

### 施策 3 3 3

### 三重の戦略的な営業活動

【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呼び、産業の活性化や地域経済の活性化につながるとともに、県内への企業誘致、製品・県産品等の売り上げ向上や国内外からの観光旅行者の増加につながっています。

#### 平成 31 年度末での到達目標

首都圏および関西圏等における営業（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って広く情報発信されることで、国内外から共感呼び、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	27 年度	28 年度		29 年度	30 年度	31 年度
	現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値	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		57.5%		59.0%		62.0%
	55.5%					
目標項目の説明	首都圏および関西圏等において把握した、三重が魅力ある地域であると感じる人の割合					
29 年度目標値の考え方	平成 27 年度の実績値（55.5%）を平成 31 年度に 62.0%とすることを目標に、年平均 1.5～2.0%程度伸ばすことをめざし、平成 29 年度の目標値を 59.0%に設定しました。					

活動指標							
基本事業	目標項目	27 年度	28 年度		29 年度	30 年度	31 年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値
33301 営業本部の展開（雇用経済部）	三重ファンとなった企業等と連携した三重の魅力発信件数（累計）		415 件		845 件		1,750 件
		—					
33302 首都圏営業拠点の強化（雇用経済部）	首都圏営業拠点「三重テラス」の来館者数		590,000 人		600,000 人		620,000 人
		674,256 人					

基本事業	目標項目	27年度	28年度		29年度	30年度	31年度
		現状値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値
33303 関西圏営業戦略の展開 (雇用経済部)	関西圏での企業等と連携した「三重の認知度向上」に向けて取り組んだ実践数(累計)		125件		255件		530件
		—					

## 現状と課題

- ①三重県営業本部では、平成28年度の3つの方針となる「『食』の産業振興推進」、「国際展開の推進」、「戦略的な情報発信」に沿って設定した18項目の目標達成に向け、10月末までに営業本部会議を2回、営業本部推進チーム会議を7回実施し、部局間の連携を図るとともに、市町訪問や市町・商工団体等との懇談会の開催、企業等との情報共有を行い、市町・団体・企業等と連携しながら取り組んでいます。
- また、伊勢志摩サミット開催前には、小売事業者等8社との連携により、サミット開催を記念した催事を約1,000ヶ所で開催し、知事トップセールス等による情報発信を行いました。
- 今後は、「伊勢志摩サミットのレガシーを活かす戦略的行動」を継続的に行うことが重要です。そのため、市町・商工団体等とのさらなる連携強化を進めています。また、サミット開催を契機とした催事を実施し、新たに本県との関係が構築された企業等との連携により、県内事業者の販路拡大を図るとともに、国内外に向けた「お伊勢さん菓子博2017」のPRなど効果的な三重の情報発信を進める必要があります。
- ②首都圏営業拠点「三重テラス」では、サミット開催を契機に向上した知名度を生かした三重ファンの獲得、日本橋エリアの関係団体・他県アンテナショップとの連携等を通じた集客や首都圏におけるネットワークの強化と拡大を図りました。
- ショップにおいては、サミット関連商品の特設コーナーの設置や応援ありがとうキャンペーンを実施しました。サミットで使われた商品の英語表記など外国人観光客への対応に加え、新商品等のテストマーケティングの実施など、県内事業者の販路拡大のチャレンジを支援しています。
- レストランでは、サミット開催を記念した特別メニューや時機を得たメニュー更新により、リピーターの確保とさらなる新規顧客の開拓に努めています。
- イベントスペースにおいては、伊勢志摩サミット写真展を行ったほか、夏休みには、伊賀忍者体験など、家族で楽しめるイベントを実施しました。また、首都圏での情報発信を効果的に実施していただくためのポイントを市町や商工団体等関係団体に情報提供し、連携を図っているところです。
- こうした取組を展開することにより、10月末現在の来館者数は、約45万人(対前年比17%増)と順調に推移しています。今後は、「お伊勢さん菓子博2017」の紹介のほか、季節の移ろいにあわせた三重の「旬」のイベントや日本橋地域の祭り、行事と連携するなど、テーマ性を持った飽きさせないイベントの実施や店づくりに努める必要があります。

- ③関西圏では、伊勢志摩サミット開催により、高まった三重の魅力の情報発信を強化し、観光誘客の取組を進めるとともに、関西圏の経済団体、県人会などと連携しながら、「お伊勢さん菓子博 2017」等をPRするなど効果的な取組を行っています。また、伊勢志摩サミットの効果もあり、三重県食材への関心が高まっている中、関西圏の外食産業関係者等から相談を受けて、三重県食材等を情報提供し県内生産者等の紹介につなげるなど、関係部局と連携して販路拡大の支援に取り組みました。9月には、三重の「食」をキーワードとした三重県魅力を情報発信するため、関西圏の企業、三重の応援店舗、スーパー等と連携して、消費者に対する情報発信力強いマスメディアを対象に、三重県食材を活用して開発した新メニューの試食会を開催しました。これらのイベント等で得た成果を今後の取組につなげていくことが重要です。

## 平成 29 年度の取組方向

- ①三重県営業本部では、三重県のブランド力を一層向上させるため、市町、関係団体等と連携した取組を進めるとともに、サミットのレガシーを活かし、各部局と連携しながら戦略的な情報発信に注力していきます。また、包括協定を締結した企業等と連携しながら催事や商談会等を開催することにより、県内事業者とのマッチング機会を確保し、首都圏及び関西圏において、県産品の販路拡大を図るとともに誘客促進につなげていきます。
- ②三重テラスでは、季節の移ろいにあわせた三重の「旬」を意識した店づくりや魅力的なイベントを開催することにより、集客に努めるとともに、効果的な情報発信や関係団体との連携を深めます。また、引き続き、テストマーケティングの実施などにより、県内企業、事業者のチャレンジ支援、販路拡大を進めます。さらに、三重の応援団、応援企業、応援店舗の加入を促すとともに、首都圏ネットワークの強化・連携を図っていきます。
- ③関西圏では、「食」の販路拡大に向けて、ネットワークを活用しながら情報収集に努め、新たに意欲のある事業者を発掘し、関西の企業と県内事業者とのマッチングの機会を引き続き提供できるよう取組を進めていきます。また、新聞、雑誌など訴求力のあるマスメディアへ取り上げられるようニーズを把握しながら、引き続き、「食」の販路拡大、観光誘客等の取組を進めます。

## 主な事業

- ①戦略的営業活動展開推進事業【基本事業名：33301 営業本部の展開】

予算額：(28) 9,638千円 → (29) 10,090千円

事業概要：地域のブランド力の向上、県内への誘客や販路拡大を図るため、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の企画、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に取り組みます。加えて、伊勢志摩サミットで注目を集めたコンテンツを活用し、海外において観光や物産を紹介するなど、三重の魅力を強力に情報発信する営業活動を展開します。

②地域の魅力発信・販路拡大支援事業【基本事業名：33301 営業本部の展開】

予算額：(28) ー 千円 → (29) 16,673千円

事業概要：インバウンドをはじめとする観光客の増加や県産品の販路拡大を図るため、サミットを契機として関係を強化したベトナムなどにおいて、効果的な情報発信とあわせて現地バイヤー等との商談会を実施します。また、サミットにより新たに関係を構築した小売事業者との連携による戦略的な営業活動を進めます。

③首都圏営業拠点推進事業【基本事業名：33302 首都圏営業拠点の強化】

予算額：(28) 97,085千円 → (29) 99,042千円

事業概要：首都圏における広報・情報発信力を高め、三重県の認知度向上を図るため、首都圏営業拠点「三重テラス」の効果的な管理・運営を行います。

④関西圏営業基盤構築事業【基本事業名：33303 関西圏営業戦略の展開】

予算額：(28) 6,100千円 → (29) 6,288千円

事業概要：関西圏における三重県ファンの拡大を図るため、「関西圏営業戦略」に基づき、市町等と連携しながら、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、講座等を開催し、三重の魅力を発信していきます。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及び潜在需要の発掘に努めます。