

配布資料一覧

資料 1 関西観光・文化振興計画検討委員会設置要綱

資料 2 関西観光・文化振興計画検討委員会委員名簿

資料 3 関西観光・文化振興計画の見直しについて

資料 4 関西観光・文化振興計画(現行)の構成

資料 5 関西観光・文化振興計画の進捗状況について

資料 6 はなやか関西・文化戦略会議について

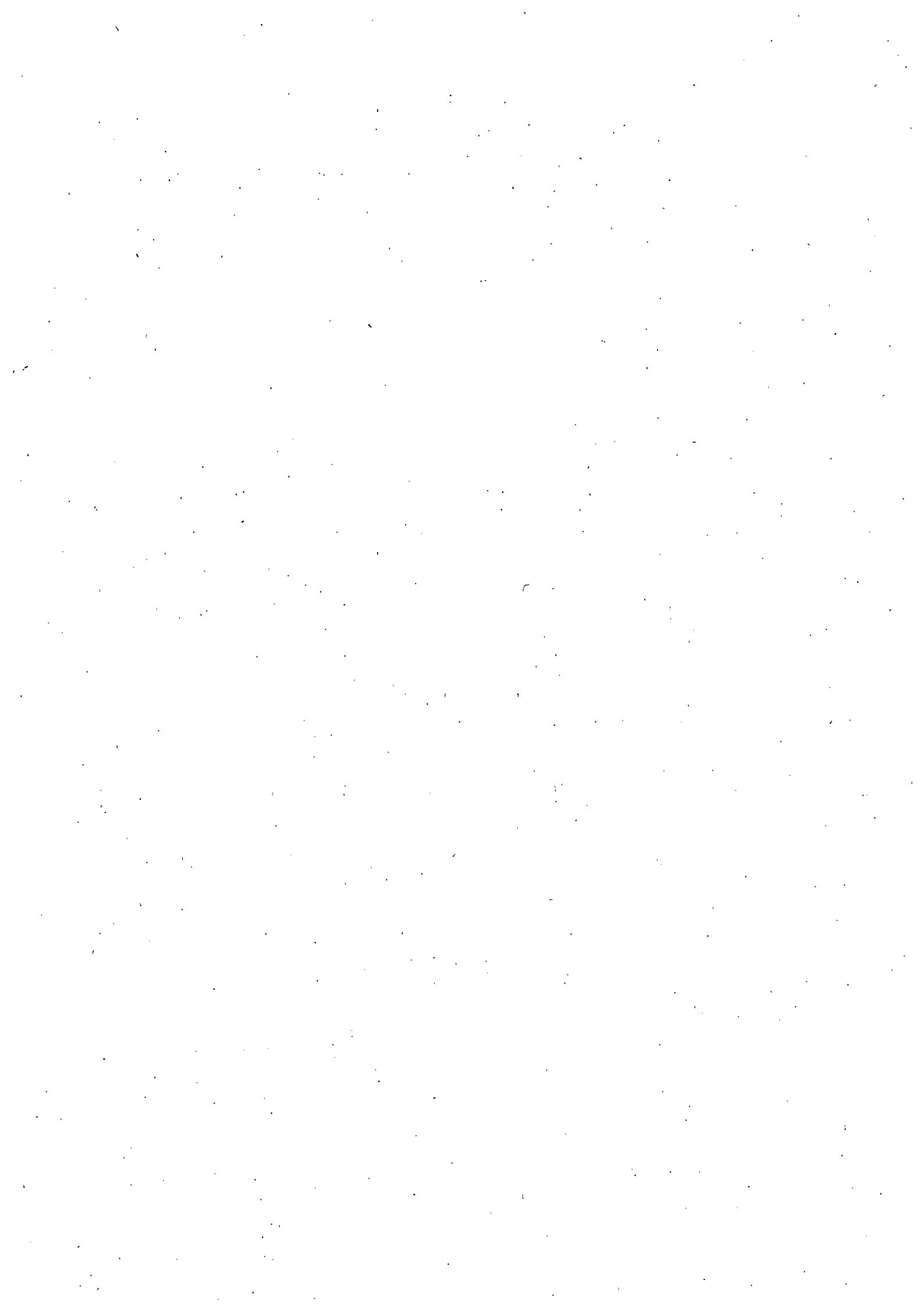
(別冊)

参考資料 1 関西観光・文化振興計画

参考資料 2 関西広域連合文化振興指針「文化首都・関西」ビジョン

参考資料 3 関西広域連合広域計画(抜粋)

データ資料



関西観光・文化振興計画検討委員会設置要綱

(目的)

第1条 この委員会は、関西広域連合の「関西観光・文化振興計画」(以下「計画」という。)の見直しに当たり、これまでの取り組みを検証し、文化振興の視点や新たな社会経済情勢の変化等を踏まえた計画としてまとめるため、各分野からの有識者・専門家からなる委員会を広域観光・文化振興局内に設置する。

(名称)

第2条 この委員会は、関西観光・文化振興計画検討委員会(以下「委員会」という。)と称する。

(所掌事務)

第3条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 計画の検討に関すること。
- (2) その他計画の作成にあたって必要なこと

(委員)

第4条 委員は次の分野から構成する。

- (1) 観光に関する有識者
- (2) 文化に関する有識者
- (3) 経済界

(委員会開催)

第5条 委員会は関西広域連合広域観光・文化振興局長が招集する。

- 2 委員会には、委員のうちから互選により座長1名を置き、座長は委員会のとりまとめを行う。
- 3 委員会は、第1条の目的を達成するために、年3回程度必要に応じて開催する。
- 4 座長が必要と認めるときは、委員以外の者に委員会への出席を求めることができる。

(意見聴取)

第6条 座長が必要と認めるときは、委員以外の専門家等に意見を求め、計画検討の参考にすることができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、関西広域連合広域観光・文化振興局において行う。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関して必要な事項は、別に定める。

附則

この設置要綱は、平成26年7月18日から施行する。

関西観光・文化振興計画検討委員会委員

分野	氏名 (敬称略) (五十音順)	役職・経歴
観光に関する有識者	おおはし しょういち 大橋 昭一	和歌山大学名誉教授、客員教授 関西大学名誉教授 大阪観光大学名誉教授
	はしづめ しんや 橋爪 紳也	大阪府立大学21世紀科学研究機構教授 大阪府立大学観光産業戦略研究所長 大阪市立大学都市研究プラザ特任教授 橋爪総合研究所代表
文化に関する有識者	かわうち あつろう 河内 厚郎	文化プロデューサー 神戸夙川学院大学観光文化学部観光文化学科教授 はなやか関西・文化戦略会議委員
	きかがみ ひでひこ 坂上 英彦	京都嵯峨芸術大学芸術学部デザイン学科教授 はなやか関西・文化戦略会議委員
経済界	ふくしま しんいち 福島 伸一	新関西国際空港(株)代表取締役会長 (公社)関西経済連合会 都市創造・文化観光委員会副委員長

「関西観光・文化振興計画」の見直しについて

1 趣旨

「関西観光・文化振興計画」(平成24年3月策定)について、この間の社会経済情勢の変化等を踏まえ、また、事業推進計画の期間満了に伴い、計画の見直しを行う。

※現行計画の期間

この広域計画の期間は、今後概ね10年間を見据え、社会経済情勢等の変化など、必要に応じて計画の見直しを行う。また、当面の事業推進計画は、平成24年度から平成26年度までの3年間とし、計画期間の満了年度に見直しを行う。

2 見直しの必要性

- 平成25年度に策定した「文化振興指針」を取り込んだ観光・文化が一体となった計画の策定
- 2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催、2021年の関西ワールドマスターズゲームズ2012開催などに向け、関西の独自の文化・観光の魅力を国内外に発信し、集客につなげるための戦略的な取組の必要性
- 目標達成のための戦略、戦術の練り直し
(インバウンドを取り巻く環境変化への対応 等)
- 事業推進計画の期間満了(H24~26)に伴う新たな計画の作成(H27~)

3 計画の策定時期

平成26年度中

(平成27年3月 広域連合議会定例会で上程後、公表予定)

4 策定スケジュール

- 平成26年 8月11日 第1回 計画検討委員会(関西の状況・骨子をもとに意見交換)
10月3日 第2回 計画検討委員会(中間案の検討)
11月30日 広域連合委員会に対して中間案・パブコメ案を報告
12月13日 広域連合議会に対して中間案・パブコメ案を報告
12月中旬 パブコメ開始(周知期間1ヶ月予定)
- 平成27年 1月中旬 第3回 計画検討委員会(パブコメ検討結果・最終案まとめ)
1月26日 広域連合委員会に対して最終案を報告
2月14日 広域連合議会に対して最終案を報告
3月 1日 広域連合議会に対して最終案を上程
3月下旬 最終案公表

関西観光・文化振興計画(現行)の構成

はじめに

府県という枠組みを越えて関西を一つとして捉え、戦略的に取り組む方向性を示し、重点的な施策に大胆に取り組んでいくことを明らかにするもの。

1 計画の目的・期間

- 関西が一体となり戦略的に取り組むべき重点分野、事業、目標等を策定
- 概ね今後 10 年間を見据えたもの
- 事業推進計画の期間は平成 24 年度～26 年度（期間満了年度に見直しを行う）

2 国際観光の現状と課題

(1) 現状

- 日本の外国人観光客到着数 直近 5 年間で世界の 30 位前後を推移
- 訪日外国人客数は多い順に、韓国、中国、台湾、米国、香港
- 関西は首都圏に次ぐ国際観光圏
- 関西国際空港や鉄道網の整備など移動が容易で、地域のホスピタリティーも高い

(2) 課題

- インバウンド市場の変化
- 戦略的マーケティングの必要性
- 情報発信の転換
- 関西ブランドの構築と発信
- 関西をまとめた体制の整備

3 計画の基本方針と目標

- 基本方針 1 国際観光なくして関西の発展なし
- 基本方針 2 文化観光資源の宝庫・強みを活かす
- 基本方針 3 関西ファンをつくる
- 基本方針 4 文化芸術の継承・創造を通じて観光を振興する
- 基本方針 5 「関西は一つ」になって観光に取り組む
- 将来像 「アジアの文化観光首都」
- 数値目標 関西への訪問外国人客数 年間約 1,000 万人を目指す

4 目標達成のための戦略

戦略テーマ1 「KANSAI」を世界に売り込む

広域観光ルートの提案、「KANSAI 国際観光 YEAR」の展開

戦略テーマ2 新しいインバウンド市場への対応

ニューツーリズムの魅力強化、MICE の取組強化、新しい観光需要への対応

戦略テーマ3 マーケティング手法による誘客

海外現地マーケットの需要開拓とビジネスネットワークの構築、WEB 戦略、
国別誘客

戦略テーマ4 文化振興等との連携

関西の文化芸術活動等の交流・協働と関西文化の魅力発信、関西の「祭り」等の
活用、関西文化に親しむ機会の充実

戦略テーマ5 安心して楽しめるインフラ整備の拡充

関西国際空港の魅力向上、おもてなし・利便性の向上、景観のアピール、観光案
内表示の整備、観光を支える人づくり、観光統計、関西地域限定通訳案内士（仮称）
の創設

5 実現に向けた進め方

(1) 関西広域連合が果たす役割

リーダーシップの発揮、官民連携の推進

(2) 事業推進計画（24 年度～26 年度）

(3) 規制改革・権限移譲等

付記 （戦略テーマ 2-2 「KANSAI 統合型リゾート」に関する付記）

関西観光・文化振興計画の進捗状況等

※実施状況 ○:実施、一部実施 △:今後実施予定または実施を検討 ×:未実施、実施するかも今後検討等が必要
 平成26年8月現在

計画の内容	進捗状況	実施状況	
数値目標	関西への年間訪問外国人客数 約 345万人(推計値)	—	
目標達成のための戦略			
戦略テーマ1 「KANSAI」を世界に売り込む			
広域観光ルートの提案	関西周遊ルートの提案	8つのテーママで広域観光ルートを設定・提案し、HP等で紹介している。	○
	山陰海岸ジオパークの認知度の向上	3泊4日コースの設定など、訪日観光客が周遊しやすいルート提案も必要。	△
	東アジア広域観光ルートの提案	広域観光ルートに組み入れて紹介。優れた地質景観スポットとあわせて巡る旅を「地質の道」として、外国人観光客向けフリーペーパーで紹介。	○
		世界遺産や無形遺産、記憶遺産、ジオパーク、世界遺産暫定一覧登録遺産等を含めた総合的な広域観光ルートの提案等の取組を進めている。	○
		中国・韓国などと関西を結ぶ国を越えた広域観光ルートやクルーズ船の就航等については、実現性も含め検討する。	×
		官民による実行委員会を組織し、1年間を通じて共通のテーママで関西を売り込む取組を2013年から実施。	
「KANSAI国際観光YEAR」の展開	「KANSAI国際観光YEAR」と位置つけた「関西ブランド」のPR活動の展開	○	
	2013年は関西の食文化をテーマに「13食博覧会・大阪」への出展をはじめ、海外観光トッププロモーションなどでPR。 2014年は関西のマンガ・アニメ等をテーマに、「関西国際空港旅博2014」や「京都国際マンガ・アニメフェア」と連携し、外国人観光客等にマンガ・アニメ等を活用した関西の魅力を発信。		

戦略テーマ2 新しいインバウンド市場への対応

<p>ニューツーリズムの魅力強化</p>	<p>ヘルスツーリズムやエコツーリズム、医療観光などの観光資源のブラッシュアップ、PR</p>	<p>広域観光ルートに組み入れて紹介、情報発信している。</p>	<p>○</p>
<p>MICEの取組強化</p>	<p>産業観光等による広域観光ルートのPR</p>	<p>産業観光については、今後、広域観光ルートの設定と絡めて取り組んでいく。</p>	<p>△</p>
<p>新しい観光需要への対応</p>	<p>「KANSAI MICE」の実現</p>	<p>関西ワールドマスタースターズゲームズ2021や関西版カルチュラル・オリンピックアードなどを控えオール関西で取り組んでいく。</p>	<p>△</p>
<p>海外現地マーケティング手法による誘客</p>	<p>KANSAI統合型リゾートの検討</p>	<p>統合型リゾートについては、研究会を設置し検討。法制化の動きにも注視し、議論を行っている。</p>	<p>△</p>
<p>海外現地マーケティング手法による誘客</p>	<p>関西の夜の魅力向上の促進、情報発信</p>	<p>ナイトライブやエンターテインメントをテーマにした広域観光ルートを提案し、情報発信している。</p>	<p>○</p>
<p>海外現地マーケティング手法による誘客</p>	<p>クールKANSAIの情報発信</p>	<p>クールKANSAIについては「KANSAI国際観光YEAR2014」のテーマに関するマンガ・アニメ等を設定し、世界への売り込みを図るとともに、広域観光ルートも設定し、紹介している。</p>	<p>○</p>
<p>海外現地マーケティング手法による誘客</p>	<p>外国人観光客に人気の高いものの情報発信</p>	<p>外国人観光客に人気の高いインショップやグルメの割引等については、ターゲット層やニーズを把握し、マーケティング重視の情報発信を図っていく必要がある。</p>	<p>×</p>

戦略テーマ3 マーケティング手法による誘客

<p>海外現地マーケティングの需要開拓とビジネスネットワーク構築</p>	<p>現地マーケティングに必要となる組織的・人的ネットワークの強化</p>	<p>海外観光トッププロモーションを通じ、現地の旅行協会等との関係を構築してきている。</p>	<p>○</p>
<p>KANSAI WEB戦略</p>	<p>海外から観て魅力のある、おもしろいWEBページの展開</p>	<p>「KANSAI観光大使」を任命し、メディアやSNSを通じて積極的に関西の魅力発信に努めてもらっている。</p> <p>関西観光のポータルサイト「関西観光web」及びfacebookにより、関西の多種多様な魅力の発信を行っている。</p> <p>関西の食文化やマンガ・アニメ等の情報発信、外国人観光客に見せたい関西の新たな観光スポット「KANSAI百景」の紹介など、KANSAIの観光資源を多言語(英語、中国語、韓国語)でPRしている。</p>	<p>○</p>
<p>海外現地マーケティングの需要開拓とビジネスネットワーク構築</p>	<p>海外から観て魅力のある、おもしろいWEBページの展開</p>	<p>引き続き外国人観光客の求める関西の観光情報を的確に把握し、提供していくことが必要。</p>	<p>△</p>

100

<p>国別誘客</p>	<p>中国、韓国、香港、台湾への展開 欧米への展開</p>	<p>中国をはじめ、韓国、香港の東アジアを重点的に、また、訪日観光客の増加が著しい東南アジアにおいても、シンガポール、マレーシア、タイでプロモーションを実施した。 欧米等については、トッププロモーション等をあわせてどう展開していくのか検討が必要。</p>	<p>○ ×</p>
<p>戦略テーマ4 文化振興等との連携</p>			
<p>関西の文化芸術活動等の交流・協働と 関西文化の魅力発信</p>	<p>関西の文化芸術活動等の交流・協働を通じたインバウンドの集客や文化振興の推進 「文化の道」のアピールなど、メッセージ性のあるインバウンドの展開</p>	<p>関西2府8県の協力を得て、毎年11月の特定日の常設展等を無料とする「関西文化の日」を実施し、関西が誇る長い歴史に培われた豊かな文化資源に気軽に接する機会を提供している。 関西の様々なジャンルの芸術文化情報ポータルサイト「関西文化.com」が本格稼働。スマートフォン対応機能を備え、情報発信を強化している。 「人形浄瑠璃」や伝統ある「祭り」など、関西が共有する文化芸術資源をテーマで結ぶ「文化の道」事業を展開している。</p>	<p>○ ○</p>
<p>関西の「祭り」等の活用</p>	<p>「祭りの道」、「光の道」など新しい文化を創造するイベントを新しいコンセプトで展開し、KANSAIを世界に発信</p>	<p>地域文化の結晶ともいえる伝統ある「祭り」など、関西が共有する文化芸術資源をテーマでつなぐ「文化の道」事業を展開している。</p>	<p>○</p>
<p>関西文化に親しむ機会の拡充</p>	<p>「古典の日」の普及や「日本深発見」のアピールなどを通じた日本文化のふるさと関西の魅力の世界に発信</p>	<p>「古典の日」推進委員会とのタイアップ事業の実施や「古典の日」の普及に努めている。 伝統芸能と新しい文化芸術が共存する関西の文化について、新しい視点から考えるフォーラムを関西元気文化圏推進協議会等と連携し、関西各地で実施している。</p>	<p>○</p>
<p>戦略テーマ5 安心して楽しめるインフラ整備の充実</p>			
<p>関西国際空港の魅力向上</p>	<p>LCC等新規路線開設など発着回数飛躍的増加、到着時免税制度の導入、アクセス向上などの推進</p>	<p>関西国際空港のLCC便数は153便(2014年夏)で、2012年夏に比べ47%増。総旅客便数に占めるLCCの割合は、2012年夏の14.5%から2014年夏は20.0%に伸びている。 国に対して、空港の魅力向上対策として、到着時免税制度の導入及び空港等における出入国手続きの迅速化・円滑化について、提案・要望を行っている。</p>	<p>○</p>
<p>おもてなし・利便性の向上</p>	<p>銀聯カード等の普及拡大 交通事業者と連携した交通切符の強化</p>	<p>関係団体等と連携し、銀聯カード等の普及拡大や鉄道・バス等の外国人観光客向けバスの利便性向上等に向けた具体的な取組を進めていくことが必要。</p>	<p>×</p>

	「新・KANSAI百景」などによる景観のPR	関西の新たな観光スポットを「KANSAI百景」として、海外旅行社の商品造成・企画につなげてもらうようPRしている。	○
観光まちづくり	観光案内表示の整備	国内外の観光客が府県を越えて、容易かつ安全に関西圏内を観光できるよう「関西全域を対象とする観光案内表示ガイドライン」を策定し、統一的な指針として共有を図っている。	○
観光統計のあり方を提示	地域の観光を支える人づくり、地域の既存イベントの活用・連携	KANSAI国際観光YEARなどにおいて地域の既存のイベントを活用して関西の持つ魅力を情報発信している。	○
	関西への外国人観光客の動向を把握し、効果的な誘客の取組につなげる	関西への外国人観光客の動向等を把握し、効果的な誘客の取組につなげるために、関西域を対象とする観光統計調査を実施し、データの活用等を行っている。	○
	オール関西で、関西の観光動向を正確に把握し、施策や取組につなげるためのデータの取得・分析が必要。	オール関西で、関西の観光動向を正確に把握し、施策や取組につなげるためのデータの取得・分析が必要。	△
関西地域限定通訳案内士（仮称）の創設	関西地域限定通訳案内士（仮称）の創設	関西地域限定通訳案内士については、国の制度改正等を見極めながら検討を深めていく。	×
110		通訳案内士に関する登録事務を関西広域連合に一元化するとともに、関西の魅力をあためて認識し、日頃の通訳案内業務に活かすことを目的とする人材育成のための研修会を実施している。	○
5	実現に向けた進め方		
(1)	関西広域連合が果たす役割		
①	リーダーシップの発揮	「KANSAI」を世界に売り込む旗振り役としてのリーダーシップの発揮	○
②	官民連携の推進	「関西は一つ」のスタンスから関西地域振興財団などと連携・協力しながら、官民でインバウンド事業を効果的に推進	○
(2)	事業推進計画(24年度～26年度)		
広域観光ルートの提案	歴史・文化、景観、世界遺産、温泉、エンターテインメント、ものづくり・コンテンツなど関西の多種多様な魅力を8つのコースに分けて提案、紹介。	海外観光トッププロモーションの実施など、関西広域連合がイニシアチブをとって経済界や関係団体・機関と連携した取組を進めている。	○
海外観光プロモーションの実施	中国、韓国、香港、シンガポール、マレーシア、タイにトッププロモーション及び観光プロモーションを実施。	官民連携を促進し、情報やコンセプトの共有化を図る場として官民連携調整会議を開催し、関西地域振興財団などと連携・協力した事業を行っている。	○
ITによる観光情報発信	関西観光のポータルサイト「関西観光web」を立ち上げ、facebookとあわせて関西観光の多種多様な魅力を発信。		○

<p>「KANSAI国際観光YEAR」の展開</p>	<p>官民による実行委員会を組織し、1年間を通じて共通のテーマを設定し、連携してKANSAIの魅力の世界に発信。 関西ブランドについては、「はなやか関西」を関西の地域ブランディングの共通のコア・コンセプトとして官民が連携して取り組むことを決定。</p>	<p>○</p>
<p>「関西は一つ」官民連携の推進</p>	<p>経済界や関西地域振興財団と連携し、関西のインバウンドを牽引。 関西経済界と定期的に意見交換会を実施(年2回)。 官民連携調整会議を設置し、関西地域振興財団と連携したインバウンド事業等を展開。 「はなやか関西」で官民がコア・コンセプトを共有し、連携して関西ブランドの発信を展開。</p>	<p>○</p>
<p>安心して楽しめるインフラ整備の充実</p>	<p>「関西全域を対象とする観光案内表示ガイドライン」を策定し、考え方を共有。 関西域を対象とする観光統計調査を実施し、関西観光の動向を把握。 関西域を対象に活動できる通訳案内士を育成するためのスキルアップ研修を実施。</p>	<p>○</p>
<p>国への提案・要請等</p>	<p>国に査証免除を要望し、実現したタイ、マレーシアの訪日観光客が過去最高を記録。 中国、東南アジアからの観光旅行に関する査証発給の一層の要件緩和を要望。 「KANSAI国際観光YEAR」など広域的取組への支援を要望。 「古典の日に関する法律」の制定を契機とした施策や関西広域連合が行う「文化の道」事業など、関西からの特色ある事業を幅広く効果的にできるよう支援を要望。 文化庁の関西への移転及びその間、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた関西における文化プログラムの実施拠点として継続措置を求めた文化庁関西分室(文化庁文化芸術創造都市振興室)の機能にふさわしい推進体制と予算の確保などを要望。</p>	<p>○</p>
<p>(3) 規制改革・権限移譲等</p>	<p>制度改革・規制緩和の実現、財源確保等について国へ 観光圏整備実施計画の認定に係る事務・権限について、関西広域連合として 移譲を求める提案を提出。</p>	<p>○</p>
<p>付記 戦略テーマ2-2「KANSAI統合型リゾート」に関する付記</p>	<p>研究会を設置し検討。法制化の動きにも注視し、議論を行っていく。</p>	<p>○</p>

はなやか関西・文化戦略会議について

1 目的

関西文化の内外への発信を強化し、関西文化を一体となって振興するために、様々な分野の専門家等から幅広い知見を求め今後の戦略を検討するとともに、さらなる行政等間の連携交流を図るための場づくりとする。

2 今年度の検討テーマ

2020年東京オリンピック・パラリンピックや関西ワールドマスターズゲームズ2021などの開催に向けた関西文化の内外への発信強化

3 委員等

●委員

(敬称略：五十音順)

大南 信也	特定非営利活動法人グリーンパレー理事長
河内 厚郎	文化プロデューサー、神戸夙川学院大学観光文化学部観光学科教授
斎木 宣隆	独立行政法人国際交流基金京都支部 支部長
坂上 英彦	京都嵯峨芸術大学芸術学部デザイン学科教授
佐々木 雅幸	文化庁文化芸術創造都市振興室長、同志社大学特別客員教授
佐藤 千晴	フリージャーナリスト、大阪アーツカウンシル統括責任者
シャルリ・ブロー	在京都フランス総領事館 総領事
寺田 千代乃	公益社団法人関西経済連合会副会長
野田 邦弘	国立大学法人鳥取大学地域学部地域文化学科教授
養 豊	兵庫県立美術館館長、ミュージアムぐるっとパス関西実行委員会委員長
山上 直子	産経新聞論説委員、産経新聞大阪本社文化部論説委員

●幹事会

広域連合構成府県市、関西経済連合会、関西・大阪21世紀協会、関西元気文化圏推進協議会、歴史街道推進協議会

●オブザーバー

福井県、三重県、奈良県、近畿農政局、近畿経済産業局、近畿地方整備局、近畿運輸局

4 経過及び今後の日程

- ・平成25年9月21日 関西広域連合文化振興指針「文化首都・関西」ビジョンにおいて、「情報発信・連携交流・人づくりを支える環境(プラットフォーム)」づくりを決定
- ・平成26年5月22日 関西広域連合委員会で「はなやか関西・文化戦略会議」設置を決定
- ・ 7月29日 第1回会議
- ・ 8月27日 第2回会議(予定)
- ・ 未定 第3回会議

関西広域連合 はなやか関西・文化戦略会議(第1回)報告(速報)

【テーマ：2020年東京オリンピック・パラリンピック等開催に向けた関西文化の発信強化】

方向性について

- ・関西の知名度は低い。関西をどんなイメージで発信したいのか。何を訴えるのか
- ・関西の強みは歴史と文化、伝統。それ以外にもう一点、あっと驚くことで関西を打ち出す
- ・伝統を踏まえた上で、伝統文化と現代アートの融合から、新しいアートをクリエイトしていく
- ・日本人は自然との共生や平和な心を大切にしている、そのルーツは関西
- ・関西の多様性がキーポイント。関西は多文化共生の最先端の地
- ・関西は、普通の人々が生活している＝関西はリアル・ジャパン
- ・東京では出来ないものを関西でやるべき。関西流といわれるようなオリジナルのものを
- ・「はなやか関西」という言葉・マーク・英文キャッチコピーを使って、関西を訴えていく

レガシー

- ・関西はお金をできるだけかけずにソフト面のレガシーを主張。関西の最大のポテンシャル「おもてなし」で協力
- ・成熟社会であり、ソフト面に重視して展開を図り、それをレガシーとして次の世代に残していく
- ・既存のものとの組み合わせ
- ・関西各地でアートプログラムを実施し、地域と海外の個人的なつながりを後に残す
- ・文化プログラムは地域の持続発展を意識
- ・ビフォー・オリンピックとアフター・オリンピックとで、地域ががらりと変わる
- ・はしゃいでいると言われないように

具体案について

- ・フランス語圏の人々の要望に答えられるようにアプローチ。コミュニケーションで重要なのは言語
- ・村上春樹氏展覧会、三枝成彰氏オペラ、ファッションショー、ピエンナーレ…
- ・既に取り組んでいる周年事業を関西全体で統一的に見せる
- ・高野山開創1200年の活用。日本文化1400年の活用
- ・スピリチュアルなものが21世紀はとても大事
- ・7月には関西の伝統演劇は毎日公演
- ・日本とは何か、日本人とは何かを説明できる場所をつくる
- ・宗教に寛容な「いやしの空間 関西」
- ・障害者アート（「美の滋賀」等）
- ・高校生の国際交流

情報発信について

- ・ソーシャルメディアの展開
- ・「JETプログラム（語学指導等を行う外国青年招致事業）」を広報活動に活用
- ・既存の関連組織等の活用
- ・オリンピックPRには関西をはじめ日本全体のPRをもちこむように
- ・「リアル・ジャパン＝関西」を発信

その他

- ・2020年に中核世代となっている20代から40代の若い世代を交えて、作戦を練る
- ・プロデューサー、アートマネージャー人材の不足
- ・資金調達
- ・障害を持った人に優しく
- ・民間で立ち上げたアートサポート関西との兼ね合い
- ・アートカウンシル関西