

関西・大阪が目指すべき方向 —5つの行動指針の提唱—

グランドデザイン(第3次)で示した3つの指針、8つの都市像に加え、連携を重視し、新しい時代の要請に応え、特に文化による地域活性化からの視点で、さらなる5つの行動指針を示す。

【Ⅰ】日本人の心を伝える

日本と日本人を国際社会で本当に理解してもらうためには、日本人の心を伝え理解してもらう必要がある。その役割は特に、歴史と伝統のある関西が果さなければならない。

日本人は自然と共生し、物事を善と悪、物体と精神といった二元論ではなく、多様性の価値を理解する心の広さや認識力を培ってきた。^[9]日本人が何気なく暮しているライフスタイルも日本人の勤勉さ、几帳面さ、名こそ惜しけれという心の現れである。例えば洗浄機能付トイレや立体駐車場、遅れない新幹線や、宅配便の正確な時刻指定配達、蛇口から飲める水があふれ出る水道、青信号に変わるまで待つ人々、お店の丁寧な接客態度といった生活文化は海外から見れば驚異のレベルである。

日本文化の底に通奏低音のように流れる日本人の心、質の高さ、多様性や寛容性は、海外からは畏敬の念を抱かれており、商人の倫理観など歴史的に関西発祥の文化に通ずるものが多い。私たちは、その素晴らしさをさらに磨き上げ、発信することで、世界の平和や安定に貢献することができる。

京都や奈良、高野山など実地に日本を体験できる資産に豊富に恵まれた関西でこそ、日本と日本人のこころへの理解を深め伝えていく試みが効果的に推進できる。SNSが活用される時代に在っては、瞬間に世界に発信できる可能性も大きい。

【Ⅱ】文化の担い手を育てる

世界で文化による活性化に成功した都市に共通していえることは、住民が自らの街に誇りを持ち、よそのもの、わかもの呼び込み、共に活動している点にある。観光も「見る」から「モノ」へ、そして今「コト」へ、さらに「くらしの在り方」そのもの（being）へと変化している。

重要なことは、住民自らが創造活動に参加し、地域に根付いた文化の土壌を耕し、肥やし、苗を植えて新たな芽を吹かせることである。それにより、観光客など交流人口も増え、人口減少や高齢化によって地力の衰えた地域に就労機会が生まれ、人が住みたくなる魅力が生まれ、地域の活性化が促される。

事実、暮らしを「文化化」することで経済再生を果たした例が、海外の創造都市やソーシャル・インパクト（社会的貢献投資）による再生都市で報告されている。^[10]大阪については、都市魅力を磨くためには更なる文化力の強化が求められる。

【Ⅲ】文化による経済の活性化

文化と経済は別々のものではなく、まして相反するものでもない。イノベーションを生むためには文化活動の活性化が必須であり、感性の涵養が経済を刺激する。I o TやA Iが経済活動に大きくかかわってくる時代に在って、イノベーションを誘発する感性のひらめきますます重要になっている。そのためには幼少時から一流の芸術や文化になじむとともに自らも取り組むことが望まれる。

家庭、学校、会社、社会の各レベルにおける文化化が経済発展に大きくかかわってくる時代になったといえる。文化の経済化、経済の文化化が必要である。企業においても、文化面でのソーシャルパフォーマンス^[11]（例えば企業メセナや文化事業の主催や支援、参加、連携、あるいは企業内の従業員による文化活動の推奨など）が期待される。

例えば工業製品で、性能や使い勝手がいくら優れていても、見た目の美しさが備わっていなければ市場競争で勝ち残ることができない。この美しさこそは文化であり、日本人が力を発揮すべき点である。また、企業との協力による高精度な複製技術で門外不出の文化財を復元し、世界各地で披露した例もある。東京の機能性や情報発信力と関西の伝統の中で培ってきた文化や企業家精神を融合させることで、日本の魅力が大いに発揮され、ひいては国の発展にもつながっていく。

アーツ（芸術）とマネジメント（経済）とサイエンス（科学）の3つの輪を創造的に循環させることが重要であり、^[12]産、学、民、社の連携を一層推進する必要がある。

【Ⅳ】文化プログラムの戦略的推進

当協会は設立時に文化とは学術、技術、芸術、スポーツ、生活文化であると定義した。これらの文化をさらに活性化し、それによって希望ある日本の未来を提案し、切り拓く努力を今こそ始めなければならない。

前述したように今、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて文化プログラムを全国津々浦々で展開し、文化によって地域創生を図ろうとする動きが始まっている。また、関西でラグビーやマスターズ・ゲームなど、ワールドゲームの開催が予定されているところから、関西広域連合やはなやか関西の取組みとも連携し、また行政の取組みも視野に、2021年までの関西・大阪の文化プログラムを戦略的に組立て、推進することが関西にとって重要である。

具現化に当たっては、新たな創造活動を始めるだけでなく、現在すでに存在する資産を磨き、可能性を顕在化させる作業が必要となる。その例として、ユネスコ無形文化遺産に指定された「和食」^[13]も大切な文化資産の一つである。和食は、栄養バランスのとれた食スタイルとして急速に、世界的な広がりを見せている。一方、国内においては食生活の変化によって和食が変容しており、いまや本格的に和食についての調査、研究、普及に取り組む必要が生じてきた。「世界最先端の健康立国」を掲げる日本として、和食発祥の地「関西」で和食を考える国際フォーラムを発足させることを提案する。

高齢化が進む世界で、健康・長寿社会を実現するために貢献する生活文化遺産、和食の伝統に光をあて、さらなる価値を創造していく時である。

【V】 新たな広域文化経済圏を提示

まず関西・大阪以外の地域の発展に貢献することが、結果的に関西・大阪の繁栄につながってきたという歴史的事実を再認識する必要がある。

関西の発展は地政学上の優位性、つまり瀬戸内海の海流と日本海の風の道による舟運がもたらした賜物であり、西日本・瀬戸内（中国・四国）地域や日本海沿岸（関門海峡～函館）地域の発展のために貢献してこそ、結果として関西・大阪も果実を得るのである。^[14]

東京一極集中が進み、日本海、瀬戸内海各地域の人口が減少する中で、関西・大阪が旗振り役を担って歴史的なポテンシャルを発掘し顕在化し、交流人口の増加や文物の販路拡大に貢献することが重要である。なぜなら、それによって関西・大阪が、首都圏・東京中心の経済圏に対して、西日本・日本海文化経済圏というもう一つの日本の在り方を提示することに他ならないからである。ここには生活文化に視座を置いたもう一つの価値観が存在する。

[9] 近藤誠一氏（近藤文化・外交研究所代表、元文化庁長官）。以下 [6] 参照。

[10] 2016年7月11日に放送された『NHK・クローズアップ現代+ ついに来た!? マネー新潮流 ～ソーシャル・インパクトの衝撃～』において、株や為替とは全く違う新たな投資「ソーシャル・インパクト（社会的貢献投資）」を始めた投資家や巨大投資銀行を紹介。安定運用と社会的にも貢献できる投資先として、貧困地域を再生するプロジェクトなどが紹介された。

[11] ソーシャルパフォーマンス（Social Performance：社会的業績）は、売上や損益を評価対象とするエコノミックパフォーマンス（Economic Performance：経済的業績）とは別に CSR（Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任）や環境保護などに対する取り組みを評価対象とする社会的利益の実現のための行動。

[12] 2016年4月に首相官邸にて開催された『「日本の美」総合プロジェクト懇談会（第3回）』や、同年6月に開催された関西経済会トップとの座談会（『KANSAI * OSAKA 文化力 No.124 / 2016年8月発行』に詳細を掲載）などにおいて、宮田亮平文化庁長官が同主旨の発言をしている。

[13] 2013年12月、「自然を尊ぶ」という日本人の気質に基づいた「食」に関する「習わし」を、「和食：日本人の伝統的な食文化」と題して、ユネスコ無形文化遺産に登録された（農林水産省ホームページより）。

[14] 2015年7月17日に開催された『北前船寄港地フォーラム in 大阪』において、同フォーラムの提唱者で議長の石川好氏（作家）が、「北前船によって運ばれた上方文化が、北陸や北東北の経済・文化の発展に大きな影響を与えたのは歴史的事実。大阪に元気がなければ、日本海側の各地域も元気が出ないともいえる。北日本の各地域を活性化させるために、地域間の連携も必要」と講演。司会の水嶋智氏（国土交通省大臣官房総務課長 当時）は、「東北や北陸、中国地方などから大勢の方々が大阪にお集りいただいたことに意義がある。大阪・関西が元気になることが、日本にとって非常に重要だという示唆が得られた」と述べた。