



坂上 和典

SAKAUE Kazunori

博報堂
常務執行役員関西支社長

関西経済発展のために 関西ファンを増やそう



ここ数年、行政、学会、企業などから、広告代理店業ではこれまで考えられなかった分野における産学官の枠組みの構築やビジネス化へのご相談が増えています。

そのなかでも特に、観光・インバウンドについては当社も注力し、各種アンケート調査の実施や関係機関と協力したさまざまな取り組みを行っています。当社が観光について関心を持つのは、関西が東京と違ったかたちで成長するためには、やはり観光が大きく寄与すると見ているからです。当社は、観光の本質を、人ととの豊富なコミュニケーションによる「交流」であると考えています。観光の目的は、まず人に来てもらうことが第1段階であるとともに、第2段階ではモノを買ってもらうこと、そして最後は人と人とが交流することなのです。その交流をつくっていくためには関西の人々が、自分たちの文化について、誇りを持たなければいけません。海外から日本を訪れる観光客は、日本の文化を見に来ています。われわれは文化というと、どうしても歴史や芸術などの狭い範囲でとらえがちですが、グルメや優れたデザイン、現代アートなども、その土地や風土、歴史によるもので、いわば文化であります。外国人観光客は、単に観光地をめぐってお土産を買いに来ているのではなく、日本製品の安全性や料理の盛り付けなどの細やかさといったこだわりを楽しむにされているように思います。文化を介して海外の人と交流の和を広げることで、関西ファンが増えてリピーターとなり、関西はさらに盛り上がると思います。

私自身の経験を申しますと、昨年フランスに出張した際に、1日だけパリ郊外の田舎まちに足をのばしてみました。観光地ではないのですが、市場で野菜が売られる風景、川のほとりで食事をする風景など、平凡な生活風景が他の

観光地よりも印象に残り、また行ってみたいと感じました。観光パンフレットに載っているような観光地だけでなく、人々が暮らす何気ない空気感にひたってもらうことも、リピーターになってもらえるきっかけになるのではないかでしょうか。関西に目を移してみると、大阪・ミナミの繁華街、京都の歴史情緒あふれる町並み、自然豊かな瀬戸内海の島々、ひとえに関西といえどもさまざまな顔があります。そして、地域ごとの文化や芸術もあります。そういう地域独自の話を地元の人から聞いてみるだけでも面白いものです。このような関西の魅力を伸ばし、国内外でのPRを行うためには、事務局となる推進体制の構築も不可欠です。長期的なスパンで考えて、継続的かつ自立的に運営できる観光推進体制を官民一体となって整えていかなければなりません。

関西の素晴らしい魅力を海外に伝えるため、当社では、昨年度から国の補助金も得て、関西を紹介するテレビ番組を海外で放送する事業に取り組んでいます。番組制作にあたってのポイントは、外国人に制作してもらうことです。日本の面白さを外国人の目で見て、1つずつ魅力を咀嚼して紹介することを基本としています。今年度は新たに、台湾のプロガーが独自の視点で観光ルートをレポートする番組を制作します。

また、当社は今年で120周年の節目を迎えました。「未来を発明する会社へ。」をコンセプトに、広告ビジネスを超えた商品や事業をパートナーと生み出すビジネススタイルへシフトさせていきます。ここ関西においても経済活性化の「触媒」として貢献し、皆さまのご期待に応えられるよう努力していきます。

(談)