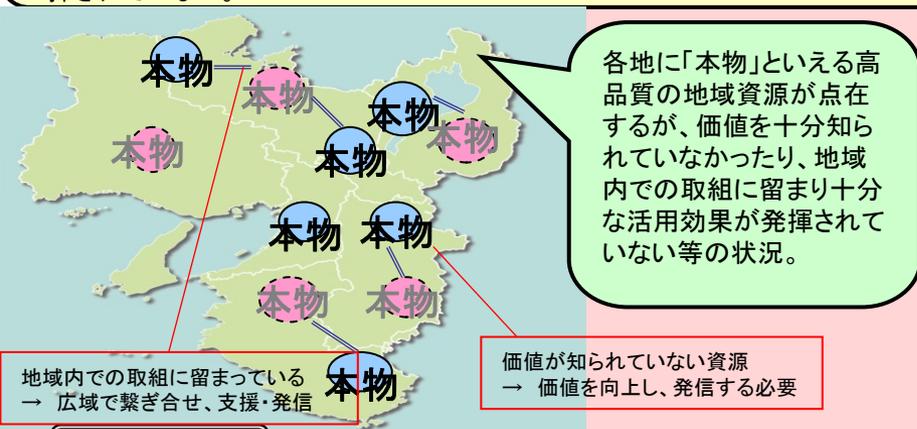


関西のブランド力向上の取組の考え方と目標

<現状>

- 関西には、日本を代表する有形無形の「本物」の資源が集積。(例えば、国宝や重要文化財は、関西だけで全国の約半数を占める。)
- 多様で、かつ、広域にわたって存在するこれら高品質な地域資源を、地域づくりやものづくり等へ効果的に活用していくことにより、観光や産業の活性化等の成長が期待されることから、関西は成長への高いポテンシャルを有していると見込まれる。(例えば、「本物」活用の取組の一つである「水都大阪2009」は52日間で約190万人動員し、経済効果約67億円。)
- しかし、これら資源の活用や情報発信の取組については、地域ごと、分野ごとの縦割り・横割りとなっており、多様性、重層性、集積性を活かした相乗効果が十分に発揮されていない。



関西における国宝・重要文化財

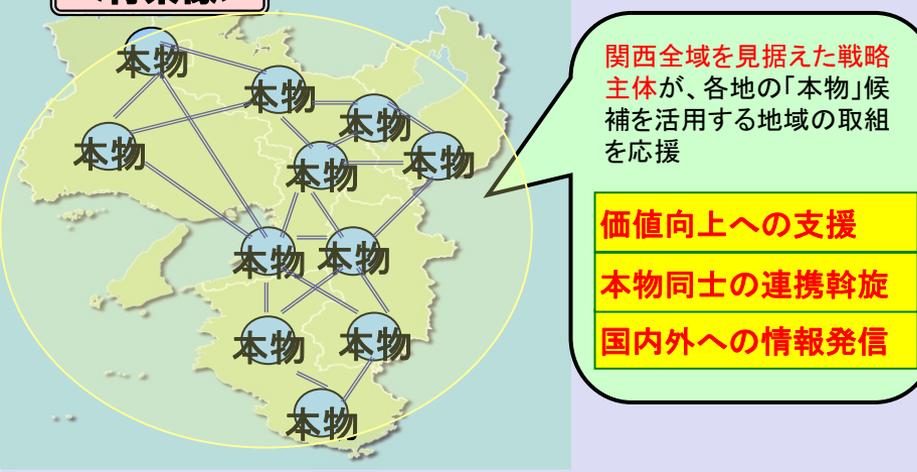
(H22.3.31現在 文化庁HP)

関西にある「本物」の例

	関西	全国
国宝	596	1,079
重要文化財	5,967	12,709

歴史・文化	自然・環境	食・暮らし	エンターテインメント	産業・技術
 法隆寺	 コウノトリ	 賀茂なす	 宝塚歌劇	 2006年ロボカップ世界大会優勝ロボット

<将来像>



競争力の高い共通のテーマで複数の地域の事業や活動がパッケージ化された一体的な取り組みをオール関西で支援



「競争力の高い関西共通のテーマ」

→ 海外諸国及び全国に対して関西の認知度・関心度の向上を強力に推進する主力コンテンツ

- 多様で特色ある地域資源を活用した圏域一丸の取組により、以下の効果が関西にもたらされ、わが国を牽引する文化首都圏が確立される。
 - ①官民(企業・住民含む)が広域的に連携して地域づくりへ参加
 - ②関西発の観光立国
 - ③関西が優位性を持つ産業の需要増大・投資誘因

関西のブランド力向上の取組の実施に向けた今後の進め方

1. 関西のブランド力向上の取組についてモデル実施の予定

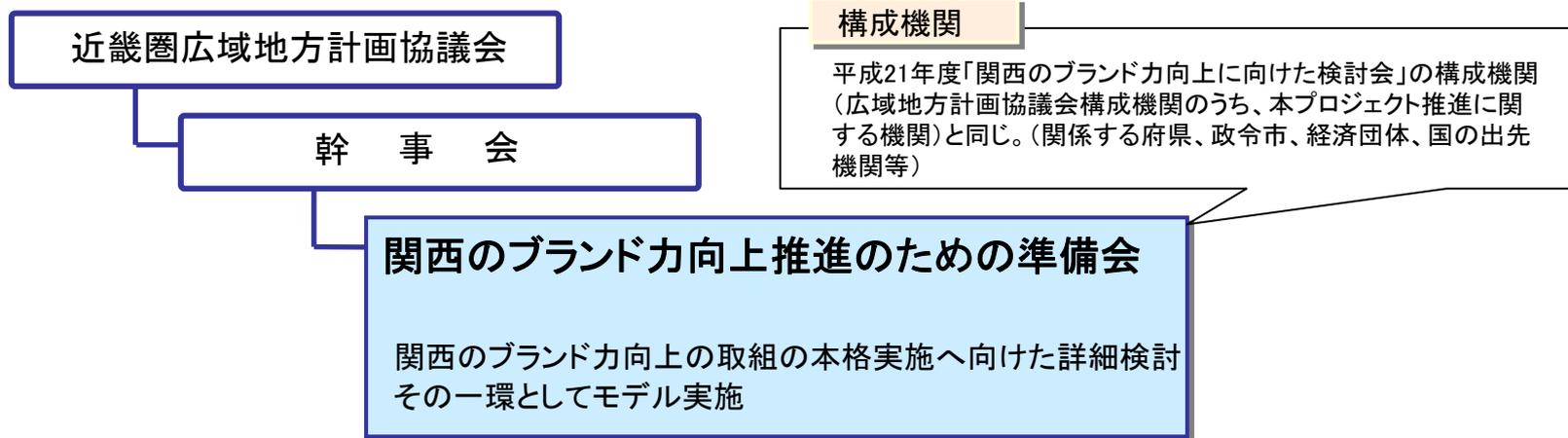
平成21年度「関西のブランド力向上に向けた検討会」において検討された取組を平成23年度以降、モデル的に実施することとし、平成22年度はその準備を行う。



2. モデル実施の体制

上記1の取組を推進するため、「関西のブランド力向上推進のための準備会」を近畿圏広域地方計画協議会幹事会に置き、構成員は、「関西のブランド力向上に関する検討会」の構成機関とする。

■ 体制イメージ図



関西のブランド力向上の取組 今後の流れ

step 1 第1回準備会(H22.7.9)

- ① 自発的・戦略的な地域づくりの促進について
- ② 関西のブランド力向上の取組の実施に向けた今後の進め方について
 - 1) モデル実施テーマの候補について
 - 2) 有識者委員に求められる分野について



step 2 第2回準備会(H22.7.26)

- ① 有識者委員の人選について
- ② 関西のブランド力向上の取組モデルテーマについて



有識者委員 就任依頼



step 3 第1回有識者委員会(H22.9.2)

- ① 関西のブランド力向上の取組モデルテーマの選定について



step 4 第3回準備会(H22.9月)

- ① テーマに適合した取組の募集方法について
- ② 募集にあたっての周知方法について



テーマに適合した取組の募集



step 5 第4回準備会、第2回有識者委員会

- ① テーマに適合した取組の選定について



実行委員会の編成

(H22. 11月目途)