

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調査書

(1) 取組名	南三重地域活性化プロジェクト		
(2) 実施団体名	南三重地域活性化事業推進協議会	(3) 対象地域	三重県、尾鷲市、熊野市、大台町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町
(4) 代表団体名	南三重地域活性化事業推進協議会	(5) 推薦団体名	三重県、尾鷲市、熊野市、大台町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町

(6)実施した取組の内容	取組①	【統一イメージを活用した情報発信】		
	実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域資源の洗い出しと評価、ポスター等、各種プロモーションツールの製作と配布による地域内外への情報発信 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 南三重地域内外、大阪市(シンポジウム) ・取組の目的: 熊野古道の文化的価値や地域資源を活用した統一イメージでの戦略的展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域資源基礎調査、ポスター3種類、チラシ2種類、HPを製作。「みえ熊野学フォーラム」(シンポジウム)を開催。 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月(地域資源基礎調査、ポスター作成)平成20年11月24日(月・祝)「みえ熊野学フォーラム」 ・実施場所: 地域内外の観光案内所、イベント会場等。大阪市(シンポジウム) ・取組の結果: 地域資源の洗い出しと評価。各種プロモーションツールの製作と配布、シンポジウムの開催により、南三重地域の情報発信ができた。 	
	取組②	【マイカー訪問客への対応】		
	実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 旅行雑誌、ドライブ情報誌への広告記事掲載。観光コースを掲載したドライブガイドの製作と配布 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 旅行雑誌。南三重地域内外の観光案内所、PA等 ・取組の目的: マイカー訪問客への情報発信と利便性の向上。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 旅の手帖・JAF季刊誌で南三重特集。ドライブガイドの製作・配布 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 旅の手帖・JAF季刊誌。南三重地域内外の観光案内所、PA等 ・取組の結果: 雑誌での南三重特集とドライブガイドの製作・配布によりマイカー訪問客へ効果的な発信と情報提供、ドライバーの利便性向上が図れた。 	
	取組③	【広域観光の促進】		
	実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域資源基礎調査と広域観光ルートマップの作成 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 南三重地域内外 ・取組の目的: 広域エリアである南三重地域への来訪者の視点に立ったマップを作成・配布し、利便性を向上させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域資源基礎調査と広域観光ルートマップの作成 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 地域内の観光案内所、道の駅、中京圏等でのイベント会場等。 ・取組の結果: マップの製作・配布により、南三重へのドライブ旅行を検討するインセンティブ効果を発揮。モデルツアー開発のための基礎資料ができた。 	
	取組④	【地域主体の高速道路休憩施設運営】		
	実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 平成20年度オープン予定のPA営業施設の収益構造等経営に関する諸検討。コンシェルジュ機能について検討。 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 大台町他 ・取組の目的: 奥伊勢PAの地元主体の管理運営。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 町内外の類似施設でのスタッフ実地研修と県内外類似施設の視察研修。PAリーフレット作成。PAオープン日に合わせ物産PRイベント開催。 ・実施時期: 平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所: 奥伊勢PA、道の駅奥伊勢おおだい、県内外PA施設等 ・取組の結果: 実地研修等によるスタッフのスキルアップとPA施設のPRができた。 	

(6)実施した取組の内容	取組⑤	【道の駅ネットワークの推進等による一次産品の活用】	
	実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:南三重道の駅の情報交換、先進地視察研修、パンフレットの作成 ・実施時期:平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所:南三重地域の道の駅、三重県内外の道の駅 ・取組の目的:各道の駅間のネットワーク強化と地域産品PR・販売促進、町中へのいざない促進等に関する戦略検討。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:路の駅情報交換会開催。先進地視察研修、道の駅パンフレット作成 ・実施時期:平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所:南三重地域の道の駅。三重県・滋賀県の道の駅(視察研修) ・取組の結果:各道の駅オリジナル商品等を連携してPRするための道の駅共通パンフレットが作成されるとともに。情報交換等を通じ、道の駅相互の連携と競争の意識が芽生え、道の駅の機能強化に取り組む基盤ができた。
	取組⑥	【中京圏の顧客や事業者との連携】	
	実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:中京圏での特産品販売プロモーション、名古屋市商店街連合会(名商連)等との連携。南三重PRイベントの開催。 ・実施時期:平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所:名古屋市 ・取組の目的:中京圏からの誘客促進と地域物産の販売促進。 		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:名商連、大手スーパー等と交流連携協議、名商連等主催イベントへの参加。南三重ふれあいフェスタの開催。 ・実施時期:平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所:名古屋市今池商店街、名古屋市栄オアシス21広場等 ・取組の結果:名商連イベントへの参加と南三重ふれあいフェスタ開催により、中京圏との交流連携関係強化と、南三重の特産品・観光PRができた。 	
取組⑦	【新たな交流スタイルの促進】		
実施主体	南三重地域活性化事業推進協議会		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:二地域居住等新たな交流スタイルに係る課題抽出検討と長期インターンシップの本格実施に向けた仕込み ・実施時期:平成20年9月～平成21年2月 ・実施場所:南三重地域 ・取組の目的:交流人口の増と後継者育成等による地域力UP 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容:先進地視察研修、起業合宿事業、経営者との出会い事業等 ・実施時期:視察一平成21年1月28日、起業合宿1月23日～25日他 ・実施場所:和歌山県日高川町、紀北町古里温泉、熊野市、尾鷲市、紀宝町 ・取組の結果:企業団体大学等との協働連携による地域づくりを検討する集落が出てきた。経営者等にインターンシップ事業の理解を深めることができた。 	
(7)実施体制	平成20年度の実施における体制・役割分担		取組の実施を踏まえた反省点
	<p>南三重地域活性化事業推進協議会(南三重地域8市町、農林水産商工団体、三重県、東紀州観光まちづくり公社で構成)が意志決定を行う。その下部機関として協議会幹事会が事業進捗管理。</p> <p>・各取組ごとにネットワーク会議(民間人、農林水産商工団体、NPO、市町等で構成)を設置し、官民一体の実働部隊として、有識者の助言を受けながら地域主体で取り組んでいる。</p>		<p>・ネットワーク会議を設置したことにより、当初の見込み以上に幅広く民間の参加、支援を得て、官民一体となった事業推進を図ることができた。一方では、スタートしたばかりの広域での取組であることから、基礎データの収集に苦心したこともあり、今後の事業展開を図る上で、関係機関の連携をより強化するとともに、パートナーをより増やしていく必要がある。</p>
(8)取組により得られた成果	○成果1→	熊野古道来訪者数	
		H19 150,387人	H20(当初予定していた目標) 160,000人
		H20(実際に得られた成果)	
		平成20年来訪者数は未発表だが、古道ウォークの2大拠点である道の駅マンボウと海山の入込が約106万人と前年対比1.7%減となり、ガソリン高の影響等による外部要因により目標が達成できない可能性がある。しかし、熊野古道について「紀伊路」(和歌山県)を連想される割合が高い関西圏における知名度の向上をねらいとして、大阪市内で「みえ熊野学フォーラム」を開催し、熊野古道伊勢路の歴史と近くて便利になることをPRしたので、今後、関西圏からの増も見込んでいる。	
	○成果2→	南三重地域の観光入込客数	
	H19 4,824,866人	H20(当初予定していた目標) 5,000,000人	

(8)取組により得られた成果	<p>H20(実際に得られた成果)</p> <p>平成20年観光入込客数は未発表だが、ネットワーク会議にも参画している「夢古道おわせ温浴施設」が4月オープン後、目標を上回る54,000人を集客しており、また、複数の観光施設で客数増の声が聞かれるので、情報発信効果の現れと判断している。ただガソリン高の影響などもあり目標達成の見込を判断しにくい。ただ今年度、当事業において地域資源を発掘して各種ツールを作成するとともに旅行雑誌等でPRも行ったので、今後来訪者の増を見込むことができると期待している。</p>	
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	<p>南三重地域8市町が連携協力して取組①～⑦の事業を相互につなげ、熊野古道の文化的な価値や地域資源を活用した「統一イメージ」で、ネットワーク会議を中心に、戦略的な情報発信と、官民一体となった「観光振興」、「地域産業の振興」、「まちづくり」を行う基盤作り(地域内の住民、企業・団体、行政のネットワーク化)きっかけ作りができた。南三重を情報発信するための地域資源の発掘・整理を行うとともに「南三重」の存在をアピールすることが出来た。しかし、「南三重」の知名度は、県内、県外ともに非常に低く、今年度に作成した各種プロモーションツールを活用して、「南三重」の知名度向上にさらに取り組むとともに、具体的な観光モデルコースの設定・PR等により誘客のための具体的な取組を行うとともに、物産についても品質の高さやこだわりを適切に情報発信していく必要がある。</p>	
(10)平成21年度以降の活動の見込み	<p>当初提案に予定していた平成21年度以降の展開</p>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度</p>
	<p>1.統一イメージを活用した情報発信 ・平成20年度に行った情報発信方策の検討結果を踏まえた情報発信</p>	<p>1.統一イメージを活用した情報発信 ・紀州熊野応援団等の地域内外のパートナーと連携し、シンポジウム、新聞社とタイアップした観光物産・イベント情報等の記事掲載などによる中京圏での情報発信。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額3,767千円)]</p>
	<p>2.マイカー訪問客への対応 ・マイカー訪問客への情報提供と、カーナビ連携などICTを活用した情報発信方策の検討及び実施</p>	<p>2.マイカー訪問客への対応 ・引き続き魅力的なドライブコースとして南三重をアピールするとともに、効果的な発信方策を検討する。 ・マイカー訪問客への情報提供と、カーナビ連携などICTを活用した情報発信方策の検討。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額1,568千円)]</p>
	<p>3.広域観光の推進 ・「南三重広域観光圏」整備に向けた広域観光推進と伊勢志摩からの誘客を意識した観光資源・観光メニューの開発</p>	<p>3.広域観光の推進 ・都市部在住者の南三重の観光素材に対する認知度と関心度の調査を実施し、それをもとに取組の優先順位付けや効果的な情報発信を検証。 ・南三重広域観光プラン及びモデルコースツアーの開発 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額6,312千円)]</p>
	<p>4.地域主体の高速道路休憩施設運営 ・平成20年度の検討を踏まえて、高速道路休憩施設(奥伊勢PAを活用した地域主体の情報発信と集客を行う。</p>	<p>4.地域主体の高速道路休憩施設運営 ・奥伊勢PAを活用して8市町共同イベントなど、地域主体の情報発信と集客を行う。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額2,600千円)]</p>
	<p>5.道の駅のネットワーク推進等による一次製品の活用 ・平成20年度に実施した戦略検討結果を活かした地域製品の磨き上げによる地域物産機能とネットワーク強化。</p>	<p>5.道の駅のネットワーク推進等による一次製品の活用 ・道の駅連携による広域イベントなど、ネットワーク強化と情報発信、物販機能、魅力の向上を行う。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額1,822千円)]</p>
	<p>6.中京圏の顧客や事業者との連携 ・平成20年度事業実施結果を踏まえた事業展開の検討と中京圏商店街等における連続的フェア開催等による中京圏への総合プロモーション</p>	<p>6.中京圏の顧客や事業者との連携 ・名商連との連携による名古屋でのアンテナショップを検討する。 ・中京圏で南三重物産PRイベントを実施する。同時に、南三重における物産イベントや観光に関する情報を発信し、都市部から南三重への買い物ツアー等による集客につなげる。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額6,293千円)]</p>
<p>7.新たな交流スタイルの促進 ・平成20年度の調査結果に基づいた二地域居住等新たな交流スタイルの促進、長期インターンシップによる後継者育成等への展開</p>	<p>7.新たな交流スタイルの促進 ・都市部住民・団体・企業や大学との交流連携を促進させる。 ・長期インターンシップの継続的実施に向けたシステムの構築 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続を希望(想定金額207千円)]</p>	

南三重地域活性化プロジェクト(三重県南三重地域)

一尾鷲市、熊野市、大台町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町一

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書 参考資料

◆主な実施取組の内容◆

情報発信
まちづくり

観光振興

産業振興

取組①【統一イメージを活用した情報発信】

- ・『みえ熊野学フォーラム』開催(大阪市内)
- ・南三重HP、ポスター(3種)制作

- 南三重の歴史や文化、紀勢自動車道の延伸により南三重地域がより近くなることを情報発信。
- 地域内外の人々に対する南三重プロモーションツールの制作により、本格的な情報発信体制整備。

取組⑦【新たな交流スタイルの促進】

- ・先進地視察、起業合宿事業、経営者との出会い事業
- ・若者と地域の新たな交流スタイルに関するセミナー

- 新たな交流スタイルに取り組む地域が現れた。
- 学生等に起業の場として南三重をアピール。地域の経営者にはインターンシップへの理解向上。

インターンシップ事業
募集チラシ



南三重PRポスター



フォーラム開催ポスター



フォーラム
(20.11.24)

取組②【マイカー訪問客への対応】

- ・旅雑誌に南三重特集と地域産品をプレゼントとしてPR掲載
- ・南三重ドライブガイド制作

取組③【広域観光の促進】

- ・地域資源基礎調査
- ・広域観光ルートマップの製作

取組④【地域主体の高速道路休憩施設運営】

- ・リーフレット作成、PRイベント開催、先進地視察

- 潜在的旅行者への誘客促進。
- マイカー訪問客への情報提供、利便性向上
- 南三重玄関口でのもてなし機能向上



ドライブガイド・広域観光ルートマップ



Ways春夏合併号



旅の手帖表紙



ネットワーク会議の様子

取組⑤【道の駅ネットワーク推進等による一次産品の活用】

- ・『南三重道の駅パンフレット』の作成、先進地視察研修

- 道の駅のネットワークづくりと競争の促進
- 地域物産センター機能強化に取り組む基盤づくり

取組⑥【中京圏の顧客や事業者との連携】

- ・名古屋市商店街振興組合連合会との連携、イベント参加
- ・南三重の物産と観光を中京圏でアピールするため「南三重ふれあいフェスタ」を開催(名古屋市 オアシス21)

- 名古屋市商店街振興組合とのパートナー関係構築
- 南三重の物産・観光情報を都市部でPRしアンケート回収



道の駅パンフレット



名古屋商店街祭りで南紀みかん娘が南三重をアピール(20.11.7)



名商連南三重視察(20.11.16)



南三重ふれあいフェスタ(21.2.22)

◆取組実施による成果・今後の展開◆

成果

- 【観光振興+産業振興+まちづくり】の三位一体の取組のための基盤整備
- ・官民一体の連携体制構築と南三重地域としての一体感の高揚
- ・地域外でのNPO・商工団体等の応援団、パートナーとの交流連携関係構築
- ・観光地としての周知
- ・南三重特産品の認知度向上

展開

- 【観光振興+産業振興+まちづくり】の三位一体の取組の本格化
- ・住民や事業者等の自主的取組への意識醸成を図り、実施体制をさらに堅実化する。
- ・20年度に製作したプロモーションツールを活用し、きめ細かく情報発信する。また、観光モデルコース設定等により誘客のための具体的な取組を行う。特産品についても品質の高さやこだわりを適切にアピールしていく。
- ・新たな交流スタイル実現に着実に取り組む。