

2019年3月13日「観光・ブランディングシンポジウム」

運輸総合研究所 宿利会長 冒頭挨拶

皆様、こんにちは。一般財団法人 運輸総合研究所会長の宿利正史です。本日は、当研究所主催の「観光・ブランディングに関する国際シンポジウム」に、多数の皆様にご出席いただき、誠にありがとうございます。また、観光庁の田端長官及び外務省の宮川国際文化交流審議官におかれては、公務ご多忙の中ご出席いただき、感謝申し上げます。

本日のシンポジウムは、観光のみならず幅広い分野で、そして公的セクター、民間セクターを問わず不可欠かつ重要な要素である「ブランディング」をテーマに取り上げ、世界の最先端の潮流や今後の取り組むべき方策について、国内外の当事者・有識者の皆様に、講演とパネルディスカッションを行っていただくものです。

我が国では、2020年に東京オリンピック・パラリンピック競技大会が、2025年に大阪・関西万国博覧会が開催されるなど、我が国をブランドとして確立する絶好の機会となっています。例えばイギリスでは、2012年のロンドンオリンピック・パラリンピックを契機として始まった「グレートキャンペーン」のもと、英国政府観光庁、ブリティッシュカウンシル、在外英国大使館等政府機関が、現在もなお全世界で統一的な取り組みを行っているところです。東京オリンピック・パラリンピックという世界の注目が日本に集まるイベントの開催において、どのような「レガシー」を次世代に残していくのか、ハイパー・グローバリゼーションとも言われる世界の潮流の中で、我が国が今後とも「輝く国」の一角としてとどまることができるのか、正に真価が問われています。

一方、近年、我が国において、訪日外国人旅行者の急増が、我が国の社会・経済の在り方に大きなインパクトを与えています。こうした中であるからこそ、単に訪日外国人旅行者の数や消費額の多寡にとどまらず、観光というのが、根源的且つ本質的に多面的な機能を有するものであるという視点が重要であると考えます。今日、我が国を取り巻く世界の情勢が複雑さと不透明さを増す中で、パブリック・ディプロマシー、日本語では「広報文化外交」と言われておりますが、その重要性は益々高まっているところです。

このような観点から、本日は、観光庁の田端長官と共に、パブリック・ディプロマシーの総本山である、外務省の宮川国際文化交流審議官にお声掛けいたしました。我が国が世界の中で「尊敬される国」であり続けるには、「観光誘客」という一分野の枠を超え、パブリック・ディプロマシーの視点も踏まえながら、我が国の「文化」「伝統」への共感、さらには「輸出」や「対日投資」「留学生増加」の促進といったものにも寄与できるよう、我が国の魅力を総力を挙げて世界に示していく必要があります。

本日のシンポジウムでは、英国よりディニー博士をお迎えし、世界の大きな流れを語っていただきます。インターブランド・ジャパンの並木 CEO からは、ブランディングの原理原則につきご講演いただきます。そして米国ニューヨーク市観光局のマツダ・ヒーリー様からは、世界トップレベルのDMO(Destination Management/Marketing Organization)の取り組みを、元駐日英国大使館の佐野様からは、ロンドンオリンピックの「レガシー」についてご紹介頂きます。世界の最新の潮流はどうなっているのか、成功要因は何か、背後にある哲学はどういうものかなど、「ブランディング」についてご出席の皆様と共に理解を深めたいと思います。

51 年前に「運輸経済研究センター」として設立された当研究所の設立趣旨と使命は、「学術研究と実務的要請の橋渡し」であります。この使命を踏まえ、観光とブランディングというテーマについても、本日のシンポジウム開催をキックオフとして、新年度引き続き調査研究に取り組んでいくこととしております。

なお、運輸総合研究所の活動は、長きにわたり日本財団の財政支援を受けて行っており、本セミナーもその支援を受けて実施するものであることを申し添えます。

最後に、本日のセミナーがご出席いただいた皆様方にとりまして有益なものとなりますことを期待し、私の冒頭の挨拶といたします。

(以上)