



関西が牽引する日本経済再生 —2014年度事業計画

関経連では、2012年度に、(1)日本の双発エンジンとして日本をリードする、(2)アジア有数の中核都市圏(ハブ)となる、という2つの「目指すべき具体像」を設定し、この具体像の実現に向け、2012～2014年度までの3カ年の「中期目標」を掲げ、取り組みを進めてきた。

本年度は、この中期目標達成に向けた最終年度として、昨年度取り組んだ事業をさらに深化、具体化させるための21事業を展開する。2014年度の事業計画とあわせ、本年度より新たに重点事業として掲げた「KANSAIブランドの強化・発信」の概要について紹介する。

日本経済再生を確実なものとするために

昨年は、安倍政権の経済政策、いわゆるアベノミクスにより歴史的な円高が是正されるとともに、株価が上昇し、企業の生産や輸出が順調に回復するなど日本経済の潮目が大きく変わり、日本経済再生に向け動き出した1年となった。

しかし一方では、原子力発電所の長期停止による慢性的な電力不足や火力燃料の輸入増、円安に伴う原材料価格の上昇によって過去最大の貿易赤字を記録したほか、財政再建や被災地の復興、災害に強い国づくりといった課題が山積している。したがって、2014年度は、一時的な

景気回復で終わらせるか、それとも日本経済を本格的な再生軌道に乗せることができるか、重要な分水嶺の年となる。

日本経済再生を確実なものにするためには、アベノミクスの「第3の矢」である日本再興戦略の実行・実現が不可欠であり、そのためには、われわれ経済界が総力を結集し、成長戦略を具体的に推進していかなければならない。

当会としても、政府に期待をするだけでなく、「関西が日本経済を牽引していく」との気概を持ち、日本経済再生に向けた取り組みを強化するとともに、地域や企業の創意工夫を鼓舞し、官民が一体となって元気な日本づくりに貢献していく。

2014年度事業計画策定にあたって

当会では、(1)日本の双発エンジンとして日本をリードする、(2)アジア有数の中核都市圏(ハブ)となる、という「2020年度の『関西のありたき姿』」を実現するべく、2014年度までの3カ年の中期目標を掲げ、その達成をめざし、各事業についてPDCAサイクルを着実に回し取り組みを進めている。

中期目標の最終年度となる2014年度の事業計画では、過去2年間の取り組みの実績や課題

等をふまえたうえで、具体的な成果を意識し事業を展開していくこととした。また、2014年度は、2015年度から始まる次期中期目標へ円滑に移行するための基礎固めの年度であることを認識するとともに、次期中期目標でめざすべき方向性についても意識し、外部環境の変化等をふまえて計画を策定した。具体的には、「国土強靱化の推進」「関西の強みを活かしたイノベーションの促進」「KANSAIブランドの強化・発信」の3つの事業に重点的に取り組み、「関西のありたき姿」実現の足がかりを築いていく。

〈表 2014年度事業項目〉

※赤字は重点事業 ★印は新規案件

1 関西のリーダーシップで東日本大震災からの復旧・復興に貢献する

- 【新事業創出】 (1)新事業創出を目指した復興支援(関西起業塾、組込みシステム産業支援など)
- 【支援枠組みの構築】 (2)風化・風評防止のための復興支援

2 関西から新しい国づくりを推し進め、強靱な国家と自立した地域による発展を実現する

- 【国土強靱化推進】 (1)複眼型の国土構造実現
(首都中枢機能バックアップ体制構築、平時からの機能分散など)
- (2)国土強靱化に資する広域交通・物流ネットワークの整備・強化
(リニア中央新幹線大阪同時開業、北陸新幹線整備、高速道路のミッシングリンク解消など)
- 【分権改革推進】 (3)分権改革の推進、分権型道州制の実現と関西広域連合の発展
- 【エネルギー・環境戦略構築】 (4)経済成長の根幹を担う電力供給の早期安定化と現実的な中長期エネルギー・環境政策の推進
- 【財政再建】 (5)財政健全化と成長の両立に向けた税財政運営・社会保障制度改革の実現
- 【経済連携推進】 (6)成長戦略の柱となるTPPなど経済連携推進
- 【企業関連法制構築】 (7)適正な企業関連法制の実現

3 イノベーションを生み出す仕組みを構築し、関西を国際競争に勝ち抜ける地域にする

- 【イノベーション促進】 (1)医療分野を中心とした国家戦略特区における規制改革実現、および国際戦略総合特区との相乗効果による、成長分野のイノベーション促進
- (2)ナレッジキャピタル等を活用したものづくり産業振興
- (3)「けいはんな学研都市アクションプラン2015」の着実な推進によるイノベーション・新産業創出
- 【都市魅力創造】 (4)うめきた2期区域開発プロジェクトの推進
- (5)国内主要都市との連携によるBID法制化実現
- 【地域雇用創出】 (6)女性の活躍推進など多様な働き方を支える雇用システムの構築
- (7)関西各地経営者協会と連携した情報発信による中堅・中小企業活性化

4 関西とアジア太平洋地域のWin-Winにつながる人・ビジネスのネットワークを強化する

- 【関西ブランド強化・発信】 ★(1)関西の強み・魅力を官民一体で発信するための「KANSAIブランド」展開
- ★(2)インバウンド促進に向けた訪日外国人受入れ環境の整備
- 【アジアビジネス展開】 (3)関西の強みを活かしたアジアでのビジネス展開支援
- 【人材パイプライン構築】 (4)関西経済の活性化に資するグローバル人材の育成・活用
- 【ネットワーク強化】 (5)海外訪問団の派遣・受入れ等を通じたビジネス交流の強化・関係構築

KANSAIブランドの強化・発信に向けて

2014年度の事業計画では、新たに「KANSAIブランドの強化・発信」を重点事業の一つとして盛り込んだ。

関西には、5カ所の世界遺産をはじめ、独自性のある多様な観光資源が多数存在し、しかも、それらが大阪から100km圏内に集中しており、公共交通機関によって1時間以内で結ばれている。このようなポテンシャルを有する関西では、各自治体や団体が観光振興をめざし独自の取り組みを行っている。しかしながら、これまでそれぞれの組織の活動情報や課題を共有する場がなかったため、関西としての目標が共有化されず、一体的な活動ができていなかった。このことを受け、当会では昨年11月に、官民が一体となった「広域観光研究会」を設置し、関西広域でのさらなる観光振興に向けた取り組みを進めている。

折しも昨年、2020年に東京でオリンピック・パラリンピックが、2021年には関西でワールドマスターズゲームズが開催されることが決定した。また、2019年にはラグビーワールドカップの日本開催も決まっており、これらの世界的イベントは、関西に注目が集まる絶好の機会となる。当会ではこのチャンスを最大限生かしていくために、「KANSAIブランドの強化・発信」に取り組むべく、「関西の強み・魅力を官民一体で発信するための『KANSAIブランド』展開」「インバウンド促進に向けた訪日外国人受入れ環境の整備」の2つの観点から、関西のインバウンド振興をはかる。

広域観光研究会では、「東京オリンピック・パ

ラリンピック」ならびに「関西ワールドマスターズゲームズ2021」の開催をターゲットに、関西広域連合、関西地域振興財団、経済界、関係機関等を含め、まずは関西が一体となって取り組むための関西広域観光戦略の策定および戦略を推進する体制の検討を行った上で、具体的な取り組みを進めていく。

当会では本年度も、実行と実現、そしてスピードにこだわり、各事業を着実に遂行し、関西から日本経済の成長・発展をめざしていく。

(企画広報部 石野誠／産業部 坂本浩之)

ワールドマスターズゲームズとは？

国際マスターズゲームズ協会 (IMGA)*が主催し、4年に1度開催される30歳以上の成人・中高年の一般アスリートを対象とした生涯スポーツの国際総合競技大会。参加者数は例年約2万人。2021年の関西大会がアジア初の開催となり、5万人の参加者数をめざす。

競技資格や選抜基準はなく、登録すれば大会出場が可能。プログラムは約30種目あり、複数エントリーすることもできる。平均9日間の大会期間に加え、前後に観光滞在する向きもあり、生涯スポーツの振興のみならず、観光振興に寄与することが期待される。

現在、官民で組織される「関西ワールドマスターズゲームズ2021準備委員会」(会長：井戸敏三・関西広域連合長)が、大会方針や総合計画を策定中。

※IMGAは、国際オリンピック委員会に認定された団体の一つ。本部はスイス・ローザンヌ。



〈広域観光研究会 概要〉 (2013年11月5日設置)

関西広域でのさらなる観光振興に向け、各団体・企業等の情報を共有し、課題については解決に向けて検討するとともに、具体的な施策を実施することを目的に設置。

座長：福島伸一・新関西国際空港会長

メンバー：関経連会員企業(都市創造・文化観光委員会正副委員長会社等)、関西広域連合、関西地域振興財団

オブザーバー：大商、京商、神商、歴史街道推進協議会、近畿地方整備局、近畿運輸局

2014年度の取り組み事項

- 関西広域観光戦略の策定
- 「関西」のブランディング
(2014年1月10日にワーキンググループを設置。
リーダー：村田省三・アートコーポレーション専務取締役)
- 外国人旅行者(インバウンド)への対応向上





インバウンドに追い風 今こそ広域での観光戦略を

福島伸一 氏

関経連広域観光研究会座長(新関西国際空港会長)

関西は、個性的で魅力的な街、世界遺産や国宝・重要文化財、温泉、ショッピング、エンターテインメントと、海外からの観光客が求めるものすべてが凝縮した、世界中でも類を見ない地域です。昨年はグランフロント大阪が、今年はいはりのハルカスが相次いで開業し、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンでは、期待感の大きいハリウッド・ボタンのテーマパークの開業も間近に控えています。2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」、その翌年の「関西ワールドマスタースゲームズ2021」という大きなイベントに向かって、今、インバウンドに追い風が吹いてきているように感じています。

そんななか、各自治体や団体はそれぞれにインバウンドに力を注いでいますが、これまで情報や課題の共有は十分とはいえない状況にありました。また、インバウンドには、ホテル、旅館、レストラン、商店、交通アクセスなど多くの事業者がかかわっておられます。それを一つの産業としてビジネス化することが非常に重要です。観光インバウンドを関西の大きな成長産業の一つにするべく、このほど、関経連にて「広域観光研究会」を立ち上げ、私が座長として担当させていただくことになりました。

政府では2020年までに2,000万人、2030年には3,000万人のインバウンドを達成するという目標を立てていますが、大阪では、現在の260万人(2013年度、大阪観光局推計)を600万人に増やしたいと考えています。研究会では、大勢のお客さまを関西にお迎えするにあたり、「関西広域観光戦略2020(仮称)」として、お客さま目線で、官民連携の元、具体的なロードマップを策定することを目標としています。

加えて、まだ世界的に認知度が高いとはいえない「KANSAIブランド」を強化・発信することが必要です。

まず有効と思われるのが、すでに知られている京都、大阪、神戸、奈良といった街の魅力をそれぞれブラッシュアップしつつ、あわせて「KANSAI」というブランドを売り込む「ダブル(マルチ)ブランド戦略」。また、さまざまなイベントの名称に「KANSAI」を冠するというのも一案です。すでにある「はなやか関西」ブランドについては、まずはロゴを作るなどしてこれまで以上に認知度を高める必要があります。

さらに重要なのが、インバウンド旅客への対応の向上。具体的に取り組みたいことがいくつかあります。

まず、インフラ環境の整備。一つはWi-Fiの整備です。大阪観光局が「Osaka Free Wi-Fi」のサービスを始めましたが、ぜひ関西全域に広げたいですね。それから、「関西バス(仮称)」。JR西日本、私鉄、市営地下鉄・バスなどの交通機関の協力のもと、外国人専用の共通乗車券を作れば、関西エリアの周遊に非常に便利になります。また、有名な名所旧跡でも、まだ日本語表記しかないところがあります。多言語対応も、一層推進しなければなりません。

もはや、インバウンドを十把一絡げにとらえる時代ではありません。国別、お客さま別のマーケティング戦略も求められています。例えば、今後増加が予想されるイスラム教徒のお客さまに対しては、祈祷室の設置や、ハラール認証を取得したレストランの拡充などが必要になってくるでしょう。

そのほかにも、空港・港湾の機能強化、IR(統合型リゾート)やMICEの誘致なども、それぞれ課題はありますが、少しずつ克服し、取り組みを進めることで、「KANSAIブランド」のさらなる価値の向上をめざしたいですね。広域観光研究会には、各自治体や団体をまとめる、司令塔の役割を担うことが求められていると考えています。(談)