

最終の提言に盛り込むべき内容について 正副委員長案

1. 観光誘客に関して

国内外からの誘客を充実させていくにあたり、コアターゲットを選定し、そのコアターゲットへの重点的な働きかけを提案してはどうか。

①国内誘客の充実 → 【コアターゲット】首都圏の知的好奇心の高い層

宗教とは切り離して「日本人のこころのふるさと」としての伊勢神宮を拠点とした「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（三重交通）からは、サミット後は関東地方からの来客が多い様に感じているとの意見もあり、遠方からの誘客は滞在日数の増加も期待できることから、経済効果も高い。

知的好奇心の高い層は、やや年齢の高い層が中心になると思われることから、バリアフリー観光の充実も求められるところである。

②インバウンドの充実 → 【コアターゲット】海外富裕層

参考人（三重県酒造組合）から、富裕層にどうやって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意見もあったとおり、富裕層を呼び込むことは経済的な効果が大いに期待できる。

富裕層をコアターゲットに選定するならば、トップセールスの充実は不可欠になる。

また、三重県にはプライベートジェットが着陸できる空港がないため、豪華客船受け入れ体制の整備促進に期待したいところである。

トップが参画した県民会議で培った連携を生かした観光分野での組織化及びその強化を提案してはどうか。

観光に必要なマーケティングの情報の収集・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、トップが参画した会議が主体的に動くか否かは成否に直結する。

2. 産業振興に関して

「日本の文化聖地」としての三重県ならではの商品を創造し、また新たな価値を付加して売り出すことを提案してはどうか。

また、その様な三重県ならではの商品に公式マークを与えること等で、ブランディング化を図ることを提案してはどうか。

商品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」をプッシュするだけではなく、人生の節目で伊勢の地において瑞々しいままで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、販促活動に繋げる。

三重県ならではの商品を売り込むための人材の育成に積極的に取り組むことを提案してはどうか。

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、国内外に売り込むための人材が不可欠である。

県内留学生の活用等も検討し、売り込む人材そのもののブランディング化も推進する必要がある。

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。更に、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してはどうか。

伊勢志摩サミットで提供された食材や料理等を活用し「美食の地・みえ」を売り出し、みえの食産業の振興を図ることを提案してはどうか。

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」を授与すれば、地域を代表するような「食」を創れるのではないか。

3. 次世代の育成に関して

職業系高校生の海外派遣など、より渡航の性格を明らかにした三重県ならではの海外交流の充実を提案してはどうか。

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。

そのためには、学生のバックボーンである「今学んでいること」をテーマにすることで、学生のより積極的な交流に繋がられるのではないかと。

また、そのようなテーマ設定をすることで、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といった形での県内の職業系高校の連携も促せるのではないかと。

海外から人を受け入れる際に、三重県ならではの、その地域ならではの文化的背景等を子どもたちが説明できるようにするために、ふるさとの歴史・伝統を学び、守る機会を充実することを提案してはどうか。

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が継続すること、海外との交流が継続することが、そのままサミットが開催されたことを次世代に受け継ぐ活動であるとも言える。

ジュニア・サミット等で育まれた、国際理解教育の継続と充実を提案してはどうか。

ジュニア・サミットに関わった学校において、次世代の育成を実施するモデル事業を実施し、その成果を水平展開してはどうか。

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てはどうか。

4. 情報収集・発信に関して

国内外に向けて三重県を戦略的に発信するにあたっては、「日本の文化聖地」であることを前面に押し出して、情報の集約と選択を行うことを提案してはどうか。

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は、情報を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することで、発信する情報そのものがブラッシュアップできるのではないか。

また、サミット開催地という強みを生かし、ジャパンハウスと連携すること等も有効であると考えられる。

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してはどうか。

みえ食旅パスポートのカード化等の手法を検討するなど、情報の収集・分析を行う手法について検討すべきではないか。

国内外を問わず、様々な団体と連携した、旬なニーズの把握やビッグ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考えるべきではないか。

5. その他

サミット開催の最大の成果でもある「安全・安心」を、今後の県民生活に生かすために、サミットに協力してくれた団体・地域と連携して、新たな「安全・安心」を守るシステムを提案してはどうか。

警察OBや地域の自治会等と連携して、地域に開かれた常駐の防犯ボックスといったものを三重県モデルとして提案できないか。

伊勢志摩サミット開催で得られた経験や自信をもとに、県民が地域のために活躍できる場や機会の提供を提案してはどうか。

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、多くの分野ごとの検討を行ってはどうか。

様々な場所で活躍され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必要がある。

次世代を担う子どもや若者に「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が必要ではないか