

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

提言書

目次

1	「人と事業を呼び込む」～観光誘客に関して～	
(1)	コアターゲットの選定に関して	1
(2)	観光分野の連携、組織化に関して	2
2	「人と事業を呼び込む」～産業振興に関して～	
(1)	「日本の文化聖地」としてのブランド化に関して	3
(2)	三重県を売り出すための人材育成に関して	4
(3)	三重県の食産業の振興に関して	5
3	「サミットそのものの成果の発展」	
(1)	県民の安全・安心に関して	6
(2)	サミットに関わった県民の活躍に関して	7
4	「次世代の育成」	
(1)	グローバル人材の育成に関して	8
(2)	海外派遣による国際交流の充実に関して	9
(3)	ふるさとの歴史・伝統を学ぶ機会の充実に関して	10
5	「戦略的・効果的な情報収集・情報発信」	
(1)	情報収集に関して	11
(2)	情報発信に関して	12

平成29年3月24日

1. 「人と事業を呼び込む」～観光誘客に関して～

(1) コアターゲットの選定に関して

国内外の人々を呼び込むにあたっては、三重県への興味・関心を高めているコアターゲットを選定し、そのコアターゲットへ重点的に働きかけていくことを提案する。

【提言の背景と狙い】

伊勢志摩サミットでは、日本人を象徴する文化が三重の地で育まれてきたこと、三重の地が「日本の文化聖地」であることが注目され、三重県を訪れたいという動機付けになり、宿泊者数も大幅に増加した。

三重県を何回でも訪れたいくなる特別な地にするために、この好機を逃さず、三重県の観光に「もののあはれ」「不易流行」「常若」など日本人を象徴する文化が育まれてきた「日本の文化聖地」という物語性を持たせることが有効であると考えられる。また、その物語性は、訪日外国人旅行者の興味を掻き立てる要素も十分に有している。

このことを最も効果的に観光誘客に繋げるために、「年代的にどの層に働きかけるのか」「どの地域に住んでいる人に働きかけるのか」そして「どのように働きかけるのか」など具体的なコアターゲットを設定することが有効であると考えられる。

【具体的提言】

宗教とは切り離して「日本人のこころのふるさと」としての伊勢神宮や熊野古道、斎王群行など「日本の文化聖地」のコンセプトを生かした旅を創る。

参考人からの「サミット以降は関東地方からの来客が多いように感じる」との意見もあり、関東地方に重点的に働きかける。

年齢層が高めな知的好奇心にあふれる層もコアターゲットとなりうることから、バリアフリー観光の充実も求められる。

「富裕層にいかにもっとお金を出してもらうかを考えることは重要」という参考人の意見もあり、経済的な効果が大きい期待できる富裕層を呼び込むためのトップセールスの充実を図る。

また、豪華客船受け入れ体制の整備促進に向けた調査・研究を行う。

(2) 観光分野の連携、組織化に関して

各団体等のトップが参画した、伊勢志摩サミット県民会議で培った経験・組織力を十分生かした観光誘客の展開を提案する。

【提言の背景と狙い】

観光分野には非常に多岐に渡る事業者が関わりを持つことから、その成功には連携や組織化が欠かせない。

伊勢志摩サミット開催にあたり、県・市単位で様々な組織が生まれ、その規模も大掛かりなものとなった。これはサミットによってもたらされた有形・無形の好影響の一つであり、その幅広いネットワークを観光分野での活用に資することが有効であると考えられる。

また、参考人からは「外国の産業観光視察は2時間ほど滞在するが、その後は名古屋、もしくは大阪へ行ってしまおう」との意見があり、三重県に連泊してもらうには単独の市町だけでは観光資源に限界があり、県内消費額を増やしてもらうために近隣市町との観光のブロック化を進めることが有効であると考えられる。

【具体的提言】

観光に必要なマーケティング情報の収集・共用を進めるにあたっては、近隣市町を一つのブロックとして戦略を共有して進めるにあたっては、トップが参画した組織が主体的に動くか否かは成否に直結する。

トップが参画した伊勢志摩サミット三重県民会議により生まれた連携を今後には生かすために、連携の母体となる組織を起ち上げ、観光分野において、幅広いネットワークを活用することを検討する。

2. 「人と事業を呼び込む」～産業振興に関して～

(1) 「日本の文化聖地」としてのブランド化に関して

「日本の文化聖地」にふさわしい新たな商品・コンセプトを創造し、また、それらに公式マークを与えるなどして、「三重県ならではの」の商品・コンセプトをブランド化することを提案する。

【提言の背景と狙い】

従前からある三重県の魅力を売り出すことも重要ではあるが、サミットを契機と考えると、サミットで注目を集めた「日本の文化聖地」というコンセプトを生かした新たな商品を創り、唯一無二の「三重県ならではの」を生み出し、三重県のブランド化を推進する好機であると考えられる。

【具体的提言】

三重県のブランド化を進めるにあたって、従来からある「よいモノや取組」をプッシュするだけではなく、例えば、人生の節目で伊勢の地において瑞々しいままでの永遠の夫婦の絆を育む「常若婚」のような「日本の文化聖地」のコンセプトを生かした新たな商品を創る。

サミットで活用された産品やサミットを契機として生まれた商品・新たなコンセプトにポストサミット公式マークを付与し、販売促進活動に繋げる。

(2) 三重県を売り出すための人材育成に関して

三重県ならではの商品・コンセプトを、内外に売り出すための人材育成に積極的に取り組まれることを提案する。

【提言の背景と狙い】

「日本の文化聖地」というコンセプト、それに関連する三重県ならではの商品を幅広く売り出すためには、それらの商品が生まれた背景等も含め三重県を総合的に国内外に売り出すことのできる人材が必要であり、そうした人材を民間企業との協働等により育成することが求められる。

また、「日本の文化聖地」というコンセプトのどの部分が海外で受け入れられやすいのか、文化的背景によりどの部分が受け入れられにくいのか等を判断できる海外に精通した人材の登用も有効である。

加えて、こうした人材が活躍できる場が国内外で必要であり、例えば民官連携により三重県ならではの商品を常時発信できる場所があることが望ましい。

【具体的提言】

三重県ならではの商品（物産品に限らず、三重県への訪問を促すコンセプトや雰囲気づくりも含めて）を国内外に売り出すために、県内留学生の活用等も含め、人材の育成を図る。

また、そのように育てた人材等が恒常的に活躍できる場作りも不可欠である。さらに、民間企業との協働による、三重県ならではの商品を常時発信できる場所の設置等も検討する。

(3) 三重県の食産業の振興に関して

伊勢志摩サミットで提供された三重県各地の食材を活用し、地域を代表する料理を創るなど、「美食の地・みえ」を売り出すことで、食産業の振興に繋げることを提案する。

【提言の背景と狙い】

伊勢志摩サミットは、三重県の食を大いにPRする場となった。活用された県産食材は260品目を超え、乾杯酒には県内酒蔵のものが使用され、乾杯酒を製造した酒蔵には1日で1年分の注文が入るなどそのPR効果は極めて大きく、サミットがビジネスチャンスと呼び込んだ。

県産食材の活用について、参考人からは「食材の豊富さを誇るだけでは、食材を提供する生産地だけに終わってしまう。それらを生かした魅力的な料理を消費者に訴えることが食材の付加価値向上につながる」との指摘もあった。

また、食は旅の大きな魅力の一つであり、「どこで食べられるのか」との関心を引き起こせれば、三重県への観光誘客に繋がる。さらに、メインディッシュを創ることができれば、日本酒やデザートとなる県内の餅菓子等と併せて三重県の食の魅力を一挙に「美食の地・みえ」として売り出すこともできる。

【具体的提言】

サミットで注目された日本酒や食材を活用し「美食の地・みえ」を具現化するような、例えば料理コンテストを実施し優れた結果に「伊勢志摩サミット賞」を授与するなど、地域を代表するような「食」を創る。

3. 「サミットそのものの成果の発展」

(1) 県民の安全・安心に関して

サミットに協力いただいた団体・地域と連携して、県民の安全・安心を守るために推進された各種取組を継続、発展させていくことを提案する。

【提言の背景と狙い】

パリ同時多発テロが生じたのは2015年11月13日、サミット開催わずか半年前のことであった。国際テロ情勢の激化に対し、伊勢志摩サミットでは41の関係機関が参画した「テロ対策三重パートナーシップ推進会議」が設立され、地域住民の協力を得て官民一体の日本型テロ対策が取り組まれた。

また、全国からの応援を受けた三重県警察の警備体制も約16,000名という過去最大規模となるなか、地域住民との対話の機会を通じ信頼関係が醸成されるなど「安全・安心」なサミット実現のための環境を作り出すことができた。

こうした関係者の努力が実り、テロ等が発生することはなく近年のサミットにおいて伊勢志摩サミットほど「安全・安心」に開催されたサミットはなく、東京オリンピック・パラリンピックなど大規模な国際的イベントへの対応の好事例となりえた。こうした成果を「安全・安心」な県民生活に生かしていくことが求められている。

【具体的提言】

地域の関係者や各種団体等が連携した常駐の防犯ボックスの設置など地域における日常の安全・安心を確保する取組を展開する。

テロ対策三重パートナーシップ推進会議の成果や地域住民と警備に携わる組織との連携のあり方を、今後の大規模イベント等の安全対策に生かしていく。

(2) サミットに関わった県民の活躍に関して

ボランティア等でサミットに参加した県民が、そこで得られた経験や自信を基に、地域のために活躍できる場や機会を提供されることを提案する。

【提言の背景と狙い】

伊勢志摩サミットを成功に導いた要因の一つは、おもてなし作戦に参加したボランティアなど一人ひとりの思いの「和」と伊勢志摩サミット三重県民会議に代表される民官組織の連携の「輪」により三重県の総力が結集されたことにある。

サミットの成功体験は地域への誇りと愛着に繋がり、三重県を自分たちの手で良くしていこうというモチベーションを生んでいる。そのモチベーションを高め、アクティブ・シチズンとして「何かをしたいという思い」を継続的に支援し、地域で活躍できる場や機会を提供することが求められている。

【具体的提言】

伊勢志摩サミット三重県民会議により生まれた組織間連携の今後の生かし方について、検討部会を設置し、多くの分野ごとに検討を行う。

様々な場所で活躍した英語をはじめ多言語にわたる多くの外国語ボランティアが今後も活躍できる場づくり・体制づくりに取り組んでいく。

次世代を担う子どもや若者から「サミットを生かした事業」を募集し、その実現に向けた検討を行う。

4. 「次世代の育成」

(1) グローカル人材の育成に関して

ジュニア・サミット等での経験や成果を未来へつなぐために、グローバル人材の育成を継続し、充実させていくことを提案する。

【提言の背景と狙い】

伊勢志摩サミットを契機に行われた国際理解・国際交流プログラムや子どもふるさとサミット、ジュニア・サミットへの様々な形での参加等を経て、三重県の子どもたちは世界に触れる機会を得た。また、文化的な多様性を受け入れられる真の国際人となるきっかけを掴んだ。

この好機を逃すことなく、グローバル人材の育成を継続していくことが求められている。

県内調査では「子どもふるさとサミット等に参加した児童は国際化への意識向上が図られたのではないか」という意見もあり、この好機を生かすには世界を意識する機会を提供し、子どもたちが継続してそれらに触れられる環境を整える必要がある。

【具体的提言】

国際的な視野を持った次世代を育成する事業等をモデル的に実施し、その成果を水平展開することで、県内で幅広くグローバル人材を育成する。

小学校での英語教育が実施されることも見込み、サミットで活躍した外国語ボランティアが小中学校の教育の場に携われる機会を設ける。

(2) 海外派遣による国際交流の充実に関して

海外への派遣交流について、職業系高校生が現地の産業に関われるような、より渡航の性格を明らかにした方向へ充実させることを提案する。

【提言の背景と狙い】

伊勢志摩サミット、ジュニア・サミットの県内開催を契機に、世界各国の学生との触れ合いや国際理解授業など世界をより身近に感じる体験を通じ、県内の児童生徒が海外の国の暮らしや文化に今まで以上に興味を持つことができたと思われる。

この経験や興味を今後も継続、発展させていくうえで、「百聞は一見に如かず」という言葉のとおり海外での生活体験、学習機会の確保を図ることは有効であると考えます。特に目的が明確化された渡航による成果は、計り知れないほどのものになることが期待される。

【具体的提言】

海外への派遣による交流については、形式的なものではなく、学びの機会の充実、肩ひじの張らない触れ合いが求められる。

そのために、学生のバックボーンである「今学んでいること」をテーマにした海外派遣、特に職業系高校生の派遣交流を充実させ、現地における学生のより積極的な交流に繋げる取組を推進する。

また、海外派遣の効果を更に高めるために、前年に海外派遣の経験者となった生徒と、これから派遣を志している生徒との交流の機会を設置する。

(3) ふるさとの歴史・伝統を学ぶ機会の充実に関して

海外から人を受け入れる際に、地域の文化的背景等を子どもたちが自らの言葉で表現できるよう、ふるさとの歴史・伝統を学ぶ機会を充実させることを提案する。

【提言の背景と狙い】

「伊勢志摩サミットやジュニア・サミットなどで得られた国際交流の機会を通じ、自分のふるさとを知ること、そしてそれを言葉にして表現し外国の方に理解してもらうことの重要性を感じた」という子どもたちの声を聞く。

こうした機会を生かし、ふるさととそこに暮らす人々を誇り、ふるさとの歴史・伝統を学ぶ機会を充実させ、子どもたちのアイデンティティとして確立していくことは重要である。

加えて、子どもたちがこうして学び得た自らの意見や考えをしっかりと外に出せるよう、そのスキルを高めることも重要である。

【具体的提言】

交流があった国々との絆を継続するためには、様々な面での努力が必要であるが、訪問地としての三重県が魅力的であること、交流する三重県の子どもたちが魅力的であることが必要である。

そのためには、子どもたちが自分でふるさとの伝統を体験し、自分でふるさとの歴史を語られるようにする必要がある。

そのようなふるさとについて学ぶ機会を継続させ、海外との交流を継続し、サミットが開催されたことを次世代に受け継ぐ取組を推進する。

5. 戦略的・効果的な情報収集・情報発信

(1) 情報収集に関して

消費者や旅行者、特に訪日外国人に関するデータの重要性を再認識し、データ収集への支援、収集されたデータを県として適切に提供することを提案する。

【提言の背景と狙い】

伊勢志摩サミットを契機に訪問地としての三重県や三重県の商品が注目されるなか、観光客や消費者に関するデータは戦略的に事業を展開し、成功に導くために有用である。

参考人や県内調査の聴き取り調査からは、事業に役立つデータの収集に弱みがあり、分析の段階まで至っていないという課題が指摘された。とりわけ、インバウンドに関する情報収集・分析の弱さが強調された。

中間報告に記載した「企業、団体や地域が主体的に動きやすい環境」を整備するためにも、戦略的・効果的なビックデータなどの情報収集と分析を行い、これらのデータを適切に提供することが有効である。

【具体的提言】

例えば、観光分野におけるみえ食旅パスポートのデータ化など、実績のある既存事業を有効に活用した情報の収集・分析を進める手法について検討する。

旬なニーズの把握やビックデータを活用して事業に繋がりたいと考える事業者への支援を検討する。

(2) 情報発信に関して

「日本の文化聖地」の印象を散漫にしないために、一定期間はコンセプトを特化した情報を前面に押し出し、発信する情報の集約と選択を徹底することを提案する。

【提言の背景と狙い】

日本でのサミットの次回開催地が決定するまでの間は三重県・伊勢志摩が直近の国内開催地であり、伊勢志摩サミットを通じて得られた「日本の文化聖地」というイメージを生かした情報発信を行うことが有効であると考えられる。

また、参考人から「地域の情報を発信するには深く、深くというのがこれからのポイントであると考えている」との示唆もあり、限られた費用の中で、発信する情報の集約と選択を行うことが求められている。

【具体的提言】

個々の地域のアピールポイントを集約する必要性はあるが、それをそのまま発信してしまうと、統一性が見い出せなくなる。

情報そのものの魅力を高めるために、情報を伊勢志摩サミットによって注目された「日本の文化聖地」というコンセプトに特化し、発信する情報そのものをブラッシュアップするとともに、タイムリーに提供する。

また、例えばG7の2ヶ国に立地するジャパンハウスとの連携を図るなど、サミット開催地という強みを生かした情報発信力の強化策を検討する。

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

委員名簿

委員長 中嶋 年規

副委員長 藤田 宜三

委員 廣 耕太郎

委員 倉本 崇弘

委員 彦坂 公之

委員 濱井 初男

委員 長田 隆尚

委員 山本 勝

委員 中川 正美