

各ワーキンググループ(WG)での検討状況

- 水と光のまちづくり推進WG
- アーツカウンシル検討WG
- 文化施策再検討WG
- 観光・国際交流戦略検討WG
- エリアマネジメント検討WG
 - 大阪城・大手前・森之宮地区WG
 - 文化芸術重点エリア検討WG
 - 天王寺・阿倍野地区WG
 - 御堂筋WG
 - 築港・ベイエリア地区WG
- 主要事業・計画等再構築検討WG(スポーツ施策)

水と光のまちづくり推進WG

■ 検討の到達点

水と光の首都大阪の実現に向けて

目標：水と光の首都大阪

- ヒト、モノ、情報が集中する水と光のまち
- 「水と光のまちづくり」の最先端をリードする都市
- 水と光で世界とつながる都市

民にできることは民に（公民の新たなパートナーシップ）

- ◇民が主体となり、さらに飛躍する、水と光のまちづくりへ
- ◇行政は民間活動を最大限サポートし、一体的に新しい公共を構築（規制緩和、インセンティブ、活躍の場づくり、投資を呼び込む制度設計等）
- ◇必要に応じて、パートナーズ等と連携し、大阪の都市魅力を先導するパイロット事業を展開
- ◇集客・投資促進 ⇒ 民が稼ぐ ⇒ 水辺の活性化に再投資

■ 検討の内容

水と光のまちづくり推進の再重点化

都心部に水の回廊を有する「水都大阪」の特徴を活かした都市魅力戦略に基づくまちづくりによって、経済の活性化と都市ブランド向上、さらにはシビックプライド醸成に効果的に取り組む

水と光の コリドール

ポテンシャルある地域に新たなシンボル空間を創造し、大阪の主要集客拠点と水の回廊をつなぐ

水と光の グラン・パル

水と光のコリドールを、10,000のバルと1,000の魅力と100の船が奏でる食の祭典「水と光のグラン・パル」で盛り上げる

水と光の プロモーション戦略

水と光のまちづくりを世界へ発信し、シビックプライドの高揚、世界的な水と光のネットワークの構築を図るとともに、「水都大阪2015」（シンボルイヤー）で強力にプロモーション

水と光の首都大阪の実現のための推進体制の整備

- ◇数値目標の設定
- ◇競争原理の導入
- ◇PDCAサイクルの確立

パートナーズ 民主導の 統括推進組織

水都大阪推進のノウハウを継承しつつ、「水と光の首都大阪」実現のヘッドクォーターにふさわしいプロフェッショナル組織

- ◇公募やスカウトにより、プロモーション・まちづくり・経営に明るい人材を獲得
- ◇成果主義に基づき、一定期間の評価により契約更新を判断

※財源・・・自主財源の確保を目標とし、必要に応じて公と民で下支え

オーソリティ

行政組織

◇府市や縦割りを超えた一体的な行政組織を構築。都市魅力を生み出し、価値を高めるよう、都市経営の視点で民間活動を最大限支援

◇民間活力を活かした都市魅力づくりに必要な制度設計（BID等）に主導的に取り組む

「水と光の首都大阪」実現を支える環境づくり

シビックプライドの醸成

まちづくりへの住民参加、住民協働を実現、基礎自治体との連携強化による「水と光」の府域展開

例) シビックプライドプラザの設置、10万人のサポーター、レポーター育成

水と光の世界・全国的ネットワーク構築

各都市との連携、国際会議等の招致

例) 全国あかりサミット本部誘致、LUCI総会誘致、全国水都ネット会議、国際水都会議

■ 今後の取り組み

水の回廊とその周辺のエリアマネジメント対象地域を特区エリアとし、パートナーズとオーソリティがタッグを組んで都市の魅力を強化する水と光のコリドールの実現に取り組む



水と光と緑の立体都市
（中之島文化芸術島構想）
世界に誇る水辺都市の風景



北新地ガーデンブリッジ
橋上空間にぎわい利用



本町橋BASE
まちなかを楽しむ小型船基地
（イメージ作成：大阪商工会議所）

新たなシンボル空間の創造

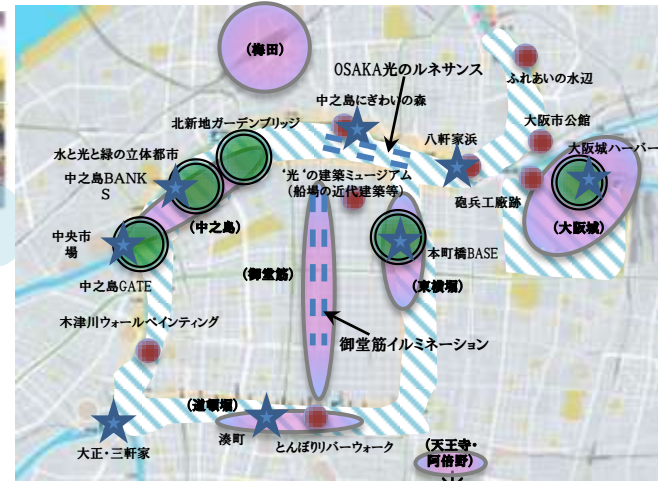


中之島GATE
中之島西端の剣先シンボル化
水辺空間にぎわい創生



大阪城ハーバー
水陸交通の結節機能高める船着場

- 水と光のまちづくり特区エリア
- シンボル空間創出エリア
- BIDエリア（エリア箇所）
- 水辺の魅力拠点
- 水陸の結節点
- OSAKA光のルネサンス
御堂筋イルミネーション



光のまちづくり推進



「水辺の魅力拠点」と「水辺のにぎわいや魅力づくりに取り組むエリア」

舟運の活性化により、シンボル空間や陸と川をつなぐ水辺の魅力拠点などの回遊性を高め、さらに水と光のグラン・パルで水辺空間を堪能

○大阪城・砲兵工廠跡 ○大阪市公館 ○ふれあいの水辺 ○中之島にぎわいの森 ○'光'の建築ミュージアム（船場の近代建築等） ○水の回廊をめぐる遊歩道整備（土佐堀川、木津川） ○舟運活用の取組み（係留施設、船寄場、桁下高さの低い橋梁改良）

○東横堀川・道頓堀川での川床、水質改善対策などの取組み ○御堂筋のにぎわいづくり 等々

水と光の首都大阪実現に向けたプロジェクトの展開(案)

※関係者との今後調整予定の内容を含む

平成24年6月現在

| | | 平成24(2012)年度 | 平成25(2013)年度 | 平成26(2014)年度 | 平成27(2015)年度 | 平成28(2016)年度～ | |
|---------------------|-------------|---|----------------------------|---|---------------------------|--|--|
| 取組み全般の進め方 | | スキーム構築・試行実施 | スキーム運用 / 事業着手 / 事業開始(先行事業) | | シンボルイヤー | 新たな魅力創造を展開 | |
| 水都大阪2015 | | 事業素案検討 | 実施体制確立 | 事業詳細決定 参加よびかけ コンテンツ検討 | 水都大阪2015開催 | 新たな魅力向上に つながる事業・ コンテンツを逐次検 討、追加 | |
| 水と光のグラン・パル | | プレ・グランパル(1stステージ) 水都大阪フェス事業として先行実施 | 事業規模拡大 (2ndステージ) | 集客プロモーション 事業アピール (3rdステージ) | シンボルイヤー事業 水と光のグラン・パル開催 | | |
| 中之島にぎわいの森 | | 工事 | オープン | | | | |
| 中之島GATE | シンボル空間の創出 | | 設計 | 順次 工事着手 | 剣先のシンボル完成 | 順次完成 | |
| | 水辺の回遊性の向上 | 調査 | 船着場の設計・整備 | 回遊ルート検討 | モデルルート試行 | 回遊ルートの本格稼動 | 順次完成 新たなルート開発 |
| | 水辺のコンテンツづくり | | 事業者選定 | 工事着手 | | 営業開始 | |
| 北新地ガーデンブリッジ | | 課題整理 実施検討 | 各関係機関との協議 | 設計 | 事業者選定 | 工事 | 営業開始 |
| 水と光と緑の立体都市 | | 課題整理 内容検討 | ※官民情報共有 | スキーム検討(事業運営組織・エリアマネジメント組織) | 事業展開のステージに移行 | 立体都市構想の公表 | 順次事業化 |
| 大阪城ハーバー | | スキーム・事業化検討 | 設計 | 工事 | ハーバー オープン | 賑わい施設事業者 公募 | |
| 本町橋BASE | | 小型船 係留実験 本町橋100周年記念実行委員会 | 係留施設 活用ルール検討 | 事業者公募・選定 | プレオープン イベント | オープン | 運用を踏まえた ルールのブラッシュアップ |
| 東横堀川・道頓堀川での取組み | | 本町橋 船着場 道頓堀・東横堀川 床 道頓堀・東横堀川 深 西道頓堀護岸耐震 | 調査・検討 設計 | 工事 | 現場整備 | 運用開始 | 新たな魅力向上に つながる事業・ コンテンツを逐次検 討、追加 |
| 光の取組 | | 大阪冬の光 イベント 統合実施 | LUCI総会誘致活動 | 大阪光のまちづくり2020構想に基づく事業展開 | LUCI総会開催 | シンボルイヤー 光の事業 | |
| '光'の建築ミュージアム | | 事業スキーム検討 ●活用試行 ●効果分析 | 歴史的建築物の再生・活用促進 | ●ライトアップ・外観整備の促進、活用の促進 ●建物所有者、まちづくり活動団体・企業・地域等との連携による魅力発信 | '光'の建築ミュージアムの実現 | | |
| 舟運の活用 回遊性向上と動的実施 | | 円滑な航行の確保 | 船寄場設置に向けた検討(モデル策定) | 新規参入を含めたモデルルート運航者募集 | 仮設船寄場設置(実証実験) | 順次事業化 | |
| 舟運の振興と安全対策 | | 係留施設検討 | 係留施設設置・運営のスキーム検討 | 事業実施 | 係留施設の一部運用開始 | 順次運用開始 | |
| | | 航行ルールの見直し | 新航行ルールの運用開始 | | | | |

アーツカウンシル検討WG

大阪アーツカウンシル(Osaka Arts Council : OAC)の概要

～広く、深い知見を有した専門家で構成された組織～

大阪の文化行政を推進するにあたり、文化の主役は府民、行政はサポート役という基本理念に基づき、大阪にふさわしい文化施策のあり方について、行政ではなく、広く、深い知見を有した専門家が評価、企画、調査等を行うことで、より大阪にふさわしい文化行政の展開を図るとともに、さらなる専門性・透明性・公正性を確保する。

さらに、その母体となる文化施策審議会を通して知事、市長に対して意見、提言を行うことで、専門家の知見を活用した政策と文化事業の連動を図ることができる。

大阪アーツカウンシルの3つのポイント

～政策と事業の連動/専門性・透明性・公正性の確保/参画機会の拡充～

①《専門家の知見を活用した政策と事業の連動》

知事・市長が定める文化振興政策(文化振興計画)に基づいて文化施策の評価、企画等を外部の専門家が行うとともに、その成果をもとに母体である文化施策審議会を通して、知事・市長に意見、提言等を行う。これにより、専門家の知見を活用した政策と事業の連動を図ることができる。

②《さらなる専門性・透明性・公正性の確保》

- ・文化事業主体である団体等が専門家による審査、検証等を受ける。
- ・大阪アーツカウンシルそのものの人事、組織体制、運営に関して組織内チェック機能を確立するとともに、文化施策審議会からのチェック機能も働かせる
- ・行政が事業の執行、住民等への説明責任を担う。これらにより、さらなる公正性・透明性を確保する。

③《アーティスト等の文化施策への参画機会の拡充》

多数のアーツマネージャーを起用し、個人も含め、アーティスト等の文化施策への参画機会の拡充を図り、様々な意見を施策に反映する。

大阪アーツカウンシルの機能

評価部会(仮称)

- ・府市文化事業の検証・評価と助成事業の対象の審査(配分含む)評価項目等の設計・導入、制度改善等

企画部会(仮称)

- ・パイロット事業、社会実験事業の企画提案と具体化への提言等

シンクタンク部会(仮称)

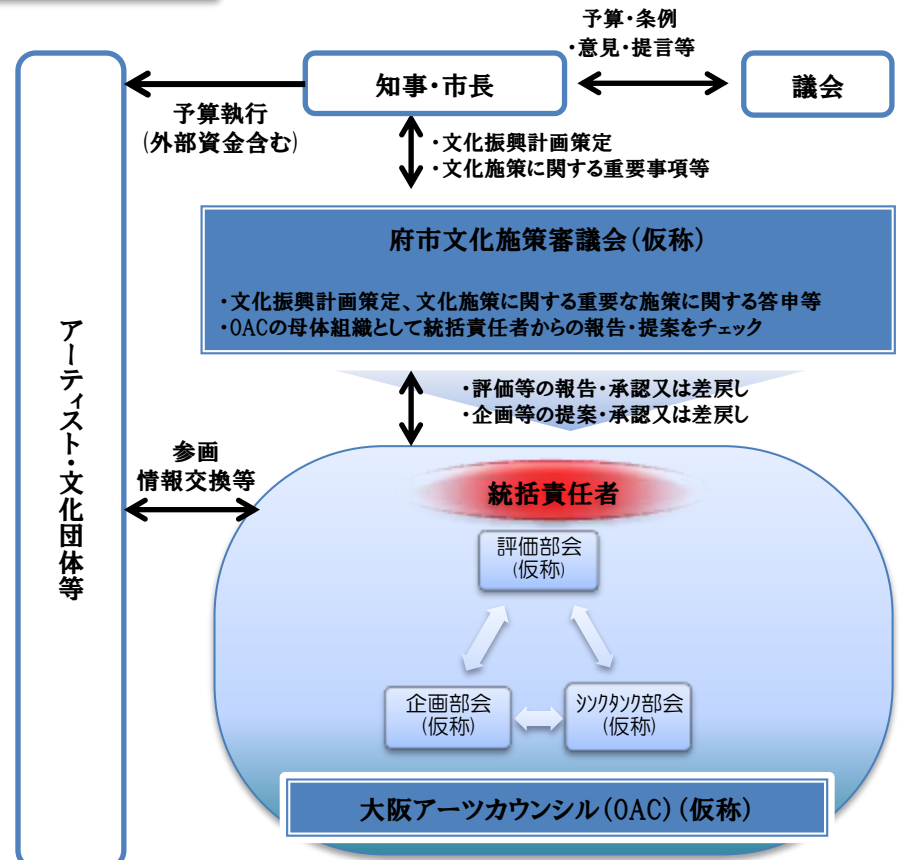
- ・情報の収集、分析、提案、民間資金誘導の検討等

※機能は段階的に拡充

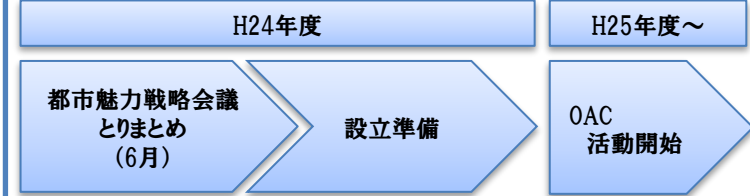
評価部会(企画部会、シンクタンク部会は一部活動)

評価部会、企画部会、シンクタンク部会等

イメージ図



今後のスケジュール



文化施策再検討WG

基本的理念

『文化の主役は府民・市民』であり、行政は府民・市民の「自立と創意」が最大限に発揮されるよう、自主的な活動のサポートに徹することを府市共通の基本理念とする。

こうした基本理念のもと、府市の文化施策における二重行政の解消や事業の融合・統合等による施策のさらなるパワーアップ等を目指し、オール大阪で文化施策の最適化を図る。

視点

○府市事業の融合・統合による効率化

～二重行政の解消や、その他事業連携を図ることによる効率化～

○府市事業の融合・統合による効果の追求

～資源を集中させることで、さらに効果的な事業展開～

○施策のさらなるパワーアップ

～大阪全体の活力につながる仕組みづくりや新たな事業の展開

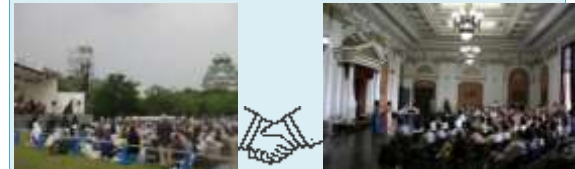
広域的自治体のコーディネート機能強化～

具体的方向性

- ①大阪市内においても、有識者で構成される「大阪市文化振興会議《仮》」を設置し、文化振興計画の策定及び重要な文化施策等に関して意見を聞くこととする。
- ②府市それぞれにおいて広域自治体及び基礎自治体として担うべき役割をふまえつつ、文化振興に関する基本的ビジョンを一本化した文化振興計画を策定する中で、有識者の意見を聞きながら、府市事業の融合、統合、連携に向けた本格的検討を行う。
- ③平成25年度事業において、有識者の意見や新たな文化振興計画を踏まえながら、新規事業の展開も含めた本格的な府市文化施策の展開を図るとともに、将来的には大阪アーツカウンシルによる調査、研究、評価等を踏まえ、さらなる施策の展開を図る。
※24年度においても、先行的に府市連携による事業展開を進めていく。

平成24年度に推進する具体的な連携の例

- ・大阪城星空コンサートと府庁本館活用事業 (6月2日に先行実施)



- ・府20世紀美術館コレクションと市立近代美術館コレクション (ザ・大阪ベストアート展9月15日～11月25日予定)
 - ・御堂筋イルミネーションと、OSAKA光のルネッサ
- 大阪クラシック×府庁本館活用事業、おおさかカンヴァス推進事業×野外演劇フェスティバル、水辺のにぎわい創出事業×御堂筋kappo×おおさかカンヴァス推進事業etc...

イメージ図

平成24年度

平成25年度～

府文化振興会議

府市合同会議

知事に答申

市(仮称)文化振興会議【新設】

新計画策定

市長に答申

先行的に府市連携による事業展開

府市共通の基本ビジョン

大阪府 広域自治体として各市町村との関係等を踏まえた計画

大阪市 政令市として各区との関係等を踏まえた計画

アーツカウンシル活動開始

「新」文化振興計画

府市連携による本格的な事業展開

観光国際交流戦略検討WG

観光国際交流

観光戦略

- ◆世界の観光客が憧れる街、世界クラスの「観光都市・大阪」を実現するため、行政と民間の共通する観光戦略を策定。
- ◆次世代の大阪観光を創造するプラットフォームとして、「大阪観光局(仮称)」を創設。

外交方針

- ◆交流事業と交流地域の選択と集中を図り、重点的な交流で国際競争力の強化をめざす。
- ◆大阪の外交を一本化し、大阪全体の外交力を強化する。

大阪観光局

～戦略と行動力ある経営責任者が率いる観光プロ組織～

戦略目標

- ❖ 圧倒的な魅力創造で、大阪をワールドクラスの観光都市に！
- ❖ 世界を駆ける魅力発信で、大阪のプレゼンス向上！
- ❖ マーケットイン戦略・戦術の展開で、大阪の活力を全面展開！

組織体制

★経営責任者(公募またはヘッドハンティング)

戦略的なプロ集団

チャレンジングな目標設定

業務執行組織

魅力創出

プロモーション
情報発信

MICE

経営
マーケティング

社会情勢に応じたスピード感ある戦略的・挑戦的な取組みを推進
民間のマーケットインの発想で事業展開

<戦略立案・目標設定>

府市観光戦略や数値目標を踏まえ、

- 府・市・経済界が一体となり取り組む「大阪の観光戦略」を策定
- 大阪の成長を支えるため独自目標を設定

財源

収益事業拡充、公的観光施設の入場料

観光・にぎわい施設からの収入確保

戦略的な観光振興に必要なまとまった財源

行政との関係

- ◆集中的な財源投下と経営責任をセットで付与
- ◆行政・専門家による適切な運営管理・評価

評価システム

知事、市長、専門家等による
評価委員会

チェック機能

- ・業績評価
- ・目標達成時のリットシステム
- ・未達成時の経営陣入替

運営サポート

- ・事業推進財源の措置等

競争性の確保

次フェーズに向け運営主体の適合性チェック

世界クラスの「観光都市 大阪」を目指すプロジェクト(イメージ) 「大阪観光局」が総合プロデュース・事業推進するメニュー

魅力創出

大阪の魅力革命!

◆キラコンテンツ創出

規制緩和・助成等で民間資金を呼び込み、観光魅力・エンタメ拠点を創出



◆ラグジュアリー戦略

ハイグレードなホテル・レストラン等との連携プロモーション
ラグジュアリーな観光メニューの開発

◆クールジャパンの発信

多彩な観光メニュー開発!

◆夜の観光メニュー充実

ナイトツアー、ショー劇場、ライブハウス、クラブ、BAR(バル)



◆国際医療観光の推進

事業推進コンソーシアムの整備
海外プロモーションなど
ツアー造成促進



◆関西広域での魅力創出

歴史・文化体験型観光メニュー

プロモーション・情報発信

◆観光情報発信の集中管理(クラウド化)

インターネットHP、スマホアプリ、デジタルサイネージ情報を最適化ミックス

◆観光コンテンツレファレンスセンター

デジタルコンテンツの管理、
広告代理店・出版社等への販売

◆海外プロモーション戦略

メディアプロモーション
(アジアにおけるCATVの活用)

イン・アウト・双方向プロモーション

◆クルーズ船誘致促進、LCCの活用



MICE

◆MICE戦略の策定

◆MICE施設の相互連携システム構築

キーパーソンへのプロモーション強化
MICEシニアディレクターの設置

◆スポーツ観光

国際会議とスポーツイベントの
コラボレーション
ジョギングルート
などの環境整備



地域フレンド・地域連携

◆市町村の魅力連携プロデュース

地域特産品のブランド化コーディネート
地域魅力掘り起こし、ブランド化・商品化
お土産品等の開発



アクセス向上・観光案内

観光拠点・キラコンテンツをつなぐ

◆観光ループバスの運行

◆船着場の整備



◆ホテル、観光施設、劇場チケットのワンストップ販売

◆大阪発着オプションルツアー 予約・申込システムの一元化



大阪観光局

次世代の大阪観光を
創造するプラットフォーム

大阪観光局設置に向けたスケジュール(案)

| 年度 | 24年度 7月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 25年度 4月 |
|-------------------|------------------|----|-----|---------------|---------------|------------|
| 経営責任者の選定 | 人選 | | | | | 大阪観光局 |
| 戦略策定 目標設定・事業立案 | 戦略策定 目標の検討 事業の検討 | | | 目標・骨格 事業確定 | 府市予算編 成に反映 | 事業実施 |
| 事業評価 | 評価指標・手法検討 | | | 評価委員会 設置 | | |

エリアマネジメント(大阪城・大手前・森之宮地区)検討WG

大阪城エリア・世界的観光拠点化構想



大手前地区



森之宮地区



本丸地区



水上バス地区

民活による本丸やエントランスエリアでの新たな賑わいイメージ



新たな園内モビリティ



豊臣石垣の公開



千貫櫓と大手門

金蔵

重要文化財の常時公開



オープンスペースを活用したイベント



新たな回遊動線

巡回シャトルバス

訪日観光の玄関口に！

海外からのビジターがまず立ち寄るゲートパークに！

- ・ 関空とのアクセスの良さを活かし、関西の観光拠点機能を兼ね備えた複合集客施設を、民間のアイデアと活力を生かしNHK 跡地に整備
- ・ 最寄り駅近くには、それぞれのロケーションを活かした観光案内機能を備えるエントランス基地を整備

日本初の観光拠点型PMOの導入！

民主導のPMOによる都市魅力向上マネジメント！

- ・ 民間のアイデアや活力を導入した持続的な魅力向上
- ・ 公園使用料や事業収益などエリア内収入による魅力向上事業への再投資（PMO活動財源の一元化）
- ・ 公から民への業務権限移譲によるPMOの自主的経営

エンターテイメント溢れるイベントや歴史観光の拠点に！

PMOによる戦略的なマネジメント

- ・ 四季折々の多彩なイベントの実施
- ・ 西の丸庭園や太陽の広場の活用
- ・ 歴史観光スポットを繋ぐ、新たな回遊動線の整備と新たな園内モビリティの運行
- ・ 近代建築を繋ぐ新たな回遊魅力の創出
- ・ 市民ボランティアによる観光案内の拡大

大阪城の歴史・文化を楽しく体感できる歴史公園に！

重層的に存在する歴史資源を活用した新たな観光スポットの創出

- ・ 豊臣石垣の発掘公開、重要文化財の常時公開
- ・ AR（仮想現実）や砂像などによる初代天守閣、徳川本丸御殿などの可視化再現
- ・ 歴史観光拠点に相応しい本丸地区の環境整備

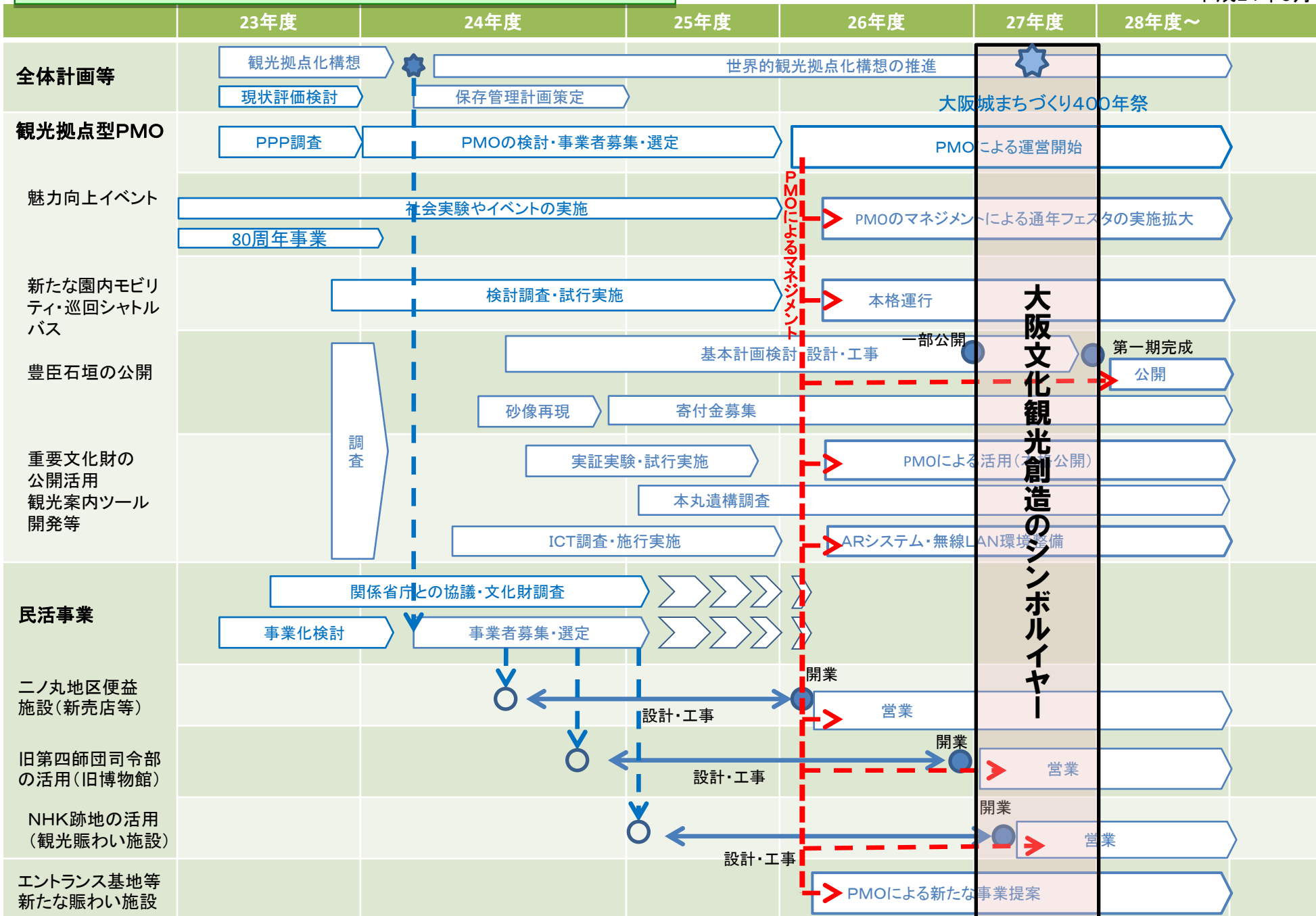
回遊性、快適性、利便性アップで都市魅力溢れる滞在型公園に！

民間活力を導入した公園魅力の向上（レストラン・売店の再編）

- ・ 水と緑豊かなロケーションを活かしたコンセプト売店、レストラン、ケータリング、移動店舗などを核とする新たな賑わいの創出
- ・ 4つのトラフと本丸を結ぶ巡回シャトルバスの運行
- ・ 水都との入口にあたる水辺のプロムナードを整備

大阪城観光拠点化主要事業のスケジュール(案)

平成24年6月現在



大阪文化観光創造のシンボルイヤー

PMOによるマネジメント

文化芸術重点エリア検討WG

中之島ミュージアム・アイランド構想の推進 ～世界的な文化集客拠点へ～

- ▶大阪の新しい都市魅力の創造に向け、中之島を文化芸術の重点地域として位置づけ、エリアのブランド化を図る
- ▶『文化芸術』と『水と光』のシンボリックな融合に向け、公民一体となったマネジメント戦略を展開する

例えば

- 周辺施設と一体となり、国内外から集客できるイベント等の開催
- 仕事帰りなどにも文化的なナイトライフを楽しめるエリアとしての演出 など

【イメージ】

中之島ミュージアム・アイランド構想



【西部エリアでの取組み】

- 現状** 市有地を含めて低未利用地が多くまちづくりのボトルネックとなっている
- 『構想』推進のトリガーとして中之島4丁目の市有地整備を進める
 - 文化集客拠点としてのまちづくりを公民一体で進め、中之島全体に賑わいを拡大

【東部エリアでの取組み】

- 現状** 重要文化財を含む近代建築群の魅力が十分に発揮されていない
- 中之島図書館について、都市魅力の観点からあり方検討を進める
 - 魅力的な近代建築が集積しているメリットを活かし、観光拠点化を図る

中之島4丁目を「構想」推進のトリガーに！

- ・市有地において新たな美術館やコンサートホールの整備を検討（平成25年度には基本計画の策定に着手予定）
- ・国立国際美術館や市立科学館とミュージアムコンプレックスを形成
- ・世界的な文化集客ゾーンに向けて、公民一体でブランド化を推進（『文化芸術』と『水と光』のシンボリックな融合）

「（仮称）中之島4丁目市有地活用マスタープラン検討会」の立ち上げ

- 世界的な視点から市有地のあり方を検討できる有識者により構成
- 平成24年度内を目途に方向性を提示

- ・広域行政の視点からみた新たな美術館に求められるコンセプト（「美術館村構想」を含む）
- ・コンサートホールの整備の必要性 等

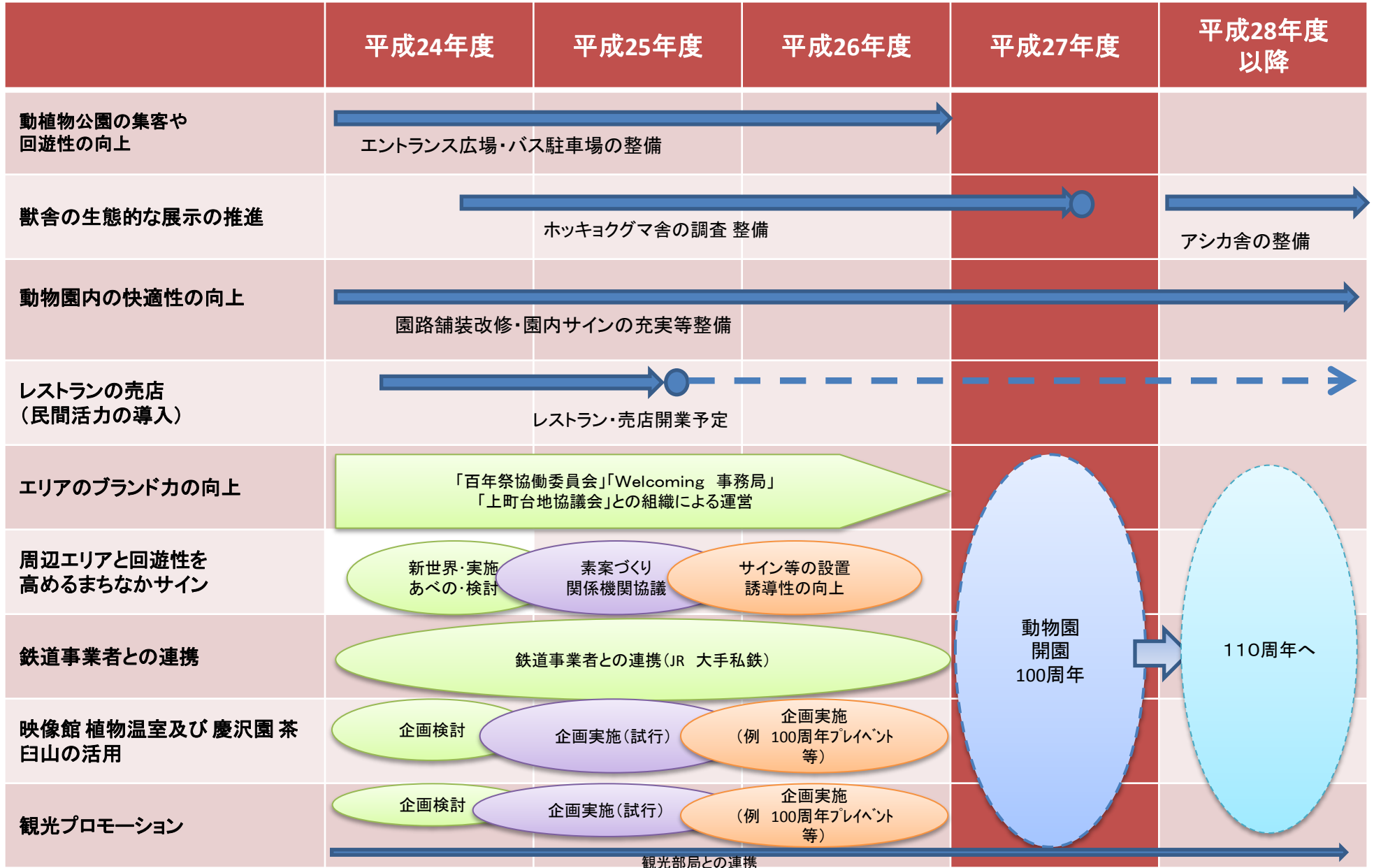
中之島図書館を都市魅力施設として積極活用！

- ・建物の魅力や歴史的な貴重書を活用し、ミュージアム機能を発揮
- ・カフェやレストラン等の集客施設を誘致し、賑わいを創出
- ・中央公会堂、適塾、愛珠幼稚園とともに重要文化財の集積をアピール
- ・船場の近代建築群とも連携し、観光拠点化

【イメージ】



天王寺動植物公園を核としたエリア形成のスケジュール(案)



エリアマネジメント(築港・ベイエリア地区)検討WG

船客万来！築港(OSAKA CHIKKO)を世界を代表する国際集客観光拠点へ！！～クルーズ客船母港化構想～

開発コンセプト

世界的な創造都市に向けて
グレートリセット

大阪の再生
～都市魅力創造～

『大大阪』にふさわしい
都市魅力創造のシン
ボルプロジェクト

新しい時代の流れ
リ・ジェネレーション

クルーズ市場の成長
～新たな需要の取り込み～

- ・成長著しい観光産業
- ・大阪への寄港ニーズ
- ・大きな経済効果

MISSION

CHANCE

築港の国際的な集客観光拠点化
世界に冠たる築港ブランドの確立をめざす

JOYFULL PORT CHIKKO

集客観光拠点化戦略

戦略1:クルーズ客船母港化構想

経済波及効果が高く、観光都市として世界への発信力の強化にも資するクルーズ客船の母港化(拠点港化)

戦略2:インナーハーバーの再生強化プログラム

- ・民間活力の導入による魅力的な集客観光拠点の創出
- ・天保山ハーバービレッジ
- ・旧サントリーミュージアム[天保山]
- ・中央突堤2号上屋再開発(ピアCプロジェクト)
- ・赤レンガ倉庫

築港エリアマネジメント推進組織(案)

- ・築港の世界へのプロモーション
- ・文化・集客イベントの開催等

コアメンバー

- ・府市観光部局、港湾局
- ・区役所
- ・集客施設事業者
(海遊館他)等

- 必要に応じて参加
- ・地元NPO
 - ・地域活動団体他

築港の強み

- ・豊富な歴史・文化・景観資源
- ・大規模集客施設を核とした多様な観光資源

- ・関西の海の玄関口
- ・日本随一の客船岸壁
- ・地元のホスピタリティ
- ・都心へ水上アクセス可能

築港の目指す将来像

クルーズ客船の母港化による内外集客力強化に新たなウォーターフロントのまちづくりに挑戦し、世界にアピールできる集客観光拠点をめざす



クルーズ客船母港化構想

クルーズ客船が
定期的に発着

クルーズ・シップ・ターミナル・プロ
ジェクト(天保山)



インナーハーバーの再生強化プログラム

魅力的な拠点施設の創出



具体化方策

CHIKKO 世界へ開かれた大阪・関西の海の玄関口に

クルーズ客船の母港化

- ★スムーズな入出国体制の確立
 - ・スピーディーなバゲージの受渡施設
 - ・迅速な手続きが可能なCIQ施設の設置等
- ★競争力のある港湾施設使用料
- ★外国人観光客がストレスなく行動(移動)できる環境づくり
 - ・観光案内・買物・両替等のインフォメーションの充実
 - ・案内誘導サインのデザイン統一
 - ・多言語表記化

H24年度クルーズ客船母港化研究会(仮称)

- ★既存旅客ターミナルの全面改修又は建て替え
- ★他港より競争力のあるインセンティブの導入(入港料、岸壁使用料の減免等)

H24年度 官民による「大阪港クルーズ客船誘致連絡協議会(仮称)」立ち上げ

- ★アジア域内のクルーズ船社へのトップセールス

CHIKKO 内外の観光客でにぎわう港まちに

天保山ハーバービレッジ一帯

- ・イベントの定常化による新たな賑わいの創出
- ・ペロタクシー(自転車タクシー)の運行によるエリア内回遊性の向上等

海遊館への一体貸付

人工地盤等の市所有施設を(株)海遊館に一体貸付し、民間のノウハウを活用したサービス向上

旧サントリーミュージアム

- ・海遊館と集客観光面で相乗効果の期待できる施設利用へ転換

民間活力導入による集客力の強化

- ・民間に全体を長期貸付(公募)
- ・24年度内はツタンカーメン展後暫定活用を公募

中央突堤2号上屋

- ・美しい夕陽を感じるロケーションを活かし、周辺の緑地・岸壁と連携した集客・交流拠点へ転換

民間の企画力を活用した施設へ再生インセンティブを付し事業者を公募(H24年度末物流施設として供用廃止)

CHIKKO 風情感じる港まちに / 楽しさあふれる港まちに

赤レンガ倉庫

- ・歴史ある港風情を活かした集客拠点の創出

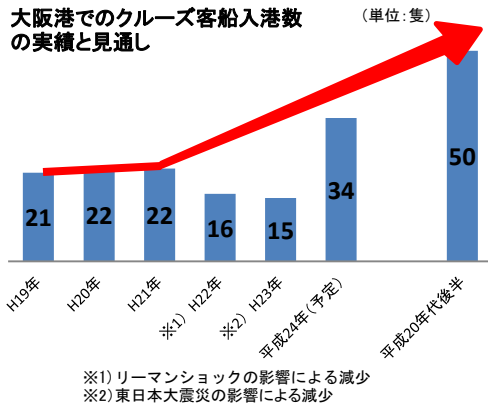
民間への売却・賃貸による再生利用

- ・耐震補強を民間事業者が実施できる売却・賃貸条件を設定し公募
- ・倉庫横広場では文化・交流拠点として「天保山まつり」や「築港キャンダルナイト」等の文化・芸術・集客イベントを支援

クルーズ客船の現状・効果

アジアにおいて成長著しい観光産業

大阪への寄港ニーズの増加



欧米の主要クルーズ船社が相次いで東アジアに進出
日本においても母港(拠点港)化の検討を進めている



クルーズ客船母港化(拠点港)の効果

①経済波及効果

寄港地である場合の約10倍の経済効果
 経済効果:年間約207億円
 税 収:年間約 25億円
 ※大阪港を母港とし乗船客2500人のクルーズ客船が
 1回/週航海したケースを試算

また、母港となると入港回数の増加が見込まれる
 ②観光都市としての世界への発信力の強化
 ・大阪の世界プロモーションの旗印、都市ブランドの向上
 (大阪から世界へクルーズ客船が就航しているという魅力)
 ・シビックプライドの醸成

築港でのクルーズ客船の母港化に向けて、寄港ニ
ーズの増加と海外船社の母港化検討のタイミングを捉
えるチャンス

クルーズシッパターミナルプロジェクト イメージ(天保山)



ピアCプロジェクトイメージ (ウォーターフロントのにぎわい創出)



主要事業スケジュール(案)

| | H24年度 (2012) | H25年度 (2013) | H26年度 (2014) | H27年度 (2015) | ~H30年代中旬 | 備考 |
|-------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|-----------------|------------|---------------------------------|
| プロモーション、エリアマネジメント | 推進組織の立ち上げ準備 | 推進組織によるマネジメント | | | | |
| クルーズ客船の母港化 | 観光行政連携 H24協議会立ち上げ | 大阪港クルーズ客船誘致連絡協議会(仮称) | | | | |
| | 誘致活動 | 誘致活動 | | | | |
| | 施設整備 H24調査により規模等決定 | 旅客船ターミナル 設計・工事 | | | 追加整備 | 追加整備は需要に 応じ対応 |
| | インセンティブ | 必要な手続き(条例、予算等) | | | | |
| | 関係者調整 税関、入国管理、検疫等 | 関係者調整 | | | | |
| | サイン整備 | 管理者間での統一~順次整備 | | | | |
| インナーハーバーの再生強化 | 都心部との水上アクセス | 水上アクセスツアーの トライアル | 水上アクセスツアーの 商品化 | | | 他の集客・観光施策との連携 ベイエリア地区全体の観光連携 |
| | 天保山ハーバービレッジ | 一体貸付 準備 | 海遊館による活用 | | | |
| | 旧サントリーミュージアム[天保山] | 事業者募集等 暫定活用 | 民間事業者による活用 | | | |
| | 赤レンガ倉庫 | 条件 検討 | 事業者 募集等 | 民間事業者による活用 | | |
| | 中央突堤2号屋 | 年度末に物流 施設としての 供用廃止 | 条件 検討 | 事業者 募集等 | 民間事業者による活用 | |

エリアマネジメント(御堂筋)検討WG

‘御堂筋’から世界的な‘MIDO-SUJI’へ

コンセプト(案)

- ①国内外の人々を惹きつけるクオリティの高いにぎわい
- ②24時間稼動する多様な都市機能
- ③アジアの魅力的な都市環境を備え、常に新たな価値を創造するストリート

戦略:御堂筋のフェスティバルモール化

御堂筋及びその周辺エリアが一体となり、四季を通して、クオリティの高いにぎわいを創造・発信(フェスティバルモール化))

①MIDO-SUJI
グローバルプロモーション戦略
アジアで一番魅力的なストリート‘MIDO-SUJI’を舞台に大阪の都市魅力を世界へ発信、世界に誇る「大・大阪」ブランドを創出

②MIDO-SUJI
空間再編戦略
ここでしか味わえない特別な体験を提供するため、御堂筋独自のクオリティの高い空間やにぎわい等を形成

③生きた
「建築ミュージアム」
御堂筋周辺のエリアで歴史的建築物の再生・活用による、生きた「建築ミュージアム」を実現

④推進体制の構築

御堂筋版・民間主導のエリアマネジメント

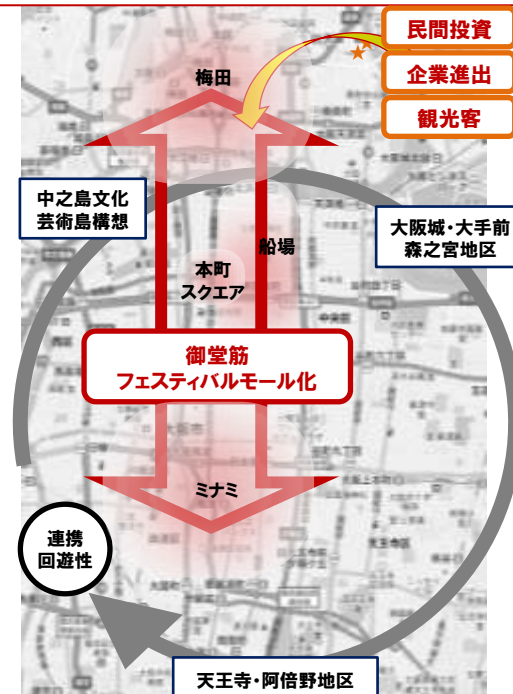
- エリアマネジメント組織による、継続的・持続的な都市魅力発信に向けた民間主導のまちづくり、エリア運営を検討(資金調達方策等)

公共の役割

- 民間主体の取組みの実現と推進に必要な環境整備
- 民が稼ぎ、民が再投資する経済サイクル形成支援

2015(シンボルイヤー)に向け、御堂筋及びその周辺エリアから都市魅力を強く発信、御堂筋のフェスティバルモール化に向けた動きを加速

「グランドデザイン・大阪」の方向性との整合を図りながら、世界に発信できる‘MIDO-SUJI’を創造



- 民間投資
- 企業進出
- 観光客

【①MIDO-SUJIグローバル・プロモーション戦略】 ‘MIDO-SUJI’を舞台とした世界的イベントの創造と発信



◇御堂筋を舞台に大阪の魅力を世界に発信する四季折々に連続したシンボルイベントの創出

- ・御堂筋イベントのトータルマネジメント
- ・御堂筋を舞台とするイベントだけでなく周辺でのイベント実施によるスケールアップ
- ・ストリートライブの実施 等

◇‘MIDO-SUJI’の魅力の情報発信の強化・充実
・プロモーションツールの充実、御堂筋デザインストリートの発信等

【②MIDO-SUJI空間再編戦略】



世界に発信する‘MIDO-SUJI’にふさわしいクオリティの高いにぎわい空間の形成

- ◇御堂筋デザインストリートの実現
 - ・沿道建物低層部へのクオリティの高いテナントの進出促進
 - ・沿道のクオリティの高い空間づくり、景観形成
(例:デザイン性の高いオープンスペース等を活用したイベント・商業利用、展示、官民連携による美化の推進 等)
- ◇集客の核となる拠点の整備・誘導
 - ・ミナミ;難波駅前広場、精華小跡、宗右衛門町等、
 - ・梅田;大阪駅南地区プロジェクト、本町スクエア
- ◇歩行者空間の充実(側道(緩速車線)の空間再編など)

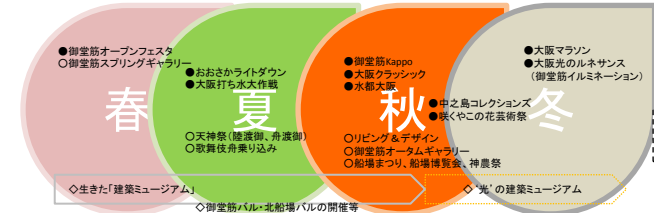
【③生きた「建築ミュージアム」(船場・中之島エリア等)】



中之島図書館や愛珠幼稚園等、公的な歴史的資産の活用の動きとあわせ、近代建築をはじめとする民間歴史的建築物の再生・活用を促進し、生きた「建築ミュージアム」として、その魅力を発信

- ◇ライトアップとその効果を高める外観整備の推進(再生補助など)
- ◇生きた活用の促進につながる支援方策の構築
- ◇建築ミュージアムを核としたブランド戦略
 - ・継続・発展的な再生活用促進と魅力発信、夜間の回遊性を意識した‘光’の建築ミュージアムなど
- ◇都市魅力資源(公的資産・民間建物)のネットワーク化、他施策やプロジェクト等との連動イベントの実施
 - ・オープンハウスOSAKA(建物の一斉公開)の実施など

◀MIDO-SUJIで展開されるイベント等のイメージ▶



【凡例】
○民間主催イベント
●行政主催イベント、◇計画

民間と公共が一体となった
都市魅力創出
[御堂筋エリア+その周辺エリア等]

| エリアマネジメント(民間主体) | |
|-----------------|--|
| 取組み例 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ 沿道企業、まちづくり活動団体等を核とした組織構成とエリア毎の特性に応じたエリアマネジメントを展開 ◇ 公共空間の包括的な占用許可 ◇ オープンスペース等の質の高い魅力ある活用(商業・イベント利用) ◇ 都市魅力戦略のPR・イベント実施 ◇ エリアの景観形成活動 ◇ 御堂筋にふさわしいテナントマネジメント ◇ クオリティの高いにぎわい施設の整備・管理・運営 ◇ 自立した活動に向けた資金確保のための収益活動 |
| 支援・誘導(公共) | |
| 取組み例 | <ul style="list-style-type: none"> ◇ エリアマネジメント組織の設立支援 ◇ 規制緩和、誘導等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 民間投資促進に向けた高さ規制などの緩和 ・ 世界に発信する都市景観形成に向けた規制誘導(ファサードデザイン・夜間景観等) ・ 歴史的建築物の法的取扱等 ◇ 取組みを促進するインセンティブの付与 <ul style="list-style-type: none"> ・ 容積緩和、建築物再生補助・ライトアップ補助等 ◇ オープンスペース等の利活用条件整理、相談・許可窓口の効率化・支援体制づくり(府市、各局連携、関係機関連携) |

御堂筋フェスティバルモール化実現に向けたプロジェクトの展開(案)

※関係者との今後調整予定の内容を含む

平成24年6月現在

| | | 平成24(2012)年度 | 平成25(2013)年度 | 平成26(2014)年度 | 平成27(2015)年度 シンボルイヤー | 平成28(2016)年度～ |
|----------------------------------|---|-------------------|----------------------------|---------------|-------------------------|--|
| MIDO-SUJI グローバル・ プロモーション戦略 | ●御堂筋を舞台とした大阪の魅力を世界に発信する四季折々のシンボルイベントの創出 | 企画 | 連携イベントなど実証的取組み | | 本格展開 | |
| | ●御堂筋の魅力を情報発信の充実 | 企画 | 観光局と連携しながら順次、情報発信ツールを整備・展開 | | | |
| MIDO-SUJI 空間再編 戦略 | ●クオリティの高いにぎわいの空間の形成、集客の核となる拠点の整備・誘導 | 調査検討、協議・調整、必要な手続き | | 順次民間プロジェクトの展開 | | |
| | ●オープンスペース等を活用したにぎわい形成、歩行者空間の充実 | 調査検討、協議・調整、必要な手続き | | 実証実験 | 本格展開 | |
| 生きた「建築ミュージアム」の実現 | ●御堂筋周辺の都市魅力の向上(船場・中之島等) | 事業スキームの検討 | 歴史的建築物の再生・活用促進 | | 生きた「建築ミュージアム」の実現・発信 | 建築ミュージアムの維持・発展につながる新たな魅力向上事業・コンテンツを逐次検討・追加 |
| 御堂筋版・エリアマネジメント | ●民間主導によるエリアマネジメント | 調査・検討 | 関係者調整・一部実証事業・組織づくり | | 本格展開 | |

主要事業・計画等再構築検討WG(スポーツ施策)

基本的理念(何をめざすか)

府・市のそれぞれの強み・蓄積など、大阪の既存の資源を最大限活用し、
スポーツのもつ力を活かして、新たな都市魅力を創造

- ◆ 広域自治体と基礎自治体との役割分担のもと、市町村、経済界、在阪のトップスポーツチーム等との新たなコラボレーションを創造し、スポーツのもつ力を活かして、府民の元気、大阪全体の活性化、経済活性化などの高い波及効果をもたらす。
- ◆ 府市既存事業の統合・連携により効率化を図り、スポーツ施策のさらなる強化・新たな展開(グレートリセット)をめざす。

府・市の強み、蓄積

- ・大阪府 広域事業を実施する中で培ってきた市町村や各種団体とのネットワーク・コーディネート力
- ・大阪市 大規模施設を活用した各種競技大会の開催で蓄積したノウハウ

役割分担のメルクマール

- ・広域自治体 大阪全体を見据えた戦略的な事業、大規模スポーツイベント・競技大会の開催 など
- ・基礎自治体 地域のニーズに応じたスポーツ推進 など

再構築の4つの視点

- <1> 拡大から活用へ
 - <2> スポーツコミュニティの創造
 - <3> 大阪の元気づくり
 - <4> 民の力の活用
- ～ 既存施設の新たな活用と工夫
 - ～ もの、ひと、組織の垣根を越えたネットワークづくり
 - ～ 大阪のまちをスポーツの舞台に
 - ～ 公と民の新たなコラボレーションの創造

具体的方向性・検討内容 (何がかわるのか)

大阪府・大阪市内でスポーツ施策の戦略を
「大阪府スポーツ推進計画」(H24年4月策定)に一本化。
 ～ 共通戦略のもとで、スポーツによる都市魅力創造に取り組む～

- <計画目標> 大阪スポーツ王国の創造
- ◆ だれもが「する」「みる」「ささえる」スポーツに参加できる大阪
 - ◆ スポーツを通じて健康で明るく活力に満ちた大阪
 - ◆ スポーツを通じて都市の魅力を創造し、発信する大阪

具体的な戦略例

大阪を元気にする
**“フェスティバル型”の大規模スポーツイベントを
 展開**
 ～大阪マラソン、サイクルイベント etc.～

・単なる競技大会の誘致だけでなく、府民・市町村・経済界も巻き込んだ、「フェスティバル型」の大規模スポーツイベントの積極的な展開により、内外から人が集い、府民の元気、大阪の魅力発信、経済活性化、シビックプライドの醸成など、都市魅力創造に資する高い波及効果を確保

大阪のトップスポーツチーム等の活力を
都市魅力の創造に最大限活用

・大阪では、サッカーなど様々なトップスポーツチームやアスリートが活躍し、都市のアイデンティティにも貢献。
 府・市が有する強み・蓄積を発揮して、在阪のプロチーム等と連携した取組みを展開し、都市魅力を向上

再構築の成果が府内市町村に波及し、
更なる盛り上げにつながる仕組みづくり

・府市で重複していたスポーツボランティアなどを再構築し、幅広い世代、全市町村を巻き込んで、更なる盛り上げを図る仕組みづくりを推進

スケジュール

2012年度

2013年度

2014年度

2015年度～

具体的な取組み(例)

【2012年度～】大阪マラソンのさらなる盛り上げ

- (同時開催の神戸マラソンとの連携による関西の活性化、多彩な関連事業の展開、海外誘客の強化など)
- ・大阪の都市魅力を高める大阪独自の大規模スポーツイベントの検討推進 (サイクルイベント)
- ・スポーツ施設予約システムの一元化による効率的運営
(市のシステムを府のオーバス・スポーツ施設情報システムに移行予定)

【2013年度～】プロ・アマスポーツチーム等と連携した府民がスポーツとふれあう機会を拡大する取組みの推進、大阪スポーツ王国事業×トップアスリートによる「夢・授業」事業、スポーツボランティアの再構築 など

府民、市町村、経済界、トップスポーツチーム、アスリート、スポーツ団体等による新たな協働の形を確立

スポーツによる新たな都市魅力を発信

- ・府民が誇れる「大阪スポーツ王国」をめざす。
- ・他の府市統合シンボルプロジェクトともリンクした大阪マラソン&サイクルイベント等の展開



各WG事務局

| WG | | 担当特別参与 | 事務局（★主担当） | Tel |
|----------------------------------|---------------|--|----------------------------|-----------|
| 水と光のまちづくり推進 | | 橋爪特別顧問、嘉名特別参与 | ★大阪府府民文化部都市魅力創造局都市魅力課 | 6210-9301 |
| | | | 大阪市ゆとりとみどり振興局観光室水辺魅力担当 | 6282-5902 |
| アーツ・カウンシル検討 | | 橋爪特別顧問、池末特別参与、太下特別参与、嘉名特別参与、中川特別参与、橋本特別参与、山口特別参与 | 大阪府府民文化部都市魅力創造局文化課 | 6210-9305 |
| | | | ★大阪市ゆとりとみどり振興局文化部文化振興担当 | 6469-5170 |
| 文化施策再検討 | | 橋爪特別顧問、池末特別参与、太下特別参与、嘉名特別参与、中川特別参与、橋本特別参与、山口特別参与 | ★大阪府府民文化部都市魅力創造局文化課 | 6210-9305 |
| | | | 大阪市ゆとりとみどり振興局文化部文化振興担当 | 6469-5170 |
| 観光・国際交流戦略 | | 橋爪特別顧問、池末特別参与、太下特別参与、嘉名特別参与 | ★大阪府府民文化部都市魅力創造局国際交流・観光課 | 6210-9309 |
| | | | 大阪市ゆとりとみどり振興局観光室観光企画担当 | 6469-5150 |
| エリアマネジメント検討 | 大阪城・大手前・森之宮地区 | 橋爪特別顧問、嘉名特別参与、橋本特別参与 | 大阪府府民文化部都市魅力創造局国際交流・観光課 | 6210-9309 |
| | 文化芸術重点エリア検討 | 橋爪特別顧問、池末特別参与、太下特別参与、嘉名特別参与、橋本特別参与、山口特別参与 | ★大阪市ゆとりとみどり振興局観光室大阪城魅力担当 | 6469-5154 |
| | | | 大阪府府民文化部都市魅力創造局文化課 | 6210-9305 |
| | 天王寺・阿倍野地区 | 橋爪特別顧問、嘉名特別参与、橋本特別参与 | ★大阪市ゆとりとみどり振興局文化部近代美術館担当 | 6469-5181 |
| | 御堂筋 | 橋爪特別顧問、嘉名特別参与 | 大阪府府民文化部都市魅力創造局都市魅力課 | 6210-9741 |
| ★大阪市ゆとりとみどり振興局天王寺動植物公園事務所天王寺魅力担当 | | | 6771-8401 | |
| 築港・ベイエリア地区 | 橋爪特別顧問、嘉名特別参与 | 大阪府府民文化部都市魅力創造局都市魅力課 | 6210-9741 | |
| | | ★大阪市計画調整局開発調整部デザイン施策担当 | 6208-7893 | |
| 主要事業・計画等再構築検討(スポーツ施策) | 橋爪特別顧問、嘉名特別参与 | 大阪府府民文化部都市魅力創造局国際交流・観光課 | 6210-9309 | |
| | | ★大阪市港湾局営業推進室開発調整担当 | 6615-7791 | |
| | | | ★大阪府府民文化部都市魅力創造局生涯スポーツ振興課 | 6210-9307 |
| | | | 大阪市ゆとりとみどり振興局スポーツ部生涯スポーツ担当 | 6469-3860 |

〈都市魅力戦略会議事務局〉

大阪府府民文化部都市魅力創造局都市魅力課企画グループ TEL 06-6210-9741
 大阪市ゆとりとみどり振興局企画部都市魅力戦略担当 TEL 06-6615-6312