

平成 21 年度広域ブロック自立施策等推進調査

「関西地域のプロモーション機能の整備に関する調査」
報告書

平成 22 年 3 月

経済産業省 近畿経済産業局

国土交通省 近畿地方整備局

国土交通省 近畿運輸局

調査概要

1. 調査目的

世界における日本文化への関心が高まりつつある中で、関西は、長い年月をかけて創造・継承してきた我が国を代表する歴史文化資産のみならず、自然・環境、食・暮らし、ライブエンターテイメント、産業・技術等の分野において、関西固有の優れた資源である「本物」を大事にし、新たな「本物」を産み出してきた。

特に、ライブエンターテイメント分野は、関西発祥の能楽・文楽・歌舞伎をはじめ、お笑い、上方落語、ミュージカルなど多彩で魅力溢れるジャンルが集積し、地域に根付いた淡路人形浄瑠璃、長浜曳山祭りなど伝統芸能が多数存在している。また、環境分野では、太陽光パネルや燃料電池、水処理技術などの世界に誇る「本物」の技術を有する企業が集積している。

しかしながら、そのプロモーションについては、個別の機関等がそれぞれの分野について情報発信をしており、「本物」の資源が十分に活用されているとは言い難く、地域の停滞感・閉塞感を打ち破るためにも、「本物」を活用した新たな付加価値を創造することが必要不可欠である。また、近畿圏広域地方計画における様々なプロジェクトの推進においても、広域的な視点に基づく関西としての一元的な情報発信やプロモーション機能の整備が喫緊の課題となっている。

この様な観点から、地域固有の「本物」を活かしたまちづくり・ものづくり推進体制の確立を目指し、関西として一元的な情報発信・プロモーションが可能となるような体制づくり及び実証的検証を行うことによって、近畿圏広域地方計画の主要プロジェクトに位置づけられている「文化首都圏プロジェクト」、「関西の魅力巡りプロジェクト」及び「次世代産業を創造する『知の拠点』プロジェクト」の具体化を図ることを目的とした調査を実施した。

2. 調査検討項目及び実施機関

本調査の検討項目及び実施機関は以下のとおり。

(1) 関西地域の一元的な情報発信・プロモーション機能の整備方策の検討

- 近畿経済産業局
- 近畿地方整備局
- 近畿運輸局

(2) 関西が有する「本物」を戦略的に活用した地域活性化方策・具体的なプロモーション機能の実証的検証

①都市型集客・交流活性化のための総合チケットセンター（日本版TKTS[チケット]（仮称））の設置に関する検討

- 近畿経済産業局（サービス産業室）

②関西のブランド力向上に向けた体制整備に関する検討

- 近畿地方整備局

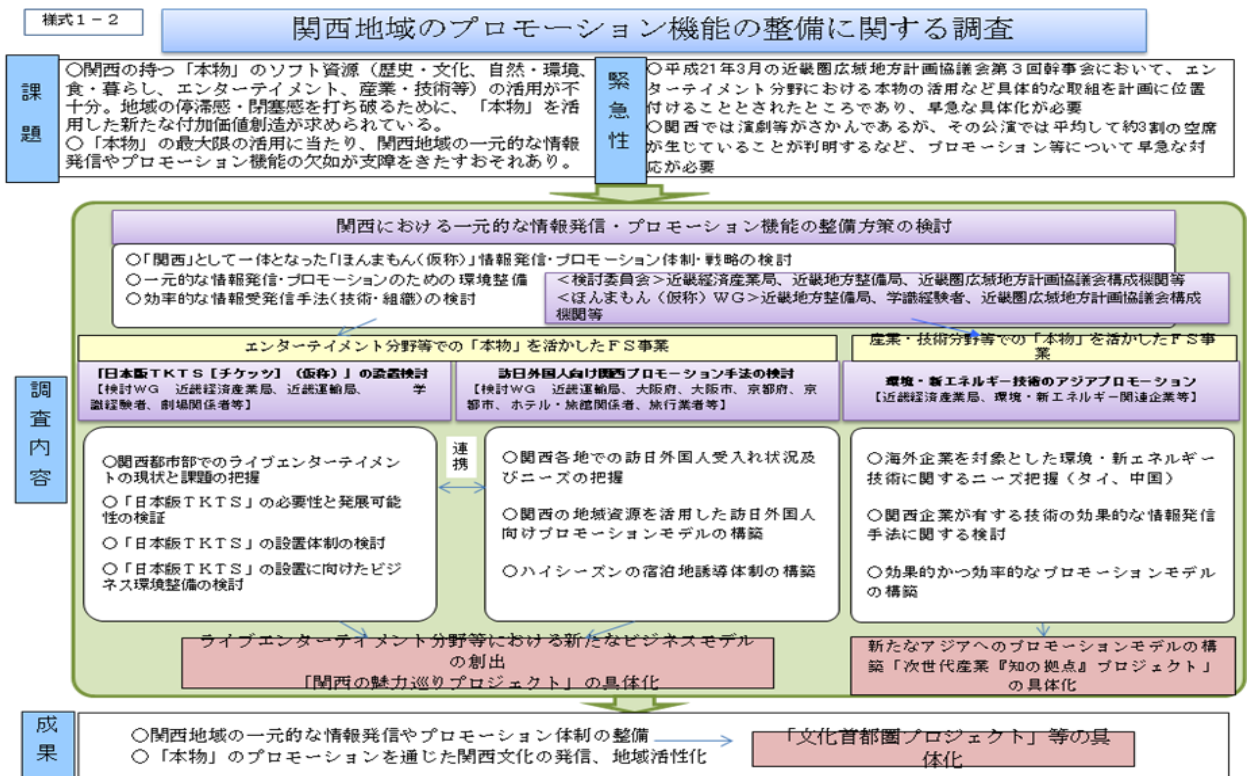
③訪日外国人に対する伝統芸能に着目した地域資源（郷土料理、歴史・文化、伝統工芸等）を活用した新たな誘客プログラムの具体化

- 近畿運輸局

④関西における「環境・新エネルギー技術」のアジア・プロモーション方策の検討

- 近畿経済産業局（企画課）

図1：調査フロー図



3. 調査結果

(1) 関西地域の一元的な情報発信・プロモーション機能の整備方策の検討および関西における「環境・新エネルギー技術」のアジア・プロモーション方策の検討

アンケート・ヒアリング調査によって、外資系企業を中心に関西全体としての広域プロモーションへのニーズが高いことが判明。これらを元に、プロモーションの重点分野、内容、見せ方、方策、体制の各項目について、関西の現状・課題を明らかにするとともに、今後の取り組みの方向性について整理を行った。また、環境・新エネルギー技術のアジア・プロモーションに関するケーススタディを実施し、効果的なプロモーション手法について検証を行った。

【近畿経済産業局企画課】

<主な提案>

- 協議会構成委員間での情報共有の促進（例：プロモーション用のコンテンツの共同作成及び共同利用）
- 広域プロモーションに必要なツールの整備
- 将来的には、広域機関（例えばKU、関経連等）によるプロモーション事業の拡充（人材育成も含めて）
- 環境分野における関西企業のアジア展開推進（ミッション団の派遣、受入等）

(2) 関西地域の一元的な情報発信・プロモーション機能の整備方策の検討および関西のブランド力向上に向けた体制整備に関する検討

関西の「本物」を幅広く効果的に活用するための手法として、有識者の知見や欧州文化首都の取組を参考に、1テーマで関西各地の資源をグループ化して総合的に情報発信、イベント等を実施する「関西文化年（仮称）」の取り組みが提案された。更に、この手法の実行可能性を探るため、広域地方計画協議会構成機関による事業・支援施策の情報を収集し、「茶の文化」「水」等をテーマとした場合のケーススタディを実施した。

【近畿地方整備局】

<主な提案>

- 「関西文化年（仮称）」の実施方法や効果についての認識共有
- 協議会構成機関の協力による「関西文化年（仮称）」のモデル実施
- 将来的には、広域機関を中心とした「関西文化年（仮称）」実施体制の確立

(3) 訪日外国人に対する伝統芸能に着目した地域資源（郷土料理、歴史・文化、伝統工芸等）を活用した新たな誘客プログラムの具体化

訪日外国人の誘客に向け、ライブエンターテインメントの活用も取り入れた関西のプロモーションのあり方、並びにプロモーション・モデルの提言やハイシーズンの宿泊地誘導體制の検討などの内容を盛り込んだ報告書を取りまとめた。

【近畿運輸局】

<主な提案>

- 海外の旅行エージェントに向けたプロモーション・モデルの提案
- 効果的な訪日外国人の誘客向けのビジット・ジャパン・キャンペーン事業展開。

(4) 都市型集客・交流活性化のための総合チケットセンター（日本版 TKTS[チケットツ]（仮称））の設置に関する検討

アンケートやヒアリング及び既存資料に基づく調査により、関西地域におけるライブエンターテインメント産業の現状や課題、劇場関係者のニーズ等について詳細が明らかになった。また、日本版TKTSの設置に向けた課題及び解決に向けた方針を整理し、観光等の他産業への波及効果を生み出すべく、環境整備の方針を取りまとめた。

【近畿経済産業局サービス産業室】

<主な提案>

- 自主事業として当日券販売を実施する主体（NPO等）において、調査成果を活用した事業展開を実施。
- 自治体や経済団体等によるTKTS支援体制の確立。

- 今後日本版TKTS推進の主体となりうる関係者（劇場関係者、公共交通機関等）向けの成果報告会の実施など、事業成果の普及啓発を実施。

各調査の詳細については後掲のとおり。

4. 調査結果の活用方法

本調査によって、域外特に海外からの「関西」としての情報発信・プロモーションのニーズが改めて確認され、一体的なプロモーションを実践していく際の具体的な障壁も明らかとなった。

今後は、本調査結果を踏まえ、管内の関係機関の連携のもと、こうした障壁を一つずつ乗り越え、近畿圏広域地方計画プロジェクトの具体化に向けた取り組みを推進していく。

<プロジェクト毎の今後の取り組み>

第1節 文化首都圏プロジェクト（1）「関西ブランド」の創造

- 「関西文化年（仮称）」のモデル実施に向けた準備組織の立ち上げ。
- 具体的な事業運営の主体や運営手法等を引き続き検討。

第2節 関西の魅力巡りプロジェクト

- NPO法人ライブエンターテイメント推進協議会が実施する「日本版TKTS（仮称）」実証事業の支援。
- 海外の旅行エージェントへ向けた広域連携による関西プロモーションの推進。

第3節 次世代産業を創造する「知の拠点」プロジェクト

- 「INVEST 関西会議」を中心に産業分野での広域プロモーションを推進するとともに、有力なツールとなるWebサイトの構築を検討。
- 「関西・アジア 環境・省エネビジネス交流推進フォーラム」を中心に、環境・省エネ技術のアジア展開を目指したミッション団の派遣、受入れ等を実施。