

別紙

海外向け三重県観光ブランドロゴ・キャッチフレーズについて



1. 三重県観光ブランドロゴ・キャッチフレーズ設定の背景について

- 三重県のインバウンドの推進に当たって、海外に向けて三重県の観光の魅力をPRしていくための看板となるブランディングロゴ・キャッチフレーズがありませんでした。
- また、官と民、県と市町、各DMOなど、インバウンドに取り組むプレーヤーが増える中で、県としてより統一的なシンボルを定め、県内のインバウンドの取組の方向性を示し、さらに地域の観光ブランドを高めていくことが必要となっています。
- このため、「#VISITMIE キャンペーン」を契機に、ブランドロゴとキャッチフレーズを設定し、今後の海外に向けた観光魅力の発信に当たって活用していくこととしました。

2. ブランドロゴについて

- 東側に長く海岸線を有する三重県は、全県的に海側から朝日が昇る立地となっており、特に、夫婦岩の間から朝日が昇る様子は、三重県内での定番の写真撮影スポットとなっているほか、夫婦岩は外国人にとってもインパクトのあるアイコンとなっています。このため、三重県を象徴するユニークなアイコンとして、夫婦岩とその間から朝日が昇る様子を採用しました。
- 昇る朝日とその鮮やかな色は、三重県内であたたかく観光客を迎えるおもてなしの心と、今後の三重県の観光の未来が明るく、発展していくことを表現しており、インバウンドの発展に向けた強い決意が込められています。

3. キャッチフレーズについて

- 「Once in Your Lifetime」とは、三重県への観光が「旅行者にとって一生に一度の思い出になるように」という期待を込めています。（英語で「once-in-a-lifetime experience」というと、「一生に一度の（またとないような）体験」という意味になります。）

- 三重県は、昔から日本人にとって「一生に一度はお伊勢参り」と言われ、伊勢参りが流行してきたように、日本人にとっての心のふるさととして親しまれてきた「日本の文化聖地」です。
- また、県内には、伊勢神宮以外にも、忍者、海女、真珠、伊勢海老やアワビなどの海産物、松阪牛、鈴鹿サーキット、ナガシマリゾート、国立公園や世界遺産の熊野古道など、世界に誇れる一流の魅力に恵まれており、一度三重県に来れば必ず一生に一度の思い出として満足いただけるような旅行先です。
- このため、海外に向けて「一生に一度は訪れるべき旅行先」である三重県として県内の幅広い魅力をアピールするため、このキャッチフレーズを設定しました。

4. 今後の取組方針について

- 「#VISITMIE キャンペーン」のブランドロゴ・キャッチフレーズとして活用し、地域一丸となって、キャンペーン展開に取り組んでいきます。また、今後、三重県内でのインバウンドを推進する様々なプレーヤーとともに、地域の「観光ブランド」を更に高める取組として、三重県への旅行者を満足させるような一流の観光資源としてのさらなる磨き上げや、一度来た人がまた訪れたいと思えるようなおもてなし、受け入れの充実に取り組んでいきます。

- なお、ブランドロゴ・キャッチフレーズについては、県の取組だけでなく、三重県の観光魅力の発信に取り組む市町や、事業者、個人等でも幅広く利用いただけるよう、後日ガイドラインを整理する予定です。

- なお、ロゴ、キャッチフレーズの検討に当たっては、中央日本総合観光機構 C O O のアシュリー氏に地域ブランディングの考え方について指南頂いたほか、外国人の方や、県内の関係者からの意見も参考にして設定しました。

(以上)