

【広域ブロック自立施策推進調査】

フォローアップ(計画・実績)報告書

調査名		関西地域のプロモーション機能の整備に関する調査～関西における一元的な情報発信・プロモーション機能の整備方策について～	
調査主体	幹事府省(庁)局課名	近畿地方整備局建政部計画管理課	
	関係府省(庁)局課名等	近畿運輸局、近畿経済産業局、近畿農政局、(社)関西経済連合会、関西広域機構、2府8県4政令市	
調査地域		近畿圏全域	
調査年度		平成21年度	
配分額		7,701千円	
調査概要	調査内容	わが国を代表する有形無形の資産(人・モノ・活動)を「本物」として生み育んできた関西の伝統を活かした「文化首都圏プロジェクト」により、関西地域の一体感や認知度の向上、観光集客の増加、製造品・農林水産品等の受入れ拡大等を図るため、関西各地にある地域資源の価値を関西広域の視点で一定のストーリーの下に戦略的に発信する、ブランド力向上に向けた体制を整備する必要がある。このため、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手法を開発し、今後、関西の行政主体や民間団体が連携して関西のブランド力向上に向けた活動を展開していくためのケーススタディを実施することで、関係者間の認識共有を図った。	
	調査結果(成果)	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」が提案された。この手法の可能性を探るため、広域地方計画協議会構成機関による事業施策の情報を収集し、「茶の文化」「人形浄瑠璃」をテーマとした場合のケーススタディを実施した。	
		調査結果の活用状況	調査結果を受けた具体化
計画	期待される効果等	<ul style="list-style-type: none"> ・「関西文化年」の実施手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実施機関の設立 	
	22年度	<ul style="list-style-type: none"> ・関西経済連合会、近畿商工会議所連合会、ジェトロ大阪本部、当局で構成するINVEST関西会議への情報提供。 ・各方面の専門家からなる「関西のブランド力向上有識者委員会」の設立。 ・近畿地域の自治体との情報の連絡体制の構築。 	<ul style="list-style-type: none"> ・関西の文化首都圏の形成に向けたプロジェクトとして、毎年1つのテーマに沿った取組を関西全体で進める「はなやか関西～文化首都年～」の開催決定。 ・次年度の関西文化年モデルのテーマに「茶の文化」を選定。
フォローアップ	23年度	<ul style="list-style-type: none"> ・近畿地域の自治体との連絡体制を活かした情報提供。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「関西文化年」実施手法である「はなやか関西～文化首都年～」について、「茶の文化」をテーマにモデル事業を実施。 ・次年度の関西文化年モデルのテーマに「人形浄瑠璃」を選定。
	24年度	<ul style="list-style-type: none"> ・近畿地域の自治体との連絡体制を活かした情報提供。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「関西文化年」実施手法である「はなやか関西～文化首都年～」について、「人形浄瑠璃」をテーマにモデル事業を実施。 ・次年度の関西文化年モデルのテーマに「関西の食文化」を選定。
	総括的評価	<p>調査目的の達成状況とその要因</p> <p>広域地方計画協議会構成機関による事業・支線施策の情報を収集し、毎年度テーマを絞って総合的な情報発信、イベント等を実施した結果、そのテーマについては新たな関係者間の連携が生まれたり、翌年度以降の継続を求める声が上がったりといった良い効果が見られ、当初の期待された効果は達成されたと考えられる。</p> <p>今後は、各年度の取組を繋ぎ、より効果的に関西のブランド力向上に向けた活動を展開していけるような工夫が必要。</p> <p>調査手法の妥当性</p> <p>調査対象に行政機関と民間団体が含まれることにより、今後の関西のブランド力向上に向け、幅広い視点で情報発信の手法、必要性を検証することができた。調査手法としては妥当であったと考えられる。</p>	