

## 「環太平洋パートナーシップ(TPP)協定交渉への速やかな参加と同協定の早期合意を求める要望」を公表

環太平洋パートナーシップ(TPP)協定交渉は、今年10月末の実質合意をめざし、本格交渉を迎えようとしている。一方、昨年9月のAPEC首脳会議の際に期待されていたわが国の交渉参加表明は見送られ、12月の総選挙で政権交代を果たした安倍政権にとって、日本の将来の国益を左右するTPP協定交渉への参加は喫緊の課題であった。そこで、当会国際委員会のもとに設置した「TPPを中心とする経済連携推進研究会」は、要望書を取りまとめ、1月10日に公表し、1月16日に政府・自民党に要望活動を行った。

### 基本的な考え方

当会ではこれまで、わが国の産業界が国際競争力上、経済的な不利益を被ることがないように、新しい経済連携協定(EPA)や自由貿易協定(FTA)の交渉をできるところから同時並行的に進めることが不可欠であるとの考え方を表明してきた。また、EPAやFTAの推進に伴い、課題となっている農業分野については、国際競争力強化に向けた取り組みが急務であるとも訴えてきた。

昨年4月、当会は「環太平洋パートナーシップ(TPP)協定を中心としたわが国の経済連携推進についての提言」を公表。当時の民主党政権に対して、可及的速やかにTPP協定交渉への参加が実現するよう、繰り返し求めた。しかしながら、実際には、昨年9月のAPEC首脳会議の際に期待されていた、野田総理による交渉への参加表明は見送られた。

TPP協定は、APEC加盟21カ国に対しその門戸が開かれており、なかでも、貿易自由化の果実を早期に得たいという国々や、世界貿易機関(WTO)で合意が得られていないサービス分野や新たな分野の基準・ルール作りによる自国の利益を反映させようとい

う国々が交渉に参加している。

わが国にとってTPP協定への参加は、日米の経済関係のみならず、日米同盟の絆を強化し、ひいては、わが国の安全保障やアジア太平洋地域の安定や平和への貢献に資するという点においても重要な意味を持っている。

現在の日本は、少子高齢化による国内市場の縮小や、国内企業が抱える、いわゆる「六重苦」による国際競争力の低下などの問題に直面している。経済連携、特にTPP協定を成長につなげる一つの手段として一刻も早く活用し、アジア太平洋地域の経済活力を取り込むとともに、国際競争力を高めることが不可欠である。

このような観点から、わが国政府が直ちにとるべき方策について、あらためて要望を取りまとめた。

### 政府は速やかにTPP協定交渉に参加を

今回の要望書では「政府は、国益の観点から、速やかにTPP協定交渉に参加し、早期合意を実現すること」を政府が直ちにとるべき方策として要望している。

国内では、TPP協定に関してさまざまな意見がある。しかし、世界における急速な経済環境の変化の

なか、わが国が今後とも貿易立国・技術大国であり続けるという「将来の国のあり方」をかんがみ、政府は直ちに「交渉参加の政治決断」を行うべきであるとした。特に、TPP協定の交渉合意が2013年10月末と想定される状況において、速やかに交渉に参加し、わが国にとって望ましい交渉結果での早期合意が実現するよう全力を尽くすことが必須であると説いている。

このため、昨年末の総選挙で国民の審判を経た新政権には、目先にとらわれず早急に「政治決断」を行い、総理の直近の訪米時に交渉参加を明確に表明することを強く求めた。

さらに、現在TPP協定に関する情報が不足していることから、国民が感じる不安や懸念を払拭するために留意すべき点についても言及している。

### 政府要人等への要望

1月16日には松下副会長・国際委員長が、首相官邸、内閣府、外務省、経済産業省、自由民主党本部を訪問し、菅内閣官房長官、甘利内閣府特命担当大臣、高市自由民主党政務調査会長をはじめとする政府・自民党の要人に要望書を

手交し、建議を行った(下写真)。

松下副会長は建議に際し、今回の要望書の大きな目的は、関西経済界から政府に対してTPP協定交渉への参加を強く後押しすることであると説明した。

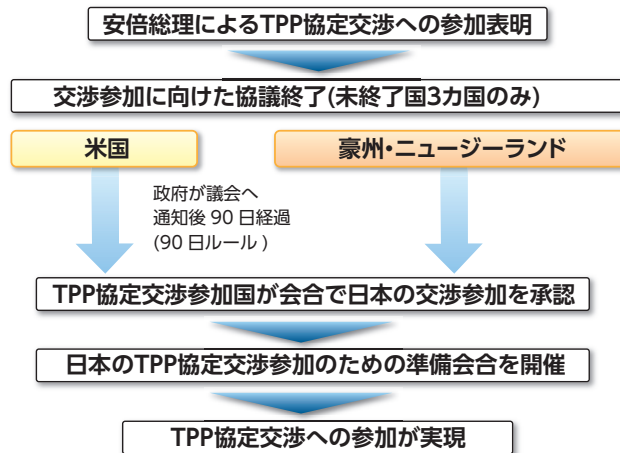
この発言に対しては、自民党の選挙公約(「聖域なき関税撤廃」を前提とする限りTPP協定交渉への参加に反対)との整合性が重要であるということ、その前提条件が変わらなければ、交渉に入っていくことは難しく、「国益にかなう」ような措置が可能かを探っている、といったコメントなどが聞かれた。

TPP協定に対する意見が党内や国民の中で分かれているなか、政権公約との整合性を取りながら、前向きに取り組もうとする政府・自民党の姿勢が垣間見られた。

### 今後の見通し

わが国がTPP協定交渉に参加するためには、安倍総理による交渉への参加表明後、少なくとも3カ月以上を要することが見込まれる(図)。日本が交渉参加を表明した後、米国

〈図 日本のTPP協定交渉参加実現までの想定スケジュール〉



政府は、議会関係者との調整を終えた上で、慣例に従い日本との交渉参加入りを議会に通告する。90日の猶予期間を経てようやく米国政府は、TPP協定交渉の枠組みで、日本とも交渉を行うことが可能となるのである。この間、日本が、豪州やニュージーランドと協議を行い、交渉への参加について両国から同意を得てはじめて、すべてのTPP協定交渉当事国が日本を交渉参加国として正式に認知することになる。

その後、実務レベルの準備会合を行った上で、日本は正式に本交渉

に参加することになる。

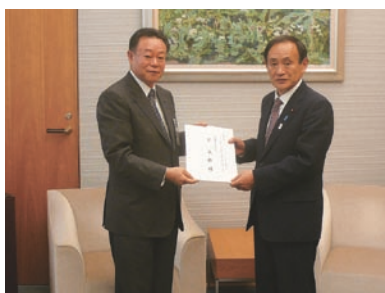
安倍総理が、3月15日にTPP協定交渉への参加表明を正式に行い、わが国はようやくスタートラインに立った。交渉合意は、今年10月になると想定されており、交渉参加が速やかに実現しなければ、日本が実質的に交渉に参加できる時間は限られる。

当会は、「速やかな交渉参加」と「早期交渉合意」を求め、政府に対し、引き続き提言・要望活動を行っていく。

(国際部 杉田龍飛)

\*要望書全文は関経連ホームページを参照。

### 首相官邸、内閣府、自由民主党ほかへ要望書を建議(1月16日)



菅内閣官房長官



甘利内閣府特命担当大臣



高市自由民主党政務調査会長

## 2013年はオール関西で「食」ブランドを発信!

当会では、関西の歴史・文化など魅力あるブランド資源を生かした国際観光振興に向けた広域的・持続的な実践活動を展開している。2013年は、関西広域連合を中心とした取り組み「KANSAI国際観光YEAR2013」と近畿地方整備局が中心の「近畿圏広域地方計画 文化首都圏プロジェクト」が共に「関西の食文化」をテーマに掲げ活動を展開。当会も、これらの取り組みと連携し、関西の「食」ブランドの発信による広域でのインバウンド推進をはかる。

### 関西ブランドについての関経連の考え方～はなやか関西～

2009年4月に当会が発表した提言「はなやか関西～関西ブランドの構築・発信と集客促進の提案～」では、地域内の多様性を尊重しながらも関西全体のブランド力を向上させること、そして府県の枠を超えて広域的・一体的に関西ブランドを発信し、地域の自立をはかることで分権型社会の実現をめざすことを提案した。

「はなやか」には、「①(花のように)きらびやかで美しいさま。②栄えて勢いがあるさま。③際立っているさま」という意味があり、関西のブランドイメージを総称する表現として使用している。提言では、①歴史文化と共に生きる・関西、②エンターテインメント・関西、③環境先端地域・関西、④知とモノづくり・関西の4つに関西ブランドの柱とした。

都市創造・観光委員会を中心に、関西ブランドの構築・発信に向けた取り組みを実施している。

### 近畿圏広域地方計画 文化首都圏プロジェクト

「近畿圏広域地方計画 文化首都圏プロジェクト」は、近畿地方整備局が中心となり、関西の多様で厚みのある文化集積を生かし、関西を日

本を代表し牽引する役割を担う圏域「文化首都圏」とすることをめざした取り組みである。当会はその主体である「近畿圏広域地方計画協議会」に参画している。このプロジェクトにおいて、関西が一丸となって「関西ブランド」を創造し、「ホンモノ」の魅力を国内外に発信することで、関西のブランド力の向上をめざす取り組みが「はなやか関西～文化首都圏～」である。

当会の提言を取り入れて2011年度に始まった同取り組みでは、毎年度一つのテーマを取り上げて活動を展開している。2011年度は「茶の文化」、2012年度は「人形浄瑠璃」が

取り上げられた。当会でも、「はなやか関西～文化首都圏～」の認知度向上に向け、これらのテーマに応じた講演会や視察会などを開催した。

### 関西広域連合による「KANSAI国際観光YEAR」

一方、関西広域連合が主体となって進めているのが「関西観光・文化振興計画」である。自治体や経済界とともに関西を「アジアを代表する文化観光首都」として世界に発信し、関西へのインバウンドのさらなる促進をめざすことを目的に2013年から始まった取り組みである。

### 〈関西広域の官民による「関西ブランド」の展開〉

	近畿圏広域地方計画 文化首都圏プロジェクト	関西観光・文化振興計画
主体	近畿圏広域地方計画協議会 (自治体、経済団体、 国の地方支分部局で構成)	関西広域連合
事務局	近畿地方整備局	関西広域連合 広域観光・文化振興局(京都府)
めざす方向	「はなやか関西～文化首都圏～」 関西が一丸となって「関西ブランド」 を創造し、ホンモノの魅力を国内外に 発信することで、関西を文化首都圏と して発展させることをめざす。	「アジアの文化観光首都」 アジアを代表する文化観光都市とし ての地位を確固たるものとし、「関西 ブランド」を広めて、インバウンドの 集客をはかる。
具体的事業	・2011年度:「茶の文化」をテーマに、 大阪城での大茶会やフォーラム等を実 施。 ・2012年度:「人形浄瑠璃」をテーマ に、人形浄瑠璃ゆかりの地を巡るツ アーやフォーラム等を実施。 ・2013年度:「関西の食」をテーマに 活動。	2013年が初年。「KANSAI国際観光 YEAR2013」として、今年は「食」を テーマに活動。関西各地の四季折々の 旬の食材・料理・名産品の魅力を「食 博覧会」はじめ各地の食の催しにてア ピールし、インバウンドを促進する。

具体的には、「KANSAI国際観光YEAR」という名のもと毎年一つのテーマを設定し、そのテーマに応じた取り組みを官民で連携して実施していく。

## オール関西で関西「食」ブランドを発信

関西各地には、日本の食文化の原点ともいえる食材や伝統料理が今も数多く存在する。現在、「日本の食文化」が、国連教育科学文化機関(ユネスコ)の世界無形文化遺産に登録提案されており、今後、ユネスコの検討・審査を経て、早ければ2013年秋にもその可否が決定される。

このような動きもふまえ、2013年は、「KANSAI国際観光YEAR」と「はなやか関西～文化首都年～」が歩調を合わせて関西の食文化を大々的にアピールする年となる。[KANSAI国際観光YEAR2013]では、「関西の食文化」をテーマとし、コア事業と位置づける「'13食博覧会・大阪」をはじめ、各地のさまざまな食の催しにおいて、関西各地の四季折々の食材・料理・名産品の魅力をアピールし、インバウンドの促進をめざす。

1985年より4年に1度開催され、今年8回目を迎える「食博覧会・大阪」は、日本最大級の食のイベントである(前回(2009年)の来場者数は約65万人)。今回は「食でつながる日本と世界」をテーマに、関西から国内外に「食」ブランドを発信する。



「'09食博覧会・大阪」(前回)の様子

関西の有名シェフを招へいし、関西の食材を生かした料理やお菓子などをワンコイン(500円)で提供する催しなどが予定されている。

一方で、「はなやか関西～文化首都年～」の2013年度のテーマも「関西の食文化」に決定している。関西に起源のある日本の食文化を歴史の面からひもとき、今も残る関西各地の食材、伝承・伝統料理およびそれらに関連する取り組み等をつなぎ、その起源を記した古典や史実等も紹介しつつ、国内外にアピールする。

このように関西は一丸となって、「食」ブランドの魅力を国内外に発信していく。

## 関西「食」ブランド発信に向けた当会の取り組み

当会も関西の食文化に関連したさまざまな取り組みを実施している。

関西の「食」の輸出拡大とインバウンド促進をめざして、2011年10月と2012年8月には新関西国際空港(株)等とタイで「ALL関西フェスティバル in バンコク」を開催した。

また、今年の2月14日(木)～17日(日)にタイで開催された、毎年期間中約60万人が訪れる「タイ旅行博(TITF)2013」には、関西地域振



「タイ旅行博2013」でのPRの様子

興財団と共同でブースを出展し、関西の「食」ブランドのPRを行った。全759ブースの中から、優れた展示に贈られる「ベストデスティネーション賞」にも選ばれ、好評を博した。

今年度は、在関西の総領事館を対象とした「'13食博覧会・大阪」での関西の「食」体験ツアーや、夏ごろに開催を予定している関西「食」ブランドに関するシンポジウムのほか、都市創造・観光委員会主催による講演会や視察会などの実施を予定している。

当会では、関西の「食」ブランドに関するさまざまな取り組みを実施するとともに、近畿地方整備局や関西広域連合と連携を深め、「オール関西」として一体的な「関西ブランド」構築・発信の役割を担い、広域連携によるインバウンド推進の拡大につなげていく。

(地域連携部 坂本浩之)

## 「'13食博覧会・大阪」開催概要

期 間：2013年4月26日(金)～5月6日(祝・月)  
10:00～18:00(最終日は17:00まで)

場 所：インテックス大阪  
(大阪国際見本市会場(南港))

主 催：食博覧会実行委員、大阪外食産業協会

協 力：大商、関西・大阪21世紀協会

後 援：当会ほか31団体

入 場 料：[当日]大人(高校生以上)2,000円、子ども(小・中学生)1,000円

[前売]大人(高校生以上)1,500円、子ども(小・中学生)750円

HPアドレス：<http://www.shokuhaku.gr.jp/index.html>

☆期間中、当会も東北復興支援の一環として「ワンコインチャリティ 東北3県 郷土ふるまい大鍋イベント(仮称)」を開催します。ぜひお越しください。



マスコットキャラクター  
「フッピー」