

平成 27 年度 第 3 回三重県経営戦略会議概要

日 時：平成 27 年 12 月 14 日（月）13:30～15:00

場 所：ホテルグリーンパーク津 伊勢

出席者：西村委員、速水委員（座長）、松本委員、宮崎委員、
鈴木知事

はじめに

鈴木知事：

- ・松本委員は、今回が初めての参加になるが、今後とも何卒よろしくお願いたしたい。是非有意義なご意見をたくさん賜れば、と思っている。
- ・これまでの経営戦略会議では、来年度からスタートする三重県民力ビジョン第二次行動計画や 10 月に作成した地方創生の総合戦略について、様々なご提案をいただいた。
- ・今回は「ポストサミット」の議題を中心に議論させていただく。いよいよ開催まで残り 164 日と迫った伊勢志摩サミットをどう活かしていくのか、大変重要な視点である。今日は、想像が膨らむように柔らかい資料になっているので、経営戦略会議独特の幅広いご意見を賜って、ポストサミットに活かしていければと思っている。
- ・サミット開催決定後の三重県内の外国人宿泊客数は、対前年伸び率がそれぞれ、7・8 月が 1 位、9 月が 2 位という状況。また、アメリカの大手旅行雑誌「トラベル アンド レジャー」において、2016 年に行くべき観光地ベスト 50 として、日本で唯一、三重県が選ばれた。サミットを契機とした情報発信を色々と進める中、ポストサミットにどう取り組んでいくのか。今日は忌憚りの無い意見をいただきたい。

速水委員（座長）：

- ・この会議は知事の諮問会議であり、今回が今年度の 3 回目となる。それぞれの委員が長い経験や知識を持った方であるが、細かい話よりも広い考えでのご意見をいただきたい。そのなかから三重県にとって有効なものをピックアップするのだという気持ちでお話いただければと思う。

議題 サミットの成果を次世代へ～次のご遷宮を見据えて～

事務局（欠席者コメント）：

<沼尾委員>

- ・サミットを一過性のものとしなないためには、それ以前からの様々な取組の積み重ねが必要だ。サミット後にその成果をしっかり形にして、次につなげる

ための仕掛けや仕組み、三重県の魅力をしっかりと伝えるために必要な「(ソフト) インフラ」が必要である。

- 三重の素晴らしい風土や文化、自然や食があるが、①その素晴らしさを、言葉や形にすること（どこにどんなものがあるのかをしっかりと把握すること）、②それを外部の人達にしっかりと伝える言葉を持つこと、③それを伝えるチャンネルが、誰にでも分かる形で用意されていること（どこにアクセスすれば知りたいことを知ることができるかが分かること）、が重要である。

宮崎委員：

- 以前、赤福の社長（当時）から聞いた話では、赤福には「先味」、「中味」、「後味」という3つの味があるという。先味は食べる前の美味しさへの期待のこと、中味は実際に食べた時に感じるもの、後味は食べた後にもう1回食べたいと思うことだそう。この3つは今度の伊勢志摩サミットにもピッタリと当てはまる。今は先味の時期であり、サミットをやる伊勢志摩というのはこんな場所だということで、知事が先頭に立ってマスコミなどでたくさん発信してもらっている。
- 先日、賢島の宝生苑に泊まる機会があったが、あまりにもたくさんの観光客がいてびっくりした。その多くはかなり富裕層らしい。宴会場で聞いた話では、宴会では一番高いお酒から売れていくそう。このような賢島の状況を見るにつけ、「先味」についてはすごく盛り上がっているというのが今の印象だ。
- インバウンドというとアジアからたくさん人が来られて、爆買いをして、さっと帰っていくというイメージが何となくある。それはそれでよいが、一方で、三重県はハイエンドのインバウンドに特化すべきではないかとも思っている。例えば、式年遷宮をはじめお正月には大変なVIPが伊勢神宮に参拝されるが、残念ながら伊勢に宿泊されとう話はあまり聞かない。ほとんどが名古屋の高級ホテルに泊まれるのではないか。サミットには間に合わないが、次のご遷宮までまだ18年あるので、是非ともハイエンドの方向けのホテルの誘致をして欲しい。
- 先日、新聞で読んだが、今北海道のニセコにはオーストラリア、台湾、中国の富裕層が大挙してスキーに来られているそう。ニセコには2019年にパークハイアット、2020年にリッツカールトンがオープンする予定だが、東京、大阪、名古屋など三大都市圏以外の地方にそうしたハイエンドのホテルがあるというのは今までなかったのではないか。
- 例えば、マリオット、マンダリン、ペニンシュラ、シャングリラなどの高級ホテルが伊勢にあれば、ハイエンドの観光客を誘致するには大変効果的だ。また、ハイエンド向けのホテルは部屋も広く、たくさんのサービス係が必要なことから、相当な雇用が生まれると思う。当然、ハイエンド客が来られると食の環境も充実する。そして、伊勢志摩の食材を使った新しい料理の展開

も生まれる。いつまでも、伊勢は手こね寿司や伊勢うどんだけのイメージではいけない。

- 賢島のホテルに相当有名なシェフがいて、そのお弟子さん達が伊勢で色々な西洋料理のお店をオープンされており、そのあたりも是非アピールをして欲しい。
- サミット当日の「中味」の話であるが、今幸運にも志摩観光ホテルのシェフに 30 代の女性がいる。このシェフがサミット当日に料理を担当されるかは、まだ決まっていないが、是非、彼女に料理長の重責を担って欲しい。30 代の女性シェフがサミットの料理を仕切るとなれば、メディアを相当賑わすことになるだろう。これがレガシーであり、その後もそのシェフの料理を食べるためにたくさんの人に来ることになるではないか。
- 分かりやすい例が、ストックホルムの市庁舎がディナー会場となるノーベル賞の受賞パーティーだ。当社は毎年モンドセレクションに出品しているが、授賞式の会場は毎年変わる。一昨年はノーベル賞授賞式の会場でノーベル賞受賞パーティーと同じディナーをいただいた。これには私もすごく感動した。同じ経験をした人は、間違いなく一生語り継いでいこう。今後、伊勢志摩に来た人が、サミットと同じホテルで、同じディナーを、そして同じシェフが作ったものを食べることができるとなれば、相当高い値段でも予約が殺到するだろう。これは間違いなくサミットの「後味」として売りになる。
- サミットを契機として、三重県でも国際会議の呼び込みをすることになるが、現状の会議場では全く足りない。今プレスセンターを造られているが、会議場を整備しておかないとコンベンションシティにはなれない。
- 先日、外国人と一緒に京都に行った時に聞いた話であるが、MK タクシーには 4ヶ国語を話すことができるタクシーの運転手がいるそうだ。英語を話すことができる人が 150 人くらいおり、中国語、フランス語を話すことができる人もいるようだ。このような運転手を頼んでタクシーを貸し切りにすると一般のタクシーに比べて割増価格になる。しかし、外国人を平安神宮や伏見稻荷に案内して英語で説明するのは至難の業だが、ドライバーがガイドを兼務してくれると大変助かる。伊勢でも、英語を話すことができるタクシー運転手が充実しているということになれば、インバウンド誘致にとって相当にインパクトのあるものになるだろう。サミットに関連して三重県で民間の通訳を募集したら 1,000 名くらいの応募があったというが、例えば、タクシーの運転手向けに英語教育をすると補助金が出るくらいの仕組みを作ってもよいのではないかな。そうすれば、他の観光地とは大いに差別化ができるだろう。
- サミットで首脳が船を使われることはないと思うが、空港と観光地を結ぶルートとして船便があるというのは、三重県が持っている特徴であり、もっとアピールしてもよいことなのではないか。
- 資料の中にある「M I C E」というのは、Meeting、Incentive tour、Convention、Event の頭文字をとった言葉らしいが、M I C E の対象として伊勢が選ばれる

かどうかというのをもっと突っ込んで議論した方がよい。

- ・私も含めて三重県民の県民性は大変奥ゆかしい。サミットで5年間に1,100億円くらいの経済効果があると聞いても「わあーすごいなあ」とまるで他人事だ。1,100億円のうち自分の会社でどれだけを取ってやろうという意識を全く持っていない。これについては、もっと実感が持てるように、企業家の意識、啓蒙がいるような気がする。

西村委員：

- ・宮崎委員は経営者の立場からお話をされたが、私は違う面から話をしたい。私はポストサミットに関しては危惧をしていて、きついことを言うかもしれない。今回のサミットは、恐らく伊勢志摩の世界デビューになる。初めて伊勢志摩を知る海外の人達が関心を持った時にどう思うか。これはかなり重要だと思う。サミットのポスターなどで使われる伊勢志摩の写真をよく見ると、自然破壊がかなり見られる。今の私達の立場から見た自然と、例えばヨーロッパの方から見た自然や共生とは、ちょっと違う可能性がある。高度成長時代に若干行った乱開発、結果的に自然破壊になったことの残像が残っている。この姿を見せるのかどうか。考えた上で出す必要がある。
- ・やはり、伊勢志摩の本当の美しさというのは、お伊勢さんをつないできた伝統や培ってきた高い品質だと思う。そして、宝石のような島々や綺麗な伊勢志摩国立公園など。後々に映像とか物語として残るので、何を伊勢志摩とつなげるか、かなり慎重に考えないといけない。ポストサミットではリピーターが最も重要になるが、ある場所に行って「なあんだ」と感じてしまうのか、「すごい」と思うのかで大きく違う。世界デビューする時に、海外の方にとって伊勢志摩がどんなイメージ、印象として残るのか、想像しておく必要がある。だから取捨選択をして、何を前面に出すかという点をもう少し慎重に考えるのが重要だと思う。
- ・もう一点、私のところに鳥羽や伊勢の商工会議所の方々が来られて、サミットを盛り上げるためのこういう祭りをやると言われることがあるが、結局一発屋のイベントみたいなものになるので、それは違うという話をしている。伊勢神宮を抱えている伊勢志摩の観光というのは、世界的にもトップクラスにあって、私達は自信と誇りを持たなければいけない。精神面で、「伊勢志摩サミットを開いた場所にいる私達」という覚悟を持つ必要がある。どこかから作ってもらった観光土産を販売して、旅館もなんとなく軽いサービスで、これまでと同じ薄利多売のやり方のままで、「伊勢志摩サミットが終わったら自然と観光客が増えるだろう」という意識ではいけない。
- ・自分達の持っているものをもう1回見つめ直して、何が海外から一番受けて、リピートしてもらえるのか考えるべきだ。住民の皆さんが、サミットを誇りに思っ取組をして、それぞれ発信していく。今回のサミットをきっかけに、三重県人に自信を持たせて、これから世界デビューすると誇りを持つよう訴

えかけてもよいと思う。そういう精神面のことがあまり見られていないので、私は大学の立場として言わせていただく。

- MICEについて、例えば、グローバル企業のアニュアルミーティング（年次総会）や世界の名だたる学会を呼んでもよいのではないか。サミット後に、世界中の企業のトップが来られるような、一つの会社のミーティングが行われるだけでもすごいことになる。こういうものを誘致しようと思うと、綺麗さがなければいけない。また、海外の学会というのは、良い季節に良い場所しか選ばない。伊勢志摩に国際学会を誘致するのであれば、新しいものを作る必要はあまりなく、今あるものを掘り下げて高めていくという準備が必要だ。先日、ナガシマスパーランドの社長とお話した時に「結局誰でも、疲れた時には温泉に入っていいものを食べたい」と言われていた。本質的に強いもの、良いものをしっかりと高めて、研ぎ澄ましたものを提供する。これに徹すればよい。元々あるものを磨くということを今回のテーマでやっていただくとうよいと思う。

松本委員：

- 伊勢について見ると、大きな流れがあると思う。私が子どもの頃からしばらくの間、伊勢神宮というところは、どんどん存在感が小さくなっていくプロセスにあった。その過程で、伊勢の町の良いところが変わっていき、それが伊勢の価値を落とすことにつながるように感じられた。しかし先ほど赤福の話が出たが、昔の街並みを復元したテーマパークが1つのトリガーになっている。
- 伊勢の得なところは、20年に1回波を打つということだ。遷宮のたびに上がっては下がるのだが、トレンドを見ていると、このところ上向いている。JR東海では、京都、奈良に続いて3番目に伊勢のキャンペーンを行ったのだが、手応えが結構あった。
- 上昇のトレンドにある一方で、東京や関東地区の若い人達が伊勢や伊勢神宮のことをどれくらい知っているかという、驚くべきことに名前を知らない人や、名前を知っていても、どういうものなのかを知らない人達がいる。私達が当然知っているものだと思っても、そういう前提にないということだ。そういうことから言うと、今度の伊勢志摩サミットというのは大きな意味があり、国内だけでなく国外にも発信できるというチャンスをもたらしたといえる。
- その点でまず、「伊勢志摩」という言葉を頭にインプットしてもらうことが必要だと思う。1つの方法としてJR東海が「そうだ 京都、行こう。」キャンペーンなどで取り組んだのは、キャッチフレーズとその音感やリズムをセットにするということだ。外国の方が「伊勢志摩」をどういうふうに発音するか、その発音のリズムが大事であり、むしろリズムを作り出すということもあるかもしれない。「伊勢志摩」という言葉がインプットされ、そこにどういうイメージがオンされるかということが大事で、それがレガシーになっていくということがあると思う。ここは是非提案したいのだが、「伊勢志摩」という言葉の

リズムを心地良い形にして発信するのはどうか。今回のサミットでそのリズムがインプットされれば、インバウンドだけでなく日本の若い人達の頭にも言葉が入り、相当な成功の部類になる。そのうえでイメージの発信が大事で、その際イメージをたくさん入れるのではなく、真に素晴らしいものを選んで打ち出すことが重要だと思う。

- ・ 今後、宿泊場所や会議場所が必要になると思うが、ハコモノというのは作った後は重荷になるところがあり、どちらが先でどちらが後かということは議論が堂々巡りになってしまう。そういう時は1つに絞って、資源や宣伝が集中するような方法をとったほうがよいのではないか。我々の会社でも関連事業をたくさんやったが、ほとんど失敗する。生き残った事業は、自分達が元から良い素質を持っていたところだ。政策においても、新しいことをやるより、三重県、伊勢地域の一番良いところ、強いところをどのように加工し、磨き上げて提供するかが重要ではないか。

鈴木知事：

- ・ 今日レベルの高い議論をいただいた。まず、MICEは色々な会議や宿泊所とも関係させて、しっかり突っ込んだ議論をとということであった。ハコモノを作るのではなく、自分達がどういうリソースを持っていて、どういう会議ができるのかという実態把握と調査と戦略策定を行い、どういうものが足りないかを考えていく。来年4月から、県庁内にもMICEを担当する体制を整えるべく現在準備をしている。西村委員から意見をいただいた、企業の年次総会とか民間学会もしっかり念頭に置いていく。松本委員から意見をいただいた、絞っていくという点について、例えば、ダボスの人口は紀宝町とか朝日町くらい、面積は紀北町とか南伊勢町と同じくらいだ。そこにあれだけ世界の人達が集まってくる。マレーシアのクチンとか、ニュージーランドのオークランドも独自色を出している。三重県も、三重県の伝統とか文化とか環境を含め、今あるものとか強いところを生かすことをMICEの戦略に入れて、しっかり組み立てていきたい。
- ・ サミットの精神については、ニューヨークへ行った時に説明した、サミットでの5つの進化のビジョンがある。そのまさに一等一番の所が、今、西村委員が仰っていただいたような、市民の誇りやイノベーションであり、自分達の手で地域を良くしていくことが一番大事であり、そういう部分をしっかり強調していきたい。
- ・ 伊勢志摩のイメージ作りや、目線を間違えないということも重要である。言葉のリズムについては、今まであまり考えたことがなく、すごいなと思った。欧米から見た環境の捉え方についても、重要な示唆をいただいた。これから、伊勢志摩が更に情報発信されていくので、十分留意してやっていきたい。
- ・ ハイエンドホテルは、先ほどの「トラベルアンドレジジャー」にアマンリゾートのことも書いてあり、非常に注目度が高い。海外の人から見ても安心でき

るブランドのホテルがあることの重要性を感じている。どこまでできるか分からないが、誘致などをしっかりとやって行きたい。

速水委員（座長）：

- このサミットも含めて、三重県の大きなイメージについての考えがある。例えば伊勢神宮というのは、常に「持続性」である。20年に1回新しいものを作るということは、技術の持続であり、伊勢神宮の神官達が新しい神社を作る過程を含めた「持続性」を持ったやり方である。それを支えるものについても、例えば木を出す山も「持続性」である。また、熊野の信仰というのは、一度権力の座から下りた人間もやってきて力の再生を望むというように「再生」の信仰でもある。もう1つ、古い産業で言うと真珠や魚の養殖、林業もそうだが、これらは全部自然の循環を上手く利用している。天然の真珠を取っていたものを人工的に循環させながら作ったり、外洋からとってきた魚を地域で養殖をして循環させたりしている。もう少し近代を見ると、四日市は激しい公害でどうなるかと言われるぐらい市街地を含めて痛めつけられた地域であるが、今は公害を防止するためのシステムを世界に提案できるところまで戻ってきた。全国的にみて三重県は、「再生」、「持続性」、「循環」という3つのキーワードを正々堂々と表に言える地域だと思っている。
- サミットは近年様々な課題について議論しているが、サステナブル・ディベロップメントや持続的教育といった話が必ず出る。今回三重県で行われるということで、我々は「持続性」というものを前に出して、観光地を含め様々な事柄を全て1つのキーワードで意思統一していく。その使い方は、ビジネスや人の立ち位置によって全く違う形になるとしても、1つの背骨を持つことが重要なのではないか。私からすると、県の様々な報告書を見ている、なかなか背骨が見えてこない。世の中に広く通用する背骨、つまり我々が言葉を作るのではなく、世の中で当たり前のように重要視されている言葉の中で、三重県が絶対誇れるものを探し出して、それを背骨にする。その背骨とサミットとの関連をしっかりと見つけ出して、それを使いながらポストサミットを維持していくという捉え方をしておかないと視点が散っていく気がする。
- 少し細かい話をすると、世界の有力な旅行誌は7誌だと言われている。そういうところへ県のPRを徹底的に行っていく。海外の旅行者を呼ぶのは結構なことだが、彼らを突き動かすのはメディアの力であり、高級ホテルに置いてある旅行誌を見て、次にどこへ行こうかと考えている。そういう意味では海外については戦略を絞ったほうがよいと思う。編集長だけを待遇良く招待するというやり方でも効果は十分にある。
- 二見浦はすごく良い町で、伊勢神宮とあの町並みの組み合わせそのままだが綺麗で、新しいものは要らないと思う。ヨーロッパの古い町には、1つ1つの旅館が1つのブロックでまとまってホテルになるというシステムが結構ある。外から見るといくつかの家や町並みだが、実は1つのホテルが経営をしていて、

非常に素晴らしい高級なホテルがある。そういうものがひょっとしたらあの町では可能なのではないか。ハイエンドのホテルというのは大変素晴らしい話で、一泊 30~50 万円あるいは 100 万円を少し切るようなホテルがあることで有名になる。

- 学会の宿泊先として求められているのは、清潔でシンプルな部屋だ。シングルで窓際にきっちりとした机があり、インターネットが使える、風呂がなくてもシャワーが使えるような部屋が求められている。視点をいくつか変えて整備をすることが必要だと思う。

意見交換

松本委員：

- 今の三重県、伊勢の価値をどういうふうに表現するかが大事だ。例えば伊勢神宮が常若という考えで再生しているということは、知っている人や遷宮を経験した人は分かるのだが、あの社殿を見ても一般の方にはそうだと分からない。特に外国人の方は、相当古い歴史的なものを見て昔の人達はどのように思っていたのかと思いをさせ、価値を感じるのが普通だ。伊勢神宮は新しい建物だが、何世紀にもわたり再生しているということを翻訳して分かるように、あるいは、外国の方が共感できるような言葉、国によって異なるが、そのような言葉を翻訳の中に入れることが大事である。それは国内に対しても同じで、関東の方や関西の方にどういう思いを持ってもらうか、言葉や形にすることが重要だ。専門家に相談しながらでよいと思うが、もっと分かりやすい端的な形にしていくことが大事だと思う。
- 我々の経験から言うと、国内ではトリガーを引くのは旅行でも何でも女性の力が大きいように思う。そこにポイントを絞った受け入れやすい形が必要で、パワースポットもよいと思うし、やはり伊勢神宮の女性に受けるような要素が大事だと思う。
- 宿泊費が高くてもよいというのであれば、神宮に思いが通ずるような木造の建物を作って泊ませるという方法もある。どれぐらいかかるかということはあるが、これはトリガーになり得る、あるいは宣伝に使える投資であり、切り口としてあるのかなと思う。
- 次の遷宮に向かってということで考えると、遷宮は波を打つし、必ず人が来るということになっているが、遷宮をやるためには相当の寄付を集めないといけない。昔の人は当然寄付をするものだと思っているが、どんどん世代が変わっており、価値がないと寄付が集まらないのではないか。今は上り坂に来ているので大丈夫という気はするが、次の遷宮に向かっては参加型ということが重要だと思う。今もお木曳きやお白石持にはお金を払えば参加できるようになっているが、あれはもっと高くても、いや高ければ高いほど価値が出るのではな

いか。たくさんの方をこなすのはなかなか大変だが、絞って価値を高くして参加してもらうようにするというのも1つの方法だ。また、伊勢には各町内会それぞれに山車がある。山車を保管して、行事の際に出すというシステムは町全体をシアターにする材料になる。そこに参加型というものを組み合わせると山車を資産として活用できるのではないかと思う。

- ・前から話をしているのだが、伊勢神宮の中でやっていることが外に見えない。見せてもよいもの、見せてはいけないものに分けて、見せてもよいものはできる限り分かりやすい形で皆に見せていく。そうすると、珍しいものであるからインバウンドに対してもよいと思うし、それが回り回って伊勢神宮の参拝者増加につながる。これまでも相当努力はしているが、もっと違う観点から、古いものを守りながら今にあった形にしていくとよいと思う。

西村委員：

- ・サミットをきっかけに三重県が変わるということが資料に書いてあるが、これをもっと強調して欲しい。三重県は国体の時に結構変わったと思う。例えば、道路や競技場ができて、三重県人が少し自信を持って、新しい三重県が興った気がする。同じように、サミットが新しいスタート、ターニングポイントになることをもっと強調していただきたい。
- ・ちょうどサミット開催にタイミングが重なっているのが地方創生だ。私は桑名から熊野まで7市町の会議に参加していて、どの町でも徹底的に議論していくと、皆さん本当に誇りを持ち始める。「うちの町は2040年、2060年にこうなりたい」と言っていて、今後の軸や背骨ができていく。国は、地方創生が実現することによって、地方から若返ると言っているのだが、この「若返る」ということを三重県でも強調してよいと思う。伊勢志摩が世界デビューして、世界の伊勢志摩になるのを担うのは次の世代という「若返り」だ。高齢者も減ってきて高齢化対策が終わり、次の選択肢をどう打つかを考えることができる地域が見られている。世代交代というと前の世代の方に失礼かもしれないが、きちんと、次の世代に頑張れと言えるような取組も入れるとよい。さっき速水座長が仰った、「持続性」、「再生」、「循環」はすごく良い言葉で、その中に、「若返り」を入れていただくとよいと思う。そのために、これが三重県の進みたい姿だというモデルをどこかの町で実現して、それを三重県内で見せていくのはどうだろうか。例えば、さっきの二見なら、古い町並みだけれど、一区画は次の世代に任せて近代的なホテルに変えて、そこに世界の人達を呼んできて、自信と誇りを持って自分達が培ったものを見せる。日本は世界トップクラスの品質を持っているので、私達が世界をリードしているという自信を持ってよい。そうすると、伊勢志摩サミットが三重県のターニングポイントだったなと後で言えるかもしれないと思う。

宮崎委員：

- ・これから大事になるのはミドルクラス、滞在型の観光だと思っている。これから伊勢で3泊4泊して周遊してもらうために必要なのは食と泊を分離することだ。同じ場所に3泊すると同じ夕食が出てくることになり、日本人でもそんなところに泊まらない。食と宿泊の分離を三重県でも何処かで実験してみると、滞在客の取り込みにつながるのではないか。
- ・今三重県で売りとなる食材は伊勢えび、あわび、松阪牛だが、滞在客はそればかりを食べることはできない。金沢で滞在して毎日カニを食べることができるかという、それは無理だろう。しかし、金沢は良くできていて、カニの食べ放題と言ったら安い香箱ガニがある。滞在客が食べることができるようなセカンドクラスの食材の開発が必要だろう。
- ・私は前から食と泊の分離が必要だと言っているが、ミドルクラスの人が食べることができるような名物のお店が街に点在すると非常によいと思う。今近鉄の駅に貼ってあるポスターには、松阪牛と御城番屋敷の写真とともに、「歩くたび、食べるたび、ええやん」というフレーズが書いてある。あれを見た人は松阪に行くときに絶対に牛肉を食べようと思うだろう。松阪には1泊2食のところが少ないので、ビジネスホテルに泊まっても牛肉を食べようと思うのではないか。伊勢えびやあわびというのはあまりにも高いので無理だが、この場所に泊まったらこれを食べるというような名物として、何か次の食材を開発してもらいたい。これからは連泊をする人をどう取り込むかというのが観光戦略の1つのキーワードだと思う。

速水委員（座長）：

- ・私は世界遺産登録推進三県協議会の委員をやっているが、世界遺産というのは完全性と真正性というのが非常に重視されている。外国の方からすればパルテノン神殿のように世界遺産は古いことが当たり前であるのに、千年も続いている伊勢神宮がこんなに新しいのは何故かと思っているだろう。これまで、日本の木造建築は修復されたものであり、世界遺産にならないと否定されていた。しかし、日本人のある方が書かれた論文がユネスコの基準となり、法隆寺のように修復されたことが明確に分かるという条件はあるが、木造建築が世界遺産になった。そういう視点で伊勢神宮をみると、神宮司庁の意向もあり世界遺産にはならないと思うが、同じ産地で同じ工法で同じ材料で修復されるという点で説明がつく。世界遺産の真正性という言葉において、全て新しくなるが古い伝統を使って作られる建物というのは、世界的に見ても伊勢神宮ぐらいしかない。そういうPRの仕方は世界で唯一無二だと思う。それは先ほど申し上げた「持続性」、「循環」、「再生」というキーワードにつながっていく。
- ・私は東紀州なので、その立場から言えば、サミットの会議を行うのは伊勢志摩なのでそこで頑張るしかないのだが、三重県全体としてサミットをどう捉えていくのかという視点を広げていくことが大事だと思う。インバウンドとして訪れる人達に対し、地域に来ていただく、あるいは彼らが好むような場所をど

う作っていけばよいのかについて、学びや意識付けが大事だと思う。それをもう一度県民全体で、サミットをお迎えするということも含めて整備し直さないと、伊勢志摩で盛り上がっていても、他の地域が何となく外野から見ている、あるいは外野のグラウンドの外のビルから見ているぐらいになりかねないという気がしている。

鈴木知事：

- ・本日の議論は「サミットを契機に今の三重県の価値をどう表現するか」、「あるものとか強いもの、本質とか背骨をどうとらえてどう分かりやすく表現するか」、「サミットと絡めて三重県全体でどうとらえ直すか」ということについて、しっかり整理することの重要性を、多くの方が強調されていたと思う。
- ・今後、サミット開催 150 日前や 100 日前など、節目で色々な広報を行うが、改めて今の三重県の価値をどうとらえ直していくか、またそういうものを通じて、自分達が誇りを持つことやそれぞれの取組にどう生かしていくかについて、しっかりと考えていきたい。

以上