

官民一体となって行う 伊勢志摩 キャンペーン

野呂 三重県をもっと元気にするためには、観光が重要と考え、「三重県観光振興プラン」を策定し、さまざまな試みを行っています。中でも伊勢志摩を三重観光のイメージリーダーととらえ、これまでにない規模でのキャンペーンをスタートさせました。特に今まで取り組んでこなかった

ンが繰り返られるということと、とても心強く思っています。当社でも沿線における宣伝展開を中心に大いにバックアップさせていただきます。

野呂 今回は初めて伊勢志摩が一体となってキャンペーンに取り組むということで、これまでにない観光客誘致が図れると喜んでいました。また、くるなびにはインターネットを駆使し、多方面から伊勢志摩キャンペーンの告知を行っていただき、その効果は大変素晴らしい限りです。

久保 「くるなび」サイトのほか、「駅から時刻表」や「くるなびトラベル」といったサイトでもキャンペーン告知のほか、バナー広告を行い、さらにはくるなび会員へのメール配信も行っています。同時に「伊勢志摩健康おもてなし」の取り組みに賛同している伊勢志摩エリアの飲食店50店舗を新たにくるなびに掲載しています。そして、より効果的な店舗ページの活用を図っていただくために「くるなび大学」を開催し、集客効果をあげていただいています。

三重の豊かな食材を どう観光に生かせるか

野呂 三重には、伊勢海老や松阪牛などの素晴らしい食材があります。こうした三重県の食材を東京のくるなび加盟店30店舗に直接仕入れていただき、おすすめメニューとして告知していただく「伊勢志摩フェア」も開催。なだ万さんが展開している「スーパーダイニング ジバング赤坂店」にも参加いただき、今日も素晴らしい見事な料理を出していただいています。手ごたえはいかがでしたでしょうか。

津田 先ほどから料理にお褒めの言葉をいただきますが、素晴らしい食材に佐藤料理長もさややりのいを感じたことでしょうか。おかげさまでお客様からも大好評でした。なだ万では「老舗はいつも新しい」をスローガンにしています。帝國ホテルに出店したのは35年前、デパートにも7年前から出店しています。なだ万という料理というイメージが強いのですが、真の老舗であり続けるには新しいことに挑戦し続けなくては行けません。「スーパーダイニング ジバング」

食の魅力が握る！

地方の観光振興の鍵は



伊勢海老にふく、鮎、松阪牛、的天井橋、酒粕など、佐藤氏調理師により三重県の特産食材を使った料理が次々と提供された。

はまさにその先導をゆく店舗です。伊勢志摩の伝統と未来を提示する今回のような試みに参加できたことは、当店にもたいへん有意義でした。

山口 当社の志摩観光ホテルのレストラン「ラ・メール」の鮎ステーキは、世界各国の料理人や著名人からも絶賛されている自慢の味ですが、その調理法は日本料理伝統の「鍋のやわらか煮」に習ったものです。このほかフランスのシェフたちが、「この伊勢海老が青つ海を見てみたい」と語った逸話もあり、伊勢志摩の豊かな海の幸にはいつも感謝しています。

野呂 三重県ではさらに最近、消費者から求められる「食の安全、安心」ということにも重点を置き、松阪牛におけるトレーサビリティの確立、「みえのカキ安心システム」を構築するなどいち早く取り組み、さらなるブランド力を磨いています。このほか国内第3位を誇る「伊勢茶」の低農薬化や無農薬化も進めようと、取り組み農家を支援してもしています。

久保 当社は「三重県観光販売システム」にも加盟させていただいていますが、三重県の中にはない優れた食材を料理人や消費者に向けて、広く伝えていきたいですね。

「食」をキーワードにした 観光の可能性とは

山口 「食」と「健康」への関心が高まっているなか、当社では志摩エリアで「健康」や「スポーツ」をテーマに、様々な施設やサービス、イベントを地域と連携して集積させることにより、地域の観光的な再活性化を図る構想を進めています。その中核的な位置付けとして、現志摩観光ホテル敷地内に、独自のセラピープログラムを提供する、宿泊施設併設の本格的な健康増進施設を整備します。そこでは「食」によって重し効果を得る「フードセラピー」のサービスも提供される予定です。また、レストラン「ラ・メール」で有名な志摩観光ホテルについても現在より小規模・高品質なリゾートホテルとして新築します。これらの施策を通じて、魅力的な滞在型リゾート地の形成を図りたいと考えています。

久保 とてもユニークですね。「食」と「健康」というとらえ方により、観光の新しい可能性が拓けてきます。今年度より「21世紀の食生活を豊かにする運動」がスタートしましたが、これは安全でヘルシーな食の姿を求め、そして日本の伝統やその土地の伝統を大切にしながら、豊かな日本の食文化を世界に発信していこうというも

のです。その理念に賛同し、くるなびは事務局をお引き受けしましたが、ますます高まる新たな「食」と「観光」のあり方について、くるなびだからこそ視点とネットワークで応えていきたいと思っています。

津田 料理人も旬の安心できる食材を使い、お客様により喜ばれる料理を提供していく姿勢を大切にしていかなければ、と思います。イタリアから始まったスローライフの流れですが、実は日



近畿日本鉄道株式会社 代表取締役社長

山口 昌紀氏

本も前からそうだったはず。負けてはいられません。
野呂 伊勢志摩には伊勢神宮をはじめとした歴史的な資産が多く、2013年には生年産直も行われます。また豊かな自然、山海の幸、そして観光の大きなポイントとなる豊かな食文化があります。そんな三重ならではの魅力を活かし、観光客のニーズにあった形で提案しながら、観光振興を図っていかねければと思います。皆さまの貴重なご意見を生かしながら、三重観光を発展させていきます。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

地方自治体初の試み！三重県観光販売システム

観光資源に恵まれながらも、それをどうりに結びつけていくか。これは多くの自治体が抱える大きな悩みの種。三重県では三重県観光振興プランを成功させるべく、旅行業者44社が会員となって組織する三重県観光販売システムを立ち上げ、三重県農水商工との連携を図っている。くるなびもITの旅行会社として参画。各方面から注目されている試みだ。



株式会社くるなび 代表取締役社長

久保 征一郎

久保 三重県観光販売システム事務局 小高 直弘氏
石垣 英一氏 三重県農水商工部 部長



株式会社なだ万 代表取締役社長

津田 曉夫氏

東京からの情報発信の重要性を痛切に感じ、力を入れています。今日、ご出席いただいた皆さまには、各方面から多大なるご協力をいただき、心より感謝申し上げます。今日はさらなる有意義なお話ができると、楽しみにしています。

山口 当社にとりましても伊勢志摩は、重要な観光地の一つです。今回は知事の陣頭指揮により、官民一体となり大規模な伊勢志摩キャンペーン

伊勢の食材を使ったみことな料理に、4人のキーマンの会員も大いにほろ酔い。



今回の対談を進行したのは、株式会社くるなび執行役員の眞上 昭。

三重県観光振興プランを策定し、2013年に行われる伊勢神宮の式年遷宮に照準を合わせ、東京からの情報発信による全国区の観光地となるべく名乗りを挙げた三重県。昨年11月には東京・大阪・名古屋の30店舗で「三重県フェア」を開催。その代表店である「スーパーダイニング ジバング赤坂店」にて行われた、「観光」と「食」をテーマにした座談会をご報告しよう。