

第3フェーズアクションプラン検討について

《概要版》

2017年1月24日

光のまちづくり推進委員会

1. 第2フェーズ(2014年～2016年)までの成果(1)

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>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 ● 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 ● 中之島 ナイトビュークルーズ ● 北浜テラス (出典:水都大阪HP) ● ほたるまち</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 ● 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 ● 大阪・光の饗宴 ● 光のルネサンス (ウォールタペストリー) ● 御堂筋イルミネーション</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>● LUCIを活用した国外への情報発信、書籍発刊による国内への情報発信 ● 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 ● ミールクーポン ● 書籍「光のまちをつくる」 ● LUCI総会2016 (出典:LUCIウェブサイト)</p>

第3フェーズ 2017年～2019年

2. 第3フェーズ・アクションプラン検討項目と構成(案)

検討項目	<ul style="list-style-type: none"> ① 2020年を目途として「水と光の首都大阪」としてのブランド確立を目指した具体的な施策を検討 ② 各エリアの個性を際立たせる光の在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 ③ 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 ④ 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
-------------	---

第3フェーズ・アクションプランの構成(案)	
《項目1》 光のランドデザインの具体的な方向性の策定	
光の都市軸 <small>キーワード: 日常</small>	<ul style="list-style-type: none"> ① 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 ⇒「中之島エリア・光の回廊エリア」の強化 ② 各エリアのコンセプトを踏まえガイドラインに基づく計画・指針の策定と新たなエリアへの拡大 ③ 光の南北軸における景観向上・民間開発との連携/エリアマネジメント等との協働推進
光の暦 <small>キーワード: 非日常</small>	<ul style="list-style-type: none"> ① 大阪・光の饗宴等を通じた各エリアの個性を活かした光プログラムの充実と拡大 ② 四季を彩る光プログラムの拡充
光百景 <small>キーワード: ブランディング</small>	<ul style="list-style-type: none"> ① LUCIを通じた海外における大阪光のまちづくりのブランドアップ ② 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(マップ制作等) ③ 関西各都市との光によるネットワーク強化と情報発信(商品化) ④ 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
具体化に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ① 光景観を考慮したメンテナンスガイドライン等の検討と専門性を加味したメンテナンスマネジメントの仕組みづくり ② スマートライティングの検討と技術力の強化 ③ 光による「安全安心なまちづくり」の検討 ④ 最新技術などの勉強会や研修会の開催
《項目2》 官民協働のまちづくり元年に向けた取り組み (大阪・水+光の都市博(仮称))	
《項目3》 2020年以降の構想策定 (ブラッシュアップ)	

2020年に
向けた目標

光のまちづくり
の目標

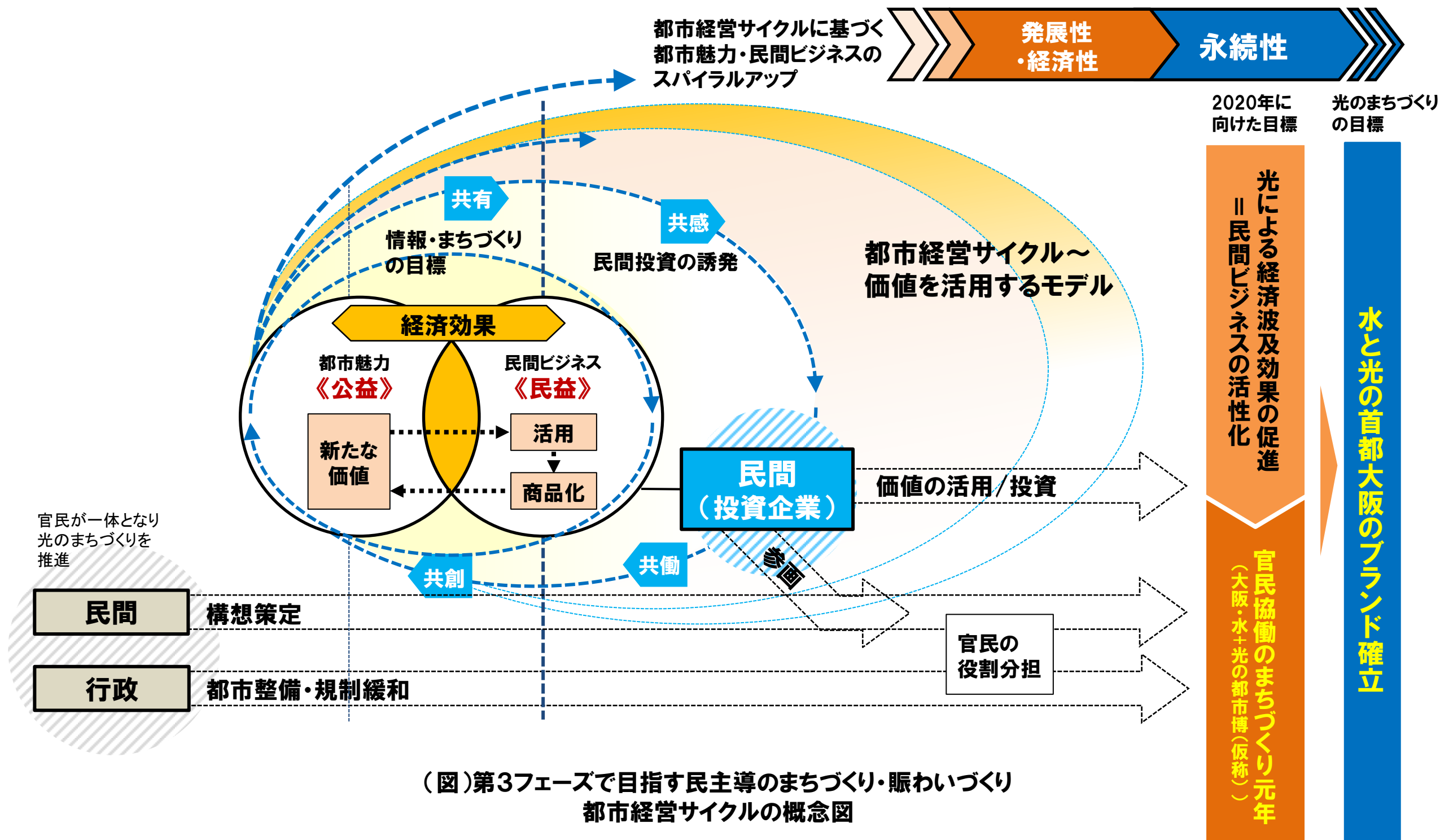
光による経済波及効果の促進
民間ビジネスの活性化
官民協働のまちづくり元年
(大阪・水+光の都市博(仮称))

水と光の首都大阪のブランド確立

3. 官民協働のまちづくりの概念

～民間が投資価値を感じるまちづくりの仕組みを検討～ 都市経営サイクルの構築

都市整備から都市経営への転換する仕組みの検討



4. 新たな取組みエリアの検討

～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と新たなエリアへの拡大～

□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、取組みを進める。

- ベイエリアについては、天保山ハーバービレッジの観覧車、海遊館、赤レンガ倉庫をはじめ、光の演出を実施中。今後、効果的なライトアップ箇所を、地域のまちづくり団体とともに、検討を行う。
- 大阪城エリアについては、大阪城を歴史観光拠点としての整備推進構想もあり、光景観の整備に関しても、検討および推進を図っていくこととしたい。

□「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪」など、建物の魅力を発信する取り組みと連携し、ライトアップを推進。

□ 大阪城公園パークマネジメント事業や舟運のネットワーク強化並びに周辺地域の活性化検討委員会の進捗に合わせて今後検討。

6)大阪城エリア

OBP

大阪城公園

大阪駅周辺

4)光の庭

1)光の東西軸

2)光の回廊

3)光の南北軸(御堂筋)

□ 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
⇒「中之島エリア・光の回廊エリア」の強化

□ 御堂筋デザインガイドラインをベースとして民間企業を中心に行政、施設管理者などが連携して光景観に関する情報交流を行う仕組みの検討。

5)ベイエリア

□ ベイエリア、みなとの魅力や特徴を活かした光のまちづくりの推進を検討。

築港・天保山地区

咲洲・夢洲地区

難波・湊町

天王寺・アベノ

5. 水と光の首都大阪の実現に向けた推進イメージ

