

【令和7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

【令和7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

株式会社 802 メディアワークス

## 目次

### 第1章：事業の目的と背景／事業の概要 P.1

- 【1】事業概要 P.2
- 【2】事業スケジュール P.4
- 【3】事業の実施体制と総合調整会議 P.5

### 第2章：数字・エピソードで見る「今年度の成果」 P.8

- 【1】事業の成果 P.9
- 【2】連携基盤の構築 P.11

### 第3章：総合調整会議による「ガバナンス」の構築に向けた施行 P.13

- 【1】議論のプロセス P.14
- 【2】総合調整会議の議事録 P.16
- 【3】実装フェーズを牽引する「ガバナンス機能」の確立に向けて P.24
- 【3】昨年度 SXSW 視察の知見に基づく「官民連携」の高度化への展望 P.25
- 【4】国際ネットワークを関西の資産とするための仕組みづくり P.26
- 【5】第三者に「伝わる」ためのネーミングと情報発信戦略の最適化 P.26

### 第4章：4つの試行実証の詳細報告 P.28

- 【1】試行実証の意図と目指すべき成果 P.29
- 【2】音楽分野の試行実証～MINAMI WHEEL P.30
- 【3】アート分野の試行実証～UNKNOWN ASIA/UNKNOWN ASIA EXTRA P.45
- 【4】都市対話・地域連携の試行実証～こたつ会議 P.61

### 第5章：情報発信・プロモーション基盤の実装実証 P.64

- 【1】情報発信・プロモーションの意図と目指すべき成果 P.65
- 【2】実施内容～番組・DJ タイアップによるナラティブな情報発信 P.65
- 【3】実施内容～統合プラットフォームのベースとなるWEBサイト企画 P.67

### 第6章：今年度事業から抽出された「戦略的課題」 P.74

- 【1】今年度における事業実施のポイント P.75
- 【2】エリア・シナジーの最大化：対照的な個性を繋ぐ「重層的な都市像」の構築 P.76

### 第7章：総括—「ポスト万博」の関西文化経済圏に向けて P.78

- 【1】試行実証が証明した関西のポテンシャルと「アジア直結」の有効性 P.79
- 【2】メディアが主導する「クリエイティブ・ハブ」としてのガバナンス P.79
- 【3】「ポスト万博」の旗印：多層的な都市ストーリーと才能の循環 P.80
- 【4】「関西」全体を文化で編み直す：広域回遊型エコシステムの構築 P.80
- 【5】総合調整会議の再定義：官民学を動かす「共創プラットフォーム」 P.81

## 第1章：

### 事業の目的と背景／事業の概要

---

## 【1】事業概要

### 1. 事業名

令和7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

令和6年度において、文化庁は「関西元気文化圏構想」に基づき、文化芸術を起点にエンターテインメント、ビジネス、観光、テクノロジーなど多様な分野を横断する「クリエイティブ経済圏」の形成を目指し、官民・産学が連携する「Creative KANSAI 構想」を推進いたしました。

その第一歩として、関西の文化資源や都市特性を踏まえた議論の機会づくりを目的とし、「総合調整会議」を設置、関係者間のネットワーク構築と将来ビジョンの共有を進めてまいりました。

また、米国テキサス州オースティンで開催されるサウス・バイ・サウスウエスト（以下、「SXSW」）の視察を実施し、都市戦略・文化政策・産業振興が融合した先進事例を調査いたしました。

これらの議論と視察を通じて、関西における「文化×産業×都市」の連携可能性が明確となり、関西版 SXSW の実現に向けた方向性が具体化しつつあります。

特に、大阪市内におけるうめきた・中之島・ミナミといった複数エリアの文化的・経済的ポテンシャル、さらに京都・神戸を含む関西広域圏の多様な文化資源は、広域的なクリエイティブ経済圏の形成に向けた大きな強みであることが確認されました。

令和7年度は、こうした昨年度の成果を踏まえ、総合調整会議を「構想フェーズ」から、具体的なアクションを起こす「実践フェーズ」へと進める重要な年度となりました。

本年度は、関西版 SXSW の実現に向けた「試行実証」をテーマに、音楽・アート・テクノロジー・地域対話など複数分野の既存イベントと連携しながら、都市内外での回遊性を生み出す複合的なプログラムを企画・実施いたしました。

特に、FM802 主催の「MINAMI WHEEL」や「UNKNOWN ASIA」、ナレッジキャピタル主催の「こたつ会議」など、大阪をステージに実施される文化イベントと連携し、カンファレンスや国際交流プログラムを組み込むことで、文化と産業が交差する新たな価値創造のモデルケースを提示しました。

また、FM802/FM COCOLO を中心とした広域的なメディアネットワークを活用し、関西圏全体を巻き込んだ情報発信を強化する取り組みを実施しています。

本事業は、単なるイベントの開催にとどまらず、文化芸術の担い手、産業界、行政、地域住民、そして海外からの来訪者が交差し、共創する「クリエイティブ経済圏」の基盤を形成することを目的としております。試行実証を通じて得られる知見を総合調整会議で共有し、ポスト万博を見据えた持続可能な制度設計・体制整備へとつなげてまいります。

### 3. 事業内容（今年度の事業概要）

今年度は、Creative KANSAI 構想の「実装前段階」として、文化・都市・産業を横断する試行実証と、総合調整会議による議論の深化を中心に事業を進めました。

主な取り組みは以下の通りです。

● **総合調整会議の運営**

- 産官学の多様な主体が参加し、関西の文化・都市・産業を横断的に議論
- 関西版 SXSW の実現に向けた論点整理
- 広域連携（関西広域連合）との接続可能性を議論
- 都市構造（南北×東西軸）を踏まえた文化経済圏の方向性を共有

● **既存文化事業を活用した試行実証**

- MINAMI WHEEL（音楽）：アジアのデリゲーツ招聘、ショーケース連携、街との回遊実験
- UNKNOWN ASIA（アート）：海外作家の増加、企業連携、都市回遊との接続
- UNKNOWN ASIA EXTRA（アート）：パブリックスペースでの展示、都市回遊との接続
- こたつ会議（都市×文化）：ローカル文化・メディア連携・都市空間活用の議論

● **上記試行実証の成果としての国際連携強化**

- SXSW 視察を踏まえ、アジア主要フェスとのネットワーク形成
- デリゲーツ招聘による国際交流プログラムの実施
- 海外アーティスト・クリエイターの参加拡大

● **上記試行実証に沿った情報発信の取り組み**

- FM 番組と連動したプロモーション展開
- 文化事業など関西の情報を集約する WEB サイトの企画と運営

#### 4. 事業期間

令和7年7月1日～令和8年3月31日

## 【2】事業スケジュール

令和7年	7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第1回総合調整会議               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年7月31日（木）</li> <li>・会場：株式会社FM802本社 会議室</li> </ul> </li> </ul>
	10月	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【試行実証】こたつ会議との連携プログラム               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年10月4日（土）</li> <li>・会場：梅田グランフロント北館1F</li> </ul> </li> <li>●【試行実証】MINAMI WHEEL 2025 カンファレンス&amp;交流プログラム               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年10月11日（土）・12日（日）・13日（月・祝）</li> <li>・会場：萬福寺、心齋橋ビックステップ、心齋橋 PARCO</li> </ul> </li> <li>●【試行実証】MINAMI WHEEL 2025 アートワーク展示               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年10月11日（土）・12日（日）・13日（月・祝）</li> <li>・会場：MINAMI WHEEL 会場となっているライブハウス（9か所）</li> </ul> </li> <li>●第2回総合調整会議               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年10月8日（水）</li> <li>・会場：株式会社FM802本社 会議室</li> </ul> </li> </ul>
	12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【試行実証】UNKNOWN ASIA 2025 カンファレンス&amp;交流プログラム               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年12月6日（土）・7日（日）</li> <li>・会場：梅田サウスホール</li> </ul> </li> </ul>
令和8年	2月	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【試行実証】UNKNOWN ASIA EXTRA パブリックアート展示               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和8年2月2日（月）～2月20日（金）</li> <li>・会場：関電ビルディング</li> </ul> </li> <li>●【試行実証】UNKNOWN ASIA EXTRA トークプログラム               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和8年2月20日（金）</li> <li>・会場：中之島ダイビル1階エントランスホール</li> <li>*FM ラジオ番組と連動したプロモーション展開・公開収録</li> </ul> </li> </ul>
	3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第3回総合調整会議               <ul style="list-style-type: none"> <li>・日程：令和7年3月4日（水）</li> <li>・会場：株式会社FM802本社 会議室</li> </ul> </li> <li>●報告書作成               <ul style="list-style-type: none"> <li>・今年度の事業報告</li> <li>・今後（次年度）の体制づくりに向けた行動計画</li> </ul> </li> </ul>

### 【3】事業の実施体制と総合調整会議

令和7年度 総合調整会議メンバー（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 ／一般社団法人 コ・クリエーションジェネ レーター	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	一般社団法人 MUTEK Japan	理事 クリエイティブディレクター
	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
大学 (学)	三浦 文夫	関西大学	社会学部 教授
行政関連 (官)	野口 礼子	関西広域連合	広域観光・文化・スポーツ 振興局 局長
	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

### 総合調整会議オブザーバー

種別	氏名	社名・団体名	所属・役職
(産)	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
(学)	福岡 壯治	神戸電子専門学校	校長
(官)	水谷 祐子	大阪府	政策企画部成長戦略局 課長補佐
(官)	望月 悠平	大阪府	政策企画部成長戦略局 主事

## 1. 総合調整会議の役割

### 事業の趣旨と会議の位置づけ

令和7年度の「Creative KANSAI 構想」は、昨年度の調査・検討による「構想フェーズ」から、具体的なアクションを起こす「実践フェーズ」へと移行しました。

この移行に伴い、総合調整会議は単なる意見交換の場ではなく、文化・産業・都市を統合し、関西版 SXSW の実現に向けた意思決定を行う「官民学の統合ガバナンス機能」を担うプラットフォームとして位置づけられました。

本会議には、行政（文化庁、関西広域連合、自治体）、産業界（経済団体、電鉄、不動産、メディア）、大学、そしてクリエイティブ分野の専門家がフラットな立場で参画し、それぞれの知見を掛け合わせることで、既存の行政主導の文化政策とは異なる「文化×ビジネス×テクノロジー」が交差する新たな経済圏（クリエイティブ経済圏）の構築を目指しました。

## 2. 総合調整会議が果たした具体的な役割

今年度の運用を通じて、本会議は主に以下の3つの役割を遂行しました。

### (1) 「関西版 SXSW」の将来ビジョンの策定と共有

昨年度の SXSW 視察で得た知見をもとに、「文化が経済を動かす。関西から始まる創造的な広域連携モデル」という基本ビジョンを議論し定義しました。

関西独自の都市構造や文化的多様性を活かし、大阪（キタ・中之島・ミナミ）を起点に京都・神戸を含む京阪神から関西全体の広域的な回遊性を生み出す戦略を共有しました。

### (2) 試行実証（パイロット・プロジェクト）の企画・調整・検証

「MINAMI WHEEL」「UNKNOWN ASIA」「こたつ会議」といった既存の文化事業をプラットフ

ームとし、そこに「国際交流」や「ビジネス・カンファレンス」の要素を付加する試行実証を主導しました。各プロジェクトの実施結果を会議で共有し、実務レベルの知見を収集しました。

### (3) 都市空間活用における制度的課題の抽出と「ハブ」機能

公共空間（駅前広場、水辺、寺院など）を文化活動に開放する際、音環境、安全性、許認可の複雑さといった「SXSW型フェスティバル」を実現するための具体的なハードルを可視化しました。これらの課題に対し、官民が同じテーブルで解決策を議論することで、民間の創造性と行政の公共性を接続する「制度的ハブ」としての役割を果たしました。

## 3. 実施結果と次年度への意義

今年度、計3回の会議を実施した結果、単発のイベント連携を超えて、産官学が「ポスト万博」を見据えた持続可能な協力体制（司令塔機能）を構築する基盤が整いました。

特に、「MINAMI WHEEL」でのデリゲーツ招聘を通じて**海外フェスとの連携がスタート**するなど、本会議が主導した「B2B（ビジネス間取引）」の強化が具体的な成果を生んだことは、関西がアジアのクリエイティブ・ハブとして機能し得ることを実証しました。

これらの成果と抽出された課題は、次年度以降への継続と今後の「自走化」他の予算枠組みを活用した更なる実装に向けた重要な指針となります。

## 第2章：

# 数字とエピソードで見る今年度の成果

---

## 【1】事業の成果

令和7年度の「Creative KANSAI 構想」においては、具体的なアクションを伴う実践フェーズとして、以下の象徴的な数字と成果を生み出しました。

### 1. 関西版 SXSW が秘める経済波及効果のポテンシャル

# 700億円

日本政策投資銀行（DBJ）による試算では、SXSW を関西・大阪で展開した場合の経済波及効果は約700億円に上るとされています。

これはオースティンによる実績（約500億円）を上回る規模であり、関西が持つ多様な文化資源と都市インフラが、世界水準のクリエイティブ経済圏を構築できる高いポテンシャルを有していることが再確認されました。

### 2. 関西から「東京を経由せず」世界へ

# 4組のアーティスト

音楽分野の試行実証「MINAMI WHEEL 2025」において、アジア各国の音楽関係者（デリゲーツ）を招聘し B2B の商談環境を構築した結果、実際に4組の出演アーティストが海外の音楽フェスへの出演オファーを獲得し、出演が決定しました。

これは、本事業がクリエイターにとっての実利的な「海外進出の窓口」として機能した極めて具体的な事例となりました。

### 3. アジア主要音楽フェスとの国際ネットワーク構築

# 計6カ国・10件の音楽フェス

昨年度の SXSW 視察で得たネットワークを基盤に、今年度は韓国、台湾、タイ、インドネシア、中国、香港などアジア各国の主要な音楽フェス主催者ら計14名を招聘しました。

単なる交流に留まらず、各国の市場環境を共有するカンファレンスを実施したことで、アジア圏における「クリエイティブ・ハブ関西」の認知度を飛躍的に高めました。

#### 4. 関西の「文化の担い手」が結集した共創コミュニティ

## 計 約 300 名

本事業の試行実証（ミートアップ、カンファレンス、レセプション等）には、関西を問わず、海外を含めて様々な国、場所を拠点に活動する多くの音楽・アート関係者が参画しました。

既存の枠組みを超えて、アーティスト、レーベル、ギャラリー、そして民間企業が同じ場に集い、国際展開やビジネス化に向けた対話を重ねたことは、持続可能なエコシステム形成の第一歩となりました。

●参画・交流した国内・海外の音楽関係者数 約100名

●参画・交流した国内・海外のアート関係者数 約200名

※人数はすべて実数として表記

#### 5. 都市全体を「実験場」に変えた公共空間の活用

## 活用した公共空間・民間施設数：計18カ所

「都市全体をステージにする」というSXSWの思想に基づき、萬福寺（お寺）、心齋橋ビッグステップ、心齋橋PARCO、グランフロント大阪、中之島エリアのオフィスビルエントランスなど、多くの公共空間・民間施設を表現の場として開放しました。

特に、オフィス街での「公開収録」や「パブリックアート展示」は、一般市民や就業者が日常の中でアートに触れる「SXSW的な風景」を創出し、都市の寛容性と新たな魅力を可視化しました。

## 【2】連携基盤の構築

本事業の最大の目的の一つは、一過性のイベントに終わらせず、関西全域が「面」となって機能するクリエイティブ・エコシステムを構築することにあります。

今年度は、将来的な「関西版 SXSW」の実現に向け、既存の枠組みを超えた産官学および地域コミュニティとの重層的なチームビルディングを推進しました。

### 1. 実施内容：継続的な発展を目指す地域連携の土台作り

単独の事業主体の枠を超え、関西の主要なアートフェア、経済団体、地域組織、および民間企業と密接に連携し、情報交換や共同プロモーションの検討を重ねました。

これは、SXSWの成功要因である「都市全体の協力体制」を関西において具現化するための不可欠なプロセスとして実施されたものです。

### 2. 具体的な成果とネットワークの広がり

本事業を通じて、以下の3つのレイヤーにおいて強力なパートナーシップが形成されました。

#### (1) アート・文化事業間の相互連携と共創

既存のアートイベントとの情報交換や事業協力、共同プロモーションに向けた対話を継続的に実施しました。

##### ●連携先：

ART OSAKA、Osaka Art & Design、ART BOOK OSAKA、  
Art Collaboration Kyoto

##### ●成果：

「UNKNOWN ASIA」を中心とした相互送客や、関西広域連合との連携による観光プロモーション事業への協力など、アートを核とした広域的なネットワークを確立しました。

#### (2) 構想実現に向けた戦略的対話と合意形成

「Creative KANSAI 構想」のビジョン共有と、将来的な自走化に向けた定期的なミーティングを実施しました。

##### ●連携先：

公益社団法人 関西経済連合会、うめきたフェス事務局  
御堂筋の会、堀江の会、アメリカ村の会

##### ●成果：

経済界から地域商店街レベルまで、多様なステークホルダーと「文化×経済」の方向性を議論。特にミナミ（アメ村）とキタ（うめきた）という異なる特性を持つエリアが、本構想という「旗印」のもとに接続される足がかりを得ました。

### (3) 民間企業・創造拠点との実務的な事業連携

都市空間の活用や、具体的なコンテンツの実装に向けた情報交換と場づくりを推進しました。

#### ●連携先：

阪急阪神ホールディングス、オリックス不動産、ナレッジキャピタル、関西電力、  
心齋橋 PARCO、心齋橋ビッグステップ

#### ●成果：

商業施設やオフィスビルを「表現の場」として開放するための具体的な調整を行い、実際に心齋橋 PARCO やビッグステップでのトークセッション、中之島エリアではパブリックスペースでのアート展示などを実現しました。

### 3. チームビルディングによる今後の展望

これらの多角的な連携は、次年度以降に期待される「広域回遊型プラットフォーム」を支える実質的な「エンジン」となります。

今年度構築されたこの顔の見えるネットワークは、文化庁予算のみに依存しない「官民学が主体的に関わる関西版モデル」の核心部であり、ポスト万博における関西文化経済圏の持続的な発展を担保する貴重な資産となりました。

### 第3章：

## 総合調整会議による「ガバナンス」の構築に向けた施行

## 【1】議論のプロセス

令和7年度の総合調整会議は、昨年度の調査・視察を経て策定された構想を、具体的な活動（試行実証）へと移す「構想フェーズから実践フェーズへの転換」を事業趣旨として、その実施企画に関する議論と検証をテーマに運営されました。

計3回の会議を通じて、単なるイベントの調整にとどまらず、関西全体の文化経済を牽引する「官民学の統合ガバナンス（司令塔機能）」としての役割が議論され、深化していきました。

### 1. 第1回総合調整会議

- ・実施日：令和7年7月31日（木） 10:30～12:00
- ・実施場所：株式会社FM802 会議室
- ・議事：開会 | 文化庁からの挨拶、今年度の事業内容説明（事務局）  
議題1 | 関西版SXSXW構想「将来ビジョン」（案）の提示と意見交換  
議題2 | 「関西らしい文化・経済融合モデル」の実現可能性  
議題3 | 広域連携と都市空間活用における行政・官民組織の役割  
議題4 | 今後の推進体制と参画者の検討  
議題5 | 試行実証（令和7年度）の企画概要説明と共有  
議題6 | 今後の進め方・会議の在り方に関する意見交換

#### ●議論の要点：ビジョンの共有とポテンシャルの確認

今年度最初の会議では、関経連のメンバーより、「文化が経済を動かす。関西から始まる創造的な広域連携モデル」について、その経済効果が約700億円に上り、米国オースティンの規模を上回る可能性があることが示され、本事業の経済的意義が再確認されました。

また、クリエイターが関西に留まり活動できるためのインフラ整備（スタジオ、ビジネス機会）の必要性も指摘されました。

### 2. 第2回総合調整会議

- ・実施日：令和7年10月8日（水） 10:30～12:00
- ・実施場所：株式会社FM802 会議室
- ・議事：開会 | 文化庁から「MUSIC LOVES ART 2025」の報告  
議題1 | 今年度の試行実証について  
①「FM802 MINAMI WHEEL 2025」  
②「こたつ会議」  
③「UNKNOWN ASIA 2025」  
議題2 | 「Creative KANSAI」情報発信媒体の構築とプラットフォーム化  
議題3 | 次年度に向けた方向性の議論（総合調整会議の役割を踏まえて）

#### ●議論の要点：試行実証の具体化と現場課題の抽出

直後に控えた「MINAMI WHEEL」や「こたつ会議」等の実証プログラムを前に、具体的な連携方法が協議されました。

この段階では、都市空間（公共空間）を活用する際の実務的課題が焦点となり、特にうめきた等でのイベントにおける音環境（騒音苦情）や、許認可、安全管理の複雑さが可視化されまし

た。また、乱立するイベント情報を集約し、来訪者が容易にアクセスできる「多言語ポータルサイト」の必要性が議論されました。

### 3. 第3回総合調整会議

- ・実施日：令和8年3月4日（水） 10:30～12:00
- ・実施場所：株式会社FM802 会議室
- ・議事：開会 |
  - 議題1 | 今年度の試行実証について（実施報告）
  - 議題2 | 今年度の総括
    - ①関西版 SXSU の実現に向けた課題
    - ②「総合調整会議」の再定義

#### ●議論の要点：成果の検証とポスト万博への提言

今年度最後の会議では、各試行実証の成果報告が行われました。特に、「MINAMI WHEEL」を通じて実際に4組のアーティストが海外の音楽フェスへの出演を決定したことは、国際的なB2B（ビジネス間取引）プラットフォームとしての有効性を示す大きな成果として共有されました。

議論の総括として、本会議が「官民学がフラットに議論できる場」として定着したことを評価しつつ、次年度以降は3～5年スパンの持続可能な体制（日本博等の予算活用を含む自走化）へと高度化させるべきであるとの方向性が示されました。

#### ●会議の様子



## 【2】総合調整会議の議事録

令和7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1回総合調整会議

●日時：令和7年7月31日（木） 10：30～12：00

●会場：株式会社FM802 会議室

●議事録

#### 1. 開会と将来ビジョンの提示

ファシリテーター F：

本事業は、昨年度の SXSW 視察を経て、今年度は大阪・関西ならではの具体的な動きを創出するフェーズにあります。ビジョンとして「文化が経済を動かす。関西から始まる創造的な広域連携モデル」を掲げ、単なるイベントではなく、音楽・アート・食・テックなどが交差する「都市間連携型プラットフォーム」の構築を目指します。

#### 2. 都市構造と経済圏の形成

出席者 E：

日本政策投資銀行（DBJ）の試算では、関西で SXSW 規模の展開をした場合の経済効果は 700 億円に上ります。重要なのは「東西軸」の設計です。万博跡地や IR が位置する西側と、梅田・森之宮などの東側の拠点を繋ぐ受け皿が必要です。うめきたを矢の先端とし、南北軸（御堂筋・なにわ筋）と連携させながら、ポスト万博の賑わいを新大阪や関西全域へ放つ都市構造を意識すべきです。

出席者 P：

大阪は古くから物流と文化の拠点でした。音楽やアートを美術館に閉じ込めず、水辺や公園などの公共空間に「染み出す」形で展開することで、都市の格を上げ、世界中の人々が憧れる文化的な風景を作りたいと考えています。

#### 3. クリエイティブ環境の課題とインフラ整備

出席者 M：

関西には才能あるアーティストが多いですが、活動が本格化すると東京へ移る「一極集中」の課題があります。関西にしながら制作・権利管理ができるインフラや、インバウンドが夜9時以降も楽しめる「ナイトタイムエコノミー」の充実が不可欠です。

出席者 B :

優秀なカメラマンやエンジニアが東京に集中している「環境の欠如」が最大の問題です。大きなビジョンも大切ですが、まずは「今夜どこで何が行われているか」を多言語で一元的に確認・購入できるポータルサイトの構築など、実利的な仕組みから着手すべきです。

#### 4. 試行実証プログラムの展開

出席者 A :

今年は「こたつ会議」「MINAMI WHEEL」「UNKNOWN ASIA」を3つの柱として実証を行います。特に「UNKNOWN ASIA」をハブとして、各団体のコンテンツを連携させ、回遊性を検証するテストを行いたいと考えています。

出席者 G :

「こたつ会議」では、SXSW 視察を反映し「ローカルの面白さ」をテーマに据えます。また、学生向けアワード「ISCA」と音楽フェス「28 祭」を合同開催し、さらにスペイン、バルセロナの「Sónar」(ソナー)との連携も模索することで、若者の熱量を都市に引き込みます。

オブザーバー U :

神戸でも 2027 年を目標に「Sónar 神戸」の準備を進めています。都市活性化には、多様な人材や技術を受け入れる「寛容性(トレランス)」が鍵になります。

#### 5. 情報共有とブランディングの必要性

出席者 I :

現状では「Creative KANSAI」というプロジェクト自体が外部に見えていません。共通の名称やロゴマークを整備し、クリエイター自身が参画して「何か面白いことをやっている」と思わせる仕掛けが必要です。

出席者 J :

関係者やインフルエンサーが、日々、気軽に雑談し、情報を同期できる「メンバーズオンリー」のプラットフォームやデジタル技術を活用した言語の壁を超えた情報発信が文化形成のためには必要です。

ファシリテーター F :

事務局で想定していた以上に、すでに多くの取り組みが動いていることが分かりましたし、考えるべき範囲も少しずつ見えてきたように感じています。

今回の会議の内容は改めて皆さまに報告・共有し、その上でご意見を伺いながら、「次に何をするか」という目的の一つずつ明確にして進めていきたいと思えます。

令和7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

●日時：令和7年10月8日（水） 10：30～12：00

●会場：株式会社FM802 会議室

### 1. 報告：MUSIC LOVES ART 2025 の実施結果

文化庁より報告

### 2. 試行実証：国際連携と都市の連動

出席者 A：

「MINAMI WHEEL」では、アジア圏から9名の音楽プロモーター（デリゲーツ）を招待予定。お寺（萬福寺）での交流会や、街中でのトークセッションを通じて、日本のアーティストの海外進出を支援するビジネスの場を創出します。

出席者 G：

「こたつ会議」をうめきたで開催し、複数のローカルメディアを巻き込む「横の繋がり」を実現しました。一方で、都市部で音楽を鳴らす際の大音量への苦情対応など、実務的な課題も浮き彫りになりました。

### 3. 議論の深化：若年層の巻き込みと次世代の育成

出席者 M：

深刻なのは20歳前後の「若者の文化離れ」です。

フィルターバブルの中にいる彼らにとって、リアルなライブや地域の活動は無関心の対象です。学生を単なる観客として呼ぶのではなく、企画や運営の「担い手」として最初から巻き込む仕組みを、大人がオーガナイズする必要があります。

出席者 K：

AI、Vチューバー、ゲームなど、若者が熱狂している既存のデジタル文化と、音楽・アートを融合させるべきです。関西ならではの「ファンダム（応援文化）」を核に、オンラインとオフラインを繋ぐカンファレンスを展開することが、他にはない関西らしさに繋がります。

### 4. プラットフォームの運用と官民連携

出席者 D :

関西観光本部の映像コンテンツや「KANSAI MaaS（関西マース）」と連動し、ポスト万博においてイベントが「塊」として見える基盤を作ることが重要です。

文化庁 W :

万博は一過性のもですが、アフター万博に向けて既存のインフラや魅力的なイベントをどう恒常的に活用するかが問われています。関西はコンパクトで企業やプレイヤーの顔が見えるため、東京にはできない独自の連携が可能です。

## 5. 総括と次年度へのガバナンス

ファシリテーター F :

事務局の想定以上に各所での取り組みが動き出しています。今後は「情報の集約」に留まらず、実際に人が動き、経済活動が回る「機能」をどう持たせるか、交通や観光分野とも連携しながら具体化していきます。

事務局 R :

今年度の成果を報告書にまとめるため、12月から1月にかけて再度リアルで集まり、実証結果に基づいた深掘りの議論を行う場を設ける予定です。

令和7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3回総合調整会議

●日時：令和8年3月4日（水） 10：30～12：00

●会場：株式会社FM802 会議室

●議事録

### 1. 開会と今年度の事業概要報告

ファシリテーターF：

皆様おはようございます。本日、現地参加予定の小野田さんが少し遅れておりますが、定刻となりましたので始めさせていただきます。オンラインでは文化庁の森田さん、松本さん、水都大阪の松井さん、関西広域連合の野口さん、オリックスの岡村さん、David Watts inc.の竹川さんに参加いただいています。

本日は、この1年続けてきた議論や試行実証プログラムを踏まえ、今年度の総括を行う場としたいと思います。

事務局R：

今年度は計3回の調整会議を実施しました。10月には「こたつ会議」や「MINAMI WHEEL」での実証、12月と2月には「UNKNOWN ASIA」に関連したカンファレンスや公開収録を行いました。技術面では大林組提供の「みんなち DROP」を活用し、ミナミホイールや中之島エリアでの行動履歴データの取得も試行しています。これらの結果から、当初のビジョンである「SXSW 関西版」の実現にどう近づけるかを議論したいと考えています。

### 2. 試行実証の具体的成果報告

出席者A：

「MINAMI WHEEL」について補足します。今回は海外から10名のデリゲーツを招待しました。彼らからは「都市部でのサーキットイベントは非常に魅力的」「ライブの合間に美味しい食事が楽しめる大阪の環境は素晴らしい」と極めて高い評価を得ました。単なる交流に留まらず、実際に4組のアーティストがこの実証をきっかけに海外フェスへの出演を決定したことは、小さくとも確かな成果だと感じています。

事務局S：

「UNKNOWN ASIA」では、海外・国内の審査員を招いた交流会を通じ、若手作家が世界へ羽ばたく仕

組みを試行しました。また、「UNKNOWN ASIA EXTRA」では、中之島エリアで関電ビル等へ会場を拡張し、都市空間でのアート展開を模索しました。2月のパネルディスカッションでは、「万博後の文化的な機運をどう持続させるか」といったテーマを公開収録形式で市民に発信しました。

### 3. 各委員による総括と「SXSW 関西版」への提言

出席者 G：

10月の「こたつ会議」での議論を機に、今秋開業するうめきた2期（グラングリーン大阪）の公園を活用した、新しい都市型フェスティバルの企画が具体的に動き出しています。テーマは「音（Sound）と音楽」です。単なる音楽イベントではなく、梅田発の「周波数で繋がるフェスティバル」として、文化と産業を繋ぐ形を検討しています。

出席者 B：

この1年、SXSW視察を起点にこれほど多様な方々と親密な関係を築けたことが最大の収穫です。しかし、1年ではまだ足りません。我々の経験上、事業が形になるには3～4年は継続していく必要があると考えています。

出席者 K：

現在、様々な「音」に関する活動が並行していますが、「なぜ音なのか」という旗印（ビジョン）のデザインがまだ不足しています。多様なプレイヤーが共通して使える「枕言葉」のようなワードを策定すべきです。それはグローバル目線で、AIやLLM（大規模言語モデル）にも正しく認識され、海外の人が事前に情報を得られるようなものである必要があります。

出席者 N：

関西広域連合は、民間企業の皆様が「行政は窓口がバラバラで動きにくい」と感じる部分を解消できる組織です。ひとつの窓口（広域連合）に提案いただければ、全構成自治体へ一気に広げることも可能です。2027年の「ワールドマスターズゲームズ」も見据え、文化面からこの枠組みを活用していただきたいです。

オブザーバーV：

大阪の成長戦略を所管する当局としては、文化芸術を大阪の成長に必要な分野として捉え、ビジネスやインバウンド誘致に繋げることを重視しています。大阪では2030年秋にIRが開業予定。エンターテインメントと文化を統合して人を呼び込む取り組みを戦略的に進めたいと考えています。

また、関西は県境を越えるハードルが低い地域だと思います。公共交通を利用して、関西周遊が可能で、関西広域連合という府県の垣根を越えて取組を行える組織もあることから、関西が一丸となって文化芸術活動を進める下地があると思います。

出席者 I :

5年後、10年後にどうなりたいのか、より分かりやすいワードや「絵」としてのビジョンを示すべきです。現状では、外部から見ると「何を目標にしているのか不透明」に映る懸念があります。「Creative KANSAI プロジェクト」といった冠を既存事業に付けるなど、見せ方の工夫も必要です。また、事務局への負担集中を避け、各社がリソースを出し合い、役割を分担する体制が不可欠です。

出席者 C :

SXSW と音楽中心にある Sónar (ソナー) を比較すると、関西には SXSW のような「ごちゃ混ぜ感」のあるスタイルが合っていると感じます。課題は大学との連携です。関西の大学の横の繋がりはまだ弱い  
ため、行政の力を借りてアカデミアを巻き込み、スタートアップが求める「発信の場」と「マッチング」を強化すべきです。

出席者 H :

公共空間の活用では、うめきた公園で「Mrs. GREEN APPLE」とタイアップするなど、実績ができています。今後は、鉄道の「移動」そのものをエンタメ化したり、ホテルの「宿泊」をアーティストのモーニングコールで演出したり、といった、関西エリア全体での体験価値の増幅とマネタイズが考えられます。

出席者 L :

民間企業は既存業務への「プラスアルファの負担」だけでは動きません。「ここに参加することが自社のビジネスにとってプラスになる」と確信できるプラットフォームにする必要があります。単発のイベントに終わらせず、民間が主体的に関わりたくなる仕組みづくりを求めます。

出席者 J :

大阪はライブハウスやミュージックバーのような小さな箱の密集度は、世界トップクラスで、これは大きな資産です。号令をかける際は、難しい言葉ではなく、「ほないこか」という発語サウンドからうけとれる印象を大事にするような大阪らしい世界に響くクリエイティブなアプローチが有効ではないでしょうか。

出席者 O :

万博の理念を継承し、水辺でクリエイティブなチャレンジが次々と生まれる状態を目指しています。表現のハードルを下げ、街のあちこちでカジュアルに文化に触れられる雰囲気を作りたいです。

オブザーバー T :

関西の都市インフラの成熟度は SXSW 開催地のオースティンよりも優位性があります。ただ、横の連携ができていないので、ガチガチの組織を作るのではなく、各プレイヤーが今のモチベーションを維持できる「緩やかな連携」こそが、継続の鍵になると感じました。

出席者 I :

一旦、個々の業務や立場を離れて総合調整会議という共通の目線で議論することが大切。今はまだ個々の会社の目線で話しているからかみ合わないところがあります。それぞれが会社を離れた目線で、何をテーマに進めていけばビジネスに繋がるかというアイデアを出し合い、その上で自分の会社のこのリソースが使えると繋がっていくのではないのでしょうか。

出席者 B :

個々の事業にフィードバックされるようなことになっていかないと志だけでは続いていかないと思います。このプロジェクトが独り立ちできるまで、文化庁なりの考え方はあると思うが、やはり少なくとも3年ないし5年のスパンで後ろ盾になってもらいたい。

### 【3】実装フェーズを牽引する「ガバナンス機能」の確立に向けて

令和7年度の総合調整会議は、昨年度の調査・視察を経て策定された構想を、具体的な活動（試行実証）へと移す「構想フェーズから実践フェーズへの転換」を事業趣旨として、その実施企画に関する議論と検証をテーマに運営されました。

今年度の議論を通じて明確になったのは、本構想を単なる一過性のイベントで終わらせないためには、総合調整会議が将来的に、文化・産業・都市政策を統合的に推進する「司令塔（ガバナンス機能）」へと進化していく必要性です。

現状では各主体間のビジョン共有や情報交換が主たる役割ですが、今後は民間の創造的なアイデアを公共政策や都市開発と結びつけ、具体的な事業へと昇華させるための「制度的ハブ」としての機能をいかに構築していくかが、次年度以降の大きな課題として位置づけられました。

特に外部のステークホルダーに対しても、「Creative KANSAI」が何を目指し、どのような価値を生むのかを明確に示すためのネーミングやブランド戦略の確立が、その第一歩として議論されました。

#### 1. ガバナンス機能の役割：バラバラな活動をつなぐ「橋渡し」

これまでの文化イベントは、行政は行政、民間企業は民間企業と、それぞれの枠組みでバラバラに行われることが多くありました。

そこでこのプロジェクトにおいて目指すべきガバナンス機能（総合調整会議の役割）は、文化庁、地方自治体、民間企業、メディア、大学といった異なる立場のメンバーが同じテーブルにつき、対等に話し合う場として機能することが重要となりました。

##### 〈議論によって導かれた総合調整会議の目指すべき方向性〉

###### ●「制度の壁」を壊す：

民間の自由なアイデア（街中でライブをしたい、アートを飾りたいなど）を、行政が持つ「公共のルール」と結びつけ、公共空間（公園、道路、水辺など）を使いやすくするための調整役（制度的ハブ）となることが求められます。

###### ●ビジョンを一つにする：

「関西をどのような街にしたいか」という大きな目標（将来ビジョン）を共有し、単なる一過性のイベントで終わらせないための「仕組みづくり」を主導します。

#### 2. 期待される効果：文化が「お金」と「チャンス」を生む街へ

総合調整会議が司令塔としてうまく機能することで、私たちの暮らしや経済に以下のようなポジティブな変化をもたらすことへの期待が想定されます。

###### ●若手アーティストの海外進出を後押し：

バラバラだった音楽イベントと国際的なビジネスの視点を結びつけることで、関西発の音楽を海外フェスへ紹介する機会が生まれています。

###### ●街全体が「実験場」になる：

公園やビルの中など、日常の風景の中でアートや音楽に触れられる機会が増えます。ガバナンス機能が「音の問題」や「安全管理」といった実務的な課題を整理することで、安心して街なかでの新しい表現に挑戦できるようになります。

●関西独自の「クリエイティブ経済圏」の形成：

文化芸術を起点に、観光、テクノロジー、食などが交差することで、新たなビジネスが生まれます。SXSU（サウス・バイ・サウスウエスト）のようなモデルを関西に定着させることで、約700億円規模の経済効果を地域にもたらすポテンシャルを引き出します。

●「ポスト万博」の持続可能な成長：

万博という大きなイベントが終わった後も、関西に人・モノ・投資が恒常的に集まり続ける仕組み（持続可能なプラットフォーム）を維持し、次世代へつなげていくことが最大の目的です。

つまり、ガバナンス機能とは、「関西の面白い才能やアイデアを、社会や経済の力に変えていくためのエンジン」と言い換えることができます。

### 【3】昨年度 SXSU 視察の知見に基づく「官民連携」の高度化への展望

今年度の議論において、官民連携を一段上のレベル（高度化）へと進めるべきであるという共通認識が深まった背景には、昨年度に実施した米国 SXSU（サウス・バイ・サウスウエスト）の視察で得た具体的な知見があります。

視察報告に基づき、今後の関西において民間プレイヤーに期待される役割や参画のあり方について、以下の3つの視点で議論が交わされました。

#### 1. 都市全体を「実験場」にするための主体的な参画

SXSU では、街中のあらゆる空間がイベント会場となり、都市全体が巨大な「実験場」として機能しています。

この知見を受け、今年度の総合調整会議では、単に会場を貸し出すといった受動的な協力ではなく、鉄道や（大阪ならではの）舟などの交通機関、不動産、経済団体などの民間プレイヤーが、自らのフィールド（駅、ビル、公共空間）を「表現と実験の場」として積極的に開放し、共に街の価値を創り上げていくことへの期待が寄せられました。

●議論の成果と課題：

「こたつ会議」等の実証実験では、音環境や許認可といった実務的な課題が顕在化しました。これを一過性の問題とせず、民間側が「都市のルール作り」から主体的に関わることで、将来的な都市競争力の向上に繋げていくべきであるとの方向性が示されました。

#### 2. 「単なる協賛」から「未来への投資」への転換

昨年度の調査により、関西版 SXSU が実現した場合の経済波及効果は約700億円に上るポテンシャルがあることが示されています。

会議では、この可能性を現実のものとするために、民間企業が「CSR（社会貢献）としての協賛」という従来の枠組みを超え、自社のビジネス成長や新たな市場創出を見据えた「関西の未来を創出するための投資」として本構想に参画するモデルの構築が不可欠であると議論されました。

●期待される効果：

民間側から「このプラットフォームに参画することが自社のビジネスにとってプラスになる」と実感できる仕組みを整えることで、公金に頼り切らない持続可能な「クリエイティブ経済圏」の確立を目指していくことができます。

### 3. 「関西ならではの連携」による独自の国際路線の確立

SXSWの成功の根底にある「多様性を認める寛容性」の知見に基づき、関西においても「東京を経由せず、世界と直接繋がる」独自のブランド形成が必要であるとの認識が共有されました。

今後は、電鉄や不動産、メディアなどがそれぞれの強みを活かし、「移動のエンタメ化」や「宿泊×コンテンツ」といった関西独自の付加価値を共同で開発・提供していくことが期待されています。

このように、業種の壁を超えて民間プレイヤーが「共創」する土壌を育むことこそが、ポスト万博における関西の持続的な成長エンジンになると結論づけられました。

## 【4】国際ネットワークを関西の資産とするための仕組みづくり

今年度の試行実証で得られた成果の一つであるアジア各国との繋がりを、一過性の交流に留めず、関西の恒常的な資産（クリエイティブ・エコシステム）として定着させるための仕組みづくりを検討していく必要があります。

### ●B2B（ビジネス間取引）機能の強化：

「MINAMI WHEEL」でのデリゲーツ招聘により4組のアーティストの海外進出が決定した成果を踏まえ、今後は「海外フェスへのブース出展」や「商談」「共同制作」などのアプローチなどを検討し、関西版SXSWの柱の一つとして推進していく方針が示されました。

### ●「東京を経由しない」独自の国際路線の確立：

海外の音楽・アート関係者から得られた「関西のインフラや運営力はSXSWに匹敵する」という評価を自信とし、アジア各都市と直接繋がる文化経済ルートの構築を、本プロジェクトの具体的な目標に掲げていきます。

## 【5】第三者に「伝わる」ためのネーミングと情報発信戦略の最適化

今年度の議論、特に第3回総合調整会議において強く指摘されたのが、本構想を外部のステークホルダーやエンドユーザーに対してどのように定義し、伝えていくかという「ブランディング」の課題です。

### ●「外から見えない」現状の打破：

現状の「クリエイティブKANSAI構想」という名称は、行政的な枠組みとしては機能していますが、外部から見ると「具体的に何をやっているのか」が直感的に伝わりにくいという課題があります。

会議のメンバーからは、「説明されないと分からない状態」では新しい民間企業の参画や一般層の共感を得ることは難しく、第三者が「あ、それいいよね」と即座に理解できるワードやビジョンの必要性が提示されました。

●個別事業を繋ぐ「冠プロジェクト」としての展開：

「MINAMI WHEEL」や「UNKNOWN ASIA」といった既存の強力なイベント内で連携プログラムを実施する際、それらが本構想の一環であることを示す「共通の冠（ネーミング）」や「ロゴマーク」の整備が提案されました。

これにより、バラバラに見える活動を一つの大きな「街の動き」として可視化し、プロジェクトのアイデンティティを確立することが可能になります。

●メディア的発想による「柔らかい」情報発信：

今後の課題として、行政主導の硬いネーミングだけでなく、メディア的・クリエイティブ的な発想を取り入れ、より親しみやすく、かつ「何か面白いことが起きている」と思わせるような、マーケットに即した見せ方を検討していく必要があります。

## 第4章：

### 4つの試行実証の詳細報告

---

## 【1】 試行実証の意図と目指すべき成果

令和7年度の「Creative KANSAI 構想」は、昨年度までの議論を具体化する「実践フェーズ」として、複数の試行実証プログラムを実施しました。

ここでは、今年度の実施にあたっての基本的な考え方と、プログラムのねらいについて記述します。

### 1. 既存事業をプラットフォームとした「付加価値型」実証の採用

本来であれば、産官学の代表が集う「総合調整会議」が主体となり、議論の内容を完全にゼロからパッケージ化した新規事業を企画・実施することが理想的です。

しかし、大規模な複合イベントをゼロから立ち上げるには、準備期間の確保や膨大なコストの調整が大きな障壁となります。

そこで今年度は、早期に具体的な検証結果を得るため、すでに地域に根付き、高い集客力と運営基盤を持つFM802の主催事業、および「うめきた地区」で実施されている既存事業をプラットフォームとして活用する手法を採用しました。

具体的には、「MINAMI WHEEL」「UNKNOWN ASIA」「こたつ会議」といったイベントと密接に連携し、その枠組みの中で実証プログラムを展開しました。

### 2. 本事業により新たに創出されたプログラムの独自性

本年度に実施されたプログラムは、既存事業の運営予算を補填するものではなく、これまでの各イベントの内容には存在しなかった「新しい企画」を本事業の予算によって上乘せ（インサート）したものです。

既存事業が持つ「発信力」や「場」というポテンシャルを最大限に活用することで、以下のような本構想独自の検証項目を効率的かつ効果的に実現することが可能となりました。

#### ●国際的な B2B（ビジネス間取引）の創出：

通常の音楽ライブやアート展示にはなかった、アジア各国の音楽フェス主催者（デリゲーツ）や海外審査員の招聘、およびそれらと国内クリエイターが直接商談・交流できるカンファレンスやミートアップの実施。

#### ●都市課題の抽出と検証：

一般の市民や来訪者が自由に参加できるパブリックアート展示やトークプログラムを街なかで展開することにより、都市空間活用における音環境（騒音）や許認可、回遊性といった実務的な課題を可視化すること。

#### ●情報の集約とメディア連携：

既存メディア（FM802 / FM COCOLO）のネットワークと連携し、バラバラに存在していたイベント情報を集約したWEBサイトの試作や、デジタルスタンプラリーによる行動分析の実施。

このように、実績のある既存事業のポテンシャルを「実験の土台」として活用したことで、限ら

れた期間・コストの中で、「実際に4組のアーティストが海外フェス出演を決定する」といった具体的な成果や、次年度以降のガバナンス構築に不可欠な実務的知見を得ることができました。

## 【2】音楽分野の試行実証～MINAMI WHEEL

### 1. 実施のねらい

27年の歴史を持つ日本最大級のライブサーキット「MINAMI WHEEL」をプラットフォームとし、単なる音楽イベントを「国際的な音楽ビジネスの商談の場（B2B）」へと拡張させる実証中心に、カンファレンスや交流プログラムを行いました。

具体的には、アジア各国の音楽フェス主催者（デリゲーツ）を招聘し、日本の若手アーティストが直接世界へ売り込める環境を構築することで、関西から世界へ直接つながる「クリエイティブ経済圏」の可能性の検証を行うなど、音楽フェスの「新しいかたち」が提示できる企画を実施しました。

### 2. 実施プログラムの詳細

#### （1）ASIAN WAVES CONFERENCE（カンファレンス）

- ・実施日：  
2025年10月11日（土）、12日（日）
- ・実施場所：  
萬福寺（南堀江）
- ・内容：  
アジア各国のデリゲーツによる自国の音楽マーケットの説明やフェス運営のプレゼンテーション、および国内音楽事業者（事務所、レーベル等）との商談・交流会。
- ・招聘デリゲーツ：  
韓国、インドネシア、台湾、タイ、中国、香港などの主要音楽フェス主催者計10名
- ・参加人数（内訳を含む）：  
2日合計 約180名（両日参加者含む）  
※関係者限定のクローズド開催
- ・会場の様子

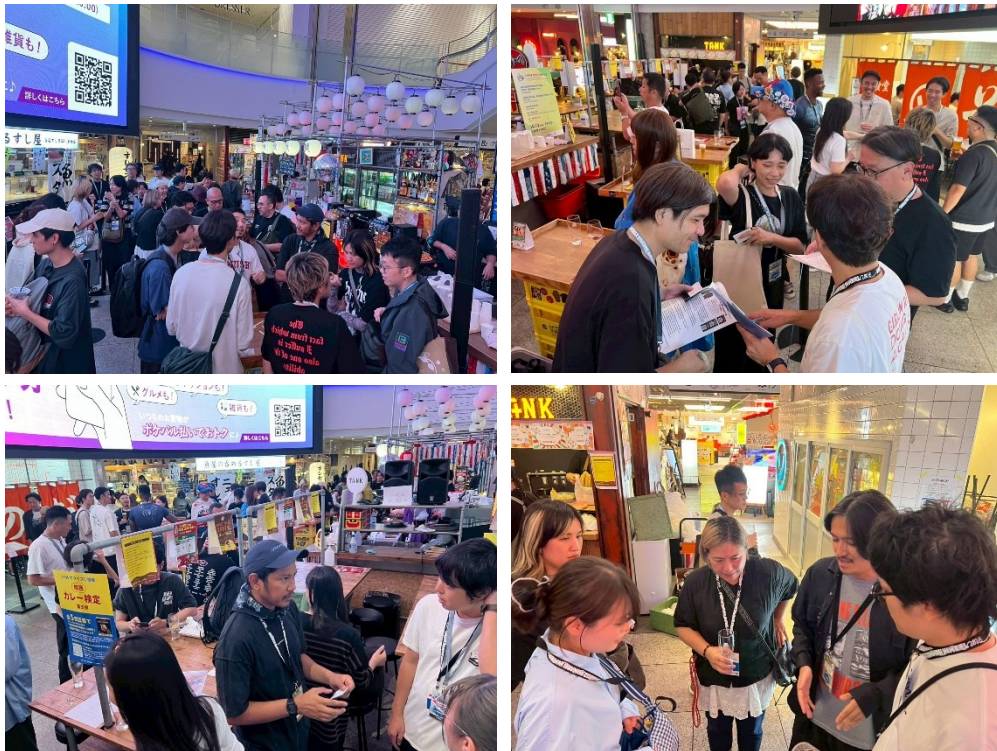




## (2) ASIAN WAVES PARTY (交流イベント)

- ・実施日：  
2025年10月13日(月・祝)
- ・実施場所：  
心齋橋PARCO 地下2階 TANK 酒場
- ・内容：  
デリゲーツと出演ミュージシャン、音楽レーベル関係者によるネットワーキング。
- ・参加人数：  
約100名  
※関係者限定のクローズド開催

・会場の様子



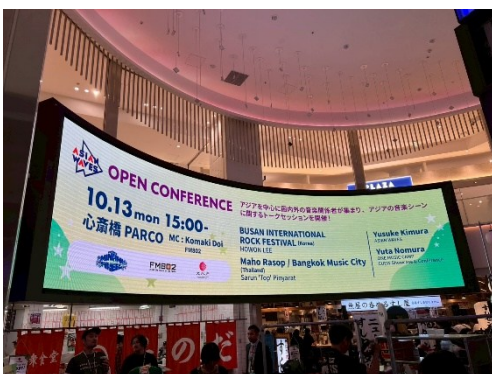
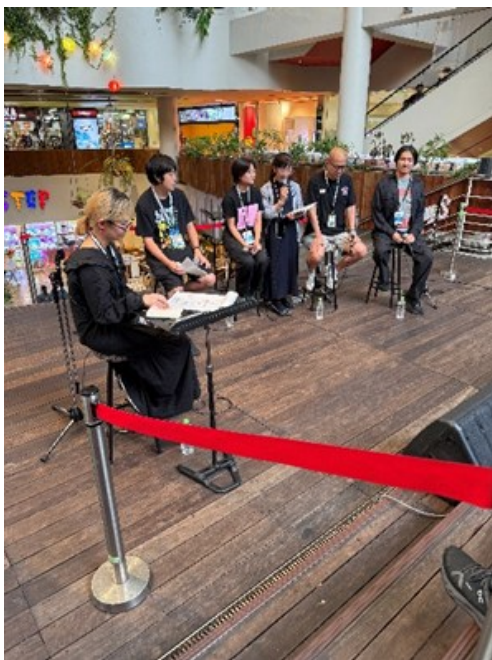
(3) ASIAN WAVES TALK SESSION (公開トーク)

- ・実施日：  
2025年10月12日(日)
- ・場所：  
心齋橋ビッグステップ 大階段、心齋橋 PARCO TANK 酒場
- ・内容：  
海外フェスの現状や「関西の音楽シーンの魅力」を一般来場者に向けて発信する公開プログラム。
- ・出演者：  
招聘デリゲーツ、土井コマキ (FM802 DJ) ほか
- ・観覧人数：  
約120名  
※オープンスペースのため、累計人数としてカウント。

・会場の様子



【令和7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



#### (4) MINAMI WHEEL ART EDITION

・実施日：

2025年10月11日(土)、12日(日)・13日(月・祝)

・実施場所：

なんば Hatch・BIGCAT・ANIMA・CLAPPER・COMPASS  
JANUS・OSAKA MUSE・RUIDO・SUNHALL

・実施内容：

「MINAMI WHEEL 2025」の開催期間において、公式連携企画として実施。

MINAMI WHEELのメインビジュアルを担当したアーティストのアートワークを展示するギャラリー形式のエキシビションとして、音楽ファンが気軽にアートに触れる新たな接点を創出しました。

・目的：

##### 新たな文化的価値の創出

音楽フェスティバルという既存のプラットフォームに、アート展示という新たな要素を掛け合わせることで、来場者に対して複合的な文化体験を提供し、イベントの高付加価値化を図る。

##### 関西発クリエイティブの魅力発信

イベントの顔となるメインビジュアルと、その制作者であるアーティスト自身に光を当てることで、関西圏のクリエイターが持つ才能と魅力を国内外に発信する。

##### 文化芸術へのアクセシビリティ向上

アートギャラリーに馴染みの薄い層の音楽ファンに対し、音楽フェスティバルという身近な場でアートに触れる機会を提供。文化芸術への心理的ハードルを下げ、新たなファン層の開拓を目指す。

・実施内容：

##### アートワークの展示

MINAMI WHEELの会場となっているライブハウスのスペースを利用して実施しました。具体的にはMINAMI WHEEL 2025のために描き下ろされたメインビジュアルに加え、アーティストのオリジナルアートワークを複数掲出。来場者がライブの合間にアートに触れる動線を自然に作り出し、音楽が鳴り響く空間に隣接するスペースでアートを鑑賞するという体験を提供しました。

アートワークは単なる装飾ではなく、MINAMI WHEELの世界観を構成する不可欠な要素として機能し、音楽とアートが一体となった没入感の高い空間を創出するという相乗効果を生み出しました。

##### アートワーク掲出アーティスト

tama (たま・MINAMI WHEEL 2025 メインビジュアル制作)

##### 分野横断連携による、新たなクリエイティブ価値創出のモデルケース

メインビジュアル制作アーティストの選出プロセスにおいては、関西圏におけるクリエイティブ分野の有機的な連携を企図。アートフェア「UNKNOWN ASIA」との戦略的連携を基軸とし、前年度の「UNKNOWN ASIA 2024」においてFM802が将来性を見出し選出した「FM802賞」受賞アーティストを起用しました。

これはアーティストの作風が持つポテンシャルのみならず、大阪・ミナミエリアのアイデンティティに「音楽」と「アート」という異なるカルチャーを繋ぎ、ジャンルの垣根を越えた

新たな価値を共創できるという確信に基づくものです。

完成したアートワークは、親和性の高さから MINAMI WHEEL のプロデュースチームからも絶大な支持を獲得。そのクリエイティブ価値を最大化すべく、当初の想定を超えて、会場装飾から公式グッズ、デジタルプロモーションに至るまで、MINAMI WHEEL を構成するあらゆるタッチポイントにおいて、多角的な展開に至りました。

本プロセスは

アートフェア（才能の発掘・評価）

↓

音楽フェスティバル（大規模な表現機会の提供と、より広範なオーディエンスへの橋渡し）

という、具体的なクリエイティブ連携の成功事例を提示するものです。将来性のある新進気鋭のクリエイターに、そのキャリアにおける次なる飛躍への足掛かりとなる具体的な成功機会を供与すると同時に、その才能を大規模イベントの推進力へと昇華させるという本スキームは、非常に手応えを感じたと捉えております。

### オリジナル音声ガイドの提供

独自性を特徴づける施策として、主催である FM802 に所属する 3 名の DJ がナビゲーターを務める音声ガイドを制作・提供。来場者の多くが FM802 リスナーであるという特性を活かし、普段からラジオを通じて慣れ親しんだ DJ の声でアート作品の解説を聞くことができました。専門的な美術談義ではなく、音楽フェスの高揚感を損なわない、親しみやすいトーンで語りかけるガイドを展開しました。

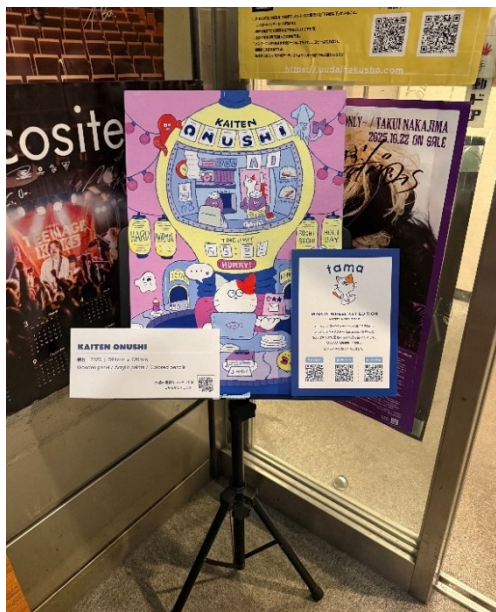
これは、ラジオメディアが持つ「声の力」とリスナーとの「親密性」という無形資産を活用した取り組みであり、来場者はまるで特別番組を聴いているかのような感覚で、従来のギャラリーが持つ静謐で堅いイメージを払拭する、MINAMI WHEEL ならではの解釈によるカジュアルなアート体験を提供しました。

さらに、音声ガイドを担当した各 DJ は、自身の担当番組内でも言及しており、展示への事前期待感を醸成し、付加価値の増幅を促進しました。

The graphic is a promotional poster for the 'MINAMI WHEEL ART EDITION'. It features a light green background with white stars. At the top left is the 'tama' logo, which includes a stylized cat illustration. To the right of the logo, the text reads 'MINAMI WHEEL ART EDITION' in large blue letters, followed by 'MINAMI WHEEL 開催中の3日間、今年のアートワークを担当したアーティストのtamaさんの作品が、8つの会場で展示されます!' in smaller blue text. Below this, a teal banner contains the text 'アートワークに FM802 DJs の音声ガイドをご用意!' in white. The bottom section is divided into two parts: on the left, a rounded rectangle lists eight venues under the heading '設置ライブ会場': ANIMA, BIGCAT, CLAPPER, COMPASS, JANUS, OSAKA MUSE, RUIDO, SUNHALL, and なんば Hatch. On the right, three circular portraits of DJs are shown with their names: 飯室大吾 (Ihara Daigo), 高樹リサ (Takashi Risa), and 田中麻希 (Tanaka Mahi). At the very bottom, a dark blue banner contains the text 'アートワーク横のキャプションから音声ガイドを聞いてみよう!' in white.

- ・音声ガイド ナビゲーター：  
飯室 大吾・田中 麻希・高樹 リサ（すべて FM802 DJ）

- ・会場の様子



#### (5) ウェブアプリ「みんなち DROP」を活用した周遊促進

- ・実施日：  
2025年10月3日（金）～10月9日（木）
- ・実施内容：  
ミナミを中心とする大阪都心部一帯での魅力スポット遊歩型スタンプラリーの実施。
- ・参加者数：
  - 閲覧者：344名
  - スタンプラリー参加者：28名
  - スタンプ取得者：14名（取得された総スタンプ数：430回）
  - 特典応募者数：8名

### 3. アンケート結果・デリゲーツの反応（要約）

招聘したアジアの音楽関係者からは、関西のポテンシャルに対して極めて高い評価を得られました。

#### ●都市インフラへの評価：

会場が徒歩圏内に密集しており、運営も非常にスムーズ。  
シドニーやロンドンの SXSW に匹敵するポテンシャルがある。

#### ●才能の発掘：

質の高い多様なアーティストに出会えた。関西独自の『率直さ』や『ユーモア』が音楽にも表れていて魅力的だ。

#### ●今後の課題：

ビジネス商談（B2B）の要素をさらに強めれば、アジアでトップのショーケースになり得る。

※アンケート結果の詳細は、本章の最後に添付します。

### 4. 具体的な成果と今後の知見

〈成果〉

#### ●実効性のある「海外進出窓口」機能の証明：

アジア各国の主要フェス主催者（デリゲーツ）10名を招聘し、日本のアーティストを直接売り込む B2B（ビジネス間取引）の場を創出した結果、実際に4組のアーティストが海外フェスへの出演オファーを獲得し、出演が決定しました。これは、関西が東京を経由せずに「世界へ直接つながる独自の国際路線」を構築できる強力なポテンシャルを持っていることを実証する、極めて具体的な成果となりました。

#### ●国際水準の都市型フェス・インフラへの高い評価：

招聘したデリゲーツからは、心齋橋・アメ村エリアの「徒歩圏内に多数のライブハウスが密集している」という都市構造や、シームレスな運営力に対して驚きと高い評価が寄せられました。特に、韓国のリー・ホウォン氏からは、「シドニーやロンドンの SXSW に匹敵し、国際的な雰囲気（ショーケース機能）を強化すればアジアのトップになれる」との知見が得られました。

#### ●「お寺×カンファレンス」等、関西独自の文化体験の有効性：

南堀江の萬福寺（お寺）を会場としたカンファレンスは、日本・関西ならではの特別な空間体験として海外関係者に強い印象を与えました。また、心齋橋 PARCO やビッグステップといった商業施設内でのトークセッションや交流会は、街中で偶発的な出会いを生む「SXSW 的な風景」を現出させ、多層的なネットワーク形成に寄与しました。

#### ●デジタル回遊データの蓄積：

ウェブアプリ「みんなち DROP」を活用し、来場者のライブハウス間の移動データを収集しました。このような取り組みを通して、音楽イベントを起点とした「街歩き」の動線を可視化し、エ

ンターテインメントと都市体験を組み合わせた施策の有効性を示すことができました。

〈課題〉

●B2B（商談）機能のさらなる強化：

デリゲーツからは、「現在はB2C（一般客向けライブ）が中心であり、業界人同士のネットワーキングや具体的な商談（B2B）の要素がまだ不足している」との指摘がありました。今後を見据えた取り組みとしては、カンファレンス専用スペースの確保やより実践的な知識共有・マッチングの機会を制度化していく必要があります。

●アーティスト・プロモーションの高度化：

海外のフェス主催者がブックリングを検討する際、日本人アーティストの英語プロフィールやプロモーション映像の不足が障壁となることが分かりました。FM802の媒体力を活かした「国際アーティスト向けPRパッケージ」の整備や、ラジオ露出を通じた双方向のプロモーション支援が課題として挙げられています。

●関西広域での「都市間連携」への発展：

台湾のツァイ・ユンウェン氏からは、「イベントを大阪だけでなく、京都や神戸を含めた一週間規模の都市間回遊型へ展開すべき」との提言がありました。大阪の各エリア（ミナミ・中之島・キタ）の連携を深めつつ、関西全域の文化資源を活かした広域モデルへの昇華が、SXSWに並ぶための鍵となります。

●独自の国際コラボレーションの創出：

単なる出演機会の提供にとどまらず、アジアのアーティストと日本人アーティストが共同制作を行う「ソングライティング・キャンプ」などの提案もなされました。こうした「共創（Co-Creation）」の仕組みを関西に導入することで、より強固なクリエイティブ・エコシステムの形成が期待されます。

大規模なカンファレンスを行うためのスペース確保や、さらなるB2B（商談）機能の強化が、次年度以降の「自走化」に向けた焦点となります。

## 5. 【参考資料】

### ●MINAMI WHEEL の開催概要



## ●ASIAN WAVES CONFERENCE 招聘デリゲーツへのアンケート結果（詳細）

- ・リー・ホウォン（韓国/Kyte + 釜山ロックフェスティバル）
  - 注目アーティスト：スルヘイセン、ブラックペトロール
  - 会場インフラや運営に高評価、FM802のビジネスエコシステムに刺激を受けた。
  - より実践的な知識共有型カンファレンスを希望。
  - 国際アーティスト向けPRパッケージ強化を提案（ラジオ・メディア露出）
  - 「MINAMI WHEEL」はシドニーやロンドンのSXSWに匹敵、国際的雰囲気が増せばアジアのトップショーケースになり得る。
  
- ・サトリア・ラマダン（インドネシア/SRM Bookings & Services / AXEAN Festival）
  - 会場選定とラインナップを高評価。
  - 関西から多くの才能が出ている点を魅力的と指摘。
  - アーティスト交流が最善の方法と強調。
  - ソングライティング・キャンプによる国際的コラボレーションを提案。
  
- ・サルン・ピンヤラット（タイ/Maho Rasop Festival & Bangkok Music City）
  - 多様で質の高いアーティスト、徒歩圏内の会場密集を評価。
  - 音響や観客の秩序を高く評価。
  - 東京よりリラックスした芸術的雰囲気と指摘。
  - 日本アーティストを自国ショーケースにブッキング希望。
  - 国際的ラインナップ比率を高めることで世界の多様性を観客に紹介できると提言。
  
- ・ドニー・ヘル（インドネシア/ラララフェスティバル）
  - Wangone や Black Petrol など将来性あるアーティストに出会えたことを評価。
  - ライブハウス運営の整理・管理を高く評価。
  - アーティストのプロモーションプロフィール強化を提案。
  
- ・ナビエス・ナイフ（インドネシア/ラララフェスティバル）
  - Black Petrol のパフォーマンスと代表者プレゼンを高評価。
  - 日本文化や食の魅力を強調。
  - 国際的才能の増加を希望。
  - インドネシアと日本のアーティスト交流・メディア連携に強い関心。
  
- ・ゾラ・リウ（中国/モダン・スカイ）
  - イベント全体の雰囲気とバンドの可能性を高評価。
  - マッチングセッションを特に評価（レーベル・バンドとプロモーターの直接交流）。
  - 関西の文化的多様性（京都・大阪・神戸）を魅力的と指摘。
  - 自国には同様のフェスがなく、協力関係構築の可能性を強調。
  - 台湾のように日常生活に音楽を取り込む文化的事例を紹介。
  
- ・ツアイ・ユンウェン（台湾/GORGEDIS ENTERTAINMENT）
  - 新しいバンド発掘の楽しさを評価。

- 観客の新しい音楽へのオープンさを高評価。
- 関西の音楽シーンの活気と「関西スタイル」を魅力的と指摘。
- 会場ごとの個性が文化体験を豊かにしていると評価。
- イベントを一週間規模で都市ごとに展開する提案（大阪・京都など）。
- 入国書類や運営面でのサポートを要望。

・パク・ジュンボム（韓国／HIPSQUARE, Inc.）

- 日本インディーシーンの多様性と大阪のライブ会場の密集を高評価。
- 観客の熱狂的反応と交流環境を評価。
- アーティスト交流プログラムや合同ショーケースの可能性を指摘。
- 関西は「関西版 SXSW」を創設する強力な基盤を持つと評価。
- オンラインプラットフォームで会場・アーティストをつなぎ国際交流を強化すべきと提案。

・メン・シュアン・ウー（台湾／In Utero Inc. / FIREBALL Entertainment）

- 運営調整とロジスティクスを高く評価（400組以上を20会場にシームレスに展開）。
- 関西文化の率直さとユーモアを魅力的と指摘。
- 台湾と関西の間でアーティスト交流や共同開催イベントの可能性を強調。
- MINAMI WHEELは「関西版 SXSW」になり得るが、B2C中心でB2B要素が不足と指摘。
- 業界ネットワーキングや展示会などB2B強化を提案。

●ウェブアプリ「みんなち DROP」を活用したスタンプラリー実施結果（抜粋）

・ウェブアプリ「みんなち DROP」画面遷移

知る： スポット情報機能  
マップでライブハウスやPASS得参加店、街のスポットの情報を確認することができます。



知る： コメントビュー機能  
その場所のアーティストやPASS得参加店からのコメントを発見・閲覧し、没入的に楽しむことができます。



【令和7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

楽しむ：スタンプラリー機能

マップでライブハウスとPASS得参加店、街のスポットを巡ってスタンプを集めて特典応募しよう！

【遊び方】

**①会員登録をする**

集めたスタンプ記録がなくならないようにするための登録です。



**②スタンプを集める&投稿する**

マップでアイコンを押し、足跡マークを押してスタンプを押しましょう！スタンプを押すためにはGPS機能の許可が必要です。



**③特典に応募する**

スタンプや投稿の数に応じて特典に応募できます。



楽しむ：投稿機能

MINAMI WHEELでの思い出や情報をDROPS投稿して、共有してみよう！

**①画面右下の+マークを押す。**



**②画面の案内に沿ってDROPS投稿する。**

1.写真を選びます。



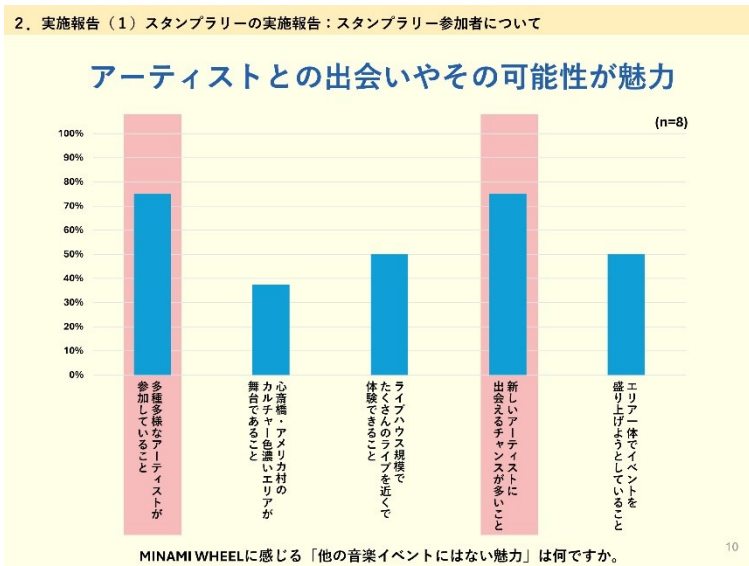
2.言葉を入れます。



3.場所を登録します。



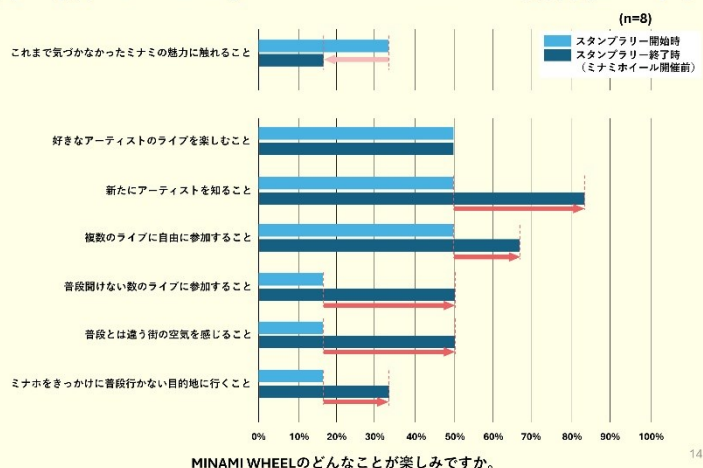
・アンケート結果（抜粋）



**MINAMI WHEELのこんなことが楽しみですか。**

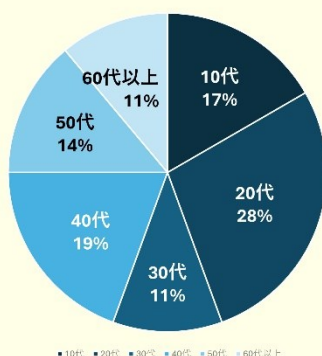
2. 実施報告（1）スタンプラリーの実施報告：スタンプラリー参加者について

**街に触れることが、MINAMI WHEELへの期待値に寄与**



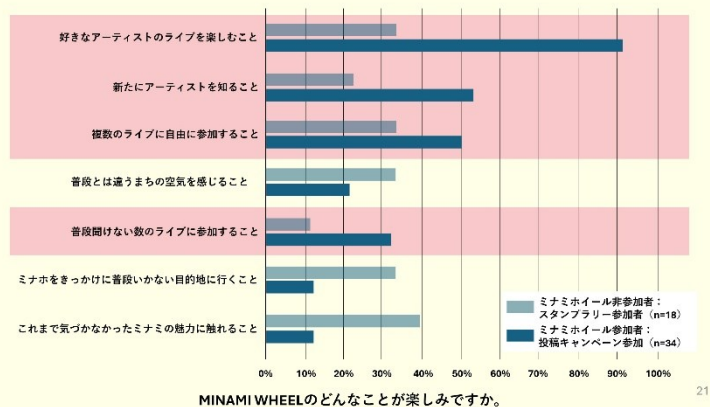
2. 実施報告（2）投稿キャンペーンの実施報告：基本属性

**全年代にわたって投稿行為があった**



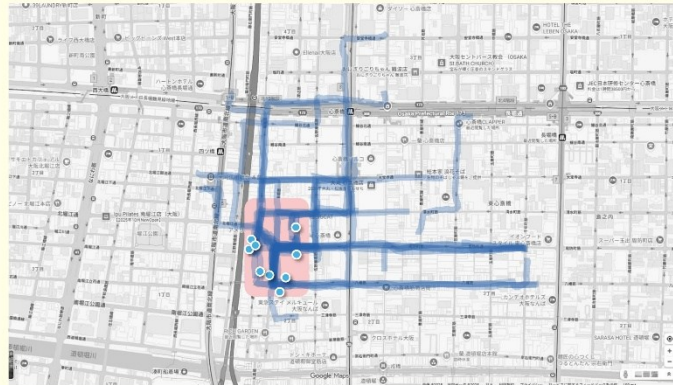
2. 実施報告（2）投稿キャンペーンの実施報告：MINAMI WHEEL 2025参加者の行動傾向

**MINAMI WHEEL参加者は、イベント本来の目的を楽しもうとする意識が強い**



2. 実施報告(3) トラッキングの実施報告：移動距離と歩行速度

**BIGSTEP周辺のライブハウス集積地に動線が集中**



ミナミホール参加者の移動経路（全般）

29

・スタンプラリー実施の総括

- MINAMIWHEEL2025 の参加の裾野を広げる視点として、ミナミエリアの快適さや楽しさが伝わる情報発信と合わせた告知をすることが参加動機を激する可能性が示唆された。
- 参加者は、音楽イベントに参加しつつ、ミナミエリアに備わるアートという地域特性への気付きを得る傾向が示唆された。
- 一方で、参加者の回遊・移動行動には偏りが見られ、敢えてエリア間移動を楽しむ特性は見られないことが明らかになった。
- MINAMIWHEEL 2025 の実施エリアであるミナミエリアに対する理解や意識づけを強化する上で地元連携の取組“PASS 得 WHEEL”の認知度を高めることが有効であると考えられる。
- 各ライブの違いの明示（キュレーション）や移動目安時間の表示に加え参加者のエリア理解が進めば、回遊・移動行動の広範化が期待できる。
- 15時～16時に参加者の“ライブ参加モード”が途切れる傾向があり、このタイミングをエリアへの意識づけに活用することが有用と言える。

## 【3】アート分野の試行実証～UNKNOWN ASIA/UNKNOWN ASIA EXTRA

### 1. 実施のねらい

本年度は「クリエイティブ・エコシステム」構築のパイロット・フェーズとして、アジアの次世代クリエイターが集う国際アートフェア「UNKNOWN ASIA」をプラットフォームに活用しました。

特に、「アートとビジネスの接続」および「中之島エリアを中心とした回遊性の創出」を重点テーマとし、海外審査員の招聘とカンファレンス（「UNKNOWN ASIA」）や、オフィスビルのエントランスを活用したパブリックアート展示やパネルディスカッション等トークプログラム（「UNKNOWN ASIA EXTRA」）を実施しました。

また、「東京を経由しない」国際ネットワークの構築についてもテーマの一つとして、大阪・関西での事業創造について、可能性を追求しました。

### 2. 実施プログラムの詳細

#### （1）UNKNOWN ASIA 2025（メインフェア連携）

メインフェアの会期中（2025年12月5日～7日）には、国際的なネットワーク構築とビジネス・マッチングを目的としたプログラムが実施されました。

〈メインフェア全体の実施詳細〉

・実施日：

2025年12月5日（金）～7日（日）

・実施場所：

梅田サウスホール

・内容：

100名を超える審査員・レビュアーが各専門視点からアーティストを選出し、賞を授与することで、アートフェアとしては、新しいプロジェクトや展覧会への発展を促す仕組みを強化しました。

#### ①UNKNOWN ASIA 2025 レセプション（MEET-UP）

・実施日：

2025年12月6日（土）

・実施場所：

梅田サウスホール

・実施内容：

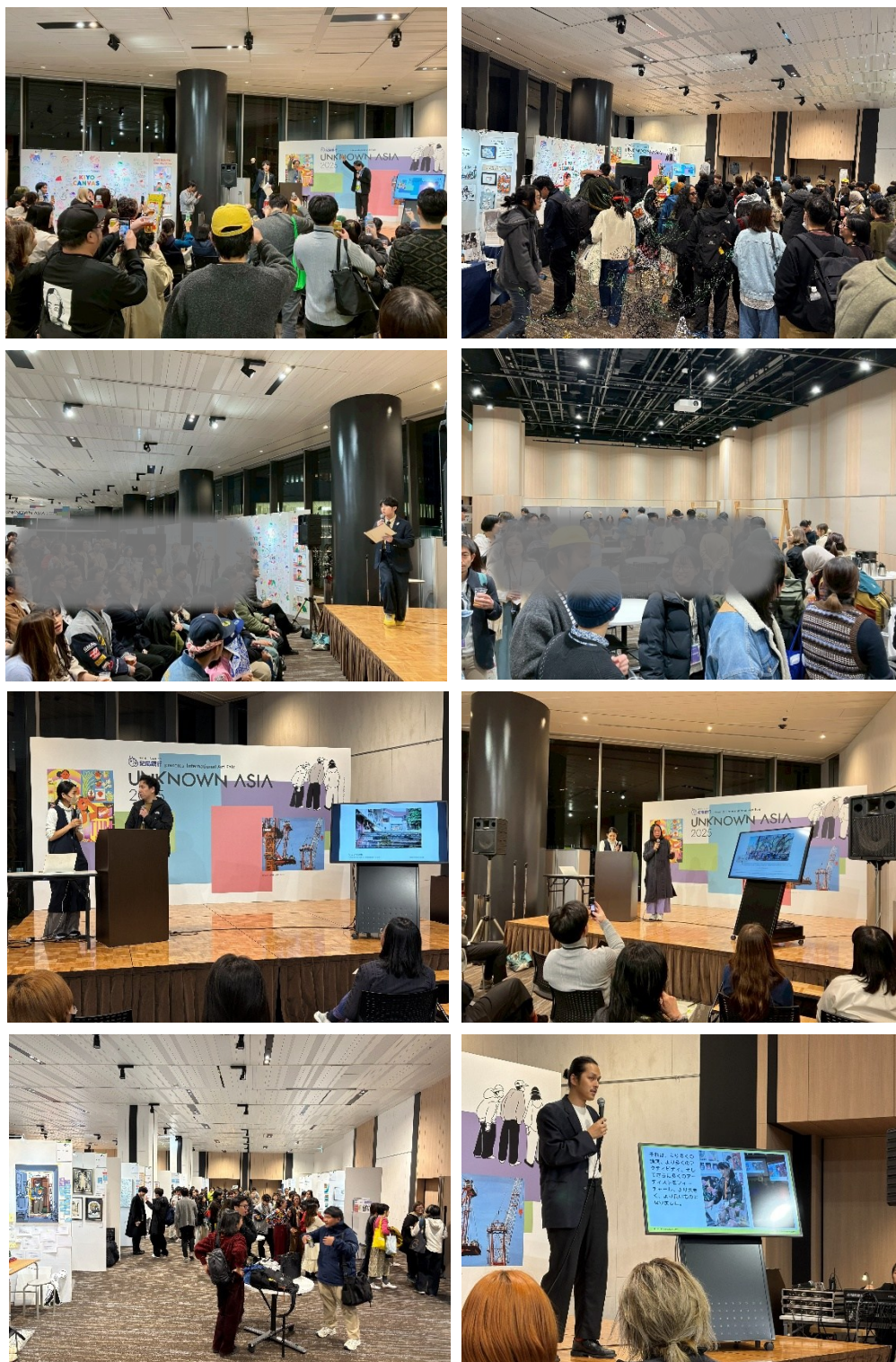
アジア各国から招聘された海外審査員、国内審査員、出展作家、および国内事業者が一堂に会する交流イベント。またステージでは、海外のアートフェア関係者による自国のアートにかかわる市場状況や取り組み紹介などのプレゼンテーションも行われました。

・参加者：

約300名

【令和7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

・会場の様子



②UNKNOWN ASIA 2025 ステージプログラム

- ・実施日：  
2025年12月7日（日） 12:00～
- ・実施場所：  
梅田サウスホール
- ・実施内容：

広く一般層（一般来場者）を対象としたカジュアルな形式のセッション（2プログラム）。

- 大阪アート&クリエイティブヒストリー

：大阪のストリートカルチャーやクリエイティブの系譜を紐解き、その独自性を可視化しました。

▶出演：後藤繁雄 氏／司会：石川武志 氏

- 街とカルチャーとアート「街から広がる表現の現在地」

：アートが街やコミュニティ、産業とどのように接続しているかを議論しました。

▶出演：川添孝信 氏、BAKIBAKI 氏／司会：石川武志 氏

・観覧者：

- 大阪アート&クリエイティブヒストリー：約30名

- 街とカルチャーとアート：約40名

・会場の様子



## (2) UNKNOWN ASIA EXTRA

### (パブリックスペースでのアート展示とトークプログラム)

中之島エリアのオフィスビルを舞台にした「UNKNOWN ASIA EXTRA」では、本事業の取り組みの一環としてパブリックスペースでのアート作品展示を実施するとともに、アートと都市、経済を接続するための「対話の場」「一般の人たちにも伝える場」として、2つの異なる性質を持つトークプログラムを実施しました。

〈イベント全体の実施詳細〉

・実施日：

2026年2月1日（日）～28日（土）

・実施場所：

ダイビル、フェスティバルシティ、関電ビルディング

・実施内容

「UNKNOWN ASIA 2025」からセレクトされた作品を、1カ月間、中之島エリアのオフィ  
スビルのロビーやパブリックスペースに展示しました。

①パブリックスペースでのアート作品特別展示

・実施日：

2026年2月2日（月）～20日（金）の平日のみ

・実施場所：

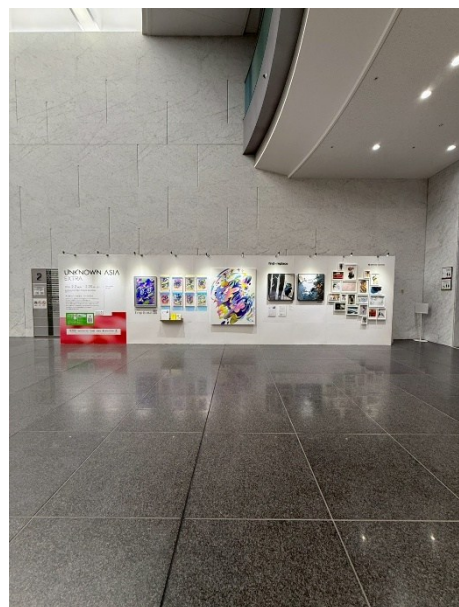
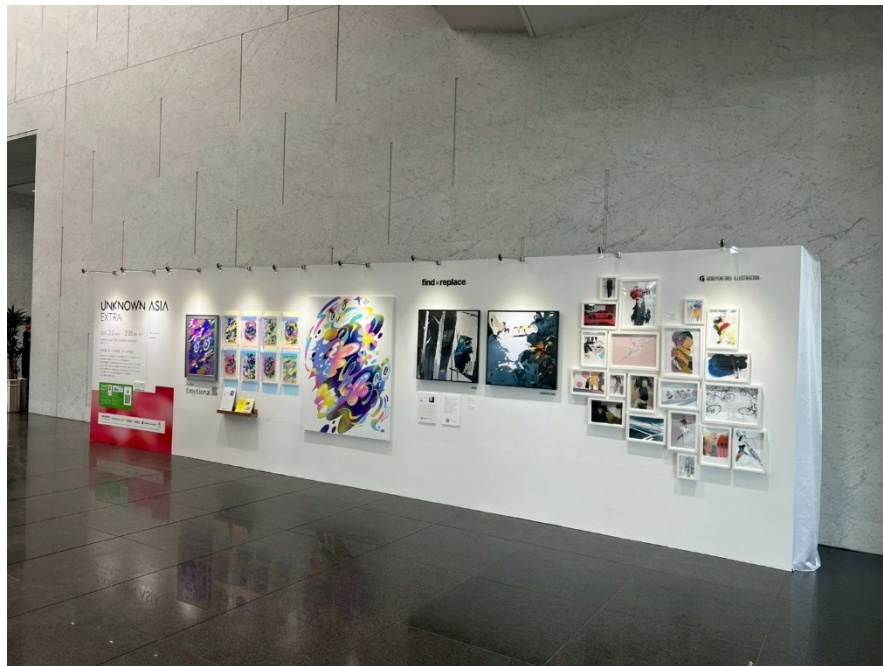
関電ビルディング 1階エントランスホール

・実施内容：

Emma Imayoshi（えま いまよし）、オクノブユキの作品展示。



・会場の様子



②UNKNOWN ASIA EXTRA 2025-2026 Satellite (トークプログラム)

～ [第1部] パネルディスカッション：都市とクリエイティブの未来

・実施日：

2026年2月20日(金) 18:45～19:25

・実施場所：

中之島ダイビル 1階エントランスホール

・実施内容：

産官学の視点から、万博後の大阪・関西が「クリエイティブ経済圏」として発展するための条件を議論しました。

- ・登壇者：  
松坂 浩史 氏（文化庁 審議官）  
三浦 文夫 氏（関西大学 教授）  
笹尾 和宏 氏（株式会社大林組）  
（モデレーター）meme 氏（FM COCOLO DJ）
- ・観覧者：  
100名 ※限定の観覧席を設定

〈主な議論の内容〉

●万博がもたらした変化：

誰もが表現することのハードルが下がり、クリエイターと企業が直接組むような新しいコラボレーションの機運が生まれたことが指摘されました。また、関西から直接アジアや世界へ出て行く「やってみなはれ」の精神の再燃が言及されました。

●クリエイティブ人材が留まる条件：

東京のような「仕事と生活の分断」ではなく、職住が近接し、アーティストが触発し合える「アーティスト・イン・レジデンス」のような環境整備の重要性が語られました。

●中之島への期待：

既存のミュージアム（ハード）だけでなく、継続的なソフトプログラムが必要であり、「上質なものと、カオス（熱気）が共存する魅力」をいかに創出するかが、次世代の街づくりの鍵になるとされました。また、老舗企業の「寛容性と忍耐力」が、街を良くするための基盤になると評価されました。

・会場の様子



### ③UNKNOWN ASIA EXTRA 2025-2026 Satellite（トークプログラム）

～ [第2部] FM COCOLO「M's Groove Friday」公開収録

- ・実施日：  
2026年2月20日（金） 19:30～20:00
- ・実施場所：  
中之島ダイビル 1階エントランスホール
- ・実施内容：  
アーティストとミュージシャンをゲストに迎え、創造性が社会にどう共感を生むかを可視化しました。
- ・登壇者：  
加藤雅貴氏（出展作家）、伊藤銀次氏（ミュージシャン）、meme氏（FM COCOLO DJ）
- ・観覧者：  
80名 ※限定の観覧席を設定
  
- ・会場の様子



### ④ウェブアプリ「みんなち DROP」を活用したスタンプラリー

- ・実施日：  
2026年2月1日（日）～28日（土）
- ・実施場所：  
UNKNOWN ASIA EXTRA 展示会場及びその周辺スポット（中之島エリア）
- ・実施内容：  
大林組が運営しているウェブアプリ「みんなち DROP」を採用し、UNKNOWN ASIA EXTRAの展示会場に加え、中之島エリアに点在する建築やパブリックアートなどのアートスポットを巡るスタンプラリーを実施しました。また、同アプリの機能を利用し、エリア内における来場者の動態調査・分析を実施しました。
- ・参加者数：

- 閲覧者	1,331名
- デジタルマップ利用者数	821名
- アカウント登録済ユーザー数	211名
- スタンプ取得者	101名
- 特典応募者数	81名

## 4. 具体的な成果と今後の知見

### (1) UNKNOWN ASIA

〈成果〉

#### ●国際的な評価とネットワークの形成：

出展者アンケートの結果、イベント全体の満足度は92.3%に達しました。

特に海外作家から「審査員からのフィードバックが非常に貴重な学びになった」「日本で初めて作品を発表する素晴らしい機会を得た」との声が寄せられ、関西がアジアのアートハブとしての機能を果たしていることが実証されました。

作家を含む関係者が多く出席したレセプション (Meet-up) の実施によって、その意識の共有や意見交換の機会をつくることができましたと言えます。

#### ●「アーティストのため」のプラットフォームの確立：

ステージプログラムを通じて、大阪のクリエイティブの独自性を可視化し、単なる展示販売ではない「アーティストの可能性を広げる場」としての立ち位置が明確化されました。

〈課題〉

#### ●ビジネス面での「出口」の強化：

「もっとギャラリー関係者の来場を増やしてほしい」という要望があり、今後は海外アートフェアへのポップアップ出展など、具体的なビジネス (マネタイズ) に直結する仕組みづくりが必要です。

### (2) UNKNOWN ASIA EXTRA

〈成果〉

#### ●「開かれた対話」による都市空間の変容：

本来クローズドになりがちな専門的な議論 (パネルディスカッション) を、オフィスビルのエントランスという公共空間で「FM COCOLO 公開収録」と組み合わせるかたちで実施しました。これにより、一般のビジネスマンや来訪者が日常の中でアートの議論に触れる「SXSW 的な風景」を現出させることができました。

#### ●「中之島モデル」の提示と都市ブランドの再発見：

歴史あるオフィスビルにおいて企業の協力を得て表現の場を創出したことは、民間主導の文化支援の新しい形を示しました。議論を通じ、中之島の魅力が「上質なもの (きれいさ) と熱気 (カオス) の共存」にあることが再定義されました。

#### ●デジタルデータによる回遊性の可視化：

ウェブアプリ「みんなち DROP」を活用したスタンプラリーの実施により、オフィスエリアにおける「人の滞留と回遊」をデータとして可視化しました。これは、将来的な観光 DX やエリア活性化に向けた客観的なエビデンスとなります。

〈課題〉

●ソフトパワーの持続性と定着：

万博で生まれた創造的な熱量を一過性のものにせず、中之島のような拠点で「3ヶ月に1回」など、継続的に文化プログラムを動かしていく仕組みが必要であるとの具体的な提言が得られました。

●「都市の寛容性」の育成：

街なかでの表現活動を広げるには、老舗企業の「寛容性と忍耐力」が基盤となります。公共空間活用のルール作り（音環境や安全管理）において、行政と民間のさらなる合意形成を進めていく必要があります。

5. 【参考資料】

●UNKNOWN ASIA 2025 の開催概要

銀行をこえる銀行へ  
紀陽銀行 presents International Art Fair

# UNKNOWN ASIA 2025



Artwork : Shunshuke Onid / JAPAN

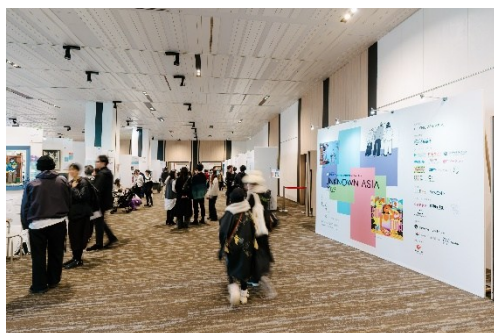


Artwork : Chika Ogata / JAPAN

2025.  
12.6 SAT  
— 7 SUN  
5 FRI [VIP Preview]

unknownasia.net

UMEDA SOUTH HALL 大阪梅田ツインタワーズ・サウス11F



6

19:00

OPEN 10:00 / CLOSE 20:00

13:00 - 14:00

**印刷とアートの可能性 — 絵とインクが織り交ざる世界**

司会 石川 成直

デジタルが全盛となった今、なぜ「印刷」という価値はなお魅力を感じるのか。紙、インク、刷工、版の歴史——その全てがアーティストの世界観を拡張し、新たなコラボレーションの扉を開いています。

このセッションでは、クリエイターと印刷屋がどのように出会い、新しい世界を生み出すのかを説明とともに説明します。アートの発展における「印刷」は単なる手段ではなく、体験と物質性を伴う「両輪としての拡張」であることを紹介します。



山岡 由里子  
アート印刷屋株式会社グラフィックデザイナー兼アートディレクター



中田 史郎  
印刷会社ワークスペース印刷部部長兼グラフィックデザイナー

15:00 - 16:00

**アワードセレモニー**

アジア圏から選んだアーティストたちの作品が発表される。UNKNOWN ASIAのハイライト。審査員・レジュメが発表の場とともに、アジアの才能が実を結ぶ瞬間を共有します。作品・作風の新たな未来につながる未知の一面を、ぜひ会場で見つけてください。

7

19:00

OPEN 10:00 / CLOSE 17:00

10:30 - 11:30

**アワード受賞者トーク**

アワード受賞者が、その作品の背景、制作プロセス、コンセプトの原点、そして今後の展開を語るセッション。

同じ「受賞」という結果の裏には、それぞれ異なるストーリーと価値、異なる思いがあります。

アジアから世界へ届いたアーティストたちの“奇”と“てれなさ”が見える、UNKNOWN ASIAならではの場を1時間です。



司会 石川 成直  
UNKNOWN ASIA実行委員長 / Unknown Open House / 一般公募個人公募公募 / 特別公募企画プロデューサー

12:00 - 13:00

**大阪アート&クリエイティブヒストリー**

司会 石川 成直

日本のアートシーンの中でも“独自の文化圏”として知られることが多い大阪。民間カルチャーの発展、ストリートとアートの往来、クリエイターが育つ環境、そして人と物の濃い関係性。

アートディレクション・展覧・教育を創る「展覧関係者」と、好奇心で埋め尽くす「ファンタジックなカルチャー」が、大阪の創発力の根拠を多角的に語ります。過去から現在、そして未来へとつながる“大阪クリエイティブ”を掘り起こします。



快脚 剛希  
@TakaNaoki 展覧、アートプロデューサー、展覧企画 / KOTOKOインクルー



フルムニ タカハシ  
TAKI展覧プロデューサー / @mooart アートディレクター

13:00 - 14:00

**街カルチャーとアート — 「街からも広がる創発の場」**

司会 石川 成直

展覧、フェス、ライブイベント、自由物やビルとのコラボレーション、アートは「ギャラリ」で終わるはず、街そのものが展示空間となり、観覧の場へと変わっていきます。

ストリートアートと街カルチャーの両輪が立ち立つBAKEMAKIは、地場の魅力を発信するフルムニが、アートが街に入り込み、コミュニティ空間とどのように接続しているのかを語るセッション。 “街が作品を生む、作品が街を定義”そのリアルな関係を掘ることができるとは、



月柳 孝哉  
WALLSHARING展覧プロデューサー・ミュージカルプロデューサー



BAKEMAKI / KOHEI YAMADA  
アーティスト

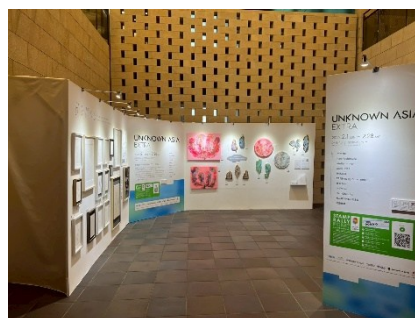
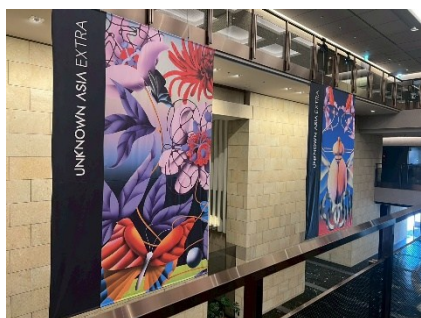


フルムニ タカハシ  
TAKI展覧プロデューサー / @mooart アートディレクター



お問い合わせ / CONTACT | UNKNOWN ASIA実行委員会 〒730-0041 大阪府北区天神橋2丁目北2-6 B2E バグリアアートスペース Email: de@unknownasia.net

●UNKNOWN ASIA EXTRA の開催概要



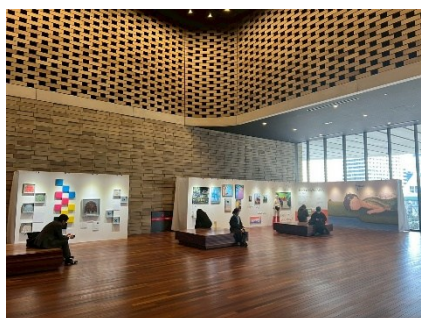


# UNKNOWN ASIA EXTRA

2026 2.1 SUN - 2.28 SAT

DAIBIRU ダイビル

FESTIVAL CITY フェスティバルシティ



●ウェブアプリ「みんなまち DROP」を活用したスタンプラリー実施結果（抜粋）

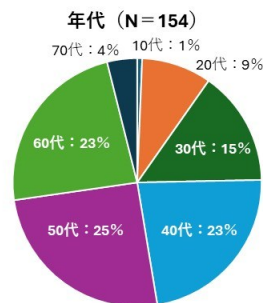
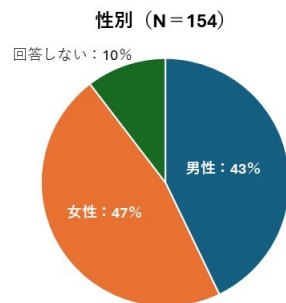
- ・ウェブアプリ「みんなまち DROP」画面遷移



- ・アンケート結果（抜粋）

アンケート回答者の属性

- ・ 男女の割合はほぼ同じ。
- ・ 年齢層は30～60代が中心で、全体の約85%を占めている。



※アンケート回答者154名（退会済1名を除いたユーザ数）の内訳は、新規ユーザが130名、既存ユーザが24名。  
※既存ユーザ24名は、アート・文化芸術に対する関心度を尋ねるアンケート項目には回答していない。

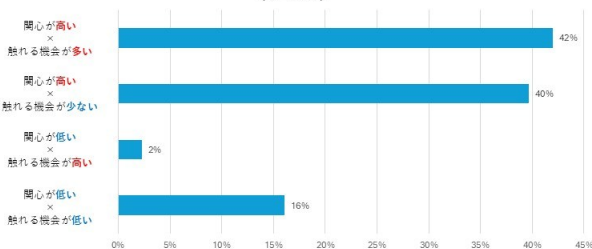
DRAFT：草稿

・ アンケート結果（抜粋）

アートに関する関心度 × アートに触れる頻度

- ・ アートへの関心が高く、触れる機会も多い層が約4割いる一方で、関心は高いものの触れる機会が少ない層も約4割存在する。
- ・ このことから、アート関連のイベントや施設の不足が原因（課題）の1つとして考えられる。

「アートに対する関心度」 × 「アートに触れる機会」の分析 (N=131)



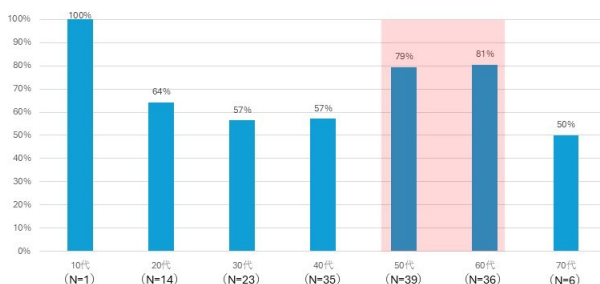
※N=131は、過去派1名をきいたアンケート回答者数。  
※アートに触れる機会が多い：週に1回以上、月に1回以上  
※アートに触れる機会が少ない：1回以上、年に1回以上、今回が初めて  
※「住んでいる地域の文化的な環境に満足しているか」のアンケート結果とも要照会

DRAFT：草稿

アートに対する関心度

- ・ 年代別に見ると、50～60代のアートに対する関心度が高い傾向にある。

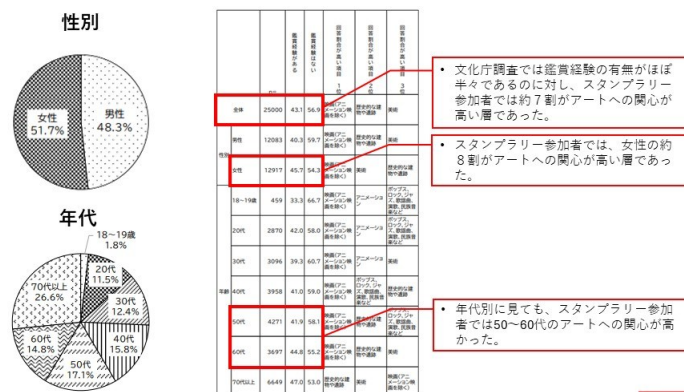
年代別のアートに対する関心度 (N=154)



DRAFT：草稿

文化庁による世論調査との比較

- ・ 回答者の男女比に大きな差はない。
- ・ 年代別では、文化庁調査では70代の回答者の割合が多い。
- ・ 文化庁調査との比較から、関西圏におけるアートへの関心の高さが伺える。



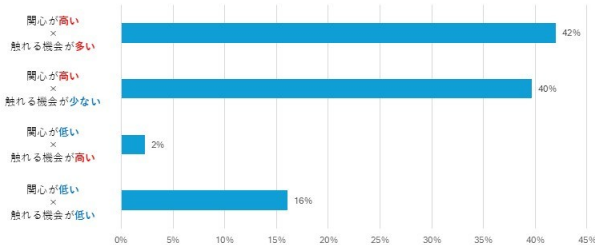
DRAFT：草稿

# 【令和7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

## アートに関する関心度 × アートに触れる頻度

- ・ アートへの関心が高く、触れる機会も多い層が約4割いる一方で、関心は高いものの触れる機会が少ない層も約4割存在する。
- ・ このことから、アート関連のイベントや施設の不足が原因（課題）の1つとして考えられる。

「アートに対する関心度」×「アートに触れる機会」の分析  
(N=131)



※N=131は、選定済1名を含んだアンケート回答者数。  
※アートに触れる機会が多い：週に1回以上、月に1回以上  
※アートに触れる機会が少ない：数か月に1回以上、年に1回以上、今回が初めて  
※「住んでいる地域の文化的な環境に満足しているか」のアンケート結果とも要照合

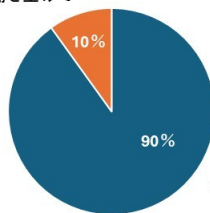
DRAFT：草稿

## 直近1年間のアート関連イベントへの参加状況

- ・ 約9割のユーザが、直近1年間にアート関連イベントなどに参加した経験があると回答。
- ・ 一方で、約1割のユーザは今回が初参加、または1年以上ぶりの参加であり、スタンプラリー企画を通じて新たな層を取り込むことができた。

直近1年間のアート関連イベントへの参加状況  
(N=131)

今回が初めて、もしくは1年以上の間隔を空けて  
アート関連イベントに参加したユーザ



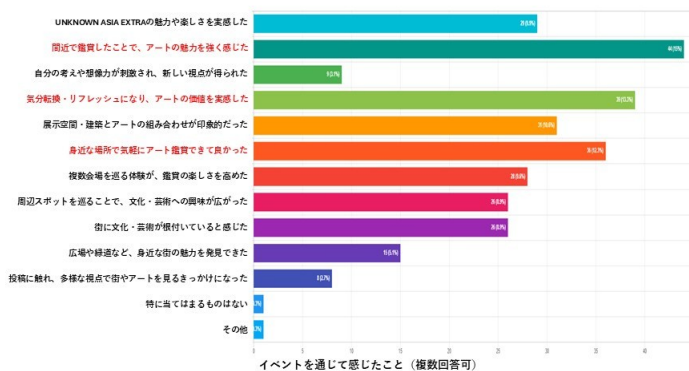
この1年間にアート関連イベント等へ参加経験のあるユーザ

※N=131は、選定済1名を含んだアンケート回答者数。

DRAFT：草稿

## アンケート Q.イベントを通じて、どのようなことを感じましたか？

「アートの魅力を強く感じる」「気分転換・リフレッシュ」  
「身近な場所での気軽な鑑賞体験」が上位を占めた



DRAFT：草稿

## 【4】都市対話・地域連携の試行実証～こたつ会議

### 1. 実施のねらい

「こたつ会議」は、一般社団法人ナレッジキャピタルが主催する、梅田の巨大な都市空間を活用した参加型の対話イベントです。

毎回特定のテーマを掲げ、その道のスペシャリストによるトークと体験型プログラムを組み合わせることで、新たな知恵を「混ぜ合わせる」場を創出しています。

〈イベント全体の実施詳細〉

・実施日：

2025年10月4日（土）

・実施場所：

グランフロント大阪 北館 1F ナレッジプラザ（オープンスペース）

・内容：

第17回目となる今回は「ローカル」をテーマに開催されました。関西の有力ローカルメディアの編集長らによるコミュニティ紹介や、地域の食や文化（クラフトビール等）の体験プログラム、甲南大学の学生によるローカルの魅力に関するマーケティング成果の展示などが展開されました。また、都市空間での音楽のあり方を検証する実験的なライブパフォーマンスも実施されました。

### 2. 実施プログラムの詳細

本事業の一環として、昨年度のSXSW視察で得た「地域コミュニティの熱量が都市を動かす」という知見を、大阪・関西の文脈でどう実装するかを議論する公開トークセッションを実施しました。

・テーマ：

「ローカルから熱を発信する」

・出演者：

- 社長（ONE PARK FESTIVAL Co-Founder / SOIL&"PIMP"SESSIONS）
- 宮川 麻衣子（SXSW Japan 代表）
- 青木 昭夫（クリエイティブディレクター / 大阪アート&デザイン）
- 司会 土井 コマキ（FM802 DJ）

・観覧者：

2,245名 ※プログラム実施時間中に会場内滞留者数

・会場の様子



### 3. 具体的な成果と今後の知見

●「新しい場所・うめきた」の可能性の検証：

グラングリーン大阪の先行開通など、進化を続ける「うめきた」という新しい都市空間において、大規模な対話や音楽ライブを組み合わせたプログラムを実施しました。この実証により、駅直結のオープンな空間がクリエイティブな発信拠点として高いポテンシャルを持つことを検証できました。

●エリア・プレーヤーとの意見交換と連携の深化：

本プログラムの実施を通じて、ナレッジキャピタルをはじめ、うめきたエリアで事業を推進する多様なプレーヤーと直接的な意見交換を行う機会を得ました。この対話により、単なる場所の提供を超えて、共に街の熱量を作り上げていく「共創」のネットワークが構築されました。これにより、複数の既存イベントを「面」でつなぎ、都市全体を実験場とする関西版 SXSW モデルの実現可能性が大きく高まりました。

●都市空間活用の実務的課題の抽出：

一方で、ナレッジプラザのような公共性の高い空間で音楽ライブを行った際、近隣施設への音量配慮という実務的な課題が顕在化しました。これは、今後の実装に向けた「都市部での音響ガイドライン作り」や「施設側との事前調整スキーム」の必要性を再認識させる極めて重要な知見となりました。

4. 【参考資料】

●こたつ会議の開催概要



## 第5章：

### 情報発信・プロモーション基盤の実装実証

---

## 【1】情報発信・プロモーションの意図と目指すべき成果

本事業では、点在する文化・経済活動を「面」として可視化し、国内外へ効果的に届けるための広報基盤の構築を試行しました。

特に、広域放送メディアとの戦略的連携による訴求と、情報を一元化するデジタルプラットフォームの企画・検証を行いました。

単なるイベント告知に留まらず、関西独自の「クリエイティブ経済圏」というビジョンを社会に浸透させ、多様なステークホルダーの参画を促すことを目的として、以下のポイントに重点を置いて取り組みました。

〈取り組みのポイント〉

### ●メディアネットワークによる「広域的な熱量」の創出：

FM COCOLO という関西を広域にカバーするメディアネットワークを活用し、特定のエリア（点）の活動を関西全体（面）の動きとして発信しました。広域放送を通じて「何か面白いことが起きている」という空気感を醸成することで、地域を超えた回遊性と関心を呼び起こすことを目指しました。

### ●ナラティブ（物語）による「文化と経済」の翻訳：

行政主導の硬いビジョンを、音楽やアートといった感性に訴える「人の声（ナラティブ）」として翻訳して発信しました。特に、イベントのモデレーターを務めるDJが番組で直接語りかける手法（番組連動型プロモーション）を採用し、リスナーの信頼と共感をベースとした深い情報伝達を試行しました。

### ●「情報のバリアフリー」を実現する統合プラットフォームのベースとなるWEBサイト企画：

海外来訪者や一般客が、複雑な発券システムや個別のイベントサイトを横断することなく、「今日、どこで何が行われているか」を直感的に把握できるポータルサイトの構築が課題となっている議論から、インバウンド層にとっても関西のクリエイティブな活動にアクセスしやすい環境（入口）の整備を見据えた取り組みとして、WEBサイトの企画・公開を目指しました。

## 【2】実施内容～番組・DJ タイアップによるナラティブな情報発信

### 1. 実施内容の詳細

単なる広告放送に留まらず、プログラムの登壇者がDJを務める番組との密接な連動を図りました。

・対象番組：

FM COCOLO 『M's Groove Friday』

毎週金曜 8:00-11:00

・DJ：

meme

『UNKNOWN ASIA EXTRA』

各トークプログラムのモデレーター・MCを兼任



・プロモーション手法：

●番組内告知：

DJ 本人の言葉で事業の趣旨やイベントの見どころをナレーションする「番組内パブリシティ」を実施しました。

告知放送：2回（2週）

●WEB サイト：

FM COCOLO のWEB サイトで UNKNOWN ASIA EXTRA での取り組み及びパネルディスカッション&公開収録の告知、参加申し込み受け付けを実施しました。

●メールマガジン：

FM-COCOLO のメールマガジンで UNKNOWN ASIA EXTRA での取り組み及びパネルディスカッション&公開収録の告知、参加申し込み受け付けを実施しました。

\* 配信数：約 65,000 通



●公開収録の実施：

中之島ダイビルにて同番組の公開収録を実施。現場の熱量をそのまま電波に載せる多重的な情報発信を試行しました。

## 2. 具体的な成果と今後の知見

### ●リスナーの信頼に基づく誘導：

アートやカルチャーに関心の高いリスナー層を持つ『M's Groove Friday』を活用したことで、本来専門的になりがちなパネルディスカッションに対し、一般市民が「日常の延長」として触れる機会を創出できました。

### ●広域カバー率の検証：

大阪府内だけでなく、兵庫、京都、奈良、滋賀、和歌山の関西広域をカバーする FM COCOLO でのプロモーションにより、エリアを跨いだ情報伝達の有効性が確認されました。

### ●メディア連動型プロモーションの実証：

「ラジオ告知→現地イベント（公開収録）→後日放送」というサイクルにより、一過性で終わらない継続的な関心を醸成できることを実証しました。

## 【3】実施内容～統合プラットフォームのベースとなる WEB サイト企画

### 1. 実施内容の詳細

本事業では、関西版 SXSW の基盤となる「統合プラットフォーム」の構築を見据え、文化・エンターテインメント・産業振興など多様な領域の情報を一元的に集約する WEB サイトの企画・設計を実施しました。

特に、総合調整会議メンバーが関わる事業や、自治体・官民連携団体が実施する文化事業を横断的に掲載できる構成とし、以下の観点からサイトの要件整理とページ企画を行いました。

### ●サイト構成・機能要件の検討：

- 「今日、どこで何が行われているか」を直感的に把握できるイベント一覧機能
- 音楽・アート・地域イベント・産業系カンファレンスなど、ジャンル横断の検索性
- インバウンド向けの多言語対応（英語・中国語・韓国語）
- 既存のイベントサイトやチケット販売サイトへの導線設計
- 総合調整会議メンバーの関わる事業を網羅的に紹介する「関西クリエイティブ・マップ」
- 公共空間活用の事例や都市実装の知見を蓄積するアーカイブ機能

### ●ページレイアウト案の検討：

- トップページビジュアル構成
- イベント一覧ページの UI 案
- 特集記事（ナラティブ型コンテンツ）ページの構成
- 「関西版 SXSW とは何か」を第三者に伝えるストーリーページ案

これらの検討により、統合プラットフォームの骨格となる情報設計（インフォメーションアーキテクチャ）を策定しました。

## 2. 具体的な成果と今後の知見

本年度は、WEBサイトの構成案および主要ページのレイアウト案までを策定し、「関西版 SXSWS の情報基盤として必要な機能要件」を明確化することができました。

しかし、サイト公開には至らなかったという事実は、次年度以降の実装に向けた重要な課題を浮き彫りにしています。

### ●成果：

- 関西の文化・エンタメ・産業イベントを横断的に扱う「統合プラットフォーム」の方向性を明確化
- 総合調整会議メンバーの事業を包括的に扱うサイト構成案を策定
- インバウンドを含む多様なユーザーが利用できる UI/UX 要件を整理
- 「関西版 SXSWS」のブランドを可視化するデザインコンセプトを提示

### ●課題（抽出された構造的ボトルネック）：

#### ①膨大なイベント情報の「キュレーション稼働」の不足

報告書内でも指摘している通り、現体制及び予算においては、情報を集め、精査し、掲載する“人間系の稼働”が圧倒的に不足しています。そのため、サイト構成案は完成したものの、継続的に情報を更新し続ける運用体制（編集部機能）が確保できず、現時点での公開、サイトの維持は難しいという結論に至りました。

（背景）

- 関西全域の文化イベントは年間数千件規模であること。
- 主催者・自治体・民間団体の情報発信形式がバラバラであること。
- 情報の正確性・鮮度を担保するための編集体制が未整備なこと。

#### ②「誰が情報のゲートキーパーになるか」というガバナンスの未確立

（検討が必要な要点）

- 文化庁・自治体・民間企業・メディアのいずれが主体となるか。
- 情報の掲載基準（クオリティ、ジャンル、地域範囲）。
- 多言語化の責任分担。
- トラフィック増加に伴う運用コストの負担。

#### ③インバウンド対応の技術的・運用的ハードル

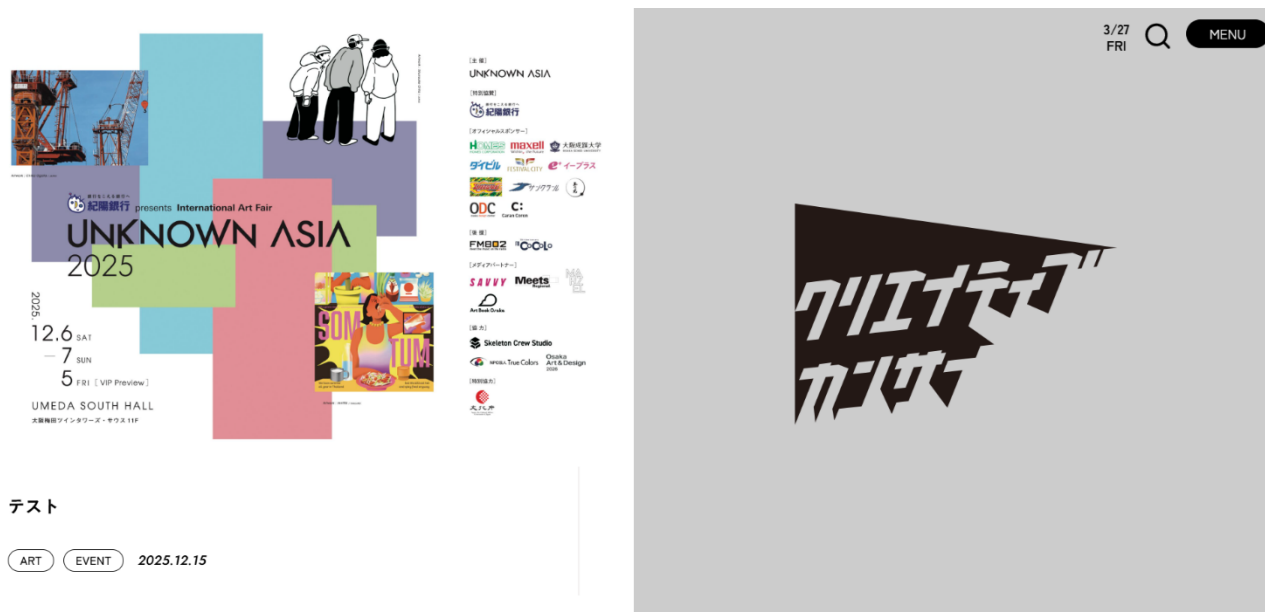
これについては、単なる WEB 制作ではなく、都市 DX レベルの取り組みであることが明確になりました。

3. 【参考資料】

●WEB サイト構成案  
全体



- ・WEB ページ上部エリア（画像は PC やタブレットで閲覧した場合）  
その時に目立たせたいビジュアルを設定、最初に目に入ってくる内容



- ・ページを長く下にスクロールさせるデザインを採用  
黒の長細い背景に Creative KANSAI についての説明がテロップ形式で流れる  
最新投稿のビジュアルをキャッチの要素を持たせて表示



【令和7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

・ ニュース一覧

関西のカルチャーにまつわるトピックの一覧  
トピックは幅広く取り扱う想定

(右記例)

UNKNOWN ASIA EXTRA

大阪・関西万博

こたつ会議

大阪・関西万博 イベント

MUSIC LOVES ART

SUMMER SONIC



CATEGORY ▾

1 2 3 (→)

【令和7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

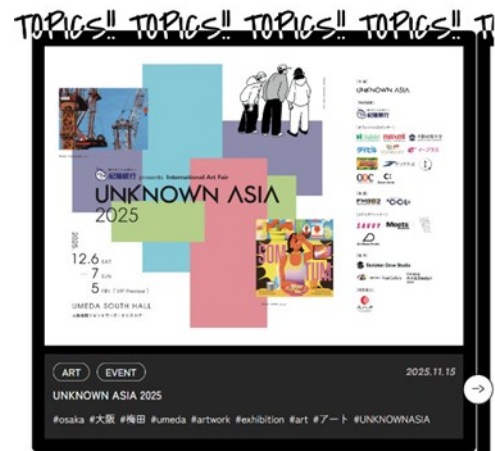
・カテゴリー

分類を設けることで利便性と検索制度向上  
双方の効果を見込む



・トピックス

登録した内容がスライドで表示される  
見逃し防止の意味合いも持たせている



・ハッシュタグ

各所に設定が可能  
ハッシュタグからもサイト内の情報を探ることが可能



お問い合わせ 運営会社

Privacy Policy

©2025 creative japanist

## 第6章：

### 今年度事業から抽出された「戦略的課題」

---

## 【1】今年度における事業実施のポイント

本年度の試行実証と総合調整会議での議論を通じ、関西版 SXSW を社会実装する上で乗り越えるべき、具体的かつ構造的なハードルが明確になった部分がありました。

これらを整理し、次年度以降の「継続」そして「自走化」に向けた戦略的解決策を提示します。

### 1. 都市実装の壁：多層的な空間活用に向けた「制度調整」と「寛容性」の確保

都市をステージに変容させるためには、音楽・アートの各分野において、既存の制度や慣習との調整が必要であることが浮き彫りとなりました。

#### ●包括的な制度的ハードルの顕在化：

公共空間（公園、水辺、駅前広場）や民間施設のパブリックスペース（オフィスロビー等）を活用する際、音環境への配慮、作品展示における安全性、煩雑な許認可申請が、表現活動の障壁となっている側面は、様々な場所で散見されます。

#### ●戦略的解決策：

行政と民間が共同で、場所ごとの特性に応じた基準や簡素な申請フローを定めた「都市空間活用の共通ガイドライン」の策定を目指し、議論していく必要性があります。特にうめきた地区のような新しいエリアでは、都市部で継続的に文化プログラムを動かすための「共通ルール」の議論は、総合調整会議のように行政と民間、地域がフラットな席につき行われることは重要です。

#### ●都市の寛容性（トレランス）の醸成：

単なる規制緩和だけでなく、地域の老舗企業や住民が「街を良くするために耐える」という都市の寛容性を育む対話が不可欠です。音楽やアートが日常に染み出す風景を「都市の価値」として共有し、制度と感情の両面から「社会実験が可能な土壌」を整備していくことも重要です。

### 2. 情報流通の断絶：キュレーション機能の欠如と情報のバリアフリー化

プロモーションの実証においては、情報発信における致命的なボトルネックが判明しました。

#### ●「情報の集約」の難しさ：

WEB サイトの構成案までは策定したものの、膨大なイベント情報を継続的に収集・精査（キュレーション）する稼働が不足し、公開に至りませんでした。

#### ●戦略的解決策：

単なるシステム構築に留まらず、情報を、意志を持って精査・発信する「人間系メディア（事務局）」の常時稼働が必要となります。インバウンド客が「今日、どこへ行けば何が見られるか」を多言語で直感的に把握でき、チケット購入までを繋ぐ「情報のバリアフリー」の実装が、次世代の観光 DX として求められています。

### 3. 経済循環の未整備：B2B 機能の強化と「投資価値」の可視化

民間企業が持続的に参画するための「インセンティブ」の設計が課題です。

#### ●「協賛」から「投資」への転換：

現状、企業の参画は CSR（社会貢献）的な側面が強く、持続性が保てない懸念があります。

●戦略的解決策：

「MINAMI WHEEL」で実際に4組の海外進出が決定したような実利的な実績を積み上げ、本構想を「世界と直接繋がるビジネス・プラットフォーム」として再定義します。企業が自社のテストマーケティングや人材採用、ブランディングに活用できる「投資先」としての価値を客観的データで証明していく必要があります。

#### 4. 広域連携の必然性とブランディングの再定義

「大阪発」の取り組みを起点としつつも、京都・神戸をはじめとする「関西全域」の文化資源を活かす広域連携が、国際的な競争力を高める上で不可欠であるという認識が共有されました。

一方で、現在の構想名が外部ステークホルダーにとって直感的に理解しにくいという課題も顕在化し、今後は第三者に共感され参画を促すための「ブランディングやネーミングの最適化」が、持続可能な体制を確立するための最優先事項であることが明確になりました。

以上のポイントは、今年度の事業が「課題抽出→実証→検証」という循環的な政策形成プロセスとして機能したことを示しており、ポスト万博を見据えた持続可能なガバナンスモデルの確立に向けた確かな足がかりとなりました。

## 【2】エリア・シナジーの最大化：対照的な個性を繋ぐ「重層的な都市像」の構築

今年度の試行実証を通じて、大阪・関西が持つポテンシャルを最大限に引き出すためには、点在するエリアや活動を単なる「点」ではなく、一つの「面」として再定義し、新たなストーリーとして編み直すことが不可欠であるという知見が得られました。

次年度の「日本博」等の予算活用を見据え、以下の戦略的な連携を推進することを課題として掲げます。

### 1. 「ミナミ」と「キタ」の戦略的接続による多層的な魅力の発信

大阪の都市としての発信力を最大化するため、対照的な特性を持つ「ミナミ」と「キタ」を、中之島をハブとして接続し、インバウンドが求める「現代日本の多層的な魅力」を象徴するストーリーを構築します。

●ミナミ（歴史・生活文化の厚み）：

27年の歴史を持つ「MINAMI WHEEL」に象徴されるように、ライブハウス文化やアメ村のストリートカルチャーといった、顔の見える「地縁的コミュニティ」と「歴史的蓄積」を強みとして再評価します。

●キタ（未来・就業者のコミュニティ化）：

うめきた（グラングリーン大阪）を中心としたキタエリアは、居住者こそ少ないものの、日々数万人の高度な「就業者」が集まるエリアです。この就業者を単なる労働者ではなく、クリエイティブな活動を支える「昼間の住民」として捉え直すことで、職住遊が近接した新しいコミュニティ像（「職遊近接」）を提示します。

●**連携によるシナジー：**

古き良きカオスな文化（ミナミ）と、先端技術やビジネス（キタ）が溶け合う構造は、都市全体の寛容性を高め、世界中からクリエイターや投資を惹きつける強力な誘引力となります。

歴史とコミュニティがある「ミナミ」に対し、先端技術や就業者が集まる「キタ」を接続することで、「歴史・生活文化」と「未来・ビジネス」が溶け合う多層的な都市像を構築できます。これにより、インバウンド客にとっても「現代日本の多層的魅力」を感じられる強力なストーリーが生まれ、関西全域への回遊性を高める入口として機能します。

2. 「大阪」を入口とし、「関西」を面として捉える広域展開の高度化

日本で唯一の広域自治体である「関西広域連合」の枠組みを最大限に活用し、大阪発の熱量を関西全域の経済・文化循環へと繋げる

●**「水の都」による物理的・文化的接続：**

淀川や大阪市内の水路を活用し、大阪市内から京都・伏見や堺、神戸へと繋がる「水上交通のエンタメ化」についても検討できると考えます。船内でのライブやカンファレンスは、騒音問題を回避しつつ、関西ならではの景観を活かした移動体験として、高いインバウンド訴求力を持ちます。

●**広域的な文化資源の可視化：**

「関西文化の日」などの既存施策と連動し、大阪に来た観光客を京都の伝統建築、神戸のデザイン、奈良の歴史遺産へと誘う「広域回遊型プラットフォーム」を構築します。これは「東京一極集中」に対する強力な対抗軸（カウンター）となります。

## 第7章：

### 総括—「ポスト万博」の関西文化経済圏に向けて

---

## 【1】 試行実証が証明した関西のポテンシャルと「アジア直結」の有効性

本年度の実証プログラムは、関西が「アジアのクリエイティブ・ハブ」として機能する十分なポテンシャルを持つことを証明しました。

### ● 「点」から「面」への接続：

既存の「MINAMI WHEEL」「UNKNOWN ASIA」「こたつ会議」をプラットフォームとして活用し、そこに国際交流やカンファレンス機能を付加することで、バラバラだった活動を一つの「都市の動き」へと繋げる手法の有効性が確認されました。

### ● 実利的な成果の創出：

「MINAMI WHEEL」においてアジア各国のデリゲーツを招聘した結果、実際に4組のアーティストの海外進出が決定しました。これは、関西が「東京を経由せず」に世界と直接つながる独自の国際路線を構築できることを示す極めて具体的な成果です。

### ● 都市空間のメディア化：

お寺やオフィスビルのエントランスといった日常空間に、音楽やアート、対話プログラムを挿入することで、街全体を「実験場（テストベッド）」に変容させ、約700億円規模の経済波及効果を生み出すポテンシャルの片鱗を可視化しました。

## 【2】 メディアが主導する「クリエイティブ・ハブ」としてのガバナンス

本事業の最大の特徴は、特定のエリア開発を担う実務企業ではなく、広域放送メディア（FM802/FM COCOLO）が主体的な役割を担った点にあります。その優位性を、今後の関西版SXSW実現に向けた取り組みにおいても生かしていくことが有効であることを確認しました。

### ● 直接的な利害に縛られない中立性の堅持：

特定のエリア開発や直接的な利害関係に縛られない放送メディアがハブとなり、文化を媒介にして産官学をフラットに繋ぐ現在の体制が、本構想を牽引する上で最も適していることが再確認されました。

### ● 「みせる関西」のブランディング：

行政の硬いビジョンを、メディアが「物語（ナラティブ）」として世界へ届ける役割は、関西人が得意とする「みせる文化」をビジネスとぶつけ合い、都市競争力を高める核心的な戦略となります。そこでは、メディアだからこそ可能なアレンジ力が求められています。

### ● 自律的な「実験場」の提供：

メディア自らが「MINAMI WHEEL」等の強力な自主事業を保有していることで、今年度は外部に依存することなくスピーディーに社会実装を試行し、実務的な課題（音環境、回遊性等）を抽出できる機動力を発揮しました。その実績や経験を次年度以降にもつなげていくことが求められます。

### 【3】「ポスト万博」の旗印：多層的な都市ストーリーと才能の循環

万博後のレガシーを継承し、世界中から投資と才能を惹きつけ続けるため、総合調整会議の役割として、今後はエリアの個性を活かした独自の都市戦略の展開を目指します。

#### ●大阪の多層的な魅力の発信（ミナミとうめきたの接続）：

強烈な集客力と「泥臭い魅力」を持つミナミの文化を、洗練されたうめきた（キタ）へ流し込むことで、海外から見た「大阪という都市の多様な魅力」を象徴する仕掛けとして構築できると考えます。大阪らしい「熱量」と「文化×テック」の混在こそが、東京にはない大阪・関西独自の付加価値となり、海外投資家を惹きつける鍵となると考え、それを効果的に発信できるような取り組みを検討していきます。

総合調整会議にも協力をしてもらっている関経連からも、なにわ筋線の整備に伴う「南海電車の梅田（うめきた）接続」を、物理的な移動だけでなく、キタとミナミの「文化的な接続」の好機と捉えるべきとの提言がありました。

#### ●才能が「留まる」エコシステムの構築：

「東京一極集中」に対し、関西にいながら世界へ挑める「成功のルート」の確立を目指します。アーティスト・イン・レジデンスのような環境整備やB2B機能の強化により、関西を「才能が生まれ、育ち、循環する場所」へとアップデートできる施策を検討していきます。

#### ●関西全域を舞台とした「社会実装」：

日本で唯一の広域自治体である「関西広域連合」との連携を深め、大阪での成功事例を京都の伝統文化や神戸のデザイン、さらには関西全域の文化資源へと波及させます。

これにより、「東京を経由せずに関西が世界と直接対話する」独自の国際路線を恒久的な資産にしていく取り組みをいたします。

### 【4】「関西」全体を文化で編み直す：広域回遊型エコシステムの構築

#### ●「産業」から「文化」へ、分野を横断する新戦略：

これまでの経済・スタートアップ中心の議論に加え、関経連との対話では、「文化」を軸に関西全域を一つの経済圏として捉え直す視点が示されました。具体的には、音楽フェスやアートフェアといった「文化の現場」を海外プロモーションの主軸に据え、従来の旅行博とは異なる「文化体験」をフックにした発信（例えば、海外のフェスへのポップアップ出展）の展開などが考えられます。

#### ●「情報のバリアフリー」による関西一円の面展開：

特定の観光地（点）に集中するインバウンド客を、文化を媒介に関西全域（面）へ分散させるため、「KANSAI MaaS」等の既存プラットフォームと連動し、情報の検索からチケット購入までを多言語で完結できる仕組みの実装を目指していくことは、関西版SXSWの実現を目指す上でも、有効な施策であると考えられます。

## ●文化が富を生む「アート特区」の構想：

単なる観光消費に留まらず、万博跡地等の保税地域を活用した「アート市場（マーケット）／アート特区」の確立など、文化が直接的に富を生む新たな産業構造を検討していく意向が、経済界からも示されました。

## 【5】総合調整会議の再定義：官民学を動かす「共創プラットフォーム」

本年度の試行実証を通じて、産官学の多様なステークホルダーがフラットに議論し、合意形成を図る「総合調整会議」は、本構想を推進する上で欠かせない中核組織（ガバナンスの心臓部）として機能させていく方向性が提示できました。

その継続は、官民学が連携して「関西版 SXSW」を推進していくために不可欠なものとして、関係連側からも「この流れを確実に大きくしていく必要がある」との強い賛同が得られ、次年度の事業計画への盛り込み等、協力体制について理解を得ています。

今後、本構想をより積極的に推進していくため、総合調整会議を「調整の場」から新たな参画を促す「共創のプラットフォーム」へと進化させるべきであると考えます。

### 1. 「調整の場」から「共創のプラットフォーム」への転換

現在、本会議には複数の企業や団体から参画の打診（アプローチ）が寄せられており、プロジェクトの認知度と期待が高まっています。

今後は、単なる情報の共有や行政的な調整を行う場にとどまらず、新たなステークホルダーが「この場に参画することが自社のビジネスや都市の価値向上に直結する」と確信できる「事業創出（B2B）プラットフォーム」として会議を再定義します。

### 2. ステークホルダーの戦略的拡張：

都市の「足回り」を担う鉄道事業者へのアプローチや、インバウンドのプロフェッショナルである関西観光本部との連携の検討などを通して、現場の課題を吸い上げ、社会実装の精度を高める体制を構築していきます。

### 3. 地域団体との「有機的な連携」による都市実装の深化

関西版 SXSW の実現には、大規模施設だけでなく、街路や店舗、コミュニティといった「現場の熱気」が不可欠です。

次年度以降は、「御堂筋の会」「アメリカ村の会」、「堀江の会」などの地域団体との連携機会を戦略的に創出します。これらの地縁団体や商店街がガバナンスの一部として機能することで、路上活用や音環境、安全管理といった実務的課題を「街の当事者」と共に解決していくことが可能となります。

### 4. 具体的な事業を牽引する運営主体としての高度化：

次年度以降は文化庁予算等の公募も視野に入れ、単なる議論の場から、「MUSIC LOVES ART」などの具体的な事業を強力にリードする「実践的な運営」へ関与する組織としてその位置付けを高

度化させます。

---

株式会社 802 メディアワークスは、本事業を通じて、Creative KANSAI 構想の推進と関西版 SXSW 実現に向けて必要となる各ステークホルダーの役割の定義づけを行いました。

また、この構想に参画すべき産業界、行政、大学、クリエイティブ分野といった多様な領域のプレイヤーとの強力なネットワークを構築しました。

私たちは、ポスト万博の大阪・関西が、クリエイターにとって世界で最もエキサイティングな「挑戦の舞台」であり続けるよう、メディアが持つ発信力、ネットワーク、そしてコンテンツ力を結集し、持続可能なクリエイティブ経済圏の構築に邁進してまいります。