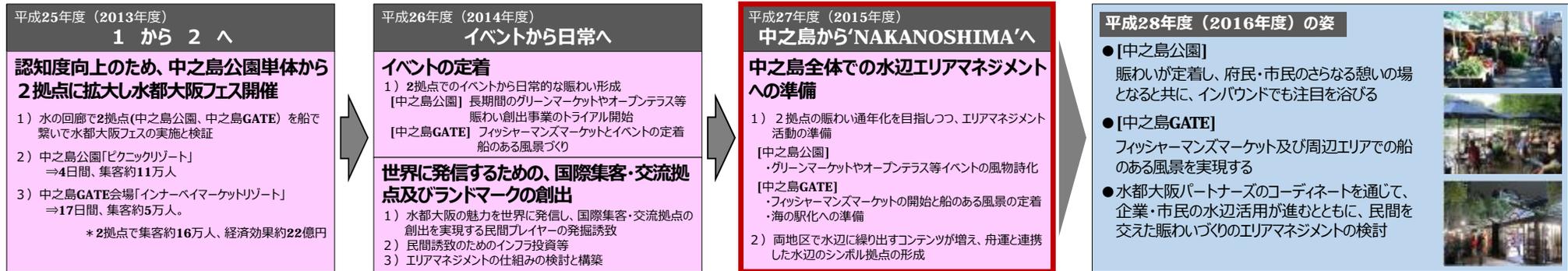


将来像：中之島公園、中之島GATEにこれまでにないシンボリックな拠点をつくり、国内外から注目される



1. 中之島公園：水辺のまちあそびを通じ、賑わいの定常化とエリアマネジメント活動についての公共空間利用に向けた検証



H27年度取組み(課題・成果)

◆公園占用継続による「水辺のまちあそび（6月20日～11月15日）」の実施

- ・「中之島オープンテラス（飲食・音楽イベント）」の実施（5カ月間・実施エリア前年の2倍）
- ・「中之島・タ市（グリーンマーケット、ものづくりワークショップ）」の定期開催（4カ月）
- ・「水都大阪フェス2015」等におけるイベント誘致・実施（※ 連携事業4 + 自主事業2）

成果：収益及び日常の賑わいに一定の目処、公共空間活用のノウハウ蓄積等

◆水都大阪フェス2015と各種事業との連携による一体的な公園利用・賑わいを創出

- ・近畿地方整備局主催のミズベリング世界会議との連携。「おおさかキャンパス」「中之島のつと」との連携
- ・フェスに合わせた舟運企画による利用機会の創出

※サネットクルーズ（ロースポート）、ナイトクルーズ（八軒家）、リパリウス（ふれあいの岸边）：約6,600人がナイトクルーズを利用

課題：フェスと舟運の連携不足により、一体的な風景づくりができなかった

大項目	中項目	※ プログラム内容（場所：市役所南側+水辺劇場前+公園等）	期間
水辺のまちあそび (6/20～11/15)	水の都の夕涼み (68千人)	①オープンテラス（市役所南側+水辺劇場前） ②中之島タ市（グリーンマーケット、ワークショップ：市役所南側）	・6/20～11/15 ・7/17～10/17
	水都大阪フェス2015(公園等) (142千人)	①クラフトピクニック(6日間)、あかマルシェ(2日間)、リバーサイドヨガ(2日間)、ミズベリング世界会議(3日間)等、連携事業 ②くもろの島(3日間)、ラバーダック誘致(25日間)等、自主事業	・9/18～10/12 ・同上
来場者実績 22万人	オートムフェスタ (公園) (3千人)	・アウトドアヨガ祭り2015(2日間)	・10/9～10/11

◆水辺のまちあそびを通じた事業性の検証と共に、事業者ヒアリング等を通しての公園利用のニーズを把握

成果：ヨガ利用など・市民利用等の公園利用ニーズの高まりを反映した担当部署との協議開始
今後目標：賑わいづくりのための、中之島公園付近におけるエリアマネジメントの民間を交えた勉強会発足

H28年度の取組み

◆公共空間の継続的活用

- ・水辺のまちあそび（フェス含む）の発展的継続と賑わいの定常化
- ・マルシェ等にぎわい創出プログラム（公募等）の実施

◆賑わいの総合プロデュースと検証

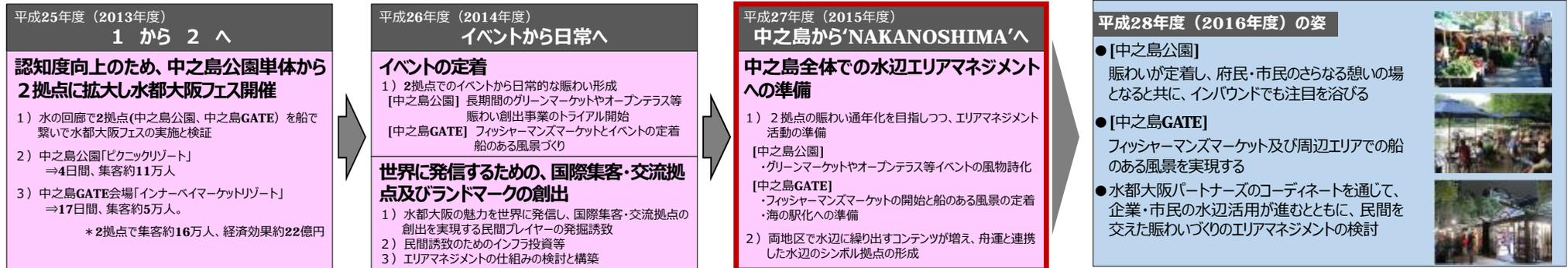
- ・関係事業者との調整を踏まえ、賑わいの定常化を通じて実施検証

◆水陸をつなぐ舟運と連動した賑わいづくり

- ・水都大阪フェスなど水辺のにぎわいづくりと「舟運」が連携したプログラムの実施



将来像：中之島公園、中之島GATEにこれまでにないシンボリックな拠点をつくり、国内外から注目される



2. 中之島GATE：中之島漁港・中之島みなと食堂を核とした賑わい創出・誘客事業の実施
 クルーズを呼び込むための「海の駅」化に向けた準備、恒久施設等インナーベイマーケットリゾートに向けた将来像の検証



中之島漁港・中之島みなと食堂



H27年度取組み(課題・成果)

◆中之島漁港・中之島みなと食堂の運営支援 & 船着場等の整備、国内外メディアへのPR

【サウスピア/西区側】

- ・漁港・食堂の集客・売上状況 ⇒ 当初目標を上回る
 ※集客：目標12万人/年 実績：14.4万人/9ヶ月 (H27.4~12実績)
 ※売上：目標2.4億円/年 実績：2.2億円/9ヶ月 (H27.4~12実績)
 ※整地工事、船着場補修、隣接国有地利活用など、サウスピア利用環境の整備
- ・エリアコンセプトを補強する日常的/シンボリックイベントの誘致・実施
 ※イベント誘致実績 7イベント・24日間 その他、船着場利用多数あり。
- ・中之島漁港等をコアとしGATEへの追加機能誘致のための開発条件の整理、暫定事業の検証
- ・水都定番商品として国内外旅行雑誌、マガジンでの掲載/これまでの水都大阪最大のメディア露出
 ※主要国内旅行雑誌、フランス旅行雑誌など、各種国内外メディアや雑誌に掲載

◆中之島GATE周辺地域との連携～「海と川の玄関口」として、海の駅、川の駅等指定に向けた活動

【ノースピア/福島区側等】

- ・都市・地域再生等利用区域の指定に向けた地域協議会設立の支援、エリア一体での海の駅化に向けた協議活動と賑わい支援
- 【その他、大正区、西区、福島区、浪速区】
- ・大阪市4区連携事業におけるイベント連携の実施（ローリング寿司等展示/大阪カンヴァス）

H28年度の取組み

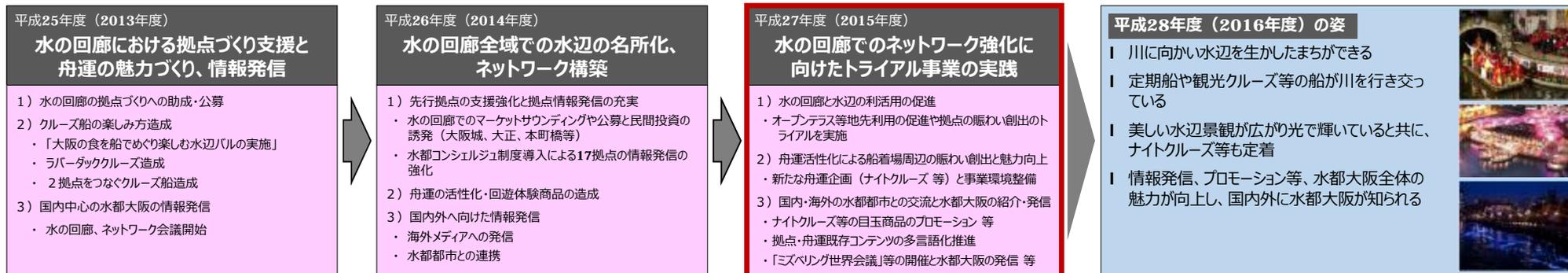
◆中之島漁港・中之島みなと食堂のリニューアルオープン（2016春予定）
 ・暫定利用施設への追加投資とリニューアルオープン

◆海の駅、川の駅化の推進
 ・福島区側海の駅目標（申請予定 2016年5～6月頃）と連動したエリア一体での賑わい創出等

◆恒久施設等インナーベイマーケットリゾートに向けた将来像の検証
 ・暫定利用の検証の継続と本格開発に向けた諸条件の整理・検討など、将来像検証のための企業へのPR、ヒアリング等の実施



将来像：水の回廊をめぐる拠点多多数できていると共に、水の回廊を船で巡るクルーズ商品・観光商品化により、国内外から観光客が訪れる



1. 水の回廊：公共空間利用の手続きの簡便化や民間投資の更なる促進が可能な新しいスキームの構築



オープニング記念事業（大阪城・ご座船）



オープニング記念事業



オープニング記念事業（地元小学校の参加）



水の回廊と地先利用の促進

H27年度の取組み（課題・成果）

◆都市・地域再生等利用区域指定を目標とした拠点の利活用（社会実験）と検証

【本町橋BASE】

- 船着場の開設に伴うオープニング記念事業を実施
- 地域、事業者の声を集約するアンケートを実施
- 水辺の賑わい拠点づくり検討会（地域団体・SOP・大商等）の立上げ

課題：船着場等の全面オープンに向けた整備方針とロードマップの策定

【大阪城港周辺】

- 両岸のOBP開発協議会・大阪城PMO事業者との協議の開始

課題：両岸での賑わい機能の検討

◆地先利用支援

- 地先利用社会実験スキームの構築
 - ※オーソリティによる河川占有とパートナーズによる地権者等の利活用支援
- 地先利用スキームの課題整理、事業費のケーススタディ
- 地先での川床やオープンテラスの社会実験（H27年度実績1件（本町橋））
- 他エリアでの地先活用の可能性の検証（8候補）

課題：本格利用に向けての地域協議会設立のための条件整理

H28年度の取組み

◆拠点利活用（社会実験）と継続支援

※都市・地域再生等利用区域指定を目標とする下記活動

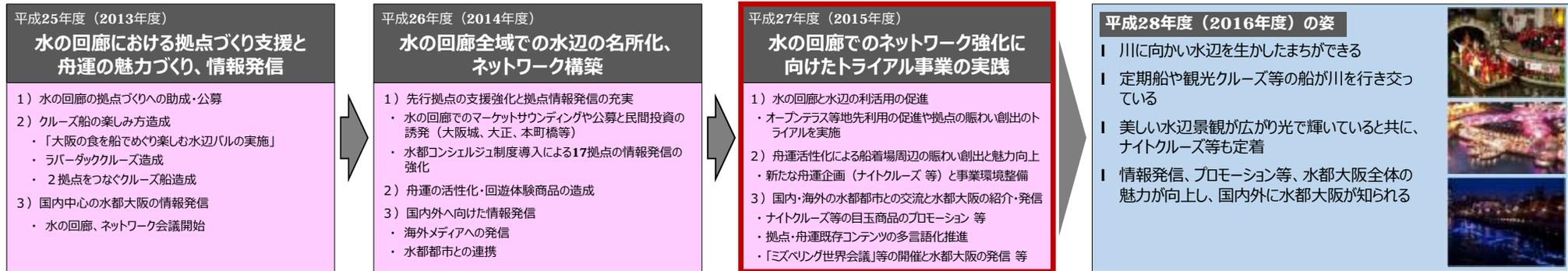
【本町橋BASE】

- H27年度社会実験（本町橋）の地先利用に向けた支援等の継続

【大阪城港周辺】

- OBP開発協議会、大阪城PMO事業者との協議に併せ、両岸でのにぎわい機能等の検討

将来像：水の回廊をめぐる拠点が多数できていると共に、水の回廊を船で巡るクルーズ商品・観光商品化により、国内外から観光客が訪れる



2. 舟運活性化：水の回廊を巡るクルーズや観光商品の創出により、国内外から観光客が訪れる環境の整備



新規定期観光船就航（大阪城御座船）



係留社会実験に伴う小型船定期運航



レストランクルーズ運航（あいの岸辺）



ナイトクルーズ運航（水島橋機橋）

H27年度の取組み（課題・成果）

◆舟運活性化に関する推進方策等の検討

- 検討の場づくりとしての観光庁「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」の活用及び「水辺観光商品創造事業協議会」を発足・運営
- 舟運活性化に向け必要機能別に課題・取組みを整理した「舟運活性化ロードマップ（案）2020年に向けて」（素案）を策定

課題：「舟運活性化ロードマップ（案）2020年に向けて」の関係機関等との共有

◆新たな舟運企画の創出

- 小型船等の活用によるナイトクルーズ・周遊クルーズなど新クルーズの企画
 - 目標：新クルーズ企画数10本、運行便数400便
 - 実績：新クルーズ企画数23本、運行便数579便（内、ナイトクルーズ294便・周遊40便）
 - ※実績のうち、小型船を活用したクルーズ：運行便数370便（内、ナイトクルーズ157便）

課題：

- インバウンドの受皿としての中型船活用（定期航路の拡充、チャーター機会の創出、採算性の向上）
- 船行き交う風景づくりとしての小型船活用（共同運航体制の構築・運用、船上サービスの充実）
- 一時係留等船着場の弾力的運用（利用者目線での運用、省人化、一時係留）

◆舟運事業者・拠点事業者（陸側事業者）の事業環境整備

- ルール整備：係留共通ルール策定、係留登録予約システム運用、ピアマスター講習要領策定・実施
- 小型船係留社会実験を通じた拠点事業者と舟運の結びつけ（H28年度継続実施）

課題：拠点事業者の支援強化

※中之島GATEサウスピア・中之島バンクスの社会実験、中之島GATEノースピア・大正の本格運用

H28年度取組み

◆舟運活性化のための社会実験の実施

- ターミナル化社会実験
 - ※チケット販売カウンター設置の検討他
 - ※小型船の一時係留の弾力的運用
- 多言語対応の舟運案内（案内板）の作成
- 訪日外国人動態調査（平成27年度観光庁助成事業）を活用した舟運活性化の企画立案・提言

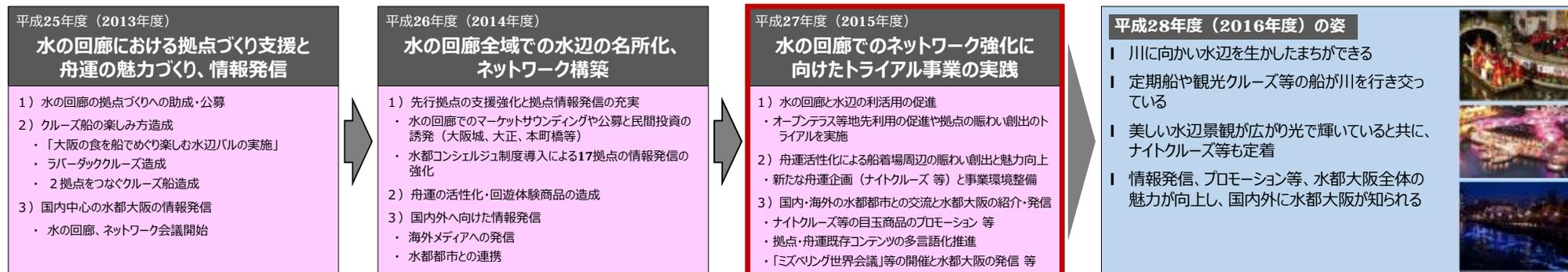
◆船が行き交う風景づくり

- インバウンドの受皿としての中型船の活用
 - 周遊バス（停留所：八軒家、道頓堀）と連携した定期航路の企画
 - 着地型旅行者向け企画クルーズ・祭事クルーズの企画
- 船が行き交う風景づくりとしての小型船の活用
 - 共同運航体制の構築・運用
- 水上イベントの開催
 - 水辺のにぎわいと連動した府民・市民・観光客参加型水上パレードの企画・実施

区分	旅客定員	船数
大型船	100～	4
中型船	13～99	25(2)
小型船	～12	21(2)

大阪市内・稼働観光船一覧（ ）内はH27増船数。
《水辺観光商品創造事業協議会調べ》

将来像：水の回廊をめぐる拠点が多数できていると共に、水の回廊を船で巡るクルーズ商品・観光商品化により、国内外から観光客が訪れる



3. プロモーション：質の追求（水都大阪のブランディング化）+量の対応（インバウンドの水辺への取り込み）



H27年度の取組み(成果・課題)

◆水都大阪のブランディング化とインバウンドの水辺への取り込み

【水都大阪情報の発信】

- ・インバウンド等観光客の利便性向上のため、HPをスマートフォン・タブレット対応に変更併せて5言語対応の「舟運プログラム情報ポータルサイト」を作成。HP、FB、ツイッターにも掲載
- ・水都大阪2015と連携し、クルーズ情報・水都大阪のマップを作成、継続した活用
- ・インバウンド等への魅力発信のため新たにInstagramを活用。Youtube、FBでの動画配信
- ・インバウンド向けに在阪外国人が大阪の情報を発信する新サイトへの情報提供（関西経済連合会と連携）
- ・サポーターによる水辺コンテンツ・イベント情報のSNSによるリアルタイム発信、舟運の企画提案等

＜夜景の魅力＞ ナイトクルーズの造成とSNSキャンペーンの実施
「中之島ナイトビュークルーズ(QRコード活用5言語発信)」、
「水都大阪フェス2015ササヅク&ナイトクルーズ」、食事つきナイトクルーズ「リパリウス ダックとデザート」

＜水都大阪の歴史・文化の体感＞

- ・子どもたちの水都大阪学習機会創出のため、教員向けに「水都大阪水辺の研修会」を実施
- ・「黄金の和舟 大阪城御座船(定期運行)」の見所案内を5言語化

＜海外＞

- ・フランス語圏：旅行ガイド「PetitFeté」(22年前創刊)に、NAKANOSHIMAの初掲載
- ・中国：「在日本」創刊号（2月創刊）に、水の回廊中心の水都大阪に関する特集の掲載
- ・タイ：女性向け情報誌「IMAGE」に水都大阪の掲載（世界河川プロモーション会議に招聘）

※広告価値換算値 11,461万円（実績：TV15、ラジオ1、新聞13、雑誌・ガイドブック14）

◆ビジネスに繋がるプロモーション

- ・QRコードを活用した舟運プログラムの多言語化（QR translator）
- ・ツーリングEXPO2015で舟運を中心とした営業によるツアー商品の実現

◆水都大阪2015連携企画

①ミズベリング世界会議の開催（延べ1080人参加）

- ・パリ、サンアントニオ、バンコク、大阪によるシンポジウムの開催
⇒大阪の水辺活性化の先進性を発信
- ・Youtube・SNSを活用したリアルタイムでの会議情報発信の強化

②世界河川プロモーション会議の開催

- ・「ミズベリング」世界会議と連携した関東圏、海外メディアへのアプローチ

H28年度取組み

☆取組み方針：情報のイメージ化、発信の拡大・効率化

◆水都大阪イメージ構築のためのPRコンテンツの作成

- ・コンテンツ作成のための素材収集
- ・定常的に使用できるコンテンツの作成とポスター・チラシ等への活用
- ・世界河川プロモーション会議招聘メディア等、国内外メディアに対する水都大阪のプロモーションの継続

◆観光局との連携強化

- ・大阪観光における水と光の水都の更なる意識共有
- ・コンテンツ、素材の共有化、水都のイメージ構築のためのInstagram（画像）による連携

◆ミズベリングとの連携

- ・「ミズベリング」大阪会議、ミズベリング世界会議を踏まえた連携強化
※全国の水辺活性化に取組む団体との情報交換・情報発信の継続



方針	2016年度末に目指す姿	3年間の取組結果と課題	H28年度 取組方針(社会実験から定着へ)
<p>ミッション① ：世界各国から注目される「水と光のシンボル空間」の創出</p> <p>将来像 ：中之島公園、中之島GATEにこれまでにないシンボリックな拠点をつくり、国内外から注目される</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●[中之島公園] 賑わいが定着し、府民・市民のさらなる憩いの場となると共に、インバウンドでも注目を浴びる ●[中之島GATE] フィッシャーメンズマーケット及び周辺エリアでの船のある風景を実現する ●水都大阪パートナーズのコーディネートを通じて、企業・市民の水辺活用が進むとともに、民間のエリアマネジメントを具体化する  	<p>中之島の東西のシンボル拠点の形成：中之島公園・周辺及び、中之島GATE</p> <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■公共空間活用の長期事業の社会実験と定着 (2大拠点賑わいと民間投資&回収モデルの実践) ・中之島公園：オープンテラス&グリーンマーケット(事業者&市民活動) ・中之島GATE：インフラ投資&事業者投資(資&利用料回収) ■国内外からの評価 ・全国からの視察受入、国内外に水都発信 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■民間事業投資のための利用期間の確保 ■事業者拡充と共に海の駅申請(福島区側)と賑わいの周辺連系    	<p>目標</p> <p>【中之島公園(市役所前+中之島公園等)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆公共空間の継続的活用(水辺のまちあそび(フェス含む)等の発展的継続と賑わいの定常化等) ◆賑わいの総合プロデュースと検証 ◆水陸をつなぐ舟運と連動した賑わいづくり <p>【中之島GATE(含む、中之島漁港、食堂、その他)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆中之島漁港・中之島みなと食堂のリニューアルオープン(2016春予定) ◆中之島GATE(福島区側) 海の駅申請と連動した、地域全体の賑わい創出等 ◆インナーバイマーケットロードの可及将来像の検証(2020年以降)
<p>ミッション② ：国内外から観光客が訪れる「水と光のテーマパークの実現」</p> <p>将来像 ：水の回廊をめぐる拠点が多数できていると共に、水の回廊を船で巡るクルーズ商品・観光商品化により、国内外から観光客が訪れる</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 川に向かい水辺を生かしたまちができる 1 定期船や観光クルーズ等の船が川を行き交っている 1 美しい水辺景観が広がり光で輝いていると共に、ナイトクルーズ等も定着 1 情報発信、プロモーション等、水都大阪全体の魅力が向上し、国内外に水都大阪が知られる  	<p>水の回廊(その他、拠点17拠点)と舟運活性化</p> <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■水都の風景づくりと、様々な舟運コンテンツの増加(実験と検証) (ナイト&ディナークルーズ、小艇船、水上スポーツ等) ■係留システム始動(6拠点)：大阪城・GATEサウス&ノース・BANKS <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■船のある風景づくりと、定着させる仕組み・企画等 ・ナイトクルーズ等企画や拠点同士の連携強化等 ・ユーザー目線の利便性の向上や魅力伝達等 ■係留実験の更なる検証 ・一時係留の弾力的運用や船着き場のターミナル化  	<p>目標</p> <p>【舟運の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆舟運活性化のための社会実験の実施 ・公共船着場でのターミナル化社会実験 ・多言語対応の舟運案内(案内板)の作成等 ◆船が行き交う風景づくり ・インバウンドの受皿としての中型船の活用 ・船が行き交う風景づくりとしての小型船の活用 ・水上イベントの開催 <p>【水の回廊の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆地先利用支援(大阪城港周辺、本町橋BASE)等
		<p>水都大阪の魅力発信等、プロモーション</p> <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■国内外メディア掲載 ・新しい大阪の魅力として国内外ガイドブックで水都大阪の情報を発信 ■WEB・SNSの有効活用 ・国内外での口コミの伝播。スマホに対応した情報発信 ■年間プログラム認知 ・水都の定常イベントとしてメディア等の認知が向上 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■水都大阪のブランディングの強化 ・水都のイメージ発信(夜景・船の行き交う風景等) ■インバウンドの取り込みのための官民プロモーション強化(観光局他)  	<p>目標</p> <p>【情報のイメージ化、発信の拡大・効率化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆水都大阪イメージ構築のためのPRコンテンツの作成 ・定期的使用できるコンテンツの作成とポスター・チラシ等活用 ・世界河川117プロジェクト会議招聘メディア等、国内外メディアに対する水都大阪のプロモーションの継続 ◆観光局との連携強化 ・コンテンツ、素材の共有化 ・水都のイメージ構築のためのInstagram(画像)による連携 ◆ミズバリングとの連携 ・「ミズバリング」大阪会議、「ミズバリング」世界会議に続く連携事業の実施
		<p>水都大阪の推進体制(推進会議+パートナーズ+オーソリティ)</p> <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■全国初の官民推進体制の構築(経済界、府市都市魅力戦略の一体推進) ■国内外からの評価(全国の行政機関、民間事業者等視察など、水都大阪を発信) ■公共空間活用の事業モデル(社会実験からの展開) <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■民間投資の内容や規模に応じた事業期間の確保及び、呼び込む手法の開発 ■関係機関との連携や役割分担等：観光局等とプロモーションの連携強化 ■パートナーズとオーソリティの役割を踏まえた連携の強化 	

水辺の拠点と舟運企画支援による賑わいの定着化

水都大阪の情報のイメージ化、発信の拡大・効率化↓楽しみ方発信