

令和 7 年度第 1 回大阪府市都市魅力戦略推進会議（議事メモ）

日時：令和 7 年 6 月 27 日（金曜日）13 時～15 時

場所：エル・おおさか南館 10 階 南 1023

出席委員：青谷委員、岡井委員、澤田委員、清水委員、萩庭委員、
服部委員、原委員、溝畑委員、室委員

（50 音順）

〔開会・出席者紹介〕

〔次期大阪都市魅力創造戦略の検討について〕

○ 参考資料 1、資料 2 により事務局から説明

〔その他〕

○委員意見

■青谷委員

今回 6 つのテーマにまとめられたということで、前回までの 10 項目から比べると、非常にシンプルでわかりやすいものになったのではないかと考えている。まず、「エンターテインメント」という軸を中心に、「国際エンターテインメント都市 OSAKA」ということで、非常に大阪のブランドイメージが伝わりやすく、より強化になっていくのではないかと考えた。また、6 つの取りまとめに関しても、これまでの 10 項目よりも、さらに力を入れていくということ、この軸は良いと思った。その中でも特に関心があるところを、質問も含めて伺いたい。

まず一つが愛着という部分。前回からも愛着を持って、シビックプライドという言葉が出てきた通り、やはり市民が自慢できる街づくり、自分の街を自慢できるものがあるかどうかというところは、すごく今後大きく影響してくるところだと感じている。そのため、その辺りをどのこの 6 つの項目、何か一つでも若い人から高齢者まで言えるかどうかということにも関わってくるかなと感じている。

あともう一つ、文化というところにも私は非常に関心がある。その中で今回、万博からのつながりを軸に、美術館でも国宝展が開催されていたり、つながる仕組みが作られていると感じた。そのため、文化など、何か一つのテーマでつなげていけるような取り組みになれば、大阪府市の新たな文化価値を強化できるのではないかと感じた。

あと、ここは質問です。以前からグローバル人材の育成というのを掲げられている。おそらくこの万博で携わった方々は、これからの観光事業で活躍していただけたと思うが、グローバル人材の育成というのは、やはりこれから経済価値とか文化価値の高まりにも非常に貢献してくれると思う。この取り組みをされてから今日まで、どの程度増えたのか、実数がわからない。何倍ぐらいになっているとか、そのような予測がもしあるのであれば教えていただきたいと思う。

それから、安全安心の一番ベースなところ。大阪に来たら安全安心と、やはりこれはおもてなしというところにもつながることだと思う。この、おもてなしというところでも、マナーを持った人に優しい、本当に大阪に来たら面白い人がたくさんいるということもそうだが、さらに自然に、みんなが優しいマナーのある良い人が多いよって言ってもらえるような、そのような安全安心な取り組みというのも大事になってくるかなと感じた。

この国際エンターテインメント都市というのが本当にこう、笑いが、思わず笑顔になれる。思わず、日常の嫌なことも吹き飛ばされるというような、そのような府市になることを願いたい。

■澤田委員

思わず笑顔というのが良い。今のご意見に関して事務局の方はいかがか。

■事務局

大阪府国際課の山本です。先ほどご質問いただいたグローバル人材というところ。こちらは、息の長い話となっており、今、我々が実施しているのは高校生の海外進学を支援していこうということで、今日お越しの服部委員にもご協力をいただき、進めている。夏にイギリスのリーズ大学に行って、実際の大学の授業を体験してもらったり、同じ志を持つ高校生同士が切磋琢磨し、10 ヶ月ぐらいのプログラムで実施しており、これが毎年 50 名程参加して、そのうちの、なかなか海外進学というのは思いだけではなく経済的なところもあるのだが、大体 2 割から 3 割ぐらいの方が、実際に海外進学している。あともう少し裾野を広げていきたいということで、大阪に来ている留学生と交流していただいて、文化を体験していただいたりとか、ディスカッションをしたりとか。そういった先ほどのグローバル塾につなげていくということで、こちらの方は毎年 2,000 名以上の参加者があり、5 年近く実施しているので、あわせると約 1 万人になっているという状況。

■岡井委員

一つずつの取り組みについては魅力的な言葉が並んでいるという印象を受けたが、点ばかりでこれらのつながり、広がりというものが、見えにくいのかなという印象。先ほど、青谷委員もそのようなことをご指摘されたかなと思っているが、その要因として、一つずつの関係性が見えにくい。例えば、2.文化力を活用したというところ、その中で①の二つ目に美術館のことが書かれおり、その次に情報発信で、またその次に美術館の話になりというので、必要なものをとにかくバラバラと放り込んでいったという印象がある。関連するものが整理されていないのかなという感じなので、もう少しグルーピングをして、わかりやすくしていくことが、整理の仕方としてまず必要ではないかと感じた。

加えて、具体性が少し乏しいと感じており、例えば、1.誰もが訪れたい世界第一級の観光都市、①の三

つ目のところ。キラーコンテンツとあるが、もちろん世界の人々が惹きつけられるキラーコンテンツがあればいいなと思うが、例えばどんなものなのだろうかと、何も想像がつかないという感じ。

また、全体の話となるが、国際エンターテインメント都市 OSAKA がめざす姿として書かれており、その下に府民・市民が愛着を持つということがもう一つの目標かと思うが、この資料の書きぶりを見ると観光客とか来訪者が中心で、その人達にとっていかに魅力ある大阪にするのかという観点になっている。府民・市民にとって魅力あふれる都市に、という方向性への書き方にはなっていないと思った。もちろんいろんな方が来てくださるというのは良いのだが、観光客よりもまずは市民ファーストというか、市民がまず魅力的な街だと思い、それで愛着・シビックプライドを持って、それで観光客の人にも大阪ってこんなに素敵な街だと来訪者に対してその魅力を伝えて、結果的にまた観光客も来てくれて。そのような循環が必要と思った。

また、内容として可能であれば入れていただきたいと思っているのが 6.安心して楽しめる快適な都市のところだが、①来阪者の安全・安心の確保のところに、歩きやすい都市空間とか歩きやすい街というようなこともぜひ入れていただければと思う。いろんな方が、特に来訪者は車ではないので、そういう方が安心して歩いて観光ができるというような観点が必要なのではないかと思っている。あともう一点はどこに入ればいいのか悩ましいが、大阪は高学歴の女性があまり働いていないというようなデータがあったかと思うので、ぜひ女性の活躍みたいなことをどこかに入れられれば良いと思う。

■澤田委員

編集や視点の持ち方。編集の力とか具体性とか、そのようなことも含めておっしゃっているのだろうなと思った。事務局からいかがか。

■事務局

大阪市経済戦略局企画課の末本です。今ご意見をいただいた通り、2 ページ以降は、具体的な取組みをテーマごとに並べているが、この部分は前回の 10 の都市像の部分から当てはまるかなという部分をイメージ的に入れた部分があり、委員がおっしゃる通り、少し整理がなされていない部分があると思う。その辺りは、今後きちんと整えた上で次回に向けていただいた様々なお意見も踏まえながら検討してまいりたい。

■澤田委員

気になったのが、キラーコンテンツが何を指すかみたいところ。すごく大切な議論ではないかと思った。

■清水委員

資料 2 ということであるが、私が気になるのはやはり参考資料 1 のところ。私達の今まで一年間話してきたことを踏まえて作っていただいたとご説明があったかと思うが、そうであるならば、まずこれに対して、これでいいのかどうかというところ。ここがまだ抜けているとか、私達の意見がちゃんと反映されているとか、この一番上位のところ、ここが肝心なので、これに対してまず私達が意見を言わないといけないのではないか。これが出来ていないと資料 2 に進めないとまず思った。申し訳ないが、進め方のところでそのようなことを言うのはどうかと思ったが、私達の意見をここに全部入れたのだから、この参考資料 1 はもう触らないでということであれば何も言えないが、私達の意見をまとめてくださったのであれば、それを私達はこれをもう一度見て、さらにより良いものにしていくことがまず必要ではないかと思う。それで次に、皆さんが今見ておられる資料 2 に進めると思う。

今のやはり参考資料 1 が気になるのもう一度お伝えしたいと思うが、大阪はこれからも観光客増加すると思われるが、リピーターの割合の方が増えてくると思う。そういった時に大阪は多様な魅力があるということを全面的に押し進めていかないと、キラコンテンツだけを言ったとしても、もうそれは体験した、他にどんなものがあるのかということになるだろう。ここにめざす姿があって、これはもう変えられないとおっしゃっていたので、ここに言及するつもりはないが、その下の基本的な考え方というところ。特にこの上の二つ、個性を生かした都市魅力づくりと、世界に通じる多彩な都市魅力の創造というのは、結局、都市魅力づくり、都市魅力の創造と同じことを言っている。片方が、いろんな魅力があってこれからも作っていききたいという、観光資源なり、体験なりそういうことに言及しても良いと思うが、もう一つはこれからやはり都市というのはマネジメントだと思っている。どのように今のものを維持するのか、または新しいものを付加していくのか、そして魅力的に見せていくのかというマネジメント。ここの運営能力がすごく問われている。特に現在、世界中でオーバーツーリズムの問題が出ており、いかに量ではなく質を上げていくのか、このマネジメントのところを強調しないといけないと思っている。なので、観光資源について言及して、もう一つはやはりどうマネジメントしていくかというところの文言を私としては入れてほしいと思う。今までこの会議でそのような話もしてきたと思うが、そのような文言も見当たらない。それと、連携、多様な観光人材の育成、観光産業とのつながりとか、そのようなことも文言に出てきていたと思うが、この資料にはやはり入っていない。ここが上位概念になるのであれば、そのようなキーワードを盛り込んでおかないと、今話をしようとしている資料 2 につながらないのではないかと思う。

もう一つは、戦略と言うならば、目的があって結局どのようにそれを進めるのかというところが必要であるが、皆さんもおっしゃっていたように、これは要するにもう観光コンテンツとかの羅列になっている。例えばこの 1 ページ目のところ、世界に通ずる魅力あふれる都市をめざすはすでにできているのでは。今まで行ってきたことと、これからめざすところが明確でなく曖昧になってしまっている。ここに書いてあることでできていることも大阪は多くある。ここまでできた、でも次の 5 年間はここができていないのでここをめざす、と書かないと現状の理解と次の

方向性が見えにくい。一体どこができて、どこができていないのか。優先順位もついていない、目標もわからないみたいなことになっている。一体どこをめざしてどうしたいのかというところで、六つもパートに分かれているが、それぞれの担当課ごとに各政策をされていて、その課の方針を出さなくてはいけないということなので、それはそれで仕方がないと思うが、それであればその課の中で今できていること、これから本当にめざさないといけないこと、そしてこの 5 年間に数字とまでは言わないが、どういったところまでめざすのか、どのような部署がその施策の中心となっていくのか、戦略を考えていかならそのようなことを具体的にに入れていかねばと思う。

■ 澤田委員

今までを踏まえ、いろんなご意見があった中で、もう一度少し見直したほうがよいのではという発言だと思う。事務局いかがか。

■ 事務局

大阪府都市魅力創造局長の増田です。今日、このような形で整理をさせていただいたが、これがもう全く変えられないというわけではないので、やはり委員の先生方と意思疎通を図っていくべきと、今お聞かせいただいで感じたところ。今日のご意見も踏まえた上で、またリメイクをさせていただくこともあるかもしれませんが、そういった形でやり取りをさせていただければと思う。

■ 萩庭委員

さまざまご意見をいただく中で、参考資料 1 の「国際エンターテインメント都市」という表現についても、どのように捉えるべきかという点が論点の一つになると感じている。今回いただいた資料を拝見し、私が特に感じたのは、従来の「都市魅力戦略」のなかでも、「総花的な施策を避けたほうがいいのでは？」といった考え方があったかと思う。

また、資料 2 のテーマ 1 にある⑥「効果的なプロモーション」の部分についても、改めて強調したい点がある。「めざすべき姿」や「大阪のブランド」をしっかりと構築し、それを全国にどう発信し、どうマーケティングしていくかという観点が非常に重要だということ。そうした観点から、私は次のように提案させていただいた。

「めざすべき姿」の明確化、それに基づいたブランディング、その内容をどう伝えるかといった点について、きちんと予算を確保し、来年度以降のマーケティング施策を戦略的に実施していく必要があると考えている。

テーマ 1～6 で施策を打ち出すと同時に、それらを市民や国内外の方々に伝える必要があると思う。認知されていない、伝わっていないという現状があるのだとすれば、まずは「めざすべき姿」を明確にした上で、しっかりと数億円規模でプロモーション予算を確保し、外部のマーケティング会社や広告会社を公募のうえで選定し、

コンセプトを策定して打ち出す。そして、テレビ CM なども含めた多様な媒体でプロモーションを行ったほうがいいと思う。そのうえで、大阪に来ていただいた方々に対して、大阪の魅力をどのように伝えていくか。その準備こそが、テーマ 1～6 で示される各種施策であり、そこにはインフラ、サービス、人材なども含まれると認識している。来訪者に「また来たい」「もっと他の場所も周遊したい」と思ってもらえるような体験を提供していく。そのためには、どのように実行するのか、どう予算をとるのか、どう PDCA を回していくのか——こうした点を都市魅力戦略にしっかりと落とし込んでいく必要がある。

本会議の中で「万博のレビュー」をしっかりと行うべきだという意見も申し上げた。現時点での分析では、万博は非常に好調であり、最終的に 2,000 万人以上の集客が見込まれると考えられている。たとえば USJ が週末に数万人規模の来場者を集める中で、万博ではすでに 15 万人から、週末には 20 万人規模の来場者を集めている。それでも地下鉄やバスなどの交通インフラは大きな混乱なく機能しており、必要な人材の確保もできているという状況。このようなデータを基にすれば、バイエリアには年間 3,000 万人～4,000 万人の集客ポテンシャルがあるとも考えられる。ホテルについても、宿泊単価は 5,000～6,000 円ほど昨年より上昇しているが、供給がまったく追いついていないというわけではなく、足りているという分析結果もある。価格が高くて諦める方も一部にはいるかもしれないが、宿泊施設そのものが不足している状況にはなっていない、というのが私たちの見立てである。

また、万博では多くの外国人スタッフが活躍しており、こうした人材資源についてもレビューを行うことで、2030 年に予定されている IR につなげていくための貴重な材料となる。万博を経て、来年度以降これをどう活用し、次のフェーズに進んでいくのかは、極めて重要なテーマだと認識している。

■ 澤田委員

万博が非常にショーケースになっているかなと思っている。それも踏まえて次の戦略ということだと思う。事務局からいかがか。

■ 事務局

いただいたご意見につきまして貴重なアドバイスをいただいた。持ち帰り、次回までに検討し、お話をさせていただく。

■ 服部委員

これまでの議論で出たものをたくさん 6 つのテーマに取り込んでいただき、わかりやすく、キーワードが盛り込まれた状態で提示していただいているなと思う。先ほどの委員の方々と同じく、それをどう具体的に落とし込んでい

くかという道筋や、また具体的なプロジェクトというのが、それぞれの箇所でどう組み立てていかれるのかというところが、これからの作業だと思うが、興味があるところである。

私の関連で言うと、先ほどもご紹介いただいたが、例えばテーマ 5 と 6。国際交流を通じて持続的に成長する都市というところに関すると、委員で関わらせていただいているグローバル塾はとても良いプロジェクトだなと感じている。中学生・高校生に様々な機会を与えて、海外にも行って、言葉の魅力や多様な文化に触れる、それを発信する力をつけるというグローバル人材の育成には役立っていると思う。ただ、委員会でも少し言及させていただいたが、海外に進学すること、送り出すというだけではなく、帰国後どうなるのかというところをめざした大阪府のプロジェクトだと思うので、帰ってきて大阪でどう活躍できるのかという、その導入、道筋との関連がわかるようなプロジェクトを次に立てていただいたら良いかなと考える。つまり、進学が 20%となっているが、進学するのが目的ではなく、進学が 20%であっても、そこで学んだものをどう還元してもらえるかという、活躍の場というのを位置づけられると良いかなと思う。同じく、大阪企業への就職支援というのがあるが、その企業側の受入体制に関して、快適で日本に居続けることを望んでいただけるような、そのような職場や環境づくりが大切である。どちらかといえば私のコメントはワクワク感じながら、地元にいる人がどう関わっていけるか、それから外国の方々にも居続けたいと思ってもらって、それこそ持続的な多様なまちづくりになるかどうかというところの要素が、もっと加えられるといいかなと思う。なので、外国人留学生が地域で伸びているというように、外国人留学生という言葉が前に出ているが、日本滞在の外国人の活躍の場、機会という視点も大事かと思う。それがテーマ 6 とつながることだと思う。受け入れる企業とか、受け入れる住民の意識の啓蒙とか、変革につながるような企画としての視点も、地方での良い意識の養成にもつながるのではないかと思った。市民の居心地を良くすると約束する、フレンドリーなまちということで、どの部署がどうやっていくかは課題だろう。だが、例えばテーマ 6 であれば多言語相談とか、いろんなところから出てくるキーワードは並べられているものの、災害時ややさしい日本語や多文化理解とか、それがどういうものであるのか、法律、医療、教育、行政、企業とか、有機的につながれるようなシステム作りが大事だと思うが、その部分が見えない。見えるようにしていただけると、より次に進めるのかなと思う。

観光を支える人材育成についても、例えば今すでに考えられていると思うが、万博のボランティアとか、登録された方とか活躍されている方の次の活躍。将来的に大阪府市であれば全国に先立ってボランティアがボランティアだけに留まらず、そのようなものがどのように地域や町に還元できるかのシステム構築につながる土台づくりができるのかという視点も大事かなと思う。今までにも出てきたが、今万博でもいろいろあると思うが、例えば食べ歩きを紹介する体験ツアーとか、新しい価値につながるというところでは、体験型の機会。テーマ 3 で言えば、テニスとか卓球とか水泳とか、海外であれば、あの街に出かけたら公園で何かができるという、そのようなものが地方でも貢献できるような、地方の役割づくりにつながるような視点であつたら良いかなと思う。

最後に、誰もが訪れたいくなるという部分。例えば、大阪のおばちゃんが動くきっかけ、人が動くきっかけ作りとか、誰もが受け入れて楽しいという部分に関する工夫が大切だと考える。市民のシビックプライドは大阪の方はあると思う。でもそれをどう表現するのか、どう引き出していくかの工夫や仕掛けというのがあって、外向きだけでなく、地元の内向きの視点というのも、もう少し盛り込まれていくと、誰もがみんなを受け入れて、楽しい、やりがいがあると思えるような視点にもっていけるだろう。その点でも、何か工夫があったら面白いなと思った。

■澤田委員

ご自身の肌感覚からのご発言もあったかと思う。事務局からいかがか。

■事務局

大阪市経済戦略局企画課の末本です。各テーマについて、いろいろ具体的なご意見いただいた。今書いてある部分、まさにこういった様々な専門家、専門的な知見からいろいろご意見をいただき、行政の方で持ち帰った上で事業に活かしていけるかとか、表現としてどう書くべきかみたいところを検討した上で、次にお示しできるよう調整してまいりたい。また先ほど萩庭委員よりご意見いただいた中で、予算をどうしていくかという部分。行政のPDCA、予算を作って実行して検証して、次の予算を作る、というのはもちろんやっていくところなので、そういったご意見も非常に貴重なご意見。この計画できちんと事業を書いた上で、その事業をどう実行していくかということも検討してまいりたい。

■原委員

テーマ 1 から 6 までであるが、専門の部分を中心にお話をさせていただく。すでに皆さんがいろいろとおっしゃってきている中で、できていることとこれからめざすこと、質の問題にも清水委員が触れられていたが、やはり魅力を伝えていくためには、質を上げていくということは、これはもう必然的に必要な部分。ただいろんなことをやっていれば良いということではないと思う。

万博に関しても始まる前に懸念されていた部分もあったが、やはり多くの方が行かれているというのは、実際体験をするということの強み、そういったところで皆さん、そこで出会ったものといろんな共鳴をして面白がって、たくさん行っていただいているのかなと思う。文化の部分でも、やはり質の部分というのは非常に重要。それこそ、室委員が関わっておられた今年の「森の芸術祭 晴れの国・岡山」なども非常に質の高い内容だったからこそ、会場間の移動距離が長くても、多くの人達が楽しんでいて、大成功されていたかと思う。そのような観点から今後大阪では、芸術文化の部分においては、もう少し質の部分を上げていく必要はあるかと思う。そこがないと、大都市との競争力、国内の大都市との比較もそうだが、海外の主要都市との比較においても、やはり質

の高いものには人が集まるし、知らなくても、知らない人が行っても、私がよく学生にも言うことだが、やはり良いものと最初に出会う、最初の出会いというのは非常に重要。それがその人のいろんな気持ちを決定づけるというようなことを、学生にも言ったりするが、そういったところで、今後大阪ではいろいろなものがすでにある、その質を高めていくというところは非常に重要。それから、府民・市民の方たちとの接点というような部分でも、大阪はいろいろな施設もあるが、海外の機関との連携等、アーティストやあるいは実演家、クリエイターと言われる人達の交流、交換プログラムとかいったものが、あまり見受けられない。海外あるいは国内の他都市、東京などではやっている。東京だと年間、私がアーティストインレジデンス委員をやっていた時には、年間 100 組ぐらいの海外からの方たちを受け入れて、滞在してもらってというようなことをしている。その方たちが、滞在中にいろんなプログラムを行って、専門家及び一般のオーディエンスの方たち交流を持つというようなこともやってこられた。アーティストインレジデンス事業で、特に有名なのはニューヨークの PS 1 と行って公立学校、パブリックスクールの跡地を使ったプログラム、それは 55 年ぐらい前からやっている。そういったことを皮切りに、いろんな草の根交流と質の高い部分が同時に行われている。そういったプログラムが大阪には、欠けてきている。中高生の交流のプログラムなどにも広げていくと、良い成果が将来的に出てくるのではないだろうかと思う。

MICE と関係するところでは、前回も私から発言したと記憶しているが、国際的なカンファレンスをいろいろとやられているが、文化的な国際会議というようなものも、非常に多くの世界中から人が集まる。国際美術館会議（CIMAM）、国際博物館会議（ICOM）というような国際会議の誘致、あるいはゲームの国際カンファレンスなども、カプコンやコナミのような大阪発のゲーム会社というのものもあるし、アート＆テクノロジーというのがかなり強く押し出された万博になっているのかなと思う。テクノロジーの部分、デジタル技術を活用した創作活動といったところで、テーマ 2 の②にも書かれているがそういったところも強く意識して、大阪の独自性、大阪が持っているものをさらに強く提示して、都市の魅力としていければ良いのではないかと思って資料を拝見していた。細かなところの提案、発言になってしまったが、ぜひその辺りも配慮していただけると良い。

あともう一つだけ。追加するならば、よくいろんなところで、ここではグローバルなところで活躍とか国際性というところが書かれているが、多様性や包摂性というところにあまり触れられていなかった。先ほども女性の活躍のご発言もあったが、こういった文言もどこかに入られると良いのではないかと思った。

■ 澤田委員

質の高さというところ、大事かと思った。ご意見に対して事務局いかがか。

■ 事務局

文化関係の視点からご意見をいただいた。今後いただいたご意見を参考にし、検討していく。

■室委員

資料を最初に見せていただき、何か抜けているものがないかを確認した。例えば、文楽はどこにあるのか、上方伝統芸能という言葉の中に入っているな、とか。いろんなご意見がある中で、これだけまとめるのは結構大変だったのではないかなと思う。これから具体論が出てくると思うので、そこは期待したい。

気にかかったところはダブっているもの、例えば、テーマ 1 のところで万博記念公園の魅力向上の中で、大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表とするということと、テーマ 2 の文化のところでも大規模アリーナを中核としたと 2 回出てくる。弊社（JR 西日本）は、コロナ下においてイベントが無くなったことで全く人が乗らなくなった。これが一番影響し、どんなに自分たちで手を打っても人がきてくれない。そのような経験もあり、まさに USJ さんや、アリーナのような施設は、人を集める装置として大切にしたいなと思っている。ある意味アリーナというのを、テーマ 1 の①世界第一級の文化・観光拠点のところ、②として起こしても良いのではないかなぐらいに思っている。例えば北九州市で官民一体となった誘致コンソーシアムが 2024 年 6 月にできた。これは、コンサート主催者の支援、コンサートをサポートする市内事業者の紹介、宿泊施設の確保、開催運営費の支援、行政手続きのワンストップサービスなどに加え、コンサート来訪者には市内農産物やお土産の紹介、訪問前後の市内周遊の提案、荷物預かりサービスを行っている。しかしながら、アリーナはたくさんの方が来るから競争状態にある。そのような中で、万博記念公園にそういったものができるのであれば、我々が参画してもいいと思うが、鉄道事業者やホテル事業者も入って、というようなことを具体的に書いていただくと、変わってくるのではないかなという意見である。

これは質問だが、テーマ 2⑥の府立江之子島文化芸術創造センター。ネットでも拝見したが、そこだけ妙に詳しいのが何故なのか気になった。

■事務局

大阪府文化課長の佐藤です。このテーマ 2 の⑥が詳しいというご指摘。ここに書かれている部分は、前回の「戦略」での書きぶりを踏まえ記載している。どちらにしても、府立江之子島文化芸術創造センターの機能強化というのは我々としても今後やっていかなければならないと考えているので、このような記載になっている。

■溝畑委員

本日、韓国ソウルから帰ってきた。ソウルのファッション・アートを中心した都市の躍動感とはとてもインパクトがあった。北京、上海、文化観光プロモーションにも参加した。上海、ソウル、パリ、ミラノ、バルセロナ、これらの世界を代表する国際観光都市とどう対峙していくかということが大事。国内マーケット、世界の中で突き抜ける。

万博のレガシーを生かす。2030 年の IR 開業、実は韓国の学会で話をした時に一番関心が高かったのは万博よりも IR だった。IR で大阪がどのように変わっていくのか、どんな投資が出てくるのか。カンボジアやベトナムからたくさん来られていたが、質問がそこに集中していた。全体的なイメージとして、世界に突き抜けようという気持ちは入っているのかなと思う。先ほど多様性の話があったが、事務方が説明をされている中で、当然 LGBTQ とかユニバーサルとか、いわゆるダイバーシティ、このようなところをしっかりとやっていこうというのは、この多様性と書いている部分にあるということで、私は納得をしている。

あとはやはり、ソウルの市の皆さんがおっしゃっていたのは 2,000km の緑の回廊を作りたいと。パリも同じように大きい緑の回路を作ろうと。ミラノもそう。各都市がこぞって今カーボンニュートラルと多様性を重点的に取り組んでいる。東京は、木造の建物の整備を促進している。東京が都市魅力においてカーボンニュートラル、緑化に積極的に取り組んでいるのに対し、大阪はもっとカーボンニュートラルについても入れるべきではないかと思う。あとは、スポーツのところ。非常に私は有力なコンテンツになり得ると思っている。これだけのプロスポーツのコンテンツを量・質とも持っているし、スポーツをするということもアーバンスポーツからアウトドア、非常に多岐に渡っている。スポーツを見る、する、楽しむ。プロフェッショナルが、すべてのものが揃っているということも、大きな強みであると思う。

MICE 都市について、台北、そして先日訪問した韓国のキョンジュということも MICE 施設の機能がレベルアップしている。多言語自動翻訳、AI の機能が充実。日本は今どうなっているかと言えば、相変わらず多言語の翻訳をまだ耳栓つけてやっている。だから、各世界都市とぜひ比較をしながら、どうやって機能、効率を上げていくかということ、競争に勝っていくということを、一つずつ分野ごとに、ソフト・ハードで世界の各都市との比較がすごく重要になると思う。上海やソウルの躍動感、シンガポールの IR の拡張、サウジアラビアも UAE も新しい観光拠点がどんどん整備されている。著しく成長するアジアの観光、エンターテインメントの分野で、この大阪という都市がどのような立ち位置になっていくのか、何が売りなのかを客観的に分析・把握する必要がある。大阪の IR に興味を持った人達で皆さん共通なのが、大阪ってどんなイメージですかと聞くとやはりハブ。近くに京都、奈良があること。単体ではなく、そういう意味で考えたら、ハブ都市としてもやはり機能が実は評価されているなと実感をした。今、韓国はソウル一極集中で、ほとんどソウルだけしか宿泊しない。だから韓国は、日本からのリピーターが全然増えない。確か 2014 年 240 万人ぐらいで、数百万しか増えていない。一方、向こうから来た客は 880 万人。今日も私、大韓航空で来たが、お客さんがいっぱい。95%は韓国人。私の斜め後ろの方に、why do you come to osaka? と聞くと、ほとんどが very very 便利である、と。大阪に行けば京都も近く、すぐに行ける。これがリピーターにつながっていると思う。だから大阪プラスワンというところが非常に重要になる。このソウルと大阪、競争で勝てるとすれば、大阪は周辺に魅力ある都市を持っている。この強みは実は大きいと感じた。だから大阪のハブ機能という点が、強調されてもいいのではないかと思う。

また先ほどの多様性のところ、本当にどこの都市もダイバーシティに非常に力を入れている。これは必須。当たり前というか、これがなかったら評価されないというぐらいの位置づけで良いのではと思った。

以上、文章について私があと一つ気になったのは、先ほども言ったが、この世界の中の立ち位置、どこをめざしているのか。これはやはり近隣のソウル、北京、上海、それからシンガポール、台北、十分競争相手にできる。ダイバーシティとカーボンニュートラル。これはもう世界の国際観光としては必須の条件。これらの点が、この文書の中にしっかり入っているということが、事務方の皆様がきちんと説明できるのであれば、私はこの内容で特に異議はない。

■ 澤田委員

事務局の方、ご発言に対して何かいかがか。

■ 事務局

ご意見ありがとうございます。他の委員の方からも意見が出ている多様性であるとか、事前の説明でもお聞きしていました、直近の観光都市がめざす上での視点について、しっかりとめざすべき姿で含まれているかの確認を、というご意見かと思う。もちろん現在の文章も、そのような考えを踏まえて作っている。引き続き、そのような視点をしっかりと踏まえたうえで、各取組みのなかで、どのようなことをやっていくのかというところを今後具体的に考えていく。

■ 澤田委員

各委員それぞれの立場から率直なご意見をいただけたかと思っている。最後になるが、私の方から少しお話をさせていただく。今日この資料を見せていただき、かつ今回、大阪商工会議所さん、それから議会のご質問等々も示していただいた中で、都市魅力戦略を作っていく大切な場所であると思っている。今までこの委員のメンバーで昨年もやってきて、委員の意見が盛り込まれていると。清水委員からは、少しそこに対してまだご発言もあった。このような率直な発言というか、そういうことをやっていくことが大切かなと思って聞いていた。各委員の先生方がおっしゃったことは、おそらく、実際これが具体的な成果につながっていくのであろうかというところを、いろんなそれぞれの観点から、過去の流れ、自身の専門分野、肌感覚、あるいは大阪の特性を考えた時に、実際にこれが具体的な成果につながっていくのか、都市魅力になっていくのか、これが圧倒的な都市魅力を発現するために、例えば重複しているのかどうなのかとか、やはりそういう観点からのご意見だったと思う。ぜひ事務局の方には、今日のご意見をやはりまだ一段とブラッシュアップしていただけたらなと思って聞いていた。あと私の話も少し。要はここに書かれていることに間違いはない。しかし間違っていないことが正解というわけで

もない。ポジショニング、例えばブランディング、戦略を考えていく時に、今自分たちはどこの位置にいるのか。要は都市間競争の中で大阪がどのポジションにいるのかという認識もいると思う。その中で、各項目においてやはりポジションがだいぶ違うと思う。どこに向いているのか。先ほど委員からもご発言のあった、できていることと、これからやっていかないといけない、段階的にやっていかないと、めざさないといけないことがあると。やはりそれは、それぞれのテーマや施策によって、できていることと、まだできていないこと、より強化していくこと、あるいはもっと極端な話をすると、できないこともあると思う。捨てるということもコンセプトを作っていく上で大事なのかなと。できないことをいくらできると念仏を唱えても、他都市に勝てないものをずっと時間をかけてやっていても、暴論かもしれないが、行政の方がそんなことできなとおっしゃるかもしれないので、私の意見ということで聞いていただければ。だから総花的な、網羅性のあるものも大事であるが、例えば欠けている、偏っている、バランスが悪いといったところから、新しくずば抜けたものが出てくると思う。総花的なものからずば抜けたものが出てくるとは思えない。私はよく、都市開発や施設開発の仕事をすると、こういうイノベーターを作りたいと言って、Google の食堂を見せられる。Google の食堂はイノベーションを起こすために作られたのではない。イノベーションを作った人達が、いい人材を集めるために作ったのが Google 食堂。ということは、目的と施策がなんとなくギミックというか、あっているようであっていない。こういう施策は結構あって、本当に何がしたいのか、ポジションはどうなのか、段階的に今どのレイヤーで、例えばここに書かれていることがどの深さで書いているものなのか。それを合わせるだけでも項目の横の中で、先ほどもあったが、これはダブっているのではないかと、同じこと言っているのではないかとこの部分があった。そういうものと、それから深さ。これはこの段階だから、初期段階だからここに置いておく。これはもう少し進んでいるからここ、これはここまでできているからもっとさらに強化していく、といった分類。要は立体的なものを考えていかないと戦略にはならない。

それから、先ほど清水委員からもマネジメントという言葉があった。私のやっている仕事の中でいくと、コンテンツの差別化という時代があった。コンテンツの差別化、それからもう少し、それが本当にできるのかどうかという時代にもなっているが、もっと大事なのは運営力、マネジメント力。それが、おもてなしであったり、レガシーというのかレジリエンスというのか、そこにもつながっていくと思う。大阪の個性、結構運営力やマネジメント力に優れているのではないかと私は勝手に思っている。他の都市でも同じような意見は出てくると思うが、大阪の、例えば大阪人の魅力。このマネジメント力、運営力、あるいはその場の対応力。それが逆に言うと、持続可能性という言葉で表現されている裏かもしれない。持続可能であるもの、先ほどいろんな委員から、つながっていないよねとご発言があった。これをつなげていくのが、ひょっとしたら大阪のコミュニケーション力、大阪の世話好きやおせっかいといったところが、そういうことをつなげていけるかもしれない。全く違うところが、これとこれは同じようなことだと言っていこうなおせっかいがあるのかもしれない。例えば、エコシステムと言ってしまえばなんとなく、どこかアカデミックな人が言っているようになり、落とし込めない。やはりそれを行動に落とし込む。みんながそれぞれのジ

ヤンルで、それぞれの専門で落とし込めるようにしていくのが、この会議の一つのやり方なのかもしれない。先ほどの、先頭を走っている海外事例をもっと調べてみる。そういったことも必要。

それから強弱、優先順位、どこポジションいるのか、やはり動けるように語っていくということが大事。ストーリーを消費するため、つながっていないとストーリーにならない。世の中循環して、サステナビリティからさらに進んでリジェネラティブだと思っている。要は循環していくということ。経年変化して、循環していくということ。桜の花が咲きました。梅雨になったので桜の花が散りました。散ったことが劣化しているのかといったらそうではない。次の年にまた咲く。こうやって変化していくことがエコシステムだとすれば、つながっていくということ。これがシビックプライドにつながっていく。あるいは先ほどもあったが、どこを向いているのか。例えば、市民の方から見た目線でものを書くのか、訪れた人の目線で書くのかというところがある。私は訪れた人の視点で書いてもいいと思う。ただし、それが市民にとって何か誇りになるようなもの。やはりシビックプライドとは本当は何かというと、大阪にはこんなものがあるから来てください、来てくださっていいですよということを本当に心から思うようなことができるかどうか、それはどの視点で書いても同じことかなと思う。ただ、そういう視点で書いているということを理解して、どう伝えていくかということ。それから伝え方もやはり大事だと思う。ここに入らないと動かない。だから、そういうところもあるのかなと。インナーブランディング。大阪市民の方がこの都市魅力戦略をちょっとでも肌で感じて、来ていただいた方にそれを発信できる、あるいはつながっていく、そんなことができたかなと思っている。先生方のそれぞれの意見、私はこの中のテーマがどうかの話はしなかったが、ここでやることは、今までのように何かここで先生方がご発言をされて、事務局の方でまとめ、なんとなく間違っていないよねというような文字で収めるものではなく、もっと練っていき、戦略としてそれが伝わっていくような実りのある、そのような会議の場に、ベクトルはそうなってきたと思うのでもう一歩進んで、さらにそれが実現できるようなことをできれば。

また、これは私のキャラ、芸風なので申し訳ないが、私は欠けたことが大好きで、全体的な総花的なものからはモノが生まれてこないと思っている人間なので、もう少し、優先順位をつけるとか偏っていくとか、バランスの悪い、何かテーマがあっても良いのかなと勝手に思った。皆さんの意見と一緒にどうかは別にして、私の意見として述べさせていただいた。

議事進行に戻るが、今日はこれで終わる予定だったが、少しだけお時間がある。一旦皆さんお話をさせていただいたが、全部聞いてから、もう少しなにか言いたいなと。全員の方に述べていただく時間はないと思うが、何人かに少し積極的にお話をさせていただきたいなと思う。

■溝畑委員

やはり、これからもっとこのアウトプットを大学生や、いろんな人達にもっと啓蒙して、みんなに議論に加わってもらって、みんなの手垢が染まったものにしていくことが大事かなと思った。主役はあくまで地域住民の方、民間

事業者。この方々が意識を一緒になって、こういうものをめざしてやっていくんだと、俺も参加するんだと。Ｊリーグがなぜ盛り上がるかと言ったら、優勝するんだとみんながフォーカスしていくから。今おっしゃったように、これが我が事になるようにしていかないと、勿体ない。ぜひこれから、大学の学園祭で相手に議論をするとか。実はこの間、東大の学園祭で大阪のことを議論しに行き、学生さんからいろんな意見が出た。今年の秋は大学の学園祭とか、民間の皆さんが集まって書いてみんなで議論するとか、これをいかに普及啓発、啓蒙していくかというところ。もしそういうことであれば、私ども、例えば賛助会員約 600 社あるので、定期的に行う賛助会員の集いで問題提起して、皆さんがどんどん意見をもらうというようなこともできる。大学の学園祭に出て行っても良いし、皆でこれ話そうと、大阪の都市魅力語るぞと、そのようなことでも良いと思う。あと、中学生や高校生、小学生、教育委員会とか、啓蒙活動、普及活動をしていって、皆の手垢が染まったものにしていった方が良くかなと思った。今日、経済同友会や商工会議所の皆様がおられる。経済同友会のそういった都市魅力を話すような機会があったら、そこに行って説明して、こんなのやりました、皆さん意見くださいと。皆で手分けしてやったら面白い。もう一つ、留学生の組織があるので、留学生の皆に大阪ってこんなことをめざしているってのを説明して、皆さんから意見を聞いても良いかなと思っている。ぜひ委員の皆さん、顔広い人ばかりなのでぜひ協力してやっていきたいと思う。私もできる限り委員の一人として、普及啓発には協力しようと思う。

■萩庭委員

本日は、会長をはじめ多くの委員の皆様のご参加のもと、非常に良い議論のきっかけが生まれたと感じる。本日は多角的な視点から多様なご意見が寄せられ、会議としても一歩前進し、今後より活発な議論が期待できるようになったのではないかなと思う。改めて感じるのは、いかに「大阪の魅力」を再整理し、今後どのような都市をめざすのか、その将来像を明確にする必要があるということ。そして、それをどのように効果的に伝えていくかという視点も非常に重要。

現時点では、まだその魅力が十分に伝わっているとは言えない状況だと思う。国内各地から大阪を訪れる方々に対して、どのような都市の姿を見せ、感じてもらうのか。今日の会議で出された多様なご意見を整理・反映しながら、さらに深い議論を重ねていく必要がある。特に、万博が非常に盛り上がりを見せている今、この機運を来年以降にしぼませてしまうのは極めて惜しいと感じている。この高まった関心と流れをいかに維持し、2030 年の IR 開業に向けて、どのような都市として準備していくのか、戦略的に考えていく必要がある。

一方で私自身、今回の会議に何度か参加する中で、資料に登場した地域を実際にいくつか訪れてみた。その際に感じたのは、まだまだ受け入れ体制が十分に整っていない場所も多いということ。たとえば「周遊」を促す施策があっても、実際に足を運んでみると、観光客を迎え入れる準備が追いついていない現場もある。そういった現状を踏まえると、今後の 5 年間は、「大阪のめざす姿」を国内外にきちんと伝えていくと同時に、現場

レベルでの受け入れ体制も推進していくことが重要。今後もこの会議の場で、こうした点について具体的な議論を深めていきたいと考えている。

■服部委員

肌感覚のコメントばかりで申し訳ないが、啓蒙だとか、本当に市民がどう絡んでいくかというところが、一番言いたかったことである。会長の話を聞いて、昔若い時に、歴史か世界史の授業で年表を作ったことを思い出した。テーマごとに並んでいるものが、横にどう繋がっているかというようなことを表と言うのか、視覚的に全体が見えるものがあったら、深まりやステージというのがわかるかなと感じた。それから今日、来る時に電車の中で LINE でやり取りとしていた友人に、「何か大阪府市にリクエストがあるか、感じたことあるか」と聞いてみたが、アプリの価値への言及があった。外国からで来られている方は本当にアプリを使っているような情報を取っている。万博に行っている我々以上の年配の方はそうではないかもしれないけれど、街を見ると外国人が本当にいろんな情報をアプリから得ている。資料にデジタル技術と書いてあるので、その視点も盛り込まれていると思うが、今お話があった周遊にしても、これを見たら民泊や交通網があって、こうやって行けるというのが、外国のネットワークに頼るのではなく、何か大阪発信とか日本発信でできるようになったら良いと思った。

■青谷委員

いろんなご意見があるなというところ。厳しいというよりは、本当に活発に意見をされるのが良いと思った。私は他の委員の皆さんと違って、現場とか業界というところにどっぷり入っているわけでもなく一番何もわからない。だからこそ、素で見えていきたい、素で感じたいというところ。実際にこの資料を読ませていただいて、以前から何ができて、何がまだ発展途上段階なのかがわからない。なので、ポジショニングマップとか、そういうのを作っていただきたい、お示ししていただきたいなと感じる。それはもしかしたら、このメンバーの中でも皆さんそれぞれ違うんじゃないかというのが頭にあっても、皆がそれは一致しているわけではないと思う。これから 2030 年をめざすにあたって、これまでのことがどれだけできて、その中から今以上に強化したり、先ほどの委員長のお話にもあったここは捨てる、削除するといったようなところがあってもいいのではないかなと。やはりそこをまずお示しいただいた上で、何を具体的にこの中から強化していくのか、こことここが関連持たせながらやっていくというのを、今後していくことが重要だと思った。私も実は先月ポルトガルに行ったけれど、ポルトガルの街は、まだまだ日本に比べると、いろんな機能はまだこれからなのかなと感じた。でも文化、食、それからエンターテインメントというのが街中でもすごく感じられて、皆が一緒に楽しめるようなエンターテインメントの都市だと感じた。本当に、諸外国のいろんな地域を参考にしながら、より大阪の磨き、ブラッシュアップをしていけたらいいなと思った。