

## 第15回 UII まちづくりフォーラム

「うめきた周辺地域におけるクリエイティブ人材の発掘、連携及び誘引のためのデザインに関する調査報告会」講演録（要約版）

■日 時：2020年9月16日（水）19時～20時30分

■開催方法：オンライン会議システム Zoom のウェビナーによる開催

■報告者：大阪大学大学院工学研究科 ビジネスエンジニアリング専攻

教授 加賀 有津子 様

講師 武田 裕之 様

公益財団法人都市活力研究所 主席研究員 三本松道昭

■記 録：

### 1. 研究の背景・目的・方法（加賀様より）

大阪大学大学院工学研究科 ビジネスエンジニアリング専攻 加賀研究室と公益財団法人 都市活力研究所は、2017年度から2019年度にかけて、うめきた周辺地域におけるクリエイティブ人材の発掘、連携及び誘引のためのデザインに関する調査を共同研究として行ってきた。

大阪の都心部周辺ではまちづくりの新しい展開が起こっている。古さと新しさが共存し、おしゃれで個性的な佇まいなどを特徴とした、自然発生的に発展している複雑で多様性のある地域を我々は「おしゃれレトロ地域」と呼んでいる。

この研究の背景としてはうめきた周辺地域は、住工商混在地域であり、産業の空洞化に伴い都心居住が進行している。そのような中で、都市魅力の中心要素となりうる地域に対してクリエイティブな活動を行っている人材に着目した。先ほどの「おしゃれレトロ地域」ということではうめきた周辺地域では福島や中崎町などをはじめとした地域が点在している。そのような中で地域においてクリエイティブな活動を行っている人材とはどういうふうなものか、そしてまたその活動を活性化するにはどうすればいいのかということ考えた。このように周辺地域を活性化することで梅田エリア全体が活性化していくという思いがある。そのために遊休不動産の活用を生み出せる仕組みや新しいエリアマネジメントの方策、そして職住環境の仕掛けを考えようということで研究を進めている。

この調査及び実践は、下記の三つのアプローチによって行った。

1) 対象地域の地域活動、リノベーションまちづくり、「民」によるまちづくり、先進事例などのヒアリング・文献調査から考える。

2) 従来の「創造都市」や「スタートアップ企業立地」に関する研究調査や地域情報の分析よりクリエイティブな活動や人材などを考える。

3) 具体的な地域（中津）で、地域に対するクリエイティブ（特徴的）な活動や人材の現状を調査した上で、それらの活性化につながる方策を考える。

## 2. 対象地域の現状把握（三本松より）

調査対象地域である大淀、中津、豊崎、中崎の各地域について調査した。

### ○対象地域の歴史

大淀、中津、豊崎地域は平成元年まで大淀区に属していた。大淀区は明治以降、工業のまちとして発展してきた。昭和 60 年の工業統計調査によると大淀区には出版、繊維、金属、機械、電気、プラスチック、紙加工品、衣類、窯業、食料品の事業所がたくさん立地していた。一方産業構造の変化により、工場跡地がオフィスや住宅等に再生される土地利用の転換が各地で進んできた。その結果大規模な住宅が整備され、人口が大きく増加している。

### ○大淀地域の特徴

大淀区時代からの変化を見るために、1989 年と 2019 年の住宅地図で調査した。

土地利用の変化としては、業務は半分程度に減少、店舗もかなり減少している。一方集合住宅が大幅に増えている。またオフィスビルも増えている。さらに、駐車場や空白といった低未利用の土地も増えている。

業務については、先ほど述べたいずれの業種の事業所も減少しているものの、これまでの大きな社会・経済環境の変化において生き残ってきた、地力のある企業も根強く存在している。

集合住宅の立地状況については、工業地域以外では増加しているが、特に西側のエリアの増加傾向が顕著である。

集合住宅やオフィスビルが増えた時の 1 階用途というのが、賑わいや安全・安心に影響するところである。集合住宅やオフィスビルが増えているが、1 階用途が店舗という物件は増えていない。

### ○中津地域の特徴

土地利用の変化としては、1989 年と 2019 年では業務は 4 割程度減少、店舗もかなり減少している。一方集合住宅が倍ぐらいに増えている。またオフィスビルは若干増えている。さらに、駐車場や空白といった低未利用の土地も増えている。

業務については、先述のいずれの業種の事業所も減少している。しかしながら電気・機械などの製作所、運輸系の業種が存在する。

集合住宅の立地状況については、3 丁目がもともと文化住宅が多かったところにさらにマンションが建って増加している。次いで西側のエリアの増加傾向が顕著である。

集合住宅やオフィスビルの 1 階用途については、大淀地域と同じく集合住宅やオフィスビルが増えているが、1 階用途が店舗という物件はあまり増えていない。

### ○豊崎地域の特徴

土地利用の変化としては、1989 年と 2019 年では業務は半分程度に減少、店舗もかなり減少している。一方集合住宅が倍ぐらいに増えている。またオフィスビルもかなり増えている。さらに、駐車場や空白といった低未利用の土地も増えている。

業務については、先述のいずれの業種の事業所も減少している。しかしながら電気・機械などの製作所、印刷などの業種が存在する。

集合住宅の立地状況については、オフィスビル中心で公園や市営住宅のある 5 丁目、準住居地域を含む 7 丁目以外はいずれも増加傾向が顕著である。

集合住宅やオフィスビルの 1 階用途については、大淀地域・中津地域と違い 1 階用途が店舗という物件がある程度増えている。

#### ○中崎地域の特徴

土地利用の変化としては、1989 年と 2019 年では業務は半分以下に減少しているが、他の 3 地域と異なり店舗は大幅に増加している。一方集合住宅とオフィスビルもかなり増えている。さらに、駐車場や空白といった低未利用の土地も増えている。

集合住宅の立地状況については、地下鉄中崎町駅に近い中崎西 1 丁目が顕著に増えている。

集合住宅やオフィスビルの 1 階用途については、大淀地域・中津地域と違い 1 階用途が店舗という物件がかなり増えている。

#### ○リノベーションの状況

個人宅が業務もしくは店舗に転用されているかということでは、中崎西地域は個人宅から店舗へのリノベーションが他の地域に比べて圧倒的に多い。

#### ○クリエイティブ人材が求める環境

それぞれの地域においてクリエイティブ人材が求める環境として、サードプレイスという観点（マイプレイス型、目的型、交流型）や、新しいタイプの産業の拠点、文化・芸術の拠点とアメニティ施設という視点でも調査した。

#### ○対象地域のアクティビティの状況

対象地域における NPO 法人やそのほかの社会・地域課題の解決の拠点について調査した。

#### ○地域活動協議会へのヒアリング

対象地域における地域活動協議会にヒアリングを行い、活動上及びまちづくりの課題等について整理した。専門学校や企業の協力はみられるものの限定的なので、地域のクリエイティブ人材の発掘と活動への参画促進が必要である。

#### ○インフラ整備

JR 東海道支線の地下化、国道 176 号線の中津高架橋や阪急電鉄線の耐震補強工事の進捗、淀川左岸線上部の歩行者専用道路の整備により、歩きたくなるまちへの転換や使える公共空間の増加が期待されるエリアである。

#### ○まとめ

都市空間については遊休不動産の存在やインフラ整備により、新しいビジネスにチャレンジしたい人には好適な場所になりつつある。一方アクティビティについては地域活動協議会の他、企業などによる地域とのつながりやコミュニティを生むようなソフトの活動も見られるようになってきているが、その認知という点では課題がある。まちの資源を認識し、使いこなすこと、ひいてはブランディングすることが、クリエイティブ人材誘引のために必要であると考えられる。

### 3. クリエイティブシティ評価およびスタートアップ企業の立地特性（武田様より）

ここでは、クリエイティブシティという観点からうめきた周辺地域のポテンシャルを統計資料などを用いて計っている。

#### ○本章におけるクリエイティブシティの定義

まず、クリエイティブシティの定義について、創造都市の海外の潮流ではジェイコブズが中小企業群が集積することによってその地域が活性化するということを述べている。またランドリーが創造の場が必要であるということも述べている。さらにフロリダが創造階級を示して創造指数が高い地域ほど経済パフォーマンスが高いということも述べている。国内では佐々木正幸氏が市民の自由な創造活動が革新的で柔軟な都市経済システムを生み出すと述べている。国ではクールジャパン官民有識者会議で創造産業を定義していたり、横浜市の文化芸術創造都市や東京都のクリエイティブ産業の実態と課題に対する調査では、それぞれで創造産業の業種が定められている。この調査ではこれらの業種に対して経済センサスを用いて分析している。

#### ○クリエイティブ産業の立地動向

1つ目の分析はクリエイティブ産業の分布である。対象となる場所はうめきた周辺地域のほか、比較のために堀江、塩草、空堀、西中島南方についても調べている。創造産業の立地動向についてはうめきた周辺地域に特別多くのクリエイティブ産業の事業所が集積しているとはいえない。

#### ○クリエイティブシティ指標を用いた評価

2つ目のクリエイティブシティ指標を用いた評価では、クリエイティブ人材の働き先や寛容性、市民活動や活動のための場、活動支援の環境と人口といった視点から環境がどの程度整っているかという視点で分析した。それぞれの地域における指標の数値を標準化して比較できるようにした。その結果、うめきた周辺地域では中崎がクリエイティブ産業の従業者が多かったり、小型事業所率が高かったり、女性労働者も多いなど、比較対象の地域と比べてもかなり評価が高かった。その後、町丁目単位でクラスター分析を行ったところ、5つのクラスターに分類できた。評価の高いクラスターにはうめきた周辺地域では豊崎3丁目、中崎西2丁目（比較対象地域では西中島3～6丁目）が所属している。これらは「西中島南方タイプ」でクリエイティブ産業従業者が多く、Wifiスポットやコンビニがあり、事務所をベースとした活動環境を創っているエリアで個人・少人数での活動環境は少ない。次に評価が高いクラスターにはうめきた周辺地域では福島5丁目、中崎3丁目、中崎西1・3・4丁目（比較対象地域では北堀江1～3丁目、南堀江1・2丁目）が所属している。これらは「堀江タイプ」で人口密度が高く、カフェやDIY物件が多い、自宅内外に活動環境を創っているエリアである。その次に評価が高いクラスターは本庄西1丁目（比較対象地域では谷町6・7丁目）が所属している。これらは「空堀タイプ」で小型事業所、自宅就業、女性労働率が高く、長屋を活用した活動環境を創っているエリアで、移住者が少なくやや閉鎖的なエリアである。

分析の結果として、うめきた周辺地域は、クリエイティブシティとしての特徴がみられな

いものの、中崎西は堀江のような特徴が見られたり、豊崎 3 丁目は西中島南方のような特徴がみられたりするなどクリエイティブ指標の高い場所が見られた。

#### ○ベンチャー企業およびスタートアップ企業の誘致可能性

ここでは、STARTUP DB（フォースタートアップ株式会社）及び関西ベンチャー企業リスト（関西ベンチャーサポーターズ会議）を用いて設立年次や立地動向を調査した。

設立年次では STARTUP DB では 2000 年以降に起業した会社が多く登録されているが、関西ベンチャー企業リストは 1980 年以前に設立した会社が半分以上存在する。いずれも 2015 年前後に設立のピークが見られた。大阪市内での立地場所については、STARTUP DB では中央区、北区、西区に数多く立地している。STARTUP DB において調査対象地域における立地状況を見ると、西中島南方では 25 社で調査対象地域全体で最大であり、その多くが 2000～2009 年に設立されている。一方うめきた周辺地域では豊崎が 15 社で最大であり 2010 年以降の設立が多い。さらにクリエイティブ指標との比較をすると、西中島南方と堀江、塩草、空堀と異なる傾向が見られた。

#### ○まとめ

対象地域・比較地域・その他都心周辺地域での人口増減や自宅就業率などの違いは見られなかったが、対象地域・比較地域でクリエイティブシティ指標を用いて比較すると、地域によって特徴がみられる

##### 【比較地域】

- ・西中島南方：企業就業環境型，企業立地ポテンシャル
- ・空堀：自宅労働型，多様性ポテンシャル
- ・堀江：DIY・カフェ型，外部 PR ポテンシャル
- ・塩草：移住者・外国人型（ただし評価は相対的に低い）

##### 【うめきた地域】

- ・中崎→堀江タイプ
- ・豊崎→西中島南方タイプ（ただし評価は相対的に低い）
- ・その他：（評価が相対的に低い）

うめきた地域の期待として、ベンチャー企業・スタートアップ企業の誘致とともに、リノベーションなどにより魅力的な環境の整備と活動場所の見える化を図ることで、大阪市内における新たなクリエイティブシティとしてのアイデンティティが確立できる可能性がある。

#### 4. 大阪中津地域を対象にしたクリエイティブ活動や人材への取組

##### ○対象地域について

本研究では、対象地域の中で特に中津地域、その中でも特に阪急中津駅に近接しており中心部に商店街がある中津 3 丁目を対象に調査及び活動実践をしてきた。この地域を対象に選んだ理由は長屋や商店街が残るレトロな地域である一方、マンション開発も進んでいるということと、今後うめきた 2 期開発や JR 東海道支線が地下化されると開発の波が押し寄せまちが劇的に変化する可能性がある地域であるからである。また、この地域が様々な人が流入しているという傾向があり、その中でもクリエイティブな活動をしている人が個性ある店舗を営んでいる。その一方で長屋が残る地域であり昔から住んでいる人もいて住民間のしがらみ強い地域でもある。

##### ○中津在住者・移住者へのヒアリング

このような中津地域の状況を調査するために、中津在住者・移住者へのヒアリングを行っている。2017 年度は中津在住者、移住者及び不動産業者にヒアリングを行った。中津在住者の中津への移住理由は結婚を機に、交通の便のよい割に家賃が安いため移住した。中津への移住者は地域の雰囲気や居心地の良さ、交通の便の良さ、静かな環境を移住理由に挙げている。中津への来訪者が増えてほしいかという問いには、雰囲気が壊れない程度には来てほしいが多くは望まないとの回答があった。2018 年度のヒアリングでは「住民も外から入って来た人のことを知らないし、外から入って来た人も住民や地域活動をしている人のことを知らない。」「外から見れば面白い地域なのかもしれないが、住民は別にそう思っていない。」ということで、知らない人が知らないところで盛り上がっているだけという状態だということが確認できた。

##### ○中津地域から見たクリエイティブ人材の再定義

先ほどのクリエイティブシティの報告で創造産業に従事している人材をクリエイティブ人材と捉えていたが、中津地域を見ていると地域内でのまちづくりや活動をしている人たちも影響力を持っていることが見えてきた。そこで中津地域におけるクリエイティブ人材を、社会に対する価値を新たに生み出すことで自分の目的や理想を実現する人材と再定義した。その中には従来の創造産業従事者のほか、中津活動人材（中津在住・在職者が対面利用可能な形で第三次産業的サービスを行っていたり、中津におけるまちづくり活動を行っている人材）や中津連携人材（地域と連携して活動する活動人材）という位置づけができるのではないかと考えた。

##### ○クリエイティブ人材マップの作成

創造産業従事者は住民との関わりが薄い傾向がある。また、クリエイティブ人材の地域における分布状況を誰も把握していない。そこでクリエイティブ人材と地域との連携を進めることでクリエイティブ人材による地域活性化を実現し、地域の特徴づくりに寄与できると考えて、クリエイティブ人材のマップを作成することにした。マップの先行事例として北海道の長沼町のアーティストアトリエマップを調査した。これは長沼町のアート協会が作成しているもので、アーティスト同士の交流促進や共同展覧会の開催をしている。これによ

り、アーティストのIターンが増えたとのことであるので、クリエイティブ人材の認知が重要であるということが確認できた。

今回中津で作成するマップについては阪大の学生が中津で出会った人材を可視化することに特化している。マップの目的としてはクリエイティブ人材同士・クリエイティブ人材と一般住民のコミュニケーションの発生（ご近所さん効果）を促すこととした。そして期待する効果としては、「中津住民に中津で活動している人のことを知ってもらえる」「活動に住民が参加する」「マップに載っている人どうしの交流を促進する」ということである。マップの工夫した点としては、紙媒体&ネット媒体によるマップ作成による多世代での利用や親しみが持てる内容・デザインとしたことであり、紙のマップを全住戸に配布することを目標とするほか、連携活動人材の活動拠点で設置してもらったこととした。そして実際に阪大の学生が中津の人材にインタビューを行い、趣旨に賛同いただいた20組の方々に「中津のかお、みしっちゃお」というマップに掲載した。マップの特徴としては地域の名所旧跡や写真を取り入れたほか、インタビュー対象者は親しみやすい似顔絵で掲載し、訪問したくなるデザインとした。またまち歩きの際に持っていけるように折りを入れている。Web版はスマホでもアクセスできるため、若年層にも届くものとした。

#### ○地域住民の地域活動への参加促進

2017・2018年度にマップを作成し、中津連携・活動人材の認知を促進した。2019年度は住民が連携・活動人材に興味・関心を持ってもらうことに着目して活動している。中津福祉会館で行われているイベントにおいて参加者にヒアリングした結果、「様々なイベントに参加させるには誘ってくれる人が必要」「属性に近い人のイベントには参加しやすい」ということがわかった。そこで先述のクリエイティブ人材の定義に、中津協力人材の位置づけを追加した。この協力人材は活動連携人材との連携や、地域活動のサポート（運営・集客・広報）をする人材である。また、イベントの集客や協力してくれる人を募集するためには情報発信の場が必要だということが明らかになった。既存の情報媒体ではアプローチやタイミングに問題があるため、地域に根付いた新しい情報媒体が必要であると考え、地域SNSに着目した。そこで大阪市北区で4月から利用できるようになった「ピアッザ」の活用を提案したい。

#### ○まとめ

クリエイティブ人材の定義については、新たなまちの賑わいやアクティビティの展開に関与している、または今後関与する可能性のある人材として、「創造産業に従事している人材」、「地域活動人材」、「地域連携人材」とした。

地域を対象として、住民が活動人材や連携人材を認知し、関わりやすい土壌を作る手法の一つとして、クリエイティブ人材の分布を示すマップ作成と情報共有を示唆した。

中津協力人材を増やすことが、地域住民の地域活動への参加促進につながる可能性、および、そのための地域SNSアプリ「ピアッザ」を活用した継続的な地域活動情報の掲載、情報共有の必要性を示唆した。

## 5. エリアイノベーション促進策

2017～2019年度に関連情報や先進事例の調査を行った。エリアイノベーション促進へのポイントは、下記の通りである。

- 1) エリア内のプレイヤー同志がつながってエコシステムを形成しイノベーションを起こすこと
- 2) エコシステムを形成する最もベーシックな組織である地域活動協議会や町会だけでは足りないソーシャルデザイン
- 3) 都市の骨格を形成するインフラの「使われ方」を意識した整備計画
- 4) まちづくり系のベンチャー企業や不動産オーナーがうまく取り込めるような仕掛

## 6. まとめ

・現時点では、うめきた地域は、データとして明確に出てきていないため、クリエイティブシティとは言い難いが、クリエイティブ人材がある程度集積している傾向はみられる。

・「おしゃれレトロ地域」の1つである中津地域に関する調査から、クリエイティブ人材が、まちの賑わいやアクティビティへ参加を促進するためには、Webなどを活用した地域活動情報の提供を進めることが考えられる。

・クリエイティブ人材が加わっているエリアイノベーションの事例は、研究対象地域にクリエイティブ人材を誘引する一つの指針となる。

・新しいまちの賑わいやアクティビティを促すためには、地域の不動産会社、まちづくり関連コンサルタント、個人商店をはじめとしたクリエイティブ人材とのまちづくりに関するビジネスマッチングの機会を設けることが有効と考えられる。