

## こたまコラム (矢作新報社への寄稿内容)

4月の統一地方選挙を経て、新たな顔ぶれによる初の定例愛知県議会が今月18日より始まりましたが、ラグビーワールドカップ開催準備費用負担金や交通事故撲滅に向けた道路標示の塗り直し費用等を計上した補正予算案をはじめ、約20議案の審議を行う予定です。

また、この補正予算案には、本県の世界的な知名度向上に向けた MICE（会議 (Meeting) 研修旅行 (Incentive Travel) 国際会議 (Convention) 展示会等 (Exhibition/Event) の頭文字を採った、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称）誘致に関する新たな活動等に資する予算も計上されている事から、今回は広報戦略の重要性について述べさせていただきます。

愛知県は先月29日、海外からの観光客の誘致を図るためのキャッチフレーズを「ハート・オブ・ジャパン～技術と伝統」と決めましたが、これは愛知が地理的に日本の中心に位置している事に加え、技術と伝統を誇る産業の中心地との意味を含めたからです。

県では今年を「あいち観光元年」と位置付け、4月に観光局を設置するなど観光振興に力を入れ始めていますが、昨年6月議会一般質問でも愛知の広報戦略に関する考えを質しましたが、グローバル経済の進展や新興国の台頭等により、世界規模での大都市圏競争が厳しさを増す中、これらの競争に打ち勝っていかなければ、愛知の持続的発展は有り得ません。

また、2027年にはリニア中央新幹線の開業も予定されていますが、首都圏と中京圏が一体化する中、首都圏へのストロー現象を食い止める為にも、この地域の強みを明確にしつつ、更に磨きを掛ける努力と、魅力の積極的なPRにより、国内外から人を呼び込む施策に重点を置く事が、今必要とされていると私は考えます。



愛知県議会議員

こたま よしかず

樹神 義和 