

大阪の舟運復活

大阪シティクルーズ推進協議会 事務局長 大江幸路

今回、こうして原稿を書かせていただくことになったのは、去る2019年2月28日、東京・渋谷のストリートホールで行われた【MIZUBERING FORUM2019】において、光栄にも以下の賞を頂いたことがきっかけでした。

ミズベリング イノベーター賞 「川ろうぜ、街がえようぜ大賞」 陣内賞

恐れ多くもこのような賞を頂けるとは夢にも思っていませんでした。私を推薦してくださった(有)ハートビートプラン 代表取締役 泉英明氏によると、日本全国の水辺で率先してイノベーション活動をしている人(泉氏曰く“水辺の変態”と呼ぶそうです)を表彰するという趣旨のフォーラムとのことでした。

昨年末に泉氏から突然電話があり「ノミネートしましたから!」と言われ、何の事だかさっぱり分からぬまま過ごしていると1枚のチラシが送られてきました。そこに載っている他の受賞候補の方々を見ると“水辺の変態”どころか立派な活動をされている方ばかりでした。

そして、自分のプロフィールを確認すると…「大阪の舟運事業の親分」や「元ヤンキー」など、泉氏に好き勝手に書かれていました。遊ばれているのかと疑問を抱きながら迎えたフォーラム当日、控室に入ると案の定、他の候補者達から警戒され、昼食を独りぼっちで食べることになりました。

フォーラムでは、各自5分間で自身の地域の事例を紹介するというので、私は「大阪シティクルーズ推進協議会」の活動を紹介いたしました。

前置きが長くなりましたが、本誌でも「大阪の舟運復活」というタイトルのもと、私どもの協議会の発足の経緯や組織づくり、事業紹介をさせていただきます。

大阪シティクルーズ推進協議会の発足

協議会発足は、今から11年前の2008年になります。翌年大阪では、川と生きる都市・大阪をテーマに「水都大阪2009」というイベントが開催されることになっていました。市民とともに大阪府・大阪市・経済界等、オール大阪で「水辺のにぎわい創出」「水都大阪ブランド発信」「市民協働」を目的に中之島・水の回廊を中心に行う水都大阪のシンボルイベントという位置づけでした。

その際、有識者から「この機会に舟運事業者も一体となって水都大阪を発信するんだ」という声

があがり、「大阪シティクルーズ推進協議会」が発足することとなりました。協議会の目的、事業内容は以下の通りです。(規約抜粋)

(目的)

本協議会は、会員が一致協力して、「水都大阪」再生に資する魅力ある資源を発掘、再発見し、その価値を高めていくためのまちづくり活動に取り組むとともに、大阪都心部に存在する河川をめぐる舟運ルート、舟運事業商品の総称、ネットワークの呼称として「大阪シティクルーズ」という新たな共通ブランドを創出し、このブランドのもとに提供する各舟運事業関連サービスを日本国内外に広く普及、発展させ、新しい価値観を加えながら世界に誇る水の都を大阪の地に創造することを目的とする。

(事業)

本協議会は、前条の目的を達成するために、次の事業を行う。

- (1) 水都大阪再生に資する資源の発掘、再発見等まちづくり活動
- (2) 水都大阪再生に関する調査研究
- (3) 大阪シティクルーズの企画推進等

発足当時の私の感想は「ありえない」でした。

ありのままに書かせていただきますが、当時の舟運事業者は全社が他社に対して敵対心を持っており、たまたま企画が被るとメガホン片手にお客様を取り合うような状況でした。

それでも事務局の役割を仰せつかったからには何かやらなければと考え、大阪の冬の風物詩である「OSAKA 光のルネサンス」というイルミネーションイベントの期間中に会員各社によるイベント船の共同運航を計画しました。しかし、各社へ説明にあがるも、舟運事業者のオーナー社長という個性豊かな強者ばかりなので、チラシ1枚つくるのも「俺のところの船の扱いが小さい」や「俺のところの船が何で、〇〇会社の船の下に載ってるんや」、「全体的にセンスがない」と言いたい放題でした。その強者たちをなんとか説得しながら運航を実施したものの、いかんせん冬の舟運オフシーズンという事もあり、成績も悪く、散々な思いをしました。同時に「何で俺がこんな苦労せなアカンねん」と、疑問と悔しさを感じたことは今でも忘れられません。

協議会の運営方針

なかなか協議会の運営がうまくいかず頭を悩ま

せていた時、気晴らしでDVDでも見るかと立ち寄ったレンタルDVDショップで、ふと目についたのが、フランススコッポラ監督のゴッドファーザー(1972作)でした。約50年前の名作で3時間弱の長編映画です。ストーリーを簡単に説明すると、イタリアのシシリー島から孤児としてアメリカに渡り、マフィアの大ボスになるまでの悪のサクセスストーリーです。マフィアにも縄張りやしきたりがあるのですが、大ボスのドン・コルレオーネ(マーロン・ブランド)は、見事に他のボス達をまとめ上げていきます。

そのDVDを見て私はドンのやり方からあるヒントをもらいました。映画の中のドンは、稼いだ金品を惜しげもなく分配していきます。「イタリアノ マフィア」「オオサカ ノ シュウウンジギョウシャ」とイントネーションも似ています(笑)し、このドンのやり方を真似してみようと考えました。

大阪人は商売人が多く、儲かることはする、儲からないことはしないとはっきりしています。

一方で情に厚く、助けてもらった人には感謝の気持ちを持ち続けます。

そこで私は「何をするにしても、思いっきり儲けて各社に分配する!そして一つのチームを作っていこう!」と決意しました。

大川さくらクルーズの運航

翌年の春に「大川さくらクルーズ」というお花見クルーズの共同運航を企画しました。各社に「何でもいいので出せる船を1隻ずつ動かしてほしい」と声かけをしました。所要時間25分のクルーズで、乗下船に5分ずつ必要な場合、6隻あれば1か所の棧橋で最大12便発着可能となります。お客様は並んで頂いた順番に乗船頂くという究極にシンプルな仕組みを考えました。天候と開花時期に恵まれ待ち時間が最大1時間になることもありました。

多くのお客様にご乗船頂いたことで、各社の収益増に貢献することができました。さすがはオーナー社長、結果を出せばおのずと認めていただけるという事で、多少ではありますが信頼を得たと感じられました。

こうして一定の成果を得たものの、今では大問題になるような課題もたくさんありました。当たり前前のことですが、全く違った会社が共同で運航するので、会社毎のルールやモラルも全く違います。タバコをくわえながら運転する船長がいたり、お客様にどなる船員がいたりしました。自分より年上の方ばかりですが、あまりに酷い船員には、意を決して注意してきました。

他の船社を見て思ったのか、共同運航の回数を重ねるごとにそういう行動は自ら控えるようになりました。新規参入する事業者には率先して教育するなど、チームとしてもまとまりができてきました。



大川さくらクルーズ運航の様子。両岸に咲く桜並木をゆっくりと鑑賞できる。



大川さくらクルーズのチラシ。たくさんの子供達に乗船してもらうことを願ってデザインした。

泉氏との出会い

それから2年後、事務局長に就任した頃、また厄介な人からコンタクトが来ました。当時まだ浸透していなかった「まちづくり」や「水辺の活性化」に非常に熱い思いをもった泉氏(冒頭のフォーラムに私を推薦した人物)です。彼とは生い立ちが正反対で、大阪大学を卒業した後にコンサルタント会社を立ち上げ、今となっては大阪の水辺活性化の代表として全国で講演などを行っています。

当時の私は強者揃いの舟運事業者をまとめることに精一杯の状況でしたので、あまり係りたくなかったのが正直な気持ちです。彼のリクエストは「水都大阪2011」のイベントの目玉として「水辺バル」という企画を実施したい。内容としては大阪市内の8箇所の公共棧橋を舟運で繋ぎ、棧橋周辺の飲食店と連携し、バルチケットで船にも乗れ、飲食店で食事も出来る、そんなイベントを企画したいというものでした。さらに彼は、その舟運事業者の取りまとめを私に頼みたいと、少年のような眼差しで依頼してきました。最初の感想は「はあ?」「こいつアホ違うか?」でした。船を運航するには、動かせる船の手配、運航ダイヤ、棧橋や水門の使用申請、そして各社との運航費用の調整など、様々な手続きが必要になります。それを

大阪市内8ヶ所でやりたいと言われた時は、話を聞いた時点で無理だと思いました。

しかしこれも何かの縁だと思い、また凝りもせず舟運事業者各社へ説明に行き、アレやコレやと言われながらも、船のとりまとめをしました。

泉氏は陸上側のイベントでは市民ボランティアを集めて、船着場周辺のにぎわい創りにも取り組んでいました。それまでは、船は船、陸上は陸上とどこか分かれて事業展開していたのですが、この「水辺バル」をきっかけに、水陸が互いに手を取り合って、にぎわい創りを行うことで、水都大阪の発展に寄与すること＝舟運活性化につながることに気づきました。



水辺バルのチラシ。キャッチコピーは、『「大阪のうまい」を舟で、はしごする?』。

未来を見つめた事業実施

少し話が戻りますが、大川さくらクルーズの事業を始めた当初はもの珍しさもあり、たくさんの方にご乗船いただいていた。しかし毎年恒例となり年々乗船客数は減少傾向にありました。このままでは、また大阪の舟運が衰退してしまうと危機感を持った我々は、関係各所と連携して、「小学生無料」キャンペーンを打ち出すことにしました。そこには、短期的な乗船客数増加への期待もありましたが、何よりも大阪に住む子供達に、美しい水都大阪の春の風景を見てもらうことで、自分の住むまちに誇りと愛着をもち、水の都・大阪を好きになってもらいたいという想いがありました。

せっかく復活の機運が高まってきた大阪の舟運事業がより永く、より発展していくために、未来への投資が必要不可欠でした。

また、こうした未来への取り組みに共感して、「UN Water（国連水機関）」と「世界水の日子ども議会」にもご協力頂くことができ、「水」の大切さを考えるきっかけをつくる「I'm Waterアクション」にも取り組むことになりました。

2018年12月にはサンタクロースの衣装を着て、楽しく走るチャリティイベント「Osaka Great Santa Run」で、パレード船を出すことになりました。これはイベントの収益でクリスマスプレゼントを購入し、病気と闘う子供達へ届けるという



パレード船は、サンタの衣装を着た人で満席に。



約7隻の船で、大阪城から道頓堀までパレード。

2009年から始まったイベントです。今回は10回目の記念イヤーということで、大阪城公園からグリコの看板で有名な道頓堀まで船によるパレードを実施しました。

この時も会員各社に声をかけ船を出してもらいました。

先述の通り、最初は船を出すことすら大変だったのに、今では水都大阪のため、大阪の舟運を盛り上げるために、各社が積極的に協力してくれるようになりました。

ここまで来るのに、11年もかかりましたが、船を出すことしかできない我々に、様々な機会をくださった方がいて、水都大阪の舟運が復活、発展してきました。

大阪の街をよくしたい、水都大阪を再生・発展させたい、船をもっとたのしみたい、そのように皆が同じ方向を向いて、一つ一つの活動に取り組んできたことが、現在の大阪の舟運事業の姿だと感じています。

ここ数年で、新規参入する舟運事業者も増え、2018年度の大阪市内の河川観光船利用者は年間約123万人にもなります。またうち約52%が海外のお客様です。先日のG20開催や2025年の万博開催など、今、大阪は世界からの注目される場所になりました。

今後も、大阪シティクルーズのブランドを作っていくことを使命とし、市民とともに大阪府・大阪市・経済界等、オール大阪で水都大阪の発展、そして大阪の舟運の発展に尽力したいと思います。



毎年3月に行われる「水都大阪川開き」の様子。各社1~2隻ずつの船を出し、春の訪れを祝い、安全祈願を行う。



夜の天満橋・八軒家浜の様子。2009年を皮切りに護岸や橋のライトアップが進められ、美しい景観をつくっている。

大阪市内の河川観光船利用者数（水都大阪コンソーシアム調べ）

