



杉本 容子 （すぎもと ようこ） 株式会社ワイキューブ・ラボ 代表取締役

一般社団法人水辺ラボ 代表理事
奈良女子大学生生活環境学部非常勤講師
都市魅力プランナー / 工学博士
一級小型船舶操縦士 / 国内旅程管理主任者

コンサルタント

NPO

研究者

事業者

行政マン

お母さん

都の都仙台生まれ、白砂青松湘南育ち、水都大阪に生きるまちづくり好き。水辺や公園などパブリック空間を活かした魅力づくりからのまちづくりが得意。まちに関わる様々な立場を実践し、まちづくりの新しいアプローチにトライし続けている。2021年夏から水辺の拠点「β本町橋」の運営をスタート。民間特別任用で大阪府都市魅力創造局の立ち上げを経験。大阪大学大学院 工学研究科 環境工学専攻 博士前期課程 修了。

【NPO活動】 水辺のまち再生プロジェクト 2005-2012



毎月第3水曜は水辺ランチ！

水辺のまち再生プロジェクトは水辺ランチの「きっかけ」をつくっています。
毎月第3水曜日、中之島公園の東端、剣先に集まってお昼ご飯を楽しんでいます。

私たちがすること：メールでの次回ランチの呼びかけ

私たちがしないこと：天候による「するしない」の判断と連絡・弁当の販売

「水辺が好きだけれど、何かきっかけがないとなあ。」

「水辺のホームレスが気持ちよさそうに思えて仕方ない。」

「とにかく、外でご飯を食べるのが好き！」

そんな方は、ぜひ来てください。きっと、小さな幸せを発見できると思います。



出床の仕組み

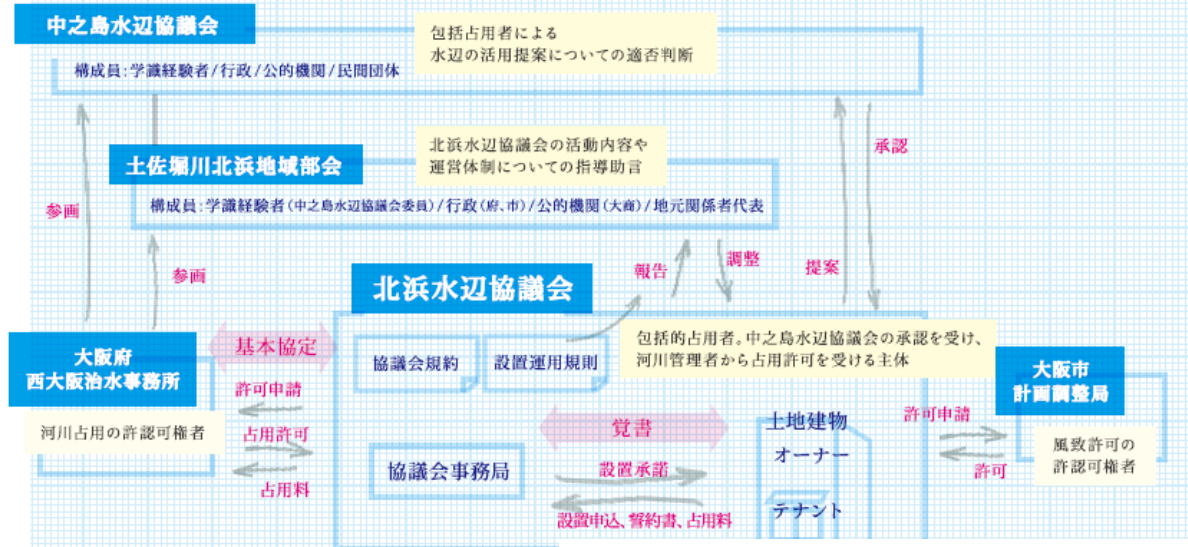
川床を出す土地建物オーナーさん・テナントさんは、協議会規約及び設置運用規則に基づいて、北浜水辺協議会と覚書を結びます。北浜水辺協議会は、中之島水辺協議会から承認を得て大阪府から占用許可を受けること、そして大阪市から風致許可を受けることで、河川区域で川床を出すことができます。

北浜で川床を出す

北浜テラス

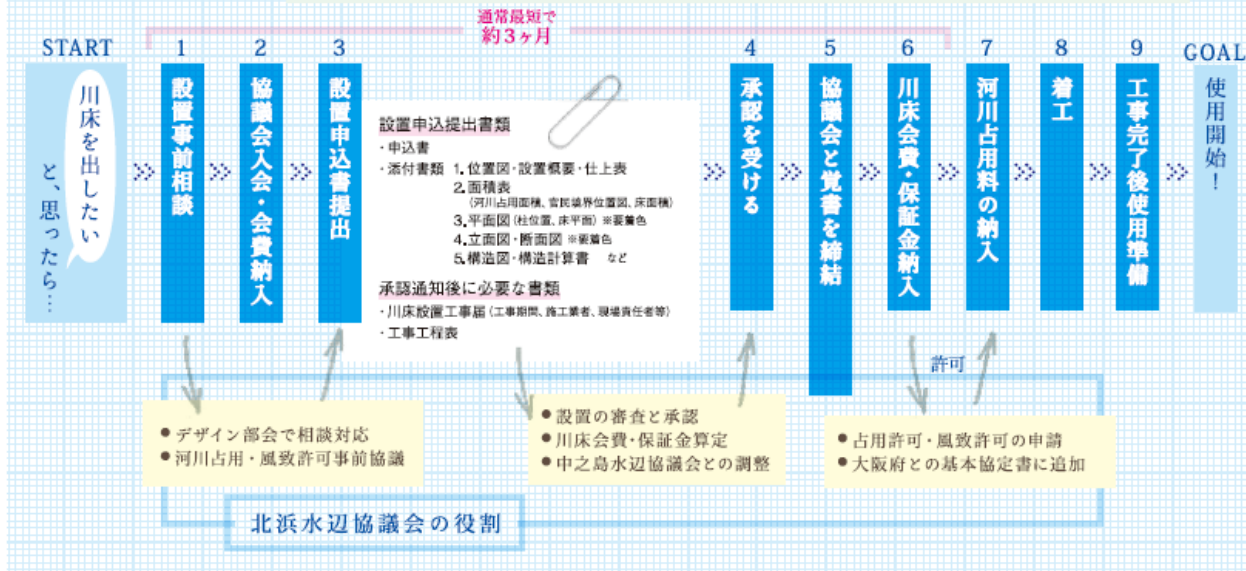
KITAHAMA TERRACE

大阪川床北浜テラス



出床のフロー

「川床を出したいな・・・」と思ったら、まずは北浜水辺協議会にご相談ください！
 連絡先/事務局 山根エンタープライズ(株) Tel.06-6538-4880 omp@yamane-e.com



■都市魅力創造局の立ち上げ（2009）

●主な業務内容（府HPより）

- 1 都市の魅力向上に関する施策の企画、調整及び推進に関すること。
- 2 文化行政の企画、調整及び推進に関すること。
- 3 芸術及び文化の振興に関すること。
- 4 生涯学習の推進に関すること。
- 5 生涯スポーツ社会づくりについての施策の企画、調整及び推進に関すること（他課分掌のものを除く。）。
- 6 国際交流の調整及び推進に関すること。
- 7 観光及びコンベンションの振興に関すること。



大阪府 都市魅力創造戦略

1 背景 ～なぜ、いま、都市魅力の創造か～

○ 全国的な動き

- 加速する地域主権の動き
⇒ 「都市の横並び」から、「都市間競争」の時代へ
- 低成長・財政難時代の都市づくり
⇒ 「ハコモノづくり」から、「資産・資源の有効活用」へ

多くの人・モノ・資金を内外から惹きつけられる
「魅力あるまちづくり」への転換が必要

○ 大阪の現状

- マスメディア等を通じた偏った・限った都市イメージの発信・浸透
⇒ 大阪のネガティブイメージの固定化
⇒ 府民の大阪への自信が失われつつある

大阪の多様な都市魅力の発信と、
府民の大阪への愛着心・誇りの醸成が必要

2 都市の魅力とそのメリット

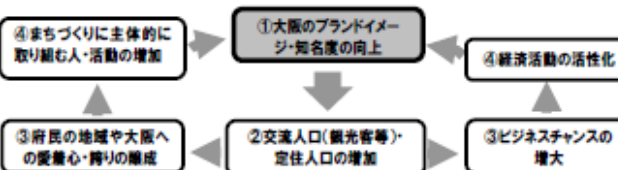
■ 都市の魅力とは

- 「暮らししてみたいまち」
- 「行ってみたいまち」
- と思われること

都市の魅力の要素

- 生活環境(子育て・教育・福祉・安心・安全)
- 雇用・産業振興・ビジネスチャンス
- 自然・美観
- 文化(芸術・歴史・伝統等)
- にぎわい・遊び・エンターテインメント 等

■ 都市魅力を向上することによるメリット



3 大阪府の都市魅力創造の基本的な考え方

戦略目標： 将来ビジョン・大阪『ミュージアム都市 大阪』の実現(平成20年12月策定)

- ① ミュージアム都市 オンリー1 (大阪といえばミュージアム！)
- ② フェスティバル都市 オンリー1 (毎日がフェスティバル！スポーツを身近で楽しもう！)
- ③ 交流都市 ナンバー1 (大阪・関西に観光客を集めよう！アジア・世界の人と仲良しに！)

私たちの課題 (今までやってきて欠けていること)

- ① 大阪では、「都市魅力づくり」よりも「利便性」が優先される傾向。
- ② 行政が参画する取り組みが総花的でインパクトが弱い。
- ③ それらの取り組みが行政・経済界主導で、民間・府民の参加が乏しい。(ニーズとのギャップ)
- ④ 行政の情報発信力の不足(ターゲットを定めず、ターゲットに届かず、ターゲットに響かず。)
- ⑤ それらの取り組みの効果検証が不十分。

課題解決のための要素

- ① 府民が大阪に愛着・誇りをもてるまちづくり。
- ② コンセプトの明確化。
- ③ 民間・府民が主役で、行政・経済界はサポート役。
- ④ 戦略的な情報発信
- ⑤ 実施効果を絶えず検証し、継続、継承。

これらの課題解決のために、全庁的な都市魅力創造の戦略が必要

基本コンセプト (目指すべき都市イメージ)

「明るく」「楽しく」「わくわく」するまち・大阪

だれもが安心して暮らし、生きる喜びを感じ、未来に希望をもてるまち、
を民間と府民とともに創造します。

基本方針 (基本コンセプトを実現するために強化すべき点)

- ① 次世代に継承される
美しいまちづくり
- ② 実施効果が継続する
にぎわいづくり
- ③ ターゲットに響く
戦略的なプロモーション

美しい水辺や昔ながらの街なみ、豊かな緑などの資産を、地域の人々とともに磨き磨き磨き、美しいまちをつくることによって、府民の大阪への愛着や誇りを醸成します。

多くの人々が関わり、人々の記憶に残る大阪らしいにぎわいを創出することによって、地域を活性化し、経済効果を高めます。

ターゲットを明確にした戦略的なプロモーションを展開することにより、口コミなど波及効果を生み出し、大阪の魅力を広く内外に発信します。

大阪府は、民間や府民の主体的な活動をサポート・コーディネートしながら、3つの基本方針の推進を図ります。

《定量的指標》

- ① 交流人口(府内外からの観光客数)の増加率の倍増
現状 H15～19: +2.2% ⇒ 目標 H19～23: +4.4%
<H19年度: 1.43 億人⇒H23年度: 1.5 億人>
- ② 「大阪に住み続けたい」と思う人の割合の増加
現状(H19年度) 74.6%⇒目標(H23年度) 80.0%

《定性的指標》

- ① 大阪をよりよく生きることのできるまちに
- ② 若い力とビジネスチャンスをもっとひきつける大阪・関西に
- ③ 生活者の視点からの発信
- ④ Yes, No.1～それはNo.1と言えるか、それは将来 No.1になり得るのか？～

■都市魅力創造に向けた公共空間の利活用(規制緩和)促進の仕組み

公共空間の利活用が進まない要因は、法令等の規制の問題から、運用のしかた、官民の意識の問題まで多岐にわたる。

1. 現状の課題

①法令等による規制

●国への提案の結果、一部緩和されたものもあるが、依然として厳しい規制も存在する。

例)公園法:施設設置は敷地面積の100分の2以内

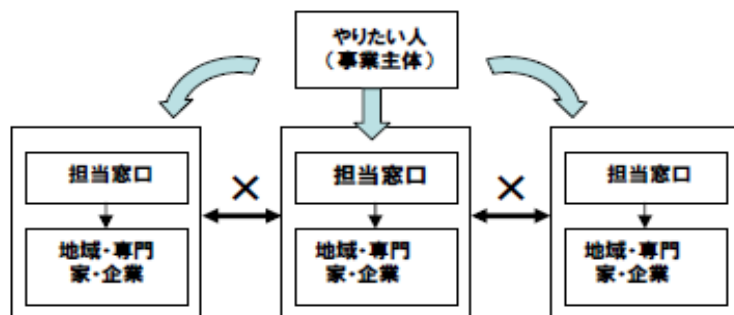
管理責任や公平性、公正性を過度に意識するあまり、必要以上に規制をかけているのではないか？

②運用面での課題

●統一的な運用基準が定められておらず、ケースによっては、管理者の判断が異なる場合がある。訴訟リスクなどもあり、厳しい判断となる傾向あり。
●前例のない取組みについては、許可が困難。

③運用を阻害する仕組み

●横断的に受け入れて検討する体制がない。



④意識の壁

【行政】

●都市魅力創造は行政施策において、許認可権者が積極的に進めるまでに位置づけられていない。

●民間等の具体的なニーズの把握と反映が不十分。

【府民】

●公共空間における問題発生への責任は全て行政にあるという意識が強く、管理の硬直化につながっている。

ステップ1：公共事業をモデルとした検討(H23)

2. 新しい仕組みの立ち上げ

国への規制緩和の提案

具体的なニーズから、国への法規制緩和の提案へ

実績・ノウハウの蓄積とオープンソース化

・公共空間での取組実績の蓄積と公表
・効果的な官民連携体制構築のノウハウの蓄積と公表

モデル事業

(河川・公園・道路・公開空地など)

横断的なプロジェクト実施

EX)
○おおさかキャンパス推進事業 (H22~23)
アーティストの自由な発想により公共空間を活用
○木津川遊歩空間デザインコンペ (H22~24)
河川室と都市魅力創造局が連携し、デザイナーによる公共整備を実現。

地域・専門家・企業・NPOなど

行政関連部局

行政公的主体

公共空間の考え方の明確化

府としての意志表明

・知事メッセージ
・府政運営の基本方針への位置づけ
・庁内における意識共有
・市町村への提案

【課題】
庁内でのモデル事業の抽出

都市経営に向けた
政策イノベーション

ステップ2：プラットフォームの設置による本格運営(H24～)

継承

公共空間の活用を『やりたい人』
(民間企業・地域・NPOを中心に、行政や公的機関も)

タスクフォース型プラットフォーム

プラットフォーム運営基盤

【体制】・公的施設として行政が設置
・専門知識のある専任コーディネーターを配置
・行政施策との連携を図り、関連部局との調整

を

行うための行政セクション

【機能】・「やりたい人」への窓口一元化
・関係者を巻き込んでの場づくりと調整
・公共空間利活用のルールづくり
・ノウハウやネットワークの蓄積

プロジェクト実施

課題ごとにプラットフォームを形成

行政

・地域経営の観点からの
都市魅力創造の誘発
・積極的な運用

民間・府民

(地域・専門家・企業・NPOなど)
公共空間への関わりの深化
と主体性の醸成

EX) (仮称)江之子島アートセンター (H24設立予定)
アートとデザインを生かしたタスクフォース型プラットフォーム施設として計画中。

やる気と責任と権限の共有と分担

みどり



水辺



民間活力による
公共空間の
都市魅力創造の連鎖

にぎわい



アート



大阪府立江之子島文化芸術創造センター
プラットフォーム事業



【コンサルタント】 朝来市(兵庫県) 2014～

第3次朝来市総合計画

人と人がつながり 幸せが循環するまち

～対話で拓く朝来市の未来～



第3次朝来市総合計画
目指すまちの将来像

第3次朝来市総合計画の「幸せ」

= **ウェルビーイング (Wellbeing)**

≠ happiness (ワクワクするなど短い時間の感情)

ウェルビーイング (Wellbeing) とは...

こころ・からだ・社会的に満たされた状態

社会の中で孤立せずに他者と良い関係を持つことができ、自分の居場所や役割を持つことのできる社会

第3次朝来市総合計画の将来像 市民一人一人の姿

市民一人一人が幸せ



【自己実現と成長】

- やりたいことがある
- やりたいことにむけてチャレンジしている
- 日々の暮らしで生きがいを感じている

【人や社会とのつながり】

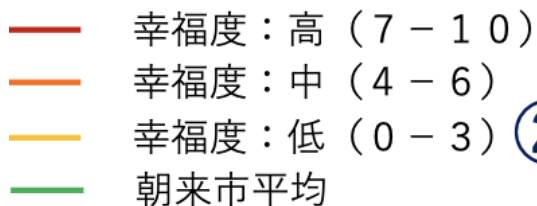
- 自分のことを大切に思ってくれる人たちがいる
- 頼れる人がいる
- 自分の居場所や役割がある

まち全体が幸せ

政策指標（市民一人一人の姿×幸福度）の現状 （令和4年5月市民アンケート調査結果）

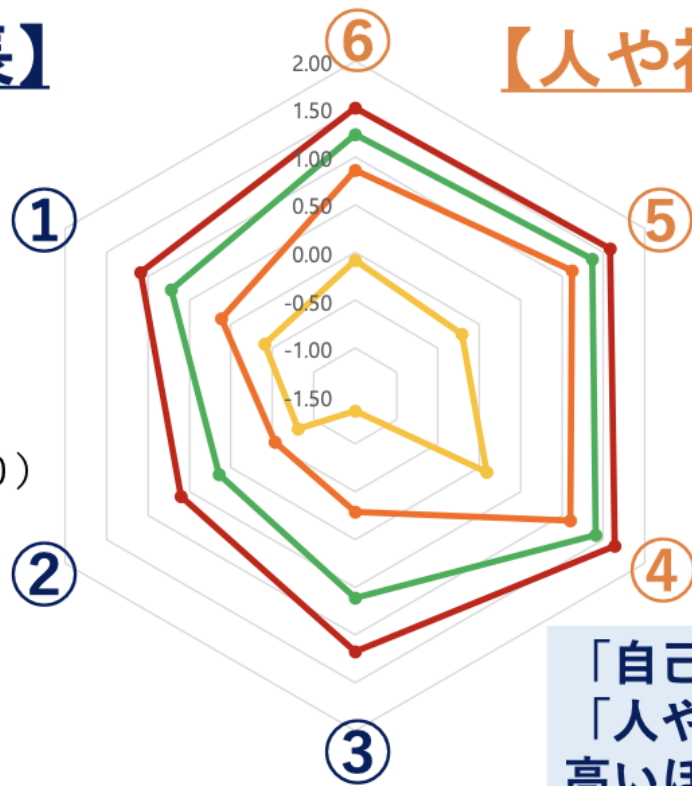
【自己実現と成長】

- ① やりたいことがある
- ② やりたいことにむけて
チャレンジしている
- ③ 日々の暮らしで
生きがいを感じている



【人や社会とのつながり】

- ④ 自分のことを大切に
思ってくれる
人たちがいる
- ⑤ 頼れる人がいる
- ⑥ 自分の居場所や
役割がある



「自己実現と成長」
「人や社会とのつながり」が
高いほど幸福度が高まる

**市民の主体性（Will）が発揮された活動は、
市民Well-beingにもつながり、まちも前進し、Well-beingに！**

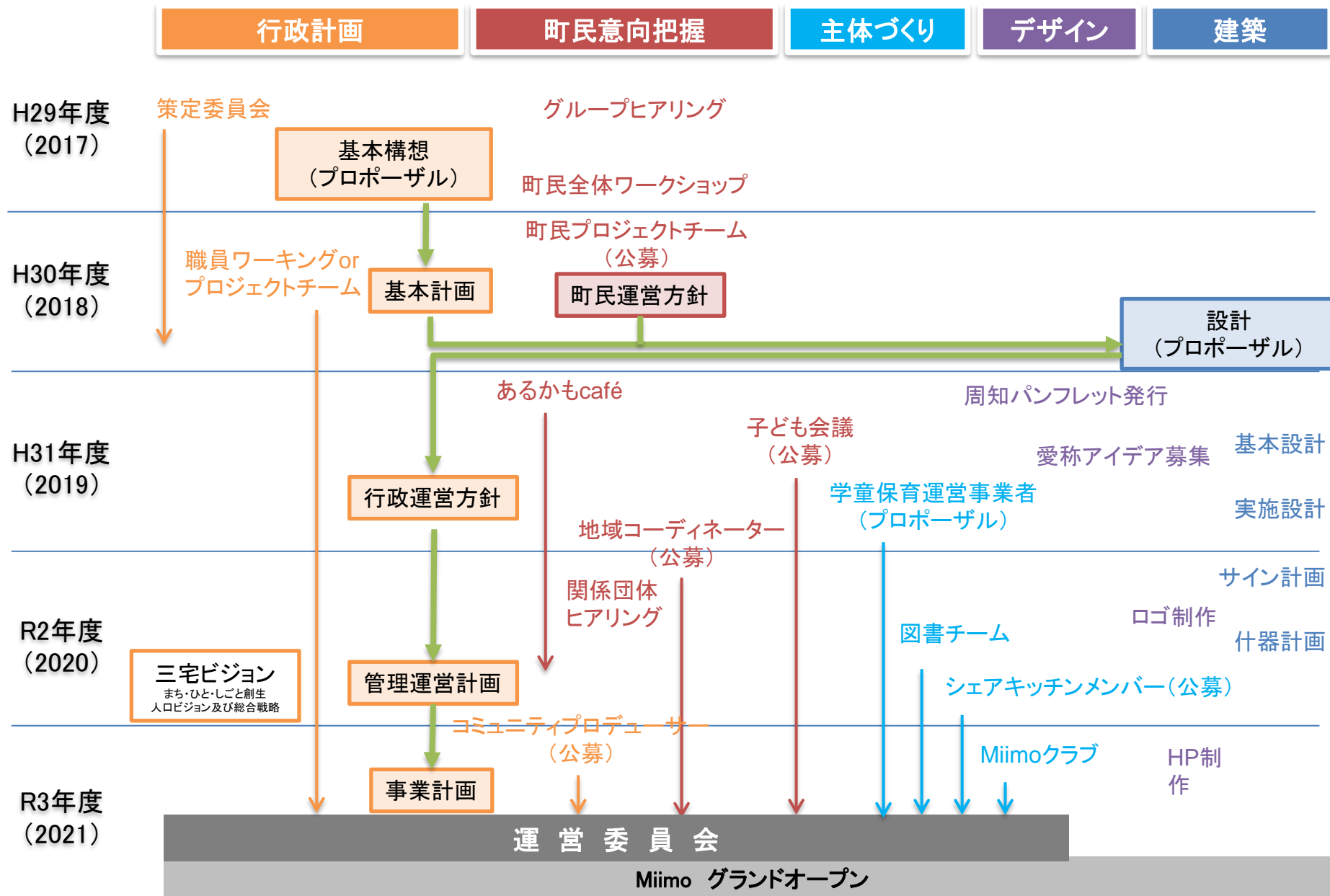
【コンサルタント】 三宅町(奈良県) 2017～



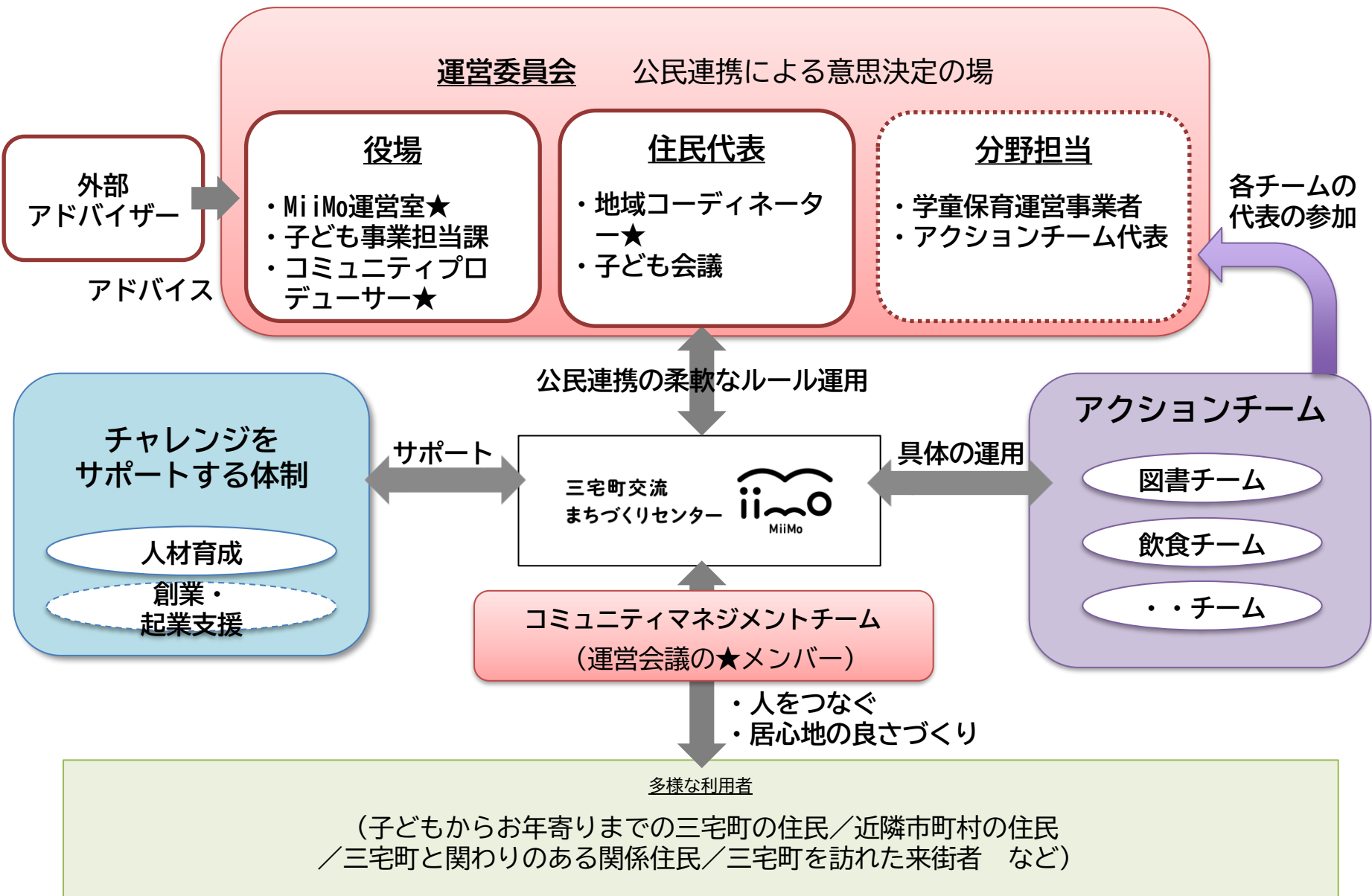
三宅町交流まちづくりセンター Miimo

(公民館＋児童館＋学童＋子育て支援センター＋広場)

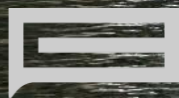
Miimo ができるまで



■半公半民営の運営体制



【事業者】 β 本町橋の運営（一般社団法人水辺ラボ） 2021～



β HOMMACHIBASHI

日常をアップデートする景色に出会おう