

(3) 伊勢志摩サミットの効果について

伊勢志摩サミット開催から1年余が経過し、また、昨年発表した「伊勢志摩サミットに係る経済効果等」のうち「ポストサミットの経済効果」の試算に使用した諸データの実績値が確定したことから、ポストサミットの経済効果に対する検証を行うとともに、経済効果以外の効果についても主なものを整理しました。

1 ポストサミットの経済効果に対する検証

伊勢志摩サミットに係る経済効果等については、平成28年9月14日にその最終試算結果を発表しました。

【最終試算結果】

項目	最終試算結果
(1)直接的な経済効果 (県内)	約 483 億円
(県外)	約 587 億円
(合計)	約 1,070 億円
(2)パブリシティ効果 (国内)	約 1,874 億円
(海外)	約 1,224 億円
(合計)	約 3,098 億円
(3)ポストサミットの経済効果 (県外観光客数の増加)	約 1,485 億円
(国際会議の開催件数の増加)	約 4 億円
(合計)	約 1,489 億円

このうち「(3) ポストサミットの経済効果」について、平成28年の実績値をもとに試算し、検証を行いました。

※ポストサミットの経済効果は、平成28年～32年の5年間の効果を「県外観光客数の増加」、「国際会議の開催件数の増加」の2つの要素で試算。

(1) 県外観光客数の増加による経済効果の検証

県外観光客数の増加による平成28年の経済効果について、実績値による試算を行った結果、経済効果は314.6億円となり、最終試算結果より138.5億円減少しました。

これは、観光庁宿泊旅行統計調査における平成28年6月の延べ宿泊者数の対前年増加率や県外観光客数の宿泊・日帰り客の平均消費単価が、最終試算時よりも減となったこと、加えて、新たに公表された、県経済にとって厳しい試練のあった年である平成23年の三重県地域産業連関表(※1)を用いて試算したこと、によります。

経済効果額が減少したとはいえ、サミットの開催により大きな効果があったものと考えています。

一方、サミット効果による誘客数は平成26年の県外観光客数24,437千人をベースに算出しており、今回、平成28年6月の延べ宿泊者数の対前年増加率が7.0%に確定したことで、平成29年以降のサミット効果による誘客数も確定することとなります。経済効果はあくまで試算値であり、実際の観光客の状況を見つつサミット効果をはかることが重要だと考えています。

引き続き、伊勢志摩サミット開催による知名度の向上や経験を生かし、インバウンド誘致や国際会議等MICE誘致の取組を一層推進するとともに、産業間連携やマーケティングなどにより地域の“稼ぐ力”を引き出し、観光消費額の増加につなげていきます。

【最終試算結果】

	誘客効果	サミット効果による誘客	観光消費額の増加	経済効果
平成 28 年	9. 3%	2, 273 千人	323. 2 億円	453. 1 億円
平成 29 年	7. 7%	1, 882 千人	267. 6 億円	375. 1 億円
平成 30 年	6. 1%	1, 491 千人	212. 0 億円	297. 2 億円
平成 31 年	4. 5%	1, 100 千人	156. 4 億円	219. 2 億円
平成 32 年	2. 9%	709 千人	100. 8 億円	141. 3 億円
合計		7, 453 千人	1, 060. 0 億円	1, 485. 9 億円

※平成 17 年三重県地域産業連関表（40 部門）を用いて試算

【実績値による試算】

	誘客効果	サミット効果による誘客	観光消費額の増加	経済効果
平成 28 年	7. 0%	1, 711 千人	235. 0 億円	314. 6 億円

※平成 23 年三重県地域産業連関表（42 部門）を用いて試算

【最終試算結果と実績値による試算との差違】

項目	最終試算結果	実績値による試算
誘客効果 （観光庁宿泊旅行統計調査における平成 28 年 6 月の延べ宿泊者数の対前年増加率）	速報値 9. 3%	確定値 7. 0%
産業連関表（三重県地域産業連関表）	平成 17 年版 （40 部門）	平成 23 年版 （42 部門）
県外観光客数の宿泊・日帰り客の割合及びそれらの平均消費単価 （三重県観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査報告書による）	平成 27 年データ	平成 28 年データ

※1 平成 23 年(2011 年)はその 3 年前のリーマンショックによる落ち込んだ県経済がようやく元の水準に戻るタイミングで 3 月に東日本大震災の発生、9 月には紀伊半島大水害による被害、11 月にはタイの大洪水による生産拠点への影響など県経済にとって厳しい試練があった年となります。このため、平成 23 年三重県地域産業連関表を用いたことで、試算値が減少しました。

(2) 国際会議の開催件数の増加による経済効果の検証

平成28年の国際会議の開催件数の実績値は目標値の4件を大きく上回る17件(別紙1)であり、平成26年から15件増えています。これに伴う経済効果は6.0億円となり、最終試算結果を5.6億円上回りました。

また、会議1件あたりの平均経済効果額は約4,000万円となり、平成10年から平成27年までの会議1件あたりの平均経済効果額約2,000万円を大きく上回りました。

平成29年においても、8月時点ですでに4件の開催実績があり、さらに年内に数件の開催予定があります。

なお、三重県で開催(予定を含む)の以下の国際会議については、サミット開催地であることが県内開催の理由の一つとなっています。

- ・日本婦人科がん会議(平成28年9月30日～10月1日 志摩観光ホテル)
- ・「持続可能な観光国際年」記念国際観光シンポジウム
(サミット後初の政府系国際会議 平成29年10月 伊勢志摩地域で開催予定)
- ・ICEP2018(国際実装技術コンファレンス2018)
(平成30年4月17日～21日 桑名市で開催予定)

今後も安定的に開催地域に大きな経済波及効果を生み出す国際会議等MICE誘致を促進し、本県インバウンドの新たな市場として確立してまいります。

【最終試算結果】

	国際会議の開催(目標)件数	増加件数	経済効果
平成26年	2件	—	—
平成28年	4件	2件	0.4億円
平成29年	4件	2件	0.4億円
平成30年	5件	3件	0.6億円
平成31年	7件	5件	1.0億円
平成32年(仮置き)	10件	8件	1.6億円
28～32年の合計	30件	20件	4.0億円

【実績値による試算】

	国際会議の開催(目標)件数	増加件数	経済効果
平成28年(実績値)	17件	15件	6.0億円

【最終試算結果と実績値による試算との差違】

- ・最終試算結果においては、平成10年から平成27年までの開催実績30件の開催期間、参加人数等の平均値をもとに、観光庁の「MICE開催による地域経済波及効果測定モデル」を用いて1件あたりの経済効果を2,000万円とし、経済効果を試算しました。
- ・実績値による試算においては、平成28年の開催実績17件から伊勢志摩サミットとジュニア・サミットを除く15件の開催期間、参加人数等の実績をもとに、観光庁の「MICE開催による地域経済波及効果測定モデル」を用いて経済効果を算出しました。

2 経済効果以外の効果

上記1の経済効果以外の効果については、以下のとおり、ポストサミットの4つの柱（（1）人と事業を呼びこむ、（2）成果を発展させる、（3）次世代に継承する、（4）戦略的・効果的な情報発信）ごとに、主なものを整理しました。

（1）人と事業を呼びこむ

① インバウンドの増加等

ア 観光レクリエーション入込客数の増

観光レクリエーション入込客数の推移を見てみると、県全体の平成28年入込客数は過去最高となっています。

また、平成28年のゴールデンウィーク期間中及び夏休み期間中の県内主要観光施設の1日あたりの観光入込客数は、それぞれ前年より11.4%増、6.5%増となりました。

【観光レクリエーション入込客数の推移】

	H24	H25	H26	H27	H28
入込客数（千人）	37,868	40,799	38,243	39,212	41,892
うち伊勢志摩地域（千人）	9,041	12,611	10,468	9,325	10,003

出典：三重観光レクリエーション入込客数推計書

【ゴールデンウィーク期間中の入込客数対前年比】

ゴールデンウィーク期間中1日あたり入込客数対前年比	平成26年	平成27年	平成28年
	78.8%	96.8%	111.4%

【夏休み期間中の入込客数対前年比】

夏休み期間中1日あたり入込客数対前年比	平成26年	平成27年	平成28年
	84.9%	101.2%	106.5%

イ 観光関係者等の声

伊勢志摩地域を中心とした観光関係者等からは、「サミット以降外国人旅行者の数が増加した」との声が聞かれます。

- ・観光案内所の外国人案内件数が増えた。
- ・FIT（外国人の個人旅行者）が増えている。
- ・欧米系の旅行者は増えていると思う。インバウンドが定着し、体験ガイドの外国語対応やフリーWi-Fiの整備など地元の受入体制も充実してきている。
- ・サミット以降、横山展望台では、外国人が増えた。また、関東ナンバーの車が増えた。九州からのお客さんも増えていると思う。
- ・ファミトリップの問い合わせが増えた。市内で人気があるのは海女小屋体験とミキモト真珠島。
- ・伊賀流忍者博物館では外国人が増加している。平成28年度は過去最高の約2万6千人（全入館者の13%）となった。

(参考)

【鳥羽市、志摩市の外国人宿泊者数】

	鳥羽市		志摩市	
	宿泊者数	対 26 年比	宿泊者数	対 26 年比
26 年	8,536 人	—	30,793 人	—
27 年	40,679 人	476.6%	52,941 人	171.9%
28 年	41,784 人	489.5%	59,088 人	191.9%

出典：鳥羽市観光統計及び志摩市観光統計

【伊勢神宮外国人参拝者数】

	参拝者数 (人)	対 26 年比
26 年	66,707	—
27 年	97,970	146.9%
28 年	109,947	164.8%

出典：伊勢市観光統計

ウ 伊勢志摩国立公園のインバウンドの増加、自然体験ニーズの向上等

平成 28 年に、国立公園満喫プロジェクトの先導的モデルに選ばれた伊勢志摩国立公園を訪れた訪日外国人旅行者は、約 6 万 1 千人（暫定値）となり、前年の 3 万 3 千人から大幅に増加しました。

引き続き、伊勢志摩国立公園を世界水準のナショナルパークとしてブランド化し、訪日外国人旅行者を 2020 年までに 10 万人とすることを目標に取り組を進めます。

また、国が新たに創設した日本農業遺産に鳥羽・志摩の海女漁業と真珠養殖、尾鷲ヒノキ林業が認定され、テレビ・新聞等のメディアに取り上げられるなど、本県が有するさまざまな地域資源を情報発信する機会が増加しました。

メディアの取り上げなどにより、英真湾の自然を体験したいという顧客ニーズは高まっており、志摩自然学校と志摩観光ホテルが共同で、新たなカヤック体験メニューを開発しています。

エ 三重の魅力の情報発信による誘客の増

ANAホールディングス株式会社との連携と協力に関する覚書締結 1 周年を記念し、伊勢志摩サミットを機に三重県を訪れたいと考えている国内遠隔地在住者をターゲットとし、サミットで注目を集めた三重の食、伝統、文化などの魅力を「三重の宝」として情報発信するため、旅行先を三重県に特化した「ANAスカイホリデー・三重スペシャル」（設定期間：平成 29 年 4 月 1 日（土）から 9 月 30 日（土）出発まで）を造成しました。特定の場所を目的とする単体商品としては想定を大きく上回る誘客実績につながっています。

オ 海外クルーズ船の寄港

県、四日市市、四日市商工会議所、四日市港管理組合等が参画する四日市港客船誘致協議会は、四日市港を活用した観光振興の一つとして外国客船の誘致を進めていたところ、伊勢志摩サミットの開催をきっかけに三重県への関心が高まったことで、平成 30 年にイタリア客船「コスタ ネオロマンチカ」と英国客船「ダイヤモンド・プリンセス」が四日市港に初寄港することが決定しました。

乗客の方々に県内各地を訪れていただくことで、外国客船の寄港を観光はじめ地

域の産業振興につなげていきます。

② 県産品における伊勢志摩サミットの効果

伊勢志摩サミットでは、首脳や配偶者の食事における料理、日本酒をはじめとする飲料はもとより、テーブル、椅子などにも県産品が数多く使用され、メディアを通じて情報発信されました。

ア 日本酒

三重の日本酒は、伊勢志摩サミットにおいてG7首脳へのランチ、ディナー等で活用され、酒蔵、小売店、関係団体等が一体となってPRしたことにより、メディアをはじめ各種イベント、雑誌、旅行パンフレットなどでも大きく取り上げられ、知名度が大きく向上しました。

サミット開催を契機とした知名度向上により、平成28年度県内酒蔵の国内出荷量は対前年度比108%（三重県酒造組合による）と伸びており、売れ行きは好調です。三重県内のホテル、旅館、飲食店等からの発注が増えたという声も聞かれ、サミットは、あらためて「三重の酒」を見直し、その魅力に気付いていただくことのきっかけとなりました。

また、日本酒コンクールでは、世界最大規模、最高権威の評価を受けているインターナショナルワインチャレンジ（IWC）「SAKE部門」にて、今年は県内から16銘柄が入賞し、昨年より8銘柄から大きく成績を上げました。

サミットをきっかけに三重の酒蔵が自らの製品の魅力を再認識し、世界レベルのコンテストにチャレンジしたことも、サミットの大きな効果であると考えられます。

イ 生産者名が公表された県産農産加工品等

既存の取引先からの注文の増大、新規取引の拡大など、売上の増大につながり、伊勢志摩サミット開催直後は、商品は売り切れ、品薄状態が続きました。

また、メディアからの取材や百貨店からの出展依頼などが増え、マスコミの露出度、取引先からの注目度が格段に向上しています。

	活用品目	生産者等	状況
1	五ヶ所みかん完熟こつぶストレートジュース	農事組合法人土実樹	<ul style="list-style-type: none">・サミット終了後、みかんジュースの新規又は既存取引先の注文が多くなった。今後、ジュースの増産を検討。・既存の取引先からは、商品を切らさないでほしいとの電話が複数あり、商品の魅力がアップしたと考えている。
2	マルチみかん100%ジュース	(株) 夢工房くまの	<ul style="list-style-type: none">・マルチみかん100%ジュースがサミットで採用され、サミット関連イベントや百貨店などのフェアに参加する機会が増えた。・商品取引の問い合わせが複数あるが、その中には個人の購入希望や購入できる店舗の問い合わせもあることから、工夫して販売していきたい。・既存の取引先からは、商品を切らさないで欲しいとの電話が複数ある。
3	みかんのしずく	(有) 御浜柑橘	<ul style="list-style-type: none">・商品に関する問い合わせはないが、既存の取引先に対して、サミットで提供されたことがわかるポップを作成して提供している。

4	200%トマトジュース	(株) デアルケ	<ul style="list-style-type: none"> ・サミット関連イベントやメディアで数多く取り上げられ、販売量が増加した。 ・We b通販の販売量が増加した。 ・ジュースが呼び水となりトマトも売れている。
5	森の番人	(有) 森と水を守る会	<ul style="list-style-type: none"> ・外務省のHPを見て県外から新規の取引依頼があった。
6	伊勢茶の生チョコレート	(有) ふらんす	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビ、新聞から取材があった。お客様からの反響もあった。
7	シェル・レーヌ	(株) ブランカ	<ul style="list-style-type: none"> ・サミット開催決定後、これまで取引のなかった百貨店と取引が始まるなどの効果があり、有難く思っている。 ・鳥羽店では、サミット開催中も警備の方に多く購入いただいた。 ・サミット後は、極端な動きはないものの、郵便局の通販本部から問い合わせがあったり、三重テラスから追加注文もあり、好影響が出てきている。
8	神宮スギ(バームクーヘン)	シラセ	<ul style="list-style-type: none"> ・サミット後、メディアや顧客からの反響はないが、取引先やバイヤーからの注文が増えている。 ・中元商戦に向け、取引先が「サミット選定品」と表示し、販売促進につなげるとの連絡が多くある。
9	本かぶせ茶フィナンシエ	洋菓子ナポレオン	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞の地域版に取り上げられたことから、地元百貨店からサミット選定の看板表示を付けたいとの連絡があった。 ・選定された商品が、地元高校とのコラボ商品であったこと、また、若い世代が考案した商品であったことから、さらに新商品開発への意欲につながった。

ウ 産地名等が公表された県産農林水産物

産地名が公表された県産農林水産物の生産者団体においても、伊勢志摩サミット開催前と比較して、確実に、既存取引先からの注文の増大はもとより、新規の取引先の拡大、販売価格の向上、メディアからの取材機会の増加などにつながっています。

農林水産部が聞き取り調査を行った 33 の生産者団体全てからプラスの効果があったと回答がありました。

具体的な内容としては、複数回答を分類した結果、以下のとおりでした。

- ・売上が向上した 21 (64%)
- ・新たな販路が開拓できた 19 (58%)

	活用品目	生産者等	状 況
1	松阪牛	松阪牛協議会	<ul style="list-style-type: none"> ・全国的に牛肉市況が高値で推移する中、松阪牛の価格上昇率は平均値をさらに上回って推移している。 ※東京での市況推移 (H28 年度、和牛 5 等級メス) 平均市況 対前年度 110.0% 松阪牛市況 対前年度 112.8%

2	熊野地鶏	熊野市ふるさと振興公社	<ul style="list-style-type: none"> ・サミットでの熊野地鶏の利用はもとより、サミットに向けた販促活動等により、熊野地鶏をはじめ、新姫の販売拡大、熊野市自体の認知度向上など、複合的な効果が出ている。 ・また、サミット後は熊野地鶏の需要量が供給量を上回る状況が続いたため、平成 29 年度には飼養羽数を 22,000 羽から 8,000 羽増の 30,000 羽へ拡大している。
3	松阪赤菜	紅工房など	<ul style="list-style-type: none"> ・安倍総理夫人主催昼食会に提供された漬物の原材料である松阪赤菜が、松阪市広報や東海農政局の広報誌の取材を受け掲載された。知名度が徐々に上がり新たな販売先が増えた。
4	大内山牛乳	大内山酪農農業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> ・外宮参道の飲食店（平成 28 年夏新設 2 店舗）での牛乳等の乳製品の販売が引き続き好調である。 ・また、平成 28 年度においては、高速道路 SA や道の駅等での販売（ソフトクリーム等）が好調である。
5	県産水産物全般	三重漁連など	<ul style="list-style-type: none"> ・アオサは、サミット開催前後で例年の約 2 倍の売上があり、平成 28 年度漁期の平均単価が平年比で約 250% アップした。 ・国際メディアセンターで提供された伊勢まだいは、メディアからの取材依頼が多数あり、量販店を中心に需要が増加している。

エ 首脳会議用円卓、椅子等に使用された県産木材

首脳会議用円卓、配偶者プログラム用テーブルなどで使用された尾鷲ヒノキなどの県産木材については、ヒノキ製品（「えびすや」、「ぬし熊」、「ウッドメイクキタムラ」、「工房 南」）に関する問合せ件数が例年の 1.5 倍程度となっているほか（30～40 件/月）、学校建築（床材、壁材）や家具等の民間需要において、各方面からの見積依頼が増えるなど、県産材の知名度向上につながっています。

また、家具メーカーと共同でのテーブル開発や、新国立競技場へのスギの納入の問い合わせなど、新たなビジネス機会の創出につながっています。

オ 商品開発などこれまで連携してきた事業者への影響

県産食材を使用した商品の開発・販売で連携してきた株式会社ローソンでは、これまでの地域限定販売に加え、全国販売のサミットフェアの実施により、伊勢茶スイーツの販売が従来企画のスイーツと比較して大幅増になりました。

また、国際メディアセンターダイニングでパンを提供した株式会社コイサンズでは、伊勢志摩サミット後も継続販売している「みえパン」シリーズが好調で、平成 29 年度には、新たに県と包括協定を締結し、多分野にわたって連携事業を進めています。

平成 27 年度に「食」と「観光」に関する協定を締結した日本航空株式会社（JAL）との取組では、県内ホテル料理長監修による国際線ビジネスクラスの機内食の開発や県産品の機内販売など、新たな取組に発展しています。

カ ホテル等での三重県フェアの開催

伊勢志摩サミットで高まった三重県産食材の知名度や評価を生かし、高級ホテルのレストランのシェフを県内の生産地へ招へいし、食材提案を行うことで、県産食材を活用した三重県フェアを開催しています。

- ・東京ベイ舞浜ホテル（平成 28 年 11 月 1 日（火）～11 月 30 日（水））
- ・ホテル日航関西空港（平成 29 年 7 月 1 日（土）～7 月 31 日（月））
- ・ザ・リッツ・カールトン大阪（平成 29 年 8 月 1 日（火）～9 月 30 日（土））
- ・ANAクラウンプラザホテルグランコート名古屋
（平成 29 年 9 月 1 日（金）～11 月 30 日（木））

③ 自発的な取組の活発化

伊勢志摩サミットを契機として、各地域でインバウンド対策や販路拡大に関する自発的な取組が活発化し、商工団体等による連携のもと、イベント、商談会、観光案内マップ作成などの取組が行われるとともに、企業の経営向上への意欲が高まり、特に宿泊業、飲食サービス業では三重県版経営向上計画の認定件数が増加し（平成 28 年度）、自社の経営課題解決に向けた取組が行われました。

【商工団体等の取組事例】

- ・祝！お木曳&伊勢志摩サミット 三重を餅でつなぐ 餅街道 in くわな商工まつり
- ・伊勢志摩地域アンテナショッププロジェクト
- ・美味しい伊勢志摩 商談会 in 四日市！
- ・多言語化した観光案内マップ等の作成

【企業の取組事例】

- ・宿泊施設の Wi-Fi 整備や自社サイトの多言語化
- ・食料品製造業における地域資源を活用した新商品開発

④ 外資系企業による投資

外資系企業による三重県への二次投資や再投資により、新たな事業の拡大や雇用の創出につながっています。平成 28 年度には以下の 4 社が三重県内に新たな投資を行いました。

【平成 28 年度投資実績】

企業名	立地決定時期	投資内容	業務内容
シュレンマー・ジャパン株式会社(ドイツ)	平成 28 年 5 月	営業拠点(四日市市)と物流センター(川越町)	自動車、建機用部材の輸入と検査・販売
ボルグワーナー・モールシステムズ・ジャパン株式会社(アメリカ)	平成 28 年 11 月	名張市・伊賀市に新製品開発・製造に係る新規投資	自動車用チェーン等の開発、製造
ダンデライオン・チョコレート・ジャパン株式会社(アメリカ)	平成 28 年 12 月	伊勢市(外宮前)に国内 2 号店オープン	菓子販売
ゲスタンプ・ホットスタンピング・ジャパン株式会社(スペイン)	平成 29 年 1 月	国内初進出となる工場を松阪市に決定	自動車用プレス部品の製造

※ 4 件中の 3 件がサミット参加国

(2) 成果を発展させる

① DONETを活用した津波予測・伝達システムの南部展開

伊勢志摩サミットの開催を契機に、地震・津波対策として平成28年5月、「DONETを活用した津波予測・伝達システム」の運用を伊勢志摩地域において開始しました。

引き続き、東紀州など県南部地域7市町への展開にあたって、国立研究開発法人防災科学技術研究所に県職員を平成29年度から派遣し、対象市町の津波被害シミュレーションを作成するとともに、気象業務法に基づく津波予報業務の認可を取得し、遅くとも平成31年4月には対象市町への津波予想情報の提供を開始します。

② テロ対策三重パートナーシップ

伊勢志摩サミットの開催を契機として、「テロ対策三重パートナーシップ」を設立し、警察だけではなく、関係機関・団体、民間事業者、地域住民等と緊密に連携して行う官民一体の日本型テロ対策を恒常的に推進していくための枠組を構築することができました。

サミット終了後においても、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会や、本県における平成30年の全国高等学校総合体育大会、平成33年の国民体育大会（三重とこわか国体）、全国障害者スポーツ大会（三重とこわか大会）などの大規模な行事を控えており、パートナーシップ活動を通じた官民一体の日本型テロ対策を充実させていくことが重要です。

③ 外国語案内ボランティアの状況

伊勢志摩サミットにおける外国語案内ボランティアの募集にあたっては、当初200名程度募集の予定に対し、県内外から1,000名を超える応募があったため、300名の方を採用し、277名の方に実際に活動いただきました。

サミット閉幕後の6月11日に外国語案内ボランティアの解散式を行いました。同解散式以降も活躍いただくための参考として、公益財団法人三重県国際交流財団（以下「国際交流財団」という。）が運営する「通訳・翻訳パートナー」や東紀州地域振興公社が運営する「熊野古道語り部友の会」などの既存のボランティア制度を紹介しました。

また、国際交流財団では外国語案内ボランティアで活動いただいた方々の了解を得てメールアドレスを管理し、県等が行うボランティア募集やサミット関連事業などの情報についてメールで情報発信しています。

「通訳・翻訳パートナー」では、平成28年度は35名の方に登録いただき、県・市等の依頼により、29人の方に通訳・翻訳活動を行っていただきました。

【通訳・翻訳パートナー登録状況】

(人)

年度	応募者数	活動者数	通訳・翻訳パートナー新規登録者数		小計	医療通訳育成 研修受講者数	合計
			応募者からの登録	活動者からの登録			
H28	1,003	277	17	18	35	3	38
H29			0	1	1	2	3
合計	1,003	277	17	19	36	5	41

【通訳・翻訳パートナー登録者の活動事例】

(平成 28 年度)

- ・海外姉妹都市との交流事業の際の通訳（2 人）
- ・外国人生徒の三者懇談等での通訳（5 人）
- ・観光マップ等の翻訳（4 人）
- ・外国語 SNS 掲載原稿の翻訳（3 人）
- ・その他通訳・翻訳（15 人）

合計 29 人（延べ人数 平成 29 年 3 月 31 日現在）

(平成 29 年度)

- ・外国人生徒の三者懇談等での通訳（3 人）
- ・観光・海外誘客関係の通訳・翻訳（2 人）
- ・その他通訳・翻訳（3 人）

合計 8 人（延べ人数 平成 29 年 8 月 31 日現在）

④ 熊野古道英語語り部の養成

伊勢志摩サミットの開催を契機として、訪日外国人旅行者の受入環境の整備を図るため、熊野古道英語語り部の養成が行われました。

平成 27 年度（馬越峠、松本峠） 延べ 26 名 実人員 16 名

平成 28 年度（通り峠、八鬼山峠）延べ 19 名 実人員 13 名

⑤ サミットに関連したイベントの開催

伊勢志摩サミットが開催されたことに関連し、「サミットと言えば三重県」というイメージを確立するような多くのフォーラムやセミナー等が開催されています。（別紙 1 及び別紙 2 参照）

⑥ 各市町におけるサミットを契機とした取組等

伊勢志摩サミットの開催を契機として、各市町においては以下のような取組が行われています。（別紙 3 参照）

【主な取組】

- ・国際交流・理解事業
- ・観光誘客等に向けた情報発信等
- ・販路拡大事業
- ・国際会議誘致
- ・サミット記念展示、イベント等
- ・サミット給食

また、サミット開催にあたっては、三重県を訪れる方々に歓迎の意を表すとともに、サミットに向けた気運醸成や参加意識の向上をはかるため、「クリーンアップ作戦（清掃活動）」と「花いっぱい作戦（飾花活動）」の 2 つの取組で構成する「おもてなし大作戦」が各市町において展開されました。

サミット終了後においても、引き続き多くの市町において清掃活動及び飾花活動の取組が実施されています。中には、サミット開催をきっかけとして、その取組が拡大した事例（別紙 4 参照）もあります。

(3) 次世代に継承する

① グローバル教育の推進

伊勢志摩サミットやジュニア・サミット、国際地学オリンピックが三重県で開催されたことをきっかけに、県内高校生の世界で活躍しようとする気運や自然科学への関心が高まりました。

平成28年度には、国際的視野を広げる機会として、「三重県立高校生短期海外研修旅行」を新たに実施し、小規模の高校や職業学科を含めた7校から10人の参加がありました。

平成29年度からは、国際的な感覚と広い視野を持ち、何事にも挑戦し、産業界で活躍できる人材の育成に向け、職業学科の生徒を対象に、県内企業の海外事業所等で実習を行う海外インターンシップを新たに実施しています。

また、英語で積極的に発信する力を育むため実施した英語キャンプへの高校生の参加者は、平成28年度39人、平成29年度は46人と増加しています。平成28年度から、より技術を高めるため、高校生対象と小中学生対象に分け、英語の習得レベル別に実施することとしました。

なお、海外留学や海外研修等に参加した高校生は、平成27年度は350人、平成28年度は457人と増加しています。

さらに、国際地学オリンピックで科学の面白さや楽しさを経験することができ、地学をはじめとする科学オリンピックへの挑戦の気運が高まりました。本県から国際科学オリンピック国内大会へ参加する生徒は、平成27年度188人、平成28年276人と増加しています。

② ジュニア・サミットの影響

ジュニア・サミットの参加者との県内4地域での体験交流行事により、生徒の英語学習へのモチベーションが高まるとともに、郷土三重への理解が深まりました。

県ではグローバル教育の一環として「みえ未来人育成塾」及び「郷土三重を英語で発信！～ワン・ペーパー・コンテスト」を従前から実施していますが、ジュニア・サミットを通じて、「ディスカッション能力」や「自らの郷土を説明できること」の重要性が改めて認識されたことから、本年度からはこれらの事業においてもディスカッションのスキルアップや郷土について意識したプログラム構成としています。

ワン・ペーパー・コンテストについては、英語での発信力をさらに高めるため、平成28年度から発表後の質疑応答も英語で行いました。コンテストの応募作品数も、平成27年度は852件、平成28年度は1,066件と増加しています。

このほか、本年度から『英語で体感！交流！発信！』みえイングリッシュデーを開催し、小中学生が英語でふるさとを紹介したり、三重の魅力を紹介する中高生の英語のスピーチを聴くなど、英語の表現を学びました。また、三重の文化等をテーマに外国人指導助手や国際交流員と英語で交流しました。

③ 国際理解・国際交流プログラム

伊勢志摩サミット開催を契機に、参加国について学ぶ機会を設け、県民の皆さんのサミット開催に向けた気運やおもてなしの心を醸成するとともに、学校や市町、民間企業・団体等多様な主体が、国際理解・国際交流を深めること、特に次世代を担う子どもたちにとって国際的な視野や感覚を身に付けるきっかけとなることを目的に、国際理解・国際交流プログラムを平成27年度から実施しています。

平成27年度は、幼稚園・保育所、学校、市町、企業、団体等多様な主体が行う授

業や講座等に、サミット参加国出身の在住外国人や留学生などのサミット参加国に詳しい方々を講師として派遣し、91回実施し3,030人が参加しました。

平成28年度からは、学校（小学校・中学校・高等学校、特別支援学校）を対象に実施しており、平成28年度は30回実施し約900人が参加、平成29年度は8月末現在で11回実施し、約300人が参加しています（44回実施予定）。

④ サミット給食の実施

伊勢志摩サミットの開催にあわせ、子どもたちが外国の食文化や世界について関心を持つとともに、あらためて我が国や本県の食文化を理解する機会とするために、県内全市町の多くの公立学校でサミット給食を実施しましたが、サミット終了後においても引き続き10市町の公立学校でサミット給食が実施されています。（別紙3参照）

⑤ 日米学生会議の三重県での開催

1934年に創設された日本初の国際的な学生交流プログラムである日米学生会議が、平成29年8月17日から21日まで、三重県で初めて開催されました。伊勢志摩サミットにより三重の知名度が飛躍的に向上したことがきっかけとなり、主催者の目に留まったものと考えています。

4日間で延べ約240名の県内学生・生徒に、日米学生会議の参加学生（67名）と交流してもらうことができ、よい学びの機会となりました。

⑥ 「トビタテサミット in みえ」の開催

伊勢志摩サミットの開催に触発されたトビタテ留学 JAPAN 三重県地域人材コース1期生及び2期生の「同コースの留学経験者等が交流を深め、それぞれの地域が持つ課題を共有し共に討議する場を設けたい」との声を受けて、「トビタテサミット in みえ」が平成29年2月18日及び19日に開催され、約30名の学生が参加しました。

伊勢志摩サミットを受けて開催したこの取組に興味を持ち参加した3名の学生が、平成29年度トビタテ留学 JAPAN 三重県地域人材コースに応募し、派遣留学生として採択されました。

また、三重県発のこの取組がきっかけとなり、平成29年度は徳島県で同様にトビタテサミットが開催されました。

⑦ サミットを契機とした国際交流

伊勢志摩サミットの開催を機に、社会福祉法人洗心福祉会が運営する、志摩市の「しまの杜保育園」の子どもたちが各国の大使館に手紙を送ったところ、ドイツ大使館から返事の手紙とともにプレゼントが届きました。その後も園児達による大使の似顔絵や、同法人が運営する障がい者支援施設による陶芸作品を制作して送るなど文通等交流を続けてきたところ、サミット開催1年後の平成29年5月、ドイツ総領事が同保育園を訪問しました。

（4）戦略的・効果的な情報発信

① 首都圏での情報発信件数

伊勢志摩サミットで向上した本県の知名度・認知度を今後も低下させることなく「選ばれる三重」となるよう、首都圏のメディアを対象とした広報活動を展開しています。

この結果、サミット終了後の平成28年度は、平成27年度に比べ、取材誘致※1に

係るテレビ放映・雑誌掲載件数が大幅に増加（皆増）しました。

さらに、平成 27 年度には 0 件であったニュースリリース※2 配信によるテレビ放映件数についても、2 件に増加（皆増）するなど順調に推移しました。

（平成 27 年度）

- ・取材誘致によるテレビ放映・雑誌掲載件数 0 件
- ・ニュースリリースにより取り上げられたテレビ放映件数 0 件

（平成 28 年度）

- ・取材誘致によるテレビ放映・雑誌掲載件数 7 件（テレビ 2 件、雑誌 5 件）
- ・ニュースリリースにより取り上げられたテレビ放映件数 2 件

※1 テレビ番組や雑誌、インターネット、新聞などで三重県の情報が確実に取り上げられるよう、首都圏における全国メディアを対象に、企画提案や PR を行い、三重県内各地への取材を誘致すること。

※2 県が実施する事業について、首都圏メディアに対するニュースリリースを配信するとともに、記事がより多くのメディアに取り上げられるよう PR 活動を行うこと。

② 三重テラスにおける情報発信

三重テラスでは、伊勢志摩サミット開催決定以降、伊勢志摩サミットに関連した各種キャンペーン、イベント等を実施し、三重県の PR を積極的に行いました。

また、サミット開催決定以降、主に首都圏のメディアから、サミット開催地である三重の首都圏拠点として三重テラスが取材を受け、テレビで視聴された方が三重テラスの取組を知り、来館者増、売上増につながる好循環が見られます。

【伊勢志摩サミットに関する三重テラスへのメディア取材（テレビのみ）】

（開催決定時）

NHK「首都圏ネットワーク」、テレビ朝日「グッドモーニング」ほか 4 件

（開催前）

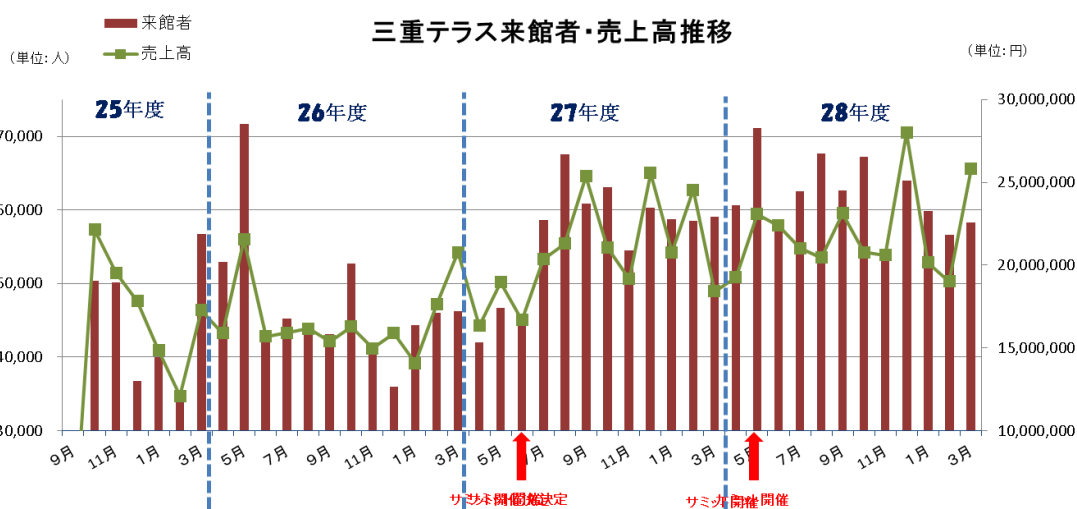
TBS「Nスタ ニュースアイ」、日本テレビ「news every.」ほか 9 件

（開催直前～開催日以降）

日本テレビ「ZIP」、テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」ほか 10 件

【三重テラスの来館者・売上の推移】

	H26 年度	H27 年度	H28 年度
来館者（単位：人）	566,521	674,256	743,074
対前年比	—	+107,735 (119.0%)	+68,818 (110.2%)
売上高（単位：円）	200,208,216	248,545,669	263,683,727
対前年比	—	+48,337,453 (124.1%)	+15,138,058 (106.1%)



③ 海外での三重プロモーションの実施

平成 27 年 6 月に伊勢志摩サミットの三重県開催が決定してから平成 29 年 8 月末までに海外をターゲットにした情報発信（三重プロモーション）を 11 回実施しましたが、サミット開催をテーマとしたことにより、本県及び本県産品の認知度向上につながったものと考えられます。

また、サミット開催による知名度向上の機会を活用しようとする事業者の活動も活性化し、香港での三重県フェアのため現地へ渡航した事業者については、平成 27 年度は 9 者（内伊勢志摩管内の事業者は 1 者）であったものが平成 28 年度は 10 者（内伊勢志摩管内の事業者は 3 者）に増加しました。平成 29 年度（11 月開催予定）については、現在 32 者の応募（内伊勢志摩管内の事業者が 11 者と約 3 割を占めている）があり、積極的に海外への販路拡大を図ろうとする気運が増大しています。

3 まとめ

伊勢志摩サミットを三重県で開催した効果を数値化して示すことを目的に、伊勢志摩サミットに係る経済効果等を発表しました。今回、ポストサミットの経済効果について、実績値に基づき改めて試算を行った結果、県外観光客数の増加による経済効果については最終試算結果からは減少したものの、依然、大きな数値となっています。

最終試算結果の発表時においては、その数値の大きさから、県民の皆さんの実感と乖離している部分もあったものと思われませんが、1 年が経過し、上記 2 で整理したように、「(1) 人と事業を呼びこむ」及び「(4) 戦略的・効果的な情報発信」における効果が、特に日本酒の知名度の向上、県産品の売上量の増、販路拡大、メディアへの露出の増、インバウンドの増、三重テラスでの情報発信というように、定量的、定性的にも認識しやすい形で現れてきています。今後も引き続き、県民の皆さんの実感につながるよう、サミット開催の効果を広く三重県全体に波及させていく必要があります。

一方で、「(2) 成果を発展させる」及び「(3) 次世代に継承する」については、例えば次世代育成など、効果がわかりやすく現れるには時間がかかる部分もあり、継続して取り組むことで、今後の効果につなげていく必要があると考えています。

5 月 26 日にオープンした伊勢志摩サミット記念館「サミエール」には、連日、多くの皆さんにお越しいただいており、来館者数は 9 月 25 日現在で約 9 万 6 千人となっています。県としては、伊勢志摩サミットの記憶を風化させることのないよう、引き続きポストサミット事業にしっかりと取り組み、伊勢志摩サミットのレガシー（資産）を三重の未来に生かしてまいります。