



Position Paper

在日米国商工会議所ポジションペーパー

One Kansaiイニシアティブによる
関西プロモーションボード(KPB)
創設の提言～関西圏における通商、
投資、観光の一層の拡大を目指して～
Promoting Trade, Investment
and Tourism in the Kansai
Region - A Proposal to Establish
a Kansai Promotion Board
Under a "One Kansai" Initiative

英語正文

在日米国商工会議所 / **The American Chamber of Commerce in Japan**

〒106-0041, 東京都港区麻布台 2-4-5, メソニック39MTビル10階
Masonic 39 MT Bldg. 10F, 2-4-5 Azabudai, Minato-ku, Tokyo 106-0041
<http://www.accj.or.jp/user/211/Advocacy/>

Ryan Armstrong / Associate Director for External Affairs &
U.S. Government Affairs Manager
Phone: +81 3 3433 8549, Fax: +81 3 3433 8454

伊地知 徳子 / 日本政府担当マネジャー
Phone: +81 3 3433 8451, Fax: +81 3 3433 8454

ACCJ Position Paper

I. Overview and Recommendations

The Kansai region has untapped potential to be a driver of economic growth and investment for Japan. To fully achieve this potential, Kansai governments and businesses need to work closely together to develop a coordinated regional strategy to identify and implement policies to promote economic activity. The purpose of this paper is to present the American Chamber of Commerce in Japan (ACCJ) Kansai Chapter's proposal for a "One Kansai" initiative to the local governments of the Kansai region.

We believe that a One Kansai initiative would enable local governments to more effectively promote the region as a whole and increase foreign and domestic investment into Kansai. A key element of the One Kansai approach is the creation of a Kansai Promotion Board (KPB) primarily funded by local governments and tasked with developing proposals for enhancing regional investment incentives, trade opportunities and tourism.

II. Background

For over 62 years, the ACCJ has worked constructively with government bodies and affiliated organizations to improve the business environment for American and Japanese companies alike. Established in 1948, the ACCJ's membership has grown to over 2,700 members and represents more than 1,000 companies in every major industry in the Kanto, Chubu and Kansai regions. The ACCJ has a deep and abiding interest in the economic strength and success of Japan and its regions.

The Kansai region encompasses the major cities of Osaka, Kobe, Kyoto and Nara, as well as their surrounding areas, and hosts the second largest concentration of foreign companies in Japan. Despite having less than 10% of Japan's total land area, Kansai accounts for 17% of Japan's total population (over 22 million people) and close to 17% of its GDP, roughly 90 trillion yen in 2006 (Source: Cabinet Office 2006). The Kansai economy has a substantial effect on total global output and its per capita GDP ranks higher than many major industrial countries, including the UK, France and Germany.

Kansai's dynamism, cultural richness and innovative business environment makes it an

excellent region in which to live and work. Examples include:

- A. Osaka: Osaka is Kansai's largest city and economic center. Osaka's enormous "Panel and Battery Bay" high-tech development projects are potential catalysts for growth. The city is also known for its entertainment opportunities, including Universal Studios Japan and the upcoming Paramount Pictures Park at Expoland.
- B. Kobe: The Kobe City/Hyogo Prefecture medical science research super computer and large-scale synchrotron radiation projects are good examples of future-oriented initiatives. Kobe's fashionable and open culture makes it one of the most livable cities in Asia for foreign business executives.
- C. Kyoto: Kyoto's world-renowned cultural history and success at nurturing technology-oriented businesses provide investors with unique living experiences and business opportunities. Kyoto is home to numerous innovative multinational companies such as Kyocera, Nintendo, Omron, Murata and others. In addition, Kyoto remains among Japan's most popular tourist destinations with several United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) designated sites, traditional fashion and rich culture.
- D. Nara: Historic Nara has consistently been a primary tourist destination for the region. It is currently celebrating the 1300th anniversary of Heijo-kyo, one of Japan's ancient capitals, by reconstructing sections of the ancient city. Nara's world famous cultural treasures and natural environment continue to attract visitors.

Yet despite these appeals, Kansai has lagged in attracting major strategic investments when compared to Kanto (Tokyo) and other parts of East Asia. This is due in part to: (1) over-regulation by the central government, and (2) lack of coordination among local Kansai governments.

Despite government bodies' and affiliated organizations' efforts to promote deregulation, potential investors and visitors still encounter excessive regulation, overly centralized

ACCJ Position Paper

national investment policies, limited investment opportunities and lifestyle barriers that make business and life in Kansai inconvenient and expensive. As a result, Kansai is losing out in the competition to lure global and even domestic companies to the region. Osaka, Kobe, Kyoto and Nara now vie with Shanghai, Seoul and other regions for visitors and investment.

Similarly, the decline in traffic over the years through the Osaka and Kobe ports as well as the underutilization of Kansai's three major airports are primary examples of the lack of coordination between the local governments and key business organizations. We believe that local governments have taken independent and fragmented approaches to promote economic development in the region. This has been done in lieu of the development of holistic strategies that can leverage advantages of the region as a whole.

III. Adoption of a "One Kansai" Concept

While retaining the social and cultural systems of individual areas within Kansai, the ACCJ believes that local governments and industry leaders must prioritize efforts and work together to achieve a unified voice as "One Kansai." The unique characteristics of each area must be presented in a coherent and complementary fashion, maximizing use of shared resources and minimizing redundant efforts by individual governments.

A. Creation of the Kansai Promotion Board (KPB)

The ACCJ recommends the establishment of the KPB that is adequately funded and staffed by the cities and prefectures of Kansai. The KPB would have authority over promotion of investment, trade and tourism to the region and would be accountable for addressing barriers to such investment, trade and tourism. The KPB should address issues including:

1. Establishment of a domestic and international public relations campaign to promote travel to and investment in Kansai;
2. Adoption of specific measures to enhance the experience of foreign residents, business persons and tourists by addressing impediments such as language and travel;
3. Provision of economic subsidies from government bodies and affiliated

organizations for international schools in the region; and

4. Proposals to grant local governments more autonomy and decision-making authority to facilitate private investment.

With the establishment of the KPB, local authorities in the Kansai region would be given more autonomy and resources to differentiate themselves to investors, coordinate incentives and develop infrastructure that can be shared throughout the region. The ACCJ believes that all parties would benefit from pooling resources and focusing efforts to promote regional investment, trade and tourism.

B. Investment Incentives

Global and domestic companies have had to increase their presence and investments in Tokyo to bolster business opportunities and remain close to regulatory authorities. The ACCJ recommends further decentralization of government bodies' and affiliated organizations' decision-making authority to enhance the attractiveness of investment in Japan's regions. One such step would be to enable Kansai companies to obtain permits without having to maintain a presence in Tokyo.

In addition, government bodies and affiliated organizations should enhance economic subsidies to international schools in the Kansai region. A critical consideration for many foreign executives in deciding where they will reside is the quality of education available for their children. The KPB should encourage financial support from areas where the corporate headquarters of foreign companies are located. The level of support to international schools should be equivalent to that of private Japanese schools. Doing so would encourage executives to work and reside in Kansai.

C. Trade Opportunities

The KPB should encourage efficient utilization of the region's airports and port facilities by making recommendations to the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism. Many international flights are being withdrawn from Kansai airports (particularly those to and from Europe and the U.S.), and passengers are increasingly being transferring through Tokyo rather than Kansai. In addition, Korean Airlines draws Japanese passengers through Seoul by

ACCJ Position Paper

offering attractive rates for transit passengers. The combination of an over-concentration of airports (specifically the Kansai International Airport (KIX), Osaka International Airport (Itami) and Kobe Airport Terminal) with high landing fees has resulted in the diminished attractiveness of the Kansai region as a hub for passengers and cargo alike.

The KPB should take a leadership role in the establishment of KIX as an Asian hub. Efforts should be made to improve access and reduce time to and from KIX. In addition, charges should be reduced to make KIX more competitive for long haul carriers, particularly those from the U.S. Additionally, management of air services among these three airports should be rationalized.

The KPB should also study ways to incentivize use of Kansai ports and airports for the warehousing and shipping of goods throughout Asia. Consideration should be given to the establishment of free ports or Special Economic Zones in coordination with regional governments. We believe that doing so would be beneficial for the Kansai region as a whole.

D. Tourism

The Kansai region has more historic sites and national treasures than any other region in Japan and tourism, both domestic and international, is critical for the sustained health of the Kansai economy. The ACCJ recommends that local governments in coordination with the KPB undertake the following initiatives to further develop and promote tourism in the region:

1. Public Relations Campaigns - Domestic

Regional governors, mayors and other political leaders must continue to make public statements encouraging investment in Kansai. These statements should be followed by the release of coordinated policies and implementation of concrete actions. Public statements should be frequent and dispel misconceptions about doing business in the Kansai.

2. Public Relations Campaigns - International

An aggressive campaign with an online presence, effective advertising and events to increase interest and understanding about the Kansai region needs to be coordinated by Kansai's four largest governments, Kobe, Kyoto, Nara and Osaka.

The KPB should be authorized to create and lead a "Cultural Kansai" message (similar to Incredible India, Malaysia Truly Asia, etc.) and to establish a positive image of the region overseas. Close cooperation with existing organizations such as the Kansai International Public Promotion Office (KIPPO), the Ministry of Economy, Trade and Industry (METI), the Kansai Economic Federation and others would be necessary and effective.

3. Enhance the Visitor Experience

A unified approach to disseminating information to foreigners should be established by the KPB. The KPB should establish and manage Kansai kiosks. Staffed by trained guides who can assist foreign tourists and residents in their own language, these kiosks should be easily recognizable facilities at major train stations and hotels.

The KPB should also promote the broad use of English, Chinese and Korean. For example, the KPB could encourage multilingual menus, road signs, pamphlets, healthcare facilities, recreational facilities and public offices. Economic or tax incentives for local businesses that provide information in these foreign languages could be established. Also, encouraging the installation of ATMs that accept foreign bank/credit cards for Yen exchange around the clock would be beneficial for foreign travelers and residents.

4. Kansai Travel Packages

One of the most important duties of the KPB would be to create and promote (via travel agencies) tours that guide tourists around Kansai. A "One Kansai" pamphlet and website highlighting major sites in the region, transportation and hotel information, emergency services, basic Japanese phrases, information on money and costs may be beneficial. Also, Kansai promotional videos could be shown on all overseas flights arriving into Kansai.

The KPB should also promote enhanced language service. Phone-in traveler translation service by taxis would be helpful for non-Japanese speaking travelers and residents. This type of service is currently offered in Seoul.

IV. **The Goal - Working Together Towards a More Vibrant, Dynamic and Economically Competitive Kansai**

As an active contributor to the Kansai community, the ACCJ and its Kansai Chapter members hope the adoption of a "One Kansai Initiative" and

ACCJ Position Paper

establishment of a KPB will be a starting point for discussion between government bodies' and affiliated organizations' policymakers. As business representatives and residents in the Kansai region, the ACCJ and its Kansai Chapter membership look forward to working together with government bodies, its affiliated and business organizations to foster a stronger, more vibrant and competitive Kansai region.

ACCJ Position Paper

I 概要と提言

関西地域は日本経済の成長と日本に対する投資の担い手となる可能性に満ちている。この可能性を十二分に引き出すためには、関西の地方行政機関と経済界が連携して調整した経済活動を発展させるための政策を策定し実行できる地域戦略を展開する必要がある。この提言書の目的は、「ONE KANSAI」イニシアティブという在日米商工会議所関西支部の提案を関西地域の地方自治体に提起することにある。

私たちは、「ONE KANSAI」イニシアティブによって、地方自治体がより効果的に関西全体を振興することができ、関西への内外からの投資を増加させることが出来ると信じている。この「ONE KANSAI」イニシアティブにおいて鍵になるのは、投資インセンティブ、ビジネス、および観光を促進するための提案を発展させることを担う関西プロモーションボード（以下KPB）を主に地方自治体からの資金を財源として創設することである。

II 背景

62年以上もの長きにわたり、在日米商工会議所（ACCJ）は、米国企業のビジネス環境を日本企業のものと同様なものに改善すべく、行政および行政関係機関に対して建設的に働きかけを行ってきた。1948年に設立されたACCJは、関東、中部、および関西地域のあらゆる主要な産業界の1,000以上の企業を代表する2,700名の会員を有するまでに成長した。ACCJは、日本とそれぞれの地域における経済力を強化させるために様々な分野に深く関わっている。

大阪、神戸、京都の大都市、奈良、および周辺地域に囲まれた関西地域は、日本で2番目の外資系企業の集積があり、日本の国土の10%未満の中に日本の総人口の17%（2,200万人以上）、GDPのおよそ17%（約90兆円）を有している（内閣府2006年データより）。加えて、関西経済は英国、フランス、ドイツを含む多くの主要産業国よりも、1人当たりのGDPが高く、世界の総生産高（量）に相当な影響力を持っている。

関西はダイナミックで文化的に豊かな地域であり、なおかつ革新的なビジネス環境を備えた地域であるので、生活や仕事をするうえで最適な場所である。その例を以下に挙げる。

- A 大阪：大阪は関西で最大の都市であり、経済の中心地である。大阪の巨大な「パネル・ベイ」と「バッテリー・ベイ」のハイテク開発プロジェクトは、関西の産業成長の潜在的促進剤である。また、大阪は、そ

の居住者と観光客に現代的なタッチを備えた大阪の伝統的文化を経験してもらえる娯楽施設、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンや万博記念公園に隣接した遊園地跡地に建設予定のパラマウントピクチャーズ・パークがあることで知られている。

- B 神戸：神戸市/兵庫県の医療科学研究用スーパーコンピュータプロジェクトおよび大型放射光プロジェクトは、関西における未来志向の戦略の好例である。ファッショナブルでオープンな文化は、海外からのビジネス・エグゼクティブにとっても神戸をアジアでもっとも住み良い都市としている。
- C 京都：京都の世界的に知られる歴史・文化と技術志向のビジネス育成の成功は、投資家に特有の生活体験とビジネスの機会を提供している。京都は、京セラ、任天堂、オムロン、村田製作所など最先端技術を誇るグローバル企業を多く輩出している。それに加え、京都はいくつかのユネスコの世界遺産や伝統的な文化財に恵まれた、日本で最も人気のある観光地である。
- D 奈良：奥深い歴史に彩られた奈良は、常に関西地方における主要な観光地のひとつに挙げられる。日本の古都の一つである平城京の遷都から今年で1300年目を迎えることを記念して、古都の一部を復元するなどの事業が行われている。

奈良の世界的に有名な文化遺産や自然環境は観光客を魅了し続けている。

上述のような利点を持つ関西だが、東京を中心とする関東圏や東アジアの主な商業圏と比べて、大規模な戦略的投資の誘致には出遅れている感がある。これには、(1)日本の中央政府による過剰規制、そして(2)関西の自治体間での協調性の不足が少なくとも一部の要因となっている。

規制緩和を促進する行政および行政関係機関の努力にも関わらず、潜在投資家や観光客は、過度の規制、都市部へ集中した投資政策、限定的な投資機会、生活様式上の障害など、都市部に比べると利便性が悪く、費用がかかってしまうという問題に今でも直面している。結果として、国外企業だけではなく、国内企業を関西へ惹きつける競争力を失っている。そして大阪、神戸、京都、奈良は現在、上海、ソウルなどの地域と観光客や投資を奪い合うかたちになっている。

同じように、数年来の大阪港、神戸港の往来量の減少および関西にある三空港の利用低下は、関西の地方自治体や

ACCJ Position Paper

経済団体間の調整不足を裏付ける主要な事例である。さらに、関西の地方自治体は、残念ながら、ひとつにまとまって各地域の利点をてこにする全体論の戦略よりも、それぞれの地元で経済発展を促進することに力を注ぐ独行的で、断片的な誘致アプローチを続けている。

III 「ONE KANSAI」概念の採用

関西における個々の地域のユニークな社会的、文化的なシステムが保たれている間に、ACCJは、地方自治体と産業界のリーダーが「ONE KANSAI」として統一した声を上げるために共に行動して行く努力を最優先にしなければならないと考える。個々の自治体の重複する努力を最小限にして、資源を共有しながら一貫性のある流れの中で、それぞれの地域の個性を活かして行動を取らなければならない。

A 関西プロモーションボード(KPB)の創設

ACCJは、関西の府県と市から資金と人材が適切に供給されたKPBの設立を提案する。KPBは、この地域への投資、通商、観光の促進についての権限を持ち、それらが抱える問題や障壁に対応する責任を持つべきであり、KPBは次の課題に対応する。

- 1 関西における観光と投資を促進する国内外におけるキャンペーンの設立
- 2 定住外国人や旅行やビジネスで関西を訪れる外国人訪問者がより良い体験が出来るための具体策の採用
- 3 関西圏の国際スクールへの行政および行政関係機関からの補助金の支給
- 4 民間投資が容易に行えるように、より大幅な自治権や意思決定権を地方自治体に認めるための提案

KPBの設立に伴い、関西地域のそれぞれの自治体により大きな権限とリソースを与えられ、投資家に差別化を示し、様々なインセンティブを使いながら地域全体で共有できるインフラ開発が行われることになる。資源を共有し、地域への投資、通商、観光を促進することに注力することは、地域全体に利益をもたらすことにつながるとACCJは考える。

B 投資へのインセンティブ

グローバル企業や国内企業は、ビジネスチャンスを得るため、また、監督官庁の近くに残るため、東京での存在感や投資を拡大しなければならなかった。ACCJは、日本の各地域の魅力を高めるために、行政および行政関係機関の意思決定権限の分散化を提案する。ひとつの案は、関西の企

業が東京にいなくても許認可を受けられるようにすることである。

さらに行政および行政関係機関は、関西地域の国際スクールへの助成を強化すべきである。日本に家族を連れてくる多くの外国のエグゼクティブは彼らの住む場所を選ぶ場合、子供達の教育環境の質が大きな要因となる。KPBは外資系企業の本社が置かれている地域がこれらの助成を積極的に行うよう働きかけるべきである。国際スクールへの助成は、私立学校と同等であるべきである。助成を強化することが外国のエグゼクティブに関西を仕事の場、居住の場として選ばせることにつながるからである。

C 交易促進

KPBは、国土交通省に空港と港湾施設の効率的な利用の促進を提案するべきである。関西空港から国際便(特に欧米線)が減便されることが増えてきており、このことにより乗客が関西よりも東京を経由して移動することが多くなってきている。それに加え、大韓航空は魅力的な運賃を提示することで日本の乗客をソウル経由(トランジット)に引き込んでいる。関西地域においては、高い着陸料に加え三空港(関西国際空港(関空)、大阪国際空港(伊丹)、神戸空港)が狭い地域へ集中することにより乗客と空港貨物のハブとしての関西地域の魅力を低下させる結果となった。

KPBは、関西国際空港をアジアのハブ空港として確立するためのリーダーシップを取るべきである。関西空港をハブ空港とするために、関西国際空港へのアクセスを良くし往復時間を短縮するための取組みが必要である。また、関西国際空港の競争力を高めるために長距離輸送(特にアメリカ便に対する)に対する手数料を下げるべきである。また同時に、この三空港の合理化を進めるべきである。

KPBは、日本を含むアジア各国から輸出入される商品の保管および出荷において、関西の港湾と空港の利用を奨励する方法を研究すべきである。また、自治体と一緒に自由貿易港や経済特区の設立について検討することも必要である。我々は、これらが実現することが関西地域全体にとって有益であると信じている。

D 観光

関西地域は日本の他のどの地域よりも多くの史跡と国宝を持っており、関西経済が健全に維持されるためには、国内外からの観光の推進が重要である。ACCJは、関西の地方自治体がKPBと協力して地域のこれからの観光を推進するために次のことを実施していくことを提案する。

ACCJ Position Paper

1 国内広報キャンペーン

関西地域の知事、市長、などリーダー的立場にいる人々は、関西における投資を促進するために、統一された広報活動を行うべきである。この広報活動に基づいて、統一された方針と具体的な行動が示されなければならない。広報活動は定期的に行わなければならないし、広報活動によって関西においてビジネスを行う上での懸念や誤解が払拭されなければならない。

2 国際広報キャンペーン

関西の四大都市である神戸、京都、奈良、および大阪が協力し、関西地域を理解してもらい、興味を持ってもらうためにもインターネットを使った、効果的な宣伝やイベントの積極的なキャンペーンを行う必要がある。

KPBは、例えば「Incredible India」または「Malaysia Truly Asia」のように「Cultural Kansai」といったテーマをもとに、関西の魅力を一体化したメッセージを世界に向けて発信していくべきである。このためには、関西広域機構関西広報センター（KIPPO）、経済産業省（METI）、関西経済連合会などの機関との協力は必要であり、効果的である。

3 ビジター体験の向上

外国人に情報を発信するための統一された手法がKPBによって形成されるべきである。そのために、KPBは関西キオスクを設置し、運営すべきである。これらのキオスクには、外国人観光客や定住外国人を案内するために必要な外国語の訓練を受けたガイドを配置する。そしてこの関西キオスクは、主要な駅やホテルなど分かりやすい場所に設置すべきである。

KPBは、英語、中国語、および韓国語の使用も促進すべきである。例えば、KPBは、レストランのメニュー、道路標識、パンフレット、医療機関、娯楽施設、および公共機関に多言語の使用を推進すべきである。さらに地域のビジネスにおいての多言語化への税制上の優遇措置を確立すべきである。また、外国のキャッシュカードやクレジットカードが24時間使用できる日本円が引き出せるATMを設置するよう指導することによって外国人旅行者や在住外国人への利便性が高められるだろう。

4 関西トラベルパッケージ

KPBの最重要課題のひとつは、旅行代理店を通じて関西を起点とした観光ツアーを作成し、積極的にPRすることである。関西の主要な観光地、それぞれの地域におけ

る交通情報、ホテル情報、救急サービス、基本的な日本語会話集、お金やコストに関する情報を掲載した「ONE KANSAI」パンフレットとウェブサイトは有益である。また、KPBは、関西に到着するすべての国際便において関西を宣伝する映像（ビデオ）を放映することを考えるべきである。

KPBは、より充実した言語サービスを推進すべきである。タクシーでの旅行者向け翻訳サービス電話は、日本語を話せない旅行者や在留者に役立つ。このタイプのサービスは現在ソウルで提供されている。

IV **ゴール — 躍動感がありダイナミックで経済的な競争力のある関西を創造するために共に行動しよう！**

ACCJとACCJ関西支部のメンバーは、関西コミュニティに対する積極的な提言者として、「ONE KANSAI」の概念の採用とKPBの創設が行政および行政関係機関の政策立案者との対話の第一歩となることを望んでいる。ACCJとACCJ関西支部メンバーは、関西地域の居住者およびビジネスを行う者の代表として、より強力で躍動感にあふれ、競争力に満ちた関西地域を育むために、行政および行政関係機関、および関西の経済団体と共に行動することを心待ちにしている。