

## 6. 今後の課題

### 6.1 関係機関の役割分担の明確化

関西ブランドの創造に向けて、国の機関や関係自治体、経済団体等が、関西の様々な地域にある「本物」の資源や活動と連携しながら、関西全体としての総合力を発揮していくことが重要となる。

その際には、各々の特性を活かしつつ、適切な役割分担のあり方を明確にしていくことにより、各々の役割を全うする仕組みを構築していく必要がある。

### 6.2 関西の広域的取り組みとの連携

関西においては、「歴史街道」、「関西元気文化圏」、「関西元気宣言」など、国や経済団体等が中心となって関西で独自に取り組まれている広域的活動が存在している。

これらの取り組みは、関西の「本物」の資源や活動を支え、それを国内外へと情報発信していこうとする関西ブランド創造の取り組みと、根底にある思想や方向性は共通しており、取り組みのなかで共有できる面が大いに存在するものと考えられる。

このため、このような関西の広域的取り組みと連携し、各々の特性を活かした役割分担を明確にしていくことによって、関西の活力創造に向けた効率的・効果的な展開を図っていく必要がある。

### 6.3 関西の様々な地域で展開されている地域ブランド化の取り組みとの連携

近年、平成 17 年の商標法の改正による地域団体商標制度の創設等を契機として、地域ブランド化の取り組みが活発化している。

一方、このような取り組みが活発化する以前から、京都など既に海外等に高く認知され、大きなブランド価値を有しているものも存在している。

関西ブランドは、このような地域ブランド化の取り組みに対して、意味なく屋上屋を重ねる存在であってはならない。

このため、地域ブランドとの取り組みと連携して、更なるブランド力強化のため、「関西ブランド」の独自の支援策や情報発信により必要に応じ補完するなど、それらの魅力や良さを損なうことのないよう連携を図っていく必要がある。

### 6.4 明確なスケジュールの設定による確実な実現

今後の検討に向けては、推進体制の構築と併せて、明確な推進スケジュールを早期に設定し、関西ブランドの取り組みの確実な実現（効果的な運用）につなげる必要がある。