

グランドデザイン（第3次）の評価

【 3つの指針 】

I. 美しい都市・大阪の実現をはかる

「日本の転換期こそ大阪の好機」

わが国を取り巻く環境が、高度成長時代から充実の時代への転換期にあり、都市に求められる時代のニーズも、人口・経済成長など定量的指標の重視から、そこに住む・通う・訪れたいと思う人々が抱く期待感・充実感などの定性的指標の向上に移っている。

大阪も経済規模の拡大、成長を目指した量的競争の時代から、質的な競争の時代へと舵を切り、勇気をもって自らを変えていく好機である。

「美しい関西、美しい日本を先導する大阪」

「美しい日本」実現は容易ではない。社会のシステムを根本から変える変革が必要。効率重視の中央集権主義から、地域ごとの価値や判断を重視の地方分権主義へ。「効率第一主義」から「自然との共生」「精神的な豊かさやゆとり」に、価値観の重心を移すべき。

21世紀初頭は、「美しい日本」に向けて着実な歩みを踏み出す時期。まず、大阪は「美しい関西」実現の先導者として、第一歩を踏み出すべきである。かつての工業都市時代に培った「ものづくり」の伝統、技術により、環境改善技術を他都市以上に進歩させてきた実績は、他都市を先導するに相応しい。

【評価】 一当協会の観点からの全体評価—（以後 全体評価と表示）

中之島や道頓堀を中心とした親水河畔や公園の整備が進み、水都大阪の風景が著しく改善された。水質の浄化とともに、河川に背を向けて建っていたビルが川面に向くようになり、ビル壁面や屋上緑化など「美しい大阪」の創造に成果が見られる。しかしまだ、道半ばであり、大川や道頓堀の水質浄化、ビルや防潮堤の壁面緑化など、美しい都市実現のため継続的な努力が必要である。

II. 水の都・大阪を創生する

「都市の復興—大阪の個性をとり戻す」

今日、目にする大阪は、かつての姿と大きく異なっている。高度経済成長による急速な変化が、利便性向上と引き換えに大阪が持っていた良さを喪失させた。新しい時代の都市・大阪の個性、存在感を高め、人々の感性に訴える「都市の復興」を図らねばならない。

「水の都の再生」

都市の復興に先ず果たすべきは、「水路のネットワークの再生」から。かつて、人々の憩いの場であった水辺に、親水性の高い環境を整備し、誰もが安心してきれいな水と戯れることができる機会を用意することで、来訪を促し、都心居住への回帰を促す。また、かつて水辺には賑いや喧噪、ときに生じる猥雑さを、新しい文化の創造力へと昇華させる巷が存在した。水辺の創生には、新たな巷を生み出す基盤整備も重要である。

【評価】—全体評価—

行政による親水整備が進み、21世紀に入って大阪都心部の水辺が格段に美しくなった。水の回廊（大川、土佐堀川、堂島川、木津川、道頓堀川）の河畔整備や橋梁のライトアップなどで、親水環境整備が一層進捗した。併せて、国に対して河川法の規制緩和を要望し、特区の設置により整備された水辺の活用を促し、官民連携による取り組みが実効を上げた。この結果、都心回帰を促して居住者を増やし地価上昇をももたらすとともに、インバウンド観光客増加にも寄与している。

—当協会事業評価—（以後 事業評価と表示）

・当協会は水都大阪のまちづくりを真っ先に提案し、推進に尽力してきた。水辺の整備とともに水に親しむライフスタイルの気運醸成に努め、さまざまなイベントや伝統行事、社会実験、提言活動を実施した。2009年夏には、その集大成として、協会提言の水都再生シンボルイベント「水都大阪2009」が2か月間にわたり実施され、市民、NPO、経財界、行政の連携による市民参加イベントの大阪モデルが示された。このレガシーを受け継ぎ、以後毎年、水都大阪のイベントが展開されている。

・2013年に発足した経済団体、大阪府、大阪市による「水と光のまちづくり推進会議」は、引き続き、市民を巻き込んだ水辺の活用に取り組んでいるが、実施組織と当協会の更なる連携が望ましい。

Ⅲ. 祝祭都市・大阪をめざす

「デジタルの都市—新しい都市の担い手を集める」

文化の担い手は、そこに暮らす住民とそこに集まる人々であり、そこに都市の活力が生まれ、新しい文化が創造される。「文化立都・大阪」に向けてその仕組づくりが必要であり、それが新たな人々へ空洞化した都心への居住を促す。

「都市の祝祭空間」

都市の形式は、門前町、港湾都市、政治的な計画都市など、多様な成り立ちをしてきたが、そこでは必ず多くの人が出会い、集い、交流する場が用意されていた。そこに賑わいが生まれ、祝祭がかたちづくられた。

文化により都市の再生を目指すとき、都市本来の機能である祝祭性に注目すべきであり、大阪も祝祭空間化を一層、強化すべきである。

【評価】—全体評価—

中之島や御堂筋を核とした「光のイベント」が、一定の集客成果をあげている。また、2003年に521万人であった訪日客は、2016年に2400万人を超える勢いで推移しているが、これは観光ビザ発給要件の緩和や格安航空便の就航、円安などを背景に、中国をはじめとするアジアからの買い物目的の来阪者の急増が大きな要因となっており、大阪が祝祭空間としての集客魅力を備えた結果とは言い難い。民の力を活用した更なる取り組みが必要である。

都市の魅力は文化にこそあり、大阪城エリアにおける国際的な芸術フェスティバルを育てるなど努力が必要である。

—事業評価—

当協会が事務局となって大阪城周辺のホールや関係者が連携して文化催事を発信する大阪城フェスティバルを8年間実施してきた。この取り組みをさらに戦略的に強化する必要がある。

【 8つの都市像 】

文化のハイブリッド都市 「……………未来を担う若い人材育成のためには、誰もが手軽に借りられる発表の場、練習場など、裾野を広げる場が必要。これらが一つのエリアに集積されることが望ましい。それにより、ニューヨークのオフ・ブロードウェイのような価値観の異なる創造者たちが刺激し合い交流する、都市の交流空間が形成される。これも「文化立都・大阪」の基盤となる。一施設に留まらず、大阪に点在する文化施設が連携・ネットワーク化することで、各施設の広報、プロモーション、情報化もより効果的に行え、集客面でも大きな力となる……………」

文化とは本来、猥雑さ、スリル、周縁的な要素を包括した楽しみの総体と捉えられる。この多様性が文化の存在意義である。大阪が目指す「文化立都」は、より多様な文化の可能性を追究し、多様な文化を内在させていくもの。人の営みが長い時間をかけて蓄積し、それが継承されて磨かれ、文化は常に新陳代謝を重ねる。その舞台となる場が都市である。……………」

【評価】 —全体評価—

財政難による文化施設の統廃合によって、公的な文化施設は専ら縮小傾向にあり、目指す方向と逆に向かっている面もある。民による施設の連携・ネットワーク化をより強力に進める必要がある。

未来の伝統都市 「……………難波宮、石山本願寺寺内町、大阪城築城による都市基盤整備を経て、近世の経済中心地、明治以降の急速な工業化、大正期の近代都市への変貌。

その過程で大阪は、歴史的街並みが残る歴史都市、古都に留まらず、大阪の固有性、独自性が積み重なり、『記憶装置』の役割を担う。……………『都市の記憶』とは、文化財的価値を有する歴史資源ではなく、先人から受継いだ風習、風俗などの生活文化、感性などを含む。これが長い歴史と伝統に培われた『大阪らしさ』である。これを活用していくことで、『記憶装置』としての輝きを増す。……………」

大阪城・難波宮跡一帯の都市遺産の再生、御堂筋・太陽の塔など近代のシンボリックな資産の活用と保全、竹内街道・熊野街道・京街道等、旧街道沿いの文化的、歴史的街並み。先人から引継いだ価値の保存に留まらず、未来へ引継ぐことも『記憶装置』としての都市の重要な役割。それにより、都市は常に光り輝く。」

【評価】 —全体評価—

大阪のシンボルゾーンである大阪城の活用は、一過性の集客イベントにとどまらず都市の記憶装置として活用するため更なる工夫が必要である。指定管理者制度が成果を挙げるか否かが注目される。市民の誇りとなるような催事が伝統と文化を生かして継続されることが重要である。

—事業評価—

協会は上町台地の歴史や伝統を調査・研究するプロジェクトを継続的に実施している。大阪の特徴である夏祭りも調査しホームページで発信している。

エコロジカルな環境都市 「『世界都市・大阪』は、未来へと受け継がれ、環境を管理しつつ自己成長を持続していく都市でなければならない。

……大気・水質汚染、騒音問題などに対処してきた経験を通じ、環境問題に取り組むための知恵を蓄え、技術を高めてきた。この環境問題に対する優れた技術と豊富な経験を活用し、積極的に世界に貢献してこそ、世界から尊敬される都市となる。

ごみ排出量の抑制、水質汚濁、騒音、ヒートアイランド現象など、都市生活を阻害する環境問題の解決に、住民・経済界・行政が一体で取り組み、人々に環境に対する問題意識を定着させることが重要。

それにより、「水の都・大阪」のイメージと世界の環境先進都市として都市経営の範となり、大阪の都市イメージを世界にアピールできる。」

【評価】 一事業評価一

持続可能な都市環境づくりに向け、さらなる努力が必要と思われる。先進医療健康都市を目指す中で、食や農への取り組みも重要である。

そこで当協会は食文化の発掘と発信に取り組み、4年毎の食博覧会への協力ほか冊子「大阪鍋騒動」やケーブルテレビとの共同制作動画などで成果を挙げてきたが、今後「和食が世界に貢献する」というビジョンを掲げ新たな取り組みを行う。

人が主役の都市 「文化立都・大阪」は都市の文化を継承、発展させ、新しい文化を創造する感性豊かな創造者が集う都市でなければならない。

……大阪にはもともと、商人をはじめとする民間の人々が私財を投じて公共施設をつくり、人材を育て文化の基盤を支えてきた歴史がある（中之島公会堂、図書館、懐徳堂、適塾……）。

その伝統的気質を呼び覚まし、住民と経済界、行政が一体となり、文化の創造者を積極的に受け入れ、支える仕組み作りが重要である。その過程で、市場経済を補完する新たな担い手としてNPO活動、市民のボランティア活動への意識を高めることが新たな文化の担い手育成のためにも必要。

また、他の都市では受け入れられない、文化価値から「はみだしたもの」を受け入れる懐の深さが、多様な文化創出に必要である。パリ・モンマルトル、ニューヨーク・ソーホー、ロンドン・キングスロードに集まった若者からモダニズム、ポップアート、パンク・カルチャーなど、現代文化が創造された。

大阪でも、アーティスト・イン・レジデンス（滞在型創作活動）の推進が望まれる。創造者の発表の場の集積、交流空間、滞在・居住空間などが近接する場が都心に求められる。「はみだしたもの」に見える文化、見慣れない異文化を受け入れ、コミュニケーションを図り、互いに理解、尊重し合う都市であること、文化のバリアフリー化が望まれる。」

【評価】 一全体評価一

民間寄付で建設された上方落語の定席「天満天神繁昌亭（2006年）」や、民間版アーツカウンシルといえる「アーツサポート関西」設立（2014年）など、民による公共創出の広がりが見え始め、文化活動をする人たちにとって一条の光となっている。

今後の文化庁関西移転やオリンピック・パラリンピック文化プログラムの全国展開を機会に、「関西広域連合」や「関西元気文化圏推進協議会」などが連携して、戦略的に文化プログラムに取り組むべきである。人材育成についても、例えばアールブリュットなどの更なる取り組みが必要である。

一事業評価一

当協会はアーツサポート関西の事務局を務めるほか、万博記念基金事業を通じて人材育成に取り組んでいる。またアートストリーム実行委員会により若手アーティストの発掘と発信に成果を挙げている。

文化のプロデューサー都市 「文化はおのずと育つものばかりではない。それを見だし、演出を施すシナリオが不可欠。大阪には若い創造者の才能を支える、文化をマネジメントする人材が不足。これが大阪発の文化を東京に流出させている要因である。

この解消のためにも、文化をマネジメントする人材を招聘する機会を増やすとともに、彼らに続くことを希望する若い人材を育成していく場を設けることも必要。文化のマネジメントとは、文化を創造する人々の発想、才能を見だし、彼らの作品を経済活動として文化事業に展開する、文化と社会の媒介者をいう。」

【評価】 ー全体評価ー

文化プロデューサーや文化をマネジメントする人材の育成に向け、さらなる努力や工夫が必要である。大阪から人材が東京に流出する状況が続いている。

ー事業評価ー

アーツサポート関西や万博記念基金の助成、顕彰を通じて、さらに人材の育成を促進すべきである。

文化・産業プラットフォーム都市 「イタリア・ミラノでは、デザイン性を前面に押し出し、文化価値により産業競争力を高める産業の文化化で、一つの都市ブランドとして産業の活性化に成功している。

大阪の誇る基幹産業である繊維産業には文化価値のポテンシャルを最大限に活かしたブランド化が期待される。異文化のテイストも採り入れ、新しいデザイン製品の開発で国際競争力のあるブランド育成が求められる。

文化産業は「文化立都・大阪」における基幹産業の一つとなるべき。大阪発のエンターテインメント産業の成長・発展は、「文化立都・大阪」のイメージプロモーションと連動し、他産業の高付加価値化への波及効果が期待される。「タニマチ」の語源となった大阪の伝統的気質からも、先ず創造者を育成する新たな文化への投資が期待される。」

【評価】 ー全体評価ー

文化の産業化、産業の文化化を、文化庁の関西移転を機により一層推進すべきである。イノベーションを生み出すために、クリエイター、若手ビジネスリーダー、行政や公益団体のリーダー達が気軽に、エキサイティングに交流し感性を刺激する機会を、企業と文化団体が協働して創りだしていく必要がある。

ー事業評価ー

前述アーツサポート関西や、アートアセンブリー、アートストリーム、21cafeなどの事業により企業関係者とアーティストとの接触の場を積極的に行っている。

イメージ発信都市 「大阪の国際的な知名度は高くなく、国内でも好印象で受け入れられているとは言い難い。お笑い、たこ焼きなど、マスメディアが供給する単一イメージしか発信されていない。出版、テレビ番組制作拠点が東京に偏在し、東京で加工されたステレオタイプの大阪のイメージが、大阪の意思とは関係なく一人歩きしている。

「水の都」「歴史都市」といった固有の特徴の他、大阪の多様かつ個性あふれる都市イメージを、積極的かつ戦略的にプロモートし、大阪から直接、全国そして世界へと発信されねばならない。IT 技術の急速な発展と普及がコミュニケーションの有様を劇的に変えており、大阪の都市イメージのプロモートに重要なツールとして活用されるべきである。」

【評価】—全体評価—

「関西元気文化圏構想（文化庁）」「はなやか関西（関西広域連合）」など、大阪・関西の文化情報の発信やブランディング活動は継続されているが、全国的な波及効果が道半ばであり、今後もさらなる取り組み強化が必要である。

—事業評価—

当協会は関西空港の税関エリアにおいて訪日客に良い第一印象を与えるため、継続的に関西各地の魅力的な風景動画を上映している。今後、文化庁関西移転やオリンピック・パラリンピック文化プログラム推進のため、ビジョン・行動計画を明確にし、情報発信と進捗確認のため、文化庁のポータルサイトや関西文化.com などを活用しネット情報の充実に取り組む。

文化のムーブメント都市 「20 世紀の産業都市は、ある分野に絞って育成し大きな発展をめざす「りんご型」と、小規模ながら多品種の産業を育成し、それらを連ねて発展を目指す「ぶどう型」があった。

都市文化の形成にも「りんご型」と「ぶどう型」が考えられるが、これから目指すのは都市にある人々の感性やエネルギーによる創造活動を連鎖的につなぐ、都市全体を祝祭空間とする「ぶどう型」に展開するムーブメントである。

大阪に目をやると、「水の都・大阪」では、背を向けてきた川筋に人々の意識を戻すムーブメントに注力すべきで、親水性を高め、水辺からの景観に配慮したまちなみ。市民の日常の足や楽しみを提供する多様な舟運の整備。市民が主役となる川筋のイベントを誘い、水辺を祝祭の場に導くことなどが相応しい。

「文化立都・大阪」では、ひろばの復興を図るムーブメントも重要。ヨーロッパの都市では、広場に教会があり祝祭や集会など人々が集まるが、日本の都市では伝統的に辻や川辺、寺社など人々が集まる場が点在していた。

構造は異なっても『ひろば』を、そこに蓄積された魅力、人々が集まる仕掛け、それを受入れるホスピタリティなど、都市の仕組全体を示す概念と捉えると、世界中から人々が大阪に集い、そこに住む人々とともに新しい文化を創造していく仕組みづくりが重要である。」

【評価】—全体評価—

水都大阪の推進では 桜の木寄付運動などムーブメントによるまちづくりが成功してきた。今後、都市の創造活動を連鎖的につなぐという視点で、大阪は西日本・日本海経済文化圏のハブ機能を発揮すべきである。

「北前船寄港地フォーラム in 大阪（2015 年）」の開催により、人・モノ・情報の発着地としての大阪の歴史的存在感が高まり、関連する日本海側および瀬戸内海側各都市との広域連携は大きなムーブメントとしての拡がりを持つに至った。

同フォーラムが契機となり北前船寄港地の「日本遺産」登録に向けた動きが本格化しており、経済効果に繋がると期待されている。

—事業評価—

文化力会議の開催により、気運醸成の起爆的役割を継続して果たしてきた。また、当協会はこれまでもコーディネーターや各プロジェクトの事務局機能などを担う諸団体との結節的機能を強化してきた。