

平成 18 年 12 月 27 日

## 大阪市「創造都市戦略(仮称)」への要望

社団法人関西経済同友会 都心居住推進委員会

### (はじめに)

関西経済同友会は、大阪都心における居住をテーマに、調査・研究活動を実施し、2006 年 4 月には「大阪・都市ブランド戦略の推進～『都心で住む』から『都心で暮らす』へ～」と題する提言を取りまとめ、大阪市長を始めとする関係部局に提示した。

市政改革が進展する中、次なる時代の大阪の活性化を目指し、新しい発想に基づく都市経営戦略の取組が始まった。私たちは、『(仮称)創造都市戦略』の策定に向けて「一骨子案」への検討過程で出された、今までのやり方を変更する、人に着目する、市民の知恵・知識を結集する、既存ストックを活用するという方向性を率直に評価し、また期待する。

都市経営戦略としての意義を重視し、豊富な資源と場の固有性を活かして多くの創造的人材が魅力を感じて集まる大阪の都市ブランドを確立すべく、今後の具体化の検討にあたり、以下の 5 つの要望を取りまとめた。大阪市の次代の姿がイメージできる重要課題としての取り組みを期待する。

### <創造都市戦略(仮称)の確実な実行>

#### 1. 市長のリーダーシップによる実行体制の実現

市長直轄のプロジェクトとして位置づけ、市長の強い意志とリーダーシップのもと、部局の壁を越えた庁内横断的な専門チームを編成し、大阪市の総力を挙げて、次なる時代の目指すべき大阪の実現に向けて、市政改革と創造都市戦略との両輪で取り組んでいくべきである。

- ・ 市政改革マニフェストの中で「創造都市」への取り組みが謳われている。市政改革が進展しつつある大阪市においては、世界的に都市間競争が進む中、次なる時代の目指すべき大阪を実現する重要な攻めの施策として、市政改革と創造都市戦略との両輪で取り組むことが望まれる。
- ・ 市長直轄のプロジェクトとして位置づけ、市長の強力な意志とリーダーシップのもと、庁内横断的な専門チームを編成し、大阪市の総力を挙げて取り組むべきである。なお、チームには有識者などの外部人材の登用も検討する必要がある。
- ・ さらに、縦割りの予算獲得による事業実行計画ではなく、市長の決断で優先順位を絞込み、各部局がこれに従うという上意下達の実行体制を確立し推進する必要がある。

#### 2. 目指すべき都市ビジョンづくりと共有化による実行力の強化

目指すべき大阪の都市ビジョンと、その実現のための方向性を示し、庁内でビジョン・方向性を共有した上で具体策へと進めるべきである。また、その際、予算と事業のサイクルを併せて進めることが重要である。



- ・まず、トータルな目標を示し、目指すべき大阪の都市ビジョンを示した上で、その実現のための方向性を示すこと、そのビジョン・方向性を共有した上での、実施に向けた庁内のコンセンサスづくりが必要である。その際、縦割りの一部門としての施策にとどめるのではなく、すべての施策の横串をとす政策融合が必要である。
- ・具体策の確実な実行のためには、従来の単年度予算方式ではなく、予算と事業のサイクルをあわせて進める必要がある。
- ・ビジョンとなる「あってほしい街」への取り組みにおいては、大阪という枠にとどまらず、京都や神戸、奈良など関西という広域的視点で捉え、「求められる街」となるように、必要に応じて他市や他府県を巻き込んだ広域的な連携で考え、大阪市長がリーダーシップを取るべきである。

### **3. 市民に分かりやすい情報開示と PDCA サイクルによる実施**

**市民の理解を得、その意見を反映するためには、情報開示を進め、事業化過程を明確にするとともに、目標と行程を明確にし、達成状況を管理するPDCAサイクルにより着実な実行を図ることが必要である。**

- ・総花的なものではなく、選択と集中を進め、5 年を目途に政策の目標と行程を明確化し、達成状況を管理する PDCA サイクルによる着実な実行を図ることが望まれる。
- ・市民の理解を得るため、事業化とその過程に関し、市民に分かりやすい情報開示に努める必要がある。具体的な施策の進め方の手順や、市民との協働を進める上で市民がどのように参画でき、どのように事業化が進められるかなどの、道筋を明確化すべきである。
- ・市民の意見を反映するためには、対話形式の意見交換を行うことが重要である。その際、市民の知恵・知識を結集するには、従来の地域振興会を通じた住民意見の反映方法に加えて、多様な人材を抱合する「わがまち会議」や、新しい活動に取り組むプレーヤー、大阪で働き遊ぶ昼間人口と呼ばれる街中で活動する企業人・産業人の意見を吸い上げる仕組みづくりと、トップダウンによる「目指すべき街」を進める両方のアプローチが望まれる。

### **<創造都市戦略(仮称)に盛り込むべき内容>**

#### **4. 創造的人材と創造的産業を育成する攻めの戦略としての基盤強化と誘致戦略**

**大阪に必要とされる創造的人材を活かす場づくりと、独自性のある創造的産業の基盤づくりと誘致戦略を、部局横断的な取り組みのもとに展開すべきである。**

- ・国際都市であり特にアジアの拠点となる大阪のために「どのような創造的人材を育てるのか」、「どのような創造的産業を発展させるのか」、市民に向けて具体的な人材像や産業像を提示するとともに、世界に向けて『価値』を創造し発信する大阪のイメージを示すべきである。



- ・ 創造的人材については、文化芸術人材のみならず、サイバーテクノロジーの研究者・科学者など、大阪が今後取り組む分野の人材を絞り込みイメージを明確に打ち出すとともに、部局間の情報交換を密にし、部局横断で相乗的効果が発揮される施策を展開することを強く望む。
- ・ 創造的人材を活かす場づくりを進めるとともに、文化芸術産業や生活創造産業などのエンターテインメント産業や知的集約型のソフト産業などの都市型産業を振興し、それをヒト・モノ・カネ・情報が流通する商都大阪が培ってきた様々な伝統やノウハウとの融合を図り独自性のある大阪の創造的産業として発展させることが、更なる創造的人材を呼び込む基盤づくりとなる。
- ・ その際、関西という広域的な視点のもとに、育成した人材や企業を評価し活用するためのプロデューサーを育成するとともに、資金調達の円滑化を進めるための金融マーケットを再生するなど、更なる成長のための機会を用意することが必要である。

## 5. 都市ブランディングの実践

**街の魅力を作り出す都市ブランディングの視点のもとに、市民との協働で地域の固有性を活かした魅力づくりと施策の徹底化を進め、シビックプライドの醸成に取り組むことが重要である。**

- ・ 「住み・働き・暮らす街」として、創造的人材をはじめ、知識社会をリードする多様な人々に選ばれるための、エリアの再生・整備に、地元の活動団体と協働で取り組むことが重要である。大阪都心部には、緑が少なく、街並みへの配慮だけでなく、他地域や外国人に配慮した親切なサインがない。また、若者が集まる拠点や、文化芸術家が活動する拠点、安心して子供を育てられる拠点、シニアが積極的に活動できる拠点など、「エリアごとのブランドづくり」ができていない上に、むしろ「不法駐車、汚れた街、身勝手なふるまい」といったマイナスイメージが先行し、人材を集めるために不可欠な要素である「安全」や「安心」、「情報」などについても確保されているとは言いがたい。豊富な資源と場の固有性を活かした街中の魅力づくりへの取り組みと、市民が誇れるシビックプライドの醸成が、創造都市として選ばれる街づくりの継続性の上で大きな意味を持つことを認識すべきである。
- ・ 既存ストックの活用に関しては、ハードのみならず個性豊かなソフトストックの活用を促進する方策が必要である。例えば、①水都として川を活かした街づくりを進める中之島や東横堀川地域、歴史的都市資産を活かした御堂筋や三休橋および上町台地などで展開されている市民を主体とする活動を活かすこと、②船場後退線など評価できる現行施策を徹底すること、③優れた既存施設間の情報ネットワーク化を進め、市民の利便・活用のしやすさを高めること、などの市民力の醸成や継続的取り組み、知恵と工夫を発揮すべきである。



## 平成18年度 都心居住推進委員会 名簿

(敬称略)

|      |        |                  |                  |
|------|--------|------------------|------------------|
| 委員長  | 大林 剛郎  | 大林組              | 会長               |
| 委員   | 鳥井 信吾  | サントリー            | 副社長              |
|      | 二宮 清   | ダイキン工業           | 顧問               |
|      | 村田 省三  | アートコーポレーション      | 専務               |
|      | 吉野 国夫  | ダン計画研究所          | 社長               |
|      | 喜多 俊之  | アイ・ディ・ケイ・デザイン研究所 | 代表取締役            |
|      | 近藤 三津枝 | パンコット            | 代表取締役            |
|      | 坪内 能莉子 | 坪内美容院            | 社長               |
|      | 廣富 靖以  | りそな銀行            | 常務執行役員           |
|      | 岩田 満泰  | 関西電力             | 常務               |
|      | 橋本 哲実  | 日本政策投資銀行         | 関西支店副支店長         |
|      | 門川 清行  | 竹中工務店            | 常務               |
|      | 宮本 秀一  | 松下電器産業           | 秘書グループ企画渉外部長     |
| スタッフ | 田所 寛士  | 大林組              | 本店統括部長           |
|      | 堀田 知宏  | 大林組              | 本店建築企画部グループ長     |
|      | 沢田 裕美子 | 大林組              | 本店プロジェクト開発部課長    |
|      | 増地 綾子  | サントリー            | 大阪秘書部            |
|      | 土屋 隆彦  | ダイキン工業           | 監査役室部長           |
|      | 平尾 康能  | アートコーポレーション      | 経営企画室課長          |
|      | 柴田 容子  | ダン計画研究所          | 研究員              |
|      | 坪内 敦則  | 坪内美容院            | 取締役統括部長          |
|      | 桶谷 重雄  | りそな銀行            | 公共法人部アドバイザー      |
|      | 林 紀行   | 関西電力             | 環境室環境計画グループマネジャー |
|      | 横森 大典  | 日本政策投資銀行         | 関西支店企画調査課副調査役    |
|      | 中村 絢子  | 日本政策投資銀行         | 関西支店企画調査課        |
|      | 寺田 高久  | 竹中工務店            | プロジェクト推進本部副部長    |
|      | 神原 勝彦  | 松下電器産業           | 秘書グループ企画渉外担当参事   |
| 代表幹事 | 大野 敬   | 西日本電信電話          | 総務部企画担当課長        |
| スタッフ | 角田 和弥  | 西日本電信電話          | 総務部企画担当主査        |
|      | 野田 通夫  | がんこフードサービス       | 企画室長             |
| 事務局  | 萩尾 千里  | 関西経済同友会          | 常任幹事             |
|      | 斉藤 行巨  | 関西経済同友会          | 事務局長             |
|      | 松尾 康弘  | 関西経済同友会          | 事務局次長兼企画調査部長     |
|      | 小谷 美貴  | 関西経済同友会          | 企画調査部            |

