

# 大阪都市魅力創造戦略

## 主要プロジェクトの成果と課題

**◆世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力創造の基盤づくり**

- ・水と光のまちづくり推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- ・大阪にふさわしい文化行政の展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
- ・大阪観光局を創設しスピード感ある戦略的・挑戦的な取組みを推進・・・・・・・・ 7
- ・大阪城・大手前・森之宮地区・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- ・中之島ミュージアムアイランド構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
- ・天王寺・阿倍野地区・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
- ・御堂筋フェスティバルモール化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- ・築港・ベイエリア地区・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
- ・万博記念公園南側ゾーンへの複合型エンターテイメント施設の立地促進・・・・・・・・ 22
- ・百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録に向けた取組みの推進・・・・・・・・・・・・ 23
- ・生駒山系花屏風の整備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
- ・みどりの風を感じる大都市・大阪の実現・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
- ・その他の取組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26

**◆感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開**

- ・大規模スポーツイベント・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
- ・2015シンボルイヤーに向けた2014の取組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 29
- ・2015シンボルイヤーイベント・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30

**◆ターゲットに響く戦略的なプロモーション**

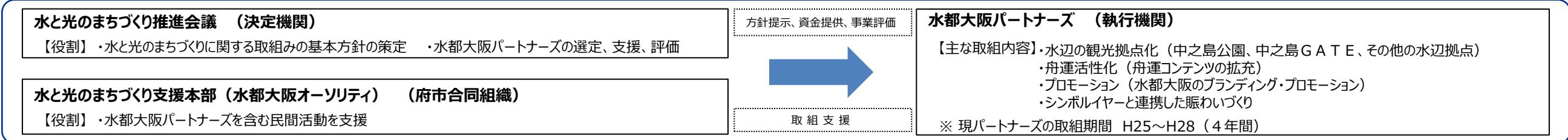
- ・大阪の国際化戦略アクションプログラム・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
- ・アジアをターゲットとした観光プロモーション等・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 33
- ・大阪ミュージアム構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
- ・おおさかカンヴァス推進事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
- ・地域資源を活かした大阪の魅力発信・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37

# ～水と光のまちづくり推進～

## 世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力創造の基盤づくり

### <推進体制の構築>

- ◇民間と行政のパートナーシップのもとで新たな展開を図るため、府、市、経済団体等で構成する「水と光のまちづくり推進会議」を設置
- ◇同会議のもと民主導の都市魅力創造・まちづくりの推進を担う「水都大阪パートナーズ」を組織
- ◇その活動を支援するため、大阪府・大阪市合同組織「水と光のまちづくり支援本部（水都大阪オーソリティ）」を設置

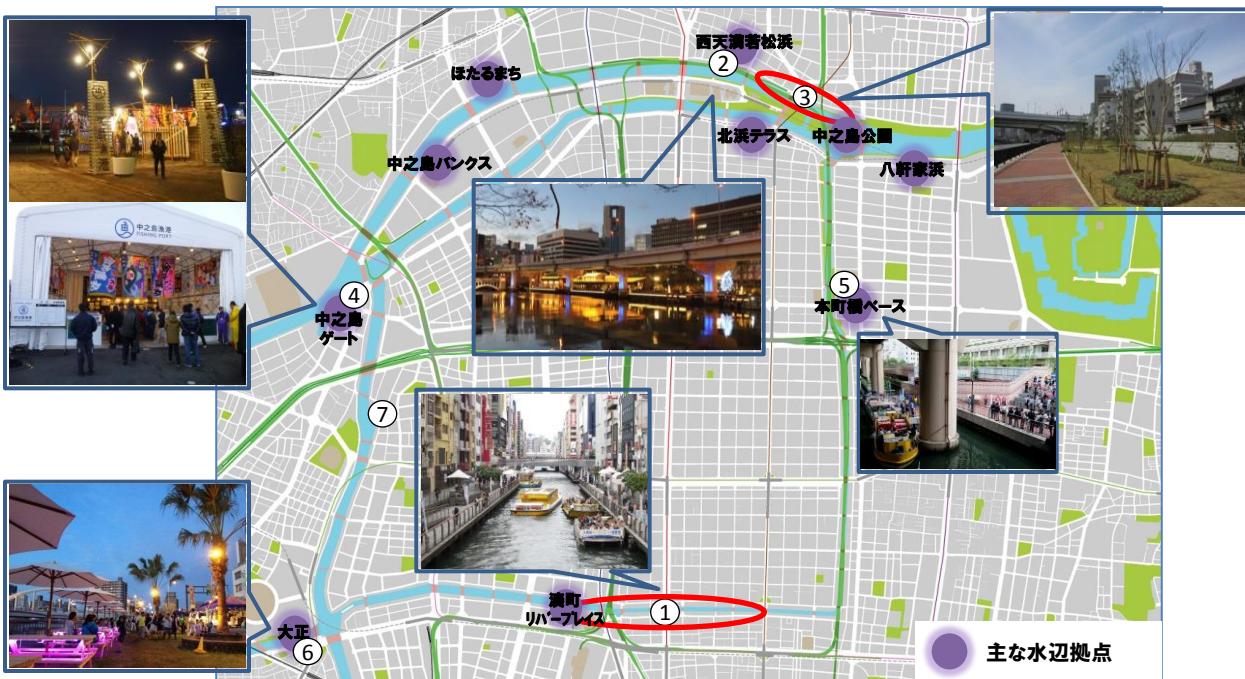


### <水辺の魅力向上>

◇「水と光の首都大阪」の実現に向け、水の回廊を中心にみどりと調和した空間づくりを推進

○水辺の景観形成に向けた整備内容（主なもの）

- ①とんぼりリバーウォーク完成【H24】
- ②西天満若松浜に中之島にぎわいの森づくりの一環として推進してきた水辺拠点が完成【H25】
- ③堂島川右岸（銚流橋～天神橋）の遊歩道と水辺緑化が完成【H25、H26】
- ④中之島GATEに新たな水辺拠点が完成【H26】※ 暫定OPEN
- ⑤本町橋船着場完成【H27】
- ⑥Taisho リバー・ヒレレッジが新たな水辺拠点として完成【H27】※ 暫定OPEN
- ⑦木津川（立売堀）の遊歩空間整備中【H27完成予定】



### <水辺の賑わい創出>

◇水辺拠点への民間活力の投入促進や各種イベント等の実施により水辺に賑わいを創出

○水辺の賑わいづくり（主なもの）

◆水都大阪パートナーズによる取組み

- ・「水都大阪2009」で培ったノウハウ・ネットワークの継続、継承、発展を図るため「水都大阪フェス」を開催【H25】  
参考：H24以前は、水都賑わい創出実行委員会がフェスを運営
- ・中之島公園で、オープンテラスやグリーンマーケットなどを開催【H26・H27】  
※水辺における日常的な賑わい創出に向け、公共空間（公園・道路）の長期間占用に向けた社会実験として実施
- ・中之島GATEで、招聘した劇団による野外演劇の実施や船着場を活用し舟運クルーズを実施【H26】  
中之島GATEに賑わい施設を誘致【H26】



◆水都大阪2015【実施主体：水と光のまちづくり推進会議】

- ・2015年シンボルイヤープログラム「水都大阪2015」を展開中【H27】
- ・8月には、道頓堀周辺で、オープニングイベント及び水と光のウォーターショー（大阪水龍）の企画を実施  
新たな水辺拠点“中之島GATE”を会場に、その他拠点とも船でつなぐなど水都の魅力を体感する企画、大阪大発見！「水都村ビッグ盆」を展開
- ・秋に向けての企画も準備中  
※機運醸成を図るため、水都大阪2015のコアとなる企画を昨年度プレ実施



◆中之島にぎわいの森づくり（有名アーティストとのコラボレーション企画）【実施主体：大阪府】

- ・シンボルツリープロジェクト【H22～H25】  
水辺の回遊性向上に向け堂島川沿いの船着場に有名アーティストとコラボレーションツリー（中之島にぎわいの森シンボルツリー）を植樹あわせてイルミネーションの点灯イベントを開催
- ・オープニングイベント【H25】  
西天満若松浜に整備した水辺拠点のOPENを記念したイベントを開催



◆民間事業者による新たな水辺空間の利活用（船着場を利用したレストラン運営など）

### 【水辺魅力の広がり状況】

舟運事業利用者数 H23 約35万人 ⇒ H26年度 約60万人

船着場（船寄場）数 H23 21箇所 ⇒ H27.6月時点 24箇所

主な水辺拠点の拡大 3拠点OPEN  
(西天満若松浜【H25】、中之島GATE【H26】、Taisho リバー・ヒレレッジ【H27】)

水辺の遊歩道 桜之宮（桜宮橋）から御堂筋直近（水晶橋）までの間について、（大川・堂島川右岸）水辺での往来が可能となった。

### 【賑わい向上の状況】 各種取組みにおける来場者数等

	H23(2011)	H24(2012)	H25(2013)	H26(2014)
来場者数 (取組期間)	19.4万人 (延べ約2ヶ月間)	28.55万人 (延べ約1ヵ月間)	16.63万人 (延べ約半月間)	47.3万人 (延べ約5ヶ月間)
パートナーズの取組み	約18.9万人	約28.4万人	約15.8万人	約36.6万人
水都大阪2015(プレ事業)	—	—	—	約10.7万人
中之島にぎわいの森	約5千人	約1.5千人	約8.3千人	—

※水都賑わい創出実行委員会によるフェスの来場者数

## ～水と光のまちづくり推進～

## ■推進組織の構築

## 【概要】

- ・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」の実現に向け、民主導の事業推進組織とその活動を支える府市合同組織を構築。
- ・水都大阪パートナーズの活動に対する基本的な人や資金は、府・市・経済界で下支え。評価システムを導入し、PDCAを徹底。

## 【取組状況】

- 平成25（2013）年度から、民間と行政のパートナーシップのもとで新たな展開を図るため、府、市、経済団体等で構成する「水と光のまちづくり推進会議」を設置するとともに、同会議のもと次の組織を構築し水と光のまちづくりを推進
- ・民主導の都市魅力創出・まちづくりの推進組織である「水都大阪パートナーズ」（事業期間 H25～H28年度）
- ・「水都大阪パートナーズ」の活動を支援する府市合同組織「水と光のまちづくり支援本部(水都大阪オーソリティ)」
- ・「水都大阪パートナーズ」の活動を評価する「水と光のまちづくり推進会議 事業評価委員会」

## 【課題】

- ・民間投資の拡大につながる推進体制の強化

## 【今後の方向性】

- ・現行体制での取組期間（平成28年度末）終了後の事業推進体制のあり方について、公民の適切な役割分担のうえ、中長期的な事業展開を踏まえた推進体制を構築する。

## ■水辺の賑わい創出

## 【概要】

- ・「水都大阪2009」において構築されたノウハウやネットワークの継続、継承、発展を目指して、水の回廊を中心とした水辺空間活性化事業等の展開をはじめ、水都大阪の特色を活かした水辺の魅力向上や賑わい創出による、大阪の都市魅力の向上を図る。
- ・集客イベントの実施にあたっては、民間企業や市民からのプログラムの公募を通し、新たなビジネスモデルや市民プログラムの構築につなげるとともに、舟運事業者とも連携した水辺の賑わいの創出を図る。

## 【取組状況】

- ・水都大阪フェス(2012、2013)を開催し、中之島公園周辺をはじめ、中之島ゲート、水の回廊各拠点において、各種イベントプログラムを実施
- ・中之島公園エリアにおける日常的な水辺の賑わいづくりに向けた社会実験を実施(26(2014)年度) 水の都の夕涼みと題しオープンカフェやグリーンマーケット等を長期間開催(3ヶ月間)
- ・シンボルイヤー企画「水都大阪2015」に向け機運醸成を図るため、中之島公園や道頓堀川周辺でプレイベントを実施(26(2014)年度)

## 【これまでの成果】

- 民主導による水辺の魅力向上、賑わい創出に資する取組みを展開
- ・中之島公園における賑わい日常化の浸透（H26年度に実施した“水の都の夕涼み”では約17万人を集客）
- ・水都大阪における新たなシンボル拠点となった中之島GATEに賑わい集客施設「中之島漁港」を招致  
(平成27年2月18日にオープン)  
(中之島漁港来場者数 H27.2月：44,000人、3月：63,500人、4月：21,500人、5月：24,100人)

## 【課題】

- ・中之島公園や中之島GATEなどの水辺拠点での賑わい創出から、水の回廊・水の東西軸全体への賑わいの拡大

## 【今後の方向性】

- ・各拠点の個性を活かした賑わいづくりを推進するとともに、拠点間の連携を支援
- ・インバンドにも配慮した水都の観光地化を促進
- ・水辺に関わる人や企業が、主体的に水都大阪の取組みに参画する仕組みづくりを促進

## ■水辺の魅力向上

## 【概要】

- 都市魅力創造戦略に基づくまちづくりを進めるため、水の回廊を中心として、新たなシンボル空間を創出
- ・シンボル空間エリアの創出（中之島ゲート等の利活用に係る、調査・検討、整備）
- ・舟運の活性化と水辺整備（水の回廊（コリドール）や水陸の結節点の利活用について、調査・検討、整備）
- ・「中之島にぎわいの森づくり」の整備

## 【取組状況】

## ■シンボル空間エリアの創出

## 西天満若松浜

- ・中之島にぎわいの森づくりの一環として、府が整備したみどりの空間と一体となるにぎわい施設を誘致
- ・有名アーティストとのコラボレーションによるオープニングイベントを開催

## 中之島GATE

- ・新たな水辺のシンボル空間の創造に向け、中之島GATEに劇団の招聘し野外演劇を実施
- ・にぎわい施設の誘致により継続的にエリア魅力を向上

## ■舟運活性化・水辺整備

- ・水都大阪パートナーズと水と光のまちづくり支援本部（水都大阪オーソリティ）が連携し、関係行政機関や舟運事業者が参加する舟運活性化ワーキングを組織し課題を整理
- ・水都大阪パートナーズの企画と連動した各種舟運企画を商品化  
例：水都大阪フェス2013と連携したシャトルクルーズ、ラバーダッククルーズ  
船と飲食を組み合わせた企画（水辺バルや食事つきクルーズ）  
中之島GATEへ誘致した劇団の活動と連動したナイトクルーズ など
- ・府市が、水の回廊を構成する堂島川、木津川、道頓堀川、東横堀川沿いで遊歩道や船着場等のインフラ整備や水辺のライトアップなど景観整備を推進

## ■中之島にぎわいの森

- ・水辺の回遊性向上に向け、堂島川沿いで船着場のある拠点にシンボルツリーを植樹し、イルミネーションで装飾（八軒家浜、中之島バンクス、ほたるまち、西天満若松浜）
- ・みどりを活かしたにぎわいづくりとして、シンボルツリーの植樹と連動した有名アーティストとのコラボレーションイベントの開催
- ・西天満若松浜に誘致したにぎわい施設と一体となった新たなみどりを空間を整備するとともに、有名アーティストとのコラボレーションによりオープニングイベントを開催（再掲）
- ・水の回廊を構成する川沿いや水辺拠点（中之島GATE）の緑化を推進

## 【これまでの成果】

- ・水都大阪における新たなシンボル拠点を創造（西天満若松浜、中之島GATEのオープン）
- ・水の回廊における、舟運事業・水辺拠点の活性化  
(舟運の利用者数 H24年度：約42万人 H25年度：約50万人 H26年度：約60万人)

## 【課題】

- ・水と光とみどりが調和した水辺の景観整備や西天満若松浜及び中之島GATEに続くシンボル空間エリアの創出
- ・水都大阪パートナーズと舟運事業者や旅行業者の連携強化を図るなど、さらなる舟運の活性化の推進

## 【今後の方向性】

- ・舟運や遊歩道、光の連続性の推進による水辺の回遊性向上
- ・シンボル空間エリアの創出に向け、各拠点への民間活力の投入促進
- ・水都大阪全体を体感できる舟運商品の開発

～水と光のまちづくり推進～

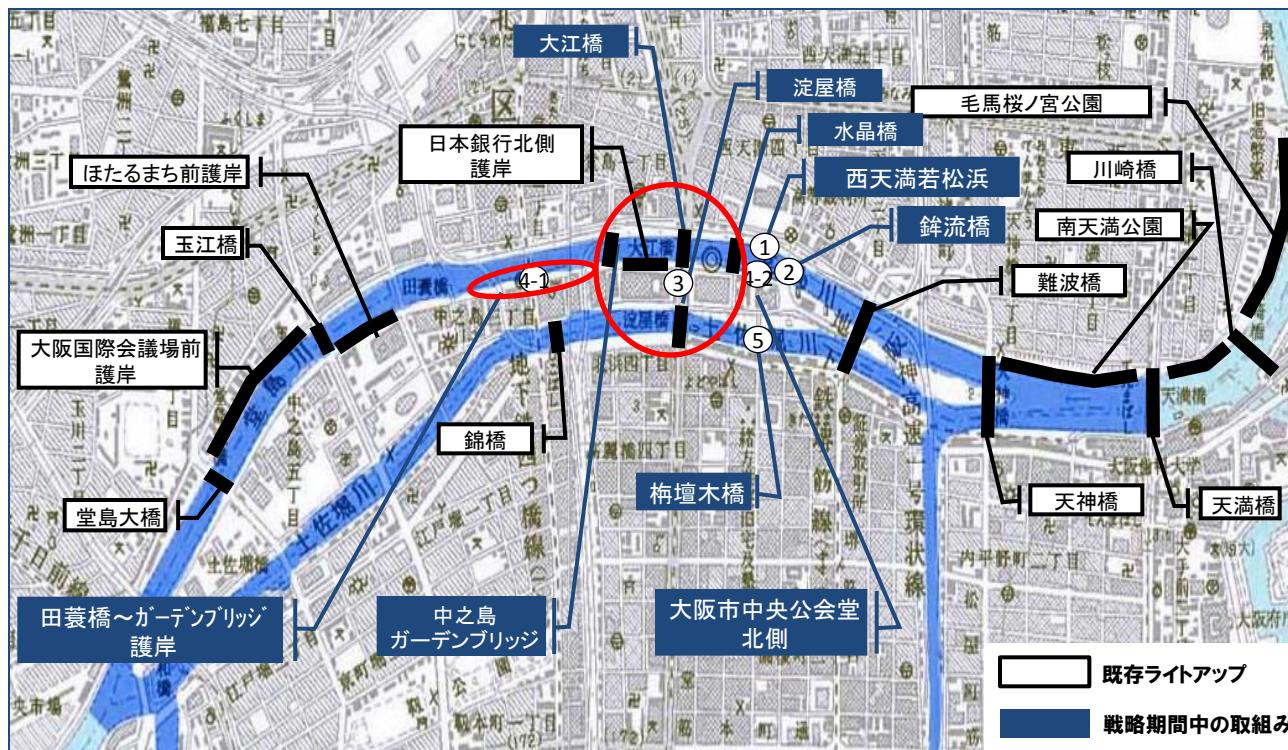
水と光の首都大阪の実現に向け、魅力的な光の景観の創出を図るとともに、毎年開催される光の各種イベントのネットワーク化を推進

<魅力的な光景観の創出等>

◇水都大阪を構成する水の回廊において恒常的な光景観を演出

- ①誘致した民間事業者による水辺のライトアップ【H25完成】
- ②銚流橋のライトアップ【H26完成】
- ③中之島がーデンブリッジ他3橋（大江橋・淀屋橋・水晶橋）の既存ライトアップ改修【H25～H27】
- ④堂島川左岸（田蓑橋～中之島がーデンブリッジ）、大阪市中央公会堂北側のライトアップ整備予定【H28年度工事着手予定】
- ⑤梅壇木橋のライトアップ整備予定【H28年度工事着手予定】

橋梁・護岸ライトアップ整備状況（堂島川・土佐堀川周辺）



銚流橋ライトアップ



中之島がーデンブリッジライトアップ改修



民間事業者による水辺のライトアップ  
(西天満若松浜)

【中之島周辺の水辺における光景観の広がり状況】

橋梁ライトアップ H23 10橋梁 ⇒ H27.5月時点 12橋梁  
 ※整備予定（橋梁1ヶ所含む）（護岸2区間）

水辺拠点のライトアップ 西天満若松浜に誘致した水辺の賑わい施設を民間事業者が  
 ライトアップ

<光のイベントのネットワーク化>

2013年から、「OSAKA光のルネサンス」と「御堂筋イルミネーション」をコアプログラムとし、大阪市中心部各エリアで開催される民間主催の光プログラム（エリアプログラム）と一体となり、「大阪・光の饗宴」として実施。

大阪・光の饗宴2014コアプログラム



御堂筋イルミネーション



OSAKA光のルネサンス



大阪・ミナミ光マッセ!!  
「光の杜」



縁起物イルミネーション  
(戎橋商店街)



街中がスノーマン! /トワイライト  
ファンタジー (大阪ステーション  
シティ時空の広場会場)



世界最大級の  
クリスマスツリー



中之島ウォーター  
ファンタジア



光の水都  
ルネサンスクルーズ



天満・桜ノ宮  
光りのエレガンス



Welcoming あべてん  
「光の音色」2014



光のワンダーランド  
「Happy X'mas ツリー」



メインツリー  
「シロナガスクジラ」



400年の時を超え、大阪城が光り輝く  
大阪城3Dマッピング  
スーパーイルミネーション

【水と光の首都大阪の魅力の発信】

大阪府・大阪市・経済団体等で「大阪・光の饗宴実行委員会」を組織して事業を実施するとともに、民間主体のプログラムとも連携を図り、大阪全体の魅力を発信する体制整備を図った。

- ・連携する民間プログラム H25 8団体(10プログラム) ⇒ H26 10団体(11プログラム)
- ・来場者数 H25 517万人 ⇒ H26 886万人
- ・経済波及効果 H25 284億円 ⇒ H26 487億円

～水と光のまちづくり推進～

■光のイベントのネットワーク化

【概要】  
大阪のシンボルである御堂筋のイチョウ等を光で輝かせることにより、世界に類を見ない景観を創出することを目的としている「御堂筋イルミネーション」と中之島の魅力を発信し国内外から多くの人々を招致することを目的としている「OSAKA光のルネサンス」をコアプログラムとし、府内各エリアで展開する民間主体の光のプログラムが一体となり、大阪の特性を活かした夜間景観の創出を通じて、魅力と賑わいに満ちた大阪の実現に取り組む。

- 【取組状況】
- 平成23(2011)年
    - 御堂筋イルミネーションを、淀屋橋交差点～新橋交差点まで延伸し、約1.9kmで実施。  
(H21は淀屋橋～船場中央3丁目約1.2km、H22は淀屋橋～北久宝寺町3丁目約1.4km)
    - OSAKA光のルネサンスを、大阪市役所周辺～中之島公園剣先を会場として実施。
  - 平成24(2012)年
    - 「御堂筋イルミネーション」と「OSAKA光のルネサンス」が一体となり、大阪府・大阪市・民間からなるOSAKA光のルネサンス実行委員会として実施。
  - 平成25(2013)年
    - 「OSAKA光のルネサンス」と「御堂筋イルミネーション」をコアプログラムに、大阪市中心部の8つの各エリアで開催される民間の自主的な光プログラム（エリアプログラム）と連携し、「大阪・光の饗宴」として実施。
  - 平成26(2014)年
    - 新たに府市共同で「御堂筋イルミネーション」を新橋～難波西口まで延伸し、約3kmの世界最長の光の道として実施。また、「最も多く街路樹にイルミネーションを施した通り」として、世界記録に認定（H27.1.9）。
    - エリアプログラムとして参加する民間の自主的な光プログラムを10団体へ拡充するとともに、大阪ならではの「食」やショッピングを楽しみながら回遊性を向上する取組みとして「OSAKA光の饗宴バル」を実施。
  - 平成27(2015)年
    - 新たに府市共同で「御堂筋イルミネーション」を阪神前～大江橋北詰まで延伸することにより、全長約4kmの御堂筋全体で事業を実施予定。
    - エリアプログラムの参加対象エリアの大阪府域への拡大や、観光局と連携したインバウンドの強化などにより、さらなる大阪の都市ブランドの向上と観光誘客促進を図る。

【成果】  
大阪府・大阪市・民間団体等が連携することにより、都市魅力の向上や観光誘客を促進。  
(H26年度実績：来場者数約886万人、経済波及効果約487億円)

OSAKA光のルネサンス来場者数推移

年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
来場者数	約309万人	約301万人	約201万人	約246万人

御堂筋イルミネーション来場者推移

年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
来場者数	約188万人	約147万人	約95万人	約269万人

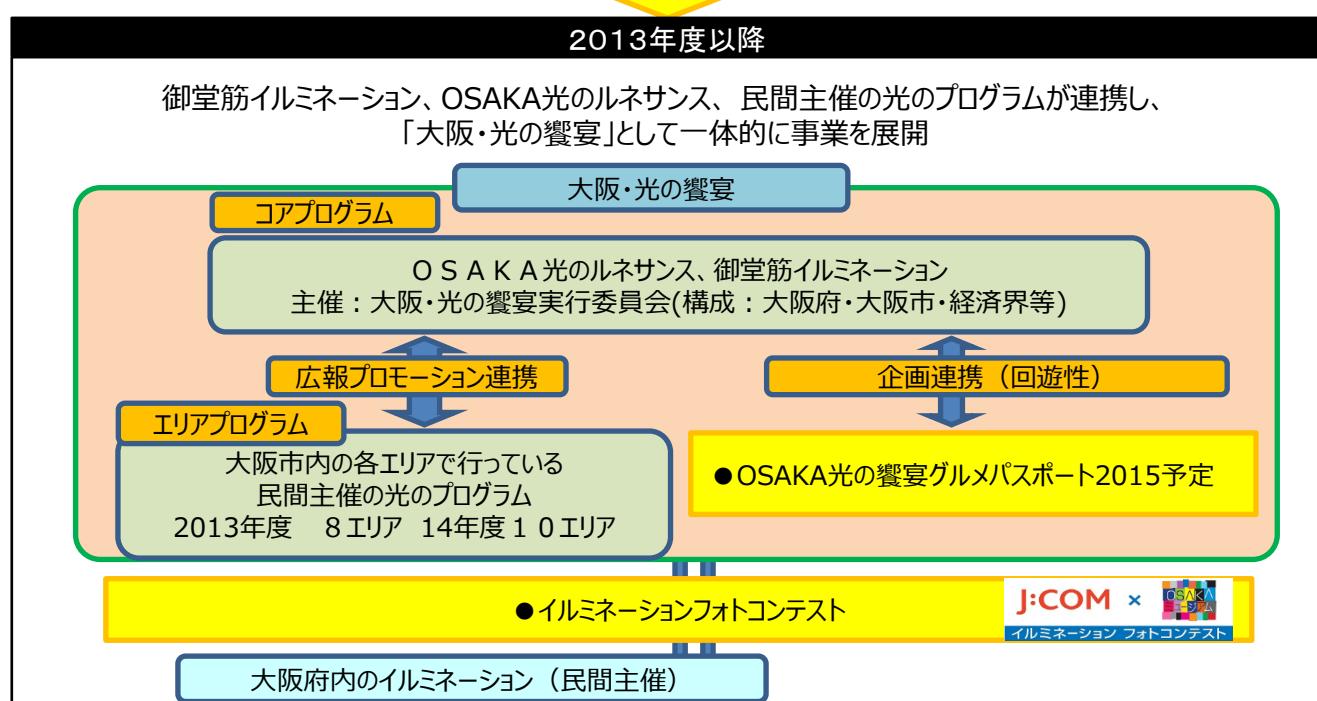
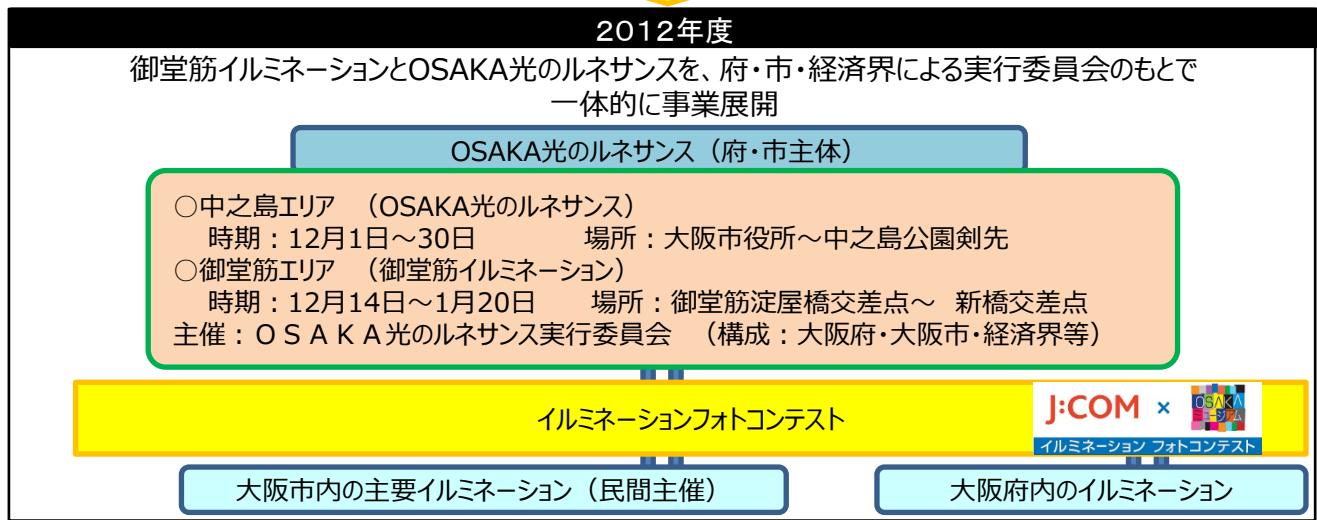
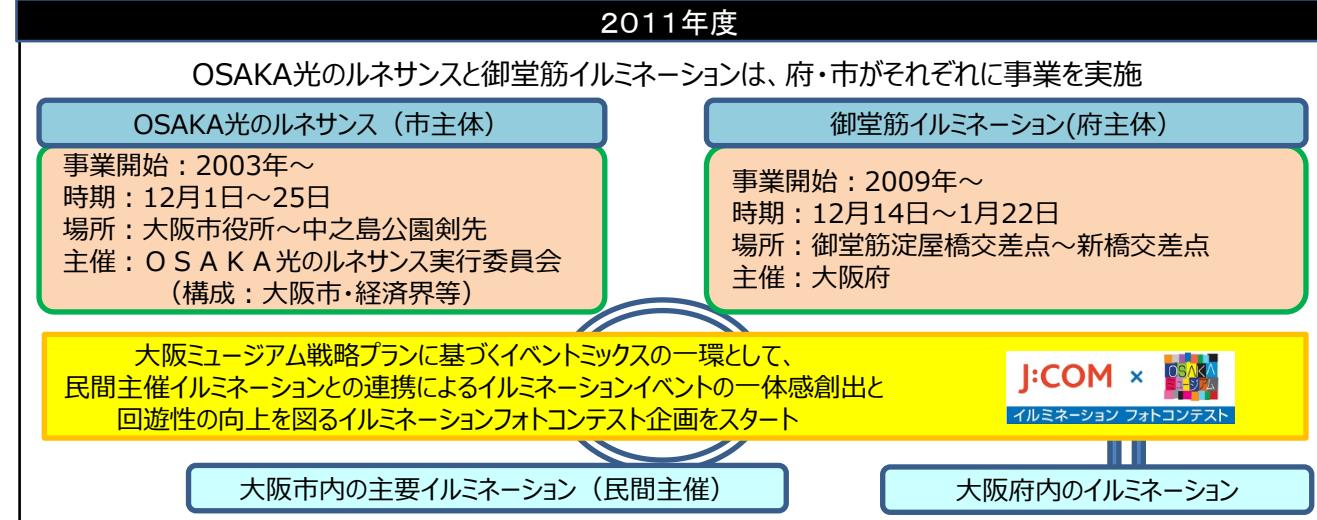
エリアプログラム来場者推移（民間主催事業）

年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
エリア数			8エリア	10エリア
来場者数			約221万人	約371万人

大阪・光の饗宴（上記3つの合計）

年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
来場者数			約517万人	約886万人

- 【課題】
- ・都市ブランド向上に向けたプログラムの魅力強化
  - ・多くの集客等を活かしたビジネス創出など、一層の民間投資の促進
- 【今後の方向性】
- ・プロモーション連携・強化や回遊性の向上、インバウンド受入環境向上等の取組推進
  - ・観光商品造成やビジネス展開など、民間投資誘発に向けた官民連携の強化



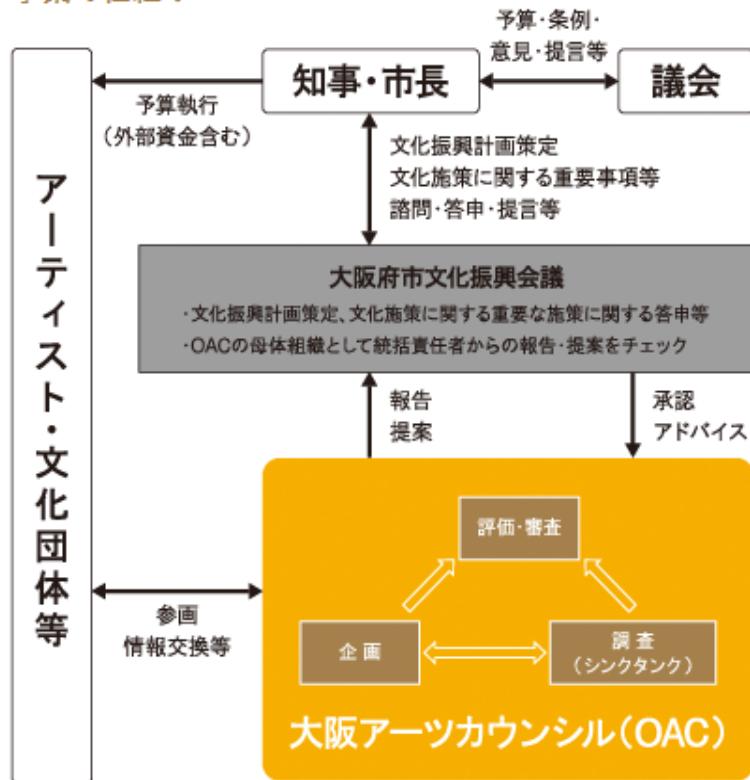
～大阪にふさわしい文化行政の展開～

＜大阪アーツカウンシルの設置＞

文化施策を推進する新たな仕組みとして、行政と一定の距離を保ち、芸術文化の専門家等による評価・審査等を行うアーツカウンシル部会（通称：「大阪アーツカウンシル」）を大阪府市文化振興会議の部会として平成25年度に設置。

評価機能（府市文化事業の検証・評価及び改善提案、補助事業採択の審査等）、企画機能（新たな事業やパイロット事業などの企画・立案等）、調査（シンクタンク）機能（情報の収集、分析、提供）によって府内の文化施策を推進。

事業の仕組み



【委員構成】  
 統括責任者 1名  
 アーツカウンシル委員3名  
 補助金審査担当委員5名  
 アーツマネージャー13名  
 (H27.7月末現在)

＜主な取り組み内容＞

◇評価機能

○府市文化課所管事業の検証・評価等の実施

- ・府市文化課所管46事業（府18事業、市28事業）を中心に延べ約100件の現地調査を実施し、各事業の評価と提案内容を取りまとめ【H25】
- ・シンポジウム等参画21回、補助金採択審査会7回等を通じて府内の文化事業の現状を把握【H25】
- ・平成25年度の事業評価結果や、提案内容に対する取り組み状況を中心に府市文化課所管44事業（府19事業、市25事業）の評価と提案内容を取りまとめ【H26】
- ・上方演芸資料館の施設の方向性、文楽協会への補助のあり方等の個別課題の検討のため、現地調査や関係者ヒアリング等を実施し、提言を取りまとめ【H25、H26】

◇企画機能

○府内の文化事業の現状分析をもとに、新たな文化事業の企画を提言【H26】

- ・府内の文化事業の現状分析  
 大阪は、「文化資源は豊富だが、ジャンル間のつながり交流が薄い」。結果的に、文化力が「見えない」、「都市魅力」等に発展しないことが課題。事業を実施するプロデューサー等の人材不足は特に深刻。
- ・課題解決のための提言  
 同じエリア、同じ時期に文化事業を結集し、大阪の文化力を「見せる」。まずは、文化的インフラの蓄積がある中之島界隈で事業を実施。実験、挑戦、成果を蓄積し、「新たな人材、新たな知恵、あらたな手法の開拓」にも取り組む。
- ・事業実施に向けた機運の醸成  
 府内で活躍する40歳以下を中心とした若手プロデューサー等に呼びかけを行い、「U40ミーティング」を開催し、ジャンル間の交流や新規事業実施に向けたキッカケづくりを実施。

◇調査機能、その他

○事業評価の質の向上や評価する人材育成の取り組み

- ・府市の文化事業を題材としたアーツマネージャー育成講座の実施【H27】
- 新事業の調査、アーカイブ化に向けた取り組み  
 ・芸術文化魅力育成プロジェクトの調査・記録を通じて、事業スキームの検証及び共有化など【H27】
- アーツカウンシルの情報発信強化の取り組み  
 ・アーツカウンシルホームページの開設【H26】  
 ・アーツカウンシル出張ルームの設置（江之子島文化芸術創造センター内）【H26】

【アーツカウンシルの取り組みをもとにした文化施策推進の成果】

○提言をもとにした新たな文化事業の実施 ⇒ 芸術文化魅力育成プロジェクトの実施(H27.10～11)

- アート、音楽、演劇等の大阪にある優れた文化事業を結集し、磨きをかけ、強力発信するため、府内の若手プロデューサーが果敢に挑戦して合同で作り出すプロジェクトを具体化(準備作業中)
- ・「知る」プログラム……上方伝統芸能のショーケース、ワールドミュージック公演等
  - ・「体験する」プログラム……上方伝統芸能の体験ワークショップ、伝統芸能と現代アートのトーク
  - ・「本物を見る」プログラム…伝統芸能と現代アートのコラボレーション公演、新作演劇の公演等

○事業の検証評価をもとにした文化事業のPDCAサイクルの取り組み

提言やアドバイスに対して対応可能なものから直ちに具体化  
 例) 上方演芸資料館の直営による機能強化、補助金説明会の合同実施、個別事業の見直し等

○アーツカウンシルによる情報発信の強化(ホームページアクセス件数の推移)

H26.4～H27.3 35,107件(月平均 @2,926件)  
 H27.4～H27.7 17,969件(月平均 @4,492件)

【課題】

- ・アーツカウンシルの体制整備と主な機能である、評価機能（府市文化事業の検証・評価及び改善提案、補助事業採択の審査）、企画機能（新たな事業やパイロット事業などの企画、立案等）、調査機能（情報の収集、分析、提供）の具体化
- ・府市文化事業のPDCAサイクルの確立と定着

【今後の方向性】

- ・アーツカウンシルによる評価・審査の内容や改善提案等について、府市として必要な予算の確保など、可能なものから具体化できるよう調整を進めるとともに、引き続きアーツカウンシルの機能の充実強化に取り組み、活動内容のアーカイブ化など基礎資料の整備を進める。

- 大阪府市の共通戦略「大阪の観光戦略」に掲げる2020年外国人旅行者650万人達成に向け、戦略的に観光集客を促進するエンジン役として、平成25年4月に大阪観光局を設立。
- 大阪観光局事業の実施主体は、(公財)大阪観光コンベンション協会とし、同協会内部に大阪観光局事業を管理統括する大阪観光局長のポストを設置。観光局長には民間の観光のプロを据え、権限と責任、裁量のもとで事業を実施。

## <主な事業実績>

### 1. トラベルミッションの推進

トップセールスや市場別ニーズに応じたきめ細かいセールスを展開

#### ◆中国・香港・台湾エリア

「個人旅行」をターゲットに、大規模な観光博等への出展や旅行代理店等へのセールス等を展開  
 ②(例)・香港国際旅遊展(約9万人参加)や台北国際旅行博(約34万人参加)への出展



#### ◆韓国エリア

大規模な観光博への出展やLCC航空会社とのタイアップ事業によるファミトリップ等を実施  
 ②(例)・HANATOUR博覧会などの大規模な旅行博覧会への出展  
 ・大手旅行社に「大阪周遊パス」35,000枚販売

#### ◆東南アジア・豪州

訪日旅行フェアでのPRや、今後の伸びが期待されるムスリム受入対応のためのセミナー等を実施  
 ②(例)・タイで周遊パスのプロモーション等を実施し、4社と契約を締結  
 ・東南アジア6カ国より旅行会社29社を招聘し、商談会を実施



#### ◆欧米エリア

観光博において商品造成のためのPRやプロモーションを実施  
 ②(例) FITUR2015(スペイン、約22万人参加)への出展や西海岸(サンフランシスコ等)を中心に旅行会社等へのセールスを実施

#### 【成果】

##### ■アジア市場別セールス訪問・商談件数(2014年の主な実績：暫定件数)

- 中国エリア：58件－重慶春秋航空等新規路線のツアー造成
- 東南アジア：86件－「大阪周遊パス」タイで4社と購入契約
- 韓国エリア：65件－大手旅行社に「大阪周遊パス」35,000枚販売

##### ■2014年来阪外国人旅行者数(※数値は暫定値)

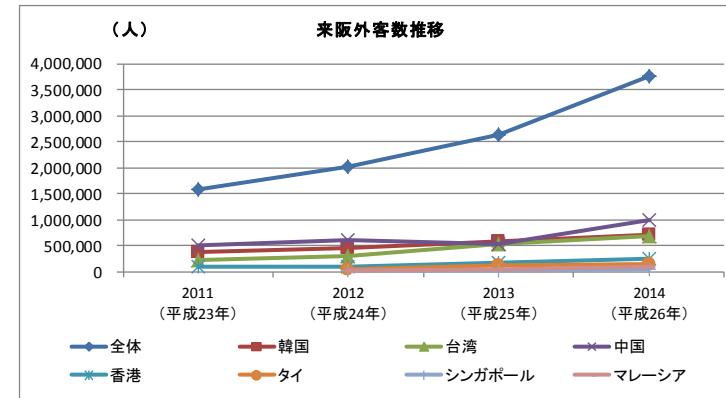
- 韓国：721,286人(対前年比124.8%)
- 台湾：679,157人(対前年比128.0%)
- 中国：1,009,092人(対前年比190.8%)
- 香港：265,755人(対前年比151.6%)
- タイ：149,268人(対前年比114.3%)
- シンガポール：56,535人(対前年比165.0%)
- マレーシア：98,311人(対前年比204.8%)

来阪外客数

	2011 (平成23年)	2012 (平成24年)	対前年 伸び率	2013 (平成25年)	対前年 伸び率	2014 (平成26年)	対前年 伸び率	対2011年 伸び率
全体	1,582,670	2,028,292	128.2%	2,625,114	129.4%	3,757,592	143.1%	237.4%
韓国	370,224	447,910	121.0%	578,129	129.1%	721,286	124.8%	194.8%
台湾	240,542	304,877	126.8%	530,597	174.0%	679,157	128.0%	282.3%
中国	501,722	614,788	122.5%	528,969	86.0%	1,009,092	190.8%	201.1%
香港	97,419	93,925	96.4%	175,282	186.6%	265,755	151.6%	272.8%
タイ		63,075		130,649	207.1%	149,268	114.3%	※2 236.7%
シンガポール		23,605		34,260	145.1%	56,535	165.0%	※2 239.5%
マレーシア		30,984		48,014	155.0%	98,311	204.8%	※2 317.3%

※1 来阪外客数は、推計値。日本政府観光局(JNTO)の「訪日外客数」に、大阪府訪問率(観光庁「訪日外国人の消費動向」)を乗じて算出

※2 タイ、シンガポール、マレーシアについては対2012年の伸び率



#### 【課題】

- 宗教上の理由から戒律の厳しいイスラム圏からの観光客の受入環境整備
  - 2020年の目標である来阪外国人旅行者650万人に向けた受入環境の整備
  - 2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどの大規模な国際大会を見据えたプロモーションの戦略的拡大
- 【今後の方向性】
- 観光事業者を集めたムスリムセミナーの開催、多言語対応やハラル対応など受入環境の整備促進
  - 市場別にターゲットに応じたきめ細かいセールスの展開

### 2. MICE誘致の推進

#### ◆MICE誘致の仕組みづくり・誘致活動

関連事業者による「大阪MICEビジネス・アライアンス」を中心とした、展示商談会の開催や、コンベンションの誘致・支援など、MICE誘致の取組みを推進

- ② 大阪MICEデスティネーション・ショーの実施
- 東京と大阪で開催(参加者数706名、出展企業数74社)
- インセンティブツアーの誘致：11か国、43件(参加者数19,416名)



#### 国際会議開催件数

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)	2014年 (H26)	対2011年 伸び率
大阪府	135	281	314	259	191.9%
全国順位	5	3	2	—	—

出典：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」  
 但し、H26実績は大阪観光局の暫定数値

#### インセンティブツアーの誘致・開催件数

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)	2014年 (H26)	対2011年 伸び率
件数	14	30	43	43	307.1%
参加者数(人)	2,078	7,620	10,170	19,416	934.4%

出典：公益財団法人大阪観光局事業報告(H26の実績は暫定数値)

#### MICE外国人参加者数

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)	2014年 (H26)	対2011年 伸び率
	6,865人	19,866人	23,282人	25,442人	370.6%

※日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」の基準をもとに大阪観光局にて算出  
 (H26の実績は大阪観光局集計の暫定数値)

#### 【成果】

- (H26【2014】年) 目標及び実績
- 国際会議開催件数 310件⇒259件
- MICE外国人参加者数 23,000人⇒25,442人
- ※実績は、大阪観光局集計の暫定数値

#### 【課題】

- MICEマーケティング活動の促進
  - MICEビジネス・アライアンスによる事業展開
  - MICE開催支援の強化
- 【今後の方向性】
- MICEビジネス・アライアンスの機能強化やホテルや会場等の受入環境整備

### 3. 外国人受入環境の整備

#### ◆観光案内所の機能充実

梅田と難波の2箇所で開催(H27.4～)。  
広域情報拠点とした、府域や近隣の観光情報を提供  
JNTO外国人観光案内所認定制度の最高ランク「カテゴリ-3\*」を取得  
\* 英語スタッフが常駐かつ英語以外の2言語対応が常時可能など



観光案内所

#### ◆Osaka Free Wi-Fiの整備拡大

6言語対応の無料Wi-Fiサービスを提供(H26.1.29～)するなど、観光客の利便性向上に向け、Wi-Fi環境の整備を推進。  
・②⑥府内アクセスポイント2,709箇所(H27.3月末現在)

#### ◆ムスリム対応の推進

観光施設・飲食店を対象に観光客受入セミナーの開催や、おもてなしガイドを発行

#### ◆HP・SNS等による情報発信(6言語)

口コミ情報を活用したSNSを多言語で運営し、相手国ニーズに合わせた大阪の魅力をリアルタイムで発信  
・②⑥ 27.3月末現在会員数 約40万人(前年度比129%)  
ホームページによる情報発信(②⑥ アクセス数:約5,700万PV)

#### Osaka Free Wi-Fi設置状況

●アクセスポイント数 (平成27年3月末日現在)

	大阪市内	大阪市内以外					合計
		北大阪	東部大阪	南河内	泉州	小計	
Osaka Free Wi-Fi	548	0	15	18	49	82	630
Osaka Free Wi-Fi Lite	1,168	234	312	102	263	911	2,079
合計	1,716	234	327	120	312	993	2,709

出典:公益財団法人大阪観光局

### 4. 大阪の認知度向上

海外での大阪の知名度向上を目指した大型イベントの誘致やメディアを通じた認知度向上を推進

- ・「大阪光の饗宴」と連携した冬季集客イベントの誘致
- ・アジア・パシフィックエリアにおけるCNNでの大阪CM放映



CNNでのCM

### 5. 国内プロモーションの推進

#### ◆国内向けセールス活動

- ・京都など周辺都市や府内市町村とした連携プロモーション
- ・JR西日本との連携による九州や北陸圏等でのプロモーションの開催

#### ◆伝統行事等を活用した旅行商品の造成・PR

天神祭観覧席・奉拝船席の販売(②⑥2,226席販売)

#### ◆フィルムコミッションの推進

- 大阪の魅力を発信するため、ロケ誘致や支援活動、ロケ地を活用した観光PRを実施
- ・②⑥ 邦画「円卓」では、舞台となった府内市町村と共同でロケ地を巡るスクリーンツーリズムを実施



北陸での観光PR

### 6. プロモーションツールの作成

#### ◆大阪観光ガイドブックの作成・配付

5言語で作成、案内所や海外旅行博等で配布  
(②⑥ 作成部数 ガイドブック:約43万部、マップ:28万部)

#### ◆ムスリムフレンドリーマップの作成

ムスリム観光客向けにホテルやレストランを紹介したガイドマップを会員企業と作成、空港やホテル、海外旅行博等で配布 (②⑥ 2万部作成)



ムスリムフレンドリーマップ

### H23年⇒H26実績

	H23(2011)年	⇒	H26(2014)年
◆来阪外国人旅行者数	158万人	⇒	376万人
◆外国人延べ宿泊者数	237万人	⇒	620万人
◆延べ宿泊者数	2,176万人	⇒	2,837万人
◆国際会議開催件数	135件	⇒	※259件
◆MICE外国人参加者数	6,865人	⇒	※25,442人

※大阪観光局集計による暫定値

#### 【課題】

- ・ 社会情勢の変化に対応できる組織・事務事業の見直しや、事業検証に基づく業務執行体制の見直し・強化
- ・ 外国人観光客の急激な増加への対応
- ・ 2020年の目標である来阪外国人旅行者650万人に向けた受入環境の整備

#### 【今後の方向性】

- ・ 企画・マーケティング部門の強化等、社会情勢の変化に的確に対応した施策提案のできる組織への再構築や、コンプライアンス機能の強化
- ・ 行政や経済界等の関係者と連携・協力のもと、環境整備の課題解決に向けた対応の協議・検討

### 来阪外客数

(単位:人)

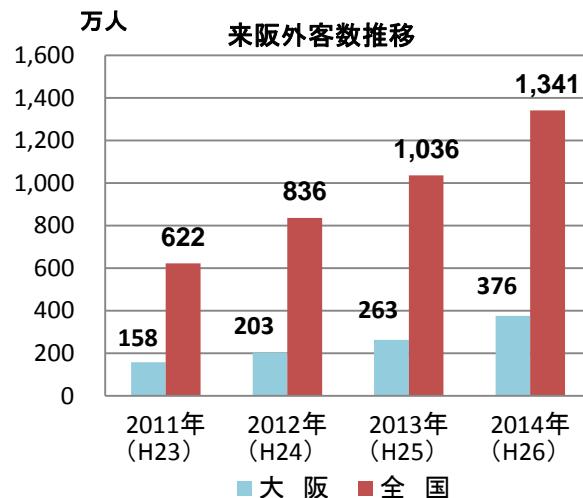
	2011年 (H23)	2012年 (H24)		2013年 (H25)		2014年 (H26)	
		対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率
全国	6,218,752	8,358,105	134.4%	10,363,904	124.0%	13,413,467	129.4%
大阪	1,582,670	2,028,292	128.2%	2,625,114	129.4%	3,757,592	143.1%

【来阪外客数】訪日外客数(※1)×府訪問率(※2)による推計値(府独自推計)

※1【訪日外客数】「訪日外客数の動向」(JNTO)より抜粋(一部暫定値を含む)

※2【府訪問率】「訪日外国人の消費動向」(観光庁)より抜粋(H23年調査は4-12月期のみ)

### 来阪外客数推移



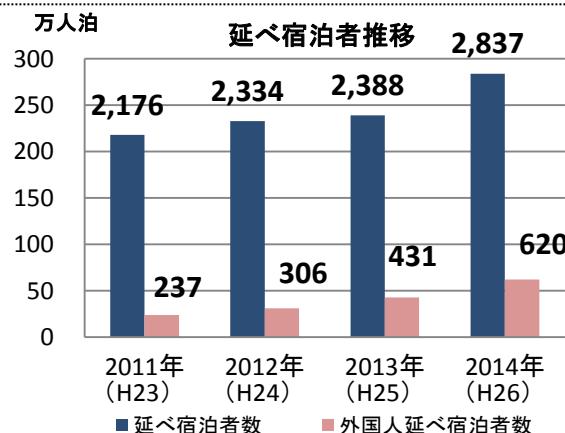
### 延べ宿泊者数

(単位:人泊)

	2011年 (H23)	2012年 (H24)		2013年 (H25)		2014年 (H26)	
		対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率
延べ宿泊者数	21,764,630	23,343,620	107.3%	23,881,430	102.3%	28,369,250	118.8%
外国人延べ宿泊者数	2,365,390	3,060,850	129.4%	4,314,500	141.0%	6,200,160	143.7%

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」

### 延べ宿泊者推移



～大阪城・大手前・森之宮地区～

大阪城公園PMO事業

大阪市では、大阪府とともに平成24年12月に策定した「大阪都市魅力創造戦略」のなかで、大阪城公園を重点エリアのひとつに位置付け、新たな魅力を備えた世界的な歴史観光の拠点として整備を推進することとしております。

「民が主役、行政はサポート役」との基本的な考えのもと、民間事業者の柔軟かつ優れたアイデアや活力を導入し、世界的な観光拠点に相応しいサービスの提供や新たな魅力の創出を図るため、民主体のPMO(Park Management Organization)事業者が総合的かつ戦略的に公園及び公園施設を指定管理者として一体管理する「パークマネジメント事業」を平成27年度より導入しました。

PMO事業者

PMO事業者は、大阪城公園や公園内の施設の指定管理者として、また既存施設の改修・改築による活用や新たな魅力ある施設の設置運営などを実施する魅力向上事業者として、公園全体を総合的、戦略的に管理運営して行く事業者です。

魅力向上事業

- ① 既存施設の活用
  - ・旧第四師団司令部庁舎
  - ・大阪迎賓館
  - ・もと音楽団事務所
- ② 新たな施設の整備、運営
  - ・森ノ宮駅前エリア
  - ・大阪城公園駅前エリア
- ③ 回遊性の向上や、新たなイベント事業

PMO事業エリア、提案 施設、エリア等



**【課題】**  
 ・施設整備に向けて、事業者や関係機関と十分な意見交換や協議等が必要。  
 ・施設整備後の運用について、魅力的な施設となるよう施設利用の状況等を見ながら、適正な管理が必要。  
**【今後の方向性】**  
 ・観光拠点化に向けて、より魅力のある施設となるよう調整していく。

豊臣石垣公開事業

太閤秀吉により天下統一の拠点として築城された豊臣期大坂城は大坂夏の陣(1615年)で落城しましたが、徳川幕府は豊臣期大坂城を覆い隠すように徳川期の大坂城を築き、豊臣期の石垣は地下に眠ったままです。

昭和34年に「大阪城総合学術調査団」を組織し、大阪城の謎の解明を進めた結果、地下約9mに現在の大阪城の石垣とは違う、豊臣期の石垣が初めて確認されました。

昭和59年には、水道工事に関連して地下1.1mの位置に、石垣下端の高さが昭和34年に発見された石垣の天端と同じ豊臣期の石垣が本丸内地下に良好な状態で残存することが確認されました。しかし、世紀の大発見であったこれらの石垣は調査が終わると、再び埋め戻され、現在の大阪城では豊臣期の石垣を見ることはできません。

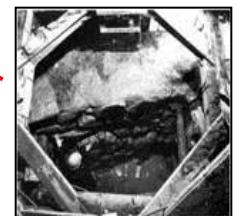
そこで、大坂夏の陣から400年の節目を迎えるにあたり、豊臣秀吉が築いた初代大坂城の石垣を再び掘り起し、大阪城の持つ、新たな歴史文化の魅力を皆様と共有したいと考えています。



豊臣期・徳川期本丸重ね合わせ図



昭和59年発見の石垣



昭和34年発見の石垣

太閤なにわの夢募金

募金目標額	5億円
募金期間	平成25年4月1日～ 平成29年3月31日(予定)
募金の対象者	広く国内外の個人、法人、団体からの寄附を募ります
募金サポーター	各界著名人32名

**【これまでの成果】**  
 ・募金開始から約1年3ヶ月で1億円を突破 (H26年7月時点)  
 ・平成27年4月末現在、募金件数 約3700件、募金額 約1億3700万円



**【課題】**  
 ・9割以上が個人の寄附であり、大阪や関西圏に止まらず、日本全国からの寄附をいただいておりますが、大阪城の歴史魅力の発信という点で大きな広がりを見せているが、目標額(5億円)に届いていない。  
 ・平成26年度に実施した遺構発掘調査により発見された徳川期遺構について、現地に保存しつつ地下の豊臣期石垣を公開するよう文化庁からの指導を受けたこともあり、大阪城の特徴である歴史の重層性を体感できる施設整備に向け計画変更に着手。

**【今後の方向性】**  
 ・個人だけでなく法人にも寄附呼びかけを強化するとともに、様々なPRを行う。  
 ・遺構調査について、文化庁と協議しながら進めていく。

## ～大阪城・大手前・森之宮地区～

## 大手前地区のまちづくり

大阪城の西に位置する府庁本館のある大手前地区では、平成23年2月に策定した「府立成人病センターの移転を前提とした大手前・森之宮地区の土地利用計画（素案）」\*に基づき、まちづくりを進めてきました。

\* 「森之宮地区のまちづくり」の部分については、「府立成人病センター跡地等のまちづくり方針」（平成26年12月）に継承しています。

## 府庁本館「正庁の間」の復元（庁舎を活用したにぎわいづくり）

大正15年に竣工し、モダニズム建築のさきがけとなるデザインの大阪府庁本館。その中で、5階中央にある「正庁の間」の室内は、大正時代を彷彿させる壮麗な装飾レリーフが全面に施され、国内最大級の大きさのステンドグラスや大阪城が望める東窓など、みどころがたくさんあります。大正時代当時の姿に復元改修を行い、平成24年1月から、一般公開や府民参加行事などに活用しています。

## 府庁本館耐震改修工事

築後89年が経過した大阪府庁本館は、耐震性の向上と老朽化した内装・設備の更新のため、東館の耐震改修工事等を実施しています。（平成28年度完成予定）  
なお、西館は耐震完了後撤去する予定です。（平成29年度予定）

## 大阪城公園と最寄駅を結ぶ歩行者空間ネットワークの形成

谷町四丁目駅と大阪城公園を結び、大手前地区の回遊性を高める散歩道として、大手通の歩道拡幅や街区内の歩行者用通路（街区中通り）を整備しています。  
（街区中通りは平成28年度完成予定）

## 府立成人病センターの移転

難治性がんを中心とする高度・先進的ながん医療に対応した機能の強化、森之宮の現施設の狭隘化によりがん診療の高度化等に対応できないことや諸室の配置の非効率化、施設や設備の老朽化への対応等のため、大手前地区への移転整備を行っています。（平成28年度末開院予定）

## 重粒子線がん治療施設の整備

隣接する成人病センターをはじめ、府内のがん診療拠点病院との連携のもと、府民に安全で質の高い最先端のがん治療を提供する重粒子線がん治療施設を整備しています。（用地は大阪府立病院機構が取得し、事業方式は民設民営）（平成29年度末開設予定）

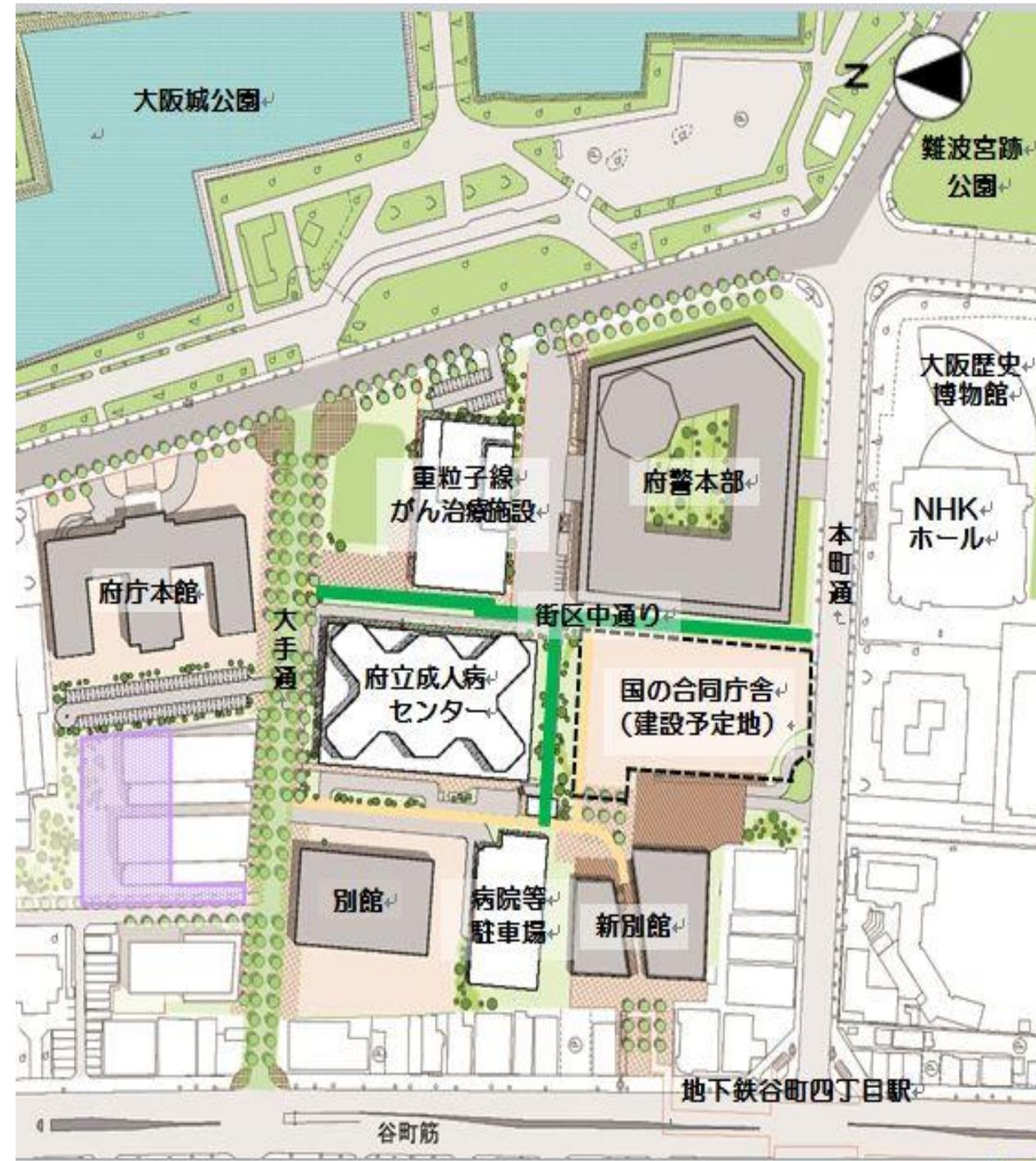
## 【課題】

- 複数の施設の整備が同時並行で行われていることから、整備計画・スケジュール等の整合を図る必要がある。

## 【今後の方向性】

- 関係機関等と十分に調整を行い、整合のとれたまちづくりを進める。

## 大手前地区配置予定図（平成27年8月現在）



～大阪城・大手前・森之宮地区～

府立成人病センター跡地等のまちづくり方針【概要】(H26.12策定)

- 今後の大都市・大阪における超高齢社会に対応したまちづくりのあり方として、今いる住民が住み慣れた地域で安心して快適に住み続けられ、多様な世代の新たな住民を惹きつける、課題解決型の活気あるまちづくりが求められる。
- 府立成人病センター跡地等のまちづくりについては、その立地特性を活かし、大学の都心回帰傾向を捉えた「高等教育・研究機関」の立地や、超高齢社会のニーズに対応する「健康・医療・介護関連産業」などの立地により、森之宮周辺の活性化の先導役となることが期待される。

**コンセプト** 『多世代が交流する、学びと健康とにぎわいのまち』  
～交通利便性と都心部最大のみどりを活かした人とまちを元気にする拠点～



**多世代交流居住ゾーン**  
《子育て・ファミリー世帯向け居住機能》  
・分譲マンション、賃貸マンション、保育所等

《高齢者向け居住機能》  
・有料老人ホーム、特別養護老人ホーム、高齢者向け住宅等

**周辺との一体的なまちづくり**  
《歩行者導線や広場、緑地等の整備》  
・駅周辺につながる歩行者導線の整備  
・住環境改善に資する広場、緑地等の整備

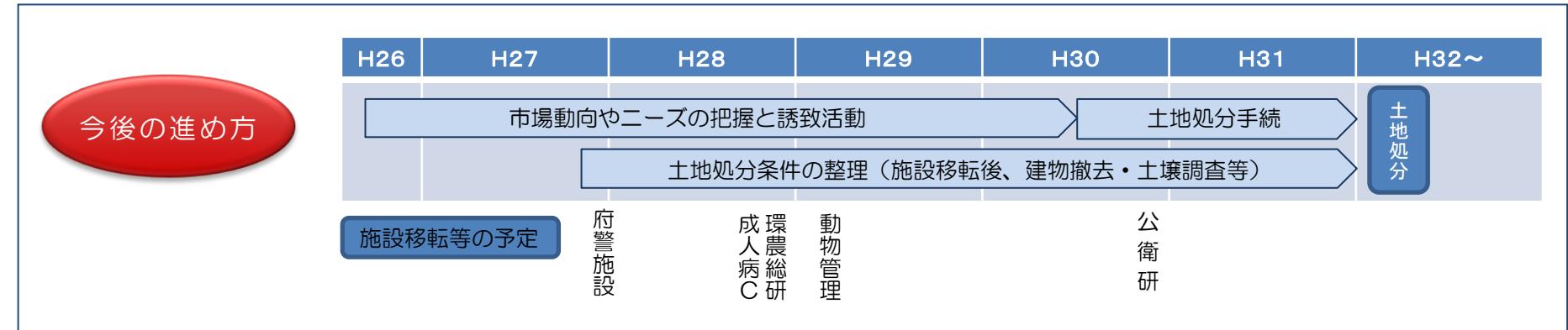
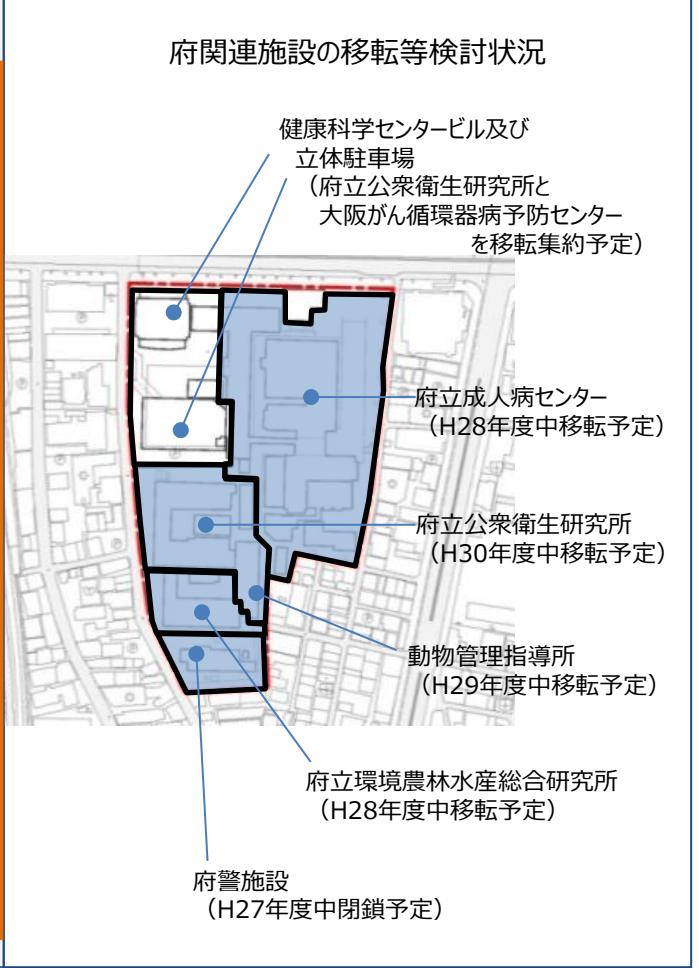
**にぎわい創出ゾーン**

《高等教育・研究機能》  
・大学、研究機関、専門学校等

《健康・医療・介護分野の産業・研究機能》  
・高齢者の生活支援サービス施設等  
・健康・医療・介護関連の製品・サービスの実証の場となる施設及びショールーム等

《地域文化交流機能》  
・カルチャーセンター、コミュニティ・カフェ等

《商業・サービス機能》  
・商業施設、専門小売店、飲食施設等



【これまでの取り組み】  
 ・「府立成人病センター跡地等のまちづくり方針」策定 (H26.12)  
 ・全国の大学等への郵送等による情報提供とアンケート実施 (H27.1)  
 【課題】  
 ・まちづくり方針に沿った土地の処分 (大学・企業等の誘致)  
 【今後の取り組み】  
 ・継続的なPRや情報提供、市場動向やニーズの把握を行い、大学・企業等の誘致に努める。

# ～中之島ミュージアムアイランド構想①～

## ■中之島4丁目市有地活用

【概要】  
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付け、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。

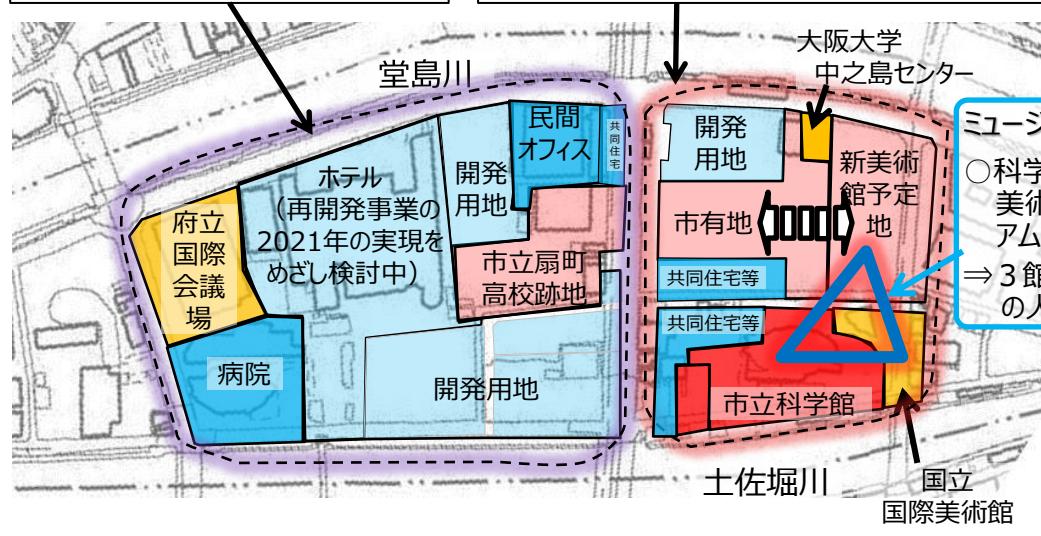
- 【取組状況】
- <整備事業の推進>
    - ・平成26年度
      - 【新美術館】
        - 『新美術館整備方針（案）』の公表（2020年度までの開館をめざすことを大阪市戦略会議で決定）
        - 『新美術館整備方針』[H26.9]の策定（H26.5～6にパブリックコメントを実施）
      - 【隣接市有地】
        - 隣接市有地（もと舞台芸術総合センター跡地等）の開発にかかるマーケットリサーチの実施（H26.9～H27.2）
    - ・平成27年度(予定を含む)
      - 【新美術館】
        - 要求水準書作成のための検討調査の実施
      - 【隣接市有地】
        - 大学等の設置を条件としたプロポーザル方式による売却の実施（H27年度中）

- <所蔵作品による展覧会の開催>
  - ・平成26年度
    - 『きらめく日本画コレクション』（大阪高島屋）
    - 『佐伯祐三とパリーポスターのある街角』（静岡県立美術館～宇都宮美術館～山梨県立美術館）
  - ・平成27年度(予定を含む)
    - 『海峡を渡る布 - 初公開 山本發次郎 染織コレクション ふたつのキセキ -』（H27.9～10 / 大阪歴史博物館）

【成果】  
・「新美術館整備方針」を策定し、平成32年度までの開館をめざすことを決定した。

○中之島5丁目  
・大阪の国際交流の拠点へ  
MICE機能の拡充、  
国際学校等の誘致など。

○中之島4丁目  
・大阪の文化・芸術の中心の拠点へ  
・新美術館と、市立科学館、国立国際美術館との連携により国内有数のミュージアムゾーンへ  
・隣接市有地で、美術館と連携・調和する、大学等の高等教育関連施設や業務・商業・文化施設等による複合施設を誘致。



ミュージアム・トライアングルの形成  
○科学館、国立国際美術館に新美術館が加わることで、ミュージアムトライアングルを形成  
⇒3館合計で毎年200万人近くの人々が来館

凡例	整備済み	整備予定
大阪市	赤	黄
その他公的施設	青	白
民間事業者	緑	白

## 新しい美術館の整備事業【整備方針の概要】

### 新美術館のコンセプト

- 佐伯祐三や吉原治良に代表される大阪が育んだ作家の作品を中心とした第一級のコレクションを活かし、国内トップクラスのミュージアムをめざす。
- 「大阪と世界の近現代美術」をテーマとしたミュージアムとして、市立美術館や東洋陶磁美術館にはない、新たな魅力を創造する。
- 歴史的にも文化的にも豊かな蓄積をもつ中之島を拠点として、文化の振興や都市の魅力向上に貢献する。
- 民間の知恵を最大限活用しながら、顧客目線を重視し利用者サービスに優れたミュージアムとする。

### 【参考】施設整備の概要（案）

項目		備考
【施設整備費】	121億円	設計・監理費/工事費/備品購入費
【延床面積】	15,000㎡	
内訳	コレクション展示室	2,200㎡ 日本近大/西洋近代/デザイン/現代/テーマ展示（うち500㎡は企画展示室としても利用）
	企画展示室	1,200㎡ 大型の巡回展にも対応できる面積を確保（1,200㎡もしくは1,700㎡での利用可能）
	コミュニケーション	2,100㎡ パサージュ、講堂、ワークショップ室等のオープンエリア
	保存・研究	2,500㎡ 収蔵庫、一時保管庫、調査研究室等
	管理・共用	7,000㎡ 管理部分（事務室、機械室、倉庫等） 共用部分（展示ホール、廊下、階段等）

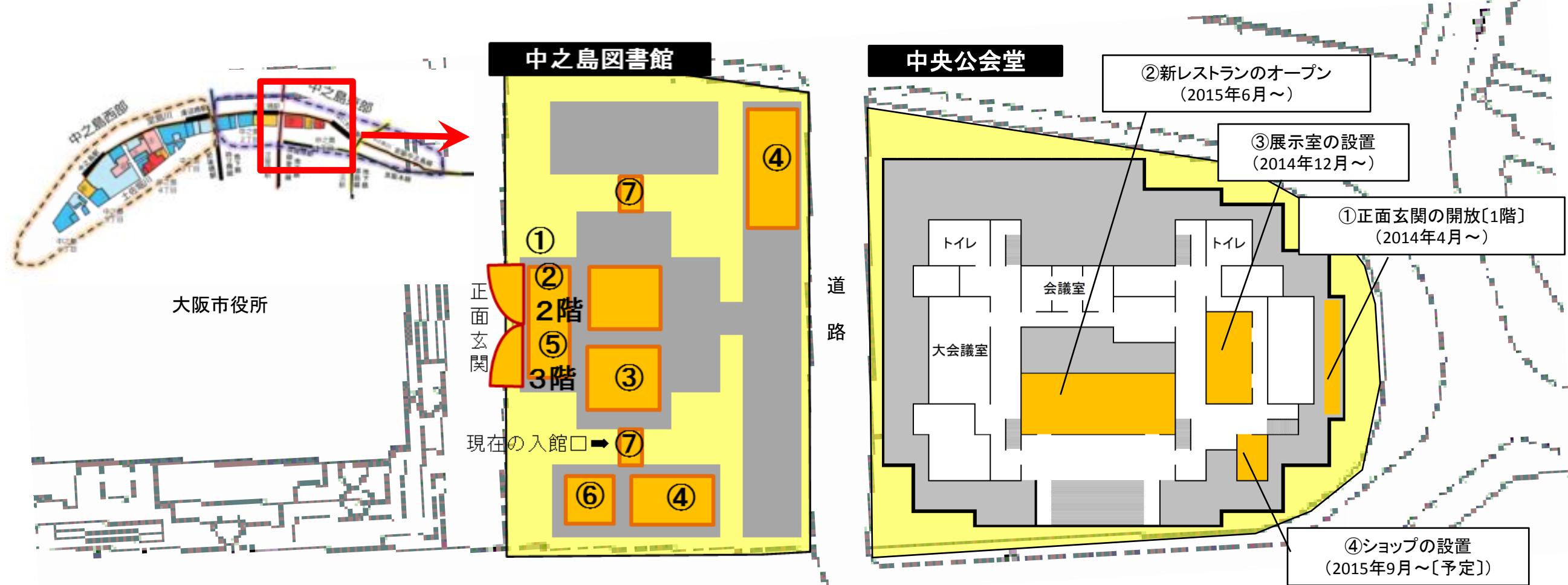
（駐車場及びサービス施設は含まず）  
※今後、新美術館の活動内容について具体的な検討を進めるとともに、別途検討を進めている市立美術館の改修計画や工事費の変動等も踏まえながら、施設整備の概要を決定します。

- 【課題】
- ・新美術館の整備を進めていく上で必要となる具体的な建物仕様を取りまとめ
  - ・新美術館を核とした一体的なまちづくりを実現するため、中之島4丁目用地の有効活用
- 【今後の方向性】
- ・要求水準書作成のための検討調査の実施
  - ・中之島4丁目用地において、大学等の設置を条件としたプロポーザル方式による売却を実施する。（平成27年度中を予定）
  - ・平成32年度の開館をめざし、新美術館の整備を着実に進める。
  - ・一体的なまちづくりの実現に向け、都市計画的手法の導入について検討を進める。

## ～中之島ミュージアムアイランド構想②～

### <府立中之島図書館・大阪市中央公会堂の有効活用>

府立中之島図書館、大阪市中央公会堂は国指定の重要文化財。「大阪の知と文化と歴史のシンボル」を共通コンセプトに、施設の連携事業を実施し、中之島エリアの集客及び活性化をめざす。



○府立中之島図書館のリニューアル(2015年4月正面玄関開放・順次リニューアル)

		リニューアル前	リニューアル後
①	外観	施設全体が老朽化	外壁を洗浄し、白亜の殿堂と評される外観を復活
②	正面玄関	閉鎖／階段下入館口が分かりにくく、受付後、持ち物を預けるシステム	正面玄関を改装し、フリー入退館を実施
③④ ⑤	館内	交流等に使える施設がない	大展示室、多目的スペースの設置、記念室(⑤)の改修
⑥		閲覧室のほかに館内でくつろげるスペースがない	カフェのオープン(2016年4月～〔予定〕)
⑦		設備の老朽化	トイレを改修し、アメニティを向上
	管理体制	府による直営	指定管理者による施設管理(2016年4月～〔予定〕)

○市中央公会堂のリニューアル

		リニューアル前	リニューアル後
①	1階 正面玄関	大集会室利用時以外は、玄関が閉鎖	正面玄関の開放 (2014年4月～)
②	地下1階 館内	レストラン目的の来場者の確保など、レストランの活用が不十分	アイコン的存在となりうる 新レストランのオープン (2015年6月～)
③ ④		近代建築の魅力を伝えるサービスが不十分	展示室の設置 (2014年12月～)、 ショップの設置 (2015年9月～〔予定〕)

## ～中之島ミュージアムアイランド構想③～

### ～中之島図書館の有効活用～

#### 【概要】

中之島ミュージアムアイランド構想の一つとして、中之島図書館を都市魅力施設として積極的に活用するとともに、中央公会堂とも連携した活用を図ることで両施設の魅力、中之島全体の魅力を高め、府内外に発信する。

#### 【取組状況】

- ①大阪府立中之島図書館のあり方検討タスクフォースを設置。外部有識者の意見を踏まえ検討を行い、中之島図書館の有効活用方策をとりまとめ。(H25年10月)
- ②リニューアル工事の実施【正面玄関整備、外壁洗浄、トイレ改修】(H26年12月～H27年3月)
- ③中央公会堂と連携した文化事業等の試行実施(H26年12月～H27年3月)
- ④H27年度は指定管理者及びカフェ事業者を公募。また、リニューアル工事(大書架、記念室等の内部工事)や文化事業を継続する。

#### 【これまでの成果】

- ①正面玄関の開放によるフリー入退館の実現(H27年4月)



- ②外壁洗浄等による建物の美化(H27年4月)
- ③文化事業の合同実施など、隣接する中央公会堂との連携・協力の強化

文化事業の実施状況	開催日数	開催日時	参加者数
中之島レトロ・ノスタルジック・ツアー	延べ19日間	H26.10.30,11.20	延べ46人
「じごくのそうべえ」絵本原画展		H26.12.8～20	延べ629人
らくごde中之島		H26.12.14	60人
ワンコインコンサート		H26.12.13,14	延べ161人
サロン・ド・中之島		H27.3.23	39人



#### ○中央公会堂との連携実績

- ・大阪市中央公会堂展示室オープン記念 咲くやこの花コレクション&橋爪節也氏講演会(平成26年12月11日)・・・企画展示への協力
- ・中之島レトロ・ノスタルジック・ツアー・・・ガイドツアーの合同実施
- ・サロン・ド・中之島・・・両館をテーマにした講演会及びガイドツアーの合同実施

#### 【課題】

- ・多くの人や情報が集まり交流する文化ステーションとして展開

#### 【今後の方向性】

- ・H28年度導入予定の指定管理者やカフェ事業者と協働した中之島図書館の魅力向上・発信
- ・中央公会堂をはじめとした周辺施設、周辺イベントと連携した中之島エリアの魅力向上・発信

### ～大阪市中央公会堂の有効活用～

#### 【概要】

- ①近代建築物としての活用・・・正面玄関の開放、館内ガイドツアーの実施、中央公会堂の魅力を照会する展示機能の充実等
- ②積極的な運営マネジメント・・・指定管理者の運営マネジメントが最大限発揮されるよう、全国的・国際的な大規模イベントや学術講演会が優先的に予約できるシステムへの変更、消費税増税を視野に入れた利用料金上限の改定の検討
- ③自主的な企画実施・・・指定管理者による年間を通じた戦略的イベントの企画、中之島図書館との連携事業
- ④レストランの活用・・・集客力のあるレストランの入居により中之島の魅力向上を図る。

#### 【取組状況】

- ・近代建築物としての活用策(正面玄関開放・館内ガイドツアー)を指定管理者公募の際の提案事項とするなど中央公会堂の活用検討
- ・正面玄関の開放(H26年4月～)、館内ガイドツアーの実施(H26年5月～)
- ・中之島図書館と合同ガイドツアー(H26年10月、11月)や合同講演会を実施(H26年12月)
- ・優先予約システムの変更(H26年11月)
- ・指定管理者の公募で、魅力向上イベント・学会の誘致、魅力向上事業(正面玄関開放・ガイドツアー・特別室の活用・ショップの設置・展示室の展示替え等)を提案事項とした(H26年10月)
- ・レストラン公募(H26年10月～12月)
- ・中央公会堂の歴史、大阪の近代建築、中之島図書館の所蔵品等を展示する展示室を開設(H26年12月)

#### 【これまでの成果】

- ・貸館利用者のみならず一般の来館者にも自由に見学できるようにしたことにより、近代建築としての魅力を発信し、中之島エリアの魅力向上に寄与。  
正面玄関の開放実績(H26.4月～H27.3月) 合計32,080人(月平均2,673人)  
館内ガイドツアーの実績(H26.5月～H27.3月) 合計963人(月平均87.5人)

- ・新レストランの営業開始(H27.6月)



- ・大阪市中央公会堂が、トリップアドバイザーの口コミで旅行者から一貫して高い評価を得ている施設に与えられる「トリップアドバイザー『エクセレンス認証2015』」を受賞!



#### 【課題】

- ・公会堂の設備の機能向上(音響、プロジェクト等)

#### 【今後の方向性】

- ・指定管理者による公会堂の魅力向上事業の展開、魅力向上イベント・学会の誘致
- ・中之島図書館等の周辺施設、周辺イベントと連携した中之島エリアの魅力向上・発信

# ～天王寺・阿倍野地区～

## ■公園・動物園の魅力向上

### 【概要】

・「天王寺・阿倍野地区」の核となる天王寺公園・動物園について、民間活力を導入し、これまで公共では実施することが困難であった質の高い空間の創造及び継続的な管理を行うことで、公園全体の魅力創造、さらには「天王寺・阿倍野地区」全体の集客力と地域のブランド力の向上を図っていくため、天王寺公園エントランスエリア等に民間活力を導入する。

・平成27年度のシンボルイヤーに合わせ、動物園開園100周年事業の実施に向け、来園者の利便性・回遊性を高めるため、園路・広場を整備するとともに、快適性を高めるための施設整備を実施する。

### 【取組状況】

・天王寺公園エントランスエリア等において、賑わい創出事業（ハード・ソフト事業）及び維持管理事業を担う事業者の公募を開始（H26.1月）

・観光バス駐車場整備（天王寺ゲート側3台、新世界ゲート側4台）、園路舗装改修

・天王寺公園エントランスエリア等において、賑わい創出事業（ハード・ソフト事業）及び維持管理事業を担う事業者の決定（H26.10月）

・慶沢園の整備（H26年度）

・エントランスエリアの基盤整備、案内サイン・動物園連絡ゲート実施設計（H26年度）

・動物園内のトイレの改修・美装化、ケータリング・カー導入、広場整備、園路舗装改修（H26年度）

・エントランスエリア・茶臼山北東部エリアでの民間事業者による運営開始（H27.10月予定）

### 【成果】

・天王寺公園エントランスエリアへの民間活力を導入、あわせて、現在閉鎖されている茶臼山北東部エリアも民間活力の導入による事業の対象範囲としたことで、北側の四天王寺・一心寺の社寺エリアから天王寺公園への回遊性の向上など、更なる活性化が期待できる。

・重点的に施設整備・課題改善を図ることにより、施設の老朽化などの課題に対する改善を着実に実施するとともに魅力向上策の検討を進めている。

・動物展示の工夫、イベントの充実などにより動物園入園者数は123万人（H23年）から136万人（H26年）に増加した。

・動物園、美術館、慶沢園を除く公園区域の入園料無料化を実施した。（H27.4月）

## ■周辺エリアとの連携・回遊性の向上

### 【概要】

・天王寺ターミナルと動物園・美術館・慶沢園などをつなぐ場所である天王寺公園エントランスエリア及び、公園北側社寺と公園をつなぐ茶臼山北東部エリアへの民間活力の導入を図ることにより、公園内及び周辺との回遊性の向上を図る。また、公園が地域の活動拠点の1つとなることにより、公園及び周辺地域の魅力向上・活性化を図る。

・「天王寺・阿倍野地区」では、「Welcomingアベノ・天王寺キャンペーン」や「上町台地マイルドHOPEゾーン協議会」の取り組みをはじめ、多くの団体、組織、個人が継続的な活動を行っている。これらの地域の資源を活かした魅力ある地域づくりの取組みと一体となって、エリアの魅力向上を図れるよう、「天王寺・阿倍野地区」の地域連携をすすめる。

### 【取組状況】

・天王寺公園エントランスエリア等において、賑わい創出事業（ハード・ソフト事業）及び維持管理事業を担う事業者公募開始（H26.1月）、事業者の決定（H26.10月）、民間事業者の運営開始（H27.10月予定）

・集客促進のための連携に関する調査を実施（H26年度）

・天王寺公園エントランスエリア等のリニューアルオープンや動物園100周年を契機として、公園・動物園を核に地区全体の価値を高めるためプロモーションに取り組む。

### 【成果】

・天王寺公園エントランスエリア等において民間活力を導入することにより、天王寺公園が核となり、地域連携が促進されることが期待できる。

・天王寺公園が地域の活動拠点の1つとなることにより、公園及び周辺地域の魅力向上・活性化が期待できる。

### 【課題】

・老朽化した獣舎施設や映像館、植物温室などの整備・改修

・天王寺ターミナルから天王寺公園への動線のわかりやすい案内、動物園・美術館へ向かうルートのわくわく感創出

### 【今後の方向性】

・天王寺公園エントランスエリア等への民間活力導入を機に、民間事業者が公園全体のマネジメントの中核的な役割を担う

・動物園について、新たな基本計画を策定するとともに、ハード・ソフト両面での魅力向上策を実施

・茶臼山、案内サイン、動物園連絡ゲート、動物園内の園路・広場など施設整備の推進及びC S 向上

・区役所や周辺企業、地域団体、寺社仏閣なども取組みごとに連携を深め、ネットワークを拡大

## 天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業

### 経 過

天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業の事業者選定にあたり、外部の有識者からなる「天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業者選定委員会」において審査を行い、本選定委員会の意見を踏まえ、事業者を決定しました。

平成26年12月26日に事業者と協定書を締結し、平成27年10月1日から事業者による運営開始を予定しています。

### 事業者

近鉄不動産株式会社（平成26年12月に事業者として決定した近畿日本鉄道株式会社は、平成27年4月1日付けで純粋持株会社制移行に伴う会社分割が行われており、本事業は近鉄不動産株式会社に承継。）

### 事業期間

平成27年10月1日から平成47年9月30日まで（20年間）

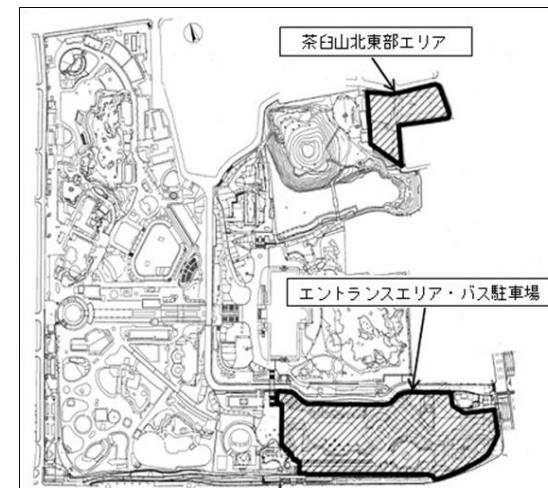
### 事業対象区域及び事業内容

#### 【事業対象区域】

- ・エントランスエリア（約25,000㎡）
- ・バス駐車場（約1,160㎡）
- ・茶臼山北東部エリア（約5,400㎡）

#### 【事業内容】

- ・賑わい創出事業（ハード事業）  
新たな賑わいを創出する飲食・物販施設等の設置・運営、公園・緑地整備
- ・賑わい創出事業（ソフト事業）  
イベント等の企画・実施、プロモーション活動
- ・維持管理事業  
清掃・警備、緑地・施設維持管理



### 整備計画の概要（本市との計画協議により決定）

(1) エントランスエリア  
（愛称『てんしば』）

#### 【整備概要】

- ・芝生広場（約7,000㎡）
- ・カフェ
- ・レストラン（2店舗）
- ・フラワーショップ
- ・こどもの遊び場（屋内・屋外）
- ・フットサルコート（3面）
- ・コンビニエンスストア
- ・ドッグランなど



全景（※事業対象区域はCGによる合成）

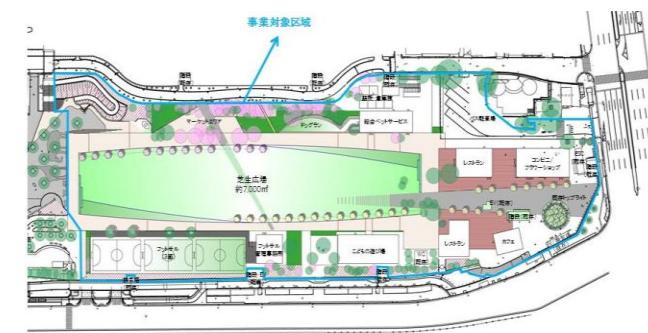


芝生広場（完成予想図）



エントランスエリア東側（完成予想図）

エントランスエリア（愛称『てんしば』）整備概要図⇒



※現時点での計画であり、本市及び関係機関との協議により一部変更が生じる場合があります。

(2) 茶臼山北東部エリア

#### 【主な提案施設】

- ・カフェ、コンビニエンスストア、駐車場

# ～御堂筋フェスティバルモール化①～

## ■にぎわい空間の形成、歩行者空間の充実

- 【概要】
- ①にぎわい空間の形成：「グランドデザイン・大阪」等を踏まえつつ、大阪の伝統と革新がうみだす世界的ブランド・ストリートの実現をめざし、形態制限の緩和等を含む新たな御堂筋のルール（地区計画及び御堂筋デザインガイドライン）による沿道ビル建替え誘導を行うことで、統一感のある都市景観を継承しつつ、人中心の道路空間への再編の動きと連動しながら、高質な都市環境の形成を図る。上記建替え誘導に加え、建替え予定のない既存ビル低層部へのにぎわい空間創出にかかる補助制度を創設し、連続したにぎわい空間の形成の早期実現をめざす。
  - ②御堂筋の歩行者空間の充実：「グランドデザイン・大阪」等を踏まえつつ、「車」重視の道路空間から「人」重視の道路空間へと再編を目指し、歩行者空間の拡充や歩行者の安全性の向上（歩行者と自転車の通行空間の分離）などに取り組む。

- 【取組状況】
- にぎわい空間の形成
    - ・形態制限の緩和等を含む御堂筋の新たなルールである地区計画や御堂筋デザインガイドライン策定（H25年度）
    - ・民間主体によるセットバック部分等での上質なにぎわいを可視化する事業の実施（H25年度～）
    - ・建築物の壁面後退部分の利活用に関する官民のルールづくり（H26年度）
    - ・既存ビル1階へのにぎわい空間創出にかかる補助制度の創設・活用（H26年度～）
  - 歩行者空間の充実
    - ・御堂筋における歩行者・自転車・自動車の交通量の調査を実施（H25年度）
    - ・御堂筋の側道を閉鎖し、本線での自動車への交通影響の確認や自転車と歩行者の通行空間の分離、道路空間を活用した賑わいの創出を行う社会実験を実施（新橋交差点～難波西口交差点付近）（H25年度）
    - ・歩道にある植栽帯を撤去し、歩行者空間を拡げる道路工事を実施（道頓堀橋南詰交差点～難波西口交差点付近）（H25年度）
    - ・御堂筋の側道を閉鎖し、道路空間を活用した賑わい創出を行う社会実験を実施（伏見町3交差点～平野町3交差点）（H26年度）
    - ・御堂筋の道路空間再編についてパブリックコメントを実施（H26年度）

- 【これまでの成果】
- にぎわい空間の形成
    - ・地区計画や御堂筋デザインガイドラインによるまちなみの誘導を行い、大阪のシンボルストリートにふさわしいにぎわいと魅力あるまちなみ創造、ひいては、御堂筋の活性化の推進に取り組んでいる。
    - ・御堂筋沿道の建替えについて、すでに1件が平成26年4月に都市計画決定済み（都市再生特別地区（伏見町三丁目地区））
    - ・御堂筋沿道の既存建築物を対象とした補助制度により質の高いにぎわい施設の導入等を誘導し、にぎわい空間の早期実現に取り組んでいる。
  - 歩行者空間の充実
    - ・御堂筋で空間再編に関する社会実験を実施することで、側道を閉鎖した時の本線の交通影響等の確認を行うことができた。また、社会実験として地域の方々による賑わい活動が実施され、多くの集客があるなど、御堂筋から新たな賑わいが創出された。
    - ・歩道にある植栽帯を撤去するなど歩行者空間の拡充を行った。（道頓堀橋南詰交差点～難波西口交差点）
    - ・御堂筋の道路空間再編についてパブリックコメントを実施した結果、意見総数110件のご意見があり、ご意見と本市の考え方を公表した。

- 【課題】
- にぎわい空間の形成
    - ・御堂筋にふさわしいにぎわいとデザイン性に配慮した活力あるビジネスゾーンの形成
  - 歩行者空間の充実
    - ・道路空間再編の実施に向けて道路空間デザインの検討や、関係機関、地元等との合意形成

- 【今後の方向性】
- 歩行者空間の充実
    - ・御堂筋の道路空間再編についてのパブリックコメントの結果を踏まえ、関係機関や地元等の理解を促進

## ■御堂筋沿道におけるにぎわい創出

新しい仕組みや制度	項目	内容
	壁面後退部分の利活用	壁面後退部分の使用行為に関する事前協議要綱の制定（H26.7）
にぎわい施設の導入等へのインセンティブ	御堂筋沿道ににぎわい創出補助金の創設（H26.7）	先導的なにぎわい創出事業について、補助対象経費を限定して支援（期間限定）

### オープンカフェの登場

壁面後退空間の利活用に関して、地区計画（御堂筋本町北地区）のエリアを対象に、活用委員会が発足（H26.7）



① 飲食店舗前に常設のオープンカフェ（H26.10～）  
補助を活用し、パラソル等を設置



② ショールーム前に期間限定のオープンカフェ（H26.10）  
補助を活用し、パラソル等を設置



③ 飲食店舗前に常設のオープンカフェ（H26.10～）



# ～御堂筋フェスティバルモール化②～

## 御堂筋の活性化(規制緩和について)

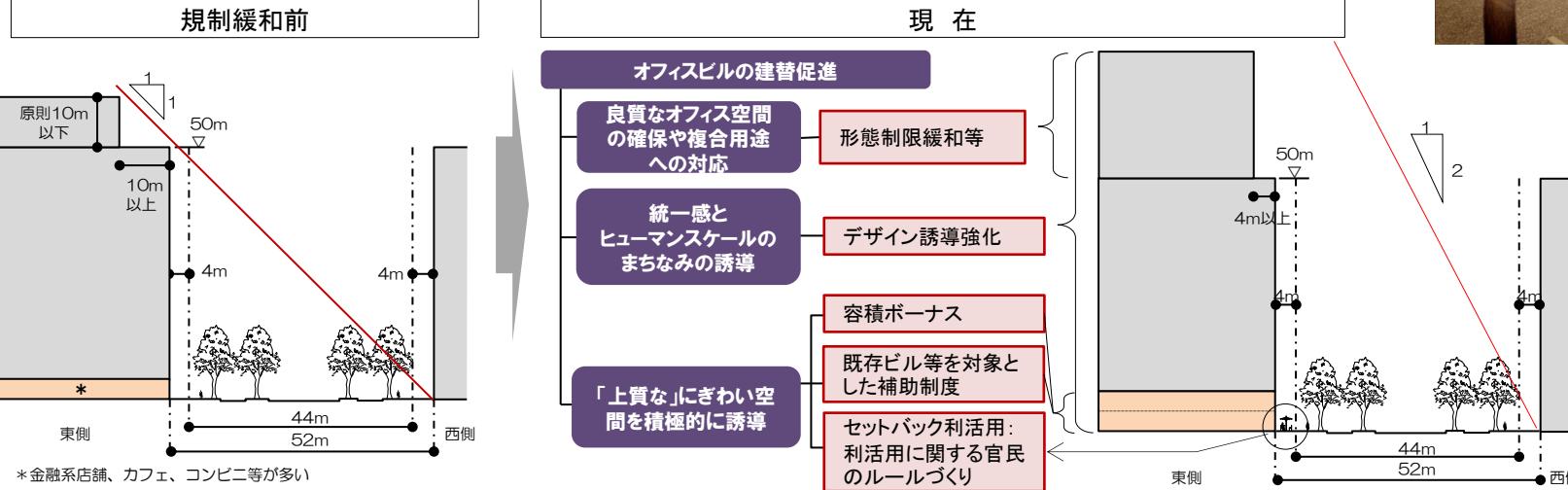
### ① 将来像:淀屋橋～本町・沿道

#### ○上質なにぎわいと風格あるビジネス地区

- ・国際的な業務機能と上質なにぎわいが調和する、風格あるビジネスエリア

#### 誘導方策【要綱から地区計画へ】

- オフィスの建替えを促進するため、良質なオフィス空間の確保や滞在・宿泊機能といった複合用途への対応が可能となるような形態制限等の緩和等、低層部へのにぎわい施設の導入促進のための容積ボーナス
- 既存ビル等への「上質な」にぎわい施設導入を促進するための多様なニーズに対応する補助制度の創設
- まちなみの統一感を継承するとともに、足元でのヒューマンスケールなまちなみを誘導
- よりきめ細かな用途誘導・デザイン誘導のための御堂筋デザインガイドライン策定と御堂筋デザイン会議の設置



- ◎以前の基準では、指定容積率1000%について、オフィスの高規格化(競争力のある階高)や複合用途化への対応が困難
- ◎複合用途化など民間の自由度を確保すべく以前の高さ規制を見直し。あわせて容積率の最高限度を貢献内容に応じて1300%へ

### ② 将来像:本町～長堀・沿道

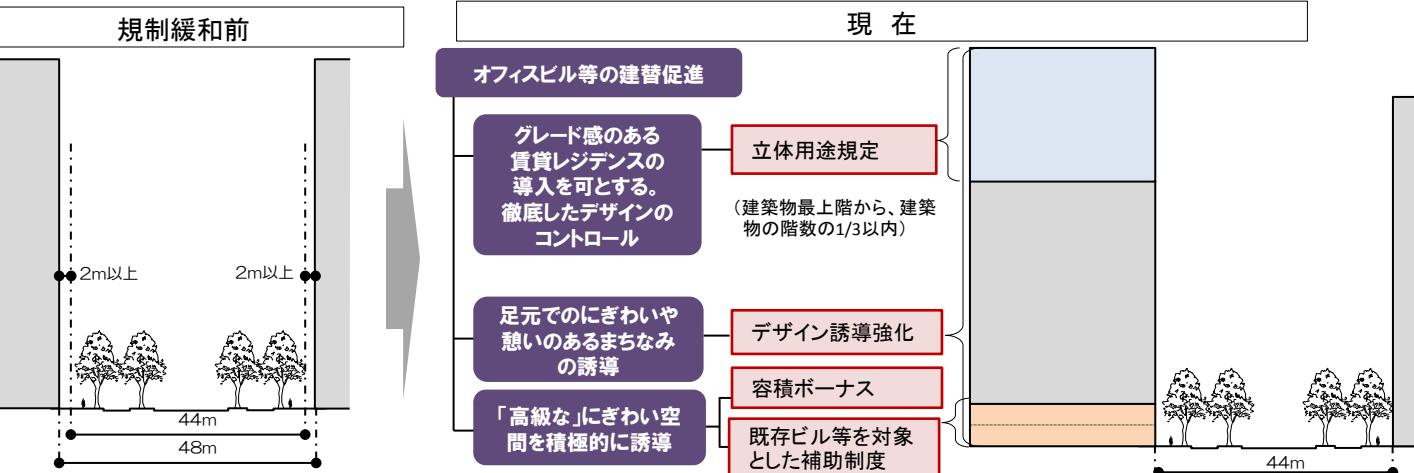
#### ○特別な時間を愉しむことができる落ち着いた複合地区

- ・特別な時間を愉しむことができる落ち着いた複合地区
- ・「淀屋橋～本町」間と「長堀～難波」間の機能が融合し、時代のニーズに合わせて表情を変える多機能複合空間

#### 誘導方策【要綱から地区計画へ】

- オフィスビル等の建替えに関して、低層部へのにぎわい施設の導入促進のための容積ボーナス
- 高層部にビジネスサポートとしてのグレード感のある賃貸レジデンスの導入を可とする。
- 既存ビル等への「高級な」にぎわい施設導入を促進するための多様なニーズに対応する補助制度の創設
- 足元でのにぎわいや憩いのあるオープンスペースを形成しにぎわいと憩いのあるまちなみを誘導
- よりきめ細かな用途誘導・デザイン誘導のための御堂筋デザインガイドラインの策定と御堂筋デザイン会議の設置

- ◎容積率の最高限度を貢献内容に応じて1300%へ



### 御堂筋活性化に向けた取り組み

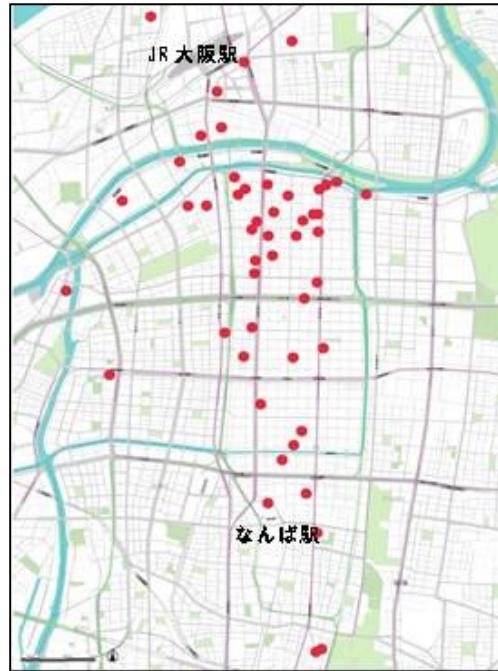
	2013	2014	2015	
建物の規制緩和		御堂筋ルールの策定 (地区計画・ガイドライン)		
にぎわい創出補助制度と壁面後退分のルール化		運用開始		にぎわい創出支援
民間プロジェクト		民間プロジェクトの都市計画決定(一例)		民間ビル建替えの促進
エリアマネジメント		民間エリアマネジメント組織設立に向けた支援		
道路空間再編	御堂筋ピクニック	壁面後退部分活用に関する地元ルール化・審査組織化	御堂筋ピクニック	御堂筋オータムギャラリー
	・新橋交差点から難波西口交差点での社会実験(11月実施)の実施 ・再編の検討・調整・協議	・伏見町3交差点から平野町3交差点間の社会実験の実施(11月) ・道路空間再編案のパブリックコメントの実施		・モデル整備(難波交差点以南・東側) ・道路空間のデザインなどの検討

# ～御堂筋フェスティバルモール化③～

## ■生きた建築ミュージアムの実現

【概要】  
 ・御堂筋エリア全体（御堂筋及びその周辺[船場・中之島等]）を1つの大きなミュージアムと捉え、そこに存在する「生きた建築」を通して、国内外の人を惹きつけるクオリティの高いにぎわいとつながる大阪の新しい魅力を創造・発信する。  
 ・建物選定や情報発信に関する取組みを進め、「生きた建築」を通して見えてくる、時代の流れや多様で豊かな都市の物語性を大阪の新しい魅力として創造・発信することで、「生きた建築ミュージアム」の実現をめざす。

- 建築物等の選定
  - ・都市魅力創造に資する建築物等を選定（有識者会議の意見を踏まえ、所有者の同意のもと、市長が選定）
  - ・生きた建築ミュージアム・大阪セレクションとして公表
- 選定した建築物等の再生
  - ・魅力向上のための建築物等の再生整備支援制度の創設（選定した建築物等の特徴である装飾やデザインの再現・修復といった外観整備費等補助）
- 活用
  - ・民間と連携した「生きた建築ミュージアムの実現」に向けた取組の推進（生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪の開催等）



生きた建築ミュージアム・大阪セレクション分布図

<生きた建築ミュージアム・大阪セレクション（全50件）>（順不同）  
 通天閣／梅田スカイビル（新梅田シティ）／大阪倶楽部／中央電気倶楽部／リーチパー（リーガロイヤルホテル）／堂島サンポア パー／マツラ（大阪駅前第1ビル）／大阪ガスビル／日本生命保険相互会社本館／御堂ビル【竹中工務店大阪本店】／御堂筋ダイヤビル／本願寺津村別院【北御堂】／ダイヤビル本館／三井住友銀行大阪本店ビル／ルポンドシエルビル【大林組旧本店】／北浜レトロビルディング／江戸堀コダマビル【旧児玉竹次郎邸】／日本聖公会川口基督教会／大阪証券取引所ビル／生駒ビルディング／武田道修町ビル／船場ビルディング／原田産業株式会社大阪本社ビル／新井ビル／青山ビル／伏見ビル／堺筋倶楽部／大阪商工信用金庫本店ビル【旧本町ビルディング】／輸出繊維会館／北野家住宅／清水猛商店／芝川ビル／長瀬産業株式会社大阪本社ビル／日本基督教教団大阪教会／今橋ビルディング【旧大阪市中央消防署今橋出張所】／大丸心斎橋店本館／南海ビル【高島屋大阪店ほか】／高島屋東別館／純喫茶アメリカン／ギャラリー再会／食道園宗右衛門町本店ビル／味園ユニバースビル／浪花組本社ビル／オーガニックビル／船場センタービル／阪急三番街／梅田吸気塔／スリープアップセル（カプセルイン大阪）／西長堀アパート／グランサンクタス淀屋橋



梅田吸気塔



マツラ（大阪駅前第1ビル）



大阪倶楽部



芝川ビル



味園ユニバースビル



清水猛商店



船場ビルディング



浪花組本社ビル

### 【取組状況】

- ・大阪市生きた建築ミュージアム推進有識者会議開催（H25年度～）
- ・マネジメント（生きた建築ミュージアムの実現にかかる調査等業務等の実施）（H25年度～）
- ・「生きた建築ミュージアム・大阪セレクション」の選定（H25年度：28件、H26年度：22件 計50件）
- ・魅力向上のための建築物等の再生整備支援制度の創設、実施。3年間の時限制度（H25～27年度）で、補助による再生後には、適切な維持管理や建物公開等の実施を義務化。（H25年度：1件、H26年度：1件）  
 [補助率1/2、上限800万円、外観等、常に公開されている部分の再生にのみ適用]
- ・「生きた建築ミュージアム2013・大阪セレクション×実証実験（魅力発信イベント）」開催（H25.11.22～23）
- ・「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2014（魅力発信イベント）」の開催（H26.10.30～11.2）
- ・「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2015（魅力発信イベント）」の開催（H27.10末～11月上旬：予定）
- ・SNS（ツイッター）の活用による魅力情報等の発信（H26.5月～）

### 【成果】

- ・「生きた建築」の魅力情報を積極的に発信することにより、「生きた建築ミュージアム公式ツイッター」のフォロワー数が、開始1年で約1600に増加（H27.8月現在）。
- ・平成25年度に12プログラムで実施した建物公開等の実証実験の成果を踏まえ、平成26年度には、大学や民間企業との連携を一層拡大、企画を大幅に充実させ、77プログラムからなる建物公開等イベントを実施。イベント参加者数は、平成25年度の約600人から平成26年度は約1万人に増加。
- ・平成26年度のイベントでは、関西圏はもとより、関東地方や九州等からも大きな関心が寄せられ、「生きた建築ミュージアム」の取組みが、大阪の新たな魅力として全国レベルに拡大している。
- ・「大阪セレクション」や「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2014」に関して、大阪の新たな魅力発信につながるこれまでにない取り組みとして、新聞・TV等、多数の媒体で取り上げられた。また、新聞での「生きた建築」の連載記事や、「生きた建築」の魅力を紹介した関連書籍の発行など、継続的な魅力発信につながっている。
- ・こうした取り組みを通じ、自分の所有、管理あるいは利用している建築の魅力が改めて認識される方も多く、大学や民間企業、関係団体による「生きた建築ミュージアム事業」への参画・協力が、より一層拡大している。

## 生きた建築 ミュージアム フェスティバル 大阪 2014

11/1(土) 2(日) イベント 10/30(木) 31(金)



浪花組特別公開



大阪ガスビル特別公開



船場ビルディング特別公開



カプセルイン大阪での女子会



ミナミのまちを巡るこどもツアー



日本銀行大阪支店（御堂筋側バルコニー初公開）

### 【課題】

- ・大阪セレクションをはじめとする「生きた建築」の維持・再生・活用・魅力発信についての支援、取組みの継続
- ・民間等との連携の強化と市民参加の促進
- ・建築を通じた、新しい大阪の都市魅力の充実・定着・海外発信
- ・子ども向けの建築教育プログラムの開発やモデル区との連携方策の検討など、今後の展開方策の検討

### 【今後の方向性】

- ・「生きた建築ミュージアム・フェスティバル大阪」の継続的・安定的開催に向けた、民間・大学・行政の役割分担、連携方策等の整理・調整
- ・継続的な取組みを可能とする大阪の建築・都市文化を担う自立した組織体制づくりや建築教育プログラムの開発

# ～築港・ベイエリア地区①～

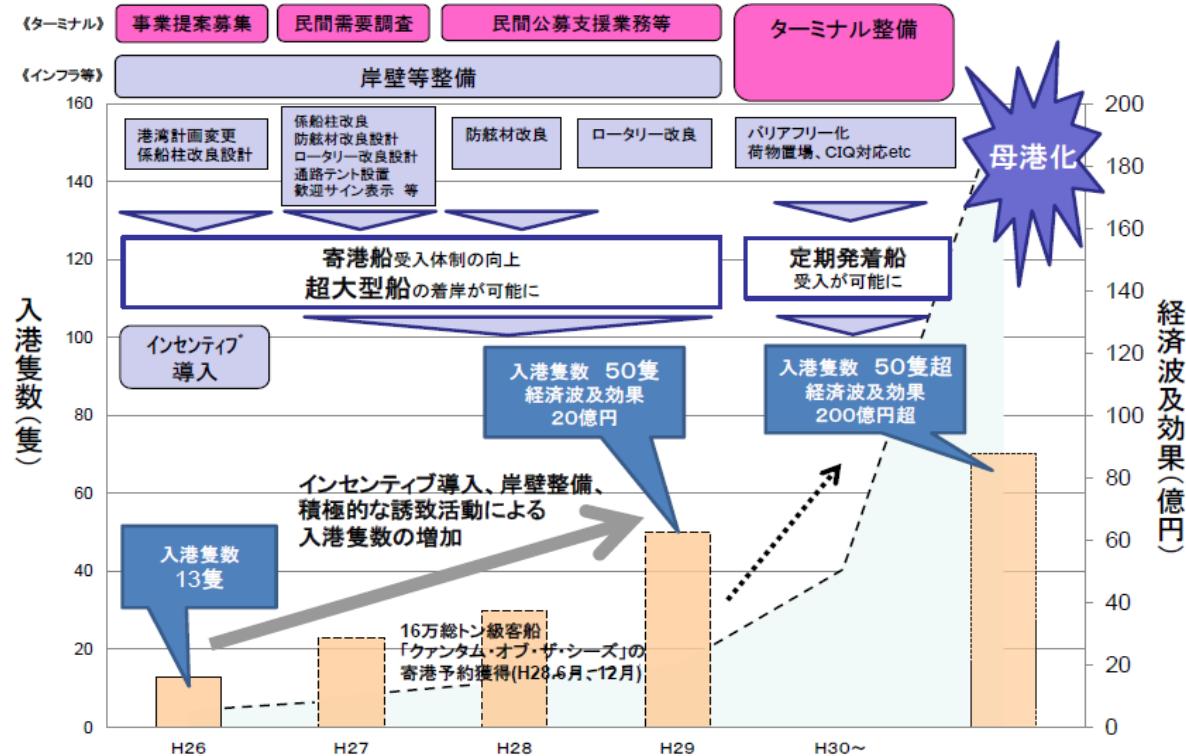
## ■クルーズ客船の母港化

【概要】  
 ・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）につなげる。

【取組状況】  
 ・大阪港クルーズ客船誘致推進会議の設置（H24.8月）  
 ・クルーズ客船母港化計画調査（H24年度）  
 ・クルーズ客船乗客を対象とした水上アクセスツアーの検討及びトライアルツアーの実施（H24年度）  
 ・天保山客船ターミナルの事業化調査（H25年度）  
 ・天保山客船ターミナル整備・運営に係る事業提案の募集を実施（H26.5月～6月）  
 しかし、事業提案では、民間事業者自らが事業を実施する提案はなく、整備・運営を行う事業者を公募するには、さらに検討が必要な状況  
 ・競争力のあるインセンティブの導入（クルーズ客船に対する使用料を全額免除し、0円に）（H26.6月～）  
 ・サイン計画の作成（H26.9月～）  
 ・天保山客船ターミナル整備の民間需要調査の公募実施（H27.6月～）  
 ・大型クルーズ客船に対応した岸壁機能強化の実施や、歓迎サインなどの設置（H27年度）

【成果】  
 ・平成26年6月から導入した「競争力のあるインセンティブ」により、客船誘致にはずみがついている。  
 ・官民連携によるサイン整備の取り組みに着手  
 ・官民一体による誘致活動の連携・協力の取り組みが広がっており、官民で構成される大阪港クルーズ客船誘致推進会議では、平成26年度に「大阪港からのクルーズ客船オプションツアー提案書」を作成  
 ・16万総トンクルーズ客船「クァンタム・オブ・ザ・シーズ」の平成28年入港予約を獲得、入港隻数は平成26年13隻（実績）、平成27年21隻（見込）、平成28年30隻（予定）

## クルーズ客船の母港化に向けた全体スケジュール



## ■インナーハーバーの再生強化

【概要】  
 民間活力の導入による魅力的な集客観光拠点の創出

【取組状況】  
**■天保山ハーバービレッジ**  
 ・駐車場・人工地盤等の市所有施設を一体的に貸付するため(株)海遊館と10年間の定期建物賃貸借契約を締結（H25.4～）  
 ・日除け・雨除け通路の設置や広場の美装化、緑地歩道における安全性向上のための改修工事を実施（H25.4～）  
 ・地元とコラボレーションしたイルミネーション等集客イベントの実施（H26）  
**■大阪文化館・天保山（旧サントリーミュージアム）**  
 ・事業者の公募を実施し、オリックス不動産(株)と10年間の定期建物賃貸借契約を締結（H25.1.31）  
 ・『大阪文化館・天保山』としてオープン（H25.4～）  
 ・「長洲剛 第5回 詩画展 2013」を開催（H25.5.11～5.19）  
 ・「GeGeGe水木しげるの妖怪樂園」を開催（H25.6.29～9.1）  
 ・「藤城清治 ファンタジー展 光の贈りもの」を開催（H25.9.24～11.24）  
 ・「機動戦士ガンダム展」を開催（H26.7.12～8.31）  
 ・「光と影の芸術人 藤城清治 世界展」を開催（H26.9.27～12.7）  
 ・「魔法の秘密展～パールに包まれた美と異端の真実～」を開催（H27.3.7～5.10）  
**■赤レンガ倉庫**  
 ・事業者公募を行う際の計画目標・公募条件等を設定するため、有識者会議を3回開催（H24.12.25/H25.2.28/3.29）  
 ・事業者の公募を実施し、(株)クインオートと30年間の事業用定期借地権設定契約を締結（H26.1.31）  
 ・事業者による改修工事を経て、クラシックカーミュージアムを核とした新車・中古車の展示販売場や、レストランなどを備えた集客施設としてオープン（H27.6.13）  
**■中央突堤2号上屋**  
 ・利活用の用途や売却・貸借の市場性の有無を把握するためにマーケット・サウンディング（市場調査）を実施（H25.10.16～12.18）  
 ・事業者公募を行う際の計画目標・公募条件等を設定するため、有識者会議を3回開催（H25.10.18/12.18/H26.3.18）  
 ・公募により事業者を決定（H27.3.31）、30年間の事業用定期借地権設定契約を締結予定（H27.10末）

【成果】  
 ・各施設における民間事業者の活用が順次進展してきたことから、エリアの魅力向上と集客効果に一定の成果を得ている。  
 ・官民及び地域との連携が広がりつつある。

【課題】  
 ・官民及び地域との連携を強化し、築港エリアの魅力創出と全体の回遊性を高める取組み

【今後の方向性】  
 ・港区役所・港湾局・経済戦略局・立地企業・地域と連携し、地域ベースで自主的に活動資金を確保しながら、都市魅力の創出、イベントの開催、情報発信等を持続的、自立的に推進することができるエリアマネジメントの仕組みづくり

【課題】  
 ・大型化に対応した岸壁機能強化の継続実施  
 ・ターミナル整備の民間活力導入の実現  
 ・クルーズ客船会社から選ばれるための大阪港の魅力づくり  
 ・クルーズ客船母港化計画では、整備目標として、16万総トン3,600人客船のファーストポート・インターポーティング機能、東アジアでの主力の8万総トン客船の乗り換え機能を想定しており、これに基づき岸壁機能を強化しているが、平成27年3月に国が立ち上げた「訪日外国人2000万人の受入に向けた関西ブロック連絡会」においては、22万総トン級の超大型クルーズ客船の対応も視野に入れることとしている。

【今後の方向性】  
 ・大型客船を受け入れるための岸壁の機能強化を継続  
 ・ターミナル整備の民間活力導入の可能性について引き続き検討  
 ・さらなるおもてなしの向上など、魅力アップにつながる取り組みを継続  
 ・22万総トンの超大型客船への対応については、クルーズ客船母港化計画で「長期的に対応すべき戦略」に掲げられており、今後のクルーズの動向などを視野に入れ、対応を引き続き検討していく。

# ～築港・ベイエリア地区②～

## 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

### クルーズ客船が定常的に発着



### 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

H24年度 大阪港クルーズ客船母港化研究会

★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)  
※ H26年6月 導入済み

官民による「大阪港クルーズ客船誘致推進会議」立ち上げ(H24)

★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帯**

- ・イベントの定常化による新たな賑わいの創出
- ・ベロタクシー(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**

平成25年4月に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。

**大阪文化館・天保山(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**

事業者を公募し、平成24年11月にオリックス不動産(株)に決定。平成25年4月から大阪文化館・天保山として再オープン。

**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**

事業者を公募し、平成27年3月に(株)デカンショパワーに決定。今後、高級中古車販売等を核とし、大阪港を一望できるレストラン・カフェを併設した築港の新たなランドマークとしてオープン予定。

### CHIKKO 風情を感じる港まちに / 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**

事業者を公募し、平成25年12月に(株)クインオートに決定。平成27年6月に、レストラン・カフェを併設したクラシックカーミュージアムとしてオープン。

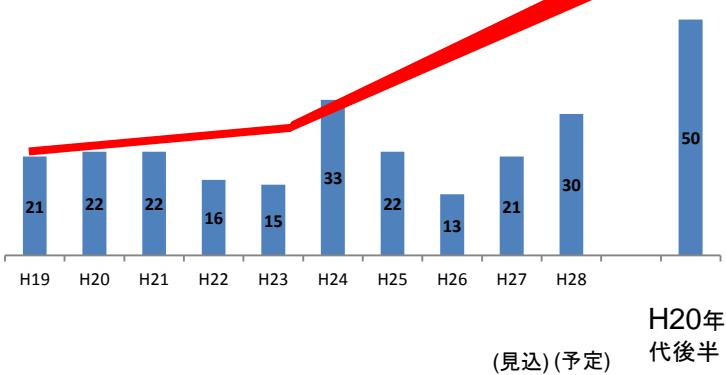
～築港・ベイエリア地区③～

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

大阪港でのクルーズ客船入港数の実績と見通し



クルーズシップ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)



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

主要事業スケジュール(案)

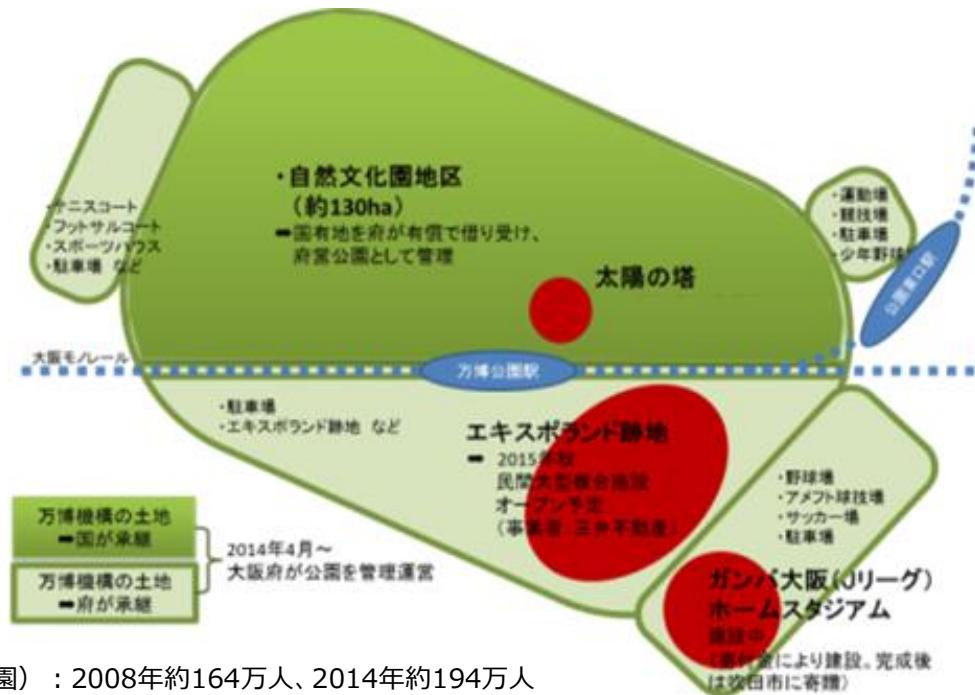
	H24年度(2012)	H25年度(2013)	H26年度(2014)	H27年度(2015)	～H30年代中旬	備考	
プロモーション、エリアマネジメント	推進組織の立ち上げ準備		推進組織によるマネジメント				
クルーズ客船の母港化	観光行政連携 H24協議会立ち上げ	大阪港クルーズ客船誘致推進会議					
	誘致活動	誘致活動					
	施設整備 H24調査により規模等決定	事業化調査	提案募集	民間活力導入の可能性追求	設計施工	クルーズ客船の母港化	
	インセンティブ H26年6月より導入	必要な手続き		インセンティブ導入			
	関係者調整 税関、入国管理、検疫等	関係者調整					
都心部との水上アクセス	水上アクセスゾーンのトライアル	民間事業者による商品化を検討					
インターハーバーの再生強化	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				
	大阪文化館・天保山(旧サントリーミュージアム)	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		
	サイン整備	管理者間での統一～順次整備					

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

～万博記念公園南側ゾーンへの複合型エンターテインメント施設の立地促進～

■万博記念公園南側ゾーンへの複合型エンターテインメント施設の立地促進

【概要】  
 万博記念公園南側ゾーン（エキスポランド跡地）において、大阪府が事業者に土地を貸し付け、民間のノウハウと資金を活用して地域の賑わいの創出や地域の活性化を図る。  
 ※本戦略初年度である平成24年度時点では、独立行政法人日本万国博覧会記念機構が事業用地を所有していたが、法人解散により、平成26年4月より府が承継



＜公園概要＞  
 面積：約258ha  
 来園者数（自然文化園）：2008年約164万人、2014年約194万人

【取組状況】  
 ・「万博記念公園南側ゾーン活性化プラン案」策定（H22年8月）、事業者公募（H23年3月）、事業者決定（H23年12月）、事業者と事業用定期転借地権設定契約公正証書を締結（H25年3月）  
 ・工事（既存施設の解体工事）着手（H26年2月）、工事（新築工事）着手（H26年7月）

【これまでの成果】  
 ・平成27年11月19日 ・エキスポランド跡地に日本最大級の大型複合施設「EXPOCITY」グランドオープン（予定）

【今後のスケジュール】  
 平成27年度中 ・市立吹田サッカースタジアム完成（市立吹田サッカースタジアム条例 8月5日条例可決、8月7日公布、9月30日施行）  
 平成29年度以降 ・「太陽の塔」耐震工事及び内部展示「生命の樹」の再生、「地底の太陽」の再生展示、一般公開

【市立吹田サッカースタジアム】  
 ■概要 収容人数：約 40,000人収容  
 万博記念公園内に、140億円規模で建設募金を募り、サッカースタジアムの整備が進められている。完成後は、吹田市が公の施設とし、ガンバ大阪ホームスタジアムとしても活用予定。南側ゾーンの集客施設との相乗効果による集客が大いに期待される。

【課題】  
 ・複合型エンターテインメント施設の立地を生かした万博記念公園エリアの魅力向上

【今後の方向性】  
 ・複合型エンターテインメント施設のみならず、万博記念公園周辺の事業者と連携した取組みにより、公園の魅力向上及びさらなる国内外からの集客を図る

日本最大級の大型複合施設「EXPOCITY」11月にオープン

■概要  
 8つの大型エンターテインメント施設と全305店舗のショッピングパークからなる大型複合施設。



■ 8つの大型エンターテインメント施設

NIFREL (ニフレル)	ENTERTAINMENT FIELD
海遊館が初プロデュース、生きているミュージアム！ コンセプトは「感性にふれる」。	「ひつじのショー」が登場！ 関西初の常設「チームラボお絵かきタウン」も！
OSAKA ENGLISH VILLAGE	109 シネマズ大阪エキスポシティ
実際にアメリカの地に足を踏み入れたかのような空間で英語に触れられる、日本初の体験型英語教育施設。	「次世代「IMAX®」と「4DX」の2つのシアターが併設されているシネマコンプレックスは、世界初。
ポケモンEXPO ジム	ANIPO (アニポ)
ポケモンが国内で初めてプロデュースする体験型「エデュテイメント」施設。独自に開発された強化プログラムで、子どもたちのコミュニケーションスキルを育みます。	「動物たちがつくる移動遊園地」をテーマとする新たなアミューズメントゾーン。空飛ぶ自転車に乗って空中散歩を疑似体験できるなど、4つのアトラクションが楽しめる。
オービィ大阪 (Orbi Osaka)	(仮称) OSAKA WHEEL (オオサカホイール)
大自然超体感ミュージアム！ 大小様々な体験を通して、知らなかった地球を発見する「エンタテインメント・エキシビジョン」、大迫力のスペシャルシアターで、地球・生命の魅力に感動する「シアター23.4」、オフィシャルショップやレストランで構成。	日本一の高さ120m超を誇る大観覧車。シースルーのゴンドラからは大阪の街並みと夜景を一望でき、内装を特別豪華にしたゴンドラも設置するなど、従来の観覧車とは一線を画した趣向を凝らした装備で、お客様に驚きと感動を提供。

■ EXPOCITY 概要

所在地 : 大阪府吹田市千里万博公園2-1  
 敷地面積 : 約172,000㎡  
 構造規模 : 鉄骨造地上1～3階建（一部地下1～2階建）  
 立体駐車場 : 鉄骨造地上3階建（屋上駐車場）3棟  
 延床面積 : 約223,000㎡（約67,500坪）  
 店舗面積 : 約71,000㎡（約21,500坪）  
 施設および店舗数 : 312 駐車台数 約4,100台

※三井不動産(株)報道資料提供より

～百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録に向けた取組みの推進～

百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録に向けた取組みの推進

【目標】平成30年度世界文化遺産登録（平成28年度国内推薦）

- 【経過】
- 平成19年 9月 府・堺市・羽曳野市・藤井寺市で、ユネスコ世界遺産暫定一覧表記載資産候補として「百舌鳥・古市古墳群」を文化庁へ提案（H18・H19に文化庁が全国自治体に公募、それまでは国が選定）
  - 平成22年11月 世界遺産暫定一覧表に記載（H27.7現在、日本では10件記載）
  - 平成23年 5月 知事、地元3市長からなる「百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録推進本部会議」を設置、H27年度登録をめざすことを確認
  - 平成25年 8月 百舌鳥・古市古墳群のH25のユネスコへの推薦（H27登録）は見送り
  - 平成25年11月 推進本部会議を開催し、新たな目標を「平成29年の世界文化遺産登録（H27年推薦）」に決定
  - 平成26年 4月 推進本部会議を開催し、緩衝地帯における規制方針を決定
  - 平成27年 3月 推薦書原案を文化庁へ提出

（※平成29年度登録をめざしていたが、平成27年度の国内推薦が見送られ、平成28年度の国内推薦（平成30年度登録）をめざすこととなった。）

【取組状況】

■ ユネスコに提出する推薦書原案の作成

- 百舌鳥・古市古墳群の顕著な普遍的価値の証明に必要な基礎データの収集や国内および東アジア（韓国・中国）の資産の調査研究等を実施するとともに、構成資産のレーザ測量図の作成
- 熟度の高い推薦書原案を作成するため文化遺産・都市計画・考古学の専門家からなる推薦書作成検討委員会を設立、原案の検討
- 緩衝地帯の規制にかかる方向性の決定及び住民説明、規制条例改正等の手続き
- 国際専門家会議の開催：計4回

■ 機運醸成にかかる取組み

- 世界遺産登録に向けた統一したメッセージを戦略的・効果的に国内外に発信していくため、シンボルマークとロゴ等のデザインを作成するとともに、多言語パンフレット（日・英・中・韓）、ポスター及びPRグッズを作成
- 古墳群の魅力を体験していただくため、ウォーキングマップ、国内外へ伝えるためのPR映像及びHPを作成
- 国際シンポジウムの開催（H23堺市、H24大阪市、H25藤井寺市、H26羽曳野市）
- 民間企業と連携したPR事業の展開
- 市民・企業を中心とした応援組織の結成（市民の会（堺）・もずふる応援隊（羽曳野・藤井寺市））

【これまでの成果】

- 「百舌鳥・古市古墳群を活かした地域活性化ビジョン」の策定（H26.3月）
- 文化庁へ「登録推薦書原案」及び「包括的保存管理計画原案」を提出（H27.3月）

【文化審議会等の指摘と課題解決の方向性】

- ①登録審査を行う海外専門家にとって理解しやすいものへ推薦書の内容を精査
  - ⇒文化庁・宮内庁と方針を共有しながら推薦書案（英語版）の作成をするとともに、内容のさらなるブラッシュアップを行う
  - ・推薦書英語版作成のため、新たに外国人ネイティブの考古学専門家を特任専門委員（2名）に選任
  - ・推薦書作成検討委員会の開催（年5回程度）
  - ・国際専門家会議の開催（平成27年10月3日及び4日）

上記により、さらなる検討を行い、3月に文化庁へ「推薦書原案」を提出

②緩衝地帯における具体的な規制内容の設定と地元住民の理解

（「建物の高さ」、「建物の意匠・色彩」、「屋外広告物」等）

各関係審議会、住民説明、議会での議論を踏まえながら平成28年1月までに規制実施

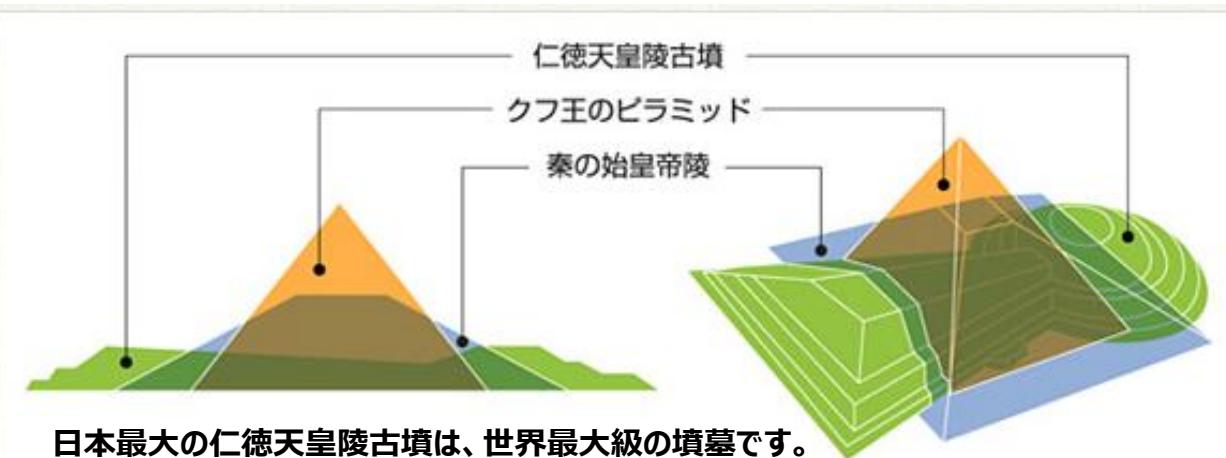
平成28年度の国内推薦、平成30年度の世界文化遺産登録をめざす

～今後の予定～

- 平成28年7月頃まで 「世界文化遺産特別委員会小委員会」で審議
- 平成28年7月～9月 「世界文化遺産特別委員会」で推薦資産を選定、「世界遺産条約関係省連絡会議」において推薦資産決定
- 平成28年9月 ユネスコ世界遺産委員会へ推薦書（暫定版）を提出
- 平成29年1月 関係省庁連絡会議（閣議了解）
- 平成29年度 ユネスコ世界遺産委員会へ推薦書（正式版）を提出
- 平成30年度 ユネスコの諮問機関・ICOMOS(イコモス)による現地調査
- 平成30年度 ユネスコ世界遺産委員会において登録可否が決定

～参考～

\*「世界遺産」には、建造物や遺跡などの「文化遺産」、自然地域などの「自然遺産」、文化と自然の両方の要素を兼ね備えた「複合遺産」の3種類がある。**2015年7月末現在の登録数は1031件（文化遺産802件、自然遺産197件、複合遺産32件）で、このうち日本の世界遺産は19件（文化遺産15件、自然遺産4件）**



日本最大の仁徳天皇陵古墳は、世界最大級の墳墓です。

	仁徳天皇陵古墳	クフ王のピラミッド	秦の始皇帝陵
全長	約486m	約230m	約350m
高さ	約35.8m	約146m	約76m
体積	約140万m <sup>3</sup>	約260万m <sup>3</sup>	約300万m <sup>3</sup>



百舌鳥エリア(堺市)



古市エリア(羽曳野市・藤井寺市)

## ～生駒山系花屏風の整備～



- 事業の進め方  
生駒山系7市（枚方市・交野市・四條畷市・大東市・東大阪市・八尾市・柏原市）において森林所有者に協力を求め、植栽地を決定。  
植栽は、企業の協賛、地域住民等の多様な主体の参加協力により実施。

### ■ 植栽の進捗状況

市	植栽場所	H21	H22	H23	H24	H25	H26	小計
枚方市	尊延寺ほか	120	100	110	20	20	141	511
交野市	星田ほか	153	367	305	397	358	52	1,632
四條畷市	南野ほか	310	50	35	79	373	297	1,144
大東市	野崎ほか	50	270	150	182	15	130	797
東大阪市	日下ほか	496	142	15	3	323	12	991
八尾市	黒谷ほか	539	362	133	20	60	50	1,164
柏原市	亀の瀬ほか	437	532	30	50	0	20	1,069
年度別合計		2,105	1,823	778	751	1,149	702	—
累計		2,105	3,928	4,706	5,457	6,606	7,308	<b>7,308</b>

- 植栽活動  
企業の花屏風応援団による植栽、生駒花屏風ハイキングにあわせた樹木の伐採や植栽など、多くの人々の手で、生駒山系の美しい自然を未来に受継ぐ活動が行われている。



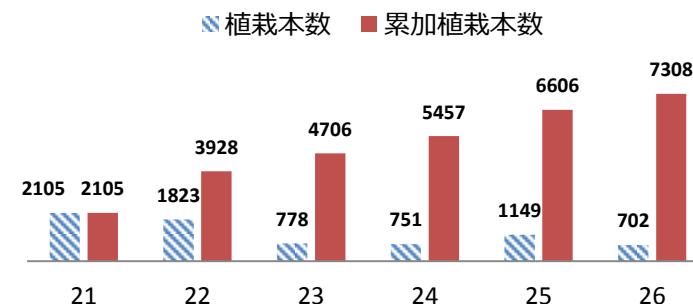
### 生駒山系花屏風の整備

- 【概要】  
30年後の生駒山系の姿を見据え、府民協働によりヤマザクラなどの花木やモミジなどの紅葉の美しい樹木を**15年間（平成21年度～35年度）で10,000本植栽**する。この活動を通して  
⇒生駒山系の森林で放置森林問題を解決することにより、府民や森林所有者の理解を得る。  
⇒大阪の市街地から見渡せる生駒山系を屏風に見立て、府民や企業との協働で、花木や、紅葉の美しい樹木を植樹し、生駒山系に四季折々の彩りをもたせる。  
⇒生駒山系を美しく整備し、大阪がみどり大切に国際都市であることをアピールするとともに、次世代に残す大阪の誇るべき資産とする。

- 【取組状況】  
○生駒山系各地区にて植栽  
・計画初期のモデル事業として「平成通り抜け募金」（平成21年度～22年度）、府事業費（平成21年度～23年度）を活用した植栽を実施し、地域住民等への普及啓発を行った。  
・平成24年度以降は、企業や府民との協働により植樹活動を展開。  
・平成通り抜け募金による植栽地においては、平成24年度以降も募金を原資とした維持管理を継続。

- 【これまでの成果】  
○32地区にて**7,308本植栽**（H27.3.31現在）※平成27年度・28年度目標：植栽本数500本以上（目標10,000本まで**残り約2,700本を9年間で植栽**）

### 生駒山系花屏風 樹木植栽状況



平成21年に活動がスタートしてから5年。本格的に動き始めた平成22年度より、活動に多大な貢献を頂いた6つの団体等に感謝状贈呈。(H27.4.21)

- 参加人数のべ9,042人
- 参加団体：企業のべ41団体、NPO団体他のべ62団体、協議会のべ13団体、学校等1団体、市他のべ35団体
- 活動状況をHP等で紹介することで、取組みの認知度向上を図り、広く参加を呼びかけ
- 活動を希望する企業・ボランティアと、苗木の提供を希望する企業等や活動地を提供する森林所有者を府がマッチングすることにより、府民協働による取組の継続
- アドプトフォレストを活用しての植樹
- 山の日イベントと連携して「生駒花屏風ハイキング」を開催

- 【課題】  
・活動の継続に不可欠な若手人材の確保

- 【今後の方向性】  
・関係市と歩調を合わせ、大学との連携に努め活動に参画してくれる学生ボランティアを確保  
・企業にも協力を呼びかけ、今まで以上に産官学連携による活動を展開

～みどりの風を感じる大都市・大阪の実現～

みどりの風を感じる大都市・大阪の実現に向けた取組み

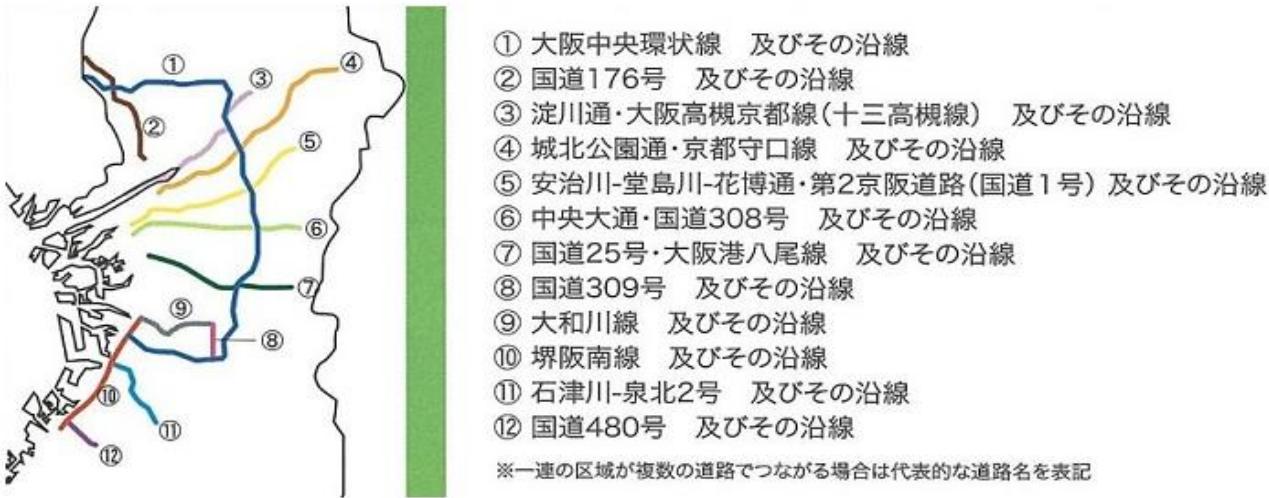
【概要】  
海と山をつなぐみどりの太い軸線の形成を通じ、府民が実感できるみどりを創出するとともに、ヒートアイランド現象の緩和や官民一体の緑化によるオール大阪の取組みを促進し、「みどりの風を感じる大都市・大阪」を実現するため、道路や河川を中心に、一定幅（道路や河川の両側概ね100メートル）の沿線民有地を含む区域を「みどりの風促進区域」に指定（平成23年5月、12路線）。促進区域では、『街路樹の充実など、公共事業の重点化』、『都市計画の規制緩和を通じた民有地の緑化の誘導』、『民間企業の協力を得た緑化』の3本柱で緑化に取り組む。

【取組状況】  
・みどりの風促進区域重点緑化事業(H23～25)：街路樹などの公共空間のみどりの整備と、地域住民等が策定する緑化プランに基づく沿線民有地緑化の支援を併せて実施。  
・企業等から植栽する樹木を寄付いただいて、沿線民有地緑化を支援  
・みどりの風促進区域サポーターの認定：促進区域内で府補助事業を活用して沿線民有地緑化を実施するとともに道路清掃等の美化活動を行う地域住民等を認定し、認定書を交付。  
・みどりの風感謝祭：促進区域植栽樹木の提供等、協力いただいた企業・団体に感謝状を授与し、事業報告を実施  
・都市計画手法による緑化誘導：促進区域内で市町村が地区計画を定め、建築物の新築時等に緑視率25%以上を確保する場合に建ぺい率や容積率を緩和。6市で実施  
・府民にわかりやすく緑化の状況を知らせる手法として「緑視率」を用い、「緑視率ガイドライン」を制定して促進区域の事業実施地区などで緑視率を測定、公表  
・企業・府民とつくるグリーンストリート支援事業（H26）により民有地緑化を支援

【これまでの成果】  
・取組みにより、地域の緑化意識が向上し、民間レベルの協力が拡大

<参考>  
・緑化実績：植栽本数 公共空間緑化3,300本、民有地緑化6,700本、民有地緑化実施地区139地区、協力企業217社、みどりの風促進区域サポーター117団体（H26末現在）  
・市街地でみどりが増えたと感じる府民の割合が上昇傾向（H21：20.2%、H24：32.1%、H26：35.3% おおさかQネット調査より）

みどりの風促進区域



【課題】  
・地域・民間主体の緑化活動の促進  
・緑視効果の高い、府民が実感できるみどりづくりのさらなる推進  
・都市計画手法による緑化誘導の普及

【今後の方向性】  
・府民・企業の緑化意欲を普及、拡大するとともに、民間主体の緑化活動への支援を継続することにより、みどりの軸線の充実を目指す

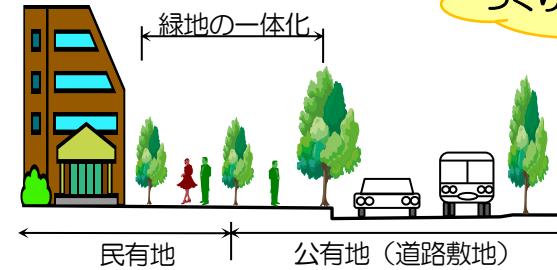
みどりの風促進区域の概要

みどりの風促進区域内の指定されたエリア内で建築される場合  
緑化や景観などの一定の要件を満たすと  
**建ぺい率や容積率が緩和されます!**

◇人目につきやすいところにみどりを増やしつなげて  
実感できるみどりの軸を創出します

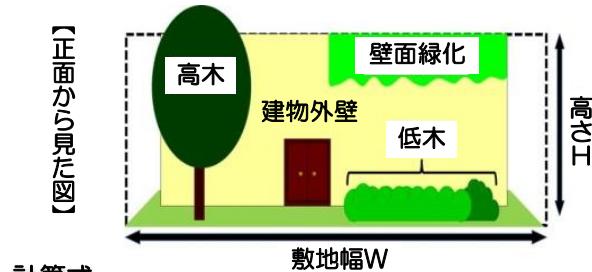
◇植物の冷却効果や風を活かして涼しい  
クールスポットを形成します

公共と民間で、充実したみどりを  
つくりましょう!



	従来の制限	緩和後の制限（選択制）	緩和を受けるための一般的な要件・制限
沿道地区	建ぺい率 60%以下 容積率 200%以下	建ぺい率緩和 <b>建ぺい率80%以下</b> 容積率200%以下	<ul style="list-style-type: none"> <li>敷地面積300㎡未満</li> <li>緑視率（道路から見たみどり）25%以上</li> <li>緑化率（上から見たみどり）5%以上</li> <li>道路境界から建物を1m以上後退</li> <li>接道長さ6m以上</li> <li>準耐火建築物以上</li> </ul>
拠点地区	建ぺい率 80%以下 容積率 300%以下	容積率緩和 建ぺい率60%以下 <b>容積率300%以下</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建ぺい率60%以下</li> <li>敷地面積300㎡以上</li> <li>緑視率25%以上</li> <li>緑化率20%以上</li> <li>道路境界から建物を3m以上後退</li> <li>接道長さ15m以上</li> <li>建物の高さ20m以下（拠点地区31m以下）</li> <li>準耐火建築物以上（拠点地区は耐火建築物）</li> </ul>

○緑視率とは  
敷地の道路側立面に対する緑の立面積（道路から見たみどり）の割合



計算式  

$$\frac{\text{緑視面積の合計}}{\text{敷地幅}W \times \text{建物の高さ}H \text{ (最大10m)}} \times 100\% = \text{緑視率}$$

○緑化率とは  
敷地面積に対する建築物の緑化施設（上から見たみどり）の割合



計算式  

$$\frac{\text{緑化面積の合計}}{\text{敷地面積}} \times 100\% = \text{緑化率}$$

## ～その他の取り組み～

## 道路の無電柱化の推進 ～大阪府域～

## 【概要】

「大阪府電線類地中化マスタープラン」に基づき、駅前、官公庁街など整備効果の高い箇所等について、電線管理者との合意を図りながら、重点的に取り組む。

また、地域におけるまちづくり検討の機運に合わせ、景観整備の取組みの一つとして無電柱化を検討、実施に取り組む。

## 【取組状況】

■無電柱化〔H24～26年度において、5路線、約1.6kmを整備し、約1.3kmを無電柱化済み〕

・道路：R479号、旧R170号、大阪港八尾線、大阪枚岡奈良線、旧美原太子線  
平成27年度は、R479号、大阪港八尾線、大阪枚岡奈良線、堺阪南線において電線共同溝の整備、入線、抜柱を予定



〔府〕大阪高槻京都線（吹田市）



〔府〕堺阪南線（岸和田市）

## ■景観まちづくりを通じた無電柱化

・太子町叡福寺地区（旧美原太子線）  
地域が主体となり、歴史的資源（叡福寺）を活用した沿道のまちづくり検討を実施。  
(H19.10まちづくり協議会発足)

H20.4 太子町 景観計画策定 H22.2 無電柱化事業着手 ⇒ H25.7 完了

・羽曳野市駒ヶ谷地区（竹内街道（R166））  
地域の魅力を高めるまちづくりのため、地域が主体となり、まちづくり構想を検討。  
(H19.9まちづくり協議会発足)

H24.3 駒ヶ谷地区まちづくり基本構想を策定  
⇒H26.10 羽曳野市景観計画を施行…駒ヶ谷地区の竹内街道及びその沿道を景観形成重点区域に設定  
景観計画に基づく街道沿線の景観形成に向けた取組について、地元自治会、大学、府、市で意見交換を実施。

## 【これまでの成果】

・快適な歩行空間の形成、良好な景観の保全と形成、都市防災の向上を基本的考え方として、府管理道路約80kmを対象に無電柱化に取り組んでおり、平成24～26年度の間に電線共同溝等の整備により約1.3kmの無電柱化を実施した。

・旧美原太子線においては、地域のまちづくり検討を通して無電柱化を検討、実施に繋げることができた。

## 道路の無電柱化の推進 ～大阪市内～

## 【概要】

都市防災機能の向上に資する路線を中心に無電柱化を進め、あわせて景観向上、安全で快適な歩行空間の確保を図ることにより、都市魅力を高める。

特に重要エリアである大阪城地区において、恵美須城東線（玉造筋）の無電柱化を実施する。

## 【取組状況・成果】

・広域避難場所に指定されている大阪城への避難路（恵美須城東線）としての区間約140mを平成25年度に無電柱化することにより、大阪城地区としての景観向上及び安全で快適な歩行区間を確保することができた。

## 【課題】

・R479号、大阪港八尾線について、電線共同溝の整備は完了、抜柱は未完了であり、今後、入線に向けた台帳の作成並びに各電線事業者との調整  
・大阪枚岡奈良線は道路拡幅との同時施工であり、用地未買収箇所において未整備であり、沿道の用地協力  
・狭小幅員道路は、地上機器の設置が困難。  
・都市部の既設歩道は、コスト縮減に苦慮。  
・景観整備の取組は、景観まちづくりの機運の高まり。

## 【今後の方向性】

・電線共同溝整備済区間においては、速やかに台帳作成を行うとともに、抜柱調整会議による電線事業者との抜柱に向けた調整を実施  
・大阪平岡奈良線は、用地取得の進捗に合わせて整備実施  
・ソフト地中化の採用など、道路構造や沿道状況に対応した整備手法を検討  
・通信管路について、単管方式から供用方式への移行を推進  
・国土交通省が検討中の「低コスト化方式」による無電柱化の検討  
・地域の景観まちづくりの進展と合わせ、沿道での無電柱化を検討、実施

## 「クールジャパンフロント」をコンセプトとしたまちづくりの推進

## 【概要】

関西国際空港の対岸というりんくうタウンの立地特性を活かして、民間主導によるポップカルチャーをはじめとした日本文化の発信拠点を整備して、多くの来街者で賑わうまちをめざす。まちづくりの基本方向として、海外で高い評価を得ている日本のアニメ、マンガ、ゲームに関するものや日本製品、建築、伝統文化などさまざまな魅力あるクールジャパンの商材などをこのまちに集積させ、海外需要発掘の基盤となるプラットホーム（拠点）として世界に発信することとしている。

## 【取組状況】

・クールジャパンフロントのまちづくりに向けてコンテンツ事業者をはじめとするさまざまな業種の企業に対してヒアリングを実施（H25年度）のうえ、クールジャパンフロントのまちの開発及び運営を行う事業者（開発運営事業者）の公募を平成26年度に実施したが、応募事業者がなかった。  
・公募に対して応募がなかったため企業ヒアリング等による検証作業を行った。

## 【今後の方向性】

・検証の結果、事業期間が短く、投資の回収が困難であり、ビジネススキームの構築が難しかったことが応募がなかった要因と考え、クールジャパンフロントをテーマとするまちづくり事業はとりやめることとした。

・なお、今後、事業予定地については、泉佐野市が大阪府スケート連盟とともに、スケートリンクを整備する予定であり、大阪府としては泉佐野市が行うスケートリンクの実現に向けて必要な協力を行っていくとともに、リンクが整備されるまでの間、イベント等への一時貸付をすることによりまちの活性化に取り組む。

# ～大規模スポーツイベント①～

## 大阪マラソン

### 【概要】

・地域の活性化、経済の活性化、観光施策の推進： 多彩な関連イベントを同時に開催することにより、単なるマラソン大会にとどまらず、ランナー以外の方にも楽しんでいただける、大阪全体が盛り上がる「お祭り」のような大会をめざすことで、地域の活性化、経済の活性化、観光施策の推進などにつなげる。

・スポーツ人口の拡大： 3万人規模の市民マラソンを開催し、参加者のみならず沿道住民にもスポーツの魅力を体感してもらうことで、スポーツ人口の拡大を図る。

### 【取組状況】

#### ■国内最大級の市民マラソン大会開催

- ・「みんなでかける虹。」をスローガンに、国内最大級の市民マラソンとなる30,000人規模(第5回大会は32,000人定員)で開催。
- ・AIMS(国際マラソン・ロードレース協会)公認大会、日本陸上競技連盟の公認コースとして競技性を担保。
- ・ワールドマラソンメジャーズの一つであるシカゴマラソンとマラソン提携し、地元ランナーの相互派遣などを実施。大会運営ボランティアを10,000人を募集し、活動。
- ・市民アスリート枠(1,000人)と連続落選者枠(1,000人)を新設[第5回(H27)～]

#### ■チャリティ文化普及

- ・チャリティ募金(参加ランナー全員、観客・ボランティア等へも広く呼びかけ)の実施、チャリティアンバサダーによるチャリティ活動を展開
- ・チャリティランナー制度を新設、チャリティTシャツ[第3回大会(H25)～]・チャリティキャップ[第5回大会(H27)～]を販売
- ・大阪マラソンのテーマカラーである7色それぞれに新たにチャリティテーマを設定し、そのテーマに沿った寄付先団体14団体を決定。募金を届け、活動内容をHPで公表[第4回大会(H26)～]
- ・名前を呼んで応援できる「ニックネーム入りナンバーカード」の販売を実施[第4回大会(H26)～]
- ・画家によるチャリティポスター及びグッズを作成し、チャリティ文化の普及啓発を強化[第5回大会(H27)～]

#### ■大阪マラソンの情報発信

- ・ホームページに加え、フェイスブック、メルマガ等を活用し、広い情報発信を展開
- ・ホームページ・募集案内等を多言語で制作し、海外プレスへの情報提供とともに、観光局と連携する等、海外への情報発信を強化。[第4回大会(H26)～]
- ・情報誌と連携し、マラソンを通じた大阪の魅力発信を強化[第3回大会(H25)～]
- ・公式イベントとしてファンランを開催[第3回大会(H25)～]
- ・海外ランナーの増加に伴い、外国語対応のエントリー窓口を増設。海外向けパンフレットを一新するなどPRの強化[第4回大会(H26)～]

#### ■大阪マラソンの魅力発信

- ・ランナー受付に併せて、スポンサー・スポーツ関連企業等によるブースを展開する「大阪マラソンEXPO」を開催
- ・沿道に盛り上げイベント会場を設け、公募した「ランナー盛り上げ隊！」によるパフォーマンスを展開
- ・市商連と連携し、名物給食イベントを展開するとともに、府内商店街等と連携イベントを開催
- ・大会公式テーマソングとして、「42.195km」をミュージシャン「コブクロ」が制作。[第4回大会(H26)～]
- ・大阪マラソンの魅力発信のため、視聴者と双方向性のある写真投稿サイト「わくわく写真館」を作成[第4回大会(H26)～]
- ・「応援団長」を任命し大会前から盛り上げるとともに、沿道盛り上げイベント会場のうち7カ所を「7色応援ステーション」と設定し、さらなる盛り上げを展開[第4回大会(H26)～]
- ・大会当日に、フィニッシュ手前コースを大阪マラソンランナーと併用する「チャリティ親子ラン」を開催し、子ども世代までファン層を拡大[第5回大会(H27)～]
- ・「なないろチーム対抗戦」など大阪マラソン独自のお楽しみコンテンツを展開[第5回大会(H27)～]

#### ■その他

- ・安全・安心な大会運営に向けて、PUSH講習会等を実施

### 【成果】

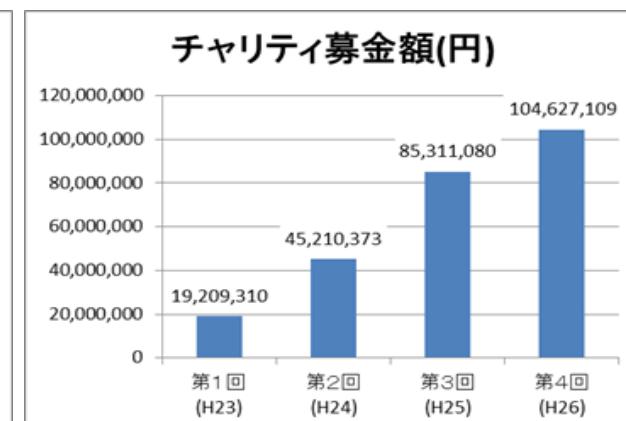
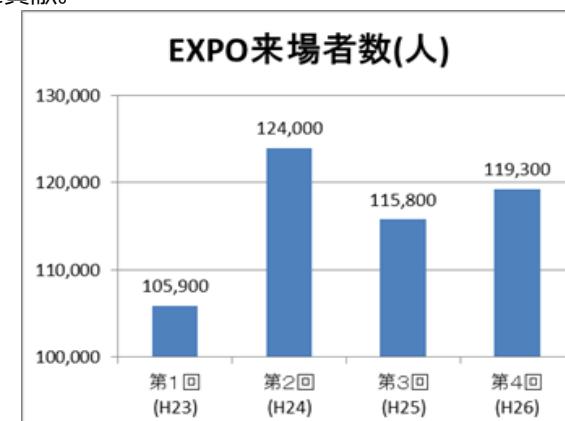
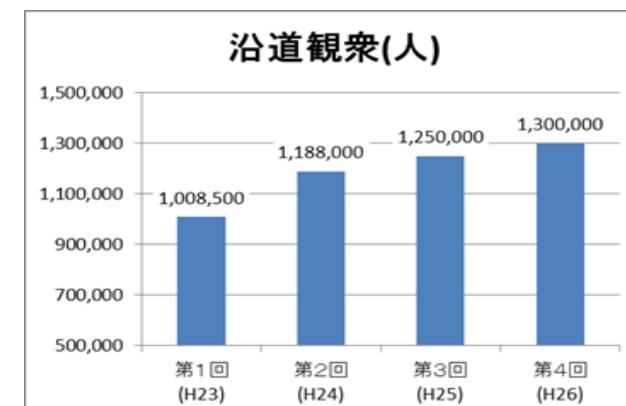
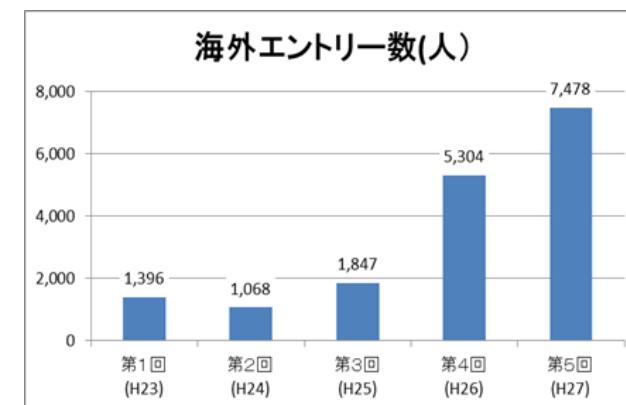
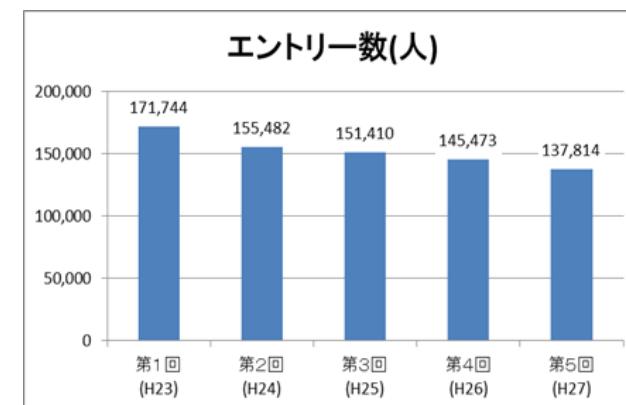
- ・国内外から、定員の約5倍のランナーエントリーがあり、特に海外からのエントリーは、第1回大会の1,068人(29国・地域)から、第5回大会では7,478人(54国・地域)となるなど、大幅に増加
- ・沿道観衆人数(当日)は第1回大会から100万人を超え、第4回大会で130万人となるとともに、EXPO入場者数(3日間)も第1回大会から10万人を超え、第4回大会では11万9千人となるなど、高い集客力を発揮(※第2回大会は3連休が開催日であったため、特に多数の来場があった。)
- ・全参加ランナーを始め、ボランティア、沿道観衆等から寄付を募り、第4回大会では1億円以上が集まるなど、チャリティ文化の普及に貢献。
- ・経済波及効果が第1回大会で133億円、第2回大会では139億円となるなど、大きな効果をもたらした。

### 【課題】

- ・全国にマラソン大会が相次いで新設される中で、エントリー数の減少への対応
- ・増加した海外からの参加者に対する案内等の充実
- ・2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うスポーツへの関心の高まりを見据えた対応

### 【今後の方向性】

- ・リピーターの確保に向けた大阪マラソン独自のコンテンツの充実と参加ランナーへのホスピタリティの向上
- ・大阪マラソンの魅力である「応援のおもしろさ」などマラソンだけでなく、大阪の魅力情報の発信強化
- ・WEBコンテンツの充実による海外参加者への情報発信・案内の強化
- ・大阪マラソンを都市の新しい「祭り」として定着させるため、行政が担うべき役割を果たすとともに、魅力アップにつながる民間のアイデアを活かした大会運営に努める。



## ～大規模スポーツイベント②～

### 国際大会・全国大会の招致（大阪市）

#### 【概要】

- ・市民のスポーツの振興のうち主に“みる”スポーツの振興を図るため、国際大会・全国大会の招致を行う。
- ・大会招致のための基盤整備・機運の醸成・直接的な招致活動の促進を図れる事業を実施する。

#### 【取組状況】

- 大会招致のための基盤整備
  - ・競技力向上事業について、より効果的なものとなるよう本市が直接補助する方式への変更（H24年度から実施）
  - ・舞洲トライアスロン大阪大会、世界スーパージュニアテニス、社会人野球日本選手権、大阪国際女子マラソンなど、大阪市が主催・共催として関わる国際大会・全国大会の継続開催
  - ・ロンドンオリンピック代表選考を兼ねた第96回日本陸上競技選手権大会の開催(H24年度)
- 機運の醸成
  - ・市民の参加を促進させるため、本市が関わるスポーツイベントにかかるチケットプレゼントの申し込みのインターネット受付の開始（H25年度から実施）
  - ・世界スーパージュニアテニス大会のPRを図書館で行うなど、大会広報の充実
- 直接的な招致活動
  - ・中央競技団体やJOCに対する大阪のPR（人口の多さ、アクセスの良さ、施設の充実）

#### 【成果】

- ・日本人選手の活躍などに合わせた情報発信を行うことで、本市で行われる大会への関心が高まりつつある。
- ・チケットプレゼント申込のインターネット受付により、申込の利便性が向上した。
- ・U-16インターナショナルドリームカップ2015JAPAN Presented by JFAを長居にて開催(H27.6月)
- ・第27回WBSC U-18 ワールドカップを舞洲・南港にて開催(H27.8月)
- ・天皇賜盃第84回日本学生陸上競技対校選手権大会を長居にて開催（H27.9月）
- ・FIFAクラブワールドカップ2015を長居にて開催予定（H27.12月）
- ・サッカー女子リオデジャネイロ五輪アジア最終予選を長居にて開催予定（H28.2月）

#### 【課題】

- ・市民の関心の高まりの持続及び国際大会・全国大会招致機運の向上
- ・各都市が大会招致を活発に行う中で、優位に立てる大阪の存在感の発揮

#### 【今後の方向性】

- ・大阪の強みをより積極的に競技団体等にアピールし、大会招致につなげていく
- ・本市で行われる大会の積極的な情報発信や各種イベント、チケットプレゼントなどを通して、大会の魅力を発信し、価値を高めていく。

### 国際大会・全国大会の招致（大阪府）

#### 【概要】

- ・ラグビーワールドカップ2019の開催を契機に、その効果を大阪にも波及させ、また、スポーツの持つ「素晴らしさ」を府民に伝えるとともに、スポーツを「する」「みる」「ささえる」府民を増やし、スポーツによる都市魅力の向上をめざす。
- ・東大阪市とともに、ラグビーワールドカップ2019花園開催の招致を行う。

#### 【取組状況】

- 議員連盟による花園ラグビー場視察
  - ・2014年4月、ラグビーワールドカップ2019成功国会議員連盟による花園ラグビー場視察
- 東大阪市長による表敬訪問
  - ・2014年10月、東大阪市長が知事を表敬訪問
- 開催都市に立候補
  - ・2014年10月、府は東大阪市とともに、ラグビーワールドカップ2019の開催都市に立候補
- 合同説明会出席
  - ・2014年11月、立候補都市向け合同説明会出席
- IRBによる視察対応
  - ・2015年1月、IRB（国際ラグビーボード）による花園ラグビー場視察対応
- 合同会議出席
  - ・2015年3月、開催都市合同会議出席

#### 【成果】

- 開催都市に決定
  - ・2015年3月2日、ラグビーワールドカップリミテッド理事会において、花園ラグビー場が決定。（全国12会場同時発表）

#### 【課題】

- ・ラグビーワールドカップ2019花園開催に向け、公民一体となった推進体制の確立
- ・ラグビーワールドカップ2019開催後の効果の継続性確保

#### 【今後の方向性】

- ・ラグビーワールドカップ2019花園開催の周知と気運醸成
- ・ラグビーワールドカップ2019が成功できるよう、またその後が続く東京オリンピック・パラリンピックの波及効果においても活用できるように取組みを進める
- ・ラグビーの西の拠点としての花園ラグビー場活用促進

# ～2015シンボルイヤーに向けた2014の取組み～

大阪都市魅力創造戦略の計画期間最終年度である2015年。これまで取り組んできた都市魅力創造施策を結集するとともに、オリンピックイヤーである2020年に向けたキックオフの年としても位置づけ、年間を通じて大阪の魅力を内外に発信する様々な事業を実施します。この「2015シンボルイヤー」に向けて、2014年より取組を開始しました。

## 大阪城まちづくり400年(大坂の陣400年天下一祭)

【概要】  
2014年、2015年に大阪冬の陣、夏の陣から400年を迎えるのを機に、大阪の魅力を国内外に発信していくため、大阪城公園をはじめ、府域において大坂の陣400年天下一祭を実施し、府域全体への集客を図る。

【取組状況】  
■大坂冬の陣：H26（2014）年10月～H27（2015）年3月  
（大阪城コアイベント期間：H26年10月1日～12月31日）  
・第2回実行委員会を開催。冬の陣の実施計画案を公表（H26年6月11日）  
・「冬の陣2014」として、大阪城公園内においてイベントを開催（H26年10月1日～12月31日）  
（主なコンテンツ）「西の丸ドーム」、「侍ミュージアム・武将ホール」、「本丸ステージ」、「大坂の陣AR」など  
・また、府域を周遊する事業のプレイベントとして、大坂の陣ゆかりの地や史跡が多く存在する中河内地域で歴史ウォークを開催（大坂の陣ウォー!キング!!）  
・府域や首都圏等において、事業PRを展開（市町村イベントや東京での観光展におけるPRなど）  
・大坂の陣ゆかりの地をはじめとする府域各地における天下一祭参加事業実施の機運醸成  
・第3回実行委員会を開催。冬の陣の実施報告、夏の陣の実施計画案を公表（H27年3月30日）

【これまでの成果】  
■大坂冬の陣 ・集客数 約169万人  
（内訳）  
・本丸エリア：1,251,000人  
（本丸ステージ、お祭り広場、大阪城おもてなし茶会、もと博レストラン、オフィシャルストア など）  
・西の丸庭園：71,000人（西の丸ドーム：12,000人 合戦祭り：35,000人 など）  
・極楽橋：36,000人（侍ミュージアム・武将ホール：36,000人）  
・太陽の広場：129,500人（太閤はんの号令！ご当地キャラ天下統一大合戦：16,000人 など）  
・櫓の特別公開：26,900人  
・大阪府域：175,400人  
（「大坂の陣ウォー!キング!!（3回開催）」：3,400人、府域参加事業：172,000人）  
・「大坂の陣400年天下一祭」への参加事業件数⇒298件  
・経済波及効果：5,998百万円  
・テレビ放送広告換算額：921百万円



10/20～12/7  
西の丸ドーム



10/1～12/31  
侍ミュージアム・武将ホール



10/18～10/19  
大坂ノ陣合戦祭り



### 大坂の陣ウォー!キング!!

- ①H27年2月15日（日） 東大阪市～八尾市
- ②H27年2月22日（日） 大阪市平野区～八尾市
- ③H27年3月1日（日） 柏原市～藤井寺市

## 水都大阪2015

【概要】  
・2015年シンボルイヤーに、“水の回廊”や“水の東西軸”をステージとした「水都大阪2015」を開催し、世界に水都大阪の魅力を発信  
（推進体制）  
実施主体：「水と光のまちづくり推進会議」（大阪府、大阪市、経済界などで構成）  
概要：公募により選定された3つのコアプログラムを中心に、民間が実施する様々な企画とも連携し裾野の広い取組みを展開  
機運醸成を図るため、2014年度にコアプログラムの企画をプレ実施

【取組状況】  
■水都大阪2014  
・中之島公園を中心としたプログラム（H26年9月21日開催）  
中之島の水辺でinochiを体感する企画を展開（トップアスリートによるスポーツレッスン、水辺ヨガなど）  
・ミナミ・道頓堀と中之島公園で展開するプログラム（H26年11月1日、2日開催）  
水上ステージでの各種パフォーマンスやメジャーイベントとのタイアップ企画を展開  
・水の東西軸に広がるプログラム（H26年11月15日開催）  
水都大阪を題材にした謎解き宝探し企画

【これまでの成果】  
水都大阪2014 来場者数：約107,000人 満足度：81%～87% 次回の参加意向：87%～97%

## 天王寺動物園開園100周年

【概要】  
動物園開園100周年となる2015年をシンボルイヤーと定め、今後の動物園の認知度向上や動物園を核としたエリアの集客力向上に向けてさらなるアピールを行うため、同年秋に100周年を記念するコアイベントを行う。コアイベントについては、一過性のイベントではなく、継続的に天王寺動物園の魅力向上及び周辺地域のにぎわい・活性化につながる市民イベントを実施する。

【取組状況】  
・100周年記念事業検討会開催、天王寺動物園100周年記念事業企画業務委託実施（H25年度）  
・1月1日 開園100周年記念イベント実施、zoo friends会議開催  
（※zoo friendsとは、来園者の立場で、動物園の未来についてともに考える、動物園の「トモダチ」コミュニティであり、世代を超えて、自由な発想で動物園の未来について、ディスカッションをかさね、未来の動物園像を導きだします）

【これまでの成果】  
・開園100周年記念イベントに向けた積極的なプロモーションを実施。多くのメディアで100周年が紹介され、動物園への年間来園者数も、116万人（25年度）→136万人（26年度）に拡大

～2015シンボlicイヤーイベント①～

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

大阪都市魅力創造戦略の計画期間最終年度である2015年。これまで取り組んできた都市魅力創造施策を結集するとともに、オリンピックイヤーである2020年に向けたキックオフの年としても位置づけ、年間を通じて大阪の魅力を内外に発信する様々な事業を実施します。

大坂の陣400年天下一祭(夏の陣2015)

2014年に引き続き、2015年に大阪夏の陣から400年を迎えるのを機に、大阪の魅力を国内外に発信していくため、大阪城公園をはじめ、府域において大坂の陣400年天下一祭を実施し、府域全体への集客を図る。

●大阪城公園でのコアイベント

天下一の黄金の和船  
大阪城御座船



4/25～9/30

金箔貼りの御座船(和船)で、大阪城内濠を遊覧するお楽しみ。

大坂城 天下泰平の灯



5/7～9

大坂夏の陣で大坂城が落城から400年、天下泰平の世が訪れたきっかけとなった日に、大阪がこれまで発展してきたことを祝して、灯を使って、今後の大阪の益々の発展を祈念。

大坂城人力車



8/2～23

歴史情緒あふれる人力車で、大阪城の観光スポットを案内。

重要文化財 櫓特別公開



9/19～23, 9/26・27

国内最大級の多間櫓、大阪城内最古の千貫櫓・乾櫓、比類のない石造りの火薬庫 焰硝蔵を期間限定で公開。

夏の陣 大阪城本丸新能



9/20～23

天守閣を背景に、大槻文蔵をはじめとする能楽界の重鎮から若手実力派能楽師 大槻裕一ら幅広い世代が同じ舞台に立ち、幽玄の世界を繰り広げます。

大阪平成中村座



10/25～11/26

大坂の陣から400年という節目の年に、十八世中村勘三郎の遺志を受け継ぎ、中村勘九郎、中村七之助とともに「平成中村座」お馴染みの顔ぶれが再び大阪に帰ってきます。

●府域の魅力発信事業

大坂夏の陣2015in万博



5/23,24

・大坂の陣を語る歴史劇場  
・府内に広がる食や特産品等の地域の魅力を一堂に発信  
・来場者数38000人 参加市町村31

大坂の陣2015inKIX  
(関西国際空港)



10/18

・大阪・関西の玄関口である関空で府域の魅力を発信  
・市町村地域魅力発信ブース、市町村PRステージを設置

大坂の陣ウォーキング2015



10/31 11/7,14,28 12/5

・府内5コース  
【三島、北河内、中・南河内・大阪市、泉南地域】  
・府内各地の史跡などの魅力スポットを周遊しながら、府内の歴史・文化等を体験

●市町村等関連事業(例)



天王寺 真田幸村博  
10/31 (大阪市)



太鼓×歌劇 大阪城パレディオン  
-将星☆真田幸村-  
5/30・31 (大阪市)



道明寺合戦まつり  
5/3 (藤井寺市)



だんじり彫刻から辿る 大坂の陣  
8/30 (岸和田市)

「大坂の陣400年天下一祭」への参加事業件数⇒357件(平成27年7月末現在、累計)

水都大阪2015

●オープニング・夏企画を展開



8/1・2

水都大阪2015の幕開けを飾るオープニングセレモニーや、様々なパフォーマーを道頓堀川の水上で実施。



8/1～9

とんぼりバーウォークの東西約200メートル間で、巨大な水しぶきを噴射する水と光のウォーターショー



8/15・16、21～23

新たな水辺拠点「中之島GATE」を中心に、Taishoリバービレッジとも船でつなぎながら、水都大阪の魅力を体感できるイベントを展開

●今後、秋にかけて、中之島や道頓堀を中心に、大阪の水辺を盛上げ。

中之島と周辺の水上を  
舞台に水陸一体型イベント



10/31・11/1

さまざまな水上体験コンテンツを通して水都を楽しみながら、いのちの大切さを実感するイベントやフォーラムを実施

中之島と道頓堀が船で  
つながるエンターテインメント



10/31・11/7・8

中之島や道頓堀にて、ハロウィンイベントやリバーパレード、人気イベント(ココロ町会議)とのタイアップ企画など、水辺や船を活用したエンターテインメントを実施

インバウンドも対象に  
中之島でのクルーズ企画



10～11月実施予定

クルージングしながら水都大阪の魅力に触れる「リアル宝探し」を国内外の方を対象に実施

天王寺動物園開園100周年

天王寺動物園開園100周年を機に、動物園の魅力・認知度・専門性の向上、ならびに動物園を核として周辺エリアのにぎわい・活性化の創出をめざし、2015年の年間を通してさまざまなイベントを行う

・100周年記念イベント(10/3・4)

「100年今までありがとう。100年これからもよろしく。」をコンセプトに、100年間の感謝の気持ちを込めて、「ZOOコンサート」「ゾウとランチ」ほかお楽しみイベントを開催

・夏のナイトZOO(8/8～16)

100周年を記念してナイトZOOを初開催

・秋のナイトZOO(10/9～11)

夏に続き、秋の夜の動物たちの姿を知っていただくナイトZOOを開催

・アジア動物園シンポジウム(10/24)

アジアの動物園から専門家を招き、動物園の未来についてともに考える「zoo friends」も参加して広域的な動物園の将来ビジョンを議論するシンポジウムを開催



夏のナイトZOO

## ～2015シンボリヤーイベント②～

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

大阪都市魅力創造戦略の計画期間最終年度である2015年。これまで取り組んできた都市魅力創造施策を結集するとともに、オリンピックイヤーである2020年に向けたキックオフの年としても位置づけ、年間を通じて大阪の魅力を内外に発信する様々な事業を実施します。

### 大阪都市魅力創造プロジェクト

大阪のポテンシャルとパワーを国内外にアピールするとともに、大阪に対する誇りや愛着心（シビックプライド）を醸成するため、大阪が誇る文化や芸術など、大阪の知名度を高めるイベントや、大阪にゆかりのあるアーティストによるイベントなどを大阪市中央公会堂を中心とする中之島に結集し、集中的に展開。

【開催期間】平成27年9月18日(金)～11月23日(月祝)

9月

- ・大阪ゆかりの著名人が集結した音楽、伝統芸能、お笑いイベント
- ・声優によるトークショーや若者に向けた音楽、ダンスなどの大阪発の舞台イベント

10月

- ・アジア諸国及び日本各地からクリエイター120組が集う
- ・大阪ゆかりのアーティスト、企業家等が、勉強の楽しさや学ぶ喜びを啓発するトークイベント

11月

- ・大阪出身のブルースシンガーが集結する大阪発のブルースの夕べ
- ・大阪の名所旧跡の写真や落語を活用する新しいオペラの公演
- ・食にちなんだ映画と、大阪の食材とのコラボレーションイベント ほか

- ・期間中、市町村と連携して、  
①屋外において、府内各地域の伝統芸能の披露や地域PR・物販ブースを展開。  
②屋内において、府内魅力発信コーナーを設置。

### 芸術文化魅力育成プロジェクト

アーツカウンシルの提言をもとに、異なるジャンルで大阪を中心に活動する事業者が、「伝統」をキーワードに協働で企画した大阪ならではの芸術文化事業を結集・発信。府内各地の文化事業を活性化させ、人材の発掘・育成、鑑賞者層の拡大などにより、文化振興の好循環を確立する。

【開催期間】平成27年10月2日(金)～11月10日(火)

【開催場所】大阪市中央公会堂及びその他エリア

#### 「知る」プログラム

- ・文楽をはじめとした上方伝統芸能の「ええとこどり」をまとめて短編上演
- ・和楽器と現代舞踊の饗演 など



#### 「体験する」プログラム

- ・現代アートパフォーマンス体験ツアー
- ・文楽の床本等を題材にしたワークショップや地車囃子演奏体験 など



#### 「本物を見る」プログラム

- ・大坂天満が舞台の時代小説「銀二貫」の世界観を再現するライブ
- ・世界的な現代アーティストが制作した移動舞台車上で、音楽、ダンス、クラシックのコラボレーション作品を屋外で上演 など

### おおさかカンヴァス2015

大阪のまち全体をカンヴァスに見立て、アーティストの発表の場として活用し、大阪の新たな都市魅力を創造・発信しようとする事業。

H27年度は、海外を含む幅広い地域から113件の応募あり。シンボリヤー関連事業等と連携しながら、「水都大阪」の魅力を広く発信する斬新なアート作品（計8作品）を展開。

【開催場所】

◇中之島エリア・水の回廊  
平成27年10月3日(土)  
～10月12日(月・祝)

◇道頓堀  
平成27年10月3日(土)・4日(日)  
・16日(金)・17日(土)



#### 《展示予定作品ラインナップ》

水槽の中で  
デスクワーク



水中の便利屋

新しい  
大阪の  
風景を発信



大阪コスプレ観光大使プロジェクト

漂着物を  
残した砂像



保坂俊彦

鮮やかな  
毛糸が  
大阪を侵略



カ石咲

大阪の川が  
巨大な  
回転寿司に



Class株式会社

自分自身で  
都市を  
照らす



あかりバンク

スイッチを  
押すと  
始まる演劇



スイッチ総研

巨大な  
フシギ立体  
作品の数々



今井杏奈

### 御堂筋オータムパーティ2015

シンボリヤーにふさわしいイベントとして、久太郎町3交差点から新橋交差点までのエリアを拡大して御堂筋の魅力を発信。

【開催予定日】平成27年11月29日(日) 14時～17時

イベント概要：①F1・世界のスーパーカー集結等【久太郎町3～新橋交差点】

②路上パフォーマンスや音楽ステージなど、大阪ならではのユニークな話題性のあるコンテンツを結集【新橋～難波西口交差点】

### 大阪・光の饗宴

「御堂筋イルミネーション2015」と「OSAKA光のルネサンス2015」をコアプログラムとし、大阪府域で展開する民間主体の光のプログラムと連携した「大阪・光の饗宴2015」を開催。

【開催期間】2015年11月29日(日)～2016年1月17日(日)

- ・シンボリヤー特別プログラムとして、以下の事業を実施
  - ◆「御堂筋イルミネーション」を、淀屋橋交差点から阪神前交差点まで延伸し、御堂筋全域の約4kmの光で彩る。
  - ◆御堂筋イルミネーション開催期間中に、スペシャルデーとして、御堂筋を一定区間通行止めし、歩行者天国として開放。



# ～大阪の国際化戦略アクションプログラム～

## 世界で活躍するグローバル人材の育成

### ■おおさかグローバル塾

#### 【概要】

世界で活躍するグローバル人材を育成するため、大阪在住若しくは在学の高校2・3年生を対象に、米国留学、英国留学コースの2つのコースを設置。英語による特別授業及び短期留学を実施することにより世界の人としっかりコミュニケーションできる力を育てるとともに、実際の現地大学での授業体験等を通じて、将来自信を持って本格的な留学生活を送る力を養う。平成27年度からは高校1年生向けに豪州留学コースを開始。

#### 【取組状況】

- 平成24～26年度（各コース定員48名 第1～3期生）275名修了
- 平成27年度から英国・米国：各40名、豪州：20名の定員により実施

#### 【成果】

- 修了生のうち、長期留学した者の数が増えている。  
第1期生：19名、第2期生：9名、第3期生：4名
- 平成27年度中に22名が留学予定



### ■グローバル体験プログラム

#### 【概要】

大阪の高校、専修学校・高専の生徒を対象に、グローバル人材育成のファーストステップとして、ホテルや空港施設等の実習施設を活用した実践的な英語学習。海外への興味を引き出し、生徒の学習意欲の向上を図り、グローバルな感覚・能力を育成。

#### 【取組状況・成果】 参加校・生徒数 英語や海外への関心が高まった割合

- 平成24年度：53校、1,158名、97%（とても高まった59%、高まった38%）
- 平成25年度：61校、1,546名、98%（とても高まった61%、高まった37%）
- 平成26年度：62校、1,603名、97%（とても高まった61%、高まった36%）



### ■留学準備集中講座

#### 【概要】

大阪在住若しくは在学の大学、高校、専修学校生等を対象に、海外留学を支援するため、留学に必要な基礎知識の習得やTOEFLコースとIELTSコースの2種類の試験対策等を行う。留学ガイダンス+ 1日3時間×月3回（原則土曜）

#### 【取組状況・成果】

- 平成24～26年度：465名が参加（平成24年度定員50名、平成25年度～定員200名）



### ■おおさかグローバル奨学金・海外研修引率助成金

#### <おおさかグローバル奨学金 Aコース>

#### 【概要】

大阪の国際化戦略アクションプログラム等に参加した大学・高校・専修学校生等を対象に、海外留学の渡航費・海外保険費用等を支援（1人30万円上限・留学期間3か月以上）

#### 【取組状況・成果】

- 平成24～26年度：交付決定者数：217名

#### <おおさかグローバル奨学金 Bコース> 大阪府高校生留学支援事業（文部科学省事業）

#### 【概要】

大阪の高校に在籍する生徒を対象に、海外留学の授業料・渡航費・海外保険費用等を支援（平成24～25年度40万円上限、平成26年度30万円上限・留学期間原則1年間）

#### 【取組状況・成果】

- 平成24～26年度：交付決定者数 27名

#### 【課題】

- より早い段階からの海外留学の動機付けを行うことが必要

#### 【今後の方向性】

- これまでの取り組み実績を踏まえ、プログラム内容の充実を図る。
- 高校1年生へのグローバル人材育成事業の周知

### <海外研修引率助成金>

#### 【概要】

大阪に所在する大学・高校・専修学校等を対象に海外研修生を増員する場合、研修生10名あたり1名（1人30万円上限）の引率者の渡航費・海外保険費用等を助成（平成27年度から高校のみ対象）

#### 【取組状況・成果】

- 平成24～26年度 交付決定校数：27校（43口）

### ■グローバルリーダー育成・留学促進事業

#### 【概要】

大阪府の友好交流先であるインドネシア・東ジャワ州及びベトナムホーチミン市との間で高校生を相互派遣し、国際的な視野を持ったグローバルリーダー育成の契機とする。



#### 【取組状況・成果】

- 平成26年度：インドネシア・東ジャワ州への訪問団（府内1高校 生徒9人、教員1人）を派遣
- 平成27年度：インドネシア・東ジャワ州からの訪問団（生徒20人、教員1人）を府内5高校・1大学が受入れ  
大阪からの訪問団（府内4高校 生徒12人、教員2人）をインドネシア・東ジャワ州へ派遣  
ベトナム・ホーチミン市と訪問団を相互派遣・受入れ予定

### 外国人の受入れ環境整備

#### ■大阪留学プロモーション 別掲（アジアをターゲットとした観光プロモーション）

### ■外国人留学生の就職支援事業

#### 【概要】

大学や専門学校などの教育機関と連携し、世界から留学生をはじめとする優れた人材を呼び込み大阪に活力を生み出す。

#### 【取組状況・成果】

- 外国人留学生を対象としたインターンシップ（無給型：平成24,25年度 有給型：平成25年度～）参加者174名
- 外国人留学生向け合同企業説明会（平成24,25,27年度）参加者1,126名
- 外国人留学生向け就職支援オープン講座（平成25年度～）参加者194名
- 外国人留学生・企業相互理解促進事業（平成26年度～）参加者41名



### ■大阪の情報・魅力発信

#### 【概要】

大阪の魅力やイベント、ビジネス、観光、留学、生活など様々な情報を日、英、中、韓の多言語ホームページ等によりワンストップで世界に発信。

#### 【取組状況・成果】

- アクセス数 平成24年度 7,220件(802件/月) 平成25年度 14,506件(1,611件/月)  
平成26年度 22,388件(1,866件/月)

#### 【課題】

- 留学生は日本型就職活動についての知識が乏しく、できるだけ早期に日本企業の特長や就職についての理解を深めることが必要
- 企業の採用ニーズと外国人留学生の就職意向にギャップがあり、就職のミスマッチが生じている

#### 【今後の方向性】

- 留学生と企業が相互に理解を深めることのできる事業を実施し、双方のミスマッチの解消を図っていく
- 教育機関との連携し、留学生に事業を周知するとともに、より多くの留学生の参加を促す

# ～アジアをターゲットとした観光プロモーション等～

**アジアをターゲットとした観光プロモーション等の実施** ～アジアをターゲットとした観光プロモーション等の実施、MICEの戦略的誘致～  
P.7の「1.トラベルミッションの推進」及び「2.MICE誘致の推進」を参照

## アジアをターゲットとした観光プロモーション等の実施 ～外国人留学生の受入れ促進～

### 【概要】

大阪府内の教育機関と連携して、インドネシア、ベトナム及びマレーシアで留学プロモーションを実施。留学先として大阪や府内の教育機関の魅力を発信し、大阪への留学生の呼び込みを図る。

### 【取組状況】

- ・平成24年度：インドネシア、ベトナムにおいて、「JAPAN OSAKA 留学&就職フェア」を実施 【インドネシア：参加者数：2,800名(H24.10.21) ベトナム：参加者数：3,000名(H24.11.3-4)】
- ・平成25年度：インドネシア、ベトナムにおいて、「JAPAN OSAKA 留学&就職フェア」及び学校間交流会を実施 【インドネシアフェア：4,050名(H25.9.22)、学校間交流会：164名(H25.9.21)】  
【ベトナムフェア：1,850名(H25.11.3)、学校間交流会：45名(H25.11.4)】
- ・平成26年度：インドネシアにおいて、「JAPAN OSAKA 留学フェア」及び学校間交流会を実施 【インドネシアフェア：3,750名(H26.9.21)、学校間交流会：124名(H26.9.20)】
- ・平成27年度：大阪留学ガイドブックの作成(H27)  
マレーシアにおいて、独立行政法人日本学生支援機構が主催する留学フェアへの参加、及び学校間交流会・留学セミナーの開催により大阪への留学をPR(H27)  
ベトナムにおいて、相談窓口の設置及び現地語ウェブサイト等による情報発信を開始(H27)

### 【成果】

- ・今後成長が見込まれるアジア諸国での留学フェアにおいて、多数の現地学生の参加を得、留学に関する情報発信を実施できた
- ・学校間交流会を契機として、府内教育機関と現地教育機関の間で学校間提携が進んだ

### <JAPAN OSAKA 留学フェア in インドネシアの開催状況(H26年度)>

- ① 学校間交流会  
【日時】：平成26年9月20日(土) 12:00～15:00  
【会場】：インドネシア教育大学  
【参加者数】：日本 30名(17校)、インドネシア 94名(77校)

#### ①学校間交流会の様子



#### ② 留学フェアの様子



- ② 留学フェア  
【日時】：平成26年9月21日(日) 9:00～16:30  
【会場】：バンドン工科大学  
《参加状況》

		H26年度
種別	大学	7校
	専門学校	6校
	日本語学校	5校
出展教育機関計		18校
協賛企業		5社
来場者数		3,750人

#### 《来場者の属性》

高校	大学	大学院	一般	教育関係者	その他
33.8%	43.4%	2%	7.9%	1.5%	11.4%

#### 《来場者の年齢》

～15歳	16歳	17歳	18歳	19歳
20.3%	11.2%	12.7%	10.6%	9.6%
20歳	21歳	22歳	23歳	24歳～
8.9%	8.4%	6.4%	3.3%	8.6%



### 【課題】

- ・イベント形式での大阪留学プロモーションは集客力があり、情報発信の一手段として成立しているが、具体的な呼び込みに繋げる継続的な情報提供や相談等への対応を要する
- ・今後留学生の増加が期待できる国に絞って、府が先導するプロモーションの実施を検討すべき
- ・これまで実施してきた東南アジアでの留学プロモーション活動を、教育機関を含め民間の協力を得ながらより発展させ、相手国とのさらなる関係深化を図る必要

### 【今後の方向性】

- ・これまで留学フェアや学校間交流会を実施してきたインドネシア、ベトナムにおいては、イベントでの情報発信から、現地語ウェブサイトの構築等による継続的な情報発信に転換して実施
- ・大阪の教育機関や街の魅力を紹介する留学ガイドブックを作成、配布
- ・マレーシアにおいて、他機関が主催する留学フェアに参加、また、学校間の交流を促進
- ・府が先導的に実施してきた海外での留学プロモーション活動を、教育機関を含め民間主導で継続的に運営できるよう円滑な移行を図る

# ～大阪ミュージアム構想～

## 大阪ミュージアム構想 ～イベントミックスの推進～

### 【概要】

- ① イベントを共通のテーマ性や季節性から編集して、魅力の発信力強化を図り、観光集客につなげる。
- ② イベントを連携させることにより集客力と回遊性の向上を図り、地域の活性化につなげる。
- ③ イベントを組み合わせることで府民の参加や連携を促し、関心や意識の高揚、連帯感の醸成につなげる。

### 【取組状況】

- ① テーマや季節・エリアなどで広域的に魅力をつなぎ・発信
  - ・京街道ジャズライン（京阪電鉄及び沿線市連携イベントの展開）（H21年度～から 毎年9月～12月実施）
  - ・石畳と淡い街灯のまちづくり6地区を巡るフォトコンテスト「ぶらっとおおさかフォトコンテスト」（H24年度実施）
  - ・竹内街道・横大路（大道）1400年関連イベントの展開及び情報発信（H25.3月～11月実施）
  - ・大阪が育んだ割烹をテーマに大阪の食文化のイメージアップを図る「大阪割烹体験」（H26年1月～毎年2回開催）
  - ・民間によるバスツアー「ええとこ見つけた！『大阪魅力再発見の旅』」（H26年3月～5月実施）
  - ・地域と民間協働による「桜のまちあるき 桜とグルメの大阪巡り」（H26年～ 毎年春に実施）



### ② 回遊性向上

- ・府内各地のイルミネーションを対象とするイルミネーションフォトコンテスト（H24年度～ 民間の協力を得て実施）
- ・スマートフォンに対応した電子スタンプラリーの実施（H24年度～）

### ③ 府民参加促進

- ・府内各地のグルメや土産物を販売・PRを行う「ええもん・うまいもんin万博公園駅」（H24.11.18実施）
- ・四季のテーマを設定して公募する大阪ミュージアムフォトコンテスト（H25年度～ 民間の協力を得て実施）



### 【これまでの成果】

- ・四季のテーマ毎にイベントを編集して情報発信することで、ホームページのアクセス件数が増加。
- ・公民協働の取組みや、広域的な地域連携・協力による取組も広がりつつある。

### 【課題】

- ・これまで培ってきた市町村や民間との連携の継続、拡充
- ・効果的な情報発信手法への重点化

### 【今後の方向性】

- ・大阪ミュージアムの登録物を「つなぎ、お互いに活用する」コーディネート機能を強化し、府域全体の情報発信力の強化

## 大阪ミュージアム構想 ～地域が主体となった魅力づくりの推進～

### 【概要】

広域的な観点に立ったまちの魅力づくりを推進するとともに、地域が主体となって取り組む恒常的なまちの魅力向上及び景観形成並びにまちの魅力発信を支援する補助事業。大阪ミュージアム基金を活用。

皆様の善意が府内各地のまちの活性化に役立っています！

恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金

地域主体のまちの魅力向上  
＜住民参加促進＞

集客効果  
経済効果

ホスピタリティ  
向上

持続効果

◇平成27年度予算額：15,000千円

◇補助対象事業：歴史的な街道や複数の市町村にまたがる広域的なエリア、又は一つの市町村内であっても寺内町や歴史的建造物群、広大な棚田など内外に誇れる地区や地域のシンボルとなるような特定エリアにおいて、地域が主体となって実施する、1～3全てに該当する事業。

- 大阪ミュージアム登録物を活用し、又は今後登録されるものを活用すると見込まれる事業
- 次の（1）又は（2）に該当する事業
  - 恒常的なまちの魅力向上・景観形成事業
  - まちの魅力発信・集客事業…新たに又は既存事業から大幅な見直しを行い、特定の期日又は期間を限定して実施する取組で、複数年にわたって継続的に実施し、集客効果が期待できるいずれかの事業。  
(ア) ツーリズム推進、(イ) 水と光の魅力づくり推進、(ウ) 食を通じた魅力づくり推進

◇補助額：（1）⇒補助対象事業費の2/3以内、補助上限額 3,000千円

（2）⇒補助対象事業費の1/2以内、補助上限額 1,500千円

### 【取組状況】

- ・まちの魅力づくり支援事業として実施⇒採択数：10団体（H24年度）
- ・恒常的なまちの魅力向上支援事業として実施⇒採択数：12団体（H25年度、H26年度）、応募件数：7団体（H27年度）

### 【これまでの成果】

- ・支援した取組については、その後も継続的に実施されており、まちの魅力向上だけでなく、地域の集客促進の点でも効果を上げている。

### ＜取組み例＞



竹内街道・駒ヶ谷地区 歴史景観保全事業  
実施主体：羽曳野市駒ヶ谷区町会



花折街道沿道の魅力向上事業  
実施主体：豊能町吉川自治会



門真象鼻杯と蓮根料理レシピコンテスト  
実施主体：飲食店元気塾



奥貝塚・水間まち並みづくり事業  
実施主体：奥貝塚・水間まち並みづくり協議会



でっか！羊イルミネーション大作戦  
実施主体：いずみおまつ元気会



大東市スマイルミネーションイベント  
実施主体：大東市イルミネーションイベント実行委員会

### 【課題】

- ・より広域性が高く、周遊性の向上につながる取組み

### 【今後の方向性】

- ・地域の魅力を高め、府域への回遊性、集客性を向上する取組みの検討

# ～大阪ミュージアム構想～

## 大阪ミュージアム構想 ～府民参加による情報発信の促進～

【概要】 府内各地の魅力発信に当たり、府民参加を促進する取組みを進める。

- ① CMコンテスト：大阪にちなんだオリジナルCMを募集・表彰し活用することを通じて、大阪の魅力を内外にPR。
- ② モバイルガイドシステムの活用促進：スマートフォン等のモバイル機器で、大阪ミュージアムの登録物をはじめとする府内各地の魅力スポットの写真と紹介文を閲覧できるシステム。GPS情報と連動した、利用者の現在地周辺の魅力スポットの表示機能やスタンプラリー機能等も備えており、無料のアプリケーションソフト「ふらっと案内」をダウンロードすることで利用可能となる。

### 【取組状況】

＜OSAKA LOVERS CM コンテスト＞

■ CMコンテスト…平成23～25年度の3年間、大阪府主催で実施。

平成23年度：学生の部・一般の部・外国人の部・ダンスの部の4部門／応募総数106作品／入賞20作品

平成24年度：学生の部・一般の部の2部門／応募総数64作品／入賞20作品

平成25年度：世界へアピール部門・ご当地自慢部門の2部門／応募総数67作品／入賞20作品 ※貝塚市協賛

平成26年度：(株)ケイ・オプティコムがスポンサーとして資金提供。官民連携による実行委員会が主催。

・私の大好きな大阪部門・ケイ・オプティコム部門の2部門／応募総数40作品／入賞14作品

平成27年度：(株)ケイ・オプティコムがスポンサーとして資金提供。官民連携による実行委員会が主催。

・テーマ：「ええやん！大阪」～みんなに伝えたい大阪の魅力（募集中）



2011(H23)



2012(H24)



2013(H25)



2014(H26)



2015(H27)

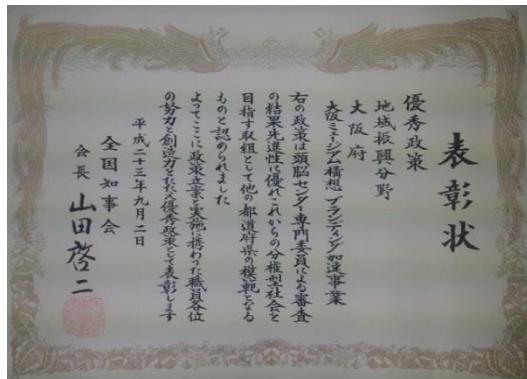
### 【これまでの成果】

- ・CMコンテストについては、平成23年度に、全国知事会の先進政策として優秀賞を受賞。全国各地にご当地CMコンテストが広がるきっかけとなった。
- ・CMコンテスト大賞受賞作品等については、関西コレクションやドイツ・ハンブルグ日本映画祭から作品提供依頼を受け、会場での放映。
- ・CMコンテストについては、平成26年度からは、民間資金による公民連携での事業運営を行うことができた。

関西コレクション会場（京セラドーム）にて放映（H24～）



全国知事会 優秀政策 表彰状



### 【課題】

- CMコンテスト
- ・入賞作品の放映機会の拡充

### 【今後の方向性】

- CMコンテスト
- ・入賞作品のより効果的な発信・活用

### ＜大阪ミュージアムモバイルガイドシステム＞

■ モバイルガイドシステム…平成23年12月14日から運用開始。

- ・四季のテーマ毎の府内各地のイベント情報を取りまとめ、ホームページ等と併せてモバイルガイドシステムでも発信。
- ・平成24年度より、秋の府内イベント情報発信と併せ、モバイルガイドシステムを活用した電子スタンプラリーを実施。

### 【システムの概要】

スマートフォン片手に大阪府内のまち歩きを楽しもう！  
大阪ミュージアムモバイルガイド



無償のアプリケーションソフト「ふらっと案内」をダウンロードしてご利用ください

＜利用方法＞ 大阪のまち全体が手の中に！



- 1 新しい発見が！  
観光スポットや旬のイベント情報をその場で簡単にゲット。
- 2 道案内に最適！  
貴方の現在地と行きたいスポットまでの距離や行き方を地図情報に表示。
- 3 貴方のおすすめ情報もロコミ！  
街で見つけた新たなスポットやおススメ情報をロコミ投稿！



大阪ミュージアムモバイルガイドシステムは、スマートフォン等のモバイル機器に府内各地の観光・魅力スポットを写真とコメントで表示するシステム。

アプリケーションソフト「ふらっと案内」と連携することで、GPS機能と連動し、利用者の現在地とその周辺の魅力スポット情報が表示される。一般の方が、写真やコメントを投稿できる機能も搭載。

（システムを活用してできること）

- ・まち歩きコースの設定・表示
- ・電子スタンプラリー
- ・クーポン機能
- ・多言語表示（日・英・中（繁体字・簡体字）・韓）

※ 府内全市町村にID／パスワードを配布。自由に情報発信媒体として活用が可能。

### 【これまでの成果】

- ・モバイルガイドシステムについては、スマートフォン等を活用して、いつでも誰でも、滞在地近くの府内の魅力スポットやイベントを気軽に訪れることができる環境を整備した。
- ・モバイルガイドについては府内市町村にID／パスワードを発行し、独自の情報発信媒体として活用が図られている。



### 【課題】

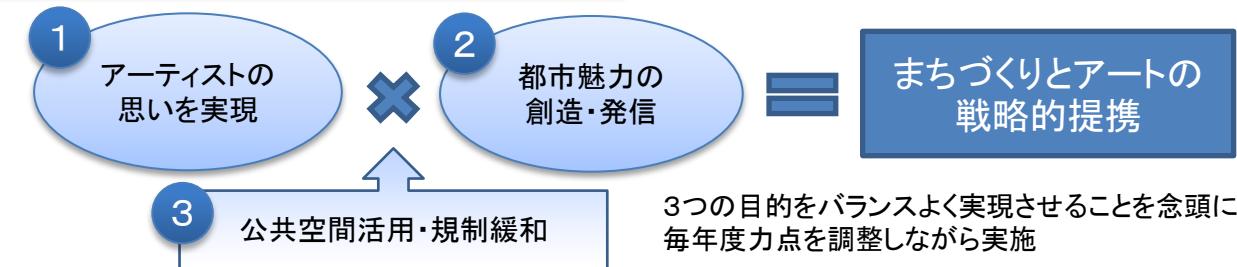
- モバイルガイドシステム
- ・利用者拡大に向けた取組み

### 【今後の方向性】

- モバイルガイドシステム
- ・利用PRの強化
- ・市町村等と連携したコンテンツの新規作成

# ～おおさかカンヴァス推進事業～

## おおさかカンヴァス推進事業の目的



## アーツカウンシルの評価・提言

- ▼限られた予算で工夫が凝らされた事業
  - ▼海外客など幅広い層が来場
  - ▼事業内容がツイッターなどSNSと相性が良く様々な発展性に期待
  - ▼都市開発や環境など他事業と連携、民間のサポートも呼びみたい。
- 【提言内容】
- 単年度予算、単年度事業に縛られない設計で内容の充実を
  - 応募作品すべてのプランや作品完成までのプロセスを公開、府民の共感を高める。

## これまでの経過(H22～26)

### 平成22年度 ～創成期として～

- 高いクオリティの作品展示
  - これまでにない公共空間の活用
- ・23作品 作品あたりの平均支援額140万円  
・場所を限定せず府域全体を活用して展示



### 平成23年度 ～発展期として～

- 作品数増や多様化で裾野拡大
  - 集中展示やメッセージ性の強化
- ・43作品 1作品あたりの平均支援額65万円  
・多くの作家の思いを実現させるため、作品数を拡大して公募（作品規模は縮小）  
・3箇所程度の集中展示エリアを設定



### 平成24年度 ～完成を目指して～

- 都市魅力の創造・発信の強化
  - 公共空間の更なる活用とアーティスト集積（※大阪市との連携強化）
- ・10作品 + 過去作品1作品の計11作品展示  
※1作品あたりの平均支援額90万円  
・クオリティを確保し、作品を1箇所に集中  
・水都大阪フェス等他事業との連携強化



### 平成25年度 ～まちづくりとの連携～

- まちづくり事業に先駆けて公共空間活用
  - 初めて場所とテーマを設定して公募
- ・3作品 1作品あたりの平均支援額260万円  
・支援上限額を500万円に増額  
・都市魅力や可能性を引き出すテーマ設定



### 平成26年度 ～企業等との連携～

- 道路機能を維持したまま空間活用に挑戦
  - シンボルイヤーへの基盤づくり
- ・6作品 1作品あたりの平均支援額66万円  
・異なる立場の関係者と連携・協力し、社会実験として作品展示



## 事業目的に対応する成果

- 全国知事会による第7回先進政策大賞受賞
- 都市魅力の創造・発信
- アーティストに魅力ある発表の場を提供
  - ・過去5年で750件にのぼる応募があり、審査を経て採択された86作品を制作展示。（採択率11%程度）
  - ・多数のメディア掲載（新聞66回、テレビ21回、関西ウォーカーほか情報誌、ウェブサイト等）
- 都市部の公共空間の活用（同規模のものは他に事例なし）
  - ・施設管理者等と協議を繰り返し、前例のない形で公共空間を活用。規制緩和。
  - ・H25年度から、カンヴァス事業で蓄積したノウハウを基に、府域市町村の自主的な取組みを技術面で支援（わがまちカンヴァス事業：H25年度3件、H26年度4件）
- 新しいまちづくりの動きと連携しエリアのイメージアップに貢献
  - ・H25「中之島GATE」 H26「御堂筋」

## 平成27年度 事業概要

- ・中之島・道頓堀及び水の回廊を舞台に、シンボルイヤー関連事業等と連携しながら、「水都大阪」の魅力を広く発信する、斬新なアート作品を展開
- ・支援上限額を500万円に増額
- ・海外を含む幅広い地域から計113件の応募あり。
- ・審査を経て選定された7作品と、大阪芸術大学との連携企画として1作品を展示発表

【開催場所】 中之島エリア・水の回廊 ⇒ 平成27年10月3日（土）～10月12日（月・祝）  
道頓堀 ⇒ 平成27年10月3日（土）・4日（日）・16日（金）・17日（土）



### 【課題】

・文化振興基金残高が減少していることを踏まえ、基金を取り崩すだけでなく、関連する施策との連携、企業や芸術系大学からの協賛を獲得するなど、実施経費の確保方策を検討

### 【今後の方向性】

・大阪市域外での事業展開を視野に入れ、府域全体のまちの魅力づくりに資する。  
・カンヴァスで蓄積した公共空間活用のノウハウや、立場の異なる関係者の意見調整等のノウハウを基に、府域市町村の課題解決を支援する「わがまちカンヴァス事業」の推進



# ～地域資源を活かした大阪の魅力発信～

## 石畳と淡い街灯まちづくり（大阪府）

【概要】  
 石畳と淡い街灯まちづくり支援事業におけるモデル6地区（富田林・枚方・岸和田・河内長野・箕面・柏原）の取り組みや魅力をPRし、他地区でも歴史的・文化的資源を活かしたまちづくりが実施されるように支援  
 ※石畳と淡い街灯まちづくり支援事業  
 市町村が地域住民等と連携して行う歴史的・文化的資源を活かし、まちの魅力を引き出すプランを募集し、モデル地区を選定し、まちづくりを支援（補助額：1地区あたり2億円を上限、補助期間：平成21～23年度まで）

【取組状況】  
 ①モデル地区6市と府で石畳と淡い街灯まちづくり連携協議会を設置（平成22年8月27日）し、各地区の取り組みや魅力をPR  
 ・地域・企業の協賛による「フォトコンテスト」の実施（平成24年10月～平成25年1月）  
 ・商業施設のホール等を活用し、平成24年度実施のフォトコンテスト入賞作品を展示（平成25年6月～）  
 ・モデル地区6市の石畳事業終了後の状況を確認（H26年9月下旬～10月上旬）  
 ・咲洲庁舎等でモデル地区6市の取り組みをパネル展示し魅力をPR  
 ②他地区でも歴史的・文化的資源を活かしたまちづくりが実施されるように支援  
 ・石畳と淡い街灯まちづくり連携協議会ワーキングを開催し、地域資源を活かしたまちづくりに取組もうとしている市町村にモデル地区の取り組みを紹介（平成25年9月26日）  
 ・恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金、まちづくり初動期活動サポート助成の活用（花折街道（豊能町）、紀州街道（泉南市）沿道地域等）

【成果】  
 ・モデル地区6市においては石畳事業の補助金を活用し各地域の資源・特色を活かした施設整備等に取り組んだことで、来街者数の増加、空き家活用の促進、地元のまちづくり協議会の立ち上げなど一定の効果が得られている  
 ・モデル地区以外では、恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金、まちづくり初動期活動サポート助成の活用により、花折街道（豊能町）、紀州街道（泉南市）沿道地域等において地域資源を活かした魅力創出に向けた取り組みが展開されている



枚方市



富田林市



河内長野市

【課題】  
 ・歴史的・文化的資源等の地域の資源を活かしたまちづくりの実施に向けた地域の機運の醸成  
 ・各地域の資源・特色を活かした施設整備等に向けた地域の財源の確保

【今後の方向性】  
 ・国の補助等の活用により、各地で地域資源を活かしたまちづくりが展開されるよう、地域のまちづくりの取り組みを支援

## 石畳と淡い街灯まちづくり（大阪市事業名：観光魅力向上のための歴史・文化的まちなみ創出事業）

【概要】  
 ①歴史・文化的な建築資源を活かした着地型観光拠点づくり：無電柱化や道路美化化に加え、生きた建築ミュージアム事業で大阪セレクションに選定されている歴史・文化的建築物や、HOPEゾーン事業等と連携・活用して効率的に拠点づくりを進め、観光集客につなげる。  
 ②集客力と回遊性の向上：生きた建築ミュージアム事業や民間事業者などが実施しているイベント等を活用し、集客力と回遊性の向上を図り、地域の活性化につなげる。  
 ③民による自主的な地域マネージメント：無電柱化・道路美化化後の清掃や自転車対策等を含む維持管理及び、集客イベント等を実施し地域の賑わいを創造する。  
 （事業期間：平成26年度～平成28年度（予定））

【取組状況】  
 平成26年度  
 ・地域おこしの観点から街路や沿道の景観整備などを行っていた、大阪府の「石畳と淡い街灯まちづくり支援事業」に倣い、大阪市においても「観光魅力向上のための歴史・文化的まちなみ創出事業」として平成26年度～平成28年度の3か年で実施。  
 ・船場先行地区の5箇所の候補地のうち整備の優先順位をつけるために、有識者から意見聴取を行い、3箇所【日本生命・適塾周辺、芝川ビル周辺、大阪倶楽部周辺】で実施決定。  
 ・船場先行地区及び市内その他地区における再生化エリア（基礎データ）調査を実施し、有識者会議及び地域協議会へ反映させた。  
 ・船場地区に設置した地域協議会において、地上機器の設置場所や回遊性向上の仕組みなどについて地元住民等と協議を進めた。  
 平成27年度  
 ・先行実施する3箇所について、地域協議会での議論を踏まえ、道路美化化、無電柱化整備の設計、工事及び、観光客の回遊性向上のための仕組みづくりを行う

【成果】  
 ・民間の公共貢献や資金協力を得られ、歴史・文化的建築物が集積し、無電柱化や道路美化化が今後の周辺のまちなみ整備を誘発しうる場所である5箇所の候補地のうちから、有識者から意見聴取を行った結果、観光に資する場所として、日本生命・適塾周辺、芝川ビル周辺、大阪倶楽部周辺の3箇所を先行的に整備することとなった。



船場地区の先行整備予定箇所



電線が地中化された三休橋の様子



架空線等で景観が阻害された歴史的建築物

# ～地域資源を活かした大阪の魅力発信～

## 天満・天神橋地域の魅力発信

### 【概要】

- ・天満・天神橋地域の特性を活かしたイベント実施： 今昔館と地域が連携し大阪天満宮・天満天神繁盛亭・天神橋筋商店街など豊富な地域資源を活かしたイベント企画・実施
- ・観光客の誘致強化： 今昔館における新たな魅力創出と情報発信

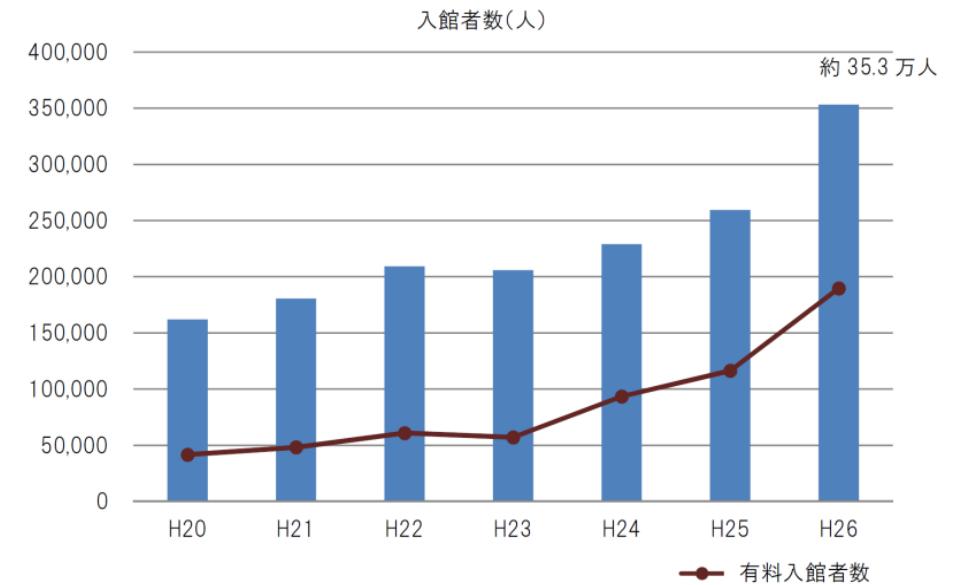
### 【取組状況】

- ・天神祭に合わせて地元講社の協力により、今昔館内の実物大で再現した江戸時代の町並み（常設展示室）で獅子舞や傘踊りを来館者に披露するとともに、浴衣で来館された方を対象とした無料入館を実施し、天満・天神橋地域の魅力の一つである天神祭の雰囲気や江戸時代の町並みを再現【H17年度～】
- ・今昔館の町家において、子ども落語大会を開催。天満天神繁昌亭との連携により、落語家による審査や、入賞者の繁昌亭舞台への出場などを通し、小・中学生が天満のまちの魅力を発信【H18年度～】
- ・地元商店連合会等主催の地域魅力を発信する天神新門界隈PRイベント「石畳が繋ぐ、街と人の出会い」に今昔館ボランティア「町家衆」が参加・協力【H25年度～】
- ・天満が舞台になったNHK連続テレビ小説「ごちそうさん」を通して北区の魅力発信を目的に設立された協議会に、地域・ホテル関係者等とともに今昔館が参加【H25年度】
- ・天満・天神橋筋の人気店が集結した北区百貨店での物産展に参加・協力し、天満天神繁昌亭等と今昔館合同で展示ブースを設け、天満の魅力発信を支援【H25年度】
- ・大阪天満宮、天神橋筋商店街等と連携した企画展『第2回HPE展「天満の歴史とまちづくり」』を開催し、展示室で天神祭の華やかな雰囲気や天満で活躍する伝統工芸職人の作品や老舗商店が所蔵する歴史資料等を展示するとともに、併催企画で天満の名所を巡るまち歩きを実施する等、天満のまちの歴史と魅力を発信【H25年度】
- ・今昔館の常設展示室における江戸時代の町並みにおいて、海外旅行者に人気の高い着物体験サービスを本格的に導入【H25年度～】
- ・新たな来館者確保を目的に、企画展のテーマに工夫を凝らし、幅広い年代の方に楽しんで頂ける「ミュシャ 暮らしを彩るアール・ヌーボー」展を開催【H25年度】
- ・今昔館ホームページから旅行者口コミ投稿サイトを閲覧できるようにすることで、今昔館の魅力と情報の発信を強化【H25年度～】
- ・関西私鉄5社と歴史街道推進協議会主催の「歴史街道 BINGO de ラリー」イベントにおいて、地域代表として今昔館にスタンプが設置され天満・天神橋地域の魅力発信に貢献【H26年度】
- ・大坂の陣400年天下一祭参加事業として、今昔館企画展「大工棟梁中井大和守がみた大坂の陣」【H26年度】・「天下人の城大工－中井大和守の仕事Ⅲ」【H27年度】を企画・開催
- ・国内外からの観光客に向けた多言語展示解説等のおもてなし強化（風呂屋シアターの字幕解説（4ヶ国語）・引き札・QRコードを活用した解説（4ヶ国語）・外国語解説付企画展の開催等）【H26年度】
- ・大阪観光局と連携した外国人旅行者向け「Osaka Free Wi-Fi」の導入【H26年度】
- ・市内ホテル、主要ターミナル（駅・空港）・劇場など多くの観光客が訪れる施設へのリーフレット配架【H26年度～】
- ・外国クルーズ客船からの旅行者を対象にしたツアー企画・提案【H26年度】



### 【成果】

- ・今昔館は、国内外から幅広い集客を促し、入館者数は平成24年度の約22.9万人から平成26年度は過去最高の約35.3万人で1.5倍増加した（うち外国人観光客は、平成24年度比較で3.2倍の12.3万人を動員）
- ・H26年度来館者アンケート調査において、今昔館が幅広い年齢層から高い評価を受けている状況、今昔館の来館者が地元商店街をはじめとする周辺地域の施設等を訪問する周遊効果を確認した
- ・専門家の学術的考証のもと伝統的工法等を用いて復元した江戸時代のリアルな町並みは、見るだけでなく、実際に町家に入り、調度品等に触れることができる体験型展示で国内外の来館者に高く評価されている
- ・世界最大級の旅行クチコミサイトであるトリップアドバイザー「2014年エクセレンス認証」を受賞（H26.5）
- ・地元商店街の外国語パンフレットに今昔館が掲載された他、今昔館側の地域連携イベントだけでなく、地域の企画イベントに要請を受けるなど、魅力施設として認知され、公民協働の取組が拡大している
- ・新聞・テレビ・ラジオなど各種メディアの取り上げ回数が増えている他、来館者におけるソーシャルメディア上での魅力発信で、国内外に向け今昔館や周辺地域の情報が効果的・効率的に発信できている



### 【課題】

- ・今昔館は、「市政改革プラン（平成24年7月策定）」において、「都市魅力戦略会議の見解も踏まえ、効果的・効率的運営を図る。ただし、指定管理期間終了（平成27年度末）までに持続可能なスキームを構築できないときは、より展示を活かす観点から他の博物館との統合、または廃止」とされている。

### 【今後の方向性】

- ・今昔館が本来持つ、都市居住文化の発展的継承をめざす住宅政策上の役割を果たすとともに、インバウンドをはじめとする観光客が大阪の歴史や文化を身近に体感できる施設として、魅力向上や天神橋筋商店街など豊富な地域資源を活かしたイベント等を引き続き行うことにより、大阪の魅力情報発信拠点の一つとしてさらなる集客に貢献していく

## ～地域資源を活かした大阪の魅力発信～

### 竹内街道・横大路(大道)活性化事業

#### 【概要】

大阪府と奈良県を東西に結ぶ竹内街道・横大路は、「日本書紀」の推古天皇21年(613年)の条に「難波より京(飛鳥)に至る大道を置く」と記された「大道」のルートと重なることから、日本最古の官道と呼ばれています。「大道」が敷設されてから、平成25年(2013年)に敷設1400年を迎えることを契機として、府県を越えて沿線の12自治体(大阪市・堺市・松原市・羽曳野市・太子町・葛城市・大和高田市・橿原市・桜井市・明日香村・大阪府・奈良県)の首長などが集結し、【竹内街道・横大路 ～難波から飛鳥へ日本最古の官道「大道」～活性化実行委員会】を発足して、連携しながら周辺地域の魅力を再発掘し、街道の魅力を高め、地域活性化等に繋げる取組を進めています。

府県を越えた沿線自治体が一体となり、市民・企業・大学・が参画・連携・協働し、街道とその周辺地域の魅力を再発掘し、国内外に情報を発信することや、それら地域をつなぎ、紡ぐことにより、さまざまな交流を促進し、地域の活性化につなげ、地域に愛着や誇りを醸成することを目的としています。

#### 【取組状況】

##### ■ 実行委員会の開催

・平成24年9月(準備会)、平成25年2月(第1回)、平成25年7月(第2回)、平成26年7月(第3回)、平成27年2月(第4回)、平成27年6月(第5回)

##### ■ P R イベントの開催

- ・1400年活性化キックオフイベントとして「沿線ご当地キャラクター達と行く記念列車の旅」を開催。【H25.3.30】(近鉄大阪阿部野橋駅～飛鳥駅 参加者数：200名)
- ・四天王寺ワッソでのP R【H25.11.4 難波宮跡公園】 来場者数：約40,000人 沿線自治体首長がワッソ巡行に参加、街道敷設1400年をP R。
- ・竹内街道・横大路(大道)1400年祭【H25.11.17 大阪歴史博物館・難波宮跡公園・NHK大阪放送局】 来場者数：約10,000人
- ・観光P R展の開催【H26.9.6・7 近鉄大阪阿部野橋駅】
- ・四天王寺ワッソ、大阪産(もん)PRとの連携による観光P R・物産展【H26.11.2 難波宮跡公園、大阪国際交流センター】
- ・竹内街道・横大路(大道)シンポジウム【H26.11.30 大阪歴史博物館】⇒街道にまつわる記念講演、学生研究発表、日本酒・ワインセッション、神楽の上演、街道沿線の観光情報、物産のP Rを実施。

##### ■ 広報活動

- ・竹内街道・横大路(大道)活性化プロジェクトHPを設置(<http://www.saikonokandou.com/>) H26.12.26～
- ・沿線12自治体HP上で、取組状況やイベント情報を発信。
- ・関西Walkerでの特集記事掲載(竹内街道Walker) 発行部数：本誌12万部、抜き刷り冊子5万部(H25・H26)
- ・コミュニティ誌上でのイベント紹介【らくるる南河内】 発行部数：85,000部 藤井寺市、羽曳野市、大阪狭山市、河内長野市、太子町、河南町、千早赤阪村にて配布(H26)
- ・近鉄ハイキング情報でのP R 発行部数：13万部 近鉄沿線各駅にて配布(H26)
- ・竹内街道・横大路(大道)PR大使「あまゆーず」によるPR活動(イベントPR6回) H26.8～

##### ■ 沿線を訪れるきっかけづくり

- ・沿線連携イベントとして、H25はリレーウォーキング(10イベント、延べ約2,000人参加)、ライトアップイベント(9イベント、延べ約32,000人来場)などを実施。H25.9.14～11.17(秋フェス期間)に地域イベントとして68イベントを開催。H26はウォーキングイベント(2イベント520人参加)、ライトアップイベント(5イベント)、地域イベント(25イベント)などを実施・開催。
- ・地元NPOと連携したウォーキングイベントの開催(竹内街道とワインを訪ねる旅)【H26.10.26 80人参加】
- ・「緑の一里塚」の設置【大阪府域5市町(大阪市、堺市、松原市、羽曳野市、太子町)に7箇所、奈良県域(葛城市、大和高田市)に2箇所】⇒道標と植樹、休憩スペースを設けた「緑の一里塚」を整備
- ・難波から飛鳥までの街道ウォーキングマップと、各市域毎におすすめスポットを掲載したポケットマップを作成。  
発行部数：ウォーキングマップ 10,000部、ポケットマップ(大阪市・堺市、松原市・羽曳野市、太子町・葛城市、大和高田市・橿原市、桜井市・明日香村の5セット)各1,000部(計5,000部)
- ・竹内街道・横大路(大道)デジタルフォトコンテストを開催。【H25年度：応募数135作品、H26年度：応募数137作品】
- ・竹内街道・横大路(大道)動画コンテストを開催中。【H27.3～11(予定)】

#### 【大学との連携】

- ・大阪芸術大学と実行委員会で、地域活性化及び魅力ある歴史的空間を創造することを目的に包括連携協定を締結。【H25.7.17】
- ・街道の魅力発見プログラムとして「まちづくりワークショップ」を開催。【H26.10.26～ 葛城市、羽曳野市、大阪芸術大学】
- ・歴史環境再生に向けた勉強会の実施【H26.8.21～4回開催 沿線市町村、大阪芸術大学】

#### 【成果】

当実行委員会の取組を通じて、街道の情報や魅力を発信し、より多くの人々に街道を知ってもらった。また、大学との連携をはじめ、沿線地域の住民や多くの企業とも連携を図り、産官学民の協働を進めた。

##### <企業等協賛>

- ・大阪芸術大学：包括協定による人的支援及び協賛金
- ・ガイドリンク(株)：地域支援型自動販売機を設置(太子町、葛城市に各1基)、売上金の一部を運営資金に充当。
- ・(株)ファミリーマート：PRうちわ作成(10,000枚)、レジPOP広告(関西2府4県の1715店舗 広告期間：H25.8.5～9.9)
- ・ナカバヤシ(株)：竹内街道ウォーキングマップの増刷(10,000部)
- ・その他特集記事掲載、1400年祭開催費用の協賛金の提供(16社、総額780万円)
- ・ナカバヤシ(株)：フォトコンテストパンフレットの作成(8,000部)、フォトコンテスト入選作品副賞の提供
- ・(株)ニコンイメージングジャパン：フォトコンテスト大賞副賞の提供
- ・富士ゼロックス大阪(株)：フォトコンテスト入選作品副賞の提供、アーティストによる街道P R活動への協力
- ・(株)キタムラ：フォトコンテスト広報の協力 ・関西ウォーカー：自社ウェブサイトを活用した活性化プロジェクトの広報



#### 【課題】

- ・取組みの継続実施に向けた、市町村主導での運営体制への移行
- ・さらなる街道の認知度向上に向けた、魅力発信の推進
- ・まちづくり、みちづくり機運の醸成に合わせた、地域活動の実施
- ・国内の認知度を高めることに加えて、インバウンドへの魅力PR

#### 【今後の方向性】

- ・関係市町村、地域が主体となった実行委員会組織への転換
- ・実行委員会HPを立上げるとともに、企業とタイアップして企業HPでの街道P Rや、P Rグッズの作成を行う等、広報ツールの拡大
- ・市町村、関係部署が連携し、まちづくりワークショップにおける地域の景観まちづくり検討を支援
- ・関西空港など、インバウンドに訴求するイベントスペースを活用した広報
- ・行政主導から住民など多様な主体が参画し、街道の魅力発信や向上につながる取組を継続的に実施していく、しかけの構築

## ～地域資源を活かした大阪の魅力発信～

### ■大阪産(もん)のブランディング～

#### 【概要】

- ①府民認知度の向上・府民運動の推進：大阪産(もん)の認知度向上に努めるとともに、大阪産(もん)を身近に感じて・食べてもらえる機会を増やすことで、大阪産(もん)を買い支える府民の機運を高めていく。
- ②ブランドイメージの向上：様々な媒体を通じた情報提供により、ブランドイメージの確立と向上を図り、消費喚起と生産者の所得アップにつなげる。
- ③大阪産(もん)の魅力アップ：生産者や事業者の取り組みの裾野を広げ、大阪産(もん)を活かした加工品づくりや多様な販売チャネルの展開を行う。

#### 【取組状況】

- 大阪産(もん)を見て食べる機会の提供
  - ・府内のイベントで大阪産(もん)のPRを実施（御堂筋kappoや'13食博覧会・大阪、大阪産(もん)大集合、食育フェスタ、咲洲子どもフェスタ、竹内街道1400年祭等）
  - ・東京プロモーション（大阪産(もん)食材検討会in東京）の実施による東京の料理人、野菜ソムリエ、ブロガーとのネットワークづくり（H26～）
  - ・プロの料理人による料理コンテストの実施。
- 情報提供
  - ・大阪産(もん)・大阪産(もん)ファン通信の配信〔登録 2,468名（H27.3.31現在）〕
  - ・大阪産(もん)フェイスブックでの情報発信を開始（H26.2.20～）
  - ・食品関連産業やコンビニ等による大阪産(もん)を使用した新商品開発を支援（H24～泉州玉ねぎ入りカップめん、コンビニ弁当）
- 生産者や事業者の取組の拡大
  - ・大阪産(もん)の普及に貢献した事業者を表彰(H23～ 大阪産(もん)五つの星大賞 受賞者のべ73事業者)
  - ・加工・飲食・流通事業者へ大阪産(もん)の利用意向調査を実施【50事業者】（大阪産(もん)を使用した事業者は多いが、供給量、価格面で課題）
  - ・大阪産(もん)ロゴマーク使用許可件数（生産者・加工食品業者等）の増加[H24：252件→H26：367件]
  - ・量販店や百貨店で大阪産(もん)催事への出展募集案内（事業者向けメールマガジンの発行）（H23～ 配信数H24：33件 → H26：66件）
  - ・大阪産(もん)を使った料理を提供する店の増加[H24：124件→H26：156件]
  - ・大阪産(もん)農産物を利用した加工品の開発支援（H23～大阪産(もん)チャレンジ支援事業、H25～6次化サポートセンター開設）

#### 【成果】

- ・大阪産(もん)の府民認知度向上  
（H21.6：29.2%→H23.3：46.2%→H25.3：58.1%→H26.3：60.7%→H27.3：57.0%）
- ・6次産業化による新商品の販売（9商品）（H25～H26）

#### 【課題】

- ・府民認知度は向上したものの、大阪産(もん)を率先して購入したいと思う府民の割合が伸びていない。  
（H21.6:48.2% → H27.3:48.6%）
- ・生産者と加工・飲食・流通事業者との連携促進
- ・プレミアム大阪産(もん)ブランドづくり
- ・大阪産(もん)の販売協力店舗の開拓

#### 【今後の方向性】

- ・ホームページやフェイスブック等の多様な媒体を活用した情報発信
- ・大阪産(もん)地産地消推進月間（11月）を中心としたイベント等でのプロモーション活動の実施
- ・農業者と事業者とのマッチングイベントの開催や食品関連事業者とのネットワーク構築
- ・大阪産(もん)流通ネットワークの整備や物流担当事業者の開拓



### ■伝統工芸品、地場産業の府内外へのPR

#### 【概要】

府内ものづくり中小企業の優れた技術に裏打ちされた創造力にあふれた製品（消費財）の認証制度「大阪製」ブランドを創設、「大阪製」として認証された製品を幅広いプロモーション活動を通じて情報発信し、大阪のものづくり力のブランドイメージを高めるとともに、府内ものづくり企業の自社製品開発の取り組みをバックアップする。  
また、大阪府内の地場産品や伝統工芸品をはじめとする優れた府内消費財の認証、販路開拓支援を図るために催事・イベント出展やPR活動を実施する。



#### 【取組状況】

- ・認証制度の普及及び認証製品のプロモーションについて、発信力のあるクリエイターに業務委託し、プロモーション計画を策定、広報イベントの実施までを統一感を持って効果的に実施。
- ・認証製品は大阪府をはじめ支援機関等が実施するプロモーションイベントや百貨店催事など展示・販売を通じたプロモーション活動やパンフレット、HP・SNS等を活用し、内外に幅広く情報発信。
- ・大阪府伝統工芸士を1名認定。阪神百貨店「浪花の技展」、近鉄上本町店「大阪ええもん！匠の技展」ほかイベントに出展し、伝統工芸品等のPRを実施(H26)
- ・大阪府伝統工芸士を5名認定。近鉄上本町店「大阪ええもん・うまいもん再発見」で伝統工芸品等のPRを実施予定(H27)

#### 【成果】

- 認証製品数
  - 応募総数148社229製品 認証製品数12社12製品（うちロールモデル2社2製品）【平成24年度】
  - 応募総数38社38製品 認証製品数7社7製品（うちロールモデル2社2製品）【平成25年度】
  - 応募総数40社40製品 認証製品数13社13製品（うちロールモデル3社3製品）【平成26年度】
- ・パンフレット、HP・SNS等を通じた情報発信
- ・百貨店催事などで展示・販売を通じたプロモーションの実施。
- 伝統工芸関係 : 平成25年度～26年度までに府指定伝統工芸士を2名認定（合計108名）
- 販路開拓 : 平成26年度までに毎年阪神百貨店「浪花の技展」開催  
平成27年度 近鉄上本町店「大阪ええもん・うまいもん再発見」を開催予定
- PR : 「大阪の伝統工芸」パンフレット 約3000部配布/年

#### 【課題】

- 大阪製
  - ・情報発信力の強化
  - ・ブランド価値の向上
  - ・対象製品の掘り起し
  - ・内外への制度及び認証製品の情報発信の強化（メディアプロモーションなど）
- 伝統工芸関係
  - ・伝統の技術を活かしつつ現在のライフスタイルにあった新商品の開発と販路開拓

#### 【今後の方向性】

- 大阪製
  - ・展示会や催事イベントへの積極的な参加
  - ・支援機関等との相互リンク、バナー広告といった情報発信ネットワークの強化
- 伝統工芸関係
  - ・デザイナー等を招いた勉強会を開催