

# 水都大阪パートナーズの 2013年度事業の進捗状況報告

(アクションプラン詳細と実施概要)

～「水と光の首都大阪」をめざして～

# 目次

## ■方針

取り組みの流れ	-----	1
「水と光のまちづくりの4つの基本方針」を受けた目標設定	-----	2

## ■2015年 日常の賑わいづくり

中之島公園 市役所南側 日常の風景	-----	3
中之島公園 芝生広場 日常の風景	-----	4
中之島公園 活動プログラム	-----	5
中之島GATE インナーベイ・マーケットリゾート	-----	6

## ■2015年 水都大阪 文化芸術祭

中之島公園 市役所南側 イベント時の風景	-----	7
中之島公園 芝生広場 イベント時の風景	-----	8
「2015年 日常の風景とイベント時の風景」	-----	9

## ■中之島公園周辺：水辺B I Dの制度設計について

(同 上)	その1	-----	10
(同 上)	その2	-----	11

■水都大阪パートナーズ・アクションプランアクションプラン	-----	12
------------------------------	-------	----

■2013年の「主な取り組み」と「成果・課題」、2014年の取り組み方針	-----	13
--------------------------------------	-------	----

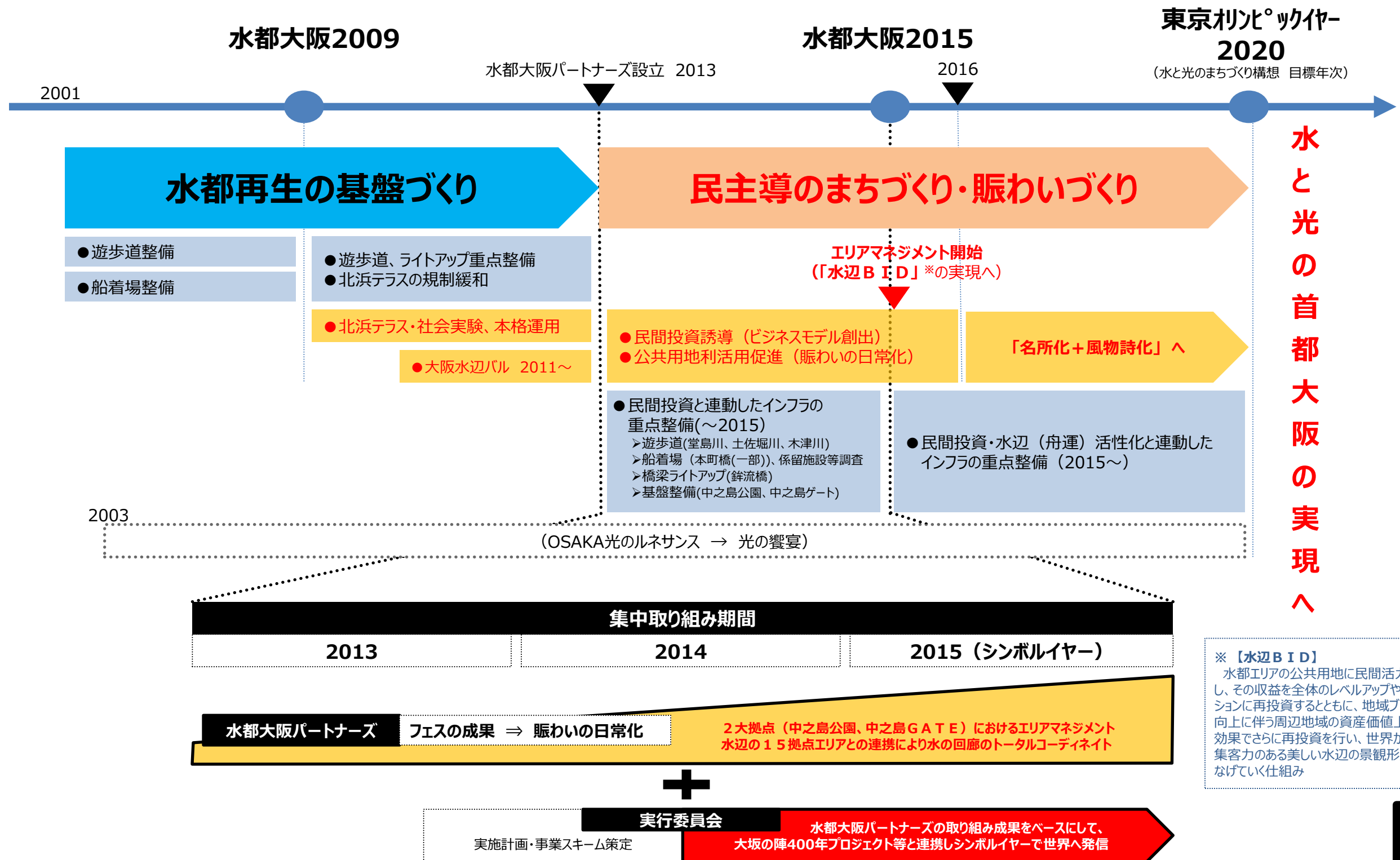
# ■ 取り組みの流れ

◎大阪は都心部に「水の回廊」を有する世界でも稀な都市。2001年の第三次都市再生プロジェクト指定を受けてオール大阪で「水都再生の基盤づくり」を行ってきた。  
 (遊歩道・船着場の整備、橋梁や護岸のライトアップ、常設川床「北浜テラス」、「大阪水辺バル」、冬の風物詩「OSAKA光のルネサンス」、個性的なクルーズなど)

◎誇るべき都市資産である「水の回廊」を活用した「水都大阪」再生を広く伝えるためのシンポレイブメントとして開催された「**水都大阪2009**」で高まった機運をさらに深め発展させ、水と光のまちの楽しさを実感できる都市イメージに刷新していくことが重要。

◎そのため、水と光の魅力で世界の都市間競争に打ち勝つ「水と光の首都大阪」を目指して2013年から始まった「**水都大阪パートナーズによる民主導のまちづくり・賑わいづくり**」の取り組みを結集し、

大坂の陣400年を契機に、天下一祭と連動し、民主導の取り組みの成果を活かした水都大阪の魅力を実際立たせるため、市民・経済界・行政が一体となり、大阪都市創造戦略で位置づけられた**シンポレイブメント2015**に、「水と光の首都大阪」を世界に向けて発信する。





# 「水と光のまちづくりの4つの基本方針」を受けた目標設定

## 中之島公園を「ブライアントパーク」を超える公園に！ 周辺を世界一の水辺に！

2015の姿

- 中之島公園がインバウンドの観光拠点となる
- 中之島公園が府民・市民のさらなる憩いの場となる
- 中之島公園周辺で水辺B I Dが始まっている
- 水都パートナーズがワクワクをコーディネートしている



2013年：2拠点でフェスの開催＋水の回廊への展開

- 1 水の回廊で2拠点(中之島公園、中之島ゲート)を船で繋いで水都大阪フェスの実施と検証
- 2 中之島公園「PICNIC RESORT」→4日間集客11万人
- 3 2拠点集客約16万人→ 経済効果：約22億円 等

2014年：3～4ヶ月の定期的な利用促進等

- 1 定期的なマルシェ&カフェ通りや、定常的な賑わい店舗のトライアル事業
- 2 市民＋企業協賛イベントの誘致など
- 3 マーケットサウンディング等による民間プレイヤーの誘致
- 4 民間誘致のための、電源の敷設等
- 5 周辺地区とのエリアマネジメント検討会の立上げ等

2015年：中之島公園の通年利用＋水上楽しみの舞台

- 1 通年トライアル：毎週開催されるマルシェ&カフェ通りの展開
- 2 企業協賛等による憩いの空間におけるイベントウィーク等(例：世界のビールまつり誘致、読書ウィーク)
- 3 水辺や水上のア水辺に繰り出すクティビティ(水上ホテルやエンターテイメント等)と公園～河川空間等の規制緩和 等

## 水の回廊を「サンアントニオ」を凌ぐ「水と光の観光拠点」に！

2015の姿

- 川に向かい水辺を生かしたまちができる
- あまたの船が川を行き交っている
- 美しい水辺景観が広がり光で輝いている
- 中之島G A T Eで新たなまちづくりが始まる
- 水都全体で水辺B I Dによる魅力向上が実現する



2013：水の回廊全体をステージにした水都大阪フェスの事業展開：

- 1 水都大阪フェス・中之島GATE：国・府遊休地の一体暫定利用の実現→16日間 集客 5万人
- 2 場外型レストランとラバーダック+大阪カンヴァス等
- 3 「大阪の食を船でめぐり楽しむ水辺バルの実施」：水の回廊 1周、6エリアで地域連携
- 4 水の回廊、ネットワーク会議開始及び、5か所の公募助成(道頓堀や舟運から陸のパフォーマンスを観劇する舟運ライド等) 等等

2014：水の回廊全体をステージにした事業展開

- 1 中之島GATE：民間投資を仰ぐための最低限のインフラ投資及び、中央市場との連携化と民間事業者の誘致
- 2 15拠点のネットワーク会議とエリアマネジメントの促進
- 3 マーケットサウンディングや公募による民間プレイヤーの誘致
- 4 中之島全体を光で包む光プロジェクトの開催を連携・支援
- 5 世界の水都との交流(ハンブルグ姉妹都市25周年等)

2015：水の回廊全体をステージにした事業展開

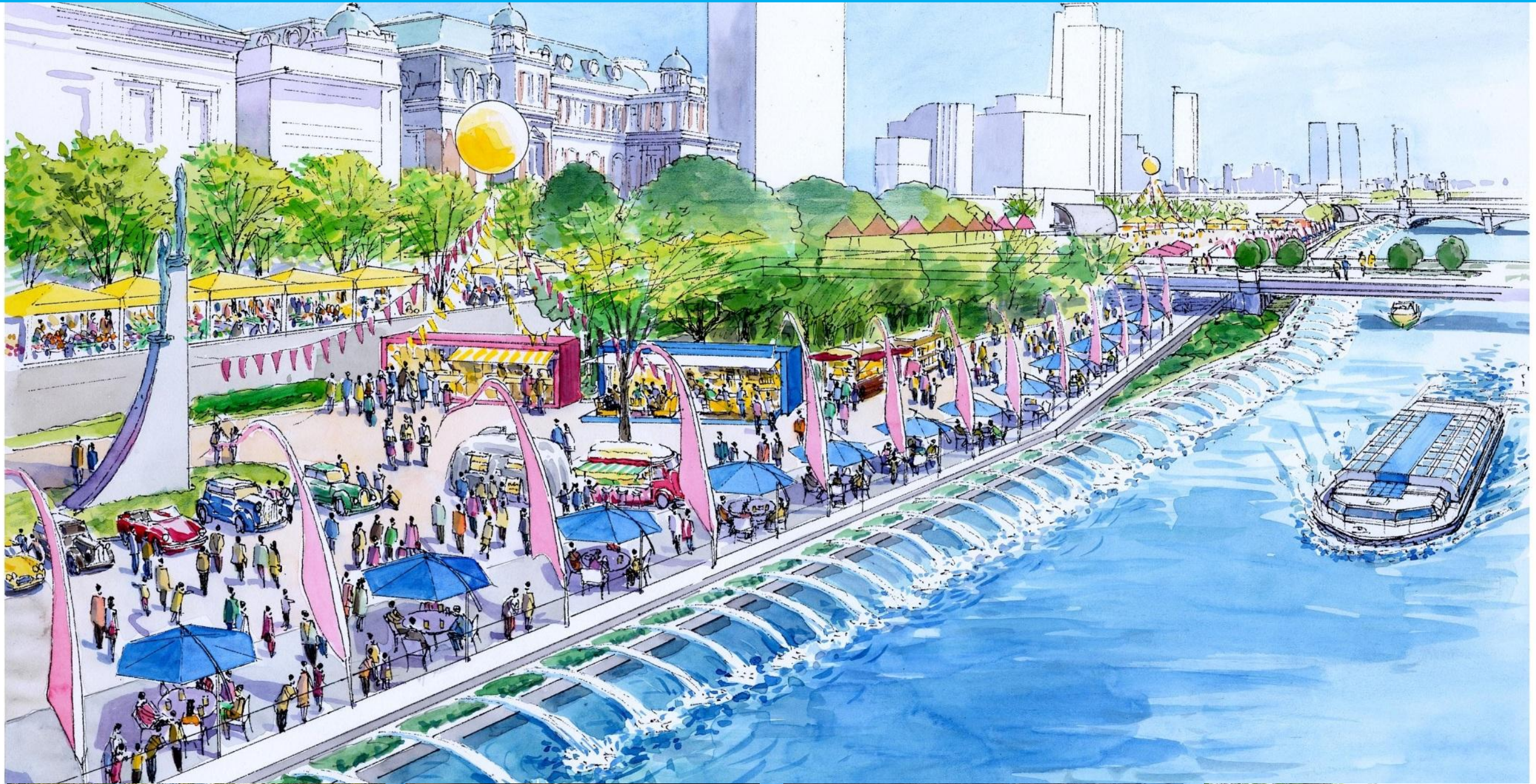
- 1 水の回廊全体で、「大阪の食を船でめぐり楽しむグラン・バル」を開催
- 2 大坂の陣400年の集客を、中之島公園や水の回廊やベイエリア(U S J)へ周遊するクルーズ展開
- 3 河川空間の利用(例：水上ホテルや舟運ライド等)と水の回廊で舟のある風景のための停泊地の確保(中之島ゲート)
- 4 中之島全体を光で包む光プロジェクトの開催を連携・支援

シンボルイヤー  
2015

水と光の首都大阪を世界に発信



# ■中之島公園 2015年 市役所南側 日常の風景



国際的なグリーンマルシェ



ビアガーデン (ホテル日航東京)



チャレンジショップ



仮設ショップ (illy's Shipping Container Cafe)



# ■中之島公園 2015年 芝生広場 日常の風景



フローティングホテル (アマゾン川「The M/V Aria」号)



仮設ショップの運営 (WILD MAGIC)



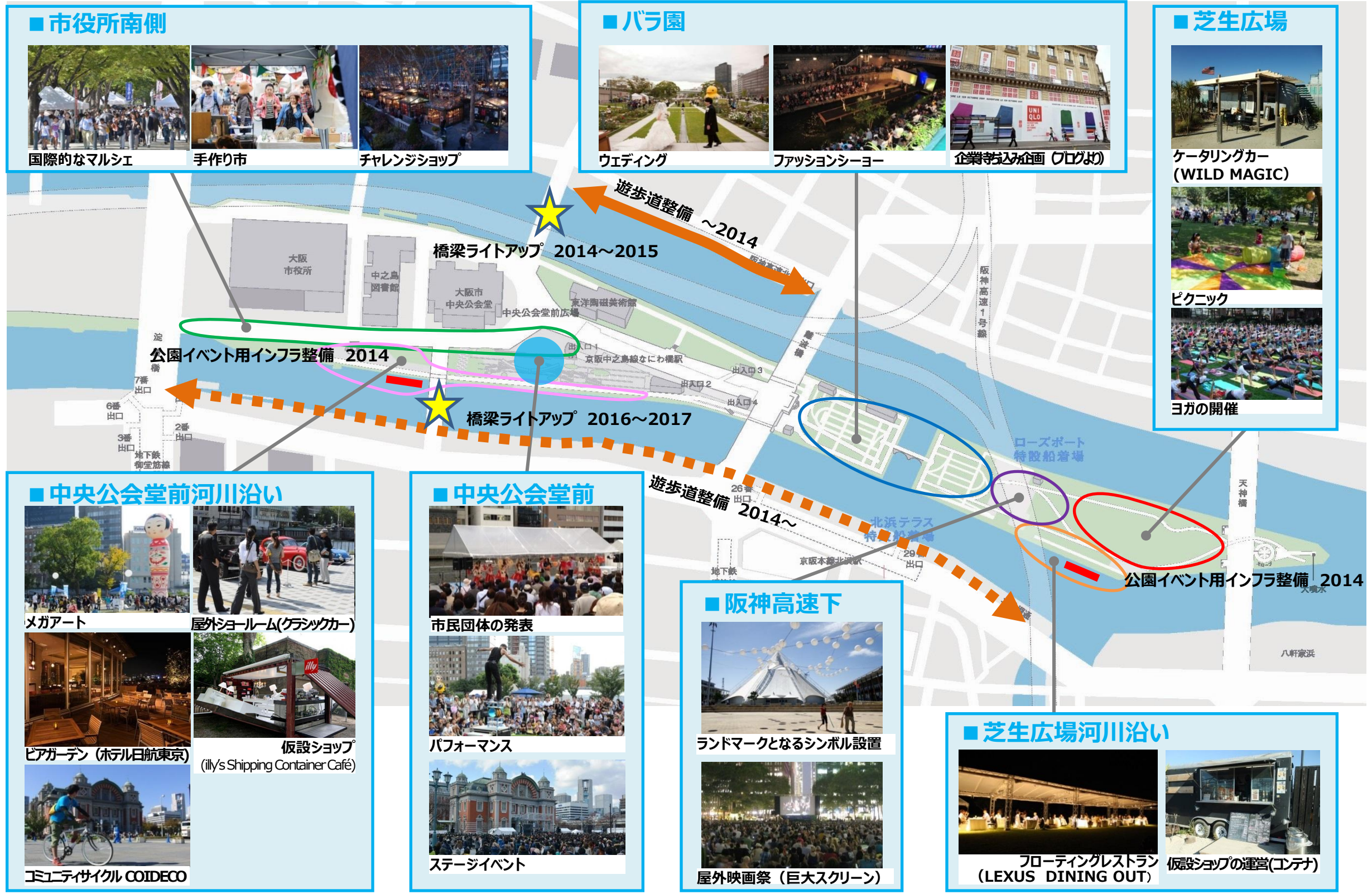
ヨガなどの市民活動(プライアントパーク)



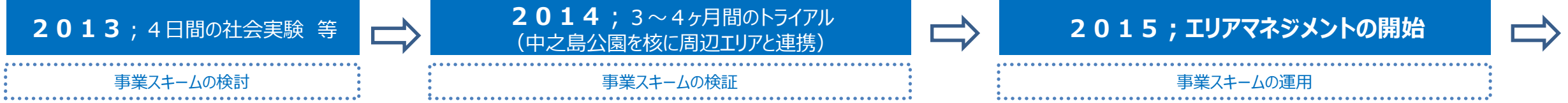
フローティングレストラン (LEXUS DINING OUT)



# ■中之島公園 インターナショナル・パークリゾート 活動プログラム



## ■当面のスケジュール



いつ訪れても何か楽しみが見つかる多様なプログラム展開



# ■中之島GATE インナーベイ・マーケットリゾート

常設の場外市場型飲食施設を備えた、海と川を結ぶ都心周縁のリゾート

## 民間開発動向等による展開エリア全体の開発とエリアマネジメントへ



### 【ポイント】

- 複合的なエリア開発、継続的なエリアマネジメント
  - ・都市計画手法の導入による計画的なまちづくり
  - ・国有地・河川敷地（一部）の一体売却による民間事業者の導入
  - ・親水護岸化と連携した民間開発

- エリア全体の空間デザインコンペ
- 中央卸売市場等周辺への波及

### 【インフラ整備】

- シンボルデザイン化した橋梁架替
- 民間開発と連動した親水護岸整備・人道橋新設等

※長期的には、中之島線の延伸による新駅設置



# ■ 中之島公園 2015年 市役所南側 イベント時の風景



ウォータースクリーン



水上パフォーマンス



パフォーマンス



ステージイベント



# ■ 中之島公園 2015年 芝生広場 イベント時の風景



2015のシンボルとなるランドマークの設置 (水辺博覧会)



1000隻の世界中の船が結集



屋外映画祭 (巨大スクリーン)



メガアート



# ■ 中之島公園 「2015年の風景/日常の風景とイベント時の風景」

日常の風景



2015年の風景



市役所南側 (道路+公園)

芝生広場

大文化祭の風景





## 目 標

「収益」で継続的に賑わいづくり・運営管理ができる仕組みをつくる

### 中之島公園

※参考事例；ブライアントパーク（B I Dによる運営管理）

- ・設立当初 ; ニューヨーク市から運営委託として支出（年間約2500万円程度）
- ・現状 ; 全てを民間資金でまかなっている（B I D税含む、全体の約7割がイベントやレストラン収入）

#### 現 状

（公園）

- ◎ マルシェ等の店舗展開は、常設でない一時占用の範囲内での運用が限度
- ◎ パートナースによる常設の収益施設の設置・誘致は**新たな制度化**が必要

（河川）

- ◎ 水上ホテル等は河川敷地占用許可準則に規定がない
- （◎ ローズポートの地域管理）

#### 課 題 と 方 針

- ◎ 2015の年間を通じた事業展開に向け段階的に拡大実施
- ◎ 民間事業者を引き込むためには**数年以上の期間**で資金回収できる事業スキームが必要  
⇒ P M O、水辺 B I D等に向けた制度設計が必要  
**「関係管理者とともに検討会を設置」**
- ◎ 社会実験として2014～2015に検証実施
- ◎ 準則改正に向けて国家要望・特区提案など

### 八軒家浜

#### 現 状

（河川）

- ◎ 府（河川管理者）の管理のもと、利用に応じて一時占用で対応
- ◎ 一部市の緑道があり、河川占用に加えて公園占用の手続きも必要

#### 方 針 と 課 題

- ◎ パートナースが賑わい創出をトータルコーディネートするため、包括的に占用（使用）できる事業スキームが必要  
⇒ **「関係管理者とともに検討会を設置」**

公園・河川の利活用マネジメントにあたり、立ち上げ支援をお願いしたい







# ■水都大阪パートナーズ・アクションプラン

## 船でつなぐ水辺の名所・ネットワーク

民間運営主体の管理による  
水辺拠点&ネットワークの実現

- 2大拠点（中之島公園、中之島GATE）を主導
- その他拠点と連携し、水辺バル等共同プロモーション促進・民間投資誘導



● : 拠点創出    ● : 既存拠点    ● : 計画拠点

### 2015の姿

大阪城	PMO・地域と連携し、新たな水辺の賑わいを創出
中之島公園	水辺をマルシェ等で彩り、パフォーマンスやパレード等で演出
北浜	北浜テラスの川側の遊歩道設置、対岸中之島公園とセットで水辺風景創出
裁判所前	小型船が係留する水辺のレストラン・ウェディング
中之島GATE	常設レストランで食を、ウォータースポーツや光の演出でエンターテインメントを楽しむ
木津川	遊歩道の段々畑で地域と実りと憩いの水辺を育む
大正	商業施設を呼び込み、リバーサイドフェスタで演出
日本橋	インバウンドを呼び込む水辺のオープンカフェ等
本町橋	地先利用やオープンカフェ等、両岸が賑わう小型船係留基地

エリア名	2013	2014	2015 (シンボル年)	2016	2017	2018
1) 中之島公園周辺	フェス トライアル事業	マルシェ等 トライアル事業 電源インフラ	エリアマネジメント実現	恒常的な賑わい		
2) 北浜	バル	店舗オープン	エリアネットワークを通じた連携支援（活性化） 遊歩道・船着場等 設計・整備 梅檀木橋ライトアップ			
3) 裁判所前	遊歩道・船着場整備		エリアネットワークを通じた連携支援（活性化） 銚流橋ライトアップ			
4) 中之島 ガーデンブリッジ	店舗オープン		エリアネットワークを通じた連携支援 賑わいの仕組みの検討			
5) 中之島GATE	フェス、バル トライアル事業 橋梁調査	店舗オープン 連携調査	暫定場外市場型レストランの運営 総合整備・エリアデザイン検討	総合開発に併せた賑わいづくり		
6) 大阪城ハーバー	意向調査等		エリアネットワークを通じた連携支援 船着場等設計・整備			
7) 本町橋BASE	バル	意向調査等 船着場整備	エリアネットワークを通じた連携支援 賑わいの仕組みづくり 下水道工事と連動した賑わい施設等 設計・整備			
8) とんぼり リバーウォーク	バル	エリアネットワークを通じた連携支援（活性化）				
9) 木津川、 大正・三軒家	バル	協議会等	供用開始	賑わいの仕組みづくり 遊歩道・船着場整備（木津川） 船着場等 設計・整備（大正・三軒家）		
10) 八軒家	バル	エリアネットワークを通じた連携支援 賑わいの仕組みの検討				
11) ほたるまち	エリアネットワークを通じた連携支援 賑わいの仕組みの検討					
12) 中之島バンクス	エリアネットワークを通じた連携支援（活性化）					
13) 中之島4・5丁目	エリアネットワークを通じた連携支援					
14) U S J	エリアネットワークを通じた連携支援					
15) 天保山	エリアネットワークを通じた連携支援					

➡ パートナーズ事業  
➡ ハード整備  
➡ 連携・支援



# 2013の「主な取り組み」と「成果・課題」、2014の取り組み方針 (10月末時点)

代表指標	H24末	H25目標	H25中間 (10月末)	H26目標
水辺のビジネス活用件数	20件	30件	39件	40件
舟運利用者数	44万人	45万人	44.7万人	47万人
水都大阪サポーター数	(前年度継続者) 40名	135名	103名	190名

パートナーズ支出金 4500万円

- 連携企業(協賛) 60社
- 新聞・テレビ等広報(価値換算) 6600万円

直接消費額 5億円  
経済波及効果 22億円  
(内、民間投資額 9600万円)

- 店舗売上高 5100万円
- 出展者数 394

※試算中

## ① 世界各国から注目される「水と光のシンボル空間」を実現 (課題)

- 中之島公園**
- 中之島GATE**
- その他拠点**

◎水都フェス；市役所南側プロムナード(道路敷)で初めて実施、世界の食(ビール)とエンターテインメントの融合、アート+子ども向けWSで相乗効果  
◎米PPSとのBID意見交換  
◎公共施設管理者等と水辺BIDに向けた取り組みについて検討開始

◎水都フェス等；国・府の管理地の活用、卸売市場との連携、両岸連携、水辺のアクティビティ・クルーズの実施、ラバーダック・おおさかカンヴァスとの相乗効果  
◎国・府管理者と水辺BIDに向けた取り組みについて検討開始、地域協議会設立に向けて協議開始

◎公募助成事業の実施  
・水辺屋台(東横堀川)、オートムフードマーケット(中之島公園)、とんぼりリバーテラス(道頓堀川)、愛の儀式赤い部屋青い部屋緑の部屋展(中之島バンク)

- 恒常的な賑わい創出
- 民間投資誘導のための常設電源の整備
- 常設に向けたマネジメント、テナントミックス
- 民間投資誘導のためのインフラ整備
- エリアマネジメントの仕組みづくり
- 民間投資誘導のためのインフラ整備

- 定期的トライアル事業の展開
- 恒常的な賑わいの仕組みづくり
- 事業者による継続的トライアル事業の展開
- エリアプロモーションの実施
- 大阪城港、大正、本町橋エリア等の拠点創造
- 道頓堀等の既存エリアの一層の活性化

## ② 「水と光」の魅力で誰もがいつでも楽しめる「水と光のテーマパーク」に (課題)

- 水辺拠点エリアネットワーク**
- 水都大阪フェス**
- 観光商品開発**
- プロモーション**

◎準備会を開催、各拠点の運営支援、共同プロモーション「水辺バル」を実施(6拠点と連携)

◎水都回廊をキャラバン展開開始；中之島公園(定着化)に加え、中之島GATEの2会場で分散実施  
◎アンケート結果  
・【満足度】中之島公園；74%、中之島GATE；81%  
・【プログラムの評価状況】中之島公園；マルシェ&マーケット；23%、バルミュージアム；16%、中之島GATE；ラバーダック44%、場外市場型レストラン&ライブ38%  
◎パートナーズが主体となって運営・調整(これまでは府市経済界で構成する水都大阪推進委員会にて実施)

◎大阪水辺バルの実施(初の水の回廊一周運行)  
◎中之島シャトルクルーズ、ラバーダックパレードクルーズの催行  
◎大阪コミュニティサイクルコイデコ(レンタル自転車)の実施  
◎大阪エンターテインメントクルーズ(大阪城~中之島)；3月実施予定(公募助成事業)

◎水都大阪フェス2013やSNSを通じた旬の情報発信、ラバーダックを通じた国内外の水都大阪ファンの醸成  
◎パートナーズサイトの立上げ、公式FB(購読約2400人、内海外240名)  
◎ハンブルグとのコラボ企画、旅フェア等東京での広報、PPS(米)等先進事例の情報交換など広報活動  
◎観光商品の販路開拓支援(旅行会社7社の、26年度上期パンフレットに、水都大阪のロゴマークとクルーズ商品が掲載予定)

- 各拠点の魅力創造、自立化
- 水の回廊の拠点間の連携促進
- 水都フェスの日常化
- 舟運や光との連携した利活用実績の蓄積
- イベントミックス
- 舟運事業者との連携強化
- 新商品開発、PR手法、リピーター開拓
- 交通アクセス改善
- 通年のプロモーション、ブランディング
- パートナーズのビジョンやプロジェクトのPR
- 多言語化の充実

- ネットワーク会議による情報共有、課題検討
- 官民連携したロードマップ更新
- 共同プロモーション「水辺バル」の拡大
- 恒常的な賑わい創出の取り組みの推進
- 舟運や光と連携した取り組み
- 2015実証実験と連携実施
- 舟運活性化プラットフォーム構築
- 水陸一体となった企画商品開発
- コミュニティサイクルCOIDECOのポート拡大
- 舟運業者やホテルと連携しウェブサイト構築
- ブランディング調査、観光局と連携しインバウンドへ発信を検討
- 世界の水都と情報交流促進

## ③ 水と光による新たなビジネスモデルや賑わいの創出に向け、国内外のタレントが集い、活躍する舞台に (課題)

- サポーター育成・市民参加**
- 企業連携**

◎サポーター103名、養成講座開催11回  
◎水都大阪フェスにおける公募プログラム 19件(採択)  
◎12月以降、次年度に向けた(仮称)サポーターミーティングを実施予定

◎COIDECO；ポート増をめざして営業活動を展開中  
◎IT関連のバックアップや水都大阪関連のビジネス構築等の人的支援を含めたパートナーシップの提携調整中  
◎舟運業者と連携して観光商品化に向けて検討中

- 継続的な関わり機会の創出
- プラットフォームの形成
- 協賛企業の開拓
- ビジネスモデルの構築
- BID構築と参加企業の促進

- 養成講座・ミーティングの継続的な実施
- 水辺拠点活動への参加拡大検討
- コアカンパニーボードの形成
- 連携(協賛)企業への営業活動強化