

News 近畿の未来を見つめて、新しい地域づくりを考える 近畿圏広域地方計画 ニュース 2009.3 vol.14

国土交通省 近畿地方整備局 近畿圏広域地方計画推進室
TEL. 06-6942-1141 (代)

広域地方計画で打ち出す地域戦略やプロジェクトの効果的な実現を図るため、さまざまな支援メニューが用意されています。それらを今号よりシリーズで詳しくご紹介します。今回は、「広域ブロック自立施策等推進調査費」についてです。

地域発案によるプロジェクトを支援します

広域ブロック自立施策等推進調査費

近畿の新たな活力を創造するためには、地域が持つ資源や創意工夫をいかして特色ある取り組みを進め、近畿圏全体としての総合力を発揮し、魅力あふれる地域として自立的に発展することが必要です。

これをさらに推進するため、広域ブロック自立施策等推進調査費[※]を活用し、地域からの発案により、広域地方計画に基づいて官民の多様な主体が協働で取り組む広域プロジェクト構想の具体化を支援しています。

現在、「大阪湾ベイエリアの活性化方策に関する調査」「本物を生かした地域づくりの推進方策に関する調査」「健康文化産業の成長支援等による高齢者等が健康に暮らせる生活圏域形成にかかる調査」などが行われています。

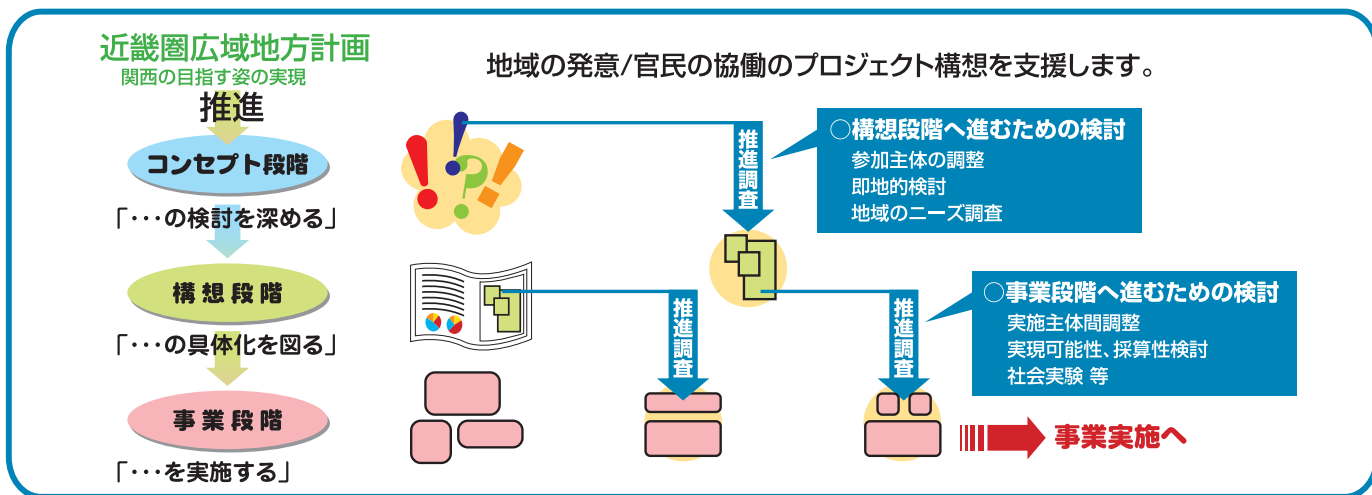
※広域ブロック自立施策等推進調査費とは
広域プロジェクト構想の具体化のため、関係各府省、地方公共団体、民間経済団体などの連携のもとに実施される調査を支援し、広域ブロックの自立的な発展に役立つ施策を推進するものです。

必要な施策を構想するための調査を支援

近畿の活力創造のためにどんな施策が必要かを考えるため、地域の特性やニーズの調査などを支援します。

構想を事業化につなげるための調査を支援

構想を具体的に事業につなげるために、実現の可能性や採算性などを多方面から検討するための調査を支援します。



広域プロジェクト構想の例

中小都市圏での起業
支援センター設立構想



広域ブロック内の
大学間連携構想



地域資源を活かした
地域ブランド構想



関西の活力を産み出す、「関西ブランド」の創造について議論

関西ブランド推進方策検討会

近畿圏広域地方計画に位置づけることを検討中の「文化首都圏プロジェクト」の中に、関西ブランドの創造があります。その方策を検討するため、関西ブランド推進方策検討会が開催されています。

「本物」を産み育み、「関西ブランド」として発信するために

関西には、歴史・文化資源を中心に「本物」と呼べる資源が豊富にあります。関西の認知度や魅力を高め、地域への誇りや愛着を増進させるためには、こうした「本物」を大事にし、活かし、産み出して、「関西ブランド」として国内外に効果的に発信することが必要です。

そこで関西ブランド推進方策検討会では4回にわたり、さまざまな分野に精通される方から広く意見を聞き、関西ブランド推進方策の方向性や注意すべき点を取りまとめていきます。



検討会委員

- 井上 芳郎 (流通科学大学サービス産業学部教授)
- 門上 武司 (「あまから手帖」編集主幹)
- 金井 啓修 ((株)御所坊代表取締役社長)
- 河内 厚郎 (夙川学院短期大学特任教授)
- 木下富美子 ((株)博報堂ソーシャルプランニングチーム
ブランディングプロデューサー) (敬称略)

さまざまな意見をいただきました

- 関西ブランドを進めるためには、ものとあわせて人の問題も考えるべき。関西という概念は何かを考え、それを共有できる人づくりを進めなければ。
- 行政区画による関西が本当に関西なのか。例えば歴史的には川の流域がひとつの文化圏である。関西という線引きをフジーにすることで本当の意味での関西に近づける。
- 素材、資源があるだけではブランドとして通用しない。それを編集、発信し、必ず生活者に届け、情報を受け取った生活者が行動へつなげていけるように注力すべき。
- 関西にあるから、関西で作られたものだからではなく、日本とは何か、その背景にある歴史や文化といったルーツを掘り下げることが大事。ルーツがあれば世界に発信するブランドに育てられる。
- 伝統には、「擬似伝統」と「本来伝統」があり、「擬似伝統」がほとんどである。キセルのように、由来に伝統があって、今、伝統ある「ほんもの」が垣間見えるものであれば、途

中で抜けている期間があっても、ブランド化に成功している事例が多い。

- すでに形成されている京都というブランドもあれば、ブランド力がアンバランスな地域もある。得意を伸ばすのか、アンバランスなほうを得意なものに寄せていくのか、方法論はいろいろある。
- 既存の地域ブランドの取り組みは尊重すべきであり、関西ブランドとは、彼らの取り組みのプロモーションや生活者への発信に力点を入れるべきである。
- 関西ブランドを作るだけでなく、産業と連動させ、ショップを作るなど経済的なりターンが得られるようにしなければいけない。
- 関西には、回り舞台やセリなど「日本で最初」「世界で最初」のものが多く、地質学上で世界的に類がない有馬温泉など「本物」「ほんまもん」の資源が多数存在。
- 「自分たちの良さ」を信じ、胸を張って地域のいいものを伝えることが重要。その思いがなく、売のみではいけない。



近畿が変わります Revive KINKI

近畿圏広域計画協議会は、以下の機関で構成されています。

- <府 県> 福井県 岐阜県 三重県 滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県 鳥取県 岡山県 徳島県
- <指定都市> 京都市 大阪市 堺市 神戸市
- <市 町 村> 近畿市長会 近畿ブロック府県町村会
- <経済団体等> (社)関西経済連合会 大阪商工会議所 (社)関西経済同友会 関西経営者協会 京都商工会議所 神戸商工会議所 堺商工会議所 関西広域機構
- <国の地方支分部局> 警察庁近畿管区警察局 総務省近畿総合通信局 財務省近畿財務局 厚生労働省近畿厚生局 農林水産省近畿農政局 林野庁近畿中国森林管理局 経済産業省近畿経済産業局 経済産業省中国経済産業局 国土交通省近畿地方整備局 国土交通省中部地方整備局 国土交通省中国地方整備局 国土交通省近畿運輸局 国土交通省神戸運輸監理部 国土交通省大阪航空局 気象庁大阪管区気象台 海上保安庁第五管区海上保安本部 海上保安庁第八管区海上保安本部 環境省近畿地方環境事務所

● ホームページでさらに詳しい情報を提供しています。

国土形成計画 近畿圏広域地方計画
<http://www.kkr.mlit.go.jp/kokudokeikaku/>

アクセスは、検索サイトから

近畿圏広域地方計画

検索