

## 令和2年度第4回大阪府市都市魅力戦略推進会議（議事メモ）

日時：令和3年1月15日（金曜日）10時～12時

場所：大阪府咲洲庁舎 50F 迎賓会議室

出席委員：伊藤委員、佐藤会長、澤田副会長、清水委員、橋爪委員、溝畑委員

（50音順）

オブザーバー：大阪府市長会・町村長会

〔出席者紹介〕

〔開会・新たな大阪都市魅力創造戦略（案）について〕

### ■ 佐藤会長

本日の議論では、戦略（案）全体を通じてご意見いただきたい。また、重点施策等について、色々とアイデアをいただければと考えている。

### ■ 伊藤委員

前回の議論を反映し、上手くまとまったのではないと思う。全体的なところで修正点を指摘させていただく。

まず 3 ページ目「めざす姿」について、前回、「国際」、「世界」という二つの似た言葉が混在していたのがなくなり「魅力共創都市」となった上、「大阪」という言葉が入ったことで、大阪が前面に出てきたと感じる。説明箇所でも、大阪にどのような文化や魅力があって、それに基づいてこの「めざす姿」とするかがしっかり説明されて良くなった。

次の3つの基本的な考え方において、「安全・安心で～」のみ大阪という言葉が無く、どこの都市でも、安全・安心ということが求められているため、例えば「安全・安心で持続可能な魅力ある大阪の実現」というような形で、「大阪」を入れた方が大阪を強調できるのではないか。4 ページ目についても「大阪・関西万博の～」と「多様な主体が～」の項目では、なぜこれが大阪において大切なかが記載されているが、「安全・安心で～」の項目では、一般的な話になっている。なお、「めざす姿」のところ、大阪では人々の多様性が魅力になっていると言われているので、「多様な主体が～」の詳細説明の部分においても強調すると、やはりこれが大阪で大切であるというところに繋がっていくのではないのか。

次に、「めざすべき都市像」の7と8について、オリパラがオリンピック・パラリンピックに修正されたが、正式名称では「競技大会」を付けるべきと聞く。戦略上の記載はすべて書く必要がないということかもしれないが、念のため一度確認されたい。

次に 12 ページ「計画期間」のフェーズについて。フェーズ 1 に記載されているウィズコロナに対応した新たな都市魅力の創出や受入環境整備等の着実な実施といったことが都市魅力に関わってくるということは納得だが、フェーズ 2 の方向性は、基本的にはインバウンドを対象とした誘客促進となっているように読める。本戦略が大阪都市魅力創造戦略であり観光振興戦略ではない点から考えると、やはりフェーズ 2

でも都市魅力の創出の部分を入れるべきだろう。

次に、14 ページ「最優先の取組み」について。先ほどと同様に、魅力創造戦略であるため、1 つ目と 2 つ目の取組みの順序を入れ替えた方が良いと感じる。あくまで、観光客を戻す、観光客が増えるというのは都市魅力がしっかりできていてその結果であるということが重要。

次に、15 ページ「戦略的な M I C E 誘致の推進」について。フェーズ 1 は基本的に国内の M I C E、フェーズ 2 は国外の M I C E を誘致することになると思うが、そのような記載がされていない。「めざすべき都市像」の施策には具体的に国内外とあるので、このフェーズ 1、フェーズ 2 でも分けたほうが良いと考える。

次に、戦略の進捗管理については、大阪の再生・成長に向けた新戦略と整合を図るということがやはり重要と感じている。「達成をめざす時期」を入国規制解除から 2 年後とすることについて、この 2 年がどうなのかというところは分からないが、ここで議論しても仕方がないし、「具体的な時期を改めて設定」と記載があるので、とりあえずは、入国規制解除から 2 年という具体的な時期が示すことが大切であると考え。

次に、参考指標について。大阪マラソンの外国人エントリー数を入れていただき良かった。ただ、ここで気をつけるべきことがある。エントリー数にはキャップが決まっている可能性もあるため、上限数の有無も把握した上でモニタリングすると、さらに効果的にその後の具体案や施策などに反映できるだろう。あとの指標に関しては、問題ないと考えている。

#### ■ 澤田副会長

事務局（案）について、違和感のない形にはなりつつある。

まず、3 ページの S D G s について、全部に関わっているとなっており、もちろんその通りだと思う。本戦略としてはそれで全く違和感がないが、あえて言うと、実務で行っているトップランナーの間では、もう S D G s は当たり前の話で書くまでもないという考え方である。本戦略には必要なのだと思うが、こうしたことが当たり前になってくる世界を視野に入れて物を作っていく、考えていく、という発想がまず必要である。

次に、先ほど伊藤委員も仰っていたが、何を大阪らしさと思って次の展開をしていくのかという、“大阪を開く”ということが大事。例えば、大阪の良さは、ユニークさや元気さ、さまざまなチャレンジ精神溢れている、エンターテインメント都市など、色々あるだろう。それぞれの場面において、「大阪らしさを生かす」とか「ユニークな大阪」、「大阪ならではの」など、その局面で何を言っているのかを、もう少し展開して考えていかないと、結局言葉遊びで「大阪」と付けただけで大阪でしょ、という話になってしまう。言葉遊びにならないよう、何をイメージしているのかを添えて、ブレない言葉の使い方が必要だろう。つまり、他の自治体と同じものになってしまうのを防ぐために「大阪」をつける、ということは解決にはなっていないこと。

次に、8 ページ「多様な楽しみ方」について。地域資源を生かして魅力を深く体感・体験できるという部分があるが、大阪の人も地域資源にどんなものがあるのかを意識していなかったり、自覚していなかったりする。インナーブランディングというか、内部の人たちが、その資源に対して魅力的だと思わない限り外に対しては伝わらない。共感する価値観をどう作っていくか。こういうことを伝えていく、こういう価値観を大事にする街である、こういう価値観を大事にしていくことが方向性であるということ、しっかりと示すということが必要だろう。コロナ禍も含め、時代が大きく変わっていくときに、この街はこういうことを、価値があると認めるの

だと定めていくことが大切。例えば、私が大阪観光局や大阪商工会議所とともに行う大阪食創造都市推進機構においては、食を選ぶ、外食を選ぶときの基準というのはいろいろあるが、ただ美味しいだけではなく、客観的な多様な判断基準を作って海外を含め対外的に発信していくことを考えており、そういったスタンスが求められるのではないかと思う。

最後に、参考指標は、何をもち、この都市の位置付けを判断するのかわ示すものであり大事。ただ、数値というのは、大阪の住みやすさ一つを挙げても、資料や指標によって順位が全然違う。例えば、都市ランキングにしても、その策定者には思惑があるわけなので、より戦略的に、客観的に見ていくにはどの指標が適切かを見極める、あるいは自身で指標を作る、活動する、そういうことも踏まえて、都市の魅力を作っていくというような戦略的な動きを併せ持つていく必要があるだろう。

#### ■ 清水委員

事務局（案）について、よく整理され、大阪らしさも個別には書かれているが、それが強く出てきてない部分もある。大阪のイメージや大阪が考えていること、大阪が誇れるものといった部分を、前段に少し別個に書き出すという考え方もあるだろう。

次に、「基本的な考え方」について、SDGsを上位概念に持ってこられたのは、私はうまく整理ができたと感じている。確かに当然のことではあるが、書かなくていいものではない。基本としてここに示すことができている。先ほど、3つの考え方すべてに、「大阪」を入れたら良いのではないかというご提案があったが、こういう戦略を考えると、ベーシックにその都市にあって当たり前のものというのがあると考えており、それに関しては、きちんと整理をして、そして、プラスその大阪らしさ、大阪がやっていくことを分けていくということも大事と考えている。そのように考えると、2つ目の「安全・安心で持続可能な都市の実現」に大阪というのがなくても、これはきちんとやっていますよ、ベーシックなところですよということで、私としてはこの書き方で良いのではないかと考えた。

次に、大阪の誇れる部分として交通インフラが非常に優れている点がある。本戦略では、それに関して全く触れられていないことがずっと気になっている。その点については、大阪の別の戦略で、インフラとして書かれているとのことだが、都市の魅力を言うときに、アクセシビリティというのは非常に重要。都市力をはかるとき、例えば経済や歴史・文化、環境など、そういったものの中に必ずアクセシビリティというのが入っているだろう。インフラだけではなく、ソフト面でも、私たちの生活を豊かにするものであるし、観光客にとってもこのアクセシビリティが優れているというのは非常に大事な点。それが、大阪に来ようという一因にもなると考え、どこかにアクセシビリティについて含められないかと考えたところ。これについては、7ページの1①の最後に、「利便性向上に向けた取組みの推進」として反映されているとのことだが、私の主張するニュアンスが伝わるのかには少し疑問がある。せめて、「モビリティの利便性向上」など、何かもう少し入れていただいた方がいかもしれない。とにかく、アクセシビリティというのは、都市にとっても必要であり、非常に誇れるものであるということを繰り返してお伝えしておきたい。

次に、14ページ「最優先取組み」について、一つ目がインバウンドに関する数値のことであるのに対し、二つ目は魅力創出のカテゴリーと国内誘客の2つが含まれている。2つが並列に書かれているため、3つにするのか、整理する必要があるだろう。また、順番的にはインバウンドは後に来るので、入れ替えた方が

いいかもしれない。

次に、「重点取組み例」について。基本的にフェーズ 1 では、ウィズコロナということで、観光に関して言えば国内の方を見据えていて、魅力創出やインフラ、関係機関の連携強化といったベーシックにやっておかないといけないことが記載されているだろう。一方、フェーズ 2 では、インバウンドを意識したものとなっている。このように考えると、フェーズ 1 とフェーズ 2 が混じっている部分があると感じる。特に、「大阪の強みを生かした魅力・発信」にある富裕層の捉え方について、おそらくインバウンドの富裕層を想定していると考えるが、もちろん国内の富裕層対策もフェーズ 1 でやっておく必要があるのではないかと。修正案としては、フェーズ 2 の富裕層という言葉インバウンドの富裕層とする、フェーズ 1 に国内の富裕層を記載する際には詳細のターゲティングを示すなどが考えられる。

次に、15 ページ「さらなる観光誘客に向けた取組み」の受入環境整備に「新型コロナウイルス感染症対策」と記載があるが、もちろん対策をするのは受入環境を整えるために重要だが、これを「見える化」していくということを絶対にやっておく必要がある。いくら対応していても伝わらなければ意味がないので、ここは「見える化」というような言葉を加えると良いのではないかと。基本、この部分で責任ある観光というのをやっていくことになるだろう。これは、「責任ある観光」とか、英語では「レスポンシブル・ツーリズム」と言われている。そういった文言を入れることで、フェーズ 1 において、しっかりと責任を持ち受入環境に取り組み、大阪は来てくれて大丈夫ですよということを発信できれば良い。

最後に、「内外からの誘客に対する数値目標」として、**2022** 年までは日本人ということで目標値を**2019** 年の実績である **2950** 万人泊と掲げており、これから戻していくということでこの数字は良いと考えている。来阪外国人旅行者数については、達成をめざす時期が「入国規制解除から 2 年後」で、この 2 年後というのはなかなか難しいが、同様に **2019** 年実績を指標にせざるを得ないと考えている。

#### ■ 橋爪委員

この段階で細かい修文のことをあまり申し上げません。ただ我々が持つべき大きな志、将来における大阪のあり方を共有できているかどうかということを確認しておきたい。ひとつには現在は緊急対策期間であり、なかなか将来が見えないが、だからこそ、この戦略においては、大きく将来の姿を描くことができる段階で、今回の戦略を大幅に見直すことを想定するべきだと申し上げたい。**12** ページに「見直すことも想定」と記載があるが、途中で世界の状況も変わり日本の状況も変わる。**5** 年の戦略だが、コロナが一旦落ち着いた段階で、もう一度きっちり精査のうえで重点施策を掲げるべきだろう。この世界でパンデミックの後に何が起こるのかということをお我々はイメージしなければいけない。ただ、現時点では、まだまだエビデンスがなくイメージすることはできないが、例えば、**1920** 年代のスペイン風邪のパンデミックが終わり、第 1 次世界大戦が終わった後に、世界中で文化芸術が花開いた時代を迎える。様々なアーティストや文化人が大活躍した。パリやアメリカはゴールデンエイジと呼ばれ、なかでも米国の文化的な興隆は「狂騒の時代」と呼ばれた。マンハッタンには超高層ビル群が並び、アール・デコのデザインが世界を席卷した時代である。今回のコロナ禍の後にも、世界各地でそのような新しい文化芸術の花が開くのではないかと。あるいは、国際観光の様々な振興策が世界中で競合されることで、人の動きが始まるであろう。そのような状況を本気で想定し、我々は手を打っていないといけない。現時点では難しいが、ある段階において、もう一度、迫力のあ

る戦略性のある重点プロジェクトをいくつも立てていくという時期が、この5年のどこかに来るということを信じて頑張りたい。その時に共有したいのは、大阪のイメージは国際都市であるということ。世界中の人、日本中の人都在这里に集まり新しいものを作ってきたのが大阪の本質。海外の魅力ある都市、例えばメルボルンや上海などに行き、「あなたの町はどんな街ですか」と聞くと、誰もが一言目に返すのが「国際都市である」ということ。我々はすぐに大阪の立場から大阪はこんな街と語るが、そうでなく、世界の中でどんなポジションを目指していくのかがあってことを考えないと、ディスティネーションになりえない。我々は世界からどういうふうに見てもらいたいのか、他にないどんな個性があるから大阪に多くの方が来ていただけるのか、ということを考えていかなければならない。世界中からもっと多くの方が大阪に来て、才能のある人がここで頑張っていて、また新しい大阪らしさを常に生み出すんだというダイナミズムの大阪らしさを語るべきというのが私の持論である。今後何が起ころうかという、デジタルエクステンションとか、新しいブレイクスルーが出てきて、新しい文化が世界中で花開こうという時代が来ることはあきらかである。私たちは意識できていないが、もうすでに新たな潮流が生まれているようにも思う。ここに一つ、可能性があるだろうと私は思う。今後、新しい人とのつながりが世界中で増える中、行政としても、新しい文化創造・芸術創造から新しい魅力創造が絶えず大阪から生まれていくという状況、参加と連携の機会を用意していかないといけない。そういう志みみたいなものを高らかに謳う段階が早く来ればと思う。冒頭申し上げたように、この計画期間の途中で、**2025**を見据えながら、さらに**2030**年に向けて次のビジョンに繋がる見直しが必要である。見直しという言い方は良くないかもしれないが、さらに魅力ある大阪を作る戦略に変えていくことを、この段階でしっかり共有できればと思う。

#### ■ 溝畑委員

やはり全体的に他都市とほとんど変わらない内容のように感じている。万博という独自性は出ているかもしれないが弱い気がする。独自性を出すには、過去の歴史を検証しながら、未来をしっかり展望していくことが必要。その時にはやはり、目指すべき立ち位置として、「誇れる」とかいう言葉は情緒的であり、もう少しみんなが奮い立つような何かが要るのではないかと。私の経験では、東日本大震災の時に政府の観光立国基本計画を策定するミッションを任せられ、当時自粛の状況であり、こんな作っていいのかわからないというバッシングが大きかった。その中で、あえて**2020**年に向け、もう一度日本がアジアのトップになるという夢を持った計画を立てようと喧々囂々と議論した。実は、その時期にビザの緩和やWi-Fi無料化、オープンスカイといった今花開いているプロジェクトを全部組み立て、スタートし、オリンピック招致までもが**2013**年の段階で作られていた。つまり、最初のフェーズの段階で**2030**年ぐらいを見据えて作っておかないといけないということ。終わってからやっているようでは間に合わない。特にMICEなどは、今の段階ですでに誘致の取り合いをしており、今動かないとダメ。この準備段階においてもう少し加速していく必要性を感じている。ピンチはチャンスと言われるが、今こそその時である。

次に、世界の中でどこを目指すのかを明確にすべき。例えば、アジアで1番を目指すなど。そのためには何が必要かを検証すべきで、その目標がなんとなく曖昧になっているから、これを達成したかどうか分からない。ふわっとした状態で進んでしまうのではないかと危惧している。記載されている内容は非常にしっかりとまとめられているが、やはり足りないところとして、目指すべき立ち位置が非常に曖昧になっているということ、この都市魅力創造戦略が大阪の戦略でどのような立ち位置になっているということ。

次に、先ほど清水委員が仰った、都市魅力を語るときに、交通政策と経済政策、文化政策、いろんな政策を総合的に網羅してこの政策はでき上がっていくという点について。戦略に書かなくとも、やはり交通政策とリンクしないと都市魅力は絶対作れないだろう。都市魅力創造戦略なるものは大阪の将来を見据えた、こういう政策を総合的に網羅して作り上げるものである、といったことを一言書いておいた方がよいのではないかと感じる。私も、交通政策と観光は、表裏一体と考えており、これがリンクしないと実際周遊観光なんてできない。ただ、それを全部書き込むとほかの政策のことになるため、位置付けを冒頭で明確にしておいた方がよいだろう。

私が思うに、ずばり商都大阪というように、まさに経済は文化のパトロンである。要するに、文化というのがベースにあってそこに経済が開いていったということ。そのため、歴史・文化・伝統をもう少し真ん中に据えても良いかと感じる。特に、富裕層対策等について内部で議論していても、やはりこの歴史・文化・伝統の無いところには都市の魅力は無いという話が挙がるので、これらにプライオリティーをもう少し効かせてもいいのではないだろうか。

次に、**SDGs** については、そろそろ具体的な話に移っていかないといけない段階。例えば **LGBT**。富裕層の約 **16%**は **LGBT** とも言われる中、日本は一番遅れている。万博や **IR** を実施するなら、ここはしっかりやらないといけない。大阪は、多様性や包容力といった特性によるのか、パートナーシップ的なものの数が多いなど、**LGBT** に対する取組みはまだ進んでいると感じている。

加えて、ゼロカーボン。**2050** 年までに **CO2** をゼロにするという方向性が出たが、やはり、緑や環境などに関してもう少し **SDGs** としてエッジを効かせてもいいのかもしれない。

#### ■ 佐藤会長

みなさんの話にあったように、今コロナ禍でも新しいことがどんどん始まっていると感じている。例えば、毎日放送さんが実施されている「**1** 万人の第九」は、今年はリモート等での開催となった。当日は無観客となったが、**1** 万人のリモートレッスンをした人達の映像を全部集めて編集して流すとか、当日オンラインで見る人を映像で入れる、他の地域ともつなげるといったことを行い、非常にたくさんの人数を一つに集めるということをされた。その作業は想像以上に大変だったであろうと思うが、コロナ禍で生まれた新しいチャレンジである。

その一方で、失われそうになっているものもある。先ほど橋爪委員が仰った、次の花開くところは絶対に欠いてはいけない所で、大本がなくなってしまうと、次につなげることが難しく、なんとかして守っていかないといけないところ。そういう意味では、今必要な投資についてきっちり考え、昔ながらのものを守るだけでなく、世界がどうなっていくかを見据えた次の世代にふさわしいものを視野に入れなければならない。

今、いろんなところでオンライン配信が実施されており、世界の人々と容易に繋がることができる新しい時代が来ていて、そこに新しい市場、チャンスがあると感じている。ゆえに、いかにして大阪にある本物をみんなまで応援して世界に売り込んでいくのかというような戦略も考えていこう。大阪には、本物がいっぱいあるが、今はまだ埋もれたままの物もあるだろう。小さなものをちゃんと拾いながら本物をきっちり見せていくという、大阪にあるコンテンツを大事にしていくことは大切。

また、これまでの会議の中でも、ネットの普及によりリアルが必須でなくなったという話もあったが、アニメや

映画等の聖地巡礼が流行っているように、やはり聖地には行きたいものだと思う。その場に行って、見て・触れて・体験するということが欠かせないので、そういった場所を大阪がいくつ持てるかが重要。これには、府民・市民を巻き込みながらやっていくことが必要だろう。

先ほど溝畑委員が仰ったように、ピンチがチャンス。やはり人間はしんどくならないと新しいもの生み出さない。今回のコロナがあったからこそ生まれている新しいものがあるので、その芽をちゃんと拾って育てていくことが大切。そうすると、もしかしたら大阪の力になっていくのではないか。橋爪委員も仰ったように、やはり人間は抑えられてそれで終わりということでは絶対になく、次のステップがあると思う。そのため、フェーズ 1 においてアグレッシブに何ができるのかというのは本戦略においても非常に重要かもしれない。ただ一方で、非常に苦しんでいる方もいらっしゃるので、その方たちをどう守っていくのかということも一緒に考えていくことが必要。

これまでの議論を受けて、その他ご意見はいかがか。

#### ■ 伊藤委員

橋爪委員より、パンデミック後には文化の花開くというお話があった。長く続くコロナ禍で、いつこのパンデミックが終わるのだろうとモチベーションを保つのが難しい今、大阪の魅力である文化が経済にも繋がっているというようなところを考えると、めざす姿にある「新たな時代を切り拓き、さらに前へ」というところと、うまくリンクしてくると感じた。そのようなメッセージ性がうまく伝えれば、そこに大阪らしさが出てくるだろう。

また、清水委員、溝畑委員が仰ったとおり、やはり交通というのはすごく大事なところであり、その都市を考えていく上で、どのように周遊させていっていかるところは大切であり、外せないポイントではないかと感じた。

最後に、澤田委員より、言葉遊びにならないようにとお話があったが、基本的な考え方について、なぜそのワードを選んでいるのかという部分が固まっていれば、私としても無理に基本的考え方そのものに、「大阪」を入れるべきとは思っていない。例えば、「安全・安心で持続可能な魅力ある都市の実現」において、橋爪委員が仰ったように国際都市というのが大阪のイメージであるとすれば、そういう人がたくさん集まるような国際都市として発展するような街だからこそ、安心・安全というところに更に力を入れるべしというような説明をし、言葉遊びで終わらせないようにするというようなところが必要だと感じた。

#### ■ 橋爪委員

2 点、申し上げたい。

1 点目として、都市魅力創造戦略は 5 年間の計画なので、交通計画を大きく取り込むということは、あまり意味がないと考える。5 年間で、新たな交通インフラがあるのならば、そのインパクトをいかに生かすのかという話になる。交通ではないが、2022 年に文化庁が京都に移転するので、文化観光というのがこの 5 年間の間に必ず注目される。その他、うめきた 2 期ができ、新しい駅ができるタイミングがあるので、それによって何が起こるのかを考えるべきである。交通計画ではなく、新しい交通が生まれることによるインパクトをどう取り込むのかという話を、本戦略では我々は考えていくべきである。

2 点目として、2025 年が、大大阪から 100 年の節目であるということ意識したい。大阪市が都市

計画を行ない、周辺地域を合併してから **100** 年目の節目になる。当時初めて都市計画なるものを立て、御堂筋の計画が立案され、さらには大大阪のモダンな文化がその後に花開いていった。当時、日本の多くの市民が、「世界で 5 位の人口規模の都市が生まれた」、「大阪は世界的な都市だ」と感じ、わが街への誇りを共有してから **100** 年になる。**100** 周年に意味があるかどうかということではない。先ほど申し上げたようにパンデミック後の、世界が疲弊から立ち直りつつあったときに、我々大阪は志を持って世界 5 位 6 位の人口規模の大都市として、将来の発展策を先人たちは考えた。我々も、パンデミック後の大阪を考えないといけない。**2025** 年は大事な節目であって、そこからまた我々が立ち上がっていくんだというメッセージをこの戦略でも出していきたい。繰り返しになるが、今は足元の緊急対策が一番だが、**2022** 年から **2023** 年には、次のフェーズに向けた絵を描きたい。

#### ■ 溝畑委員

私が先ほど交通や政策のことを申し上げた理由というのは、例えば富裕層対策について記載があるが、これにはビザの問題や入国の C I Q、その他手続きの問題など、すべて国の制度に関っている。そのため、具体的に何を国に規制緩和を求めていくとか、そういう踏み込んだことを整理していく必要があるため。例えば、ヘリポートを作る場合だと、これには観光庁の権限だけでないため、各省庁に対して強力に働きかけたり、規制緩和を求めたりすることがミッションとなる。都市魅力戦略推進会議も、この所掌分野以外のところで、例えば大阪ベイエリア、万博、**IR** が出来上がっても、ベイエリアの上の方はほとんど交通網がない。鉄道も **J R** も **2030** 年までは延伸されないが、現状の交通渋滞の中で地下鉄中央線だけでいいのか。大阪ベイエリア含めて全体が良くなっていくように、我々の方から、もっと早くしてくれと働きかけていくべきではないか。また、例えば、関西 **3** 空港について言えば、関空が水浸しになった際、国際便が一便も入ってこなかった。たまたま早く回復したからよかったが、やはり **3** 空港で最低 **2** 空港を国際化させるということは、インバウンドを復活させるという意味でも、万博・**IR** の成功に向けても最良の姿。我々の立場においてこそ、こうした部分に働きかけるべきではないかと考える。都市魅力創造戦略に具体的に書く必要はないかもしれないが、視野には入れておくべき。

最後に、文化について再度申し上げたい。やはり私も大阪は伝統的文化がすごく凝縮していて、携わっている方もたくさんいらっしゃる。今回のコロナでは、本当に今、伝統文化に関わる方々が生活の危機に直面されているので、いち早くその方々を舞台に上げて、伝統文化を守り、そして将来の担い手を育てていくことが必要だと考えている。原案にも、文化というのは少し入っているが、私見であるが、大阪らしさは、文化・歴史・伝統というところにあるのではないかと考えており、独自性という視点でいえば、大阪にあって他の都市ないものはそこではないかと感じている。

#### ■ 清水委員

橋爪委員より、国際都市についてお話があったが、国際都市とは、一つの都市基準というか、それを満たしていることが基準みたいな考え方があるだろう。その点では、国際都市だという雰囲気、前回までの案の方があったかもしれない。原案は抜けてきているので、少し盛り込まれるといいのかもしれない。やはりダイナミクスのようなものが、もう少し前面にあって、その後ろに計画的なものを書くといいかもしれない。戦



略なのでそれで良いのかもしれないが、原案はどちらかというところごく緻密に書かれた計画的なものという印象が強いような気がする。

また、交通計画と仰ったが、確かに計画は書かなくていいだろう。アクセシビリティというのは計画といったものではなく、もう少し大きなものであり、その都市を豊かにするものというか、魅力的な都市にするもの、豊かな都市にするもの、というような交通という意味である。なかなか伝えるのが難しいが、そういったものが国際的な都市の基準の一つになっているのではないかと考えている。

#### ■ 澤田副会長

感想的になるが、コメントしたい。先ほど佐藤会長がおっしゃった、「今、新しいものが生まれている」ということ、まさしくそうだと思う。パンデミック禍であるにもかかわらず、何か新しいものが生まれてきている、来るべきときのために何か準備しておく、ということはずごく大事。お話を伺っているとやはり前向きさを少し表現できたらと感じた。前向きに何かやっていくということ。今をチャンスと思っている人も必ずいる。その人達をどうサポートしていける街なのか、というようなことも考えながら聞いていた。また、LGBTQ に対しても、次のアクションを起こすことができるのではないかと感じた。

加えて、ニューノーマル、或いは働き方改革といったことがこのコロナ前から言われていたが、何か一方的に、働き方改革や時短が叫ばれるものの、余った時間をどのように使うのかという内容がない。腹筋ばかり鍛えて背筋がない身体みたいな状態になっている。空いた時間はチャンスであり、文化やビジネス、産業など、いろいろな楽しみ方があるはず。例えば、経済や文化、産業といったものは、パーティーが開催されないとフォーマルウェアが売れない、舞台が無いと芸術を披露する場所がないといったように、関連してくる。オンラインやバーチャルが普及している中、どのように機会を作っていくかということが重要。その機会をどれだけ創造力豊かにソフトを足して行って複数のものを絡めていくか。そうしないとモノは動かないのだろう。

#### ■ 橋爪委員

溝畑委員が仰った規制緩和、特に伊丹空港の国際化等については、私も兼ねてより必要だと思っている。ただ、この行政計画にどう書くのかとなると、なかなか答えが無い。さまざまな分野における規制緩和というもの、政府に求めていくことを基にこの計画があるということは共有したい。

もう 1 点、大阪の本質について色々な意見があったが、私は端的に「面白い街」だと思う。その意味するところは、「お笑い」の街ということではなく、ユニークさが評価される都市であるということである。内外の各地から大阪に来たら、誰もが自由な発想で、他の人は思いつかないことに挑戦すると評価される。大阪人、大阪の本質は、自由に人が集まり、自由に活躍できるという気質にこそ見出される。それが商いの都市の本質、「面白い都市」の本質であると思う。

#### ■ 佐藤会長

本日も色々な意見を出していただいた。大筋としては議論できたと考えている。委員の皆さんから熱いメッセージもいただいたので、どれだけ戦略に織り込めるかについては、事務局と私の方で預らせていただきたい。

〔今後のスケジュールについて〕

■ 事務局

本日の議論等踏まえ、再度事務局案を練り直し、案という形にさせていただく。その際には、佐藤会長ともご相談の上、委員の皆様方にも状況をご報告しながら進めて参る。その上で、大阪府市の議会へのご報告、パブリックコメントという手続きを経て、そこで出てきた考え方も反映したものを3月に第5回会議を開催する際に、最後のご報告を行い、ご了承いただいた上で、戦略を公表する予定。

〔閉会〕