

令和元年定例会

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) 「令和元年版成果レポート（案）」について . . . (別冊1、別冊2)
- (2) 国際展開の取組状況について . . . 1
- (3) 雇用施策の推進について . . . 3
- (4) 中小企業・小規模企業の振興について . . . 9
- (5) 観光振興について . . . 17
- (6) 各種審議会等の審議状況の報告について . . . 23

◎ 報告事項

- (1) 首都圏営業拠点「三重テラス」について . . . 25

令和元年6月18日

雇用経済部

## ◎所管事項説明

### (2) 国際展開の取組状況について

#### 1 知事の台湾訪問

平成 31 年 3 月 9 日から 10 日にかけて、熊野市長及び三重県商工会議所連合会とともに台湾を訪問しました。(知事の台湾訪問は 7 回目)

#### (1) 三重県フェアの開催

「日台観光サミット in 三重」開催から 5 周年という節目を迎えた今回の訪問では、昨年 12 月にオープンした「三井アウトレットパーク台中港」において、日本の自治体で初めてとなる観光展を開催し、伊賀忍者や桜など三重の魅力を PR しました。

また、現地の高級スーパー「裕毛屋」では、物産展を開催するとともに、「裕毛屋」と三重県の相互発展を目的とした「地域資源の活用に関する協定」を締結しました。

#### (2) 陳菊<sup>ちんきく</sup> 総統府秘書長及び范巽綠<sup>はんそんろく</sup> 教育部政務次長との面談

陳菊 総統府秘書長（日本の官房長官に相当）及び范巽綠 教育部政務次長（日本の文部科学省副大臣に相当）と面談し、教育旅行やスポーツ交流に関する意見交換を行いました。

#### (3) その他

昨年 9 月に三重県商工会議所連合会との間で覚書を締結した台湾貿易センター（日本のジェトロに相当）を訪問し、三重県の産業や食、観光の魅力を PR しました。

また、東京オリンピック・パラリンピックで、台湾女子ソフトボールチームのホストタウンを務める熊野市と台湾ソフトボール協会との交流促進にかかる協定書署名式に立ち会いました。



三井アウトレットパーク台中港での観光 PR



裕毛屋での物産展



陳菊総統府秘書長との面談



台湾ソフトボール協会訪問

## 2 みえ国際ウィーク 2019

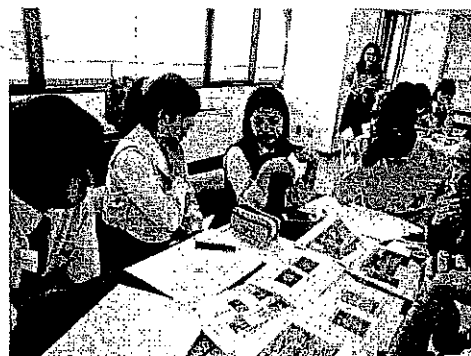
伊勢志摩サミット開催による経験を生かし、県民の皆様が継続的に世界へ目を向け、グローバルに一層活躍するきっかけとするため、サミット開催日である5月26日、27日の前後2週間程度を「みえ国際ウィーク」と定め、2017年から国際的な取組を集中的に行っています。

今年度の取組は以下のとおりです。

取組名	実施日	概要	参加者数等
SDGs (エスディーズ) 研修	5月27日 (月)、 6月5日 (水)	国際的な共通認識となりつつあるSDGsについて、基本的な知識と概念をカードゲームを通して学ぶことで、世界に目を向けるきっかけとしました。	名張青峰高校、川越高校、四日市工業高校 生徒計91名
ハーバード大学生とみえグローバル学生大使との交流	6月1日 (土)、2日 (日)	県庁でインターンシップを行ったハーバード大学生を、県内の若者が観光地等へ案内することにより、交流を深めるとともに県の魅力発信を行いました。	みえグローバル学生大使 延べ12名 (他に学生等5名)
グローバル環境セミナー (みえ未来人育成塾)	6月8日 (土)	グローバルに活躍できる次世代のリーダー育成を目的に、高校生や大学生が、四日市公害の歴史や本県の国際環境技術移転、世界各地の環境問題について学びました。全日程を英語で行いました。	高校生等 32名、 ALT等5名
知っとる? 身近な国際活動	6月16日 (日)	県内の団体等が実施する国際的な取組を県民の皆様へPRするため、イオンモール明和のイベントスペースでブース出展やステージパフォーマンスを行いました。	参加12団体
伊勢志摩サミット開催3周年記念SNS投稿キャンペーン	3月～ 6月	伊勢志摩サミット記念館「サミエール」にある「SDGsボード」と一緒に撮影した写真や動画のSNS投稿キャンペーンを行っています。(賞品は松阪牛すき焼き肉、志摩産の海産物、合計3名)	現在募集中
県内で実施される国際的な取組のホームページ掲載	3月～ 6月	県内の市町・企業・団体等が実施する国際的な取組を募集し、県ホームページで情報発信を行っています。 サミット参加国の料理を給食で提供する「サミット給食」や世界各国の歌やダンス等を紹介するフェスティバルなど、さまざまな取組が実施されました。	掲載取組数: 83件



SDGs 研修 (川越高校)



グローバル環境セミナー

### (3) 雇用施策の推進について

#### 1 若者のU・Iターン就職の促進

本県では、進学や就職に伴う若者の県外転出や中小企業における労働力不足への対応が喫緊の課題となっています。

このため、県外へ進学した若者等に三重を就職先として選んでもらえるよう、令和元年度は、就職支援協定締結大学（以下「協定締結大学」）と連携した取組やインターンシップの促進に注力していきます。

#### (1) 現状と課題

本県から協定締結大学へ進学した学生のUターン就職率（平成30年3月卒）は、3割程度にとどまっています。

県では、関西圏・中京圏等の県外17大学と就職支援協定を締結しており、学生に対してメールマガジンの配信などにより、県内の就職情報や企業情報、インターンシップ情報等を提供しています。こうした中、学生からは、「県内企業のインターンシップ情報が少ない」との意見があります。そのほか、県内中小企業の人事採用担当者と協定締結大学の就職支援担当者の接する機会の拡充が求められています。

また、県ではインターンシップの促進に取り組んでいるところですが、民間の全国アンケート結果によると、企業がインターンシップを実施する際に最も苦勞・懸念した点として、インターンシッププログラムの企画・設計が挙げられています。県内中小企業では、インターンシップの受入れに関して、「受け入れるノウハウや時間もなく、受入現場の理解が得られない」との声があるなど、インターンシップの実施を躊躇する傾向がみられます。

#### (2) 令和元年度の新たな取組方向

##### ① 協定締結大学への発信力の強化

##### 【情報提供の多様化】

学生への情報発信について、より効果的に学生に情報が届くよう、これまでのメールマガジンに加え、SNSや大学イントラサイトへの掲載、保護者を通じた周知など、大学のキャリアセンターと相談しつつ、情報提供の多様化を図ります。

また、県内中小企業が自ら協定締結大学へ働き掛けを行うことにつなげるため、大学別に三重県出身者数・キャリア支援センター担当者連絡先・大学訪問の実施可否など、県内企業にとって有益な情報をまとめ、ホームページ等へ掲載するほか、みえの企業まるわかりNAVI掲載企業等にも情報提供を行います。

## 【交流機会の拡充】

協定締結大学と県内中小企業とのネットワークを強化するため、県内中小企業の人事採用担当者が関西圏3大学を訪問する、バスツアー「三重県『産・学』就職情報交流会 in 関西」を開催します。

交流会の実施を通じて、県内中小企業が大学の就職支援担当者へ自社の魅力を発信することで、企業自身によるインターンシップや採用活動の充実につなげていきます。

○開催日時：令和元年8月6日（火）8時30分～18時30分

○訪問大学：京都産業大学（京都市、平成31年2月15日協定締結）

立命館大学 大阪いばらきキャンパス

（大阪府茨木市、平成28年2月8日協定締結）

京都橘大学（京都市、平成31年2月28日協定締結）

○内 容：大学による概要説明、キャリアセンター職員との名刺・情報交換会

○参加者：県内中小企業30社の採用担当者

## ② 中小企業のインターンシップの促進

より多くの県内中小企業が積極的にインターンシップを実施することができるよう、新たにインターンシップのプログラム作成支援など企業の受入れ支援に取り組みます。

プログラム作成の支援を通じて、プログラム内容の充実と企業の実施促進を図ることで、企業と学生の双方に意義のあるインターンシップの普及につなげます。

○取組内容

- ・専門家（コーディネーター）の派遣によるインターンシッププログラムの作成支援
- ・プログラムの優良事例を県内の企業へ普及するためのフォーラムの開催
- ・企業の採用力を強化するためのセミナーの開催（2回開催予定）

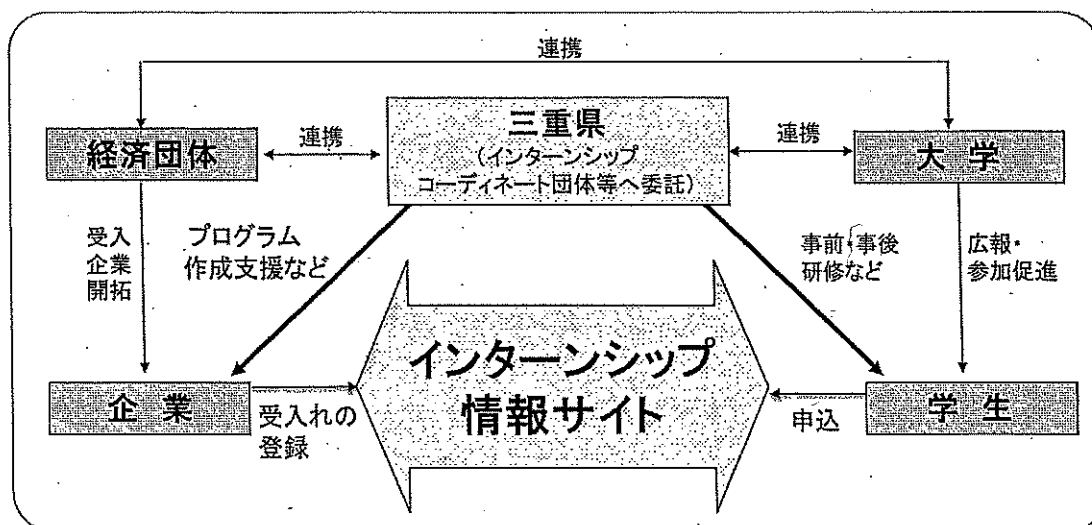
## ③ 学生向けインターンシップ情報サイトの構築

県外へ進学した学生を主な対象として、県内中小企業のインターンシップ情報を掲載したWebサイトを構築します。

新たに構築するサイトでは、三重での就職につながるよう、インターンシップ情報のみならず、企業情報やインターンシップ参加者の声、企業合同説明会のお知らせ、地域の暮らし情報等を掲載していきます。

協定締結大学以外の県外大学では、三重県の企業情報が少ないため、三重県出身学生に対するインターンシップ受入企業等の紹介が難しく、サイトの構築によって、こうした状況の改善も図っていきます。

<運営体系図>



2 障がい者が活躍できる働き方の推進

本県における民間企業の障害者実雇用率や雇用者数は近年上昇しています。また、雇用されている障がい者数は、過去最高を更新し、ハローワークへの障がい者の求職申込件数、就職件数ともに増加しています。

このように、企業等における障がい者の雇用は着実に進展しているものの、さらなる雇用の拡大や職場定着に向けた支援のためには、障がい者が働きやすい職場づくり、多様な働き方を可能とする環境整備が必要です。

三重県民間企業における障がい者の雇用状況

	H26.6.1	H27.6.1	H28.6.1	H29.6.1	H30.6.1
実雇用率	1.79%	1.97%	2.04%	2.08%	2.20%
達成企業割合	52.2%	55.7%	60.8%	61.3%	58.1%
雇用者数※	3,077.5人	3,448.5人	3,671.0人	3,865.0人	4,259.5人

※重度身体障害者及び重度知的障害者はダブルカウント。短時間労働者は0.5人でカウント、ただし、H30は短時間労働者である精神障害者は1人とカウント。

ハローワークにおける障がい者の職業紹介状況

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
新規求職申込件数	2,393人	2,750人	2,830人	2,783人	3,015人
就職件数	1,362人	1,495人	1,513人	1,545人	1,693人

## (1) 障がい者の働きやすい職場づくり

### ①現状と課題

独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構の調査(平成29年)によると、就職1年後に同じ職場で働いている障がい者の割合は、58.4%にとどまっています。

各企業において、障がい者の職場定着を進めるためには、障がいへの理解の促進や適性に応じた職務配置など企業の実情に応じたきめ細かな対策が必要です。

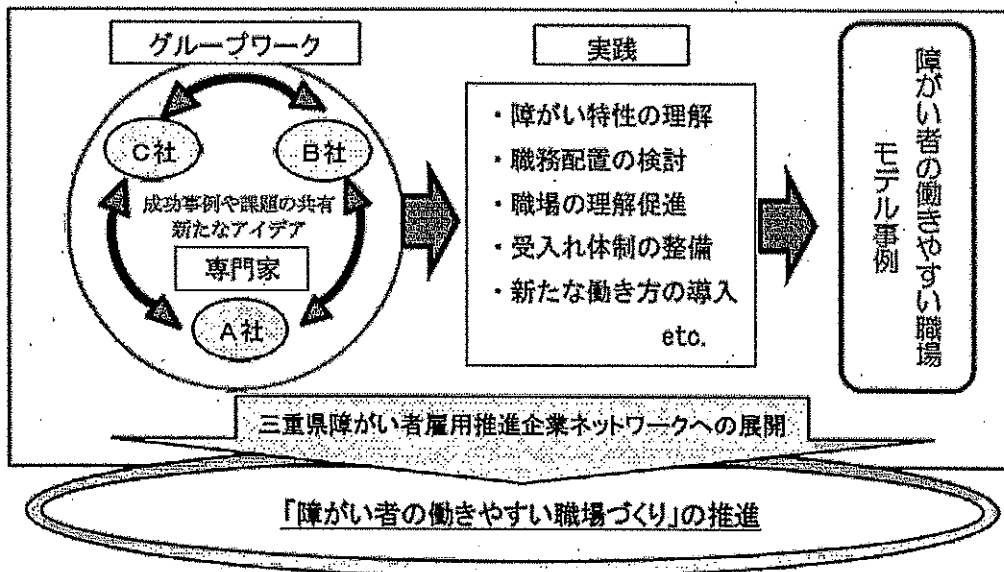
### ②令和元年度の新たな取組方向

企業における課題解決に向けて「障がい者の働きやすい職場づくり」をモデル的に取り組みます。

この取組では、複数の企業のグループに専門家が加わり、意見交換をしながらそれぞれの企業の課題を明らかにし、相互の情報交換と専門家のアドバイスなどをもとに、課題解決のための方策を探ります。

そのうえで、それぞれの企業で課題解決に取り組み、そのプロセスや得られたノウハウを、三重県障がい者雇用推進企業ネットワークを活用するなどして、県内企業に広げることにより、障がい者が働きやすい職場づくりを進めます。

<イメージ図>



## (2) 障がい者の多様な働き方の検討

### ①現状と課題

民間企業における障がい者雇用が着実に進展している中で、就職を希望する障がい者数も増加しています。

こうした中、より多くの障がい者が、その希望や特性、体力等に応じて働けるようにするため、企業での直接雇用や福祉的就労に従事する以外にも働き方の選択肢を広げようとする取組が進んでいます。



伊賀地域では、企業と就労支援事業所を運営する社会福祉法人が連携することにより、企業の製造現場での障がい者の就労の拡大に繋がっています。

## ②令和元年度の新たな取組方向

伊賀地域における取組では、就労支援事業所の職員と障がい者がユニットを組み、企業の製造現場のラインを請け負って、業務に従事しています。

障がい者は、事業所の職員の支援を受けながら、企業の中で安定して働くことができ、そのうえで、就労支援事業所の平均的な工賃と比較して高い収入を実現しています。また、そこでの経験を経て、複数の障がい者がその企業で直接雇用されており、現時点で全員が就労を継続しています。

今年度は、関係者が連携し、こうした伊賀地域での障がい者就労の取組における成果や課題を検証し、ノウハウをまとめて「三重モデル」として県内外へ発信するとともに、障がい者が希望や能力に応じて活躍できる雇用制度の在り方を検討していきます。（※）

※今年度の検証事業は、社会福祉法人維雅幸育会が日本財団からの助成を受けて実施するもので、県もその取組に参画し、一体となって進めています。





## (4) 中小企業・小規模企業の振興について

中小企業・小規模企業は、本県経済を牽引し、地域社会の持続的な形成及び維持に寄与しています。こうした重要性の認識のもと、平成26年4月に施行した「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づき、三重県版経営向上計画の認定や人材育成・確保、事業承継への支援など、県内中小企業・小規模企業の振興に取り組んでいます。

### 1 事業承継の支援について

#### (1) 本県における現状と課題

平成28年の県内の企業数51,570者のうち中小企業・小規模企業は51,486者で、全体の99.8%を占めていますが、平成21年の60,504者に比べると7年間で9,018者(14.9%)減少しています。

また、平成30年における県内企業の経営者の平均年齢は58.5歳となり、平成2年と比べて4.6歳上昇するなど高齢化が進展し、今後10年の間に団塊世代の経営者の大量引退が想定されています。一方、県内の中小企業・小規模企業を対象とした事業承継に関するアンケート結果では、事業承継に「具体的に取り組んでいる」企業は26.3%にとどまり、「少し取り組んでいる(40.2%)」、「まだ何も取り組んでいない(28.1%)」企業が大半を占めています。

現状を放置すると、本県では10年間の累計で8.3万人の雇用、約3,300億円のGDPが失われる可能性があるなど、中小企業の廃業やそれに伴う雇用、技術の損失は、地域の存続に関わる危機となってきます。

円滑な事業承継を進めるには、後継者の育成期間も含めると準備に5～10年程度かかると言われており、早急に取り組む必要があるほか、事業承継の類型(親族内承継、役員・従業員承継、第三者承継(M&A等))や、各企業の取組段階・支援ニーズに応じた切れ目のない支援を展開していく必要があります。

#### (2) これまでの取組

##### ① 三重県事業承継ネットワークの組成

三重県における円滑な事業承継を推進し、事業承継に向けた早期かつ計画的な準備や課題解決のため、県内の支援機関が一丸となって切れ目のない支援を実施する体制として、平成29年8月に、県、商工団体、金融機関、士業等専門家等で構成する「三重県事業承継ネットワーク」(事務局：(公財)三重県産業支援センター)を組成し、平成30年6月から三重県市長会及び三重県町村会を構成団体に加えるなど、連携体制を強化しました。

また、平成30年3月に「三重県事業承継支援方針」を策定し、今後の事業承継支援の方向性や参画する関係機関との連携体制をまとめ、平成29(2017)年度から令和3(2021)年度までの5年間で集中取組期間としています。

## ②三重県事業承継フォーラムの開催

平成30年7月12日に、事業承継における課題解決に向けた行動を起こすキックオフイベントとして「三重県事業承継フォーラム」を開催し、中小企業の経営者など204名の参加があり、パネルディスカッションによる意見交換の後、知事から「中小企業の廃業やそれに伴う雇用、技術の喪失は地域の存続に関わる重大な危機であることを認識し、地域の総力を結集して課題解決に取り組む」旨の決意表明が行われました。

## ③国への働きかけ

平成30年7月26日の全国知事会において、中小企業の事業承継の支援に全国的、集中的に取り組むこと等を全国知事会として宣言する「中小企業の事業承継支援に係る緊急宣言」を三重県知事から提案し、決議されました。また、個人事業者に対する事業承継時における負担軽減措置等について、本県から国へ提言したところ、平成31年度税制改正において「個人版事業承継税制」が創設されました。

## ④三重県事業承継支援方針に基づくネットワーク参加機関の取組

三重県事業承継支援方針では、事業承継の取組を「プレ承継」「事業承継」「ポスト承継」の3段階で整理し、各段階に応じた切れ目のない支援策を政策パッケージとして取り組んでいます。

### <プレ承継支援>

事業承継に向けた準備段階における「プレ承継」支援では、早期準備の認識を促す「事業承継診断」について、事業者の身近な金融機関や商工団体が中心となり取り組んでいます。経営者にとって、事業承継は明確な期限がなく、日々の多忙さに紛れて後回しになりがちです。そこで、支援側も従来の相談を待つ姿勢から、「プッシュ型」として積極的に情報を提供し相談に乗る形で支援を行っています。

### (事業承継診断実績)

29年度	30年度	累計	診断実施後の対応（内訳）
1,394件	2,862件	4,256件	・専門家・他の支援機関へ繋いだ：335件 ・実施機関の独自対応：2,997件

### <事業承継支援>

「事業承継」支援では、(公財)三重県産業支援センターに設置されている三重県事業引継ぎ支援センターが、後継者不在企業の課題解決に向けた助言やM&Aのマッチング支援等を行っており、平成26年6月の開設以来、昨年度末で584社の相談に対応しています。

事業承継税制（非上場株式等の相続税・贈与税の納税猶予）については、平成21年度から平成30年度の間に38件の認定を行いました。また、昨年度に税制改正があり、これを活用するための特例承認計画を県が平成30年度に確認した件数は23件となり、税制活用による経営者の世代交代を促進しています。

#### <ポスト承継支援>

事業承継後の後継者による再成長に向けた「ポスト承継」支援では、創業・事業承継後の初期段階にある事業者に対して、事業の展開時における課題の解決を図るため、コーディネーターによる伴走型の支援を行うとともに、より高度な支援が必要とされる場合に、士業等の専門家派遣等による支援を行いました。（支援実績：54社）

また、国の事業承継補助金の活用や、（公財）三重県産業支援センターに設置されている「プロフェッショナル人材戦略拠点」を活用し、経営課題の解決のために必要となるプロフェッショナル人材のマッチングを行っています。

### （3）今年度の取組

#### <プレ承継支援>

事業承継の問題は、まず経営者が課題に気付き、取組に着手することが重要であることから、情報提供の機会を増やし、事業承継に向けた準備のきっかけづくりを行います。

引き続き三重県事業承継ネットワークの構成機関が中心となって、事業承継診断を進めるほか、経営者の気付きを促すため三重県事業承継フォーラムを開催します。また、より広域的な事業承継支援を展開していくため、東海三県二市（愛知県・岐阜県・三重県・名古屋市・浜松市）、中部経済産業局、中部経済連合会等と連携して、東海地域の特性を踏まえたセミナーを開催するなど、地域課題として取り組んでいきます。

#### <事業承継支援>

三重県事業承継ネットワークのブロック会議を定期的に県内5地域で開催するなど、ネットワークの金融機関や商工団体、士業専門家団体、市町等との連携を一層強化します。

また、後継者不在企業に対しては三重県事業引継ぎ支援センターや金融機関等によるマッチング支援を行っており、本年5月20日には、昨年6月に本県と事業承継分野における連携・協力に関する包括協定を締結した株式会社ビズリーチ、北伊勢上野信用金庫、名南M&A株式会社と連携して、「事業承継M&Aセミナー」を四日市市及び伊賀市で開催しました。M&A等を通じた第三者承継はなじみが薄い経営者も多い中、専門家による説明や経験者によるパネルディスカッションによりM&Aが事業承継の有効な手段であることの認識を深めることができました。

また、個人商店等の後継者不在企業と都会で創業・継業を考えている移住希望者とのマッチングを進めるため、「ええんとかやんか三重移住相談センター」と連携し、ニーズの掘り起こしから、企業・人材の紹介等に取り組みます。

事業承継税制については、今年度は個人事業者の事業用資産を対象とした「個人版事業承継税制」も創設されたことから、活用件数の増加が見込まれます。

#### <ポスト承継支援>

事業承継をした事業者が再成長のために専門家の知見を必要とした際にその活用を支援する取組（「MIE創業・事業承継ネクストステージ支援事業」）や、経営課題の解決のため必要となるプロフェッショナル人材をマッチングする取組（「プロフェッショナル人材戦略拠点事業」）等により、事業承継後の再成長に向けた経営革新や人材育成・活用を支援します。

# 三重県事業承継支援に関する集中取組(政策パッケージ)

- 「三重県事業承継支援方針(平成30年3月策定)」に基づき、国、県、市町、商工団体、金融機関、専門家等によるオール三重体制による「三重県事業承継ネットワーク」を核として、関係機関の連携により集中的に取組を展開(2017~2021年度の5年間)
- 【**プレ承継**、**事業承継**、**ポスト承継**の各段階に応じたきめ細かな支援】

**プレ承継支援**  
 経営者の「気付き」を促す事業承継診断や支援機関と経営者の間の対話等を促進し、事業承継に向けた準備のきっかけづくりを提供

**事業承継支援**  
 経営向上や「事業承継計画」の作成、後継者マッチング(M&A等)の強化、株式・事業用資産等の承継資金の供給、税制活用を促進

**ポスト承継支援**  
 承継後の後継者による再成長に向けた経営革新、人材育成・プロ人材の活用等を強化

## < 令和元(2019)年度における事業承継支援政策パッケージ >

プレ承継	事業承継	ポスト承継
<p><b>事業承継支援総合対策事業(14,230千円)</b>                      県内中小企業・小規模企業の減少、経営者の高齢化が進展する中、後継者難による廃業や地域経済の損失等を抑えるため、三重県事業承継支援方針に基づき、関係機関が連携し、早期・計画的な事業承継の準備、円滑な事業承継の実施、後継者による再成長を促進するなど、各段階に応じたきめ細かな支援を総合的に実施する。</p>		
<p><b>経営者の「気付き」</b></p> <p>1. 三重県事業承継ネットワーク運営事業(4,373千円)                      「三重県事業承継ネットワーク」の運営支援、事業承継フォーラムの開催、事業承継税制、個人版事業承継税制の創設周知、事業承継成果事例の収集、発信</p> <p>※三重県事業承継ネットワーク                      三重県内の支援機関が丸くなって事業承継支援を展開するため、平成29年8月、三重県産業支援センターが事務局となり、商工団体、金融機関、土業等専門家団体、公的機関で構成するネットワークを組成。</p> <p>◆三重県よろず支援拠点                      中小企業・小規模企業が抱える経営課題に対応したワンストップ総合相談窓口の設置</p> <p>◆小規模事業支援費補助金(三重県)(1,393,425千円)                      商工会・商工会議所における経営指導員等による伴走型支援</p> <p><b>対話の促進(啓発)</b></p> <p>◆三重県版経営向上計画の認定(経営向上ステップアップ促進事業)(12,189千円)(三重県)                      事業承継に向けた経営の感き上げ(プレ承継)、事業承継の実施、承継後の経営向上(ポスト承継)等、三重県版経営向上計画の作成支援、フォローアップ</p>	<p><b>承継に向けた準備</b></p> <p>2. 三重県中小企業融資制度「事業承継支援資金」(2,110千円)                      事業承継に伴う株式・事業用資産の取得等の低利融資(利子補給、保証料補助)</p> <p>3. 移住者継業マッチング支援事業(1,669千円) <b>元来強化</b>                      後継者を求める県内の事業者と都会で創業・継業を考えている移住希望者とのマッチングを進めるため、「スズとこやん」三重・移住相談センター等関係機関と連携した、ニーズの掘り起し、企業・人材の紹介、交流会の開催</p> <p><b>税制等</b></p> <p>◆中小企業経営承継円滑化法(事業承継税制・金融支援)による支援                      ・非上場株式会社等の相続・贈与にかかる相続税、贈与税の納税猶予                      ・日本政策金融公庫の特例、信用保証の特例(別枠化)                      ・「個人版事業承継税制」(個人事業者の事業用資産の相続税、贈与税の納税猶予)</p> <p><b>後継者マッチング</b> <b>平成21年度税制改正により創設</b></p> <p>◆三重県事業引継ぎ支援センター                      後継者不在企業の課題解決の助言、事業承継計画の策定支援、M&amp;A、マッチングなど事業引継ぎに関する相談窓口の設置</p> <p>◆金融機関等によるマッチング、ファンドによる資金提供[民間]</p> <p><b>専門家派遣</b></p> <p>◆プッシュ型事業承継支援高度化事業(国-80補正予算)                      事業承継ネットワークをベースとした、プッシュ型の事業承継診断で掘り起こされたニーズに対する専門家派遣などによるきめ細かな支援</p> <p>◆ミラサボ等を活用した専門家派遣(国)</p>	<p><b>再成長</b></p> <p>3. MIE創業・事業承継初ステップ支援事業(6,078千円)                      創業・事業承継後の初期段階にある事業者を対象として、金融機関等との連携のもと、成長・安定化に向けた伴走型支援を実施</p> <p><b>補助金</b></p> <p>◆事業承継補助金(国-80補正予算)                      事業承継をきっかけとした経営革新(ベンチャー型事業承継)や事業転換、再編・事業統合を対象とした補助金</p> <p><b>人材育成・活用</b></p> <p>◆「MIEスタートアップ・バトラー」事業(三重県)(1,424千円)                      事業の成長やイノベーション創出、新パートナーの獲得等を目指し、自社事業やPR手法のブラッシュアップ、ピッチ(プレゼンテーション)大会等を実施</p> <p>◆プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業(三重県)                      経営課題の解決のため必要となるプロフェッショナル人材をマッチング</p> <p><b>経営革新計画</b></p> <p>◆経営革新計画の承認(三重県)                      新事業創出など経営革新計画の承認、金融支援等</p>

## 事業承継の支援事例

過疎化・高齢化地域における、承継を契機とした新事業展開（移動販売や食堂の開業）

### 事業承継の経緯

- ◆熊野市で食品小売等を営む今中商店。
- ◆現代表は、漁業に興味があり、約15年前に単身で熊野市へ移住。
- ◆前代表の長女と結婚し、他社勤務や同社従業員としてノウハウを習得した後、2017年1月に事業承継。

### 取組内容

- ◆地域の高齢化に対応するため、顧客から要望の多かった商品の移動販売や宅配サービスを2018年6月より開始。
- ◆約10年前に町内に唯一あった飲食店が廃業。生鮮食品・生活用品販売に加えて、地元住民が集う食堂を、2019年1月に開業。



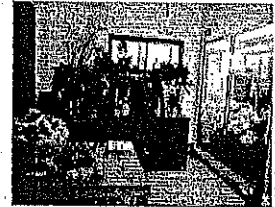
事業承継を契機とした、ブライダルフラワーや教室運営など第二創業

### 事業承継の経緯

- ◆亀山市の生花店「flaugh（フラフ）」。
- ◆曾祖父の代から営む生花店を、2018年10月に父から事業承継。
- ◆他店舗での勤務後、自らが作りたいお店の雰囲気、好みを表現する場として、店名を変更。

### 取組内容

- ◆事業承継後は、ブライダルフラワー、フラワーアレンジメント教室、新商品の提供など、お花のサービスにかかる新事業展開。
- ◆地元顧客がついている葬祭・生け花教室への卸小売業は、先代が事業を継続しつつ、承継者は新事業を展開。
- ◆既存事業の見直しから着手したCAPDoの手法で事業計画を策定。



後継者不在の取引企業をM&A

### 事業承継の経緯

- ◆輸送機器、建設機械・風力発電のペアリング加工等（桑名市）。
- ◆後継者不在のため事業継続困難となっていた地元の優良中小企業について、銀行から紹介され、地域経済への貢献等の観点からM&Aにより事業承継。

### 取組内容

- ◆事業の継続により従業員の雇用継続や市場への部品供給が可能になるとともに、引受企業も新たな分野へ進出。
- ◆引受企業の中堅社員を社長に抜擢したことにより、中堅・若手社員に「自分も頑張れば社長になれる可能性がある」との意識が芽生え、モチベーションアップに繋がった。

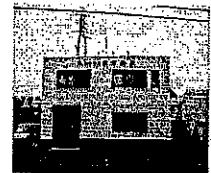
経営者交代に伴い、他社と業務提携。多能工化・事務一元化等により業務効率化。

### 事業承継の経緯

- ◆津市の(株)伊勢出版（総合印刷業）。
- ◆先代の経営者の高齢化や健康問題もあり、事業承継の方法を模索。
- ◆地域金融機関の紹介により、2016年9月に駒田印刷株式会社（名古屋）と業務提携を行い、グループ企業となる。

### 取組内容

- ◆経営理念や社是が双方の経営者で合致し、スムーズに業務提携が進行（3カ月程度で合意）。
- ◆業務提携により、繁忙期と閑散期の人のやりくりや事務処理一元化等によるコスト削減を実現。
- ◆一人あたりの売上を従業員全員に公開するなど、オープンでフェアな仕組みを取っている。



## 2 中小企業・小規模企業振興条例に基づく振興施策の検証

「三重県中小企業・小規模企業振興条例」（以下「条例」という。）が平成26年4月1日に施行されてから5年が経過しました。

条例は、本県が国に先駆けて「小規模企業支援」を明確化し、また中小企業・小規模企業の主体的な努力を促進することなどを基本理念としており、条例に基づく施策の一つとして創設した「三重県版経営向上計画」では、5年間で1,637件の計画を認定するなど、県内の中小企業・小規模企業が自社の経営課題や目標を明確化することにつながってきました。

一方、中小企業・小規模企業が取り組むべき課題の中には、防災・減災対策や労働力不足の深刻化など、条例制定時と比べて緊急性や重要性が増すなど、企業を取り巻く環境が変化しています。

このため、今年度においては、条例に基づき実施している施策について効果を検証するとともに、「みえ産業振興ビジョン」で掲げた、知恵や知識、技術を組み合わせ、あるいは繋ぎ直していく「KUMINAOSHI」の視点も入れて、新たな課題への対応について検討します。

### <主な状況変化>

#### (1) 自然災害の頻発化と企業の防災・減災対策の遅れ

過去5年間で県内においても2件の激甚災害（平成27年台風第15号、平成29年台風第21号）が発生するなど自然災害が頻発化する中、県内企業の事業継続計画（BCP）策定の割合は8.8%（全国平均14.7%）にとどまり、他県と比べても低い割合となっています。こうした中、中小企業の災害対応力の向上を目的として、本年5月に国による法律改正がありました。

- ① 中小企業等経営強化法が一部改正され、今後、中小企業者が単独で又は連携して行う事業継続力強化に関する計画を国が認定する制度が創設されることにより、認定を受けた者は、各種の支援措置が受けられる予定です。
- ② 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律が一部改正され、今後、商工会又は商工会議所が市町村と共同して行う小規模事業者の事業継続力強化を支援する事業についての計画を都道府県知事が認定することにより、認定を受けた者は、各種の支援措置が受けられる予定です。

#### (2) 労働力不足の深刻化

平成31年4月の本県の有効求人倍率は1.73倍となっており、5年前（平成26年4月）の1.23倍と比べて、大幅に上昇しています。県内事業所アンケート結果においても、全体の46.5%の企業が「従業員の確保難」を経営課題項目にあげるなど、労働力不足は深刻化しています。



### (3) 第4次産業革命への対応

近年の情報通信ネットワークの発達やIoT、AI、ビッグデータ、ロボットの発展等により、第4次産業革命とも呼ばれる大きなイノベーションが生まれており、一部の県内企業では、いち早く新しい技術を取り入れて、新分野の開拓や生産性の向上に生かしています。一方、県内事業所アンケート結果において、経営課題解決のためにICTを導入・利活用している企業の割合は38.7%にとどまるなど、全県的には未だ活用が広がっていない実態が見られます。

#### <検証スケジュール>

- 6月～7月 調査分析の実施
- 7月 みえ産業振興ビジョンアドバイザリーボードで意見聴取
- 8月 県内5地域で「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を開催し、市町、商工団体、金融機関等から意見聴取
- 9月 検証結果とりまとめ

## (5) 観光振興について

### 1 新・三重県観光振興基本計画の策定について

新たな三重県観光振興基本計画を、おおむね10年後、次期式年遷宮のある2033年頃の三重県観光のあるべき姿を思い描きながら、令和5年度を目標とする4か年の計画として策定します。

策定にあたっては、現計画の取組の成果と課題を踏まえつつ、本県の強みや課題をしっかりと捉え、観光誘客の推進、観光産業の振興の2本柱と6つの方向性(別紙1)に基づき、SDGs(国際連合の「持続可能な開発目標」)やSociety5.0といった新たな視点も取り入れて検討を進めます。また、県民等の意見を計画に反映させるため、三重県観光審議会における審議をはじめ、県内の観光事業者、DMO、市町等、大学生、外国人住民などへのヒアリングやアンケート、パブリックコメントなどを実施します。5月24日に開催した第1回三重県観光審議会では、委員から「三重県の強みを旅行者の目線で見直す必要がある」、「次世代への取組は、まさに持続可能な観光にとって必要な取組である」といった意見がありました。これらの意見も踏まえ、実効性のある計画となるよう、引き続き検討していきます。

(スケジュール)

令和元年5月 第1回三重県観光審議会(5/24)

6月～7月 観光事業者、DMO、市町等ヒアリング、アンケート

8月 第2回三重県観光審議会

9月 9月定例会議で中間案の説明・審議

10月 パブリックコメントの実施

11月 第3回三重県観光審議会

12月 12月定例会議で最終案の説明・審議

令和2年2月 2月定例会議へ議案として提出

3月 三重県観光振興基本計画策定

### 2 DMOとの連携について

県は全県DMOである(公社)三重県観光連盟との連携を強化し、全県DMOの機能である「マーケティングデータの収集・分析・提供機能」と「広域プロモーション機能」を充実することで、県内の地域DMOや観光関連事業者等による魅力ある観光地域づくりの活動をサポートしています。

今年度は、地域DMO等に対し、WEBサイト「観光三重」(英語・中国語(繁体字)を含む)のアクセス解析データなど観光コンテンツ造成等に役立つマーケティングデータの提供やデジタルマーケティング研修を実施します。また、インバウンド向け情報発信機能を充実していきます。

また、国では、インバウンド向け滞在型コンテンツの造成支援などの連携事業に取り組んでおり、本県においては、中部運輸局が県内DMOと連携して行う事業として、田舎ならではのアウトドアを体験できる「Trail Run Tourism コンテンツ造成事業」や『伊勢志摩の海女さん』の生態に触れるリアルな体験ツアー造成事業」等5件が事業採択されています。

今後、国は世界基準のDMO形成促進に向けて、体制強化に向けた外部専門人材の登用や中核人材の育成支援などにも取り組んでいくこととしており、県としても、今後、このような支援メニューが活用されるように、国等の動向をより一層注視し、県内DMOに積極的に活用を働きかけるなど観光地域づくりの推進に努めていきます。

#### <訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業（本県分）>

事業名	連携するDMO	事業内容
Trail Run Tourism コンテンツ造成事業	(公社) 三重県観光連盟	日本の田舎ならではの自然や文化、暮らし、アウトドアを体験できる『Trail Run Tourism』を新たに造成する
「伊勢志摩の海女さん」 の生態に触れるリアルな 体験ツアー造成事業		全国で最も海女さんの多い伊勢志摩において、本物の海女さんの仕事や生活、自然を守り抜いてきた生き様に触れる体験プランを造成する
熊野古道を活用した コンテンツ造成事業		世界遺産である熊野古道を中心に、東紀州エリアの自然や文化を活用したコンテンツを造成する
伊勢志摩 120%サイクリ ングツアー造成事業	(一社) 志摩スポーツ コミッション	クルージング、シーカヤック、海女小屋体験、サイクリング等を1つの商品としたコンテンツを造成する
Japan water (仮)	(株) Verde 大台 ツーリズム	宮川「水」をキーワードにしたアクティビティや食・文化体験をインバウンドコンテンツとして造成する

### 3 改元を生かした観光誘客の取組について

#### (1) 概要

改元という本県に注目が集まる機会を捉え、交通事業者をはじめ、市町、(公社)三重県観光連盟、県庁内関係各課等と連携して、旅行会社への旅行商品造成の働きかけ、メディアへの情報提供などに取り組んでいます。

## (2) 具体的な取組

### ア 交通事業者との連携

連携取組の成果として、新幹線を利用した首都圏発の宿泊プラン「平成最後の年に！伊勢神宮両詣りの旅」等が販売されました。

また、遠隔地からの誘客を図るため航空会社と連携し、伊勢神宮を織り込んだ本県への旅行商品の情報を刷新したところ、発売から2か月で既に前年実績を上回る約1.5倍の販売数となっています。

### イ 旅行会社との連携

首都圏、関西圏、中京圏の主な旅行会社を対象に、改元等を生かした旅行商品造成を働きかけたところ、2019年度下半期の旅行商品販売につながることで期待できるファミトリップが2社実現し、神宮徴古館やかつお燻小屋などの現地視察を行いました。

### ウ メディアへの情報提供

首都圏、関西圏、中京圏のテレビ局や雑誌社を訪問し、改元を契機に伊勢志摩を中心とした情報を提供したところ、メディア担当者の関心は高く、「神宮を中心に三重県を深掘りした記事を書いてみたい」「朔日参りや朔日朝市など、これまであまり取り上げられなかった部分にスポットを当ててみたい」といった前向きな意見をいただいています。これまでの取組の成果として、2つのテレビ番組と4つの雑誌に「平成最後のお伊勢参り」「令和での初参り」などのテーマで伊勢志摩地域が取り上げられました。



商品パンフレット

## (3) ゴールデンウィークの状況

上記の取組や観光事業者等の取組もあり、4月27日から5月6日までの10連休の県内の主要観光施設(21施設)の観光入込客数(延数)は、3,002,858人となりました。対前年度比142.4%、一日あたりでも128.2%と、県内全域で前年を上回り、特に改元で伊勢神宮に注目の集まった伊勢志摩地域は188.4%、今年熊野古道伊勢路が世界遺産登録15周年を迎える東紀州地域は141.5%となっています。

## (4) 今後の取組

三重県全体の観光消費額の増加につなげるため、10月22日の即位礼、11月14日、15日の大嘗祭や新名神高速道路の県内区間全線開通、熊野古道世界遺産登録15周年などの好機を生かし、引き続き、市町、(公社)三重県観光連盟、県庁内関係各課等と連携して、本県への誘客・周遊促進を図ります。

#### 4 インバウンド誘致について

##### (1)「#VISITMIE」キャンペーン

旅行者自身による情報発信を促すことによる「客が客を呼ぶサイクル」をより強固なものにするため、旅の思い出の写真や動画を Instagram に投稿してもらうキャンペーンを、今年度も7月から1月にかけて実施します。今回のキャンペーンは、昨年度の事業を通じて得られたデータや知見を基に、リターゲティング広告（過去にキャンペーンサイト等を訪問したユーザーに対する広告）の活用や、夏の花火など外国人の関心が高いイベント情報の発信を強化することなどにより、訪日中および訪日検討中の外国人への的確な情報発信を行います。また、海外でのイベント開催やレップ事業などのプロモーションとの連動を図ることで、より多くの外国人旅行者の投稿、誘客につなげていきます。



平成30年度 第2回キャンペーン  
三重県知事賞受賞作品  
(伊勢市二見)

##### (2) 台湾からの個人旅行者（FIT）誘致

近年、急速に個人旅行化が進む台湾市場に対し、昨年度は台湾からの訪日個人旅行者が最も参考にすると言われるインターネットメディア「ラーチーゴー！日本」と連携し、公募により選定した「三重県PRアンバサダー」を活用した情報発信などを行い大きな反響を得ることが出来ました。

今年度は、台湾におけるレップ（営業代理）の活動を中心に、最新の現地動向の把握と、それに基づく三重県の強みを生かした個人旅行者の誘致に取り組みます。具体的には、関西と中部の両方の国際空港との良好なアクセスを生かして、航空会社や空港、鉄道などの交通事業者と連携したプロモーションや、個人旅行者に影響力のある人気ブロガーやメディア、旅行会社の招聘などを通じ、三重の高級グルメの楽しみ方など個人旅行ならではの三重の旅行の魅力に焦点を当てた情報発信を展開していきます。

## 観光誘客の推進「2033年 国際的な式年遷宮へ」

### 方向性 1

一流の観光資源の磨き上げ

- **日本の文化聖地**
  - ・ 日本人の精神性を象徴する三重の文化イメージを生かした国内外からの誘客促進
- **地域の自然・伝統文化を磨き上げ、新たな価値を創造**
  - ・ 多様な自然環境と人々の営みの長い歴史のなかで育まれた豊かな生活文化を発信
  - ・ 忍者、海女など三重県ならではの文化を生かしたインバウンド誘客
- **三重ブランドをはじめとした大地と海の豊かな食材**
  - ・ 三重県の有する豊かな食材を生かした魅力の磨き上げによる高付加価値化

### 方向性 2

世界から選ばれる三重ブランディング

- **滞在型リゾートとしてのイメージを形成し、富裕層の誘客を促進**
  - ・ ゴルフツーリズムの推進や、海などの豊かな自然を生かした体験メニューの充実化等による滞在を促進
- **伊勢志摩サミットで高まった知名度を生かした呼び込み**
  - ・ 高い評価を受けた食や日本酒などのPR
  - ・ MICE開催地としてのブランド確立
- **Mie, Once in Your Lifetime 一生に一度は訪れたい三重県**
  - ・ インバウンド向けのブランディングにより客が客を呼ぶサイクルを確立

### 方向性 3

アクセスを生かした誘致

- **大阪、名古屋、東京圏からのアクセスを生かした呼び込み**
  - ・ 主要駅までのアクセスを最大限生かすための二次交通充実化
- **好立地を生かした投資や人材の呼び込み**
  - ・ 三重県の立地を生かしたハイクラスホテルなどのサービス産業の整備
  - ・ 既存施設における投資の促進
- **関西圏との連携強化**
  - ・ 大阪・関西万博に向けたプロモーションなど、関西圏との連携を強化

## 観光産業の振興「持続可能な観光産業の構築」

### 方向性 1

観光産業に関わる組織改革

- **オール三重での観光推進組織の検討**
  - ・ 既存の観光推進組織の検証・見直しを行い、オール三重で観光を推進
- **多様な産業の相互の連携強化**
  - ・ 地域全体で観光振興を進めていくため多様な産業との連携を一層強化し地域経済循環を促進する

### 方向性 2

若者定着のための人材改革

- **観光産業を若者にとって魅力ある職場に**
  - ・ サービス産業をはじめとした観光関連産業における従業員満足度向上を目指した若者の人材確保の推進
- **次世代への事業承継、起業支援**
  - ・ 次世代の若者が事業承継、起業などで活躍できる環境を整備

### 方向性 3

状況変化に対応した旅行環境の改革

- **新技術も活用した受入環境整備**
  - ・ MaaSの推進など、ICTを活用した二次交通対策の強化
  - ・ AIなどの新技術を活用した観光産業の革新によって効率的な旅行者の受入を促進
- **安全・安心な旅行環境の整備**
  - ・ 外国人旅行者向け防災対策の強化
  - ・ 外国人の目線も踏まえた旅行環境整備



## (6) 各種審議会等の審議状況の報告について

(平成31年2月14日～令和元年6月2日)

(雇用経済部)

1 審議会等の名称	令和元年度 第1回三重県大規模小売店舗立地審議会
2 開催年月日	令和元年5月10日(金)
3 委員	【会長】三重大学 准教授 寺島貴根 ほかに4名出席 計5名
4 諮問事項	・「(仮称)ドラッグコスモス芸濃店」(津市)の新設に係る届出について(1回目)
5 調査審議結果	・「(仮称)ドラッグコスモス芸濃店」(津市)の新設に係る届出について(1回目) 事務局より審議資料に基づき説明した結果、廃棄物の保管方法についてさらなる確認の必要性の意見があり、継続審議となりました。
6 備考	



1 審議会等の名称	令和元年度 第1回三重県観光審議会
2 開催年月日	令和元年5月24日(金)
3 委員	【会長】埼玉大学 教授 石阪督規 ほかに6名出席 計7名
4 諮問事項	新三重県観光振興基本計画に向けた意見交換
5 調査審議結果	<p>新三重県観光振興基本計画策定に向け、①持続可能な観光の推進に向けて、②きらりと光る観光戦略の策定に向けてをテーマに審議いただきました。</p> <p>【主な意見】</p> <p>① 持続可能な観光の推進に向けて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・右肩上がりの成長ではなくとも、観光が産業として持続できるような状態を保つ戦略が重要。</li> <li>・持続可能な観光を推進するためには、トイレの洋式化などの小さなメンテナンスも重要。事業承継などの次世代への取組はまさに持続可能な観光にとってよいもの。</li> <li>・価値観は変わっていくものであるため、10年先を見据えたときに通用するコンセプトであるべき。また、素晴らしい自然景観や海産物などの資源は有限であり、10年後も提供できるもののかなど、持続可能性も踏まえて計画を策定していくべき。</li> <li>・民間の活力を呼び起こすために、富裕層を狙って売上を上げることで賃金を上げていくことや、テクノロジーの活用、人材育成など、三重県にとっての持続可能な産業の構築をどのように行うかがわかる形で進めていくとよい。</li> </ul> <p>② きらりと光る観光戦略の策定に向けて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県の強みを旅行者の目線で見直す必要がある。</li> <li>・食や文化、神宮など三重県ならではの特性を生かすべき。</li> <li>・満足度を上げることは、リピート、情報拡散両方につながるため、ソーシャルリスニングの手法を用いて旅行者の声を把握する手法を取り入れた方がよい。</li> </ul>
6 備考	

◎報告事項 (1) 首都圏営業拠点「三重テラス」について



三重テラスの運営状況について(3月~5月)

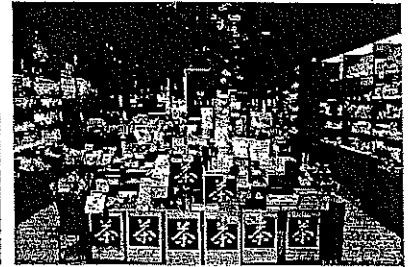
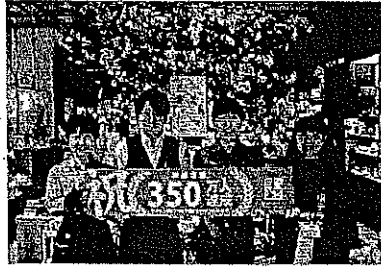
- ・オープン以来の来館者数累計は、令和元年5月31日現在で、3,598,494人です。
- ・ショップ、レストラン、イベントスペースにおいて、三重の旬の魅力や季節行事・イベントに対応した情報を発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

TOPICS

来館者350万人！ご愛顧感謝企画を実施、改元を契機としたショップづくり

平成25年9月にオープンした三重テラスの来館者は、平成31年3月30日に350万人を超え、4月1日~26日まで「ご愛顧感謝キャンペーン」を実施しました。

- 三重のうまいもん特産品プレゼント(応募2,219名)  
ショップ・レストランで1,000円以上のお買い物、お食事をしてご応募いただいた方から抽選で20名様に「三重の特産品」(5,000円相当)をプレゼント
- 山川豊さん「スペシャルコンシェルジュ」で登場



○改元をテーマにディスプレイ

新元号記念茶は、外国人のお客様にも支持されました。また、「令和」にちなんだ商品を集めた福袋を販売しました。皇后さまのエピソードが紹介された糸印煎餅を筆頭に、伊勢の商品が売れ行きを伸ばしています。

イベントスペース



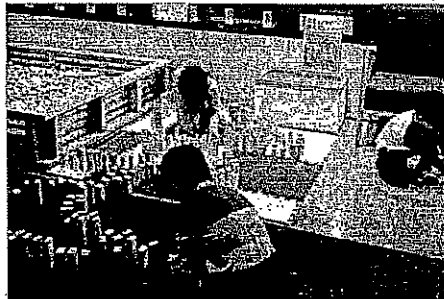
○丸山千枚田魅力発信プロジェクト(3月15日~16日)  
➢熊野市と相模女子大学のコラボ企画。大学生らが収穫したお米をふるまいつつ、農業体験を通じて感じた思いや魅力を発信[224名参加]



○伊勢型紙 × お弁当 ワークショップ(3月23日~24日)  
➢「型染め」を体験しながらハンカチを制作。そのハンカチで三重・鈴鹿の新鮮な食材を使ったお弁当を包み、オンリーワンのお弁当を作るワークショップ[95名参加]



○神都の祈り 新酒の集い(4月21日)  
➢地元酒蔵や米農家・皇學館大学・明和町との産学官連携により作られた地元100%のお酒「神都の祈り」の紹介と新酒の試飲・販売会[50名参加]



○三重の森で遊ぼう(4月28日~5月5日)  
➢ヒノキを使ったワークショップ、ウッドイースポーツ「クubb」(KUBB)、ヒノキのボールプール「もりぼーる」や積み木、「三重の木ふるさと三重かるた」など... 三重のヒノキのぬくもりを感じるイベント[926名参加]



○初夏の江戸三大祭 神田祭の魅力(5月7日)  
➢「神田祭」の魅力について、日本文化案内人の秦まゆなさんが講演[34名参加]



○伊勢茶ワークショップ(5月10日~11日)  
➢伊勢茶についてのお話と飲み比べ、新茶の美味しい淹れ方のワークショップ。[64名参加]

# TOPICS

## ショップ

【3月】

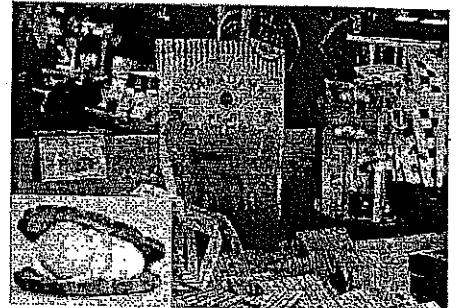
- ▶ 生あおさを季節商品として展開
- ▶ ホワイトデー商品として打ち出した「HANADAMA(華玉)」、「パールドロップ」が好調
- ▶ 毎月第3土曜日はみえセレクションの日。3月は、三重テラスの主要商品の一つ「シエル・レーヌ」を初の試食販売

【4月】

- ▶ 新茶とお茶請け菓子、改元をテーマに正面棚を展開
- ▶ 改元にちなみ、伊勢海老などのおめでたい商品を展開
- ▶ デカルネロ・カステの「羊のカステーリヤ」販売開始(毎週木曜日限定販売)

【5月】

- ▶ 「令和」記念限定福袋の他、関連商品を取り揃え、新元号キャンペーンを実施
- ▶ 母の日ギフトの提案POPを設置



ホワイトデーで人気のHANADAMA(華玉)



新元号「令和」関連商品

## レストラン

【3月】

- ▶ ドリンクメニューを大幅に変更し、三重の日本酒の取り揃えを拡充
- ▶ 4,500円のハーフティープランは、メインを松阪牛のタリアータに変更

【4月】

- ▶ 紀北町のムラサキ雲丹をPR。商品を直接お見せしてプレゼンし、セールストークを実施
- ▶ インバウンド対策として翻訳機を導入
- ▶ 相可高校卒業生がレストランスタッフの仲間入り(鎌田恵弥さん)

【5月】

- ▶ ランチ英語メニューを作成し、店先に掲示
- ▶ 新元号「令和」をラベルにした宮の雪で三重の日本酒のPR
- ▶ 「るみ子の酒」とのコラボイベントを実施



レストランの外国語表記メニュー

# DATA

## 「三重テラス」の来館者数及び売上額の状況

### 1. 三重の魅力体験者の状況

(単位:人)

	30年度計	R1年度計 (4/1~5/31)	累計
ショップ	77,471	12,479	89,950
レストラン	29,743	5,144	34,887
イベントスペース	66,650	13,181	79,831
その他	11,037	2,358	13,395
合計	184,901	33,142	218,043

### 2. 売上状況

(税込・単位:千円)

	25年度計	26年度計	27年度計	28年度計	29年度計	30年度計	R1年度計 (4/1~5/31)	累計
ショップ	60,616	103,695	142,438	149,547	137,547	139,839	23,363	757,045
レストラン	46,030	96,513	106,107	114,137	105,419	114,463	19,319	601,988
合計	106,646	200,208	248,546	263,684	242,966	254,302	42,682	1,359,033

### 3. 来館者状況

(単位:人)

	25年度計	26年度計	27年度計	28年度計	29年度計	30年度計	R1年度計 (4/1~5/31)	累計
三重テラス来館者	275,243	566,521	674,256	743,074	668,947	575,591	94,962	3,598,494

\*数値は速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。  
\*端数処理の関係上、合計が一致しない場合があります。