第1回関西のブランド力向上推進有識者委員会

１．開催日時：平成 22 年 9 月 2 日（木）　15:30～17:30
２．場　　所：合同庁舎１号館　第一別館３階　第四会議室
３．出 席 者：別紙参照
４．議事要旨

○開会挨拶

・ 関西のブランド力向上については、昨年策定された近畿圏広域地方計画の中で「元気ある関西」をＰＲするために重要なプロジェクトである。
・ 進め方は、近畿圏広域地方計画協議会の構成機関で検討した結果、特定のテーマを選定して、そのなかで関西各地域が連携して取り組みを行い、対外的にアピールするというアイディアを出していただいたところである。
・ 本日は、モデル実施テーマの選定やプロジェクト進捗上の視点等、忌憚のないご意見をいただければ大変ありがたい。

・ 近畿圏広域地方計画の冒頭に掲げられた「関西のブランド力向上」は、全国各圏域の広域地方計画の中でも、光っている。これはオリジナリティのある関西の新しい施策であり、モデル実施まで形をとるというところまで進めた関係各位には御礼を申し上げたい。
・ 90 年代中国の「観光年」のように、毎年あるテーマを決めて、それについて広域で共に協調し合う手法は､広域地方計画の関西ブランド力向上になじむのではないか。
・ モデル実施を成功裏におさめることができれば、毎年何らかのテーマを掲げて、世界中から観光客に来ていただき、関西に住むわれわれの元気が出るような事業を進めていただければと思う。是非一緒に進めていきたい。
・ このモデル実施のテーマの選定がこの委員会で課せられた非常に大事な使命である。委員の先生方にもこのあたり、広域連携で取り組む上でのご意見を頂戴したい。よろしくお願いする。

○資料説明（関西ブランド力向上に向けた取組趣旨及びモデル実施について）

・ 資料説明省略（近畿地方整備局）

○モデル実施テーマの選定について

・ 関西のブランド力の向上について、明快なネーミングが必要。
・ 「関西ブランド力向上」の内容は立派なものだが、田舎（ローカル）の発想を脱して、関西が日本で文化的に優れた地域であり、秀でたものを有する点をアピールできる、パンチ力のあるネーミングにすべき。
・ 何を資源として選択し、進めていくのか。平成 23 年度から進めるのでは、時間的にもかなり切羽詰まってくる。
・ テーマについては、水はどこにでもあるものだから、もっと関西らしい、全国のなかで秀でたものを選ぶべき。

- 古典と世界遺産の区別が難しい。世界遺産に建造物等の有形遺産だけでなく、伝統芸能等の無形遺産を入れている点は面白い。
- 舞台としての世界遺産に伝統芸能を絡ませる取組には興味がある。
- 平城遷都 1300 年祭、住吉大社御鎮座 1800 年大祭、宝塚初公演 100 年、高野山開創 1200 年等、様々なイベントが重なり、伝統芸能と場所を組み合わせたツアーなど、具体的にプランを立てやすい。
- このように具体的にプログラムを描きやすいのは、古典と世界遺産を重ね合わせたもの。

- ブランドは名物をつくるだけの単純な話ではなく、ストーリーが重要。
- 水はどこにでもあるため、例えば、水と光で祭り。水と生活スタイルで川端や舟屋。水と技術で環境技術。水と交通で琵琶湖・淀川水系の文化と流れというように、水と何かを結び付けないとストーリーにならない。
- 広域的なテーマ設定が必要であり、最初は、都心と地方がともに参加できるテーマであるべき。また、春夏秋冬の四季をカバーできるものがよい。
- ブランドづくりのアクションとしては、観光だけでなく、地域住民が参画できるような観点でのテーマ設定ができればよい。

- 東アジアからのインバウンドの観点で考えた場合、これから求められる精神性を考えると、歴史文化に日本の個性をリークし、関西がその中心になるという戦略を見据えておくべき。
- オンリーワンをどのように取り上げていくのかという考え方が必要。また、現代に力強く残っていて、それが向上していくというイメージにとらまえられると分かりやすい。
- 私は古典と文化遺産が光って見える。世界遺産は世界の標準が決めたもの。むしろ関西遺産として名前を付けて、関西で認めていく遺産を取り上げると面白い。
- 世界遺産になると、ガイドブックに掲載され、途端に観光客が集まるという風に効果が明快で、プロモーションや集客が容易。
- 関西に世界遺産が残っていることは、関西人が経済合理性だけでなく、文化を残す志が高いことを示している。それが文化首都の意味ではないかと感じている。

- 地域や民間ベースで各資源のブランドを頑張っている取組を関西全体のブランドに繋げていくことの整合のとり方が難しい。それを繋ぐ大きな考え方をおかないとバラバラになってしまうリスクがある。
- 関西のブランド力向上に必要な留意性はよくまとめているが、それがなぜ関西なのかという共通理解、コミットメントが必要。
- 例えば水は、大和川を含めて、淀川水系文化圏という広がりで考えてはどうか。茶、水、古典、酒にも派生し、水一つだけを取り上げるのではなく、繋がりの中でとらまえてはどうか。

・ 水のシンボルとして、山の神と海をつなぐ生物としてアマゴという魚がある。河川陸封性のものがアマゴ、降海するものがサツキマスと呼ばれ、淀川に生息しており、現在増えてきている。

・ 取組の上位概念として、進めるべきであるのは、「本物」というキーワード。非常に強いオリジナリティがあり、日本を背負って立つもの。そのルーツや神髄が関西にあることを世界に説明できるテーマが相応しい。
・ 少なくとも「本物」と誰もが言い切れるものでなければならない。広域地方計画で地域から関西ブランド力向上を自発的に取り組むことを掲げたのは近畿圏だけであり、日本を背負って立つものであることが重要である。
・ クリエイティブ産業、創造都市のように文化を含めたサービス産業等の分野において、新たなイノベーションを興すことが、今後地域における文化政策において重要である。
・ これは、観光においても従来型の観光ではなく、新たな次世代の観光を興すことが重要だと考える。そのような観点も含めて今回のテーマ選定が必要だろう。
・ また、広域で連携し各地域一緒にできる、全ての府県や政令市、経済団体が自分たちもステイクホルダーで本気でやる思いが集約できるテーマが必要。
・ 最初のアクションプランとしては、分かりやすいテーマが必要だと思っている。

・ 取組のネーミングについては、取組を進める上で必要なもの。重要な話であるので、関西が日本を牽引していく文化首都圏という発想を踏まえ、検討させていただき、モデル実施が始まる前までには決めることとしたい。
・ 各テーマにおいて、広めでテーマを捉えているものと、局所的にテーマを捉えているものがあり、広めで捉えているものは他との重複が出る。ただ、重複を無理に排除せず、別の年に取り組んでも良いと考えている。
・ 本格的に取組が開始されたときには、期間は１年間を対象としてやっていくべきものと考えており、その際に四季を織り込むことができれば素晴らしいと思っている。
・ 本格的な実施の際には、テーマ決定後の準備期間を設け、「テーマイヤー」を置くことを想定している。その準備期間において、各取組の気運を盛り上げたり、連携を深めたり、地域づくりを進めてものをつくることが重要であると考えている。準備期間にできた連携体制を保つことで、単発で終わらない取組としたい。
・ １テーマを永続的に進めるものではなく、次々と変えていく。そのなかで次のテーマをどのように繋げるのかということを視野に入れるのも重要だと考えている。
・ 今回はモデル実施のテーマ選定をお願いしており、ずっと続けていくというよりは試験期間ということで一つに絞っている。いざ本格的に動き出したときには、先々の繋がりを持たせて考えることが重要と考えているところである。広いテーマ案が選定された場合は分割してみるなど、様々な切り口で切っていくという視点も重要と考えている、

・ 連携による効果発現させる契機の年として、テーマを決定する。

・ アクションとストーリーをどのように作るのか。水は、淀川水系・琵琶湖の他に、敦賀・小浜の日本海から瀬戸内海、須磨、南には吉野川、紀ノ川水系、古座川と広がりがある。ただ、関西で世界に発信する際、水は難しい。酒も、秋田や新潟のライバルもある。茶は少し狭い。

・ テーマは、準備期間を考慮して、容易なものを選ぶべき。
・ 関西を文化首都圏と見立てるのと同時に、関西文化首都圏が国際性を持つことも重要な認識。古典も世界遺産も国際的、東アジア的視点で語ることができるが、関西の文化的基盤を形成したのはいわゆる照葉樹林文化圏。完全に東日本文化とは異なるもので、植生から文化を語ろうとする、中尾佐助先生の考えである。
・ その観点にたつと、茶の文化もヒマラヤ・ネパールから華南、照葉樹林文化圏を経るティーロードという、関西文化の根幹部で、茶を語ることができる。また、東アジアの茶の関係も語れば、かなり広がりがでる。

・ 欧州のオペラに比べると、歌舞伎は根強い人気がある。外国人用の字幕付きソフトが整いつつあり、観光客に人気がある。
・ 歴史ゾーン観光後、動く芸術を観る仕組みが、ようやく軌道に乗ってきた。作品の舞台となった場所というのは強烈に手堀できるチャンスがある。関西にはそのような場所が多い。
・ 毎年のように何百周年記念が集中している状況下、かろうじて上方歌舞伎が残っており、テコ入れするには、この 3～4 年が重要。世界遺産か古典を是非考えてもらいたい。また、三大芸能の前提となったものも関西にかなりある。

・ 茶は、日常生活ではペットボトル化してしまっている。
・ 茶道人口は減っているが、世界では茶道の人気が高い。禅の世界への興味が多く、非常に評価できる。その考え方で何か括れば、新しいものが見えるかもしれない。
・ 水は、どこの地域にも流域文化圏があり、それぞれに水を通した文化が形成されており、少し弱い。おそらく、環境・水で人を集めるのはコンセプト上、矛盾が生じるのではないか。
・ 可能性とすれば MICE（マイス）戦略であり、産業技術を売る、或いはエクスカーションとして、水、茶、酒を売っていくという環境技術を売るとは別の戦略で通るのではないか。
・ 古典は、日本文学の研究者の減少や活字離れを考慮すると、今後のプロモーションが若干気になるので、むしろ世界遺産のなかの「古典の日」ということで、とらえれば十分成り立つのではないか。
・ 世界遺産はかなりわかりやすい。大阪に世界遺産がないのは構造上問題であり、大阪の歴史文化の世界向けＰＲ戦略を是非作るべき。
・ 酒は、酒ツーリズムの研究者もおり、和やかで良いが、ただ焼酎に押されている。南九州対関西でアルコールの競争をやってもよいかもしれない。

- 水は、他の地域との差別化が難しい。
- 古典はタイミングが良いし、茶は海外で評価されている。このあたりが落とし所ではないか。
- 世界遺産については、関西の文化遺産を見える化、ストーリー化していくということで、例えば文化遺産認定制度のようなものを打ち上げて、イベントに合わせて選定していくということも一つの話題づくり、アイデンティティ構築の仕掛けになる。

- 資料 3-3 にも出ているが、広域性、訴求性というのが実際に事業を推進する上で重要である。世界遺産でも古典でも個別評価があるものをどう束ねるのかというところに課題がある。
- 茶に関して、日本文化の本質であり世界とつながっているものであると指摘があった。アジア各国に独特の茶の文化があり、東アジアの広域観光を考える上でも、日本独自の茶の文化があるというのは、別の文化を背負っている人たちにも強く訴えることがある。

- 近年の関西では、源氏物語千年紀や古事記 1300 年紀がある。全国から見たときに、関西は古典のイベントが続いているという印象がある。また、世界遺産は、平城遷都 1300 年祭をやっているため、関西以外の方には「また関西は世界遺産をもってくるのか」という印象になる。決して得策ではない。
- 目新しい切り口として、茶、水、酒でも当然古典が絡めながら、古典を前面に出す準備をしていく方向付けがむしろ良いのではないか。

- 新しいことを仕掛ける際に古典文芸という意味で捉えると活字離れが起き、ソフトの生かし方の議論をしたい。舞台芸術や映画という手法がある。関西で創作古典として、歴史を使った創作をするため、関西という場所を生かし挑戦したい。
- 古典や世界遺産という言葉のイメージが私のイメージと違うように感じる。

- 古事記は島根県で盛り上がっている。三重県も遷宮をひかえている。
- 各地域の取り組みをつなぐのか、あるいは気づかれていないけれども本質的に大事なことを打ち出すのかという両面を考える必要がある。
- これまでの議論を踏まえ、茶か、世界遺産含む古典のどちらかで絞りたい。

- 先祖代々に渡り蓄積された資源を取り上げるだけでは面白くない。新しい要素を取り入れ革新する取り組みを行う必要がある。

- 見せ方が最も重要と考える。茶ではイメージが湧きにくいのではないか。
- 古典はブラックジャックなど取り入れ、見せ方としても面白い。古典は色々とプロデュースの仕方や場所の特性を生かすなどアレンジしやすい。

- プロデュースは、ブレイクダウンした上で、各地域で行えば良いものであり、いまは、本質の議論をしたい。

- 本物というコンセプトに対して、新奇をてらうのではなくストレートな意味で使えば良い。本質をしっかりと見極める必要がある。普遍的でありベーシックなものを、自信を持って展開すれば良い。
- 多すぎるとブランドではなくなる。統一したテーマの枠組みで考える必要もあるが、
- 天橋立の世界遺産採用を目指す地域の動きもあり、あまり無理することはない。

- 世界遺産については堺市の百舌鳥古墳群、兵庫県はジオパーク山陰海岸、天橋立は独自で動いている。地域に既にある資源をつなぐ発想では世界遺産が了解しやすい。新しい要素を入れる場合、世界遺産と古典を組み合わせることも考えられる。

- 最初の試みなので、実施しやすいものを選んでおくのが無難。次から複雑なものを実施する方が、事業が継続しやすい。手法が比較的楽な茶でとりあえずスタートしてはどうか。それから徐々に難しいものをテーマにすれば良い。

- 茶の場合、関係者が勉強する楽しみがある一方、世界遺産を使った文化イベントで関西学術フェスティバルが手弁当で開催されている。
- 体系化したテーマであれば、フェスティバルは連動でき、それだけでもありがたい。
- お茶はシンプルに見えるが深みがあり、古典は複雑なテーマだが、具体的に色々なものが動いていており、意外と大変ではない。

- 研究者数であれば、古典は非常に多く、茶は数人程度。茶の展開では、広がりがないのではないか。
- 遠野市では地域遺産として市が認定している。有名な寺社仏閣も大切だが、地域住民にとって小さな路傍の石も大切である。世界遺産を代表した考え方だと思う。その意味ではボトムアップがしやすい気がする。

- 年次でどのテーマがふさわしいのかという考え方があるが、世界遺産の場合は来年度で足並みを揃えることができるのか。

- 結果として世界遺産の登録に認定されたいが、露骨に出さず、世界遺産登録を問いかける形でイベントをしかけていけば良い。

- 評価指標については、集客数や関西全体での広がりが、判断基準になると思う。

- 明確な評価指標は定めていないが、集客数は一つの目標値だと認識している他、本物を核としたまちづくりも重要な視点であり、まちづくりの担い手が育つことも成果である。また、ブランドイメージの高まり、ものづくりの活性化に繋がるという

波及効果もあると考えている。

- 関西が一丸になる圏域意識や関西の誇りが育つような視点も考えており、いろいろな効果を見据えている。

- また集まっても同じ議論になる。座長と事務局に一任したらどうか。

- 複数案をいただき、本日は優先順位付けを行わない。
- モデル実施が第一であるが、その他のテーマでも順次展開することを整備局として前向きに考えてもらいたい。

○閉会

- 座長、事務局一任でご了解いただいたが、今後テーマが決まれば有識者委員や関係者にお知らせする。
- 決まったテーマに基づき実行委員会を編成し、テーマに適合した選定、モデル実施に関する意見交換を 11 月に実施する予定。

（以上）