

第6回大阪府市都市魅力戦略推進会議 概要

と き : 平成 26 年 11 月 18 日(火) 10 時 00 分～

ところ : 大阪市役所 7 階 第 6 委員会室

出席委員: 橋爪会長、嘉名副会長、池末委員、太下委員 欠席: 橋本委員

経済団体: 大阪商工会議所 吉田地域振興部長

関西経済連合会 西産業部参与

関西経済同友会 松尾企画調査部主任調査役

(概要)

■「大阪都市魅力創造戦略」における主要プロジェクトの取組状況について

1) 3 つの重点取組み ～進捗状況～

説明者: 大阪府 府民文化部 都市魅力創造局 企画・観光課 時岡参事

2) 都市魅力創造の基盤づくり ～5 つの重点エリア～

説明者: 大阪市 経済戦略局 企画部 長瀬都市魅力担当課長

補足説明

○大阪・光の饗宴 2014

説明者: 大阪市 経済戦略局 観光部 観光課 まち魅力担当新井課長代理

○その他の主な取り組み

説明者: 大阪府 府民文化部 都市魅力創造局 企画・観光課 時岡参事

説明者: 大阪市 経済戦略局 企画部 長瀬都市魅力担当課長

3) 現行の「大阪都市魅力創造戦略」について

説明者: 大阪府 府民文化部 都市魅力創造局 企画・観光課 時岡参事

【委員意見】

太下委員

- 東京都は、都市広報(市民向けの広報)を変えていこうとしている。これからは外に向けての広報が重要になるが、インターネットのことを考えても、今使っているものはここ 10 年に登場したもの。2020 年、さらにその先の都市広報は、今ある技術を前提にしては遅い。抜本的、革新的な広報が必要となる。大阪市も伝え方を考えていく必要がある。
- 2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、観光庁と文化庁が手を組んで文化プログラムの取組みを行う方向。
- 東京プラスというキャッチを打出しているが、これは 2012 年のロンドンオリンピックの際の取組みとして、ロンドンプラスという考え方で、オリンピックに来た人にロンドンともう一つどこかの都市に足を運んでもらおうという考え方。
- 私は、やるべき戦略は、東京プラスという考え方ではないと考えている。2020 年には、成田も羽田もパンパンの状態になっている。ホテルも満杯。こうした状況の中で、日本各地には国際空港がある。これを活用しないといけない。

- つまり、プラス東京の戦略が必要。逆転の発想で、地方に滞在してもらって、オリンピックを見に行くときには東京へ行ってもらう。こうしたプラス東京の戦略の筆頭が大阪になると思う。
- 世界の人々をひきつける魅力、すなわち文化や歴史をはじめとする魅力的な資産を如何にしてアピールしていくかである。こうしたときに、アーツカウンシルの役割は大きい。
- ロンドンオリンピックの際、イギリスでは 18 万件のイベントが行われた。これだけの規模のものを霞ヶ関だけではコントロールできない。
- 地方の都市ががんばらないといけない。大阪ではぜひ、アーツカウンシルがその役割を担っていて欲しい。そのためにも、アーツカウンシルの予算を増やして欲しい。

嘉名委員

- 大阪府市都市魅力戦略の次の展開を見据えながら取り組んでいかなければならない。
- 御堂筋フェスティバルモールは変化している姿がまだまだ見えていない状況。どうやって可視化していくか課題。期間が短い、周知がされていない。
- 中之島周辺は民間開発が盛んになってきている。どうやって一体的に魅力を高めていくかが課題。
- 大阪市BID条例化の流れを受けて、大阪城・大手前・森之宮、天王寺等エリアマネジメントに取り組んでいくと思うが、戦略に書かれていない民間のプロジェクトともどう一体性をもたせていくかが課題。
- 2015 年は大阪にとって重要な年。2015 年から 2020 年へのジャンプアップ、スピーディな対応が求められる。どれぐらいのスピードでできるか、手間をかけずにできるか。
- また、これまでの取組みについても、十分な検証が必要。主要プロジェクトについてもさまざまな取組みが進んできているが、まだ、改善の余地はあると思う。
- キャパシティの問題もある。2020 年に 650 万人の来阪外国人観光客の目標を掲げており、増加する観光客への対応をどうしていくか。観光バスの問題などもある。例えば、舟運と連携しながら、バスと船を組み合わせることも考えていかなければならない。次の戦略ではこうした視点が特に必要。
- 2020 年に向けて、これまでの取組みを一回ローリングすることができる。今ある課題を検証することは重要。その上で、恒常的なまちの魅力につなげていくためのハードに集中投資していくということも考えていかなければならない。
- 民・官ともに、2020 年に向けてよりスピーディに動いていける体制を組んでいく必要。

池末委員

- ハード(光など)は 100 点以上のものでできている。水辺やアーツカウンシルなどソフトの面ではまだまだ。観光局も結果は出ているが、日本全体のインバウンドが増えている、世界全体で観光客が増えているという風もあったが、ボトルネックとなっている宿泊施設の問題等官民どうやって協力していくかということもあっていい。
- ソフトのパワーを上げるため、どうしたらいいかを考えないといけない。分かりやすいモニュメントなどを中心にソフトを絡めるとやりやすいが、ソフトだけだと困難。初期費用がかかっても運営費

がかからない、プラスになるようなものを考えていく必要がある。

- 戦略策定時は、2020 年のオリンピックの話はまだなかった。そうした中で、民が主役ということを打出して取組みを進めてきた。民が主役というと経済界の皆さんは異論もあると思うが、官がやると 100 点がマックスになってしまう。こうした発想では、100 点を超えるものがない。これを民間の発想なら、120、130、あるいは200、300と 100 を飛び越えるものも出てくるかもしれない。そうしたものに期待をしている。
- しかしながら、現在のところ、まだ突き抜けた感があるような取組みは見えない。リスクを伴うかもしれないが、100 点を超える突き抜けたものを生み出そうとするととき失敗を恐れないことだ。
- こうした取組みを進めていくためには、官の監視の下に、民間が主導できる仕組み・体制というものを考えていく必要がある。
- また、文化的ないろんな取組みがあるにもかかわらず、広報がうまくできていない。役所の広報はそこに住む住民(市民・府民)への周知から抜け出せていない。都市魅力や観光集客の場合は、外に向けたPRが重要。情報発信の手法を改めていかなければいけない。域内、域外へのPRに投資していくことが大切。広報のイノベーションを来年からでも起こしていってほしい。
- また、それぞれの主要プロジェクトが着々と進んでいるが、着々では超えられない壁というものもある。これらをどう乗り越えていくかということも、次の課題となるので、しっかりと考えていかなければならない。
- アーツカウンスルについては、フェスティバル形式での事業提案がなされているが、フェスティバルそのものに対するコンペの予算なども必要。アイデアコンペに予算を投入することが大切。1 千万円あれば支援になる。行政は、若手プロデューサーのアイデアを後押しするというスタンスが必要。

松尾調査役

- 竹内街道 1400 年の取組みは、広域連携の良い事例である。こうした取組みを、ぜひ広域連合の中で大阪府市がリードして進めていって欲しい。
- 水と光の取組みについては、これまでの経過も踏まえ、継続して行って欲しい。その際には、光のイベントの際には水の要素も取り入れ、水のイベントの際には光の要素も取り入れるという形で、双方のメリットを活かした取組みにつなげて欲しい。
- グランドデザイン大阪との連携ということもお願いしたい。特に、御堂筋のフェスティバルモール化における全面緑化そして同友会でいうところの「水の路(みち)」の取組みについては、長期的な視点で取組んで欲しい。

吉田部長

- 2020 年に向けては、カルチュラルオリンピアドという考え方が特に大切。2020 年に向けては、具体的に誰がコーディネートしていくかということも大きな問題。関西広域連合の動きもあるが、まずは、大阪が一つにならないといけない。大阪でどうしていくのかということを考えていく場と予算が必要だと思う。
- 2020 年のオリンピックだけでなく、関西ではその翌年の 2021 年にワールドマスタースが決まって

いるが、大阪府市は参画していないことは誠に遺憾。この実態を憂慮している。同時に開催予定のワールドマスタースフェスティバルについては、府市の首長さんも否定されていないので、なんとか、関西がまとまって連携できる方向にもっていければと思っている。

西参与

- 御堂筋・中之島民間の力を入れようとする規制緩和が必要。東京都の「しゃれた街並みづくり推進条例」などのように、事前にルールを決めてハードルを下げるやりかたもあるのでは。道路占用の協議等簡単にしてほしい。
- 水都や光については、2020年に続くように取組みを進めてもらいたい。

橋爪委員長

- 2015年以降、2020年に向けた次の計画をどういう体制と手順で検討するのか、トップで議論する場を設けるべき。
- 次期の戦略にあたっては、まず、時代認識を示すこと。
 - ・ 時代認識のキーワードとして「メガリージョン」が重要。経済・文化・観光などあらゆる面で都市間競争の時代。世界的には「メガリージョン」が競争する時代。内なる課題としては、リニアの開通に応じて首都圏と中部圏が先行して連携を強化することへの対応が必要。
 - ・ 都市基盤の老朽化という問題もある。既存の都市基盤を造り直さなければならない時期に来ている。
 - ・ さらに、全国的な人口減少の中で、如何に活力ある都市を維持していくかが最大の課題。
- 大きな枠組みの中で、都市魅力創造の先にあるもの（都市像）を示していかなければならない。
- 志、ミッションが大切。同時に2020年の目標年次には、東京オリンピックだけでなく、万博50周年も意識していく必要がある。
- 今後の都市魅力創造にあたって、新たな制度の導入や、手法の工夫が求められる。大阪都市魅力創造戦略の下で、日本ではじめて、パークマネジメント(PMO)に着手した。水辺や光の取組みでも、新しい制度や取組みに挑戦していく。
- エリアの考え方をどうするか。これまでの大阪市内の5エリアに加えて、うめきたやベイエリアの再開発、万博、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録などの動きも踏まえ、新しい重点エリアを示していくべき。
- グローバル集客都市にふさわしいインフラについても考えていく必要がある。将来、現行の目標以上の外国人観光客がやってくるだろう。5年前までとは異なる状況がある。ハードもソフトも国際的な観光地の水準にしていかなければならない。
- 新しい展開が必要。水辺の再生のように、私たちが戦後失った都市魅力の回復も重要。都心部の人口回帰への対応、大学の都心回帰、道頓堀の劇場街の復活等々も含めて、考えていかなければならない。

以上