

Q & A — 来場者との質疑応答 —

Q 北海道に観光コンシェルジェというサービスを導入し、サービス一環地域に脱皮させたいと考えています。観光振興の具体例がありましたら、ご教授ください。

福澤 街おこしや村おこしでは、その地方の文化を観光資源ととらえれば、いろいろ方法があると思います。日本は観光資源が実に豊富で、これを放置しておくのは本当にもったいない。グローバルな視点に立って、この観光資源を活用するために観光大臣が世界中でキャンペーンをやる。そして日本でコンベンションを開き、ここに日本の食文化やエンタテインメントなどを付帯させると、素晴らしいコンベンションができると思うんです。そういうことを国を挙げてやるべきで、そこから日本は元気が出るのではないかと私は思います。

宮崎 観光立国をうたっている国には、必ず観光大臣がいますものね。そういう考えも大事ではないかと。

大田 消費者本位の社会、お金の使い勝手がある社会づくりという面から考えますと、地域づくりもやはり一流のものでないといけないと思います。こだわりのあるものが売れていくんだと思うんですね。ですから、観光コンシェルジェにしても、格付け的な機能を持たせることが必要だろうと思います。例えばおいし

いレストランでも、少なくとも20%の会員がいいと言ったお店しかホームページには載せないといったような機能が必要ではないでしょうか。

Q 国は基礎科学技術や大学について、どのように取り組んでいるのでしょうか。

大山 政府は、さまざまな施策を具体化させています。例えば基礎研究の推進、研究開発分野の戦略的な重点化、経済活性化のための研究開発プロジェクトの推進といったものが挙げられます。また、大学の改革、これは国立大学にとっては戦後50年、これを超える新しい挑戦ということで、その期待も非常に大きい。それから大学や企業の知恵を社会に還元するという仕組みづくりのための、産学連携あるいはベンチャー創出、これに対する支援などが現在動き出しています。

小宮山 大学内で自由に研究を続ける研究者たちの組織、そして面白いものがあつたときに、産・学・NPO・個人が集まって議論や研究をする場を大学の中につくっていきたいと思っています。そこでは社会との関係をきちんとつくるような仕事をしていく。その中から、大学で行うべき新しい基礎研究の種というものも逆に出てくるでしょう。そういう部分は、人が大学にテーマをも

って還流していく。そういう人と場所の組織をつくって、頑張りたいと思っています。

島田 大学の中でさまざまな研究が行われていることを、普通の人はほとんど知りません。大学や企業にある知恵を伝道するような仕組みもつくていかなければいけませんね。

Q 土地や債権、株が下がっていますが、日本を買う気にさせる原動力とは、何でしょうか。

大田 日本には、労働力も貯蓄も技術力もあります。それを活かすための改革を行う力を持っているかどうか、ここが見られているのだと思います。この問題は簡単ではありませんが、優れたものを持っている今、変わることを恐れてはいけません。新しいシステムが生まれるときは不安になりますが、勇気と危機感を共有して変えていくことが、日本を買うことにつながると思います。

島田 確かに、日本は世界の中でも最も豊かなものを持っていて、制度も規制改革がある程度進んでいるのに、ぜんぜん動いていない。なぜかという、内なる改革の力がないんですね。一番欠けているのは、私達の考え方なんです。大切なのは、私達自身が私達自身の将来に、自信を持つという考え方なんです。