

3 フランス

フランスでは、世界平和実現に貢献するために行われている、教育・文化の発展と推進の取り組みなどについて、調査しました。

(1) 国際連合教育科学文化機関（ユネスコ）日本政府代表部

【調査期日】 4月25日（木）

【対応者】 日本政府代表部 特命全権大使 木曾 功 氏

○ パリでは、まず、国際連合教育科学文化機関（ユネスコ）日本政府代表部特命全権大使の木曾功氏と面談しました。

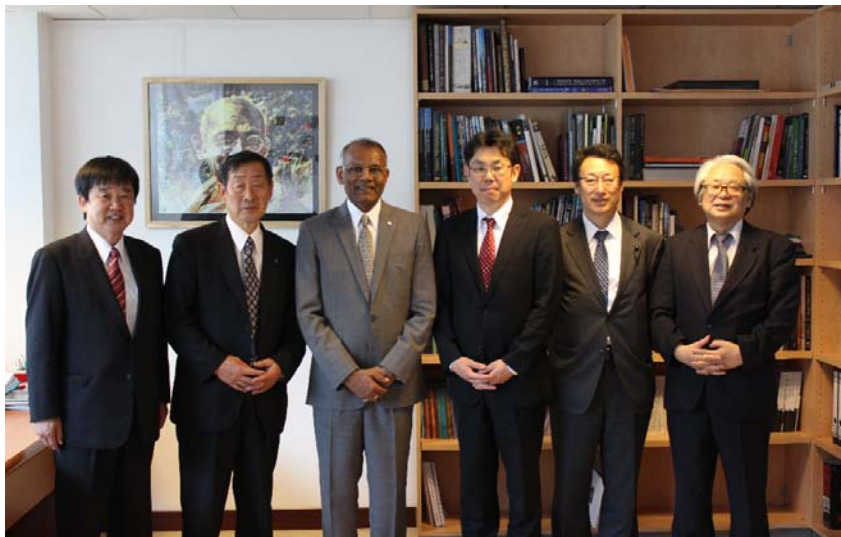
木曾氏は、文部科学省出身で、平成8年4月から、平成10年6月まで、広島県教育委員会教育長に就任されておられた方です。

聴取した要点は、次のとおりです。

- ・ ユネスコの概要等について

ユネスコは世界195カ国が加盟しており、世界平和の実現に貢献する事業を展開してゆくのがその主な仕事である。

近年、加盟国からの分担金が減ってきており、特に、米国からの経済的支援が激減しているため、財政的に苦慮しており、日本からの更なる支援をお願いしたい。



右端が、木曾大使、左から3番目が、世界遺産センター所長のキショール・ラオ氏

(2) ユネスコ世界遺産センター

【調査日時】 4月25日(木)

【対応者】 世界遺産センター所長 キショール・ラオ氏

○ 木曾氏に連れられて、ユネスコ世界遺産センター所長のキショール・ラオ氏から、お話を伺いました。要点は、次のとおりです。

- ・ 世界遺産指定の考え方や各国の現状等について

近年、世界遺産が観光のためのツールになっている側面もあり、今後は、本来の目的に沿って運営してゆきたい。

また、国際平和貢献教育について、一国家の地方行政機関がどのように推進すればよいかについては、例えば、広島であれば、原爆ドームという平和遺産を通して、戦争の悲惨さと、平和のあり方を教育しているとのことだが、それこそがユネスコの考え方と合致するものである。

また、広島に事務所を置くユニタールとも連携して、国際平和貢献について、地方として向き合ってゆけばよいのではないか。

○ 世界遺産については、最近、各地で登録に向けた多くの取り組みがありますが、観光資源として活用するためにのみ登録を受けるような動きである印象を持っていました。話を伺って、ユネスコでも、同様の受け止めをしていることが分かりました。

本県では、原爆ドーム、厳島神社、壬生の花田植という、3つの世界遺産がありますが、制度本来の趣旨も踏まえつつ、その保存と活用に努める必要があると感じました。



木曾大使（中央）同席で、世界遺産センターの活動等について説明を受ける



左端が、世界遺産センター所長のキショール・ラオ氏

4 中国

中国では、上海市内の百貨店における日本製品の販売状況等について、調査しました。

上海市内百貨店

【調査日時】 4月27日（土）

- フランス・パリからの帰路、経由地の中国・上海市で、トランジットの時間が約 10 時間あったため、上海市内の百貨店での日本製品販売状況等について、調査をしました。

調査を行ったのは、「端梅龍鎮伊勢丹(メイロンジエン・イシーダン)」と「久光百貨(ジウカウバウイオ)」で、いずれも高級商業地域に立地していますが、それらの食料品売り場に、日本の商品がどのくらいあるのか、また、評判はどうかなどについて、聴取をしました。

- 「端梅龍鎮伊勢丹」ならびに「久光百貨」はともに日本のデパートです。伊勢丹は三越伊勢丹グループであり、久光はそごうのデパートです。

ともにハイグレードな顧客をターゲットにしており、まさに日本の「デパ地下」をそのまま上海にもってきたという状況でした。

- 売り場はとても清潔で整然としており、上の階にあるブランドショップのように展示は美しく、イートイン・テイクアウトの売り場にいる職員は、みな清潔な格好をしていました。また、新型鳥インフルエンザが流行し始めているためか、みな最新のマスクをしていました。そのマスクはどうしたのかと店員に尋ねると、会社から支給されたとのことで、インフルエンザに関係なく常にマスクをするよう指示を受けているそうです。日本企業らしいと思いました。

- 売り場には、「本物の日本商品」がたくさん並び、生鮮食品も充実していました。

お米・乾物・ビン缶類等は、生産地の表示について、ポップ広告を使って「日

本の物」であることを誇示していました。

ポテトチップ等の菓子類も、食品添加物等の表示を見ながら購入する若い女性を見ました。その表示を一生懸命見ている姿を見て、「食の安全」に関心が高いことを感じました。

店員の話では、日本の食料品は高価で中国の商品の倍以上の値段であるにもかかわらず、人気は根強いとのことで、やはり「食の安全」は購買の意思決定になるようです。

- 残念ながら、陳列棚に広島の商品を見つけることはできませんでしたが、振り返って、広島ブランドの海外展開を考えますと、生鮮食品については、鮮度を保った上で、一定程度の量を安定供給していくことは難しいのではないのでしょうか。

広島から「ブランド商品」を提供するのであれば、「安全・安心」をキーワードとした生鮮食品以外のものを売り込むほうがベターではないかと感じました。

また、その場合、中国人に販路を提案する必要はなく、日本のデパートと交渉すれば、展開することができるのではないかと考えます。

5 視察を終えて

今回の海外行政視察は、冒頭でも述べましたが、知事の提唱する、「国際平和貢献拠点構想」について、議会としてどんなことが提言できるのか、その切り口を探すことを目的としておりました。

平和貢献活動を中心に行っている国連の各機関と接し、その役割の大きさと意義を感じましたが、特に、印象に残ったのがトリノ市の取り組みでした。

トリノ市は、1961年に開催した「イタリア統一百年記念・トリノ国際労働博覧会」の広大な会場施設等の活用方策として、国連機関の誘致を実現しました。そして、誘致した国連機関に対して、地代家賃を「1ドル」とすると共に、毎年40万ユーロの助成金を出すなどの支援を行っています。

国連機関を誘致した結果、国内外からの多数の研修等の来訪者や当該機関の職員・家族がもたらす経済効果には非常に大きいものがあり、また、トリノ市への来訪者等に市の親善大使となってもらえるなどの効果が出ております。

このように、国連機関の誘致が「市」の経済活性化や市の親善大使の育成、そして、街づくりにまでつながることを実践したこの「トリノ方式」は、是非、広島市が取り組んではいかがと考えます。

「是非、広島市で」というのは、広島市がその平和発信拠点であるべきだからです。

ユニタール広島事務所の初代所長アジミ氏は、広島市が「ダブルメッセージ」を発している街だと言っておられました。

それは、「絶望」と「希望」、そして「破壊」と「復興」という相反するものになったメッセージです。

原爆で壊滅し、絶望のどん底から先達の努力により復興した広島市は、世界の紛争国・発展途上国の人々が目にすることで、その意義や、アジミ所長の言う「ダブルメッセージ」の意味を理解することが出来るのです。

これらのことから、われわれ視察団は、今、広島市で議論されている、旧広島市民球場跡地の活用方法について、「トリノ方式」を導入してはどうかと考えます。

原爆ドームと国連機関が向かい合う。まさに、ダブルメッセージを世界に発信できるのではないのでしょうか。

また、世界各国からこの機関に来て学んだ人々は、「平和」の大事さを実感するとともに、「自分の国も復興・再建できる」という希望をもって自国に帰るのです。

「広島に学べ」「広島みたいになろう」「広島の人々と交流しよう」と、広島親善大使を作り出すことが出来るのです。

これが本当の意味で、広島が国際平和に貢献するために果たすべき役割ではないでしょうか。

これらは、もちろん、広島市だけで実現することができるのではなく、空港や道路といったアクセスの機能強化など、県全体としての取り組みが必要であり、県の支援・協力が不可欠と考えます。また、国の支援・協力も無くてはならないものです。

「平和は経済効果にはつながらない」とよく言われておりますが、トリノ市は、国連機関の誘致という国際平和を切り口とした取り組みにより、都市の活性化に成功するとともに、国際平和都市として世界への発信に努めておられます。

このような観点を踏まえて、前々から広島市が提言している「国際平和文化都市」構想と、現在、知事が提唱している「国際平和拠点構想」は、県と市がお互いに連携・協力して、積極的に国へのはたらきかけなどを行ってはいかがでしょうか。

以上について、今回の視察を終え、我々は提案したいと思います。

平成 25 年 6 月 24 日

広島県議会イタリヤ・スイス・フランス行政視察団

松 浦 幸 男 (団長)

砂 原 克 規

井 原 修

福 地 基 弘