

社会人・大学生・専門学校生等の若年層による 大阪の都市魅力の向上 その2

吉田 真治

【目的】

平成 25 年度は大学生の大阪に対する意識、どんな魅力が大阪には欠けているか、自分たちはどういうことをしたいか、という意向を調査。また、若者ととともに大阪の魅力をめぐるフィールドワークを実施してきた。

平成 26 年度の目標は、若者が自ら企画をつくり大阪のまちあるきを行うことを通じて、大阪を学び、大阪の PR につなげてもらうこと。また、そのようなムーブメントを盛り上げていくことを通じて、大阪検定受験者層の拡大、そして、ひいては大阪の「PR プロ」ともいえる上位合格者の拡大につなげていく、ことである。

【内容】

<大阪を知ろう！>

新入職員に大阪の奥深さ、まちあるきの楽しさを伝え、彼らを主体とした企画づくりを実現させる。

【結果（今後の方針）】

- ・若者（職員）を中心としたやまあるき、まちあるきの取り組みは、一定程度定着してきた。
- ・しかし、今年度目標としていた、学生を巻き込み、主体となって企画作りをしてもらうまちあるきは、十分な時間をとることができず、結局、実現に至らなかった。
- ・若者に大阪の奥深さを知ってもらい、大阪を PR し、それを大阪の元気につなげていく、そうした好循環を生み出すための活動は今後とも続けていきたいと思う。
- ・近い将来には、研究活動・実践活動を再開し、若手職員だけでなく、広く若者・学生が大阪を知り、大阪のファンになってもらえるムーブメントを広げていきたい。

【大阪を知ろう！】

新しく迎えた職員に大阪の奥深さ、まちあるきの楽しさを伝え、彼らを主体とした企画づくりを実現させる。

① 大阪を知ろう（約 300 人）

- ・将来の大阪のまちづくり、大阪のPRを担うであろう職員を対象に、大阪のあれこれについて講演
- ・クイズ形式等を取り入れながら大阪の奥深さ、面白さを伝えることによって、「大阪を知る」ことへの関心を高めた
例：大阪の人口、将来の高齢者人口、といった大阪にまつわる数字
例：大阪城は何代目？難波橋の彫刻は？
- ・また平成25年度、一緒にまちあるき、企画をしてもらった若手職員も講師になってもらい、まちあるきを企画することの楽しさを伝えてもらった



② 大阪まちあるき（約 40～70 人）

- ・講演を通じ、まちあるきに関心をもった職員が主体となり、文化課と連携して、まちあるきを企画
例：岸和田の紀州街道・だんじり見学
島本町の山崎蒸留所・水無瀬神宮
竹内街道・河内ワイン見学など



③ 大阪市内ディープ・ラン&ウォーク（約 20～70 人）

- ・大阪市内の観光・歴史等のスポットを走りながらみてまわる&ディープなエリアで宴会。
例：光の饗宴のイルミスポットめぐりラン、環状線ぐるっと一周ラン

