

【主担当部局：雇用経済部】

県民の皆さんとめざす姿（令和5年度末での到達目標）

戦略的な営業活動により、三重が世界に誇る産業の持つ魅力や価値に国内外から共感が集まり、本県の認知度が高まることで、県産品等の販路拡大や観光客の増加、県内への企業誘致など、産業・地域経済の活性化につながっています。

主指標						
目標項目	令和元年度	2年度		3年度	4年度	5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
三重県産品を購入したい・観光旅行で三重へ行きたいと考えている人の割合		67.5%		68.3%		70.0%
	62.3%					
目標項目の説明と令和3年度目標値の考え方						
目標項目の説明	首都圏・関西圏におけるアンケートで、「購入したい三重県産品がある」、「観光旅行で三重に行きたい」と考えている人の割合					
3年度目標値の考え方	これまでの実績で最高値であった平成28年度（伊勢志摩サミット開催年）の69.8%を上回る、70.0%を令和5年度の目標値に定めて段階的に増やすこととし、令和3年度の目標値を68.3%に設定しました。					

副指標						
目標項目	令和元年度	2年度		3年度	4年度	5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
営業活動に関するネットワークを生かしたイベント実施件数（累計）		600件		1,190件		2,370件
	—					
首都圏営業拠点「三重テラス」の利用者数		17.6万人		21.5万人		22.1万人
	20.8万人					
伝統産業・地場産業の技術等の活用、連携により商品開発、販路開拓、情報発信に取り組んだ事業者数（累計）		100件		210件		460件
	—					

現状と課題

- ①県内外で開催されるビッグイベントの機会を生かして、県産品の販路拡大や観光客の増加に向けた戦略的な営業活動を行う必要があります。また、三重の魅力を発信する観光物産展を効果的に開催するため、包括連携協定を締結した企業等との連携を深める必要があります。
- ②新しい生活様式の普及により、三重テラス近隣の企業ではテレワークが定着しつつあることから、例年の来館者数を確保することは厳しい状況です。こうした中、首都圏で三重の認知度を向上させるためには、これまでに構築した首都圏のネットワークと連携した取組やICTを活用したイベントを行うなど、効果的に情報発信する必要があります。
- ③新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない中、全国的にテレワークの普及が進んでおり、コロナ後の時代を見据え、サステナブルで新しい働き方やライフスタイルへの変革に向けた取組として、ワーケーションを部局横断的に連携して推進していく必要があります。
- ④関西圏においては、新型コロナウイルス感染症への対応や、大阪・関西万博の開催に向けた動きなど社会経済情勢の変化を的確に捉え、DXに対応する新たな営業活動手法を取り入れながら、三重の魅力発信、観光誘客、県産品の販路拡大に取り組んでいく必要があります。
- ⑤伝統産業・地場産業では、インバウンドなど新たな市場を開拓するため、異業種等との多様な連携による付加価値の高い商品開発や、食材など他の製品と一体となった販路開拓の取組を支援していく必要があります。また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者への販路拡大支援のため、「新たな日常」に対応した多角的な情報発信、販路開拓等の取組を進める必要があります。
- ⑥「三重の日本酒」について、三重県酒造組合等の関係機関と連携し、海外への商流確保やGI（地理的表示）を活用したブランド化の取組を促進してきました。引き続き、三重の日本酒の国内外への販路開拓、販路拡大の取組を支援していく必要があります。

令和3年度の取組方向

- ①三重県営業本部では、三重の認知度を一層向上させるため、令和3年に開催される東京オリパラ、三重とこわか国体・三重とこわか大会、第9回太平洋・島サミットや、令和7年に開催される大阪・関西万博などのビッグイベントの機会を生かし、市町、関係団体等と連携した取組を進めます。また、包括協定を締結した企業等と連携しながら観光物産展を開催することにより、首都圏をはじめ、関西圏、中部圏及び海外において三重の魅力発信に努めます。
- ②首都圏で三重の認知度を向上させるため、三重ファンと連携した取組を行うほか、新しい生活様式に合わせ、三重テラスにおいてICTを活用したイベントや県産品の販売、安心・安全な店づくりを引き続き進めることで、効果的に情報発信します。また、東京オリパラの開催にあわせ、世界の人々に三重の魅力を発信する取組を行います。
- ③本県の持つ強みをふまえた“みえモデル”ワーケーションを構築するため、従来の情報発信や環境整備に加え、地域内外とのネットワークを構築できる人材の確保・育成等について、市町、商工団体、民間事業者等と連携しながらオール三重で取組を展開していきます。
- ④関西圏営業戦略に基づき、オンラインビジネスやSNSを積極的に活用しながら「効果的な情報発信」、「観光誘客」、「県産品等の販路拡大」、「移住、U・Iターン就職の促進、企業誘致」などの取組を展開し、三重県のさらなる認知度向上や県内の農林水産事業者、観光関連事業者等の売上回復等につなげます。
- ⑤伝統産業・地場産業では、インバウンドや海外市場をターゲットとして、食材や日本酒など異業種等との多様な連携による商品開発、情報発信、販路開拓の取組を支援するとともに、オンラインの活用など、「新たな日常」に対応できる人材育成に取り組めます。

- ⑥「三重の日本酒」について、三重県酒造組合のGI（地理的表示）を活用したブランド化の取組を支援するとともに、国内外への一層の販路開拓、販路拡大を図ります。

主な事業

①戦略的営業活動展開推進事業【基本事業名：33201 営業本部の展開】

予算額：(R2) 10,158千円 → (R3) 8,435千円

事業概要：地域のブランド力の向上、販路拡大や県内への誘客を図るため、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等の企画・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むとともに、国内外で観光物産展を開催することで、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首都圏営業拠点推進事業【基本事業名：33202 首都圏営業拠点の強化】

予算額：(R2) 96,222千円 → (R3) 96,959千円

事業概要：首都圏における三重の認知度の向上につなげるため、首都圏における営業活動の拠点であり、三重の魅力を集めたショールームである首都圏営業拠点「三重テラス」の効果的な管理・運営を行い、県産品の販路拡大や県内への誘客の取組を展開します。

③（新）みえモデルワーケーション推進事業【基本事業名：33201 営業本部の展開】

予算額：(R2) ー千円 → (R3) 50,321千円

事業概要：三重県でのワーケーションの受入れを推進するため、ワーケーションのモデル的な取組を県内に水平展開し、市町の取組と連携しながら“みえモデル”を構築するとともに、首都圏等の企業・個人へのプロモーションと県内受入施設とのマッチングをオンラインで推進するほか、県外企業のサテライトオフィス誘致に取り組めます。

④関西圏営業基盤構築事業【基本事業名：33203 関西圏営業活動の強化】

予算額：(R2) 6,588千円 → (R3) 5,836千円

事業概要：関西圏における三重県の認知度の向上につなげるため、情報発信の強化、県産品の販路拡大、観光誘客の促進、U・Iターン就職及び移住の促進、企業誘致、関西圏のネットワークの充実強化に取り組めます。

⑤伝統産業・地場産業の新たな市場開拓促進事業

【基本事業名：33204 伝統産業・地場産業、地域資源の魅力増進】

予算額：(R2) 4,757千円 → (R3) 4,110千円

事業概要：伝統産業・地場産業の魅力をあらためて認識し、インバウンドなど新たな市場を開拓するため、異業種等との多様な連携による付加価値の高い商品開発や販路開拓に取り組めます。

⑥日本酒の魅力発信・販路拡大支援事業

【基本事業名：33204 伝統産業・地場産業、地域資源の魅力増進】

予算額：(R2) 5,220千円 → (R3) 8,960千円

事業概要：「三重の日本酒」の海外に向けた販路拡大およびブランド価値を高めるため、情報発信力の高いフランス・パリにおいて、シェフ、バイヤー等を対象にGI（地理的表示）を活用したプロモーションを行います。