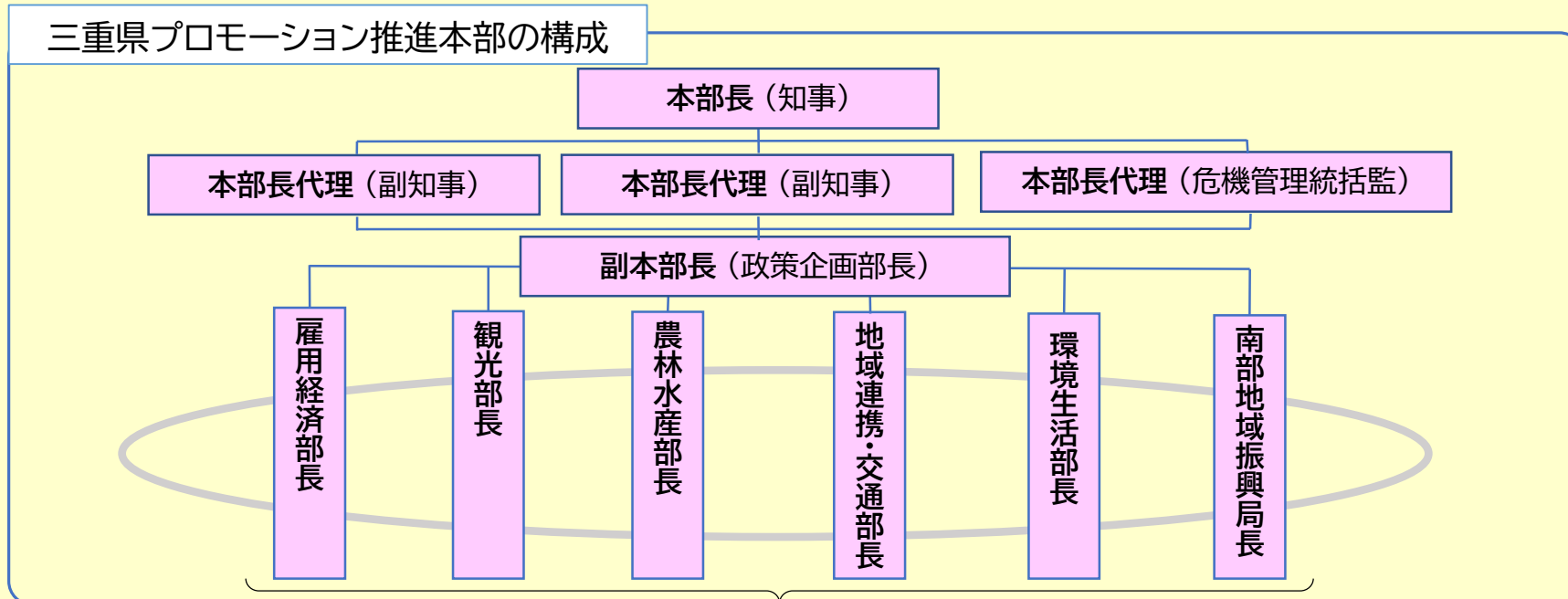


三重県プロモーション推進本部について

全庁的に戦略的なプロモーションを推進するため、政策企画部が事務局となり、庁内の関係部局長で構成する推進本部を設置し、各部局の取組の共有や新しい推進方針の検討などを行う。

<所掌事項>

- ①各部局における取組内容の共有
 - ②三重県プロモーション推進方針(仮称)の策定
 - ③全庁を挙げて取り組むプロモーションの共有
 - ④その他必要事項
- ※プロモーションに関する全庁的な取組方向を示すもの。



事業実施部局
○三重の魅力の発信・認知度向上を主に取り組む部局
・観光・県産品振興・移住促進・企業誘致等
○情報発信拠点の有効活用に取り組む部局

「三重県プロモーション推進方針」(仮称)の策定に向けて

【整理すべき2つのポイント】

- ① 推進方針における「プロモーション」とは
- ② 何のための、どのような方針とするのか

【スケジュール】

7月	第1回三重県プロモーション推進会議(骨子案)
夏～秋	第2回三重県プロモーション推進会議(中間案)
秋～冬	第3回三重県プロモーション推進会議(最終案)
年度内	「三重県プロモーション推進方針」(仮称)策定

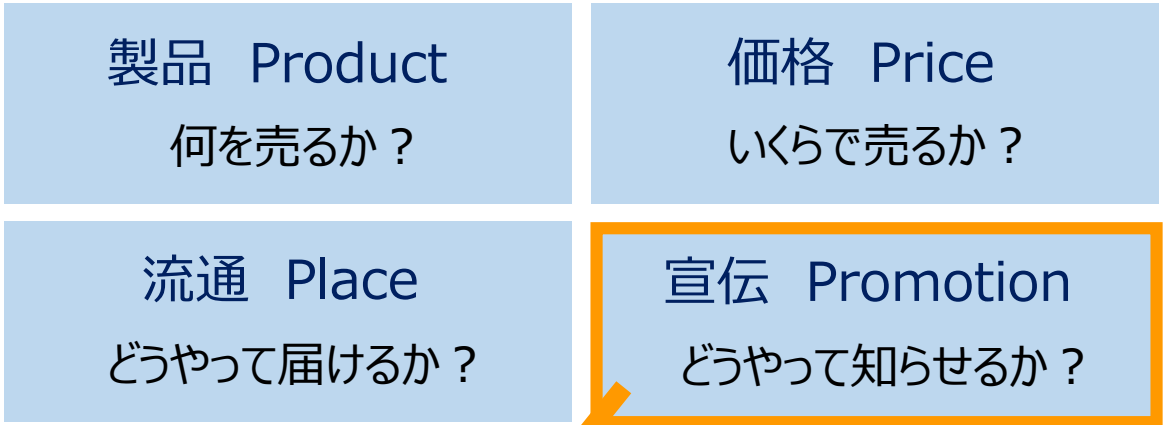
① 推進方針における「プロモーション」とは

■ 推進方針における「プロモーション」について、企業のマーケティング手法を参考に定義

企業のマーケティング

地域のマーケティング

【マーケティングの4P】



【プロモーションとは】

自社商品の存在を顧客に知ってもらい、好感とともに最終的に購買（と使用）につなげる一連の活動

- ✓ 広告宣伝
 - ✓ パブリックリレーションズ（PR）
 - ✓ 人的販売
 - ✓ セールスポモーション（販売促進）
- などの手法をもとに、それらを最適にミックスして顧客とのコミュニケーションを図っていく。

【推進方針では】

本県の豊かな地域資源を活用し、三重の魅力をも効果的に発信し、認知度向上（イメージUP）を図ることにより、「選ばれる三重」を実現し、地域の活性化につなげる活動

※ 県の地域資源は歴史・文化、自然、伝統、食など多種多様。地域資源の種類や、観光、県産品振興、移住促進、企業誘致などの目的に応じて、強み・弱みやターゲット、アプローチなどプロモーションの手法は大きく異なる。このため、例えば「観光プロモーション」など、個別分野に特化したプロモーションが必要。 2

②-1 何のための、どのような方針とするのか

■ 本県のプロモーションにかかる現状の取組について、課題を洗い出すとともに、課題に対する取組方向を検討

各部局の取組

- 各部局が所管する地域資源を活用し、観光や県産品振興、移住促進などの目的に応じて、さまざまなプロモーションを実施

(プロモーションの手法)

- ✓ 三重県フェア・物産展
- ✓ PR イベント
- ✓ 展示会出展
- ✓ 商談会
- ✓ キャンペーン
- ✓ Web サイト・SNS による情報発信
- ✓ TV・ラジオ・新聞・雑誌による情報発信
- ✓ 交通広告
- ✓ 企画ツアー
- ✓ PR 動画の制作
- ✓ EC* サイト
- ✓ 営業・誘致活動
- ✓ ポケモンとの連携
- ✓ 職員の名刺による情報発信 など

※Electronic Commerce (電子商取引)

各部局の課題認識

- 三重県全体の知名度向上が必要。三重県の知名度が高いと個々のコンテンツをプロモーションする際に追い風となる。
- 他部局との連携もあるが一部にとどまっている。一方で無理に連携させることは効果を弱めるおそれがある。
- 他部局のプロモーションツールを有効活用したい。
- 海外向けプロモーションにおいては広域連携も必要である。
- ターゲットの設定や事業の効果検証が難しい。

政策企画部としての課題認識

三重県全体の認知度向上

- 三重県という地域そのもののブランド化やプロモーションに取り組んでいない。
- 三重県全体のプロモーションと、個別の地域資源のプロモーションが相乗効果を生み出す関係づくりが必要である。

三重県全体のプロモーションが必要

連携・情報共有

- 各部局の自発的な連携を促すだけでは限界がある。
- 連携の仕組みを見える化する。
- 各部局が隙間なく連携できるようなサポートとコーディネートが必要である。

政策企画部がコーディネート力を発揮

効果的なプロモーション

- データに基づく分析やターゲットの明確化、効果検証など、マーケティング手法に基づくプロモーションが必要である。
- 関係者（市町、事業者、県民等）との連携強化も重要である。

マーケティング手法の導入・関係者との連携強化

取組方向

1 「三重県」という地域そのものの認知度向上 (イメージUP)

2 効果的・効率的なプロモーションを行うための仕組みづくり

3 関係者との連携強化

②-2 何のための、どのような方針とするのか

- 本県のプロモーションにかかる課題を踏まえ、「三重県プロモーション推進方針」（仮称）の位置づけを整理

【何のための、どのような方針とするのか】

各部局のプロモーションが、調和のとれた形で効果的に連携し、相乗効果を発揮しながら、全体として「選ばれる三重」の実現につなげていくための指針

※観光プロモーションなど、個別分野に特化したプロモーションの手法は、「三重県プロモーション推進方針」（仮称）の内容を踏まえ、担当部局において検討・決定する。

基本方針（取組方向）

1 「三重県」という
地域そのものの認知度
向上(イメージUP)

取
組
例

統一感のある
全庁的なプロモーション

2 効果的・効率的な
プロモーションを行う
ための仕組みづくり

連携の仕組みづくり
マーケティング手法の導入
政策企画部のコーディネート

3 関係者との
連携強化

市町、事業者、県民との連携
広域連携

「三重県プロモーション推進方針」(仮称) 骨子案 (事務局案)

1 趣旨 (背景と目的)

- ・人口減少や高齢化をはじめとしたさまざまな課題に直面する中においても、三重の強みや良さを生かし「選ばれる三重」を実現していくことが必要
- ・こうした中、本県の豊かな地域資源を活用し、三重の魅力を強力に発信するとともに、県庁全体で戦略的なプロモーションに取り組むため、「三重県プロモーション推進方針」(仮称)を策定

2 位置づけ

各部局のプロモーションが、調和のとれた形で効果的に連携し、相乗効果を発揮しながら、全体として「選ばれる三重」の実現につなげていくための指針

3 期間

策定日から令和8年度まで

4 基本的な考え方

(1) プロモーションとは

本県の豊かな地域資源を活用し、三重の魅力を効果的に発信し、認知度向上(イメージUP)を図ることにより、「選ばれる三重」を実現し、地域の活性化につなげる活動

(2) 現状と課題

① 社会情勢の変化

- ・人口減少や高齢化等が進む中、地域間競争は激化
- ・新型コロナウイルス感染拡大を契機としてライフスタイルが変化
- ・SNSや電子商取引の利用拡大など、社会のデジタル化が急速に進展

② 三重県の強み・弱み

- ・三重県は、古くから自然が豊かで美しい地域「美し国」として発展。三重県には世界に誇れる歴史・文化、自然、伝統、食などが数多く存在
- ・三重県は中部圏と近畿圏の結節点に位置し、高速道路網の整備やリニア中央新幹線の開業への動きなどを踏まえると、大都市圏からのアクセスの良さという地理的優位性はますます向上
- ・都市部への利便性や自然の豊かさなど、三重ならではの暮らしやすさの魅力がある
- ・一方で、都道府県の魅力などを問う調査では、本県は全都道府県の中で、中位以下となることが多い。

③ 課題

- ・三重県全体の認知度向上(イメージUP)が必要
- ・各部局の連携や情報共有の強化が必要
- ・ターゲットの明確化、効果検証などマーケティング手法を強く意識した取組、関係者との連携強化が必要

(3) 基本方針

- ① 「三重県」という地域そのものの認知度向上(イメージUP)
- ② 効果的・効率的なプロモーションを行うための仕組みづくり
- ③ 関係者との連携強化