

サミットを契機とした地域の総合力向上調査特別委員会 意見まとめ

資料2

| 意見                | 委員   | 知名度<br>の向上 | 会議の<br>成果 | 地域力<br>の向上 | その他 | 意見詳細  |
|-------------------|------|------------|-----------|------------|-----|---|
| 注力項目の絞り込み         | 彦坂委員 |            |           |            |     | 攻めるもの（食のブランドなど）と守るもの（伝統芸能など）という視点で絞り込みをかけてはどうか。   |
| ポストサミットを進めるための仕組み | 彦坂委員 |            |           |            |     | 県民会議を更に発展させる、官民学金それぞれを融合させてポストサミットを進めるような取組が必要ではないか。民間がサミットをビジネスチャンスと捉え、動いてもらえるような仕組み、仕掛けのあり方を議論すべきである。               |
| 県内全域への展開          | 倉本委員 |            |           |            |     | 特定の事業者、特定の市町、特定の産品だけがクローズアップされるということでは駄目で、重要視すべきは横への広がり、地域の広がりである。ポストサミットの効果を、どれくらい広がりを持って三重県全体に展開できるかという視点の議論が必要である。 |
| 検証作業の必要性          | 廣委員  |            |           |            |     | 1,000億を超える経済効果も謳われているが、実際にそれだけの効果があったかを検証すべきではないか。沖繩や洞爺湖の経済効果、ポストサミットの取組についても検証すべきではないか。                              |
| 伊勢志摩を起点とした経済効果    | 廣委員  |            |           |            |     | 伊勢志摩DMOを創り、インバウンド等の活動をしていく提案ができればよい。伊勢志摩地域が中心となったプラットフォームに県が協力するというやり方がいいのではないか。                                      |
| 三重県全体への意識         | 濱井委員 |            |           |            |     | サミットを契機として総合力を向上させる地域は伊勢志摩だけではなく、三重県全体を意識しなければならない。   |
| 三重県に根付く精神性        | 濱井委員 |            |           |            |     | 三重県には誰しもを受け入れるような精神性が息づいている。調和した文化が存在している。  |
| 安全と安心             | 濱井委員 |            |           |            |     | サミットを安全に終えた、その経験を県民の安全安心にどう生かしていくかということも大きなコンセプトになる。  |
| 国際交流              | 長田委員 |            |           |            |     | ジュニアサミットでの交流、国際理解授業、それが子どもたちの将来にとって、また自分たちの経験の中でどう生かされていくかが大事ではないか。   |
| レガシーの位置付け         | 山本委員 |            |           |            |     | サミットのレガシーを県全体の施策としてどのように位置付けていくのか、整理が必要ではないか。   |

サミットを契機とした地域の総合力向上調査特別委員会 意見まとめ

資料2

| 意見              | 委員   | 知名度<br>の向上 | 会議の<br>成果 | 地域力<br>の向上 | その他 | 意見詳細  |
|-----------------|------|------------|-----------|------------|-----|---|
| 経済効果            | 中川委員 |            |           |            |     | サミットの費用対効果の問題は、議会側としても説明責任を果たすために、それなりの白書的なものを出すべきではないか。ポストサミットの施策によって、将来にわたって発生する経済効果の検証も必要ではないか。                      |
| 観光による交流人口の増加    | 中川委員 |            |           |            |     | 観光ではインバウンド、外国人旅行者を増やしていくための動態調査ができないか。次に国際戦略ということでのMICE誘致。他にも画面を通じての発信ということでのフィルムコミッション、障がい者対応でのバリアフリーにも力を入れていくべきではないか。 |
| 社会システムやつながりの豊かさ | 濱井委員 |            |           |            |     | サミットのレガシーをみえ県民カビジョン第二次行動計画でも触れられている「社会システムやつながりの豊かさ」の視点と結びつけて考えることも必要ではないか。   |
| 経営方針への反映        | 山本委員 |            |           |            |     | 平成29年度の経営方針案などに、特別委員会での議論を反映するべきではないか。  |
| 伊勢志摩の特区指定       | 中川委員 |            |           |            |     | 特区という形である程度限定しながら、事業の促進を図ってはどうか。特区に指定されることで、事業が前へ進むと同時にアピール度も高まるのではないか。   |
| 宗教者サミットの開催      | 中川委員 |            |           |            |     | せっかく精神性豊かな伊勢の地でサミットが行われたので、行政に関わりにくい部分ではあるが、宗教者サミット等も考えてみてはどうか。   |
| ポストサミットの目標設定    | 中川委員 |            |           |            |     | レガシーは一つの手法であり、プロセスである。レガシーとは別に、ポストサミット事業として一つの目標設定が必要ではないか。三重県がこの分野で突出しているという形のものを設定すべきではないか。                           |
| 茶道サミットの開催       | 中川委員 |            |           |            |     | 全国お茶まつり三重大会が予定されているが、茶道のサミットなど格調高いイベントもできるのではないか。生産者の方も大事だが、お茶を通じた心のイベントも行ってはどうか。                                       |
| MICE誘致          | 中川委員 |            |           |            |     | MICE誘致は関心が高い。県サイドだけでなく、民間やコンベンション・フィルムコミッションといった行政の中間組織といったところと連携しながら誘致を進めてもらいたい。                                       |
| 長期計画の策定         | 廣委員  |            |           |            |     | サミット終了後の経済効果が試算されているが、1,000億、1,500億といった数値の効果は1年では出ない。3年、5年といった長期的なプランが必要になるのではないか。そういった計画がないと、個々の事業も単年度で終わってしまうのではないか。  |

サミットを契機とした地域の総合力向上調査特別委員会 意見まとめ

資料2

| 意見              | 委員     | 知名度<br>の向上 | 会議の<br>成果 | 地域力<br>の向上 | その他 | 意見詳細   |
|-----------------|--------|------------|-----------|------------|-----|--|
| 女性活躍の推進         | 山本委員   |            |           |            |     | 女性の活躍について、働き方も含めた三重モデルといったものを策定しようという構想は持っているか。日本全体に波及するような、そんなことを考えてもらうことも期待したい。  |
| 企業ミーティングの誘致     | 彦坂委員   |            |           |            |     | グローバル企業のミーティング誘致を進めてもらいたい。ミーティングには家族や配偶者が帯同することが多く、ミーティング参会者以外は観光や周遊での消費額も多い。非常に有望だと思われる。  |
| MICE誘致          | 倉本委員   |            |           |            |     | 実際に誘致する場合には、宿泊施設数や会議室が十分に確保されていない等の課題があるが、それらの整理はどのように進められるのか。民間や市町を巻き込んでいくための仕掛けはどう考えているか。  |
| MICE誘致          | 濱井委員   |            |           |            |     | 世界経済のリーダーを呼び込む国際会議開催が事業として挙げられているが、実際にこちらへ来てもらえる国というのがいくつかあるのか。誘致を進めるにあたっては人材が重要になると思うが、それについて具体的にどのように進めていくつもりなのか。                        |
| 外国企業の誘致         | 濱井委員   |            |           |            |     | 本年4月1日付けで外資系企業ワンストップサービス窓口を設置したとあるが、どういうところから来てもらっているのか。また、4月以降の成果は表れているのか。人材については外部の活用や各国にある三重県人会等への働きかけも大事ではないか。                         |
| 子どもの活躍          | 長田委員   |            |           |            |     | 次世代に継承するという意味合いの中で、大学生や高校生についての記載はあるが、子ども（小中学生）の部分はどのように考えているのか。   |
| ポストサミット事業の位置付け  | 藤田副委員長 |            |           |            |     | どのような条件があったらポストサミット事業として扱われるのか、その基準について教えてもらいたい。サミットに向けた取組の中で、ある程度の成果が出てきており、これは伸ばしていかなければならないねという共通の認識ができれば、今後ポストサミット事業として組み立てていく可能性はあるか。 |
| ポストサミットのブランディング | 廣委員    |            |           |            |     | どこからどこまでをサミット関連の事業とするのかが分かりにくい。この事業はサミット関連の事業であることを三重県が承認して進めていくために、ブランディング、例えばサミットのロゴマークのようなものが必要なのではないか。                                 |
| サミット基金          | 中川委員   |            |           |            |     | 今後サミット関連の基金が計画されているが、基金の中でどんなことを考えているのか。そのあたりの考え方も精査がいるのではないか。   |
| 県民会議            | 中嶋委員長  |            |           |            |     | 県民会議の主体に対して、サミットのレガシーを生かした取組が考えられているのか、という問いかけがされていない。民間の主体もサミットを契機にいろいろな取組をしていると思われるので、県民会議としてそのような動きを網羅する必要があるのではないか。                    |