

平成 30 年度第 1 回大阪府市都市魅力戦略推進会議 議事概要

日 時：平成 30 年 9 月 12 日(水曜日) 13 時～15 時

場 所：大阪府咲洲庁舎 45 階会議室(大)

出席委員：相原委員、栗本委員、近藤委員、橋爪委員、溝畑委員 (50 音順)

オブザーバー：大阪商工会議所、関西経済同友会

■

[開会・出席者紹介・挨拶]

[会長選出]

○互選により、溝畑委員を会長に選出

[副会長選出]

○互選により、佐藤委員を副会長に選出

[今後のスケジュール]

○資料 3 により事務局から説明

[目指すべき都市像ごとの KPI の達成状況]

○資料 4 により事務局から説明

[資料 4 に基づく審議等]

■栗本委員

全体的に達成率が非常に良く嬉しく拝見しております。今後の進め方について、これらの **KPI** について、**200%**、**300%**を目指していくのか。あるいは、超えている **KPI** を修正するのかといった方針や、国際プロスポーツ都市の部分が芳しくない中で、そこに力を入れて達成に向けて何か戦略を練っていくのか、そのような方針がもう決まっているのでしょうか。

■事務局

今のご質問でございますけれども、一部 **KPI** を達成できているものもございますが、全項目、全都市像で目標値を上回ることを現時点においては目指しておりまして、達成状況が若干芳しくないものにつきましては、施策なりを重点的に行うことによって、すべての目標値を達成できるように力を入れてやっていきたいと思っております。

新たな目標値については、次期計画の中で検討させていただきたいと考えております。

[戦略に基づく都市魅力関連プロジェクトの進捗状況と都市像ごとの施策の方向性評価]

○資料 5 により事務局から説明

[資料5に基づく審議等]

#### ■相原委員

例えば北海道にスポーツ選手が来ると、その地域の観光客が増えるということがあったりするのですが、そのケースで今使えるところとしたら、ラグビーのスター選手が今日本に来られているので、その国のプロモーションなどは府市が手伝える部分もあるのではないかと。

#### ■栗本委員

インバウンドに関して、中国・韓国の方と欧米系の方では、大阪の訪れ方が違っており、前者は来阪前にコースを決めて、行動する方が多く、後者はそこまでコースを決めずに来ていて、来阪してから、開催しているプログラムを知ってどこをどう回るか考えると。中国・韓国の方などでコースを決めて訪れる方に向けて、もっとアジアに出向いて行ってこちらが準備・用意したプログラムをPRしていかないといけないのではないかと考えています。

また、こちらが受入準備をしているプログラム・コンテンツは、体験型が非常に多くなっていると思うが、1回目、2回目のインバウンドの方へのキャッチに特化したものが多いのではないかと感じている。上質なりピーターを呼ぶというところでは、大阪の文化の深さ、都市魅力の深さが今のままでいいのかということを考えるときに、大阪人自身が大阪の都市魅力をきちんと享受しているかということ、必ずしも二重丸ではないと思うので、大阪人自身が大阪の都市魅力を深く理解していくというところから、まずやらないといけないのかなという風に感じている。

#### ■近藤委員

「出会いが新しい価値を生む多様性都市」というところではありますと、私の知っている限りではありますが、外国人労働者の内訳として恐らく一番大きいのは、例えば日本人の配偶者といった身分を持っていらっしゃる外国人、その次に来るのは恐らく資格外活動なんですね。いわば留学生のアルバイトという形になっています。もちろんそれが一概に悪いというわけではないのだが、外国人労働者数が増えたといったときに、我々の目標にしている「出会いが新しい価値を生む」というのをどういう風にしていくか、資格外活動であっても、そこでうまく新しい価値を生み出せるような大阪ならではの工夫をしていくことによって、こういったKPIというのに十分な意味を持たせるための施策をもう一回考えていかなければいけないかなと考えていた。

#### ■橋爪委員

戦略における進捗管理、目標達成については、計画通り進捗しているということで理解しております。

この外の話は少し申し上げたいんですが、個人的に気になることとしては、例えば最終年度2020年に向けて私たちは何を考えるべきかという視点を若干持たねばならない。

二つあって、一つは、今回の相次ぐ災害に対して我々はその経験値から何を学んだのかということ、情報を共有しながら部局を超えて連携しながらやっていくことがいくつあることかと思われれます。ただ、これまでもO-157の時もサーズのときも東日本大震災の時も状況がガラッと変

わりながら、次の手を打ってきたはずなので、今回の水害・地震を超えて、気が付いたことや喫緊にやらねばならないことなど、各部局担当ごとに思いがあると思いますので。当面は緊急対応せざるを得ないが、半年後、1年後に向けて、新たな手をうっていかねばいけない。

特に外国人旅行者の災害時への情報提供なり避難誘導なりは世界中各都市、日本中でも各都市が検討してきていることではあるんですけども、やはり、グローバルスタンダードをみたうえで、大阪独自の何かアイデアが必要であろうし、今回の災害後、いかに海外で、もう一度、大阪をアピールしなおすのか、安全であるということの上手な伝え方などを含め、これは各国それぞれユニークなことをしてきているので、手法は色々あるかと思うが、我々はどうするのかということは考えないといけない。

もう一つは、**2020** のオリパラの時に戦略の最終年度となることをいかに意識するのか。特に大阪にゆかりの選手が活躍することを期待して、なんらかのサポートや大阪をアピールする機会とすることなどを、私たちは考えていくべきだと思う。

#### ■溝畑委員

プロセスとして、まず全体的に「数を増やす」、そこから「質を上げる」、「波及させる」という、この**3**つのキーワードがあり、全体的に「数を増やす」ところから、「質を上げる」というところかなと思っている。

「質を上げる」というところで、この**1**年、特に顕著になってきたのは、インバウンドの急増に伴う、例えばトイレの問題であるとか、ごみの問題、治安とか、橋爪委員のお話にもあった防災の問題ですね、こういったところで大阪は世界、アジアの観光のトップランナーを目指す。全て早め早めにモデル的なものを示していくのが大阪のあるべき観光戦略、ミッションではないかと思っている。

特にスポーツのところは、やり方によっては、まだまだ海外に発信できるなと思っている。サッカーでは、今回ワールドカップでゴール決めた南野選手は大阪出身ですよ、本田圭佑選手も大阪出身ですよ。ダルビッシュ有選手も羽曳野出身ですし、サッカー、野球、バレーボールなどスポーツ人材は大阪からも数多く排出しているので、大阪出身のアスリートから、大阪を世界に発信した方が、我々が何度も言うよりも効果があると思いますので、こういうところをもっと活用出来ないものかと感じております。

#### ■相原委員

個人的な視点ではありますが、国際化というところでは、グローバル人材の問題があるが、外国人というのは、留学生も来ているので、留学生に向けて、例えば、ボランティアであれば、スポーツボランティアとか、スポーツの事業であればもちろん大阪府民市民の方に向けてやられてることではあると思いますが、「トップアスリート等との連携事業」「オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進」といったものをミックスして考えてみるという形になると、さらに複合的になるのでは思っており、まだまだ色々なものの融合など可能性があるものがいっぱいあると感じている。

#### ■栗本委員

先ほど会長から「数を増やす」から「質を上げる」とおっしゃいましたが、あとはスピード感も必要ではないかと思えます。質というところでは、特にインバウンドに対しての多言語化の考え方、スピード感としては、非常に遅いと思うので、防災時の指示・情報発信というのも含めて、ソフト的、ハード的にもスピード感をもって、整理するのも大事ではないかなと思えます。

#### ■近藤委員

「出合いが新しい価値を生む多様性都市」というところでも、もう一步、質の方に目を向けた議論は必要ではないかと思えます。

それと同時に、外国人労働者抜きでは産業回らなくなっているという状況もありますので、それを踏まえ、多様性としてどういう風にしていくか、なおかつ、いかに高度化していき、労働者本人たち、府とか市地域にとっても利益がでるような形で落とし込んでいけるかという施策の方向性も同時に考えていく必要があるのではないかなと思えます。

#### ■橋爪委員

状況の変化に応じながらではあるが、インバウンドが増えているというところで、海外において大阪をアピールするプログラムを考える時期ではないかと考えている。

特に我々のターゲットとするエリアや都市において、我々がアピールしたいことを戦略性をもって、友好都市、大学なども連携しながら、これまで以上に海外でのプロモーションに打って出るということも必要ではないか。

#### ■溝畑委員

先ほど栗本委員からスピード感というお話がありましたので、今回、私ども観光局では **SNS** とホームページを通して、観光客が知りたい情報について、リアルタイムに発信するという動きはいたしましたが、質を上げるというところは大事なテーマだと思っております。

その他、橋爪委員から発言がありました、海外に向けてどういう風にプロモーションをやっていくか、どこの国をターゲットにしていくかなど、最近はそういったプロモーションだけでなく **SNS** など発信の仕方も様々であるので、そういったところも **2020** 年を見据えて、どういう風に我々が大阪の姿を見せていくのかは本当に大事と思っております。各委員の皆さんの発言を踏まえて、今後の議論に活かしていきたいと思えます。

[報告事項 宿泊税制度の見直しについて]

[挨拶・閉会]