

水と光のまちづくり推進会議資料

**2017年12月26日**  
光のまちづくり推進委員会

第2フェーズ(2014年～2016年)までの成果

過去からの動き	グランドデザイン	第1フェーズ 2010年～2013年	第2フェーズ 2014年～2016年
<p>◇花と緑の懇話会設立 (2002年)</p> <p>◇光のまちづくり企画検討委員会設立 (2004年)</p> <p>・光のまちづくり基本計画策定 (2004年)</p> <p>◇光のまちづくり企画推進委員会へ改称 (2004年)</p>	<p>光の都市軸</p>	<p>┌ 中之島エリア内の橋梁や堂島川護岸のライトアップ等が拡大</p> 	<p>┌ 中之島エリアを中心に公共投資による光景観が民間投資を誘発</p> <p>┌ 日常の光として365日楽しめる風景が確立されつつある</p>  <p>写真左から</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>┌ 中之島 ナイトビュークルーズ</li> <li>┌ 北浜テラス (出典:水都大阪HP)</li> <li>┌ ほたるまち</li> </ul>
<p>・書籍「光の景観まちづくり」発刊 (2006年)</p> 	<p>光の暦</p>	<p>┌ 大阪・光の饗宴開催</p> 	<p>┌ 大阪活性化に向け、官民協働によるモデル事業の創出</p> <p>┌ 多様な主体による非日常の光が四季折々の魅力を形成</p>  <p>写真左から</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>┌ 大阪・光の饗宴</li> <li>┌ 光のルネサンス (ウォールタペストリー)</li> <li>┌ 御堂筋イルミネーション</li> </ul>
<p>◇大阪光のまちづくり2020構想取り纏め (2010年)</p> <p>◇光のまちづくり推進委員会として新体制へ (2013年)</p>	<p>光百景</p>	<p>┌ 多様なニーズに即した光観光プログラムの開発と発信</p> 	<p>┌ ブランディングプロモーション手法・ツールが整いつつある</p>  <p>写真左から</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>┌ ミールクーポン</li> <li>┌ 書籍「光のまちをつくる」</li> </ul>

第3フェーズ 2017年～2019年

## 2020年の目標

2020年、官民協働によるまちづくり元年を目標とし、「水と光の首都大阪」ブランド確立を目指す

## 検討項目

1. 各エリアの個性を際立たせる光のあり方や官民によるエリアコンセプトに基づく施策の検討
2. 日常と非日常の2つの視点における光景観づくりと官民の視点における活かし方(目的と効果)の検討
3. 国内外からの交流人口拡大に向けた観光地域まちづくりと都市プロモーションの活性化

光のグランドデザイン	第3フェーズ(2017年~2019年)	
	民主導のまちづくり・賑わいづくり 光のグランドデザイン毎の主な取り組みイメージ	
<b>光の都市軸</b> キーワード: 日常	(1)「中之島エリア・光の回廊エリア」の強化 ~水と光の首都大阪ブランドを牽引するシンボル景観の創出	○ 中之島における成功事例を取りまとめ、民間による光を活用したビジネスモデル及び持続可能な光環境の構築方法を確立。
	(2)新たなエリアへの拡大 ~地域ブランドの向上に資する取り組みの検討	○ 地域及び都市双方の視点で光の価値を取りまとめ、地域ブランドと大阪の都市魅力向上を目指す。 ○ ベイエリア、大阪城エリアを新たなエリアとして拡大する。
	(3) エリアマネジメント等との協働推進 ~光の南北軸等における景観向上・民間開発との連携	○ エリアで活動する団体等が光をどのようにとらえているかなど、光の価値や考え方、あり方について議論、もしくはヒアリングを行い、2020年には民間が活用しやすいように事例等を中心とした「エリア別 光のまちづくりガイドライン」を策定。特にベイエリアにおいてはIR・万博を見据え、先行して策定。
<b>エリア別 光のまちづくりガイドラインの策定</b>		
<b>光の暦</b> キーワード: 非日常	(1)大阪・光の饗宴等を通じて各エリアの個性を活かす光プログラムの充実と拡大	○ エリアの個性を際立たせる光のまちづくりのサポートに取り組み、ビジネスモデルの構築など、成功事例の拡大を目指す。
	(2)四季を彩る光プログラムの拡充	○ フォトコンテスト作品をデータベース(基礎資料)として取りまとめる。
<b>光百景</b> キーワード: マーケティング/ブランディング/プロモーション	(1)ICTを活用した光のまちづくりの情報一元化とインバウンドも含めた情報発信	○ ウェブの多言語化など、インバウンドに対する情報発信力の強化手法を検討。
	(2)関西各都市との光によるネットワーク強化と情報発信	○ 関西光ネットワーク交流会議を通じた光のまちづくりの活性化
	(3)水と光の景観の地域資源化とブランディングプロモーションの推進	○ 水と光のまちづくりの連携手法の検討
<b>永続的な景観形成に向けた取り組み</b>	(1)メンテナンスを考慮した光景観ガイドラインの検討・策定 ~専門性を加味した仕組みを確立	○ 民間主導によるモデルケース、民間も活用できるガイドラインの検討(トータルデザインとしてあるべきデザインや最新技術を展開) ○ スマートライティングの検討と技術力の強化(技術の事例研究) ○ 最新技術などの勉強会や研修会の開催
	(2)夜間景観、デザインのあり方を検討する仕組みづくり	○ 光のまちづくりの現状やニーズ等の把握(ランドマーク、民間ビル等) ○ 地域における光のまちづくりの機運向上方策の検討

2020年  
に向けた  
目標官民協働によるまちづくり元年  
(大阪・水+光の都市博(仮称))水と光の首都大阪  
の実現へ

IR及び万博の大阪開催につなげる

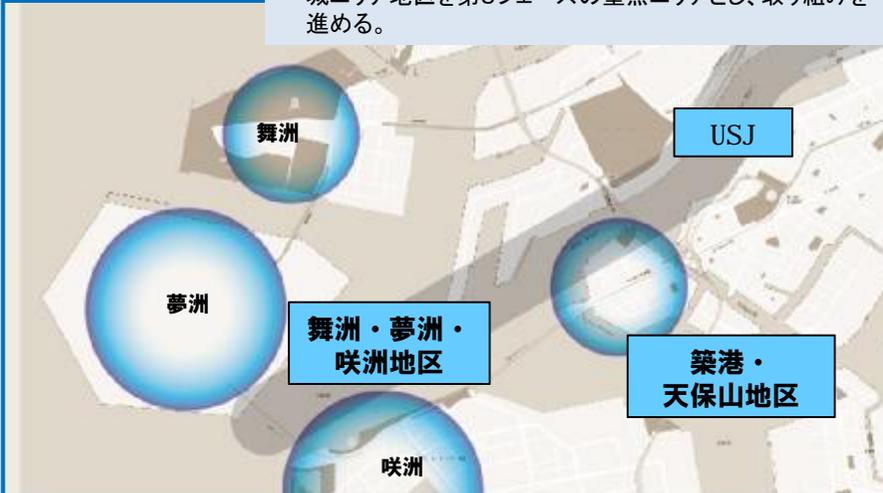
## 新たなエリアへの拡大

- Ⅰ 地域ブランドの向上を図る光のあり方や官民によるエリアコンセプトに基づく施策の検討。
- Ⅰ エリアブランドに基づく夜間景観誘導強化に向けた指針(エリア別 光のまちづくりガイドライン)を策定。

中之島の光景観の広がりに加え、ベイエリア地区、大阪城エリア地区を中心に取り組みを進める。

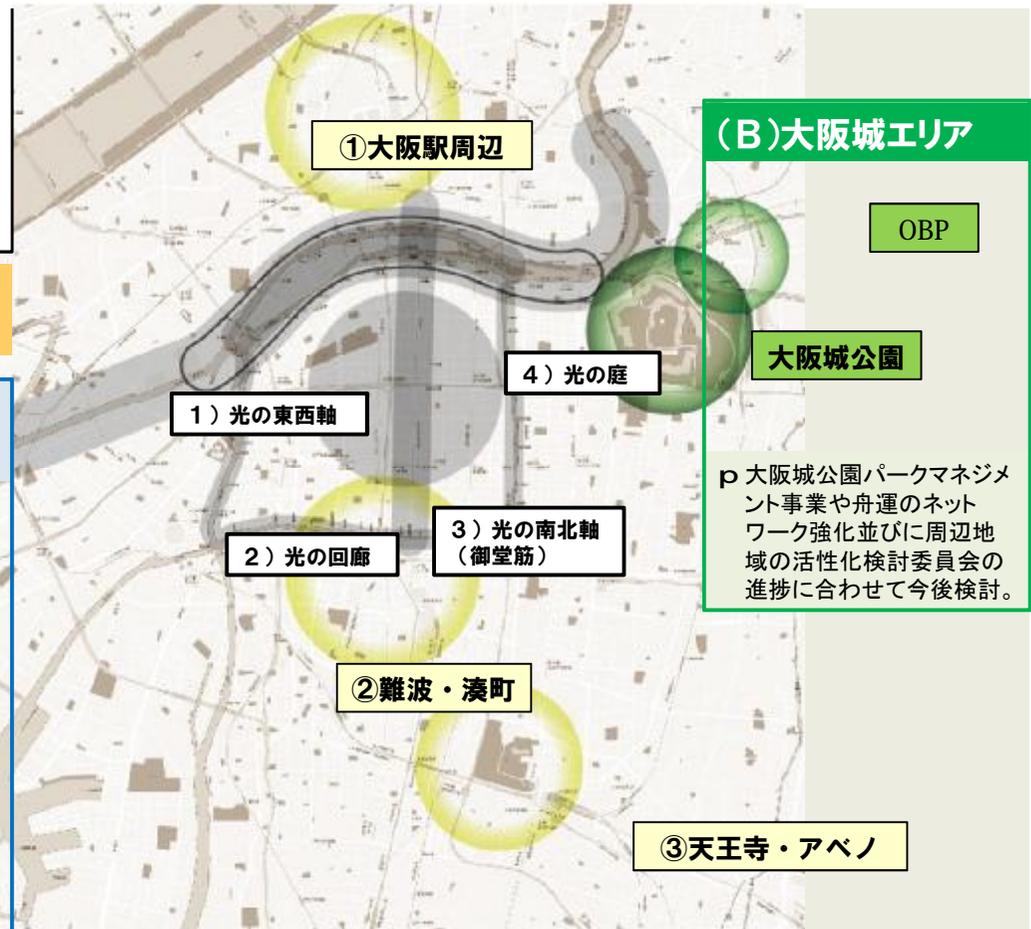
### (A)ベイエリア

p 中之島の光景観の広がりに加え、ベイエリア地区、大阪城エリア地区を第3フェーズの重点エリアとし、取り組みを進める。



### その他の対象エリア

- Ⅰ ベイエリア、大阪城エリア以外のエリアについても検討対象エリアとし、対話を通じて地域が思う①「活かしたいもの」、②「続けたいもの」、③「変えたいもの」を確認するとともに、抽出したコンテンツの価値向上を図る光の役割、手法等の検討を行う。



新たなエリア	(A) ベイエリア (B) 大阪城エリア
その他の対象エリア	①大阪駅周辺 ②難波・湊町 ③天王寺・アベノ

# スケジュール

- I 大阪万博の50周年や東京オリンピックイヤーである2020年を一定の目途として大阪における光のまちづくりの発展を目指す。
- II 2020年をこれまでに積み重ねてきた光の景観、取り組みを一同に集める「官民協働によるまちづくり元年」として位置づけ、その取り組みに向けて第3フェーズのアクションプランを検討する。

