

大阪都市魅力創造戦略についての考え方

<平成26年7月7日の府・市・経済界トップの合意事項>

2020年に向けた大阪の都市魅力創造について

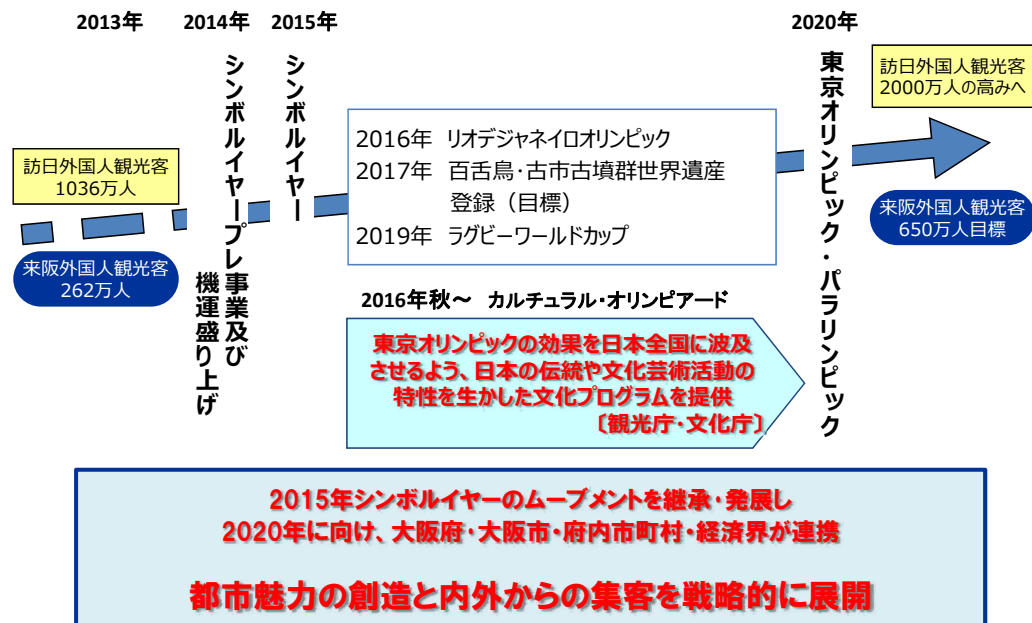
■ 2015年シンボルイヤーを2020年に向けたキックオフの年に

- 「大阪都市魅力創造戦略」における「民間が主役、行政はサポート役」との基本理念に基づき、これまで取り組んできた都市魅力創造施策を結集し、2015年は都市魅力創造戦略の計画期間最終年度にふさわしい取り組みを実施する。
- 実施にあたっては、行政、民間、府民・市民が一体となって、外国の人々からも魅力を感じてもらえるよう府域全体での事業展開を行い、大阪の都市魅力を高める。
- さらに、オリンピック・パラリンピックが東京で開催される2020年は、日本が世界から注目され、大阪にとっても国際社会の中でのプレゼンスを高める好機である。

このため、2015年を2020年に向けたキックオフの年としても位置づけ、2020年の大阪の都市魅力創造を意識した機運の醸成を図る絶好の機会と捉えて、大阪府・大阪市・府内市町村・経済界が連携して、府域全体で、府民・市民の参加のもと、2020年につながる様々な事業を企画・検討し、実施していく。

・2015年シンボルイヤー：平成27年4月1日～平成28年3月31日

■ 2020年に向けた検討及び取組みの方向



<国における動き>

□経済財政運営と改革の基本方針2014 <骨太の方針 (抜粋)>

◇スポーツ・文化芸術の振興

- ・スポーツ立国を目指し、国際競技力の向上、生涯スポーツ社会の実現、スポーツによる健康づくり等を推進するとともに、スポーツ庁の設置など行政組織あり方について政府の行政改革の基本方針との整合に配慮した検討を行う。
- ・文化芸術立国を目指し、地方公共団体や民間団体等、文化芸術の振興に取り組む様々な主体との適切な連携の下、観光等其他の分野との協働や産業振興等の視点も踏まえつつ、「日本遺産 (Japan Heritage)」など魅力ある日本文化発信、子どもの文化芸術体験機会の確保、国立文化施設の機能強化、文化芸術の担い手の育成、文化財の保存・活用・継承等に取り組む。

◇外へのグローバル化

- ・クールジャパン (日本食・日本産酒類、コンテンツの輸出や文化の創造・発信等) を促進する。

◇内なるグローバル化

- ・優秀な研究者など外国の高度人材や留学生等が活躍しやすい環境を整備する。

◇2020年オリンピック・パラリンピック東京大会等の開催に向けた取組

- ・東京大会等に向けて、国内外へのオリンピックムーブメントの推進を通じた国際貢献や寄附の促進、障害者スポーツの推進、文化プログラムの実施に向けて全国の自治体等と連携した取組を行う。
- ・観光資源の掘り起こしや、日本ブランドを活かした海外発信等の取組を加速し、2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指す。

◇観光・交流等による都市・地域再生、地方分権、集約・活性化

- (地域活性化)
- ・地域の発意を活かした魅力ある地域づくりを進めることで、地域産業を活性化し、地域経済での好循環の実現を図る。
- ・地域経済において観光分野は成長可能性が高い分野であり、需要面と供給面の双方向から取組を進める。
- ・「休み方」の改革について検討を進め、有給休暇を活用した秋の連休の大型化等を促進する。
- ・本年6月に決定した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を着実に実施する。
- ・地域の課題解決や活性化の重要な担い手であるNPOやソーシャルビジネス等の育成などを通じて、活力あふれる共助社会づくりを推進するとともに、共助の活動を資金面から支えるよう、関係府省が連携して寄附文化の醸成を推進していく。(長期的な観点からの取組)
- ・地域は、民間資金、ノウハウ等を大胆に導入し、景観や歴史文化といった地域資源を活用し、人や情報の交流・連携による広域ネットワークを活かした取組を通じて、地域に働く場所を創出する「個性を活かした地域戦略」を推進する。
- ・若者等が地域で活躍を続ける社会を形成し、大都市圏から地方への人の流れを創出する。

こうした状況も踏まえ、現行の戦略に基づく施策の点検・評価を行いながら、2020年の大阪の成長につながる取組みを戦略的に展開していく必要がある。