

# アーバン・イノベーション・セミナー まちを舞台とする集客イベントと都心の活性化

主 催：財団法人 都市活力研究所

共 催：大阪商工会議所

協 力：財団法人 大阪市都市工学情報センター

将来の大阪シティスタイル研究会

日 時：2010年12月7日（火） 15時～17時30分

場 所：大阪第一ホテル 6階モナーク

プログラム：

15:00～15:50 講演

「集客イベントによるまちの魅力づくり」

大阪市ゆとりとみどり振興局 総務部まち魅力担当課長

阪東 正紀 氏

15:50～16:00 休憩

16:00～17:30 パネルディスカッション

関西学院大学 総合政策学部 教授

角野 幸博 氏

中之島まちみらい協議会 幹事

林 敏一 氏

御堂筋まちづくりネットワーク プロモーション部会 部会長

寺田 憲二 氏

梅田スノーマンフェスティバル実行委員会 実行委員長

松村 弘三 氏

(コーディネーター)財団法人都市活力研究所 所長 坂田 清三



## ①講演 集客イベントによるまちの魅力づくり

大阪市ゆとりとみどり振興局 総務部まち魅力担当課長 阪東 正紀 氏

### <大阪市ゆとりとみどり振興局とは>

ゆとりとみどり振興局の運営方針は、文化、スポーツ及び緑化施策を推進し、これらの有機的連携を図るとともに総合的なプロモーションを進めることによって都市魅力を創出し、総合的な人材育成を進め、国内、海外から多くの人が集う大阪の実現に向けて取り組むということです。いろいろと施策はありますが、それを融合して取り組んでいく。例えば御堂筋オープンフェスタであれば、御堂筋という大阪の貴重な財産、いちよう並木をアピールするとともに、歩道からの景観を楽しみつつ、路上で色々なイベントを展開する。大阪市が持つ資産、文化、スポーツ、公園を有機的に連携させて、総合的に力を発揮できるように持っていく。最近では、国際集客都市を目指し、海外から多くの人が集うまちづくりに取り組むということで、外国人のビジターも大きく視野にいられています。

ゆとりとみどり振興局は、総務部、文化部、スポーツ部、緑化推進部の4部に分かれています。各部の代表的な活動を紹介します。

総務部では、存在感のある国際集客都市大阪を目指し海外の様々な都市とコンペティションを展開しています。都市魅力の向上と総合的なプロモーションを行なって、国外、特にアジアからの集客を進めると言うことで、2020年度までに日帰りも含めて620万人のビジターに大阪市を訪れていただく目標を立てて取り組んでいます。

文化部は、文化の香りのただようまちづくりとして、星空コンサート等のイベントを開催しています。大阪クラシックは毎年9月に御堂筋、中之島近辺で行なっています。双方とも大阪フィルハーモニーオーケストラにご協力いただいております。

スポーツ部は、スーパージュニアテニス大会、大阪ハーフマラソンを開催し、来年は大阪マラソンが大阪府と大阪市が協力して10月30日に開催されます。

緑化推進部は主に公園の維持管理を行なっている部門で、花らんまんフェスティバルを、市民に緑と親しむ機会の創出と公園の有効活用を目的に、毎年、場所を変えて行なっています。各部署ともそれぞれのイベントを通して大阪の魅力を高めています。

### <パフォーマーライセンス制度>

パフォーマーライセンス制度は、一定の技能レベルを有するパフォーマー、ミュージシャン及び大道芸人にライセンスを与え、大阪市の観光スポットや集客イベントで実演できる機会を持ち、市民及びビジターがパフォーマンスを楽しめて、気軽に文化に触れられる観光整備を進め、まちのにぎわいの創出、都市魅力の向上に資することを目的として6年程度前に始まった制度です。大阪市、大阪観光コンベンション協会、大阪商工会議所の3者で実行委員会を構成して推進しています。年に1回審査会を開催し、ライセンスを供与し、大道芸人部門は現在66組、ミュージシャン部門は65組、大道芸人部門はほとんどがプロの方です。ギ



チャラは無料ですが投げ銭をいただいて演技します。実際に実演している場所は、大阪城天守閣、ATC、WTC等です。ミュージシャンには土日は市役所正面玄関を開放、さらに月に1回だけ心斎橋駅構内で特別に開催しています。イベントとも連携しており、御堂筋オープンフェスタ、大阪光のルネサンス、スノーマンフェスタ等において、登録の大道芸人、ミュージシャンが自慢の演技を披露しています。

### <光のルネサンスの取り組み>

光のルネサンスは大阪市の数あるイベントの中でも格別大きなもので、ここ数年かなり広がりが出て来たと思われます。光のイベントを通した魅力向上を目的に、2003年から開催して今年で8回目です。中之島にある市役所、図書館、公会堂、中之島公園、科学館の北側の近代美術館建設予定地を軸に展開しているイベントで、去年は12月1日から25日まで25日間で304万人の方が来場しました。主催は大阪光のルネサンス実行委員会、委員長は関西電力の北野部長、大阪市のまち魅力担当部長が委員長代理、中之島にゆかりのある企業等の方がメンバーです。2010年の予算は現金ベースで1億7,900万円、現物支給の協力もありこれも入れると2億円くらいの規模です。内訳はイルミネーション費、広報費、警備費(3,600万円)等から成っています。この中で、大阪市は1億円を分担金として支払っています。あとは関西電力を軸に協賛金を頂いており、店舗は一店あたり50万円を頂いています。来場者数は54万人、81万人、90万人、91万人、115万人、138万人と増加し去年は304万人で、大きく増加しているのは御堂筋イルミネーションとの相乗効果ではないかと思われます。市役所の正面玄関は、クリスマスにカーテンが開いてイベントがはじまるというイメージでライティングしています。

さらに光のルネサンスはフランスと提携しています。フランスは光の先進国といわれており、シャンゼリゼ通り、エッフェル塔等は有名です。光を使ったイベントやまちづくりがうまいと定評がある。去年はフランス・テイストのマルシェを展開し、これは非常にヒットしたコンテンツです。

イルミネーション・クルーズ。中之島は堂島川、土佐堀川に囲まれた世界的にも珍しい地区で、ここを光のルネサンスの時期はライティングされた船がたくさん行き来します。様々な船会社の方による協議会として取り組んでいるもので水上バスの方が会長をされています。

今年も、11日から25日まで光のルネサンスは展開します。今年7mのトナカイ、川をモチーフにした100mのモニュメント、西エリアでは5mのバルーン等もりだくさんです。





## <拡大する光のネットワーク>

光のルネサンスを単独で行なうのではなく、いろいろと手を広げて「種をまく」努力も行なっています。関西光ネットワーク交流会は、光のイベントを関西圏に広げる目的で関西電力、関経連等が提唱されたものです。大阪、京都、神戸、この3者が光の連携をすればもっとPRできるのではないかとということで立ち上がった交流会です。早速その成果として、3市共同の光のイベントのポスターを国土交通省の補助で作成し、運輸各社にポスターを貼っていただいています。全国的には、年に1回、日本のどこかの都市であかりサミットを開催しています。

夜景サミットは夜景もこれから観光資源になるということで、昨年からはじまったもので、光のルネサンスの紹介もしています。夜景遺産に関しては4つのカテゴリーがあり、全国で121か所指定されています。光のルネサンスはライトアップ夜景遺産のカテゴリーで指定を受けています。

この他にも最近、LUCI (Lighting Urban Community International)にも参画しています。これは光を通じた世界的なまちづくりネットワークで、リヨン市に事務局を置いています。フランスは各都市が光で競っているという側面があり、いろいろな光をまちの観光資源に使っている光の先進国です。リヨン市が提唱してこのネットワークが立ち上がり、大阪は日本で唯一加盟しています。2009年はシャトル市で光のまち大阪の紹介をしました。さらに、リヨンのフェスティバルや国際観光週間、フランクフルトのライティングフェアに参加し、大阪の光のルネサンスの取り組みの紹介をしました。このように世界にも手を広げています。

## <環境面の取り組み>

光のルネサンスは環境面でもモデルとなるような取り組みを目指しています。照明も昨年からは全部LEDにしました。さらに、発電機は使わないで、全て関西電力の系統電力を使用し、グリーン電力等を使って環境にやさしい取り組みもしています。我々のイベントの電力消費量は17,000kwhで、電気代は80万円です。この電力のうち9,000kwhについてはグリーン電力を使っています。これは普通の電気よりも割増の電気代を支払っているもので、通常10,000円のところを11,000円支払っています。この1,000円は風力発電等、自然のエネルギーへの投資へ回るものです。こういうグリーン電力のしくみを採用しています。それからカーボンオフセット。排出権規制が京都議定書でうたわれて、国際的な排出権取引が始まり、最近国内でも排出権の取引が始まっています。大阪市が保有しているプール等の施設においてはCO<sub>2</sub>排出量を削減しています。三井住友銀行等がこのカーボン排出権を買い取り、我々がさらにそれを買い取っているのです。これにより17,000kwhのCO<sub>2</sub>排出量は理論上はゼロになっています。



## ＜今後の課題＞

今後の課題に関しては、まず資金の確保があります。大阪市は1億円確保しています。一方で、中之島の企業を軸に協賛金を集めていますがこれは厳しい状況で、民間協賛金の確保が課題です。スポンサーのメリットもきちんと説明できないと持続的なイベントとはなり得ない。それから、光のルネサンスは大阪市と関西電力が事務局を行なっていますが、基本的には素人の集まりです。これからはプロの目も必要となるのではないのでしょうか。アーティストの目も必要との意見も出ています。エコロジー、環境に関する市民の目も刻々と厳しくなるので、環境対策も重要です。毎年同じことを行なっても市民から飽きられてしまいますので、嗜好の変化への対応も大切です。

周辺地域への広がりも重要です。光のルネサンスだけでは中之島のイベントにすぎないのですが、周辺から色々と参加していただけるようになってきたことは大きな進歩です。中之島三井ビルや三井住友銀行の大阪本店ビル、芝川ビル、生駒ビル等ライティングによるイベントへの参画も増えてきています。それから大阪府の御堂筋イルミネーション、約2億円かけて民間の協賛金と税金を1:1で分担して取り組んでおられます。昨年から本格的に御堂筋の淀屋橋交差点から中央大通りまでの約1,400m、いちよう並木を350本イルミネーションされました。今年は400本に拡大する予定です。この御堂筋イルミネーションと光のルネサンスの相乗効果は非常に大きいと思っています。12月11日には市長と知事も揃い合同の点灯式も行ないます。中之島から光の輪が広がってうれしく思っています。光のルネサンスが核になっていろいろな地域で光の輪が広がってきた。これが我々が目指してきたイベントを通じた都市の魅力向上です。

光のルネサンスにおける課題	
1. 運営資金の確保	
(1) 公金支出への理解獲得	市民への説明責任(経済効果、市民の満足など)
(2) 不況下における民間協賛金の確保	スポンサーメリットの打ち出し
2. 実施体制	
(1) 運営事務局体制の維持	イベント企画会社などの専門家の協力
(2) アーティスト、デザイナーの選定	
3. エコロジー対応	
4. 人々の嗜好の変化への対応	

## ②パネルディスカッション「まちを舞台とする集客イベントと都心の活性化」

関西学院大学 総合政策学部 教授

角野 幸博 氏

中之島まちみらい協議会 幹事

林 敏一 氏

御堂筋まちづくりネットワーク プロモーション部会 部会長

寺田 憲二 氏

梅田スノーマンフェスティバル実行委員会 実行委員長

松村 弘三 氏

財団法人都市活力研究所 所長

坂田 清三

### <イベントとまちの活性化>

(角野) 30年くらい前、文化人類学者の米山俊直教授が都市の祭りと村の祭りについて「村の祭りは基本的に全てが参加者だが都市の祭りは「する」人と「見る」人にどんどん分化されていっている。そして大都市になればなる程、「見る」人が圧倒的に多くなって来る。」と述べていたことを思い出しました。それから30年経って何が変わってきたかと言うと、「する」人と「見る」人が入れ替って「見る」だけの人が私もしたくなるというように、「する」と「見る」の垣根が取り払われつつある。ただそういう一方で、「見る」人はどんどんと増えてくる。祭りをまちづくりの資源としてまちの活性化に使いたいという場合、多くの場合、「見る」人をどれだけ増やすかという議論になっている。

さらに、1980年代には劇場都市論、都市はステージである、ということをいろいろな所で聞きました。都市はステージだから来街者はまるで舞台の上を歩くように、お洒落をしているいろいろな振り舞いをする。そういうセッティングを持っているのが魅力的な都市である。これがバブル景気と結びついて色々な都市づくりに関係してきた。その時に、例えばヨーロッパでは、色々なところで大道芸やフェスティバルを行なっていること等、海外の事例が色々と紹介されました。そこでは魅力的な空間、とりわけホールとか劇場の雰囲気をつかまにまちの中ににじみ出させるか、それによっていかに劇場のステージの上のぼったような気分させるか、というまちづくりの取り組みがありました。現在の取り組みもその延長上にあると思われます。とはいえ、技術も発達し、お客様のニーズも高度化する中で質の向上は考えなければならない。ただ、イベントを何のために行なうのか、イベントの開催自体を目的にするのではなくて、何を得たいのか、何をまちに返していくのかということをついつい忘れがちになる。まちづくりや都市計画と集客イベントとの関係を冷静に見つめることが必要だと思われます。

まちの中で行なうイベントは、仮設の博覧会とは違って、全てが常設のものを活用しながら、それに装飾を施していく。歴史的なストック、まちが保有している資産を使って新たな価値を発見していく。あるいはまちの中のオープンスペース、ウォーターフロント等の実験的な活用を行ない、それを常設化していくことによってさらにまちの魅力を高める。そのような取り組みがまちの周囲に広がって行くこと、これがイベントの効果、目的であると思っています。そしてイベントを実際に進めていく時、コンテンツ、キャスティング、お客様の満足度の向上、場所のセッティング、マネジメント、そういったものの1つ1つが都市経営のモデルになっていく形で進んでいけばよいと思っています。

### <中之島まちみらい協議会の概要>

(林) 私の本来の職場は関西電力ですが、本日は中之島まちみらい協議会の幹事としてお話をさせていただきます。中之島は、面積は約50ha、施設総面積は約100万㎡のキャパシティで、昼間は約35,000

人の人が集う街です。ただし夜間の人口は約 750 人ということで少なく、オフィスビルが集まっている地域です。この地域は経済の活性化を目的に小泉内閣の時に都市再生緊急整備地域に指定されました。

もともと中之島は、東部に中之島 2・3 丁目まちづくり協議会、西部には中之島西部地区開発推進協議会という 2 つのまちづくりの推進組織がありました。これを平成 16 年 4 月に合併、中之島まちみらい協議会という 1 つの組織として再スタートをしました。理念は、「水都大阪のシンボルアイランド “魅力活力創造都市・中之島”」です。メンバー企業は 28 社で、3 年に 1 回程度、何かトピックスがあれば開催する総会があり、その下に年 3 回程度開催する幹事会があります。幹事会は、中之島地域の現状等の情報交換を行なっています。そのさらに下に運営会があり、幹事 7 社で構成され、竹中工務店と関西電力が事務局を行なっています。そこに何かトピックスがあれば集まる分科会があり、プロモーション分科会ではホームページを立ち上げ、情報発信をしています。当面の活動方針は、ハード面では中之島にふさわしい都市インフラの整備促進に向けた活動、ソフト面では中之島ブランドの構築のためのプロモーション活動の検討・充実です。

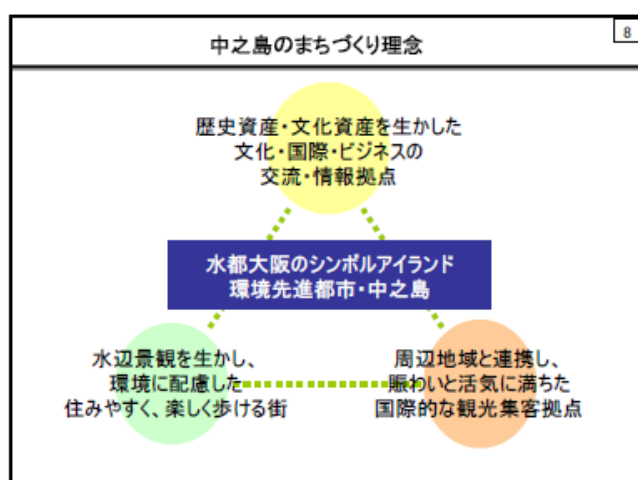
### <中之島まちみらい協議会の取り組み>

大阪中之島の都市ビジョンを 2005 年 12 月に作りました。この中で策定した中之島まちづくり理念は、「水都大阪のシンボルアイランドとして環境の先進都市中之島」「文化資産、歴史資産を生かした文化・国際交流・情報拠点中之島」「水辺景観を生かした、環境に配慮した住みやすく楽しく歩けるまち中之島」「賑わいと活気に満ちた国際的な観光集客拠点である中之島」ということです。ウェブサイトを立ち上げており、中之島の観光スポット、店舗、イベントの情報等をご覧いただけます。

中之島まちみらい協議会はイベントをするための集金の役割を担っていませんので、あまり活動資金がない。従って特に大きなイベントは行なっていないのですが、年に 1 回程度は中之島のまちづくりの現状等を紹介する目的でシンポジウムを開催しています。

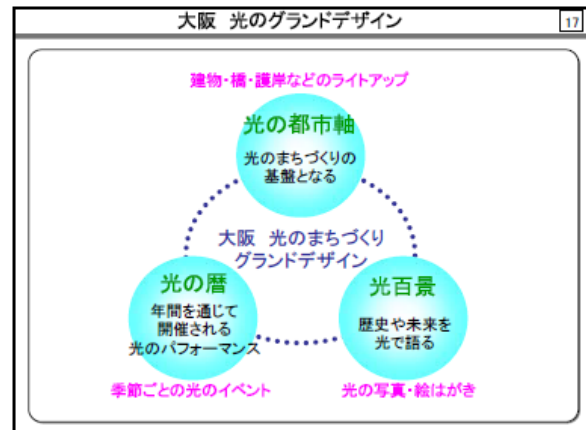
イベントとしては、昨年、水都大阪 2009 というイベントがありました。開催場所は中之島公園を中心にし、大阪のブランドイメージをアピールする目的で行ない 290 万人程度を集客しました。このイベントにとどまらずに水都大阪のブランドイメージを確立すべく組織をリニューアルし水都大阪推進懇話会という組織を立ち上げました。大阪市長を座長に、知事あるいは関経連の会長等、関西を代表する方々に集まっていただいて、大きな理念を考えて頂いています。それを支えるものとして水都大阪推進委員会をその下に置いており、さらにその下に、光のまちづくり企画推進委員会、水辺のまちづくり企画推進委員会を設置しまして、光は関西電力、水は京阪電鉄が主体的に取り組み、光と水を使って大阪の活性化を考えていく体制となっています。

光のまちづくり企画推進委員会は、大阪のまちを光で活性化する目的で、統一感のある光で大阪のまちをよくしていこうと考えている委員会で、光のルネサンス実行委員会とも密接に連携して取り組んでいます。そこで示された大阪の光の





グランドデザインは、1 つは大阪の「光の都市軸」。これは施設の常設の光をどうもって行くかです。次に「光の暦」。これは季節ごとのイベントです。さらに、プロモーションを考える「光百景」もテーマとしています。光の都市軸では大川から大阪湾に抜けるまで、これを「光の東西軸」と位置付けています。さらに北の梅田から南のなんばまで御堂筋を「光の南北軸」と位置付けまして、このエリアの光の演出の方法等を議論しています。さらに、もう少し面的なひろがりを持たせる目的で、趣のある近代建築群をライティングする「光の庭」について提案しています。光の暦については、春は桜が咲いている大川沿い、夏は大阪城、秋はイベント、冬は御堂筋イルミネーション、光のルネサンス等で光のイベントによるまちづくりを進めようとしています。「光百景」では、一般公募でフォトコンテストを行ないました。この中で優れた作品をインターネットで公開しており、アクセスした方にパソコンに取り込んで絵葉書として印刷していただいて、大阪の光の風景の共有化を進めようとするものです。中之島界限では橋がたくさんありますので、これのライトアップも進めています。淀屋橋、錦橋、天神橋、水晶橋、天満橋、中島ガーデンブリッジ等のライトアップを行なっております。



### <御堂筋まちづくりネットワークの概要>

(寺田) 御堂筋は北から南まで約 4km あり、その内、淀屋橋交差点から難波神社までの約 1.5km が活動区域です。会の目的は、大阪の顔である御堂筋が活力と風格のあるビジネス街として維持、発展することを目指して、地元の視点から課題と解決策を検討して行政等とのパートナーシップを図りながら活動を実施することです。会の設立は 2001 年 12 月 12 日、会員は 30 社で、法人格のない任意団体です。設立の経緯に関しては、大阪の地域ポテンシャルの相対的な低下がありました。御堂筋は金融企業がたくさん立地しており、その再編によるビルの 1 階テナントの撤退が要因となって、にぎわいが薄れていたという状況があります。まず関西経済連合会による TMO 検討が 1999 年から 2000 年にかけて行なわれ、御堂筋における TMO 組織を立ち上げようという提言がなされました。その後、沿道企業による検討が行なわれ、2001 年に TMO の検討会が立ち上がり、御堂筋まちづくりネットワークが 2001 年 12 月に立ちあがりました。運営体制としては、総会



があり、その下はソフト、ハードの2つの組織に分かれています。ソフトはプロモーション部会の下にイベント実行委員会がありまして、イベントを軸にしたまちづくりに取り組んでいこうという組織になっています。まちを訪れる方々が増えて活気ができるような体制を目指したものです。ハードについては、御堂筋は景観に関する規制があり、その規制に関する検討、提言を行なう都市環境部会が組織化されています。

### <イベントの取り組み>

主にイベントに取り組んでいるプロモーション部会の活動を紹介します。まず、御堂筋の将来像、未来像を御堂筋スタイル創生という提言書としてまとめました。御堂筋は単にビジネス街ということだけではなくて、出会い、文化、芸術等で刺激のあるまち、あるいは楽しみ憩えるまちにしていこうということで提言書を作成しました。今年も11月4日から12月7日までのイベントが既に始まっていて、御堂筋オータムギャラリーということで色々なイベントを開催しています。主なイベントとしてはまちかどコンサート、御堂筋放談、沿道店舗が参加したポイントラリー、さらに協力イベントとして、花とみどりのスタンド、大阪市の彫刻ガイドツアー等があります。御堂筋の沿道企業のワーカ―が主なターゲットということで、平日のお昼か夕方だけ行なっております。その内の1つがまちかどコンサートで、御堂筋沿いの公開空地等でコンサートを毎週のように行なっています。御堂筋放談は、御堂筋に関する情報発信を目的に、12月14日に御堂筋ガーデンシティをテーマに開催する予定となっています。景観づくりに関しては、花とみどりのスタンドの展示を行なっております。

さらに、会の交流を大切にしており、次の活動を行なっております。1つ目は懇親会で年2回開催しています。2つ目は御堂筋交流サロンで、会員企業限定ということで年2〜3回程開催しております。3つ目は事例見学会で、去年は京都、金沢、富山に行きました。あと最近始めたのが御堂筋スカイランチで、御堂筋の沿道ビルの屋上の緑がきれいなところで、会員の交流を深めることを目的に行なっています。

行政との関わりでは、大阪クラシックは御堂筋まちづくりネットワークも主催で入っていて、御堂筋の沿道施設の1階やホールを提供し、コンサートを行なっています。大阪府の御堂筋イルミネーションにも地元関係団体として協力しました。オータムギャラリーのイベントは従来11月までだったのですが、今年は御堂筋イルミネーションに合わせる目的で、1カ月ずらして12月中旬まで行なっております。活動は年2回のイベントを軸にしており、会員企業が手作りで開催しています。



## <梅田地区エリアマネジメント実践連絡会の概要>

(松村) スノーマンフェスティバルは梅田地区エリアマネジメント実践連絡会が開催しているイベントです。連絡会が設立されたのは昨年の11月です。連絡会設立の背景には、消費人口の減少、地域経済活動の縮小時代を迎える中で、梅田地区も国内外から来街者を誘引して持続的な発展を実現するために、エリア全体としての競争力、集客力、地域力を高めて地域ポテンシャルを拡大していくことが重要だという認識がありました。この共通認識を持った阪急、阪神、JR西日本、大阪駅北地区先行開発区域プロジェクトTMO設立準備委員会（略して北ヤード事業者）の4者が集まってできた連絡会です。

この連絡会設立の起点となったのは、大阪ステーションシティ、梅田阪急ビルの建て替え、北ヤードの第1期開発等、複数の大規模プロジェクトが進行している現況において、今までのように敷地ごとの建物だけを考えていたり、会社ごとの集客を図っていたのではいけないのではないかという問題意識です。従って、活動エリアは自分達で何かできるエリア、例えば阪急は茶屋町エリア、阪神は西梅田エリアやダイヤモンド地区、JR西日本は大阪駅エリア、さらには北ヤード1期開発のエリア等が活動の範囲となってきます。また、北ヤード1期開発では、この区域だけのエリアマネジメントではなく、周辺も含めコミュニティ・バスの運行、デッキの回遊動線等の整備によって、梅田全体の回遊性を向上するために、先行的、実験的にエリアマネジメント活動を進めていく。まちができてからではなく、まちをつくりながら活動を始めていくということで、地域連携をまちづくりのテーマとしています。

梅田地区は企業だけではなく、住民も生活し、商店街もたくさんあります。その梅田地区の地域活動や地域活動団体間の連携構築を行います。まずは具体的なアクションを起こして、共同で情報発信、プロモーションをしていきます。そのための、先行的、実験的な活動、実践を通して、周辺地域とのネットワークを強化、拡大していこうというのが、この連絡会の趣旨です。とはいえ、まずはできるところから始める目的で、今年は「歩いて楽しい地上のまち」をテーマに色々な活動を考えました。歩いて楽しくしようとすればきれいにしなければならないので、路上の清掃、不法駐輪の撤去等の活動もしながら、公共空間の活用、交通マネジメント等をこれから進めていきます。その計画を立てつつ情報発信としてホームページの開設等を行ないました。連絡会の組織は、4者の部長クラス、役付役員等、全体で20名位なのですが、専任はいないので本業をしながらアクションワーキング、情報発信ワーキングを行なってきました。1年の成果として、このアクションワーキングがそのままスノーマンフェスティバル実行委員会になっています。情報発信ワーキングはツイッターも活用しながら梅田の情報が集約されるウェブサイトを開設しました。梅田地区エリアマネジメント実践連絡会では、将来の大阪シティスタイル研究会、西梅田開発協議会、北梅田地区まちづくり協議会、鶴乃茶屋倶楽部、それから大阪ダイヤモンドシティ協議会、大阪地下街（株）、行政の方々、財界との連携によって活動を進めてきました。



## <スノーマンフェスティバルの取り組み>

スノーマンフェスティバルは最初でもあるので目立つことをしよう、注目度の高いことをしよう、スノーマン、すなわち雪だるまは冬の時期にしか見られないものでおそらく子どもの頃誰でも一度は雪だるまを作ったことがあるということで、梅田で大切な思い出を作っていただく目的でスノーマンフェスティバルを考えました。メインイベントは、街中がスノーマン！、スノーマンライティング（阪神百貨店等のビル壁面の光のアート）、スノーマンゲート（イルミネーション）の3つです。サブイベントは、スノーマンスクエア（マルシェとストリートパフォーマンス）、キャッチ・ザ・スノーマン（フォトコンテスト）、それからスノーマンラリー（ワードラリー）から成ります。街中がスノーマンは、梅田のエリアをスノーマンだらけにしようと9月、10月、11月と「皆様この趣旨に賛同してスノーマンをつくってください。」ということで費用、デザインも含めたご協力を依頼に回り、結果、各地に様々なスノーマンがあります。まず阪急ではNu 茶屋町に、JR西日本は大阪駅に、阪神はハービスに、北ヤードは仮囲いにそれぞれスノーマンを登場させています。この4者を軸に毎日放送、梅田阪急ビル、梅田ロフト、アクティ大阪、ディアモールのセンターコート、新梅田シティ等にスノーマンの作品が展示されています。宝塚大学は建物の壁面が光る仕掛けになっていてその光による参加を、毎日放送はスノーマンの展示だけではなく建物の中でイベントも開催しています。さらに、大阪光のルネサンスとは広報連携を行ない、中之島ウォーカーに掲載していただいています。こういった連携をしながら、ウェブサイト「梅田コネクト」では、4者それぞれで今後立ち上がるプロジェクト、開催するイベント等を情報提供しています。さらに梅田の情報に関するツイッター・コーナーも設けています。



## <イベント開催の狙い>

（坂田）初めに角野教授の話されたことを頭におきながら皆様のお話を聞いていました。まず、イベントを何のために行なうか、確認の意味でお話いただきたいと思います。

（林）大阪光のルネサンスは300万人の方が集まる大きなイベントなのですが、もともと大阪の活性化に目的の軸があるので、イベントだけではなくて、大阪のまちの魅力、中之島の魅力の向上に主題を置きたい。その時期に中之島に来ていただいて、中之島の美しさ等を発見していただくということが大切なことと思います。

（寺田）御堂筋まちづくりネットワークのイベントは設立当初からまちの活力を取り戻そうというこ

とと、オフィスワーカーの方に、御堂筋は素晴らしいところなのだという意識、誇りを持っていただくことを目的に年2回、約1カ月のイベントを春と秋に開催しています。会員企業以外の人にも御堂筋を意識してもらい会員に参画していただく可能性も追求しつつ活動をしています。そこで大切にしていることは、継続性の確保です。長続きさせることを目的に、イベントを行なっているメンバー間の交流も行なっています。

(松村) 実は梅田は、非常に公共空間の少ないまちで、東京駅や名古屋駅等には、大きな広場や公園、大通り等、まちの象徴的な公共空間がありますが、大阪の玄関口となる大阪駅周辺には、公共空間はあまりないのです。車道と歩道からなる道路しか公共空間はなく、あとは利用に規制のある公開空地がある程度です。利用に規制のある歩道、車道、公開空地しか梅田のブランディングの場所がないので、そこで、イベントを行なうことで、どういう課題が出てくるのかを検証しようというのが今回のイベントです。このイベントの過程で道路管理者等との協議で色々なことがわかってきたので、今後のまちづくりや公共空間の賑わい創出に役立つ大きな成果が得られたと思われま

す。(角野) 今日、ご紹介いただいたイベント、活動は、基本的にはまちをステージに行なわれて、そのステージの可能性を探しています。とりわけ普段はあまり意識しないパブリックスペースを意識の上にあげるという意味でも、まちづくりとイベントとの接点は非常に大きいですね。現代都市の祭りの主体は市民だと思われるのですが、市民に対してどのようなメッセージを出すのか、あるいはどのように感動していただくのかという辺りを今後は考えたい。今の活動の目的はパブリックスペース、都市空間の魅力を発見する意味で重要で、それを継続していくことは大切なことだと思われま

#### <御堂筋、中之島の可能性>

(坂田) 公的空間の活用についてご指摘いただいたのですが、例えば御堂筋では自転車や歩行者の交通量が増えてきて、御堂筋の道路空間の再編も議論の対象となってきている現状があります。空間活用という面で課題となっていること、あるいは見えてきていること等があるでしょうか。

(寺田) まちかどコンサートは観客も増加しており、観客と自転車と接触することもあります。確かに自転車は増えてきています。側道をどう活用するかは課題と思っており、大阪市、大阪府でも検討されています。その中でも自転車も側道に通してもよいのではないかと提案もしています。確かに、歩行者と自転車の分離を行なわないと、御堂筋もイベントを行ないにくい空間になってきています。合わせて、イベントはだいたい公開空地、またはセットバックしている4mの空間で行なっているのですが、大阪市からは物販は出来ないがイベントは構わないと言われてい

ます。もう少し規制緩和していただければいろいろな形での取り組みもできるのではないかとと思われま

(坂田) 先ほど、角野教授から感動の与え方に関してコメントをいただきました。昔から中之島はある意味で文化、行政の軸となる場である。それが周りが発展する中で逆に取り残されてという面もあると思われま

す。それが光、水で盛り上がってきている。今後どうい

うことを訴えていくべきなのでしょう

か。

(林) 中之島は日銀の建物等がある歴史的な顔を持っている地域、国際会議場のある地域、それから中之島公園もあり、色々な顔を持った地域であると言えますが、総合的にアピールすることによって、さらに中之島の魅力が深まって行くと考えています。さらに、もっと大きく水都大阪ということで大阪のブランド価値をあげようという取り組みもあり、大阪のブランドは何かということも考えていま



討していかなければならないと思っています。

### <「する」と「見る」の関係>

(坂田) 角野教授から初めに「する」と「見る」という話がありました。参加型で行なえば「する」人が増え、あるいはストリートパフォーマーが演技をすればさらに「する」人が増えて、というように「する」と「見る」のつながりをつくるものとしてのイベントの側面もあるかと思われます。梅田のスノーマンフェスティバルも地区のまとまりをつくっていくための手段としてイベントを行なっている面もあるのでしょうか。

(角野) 従来の都市的なイベントは完全に「する」人と「見る」人が分かれていたのです。都市という装置の中では「見る」ために来る人がどんどん増えたのです。それがそれだけは済まないようになっています。「見る」人が行ないたくなるように気持ちを引き寄せ、いかに行なった気分させるかというところが重要になってきています。市民あるいは企業が参加するケースが増えてきています。「見る」立場であった人をいかに「する」立場に引き込んでいくか。そこにいろいろな工夫があっべきではないかということです。

(松村) 組織をつくってから何かを行なおうとすると、どうしても「する」と「見る」の2つの関係という軸になるのですが、連絡会は共通認識を持った4者が集まったものです。例えば、かたづけ隊というまちのクリーンアップキャンペーンがあるのですが、地域で参加する人もいれば参加しない人もいる、それはそれでよいではないかと思っています。スノーマンフェスティバルについては、賛同して共通の価値を見出してくれる人だけで行なえばよいではないか。楽しいことを行なって、参加する人が出てくれば、その人だけでまず走って行けばよい。皆が参加しなければならないと枠を決めてからイベントを行なおうとしても、いつまでたっても行なえないケースも出てくる。我々のケースで言えば、4者の連絡会を軸に賛同いただける方々で行なおうとしているのが現状です。

### <連携の重要性>

(坂田) 今日は、御堂筋と中之島と梅田に集まっていたいただいたわけですが、水や光をテーマにすると、共有できる部分も多いと思われます。中之島ウォーカーのように連携も始まっていますが、ミナミの方でも組織の連携が始まっています。各地区の中でつながりを強くし、いかに継続していくかということもある。一方、各地区が結ばれて、大阪全体を盛り上げていくということも重要です。

(林) 光のまちづくりと水辺のまちづくりについては民間だけではできないので、大阪市、大阪府等も参加していただいて大阪全体としてどういうようにまちづくりしていけばよいのかを日々協議しています。これは継続していくべきだと思います。イベントに関しては、大阪光のルネサンスが先行していたので、皆様にお声掛けし、共同でプロモーションしようという活動もしています。また、大阪だけでなく、京都や神戸までお声掛けをしながら連携の幅を広げているというところです。

(寺田) もともとすたれていた御堂筋、地盤沈下している大阪を盛り上げていくところにつなげていこうと考えていました。当面は、御堂筋の活動を行なっている仲間をいかに増やすかということに力を入れつつ、南側ではミナミや長堀、北側では中之島と梅田の方と連携すれば、PRもできると考えております。

(松村) 大阪全体を盛り上げるために、世界に情報発信していくことが重要であると思われます。関西の私鉄、乗降客は減って来ていますので、神戸、大阪、京都のイベントを上海の観光博に出展したように、アジアのインバウンドを誘致するための施策をいろいろと立てています。大阪の企業が1つ

になってお客様を関西へ誘引していく中で、不足しているものを整備していくような大きな流れをつくることが大切と思われます。

（坂田）大阪のこれからの都市のあり方が変わっていく中で、大阪全体を考えながらいろいろな取り組みを行なうことが都市のマネジメントになっていくと思われます。

（角野）ビルの中で行なっているもの、ビルの公開空地等オープンスペースで行なっているもの、街路、水辺等のパブリックスペースで行なっているもの、イベントにはいろいろな形態があります。今回、皆様が取り組んでおられるイベントでは、パブリックスペースをはじめ魅力的な都市空間を発見してどうネットワークするか、それをどうマネジメントするかが課題です。そのためには、同じレベルの企業の横のつながりだけでは不十分であって、大企業は中小企業やテナント企業とどう連携していくか、さらに行政とどう連携し、理解を得ていくのかをとことん追求する必要があるのではないのでしょうか。まちの縦と横の軸をトータルにマネジメントすることを目指すということです。今日発表いただいたところは目標をすでに共有できているわけですが、まだ共有できていない団体や市民とどうやって目標を共有するか、それが実験的なイベントを日常的なまちづくり活動に成長させるための課題だと思います。