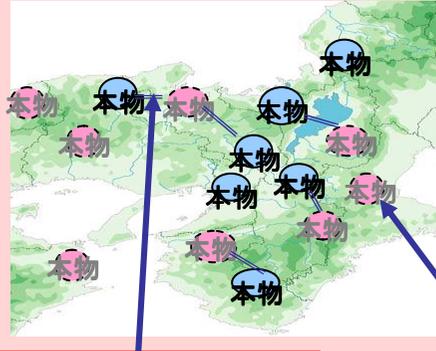


# 関西のブランド力向上の取組「はなやか関西～文化首都圏～」の概要と今後の進め方について

## 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。



各地に「本物」といえる高品質の地域資源が点在するが、価値を十分知られていなかったり、地域内での取組に留まり十分な活用効果が発揮されていない等の状況。

地域内での取組に留まっている  
→ 広域で繋ぎ合せ、支援・発信

価値が知られていない資源  
→ 価値を向上し、発信する必要

### 関西における国宝・重要文化財

(H22.3.31現在 文化庁HP)

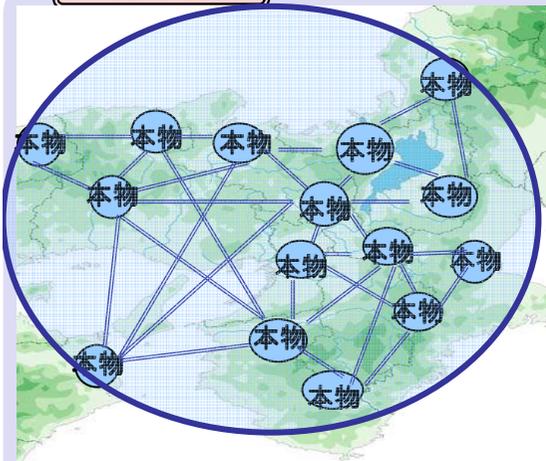
#### 関西にある「本物」の例

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



2006年ロボカップ  
世界大会優勝ロボット

### <将来像>



関西全域を見据えた戦略主体が、各地の「本物」候補を活用する地域の取組を応援

価値向上への支援

本物同士の連携幹旋

国内外への情報発信

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「はなやか関西～文化首都年～」 展開イメージ(案)

将来的には、以下の展開をイメージ

- 共通のテーマによるオール関西での支援は、テーマ毎に目標年次を設定して、実施
- 目標年次までは準備期間として、プロモーションにより機運を高めるとともに、地域の取り組みを支援
- 関西では、毎年何らかのテーマが重点プロモーションされていることを目指す

→ 平成23年度に「茶の文化」をテーマとしてモデル実施

