

2014.春季号 (No.129)

関 交 研
KAN KO KEN



目 次

■平成25年度（第7回）サロンセミナー 講演概要	1
グランフロント大阪の概要	
一般社団法人グランフロント大阪TMO 代表理事 林 総一郎	
■平成25年度（第8回）特別サロンセミナー 講演概要	10
関西の知的遺産	
シリウス・インスティテュート株式会社 代表取締役 船 橋 晴 雄	
■第16回 かんこうけんコロキウム	19
兵庫県三田市における連節バスの導入について	
神姫バス株式会社 専務取締役 丸 山 明 則	
■第17回 かんこうけんコロキウム	27
空を変える、日本が変わる	
新聞西国際空港株式会社 取締役兼執行役員 志 村 格	
■第18回 かんこうけんコロキウム	33
関西における観光立国推進への取り組み	
近畿運輸局 企画観光部長 中 村 広 樹	
■ごあいさつ	40
公益財団法人関西交通経済研究センター 前 常務理事 坪 倉 啓 三	
■あなたからの「提案・提言」論文を求めます	46
■事故防止等安全対策マニュアル2014年版	47
■編集後記	48
公益財団法人関西交通経済研究センター 常務理事 土 井 真 三	

平成25年度(第7回)サロンセミナー

(平成25年11月12日)

講演概要

開会挨拶



公益財団法人
関西交通経済研究センター
会長 野村 明雄

公益財団法人関西交通経済研究センターの野村と申します。本日は、当センターが主催する「サロンセミナー」に多くのご参加を賜りまして誠に有難うございます。

また、本日は大久保仁近畿運輸局長様をはじめ、日頃から何かとこの財団にご支援・ご指導を賜っております。国土交通省行政・当局幹部の皆様のご臨席を賜りまして、高い席からではございますが改めまして厚く御礼を申し上げます。

さて、この「サロンセミナー」は、当センターの賛助の会員の方々が参加を頂戴して、関西経済の発展に役立つ様々な幅広いテーマにつきまして、毎回、各界の第一人者、有識者の方々からご講演を賜っているものでございます。

今回で第7回となりますが、三菱地所(株)様他II社で構成されております「一般社団法人グランフ

ロント大阪TMO」代表理事の林総一郎様をお迎へ致しまして、「グランフロント大阪の街づくり」につきまして、ご講演を賜ります。

林様には大変お忙しい中、ご講演をお引き受け頂戴しまして、改めまして感謝申し上げますとともに厚く御礼申し上げます。

さて、皆様ご存じのとおり、大阪最後の一等地と言われて参りましたJR大阪駅北側再開発地域「うめきた」につきましては、構想が開始されてから約四半世紀25年近く経ちまして、本年の4月26日に「グランフロント大阪」として街開きを致しましたことは、皆様よくご存じのことと思えます。

このグランフロント大阪は、最先端技術の実用化を探る拠点であります「ナレッジキャピタル」を中核の施設と致しまして、併設されました都心部最大級の専門店街266店や、超高層ビル4棟にオフィスやホテル、マンションも備えた全く新しい街でございます。

関西経済再生の拠点としてこれらが大きい期待されているところでございます。

街開きから約半年が経過しました9月末時点の述べ来場者数は約2700万人と発表されておりまして、当初の年間目標でございました

2500万人を突破する想定以上の大変な賑わいを呈しております。

このように、大変順調に滑り出しました「グランフロント大阪」の開業インパクトやあるいは関西経済への波及効果、そして、今後の展望など私どもが大変興味深く見ておりますお話を本日は何うことが頂けるものと期待をしておりますところでございます。

結びと致しまして、本日のセミナーが、ご参加いただいております皆さま方にとりまして、今後のご研究やビジネス展開の一助となりますことを祈念申し上げますとともに、私ども公益財団法人関西交通経済研究センターに対しまして、今後とも温かいご支援、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。開会の挨拶とさせていただきます。

本日は、誠に有難うございます。

講演

グランフロント大阪の概要



一般社団法人
グランフロント大阪TMO
代表理事 林 総一郎

はじめに

ご紹介頂きました三菱地所の林でございます。本日は、一般社団法人グランフロント大阪TMOの代表理事として、このプロジェクトの説明をさせていただきます。このたびは、私どもが発進を進めてきましたグランフロント大阪の説明の機会を与えて頂き、大変光栄に思っております。持ち時間90分という長い時間となりますが、お付き合いのほど宜しくお願いします。初めにグランフロント大阪の紹介のDVDを御覧頂きたいと思

います。

〜14分のプロモーションDVD〜
今のDVDで大体の概要がお分かり頂けたもの

これから詳細についてご説明させていただきます。グランフロント大阪TMO、少し聞きなれない団体だと思えます。詳しいことは後で説明しますが、グランフロント大阪をひとつの街と考えていまして、街には様々な機能や色々なシチュエー



ションがあります。これを一体的に運用し街のブランドを作っていく、所謂エリアマネジメントの組織でございます。この組織は私どもはじめ12事業者で出資をしておりますが、今年4月26日「まちびらき」を迎え、初日で34万人、約5か月で2,700万人の方々に超越し頂いております。今でも、ウィークデーで10万人台前半、週末で10万人台後半の方々に超越し頂いております。

商業の売り上げも、年間目標としては400億円(13年4月26日〜14年3月末)の目標を立てていますが、5か月間で200億円を超えており、何とか目標数値に達成するのではないかと考えております。

来館者もこのまま推移しますと3月末で、大体5,000万人ぐらいになると見込んでおります。

開発概要

今日の話の内容でございますが、開発の概要、各建物の概要、用途構成の紹介、そしてタウンマネジメントの紹介をさせていただきます。お手元にパワーポイントの資料の抜粋を付けておりますのでご覧頂ければと思います。皆様、関西の方々ですので、ご存じの方が多いと思いますが、うめきた地区全体で24ヘクタールでございます。その内の先行開発区域7ヘクタールを今回私どもが開発致しました。

うめきた2期開発は、残り17ヘクタールあり、これからコンペの概要が発表され12月中旬に受付が



あります。来年3月には優秀提案者が複数決定され、大阪市はその事業者と対話をしながら、まちづくりの方針を決めていくことになっています。2015年度以降に二次募集が行われて開発事業者が決定します。今後はこのうめきた2期がどうなっていくのか、そちらに関心が移っていくのではないかと思います。先ほど野村会長様からご紹介がありましたように、この土地が1987年に国鉄清算事業団に承継され足掛け四半世紀になります。2004年7月に大阪駅北地区まちづくり基本計画が大阪市によって作られました。この計画に基づいて2006年にコンベが行われ、子どもが当選致しました。そして、2010年の3月に工事着工し、今年の4月にまちびらきを迎えました。基本計画が策定されてから9年、私どもがコンベに当選してから7年という長い期間を掛けた開発でございます。

■開発の基本計画(ビッツマン)

基本計画には、まちづくりの5つの柱があり、①世界に誇るゲートウェイづくり②賑わいとふれあいのまちづくり③知的創造活動の拠点(ナレッジキャピタル)づくり④公民連携のまちづくり⑤水と緑あふれる環境づくり、が骨子になっています。こうした趣旨に沿って、関西の経済発展に少しでも役立って行きたいという思いで開発を行ってきました。この開発には、公共施設もございまして、URの土地区画整理事業で敷地の整序が行われ、私ども開発事業者が公共施設である敷地外

の歩道、南館と北館の連絡デッキ、そして駅前の広場の整備を行い、TMOが運営をしております。先ほどの5つの柱に加え、私どもが独自に6つの目標を設定しております。①環境共生②賑わい・ふれあいのまちづくり③公民連携④アジア・世界のゲートウェイ拠点⑤国際競争力の強化⑥新産業ビジネス・文化の創出拠点の開発、であります。これらの目標に対するビジョンを「多様な人々や感動との出会いを通じて、新しいアイデアや多様なイノベーションを生み出し、明日を拓く魅力あふれるまちを作る」とし、ビルを作るだけではなく、こうしたまちを作っていきたいという思いで開発を進めてきました。

「グランフロント大阪」という名前には、大阪の新しい玄関口にふさわしい、世界に開かれた最前線のまちであり続けたいという思いが込められております。ロゴマークは、4つの建物を現す4本のラインに、建物の周囲を囲う水と緑を現す2本の計6本のラインで構成され、一体となって伸びていくさまは、この街の先進性や将来性を表しています。

まちの運営を具体的にどうしていくのかという成長のエンジンですが、一つは一般社団法人グランフロント大阪TMOが街を一体的に運営していく。そして地域連携と公民連携を図りながらタウンマネジメントを推進していき、色々な方々との交流や感動と出会いの場をこのTMOが作っていくということ。もうひとつのエンジンは一般社団法人ナレッジキャピタルと㈱KMOがナレッ

■ナレッジキャピタルの施設構成

ナレッジキャピタルの全体の配置ですが、地下2階にはコンベンションセンター、1階から8階までがフューチャーライフショールームやサロン、コラボオフィス、ナレッジシアター等で構成されており、13階までがナレッジオフィス、10、11階には会議室があり、これを有機的に様々な方に使っております。

細かく見ていきますと、地下1階から3階にThe Labがあり、そこには世界一研究所と副題がついていますが、独立行政法人の情報通信研究機構、デジタルファシオンなど15の研究機関、大学系施設等に展示して頂いています。最先端の技術を展示して頂き、他の企業、研究者、一般の方が来て研究者と会話しながら、お互いにフィードバックしていくことを行っています。中には、注目を浴びている介護ロボットや絵画の鑑賞をする新しい仕組みなど様々なものがあります。

ナレッジプラザ周りの施設ですが、フューチャーライフショールームというゾーンがあり、通常のショールームよりは、もう一步先の未来を見据えたショールームということで、21の企業や大学に出展して頂いております。

商業とナレッジキャピタルの境目が難しいところがありますが、今人気の近畿大学の水産研究所、皆様行かれた方もあると思いますが、養殖のマグロを食べることが出来るお店です。マグロの卵をふ化させて育て、それを実際に提供する。こちら

ジキャピタルの運営をしていくということ。ナレッジキャピタルは一つの場であり、この場と機能、人的な支援を活用して産業創出、文化発信、国際交流、人材育成など行っていくということで、様々な活動を行っております。

写真は、初日の模様ですが、1カ月で760万人のお客様にお越し頂きました。

5月4日は、JR大阪駅からの2階の通路がこのように並びまして、1階の方もさうらに入るのでいっぱいになっております。ピーク時には、1階からお入り頂き、2階から出て頂く導線にし、大勢の方々に来て頂きました。



続いて、建物の概要、各種用途等、どのような施設があるかをご紹介します。繰り返しになりますが、JR大阪駅の方からうめきた広場、南館には低層部が商業、高層部がタワーAと呼ばれるオフィスがあり、デッキで北館と結ばれております。

こちらが北館の商業施設とナレッジキャピタル、

タワーBと呼んでおりますオフィス。タワーCと呼んでいるホテルとオフィス。4棟目が住宅となっており、延べ床面積が55万6000㎡という日本の再開発の中でも有数の大規模複合開発であります。

この中核施設のナレッジキャピタルの概念は、民間主導による産業創出、文化の発信、国際交流、人材育成ということで、このプロジェクトを通じて関西経済圏の再興に寄与していくということが私たちの大きな目標になっております。

具体的なイメージは、クリエイター、ビジネスパーソン、アーティスト、主婦、子ども、学生、シニア、研究者、科学者、色々な方をナレッジキャピタルで結びつける、そして皆が集まって楽しみながらここで生まれる価値を共有し、新しい製品・価値を生み出していく、そういうものを狙っております。そのような方々には感性があり、それを支える技術があり、そして感性と技術を掛け合わせて新しい価値を作っていくということです。

感性の中には、芸術性、デザイン性、創造性、心理、社会倫理があり、技術では、ICT、ロボット、先端科学、医療、エネルギー技術などあります。これらを様々な方が集まってコラボレーションしながら、そこから新しい製品を生み出したり、知的財産を作ったり、また会社組織に結びつけていく。最後は人材を育てることも大きな狙いとして持っています。

もフューチャーライフショールームの位置づけになっていきます。

ロート製菓も今健康の方に力を入れており、ヨガ教室、ヘッドスパ、ここで無農薬野菜も育て、それを提供するレストランを開設しています。こうした施設が21あり、この中で企業同士の交流があったり、お客さまと企業との結びつきを行ったりしています。

ナレッジサロンについては、オシャレで使いやすいスペースを提供しており、今現在会員が1,400人を超えてきております。年会費10万5千円を頂き、その会費で運営していくものですが、目的は研究者、クリエイター、企業、大学生の方達に入ってもらい、コラボレーションしながら人間関係を構築し、イノベーションを起こすという狙いで作ったものです。当初は700人くらいでしたが、半年で倍以上の方々にご入会頂きました。今もビジターで連れて来られると、すぐに入りたいという方が多くて想像以上のペースで入会者が増えていきます。海外からの見学者も多く、香港の企業とナレッジキャピタルの企業間のマッチングを行ったりしています。

ナレッジサロン、ナレッジキャピタルへの海外からの関心も高くなっており、フランスのリヨン市長一行、先日もフィンランドの5つの市から代表団が来られました。自分たちの開発にも参考にしたいという方々が来て下さっていますので、世界的に名前が広がり交流が出来ればと思っています。ナレッジサロンは個人で入会し交流して頂き



ますが、その他にコラボオフィスがあります。これは小さいオフィススペースをお貸ししています。3坪から20坪の広さがあり、机、椅子が揃ったスペースです。そして更に大きなスペースが必要になれば、ナレτζジョオフィスや一般のオフィスフロアに入居して頂くようになっていきます。ナレτζキヤピタルの中にナレτζシアター、380席の劇場があり、ここで生み出したものを企業等に発表して頂くことが出来ます。地下2階には、(株)コングレ様が運営している3,000人収容のコンベンションセンターもあり、駅前立地ということで今非常に利用度が高まっています。ナレτζキヤピタルの運営は、一般社団法人ナレτζキヤピタルと株式会社KMOの二つの団体で役割分担をし、運営を行っています。

■オフィス ショッピング&レストラン

オフィスは、タワーA、タワーB、タワーCと呼んでいますが、9階のロビーに屋上庭園があり、ビルが好きな方にはぜひ行って頂ければと思います。北館の6階にあるうめきたフロアには朝4時まで営業しているお店が16店舗あり、それぞれの店から料理を持って来て共有スペースで食べる事が出来ます。お客様には女性も多く、夜遅くまで楽しんで頂いています。大阪の場合、軒々と夜中まで飲めるお店はありますが、ここではまともな形で夜遅くまで安心して飲めるゾーンとなっており、新しい需要を掘り起こしたのではないかと思います。

■ホテル施設 マンション棟

ホテルですが、タワーCの上層部にインターコンチネンタルホテル大阪が入っており、ホテルの客室数は215室、上層フロアには長期滞在型のサービスレジデンスが57室があります。そのほか総合ホテルとしての宴会場、チャペル、フィットネスもあります。こちらのラウンジから見る夜景はとてきれいです。

マンションですが、一番北側に建っており525戸あります。坪当たり300万円、最高単価は400万円、コンセプトはホテルということにしました。ロビーラウンジも通常より相当広く作っており、レセプションでお迎えをしようということにしています。計画段階では、景気の状態が芳しくなかったのですが、2月には完売しており、中には、内装だけで1億から1億5千万円掛けておられる方もあり、関西の懐の広さと言うものを感じた次第です。尚、一番広い部屋は

非常に広々とした空間になっております。オフィスはワンフロア、最大850坪の広さになっています。

また、環境に配慮し自然換気システムの導入や安全性、耐震性も最新技術を取り入れております。環境対策につきましては詳しくは後ほど説明します。次に、ショッピング&レストランでございますが、国内で駅前立地としては最大級の商業施設、売場面積が4万4千㎡、266店舗ございます。ナレτζキヤピタルゾーンのお店を含めると300店舗を超える商業ゾーンです。

全体に緑が多いということで、キーワードをお散歩ショッピングとしております。水景と豊かな緑に囲まれた屋外回廊の他に約1万㎡の屋上庭園、吹き抜け空間もあります。お店の中には、約20店舗のカフェ機能を持った店舗があり、ぐるぐる歩いてお散歩を楽しみながらお茶を飲み、買い物をして頂く。こうしたキーワードでお店づくりをしています。もう一つのキーワードは、「旗艦店」「こだわりショップ」の集積です。旗艦店に関しては、通常より大きい面積を確保して、ブランドの世界観を出して頂いています。そして、こだわりショップの誘致に当たっては、「誰もが憧れる老舗」「知る人ぞ知る名店」「東京以外には出店しなかったお店」を集積させるということで、グランフロント大阪の中には「日本初・関西初・大阪初」が90店舗あります。

テナントの構成は、衣、食、住、知の4つを組み合わせています。ファッション関連で119店舗、300㎡で、最高価格が4億1千500万円です。また、うめきた広場の至近に入水可能な水景がありますが、夏には子どもが遊んだり、女性が足をつけて夕涼みを楽しんだり、大阪の駅前でのような姿が見られるのも、ひと味違うグランフロント大阪の魅力ではないかと思っています。その他にケヤキ並木や、西側には北館に面して銀杏並木を3列並べています。今後うめきた2期の計画がどのようなかわかりませんが、当初の計画では合計6列の銀杏並木の遊歩道になるところで、御堂筋の4列を超えた緑の多い遊歩道になります。

■環境対策

環境について工夫したのは、省エネルギーの「見える化」です。テナント自らがパソコン上でコントロールして、省エネに取り組む工夫を作っています。その省エネの効果を実際自分たちで見えるという工夫もしています。代表的な点では、大阪駅側のビルタワーAですが、壁面に銀色の飛行機の羽のようなモノが四隅についておりまして、外気を室内に取り込めるようになっております。自然の空気をビル内に取り入れ、反対側の面から排気するという自然換気システムを導入しています。これも環境面をデザイン性で最大限考慮した計画として作っています。

タワーBは、よく見て頂くと四隅が円筒になっており、切り込みがあります。コーナーに「ボイド」(煙突)と呼んでいます。室内で暖まった

インテリア・生活雑貨で35店舗、飲食・食販で77店舗、ビューティー&コスメで35店舗となっております。飲食店が多い店舗構成になっています。

「衣」では119店舗の内、関西初「日本発」梅田初「新業態」が77店舗あります。それから、セレクトショップの旗艦店が多数出店して頂いています。海外セレクトでは、ロンハーマン、国内セレクトでは、ユナイテッドアローズ、シッパス等ですが、若い女性の方々を中心に大勢ご来店頂いています。「住」では、ライフスタイルを提案していくということで、インテリア、生活雑貨が35店舗、日本初上陸のZARA HOME、西日本旗艦店として無印良品などに店舗して頂いています。

「知」では、紀伊国屋書店がワンフロア、000坪近く使った総合的な書店になっていきます。「食」に関しては、大きく3つのゾーンがありますが、うめきた広場の地下1階にうめきたセラーというゾーンがあり、ここに17店舗あります。パンで有名なシティーベーカリーが日本初上陸、開業当初は大変な賑わいでした。南館の7階から9階には、うめきたダイニングとして海外、各地から選び抜かれたレストランが36店舗あり、日本料理の星付「大坂ばさら」、牛タン「喜助」、博多の居酒屋「磯貝」、大阪の人気焼肉店「白雲台」などに入っています。北館の地下には、600席を超える世界のビール博物館、世界のワイン博物館があり、250種類以上の世界中のビールと200種類以上のワインが楽しめます。

空気を煙突から出すという自然換気方式を採用しており、空調の負荷を少なくする工夫をそれぞれのタワーで導入しています。

■タウンマネジメント

タウンマネジメントのご紹介をさせていただきます。まちの開発ビジョンは、大阪の新しい玄関口を世界に開かれた最前線のまちであり続けたい、多様な人々や感動との出会いを通じて新しいアイデアを育む、そして、多様なイノベーションを生み出し、明日を拓く魅力あふれるまちをつくることです。そして、グランフロント大阪の価値を最大限に生かしていく、まちのブランドを作る、イベントプロモーションやコミュニティを作る、公共空間を如何に利用するか、様々な情報発信し、そして安全で安心な快適な環境を作る、これらのことを具現化していくのがTMOの役割です。実際にタウンマネジメントを行うことによって、まちのブランドが形成されて、最終的には不動産価値の維持向上につながります。今、東京の丸の内でもやっていますが、基本的な考え方は同じです。都市間競争が激しくまちを魅力的に運用していくことが大事であります。また、まちの中でもコミュニティを作る場所、イベントをやっていく事業、そしてグランフロント大阪の一つのメディアとしてとらえており、メディアとしてこのまちをどう売っていくのか考えて活動を行っています。TMOは、まちづくり推進事業とプロモーション事業の二つの組織で運営しています。

■公共空間の管理

公民連携による公共空間の管理と言う意味では、うめきた広場や歩道の管理を私どもが行っています。さらに、美化・防犯・駐輪場の管理・放置自転車の管理等も行っていきます。ケヤキ並木のところで賑わいを作るために、広告、オープンカフェなどを行っています。歩道は道路管理者と協定を結び、TMOで管理をしています。まちの賑わい施設としまして、公共空間の歩道にオープンカフェを4か所設置しています。一般的には道路上での使用が出来ないのですが、大阪市から特例道路占用区域に指定して頂きオープンカフェの実現を図っており、日本では3件目の例となっております。写真は、実際のオープンカフェですが、お天気の良い日は歩道上で楽しんで頂けることができます。民有地や公開空地を活用している事例はありますが、道路上でやっているのは珍しく、これも規制緩和の中で実現出来ました。国土交通省などと一緒にまちの賑わい作りも検討しています。



■交通サービス

皆様、関心が深い事だと思えますがタウンマネジメントの一環として、梅田の回遊性を向上するサービスも行っていきます。キャッチフレーズ的には「歩いて楽しいまちづくり」の実現に向けた交通サービス「UMEGLE」ということで、エリア巡回バス、レンタサイクル、パークングの三つを主体的に行っています。循環バスはJR大阪駅東口から、茶屋町、グランフロント大阪、西梅田、北新地駅、東梅田を回る1周30分のルートで1回100円になっています。うめぐるバスは緑色の車体、目立つ色のバス停となっておりますが、運営費用はTMOの費用で行っています。スポンサーがつかないとなかなか厳しい状況にあります。3台あるうち、1台は毎日放送様、もう1台はダイキン様にスポンサーになって頂いて、バスにラッピング広告を掲出しています。毎日放送様はライオンのマークの入ったバスになっていきます。丸の内でもエリア内企業のスポンサー料金で無料巡回バスを運営していますが、うめぐるバスも評判が



良ければ永続的に行っていききたいと思えます。「うめぐるチャリ」レンタサイクルですが、30台導入しており、15台は電動式自転車です、毎日平均すると20人程度が利用されており、随分リピーターが多くなっています。貸出・返却ポートをうめきた広場の1ヶ所から10ヶ所に増設し、利用の促進を図る目的で10月19日から12月1日まで範囲を広げて社会実験に取り組んでいます。先日、ニューヨーク、シカゴに行きましたが、街の中にレンタサイクルのポートがたくさんあり、どこでも乗り降りが可能で観光客を含めたくさんの方が利用されています。実験でポートを10か所に増やしてデータをとりませんが、将来は色々なエリア、例えば難波や心斎橋まで自転車で行って乗り捨てることができるようなシステムができれば良いのではと思っています。

■都心や駅周辺に

自動車になるべく来ないようというところと駐車場の利用促進を図る目的から連携駐車場6ヶ所をお願いし、ここに車を止めれば「うめぐるバス」のバス停にも近く、バスを利用できるようにしています。



また「ひろがるUMEGLE」期間中は、連携駐車場に停めて頂くと、バスの一日無料券がもらえるとか、レンタサイクルが1時間無料など、車利用の方の利用促進を図る社会実験も行っています。

■賑わい創出事業

今までが交通の事業ですが、街のにぎわいを創出するイベントプロモーションにも力を入れており、グランフロント大阪の中には、うめきた広場うめきたSHIPホール、ナレッジプラザ等様々なイベントができるスペースがあります。ここで活用をあげ、得た収益をTMOの活動原資に充てることで、継続的なエリアマネジメント活動を展開するというスキームを取っています。オープニングの時には、うめきたシップホールの壁面に3Dプロジェクト映像の映像を映し出して、楽しんで頂くイベントを行いました。スノー

マンフェスティバルもここでやる予定です。それから、オクトーバーフェスタ、いわゆるドイツ風ビアガーデンですが、連日多くの方に来て頂いて楽しんでもらっています。うめきた広場に「駅前大運動会」を開催しました。大阪の小学生は、文部科学省が実施した全国体力テストにおいて下位にあるという結果が出ており、将来のトップアスリートを生み出すべく、陸上の朝原選手が中心となったNPOと協力しながら、今後このイベントを定期的に行い、子供たちに運動の楽しさを覚えてもらうことを考えています。

ナレッジプラザは北館の1階にあります。ここでもいろんなイベントが行えます。先日、大阪の方を中心に3万人の写真を開催しました。また、街メディア事業も行っています。どちらかといえば収益事業になりますが、バナーフラッグ、壁面広告、デジタルサイネージ広告、これらを用いています。グランフロント大阪エリアは基本的に屋外広告物規制区域であり、本来は広告掲出ができないのですが、美観の形成という観点から公民で「まちなみ景観ガイドライン」を策定することで、大阪市から事業収益を街の活性化に利用する前提で広告掲出を認めて頂いております。この収益でタウンマネジメントの運営を持続的にできるようにしていきたいと考えています。

■コミュニケーション事業

コミュニケーション事業として、コンパスサービス、ソーシャル制度があります。コンパスサービスとはタッチパネル式のデジタルサイネージ36台を設置し、スマホと連動させて買い物情報や区域内の案内を提供するサービスで、世界で初めて導入しております。口で言うのは難しいのですが、一度試して頂ければ、面白いのではないかと考えています。

それからソーシャル制度についてですが、あなたの夢をかなえる地域ソーシャル活動として、自己実現、地域貢献、社会貢献というこの3つの条件が揃えば、その活動を応援する制度で、グランフロント大阪の様々な施設を無料で使って頂くことができます。封筒の中にソーシャルパンフレットが入っていますが、ハートソーシャルと言いますが、AEDの普及率が非常に高いと言われていますが、ところが実際に使う方がわからない方が多いということです。AEDを普及する狙いで定期的に活動しています。他に、日本の子供たちに英語に親しんで頂きたいの思いで、街の中を歩きながら、そして英語を話しながら楽しんでもらうというソーシャル活動もあります。こうしたシステムがどんどん広がって、街とコミュニケーションできればと思っています。

■おわりに

最後になりますが、私どもの活動はグランフロント大阪だけではなく、梅田地区全体の活性化を図っていきたいということで、2009年11月にJ・R西日本様、阪急電鉄様、阪神電鉄様、TMOの4社で梅田地区エリアマネジメント実践連絡会を結成しました。活動のコンセプトは「駅から広がるまちづくり」「歩いて楽しいまちづくり」「新しい時代のまちづくり」という、この3つのコンセプトを中心に、グランフロント大阪、大阪駅、西梅田、茶屋町、東梅田のエリアで様々な活動を行っています。活動内容はウェブサイトで、エリア内の様々なお店情報を流したり、梅田ゆかた祭り、スノーマンフェスティバル、放置自転車の対策キャンペーンなど、色々な活動を行っています。



スノーマンフェスティバルでは色々なお店に参加して頂き、ラリーや写真展など、梅田全体の回遊性を高めていくイベントを行っています。参加施設だけでも55施設あり、店舗数も相当出て頂いており、色々な所にスノーマンやスタンラリーがあり、様々な特典が受けられ回遊性も高まっています。

梅田ゆかた祭りは去年から始めて今年で2回目ですが、このエリアで浴衣の文化を広げていきたいということで行っています。ゆかた祭りの来場者は2日間で1万人ぐらになりました。併せて行った打ち水には3ヶ所で3,000人くらいの方々に参加して頂きました。また、地元婦人会の方と交流・協力しながらうめきた広場で盆踊り大会も行いました。こうしたイベント活動により回遊性も進んできております。これからも、広域的な街づくりの取組、様々なイベントや、交通サービスなどの活動を行いながら、大阪のまち全体を活性化していきたいと思っております。皆様方には今後ともグランフロント大阪をご愛顧賜りますようお願い申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。

ゆかたde盆踊り@うめきた広場



平成25年度(第8回) 特別サロンセミナー

(平成26年2月18日)

講演概要

開会挨拶



公益財団法人
関西交通経済研究センター
会長 野村 明雄

公益財団法人 関西交通経済研究センター会長の野村でございます。本日は、当センター主催の「特別サロンセミナー」に多くのご参加を賜り、誠にありがとうございます。

また、大久保 仁 近畿運輸局長様をはじめ、日頃からご支援・ご指導を頂いております行政ご当局幹部の皆さま方には、公務ご多用にもかかわらず、ご臨席を賜り、あらためて厚く御礼を申し上げます。

さて、この「サロンセミナー」は、当センター賛助会員の皆さまのみならず、広く一般の方々にも参加いただき、関西経済の発展に関係する幅広いテーマについて、毎回、各界の第一人者や有識者の方々から講演いただくものであります。

当財団は、昭和47年10月、関西経済の基盤強化と発展、物流の近代化を促進することを目的として、「財団法人関西物流近代化センター」として

設立されました。その後、昭和55年3月に物流に加え人流・観光等運輸全般にわたる総合的な交通経済研究機関として業務の拡充を図り、地域の社会経済の発展に貢献することを目的に「関西交通経済研究センター」に名称を改め、現在に至っております。

設立から40年余の年月が経ちましたが、この度の「特別サロンセミナー」は、当財団のこれまでの歩みを振り返りつつ、今後の展望等について、関係行政ご当局、そして賛助会員の皆様方と考えるとともに、これまで、ご指導・ご支援を頂いてまいりました皆様方への感謝の気持ちを込めて開催させていただきましたのでございます。

本日の講師である船橋 晴雄様は、昭和44年7月に大蔵省に入省、主要ポストを歴任され、平成14年7月、国土交通審議官を最後に退官、その後、シリウス・インスティテュート株式会社を設立され、代表取締役として活躍されております。

2020年夏季オリンピック・パラリンピックの東京開催が決定し、東京・首都圏の飛躍が想定され、格差拡大が懸念されるところでありますが、本日の講演は、関西圏の持続的発展につながる、皆様方にとりましても大変参考となるお話をいただけるものと期待しております。

結びといたしまして、本日のセミナーが、ご参加いただいております皆さま方にとって、今後の事業運営の一助となりますことを祈念いたしますとともに、私ども公益財団法人関西交通経済研究センターに対しまして、今後とも温かいご支援を賜りますようお願い申し上げます、私からのご挨拶とさせていただきます。

ありがとうございます。

関西の知的遺産



シリウス・インスティテュート
株式会社
代表取締役 船橋 晴雄

皆様、こんにちは。
 只今、ご紹介いただきました船橋でございます。
 今日、関西交通経済研究センターの特別サロン
 セミナーにお招きをいただきまして、まことにあ
 りがとうございました。

私が国土交通省に勤務させていただいておりま
 した当時は、国土庁から国土交通省へと省庁が再
 編されたときであり、そこで国土の均衡ある発展
 というスローガンのもとに国土計画を中心に仕事
 を行ってまいりました。

そこで、均衡ある発展とはどういう意味なんだ
 ろうか、均衡ある発展はいいけれども、現実には
 均一的な発展ではないか、其々の地域には
 其々の地域の持つ特色があるではないか、そうい
 うものをより生かした国土、あるいは地域の発展
 というものがあるのではないかなどと私は思って
 おりました。

あり、或いは思想の継続であるという事です。こ
 ういうものを私は「知的遺産」というふうに自分
 なりに定義しております。これらを振り返ること
 その中に我々のこれから進むべき道を考えるとき
 のヒントがある、或いは指針があるというふうに
 思っているわけです。

【知的遺産活用の意義】

関西経済というものをこれからますます活性化
 していくには、関西がいままで持ってきた知的遺
 産を振り返り、思い起こし、そして今日にいか
 に活用できるかを改めて反芻してみるという努力が
 求められていると思います。

最近 大阪では大阪都構想というものを議論し
 ていると承っています。しかし、新聞報道によれ
 ば、そこでは仕組みみたいなこと、府と市の権限
 のあり方をどうするかという事はばかりで本当に
 いのかなという気がするのです。

私は、江戸時代を中心にするいろいろな本を読んで
 まいました。江戸時代は、別に大阪都と誰も
 言っていないんですが、3都という言い方はありまし
 た。江戸、京都、大坂この3つが3都であり、江
 戸は將軍のお膝元、政治の都、大坂は、天下の台
 所と言われた経済の都、京都は天皇を中心とした
 公家社会、そして、文化の都であるという形で3
 つの都がお互いにその特色を発揮しあって日本と
 いう国の中心を形成してきたのです。

大阪都構想もこれからは、こうした3都的構想
 が必要と思っております。3都構想の一角として、

【知的遺産とは】

東京には東
 京の役割があ
 り、関西には
 関西らしさが
 ある。関西と
 いても大阪
 と神戸と京都
 と或いは奈良
 とか和歌山と
 かそれぞれ皆
 違うわけであ
 り、その中に
 あっても均一
 ではありません。

その地域が歴史的に持ってきた特色があるので
 はないか、そういうものを一言で「知的遺産」と
 いうふうに名づけてみてはどうだろうかというこ
 とで、「関西の知的遺産」という題でお話をさせ
 ていただきます。

私自身は、東京生まれですが、子供の頃に5年
 間関西に住んでおりました。昭和30年から35年ま
 での期間です。当時梅田の駅前はバラック建てが
 多く、せいぜいあっても2階建てみたいな時代で
 した。変わらないのは阪急電車のあずき色です。
 もう、何十年も前からあの色で、阪急電鉄とい
 う会社はポリシーがある会社であると思ってい
 ます。それから、当たり前のことですが、ほ



大阪はこういう特色を生かした方がいいのではな
 いかというような議論があってもいいような気が
 するのです。日本の将来を考えてみた時に、はっ
 きり言って、今日のように東京一極集中でいいは
 ずはないのです。東日本大震災のときにやはり東
 京一極集中というのは非常に問題があり、バック
 アップという事も含めてもっと関西を見直すべき
 ではないかという声が一時期高まりましたが、その
 後、ちょっと萎んでしまっているようで非常に残
 念です。

なぜ萎んでしまったのかというと、バックアッ
 プなんか考えているのは魅力がないのです。やは
 り、関西は関西の良さというものを発信すること
 によって、関東と或いは東京と拮抗するような魅
 力をもつような地域にしていこうということが大事
 ではないかと思っております。東京もニュー
 ヨークもロンドンも同じような町だから行ってみ
 ても面白くない。しかし関西には日本らしい良さ
 があるぞという人はたくさんいると思うのです。
 そういう良さを自分たちが発見し、引き続きそう
 いう魅力を発信し、いろんな人を集めていく、外
 国人に限りませんが人に伝えたいというよう
 な地道な積み重ねが大事だと思えます。

【関西の知的遺産】

第1図に3つ書いてあります。具体的に知的遺
 産として私が考えているものの中で3つ上げると
 するとこういうものだろうと思えます。

1 番目が「民間活力の発揮」、2 番目が「情

とんど変わらないのは大阪から見ると六甲山であり、
 生駒山であり、葛城山という自然の風景です。

遺産という事で、我々が今直ぐ思い浮かべるのは、
 世界遺産に登録されている京都、奈良、それ
 から熊野古道といったものです。私は東京に移る
 直前の中学2年生の時に、奈良の奥の大峰山の奥
 駈修行に参加しました。吉野山の竹林院から大峰
 山に登って、前鬼という所に下りて、熊野川を船
 で下って熊野まで出て、帰ってきた記憶がござい
 ます。

今や熊野古道は、大観光地になってしまっ
 て、インバウンドを増やすのは結構なんですけど、外
 国人が観光気分だけで歩かれると古道はどうなっ
 てしまうのかなあというふうに思わないでもあり
 ません。熊野古道もそうですが、お寺というとい
 は観光の対象だとはか見ていない人が多いんです。
 奈良のお寺、京都のお寺、それらは信仰の対象な
 のです。我々日本人にとっては、ずっと信仰の対
 象であり、あれを作った人達、あれを守ってきた
 人達が、熱い信仰心をもってきたからこそ今日ま
 ですと保つてきたのです。

この前、富士山が世界遺産になりました。一つ
 の決め手になったのは富士信仰ということが認め
 られたのだというふうに私は理解をしています。
 ですから、これらの世界遺産の観光も結構ですが、
 併せて信仰の場であり、そういう心をもっている
 人たちが支えているということも忘れないでもら
 いたいと思います。

これは歴史の記憶であり、或いは文化の伝統で

報、文化ネッ
 トワークの重
 視」、3 番目
 が「まっとう
 なビジネス
 観、企業観」
 で、それぞれ
 はなく、ひと
 つの歴史であ
 り、文化であ
 り、思想です。
 そういうよう
 なものを振り
 返ってみたらど
 うだろうかとい
 うのが今日の話
 です。

第1図 関西の知的遺産

1. 民間活力の発揮
 - 堂島米相場、懷徳堂、天下の台所
2. 情報、文化ネットワークの重視
 - 講、当番仲間、祭裡、公家、家元、寺社
3. まっとうなビジネス観、企業観
 - 心学、長寿企業、商事之菩薩道、陰徳善事

1. 民間活力の発揮

まず、民間活力の話をしたいと思えます。この
 大阪は私が改めて言うまでもなく、日本の物流の
 中心だったわけですね。特に、江戸時代の初期に西
 回り航路というのが開発されました。これは、日
 本海の物産を積んだ船が、山陰地方の海を通過
 瀬戸内海から大阪に戻ってくる、こういう航路が
 開発されたのです。これまでは、敦賀港辺りに荷
 物を揚げて、そして、山越えをして琵琶湖を横切っ
 て大阪までというルートだったのですけど、船で
 一貫輸送ができるようになったのです。
 これは、河村瑞賢が作り上げたのですけれど、

一番大事にしたのは、海上の安全を確保することです。狼煙場を作り、そこを補給港、避難港という拠点・基地として点々とつくりつていったのです。さらに、その経費をどういうふうにするのか、そしてその運航のルールをどうするか、そういうことを河村瑞賢は開発に伴って行っているわけであり、その結果大阪がまさに天下の台所になったのです。

当時は米経済で加賀藩はじめ諸藩の米は大阪に集積し、堂島・中之島の辺の蔵屋敷で売買が行われました。当然そこには先物市場も立ち、堂島の先物市場というのが形成されました。

先物相場というのは、売買単位と決済期日というものをまず標準化し、それから、実際に売買をして決済をするという仕組みであります。そして、損失が出た時に補てんをするその担保、証拠金みたいなものを集めて一種の保険をかけるわけですが、そういう仕組みを伴った先物取引というものが典型的な類型になるわけです。

大阪の米相場はまさにこういう要素を全部備えていたわけです。当時は、世界で最も進んだ売買の手法を開発していたというふうに言われています。米の仲買人が1、300人くらいおり、大変活気のあるマーケットだったわけです。また、米に限らず綿とか藍玉だとか魚だとかいろいろなマーケットが出来ておりました。最近の私の著書「日本経済の故郷」を歩くにも書きましたが、かつて大阪の安治川の河口で生駒山の山麓とか或いは布施とかの辺りで出来た綿を運ぶ船がたくさん

も見えなくなってくるという、そういう人が今日でもたくさんいるわけです。

私は「懷徳堂」の精神、そして、富永伸基や山片蟠桃に表れているようなリアリズムの精神、こういうものは大阪の持つ非常に大きな知的遺産ではないかなと思っております。

2. 情報・文化ネットワークの重視

第2番目は、情報・文化ネットワークの重視ということで、先ほどお話しした3都（京、江戸、大坂）のように、日本は、各々の特色を生かす形で文化的な蓄積を長いこと保持してきました。文化というのはひとつの象徴の体系であり、食事も或いは芸能でもそれによって何かを表していく、より価値が高そうだなと思われるものを表していく。そして、それが魅力を感じて惹かれていく、そういうものが文化なのです。今回、ソチオリンピックでいろんな方が活躍してんですけど、やはりジャンプとかフィギュアとか見て思うのは、そういうことをやっておられる幅広いです。野があり層が厚い国の人たちが活躍しているという印象です。昨日、今日、何か始めたばかりの国というのはなかなか上位にはいきません。

文化もまさにその通りで、世の中に残る、後世に残るそういうものを築き上げるにはそれなりの広範な層がなければいけません。さらに、その層が一色ではなくて、非常に多様な人達によって構成されるもの、そういう多様な人達の一種のケミストリー（化学反応）というようなものを踏まえ

浮かんでいました。春から夏を過ぎて出来上がった綿を江戸に運ぶわけです。一番最初に着いた船の綿はご祝儀相場もあって大変高く売れたということ、たくさんさんの船が競争して江戸まで綿を運んだわけです。この本の表題に使った江戸時代中期に描かれた「菱垣新綿番船川口出航の図」というのがありますが、この図の標題に「ここには活気みなぎる日本がある」というふうに書いてある通り、まさに、マーケット、市場経済そのものが体現されています。こうした活気溢れる歴史を関西人はもともと重視していたのだと思うわけです。

明治以降、日本国は富国強兵、殖産興業ということで、非常に国家統制的な経済が長く続きました。戦争直後も傾斜生産方式とかそういうこともございました。しかし、本来日本経済の一番の強さというのは民間活力にあったのです。大阪の堂島の米相場を典型とするような民間活力、そしてその民間活力が十二分に発揮されていたからこそ大阪の商人たちが全国に覇を唱えることができたわけです。そして、諸大名は大阪の蔵屋敷で、鴻池とか三井とかそういう豪商に対して辞を低くして大名賃を受けるという状況だったのです。

市場経済の中心であり、またそれを徹底的に進めたというのが大阪の特色であったのではないのでしょうか。そういう力の一例が「懷徳堂」であります。これは、大阪の有力な5人の商人の共同出資による教育機関の設立です。江戸時代は、多くの藩で藩校ができました。しかし、民間の人たち

てこそ新しいものが生まれてくるのではないかと思っているわけです。

一例をあげれば、京都のもつ強さです。江戸時代は、天皇家及びそれを取り囲むお公家集団というのは皆京都にいたわけです。それから、京都は二条城に幕府の出張所があったわけですが、主要大名は京都に屋敷を持って、家老職に近い人たちがそこでいわば外交をしていた。京都のいわば外交サークルが形成されてきました。それから、当時は儒教が指導的な思想として世の中で受け入れられてきましたが、多くの儒学者は京都に住んで、京都で学塾を開いていました。有名な例では山崎闇斎であるとか伊藤仁斎であるとか、そういう人たちは、そういう伝統がずっと繋がって、そこに、ディプロマティックサークルやアカデミックサークルが生まれてきました。そういうベースがあるところに芸術でいうと絵なども盛んになるということです。

江戸時代を代表する円山応挙、若冲、蕭白、大雅、蕪村といった人たちは皆18世紀の後半の同時代の人です。今でも日本の絵画での頂点と思われるような人たちがこの時代に一齐に生まれた背景に何があったのかというと、そこには、サークルを結びつける機能があったのです。そのひとつは、遊郭です。島原とか、大阪だと新町というところがございます。遊郭でのそういう人たちのネットワークづくり。それから、後はお寺です。そこで茶事を嗜んだり、或いはいろいろな人が会ったりするそういう場もあったということ、こ

がお金を持ち寄って学校をつくったケースは非常に少ないのです。中でももともと、大きな影響力を持ったのはこの「懷徳堂」です。

この「懷徳堂」を作った5人の商人のひとり、道明寺屋吉左衛門は、富永伸基という思想家のお父さんで、醤油の製造販売をしている家の一角に建物を建てて先生を集め、子弟の教育機関を作ったということ。そして、「夢の代」という有名な本を書いた「山片蟠桃」もこの「懷徳堂」の流れから出てきているわけです。町人の町人による町人のための教育機関、この富永伸基にしても山片蟠桃にしても彼らの書いたものを読みますと、そこに脈々と波打っているのはリアリズムの精神です。何か立派そうな考え方とか、きれいな論理の積み重ねとかそういうものは信じない。自分の目で確認したものを信じるという一種のリアリズムです。

「夢の代」という本の最後にこういう言葉が書かれています。「神仏（かみほとけ）化物もなし世の中に奇妙不思議の事は猶（なほ）なし」という事で、無神論者といえは無神論者なんですけど、この神は実存するのとかという議論も彼はしております。

我々は江戸時代の人たちのことを笑えないんです。今日でも一種のドグマみたいなもので、物事を判断している人がいかに多いか。新自由主義なるものも一種のドグマなのです。それなしでは物事がみられない、薄く色がかかったサンガラスみたいなものです。そのサンガラス越しでないと何

れらのお寺のお坊さんには今とは比較にならないくらい、学術、特に漢詩の分野で世の中の注目を浴びた人が沢山いたわけです。漢詩の応酬という事は、お坊さんと漢詩の好きな人達がお寺の法丈とかそういう所で応酬をしながらです。また、蕪村の例で言いますと、俳諧の場でもあります。こういう芸能、遊郭も一種の芸能ですけど、そういうようなものを通じて人間のネットワークが非常に稠密にハイレベルで築き上げられてきたということが大事なことだと思います。

今は、何でもかんでもインターネットかスマホというネットワークになっています。これは、一人が何万という人とコミュニケーションが出来るように見えるのですが、やはり新しい文化を生むには、数人のケミストリー（化学反応）を起こすことが可能な緻密なネットワークでなければいけないのではないかなと思っております。

そういう意味でこの関西というのが、かつてほどにないにしても、京都には今日でもそういう稠密なネットワークの部分というものが残り香のようにあり、そういうものを大事にしていこうということが、こういうネットワークを広げるのに非常に大事ではないかと思うわけです。

3. まっとうなビジネス観・企業観

それから、3番目が、このまっとうなビジネス観、企業観ということについて書いておきます。本日は、日本の長寿企業のお話を中心にご話ただいかなと思ひまして少し時間をとってお話

をさせていただきたいと思っております。

私は、10年ほど前に「新日本永代蔵」という本を書かせていただきました。日本の長寿企業40社の経営者にお目にかかせていただいて、どうしてこの企業は長生きできたのかということについてご意見を承らせていただいたものでございます。最も古い企業というのは、大阪の四天王寺にある金剛組です。これは、聖徳太子が四天王寺を作るときに、百済の王様がお寺を造る匠、仏を作る匠、そうした匠を派遣してくれましたが、この百済の王様は、派遣してくれた匠のうちの一人に向かって、「お寺というものは定期的にメンテナンスが必要だからお前は残ってメンテナンスをしなければならぬ」と命令され3人いた中の1人が残って四天王寺でずっとこのメンテナンスに携わってききました。これが、金剛組のヒストリーです。

それだけ技術のある人だったらいろいろな所からお声がかります。お寺についている単なる使用人ではなく、お寺から少し離れた独立事業体としていろいろな注文を受け、お寺のいざと言う時にはちゃんと対応するという条件で、半ば独立した形（独立採算）ですと事業をなさっています。地震、落雷、火災、それから戦乱に巻き込まれて消失してしまった寺を元どおりになおすことはもちろん、そうでない時は、いろいろなお寺の造営、設計をずっとなさってきたファミリーです。数年前に高松建設という会社の傘下に入って、純然たる独立系ではなくりましたが、今でもファミリーの方が事業の中心に入っているらしいです。私

の場合は、王朝が変わりますとその行動原理が大きく変わります。「元」それから「明」「清」特に「元」と「清」は異民族王朝です。そういうところはいつてきたところの組織、国家を動かす原理というものはまるきり変わってくるというようなことを日本場合は経験しませんでしたということがあると言っております。

3番目に思想的な要因ということで上げられるのは、我々のいわば不徹底性です。例えば神仏習合とか、或いは神儒仏併存とか三教合一とかいろいろな言葉で言われますけども仏教も神道も儒教もそれなりに受け入れ、それなりに認めるということ、それは一つの知恵だと私は思います。

皆様方の企業でも日夜ご苦労されているのは、世の中が変わればある商品やサービスに対する需要が変わり、これからどういうものが売れるのかどういふふう消費者が行動していくのかを読んで手を打つというのが経営の要諦ですけど、それが出来る企業は生き残り出来ない企業は落伍していくという厳しい生存競争であるわけです。

そこで、私が長寿企業の皆様方を取材をし、その中からエッセンスとして掴み取った長寿企業の8つの原則というものが第2回に書いてあります。これは、英語になっていますけど、実は先程申し上げました「新日本永代蔵」を書いて4〜5年経ってから、インドのタタ・グループで英語版「Timeles Ventures」を出させていただいたわけです。

は、今でもそういう組織体としての企業は続いていると理解をしております。

だいたい100年を超える企業が2万6千社、それから200年を超える企業は3千数百社、千年を超える企業は7社というふうに言われております。7社のうち東京都に2社、地方の温泉旅館が2社そのほか3社くらい現存しているという状況でございます。

業種的にみますと、今申し上げました温泉旅館とそれから多いのはお酒屋さんです。酒屋さんの場合には酒蔵、だいたい200年以上上った酒蔵はまだ業界では新しいほう、古いと言えるのは400年〜500年経ってないと言われるくらいです。あとは、伝統産業とくっついていてところが多いです。お茶の道具とか、それから和の建物や畳などを作っている会社がつつと続いているということです。呉服店とか今はいわゆるスパーミたいになつていてもそういう企業も存続しているというふうにも思っております。

諸外国で多いのがイタリアとフランスそれにドイツですが、イタリアなんかでもルネッサンスまで遡られるんですけど、それより遡れるところは無いようです。アメリカなんかはもともと国が若いですから、無いということです。

面白いのは日本より歴史が長い中国に長寿企業が少ないことです。これは何故かという点は、日本の説明をするなかで中国の説明もしたいと思っております。

この日本には歴史の長い企業が多くある理由を

実は、タタ・グループというのは、明治維新

(1868年)

第2回
Eight Principles of Long-Lived Companies in Japan

1. Leadership by Well-defined Values, Vision & Mission
2. Long term Viewpoint and Strategic Approach
3. The Importance of People and Human Merit System
4. Customer Orientation and building the Economy
5. Socially minded and building the Nation
6. Continuous Innovation (Change) and Improvement
7. Frugality and Efficient Use of Natural Resources
8. Efforts to Embody and Create Culture & Legacy

（1868年）に創業しています。当時はもちろんイギリスの植民地時代でした。創業者のジャムシエトジー・タタが創業した時の理念は、「企業は社会と一体である。企業

の目的は、自己の利益追求だけでなく社会をよくすることである。インド人がこの自分の企業に参加してもらう、それを通じてより豊かになっていく。そういうことを私は目指したいんだ。」という考え方でした。

私がインドで日本の長寿企業のスピーチをさせていただいた時に、日本の企業というのはマネーメイキングマシンではないんだ。企業というものは、社会と共にあるという思いで、経営者、社員一丸となって働いているんだ。それが日本の企業は長い寿命を保ち得てきているんだというような話をしたわけです。そうしましたら、タタ・グループの方が、今日の話は、タタ・グループの思想に非常に近いと。是非この話を英文で広めたいとい

地理的要因、歴史的要因、思想的要因と3つに分けて考えています。まず、絶海の孤島であるという地理的な条件が日本にとって非常に大きなプラスであったのではないかと。中国では王朝が交代しますと一族根こそぎ殺されるといふようなすさまじいまでの社会の大転換が行われるのです。異民族が入ってきて、それまでの社会を全部壊してしまうような社会の変化、日本は比較的そういう激しい動乱は免れていて。勿論、戦国時代だとか応仁の乱だとかそういう大戦乱、大混乱の時代はあるんですけども、比較的そういう時期は日本の歴史の中では短いのです。

それから、地域によって非常に気候に変化があるということ。気候に変化がないとリスカヘッジが出来ないのです。と言うのは、例えば江戸時代は、天明、天保など大飢饉がおこるのですが、でも、そういう時期であっても例えば北の方は冷害で全く米は出来なかつたけど、西の方はできたとか、西の方はイナゴの害がひどかつたけど、東の方は大豊作だったとか、これはやはりリスカヘッジができていたというようなことがございまして。こういうことも地理的要因として挙げることも出来るのではないかと思います。

歴史的要因は、先程申し上げましたような3都構造、或いは朝幕併存といった権威と権力の分離等々によって天皇家及びそこに付随するような文化的な部分というのはずっと続いてきたのです。これは、日本社会の安定性という意味において非常に大きな機能を果たしてきたと思っております。中国

うご提案をいただきました。

この8つの原則というのは、簡単に申し上げますと、最初が今申し上げました企業の理念或いは価値観それから使命がはっきりしていて、それに基いて経営が行われているということ。この「正直路」だとか「信用第一」だとかいろいろな言葉で商家の棚だとかそういうところに額が飾ってあったりしますけれども、そういうものが本当に社員一同に至るまで骨の髄まで徹底しているかどうか、これが第一の点です。

2番目は、言うまでもないことですけれども長期的な視野です。長寿企業の多くはファミリービジネスですから、あまり株主の圧力に耳を傾ける必要はない、また、自分の代が30年とみて経営を考えており、四半期ごとの利益を追求している人たちは、はるかに長期的な視野をもっているということ。京都のある方なんですけれども、だいたい500年くらい歴史があつて、私がお伺いしたときに、「どの程度の経営スパンを考えているのですか？」とお尋ねしたら、「これまでのわが社が歩んできた長さをこれから先も考える。だから500年後です」と言っていて半分真面目、半分冗談でおっしゃってました。

それから、3番目が人間重視です。これは、企業の構成員はファミリーであるということであり、多くの長寿企業は、社員を含めてファミリーであるという意識を経営者も持っているし、社員も俺たちはこの会社の一員という強い思いを持っているところが多い。そういう事が、この人間重視と

いうことになるわけです。顧客志向というものは、いうまでもありません。どんなビジネスであっても顧客を志向しないで成り立っているところはありえないわけです。そういう意味において、顧客志向をあげてみたということですか。

それから、さっきの社会性についての事例をあげますと、埼玉県の秩父に矢尾百貨店というデパートがごいます。こは、江戸時代中期に近江商人がそこでお酒を造りはじめ、現在はお酒も続けています併せてデパートも経営している会社です。秩父地方というと、明治時代に秩父困民党事件というのがありました。経済がデフレになり、貧しい人たちが食うや食わずの状況になり、一揆が起こって周辺の豪商の家に打ち壊しという乱暴狼藉を働き、首謀者は処刑されたケースですが、この一揆のリーダーが「矢尾の家はやめておけ」と暴徒に言ったそうです。なぜかという、秩父困民党事件の60年ぐらい前天保の飢饉があつてその時に矢尾の先々代が施米をした。蔵の中にあるお米を全て分け与え、炊き出しをし、人々を救った。そういう家だから打ち壊しをしてはいけないということ、打ち壊しを免れたそうです。やはり、困っている人を助けるということは、人の道だという気持ちをご先祖さまは持っていた。そのことが、2ジェネレーションくらい後になつて子孫を救つたわけです。

よくいわれる「情けは人のためならず」ということですか。まさに、これなんかは、Socially so藏を建てる。蔵を建ててお金を地域に撒いて、地域の疲弊を底から支えていく。もう一つは、資材や労賃なんかも安くなつており、同じものを作るのであればそういう時にこそ作る。そして、皆からそのことを評価される。同じお金を使うのであればお金のように使うべきである。だから、飢饉普請というのは、非常によく考えられたいい知恵だと思います。

最後に心学のことだけ申し上げたいと思います。心学は、ご承知のように石田梅岩が創始してその後、いろいろな方がその衣鉢を継いで明治以降に至るまで大きな影響を日本に及ぼしてきています。石田梅岩は、亀岡の出身で、京都の呉服屋さんに丁稚奉公に入つて、そこで40位まで勤め上げ、思う所があつて40歳過ぎになつて心学講釈を始めるわけですが、商いとはどういうものであるのか、どういう考え方で商いをするのかというようなことを非常にわかりやすく、そして、リアリズムに則つて説いた方だと思います。理論的に商いをどうこう言っているのではなく、世の中はこうだろ、うなというリアルな目からいろいろな知恵を文書に書き残しております。

その中で、私がこれこそ商道の三秘訣だと思ふに思われるところを少しご紹介をしたいと思ふいます。「富の主は天下の人々なり。主の心も我が心と同じゆへに我一銭を惜しむ心を推て、賣物に念を入れ少しも鹿相にせずして賣渡さば、買人の心も初は金銀惜しと思へども、代物の能を以つて、そ

minded、自然にSocially mindedだからそういう時には自然の行動がそういう形ででてくるということだと思ひます。それから、継続的な革新的continuous innovation、これは言うまでもないこととす。それから「Frugality and Efficient」これは質素儉約、資源を有効に使うことです。

大事なのは最後に書いてあることなんです。Efforts to Embody and Culture & Legacy ということで、1から7までの考え方を、いわば神棚に標語みたいに飾っておくだけではやっていることにはならない。これらを体得するための日常的な努力が必要であるということとす。多くのファミリーでは、代替わりのときとか、ある大事なことの日、あるいは大切にしている特別の機会というのがあり、そういう時に、祖先からの思い等を改めて思い起こす。そういうセレモニーがビルトインされています。

代替わりのときに、家代々大事にしているこの絵の意味はこういう意味である、我がファミリリーにとつて一番大事なことなんだというようになことを、一子相伝のような形で伝えていくとか、そういう努力をしていくということとす。セレモニーではあるのですけども実はそのセレモニーの中にこういう無形なものをどうやって伝える、そして、それを身に付けていくかということ知恵が組み込まれているというふうに言ってもいいのではないかなと思ひます。

第3図は、先程、矢尾家のお話をさせていただきましたけれども、近江商人に限りませんが、昔

の惜む心自ら止むべし」という事です。それから、誠心誠意に対応するというのが2番目、顧客志向を徹底する「我身を養る、うり先を疎末にせずして眞實にすれば、十が八つは、賣先の心に合者なり。賣先の心に合やうに商賣に情を入勤なば渡世に何んぞ案ずることの有べき」、こういう言葉というものは、耳で聞いてあなるほどいいこと言っているなというふうに思われる人は多いと思ひます。これ読んで、目で見るだけではこれは頭には入らないです。是非、昔の人の本を読むときは、音読されることをお勧めします。音読すると語りかけられている、そして、語りかけられるなかでなにかそのエッセンスみたいなものを掴み取ることが出来るような気がする。ただ、文書を読んでみますと、右から左に流れるだけです。是非、是非、こういうものを音読されて、その知恵をつかまれるということが大事であると思ひます。

今日の私の話は、関西経済の発展、復権を考え

第4図 商道の三秘訣

富の主は天下の人々なり。主の心も我が心と同じゆへに我一銭を惜しむ心を推て、賣物に念を入れ少しも鹿相にせずして賣渡さば、買人の心も初は金銀惜しと思へども、代物の能を以つて、その

第3図 近江商人の陰徳善事

1. 施米・喜捨・振舞
2. 出世証文・出精証文
3. 飢饉普請
4. お助け普請 (道路、架橋、水利灌漑、植樹、常夜燈)
5. 新田開発
6. 寄進 (神社仏閣、寺子屋)

から因果応報的な考え方がベースにあります。よく言う陰徳善事、「積善の家に必ず余慶(よけい)有り。積不善の家に必ず余殃(よおう)有り」という言葉がございます。日頃、善をつんでいけば良いことがあるし、そうしてないと災いがあるよということとす。飢饉のときに藩で社倉を日頃設けていて、そして飢饉になった時にそれを活用するという藩は幾つかありました。有名な藩でいえば、保科正之の会津藩、それから上杉鷹山の米沢藩こういったところなんかは非常に有名ですが、しかし、そこまではないかなくても、近江商人は「我々が今日あるのは、地域が我々を支えてくれるお蔭であり、ご恩返しするのは当たり前である」という考え方から、いろんな形で地域に対する利益還元、共助、共生ということをたくさんしております。

一例をあげますと、飢饉普請というのがあります。先ほど申し上げましたが、天保年間とか天明年間とか大飢饉がございました。そういう時にどのようにして、何をしたらいいのか、其々に皆様方もお考えであるし、そして、既にいろいろと実践なされていると思ひますが、私がここで皆様方に強調したいのは、関西それぞれの持っている良さ、特色、その中には目に見えないものもあるし、目に見えないものもあるけども、それをじっくり見直して改めてこういう分野だったら誰にも負けないぞというものを発見していただきたいわけです。そういうものの中から関西の復権というものがあのではないかなと思ひます。

最初に申し上げましたように、国土の均衡ある発展というものは大事です。しかし、均一な発展というものは、これはやってはいけません。それぞれの特色、それは、今日申し上げましたような歴史の或いは文化の或いは思想の織り成す深さ、そういうものをどこまで発掘し、掘り起こして我がものにしていくのか、そういう努力によって、その差によってこれからも生き続けていくものがつくられるのか、それと単に上辺だけのものになってしまうのか、そういう差が出てくると思うのです。是非、皆様方のそういう意味におけるご努力と具体的な実践、これを重ねることによって関西の発展というものを期していただきたいというふうに思っております。以上で、お話を終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

かんこうけんコロキウム

(平成25年9月12日)

兵庫県三田市における 連節バスの導入について



神姫バス株式会社
専務取締役 丸山 明則

はじめに

皆様、日頃から弊社の事業運営に大変ご高配を賜っておりますこと、この場をお借りしまして厚くお礼申し上げます。本日は私どもが導入しました連節バスについてのお話をさせて頂く機会を作させて頂き、誠に有難うございます。実は、西日本で初めてとか、近畿で初めてということで、視察や見学で私どもの会社の方へたくさんの方々に来ていただいております。この資料はすでに「もう見たことあるよ」とい



う方もいらっしやると思いますが、資料に沿って説明いたします。今まで話していない裏話、苦労したこと、そうしたことを含めてお話しさせて頂きたいと思っております。

連節バスとは

連節バスとは、バスのボディ2つを連結器で繋いだ車両の総称ということになっていま

す。この2台のバスは完全な固定編成になっています。また、道路のデコボコ等で揺れても、この連結器の部分で吸

そもそも連節バスとは？



取して大きく揺れないような構造になっています。参考ですが、けん引の免許はこのバスについては必要ありません。バスは営業運転の場合、大型二種免許で運転ができることになっていますが連節バスもエンジンが一番後ろで、後ろから押し形になっておりますので、そういうことも含め、けん引ではないという扱いになっています。整備面では、連結部を離せることができれば普通の車両のように整備できますが、これは離せない構造ですので、車検等につきましても別途、3柱リフトと言いまして、バスを持ち上げる設備が必要となります。連節バスは三田営業所で運行しており、営業所に整備棟を新しく作り直しました。もちろん、

特殊車両通行許可がないと回送でも走れないので、車検も全て行える整備工場を作りました。費用的に1億円程掛かっています。整備工場は、残念ながら国の補助金は出ないことからコスト的にも重荷になった部分がございます。

連節バスの諸元

連節バスは、ヨーロッパをはじめ、世界各国では非常にたくさん導入されていますが、日本では車両寸法が規格をオーバーしていることが、日本への車両の導入が少ないうのが理由の一つになって

連節バスの諸元 (通常大型車比較)

項目	日本製 (標準)	海外製 (標準)
全長	12.0m	18.0m
全幅	2.5m	2.5m
軸間	3.0m	3.0m
軸距	2.0m	2.0m
全高	3.0m	3.0m
重量	12,000kg	18,000kg
乗客数	100名	100名
燃料	ディーゼル	ディーゼル
最高速度	100km/h	100km/h
燃費	20km/l	20km/l

バスの諸元ですが、まず長さが約18mあり、通常のバスの約1.6倍あります。日本の規制では長さは12mですので6mほどオーバーしています。ちなみにヨーロッパの規制は、15mですが、連節バスの場合には18・75mで、ヨーロッパは1両のバスの長さの規制と、連節になった場合の2つ規制を持ってあります。ちなみにアメリカでは1両は16・7m、連節バスは19・7mですので、日本よりも欧米の規制は相当長くなっています。

幅の規制は日本の場合2m55cmで、5cm規制を外れております。ヨーロッパの規制が2m55cm、アメリカは2・6mで連節バスは規制の範囲内に

入っておりますが、日本の規制から言いますと、長さ・幅ともに規格外の車両となっております。

高さについては、ノンステップバスということもあり、低くなっており、日本の規制でも3・8mですので、高さについては全然問題がない車両になっております。

7年ぐらい前のデータになりますが、中型バス以上の製造は日本で年間6,800台。ところがヨーロッパでは年間4万台を造っており、その中で推定になりますが連節バスは約7,000台を造っております。日本のメーカーは数社ありますが、日本の新車製造よりもヨーロッパで造る連節バスの方が、台数が多いというような状況になっています。ヨーロッパのバスの使用年限は7年から9年ぐらいで切替えていく傾向にあり、日本の約半分程度です。これはヨーロッパの場合は7年から9年使うと、アフリカとか中東へ輸出して新しいバスに更新する形になっています。日本はどうかと言いますと、輸出する際の海上輸送の関係でコストが非常に高くなるのと、右ハンドルということで、日本のバスは輸出しにくい状況と言えます。そういう意味では日本は基本的には使い切るといいう形になり、使用年限がヨーロッパの倍ほどになっています。

バスの定員は、座席が52名で立席が63名、運転手を含めて116人の仕様になっています。既に入っている神奈川中央交通、岐阜乗合自動車は同じタイプの車両ですが、定員はそれぞれ130人、128人です。私どもは既に導入の他地区、都市

のバスよりも座席を8席増やしました。座席を8席多くした代わりに立席が21人減り、運転手を含めて116人となっています。

ちなみに燃費は、直近のデータで見ますと、リッターあたり1・5km、走行条件が違いますが、通常のノンステップバスはリッターあたり、3kmぐらいの燃費ですので、2台分と見れば燃費は、ほぼ同水準となっております。

日本の連節バス導入

日本で連節バスを最初に導入されたのは、1985(昭和60)年の科学万博「つくば85」の時、100台が運行しております。しかし主に専用道路を走っており、つくば博が終わった後は大部分の車両がオーストラリアへ輸出されて、一部は空港の敷地内で使われ、実際に公道を走ったわけではございません。営業運行で初めて導入されたのは、1998(平成10)年に京成バスが千葉で導入されましたが、これはツーステップの床面が高い車両を入れて



ています。次に、神奈川中央交通が2005(平成17)年に日本初のノンステップの連節バスを導入されています。その後2008(平成20)年にも神奈川

中央交通は追加導入されています。実は神姫バスも神奈川中央交通が導入された当時、本来はそれよりもっと前の平成10年頃から検討はしてございました。しかし、当時の海外のメーカーは複数台の車両を購入しないと製造してもらえなかったため、1台だけ導入ということが出来ませんでした。

また、車両購入価格の問題もあり実証実験的には導入は難しく、保留という形になった経緯がございます。ちなみにヨーロッパから輸入するバスの支払いは、ヨーロッパの港を船に積んで出港するその日のレートで支払うということが基本となっています。平成17年に神奈川中央交通が連節バスを導入された時は、1ユーロが135円。そして平成20年につきましては、1ユーロが160円ぐらいの時に導入されています。ちなみに私どもが導入した時は1ユーロ100円でしたので神奈川中央交通が平成20年に導入された車両と比べますと、単純計算で約6割程度で購入できました。現在のユーロは130円強で、例えば今発注したら多分3割ぐらい高い車両を購入することになり、為替によって金額が非常に変わってくるようになります。自治体から連節バスの値段を聞かれますが、日本のメーカーなら、ある程度回答できますが、ヨーロッパから輸入する場合はその時によって違いますので、1年違えば大きく金額が違ってしまふという状況になっています。

その後、2011(平成23)年に岐阜乗合自動車車が導入され、神奈川中央交通が更に追加導入、そして私どもが2013(平成25)年に三田市で

西日本、近畿で初めて連節バスを運行したという流れになっております。

■連節バス導入の目的・メリット

連節バスの導入目的ですが、三田市市内においては、朝夕のラッシュ時間帯の住民輸送、また関西学院大学の神戸三田キャンパスがニュータウンの中にあり、その学生輸送、さらに工業団地（テクノパーク）がこの春から拡張

されるということでその従業員輸送の役割を果たすことから、その需要に合わせて導入しました。

三田市は人口11万人強、大阪のベッドタウンとして開発されており、ニュータウンが次々に作られて、1987（昭和62）年から1996（平成8）年の10年間は、人口増加率全国1位を記録しております。現在は緩やかな伸びになっておりますが、当時は非常に有名な都市でありました。関西学院大学神戸三田キャンパスにも学生が4、500人ほどおりますし、テクノパークの就労人口も4、300人ぐらいいます。そのほとんどがJR福知山線新三田駅からの乗り換えで、朝夕のラッシュ時にはお客様が集中してしまうことになり、当社もバスの臨時続行便を多発する状況にありました。同時に2台3台出さなければ乗りきれないという

連節バス導入の目的・メリット

■導入の目的
三田市において朝・夕ラッシュ時に混雑する関西学院大学線およびテクノパーク線の混雑緩和とアクセスの向上を図る。テクノパークは平成25年に拡張が予定されており、テクノパークの更なる発展に対応させる。



■導入のメリット
①朝夕ラッシュ時の混雑負荷軽減が可能。
②西日本初導入、当社初のBRTシステム実施。
③公共交通のイメージ向上と活性化。

状態で、ターミナルは勿論のこと、客待ちで道路までいっぱいになることが多々ありました。そうした現状でしたので、連節バスを導入することによって、今まで2台運行していた分が1台で運べることから導入に至ったわけです。バス運行費用の6割から7割近くは人件費です。運転士イコール車両の台数ということで、2台運行するのを1台にすることは、バス運行についてはコストの削減に非常に大きなメリットが出てきます。

特に朝夕のラッシュ時に大量にバスを導入すると、昼間時間帯に乗務員、車両の余剰が発生します。バスの場合はラッシュ時間に合わせて人と車を用意しますが、昼間は余剰がでます。そういう点では、この連節バス1台で2台分のお客様を運べる点については、コストダウンに効果があるということになって導入いたしました。勿論「西日本初」と書いてありますように、やっぱりPR効果も目的、メリットの一つで、これが西日本2番目とか、近畿で2番目だったら恐らく導入していなかったと思いますが、とりあえず一番だということとで、導入に踏み切ったということもございませう。

三田市も人口増加率が全国1位という華々しい時代が過ぎて、市としてのインパクトが弱まってきたこともあり、西日本、あるいは近畿で一番のバスを導入するという点について非常に積極的に応援していただきました。

そういう点で、バス事業者、三田市、大学等とそれぞれの思惑が一致したことで、導入がスムーズに進んだという風に考えております。

■連節バス導入経緯

神姫バスの導入経緯でございますが、先ほど申しましたとおり平成17年から平成20年にかけて神奈川中央交通が導入された時に、本格的に検討を行った経緯もございました。ただ、先程もお話ししましたが、規格外の車両ということで、規制の緩和の手続きとか煩雑ですし、運行の内容や実態がよく分からないこともあってそれほど積極的にではなく、一時、保留になりました。

神姫バスにおける導入経緯



実はこの頃、三田市も中心市街地の活性化のために連節バスを入れたい、大学も神戸三田キャンパスへの学生誘致のためにそういう目玉となるようなものが欲しい、というような思惑の一致で平成22年に検討会を立ち上げております。

■ヨーロッパの連節バス

私は平成22年の秋に、日本バス協会の視察旅行でヨーロッパに行く機会に恵まれ、オランダ・ベルギー・フランス・ドイツと巡りましたが、どの国でも連節バスが都市中心部の道路を走っている状況を見ました。私が行った時は、連節というよりも、3連節、つまり3つのボディが繋がったバスも多く、イメージ的には大都市の中心部で5台

に1台は3連節、5台に1・5台から2台近くが連節、残りが単体のバスでありました。やはり3連節バス、連節バスが非常に目立ってインパクトが強いものですから、10分ほど立っていると何台も見られるほど連節バスが走っていたという記憶があります。私も乗車しましたが、石畳の狭い一方通行の道路でも3連節のバスがその中を縫うようにスピードも落とさずに通り抜けていきます。ヨーロッパですから、道の両端に違法駐車をしております。たまたまと思いますが、違法駐車が道路にはみ出して停車しており、3連節バスが本当はしてはいけないのでしょうけど、お客様を乗せたままでバックしました。もちろんカメラ等はあったのでしようし、後ろで次に来たバスの乗務員も誘導をしましたが、公道でバックして駐車車両を交わして走れるという、そういう状況を見ますと、日本の都市部だろうがどこだろうが、現実問題はどこでも走れるのではないかとこの感覚を持った次第です。

■導入に向けた検討・関係者との調整

平成22年から23年にかけて、近畿運輸局も参加して頂いて、三田市とともに連節バス導入のための検討会を立ち上げました。その時には個人的にはヨーロッパの状況を見ても絶対いける、絶対入れようとの強い意志で導入の検討を開始いたしました。三田市も積極的に支援するというお話も頂きましたし、近畿運輸局の方も管内で初めての連節バスだということで積極的に応援、アドバイス

も頂きまして、導入を図っていくということになりました。導入に向けて、国は勿論のこと、県市、警察等との打ち合わせを綿密にやりました。勿論警察については、三田営業所から三田署と話をすると同時に、県警本部の方は本社から話をすると、色々分かれて相当事前にそれぞれの所で打ち合わせを行い、更には先行導入されております神奈川中央交通、岐阜乗合自動車にも視察という点で、担当者が何回も行って当時の導入の経緯とか色々話を伺いながら進めました。また、平成23年7月、正式導入を検討した際には岐阜乗合自動車の方へ視察にいかれました。実際説明するより見てもらう方が早いということで、近畿運輸局、県土木、三田市、大学関係者、バス協会、私どもの労働組合や営業所のスタッフ、後々のことを考えて不動産や情報システムなど関係部署の担当者を集め岐阜へ視察に行きました。実際に見て乗って、話を聞いたわけですが、やはり規格外の車を導入しますので、その準備というのは慎重に、丁寧なぐらい行っております。

■導入に際し苦労した事

次に連節バスの運行までの協議・作業では関係先勿論会社内部も含め色々な調整で時間が掛かり、遅れたものも非常に多くありました。ただ、本日にダメかなと思ったことが2回ぐらいありました。連節バスの仮発注については、平成24年1月に行いました。平成25年4月に運行する車両を1年以上前に発注しないと間に合わないこと、平成24

年度の補助事業で導入するなら平成25年4月1日が運行のリミットとなり、これ以上遅らせることができないということとで、逆算すれば仮発注が平成24年1月になった次第です。仮発注にはローマ字でサインしました。本契約を8月29日にして、この時もローマ字でサインをしたのですが、担当者がたまたま仮発注書をコピーしてしまいましたので、その仮発注に書いた自分のサインを「真似」しながら本契約書にサインしたという記憶があります。当社の連節バスの導入は結果的に個人輸入になりましたが、私どもが日本で初めての対応をしたという形になっておるのはこの部分です。三田市、近畿運輸局との検討会も設置し、支援の了解も得て進めておりましたが、平成23年7月に輸入代理店の三菱ふそうから、「国土交通省から日本国内の排出ガス規制に適合しないと判断されました」との連絡がございました。

その時、排ガス規制が適合しないということは、全世界において日本の排ガス規制に適合する連節バスは存在しないことになるということになりますので、相当三菱ふそうから国土交通省に掛け合って頂きましたが、結果は検査基準が違うので分らない、型式がないから分らない、排ガス規制は各国の独自基準ということで、ヨーロッパで排ガス規制、当時は「ユーロ5」という規制があり、この規制の検査を通っていても、それが日本の排ガス基準に合わないのではなくて、分らないという回答でした。「ではユーロ6になれば、

いいのか？」ということでも質問をした時も「ユーロ6も要するに基準が違い、日本の基準では検査をしていないのでユーロ6が必ずしも該当するかどうかどうかは言い切れない。」と言われました。なぜ、神奈川中央交通や岐阜乗合自動車が入れられたのか、ということ、私どもはなかなか納得できなかったわけです。当時、三菱ふそうはそれまで21台の連節バスを納入されておりました。三菱ふそうが輸入されて、それを三菱ふそうから神奈川中央交通より岐阜乗合自動車へ販売するという形を取っておられました。21台の数になると輸入が業務といいますが、生業ではないとは言いきれないという判断だったそうです。実は平成23年2月ごろ、国土交通省から三菱ふそうに話があったそうです。ただ、既に何台も入れているので話せば何とかなるだろうと三菱ふそうも考えておったようですが、その後東日本大震災が起き、なかなか協議、相談する場が持てなかったというのが実態だそうです。そして時間が過ぎて7月にそういう見解が出てしまつて、慌てて三菱ふそうから連絡が入ったということ。当時、三田市、近畿運輸局との検討会をスタートしており、今更そんなことを言われても、ということ、近畿運輸局へご相談ということかお願

先行他社と神姫バスの相違点①
並行輸入(個人輸入)により車両を購入
本車は正規輸入(正規輸入代理店である三菱ふそうとの契約により購入した)とはすか！

平成23年8月、導入する連節バスは…
「ボストン製長期排ガス規制に対応していない」ことが判明。
【ボストン製長期排ガス規制とは】ボストン製長期排ガス規制とは、排ガス規制が厳格化しているため、従来の長期排ガス規制では対応できない車両を指す。ボストン製長期排ガス規制に対応している車両は、ボストン製長期排ガス規制の対象外となる。

国土交通省との相談の結果…
「排ガス規制対象外とするために並行輸入で購入」することとなる。

いに行った記憶がございません。当時の局の自動車交通部長も「国はどちらかと言ったら、推進の方針ですよ。」「BRTシステムを含めた連節バスは、支援のメニューもある。支援のメニューを作っておきながらそれが入れられないことはないだろう。」ということ、相当国土交通省の方にブツシュもして頂きました。また、当時の局の技術安全部長も日本に初めて導入した時、国土交通省の担当だったこともあり、その時のことを、担当者にも色々と話して頂きました。私も8月に国土交通省に行ってきたのですが、9月にはもう三田市議会が連節バス購入補助金の予算化に向けて市長が表明するという情報を得ておりましたので、表明した後「いや実はダメでした。」というわけにはいきませんので、何が何でも8月中にケリをつけなければならぬ状況でした。まず本省の旅客課に話をしたときは、基本的にはほとんど入れまじょうというスタンスでしたので全面応援して頂きました。環境政策課にも話をしましたが、結論から言えば個人輸入だったら問題ないという事になりました。また、補助金を管轄する総合政策局にも伺い「個人輸入になりますけど補助金は大丈夫ですか？」と念押ししましたが、「基本的には問題ありません。結構ですよ。ただ、東日本大震災の関係で補助金は大きなカットがあると覚悟してください。」との回答を得て帰ってきました。「法的には個人輸入には全然問題ない。補助金の方もカットされるけども問題ない。社会資本整備の補助もある。その補助は三田市に申請していただい

りました。当初計画では、10月下旬には日本に船で到着する予定でした。先行導入事業者へ色々聞きに行った結果、試走もして道路関係者に見てもらわなくちゃいけない、車両塗装と言いました、来た時は何もないガラガラのバスのボディだけが来ますので、日本の路線バスとして運行するために、運賃表示器やICカードシステム、連節ですから色々な所にバックカメラも含めてのカメラ、あるいは整理券発行機など色々付けなければならぬということもあり、やはり2から3ヶ月はかかる。運転手の習熟訓練、これも相当時間がかかるということ、若干の余裕はありましたけど、4月1日運行のためには、10月下旬に日本に着くということでも進めておりました。結果は、ドイツが発10月27日になりました。本当は日本に着いていなければならぬ時期に、向こうの港を出発して12月13日に横浜港に着きました。それから陸送で私どもの三田営業所に来たのが、1台が12月19日、もう1台が20日、年末によく届いたということです。その時点で1ヶ月から1ヶ月半の遅れで、その後色々関係先、申請先等にはご迷惑をかけて無理矢理認めてもらったというところもございます。勿論事前に色々打ち合わせしておったことがこの時に効いてきま

先行他社と神姫バスの相違点①
並行輸入となること
「ボストン製長期排ガス規制に対応していない」ことが判明。
【ボストン製長期排ガス規制とは】ボストン製長期排ガス規制とは、排ガス規制が厳格化しているため、従来の長期排ガス規制では対応できない車両を指す。ボストン製長期排ガス規制に対応している車両は、ボストン製長期排ガス規制の対象外となる。

国土交通省との相談の結果…
「排ガス規制対象外とするために並行輸入で購入」することとなる。

して、結果、本来の形になりました。遅れた理由のまず一つ目は、当初は9月下旬に出港予定だったものが実際、バスの完成が9月の末でした。日本なら、納期に間に合わなければ徹夜、残業しても完成させますが、ドイツの方は就業時間が終われば直ぐさっさと帰るそうです。完成時期は関係ないということでも結果として完成が9月末になりました。9月末と言っても、日本への船便は月に2回しかなく、1回遅れると2週間遅れになってきます。9月下旬がダメなら10月13日発の予定になり、やっぱり2週間、そこで1回目が遅れてしまいました。二つ目はドイツのやり取りに時間がかかりました。緊急の問い合わせとか要望を入れました。私どもの方から三菱ふそうにこういう問い合わせをしてくれと言うと、三菱ふそうの方で、英語かドイツ語に直してドイツへメールを送る。すると、向こうは深夜ですので次の朝出送る。すると日本が深夜ですので、その次の日の朝になるわけですが、私どもにそのまま送ってこられても分かりませんので、三菱ふそうの方で日本語に直してもらってそれを頂くということです。大至急の案件が3日ぐらいかからないと返事が来ない。場合によっては向こうで検討する時間があるれば4日、5日とかかってしまうことになり、時差と翻訳の関係で時間を取られました。それと、10月13日、ドイツの港を出る直前になり、タイムラー本社から保証が必要だと言ってきました。元々、バスを製造したのはエポバスと言

かんこうけんこロキウム

(平成25年11月19日)

空を変える、日本が変わる

「戦略的インフラの国際競争力の強化と 新関西空港実現に向けた挑戦」

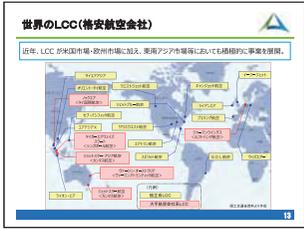


新関西国際空港株式会社
取締役兼執行役員 志村 格

皆様、日頃から関西空港及び伊丹空港をご利用頂きまして有難うございます。関空会社は昨年の7月から、伊丹と関西一緒にになりまして、2空港を統合して運営しております。今日は交通界のリーダーの方々に関空を見て頂くということで、殆ど目的が達せられましたが、30分位お時間を頂きますので、私共の進めている取り組みをご説明させていただきます。

まず、アジアの成長についての部分と関西空港が今やっている新しい取り組み、そして、今後更にどうしていくかという3つのパートに分けてご説明していきたいと思っております。

まず全体的な概況です。国際線旅客は非常に伸びています。2010年に世界で10億人になり、国内線旅客は2011年で16億人を超えています。



表が関におけるLCC事業の概要

項目	アジア	北米	欧州
代表企業	ANA、JAL、LCC	Delta, United, Spirit	Ryanair, easyJet, Wizz Air
成長率	2011年 15.2%	2011年 12.1%	2011年 18.5%
機材	A320, A321	A320, A321, A320neo	A320, A321, A320neo
航路	アジア内線、アジア-オセアニア	北米内線、北米-アジア	欧州内線、欧州-アジア

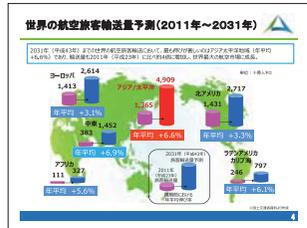
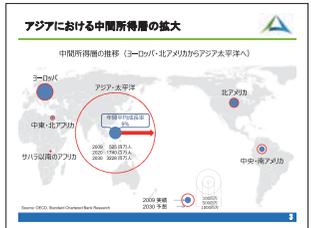
アメリカのサウスウエスト航空がフルサービスキャリアを遙かに超える数を運んでいます。日本全体でも様々飛んでいます。特に関西ではピーチアビエーションが有名ですが、例えば成田空港にジェットスター・ジャパンがあります。関西においては、ピーチはちょっとブランドになっていて感じがあり、ピーチに乗ることがいいことだ、ピーチに乗って沖縄に行きたいとか、或いはピーチグッズを買うとか、そういう意味ではこのピーチというものが愛され、定着して来ているという感じがあります。パナラエアはエアアジア・ジャパンが解散して全日空がまた新たに作ったローコストキャリアであり、12月20日から飛び始めると聞いております。

後は、アジアを中心とした国際線のオープンスカイです。これは運輸圏の自由化ということ

OECDによるとアジア・太平洋地区においては、中間層の年間平均成長率が9%ぐらい。北米や欧州は殆ど2009年と2030年で中間層の数が違いません。中米・南米もそれほど増えませんが、アジアにおいてはこの2030年に32億人以上の中間層が生まれると予測しています。

航空旅客輸送量について言いますと、アジア・太平洋地域が特に伸びが著しいということ、6・6%ぐらい伸びるのであると国土交通省が予測しています。

空港別の比較で言いますと、だいたいアジアの周りの空港は、長距離滑走路を2本以上持っている。インチョンに更に造っていますし、羽田も4本持っている。その中で関西空港は滑走路が2本です。関空の旅客数が1,435万人、貨物量が82万トンというこ



で、どこへ飛んでもいい、何便飛んでもいいというのが基本であります。日本について言うと、羽田空港や成田空港については、まだ第三国へ飛ぶ権利、或いはその便数について制限がある訳ですが、関西空港については

そういった制限がありませんので、こういった近隣諸国からの便がどんどん増えている訳であります。今23ヶ国3地域とオープンスカイを結んでおり、今週もまたモンゴルとオープンスカイ協定を結ぶと伺っています。

関空の国際線旅客数は最高ですが、日本人旅客は前年比95%で、6ヶ月連続前年割れとなっております。外国人旅客がそれを補って余りあるぐらいの伸びを示しています。特に東南アジアからのお客様、タイ人やマレーシア人に対するビザ免除などによって、今までビザ免除になっていたシンガポールに加えてたくさんのお客様に来て頂いています。国内線における外国人の利用もローコスト

とで、アジアのライバルに比べると大体半分とかそれ以下です。反対に言うところテンションが高いとも言える訳であります。

中間層の増加に加えてもう一つの柱が、ローコストキャリアであります。ローコストキャリアの定義を整理しますと、小型の単一機材、主に短距離輸送、空港滞在時間の短縮と高い機材回転率、基本的にはエコノミークラスのみ、機内食は有料オプション、インターネットを利用したチケット販売、そして低運賃。全部がそうという訳ではありませんが、だいたいこのような特色があります。地域別に見ますと、東南アジアは既にローコストキャリアの輸送が32%占めています。北東アジア、中国・韓国・日本では6・9%ぐらいということで、世界的に比べてみるとまだまだ北東アジアにおけるローコストキャリアのシェアは低いと考えられます。

しかしながら、世界全体を見ますと様々な所でローコストキャリアが成長して来ている。エアラインのランキングで見ても、アイルランドのライアンエアがフルサービスキャリアも含めて輸送人員では世界最高です。イージージェット、アメリカですが第3位です。国内線で見ると、フランススコは旅客便、貨物便が就航しており、オークランドやロサンゼルスは貨物便の就航のみとなっております。

国内線のネットワークも充実して来いています。主に伊丹が短距離、関空が長距離ということですが、伊丹と関空両方から飛んでいる地点もありますし、徐々に充実して来ているということでもあります。

今一つの課題というのがコンセクションです。2011年に法律が通り、関空と伊丹の経営を統合する新しい法律ができて、コンセクションを通じて関空の1・2兆円の債務の確実な返済を図るということでもあります。

そのコンセプトですが、この概念図でご覧になって頂きますと、左の上の方にあるのが現状、統合前でありまして、伊丹空港について言うと滑走路も土地も国が所有し、ターミナルビルは民間、大阪エア・ターミナル、OATという民間会社がビル会社を管理していました。関西空港は、ビルと滑走路と土地を関西空港株式会社が一括して持っていて運営していましたが、それが今変わって、新関西会社が関空の土地以外のものを所有し、更に伊丹の滑走

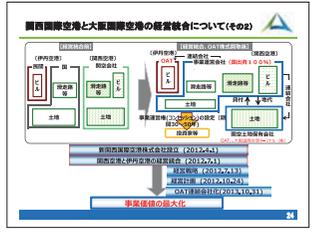
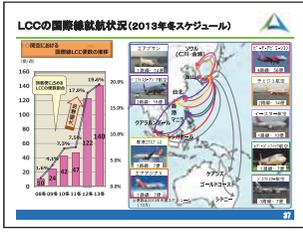


路と土地を所有しました。国から譲り受けた訳ではありません。今年の10月の段階で大阪ターミナルビルの株式の3分の2以上を取得して連結子会社化しました。関空の土地の方は土地保有会社に移管し、新関空会社との間で借地をしているということとでございます。この新関空会社が持つ空港運営権の部分を30年から50年のコンセッションに出すということとです。つまり、30年から50年間、民間の会社にこの運営権を与えて、一定のアニユアルフィーを頂くというスキームにすることです。

現時点での中期の目標としては、発着回数が伊丹と関空を合わせて30万回です。現状が23万回ですから7万回アップです。旅客数については3,300万人。現状が2,700万人くらいですから、さらに600万人から700万人アップです。貨物量が100万トンくらいです。売り上げは1,500億円。E B I T D Aで企業価値に当たるものですが、600億円超を目指すということです。

経営成績について言いますと、この右の表の一番だけ見て頂きますと、経常利益で180億円。政府補給金を除くと111億円ですが、ちょっとズルズルに対応するためにも、深夜のアクセスも大切だということで、大阪から関空に来るリムジンバスは、深夜3時、4時、5時という形で運行しています。神戸から関空に来る高速船も5時発です。それから、関空からの最終アクセスですが、24時を回った形でのアクセスも整備しているところがございます。長距離のバスですが、四国からもありますし、中国地方からもあります。11月からは名古屋からも高速バスを運行するようになります。

先ほど申しましたLCCですが、今関空に国際線を運航しているLCCが9社あります。もう1社、ジェットスター・ジャパンを入れますと、これは国内線ですが、10社のLCCが就航しており、図の左で見えて頂きますと便数で20%近い伸びを占めています。

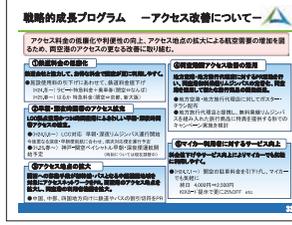


と前までは、政府補給金を除くと赤字になっていただけです。ようやく黒字体質になって来たと言えます。アクセス改善の取り組みについて、今近畿運輸局や大阪航空局等のご指導ご協力も得ながら進めておりますが、鉄道料金の低廉化、深夜・早朝のアクセスの拡充、バス運行地点の拡大、両空港間アクセスの改善、マイカー利用に対するサービス向上ということで、それぞれ具体例を示しながら説明させていただきます。

鉄道については、例えば神戸と関空の間は片道1,100円です。船を使った場合には、片道1,500円。1日で船に2回乗って神戸から来たり、あるいはこっちに帰ったりすると2,400円、片道1,200円ということになります。神戸の駐車場は1日1,500円ですから、あそこに置いて来られる方もいらっしゃるということ

経営成績の前年度比較

項目	2011年度	2012年度	2013年度	増減
売上高	581	653	113	▲
経常利益	501	608	28	▲
営業利益	282	282	85	▲
純利益	262	282	24	▲
株主総数	262	274	14	▲
EPS	10	10	0	▲
配当金	41	39	▲2	▲



ショッピングで買ったものですが、全体の照明から見えて文字が見やすいようにとか、色々と工夫をして作っているものらしいです。それでも非常に安くできています。LCCに次ぐ柱が、貨物ハブということ。FedExは、関空をハブにして、来年の春に新たな貨物上屋を運用開始します。

貨物ハブへの取り組み

LCC事業の取り組み ~LCCターミナルの概要~

貨物ハブへの取り組みとLCCターミナルの概要図。KIXの貨物取扱量とLCCターミナルの構造を示しています。

アジアから小包を持って来てアジアに運んで行く。その基本は変わらないわけですが、例えばアジアからのスポークに当たる部分ですが、これまで310みたいな小さな飛行機だったのがB777とかMD11になっておりまして、大きくなりました。それからアメリカへ飛んでいく飛行機もB777、MD11で非常に大きくなり、便数も増えて来ました。成田から飛行機をこっちに持って来て

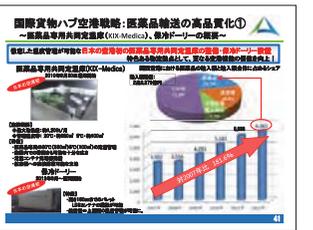
す。バスに乗ると片道換算1,000円内外で京都にも行けるし、奈良にも行けるし、大阪の市内乗り放題といった形になります。

それからマイカーの駐車場も正規料金は4,000円ですが、それを2,500円に下げました。これでも羽田の1,500円に比べると高いです。それから、下に書いてありますように、伊丹と関空を両方乗り継ぎで使うお客様に対しては、リムジンバスの運賃を0円としております。

アクセスの充実という意味では、時間帯も大事です。ピーチエアラインなどLCCは、だいたい7時に出発したりするわけです。あるいは到着は23時と。そうなると前泊、後泊といったような問題が生ずるわけです。また、大阪北のグラフロントでは、4時まで開いているバーとかあるわけですが、そういった



大阪の今後の成長産業との連携ということで、先日の関西経済白書を見ますと、関西の産業でこれから伸びるのが医薬医療品、電池・リチウムバッテリー、それから観光という3つが書かれていました。その中で特区とも合わせて医薬品関係を支援するシステムということで、1つ例示させて頂きたいのは、関西空港の日本初の医薬品の専用共同定温庫です。定温倉庫ということで、飛行機からの倉庫までクールな保冷輸送ができるようになっております。利用率も徐々に上がって来ているということとございます。もう一つ薬を輸入する時に提出する書類で、特に個人とか、研究者とか、そういった個別に輸入する場合には必要になるのが薬監証明というものでございますが、関空では全国に先駆けてこれを電子化しております。それからPMDA、医薬品医療機器総合機構と言って、これは全国ベイスでは新薬の審査とか、開発のアドバイスをやっている団体ですが、大阪のナレッジキャピタルに



関西支部を作ったという事です。大阪では審査はしませんが、色んな新薬開発等のコンサル業務をやられているということで、関西での医薬・医療に関する支援にいい材料になると思われる。

それから水素ゲリッドということで、関空島内のフォークリフトとか、バスや車両を今水素で運用しており、更には水素ステーションの建設も進めたいということでもあります。

次に伊丹空港についてもポテンシャルを広げるべく取り組んでいます。今伊丹空港については日枠が370で決まっています。ジェットが200、プロペラが170ということになります。このうち、プロペラ機枠をジェットの低騒音機に転用して良いよということで、徐々に騒音値を上げない範囲で大きな飛行機、より便利な飛行機に変えて行くことをやっています。

また、先ほどの東南アジアからの路線が増えていると申し上げました。その中には、マレーシア、インドネシア、それからタイの一部ですが、イスラム教徒の方々がいらっしやいます。この対応が余り日本ではできていないわけです。しかし、北海道の加瀬親光が完全ハラルで、厨房もコック

ます。

先ほど少し外資の話も申しましたが、この基本方針を見てもお分かりになるように、30年から50年ぐらいのコンセションを出す。国はそのモニタリングをするわけです。或いは大きな災害があったような場合は、国が責任を持って対応をするということでもあります。

コンセションは当然民間資金ということですが、外資だけじゃなくて、国内の金融機関或いは年金。日本の年金は国債ばかり買っているわけですが、海外の年金、カリフォルニアのカルパスとか、ノルウェーの年金などはリスクがある、且つリターンもある資産に投資しているということでありまして、日本の年金もそういうことをやるべく、今、改革しているというふう聞いています。それに加えてこの度できました官民連携インフラファンド、3,000億ぐらいのものです。ここも大いに我々も期待しています。機構の方々が関西空港に注目して頂いているというふうになっています。

最後になりますが、関西空港は来年20周年になります。大阪空港は実は今年が75周年ですが、今年から来年にかけて関西空港20周年、大阪空港75周年ということで、例えばスマイルエアポート。来た人に非常に満足して頂けるような空港にしたいよという意味です。例えば無料Wi-Fiとか、24時間営業の店舗とかそういったサービスに加えて、空港スタッフの研修。やはり企業ですから、見て頂くと思わうのですが、入った瞬間



さんも食器も全部出て出すという試みをやっています。関西地区でも美濃吉がこのムスリムフレンドリーな懐石料理を作ってみたり、色々取り組みはあるわけですが、空港は特に重要でありますので、

祈り室、それからホテルの中でのメッカの方角を示すサインとか、飲食店がハラルミールを出す、ハラルまで行かなくてもムスリムフレンドリーな飲食店ということ、例えばうどん屋さんとかいくつかの店舗で、豚やアルコールの入っていないメニューを出しています。

最後にコンセションでございます。目的は、企業価値向上による株主メリットと関西経済活性化への寄与を通じた地域へのメリット、純粋民間経営の確立による従業員メリット、何よりも、債務の返還を含めた国家的な意義であります。

世界的に見て空港



に「この会社はしっかりしているな」というのは職員を見れば分かると思うのです。そういう意味では、色んな方々が関空で働いているわけですが、一つの統一的なスローガンの下に、サービス向上に努めたい。それで「空を変える。日本が変わる。」ということになるわけでございます。

拙い話ですが、情報提供として考えて頂ければ有難いと思っております。どうもご清聴有難うございました。



を運営している団体というのは、意外と数がないのです。フランクフルト・アム・マイン空港のフラボート、それからオランダのアムステルダムスキポール空港グループ、パリの空港公社、それからアベルティス、これはスペインの会社です。フェロビアルもスペインの会社ですが、こういったところが他の国の空港の運営に携わっているということでございます。

アジアにおいては、韓国のインcheon空港、チャンギ空港、それからマレーシアの空港会社も他の国の空港の運営をやっているという実績があるわけですね。今や世界では、コンセションなり、運営委託ということが結構一般的になって来ているということなのです。

人口減少で国内事業は頭打ちになることが予想されておりまして、航空会社によるアライアンスが進んで来ますと着陸料への圧力が高まるだけではなく、例えばラウンジの共用化とか、乗り継ぎの利便の向上のためのスポットの合理的な配置とか、そういったエアライン側の要求の圧力が高まって来ます。そういう意味で空港側もそれに対応して色々考えなければいけないということがあります。

それから、空港整備の特別会計の改革という問題もありまして、個別空港ごとの独立採算への移行といった要請から空港民活化が進んでいくわけです。この関西空港と伊丹空港のコンセションが上手く行かないと、他の国管理空港も上手く行かないのではないかなというふうにも思っております。

かんこうけんこうキウム

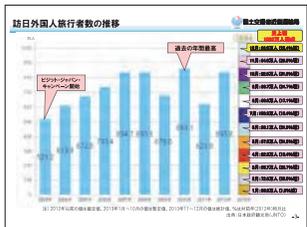
(平成26年3月11日)

関西における観光立国推進への取り組み



近畿運輸局 企画観光部長 中村 広樹

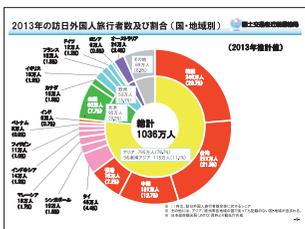
近畿運輸局の中村でございます。宜しくお願い致します。企画観光部長という立場で関西の交通と観光を担当しています。昨年12月に初めて悲願であった訪日外国人のお客様が1,000万人を突破しました。それを受けてこの1月には観光立国推進閣僚会議が開かれ、次なる目標に向けて動きが始まっています。そういった状況なども情報提供という形でお聞き頂ければと思います。宜しくお願い致します。



今日は関西における観光立国推進への取り組みということで、主に3つのお話しをさせて頂きまふ。一点目がインバウンドなどの関西の今の状況をご報告致します。二つ目に政府全体としての取り組みの方向性のご紹介、三点目は関西において具体的に取り組んでいるインバウンド関係、国内の観光振興の話させて頂きます。

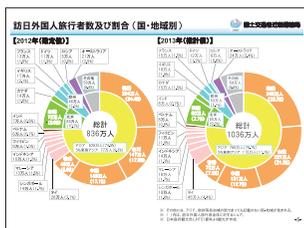
まず、外国人旅行者の推移ですが、2003年小泉内閣の下でビジットジャパンキャンペーンが始まり、当時500万強だった訪日外国人が、昨年には1,036万になり、目標の1,000万人を突破しました。2009年、2011年はそれぞれこの年こそはと言われていたのですが、残念ながらリーマンショックや東日本大震災があり、ようやく昨年達成したという状況です。

1,036万人の国別の内訳ですが、韓国、中国、台湾、香港という東アジアの4大市場といわれている国と地域でほぼ三分の二を占めています。最多は韓国で暫く変わっていません。その次に東南アジアの方が多くて、昨年目標を軽々と突破しました。合計で115万人となり、100万人の目標を突破しております。次に米国を中心にした北米、欧州が続いています。



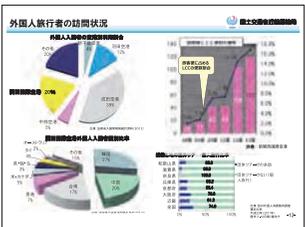
東南アジアの方々の比率が12年には77万人で9%しか無かったところが、ビザの緩和があり、昨年はタイを中心に非常に伸びて、100万人を突破しております。

次に1,036万人の国別データ、前年比の増減率です。中国がマイナスになっています。後半は個人客を中心に持ち直しましたが、やはり尖閣問題等がありましたから、団体旅行がほぼストップした時もあり、年間トータルではマイナスとなりました。韓国も昨年8月以降は福島原発の汚染水の報道が多くなされた影響もあり、10月以降はマイナスになりましたが、年間で見ると韓国は20%位の増加で、他と比べてやはり下がっているのは、このような背景によるものであります。一方で台湾、香港は比較的好調で5割増ですし、東南アジア、特にタイに関しては昨年7月にビザが免除となったこともあり大変大きな伸びを示しているところであります。今年1月の国別の伸び率については、前年比マイナスであった韓国も、風評も納まったのかようやくプラスに転じました。中国についても旧正月の影響もありほぼ倍増の115%増ということ非常に好調なデータであります。この状況が



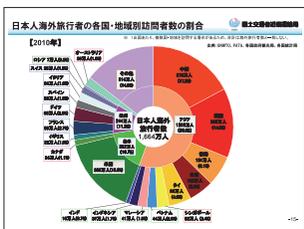
今年も1年続けたいなと思いますが、やはり2,000万人の高みという次の目標もあります。何か起こると直ぐに凹みますから、まずは1,000万人をキープすることも非常に重要ではないかと感じています。

次に関空の入国者数の推移であります。昨年は対前年比で大変増えている状況です。やはりLCCの便数の増加も含めて、関空をご利用頂くお客様の数が多かったかと思えます。空港の話になりますが、外国人のお客様が日本にどの空港を使って入って来られるかというのが、左上のグラフです。何といたっても成田空港が一番多くて約4割。羽田と合わせて約半分が首都圏の空港を利用して入国しています。関空は約2割であります。左下が関空を利用して入国される国別比率です。これは当たり前ですが、日本全体の入国者数とほぼ同じ比率となっています。やはり韓国、中国、台湾、香港が多くなっています。右上の方は関空の国際線LCCの推移です。一昨年以来非常に好調に伸びている状況です。関空利用者が増加に繋がっているのかなと思います。



続いて空から海に転じまして、日本入国は空港経由が多いのですが、外国の船会社でのクルーズ

も最近増えております。クルーズというと日本では比較的高端な船が多くて、リタイアされた方、富裕層が乗るといイメージですが、最近では大型で比較的価格の客船がアジア中心に伸びています。そういった船が韓国を巡るついでに沖縄に来る、神戸、横浜に寄港することも増えています。日本のお客様に乗ることも重要ですが、外国のお客様が日本を訪れる一つの手段にも今後更になって行くのかなと思っております。



次にアウトバンドも御紹介致します。これが日本人海外旅行者数の推移です。最近では700万から1,800万人で推移しています。円安円高の影響もあります。12年には過去最高の1,800万人まで行きました。では、どこに行ったのかという比率であります。2010年のデータしかないのですが、比率でいいますと、近い中国、韓国、台湾、香港がますます多くなっています。東南アジアを含めたアジアだけで55%です。その次に米国、この中にはハワイ、グアム、サイパンも含まれています。その次に欧州、豪州となっています。我々がイメージする通りかと思えます。

続いて宿泊に関する国内のデータを御紹介致し

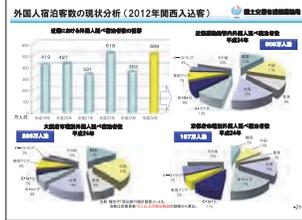
ます。これは国民一人当たりの国内宿泊観光の回数と宿泊数の推移です。少しずつ減っている状況です。宿泊に出かける日本人も平均すると1.35回ということで、年に2回も行っていません。日本人はなかなか旅行に行かなくなったということです。

次は都道府県別の宿泊数です。外国人を含めた全宿泊者数です。東京がダントツに多いのですが、大阪が全国で3番目、京都が関西ではそれに次いでいます。以下、兵庫、和歌山、滋賀、奈良となっています。やはり観光地としては京都の方が有名ですが、ホテルの数や客室数を考えたら大阪の方が多くなっています。外国人だけを取り出しますと、大阪と京都が抜きん出ています。東京に次いで大阪、京都が2番、3番となっています。只、外国人にとり京都が人気あると言いますが、やはり大阪の方が、ホテル数が多いことから宿泊者数も多くなっています。奈良については、奈良に行く人と外国人のお客様が沢山いるのですが、宿泊施設が少ないせいかな恐らく大阪回りで宿泊して、日帰りで訪れるのではないかと思います。延べ宿泊者数にしろ外国人比率は、全国平均すると6から7%程度ですが、



それに比べると京都も大阪も外国人の宿泊のお客様は多くなっています。全国の中では外国人が沢山来ているエリアかといえると思います。

次に関西圏の外国人延べ宿泊者数の合計と、大阪、京都それぞれの宿泊別

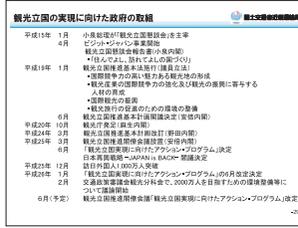


ている外国人の宿泊別の比率を御紹介致します。近畿三府四県では509万人が2012年に泊まって頂いています。全体の比率からは、韓国、中国、台湾、香港からの方々が多いのですが、全国の来訪者の比率から比べると、北米や欧州からの訪問者が若干多いのかなと思います。更に京都になるとその傾向がより顕著になっています。韓国の方が日本に一番多く来ているのですが、宿泊者数でいうと5%しかなくて、比較的少数の北米、英独仏の欧州主要三国でそれぞれ17%、11%とやはり欧米の方が、京都での宿泊が多いということが見て取れます。やはり欧米の方に人気があるようです。大阪の傾向は、台湾、韓国、中国の方が非常に多くて、欧米の方は全国平均並みという状況です。やはり京都は欧米からの方々の人気を集めているという状況です。

次に2013年の外国人の旅行での消費統計のデータが先頃出ましたのでご紹介致します。外国の

お客様がどれだけお金を使い、何に対して使っているかと言うデータであります。トータルの消費額が1兆4000億円くらいで、当然ながら入国者数に比例して消費額も多くなっています。一番お金を使っているのが、中国、台湾、韓国、そして米国、香港という順番です。おおよそ人数に比例した傾向になっています。

続きまして、観光立国の推進というところで政府全体の取り組みを若干ご説明させていただきます。これまで取り組みの経緯ですが、2003年小泉内閣の下で観光立国の取り組みが始まりました。ビジット・ジャパン・キャンペーンも始まりました。その後観光立国推進基本法ができ、観光庁が平成20年に発足しております。その後観光立国推進基本計画を作りました。2013年安倍内閣の下で観光立国推進関係会議が立ち上がり、6月にアクションプログラムというものが決定され、現在はこれに基づいてインパウンドの取り組み強化の施策が行われています。これは日本再興戦略というアベノミクスの成長戦略の中でも非常に重要な分野と位置付けられています。このような取り組みの結果、昨年末に



基本法ができ、観光庁が平成20年に発足しております。その後観光立国推進基本計画を作りました。2013年安倍内閣の下で観光立国推進関係会議が立ち上がり、6月にアクションプログラムというものが決定され、現在はこれに基づいてインパウンドの取り組み強化の施策が行われています。これは日本再興戦略というアベノミクスの成長戦略の中でも非常に重要な分野と位置付けられています。このような取り組みの結果、昨年末に

す。

次に昨年6月に安倍内閣の下で決まりましたアクションプログラムです。安倍内閣に観光立国推進関係会議が設けられ、その中の議論の結果、昨年6月に決定されたものであります。それに基づいて国交省の中に観光立国推進本部を立ち上げています。昨年6月にアクションプログラムを決定し様々なやって来たところではありますが、現在のプログラムをここで簡単に紹介致します。

大きく分けて四つ柱があります。一つ目が日本ブランドの作り上げと発信、二つ目がビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進、三つ目が外国旅行者の受け入れ環境の改善、最後にMICE（マイス）と言っていますが、各種国際会議などの誘致や投資の促進であります。

一つ目ですが、外国人に対して、日本のブランドイメージを高め、日本に来たくなるような動機付けを与えて、実際に来て貰うという、各種プロモーションを行う内容であります。そのためには国交省関係では日本政府観光局（JNTO）もおりますし、主要国の日本大使館には国交省のアタッチェがおり観光関係の業務も行っているのですが、更にそれだけではな



くジェトロ、国際交流基金、自治体国際化協会（CLAIR）など各種政府系の海外機関もありますので、それらが一体となってオールジャパンの体制で取り組むということ。最近ではクールジャパンというところで、ソフトコンテンツの海外への売り込み、発信も盛んですので、そういったものも併せて日本のイメージ向上を図っています。二番目はビザ要件の緩和です。ご覧いただいているのは昨年のビザ緩和の状況一覧です。タイが非常に伸びたのはこの影響が大きかったのですが、7月1日付でタイ、マレーシアのビザ免除、それからベトナム、フィリピン、インドネシアについては一時ビザだけあったのを数次ビザも認められるようになりまして、行く側からすると日本へ旅行に行く手間が大変緩和されたということです。10月以降はアラブ首長連邦、カンボジア、ラオス、パプアニューギニア、ミャンマーなどについても同じようなビザ緩和を行っています。今年もこのような検討を行っているという聞いています。これについては、主たる担当は法務省と外務省であります。三番目は、外国人旅行者の受け入れ環境の整備であります。出入国手続きの緩和、移動円滑化の



1,000万人を突破したという状況であります。国交省の外局として観光庁がござります。このように観光立国の取り組みの中心になっていますが、全てが観光庁の担当ではありません。経済産業省、農林水産省などの様々な省庁と連携をしております。ビザでいうと外務省、法務省との連携も行っていきます。

インパウンドに関しては独立行政法人の国際観光振興機構、日本政府観光局（JNTO）と通称しておりますが、観光庁と協力しながら海外での宣伝活動、情報収集などを行っています。やはり東アジア、東南アジアに事務所が多くなっており、重点的な市場となっております。日本政府観光局は観光庁と共に事業を行っています。再々年度を目標に、現在観光庁が行っているビジット・ジャパン事業も、日本政府観光局が事業実施を担当するという体制を現在検討していま

再々年度を目標に、現在観光庁が行っているビジット・ジャパン事業も、日本政府観光局が事業実施を担当するという体制を現在検討していま



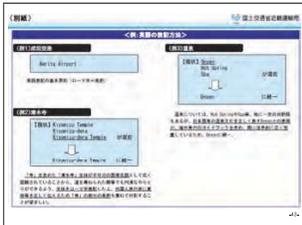
為の環境整備、多言語対応の強化といったようなことがあります。出入国手続きでは、海外の空港に行くことビジネスクラス以上の人はファーストレーンというものが優先的に手続きが出来るとか、国際会議に来る団体は優先的に手続きが出来るとか、に扱っている部分もあるのですが、日本は良くも悪くも平等に扱っている部分もあって、そういったVIPの方の優先手続を検討するということがあります。また、外国クルーズ船の入港が増えているのですが、一時に沢山の方々が上陸するケースもありますので、普通に入国（上陸）手続きしていると何時間も掛かってしまいます。折角着いたのに日本滞在時間が短くなってしまおうということもありまして、その辺りを入港前に手続きをしてしまおうという、手続きの円滑化について今後検討していくことになっていきます。

多言語対応の強化改善ですが、つい先日の3月5日にプレス発表もされていますが、「観光立国に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」が観光庁から公表されています。有識者での検討会を踏まえて、今まで施設毎にそれぞれ独自の判断で英語表記などをしていたものを、一つの拠り所を作りましょうという事で、ガイドラインを作りました。テレビでも報道されましたが、道路標識で「国会議事堂前」の英語表記が「Kokkai Gijido Mae」とそのままローマ字で書いてあり、外国人が見てもそれが何を意味するのか全く分からないということで、一つの契機となりました。やはり何らかのガイドラインが必要とい

うことで決められたわけです。基本的な考え方が、英語による案内を基本とし、その他の中国語、韓国語については、施設の特性に応じて望ましいものとして示されています。また、ピクトグラム等のように分かり易い図柄の活用も言われています。

表記方法の具体的ルールもガイドラインの中で示されています。例えば清水寺です。Kyomizutera、Kyomizudera、Kyomizudera Templeと混在しているのですが、統一した方が良いでしょうというところで、清水寺は既にこれだけの固有名詞となっているので、この場合には Kyomizudera Temple と表記すべきだろうとなりました。

一方で、温泉は Hot Spring や Spa などと言われることも多いのですが、海外のガイドブックでもかなり Ocean という用語が定着していますので、そのまま使うこととされました。また、スシ、テンプラなども同様です。一般的なもの立ち入り禁止、撮影禁止などの定型の文言は、英語、中国語、韓国語で400語程度の事例について、これが最も良いのではないかとという事例も示しています。今後これらを各地域においてご活用頂きたい



さらに受入の環境改善ということで、外国人のお客様がクレジットカードを使用するかということ、日本円をどこで下せるのかという問題があります。海外に行くという場所があちこちにあるのですが、日本にはそれほどありません。日本円をどこかで入手する必要があります。実は日本の銀行のATMは、海外発行のクレジットカードには余り対応していないこととありまして、今海外にも対応しているのは郵貯銀行とセブン銀行のATMですが、銀行協会を通じて他の銀行も対応して欲しいと声掛けしています。また、クレジットカードは、小さい店では使えないという状況が日本にはあるので、より簡易に使えるように、カードリーダーも安いものが出て来ます。そういういったものを使って決済出来ますよというような環境整備にも努めています。

続いて今年大きな話題は免税対象品目の拡大です。日本では中国などの海外のお客様はお菓子や化粧品等を沢山買って帰って頂いているのですが、実はそれは消費税の免税対象外です。現行では家電、洋服、アクセサリーなどは免税になりませんが、お菓子など国内で消費されてしまうものは、買って飲み食いして無



と思います。

無料公衆無線LANいわゆるFree Wi-Fiについてですが、最近よく話題にもなっていますが、日本を訪問する外国人の不満の第一が、無料の無線公衆LANの環境が非常に良くないということです。これを何とか良くして行く必要がある。単に外国人観光客の快適性を増すということではなく、LINE(ライン)とかフェイスブックなど、どこにいても、何を食べたとか、何を見たとか、直ぐに写真に撮って友達などに流すということ、無料Wi-Fi環境があればSNSを介して口コミで広がって行くので、プロモーションという面でも重要であるという問題意識の中で、無料公衆無線LAN環境の改善に取り組んでいます。

これについて関西での事例を二つ紹介させて頂きます。京都市が取り組んでいるのが、KYOTO-WIFI(京都WiFi)です。これはバス停、コンビニ、公共施設などで無料で使えるスポットを630ヶ所程度設置して、3時間は使えるという内容です。KDDIのインフラを使っています。京都市のメンテナンスに関する出費は無いと聞いています。その分使い勝手が悪くという意見も



ありますが、何ぶんこのようなネットワークを構築するにはコストが掛かりますが、割とコストを安くして取組みをされています。

一方大阪ですが、大阪観光局という大阪府と大阪市が一体となって作った部署が昨年4月に発足しました。そこで今年の1月末から Osaka Free Wi-Fi(大阪フリーWiFi)というところで大阪府下において統一のアクセスポイントで使えるフリーWiFiを始めます。この特徴としては鉄道駅など加入する事業者を増やすことで、どんなネットワークを広げようというものです。そのためにエンジョイラリーというところで、買い物、飲食によりお金を使ってもらうと、より宣伝に使えたり、次の店を紹介したりと、お得な情報が提供出来るという取り組みも行っています。商業と連動させてネットワークを構築している特徴があります。大阪では近鉄、南海、京阪、関空等でも使えます。大阪市営地下鉄でも今後設置されると聞いています。どんな加入して貰えばネットワークが広がるということで、大阪観光局では今年の末までには3,000ヶ所位まで増やしたいと取り組んでいるところですが、



くなってしまう意味がないということ、対象外になっていました。しかし、昨年末の税制改正大綱で、今年の10月を以て全ての品目を免税で販売出来るようにする決定がされています。消費税法の改正、関係法令、通達の改正が必要ですので、今月末を目途に国税庁と観光庁で作業中であります。

4月を目途に新しい制度に基づく許可が税務署へ申請出来るように検討しております。税務署は手続きはしますが、ビザールはして頂けないようです。私共観光庁、運輸局において免税制度が変わりますと周知を行っていきます。今回免税制度が変わることにより、地方の農産物、お酒など地元の産品を地元のお店が売れるようになります。で、外国人のお客様を地域に迎えるにあたって、アピールになるのではないかと考えています。観光庁ではこのシンボルマークも作りまして、運輸局でも相談窓口を設けて、ビザールをしていきます。もしご関心の向きがあれば、是非お問合せを頂ければと思います。

続きましてMICE(マイス)というのは、ミーティング、インセンティブツアー、コンベンション、エキシビジョンということで、人がまとまって集まって来るようなものを総称してMICEと呼んでいます。これらを誘致出来るという外国人が来日し、更に都市のイメージも上がるところです。観光庁でもグローバルMICE戦略都市を選んで、特に力を入れています。関西では京都と

神戸、それに準じるものとして大阪の三ヶ所を選んで、専門家によるアドバイスをしたり、情報発信のお手伝いをしていきます。やはり国際会議をどこでやるかというのは、東京オリンピック・パラリンピックの決定過程を見ると、人脈や地道なプロモーションで決まってくるようです。有名の人を使い、日本のここが会議をやり易いよ、施設も整っているよ、会議に来たついでに見る所があるよというようなイメージを持つてもらおうことが大変重要であります。

その中の一つとして、ユニークベニューという最近新しい言葉が出て参りました。つまり歴史的施設など、普段は入れないような所でパーティーや夕食会等を開催することです。日本の最近の事例では国立博物館を使ったり、二条城の御殿を会議に開放するという意味でユニークベニューとして使える施設の拡大についても理解を求めて行くということもやっています。東京オリンピック・パラリンピックまであと6年しかありません。ロンドンでは五輪を契機にロンドンを訪れるお客様が増えたようです。それに倣って東京のみならず日本全体の存在



感を高めて、2020年を一つの機会として、そ
こに向けてより取組みを強化して、訪日外国人の
拡大を図りたいと考えています。

続いては、インバウンド、国内観光振興それぞ
れ具体的にどのようなことを行っているかという
項目でございます。インバウンドについて具体的
に何をやっているかですが、これは主に海外に出
かけてビザールすること、海外の旅行者の方
方、メディア関係の方を日本にお招きして、実際
に色々見て頂き、それを記事なり、ブログへの
発信なり、旅行商品にして頂くなりして、各母国
でビザールして頂くという二つの取り組みがあ
ります。近畿ではVJ地方連携事業として運輸局
と関西の自治体、企業がお金を出し合い取組みを
行っています。26年度は重点市場を東アジア、東
南アジアにターゲットを絞りまして色々行っ
ています。

一つの例ですが、関西メガセールというこ
で、関西圏内の百貨店や
小売店の方と連携し
てショッピングキヤ
ンペーンを行って
います。そこにメイ
アにもお越し頂いて、
関西で冬にお買いも
のをすると非常にお
得ですよというビ
ザールすることです。
今年も12月から2月



にかけて行いましたが、12月のキックオフのイベ
ントを閑空で行いました。閑空では到着ロビーで
人形浄瑠璃の公演もさせて頂きました。その他閑
西広域連合という自治体の連合体がありますが、
そこがトッププロモーションとして、昨年は香港
と中国に行きまして、現地でも知事や運輸局の局長
も一緒にビザールさせて頂きました。

国内観光については、観光圏という一つ
のまとまりを作って、
そこに宿泊客を呼ぶ
ということ、平成
20年度から取り組ん
でいます。五つの地
域を認定して取り組
んでいます。更に昨
年には官民共同した
魅力ある観光地の再
建・強化ということ
で、中々旅行商品に
どのようにしたら良いのか分からないという地域
の方のところに、専門の方が入って、資源の発掘
磨きを掛けて、モデルツアーを行って、商品化に
繋げて行くという支援を行いました。近畿ではこ
の11の地域を選んで取り組んでいます。モデルツ
アーをやると共に、大阪駅の構内で宣伝のイベン
トを行う時間を設けて、各地域の方にお越し頂き
自分の地域を宣伝するという取組みもしておりま
す。今年度はこれに続くものとして、出来上がっ
た旅行商品を更に磨きを掛けて地域のビジネスの



モデルとして定着をさせて、地元の観光協会のよ
うなところがそれで収入を得て、自立して観光に
取り組んで行けるような体制作りをお手伝いする
事業を始めたいです。

最後に「海フェスタ」というものが今年の7月
に舞鶴を中心とした京都府北部で開催されます。
これは元々海の関係で毎年全国一カ所で行って
います。今年が京都府ということ、「海の京都」
もありますということで、天橋立、舞鶴、舟屋の
ある伊根など、海フェスタもありますということ
もあり、クルーズ船も来ますので、我々運輸局と
しても観光のビザールも色々出来ればと思っ
ています。是非舞鶴にもお越し頂ければと思いま
す。以上で最近の観光のお話とさせて頂きます。
以上ご清聴有難うございました。

どのよう

ごあいさつ

ありがとうございます。

この度、5月28日付をもって8年間務めさせていただいた常務理事を退任させていただきましたことな
りました。長い間お世話になりました。
在任期間中は、会員各位、関係団体及び関係行政機関の皆様方には温かいご支援を賜り本当にあり
がとうございました。「公益法人改革法」に基づく公益法人への移行手続きに際しましては、皆々様
の心強いご力添え並びにご指導を頂戴しました。おかげさまで、当センターも公益財団法人として、
社会的市民権を頂戴できる組織として芽吹くことができました。衷心より御礼申し上げます。
とは言いますものの、当センターが社会の中でどっしりと根を張った若木にまで成長するためには、
まだまだ多くの課題を抱えています。そのため、野村会長並びに岩崎理事長を先頭に、新たに就任し
ました土井眞三常務理事及びセンターの職員全員が熱い思いで奮闘しております。
今後とも、公益財団法人関西交通経済研究センターが社会の皆様から必要とされる組織として存続
していくためには、センターの職員自らが変化し続けより一層の高みを目指すことは当然のことなが
ら、会員各位、関係機関の皆様方のご支援なしには成し遂げられません。
最後の最後までお願いごとばかりで恐縮ですが、どうぞ、引き続き公益財団法人関西交通経済研究
センターに対しまして大きなご支援と温かいご指導を賜りますようお願いを申し上げます。退任に
あたっての御礼のご挨拶とさせていただきます。

2014年6月吉日

公益財団法人関西交通経済研究センター 前 常務理事

坪倉 啓三

環境保全は

私たちひとりひとりに課せられた

避けては通れない

重いテーマです。

大阪府トラック協会は

環境保全を

どこまでも追求していきます。



OSAKA TRUCKING ASSOCIATION

一般社団法人 **大阪府トラック協会** 〒536-0014 大阪市城東区鳴野町西2丁目11番2号
TEL.06-6965-4000 (代表) FAX.06-6965-4019

SENKO



車両点検研修



子供安全教室



乗用車運転研修

安全な運転技術を すべてのドライバーへ、 そして安心を社会へ。



関西大学社会安全体験実習



コース走行研修



フォークリフト荷役研修

センコーは自社の体験型交通安全研修施設「クレフィール湖東」を通じ、**安心、安全な運転技術を広め、事故のない社会を目指しています。**

プロドライバーから一般ドライバー向けの研修、子供安全教室も行っています。また、関西大学・社会安全学部の2年生を対象とした必修科目「社会安全体験学習」を受け入れるなど、体験学習を通して、危険への感受性を向上させ、問題解決能力を養う場としても活用されています。



【クレフィール湖東】

〒527-0102
滋賀県東近江市平柳町22-3
TEL: 0749-45-3880
FAX: 0749-45-3875

センコー株式会社 〒531-6115 大阪市北区大淀中1-1-30-1500

www.senko.co.jp

運送事業者のパートナー



 近畿交通共済協同組合

〒536-0014 大阪市城東区鶴野西2-11-2 (大阪府トラック総合会館内)
TEL: 06-6965-2828 (代) FAX: 06-6965-2838
<http://www.kinkyo.or.jp> E-mail: kinkyo@kinkyo.or.jp

あなたからの

「提案・提言」論文

を求めます



提供:西日本旅客鉄道㈱



提供:近畿日本鉄道㈱



提供:加藤汽船㈱



提供:新日本海フェリー㈱



提供:神姫バス㈱



提供:関西国際空港㈱

私たち公益財団法人関西交通経済研究センターは近畿圏における運輸交通・観光事業の発展と経済社会の進展に資するため、各種調査研究事業を行っています。

この提案・提言募集は、次世代を担う方々の叡智を通じて調査、研究の新たな切り口を発掘し、近畿圏における運輸交通・観光の一層の発展と地域社会の活性化に寄与しようとするものです。

次世代を担う若手研究者、学生、一般社会人の積極的でユニークな提案・提言が国、自治体、交通事業者を動かすキッカケとなる

平成26年度 関交研懸賞「提案・提言」論文募集要項

【応募資格】

平成 27 年 3 月 31 日現在における年齢が満 35 歳未満の方々

【論文テーマ】

運輸交通・観光事業に関する積極的でユニークな提案・提言

【応募締切日】

平成 26 年 11 月 7 日(金)(当日消印有効)

【表彰】

最優秀賞：副賞 10 万円

優秀賞：副賞 5 万円

【応募方法】

下記の web サイトで詳細をご確認ください

過去の主な入選論文

- 行動要素間の相互依存性を考慮した観光施策評価方法の提案
- JR西日本の紀勢線の津波対策の検討
- 離島の旅客船および乗船ゲートにおけるバリアフリーの現状と課題
- 城郭観光におけるバリアフリーに関する研究

公益
財団法人

関西交通経済研究センター

tel.06-6543-6291

<http://www.kankouken.org/> 〒550-0005 大阪市西区西本町1-7-2

調査 講演 情報

論文応募の詳細はWeb
サイトにて公開中です。

人。

新しい枠組みを創造すること…
既存の枠組みを進化すること…
「持続可能な社会」を構築すること…
そこには、かならず人の「思い」が
存在しています。

私たちは、そのような「人」の「思い」
を理解し、共感したうえで共に成果を
出したいと考えています。

ましてや、その規模が大きくなれば
なるほど、多くの人の「思い」が
重なりあい、大きなものとなってきます。

時には多くの人の「思い」を調整し、
時には多くの人の「思い」で交渉し、
時には多くの人の「思い」を説得し、
時には多くの人の「思い」に叱られ、
時には多くの人の「思い」でお願いする。
…最後には、その「思い」の一部に
なりたいと考えています。

現場主義のロジスティクスサービスを
提供する合通では、みなさまの「思い」
を探求しつづける「人」をご提供したい
と考えています。

株式会社 合通

〒553-0003 大阪市福島区福島5丁目3番8号

TEL.06-6458-2551(代表)

<http://www.gotsu.co.jp>

この5月の評議員会並びに理事会において、坪倉前常務理事の後任として常務理事に選任されました土井と申します。なにとぞ宜しくお願い申し上げます。

本誌では、当センターが主催したサロンセミナーやかんこうけんコロキウムにおいて、ご講演等頂きました概要を掲載させて頂きました。賛助会員の皆様方に有益な情報等が提供できますよう職員一同取り組んで参る所存です。今後とも宜しくお願い申し上げます。

日本の裏側が今熱くなってきています。サッカーの世界大会「FIFAワールドカップブラジル大会」が大詰めを向かえようとしています。ワールドカップは、世界最大のスポーツイベントでオリンピックを凌ぐテレビ視聴があるとされており、日本はもとより世界の多くのサッカーファンが自国チームの戦いに一喜一憂したのではないかと思います。

遠くて近い国「ブラジル」は日系移民が多く日本との繋がりが深い国です。私の故郷和歌山県からも多くの方がブラジルに渡っております。小学生の頃ブラジルでコーヒー農場の経営に成功した方が一時帰郷した際、ブラジルでの話を聞くことができました。その中で記憶に残っているのは、気候や土地環境、言葉の問題等多くの問題や課題があり、最初に移民した方々が大変厳しい生活をしてきたという内容であったと思います。

2年後の2016年には、夏季オリンピック「リオデジャネイロ」大会が開催されます。友好国であるブラジルでの開催がワールドカップに続き、大いに盛り上がることを期待しております。

< ☉ R O b f E&AZ • > Y Y
 ẽg~Y Y "Y, Y~

本誌は、競艇公益資金による日本財団の助成金の交付を受けて編集発行したものです。

関交研 春季号 2014年発行

§ B C 公益財団法人 関西交通経済研究センター
 編集兼発行人 土井 眞三
 G Uç b b * , Ej 1ççE ~ « / ~
 5& - ç E
 / " 9 ç E
 F NBBT ML B O L P V ! L B O L P V L F O P S H
 63 -IUU Q X X X L B O L P V L F O P S H

お知らせ

絶賛発売中

**事故防止等安全対策マニュアル
 2014年版**

◇運輸安全マネジメントの義務付け等の拡大

○運輸安全マネジメントの導入手引

○中小規模事業者が取り組みやすいチェックシート

◇直近の通達改正等に即した見直しを実施

○監査・行政処分の強化

○運行管理体制の強化

事故防止等安全対策マニュアル
 ~運輸安全マネジメントの確立に向けて~
 2014年版

安全

Plan Do Check Act

「チェックシート」
 安全管理・運行管理・指導教育の日常業務にお役立てください。

公益財団法人 関西交通経済研究センター
 監修 国土交通省近畿運輸局・大阪労働局・近畿管区警察局

お問合せ先：公益財団法人 関西交通経済研究センター
 TEL 06-6543-6291

**販売価格
 500円(税込)**

