

2007年9月

< 下妻会長 >

【「安倍改造内閣に望む」意見書の発表】

今日の農相辞任の件もあって、新内閣にはもう少ししっかりとしてもらいたいという感を持っている。関経連としては、「国民にわかりやすい説明をきっちりやって下さい」ということを強く言おうということで提言を取りまとめた。

今後、我々としても取り組むべき問題がいろいろあるが、やはり、経済活動が順調にいくためにも、政権がきっちり運営していただかないと強く認識している。内閣には「スピードをもって改革を実行して下さい」、また、「政治不信、政治とカネの問題についても透明感を上げて、公開性をもってやって下さい」という申し入れをすることで進めている。

【関西の重要トピックス】

(世界陸上大阪大会)

セキュリティ上の問題がなく、つつがなく終わったということでご同慶の至りである。暑い時期なので、日本選手も遠慮をして銅メダル1個に終わったが、世界のトップアスリートが集まる大きな大会が大阪で開催されたということは大変意義のあることだと思う。

私も一部参加させてもらったが、あの暑さは異常であり、観客席が満員にならなかったのも、ある程度やむを得ないのかなという気もする。しかしながら、かなりの方々にご参加いただいて、かなり円滑にいったように思う。また、篠田正浩さんがディレクターを努めたオープニングのショーも、最近では各国ともお金のかかったキラキラしたショーが多い中で、お金をかけないアマチュアリズムに溢れ、爽快感があったように思う。関市長がかなり力を入れたイベントであり、成功裡に終わって良かったことはご同慶の至りと思っている。

(メルケル・ドイツ首相歓迎昼食会)

先週金曜日に、京都・迎賓館で歓迎昼食会を共催させていただいた。メルケル首相は、大きな国の首相の割にはざっくばらんで、あまり形式張って権威をふりまくというタイプではなく、ずいぶん民主化された首相という印象を思った。メルケル氏は大連立の枠組みにおける首相であり、一方で、日本の政局がどうなるのかわからないが、大連立が組まれた時のことを頭の中で描きながら話をさせてもらった。関西にとっては、京都の迎賓館、吉兆のお料理をはじめ、関西のホスピタリティを示すことができ、大変良い歓迎会になったと思う。

(「クリエイティブ・インダストリー・ショーケース in 関西」)

東京のイベントと併行して、9月29日から10月6日まで、京都、神戸、大阪、そして和歌山・田辺で、各地域の特色を活かした様々なコンテンツ関連イベント「クリエイティブ・インダストリー・ショーケース in 関西」=「CrIS（クリス）関西」を開催する。

関西のコンテンツ制作企業や人材育成・教育機関の集積、豊かな歴史文化資産や世界最先端の技術などを世界にアピールしながら、既存のコンテンツ産業の世界への発信ということができればと思っている。

これをベースに関西主体のコンテンツ産業の企業が根づいて発展していければと思う。旧来であれば、関西で発生しても東京に出て行くケースが多いので、何とか関西に根づいてもらうため、この取り組みを一つのモデルケースにして、我々も良く勉強していきたい。

さらに大阪では「日中韓文化コンテンツ産業フォーラム」も同時開催され、日本、中国、韓国の各国政府の副大臣級会合も併せて行われる。こうした機会を通じて、関西のクオリティの高いコンテンツが発信されればよいと思っている。

< 松下副会長 >

国際関係の活動について2点報告申し上げます。

国際委員会では、本年も中国ビジネスのさらなる発展に向けた交流強化に取り組んでいくことにしている。

( 第7回 日中経済討論会 )

10月23日～24日にかけて、「第7回日中経済討論会」をジェトロ、経済産業省、大阪商工会議所等とともに実施する。中国では本年3月の全人代において、「内外企業の企業所得税統一」が決定されるなど、外資政策に変化がみられる。一方で中国では環境・省エネルギー対策強化など「調和社会実現」に向けた取組みを本格化させようとしている。こうした中で、世界で第2位の経済大国・日本と、世界においてますます影響力を高める中国が、いわば「日中ビジネスの転換期」にどのように対処し、さらなる関係強化を図っていくかを、両国のビジネスマンが一堂に会し討議する予定である。

今年で7回目を迎える日中経済討論会は、回を重ねる度に充実してきており、参加者数も増えている。本年は単なるフォーラムやシンポジウムではなく、特に中堅・中小企業に役立つビジネスマッチングを重視したいとしている。私自身、日中経済討論会には、発足時より関わっており、今年はパネル討議にも参加する。

また今回は、日中経済討論会以外にも、大阪府や大阪市が中心となって実施

する国際イベントを同じ週に開催し、「世界・アジアウィーク in 大阪」としてアジアの交流拠点・関西をアピールしていく。

(日露経済フォーラム 2007)

もう一点は、ロシア関係についてである。ロシアは1999年以降8年連続で高い経済成長を続けており、日本企業のロシア・ビジネスへの関心も高まっている。関経連でも昨年ミッションを派遣し、ロシアの潜在的な経済力を実感した。一方で貿易・投資環境についてはまだまだ整備すべき点が多い。そこで日露の投資と貿易における協力の可能性をテーマに、9月25~26日に「日露経済フォーラム 2007」を実施する。ロシアから日本企業とのビジネス交流拡大をめざす企業家や、地方政府代表者が多数来阪される予定である。

関経連としては、こうした取組みを通じて、関西・日本と中国やロシアのビジネス拡大につなげていきたい。ぜひPRをよろしく願います。

< 寺田副会長 >

(関西のブランドUPと賑わいづくり)

関西のブランドの発信について、お話をさせていただく。昨日、世界陸上が終わりに、大阪市、大会関係者、ボランティアの方にもご協力いただいた。厳しい暑さの中、ご苦労様とお伝えしたい。日本選手の成績については、マラソンの土佐選手が最後に見せ場を作って今日初めて新聞の一面に載ったが、大分残念に思う。

今回、地域としての大阪、関西という観点から見て、大阪で開催された世界陸上は、全世界にどのように発信されたか興味がある。この分析は大阪市がされているが、今回のイベントをこれだけで終わらせずに、これからのイベントの誘致活動に是非繋げてほしい。世界的な都市間、地域間競争の中、大きなイベントを誘致することは重要な戦略。ただ、それだけではなく、継続的に観光客や企業の投資、研究者などいろいろな人や企業、情報を集められなければならない。土産物や特産品などではない地域ブランド、関西がどのような地域かというアイデンティティを明確にし、確立することが大切。

ボストンと聞いて何を思い浮かべるか？レッドソックスという人が多いと思う。私は関西経済同友会のボストン・シンポジウムで、ハーバード大学に何度も行った。ボストンと聞くと、ハーバードやMITといった研究者の町、美術館、おいしいロブスターなどがすぐに思い浮かぶ。世界陸上はボストンで開催されたら、町のブランドが全世界に発信されたのではないかと思う。大阪の世

界陸上の発信力がどの程度であったか、まだわからない。

大阪で地域ブランドを作ろうと、3年前に大阪府、大阪市と経済界で「大阪ブランドコミッティ」を立ち上げた。今年3月までの3年間という限定で活動した。大阪21世紀協会の堀井良殷理事長が大阪の歴史を面白く書いた本も、ブランドコミッティの活動の中でできたものの一つである。

関西と申し上げても、大阪・京都・神戸と特色のある3つの大きな都市がある。それを一緒にとらえるのは難しいし、その必要はないと思う。それぞれの都市が、それぞれの地域が持つ魅力、資源をベースに新しいコンセプトによって、再構築することが重要である。それぞれの資源をブラッシュアップして発信する。

3年前、財界セミナーで、都市の魅力やイメージ作りが議論されたが、京都や神戸からは、「われわれはきちりやっている。大阪はもっとしっかりしたものをだしてほしい」といわれた。手前味噌かもしれないが、ブランドコミッティの活動によって、大阪のイメージは少し変わってきたと思う。大阪のキタやミナミだけでなく、中之島、北浜、北ヤードが知られるようになり、近鉄さんの超高層ビルについては、東京でも発信されていた。都心部への居住者が戻ってきていることを考えると、この地域が変わってきたと考えている。大阪には、いろいろな資源があるが、そこから地域ブランドを作り、発信できる段階にきたのではと思う。京都や神戸から遅れているといわれていた大阪が、ブランドイメージを違う形で進めている。大阪、京都、神戸、奈良、和歌山を含めた地域ブランドアップという観点から取り組みを強化していきたい。

ただ単に、集客・観光を検討するだけでなく、関西が持つさまざまな資源、バイオや液晶、プラズマなどの産業集積、歌舞伎や文楽などの伝統芸能、関空というインフラなど、ブラッシュアップして、全体として関西を発信することを進めたい。関経連としては、私が担当する文化・観光委員会や、関連する団体と協力しながら、活動イメージを検討している。ブランドを考える際、イギリスの「クール・ブリタニア」を思い出す。実際に行ってみたら、何も負けていないと思った。イギリスの場合は、国を挙げて推進していたので、関西も地域を挙げてブランドを発信すれば、これに近いことができると思う。マスコミの皆さんの全面的なご協力を宜しくお願いしたい。

以上