

第3回副首都推進本部会議提出資料

堺屋太一

1. なぜ副首都が必要なのか—災害対策と構造変革

なぜ、副首都が必要なのか。この議論が十分にはされていない。かつて「国会等移転審議会」でも不十分だったので、「首都機能の移転は地震等の大型災害に対処するため」との短絡がなされ、一部委員から「立川広域防災基地の強化」や、「福島県南部への分散移転」論を招き、立ち消えになってしまった。

まず、副首都の必要性とその機能について正確な議論と世論へのアピールをすべきだ。

(1) 災害対策が主ではない—日本の構造改革だ

副首都の必要性は、単なる災害対策ではない。行き詰った「戦後体制」の改革こそ主要目的である。

戦後体制は、1989年までは日本の成長発展を支えて来たが、1990年以降は成長発展の妨げとなっている。このことは、1990年以降の日本の、①経済成長率が極めて低い ②出生率が低下、人口減少時代に入った ③国民志気が低下、起業率が大いに下った ④国家と自治体の財政悪化 ⑤国家外交でも自治体や民間レベルでも国際活動が不活発になっている ⑥国民、特に若者の意欲の低下、「欲ない、夢ない、やる気ない」社会の出現—によく表れている。

(2) 副首都は「戦後体制」を修正改革する

副首都建設は、行き詰った戦後体制の修正改革であり、単なる「災害時の緊急避難業務施設」ではない。従って、東京近郊地の災害地避難所建設案（立川臨時避難案）や東京近辺機能分散論（いわゆる北関東分都論）とは意識と目的を異にするものである。

(3) 副首都は、①戦後官僚主導とは異なる体質を作れる性格 ②首都東京に比肩できる機能と影響力 ③新しい創造力を生む能力と習慣(伝統) ④全国的国際的影響力を持つ規模と機能 ⑤東京の影響下に従属しない一定の距離—の5条件が必要である。また、⑥副首都整備のコストと時間を最小にする既存の施設、人材、ノウハウの現存、が条件となる。

以上の6条件を満たす地域は、「関西」、つまり大阪を中心とした近畿中央部以外はない。

(4) 副首都には何が必要か—情報発信と交通結節と創造力の涵養

①副首都は官公庁の現場移転だけではできない。

戦後いくつもの「地方振興政策」が行われた。1960年代の新産業都市の指定と開発、1970年代の「日本列島改造」、80年代の「ふるさと創成」、1983年からのテクノポリス指定などだ。

しかし、結局は東京への「頭脳機能の吸上げ」に終始した。その結果が前述の全国的な経済停滞、国民志気の低下、人口の減少である。

副首都は、東京従属施設ではなく、戦後官僚主導が進めて来た「東京集中政策」を変更し、改革するものでなければならない。

②もう一つの交通結節点—副首都は全国交通結節点でなければならない。

全国および国際空路は、関西空港、伊丹空港、神戸空港の三空港の整備で十分な能力がある。

海運は、神戸港、大阪の港湾整備と一体運営を推進すればよい。これからは巨大客船の入込誘致を推進すべきである。

陸上では、特に北陸新幹線の関西接続が急がれる。80年代には東京一極集中思想が定着、「首都東京に繋がること」を唯一の目的とした。北陸新幹線計画には、全国的ネットワーク構想も、非常時代代替機能の配慮も、全国均等発展思想も入らなかった。

北陸新幹線の関西直結は、副首都化の最も急ぐべきプロジェクトである。

これはまた、東海道新幹線の緊急迂回線としての機能も重要である。

③情報発信機能の再確立—副首都で最も重要なのは情報機能である。

かつては関西に全国紙本社が軒を連ね、内外からの情報を受信し、咀嚼し、加工して発信していた。だが1930年代の情報統制と、戦後の官僚主導および70年代の「大阪地方都市化府政」の三つで情報発信機能は潰滅状態になっている。

副首都のためには、関西の情報発信機能を高める必要がある。

④それには、①新聞・テレビ・SNSによる全国情報発信の拡充 ②マスコミ各社の社会部・地方部以外と、政治部、経済部、文化部、外信部の新設 ③外国人記者クラブの設置、④何よりも関西発の政治、経済文化、娯楽、家庭ネタの拡充が必要である。

2. 副首都創生への手順

(1) 発信する情報を増やそう

災害対策として「副首都」を創ろうという雰囲気は全国レベルでは乏しい。臨時避難所か、分散移転論が主流である。

そうした中で、関西副首都を推進するには次の手順が必要と考える。

①全国・国際情報発信能力の向上

情報発信には、情報収集者（記者、キャスター）、情報加工者（取材・撮影者、評論家等）、情報生産者（作家、芸術家、学者、プランナー、設計者、プロデューサー）が要る。また、見本市やイベントを企画推進する人材が必要である。

これらを関西（大阪）に定着させるためには、①大型で世界的に話題になるようなイベント ②世界的話題となる活動発表の機会と施設 ③街の雰囲気を高める刊行物、が必要である。

(2) 世界的話題になるイベント

①超大型定期イベント—大阪城 10 万人盆踊り

大阪城全域を利用、10 万人の盆踊りを開催する。規定の衣装の販売などで費用を捻出、全国の踊り団体に参加を呼び掛ける。

②2025 年を目途に千里万国博公園で万国博覧会を開催する。

日本庭園、サッカースタジアム、陸上競技場の既存施設を残して、一時パビリオンとして活用。アウトレットも付帯行事に参加してもらう。

全パビリオンは「木と布と紙にする」木造振興型万国博も一案（ユニークさとローコストとバーチャルがコンセプト）。

③梅北板囲い絵画コンクール

梅田北西側は今後 6 年程度工事が続く予定であり、板囲い状態になる。

この板囲いを幅 10 メートル毎に区切り、下絵入選者に野外面を描かせる。長さ 500 メートル、高さ 3 メートルの壁面に対して、高さ 2 メートル、幅 8 メートルほどの巨大絵を 50 点ほど描いてもらう。大絵画展示場になり、大名物となるだろう。

④関西有名店ガイドの発刊

外国には各都市の有名店や行事案内の大型写真集が各ホテルに配置されている。日本でも「東京ウォーカー」「関西ウォーカー」などが出ているが、安直で魅力に乏しい。京阪神の有名店に呼びかけて「名店図鑑」を年 1 回発刊する。主要ホテルに配置（無料）、各店から広告を取れば費用は十分に出る。写真家、モデル、編集者の養成ともなる。関西の出版事業やクリエイターの育成ともなる。

⑤大阪 21 世紀協会などを企画団体として活用して、以上の 4 大事業にそれぞれプロデューサーを任命する。大阪からの情報発信を高める。大阪＝関西が東京に対する「副首都」との認識を強め、マスコミ各社や広告代理店を勢い付けて副首都化を実現すべきである。

(以上)