

【令和6年度】

世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

事業実施報告書

令和7年3月

株式会社 802 メディアワークス

目 次

令和6年度の事業について 2 page

- 【1】事業概要 3 page
- 【2】事業スケジュール 4 page

総合調整会議 5 page

- 【1】総合調整会議の構成 6 page
- 【2】第1回総合調整会議 8 page
- 【3】第2回総合調整会議 14 page

サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）2025視察 40 page

- 【1】視察の目的 41 page
- 【2】SXSWとは？ 41 page
- 【3】視察全行程 43 page
- 【4】視察団の構成（視察メンバー） 45 page
- 【5】SXSW2025の視察行程 46 page
- 【6】SXSW2025の視察報告 48 page
- 【7】オースティン市長、SXSW関係者との面談記録 62 page

事業の総括 72 page

- 【1】次年度の取り組みに向けて 73 page
- 【2】総括～“関西”の特性を生かした事業ビジョンの共有 77 page

令和6年度の事業について

【1】事業概要

（1）事業名

令和6年度世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

（2）事業の趣旨

文化庁では、令和5年に文化庁・関西広域連合・関西経済連合会・文化庁連携プラットフォーム共同宣言として出された関西元気文化圏構想「文化の力で関西・日本を元気に」に基づく新たな取組として、文化芸術を核とし、エンタメ、ビジネス、ファンディング一体的な「関西クリエイティブ経済圏」を目指す施策（Creative KANSAI 構想）を進めており、米国テキサス州オースティンで開催されているサウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）を参考にしながら、日本版モデルの構築を検討している。

そこで、令和6年度においては、SXSW 関西版の実現とその取り組みに基づく「関西クリエイティブ経済圏」の実現に向け、官民が連携した体制づくりを構築することを目的として

「「Creative KANSAI 構想」総合調整会議」を開催し議論を行うとともに、会議のメンバーを中心として SXSW の視察団を組織、世界から人を呼び込む文化資産発信拠点の成功事例としてこの SXSW を視察する。

視察においては、SXSW の最新動向を調査するとともに、SXSW が開催されるオースティン市や SXSW の関係者とのミーティングを実施し、その都市戦略や、文化・エンターテインメント・テクノロジーを融合した地域振興の成功事例についての取材・調査などを行い、それらの知見を総合調整会議において共有し、次年度以降の継続的な取り組みについて検討していくものとする。

（3）事業の内容

日本版 SXSW モデルの試行実証を行い、クリエイティブ経済圏を形成するための体制づくりを推進するため、以下の取り組みを実施する。

- ①地方公共団体、経済団体、文化関係者等で構成する総合調整会議の設置
- ②米国テキサス州オースティンで開催される SXSW への視察団派遣
- ③行動計画（案）を含む報告書作成
- ④その他事業趣旨を実現するために必要な取組

（4）事業期間

令和7年1月31日～令和7年3月31日

【2】事業スケジュール

令和7年	2月	●第1回総合調整会議 ・日程：令和7年2月28日（金） ・会場：株式会社FM802本社 会議室
	3月	●サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）2025視察 ・日程：令和7年3月9日（日）～13日（木） ●第2回総合調整会議 ・日程：令和7年3月24日（月） ・会場：JAM BASE 会議室 ＊次年度の取り組み、試行実証の企画に関する協議 ●報告書作成 ・今年度の事業報告 ・今後（次年度）の体制づくりに向けた行動計画

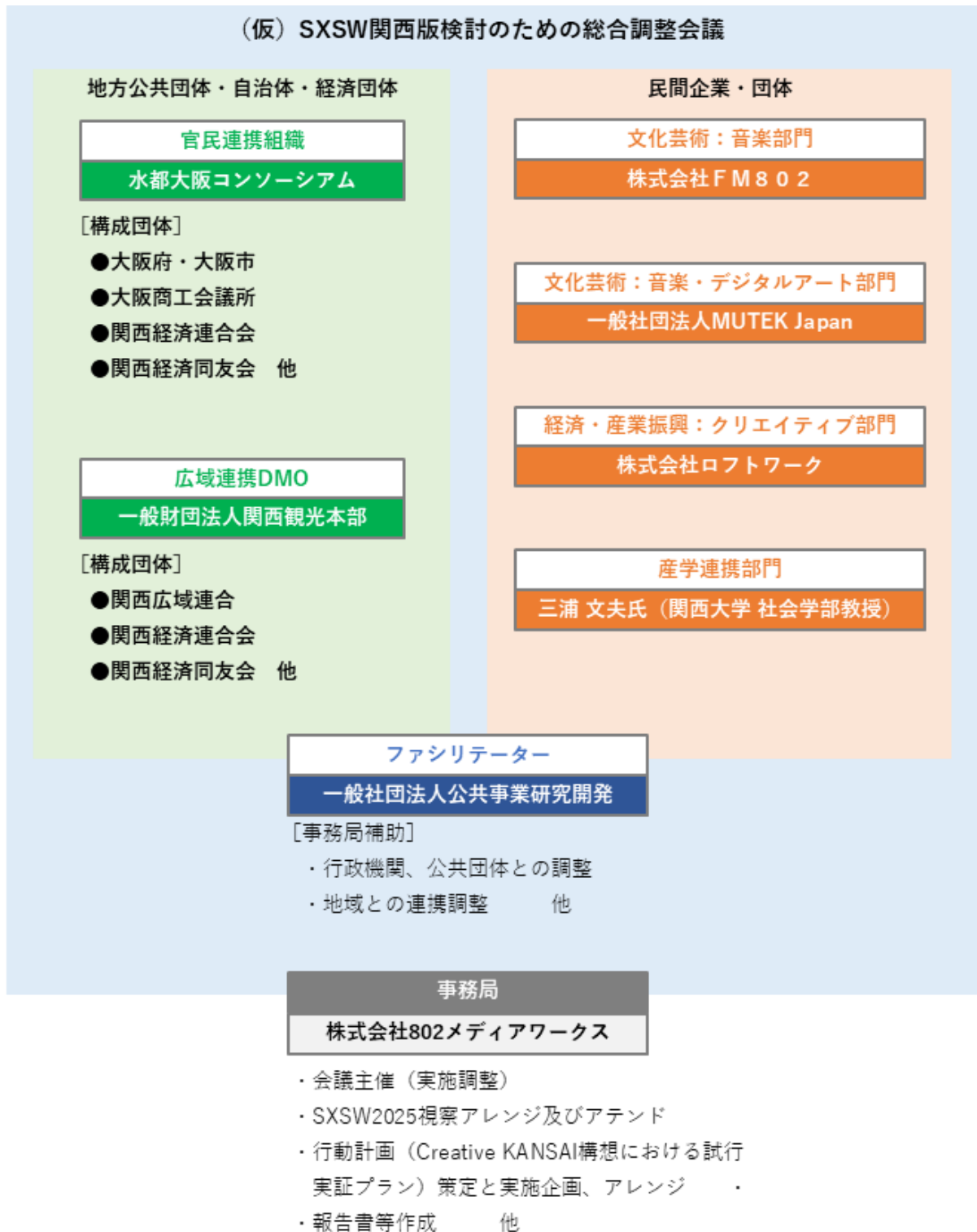
【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

総合調整会議

【1】総合調整会議の構成

（1）総合調整会議のメンバー選定

① 提案時の構成と会議メンバー案



【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

②令和6年度 会議メンバー（企業名によるアイウエオ順）

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
産業界 (産)	中川 和俊	株式会社 802 メディアワークス	部長
	岩尾 知明	株式会社 FM802	代表取締役専務
	岡村 由里子	オリックス不動産 株式会社	投資開発事業本部 大阪営業部 うめきた開発推進室長
	久米 一郎	公益社団法人 関西経済連合会	常務理事 産業部長
	橋本 由嗣	株式会社 SUPER FESTIVAL	業務執行役員 OMOSIROI ディレクター
	中野 草太	阪急阪神不動産 株式会社	開発事業本部 都市マネジメント事業部 都市マネジメント・うめきた 事業グループ 課長補佐
	小野田 匡嗣	阪急阪神マーケティング ソリューションズ 株式会社	常務執行役員 マーケティング局／九州 BP 局
	白井 康之	株式会社 阪急阪神百貨店	海外顧客ビジネスグループ 海外顧客事業部 ゼネラルマネージャー
	竹川 潤一	David Watts inc. 一般社団法人 MUTEK Japan 一般社団法人 PEACENIPPON project 一般社団法人 日本ドローンショー協会	クリエイティブディレクター 代表取締役 理事 理事 理事
	小島 和人	株式会社 ロフトワーク	プロデューサー FabCafe Osaka 事業責任者
大学 (学)	三浦 文夫	関西大学	社会学部 教授
行政関連 (官)	松井 伊代子	水都大阪コンソーシアム（官民連携組織）	事務局長
ファシリ テーター	尾形 浩一郎	一般社団法人 公共事業研究開発	代表理事

以上 13 名

【2】第1回総合調整会議

◇開催案内：

令和7年2月20日

令和6年度 文化庁
「世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
～クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進」

「Creative KANSAI 構想」総合調整会議 第1回会合 開催のご案内

関係各位

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

このたび、関西元気文化圏構想を基盤とし、文化芸術を核にエンターテインメント、ビジネス、ファンディングを一体的に推進する「関西クリエイティブ経済圏」の創出を目的とした「Creative KANSAI 構想」総合調整会議の第1回会合を開催いたします。

本会議では、今後、文化庁、関西の行政機関、企業、文化・芸術関係者が一堂に会し、関西を世界的なクリエイティブハブとして発展させるための方向性について議論を行ってまいります。

つきましては、その第1回の会合を下記のとおり開催いたしますので、ご多忙のところ誠に恐縮ではございますが、ぜひご出席賜りますようお願い申し上げます。

【開催概要】

●日時：令和7年2月28日（金） 14:00～16:00

●会場：株式会社FM802 会議室

〔所在地〕大阪市北区天神橋2丁目北2番6号

* Osaka Metro 南森町駅下車徒歩1分

●議題（予定）：

- （1）本事業の趣旨に関する説明（文化庁から）
- （2）サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）の視察について
- （3）今年度～次年度の取り組み（本会議の目的、位置づけ等）
- （4）会議メンバーの紹介とプレゼンテーション（自己紹介）
- （5）次回会合に向けた議論
- （6）今後のスケジュール

* ご出席いただける場合は、2月26日（水）までに、下記の連絡先までご返信くださいますようお願い申し上げます。

* 会場にお越しいただけない方はオンラインでのご参加も可能です。

（会議 URL）

* 今後の議論を活発にしていくことを目的として、メンバーのみなさまにご記入いただきたいプロフィールシートをご用意いたしました。出欠のご返信の際にご提出をお願いいたします（ご参加できない方もご提出をお願いいたします）。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

◇開催日時：2025年2月28日（金）14：00～16：00

◇開催場所：株式会社FM802本社 会議室

◇出席者：11名（内リモート参加5名） ※「出席者名簿」参照

＊他 オブザーブ参加3名（リモート）

＊事務局3名

◇進 行：司会者：中川 和俊（株式会社802メディアワークス）※以下「中川」

ファシリテーター：尾形 浩一朗（一般社団法人公共事業研究開発）※以下「尾形」

◇議 題：

- （1）本事業の趣旨に関する説明 ー文化庁から
- （2）サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）の視察について
- （3）今年度～次年度の取り組み、本会議の目的、位置づけ等
- （4）会議メンバーの紹介とプレゼンテーション（自己紹介）
- （5）次回会合に向けた議論
- （6）今後のスケジュール

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

◇出席者名簿

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
産業界 (産)	中川 和俊	株式会社 802 メディアワークス	部長
	岩尾 知明	株式会社 FM802	代表取締役専務
	岡村 由里子	オリックス不動産 株式会社	投資開発事業本部 大阪営業部 うめきた開発推進室長
	橋本 由嗣	株式会社 SUPER FESTIVAL	業務執行役員 OMOSIROI ディレクター
	中野 草太	阪急阪神不動産 株式会社	開発事業本部都市マネジメント 事業部 都市マネジメント・うめ きた事業グループ 課長補佐
	小野田 匡祠	阪急阪神マーケティング ソリューションズ 株式会社	常務執行役員 マーケティング局／九州 BP 局
	白井 康之	株式会社 阪急阪神百貨店	海外顧客ビジネスグループ 海外顧客事業部 ゼネラルマネージャー
	竹川 潤一	David Watts inc. 一般社団法人 MUTEK Japan 一般社団法人 PEACENIPPON project 一般社団法人 日本ドローンショー協会	クリエイティブディレクター 代表取締役 理事 理事 理事
	小島 和人	株式会社 ロフトワーク	プロデューサー FabCafe Osaka 事業責任者
行政関連 (官)	松井 伊代子	水都大阪コンソーシアム (官民連携組織)	事務局長
ファシリ テーター	尾形 浩一朗	一般社団法人 公共事業研究開発	代表理事

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
オブザ ーバー	坪田 竜弥	文化庁	文化経済・国際課 新文化芸術創造室 連携推進係長
	船橋 俊一	株式会社 大林組	理事本社営業総本部担任副本部長 スマートシティ推進室長
	安藤 竜平	株式会社 クリエイティブマンプロダクション	インターナショナル マーケティング部 部長

※氏名欄を黄色く塗りつぶしているメンバーはリモート参加

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
事務局	中森 英水	株式会社 802 メディアワークス	
	村上 聡	一般社団法人公共事業研究開発	
	森 綾子	一般社団法人公共事業研究開発	

◇会議録サマリー

1. 事業の基本方針確認

- 「Future Osaka」構想に基づき、ミナミ・中之島・うめきたエリアを文化創造・情報発信の拠点とすることを確認。
- SXSXW の手法を参考に、行政・民間・文化団体が連携し、大阪独自の文化を国内外へ発信する仕組みの構築が必要。
- 大阪の強みである多様な文化資源を活用し、広域的な文化・経済の連携モデルを推進する方向性を合意。

2. 実施体制と役割分担

- 行政は基本方針の策定・広報支援、民間はコンテンツ企画・運営、文化団体は創造活動の促進を担う。
- 参加団体間での定期的な情報共有と連携強化を図り、段階的に事業を展開。
- 大学・研究機関とも協力し、若手人材の育成や実証実験を行う体制を整備。

3. 初年度事業計画

- テストイベントを通じて課題を洗い出し、次年度以降の本格実施に向けた基盤を整備。
- エリア間をつなぐ移動体験の導入を検討し、地域間回遊性を高める。
- SNS・メディアを活用した情報発信強化、特にインバウンド向け多言語対応を推進。

4. 課題と今後の対応

- ビジョン共有と関係者の意識統一が不可欠であり、定期的な対話の場を設ける。
- 民間の創造力を活かしつつ、公的支援とのバランスを取る仕組みを模索。
- 文化活動と経済効果を両立させる評価指標を設定し、成果を可視化。

次のステップ

- 関係者間の意見を集約し、基本方針を正式に策定。
- テストイベントの具体案をまとめ、実施計画を立案。
- 広域プロモーションと地域連携強化に向けた体制を確立。

◇会議録

(2) サウス・バイ・サウスウエスト (SXSW) の視察について ※参加者都合で(1)と(2)が前後

出席者A(以下「A」):

本日はお忙しい中お集まりいただきありがとうございました。本事業は、関西エリアにおいてクリエイティブをベースにした経済圏の成立を目指す事業です。音楽業界を中心に関西の地場企業と共に作り上げていくための、今回は第1回目の調整会議となります。

議題が前後しますが、議題(2)の視察に関しての説明をいたします。SXSWをモデルとして考えていくため、3月9日より視察を予定しております。SWSWの現地コーディネーターの協力を仰ぎプログラムを作成中で、SXSWの全体を体感できるようなスケジュールを組んでいく予定です。次に議題(1)に関して文化庁より説明をお願いします。

(1) 本事業の趣旨に関する説明 ー文化庁から

文化庁(以下「文」):

本事業は、令和6年度に行ってきた音楽イベントとアート展示を合わせた取り組みを発展させた事業となります。SXSWをモデルに世界から人が集まるイベントを展開していきたいと考えております。そのために何が必要かを一緒に考えていき、産学官連携して関西で作っていただければと思います。※スライド説明をメインに

(3) 今年度～次年度の取り組み、本会議の目的、位置づけ等

A: プロジェクトを進めるにあたり調整会議を充実したものにしていき、中身を詰めていきたいと思っています。第2回は3月下旬に、視察報告会を兼ねて実施を予定しております。

令和7年度は会議をさらに広げていきたいと思っています。FM802のイベントを軸として、会議メンバーからアイデアを出してもらいながら、目指す方向性を決めていきたいです。皆さんの提案書を元に議論を深めていただければと思っています。

まずはここに集まった方たちが何をされているのかをお互いに知っていただくために、記入いただいたプロフィールシートを元に自己紹介をしたいと思います。

(4) 会議メンバーの紹介とプレゼンテーション(自己紹介)

(5) 次回会合に向けた議論

ファシリテーター(以下「F」):

皆さま、ありがとうございました。共通して出てきたキーワードとしては「経済活動、アートの難しさ、大阪とそれ以外を含めた関西」というものだったかなと感じます。

それぞれもっと詳しく伺いたい話がたくさん出てきましたので、今後個別にヒアリングを進めさせていただき、また視察報告も踏まえた上で、今後の展開を考えていきたいと思っています。

ー休憩5分

F：休憩中に視察についての話が出ましたので、視察についての考え方について話していただけますか？

A：視察のハイライトはオースティン市長との面会になってくると思っています。何を聞いてみたいかという、質問事項をあらかじめまとめて、実りあるものとしたいです。時間配分としては、市長30分、経済担当者30分、計1時間の面会となります。

出席者 B（以下「B」）：

SXSW は市民との行政との連携が日本では考えられないレベルで行われています。地域ボランティアや市民のモチベーションの高さが、音楽イベントの枠を超えているところが特徴的であると思います。その辺りを聞かせてもらいたいです。始まりは音楽であり、音楽の見本市から発展していきました。先導を切ったのは、民が先なのか？行政が先なのか？も気になります。

A：そうですね。市長側へも実りあるディスカッションになるよう聞きたいことを準備しておく必要がありますね。先方に言われていることですが、日本人ではよくありがちな表敬訪問になるのはお避け下さいということです。こちらの考えや、やりたいことをしっかりと伝え、ぜひ大阪へ見に来て下さいと言えるようにしたいです。

文：事前に提出しなければならない情報としては、誰が訪問を行うかの内訳と席次を3月3日までに伝えなければいけません。定員、座れる人数は通訳者含めて12名ですので、視察団メンバーより選定が必要です。

A：椅子に座れなくても後ろに控えるのであれば大丈夫だと思うのですが？現地コーディネーターに確認しておきます。服装はどのようなものにすればいいでしょうかね？

B：ジャケット着用であればいいのではないのでしょうか？

出席者 C：ドレスコードの確認も必要ですね。

（6）今後のスケジュール

A：それでは今日の内容を各自持ち帰って整理いただき、次回以降のやり取りの場を設定していきたいと思います。

視察スケジュールが3月9日～13日となります。次回の第2回総合調整会議は3月24日からの週に開催を予定しております。内容は視察報告会となります。

視察日が迫っていますので、市長への質問をきちんと用意して、表敬訪問になることを避け、実りある時間にできればと思っています。視察を踏まえて、今後どう動いていくかを次回以降考えていけたらと思っていますので、どうぞよろしくお願いいたします。本日はこれで終了いたします。ありがとうございました。

【3】第2回総合調整会議

◇開催案内：

令和7年3月19日

令和6年度 文化庁
「世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
～クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進」
「Creative KANSAI 構想」総合調整会議 第2回会合 開催のご案内

関係各位

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

さてこの度、「Creative KANSAI 構想」総合調整会議の第2回の会合を下記のとおり開催いたしますので、ご案内いたします。

今回は、3月9日から3月13日に実施された「サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）2025」視察の報告を中心に、来年度の取り組みに向けて、本会議の位置づけや具体的なアクションプラン（試行実証）の方向性などを議論する場にしたいと考えております。

視察においては、SXSWの最新動向を調査するとともに、SXSWが開催されるオースティン市／SXSWとのミーティングを実施し、その都市戦略や、文化・エンターテインメント・テクノロジーを融合した地域振興の成功事例について意見交換を行いました。そこで、本会議を「関西クリエイティブ経済圏」の実現に向けて、それらの知見を共有する機会にしたいと思います。

つきましては、年度末のご多忙の折とは存じますが、ぜひご出席賜りますようお願い申し上げます。

【開催概要】

●日時：令和7年3月24日（月） 16：30～18：00（予定）

●会場：JAM BASE <https://umekita.com/jambase/>

〔所在地〕大阪府大阪市北区大深町6 グラングリーン大阪 北館
JAM BASE 内 CONFERENCE

●議題（予定）：

- （1）開会
・今回初出席の方がいる場合は自己紹介をお願いいたします。
- （2）サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）2025の視察報告
（クリエイティブマンプロダクション／802メディアワークス）
 - ①視察行程及び現地で視察したプログラム等について
 - ②視察に参加された方、それぞれが感じたSXSW2025と「Creative KANSAI 構想」への提言
- （3）次年度の取り組みに向けて
・本会議の位置づけ、ビジョンを共有する必要性
- （4）次年度事業について
・次年度事業の概要
・会議の開催について
- （5）総括（文化庁より）

*会場にお越しいただけない方はオンラインでのご参加も可能です。
下記URLからご参加ください。

<https://bit.ly/4buYpf2>

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

◇開催日時：2025年3月24日（月）16：30－18：00

◇開催場所：JAM BASE <https://umekita.com/jambase/>

所在地：大阪府大阪市北区大深町6 グラングリーン大阪 北館
JAM BASE 内 CONFERENCE



◇出席者：13名 ※「出席者名簿」参照

＊他 オブザーブ参加11名

＊事務局2名

◇進 行：司会者：中川 和俊（株式会社802メディアワークス）※以下「中川」

ファシリテーター：尾形 浩一郎（一般社団法人公共事業研究開発）※以下「尾形」

◇議 題：

（1）開会 －今回初出席の方がいる場合は自己紹介

（2）サウス・バイ・サウスウエスト（SXSW）2025 の視察報告

－クリエイティブマンプロダクション／802メディアワークス

①視察行程及び現地で視察したプログラム等について

②視察に参加された方、それぞれが感じた SXSW2025 と「Creative KANSAI 構想」への提言

（3）次年度の取り組みに向けて －本会議の位置づけ、ビジョンを共有する必要性

（4）次年度事業について

・次年度事業の概要

・会議の開催について

（5）総括 －文化庁より

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

◇出席者名簿

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
産業界 (産)	中川 和俊	株式会社 802 メディアワークス	部長
	岩尾 知明	株式会社 FM802	代表取締役専務
	岡村 由里子	オリックス不動産 株式会社	投資開発事業本部 大阪営業部 うめきた開発推進室長
	久米 一郎	公益社団法人 関西経済連合会	常務理事 産業部長
	橋本 由嗣	株式会社 SUPER FESTIVAL	業務執行役員 OMOSIROI ディレクター
	中野 草太	阪急阪神不動産 株式会社	開発事業本部 都市マネジメント事業部 都市マネジメント・うめきた 事業グループ 課長補佐
	小野田 匡嗣	阪急阪神マーケティング ソリューションズ 株式会社	常務執行役員 マーケティング局／九州 BP 局
	白井 康之	株式会社 阪急阪神百貨店	海外顧客ビジネスグループ 海外顧客事業部 ゼネラルマネージャー
	竹川 潤一	David Watts inc. 一般社団法人 MUTEK Japan 一般社団法人 PEACENIPPON project 一般社団法人 日本ドローンショー協会	クリエイティブディレクター 代表取締役 理事 理事 理事
	小島 和人	株式会社 ロフトワーク	プロデューサー FabCafe Osaka 事業責任者
大学 (学)	三浦 文夫	関西大学	社会学部 教授
行政関連 (官)	松井 伊代子	水都大阪コンソーシアム（官民連携組織）	事務局長
ファシリ テーター	尾形 浩一郎	一般社団法人 公共事業研究開発	代表理事

※氏名欄を黄色く塗りつぶしているメンバーはリモート参加

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
オブザーバー	寺本 恒昌	文化庁	文化経済・国際課課長
	坪田 竜弥	文化庁	文化経済・国際課 新文化芸術創造室 連携推進係長
	伊野 哲也	文化庁	CBX 事業推進室 専門官
	池田 純子	大阪府	政策企画部 成長戦略局 局長
	佐々木 健太	大阪府	政策企画部 成長戦略局 成長戦略グループ 課長補佐
	船橋 俊一	株式会社 大林組	理事本社営業総本部担任副本部長 スマートシティ推進室長
	上田 将聡	株式会社 キョードー関西	プロデューサー
	元井 咲奈	株式会社 キョードー関西	ディレクター
	関根 杏	株式会社 キョードー関西	
	安藤 竜平	株式会社 クリエイティブマンプロダクション	インターナショナル マーケティング部 部長
	山口 哲一	Studio ENTRE 株式会社	代表取締役

※氏名欄を黄色く塗りつぶしているメンバーはリモート参加

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
事務局	中森 英水	株式会社 802 メディアワークス	
	村上 聡	一般社団法人公共事業研究開発	

◇会議録サマリー：

主な議題

1. SXSW 視察報告

- オースティン市では行政と民間が連携し、税制優遇措置を活用した仕組みが文化・産業振興に寄与していることが報告された。
- 自然発生的なコミュニティ形成が地域活性化の鍵となり、音楽・テクノロジー・映画が連携するプラットフォームの構築が成功要因として挙げられた。
- 大阪においても、地元企業・文化団体・教育機関との連携を強化し、地域独自の文化を発信する必要性が確認された。
- 観光客だけでなく、地域住民が主体的に参加できる仕組み作りが求められる。

2. 次年度事業の方向性

- 既存の文化・経済イベントを統合し、エリアを横断する形で広域プロモーションを展開する。
- ミナミ、うめきた、中之島を結ぶ移動体験（船移動等）を導入し、エリア間の回遊性を向上させる。
- FM802を活用した情報発信により、地域文化と経済活動を結び付け、相互に発展させる仕組みを構築する。
- 若手クリエイターの参加促進や、実験的な取り組みを支援する環境整備が求められる。

3. 課題と提案

- 行政・民間・文化団体の協働体制を強化し、統一したビジョンの策定と共有が必要。
- 大阪独自の文化的価値を基盤とし、世界に発信できるコンテンツを創出するための仕組み作りが求められる。
- 海外からの参加者対応を強化し、インバウンド戦略を見据えた多言語対応や国際的な広報活動を推進。
- 地域住民を巻き込み、参加型プログラムを拡充することで、地域全体の文化力向上を目指す。

次のステップ

- ビジョンの具体化と関係者間の共通認識形成。
- テストイベントの実施を検討し、具体的な運用課題を洗い出す。
- エリア間連携と広域プロモーションの詳細計画を策定し、実行に向けた準備を進める。

◇会議録：

(1) 開会

視察者 A（以下「A」）：

皆さんお忙しい中お時間いただきましてありがとうございます。総合調整会議第2回目が本日となります。先々週、SXSWへ視察団の皆さんと視察へ行ってきましたのでその報告会として、今日お話をさせていただきます。

ファシリテーター（以下「F」）：

よろしくお願いいたします。SXSWの現地視察に行かれてのご報告をいただくと共に、来年度以降どのような取り組みを展開していくのかの方向性を一旦示すところまでいきたいと考えています。まず、3月7日から15日に開催されたオースティンでのSXSWに視察へ行っていました。現地での4日間に様々なカンファレンスやオースティン市長との面談や経済担当部署の方と話をされたりしたことについて、まずはご報告いただきたいと思います。

(2) サウス・バイ・サウスウエスト (SXSW) 2025 の視察報告

F：では最初に、視察全体の振り返りをお願いいたします。

A：SXSWの期間は3月7日～15日です。私たちが行ったのは9日～13日の間になります。

ちょうどカンファレンスと音楽ショーケースの合間のタイミングで、両方を体験することができました。2日目はオースティン市長とのミーティングを設定いただきまして、大変勉強になるお話を聞かせていただくことができました。この辺りを振り返ってご報告させていただきます。

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

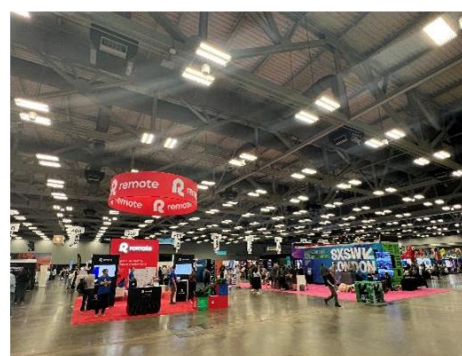
●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）AM

▷SXSW EXPO会場の視察

EXPO会場図



TOPIC
・協賛ブース訪問
・企業ベース、行政ベースなど様々な展開
・カンファレンスステージあり

6

まず、エキスポ会場とは日本でいう協賛ブース的なところになります。チケットバスの交換所の横にありまして、SXSWの協賛企業や行政などのブースがずらっと並んでいます。ここにも2ヶ所ほど、イベントスペースがあって色んな方が登壇してお話しされます。意外に思ったことは、会場が閉まるのが早くて、夕方4時前には閉まっていました。イベント期間中はずっと空いていると思っ

ていましたが、実際にカンファレンスが行われている場所は別にありますので、パス交換が終わるとみんな散らばっていくために閉まるのが早いのかもしれません。

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷SXSW EXPO会場の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC

- ・韓国は数企業まとめて出展していました。
- ・日本の企業も数社出展。京都/愛知も出展。

7

日本企業も出ていました。愛知県や京都市も参加されており、企業もいくつか出ていました。「日本エリア」と書かれ、まとめて出展されていました。韓国などは「韓国エリア」として、企業をまとめて行政が連れてきたようなブース展開をしており、商品を体験できる体験型のブース出展になっていました。

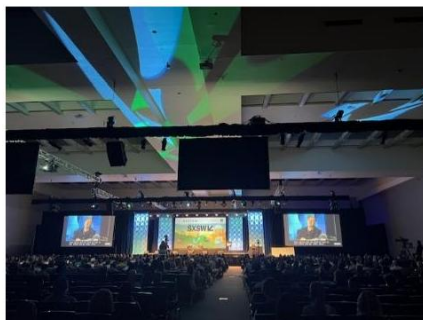
「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）AM

▷カンファレンス視察 ～Art in Flux: Copyright Challenges in Community Spaces



TOPIC

- ・各カンファレンスは内容によって集客差あり。
- ・終了後の質疑応答が盛り上がっていました。
- ・メイン会場は特に盛り上がっていた。

8

その後はカンファレンスを見学し、カンファレンスの規模の大きさにびっくりしました。これがカンファレンスのロビーの様子で、ものすごくたくさんの人が参加していました。左の写真が一番大きなステージだったと思います。（大阪のホールと比べると）なんば hatch や Zepp などより断然大きく、数千人入る規模だったかと思います。テーマによって人気、不人気はありましたが、お客さ

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

んが少ない回と多い回がありました。人気のカンファレンスは並んでいて入れないところもあり、カンファレンスの熱量を感じました。カンファレンス終了後に、登壇者と質疑応答できるのですが、一般の方が質問する熱量が非常に大きくて、参加者の意識の高さを見られたことはとても勉強になりました。

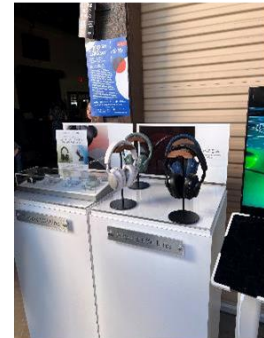
「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC
・UK HOUSE
・カンファレンスエリアとライブステージ
・企業のPRブースも2つ展開

9

協賛関係のブースをいくつか見ました。企業だけでなく、行政のブースが結構出ていました。これはUKハウスのブースでして、街中のカフェやレストランを期間中借り上げて、その中にカンファレンスブースとUKハウスのライブステージを作っていました。勉強しながらも楽しみを加えていくという二方向の展開をしていました。企業のPRブースも同じでした。

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC
・Canada HOUSE
・3～4社がまとまって展開
・睡眠アイテム、VRを体験など

10

ここはカナダハウスで、ここも3、4社ほどがまとまってホテルの一室を使った造りになっていました。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC

- ・Dubai HOUSE
- ・空地に巨大な映像体験とカンファレンスルームを展開
- ・体験後、チョコとチャイがもらえました。

11

次はドバイハウスです。空き地に巨大な建物を建て、その中で映像体験をするカンファレンスルームを展開していました。体験後に、チョコレートと、チャイがもらえるというコーナーがありました。ものすごい規模感で2億円ぐらいかかっているのでは？と推測されます。ブース代金にプラスで協賛代金と考えるとすごい力の入れ方だと感じました。

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC

- ・São Paulo HOUSE
- ・カンファレンスブースとライブステージ
- ・企業サービス体験ブース、飲料はフリーで提供

12

次はサンパウロハウスです。ここもカンファレンスブースとライブステージの二種類があって、出展している企業の体験ブースに入りました。飲料物はフリーで提供されます。ここもカフェか、レストランかを期間中借り上げて使っており、非常にリッチな造りになっていました。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC

- ・RIVIAN（車のメインスポンサー、試乗体験）
- ・空地に試乗体験ができるエリアを展開
- ・会場内、街中各所に大小のブース展開

13

これは今回のメインスポンサーにあるリビアンという電気自動車の企業ブースです。空き地に砂山を作って試乗体験ができるという内容でした。運転はもちろんしませんが、助手席に乗って、乗り心地や車の雰囲気味わってもらったものでした。ドバイ同様、かなりの規模感でした。

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月10日（月）PM

▷街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



TOPIC

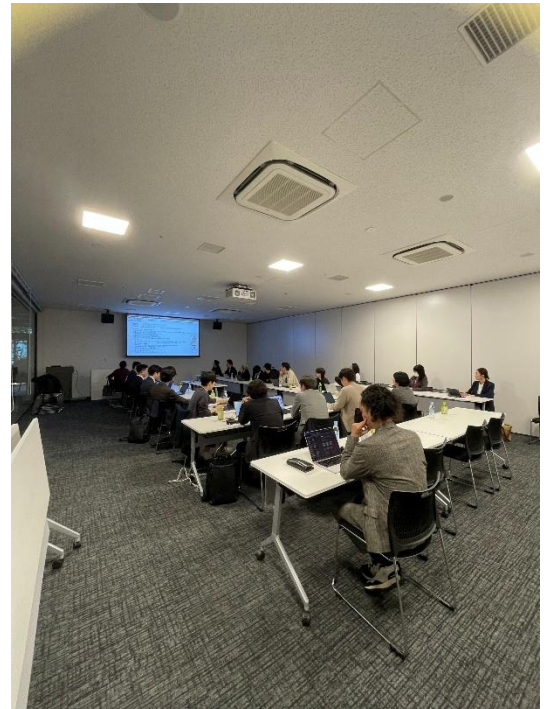
- ・JBL、YouTube など
- ・ゲーム要素（ダーツ）のある体験ブース
- ・拠点は1カ所のみ

14

次は、JBL と YouTube の協賛ブースです。JBL は日本の音楽フェスにもあるようなダーツ体験ができて、それを体験すると JBL のグッズがもらえるという企画でした。YouTube のブースには「YouTube スタジオ」があって、SNS に投稿してもらうための体験ブースになっていました。それ以外にも街中に様々な協賛ブースがあり、街全体でイベントを盛り上げていることが感じられました。ただ、どれがオフィシャルで、どれがオフィシャルじゃないかはよくわかりませんでした。SXSW に便乗してプロモーションを仕掛けている企業もあるのではないのでしょうか。

次は2日目の朝です。オースティン市長と経済担当の方、SXSWのパートナーシップの代表の方にお話を聞くことができました。事前に話したい内容を送っていたのがありますが、市長がSXSWの歴史を非常によく把握し、細かく話されていたのが印象的でした。SXSWの来場者の1/4が海外からの参加者で、オースティンが周りから国際都市として見られているのに対し、十分な国際都市化ができていないため改善の必要性があるとのことでした。

SXSWの成功のポイントは、フォーカスを定めて徐々に拡大したことだとおっしゃっていました。フォーカスとは、何を目的意識としてイベントを行うのかということ。SXSWの発展には37年の歴史がありますが、最初は音楽に特化して始まり、7年後に映画とテクノロジーが入ってきて、そのタイミングで一気に広がったそうです。SXSWとオースティン市がどのように交わっていったかというのは、偶然ではありながら、オースティンが大学を誘致したり、その大学の中に医学部を作ったりと、街として発展させるタイミングと、SXSWが音楽の分野を超えて映画やテクノロジーを取り入れるタイミングが合致したことにあるようです。その結果、今のような成長があったということ。



また、ここまでのイベントをするには自治体の協力は絶対必要不可欠だと非常に強くおっしゃっていました。多数の地元ボランティアの参加については、住民に自分たちのイベントであるという意識を持ってもらうことが大切であり、そのためにわかりやすい経済効果を行政はしっかり示しているとのことでした。大規模イベントをするにあたり、住民に我慢を強いる部分があると市長はおっしゃっていて、それを住民に十分説明していくとのことでした。今後はコンベンションセンターのキャパを2倍にする予定があり、その建設期間の運営をどうするかが課題だとおっしゃっていました。

関西でも同じようなイベントをしたいという話をさせていただきアドバイスをもらいました。難しいのが、今から何かをやろうと時間軸で考えると、早く結果を出さなければならないとなっていく。SXSWは37年の歳月を掛けてここまで成長してきたので、時間的な視点だけで考えるのは難しいのでは？とのこと。あとは大阪ならではの形、地域の色を出していくのも重要だとおっしゃっていました。今回話を聞いて、イベントの成長戦略とは市民や自治体をどう巻き込んでいくかが重要だと思ったのと、何のためにイベントをやっていくのかという部分が重要です。SXSWの背景は「目標を持った方を、その目標を達成するためにサポートする」というのが理念としてあります。理念なくして開催運営することはできないと感じました。他の視察者の感想も伺えますか？

視察者B（以下「B」）：

やはり市長のマインドシェアが大きくて、市長がSXSWをよく理解していることがわかりました。50年くらいの歴史の中で、フィルム部門、インタラクティブ部門と増やしていき、とてつもなく大きいイベントになっていきました。オースティン市がアメリカで一番不動産価格の上昇率が高い町になったという情報を聞き、その訳とは、テキサス大学が医学部を作るから、それに合わせて医療系のセッションをやっているとか、スタートアップを応援していくのならIT産業が来るのかなというように、州や市がやっている政策とカンファレンス思想との間での拡大方法を確信犯的にやっていたということがわかり、すごく勉強になりました。すでに3年ぐらい前から決まっていて、3年後ここに向かって盛り上げていくみたいなことをやっているんですね。また、市のスタッフと

SXSW パートナーの責任者がとても仲間感があって、コミュニケーションを日常的に取っていると感じました。市自体は警官を配置するとか、交通をちゃんとするとか、そこが大事だと言っていたが、コミュニケーションが良く取れていることを感じました。

A：ありがとうございます。そうですね、面会前のロビーで待っている時の雰囲気からも一体感があるなと感じました。

B：SXSW を、主催側も、市側も、みんなで大事にしている感じがしましたよね。

A：そうですね。市長との面会の後に、経済担当の方に残っていただき SXSW のスタッフの方を交えてもう少し突っ込んだところ、経済面の質問などさせていただきました。音楽イベントとしてスタートし、テクノロジーと映画の分野を追加した後に一気に広がって、大学や様々な企業のベースという町的な要素もあったので、そこがうまく絡み成長していったという話をここでも聞きました。

そもそも、このイベントを立ち上げるタイミングですが、3月は大学の春休みで一気に人がいなくなること。レストランの売り上げが急激に下がるので、そのタイミングでレストランを借りてイベントをさせてもらうというのが、3月に行うきっかけだったとのことでした。

あとは地域住民の参加を促す方法として、ボランティアで何時間以上働くと、音楽に無料で参加できるとか、低価格のチケットを買えるという特典があるそうです。ボランティアというカルチャーが日本にはあまりないので、弊社では、イベント時のスタッフにボランティアを募ることが基本ありません。ですので、こういう考え方が新鮮で、勉強になりました。そうすることで、住民も自分のイベントだという意識を一緒に持ってくれるので、負担が緩和されて、非常にいい効果が生まれると感じました。

次に、経済効果もわかりやすく住民に伝えていると聞きました。SXSW ができたことで、SXSW が行われていない期間もカンファレンスイベントが行われているようです。SXSW 以外の期間もうまく他のイベントが入って、ホテルに空室ができることなく回っているということでした。今年は SXSW をシドニーとロンドンでも展開するようなのですが、すでに成熟している都市でいきなり始めるという点が、徐々に成長していったオースティンとは違う点ですので注目しているとのことでした。この後半の部分にも何か補足があればお願いします。

B：経済効果では何が一番でしたか？と聞くと、宿泊税収入というわかりやすい形があるということ、経済界や自治体に協力してもらう時に大事な点だと思いました。シドニーとロンドンへは、私は今のところ行く予定はありませんが、SXSW のブランドをどう使うのか？に注目したいと思っています。恐らく結構高額なロイヤリティを払っていると思います。それを活かすだけのことをどういう風にやるのか興味深く見ているところです。それは、自分たちの参考にもなると思います。

A：そうですね、関西版 SXSW の実現には関西ならではの形を作っていくことが必要だと感じました。

B：特に日本では今、音楽が元気になってきたと個人的に感じています。SXSW の価値を見直すということが日本の音楽関係者の中でもすごく多いです。

A：では報告に戻りまして、後半からまたブースを回りました。XR 展が非常に盛り上がっていきまして、XR 関連のカンファレンスを体験してきました。コンテンツの見本市みたいな感じで、その他はカルチャーやファッションなども一部あり、カンファレンスのジャンルが様々だと感じました。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月11日（火）PM

▷XR Experience 視察(会場：Faimont)～コンベンションセンター内視察（カンファレンス体験）



TOPIC

- ・XR展開は、ホテルの3フロア程度で展開
- ・各国、かなり力が入っていると感じた

20

街中も歩きまして、至るところに音楽に関連したモニュメントがあったので、やはり音楽の街だと感じました。夜は、昼とは違う賑わいが毎日ありました。昼間は真面目に勉強して、夜は音楽とお酒で打ち上げしようという雰囲気を感じました。

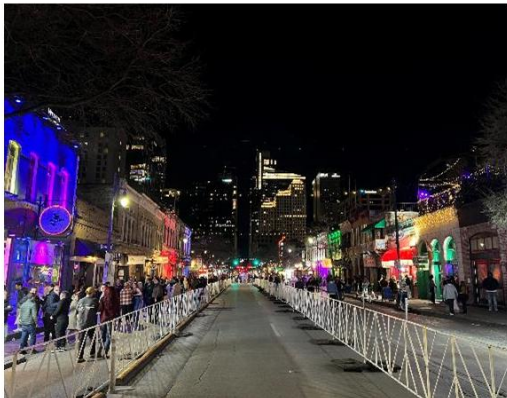
「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月11日（火）PM

▷オースティン市内視察－1



TOPIC

- ・街中にあるbarなどには、ステージが常設であり、夜は多くのお店でライブやDJプレイが行われている。
- ・街の中には音楽をイメージするモニュメントも多数

21

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

次ですが、街中にもアートが溢れて魅力的だと感じました。視察のレポートは以上になります。

「Creative KANSAI構想」第2回総合調整会議

●視察報告 **SXSW**

SXSW視察

3月11日（火）PM

▷オースティン市内視察－2



TOPIC

・まだまだ発展していて、大きなホテルやオフィスビルの建設が進んでいる。
・街中にはたくさんのアートもありました。

22

F：全体の視察概要を伺いまして、実際に視察に行かれた他の皆さんにもお話を伺いたと思います。

視察者 C：

すでにお話にもありましたが、30年前のオースティンから比べると本当に街が大きくなっていて、街の成長に合わせてこのイベントも大きくなったと感じました。ある種自然発生のコミュニティを強く感じました。みんなが同じタグをぶら下げて街中を歩いているので、一体感がありますし、回遊性も含めて、割と手作り感もあり非常に良かったと思います。そのまんま大阪へというのは当然難しいと思います。大阪というアイデンティティが必然というのか、何を集客イベントのコアにしていくのかというのをしっかり考えてスタートして、関経連としてはここにビジネスを乗せられたらと思っています。

A：ありがとうございました。では次の方お願いします。

視察者 D：

音楽イベントとカンファレンスの側面があるイベントだとは思っていましたが、気になったのはオースティン市とどのようにセットしていったのだろうかというところでした。新しく入ってくる費用に対して税金を取るといった政策があった上でSXSWに乗っかり相乗効果を生んだというのが理解できました。ですから、今後、大阪府・市とどのように何をミックスさせていくのかはよく考えるべきところです。推しのネットワーク化やコミュニティが強烈に強くなるのが、音楽イベントとカンファレンスとの違いで、あの熱中が、帰ってからもお生まれる関係性があり、それをどう作り出すかは一つ仕掛けどころとしてあるのではと思いました。

ブース展示については特別新しいとは感じなかったんですが、全部が総じて「俺の世界を見ろ！」みたいな表現と、物語を見ているようなメッセージ性を感じました。音楽だけでなく広く表現が増えていることに対して、出す側も見る側もリスペクトを感じるのではないのでしょうか。カンファレンスに関しても、中身が特別新しいとは正直感じなかったです。リスペクトしたポイントでどうやってビジネスに結びつけていくかという想いを感じました。その上で、大阪とどう交えていくのかと考えた時に、オースティンは昔からあったものに対してメディアメディックスという流れの良い展開の仕方がありましたが、我々は何をアイデンティティとして持ってきて、何をミックスさせて

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

いくつかはオースティンとは違うので、ここは念入りに固めていく方がいいだろうと思いました。

あと、MINAMI WHEEL はアメ村中心でやっているという話でしたが、景色として、アメ村という場所でカンファレンスをやっていたら、すごくカッコいいなと思います。ギャップですね。若者たちがワヤワヤしている中で社会的なカンファレンスをやっていると、すごくクールな印象が出て、これも一つ仕掛けたら面白いなと思いました。

F：ありがとうございます。次の方お願いいたします。

視察者 E：

一番メインの展示スペースについて、その出店料が一番高くて人が集まる場所だと思いますが、実際人はそれほど入っていませんでした。京都市や愛知県が出ていましたが、出る意味はあんまり無いように感じました。メインを作ってしまうより出展を散らす方が町中を盛り上げられると感じました。町中にブースがあったり、ホテルの一室であったりと町とうまく連携していました。

大阪で開催するとなった時、土地柄、我が出すぎるので、個々が前に出ようとしてもうまくいきません。今、皆さんがそれぞれやっているイベントを同時期に開催して、横一線で見られるようにするだけでいいと思いました。札幌のノーマックスさんという、SXSW の日本モデルと言われているものを 10 年近くされている方と話をしたんですが、町中をうまく利用して、カンファレンスや BtoB のマッチングが機能し始めているようでした。

大阪は施設がたくさんあるのに、大阪観光というと南エリアが中心の PR になっており、実際、南エリアの街並みが海外の人に人気です。では北エリアの魅力をどう打ち出していくのか考えた時、カンファレンススペースはたくさんあるため、うまく活用しながら街全体で盛り上げていく取り組みが必要になると感じます。また大阪は食の街で、海外の方も関心を持っておられます。食と商いの街という側面をミックスさせていけばいいのではないのでしょうか。

A：ありがとうございます。次の方お願いします。

視察者 G：

私を感じたのは、当初は音楽から始まり映画、スタートアップと広がっていき、SXSW と共にオースティンという街が形成されていった。だからこそ、これだからいい、よくないという概念はなく、どんなジャンルをも受け入れる懐があるということです。

ハード面として、空地や築古ビルをイベント会場として活用するなどもおもしろい発想だと思いますし、また、今回の RIVIAN のようなスポンサーの獲得も、大きなポイントだと感じました。スポンサーの有無でイベントの規模も変わってくるのでしょうか。

何でも真似する必要はないと思いますが、関西版 SXSW をと考えた時に、既に街が形成されている大阪において、どう実施できるか。既存建物を活用するなど参考になると思いますが、例えば、SXSW と同規模のコンベンションを開催する場合に、梅田にあるカンファレンスだけでは不足、地下鉄などによる会場間の移動も発生すると思われます。そうすると、会場間の回遊性や、移動時間も考慮したプログラム構成が必要になると思います。

参加者が聞きたいもの、体験したいものをうまくはめ込めるか、つまり場所とスケジュールと期間とプログラムをどのように掛け合わせるかは結構難しいと思いますが、それら次第で、何となくバラバラなイベントになってしまうのかなと感じました。

ただ、大阪でもいいイベントはたくさんあります。今まで個々に実施しているイベントの開催時期を合わせたり、例えば（インバウンド対策として）大相撲大阪場所のタイミングにする、などはどうでしょう。

キタだけが盛り上がっている、ミナミだけで盛り上がっているではなく、大阪全体で盛り上がっている絵が描けたら一番いいと思います。

A：ありがとうございます。次の方をお願いします。

視察者 H：

私は普段、街づくりや街の運営のような仕事をしているので、その視点で少しコメントいたします。まず一番は「混じる」ということの素晴らしさだと思います。あらゆることがここでは混じっていて、それが多分楽しみに変わっているのだと。ではなんで混じるのか、ということですが、例えば、街の中にあるお店の作り方がほぼオープンに作られているので、そもそもライブを持ってきたら自然と外に音が出て「見える化」する構造になっているんです。これを大阪でやるとおそらく箱の中に入ってしまう、中身が見えなくなります。

交通のインフラが十分でないため、小さいエリアでやっているものの、結果的には歩かざるを得ないので、いい範囲の中で、町との一体感が作られているのがユニークだと思います。ただ、前半のカンファレンスの時には、どうしても箱の中に入ってしまった、街への表出っていうのがあまりなかったと思います。けれど、音楽イベントが始まった途端に、町中が音楽で溢れかえるという、あの反転の仕方もすごいなと思いました。

行政の方のインタビューでもあったように「よくあれを市民が許しているな」というところが、歴史もさることながら、行政力みたいなものも多分に働いていると感じました。SXSWでは夜中の2時まであんなに音漏れしていましたが、(日本では)少しでも音を鳴らそうものなら、向かいのマンションから怒られるという状況です。歴史の下支えもあるとは思いますが、うまくできているな、と思いました。そんな状況を踏まえて、大阪でどうしたらいいか？といえば、大阪の強みを活かせばいいのではないかと。オースティンのSXSWでは、その歴史的なもの、文化的な資源がかなり希薄ではないか、それでもあそこまでできるんだなと思いました。大阪の都市の中には既存の生活文化や歴史文化がたくさんあるので、これを「混ぜる」ことができれば、かなりパワーがあるのではないのでしょうか。先ほども出ていた「食」です。あのローカルフードは、ものすごく重要なアイコンだと思うので、それが混ざるだけで国際集客は向上すると感じました。

最後の一点は、市民参加かと思いました。SXSWは1/4が海外からということでしたが、国内や他地域からの集客を含めると実は市民参加はあまりないのでは？と。これは推測になりますが。大阪では、地域の人々が本当に参加するイベントに仕立て上げることができれば、ものすごく強い、内発的な文化創生につながっていくのではないかと思います。その事例で、大阪の「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪」は、内発的な建築教育から始まった街としてのイベントとして十年ほどやっています。今、170の施設を使って一般公開をしています。週末から行いますが、先ほど話題にあったボランティアっていうことでいえば、300名ぐらいの方がリストに登録をされていて、イベントの時にはその半数の方が無償で参加します。インセンティブは「建築に優先的に入れます」ということだけです。ボランティアの使い方も、実は大阪では始まっていて、そういう素地をうまく活用しながら、音楽であるとかローカルフードなどをうまくミックスして、大阪らしいものを作っていくと可能性が広がるのではないのでしょうか。

一番大切なのは、この都市の成長においては、スパイスでしかないのかなということです。基礎的な成長戦略が働いている中にうまくはまるっていうのが一番重要で、はめるためにはやはり管理体制が重要になると思います。たくさんのコラボレーションを、どう仕組み作るかということ。行政とこの団体との連携が一番重要なので、そこは実験的にやっていくことを求められると思いました。以上です。

A：これまでは行政と企業という文脈の話が多かったのですが、そこに「学」も混ぜることでより広がりがでると考えていますので、その視点からコメントをお願いします。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

出席者I：

SXSW へ行っていないので何とも言えないところはありますが、大阪の街にポテンシャルはあると思います。けれども回遊性とか、色々なものが結びつくためのインフラが不足していると思います。

実際、海外から日本に来てライブへ行こうと思った場合、相当ハードルが高いです。例えば発券はコンビニでの発券なんて（外国の方には）訳がわからずできないと思います。食だとか音楽などエンターテインメントも、多言語で発信し、アプリが必要です。せめて大阪の市内だけでもできるようなプラットフォームをちゃんと作ることが必要だと思います。短期間のイベントだけではなく、足回りをきちっと整備した上で、その後のイベントでもこのインフラを生かせるよう中長期的な取り組みにした方がいいと思います。そのようにすれば「学」として色々なことができると思います。グランドデザインと最初におっしゃったように、ビジョンをしっかりと「何のためにやるのか」ということに加え、短期ではなく、中長期で取り組むのがいいのではないのでしょうか。

A：ありがとうございました。次の方をお願いします。

視察者J：

我々イベントの立場では、基本的には MINAMI WHEEL と近い構造だということで前情報を入れて視察に臨んだところがあり、その町ぐるみの部分が世界的なイベントになっている要因としてあると感じました。町に開かれている感が SXSW にはあって、大阪では現状、音の問題で、野外だったり、ルーフトップの建物では、具体的に 21 時ぐらいには音を止めるように言われます。それは公園であっても同じ場合が多いので、かなり違う環境だと感じました。市長や町ぐるみの活動になっているところが大きいのだと思います。

MINAMI WHEEL のようなイベントであれば、大阪の街で一体感を持って行うことが、街の構造であったり、協力体制の部分でもやりやすい環境にはあると思います。まずはその街の方のご協力を仰ぐために市民と一体感を持って取り組める形が必要なのだと思います。イベントをする上で、街の方の協力については、弊社も行政に協力いただいて、主催に入ってもらえるようなイベントもあり、そこでは街の方の声を一番にして取り組むことになります。そこをどういうふうクリアしていくかが、地域エンタメとして行うためには不可欠だと改めて感じました。

A：ありがとうございました。次の方をお願いします。

視察者K：

私はイベント目線で見させてもらいました。ライブハウスが横並びにあたり、同じ建物の中で違うライブが行われていたりするのは、私自身初めて見ましたし、とても新鮮に感じました。

ライブを見ている中で、手話の方が手前にいる状態で行われているライブがあり、その手話が堅苦しい手話ではなく、手話の方自身も酔った感じでされていて、まったく違和感がない雰囲気が面白いなと感じました。ポスターやチラシの貼り方も、その街にあった貼り方があって、まったく違和感がなくてカッコいいし、おしゃれだなと感じました。音楽だけではなくて、社会問題であったり、音楽以外の展示会だったり、私のように音楽メインで参加しても、その中でも学びがあるというイベントには出会ったことがなく新鮮でした。

A：ありがとうございました。次の方をお願いします。

視察者L：

先ほど食の話が出ていましたが、向こうでは今、ローカルビジネスとして、クラフトビールの醸造所がここ 4、5 年で増えていています。実際、オースティンの町で大小 60 ぐらい醸造所があるらし

いです。それがローカルのビジネス、新しい地元カルチャーを生む場所になっています。今回も3、4ヶ所見てきました。印象的だったのはビールを飲まない人や子供たちもそこに集まっていたり、実際その醸造所でアートが買えるスペースがあったり、毎週水曜日は盆栽をみんなで見ながらビールを飲むとか、火曜日はランニングしてからビール飲もうとか。町の人たちは基本的にバーベキューを食べていたと思いますが、クラフトビールを飲んで、バーベキューを食べて、音楽を聴こうっていうのがオースティンの人たちのアイデンティティとしてあると感じました。

そこからクリエイティブなものやローカルのビジネスが生まれてくるのではないのでしょうか。オースティンの「A」と書いてあるビールを皆さん飲まれたと思いますが、あれは「オースティンビアワークス」いう醸造所で、ここは、醸造所から半径15マイルのところではしかビールを売らないそうです。要はオースティンの人のためだけに作っているビールがあるということです。期間限定のものなどは、地元のアーティストとコラボレーションしたパッケージを作ったり、そういうものはビジネスにもつながるし、町の底上げををすると思い、非常にクリエイティブだと感じました。

大阪にもクラフトビール醸造所が増えていて3~40ヶ所あります。その辺を楽しむということとクリエイティブなことを、大阪も同じような絡め方や発信の仕方ができるのではないのでしょうか。ビールを飲みに行っているだけじゃないか、という声もあるかもしれませんが、そこで目指しているものは、町をビジネスとして盛り上げようとしていると感じました。各醸造所では地元クリエイティブとして、Tシャツや帽子などをつくるなど、ファッション面にもすごく力を入れていて、面白いビジネスだなと感じました。以上です。

A：ありがとうございました。次の方をお願いします。

視察者 M：

オースティン市長を訪問した時にも言いましたが、FM802は25年間、SXSWをロールモデルにしたMINAMI WHEELをやっています。イベントとしては成熟しているのかもしれないけれども、あんまり代わり映えしないと感じており、オースティンのSXSWが、都市開発、町づくりとしてあれほど発展していった理由は何かを知りたいというのが今回訪問した大きなテーマでした。

その理由が先ほどから出ているような要因だと思います。行政が「オースティンという田舎町で、町づくりをどうしていくか」というところからスタートしていることや、イベントの熱量をもとに色々なものを巻き込んで、単に大都市のお祭りイベントで終わらせないようにしているのだと思います。切羽詰まったところも元々はあったのだと思いますが、その町づくりの観点から様々なものが起こっているんだということをすごく感じました。

今回、ロンドンやシドニーのような、街として成熟している大阪に近い大都市でSXSW行われる予定です。どう反映させるのかということには我々にも参考になるかなと思っています。今年5月に、文化庁さんが旗振りをして、日本で初めての国際的な音楽賞、日本版のグラミー賞みたいなものが行われることになり、それを「文化庁が移転したので京都でやります」となりましたが、京都にアリーナは一つありません。それにあれだけ観光客が来る街ですけれども、千人規模の関係者が京都に集まるとなれば、ホテルの確保が大変なことになっていきます。加えてアーティストなり、海外からのVIPをどこのホテルに泊める？というようなことも起こります。

このあたりを踏まえて、一体何を目的に作っていくのか。産官学が協力し合って、そこに住む人たち、大阪にしても京都にしても、外国からこれだけの観光客が来ている状況下をどう感じているのかを考える必要があります。これがオースティンと一番違うところだなと感じました。我々はどうしても何かやると、大阪から発信とか関西から発信と言いますが、そこに住む人たちとの「共創」みたいなものがキーワードになるのではないかなと思います。

単にイベントで盛り上がって、観光客が多かったので経済効果がありました、だけではなく、例えば学校教育。グラミーなどは音楽教育にも活かしていますので、このようなイベントをやることで、大阪のエンタメ、食も、歴史も、大学、高校、中学などの授業に活かしていくのはどうでしょう。カンファレンスと共に、学校教育みたいなものも同時にやっていくというのが、魅力的な街づくりという側面ではすごく大きいのではと思います。

皆さんも指摘されていますが、大阪はごった煮的な、ごちゃごちゃしているところにエネルギーがあると思います。東京だと埋没してしまう、名古屋だと全国に広がるには少し影響力が乏しい、ということからも大阪とか関西という規模感はちょうど程よいものだと思います。今回のプロジェクトではその辺ができればいいと考えます。MINAMI WHEELの3日間400組の中に、韓国のエリア、インドネシアのエリア、ベトナムのエリアとしてアーティストを招聘し、異文化の交流みたいなものをできればいいのではないかと思います。MINAMI WHEELを中心に、街やショップにまで広げていたら？と今回SXSWへお邪魔して思いました。皆さんと協力して、そういうものができたらいいなと思っています。

A：ありがとうございました。では次の方をお願いします。

視察者 N：

今回の視察ではオースティン市長との面会が一番でした。何にフォーカスするかということです。SXSWは地元のミュージシャンをサポートしたいというところから音楽に特化し、自然発生的に映画やテクノロジーへ発展していきました。大阪ではどこにフォーカスしていくのか。

オースティンでは、海外の参加者がオースティンで快適にSXSWに参加できるかが課題だと話していました。ただ、それを大阪で開催する時、海外の参加者にフォーカスする一方、市民参加といったことにフォーカスするというのも重要になると思います。実際、SXSWでは開催中に町を出てしまう人がいるという話がありました。意外と住民マジックはないのではないかと感じました。日本で開催する場合、そういった部分も課題として念頭においた方がいいかな、と感じた次第です。

A：ありがとうございました。次の方をお願いします。

視察者 O：

メディア戦略がすごくうまいと思いました。一個一個のコンテンツは、日本でも見るレベルのものでした。世界最先端であるという期待値からすると、意外とこんなレベルなのかと感じた場面も何度かありましたが、小さな会場からYouTubeで生配信がなされていたり、翌朝の新聞に掲載されていたり、必要な情報がSXSWから発信されているというブランディングは、長年の蓄積があるからこそ。それが、安くはないチケットを買ってでも行きたいという層を生み、財源になっているのだと思います。

地上レベルに大きなホールや飲食店ホテルが集まっていて、飲食店の中にライブのできるスペースがありました。ただ大阪の場合、中心部に商業という「物販」が基盤になり、大ホールは地下や上階になってしまい、住宅も街中にあるのが大きな違いだと感じました。オースティンの場合、音問題は地元の理解や行政の教育があったとは思いますが、車社会であり、郊外に住居や大きいショッピングセンターがあり、街中には逆に商業基盤がほとんどありませんでした。ですので、大阪と比べた時に巻き込むパートナーが変わってくると思います。物販系の方を巻き込んでお祭り感を作ると共に、電車移動もイベントの一つとして楽しめるような仕掛けができれば、大阪らしい演出になると思います。

A：ありがとうございました。次の方をお願いいたします。

視察者 P：

大変勉強になる面が多く充実した視察でした。街のより多くの人に楽しんでいただくためにはと考えた時、敷居を上げすぎず、関西らしさを生かすことが非常に大切だと思いました。例えば、食のカジュアルさや、クラフトビールなどのお酒を飲む楽しさ、お笑い、といったものを巻き込み、皆が楽しめる土壌づくりが大事だと感じました。

A：ありがとうございます。最後に全体を通してのコメントをお願いできますか？

B：展示の部分は SXSW にとってはおまけの部分であって、SXSW の本質は勉強会とミートアップ（交流会）であるということは、ずっと言われています。熱量の高い人たちが集まるから、そこで“何か”が生まれているということ。その環境下に展示やライブがあるという捉え方だと思います。

実際、展示は昔よりパワーダウンしているとは感じました。来場者の通り道であるから、ブースを出しておけばタッチポイントとしてはいいのかもしれませんが。今後 SXSW に学んで大阪で展開することは、やりがいのあることですが簡単なことではないと感じます。SXSW の昔のことや経緯で何かご興味あることがあれば、知っている範囲でお答えさせていただきます。

（3）次年度の取り組みに向けて – 本会議の位置づけ、ビジョンを共有する必要性

（4）次年度事業について

F：ありがとうございました。今、皆さんのお話を伺って整理してみますと、皆さんの共通点として「どこにフォーカスを当ててやっていくのか？」ということがあると思います。SXSW の場合、音楽からスタートして、地元のミュージシャンを支援することから始まりましたが、テーマとして一番最初にあったのが「クリエイティブな人たちの目標達成をサポートする」というものが SXSW の目標でした。このような誰にでも伝わりやすいコンセプトを設定したことが、スタートとしてよかったのではないかと感じています。

ここに集まられている皆さんの関わる仕事や分野が様々であるため、専門分野をいきなり持ってきて合致することが少ないと感じます。ある程度皆さんの中で共通して認識、共有できるビジョンを作ることが住民や行政、企業を巻き込んでいく上で重要です。

一方で、オースティンの街と大阪・関西エリアの街の前提条件もあまりにも違うということが話を聞いて感じました。共通する部分もあると思いますが、カンファレンスのできる会場の有無など、町の構造自体が違うということ。人口規模だけで比べても、今のオースティンと大阪だけでは3倍ぐらい違います。さらに関西全体と比べると、ものすごい差になります。オースティンの人口は95万人ぐらいであり、だいたい世田谷区と同じくらいの人口規模です。関西となると1800万人を超えます。今回の「クリエイティブ関西構想」を並列して考えると、縮小してしまう可能性があるかもしれません。ただ、大阪に限定して考えるとむずかしい部分も、関西エリアとして見れば視野が広がるとも感じました。

本日の会議前に（本日は欠席の）関西広域連合の野口さんとお話をしてこんなアイデアが出ました。昨年、大阪から京都の伏見まで船で行けるようになりました。4、50人規模の船であれば行き来できるということで、例えば船の上なら多少音を出しても大丈夫ではないでしょうか、ということでした。空き地を利用するとか、利用されていない建物を利用するとか、そのようなメニューの中に「大阪に向かってくる周辺エリア」という導線を、水域レベルで考えるというアイデアは大阪ならではの、関西ならではの、のものになっていくのではないのでしょうか。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

また、すごく重要だと思える点として、オースティンの人口は SXSW が始まった時に比べると少なくとも3倍ほどになっています。当初30万人ぐらいの人口規模が今や百万人ぐらいになっています。都市の成長と共に育ってきたというのが SXSW の成功要因でもあるのですが、国際都市になったけれども住民にその自覚がないという市長の話を考えて時に、大阪が国際都市という点で見たらどうなるでしょうか？すでに多くの方が国際都市だと自覚しているでしょうし、外国人観光客も多く滞在する雰囲気である大阪、または関西で、どういう位置づけでやればイベントの存在感が出せるでしょうか？

「クリエイティブ関西構想」という前提となるビジョンとは何なのか、をはっきりと示し、このメンバーで共有した上で、いかに行政、企業、市民の共感を得られるか、ということが文化庁側も期待している部分であり重要な点です。



それをするためには、このメンバーの中で議論して深めていく必要があります、音楽が一つの強いテーマになると思いますので、大阪・関西に文化的、歴史的に蓄積されている伝統芸能、建築物、史跡などのすでに持っているリソースを使っていき、その上で大阪・関西ならではの「クリエイティブな文化圏、経済圏」を作るとは何なのかと考えることは絶対に避けて通れないと感じます。

今後も議論を進めていくのですが、もちろん議論だけではまともりませんので、MINAMI WHEELのような「舞台」を用意して事業展開していきます。そこに理念を改めて明確化していければと思います。例えば「クリエイティブな人の創造を助ける」ということでしたら、そのためにできることは何か？と、それぞれの専門的なリソースを持ち寄って実現していくことが求められるのではないのでしょうか。

来年度の事業は、ファシリテーターの立場としてそのように進めていきたと思っています。文化庁へ事業提案する際に作った資料がありますので見ていただき、イメージを掴んでいただければと思いますので説明をお願いします。

A：今回、文化庁さんに提案させていただいた内容は、弊社のイベントである MINAMI WHEEL をベースに大阪の色を出しながら展開する企画を提案いたしました。大阪は「水の都」であるということが特徴だと感じましたし、中之島エリアに美術館や博物館があります。それらを MINAMI

WHEEL にプラスアルファしていけば「クリエイティブ関西構想」へ近づくのかなと思いました。今回の視察を受けて、これをさらに発展させてイメージした図がこちらです。

各エリアの特徴に当てはめていくと、ビジネスの中心地は梅田エリアになり、文化やアートと関連深いのは美術館のある中之島エリア、ミナミエリアは大衆文化やエンタメ、グルメ、ストリートカルチャーとなります。この3つのエリアをうまく連携、連動させると「大阪らしさ」を表現できるのでは？と視察を受けてイメージしました。

さらに具体的に落とし込むと、すでにあるものを繋げていくこと、期間は1週間や10日間の短期間でやる必要もないと思っています。ゼロから何かを立ち上げるのではなく、皆さんの持つ既存イベントをまとめて共同プロモーションするだけでも初めの一步としてはいいと思っています。例えば、ミナミホールに参加した方がうめきたや中之島での音楽イベントに行き来できるようにするなど、交通機関にも協力いただいて、特別な体験をするために船移動を組み込むなど、既存イベントをより楽しめるよう、まとまったプロモーションをするのがいいのではないのでしょうか。

会議後の動きとして、視察に行ったメンバーは気持ちが高まっていることもありますので、何かテスト的に実施することが必要だと思っています。とは言え、個々でイベントをやるだけではなく、どこからどう良さを捻出するかということは早期の課題だと考えています。

事前の取り組みの課題としては、行政、民間企業、文化団体とどう連携をとっていかるところです。明確なビジョンがまずは必要ですので、ここにいるメンバーを中心にそのビジョンを作りたいと思っています。SXSW より広範囲になってくると思いますので発信に力を入れて行きたいですし、FM802 というラジオ局の強みを活かして相互発信をしていきたいです。一旦これが現時点での課題ではないのでしょうか。

(5) 総括

A：最後に文化庁サイドからの今年度の総括をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

文化庁Q：

今回の視察が大阪、あるいは関西にフィットするかはわかりませんが、取り組みの参考になったのであれば意味があったのだと思います。オースティンは20万人ぐらいの規模の都市、日本では北九州市ぐらいのイメージかと思います。今求められているのは、文化庁も含めてそれは国からの押し付けでやるモデルではない、ということです。

バッジの引き換え所で働いていたのは、おばあさんであったり、要は市民の方々です。いつも参加している、しかも自然体でやっている感じであったのが本当に印象的でした。ある種、時間をかけて作っているからこそではあるでしょうけれども、市民のアイデンティティみたいな業務になっていることが非常に重要だと思います。話の中で、お客さんとしての市民という話もありましたが、運営側のボランティアとして自然な形で入っていくということが鍵なのではないかと思いました。

もう一つ印象的だったことは「国や行政のバックアップがあるならやる」ということを否定する訳ではないですが、自発的な開催であることも大事なのではないのでしょうか。長年に渡ってSXSWを動かしてきたコアの人たちであれば、大阪の状況を分析、整理して戦略を組むのだと思いますが、スタートはもう少し素朴な「音楽が好き」それで何かみんなで楽しんでいこうということが大事だと感じます。地域で、みんなが喜んで、時間を掛けてやり続けていくことが一つのポイントではないのでしょうか。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

例えばダボス会議、あれは元々は経済学者と経営者が将来を語っていくことから成長したもので、コアな人たちが「ここを大事にしているから」「必要だから」続けようということになっていきます。我々の場合も「文化庁の人が言うから」みたいな感じではなく、当事者の方々と進めていって欲しいと思います。大阪府・市も、今回は市がやろうという感じがあるとしても、そこで終わったらダメなんだということです。今取り組んでおられるみなさんも、本業に経済効果があるからやろうという面があるのは当然ですし、否定するものではないのですが、そこだけではなく「これが大事だと思うからやろう」という部分が必要なのではと感じています。

そういう意味ではコアメンバーである皆さんが事務局のように仕掛けていってほしいと思います。メンバーのみなさんは本業がもちろん大事ですし、そこにメリットが流れることは必要ですが、気持ちの面で少し転向してもらえたらと思います。「好きだから」みたいな感じです。そのようなことを思っています。

F：ありがとうございます。せっかくなので、文化庁からもう一方お願いします。

文化庁 R：

私は今回視察に行けませんでした。視察に行った皆さんが色々な気づきを持って帰ってもらい、それをそれぞれがやっていくことで何かが起こるのではと思ってもらえたことが、すごく大事なことでと思います。まずスタートとして、この場がすでにできていることが大事だと思います。

次のステップとしては、誰にどう響くことをやっていくかということ。最初の様々な気づきの中でも、地元住民、まずそのポテンシャル的に行けないところを崩していく面白さを、皆さんでやっていただくことが大事なのではないでしょうか。MINAMI WHEEL という場もありますし。逆に言うとうめきた、中之島エリアというところは、ミュージック・ラブズ・アートの取り組みもあるので、将来的に一体的になって、どの月にやるのか調整していけばいいと思いました。

あるものをうまく活用しつつ、大阪、日本はポテンシャルが高いと思います。実際に見て、最先端のものを持って作っているのも日本ですし、いろんな技術を持っている町工場が多いのが大阪であつたりもします。そういったものを世界に対して見せることができるように、どうやっていくかができれば、あつという間に、実は(SXSWを)抜いてしまうのではと思います。いろいろなものをそれぞれの得意分野で巻き込みながら、一つにしていっていただければと強く期待しております。私もちょっと期待して見続けたい、むしろ参加をさせていただきたいと思っております。

F：あとは個人的にお話を振りたいと思います。水都の話、水辺で繋がるというのは大阪の一つの特徴でもあると思います。今日話を聞いて何か思うところはありましたでしょうか。

出席者 S：

ありがとうございます。淀川は結構川幅が広くて、よく言えば「ゆったりできる」、悪く言えば「退屈」みたいな感があります。そして乗っている時間が長いというのがありますが、それを逆手にとって、多少大きな声出してもなかなか聞こえないという環境を、いっそ宴会クルーズのような企画、趣味の発表会、ライブなどをやってみたらどうかというお話をしました。

事業企画書にも水都と連携で、と書いていただいているのですが、実際に道頓堀では、ジャズのライブをしながらのクルーズが実際に行われていたり、あるいは水の回廊を一周、落語家さんの案内を聞きながら7～90分かけて移動するということが行われています。つまり船を輸送手段というより、船内コンテンツを考えてほしいです。これを機会に新しいものができたらもっと面白いのではないかと感じています。

参考になるかわかりませんが、アート大阪さんが数年前まで、中之島の公会堂と北加賀屋の名村造船所跡であるクリエイティブセンター大阪を船で結ぶということをされていました。様々な船内ガイドやミニ講演会などもされていましたが、シャトルバスに比べるとクルーズはそれほど頻繁に船が出るわけでもないので、去年からはなくなってしまいました。今度今回、アートと音楽と、そしてクルーズで、また何かできればいいと思います。今度はアートと音楽と、そしてクルーズで、また何かできればいいと思います。特に木津川は、道頓堀などに比べたら川幅が広いので、少し音を出してもいけるかもしれないというポテンシャルを感じられるエリアでもあります。音楽やアートで、何かご一緒できる企画が生まれてくれれば嬉しいです。

F：ありがとうございます。視察には行けなかった、本日の出席者にも意見を聞かせていただければと思います。

出席者 T：

今までの話を聞いて、SXSW に行かれて、世代というか年齢を越えて、様々なカテゴリーから来ている人たちが同じものを見て、また集まって話をするのはいいなと思いました。これが多分、井戸端会議というものだと思います。まあ昔で言う喫煙所みたいな感じでしょうか。いろんな部署の人たちが、あの喫煙所みたいなところで、いろんな話をする時にいろんな決定がされたという時代が昔はありました。喫煙所が今、大阪にもないですし、あの井戸端会議ができそうな街のスペースもないです。ちょっと話ができたりするスペースがない、それは悪いわけじゃなくてしょうがないということが、今までの話の総括だったような気がします。それは逆に選べるんじゃないか、ということ、世界の人にうまく伝えとか、たくさんあるっていうことを、あえてまとめようとしなくて進めるということでしょうか。それならカオスになっても、カオスでもないような気がするの、もっとカオスを作るならどうすればいいのかっていう生の声みたいなことが出せる街ということでしょうか。

ちょうど時代が SNS マーケティングみたいな言葉で皆さんを先導しようとしています。先導ではなく、伝えようとしている、つながろうという状況があると思うのですが、裏を返すと、今、AI によって皆さんは先導されているということです。ほとんど AI で作られた不安な情報が出てくると、誰かが騒いでひっかかって何かやるというのは、ほとんど機械が作っていますよね。それを知らずに、皆さんが情報をとったりするわけですが、少しそこに気づいていくと、例えば「SNS が繋がらない街」みたいになるだけで、生の声が聞けるだけで、すごく安心できるかもしれないです。逆にそういうところに時代的には変わっていくような気がします。

そういったものを音楽とかアートとかをやっている人たちは結構敏感に感じています。音楽を作るのはビジネスみたいに答えがすぐ出るわけではなく、ものすごく悩んで、時間をかけて作ります。アートも多分そうだと思いますが、本当にかかる時間が全然違いますよね。一方、ビジネスでは、スケールしなければいけない（規模拡大しなければいけない）ところに時間をかけるので、音楽やアートとビジネスというのは、同じ並列ではないような気がします。

それは皆さんもわかっていると思いますが、どこにレンズを合わせるかって話であったかな？と思いました。本当にシンプルに今、良いか悪いかはありますが、男らしさとか女性らしさとか、「らしさ」みたいなものが失われてしまっている感もある中、アーティストの方と話をしてみると、なんか色々なものになろうとしてしまっていて、本当の「らしさ」みたいなものにものが無くなっているような気がする、という内容になりました。

そういったものを、「人間らしさ」とか「野生的な感じ」というものを追い求めた方がいいのではないか、という話を結構アーティストの方がしています。そういう作品を作れたらいいなというのがミュージック・ラブズ・アートのプロジェクトの基礎アイテム、アイデアの規定になっていました。あの衝動みたいなものや、「へーっ」というようなものをたくさん置いていくことで選べる状態

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

が作られていくのは、Summer Sonic というフェスティバルで行われるからだと思います。

フェスティバルでは本当に色々なものに出会います。でも、フェスティバルはステージだけではなく、入り口から。私も何度も言うのですが、色々な場所にゴミ箱を置いてあったり、サインが置いてあったり、実に色々なものがあり、みんなで作ることで初めてステージになります。そういった時間を一日過ごすだけで、音楽に対する愛情がファンの中に生まれたりするというのがあります。そういう場所を作って、選べる場所にお金を出せる人とか、助けてくれる人とか、なんか見せたい人とか、見つけたい人とか、そういう人たちが集まる場所。今回これから始める「クリエイティブ関西構想」とは、そういったものが集約される場所になってくるのかなと感じています。

場所とか時間で言えば、必ずしも音楽は夜でなくてもいい、音が出せないなら、もう朝からフルスロットル出してしまえばいいじゃないか、とか。夜がダメなら朝でも、夜はみんなで飲んで楽しく過ごせる街とか。結局、時間は音楽でコントロールできるというか、音楽が流れれば街が変わった感じになる、そんな風になってくるのではないかな？とすごく思いました。

プログラミングはいくらでもできそうな大阪だと思います。こういう形で、漂流するような人たちを受け入れられればいいかなと思いました。お笑いの話も出たんですけど、スタンダップコメディとかも、オースティンではあったと思うんですね。日本では「こういうものが面白い」と、その考え方とか、思想の逆転とか、そういったものに触れる機会を言語でやる機会がここから出てくると思います。言語でいろんな国、人と笑い合えるっていうところが作れるのであれば、すごくいいなと思います。

あとは声ですね。やっぱり生の声みたいなものを持っているのがFM802 さんでしょう。テキストでとか、インターネットとかで出てくるものではなく、本当にその人が喋っているという声。AI で作っている声でないと分かるような声があると思います。人の声で届けていくことを大事にして続けていくのは、オリジナリティーになると思います。先ほど文化庁さんの言われた「パワーを作る」ということも、本当の表現とか、本当の気持ちとか、作る時に考えていると思うので、そういったものが出ていける場所が「クリエイティブな関西構想」の一部として、音楽とアートで作っていったらいいなと思いました。

F：ありがとうございます。では次の方をお願いします。

出席者 U：

先ほど、ファシリテーターの方が言われたように、ビジョンを持ちこの取り組みが10年、20年、30年と続けたらいいと思います。大阪なのか関西なのか、目指す姿がきちっとしてないとみんな離れていくことになると思います。例えば住民に確認しても、何のためにやっているの？と聞いたら、イベントをやるため、楽しみたためだけ、ということになると、やはり続かないと思いますので、こういう議論は重要だと思います。

大阪らしさみたいなことが先ほどキーワードで出の中で、大阪らしさと言えばすぐ「タコ焼き」になってしましますが、いろいろな話が出てくる中で、例えばサントリーさんであれば「やってみなはれ」みたいな話とか、阪急阪神でいうと「小林一三が、いろんな新しいものにチャレンジしたり」といった、そういった土壌となるチャレンジ精神というのが、多分大阪にはあったんじゃないかなと私は感じています。

FM802 さんも、新しいラジオ局のスタイルに挑戦してそれが全国に波及していく。そういったこともありますので、この取り組み自体が新しいものに挑戦して、新しい文化と今あるものを繋げていく。そして将来に向けた新しい何かを作っていく。オープン化であったり、経済発展であったり、もしくは、東京にはできない、企業やアーティストがテストマーケティングできるような、チャレ

ンジできる環境が広がっていき、大阪で1回チャレンジしたいなっていう土壌とネットワークが作れたらいいのかなと感じます。

イベントをやるためだけ、にあまりフォーカスしない方がいいのではないのでしょうか。手段としては絶対に楽しんでいただけるものにしなければならないですけども。その辺の視点はしっかり抑えていきたいなと思います。以上です。

F：ありがとうございました。今日は一旦そこまで大丈夫でしょうか。本日は大幅に時間を費やしてしまいましたが、みなさまありがとうございました。今日の伺った内容も含めて、最終的に今年度の報告書という形をもって共有するようにいたします。来年度も引き続きよろしくお願いいたします。

サウス・バイ・サウスウエスト (SXSW) 2025 視察

【1】視察の目的

行動プラン作成のための3つの指針

1. SXSWモデルを参考に国内イベントを構築するための体系的な知見・インサイトの獲得

SXSWの全体構造、運営手法、集客戦略、クリエイティブコンテンツの設計などを体系的に理解し、国内イベントへ試行・導入するための具体的なロードマップを検討する。

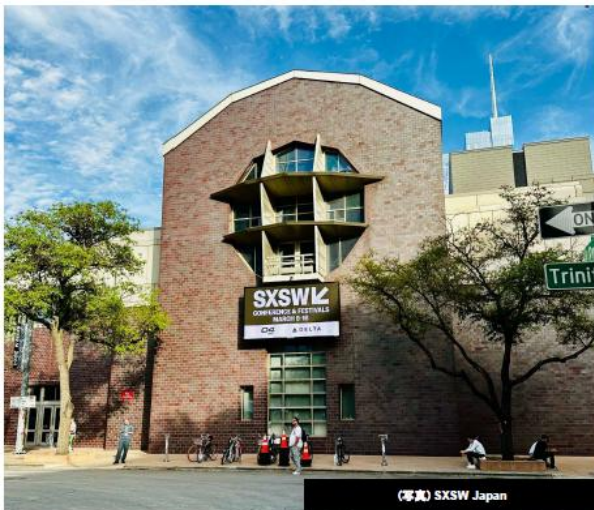
2. 日本のクリエイティブシーンとイノベーションを国際発信する手段としての活用

SXSWを舞台に、日本のクリエイティブ産業・テクノロジー・文化的イノベーションを発信し、ブランド価値を高める最適な活用方法を検討する。

3. 効果的な視察体制と迅速な報告

視察団の行動を効果的に計画し、帰国後の報告書作成や関係者への共有を迅速かつ透明に進められるよう工夫する。

【2】SXSW とは？



毎年3月にアメリカ合衆国テキサス州オースティンで行なわれる、音楽祭・映画祭・インタラクティブフェスティバルなどを組み合わせた世界最大級のイベント。1987年に音楽祭として始まり、毎年規模を拡大している。主催はSXSW社。

一般的な音楽フェスティバルと異なり、業界人向けの見本市という側面を持つことが特徴。

次の世界を創造するためのアイデアや、未来を切り開く画期的なサービス、ネクストブレイクするアーティストたちにいち早く出会う事ができる貴重な場となり、日本からも多数の企業が出展している他、音楽でも多数のグループが出演。

〈SXSW 2025 開催概要〉

- 開催期間 2025年3月7日（金）～3月15日（土）
- 開催地 アメリカ・テキサス州オースティン
- 公式サイト <https://www.sxsw.com/> *日本公式 <https://sxsw.miraiyoho.com/>

〈主なプログラム〉

- カンファレンス（3月7日～14日）
テクノロジー、ビジネス、エンターテインメント、デザイン、スタートアップなど多岐にわたるセッション
- 音楽フェスティバル（3月10日～15日）
 - ・世界中のアーティストによるライブパフォーマンス
 - ・2つの日本ショーケースが3月11日に開催
- 映画＆テレビフェスティバル（3月7日～15日）
インディーズから大手までの映画・テレビ番組のプレミア上映
- アワード
 - ・ピッチ（スタートアップコンペティション）（3月8日～9日）
※日本から2社ファイナリストに
 - ・イノベーションアワードセレモニー（3月10日）
※日本から1社ファイナリストに
- エキシビション（展示会）
 - ・SXSW Creative Industries Expo（3月9日～12日）※日本からブース11社出展
 - ・XR Experience（VR・AR技術体験）（3月9日～11日）
- コメディフェスティバル（日程未発表）
人気コメディアンによるスタンドアップやショーケース
- ネットワーキングイベント
各業界のプロフェッショナルが集まる公式ミートアップ

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

【3】視察全行程

	日付	都市	開始時間	終了時間	交通	行程	URL	食事
1	2025年 3月9日 日 サマータイム 開始	伊丹空港発 羽田空港着 成田空港発 ロサンゼルス着 ロサンゼルス発 オースティン着	11:30			伊丹空港集合	公式サイト	夕食：機内 朝食：機内 昼食：×
			12:30		JL-116	空路羽田経由成田空港へ		
			13:40	13:40		リムジンバス 成田空港へ、東京組と合流		
			17:10	17:10	JL-062	空路ロサンゼルスへ（所要9時間40分/時差-16）		
			10:50	10:50		入国審査		
			13:50	13:50	AA-392	空路オースティンへ(所要2時間55分/時差+2)		
			18:45	18:45		空港到着後、バゲージクレームにて集合		
			19:30	19:30	専用バス	空港出発、Austin Convention Centerへ ※バッジ取得は21時まで ※間に合わない場合はレストランへ直行 夕食：Fogo De Chao Austin 住所：200 Congress Ave., Austin, TX 78701 夕食後、ホテルへ移動		
20:30	20:30							
22:30	22:30				Sonesta Simply Suites Austin South 泊			
2	3月10日 月	オースティン滞在	7:30	7:30	タクシー	ホテル出発、Hilton Austinへ	MAP	朝食：○
			7:45	7:45		朝食@Hilton Austin		
		9:00	9:30		Hilton Austin出発、コンベンションセンター到着(会場：ACC Hall1) ※前日バッジピックアップできていない場合はここで		昼食：○	
		9:00			エキスポ視察(会場：ACC Hall2-4)（同行） Art in Flux: Copyright Challenges in Community Spaces（同行）	スケジュール		
	10:00	11:00						
		11:30	12:30		昼食 Caroline 住所：621 Congress Ave. Suite 101, Austin, TX 78701	公式サイト	夕食：○	
	12:45	12:55		Vines showcase at Ballroom D（会場：ACC BallroomD）	スケジュール			
	13:00～			各自視察				
	14:00	17:00		SXSW Innovation Awards Finalist Showcase at Griffin Hall	スケジュール			
				行政や企業ハウス視察 ①UK House②São Paulo House③Canada House④Australia House ⑤Fast Company Grill⑥Capital Factory House など				
	18:15			Convention Center or 会場：Indstry 集合				
	18:30	20:30		Japan Reception Party Organized by AJC(会場：Industry)				
	20:45	21:00	専用バス	レセプション終了後、懇親会ディナーへ 懇親会ディナー@P.F. Chang's 住所：201 San Jacinto Blvd, Austin, TX 78701	公式サイト			
	21:00	23:00						
	23:00	23:15		懇親会后、専用車にてホテルへ Sonesta Simply Suites Austin South 泊				

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

	日付	都市	開始時間	終了時間	交通	行程	URL	食事
3	3月11日 火	オースティン滞在	8:15	8:30	専用バス	ホテル出発、Hilton Austinへ	MAP	朝食：○
			8:30	9:30		朝食兼打ち合わせ？@Hilton Austin		
			9:30	9:40		朝食後、Austin city hall(仮)へ移動		
			9:45			Austin city hallへ到着		
			10:00	11:00		「オースティン市ミーティング」と「会場視察」の2班に分かれる。		
			11:00	11:15		ミーティング終了後、昼食会場へ移動		
			11:30	12:30		昼食@WU Chow - Downtown 住所：IBC Bank Plaza, 500 W 5th St #168, Austin, TX 78701		昼食：○
			13:00	13:00		XR Experience 視察(会場：Faimont) (同行)		
			14:00	14:00		自由行動 以下視察案ピックアップ		
			14:20	15:00		Honeyglaze at Radio Day Stage at Rivian Park (music showcase)		
			14:30	15:30		AI, Creativity, and the Fight Around Fair Use at Hilton Austin Downtown		
			15:20	16:00		Wishy at Radio Day Stage at Rivian Park (music showcase)		
			16:00	17:00		The Art of Attracting Attention for Music Projects at Austin Convention Center		
			17:15	17:30	専用バス	コンベンションセンター出発、夕食会場へ		
			17:30	19:30		夕食 Cafe Blue Downtown Austin 住所：340 E 2nd St, Austin, TX 78701		夕食：○
			19:45	20:00		夕食後、Mohawk Austinへ		
			20:00～			Music Opening Party at Mohawk 及びJapan Showcase 視察		
			21:30			視察後、ホテルへ ※深夜1時間のため、専用バスの移動時間は要調整 Sonesta Simply Suites Austin South 泊		
4	3月12日 水	オースティン発 ロサンゼルス着	5:00	5:00	専用バス AA-2869	ホテル出発、空港へ		朝食：×
			7:45	7:45		空路ロサンゼルスへ（所要時間2時間30分/-2）		
			13:30	13:30		JL-015 空路羽田へ（所要時間12時間/+16）		
			14:20	14:20		JL-069 空路大阪へ（所要時間12時間30分/+16）		
5	3月13日 木	羽田空港着 関西空港着	17:30	17:30		到着後税関検査		朝食：機内
			18:50	18:50		到着後税関検査		

【4】視察団の構成（視察メンバー）

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
産業界 (産)	中川 和俊	株式会社 802 メディアワークス	部長
	岩尾 知明	株式会社 FM802	代表取締役専務
	岡村 由里子	オリックス不動産 株式会社	投資開発事業本部 大阪営業部 うめきた開発推進室長
	久米 一郎	公益社団法人 関西経済連合会	常務理事 産業部長
	橋本 由嗣	株式会社 SUPER FESTIVAL	業務執行役員 OMOSIROI ディレクター
	小島 和人	株式会社 ロフトワーク	プロデューサー FabCafe Osaka 事業責任者

※企業名によるアイウエオ順

【5】SXSW2025 の視察行程

〈予定行動プラン〉

行動プラン: 3/10(月) Expo・Keynote・企業ハウス・Japan Reception

3/10 AM

時間	場所	予定
8:30-	ACC Hall1	バッジピックアップ ※パスポート必須
9:00-9:45	ACC Hall2-4	エキスポ視察 日本エリアを中心にエキスポ全体を視察
10:00-11:00	ACCまたは Marriot	セッション参加 候補① Revealing the Universe with the Biggest Movie Ever Made キャンセル 候補② The Rise of South Asian Talent & How the West Can Embrace It 候補③ Featured Session: The Auto-Evolving Business: AI's Agentic Near Future 候補④ Music Festivals Get Unreal: Creating Live AR Experiences 候補⑤ How Fandom Drives Modern Media Attention 候補⑥ The Futurist Toolkit: Building a Business Strategy for 2050
11:30-12:30		ランチ休憩
12:30-	ACCへ	Keynoteへ並ぶ

行動プラン: 3/10(月) Expo・Keynote・企業ハウス・Japan Reception

3/10 PM

時間	場所	予定
13:00-14:00	ACC Ballroom D	Keynote: The Future of Social with Jay Graber, Bluesky CEO
14:00-17:00	自由	UK Houseなど行政や企業ハウス視察(分かれて視察) ① UK House ② The Museum of the Future House ③ German Haus ④ Australia House ⑤ Rivian ⑥ Paramount+ The Lodge
17:00-18:00		休憩 / 1日目 Recap
18:30-20:30	Industry	Japan Reception Party Organized by AJC (ご招待) 現地日本人コミュニティによるレセプションにご招待します。ウェルカムドリンクとお食事はご用意があります。JETROヒューストンや、日本領事館からもご参加予定です。アルコールはキャッシュオンとなります。 SXSW社長の Hughをこちらで紹介します。
21:00-		懇親会

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

行動プラン: 3/11(火) オースティン市 MTG・日本ショーケース

3/11 AM

時間	場所	予定
8:30-9:30	自由	Coffee Break (Hot Flash. Hot Coffee! / Your Morning Coffee – Powered by Hootsuite)
10:00-11:00	City Hall	オースティン市とのミーティング
		セッション参加 候補① Featured Session: Level Up. The 2025 State of Play on Games, Tech, and Media 候補② Building the Future Through Advanced Manufacturing TX-MX 候補③ Syncretis To Success: Sync Licensing Music For Media & Ads 候補④ Reclamation City: A Digital Twin Project
11:30-12:30		ランチ休憩

行動プラン: 3/11(火) オースティン市 MTG・日本ショーケース

3/11 PM

時間	場所	予定
13:00-13:45	Faimont	XR Experienceの様子を視察 XRコンテンツを視聴するには1時間ほど並ぶので展示会の様子だけ視察
14:00-14:30	Capital Ballroom AB	Filmmaker & Industry Lounge Presented By Epidemic Sound にて休憩と視察
14:30-15:00	Paramount Theatre	映画祭のメイン会場外観視察
15:00-15:45		企業アクティベーション視察(11-13ページを参照ください)
16:00-17:00		セッション参加 候補① When Ticketing Meets Commerce: The Live Experience Enhanced 候補② Breaking the Fourth Wall — Metallica's Lars Ulrich With Apple Music's Zane Lowe 候補③ The Future of Music: Building a Superfan-Centric Business 候補④ Making Autonomous Ride-Hailing a Reality in Your City
17:30-19:30		夕食 / 休憩
20:00-21:00	Mohawk	SXSW Music Opening Party SXSWチームがセレクトしたアーティストによるライブ
21:00-(1:00am)	同上	Japan Showcase「Tokyo Calling」/「Inspired by Tokyo」

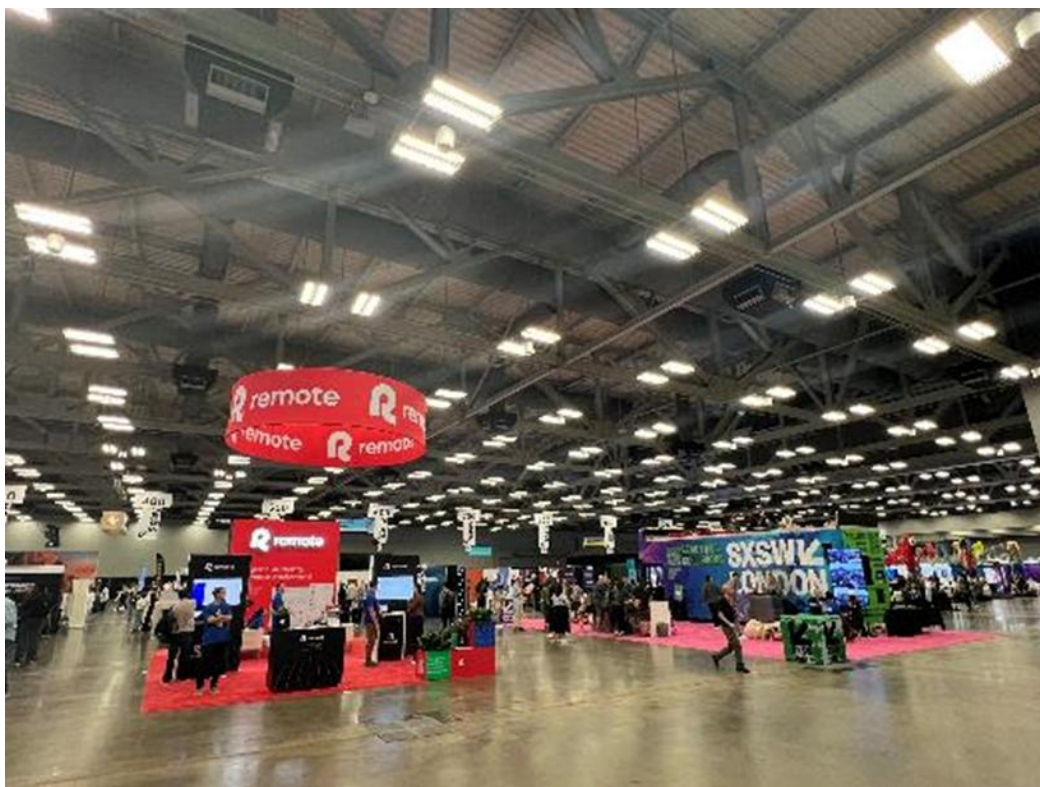
【6】SXSW2025の視察報告

〈視察スケジュール〉

3月10日（月）	
AM	◇エキスポ 協賛ブース視察 ◇カンファレンス「Art in Flux: Copyright Challenges」会場：ACC Hall2-4
PM	◇エキスポ 行政ブース視察（UK HOUSE、DubaiHOUSE、CanadaHOUSE、RIVIAN、YouTube、JBL） ◇街中視察 ◇ミュージックショーケース「Vines showcase」会場：ACC BallroomD ◇アワード「SXSW Innovation Awards Finalist Showcase」会場：Griffin Hall
Night	◇レセプションパーティー「Japan Reception Party Organized」会場：Industry ◇懇親会ディナー 会場：P.F. Chang's
3月11日（火）	
AM	◇オースティン市長、SXSW関係者との面談 会場：Austin city hall
PM	◇XR Experience 会場：Faimont ◇コンベンションセンター内視察 ・ミュージックショーケース「Honeyglaze at Radio Day Stage」会場：Rivian Park ・カンファレンス「AI, Creativity, and the Fight Around Fair Use」会場：Hilton Austin Downtown ・ミュージックショーケース「Wishy at Radio Day Stage」会場：Rivian Park ・ミュージックショーケース「The Art of Attracting Attention for Music Projects」会場：Austin Convention Center
Night	◇パーティー「Music Opening Party」会場：Mohawk ◇Japan Showcase 視察

〈視察内容詳細〉

3月10日（月）AM SXSW EXPO 会場の視察



- ・協賛ブース訪問
- ・企業ベース、行政ベースなど様々な展開
- ・カンファレンスステージあり

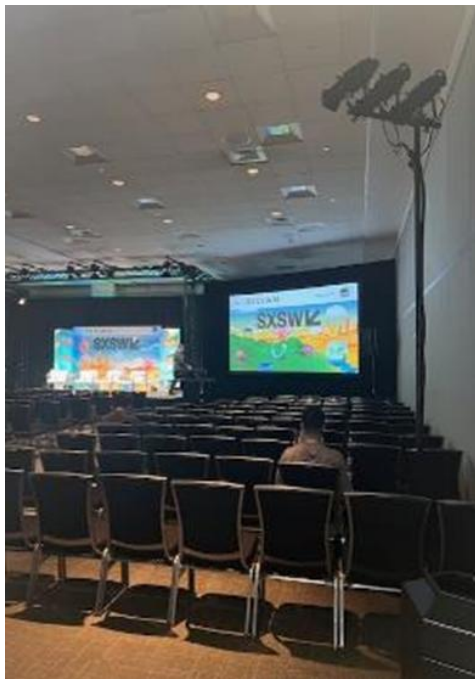
3月10日（月）PM SXSX EXPO 会場の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース



- ・韓国は数企業まとめて出展
- ・日本の企業も数社出展
- ・京都、愛知も出展

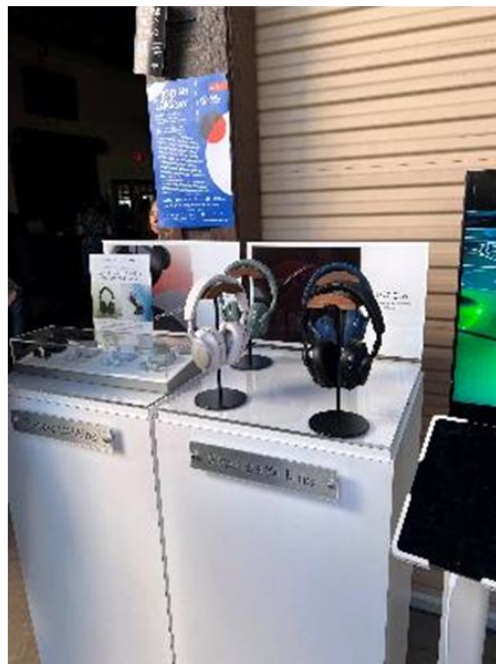
3月10日（月）AM カンファレンス視察

Art in Flux: Copyright Challenges in Community Spaces



- ・各カンファレンスは内容によって集客差あり
- ・終了後の質疑応答が盛り上がっていた
- ・メイン会場は特に盛り上がっていた

3月10日（月）PM 街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース－①



- ・ UK HOUSE
- ・ カンファレンスエリアとライブステージ
- ・ 企業の PR ブースも 2つ展開

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

3月10日（月）PM 街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース②



- Canada HOUSE
- 3～4社がまとめて展開
- 睡眠アイテム、VRを体験など

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

3月10日（月）PM 街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース③



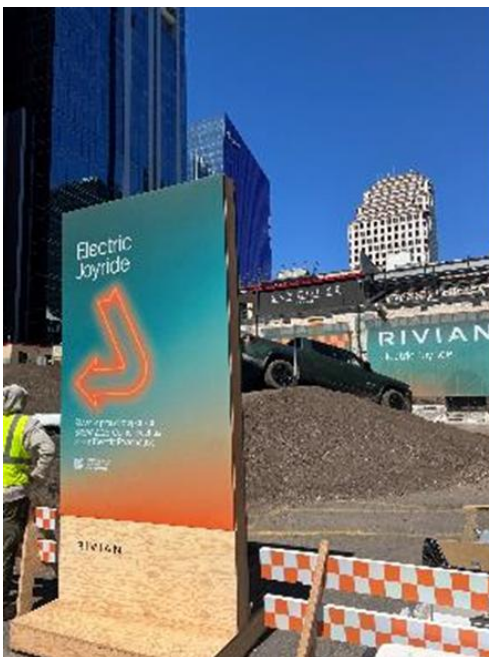
- Dubai HOUSE
- 空地に巨大な映像体験とカンファレンスルームを展開
- 体験後、チョコレートとチャイがもらえた

3月10日（月）PM 街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース－④



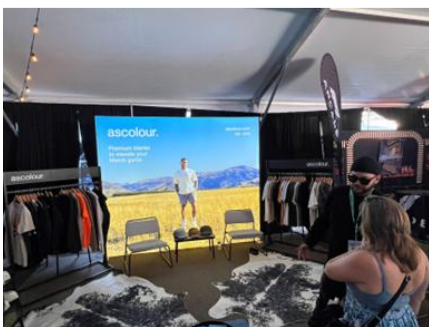
- ・ São Paulo HOUSE
- ・ カンファレンスブースとライブステージ
- ・ 企業サービス体験ブース、飲料はフリーで提供

3月10日（月）PM 街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース⑤



- ・ RIVIAN（車のメインスポンサー、試乗体験）
- ・ 空地に試乗体験ができるエリアを展開
- ・ 会場内、街中各所に大小のブース展開

3月10日（月）PM 街中の視察～協賛企業の展開、各国の行政ブース⑥



- ・JBL、YouTube など
- ・ゲーム要素（ダーツ）のある体験ブース
- ・拠点は1カ所のみ

3月11日（火）AM オースティン市長、SXSW 関係者との面談



- ・ 市長室にて、オースティン市長（Kirk Watson 氏）、 経済担当の方（Genesis D. Gavino 氏）と面談
- ・ SXSW 関係者（Chief Partnerships Officer Peter Lewis 氏）との面談
- ・ SXSW の歴史や課題などの話を伺った

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

3月11日（火）PM XR Experience 視察～コンベンションセンター内視察



- ・XR 展開は、ホテルの3フロア程度で展開
- ・各国、かなり力が入っていると感じた

3月11日（火）PM オースティン市内視察－①



- ・街中にある bar などには、ステージが常設であり、夜は多くのお店でライブや DJ プレイが行われている
- ・街の中には音楽をイメージするモニュメントも多数

3月11日（火）PM オースティン市内視察-②



- ・まだまだ発展途中 大きなホテルやオフィスビルの建設が進んでいる
- ・街中にはたくさんのアートがある

【7】オースティン市長、SXSW 関係者との面談記録

◇面談日時：2025年3月11日（月）10:00－11:00

◇面談場所：Austin city hall

◇出席者：視察メンバー、
Kirk Watson 氏（オースティン市長）、Genesis D. Gavino 氏（経済担当）、
Chief Partnerships Officer ・ Peter Lewis 氏（SXSW 関係者）

オースティン市長・Kirk Watson 氏との面談記録



Mayor Kirk Watson



Genesis D. Gavino, Chief of Staff
Office of the City Manager

◇Kirk Watson 氏（オースティン市長）との面談サマリー

1. 面談の背景と目的

- ・ SXSW2025 のタイミングで文化庁・大阪・京都を中心とする関西経済界・音楽業界関係者とオースティンを訪問。
- ・ SXSW のようなモデルを関西で実施する構想について、オースティン市長（Kirk Watson 氏）との意見交換を実施。

2. オースティン市長の発言

[オースティンの国際化への対応]

- ・ SXSW の来場者の 1/4 は海外からの参加者であり、オースティンが国際都市として見られていることを認識
- ・ しかし、オースティン自身がまだ十分に国際都市としての対応ができていないと考えており、改善の必要性を感じている。

[SXSW 成功のポイント]

**【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務**

- ・ SXSW は「フォーカスを定め、徐々に拡大する」ことで成功した。
- ・ 最初は音楽に特化し、その後映画、テクノロジー、医療、交通、AI などへと展開。
- ・ 都市の変化に合わせて成長させることが重要。

[自治体のコミットメントの重要性]

- ・ SXSW の成功には自治体の協力が不可欠。
- ・ 例えば、ボランティアを積極的に募集し、市民の参加意識を醸成。
- ・ 地元住民にとってイベントの意義を明確にすることが大切（経済効果、文化的価値）。
- ・ ただし、大規模イベントには地元住民の負担もあり、市として対応を検討している。

[SXSW と都市インフラ]

- ・ SXSW 2024 後にコンベンションセンターの改築（キャパ2倍）を予定しており、イベント運営の見直しを検討中。
- ・ 空きビルやオフィススペースの活用も視野に入れる。

3. 日本側の提案と課題

[関西版 SXSW の構想]

- ・ 音楽とアートを軸に関西エリアでのイベントを計画。
- ・ 2025 年秋に大阪でアート展示やカンファレンス開催を予定。
- ・ オースティンからの協力や知見提供を希望。

[自治体のコミットメントの課題]

- ・ 日本では結果を早く求める傾向があり、長期的な視点でのイベント成長が難しい。
- ・ 大都市での開催が前提となるため、大阪は適した場所。
- ・ 市民や自治体の関与をどう促すかが課題。

4. 今後の展開

- ・ オースティン市長は関西版 SXSW の構想に肯定的な反応。
- ・ イベントの「フォーカスの決定」「自治体の関与」「住民の巻き込み方」などを参考にすべきと助言。
- ・ オースティン側も SXSW の運営見直しを行う予定であり、協力の可能性あり。

●総 括

関西版 SXSW の実現に向け、オースティン市の経験や知見を学ぶ機会となった。特に、イベントの成長戦略、市民・自治体の巻き込み方が鍵となる。今後、具体的な協力方法を検討していく必要がある。
イベントの成功は「フォーカスの決定」がとても印象に残っています。

**◇経済担当/SXSW（Genesis D. Gavino 氏、Chief Partnerships Officer Peter Lewis 氏）との面談
サマリー**

1. 面談の背景と目的

- ・ 関西経済連合会と文化庁が協力し、SXSW のようなイベントを大阪で開催する構想を進めている。
- ・ 関西経済界としては、スタートアップやテクノロジーの発展を重視し、SXSW の成長過程や成功要因について詳しく知りたいと考えている。

2. SXSW の成長と成功要因

[SXSW の発展の流れ]

- ・ 1987 年に音楽イベントとしてスタート。

**【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務**

- ・1994年にテクノロジーと映画分野を追加。
- ・オースティンには既にIT・映画産業の土壌があり、それに伴いSXSWも自然と拡大。

[スタートアップ・テクノロジーとの結びつき]

- ・オースティンにはテキサス大学の研究機関、IBMの投資、DELL創業などテック産業の基盤があった。
- ・SXSWは「創造的な人々が目標を達成するのを助ける」というビジョンを持ち、音楽に限らず創造性を発揮する場を提供。
- ・市の支援は警察やインフラ提供に留まり、SXSW自体は独立して成長。

[イベントの工夫]

- ・3月の春休み期間に開催し、学生が減ることで閑散期となる地元のバー・レストランと協力。
- ・経済的なメリットを生み出す形で、地元ビジネスとウィンウィンの関係を構築。
- ・無料・低価格のイベントも用意し、地域住民の参加を促進。

3. SXSWと都市の発展

[オースティン市との関係]

- ・SXSWは市のサポートを受けつつも、独自の成長を遂げてきた。
- ・市の役割は、公安・交通管理、インフラ提供などに限定され、イベント自体は自律的に拡大。

[地元メディアの貢献]

- ・ボランティア募集の啓蒙活動やイベントのプロモーションに貢献。
- ・ローカルの人々向けに低価格チケットを提供し、住民との一体感を醸成。

[経済効果]

- ・宿泊税収入だけで100～300万ドルを計上。
- ・地元の消費・観光にも大きな影響を与えており、イベント期間中の飲食消費は年間最大規模。

4. 関西での展開への示唆

[関西版SXSWの方向性]

- ・大阪・関西のアイデンティティを活かすことが重要。
- ・SXSWの単なるコピーではなく、地域の特色に応じた発展を目指すべき。
- ・大学・公共施設の活用や、テック分野との連携がカギ。

[グローバル展開との比較]

- ・SXSWは現在シドニー・ロンドンでも展開。
- ・各都市の特徴を活かし、ローカルパートナーを見つけることが重要。

●総括

SXSWの成功要因は「都市の成長と連動」「ローカルビジネスとの協力」「自治体の適切なサポート」にある。関西版SXSWの実現には、地域の特色を活かし、独自の成長モデルを作ることが求められる。

Kirk Watson 氏（オースティン市長）との面談会議録

文化庁（以下「文化」）：

日本の文化庁から来ております。今日は SXSW のタイミングに合わせて、日本の大阪エリアを中心とする経済界、音楽業界の方々と来ております。

オースティン市長・Mayor Kirk Watson（以下「市長」）：

オースティンにいらしていただき本当ありがとうございました。私は SXSW というイベントを大変愛しています。なぜなら、このように世界各国から来訪者がいらっしやいまして、交流の機会を持てるからです。実は日本には2度ほど訪問する機会がありました。1997年から2001年までの期間にもオースティン市長を務めており、その時に京都で講演をする機会をいただきました。

それから、オースティンの姉妹都市であります大分市にも2度ほどお邪魔しております。今年の10月に大分との姉妹都市契約、締結35周年になりまして、オースティンからも視察団を送る予定です。今日はシティマネージャーズオフィスのガビーノさんにも同席をさせていただきます。

私どもが何をやろうとしているかと申しますと、経済開発部門があり、その運用方法をこれからどんどん改善していこうと思っています。何を改善していきたいかという、いわゆる国際対応についてです。オースティンは今や大規模な国際都市になり、世界中からも、オースティンは国際的な都市だと見られています。しかしオースティン自身にその自覚がないのではないかと考えています。

ものすごいスピードで都市が成長してこのような規模の国際都市になりました。SXSW の来場者の1/4が他国からの参加者になります。その数を見ただけでも、世界にどう見られているのかというのはよくわかるかと思います。しかしながらオースティン側で、海外の方にどのようにリーチしているのかであるとか、海外からのお客様の受け入れに関してはもっと改善できるのではないかと考えております。市長としてその辺を努力していきたいと考えております。お越しいただき本当にありがとうございます。

文化：ありがとうございます。先ほど大阪と申し上げましたが、大阪や京都のエリアを中心に、どう地域を活性化させるかということを考えております。文化庁という組織のオフィスが東京から京都に2年ほど前に移り、その移った先の地域の活性化をどうやるかが大きな課題だと思っています。その意味で、オースティンの SXSW を含めた取り組み、文化を作って地域を活性化させていくというアプローチが非常に参考になるのではと考えています。

市長：その関連の話はいろいろできます。何か具体的な質問というのはありますか？

文化：二つほどプロポーザルも含めて、ご相談したいことがあります。

市長：いいですね。

文化：ひとつ目は、オースティンが進めてきた SXSW のようなモデルの取り組みを、関西のエリアで作っていけないかと考えています。取り組みの軸として、音楽に加えてアートを考えながら、皆さんと相談しています。そういう取り組みをするにあたって、ぜひ一緒に意見交換をしたり、コラボレーションしていくという発想が持てないかなと思っています。そのような取り組みを去年から始めており、具体的には今年の秋ぐらいに、大阪の街を舞台にアート展示をしたりして、人が周遊できるようにし、カンファレンスを開くといったこと

を考えております。よろしければ、オースティンからもお越しいただき実際に見ていただきながらお知恵を借りることができればと思っております。

市長：大変素晴らしい取り組みだと思いますし、そのアイデア、本当にいいなと思います。長年 SXSW をやってきて学んだことがあります。第一ステップとしては、軸を決める、フォーカス先を決めるということだと思います。もともと SXSW は音楽にフォーカスして成功し、それがどんどん拡大していきました。SXSW の社長に、なぜここまで成功したかを聞くと、まずは音楽に軸を決めて、ちゃんとフォーカスをして、そこから伸ばしていったと言います。その後はオースティン自体にフォーカスを定めていきました。つまり、オースティンの街が様々な変化を経験してきており、その変化に伴ったフォーカス先を決め、このイベントを育ててきたことが成功の要因だということです。

元々音楽にフォーカスをしており、その後映画が加わり、その後テックにフォーカス先が加わりました。さらに、十年ほど前、オースティンに大学の医学部ができたことに伴って、健康や医療分野、次に交通の部門、それから今であれば AI というように、フォーカス先が遷移をしていきました。けれども、やはりファーストステップとしては、一つのことにフォーカスし、その街で起こっていることに合わせて成長していくのが成功の秘訣だと言っていました。

明日また来ていただくと、オースティンのこのエリアの雰囲気がガラッと変わるのがわかると思います。今日まではカンファレンス中心ですが、明日から音楽、映画の方にフォーカスが移るので、街の雰囲気がガラッと変わり、もっと若々しく、早いペースで動くような雰囲気に変わるのを見ていただくのも面白いかと思います。先ほどおっしゃったイベントというのは、具体的にいつ実行される計画ですか？

文化：今年の秋です。大阪や関西エリアは、東京に次いで発展している街です。そういう中でこの取り組みをやっていく上で、私どもの悩みというか課題と思っているのは、地元の自治体とどうコミットメントしていくのか、ということです。どうやってイベントに対してコミットしてもらい、一緒に成長していくのか。この部分に非常に関心が深いです。

例えばこちらにおとといの夜に参りまして、SXSW のネームカードをもらう時に、コンベンションセンターの受付の人と話をしました。受付の方々は、恐らく市民ボランティアの方々が参加していると思います。昨日も街の中を歩き周り、警官の方々を含め、協力的に、取り組みの一つのパーツになって参加しているという印象でした。そういったコミットメントをいかに作っていくのかについて、ぜひお話を伺いたいと思っています。

市長：非常に重要なのが、そういうイベントをすることによって、自治体の持っているインフラに対してどういう価値があるのかをしっかりと認識することが重要じゃないかと思います。

私にとって SXSW をやることの意義が二つあって、第一に、SXSW というのはオースティンのカルチャーにとっても適合しているということです。よくオースティンの人たち、オースティンは世界でもライブミュージックのキャピタルだ、一番のメッカだという言い方をします。それに異議を唱える人は間違っていると私は感じます。とにかくライブミュージックのメッカであると自分たちを見ている。だからこそ、世界中からいろんな音楽がオースティンへ入ってくるのでしょう。

昨日はオランダの代表団の方と会談をしました。その時にダッチハウス、オランダの方が出しているパビリオンに行ったんですけども、そこで歌っていた若い女性の歌手はオランダからオースティンに移住して、オースティンをテーマにしたすごくいい歌を歌ってらっしゃ

いました。地元のコミュニティが、自分たちが何をやっているのかをきちんと自覚をしています。それが、第一のメリット（価値）です。

第二に、経済的な貢献も SXSW のようなイベントの場合は非常に大きいです。地元のコミュニティが、カルチャーとしてもすごくフィットしており、自分たちが住んでいる都市を、このイベントをすることによって、うまく世界に発信できている。それに伴って収入も入るというメリット（価値）を感じてもらうことがすごく重要ではないかと思います。

ただ、やはり課題として、これだけたくさんの人が外から入ってくるので、地元の人、住民の方々には忍耐も強いるわけです。SXSW の時にはたくさんの人が来ますが、忍耐強く我慢をしてくださいと記者会見で言ったぐらいです。

それからもう一つ、実は、コンベンションセンターのキャパを2倍にするため、SXSW が終了した2週間後に撤去作業が始まる予定で、完成まで4年間かかってしまいます。ですから、その間に SXSW のやり方を見直すきっかけにもなるかと思っています。例えば、コンベンションセンターだけではなくて、地域の空きビルや、空きオフィススペースなど、空のスペースを利用できないか、または街の違うところで、もっと大きな空きスペースがありますので、ここを活用できないかとか。コンベンションセンターを取り壊すことが課題にはなりますが、やり方を考え直すいい機会ではないかと思います。課題でありながら新しい機会が作られ、おっしゃっていたように、地域の再活性化に繋がるのではないかと思います。

視察者 A（以下「視 A」）：

私は31年前から SXSW に来ており、ミュージックにフォーカスを掛けてやっているのをずっと見てきました。よくエモスジュニアとエモスへ行ったり、フランクリンバーベキューも行くし、とにかくオースティンを楽しんでいます。まず音楽からスタートしたこともわかっていますし、何十年もかけてやってきたことをそのまま日本に持って行っても難しいと感じます。なぜなら日本は早く結果を求めるので、やはり大きい都市でやるしかないだろうということは判断しています。シドニーで今 SXSW が始まって、ロンドンが始まって、オースティン外でやるところは必ず大都市になります。そういった中で、大阪は日本の中でも市長や市が強く、言葉が通りやすい場所です。先ほど市長が言ったように、市民がまとまる意識がすごくある都市なので、やりやすいと思っています。

市長：実は SXSW ロンドンに行く予定です。ロンドンほどの大都市でこれだけ大規模なイベントを同時にいろんなところで開催するので、ロンドンはどうに対応するのかというところにすごく興味があります。私たちは申し上げた通り、時間をかけてここまでイベントを大きくするという、ある意味で贅沢に時間をかけて伸ばすことができたので、ロンドンはその辺どう対応するのかなという部分は楽しみにしています。

Genesis D. Gavino 氏（以下「G.G.」）：

SXSW の運用には、ものすごく大量の調整が発生します。ですから、パートナー、協業先として、もちろんインフラもそうですし、公共の安全も守らなきゃいけません。来訪者の安全性を確保しなければいけないので、いわゆる公安部門との協力が欠かせません。そうでないと、これだけの規模のイベントは開催できません。ですからもちろん今月計画を始めたのではなく、前年からいろんな関係先や公安部門、様々なところと調整をかけています。

それから「ボランティア」と先ほどおっしゃいましたけれども、ボランティアをどのように募っていくのか。こういうイベントで積極的にボランティアをするというのは、オースティン市民としてのアイデンティティの一つになっています。実際に36時間だったか、規定の時間ボランティアをすると、イベントのパスももらえたりTシャツがもらえたり、様々な特典があるので、このボランティアは非常に人気で、やりたがる人も多いです。他にも年中いろ

んなフェスティバルをやっているの、や同様なことが起こっています。

経済担当/SXSW (Genesis D. Gavino 氏、Chief Partnerships Officer Peter Lewis 氏) との面談記録

視察者B (以下「視B」):

今回は文化庁さんと協力して、SXSW 的なイベントを大阪に持っていきたいということで来て参りました。経済界としては、そのスタートアップとか、テックの発展いうところが重要だと思っています。自然発生的なので、はっきりとしたことはわからないかもしれませんが、どのように音楽イベントとコネクトしてきたのかをもう少し詳しくお聞きしたいです。

Peter Lewis (以下「P.L.」):

テック分野が SXSW に加わったのが 1994 年でして、7 年間音楽祭としてやってきたところへ、同時にフィルム映画とテックが加わりました。その背景は、当時すでにオースティンでそのような産業が盛んになりつつあったことがあります。オースティンは長年、テック分野に対する投資、IT 産業に対するサポートをしておりまして、1960 年代からテキサス大学の大規模な研究所である J. J. Pickle Research Campus というものも存在していました。加えて、IBM も非常に大規模な投資をして、大きな事業所をオースティンに持っています。ご存知の方も多いと思いますが、マイケルデル氏が DELL オースティンで創業したという歴史もあります。このように SXSW が拡大してきた背景には、すでにオースティンという街でそのような産業が起こりつつあったということがあります。映画産業、IT 産業も然りなんです、それが伸びてきたことを反映して、SXSW の方でもつながってきたということです。

視B: それは SXSW のイベントと、すでにあるいろんな経済的な動きをオースティン市がコーディネートしたんですか？それとも自然発生時に結合していったんでしょうか？

P.L.: その辺りは自然発生的につながったというのが正解だと思います。もちろんオースティン市の方からは、例えば警察、公安部門からのサポートなど、いろいろな尽力をいただいています。ただ、このイベントが伸びてきた、大きくなってきたというのは、あくまで SXSW を立ち上げた人たちが「人々が目標を達成するのを助けたい Helping creative people achieve their goals.」という目標・ビジョンを持って始めたイベントなので、創造性というのは音楽とかアートに限らず、すべての産業界において創造性があるものです。その目標達成を支援したいというビジョンがあって始まったイベントですので、もちろん市は関わってはいるんですけど、オースティンという地域自体が変わるのに伴って、私どものイベントも変わっていったというのが本当のところですよ。

1987 年当時、このイベントが始まった時、もちろん私は当時関わってはいませんが、事例として、SXSW を立ち上げたファウンダーの人たちがオースティンの商工会議所に補助金を申請したんです。5000 ドルの補助金を申請しましたが却下されました。5000 ドルをそのイベントに投資するのは適正でないということで却下されてしまったんです。もちろんオーガナイザーとしてビジョンを持っていましたが、100%自力でやったとまでは言えないものの、自分たちでなんとかしてやり方を見つけなければ、ということはあったと思います。

私たちは自分たちの強みを活かしてこのイベントを伸ばしてきました。例えば、開催月である 3 月はアメリカの春休みにあたりまして、地元のテキサス大学・オースティン校にいる学生 4 万 5 千人ぐらいが、春休みになると一斉に街から消えてしまいます。だからこの春休みの 1 週間とは、オースティンの街が最も静かになる時期でした。それを逆手にとって、地元のバーやレストランに協力してもらいました。学生がいなくなり閑散期になってしまうので、無料で使わせてください、その代わりバンドを呼びます、と。バンドが来ればお客さん

も入って、当然お金も落としてくれるということで、彼らとの合意に至りました。今やこの SXSW の1週間は飲食の消費量としては年間で最大の週になりました。一見すると、その時期にこのイベントやるのは間違いじゃないかと思われることもひっくり返して考えて、迅速に様々な知恵を絞って動いていったと思います。

視察者 C :

私は大阪で二つのラジオ局を手掛けておりまして、毎年秋に SXSW を手本にしたライブサーキットイベントやっています。毎年、3日間で400組余りのミュージシャンが参加し、近年は海外からも参加してくれています。スタートから25年が経って、音楽イベントとしてはすごく成熟しましたが、逆に言えば、そこにとどまっているというのが実情です。今回もこちらの様子を見せていただき、音楽イベントを源流にこれだけ大きなものに発展して、都市ブランディング、さらには大規模な都市開発にまで発展していることに驚きを感じています。その背景に何があるかを今お聞きしましたが、あえてご質問するとすれば、地元のメディアがコミットしたものがあれば、具体的に教えていただけますでしょうか。

P.L. : 地元のメディアとの協力関係ということですが、様々な側面で協力をいただいております。2800人ほどのボランティアの方に活躍していただいておりますので、ローカルのメディアを通じて、ボランティアの機会に関しての意識を向上させ、啓蒙活動をしていただいております。二番目に、イベントそのもののプリ・プロモーションです。いろんなイベントがありますが、地元の人たちのために無料で開放しているイベントというのもあります。このバッジを買わなくても無料で入場できるというイベントもあります。無料とはいかないまでも、非常に低価格でのリストバンド販売や、音楽や映画関係のイベントをローカルの方向けの販売もしております。SXSW に関するいろんなストーリーを、メディアを通じて伝えてもらっており、プラス、そのイベントのプロモーションそのものもやってもらっています。他の様々な団体と同じく、主要なキーパーターナーであると言えます。地元のビジネス、自治体、政府、それからメディア、こうしたステークホルダーに幅広く受け入れてもらって、協力していただかなければ、これだけのイベントはできないと思います。

G.G. : お考えになった方がいいんじゃないかなと思うのは、そのフェスティバルを今後拡大成長させていく上でどう進化させていきたいのか、というところです。音楽から映画へ、映画から IT 系のカンファレンスも、と拡大してきましたが、カンファレンスで今トピックになっているものは、いわゆる世間で話題になっているトピックです。時事問題も扱ったものが大変多くあります。ローカルから全国レベルで考えた時、政治というのは非常に対称的です。今、この重要なトピックをカンファレンスで聴きたい、論じたいと思って、カンファレンスに来る方も多いということです。オースティンとはテキサス州の政治色と比べると、非常にリベラル色の濃い都市です。SXSW のブランドの一つにもなっておりますので、自由にアイデアを交換したいという思いを持って来る方も多いです。カンファレンスに様々な付帯イベントがありますので、そこへ訪れて、同じような考えを持つ人たちと集まってディスカッションしたい、色々な話をしたいと思う方々が多いのです。ですので、大阪でイベントをなさるのであれば、大阪、関西地区全体のアイデンティティは何だろうか？と考えた上で、カンファレンスであったり、大阪のアイデンティティに紐付けられたようなパネルディスカッションだったり——あとは教育です。エデュケーションのトピックを加えていけばいいのではないのでしょうか。例えば、そのテック関連の分野を加えて、大学があるのであれば、その大学も活用するということも考えられると思います。SXSW においても、図書館がすぐ近くにあるんですけれども、そこでも SXSW の関連イベントとして様々なことを行っておりまして、先日は NASA 関連のイベントを図書館で実施しました。ですから、民間の施設だけではなく公共の施設も活用するような形でイベントを進めております。もちろん公安部門の協力もありますが、行政が積極的にメインパートナーとして参加をするというのは必要だと思います。

視B：地元の経済に貢献していることに関して、一番のポイントっていうのはどこだと考えてらっしゃいますか？

経済効果の KPI はどこで考えていらっしゃるかなどです。一つの直接的な指標として見えるのが宿泊税ですね。ホテルの宿泊税は全部オースティン市の収入にできますよね。SXSW の期間中だけでどれぐらいの収入予測しておられますか？

G.G.：宿泊税だけで 200～300 万ドルの収入を見込んでいます。もちろんそれ以外にも、いわゆるセールスタックスがあります。セールスタックスは結局、外から来た人と地元の人との区別をするのがデータの的に可能なのかもしれません、区別するのが難しいのでわからないです。見ているのはその宿泊税収入です。

P.L.：そうですね。SXSW の当事者の方では独立した監査法人からの監査もきちっと受けておりまして、経済効果をデータで計っています。

P.L.：例えば、ドバイ館ミュージアムフューチャーというのがあったと思いますが、あれは空き地に一時的に建物を建てたので、それに伴い市外から労働者を雇うのか、市在住の労働者を雇っているのか？等々も取っています。一部サードパーティーからの記録にも頼ってしまうところがありますが、色々な要因として経済効果を図るのに使っています。あともう一つ使い付け加えたいんですが、自治体側を C 側（ここ？C=customer?）ということで考えさせてもらおうと、市とのパートナーシップがちゃんとしていなければ、状況がどんなになっているかと。

G.G.：例えば、その会場付近でたくさんの景観が動員をされていますが、もし警察官を動員しなかった場合、犯罪率がどれぐらい上がってしまうか。また衛生面であるとか、安全面などがどういう状態になってしまうのか？ というのがあるわけです。だからこそ、市のリソースを使って警察官を動員していることにより、それらの状況を緩和していると言えます。

例えば道路をいろいろ閉鎖していますので渋滞が起こっているわけですが、道路閉鎖を効率的にやっていくことによって、人々がダウントウンに効率的に出たり入ったりできるようになります。行動範囲が広がるということがありますが、そのあたり数値化は非常にしにくいところがあります。

やはり市の側とのパートナーシップがないと、状況はやはりもっとひどいカオス状態になると思います。今、確かに渋滞は発生してしまっていますし、渋滞がひどい、と思われる方もいますが、もし市側でその協力体制が整っていなければ、もっとひどいことになっている、しかしその数値化は難しいということです。

で、実はその市が持っているコマンドセンター、例えば警察当局、火災対応、それから救急車などそれから運用に関して、SXSW の期間中、状況をモニタリングしています。これは、SXSW の方でもコマンドセンターというものがあり、そこが常に調整を取りながら、モニタリングしているということです。

視A：SXSW はシドニーとロンドンでやりますよね。
それについて何か期待することはありますか？

P.L.：ワクワクしていますし、私も訪問する予定です。やはりその SXSW というのがグローバルブランドになりつつありますが、実際にオースティンまで来るのには時間もお金もかかりますので、他の場所でやることによって、SXSW のブランドへ馴染み、親しみを持ってもらえることができると思います。そしてそのイベントを通じて、より多くの皆様に目標を達成してほしいと思っています。シドニーは今年の 10 月ですけれども、ロンドン、シドニーともに非常に期待をし、楽しみにしております。ロンドンはパノレイ、シドニーが TG という会

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

社とパートナーです。

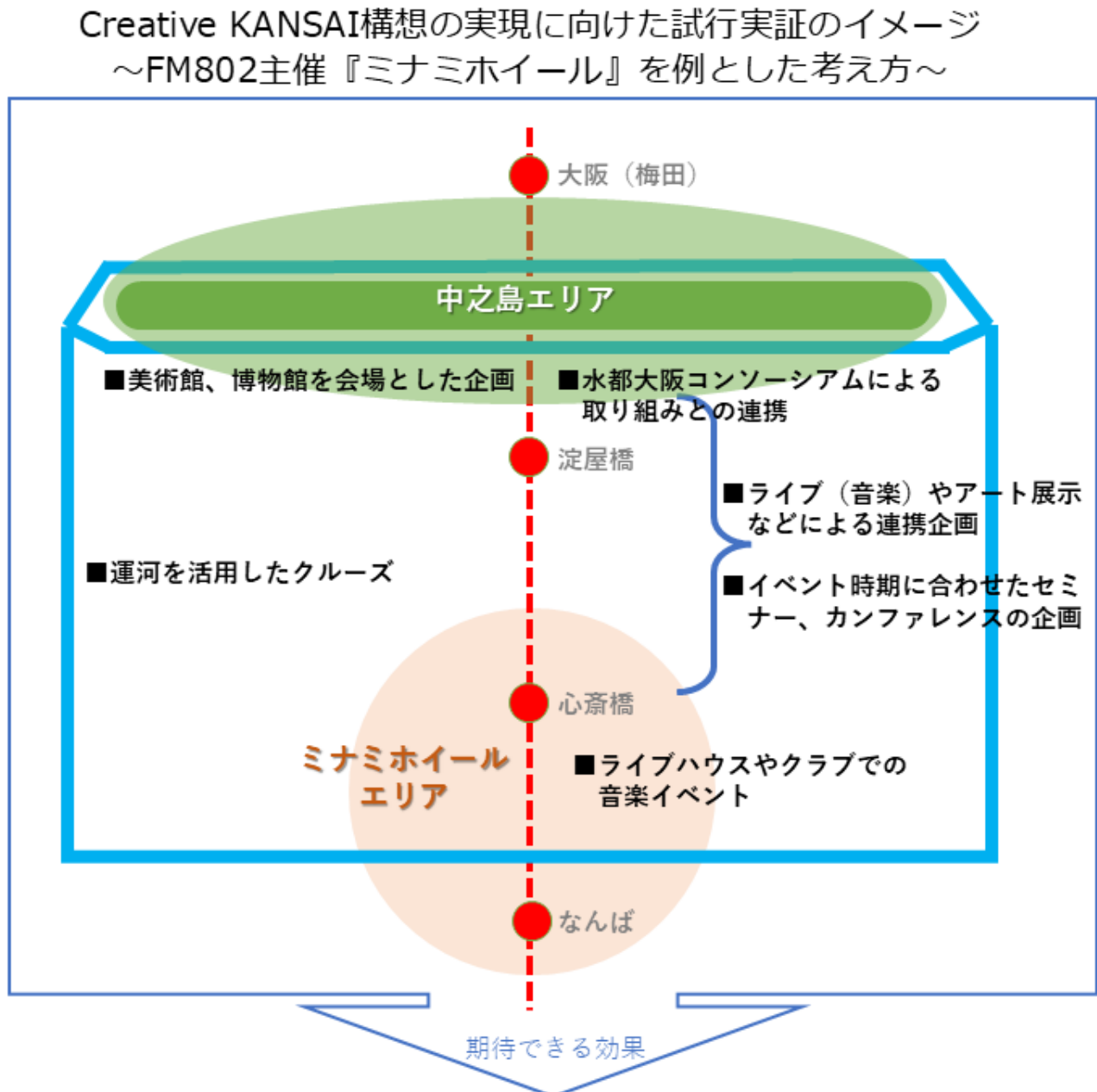
- P.L. : SXSX というのはオースティンという街を反映しているということからも、やはりシドニーならシドニー、ロンドンなロンドンで、それぞれの街の特色、個性を活かしていただきたいと思います。
- それもあり、やはりローカルの適切なパートナーと人をちゃんと見つけるというのが私たちにとってはすごく重要なことでした。シドニーの SXSX のマネージングディレクターは、オースティンの SXSX に 28 回も来たことがあることから、SXSX の何たるか、そのアイデンティティを大変理解している人です。SXSX を単にコピーしてそのクローンを作るということではなくて、それぞれの開催地でその解釈を活かしてもらい、それぞれの個性を活かしたイベントにしてもらいたいと思います。

事業の総括

【1】次年度の取り組みに向けて

① [提案時] Creative KANSAI 構想の実現に向けた試行実証のイメージ

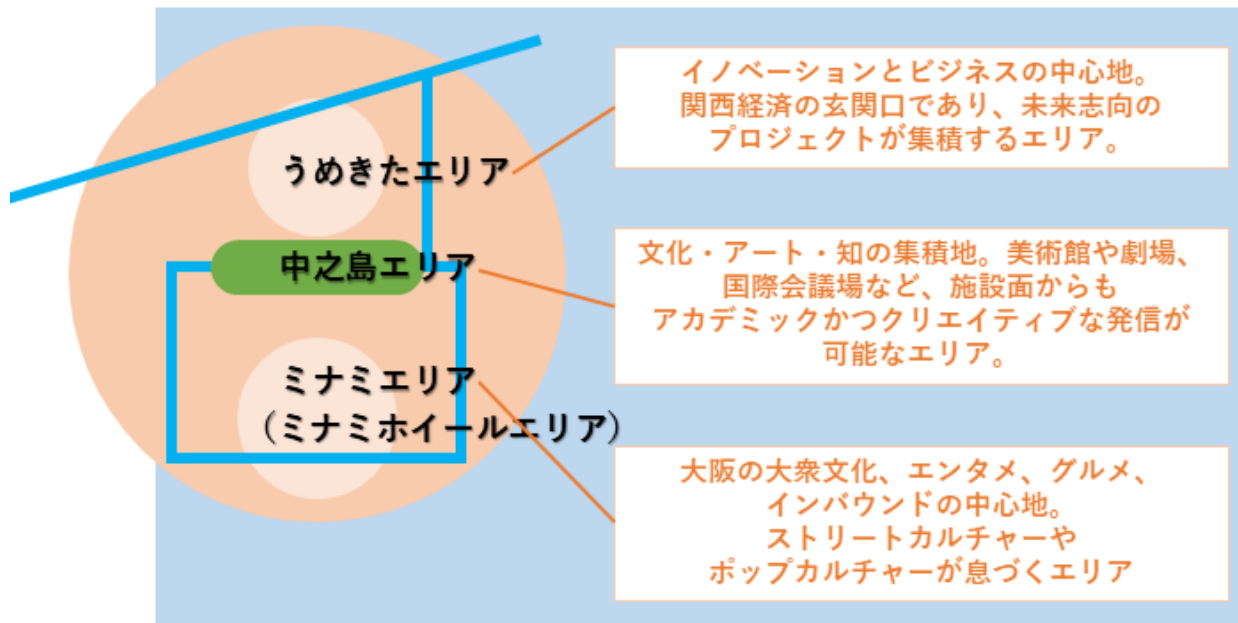
▷FM802 主催『ミナミホイール』を例とした考え方～



- 関西（大阪）の地域特性を生かした多様なジャンルを横断した「新しい文化創生」事業
- 地元企業やなどと連携した持続可能な地域創生事業
- 海外への情報発信による関西（大阪）へのインバウンド誘致促進とナイトタイムエコノミーなどに寄与できる「新たな関西」の魅力を創り出す事業

他

② [今年度の事業を経た発展的な考え方] Creative KANSAI 構想の実現に向けた
試行実証のイメージ



「ミナミ（心斎橋・なんば）」「中之島」「うめきた」という大阪の3つのエリアが連携することで、それぞれの強みを活かしながら「これからの大阪」の文化を形成し、発信力を強化していける可能性が高い。

連携することで生まれる価値

多層的な文化発信

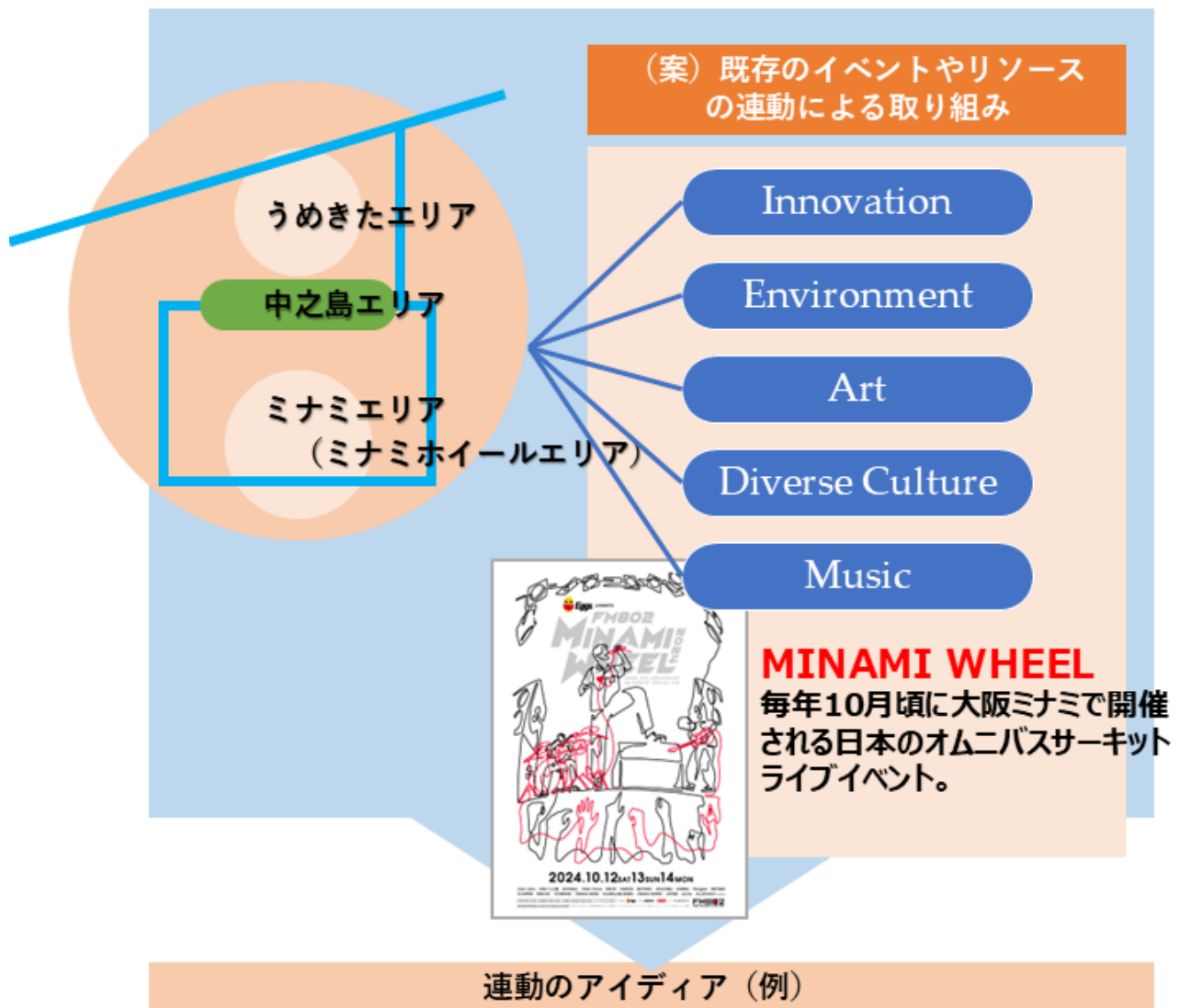
国際的な発信力の向上

エリア間の回遊性向上

- 3エリアの特色を生かし、単なる文化振興、観光振興、産業振興ではなく「文化×ビジネス×テクノロジー」の新たな大阪のイメージを創出する。
- 国際的な文化都市としてのブランディングを強化できる。
～例えば、
うめきたのグローバル企業・スタートアップとの連携で、文化×テックの新たな可能性を模索する。

③ [試行実証の企画検討] Creative KANSAI 構想の実現に向けた試行実証のイメージ

▷既存の事業、イベントなどの連動 * 2025年10月ごろの実施を想定



●分野横断型カンファレンスの開催

音楽、アート、テクノロジー、ビジネス、行政など多様な分野の専門家やアーティストが集まるカンファレンスの開催を通し、新たなコラボレーションの機会を創出。会場/時期なども複数且つ一定期間展開。

●クロスエリア・ライブパスの導入

ミナホイールの参加者が、うめきたや中之島で開催される他の音楽イベントやアート展示にも参加できる共通パスを提供し、エリア間の回遊性を促進。

●共同プロモーションとマーケティング

統一テーマやビジュアルを用いたプロモーションを展開する等、大阪全体の文化的イメージを強化。

●交通アクセスの連携

公共交通機関との連携やエリアを回遊するクルーズ船の運航など、参加者のエリア内移動を促進。

●デジタルプラットフォームの活用

各エリアの情報や参加者の体験を共有するオンラインプラットフォームの構築、ラジオメディアの活用により、リアルタイムの情報発信や参加者交流を促進。

【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務

[継続的な事業として取り組んでいく上での課題]

●各エリア間の連携（行政・民間・企業・文化団体等の協働）

●関西独自の文化発信の明確なビジョン（東京との差別化）

- ☞【検討例】国内唯一の広域自治体である関西広域連合との連携により、官民の緊密な連携を目指した議論や今後の体制づくりによって、行く行くはより広域での取り組みに波及できる事業につなげていく。

●交通インフラや回遊促進策（水上交通の活用など）

- ☞【検討例】水都大阪コンソーシアムとの連携により水上交通によるアクセス（他都市からも含む）の活用や「船」という施設を利用したイベント（音楽、カンファレンスなど）の検討により、大阪の特色をアピールしていく。

●情報発信と多様な人たち（一般の人たち）の参加促進

- ☞【検討例】メディアである「FM802」が事務局であることを生かし、広くその情報を届けるとともに参加を呼び掛ける。
- ☞【検討例】大学との連携を推進していく。

●取り組みの方針

- ☞3つのエリアにおいて既存の事業やイベントなどをうまくまとめていく（必ずしも短い期間でまとめる必要はないと考える）。
 - 共同プロモーションだけでもその第1歩になる。
 - 交通機関にも協力してもらう 船で移動するなど+アルファの企画

【2】総括～“関西”の特性を生かした事業ビジョンの共有

関西地域の文化芸術を起点とした盛り上げ

それぞれに個性の際立つ諸都市を内包する関西地域においては、個々の地域や組織による取り組み同士の連携が十分でなく、本来のポテンシャルを発揮しきれていないということが、これまでも各所で指摘されてきました。

関西版 SXSW におけるビジョンの明確化

SXSW は音楽、映画、テクノロジーを組み合わせたイベントであり、それをモデルとして、関西においては「音楽と地域文化」「アートと産業創造」といった“多様性”を基軸としたテーマの議論により、大阪、京都、兵庫だけでなく関西全域での連携を実現できる可能性が高いと考えます。

また、「観光とテクノロジー」「食とエンターテインメント」など、地域連携へテーマ設定を広げることによって、経済的な波及効果を望むこともできます。

特に、関西の場合は国内唯一の広域自治体である関西広域連合があるため、官民の緊密な連携を目指した議論や今後の体制づくりによって、より広域での取り組みに波及できる事業を検討することができると考えられます。

そういった環境、状況を背景として、オースティン市長や SXSW 代表へのヒアリングでも明示されていたように、自治体や企業、大学などの地域内外の組織や個人の主体的な参画を促すためには、多くの人に共感を得られるビジョンの明確化と、受け皿としての仕組みの設計・調整が非常に重要となります。

事業推進と持続的発展のための運営体制の構築

今後の会議や事業の実行体制を組み上げていくためには、事業への参加者それぞれの思いや専門性の範疇を超えた上位の目標が必要です。それぞれに個性の際立つ諸都市を内包する関西地域においては、これまでも各所で指摘されてきたように、個々の地域や組織による取り組み同士の連携が十分でなく、本来のポテンシャルを発揮しきれていない側面があります。こうした現状の背景にも「関西」の目指す姿についての共通認識としての「ビジョン」が共有されていないことがあるのではないのでしょうか。

そこで、関西版 SXSW を推進するにあたっては、誰もが理解できて納得できるシンプルな言葉でビジョンを表現し、それを実現するために必要なリソースを持つ主体とともに個別具体的に議論していく体制が望ましいと考えます。企画の実行段階にあたっては、コアとなる会議体に加え、実行部隊としての専門部会を設定し、同時多発的に多くのメンバーが主体的に関われる体制が想定されます。

また、所属する組織の範疇を超えた市民の自発的な参加を促すことも、関西という地域に根差した持続的な取り組みとしていくための重要なポイントです。クローズな専門家会議という形態を目指すので

**【令和6年度】世界から人を惹きつけるグローバル拠点形成推進事業
クリエイティブ経済圏の形成に向けた体制づくり推進業務**

はなく、参加者の交代や出入りを前提としたオープンな運営体制を目指してまいります。

そして、関西版と銘打つ以上、大阪にとどまらない広域にわたって展開されるものとなることも期待されます（参考：関西広域連合は滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市の2府6県4政令市で構成される）。

経済力も発信力も高い大阪を起点として、各地域の既存のイベントや取り組みなどを巻き込むようなプラットフォームとしてのあり方も、日本国内において関西にしか存在しない広域自治体である関西広域連合という枠組みを活用することで実現できると思います。

持続的な発展のための民間リソースの導入

スポンサーやパートナーといった形で民間企業の参入を促すための企画設計が重要となります。SXSWでも見られたような企業のプロモーションや人材採用のためのプレゼンテーションの提供、定期的な会合から派生する個別の事業を推進するための共同事業体の形成、BtoBのマッチングの場の設定、企業版ふるさと納税の仕組みを用いた寄付的な資金の受け入れなど、その手法は多岐にわたります。事業の発案段階から、こういった民間資本の導入につながる受け皿を作ることを念頭に置いた企画設計が重要です。

同時に、本事業においてはFM802というメディアが中心となっており、双方向性の高いラジオというツールを用いた効果的な情報発信、コミュニケーションが可能となることも、重要な要素です。番組枠やCM枠を用いたリソース集めの形態は確立されており、本事業を通じて新たなネットワークの開拓やこれまでリーチできていなかった層へのアプローチをしていくことを検討いたします。