>・文化発信：齋宮跡復元建物・MieMu を重点発信、観光誘客課との連携</p> <p>目標：文化施設利用者数 136 万人</p>	<p>(文化振興課)</p> <p>&lt;齋宮跡復元建物関係&gt;</p> <p>1 多くの来訪者がある地域のイベント等と時期をあわせた発信</p> <p>・竣工式 … いつきのみや観月会 (9/26 来訪者約 5 千人) にあわせて開催</p> <p>・現場公開 … 齋王まつり (6/6、7 来訪者約 3 万人) にあわせて開催</p> <p>他に、工事見学会や内覧会を開催</p> <p>2 企業等との連携</p> <p>・歴史雑誌への特集記事掲載</p> <p>… 「歴史読本夏号」(2015 年、約 8 万部発行) のカラー特集記事</p> <p>・百貨店における展示 … 近鉄百貨店四日市店で齋宮展 (7/23～7/26、320 人)</p> <p>・環境関係団体との連携 … エコスタンプ設置場所の 1 つに齋宮歴史博物館</p> <p>3 明和町との連携により日本遺産認定を活用した情報発信</p>	<p>(文化振興課)</p> <p>&lt;齋宮跡復元建物関係&gt;</p> <p>1 多くの来訪者を見込めるイベントの開催等</p> <p>(主なもの)</p> <p>・復元建物の維持管理及び利活用を担う明和町及び関係者と連携したイベント</p> <p>「さいくう平安の杜フェスタ」(10/24、25 約 3,300 人)</p> <p>「さいくう平安の杜」開園記念小倉百人一首交流フェスティバル in めいわ (11/15、21、22)</p> <p>・大会等の誘致</p> <p>「第 44 回大規模遺跡調査連絡協議会」(11/26)</p> <p>2 県外での情報発信</p> <p>・県外におけるセミナー開催</p>

	<p>・「さいくうあと通信」の発行、近鉄等の協力を得て配布・設置</p> <p>4 竣工式を開会日とする特別展「よみがえる齋宮」(9/26~11/8)等を開催</p> <p>&lt;MieMu 関係&gt;</p> <p>1 多様な主体との連携・協力による多彩な企画展等の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本田技研工業(株)、鈴鹿サーキットの特別協力による「SUZUKA 夢と挑戦のステージ」(9/19~11/15) <ul style="list-style-type: none"> <li>… 県内外で大規模広報を展開</li> <li>… 佐藤琢磨氏トークショーなど関連行事を開催</li> </ul> </li> <li>・高田本山専修寺との共催による「親鸞」、その他企業との交流展示など</li> </ul> <p>2 イベント等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開館1周年記念「MieMuの日」実施(4/19)</li> <li>・コーポレーションデーの開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>… (株)ケーブルコモンネット三重(6/13)、中京テレビ(株)(9/12)</li> </ul> </li> <li>・民間企業7社から協賛を得て県立美術館との連携で絵画コンクールを開催(対象:小学生以下、応募数:235点)</li> <li>・各文化施設をめぐるスタンプラリーの実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>… 対象:高校生以下、4館達成者数:505人、5館達成者数:167人</li> </ul> </li> <li>・「家庭の日限定 博物館・美術館とレストランを楽しむ連携企画」(~年度末) <ul style="list-style-type: none"> <li>… 両館の観覧チケット半券提示で提携店舗において限定サービス</li> </ul> </li> </ul> <p>その他、各県立文化施設の公演・展覧会等の取組により、上半期の利用者数 766,597人</p>	<p>(三重テラス:1/29、近鉄文化サロンあべの:2/6、3/26)</p> <p>&lt;MieMu 関係&gt;</p> <p>1 多様な主体との連携・協力による多彩な企画展等の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・(独)国立公文書館との共催による「明治の日本と三重」(2/6~3/21)など</li> <li>・三重県歯科医師会等との連携による交流展示等の開催</li> </ul> <p>2 県外での情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県外におけるセミナー開催 (三重テラス:1/15、近鉄文化サロンあべの:1/31)</li> </ul> <p>3 イベント等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コーポレーションデーの開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>… 三重県トラック協会(1/17)、東邦ガス(株)・東邦液化ガス(株)(3/20,21)</li> </ul> </li> </ul> <p>現在調整中1社</p> <p>&lt;他の館等の県外での情報発信&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・古代歴史文化協議会講演会(11月、東京都)</li> <li>・古代歴史文化賞記念シンポジウム(2月、東京都)</li> <li>・三重テラスおよび近鉄文化サロンあべのにおいて美術館及び図書館がセミナーを開催</li> </ul> <p>その他、各県立文化施設の公演・展覧会等の取組により、2月末の利用者数 累計 1,282,859人</p>
	<p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所展示室に関係パンフ等を設置。四半期ごとに発送するニュースレター「シェイクハンズ」で齋宮跡復元建物、MieMuに関する情報発信(9月)。</li> </ul>	<p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所展示室に関係パンフ等を設置</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業誘致:外資、国内企業セミナー(市町連携含め)5回計画</li> </ul> <p>目標: H27年度企業誘致件数 40件</p>	<p>(企業誘致推進課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外ミッション(イギリス) <ul style="list-style-type: none"> <li>【再掲】在英国日本大使館において、イギリス企業関係者等が参加する三重県ビジネスセミナー及び交流会を開催(7月4日)</li> </ul> </li> <li>・企業投資セミナー等の開催 津市産業人交流会(7月17日)</li> <li>・新たな企業投資に係る立地協定の締結【22件(9月末現在)】</li> </ul> <p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏からの企業誘致を推進するため、企業動向の把握や、情報収集、県の産業施策の紹介等を通じ、立地済み企業を中心に関西圏企業とのネットワークづくりを実施</li> </ul>	<p>(企業誘致推進課)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業投資セミナー等の開催 外資系企業セミナー(11月4日)、企業ネットワークセミナー(1月28日)など、市町と連携して、8回の企業投資セミナー等を開催</li> <li>・新たな企業投資に係る立地協定の締結【2件(10~1月末現在)】 ※目標値(企業誘致件数)は、立地協定数に平成27年工場立地動向調査結果を加えて年度末に集計</li> </ul> <p>(関西事務所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏からの企業誘致を推進するため、企業動向の把握や、情報収集、県の産業施策の紹介等を通じ、立地済み企業を中心に関西圏企業とのネットワークづくりを実施</li> <li>・関西で開催された「関西圏・産業経済人交流ネットワーク松阪」(松阪市)、「四日市港セミナー」(四日市港管理組合)、「産業人交流会議」(津市)に参加し、情報交換、ネットワークの充実・強化等を実施</li> </ul>

4 みえの消費喚起・地方創生推進	目標額（千円） 上半期実績 達成率			目標額（千円） 実績（累計） 達成率																																																																																																
<b>1 1 事業成果の最大化</b> □ 消費喚起による新規需要の創出、観光振興を通じて、まち・ひと・しごと創生を推進する	<table border="1"> <tr><td>①みえジビエ</td><td>29,750</td><td>3,920</td><td>13.2%</td></tr> <tr><td>②県産農産物</td><td>41,000</td><td>0</td><td>— ※</td></tr> <tr><td>③県産材住宅</td><td>74,900</td><td>12,335</td><td>16.5%</td></tr> <tr><td>④県産水産物</td><td>70,000</td><td>0</td><td>— ※</td></tr> <tr><td>⑤みえイチ押し食品</td><td>143,000</td><td>21,654</td><td>15.1%</td></tr> <tr><td>⑥三重ふるさと名物</td><td>252,720</td><td>5,260</td><td>2.1% ※</td></tr> <tr><td>⑦首都圏三重県産品</td><td>54,000</td><td>25,425</td><td>56.1%</td></tr> <tr><td>⑧みえ旅プレミアム</td><td>450,000</td><td>421,252</td><td>93.6%</td></tr> <tr><td>⑨みえ外国人旅行者</td><td>257,500</td><td>21,350</td><td>8.3%</td></tr> <tr><td>⑩東紀州地域観光消費</td><td>100,000</td><td>79,975</td><td>80.0%</td></tr> <tr><td>⑪消費喚起戦略広報</td><td>—</td><td>—</td><td>—</td></tr> <tr><td colspan="3"></td><td>全体達成率</td><td>40.1%</td></tr> </table>	①みえジビエ	29,750	3,920	13.2%	②県産農産物	41,000	0	— ※	③県産材住宅	74,900	12,335	16.5%	④県産水産物	70,000	0	— ※	⑤みえイチ押し食品	143,000	21,654	15.1%	⑥三重ふるさと名物	252,720	5,260	2.1% ※	⑦首都圏三重県産品	54,000	25,425	56.1%	⑧みえ旅プレミアム	450,000	421,252	93.6%	⑨みえ外国人旅行者	257,500	21,350	8.3%	⑩東紀州地域観光消費	100,000	79,975	80.0%	⑪消費喚起戦略広報	—	—	—				全体達成率	40.1%	<table border="1"> <tr><td>①みえジビエ</td><td>29,750</td><td>29,610 (2月末)</td><td>99.5%</td></tr> <tr><td>②県産農産物</td><td>41,000</td><td>31,093 (2月末)</td><td>75.8%</td></tr> <tr><td>③県産材住宅</td><td>55,400</td><td>32,715 (2月末)</td><td>59.1%</td></tr> <tr><td>④県産水産物</td><td>70,000</td><td>40,890 (2月末)</td><td>58.4%</td></tr> <tr><td>⑤みえイチ押し食品</td><td>143,000</td><td>120,342 (2月末)</td><td>84.2%</td></tr> <tr><td>⑥三重ふるさと名物</td><td>252,720</td><td>123,234 (2月末)</td><td>48.8%</td></tr> <tr><td>⑦首都圏三重県産品</td><td>54,000</td><td>53,557 (2月末)</td><td>99.2%</td></tr> <tr><td>⑧みえ旅プレミアム</td><td>520,000</td><td>501,880 (2月末)</td><td>96.5%</td></tr> <tr><td>⑨みえ外国人旅行者</td><td>257,500</td><td>約 250,000 (集計中)</td><td>約 97%</td></tr> <tr><td>⑩東紀州地域観光消費</td><td>100,000</td><td>100,000</td><td>100.0%</td></tr> <tr><td>⑪消費喚起戦略広報</td><td>—</td><td>—</td><td>—</td></tr> <tr><td colspan="3"></td><td>全体達成率</td><td>81.9%</td></tr> </table>	①みえジビエ	29,750	29,610 (2月末)	99.5%	②県産農産物	41,000	31,093 (2月末)	75.8%	③県産材住宅	55,400	32,715 (2月末)	59.1%	④県産水産物	70,000	40,890 (2月末)	58.4%	⑤みえイチ押し食品	143,000	120,342 (2月末)	84.2%	⑥三重ふるさと名物	252,720	123,234 (2月末)	48.8%	⑦首都圏三重県産品	54,000	53,557 (2月末)	99.2%	⑧みえ旅プレミアム	520,000	501,880 (2月末)	96.5%	⑨みえ外国人旅行者	257,500	約 250,000 (集計中)	約 97%	⑩東紀州地域観光消費	100,000	100,000	100.0%	⑪消費喚起戦略広報	—	—	—				全体達成率	81.9%
①みえジビエ	29,750	3,920	13.2%																																																																																																	
②県産農産物	41,000	0	— ※																																																																																																	
③県産材住宅	74,900	12,335	16.5%																																																																																																	
④県産水産物	70,000	0	— ※																																																																																																	
⑤みえイチ押し食品	143,000	21,654	15.1%																																																																																																	
⑥三重ふるさと名物	252,720	5,260	2.1% ※																																																																																																	
⑦首都圏三重県産品	54,000	25,425	56.1%																																																																																																	
⑧みえ旅プレミアム	450,000	421,252	93.6%																																																																																																	
⑨みえ外国人旅行者	257,500	21,350	8.3%																																																																																																	
⑩東紀州地域観光消費	100,000	79,975	80.0%																																																																																																	
⑪消費喚起戦略広報	—	—	—																																																																																																	
			全体達成率	40.1%																																																																																																
①みえジビエ	29,750	29,610 (2月末)	99.5%																																																																																																	
②県産農産物	41,000	31,093 (2月末)	75.8%																																																																																																	
③県産材住宅	55,400	32,715 (2月末)	59.1%																																																																																																	
④県産水産物	70,000	40,890 (2月末)	58.4%																																																																																																	
⑤みえイチ押し食品	143,000	120,342 (2月末)	84.2%																																																																																																	
⑥三重ふるさと名物	252,720	123,234 (2月末)	48.8%																																																																																																	
⑦首都圏三重県産品	54,000	53,557 (2月末)	99.2%																																																																																																	
⑧みえ旅プレミアム	520,000	501,880 (2月末)	96.5%																																																																																																	
⑨みえ外国人旅行者	257,500	約 250,000 (集計中)	約 97%																																																																																																	
⑩東紀州地域観光消費	100,000	100,000	100.0%																																																																																																	
⑪消費喚起戦略広報	—	—	—																																																																																																	
			全体達成率	81.9%																																																																																																
① みえジビエ消費拡大事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・凸版印刷株式会社との委託契約締結(6月)及び紙クーポンの発売、運営開始(8月)</li> <li>・9月末時点で予定発行数4,000冊中1,120冊を販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紙クーポンの運用(8月～2月)</li> <li>・電子クーポンの運用(10月～2月)</li> <li>・県内外において消費者を対象とした試食イベントの実施(10月)</li> <li>・クーポン適用店舗でのスタンプラリー実施(11月～1月)</li> <li>・首都圏において飲食・出版関係事業者を対象とした試食イベント実施(12月)</li> <li>・2月末時点で紙クーポン84,350枚、電子クーポン58件が利用された。</li> </ul>																																																																																																		
② 県産農産物の魅力発信対策事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(米) みえの米ブランド化推進会議と契約締結(6月) キャンペーン開始に向けての準備(応募シール作成、商品選定、ホームページ準備等)</li> <li>・(茶) 伊勢茶推進協議会と契約締結(8月) キャンペーン開始に向けての準備(商品券作製、キャンペーン・イベント準備等) 茶売上1400万円 目標 (米と茶他は分割して委託)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(米) キャンペーン期間(11月～2月末) ・総応募要件数は29,500件(商品総額17,156千円を消費者に還元)</li> <li>・(茶) 伊勢茶プレミアムクーポン券を11月2日から販売(14,000千円分発行) 発行した商品券(14,000枚)は全て販売済(使用された商品券額13,937千円) 販売促進イベントの開催 首都圏2回(三重テラス) 11/28, 1/24 計260名参加 中京圏1回(アスナル金山) 1/17 計320名参加</li> </ul>																																																																																																		
③ 県産材住宅建築促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・H27.3月下旬 建築事業者向け説明会を開催</li> <li>・H27.3月下旬 県HPに実施要領等、関連情報を掲載</li> <li>・H27.4.1 事務委託契約締結(委託先:三重県木材協同組合連合)</li> <li>・H27.4.1 事業開始 現在の申込件数:構造材タイプ:13件/250件 横架材タイプ:50件/160件 内装材タイプ:11件/5,400㎡</li> </ul> <p>&lt;各種メディアを使ったPR活動&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東海テレビ「ターゲッチュ」 6月12日放送</li> <li>・東海テレビ「スイッチ」 6月26日放送</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県産木造住宅のPR・建築相談会を実施 大阪リビングデザイン展(10月) 住まいの総合暮らしフェア(10月) ジャパンホーム&amp;ビルディングショー(11月) イオンモール鈴鹿(1月)</li> <li>・「三重の木」認証事業者(設計事務所・工務店)へ電話・訪問等を行い、制度活用の働きかけを実施</li> <li>・商業施設へPRチラシの配布 マックスバリュ中部(11月)</li> <li>・2月末の申請見込み件数 構造材一般タイプ : 30件/120件</li> </ul>																																																																																																		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ FM三重「Ready」 6月29日放送</li> <li>「Weekend Palette」 8月28日放送</li> <li>・ コンビニ等への事業PRチラシの配布 ローソン、ファミリーマート等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>横架材タイプ :120件/160件</li> <li>内装材タイプ :44件/50件</li> <li>達成率(件数) :約60%</li> </ul>
④ 魅力ある三重県産水産物の消費拡大事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ みえの海藻に出会う 5/29(金)～31(日) 三重テラス</li> <li>・ 海藻でキレイを作る 7/9(木) アサヒラボ・ガーデン(大阪市北区)</li> <li>・ 若手海女とのトーク with みえのシーフード 7/28(火) 三重テラス</li> <li>・ 三重県産水産物を楽しむ会 8/9(日) 礼(REI)(東京都港区六本木)</li> <li>・ イセエビイベント 9/26(土) 三重テラス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伊勢エビ汁の振る舞いと三重の魚を使った漁師飯料理教室 10/26(月) 築地市場</li> <li>・ 伊勢まだいで楽しむ ゆる葉膳×ゆる爛ナイト 10/26(月) 三重テラス</li> <li>・ 「三重の魚が旨い訳」の販売 11/1(日)～3/15(火) 東京都及び大阪府内の書店及び漁連HP。</li> <li>・ 銀鱗会勉強会(三重県産水産物PR) 11/14(土) 築地市場</li> <li>・ 県産水産物フェア 11/21(土) ヤオコー(埼玉県)</li> <li>・ 三重の魚×京野菜 12/13(日) むすび食堂(京都市)</li> <li>・ 「宮城県×広島県×三重県」牡蠣競演イベント 12/20(日) 東京交通会館</li> <li>・ カキフェア 1/22(金)～2/29(月) 三重テラス及び広島アンテナショップTAUの各レストラン</li> <li>・ レストランイベント 2/6(土)～3/5(土) (東京 ロッツォ・シチリア、大阪 トラットリアパッパ)</li> <li>・ 県産水産物販売 2/18(木)～23(火)(フーディソン中目黒)</li> <li>・ 県産水産物料理教室 2/19(金)(東京ガス)</li> <li>・ 県産水産物販売 2/24(水)～29(月)(フーディソン都立大学)</li> <li>・ 海苔イベント 2/26(金)(築地市場)</li> <li>・ 真珠イベント 2/27(土)～28(日)(三重テラス)</li> </ul>
⑤ みえイチ押し食品フェア開催事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 三重県物産展等プレミアム商品券販売事業を(株)津松菱の「第13回ふるさと三重物産展」(H27.9.23～H27.9.28)で実施。【売上実績 21,654千円】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 首都圏カタログ販売情報発信・販売事業を(株)三越伊勢丹日本橋三越本店(東京)(H27.10.5～H27.10.20)で実施【売上実績 7,985千円】</li> <li>・ 三重県物産展等プレミアム商品券販売事業を、(株)丸栄(名古屋)の「第1回三重の魅力大発見展」(H27.10.1～H27.10.6)【売上実績 18,616千円】、およびうすい百貨店(福島県郡山市)の「第16回三重県の物産展」(H28.2.3～H28.2.9)【売上実績 72,087千円】で実施。</li> </ul>
⑥ 三重ふるさと名物商品販路拡大事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 8/25 ネット販売開始(食品:「虎ノ門市場」、食品以外「日経BPセレクション」)</li> <li>・ 販売サイトへの集客を図るため、テレビ、雑誌、デジタルメディア等のメディアミックスによる効果的なプロモーションを展開。</li> <li>【テレビ】</li> <li>・ BSジャパン「伊勢志摩特番」(9月23日(水・祝)16～17時)の放映</li> <li>【雑誌】</li> <li>・ 日経トレンディ10月号(9/4発売)への記事広告の掲載</li> <li>【デジタルメディア】</li> <li>・ 日経トレンディネットに特設サイト「三重県チャンネル～美し国の宝もの～」を開設し、毎週1本記事を更新</li> <li>【その他】</li> <li>・ 「商品カタログ」を作成(10万部)し、日経グループ雑誌各誌への同梱、発送商品へ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【テレビ】</li> <li>・ テレビ東京系「幸せごはん漫遊記」による「三重ふるさと名物商品」紹介番組の制作・放送(10/19～23・5回)</li> <li>・ 上記「幸せごはん漫遊記」のダイジェスト版の再放送(1/12、13)</li> <li>・ 虎ノ門市場の三重県特番(1時間)を制作・放送(TV東京関東ローカル1/23、BSジャパン1/31)</li> <li>・ TV朝日の情報番組で真珠のネックレスを紹介(1/22)</li> <li>【雑誌】</li> <li>・ 日経おとなのOFF、日経WOMANなど日経BP社の雑誌で紹介</li> <li>【ウェブ】</li> <li>・ 日経トレンディネットなど日経グループサイトのほか虎ノ門市場</li> <li>・ ターゲットを絞ったメルマガ配信</li> </ul>

	<p>の同梱、イベント、関係機関への配付 等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ J A L の機内誌「skyward」(読者数 350 万人)</li> <li>・ 富国生命外務員によるカタログの配布 (1 月)</li> <li>・ 庁内メールで職員への案内</li> </ul>
⑦ 首都圏三重県産品消費拡大事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 7/3 より三重テラスのショップ・レストランで利用できるプレミアム付き商品券の販売を開始。</li> <li>・ 1 万 4 千円券 2,000 冊を 10 月 5 日に完売。6 千 5 百円券は 4,000 冊中 1,239 冊 (30.9%) を販売。</li> <li>・ 商品券の販売促進イベントとして、7 月 3 日から 5 日に伊賀市の蔵元による日本酒利き酒・販売や物産品販売を行う「伊賀フェスタ」、9 月 24, 25 日に作りたての赤福と抹茶のセットを楽しんでいただく「赤福茶屋」を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プレミアム付き商品券は 12 月 15 日に完売。</li> <li>・ 最終的な商品券利用金額は 53,557,500 円 (発行金額 54,000 千円に対して 99.2%消化)。</li> <li>・ 商品券の販売及び利用促進イベントとして、三重テラスにおいて「酒と肴のマリアージュ」(10/11~10/12)、「始神テラス×三重テラス」(10/24~10/25)、「パールフェア」(11/21~11/23)、「海女小屋料理の提供」(2/11)を実施。</li> </ul>
⑧ みえ旅プレミアム旅行券運営事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 5 月 30 日から旅行券の販売を開始【当初販売予定枚数 18 万枚+追加販売約 1 万 5 千枚】</li> <li>・ 販売状況は好調に推移【旅行券を利用した宿泊予約件数は 37,806 件以上、販売枚数は約 17 万枚 (行使率 93%)】</li> <li>・ シルバウィークの県内の宿泊予約状況 (楽天トラベル)【三重県全体前年同期比約 5.8 倍で全国第 3 位、宿泊予約者の約 8 割が県外からの来訪者】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 5 月 30 日から 12 月 1 日までの間、インターネット宿泊予約サイト及び全国の JTB 窓口やコンビニ店舗において、合計 20 万 8 千枚 (助成総額 5 億 2 千万円) の旅行券を販売【当初販売予定枚数 18 万枚+追加販売約 2 万 8 千枚】</li> <li>・ 12 月初旬で全て完売、旅行券を利用した宿泊予約件数は 12 月末時点で、4 万 7 千件以上、実際に利用 (宿泊施設で精算) された宿泊券の枚数は約 18 万枚 (行使率 86.5%)【利用期限である 28 年 1 月末までの実績は 2 月下旬予定】</li> <li>・ 地域への消費喚起効果を高めるため、旅行券利用者に「みえ旅パスポート」を配布し、県内各地への周遊性・滞在性を促進するとともに、旅行中の観光消費額等についてアンケート調査を実施。2 月末をめどに実施効果分析を完了させる予定【アンケート回収数約 2,500 件】</li> </ul>
⑨ みえ外国人旅行者旅行券運営事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 6 月 1 日から販売開始</li> <li>・ オンライン宿泊割引は当初予定していた 3,000 枚を 8 月末に販売し、レールパス宿泊券分からシフトし現在の販売枚数を計 7,000 枚としている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ オンライン宿泊割販売実績 7,778 枚</li> <li>・ レールパス宿泊券利用実績 424 枚</li> <li>・ 商品券は配布予定枚数 23,000 枚のところ、約 23,500 枚配布。実使用枚数の詳細データを集計中。</li> </ul>
⑩ 東紀州地域観光消費促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 7 月 1 日から「東紀州地域観光利用券」を発売 (1 冊額面 5000 円)</li> <li>・ WEB 及び店舗販売分の利用券 (1 万冊) については、7/12 に完売</li> <li>・ 旅行商品組込分 (1 万冊) については、約 60%販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 旅行商品組込分 (1 万冊) についても、1/31 に完売し、発行した「東紀州地域観光利用券」はすべて完売した。</li> <li>・ 発行 100,000 枚中、使用済 98,063 枚、ツアキャンセル 733 枚、購入後未使用 1,204 枚</li> </ul>
⑪ みえの消費喚起戦略広報事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 7 月 24 日に上記消費喚起 10 事業を発信するポータルサイト公開 (9 月 26 日以降、新プロモーションサイトで公開)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 3 月にプロモーションビデオ第 2 弾を公開予定</li> </ul>