

日時：平成28年4月8日（金）10:00～12:00

場所：咲洲庁舎20階会議室

出席委員：相原委員、近藤委員、佐藤委員、橋爪委員、溝畑委員、山本委員

■司会

〔開会・出席者紹介〕

■知事

〔挨拶〕

○現在、大阪には大勢のお客様が内外からお越しにいただいております、その伸び率は東京以上。委員の皆様方には、これまでのご経験とお力で、大阪を日本で、そしてアジアの主都市の中で圧倒的な魅力のある都市とするための計画をぜひ策定いただきたい。

○大阪では府市一体となって4年前に観光局を設置し、少しずつ成果が出てきているところ。役所や組織では考えが及ばないような提案をいかに実現するかというスタンスに立ち行政の運営をしている。こういうことを言ってもなかなか難しいだろうなというようなことを実現させるのが、今の大阪の行政。またそういうことを実現することによって、非日常を求め、大勢の皆さんがご参加いただけるような、大阪にお越しいただけるような、状況を作ってきている。

○大勢の方を迎え入れるということでは、ベイエリアは非常にポテンシャルの高いエリアであり、また、空き地が多いということで、どんなものにも姿を変えられる状態になっているというのが、このエリア。ベイエリアを中心に、都市の魅力づくりをお願いしたい。

○政府はインバウンドの目標数値について、2020年の目標を今までの2千万人から4千万人という大きな数値目標を設定。府も、当初目標の650万人を昨年クリアしたため、私としては、2020年に1千万人という数値を掲げたが、今後の議論の中では数値の上方修正していくことになろうかと思う。大阪が魅力ある都市であることを府民の皆さんに実感してもらえるような計画にしていきたい。

■司会

〔会長選任〕

→溝畑委員が会長に選任

〔副会長選任〕

→佐藤委員が副会長に選任

■橋爪委員

〔これまでの都市魅力の取組みについて〕

○世界の都市間競争に打ち勝つため、具体的な施策と事業をわれわれが提案し、具体化させていかな

いといけない。。

○この10年ほどの間に世界各地に巨大都市が誕生しており、あらゆる分野で激化する都市間競争に大阪もさらされている。大都市圏域での集客に関する総合的な都市制度、特に交流人口の増加を促す広域の政策が必要と考える。。

○今回の新しい戦略では、都心の重点化だけでなく府域全体のネットワークも必要。近い将来、2016年度に新名神の高槻以西の開通、2018年度に府制150周年、2019年に大和川左岸線開通ならびにラグビーワールドカップの開催がある。百舌古市古墳群の世界遺産登録も2018年頃。また2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催。2020年代ではうめきた2期、中之島西部開発、IR等が進捗する見込み。知事が提案される2025年の大阪万博誘致など、すすめるべき事業をリストに加える必要がある。広域行政体として、あるいは大都市として、国際的に競争力のある魅力ある大阪をつくっていくための戦略としてまいりたい。

#### ■相原委員

〔今後の都市魅力施策の展開にあたっての視点や提言〕

○私からはスポーツについて。スポーツで言うと、2019年のラグビーワールドカップ、2020年のオリンピック・パラリンピック、2021年関西ワールドマスターズゲームがあり、非常に大事な3年間。

○大阪で行う取組みとして、オリンピックムーブメント教育を提案したい。「相手」「ルール」「審判」の3つを守ることがスポーツになるが、スポーツマンシップ等を学ぶことで、いじめ撲滅といった取組みにつなげる。また、集客効果を発揮できるシステムをつくることで、利益の創出も可能。これも地域のスポーツ活性化のひとつ。オリンピックを開催できる国はアジアでは少ないので、こうした考えをアジアに広げていければ、大阪のイメージアップにもつながる。

○ビジネスの話では、Jリーグの「スマート・ベニュー構想」のように、大阪の場合、例えば大阪城が集客効果を高める社会資源装置になる。社会資源装置を大阪のスポーツで考えると、オリンピックのような1回きりの勝負ではなく、サイクリングやモータースポーツなどの国際的なシリーズ化を考えるべき。今のスポーツビジネスは、世界中から学び、ビジネスが集まり、自分たちが儲ける仕組みをつくる時代。こうしたビジネスと、社会資源装置を結びつける必要がある。そして、日本だけではなく世界に目を向けて大胆な発想でビジネスをしていくことが必要。

○オリンピックをきっかけに、大阪でどんな体験をしたのか、あるいは、そこから生まれたものを海外に輸出する発想で取組みたい。

#### ■近藤委員

〔今後の都市魅力施策の展開にあたっての視点や提言〕

○大学の国際化や留学生等の受け入れが私のバックグラウンドなので、定着してくれる人々をどうつくり、どうブランド力を強化していくかについて、私の考えを述べたい。

○持続可能な、次の世代に受け継がれるような大阪ブランドをつくるべき。そのためには、何をベースにビジョンを持ちブランディングしていくかを考える必要がある。今、観光で大阪を訪れる人は多い。その人たちに大阪の魅力を感じてもらうことで例えば働きたいと思ったときには大阪を第一に思い浮かべるような、そうした大阪をつくるのが長続きする大阪ブランドの方向性になるのでは。大阪が目指すべきは、比較優位な総合的都市。

○都市のブランドをつくる上で、そこに住む人がどのような人かということは重要。また、留学生をはじめとする若者に大阪に好意を持ってもらうことで、将来にわたるブランド力の向上につながる。

○国際化を進めるともとの大阪の人は少数になる可能性がある。しかし、若いうちから大阪に慣れ親しんでもらえる人材を増やしていけば、大阪のブランドは維持される。

#### ■佐藤委員

〔今後の都市魅力施策の展開にあたっての視点や提言〕

○今は海外のお客さんが多いが、今後は普通に戻っていく。リピーターを確保していくためには街をどう成熟させていくのかを考えていくべき。それから、規制緩和の面で取り除けるハードルはまだあるのでは。使えていなかった大阪のいいものを皆さんにどう見ていただくのかという視点でものを考え直すことが必要。

○また府市一体での取組みという話があったが、大阪内だけでなく、大阪が関西におけるハブ機能を持つべき。大阪を起点にして人が動くという新しい観光のあり方をやれば良いのではないか。

○行政には、民間の取組みをいろいろなかたちでサポートするプロデューサー的な機能を担ってほしい。

#### ■山本委員

〔今後の都市魅力施策の展開にあたっての視点や提言〕

○山本能楽堂の取組み事例を紹介させていただく。

○大阪は「芸能の都」である。能楽は約700年間、文楽・歌舞伎は400年間演じられ続けているが、大阪では他にも落語、講談、浪曲など多彩な芸能が生まれ、育まれてきた。これらの上方伝統芸能は貴重な大阪の地域資源であり、文化遺産。大阪が他に類を見ない文化集積都市であることを発信し、大阪の魅力を向上できないかと活動している。

○インバウンドの推進活動としては、①公演時に日・英・中・韓の四か国語による字幕の掲示や資料の配布、②能楽の体験講座や建物見学会の受入れ、③ユニーク・ベニユーとして海外からの要人等のおもてなし、④大阪を訪れる方も楽しめるのストリートライブ能の実施、⑤海外公演時における大阪の魅力アピールの5つの事業を実施。海外に向けても大阪が「芸能の都」であることを発信し海外の方にも楽しんでいただけるよう、大阪に伝わる古典芸能をコンパクトに4種類組み合わせた

ミニ公演を全て英語だけで実施するなどの取り組みも行っている。

#### ■橋爪委員

〔今後の都市魅力施策の展開にあたっての視点や提言〕

○大阪市内だけではなく、市民会館の建て替えをすすめている豊中市や堺市を始め、府下の各地域が拠点を整え、地域の個性や特徴を活かした文化振興を進めることが、地域全体の魅力向上につながるという視点が重要。同時に世界的な集客イベントも大事である。2019年に予定されている「大阪市中央公会堂 100年」などは大事な節目になると思う。世界中の人が死ぬまでに一度は行ってみたいと思う「憧れの目的地」のリストの上位に大阪を入れていくことを考えるべき。

○次期文化振興計画に関しては、前計画の理念を継承しつつ、新たな要素として、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた文化プログラムの展開、関連する独自の文化事業の実施の検討、文化振興とスポーツ振興との連携等の対応が必要。また、大阪文化の担い手の育成、文化芸術資源の観光利用を含めた利活用の検討、多くの公共事業が寄付によって展開されてきた伝統を継承する「大阪らしい寄付文化の醸成」など、文化振興によって好循環を生み出す視点が重要。

#### ■溝畑会長

〔今後の都市魅力施策の展開にあたっての視点や提言〕

○大阪には多様な観光資源があるが、その中から世界水準の観光資源を出すとともに、府内の観光資源の掘り起し、ブランド化が必要。また、経済の低迷や、発信力の低下に危機感を持っている。一方で、これからの10年間で大阪は世界で突き抜けるチャンスがある。その中で、都市・観光・文化・スポーツを横軸にした長期的な視点に立った戦略策定、目標設定の打ち出しが今後の大きな課題。様々な大規模プロジェクトが一気に進む2025年に向け、大阪が世界の中で突き抜ける絵を描きながら、これからの5年間でこの委員会でもどう考えていくかということが重要。

○基本的な考え方として、「24時間観光都市」の実現、宿泊施設の問題、MICE戦略、留学生・高度人材の受け入れ、スポーツ資源を活かした健康・医療・スポーツ文化都市の構築、大胆な規制緩和による文化財の公開開放、府内市町村の観光資源の掘り起こし等が必要と考える。

#### ■大阪商工会議所 小林地域振興部次長

〔オブザーバー意見〕

○規制緩和にこれまで以上に取り組んでいただきたい。中小企業の方々がビジネスをやっていこう、ワクワクして挑戦しようと思うような、魅力ある戦略の策定をお願いしたい。

#### ■関西経済同友会 松尾企画調査部調査役

〔オブザーバー意見〕

○観光関連の企業は収益を上げるのが難しい、給与レベルも高くないと聞いたことがあるので、企業が儲かる構造を研究していただきたい。戦略の計画期間は2020年とされているが、2021年の関西ワールドマスタースゲームズをこの戦略に位置づけていただきたい。戦略には関西全体の視点を加えていただきたい。

■大阪府市長会・町村長会事務局 鶴田自治振興部長

〔オブザーバー意見〕

○奈良県、和歌山県等、府の周辺との連携にはアクセスを高めることが重要。

■事務局説明

〔都市魅力の推進にかかる新たな戦略の策定方針〕

→策定方針決定

〔部会の設置〕

→部会の設置決定

〔今後のスケジュール〕

→今後のスケジュール決定

■岡本府民文化部長

〔挨拶〕

○現在インバウンドは非常に好調に推移している。今後も 2019 年のラグビーワールドカップ、2020 年のオリンピック・パラリンピック、2021 年の関西ワールドマスターズゲームズと、さらに増加が期待される。その一方で、現状の都市魅力の観点、受け入れ環境という面では、まだまだ十分ではない。これからは、都心部の集客力を高めてそれを持続するとともに、府内全域への誘客の促進が大切だと思う。

○大阪には長い歴史、様々な文化、芸術、街並み、自然がある。これらを大切にしながら、掘り起し、磨き、育てていくことが大切。そして、大阪に長く滞在してもらうことや、リピーターを増やし、集客、消費喚起、投資拡大、活性化という、好循環につながる施策を展開したい。大阪のブランディングのキーワードは都市魅力、賑わい、歴史、文化、国際化、観光、スポーツ。委員のみなさんからは、大阪が関西発展のけん引役となり、世界に存在感を示せる国際都市として進化できるよう、ご意見を賜りたい。

〔閉会〕