

セッション1：

｜大阪のエリアマネジメントと BID の現状と展望｜

コーディネーター：小林 重敬 氏／全国エリアマネジメントネットワーク会長

パネリスト：高橋 徹 氏／大阪市都市計画局理事

廣野 研一 氏／一般社団法人グランフロント大阪 TMO

嘉名 光市 氏／大阪市立大学工学研究科准教授

田ノ畑 好幸 氏／一般社団法人大阪ビジネスパーク協議

会

和田 真治 氏／ミナミまち育てネットワーク

(小林重敬氏 以下、小林) それではこれからセッション1を開催いたします。セッション1は90分の時間を使い、「大阪のエリアマネジメントと BID の現状と展望」という表題でお話しいただきます。皆様とご相談し、大阪の BID 制度そのものは結構複雑ですので、それを議論する場にするとということではなく、大阪の BID については高橋理事の方から、すこし細かくお話いただきます。そして実際の議論は、大阪は BID 条例をはじめとしてエリアマネジメント活動が非常に広範化していますので、その実態をベースにしながら、これからのエリアマネジメント活動の在り方について、いくつかの視点で、議論させていただきたいと思います。最初は高橋さんから、お願いいたします。

都市機能の充実とそれを支える空間づくり、持続的に街の中で展開していくための仕組み

(高橋徹氏 以下、高橋) 大阪市都市計画局で毎年、運営方針というものを作っており、その中で私どもはまちを考えていくうえでの四つの柱を考えています。イノベーションを起こさせるような環境をつくっていくこと、そして国際ビジネスあるいは集客の展開できる魅力を作っていくことが、都市機能に関する点として二つあります。これを支えるために私どもが考えているのが、心地いい都市空間を作るということです。そして心地いい空間を作った後は、それをどう活かしていくのか、私どもはここにエリアマネジメントを大きな柱として据えています。都市機能の充実、とそれを支える空間づくり、そしてそれを持続的に街の中で展開していくための仕組みとしてのエリアマネジメント、このような形でまちづくりの中でエリアマネジメントを捉えています。

先ほど嘉名先生のお話にもありましたが、今の世界的な風潮としては、車から人へという空間づくりの大きな流れがあります。様々な事例がありますが、ニューヨークのブロードウェイや、サンフランシスコでは歩道・車道の一部を公園化するようなパークレット、それから日本では、京都市様で四条通の空間配分が行われているというのがあります。現在、大きな空間の再配分として車から人へという流れを作っていく中で、大きなまちづくりの転換

期にあるのではないかと考えています。そうした中で、私どものエリアマネジメントについて国土交通省様の資料を基にご説明いたします。縦軸は上の方が民、下の方が官となっており、横軸は右側に行きますと民、それから左側の方が官といなっています。従来のまちづくりのように公共が作って公共が管理するような通常の管理の場合は一番左下です。この公共を民間の方にできるだけ開放していくということで、真ん中にある指定管理者を使いまして、大阪城公園は大阪城パークマネジメントに転換しています。そしてその上では、関西国際空港のようなコンセッションがあります。大阪版の BID 条例というのがこの中間辺りに位置するのかなと認識しており、今後は公共の空間をできるだけ民に開放し、そこで持続的なまちづくりを展開してもらおうという方向に持っていきたいと考えています。

私どもの BID 条例の簡単な立て付けをご説明いたします。基本的には、都市再生法の中の都市利便増進協定を中心として、都市計画法や都市再生法の中で地権者の方と約束事を実現し、その約束事に基づいて、地方自治法に基づく分担金を各地権者の方から徴収させていただきます。そして徴収したお金をエリアマネジメントの団体の方に補助金としてお渡しさせていただきます、この補助金を受け取った団体の方が、公共的な空間を維持管理してもらおうという立て付けです。ただ、私どもの問題点としては、地方自治法の分担金で補助金を入れた場合、どうしても補助金を入れた先の施設の使い方が硬直化してしまっていて、そこを柔軟に使えるような形の検討が必要だと思っています。それからもう一つ、自主財源でやられているような活動への支援が、大阪の BID 条例を私どもが考えていくうえでの大きな課題であると認識しています。少し模式的に示しますと、赤いエリアがエリアマネジメント増進協定を結んでいるエリアで、この公共空間の維持管理のところについて、分担金でお金を当てていくという立て付けです。課題を少し図形的に示しますと、課題としては大きく二つ考えています。一つが、自主財源制度です。通常、都市再生推進法人というのは一般社団法人になりますが、一般社団法人では税の優遇が全くありません。これに対して公益社団法人は様々な税の優遇がありますので、BID 法人の公益法人みなし認定に向けた取り組みが重要だと考えています。また、この分担金制度そのものが公共性に限られていますので、より柔軟に使えるような制度展開が必要であると考えています。

先日、国の方で日本版 BID を含むエリアマネジメントの推進方策の検討会の中間取りまとめが発表され、その中でエリアマネジメントを支援する仕組みやエリアマネジメントに関する費用を徴収することについて記載されています。私どもは、国の方で更なる検討が深化することを期待しています。

続いて、大阪で展開している取り組みについてですが、グランフロントについては後ほど廣野さんから、OBP については田ノ畑さんから、なんばについては和田さんからお話しさせていただきますので、私からは御堂筋について触れたいと思います。今、御堂筋では、なんばから少し北側のところで社会実験と称して、東側の空間の緩速車線を廃止し歩道を広げ、なおかつ自転車空間にしています。このような形で少しずつでも公共空間を人中心で広げていくように一歩一歩進めていきたいと考えています。また今年がこの御堂筋のオープン 8

0周年になりますので、これを機会として、いま一度エリアマネジメントの団体の支援に改めて取り組んでいきたいと思えます。

私どもがエリアマネジメントを考えていくうえでの大きな考えとしては、今、大阪駅から中之島、御堂筋を経てなんばのというような大きなエリアで、様々な団体が活動されています。私どもは、各団体が活動をされている場所のターミナル性や、水あるいは道路といった公共空間の質を高めていただき、そこでより活発な活動をしていただくことで、各エリアの抱える財産の付加価値を高めブランド力を上げていくことが大事だと思っています。そして私どもはそれを実現するために、団体の方が互いに共通認識と課題認識を持ちつつ、プラットフォームとして横串をさしていくためのエリアマネジメント活性化会議というのをこの1月に立ち上げました。エリアの方とお話する際の大阪市の体制としては、副市長をトップにし、私どもの局と観光を担う経済戦略局、各種公共空間の建設局の三者が入った形の場を作らせていただき、皆様方の意見を聞きながら、できるだけ公共空間を広く展開していくことを考えています。

私からの説明は以上です。

(小林) ありがとうございます。それでは次に、「変化するエリアマネジメントから見えてきた課題」と題しまして、グランフロント大阪 TMO の廣野さんからお願いいたします。

地域や官民連携のワンストップ窓口となり実践する「新しいアイデアを育むまち」づくり

(廣野研一氏 以下、廣野) 本日、皆様が日本全国からいらっしゃっているようですので、簡単にグランフロント TMO の概要をお話しします。グランフロントはお陰様で開業して丸三年経ちました。2013 年の春にオープンした、複合型の都市です。7ha の敷地に対して、56ha の延べ床面積があり、その中にはオフィス、ショッピング、ホテルといったような様々な機能、そしてこのナレッジシアターを含むナレッジキャピタルという新しい知を生み出す施設が内包されています。このグランフロント大阪 TMO は、グランフロント大阪がオープンする一年前、2012 年にスタートしています。基本的な大きなビジョンは、「多様な人々や感動との出会いが新しいアイデアを育むまち」ということで、様々な人・コト・情報との出会いを通して皆様の新しい未来のきっかけづくりになるような場を提供していく、ということを考えています。その流れの中で、TMO が地域あるいは官民連携のワンストップの窓口になっていくということで活動を続けてまいりました。

そして三年間経ち、いくつか課題が見えてきました。本日は 1 番から 8 番まで列挙している課題のうち、私の方から 5 番まで皆様にお話ししたいと思います。先ほど高橋様の方から大阪版 BID のお話を頂きましたが、この BID は我々が適用第一号になっています。地権者が 12 社いますが、12 社が分担金制度で大阪市にお金を拠出し、その後大阪市から TMO にそのお金が補助金として来ます。このお金というのは、現行法規の中でやる以上、いわゆる

公共空間にしか使えないという限度があります。先ほどの高橋さんのお話のように、やはり自主財源をどうするのかという点が非常に大きな課題になっています。翻ってアメリカの場合は、先ほど嘉名先生からタイムズスクエアの例が出ましたが、基本的にこのような仕切りがありません。地域活性化のプロモーション等にもお金を使うことができ、併せて BID 団体が準公共団体ということで無税になります。我々の場合は予算よりも儉約して、余った場合には税金が取られるというような課題があります。その意味では、財源の使途の拡大、あるいはエリアマネジメント団体における税制優遇、あるいはエリアマネジメント団体に拠出いただいている民間企業の拠出金に対する税制優遇といった新しい BID の制度、あるいは法律が必要ではないかというのが我々の今抱えている課題です。

続いて、このエリアでは、特措法等を使いながら、既に道路上のオープンカフェや広告板を建設できるようになっています。道路を広く使っていこうということで、国家戦略特区をいただき、一昨年、昨年といずれも 3 月に、道路を使ったイベント等を行っています。これらは都市に対して非常にシンボリックで、様々な情報発信を行っていきませんが、当然、お金がかかります。そのお金を稼いでいく中で、実はグランフロントとしては、OOH といった屋外広告やスペースを貸し出すことで収益を得ているのですが、それだけではとても足りません。ですので、今後は公的空間を使っていくイベントの中で自主財源を稼げるような、例えば広告や様々な PR などを展開していきたいと考えています。

本日の 5 番目の課題についてごく簡単に説明します。今、我々はちょっと社会実験を行っています。特に広場には大きく二つの側面があると思います。一つはハレの場、いわゆる非日常のときにシンボリックなイベント等を行いまちのイメージを発信する、あるいは地域のイメージを発信する。もう一つは、実はこちらの部分が圧倒的に多いのですが、日常的な憩いの空間をどうやって作るのか、この二つの側面です。これについて、様々な形で社会実験を行っていますので、今は頭出しだけということで、後程セッションの中でご説明させていただきます。

続きまして、先ほど嘉名先生からもご紹介いただきましたエリアマネジメント実践連絡会です。グランフロント以外にも、阪急、阪神、JR さんと一緒になってこの大梅田という形の中で地域連携を行っています。この中ではコンセプトブックという形で各々のコンセプトを一緒にしたり、夏と冬の風物詩となるような様々なイベントを行ったりしています。夏には、ゆかた祭りにおいて、阪急さんの本社の前や MBS さんの公開空地の前などを使っています。あるいは道路では打ち水やミニ盆踊り、また道路使用許可をいただきながら歩道の拡幅実験などを行っています。そして、今ちょうど第二期の仮設の壁があるのですが、冬のイベントとしてスノーマンフェスティバルでは、大阪市長や約 700 人がいらっしやる中で一般の方々にも、この仮設の壁のところに様々なアートを描いていただいたりしています。

最後になりますが、我々の実践連絡会を構成する阪神さんでは 2022 年を目途に複合開発が予定されています。地下と地上とペDESTリアンという三層の歩行者ネットワークを作り、それが周辺地域の円滑な歩行者誘導につながることを予定しています。基本的に、そこ

の上では日常の管理も民間の方で行っていくということですので、また新しいエリアマネジメントの場ができていくという風に考えています。私の方からは以上です。

(小林) ありがとうございます。それでは、大阪ビジネスパーク協議会の、田ノ畑さんお願いいたします。

リノベーション事業を活用した「公園の中のビジネス街」のリブランド化

(田ノ畑好幸氏 以下、田ノ畑) それでは、一般社団法人大阪ビジネスパーク協議会の運営委員長をしております、竹中工務店の田ノ畑から、OBP についてご説明いたします。一昨年の 2015 年 10 月に、30 周年を迎えるという節目で、大阪ビジネスパーク開発協議会を一般社団法人化することに致しました。また、今年、初めてロゴを改正しようということで OBP というロゴを改定しました。本日、皆様にお渡ししている刷り上がりのパンフレットが第一号になっています。

まず、OBP 協議会の経緯について述べます。1969 年にパイロットプランを作成いたしました。そして 70 年に開発協議会が発足し、今年 47 年ということで、非常に長きにわたりこの開発協議会が持続してまいりました。まちびらきが 1986 年で、31 年という節目を迎えているまちです。地区は 26ha あり、延べ面積は現在 85 万平米、就業人員が 3 万 7000 人を超える一大地区です。また 2012 年には、都市再生緊急整備地域の指定を受け、現在、11 社の地権者で、この地区を運営しています。

OBP のコンセプトとしては、先ほど来のお話でも梅田から天王寺までの間の縦軸の話が非常に多いですが、私どもは若干東の方にずれていまして、大阪都心東部地区の拠点となるような『公園の中のビジネス街』を、69 年当時から目指してまいりました。1990 年代には、働いてみたいまちとしてナンバーワンになった地区ですが、近年では、若干梅田やなんば、天王寺に押され気味です。そこで我々としては、やはりリブランド化を進めていきたいということで、ビジョンを 3 つ掲げて運営しています。その中で、リノベーション事業という形で機能の統合、活力・魅力、環境共生、安全安心という 4 つのテーマに絞り込み、公園の中のビジネス街を再度、リブランド化すべく鋭意努力しているところです。

一般社団法人化して組織を変更したということですが、全体の会社 11 社が理事会を設立し、全体の運営を運営委員会で運営しています。そしてその運営委員会の下、先ほどの方針に基づいて都市再生部会、環境共生部会、安全安心部会といった 3 つの部会を作り、部会活動を通してまちづくりの活性化を頑張っています。

その中の実施事例をご紹介します。パークアベニューのリニューアルですが、OBP は OBP の北側の京橋駅の地区、それから南の大阪城公園のエリアとの一体感を進めています。その OBP のセンターにパークアベニューがあります。このパークアベニューを中心に活動をして、全体の活力を高めようという取り組みをしています。一昨年、このパークアベニューを拠点にした活性化の実証実験を行い、写真に示すような賑わいを創出しました。結果とし

て、平日も休日も人員が増え、活性化に対して非常に有効でした。交通の便についても、大きな混乱はないと確認できました。また、OBP 中の就業者、並びに OBP の来街者の皆様から実証実験についてのアンケート調査をさせていただきました。来街者の内 90%近い皆様から「非常に良いことだ」という回答をいただき、従業員の内、約 7 割の皆様から高評を得ました。ですので、このような取り組みを日常的に行うことで、このまちが活性化するのではないかと思っています。将来のパークアベニューは歩道を大きくして、個店のような形を日常的にやっていきたいと考えています。

環境共生については、環境省、経済産業省様から補助金をいただきながら、様々な形で実証実験をしています。その一つが OBP 「V2X」プロジェクトで、これは EV 車の電池に充電した電気を、充放電器を通じて、平常時はビルに供給し、災害時はビルの非常用エレベーター等に供給するというプロジェクトです。実証実験の結果、非常に有効に使うことができることが分かりました。さらに、省エネルギーと知的生産性を上げることを目指し、OBP 『ソトコミ』プロジェクトとして環境省様から補助金を頂いています。これは部屋の中で働いているワーカーに対して、スマートフォンで室内から環境の良い屋外に出てきてくださいという誘導を行います。そして屋外にコミュニティスペースを作りそこで働いていただくことで、室内のコンセント負荷と照明負荷を減らす活動です。

安全・安心化については、都市再生安全確保計画という形で、都市再生緊急整備協議会を設立して進めています。昨年、OBP 全体を ABC ブロックに分けた内の C ブロックで、大規模災害時の一斉退避を想定して地区全体で避難訓練を計画・実施しました。結果、まちびらき 30 周年で OBP の存在感というような大きな見出しで新聞等に取り上げていただいたのですが、課題も見つかりました。全地区で何かあった時に、どのような行動を、どのようにやれば地区全体の皆様が安心して働けるのか、今後も詰めていきたいと考えています。

今後のスケジュールについては 3 か年計画を作って実施していきます。本年は大阪版 BID を導入していくメリット等も含め、検討していきたいと思えます。また、この協議会は一般社団法人化を進めましたが、次は都市再生推進法人の認定を取得したいと考えています。

この地区では 2 つのプロジェクトが現在進んでいて、一つは関電不動産開発様がやっているオフィスビル、そして、もう一つは読売テレビ様の新社屋のプロジェクトです。両方完成した折には、4 万人を超えるまちになるということで、我々も 5 万人弱のまちづくりはどうあるべきか、という点について、鋭意検討しています。

以上です。

(小林) どうもありがとうございます。それでは最後になりますが、ミナミまち育てネットワークの和田さん、お願いいたします。

従来の官民の役割だけではない、新たな都市経営を目指した都心駅前既成市街地リノベーションによる活性化

(和田真治氏 以下、和田) こんにちは。ミナミまち育てネットワーク、南海電鉄の和田と申します。昨年の11月のなんば広場改造計画に絞ってお話をしたいと思います。よろしくお願いたします。

この社会実験は、南海なんば駅を広場化するという社会実験で、主催団体は、地元の町会、商店会、企業27団体が参画した協議会と、大阪市大阪区大阪商工会議所の4団体で構成されている委員会です。ミナミまち育てネットワークの社会実験への関わりですが、10年ぐらい前にこの隣接する商店街の方から、歩行者天国にしたいというお声がありました。そこでミナミまち育てネットワークがオブザーバーとして、地元の議員に要望するだけではなく、自ら交通量調査を行い、警察と協議をはじめました。また並行して行政にも参画を働きかけることが必要であるというアドバイスをし、今回の社会実験が実現しました。

社会実験は昨年の11月11日から3日間行いました。目的は、憩いとくつろぎの空間を作りインフォメーション機能を充実させることで、世界を惹きつける観光拠点にふさわしい、車中心から人中心の空間への整備を検証しようというものです。そのため、広場用の道路を南側の一方通行にし、北側行きは81時間止め、道路にはウッドデッキを張ってカフェ、周辺にはテーブルと椅子を設置しました。こうして毎日広場の装いを変え、財源の確保と、広場化への認知度と世論形成を目指してまいりました。これは初日の風景の写真ですが、道路にはウッドデッキを張ってカフェにして、タクシー広場にはマーケットを展開しました。2日目の夜にはシネマをやりました。家族連れや、結婚式帰りの団体、年配の方など、幅広い方にご利用いただきました。インフォメーションでは、地元の方や留学生に手伝っていただき、ミナミのまち歩きなどの案内をしました。

社会実験の内容についてご説明します。社会実験の一日目には、芦原橋のアップマーケットという上質なクラフトや手作り品のマーケットを開催しました。二日目には、J:COM様をお願いしてステージイベントとして地元のアーティストなどをお呼びいただきました。三日目には、企業PRとして難波に本社のあるクボタ様にトラクターを展示して頂いたり、米粉で作ったパスタなどを販売するマルシェを開催したりなどしました。また、将来、有事の際の帰宅難民への案内や、広告料を稼ぐことをイメージして、ビジョン併載の車を持ち込み、社会実験の内容や企業広告を流しました。ただ一方、これからはデジタルサイネージよりもSNSに資金を投入したいという企業の声もあり、非常に厳しい現状を知らされることとなりました。

お越しいただいた日本人の方630名、外国人の方119名に聞き取りをしたアンケート結果についてご説明します。一番嬉しい結果としては、歩行者空間について日本人では92.6%、外国人では81.9%の方が「とても良い」、「良い」と回答し、絶対的な支持を頂きました。良かったプログラムについては、国籍問わず休憩スペースという回答が多く、特に外国人の方にはノンバーバルで楽しめるステージイベントが好評でした。また観光グルメ情報を求める声もあり、観光拠点としてのなんばは、路地裏を含むディープなお店や老舗が魅力の、食を中心とした場所だということを感じました。また飲食をしながらゆったりできる都会

の空間を楽しむ方が多かったこと、そして周りの人から見られていることが安心であるということを、実験を通して再確認できました。

この社会実験の意義を整理すると、一つ目は、民が発議し、地道に活動しつつ行政・警察の方を巻き込みながら実施できたことです。二つ目は、地元の企業が連携し、全事業費の9割近くとなる1,700万円弱を民間だけで集めることで、地元の心意気みたいなことを表現できたことです。とはいえ、いわゆる直接的な費用対効果が見えにくい中では、今後の運営はまた別の話や、というも聞かされており、この辺りが一つの課題だと言えます。三つ目は、更地ではなく、都心の駅前の既成市街地のリノベーションによる活性化ということで、他の多くのエリアのモデルになるのではないかということです。また、これまで目的地や駅への通過点であったこのエリアに溜まりができることによって、ビジネスチャンスが生まれるということも感じています。

社会実験として総括すると、大きな事故や渋滞もなく、結果として3日間で10万人近くの方が広場に訪れ、その9割以上がこの空間が良いと評価し、特に大阪市長からは絶対やりたいという力強いお言葉を頂いていることから、手前味噌ですが、大成功だったと思います。

しかし、今後の課題もあります。まず、3日間とも良いお天気でしたが、天候に対する対策が必要であると認識しています。また今後は、今年度末までに関係者のアンケートを取りまとめて、交通ハード面の整備の課題等を整理し社会実験の総括を報告します。その中で最も重要な課題は、広場を維持管理していくエリアマネジメントの問題だと考えています。ミナミに関しては、道頓堀のリバーウォークを指定管理で弊社南海電鉄が受託しています。また駅前に隣接する御堂筋の自転車道の再編や駅前広場と、狭い範囲で公的空間の活用が進んでいます。行政として、民でできることは民でという丸投げの形ではなく、ぜひ、今まで以上に一緒に対応を重ねる場を頂きたいです。また、運営団体の継続には安定的な財源が必要で、オープンカフェや広告などでは人件費を稼ぐだけで精一杯ではないかと危惧しています。加えて稼ぐための活動に注力すると、エリアマネジメントの公共性の担保ができなくなることも想定されるので、こうした限界を官民が共有したうえで、公共空間をどのように再編・維持し、ブランド化していくかということを考える、新しい都市の経営が必要だと思います。まずは従来の官民の役割ではなく互いに第3の答えを出せるような組織間の信頼関係を構築して、前に向いて課題を解決していきたいです。

ことミナミに関しては、海外インバウンドの方が多く訪れます。その玄関口であるなんばターミナル前を、タクシープールと喫煙所ではなく、日本最高のおもてなし空間の広場にしてお阪や関西の観光拠点にすることは、このエリアだけではなく、大阪や関西の活性化やブランドの向上に寄与すると考えています。民間や地域の思いの実現に向けて、全国エリアマネジメントのテーマとしてのご議論等ご協力いただければ嬉しく思います。よろしくお願いたします。以上です。

(小林) どうもありがとうございました。4名のパネリストの方にお話ししていただきましたが、実は時間を縮減していただきました。前回、福岡博多での議論の際に、パネリストの方々の説明で時間を全て使い切ってしまう、折角登場いただいたのに議論ができなかったということがありました。それに対しては会場からもかなり不満がありましたので、今回はそのようなことの無いように進めていきたいと思えます。

エリアマネジメントの広範化、普遍化、広域化について

(小林) それでは議論に移ります。私から、大きく2つ、小さく分けて4つのテーマに分けて議論したいと、あらかじめパネリストの方にお話ししています。前半が二つに分かれていて、一つは、大阪のエリアマネジメントが非常に広域化・広範化しているということを受けて議論します。よく、地方都市のタウンマネジメントと大都市のエリアマネジメントとはどう違うのかという質問を受けますが、私は、地方都市は、地方都市の中心部すべてを街中再生というエリアに設定して、マネジメントをやろうとしているのでタウンマネジメントである。一方、大都市は、あるエリアを民間がそれぞれマネジメントしようとしており、それはエリアマネジメントではないかという説明をしています。

現況はそうですが、私はそれが良いとはいえ、むしろ逆だと思っています。地方都市は何百haという中心部を都市再生・まち再生と指定して、そこをやろうとして成果が上がらない。むしろ地方都市ほどタウンマネジメントという言葉をあきらめて、エリアからマネジメントシタウンに広げていくという姿勢が必要ではないかと考えています。

一方で大都市は、エリアマネジメントが個々、それぞれ民間主体で動き始めました。それをもう少し都市の力にするためには、タウンマネジメントという括りで議論する段階に入ってきて良いのではないかと考えています。例えばこれからエリアマネジメントの仕組みを制度として作るという話になったときに、限られたエリアの方だけではなく様々な場所で行われていて、それが大きく都市全体の活力を上げる力になっているという説明をすることが必要ではないかと思っており、その第一候補が大阪ではないかと思えます。

そこで、エリアマネジメントの広範化、普遍化、広域化について前半の第一テーマで議論いただきます。そして第二テーマとして、それを図るツールについて議論いただきます。大阪の場合は、先ほどから、御堂筋などの道路空間を人中心に活性化するという話、あるいは張り巡らされた水路を活用してエリアマネジメントの展開をするという話がありましたので、それとエリアマネジメントとの関係についてです。この2つのテーマを議論します。

最初に、大都市におけるエリアマネジメントの広範化、普遍化、広域化について、改めていま市が考えていることをご説明ください。

(高橋) はい。先ほどの説明の中でエリアマネジメントの水平展開と垂直展開という言葉を申し上げましたが、垂直展開というイメージは、それぞれのエリアが持っている空間を深掘りしブランド化して効率化していくというイメージです。それぞれのエリアがそれぞれ

のところで頑張るのですが、もう一つ大事なものは、水平展開だと思っています。それぞれのエリアの成功した事例についてお互いが共通認識を持ち、横串を刺すための水平展開、これが大事なかなと思っています。

そういった中で、私どもは先ほど申しあげました大阪駅周辺、それから、水と緑の中之島、御堂筋、なんばというところで、それぞれのエリアが連続した形で、ダウンタウン全体が一つのマネジメント組織になるような形の成長を期待しています。

先ほど先生の方からタウンマネジメントというお話がありましたが、私どもはまず、ダウンタウンからの再生ということで、ダウンタウンマネジメントというのを一つ頭に大きく置きながら、検討しているところです。先ほど申しあげた大阪エリアマネジメント活性化会議というのは、まさにそういった横串を刺す場として考えています。少し繰り返しになりますが、今年の御堂筋の80周年を記念して、よりこのエリアマネジメントの検討がステップアップできるような形で、できるだけ民間の方とまちづくりというところで連携をしたいと思います。特に今、大阪のインバウンドが、今年2016年が940万人で、日本の平均の21%を上回る30%以上の増になっています。そのようなインバウンドも視野に入れながら、民間の方、経済戦略局、公共空間の規制緩和を担う建設局と、三位一体になって皆様の期待に応えていきたいなと考えているところです。

(小林) ありがとうございます。図面の一番右下がミナミに関係するところですが、ミナミの立場から考えて、その辺りをどうお考えでしょうか。

(和田) 先ほどもお話しさせていただいたように、道頓堀川のリバーウォークというのは南海電鉄が指定管理という形でやらせていただいています。それから、御堂筋の自転車の管理については、まち育てネットワークが協力団体になっています。駅前広場というところは、先ほどのお話に出た実行委員会があったうえでのオブザーバーということで、ゆるやかに、まち育てネットワークがこの地域のことをやっているのが現状です。

そうした中で、例えば「道頓堀は道頓堀」、「御堂筋は御堂筋」、「広場は広場」という先生がおっしゃるエリアではなくて、いわゆるミナミのタウンをどう考えるか、というのが非常に重要なので、その会議体の連携というのはできるだけ入って行って調整していくというのが必要だと思っています。

大阪市さんに関しては、この大阪エリアマネジメント活性化会議ですとか、御堂筋80周年の委員会、さらには、大阪全体のイルミネーションの光の饗宴という会議体についても、エリアマネジメントの会議体だと思っています。光と水で大阪を盛り上げていきましょうという、行政が打ち出した大方針に民間がどこまで協力していくかという関係は、ここ数年大きな盛り上がりがあり、非常に良いことだと思っています。ですが、若干行政さんに対してお話しすると、民間としては道路のところだと、嘉名先生がおっしゃったように、いわゆる受益者負担でと言われても、その負担に対してのリターンが、明確でないとなかなかそこに入りにくいというのも実体で悩ましいところです。そしてまちづくり自体が、企業がど

ういう期間で、どういうところまで含み、また、これは意味のあるものか、ということ想像していき、実践していくというのも大きな課題だと感じています。

(小林) その辺りの議論は、第一課題の後半でお話ししたいと思います。OBP は若干筋から外れるのですが、OBP はどのように広域化の展開を図ろうと努力されているのですか。

(田ノ畑) OBP は大阪城の傍ということで、御堂筋から見ると東の方で、東部地区になります。駅でいうと京橋駅ですが、OBP が協議会でお金を出し合って作った駅が、JR さんの大阪城公園駅です。そのような経緯もありまして、京橋駅と大阪城公園駅との間を取り持っているのが OBP です。ここだけではなかなか難しいということで、大阪市さんがやっておられる「Greater 大阪城」という大連携の構想に向けて、京橋と大阪城、森ノ宮、天満橋の中で、OBP が中心になって、連携をしていきたいと考えています。その中で、先ほど嘉名先生のご講話の中の一つで大阪城の周りの河川の話がありましたが、その大阪城の水辺沿いのまちを一つの連携としながら活動していこうと考えています。

(小林) 先ほどのお話の冒頭に、高橋さんから、エリアマネジメントを連携して大阪市自体の力を上げるということがありました。今日、新幹線で来るときに読んでいた米国の雑誌の中で、世界で訪れたいまち 100 というのを出版しており、その 100 の中に入った日本の都市の一つが大阪でした。今日、インバウンドで多くの方々が大阪に来ます。食い倒れのまちで来ていただいても良いのですが、大阪に来ていただいたらこれだけのまちの整備があるということを考え、インバウンドとの絡みでエリアマネジメントの広域化の必要性を廣野さんが色々お話しただけのようですので、ちょっとお話しさせていただきます。

(廣野) 2015 年の 10 月頃から非常に円安が進んだことや、特に東京に比べると 1 時間近く大阪がアジアの諸都市に近いということもあって、実は 2015 年度の段階で、関西国際空港がいわゆるアジアからくる来訪者、訪日客としては成田・羽田を抜いて日本一になっているという現状があります。実際にそのような流れがある中で、2016 年度におきましては大阪観光局が DMO、Destination Management Organization ということで、マネジメントあるいはマーケティングに関する公的な組織というのを国のお金が入る形で立ち上げています。

エリアマネジメントは、モザイク状に様々な皆様の目的が立ち上がると思うのですが、例えばエリアマネジメントをひとつのタウンマネジメントとしてまとめていくうえではやはり、ひとつの目的や目標というものを作っていくことが必要なのかなと思っています。その意味において、この DMO というのは調査会社に頼った広域のマーケティングだけではなくて、より細かい地域のマーケティングをやっているわけです。

特にエリアマネジメントというのは、それぞれの地域が魅力的に、その都市の機能の現状分析を行ったり、提案・戦略を実際に実践したりしているわけです。そういった DMO に対す

る情報の提供、例えば、本日の資料の中に入っているブルーの冊子は、昨年グランフロントで開催された MIPIM という、いわゆる世界不動産の展示会に合わせて作った、MICE のようなミーティングの機能が一体どれくらいこの梅田にあるのだろうかということを体系的にまとめた資料です。こういうものを例えば各エリアにおいてエリアマネジメントの団体が中心になって作っていくことによって、少なくともこのエリアに頼めば今ここはこんな状況で、これだけのホテルがあるということが分かる、あるいは、そのようなことが我々エリアマネジメントの組織からも情報として差し上げることができます。逆に言うと、おそらく DMO がワンストップになりますから、DMO に対しては世界から様々な情報が来ます。そこで例えば 4000 人まとめて来るのだけれども、この 1 カ月間、どこかでこのような形で受け止められないかというような話が各エリアに来るわけです。このような情報交換がきちんとできるようなプラットフォームづくりというのが必要だと思います。

これが、私が観光とエリアマネジメントは非常に親和性が高いと考える理由です。つまり、都市の魅力をどうするのかという意味において、同じ目的を持っているということです。そのような目的をつくりながらやっていく協議の場があったら良いのかなという風に思っています。

(小林) ありがとうございます。その関連で申し上げますと、東京でエリア MICE というのがあります。今まで MICE というのは、あるオールインワン型の大きな施設を作って、そこへ展示をするというのが MICE 空間だと言われていましたが、東京はそうではなくエリア全体で MICE 機能を担う、エリア MICE をやるということです。日本橋から六本木ヒルズまで、大きくうねるような形で繋げて、三菱地所、三井不動産、森ビル三社が中心になって、東京のエリア MICE という空間を作り出せないかという議論をはじめようとしています。委員長に元観光庁長官の本保さんに就いていただいて、各社が入り、専門家も入り、東京のエリア MICE のこれからのあり方について議論し、エリアの様々な施設、ユニークベニュー、様々なレストランなどを拾い出して、このエリアで MICE 展開ができるということを情報発信していこうとしています。

大阪もそのような議論がぜひ必要で、このグランフロントから中之島、少なくともそのエリアはそのような MICE 機能に耐えられるエリアではないかと思っています。それが御堂筋に伸びていけば、大変立派なエリア MICE 空間になるのではないかと思っています、そのような議論も必要ではないかと思っています。

エリアマネジメントと公共投資の関係～TIF と BID が一体となった活性化策の実施について～

(小林) それでは二番目のテーマに移ります。先ほどから、大阪は民が橋をつくり、道をつくり、そのような動きが大阪のまちづくりのベースにあったというようなお話がありま

した。これからエリアマネジメントをやっていくときに、道路、例えば御堂筋という筋をどう活かして地域の活性化に繋げるか、あるいは街中にある、河川、運河を活かしてどうまちを活性化していくかというような議論をするときの参考となる議論として、たまたま昨年、そこに座っていらっしゃる青山先生が中心になって、アメリカの BID と TIF の関係の視察に行きました。その時に感じたのが、アメリカの場合はストーリーを作っているということです。日本ではアメリカの BID が中心になって説明されているので、BID が単独で動いているという理解の方が多いようですが、アメリカの場合は、逆に、公共側が、Tax Increment Financing ということで道路や公園あるいは運河空間を整備します。するとその周辺の民間が、それを使って BID 活動をやり、まちの活性化につながります。その結果として税収が増え、その税収が増えた分で、Tax Increment Financing というファイナンスをする事例があります。このように、TIF と BID が一体となって動いているのがかなりの部分見られます。

日本でもむしろこれからその視点をもってエリアマネジメントと公共投資の関係を考えていったらどうかと思います。それは公共投資を、税金を使うということではなくて、税金を投資して基盤を整備して、その基盤の整備された周辺の民間がその整備された基盤を使って地域を活性化し税収を上げていき、それを市に還元していくという関係を意図的に作っていくべきではないかという議論です。大阪市でもそのようなご議論があるという風に伺っていますが、どんな感じで議論されていますか。

(高橋) 議論といたしますか、当然私ども、こういった開発の際には、民間投資をしていくためには、公共が投資する環境をきちっと皆様にお示しすることが、民間投資を引き出すキーだと思っています。私どもは、先行した公共投資において、まさにこの TIF の考え方に基づいて、市の財政当局に説明する際に、「これだけ今、起債でこういう公共空間、公共整備するけれども、この結果これだけ税収が上がるので、こういう投資をさせてください」と、そのような議論を市役所内部ではしています。最後、資金調達の仕方が、起債かあるいは民間から調達するかだけの違いかなとは思いますが、そのようなところで財政当局には一生懸命、「儲かりませ」ということで、お金をつけていただくということです。今日は局長が市長の前でそれをやっています。ちなみに今年ほうめきたの新駅とか、JR の地下化とか、一千億近い総事業費の事業のお願いをしているところです。

(小林) 嘉名先生、先ほどの説明の中に若干そのような部分もございましたけども、それに関連して何かご意見はありますか。

(嘉名) まず、私のざっくりした感覚でいうと、大阪市の税収のおおよそ半分くらいは、北区・中央区ぐらいが生み出していて、そのうちさらに半分くらいが固定資産税、つまり、大阪市税収の半分ぐらいがダウンタウンの固定資産税収だという構造があります。つまり、大阪の高橋理事がおっしゃるダウンタウンというエリアは、すごく稼いでくれるプロフィ

ットセンターであるということです。経営者であれば、当然そこに定常的に再投資することで、都市の価値を維持しようとする。ところが、行政の論理だと、地域の公平性みたいなことがあり、プロフィットセンターだからそこに投資しようというのはなかなか難しいところ。やはり費用対効果みたいな考え方で、重点的に、ここが税収を上げてくれるのだから、その代わり重点的に投資しようという考え方があっても良いでしょうという論点があります。

あと行政側のインフラ投資の部分では、例えば、私は今日、少し水辺のお話しをしましたけれども、水都大阪の再生のプロジェクトなどを見ると、かなりの部分は実は、治水・防災系の事業として行われています。大阪市内にたくさんの船着き場ができていますけれども、あんまり大きい声で言うと怒られるのかもしれませんが、あれは実はいわゆる防災船着き場の整備です。つまり非常時の災害対策として使えるものは整備されています。

ただ、貴重な税金ですので、災害の時だけ役立つものではなく日常使いとして、まちの価値を上げていただくとか地域の活性化に繋がるという意味や、有効活用という意味において、エリアマネジメントや地域の賑わいづくりを含めてインフラ整備をしているようなところもあります。行政のお金ではありますが、それをうまく賑わうように繋げていくという考え方、理屈の転換というものもあるのかなという風に思っています。

(小林) これについては、ミナミの和田さんの方から若干意見があるようですね。

(和田) そうですね、都市計画局さんとしてそのようなご説明を頂いているというのは理解できますが、我々民間としては逆に新しい更地に関して開発していくという論点は必ず挙がるだろうなというイメージがあります。

それから、エリア価値の上昇を反映して地価が完全に上がるということに対しては、まだ非常に疑問を持っていて、そのような疑問を持った人が地権者に多い中で、地価が上がるから必ず少し出してみんなで開発していきましょうというのは、はいわかりましたとはなかなかならないというのが実態だと思います。その意味では、やはり投資した部分のリターンの期間やその効果というのが、私企業や個人の方の民の心意気みたいなところは社会実験の一発であればみんな集めようとなるのですが、実際これから実体として動いていくときにどうなのかなというのは少し不安だなと思っています。

もう一つ例で出すと、とんぼりウォークについても指定管理を受けさせていただいて、行政のルールの中で続いた分では今5年目を迎えます。50のイベントが200のイベントになっていたり、とんぼり自体にインバウンドの方とかが多く来たりしているのですが、失礼な言い方かもしれませんが、使用料に関しては我々が申請しないと変わらないという状況です。何が申し上げたいかという、維持管理していく中で、行政と民間の中間的な組織がエリアマネジメント団体となって、行政の部局の中の公的管理や観光も一緒にここでお話していただいて、警察行政協議もそこで吸収できるようなマネジメント団体が民間と

ともにできていくような感じになると良いという意見が議論の中で挙がりました。

(小林) 中間組織みたいなことですね。ありがとうございます。そのような議論もこれから必要で、実はこの全国エリアマネジメントネットワークはそのような要請というか意見を基に、研究を重ねていきたいと思っています。本日出たお話は、我々の組織にとっては大変貴重なご意見です。今、この組織としてどういう答えを出せるかという部分は限られていますが、これからぜひ研究させていただきたいと思います。

エリアマネジメントの日常化～日常的にエリアマネジメントの実態に触れることの重要性～

(小林) 半分くらい時間使いましたので、よろしければ後半の方に移らせていただきます。後半の議論は、先ほど廣野さんがパネルを出してお話が十分されなかったことに絡んだお話です。具体的に申し上げますと、エリアマネジメントの日常化という議論と、それと対照的にエリアマネジメントの先進化という議論です。エリアマネジメントの日常化というのは廣野さんから説明がございます。我々はエリアマネジメントというと、どうしてもある時期、こういうイベントをやって人をこれだけ集めたということの思いがちですが、そうではないのではないかということです。これだけの空間整備をやり、そこに日常的に市民が来て、就業者がそこを活用して、エリアマネジメントの実態に触れることの重要性のお話もありましたので、まず廣野さんからそれについてお話いただきます。そのあと、エリアマネジメントの先進化という意味で、新しい社会的価値をエリアマネジメントの中でどうやって対応していくかという、新たな公共性の議論をさせていただきます。前半は、エリアマネジメントの日常化というテーマで、まず廣野さんからご説明をお願いします。

(廣野) そもそもこの話を考えた発端というのは、基本的には、先ほど冒頭でお話したように、広場をイベントというシンボリックなものに使うというのも良いのですが、これはやはり非日常であろうということです。365日の大部分は日常ですから、その部分ではできるだけ広場は憩いの空間にしていこう、みんながまた来たくなる空間にしようということです。つまり私は「みんなの広場」が「私の広場」という風になっていかないといけないと思っています。その意味では、自分自身がそこで楽しめるような広場にしていかなければいけない。そのために、広場というのを考えていくというのが一つです。

そしてもう一つは非常に重要なことですが、エリアマネジメントの効果というものをどのように測るかということです。これは明日また、部会の中でその評価軸というものを検討する形になりますが、効果の見える化というのは、評価手法の確立に加えてその公的な空間が目に見える形で賑わっている、あるいは日常的に非常に生き生きと皆様が使われている、グランフロントらしい広場の使われ方というのはこのような形であるということを考えること自体が、エリアマネジメントの団体の非常に大きな役割だと思っています。その意味で、

ゴールデンウィークの期間中に、右側に人工芝を敷き、左側に、いわゆるファニーチャー、ガーデンチェアを置いて、人々の動態がどう変わるのだろうかというその行動様式を、エスノグラフィーという形で観察し、様々なことが分かってきました。

例えば、ガーデンチェアと芝生の結果として3つの要素があります。社会的な関係性というのは、ガーデンチェアについては例えばワーカーであるのに対して、芝生というのは友達やあるいは恋人、より親密感のある形の中の人々の触れ合いが起きてきました。あるいは新鮮な空間体験というのが二つ目にあります。これは、例えばその視線という部分を見ると、ガーデンチェアでは皆様下を向いて、スマートフォンを触ったり資料を見たりしています。それに対して、人工芝になると、空を見つめたり、できるだけ内側の空間を見ていたりなど、極めて自由な姿勢が出てきます。それは自由な居住まいということにも出ていて、ガーデンチェアでは姿勢がほぼ固定であるのに対して、人工芝では、皆様が座ったり、横になったり、あるいはハグしたり、様々なことが見えてきました。

これは面白いということで、これをもう少し突き詰めてみました。ゴールデンウィークの動きを受けて、この人工芝を使ったうめきた広場らしさというものをどう考察していこうかと、「いつ来ても飽きずにハレの気分が味わえ、その様子が絵になる広場」こういうものをどう作るかということで、実は、2つ冒険的なことをしました。一つは、アイキャッチというものを作りました。これは、25センチ幅のパネル状に人工芝を張ってそれをどんどん積み立てていって5段にしていて、1m70cmくらいの高さになっているものです。アイキャッチの周りに人工芝を敷き、左側には、その人工芝を頭にして、90×180の畳1畳分の人工芝を張っています。それで皆様が座っているのが45センチですが、高さは通常45センチに対して65センチ、あるいはこのアイキャッチのところは25センチ幅にして、それぞれどのような格好になるのかというものをやってみました。写真を見て頂くと子どもが登るのは分かるのですが、実は大人がこのようにたくさん登ります。そこで記念撮影をするわけです。ここが一つのフォトポイント、ビューポイントになっているというのが面白いと思います。それから、例えば、女性が畳一畳分に3人が、みんな広場の真ん中をぼーっと見つめながら座っています。あるいは25センチ幅の場合では、少し年配の男性が足を投げ出し、非常にリラックスした形で座っています。

それから例えばベンチの置き方も毎日変えました。単独に置く、あるいはL字型に置く、あるいは対面などです。対面でも90センチ以上離すとみんな嫌がらないとか、L字型にすることによって、そこで人々の様々な会話が生まれるなど、そのようなことを見つけました。

これに加えて非常に重要な話として、皆様にとっても共通のルールができれば良いと私は思います。実際に様々な広場を使う際に我々はよく、警察が、消防が、行政がどうだと言いますが、実はエリアマネジメント団体というのは意外と、そのまちの管理部署と戦っています。ですので、管理部署の人たちにも同じような一つの共通概念をもってもらおうという形で、通常この広場は全部事前申請で高いお金を払ってもらうのですが、それを取っ払いました。今回の場合は、ダメテンで来ても良いよと、ただし、管理の舞台の方には了解をもら

ったうえで、ある一定のルールをちゃんと設けますから、それを超えるようだったら管理さん止めてくださいという形です。例えばダンスとか歌などをその広場で勝手にやり始める場合、今まではすぐに管理が飛んできたのですが、それは待っていただき、例えばひとまとまりの集団の直径が、16メートルを超えた場合に声をかけてくださいという形です。グランフロントでストリートミュージシャンを育てているのですが、実はこういったミュージシャンと観客との最大距離というものを測っており、約8メートルを超えるとちょっと危ないな、うるさいなという状況になってきますので、16というゆるやかだけれど、数字を入れます。こういった場合に声を掛けるとか、あるいはボール遊びをしている場合に、遊び相手よりも近い距離に他人がいる場合にはもっと近づけて遊んでくださいとか、こういうゆるやかなルールというものを、日々管理している、警備をしている人達にも共有化していくことをきちんとできないかなということです。

非常に重要なことは、いわゆる規制が多すぎると楽しくないわけです。ただ規制が少なすぎても無秩序で楽しくないです。ですので、両者の丁度良い形になるところを見つけていく必要があります。その共通項はどのようなものだろうかということ、日々行動分析をしながら、我々としては特にこの人工芝を使いながらやっていきたいと考えています。その意味で、我々は今後もこのハードファニチャーとソフト声かけルールの両面で研究を続けていこうと思っています。実は先ほど言った、みんなの広場だからルールがきつくなるというのがしゃれまち条例が生まれた背景です。東京都においても、公開空地があってもなかなか誰も使わないという状況があります。それを、できるだけ「私たちの広場」にする。こういうことをやっていきたいなと思っています。以上です。

(小林) ありがとうございます。そのような思考については、OBPの就業者に向けて、活動をこれから展開しようとお考えのようですが、その辺りをご紹介いただけますか。

(田ノ畑) 我々11社の地権者で集まっている会ですが、ビルのオーナーと、ビルを運営する皆様、そしてそこで働いているオフィスワーカーと、かなり温度差があります。

例えば京橋駅から京橋プロムナードという橋を渡ってきていただいて、皆様このOBPに入ってきます。地下鉄だと大阪ビジネスパーク駅から勤務者は通ってきますし、大阪城公園駅からも来られるという立地です。大半がこの京橋駅から向かわれますが、そうすると1wayな状態で各ビルに入っていかれ、また1wayで帰っていかれるという状態になります。このような状況において、大阪城公園等と連携して人をどう滞留させ、1wayではなく回遊するという形に持ってこられないかと鋭意工夫しています。

その中で、道路を開放して歩行者天国の状況にしたときに、平日と休日でどういう効果が出るのかという検証をしています。休みの土日だけやっけてしましますと、働いているワーカーはそこにいない可能性があります。ワーカーにとって魅力のあるまちにするという主たる目的と、さらに休業の時にワーカーがいなくても人が集まってくるまちという両輪をう

まく回そうということで、実証実験をしたということです。

昼間の平日ではキッチンカー等を日常的にやりますと非常に好評でした。また休日は様々なイベントを併設すると、非常に面白いと思いました。特に大阪城公園の側からの連携をとりますと、大阪城の TMO さんと組むことによって、大阪城ホールでイベントをする、そうするとそちらに行かれていますお客様が OBP にも入ってくる、その受け皿がこのプロムナードであるということになります。こうしたことで、人の流れが生まれ、非常に良くなっていくのではないかと我々は思っており、一つの起爆剤として考えています。

もう一つは、この第二寝屋川を大阪城へ渡った対岸に大阪水上バスの本社さんと乗り場があります。ここから水上バスが出て行っているということで、この川を利用してまちと連携することを考えると、その間に大阪市さんのお持ちになっている河岸公園があります。この辺りの公園を占有するために、規制緩和等をしていただきうまく活用させていただくと、もう一つの賑わいができるのではないかと考え、現在その試みを行っている最中です。

(小林) ミナミは、社会実験で広場の運営をやったわけですが、それを日常的なものに展開するというような議論は今、あるのでしょうか。

(和田) その団体なりをどう運営していくかというのは大きな課題ですが、社会実験の目的は、まず憩いの空間を創ろうということです。それから、今インフォメーションがなんばの南海難波駅を降りたところにあります。来られたお客様に対応するだけの受け身のインフォメーションなので、まちあるきを案内する、地域の知られていないお店を案内する、今晚どうしたいねんというのを案内する、といった不足しているまちの機能としてのインフォメーションを広場でできないかというのを探っているのが、二つの大きな目的です。それなりの成果が出たかなというのが一つと、その二つの形をどういう団体がどのように維持管理して回していくかという大きな課題で今、悩ましいところです。とにかく 3 日間広場をやった、すごいなあと思わせたいというのが少しありましたので様々なことをやりましたが、これを毎日では到底、管理する人もできませんので、通常は広場空間のカフェとインフォメーションがしっかりあって、時々イベントをするような形が良いかなとは思っています。

ただ繰り返しになりますが、団体が人件費を含めてうまく回していくという仕組みをどうするかというのは、先ほどの廣野さんのルール作りと近いのですが、公的空間の上質さを保つということが重要だと思います。そして、やはり儲けないと維持管理でへんということで、少しイベントをがめってみる人が出てきたときに、ルール作りなのか、中間組織なのか、審査会なのか、そういった形で維持しないと、人中心と言いながら毎週車のディーラーのイベントをやっている可能性も出てくると思いますので、そこが非常に悩ましいところです。もう一つだけ言うと、夜にカフェを置くと、9 時ぐらいから夜にインバウンドの方が、ちょっとワイン飲み空間に出てくるということが起こります。このような画は今まで

見たことない画でして、先ほど見られる安心感というのをお話ししましたが、いくら分からない値段の個店に入るよりも、みんなに見られていて値段もはっきりしていると、ここで憩えるのだというのがわかりましたので、非常に良かったと思っています。

(嘉名) 日常のマネジメントというのは、これから大きな課題になると思います。本日は全国エリアマネジメントの会議ですが、実は今年の9月8日・9日には大阪でまた、街中広場研究会をさせていただく予定です。大阪にとっては非常にありがたい機会で、まさにそのような空間のマネジメント、日常化のマネジメントというのが問われていると思います。

私も和田さんにイベントが終わった1週間後くらいにお会いしましたが、目の下に隈がありましたよね。もう大変お疲れで、やはり短期のイベントというのはコストもかかるし、大半が警備費だというような実態があります。もちろん検証のプロセスでは必要ですが、それを採算に乗せていく、あるいは日常化という議論になってくると、長期で社会実験をしていくというようなことがあるのかなと思います。本日、会場にもたくさんメンバーの方が来られていますが、例えば、中之島公園のレストランなんかは、5カ月間の長期占有を認めていただいて、そうするとやはり事業者側も投資できるし、民間側もあまり短期でわんさか来てください、ということをしなくても事業として確立できるということがあります。短期のイベントをやった後にいきなり恒常化のステップというのは、やはりなかなかハードルが高いですので、その中間のようなステップを模索していくというのが次の課題なのかなという風に思っています。以上です。

エリアマネジメントの先進化

～新たな公共性・新しい社会的価値をエリアマネジメントの中でどう対応していくか～

(小林) もうひとつのテーマは、これからエリアマネジメントが、環境エネルギーや防災・減災という新しい公共といったものにどう対応していくのかという議論です。これは既に国が、低炭素計画あるいは地域安全計画という計画づくりを各地域に行政単位で作るよという話を展開しています。そして、皆さんが一緒になって行うことで大変大きな効果が上がる活動が環境エネルギーや防災・減災ですし、環境エネルギーが平時から心がけなければいけないことであるのに対して、防災・減災は非常時への対応ということで、平時と非常時のエリアマネジメント活動に仕分けできる話でもあります。ぜひ、その辺りも今後議論したいと思っていますが、なにせ時間がありませんので、その辺りは宿題として残させていただきます。というのも、全国エリアマネジメントネットワークの会議として様々な意見を頂き、今後、全国エリアマネジメントネットワークで議論する題材の種出しをやっていただいているという面もあります。今日のご意見いただけませんでしたでしたが、各地区で様々なことをやっているのは承知しており、ご紹介いただきたいのですがどうもその時間が本日はなさそうです。それでは高橋さん、後半でご発言いただいているので、最後に何か一言お願いいたします。

(高橋) 色々皆様方からご指摘いただき、和田さんが苦勞されているというのがよくわかりましたので、私どもとしては、なんば方面も注力しますし、東部広場の方も大阪城の方もちゃんと見ていきます。

(和田) 出た甲斐がありました。ありがとうございます。

(高橋) 私どもとして少しだけ付け加えたいことがあります。先ほど出ましたエリアマネジメントの活性化会議で何を狙っているのかといいますと、横串を刺した後、私どもはガイドラインを作りたいと思っています。具体的に何かといいますと、各エリアのブランディング、効率化をどうしていくのかというのが一つと、それから、コモンエリアの利活用の方針づくり、それから観光地域まちづくりをどうしていくのか、そして防災・減災、という4つぐらいのテーマを置いて、各団体の方と共通認識を持つということを目指して、情報共有、ガイドライン作りという目標も据えながら、今後を考えたいと思っています。

(小林) 大阪市はこれからそのようなガイドライン作りを進められるということですので、またそのガイドラインができた時に何らかの機会を持てれば良いなということを期待しつつ、丁度時間ですので、セッション1を終わらせていただきたいと思います。今日は90分という長時間でしたが、聴講の方々にもお聴きいただき、また、パネリスト5名の方に非常に豊富な話題をご提供いただき、充実したものになったと思います。改めて、パネリストの方々に拍手をお願いいたします。どうもありがとうございました。