

「三重県プロモーション推進方針」案について

【「三重県プロモーション推進方針」案のポイント】 ※参考資料：別添 1

(基本的な考え方)

「三重県」という地域そのものの魅力と、三重の個々の地域資源の魅力が互いに高め合い、好循環を生み出すことで、観光や食、県産品、移住など、あらゆる場面において「選ばれる三重・多くの人々をひきつける三重」の実現に向けて取り組めます。

(基本方針(当面の方針))

- ① 「三重県」という地域そのものの認知度向上
- 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

1 「三重県プロモーション推進方針」案について

「三重県プロモーション推進方針」案(以下「推進方針」という。)について、県議会や有識者の意見をふまえ、別添2のとおりとりまとめました。

(中間案からの主な変更点等)

	意見	変更点等
①	・「三重」を売る理由や首都圏をターゲットにする理由を詳しく記載してほしい。	・「取り組むべき3つの課題」の中に記述を追加しました。 ・三重県の認知度が向上することで期待される効果(6頁) ・首都圏において三重県全体の認知度向上に取り組む必要性(8～9頁)
②	・「選ばれる三重」の実現に向けて取り組むとあるが、「選ばれる三重」は受動的。もっと積極的に「求められる三重」をめざすべきではないか。	・「選ばれる三重」に加えて、「多くの人々をひきつける三重」の実現をめざすこととし、「基本的な考え方」(10頁)等に新たに追記しました。
③	・「令和8年度までの方針」と「中長期での取組」を整理してほしい。	・中長期的な視点もふまえた「基本的な考え方」と「基本方針(当面の方針)」を整理し、新たに追記しました(10頁)。
④	・キャッチーでわかりやすいコピーも必要ではないか。	・「三重県」をまず知ってもらうための取組については、引き続き検討していきます(11頁)。
⑤	・「美し国みえ」の説明の中で、人と人、人と地域、人と自然の“絆”が保たれてきた地ということも書かれている。これは世界の潮流である「持続可能性」にも通じる。 ・今後、プロモーションの共通トーンを作っていくことも大事になるので、そうしたイメージを伝えられるとよい。	・「美し国みえ」の言葉に内在する力をしっかりと伝えられるよう進めることとし、その旨を取組方向に新たに追記しました(11頁)。

	意見	変更点等
⑥	<ul style="list-style-type: none"> ・「三重テラス」と「関西事務所」を並列に記載するのではなく、首都圏や関西圏の現状や役割の違い等をふまえて記載してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏と関西圏における取組方向について、「三重テラス」と「関西事務所」の役割等をふまえて記述しました（14頁）。
⑦	<ul style="list-style-type: none"> ・行政は「事業をやること」が目的になりがちだが、「事業の結果（データ）をふまえて、次の年にどうするか」ということが大事である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・巻末に「効果的・効率的なプロモーションを行うためのチェックリスト」を設けるとともに、効果を検証して、改善策を検討することの必要性について記述しました（19頁）。
⑧	<ul style="list-style-type: none"> ・県が取り組もうとしているのは、企業で言うところのコーポレートブランディング。企業ブランドと商品ブランドを結び付けて相乗効果を創出する。 ・コーポレートブランディングで初めにやるべきことは「ラベリング」。ポスターや名刺などさまざまなプロモーションツールに三重県をわかりやすく、シンプルに伝えられる共通のコピーを入れる。 ・ラベリングは5～10年継続していく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・統一的なキャッチコピーとロゴを活用し、中長期的な視点でラベリングに取り組むことで、三重の魅力と価値を浸透させる取組を進めます。 ・また、巻末に「各分野における統一ロゴ・キャッチフレーズの使用イメージ」を示しました（20頁）。

2 推進方針に基づく令和6年度取組について

令和6年度から推進方針の内容に基づき、部局間の情報共有や連携を促進しながら、各部局のプロモーションを戦略的に展開していきます。

特に、熊野古道世界遺産登録20周年や、開催前年となる大阪・関西万博というチャンスを逃すことなく、三重の魅力の効果的に発信するとともに、各部局で実施するプロモーションに加えて、別添3の事業等に取り組むことにより、三重県全体の認知度向上につなげていきます。