

【主担当部局：雇用経済部】

平成27年度末での到達目標

働く意欲はあるものの就労が困難な若年者、障がい者、高齢者などの就労や、若年無業者*の職業的自立が進んでいます。

また、雇用のセーフティネットとしての職業訓練等が充実するとともに、技能向上に積極的に取り組む企業や勤労者が増加しています。

平成23年度の取組概要

- ・従来の枠を超えた働き方、働く「場」等、雇用に関する新しい仕組みの創出について検討する三重県雇用創造懇話会を立ち上げ、2回開催
- ・若年者の安定した就労に向け、国等関係機関と一体的に運営する「おしごと広場みえ」を拠点に、約16,000人の来場者に雇用関係情報の提供、職業相談、職業紹介、キャリアカウンセリングや各種セミナー等の就職支援サービスをワンストップで提供するとともに、就職面接会を県内7か所で実施し、約2,600人が参加
- ・早期の就職促進を図るため、未就職卒業者等を対象に、社会人としての基礎的な知識習得と企業での実習を組み合わせた研修を2回実施し、175人が参加
- ・若年無業者の職業的自立を進めるため、北勢地域若者サポートステーションの設立を支援するとともに、NPO等さまざまな主体による包括的な支援体制の整備を進め、県の若者自立支援センターおよび4か所の地域若者サポートステーションで約8,000件の相談や支援情報の提供、訓練講座の開催、就労体験等を実施
- ・障がい者雇用アドバイザー等による事業主への啓発（448社）や、ジョブサポーターを活用した職場定着支援等を実施するとともに、障がい者の就職面接会を7回開催（参加141社831人）
- ・津高等技術学校のOA事務科、障がい者委託訓練、障がい者チャレンジトレーニング事業など障がい者の態様に応じた多様な職業能力開発機会を提供、105人が参加
- ・高齢者の多様な就労を促進するため、シルバー人材センターへの支援やハローワーク等関係機関と連携した就職面接会を6回開催（参加132社678人）
- ・国の「ふるさと雇用再生特別交付金」および「緊急雇用創出事業臨時特例交付金」により創設した基金を活用し、県と市町合わせて約5,700人の雇用を創出
- ・厳しい雇用情勢が続いていることから、離職者を対象とした職業訓練の定員を増加（前年度より約300人増加させ、985人とした）させ、851人が受講
- ・技能検定の実施や民間の職業能力開発校（11校）に対して助成するとともに、優秀な技能者の表彰等を実施

平成23年度の取組の検証（得られた成果、残された課題）

- ・三重県雇用創造懇話会を通じて、雇用をめぐる留意・解決すべき課題の一端が明らかになりましたが、産業政策と連動するかたちで課題と対応策について議論を深めていく必要があります。
- ・若年者の雇用については、国等と一体的に運営する「おしごと広場みえ」において、約16,000名の来場者に情報提供やセミナー等のワンストップ型の支援を行いました。雇用の不安定化や低所得化が進んでいることから、一人でも多くの若年者が就職できるよう、一層きめ細かな就職支援に取り組む必要があります。このため、県内7か所で実施した求人者と求職者の出会いの場である就職面接会については、求人・求職双方の利用者の声を参考に、会場や開催時期等、事業の実施方法を見直すことが重要です。
- ・若年無業者については、本人および家族が相談しやすい環境づくりが必要であることから、地域の支援拠点である地域若者サポートステーションの設置支援により、新たに1か所設置され、合計4か所となりました。より充実した支援を行うため、相談者と支援拠点とのマッチングの改善等、支援機関の連携による包括的な支援体制の拡充が重要です。
- ・民間企業における障がい者実雇用率は、関係機関の積極的な取組はもとより、県においても障がい者雇用アドバイザー等による事業主への啓発や就職面接会を実施したことにより改善傾向にあるものの、依然として法定雇用率を大きく下回っており、意欲のある障がい者が働くことのできる場がまだまだ十分ではないことから、障がい者雇用の促進について一層の取組が求められています。
- ・シルバー人材センターへの支援やハローワーク等関係機関と連携し、高齢者の就業できる場の確保に向けて支援を実施しましたが、高齢者を取りまく雇用環境は依然として厳しいことから、高齢者が今まで培ってきた経験や能力を発揮できる多様な就労機会の提供が引き続き必要です。
- ・国の交付金を活用した基金創設により約5,700人の雇用を創出した成果もあり、県内の有効求人倍率は、0.8倍台にまで回復しましたが、依然として厳しい状況であることから、引き続き緊急的な雇用の創出に取り組む必要があります。
- ・職業訓練の定員を増加させたことにより、多くの離職者を支援することができましたが、雇用情勢は依然として厳しく先行きも不透明であることから、引き続き雇用のセーフティネットとしての職業訓練の充実に取り組む必要があります。
- ・技能検定の合格者数や民間の職業能力開発校が実施する職業訓練への参加者数は前年度を上回りましたが、国際的な価格・品質競争が激しさを増す中、本県の産業を担う人材の育成に引き続き取り組む必要があります。

平成24年度の改善のポイントと取組方向

- ・三重県雇用創造懇話会において、本年度、策定する「みえ産業振興戦略」との連携を図りつつ、経済や社会の変化に対応した、新しい働き方や働く場の創出について議論を深めていきます。
- ・国や経済団体等との連携を強化し、若年者の安定した就労に取り組めます。また、「おしごと広場みえ」を拠点とした就職支援サービスのワンストップでの提供や就職面接会の実施、未就職卒業生等への研修等の就職支援に引き続き取り組めます。就職面接会でのアンケート結果を参考に、面接会の運営方法等を利用者のニーズに応じて改善するとともに、労働局等が中部圏および近畿圏で開催する合同就職説明会等に県内企業の参加が増えるよう、PR等に努めます。
- ・県の若者自立支援センターとNPO等による地域若者サポートステーションの役割を見直し、若年無業者の職業的自立を進めるための包括的な支援体制づくりを進める取組として、若者自立支援センターでは支援情報の提供や家族向けセミナーを開催するとともに、県内4か所の地域若者サポートステーションは地域の支援拠点として、相談、自立訓練、就労体験などを一体的に実施できるよう支援します。
- ・障がい者の雇用モデルを通じて障がい者の就労と定着の支援を行うとともに、障がい者の雇用に関して特別に配慮した特例子会社の設立支援や、障がい者雇用アドバイザー等による普及啓発、障がい者就職面接会の開催などにより、障がい者雇用の取組をより一層促進します。

- ・高齢者の就業機会の拡大を図るため、シルバー人材センターへの継続的な支援とともにハローワークや商工会議所等関係機関との連携・協力をさらに深め、就職面接会を開催します。
- ・県と市町が一体となって、緊急雇用創出基金事業を実施するとともに、特に県事業では人材育成事業を積極的に実施し、一層効果的な雇用の創出に取り組んでいきます。
- ・離職者等を早期の就労に結び付けるため、三重労働局や（独）高齢・障害・求職者雇用支援機構等の関係機関と連携するとともに、求人求職双方のニーズの把握やキャリアコンサルティングの実施等により職業訓練の充実に取り組みます。

県民指標				
目標項目	23年度 現状値	24年度 目標値 実績値	27年度 目標値 実績値	目標項目の説明
雇用対策事業 による就労者 数	—	1,440人	1,520人	県が実施する(共催を含む)雇用対策事業により支援した人のうち支援終了後3カ月以内に就職した人数
	1,410人	—	—	
目標項目を選んだ理由			平成24年度目標値の設定にあたっての考え方	
地域の実情に応じた多様な雇用支援や職業能力開発の成果の一つとして、県が実施する雇用対策事業により就職した人数が増加することが見込まれることから選定しました。			県が実施する雇用対策事業により就職した人数を、毎年2%程度増加させることを目標として設定しました。	

施策責任者からのコメント

雇用経済部 副部長 世古 定 電話：059-224-2414

- ・三重県雇用創造懇話会等を活用し、「みえ産業振興戦略」をはじめとする産業施策と連携した雇用施策を実施することが重要であると考えています。
- ・産業施策と雇用施策の円滑な連携を図りながら、地域の実情に即した人材育成が可能になるようハローワークの早期の地方移管を国に求めています。
- ・地域経済を活性化し、地域を元気にすることによって働く場を創出することや、経済団体等との連携により、地域に根ざす中小企業と将来を担う若年求職者のマッチング効果を高める取組が重要であると考えています。
- ・若年無業者の職業的自立のため、県内4か所の「地域若者サポートステーション」が個々の状況に応じた取組を効果的に進められるよう支援機関とのネットワークを強化し、調整を図っていきます。
- ・民間企業における障がい者の雇用を促進するため、雇用モデルを通じて個別に事業所へ普及を図り、事業者が障がい者雇用に積極的に取り組めるよう支援していきます。また、地域の事業所への委託による実践的な職業訓練等に取り組みます。
- ・高齢者の雇用については、今まで培ってきた経験や能力が発揮されるよう関係機関と連携して就職面接会を実施するなど支援を行います。
- ・依然として厳しい雇用情勢であることを踏まえ、公共職業訓練を平成23年度と同規模で実施するとともに、関係機関と連携して求人・求職双方のニーズをふまえた職業訓練に取り組みます。

(単位：百万円)

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	6,868	2,762			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
県が就職に向けて支援した延べ若年者数	15,503 人	15,750 人	16,500 人 (13,250 人)	「おしごと広場みえ」における職業紹介・職業相談やカウンセリング、就職支援セミナー等により支援した延べ若年者数
対応する基本事業	33101		若年者の雇用支援	
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
若年求職者のニーズにあった効果的な支援サービスを提供することで、より多くの就労につなげる必要があることから選定しました。	若年者の安定した就労のため、「おしごと広場みえ」を拠点に提供する就職支援サービスにより、毎年 250 人参加者数を増加させることを目標に設定しました。			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
民間企業における障がい者の実雇用率	1.51%	1.54%	1.65%	常用労働者数 56 人以上の民間企業において常時雇用する労働者のうち、身体障がい者、知的障がい者および精神障がい者の割合
対応する基本事業	33102		障がい者、高齢者等の雇用支援	
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
障がい者の雇用支援が充実すれば、その成果の一つとして民間企業における障がい者の実雇用率が改善されることから選定しました。	民間企業における障がい者実雇用率として国が掲げる目標(平成 32 年までに 1.8%)に照らして、本計画期間中に全国平均レベル 1.65%(平成 23 年度現在)を達成するために、毎年度 0.3%程度引き上げていくことを目標と設定しました。			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
地域のさまざまな主体と連携して実施する就職面接会の参加企業数	733 社	750 社	780 社	県が関係機関、各種団体等地域のさまざまな主体と連携して実施する就職面接会の参加企業数
対応する基本事業	33103		雇用施策の地域展開	
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
就職面接会の参加企業数の増加は、就労機会の確保のため関係機関や各種団体等と連携して取り組むきめ細やかな雇用支援の成果を図る一つの重要な指標であることから選定しました。	地域のさまざまな主体と連携して実施する就職面接会の参加企業数を、毎年2%程度増加させることを目標として設定しました。			

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
県が実施または支援する職業訓練への参加者数	3,099人	3,140人	3,250人	県が実施している職業訓練や、県が支援している民間の職業能力開発校における職業訓練への参加者数
対応する基本事業	33104		職業能力開発への支援	
目標項目を選んだ理由	平成24年度目標値の設定にあたっての考え方			
求職者や在職者のニーズに合致した職業訓練が多数実施されるとともに、技能尊重の機運が醸成されれば、職業訓練への参加者数が増加することから選定しました。	離職者関係の職業訓練については、高い定員充足率を維持させることで受講者数を維持する一方、在職者関係の訓練については、技能向上に取り組む機運の醸成により受講者数を毎年40人程度増加させることを目標として設定しました。			

【主担当部局：雇用経済部】

平成27年度末での到達目標

企業等で働き続けることができる環境の整備が進み、勤労者と経営者双方が協力し、ワーク・ライフ・バランス推進のための自主的な取組が増加しています。

平成23年度取組概要

- ・ワーク・ライフ・バランスの推進を図るため、①事業所と従業員を対象とするアンケート調査の実施と調査結果を掲載した企業向けパンフレットの作成・配布、セミナーの開催（4か所）、②勤労者の社会貢献活動、地域づくりや環境保全活動などへの参加の動機付けとなる各種セミナー、イベント等の開催（参加者約86,000人）を支援
- ・男女が共に働きやすい職場づくりに向けた企業等の機運を醸成するため、従業員の育児や介護等を支援する環境の整備、女性従業員の採用・管理職登用の拡大およびCSR（企業の社会的責任）活動などに積極的に取り組む県内の企業等を認証（45法人）し、そのうちで特に優れた実績がある企業等を表彰（3法人）するとともに、それらの優れた取組事例のセミナーなどを通じた周知
- ・若者の早期離職防止等につなげるため、高校生のインターンシップ支援、働くルールをまとめた冊子の作成・配布（13,000冊）や、高校2年生を対象とする企業現場見学（18校）、高校3年生向け働くルール講座等の開催（17校）、中小企業での若手人材定着のためのアドバイザー派遣（3商工会議所）
- ・県内事業所での労働条件等を把握するための実態調査の実施、勤労者福祉制度が比較的未整備な中小企業等の勤労者に対する住宅取得や、育児・介護休業等に伴う生活に関わる資金の低利融資を実施
- ・勤労者等のさまざまな悩みや困りごとへの対応として、離職者相談窓口を併設する「労働・生活相談室」の運営（相談件数1,341件）

平成23年度取組の検証（得られた成果、残された課題）

- ・経済情勢の低迷から、ワーク・ライフ・バランスに積極的に取り組む企業の増加割合は鈍化していますが、アンケート調査結果から事業主等のワーク・ライフ・バランスの理解度が高いほど、従業員の仕事への意欲や業務効率が向上するとの結果が明らかになりました。
- ・男女が共に働きやすい職場づくりを促進するために進めている「男女がいきいきと働いている企業」認証・表彰制度への企業等からの申請件数は大幅に増加していますが、特定の業種の割合が非常に高くなっており、他業種の企業等からの申請が増加するよう取り組む必要があります。
- ・若者が職場に定着するため取り組んでいる企業現場見学会や働くルール講座等への参加者は増加していますが、高校生の就職は依然として厳しい状況にあり、さらに高校を卒業して就職した者の早期離職割合は平成17年以降減少傾向でしたが、平成22年3月の卒業生の離職割合は増加しており、さまざまな主体と連携して取り組む必要があります。
- ・利用が低迷している住宅取得や育児・介護休業に伴う生活金融融資制度の見直し、労働に関する悩みや困りごとを抱える勤労者等への相談窓口の周知や複雑で多岐にわたる労働相談に的確に対応できる体制の充実が必要です。

平成 24 年度の改善のポイントと取組方向

- ・企業等でのワーク・ライフ・バランスの理解度を高めるセミナー等の開催や、優れた取組事例の検討・検証を労使団体、国などと連携し進めるとともに、勤労者の社会貢献活動や地域づくり活動への参加などを引き続き支援します。
- ・「男女がいきいきと働いている企業」認証・表彰制度へ多業種の企業等から申請が行われるよう、同制度の周知を経済団体や市町等と連携して進めることに加え、企業の優れた取組の普及・啓発を引き続き行います。
- ・働く上でのルールについての啓発や企業の現場を知る機会の提供を、教育委員会、高校や商工会議所等の経済団体との連携をさらに強めて進めることで、若年者の就職支援および早期離職の防止につなげます。
- ・住宅取得や育児・介護休業に伴う生活金融融資制度の見直しやPR活動を強めるとともに、労働相談窓口の周知や相談への対応等に関する国との連携の強化、弁護士相談やメンタル・ヘルス・カウンセリングなどの実施による各種相談への対応の充実を図ります。

県民指標

目標項目	23 年度	24 年度	27 年度	目標項目の説明
	現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	
ワーク・ライフ・バランスの推進に取り組んでいる事業所の割合	—	29.5%	37.0%	調査対象事業所(従業者規模 10 人以上 300 人未満の県内事業所から抽出)のうち、「何らかの形でワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる」と回答した事業所の割合
	27.1%	—	—	
目標項目を選んだ理由				平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方
企業(事業所)において、ワーク・ライフ・バランスの取り組みが実際に行われていることが、ワーク・ライフ・バランス推進の重要な成果であることから選定しました。				国が作成したワーク・ライフ・バランス憲章で、企業でのワーク・ライフ・バランスの取組に関する数値を 2020 年に概ね 2 倍とする目標を設定しており、そのこととの整合性を考慮して目標を設定しました。

施策責任者からのコメント

雇用経済部 副部長 世古 定 電話：059-224-2414

- ・働いている人がいきいきと働き続けるためには、企業とそこで働く者が、協調して生産性や業務効率の向上に努めながら、職場の意識や職場風土の改革とあわせて働き方の改革に自主的に取り組むことが必要であり、これらの機運を醸成するため、働き方の検討・検証や優良事例等の周知・啓発などさまざまな取組を進めます。
- ・女性が意欲や能力等に応じて働くことができるとともに、男性も女性も働きやすい職場づくりを進めていくため、市町や経済団体と連携して「男女がいきいきと働いている企業」認証・表彰制度の周知をさらに強めます。
- ・若者の早期離職が問題となっているため、経済団体等と連携して高校生等若い世代を対象とする企業現場の見学会等の受入企業を拡大するとともに、出前講座等を通じて、働くことの意味を知ってもらう機会の充実に取り組めます。
- ・関係団体等と連携して、労働相談などの勤労者等へのセーフティネットとしての支援を強めます。

(単位：百万円)

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
予算額等	1,188	1,214			

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
ワーク・ライフ・バランスのセミナー等が役立つと回答した参加者の割合	94.2%	95.0%	98.0% (90.0%)	ワーク・ライフ・バランスがテーマのセミナー等におけるアンケートで、「取組を進めていくうえで役立つ」と回答した参加者の割合

対応する基本事業

33201

ワーク・ライフ・バランスの推進

目標項目を選んだ理由

平成24年度目標値の設定にあたっての考え方

ワーク・ライフ・バランス推進のためには、まず意識啓発を行い、労使が共に、ワーク・ライフ・バランスの意義を理解することが必要であることから選定しました。

セミナー等が役立つと回答している参加者の割合はすでに高い値となっていますが、経済団体、労働団体、国等との連携によりセミナーの内容を検証・充実することで、今後毎年約1%アップさせることを目標として設定しました。

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
「男女がいきいきと働いている企業」の認証件数(累計)	73件	126件	200件	「男女がいきいきと働いている企業」認証制度において認証した企業等の数

対応する基本事業

33202

男女が共に働きやすい職場づくり

目標項目を選んだ理由

平成24年度目標値の設定にあたっての考え方

「男女がいきいきと働いている企業」が増えることは、職場における男女共同参面の推進やワーク・ライフ・バランスの推進の寄与度を測る上で重要な指標であることから選定しました。

企業等への周知・啓発活動などを充実することにより、認証制度への申請を増加させるとともに、既登録企業等での継続した取組を促進させることで、認証登録企業を7割超増加させることを目標として設定しました。

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
「働くルール」出前講座が役立つと回答した受講者の割合	92.6%	93.0%	93.5%	「働くルール」に関して高校等で実施した出前講座で、講座内容が働く上で「役立つ」と回答した受講者の割合

対応する基本事業

33203

勤労者福祉の推進

目標項目を選んだ理由

平成24年度目標値の設定にあたっての考え方

早い段階で働くルールを理解した者が増えることは、若年層の早期離職防止や、離職を予備なくされた場合のセーフティネット確保の寄与度を測る上で重要な指標であることから選定しました。

「働くルール」出前講座が役立つと回答している受講者はすでに非常に高い割合となっていますが、講座が受講者にとってよりわかりやすく、役立つ内容となるよう工夫することで、さらに約0.5%アップさせることを目標に設定しました。

【主担当部局：雇用経済部】

平成27年度末での到達目標

首都圏等における営業（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り広く情報発信されることで、国内外から共感を呼び、魅力ある地域として三重の認知度が高まっています。

平成23年度 of 取組概要

- ・ 三重県の魅力ある商品等を国内・国外で認知させ、その販売を促進することを目的として、庁内関係部局の緊密な連携および業務の調整・円滑化を図るため、昨年7月に、知事をトップとする「三重県営業本部*」を設置
- ・ 営業本部に係る取組についての協議や情報共有を図るため、同本部員会議を7回開催
- ・ 観光誘客や県内企業の販路拡大、国際競争力のある企業の県内投資を呼び込むため、知事が年間60回のトップセールスを行うなど、積極的な営業活動を展開
- ・ 首都圏におけるトライアルショップ事業や百貨店等でのフェア開催などをとおして、観光情報や「食」等の魅力を発信
- ・ 三重県が首都圏における営業機能を強化するため「首都圏営業拠点」の設置に向けた検討を進めるにあたり、市町や関係団体間の情報共有および連携強化を図るため、「首都圏営業拠点連絡調整会議」を設置するとともに、同会議を2回開催
- ・ 「首都圏営業拠点」の持つべき機能や運営方法など首都圏営業拠点のあり方調査を実施
- ・ 三重県を代表する「すごい」観光・物産・商品等を発掘し、地域の宝として全国に広く知ってもらい、広く活用していただくことで、地域や産業の活性化につなげる「三重すごいやんか大賞」の制度設計のための基礎調査を実施
- ・ 首都圏等における三重の魅力の認知度を高めるため、三重県のPR活動を応援、連携する人的ネットワークの構築や三重県ファン獲得に向けた仕組みについての検討

平成23年度 of 取組の検証（得られた成果、残された課題）

- ・ 三重県の認知度を高め、本県への誘客や県産品の販売拡大等につなげていくためには、従来の縦割りになりがちであった取組からの脱却を図り、総合的な情報発信と営業活動を展開する必要があります。また、日本の情報発信の中心である首都圏において、「観光」や「食」、「企業誘致」などを含めた総合的な営業機能の強化をはかり、法人を中心とした営業活動を展開する必要があります。
- ・ 首都圏営業拠点の設置に向けて、設置場所や運営方法等、さまざまな情報収集を進めるとともに、県内市町や経済団体、物産、観光団体等との連携を密にして、官民あがての取組とすることが課題となっています。
- ・ こうした取組を進めるにあたっては、これまで首都圏等で実施してきた物産や観光に関する事業を検証し、今後の事業展開や情報提供の方法に生かしていく必要があります。
- ・ 「すごいやんか！三重（仮称）」については、優れた観光・物産・商品等に加え、三重県が誇れる取組を幅広く認定する仕組みとし、三重のさまざまな「魅力」や「価値」を全国に発信することで、三重県の知名度向上につなげていく必要があります。
- ・ 引き続き、選定基準等の仕組みの検討を進めるとともに、「すごいやんか！三重」として発掘・認定された取組の効果的な情報発信のあり方についても、あわせて検討する必要があります。

- ・首都圏等での事業を通じて、三重県に対する理解や関心を持たれた人や三重県ゆかりの人など三重の魅力の情報発信に協力してくれる人とのネットワークを深めていくとともに、効果的な情報発信に取り組むことが必要です。



平成 24 年度の改善のポイントと取組方向

- ・三重の産業の持つ魅力や価値を効果的に情報発信するため、庁内の縦割りを打破し、各部局が連携した取組を進めるなど、首都圏等における三重県の認知度向上等に向けて、官民あげて積極的な取組を展開していきます。
- ・このような取組を進めるため「三重県営業本部担当課」を創設するとともに、首都圏での営業機能の強化を目的として「首都圏営業推進監」を設置しています。さらに、関西圏の営業拠点である大阪事務所の一層の活用を図り、営業活動を展開するとともに、企業と幅広いネットワークを持つ金融機関等と包括的連携協定を締結し、その協定を活用して、企業誘致活動をはじめ、観光や県産品などを含めた総合的な三重の売り込みを進めます。
- ・また、首都圏および関西圏において、三重県ゆかりの企業や県内に立地している企業で本県に在勤経験がある現役の経済人等との交流会を開催し、ネットワークづくりに取り組みます。さらに、それぞれのネットワークのデータベース化を行い、これらを活用した強力な営業活動を進めます。
- ・首都圏等におけるセミナー等の開催や海外ミッション等、知事・各部局長のトップセールスを中心に、職員が一丸となって積極的な営業活動を展開し、県内への投資を呼び込む仕組みづくりや販路拡大、首都圏や海外からの誘客などに取り組みます。
- ・平成 25 年の式年遷宮など、三重県の情報を全国に発信するチャンスを生かして、本県への誘客や県産品の販売拡大等につなげるため、首都圏への営業拠点の設置に向けた検討を進めていきます。
- ・「すごいやんか！三重」の発掘・認定による情報発信や、「三重の応援団（仮称）」を結成するなど新たなネットワークの構築に取り組むとともに、口コミや SNS*などで三重の魅力を発信していただくことが期待できる、県人会をはじめとしたコアな三重県ファン*にタイムリーな情報提供を行うことで、三重の魅力や価値を評価・共感いただく方を増やし、三重の認知度が高まるよう取組を進めます。

県民指標				
目標項目	23 年度 現状値	24 年度 目標値 実績値	27 年度 目標値 実績値	目標項目の説明
三重が魅力ある地域であると 感じる人*の割合	—	45.0%	60.0%	首都圏等における県事業を通じて把握した、三重が魅力ある地域であると 感じる人の割合
	40.0%	—	—	
目標項目を選んだ理由			平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方	
県内産業や地域経済の活性化を推進していくためには、三重が魅力ある地域として理解され、共感を呼ぶことが必要であり、三重県営業本部による活動の成果が三重の認知度や知名度の向上につながると考えられることから選定しました。			4年後に三重が魅力ある地域であると 感じる人の割合が、過半数を超えることをめざし、営業本部による営業活動等により毎年5%ずつ 拡大することを目標として設定しました。	

- ・「三重県営業本部担当課」および「首都圏営業推進監」の新設など三重県営業本部の強化された体制を生かし、首都圏等において県内への企業誘致だけでなく、観光・県産品などを含めた総合的な三重の売り込みのため、戦略的な情報発信を強力に推進します。
- ・平成 25 年の式年遷宮や平成 26 年の熊野古道世界遺産登録 10 周年という本県を全国に発信するチャンスを生かし、首都圏での情報発信力を高め、本県への誘客や県産品の販売拡大等につなげていくため、首都圏への営業拠点の設置に向けた取組を加速させます。
- ・知事のトップセールスとともに、「三重の応援団（仮称）」によるPR活動の展開や「すごいやんか！三重（仮称）」による情報発信等により、三重の認知度向上を進めます。

(単位：百万円)

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	2	6			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
営業本部活動回数(累計)	—	100 回	400 回	三重県営業本部として取り組んだ全ての活動回数
対応する基本事業	34101			営業機能の強化
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
営業活動を活発に進めていくことが、三重のポテンシャルや魅力の情報発信力の強化・向上につながることから選定しました。	営業本部による活動を充実し、毎年新規の営業を 100 件ずつ増やしていくことを目標に設定しました。			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
三重の応援団など三重県を応援する三重県ファン数(累計)	—	250 人	1,000 人	営業本部の活動を通じて新たに応援団など三重県ファンになった(名簿登録に賛同を得た)人数
対応する基本事業	34102			効果的な情報発信戦略の推進
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
情報発信を効果的に進めていくためには三重県への思い等を持つ人の獲得やネットワークの構築が重要であることから選定しました。	三重県を愛し、応援してくれる新たな力を開拓し、営業展開を効果的に進めることができるよう、4年後に三重県ファンを 1,000 人獲得することをめざし、毎年新たに 250 人ずつ獲得していくことを目標に設定しました。			

【主担当部局：雇用経済部観光・国際局】

平成27年度末での到達目標

式年遷宮*により全国から本県に注目が集まる絶好の機会を生かした国内外に対する観光宣伝活動の強化、県内での周遊性・滞在性の向上、観光人材の育成等、観光産業の基盤強化を進めるなどの取組が展開され、本県の認知度が高まり来訪者が増加し、観光産業の活性化が図られています。

平成23年度の取組概要

- ・ 県民や多くの関係者の参画を得ながら「みえの観光振興に関する条例」および「三重県観光振興基本計画」を策定
- ・ テレビや雑誌等のメディアを活用し、首都圏をはじめとする大都市圏への情報発信を行い、三重県観光の魅力をPR
- ・ 首都圏において1か月のトライアルショップ*を3店舗展開し、トラベルカフェ*において約3万人の来店客に観光情報の発信や県産食材によるメニューの提供を行うとともに、物産の販売を実施
- ・ 首都圏や関西圏からの修学旅行および近隣県や県内からの社会見学誘致のため、465校の小中学校および教育関係機関やエージェント等への働きかけと現地説明会を実施
- ・ 「三重の観光プロデューサー」を設置し、地域と連携しながら観光資源を磨き上げ、魅力ある「観光商品」として発信
- ・ 東アジア地域を中心に旅行コースを活用した17件の商談会等による海外の旅行会社への働きかけと、中部圏および関西圏の広域協議会や他府県と連携した招聘事業を58件実施

平成23年度の取組の検証（得られた成果、残された課題）

- ・ 本県への平成23年の観光レクリエーション入込客数は、経済不況や震災等の影響を受けましたが、3,565万人とほぼ昨年並みを維持しました。観光産業を取り巻く環境は、人口減少社会の到来や経済不況に伴う国内観光市場の縮小、観光ニーズの多様化、観光地間競争の激化など、一段と厳しさを増しており、環境の変化に的確に対応し、式年遷宮後も見据え、三重県観光産業の持続的な発展を図っていく必要があります。
- ・ 首都圏のメディアに対して本県の観光情報を発信し、18の媒体に取り上げられましたが、伊勢神宮以外の県内各地の魅力ある観光資源は首都圏では十分浸透していない状況であり、首都圏戦略を本格化させていく必要があります。
- ・ 観光客のニーズやマーケットの動向は刻々と変化していることから、今後は、ニーズを的確に把握し、よりターゲットを絞った発信を行うことが重要となっています。さらに、平成25年の式年遷宮を大きな好機として、積極的なPRを進める必要があります。
- ・ 教育旅行誘致は、将来も続く三重県ファン獲得の有効な手段であることから、首都圏、関西圏の教育機関に誘致活動を行ったところ、新たに18校の修学旅行を誘致しました。旅行先の変更については、タイミングと多くの関係者の理解が必要なため、さらに継続的な働きかけを行うことが必要です。
- ・ 継続した魅力づくりを行うためには、地域の核となる人材を育てることが課題となっています。
- ・ 東日本大震災に伴う原子力発電所の事故等により、平成23年の県内の外国人延べ宿泊数は81,300

人と減少しました。現在は回復基調にあります。さらなる外客誘致に向けて、他府県等と連携して海外の旅行会社への売り込みが重要となっています。

- ・「みえの観光振興に関する条例」および「三重県観光振興基本計画」に基づき、平成25年の式年遷宮の好機を活用しながら、裾野の広い観光産業を地域に密着した産業として大きく育て、地域経済の発展に取り組む必要があります。

平成24年度の改善のポイントと取組方向

- ・式年遷宮の好機を生かし、県民の皆さんや、関係団体、企業、市町等官民一体となった観光キャンペーンを展開し、周遊性・滞在性の向上を図ります。また、県民の皆さんがお勧めする観光スポット等を募集し観光に関わるきっかけづくりとするとともに、地域でおもてなしセミナーを開催し、観光客を地域全体であたたかく迎え入れる機運を醸成します。
- ・外国人観光旅行者の来訪を回復、増加させるため、他府県等との広域連携のほか、本県のブランドイメージを活用した情報発信の強化、物産や産業と連携した観光宣伝活動など三重県営業本部と連携し総合的な三重の売り込みに取り組みます。
- ・エリアや属性に分けたテーマの設定や、海女や忍者などの三重県固有のコンテンツを活用することで、ターゲットを絞り込んだ特定少数への口コミやSNS*などを利用した情報発信に取り組んでいきます。さらに、医療観光*やエコツーリズム*、スポーツツーリズム*など、新たな分野との連携による観光を開拓していきます。
- ・首都圏で三重のさまざまな魅力を予感・体感していただき、三重のファンを作り出し、誘客や県産品の販路開拓につなげるため、大都市圏での事業展開にあたっては、三重県営業本部と連携して取り組んでいきます。
- ・地域資源を活用した取組や農商工連携の取組を促進することによって、より魅力ある観光資源の創出につなげます。
- ・観光事業者や関係団体等、さまざまな主体と連携しながら、地域で観光の核となるキーパーソンの育成や、産業界と連携した人材育成に取り組みます。

県民指標				
目標項目	23年度 現状値	24年度 目標値 実績値	27年度 目標値 実績値	目標項目の説明
観光消費額の 伸び率	—	116	127	観光旅行者が県内において支出した観光消費額（交通費、宿泊費、土産品費、その他の費用）の平成23年を100とした場合の伸び率
	100	—	—	
目標項目を選んだ理由			平成24年度目標値の設定にあたっての考え方	
観光消費額は、観光のもたらす経済的効果を把握する基本的な指標の一つであり、伸び率で示すことで、より県民の皆さんにわかりやすい指標になることから選定しました。			平成22年の観光消費額を基準に、各年の観光レクリエーション入込客数の伸び率に加え、観光旅行者1人あたりの観光消費額を5%増加させることを目標に、観光消費額を算出し、伸び率を設定しました。	

施策責任者からのコメント

雇用経済部 次長 岩田 賢 電話：059-224-2414

- ・「みえの観光振興に関する条例」および「三重県観光振興基本計画」に基づき、「観光産業の振興」を精力的に推進します。
- ・平成 25 年の式年遷宮の好機を生かして、県民の皆さんや、関係団体、企業、市町等との連携による観光キャンペーンを実施し、本県が有する本物の魅力を体感し満足度を高め、来訪者の周遊性、滞在性を向上させ、遷宮後も国内外の多くの観光客が訪れるようにします。
- ・外国人観光旅行者の来訪を回復させるため、国や他府県等との連携を推進し、海外における観光宣伝活動に取り組みます。
- ・地域全体で「おもてなし」する県民力を養成し、地域との交流により観光旅行者の満足度向上を図り、再来訪を促進します。
- ・これらの取組により、魅力ある観光地として持続的に発展することで、観光産業が本県の経済を牽引する産業の一つとして確立することをめざします。

(単位：百万円)

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	916	1,213			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
観光レクリエーション入込客数	3,565 万人	3,650 万人	4,000 万人	1年間に観光レクリエーション等の目的で県内の観光地を訪れた人数について、全国観光統計基準に基づき集計した推計値
対応する基本事業	34201		式年遷宮の好機を生かした国内誘客戦略	
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
観光旅行者の集客・交流の量的な把握をするための、基本となる観光統計指標であることから選定しました。	遷宮効果や震災からの復興を見込んで、過去 5 年間の平均伸び率である 2.6%を上回る年 5.2%という挑戦的な数値を用いて、4 年後には 4,000 万人の入込客数をめざし設定しました。			

活動指標	23 年度 現状値	24 年度 目標値	27 年度 目標値	目標項目の説明
県内の外国人延べ宿泊者数	81,300 人	100,000 人	150,000 人	県内の宿泊施設における延べ外国人宿泊者数
対応する基本事業	34202		三重県を訪れる海外誘客戦略	
目標項目を選んだ理由	平成 24 年度目標値の設定にあたっての考え方			
本県に来訪した外国人観光旅行者数を把握するための基本的な指標であることから選定しました。	遷宮効果や震災からの回復を見込んで、過去 3 年間の平均伸び率 2.0%を上回る年 22.0%という挑戦的な数値を用いて、4 年後には 150,000 人の宿泊者数をめざし設定しました。(国の目標は年 15%)			

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
リピート意向率	77.8%	82.0%	100%	本県を再び訪れたいと回答した観光旅行者の割合(7段階評価の上位2段階)
対応する基本事業		34203	来訪を促進する観光の基盤づくり	
目標項目を選んだ理由		平成24年度目標値の設定にあたっての考え方		
観光旅行者が必要と感じるサービスが継続的に提供され、満足度の向上につながっているかどうかを評価する指標として適当であることから選定しました。		平成25年の式年遷宮に向け、おもてなしの向上や観光人材の育成に取り組む結果、4年後には本県を訪れる全ての人が再び訪れたいと感じていただくことをめざし、挑戦的な数値を設定しました。		

【主担当部局：雇用経済部観光・国際局】

平成 27 年度末での到達目標

国際社会のグローバル化に対応するため、姉妹・友好提携先や各国の在日大使館等との連携を強化するとともに、新たな国際ネットワークを構築し、海外に向けて県の持つ高い技術や観光資源等の魅力を発信することにより、海外自治体等との連携が進み、文化、経済的交流が活性化しています。

平成 23 年度 of 取組概要

- ・ 中国河南省との友好提携 25 周年を機に知事を団長とする政府代表団を同省に派遣。今後の友好協力関係の発展につき確認するとともに、観光協定を締結
- ・ アジア、欧米の市場開拓に向けて、知事をトップとする経済ミッション団を中国や欧州に派遣し、産業協定締結先のフランス・アヌシー地域やドイツ・NRW（ノルトライン・ヴェストファーレン）州と国際的成長市場である環境・エネルギー関連分野等の連携強化を行うなど、今後の地域間連携の新たな取組方向を確認
- ・ 欧州最大級の研究機関であるドイツ・フラウンホーファー研究機構と三重大学との間で県内産業の振興を図っていくための相互協力に関する協定を締結
- ・ スイスの研究機関である CSEM 社とは、三重大学などの高等教育研究機関を新たに加え、グローバルな産学官連携を推進するなどの協定にリニューアルすることについて同意
- ・ 国際競争力のある外資系企業の誘致を推進するため、東京で外資系企業を対象としたセミナーを開催（90 社・団体参加）
- ・ 海外の現地の旅行会社やメディアに対し、直接、三重県の魅力をアピールするため、現地で三重県観光説明会や記者発表会を開催するとともに、三重県への招聘等を実施
- ・ 在日大使館等との連携強化の観点から、知事と駐名古屋米国総領事、中国総領事、韓国総領事等との意見交換会を実施
- ・ 中小企業の海外事業展開支援のため、在日総領事館等の協力を得て、県内においてインド、タイへの企業誘致セミナーや企業マッチング等を実施
- ・ 青年海外協力隊等に参加する三重県出身者を、みえ国際協力大使として 13 人委嘱し、派遣先での三重県の魅力 PR を依頼

平成 23 年度 of 取組の検証（得られた成果、残された課題）

- ・ グローバル化に対応し、国際競争の中で存在感のある三重を確立すべく、三重県が誇る魅力や強みを国内外へ発信するほか、観光産業やビジネスの振興による誘客の促進、県内企業の海外販路拡大や海外展開の一層の支援を行っていく必要があります。
- ・ グローバル化による地域間競争が激化する中、三重県への誘客や産業面での連携を強化すべく、姉妹・友好提携先、在日外国公館、みえ国際協力大使等、これまで国際交流・貢献で蓄積した、人的資源、ネットワークをさらに有効に活用していく必要があります。
- ・ 姉妹・友好提携先である中国河南省とは、今後の経済分野も含めた交流を進める覚書や観光協定を締結し、その成果として、河南省（鄭州市）から上海経由関西空港間の直行便の 24 年度就航に向けての取組が具体化しました。今後、この機会を逃すことなく、誘客と県内産業の活性化につ

なげていく必要があります。

- ・国際的な市場がアジアを中心とした新興国に急激にシフトしていく中で、技術においても新興国の急激な追い上げを受け一方、日本の中小企業の持つ高い独自技術が改めて見直されています。県内中小企業にとっても海外展開のチャンスを迎えており、チャレンジしやすい環境づくりを進めていく必要があります。
- ・県内企業と海外企業や大学・研究機関等とネットワークの強化・拡大を図ったことから、国内外の企業・研究機関等が新たな連携による事業展開等の動きにつながりました。また、外資系企業の誘致を進めたことにより、1社を誘致しました。
- ・これまでの国際交流では、友好交流、経済交流のそれぞれの視点から取り組んできましたが、産業や観光、文化などのさまざまな分野での連携が海外展開を生み出すよう横断的な取組を進めることが必要です。

平成24年度の改善のポイントと取組方向

- ・中国河南省と関西空港との直行便開設の好機を生かすべく、河南省において観光・物産展により誘客を図るとともに、商談会等により県内企業の販路開拓を支援するなど総合的な三重の売込みを図ります。
- ・姉妹・友好提携先との交流を持続・発展的なものとするべく、姉妹提携20周年を迎えるスペイン・バレンシア州を訪問し大学間の交流強化や市民レベルでの交流の活性化などを図るとともに、今後の交流分野の広がりについて意見交換を行います。また、他の提携先についても友好協定等を産業活性化につながる仕組みにリニューアルするという視点で取り組み、可能なものから経済交流につなげていきます。
- ・アジア等の成長する海外市場への県内企業の事業展開を支援するために、海外ビジネスサポート拠点を設置します。サポート拠点においては、現地情報の提供や商談取引先企業紹介など県内中小企業の販路開拓支援、県内進出企業との意見交換の場づくり、ネットワークづくり等の支援を行います。また、見本市等を活用した総合的な三重県産業の情報発信、販路開拓を進めます。
- ・三重大学と連携してCSEM社の共同研究・技術移転などの支援機能の誘致に取り組むとともに、具体的な連携事業の構築に向けて活動を進めます。
- ・海外からの県内投資の促進や県内企業の国際競争力の強化を図るため、欧州（フランス、ドイツ、スイス）等における産業面の連携・交流を深めるとともに、経済協定等のリニューアルや締結に向けた取組を進めます。
- ・グローバルな観光戦略を展開するため、アジア地域を中心に現地の自治体などさまざまな主体と連携し、三重県の魅力をPRします。また、三重県の歴史や文化を理解し、発信力のある特定少数の人びとをターゲットにした観光PRを強化します。
- ・経済分野においては、県庁内各部局の取組を横断的に捉え、アジアをはじめとして今後結びつきを強める国や地域の検討を行います。事業の実施にあたっては、相互の自治体、民間企業、研究機関の関係を深め、その成果をもとに今後の事業展開を図っていきます。
- ・日台の観光協会等が主催する「日台観光サミット」（本年7月、台湾花蓮県）を三重県に誘致するよう働きかけていきます。

県民指標				
目標項目	23年度 現状値	24年度 目標値 実績値	27年度 目標値 実績値	目標項目の説明
海外自治体等との連携により新たに創出された事業数(累計)	—	5件	20件	海外の自治体や在日大使館等との連携から、新たに生まれた、産業や観光、文化関連の事業数
	—	—	—	
目標項目を選んだ理由			平成24年度目標値の設定にあたっての考え方	
県が海外の自治体や在日大使館等との連携を強化することにより、経済、文化面での交流が促進されることから選定しました。			海外とのネットワークを強化するため、海外自治体等との連携事業を年間5件程度実施することを目標としました。	

施策責任者からのコメント

雇用経済部 次長 岩田 賢 電話：059-224-2414

- ・これまで主に相互文化理解の観点から友好交流を展開してきましたが、今後は、交流で得られた成果を産業連携や観光連携など、経済交流でも積極的に活用していくという視点で取組を進めます。
- ・現在の姉妹・友好提携先に加え、ますます発展するアジア地域を中心に、今後、結びつきを強めようとするターゲット地域を設定し、重点的に取り組んでまいります。
- ・こうしたことを効果的に展開するため、県庁内各部署での取組を横断的に捉え、産業、観光、環境、教育、文化など、さまざまな分野での取組をコーディネートし、それらをうまく組み合わせ、国際戦略の展開を進めていきます。

(単位：百万円)

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
予算額等	80	104			

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
みえ国際協力大使数(累計)	125人	140人	200人	青年海外協力隊等に参加する三重県出身者を、みえ国際協力大使として委嘱した人数
対応する基本事業	34301		国際交流・貢献活動のネットワーク化の推進	
目標項目を選んだ理由	平成24年度目標値の設定にあたっての考え方			
みえ国際協力大使が途上国へ赴任し、現地で国際協力活動を行うとともに、活動の報告に加え、経済情勢や治安等の情報の収集や三重の情報発信を行ってもらうことから目標項目として選定しました。	みえ国際協力大使への委嘱が増えることにより、県民への意識啓発、海外への情報受発信につながることから、年間15名程度の増を目標として設定しました。			

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
新たに連携構築を行った国際的なネットワークの数(累計)	—	1件	6件	企業の海外展開や誘致につながる連携を新たに構築した国際的なネットワークの数
対応する基本事業	34302 企業活動を支える国際的なネットワークづくりの推進			
目標項目を選んだ理由	平成24年度目標値の設定にあたっての考え方			
企業誘致や県内中小企業の海外展開を促進する上で、海外の自治体や研究機関等との連携やネットワークの構築が大きな促進要因となることから、目標項目として選定しました。	海外の自治体・研究機関等と新たな連携等によりネットワークを構築することを目指します。			

活動指標	23年度 現状値	24年度 目標値	27年度 目標値	目標項目の説明
観光における海外自治体等との連携事業数(累計)	—	2件	10件	海外の自治体等と連携し、観光客誘致に取り組んだ事業数
対応する基本事業	34303 海外自治体等と連携した誘客戦略の展開			
目標項目を選んだ理由	平成24年度目標値の設定にあたっての考え方			
海外の自治体をはじめ多様な主体等と連携し実施した事業数は、観光における新たな展開を表す一つの指標になることから設定しました。	海外における三重県観光展の開催と海外の旅行会社・メディア等の三重県への招聘を予定しています。			

(2) みえ産業振興戦略について
～「みえ産業振興戦略」検討会議の経過～

第1回「みえ産業振興戦略」検討会議

日 時 平成23年11月18日(金) 7時15分～10時30分
場 所 御殿山ガーデン ホテルラフォーレ東京「九重」(東京都品川区)
主な議事 今後の産業構造の変化や企業行動の在り方

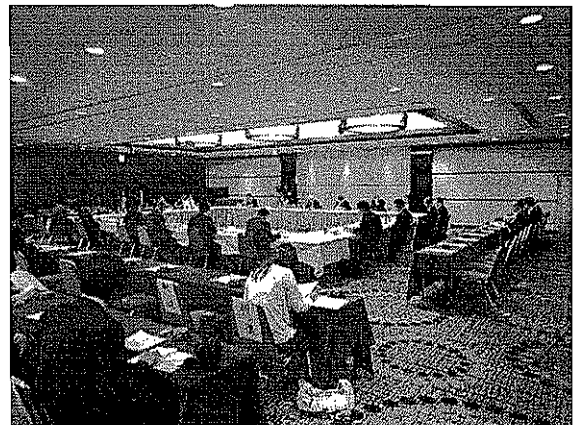
日 時 平成23年12月10日(土) 10時～12時
場 所 都道府県会館4階407会議室(東京都千代田区)
主な議事 今後の産業構造の変化や企業行動の在り方
～ものづくり産業が直面する課題と展望～

第2回「みえ産業振興戦略」検討会議

日 時 平成24年2月25日(土) 8時45分～11時45分
場 所 都道府県会館4階402会議室(東京都千代田区)
主な議事 分科会での検討方向を踏まえた議論～中間的整理～
①世界の潮流
②分科会報告

第3回「みえ産業振興戦略」検討会議

日 時 平成24年5月27日(日) 14時30分～17時
場 所 四日市都ホテル3階鈴鹿の間(三重県四日市市)
主な議事 「みえ産業振興戦略(案)」の検討について



第3回検討会議の様子

「みえ産業振興戦略」検討会議 委員名簿（五十音順・敬称略※ ◎：座長）

- 新井 純 昭和シェル石油株式会社 代表取締役社長
上田 豪 株式会社百五銀行 代表取締役頭取
内田 淳正 国立大学法人三重大学 学長
奥田 碩 日本経済団体連合会 名誉会長
小林 喜光 株式会社三菱ケミカルホールディングス 取締役社長
後藤 健市 LLC場所文化機構 代表
今野 由梨 ダイヤル・サービス株式会社 代表取締役社長
◎佐久間裕之 株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長
澤田 秀雄 株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長
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
寺島 実郎 財団法人日本総合研究所 理事長
野村 淳二 パナソニック株式会社 顧問
宮崎 由至 株式会社宮崎本店 代表取締役社長

分科会 委員名簿（○：主査、※：検討会議委員）

〔成長産業分科会〕

- 池浦 富久 三菱化学株式会社 顧問
半田 敬信 三菱化学株式会社 建築デバイス部長
佐藤 仁 昭和四日市石油株式会社 代表取締役社長
角和 昌浩 昭和シェル石油株式会社 チーフエコノミスト
東京大学教授公共政策大学院特任教授
※野村 淳二 パナソニック株式会社 顧問
竹川 禎信 パナソニック株式会社 事業役員（全社技術副担当）
吉田 幸男 パナソニック株式会社 R&D企画室長

〔立地環境整備分科会〕

- 松原 宏 東京大学大学院総合文化研究科 教授
※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
徳増 秀博 財団法人日本立地センター 常務理事

[中小企業分科会]

- 佐々木宜彦 東北大学 非常勤講師
※佐久間裕之 株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長
清水 清嗣 鳥羽商工会議所 専務理事
辻 保彦 辻製油株式会社 代表取締役社長
服部 一彌 株式会社HME 代表取締役社長

[内需振興（観光の産業化・新しいサービス産業）分科会]

- ※○後藤 健市 LLC場所文化機構 代表
佐藤 岳利 株式会社ワイス・ワイス 代表取締役社長
山井 太 株式会社スノーピーク 代表取締役社長

[海外展開分科会]

- 和田 正武 帝京大学経済学部経済学科 教授
※田中 久男 ジャパンマテリアル株式会社 代表取締役社長
※宮崎 由至 株式会社宮崎本店 代表取締役社長
千原 一典 株式会社百五銀行 常務取締役
大森 勝 野村証券株式会社 法人企画部長

[ひとづくり分科会]

- ※○佐久間裕之 株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長
伊藤 台蔵 伊藤工機株式会社 代表取締役社長
辻 保彦 辻製油株式会社 代表取締役社長
仲井 聖憲 株式会社試作サポーター四日市 代表取締役社長
江越 博昭 株式会社アルプス技研 代表取締役副社長

(3) 中国及びアセアンにおける海外展開拠点の設置について

1 現状（背景・課題）

経済のグローバル化が進展する中で、三重県産業にとって、成長を続けるアジアを始めとした海外市場への販路拡大や海外展開による新規市場の獲得など、県内中小企業が世界経済における存在を高めることが求められています。

そのため、現地の地域経済事情や投資環境等に関する情報や、中小企業に不足しがちな営業力をフォローアップできる仕組み・体制を構築し、県内中小企業が自らの強みを活かして海外展開することを促進していく必要があります。

2 取組方向

成長著しい中国並びに東アジア市場への展開を目指す県内中小企業を支援するため、海外展開に関する専門的ノウハウや現地のネットワークを有する事業者に委託して、現地及び国内に必要な支援体制を構築します。

3 平成24年度の取組

中国とアセアン地域それぞれに海外展開拠点（ビジネス・サポートデスク）を設置します。

(1) 海外展開拠点（ビジネス・サポートデスク）

ア 中国拠点

①委託事業者

(株)百五銀行、(株)百五経済研究所及び上海納克名南企業管理咨询有限公司(NAC名南コンサルティング)で構成する事業体

②設置場所

国内デスク：百五銀行国際営業部内（津市）

海外現地デスク：NAC名南コンサルティング事務所（上海市）

イ アセアン拠点

①委託事業者

野村証券(株)及び(株)野村総合研究所で構成する事業体

②設置場所

国内デスク：野村証券津支店内（津市）

海外現地デスク：野村総合研究所の協力会社内（タイ・バンコク）

(2) 業務内容

①現地情報の提供

セミナーの開催、専用ホームページの開設、メールマガジンの発行

②販路開拓支援

個別相談、経済交流ミッション団等の受入、現地商談機会の設定・支援

③県内進出企業等現地ネットワークの構築

④観光・企業情報等の三重県に関する総合的な情報発信 等

(3) 今後の予定

国内サポートデスクの開設に続き、7月中を目途に海外現地サポートデスクをそれぞれ開設し、県内企業への支援業務を行います。

(4) サービス産業の振興について

1. 現状

(1) 三重県の産業構造

- ・ 県内総生産におけるサービス産業全体が占める割合は61.9%で、全国の74.9%に比べて13ポイント低く、三重県ではサービス産業の成長余力が大きいと考えられます。
- ・ また、事業所数においては、その約9割を占める中小・小規模企業の中で、サービス産業の割合は78.5%と高い比率になっています。

(2) 「みえ産業振興戦略(案)」における検討内容

「『ものづくり』と『サービス産業』を産業の両輪として捉え、両者を共に伸ばしていくことが重要である。」としています。

2. 今後の方向

- ・ 高齢化やデフレ経済でモノが売れない状況のなか事業者は、商品やサービスの付加価値や効率の向上を図っていく必要があります。
- ・ そのため事業者については、積極的に地域社会へ関与しながら、顧客である地域住民のニーズを把握し、それに対応する新たなサービスを創出する「サービス・イノベーション」を進めていくことが必要です。
- ・ さらに、地域社会を構成する住民や住民団体、教育機関などに、地域に密着した産業が地域の生活インフラであり、重要な地域資源であることを理解していただき、事業者とともに魅力的な地域づくりを考えていく場を作り上げていくことが重要です。

3. 平成24年度の実施

(1) 現場とともに進める支援

① 地域密着型のサービス産業を考える場づくり

鳥羽市や津市などにおける、地域の関係者や事業者による商業活性化などを考える取組に、県は市町とともに仕組づくりの段階から参画していきます。

② 生産性向上セミナー等の開催

地域の事業者を対象にしたIT活用や業務プロセス改善などの生産性向上セミナーやグループディスカッションでの気づきなどを通じて、顧客志向型サービスの普及と、産業としての付加価値向上などの取組につなげます。

③ 新たな需要に対応したビジネスモデルの構築

高齢化などの社会的課題に伴う新たな需要に対応した事業の創出や、サービスを重視する地域密着型ビジネスモデルへの転換などを支援します。

(2) 企業間連携の促進と関係機関の強みを生かした支援体制の構築

サービス産業に関わる企業のグループ化を促進するとともに、企業・産業団体等、行政、金融機関や先進的な事業者などによる「みえサービス産業推進協議会(仮称)」を設置し、それぞれの強み、役割に応じた総合的な支援体制のあり方を検討します。

(5) 台湾ミッション団について

1 目的

本県と台湾政府との産業面・観光面での連携強化を図り、県内企業の台湾展開や、台湾企業との連携関係の構築を支援するとともに、台湾からの誘客を促進するため、知事を団長とする産業交流ミッション団、観光交流ミッション団を結成し、7月4日から6日まで台湾を訪問します。

今回の訪台期間中、「2012日台観光サミット」参加と合わせて、本県主催のビジネスセミナー・観光経済交流会での三重の魅力の発信、現地の経済団体・旅行会社・百貨店への知事のトップセールスや、台湾政府經濟部等への訪問などを予定しています。

2 概要

(1) 経済産業交流ミッション

現地においてビジネスセミナーやビジネスマッチング、経済団体の訪問等を行います。また、台湾政府經濟部及び台湾政府の実質的な対日外交窓口である亜東関係協会を訪問し、台湾政府と本県との関係の深化について意見交換を行います。さらには、工業技術分野では台湾最大の研究機関である工業技術研究院の幹部と今後の産学官連携の可能性について三重大学、鈴鹿医療科学大学とともに協議します。

(2) 観光ミッション

本県と台湾の旅行会社とのこれまでの関係を維持・強化し、誘客を促進するため、県内観光事業者とともに三重県観光のPRや旅行商品の販売促進などの営業活動を行います。

(3) 日台観光サミット

(社)日本観光振興協会、(社)日本旅行業協会、台湾観光協会が、観光交流の促進を目的として開催する「2012日台観光サミット」(7月6日、台湾花蓮県)に参加し、2013年のサミットを三重県に誘致します。

3 今後の取組

今回のミッション団の訪台を契機として、産業面では、台湾政府との協力・連携関係を構築するとともに、ミッション団の相互訪問など、台湾企業と県内企業の連携を促進し、ビジネスマッチングにつながる事業に積極的に取り組みます。また、観光面についても、食や物産等とともに売り込むことで相乗効果を発揮し、台湾からの誘客につなげていきます。

さらに、「2013日台観光サミット」の本県誘致を前提に、関係団体等と連携しながらサミット開催の機運を醸成するなど、様々な機会を通じて積極的に三重県をPRしていきます。

(6) 河南省との交流について

1 これまでの経緯

- 2011(H23)年8月 「観光・交流の推進に関する協定書」締結（友好提携・25周年三重県政府代表団(13名)派遣時）。互いに相手方の観光PRに協力し事業を実施することとなった。
- 2012(H24)年3月 河南省旅遊代表団(12名)受け入れ（旅行会社、メディア）
- 2012(H24)年4月 河南省代表団(12名)受け入れ（政府代表団と商務代表団で構成）。今後、両県省が観光や経済の交流をさらに深めていくことについて確認。
- 2012(H24)年5月 河南省代表団(48名)受け入れ（政府代表団、旅遊代表団で構成）。イオン津店において「河南省観光プロモーション」（4日間）を開催。オープニングセレモニー、河南省観光パネル展示、少林寺パフォーマンスの実演など実施。（来場者推計2,690人）。

2 今年度の取組

(1) 河南省における「三重県観光プロモーション」の開催

三重県代表団が河南省を訪問し、河南省のデパート等において、三重県観光展を今秋を目途に開催し、河南省の皆さんに本県の観光資源等の魅力をPRします。同時に、旅行会社等を対象に説明会を開催し、三重県の観光資源やモデルルートを紹介することで、河南省から本県への誘客を図ります。

(2) 河南省との直行便の就航

5月に大阪において開催された「河南省観光説明懇親会」では、河南省の鄭州新鄭（ていしゅうしんてい）国際空港と関西国際空港との直行便（上海空港経由）について、本年7月に就航予定である旨の発表がありました。直行便の就航を好機ととらえ、現在、河南省と調整しながら、旅行商品（モデルルート）の提案や三重県への誘客につながる取組などについて検討していきます。

(7) 三重県観光キャンペーン（仮称）について

1 現状（背景・課題）

平成25年に「伊勢神宮の式年遷宮」、平成26年に「熊野古道世界遺産登録10周年」を控え、本県への注目がますます高まることが予想されます。この機会をチャンスと捉え、県民の皆さんや市町、企業等と一体となった三重県観光キャンペーン（仮称）を平成25年4月から3年間展開します。

2 取組方向

本キャンペーンでは、三重の観光の「予感（旅への期待感）」を醸成し、来訪者の方々の周遊性・滞在性を向上させ、魅力的な三重の旅を「体感（滞在中の体験）」いただき満足度を高め、再び三重を訪れたいという「実感（あとから湧き上がる感動）」につなげていきます。

そのことにより三重の魅力を深く理解していただく「三重県観光の共感者（三重ファン、リピーター）」を増加させ、神宮式年遷宮後も多くの観光客が継続的に訪れていただける魅力あふれた観光地となるよう、官民挙げた取組を実施します。

3 平成24年度の取組

(1) 三重県観光キャンペーン（仮称）推進体制

観光キャンペーンを効果的に実施するため、現在、各関係機関を訪問し、組織のあり方や事業内容等に対するご意見を伺うなど、観光キャンペーンの実施に向けた準備を行っています。

(2) 検討内容

① 観光宣伝活動

テーマを絞ったガイドブックの作成、スマートフォン・インターネットの活用など特定少数者に対する情報発信に加え、三重県営業本部等と連携し首都圏等への観光情報発信を展開します。

② 誘客促進活動

地域イベントとの連動や「遷宮」・「街道」・「食」などをテーマに広域で取り組むイベントの開催、伊勢志摩地域と県内各地域をつなぐ観光ルートを構築します。

③ 受け入れ対策

県内各地の観光ガイドボランティア団体との連携や、おもてなしハンドブックの作成、「おすすめスポット」を県民から公募します。

④ イベント等の実施

キャンペーン期間中におけるイベントの企画実施、共通のテーマに取り組む他県（遷宮：島根県、記紀：奈良県他）と連携します。

(8) 各種審議会等の審議状況の報告について

(平成24年2月15日～平成24年5月31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24年4月20日
3 委員	【会長】桜花学園大学 教授 森田 優己 ほか3名出席
4 諮問事項	「(仮称)パロー伊勢上地店」(伊勢市)の新設に係る届出について(1回目)
5 調査審議結果	<p>「(仮称)パロー伊勢上地店」(伊勢市)の新設に係る届出について(1回目)</p> <p>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。</p> <p>委員から、出入口における安全確保対策等について3点の指摘事項があり、継続審議となりました。</p>
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24年5月18日
3 委員	【会長】桜花学園大学 教授 森田 優己 ほか4名出席
4 諮問事項	「(仮称)パロー伊勢上地店」(伊勢市)の新設に係る届出について(2回目)
5 調査審議結果	<p>「(仮称)パロー伊勢上地店」(伊勢市)の新設に係る届出について(2回目)</p> <p>事務局から、前回指摘(出入口における安全確保対策等)に対する設置者側の回答について説明を行いました。</p> <p>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。</p>
6 備考	