

OSAKA - i リフレッシュ活動の展開

1. 趣旨及び内容

コミッティでは、海外の書籍やホームページにどのように大阪が紹介されているかを調査し、誤った情報、不適切な情報等がないかを検証するとともに、海外における大阪に関する情報不足を補い、さらに海外出版社等の情報発信者に大阪に対する理解を深めてもらうため、大阪の実像、魅力を伝える情報を提供する事業を「OSAKA - i リフレッシュ活動」として展開した。

この事業は、関連記事を含め新聞掲載 37 回、テレビ放映 16 回(内、全国放送 5 回)とメディアでも大きく取上げられた。

2. 発端

コミッティでは、大阪ブランド戦略を周知、広報し、さらに活動の輪を広げるコラボレーション事業の提案を行うため、随時いろいろな団体を訪問する活動を展開してきた。事業のきっかけは、その一環で平成 17 年 5 月頃、大阪市のインキュベーション施設である「扇町インキュベーションプラザ メビック扇町」を訪問した際のことであった。

「大阪の魅力を発信することは重要だが、大阪のイメージを下げる情報をなんとかしなければいけない。」という言葉とともに、提供されたのが、米国の大手検索サイト Yahoo!の観光向けの大阪紹介サイトであった。

Yahoo!の観光サイトの大阪紹介: Introduction to Osaka, Japan

The urban equivalent of the Elephant Man, **OSAKA**, Japan's third largest city after Tokyo and Yokohama, yearns to be loved despite its ugliness. It may well lack the pockets of beauty and refinement found in nearby Kyoto, but beyond the unrelenting concrete cityscape, Osaka is a vibrant metropolis, inhabited by famously easy-going citizens with a taste for the good things in life.

The handsomely renovated castle, **Osaka-jo**, dominates Osaka's heart just as it did centuries ago, while the venerable **Shitenno-ji** and **Sumiyoshi Taisha** hark back to the city's past importance as a religious centre. In contrast, bizarre modern buildings, such as the spaceship-like **Osaka Dome** sports stadium and the fantastic **aquarium** at the Tempozan Harbour Village, thrust forth from the urban sprawl like shiny gems; they have recently been joined by a large-scale theme park, **Universal Studios Japan**.

But what is really special about Osaka is its people, who speak one of Japan's more earthy dialects, **Osaka-ben**, and are as friendly as Kyoto folk can be frosty. Osakans may greet each other saying "Mo kari-makka?" (Are you making any money?), but they also know how to enjoy themselves once work has stopped. Whereas Tokyo has shut down its once thriving Harajuku band scene, Osakans still thrash

out rock tunes by the castle every Sunday, while across town in Tennoji-Koen, you'll find entertaining al fresco karaoke song-and-dance shows. Downtown Shinsaibashi is an eternal fancy-dress parade of matronly shoppers and boozy *bons viveurs*, where bequipped lads cast their nets for mini-skirted girls on the Ebisu-bashi (fishing bridge). In a city which cultivated high **arts**, such as Bunraku puppetry, the locals also have a gift for lowlife comedy; Takeshi "Beat" Kitano, the internationally famous film director, started his career as a comedian in Osaka, while "Knock" Yokoyama, another retired funny man, was elected prefectural governor in the late 1990s, before resigning over a sexual harassment case in late 1999. Osaka is also one of Japan's great **food** cities, but Osakans are not precious about their cuisine, a typical local dish being *takoyaki*, battered octopus balls, usually sold as a street snack.

Osaka also feels a more welcoming place for foreigners. It has Japan's largest community of Koreans and a growing *gaijin* population. There's also a willingness to face up to uncomfortable social issues, exemplified by the city's admirable civil rights museum, **Liberty Osaka**, which among other things focuses on Japan's untouchables, the Burakumin.

If you want to escape Osaka's urban landscape and preoccupations for a day, take a trip out to **Takarazuka**, home of the eponymous musical drama troupe. As well as taking in one of the all-female troupe's glitzy shows, you can check out the imaginative artwork at the **Tezuka Osamu Manga Museum**, a showcase for local artist Tezuka, widely regarded as the god of *manga* (comic books).

(日本語訳)

エレファントマンのような都市、大阪は東京、横浜に次ぐ日本第3の大都市であり、その街は醜いにもかかわらず、愛されることを切望している。近隣の京都に見られる美や洗練の集積は欠けるかもしれないが、コンクリートだらけの都市風景以上に、大阪は活気あふれた大都市であり、そこでは人生において良いものを見極める目を持つおらかな市民が暮らす。

立派に再建された大阪城は、何百年も前と変わらず、大阪の中心を占めており、一方、神々しい四天王寺と住吉大社は、宗教上の中心としてのかつての街の重要性をうかがわせる。対照的に、宇宙船のような大阪ドームや天保山ハーバービレッジにある海遊館のような、風変わりな現代的建築物は、宝石が光を放つように、不規則に発展した都市から広がり、最近では大スケールのテーマパーク USJ がこれに加わった。

しかし、大阪について特徴的な点は何かと言えば、大阪に住む人である。彼らは日本においてより気取らない方言の一つである大阪弁を話す。また、京都人はよく冷淡であると言われるが、それと同じように彼らは友好的であると言われている。大阪人は「もうかりまっか？」とお互いに挨拶をするが、彼らは一旦仕事が終われば、人生の楽しみ方も知っている。東京はかつて原宿で栄えていた野外バンドを締め出したが、大阪人は毎週日曜日に城の近くでまだロックの旋律を響かせている。また、天王寺公園内の街を歩けば、人々を楽しませる野外カラオケで歌って踊ってのショーに出くわすだろう。中心街の心齋橋は品のある買い物客や酔っ払い者が絶え間なく続く奇抜なファッションのパレードが続く通りで、そこでは若者が戎橋(ひっかけ橋)でミニスカートの女の子を捕まえるために網を張っている。文楽の人形劇のような高度な芸術を生み出した街では、人々は低俗な喜劇の才能に恵まれている。国際的に有名な映画監督である北野武(ビートたけし)は大阪でコメディアンとしての経歴をスタートした。また、もう一人の既に退陣したコメディアン、横山ノックは90年代後半に大阪府知事に選ばれ、99年の終わりにセクハラで辞職した。大阪は日本有数の食の街でもあるが、大阪人は食にお金をかけない。典型的な名物料理はたこ焼きという、捏ねたタコのボールで、よく道端で売られているスナックである。

大阪は外国人に対してより歓迎的な街でもある。大阪には日本最大級の韓国人コミュニティが

あり、「外人」人口も増えている。大阪には不愉快な社会問題に進んで向き合う姿勢もあり、街の立派な人権博物館リパティ・大阪を見ても分かるように、とりわけ日本では触れにくい、同和問題に焦点を当てている。

一日間、大阪の都市の風景や先入観を避けたいときは、元祖ミュージカル一座の本拠地宝塚へ出かけてみてはどうか。女性だけの一座のショーを観ることに加えて、広く漫画の神様として見なされた、宝塚縁りの芸術家手塚治虫氏のために造られた、手塚治虫漫画博物館では想像力豊かな作品を見ることができる。

3. 経緯

- ・ 平成 17 年 5 月頃 米国の大手検索サイト Yahoo! に関する情報を得る
- ・ ~平成 17 年 9 月 関西大学の協力を得て留学生アンケート調査を実施
大阪府及び大阪市の海外事務所に海外観光ガイドブックの提供を依頼
- ・ 平成 17 年 10 月 8 日 読売新聞（夕刊）に「大阪は醜い」誤解やで」の記事掲載
- ・ 平成 18 年 2 月 27 日 大阪情報共有連絡会（第 1 回）を開催
- ・ 平成 18 年 4 月 18 日 大阪情報共有連絡会参加団体に大阪に関する提供用資料及び情報発信事業等についてアンケート調査を実施
- ・ 平成 18 年 8 月 28 日 絵葉書発信事業意見交換会を開催
- ・ ~平成 18 年 9 月頃 紀伊国屋書店の協力で海外ガイドブック等書籍の調査及び入手
- ・ 平成 18 年 9 月 ~ 10 月 絵葉書発信事業に係る使用写真の選定
（9 月 25 日、10 月 18 日に関係者打ち合わせ会開催）
- ・ 平成 18 年 10 月 1 日 大阪観光コンベンション協会が大阪の魅力を発信する WEB サイトを公開
（著作権フリー写真の提供、ビジュアルな観光ルートの情報提供）
- ・ 平成 18 年 10 月 25 日 大阪ブランドサミットを開催
（10 カ国の海外領事館等が出席）
- ・ 平成 18 年 11 月 10 日 大阪府が海外向けフリーペーパーを創刊
- ・ ~平成 18 年 11 月頃 大阪観光コンベンション協会の協力で入手書籍の翻訳完了
- ・ 平成 18 年 11 月中旬 絵葉書発信事業に係る実施ホテル及び利用写真の決定
- ・ 平成 18 年 12 月 14 日 大阪情報共有連絡会（第 2 回）開催
（OSAKA-i リフレッシュ活動中間報告書の作成）
- ・ 平成 18 年 12 月 28 日 大阪情報共有連絡会参加団体に海外ガイドブック出版社等への提供資料についてアンケート調査を実施
- ・ 平成 19 年 1 月 31 日 絵葉書発信事業に係る絵葉書の完成
- ・ 平成 19 年 2 月 ~ 絵葉書発信事業に係る絵葉書のホテルでの配付開始
- ・ 平成 19 年 2 月 26 日 大阪ブランド資源映像（日本語版）完成

- ・ 平成 19 年 3 月 大阪ブランド情報局の多言語化（英語、中国語、韓国語）
- ・ " 大阪ブランド資源映像の多言語化（英語、中国語、韓国語）並びに大阪ブランド情報局への掲載
- ・ " 大阪観光コンベンション協会が海外ガイドブック出版社等へ大阪の魅力を伝える資料を送付
- ・ " OSAKA-i リフレッシュ活動報告書の作成

4 関西大学アンケート調査

(1) 調査概要

関西大学(大阪府吹田市)に在籍する留学生を対象に、母国における大阪に関する有力な情報源を調査。また、母国の関係者等に大阪を紹介するときに、どのような資料を提供しているかを併せて調査。

(2) 調査国・地域等

関西大学在籍の留学生出身国・地域(18カ国、留学生数466名)

出身国: 中国、韓国、台湾、アメリカ、タイ、ベルギー、イギリス、カナダ、フランス、ロシア、マレーシア、イタリア、インドネシア、ウクライナ、ケニア、スイス、フィジー、ベトナム

(3) 調査結果(関西大学留学生86名から回答)

国籍	人数	留学前に大阪について調べた人数					母国の家族・知人に大阪について説明した人数	母国で使用されるガイドブック	母国で使用される検索サイト
		総数	インターネット	本・雑誌	テレビ・ラジオ	その他			
中国	63	22	12	5	0	5	41	旅行者 東洋最前線	Google、Yahoo、Sohu、sina、Chinaren、163、baiduCtrip、Bokee
韓国	3	1	0	1	0	0	2		Daum
台湾	7	2	0	2	0	0	6	Mook	
アメリカ	2	0	0	0	0	0	1	LonelyPlanet	Google
イギリス	1	0	0	0	0	0	1		
イタリア	1	0	0	0	0	0	1		
インドネシア	1	0	0	0	0	0	1		Yahoo
カナダ	1	0	0	0	0	0	0		
スイス	1	0	0	0	0	0	1		lycos
タイ	1	1	1	0	0	0	0		jero
フィジー	1	0	0	0	0	0	1		fijilive
フランス	1	1	1	0	0	0	1		Jnto(フランス語)
ベルギー	2	0	0	0	0	0	1	LonelyPlanet	Google
マレーシア	1	0	0	0	0	0	1		Yahoo
合計人数	86	27	14	8	0	5	58		

(参考：アンケート項目)

- | | |
|----|---|
| Q1 | 留学前に大阪について調べましたか。 |
| Q2 | 何で調べましたか。 |
| Q3 | 留学前に調べた内容は正しかったですか。 |
| Q4 | 家族や友人に大阪の説明や紹介をしたことがありますか。 |
| Q5 | どのように大阪を説明や紹介をしていますか。大阪の特徴を表現する言葉をあげてください。 |
| Q6 | 大阪の説明や紹介をするときに何を使いますか。 |
| Q7 | 母国の人がよく使う検索 web サイト (yahoo など)、観光ガイドブックなどがあれば教えてください。 |

5. 書籍等の調査

(1) 調査方法

書籍等の入手及び翻訳

大阪府、大阪市の海外事務所に現地で流通している観光ガイドブック等の入手を依頼する一方、紀伊国屋書店の書籍流通ネットワークにより大阪についての記載があると思われる書籍を入手した。

また、書籍等の翻訳については、(財)大阪観光コンベンション協会にご協力いただいた。

書籍等の対象

主に観光ガイドブックを対象としたが、大阪のイメージ形成に影響を与えていると思われる書籍として、写真集や現地教科書等についても一部対象として入手した。さらに、WEB サイトについても各方面から得られた情報をもとに調査を行った。

(2) 調査書籍

	英語	中国	ハングル	フランス	ドイツ	タイ	計
観光ガイド	19	15	2	3	4	1	44
写真集	6	0	0	1	0	0	7
その他	25	4	0	0	8	4	41
合計	50	19	2	4	12	5	92

その他は地図、学術書、紀行文等。

(3) 調査結果〔大阪情報の記載状況。なお、()内は問題記述のある書籍〕

	英語	中国	ハングル	フランス	ドイツ	タイ	計
観光ガイド	18(11)	14(6)	2(0)	3(3)	4(3)	1(1)	42(24)
写真集	1(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(0)
その他	8(1)	1(0)	0(0)	0(0)	0(0)	3(1)	12(2)
合計	27(12)	15(6)	2(0)	3(3)	4(3)	4(2)	55(26)

その他は地図、学術書、紀行文等。

(4) 調査結果〔記述の事例〕

傾向と問題点

間違った(古い)情報や正確性に欠くものが多数見受けられ、実際に大阪に来た観光客を混乱させている恐れもある。

また、記者の主観が入っているものや、大阪との関連性の薄いものが大阪紹介のページに挿入されることで読者に先入観を与えてしまっているものもある。

最も看過しがたいものは、大阪を否定的に紹介したり、観光等には不要なマイナス情報をあえて紹介している記載である。

具体的事例の検証

ア)「大阪はヤクザの街」

全身イレズミのコワモテの写真があまりにも衝撃的であったため、象徴的事例としてメディアでも数多く取上げられた。

「大阪は組織的な犯罪グループであるヤクザの街」「大阪は国内で最大規模のヤクザ組織山口組の本拠地」など。中でも「大阪は現代のヤクザと多数の強力な犯罪者組織の中心地である。ヤクザは売春から薬物・武器の密売、信用犯罪まで、多くの違法なビジネスを取り仕切っている。こうしたギャングはゆすりにも長けていて、たとえば株主総会で厄介な質問が出ないように計らうなどして報酬を得ようとする」といった記載が、海外企業の大阪へのイメージ形成に影響を与えているとすれば、積極的に企業誘致を展開する大阪にとって大きなマイナスになっている恐れも否定できない。

ちなみに、記載内容については、JAPAN TIMES が記事の中で「日本最大のヤクザ組織である山口組の本部は、大阪ではなく兵庫県神戸市である」「警察白書によれば、大阪のヤクザの人数は東京よりずっと少ない」と、独自取材により誤りを指摘している。

イ)「大阪は観光地ではない」

多数の書籍で記載が見受けられた。京都、奈良との比較においての評価が多く、日本的なものを求める余り、寺社仏閣に焦点をあてているためと思われる。

「大阪は美しい観光地ではない」「大都市であるという面を除けば、特段の日本らし

い魅力はないし、そういった魅力を求めるなら京都、奈良へ行くことをすすめる」「大阪は、京都・奈良そして東京と比べても訪れる価値のある都市ランクとしては低い」「もし大阪でビジネスがないなら京都で滞在し、大阪へは日帰りで行くことをお勧めする」「都市としての美しさは大阪にはない」「産業観光以外、大阪は観光するに値する街ではない」「大阪は日本観光の行程から外れることが結構ある」「海外からの旅行者を惹き付ける歴史的・文化的なものが大阪にはない」「大阪には見所が少ない」「大阪の観光に時間を割く人はあまり多くない」などの記述がある。

一方、「大阪の食」「ナイトライフ」の楽しみについては、概ね好意的な記載が多い。食に関しては、「古くから「天下の台所」と呼ばれた大阪は、日本でも最も特色ある飲食王国。特に、日本料理と海鮮の割烹の腕前は天下一」「暖簾をめくって店に入るとそこには、心のこもったもてなしと数え切れないご馳走があなたを待っています」「きっとあなたも食欲をそそられ、舌鼓を打って満足する」「安くておいしい小料理屋が一軒また一軒と軒を連ねている。高級ホテルから大衆的なレストランにいたるまで、どのお店も味はなかなかのもの」「大阪はナイトライフと食べ物がおいしいことでよく知られている」などの記述がある。

ウ)「大阪はコンクリートの箱」

大阪の都市景観についても、多くの書籍が厳しい記述をしており、一部の書籍には「大阪には都市計画がない」との記述もある。

そのほか、「大阪は“東洋のベニス”と呼ばれているが、マスコミの間でもあまり評判はよくない。というのも“東洋のマンチェスター”とか“東洋のシカゴ”といういわゆる工業とビジネスの街というイメージが先行し、欧米人にとっては決して魅力のある街とはいえないからである。ビジネスを優先したため、(開発のため)緑のスペースは少なくなり、コンクリートのオフィスビルと工場だらけの都市と化してしまった」街は、非常に混雑しており、核たる都市計画もなく、桜並木、寺院、古いビルと最先端の高層ビルが無節操に立ち並んでいる」「運河(川)が少しコンクリートの建物だらけの風景を和らげてはいるが、騒々しく、公害が多く、ごみごみした街である。」「第2次大戦で壊滅状態にあった街に、際限もなくコンクリートの箱が出現した。その代表的なものは、パチンコ店と高速道路である」「大阪はコンクリートの建物だけで、美しい景色も少ないし、京都に比べて繊細さにも欠ける街である」などの記述がある。

エ)「大阪の挨拶は儲かりまっか？」

大阪人、大阪弁についても偏った記載が多い。最も多いのが、大阪の人は、人と出会った時「こんにちは」ではなく、「儲かりますか?」「MOKARI MAKKA?(もうかりまっか?)」という記述。

今でも使う人はいるかもしれないが、日常会話としてはすでに死語で、大阪の住人で

すらほとんど聞いたことがないのではないか。にもかかわらず、「大阪以外の地方の人は、これが大阪人の典型的な挨拶ことばだと思っている」「大阪でよく耳にする挨拶である」との記載がある。

そのほか、大阪弁について、「大阪人にしかわからない」「言葉やイントネーションも耳障り」「日本語の中で最もベタな方言」「気取らない、悪く言えば少々下品」「漫才師の大半がこの地の出身で、大阪弁を話す」といったもの。「算盤言葉」といった表現もある。

一方、大阪人については、「開放的で朗らか」「人を魅了するパワーに溢れている」「美味しいものを食べる方法を知っている」といった前向きで好意的に記載しているものがある反面、「人生くよくよせず、陽気に生きるという気楽な性格」「大阪人はとにかく騒々しい」「日本人の中には、世界の半分側で何か自分たちとは関係ない部分に属するかのよう大阪を横目で見る人もいる」「赤信号無視」といった記述もある。

お金や商売についての厳しい表現も結構あり、「大阪は金と笑いを崇める街」「大阪では、コミュニケーションを図るには、日本語ではなくお金で十分」といった記述もある。

誇張的な表現としては、「苦勞して稼いだお金を食べることにかける」とか、「金銭的、肉体的にも破滅するまで食にエネルギーを注ぐ」「算盤をはじく速度はコンピュータ(電卓)をも負かす」「算盤の言葉を正確に解釈できるのは大阪の住民だけ」「最も機転のきく商売人だと国中が認めている」など。

ちなみに、「大阪人、大阪弁」についても、東京を意識したコメントが多い。「より洗練された官僚的な東京の人々の中には眉をひそめることもある」「スムーズな東京弁に慣れている人には大阪弁は粗野」「東京人には、関西弁は単刀直入に聞こえる一方、大阪人は東京の話し方は、素っ気なく、「木で鼻をくくった」印象を抱いている。」「「ミナミ」では、東京人がバカにするあの「大阪弁」を耳にすることができる」「大阪人は自分たちのことを庶民的であると思っている。つまり、フランクで権威主義でないということで、そういう点で東京人を少々侮っている」「大阪人自身も、四角四面で堅苦しい東京人より友好的で親切であると自負している。」など。

オ)「大阪城はコンクリートの複製品に過ぎない」

大阪が誇る観光名所「大阪城」についても、決してよい紹介がなされているわけではない。多くの本が「模造したコンクリート建築」「大阪城の建物は残念ながら近代的な建物である」、なかには「特に見るべきものはない」との記載まである。

一方、魅力的な紹介としては、「城郭の周囲四方にはお城を防衛する川があり、付近にはたおやかで美しい庭園や楼閣があり、川のほとりをそぞろ歩くと、珍しい花や木々の緑が目に入り、詩的情緒、絵画的情緒に溢れている」「金や銅をちりばめた天守閣は雄大で壯観」「桜門の最上階から遠景を眺望すると、大阪市全体と周りの美しい景色を一望に見渡すことができる」「4月か10月に大阪を訪ねることがあれば、春の桜と秋の

紅葉を楽しむことができる」など。

内部についても、昔の鎧兜、武器、衣装そして古文書等興味深いものが展示されているとの紹介もある一方、「城の中は空で内部に調度品はない」といった記述もある。

カ)「四天王寺はレプリカ。オリジナルとしての価値はない」

聖徳太子によって 593 年に建立された日本仏教最初の官寺。歴史的にも、その壮麗な伽藍で大阪のみならず我が国が誇る四天王寺についても、「かつて日本が中国、朝鮮と交流を行っていた重要な舞台であり、今尚中国から伝わった四天王寺舞楽が上演されています。寺内には、五重の塔、金堂、講堂などの建築物があり、信者が多く、お参りに訪れる人の香が絶えません」「昔から先進文化輸入の窓口の役割を果たしてきた大阪において、四天王寺は外国使臣を迎える迎賓館として使われた」といった記述がある一方、「大阪のマストの観光スポットとして紹介されているが、まったく魅力がない」「緑が少ないのに砂だけが掃き集められた境内は、却って荒涼感すら感じ、正直魅力のある寺とは言えない」「現在の建物は 1965 年に建てられたものでオリジナルとしての価値はない」「細部まで忠実に再現されたレプリカ」「昔の姿を期待して行くと大方失望する」といった記述がある。

キ)間違っている事例

・大阪は「行政区域の中で面積が一番小さい」

都道府県で最も面積の小さいのは香川県で大阪は 2 番目。過去には最小であったが、昭和 63 年に埋め立て等により香川県を上回った。

・堺市大仙公園には、「60 メートルの高さの記念塔があり、塔に登れば仁徳天皇陵の全貌を望むことができる」

この塔は「平和の塔」。太平洋戦争でなくなった市民を悼み建設された慰霊塔。観光客が上ることはできない。

・大阪は宗教や封建制度の中心であったことは一度もなかった。また戦災がひどかったために、大阪には見所が少ない。

豊臣秀吉が天下統一した際、大阪は、日本の政治、経済の中心であった。

・「ヨーロッパ通り、アメリカ村は、大阪城築城 400 年を記念して 1980 年代終わりごろの地区開発で誕生した」

ヨーロッパ通り、アメリカ村は、「何かをやろう」という人たちが集まり、自然発生的にできた街。行政や大手企業による開発とは無縁で、大阪城築城 400 年とは関係がない。

・「世界的な映画監督であるビートたけしもコメディアンとしてのキャリアは大阪で培った」東京浅草。

・「海遊館とサントリーミュージアムは JR 環状線弁天町駅で下車」

最寄り駅は中央線大阪港。駅、交通機関の誤りは結構多い。大阪駅と梅田駅の混同。中には地下鉄大阪駅との記載もある。観光客が混乱している恐れもある。

ちなみに、「このコースを回るのに忘れてならないのは、1日乗車券」「地下鉄の谷町4丁目駅2番あるいは9番出口を出て・・・」といった親切な紹介をしている書籍もある。

- ・中之島の「一番端は古い神社で、大阪天満宮と言います。」

大阪天満宮の位置は中之島ではない。

- ・娯楽と買い物で重要なのは梅田と難波です。買い物に訪れる人で1日中一杯です。買い物で忘れてならないあと2つの地区は、千日前と道頓堀です。これらは梅田地区の近くにあります。

千日前と道頓堀は難波地区の近くである。

ク) 記者の主観が入った・誤った先入観を与える事例

- ・「深夜の日本の市街区の静けさは、よくラッパを鳴らして走り去るバイクに破られることがある。彼らはバイクに乗って集まる青少年のグループで、バイクに消音器を取り付けずに走り、わざと社会の治安を乱そうとする」

都市部でよく見受けられる問題。大阪紹介の項目にコラムとして記載されており、読者は、大阪の問題として解釈する恐れがある。

- ・「高くそびえる梅田のビルは日本の近代建築の傑作です。この悠久の歴史を持つ町に登場したことは、いいとも悪いとも言える」

筆者の主観的な感想により、読者に不要な先入観を生み出している恐れがある。

- ・梅田やなんば周辺も「ほとんど見るべきスポットはない」

ケ) 画一的イメージ及び影の部分の紹介

- ・新世界は、「下流層としては、見苦しくはあるが面白い場所」

- ・「天王寺エリアはホームレスが多く常住していることで(天王寺公園、美術館は非常に文化的なエリアではあるが)少なからずいかかわしい雰囲気エリア」

- ・「心齋橋では、おしゃれな装いの買い物客に混じって、酔っ払いが闊歩する光景が見られる」

- ・「戎橋(引っ掛け橋)の上では、若者たちがミニスカートの娘たちを狙っている」

- ・「文楽に代表されるハイレベルな芸能を育て上げた街であるとともに、もっと低レベルなお笑いのセンスも持ち合わせている」

- ・「天王寺公園は、日曜日のカラオケ大会が面白い。ホームレス達が非常に積極的で、客は道行く人々で、1曲50円から100円で参加している」

- ・「新世界は時に忘れられたような存在の地域。古いパチンコ店、映画館、汚いけれど安い飲食店・・・全て野蛮で胡散臭く感じる町である」

- ・「心齋橋筋では旅行者は用心しないといけない。ビール1杯20ドルを要求されること

がある」「難波や道頓堀通りでは、高値を吹っかける店に誘い込まれないようにご注意！戎橋からは安全な距離をおいてネオン街を眺めることができる。」

- ・でんでんタウンは「東京に比べて値段は安い代わりに、新製品は若干不足気味」
- ・難波は「あまり見るべきものが見当たらない。ショッピングや交通の要所として開発されたため、見るに値するものは、ただショッピング街とデパート」
- ・「天王寺公園周辺は野宿者天国」
- ・通天閣について「面白い事実はこの塔がパリのエッフェル塔を模倣して造られたこと。いったい誰がその粗雑な姿からエッフェル塔を思い浮かべることが出来るかは知らない」

魅力的な大阪の記載の例

ア) 大阪の経済規模

- ・大阪は「過去も現在も有名な商業の町。商業が盛んで工業も先進的。工業総生産額は東京に次いで全国第二位。電子、造船、鉄鋼、紡績などの工業が発達していて、有名な松下電器、三洋電器の本社も大阪にある」
- ・「日本の輸出品の40%がここ大阪の空港や港を通して輸出されている」
- ・「大阪の3万の工場が日本の産業生産高の4分の1を生産している」
- ・「大阪を一つの国として考えるなら、その国内総生産は世界でもっとも繁栄している国の第十位になる」
- ・「大阪市だけでも、その取引高がオーストラリア一国の国内総生産に匹敵する」など

イ) その他

- ・「最高のインフォメーションシステム、観光案内所がある」
- ・「交通機関が発達しており便利、宿泊施設の充実」
- ・「東京がアメリカやヨーロッパに顔を向けているのに対して大阪ではアジアとの通商関係が目立つ」
- ・大阪は「西日本の商業・産業の中心地。大阪湾に注ぐ淀川の河口に位置し、市内を貫いて流れる運河が張り巡らされており、まさにこの運河によって今の商業都市大阪が作り上げられた。大阪を日本のベニスと呼ぶ人たちもいる」
- ・東京都の比較においては、陽気・情熱、創造性やアイデアのユニークさに優れているとの記載がある。
- ・一部の本には、大阪の今後を担う産業としてロボットやバイオが有望であることを記載したものもある。
- ・文化面では、「歌舞伎と文楽、俳句のもっとも偉大な名匠松尾芭蕉(1643~1694)、しばしば日本のシェークスピアと呼ばれる近松門左衛門(1653~1724)などの有名な文学者を育んだことは誇り」「日本の伝統的な演劇、例えば、歌舞伎等を鑑賞したいときは、大阪に来れば楽しむことができます。その印象は長く残るでしょう」などの記

述もある。

(5) 調査結果 [写真等の事例]

問題点

使われている写真についても多くの問題が見受けられた。魅力的でない写真の利用、紹介事項と異なる写真の掲載、写真が他の書籍等から使い回しされているもの、さらには、旅行者からスナップ写真を借りたのではないかと思われるようなものなど。

(6) 調査結果 [施設紹介の状況]

施設名	英語(16冊)	中国語(6冊)	総計
大阪城	10	5	15
四天王寺	10	2	12
海遊館	9	2	11
梅田スカイビル(空中庭園含む)	7	3	10
住吉大社	8	2	10
道頓堀通	6	3	9
東洋陶磁美術館	8	1	9
サントリーミュージアム天保山	7	1	8
ユニバーサルスタジオ	8	0	8
国立文楽劇場	7	0	7
リパティ大阪(大阪人権博物館)	7	0	7
大阪市立美術館	5	1	6
アメリカ村	5	0	5
心斎橋	2	3	5
天王寺公園	5	0	5
大阪天満宮	3	1	4
通天閣	3	1	4
天保山ハーバービレッジ	3	1	4
日本橋でんでんタウン	4	0	4
服部緑地公園	3	1	4
法善寺横丁	3	1	4
民族学博物館	3	1	4
関西空港	3	0	3
新歌舞伎座	3	0	3
スパワールド	3	0	3

施設名	英語(16冊)	中国語(6冊)	総計
仁徳陵古墳	2	1	3
万博公園	2	1	3
HEP FIVE	3	0	3
御堂筋	3	0	3
ヨーロッパ村	3	0	3
大阪ビジネスパーク	2	0	2
大阪歴史博物館	2	0	2
黒門市場	1	1	2
桜ノ宮公園	1	1	2
松竹座	2	0	2
新世界	2	0	2
造幣博物館	2	0	2
中央公会堂	2	0	2
道具屋筋	2	0	2
中之島公園	1	1	2
日本民家集落博物館	2	0	2
日本民芸館	2	0	2
ピースおおさか	2	0	2
フェスティバルゲート	2	0	2
藤田美術館	2	0	2
一心寺	1	0	1
インテックス大阪	1	0	1
お初天神	1	0	1
上方浮世絵館	1	0	1
堺市茶室	1	0	1
堺市博物館	1	0	1
サンタマリア	1	0	1
WTC	1	0	1
長居スタジアム	1	0	1
中座	1	0	1
浜寺公園	1	0	1
箕面公園	1	0	1
与謝野晶子文芸館	1	0	1
ワッハ上方	1	0	1

(7) 調査結果 [WEB の事例]

YAHOO! 観光サイトの大阪紹介

誤り、勘違い、観光にはおよそ関係のないマイナス情報がいっぱい。この記述は、観光ガイドブック「THE ROUGH GUIDE TO JAPAN」の内容をそのまま引用している。
(P . 1 ~ 3 に全文掲載)

Wikipedia , the free encyclopedia の大阪関連紹介

通天閣を「大阪タワー」と紹介し、また、大阪の「地勢」解説の項目では「他の日本人は、大阪の人々を粗野で下品なユーモアのセンスを持ち、乱雑でガサツだと思っている」と紹介していた。

なお、本サイトは、10月8日の読売新聞でこの件が指摘された後に修正された。
・「大阪タワー」については、「大阪タワーは通天閣ではない」とした上で、「通天閣」の項目が追加されている。
・「地勢」の項目については、当該大阪のマイナス紹介の部分が削除された。

6 . 大阪情報共有連絡会の開催

OSAKA - i リフレッシュ活動の調査により明らかになったことを、大阪の観光・集客関連団体と情報共有し、大阪全体でイメージ向上に向けた具体的事業のあり方について意見交換するために開催。

(1) 第1回会議

日時及び場所

平成18年2月27日(月)午後3時～ 大阪キャッスルホテル7階菊の間
メンバー

(財)大阪観光コンベンション協会、関西国際広報センター、関西国際観光推進センター、(財)大阪21世紀協会、(社)関西経済連合会、大阪商工会議所、(社)関西経済同友会、大阪府(商工労働部観光交流局、知事公室広報室)、大阪市(ゆとりとみどり振興局文化集客部)、堺市(市長公室観光部)、大阪ブランドコミッティ

次第

ア) 大阪ブランド戦略のご説明

イ) OSAKA - i リフレッシュ活動のご報告

ウ) 内外で流通する観光・集客に係る大阪情報の現状について

エ) 各団体の観光・集客に係る情報発信事業について

オ) 魅力的な大阪の観光集客情報を流通させるための方策と今後の取組の可能性について
会議の結論

ア) まとめ

今回の調査・意見交換を踏まえ、海外の観光ガイドブック等の出版社等へ魅力的な大阪の情報提供を行う。

情報提供する資料としては、大阪紹介の文章だけでなく、映像や写真などビジュアル的なものを提供する。

広く提供する方法としては、更新が簡単でタイムリーに対応できることから、WEB を効果的に活用。なお、「大阪」等で検索されるよう認知度を高めていくことも重要。

資料の提供以外にも、各団体の実施している事業を活用し、海外の観光ガイドブック等の出版社等へ大阪の魅力をアピールする事業を検討。

提供する資料作成、アピール事業については、各団体が連携、協力する。

今後の進め方は、大阪観光コンベンション協会と大阪ブランドコミッティが核となって、関係者が連携、支援する体制で具体的に検討を進める。

イ) 具体的な事業イメージ

追加調査の実施

海外ガイドブック等の購入、翻訳、分析

海外メディア・出版社へ提供するビジュアル資料の作成

各団体の制作した既存資料の活用及び新規制作

海外メディア・出版社へ提供する大阪紹介文の作成

各団体で作成している既存資料の活用による作成

海外メディア・出版社への資料提供と問い合わせ対応

提供資料のWEB掲載

新たなWEBページの制作と関係団体のWEBのリンク

海外メディア・出版社への大阪紹介ツアーの実施

(2) 観光・集客事業に関するアンケートの実施

(平成18年4月18日実施、平成18年12月28日再調査)

大阪の観光・集客関連団体が保有する大阪の魅力を掲載した資料、実施している情報発信事業を調べるためにアンケートを実施した。

アンケートから、大阪には既に大阪の魅力を伝える映像や写真が豊富に存在し、多様な事業が展開されていることがわかった。

現在所持している映像（動画）

団体名	タイトル（制作年）	形態	対応言語
大阪観光コンベンション協会	2006年度版 大阪観光PR用「大阪」	DVD	日・英・中・韓・仏
関西国際広報センター	「The Essence of Japan 関西」～ 一般編、歴史文化観光編、ダイジェスト編（2005年3月）	DVD CD-ROM	日・英・中・韓
	「The Essence of Japan 関西」～ 産業経済編（2006年3月）（「伝統と未来が響きあう アジアのビジネスゾーン関西」）	CD-ROM	日・英・中・韓
関西国際観光推進センター	「WELCOME KANSAI！」	DVD	英・中・仏・独
大阪21世紀協会	大阪城の桜と大川へのヘリショット	HP	
	リバーサイドカフェとお花見クルーズ	HP	
	食博覧会・大阪	HP	
	舞台芸術芸能見本市 2005 大阪	HP	
	街角コンサート～LIVE2005～	HP	
	御堂筋パレード 2005	HP	
	アートストリーム・リバープレイス 2005	HP	
	秋の舟運まつり 2005	HP	
	光の水上パレード	HP	
	堂島薬師堂お水汲み	HP	
	お花見水上カフェ & ショーボート 2006	HP	
大阪21世紀協会	アートストリーム イン サントリーミュージアム	HP	
	舞台芸術芸能見本市 2006 大阪	HP	
	街角コンサート～LIVE2006～	HP	
	秋の舟運まつり 2006	HP	
	御堂筋パレード 2006	HP	
	御堂筋パレード 2006 関連イベント	HP	
	アートストリーム・リバープレイス 2006	HP	
関西経済連合会	The Essence of Japan 関西（関西国際広報センター（KIPPO）制作）（2005年）		日・英・中・韓
大阪商工会議所	「大阪ナイトカルチャー@国立国際美術館」	DVD	
	「大阪ナイトカルチャー@大阪市立美術館」	DVD	
	「ニューオーリンズ・ハリケーン復興支援ジャズコンサート」	DVD	

団体名	タイトル(制作年)	形態	対応言語
大阪府	「大阪クロスオーバー」(平成14年度)	VHS	日・英
大阪市	「Why Osaka Now?」(平成16年3月)	CD-ROM	英
	「ポート オブ オオサカ」	VHS	日・英・中・台
	「OSAKA IN ACTION」	CD-ROM	日
	市政 PR ビデオ(平成16年)	VHS	
	「響きあう都市(まち)の鼓動」(平成15年)	VHS	日・英・中・韓・朝 独・仏・葡・露
	「CITY IN HARMONY」(平成13年)	VHS	日・英・中・韓・朝 独・仏・西・葡・伊・露
	「大阪の20世紀 - 都市の記憶と夢」(平成12年)	VHS	日・英
	「大阪」観光情報 DVD(平成17年度)	DVD	日・英・中(繁・簡)・ 韓・仏
	「City of Wonder OSAKA JAPAN」(平成14年度)	CD-ROM	日・英・独・仏・西・ 中・韓
	「OSAKA BB NET」(平成17年) http://www.osaka-bbnet.jp/	HP	
堺市	「堺-古代の歴史と中世の文化を訪ねる旅-」 (2004年観光コンベンション協会作製)	DVD	日
	堺観光 PR ビデオ(2007年3月完成予定)	DVD	日・英・中・韓

現在所持している写真について、海外出版社等に提供できるもの

団体名	内容
大阪観光コンベンション協会	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪市域を中心に大阪城をはじめとする名所旧跡、観光施設など無料使用可能のもの所有（著作権は協会所属） ・有料貸し出し用（著作権使用料）ポジ・画像データ所有 ・現在、ホームページ上で一部を公開中
大阪 21 世紀協会	大阪 21 世紀協会主要事業、計画ニュース取材対象については、プラザ企画にてネガを保管。必要に応じてプリント可能。
大阪商工会議所	大阪城、西の丸庭園、OBP 全景、いずみホール、淀屋橋からの風景、御霊神社、国立国際美術館、大阪市立美術館、大阪倶楽部、なにわ探検クルーズや大阪水上バス乗船時の写真、など多数保有
大阪市	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪のまちに関する写真データをホームページにて紹介（（財）大阪市都市工学情報センター http://www.osakacity.or.jp/gallery/index.html） ・大阪港パンフレット、“Port of Osaka” 参照 <p>写真により使用可否は異なりますので、お問い合わせください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪港入港客船（航空写真）
堺市	<ul style="list-style-type: none"> ・「ポケットさかい - 堺・ビクターズシティガイドマップ - 」掲載の写真 ・堺市HP掲載写真等、堺市内観光地のポジフィルム

（平成 18 年 12 月末現在）

（参考）平成 18 年度 観光・集客事業に関するアンケート

<p>[観光・集客に関連する資料について]</p> <p>問 1 現在お持ちのパンフレット等、配付物がありましたら、一部ご提供ください。</p> <p>問 2 現在お持ちの映像（動画）についてお教えてください。</p> <p>問 3 現在お持ちの写真について海外出版社等に提供できる写真があるかお教えてください。（著作権処理が可能または一定の条件で可能であると思われるもの）</p> <p>問 4 保有されている海外のガイドブック・観光目的の写真集・大阪を紹介した書籍などについてお教えてください。</p> <p>[観光集客に関する事業について]</p> <p>問 5 現在計画中または実施中の情報発信関連の事業についてお教えてください。</p> <p>問 6 その他にも観光・集客に関連する事業がありましたらご記入ください。</p>

(3) 第2回会議

日時及び場所

平成18年12月14日(木)午後1時30分～大阪キャッスルホテル7階菊の間

メンバー

(財)大阪観光コンベンション協会、関西国際広報センター、関西国際観光推進センター、(財)大阪21世紀協会、(社)関西経済連合会、大阪商工会議所、(社)関西経済同友会、大阪府(にぎわい創造部観光交流局、政策企画部広報室)、大阪市(ゆとりとみどり振興局文化集客部企画観光課、都市再生・プロモーション本部)、堺市(市長公室観光部)、大阪ブランドコミッティ

次第

- ア) 大阪ブランド戦略のご説明
- イ) OSAKA - i リフレッシュ活動のご報告
- ウ) 各団体の観光・集客に係る情報発信事業について
- エ) 大阪の魅力的な情報を流通させるための今後の取組みについて

会議の結論

- ア) 大阪への観光・集客を促進するためには、大阪に関する魅力的な情報を流通させる必要がある。
- イ) 観光ガイドブック等に魅力的な大阪の情報を掲載してもらうため、今後各団体が、あらゆる機会を捉えて継続、反復して情報の提供に努める。

7. 絵葉書発信事業の実施

(1) 事業趣旨

大阪は、歴史、伝統、文化、産業などブランド資源の宝庫であり、また、都市景観、文化財等でも、内外にアピールできる景色や風景が豊富に存在する。

そこで、海外からの旅行者の多い大阪市内の主要ホテルを中心に、サービスの一環として客室に設置されている絵葉書を媒体に、こうした資源や風景を、ビジュアルに大阪の魅力として発信することで、大阪の新たなイメージを形成し、観光・集客等に繋げていく。

(2) 事業内容

海外からの旅行者等に、家族、友人、知人へ大阪の魅力や美しさが伝わる写真(絵葉書)を郵送、配付してもらうことで、大阪の知名度、イメージの向上を期待。絵葉書をもった人が、大阪に魅力を感じて来阪することになれば、観光・集客の

促進に繋がる。

大阪の美しい夜景を絵葉書にして発信することを目的とする「光百景」アワードフォトコンテストを実施する「光百景」アワード実行委員会と連携するとともに、大阪府、大阪市、大阪観光コンベンション協会、大阪 21 世紀協会など大阪の魅力的な写真を多数保有する団体の協力、支援のもとに推進。

(参考) 光百景アワード実行委員会(構成団体):

大阪府、大阪市、関西経済連合会、大阪観光コンベンション協会、大阪 21 世紀協会

(3) 絵葉書発信事業意見交換会

日時及び場所

日時：平成 18 年 8 月 28 日(月) 13:30～

場所：大阪府庁 2 階第 3 委員会室

出席者

ホテル阪急インターナショナルウェスティンホテル大阪大阪全日空ホテルリーガロイヤルホテルホテル日航大阪スイスホテル南海大阪都ホテル大阪ハイアット・リージェンシー・オーサカ(財)大阪観光コンベンション協会光のまちづくり企画推進委員会事務局(関西電力株)大阪府政策企画部広報室にぎわい創造部国際室関西サミット誘致課大阪市都市再生・プロモーション本部広報報道室ゆとりとみどり振興局企画観光課大阪ブランドコミッティ

次第

ア) ブランド戦略及び絵葉書発信事業の趣旨説明

イ) 大阪の観光・集客に関する意見交換

- ・大阪の観光・集客、都市イメージの現状について
- ・宿泊者等から質問の多い事柄(名所、名物等)
- ・今後、大阪でアピールすべき事柄(名所、名物等)

ウ) 絵葉書発信事業に関する意見交換

- ・客室設置の絵葉書の現状(図案、利用状況等)
- ・事業の効果
- ・事業化に向けた課題(デザイン、種類、共同作成 等)
- ・今後の進め方

エ) その他

大阪の魅力的な情報を内外で流通させるための方策 等

(4) 参加ホテル(7 ホテル)

リーガロイヤルホテル、ウェスティンホテル大阪、ホテル阪急インターナショナルハイアット・リージェンシー・オーサカ、大阪全日空ホテル、都ホテル大阪、

ホテル日航大阪

(なお、ホテル日航大阪は、大阪の魅力を発信する絵葉書作成の趣旨にご賛同いただいたが、ホテルの絵葉書作成時期が事業の進捗を合致しなかったため、独自図案により実施)

(5) 絵葉書図案(写真)

選定コンセプト

- ・ 現在、大阪のイメージとして官民で積極的にアピールしている「水都・大阪」をテーマとする写真。
- ・ 大都市大阪の魅力を際立たせる色彩的に美しい夜景写真。
- ・ 特定の施設、場所に焦点をあてず、大阪をイメージするにふさわしいデザイン。

最終選定写真

第2回「光百景」アワードフォトコンテスト入賞作品

「煌く大川」(撮影場所：大阪市中央区、撮影者：稲葉太一郎氏)



8. 海外情報発信活動の展開

(1) 「大阪」全体としての対応

今回調査を行った書籍の出版社(約70社)に対して、(財)大阪観光コンベンション協会が大阪の魅力を伝える資料を郵送。

(2) 大阪の観光・集客関連団体の今後の対応(大阪情報共有連絡会における意見等)

観光・集客関連の団体で海外出版社の連絡先リスト(コミッティ作成)を共有し、大阪を紹介する資料、情報を適宜、随時に提供していく。

映像、写真などビジュアル情報の提供を行っていく。

これについては、(財)大阪観光コンベンション協会が平成18年10月からWEBによる著作権フリーの写真(一部有料もあり)の提供を開始したところであり、

さらに、関西国際観光推進センターも平成 19 年 6 月頃から写真の提供を開始する予定。また、映像については、(財)大阪 21 世紀協会でも大阪をアピールするイベント等 10 作品を WEB で公開中。コミッティでも、大阪のブランド資源 16 分野の映像等を WEB サイトに掲載する。

大阪の魅力を紹介する海外向け資料を提供していく。

これについては、関西国際広報センターが WEB サイト「Kansai Window」で随時大阪の魅力、大阪関連の情報を提供しているほか、大阪府が自治体としては全国初となる海外向けフリーペーパーを作成し、海外の旅行代理店やホテルに提供を開始した。他の団体においても、来阪する外国人向けにガイドマップ、ガイドブックを作成しており、こうした資料を適宜海外に提供していく。

その他、海外のメディア関係者、旅行代理店関係者を大阪に迎え、大阪の魅力を直接紹介するツアーの実施や海外への使節団等の派遣などを行っている団体もあり、こうした機会を捉え情報提供を強化していく。