平成26年度水都大阪パートナーズの取組みについて

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

平成25年度（2013年度）
1 から 2 へ

認知度向上のため、中之島公園単体から2拠点に拡大し水都大阪フェス開催

1） 水の回廊で2拠点（中之島公園、中之島GATE）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「ピクニックリゾート」
　⇒4日間、集客約11万人
3） 中之島GATE会場「インナーベイマーケットリゾート」
　⇒17日間、集客約5万人。

＊2拠点で集客約16万人･経済効果約22億円

平成26年度（2014年度）
イベントから日常へ

イベントの定着

1） 2拠点でのイベントから日常的な賑わい形成
［中之島公園］
長期間のグリーンマーケットやオープンテラス等賑わい創出事業のトライアル開始
［中之島GATE］
フィッシャーマンズマーケットとイベントの定着、船のある風景づくり

世界に発信するための、国際集客・交流拠点及びランドマークの創出

1） 水都大阪の魅力を世界に発信し、国際集客･交流拠点の 創出を実現する民間プレイヤーの発掘誘致
2） 民間誘致のためのインフラ投資等
3） エリアマネジメントの仕組みの検討と構築

平成27年度（2015年度）
中之島から‘NAKANOSHIMA’へ

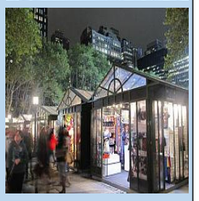
中之島全体での水辺エリアマネジメントモデルの確立

1） 2拠点が通年で賑わい、エリアマネジメント活動も開始
［中之島公園］
･グリーンマーケットやオープンテラス等イベントの風物詩化
･世界に発信する国際集客･交流拠点及びランドマークの実現
⇒ 水と光の大文化祭、ミズベリング世界会議 等
［中之島GATE］
･フィッシャーマンズマーケット等と船のある風景が定着

2） 両地区で水辺に繰り出すコンテンツが増え、舟運と連携した水辺のシンボル拠点が形成される

平成28年度（2016年度）の姿

- **［中之島公園］ インバウンドの観光拠点になるとともに、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GATE］ フィッシャーマンズマーケット等ができ、川の駅として、船のある風景が定着する**
- **2拠点で水辺のエリアマネジメントが始まるとともに、水都大阪のショーケースとなる**
- **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　等**



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

平成25年度（2013年度）
水の回廊における拠点づくり支援と舟運の魅力づくり、情報発信

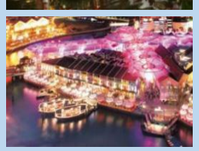
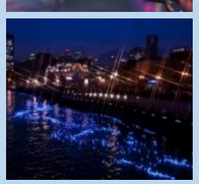
1） 水の回廊の拠点づくりへの助成･公募
2） クルーズ船の楽しみ方造成
　・「大阪の食を船でめぐり楽しむ水辺バルの実施」
　・ ラバーダッククルーズ造成
　・ 2拠点をつなぐクルーズ船造成
3） 国内中心の水都大阪の情報発信
　・ 水の回廊、ネットワーク会議開始

平成26年度（2014年度）
水の回廊全域での水辺の名所化、ネットワーク構築

1） 先行拠点の支援強化と拠点情報発信の充実
　・ 水の回廊でのマーケットサウンディングや公募と民間投資の誘発（大阪城、大正、本町橋等）
　・ 水都コンシェルジュ制度導入による17拠点の情報発信の強化
2） 舟運の活性化･回遊体験商品の造成
3） 国内外へ向けた情報発信
　・ 海外メディアへの発信
　・ 水都都市との連携

平成27年度（2015年度）
水の回廊全体をステージにした面的な事業展開

1） 先行拠点での施設開業
2） 大坂の陣400年や「水と光の大文化祭（仮称）」と連携した旅行商品の展開
3） 国内･海外の水都との交流
　・ 中之島全体を光で包む光プロジェクトと、「水と光の大文化祭（仮称）」の連携

平成28年度（2016年度）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**
- **情報発信、プロモーション等、水都全体でエリアマネジメントによる魅力向上が始まり、国内外に水都大阪が知られる**