大阪の都市像を求めて

はじめに

この都市像検討部会は、大阪の将来像の中で特に都市のあり方に焦点を絞ることが目的になると思いますが、はじめに、大阪、近畿、関西全体を概観し、全体の中における大阪府の都市としての役割をおさえておく必要があります。

１．自然環境

（土地利用の状況）

まず、自然環境に注目すると、森林が約３分の１（３１％)、住宅・事務所など、住んだり仕事をしている所が約３分の１（２８％)、残りの約３分の１が農用地、道路、河川など公共的な用地となっています。地理的な分布では、臨海地域から内陸部にかけて人が住み、工業が立地し、周辺部に緑が広がっています。

（都市と多自然地域）

大阪市をはじめ都市部の問題を考える場合、自然の豊かなところとの連携、相互利用を考えながら都市のあり方を考えることが必要です。都市だけで自己完結した姿は無駄であり、望ましくないと考えられます。

（関西における位置づけ）

関西全体で考えると、和歌山県、奈良県、そして滋賀県、兵庫県で言えば日本海側などは自然が豊かな地域です。これまで関西は平野が少なく山が迫っていることが、関東に比べるとデメリットと考えられてきましたが、２１世紀型の価値体系では、自然環境が豊かなこの環境がむしろ強みとなり、トータルな利用方法をうまく組めば、「人間が人間らしく暮らし、仕事をして生きていく」という環境としては、良い環境にあるのではないかと考えられます。

２．産業構造

（都市型の産業構造）

経済活動や産業構造を見ると、全国に比べて、大阪は第２次産業、第３次産業のウェイトが高く、中でも第３次産業のウェイトが年々高くなる、いわゆる都市型の産業構造をしていると言えます。

都市における第３次産業の発展に対し、「都市住民はお互いにマクドナルドのハンバ

ーガーを売りあって生活ができるか」というと、そうはいかないだろうという意見があります。

第３次産業のウェイトが高まる傾向は今後も続くと思いますが、留意しておくべきことは、製造業との関係です。「ニューヨークという大都市が（第２次産業を持たず、第３次産業としての）世界の金融センター機能のみで、いつまでインフラを整備し、都市経営が成り立っていくのか」と指摘する都市経済学者がいるように、後背地に製造業があるかないかということでは、ニューヨークはしばらく前まで将来がないと言われていました。それに比べて、北関東を中心とした広大なヒンターランドを持ち、製造業部門が多く立地する東京は望みがあると言われています。これらの製造業が、都心部のサービス産業、第３次産業を支え、大都市東京を支えていくと考えられるからです…最近のニューヨークは経済が元気で、その説が必ずしも正しいかどうか、わからなくなってきていますが…。

そのようなことを考えると、産業の面でも大阪だけで自己完結するのではなく、近畿圏全体として製造業、サービス産業、そして居住を適度に組み合わせるような都市構造が必要ではないでしょうか。

神戸市は、「アーバンリゾート」ということで住む人に快適な都市を実現しようとしてきました。しかし、それは住民のエゴという側面もなきにしもあらずで、居住のために、自分の周りから工場や産業廃棄物処理場などを追い出し、玄関先だけきれいにしておきたいという面がなかったかと、特に震災後の復興を考えるときに反省させられました。

製造基地、物流基地、サービス産業、居住地域が、きれいに区画され、ゾーン分けされた計画的な「プランテーション型」ではなく、一件無秩序そうに見えながら、実は相互にエコロジカルなバランスを保ち、連鎖しあって栄えている、いわば「ジャングル型」の産業構造が、今後必要なのではないでしょうか。居住、仕事、生産、消費といった機能を、今までとはちがう原則で混ぜ合わせることが、これからの都市に必要だと考えます。

（製造業と海岸線）

神戸の湾岸部に立地する製造業の責任者の人たちは、重厚長大型産業が湾岸線を独占していることがいつまでも許されるとはすでに思っていません。また、企業の立地戦略としても、（その場に残っていることは）決してコスト的にはペイしないことだと言っています。大阪もこれまで、やや臨海部（の重厚長大型）開発にこだわりすぎたところがあったかもしれません。最近では、阪神高速道路（湾岸線）から覗く、臨海工業地帯の工場群は、やや特異な感じがします。

湾岸線から移転する企業はどこへ行くのかというと、どこか遠くへ、例えばアジアへ移転したいとは考えていません。内陸地域への移転も可能と考えているようです。

しかし、大阪で成長した企業は、昭和４０年代を通じて、関東・中部へ３分の１、中国・四国・九州へ３分の１、近畿に残った企業が３分の１という状況です。

せっかく大阪で育った企業が大阪府の外、さらには近畿圏の外に出ていっている。平成２年から３年にかけても、近畿圏への移転が多いとはいえ、全体としては全国各地へ分散しており、関東や中部にも流出しています。

なぜ、大阪で育った企業が、大阪あるいは少なくとも近畿圏内に引き続きとどまり、成長し、雇用を提供し、さらなる付加価値を生み出すということにならないのか。そのことが１つ大きな課題ではないかと思います。

もし、この傾向の背後に行政的、政策的な問題が含まれているのであれば、考え直した方がよいと思います。具体的には、工場等制限法をあまりにもまじめに適用しすぎて、先ほどの自分たちの周りだけは奇麗にしておきたいという願望だけが大きくなりすぎて、せっかく育った企業を他の地域へ押しやったということはないのでしょうか。

工場等制限法の「等」の中には大学も含まれ、大阪市内でも環状線の内側から大学がほぼなくなってしまいました。大学に対しても、工場等制限法を厳格に適用したため、都心の空洞化や都会に若者を取り戻すためにはどのようにすればよいかなど、自ら作り出した問題に行政は今悩んでいます。

東京には都心に大学が残っているようです。実は東京の方がしたたかで、一橋大学や青山学院大学など大きな大学で郊外へ「真面目」に出てきている大学もありますが、「不真面目」に、都心に残っている大学も結構あるようです。これからは、（大学も含めて工場等制限法で規制されるような工場など、ものを作り出す）産業というものを、もう少し暮らしに身近に考える必要があるのではないでしょうか。

（情報通信テクノロジーのインパクト）

情報通信テクノロジーのインパクトについては、好む好まないに関わらず、非常に大きな問題です。個人的な感想として、大阪府の取組みは若干、腰がひけているように思います。高知、大分、岡山など地方の県では、地域おこしのために（情報通信テクノロジーを）戦略的に取り入れているところがあります。その点、大阪府は大阪市を抱えているため、物流にしても、情報の流れにしても、どちらかといえば黙って座っていればモノやお金が向こうから流れてきていました。自ら集客のための努力をしてこなかったし、今までしなくてもよかった。これは、ある意味ではラッキーだったのかもしれませんが、今後のグローバルな地域間競争の中では逆にハンディになるかもしれません。

余談になりますが、兵庫県三田市は農業が盛んで大きな農家が残っている豊かな町でしたが、三田の歴史に詳しい人に言わせると、「確かに三田は豊かであったが、それ故に傑物を輩出していない。大学人、大政治家、大芸術家、大学者、大財界人もでて

いない」そうです。
　大阪も同様に恵まれているところがあり、他の府県では必死にならなければならなかったことが、自然にできたため、少し気配りが足りなかった点があるのではないでしょうか。

３．都市のあり方

（効率とリダンダンシー）

　都市を考えていく際に一つのポイントとなるのは、人間の住む町ということです。つまり、機能や効率の町ではなく、「人間のまち」であることが、これからの新しい価値として重要になっていくという気がしてなりません。そこでは利便性、効率性を追求するだけでなく、場合によっては、不便さや無駄を演出することが、危機に臨んでは、システムの頑健さや、バックアップシステムとして機能するということがあるのではないでしょうか。抽象的ですが、「無駄の多いまち」を意図的につくっていくことも必要ではないかと考えます。

（庶民の街からの脱却）

　都市のあり方として、良くも悪くも大阪は「庶民の街」ということを売りにしてきました。しかし、他方で一流のものが集まる場所が都市には必要です。世界のトッププレーヤーが集まって、暮らしたいと思うような場所があるかないかは、都市間競争の中では非常に重要です。例えば、香港、シンガポール、ニューヨークと比べて、それが提供できているかどうかで、どんどん点数が違ってくるということです。つまらないものには目もくれず、一流のもの、例えば美術館で世界の一流の絵画を見たいなど、いろいろな意味でトップのもの、「本物」を求める人たちが集まって住みたがるような街が必要ではないかと思います。いわばオリンピック選手のような人がいてはじめて、それに憧れる若い人、新しい産業やベンチャー企業などが育っていく。それがまち全体をかさ上げしていくのではないでしょうか。「庶民の街」からの脱却ということは、なにも庶民を追い出すということではなく、庶民の愛着の中に、「本物」がある場所も必要だという意味です。

４．都市経営の視点を

（都市の理念とドメインの確立）

　都市を経営するという理念も必要だと思います。これまでも行政は心がけてきたと思いますが、企業経営における約款のように、「大阪は何をする場所なのか」「どのような人に集まってほしいのか」という理念を考えていかなければなりません。これからはまちの個性が非常に重要になってきます。それがブランドとなるのですが、そのブランドとして、大阪が「庶民の街」ということだけでよいかということにも通じて

きます。どのような人に集まってほしいのか、どのような場所になってほしいのかを、まちの経営理念としてはっきり示すことが重要になってきます。価値観が多様化しているだけに、（理念をはっきりしないと）個性のない街になってしまいます。

（外からの血の導入）

　都市というものは、絶えず外から新しい血が入ってきて活性化されます。大阪の歴史を見ても、近江商人、薩長土肥、阪急の創始者小林一三など、大阪を活性化させてきたのは外から来た人が多い。外から来た人に活躍の場を与え、足を引っ張らず、盛り立てていく土壌をつくっていくことも必要と考えます。

『大阪の将来像検討委員会委員報告』