

保 存

# 「夢・大阪」企画

人間主体の都市

～ 人間らしくやりたい+～

平成13年12月

社団法人 関西経済同友会

調査企画部会



# 目 次

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 1. はじめに ～問題意識～           | 1  |
| A. 大阪の国際競争力の現状           | 1  |
| B. 都市再生こそが鍵              | 2  |
| C. 夢と推進                  | 2  |
| 2. 人間主体の都市 ～人間らしくやりたいナ～  | 4  |
| A. 行ってみたい街・住みたい街         | 5  |
| B. 活力ある商いの街              | 5  |
| C. 町衆がおこす文化の街            | 5  |
| 3. 「夢・大阪」企画の構成 ～方向性と具体策～ | 6  |
| 水都大阪                     | 7  |
| 緑の都                      | 11 |
| 憩いの都                     | 13 |
| 新産業創生                    | 15 |
| デザイン立都                   | 17 |
| 国際観光集客                   | 19 |
| まちおこし                    | 21 |
| 自治                       | 23 |
| 「夢・大阪」企画マップ              | 24 |

# 1. はじめに ～問題意識～

## A. 大阪の国際競争力の現状

本年 7 月 13 日 (金) の IOC モスクワ総会において、大阪は 2008 年のオリンピック招致に敗れた。大阪が獲得できたのはわずか 6 票、最下位落選という事実にも誰もが戸惑いを隠せなかった。極めて政治色の強い決定だったとはいえ、目下の大阪の国際競争力の低さを示唆している。

各都市のプレゼンテーションや IOC 委員との質疑応答から感じた大阪の敗因は次の 5 点である。

### ①都市部のインフラの問題

IOC 評価委員が来阪した時の交通渋滞は、高速道路を含めて、大阪都市部の道路整備が不十分であることを印象づけた。例えば、一般国道の整備率を見ると全国平均の 49.8% に対して、近畿の大都市圏は 30.9% とかなりの低水準にとどまっている。国土交通省によれば、交通渋滞による経済損失は近畿で年間 2 兆円に及んでいるというが、この渋滞が世界から多くの人を集めるオリンピックを開催する上でのひとつのネックになった。

### ②乏しい都市のアメニティ

大阪の GDP の大きさと裏腹に緑被率の低さや林立する電信柱など、他の候補都市と比較して大阪はアメニティに欠けるといわざるを得ない。ちなみに 1 人当たりの公園面積を見るとニューヨークは 29.1 m<sup>2</sup>/人、ロンドンでは 26.9 m<sup>2</sup>/人に対し、大阪市はわずか 3.4 m<sup>2</sup>/人にすぎない。また、26 年連続ひたくり全国ナンバー 1 が確実に視される大阪だが、「市長が治安に責任を持つのか」という IOC 委員の質問に対し、警察を管轄する立場ではない市長の応答は説得力を欠いた。

### ③大阪の知名度の低さ

海外において東京、京都、広島、長崎の都市名は知られていても、大阪はほとんど知られていないのが現状である。そんな中で IOC 委員の事前訪問禁止措置は大阪にとって極めて不利になった。大阪から世界に向けて十分な情報発信をしてこなかったこと、また、関西国際空港のように「関西」という広域の呼び名との使い分けが「大阪」の発信力を弱めている。

#### ④環境問題

欧米諸国のIOC委員は環境問題への関心がひとときわ高い。北京は天然ガスを燃料とするバス導入や工場の郊外移転など思い切った提案をしたのに対し、大阪はオリンピック会場となる舞洲の環境対策がメインで、都心部の具体策についてはあまり触れていなかった。

#### ⑤市民の盛り上がりの低さ

5 つ目の点は、市民の盛り上がりの低さである。これには郊外居住の進展により都心の空洞化が進み、まちおこしの母体となるコミュニティが十分に機能できていない点も挙げられる。都心居住を推進しなければ、市民が自らの意思で街づくりをしていくという運動も盛り上がらない。

### B. 都市再生こそが鍵

大阪の国際的な競争力の低下は、ひとつには地方に重心をおいた予算配分により、都道府県一人当たりの行政投資額は大阪府が 30 万円と全国都道府県のなかで最下位から 4 番目、第1位の島根県(69 万円)の半分にも満たない。

日本の国内総生産のうち大阪府が占める比率は 8%と東京(17%)に次ぐ第2位の規模を有している。新たな産業を生み出すのはやはり都市部であり、国際的な都市間競争がますます激化するなかで、都市再生こそが日本再生の最大の戦略である。

目下、都市再生本部においてもそうした取り組みが進められているが、東京の真似ではなく、日本最古の都市・難波宮としての誇りを持ち、先達が築き上げてきた大阪のポテンシャルを最大限活かした都市づくりに着手することが急務である。

### C. 夢と推進

目指す大阪の方向性について、本提言では長期的なスタンスに立ち、四半世紀ほど先をイメージした。足元の景気は厳しいが、20 世紀から 21 世紀という時代の転換期に、将来の大阪の夢を示すことに意味があるという認識からである。

空を飛ぶたい、月に行きたいと思う夢が、技術を革新し、飛行機やロケットの開発を可能にした。明治 34 年の報知新聞に発表された「予言」をみると、極めて興味深いことに当時の人々の夢や予感の方向に技術革新が行われてきたことがわかる。

現代人の生活文化の礎は、産業革命後の 1920 年代につくられた。われわれが今日

使用しているテーブルや椅子、台所用品をはじめ、多くの製品や天を突く超高層ビルまでがこの時期にデザインされていたのである。

科学者、デザイナー、企業家、政府、そして市民が工業化社会の到来を夢見て、力を合わせてその構築に邁進してきた。1925年のパリ万博のポスターをみると、工場からもくもくと立ちのぼる黒煙が当時の代表的モチーフである薔薇の花に描かれている。この時期、工業製品が人々に夢を与える商品であったことを象徴している。

さらにこの時期にプラスチックが発明され、カラフルで自由な形のパッケージデザインが可能になった。ドイツのデザイン学校『バウハウス』のデザイナーらが中心となって発想を膨らませ、従来のルネサンス調やアール・ヌーボーの複雑な装飾を排し、量産化にふさわしい機能的で実験的なデザインを生み出したのである。やはり工業化社会への憧れや夢が、科学者やデザイナーも巻き込んだ社会の改革運動になって、現代のわれわれの生活を築く推進力となったのである。



1925年パリ万国博覧会のポスター

## 2. 人間主体の都市 ～人間らしくやりたいナ～

20 世紀の後半は工業化社会の進展によって物質的な豊かさは満たされたが、組織や国家といった「全体」の効率を優先するあまり、どちらかといえば「個人」の視点が犠牲にされてきた。生産の拠点としての都市づくりがおこなわれ、大量消費の負の側面である大量廃棄によるゴミ問題、ヒートアイランド現象、エネルギー問題などの地球環境問題が深刻になった。さらに投票率の低さに代表される国民としての義務の放棄や公共心の欠如、都市犯罪の多発など、人々の心にも影を落としている。

21 世紀は工業化が可能にした物質的な豊かさの上に、アメニティやゆとりある生活、地球環境への配慮を加え、「人が機械を相手に働く時代」から「人が人を相手に働く時代」へと社会・経済構造を転換していくときである。

大阪はバイオ・ナノ・ITなどのテクノロジーによって新たな産業を発展させていくことに加えて、デザインやブランドなどのソフトによって産業を高付加価値化していくべきである。そこでは知的人材の交流が新たなソフトを生み出す源泉となる。ホスピタリティを発揮し、クリエイティブな人材を集める大阪から日本の 21 世紀を切り拓いていきたい。

顔の見える(自覚や責任のある)個人やNPOに支えられた文化やまちづくりが、さらに都市の魅力を高め、人材を吸引する。

21 世紀の都市は消費の拠点であり、知的生産のインキュベータであり、個人が活躍する舞台である。われわれはそうした思いを込め、世界に先駆けて、大阪を人間主体の都市としていくことを提案したい。

人間主体の都市を実現する戦略はつぎの“A・B・C”の3つである。

- |             |       |                 |
|-------------|-------|-----------------|
| A. Amenity  | アメニティ | 『行ってみたい街・住みたい街』 |
| B. Business | ビジネス  | 『活力ある商いの街』      |
| C. Culture  | カルチャー | 『町衆がおこす文化の街』    |

## A. 行ってみたい街・住みたい街

- ・水都として栄えた歴史、四通八達した掘割、八百八橋など水をいかした都市づくり。
- ・しまつの精神、「花博」の理念を継承し、緑化推進と循環型社会のモデル都市の構築。
- ・治安回復と大人が憩える場づくり。

## B. 活力ある商いの街

- ・道修町の歴史や学研都市のノウハウと産業を結び、バイオ・ナノ・IT産業を大阪のコアビジネスに育成。
- ・手塚治虫や多くのデザイナーを輩出した大阪を世界のデザイン・ブランド拠点とし、若手クリエイターを集め、産業の高度化を図る。
- ・国際交流都市としての歴史と大阪人のホスピタリティを活かし、夢洲にカジノを実現。国際的な観光集客を図り、サービス産業を基幹産業に育成。

## C. 町衆がおこす文化の街

- ・大阪人のDNAに刻まれた町衆精神を発揮し、市民主導の文化活動、スポーツ、まちおこしの盛んな大阪にする。
- ・真の地域主権による自治を実現するために 2025 年までに「関西州」を実現する。  
そのためには市町村の合併を推進するとともに、大阪府市の合併を行ってまず「大阪“都”」をつくり、スリムで無駄のない行政を組織して「関西州」実現の第一歩とする。

以上に述べた3つの“A・B・C”戦略に基づき、次頁に大阪の目指す8つ方向性——「水都大阪」、「緑の都」、「憩いの都」、「新産業創出」、「デザイン立都」、「国際観光集客」、「まちおこし」、「自治」を示した。その内容についてはそれぞれの項目の冒頭に「方向性」として記した。

さらにこの方向性を実現するための具体策を提案した。

### 3. 「夢・大阪」企画の構成 ～方向性と具体策～

#### 方向性

##### ○潤いといやしのある都市

- ・水は生命（いのち）の源
- ・文明は川のほとりから発祥
- ・効率一辺倒からゆっくりへ

水運で栄えた歴史、四通八達した堀割、八百八橋、三十石船

##### ○地球環境都市

- ・二酸化炭素の削減・ヒートアイランド現象の抑止
- ・野鳥のさえずり・花のある生活
- ・循環型社会のモデル都市

しまつの精神、花博

##### ○快適な都心居住

- ・魅力あるストリート
- ・治安回復
- ・知的刺激

御堂筋、自由な都市民、ひたくり26年連続ナンバーワン

##### ○コアとなる産業の育成

- ・バイオ・ナノ・IT
- ・産学連携強化

学研都市やSPRING-8など研究施設の集積、道修町の歴史  
進取の精神、日本を代表する経営者（松下幸之助・小林一三）

##### ○産業の高付加価値化

- ・新たな付加価値はデザイン力・ブランド力
- ・若手クリエイターの集積

手塚治虫、ファッションやデザイン専門学校の集積  
大阪コレクション

##### ○サービス産業

- ・新たな集客装置
- ・風格と魅力のある都市
- ・24時間都市

門前のにぎわいに新たな商売を考え出す大阪人のDNA  
太古からの国際交流の歴史、天下の台所、食博、ホスピタリティ

##### ○成熟した民主主義

- ・NP0・市民が主役となったまちおこし・コトおこし
- ・顔の見える個人

適塾、懐徳堂、“だんな”  
大阪城再建や堀割維持への貢献

##### ○地域主権を大阪から

- ・中央から地方へ
- ・住民が主体の真の自治

町人自治の歴史

#### 具体策

##### 水都大阪緑の都憩いの都

##### ○水都のランドマーク“未来橋”

⇒淀屋橋と大江橋に展望台・ミュージアム・レストランのある塔

##### ○大阪駅から水上交通でユニバーサル・スタジオ・ジャパンへ

⇒大阪駅と堂島川をつなぐ堀、橋のかけかえ、高速道路地下化、船着場整備

##### ○街角に噴水を

⇒遊歩道の整備、ビルの川側の美化、オープンカフェ、ライトアップ

##### ○道頓堀川で水泳大会

⇒河川の浄化

##### ○緑のじゅうたん

⇒都心のビル屋上の50%を緑化、大阪駅前に緑地公園

##### ○御堂筋を中心に「花いっぱい」運動

⇒住民と企業による沿道美化、地域と一体となった電線地中化

##### ○スーパー・コンビニで“量り売り”の復活を

⇒都市型リサイクルシステムの構築、フリーマーケット天国、公用車をすべて低公害車に

##### ○都心居住・御堂筋

⇒町名に御堂筋を、ブランド店の誘致、テラスカフェ、高さ制限撤廃と容積率緩和、バリアフリー

##### ○濡れずに歩ける大阪

⇒キタとミナミを地下遊歩道で結ぶ

##### ○大人が楽しめる憩いの場

⇒堀江・南船場・福島・北新地

##### ○ひたくりゼロ・駐車違反ゼロの街

⇒100メートルおきに交番のある御堂筋、駐車違反取締りの民間委託

##### 新産業創出デザイン立都国際観光集客

##### ○彩都を世界有数のバイオ研究のメッカに

⇒研究者とデータの集積、情報発信拠点

##### ○学研都市の知恵と家電産業の資本のマッチング

⇒情報家電の発明拠点

##### ○キャンパスシティ大阪

⇒内外の大学・大学院・ビジネススクールを都心に

##### ○21世紀版“バウハウス”創設

⇒日本最高峰のデザイン学校（建築・工業デザイン・自動車など）

##### ○アニメ・CGの映画製作

⇒ユニバーサル・スタジオ・ジャパンにアトム館を

##### ○“デザイン・オブ・ザ・イヤー”の創設

⇒建築や工業デザインなど若きクリエイターの登竜門、常設展示場を御堂筋の地下街に

##### ○エージェント機能の充実

⇒若者の才能のアクセラレータ

##### ○夢洲カジノ

⇒ショッピングモールなど24時間の複合商業施設

##### ○大阪の玄関口としての顔づくり

⇒ペDESTリアンデッキ設置、駅への車の利便性向上、外国語標識の充実

##### ○食いだおれ

⇒食の情報発信、集客、人材育成、日本初の食・ホテル大学“クーネル大学”

##### まちおこし自治

##### ○スポーツパラダイス大阪

⇒国際トライアスロン大会・シンクロナイズドスイミング・将来のオリンピック招致の布石

##### ○寺社・ミュージアムを文化活動の舞台に

⇒文化施設を活用した知的交流

##### ○ストリートが生み出す都市文化

⇒ストリートミュージシャン、街角パフォーマンス

##### ○関西州の実現

⇒税財源と権限の地方委譲

⇒市町村合併の推進（30万～40万人規模の基礎自治体に）

⇒大阪府市合併（「大阪“都”」）

⇒広域自治体「関西州」の構築





# 水都大阪

## 方向性

- 水は万物の生命の根源であり、人に潤いや癒しをもたらす効果がある。  
古代エジプトをはじめ多くの文明は、川のほとりから発祥した。ゆったりとした川の流  
れは、エイジング——時代の積層性を象徴し、不変性や記憶を意味する。
- かつて大阪には、「清らかな水」、「四通八達した堀割」、「八百八橋」など水都として  
栄えた歴史があった。われわれは、効率一辺倒の都市生活への反省にもとづき、  
「21 世紀に大阪から新たな都市文明を生み出そう」という願いを込め、大阪の河川を  
浄化し、世界に先駆けた人間主体のモデル都市を築く。

## 具体策

### 水都のランドマーク“未来橋”

- ＜狙い＞ 淀屋橋と大江橋に橋上タワー“未来橋”を建設し、水都大阪のランドマーク  
とする。  
“未来橋”を、その名の通り「未来との架け橋」、アジアをはじめ世界各国と  
の「友好の架け橋」と位置づけ、21 世紀の水都大阪のシンボルとする。
- ＜方策＞ “未来橋”の建設  
淀屋橋と大江橋の上にそれぞれタワーを建設する。2 つのタワーは上空  
のアーチで連結する。
  - ・大阪城や大阪湾、御堂筋を見下ろせる展望台
  - ・橋の歴史を紹介する“八百八橋ミュージアム”
  - ・各国の料理を味わえる 24 時間営業のレストラン
  - ・タワーの下に水上交通のターミナル “未来橋駅”
  - ・橋の両側にライトアップされた噴水
  - ・設計については世界中の建築家から作品を募集し、コンペを実施

## 大阪駅から水上交通でユニバーサル・スタジオ・ジャパンへ

＜狙い＞ 大阪の中心部に船で散策できる「水の回廊」を設ける。回遊性を持たせることにより、都心部全体の発展が期待できる。

### ＜方策＞ 水上タクシーと水上バスのルートの整備

道頓堀川・堂島川・土佐堀川・東横堀川・木津川をめぐる水路を整備し、「水の回廊」とする。下に述べる堂島堀割の復活により、大阪駅前からユニバーサル・スタジオ・ジャパンや海遊館、ミナミの繁華街への水上観光も可能になる。

- ・橋げたの低い水晶橋・大江橋・堂島大橋・淀屋橋・錦橋・昭和橋の架け替え
- ・将来的に阪神高速 1 号環状線をすべて地下化。景観の向上と排気ガスを浄化し地上に排出することによる大気汚染対策

### 堂島堀割の復活

大阪駅の玄関口梅田北ヤードに水上ターミナルを作り、堂島川までの堂島堀割を復活する。

- ・阪神高速の梅田西ランプから出入橋経由・北浜間を地下化し、堂島堀割を掘削
- ・海老江下水処理場の高度処理水を梅田水上ターミナルから堂島堀割に流し込み、水を浄化

## 街角に噴水を

＜狙い＞ 都市の暮らしに潤いとやすらぎを演出する。

### ＜方策＞ 噴水の設置

- ・水の回廊の船着場や主な橋ごとに噴水設置
- ・街のあちこちに楽しい小噴水を

### 水辺の景観美化

- ・旧西横堀川に市民の憩いのせせらぎ復活  
(阪神高速の地下化による跡地を利用し、高度処理水を流す)
- ・水路側からみた景観の整備(行政のインセンティブ設定)
- ・台船などを利用した水辺のオープンカフェ(河川利用基準の緩和)
- ・噴水の夜間ライトアップ
- ・水の回廊に遊歩道を整備

## 道頓堀川で水泳大会

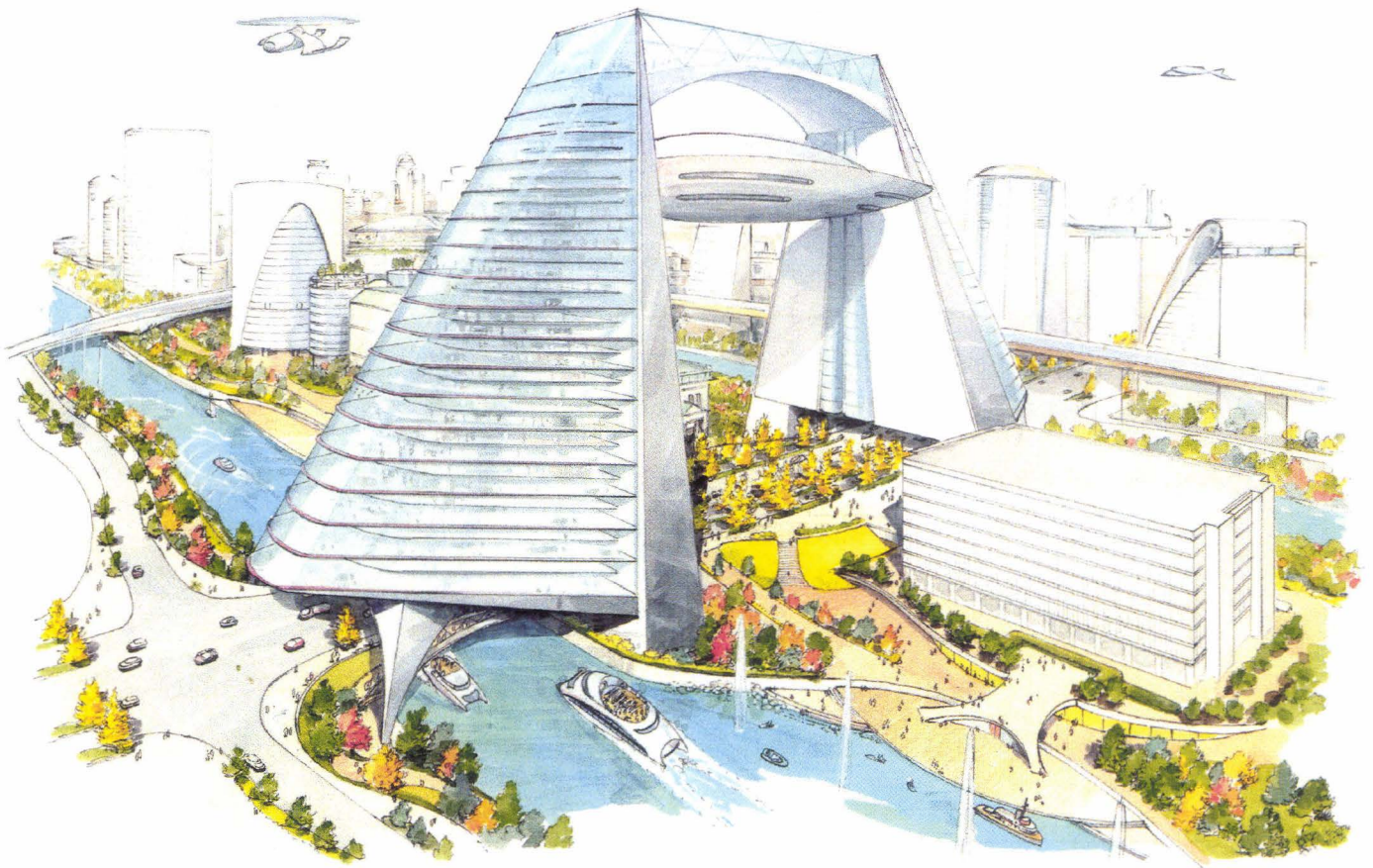
＜狙い＞ 清らかな水を復活する。

＜方策＞ 道頓堀川をはじめ都心の堀川の浄化

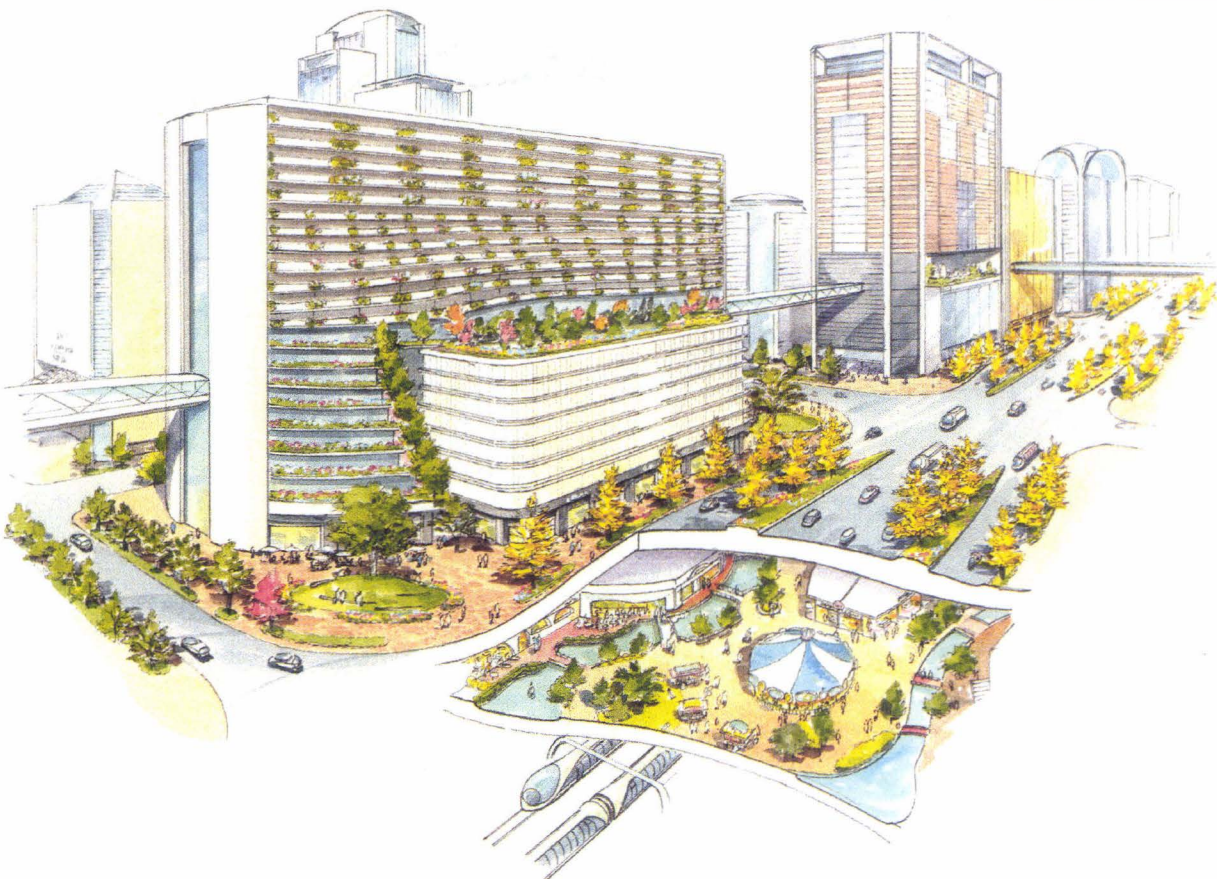
きれいな堀と川を実現し、道頓堀川で安心して水泳大会を開催できるようにする。

- ・都心部の堀・川のヘドロ除去
- ・水の回廊に野生動植物が生息するビオトープを設置
- ・寝屋川流域の雨水貯留施設の整備
- ・高度処理の推進と高度処理水の噴水への循環活用
- ・2010 年をめどにした大阪市内合流式下水道の分流式下水道への転換（雨水と汚水を別々に流す）
- ・噴水による酸素の供給

**“未来橋” イメージ図**



**憩いの御堂筋イメージ図**



# 緑の都

## 方向性

- 豊かな緑は人にやすらぎを与える。また、二酸化炭素を削減し、都市部のヒートアイランド現象を抑止するとともに、防火・防熱効果をもたらす。
- 1990 年、大阪は「国際花と緑の博覧会」を開催し、「花と緑と人間生活のかかわりをとらえ、21 世紀に向けて潤いのある豊かな社会の創造」を世界に先駆けて提案した。花博の理念を具体化し、都心の緑化を推進することで、大阪を小鳥のさえずりが聞こえ、やすらぎのある緑の都にする。
- 資源エネルギー問題や大量廃棄など地球環境問題は深刻さを増している。大阪商人に伝承されてきた「しまつの精神」を発揮し、大阪を環境に配慮した「循環型社会のモデル都市」にする。

## 具体策

### 緑のじゅうたん

＜狙い＞ 飛行機から眺めるとあたかもグリーンベルトがあるように都心部を緑化し、ヒートアイランド現象の抑止と省エネをはかる。

#### ＜方策＞ 都心のビルの屋上緑化

- ・屋上の緑被率を 50%に

- ・行政の緑化推進制度を活用して民間が取り組む

大阪市内の屋上 50%の緑化により、0.47 度の気温低減が見込まれる。

また、階下の温度低下(33℃から 28℃へ)、年間 1 m<sup>2</sup>あたり 71 円の冷房費の削減が可能になる。

#### 大阪駅前に緑地公園を

梅田北ヤード再開発の一環として公園を整備する。市民による植樹をおこない、野鳥のさえずりが聞こえる森とする。災害時の避難場所にもなる。

- ・屋上緑化も含め、梅田北ヤード全体の緑被率 50%の実現

## 御堂筋を中心に「花いっぱい」運動

＜狙い＞ 花と緑にあふれた美しい街並みを演出する。

＜方策＞ 住民と企業による沿道の緑化

企業や住民が協力しあい、ビルやマンションの敷地・壁面・テラス・ベランダに花を植える。緑化のシンボルとしてまず御堂筋から着手する。

- ・行政の建造物緑化助成制度の活用

電線・ケーブルの地中化

住民と行政が一体となったまちづくりの一環として、電線やケーブルの地中化を推進する。(パリやロンドンは無電柱化率 100%を達成)

- ・国庫補助を活用した電線共同溝の設置やソフト地中化の推進

## スーパー・コンビニで“量り売り”の復活を

＜狙い＞ 都市型リサイクルシステムを構築し、循環型の都市を実現する。住民の環境意識向上にもつながる。

＜方策＞ “量り売り”の復活

スーパーやコンビニで調味料や米などの量り売りを推進する。  
必要なものを必要なだけ購入し、ゴミを出さないモデル都市とする。

フリーマーケット天国

大阪城公園や海遊館前の広場でフリーマーケットを定期的に行い、リユースの促進をはかる。

- ・行政による公共施設の積極的開放
- ・NPO による品質保証システムの構築

公用車の 100%低公害車化

2005 年までに大阪府と市の公用車をすべて低公害車とする。行政が先頭に立って環境にやさしい都市の実現をめざす。

# 憩いの都

## 方向性

- パリの「シャンゼリゼ」、ロンドンの「オックスフォードストリート」のように、世界の大都市には顔となるストリートがある。魅力的な通りが求心力となって人が集い、都市に息吹を与える。
- 御堂筋は大阪の顔である。その魅力を高め、治安を向上させることで都心居住を推進する。
- 江戸時代より、大阪人は、「商人の誇り」と「自由な都市民としての自覚」を持ち、サロンなどのネットワークの場でさまざまな遊びや文化を創出してきた。  
大人が楽しめる憩いの場・知的交流のサロンをつくり、盛り場を新たな知恵やソフトを生み出す拠点にする。

## 具体策

### 都心居住・御堂筋

＜狙い＞ 御堂筋を中心とするゾーンを都心居住のシンボルにする。

＜方策＞ 町名を「御堂筋」に

淀屋橋から難波まで御堂筋に沿ったブロックの住居表示を「御堂筋」と変え、ブランド力を高める。（例：中央区御堂筋 1 丁目）

#### 高さ制限撤廃と容積率緩和

現在 50m の高さ制限を撤廃するとともに、容積率を大幅に緩和する。  
バリアフリーの良質な都心居住空間を提供する。

#### 御堂筋の魅力向上

ビルの 1 階部分へ高級ブティックやテラスカフェを誘致する。  
御堂筋を高級ブランドショップや高級ブティックのたち並ぶ一大ファッションストリートとする。

## 濡れずに歩ける大阪

＜狙い＞ 大阪のキタとミナミを雨に濡れず、赤信号に妨げられることなく、安全に歩けるようにする。

＜方策＞ キタとミナミを結ぶ地下街の設置

御堂筋の「ディアモール」から「なんばウォーク」間、および四ツ橋筋の「ドーチカ」から「なんばウォーク」間に地下プロムナードを作り、地下の回廊とする。

川が流れるプロムナードとし、飲食や雑貨などの店舗を誘致する。

## 大人が楽しめる憩いの場

＜狙い＞ 大人が楽しみ、知的交流をはかれる場を設ける。

＜方策＞ 個性ある盛り場をつくり文化創出のサロンに

地域に根ざしたまちづくりや盛り場おこしをしようとする人々に行政が支援し、リーダーを育成する。

（建築家、法律家に加え、景観デザイナーなど専門家の派遣や勉強会の支援を行う等、官民が一体となって検討）

・北新地・ミナミに加え、南船場・堀江・福島など新しい盛り場を

## ひったくりゼロ・駐車違反ゼロの街

＜狙い＞ 世界一安全な都市大阪を実現する。

＜方策＞ 交番の設置

ひったくり 26 年連続日本一の汚名を返上する。特に御堂筋に 100 メートルおきに交番を設置し、夜も安心して歩ける街とする。

駐車違反取締り業務の民間委託

法律を改正し、反則金を直接都道府県の歳入とする。それを財源として民間への委託費ならびに交通インフラ整備に充当する。

# 新産業創出

## 方向性

- 大阪には、松下幸之助、小林一三などアイデアあふれる経営者を育んだ都市の DNA がある。さらに、道修町の歴史、学研都市や SPring-8 などさまざまな研究機関の集積がある。
- バイオ・ナノ・IT を大阪の 21 世紀のコア産業と位置付け、重点的な資源配分を行うとともに、世界レベルの研究者を集め、都心部に研究者の交流拠点をつくり、新産業創出都市とする。

## 具体策

### 彩都を世界有数のバイオ研究のメッカに

＜狙い＞ 大阪を世界に名だたるバイオ研究拠点とする。

#### ＜方策＞ 研究機関の集積

彩都に内外の研究機関や大学を集め、バイオの研究拠点とする。

- ・官民一体となった研究機関の誘致
- ・研究データの集積とネットワーク化
- ・関西の研究所をつなぐ超高速・大容量の光ファイバーネットワークの構築

#### 外国人研究者の招聘

世界トップレベルの研究を推進するために、バイオ研究における世界的な権威を招聘する。外国人研究者の家族向けに、教会・学校などの生活関連施設の充実もあわせて行う。

### 学研都市の知恵と家電産業の資本のマッチング

＜狙い＞ 次代のコア産業を育成する。

#### ＜方策＞ 研究機関と産業の資本をマッチング

学研都市・SPring-8 などの研究機関の成果と、家電をはじめ産業の資本を結合し、新たな産業を育成する。

## キャンパスシティ大阪

＜狙い＞ 都心部に内外の大学を誘致し、知的情報の受発信基地とする。

＜方策＞ 大学・大学院・ビジネススクールの誘致

梅田北ヤードに大学やサテライト研究室を誘致する。

- ・学校・国籍・年齢の垣根を越えた知的交流の拠点
- ・社会人のキャリアアップ・スキルアップと企業の研修センターの併設
- ・産学連携の充実

# デザイン立都

## 方向性

- わが国の製造業は、中国のキャッチアップによって空洞化を余儀なくされているが、商品に新たな価値を与えるのは、デザインやブランドである。  
大阪には、日本で最初に生まれた写真専門学校があり、ファッションやデザインの専門学校の集積もある。大阪をデザインの都とし、産業の国際競争力を高める。
- 手塚治虫を輩出した大阪にアニメ・キャラクター、コンピュータグラフィックスの若手クリエイターが活躍できる拠点をつくり、作品を流通させるルートを整備する。

## 具体策

### 21 世紀版“バウハウス”創設

＜狙い＞ 大阪を世界一のデザインの受発信拠点とする。

＜方策＞ 世界最高峰のデザイン学校 “バウハウス” 設立

芸術と産業を結びつけ、新しい生活様式を描くデザイナーを生み出す学校を設立する。

- ・世界のトップデザイナーの招聘
- ・工業デザイン、建築、ファッション、コンピュータグラフィックスなど

デザインの成果の管理

作品の知的所有権を管理する機関を設け、各国企業との窓口にする。

## アニメ・コンピュータグラフィックスの映画製作

＜狙い＞ 大阪をアニメやコンピュータグラフィックスのメッカとする。

＜方策＞ アニメ映画祭開催

大阪で若手のアニメーターや監督の作品を集め、国際アニメ映画祭を開催する。

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンに「アトム館」を

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの中または周辺に、日本を代表する手塚治虫の作品にちなんだ「アトム館」をつくり、日本のアニメ文化の発信拠点とする。

## “デザイン・オブ・ザ・イヤー”の創設

＜狙い＞ 大阪で若きクリエイターを育成する。

＜方策＞ “デザイン・オブ・ザ・イヤー” コンテスト開催

若手クリエイターが才能を競い合い、世界へ羽ばたくための登竜門とする。  
・建築・工業デザイン・ファッション・イラストなど

優秀者の作品の常設展示

受賞者の作品は、一定期間御堂筋の地下街や“未来橋”のタワーなどで常設展示をおこなう。

## エージェント機能の充実

＜狙い＞ 才能あるクリエイターが大阪で活躍し、製作に専念できるようにマネジメントを代行する機能を設ける。

＜方策＞ エージェント機能の充実

クライアントとクリエイターの間に立ってプロデュースとマネジメントをおこなう機構をつくる。NPO が中心となって運営し、若きクリエイターのサポートを行う。

# 国際観光集客

## 方向性

- 今年3月に開業したユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、毎月100万人を超す集客力を有し、ホテルや交通機関など地域経済に大きく貢献した。大阪は「国際観光集客」を主力産業と位置付け、新たな24時間集客施設を手がける。
- 大阪人には、「門前の賑わいに新たな商売を考え出す」DNAがある。ホスピタリティをさらに向上させるとともに、国際観光集客都市の魅力と風格を備えた都市にする。
- かつて天下の台所として栄えた大阪の歴史や10日間で70万人をも集客する「食博」など、大阪人の食文化への高い関心をいかして、「食いだおれの街・大阪」を売り出す。

## 具体策

### 夢洲カジノ

＜狙い＞ 24時間楽しめる大人の遊び場を建設して国際的な集客をはかる。

#### ＜方策＞ 日本初のカジノ開設(24時間営業)

関空からアクセスしやすい夢洲にカジノを設置し、国際集客観光の一大拠点とする。偶然の結果に賭けを行う賭博ではなく、ゲームに自分の判断で関与し、勝敗のリスクを自分で負う、健全な大人の娯楽の場とする。

- ・刑法の改正または特別法制定によるカジノの合法化が必要
- ・カジノ運営業者に対する厳格なライセンス制度の導入で健全化を

#### ホテル・ショッピングセンターなどの複合商業施設建設

マジックやサーカスなどのショーや劇場、ショッピングモールを併設し、老若男女が楽しめる一大アミューズメント施設とする。

#### カジノの収益の活用

カジノの収益の一定比率をカジノ税として徴収し、観光産業のインフラ整備に充当する。

## 大阪の玄関口としての顔づくり

＜狙い＞ 大阪の玄関口である大阪駅・新大阪駅の風格を高める。

＜方策＞ 大阪駅前北口にペDESTリアンデッキを

大阪駅の改札口を2階に移設し、改札から直接ペDESTリアンデッキを通して、梅田北ヤードおよび阪急梅田駅までの歩行者ルートを確認する。

大阪駅・新大阪駅への利便性向上

駅を利用する車がスムーズに移動できるよう、バス・タクシー・一般車それぞれの専用レーンを設置する。

また、大阪駅の北側には地下駐車場とバスターミナルを設ける。

外国語標識の整備

大阪を初めて訪れる外国人にも目的地が容易にわかるよう、外国語標識やインフォメーションセンターを整備する。

## 食いだおれ

＜狙い＞ 豊かな食文化の情報発信とフードビジネスの人材育成をはかる。

＜方策＞ 道頓堀に食の情報発信機能を

大阪全体を食の都とみたと、街全体で食文化の発信を行う。

- ・料理や食材・器に関する博物館機能
- ・アジアを中心とした各国料理のレストランの有名店の誘致
- ・大阪版ミシュランブックの編集
- ・雑誌・テレビ番組による食の情報発信の強化
- ・五座のポテンシャルをいかした食の道頓堀おこし
- ・道頓堀界限における特殊な風俗営業の規制強化
- ・“食遊館”構想の推進によるシンボル作り

日本初の食とホテルの“クーネル大学”設立

アメリカには観光集客産業の人材育成に力を入れているホテル大学(クーネル大学)がある。ホスピタリティ・食文化・ホテル経営を学ぶ“クーネル大学”を梅田北ヤードのキャンパスシティ大阪に設立する。

# まちおこし

## 方向性

- 大阪では、町衆が「大江橋」や「淀屋橋」の架橋、「中之島公会堂」の建設や「大阪城」再建などに貢献してきた。
- 21 世紀には、「お上」が市民に何をするかではなく、市民が地域社会や日本のために何ができるかが問われている。所得格差も開く中で、「弱者への配慮」、「ボランティア精神の発揮」など、社会への貢献を行う成熟した市民や NPO が主役となり、新たな大阪を築く。
- 自由な都市民としての自覚をもって多様な都市文化を生み出す。

## 具体策

### スポーツパラダイス大阪

＜狙い＞ 大阪を市民スポーツのメッカとする。また、国際スポーツ大会の実績を積み重ね、将来のオリンピック招致への布石とする。

#### ＜方策＞ 市民主体のスポーツ大会開催

NPO や市民が運営し、参加するスポーツ大会を開催して、市民スポーツ活動を活性化する。

- ・ 国際トライアスロン大会の開催

- 水泳：きれいになった土佐堀川

- 自転車：ツアー・オブ・ジャパンの開催地の堺まで往復

- ランニング：「淀川市民マラソン」のコース利用

- ・ 高齢者や障害者スポーツへの支援

#### オリンピック招致をターゲットに国際的イベントのリレー開催

国際規模のスポーツイベントを継続開催し、大阪の知名度を高めるとともに、市民のホスピタリティ向上の機会とする。

- ・ サッカーワールドカップ（2002 年 6 月）

- ・ 世界柔道選手権（2003 年 10 月）

- ・ 水泳の世界選手権（今後招致）

## 寺社・ミュージアムを文化活動の舞台に

＜狙い＞ 豊富な文化施設を活用し、賑わいの場を演出する。異質な文化がふれあう知的交流のきっかけとする。

＜方策＞ 神社仏閣やミュージアムを市民のさまざまな活動に開放

- ・神社や寺の境内でファッションショーやコンサートなどのイベント開催
- ・公立ミュージアムの運営を柔軟におこない、たとえばドガやゴッティンなどの特別展の際に、企業のパーティや結婚披露宴に貸し出すなど文化立都の演出を

## ストリートが生み出す都市文化

＜狙い＞ 自己表現を磨く若者に対して発表の場としてストリートを提供し、多様な都市文化の蓄積をはかる。

＜方策＞ ストリートパフォーマンスのコンテスト

海遊館前の広場や「水の回廊」の遊歩道でストリートパフォーマンスのコンテストを開催する。街角の若者のエネルギーを文化創出にふりむけ、“コトおこし”を推進する。

- ・ストリートミュージック
- ・ストリートアート
- ・大道芸

# 自治

## 方向性

- 21 世紀は中央集権ではなく、住民が主体の真の地域主権が求められる時代である。市町村合併を進め 30～40 万人規模の基礎自治体と、広域連携組織「関西州」を実現する。
- まず大阪府市合併を行い、効率的な行政組織日本初の「大阪“都”」を実現する。「大阪“都”」の取り組みをモデルとして、「関西州」へ発展させる。

## 具体策

### 関西州の実現

＜狙い＞ 住民が主役の真の地域主権を実現する。

＜方策＞ 権限と税財源の地方移譲

財政に責任を持ち、自立した地域行政を実現する。

### 府市合併

大阪府市の非効率な二重行政を排すとともに、強いリーダーシップを発揮して大阪府域全体の調和の取れた行政が行われるように府市合併をはかる。それにより、「夢・大阪」の実現を推進する。

大阪府・大阪市の合併による効果を府市民に訴え、世論を喚起する。

# 「夢・大阪」企画 マップ

大阪の玄関口にペDESTリアンデッキ

大阪駅

堂島堀割の復活

水都のランドマーク  
“未来橋”

「花いっぱい運動」

せせらぎ水路

阪神高速1号環状線地下化

御堂筋を町名に

食の情報発信拠点 道頓堀

大阪城

凡例



橋の架け替え



水の回廊・水上交通ルート



街角に噴水・ライトアップ



せせらぎ水路



阪神高速1号環状線地下化



憩いの御堂筋



濡れずに歩ける遊歩道（地下街）



屋上緑化・都心居住推進



21世紀版 “バウハウス”

キャンパスシティ大阪

駅前に緑地公園

新淀川

福島区

環状線

## 平成13年度 調査企画部会 名簿

(敬称略)

|           |        |             |                       |
|-----------|--------|-------------|-----------------------|
| 部会長       | 津田 和明  | サントリー       | 副社長                   |
|           | 浅田 和男  | 西日本電信電話     | 社長                    |
| 幹 事       | 萩尾 千里  | 関西経済同友会     | 常任幹事・事務局長             |
| ワーキンググループ |        |             |                       |
|           | 佐々木 洋三 | サントリー       | 経営企画部課長               |
|           | 三浦 大輔  | サントリー       | 経営企画部                 |
|           | 岩下 浩   | サントリー       | 経営企画部                 |
|           | 笠井 明   | 西日本電信電話     | 総務部企画担当部長             |
|           | 辻本 克己  | 西日本電信電話     | 総務部企画担当主査             |
|           | 青戸 邦嗣  | 大林組         | 本店開発プロジェクト外部プロジェクト部長  |
|           | 赤松 真弥  | 大林組         | 本店開発プロジェクト外部          |
|           | 穂宗 一郎  | 住友生命保険      | 総務部秘書役                |
|           | 五百井 健至 | 阪急電鉄        | 総合開発事業本部コミュニケーション事業部長 |
|           | 井村 正明  | 関西電力        | 支配人秘書役                |
|           | 滝川 忠昭  | 博報堂         | 関西支社主査                |
|           | 細見 幸久  | 電 通         | 営業統括局局次長              |
|           | 村田 省三  | アートコーポレーション | 専務                    |
|           | 森口 勉   | 清水建設        | 関西事業本部企画部長            |
| 委員        |        |             |                       |
|           | 一木 計男  | 日本アイ・ビー・エム  | 関西地区プロジェクト担当部長        |
|           | 出野 精二  | ダイキン工業      | 経営企画室企画担当部長           |
|           | 稲垣 恒夫  | 住友商事        | 大阪総務業務部長              |
|           | 稲山 秀彰  | 住友電気工業      | 経営開発部長                |
|           | 植島 啓二  | 近畿日本鉄道      | 経営企画室部長               |
|           | 宇都 弘道  | 大阪ガス        | 本社支配人                 |
|           | 大島 俊保  | 日本総合研究所     | 関西経済研究センター所長          |
|           | 小野 洋祐  | クボタ         | 秘書広報部副部長              |
|           | 尾本 恵嗣  | 三井住友銀行      | 総務部(大阪)部長             |
|           | 岸上 壽充  | 日立製作所       | 関西支社企画部部長             |
|           | 小巻 善郎  | 大和銀行        | 渉外部審議役                |
|           | 斎藤 賀大  | 大丸          | 本社経営企画室副室長            |
|           | 榊原 道治  | 住友金属工業      | 総務部担当部長               |

|        |          |                    |
|--------|----------|--------------------|
| 島田 智之  | 日本生命保険   | 企画広報部部長            |
| 杉 顕紹   | 東洋紡績     | 法務室長               |
| 須永 邦彦  | 竹中工務店    | 秘書部長               |
| 瀬藤 健一郎 | 国際協力銀行   | 大阪支店総務課長           |
| 高橋 健太郎 | 日本興業銀行   | 大阪営業第四部副部長         |
| 高山 直也  | 日商岩井     | 秘書室担当部長(大阪)        |
| 竹原 啓二  | 住友信託銀行   | 本店総括部審議役           |
| 中村 仁   | 西日本旅客鉄道  | 総合企画部部長            |
| 長尾 秀樹  | 日本政策投資銀行 | 企画調査課長             |
| 長谷川 淳朗 | 武田薬品工業   | 秘書室長               |
| 福田 康司  | 伊藤忠商事    | 関西業務室長             |
| 福田 英夫  | 松井製作所    | 管理本部財務課課長代理        |
| 福本 康蔵  | 三和銀行     | 事業調査部部長            |
| 宮本 秀一  | 松下電器産業   | 秘書室企画渉外部長          |
| 森本 康夫  | 三菱商事     | 関西支社総務業務部業務チームリーダー |
| 和田 吉弘  | ソニー      | 関西代表室長             |

|     |       |         |         |
|-----|-------|---------|---------|
| 事務局 | 梅名 義昭 | 関西経済同友会 | 企画調査部部長 |
|     | 宮下 貴広 | 関西経済同友会 | 企画調査部   |



## 「夢・大阪」企画

### 人間主体の都市 ～人間らしくやりたい+～

---

平成13年12月発行

発行者 社団法人 関西経済同友会  
常任幹事 萩尾千里  
事務局長

大阪市北区中之島6丁目2番27号

電話 (06) 6441-1031

印刷所 ビジネスブティック

---

|             |                                                                               |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| インターネットアドレス | <a href="http://kdoyukai.on.arena.ne.jp/">http://kdoyukai.on.arena.ne.jp/</a> |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|

