

第5回大阪府市都市魅力戦略推進会議 議事概要

と き : 平成26年6月24日(火) 16:30~18:20

ところ : 大阪府公館 大サロン

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)
オブザーバ 関経連 高松部長

(概要)

■大阪都市魅力創造戦略の進捗状況について

1) 3つの重点取組みの進捗状況と評価について

- ・水と光のまちづくり・・・ 岡本魅力づくり推進課長【大阪府】
- ・大阪・光の饗宴2013・・・ 今井まち魅力担当課長(大阪市)
- ・大阪アーツカウンシル・・・ 奥平文化課長【大阪府】
- ・大阪観光局・・・・・・ 芝原企画・観光課長【大阪府】

【意見】

嘉名副会長

- 2013年度は、組織の立ち上げの段階からのスタートであったが、説明をお聞きし、それなりの成果が上がっているという印象を受けた。今年度は全体として、よりステップアップしていく年ではないかと感じている。
- 以前、観光局から聞いた話だが、大阪の宿泊施設の稼働率が軒並みアップしていると聞いている。これからさらに観光集客の数値を上げていこうとすると、キャパシティの問題が出てくる。実際、宿泊施設が足りないといったことや、観光バスを受け入れるスペースが足りないなどといった声を聞いており、現状では対応が難しいものも出てくる。
- もちろん、物理的に解消できるものとできないもの、工夫により対応していけるものなど、色々あると思うが、キャパシティを増やしていくような取組みをしていかないといけないと思うので、このあたりの先を見据えた議論を行っていく必要があるのではないかと。
- ぜひ今年度は、観光局、水都大阪や光の饗宴といった水と光のまちづくり、アーツカウンシルが、相互に連携するような取組みを行い、効果を高めていって欲しい。

池末委員

- 水と光のまちづくりやアーツカウンシルはどちらかといえば、コンテンツを深めていくような取組みだが、プロモーションの側から、大阪の魅力を高めるために、こういうものがあつたらよいのではというコンテンツに対する大阪観光局からのフィードバックがあつた方がよい。
- プロモーションで、相手側にどれだけ響いたかや、何が足りないかを答えてもらうのは非常に難しいと思うが、何らかのかたちでフィードバックが必要ではないかと。
- 海外のメディアでどれだけ取り上げられたか、どういうものが取り上げられなかったかや、他の都市で魅力があるといわれている都市はどういうところなのかを解析して、大阪を魅力あるまちにするにはどういったことが必要なのかということを見せてもらえると、この会議でも、もっと何が必要なのかということが見えてくるので、ぜひお願いしたい。
- コンテンツとしての水・光・アーツはスタートの年としては、それなりの成果が出ているということだったが、本来、この2つに求められているところにはまだ至っていないように思う。

- 特に、アーツカウンシルは、まだ設計の形までいっていないので、どうかたちを作っていくのか、必要な予算確保をどうしていくのか。予算確保していくにはそれなりのアウトプットが要求されると思うが、さらにジャンプアップするために、水・光・アーツはそれぞれ評価検討組織があると思うが、大阪の都市魅力にもう少し寄与してもらえそうな絵が見たい。

太下委員

- 観光局の取組みで、2020年に650万人の来阪外国人観光客数という目標について、前年比3割ベースの伸びで、このまま伸びていけば、2018年には650万人の目標をクリアできるということになるが、今後、毎年3割ずつ増加していくのは難しいと思う。
- 一方で、目標年の2020年はオリンピックイヤーになる。2014年のロンドンオリンピックの際には、ロンドン+（プラス）という観光政策があり、世界中からロンドンに来た人がロンドンだけでなく、もう1都市どこかに行ってもらおうという政策を実施した。
- 東京オリンピックの際にも同じような政策をやればよいという人もいるが、私は日本の場合は逆ではないかと思っている。
- 2020年には東京は、宿泊施設は満室、羽田や成田も相当増便されると思うが、旅客便も満席になるなど、観光客でいっぱいになることが予想される。
- 一方で、日本とイギリスを比べた場合の大きな違いは、極めて国内移動の密度が高く、安全で、安く、なおかつ国際空港が各地に数多くあるということである。
- 要は、東京は飽和状態なので、東京に行ってもらわなくてもよいのではないかと、各地方都市で海外からの旅客を受け入れ、各地で宿泊してもらい、オリンピックを見たければ新幹線で移動してもらおう。
- 東京オリンピックの際には、ロンドンプラスの発想を逆転させて、+（プラス）東京という発想が必要ではないか。例えば、大阪プラス東京といった戦略の方が現実的だし、日本の実情にもあっている。そうした考え方を踏まえて、650万人という目標を達成してもらえれば。
- 一方で、日本に来た際に大阪が選ばれるためには、コンテンツを充実させる必要がある。大阪に行ったときに何が楽しみとしてあるのかというところで、ぜひ文化的な魅力をもっと2020年に向けて向上させていってほしい。

関西経済連合会 高松部長

- 水と光やアーツカウンシル、観光局といったそれぞれの施策が連携をとっていくことはよいことだと思う。
- 観光局については、来阪外国人観光客数が260万人を達成したということだが、外的要因が大きいなど、追い風が吹いているのと、大阪だけに来たわけではなく、関西国際空港から入って大阪を経由して関西各地へ行くケースが多いので、引き続き関西全体での連携をお願いしたい。
- とはいえ、玄関口となる関西国際空港がある大阪が、やはりリーダーシップを発揮して欲しい。
- オリンピックに関しては、こんなビッグチャンスはないので、魅力あるコンテンツである水・光の取り組みなど、外国人観光客を呼び込める魅力的なコンテンツを、2020年に向けてもっと進化させていって欲しい。

2) 5つの重点エリアマネジメントの進捗状況について

- ・大阪城・大手前・森之宮地区
大阪城PMO、石垣公開施設・・・竹野大阪城魅力担当課長（大阪市）
- ・中之島ミュージアムアイランド構想
新しい美術館・・・・・・・・・・洞新美術館整備担当課長（大阪市）
中央公会堂の活用検討・・・・・・・・大上文化課長（大阪市）
中之島図書館の活用・・・・・・・・時岡企画・観光課参事【大阪府】
- ・天王寺・阿倍野地区
天王寺エントランスエリア整備・・・長瀬都市魅力担当課長（大阪市）
- ・御堂筋フェスティバルモール化・・・長瀬都市魅力担当課長（大阪市）
- ・築港・ベイエリア地区・・・・・・・・松井港湾局開発調整担当課長（大阪市）

【意見】

嘉名副会長

- 中之島については、是非がんばって欲しい。これから美術館、公会堂、図書館等の取組みが進んでいくということだが、事例でいうと、スペインのビルバオは30万少しの人口だが、グッゲンハイム美術館には、100～150万人が訪れるほどになっている。ビルバオの水辺を再生することで、文化都市として再生したという有名な事例がある。
- 中之島は大阪にとって大事な場所。個々のプロジェクトが着実に進行しているということはわかったが、ミュージアムアイランドというからには、一体的なコンセプトなど、中之島としてのブランディングが必要。中之島は民間のまちづくりが進んでいるというところではあるが、そろそろトータルのまちづくりやブランディングというものも考えていくタイミングではないか。ぜひ、ビルバオのようなまちづくりを考えてほしい。
- 都市魅力創造戦略に掲げた項目に沿って取組みの説明をしていただいたが、戦略に載っていないものでも、その後、新しい取組みが生まれてきているものもあると思うので、そうした関連プロジェクトがあるなら、今後は一緒にディスカッションできるようにしてほしい。

池末委員

- いつ行ってもある魅力、常に行われているイベントなどは、それぞれ考えて取り組んでいただいているが、規模が小さいとなかなかプロモーションが十分できないことがある。
- まとめて実施できるものがあれば、大規模化することで集客アップにもつながると思うので、可能性があれば、そうしたことも考えて欲しい。

太下委員

- 各地区ともに賑わい創出の取組みが行われているが、せっかく大阪にアーツカウンシルができたのだから、是非、相談いただければと思う。
- 大阪にも色んなアーティストがいるので、そういう方々のアイデアや、展示、パフォーマンス等が各地区の魅力づくり、賑わい創出に貢献できことがあると思うので、ぜひ連携してほしい。

関西経済連合会 高松部長

- 先ほどの説明から全体を通しての印象だが、民間事業者の力により推進するという取組みが多い。
- そうはいつでも、民間事業者は自己の利益があつてのものなので、それにふさわしいインセンティブをつけて民間事業者が参入しやすい措置をそれぞれで考えてほしい。

■シンボルイヤーの取り組みについて

- ①大坂の陣 400 年天下一祭・・・・・・・・長瀬都市魅力担当課長（大阪市）
- ②水都大阪 2015 開催準備事業・・・・・・・・岡本魅力づくり推進課長【大阪府】
- ③大阪・光の饗宴 2014・・・・・・・・今井まち魅力担当課長（大阪市）

【意見】

嘉名副会長

- 水都大阪 2015 については、民間からの事業提案を受けるとのことだが、時間がないので、迅速に提案を実行できるような支援をお願いしたい。
- 文化の取り組みについては、2014、2015 年はないのか。

⇒奥平 府文化課長

- ・ 2015 年の文化の取り組みについては、夏にアーツカウンシルから提案いただく予定。それを踏まえてということになる。
- ・ 水都大阪に関連した文化の取り組みということについては、昨年、おおさかカンヴァス事業を中之島ゲートで行うにあたって、水都大阪フェスと連携して実施し、5 万人の来場者があった。海外からも数多くの方に来ていただいた。
- ・ 中之島ゲートは普段、人が少ない場所だが、今回の取り組みで改めて場所の魅力を再発見していただき、そのおかげで色々な反響があった。
- ・ ゲートから高層ビルを望む風景などを評価していただき、海外の有名な劇団の方が公演を希望されるなど、場所の魅力を発見・発掘できたと自負している。今後もそういった連携をやっていききたい。
- ・ 2014 年は、御堂筋でおおさかカンヴァス事業を実施するが、蓄積したノウハウを踏まえ、さらにパワーアップして 2015 年の展開に結びつけていきたい。その際にはアーツカウンシルの意見も踏まえてやっていきたい。

池末委員

- 全体として、民間の力でもって推進していく事業が多いので、資金の問題もあるが、担い手としての民間のプロデューサーが不足しているという話を聞く。
- 府外から見て、どれだけ魅力あるものにするかという点も重要かと思うので、外から大阪を見ることができる人材を招致することも考えて欲しい。

太下委員

- 2014 年、2015 年はかなり盛り上がり期待できるが、これで終わらないようにしてほしい。2020 年が大きな山になるので、2020 年に向けてのオリンピックの文化プログラムが 2016 年から始まる。
- また、2015 年には食がテーマのミラノ万博が開催されるが、ユネスコの無形文化遺産に日本の食が登録され、また、順調にいけば、今年の 11 月にはユネスコ創造都市ネットワークの中で、食文化都市が国内で 2 つ、新潟市と鶴岡市だが、誕生する予定。
- ヨーロッパを中心として日本の食文化への関心が高まっているので、2014 年、2015 年の動きを次につなげていくために、例えば食を活用するとか、次の戦略へもつなげていっていただきたい。

関西経済連合会 高松部長

- 2015年にこれだけ色んなことをやる以上、もっと府民・市民に知ってもらい、来てもらうための広報の努力が必要。大阪観光局と連携して海外から人が来てもらうということも大事だが、関西でもっと知ってもらって、2015年の大阪は違うなという印象が残るような広報に努めてもらいたい。

【総括】

橋爪会長

- 2020年に向けて、次の計画をどのように立てていくのかということも検討して欲しい。
- オリンピックだけではなく、2020年は、大阪万博50周年、花博30周年、中之島4丁目、5丁目の再開発、美術館も含め進捗がある。うめきた2期も出てくるであろうし、法案さえとおれば、IR誘致の可能性も出てくるし、2019年は関空25周年などもある。オリンピックに関係なく、大阪独自の打ち出しを2019、2020、2021年あたりに集めることが必要。
- 今回の戦略は、大阪府市で相乗効果の出るものとして、3つの重点取組、重点エリア、シンボルイヤーの取組みを行ってきたが、2020年に向けては経済界も入っていただきながら、もっと全体として迫力のある構想を打ち出して欲しい。
- 大阪版 BID（仮称）の条例も2020年にはうめきたはもちろんのこと、他にも色んなところで想定されるだろうし、大阪城公園の大阪城パークマネジメントも他ではなかなか見られない取組み。
- ぜひともこうした今回新たに動き出した取組みについては、大阪は民間の力を導入しながら、公共空間を上手く使って再生した魅力ある都市として、先進的な取組みの視察に日本中からくるなど、2020年には世界から注目される都市となるようにしていただきたい。
- 京都市の観光戦略についても私が中心となって検討を行っているが、よく言っているのは、観光や集客が一過性のものにならないために、例えば、観光や都市魅力と大学連携がもっと必要だろうということ。
- ロンドンの観光政策では、観光政策と、大学の留学生誘致や研究開発が連携している。
- 大阪の場合は、大学が都心から郊外に出たが、今後、人口減少期にあっては、大阪の都心へ戻すべきだという思いをもっているのもう一度、都市魅力と大学の連携など、学生が戻ってくるような取組みも2020年に向けては必要ではないか。
- また、国内外からの民間の投資を呼び込むことが必要。文化産業だけでなく、色々な産業の投資を大阪へ呼び込むためには都市魅力の向上は不可欠。日本中の企業が大阪に投資してもらえるような仕組みを考えるべき。
- 3月にロンドンオリンピックについてのヒヤリングを行うため、イギリスへ行ってきた。その時のロンドンの観光政策として、ロンドンに展開していない世界中の企業のトップを呼んで、ぜひイギリスに投資してほしいというような会議を行い、そのアフターコンベンションのユニークベニューとしてオリンピックの競技を観るといような取組みを行った。
- 東京オリンピックの際には、魅力ある MICE を大阪で行い、アフターコンベンションとして東京オリンピックに行ってもらえるなどのプログラムも考えられるのではないかと。ロンドンでも実際に行われている。投資を呼び込むような国際会議として、観光・MICE 政策と投資政策の連携・融合が必要ではないか。ぜひとも2020年に向けて、府・市・経済界で考えていってもらいたい。

以上