

今後の都市魅力創造の方向性について(提言)

大阪都市魅力創造戦略を策定して、様々な課題に対応する施策の展開を図ってきたところであり、実質3年間で、大阪のまちは大きく変化し、外国人をはじめ国内外から大阪を訪れる人が増加し、地元経済にも好況感が広がるなど、一定の成果が得られた。戦略に掲げた基本方針のうち、大きな柱でもある「世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力創造の基盤づくり」は、まだまだ、手探りの状況であり、長期的な視点から取組みを進めていかなければならない。また、新たな重点エリアを設定し、取り組むことも必要である。

とりわけ、大阪府市が連携して3つの重点取組として、水都大阪パートナーズと水都大阪オーソリティ、大阪アーツカウンシル、大阪観光局の体制整備を行ったことは、画期的な取組みである。今後、これらが円滑に機能し、さらに発展していくことを期待する。

一方、急増する外国人観光客に対応するための喫緊の課題や、今後、産業振興や雇用創出につなげるなど大阪がさらなる成長を果していくための課題は、益々多様化している。これら課題の解決に当たっては、施策間の連携、市町村間の連携、さらには都道府県域を越えた広域的な連携がより一層重要となってくる。

今後それぞれの課題に対応する適切な施策を打出し、効率的・効果的な施策展開を戦略的に図っていくよう、関係機関が共通の認識を持ち、連携して、一体的に取組みを進めていくことが大切である。

■大阪における都市魅力創造の方向性と課題

1. 世界の都市間競争に打勝つ基盤づくり

戦略に掲げた「世界第一級の文化観光拠点の形成」は、大阪の成長に大きく影響するものであり、長期的な視点からも大阪の発展に大きく寄与する取組みを着実に推進していくことが大切である。併せて、大阪府民が世界に誇れる都市魅力を創出し、世界の人々に訪れてみたいと評価される観光拠点を形成していく必要がある。

このため、大阪市内の重点エリアにおける取組みや、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録実現、さらには、統合型リゾートなどの新たな文化・観光拠点づくりに、引き続き取り組んでいかなければならない。併せて、観光地や防災拠点等における無料公衆無線LAN環境の整備促進、民間資金やノウハウを活かした国際競争力のある都市魅力・観光拠点づくりを促進していく必要がある。

世界の人々を惹きつけて、オリンピック・パラリンピック大会開催後も地域が力強く発展していくためのレガシーを生み出しながら、世界に通用する魅力ある観光地域づくりを行うことが重要である。そのためには、大阪のポテンシャルを活かした取組みを創出し、発信していくことが大切である。

このため、世界が注目する伝統文化、芸術、音楽、演劇等の情報発信の強化、世界で活躍するアーティストと連携した大阪の海外プロモーション・魅力発信、大阪で活躍する外国人アーティストと連携した国内外への大阪の魅力発信などの施策を展開していく必要がある。

地域に息づく日本の伝統や文化、歴史的なまちなみや建造物、四季折々の豊かな自然など、クールジャパンを感じていただける地域の魅力を掘り起し、発信し、内外からの観光誘客を図り、地域経済につなげていく様々な取組みを創出することも重要である。

このため、歴史やテーマ等で魅力スポットを結んだクールジャパンを満喫いただける広域観光ルートの創出・発信、桜や紅葉等の人気の高いコンテンツに加え、伝統的な祭りや世界が注目する和食を核とした海外への魅力プロモーションの強化及び観光商品の創出など、効果的な取組みを打出していく必要がある。

訪日外国人観光客向けに創出したサービスや商品、観光魅力を、ターゲットとする訪日外国人に適切かつ積極的に情報発信（アピール）する場、訪日外国人のニーズを捉えて新たな商品開発に活かせる場などを創出するとともに、さまざまな機会を活用して販路開拓につなげていく積極的なプロモーションを展開していく必要がある。

とりわけ、大阪湾バイエリアにおけるクルーズ客船等による観光集客の促進、エンターテインメント、ファッション、デザイン、アニメ、食、流通、農業、文化、IT等、様々な業界におけるインバウンド推進の担い手の拡大と新たなビジネスの創出、海外に訴求するモノやサービスを提供する事業者のブランド力・マーケティング戦略を結集した戦略的なプロモーション展開による海外からの誘客促進など、即効性のある取組みを進めていく必要がある。

今後の都市魅力創造の方向性について(提言)

大阪が国際競争力を持ち、活力に満ちた都市として持続的に発展していくためには、国際的視野を持った人材を様々な分野で確保していく必要がある。このため、大阪の若者を世界で活躍しうるグローバル人材として育成・輩出する取り組みを通じた人的基盤を構築していくことや、留学生などの外国人材が持っている知識や技能を大阪で発揮できるよう受入環境を整備していく必要がある。また大阪が有するネットワークを活用し、大阪の魅力を海外に発信していくことも重要である。

2.大阪府域全体の活性化

人々が生き活きと暮らせる魅力ある地域としていくためには、より多くの人からそのまちの好評価を得、そこに住む人々自身がまちに誇りを持ち愛着を感じながら、よりよいまちとしていくための活動を促進していくことが大切であり、そのためには、より多くの人々が訪れ、まちのいろんな魅力に触れてもらえる機会を創出していく必要がある。

例えば、道の駅や商店街等での地元産品の販売促進と周辺観光施設等との連携促進、地元名物の開発・販路開拓の推進、地域資源を活用して消費者を呼び込むツーリズムの促進など、まちの魅力を最大限活かした取り組みを図っていくことが肝要である。

観光集客等によってまちを活性化していくためには、まちを訪れた人にもう一度訪れてみたいと思ってもらえる環境づくりが大切である。リピーター獲得は、そのまちのファンを獲得することであり、一人のファンが、二人三人と拡大することも期待できる。そうしたまちのファン獲得に向けた、そのまちならではのさまざまな工夫を凝らした取り組みを創出していくことが大切である。

このため、府民をはじめ大阪に暮らす人々自身が地元・大阪の魅力を内外に発信する取り組みの促進、地域の魅力づくり活動や観光ボランティアの活動の推進、地域の発意による景観形成や特色あるまちづくりの推進、内外からの観光客を暖かく地域に迎え入れおもてなしする取り組みの推進、若者や大阪に滞在する外国人等による世界に向けた大阪の魅力発信の推進につながる施策などを講じていく必要がある。

訪日外国人観光客のリピーターのニーズや様々な長期滞在の嗜好を捉え、適切な受入環境を整え、充実させていく必要がある。

とりわけ、外国人富裕層を対象に、観光目的による滞在期間が最長1年とされるビザ要件の緩和などを見据えながら、大阪における長期滞在に対応した受入環境整備の推進や、大阪に滞在しながら国内各地を観光する仕掛けづくりなどから、順次、取り組んで行くことが大切である。

地域に受継がれてきた伝統的な文化や祭は、地域のアイデンティティであり、人を惹きつける魅力的な観光資源となりうる。そうした魅力資源の価値を地元大阪の人々自身が忘れてしまっており、十分に活用されていない。人々のシビックプライドを高め、地域の魅力資源を集客に結びつけ、地域の活性化を図る取り組みを強化していく必要がある。

このため、魅力ある地域の歴史的な遺産の再評価と発信、歴史的なまちなみ再生や魅力創出活動のネットワーク化を図るとともに、桜や紅葉等の人気の高いコンテンツに加え、地域の祭りや伝統行事などその地域特有の魅力や、歴史やストーリー性で結びつけた多彩な魅力のプロモーション強化、海・山・川などの自然にふれあい、登山やハイキング、フィッシング、キャンプなど、多様な楽しみ方ができる環境の充実、大阪の歴史を感じ、次世代に受継いでいく歴史ウォークやまち歩きイベントの推進、質の高いスポーツ・文化・芸術に触れる機会の拡大など、その地域らしさを活かした取り組みを着実に進めていくことが大切である。

今後の都市魅力創造の方向性について(提言)

3. 広域連携の促進

「人口減少問題の克服」と「成長力の確保」を図り、地域全体が活性化していくためには、地域に人材と資金を呼び込み、若者や女性、働き盛りの世代にとって魅力のある産業を創出していく必要がある。とりわけ、観光・集客といった都市魅力の観点から、地域資源の価値を高め、地域外からの集客促進を図り、賑わいを創出し、地域での消費活動を活発化させるためには、単一行政区域のみならず、複数の市町村や地域団体等が連携して事業に取り組む地域連携が重要である。

特に、持続可能な都市魅力創造という観点から、地域資源を活用した集客促進・経済波及・雇用創出・新たな魅力創造の好循環を生み出す仕組みづくりや、若者が観光産業やまちの魅力づくり、文化・芸術活動などの分野で積極的に地域に関わりを持つことができる仕組みづくりが必要である。

歴史的・地理的なつながり、地域の人々の生活圏の広がりといった観点から、府県域を越えた隣接する地域が連携し、観光集客を図っていく取組みも大切である。

このため、歴史的なまちなみ再生や魅力創出活動のネットワーク化、歴史やテーマ等で魅力スポットを結んだクールジャパンを満喫いただける広域観光ルートの創出・発信などにあたっては、市町村や地域団体等の連携を促進し、一体的な取組みとして広げていく必要がある。

日本の玄関口である関西国際空港を有する大阪を訪れた外国人観光客に日本各地の魅力を知らせていただき、誘客につなげていくことも、東京と並んで二極を担う大阪の果すべき大きな役割である。大都市としての交通の利便性も活かしながら、他府県との広域的な観光施策連携を図っていくことも重要である。このため、関西及び日本各地の伝統文化や四季折々の魅力を発信する機会の提供による大阪から各地への誘客促進や、観光タクシー・周遊バスといった府内や関西の観光スポット等を周遊できる仕組みづくりを推進していくことが肝要である。さらに、関西圏はもとより、東京、名古屋といった大都市圏との連携、アジアの都市との連携なども視野に入れながら、世界中からヒト・モノ・投資を呼び込む、新たな価値創造を図っていくことも大切である。

4. オリンピック・パラリンピック等の効果を大阪の成長に活かす

2019年ラグビーワールドカップ、2020年オリンピック・パラリンピックの開催により、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。特に、2020年の訪日外国人観光客数について、国においては、2000万人の高みを目指し、大阪の観光戦略においても650万人の集客を目指すこととしており、実際に訪日外国人観光客数は急増の状況にある。日本の西の玄関口である関西国際空港を有する大阪においては、海外から訪れる人々が、スムーズに目的地に移動し、安心して滞在し、観光やショッピングなど楽しんでいただける環境を整備していくことが急務である。

このため、滞在中の移動をサポートする多言語に対応した案内・情報発信の強化、観光スポット、商業施設、飲食店等におけるおもてなしの強化（メニュー表示、商品説明、免税カウンター、特典・サービス、商品海外発送 etc.）、宿泊施設の拡充、観光タクシーや周遊バスなど府内や関西の観光スポット等を周遊できる仕組みづくりなどの施策に取り組む必要がある。

オリンピック・パラリンピックを機に、スポーツへの関心を高め、世界レベルのスポーツに触れる機会を創出し、次代のスポーツ界を担う人材の輩出につなげていく必要がある。また、世界で活躍するアスリート達を応援し、オリンピック・パラリンピックを我が国全体で盛り上げていく環境づくりも大切である。

このため、オリンピック・パラリンピック、ラグビーワールドカップの事前合宿や国際試合の誘致、オリンピック・パラリンピックの聖火リレーを通じた機運盛り上げと地域の活性化、大阪出身のアスリート等と連携した機運醸成など、効果的な施策を講じていく必要がある。

オリンピック・パラリンピックを機に、スポーツや文化等をテーマに、世界から大阪に人が集まり、交流し、多様な人材がグローバルに活躍できる状況を創出することも大切である。

このため、スポーツや文化をテーマとした国際交流、都市魅力活動の担い手（まちづくり団体、観光ボランティア、企業等）が自主的に全国及び世界各地の人々と交流する様々な民間主体のグローバルネットワークづくり、世界からクリエイティブな人々（アーティスト、デザイナー、建築家、クリエイター等）が集い文化・芸術活動に取り組める環境づくりを促進する必要がある。

今後の都市魅力創造の方向性について(提言)

オリンピック・パラリンピックを機に、スポーツに対する関心の高まりや訪日外国人の一層の増加が見込まれる。プロスポーツチームや世界レベルのスポーツ人材を有する実業団スポーツチームが多数存在し、国際大会などに対応できるスポーツ施設も多数立地する大阪において、こうしたポテンシャルを観光集客に活かした取組みを創出していくことも大切である。

このため、スポーツイベントを含むMICEの誘致・開催促進、大阪の特色ある文化や府内の多彩な観光魅力を体感してもらえるプログラムの創出、大規模なスポーツイベントやプロスポーツなどを活かしスポーツツーリズムの推進につながる施策展開が必要である。

国内外の新たな市場を開拓するチャンスが到来している。潜在的な需要を掘り起こし、スポーツや観光等の成長産業化に向けた取組の加速や、販路開拓への積極的な対応等に取り組む、大阪の成長につなげていく必要がある。

このため、機能性の高い大阪製のスポーツ用品・スポーツウェア等の開発・販路開拓、スポーツと他の分野（健康づくり、食、教育、クールジャパン、福祉厚生、障害者福祉etc.）を融合した新しいビジネスやサービスの創出が求められる。

結びに

国や地方自治体の政策に基づく様々な規制緩和や、それに応じた民間による様々な事業展開が功を奏し、都市魅力創造・観光集客の分野においては、外国人観光客の急増という現象を生み出している。この状況を一過性に終わらせないためにも、日本各地において、まだまだ知られていない、まちの魅力をアピールし、新たな魅力を創出し、魅力ある地域資源を活用した新たな商品を売り出すなど、人を呼び込む取組みを、わが国全体で継続的に取り組んで行く努力が必要である。大阪には、その先頭に立って、都市の魅力を創造し、新たな文化を創造する取組みにチャレンジし続けていくことで、国内はもとより、世界の人々にも、大阪は活力ある都市を印象づけ、イメージアップにつなげてもらいたい。

大阪府市が、長年取り組んできた水都大阪の推進については、社会実験、規制緩和、民間対話等を経て本格実施に至るというプロセスを恒常化させ、都市魅力創造を常に実現しうるサイクルを確立する必要がある。また、インバウンド対応を視野に入れるとき、外国人観光客に人気の大阪城の水と陸のアクセス機能の強化ということも課題であり、水と陸のアクセス拠点の実現を図って欲しい。その上で、水の都・大阪を世界に通用する都市ブランドとして高めていけるよう、ダイナミックな取組みに発展させ、誰もが、大阪といえば「水の都」「水都」をイメージできるような取組みにつなげて欲しい。

文化創造の観点からは、日常的な文化活動がまちのいたるところで活発に行われる環境を創出するとともに、一定の期間、あるいは特定の時期に、爆発的なインパクトを与える文化活動を集中的に展開するなど、世界のアーティストから注目される状況を生み出し、それを内外に効果的にプロモーションしていく文化政策を期待したい。

2020年オリンピック・パラリンピックイヤーに向けては、イギリスのロンドンオリンピックの際に、オリンピックでロンドンを訪れた方に、もう一つ別の都市を訪れてもらい、相乗効果を上げていこうという「ロンドン + (プラス)」という政策が行われたが、この発想を転換して、東京以外の都市に宿泊してもらって日本の観光や文化を楽しんでいただき、オリンピック競技を観るときは飛行機や新幹線で東京に移動してもらおうといった「+ (プラス) 東京」という発想が必要。是非、そうした考え方を大阪がリードしてほしい。

あらゆるモノがインターネットを通じて世界とつながるIoT（インターネット・オブ・シングス）の時代が到来している。都市魅力・観光分野においても、産業活動に結びつけ、世界中の人々に提供する新たなサービスや商品が創出される可能性を秘めている。こうした時代のトレンドも踏まえ、今後の施策や取組みに活かされることを期待したい。

最後に、大阪都市魅力創造戦略に基づく様々な施策展開の中で培ってきたノウハウやネットワークを活かしながら、大阪府及び大阪市が中心となって、経済界や府内の市町村、そして地域の魅力づくりや産業振興、観光振興に関わる様々な団体が、大阪の更なる成長に向けて共通の目標を掲げ、それぞれの役割を果たしていくことで、大阪の活力ある魅力的な姿“光”を世界の人々に“観”せる取組みを一層強化していけるよう、引き続き努力を続けて欲しい。