

平成28年2月定例会 一般質問（概要）

平成28年3月8日

質問者：青野 剛暁 議員



〈 青野 議員 〉

大阪維新の会 大阪府議会議員団の青野剛暁です。早速質問に入らせていただきます。

I 大阪産業の活性化

1 【動画を活用した販路開拓支援の取り組み】

〈 青野 議員 〉

まず大阪産業の活性化についてお伺いします。

知事は、府政運営方針において、アジアを中心とした都市間競争が激しさを増す中、大阪には、地方行政の先導役となって日本を引っ張り、世界に存在感を示す都市となる底力があるとおっしゃいました。

知事が示す、世界との競争に挑むにあたり、現在府の各部局においては、ものづくり、ベンチャー支援、海外展開など、様々な取り組みをおこない、一定の成果を上げておられます。しかしながら、私の印象では、それぞれの部、課では懸命に取り組んでおられるものの、あくまで縦割り行政の中における取り組みであり、それぞれの施策を、横串をとおして、部局横断的に、十分に連携しながら取り組まれているのかということ、十分

ではないと言わざるを得ません。

世界に目を向けると、TPP協定が締結され、世界市場とのつながりを強めることの必要性がますます高まる中、大阪の持つポテンシャルを世界に売り込んでいく大きなチャンスが来ています。

今後、副首都大阪の確立に向けた取り組みや、万博の誘致を進めるにあたって、海外からの投資を呼び込むための仕掛け作りを進めるとともに、大阪の企業と、海外の金融機関の連携を強化するなど、グローバルな連携を進めることが不可欠であると考えており、そのような観点から質問を進めてまいります。

少子高齢化・人口減少社会が進み、国内市場の縮小が見込まれる中、大阪企業が今後とも活力を維持するためには、一層の域外需要の取り込みが欠かせません。

しかし、域外との取引につなげるためには、大阪の優れた製品や高い技術力など、ものづくり企業のポテンシャルを知ってもらえなければ、何も始まりません。

情報化社会が進展した現在、これまでの情報伝達手段である文字や写真などに加え、動画の活用が増えています。また、紙やDVDなど現物媒体から、インターネットを介した情報伝達など、身近なところから世界へ発信できるツールも現れてきています。

最新のテクノロジーを駆使した、新しいメディアが次々登場する中、世界中の人々が一目で容易に理解でき、しかもインパクトが強い、動画を活用した取り組みが必要と考えますが、現在の府の取り組み状況について商工労働部長に伺います。

〈 商工労働部長 答弁 〉

大阪には、優れたものづくり企業が集積しており、その販路拡大を図るためには、高い競争力を有する製品や技術に関する情報を、積極的に発信していくことが重要と認識しています。

このため、ものづくりの総合支援拠点である、ものづくりビジネスセンター大阪、「モビオ」のホームページでは、「大阪ものづくり優良企業賞」受賞企業や、モビオの常設展示場出展企業など、合計700社以上の製品や技術を紹介しており、これらの企業に対するEメールでの引き合いは、平成26年度で276件にのぼっています。

動画を活用した取り組みについては、今年度から、大阪商工会議所等と連携して、府内のオンリーワン企業等を紹介するプロジェクトを、大阪府の補助金で実施しております。ユー・チューブに公開することで、内外に発信しており、来年度も実施を予定しています。

今後も、動画など新しいメディアを積極的に活用し、企業情報の内外への発信に取り組んでまいります。

2 【大阪産業の世界への売り込みとフォローアップ】

〈 青野 議員 〉

こうしたインターネットを活用したPRは、言わば「待ちのPR」であり、実際に売り込むためには、「攻めのPR」が不可欠です。

世界経済を取り巻く厳しい環境下においても、さらなる成長を目指し、海外へ展開する企業をサポートすべく、これまでも、知事による諸外国へのトッププロモーションを行ってこられました。

本年1月にも、知事はフィリピン弾丸トッププロモーションを行い、現地府内企業の経済活動の基盤を構築されてこられました。

しかしながら、こうした取り組みは、知事が訪問したことにより、取っ掛かり、成功事例などをフォローし、実際のビジネスにつながった事をPRしていくことが、もっとも重要です。現地でPRするとともに、その後のフォローもきちんとしなければ、知事がせっかく先鞭をつけても、実際のビジネスにまでは結びつきません。

そこで、知事がトッププロモーションを実施した後のフォローの状況について伺います。また、海外でのプロモーション活動だけでなく、海外からの視察受け入れは、大阪の優れたものづくり企業と直接交流を深める絶好の機会でもあります。視察を受け入れる際、大阪のものづくり企業の優れた技術をどのように紹介されているのか。併せて、商工労働部長に伺います。

〈 商工労働部長 答弁 〉

本府では、海外への販路開拓を通じて府内企業が成長できるよう、国内外の関係機関とも連携し、知事自ら現地に赴くトッププロモーションをはじめ、様々な支援事業を展開しています。

フィリピンで実施したトッププロモーションでは、政府機関や工業団地との間で、企業進出のサポートに関する覚書を締結し、フィリピン市場へ参入する足がかりを作りました。こうした様子は、現地のメディアにも取り上げられ、大阪の知名度向上にも寄与しています。

また、トッププロモーションの成果を着実にフォローするため、例えば、昨年訪問したトルコについては、広くヨーロッパに販路を持つ現地大手家電メーカー2社を、今年度、大阪に招聘しました。同社の技術ニーズを発表していただき、大阪の優れた家電関連部品や技術を提案する「オープンイノベーション」を実施したところです。

ご指摘の海外からの視察については、モビオを中心に、トッププロモーション実施地域から計画的に受け入れ、モビオ展示場の出展企業の紹介に加え、視察団のニーズに沿った各種セミナーや、府内企業も参加したプレゼンテーションの開催など、相互のマッチングや交流の機会を提供しています。

3 【国内でのマッチングと成功事例の発信】

〈 青野 議員 〉

大阪経済の底上げには、海外とのビジネスのつながりの強化が重要です。さらには、常日頃から、その受け皿となる国内の企業と、広くマッチングが行われる仕組みづくりを強化する必要があります。

大阪が常にマッチングが行われる仕組みを持っていれば、ヒト、モノ、カネの情報、国内外の儲け話があつまり、大阪以外の企業に対しても、大きな魅力につながるものと考えます。

そこで、企業と企業を結び付けるビジネスマッチングについて、どのような取り組みを行っているのでしょうか。また、府の施策を利用する企業を増やしていくためには、企業支援を一過性で終わらせるのではなく、成功事例を積極的に情報発信していくことが重要だと思いますが、併せて商工労働部長にお伺いします。

〈 商工労働部長 答弁 〉

ビジネスマッチングへの支援は、営業力や情報発信力の弱い中小企業にとって、重要な取り組みと認識しています。

このため、モビオにおいては、受発注企業合わせて約8000社の登録データを活用した取引のあっせんや、全国38の金融機関が有する顧客企業のネットワークを活用したビジネスマッチング、大企業との共同研究や異業種分野への進出、専任コーディネーターの伴走支援によるマッチング事業など、企業ニーズに沿った取り組みを推進しているところです。

これらビジネスマッチングをはじめ、モビオの施策利用の拡大を図っていくためには、ご指摘の「成功事例の情報発信」は効果的であり、支援先企業からも、他社の経営改善への取り組み事例が、自社の課題解決に役立ったという話を聞いています。

このため、今後は、従来のホームページや、モビオ・カフェでの企業・技術等の紹介に加えて、経営改善や販路、特許戦略など、各分野で成果をあげた取り組み事例や、経営者の経験・ノウハウ等についても、フォローアップ調査等で把握し、積極的に情報発信することで、施策利用者の裾野の拡大につなげていきます。

4 【新しいビジネスの可能性】

〈 青野 議員 〉

様々な取り組みをされていると思いますが、企業支援をしても、実際にそれが伝わっていなければ意味がありません。大阪がそれだけやっているということを出していくことが、大阪に企業を集めることだと思います。発想を変えて、攻めのPRをやっていたきたいと思いますので、宜しくをお願いします。

既存の企業に対する支援だけでは、大阪を発展させていくには力不足です。大阪経済が発展していくためには、新たなビジネスを生み出し続けることが重要です。

そこでまず必要となるのが、ベンチャー支援です。

昨年、新規株式上場に至った大阪の企業は6社と、全国98社のうちの6.1%にすぎず、その「3分の2」の67社が東京であり、成長企業も東京に集中しているのが現状です。

大阪で企業が生まれていないかと言うと、そうではありません。平成26年、東京の創業数が1万7000件に対して、大阪は8400件と、頑張っではいますが、大阪で創業しても、従業員が30人くらいになると、成長のため、上場環境の整う東京へ移転しているケースが多く見受けられます。

創業者をベンチャー企業として大阪の地で成長させ、上場に導くための環境を整え、「成長できる大阪」をアピールする必要があると考えます。

また、こうしたベンチャー企業が花を開いていくためには、新たなビジネスの種を撒くことが必要です。

近年は、IT関連のベンチャーが増えていますが、こうした企業は、これまでになかった全く新しい発想によって、様々なニーズをビジネスチャンスへと変えてきた企業だと思います。

今、「IoT」という言葉が盛んに聞かれ、インターネット等を介して、ITとものづくりが融合する時代に突入しています。

私も先日、ベンチャー支援の会に行ってきました。僕ら世代の人が社長で、いろんなことをやっています。彼らからは、既存のものづくりの機械産業、金属産業などとマッチングしていきたいとの声が聞かれます。高井田の、既存のものづくり企業の方々も、同じことを言います。ITとものづくりは全く違うものですが、ひとつになることにより、新たなイノベーションを生み出していくことができます。大手企業ではIoTとしてやっていますが、中小零細企業では、まだまだ集積地を作っているところはないと思います。

そこが大阪のチャンスだと思います。ものづくり企業とITベンチャーを融合する、その集積地を作っていくことが必要だと思いますが、商工労働部長のお考えを伺います。

〈 商工労働部長 答弁 〉

PRについては、最大限努力してまいります。

優れたビジネスプランを有するベンチャー企業の成長促進を図るためには、成功した起業家がその人脈や経験を活かして、後輩起業家を指導する、いわゆる「ベンチャーエコシステム」と呼ばれる支援循環の仕組みが重要です。

シリコンバレーや首都圏において、多くの成功例を生み出しているこの仕組みを、大阪にも整えるため、今年度から、府内の有望ベンチャーが株式上場をめざす「成長プロ

ジェクト」をスタートしたところです。上場に成功した先輩起業家が、経営戦略・事業計画への助言から、資金・販路・人材育成等の実務面のサポートに至るまで、フェイス・トゥ・フェイス、伴走型の指導を実施しています。

本事業の実施により、東京への移転を踏みとどまった企業があるほか、新たに3社が、他県から府内に転入するなど、大阪ならではのエコシステムとして、支援効果が出てきています。

ご指摘のものづくりとITの融合、いわゆる「IoT」の取り組みによる革新的な製品・サービス開発や、ビジネス創出については、中小ものづくり企業にとって、これからの課題です。

今後、モビオが有する企業や、支援機関とのネットワークを活用し、高い技術力を有するものづくり企業と、IT関連企業が、IoTの可能性について自由に意見交換を行い、ビジネスアイデア等をマッチングする場の提供を図ってまいります。

5 【商店街におけるインバウンド対策】

〈 青野 議員 〉

これまでの異業種とは違った、大きな幅のある場をしっかりと作って、フリートークから始めていってください。

最近、外国人観光客が多く訪れ、大阪にも多くの消費をもたらし、大阪経済活性化の勢いを加速させています。

しかしながら、このような外国人観光客による買い物の恩恵を受けている商店街は、大阪全体でみると、まだほんの一部に過ぎません。

今後も、外国人観光客はまだまだ増えることが予想されます。最近のリピーターも多く、私の地元の東大阪市内でも、外国人観光客が多数見られるようになり、彼らの行動範囲は大阪市域外へも広がってきています。しかしながら、外国語表記、英語による接客など、外国人対応まで手がまわっていない商店街や店主が多いのも実情です。

そこで、インバウンドの恩恵を大阪府域全体の商店街にもたやすための取り組みについて、商工労働部長に伺います。

〈 商工労働部長 答弁 〉

大阪を訪れている外国人観光客は、平成27年の推計で、716万人にのぼっており、道頓堀、心齋橋をはじめ、食べ歩きが人気の黒門市場などでは、お示しのアジアの観光客を中心とした買い物で賑わいをみせています。

こうした商機を逃さないためにも、府内の商店街の関心を高めることが重要であり、黒門市場の成功事例の紹介や、商店街課題解決プラン事業では、「インバウンドメリットを活かす仕組みづくり」にも対応できるテーマを新たに設定し、モデル事業を公募す

るなどの取り組みを進めています。

今後も、地元市町村や商店街・地域団体等と連携し、インバウンド効果を活かした活性化モデルの創出と成果波及や、国施策等の活用促進も含めて、情報発信に努めてまいります。



Ⅱ 大阪のポテンシャルの発信等強化

【海外金融機関への情報発信等強化】

〈 青野 議員 〉

次に、海外金融機関への情報発信強化について伺います。

大阪が副首都として「世界で存在感を発揮する都市」となるためには、経済機能の充実強化が不可欠です。とりわけ国際的な金融機能の強化は重要です。銀行や保険会社といった金融機関は、経済の根幹であるとともに、情報のつなぎ役、海外への発信源ともなりうる存在です。

昨年、A I Gが、日本における本社機能の一部大阪移転を表明したように、外資系金融機関の中に、大阪を評価する動きも出てきており、今こそ、その動きを加速化するときです。移転や投資の動きを今以上に呼び込むためには、大阪の中小企業の持つ優れた技術や、都市としての魅力など、海外に対して、大阪の有する魅力を総合的に打ち出していくべきです。

「大阪の成長戦略」では、「世界で存在感を発揮する都市」を、目指すべき将来像と

して設定し、その実現に向けて、「対内投資促進による国際競争力の強化」などの取り組みを進めることとなっています。

海外からの投資を呼び込むためには、海外市場に対して、大阪について分かりやすくメッセージを発信し、大阪のポテンシャルを知ってもらうことが重要です。しかしながら、大阪の成長戦略や企業誘致、経済インフラなどの整備、主要な施策についての情報が、まだまだ十分に伝わっていません。

そこで、今後、成長戦略の推進、さらには副首都の議論を進めるにあたって、大阪がどのようなポテンシャルを有しており、どのような都市像を描き、どのような取り組みを進めているのかについて、相手方との関係強化も見据えて、総合的かつ戦略的に発信するなど、国内にとどまらず、海外市場までも視野に取り組みでいくことが必要と考えますが、政策企画部長の所見を伺います。

〈 政策企画部長 答弁 〉

世界で存在感を発揮する都市となるためには、国内だけでなく、アジアをはじめとする海外も意識した施策展開が必要です。

こうした観点から、世界で最もビジネスのしやすい都市をめざし、グローバル企業の設立支援等を行う雇用労働相談センターなど特区を活用した規制改革や、地方税ゼロといった税制優遇に取り組んできました。あわせて、大阪の魅力を海外へ積極的に伝えるべく、知事と関西総領事との意見交換や、知事自らが海外特派員に向けた大阪の魅力紹介を行うなど、海外への情報発信を進めてきたところです。

議員お示しのように、金融機関を中心に世界に大阪をアピールできるようにしていくためには、更に世界に向けた情報発信の機能を高めていくことが必要です。

先日の副首都推進本部会議では、大阪での拠点設置を決められたAIGジャパン・ホールディングスのロバート・ノディン代表取締役社長兼CEOをゲストスピーカーにお招きし、国際的な金融機関のトップから、世界の企業が大阪をどう評価しているか、大阪への投資の意義について、お聞かせいただいたところです。

ご指摘の件については、どうすれば世界に向けた大阪の発信力が高まるのか、さらには、海外との関係強化につながる情報発信になるのか、今後、副首都化に向けた検討の中で、幅広く議論してまいります。

〈 青野 議員 〉

知事がトッププロモーションしていく中で、ひと通りの主要なところはまわられたと思いますが、これから大阪の企業を海外に向けて成長させるにあたっては、金融機関との提携協定を目的としたプロモーションが必要です。そういうところと交流を深めて、情報を得ていく取り組みを進めていただきたいと思います。

Ⅲ 副首都大阪の確立

1 【副首都の意義について】

〈 青野 議員 〉

副首都大阪の確立についてお伺いします。

知事は、二期目のスタートにあたり、東西二極の一極を担う「副首都・大阪」の確立をミッションに掲げ、昨年12月に副首都推進本部を立ち上げ、副首都化に向けた取り組みに着手されました。

ここで改めてお伺いします。知事が考える副首都とはどのようなものでしょうか。

〈 知事 答弁 〉

これまで2回の副首都推進本部会議において、大阪がめざすべき副首都の姿について議論してきました。その中で有識者の方々から、『西日本の首都』として、中枢性・拠点性を高めるべき。『首都機能のバックアップ拠点』として、平時を含めた代替機能を備えるべき。民の力を活かして、社会課題を解決する『民都』として、わが国における公益活動の中核拠点となるべき。『アジアの主要都市』として、東京と異なる個性・新たな価値を世界へ発信するべき。といったご意見をいただいたところです。

こうした有識者のご意見も踏まえながら、今後さらに議論を深めていくことになりませんが、私が考える「副首都・大阪」とは、単に首都・東京を模倣した国内第二の都市ではなく、わが国の国土構造や社会構造、価値観を大きく転換するという視点に立ち、東京とは異なる、大阪独自の個性と新たな価値をもって、世界で存在感を発揮するオンリーワンの都市。そして、東西二極の一極として、首都・東京とともに、平時にも非常時にも日本の未来を支え、けん引する成長エンジンを担う都市であるべきと考えています。

2 【副首都・大阪」の確立に向けた取り組み姿勢】

〈 青野 議員 〉

単に東京の次の、国内第二の都市をめざすのではなく、大阪独自の個性・価値観を発揮する、オンリーワンの都市を目指そうとするものとのことで、その点については、我々と思いは同じです。

我が国においては、首都機能移転などの議論は全てと言っていいほど、国主導で進められてきました。今の省庁移転もまたしかりです。副首都大阪については、国主導ではなく、大阪から声を上げたことに意味があるのです。地方自らの責任で制度を創り上げたうえで、副首都を目指すべきです。地方でできることは、地方自らが先駆けて取り組んでいく。これこそが分権型社会のあるべき姿です。

今後、大阪府と市が先頭に立ち、目指すべき副首都像を確立した上で、国に制度改正を要望するだけでなく、独自の個性・価値観を発揮する「副首都・大阪」を、主体的に

創り上げていくという姿勢で臨むべきと考えますが、知事の所見を伺います。

〈 知事 答弁 〉

国に依存するのではなく、地方でできることは地方が主体的に取り組むことが、まさに地方分権の根幹です。

これまでも大阪では、日本の成長をけん引する東西二極の一極をめざし、特区を活用したイノベーション創出に向けた環境整備、大阪観光局の設置や都市魅力の創出によるインバウンド観光の促進、北大阪急行やモノレールの延伸など、ストックの組替によるインフラへの投資など、分権型社会の先導役として、自らの創意による取り組みを積極的に進めてきました。

現在、副首都推進本部において、大阪の都市機能や情報発信力の強化等について様々な議論がされているところでありますが、今後、副首都・大阪の確立に向けて、大阪自らが挑戦すべき取り組みについて、具体的な議論を深めてまいります。

あわせて、大阪が副首都として自主・自立した都市経営を行っていくためには、地方分権改革が不可欠です。国に対しては、地方財政制度をはじめ、分権型社会にふさわしい制度改革を引き続き強く求めてまいります。

3 【副首都・大阪に向けた主体的な取り組み】

〈 青野 議員 〉

先の答弁にもあったとおり、副首都・大阪を実現するためには、金融機能の強化を図り、大阪経済を発展させていくことが重要です。そのためには、国内の投資だけでなく、グローバル企業や海外の投資家を呼び込むという視点が大切です。

A I G ジャパン・ホールディングスが大阪に拠点を置くという例でも明らかなように、海外企業から見て大阪は、投資魅力の高い都市のひとつであり、副首都にふさわしいポテンシャルも備えている、と私は考えています。

世界の主要都市と戦える副首都を実現するためには、中小企業庁などの省庁移転や、副首都にふさわしい行政機能のあり方などの議論に加えて、世界を勝ち抜く金融機能の強化や、そのための人材育成、情報発信力の強化に向けたネットワーク作りなど、大阪のポテンシャルを踏まえた取り組みを進めていく必要があります。

今後、副首都推進本部において、副首都として求められる機能や具体的な取り組みについて議論していくこととなりますが、世界が認める副首都大阪の実現を目指し、副首都機能として金融機能を強化するなど、大阪独自の強みを最大限生かした、グローバル経済を軸においた議論をしてもらいたいと考えますが、改めて、知事のお考えを伺います。

〈 知事 答弁 〉

副首都・大阪の実現に向けて、経済のグローバル化という大きな視点で、大阪のポテンシャルを見つめ直すことが重要であることは、私も同感です。また、住民の皆さんが安全・安心で豊かな生活を実感するためにも、大阪の発展は不可欠と考えています。

そのためにも、副首都推進本部においては、府内市町村はもとより、先日もAIGのCEOのお話をお伺いしましたが、経済界など各界各層から様々な意見をお伺いしたいと考えています。日本の成長をけん引し、世界で存在感を発揮する豊かな大阪の実現に向け、必要な機能や具体的な取り組みについてしっかりと議論を深め、副首都・大阪の実現に向けて全力で取り組んでまいります。



IV 大阪府公館

1 【大阪府公館の活用状況について】

〈 青野 議員 〉

大阪府公館の活用について質問します。

先日、大阪府公館を見学しましたところ、非常に行き届いた維持管理がされていると感じました。「府公館」の構造は2階建てで、1階部分が大、小のサロンや応接室、2階部分は知事の居住スペースであった寝室やリビングとなっています。離れには茶室があり、正面入り口を挟んで庭園が2つあります。

公館の歴史を振り返ると、大正12年に、知事の居住施設である知事公舎として建設

されたものでありますが、現在、一般府民には開放されておられません。

そこでまず、現状はどのような活用がされているのか、総務部長にお伺いします。

〈 知事 答弁 〉

府公館は90年以上の歴史の中で、役割が変遷しています。

元々は、知事が住まう「公舎」として建てられましたが、平成4年、府民との対話や来賓の接遇など、知事に関連する行事に使用するため、1階の大サロンを増築し、名称を「大阪府知事公館」に変更しました。

また、平成20年には、知事に関連した用務のみの利用から、各部局が行う会議や主催するイベントなどに使用する現在の形に改め、名称も「大阪府知事公館」から「大阪府公館」としました。

このように公館は「庁舎」であるため、府民への貸出しは行っていません。

昨年度の利用状況は、1階大サロンを中心に、年間の開庁日243日のうち237日(稼働率97.5%)を各部局が使用しています。

なお、議員から行き届いた維持管理とお言葉をいただきましたが、5年前から、就労をめざす支援学校等の生徒の就労実習の場として、植栽・剪定作業を実施しており、これまで400名の生徒にご協力頂いた成果であることを、ご紹介させていただきます。

2 【大阪府公館の有効活用について】

〈 青野 議員 〉

先日、私も公館を見学させていただきました。老朽化していたら仕方がないと思っていましたが、歩いて大丈夫でした。

2階も居住スペースとして、押入れをあけたら布団も残っており、素晴らしいと思いました。今の状況は勿体ないと思っています。

現在のスペースは、会議などでいろいろ使われているとは思いますが、立地条件を見たときに、大阪の中心市街地に存在しており、情緒あるたたずまいを残した貴重な建物です。大阪城の目の前にあるという抜群のロケーションにも恵まれています。

今、インバウンドで大阪にたくさんのお客が来られています。府庁界限にも外国の方を多く見かけます。たとえば、公館を活用して民泊をやってみようとか、外国人の、休憩場所を兼ねた情報共有拠点としてフリースペースにするとか、府庁で働く子育て中の職員のための保育施設として活用するとか、いろんな活用方法が想像できます。やはり、何かに使ってほしいというのが正直な気持ちです。向かいには大阪国際がんセンターも開業します。ますますオープンなスペースとして開放するべきだと思います。

昔、知事がいたということで、守っているようなイメージがあって、閉鎖空間になっています。堀もオープンにして、府民が立ち寄れるようなものにするべきだと考えます

が、総務部長にお伺いします。

〈 総務部長 答弁 〉

府公館は、先ほど申し上げた通り「庁舎」であり、府民の利用に広く供する施設でないことに加え、建物としての耐震基準を満たしておらず、また、将来の土地利用が未定という状況もあることから、府の関連業務への使用にとどめているのが現状です。

ただ、同じ庁舎で、府庁本館の5階にある「正庁の間」を毎週水曜と金曜日に府民に開放している実例もあることから、ご指摘の趣旨を踏まえ、安全性にも配慮しつつ、府民が公館の内部や庭園の見学などを自由にできる利用方法について検討を始めます。

あわせて、府のホームページ等で、公館の魅力を効果的にPRすることも検討してまいります。

3 【大阪府公館の有効活用について】

〈 青野 議員 〉

耐震基準を満たしていない中で、会議室として使用していることは問題です。

もう一つの問題は、国の合同庁舎を、平成34年に新しい病院の南側にもっていくという話になっておりますが、公館の裏側の、近畿管区警察局の仮庁舎も併せてということになると、平成34年まで待つのか、土地活用するのか、公館を耐震化して活用するのか、いずれにしても、国の動きを待っているのが、公館が何もできないというのは、理由にならないと思います。

その間に、あの情緒ある建物を観光施策、子育て施策に、また、新しい病院ができるわけですから、フリースペースの中で、気持ちを癒せるような、都会のオアシスに変えていくとか、新たなイノベーションを生んでいけばいいのではないかと思います。

お金がないといえばそうですが、無茶な話かもしれませんが、テレビでも、ビフォーアフターという、限られた予算でこうします、ということもやっています。様々な匠の提案もいただきながら、庁舎の活用、公館の活用を考えていただいたらいいのではないかと思います。これについて、知事のお考えをお伺いできたらと思います。

〈 知事 答弁 〉

テレビの番組のビフォーアフターは、内装を変えるということで、躯体自体を耐震構造にできる技術ではありません。現在、公館については、耐震基準について問題があります。周辺については、国との土地交換も含めて、将来一体で、土地を利用して、府民に対して、何らかのサービスができる建物を作っていかなければならないという問題もあります。

今の財政状況では、大きなお金を公館に投入するのは、考えにくいのが現状です。現

在、様々な会議などには使っていますが、府民の財産ですから、現状の中で、府民の皆さまに、いかに公館を利用したサービスができるか、これから検討したいと思います。

〈 青野 議員 〉

有効に活用していただくようお願いします。

また我々は、世界経済の波をとらまえながら、大阪がどう成長していくかという意識を持つことが大切と考えています。そういうところにこだわって、これからも頑張っていきたいと思います。ありがとうございました。