

## 2004年版関西活性化白書

### クール関西をめざして - 関西の魅力再発見・再構築 -

関西社会経済研究所では、「2004年版 関西活性化白書 クール関西をめざして - 関西の魅力再発見・再構築 -」を刊行しました。「関西活性化白書」は、関西経済・産業の活性化の一助とすべく1994年に創刊され、今回で11冊目の発行となりました。

2004年版は、本書1冊で関西の活性化に向けた動きのほぼ全体が把握できることをめざし、以下3点の特徴を出しました。

第1章で「クール関西をめざして - 関西の魅力再発見・再構築 -」を特集し、関西の潜在的なポジティブファクター（強み）に焦点を当て、関西経済・産業の再生への展望を描くことに挑戦しました。

前年の関西経済を振り返る「序章」を、2年ぶりに復活させました。

従来は概要のみにとどめていた第2章「関西のプロジェクト動向」では、詳細な調査・分析の結果をすべて掲載しました。

「2004年版 関西活性化白書 クール関西をめざして - 関西の魅力再発見・再構築 -」は、関西に関する各種データを収録した巻末CD-ROMを含め、定価1,500円（本体価格1,429円）で、5月31日から全国の政府刊行物取扱所および有名書店で発売されております。

#### 【問合せ先】

財団法人 関西社会経済研究所

（担当：高木）

TEL：06（6441）0550

FAX：06（6441）0560

E-mail：[kiser@kiser.or.jp](mailto:kiser@kiser.or.jp)

## 序章 2003年の関西経済

世界景気の回復や国内需要の底堅い推移により、明るさを取り戻した関西経済  
～持続的な成長のためには、輸出拡大に加えて域内産業の競争力の一層の強化が必要～

- ・ 輸出と生産 アジア向け輸出の伸びやデジタル家電が牽引で堅調に推移
- ・ 設備投資 維持・更新投資だけでなく、戦略分野への積極投資も盛り上がり
- ・ 個人消費 製造業の回復や消費マインドの回復により、全国を上回る推移
- ・ 住宅投資 マンションの販売個数や契約率等も低水準ながら回復基調
- ・ 公共投資 全国シェアは上昇したものの、公共工事請負額は減少傾向続く
- ・ 企業倒産件数 2年連続で減少したものの、依然高水準

## 第1章 クール関西をめざして - 関西の魅力再発見・再構築 -

(1) 同質化する関東人・関西人の意識特性と、強まる関西に対するイメージの偏り  
～関西・関東在住者に対して実施したアンケート結果を1980年と比較～

- ・ 本白書では、関西・関東在住者を対象に、意識特性、行動様式、考え方に関するWebアンケートを実施(回収数:約650)し、その結果を1980年の調査結果と比べたところ、都市化に伴う地域の伝統的意識の衰弱等によって、全体として同質的になってきていることがわかった(白書25ページ、図1-1)。
- ・ また、京阪神と東京に対するイメージを尋ねてみると、特に大阪のイメージは、庶民の街で明るく、活発ではあるが、知性が感じられず、洗練されていない街というイメージが形成されており、このようなイメージの偏りが大阪はもとより関西全体の魅力を減少させていることの一因とも考えられる(白書50ページ、図1-11)。
- ・ 関西の地盤沈下は、二重の空洞化もその大きな要因ではあるが、企業、人材の東京流出が続く一方で、地方圏からの人材にとって、魅力ある地域でなくなり、関西への流入が減少傾向にあるとも言える。
- ・ しかし、関西の魅力がなくなってきたというよりは、「関西=大阪=庶民の街=洗練されていない」というイメージが定着してしまった、また、関西人自身が東京を意識するあまり関西の魅力を忘れてしまった、関西の魅力に自信がもてなくなってしまう結果ではないか。
- ・ 今後関西再生を図るためには、まず関西人・企業自身が関西の魅力を再認識し、関西の魅力に自信を持ち、その魅力をさらに発展させることが必要。

## (2) 関西が有する数多くのポジティブファクター

～歴史・風土・文化に根ざした様々な魅力～

- ・ 幅広い産業集積 - 「全国の縮図」とも言える関西の産業構造、製造業はほとんどの業種で15%以上の全国シェア。
- ・ 豊富な知的資源 - 域内総生産(GDP)の全国シェア(約17%)を上回る大学数、大学学部学生数、民間企業の研究所数、特許出願数、ベンチャー企業数等(白書60ページ、図1-17)。
- ・ 多様性
  - 大阪：商都・歴史文化都市・産業都市・庶民の街・洗練された都市
  - 京都：歴史文化都市・観光都市・先端技術産業
  - 神戸：港町・ハイカラ・産業都市・歴史文化都市
- ・ 登竜門・プラットフォーム - 関西の厳しい消費者の目を通して「関西で当たれば、東京でも当たる」という考え。起業を支援するプラットフォーム的な役割の存在。
- ・ 協働・コラボレーション - 民主導の風土、強い仲間意識、活発化する産学官連携の動き。

## (3) 関西文化に根ざした産業・経済の活性化を - 「クール関西」をめざして -

～経済効果(試算)は約6,100億円～

- ・ 今回実施したアンケートによると、関西の将来像に関しては、「文化都市」を望む意見が多い(白書101ページ、図1-23)。今後、文化を背景に関西産業の活性化、ひいては関西再生へと結びつけていくためには、関西の持つ豊かな文化を再認識し、かつ、文化自体を全国、世界に誇れる、受け入れられるものとして再構築していく必要がある。その際、関西人自らが全国、世界に誇れる関西独特の「クール」な(=「高品質」「格調高い」「カッコいい」)ライフスタイルを確立することが重要である。
- ・ 関西が、文化に根ざした産業の活性化に取り組むことにより、粗付加価値額で約6,100億円、関西のGDPを約0.7%押し上げる効果が期待できる。

(試算前提条件)

- ・ デザイン力強化により、生活関連・その他産業の生産額が1%増加。
- ・ 土産品を中心に商業の売上が1%増加。
- ・ デザイン事務所等を中心に、対事業所サービスの生産額が1%増加。
- ・ 以上により関西ブランドが確立され、加工組立型産業の生産額も1%増加。

(試算方法)

- ・ 前提条件を直接効果として、平成7年近畿地域産業連関表(46×46部門)に投入。第3次間接波及効果まで計算。

図 1 - 1 関西人、関東人の意識特性 (白書 25 ページ)

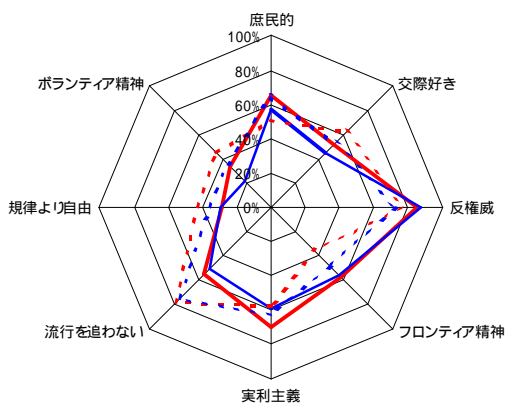


図 1 - 1 1 京阪神及び東京のイメージ (白書 50 ページ)

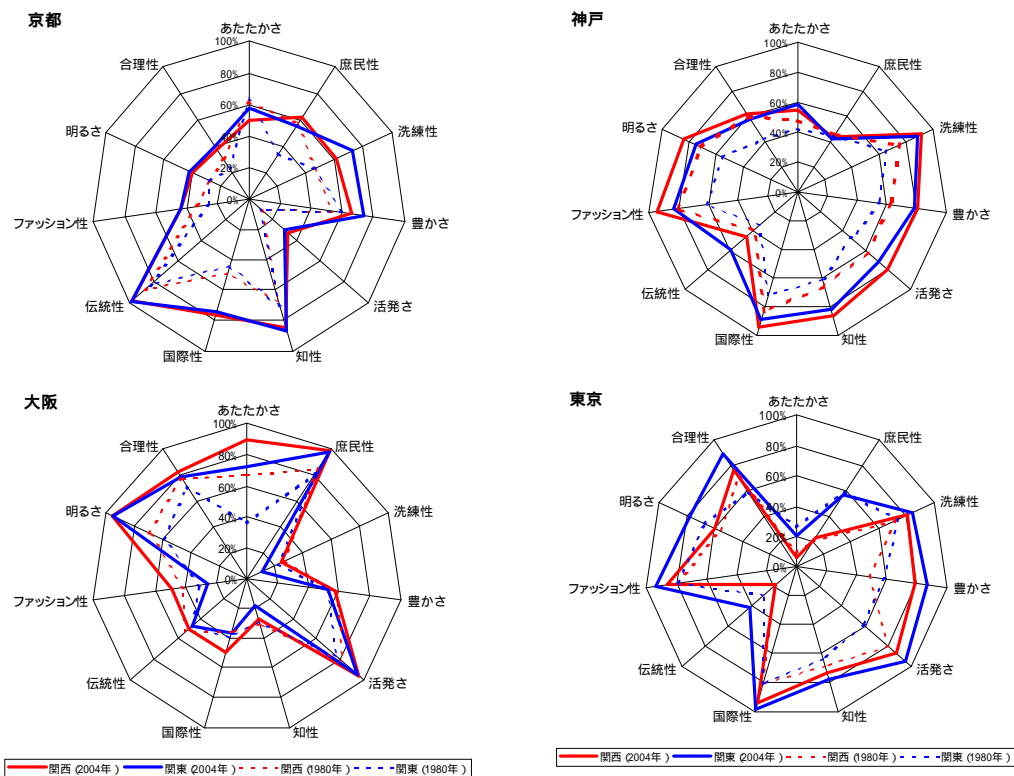


図1 - 17 関西の知的インフラの対全国比較（白書 60 ページ）

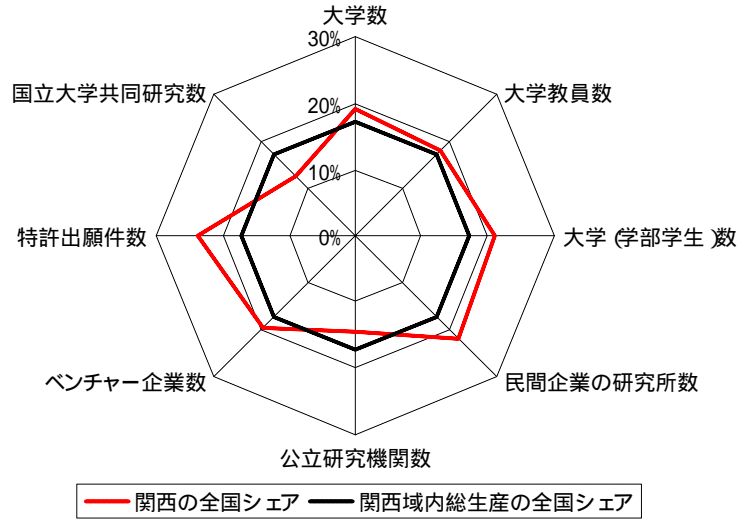


図1 - 23 関西の将来像（白書 101 ページ）

