

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27年版 成果レポート (案) (別冊1)
- (2) 2016年主要国首脳会議 (サミット) について 1
- (3) 「みえ産業振興戦略」の改訂について 5
- (4) 首都圏営業拠点「三重テラス」について 10
(別冊2)
- (5) 食の産業振興について 18
(別冊3)
- (6) 中小企業・小規模企業の振興について 25
- (7) 国際展開の推進について 31
(別冊4、5)
- (8) 雇用施策の推進について 34
- (9) 観光振興の取組について 38
- (10) 三重県営サンアリーナの指定管理者の選定について 42
- (11) 各種審議会の審議状況の報告について 44

平成27年6月22日

雇用経済部

(2) 2016年主要国首脳会議（サミット）について

1 現状

平成28年に日本で開催される予定の主要国首脳会議(サミット)について、三重県での開催が決定したことを受け、6月8日(月)、雇用経済部内にみえ伊勢志摩サミット推進局を設置しました。

局長、次長のもとに3課(サミット総務課、サミット開催支援課、サミット事業推進課)を設置し、計16名の職員を配置しています。開催準備の進捗状況を踏まえながら、順次、人員を拡充していくこととしており、今月中には、およそ30名体制に充実していきたいと考えています。

2 今後の対応

サミットという最高峰の国際会議の開催は、国際観光地としてのレベルアップだけでなく、国内外の人々に対する本県の知名度を向上させる絶好の機会であり、地域の総合力向上にもつながります。

今後、サミットの開催に向け、以下のとおり取り組んでいきます。

(1) 「みえ伊勢志摩サミット県民会議(仮称)」の設立

「2016年みえ伊勢志摩サミット誘致推進協議会」を発展させた形で、「みえ伊勢志摩サミット県民会議(仮称)」(※)を設立し、官民一体となった三重県全体の受け入れ体制を確立します。

※みえ伊勢志摩サミット県民会議(仮称)

①設立について

地方創生のシンボリック的存在となるサミットの成功を期し、官民一体となった三重県全体の受け入れ体制を確立するとともに、併せて関連する事業に取り組むことを目的に設立。

②組織体制について

「2016年みえ伊勢志摩サミット誘致推進協議会」の構成員団体に加え、さらに幅広い関係者の方々にご参画いただくことを予定。

(2) 取組について

市町や関係団体等と連携し、「開催支援」に取り組むとともに、サミットを一過性に終わらせることなく、地域の総合力の向上につなげるため、「おもてなし」、「明日へつなぐ」、「三重の発信」を柱に、サミット開催に向けた全県的な取組を展開します。具体的な取組については、「みえ伊勢志摩サミット県民会議(仮称)」で議論し決定してまいります。

サミットのイメージ

<北海道（平成20年）の例>

開
催
前

【プレスツアー】平成19年11月～平成20年5月
全道を3日間ずつ5回に分け、在京外国報道機関等に
対し、サミット会場などを視察する機会を提供すると
ともに、北海道各地（釧路、根室、宗谷、函館等）の
環境、食、自然、芸術文化を現場で体感し、その魅力
を世界に発信していただくことを目的として、道民会
議主催によるプレスツアーを開催

（参加者：アジアや欧米の通信・新聞社など合計21か
国・地域、62名）

【先遣隊視察・歓迎交流】平成20年2月～6月

開
催
期
間
中

【首脳会議】

7月7日（月）
～9日（水）の
日程で開催

※G8の会合の
ほかG8以外の
国々も加えた
拡大会合も開
催

【配偶者プロ グラム】

7月7日（月）
～9日（水）の
日程で実施

※十二単着付
けデモンストラ
ション、お茶会、エ
コカー試乗、記念植
樹等（道民会議
事業は一部）

※参考

九州・沖縄では
「小中学生サミット」
実施 など

【J8サミット2008 千歳支笏湖】

7月1日（火）～7
月10日（木）の
日程で開催

※主催は外務省、
ユニセフ。G8各国
とG8以外の7地
域の国から選考
された中高生が
集まり、サミット
に関連した地球
規模の課題につ
いて討議し、G8
首脳と世界に向
けた宣言を発表。

【情報館】

※国際メディアセンターを利用する報道関係者を通じて北海道の
情報を世界に発信するための拠点

「北海道情報館」を開設。8つのゾーン（エントランス、G8との
関係、アイヌ文化、海、大地、冬、森、コミュニケーション）に分けて、
北海道各地の個性と魅力を発信。

関
連
事
業
や
情
報
発
信
等

(3) 取組方向と予算額(案)

(予算は、平成26年度2月補正予算で「G8サミット関連事業費」として1億円を計上済み(平成27年度に全額繰越))

開催支援 ～万全の体制でサミットを成功させる～

最高峰の国際会議であるサミットの成功に向け、万全の体制で最大限の支援と協力を行います。(約700万円)

- ◆ 宿泊・輸送サービスの円滑な提供
- ◆ インフォメーション機能の整備
- ◆ 交通規制
- ◆ 警備関係への協力や住民への情報提供
- ◆ 弁当供給体制の整備
- ◆ 公式行事に伴う歓迎交流
- ◆ 配偶者プログラム など

おもてなし ～歴史に育まれたあたたかいところで、 世界からのお客様の記憶に残るおもてなし～

古くから多くの人びとをお迎えしてきた三重県の歴史・文化や「食」などの豊富な資源を生かして、県民のあたたかいところが伝わり、各国首脳や報道関係者など国内外から来訪されるお客さまの記憶に残る「おもてなし」でお迎えます。(約700万円)

- ◆ 気運醸成に向けたサミットフォーラムの開催
- ◆ おもてなし向上研修などの実施
- ◆ 環境美化・清掃活動、飾花運動 など

明日へつなぐ ～子どもたちと県民が、 世界との交流で創る三重の希望を明日へつなぐ～

明日を担う子どもたちや多様な主体が参画し、県民一人ひとりが主役となって、サミット参加国など世界の国々との国際理解や交流事業に主体的に関わることで、開催の経験を「明日へつなぐ」取組を展開します。(約2,800万円)

- ◆ 県内学校、民間団体等による国際理解・国際交流などの展開
- ◆ ジュニアサミット参加者との交流 など

三重の発信 ～美しい自然、豊かな文化・伝統など、 わたしたちが誇りに思う三重の発信～

美しい自然、豊かな文化・伝統、先進技術など、県民が守り継ぎ、創り出してきた、三重県が世界に誇れる様々な魅力を、あらゆる機会を通じて途切れることなく国内外に発信します。(約3,900万円)

- ◆ 県内各種イベント等でのPR
- ◆ 三重テラス、関西事務所や県外イベント等でのPR
- ◆ ホームページ、SNSでの発信
- ◆ ポスター、リーフレット、チラシ等によるPR
- ◆ ミラノ万博や海外ミッションの機会等を利用したPR
- ◆ プレスツアー など

※上記のほか、県民会議事務局運営費等(約1,900万円)

(3) 「みえ産業振興戦略」の改訂について

三重県では、強じんて多様な産業構造を構築していくため、平成24年7月、国の「日本再興戦略」に先駆け、地域の成長戦略として「みえ産業振興戦略」を策定しました。

また、戦略の具現化やその時々国際情勢、経済情勢を踏まえた戦略の新しい方向を模索していくため、経済や産業などに専門的な知見を有する学識経験者や民間企業の経営者をメンバーとする「『みえ産業振興戦略』アドバイザリーボード」を設置し、意見交換を実施しています。

1 みえ産業振興戦略の概要

本県では、リーマンショックによる影響や人口減少社会の到来、経済のグローバル化など本県経済を取り巻く環境の変化等を踏まえ「みえ産業振興戦略」を策定し、新しい時代を切り拓くために提示した6つの戦略に基づき産業振興施策を展開しています。

(※「みえ産業振興戦略」概要と構成は別紙のとおり。)

2 「みえ産業振興戦略」に基づくこれまでの取組

(1) ものづくり戦略

- ・「メイド・イン・三重ものづくり推進事業費補助金」による新商品開発や改良開発、新市場開拓につながる研究、試作開発への支援
- ・大企業等と中小企業・小規模企業との「出前商談会」開催などによる販路拡大、技術連携の促進

(2) サービス戦略 ～観光の産業化等～

- ・「首都圏営業拠点『三重テラス』」を核とした首都圏での三重の魅力発信、営業活動の展開
- ・三重県観光キャンペーン「実はそれ、ぜんぶ三重なんです!」による観光誘客の取組

(3) 国際戦略

- ・企業の海外展開を支援する三重県海外ビジネスサポートデスク（国内デスク及び上海・バンコクの海外現地デスク）の設置や海外ミッションによるネットワークの構築（アメリカ、台湾、タイ、ブラジル等）
- ・本県の国際展開のプラットフォームとして、産学官金の参画による「みえ国際展開連合推進協議会」を設立

(4) 成長産業の振興

- ・環境・エネルギー分野において、産学官連携による新たなビジネスの創出を図る「みえスマートライフ推進協議会」の取組
- ・医薬品・医療機器、医療・介護技術等の研究開発の促進や関連産業の振興をめざした「みえライフイノベーション総合特区」を核とする事業環境の整備

(5) 戦略的な企業誘致

- ・全国初の「マイレージ制度」を取り入れ、マザー工場化、成長産業、外資系企業、研究開発施設などをターゲットとして、新たに創設した企業投資促進制度による企業誘致
- ・企業単位での規制の特例措置を認める「企業実証特例制度」の活用など、県内企業の操業環境整備に係る規制の合理化の検討

(6) 戦略振興のプラットフォーム構築

- ・地域の雇用・経済を支える中小企業・小規模企業の振興を図る「三重県中小企業・小規模企業振興条例」の施行と条例に基づく取組
- ・国の交付金等の活用による、産業振興と連動した雇用創造プロジェクトの始動（例：戦略産業雇用創造プロジェクト、地域創生人材育成事業など）

3 「みえ産業振興戦略」策定以後の外部環境変化の例

< 海外の情勢に起因する環境の変化 >

- ・2020年東京オリンピックの開催による日本のプレゼンスの高まり
- ・ASEAN諸国からのインバウンド観光客の増加
- ・「和食」の世界遺産登録など日本の「食」への関心の高まり
- ・今後20年間で2倍に膨らむと予想される「航空宇宙産業」の世界市場の拡大
- ・シェール革命による石油精製、石油化学産業の構造変化
- ・新興国の台頭による製品流通などグローバル競争の激化

< 日本国内の情勢に起因する環境の変化 >

- ・本県での主要国首脳会議（サミット）の開催決定
- ・首都圏への人口集中を是正し、地方に「まち・ひと・しごと」を創生する「地方創生」の動き
- ・ICT・ビッグデータの利活用の進展
- ・水素などの新たなエネルギー源の利活用に向けた動き
- ・グローバル競争激化に伴う、海外生産などを視野に入れた国内企業の適地適産の進展
- ・東海環状西回り、新名神高速道路をはじめとするインフラ整備の進展

4 改訂にあたり強化を検討すべき事項（案）

（１）ものづくり戦略

- ・本県の産業集積の強みに立ち返ったものづくり産業の更なる振興
（例：AMICの更なる機能（研究開発プロジェクトの創出、技術課題解決支援、人材育成等）の強化）

（２）サービス戦略 ～観光の産業化等～

- ・裾野の広い「食」関連産業の振興
- ・「観光」関連産業を地域を牽引する産業へ育成
- ・ICT・ビッグデータの利活用による新たなビジネスの創出

（３）国際戦略

- ・世界の潮流を踏まえた海外ネットワークの深化や新たな連携先の構築

（４）成長産業の振興

- ・本県に芽吹き始めた航空宇宙産業など新たな成長産業へのアプローチ
- ・水素社会への対応、木質資源の活用などエネルギー分野における社会的課題の解決に向けた取組

（５）戦略的な企業誘致

- ・県内企業等がグローバル競争に打ち勝つための更なる拠点化やマザー工場化の支援強化
- ・本社機能の移転や対日投資の促進

（６）振興戦略のプラットフォーム構築

- ・現場に軸足を置いた中小企業・小規模企業へのきめ細かな支援
- ・産業活動のベースとなる人材の育成

5 改訂に向けた今後のスケジュール

- 6月～7月 県内企業5000社アンケート、1000社訪問の実施
- 8月上旬 平成27年度第1回「『みえ産業振興戦略』アドバイザーボード」
- 9月下旬 平成27年度第2回「『みえ産業振興戦略』アドバイザーボード」
- 10月5日 戦略企画雇用経済常任委員会で改定案を説明

みえ産業振興戦略 概要と構成

～「新しい時代」を拓く6つの地域戦略～

第1章 戦略策定の背景と課題

- 1 近年の地域産業政策
 - 企業誘致と中小企業振興を両軸とした産業政策を展開
 - 2 汎用品生産拠点からの脱却を目指して
 - 情勢の変化に対応した産業政策に転換(四日市臨海部工業地帯の産業再生、高度部材イノベーション等)
 - 3 成果と残された課題
 - 自動車関連産業と電機電子関連産業を中心とした輸出型産業で県経済成長をけん引
- 製造品出荷額等が全国トップクラスの伸び率で推移するものの、付加価値率が低い構造になっている。

第2章 戦略の策定について

- 1 戦略策定の目的
- 2 戦略の策定手法等
- 3 戦略の更新・改訂(ローリング)

第3章 地域(現場)からみる産業構造の変化と企業行動の在り方

- 1 産業別の付加価値構造・就業者構造の変化からの考察
 - 強みは「高度部材」と「中小企業のものづくり基盤技術」。特定の業種に過度に偏らない強じんて多様な産業構造構築の必要性、製造業と非製造業を産業の両輪に両者を伸ばす必要性。
 - 2 代表的企業の事業構造の考察
 - ①高度部材・素材技術を活かした成長産業の強化 ②安定収益を確保する事業ポートフォリオの最適化
 - ③新興国等の海外市場の開拓 ④グローバルな社会的問題解決への貢献
 - 3 ものづくり三重の考察
 - 製造品出荷額等は全国上位だが、付加価値率(付加価値÷出荷額)は全国平均を下回る状況
 - 中小企業(製造業)の付加価値率は全国42位 → 付加価値額の増加と付加価値率の向上が課題
- 【みえた課題】 ★世界にはない部材・素材を提供できるのに生かし切れていない ★付加価値率が低い
★海外展開を行う企業が意外に少ない ★外部連携を行っている企業がかなり少ない

- 4 企業アンケート調査の考察
 - ①経営戦略:基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力強化 ②期待分野:クリーンエネルギー分野と医療・介護 ③成長戦略として求められる海外展開 ④外部連携の実施比率が低い ⑤望まれる立地環境:顧客との近接性など複数項目に分散 ⑥社会的責任:企業の存続・成長 ⑦地域資源活用型産業の課題:販売チャネルやマネジメント人材の確保や市場ニーズの把握等
- 5 企業1,052社訪問の考察 現場の生の声から導かれるキーワード
 - ①製品・技術・ノウハウ:外部連携、地域資源活用、顧客起点の視点、感性価値・ストーリー性の導入
 - ②販路:行政のサポート、国内の経済・市場状況への対応策、展示会・ビジネスマッチング
 - ③円高:台頭するアジア企業との価格競争、円高への対応策、円高の間接影響と自動車産業の生産移転、企業買収
 - ④海外展開:障壁、行政のサポート、海外展開を考えない理由、現地生産のメリット

第4章 今後取り組む課題

- ①脆弱な産業構造 ②成長産業の育成 ③サービス産業の成長率の低さ ④高度部材の強みを経済活動の成果へ
- ⑤海外市場への展開の遅れ ⑥外部連携比率の低さ ⑦行政の企業誘致策の転換 ⑧社会課題解決に関わる取組の遅れ ⑨高度専門人材の育成 ⑩マーケティング活動展開のための経営資源等不足 ⑪行政の課題

第5章 今後の産業政策と目指す姿

- 1 今後の産業政策 今後取り組むべき11の課題
 - ①ものづくりとサービス産業を両輪と捉えた産業政策の展開によるシナジー効果の創出
 - ②付加価値率の向上を伴った付加価値額の維持・拡大 ③イノベーションとマーケティングの連携・融合～需要の喚起へ
 - ④世界的な視座に立った国際戦略～海外市場開拓と資金の国内還流
 - ⑤産業集積の特性を活かした社会的問題解決型産業の育成 ⑥地域雇用の維持・創出～賃金の維持・向上～デフレ脱却

- 2 戦略で目指す姿(目標値等) ※平成27年度の目標値
 - ものづくりを維持・強化しつつ、サービス産業の育成・強化を図り、企業が事業活動を通じて「付加価値額・率」を向上させ、「地域雇用」を維持・創出していく
 - ①ものづくり産業の付加価値を維持(2.32兆円:全国11位)
 - ②ものづくり中小企業の付加価値率を向上(31.5%→35.2%)
 - ③サービス産業(広義)の付加価値構成を向上(61.9%→63.3%)
 - ④労働力人口に占める就業者割合を向上(96.0%→97.5%)
 - ⑤サービス産業(広義)の就業者構成を向上(62.4%→65.2%)
 - ⑥共感者(魅力と感じる人)の割合を向上(40.0%→60.0%)

→ 『一定の経済成長』を伴いつつ、『個人の幸福(豊かさ)』を実現

第6章 地域の成長戦略

1 新しい時代を拓く新産業・新市場創出のシナリオ

- ①産業分類にはない高度部材産業や先端技術産業など「先端ものづくり産業」
- ②地域に密着した観光関連産業や、徹底した顧客志向型産業などの「サービス産業」
- ③環境・エネルギー(グリーンエネルギー)関連産業や医療・健康関連産業(ライフイノベーション)などの「社会的問題解決型産業」

2 6つの戦略(具体的な取組)

(1) 【戦略1】ものづくり戦略(メイド・イン・三重)

- ①ものづくり中小企業の育成(パッケージ化支援等) ②AMIC等による基盤技術支援強化 ③成長産業への参入促進と海外展開促進 ④ステイタスの「見える化」 ⑤技術的優位性の確保

(2) 【戦略2】サービス戦略～観光の産業化等～

- ①支援体制の強化(推進協議会) ②高付加価値経営への取組 ③強力な情報発信 ④ものづくりと融合したサービス産業の創出 ⑤グローバルビジネスの振興

・【観光の産業化】

- ⑥地域資源を活用した商品開発 ⑦コンシェルジュや場所文化を軸とした共感者づくり ⑧観光と他分野産業の融合・連携

(3) 【戦略3】海外展開戦略(国際戦略)

- ①海外展開拠点(サポートデスク) ②メイド・イン・三重ブランドの売り込み ③金融支援制度 ④海外見本市参加 ⑤ネットワークの構築・活用 ⑥プロモーションと誘客活動

(4) 【戦略4】成長産業(社会的問題解決型産業)への攻めの取組

- ①クリーンエネルギーバレー(創エネ・蓄エネ・省エネを軸に研究開発や企業誘致) ②スマートライフ(メガソーラー・風力・バイオマスを絡ませた取組) ③スマートアイランド構想 ④ライフイノベーション総合特区(医療機器開発・医療情報DB) ⑤「高度部材」産業の強化 ⑥中小企業と大企業の連携 ⑦次世代型産業コンビナート

分科会メンバーと連携したプロジェクトが続々と創出

☆ 塩害対策型ソーラーシステムの研究開発

☆ 住宅間直流電力融通技術の研究開発

(5) 【戦略5】戦略的な企業誘致を推進し、更なる県内への投資促進に挑戦

- ②付加価値創出型施設(マザー工場)誘致 ③マイルージ制 ④金融機関等と連携した県内投資促進 ⑤アジアの拠点化を目指した外資系企業誘致 ⑥グローバルアクセスの強化 ⑦県内産業集積の更なる強化と空洞化防止 ⑧地域資源の再発見等を通じた県南部への設備投資促進 ⑨多様な人材育成を通じた設備投資の促進

(6) 【戦略6】振興戦略プラットフォームの構築

- ①ネットワーク ②ひとづくり(国内外からの人材取り込み、産業界・教育機関と連携した人材育成、産業構造に対応した労働力のマッチング、若者・女性・高齢者等の就労促進、特区制度を活用した雇用政策の推進)
- ③中小・小規模企業の振興方針(5つの視点)

- i 自発的な挑戦を促進(中小・小規模企業の持てる力の発掘)
- ii 外部連携の促進(連携による力の増幅)
- iii 資金や人材など経営資源確保の支援
- iv アクティブ・カンパニー(中小・小規模企業)の取組を支援

(7) その他

県組織への反映

参考:企業経営戦略7カ条(県職員心構え10カ条)

- 第1条:何よりも大切なモノ、それは社員そして人の「幸福」
- 第2条:「感動的」な価値を創り出せ
- 第3条:ものづくりは「ひとづくり」
- 第4条:「おもてなし」こそ我々の強み
- 第5条:「特定少数市場」の深さを認識すべき
- 第6条:「自ら動け」、アクションからのみ事がはじまる
- 第7条:「懐かしいモノ」で未来を描け

(番外:若手への3ヶ条)①我々は社会の構成員だ、悩む前に「動け」、②「自分探しの旅」に出るな、君はそこに居る、③一緒に考えて・・・まずは「自分で考える」

(4) 首都圏営業拠点「三重テラス」について

首都圏営業拠点「三重テラス」は、平成 25 年 9 月 28 日のオープンから約 1 年 8 か月が経過し、来館者数は 930,366 人となりました（5 月末現在）。

ショップ、レストラン、イベントスペースにおいて、三重の魅力を効果的に情報発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

1 今年度の主な取組

これまでの「三重テラス」の取組の成果や課題をふまえ、4つの指標の数値目標の達成と質的な改善をめざし、①効果的な情報発信による訴求力の向上、②県内企業・事業者のチャレンジ支援、③首都圏ネットワークの拡大と連携、④戦略的な広報活動の充実、⑤市町、商工団体等関係団体との連携の強化の5つの運営方針のもとに事業を展開します。

今年度の主な取組内容は次のとおりです。

(1) 三重の「旬」を発信するイベントの開催

2階イベントスペースにおいて、1年を通じて三重の「旬」を発信するイベントを開催します。7月に見込まれる来館者数100万人達成、9月のオープン2周年などの機会を捉え、企画・立案、情報発信等において、市町、商工団体等関係団体との連携を強化し、集客力の高い効果的なイベントを展開します。

(2) COOL MIE トークライブ 2015 の開催

三重への共感を呼ぶ、三重ファンづくりの場、クールな三重を創造し、三重の「旬」を発信する場として、首都圏において発信力・集客力のある著名なゲストを多方面から迎えて、知事が聞き手となり、三重の“旬”な「ヒト」・「モノ」・「コト」を日本橋から存分に発信するトークを実施します。

(3) 県産品等の消費拡大（首都圏三重県産品消費拡大事業）

国の地域消費喚起・生活支援型交付金を活用し、「三重テラス」において利用できるプレミアム付商品券の発行・販売を行うとともに、商品券の販売や県産品の消費を喚起するイベントを実施することにより、「三重テラス」における県産品の購入及び1階レストランにおける三重県食材の活用を促進し、県産品の消費拡大をはかります。

(4) テストマーケティング・商談会の実施

県内事業者のトライアル支援の取組として、1階ショップにおいて実施しているテストマーケティングについて、引き続き取扱商品数を拡大していきます。また、イベントスペースにおいて「三重テラス」主催のマッチング商談会を開催します。

(5) 三重の「食」の国際発信

三重県の大きな魅力の一つである「食」を軸として、訪日外国人の日本橋地域への来訪増を見据えたPOPの見直しや多言語化パンフレットの作成など、ショップ・レストランの外国人対応を進め、三重県への外国人旅行者の誘客につなげます。

(6) 県内への観光誘客の取組

「お茶」や「俳句」、「歴史自然体験」などに関する講座を、座学と三重県内でのフィールドワークを組み合わせて開催するとともに、2階の「みえ旅案内所」の活用や県内への旅行相談、各地域の旬の情報提供など、三重県への誘客を促進する取組を進めます。

2 成果指標及び運営状況の評価

「三重テラス」の成果を評価する指標として、①来館者数、②商品開発や販路拡大につながった件数、③三重テラスサポート会員数、④メディア掲載件数の4つの指標を設定し取り組んだ結果、すべての指標において目標値を達成しました。

① 来館者数

| | 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 | 58万人 | 59万人 | 60万人 |
| 実績値 | 27.5万人 | 56.7万人 | | | |

※平成27年度以降の目標数値については、平成26年度の実績等をふまえ修正しました。

② 商品開発や販路拡大につながった件数（累計）

| | 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 |
| 実績値 | 38件 | 67件 | | | |

③ 三重テラスサポート会員数（累計）

| | H25年度 | H26年度 | H27年度 | H28年度 | H29年度 |
|-----|--------|--------|--------|--------|---------|
| 目標値 | 1,350人 | 4,490人 | 7,020人 | 9,585人 | 12,185人 |
| 実績値 | 1,359人 | 4,551人 | | | |

※平成27年度以降の目標数値については、平成26年度の実績等をふまえ修正しました。

④ メディア掲載件数

| | 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 |
| 実績値 | 89件 | 60件 | | | |

○ アドバイザリーボードの意見

6月1日に「三重テラス運営にかかるアドバイザリーボード」を開催し、成果指標や運営状況に関する評価・助言をいただきました。

構成メンバー ※敬称略

本保 芳明（座長／首都大学東京 都市環境科学研究科 観光科学域 教授）

力石 寛夫（トーマス アンド チカライシ株式会社 代表取締役）

田中 章雄（株式会社ブランド総合研究所 代表取締役社長）

田嶋 雅美（株式会社フランチャイズアドバンテージ 代表取締役/CEO）

手島麻記子（株式会社 彩食絢美 代表取締役）

① 成果指標に関する意見

- これまでの三重テラスの実績については、成果指標の数値だけではなく質的な面においても全体的に高く評価できる。イベントスペースを活用した情報発信は、後発の他県アンテナショップのモデルケースにもなっている。
- 「来館者数」について、神宮式年遷宮効果が落ち着きつつあり、丸ノ内から日本橋にかけての人の流れが変わりつつあるという状況のなかで、右肩上がりの目標設定をすることは、非常にチャレンジングである。

- ・「商品開発や販路拡大につながった件数」について、ショップにおける新規性のある商品の出品は、広い意味での販路拡大という意味で、件数に含めてよいのではないか。

②三重テラス運営に関する意見

【ショップ運営】

- ・単なる物産館ではなく、セレクトされた商品を首都圏の消費者に紹介し、三重の商品の魅力をアピールするという意識を持って取り組む必要がある。
- ・欠品している商品について、欠品の表示だけでなく、入荷時期の案内や入荷した際に連絡するなど、お客様の要望へのアフターケアを意識した対応が必要である。
- ・商品の試飲・試食などお客様とのコミュニケーションをもっと積み重ねていく必要がある。
- ・ショップの商品ラインナップは頻繁に更新されており評価できる。

【イベント運営】

- ・情報発信力のあるイベントを数多く開催しているが、それらがバラバラな印象がある。テーマ性を持った企画が必要である。
- ・首都圏のマスコミ関係者がイメージする三重県の魅力は、①伊勢神宮と熊野古道、②食材の素晴らしさ、③真珠、この3つがキラーコンテンツといえる。これらをうまく表現し、現地に行った時に受ける感動を首都圏の方に伝える場所になることを期待している。
- ・イベントスペースで紹介した三重の地域資源を活用した新商品をショップで販売するなど、ショップとの連動による販路拡大の出口の役割も期待したい。

【三重テラスの存在意義】

- ・アンテナショップでなくとも、百貨店の物産展や通販などで地域産品が容易に入手できる状況にあって、三重テラスが果たすべき役割や存在意義を常に意識して取り組む必要がある。

今後も三重テラスを舞台として、さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を戦略的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていきます。

三重テラスの運営状況について (3月~5月)



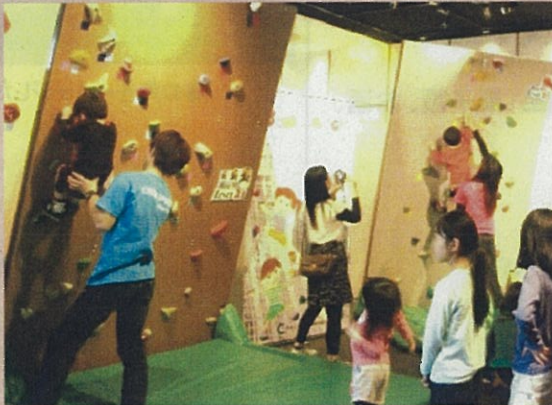
- ・オープン以降の来館者数累計は 930,366人(平成27年5月末現在)です。
- ・ショップ、レストラン、イベントスペースにおいて、三重の旬の魅力や季節行事・イベントに対応した旬の情報を発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

TOPICS

イベントスペース

新たな三重県ファンの開拓

“日本橋で岩登り。体験チャレンジ！
BOURDERING!” (3月25日~27日)



> 三重テラス2階イベントスペースに人工の岩を設置し、子供と女性を対象としたボルダリングイベントを実施 [510名来場]

古萬古(こばんこ)展~江戸から明治
まで~ (4月29日~5月5日)



> 江戸から明治期の萬古焼の展示・解説、急須づくり実演・体験、伊勢茶と萬古急須の楽しみ方講座などを実施 [1,240名来場]

他県とのコラボレーション

長野ワインと三重の海産物
マリアージュセミナー (3月9日)



> 御嶽山噴火・長野県神城断層地震復興応援企画として長野県産ワインと三重の海産物とのマリアージュ講座を開催 [50名来場]

春の花街道パネル展
(3月30日~4月5日)



> 奈良県と連携し、近鉄沿線の桜の見どころを紹介 [1,220名来場]

日本橋地域との連携取組

日本橋エリア日本酒歩き
(4月18日)



> 日本酒を通じて日本橋界隈を巡って楽しむ日本橋地域の利き酒イベントに特設会場として参画 [2,100名来場]

三重テラスで楽しむ「神田祭」
(5月6日~11日)



> 2年に一度開催される神田祭にあわせて神田祭の解説を行い、日本橋と三重のつながりなどを展示紹介 [720名来場]

TOPICS

ショップ

- 催事に対応した商品提案を行いながら、試飲・試食を積極的に実施
- 伊勢茶や出汁のふるまい等によるおもてなしの実施

【3月】

- > 旬の「生あおさ」の限定販売
- > 「ゴチになります！」紹介商品の「ソマカツオの塩切」「伊勢湾産の小女子」等の積極的な販売

【4月】

- > 「日本橋バル2015」への参加によるショップ桜バルセット(菓子と酒のパッケージ商品)の販売
- > 春を感じさせるディスプレイの展開。春の行楽に適した商品(菓子類、お酒、小物等)
- > 売り場構成の変更(海の幸をテーマとした棚づくり)

【5月】

- > 売り場構成の変更(三重の酒とつまみをテーマとした棚づくり)
- > 夏を感じさせる商品展開(塩キャラメル、塩飴、塩寒天)



海の幸をイメージしたディスプレイ



旬の「生あおさ」の限定販売

レストラン

【3月】

- > 2月に放映された日本テレビ“ぐるナイ ゴチになります”のPR効果を活かし、引き続き特別メニューを提供
- > “ニホンバシ桜バル2015” 三重テラス特別メニューとして、三重県産桜鯛の桜メカルパッチョマイヤーレモンのソース」と「鈴鹿川純米吟醸」を提供

【4月】

- > 三重の季節の食材をふんだんに使ったパーティーコースの展開
- > 応援企業等へのパーティープラン利用促進PRの実施

【5月】

- > ゴールデンウィーク向けのランチメニューの展開(週替わりメニュー)
- > 母の日用「伊勢赤鶏と多気町有精卵の親子カルボナーラ」の販売
- > 海藻イベント連動メニューの展開



ショップにおける試食販売

DATA

1. 来館者状況

(単位:人)

| | 25年度計 | 26年度計 | H27.4 | 5 | 27年度計 | 累計 |
|----------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| ショップ | 227,655 | 480,839 | 34,369 | 39,042 | 73,411 | 781,905 |
| レストラン | 17,033 | 34,317 | 2,164 | 2,467 | 4,631 | 55,981 |
| イベントスペース | 30,555 | 51,365 | 5,430 | 5,130 | 10,560 | 92,480 |
| 合計 | 275,243 | 566,521 | 41,963 | 46,639 | 88,602 | 930,366 |
| 一日当たり平均 | 1,521 | 1,569 | 1,399 | 1,504 | 1,452 | 1,543 |

2. 売上状況

(税込・単位:千円)

| | 25年度計 | 26年度計 | H27.4 | 5 | 27年度計 | 累計 |
|---------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| ショップ | 60,616 | 103,695 | 8,490 | 10,028 | 18,518 | 182,829 |
| レストラン | 46,030 | 96,513 | 7,825 | 8,903 | 16,728 | 159,271 |
| 合計 | 106,646 | 200,208 | 16,315 | 18,930 | 35,246 | 342,100 |
| 一日当たり平均 | 589 | 555 | 544 | 611 | 578 | 567 |

*今年度の数値は速報値であり、今後修正が生じる可能性があります。

*端数処理の関係上、合計が一致しない部分があります。



パーティーメニュー(イメージ)



MIE TERRACE

三重テラス2階 イベントスペース（平成27年7月） イベントカレンダー

※平成27年6月3日現在のスケジュールです。

※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。

※詳細は、主催者までお問い合わせください。

| 日 | 曜 | 実施時間 | 催し物名称 | 概要 | 対象 | 主催 |
|----------------|-------------|---|--|--|------|---------------------------------|
| | | | | | | 所属・団体名 |
| 7/1 ～31 | 水～金 | 未定 | 三重テラス100万人ご愛顧 感謝月間 | 詳細は未定です。 (詳細は決まり次第お知らせします。) | 一般 | 三重県営業本部担当課 【TEL】03-5542-1035 |
| 7 8 9 | 火 水 木 | 11:00～20:00 10:00～20:00 10:00～16:00 | 「二つの世界遺産展 ～女性から見る熊野古道 伊勢路&飛騨白川郷」 | 世界遺産熊野古道伊勢路と世界遺産白川郷は、関東から遠くて交通の便が悪い、いわゆる「秘境」という共通点があります。それを逆手にとって、秘境ならではの文化、歴史、食に触れていただきます。 ・パネル・ポスター展 ・講演会(「白川村史」、「花の窟と国生みの神イザナミノミコト」)など | 一般 | 東紀州地域振興公社 【TEL】0598-89-6172 |
| 12 | 日 | 9:00～18:00 | (仮)第2回桑名の食材大試食市 | 桑名の食をテーマに大試食市を開催します。 | 一般 | 桑名市ブランド推進課 【TEL】0594-24-1258 |
| 16 | 木 | 11:00～13:00 | 三重のスポーツまちづくり会議 | さまざまな主体の意見を事業に反映し、スポーツを通じた地域の活性化について検討するため、スポーツ関係者(アスリートを含む)、企業関係者、観光関係者等による意見交換を行います。 | 先着5名 | スポーツ推進課 【TEL】059-224-2986 |
| 17 18 19 | 金 土 日 | 11:00～20:00 10:00～20:00 10:00～17:00 | 四日市STYLE ～夏を彩るアートなよっかいち～ | 四日市市は、急須、土鍋などの「四日市萬古焼(ばんこやき)」の産地で、土鍋は、国産の8割を生産するなど、身近なやきものとして利用いただいています。なかでも、夏の風物詩である蚊やり豚を生産していることから、それを使ってアートに表現してみようということで、第14回「アートな蚊やり豚展」を開催します。人気投票などもありますので、ぜひご来場ください。 18日は、18時から四日市市観光大使のライブを開催予定。 また、大矢知手延べ干麺の試食、販売も行います。 平成27年・第14回アートな蚊やり豚展 作品募集HP http://www.50s-nw.co.jp/2015/bosyu2015.html | 一般 | 四日市市東京事務所 【連絡先】03-3263-3038 |
| 22 | 水 | 未定 | つデイ | 津市の物産・観光の情報発信を行います。 | 一般 | 津市東京事務所 【TEL】03-6672-6868 |



MIE TERRACE

三重テラス2階 イベントスペース（平成27年7月） イベントカレンダー

※平成27年6月3日現在のスケジュールです。
 ※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。
 ※詳細は、主催者までお問い合わせください。

| 日 | 曜 | 実施時間 | 催し物名称 | 概要 | 対象 | 主催 |
|-----|---|----------------------|-----------------------------------|---|------|---------------------------------|
| | | | | | | 所属・団体名 |
| 25 | 土 | 未定 | (仮)忍者・忍術学講座 in TOKYO | 詳細は未定です。 (詳細は決まり次第お知らせします。) | 事前申込 | 伊賀市商工労働課 【TEL】0595-22-9669 |
| 26 | 日 | 未定 | (仮)鈴鹿8耐パブリックビューイング | 詳細は未定です。 (詳細は決まり次第お知らせします。) | 一般 | 三重県営業本部担当課 【TEL】03-5542-1035 |
| 28 | 火 | 10:00 ~ 28,29日 20:00 | 三重県産水産物の魅力発信イベント 「すごいやんか！三重の魚」 | 海女に関するトークショーや、海藻を使った料理の試食などのイベントを開催します。 | 事前申込 | 三重県水産資源課 【TEL】059-224-2515 |
| ~30 | 木 | 10:00 ~ 15:00 | | | | |

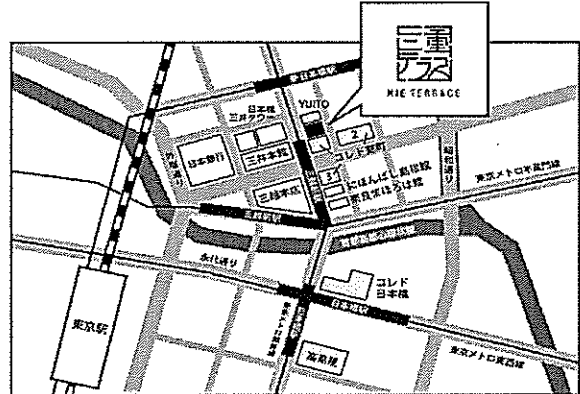
三重テラス MIE TERRACE

◆ 〒103-0022 東京都中央区日本橋室町2-4-1 YUITO ANNEX 1・2階

ショップ TEL 03-5542-1033(10:00~20:00)
 レストラン TEL 03-5542-1030(11:00~23:00)
 イベント・観光案内 TEL 03-5542-1035(10:00~20:00)

◆ 無休(年末年始(12月30日~1月1日)を除く)

◆ 交通アクセス
 東京メトロ銀座線・半蔵門線「三越前」駅地下直結
 JR総武線「新日本橋」駅地下直結



(5) 食の産業振興について

1 「みえ食の産業振興ビジョン」について

(1) ビジョン策定の経過

本県の食関連産業は、製造業全体における食料品製造業の事業所割合が第1位で、卸売・小売業では、飲食料品を扱う事業所数の割合が約3分の1を占めるなど、多くの県民に「働く場」を提供しています。

この食関連産業の振興を図るためには、関連する取組を体系的に整理し、関係者が将来に向けた取組の方向性を共有したうえで、連携の拡大・強化を図り、一体的な政策として推進していくことが重要であることから、今後5年間の本県の食の産業振興に取り組むための指針として「みえ食の産業振興ビジョン」の策定を進めてきました。

先の常任委員会に提示した案を基に、第1次から第2次、第3次産業に関わる県域団体等へのビジョン案についての説明と意見交換を行い、今後の推進への協力依頼を行うとともに、ビジョンの最終案を取りまとめました。

(2) ビジョンの構成

第1章 三重の食が持つポテンシャル

1. 三重の食のバックグラウンド～歴史、風土、文化など～
2. 食に関連する産業の裾野の広さ
3. 教育・研究機関

第2章 食の産業を取り巻く環境の変化

1. 伸びない国内市場・生産年齢人口の減少
2. 拡大する世界の食の市場
3. 情報通信技術の進展

第3章 食の産業振興の目指すべき姿

- ◆県内の雇用を創出し、地方創生の鍵となる「三重の食関連産業」
経営力のある農林漁業者、企画力や技術力のある食品製造業者、魅力的な飲食店や宿泊施設等が増加し、多くの雇用を創出している。
- ◆国内外の多くの人を惹きつける「三重の食関連産業」
県内の食に関わる企業が海外市場の獲得を目指すようになるとともに、三重の食を求めて国内外から多くの観光客が訪れている。
- ◆県民の安全・安心、健康づくりに寄与する「三重の食関連産業」
食の安全・安心が確保され、県民の健康づくりに寄与するとともに、県民自身による三重の食や食文化の魅力や価値の理解にもつながっている。

第4章 今後の取組の方向性

1. 第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興
 - (1) 素材（農林水産物）の磨き上げ・試験研究
 - (2) 商品開発支援
 - (3) 販路開拓支援
 - (4) 三重の食の情報発信
 - (5) 新たな価値を創造する基盤の構築
2. 食の産業振興を支える土台づくり
 - (1) 食の安全・安心に向けた取組
 - (2) 多様な連携（つながり）を生み出す仕組みづくり

- (3) 食関連産業の人材の確保・育成
- 3. ビジョンの推進及び更新・改定

(3) 今後のビジョンの進め方

○庁内の推進体制の整備

- ・庁内に「みえ食の産業推進会議」を設置し、ビジョンに掲げる施策を関係各課が相互に連携し、個別施策の着実な実施や、次年度以降の施策を構築するための協議調整等を行います。

○PDCAサイクルの実施

- ・推進会議を通じて各事業の進捗状況を把握し、ビジョンに掲げる目指すべき姿に向けた取組状況の検証を行います。
- ・外部の識者・専門家によるアドバイザリーボード等を設置し、取組状況の検証結果や施策の展開方向に関して専門的な立場から助言・提言をいただきます。
- ・庁内での検証結果、アドバイザリーボード等による助言・提言、食の産業を取り巻く環境変化を踏まえて、ビジョンの更新・改定を行っていきます。

○多様な連携に向けた情報共有、交流の場づくり

- ・食の産業振興に関するシンポジウムを開催し、商品開発や連携プロジェクト等の新たな取組に関する情報の共有や事業者間の交流を行います。

2 三重県農林水産物・食品輸出促進協議会について

(1) 協議会の概要

三重県農林水産物・食品輸出促進協議会は、海外における日本産食品に対する需要拡大の機会を捉え、三重県の農林水産物及び加工品の輸出促進を目的として、平成26年3月に設立しました。

県内56の企業・団体・個人（平成27年5月末現在）が加入しており、輸出ルートを持つ商社や独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）にアドバイザーを委嘱し、県産品の輸出拡大に向けた研修会の開催や物産展、商談会への出展、海外からのバイヤーの招聘に取り組んでいます。

(2) 事業の内容

協議会では、全体事業として、台湾、タイ等における三重県物産展や試食会等の開催、国際見本市等への出展を行うとともに、これらの取組効果を高めるため、本年度から新たに台湾、タイに現地アドバイザーを設置しており、現地の事前調査、事業者の販路開拓への支援に取り組んでいます。

また、料理研究家が創作した県産品を活用した日本食レシピを活用し、事業者による営業活動とあわせて食材の利用方法などの提案を行っていくことで、販路開拓につなげていきます。

さらに、海外での販路開拓に取り組む事業者の継続的な取り組みを支援するため、営業費用の助成を行うほか、ジェトロと連携した研修会や相談会、物産展や国際見本市等に出品を希望する事業者向けの説明会の開催等も行っています。

なお、協議会では、品目によって異なる課題に対応していくため、農産部会、畜産部会、林産部会、水産部会、食品部会の5つの専門部会による活動も行っており、それぞれ輸出拡大に取り組む事業者や団体を支援しています。食品部会を除く1次産品にかかる4つの部会は、農林水産部が担当しています。

(3) 今年度の主な取組

○国際見本市「THAIFEX2015」〔タイ・バンコク〕

- ・ 期日：平成 27 年 5 月 20 日から 22 日まで
- ・ 場所：THAIFEX2015 ジャパンパビリオン内
- ・ 県内事業者 3 社が出展し、バイヤーとの商談を行ったほか、現地アドバイザーの仲介で飲食店を訪問し、食材のPRや商談を行いました。



THAIFEX 会場入口



商談の様子

○国際見本市「FOOD TAIPEI 2015」〔台湾・台北市〕

- ・ 期日：平成 27 年 6 月 24 日から 27 日まで
- ・ 場所：FOOD TAIPEI 2015 ジャパンパビリオン内
- ・ 県内事業者 9 社が出展予定

○ミラノ市内テストマーケティング「三重WEEK」〔イタリア・ミラノ市〕

- ・ 期日：平成 27 年 6 月 24 日から 7 月 7 日まで
- ・ 場所：Cussina Cuccania (カッシーナ クッカーニャ)
- ・ 35 事業者（食品 24、非食品 11）が約 150 品目を出品予定

※6 月 29 日、7 月 6 日の両日には、イタリアの食品流通会社のバイヤー向け直売所で小売り事業者等に向け試験販売を実施し、19 事業者が参加予定

○JAPANフードフェア〔マレーシア〕

- ・ 期日：平成 27 年 11 月 12 日から 25 日までのうち 19 日から 25 日までの 1 週間に三重県が出展予定
- ・ 場所：イオンマレーシア 2 店舗（マレーシア・クアラルンプール近郊等）

○イオン香港〔香港〕

- ・ 期日：平成 28 年 1 月または 2 月の 1 週間程度
- ・ 場所：イオンストアーズ香港

○三重県フェア〔台湾〕

- ・ 期日：平成 28 年 1 月～2 月
- ・ 場所：三井林口アウトレットパーク（台湾・新北市）
- ・ 場所：TAROKO サーキットパーク（台湾・高雄市）

○三重県物産展〔台湾〕

- ・ 期日：平成 28 年 3 月
- ・ 場所：裕毛屋（台湾・台中市等）

みえ食の産業振興ビジョン（最終案）

はじめに(策定趣旨)

- 豊かな食材や多様な食文化を背景に高いポテンシャルを有する三重県の食関連産業は、農林水産業・製造業・サービス業が関わる裾野の広い産業であり、多くの県民の「働く場」を提供している。
- 本県は、「『食』で拓く地域活性化」をテーマに、国の地域再生法に基づく地域再生計画の認定を受けた(平成27年1月)。
- 今後、5年程度の本県の食の産業振興の方向性を定めた「みえ食の産業振興ビジョン」に基づき、集中的に施策を展開していくこととする。

第1章 三重の食が持つポテンシャル

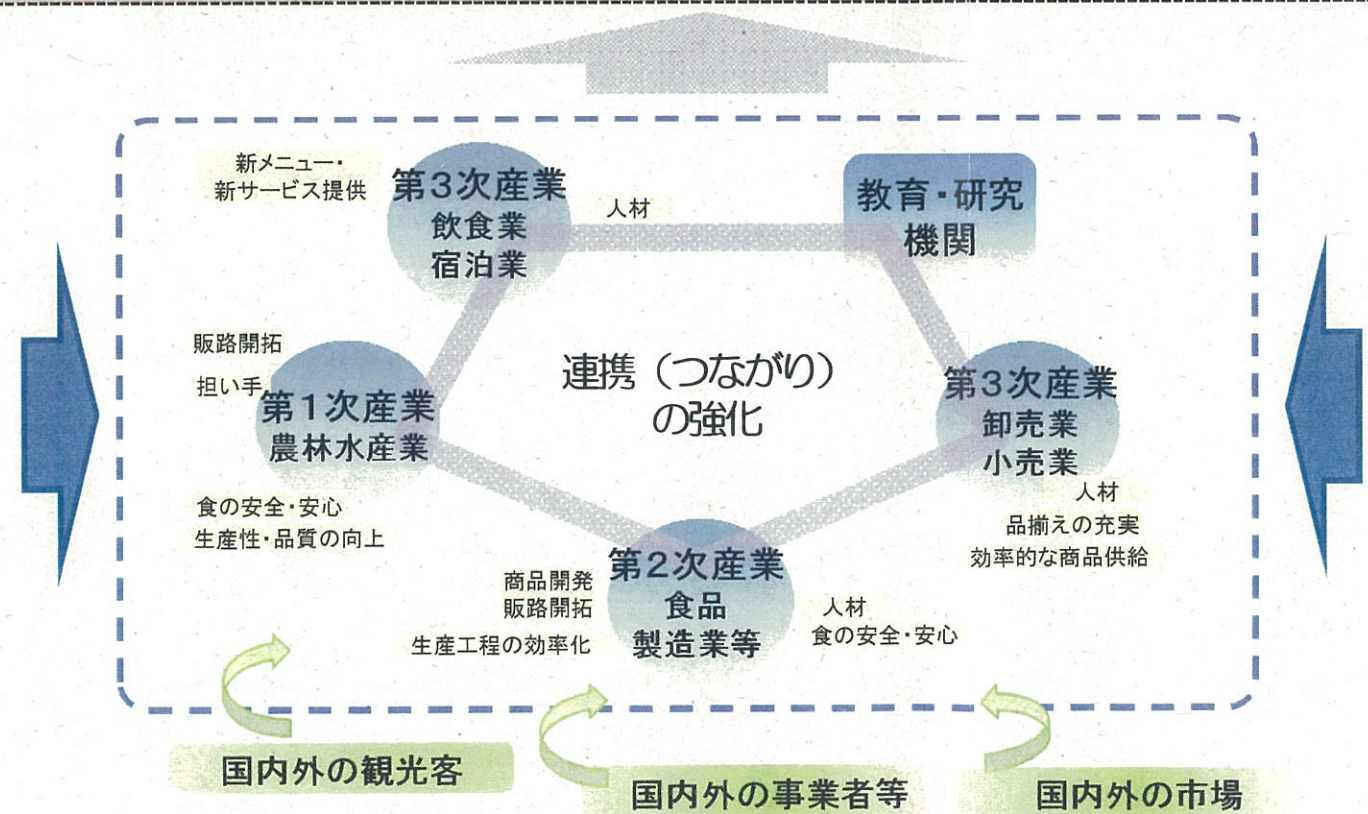
1. 三重の食のバックグラウンド～歴史、風土、文化など～
2. 食に関連する産業の裾野の広さ
 - (1) 1次産業(農林水産業)
 - 豊かな食材、食文化
 - 三重ブランド等、品質管理された食材 など
 - (2) 2次産業(製造業)
 - 食文化に根ざした加工食品(米菓、酒、水産加工品等)
 - ダイニングを彩る製品群(陶器、織物、木材、鋳物等)
 - 日本を代表する食品企業の製造拠点や機能性食材等の研究開発型企業、食品製造の生産設備を担う企業の存在
 - (3) 3次産業(サービス業)
 - 豊かな観光資源、国内有数のレジャー施設や宿泊施設
 - 優れた料理人
 - 地産地消に取り組む小売業や革新的な卸売業
3. 教育・研究機関
 - 実践的な調理技術教育を行う高等学校や、地域の食の知が集積している専門学校
 - 大学や県公設試験機関、国や民間の研究機関

ポテンシャルを最大限に活用

第3章 食の産業振興の目指すべき姿

- ◆県内の雇用を創出し、地方創生の鍵となる「三重の食関連産業」
- ◆国内外の多くの人を惹きつける「三重の食関連産業」
- ◆県民の安全・安心、健康づくりに寄与する「三重の食関連産業」

第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興



食の産業振興を支える土台づくり

第2章 食の産業を取り巻く環境の変化

直面している対外的変化に的確に対応

- ◆伸びない国内市場・生産年齢人口の減少
 - 人口減少、国内需要の減退等の中、消費者ニーズの変化を的確に捉える必要。
- ◆拡大する世界の食の市場
 - 急速に拡大する世界の食市場を取り込み、三重県の食産業の成長を促進する必要。
- ◆情報通信技術の進展
 - ICT・ビッグデータの発達により新しい産業分野の創出など様々な取組が展開。

みえ食の産業振興ビジョン（最終案）

第4章 今後の取組の方向性

第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興

1. 素材(農水産品)の磨き上げ・試験研究

- 生産コストや病原菌リスクの低減等、農水産業にかかる技術課題についての試験研究の実施
- 海女の漁獲物のブランド化による付加価値向上の支援
- 海外マーケットのニーズ等に即した栽培技術の確立とJGAP認証取得の促進

2. 商品開発支援

- 農林水産資源を活用し、産学官連携による新商品等を生み出す「みえフードイノベーション」の推進
- 医療食・介護食など機能性食品・作物の創出、地域資源を活用した医薬品、化粧品、健康増進・維持につながる食品等の製品化支援
- 「みえ“食発・地域イノベーション”創造拠点」を通じた研究開発・技術支援
- 海外・大都市圏を目指すグローバル食品の開発促進
- 伝統産業・地場産業における、デザイナー等との連携による商品開発及び販路拡大等支援

3. 販路開拓支援

- 「三重セレクション」認定による県産品の販路拡大
- 大都市圏のバイヤー・シェフ等と県内事業者とのネットワーク構築及びマッチング等の支援
- 地域資源を活用した医薬品、化粧品、健康維持・増進につながる食品等の販路開拓に向けた支援
- 海外市場調査を通じた県産水産物の輸出促進
- 台湾、アセアン諸国での物産展の開催、海外に販路を持つバイヤーの招聘による県産品の輸出拡大支援、台湾およびタイへの現地アドバイザーの設置等による営業活動支援
- 沖縄国際物流ハブ機能を活用した県産品のアジア市場への展開促進
- 獣肉等(ジビエ料理)の需要拡大のための供給体制の整備や商品開発・販売促進

4. 三重の食の情報発信

(海外への情報発信)

- 三重県フェアによる県産品の魅力発信、展示会等に出展する事業者への支援
- CIA(カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ)で開催される「ワールド・オブ・フレーバー(WOF)」への参加(H27.4)
- ミラノ国際博覧会(テーマ:食)への出展(H27.7)
- 県産品を活用し、三重らしさや機能性を生かした日本食、日本食レシピの提案・紹介
- 県産ブランド牛肉の海外メディアや料理人等への情報発信
- 主要国首脳会議(サミット)開催(H28)
- 海外誘客のためのプロモーションや無料公衆無線LANや免税店など受け入れ環境の整備支援

(国内への情報発信)

- 「全国菓子大博覧会・三重」の開催(H29)
- 三重テラスを中心とした首都圏でのネットワークの強化・拡大及び情報発信
- 関西圏からの観光誘客や食の販路拡大につながる関西圏営業戦略の展開
- 三重県フェアによる県産品の魅力発信、展示会等に出展する事業者への支援
- 「三重ブランド」認定による優れた県産品の情報発信
- 米の流通事業者との連携による県産米のPR、魚食普及の取組の推進

5. 新たな価値を創造する基盤の構築

- 個々の事業者の経営力の強化
- 食関連産業(サービス産業含む)等の誘致、外資系企業の誘致

食の産業振興を支える土台づくり

1. 食の安全・安心に向けた取組

- 農薬や水産用・動物用医薬品等の適正使用の推進や、トレーサビリティの適正実施等による食の安全・安心の確保
- 加工・業務用野菜の産地に向けた体制の構築

2. 多様な連携(つながり)を生み出す仕組みづくり

- (ICTを活用したネットワークづくり)
 - ICT等の活用による、生産、加工、流通、販売に至る事業者間の連携の強化、ビッグデータを活用できる環境の整備や人材の育成
 - 三重の食が一元的に把握できる消費者目線での情報発信のしくみの構築
- (多様な業種の顔の見える関係づくり)
 - 従業員も含めた事業者との勉強会や事業者間連携の構築につながるネットワーク形成のための、専門家によるコーディネート組織の形成

3. 食関連産業の人材の確保・育成

- (農林水産業における人材育成と担い手確保)
 - 農業者のマーケティングスキルの体系的な習得の支援
 - 農業への企業等の参入促進や意欲ある多様な農業者の育成、新規就農希望者や障がい者などの就労支援
 - 漁業への新規就業者の初期投資費用の軽減や障がい者の就労支援
- (食品製造業における人材育成)
 - 商品の差別化に向けた取組や、事業活動の信頼性、営業力の向上支援
- (飲食業・宿泊業などサービス産業における人材育成)
 - マーケティングスキルの向上やおもてなし経営手法の体系的な習得の支援
 - 県内高等学校への食に関わる専攻科の設置促進や世界に通用する料理人の輩出を視野に入れた米国料理大学との連携
 - サービス経営学プログラムの県内大学への導入、海外の食の総合大学との連携の検討
- (県民の親しみ・理解の醸成)
 - 県民に三重の食や食文化への親しみや理解が深まるような新たな施策の検討



平成27年度 三重県農林水産物・食品輸出促進協議会の事業概要



取組方針

- ①「みえ国際展開に関する基本方針」に従い、国が策定した「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」を踏まえつつ、販路拡大が見込まれ、かつ各事業者の意向と合致した国・地域に対象を絞り込み、協議会事業をJETROと連携して展開
- ②輸出拡大に向けた課題解決のために品目別の部会事業をJETROや商社の協議会アドバイザー等の支援を得て実施

協議会事業

<物産展・試食会等の開催>

- 台湾、タイで三重県物産展や試食会等を開催し、現地ニーズの把握や定番化(ブランド化)への支援



<国際見本市等への出展>

- 台湾、タイ等で開催される国際食品見本市等へ出展(FOOD TAIPEI 2015、THAIFEX2015、FOODEX JAPAN等)



<海外現地アドバイザーの設置>

- 台湾及びタイに現地アドバイザーを設置し、現地事前調査、販路開拓の取組等を支援

<日本食創作レシピの活用>

- 料理研究家による県産品を活用した日本食レシピの創作

<海外営業活動支援事業>

- 海外販路開拓に取り組む事業者を対象に営業費用を支援



<その他>

- 台湾・タイ現地アドバイザー等による商談及び商品ブラッシュアップ研修等の実施
- 販路開拓事業への参加者向け説明会
- その他県事業等への参画(台湾、タイ、マレーシア、香港等での三重県フェア等、イタリアでのテストマーケティング等)
- 他県等との連携など

部会事業

<農産部会>

- 農産物の輸出拡大に向け、会員へのDMを活用した情報提供、個別相談会の実施
- 茶の輸出相手国の基準に合わせた防除技術の開発とJGAPの推進



<畜産部会>

- 三重県産ブランド牛肉の輸出拡大に向け、米国市場定着のためのフォローアップ、新興市場への輸出を目指す生産者団体の主体的取組への支援、海外バイヤーの招へいを実施



<林産部会>

- 原木等の輸出に向けた研修会、現地検討会及び海外原木需要先企業の調査、県産材のPR



<水産部会>

- 水産物の輸出拡大に向け、シンガポール・上海等での海外見本市に合わせた営業活動及び招へいバイヤーとの商談支援



<食品部会>

- 加工食品の輸出拡大に向け、ハラール認証制度等の研修会の開催



(6) 中小企業・小規模企業の振興について

1. みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会について

地域の実情や企業の特徴等を生かした県内中小企業・小規模企業の振興を図るため、「三重県中小企業・小規模企業振興条例」(以下「条例」)を平成26年4月に施行し、県内5地域(北勢、中南勢、伊勢志摩、伊賀、東紀州)において、各市町、商工団体、金融機関及び高等教育機関等の代表者による「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を平成26年5月に設置しました。

また、各地域の協議会には、分科会やワーキンググループを設け、地域毎の課題解決や地域活性化に向けた取組を進めるとともに、今後の方向性等を検討しています。

2. 地域ごとの課題と取組状況

平成26年度開催の協議会・分科会で提案された地域毎の課題等について、各事項に関するワーキンググループが設置され、課題解決に向けた検討が行われました。平成27年度は、検討結果を踏まえた地域連携事業への取組や更なる課題検討に取り組めます。

(1) 北勢地域

[課題]・創業後のアフターフォローなど各市町で行っている創業支援に関して、各市町が連携するシステムづくりが必要。

・東海道五十三次を活用した広域連携のほか観光プログラムの検討など地域活性化のきっかけづくりが必要。

[取組状況]・「創業・事業承継ワーキング」を設置し、創業支援等の連携について検討を進めたところ、金融機関や商工団体、市町等の情報共有の場として、分科会を活用することとなりました。

・「地域内連携ワーキング」を設置し、街道を活用した広域連携について検討を進めたところ、各市町や商工団体、近隣の事業者が連携し、近隣のお菓子業者の共同出店に対して、桑名市や亀山市のお木曳行事と連動したPRに取り組む事業を計画、実施しました。

[今後の取組]・引き続き、創業後のアフターフォローの仕組みづくりや創業者の交流会実施について検討を進めます。

・街道を活用した新たな広域連携の検討に加えて、中小企業が連携できる事業等の調査を実施します。

(2) 中南勢地域

[課 題] ・津市と松阪市、また市と郡部では生活圏や経済状況が異なるため課題も異なるのではないか。

- ・三重県版経営向上計画の申請書作成には手間がかかるため、小規模企業には作業が困難。
- ・地域内には、利子補助や保証料補助を実施していない市町がある。

[取組状況] ・「地域課題検討ワーキング」を設置し、地域の小規模企業の共通課題や、国県の補助金と市町等の予算状況、新たな地域の事業展開について検討を行いました。

- ・「三重県版経営向上計画検討ワーキング」を設置し、計画作成や支援策について検討を行い、それぞれの企業の課題に応じた専門家を派遣する専門家派遣の範囲の拡大や添付書類の軽減を行いました。
- ・「金融支援ワーキング」を設置し、市町により金融支援の制度が異なる状況について検討し、大台町において利子補助制度が平成27年度から新設されました。

[今後の取組] ・5地域に枠組みされた協議会の構成やその検討方法について、地域の中小企業者が連携可能な視点を加えて検討を行います。

- ・「三重県版経営向上計画」について、特に小規模企業にとって、より使いやすく、活用が図られやすい制度となるよう、改善に取り組みます。

(3) 伊勢志摩地域

[課 題] ・個々の地域・事業者で商品開発や販路開拓に取り組んでいるが、「オール伊勢志摩」による販路拡大に取り組むことが必要。

[取組状況] ・「販路拡大ワーキング」を設置し、商品のブラッシュアップ、ブランド化、アンテナショップの設置、物産展や展示会の活用等、伊勢志摩地域全体での展開について検討を行いました。

[今後の取組] ・「オール伊勢志摩」をコンセプトにした、商品のブラッシュアップ、PR方法の検討等、国県の補助金事業の活用など継続的な販路拡大に取り組みます。

(4) 伊賀地域

- [課 題] ・他の地域には創業支援組織があるが、伊賀地域にはない。
- ・関西へ販路を拡大したいが、関西圏への出展等については、域外の壁がある。
- [取組状況] ・「創業支援体制ワーキング」を設置し、地域が連携した創業支援体制の構築検討を行い、創業支援組織「伊賀流創業応援忍者隊」を平成27年度に設立することとしました。
- [今後の取組] ・「伊賀流創業応援忍者隊」を早期に設置し、地域の支援機関と連携して、伊賀地域の創業支援に取り組みます。
- ・新たに「関西販路拡大ワーキング」を設置し、地域一体となった関西圏への販路拡大に取り組みます。

(5) 東紀州地域

- [課 題] ・人口減少が激しい地域であり、域内市場が縮小しているため、他地域への販路開拓が必要。
- [取組状況] ・「販路拡大ワーキング」を設置し、他地域の消費者に東紀州地域の商品をPRするために、道の駅や高速道路サービスエリアにて配布するパンフレット作成について検討を進めました。
- [今後の取組] ・引き続き、東紀州地域の情報発信方法の検討を進めるとともに、他地域の商工団体等と連携した、共同の物産展や他の地域での販売所の設置など検討を行います。

3. 各地域共通の課題について

(1) 条例の周知状況について

中小企業・小規模企業、商工団体等をはじめとする関係団体・機関を対象とした説明会を開催したほか、条例及び条例に基づく支援施策をわかりやすく解説したパンフレットを作成し、県ホームページへの掲載をはじめ、商工団体の協力を得て、団体のホームページ掲載、会報等掲載、メール配信、説明会開催など、多様な方法による条例等のPRを行いました。

しかしながら、条例が施行してから1年が経過したものの、条例の趣旨や条例に基づく支援施策など、中小企業や小規模企業にその情報が十分に届いていないことから、引き続き、市町、商工団体等と連携しながら団体等の会合に向いての施策の説明や、企業訪問等の機会をとらえて、情報が届きにくい小規模事業者へ積極的に周知を図るなど、企業に寄り添った伴走型の支援に取り組みます。

(2) 経営支援について

中小企業・小規模企業の経営については、技術開発や商品開発、販路開拓、人材確保や事業承継など様々な課題がありますが、これらの課題解決のため、「三重県版経営向上計画」の認定に伴う地域インストラクターの相談及び訪問、三重県よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センターなどでの相談業務を行うとともに、工業研究所による技術相談、AMICコーディネーターによる「中小企業課題解決支援（相談業務）」、また工業研究所やAMICで検査機器等の開放や依頼検査に対応しました。

今後も市町、商工団体等と連携しながら、企業訪問や相談業務に取り組み、経営支援を進めていきます。

(3) 金融支援について

中小企業・小規模企業の経営環境は依然として厳しいことから、引き続き、企業の前向きな取組を金融面から支援していくことが必要です。このため、従来から実施している融資制度に加え、平成27年度から、より簡素な手続きによる「小規模事業者小口資金」及び海外展開を支援する「創業・再挑戦アシスト資金（スタートアップ支援扱い）」を創設しました。

今後も中小企業や小規模企業に融資制度の周知を図るとともに、企業の声を聴きながら活用しやすい融資制度になるよう改善を図っていきます。

みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会

- ・地域の経済の実情に応じた中小企業・小規模企業振興を具体的かつ計画的に推進するため、地域ごとに関係者が一堂に会し、中小企業・小規模企業が抱える課題の把握、解決策等を検討することで、連携体制の強化や必要な施策を構築する。
- ・分科会から協議会にフィードバックし、協議会は評価・助言を行うことで、地域の中小企業・小規模企業振興のPDCAサイクルを回す。

みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会

会長：三重県副知事

構成：県、市町、中小企業・小規模企業関係団体、金融機関、教育機関、
三重県産業支援センター、中小企業基盤整備機構、中小企業・小規模企業など
設置地域：北勢・中南勢・伊勢志摩・伊賀・東紀州の5地域
内容：地域の実情に応じた中小企業・小規模企業の振興を議論
(取組方向、支援体制の構築など)

現場の声

中小企業・
小規模企業

フィードバック

評価・助言

進捗を把握

県

みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会分科会

構成：協議会構成機関の実務者

- 【市町】中小企業・小規模企業振興担当部長または課長
- 【商工会・商工会議所】事務局長、専務理事または相談所長
- 【金融機関】支店長又は支店次長 など

内容：

- ・中小企業・小規模企業振興の共通テーマ※の解決策の検討
※人材育成、資金供給の円滑化、創業・事業承継の促進、海外展開など
- ・個々の中小企業・小規模企業の課題把握、解決策の検討
- ・三重県版経営向上計画の進捗把握、国・県などの支援策の共有、施策普及のためのキャラバン隊の形成

(7) 国際展開の推進について

1. 「みえ国際展開に関する基本方針」の見直しについて

国際展開の取組については、平成 25 年 9 月に策定した「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、県内企業の技術や製品、農林水産物や伝統的産品などの県内産品、三重の観光資源等を「オール三重」で売り込んできているところです。

基本方針の策定から 1 年 8 ヶ月が経過し、その間、「みえ国際展開推進連合協議会」の設立など推進体制の整備や、各国・地域等とのネットワークの強化など、さまざまな進展が見られます。こうした状況を踏まえ、さらに取組を加速、深化させるため、現行の基本方針について見直しを行い、国際展開のさらなるレベルアップを図ります。

見直しについては、有識者会議での議論等を踏まえ検討を進めるとともに、5 月 14 日に開催された「みえ国際展開推進連合協議会」でもご議論をいただきました。その主なポイントについては、以下の①～④のとおりです。

① 国（地域）別における取組の進展

産業連携や観光交流等において、多様なネットワークや取組の成果が生まれつつあることから、基本方針の国（地域）別の取組方向等を見直し、さらに一歩先を目指した内容とします。

② 国際展開推進体制の整備（プラットフォームの構築）

分野ごとの 4 つの協議会の設置とそれらを束ねる連合協議会の設立を踏まえ、これらの推進体制を国際展開のプラットフォームとして基本方針に位置づけ、国際展開の推進エンジンとして有効に活用するなかで、強力に進めていきます。

③ 国際展開における支援体制の強化

支援体制の強化については、今後は、観光・海外誘客も含め、海外ビジネスサポートデスクを活用しながら取組を進めていきます。また、新たに、海外連携の総合窓口を設置するとともに、海外展開のコーディネート機能を持たせます。

④ 新たな分野の取組の推進

国際展開の取組を進めるなかで、国（地域）別及び各分野において構築してきたネットワーク等を活用していくことにより、新たな分野への取組の可能性が生まれてきています。機を逃さず、積極的に取り組んでいくため、次のア～エについて「新たな分野」として基本方針に位置づけて取組を進めていきます。

ア ライフイノベーション分野における海外連携の推進

イ 医療分野における学術連携（高度人材の確保・育成等）

ウ 「食」クラスター、ICT・ビッグデータに関する医療・農業分野連携

エ スポーツを通じた海外との交流の促進

2. 欧州ミッションの概要について

イタリア、フランス、イギリスにおいて、三重県のビジネスや文化に関するトップセールスを行うとともに、新たなネットワークの構築、企業間ネットワークの構築等を行うことで、「食」や航空宇宙産業等について、県内企業の事業展開や販路開拓、企業誘致の促進、欧州からの観光誘客促進等を図るため、「食」がテーマのミラノ国際博覧会（ミラノ万博）の日本館への出展に合わせて、欧州経済産業交流ミッション団を派遣します。

また、三重県で開催される 2016 年主要国首脳会議（サミット）についても情報発信を行います。

(1) 日程及び訪問国

日程：平成 27 年 6 月 30 日（火）から 7 月 8 日（水）まで

訪問予定国：イタリア、フランス、イギリス

(2) 国別の目的

【イタリア】

7 月 1 日から 4 日まで三重県が出展するミラノ国際博覧会の日本館イベント広場において、三重県の食や食文化の情報発信を行い、県産品の販路開拓と海外からの誘客（インバウンド）を促進します。また、イタリア食科学大学を訪問し、「食」に関する人材育成等についての意見交換を行い、今後の連携の可能性について検討を行います。

【フランス】

県内の航空宇宙産業等の発展を目的としたヴァルドワーズ県との産業連携にかかる覚書（MOU）の締結を行うとともに、航空宇宙産業の有力企業へのトップセールスを行います。また、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックのキャンプ地誘致のため、関係機関を訪問しトップセールスを行うとともに、海外からの誘客（インバウンド）の促進を目的とした県の総合的なプロモーションを行います。

<ヴァルドワーズ県について>

○人口 1,191 千人、面積 1,246 k m²、パリの北数キロに位置し、県内にシャルルドゴール空港、TGV（高速鉄道）停車駅、高速道路網、オワーズ川を利用した水上輸送網があることから、航空宇宙産業などが発達し、60 社以上の日系企業が進出しています。

【イギリス】

県内の看護分野において国際的な視野を持って活躍できる看護職員のリーダー育成等を図るため、バーミンガム大学病院等と覚書（MOU）を締結するとともに、プライマリ・ケア（身近で総合的な一次医療）にかかる先進的取組に関する意見交換を行います。2020 年の東京オリンピック・パラリンピックのキャンプ地誘致のため、関係機関を訪問しトップセールスを行います。また、イギリス企業との産業交流の促進を目的とした新たなネットワークの構築を行うため、三重県ビジネスセミナー・交流会を行います。

みえ国際展開に関する基本方針(案) (改正後)

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。

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)、**新北市(台湾)**、**タイ投資委員会**、**ワシントン州(アメリカ)**、**テキサス州サンアントニオ市(アメリカ)**、**カルナタカ州(インド)**、CSEM社(スイス)、アヌシー地域(フランス)、フロン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、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、(イタリア)カンパーニア州ソレント市、(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)
- ・(公財)三重県産業支援センター(MIESC) + 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

3. 世界に誇る産業集積と環境改善の取組、試作ものづくりの能力

- ・自動車関連、電子・デバイス、石油化学分野企業が集積
- ・外資系企業が立地
- ・四日市公害を契機に官民でまちづくりに取り組んだ実績
- ・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
- ・伊勢神宮、熊野古道

5. 三重の食文化と食材

- ・松阪牛・伊勢えび・南紀みかん等の三重ブランド、マグロ・マダイ・ブリ・柿・いちご等の農水産物、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

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
- 三重モデル(台湾との連携モデル)
- 相手国・地域のメリットにもなる「Win-Win」の関係構築の横展開
- サミット開催を活かした知名度向上、対日直接投資の促進

2. 重点的に取り組むべき国・地域

(1) アジア経済圏(ASEANを除く)

- 台湾
- ・観光誘客、**「産業連携推進プラン」に基づくプロジェクト推進**、県産品の販路拡大
- 中国
- ・**「世界の市場」として販路拡大**、ICETTと連携した環境技術の展開、海外誘客
- 韓国
- ・観光交流・誘客
- インド
- ・**カルナタカ州とのMOUの具現化**

(2) ASEAN

- タイ
- ・**タイ投資委員会(BOI)とのMOUの具現化**
- ・ICETTと連携した環境技術の展開、アジアのサプライチェーン参入、**観光誘客**、**BtoB7プロモーションによる県産食材の販路拡大**
- ベトナム、マレーシアなど
- ・観光誘客、**ICETTと連携した環境技術の展開**、県産品の販路拡大

(3) 米国・ヨーロッパ

- 米国
- ・**ワシントン州政府・テキサス州サンアントニオ市とのMOU等の具現化**
- ・**航空宇宙等の成長産業における産業交流、グローバルな産業人材育成、対日投資促進、県産品の販路拡大**
- ヨーロッパ
- ・知的交流の推進
- ・**航空宇宙産業、食関連産業におけるネットワーク構築・連携促進**
- ・**食の魅力発信**、観光誘客

(4) 友好提携都市等

- ブラジル
- ・観光交流・誘客

3. 国際展開のためのプラットフォームの構築

(1) 国際展開の推進体制の整備と支援体制の強化

- 推進体制の整備
- ・**みえ国際展開推進連合協議会**
 - ― 三重県外国人観光客誘致促進協議会
 - ― 三重県農林水産物・食品輸出促進協議会
 - ― **みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進会議**
 - ― 三重県企業国際展開推進協議会
- 支援体制の強化
- ・**総合窓口機能・コーディネーター機能、サポートデスクの機能拡大**

(2) 国際展開ネットワークの構築及び深化

- ・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
- ・**台日産業連携推進オフィス(TJPO)、タイ投資委員会(BOI)、米国ワシントン州、テキサス州サンアントニオ市、インドカルナタカ州等とのMOU等の具現化(大学間、企業間の交流促進)**
- ・RASCとサウスアトル・カレッジ(SSC)等とのMOUの具現化

(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、商社退職人材等)、「みえ国際展開モデル事例集」(仮称)の策定

4. 国際展開における取組方針

- (1) 三重県企業の国際展開(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・三重の売込)

(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

(4) 新たな分野の取組

- ・**ライフイノベーション分野の連携推進**
- ・**医療分野における学術連携**
- ・**「食」クラスター、ICT、ビッグデータに関する医療・農業分野連携**
- ・**スポーツを通じた海外との交流の促進**

(8) 雇用施策の推進について

1 若者の就労支援

(1) おしごと広場みえの運営

おしごと広場みえの機能強化に向けて、昨年度の雇用創造懇話会でのご意見などを踏まえ、中小企業・小規模企業の魅力を発信する仕組みを構築するなど、機能の充実を図っていきます。

また、平成 26 年度から大学生の就職・採用活動の開始時期が、大学 3 年生の 12 月から 3 月へと 3 か月間遅く（活動期間が短く）なったことから、学生や企業の平成 26 年度中の就職活動のスケジュールなどを分析し、業界・職種セミナーや合同企業説明会の実施時期などを関係機関と調整するとともに、就職支援者や保護者を対象としたセミナーを開催するなど、効果的な就職支援に取り組みます。

(2) 企業と若者を結ぶインターンシップ事業

正社員を目指す新卒未就職者や非正規雇用等の若年者（79 名）を対象に、社会人基礎力等の研修と、企業での実地研修を組み合わせた実践的なインターンシップを実施しています。

(3) 若者就職支援人材育成事業（長期インターンシップ）

企業と若者の相互理解を深めるため、6 社に委託し、大学生や若年求職者を対象として、1 か月程度の長期インターンシップ事業を実施します。

(4) U・I ターン対策

「ええとこやんか三重移住相談センター」（東京）に、就職相談アドバイザー 1 名を設置するとともに、関西事務所での出張相談の実施や、U・I ターンセミナーの開催、県外大学を訪問しての U・I ターン情報の提供など、U・I ターン就職の支援に取り組みます。



(U・I ターンセミナー)

2 女性の就労支援

妊娠・出産・子育て等と両立しながら働きたいと考える多くの女性が、希望する形で就労できるよう、再就職や就労継続の支援に取り組みます。

(1) 再就職支援について

就労相談や合同企業説明会、企業向け・女性向けセミナー、女性向け求人・求職ウェブサイト「みえじょおしごと NAVI」の運営などを実施します。

また、離職ブランクのある女性を対象に、働くために必要なスキルアップ研修と県内企業でのインターンシップ研修を組み合わせた研修を実施します。

(2) 就労継続支援について

県内の中小企業・小規模企業に対してアンケート調査を実施し、女性の活用・就労継続にあたっての現状と課題、支援に対するニーズなどを把握します。

また、ライフステージごとに女性が望む多様な働き方が実現できるよう、再就職後のパート労働の女性や女子学生と企業との意見交換会やワークショップを開催し、女性の就労継続に必要な環境づくりの支援に取り組みます。

3 障がい者の就労支援

(1) 障がい者の就労場の開拓等について

三重労働局と定期的に連絡会議を持つなど連携を強化するとともに、障がい者と企業とのマッチングの支援、障害者職業センター等と連携した定着支援などにより、企業における障がい者雇用の取組を支援していきます。

また、障がい者雇用アドバイザーが企業を訪問し、企業の実情に応じた雇用ニーズの把握、企業からの相談への対応、各種制度の啓発、求人情報の収集などを行います。

さらに、特例子会社の設立支援、優良事例の普及啓発を行うとともに、実践的な職業能力を身に着けるための委託訓練などを実施します。

(2) 三重県障がい者雇用推進企業ネットワークについて

平成 27 年 4 月 28 日から登録の募集を開始した「三重県障がい者雇用推進企業ネットワーク」を活用し、今後は、新たに障がい者雇用を進めたい企業が、障がい者雇用実績のある企業の支援を受け、課題を解決して障がい者雇用を進めることができるよう、企業同士のマッチングや交流会・企業見学会の開催などの支援を行っていきます。

(3) ステップアップカフェについて

ステップアップカフェ「Cotti 菜」は、社会福祉法人朋友を運営事業者とし、福祉サービス事業所としてではなく、従業員との一般的な雇用契約に基づく事業所として、飲食・物品販売サービスを提供しています。(指標等については、別紙のとおりです。)

4 雇用の促進

(1) 戦略産業雇用創造プロジェクト

①事業の目的

地域における安定的かつ良質な雇用を創出するために、国の補助制度を活用し、基幹産業である自動車産業やエレクトロニクス産業の産業構造の変化を見据え、産学官金で構成する協議会において、地域の産業政策と一体となった、雇用環境の整備や中小企業・小規模企業等の新分野展開、求職者等の人材育成や就労マッチング等の取組を総合的に支援します。

②取組内容

協議会参加企業の協力の下、次の 3 つのメニューを柱に取り組みます。

※事業を利用した企業数は、平成 27 年 3 月末現在で延べ 777 社となり、485 名の雇用創出につながっています。

(雇用創出の内訳 平成 25 年度：29 人 平成 26 年度：456 人)

○地域マネジメント強化メニュー

企業が課題解決や事業領域の拡大に取り組むために必要な人材の確保に対する支援や、求人企業と求職者の就職支援等を実施します。

○事業主向け雇用拡大支援メニュー

企業の製品開発や販路拡大を支援するため、試作開発や専門展示会への出展を支援するとともに、高度な加工・評価機器を活用できる環境を整備します。

○求職者向け人材育成メニュー

求職者や在職者の能力開発を図り、即戦力となる人材を育成するため、先端技術を含む幅広い講座やセミナーを開催するとともに、地域の求職者を雇い入れて人材育成を行う企業を支援します。

(2) 地域創生人材育成事業

①事業の目的

今年度から新たに、国の「地域創生人材育成事業」を活用し、労働力不足を抱えている分野と、今後、産業の成長に呼応して労働力不足が懸念される成長産業において、雇用型訓練の実施や、中核人材・高度人材育成のための在職者訓練の実施、若者や女性、障がい者等の潜在的な求職者の掘り起し及び県内就労人口の確保など、公的職業訓練の枠組みでは対応できない人材育成の取組を通じて、当該分野における安定的な人材の確保を目指すとともに、労働力不足解消の取組を総合的に推進します。

②取組内容

- 建設、農林水産、石油化学などこれまで地域を支えてきた産業における労働力不足の解消に向け、石油コンビナート（化学工学）人材や建設人材の育成・確保事業などを実施します。
- 航空宇宙や「食」関連、観光など今後、産業の成長に呼応し労働力不足が懸念される成長産業における人材の確保に向けて、航空宇宙産業人材や食・観光産業におけるホスピタリティ人材の育成・確保事業を実施します。
- 若者や女性、障がい者といった潜在的な求職者の掘り起しや県内就労人口の確保に向け、求職者と企業とのマッチング支援、さらには学生等を対象としたインターンシップを実施します。

5 ワーク・ライフ・バランスの推進

企業におけるワーク・ライフ・バランスの促進のため、セミナー開催等による周知・啓発のほか、新たにワーク・ライフ・バランス推進キーパーソンを養成し、企業の取組を直接サポートする事業を実施します。また、引き続き、だれもが働きやすい職場づくりに取り組む企業を認証・表彰し、より多くの企業に取組を拡げていきます。

(1) 「ワーク・ライフ・バランス推進キーパーソン」の養成等

ワーク・ライフ・バランスに取り組む企業の従業員等を「ワーク・ライフ・バランス推進キーパーソン」として養成し、専門家のサポートを得ながら企業での取組が効果的に進められるよう支援します。

(2) 「男女がいきいきと働いている企業」認証・表彰制度

休暇の取得促進や残業時間の削減、仕事と育児・介護の両立などに取り組む企業等を「男女がいきいきと働いている企業」として認証し、さらには表彰することで、だれもが働きやすい職場づくりを企業に拡げていきます。平成 26 年度までに延べ 306 社（法人）を認証し、延べ 47 社（法人）を表彰しました。

【別紙】ステップアップカフェの取組の成果をはかる指標

I 事業への参画の機会をはかる指標

| 目標項目 | H26 年度 | 年次計画 | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| | | H27 年度 | H28 年度 | H29 年度 | H30 年度 | H31 年度 |
| 【カフェ事業】 就労体験した障がい者数 | 2 人 | 8 人 | 9 人 | 10 人 | 11 人 | 12 人 |
| 【ブラッシュアップ事業】 商品の展示販売や商談会などに参加した事業所数(累計) | 21 事業所 | 25 事業所 | 40 事業所 | 55 事業所 | 75 事業所 | 100 事業所 |
| 【コーディネート事業】 コーディネート事業の参加者数 | 390 人 | 800 人 | 850 人 | 950 人 | 1,100 人 | 1,300 人 |

II 県民や障がい者の意識の変化をはかる指標

| 目標項目 | H26 年度 | 年次計画 | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | H27 年度 | H28 年度 | H29 年度 | H30 年度 | H31 年度 |
| 【カフェ事業】 就労体験した障がい者の意識の変化 | 個々の障がい者への聞き取り調査により把握を行う。 | | | | | |
| 【ブラッシュアップ事業】 意識が変化した事業所の割合 ※1 | 80.9% | 75% | 77% | 80% | 84% | 90% |
| 【コーディネート事業】 意識が変化した参加者の割合 ※2 | 81.3% | 79% | 82% | 86% | 90% | 90% |

※1 事業に参加したことで、「意識が変化した」（販路拡大したい、商品開発したい）と回答した事業所の割合

※2 事業に参加したことで「意識が変化した」（「障がい者が戦力になると感じた」、「地域社会全体で障がい者雇用に取り組むとよい」と回答した参加者の割合

III 「めざす姿」実現に向けた進捗度をはかる指標

| 目標項目 | H26 年度 | 年次計画 | | | | |
|---------------------|-------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| | | H27 年度 | H28 年度 | H29 年度 | H30 年度 | H31 年度 |
| 法定雇用率達成企業の割合 | 52.2% | 54% | 56% | 58.5% | 61.5% | 61.5% |
| 障がい者雇用に対する企業の理解度 ※3 | 24.1% (H25 実績) | - | - | 30% | - | 37% (H33 実績) |

※3 概ね4年に1回県が実施する「障がい者雇用実態調査」等において、「社内に障がい者が働ける仕事（職場）がある」と回答した企業の割合



(厨房で働くスタッフ)



(商品の展示販売)



(就労支援事業所の見学)

(9) 観光振興の取組について

1 三重県観光振興基本計画の策定について

現行の三重県観光振興基本計画の計画期間が、平成 27 年度末で終了することから、下記のとおり、現計画の取組の成果と課題を踏まえつつ、次期三重県観光振興基本計画を策定します。

次期計画は、三重県観光の持続的な発展に向けて、伊勢志摩サミット開催などの好機を生かすとともに県民や関係者へのアンケートや聞き取り調査も踏まえ、「観光の産業化のさらなる推進」、「三重県の特徴を生かした国内誘客」、「インバウンド倍増に向けた取組」、「利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり」などを施策展開の柱とした平成 28 年度から平成 31 年度を計画期間とします。

(今後のスケジュール)

| | |
|-------------|-------------------|
| 平成 27 年 9 月 | 9 月定例会月会議で中間案の説明 |
| 10 月 | パブリックコメントの実施 |
| 11 月 | 11 月定例会月会議で最終案の説明 |
| 平成 28 年 2 月 | 2 月定例会月会議へ議案として提出 |

2 国内誘客の推進

本県への誘客促進や県内の周遊性、滞在性の向上、消費喚起・拡大を図るための取組を展開します。

(1) みえ旅プレミアム旅行券の発行

三重県への誘客促進と県内各地の消費喚起・拡大を図るため、宿泊料の最大 5 割を助成する「みえ旅プレミアム旅行券」を 5 月 30 日から販売しています。

販売枚数は、18 万枚分で、ネット宿泊予約サイト（じゃらん net、楽天トラベル、るるぶトラベル）をはじめ、全国のコンビニや JTB の店舗など、さまざまな方法で販売しています。なお、旅行券の利用者には、三重県観光キャンペーンの「みえ旅パスポート」を配布し、県内各地の周遊・滞在の促進やリピーターの確保につなげるとともに、利用者アンケートを通じて消費喚起効果の把握に努めます。

(2) 体験予約サイト (asoview!) での展開

県内市町等と連携し、日本最大級の体験予約サイト「asoview! (アソビュー)」において、地域企画型の旅行商品を集約した特集ページ「三重で遊ぶ 三重で遊びつくす」を開設（5 月 8 日）しました。

今後は、広く県内全域の体験メニューを参加できるよう事業者やメニュー数の増加を図るとともに、サイト運営事業者と連携し、商品の販売促進や販路拡大に取り組みます。

(3) みえ旅パスポートデータ等の活用及び分析

平成 25 年 4 月から 2 年間取り組んできた三重県観光キャンペーンでのみえ旅パスポート利用者から得たデータなどを活用し、これまでの取組内容を分析することで、次期の「三重県観光振興基本計画」における効果的・戦略的な情報発信、誘客展開につなげます。

3. 海外誘客（インバウンド）の推進

「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、台湾及びタイをはじめとする東南アジアを中心に現地での商談会や旅行博等においてプロモーションを実施するほか、近年増加する個人の外国人旅行者（FIT）に対し、「海女」「忍者」「F1」など本県の持つクールジャパン資源を活用したプロモーション、フェイスブック等 SNS を活用した情報発信、割引率を設定した宿泊券や商品券の発行、外国人旅行者向け口コミサイトにおけるキャンペーン等を行うとともに受入環境の整備を推進します。

(1) みえ外国人旅行者旅行券の発行（3Eキャンペーン）

県内で使用できる宿泊券及び商品券を 6 月から発行し、外国人旅行者の一層の来訪促進、県内での消費喚起を図りながら、旅行目的地としての本県の一層の認知度向上を図っています。また利用者アンケートにより来訪促進及び消費喚起効果の把握も行います。

(ア) オンライン宿泊割引

訪日旅行予約サイト「ジャパニカン」にて対象宿泊施設を予約した場合、その料金に応じた割引（最大 5 割：5,000 円）を実施します。

(イ) レールパス宿泊券

海外で「近鉄レールパスワイド」を購入した旅行者に対して、対象宿泊施設で利用できる宿泊券（5,000 円）を提供します。

(ウ) 商品券

海外で県内宿泊を伴う訪日旅行商品を購入した旅行者に対して、対象施設で利用できる商品券（1 冊 10,000 円）を提供します。

※上記（ア）（イ）合せて 10,000 枚、（ウ）は 23,000 冊を発行する予定です。

(2) 受入環境整備について

無料公衆無線 LAN については、これまで“FreeWiFi-MIE”として 78ヶ所の整備支援を行いましたが、本年度「みえ旅案内所」及び「みえ旅おもてなし施設」に登録いただいた事業者に対する整備支援を行います。

また、消費税免税店は4月1日現在県内で206ヶ所ありますが、更なる拡充に向け免税店舗開設への支援を行うほか、観光関連施設内の外国語表記改善についても整備を支援します。（※補助率1／2）

① 無料公衆無線LAN整備

「みえ旅案内所」あるいは「みえ旅おもてなし施設」への無線LAN新規整備にかかる機器及び関連工事費を対象とする助成（24～26年度に県が助成した“FreeWiFi-MIE”機器の更新含む）

② 消費税免税店開設準備

新たに消費税免税店の許可を得る店舗における免税手続きにかかる備品、消耗品及びクレジットカード決済機器導入費等を対象とする助成

③ 施設内外国語表記等改善

外国人受入施設における看板、案内板、料金表等の外国語版新規作成及び既存物品の多言語化改修費を対象とする助成

4 バリアフリー観光の推進

平成25年6月の「日本一のバリアフリー観光県」推進宣言に基づき、伊勢志摩バリアフリースターセンターとともに、伊勢志摩地域で培った経験やノウハウを県内全域に展開することで、「日本一のバリアフリー観光県」づくりを進めています。平成26年度は、三重県全域の観光地・観光施設のバリアフリー調査を実施し、三重県バリアフリー観光ガイド「みえバリ」を作成しました。平成27年度は、「みえバリ」を活用し、下記の事業を展開します。

（1）バリアフリー観光コンシェルジュ研修の開催

観光案内窓口やホテルのフロントなど直接接客を行う人たちを対象に、「みえバリ」の活用方法、伊勢志摩バリアフリースターセンターの10年以上にわたる経験に基づく事例を紹介し、対応を学んでいただくなど、案内機能向上を図る研修会を開催します。

- 6月30日（火）伊勢市二見生涯学習センター
- 今後、北勢地域、中南勢地域での研修会開催も予定しています。

（2）バリアフリー観光推進大会（仮称）の開催

バリアフリー観光推進大会（仮称）を開催し、三重県版バリアフリー観光についての理解促進を図り、三重県内におけるバリアフリー観光の機運醸成を図ります。

- 9月4日（金）フレンテみえ 多目的ホール（予定）

(10) 三重県営サンアリーナの指定管理者の選定について

1 概要

三重県営サンアリーナでは、平成 18 年度から指定管理者制度を導入して管理運営を行っています。この度、平成 28 年度から 5 年間の管理運営を行う指定管理者の募集及び選定を行うため、三重県営サンアリーナ指定管理者選定委員会を設置します。

【施設の概要】

名 称：三重県営サンアリーナ

所 在 地：三重県伊勢市朝熊町字鴨谷 4383-4

設置目的：県民の心身の健全な発達及び体育・スポーツの普及振興を図るとともに、文化の向上並びに国際交流及び集客交流の促進を図る。

2 選定委員会の委員の氏名及び役職名

【経営に関する専門的な見識を有する者】

伊藤 由美子 (イセツ株式会社 営業推進役)

このくち
河之口 学 (三重県弁護士会推薦弁護士)

滝澤 多佳子 (東海税理士会副会長)

【施設の設置目的に応じた専門的な見識を有する者】

山川 政美 (学校法人津田学園 津田学園高等学校 校長)

【施設利用者、地域住民の代表】

多田 靖 (公募委員)

3 今後の予定

(1) 審査基準及び配点表の決定等

平成 27 年 6 月 23 日に開催予定の第 1 回選定委員会で委員長を選出するとともに、審査基準及び配点表を決定します。

(2) 指定管理者の募集

7 月に募集要項の配布を行い、8 月に申請を受け付けます。

(3) 指定管理候補者の申請状況

9 月定例会に指定管理候補者の申請状況を報告します。

(4) 指定管理候補者の決定

10 月から 11 月に開催予定の第 2 回選定委員会でヒアリング審査を行い、第 3 回選定委員会で順位を決定します。

(5) 指定管理者の指定

11 月定例会に指定管理者指定議案を提出し、議決を経て指定管理者の指定を行います。

(6) 協定の締結及び指定管理者による管理の開始

平成 28 年 3 月に協定を締結し、4 月 1 日から指定管理者による管理を開始します。

(11) 各種審議会等の審議状況の報告について

(平成27年2月16日～平成27年6月2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27年3月23日(月) |
| 3 委員 | 【会長】三重大学 准教授 寺島貴根 ほか4名出席 |
| 4 諮問事項 | 「(仮称) ケーズデンキ桑名店」(桑名市)の新設に係る届出について(2回目) |
| 5 調査審議結果 | <p>事務局から、前回の指摘事項であった周辺道路の渋滞対策や、確認事項であった周辺住民への配慮、街路樹の管理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 | |

| | |
|-----------|---|
| 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27年5月22日(金) |
| 3 委員 | 【会長】三重大学 准教授 寺島貴根 ほか2名出席 |
| 4 諮問事項 | 「(仮称) ケーズデンキ尾鷲店」(尾鷲市)の新設に係る届出について(1回目) |
| 5 調査審議結果 | <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、周辺道路の交通安全対策、場内路面標示の見直しなどの指摘事項や、荷さばき車両の誘導経路などの確認事項があり、継続審議となりました。</p> |
| 6 備考 | |

| | |
|-----------|--|
| 1 審議会等の名称 | 第7回三重県観光審議会 |
| 2 開催年月日 | 平成27年4月21日 |
| 3 委員 | 【会長】東京未来大学 教授 石阪督規 ほか8名出席 |
| 4 諮問事項 | 三重県の観光の「めざすべき姿」の実現に向け、次期観光振興基本計画で取り組む方向性について |
| 5 調査審議結果 | <p>事務局から、三重県観光を取り巻く状況、三重県観光振興基本計画目標達成状況、次期観光振興基本計画策定等について、説明を行いました。</p> <p>委員から、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今までの観光振興基本計画の総括として、目標達成、未達成の要因をしっかりと把握し、そこから三重県の強み、弱み、今後の方向性を検討すべきである。 ・これまでの10年間は収穫の時期であったが、今後の10年はチャージの時期とし、種まきをしなければならない。中期的なビジョンを持って次の遷宮に備えるべきである。 ・インバウンドについては、地元ではこれまで訪日旅行者の取組をあまり行ってこなかったが、今後のインバウンドの取組は大事である。 ・MICE誘致については、伊勢志摩国立公園70周年と絡めて「環境と観光を考える世界大会」を伊勢志摩に誘致するなどメッセージが必要である。 ・三重県は地域によってキラーコンテンツが異なる。インバウンドについても国別ターゲットは出ているが、コンテンツ別があってもいいのではないか。 ・トレンドの把握が一番早いのは現場なので、現場の感覚を大切にしてほしい。しかし、そこには精度がないので、統計やアンケートで確認できれば計画策定にも役立つのではないか。 ・数より質を目指す方向を示すべきである。そのためにも観光消費額を上げることが大事である。 <p>などの意見をいただきました。</p> <p>これらの意見は、次期観光振興基本計画に反映させていきます。</p> |
| 6 備考 | |