

2019年8月9日「観光・ブランディングシンポジウム in 北海道」

運輸総合研究所 宿利会長 冒頭挨拶

北海道の皆様、こんにちは。一般財団法人 運輸総合研究所会長の宿利です。本日は、当研究所主催のシンポジウムに、それぞれのお立場から北海道の観光を担っておられる多くの皆様にご出席いただき、誠にありがとうございます。特に、鈴木北海道知事、大高北海道運輸局長、堰八北海道観光振興機構会長におかれましては、ご多忙の中ご出席いただき、ご挨拶を頂戴できることに、心から感謝申し上げます。

また、本日のシンポジウムの開催のためご尽力を頂きました、北海道運輸局、北海道観光振興機構、北海道庁、北海道開発局をはじめ、協力・後援団体の皆さまに改めて厚く御礼申し上げます。

さて、来年には東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催され、世界から日本への注目が集まるなか、ここ北海道でも、本年9月にラグビーワールドカップ2019日本大会が札幌で、10月にはG20観光大臣会合が倶知安で開催され、さらに、2030年に向け、北海道新幹線の札幌延伸や冬季オリンピック・パラリンピックの招致に向けた各種取り組みが行われていると聞いています。

こうした中、北海道ならではの強みやポテンシャルを最大限に活かすために、未来を見据えた観光戦略として、世界で通用するブランディングを行い、世界中に力強く北海道を発信していくことが極めて重要であると考えております。

「ブランディング」をテーマとしたシンポジウムは、本年3月に東京で初めて開催し、多くの皆様から高い評価をいただきましたが、今回これに続く取り組みとして、ブランディング戦略が最も大きな効果を発揮する可能性のある地域として、北海道を選定し、このようなシンポジウムを開催することといたしました。サブタイトルの『～2030年に向け、北海道のミライを語る～』が示すとおり、本日は、未来志向で、皆様とともに北海道の将来を展望したいと思っております。

まず、インターブランド・ジャパンの並木 CEO から、世界に通用するブランディングの基本につきご講演いただきます。次に、株式会社ダブルシックス・マーケティングの山本代表から、ディズニー社や DMO でのご経験をもとに、具体的な事例をご紹介いただきます。世界の最新の潮流はどうなっているのか、その成功要因は何か、その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。

なお、この機会に、運輸総合研究所の紹介をさせていただきますと、私どもの研究所は、我が国が高度経済成長真只中の昭和 43 年(1968 年)に、当時の政府・運輸省、経済界、学界の協力のもと、交通運輸政策を総合的に研究・調査し、政策提言を行うシンクタンクとして設立されました。以来今日まで、「学術研究と実務的要請の橋渡し」を使命として、「世の中のお役に立つ」この一点を目指して研究・調査や政策提言などの活動に取り組んでおります。

最後に、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、本日のシンポジウム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、また、本日のシンポジウムが、ご出席いただいた皆様方にとりまして真に有益なものとなり、新たに令和の時代を迎えた北海道の今後に希望や期待を持てるようなものとなりますことを祈念し、私の冒頭の挨拶といたします。

本日は、誠にありがとうございます。

(以上)