

令和6年度「IRビジネスセミナー」(第1回)

講師講演要旨

- 講演：「大阪IRを起爆剤に、大阪がアジアNo.1の国際観光文化都市をめざすための、都市魅力、ビジネスの活性化について」
- 講師：溝畑 宏 氏（公益財団法人大阪観光局理事長）

1. 大阪が持つべきマインドについて

- 今日、私がお話をしたいのは、IRというのは、あくまで大阪がアジア No.1 の国際観光文化都市になるための起爆剤であるということです。
- 今の大阪に必要なのは、東京をライバルと考えるのではなく、ロンドンやパリ、ニューヨークを見て、どこが負けているのか、どうやったら勝てるのか。世界の都市の中での立ち位置という視点から分析、評価すべきであると私は思っています。
- 東京には、絶対に勝てないところもある。それは政府組織、いわゆる統治機構は東京にある。金融、これも、どう頑張っても勝てません。そして、おそらく商社的な機能、これも勝てません。しかし、大阪にはものづくり、食、スポーツ、エンターテインメント、この分野では絶対勝てるというのが私の考えです。
- 歴史的に、約1500年前に異国の文化を受け入れ、多様な異国の文化を柔軟に受け入れてきた歴史がある。しかも、大阪を中心に関西2府4県、世界遺産の大半を持っています。しかも、国宝、重要文化財の約60%以上が集積している。科学技術イノベーション医療スポーツなどの分野で、他のエリアにない強みを持っています。
- これから2030年までが、おそらく大阪にとって、世界有数の大都市になっていくのか、一地方都市に甘んじるのか、大きな分岐点だと思います。
- IR開業で全てを終結するんじゃなくて、大切なのは、自分たちの都市をどんな都市にしたいのか。自分たちで都市を変えていくというマインドだと思います。このマインドがなければ、万博をやろうがIRを開業しようが、単なる点で終わってしまいます。点ではなく線にしていく。この発想を持って、IR開業は、都市政策、観光政策、交通政策、文化政策など様々な分野にまたがっているということをご理解いただきたいと思います。

2. めざす都市像について

- アジアンナンバーワンの国際観光文化都市をめざすには、住んでよし、働いてよし、学んでよし、来てよし、これがゴールかなと思っています。1500年の商業都市としての歴史がありますから、食、エンターテインメント、歴史、文化、芸術、スポーツなど極めて質の高いものが集積しています。また、この都市のアイデンティティとして、非常に元気・活力のある都市です。
- 江戸時代に、菱垣廻船、北前船を周遊させたというその背景にも、大阪というまちは、各地を富ませるんだということで、各地方の特産物をしっかり取り込んで、結果的に、日本海を中心に各地方都市を繁栄させたんです。そこにあったのは、大阪が日本を変えてやるんだと

いう元気・活力です。そして夢・希望ですよ。

- 最終的に都市が繁栄するには、若い人材が必要です。若い人材がなぜ集まるのか、一つは夢があるからです。そして、頑張ればお金が儲かる。これがないところには、いくら旗を振っても来ないです。この大阪というまちは、夢を自由に描いて実行できる場所です。これが大きな特性かと思っています。
- インバウンドにも繋がるんですが、やはり商業都市として、歴史的に強いのは多様性、共生、平等。年齢・国籍・性別・障がい等の有無を問わず、包容力、みんなを受け入れるベースがあります。また、大阪は、過去の歴史において、疫病、災害、経済の低迷などの危機的状況からの復活力が早いんですよ。やられたらやり返す。こういう反骨心が強いんです。他には安心・安全、清潔。これは日本全体に共通するストロングポイントです。
- 防災についてですが、インバウンド客が災害が起こった場合、どう対応していくのか。どこに避難をしたらいいのか、どのように災害情報を取得するのかということに力を入れています。また、できる限り効率的に分散させることで、サービスの質を向上させる、効率的にしていくというのが時代のトレンドになるだろうと思っています。
- 最後に環境、緑です。ゼロカーボン、SDGs、これは世界の共通課題で、今、ヨーロッパの各国が積極的に取り組んでいます。こういう意識を持たない都市は、世界では評価されません。あらゆる分野にSDGsの意識を持つこと。これらをしっかり意識をして、まちを作っていこうというのが私達のベースにあります。
- 皆さんの努力で、英誌のエコノミストの「世界で最も住みやすい都市ランキング」では、大阪のポジションが、今、大体10位か9位です。そして「世界の人気都市トップ25」にも入ってきました。世界中における大阪の認知度が高まってきた。非常に大阪のブランド力が上がってきているということです。
- ただし、まだまだ足りない点があります。私達の調査では、世界の都市に比べて大阪は、何が弱いかといいますと、環境と文化です。富裕層にもヒアリングしましたが、大阪で住みたいという人は、神戸市、芦屋市、生駒市と比較して、まだまだ少ないと思います。やはり住みたい都市というクオリティを上げていくこと。そのための条件を揃えていくことが、おそらく、今後の課題かなと思っています。

3. 大阪の持つ交通ハブ機能について

- 大阪という都市は、関西2府4県から、時間にして約1時間の距離にあります。さらに時間を2時間に延ばしますと、ほぼ四国の主要都市に結ばれていく。そして、西は広島から鳥取ですね。それと福井とか、北陸、それから山陰、瀬戸内、中国、こういうエリアを網羅していきます。まさに、ハブとしての機能を持っています。
- そして、都市としての魅力が高まったことで、着実に鉄道の延伸が進んでいると評価していると思います。
- 課題意識を持っているのは関西3空港です。関西3空港懇談会においてキャパは着実に大きくなっておりませんが、それでも2030年までで約7000万人。一方、首都圏のキャパは、約1億6600万人。大阪の約2.3倍まで差がついているんです。そして私達の最大のライバルの仁

川空港、これはどんどんターミナルを拡張して、2024年段階で、1億人を越えました。またシンガポールのチャンギ空港、これ約1億3500万人です。島国日本が観光立国で繁栄していくためには、空港の機能をいかに強化していくか、これは重要なポイントです。関西3空港がもっと頑張らないと、アジアの中の競争には勝てないということです。

4. 大阪の経済について

- 経済の低迷というところで見ますと、40年前の大阪のGDPは、日本全体の10%を占めていました。しかし、2013年では、大体7%です。1人当たりの所得は、かつて東京の10分の9だったのが、この2013年の時点で10分の6です。
- しかし、今、大阪は、インバウンドをはじめ外需を取り込むことに転換した結果、2013から19年、コロナ前ですけれども、伸び率が8.42%で、東京の伸びを上回ったんです。
- インバウンド消費が約1.6兆、経済効果でいうと約3兆です。経済の成長を押し上げているわけです。従ってこのIRというものも、この国際観光をより強化するための政策としては、大阪の経済成長戦略にもものすごく寄与していくわけです。

5. アジア No. 1 の国際観光文化都市へのロードマップ

- 2030年までのロードマップですが、2024年には、うめきた2期のまちびらき。緑化、アメニティが強化された新しい魅力あるゾーン「グラングリーン」がオープンします。また、中之島には未来医療国際拠点、これは日本・アジアの再生医療の先端基地になれるような拠点になると思います。また2025年、大阪公立大学、これによって1学年3000人、日本で最大規模の公立大学が誕生します。この大学が誕生したことによって、大阪城東部地区開発、森ノ宮エリアに新しいホテルやアリーナなどの構想が、今、進んでいっています。
- 2025年は淀屋橋、30年には新大阪、主要駅の再開発も進んでいっているというわけです。
- 2030年を見据え、今年、何をするのかというときに、やはり世界的課題であるSDGsを達成していく。これはおそらく、全ての業界に共通したテーマだと思います。
- SDGsという意味では、ユニバーサルツーリズム、あるいはLGBTQツーリズム、また、留学生の受け入れをしっかりとやっていくということも必要になってきますし、IRを開業するにあたって、日本の観光のショーケースを作る。大阪に来られたお客様をテーマごとに各地に送客していく、かつて北前船や菱垣廻船がやっていたことと同じですね。そういう仕組みを作っていくということも、今から準備に入っています。
- また、DXですね。これからのサービス産業は、ワン決済、ワン認証になっていきます。そういうアプリ開発とか、定点カメラを設けて、各施設の混雑状況をそこでしっかりチェックができるという仕組みも考えています。
- オーバーツーリズムというところでは、混雑回避やトイレ情報、ゴミ箱情報、災害があったときの防災における対応、急患対策など、そういうものの準備に入っています。

6. 量から質への転換 「高付加価値な観光施策の推進」

- 量から質への転換で大事になってくるのは、特にラグジュアリー対策です。IRは、世界の

富裕層を取り込む大きなチャンスだと考えています。そのための準備として、夜、安心安全、快適に楽しめるための、いわゆるコンテンツ作りが重要になります。もう一つは、プライベートジェット、ヘリコプター、豪華クルーズ、スーパーヨット、こういう受け入れの準備を今からする必要があります。また、富裕層の方が、特に医療、健康、美容のニーズが高いということです。いち早く大阪で、これを受け入れるための準備をしています。そして、コンシェルジュ育成。これも、MGMさんノウハウ持っているわけで、これから、彼らと組んで力を入れていきたいと思っています。

- その中で、スーパーヨット、これは超富裕層が船で移動していきます。今、大阪府・市と一緒にあって、万博において、まず第1ステージとして、受け入れをしっかりとやっけていこうと考えています。そして、I R開業のときには、このスーパーヨットでくる富裕層の方々の受け入れをやっけていこうという準備を進めています。

7. 国内外プロモーションの推進

- また、海外プロモーションにおいて、重点的に進めたいのが、ラグジュアリー層とのネットワークを作っていくことです。これは2025年大阪関西万博、I Rの時には、さらに生きてくると思います。
- 大きな課題は、食だと思っています。食の都市として大阪は、まだまだ世界には認知されていません。また、消費単価を上げるために、ラグジュアリーの方の受け入れをどんどんやっけて、どんどん高い料金でお客さんをまわしていくような仕組みを作っていく。そして、SDGsの徹底、あるいは食の多様性という観点からヴィーガン、ベジタリアンなど、そういうものの受け入れをしっかりとやっけていこうということを徹底していきたいと考えています。
- 今、食の業界に足りないのは、日本の一流のシェフをどんどん世界デビューさせて、地位を上げていって給料を稼いでもらう。この仕組みを作らないと、大阪のみならず、日本全体の食の人材が途絶してしまう可能性があります。
- そしてスポーツですね。大阪はプロスポーツがふんだんにありますし、スポーツ用品のメーカーもいっぱいあります。実はスポーツは、ものすごく大きな観光資源ですが、これをもっと活かしていきたいと思っています。
- また、時代の流れとして、万博、さらにはI Rの頃にはゼロカーボン社会、車から歩く人への動きが、より明確になっていきます。そうしますと、サイクリングというのが非常に大きなターゲットになるだろうということで、今、大阪・関西万博で、サイクリングを使って大阪万博を見に行こうとか、サイクリングで日本を旅するといったことなどを大きなムーブにしたいと思っています。
- また、アドベンチャーツーリズムです。これは富裕層の方が、登山やトレイルラン、ラフティングなどに興味を持っておられる方も多いので、こういう分野を強化していかなければいけないと考えています。
- また、日本に来る観光客は、平均3週間から4週間滞在されます。大阪に来られたら、テーマごとに日本各地を紹介し、各地に送客するための仕組みや体制を、今、作ろうと思っています。

- この一つが温泉ですね。北は北海道から南は九州まで各地の温泉のネットワークを結びまして、温泉の魅力を大胆に世界に発信していこうと。温泉というものを使って世界中の方を呼び込むという仕組みで、その玄関口を大阪でやろうということを、今、考えています。
- あと大阪もディープな場所がいっぱいありますよね。東京は、エリアマネジメントがしっかりできているので、10日間程度は、飽きずに楽しめるんですね。大阪でも10日間程度は楽しめるよということを示すために、万博やIR開業を見据えて、大阪の各エリアの魅力に磨きをかけていきたいと思っています。

8. 大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進

- 皆さんに、ぜひ意識を持ってもらいたいのは、里山という緑がなくなっていることです。今、まさに万博の年。大阪が司令塔になって、日本の緑を増やそう育てようという運動を始めました。これが日本みどりのプロジェクト推進協議会です。これは各県知事が、みんなで日本の緑を守っていこうということで一致団結したプロジェクトです。
- 実は、森林事業者は、緑を活用して、レジャーや旅行など、いろいろな産業を一緒にすることができんです。スポーツアクティビティなど、独自に産業化できるんです。各県の森林をたくさんお持ちの方に若手の経営者が積極的に参加して、事業を作っていく、そのお金で森林を守っていく、そういう仕組みを作っていくないと、今の人口減少や財政が厳しい中で、森林の造成、管理、利活用が追い付かなくなります。
- また、大阪のシンボルストリートである御堂筋をより魅力ある道路空間にしていくためには、表参道などを参考に、歩行者空間を増やしていくという方針が示されています。万博、IRを成功させるためには、まちなみをしっかりしていくということも大事なことなんです。
- 今こそ、万博が終わった後のIRを見据えて、未来の子どもたちのために、緑あふれる、美しい緑とおいしい水を飲めるような魅力的な都市にならないと、万博IR開業は単なる上物になってしまいます。
- また、世界の中で選ばれる都市になるためには、高齢者、障がい者の受け入れ、LGBTQの受け入れ、ペットの受け入れ、また留学生の受け入れなど、ダイバーシティの強化も必要です。ロンドンにしてもパリにしても留学生を大事にします。留学生にとっては、第2の故郷になるわけです。インバウンドに投資をするのもいいですが、留学生を大事にするこのほうがリピーターになっていきます。

9. 大阪ベイエリア（咲州・築港・舞洲・夢洲）の活性化

- そしてIRにも関連しますが、ナイトタイムエコノミーです。ロンドンのように24時間都市にするには段階的に進めていく必要がありますが、大阪も少しずつですが進んでいます。24時間、朝5時までとは言いませんが、IRが開業した時のことを想定して、準備に入る必要があると考えています。
- IR開業を成功させるためにも、この大阪ベイエリアをどのようにして開発をしていくのか。どんな理念やコンセプトでやっていくのか。ここは100年の計で私は議論すべきじゃないかと思っています。

- 交通アクセスも足りません。やはりゴールの姿は、北側からも、ぐるっと循環できるような交通体系を完成させることです。
- この夢洲のまちづくりというものは、交通政策や都市政策、文化など様々な面で、一度しっかりとしたコンセプトを作り、その中で施設ごとのネットワークができる。それぞれに向けての材料は増えていっています。ですから、魅力ある施設を結ぶ、点から線をつくる、開発コンセプトを構築することが重要です。
- その中で、MICE について触れておきます。国際会議や展示会の誘致など、様々な仕掛けをしていますけれども、私が、この大阪の立ち位置を考えたときに、一つやってみるべきじゃないかと考え、打ち上げているのがF 1の誘致です。これは大阪が目指すべき国際観光都市というときに、一つのツールとしてはあり得るかなと思っています。

10. 万博の開催目的

- 万博については、経費がどんどん上がっていくことが後追的に皆さんに映っているのではないかということを考えますと、説明責任が果たせなかったということについて、私も協力している一員として、申し訳なかったと思っています。
- そういう中で、今、万博について言えることは、161 カ国とのネットワークができることです。我々が、じっとしていたら会えないような人たちが、黙っていても、どんどんくるわけです。いろいろな国のいろいろなノウハウ、ネットワークを共有することができます。
- もう一つは、世界が分断対立しているときに、日本が世界平和、世界協調推進のためのリーダーシップを力強く発揮する場にならなくてはいけないと思っています。また、SDGsを一所懸命やっている理由というのは、万博の理念をどこよりも意識を高く持っている都市が大阪である。日本を引っ張っていく、そういう場にしたいと思っています。

11. I Rが大阪にもたらすもの

- 最後にI Rに触れたいと思います。そもそも、なぜ、I Rをやろうとしたのかです。それは、大阪に足りないものが、いっぱいあるからです。
- まず、富裕層に対するマーケットにアプローチができることです。またI Rの開業が、ターゲットイヤーになって、いろんなプロジェクトが進んでいます。
- さっきMICEの話がありましたけれども、今、日本にオールインワンのMICE施設は、明確にはないんです。これはMICEを強化するうえで、非常に大きな武器になります。また、魅力増進の発信拠点として、日本の魅力、伝統・文化、アート、ものづくり、食などいろいろなものの発信拠点ができるわけです。
- また、ゲートウェイハブとして非常に大きな効果があります。大阪が東京にないアジアでも屈指のゲートウェイになっていくんだっていうときに必要なのは、世界の各都市へと送客していくハブ機能を持つということなんです。そしてラグジュアリー向けのしっかりとした宿泊施設ができることです。
- このような、我々が今まで欲しかったもの、足りなかったものが、民設民営でできる。非常に大きな意味があります。

- 特に私が注目しているのは、日本にはない、新たな職種が約 300 種生まれます。今、サービス産業最大の問題は、賃金が安いことです。MGMと一緒に組むことによって、高い賃金の業務体系ができれば、ドリップ効果で大阪のサービス産業の高度化、多様化に必ず貢献すると思います。淘汰もあるかもしれませんが、サービス産業の質は間違いなく上がります。
- 今後、この大阪ベイエリアが活性化していく、再生していく。これに真剣に取り込むことが本当の意味でのゴールになると思っています。せっかく、いろいろ点になるものが揃ってきました。全体をどのように開発という名のもとに進めていくのか。皆さんが真剣に考えて、よし、俺が変えてやる。というモードにぜひなしてほしいなと思っています。果報は寝て待て、ではないんです。果報はもがき苦しんで取りに行くんです。
- これが、経済です。大阪の皆さん、そのアイデンティティがあるはず。そう、燃えるんだ大阪。