

## 市民・にぎわいスポーツ文化・消防委員会行政視察概要

1 視察月日 令和7年8月4日（月）～8月6日（水）

2 視察先及び視察事項

（1）大阪府大阪市

ア 2025年日本国際博覧会を通じたまちのにぎわい創出等の取組について

イ 2025年日本国際博覧会における消防・救急体制について

（2）兵庫県神戸市

デザイン・クリエイティブセンター神戸における協働等の取組について

（3）京都府舞鶴市

舞鶴引揚記念館におけるシベリア抑留及び引揚の史実継承の取組について

（4）京都府京都市

京都国際マンガミュージアムにおける文化振興及びにぎわい創出に関する取組について

3 視察委員

委員長 竹内 康 洋

副委員長 山田 一 誠

委員 おさかべ さやか

同 瀬之間 康 浩

同 藤代 哲 夫

同 竹野内 猛

同 越久田 記 子

同 田中 紳 一

同 熊本 ちひろ

同 関 嵩 史

## 視察概要

### 1 視察先

大阪府大阪市

### 2 視察月日

8月4日（月）

### 3 対応者

大阪府・大阪市万博推進局総務部総務課事業調整担当課長

（受入れ挨拶・説明）

大阪府・大阪市万博推進局総務部総務課係長

（挨拶）

経済戦略局観光部観光課長

（説明）

公益財団法人2025年日本国際博覧会協会広報プロモーション局審議役  
兼担当課長

（説明）

公益財団法人2025年日本国際博覧会大阪パビリオン課長代理

（説明）

### 4 視察内容

（1）2025年日本国際博覧会を通じたまちのにぎわい創出等の取組について

ア 2025年日本国際博覧会の概要及び目的

2025年日本国際博覧会は、令和7年4月13日から10月13日までの184日間、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、大阪府大阪市此花区の人工島「夢洲」で開催している。平成17年に開催された愛・地球博に続き、20年ぶりに日本で開催される国際博覧会で、公式参加は158の国と地域と7の国際機関である。

SDGs達成への貢献と、日本の国家戦略であるSociety 5.0の実現も目指している。

イ 2025年日本国際博覧会に係る大阪府・大阪市の取組について

大阪府・大阪市万博推進局を中心として、国及び2025年日本国際博覧会協会と連携しながら2025年日本国際博覧会の運営に当たっている。主な取組としては、鉄道・道路等のインフラ整備や機運醸成のためのイベント開催、パビリオン出展準備等である。

インフラ整備では、会場である夢洲へのアクセスの機能強化を目的として、鉄道延伸計画、湾岸道路・橋梁の改良、観光環状道路の整備を段階的に実施した。また、主要鉄道へのアクセスとして、駅

シャトルバス、パークアンドライドシャトル、空港直行バス等の多様な輸送計画や、期間中の円滑な来場者輸送と経済活動の両立を目指し、企業や府民に対し、交通需要マネジメントパートナー企業登録制度も活用し、一般交通の抑制や分散、平準化など交通混雑緩和に寄与する取組への協力も呼びかけている。

機運醸成では、開幕一年前・半年前イベントの開催やSNS等での情報発信によるPRを行うとともに、街全体での盛り上げや来阪者の歓迎ムードの創出を図るためシティドレッシングを実施した。また、高校生向け教育プログラムでは、ワークショップや交流会を通じて、いのち輝く未来社会について考える機会を提供している。

パビリオン運営では、大阪ヘルスケアパビリオンにおいて「REBORN」をテーマに、来館者の栄養・身体等の健康データをもとに生成される未来の自分（アバター）と対面する体験や、再生医療の可能性を伝えるiPS細胞関連展示を行っている。

#### ウ にぎわい創出の取組について

2025年日本国際博覧会を好機と捉え、そのレガシーが将来にわたり継続・定着するように、民間事業者等とも連携しながら大阪の都市魅力を国内外に発信し、大阪へのさらなる誘客を図っている。また、国際エンターテインメント都市としての都市格やブランド力の向上を図るため、イベントや府域・民間等連携プログラム等、にぎわい創出事業を行っている。

#### エ 大阪の観光資源の強みを生かした集客・周遊事業について

集客周遊イベントや共同プロモーションを通じて食や歴史・文化、エンタメなど大阪が持つ多彩な観光資源を国内外に発信するとともに、地域資源を生かした観光ルートの整備充実を図っている。

また、万博来場者2800万人の達成につなげるとともに、万博会場だけにとどまらず万博来訪者の大阪・関西、日本各地への周遊・滞在を促進するため、以下の事業を実施している。

- (ア) 大阪来てなキャンペーン
- (イ) 大阪ウィークによるイベント
- (ウ) デスティネーションキャンペーン
- (エ) 万博プラス関西観光推進事業

#### オ 質疑概要

Q 来場者の2800万人はどうやって設定したか。

A 20年前の愛知万博の実績をベースに想定した。

Q 周遊の工夫、現状の成果はどうか。

A ほとんどの観光客が大阪市内に行くため、大阪府域を回ってもらうために、大阪来てなキャンペーンでバスツアーを実施した。デスティネーションキャンペーンでは、エリアごとの紹介をしている。また、全国宣伝販売促進会議を開き、全国から旅行者を呼び、大阪の魅力を説明したほか、エクスカージョンにおいて、旅行者に様々な観光地を回ってもらった。実績はまだ出ていないが、それなりの効果があったと考えている。

Q 万博開催前の批判にどう対応していったか。

A 事実でないことに対しては、正しい情報を伝えることで対応した。開幕前は口頭で万博の魅力を発信するだけでは伝わりにくかったが、開幕後はSNSや広報など、様々なメディア媒体を活用してプロモーション活動し、実際に参加した方々が口コミでよかったことを広げていったことが今の実績につながったと考えている。

Q 周遊に関して、市内のタクシー会社やバス会社と協定や連携で工夫したことはあるか。

A 周遊に関していうとあまりない。

Q オーバーツーリズムの弊害や課題はあったか。

A 一部地域ではあるが、民泊問題等、様々な問題が生じ始めている。路上に捨てられるごみ問題に対しては、商店街と協力しながらスマートゴミ箱を設置したり、マナー啓発をしたりしている。

Q 来場者の内訳はどうか。また、リピーターとして来てもらうことも大事だと思うが、どのような戦略を持っているか。

A 国内からの来場者が87%、海外からの来場者が13%。国内のうち、近畿地方が約7割弱、関東方面が15%、中部地方が10%となっている。大阪府と大阪市の内訳についてはデータとしては取り切れていない。様々なイベントをきっかけに再訪するきっかけをつくっていききたい。

## (2) 2025年日本国際博覧会における消防・救急体制について

### ア 概要

2025年日本国際博覧会の開催期間を踏まえ、令和7年4月1日から10月13日を特別警戒期間として、消防局に大阪・関西万博消防対策推進本部を設置し、特別警戒全体の統括管理をした上で、開会式や閉会式、万博に伴う行幸啓等、必要に応じて特別警戒を行って

る。

イ 大阪・関西万博消防センターについて

博覧会協会が設置する管理棟内に、万博消防センターを設置している。会場内には、消防詰所を3か所設置し、消火隊・救急隊を開場時間帯に配備している。詰所の救急隊は、救急需要に応じて増減配備されている。

ウ 火災・事故・災害対応における博覧会協会等との連携について

会場内で発生した災害等の情報については、博覧会協会が運営する危機管理センターに集約している。危機管理センターに隣接する万博消防センターの消防指揮室で、リアルタイムの情報共有を図り、必要に応じて、消防部隊が出場している。

危機管理センターには、関係機関のリエゾンも常駐するほか、同建物に大阪府警察指揮所も設定されていて、会場内では常に博覧会協会・警察・関係機関等との緊密な連携を図りながら、各種情報の共有・災害対応を実施している。

エ 救急・医療における博覧会協会等との連携について

会場内には、博覧会協会が運営する5か所の応急手当所と、医師・看護師が常駐する3か所の診療所を設置している。

博覧会協会が運営する危機管理センターには統括医療責任者が常駐していて、各診療所等からの疾病者情報を統括管理し、119番要請の必要性や、搬送先病院の選定等を行っている。

救急隊による医療機関への救急搬送は原則転院搬送としている。搬送先医療機関として、万博協力病院と大阪府が協定を締結し、円滑な救急搬送・受入れ体制を確保している。

オ 質疑概要

Q 救急の件数や中身の現状はどうか。

A 開幕以降の救急の件数は、577件である。内訳としては、転院搬送が約半分を占めており、それ以外は熱中症や転倒等となっている。

Q これまでで大きな事故や災害はあったか。

A 開幕後、大きな災害は発生していないが、モバイルバッテリーからの火災があった。また、救助事案については、トイレに閉じ込められた案件が発生しているが、大半は自力で脱出している。

Q 万博消防センターは万博終了後、どうなるのか。

A 万博閉幕後、ある程度今後の計画を立ててから解散する。

Q 民間企業からの協賛車両の提供とはどのようなものか。

A モリタ株式会社から博覧会協会へ提供された消防車両・資器材を消防で使わせてもらっている。



(会議室にて説明聴取及び質疑)



(2025年日本国際博覧会にて)



(会議室にて説明聴取及び質疑)



(万博消防センターにて)

## 視察概要

### 1 視察先

兵庫県神戸市

### 2 視察月日

8月5日（火）

### 3 対応者

企画調整局大学・教育連携推進課長（受入れ挨拶・説明）

デザイン・クリエイティブセンター神戸職員（説明）

### 4 視察内容

デザイン・クリエイティブセンター神戸における協働等の取組について

#### ア 概要

デザイン・クリエイティブセンター神戸は、神戸・三宮の海側にある旧生糸検査所を改修した、神戸市のデザイン都市・神戸の拠点施設である。デザインを人々の生活に採り入れ、より豊かに生きることを提案し、神戸だけでなく世界中をつなぐ、デザインの拠点となることを目指している。デザインやアートにまつわるイベントなどを開催している。

1階にはK I I T Oホールやカフェ、2階には神戸市立三宮図書館やギャラリー、3階にはレンタルスペース、4階にはクリエイティブラボスペース等がある。

#### イ 開館の経緯

平成20年に、神戸市がユネスコ創造都市ネットワークのデザイン都市に認定され、その創造の拠点として、デザイン・クリエイティブセンター神戸が平成24年8月に開館された。

#### ウ 取組について

子供たちに創造的な考え方や、正解ではなく最適解を見つけ、みんなで力を合わせることによって素晴らしいものができるという体験をしてほしいという思いから、ちびっこうべというプログラムを実施している。シェフ、建築家、デザイナーの3つの職業に分かれて、各分野のクリエイターから職業の本質を学び、一緒にまちづくりを行う体験型プログラムである。プロの仕事に実際に触れ、専門

家から直接教わりながら、自ら考え、自分たちの手で子供しか入ることのできない夢のまちをつくりあげている。

また、神戸のシニア男性たちで結成された「パンじい」は、パン職人から本格的な技術を学び、地域や家族のために、イベントなどで手づくりのパンを提供している。誕生のきっかけは、平成27年にデザイン・クリエイティブセンター神戸で開催されたライフ イズクリエイティブ展のプログラム「男・本気のパン教室」である。そこで学んだシニア男性たちは、その後も市内外で活動を広げ、地域イベントなどでパンを振る舞い、毎回好評を得ている。

#### エ 質疑概要

Q 経営的な部分での成績はどのような評価となっているか。

A 指定管理施設のため、評価委員会があるが最高評価を得ている。

Q パンじいの取組について、参加者はどのように募集しているのか。また、パンを焼くスペースはどうしているか。

A 地道にチラシをつくって社会福祉協議会や地域団体と連携して参加者を募っている。パンを焼く場所はキッチンスペースで可能で、家庭用の家電でつくれるものとなっている。



(会議室にて説明聴取及び質疑)



(デザイン・クリエイティブセンター神戸前にて)

## 視察概要

### 1 視察先

京都府舞鶴市

### 2 視察月日

8月5日（火）

### 3 対応者

舞鶴市議会副議長（受入れ挨拶）

舞鶴引揚記念館主任（説明）

舞鶴引揚記念館主任副館長（説明）

学生語り部（説明）

### 4 視察内容

舞鶴引揚記念館におけるシベリア抑留及び引揚の史実継承の取組について

#### ア 舞鶴引揚記念館の概要

引揚げやシベリア抑留を後世に継承し、平和の尊さを広く発信する施設として、昭和63年4月に開館した。

シベリアの地での抑留生活を知る資料をはじめ、引揚げに関する模型や写真など、全国から約1万6000点の貴重な資料の寄贈を受け、常設展示では1000点を超える展示を行っている。

平成27年9月には、若い世代にも分かりやすく共感できる展示への改修や環境整備などを進め、リニューアルオープンし、平成27年10月10日には収蔵資料のうち570点がユネスコ世界記憶遺産に登録された。

戦争を知らない世代が多くなり、引揚げの歴史も徐々に風化しつつある今、歴史を知りよりよい未来を創造するために役立つ拠点として、平和の尊さ・平和への祈りを世界へ、そして未来へと発信し続けている。

#### イ 引揚げと舞鶴港について

昭和20年第二次世界大戦の終結にともない、当時海外に残された日本人は660万人以上ともいわれている。これらの方々を速やかに帰国させなければならなくなったが、これを引揚げという。

舞鶴港は、政府が指定した引揚港の一つとして、昭和20年の第一

船の入港から、昭和33年の最終船まで、13年間使命を果たし、昭和25年以降は唯一の引揚港として、引揚げのまち・舞鶴といわれている。

#### ウ 史実継承への取組について

##### (ア) 語り継ぎによる継承

開館当初は、抑留体験者を中心とした語り部の会による館内活動をしていたが、体験者の高齢化により、平成16年からは舞鶴市主催で語り部養成講座を開催している。現在は、修了生からなるNPO法人舞鶴・引揚語りの会が毎日2名体制で活動している。

また、平成28年度の語り部養成講座に中学生が自主的に参加して以降、学生語り部が誕生し、令和7年は中・高・大学生46人が学生語り部として活動している。

##### (イ) 継承人材の育成

平成23年から小学6年生全員が引揚記念館でふるさと学習を行っている。平成24年からは、来館前に学芸員が学校で授業を行う事前学習をスタートし、より充実した平和学習を実施している。

学校の体育館に引揚記念館を再現して、下級生や地域の人に史実を伝える取組や、劇の創作・当時の歌の合唱など、ふるさと学習をベースに、各学校で独自の取組も展開されている。

平成30年には、舞鶴に引揚船第1船が入港した10月7日を舞鶴引揚げの日として条例制定し、関連行事の一環として、当時引揚者に出されていた食事のメニューを参考に、令和2年から引揚げ給食を実施している。

#### エ 質疑概要

Q 入館者数の推移はどうか。

A 平成3年度が最高値で20万1425人だった。コロナ禍では2万8968人まで減ったが、令和5年度は5万3680人となっている。

Q シベリア抑留や引揚げという言葉知らない世代が増えてきており、伝わる言葉に言い換えていくことも必要かと思うが、今後検討されていることはあるか。

A その言葉自体を残したいという思いがある一方、分かりやすく伝える努力をしたいと考えている。

Q 学生語り部になった理由は何か。

A 姉が語り部活動をやっていたが、当初は怖いイメージがあった。しかし、実際に話を聞いてみると、一人一人に人生があって、展

示品一つ一つにも誰かの気持ちが集まっていることを考え出すと面白いなと思った。また、さらに知識を深めたらもっと興味を持てると思い、語り部になった。



(会議室にて説明聴取及び質疑)



(舞鶴引揚記念館にて)

## 視察概要

### 1 視察先

京都府京都市

### 2 視察月日

8月6日（水）

### 3 対応者

京都国際マンガミュージアム事務局長（受入れ挨拶・説明）

### 4 視察内容

京都国際マンガミュージアムにおける文化振興及びにぎわい創出に関する取組について

#### ア 概要

京都のさらなる発展のための新たな都市施設として、籠池小学校跡地に平成18年に開設された。京都市と京都精華大学との共同事業により、マンガ資料を収集・保存し、それらをもとにした研究成果をベースとして、研究機能、博物館・図書館機能、生涯学習機能、新産業創出、人材育成機能を有する日本初のマンガ文化の総合的拠点である。

#### イ 開設の背景

##### （ア）マンガ文化の継承・発展の必要性

日本のマンガは海外に幅広く受容され、MANGAという単語が世界共通語として通用するなど、世界をリードする立場にある。日本国内においても、新しい文化の一領域として認知されてきたが、マンガはその多くが散逸、欠損している状況にあり、早急に体系的に収集、展示及び保存を行う必要性から、総合拠点施設の整備が求められていた。

##### （イ）新たな都市戦略の手段

マンガは、生涯学習、文化創造、観光誘致、産業振興といった幅広い分野において多くの可能性を持っており、マンガミュージアムは、新たな都市戦略の一環として位置づけられている。

##### （ウ）京都とマンガ文化

鳥獣戯画や絵巻物など、京都には現代のマンガに通じる多くの文化財が存在している。歴史を顧みるとき、マンガの過去と将来

を融合、発展させる都市として京都は最適である。

#### ウ 開設の経過

平成15年に、京都精華大学から京都市にマンガ図書館開設への協力要請があり、京都市が協力することについて基本的に合意した。平成17年には、京都市教育委員会生涯学習部にマンガミュージアム担当を新設し、籠池小学校跡地の活用計画を諮問、承認された。その後、平成18年に、京都市と京都精華大学間で基本協定を締結し、同年開館した。

#### エ 収蔵内容

現代の国内マンガ本を中心に、江戸期の戯画浮世絵や明治・大正・昭和のマンガ関連歴史資料、世界各国の著名マンガ本、雑誌等、約30万点を収蔵している。

#### オ 入場者数

令和6年度は27万1696人で、うち外国人入場者数は8万1833人である。令和5年には、来館者400万人記念セレモニーを実施した。

#### カ 質疑概要

Q 来場者の内訳比率はどうなっているか。

A 大人が7割、小学生が1割、中学生・高校生が1割、残りが年間パスポートの方となっている。ほとんどが大人で、オーバーツーリズム等の影響により宿泊費が高騰し、高校生の修学旅行生が一番減っている。

Q 国外の来館者の内訳はどうなっているか。

A アメリカ・中国・フランスが多く、1万人程度である。

Q 大学と京都市の共同事業とのことだが、直営なのか。

A 位置づけとしては、建物と土地は京都市のものを使い、オペレーション・運営に関しては大学が行っている。

Q 収支はどうか。

A 運用のランニングコストは大学が負担し、土地・建物を京都市から借りているが、赤字が続いている。資料を保存するには24時間空調をつける必要があり、設備の劣化に伴う入替え等もあるため、アーカイブに費用がかかっており、入場者の収入だけではランニングコストの3分の1前後となっている。残りの3分の2をなんとかショップやカフェ、似顔絵の取組で賄っている。

Q 京都市と協働していると思うが、京都市が行っている事業の中で、マンガやキャラクターを取り入れている取組はあるか。

A 協働事業でいうと、京都国際マンガ・アニメフェアを実施している。キャラクターのコラボについては、ロイヤリティもあるので難しいところもある。職員が発案した地下鉄キャラクターをプロのデザイン事務所に発注しているが、その姉妹キャラクターを京都国際マンガミュージアムでつくり、京都市の施策で使っている例はある。

Q 30万点のうち、寄贈や購入の内訳はどうか

A 最初は貸本業者からまとめてお預りしたのが核で、徐々にコレクターの方や作家から寄贈いただき増えていった。新刊を購入することもある。



(会議室にて説明聴取及び質疑)



(京都国際マンガミュージアム前にて)