開催レポート

7月11日~13日

全国商工会議所 観光振興大会2016 in京都

～2020年に向け、文化を通じた観光立国の実現や地方創生について学ぶ～

主催：京都商工会議所、日本商工会議所 ／ 共催：京都府商工会議所連合会

全国240商工会議所から1400名が参加した「全国商工会議所観光振興大会 2016 in京都」。「2020 年オリンピック・パラリンピック開催に向けた交流文化・観光の創造」を大会テーマに、全体会議・全体交流会・分科会・エクスカーションを実施しました。

大会では、観光は地方創生、日本再生の切り札であるとの基本認識のもと、国内観光のみならずインバウンドへの取り組みを更に進める必要があることを再確認。各地域の文化資源、観光資源を見直し、知恵を活かした地方創生の手法を学ぶことによって、観光文化立国の実現を図っていくという目標を共有する場となりました。加えて、オリンピック・パラリンピック大会は開催の前後を含め、わが国の魅力を世界に発信する絶好の機会であり、今後、各地で実施する取り組みを「文化プログラム」と連動・連携させ、地域の魅力を世界にアピールし、観光振興につなげていくことの重要性を認識しました。

大会テーマを踏まえ、商工会議所として各地の文化・観光資源を見直し、その再発見と磨き上げに取り組むことを誓い、下記の5項目からなる「京都アピール」を採択しました。

1. 熊本県、大分県を中心に発生した地震の被災地に対しては、1日も早い復旧・復興、九州全体の観光回復に向け、全国の商工会議所のネットワークを活かし継続的に支援を行っていく。
2. 地域資源を活用しつつ、交流人口の拡大と域外需要の取り込みを図るという、観光の視点と知恵をあらゆる産業活動に活かし、地方創生の実現を目指す。
3. ゴールデンルートのみならず、新たな魅力ある広域観光ルートを地域の連携を基に形成し、国内外の観光客の分散化・拡大を図る。
4. 各地で実施する多様な取り組みを、「文化プログラム」と連動・連携させることによって、地域の魅力を効果的に世界にアピールし、観光振興につなげていく。
5. 地震等自然災害の発生を常に念頭に置き、観光客の安心・安全を確保するための対策の実施、正確かつタイムリーな情報発信など、危機管理体制の強化を図る。

全国商工会議所観光振興大会

地域における観光に対する意識改革と普及啓発を図り、観光振興の推進を目的に、全国の商工会議所が持ち回りで開催。今年で13回目、関西での開催は平成21年の神戸以来7年ぶり。

11日 全体会議

オープニングには清水寺の森清範貫主が大会をイメージする「創」の字を揮毫

平成28年度　全国商工会議所きらり輝き観光振興大賞（大賞受賞：長崎商工会議所）の表彰式

彬子女王殿下の特別講演や、三菱UFJリサーチ&コンサルティングの太下義之氏による基調講演、パネルディスカッションなどを通して、文化を通じた観光振興について考えました。

11日 全体交流会

京都が誇る花街の華やかな芸の披露

乾杯ののち、日本料理アカデミー加盟の老舗10店舗によるお食事を楽しみながら、地域を越えた交流・懇親を図りました。

12日 13日 エクスカーション

京都の歴史、文化、産業、自然や祭、話題のニュースポットなどを見学しました。

全体会議 基調講演 日本文化の再発見 ～各地から2020年オリンピック・パラリンピックに向けた文化プログラムの提案～

太下 義之氏

三菱UFJリサーチ＆コンサルティング㈱
芸術・文化政策センター長

オリンピック・パラリンピックはスポーツの祭典であると同時に文化の祭典でもあり、「文化プログラム」の関連実施が義務づけられています。日本では、今年10月に東京と京都で開催予定の国際イベント「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」もそのひとつです。これから2020年まで足かけ5年にわたり、東京だけでなく、日本全国で実施されていくことになります。文化プログラムは各地の観光振興を促し、地域活性化の核となるべきもの。日本の独特な国土構造、各地に豊かな文化資源が根付いている状況を勘案した時、必要なのは「プラス東京」という発想です。まず地方を入り口にその地の日本文化を体験してもらってから東京に誘導することです。今後は、各地域がそれぞれの持つ文化資源にスポットを当て、専門家の力を借りながら有効な文化戦略、観光戦略を実践してほしい。文化プログラム実施のキーワードとして、「legacy」という言葉が挙げられているが、まさに未来へ継承されていくべき素晴らしき遺産になることを期待しています。

12日 分科会 知恵を活かした地方創生～縦横無尽の白熱トーク～

地方創生、クールジャパンなど5つの討議テーマに分かれて議論しました。その中から3つの分科会を紹介します。

分科会❸ クールジャパンが目指すもの ～日本の底力を世界へ～

◆基調スピーチ◆
太田 伸之氏
クールジャパン機構 代表取締役社長

◆リレートーク◆
笹岡 隆甫氏
華道「未生流笹岡」家元

桝田 知身氏
境港市観光協会 会長／境港商工会議所 参与

小原 啓渡氏
ART COMPLEX 代表・統括プロデューサー

日本企業の海外需要開拓を支援するクールジャパン機構社長の太田氏は「日本は良いものを多く生み出しているにもかかわらず、上手に売ることが苦手。今後、世界にクールに打って出るためには『かっこいいものを値引きしないで売る』ことでビジネスを成立させる必要がある」と提言した。華道未生流笹岡家元の笹岡氏は日本文化の魅力を華道に重ね「完成を基準とする西洋の美意識に対し、日本はうつろう時とともに愛でる、あるいは左右非対称や不安定でもよしとする懐の深さがある」と解説。人口3万5千人の鳥取県境港市で「水木しげるロード」を中心とした町おこしを推進した桝田氏は、当初は市民のほとんどが反対したが『水木しげる記念館』年間来場者が300万人を超えるに至った経緯を語り「妖怪は怖いものというイメージがあるが、実は楽しい魅力に満ちた日本民族の核となるもの」とその魅力を分析した。京都で日本オリジナルコンテンツ「ギア」の長期公演を成功させる小原氏は自らの企画の鍵を「希少性と多様性」と語り、ブロードウェイの例を引いて日本の文化芸術産業振興の可能性を示唆。「日本独自の感性をモノ、コトにどう落とし込んで発信するかが課題」と語った。

分科会❹ 地域のタカラを日本のチカラへ ～新たな発想が日本を元気にする～

◆基調スピーチ◆
藤沢 久美氏
シンクタンク・ソフィアバンク 代表

◆リレートーク◆
村田 吉弘氏
菊乃井 三代目主人

デービッド・アトキンソン氏
㈱小西美術工藝社 代表取締役社長

グローバルに活躍する藤沢氏は観光振興に大切なものとして「イベントや国際会議の開催など、観光先として日本を選んでもらうきっかけづくり、各分野の横断的な協力、官民の連携」を挙げる。「観光という視点だけでなく、外部を含む多くの人の知恵を借りて地域の強みを見つけ、成長戦略の核とすべき」と主張した。日本料理アカデミーの理事長として和食の世界文化遺産登録に尽力した村田氏は、うま味を中心に料理を構成する日本独自の料理文化に言及。「各地域がそれぞれに和食の料理人のチカラを結集して食文化を磨けば、観光の原動力になる」と和食のポテンシャルを強調した。著書『観光立国論』などで知られる英国人のデービッド・アトキンソン氏は、「今の日本は高い潜在力を全く生かしきれていない」と一刀両断。「日本の観光戦略は日本目線による自己満足に過ぎない。滞在し、お金を落としてもらうには魅力を解説したり、体験してもらったりするなど満足感の提供が必要。その視点をもって整備すれば、地域経済活性化につながる」とビジネスチャンスが無限にあることを力説した。

分科会❺ 伝統と革新を重ねて ～おもてなしの知恵と文化を育む～

◆基調スピーチ◆
西尾 久美子氏
京都女子大学現代社会学部 教授

◆リレートーク◆
細尾 真孝氏
㈱細尾 取締役

髙橋 拓児氏
木乃婦 三代目主人

鈴鹿 可奈子氏
㈱聖護院ハッ橋総本店 専務取締役

現代の花街研究の第一人者である京都女子大学教授の西尾氏は、舞妓育成の仕組みを解説。「舞妓希望者が激減し危機的状況を迎えた時、花街は担い手を外部に求め育成することで乗りきった。それを可能にしたのはもてなし文化を支え継承する街ぐるみのネットワーク」と説く。織物製造卸を展開する細尾の取締役細尾氏は、帯地を素材として提供する事業を紹介。「従来の倍幅で織れる織機の開発が、世界のマーケット参入につながった。京都にしかない技術や素材は、海外でも大きな差別化の要因」と、日本のクラフトマンシップが注目を浴びつつある実感を語った。料理屋木乃婦の三代目髙橋氏は、料理に新鮮な視点を求める自らの心得を「極（きょく）を探る」という言葉にこめる。「京都には自らの分野を極めた人が多い。交流のなかから得る新たな情報を活かし食文化の啓蒙と日本料理界の発展に尽くしたい」と語った。聖護院ハッ橋総本店専務の鈴鹿氏は、自社が貫く「味は伝統」という定義にふれ、「新商品の開発においても100年先も継続させる視点を大切にしている」と挑戦と普遍性を両立する姿勢を伝えた。