

平成 25 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) 「『平成 25 年版成果レポート』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見」への回答について 1
- (2) 「事業改善に向けた有識者懇話会」での意見について 5
- (3) 指定管理者が行う公の施設の管理状況報告について 7
- (4) 首都圏営業拠点「三重テラス」について 15
- (5) 三重県中小企業振興条例（仮称）について 25
- (6) 障がい者雇用の推進について 29
- (7) 雇用創造懇話会の実施状況について 33
- (8) 「みえスマートライフ推進協議会」及び「みえ ICT を活用した産業活性化推進協議会」について 37
- (9) 「第 11 回リーディング産業展みえ」について 41
- (10) 三重県観光キャンペーンについて 43、別添 1
- (11) 三重県観光振興基本計画年次報告について 45
- (12) 台湾との交流・連携について 47
- (13) ブラジル・アメリカミッションについて 49
- (14) 「みえ国際展開に関する基本方針」について 51、別添 2
- (15) 関西圏営業戦略（仮称）について 53
- (16) 各種審議会等の審議状況の報告について 59
- (17) 三重県景気動向調査結果報告について 別添 3

平成 25 年 10 月 3 日

雇用経済部

(1)『平成25年版成果レポート』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見への回答について

戦略企画雇用経済常任委員会

施策番号	施策名	主担当部局名	委員会意見	回答
321	三重の強みを生かした事業環境の整備と企業誘致の推進	雇用経済部	<p>施策の進展度が、あまりよくない状況であるが、企業誘致などは重要な取組であり、マイレージ制度の創設など、今後、新たな取組で施策を推進されたい。</p>	<p>県内立地済企業の設備投資が進まなかったことが一つの要因でもあるため、今後は、国内にとどまって操業を続けるマザー工場の整備に対する支援、マイレージ制度の導入による県内企業の再投資の促進などを柱とする新たな企業誘致制度を活用して県内への設備投資を促進してまいります。</p> <p>また、新たな取組として、県内に立地している企業の経営者等を対象に操業環境に関する意見交換を行う懇談会を首都圏において開催し、企業の操業環境の改善や追加投資につなげるための支援等に取り組んでいきます。</p> <p>さらに、今後は、三重テラスを活用し、産学界との懇談会を開催するとともに、金融機関や市町と連携した投資促進セミナー等によって三重の強みを情報発信していきます。</p> <p>こうした取組を活用し、戦略的な企業誘致を推進することで、県内企業の投資を促進させ産業の活性化を進めていきます。</p>
			<p>サービス産業の誘致については、地域が活性化されることもあり、積極的に取り組まれない。</p>	<p>サービス産業の誘致に向け、サービス産業に関わる経営者の方々と「サービス産業立地促進研究会」を立ち上げたところです。研究会の委員からは、「伊勢神宮や伊勢志摩の海の食材などすばらしい素材をしっかりとアピールすることが必要」、「海外の富裕層、国内のシニアなどに来てもらえるような投資やプロモーションに力を入れることが必要」といったご意見をいただいております。今後、研究会で意見交換を重ね、サービス産業の誘致戦略について検討し、多くの顧客を抱える宿泊施設や集客力の高い施設などの誘致に向けた取組を進めていきます。</p>
			<p>目標とする企業誘致の件数を賄えるための用地は確保されているのか。また、企業誘致のための土地について、市町を通じた民間事業者との連携についても強化して取り組まれない。</p>	<p>既に造成されている工業団地に加え、工場跡地などの遊休地や、工場用地として開発が期待できる土地もあり、これらの活用を進めるためにも市町との情報交換を密にしていきます。</p> <p>さらには、民間事業者とも連携し企業の意向を反映した用地を提案できるよう取り組んでいきます。</p>

(1)『平成25年版成果レポート』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見への回答について

戦略企画雇用経済常任委員会

施策番号	施策名	主担当部局名	委員会意見	回 答
322	ものづくり三重の推進	雇用経済部	海外展開を支援するサポートデスクについて、他府県等が開設しているサポートデスクなどとの共同活用について検討されたい。	<p>中小企業の海外展開支援については、本年5月に締結した日本貿易振興機構（ジェトロ）との覚書を踏まえ、両機関の海外拠点・ネットワークを活用した海外展開支援にかかる相互連携を一層強化していくことにより、中小企業の海外展開ニーズに応えていきたいと考えています。</p> <p>また、単独で取り組むよりも他県との連携など広域的に取り組んだほうがその成果が期待できる県産品等の物販機会の創出、観光誘客等のテーマについては、ふるさと知事ネットワークやGNI（グレーター・ナゴヤ・イニシアティブ）、昇龍道プロジェクトなどの広域的な連携の枠組みを活用しながら、お互いのネットワークの活用等についても模索していきます。</p>
323	地域の価値と魅力を生かした産業の振興	雇用経済部	創業にかかる融資相談は起業家が相談しやすいことから日本政策金融公庫や商工会などに出向くことが多いと聞く。県単融資の創業再挑戦アシスト資金は金融機関が窓口となっているが、今後、商工団体などでもこの資金の相談ができるようにされたい。	<p>小規模資金や経営革新資金などについては、商工団体なども相談・申込の窓口となっていていただいています。が、他の県単融資制度は主に金融機関が窓口となっている現状があり、今後、商工会、商工会議所や中央会など商工団体としっかり連携して創業者などが気軽に融資相談できる体制を構築していきます。</p>
			かつては、経済産業省の委託事業として、創業塾や経営革新塾などがあったが、23年度以降は廃止され、今は商工団体が自己負担で行っている。県として助成制度を作って支援されたい。	<p>県では、商工団体が行う小規模事業者等の経営、技術の改善、発達のための事業の充実を図るために補助金等を交付し支援しているところです。</p> <p>また、商工団体との連携による地域産業支援事業として、商工団体が実施する経営人材、技術開発人材の育成の取組や、創業に向けてのセミナー・研究会の開催等に要する経費を支援する制度も設けており、今後、商工団体との情報交換を密にして地域産業の活性化に努めてまいります。</p>

(1)「『平成25年版成果レポート』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見」への回答について

戦略企画雇用経済常任委員会

施策番号	施策名	主担当部局名	委員会意見	回答
331	雇用への支援と職業能力開発	雇用経済部	若者の雇用支援については、若年無業者など多様な課題が顕在するが、それぞれの課題に対応できるきめ細やかな支援の検討を進められたい。	若年無業者を取り巻く課題は「職業観が十分醸成されていない」、「進路が未決定のまま学校を卒業した者への支援ツールが十分でない」、「就職した後の離職理由を把握できていない」等とそれぞれの置かれた状況により異なることから、三重県雇用創造懇話会等において若者の就労支援全般について議論を深めていくとともに、三重労働局や県教育委員会をはじめとする関係機関との効果的な事業の連携を図っていく中で、対象者毎の課題に応じた支援に取り組んでいきます。
341	三重県営業本部の展開	雇用経済部	関西事務所は、関西地域のネットワークづくりや販路拡大などを進める重要な拠点であり、今後、作成される「関西営業戦略（仮称）」とともに、今後の営業活動などの取組を、大いに推進されたい。	「関西営業戦略（仮称）」については、関西圏認知度意向調査等によって、企業等のニーズを十分把握するとともに深掘りし、策定に向けた作業を進めています。あわせて遷宮後の誘客や熊野古道世界遺産登録10周年を見据えて、「食」や「観光」の魅力を販路開拓や観光誘客につなげていくため、県内市町をはじめ県人会、経済界、鉄道事業者、小売・流通事業者等とのネットワークづくりの強化に取り組めます。 今後、ネットワークを生かした営業活動を展開していく中で、特に「食」については、前記調査でも「三重県のイメージ・魅力」の上位にあり、ポスト遷宮後の有力なコンテンツと考えられることから、関係団体との連携を一層進め、一次産品などの売り込みを強化していくとともに、鉄道事業者やマスコミ関係者等との連携を密にして観光誘客につながる仕組みづくりに取り組んでいきます。

(1)「『平成25年版成果レポート』に基づく今後の『県政運営』等に係る意見」への回答について

戦略企画雇用経済常任委員会

● 選択集中プログラム

プログラム番号	プログラム名	主担当部局名	委員会意見	回答
緊急課題 解決4	働く意欲が 生かせる雇用 確保プロジェクト	雇用経済部	若者の就労支援、県立高等学校卒業生徒の就職内定率の向上にあたって、教育委員会との連携を進められたい。	三重県新卒者就職応援本部（雇用経済部、教育委員会、三重労働局、中部経済産業局、労働団体、商工団体等）を設置し、そこで、各セクターの情報を共有しながら、協力・連携のもと、説明会などの取組を進めていきます。

(2) 「事業改善に向けた有識者懇話会」での意見について

施策321：三重の強みを生かした事業環境の整備と企業誘致の推進

基本事業	事務事業	意見
32101 国内外の企業誘致の推進	企業立地推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> ●立地件数の少なさとともに、立地業種に特色が見い出せない。三重の立地環境の優位性をより強力に打ち出すとともに、どのような業種の立地を進めるのか、将来の産業ビジョンを描きつつ、効果的な広報宣伝と企業誘致を進めていく必要があると思われる。 ●他県と比較した際の三重県の強みを明確に示すことが、誘致には必要と思われる。例えば、大阪・名古屋両都市に通じるインフラという点では滋賀県などと競合するが、依然として人口が増加しており、立命館・龍谷などの理系学部を擁しているという人材確保のしやすさや、甲賀市あたりの土地の安さなどの点では、滋賀県の方が優位にあると思われる。それを上回る三重県の強みを示せないと誘致合戦には勝てないのではないか。 ●マスコミ戦略について <ul style="list-style-type: none"> →企業誘致のマスコミとのつながりを持つ方法を模索するのはどうか？ 例) Softbankの孫さんと鳥取県のケース：鳥取県知事がCMに使ってほしいと頼んだと聞いている。 →youtubeに動画を載せて、PRとして三重の強みをブランド化にするのはどうか。 例) 香川県のうどん県 ●企業誘致の立地場所をみると、三重県の北地域に集中している。南地域の活性化につながる企業誘致の工夫が必要。
	バレー構想等推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> ●他地域のバレー構想（青森県：クリスタルバレー構想、塩尻市：信州版シリコンバレー構想、大分・宮崎両県：東九州メディカルバレー構想 など）との違いを明確にして、三重県の優位性を示してほしい。
	産業集積促進補助金	<ul style="list-style-type: none"> ●シャープの誘致は、結果的には（そこでの雇用が非正規雇用ばかりで）正規雇用の増加にはあまり結びつかなかったとの意見もあることから、県民の安定的な雇用の確保・維持に向けての事業のあり方の検討が必要と考える。
	三重の活力を高める企業誘致促進事業費	<ul style="list-style-type: none"> ●今後に向けた改善のポイントと取組方向が、従来の枠から抜け出していない印象を受ける。マイルージ制度やマザー工場型拠点立地補助金といった新たな制度をより強力にアピールしていく必要があると思われる。 ●この事業によって実際に安定した雇用の確保がどの程度諮られたかという説明が、この事業の成果と課題としては求められる。それなくして制度の存続も改変もあり得ないのではないか。
	工場立地受け皿調査費	<ul style="list-style-type: none"> ●他県と比較した際の三重県の強みを明確に示すことが、誘致には必要と思われる。例えば、大阪・名古屋両都市に通じるインフラという点では滋賀県などと競合するが、依然として人口が増加しており、立命館・龍谷などの理系学部を擁しているという人材確保のしやすさや、甲賀市あたりの土地の安さなどの点では、滋賀県の方が優位にあると思われる。それを上回る三重県の強みを示せないと誘致合戦には勝てないのではないか。
	東日本大震災被災企業操業支援事業費	
	緊急経済対策設備投資促進補助金	
32102 クリーンエネルギーバレー構想の推進	自動車関連技術高度化支援事業費 クリーンエネルギー研究推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> ●外資系企業の誘致は日本全体でみても難しい課題といえる。従来型の延長ではなく、三重大学を始めとした大学の国際的な研究交流、県内の大手企業の提携先、近隣県も含めた既存の外資系企業といったターゲットを絞った誘致活動の展開が重要だと思われる。 ●この事業によって外資系の企業を実際にどれくらい誘致できたのかが成果として見えない。 ●誘致活動の翻訳作業費用を持つことが、外資系企業を誘致する手法になっているとは思えない。

(2) 「事業改善に向けた有識者懇話会」での意見について

施策321：三重の強みを生かした事業環境の整備と企業誘致の推進

基本事業	事務事業	意見
32103 ライフィノベーションの推進	メディカルバレー産学官民連携事業費	●観光・国際局とも連携し、メディカルツーリズムの観点も入れて、情報発信して行って欲しい。
	メディカルバレー研究開発支援事業費	
	メディカルバレー緊急雇用創出事業費	●観光・国際局とも連携し、メディカルツーリズムの観点も入れ、国外にも広く啓発して行ってはどうか。
	みえライフィノベーション推進事業費	●フードイノベーション課とも連携して、沖縄県における「ぬちぐすい」（食事こそが命を守る薬という考え）のような発想に基づく、「薬」と「農」が連携した産業の創出に努めて行って欲しい。
32104 国内外のネットワークづくり	高度部材に係る研究開発促進事業費	
	四日市コンビナート競争力強化事業費	●創業から時間が経ち老朽化が進んでいる設備の更新についても、より連携を強めて課題の解決を図って行ってほしい。
	三重県景気動向調査事業費	●調査によって得られたデータが、どのように活用されているのかが気になる。この調査を、事務事業や施策の評価・改善につなげて行って欲しい。
	みえ産業振興戦略検討事業費	●この戦略が「今後、何を成長産業と位置付け、何で雇用を生み出していくのか？」の戦略であるならば、本施策の各事業は全てその戦略の下に位置付けられているべきと考えるが、その連関しているのかが分かりにくい。戦略が「絵に描いた餅」になってしまわないよう、戦略と事業との結びつきを明確にしてほしい。
	新たな産業振興プロジェクト等業務推進緊急雇用創出事業費	●何を「強み」と捉えるかは、どのような観点から分析するかによって異なる。今後基礎資料として多面的に活用できるように、データの収集・分析が一面的なものにならないよう留意されたい。

施策に関する総括的な意見	<p>●県民指標の目標項目である「県内への設備投資額」を、当該年度の誘致企業に対するアンケート調査によってのみ、算出する方法に疑問を感じる。今後の施策では、新規立地のみならず、既存企業の設備投資についても把握されることと思うが、アンケートだけでなく、多面的な情報源にもとづき、より正確な設備投資動向の把握に努めてほしい。</p> <p>●従来からのバレー構想や産業集積促進補助金を見直し、マイルージ制度やマザー工場型拠点立地補助金などを通じて、既存企業の高付加価値化を図る新たな方向は注目すべき動きといえる。一方で、全国的に国内立地件数が増加傾向を示し始めている中で、クリーンエネルギーやメディカル産業など成長産業の新規立地で成果をあげうるかが問われてこよう。いずれにしても、従来とは異なる戦略的な企業誘致が求められるが、その具体的な内容については、あまり明確ではないように思われる。工場診断、産業別の立地優位性の検討など、新たな手法を活用した効果的な施策展開を期待したい。</p> <p>●企業立地件数は、東海4県の中で三重県だけが下がっているといった趣旨の説明があったが、目標を達成できなかった原因を、周辺他県と比べて、どのように分析し、それを新制度の創出にどうつなげたのか、PDCAのうち、CAがもう少し明確に示されないと、施策の進展度を高めるような事業を創出しがたいのではないかと感じた。また、事業環境の整備によって起業を促すといったインキュベーションの視点も、もう少し欲しいと感じた。</p> <p>●県民指標が設備投資額となっている。企業の撤退も考慮すべきと考える。純投資額の方が良い。設備廃棄についても県の支援が不十分でなかったか、当初の支援に誤りがなかったか、の反省分析に役立つ。</p> <p>●企業誘致は重要だが、既存の企業が撤退しないようにしていくためのケアも必要。 →撤退する企業の担当者を対象に、企業側の要求と撤退理由について聞き取り調査をするのはどうか。 →企業側が考えているデメリットを業種別にデータ化して分析することはよい資料になるのではないか。</p> <p>●評価指標には、撤退した企業からの三重県の課題を加えることも必要。</p> <p>●日銀の沖縄支店長は、転勤してきた企業の支店長が、東京本社や大阪本社に戻ったときに沖縄宣伝長として活用してもらうため、定期的に県の重要施策などを郵送していると聞いている。トップクラスセールスも重要であるが、ミドルクラスセールスというものは地味だが低コストで意外と効果的かもしれない。</p>
--------------	---

(3) 指定管理者が行う公の施設の管理状況報告について

1 指定管理者の概要等

三重県営サンアリーナは、地方自治法第 244 条の 2 第 3 項の規定に基づき、株式会社スコルチャ三重が、指定管理者として、平成 23 年 4 月 1 日から平成 28 年 3 月 31 日まで管理を行います。

なお、同社は、平成 18 年 4 月 1 日から平成 23 年 3 月 31 日までの管理も行っており、現在は 2 期目の管理となっています。

指定管理者は、三重県営サンアリーナの事業の実施に関する業務、施設等の利用の許可等に関する業務、利用料金の収受等に関する業務、施設等の維持管理及び修繕に関する業務等を行っています。

2 平成 24 年度における管理業務の実施状況及び利用状況

(1) 管理業務の実施状況

①管理運営事業の実施に関する業務

平成 24 年度の平均稼働率について、メインアリーナは大型コンサートやゲネプロ（本番に向けてのリハーサル）による利用があり前年度の 48.9%から 53.8%へ 4.9 ポイント、サブアリーナも前年度の 61.8%から 64.5%へ 2.7 ポイント、いずれも増加しましたが、その他会議室等はほぼ前年度並（0.3 ポイント減）に留まりました。利用人数は、フィットネスの利用が前年を上回りましたが、アリーナ、会議室、トレーニングの利用が前年を下回った結果、全体では対前年度比 93.0%の利用となりました。

②施設及び設備の維持管理及び修繕に関する業務

施設・設備の維持管理においては、日常監視とメンテナンスに注力し、緊急度・優先度に配慮しながら修繕対応に努めていますが、平成 24 年度は、翌年度に全国大会が多く予定されている点を踏まえて積極的に修繕するとともに、館内巡回を徹底して不具合の早期発見に努め、軽微な修繕、修復作業を職員が処置するなど、迅速に対応しました。

なお、開館以来 19 年を経て、施設設備の経年劣化が進んでおり、サンアリーナの施設利用に支障を来さないよう配慮し、改修工事を進めていく必要があります。

(2) 施設の利用状況

		平成 24 年度 実績	平成 23 年度 実績	対前年度	(数値目標)
利用人数	アリーナ	236,443 人	251,366 人	94.1%	260,000 人
	会議室等	25,844 人	31,011 人	83.3%	33,800 人
	トレーニング室	11,882 人	12,752 人	93.2%	22,000 人
	フィットネス室	2,908 人	2,652 人	109.7%	4,200 人
	利用人数計	277,077 人	297,781 人	93.0%	320,000 人
稼働率	メインアリーナ	53.8%	48.9%	4.9 ポイント増	57.0%
	サブアリーナ	64.5%	61.8%	2.7 ポイント増	67.0%
	会議室等	19.1%	19.4%	0.3 ポイント減	20.0%

※平均稼働率とは、1 日を午前・午後・夜間の 3 つに区分し、「(区分単位での利用数) ÷ (稼働可能区分数)」で算出される割合をいいます。例えば、1 日のうち、午前、午後、夜間の全てに利用があった場合に 100%となります。

3 平成 24 年度における管理業務に関する経費の収支状況

単位：円

収入の部	H23	H24	支出の部	H23	H24
指定管理料	195,000,000	191,000,000	人件費	77,039,973	79,293,258
利用料収入	98,288,114	100,247,650	水光熱費	61,417,740	63,959,129
自主事業収入	29,543,976	33,730,572	一般管理費	129,354,501	129,296,375
営業外収入	2,006,549	321,696	自主事業経費	43,876,582	42,747,177
その他の収入	0	0	その他の支出	0	0
			法人税・住民税等	7,079,878	5,497,104
合計 (a)	324,838,639	325,299,918	合計 (b)	318,768,674	320,793,043
収支差額(a)-(b)	6,069,965	4,506,875			
利用料金減免額	3,898,246	4,755,203			

4 平成 24 年度における管理業務に関する評価

評価の項目	自己評価			県の評価		
	H23	H24	コメント(要約)	H23	H24	コメント
1 管理業務の実施状況	A	A	<p>○週末利用型と平日利用型を区別しながら新規利用者開拓に取り組んだ。そのなかで、週末利用型は直接誘致を中心に活動し、平日利用型の営業は、社内会議などの需要の掘り起こしを中心に行い、関西～東海エリアの大学にはスポーツ合宿での利用促進を実施した。</p> <p>○県からの助言や利用者からの意見を反映し、利用環境改善のため以下のような点に積極的に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・券売機を増設し、初めての方の利用に配慮。 ・おもいやり駐車場を4区画設置。 ・メインアリーナ、サブアリーナ入口付近の女子トイレ2か所にベビーチェア設置。 ・トレーニング室前多目的トイレを改修し、ユニバーサルデザイン化。 	A	A	<p>○サンアリーナの利用目的が多様化し、大型コンサートやスポーツ大会のほか、幼稚園の運動会、敬老の日イベント、国家試験会場やパーティー会場など、様々な式典や集会等でも利用されている。</p> <p>○職員が館内を巡回し、施設、設備の監視・点検を行うとともに、不具合・故障について迅速な修繕に努めている。</p>
2 施設の利用状況	B	B	<p>○年間を通して3件の大型コンサート(延べ4公演)、複数日にわたって利用のあるゲネプロ(本番に向けたリハーサル)が2件(延べ12日間)あり、平均稼働率や収入面で大きく貢献した。しかし、年間での平均稼働率、利用人数における目標達成には至らなかった。</p> <p>○トレーニング室での女性客、フィットネススタジオにおける定期的利用者がそれぞれ増えている。</p>	B	B	<p>○平均稼働率は、メインアリーナ及びサブアリーナでいずれも前年度を上回ったが、その他会議室はほぼ前年度並みに留まった。</p> <p>○利用人数は、フィットネスの利用を除いて前年度を下回る結果となった。</p>

評価の項目	自己評価			県の評価		
	H 23	H 24	コメント(要約)	H 23	H 24	コメント
3 成果 目標 及び その 実績	B	B	<p>○平均稼働率及び利用人数とも、数値目標に対しては未達となった。しかし、直接誘致などの営業活動の成果により、施設利用料収入は、前年度対比 102.0%と顕著な実績を上げた。</p> <p>○スポーツツーリズムをテーマにした「トレイルランニング」という新たなイベントや地域スポーツの振興に繋げるためのバスケットボールのプロリーグ開催にも取り組み、収支計画での当期純利益目標をクリアした。</p>	B	B	<p>○平均稼働率及び利用人数とも、目標数値には達していないが、利用料金収入は前年度から増加し、目標を1割強上回った。</p> <p>○目標達成率は、会議室等利用人数やトレーニング・フィットネスの各利用人数が相対的に低い状況にある。</p> <p>○平成 24 年度収支では 4,506 千円の黒字を計上した。</p>
特記事項 (今後の課題) ①貸館誘致等のより一層の取組 ②老朽化が進む施設・設備の修繕等の取組						

指定管理者が行う公の施設の管理状況報告(平成24年度分)

<県の評価等>

施設所管部名：雇用経済部 観光・国際局

1 指定管理者の概要等

施設の名称及び所在	三重県営サンアリーナ (伊勢市朝熊町字鴨谷4383-4)
指定管理者の名称等	株式会社スコルチャ三重 代表取締役 濱田典保 (伊勢市朝熊町字鴨谷4383-4)
指定の期間	平成23年4月1日～平成28年3月31日
指定管理者が行う管理業務の内容	1 サンアリーナの事業の実施に関する業務 2 サンアリーナの施設等の利用の許可等に関する業務 3 サンアリーナの利用料金の收受等に関する業務 4 サンアリーナの施設等の維持管理及び修繕に関する業務 5 前各号に掲げる業務のほか、三重県がサンアリーナの管理上必要と認める業務

2 施設設置者としての県の評価

※指定管理者が変わった場合、前年度の評価は斜線を記入しています。

評価の項目	指定管理者の自己評価		県の評価		コメント
	H24	H23	H24	H23	
1 管理業務の実施状況	A	A			○サンアリーナの利用目的が多様化し、大型コンサートやスポーツ大会のほか、幼稚園の運動会、敬老の日イベント、国家試験会場やパーティー会場など、様々な式典や集会等でも利用されている。 ○職員が館内を巡回し、施設、設備の監視・点検を行うとともに、不具合・故障について迅速な修繕に努めている。
2 施設の利用状況	B	B			○平均稼働率は、メインアリーナ及びサブアリーナでいずれも前年度を上回ったが、その他会議室はほぼ前年度並みに留まった。 ○利用人数は、フィットネスの利用を除いて前年度を下回る結果となった。
3 成果目標及びその実績	B	B			○平均稼働率及び利用人数とも、目標数値には達していないが、利用料金収入は前年度から増加し、目標を1割強上回った。 ○目標達成率は、会議室等利用人数やトレーニング・フィットネスの各利用人数が相対的に低い状況にある。 ○平成24年度収支では4,506千円の黒字を計上した。

※「評価の項目」の県の評価：

「+」(プラス) → 指定管理者の自己評価に比べて高く評価する。
 「-」(マイナス) → 指定管理者の自己評価に比べて低く評価する。
 「 」(空白) → 指定管理者の自己評価と概ね同じ評価とする。

総括的な評価	<p>○県民が利用しやすい施設であることをめざし、「券売機の増設」や「女子トイレへのベビーチェア設置」、「ユニバーサルデザインに配慮したトイレ改修」のほか、新たに「トレイルランニング」や「リズムダンス教室」を開催するなど、施設運営全般にわたって工夫しながら取り組む姿勢が認められる。</p> <p>○地域や県民との連携を深めるため、継続的に社外組織や団体活動への参加やコラボレーションに取り組んでおり、サンアリーナに対する理解向上、利用促進につながっていると考えられる。</p> <p>○市民団体等の地域活性化活動への関与を通じて新たに「トレイルランニング」を開催するなど、自主事業の開拓に積極的に取り組んでいる。今後は、自主事業の定着と収支の改善が期待される。</p> <p>○雨漏りなど老朽化が進むなか、計画的に実施する大規模修繕とともに、指定管理者にて小規模修繕を迅速かつこまめに実施することにより、利用者の「快適性」と「安全性」に配慮した施設の維持管理に取り組んだ。</p> <p>○1階入口に「提案箱」を設置しているほか、イベント主催者向けや県民向けに電子アンケートを実施することにより、ニーズの把握に努めるとともに、寄せられた声に対して真摯に対応している。</p> <p>○平均稼働率について、メインアリーナは前年度の48.9%から53.8%へ4.9ポイント、サブアリーナは前年度の61.8%から64.5%へ2.7ポイントそれぞれ増加したものの、目標数値には達しなかった。</p> <p>○利用人数については、アリーナ、会議室及びトレーニングでの利用がいずれも前年度を下回ったが、ゲネプロ(本番に向けたリハーサル)利用等により、利用料金収入は、前年度から約200万円増加した。</p> <p>○平成24年度収支では4,506千円の黒字を計上しており、今後はより安定的な経営体質をめざすことが望まれる。</p>
--------	--

1 管理業務の実施状況及び利用状況

(1)管理業務の実施状況

①三重県営サンアリーナ管理運営事業の実施に関する業務

○東日本大震災の影響で延期となっていた「全国ママさんバレー」が7月に皇族の御成りの中で無事開催された。これを皮切りにコンサート関係を中心に順調に推移していった。なお、24年度の特徴は、年間を通して3件の大型コンサート(延べ4公演)、複数日にわたって利用のある「ゲネプロ」(本番に向けてのリハーサル)が2件(延べ12日間)あり、平均稼働率に大きく貢献しており、収入面でも大きく貢献した。

○トレーニング室では、平成23年4月に機器の入れ替えを実施してから利用客の減少が続いていたが、24年度の後半からは、当初想定していた通り、女性客を中心に利用客が伸びてきており、回復傾向にある。

○23年度からの特徴として、サンアリーナの利用目的の多様化が24年度はさらに顕著で、幼稚園の運動会、遠足、敬老の日イベントや夕涼み会、国家試験会場やパーティー会場など、様々な式典集会での利用が多くあった。

○自主事業で特に注力しているスポーツである「フットサル」と「バスケットボール」においては、平日リーグから女子のリーグ戦、中体連、高体連と盛んに開催されており、その最高峰で、Fリーグチャンピオンの名古屋オーシャンズを招聘してのプレシーズンマッチ、バスケットでは、bjリーグの公式戦の開催、また、それぞれ子供たち向けにクリニックも実施しており、サンアリーナがこの種目におけるメッカに成りつつある。

○平日の稼働率向上を目的に着手した利用促進営業は、社内会議などの需要などの掘り起こしを中心に行い、関西～東海エリアの大学にはスポーツ合宿での利用促進を行った。

②施設及び設備の維持管理及び修繕に関する業務

○常時職員が館内外を巡回し、施設、設備、備品の監視・整備・点検を行うとともに、発見した不具合・故障については迅速な修繕、修復に努めており、当年度もできるだけ自社修繕を心がけた。そのため、全体での修繕費の抑制に成果が出ているが、24年度は全国大会が多く予定されている25年度を前に、積極的に修繕を行った結果、前年度を上回る結果になった。(6,152千円/前年比140.7%)

○当年度の環境整備事業は7期に分けて実施した。当年度の主要な整備内容は、高圧VSB取替工事、会議室前廊下壁・サブアリーナ通路壁・レストトイレの各クロス張替工事、冷温水発生機修繕、メインアリーナ・サブアリーナ雨漏り修繕、電磁流量計更新工事、館内椅子張替などであった。

③県施策への配慮に関する業務

○三重県からの指導もあり、「おもしろい駐車場」を10月から身障者駐車場の内4区画とA駐車場内に4区画設置し、運用を開始した。

○子供連れで来館された女性の方のご意見をきっかけに、メインアリーナ、サブアリーナ入り口付近の女子トイレ2か所に「ベビーチェア」を設置した。

○トレーニング室前多目的トイレを車イスでの利用者がトイレ内で方向転換できるよう改修した。

○消費者庁、三重県戦略企画部が主催する「個人情報保護法に関する説明会」に、1名が参加した。

○社内研修の一環として、緊急避難および消火訓練を年2回実施し、東日本大震災による災害から復興に向けた施設を題材にしたDVDを教材に災害への危機管理意識の向上を図った。

○三重県スポーツ推進局が主催する平成24年度スポーツ施設等安全管理講習会に1名が参加者した。

○館内の自動販売機に関して、随時省エネ型への入れ替えを行っており、24年度も1台変更した。

○平成24年度においても、三重県暴力団排除条例について従業員への再周知を行った。

④情報公開・個人情報保護に関する業務

○平成24年度において、情報開示請求はなかった。

⑤その他の業務

○パーク&バスライドの対応
神宮参拝客の集中時期に市内渋滞対策のため、「伊勢地域観光交通対策協議会」で運営されているパーク&バスライドが、サンアリーナ周辺駐車場をシャトルバスの乗換え駐車場として平成24年度も以下の通り実施された。

①平成24年5月3日～5日
②平成24年12月31日～平成25年1月6日
③平成25年1月12日～13日

平成24年度もサンアリーナ前B駐車場(伊勢市所有地)がフットボール場建設工事中であったため、A、C駐車場及び高台用地を利用しての実施となった。ただし、③の期間においては、パーク&バスライド占有ではなく、通常営業の中での実施となり、貸館に支障をきたさない範囲でC駐車場利用と高台用地のみを利用して実施された。

○サンアリーナ周辺駐車場の減少に対する対応
隣接する伊勢市の産業用地(サン・サポート・スクエア伊勢)への企業立地に伴い、サンアリーナ周辺の駐車場が大幅に減少している現状に鑑み、伊勢安土桃山文化村と三重交通と当社の三社の連携によって、平成24年10月に開催された2件のコンサートでは、伊勢安土桃山文化村の駐車場を利用し、シャトルバスを運行させ、来場者の不便の軽減に努めた。また、この臨時駐車場、シャトルバスの運行については、ホームページで周知するとともに、FM三重で呼びかけるなどの近隣の渋滞対策を並行して行った。

(2)施設の利用状況

【平均稼働率】	(24年度実績)	(目標)	(23年度実績)	【利用人数】	(24年度実績)	(目標)	(23年度実績)
メインアリーナ	53.8%	57.0%	48.9%	アリーナ	236,443人	260,000人	251,366人
サブアリーナ	64.5%	67.0%	61.8%	会議室等	25,844人	33,800人	31,011人
会議室等	19.1%	20.0%	19.4%	トレーニング室	11,882人	22,000人	12,752人
				フィットネス室	2,908人	4,200人	2,652人
				合計	277,077人	320,000人	297,781人

2 利用料金の収入の実績

	24年度実績	24年度目標	対目標比	23年度実績	対前年比
利用料金収入	100,247,650円	89,880,000円	111.5%	98,288,114円	102.0%
※利用料金減免等の内訳	割引金額 2,732,645円	減免金額 1,935,658円	特別割引金額 86,900円	合計 4,755,203円	

3 管理業務に関する経費の収支状況

(単位:円)

収入の部			支出の部		
	H24年度	H23年度		H24年度	H23年度
指定管理料	191,000,000	195,000,000	人件費	79,293,258	77,039,973
利用料金収入	100,247,650	98,288,114	水光熱費	63,959,129	61,417,740
自主事業収入	33,730,572	29,543,976	その他一般管理費	129,296,375	129,354,501
営業外収入	321,696	2,006,549	自主事業経費	42,747,177	43,876,582
その他の収入	0	0	その他の支出	0	0
			法人税・住民税及び事業税	5,497,104	7,079,878
合計 (a)	325,299,918	324,838,639	合計 (b)	320,793,043	318,768,674
収支差額 (a)-(b)	4,506,875	6,069,965			

※指定管理者が変わった場合、前年度の収支状況には斜線を記入しています。

※参考

利用料金減免額	4,755,203	3,898,246
---------	-----------	-----------

4 成果目標とその実績

【数値目標】	目標値	成果・実績	備考(参考数値)
メインアリーナ平均稼働率	57.0%	53.8%	平成23年度 48.9% 平成22年度 60.5% 平成21年度 61.4% 平成20年度 56.6% 平成19年度 55.0% 平成18年度 52.6%
サブアリーナ平均稼働率	67.0%	64.5%	平成23年度 61.8% 平成22年度 63.4% 平成21年度 68.8% 平成20年度 66.9% 平成19年度 65.1% 平成18年度 65.0%
会議室等平均稼働率	20.0%	19.1%	平成23年度 19.4% 平成22年度 17.5% 平成21年度 23.0% 平成20年度 15.0% 平成19年度 10.9% 平成18年度 17.3%
自主事業イベント件数	32件	28件	・スポット型 27件/45回/年間(コンサートイベント事業、文化事業、 スポーツ健康振興事業、市民祭) ・通年型 1件/40回/年間(体操教室)
アリーナ利用人数	260,000人	236,443人	平成23年度 251,366人 平成22年度 208,938人 平成21年度 289,704人 平成20年度 237,119人 平成19年度 182,792人 平成18年度 300,869人
会議室等利用人数	33,800人	25,844人	平成23年度 31,011人 平成22年度 28,101人 平成21年度 51,182人 平成20年度 23,650人 平成19年度 65,701人 平成18年度 44,544人
トレーニング室利用人数	22,000人	11,882人	平成23年度 12,752人 平成22年度 19,066人 平成21年度 17,789人 平成20年度 20,720人 平成19年度 21,824人 平成18年度 22,488人
フィットネス室利用人数	4,200人	2,908人	平成23年度 2,652人 平成22年度 3,368人 平成21年度 3,121人 平成20年度 3,828人 平成19年度 4,769人 平成18年度 4,131人
サンアリーナ利用人数合計	320,000人	277,077人	平成23年度 297,781人 平成22年度 259,473人 平成21年度 361,796人 平成20年度 285,317人 平成19年度 275,086人 平成18年度 372,032人
今後の取組方針			①24年度に着手した営業活動の継続に加え、産官学による「地域連携」を軸にしながら「スポーツツーリズム」をテーマに運営を行っていく。 ②近隣の地域総合型スポーツクラブとの連携によって、稼働率向上につなげていく。 ③引き続き課題となっている施設の老朽化について、25年度は例年以上の全国大会規模のスポーツ大会や式典等での利用が予定されているため、日常の監視、点検、整備を確実に実行し、不良箇所などについても早期発見、早期修繕を実践していく。

5 管理業務に関する自己評価

※指定管理者が変わった場合、前年度の評価は斜線を記入しています。

評価の項目	評価		コメント
	H24	H23	
1 管理業務の実施状況	A	A	<p>○当館は、従来、大型イベントはもちろん、アマチュアスポーツ大会も概ね週末に開催されることが多いため、週末利用型と平日利用型を区別しながら新規利用者開拓に取り組んできた。そのなかで、週末利用型は直接誘致を中心に活動し、平日利用型の促進営業は、社内会議などの需要の掘り起こしを中心に行い、関西～東海エリアの大学にはスポーツ合宿での利用促進を実施した。</p> <p>○24年度も県からの指導や利用者からの意見を反映する形で利用環境改善に積極的に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・券売機の増設により、初めての方に利用しやすく配慮した。 ・県の指導の下おもいやり駐車場を4区画設置した。 ・子供連れで来館された女性の意見をくみ取り、メインアリーナ、サブアリーナ入り口付近の女子トイレ2か所にベビーチェアを設置した。 ・車椅子でのトイレ利用がしやすくなるようトレーニング室前多目的トイレを改修し、トイレ内での方向転換ができるよう改善した。 <p>○自主イベントにおいては、23年度が85千円の赤字であったため、24年度は黒字化を目標に行ったが、246千円の赤字で終了した。内容的にはチケット売上、大会参加費等の直接収入が9,596千円(前年比693千円増)、企業協賛等で12,573千円(前年比962千円増)、支出合計が22,415千円(前年比391千円増)であった。23年度は収入に助成金(1,425千円)が含まれていたが24年度はなく、収入全体では23年度を下回り、赤字額が246千円となった。</p>
2 施設の利用状況	B	B	<p>【平均稼働率/利用人数】</p> <p>○24年度は予約状況が芳しくない状況でスタートとなったが、東日本大震災の影響で延期となっていた「全国ママさんバレー」が7月に皇族の御成りの中で無事開催されるなど、期中での回復傾向が表れ、その後もコンサート関係を中心に順調に推移することとなった。なかでも24年度の特徴は、年間を通して3件の大型コンサート(延べ4公演)、複数日にわたって利用のある「ゲネプロ」が2件(延べ12日間)あり、平均稼働率や収入面でも大きく貢献している。しかしながら、年間での平均稼働率、利用人数における目標達成には至らなかった</p> <p>24年度での顕著な傾向はトレーニング室での女性客の増加とフィットネススタジオにおける定期的利用者の増加である。</p>
3 成果目標及びその実績	B	B	<p>○当初掲げた数値目標に対しては、未達となった。しかしながら、直接誘致などの営業活動の成果によって、施設利用料収入においては、目標に対して111.5%、前年対比102.0%と顕著な実績を上げた。また、指定管理料が前年に比べて4,000千円少ない中で、スポーツツーリズムをテーマにした「トレイルランニング」という新たなイベントや地域スポーツの振興に繋げるためのバスケットボールのプロリーグの開催にも取り組み、24年度の収支計画での当期純利益目標をクリアした。</p>

※評価の項目「1」の評価 :

- 「A」 → 業務計画を順調に実施し、特に優れた実績を上げている。
- 「B」 → 業務計画を順調に実施している。
- 「C」 → 業務計画を十分には実施できていない。
- 「D」 → 業務計画の実施に向けて、大きな改善を要する。

※評価の項目「2」「3」の評価 :

- 「A」 → 当初の目標を達成し、特に優れた実績を上げている。
- 「B」 → 当初の目標を達成している。
- 「C」 → 当初の目標を十分には達成できていない。
- 「D」 → 当初の目標を達成できず、大きな改善を要する。

総合的な評価	<p>○平成24年度は、予約キャンセルなどが出た震災直後のような不安感はなかったが、年度当初にはコンサートなどの大型利用案件もほとんどない予約状況であったため、厳しい1年を覚悟していた。幸いにも急ぎょコンサートのゲネプロ(本番に向けてのリハーサル)利用が決まり、後半も大型コンサートの予約が入るなど結果的には、好調な年度へと変貌した。ゲネプロ利用に関しては、チケットを販売することがないため、告知期間がいくら急ぎょ決まることが多い案件であり、比較的長めの(今回は一週間)利用となる。</p> <p>○平成24年度の新たな自主事業として開催した「トレイルランニング」は、伊勢の朝熊山を舞台に実施し、県内外から400人を超す参加者があり、サンアリーナの活性化の枠を超えて「スポーツツーリズム」の成功事例としてこの地域の活性化につながった。この地域における多種多様な業種の方々と一体となって当イベントを運営したおかげで、新たなネットワークができた。</p> <p>○平成25年度は、伊勢神宮式年遷宮を控え、サンアリーナでも多くの全国大会が予定されているため、24年度は館内施設等を十分にチェックし、修繕や手直し等を積極的に行い、各種大会に向けて準備を進め、サンアリーナがコンベンション施設としての役割を果たすべく力を注いだ一年となった。</p>
--------	---

(4) 首都圏営業拠点「三重テラス」について

1 首都圏営業拠点「三重テラス」の取組

(1) 商品の取扱等について（営業時間 10：00～20：00）

「本物志向」、「品質重視」、「価値重視」を基本に、三重の豊かな自然や歴史に育まれた商品約 1000 点を、地域ならではの物語とともに販売します。三重テラスオリジナルのブランド商品もラインナップしていきます。

〈展開アイテム例〉

- ・ブランド牛
県を代表する食材である「松阪牛」、「伊賀牛」や、しぐれ煮等を展開します。
- ・伊勢うどん
伊勢詣での名物で、歴史ある伊勢うどんを豊富な種類取り揃えます。
- ・新姫
爽やかな香りや酸味を活かした「ドリンク」などを取り揃えます。
- ・伊勢茶
「かぶせ茶」や「深蒸し茶」など、豊富な種類を取り揃えます。
- ・三重の酒
各蔵元の自慢の日本酒を 50 種類以上取り揃えます。
- ・松阪木綿
松阪木綿をモダンにアレンジした商品を紹介します。

(2) レストランについて（営業時間 11：00～23：00）

三重県全域の採れたての旬の食材を使用したメニューを提供します。三重県の豊富な海・山・里の旬の幸を、食材の良さを活かすイタリアンスタイルのメニューに仕立てることで、料理と共に、日常の中であたかも三重県を旅しているような楽しさや、新しい発見を提供します。

〈メニュー例〉

- ・ランチメニュー（11：00～14：00）
桑名の海、秋の伊賀の山、松阪イタリアン、伊勢国^{いせのくに}、熊野灘の恵みなど、地域の食材を用いたスパゲティなど
- ・カフェメニュー（11：00～23：00）
熊野温州みかんのジュレ 飯高の豆乳のとろけるプリン、川原田農園^{あんのういも}のイチジクのコンポートと椿の森のハチミツジェラード、四日市の安納芋の水羊羹 伊勢茶のジェラード、ほろ苦い伊勢茶と山村牛乳のふんわりティラミス など
- ・ディナーメニュー（17：00～23：00）
毎日直送の的矢湾の真カキ（10月より）、金盛丸カルパッチョ^{きんせいまる} 尾鷲直送本日の鮮魚、伊賀忍者 三重のごま油と伊賀じかのたたき、米を食べて育った伊勢

美^{うまいねぶた}稲豚の自家製“伊タリアン”ソーセージ、伊勢湾リゾート サザエ、アサリ、ムール貝、桑名スパゲティ 桑名の蛤と伊勢あおさのり、松阪スパゲティ 世界の松阪牛 極上ミートソース、熊野灘の恵み 新鮮魚介の焼蒸イタリアンスタイル、志摩半島の伊勢海老のグリル1/2本 胡麻塩レモンオイル など

(3) イベント等について

オープンから約2週間は、「三重テラス」オープン記念として、2階の多目的ホールを活用して、「お伊勢参りと遷宮」と題し、日本橋と三重をつなぐ「街道」の展示や宮澤正明さんの「遷宮」に関する写真展のほか、トークライブやビデオ上映などの内容を盛り込んだ企画展を開催します。

その後は、県や市町、商工団体などの関係団体主催のイベントやセミナー、講座、展示会、商談会のほか、応援企業などと連携した企画などを順次開催していきます。

〈イベント例〉

- ・10月14日(月)「まごの店」in NIHONBASHI (主催：相可高校)
企業とのコラボによる、「だし」をテーマとした相可高校生の日本料理の技術披露、料理提供
- ・10月24日(木)～26日(土)伊勢の今昔展 (主催：伊勢市・伊勢市観光協会)
伊勢の今昔についてのパネル等を展示し、日本橋とのつながりを感じてもらおう。(日本橋のイベント「諸国往来市」(10月27日)のプレイベント)
- ・10月31日(木)～11月4日(月)デイトリップ僕らのみた海女のまち (主催：鳥羽商工会議所)
武蔵野美術大学と連携し、「海女」をテーマにした展示を中心に展開

2 成果指標について

成果指標は、三重テラスの機能や役割毎の指標とし、改善のためのアンケート調査を併せて実施することとしたいと考えています。

- ①物販、飲食、イベントなどにより、集客するという役割に関して「来館者数」
〈来館者アンケート〉県産品や食、接客方法への評価、来館回数、来館動機などを調査
- ②県内事業者を支援するという役割に関して、「商品開発や販路拡大につながった件数」
〈事業者アンケート〉フィードバック情報への評価や取引金額などを調査
- ③三重に関わる人のネットワークを拡大するという役割に関して、「三重テラスサポート会員数(三重テラスのポイントカード会員数、三重の応援団員数の累計)」
〈会員アンケート〉三重への訪問、県産品購買、セミナー等への参加などを調査。
- ④三重の旬の情報を発信していくという役割に関して、「メディア掲載件数」

①来館者数

内容	営業拠点への入館者数。
選定理由	なるべく多くの方々にご来館いただき、物販、飲食、イベント等により三重の様々な魅力に直接触れて、三重への関心を高めていくことが、情報発信や販路拡大などにつながるため。
計測方法	入口に設置するピープルカウンターによる。

(目標数値) ※H25年度は6ヶ月分

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	11万人	26.4万人	29万人	31.9万人	35万人

②商品開発や販路拡大につながった件数

内容	営業拠点を活用したテストマーケティングやプライベート商品の開発、商談会などにより、新たな商品開発や販路拡大に実際につながった件数の累計。
選定理由	県内事業者が営業拠点を活用して、テラスへの出品やテストマーケティング、プライベートブランド商品の開発、商談会などにより実際に商品開発や販路拡大につながるような有益な支援を行っていくことが必要であるため。
計測方法	事業者に対するアンケート調査により把握。

(目標数値) H25年度は6ヶ月分

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	10件	50件	90件	130件	170件

③三重テラスサポート会員数

内容	三重テラスの会員数、応援団の累計。
選定理由	三重テラスの会員や応援団になっていただき、繰り返し来館していただける方や三重テラスを応援していただく方々を増やしていくことが、ネットワークの拡大やコアな三重ファンの拡大、さらには来館者数の増加にも寄与するものであるため。
計測方法	三重テラスの会員数及び応援団数をカウント。

(目標数値) H25年度は6ヶ月分

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	1,350人	4,490人	7,890人	11,580人	15,580人

④メディア掲載件数

内容	営業拠点関連の記事が新聞や雑誌等のメディアに掲載された件数。
選定理由	三重の旬の情報が、実際に新聞や雑誌、テレビ等のメディアに取り上げられ、多くの首都圏の方々の目にとまることで、三重への興味や関心を高めていくことにつながるため。
計測方法	新聞、雑誌、テレビ等への記事掲載件数をカウント。

(目標数値) H25年度は6ヶ月分

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
目標値	30件	30件	30件	30件	30件

3 その他

(1) オープンに向けた情報発信等の取組について

「三重テラス」への集客に向けて、プレイベント等を開催するとともに、今後とも引き続き、日本橋エリア等での情報発信に取り組んでまいります。

①日本橋エリアでの主な情報発信

・ナイトアクアリウム「三重ナイト」

江戸時代に花開き、日本人に親しまれてきた「金魚」にスポットを当て、和をモチーフにしてデザインされた水槽と光、映像など、最新の演出技術が融合した水中アートの展覧会。

日時：9月3日(火)、10日(火)、17日(火)の19:00～23:30

会場：三重テラス隣 コレド室町「日本橋三井ホール」

概要：「ECOEDO日本橋・ダイナークラブ・ナイトアクアリウム2013(7/13～9/23)」において、三重の地酒を東京・日本橋から全国にPRするなど、三重の魅力を発信する。入場者数 3日間計6,000人。

・島根県、奈良県の協力による情報発信

日時：9月19日(木)～10月1日(火)

会場：にほんばし島根館、奈良まほろば館

概要：両アンテナショップにおいて、三重テラスオープン告知パネルや神話パネル等の展示など。

・YUITOと連携したオープン企画

a) オープン記念抽選会

日時：9月28日(土)～9月30日(月)

会場：YUITO 1階共用部

概要：期間中、松阪牛や熊野干物などのギフト券をYUITOが抽選でプレゼント。YUITOの顧客へ三重テラスオープンを告知。

b) 三重の収穫祭

日時：9月28日(土)～10月19日(土)

会場：YUITO内 9店舗

概要：期間中、各店舗で県食材を使用したメニューを提供。

YUITOの顧客へ三重テラスオープンの告知と県食材の魅力を発信。

・「日本橋『日本百街道』展2013」出展

日時：10月3日(木)～12月1日(日)

会場：東京メトロ三越前駅コンコース

概要：三越前駅コンコースで開催される60日間展示会へ出展。三重テラスや三重の街道、まつりなどの魅力をパネル展示(12枚程度)にて発信。

②首都圏エリアでの情報発信

・イオンと連携した「三重県フェア」

a) イオン品川シーサイド店を特別催事店舗とした「三重県フェア」

日時：9月6日（金）～9月8日（日）

会場：イオン品川シーサイド店を基幹店とし、東京・日本橋に乗り入れる東京メトロ東西線沿線や東京23区内等のイオン12店舗。

概要：「三重テラス」オープンの告知および一部取扱商品の先行販売。

観光キャンペーンPR。県内製品の販売 など

b) イオン幕張新都心店を特別催事店舗とした「三重県フェア」

日時：平成26年2月頃

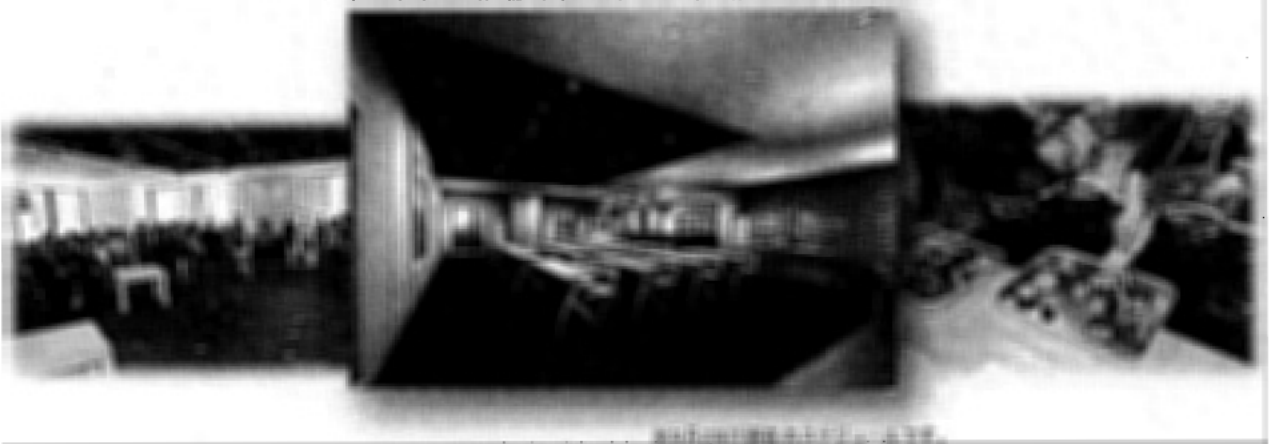
会場：イオン幕張新都心店および周辺約50店舗

(2) 今後の首都圏での面的な情報発信等の取組について

「三重テラス」を拠点とした情報発信に取り組むとともに、首都圏での面的な情報発信に引き続き取り組みます。

具体的には、日本橋エリアのイベントの活用や商業施設・店舗等と連携したフェアの開催、応援企業や応援店舗の協力を得て開催する企画、イオン等包括協定締結企業等と連携した企画、など、ネットワークを最大限活用して、効果的に首都圏への情報発信に取り組んでいきます。

『三重テラス』2F イベントスペース&ラウンジ
イベントカレンダー
 (平成25年度9~12月 予定)



※イベント内容、日程等は変更されることがあります。
 ※名称は仮称のものが含まれます。

日	曜	実施時間	催し物名称	概要	参加 所属・団体名
9月29日 ~10月13日	日 日	10:00 ~ 20:00 (最終日) 17:00	三重テラスオープン記念企画	お伊勢参りと「遷宮」をテーマとした企画展 やトークライブの開催	県営業本部 担当課
14	月	11:00 ~ 15:00	「まごの店」JinNIHONBASHI	和食の基本である「だし」について、民間 企業と協働して行うとともに、高校生による 三重の食材を使った日本料理の技術披露 等	相可高校・県三重 県営業本部担当課
15	火	19:00 ~ 21:00	伊勢うどんセミナー	遷宮にちなみ、伊勢のソウルフード「伊勢 うどん」の魅力テーマとするセミナー	伊勢うどん友の会・ 県営業本部担当課
16	水	12:30 ~ 13:30	伊勢神宮から日本橋へ/伊勢街 道ランニング 報告会	三重テラス開館を盛り上げるため伊勢神 宮から日本橋へランニングでつなぐ活動 の実施報告会	ランビック伊勢実行 委員会・県営業本 部担当課
16	水	14:30 ~ 16:00	松阪木綿キャラバン隊	松阪木綿を身に着けたキャラバン隊による PR活動および松阪木綿(レンタル着物) の着付け体験	松阪市
16	水	18:00 ~ 20:00	熊野古道セミナー【第1回】	平成26年に世界遺産登録10周年を迎える 熊野古道をテーマとしたセミナー	熊野古道世界遺産 登録10周年事業 三重県実行委員会
17	木	10:00 ~ 12:00	松阪木綿キャラバン隊	松阪木綿を身に着けたキャラバン隊による PR活動および松阪木綿(レンタル着物) の着付け体験	松阪市
18	金	10:00 ~ 20:00	つディ	津市の物産、観光、歴史・文化の情報発信 市内企業ブースによるPR 等	津市
19	土	14:00 ~ 16:30	海女会	社会で中心的に活動する女性とこれから 就職活動をする学生が採用を離れた場で 互いに交流し学ぶ交流イベント	女史会(白鳥)・県 営業本部担当課
20 ~21	日 月	14:00 ~ 19:00 14:00 ~ 15:00 15:00 ~ 16:00	尾鷲のお魚商談会 枝元なほみトークショー 尾鷲産まぐろ試食会	マグロを中心とした食材商談会 枝元なほみトークショー(料理研究家)、試 食会など	尾鷲商工会議所・ まぐろ流通促進プ ロジェクト協議会・ 東紀州地域雇用創 造推進協議会
22	火	18:00 ~ 20:00	究極のお伊勢参り・出雲巡りクラ ス【第1回】	伊勢・出雲の式年遷宮を記念して三重県 や島根県全体の魅力と素晴らしさについ て感じていただく体感型の講座	島根県・奈良県・三 重県連携

日	曜	実施時間	催し物名称	概要	参加 所属・団体名
10月24 ～26	木 土	10:00 ～ 20:00 ～ 17:00	伊勢の今昔展	10/27の諸国往来市のイベントとして、パネル(写真)等を展示し、伊勢の今昔により日本橋とのつながりを感じてもらう。伊勢の古地図展示、伊勢の今昔写真展示および白石関連展示、DVDの上映等	伊勢市・(社)伊勢市観光協会
24	木	18:00 ～ 20:00	究極のお伊勢参り・出雲巡りクラス【第2回】	伊勢・出雲の式年遷宮を記念して三重県や島根県全体の魅力と素晴らしさについて感じていただく体感型の講座	島根県・奈良県・三重県連携
27 ～28	日 月	12:00 ～ 21:00 10:00 ～ 16:00	尾鷲商工会議所長期実践型インターンシップ報告会	尾鷲インターンOB・OBと大学生が語り合う会やインターンシップ事業の報告会	尾鷲商工会議所
10月31 ～11月4	木 月	10:00 ～ 20:00 10:00 ～ 17:00	デートリッパ 僕らのみた海女のまち	武蔵野美術大学と連携し、「海女」をテーマにした展示を中心に展開	鳥羽商工会議所
1	金	18:30 ～ 21:00	見る！知る！巡る！みえミュージアムセミナー@日本橋【第1回】	三重のレアな魅力を伝えるオモシロいミュージアムが三重から集合するセミナー	県文化振興課
5	火	13:00 ～ 20:00	熊野フェア(熊野学セミナー)	多彩な魅力を持つ熊野・東紀州地域の歴史や文化、自然、産業などを見つめ直し、学び研究していくことにより郷土観を確立し、地域活性化や地域づくりへとつなげていく“熊野学”のセミナー	熊野市
7 ～8	木 金	13:00 ～ 17:00 10:00 ～ 16:00	販路拡大商談会	三重県内の商工会議所による販路拡大商談会(食材)	三重県商工会議所連合会 他
9	土	12:30 ～ 16:30	三重・長野合同移住相談会	三重県・長野県内の市町が個別相談ブースを設置。移住支援策のPRや移住実践者と語る会などの応援セミナーを実施	尾鷲市・熊野市・茅野市・安曇野市他
10	日	13:00 ～ 15:00	結ポタリング×萬古食博覧会	丸の内の早朝セミナーで三重を学んだコアな三重ファンによるコラボレーションイベント	朝大学ひじきチーム+萬古チーム・県三重県営業本部担当課
12	火	13:30 ～ 17:00	首都圏販路拡大商談会	首都圏に販路拡大をめざす事業者対象の商談会	県フード・イノベーション課
12	火	19:00 ～ 20:00	究極のお伊勢参り・出雲巡りクラス【第3回】	伊勢・出雲の式年遷宮を記念して三重県や島根県全体の魅力と素晴らしさについて感じていただく体感型の講座	県三重県営業本部担当課
14	木	13:00 ～ 20:00	CONNECT-MIE【第1回】	若手経営者と首都圏企業家とのネットワーク作りのきっかけの場	県サービス産業振興課
15	金	15:30 ～ 17:00	津市中勢北部サイエンスシティ分譲用地PR説明会	津市の産業拠点である中勢北部サイエンスシティの用地の早期完売をめざし、用地情報や奨励制度を始めとした様々な情報について、効果的かつ詳細に発信	津市
15	金	18:30 ～ 21:00	見る！知る！巡る！みえミュージアムセミナー@日本橋【第2回】	三重のレアな魅力を伝えるオモシロいミュージアムが三重から集合するセミナー	県文化振興課
16	土	10:00 ～ 20:00	つディ	津市の物産、観光、歴史・文化の情報発信市内企業ブースによるPR 等	津市
17 ～19	日 火	10:00 ～ 20:00	地域医療展示	三重県の医療分野における取り組みを紹介する展示	県地域医療推進課
18	月	18:00 ～ 20:00	地域医療セミナー	医師確保をテーマとしたシンポジウム	県地域医療推進課
20	水	18:00 ～ 20:00	熊野古道セミナー【第2回】	平成26年に世界遺産登録10周年を迎える熊野古道をテーマとしたセミナー	熊野古道世界遺産登録10周年事業三重県実行委員会

日	曜	実施時間	催し物名称	概要	参加 所属・団体名
11月22 ～23	金 土	10:00 ～ 19:00 10:00 ～ 17:00	展示会	観光PRと地域製品の展示などで三重県をPR	三重県商工会 連合会
24	日	12:30 ～ 16:30	三重・岐阜合同移住相談会	三重県・岐阜県内の市町が個別相談ブースを設置。移住支援策のPRや移住実践者と語る会などの応援セミナーを実施	志摩市・尾鷲市・熊野市・恵那市・中津川市他
25 26 ～27	月 火 水	13:00 ～ 18:00 10:00 ～ 18:00 10:00 ～ 15:00	南伊勢町物産見本市	地域の食材などの販路拡大商談会	南伊勢町
28 ～30	木 土	10:00 ～ 20:00	玉城の日	遷宮、熊野古道ゆかりの玉城町のしめ縄、根付、擬革紙の、「もの」だけでなく、歴史、人、物語を絡めた実演等	玉城町
29	金	18:30 ～ 21:00	見る！知る！巡る！みえミュージアムセミナー@日本橋【第3回】	三重のレアな魅力を伝えるオモシロいミュージアムが三重から集合するセミナー	県文化振興課
12月2	月	19:00 ～ 21:00	女子力アップ講座【第1回】	女性を対象に「美」や「食」をテーマにした講座	県三重県営業本部 担当課
4	水	18:30 ～ 20:30	「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」三重おかげさま講座【第1回】	三重の魅力を多様な切り口で訴求する講座	県観光誘客課
5 ～7	木 土	10:00 ～ 20:00	熊野フェア	熊野の食材の試食会や熊野学セミナー等を開催することにより、熊野市をPR	熊野市
8	日	10:30 ～ 12:20 13:00 ～ 15:20	三県連携遷宮記念講座【第1回】	島根県主催・三重県共催による記念講座	県観光政策課
9	月	13:00 ～ 17:00	企業セミナー	首都圏企業との意見交換等	多気町
9	月	19:00 ～ 20:00	究極のお伊勢参り・出雲巡りクラス【第4回】	伊勢・出雲の式年遷宮を記念して三重県や島根県全体の魅力と素晴らしさについて感じていただく体感型の講座	島根県・奈良県・三重県連携
12	木	10:00 ～ 20:00	マリアージュ講座【第1回】	三重の地酒と食材のマリアージュ(食べ合わせ)を体験する講座	県三重県営業本部 担当課
13	金	13:00 ～ 20:00	CONNECT-MIE【第2回】(調整中)	若手経営者と首都圏企業家とのネットワーク作りのきっかけの場	県サービス産業 振興課
15	日	13:00 ～ 15:00	子供の味覚教室	子どもを対象とした「味」の教室	一般財団法人 日本のこころ Soul of Japan
16	月	19:00 ～ 21:00	女子力アップ講座【第2回】	女性を対象に「美」や「食」をテーマにした講座	県三重県営業本部 担当課
17	火	10:00 ～ 20:00	つディ	津市の物産、観光、歴史・文化の情報発信市内企業ブースによるPR 等	津市
18	水	18:00 ～ 20:00	熊野古道セミナー【第3回】	平成26年に世界遺産登録10周年を迎える熊野古道をテーマとしたセミナー	熊野古道世界遺産 登録10周年事業 三重県実行委員会
20	金	10:00 ～ 16:00	県産材付加価値創造事業ワークショップ発表会	県産材利用に向けたワークショップの発表会	県森林・ 林業経営課
20	金	18:30 ～ 20:30	「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」三重おかげさま講座【第2回】	三重の魅力を多様な切り口で訴求する講座	県観光誘客課
22 ～30	日 月	10:00 ～ 21:00	企画展示	企画中	世界文化社・県三 重県営業本部担当 課
31	火		(全館休館日)		

1月～3月にお申し込みの主なイベント予定

※順不同、50音順
※催事名称には仮称のものが含まれます。

催し物名称	参加 所属・団体名
伊賀窯元大学	朝大学伊賀チーム
忍者セミナー	朝大学忍者チーム
いなべ市イベント	いなべ市
伊賀学セミナー(伊賀学検定事前イベント)	上野商工会議所
伊賀学検定	上野商工会議所
奇跡の川“銚子川”	紀北町
熊野古道セミナー	熊野古道世界遺産登録10周年事業三重県実行委員会
熊野フェア	熊野市
多気町イベント	多気町
多気町・明和町・大台町イベント	多気町、明和町、大台町
地域プロジェクトムービー試写会	地域プロジェクトムービー試写会実行委員会
つディ	津市
ええとこやんか三重移住相談会	鳥羽市・尾鷲市・大台町・大紀町・南伊勢町・津市(美杉地域)他
「名張の観光と物産展」/東大和西三重観光キャンペーン	名張市・東大和西三重観光連盟
三重しょうゆ街道	三重県醤油味噌工業協同組合

(5) 三重県中小企業振興条例（仮称）について

1 現状と今後の取組

これまで、三重県中小企業振興条例（仮称）検討分科会専門委員会（中小企業団体の代表者、有識者、公認会計士等の専門家で構成）を3回にわたり開催し、条例の基本理念を中心に議論を行ってまいりました。

引き続き、検討分科会専門委員会での議論や、中小企業経営者、商工関係団体、の皆様とも意見交換を行うなど議論を重ね、条例案の制定に向けた取組を進めてまいりたいと考えています。

条例の具体的な内容については、県議会のご意見を伺い、また、県民の皆様にもパブリックコメントを実施した上で、策定を進めてまいります。

2 基本的な考え方（案）

(1) 前文・基本理念

- ・ 三重県の中小企業の立ち位置、果たしている役割
- ・ 中小企業のあるべき姿（目指すべき姿）
- ・ 県の中小企業支援の方向性
- ・ 県民にとって、中小企業支援が必要であることの明確化

(2) 県の責務など

- ・ 県は、人材育成をはじめ、中小企業の振興に関する総合的な施策について策定、実施する責務を有すること
- ・ 市町、中小企業者、中小企業関係団体、教育機関、大学、金融機関、大企業者等の役割の位置づけ
- ・ 中小企業の振興について、県民の理解と協力を得ること

(3) 基本的な施策の方針

- ・ 中小企業が成長（挑戦）できる仕組みの創設
- ・ 中小企業の人材育成・確保の支援
- ・ 新規の設備投資を促すための資金供給の円滑化
- ・ 技術開発の支援、新分野への進出支援、同業種・異業種連携の促進など、ものづくり産業の振興
- ・ 観光などサービス産業の振興
- ・ 県内の起業・創業を促すための支援
- ・ 国内及び海外への販路拡大の促進
- ・ 地域の集積を活性化させるための産業集積や商業集積のための施策

- ・ 自社の強みや良さに気づいていない中小企業のための情報発信の促進
- ・ 小規模、零細の中小企業が抱える後継者問題、廃業などの課題にきめ細かく対応できる支援体制の構築
- ・ 小規模企業が果たしている役割を考慮した、きめ細かい事業環境の整備

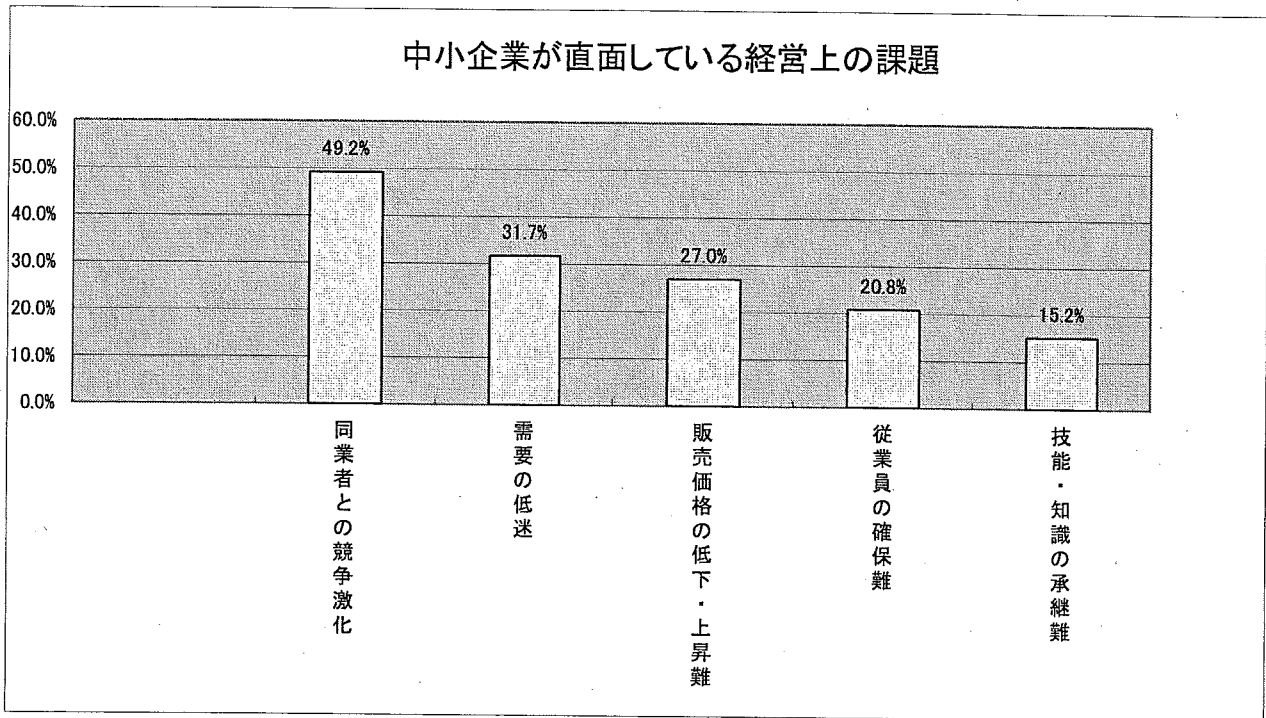
3 今後の予定

10 月上・中旬	三重県中小企業振興条例（仮称）検討分科会（2 回開催）
10 月中旬	「みえ産業振興戦略」アドバイザリーボード
11 月	県民からの意見の公募（パブリックコメントの実施）
12 月	三重県中小企業振興条例（仮称）検討分科会専門委員会
12 月	三重県中小企業振興条例（仮称）検討会

参考資料

1 中小企業が直面している経営上の課題について

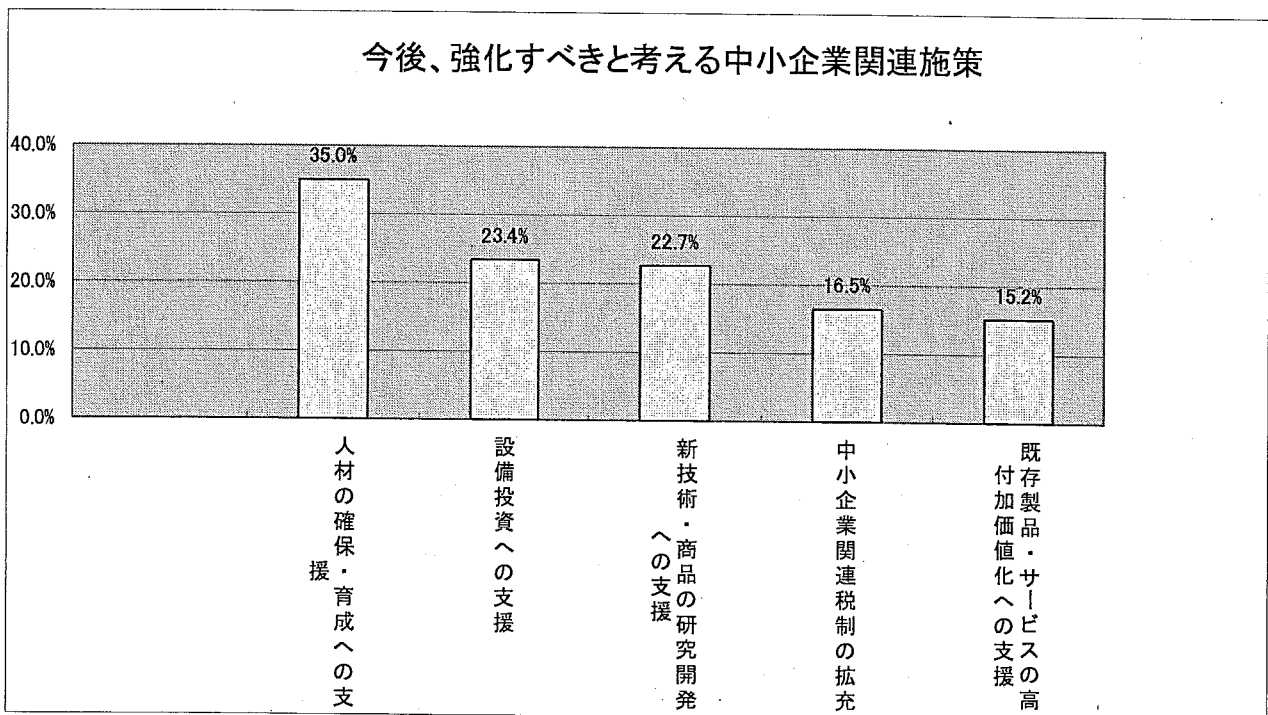
・中小企業が直面している経営上の課題としては、「同業者との競争激化」が49.2%と約半数を占め、次いで「需要の低迷」(31.7%)、「販売価格の低下・上昇難」(27.0%)が続いている。



【平成25年度県内産業実態調査に関するアンケート調査】

2 今後、強化すべきと考える中小企業関連施策について

・今後、強化すべきと考える中小企業関連施策としては、「人材の確保・育成への支援」が35.0%と最も多く、次いで「設備投資への支援」(23.4%)、「新技術・商品の研究開発への支援」(22.7%)が続いている。



【平成25年度県内産業実態調査に関するアンケート調査】

※平成25年度県内産業実態調査に関するアンケート調査

調査時期：平成25年5月、調査対象：県内外の事業所6,187社(県内5,017社、県外1,170社)

回答者数：910社(県外152社、県内692社)、規模別(1～19人：24.6%、20～299人：46.7%、300～999人：12.2%、1000人以上：16.5%)

3 企業数及び従業者数

平成 23 年版中小企業白書(平成 21 年経済センサス基礎調査<再編加工>)では、三重県内の企業数は、60,433 で、従業者数は 441,017 人とされています。

(表1) 企業数並びにその構成比

	中小企業				大企業		合計	
	企業数 A	構成比 A/D	うち小規模企業		企業数 C	構成比 C/D	企業数 D	構成比
			企業数 B	構成比 B/D				
三重県	60,342	99.8%	53,133	87.9%	91	0.2%	60,433	100.0%
全国	4,190,719	99.7%	3,659,291	87.1%	11,911	0.3%	4,202,630	100.0%

(表1-2) 従業者数並びにその構成比

	中小企業				大企業		合計	
	従業者数	構成比	うち小規模企業		従業者数	構成比	従業者数	構成比
			従業者数	構成比				
三重県	380,487	86.3%	137,286	31.1%	60,530	13.7%	441,017	100.0%
全国	28,270,454	66.2%	9,102,409	21.3%	14,461,993	33.8%	42,732,447	100.0%

資料:平成 23 年版中小企業白書(総務省「平成 21 年経済センサス基礎調査」再編加工)

(参考) 事業所数及び従業者数(全産業・公務を除く)

	事業所数			従業者数		
	平成 11 年	平成 21 年	差(21-11)	平成 11 年	平成 21 年	差(21-11)
三重県	90,832	87,476	▲3,356	759,534	870,782	111,248
全国	6,203,249	6,002,730	▲200,519	53,806,580	60,991,824	7,185,244

※ 平成 11 年のデータは、総務省「平成 11 年事業所・企業統計調査」による。

平成 21 年のデータは、総務省「平成 21 年経済センサス基礎調査」による。

4 三重県内労働者の賃金の状況

景気回復により上昇してきているものの、リーマンショック前の水準までは回復していない。

【リーマンショック 2008 年(H20)後の動き】

給与A:毎月決まって支給する給与/給与B:ボーナス等の不定期給与を含む月平均

	H24 平均	H23 平均	H22 平均	H21 平均	H20 平均	H19 平均
給与A	259,382 円	253,773 円	252,887 円	246,524 円	266,815 円	266,010 円
前年比	+0.8%	+0.3%	+2.7%	△4.7%	+0.3%	+0.8%
給与B	310,261 円	303,771 円	302,737 円	294,781 円	328,738 円	327,549 円
前年比	+0.7%	+0.4%	+2.7%	△7.3%	+0.4%	+1.3%

※「毎月勤労統計調査」三重県統計課:雇用人数 5 人以上の 770 事業所を対象に実施

(6) 障がい者雇用の推進について

1. 現状（背景・課題）

平成 25 年 4 月より、法定雇用率の見直しに伴い、民間企業の法定雇用率が、1.8%から 2.0%に引き上げられ、雇用義務のある事業主の範囲が、従業員 56 人以上から 50 人以上と拡大されました。また、「障害者雇用納付金制度」の対象事業主が段階的に拡大されており、平成 27 年 4 月より、常時雇用する労働者数が 100 人を超える事業主が対象となります。

中小企業は、障がい者にとって身近な雇用の場として重要であることから、県内企業の雇用状況等を見極めた取組を進めるとともに、「福祉から就労へ」という流れを的確に捉え、社会全体で障がい者支援の意識を変えていく取組を通じ、「働きたい障がい者が地域で働ける」よう、障がい者雇用の推進していきます。

2. 障がい者雇用の促進する新たなしくみづくりについて

(1) 県内の現状把握と先進事例のベンチマーキング

「障がい者雇用の促進する新たなしくみづくり」の検討にあたっては、障がい者の就労支援環境や課題を把握するため、県内各地域の関係機関を対象に、聴き取り調査を行いました。

また、他県の先進的な取組み事例についてベンチマーキングを行い、設立の背景、現在の取組、今後の取組方向等について、調査を行ったところです。その概要は下記のとおりです。

	設立の背景	現在の取組	今後の取組方向
きずなかふえ (奈良県)	就労を通じて、障がい者の社会参加を促進	実践を通じ障がい者の雇用モデルを創出、県民・企業に対する理解促進	実習受入体制の強化
青葉仁会 (奈良県)	障がい者が社会の一員として働ける場所の確保、地域との交流の場づくり	カフェ、食品加工等、多様な事業展開による障がい者就労支援のしくみづくり	他地域での事業支援、施設間、企業とのネットワーク化等による働く場(事業)の拡大
匠カフェ (愛知県)	学校、保護者が連携した障がい者の働く場づくり	地元企業や農家、自治体等と連携した事業展開、学校からの実習生受け入れによる訓練	地元企業等への就労移行の促進

(2) 障がい者雇用の推進にあたっての視点

このような調査を進める中で、明らかになった課題について、産業界、労働界、高等教育機関、障がい者就労支援事業所、障がい者就業・生活支援センター、特別支援学校、庁内関係各課などのメンバーで、昨年 12 月以降、5 回検討会を行っています。

この中で、障がい者雇用の推進にあたっては、

- ① 県民が障がい者と交流し理解を深める場づくり
- ② 障がい者が就職に向けてステップアップできる実践的訓練
- ③ 障がい者が活躍できる職域の拡大
- ④ 企業と障がい者の接点を増やし、「障がい者が戦力になる」ことの理解の促進

- ⑤障がい者が企業で定着し戦力になるための仕組みの強化や、関係機関のネットワーク化
 - ⑥授産品のブラッシュアップ等による売れる商品づくりへの支援
- といった視点（課題）をふまえて、障がい者雇用の「新たなしくみづくり」などについて検討を進めていくことが必要だと考えています。

(3) アンテナショップカフェの機能

そのための具体的な取組みの一つとして、アンテナショップカフェの機能などについても検討を進めることとしています。

例えば、アンテナショップカフェなどにおいては、

- ①障がい者の実践の場としてのカフェ機能
- ②授産品の販路拡大につながるアンテナショップ機能
- ③企業と障がい者をつなぐ中間支援機能

の3つの機能を柱に、検討することが重要だと考えており、このような柱をアンテナショップカフェなどで一体的に実施することによって、以下のような効果が期待されます。

- ①緊張感のあるリアルな体験が障がい者の成長につながる
- ②目の前で商品が売れることが働くモチベーションにつながる
- ③障がい者の就労準備支援機能の強化につながる

また、このような効果を県内各地域へ広げていくためにも、他地域へ横展開していく取組も検討していくことが必要だと考えています。

(4) 今後の取組

今後も関係者と議論を進め、平成26年度内にアンテナショップカフェを設置できるよう具体的な検討をさらに進めてまいります。

3. 「障がい者雇用実態調査」について

企業が障がい者雇用を進めていくための課題を整理し、今後の障がい者雇用施策の検討に生かして行くため、平成25年5月、県内約14,000事業所を対象に「三重県障がい者雇用実態調査」を実施しました。

前回（平成21年度実施）の調査結果との比較では、「企業が障がい者を雇用するにあたっての課題」など、その傾向に大きな変化はなく、依然として、「障がい者に適した仕事を見つけることの難しさ」、「職場環境の整備」、「採用時に適性・能力を把握できるか」が、障がい者雇用を進めていくうえでの大きな課題となっています。

また、平成21年度実態調査において、「過去に障がい者を雇用していた」と回答した事業所（全体の9.8%、約650事業所）を対象に、「障がい者を雇用していない理由」、「再び障がい者を雇用するための条件」などについて調査しました。

その中では、「就労後の定着支援が重要」、「障がい者に適した仕事の切り出しなど具体的な取組の提案が効果的」、「障がい者雇用に対する理解の向上が重要」ということなどが明らかになりました。

今後、さらなる詳細な分析や、企業へのヒアリング調査等を実施し、企業が障がい者雇用を進めていくうえでの課題を整理していきます。

平成 25 年度三重県障がい者雇用実態調査概要

項目	平成 21 年度調査	平成 25 年度調査	調査結果の比較
対象事業所及び回答数 (回答率)	・雇用保険被保険者数 3 人以上の民間事業所 14,314 事業所 ・回答数 6,960 件(回答率 48.6%)	・雇用保険被保険者数 3 人以上の民間事業所 14,129 事業所 ・回答数 6,208 件(回答率 43.9%)	
障がい者を雇用している企業の割合	15.0%	17.3%	前回調査と比較し、2.3 ポイント上昇 (おおむね 6 社に 1 社の割合)
障がい者を雇用したことがある企業の割合 (現在雇用 + 過去に雇用)	24.8%	25.3%	前回調査と比較し、0.5 ポイント上昇 (おおむね 4 社に 1 社の割合)
雇用されている障がい者の障害種別割合	・身体障がい 1,667 人 (70.9%) ・知的障がい 450 人 (19.1%) ・精神障がい 130 人 (5.5%)	・身体障がい 1,815 人 (63.9%) ・知的障がい 545 人 (19.2%) ・精神障がい 365 人 (12.8%)	前回調査と比較し、雇用されている障がい者のうち、精神障がい者の占める割合が倍増している。
障がい者を雇用したことがない理由	・障がいのある方に向いている仕事がない 68.7% ・どんな仕事を任せられるのかわからない 21.2% ・会社の規模から雇用が義務でないから 15.8%	・障がいのある方に向いている仕事がない 70.9% ・会社の規模から雇用が義務ではないから 17.9% ・障がい者雇用は負担が大きいかから 10.5%	前回調査同様、企業側が障がい者に向いている仕事がないと考えていることが最大の理由となっている。
障がい者を雇用するにあたっての課題	・会社内に適当な仕事があるか 80.3% ・職場の安全面の配慮が適切にできるか 35.8% ・採用時に適性、能力を十分に把握できるか 34.5%	・会社内に適当な仕事があるか 75.9% ・職場の安全面の配慮が適切にできるか 36.0% ・採用時に適性、能力を十分に把握できるか 28.3%	上位 3 項目の順位は変わらず、企業の課題認識は前回調査と変化がないと思われる。
今後の障がい者雇用 (現在障がい者を雇用している事業所の回答)	・今後も継続して雇用したい 54.8% ・今後雇用を拡大していきたい 5.5% ・雇用の予定なし 18.6%	・今後も継続して雇用したい 53.5% ・今後雇用を拡大していきたい 9.9% ・雇用の予定なし 18.9%	前回調査同様、「今後も継続して雇用したい」と「今後雇用を拡大していきたい」を合わせると、6 割を超えている。
今後の障がい者雇用 (現在障がい者を雇用していない事業所の回答)	・積極的に検討したい 1.1% ・応募があれば検討したい 8.4% ・現状では難しいが、将来的には検討したい 30.6% ・現状では考えられない 55.3%	・積極的に検討したい 1.5% ・応募があれば検討したい 8.5% ・現状では難しいが、将来的には検討したい 28.2% ・現状では考えられない 53.9%	前回調査同様、障がい者雇用を検討したいという意向のある企業は約 4 割となっている。

平成 21 年度三重県障がい者雇用実態調査の追加調査について

1 調査の趣旨

平成 21 年度障がい者雇用実態調査（平成 21 年 10 月時点）において、「過去に障がい者雇用をしていた」と回答した事業所（全体の 9.8%）を対象に、その後の障がい者雇用状況について確認した。（平成 25 年 7 月時点）

2 調査結果

項目	調査結果	調査結果の分析
対象事業所及び回答数（回答率）	<ul style="list-style-type: none"> 対象事業所数 650 事業所 回答事業所数 402 事業所（回答率 61.8%） うち現時点で障がい者を雇用していない事業所 214 事業所（回答事業所の 53.2%） 	
障がい者が退職した（解雇された）理由【複数回答】	<ul style="list-style-type: none"> 他社への転職 21.0% 定年・本人死亡 19.2% 病気・けが 14.0% 人間関係が上手くいかないため 11.7% 能力の不足・低下による解雇等 9.8% 無断欠勤・問題行動による解雇等 8.9% 	障がいの有無とは関係しない理由で退職する障がい者が多いものの、「人間関係が上手く行かないため」、「能力の不足・低下による解雇等」、「無断欠勤・問題行動による解雇等」が、それぞれ約 1 割を占めており、外部機関等による就職後の定着支援が重要であることが伺える。
現在障がい者を雇用していない理由【複数回答】	<ul style="list-style-type: none"> たまたま障がい者を雇用していない 26.6% 業種的に無理があることがわかった 25.7% 現在障がい者を雇用する余裕がない 24.3% 労働安全確保の点で不安があった 23.8% 障がい者に適した仕事がないことがわかった 18.7% 追加雇用するのは無理 17.8% 職場環境・受入体制が整っていない 15.0% 	経営状況や業種による特性から雇用できないという理由が多いものの、「労働安全確保の点で不安」、「障がい者に適した仕事がない」、「職場環境・受入体制が整っていない」といった理由も多く、障がい者に適した仕事の切り出しなど、先進事例を踏まえた具体的な取組の提案が効果的であることが伺える。
再び障がい者を雇用できる条件【複数回答】	<ul style="list-style-type: none"> 景気・経済情勢の向上 31.8% 機会があれば雇用したい 22.0% 雇い入れや雇用継続のための助成金の充実 17.3% 障がい者を雇用する予定はない 14.5% 従業員の障がい者雇用に対する理解の向上 13.1% 顧客や取引先などの障がい者雇用に対する理解の向上 12.1% 外部からのジョブコーチや介助者など人的支援の充実 7.0% 	再び障がい者を雇用できる条件として、「雇い入れや雇用継続のための助成金の充実」を挙げる事業所が多い一方、「従業員の障がい者雇用に対する理解の向上」、「顧客や取引先などの障がい者雇用に対する理解の向上」といった理由も多く、「障がい者が戦力になる」ということを知っていただく取組が重要であることが伺える。

(7) 雇用創造懇話会の実施状況について

1 現状（背景・課題）

(1) 設置目的

本格的な人口減少時代が到来し、経済のグローバル化が進むなど、社会がパラダイム転換の時期を迎えている中、従来の枠を超えた働き方、働く「場」等も視野に入れた雇用・労働に関する情報と課題を共有し、雇用に関する新しいしくみ（働き方、働く「場」）の創出等について、知事が専門的かつ総合的な知見を有する方と意見交換を行うため、「三重県雇用創造懇話会」（以下「懇話会」という。）を平成23年12月に設置しました。

※ 構成委員（注）：経済団体、労働団体、学識経験者、行政

(2) 実施状況

これまで、「ひとづくり」、「障がい者の雇用支援」などについて議論し、具体的な取組につなげてきたところです。

直近の第6回及び第7回では、「若者の就労支援」について集中的な議論を行い、多数の機関が関わっている若者の就労支援の分かりやすい情報発信や、産業・雇用・教育の連携、中小企業とのマッチングなどの議論を行いました。

(3) 第6回及び第7回懇話会で出された主な意見

懇話会で出された意見のうち、主なものは次のとおりです。

- ① 今ある施策を整理・評価し、役割分担、優先度等の議論が必要。
- ② 若者の離職理由と離職後の状況について実態把握が必要。
- ③ 情報発信・周知について工夫が必要。
- ④ 教育の部分について、教育委員会と整理が必要。
- ⑤ 「おしごと広場みえ」の見直しも含めた若者雇用を支援する仕組みの検討。
- ⑥ 就職のマッチングだけでなく、企業に必要とされるような人材の育成が重要。
- ⑦ 若者の就労・定着支援にはインターンシップが有効であり、一層の充実が必要。

2 今後の取り組み

懇話会での意見を踏まえ、若者の就労支援について次のとおり取り組んで参ります

- ① 各機関で取り組んでいる「若者就労支援策」について、若者視点で見直すとともに、若者に分かりやすいよう、総合的な情報発信に努めます。
- ② 中小企業の魅力発信や長期インターンシップの実施などによる、若者と中小企業とのマッチングについては、高校、大学、企業、団体等の関係機関の役割分担のもと、連携してオール三重で推進していくよう検討を進めます。
- ③ 併せて、若者就労支援の場である「おしごと広場みえ」（※1）のあり方に関しても、関係機関が連携した運営方法について検討を進めます。
- ④ 県の雇用情報ページ「おしごと三重」（※2）についても、若者視点で再点検して、分かりやすい総合的な情報発信に努めます。

- ※1 県、国、厚生労働省事業受託者の3者が一体となって運営する、若年者に対する総合的な就職支援サービスをワンストップで提供する機関
- ※2 求人情報や就労支援、能力開発に関する情報など県の雇用関係情報をまとめたWebページ

(参考) これまでの開催状況

- (1) 第1回懇話会：フリートーク（平成23年12月）
県の雇用対策の取組み説明の後、意見交換を行い、その内容を今後の雇用政策の3つの視点として取りまとめました。
 - ①「働く場をいかに増やすか」
 - ②「ひとづくり」
 - ③「潜在的労働者（障がい者、女性や高齢者）の就労サポート」
- (2) 第2回懇話会：「働く場をいかに増やすか」（平成24年2月）
参考人を招き、地域の課題をビジネスで解決する事例等の発表を聴いたうえで、雇用の創出につながる具体的施策について意見交換を行いました。
- (3) 第3回懇話会：「ひとづくり」（平成24年6月）
若者の就労・定着を支援し、産業の担い手を育成するために有効な仕組みとして、三重県独自のインターンシップのあり方やファンド助成金の充実等について議論しました。
- (4) 第4回懇話会：「潜在的労働者（障がい者、女性や高齢者）の就労サポート」（平成24年8月）
潜在的労働者の中でも、特に障がい者に焦点を当てて、意見交換を行いました。
- (5) 第5回懇話会：「三重県版『きずなかふえ』の機能、しくみについて」（平成24年11月）
第4回懇話会を受けて、委員による奈良県先進地視察を実施し、障がい者雇用実践の場として設置されたカフェ兼アンテナショップ「きずなかふえ」等を訪問するとともに、三重県版「きずなかふえ」の実現に向け、障がい者雇用を理解し機運の醸成を図る機能やしくみ等について検討しました。
また、具体的な議論を進めるため、12月に雇用創造懇話会の専門部会として「三重県障がい者雇用促進会議」を立ち上げました。
- (6) 第6回懇話会「若者の就労支援」（平成25年2月）
「おしごと広場みえ」の取組等について意見交換を行い、関係機関が実施する就労支援事業の整理、離職状況の実態把握等の課題整理等の意見交換を行ないました。
- (7) 第7回懇話会「若者の就労・定着支援と人材育成」（平成25年9月）
関係機関が実施する若者の支援体制・施策の整理と、若者を対象としたアンケート調査の結果から見えてきた就労支援と人材育成の連携のあり方、情報発信の改善等について意見交換を行いました。

【三重県雇用創造懇話会委員】

岡本直之	三重県経営者協会会長
竹林武一	三重県商工会議所連合会会長
藤田正美	三重県商工会連合会会長
佐久間裕之	三重県中小企業団体中央会会長
土森弘和	日本労働組合総連合会三重県連合会会長
畑中啓良	三重労働局局長
和田康紀	三重大学人文学部准教授
鈴木英敬	三重県知事

(8)「みえスマートライフ推進協議会」及び 「みえICTを活用した産業活性化推進協議会」について

1. 現状

「三重県新エネルギービジョン」及び「みえグリーンイノベーション構想」の具現化を図るため、企業、大学、経済団体、市町など産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」を昨年10月に発足し、①環境・エネルギー関連産業の育成及び集積を目的とした「グリーンイノベーション推進部会」、②地域資源を生かした新エネルギーの導入促進を目的とした「新エネルギー導入部会」、③環境・エネルギー技術の活用によるまちづくりを目的とした「地域モデル検討部会」の3部会を構成し、研究会やプロジェクトにおいて具体的な取組を進めています。

また、本年7月には「みえICTを活用した産業活性化推進協議会」を設立し、ビッグデータやICTを活用した新たなビジネスモデルの創出に向けた検討を進めています。

(1) みえスマートライフ推進協議会

① エネルギー関連技術研究の取組について

中小企業がいち早く環境・エネルギー関連分野へ進出できるよう、工業研究所が中心となって「エネルギー関連技術研究会」を昨年7月に設立し、「太陽エネルギー」、「燃料電池」、「二次電池」、「省エネ・システム」の4つの分科会で、新たなビジネスにつながる技術開発などの検討を進める中で、4件のテーマ（創エネ：2、蓄エネ：1、省エネ：1）について、共同研究プロジェクトを始めています。

また、環境省の委託事業として本年7月に採択を受けた「地域の技術シーズを活用した再エネ・省エネ対策フィージビリティ調査（25・26年度事業）」などを活用して、低炭素社会の実現につながる商品開発の方向性の検討を進めるとともに、今後は調査結果を踏まえ、地域モデルへの展開も視野に入れながら、新たな再エネ・省エネに関する製品化に向けたビジネスモデルの提案を行っていきます。

② バイオリファイナリーの取組について

高度部材・素材を強みとする四日市コンビナート企業などを中心とした「みえバイオリファイナリー研究会」を本年5月に設立し、環境・エネルギー、食糧問題などの社会的問題のパラダイム転換につながるような新たなビジネス創出への取組を開始しました。

現在、国内外のバイオマス資源の賦存量やバイオリファイナリーに関する技術調査などの基礎調査を実施しています。

今後は調査結果などを踏まえ、バイオリファイナリーに関する各分野での注視すべき技術事項について整理し、三重県で取り組むべきプロジェクトテーマの検討を行うとともに、企業主体の研究開発プロジェクト化を推進していきます。

また、本年7月に、県内バイオ関連中小企業、三重大学が進める「未利用柑橘類を活用したバイオ燃料生産技術開発」がNEDOの「新エネルギーベンチャー技術革新事業」に採択されました。本事業により、熊野地域をフィールドとしたビジネスモデルの実現をめざして、技術検討及び市場調査を開始しています。本事業を地域と一体になって進めることにより、地域の課題解決と産業育成を図ります。

③未利用工場排熱の農業生産システムへの事業展開

(省エネルギー技術を活用した産業創生)

県内バイオ関連中小企業や農業者などが進める「未利用工場廃熱の農業生産システム(植物工場)への事業展開」が、本年7月に経済産業省の「農業成長産業化実証事業」に採択されました。本事業が円滑に進むよう支援するとともに、植物工場の新たな省エネ技術であるデシカント空調装置の導入試験や、情報通信技術を活用した植物工場の最適環境制御技術の検討など、省エネ技術による農商工連携などの取組も支援していきます。

④木質バイオマス発電(新エネルギーを活用した産業振興)

多気町内において、エネルギー関連企業が木質バイオマス発電事業(発電規模:6,000kw程度)を計画しており、平成28年度の運転開始に向けて準備を進めています。本事業が円滑に進むよう、多気町とも連携しながら、発電所建設に伴う諸条件等の環境整備について支援していきます。

事業場所:多気町クリスタルタウン工業ゾーン(多気郡多気町)

想定年間発電量:約41百万kwh/年(一般家庭11,300世帯分に相当)

燃料種別:木質チップ

燃料使用量:6万t/年程度

着工予定:平成26年度

⑤固体水素燃料電池を用いた非常用電源の開発と実証実験

(地域モデル検討)

半導体関連企業、ベンチャー企業、京都大学などがNEDOより本年5月に採択を受けた「固体水素燃料電池を用いた充電機能付き非常用電源の開発(平成25年度課題設定型産業技術開発費助成金)」について、大雨や津波など災害が懸念される熊野市(熊野プロジェクト)、鳥羽市(スマートアイランドプロジェクト)をフィールドに、小型燃料電池を活用した非常用電源確保などユーザーニーズ(災害時の緊急電源としての有用性、費用対効果、改善点等)の把握など製品開発に向けた実証試験を行います。本事業が円滑に進むよう支援するとともに、関連する新たな製品開発に向け、県内ものづくり中小企業との意見交換などの取組を進めていきます。

(2) みえICTを活用した産業活性化推進協議会

産学官の連携により、自治体・住民・観光客等からもたらされる情報（ビッグデータ）やICTを活用して、新たな産業活性化モデルの創出を図りながら、住民・観光客の満足度向上や産業振興、地域活性化につなげていくことを目的として、「みえICTを活用した産業活性化推進協議会」を本年7月17日に設置しました。

今後は、協議会員の拡大などネットワークの拡充を図るとともに、「みえスマートライフ推進協議会」とも連携しながら、本年9月18日に設置した「観光WG（行動分析、周遊動向）」、「医療WG（未病健康サービス）」、「共通基盤WG（共通プラットフォーム）」において、新たなビジネスの創出に取り組みます。

例えば、「医療WG」では、タラソテラピーなどと健康情報の解析を組み合わせた健康ツーリズムや、身体部位センサーからのデータを収集・解析することによる医療機器やヘルスケア機器の開発プロジェクトなど、健康寿命延伸産業の創出に向けた検討や実証を三重大学などの協力を得て行うこととしています。

2. 今後の取組

引き続き、企業、大学等の産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」及び「みえICTを活用した産業活性化推進協議会」を核に、各研究会・検討会を運営し、プロジェクト化に向けた取組を進め、産業特性や地域特性など本県の強みを生かした環境・エネルギー産業の育成・集積、地域エネルギーの創出、環境・エネルギー技術やICTを活用した新たなビジネスの創出を図ります。

(9)「第11回リーディング産業展みえ」について

1 概要

- (1) 日 時 平成25年11月7日(木)10時～17時
平成25年11月8日(金)10時～16時
- (2) 場 所 四日市ドーム(四日市市羽津甲5169)
- (3) 出展者数 193者(181小間)
- (4) 来場者数 約5,000名(見込み)
- (5) 入場料 無料
- (6) 出展ゾーン区分
 - A. 環境・エネルギーゾーン(29者)
 - B. ビジネスソリューションゾーン(46者)
 - C. ライフイノベーションゾーン(16者)
 - D. ものづくり基盤技術ゾーン(27者)
 - E. 地域資源ゾーン(13者)
 - F. 商工団体ゾーン(37者)
 - G. 産学官金連携ゾーン(16者)
 - H. 海外展開ゾーン(9者)
- (7) 表彰事業 産業功労者表彰、男女が生き生きと働いている企業表彰
- (8) 主 催 第11回リーディング産業展みえ実行委員会

2 開催内容

- (1) 事前予約型商談会
出展者が作成した提案シートの情報に基づき、事前に商談のアポイントを設定した企業同士が商談を行います。
- (2) 経済セミナー等
有益な情報が得られるセミナー等を開催することで来場者増を図り、ブースへの来訪につなげます。
- (3) 出展者によるプレゼンテーション
各ブース前にて出展者が事業PRのためのプレゼンテーションを行います。
- (4) 企画事業
 - ①産学官金連携促進企画
 - ②海外展開支援企画
 - ③農林水産資源活用提案会
 - ④燃料電池車展示・試乗会
 - ⑤「三重県・北海道」産業連携推進会議の取組と企業紹介
 - ⑥デザイン活用ブース
- (5) 表彰事業
 - ①産業功労者表彰
 - ②男女が生き生きと働いている企業表彰

- (6) 販売・軽食等コーナー
- ①災害復興支援のための物品販売
 - ②障がい者就労支援コーナー
 - ③ご当地グルメコーナー

(7) 県施策紹介

- ①首都圏営業拠点「三重テラス」の紹介
- ②産業観光の取組などの紹介
- ③みえライフイノベーションの推進の取組紹介
- ④三重のふるさと応援カンパニー推進事業の紹介
- ⑤農業を始める人・企業への支援施策の紹介と相談
- ⑥職業能力開発校の取組紹介
- ⑦新県立博物館の紹介
- ⑧ビジネス関係図書の展示と貸出

3 併催事業

(1) 学生と企業の出会い 企業の魅力発見フェア

- ①三重の合同企業説明会（11月7日。大学4年生等対象）
- ②経営者による人材育成塾（11月7日）
- ③リーディング産業展ブース見学ツアー（11月7・8日）
- ④長期インターンシップ成果発表会（11月8日）

主催：三重県中小企業団体中央会、三重県（雇用経済部雇用対策課）

(2) 全日本製造業コマ大戦 リーディング産業展みえ特別場所（11月8日）

メディア等でも話題の「全日本製造業コマ大戦」を三重県のものづくり企業に呼びかけ開催します。プロの道具を使って設計、製造した喧嘩コマでの対戦を通じて、製造業者達のモチベーション向上、学生及び子供達の製造業への就職、参加者の情報発信力の増強、日本国内及び世界への技術アピール、B to Cの販路確立、市場の創造と拡大などをめざす大会です。

主催：全日本製造業コマ大戦協会、リーディング産業展みえ特別場所実行委員会

(10) 三重県観光キャンペーンについて

本年4月から実施中の「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」について、「三重県の知名度の向上」「県内の周遊性・滞在性の向上」「三重ファン・リピーターの拡大」をめざし、次のとおり取り組んでいます。

1 県内の周遊性・滞在性を高める取組

観光客の県内での周遊性、滞在性を向上させ、県内各地の魅力に触れていただくことで、三重ファン、リピーターの獲得をめざし、「みえ旅パスポート」の発給や、県内、道の駅はじめ、宿泊施設等様々な施設に対して、「みえ旅案内所」及び「みえ旅おもてなし施設」への協力を働きかけています。

2 第2弾オフィシャルガイドブック・エリアパンフレットの作成

キャンペーン企画やイベント情報等を掲載した、平成25年度下期版のオフィシャルガイドブック、エリアパンフレットを作成しました。

- ・オフィシャルガイドブック 30万部
- ・エリアパンフレット 各5万部×5地域

3 地域部会連携事業

5つの地域部会（北勢・中南勢・伊勢志摩・伊賀・東紀州）において、各地の魅力を生かした観光客の周遊性・滞在性を高め、三重ファン、リピーターの獲得につながる特色ある事業を、10月（伊勢志摩地域：7月開始）から県内5つの地域部会で実施しています。

4 官民一体となった情報発信

(1) 交通事業者等と連携した情報発信

中日本高速道路、三重交通、東海旅客鉄道、近畿日本鉄道、中部国際空港等と連携し、SA・PA、駅や空港等で情報発信を行うほか、県内を中心におもてなしの意も込め、観光客に周遊の促進及び再来訪を訴求する広報宣伝を展開しています。

【PR等実施内容】

- ・三重交通による県内各地（7カ所）から出発する約3～4時間の定期観光バス「ちょび旅」の運行（10月～）
- ・県内を中心に15箇所のSA・PAでのデジタルサイネージでのPR
中部国際空港セントレア館内での「伊賀流忍者」を活用したPRイベントの実施、LCC就航に伴う就航先（福岡市、札幌市）での愛知県・岐阜県・名古屋市との合同PRの実施
- ・キャンペーンポスター430枚を、近畿日本鉄道名古屋線及び大阪線の各駅構内で掲示（4月～8月）、8月3日、24日には、宇治山田駅構内で「みえ旅パスポート」の臨時発給を実施

- ・10月に、JR全国主要有人駅1300駅へのキャンペーンポスター掲示、JR6社提供番組での三重県の放映(2回)、「JR時刻表」の巻頭特集でキャンペーンを告知

(2) 企業等と連携した情報発信

県内各企業と連携し、キャンペーンロゴマークを活用したPRを展開しています。

- ・みえの飴(松屋製菓株式会社)
伊勢茶、伊勢どんこ(しいたけ)、ジビエの3つの味わいのある飴の商品化にあたり、パッケージ等にキャンペーンロゴマークを掲出
- ・平治煎餅(有限会社平治煎餅)
キャンペーンロゴマークの焼き印の入った和菓子(平治煎餅)を9月1日から販売
- ・おにぎりせんべい(株式会社マスヤ)
平成25年9月上旬から10月下旬まで、キャンペーンロゴマーク入りの米菓「おにぎりせんべい」が全国発売

5 その他

(1) 女性層をターゲットとした取組

9月9日(月)東京日本橋で開催された「OZ(オズ)女子旅EXPO～おいしい女子旅2013～」において、キャンペーンのPRを実施しました。当日は、首都圏在住の20～30代の女性約1,000人が来場しました。

※ 雑誌「オズマガジン」(10月12日発売予定)で、「心で感じる熊野古道伊勢路(仮称)」を掲載

※ WEB「オズモール」(9月17日～4週間)で、「日本のココロに触れる旅 神様に会いに、三重へ行こう」を展開

(2) おもてなしセミナーの開催

みえ旅案内所職員を対象に、神宮においてボランティアガイドの案内による現地研修等を開催することで、実体験を通じて、観光客に臨場感のあるご案内が行えるような体制を構築いたします。

- ・平成25年6月18日(火)
全体研修 講演会の開催
参加者 79名
- ・平成25年7月11日(木)、16日(金)
現地研修 講演会、現地研修(外宮、内宮)
参加者 11日:27名 16日:37名

(11) 三重県観光振興基本計画年次報告について

みえの観光振興に関する基本条例（平成23年10月20日三重県条例第34号）第21条の規定に基づき、三重県観光振興基本計画（以下、「基本計画」という。）に基づく施策の実施状況等について、平成25年7月23日の三重県観光審議会でご議論いただき、年次報告として取りまとめました。

1 年次報告の主な構成

年次報告は、以下の要素で構成しています。

- (1) 平成25年版成果レポート
- (2) 三重県観光振興基本計画の概要
- (3) 三重県の観光施策の体系
- (4) 平成24年度観光施策の取組状況
- (5) 推進体制の整備

2 三重県観光振興基本計画の目標達成状況

目標項目	平成24年 現状値	平成24年 目標値	平成27年 目標値
① 観光消費額	4,535億円	5,189億円	5,680億円
② 観光レクリエーション入込客数	3,787万人	3,650万人	4,000万人
③ 観光旅行者満足度評点	81.8点	—	100点
④ リピート意向率	83.9%	82.0%	100%
⑤ 県内の延べ宿泊者数	833万人	720万人	800万人
⑥ 県内の外国人延べ宿泊者数	94,660人	100,000人	150,000人
⑦ 観光における海外自治体との連携事業数	3件	2件	10件

3 平成24年度の主な取組状況

(1) 式年遷宮の好機を生かした国内誘客

- ・平成25年4月からの「三重県観光キャンペーン」実施に向けて組織体制を確立するとともに、愛称の決定、イベントの開催、情報発信ツールの作成及びPR活動等を行いました。
また、事業の核となる「みえ旅パスポート」の作成、「みえ旅案内所」及び「みえ旅おもてなし施設」の募集を行いました。
- ・本県の首都圏営業拠点「三重テラス」のオープンに向け、物件の選定、目的やターゲットを明確にした三重の魅力の総合的かつ効果的な情報発信等に取り組みました。
- ・「遷宮」や「古事記・日本書紀」、「世界遺産・紀伊山地の霊場と参詣道」など共通テーマを持つ他県と連携しながら、観光情報の発信に取り組みました。

(2) 三重県の特性を生かした海外誘客

- ・世界に誇れる本県の優れた観光資源である「忍者」や「海女」を本県のブランドとして確立していくため、地域に協議会を設立し、情報発信のための取組を行いました。

- ・中国河南省との「観光・交流の推進に関する協定書」に基づき、平成 24 年 5 月にイオン津店で河南省観光プロモーションを実施しました。
- ・台湾などターゲットとなる市場毎にプロモーションを展開し、各市場からの誘客促進や情報発信による露出拡大に取り組みました。

(3) 観光産業の高付加価値化

- ・エコツーリズム、産業観光、スポーツツーリズム、バリアフリー観光などの新たなツーリズムを促進するため、情報発信やイベントの実施、研修会の開催等に取り組みました。
- ・「みえ地域コミュニティ応援ファンド」及び「みえ農商工連携推進ファンド」等において、新商品、新サービスの開発や販路開拓を支援しました。

(4) おもてなしの心を形にする観光の魅力づくり・人づくり

- ・地域の課題の共有や地域をあげた「おもてなし」で来訪者に接することの大切さを再認識するため、「おもてなし向上セミナー」を実施しました。
- ・三重県観光連盟が厚生労働省から受託した「新事業展開地域人材育成支援事業」により、観光業に携わる方々を対象に、旅行プランや新たなメニュー開発を行うことをめざした人材育成に取り組みました。

(5) 利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり

- ・NPO法人伊勢志摩バリアフリーツアーセンターから提案のあった「日本一のバリアフリー観光県づくり」事業を採択し、バリアフリー観光の取組を進めました。
- ・熊野古道の価値や魅力を地域自ら紹介する「熊野古道まちなか案内所」を設置するとともに、熊野古道を中心とした東紀州地域の旬の魅力を発信しました。
- ・鳥羽市で実施された一斉津波避難訓練の際、観光施設避難訓練や観光客避難誘導訓練を行いました。
- ・魅力ある観光など地域の今ある力を生かした三重づくりを支えるため、高規格道路や直轄国道の整備促進のほか、これらへのアクセス道路整備などを計画的に進めました。
- ・東紀州地域の関係市町と協力して、名古屋駅と熊野古道の各峠を結ぶシャトルバスを共同運行しました。

4 今後の対応

基本計画に基づき、観光振興を着実に推進していくため、各施策が総合的に実施されるよう、全庁的に課題や情報の共有を図るとともに、緊密な連携による事業の実施に取り組んでまいります。

特に、今年度から3年間かけて展開する「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」を関係者と連携して集中的に取り組むことにより、「三重県の認知度向上」、「周遊性・滞在性の向上」、「三重ファン・リピーターの増加」に努めます。

インバウンドについては、「日台観光サミット in 三重」のネットワークを活かし、特に、台湾からの誘客促進に努めていきます。

(12) 台湾との交流・連携について

1 経緯

平成 24 年 7 月の知事の訪台から、平成 25 年 5 月の「2013 日台観光サミット in 三重」開催までを、台湾との交流・連携の「重点強化期間」と位置づけ、観光、産業、物産に関する取組を集中的に実施してきました。産業面では、台湾政府経済部のもとに設置された台日産業連携推進オフィス（TJPO）との間で産業連携に関する覚書（MOU）を締結するなど産業連携につながる取組を行いました。また観光面では、平成 25 年 2 月の台湾ランタンフェスティバルにおける知事の PR など、三重県の認知度向上などの取組を行いました。

「2013 日台観光サミット in 三重」では、日台の交流人口を 400 万人とする「日台観光サミット三重宣言」が合意され、成功裡に終了しました。

2 進捗状況

日台観光サミット開催直後の 6 月上旬に、台湾からの継続的な誘客につなげる取組として、台北市、台中市、高雄市の旅行会社に対し県内の観光事業者とともに、観光説明会・商談会を開催し三重県を PR しました。

また、8 月には台北市の高級ショッピングモールにおいて三重県物産展を開催し、三重県の物産や観光の PR を行いました。

さらに 9 月には、「高校生国際料理コンクール」が多気町の相可高校で開催され、相可高校と料理を通じた交流を行っている台北市の開平高校も参加しました。

産業面では、覚書を締結した台湾政府経済部台日産業連携推進オフィスより 3 名が 8 月末に来県し、企業関係者との意見交換や、企業 5 社の訪問を行いました。

3 今後の取組

「2013 日台観光サミット in 三重」の開催後も、台湾関係者とのネットワークを活かし、観光、産業、物産に加え、文化交流や青年交流を進め、台湾と三重県の相互に有益となるような層の厚い取組を進めていきます。

(1) 台日産業連携推進オフィスとの覚書による取組

台湾政府経済部台日産業連携推進オフィスとの覚書に基づき、台湾から見た三重県の産業分析の実施、産業連携推進実施計画の策定、県内企業と台湾企業とのマッチング、双方の若手経営者の交流などを進めていきます。また、台湾工業技術研究院と三重大学及び県内企業との企業・技術連携を支援します。

(2) リーディング産業展での商談

台日産業連携推進オフィスが、11 月に行われるリーディング産業展に出展するとともに、台湾の企業が産業展の場で三重県企業と商談を行う予定です。

(3) 物産展の開催

平成 26 年 3 月に台中市の高級スーパーで行われる物産展を通じ三重県の知名度を高め、台湾からの誘客や販路拡大につなげます。

(4) 津まつりでの交流

10月に開催される津まつり（安濃津よさこい）には、台湾チームの6回目の参加が予定されています。このような次世代を担う若い世代の文化や教育を通じた相互交流を支援し、台湾との関係を未来に向けて発展させていきます。

(5) 旅行博でのPR

10月に開催される台中国際旅行展覧会、及び台北国際旅行博に県内の観光事業者とともに出展し、忍者を活用し三重県をPRします。

(6) 知事の訪台及び新北市との観光協定締結

10月に知事が訪台し、人口400万人を有する巨大マーケットである新北市と交流を進めます。その一つのツールとして「観光についての交流・協力に関する協定書（仮称）」を観光・国際局長及び観光旅遊局長間で締結し、交流を促進します。（新北市には、「三重区」という行政区があり、共通の地名を持つ自治体として、相互の協力によってさらなる発展が期待できることから、交流を拡大します。）

(7) ランタンフェスティバルでのPR

来年2月に、南投県で行われる台湾ランタンフェスティバルに出展し、三重県をPRします。

4 継続的な取組

(1) 多言語の対応

英語、中国語、韓国語について、電話による三者間の通訳サービスや案内表記などの翻訳サポートを行っています。skypeによる外国人観光客からの問い合わせに対し、リアルタイムで対応しています。本年度は「指さし会話集」を英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語で作成し、「みえ旅案内所」や宿泊施設に配布しました。

(2) SNSによる情報発信

フェイスブックやツイッターなどのSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を活用し、三重県の旬の観光情報やトピックを、英語、中国語（簡体字、繁体字）韓国語で発信しています。フェイスブックでは、「いいね！」を押していただいた方が、台湾版（中国語繁体字）では2,200人を超えています。

(3) Wi-Fi環境の整備

県内各地域と協力してWi-Fi機器を設置し、無料で利用できる「Free Wi-Fi MIE」を提供しています。現在、内宮おかげ横丁、外宮参道、伊勢市・鳥羽市・志摩市の観光案内所周辺等で使用できます。

(13) ブラジル・アメリカミッションについて

1 ブラジルミッション（8月16日～23日）

「産学官」のいずれにおいても、これまでの「友好交流」から、本県とサンパウロ州との「経済交流」への発展に向け、確かなステップを踏み出しました。

(1) サンパウロ州との新たな関係の構築

- ① 2回にわたりアルキミン・サンパウロ州知事とトップ会談を行いました。
- ② 「ブラジル連邦共和国サンパウロ州と日本国三重県との姉妹提携40周年記念共同宣言」に署名しました。
 - ①教育、②環境・気候変動、③商工業、④観光、の4つの分野について相互に協力し、両県州の発展につなげようというものです。

(2) 三重県の総合的な売り込み

- ① 「三重プロモーション」（交流会）

在サンパウロ日本国総領事公邸で開催。サンパウロ州の関係者や日系団体、企業など約150名が参加、三重県の観光・産業の魅力や県産品のPRを行いました。
- ② ヴァーレ社への訪問
肥料事業部門役員（元ヴァーレジャパン役員）に面談し、松阪の工場拡大についてトップセールスを実施しました。
- ③ 「ビジネスセミナー」

サンパウロ州の関係者や現地企業など約50名が参加し、三重県の産業ポテンシャルをアピールしました。
- ④ 「観光トップセールス」

現地日系旅行会社など計35名が参加、150万の日系人を主対象に訴求力のある「伊勢神宮」、「忍者」、「F1」をキーにPRしました。
- ⑤ 「三重デイ」

レストラン、ホテル、食品流通関係者など計46名が参加し、日本酒、豆腐、調味料などにつき紹介し、販路拡大に努めました。

(3) 経済交流を支える連携のステップアップ、人的ネットワークの構築強化

- ① 三重大学とサンパウロ大学：大学間協定に向けて学術連携や人材交流を促進していくことを内容とする「国際協力に関する基本合意書」を調印しました。（現在は人文学部が学部間協定を締結）
- ② 百五銀行が、ブラジル銀行と業務提携の覚書を締結しました。
- ③ ブラジル日本商工会議所や、ジェトロ・サンパウロ事務所、サンパウロ工業連盟を訪問。人的ネットワークを構築しました。

- ④ 三重県人会記念式典、三重県出身者の農園の視察、国外就労者情報援護センターやブラジル日本都道府県人会連合会との面談など、現地日系人社会との人的ネットワークについても強化しました。

2 アメリカミッション（8月21日～25日）

（1）県内への企業立地と産業交流の促進

- ① サンノゼ、シアトルで米国に本拠を置くグローバル企業を訪問しました。訪問企業は、世界的な半導体メーカー「インテル」、フラッシュメモリー製品のトップメーカー「サンディスク」、世界最大の民間航空機メーカー「ボーイング」です。
- ② サウスシアトル・コミュニティカレッジ（SSCC）での産業セミナーを開催しました。
ワシントン州、シアトル市の政府関係者、現地企業など約60名が出席し、三重県からのPR、ジェトロによる国の対日投資の支援策、州やマイクロソフト、現地企業団体からのプレゼンテーションなどを行いました。

（2）SSCCと三重大学とのMOUに基づく連携強化

SSCCと三重大学地域戦略センターの学術機関連携に関するMOU（覚書）を締結しました。

（3）三重プロモーションの開催

在シアトル日本総領事公邸において開催。ワシントン州、シアトル市の関係者や現地企業など約120名が参加、三重の魅力をPRしました。

（4）カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ（CIA）訪問

副校長のグレッグ氏らと面談し、三重県の食のPR、相可高校調理科の取組紹介を行うとともに、同校を含む三重県の学生がCIAで学ぶ機会の創出、食に関する交流事業、万古焼や伊賀焼などの活用などにつき、提案・意見交換を行いました。

（5）ワシントン州との協定

ワシントン州商務部を訪問し、高度部材を核とした産業連携の検討を提案しました。

（6）宇和島屋への訪問

日本及びアジア系の食材のスーパーである宇和島屋を訪問し、宇和島屋のバイヤー責任者と三重県食材の売り込み方法について意見交換を行いました。

(14)「みえ国際展開に関する基本方針」について

1. 目的

平成 24 年 7 月に策定した「みえ産業振興戦略」の中で地域の成長戦略を策定し、拡大する海外市場への展開をめざす県内企業の支援ならびに、海外の成長の取り込みに取り組んできました。

こうした取組を一層推進するためには、世界の潮流を的確に見極め、三重県の持つ強みやこれまで培ってきたネットワークを活かして、戦略的な施策を実施していくことが求められています。このため、今後、三重県が取り組むべき方向性を定めた「みえ国際展開に関する基本方針」を策定しました。

2. 検討部会の開催

「みえ国際展開に関する基本方針」の策定にあたっては、学識経験者や企業経営者、政府機関関係者からなる検討部会を設置し、議論を進めてきました。

(1) 開催実績

- 第 1 回：日時 平成 25 年 7 月 8 日（月） 11:00～15:00
場所 三重県東京事務所
- 第 2 回：日時 平成 25 年 7 月 12 日（金） 11:00～13:00
場所 三重県高度部材イノベーションセンター
- 第 3 回：日時 平成 25 年 7 月 31 日（水） 14:00～16:00
場所 アスト津 3 階 みえ県民交流センター

(2) 「みえ国際展開に関する基本方針」検討部会 委員名簿

(敬称略・順不同)

氏名	所属・役職
和田 正武	帝京大学経済学部経済学科 教授
西村 訓弘	三重大学 副学長 地域戦略センター センター長
田中 久男	ジャパンマテリアル株式会社 代表取締役社長
ダマシエク由美子	日本キャボット・マイクロエレクトロニクス株式会社 代表取締役社長
柴原 昇	株式会社御木本真珠島 取締役 三重県外国人観光客誘致促進協議会 WTM 委員会 委員長
入野 泰一	日本貿易振興機構 (ジェトロ) 総括審議役 (中小企業担当)
瀧本 徹	国土交通省観光庁 観光地域振興部長
内田 了司	中部経済産業局総務企画部 総務課長

みえ国際展開に関する基本方針

第1章 世界経済の状況と三重県における国際展開の現状

1. 拡大する世界経済

- ・国内需要の減退→G8からG20、BRICS諸国・アジアなど新興国市場の拡大
- ・世界的な国家間・地域間の連携の加速
- EPA、FTA、RCEP(東アジア地域包括的連携協定)
- TPP(環太平洋パートナーシップ)

2. 三重県の国際展開の現状と課題

- ・三重県企業の海外展開の取組は他県に比べ遅れている。
(これまで海外展開を行ったことがない: 県内31.7%、県外19.8%)
- 拡大する世界経済や国内の取引構造の変化を見据え、企業の海外展開を推進する必要。
- ・県内観光事業者等において、これまでニーズが高くないインバウンド誘客。
- 国内の景気、季節変動、行事的要素に左右されない誘客構造への対応が必要。

第2章 国際展開に係る三重県のポテンシャル

1. 三重県の持つ多様な海外ネットワーク

○県のネットワーク

台日産業連携推進オフィス(台湾)、CSEM社(スイス)、アヌシー地域(フランス)、フ라운ホーファー研究機構(ドイツ)、サンパウロ州(ブラジル)、河南省(中国)、バレンシア州(スペイン)、

パラオ

○市町等のネットワーク

(中国)天津市、江蘇省鎮江市、蘇州市、無錫市濱湖区、(米国)カリフォルニア州ロングビーチ市、サンタバーバラ市、ワシントン州キヤマス市、(ブラジル)サンパウロ州バスタス市・オサスコ市、(フランス)ル・マン市、(イタリヤ)カンパニア州ソレント市、(カナダ)ブリティッシュコロンビア州プリンスルパート市 等

2. ファシリテーターとして活用可能な組織

- ・三重大学地域戦略センター(RASC)
- ・(公財)国際環境技術移転センター(ICETT)
- ・高度部材イノベーションセンター(AMIC)
- ・日本貿易振興機構(ジェトロ)三重貿易情報センター
- ・三重県海外ビジネスサポートデスク
- ・三重県外国人観光客誘致促進協議会

3. 世界に誇る産業集積と試作ものづくりの能力

- ・自動車関連、電子・デバイス、石油化学分野の企業が集積
- ・外資系企業が立地
- ・試作グループ等による高付加価値のものづくり

4. 世界に知られる観光資源

- ・忍者、真珠、海女など世界的に魅力ある資源

5. 三重の食文化と食材

- ・松阪牛、伊勢えび、など三重ブランド認定品を使った料理、マグロ、マダイなどの養殖魚、伊勢うどんなど郷土料理

三重県のポテンシャルを最大限に活かした国際展開の推進

世界経済の状況と三重県の国際展開の現状と課題を踏まえた国際展開の推進

第3章 国際展開に対する今後の取組の方向性

1. 基本的な考え方

- 国際的に開かれた三重県文化の形成

○相手国・地域のメリットにもなる「Win-Win」の関係構築

- 三重モデル(台湾との連携モデル)の横展開

2. 重点的に取り組むべき国・地域

- 台湾、タイからアジア市場へ
- 欧米→パートナーとしての知的交流・企業誘致
- 東アジア地域・東南アジア諸国からの誘客強化

(1)アジア経済圏(ASEANを除く)

○台湾[重点地域]

- ・三重大学のプロジェクト推進、産業交流、物産展の開催
- ・「三重宣言」に基づく観光交流の推進

○中国

- ・ICETTを活用した環境技術の展開、製造業向け展示会出展、県産品の販路拡大

○韓国

○インド

(2)ASEAN

○タイ[重点国]

- ・タイ投資委員会(BOI)とのMOU締結
- ・ICETTを活用した環境技術の展開、アジアのサプライチェーン参入
- ・物産展開催による販路拡大

○ベトナム、マレーシアなど

- ・海外誘客

- ・県産品の販路拡大

(3)北米・欧州

○米国

- ・ワシントン州との交流
- ・企業誘致
- ヨーロッパ(スイス・ドイツ・フランス)
- ・知的交流の推進
- ・海外誘客

(4)友好提携都市等

- ブラジル

3. 国際展開のためのプラットフォームの構築

(1)既存の行政間ネットワークのフォローアップと新たな戦略的構築

- ・既存のネットワークの強化と市町の海外ネットワークの活用
- ・タイ投資委員会(BOI)とのMOU
- ・RASCとサウスアトランティック・コミュニティ・カレッジ(SSCC)とのMOU

(2)国際展開の推進体制(ファシリテーター等)の整備

- ・ICETTのネットワーク再構築と活用
- ・AMICでの連携プロジェクトの推進
- ・RASC、ジェトロ等支援機関間の連携強化
- ・ジェトロ、金融機関、商社との連携

(3)人材育成・啓発

- ・グローバル人材の育成(企業向けセミナー、留学生マッチング、商社OB等)
- ・「みえ国際展開モデル事例集」(仮称)の策定

4. 各分野(海外展開、外資系企業誘致、海外誘客)における取組方針

- 「ものづくり」(製造業)と「サービス産業」(非製造業)を産業の両輪と捉えた国際展開

(1)三重県企業の海外展開(直接投資、輸出)に対する支援

- ・三重県海外ビジネスサポートデスクの機能強化
- ・ICETTを活用した環境技術の展開
- ・「食」に関わる産品、伝統工芸品の積極的展開(メイドイン三重の売り込み)

(2)外資系企業の誘致に対する支援

- ・外資系企業の生産拠点・研究開発拠点の誘致
- ・高級ホテル等外資サービス業の誘致

(3)海外からの誘客促進

- ・産業、物産との連携によるブランド発信
- ・広域的に連携した誘客活動(例:昇龍道プロジェクト)
- ・三重県の留学生・外国人ネットワークを活かした魅力発信

(15) 関西圏営業戦略（仮称）について

1 現状（背景・課題）

現在、「関西圏営業戦略」（仮称）の策定に向けて、「関西圏みえの観光・ゆかりの店舗調査」に取り組むとともに、県内市町へのヒアリング、他県大阪事務所のベンチマーキング等を行っています。

(1) 「関西圏みえの観光・ゆかりの店舗調査」の状況

① みえの観光調査

ア WEB調査

関西在住者約1,000名を対象に7月に実施済み(概要は別紙のとおり)。現在、詳細分析中。

イ 街頭調査

大阪、京都、神戸の主要駅の利用者を対象に8月に実施済み。現在とりまとめ中。

② ゆかりの店舗調査

○ホットペッパー登録飲食店約5,000店（大阪府、京都市、神戸市、奈良市）に電話調査（7/30現在）

・オーナー又はシェフが三重県出身 ⇒34店舗

・三重県食材を使用 ⇒52店舗

・三重県食材の資料を送付してもよいか ⇒約700店舗

送付資料の中から取り扱ってみたい食材、ほしい食材等について追跡調査予定。

(2) 県内市町の関西圏PRに関するヒアリング

【概要】

① 関西圏への観光PR、県産品の販路拡大

○現在も関西圏からの入り込み客が多く、また、距離的にも近いことから、関西圏からの実際の誘客に繋がる取組を行うとともに、産品の販路拡大に取り組みたい。(県南部地域、伊賀地域)

○現在参加しているイベントが効果的なのか等を見直し、実際の誘客につなげたい。(積極的に関西圏で誘客活動を図っている市町)

○売り込みを図っていききたいという意欲はあるものの、どういったやり方が効果的かよくわからない状況にあり、検討している

○大阪で効果的な情報発信を行っていききたい

○神戸、姫路、岡山もターゲットにしていきたい

○近鉄沿線だけでなく、他の鉄道沿線地域にもこまめに回っていききたい。

○高速道路の延伸に伴い、関西圏の重要性が増してくると考えている。

○地元でほどほど売れている

○地元でさばくだけで精一杯

○後継者不足で手が回っていない

○販路拡大では町単体では難しい

○まだ町の物産を知ってもらう段階

○具体的な商品調査をしている段階

② 関西事務所に対する期待

- 関西圏での詳細なイベント情報（その後の成果を含む）等の提供
- チラシ、ポスター等を掲示場所などPRの場の具体的な情報
- マスコミキャラバンなどのマスコミへのつなぎや、プレスリリースの送付先などの情報の提供
- 近鉄文化サロンなどPRやファンづくりにつながる企画を実施できる場の情報
- 特産品のアドバイザーになり、良い商品ならば店舗で取り扱ってくれる可能性のある人の紹介
- 関西圏からの東紀州へのアクセスルートの選択など旅行者、消費動向の情報データの提供
- 市ブランド商品のマッチング機能

(3) 他県の大阪事務所の状況（販路拡大を中心に）

- 鳥取県関西本部（梅田／大阪駅前第3ビル22階）
 - ・ 鳥取県と関西地域は、ヒトやモノが相互に行き来する重要な関係にあるとして関西との結びつきを強めている。
 - ・ 関西本部内に6市町の関西事務所や、鳥取大学、産業振興機構、物産協会、観光連盟、ふるさと鳥取定住機構が入居し、関西における「とっとり情報センター」として鳥取に関する様々な情報を提供している。
- 徳島県大阪本部（南船場／徳島ビル）
 - ・ 大阪等で開催されるイベントで「阿波踊り連」、「すだちくん」等を活用し、観光、農林水産物のPRを実施している。
 - ・ 徳島県大阪本部内に徳島県物産協会があり、物産の販売とともに、近畿圏で物産展の開催・参加を行っている。
 - ・ 農林水産物については、「とくしまブランド戦略」に基づき、キッチンカー「新鮮なとくしま号」を関西のイベントに際しても活用し、PR、販路拡大等を行っている。
- 熊本県大阪事務所（梅田／大阪駅前第3ビル21階）
 - ・ 「関西の文化を学び、熊本をPRして来い」という指令を受けている「くまモン」を活用し、観光、農林水産物等を関西地域でPRしている。
 - ・ 経済連、果実連が同じビルに入居し、事務所と連携して、関西地域とは異なる農作物等を中心に卸売市場で販路拡大を展開している。
- 鹿児島県大阪事務所（梅田／大阪駅前第1ビル）
 - ・ 事業者が中心になって開催される九州物産展等をきっかけに他の商品の紹介等を実施することで販路拡大に取り組んでいる。
 - ・ 農林水産物等に関する関西の事業者からの問い合わせに関しては、経済連を紹介し、対応している。

2 今後の取組

これまでの調査によって、

- 「三重県」の認知度よりも、伊勢や鳥羽、鈴鹿といった具体的な市町名や観光地等の認知度が高いこと

○三重県が近い存在か、遠い存在かは、関西圏の地理的条件で異なる傾向が出ているが、関西圏からどのような交通手段で、どの程度の時間で行けるか十分に伝わっていないこと

○食材等の販路開拓については、例えば、伊勢イモが大阪駅付近の商業施設の複数の飲食店で、期間限定で扱ってもらった事例があるが、まだまだロットや流通ルート等で課題を抱えていること

など、現段階では、以上のことが言えますが、さらに詳細に分析、検討を加えるとともに、有識者等のご意見もいただきながら、早急に取りまとめを行い、「関西圏営業戦略（仮称）」を策定してまいります。

別紙

みえの観光調査（WEB調査）の概要

Q 1 三重県への来訪経験（回数）

- ・大阪市南、大阪府南で訪問回数が多く、神戸・尼崎、姫路では訪問回数が少なく、「訪問したことが無い」も多い。
- ・男女別、年代別で2～3回の訪問回数が多く、男女とも20代では「訪問したことが無い」多い。

Q 2 三重県への交通手段（12項目から複数回答）

- ・自家用車(63.0%)、近鉄電車(57.0%)、貸切・観光バス(17.1%)の順で多い。
- ・自家用車では大阪府南、神戸・尼崎、奈良が、近鉄電車では大阪市中、大阪市南が多い。

Q 3 三重県への来訪同行者（10項目から単一回答）

- ・小学生以下の子ども含む家族親類(22.0%)、夫婦(17.2%)、大人だけの家族親類(14.3%)、同性だけの友人グループ(12.0%)の順に多い。

Q 4 三重県への来訪のきっかけ（18項目から複数回答）

- ・以前行って良かったから(27.7%)、知人等からの口コミ(19.7%)、観光パンフ(18.0%)、インターネット(17.4%)、テレビ(12.7%)の順で多い。

Q 5 三重県への来訪時の満足点・不満足点（19項目から3つ選択）

- ・満足点では、目的にしていた観光地(62.5%)、景色景観(42.8%)、宿泊施設の料理(22.2%)の順で高かった。不満足点では、交通の便(28.9%)、交通料金(14.2%)、施設の入場料などの料金(12.3%)、お土産の内容(12.3%)の順で高い。

Q 6 三重県への再来訪意向（修学旅行と絡めて 単一回答）

- ・就学旅行先が三重県だった人は48.0%、三重県以外の方は40.7%。年齢が若くなるに従い三重県の割合が低くなり、20代では男女とも三重県以外の方が多く、50%を超える。
- ・修学旅行先が三重県だった人(48.0%)のうち、その場所にもう一度行きたい人は35.4%/48.0%。

Q 7 観光・ツアーでの三重県への来訪経験・意向（県内エリア別に単一回答）

- ・「過去3年以内に訪問したことがある(再訪したい:再訪したくない)」でみると、北勢(20.1%:1.7%)、中南勢(10.2%:1.7%)、伊勢志摩(33.9%:2.3%)、伊賀(13.3%:2.1%)、東紀州(6.7%:1.1%)。
- ・「3年より前に訪問したことがある(再訪したい:再訪したくない)」では、北勢(20.9%:5.6%)、中南勢(14.2%:5.6%)、伊勢志摩(38.9%:7.0%)、伊賀(21.7%:7.0%)、東紀州(12.3%:3.5%)。
- ・「まだ訪問したことは無い(訪問したい:訪問したくない)」では、北勢(32.4%:19.4%)、中南勢(40.9%:27.5%)、伊勢志摩(12.7%:5.2%)、伊賀(33.5%:22.3%)、東紀州(47.0%:29.4%)。

Q 8 三重県の魅力度（単一回答）

- ・非常に魅力を感じる(8.3%)、魅力を感じる(48.1%)、普通(39.1%)、魅力を感じない(4.0%)、全く魅力を感じない(0.5%)となっている。

Q 9 三重県の観光地としてのイメージ、魅力（27項目から複数回答）

- ・伊勢神宮(71.9%)、伊勢エビ、アワビ等の新鮮な海の幸(61.8%)、松阪牛、熊野地鶏等を使った肉料理(52.9%)、赤福、なが餅等の美味しいお菓子(45.2%)、自然豊かな森林(39.4%)、熊野古道(34.5%)の順で高い。
- ・忍者(18.4%)、海女さん(21.8%)となっている。

Q10 目的別の訪問地（この3年間で訪問した地域で、目的別20項目 複数回答）

主な目的別	1位	2位	3位	この目的で訪問したことはない	備考
宿でのんびり過ごす	<u>三重(15.1)</u>	北陸(14.5)	兵庫(14.2)	45.2	
温泉や露天風呂	兵庫(19.6)	北陸(17.3)	和歌山(13.4)	<u>37.0</u>	三重(11.8)
地元の美味しいものを食べる。	<u>三重(20.0)</u>	兵庫(18.3)	九州沖縄(16.1)	<u>31.8</u>	
自然・景観鑑賞	<u>三重(17.4)</u>	九州沖縄(15.5)	京都(15.4)	<u>36.3</u>	
名所旧跡、寺社参拝	京都(35.4)	奈良(21.1)	<u>三重(17.9)</u>	<u>34.1</u>	
テーマパーク	大阪(24.8)	関東(16.2)	<u>三重(13.2)</u>	50.7	
動物園、水族館、美術館等	大阪(26.3)	兵庫(17.2)	京都(16.5)	41.4	三重(8.6)
買い物、アウトレット	大阪(34.4)	兵庫(25.9)	京都(7.6)	<u>40.8</u>	三重(5.3)
祭りやイベント	大阪(14.8)	京都(9.9)	兵庫(7.2)	61.5	三重(2.9)
スポーツ、コンサート、芸術鑑賞	大阪(24.1)	兵庫(10.8)	関東(8.5)	59.4	三重(1.8)
伊勢神宮	<u>三重(41.5)</u>	—	—	<u>58.5</u>	
熊野古道	<u>三重(12.5)</u>	和歌山(7.0)	奈良(4.5)	<u>82.1</u>	

(参考) 調査対象者数

年代	対象者数	男	女
20代	170	80	90
30代	220	110	110
40代	200	100	100
50代以上	410	200	210

大阪府、京都府、兵庫県の実際の人口割合から算出

地域別対象	対象者数	男女	男	女	
大阪府北	100	—	49	51	豊中市、吹田市、箕面市
大阪府南	100	100			堺市、泉佐野市
大阪市北	100	100			北区、淀川区、福島区、豊島区、旭区
大阪市中	100	100			中央区、東成区、西区
大阪市南	100	—	49	51	天王寺区、阿倍野区、平野区、生野区
兵庫県	100	100			姫路市
神戸市・尼崎市	150	—	73	77	
京都市	150	150			
奈良県	100	100			奈良市、生駒市

(16) 各種審議会等の審議状況の報告について

(平成25年6月4日～平成25年9月12日)

(雇用経済部)

1 審議会等の名称	三重県大規模小売店舗立地審議会
2 開催年月日	平成25年6月14日(金)
3 委員	【会長】名城大学 教授 松本幸正 ほか3名出席
4 諮問事項	(1)「マックスバリュ長太ノ浦店」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(3回目) (2)「(仮称)SUPER CENTER PLANT 志摩店」(志摩市)の新設に係る届出について(1回目)
5 調査審議結果	(1)「マックスバリュ長太ノ浦店」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(3回目) ・事務局から、前回指摘事項(駐車場出入口の安全対策、騒音対策、廃棄物対策等の4項目)に対する設置者側の回答について説明を行いました。 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。 (2)「(仮称)SUPER CENTER PLANT 志摩店」(志摩市)の新設に係る届出について(1回目) ・事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、駐車場内における歩行者等の安全対策、来店車両の誘導対策等について、5点の指摘事項と1点の確認事項があり、継続審議となりました。
6 備考	

1 審議会等の名称	三重県大規模小売店舗立地審議会
2 開催年月日	平成25年8月2日(金)
3 委員	【会長】名城大学 教授 松本幸正 ほか3名出席
4 諮問事項	(1)「(仮称)SUPER CENTER PLANT 志摩店」(志摩市)の新設に係る届出について(2回目) (2)「(仮称)ぎゅーとらラブリー平田店」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(1回目) (3)「(仮称)パロー藤方店」(津市)の新設に係る届出について(1回目)
5 調査審議結果	(1)「(仮称)SUPER CENTER PLANT 志摩店」(志摩市)の新設に係る届出について(2回目) ・事務局から、前回の指摘事項5点及び確認事項1点(駐車場内における歩行者等の安全対策、来店車両の誘導対策等の6項目)に対する設置者側の回答について説明を行いました。 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。 (2)「(仮称)ぎゅーとらラブリー平田店」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(1回目) ・事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、出入口における安全対策、騒音対策等について、2点の指摘事項と1点の確認事項があり、継続審議となりました。 (3)「(仮称)パロー藤方店」(津市)の新設に係る届出について(1回目) ・事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、出入口における交通対策、駐車場内の安全対策等について、4点の指摘事項があり、継続審議となりました。
6 備考	

1 審議会等の名称	三重県大規模小売店舗立地審議会
2 開催年月日	平成25年8月19日(月)
3 委員	【会長】名城大学 教授 松本幸正 ほか4名出席
4 諮問事項	(1)「(仮称)ぎゅーとらラブリー平田店」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(2回目) (2)「(仮称)パロー藤方店」(津市)の新設に係る届出について(2回目) (3)「カインズホーム四日市店」(四日市市)の新設に係る届出について(1回目) (4)「(仮称)イオンモール東員」(東員町)の新設に係る届出について(1回目)
5 調査審議結果	(1)「(仮称)ぎゅーとらラブリー平田店」(鈴鹿市)の新設に係る届出について(2回目) ・事務局から、前回の指摘事項2点及び確認事項1点(出入口における安全対策と騒音対策等の3項目)に対する設置者側の回答について説明を行いました。 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。 (2)「(仮称)パロー藤方店」(津市)の新設に係る届出について(2回目) ・事務局から、前回の指摘事項4点(出入口における交通対策、駐車場内の安全対策等の4項目)に対する設置者側の回答について説明を行いました。 設置者側の回答は概ね妥当なものと判断され、今回で結審しました。 (3)「カインズホーム四日市店」(四日市市)の新設に係る届出について(1回目) ・事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、周辺道路の交通対策、駐車場内の安全対策等について、5点の指摘事項があり、継続審議となりました。 (4)「(仮称)イオンモール東員」(東員町)の新設に係る届出について(1回目) ・事務局から、届出資料に基づき、駐車需要の充足等交通に係る事項、騒音の発生に係る事項及び廃棄物に係る事項等について説明を行いました。 委員から、従業員用駐車場等を含めた渋滞緩和対策、騒音対策等について、7点の指摘事項があり、継続審議となりました。
6 備考	(4)の「(仮称)イオンモール東員」(東員町)では、参考人から、届出内容の変更を含めて渋滞緩和対策等の説明がなされた。

1 審議会等の名称	第5回三重県観光審議会
2 開催年月日	平成25年7月23日
3 委員	【会長】東京未来大学 准教授 石阪督規 ほか6名出席
4 諮問事項	三重県観光について(首都圏での反応、リピーター、三重ファンの確保等)
5 調査審議結果	事務局から、平成24年の三重県観光振興計画年次報告書(案)及び統計資料を示すとともに、平成25年度の観光施策、三重県観光キャンペーンの状況等について、説明を行いました。 委員から、 ・式年遷宮を間近に控え、首都圏等での反応や入込客数は、順調に推移しているものの、遷宮後も継続して集客を図るためには、遷宮後も人を惹きつけるテーマ設定が必要である。 ・観光消費額を高めるためには、地域ならではの情報や体験プログラムを提供するなど、滞在時間を増やすための情報提供を行っていく必要がある。 ・三重県観光キャンペーンで取り組んでいる「みえ旅案内所」「みえ旅おもてなし施設」「みえ旅パスポート」を活用して、ファンクラブ化を行っていくべきである。 などの意見をいただきました。 これらの意見は、三重県観光キャンペーン等を通じて観光施策に反映させていただきます。
6 備考	