

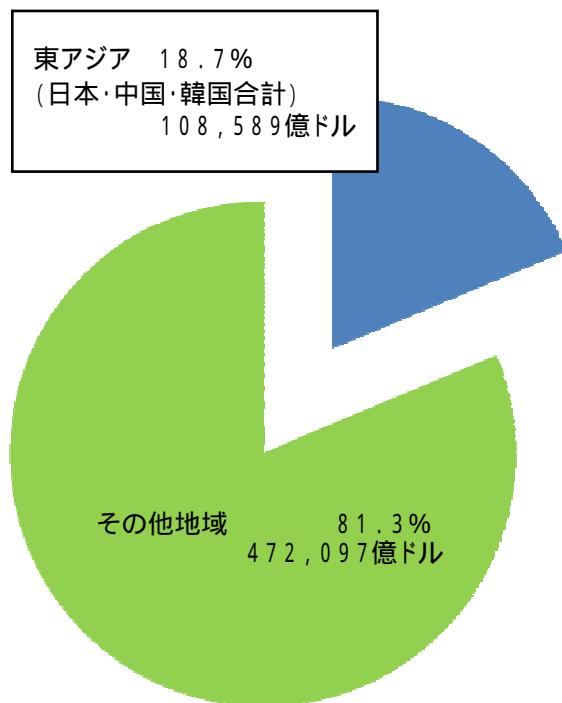
日本と東アジアの未来を考える

奈良県知事 荒井 正吾

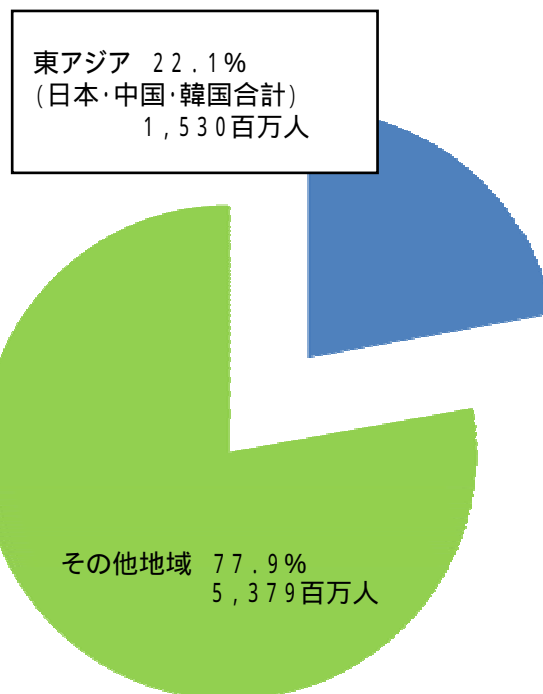
今、東アジアは
世界のどのような位置にいるのか

東アジア(日本・中国・韓国)

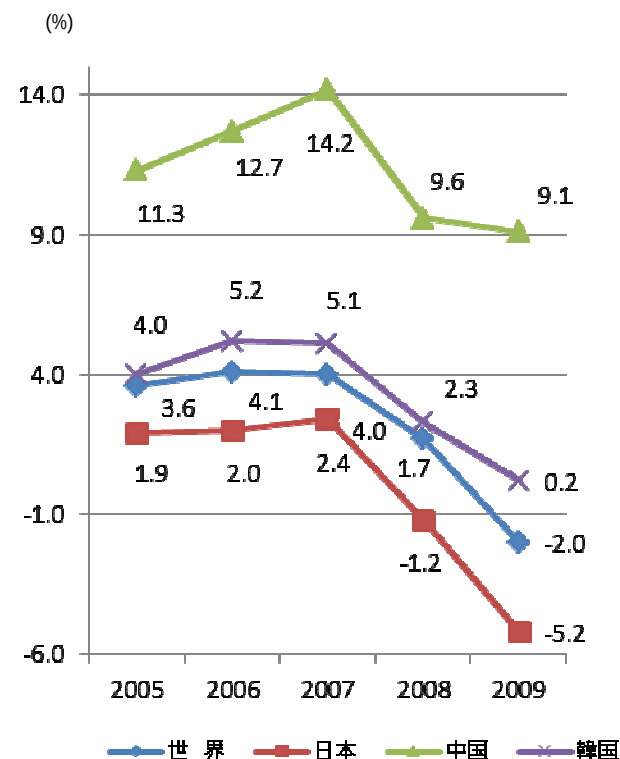
2009年経済規模世界シェア
(アメリカドルベース・名目GDP)



2010年人口シェア



経済成長率推移
(アメリカドルベース・実質GDP)



出典「世界の統計2011」総務省統計局

出典「世界の統計2011」総務省統計局

出典「世界の統計2011」総務省統計局

拡大東アジア

(日本・中国・韓国 + ASEAN + インド)

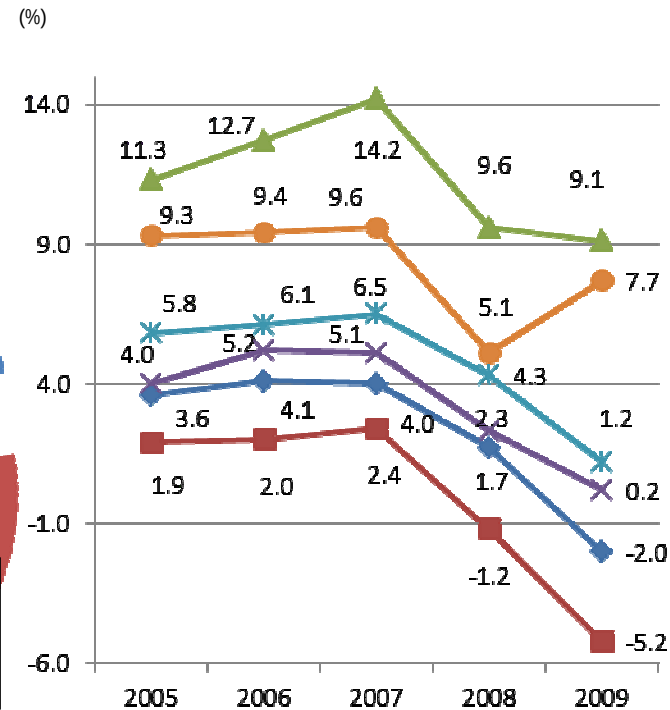
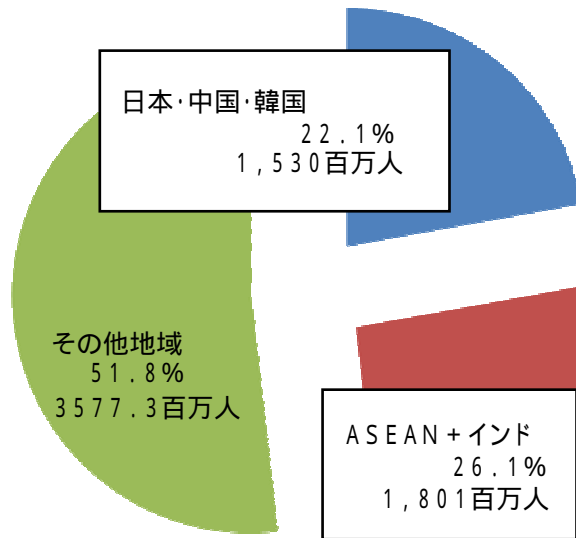
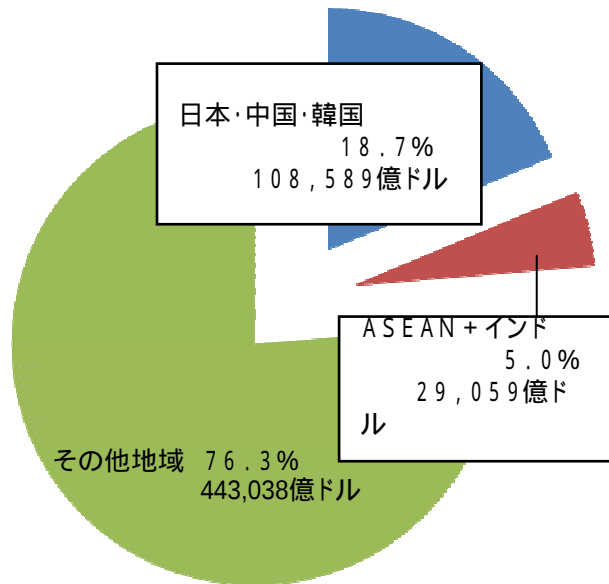
2009年経済規模世界シェア
(アメリカドルベース・名目GDP)

2010年人口シェア

経済成長率推移
(アメリカドルベース・実質GDP)

拡大東アジア
(日本・中国・韓国 + ASEAN + インド)
23.7%
137,648億ドル

拡大東アジア
(日本・中国・韓国 + ASEAN + インド)
48.2%
3331百万人



出典「世界の統計2011」総務省統計局

出典「世界の統計2011」総務省統計局

出典「世界の統計2011」総務省統計局
「日本の統計2010」日本アセアンセンター

現在のグローバル化社会に
東アジアは、どう対応すればよいのか

日本は6～8世紀、
「国際交流を積極的に行って、国の
礎を築いた。」

- グローバル国家 唐の存在
- 文化先進地域、そしてライバルでもあった韓半島諸国の存在
- 唐とペルシャ、インドの交流

今、世界はアメリカを中心とするグローバル化の時代

- 現代のグローバル化の今後はどうなるのか
- 東アジアは地域としてどのように対処すべきか
- 東アジア域内の関係をどのように構築すべきか
- グローバル化時代の地方政府の果たすべき役割は何か

アメリカ型グローバリズムの行方

- 格差の発生(個人格差、地域格差)
- 行き過ぎた金融資本
- 弱い産業セクター(農業など)に打撃

東アジアの特質とグローバル化への対応の仕方

- 厳しい宗教的対立がない
- パレスチナのような激しい領土問題はない
- 多様な伝統と文化はあるが、同質的な基本的価値観は存在する
- グローバル化に対応した東アジアモデル
(世界の輸出基地)
- 行き過ぎたグローバル化による格差の発生をどのようにくい止めるか

東アジア域内の連携、協力のあり方

- 多様な伝統と文化の相互尊重
- 見下さない、見上げない(侮蔑と畏怖からの決別)
- それぞれの文化への自信
- もっと多様な交流を
- まとまると強い地域に、分裂すると弱い地域に

グローバル化社会の中で、世界の模範となる「東アジアモデル」を構築する

- 基本となる普遍的価値(自由主義、民主主義、人道主義)の確認
- 普遍的価値の「東アジアの解釈」を確立して発信
- グローバル化時代の「東アジアモデル」を形成する政治意思の確立
- 「東アジアモデル」形成の道筋の探求

東アジアの地方政府間のネットワーク 形成により、「新しい、力強い東アジ ア」を創ることができる

- 歴史に学ぶ
- 他の地域に学ぶ
- 地域を越えた人脈をつくる
- 「山川異域、風月同天」

**東アジアを視野に入れて
地域振興を考える**

平城遷都1300年祭 開催趣旨の明確化

- 「祝い、感謝する」

我が国初の本格的な首都「平城京」が誕生してから1300年という記念の年である 西暦2010年(平成22年)、日本の歴史・文化が連綿と続いたことを”祝い・感謝”する

- 「考える」

”日本のはじまり奈良”を素材に、過去・現在・未来の日本を”考える”

奈良の歴史の値打ち

- 「日本の国家の基礎を築く」
- 「仏教の受容」
- 「日本の歴史上希な主体的な国際交流」

お祭りの開催の考え方

- 「あるもの」の意味を売り出す。
「新しいもの」をつくらない。
- 主催行事は無料を基本。
メイン会場でお金を遣わせない。
他のところで遣ってもらう。
- 訪問者の財布は狙わせない。
財布の後ろのハートを狙う。

- お金を遣わないで帰る人に最敬礼
→ 口コミ重視！
- メインのターゲットは首都圏。
地元の盛り上がりは最後で良い。
- 観光地のレベルアップはレベルの高い人
に来てもらうこと。

- 職員はできるだけ失敗をするように
(チャレンジをするように)。

100億円は職員の研修費。

予算はできるだけ自分で考えて使う。

- 国際、国内の会議も大事。

- 考える活動はずっと続く。

「日本と東アジアの未来を考える委員会」

お祭りから学んだもの

- 社寺・地域連携
- ボランティアの参加
- 歴史物の展示より歴史の展示
- 盛り上がりは外から来る
- 「地域にあるもの」の意味を再発見
- 地域の誇りをつくる

奈良の観光に欠けているもの

- **宿泊** 「宿泊者数 2,347千人(H21年)」(H22年 3,221千人)
欠けているから知恵がでる(頑張れる)
欠けているから頑張らない(言い訳)
- **食** 「奈良にうまいものなし」 → 「奈良にうまいものがある」
- **移動手段** 「域内の移動が不便」→ 動線の確立
- **夏冬の「魅力がない」**
→ 夏冬にイベントを行い、会議を誘致する

たゆまぬ努力を続ける

- ホテルの誘致
- 奈良もミシュランの対象に
- 域内バスの充実
- 奈良マラソンの実行、ラグビー(裏花園の開催)
- 奈良公園を魅力的に
- 平城宮跡国営公園化
- 次の観光戦略(記紀万葉プロジェクト)

関西の観光振興に示唆するもの

- 観光は大事。
 - ・ 所得の平和的移転
 - ・ 地域の雇用創出
 - ・ 資源エネルギーの節約
 - ・ 健康増進
- 観光地は常に競争。定位置はない。
 - ・ 競争を排除しない。次の努力。
ユニークさを追求。

- 地域のイベントは大事。
参加者は満足。
- 行政もリーダーになれる。多少の予算は必要。
しかし、活動の主役は民。
- 活動の目標を決めて常に強調。
やるだけやるが勝ち。
- 他の地域になくて、目的地にあるものが売り出し品。
地域の競争が先、協調が次。

- 観光需要は常にうつろい易い。
- 関西は魅力が多様。
- 潜在訪問者の顕在化されない要求をターゲットに意識されない (Wants) を優先ターゲットに。
意識され把握できる欲求 (Needs) は次のターゲットに。
- 客層によって欲求は大いに異なる。
万能薬のような観光素材はない。
オールマイティーの自慢袋はない。

幸之助氏の気概

- ・「観光立国の弁 石炭掘るよりホテル一つを」
(昭和29年)
- ・「富士山中や瀬戸内海はいくら見ても減らない。
運賃や荷造箱も要らない」
「関連産業も次々に生まれる」
- ・「外国との交流を通じて広い視野を持つ国際人が育つ。平和な国になれる」