

自信を取り戻せ、 関西

東京への一極集中が騒がれる昨今ですが、「関西は元気になってきた」と私は言いたいですね。北梅田や阿倍野の再開発、尼崎・堺・姫路のデジタル関連プロジェクトなど関西では現実にさまざまな事業が走り始めており、にぎやかになっていることは間違いありません。例えば、中之島の整備では「水都・大阪」に着想を得て、昔の舟運を復活させようと八軒家浜の船着場を整備するエリア開発も行っています。その手法はソフトな発想ができる関西ならではの。今後、関西らしい発想が他の事業にも出てくることでしょう。

また、関西にはいろいろな機能を持った都市が群居しており、ポテンシャルの大きさ・深さとも群を抜いています。そしてその可能性を顕在化させるためには百家争鳴・百花繚乱の状態となることが望ましく、そこから次代に必要なテーマを地域住民が共有し、まとまった発想を持てるかが今後の関西を左右する。ですから、そんなことを語り合える場が関西にはもっと必要です。異業種の人たちが集まる朝食会や財界が主催する人材育成講座など既存の場でもいい。そこで知り合った仲間が集まって長く続くネットワークを作り、企業間の理解が深まれば、目先の利益を優先しがちな関西企業にも大きな視点で事象を見る意識が芽生えてくることでしょう。

では、メディアは関西において何ができるのか。毎日放送は、地域と共生し、地域から創造したものを全国や世界に発信する「スーパーリージョナルステーション」を企業理念として掲げています。情報番組やニュースで関西の情報を発信するという日常業務に加えて、「地域のためにできることを」と、2002年からは神戸コレクション、2004年からはオーサカキングの開催などに取り組んでいます。神戸コレクションは国内のみならず上海でのショーも成功し、今後も伸びていく実感が



山本 雅弘 氏

Masahiro Yamamoto

毎日放送会長

あります。関西ファッションを国内外に発信する機会を提供した功績が認められ、今年2月には関西財界セミナー賞2008特別賞を受賞しました。かたやオーサカキングは系列局もブースで地元の特産品を販売したり、会場の大阪城公園から各地への放送を行ったりと、関西と他地域との交流の場、関西の情報を全国に発信する場となっています。

情報発信力が弱いと言われる関西。情報発信に「これさえやれば」という決め技はありませんが、関西にはその気になれば国内外へ売り出せるものがたくさんあります。京都や奈良の奥深い文化、東大阪の企業が持つすばらしい技術、そして、近年集積してきた神戸の若いファッションデザイナーや京都・大阪のアニメ関係のクリエイター。この集積をうまく産業へつなげていこうとする、クリエイティブ・インダストリー・ショーケースin関西(CrIS関西)という場も産学官の協力により昨年からは設けられました。

関西は何となく自信を失っていて、一歩が踏み出しにくい状況に陥っていますが、少し考えただけでもこんなにも多くのポテンシャルを持つ、地力のある地域です。CrIS関西でもオーサカキングでもいい、小さな成功体験を重ね、まずは自信を取り戻すことが関西には必要です。今、関西は、何かひとつあれば大きくまとまっていく予感がしています。何より大切なのは、「そのひとつとは何か」を見つけようとする人々の意識を集め、関西の大きな力とすることなのです。

談