

1．はじめに

- 世界各国では、観光・集客産業が第2の輸出産業と呼ばれ、地域資源を活用した主要基幹産業と位置付けられている。一方我が国は、豊富な観光資源を持ちながら、一貫した集客政策が確立されておらず、例えば国家予算に占める観光予算の割合は、0.01%にも満たない水準にとどまっている（2000年度の運輸省の「総合的観光政策」推進予算）。「大交流の時代」を迎えた今日、国家レベルから地域・都市レベルに至るまで、観光・集客戦略を早急に確立する必要がある。
- 大阪・関西においては、これまで自治体を始め、経済団体、民間団体などから多くの観光・集客に関する提言等がなされてきた。そうした提言をより実効の上がるものにしていくためには、現実の環境を見極め、既存の集客資源をよく認識し、これを一層活用する方策を検討することが必要である。
- そこで、当委員会では、大阪・関西の集客資源とその活用方策について、ハード面よりもソフト面を中心に、特に集客に資する規制・制度改革を軸に検討を重ねてきた。このほど、その結果を「観光・集客を中心にエリアを区切って現実性、即効性のある具体策を実施する『感動集客特区』構想」として取りまとめた。

2．大阪・関西再生には「集客推進」が絶対条件

(1)大阪・関西の再生

- 関西は、歴史的にわが国第2の都市圏を形成してきたが、東京一極集中の影響もあって、今日衰退傾向が著しい。例えば、製造品の出荷額は1950年には関西のシェアが26%だったが、2000年には17%にまで下落している。これは、中心都市大阪の衰退が原因であり、関西再生には、「大阪」の再生こそが不可欠である。
- 大阪衰退の原因として、古い産業構造からの転換の遅れによって、新たな産業の集積が少ないことがあげられる。このため、大阪再生のための新しい産業の振興としてバイオ、ナノテク、ITなどの科学技術分野の振興・革新が進められているが、こうした産業分野とともに経済波及効果の大きい「集客産業」への期待が、USJの開業を機に大きくなっている。

(2)集客の効用

- 「集客産業」は、USJが初年度1000万人以上を集め、その経済波及効果が4800億円、関西の域内総生産（GRP）を0.4%押し上げたと推計されるよう

に、非常に即効性があり、経済波及効果が大きい産業である。また、交通、宿泊、飲食、印刷など裾野が広いと、雇用創出効果も大きい。加えて、国内外から人々が集まることで生み出される情報・文化等の草の根的な交流は、今後の大阪の発展に大きなエネルギーをもたらす。大阪の再生は、こうした波及効果の大きい「集客の推進」にかかっているとと言っても過言ではない。

3. 「集客都市・大阪」の目指すあり姿

(1) 「感動文化集客都市・大阪」へ

- 大阪は、日本最古級の都「難波宮」(前期：652年～686年、後期：732年～784年)の時代より1300年以上の歴史を有する古都であり、歴史的な遺産が多く存在している上、国際交流都市、商業都市、近代工業都市としての繁栄を背景に日本文化の創出にも大きく寄与してきた。また、人々は、合理的、開放的で国内外の人々を楽しく迎える暖かい気質を有している。すなわち、大阪は、多様な歴史、文化を持っており、「集客都市」としてのポテンシャルを十分に備えていると言える。
- 世界の人々は感動する都市に集まる。ベニスやフィレンツェでは中世そのままに保全された歴史的都市景観に感動したり、香港で圧倒的な市民の生活文化・エネルギーに感動したりと、感動の仕方はさまざま。大阪も、国内外の人が来訪し、大阪城・四天王寺等の壮大な歴史遺産の姿や道頓堀に代表される「豊かな食文化」など大阪でしか味わえない文化魅力に感動する都市を目指すべき。すなわち、東京を始め他の都市と一線を画した、独自性のある『感動文化集客都市』を目指していくことが必要である。

(2) 集客に資する規制・制度改革 - 「感動集客特区」の導入

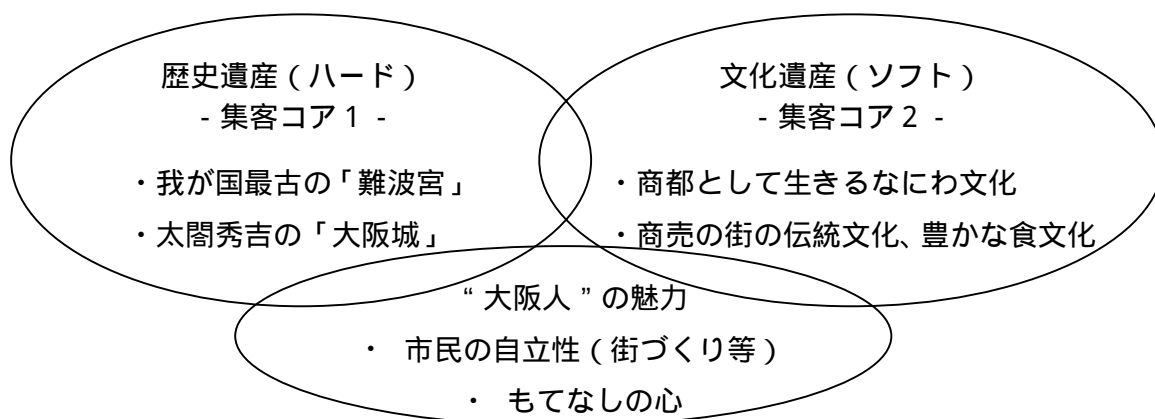
- これまで大阪は、多様な集客資源を有する都市にもかかわらず、それを充分認識することなく見過ごしてきた。言い換えれば、我々の周囲には素晴らしい遺産が集積しているにもかかわらず、それらを活用し感動するシーンを「演出」する努力に欠けていたと言える。
- 「感動文化集客都市」を実現していくには、在阪の自治体、経済団体、企業、NPO、マスコミ、市民などが一体となって、歴史遺産や豊かな生活文化といった集客資源を磨き上げて、大阪の「商品価値」を高めていく方策に取り組むことが必要である。そのためには、集客に資する市民活動の活性化や民間のアイデア・活力の発揮につながるさまざまな「集客関連の規制・制度の改革」が極めて重要

である。

- こうした取り組みを大阪全体で一度に実施することは、即効性・実現性に乏しいため、「感動集客特区」という限定された地域で官民協働による集客ポテンシャル活用に取り組み、その成果を実証することで集客推進のモデルを確立していきたい。そして、このモデルを突破口にして、他地域に広げ、大阪・関西全体の集客推進につなげたい。

(3)大阪の「集客コア」と「感動集客特区」のエリア

- 大阪が時代の変化を超えて継承してきた「集客コア」は、一つは「大阪城」や「難波宮」などの歴史遺産であり、もう一つは「商都として生きるなにわ文化」である。さらに、自立性ともてなしの心を持つ大阪の「人々」そのものが集客の重要な要素である。
- 市民による天守閣再興や地元商人による心斎橋建設などのエピソードが物語るように、大阪人の「誇り」や「思い入れ」の最も深い、大阪人らしさが体現されたエリアが、歴史的ハード資源としての「大阪城・難波宮」と町人文化の精神を伝えるソフト資源としての「御堂筋南域（南船場、長堀、心斎橋、道頓堀周辺）」である。両エリアこそ「感動文化集客都市・大阪」のコアエリアに相応しい。
- しかし、この2つのエリアには、「感動」を呼ぶための集客の「商品化」という点で、まだまだ改善の余地がある。例えば、大阪城は日本有数の歴史遺産でありながら世界遺産への名乗りをあげていない。また、天守閣以外は夜間ライトアップされないなどその魅力を十分伝えきれておらず、加えて諸規制により天守閣の夜間観覧が不自由である。一方の御堂筋南域は、不法駐車・駐輪で溢れており、人々の自由な往来を阻害している。そこで、この2つのエリアを、集客に資する市民のモラル向上や規制や制度の思い切った緩和・強化を軸とした「官民協働の集客ポテンシャル活用」に取り組む「感動集客特区」とすることを提言する。



4.提言：「感動集客特区」の導入

感動集客特区 「大阪城・難波宮」

～世界遺産登録を目指して～

- 「大阪城・難波宮」周辺は、大阪のみならず日本の歴史の宝庫である。とりわけ大阪城は、皇居（江戸城）に匹敵する 100 ヘクタール超の敷地に、約 100 万個もの巨石を積み上げた美しい石垣が連なり、その中に壮麗な天守閣がそびえ立つ、東京や京都といった観光都市にも比類のない「大阪ならではの」歴史、文化、そして絶景を持つ価値ある集客資源である。日本最古級の宮殿である「難波宮」と合わせて、自信と誇りを持って国内外の人々に訪問、見学、体験してもらう正式（フォーマル）な歓迎エリアとしてさらにブラッシュアップし、『世界遺産』への登録を目指したい。
- そこで、本エリアを性格の異なる 3 つのゾーンに分け、全体及びゾーン毎の具体策とそのために必要な規制緩和・強化策を提言する。特に、本特区においては、「文化財を保護する対象から、活用する対象へ」と意識を転換し、関連する規制を大胆に緩和することを要望したい。

（１）全体

- ・ 大阪城と難波宮を一体でとらえ、ユネスコの『世界遺産』に登録することを目指す。
- ・ 大阪城大手門側の高い位置からの城郭全体の眺めは絶景であり、その展望スペース等を整備する。

具体策 世界遺産への登録を目指す（国、大阪府、大阪市、経済界への要望）

- ・ 現在、日本には 11 の世界遺産が登録されているが、大阪城の 100 万個もの巨石が連なる美しい石垣は、他に類を見ない文化遺産と言える。難波宮と大阪城（城郭全体）を一体で、ユネスコの世界遺産に登録する。（市民が大阪城の素晴らしさを再認識するとともに、大阪のブランド力強化につながる）
- ・ 世界遺産の登録には、国内で候補地に認定されることが必要であり、そのためには、地元の熱意・盛り上がりが重要。そこで、自治体・経済界が一体となってコンソーシアム（協議会）を設置し、「世界遺産キャンペーン」を開始する。

具体策 大阪城（城郭全体）「展望スペース」の整備（大阪府、大阪市への要望）

- ・ 今まで大阪城と言えば、天守閣を下から仰ぎ見ることがほとんどであった。しかし、大阪城の最大の魅力は、堀、石垣、緑地を含めた全体の「圧倒的なスケールの大きさ」にある（天守閣のない江戸城にはないスケール）。今まで、そのスケールを体感し得る場所がなかったため、大阪市民はこの城郭の素晴らしさを充分認識せず、大きな歴史遺産としての感覚がなかった。
- ・ しかし、大手門側の高い位置からの城郭全体の眺め（例えば市立歴史博物館からの眺め）は、まさに「圧巻」である。大阪城の城郭全体を鳥瞰する無料の公共展望スペースを設けて、市民とともに国内外の人にその良さを体感していただきたい。
- ・ 現在大阪府において、PFI 方式での新庁舎建設を計画中だが、当初設計要件にあった最上階の「展望所、展望レストラン」が現在は削除されている。平成 16 年度までの凍結期間中に、新庁舎設計要件を再度見直し、大阪市民・府民や観光客のための最上階の展望所、展望レストランの設置を改めて盛り込んでいただきたい。（東京都庁にも最上階に展望室があり年間 160 万人ものビジターが訪れている）
- ・ さらに、大阪市においても、市立歴史博物館の屋上もしくは館内高層部に無料の大阪城展望スペースを設けることを検討していただきたい。

（２）難波宮ゾーン

- ・ 日本最古級の宮殿である「難波宮」を復元し、大阪のルーツ、日本の古代文化を感じる空間として整備する。

具体策 難波宮の復元（国・大阪市への要望）

- ・ 難波宮は日本最古の本格的な宮殿であり、もし現存していればその歴史的価値は極めて高い。しかし、現在は遺構等しか存在せず、本来の素晴らしさを想像し難い状況にある。隣接する大阪城と合わせて大阪の歴史・文化を体感し感動するエリアとするためには、「難波宮」を復元・整備することが必要。
- ・ 大阪市に対して、「難波宮」の復元計画を早急に策定し、実施に移すことを要望するとともに、文化庁に対して「復元」を働きかけるよう求める。
- ・ また、復元に当たっては、考古学的な緻密性にのみこだわのではなく、観光資源としてそこに「にぎわい」をもたらすよう、文化財保護法を柔軟に運用し、文化財の展示や飲食・休憩施設も整備することを要望する。
- ・ また、奈良では、2010年に「平城建都1300年」を迎え、平城旧跡大極殿院復元が完成する。これと時期を合わせて「古都イベント」を大阪・奈良で連携して実施していくことも検討していただきたい。

(3) 大阪城文化財活用ゾーン

- ・ 西の丸庭園、大阪城天守閣、旧市立博物館を活かして、昼夜人々が訪れて、感動する集客空間として整備する。具体的には、コンベンション会場、式典・祝祭利用、休息・レストラン等のアメニティー利用を可能とする。夜は、地域内を回遊できるよう照明を整備し、大阪ナイトコースの定番化を図る。

具体策 西の丸庭園の民間利用を制度化（大阪市への要望）

- ・ 1995 年の A P E C では西の丸庭園に迎賓館を仮設し、会合とレセプションを行い好評を博した。現在は、西の丸庭園への一般客の立ち入りは可能だが、特定の場合を除き企業や団体のイベント利用等は基本的に認められていない。
- ・ 旧迎賓館を改装し、結婚式場、国際会議のレセプション会場、民間企業や団体のイベント会場等として利用でき、合わせて野外パーティー会場等として活用できるよう、大阪市において利用料金や利用時間、許可条件等を整備し、民間開放を制度化（条例化）することを要望する（現在、大阪市公園条例においては、民間団体利用等のルールは定められていない）。

具体策 大阪城天守閣の観覧時間延長（大阪市への要望）

- ・ パリのエッフェル塔は 24 時まで昇ることができ、パリの夜景を楽しむ観光の名所となっている。大阪城天守閣は夜間ライトアップされているが、遠くから眺めるためであり、観覧時間の制限により天守閣からの大阪の夜景が楽しめない。（天守閣の観覧時間は、大阪城天守閣条例施行規則第 1 条により 9 時から 17 時（夏期は 20 時）までと定められている）。
- ・ 天守閣から夜景を楽しむなど、大阪城そのものが大阪の夜の名所となり、国内外の多くの人々のにぎわいを創出するために、まず常時 19 時まで観覧可能なように、天守閣条例を緩和することを要望する。さらに、にぎわいの増加とともに、順次観覧時間を延長していくことを要望する。

具体策 大阪城公園内の営利施設設置許可（国、大阪市への要望）

- ・ 大阪城公園内は、小規模な土産物や簡便な軽食等の営業しか行われていない。多くの方々にもっと長く滞留していただきにぎわいを産み出すために、公園内に国際的にも通用するレベルの飲食店や商業施設の設置を図ることが必要。
- ・ しかし、現在大阪城公園は東側の一部を除き、文化財保護法の特別史跡に指定されており、特に本丸、西の丸エリアは、現状を変更する場合に文化庁長官の許可を要し、仮設以外の建物の建設には厳しい制限がある。
- ・ 文化財は今後「保護」とともに「活用」していくことが重要であり、文化庁に対して、大阪市と連携の上、本丸、西の丸エリアも含めて、公園内にアメニティ施設の設置を許可するよう、文化財保護法の運用緩和を要望する。

具体策 旧大阪市立博物館の活用（大阪市への要望）

- ・ 「旧大阪市立博物館」は、天守閣の目の前という絶好の場所にあり、内装を変更することにより、国際会議の開催場所として整備する、体験型茶室を開設する、レストラン、結婚式場に利用するなど幅広い活用が見込まれる。
- ・ 大阪市においては、こうした旧大阪市立博物館の有効活用策を早急に策定し、実施に移すことを要望する。その際は、民間に広く活用のアイデアを募るとともに、運営も民間に委託していただきたい。

(4) 大阪城公園にぎわいゾーン

- ・ 東の公園ゾーンは、現状のスポーツ・文化活動に加えて、多くの人々が集まるイベント空間とする。
- ・ そのために、安心して快適な公園環境を整備するとともに、「城天」の機能を拡大し、様々な音楽・パフォーマンス等を可能とする環境を整える。

具体策 安心・安全な公園づくり（大阪市への要望）

- ・ 人々が常時安心して訪れることが出来る公園であることが、にぎわいを呼ぶための第 1 条件だが、現在の大阪城公園は安心して歩ける状態にない。
 - (1) 照明灯が不足しており、夜間歩行が危険
 - (2) 野犬が多く、歩行者に危険
 - (3) 約 7 0 0 もの青テントが、公園の一部を占有している。
- ・ そこで、大阪市に以下の事項の早期実施を要望する。
 - (1) 夜間でも安心して歩けるよう、照明灯の増設・整備
 - (2) 歩行者の安全確保のための野犬の駆除
 - (3) 青テント居住者の「仮設一時避難所の利用、自立支援センター活用」による自立促進なお、今後の新たな青テント設置を防止するために、大阪市公園条例の第 3 条「禁止行為」に、「構造物の設置および居住」を明記することを要望する。

具体策 「城天」の活性化（大阪市、経済界への要望）

- ・ 大阪城公園は、毎週日曜日に若者が野外ストリートライブを繰り広げる、バンド音楽のメッカ「城天（しろてん）」として知られている。若者のバンド活動だけでなく、吹奏楽やクラシックなど幅広く野外音楽を楽しむエリアとして大阪城公園を整備することが望まれる。
- ・ また、上記の野外活動を支援するために、例えばコンテストを実施し、上位入賞者には御堂筋パレードの出場権や CD 製作費の補助といった特典を付与するなど、一層の活性化に向けた方策を講ずることを要望する。

- 「御堂筋南域（南船場、長堀、心斎橋、道頓堀周辺）」は、江戸時代から続く商店と一流ブランドショップが同居するなど、グローバルとローカルが絶妙のコントラストを描きながら、大阪商人の生活文化を色濃く感じさせるエリアである。
「豊かな生活文化を体感しながら、個性ある都心魅力を歩いて味わえる街（ウォーカブルな街）」を目指して、集客モデルエリアとして整備する。
- 本エリアは、商人文化の街「南船場・心斎橋・長堀」と食文化の街「道頓堀」とで大きく性格が異なるため、2つのゾーン毎にブラッシュアップの具体策とそのために必要な規制緩和・強化策を提言する。

（１）南船場・長堀・心斎橋ゾーン

- 「南船場・長堀・心斎橋」地区は、滞在・回遊・交流できる「おしゃれな大人の散歩道」として、東西南北の通りを核に、面的な街づくりを進める。地域コミュニティを基本に、地元の集客素材をフル活用して様々なイベント等が行なわれる「にぎわい空間」をつくる。
- 特に、本ゾーンにおいては、既に街づくりNPO「長堀21世紀計画の会」より集客特区の具体的提言がなされており、この実現に向け協働していく。

具体策 「都市再生回廊」の実現（国、大阪市、経済界への要望）

- ・ 南北にキタとミナミをつなぐ御堂筋、東西に内陸部と臨海部をつなぐ長堀通の交点を中心に、地域内を回遊する「都市再生回廊」をモデル街路として設定・整備し、この回廊沿いに、遊歩道の整備、街並のゾーン別デザイン、オアシス・まちの駅の整備、歩行者天国等のイベント、事務所ビルの用途転用、商人文化体験ツアー、電線の地中化、道路緑化、屋上緑化等の都市再生のための各種モデル事業をパイロット的に実施していくことを要望する。
- ・ ここに国内外の来訪者を呼び込み、例えばUSJの帰りにこの回廊を1時間で回遊して大阪の商人文化・生活文化を体験できるようなツアーを組み、大阪の商人文化・生活文化を国内外に強く情報発信する。

具体策 歩行者天国の実現（国、大阪府警、大阪市、経済界への要望）

- ・ 御堂筋界限で、「大道芸人フェスティバル」や「アジアアートの見本市」「国際交流フェスティバル」など公益性のある集客イベントを開催し、街の賑わいを大きくしたい。そこで、御堂筋のうち、長堀通りから千日前通りまでの区間を、年に何回か時間帯を区切って開放し、上記のイベント等を開催しにぎわいを創出する「歩行者天国」とすることを提言する。
- ・ 現在、道路でのイベント等開催は、道路交通法（77条）により管轄警察署長の許可を得ることが謳われている。これまで、御堂筋全車線の車の通行を禁止してのイベント開催は、「交通の支障が大きく許可要件である『公益上やむをえない場合』には当たらない」として、「御堂筋パレード」を除いて許可されず、計画が具体化しなかった。
- ・ 御堂筋の活性化策の一環としても、「歩行者天国の実現」には大きな期待を寄せており、大阪府警においても趣旨を理解し、早期実現に協力していただくよう要望する。

具体策 「街づくり活動拠点」の整備（大阪市、経済界への要望）

- ・ 商店街、NPO、地域企業等が主体となって継続して集客活動・情報発信活動を実施していくためには、その拠点が必要である。地域内の大阪市所有の空地・施設を活用して、この地域のシンボリックな街づくり活動拠点、情報発信拠点を整備することを要望する。
- ・ なお、拠点には、「長堀・心斎橋」地域の魅力がわかる情報発信拠点機能、商人文化・生活文化等の体験サービスを提供する機能、商店街、NPO、地域企業、自治体などによる「街づくり活動」の運営・交流機能の3つの機能を持たせることが必要。

(2) 道頓堀ゾーン

- 道頓堀は、約 350 年の歴史を有する商店街で、芝居 5 座（竹田座、豊座、中座、角座、竹本座）を有した日本有数の舞台芸術の伝統があり、またくいだおれ大阪の「食文化」のメッカでもある。まさに大阪の生活文化を象徴するエリアである。
- 道路や河川といった公共空間の集客活用をさらに進め、楽しく歩ける快適・安全な「にぎわい空間」を整備することを提言する。

具体策 道頓堀（通り）での「夜市」の開催（大阪府警、経済界への要望）

- ・ 道頓堀通りは歩行者専用道路であるが、現在通りの中央が自転車駐輪場と化し、大阪の生活文化のモデル地区としてのイメージが薄れつつある。そこで、大阪らしい、道頓堀らしいにぎわいを取り戻すために、道路の中心部に大阪の名物店の模擬店や大阪らしいみやげ物屋の屋台を連ねた「夜市」を定期的を開催することを提案する。・
- ・ 現在、道路上での「夜市」の開催は、人・自転車等の通行の支障が大きく、許可要件である『公益上やむをえない場合』には当たらない」として、大阪府警より許可が下りない。「夜市」は単なる商店街の売上増のためではなく、ミナミの顔である道頓堀に活気とにぎわいを取り戻し、ミナミ全体、ひいては大阪全体の集客を促進する「公共コンテンツ」の一つともなるものである。
- ・ 既に、地元の商店街が計画を検討しており、大阪府警にはその実現に理解と協力をお願いしたい。

具体策 ホスピタリティアップ運動の展開(商店街、料飲組合等経済界への要望)

- ・ 道頓堀の強みは「食文化」。老舗料亭から、屋台のたこ焼き屋まで、所狭しとひしめき合う飲食店の数の多さは、他に類を見ない。アジアを始め諸外国から訪れるビジターに、この道頓堀の食文化を一層堪能していただくための「ホスピタリティアップ運動」を、地元商店街を中心に展開することを提案する。
- ・ 具体的には、主だった言語（英語、中国語、ハングル語等）で書かれたメニューを必ず常備する、メニューには料理の写真を掲載し注文を容易にする、店頭メニュー(価格含む)を貼り出し、各店を見比べることを容易にするなど、外国人へのホスピタリティ向上策に各店が取り組むことを奨励するキャンペーン等を実施していく。
- ・ その結果を、店頭は勿論、各種の外国人向けグルメマップに「〇〇語メニュー完備、写真入りメニュー完備、〇〇語が通じます」等を表示し周知することも働きかける。

具体策 道頓堀川遊歩道整備の早期実現（大阪市、経済界への要望）

- ・ 既に各種協議会や研究会で提言がなされている通り、「水の都大阪」の実現に向け、河川空間を積極的に利用しにぎわい創出を図ることが必要。
 - ・ 道頓堀川をその一つのシンボルとして、川沿いで散策や食事が楽しめるよう遊歩道の整備を早期に実現することを要望する。
 - ・ あわせて、遊歩道に沿った建物には、イルミネーションの設置を義務付けることや、そのための補助金などのインセンティブ策を実施していただくことを要望する。
- （なお、河川の整備・活用に関しては、別途に同友会「水都・大阪委員会」より提言の予定）

(3) 各ゾーン共通

- 「感動集客特区」に必要な不可欠な条件は、安心・安全・清潔な街として、不法駐車や駐輪がなく、歩きやすい、清潔な街であることである。
- 既に、大阪市では、不法駐車・駐輪、違法看板、タバコ等のポイ捨てについては、市内全域もしくは特定地域での禁止が条例化されている。しかし、条例遵守の徹底が図られていないため、こうした行為が黙認されている。言わば、本音と建前が大きく乖離している状態である。
- 本節では、民間委託等を含めた要員の増強、集中キャンペーンの展開、違反者への罰則強化などを通じて、市民のモラル向上をはかり、各条例の実を上げる方策について提言する。

具体策 不法駐停車の徹底取締り、外部(民間)委託範囲の拡大（国、大阪府警、大阪市への要望）

- ・ 御堂筋はもとより、特区内の東西・南北の各通りは、不法駐停車車両で溢れている。これを放置することは安全な通行の妨げになる上、交通渋滞を引き起こす原因にもなる。大阪府警に対し、徹底的な取締りを要望する。
- ・ さらに、現在は、道路交通法（49条、51条）によりパーキングメーターのチェックやレッカー移動に限られている外部（民間）委託業務の範囲をさらに拡大することを要望する。例えば、警察官の指揮下で車両の不法駐停車時間を計測し、違反車両を警察官へ通報することなどに委託範囲を拡大し、取締りの効率を高めていただきたい。そのために必要な道路交通法の改正について、大阪府警と連携し警察庁に働きかけたい。外部（民間）委託により、雇用対策にも効果があると思う。
- ・ なお、既に「迷惑駐車防止条例」に基づき、大阪市においても駐車禁止の指導、啓発活動が行われており、府警と連携し、その活発化を図っていただくことを大阪市に対し要望する。

具体策 不法駐輪の撤去の徹底（大阪市、経済界への要望）

- ・ 車両同様、特区内の東西・南北の各通りは、不法駐輪で溢れている。不法駐輪は、歩行者の安全な通行の妨げになっているだけでなく、車椅子による歩行にも支障をきたしている上、街の景観をも損ねている。
- ・ 大阪市の「自転車等の駐車適正化に関する条例」（昭和 63 年制定）により、御堂筋と東西の主要な通りが自転車放置禁止区域に指定されているが、代替駐輪施設確保等の問題もあり、撤去の徹底が図られていない。大阪市に対し、条例の運用強化、不法駐輪の撤去の徹底を要望する。
- ・ 具体的には、撤去保管料金の大幅値上げや保管期間の短縮に加え、撤去作業頻度（現在月 2、3 回程度）を増加すること、地元と連携し代替駐輪場を確保することを要望する。また、地域企業、地元の商店街等とも協力し、期間を区切って集中的に不法駐輪車両を撤去する「集中撤去キャンペーン」を実施することを働きかける。
- ・ なお、経済界にも業務用に自転車を使用している企業は多い。業務用自転車の利用基準について自ら適正化していく姿勢を経済団体や業界団体を通じて喚起したい。

具体策 「路上喫煙禁止条例」の制定（大阪市、経済界への要望）

- ・ 特区内の各通りは、タバコ等のポイ捨てが横行し、街の美観を損ねている。大阪市の「空き缶等の投げ捨て等の防止に関する条例」（平成 7 年 11 月施行）には、「道路、広場、公園、河川、港湾その他公共の場所に、みだりに空き缶等を投げ捨ててはならない」と謳われているが、啓発条例と位置付けられ罰則規定が盛り込まれていないため、市民への浸透度は薄い。
- ・ まず、タバコのポイ捨て禁止から取り組むため、東京都千代田区と同様の「路上喫煙禁止条例」を大阪市においても制定し、罰則（2000 円の過料徴収）を設けて取り締まることを要望する。（千代田区においては、罰則を盛り込んだ条例施行後、路上喫煙、タバコのポイ捨てが激減した。）
- ・ その上で、市職員と同行するパトロール部隊を民間委託等により編成することや、商店街等と連携した「路上喫煙禁止キャンペーン」の実施などを検討するよう要望する。

具体策 公共空間の違反広告物の撤去（国、大阪市、大阪府警、経済界への要望）

- ・ 歩道、道路等の公共空間において、立て看板、のぼり、張り紙、つり広告等が多いため、景観的な魅力や歩行者の安全性が阻害されている。
- ・ 道路や公共空間における占有許可のない違反広告物について、道路管理者（国、市）および大阪府警に対し取締りの徹底を要望する。
- ・ また、「市民による違法簡易広告物除却制度（大阪市屋外広告物条例）」が施行され、市に認定された地域のボランティア団体等がはり紙、立看板等の違反簡易広告物を撤去できるようになった。
- ・ 今後、本制度の一層の周知をはじめ、募集頻度を高めてさらに認定団体を増加させることや、認定団体への支援制度を設けることなどを通じて、官民が協力して違反広告物の撤去を進めていくことを要望する。

具体策 市民集客活動の制度づくり（大阪市への要望）

- ・ 市民の集客・街づくり活動の支援について、現行の大阪市まちづくり支援制度では、事業補助としての枠がなく（勉強会費等のみ）、また金額も小額（年間50万円以下）であることから、市民団体等による集客事業の継続実施が困難。
- ・ 本来、まちづくりは市民が主体であるとの認識に立ち、集客効果が見込めるものについては、事業費も含めて補助や無利子融資の対象とし、限度額を設定せず個別に判断とすることを要望する。

5.提言実現に向けて

- 「感動集客特区」は、「感動文化集客都市・大阪」という一つの目標に向けて、官民がベクトルを一致させ、集客に資する規制や制度の改革を含めた魅力的かつ安全・安心な街づくりに協働していくモデルである。本提言が実現し、この2つのエリアにおいて集客の効果が上がれば、U S Jを含めて他地域、さらに大阪・関西全体にその効果が拡大していくことが期待される。
- その実現のためには、まず自治体が、集客を軸にした総合行政を確立することが先決である。大阪市においては、「集客推進」を市政の最重点課題に位置付けると共に、「集客関連事業」に人材・予算を重点配分し、既に発足している全庁横断の「集客推進本部体制」をより実効あるものにしていくべきである。
- 情報発信の重要性についても言及したい。いくら集客資源を磨き上げて、これを国内外へ発信しなければ、集客の実が上がらない。行政のみならず、集客関連事業者、経済界、市民が協力して「大阪」のプロモーションに取り組んでいくことが、「感動集客特区」実現には不可欠。そのためには、ドラマ性、ストーリー性を持たせた集客資源の演出も重要である。
- こうしたプロモーションの担い手として、平成15年4月に、自治体、経済界などが協力し、平成15年4月に設立する「大阪観光コンベンション協会」にかかる期待は大きい。単に従来の観光3団体が統合し効率化を図っただけでは意味がない。充実した財源、組織体制の下で、「大阪のプロモーション」「大阪のイメージアップ」に責任を持って取り組んでいくことを大いに期待する。
- また、「感動集客特区」の実現に向けた活動を「市民レベル」で盛りあげていくためには、在阪マスコミ各社の活動が不可欠である。在阪のマスコミ各社には、『世界遺産登録』に向けたキャンペーンを始めとする諸活動に対し、地域社会への貢献としての活躍を期待したい。
- 我々は、「感動集客特区」を提言するだけでなく、その実現に向けてそれぞれに地域単位に大阪市、大阪府、国土交通省、N P O、経済団体、地元企業などの関係者からなるコンソーシアム(協議会)を設置し、そこを軸に実践的な動きを進めていくことを働きかける。さらに、大阪府警に対しても、一緒に協働していただけるよう参加を呼びかけたい。

以上

集客推進関西委員会 活動状況

(役職等は当時のもの)

平成 1 4 年

- 6 月 1 8 日 正副委員長会議
「本年度の活動方針について」
- 7 月 3 0 日 正副委員長会議・堀江タウンウォッチング
「検討テーマについて」
- 8 月 3 0 日 講演会・正副委員長会議
「集客に関わる規制改革について
～ 集客の国際スタンダードを目指して～」
ゲスト：坂上 英彦 氏
(京都嵯峨芸術大学 観光デザイン学科教授
・ 日本総合研究所 主席研究員)
- 9 月 1 3 日 カジノ勉強会
「カジノ研究の現状と論点整理、問題点について」
- 1 0 月 3 日 講演会・正副委員長会議
「長堀・心斎橋地区の『集客特区化』について
～ 地元企業による大阪らしい都市再生を～」
ゲスト：成松 孝 氏 (NPO 法人 長堀 2 1 世紀計画の会 理事長)
- 1 0 月 1 1 日 カジノ勉強会
「大阪府のカジノ構想と東京都などの動きについて」
ゲスト：中林 潔 氏 (大阪府商工労働部観光交流課 副理事)

- 10月21日 講演会・正副委員長会議
「大阪市への集客に向けた取り組みについて」
～文化集客アクションプランの推進～」
ゲスト：堤 道明 氏
（大阪市ゆとりとみどり振興局文化集客プラン担当部長）
- 11月19日 正副委員長会議
「提言作成にむけた審議」
- 11月25日 カジノ勉強会
「各メンバーによる意見発表」
- 11月27日 集客特区シンポジウム
- 長堀・心斎橋から『関西再生の条件』を探る -
（於：朝日生命ホール）
- 12月16日 カジノ勉強会
「 韓国カジノ視察について、 今後の検討の進め方について」
- 12月20日 正副委員長会議
「提言案の検討」

平成15年

1月14日 常任幹事会・幹事会
提言案を報告
「『感動集客特区』を突破口に、官民協働で集客ポテンシャル活用を
～集客に資する規制・制度改革を軸に～」

1月21日 提言
「『感動集客特区』を突破口に、官民協働で集客ポテンシャル活用を
～集客に資する規制・制度改革を軸に～」を記者発表

平成 14 年度 集客推進関西委員会 正副委員長およびスタッフ名簿

(敬称略)

委員長	山田 廣則	大阪ガス	副社長
副委員長	南 隆明	ホテルグランヴィア大阪	社長
	岡田 茂男	三井物産	理事・関西副支社長
	松田 憲二	ユアサM&B	社長
	吉本 晴之	吉本土地建物	副社長
	野本 明典	全日本空輸	執行役員大阪支店長
	近藤 三津枝	パンコット	代表取締役
	田名瀬 正直	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	関西支店長
	須藤 元	日本航空	西日本地区支配人大阪支店長
	隈崎 守臣	コングレ	社長
	片倉 冀	ニューオータニ	常務大阪総支配人
	河田 一彦	新阪急ホテル	社長
	水野 明人	ミズノ	副社長
	岩崎 佑子	岩崎企画	代表取締役
	田上 伸博	日本政策投資銀行	関西支店副支店長
	矢吹 静	西日本旅客鉄道	常務執行役員
	土清水 縁	Brillante	社長
スタッフ	宇都 弘道	大阪ガス	本社支配人
	藤田 正樹	大阪ガス	経営調査室長
	小阪 英世	大阪ガス	経営調査室副課長
	小山 潔	ホテルグランヴィア大阪	企画部営業推進課長
	広瀬 英雄	ユアサM&B	顧問
	岡野 正信	大阪マルビル	取締役社長室長
	坂元 洋一郎	全日本空輸	国際販売部主査
	竹林 雅司	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	関西支店IP営業部長
	榎本 明	JALセールス	西日本支社企画総務部
			広報宣伝グループグループ長
	山口 朋子	コングレ	管理本部課長
	佐々木 成人	ニューオータニ	取締役大阪副総支配人
	江山 恭弘	新阪急ホテル	営業企画室シニアマネジャー
	小西 宏昌	ミズノ	課長

代表幹事スタッフ	川崎 ゆかり	岩崎企画	研修部長
	全田 和也	日本政策投資銀行	関西支店企画調査課主査
	室 博	西日本旅客鉄道	営業本部担当マネジャー
	辻本 克己	西日本電信電話	総務部企画担当主査
	村田 省三	アートコーポレーション	専務
事務局	萩尾 千里	関西経済同友会	常任幹事・事務局長
	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
	小谷 美貴	関西経済同友会	企画調査部