



「大阪・光の饗宴」について

2003年より開催してきた『OSAKA光のルネサンス』は、昨年度で10年目を迎え、

中之島エリア約300万人・御堂筋エリア約150万人の集客がある

大阪の冬の風物詩として定着してきました。

本年度より、単なるイベントではなく、大阪市中心部において大阪の
新たな都市ブランド向上と国内外への発信力強化、観光促進をめざし、各エリアで展開
する光プログラムを一体化した

「大阪・光の饗宴」として発信することとなりました。

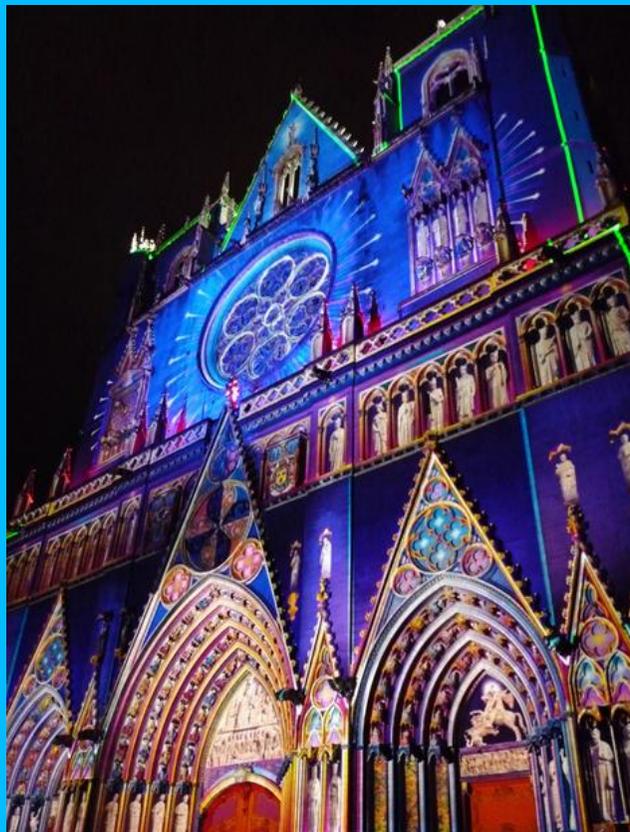
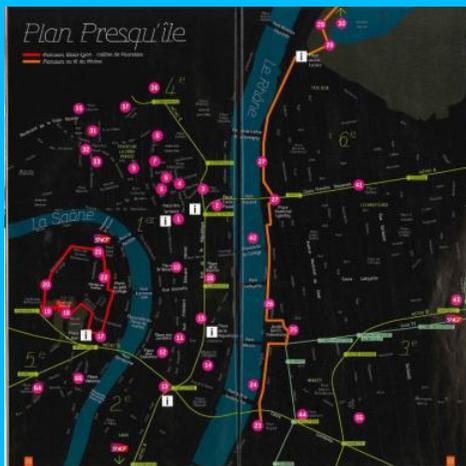
本年は、コアプログラムである「OSAKA光のルネサンス」「御堂筋イルミネーション」と各エリアのプログラムがテーマの連携を図り、
官民が一体となって世界へ誇る「大阪・光の饗宴」をめざし
来街者を光でおもてなしします。

世界に誇る「大阪・光の饗宴」を目指して

フランス・リヨンの「リュミエール祭」を参考に、各エリアの個性を活かし、大阪中心部に広がる光の饗宴として、大阪の都市ブランドの向上に貢献する事業を目指します。

「リヨン・リュミエール祭」

4日間で400万人以上集客する光のイベント。街中では70か所の会場で様々な光のアーティストがプロポーサルで選ばれて演出を繰り広げることから、アーティストの登竜門ともなっている。推進プロジェクトとして専門家の入った推進委員会が構成され、クオリティを確保。各プログラムでの協賛獲得も認めている。また運営警備などは警察が中心で実施。案内はボランティアが一部協力している。
※2009年視察に基づく



『光の首都・大阪』 シンボル事業の創出

=大阪ならではのおもてなしを生み出す=

=大阪発・光が文化になる季節=



開催期間

2013年12月1日（日）～2014年1月19日（日）

展開テーマ：大阪の夜を彩る光のミュージアム

光が大阪各所の個性を表現する「光のミュージアム」。
おもてなしの心を込めて創り上げる大阪ならではの光の文化が街中に広がります。

大阪・光の響宴2013 事業構成

コアプログラム

実行委員会主催事業



エリアプログラム

民間主催事業との合同プロモーション



まちあるきプログラム

大阪市中心部の店舗参加事業



2013年度の取り組み

プロモーション強化

回遊・滞留性強化

コンテンツ強化

大阪・光の饗宴2013 事業体制

「大阪・光の饗宴2013」体制表

大阪・光の饗宴実行委員会

(旧OSAKA光のルネサンス実行委員会)

(委員長)	大阪府知事	松井 一郎
(副委員長)	大阪市長	橋下 徹
(委員)	関西経済連合会	森 詳介
	大阪商工会議所	佐藤 茂雄
	関西経済同友会	鳥井 信吾
(監事)	公認会計士	小柴 学司

大阪・光の饗宴実行委員会事務局

■幹事会

総合プロデューサー	橋爪 紳也 (光のまちづくり推進委員会委員長)
幹事長	大阪市経済戦略局 理事
幹事長代行	大阪府都市魅力創造局 局長
幹事	関西経済連合会産業部 プロジェクト開発担当部長
	大阪商工会議所地域振興部 部長
	関西経済同友会企画調査部 部長
	大阪観光局 局長
	光のまちづくり推進委員会事務局
	大阪府都市魅力創造局 副理事
	大阪市経済戦略局 まち魅力部長

■推進事務局

総合ディレクター	岡 智恵子 (光のまちづくり推進委員会委員)
大阪府都市魅力創造局	都市魅力・観光 課長
	都市魅力・観光課 課長補佐
大阪市経済戦略局	まち魅力担当 課長
	都市魅力推進担当 課長
関西経済連合会	産業部 参与
大阪商工会議所	地域振興部 課長
光のまちづくり推進委員会事務局	
大阪観光局	マネージャー

アドバイザー会議

■合同安全会議 (予定)

各種規制緩和や各会場回遊のための安全検討を推進 (警察や管理者との協議)

■合同プロモーション会議

プロモーションの活性化

大阪市中心部の光プログラムによるエリア活性化等に取り組む団体とのプロモーションの推進



■事業開発会議

官民一体の都市経営

大阪市内中心部の各事業者が一体となった観光商品造成や、各エリアブランド向上など、大阪・光の饗宴の事業化をめざした会議。2015年を目途として、大阪光の饗宴における中期観光戦略及びブランド向上の構築に取り組む。特に観光インフラとなる企業を中心に定期的な会議を開催し、投資効果の高い事業構築を図る。

◆第1回：光のアートアワード審査会

大阪のブランド向上

大阪・光の饗宴において、光による都市の活力を生み出すことを目的としたプロジェクト。アジアにおける光のアーティストたちの登竜門を目指す。



Julien Pavillard氏 (ジュリアン・パビヤール)
(アートディレクター・ライティングコンサルタント)

フランス・リヨン「リュミエール祭」立ち上げ時のプロジェクトマネージャー。両親が「PIGI」(巨大映像投影機)を開発。10歳の頃から光や映像の世界に親しむ。フランスの「エクサンプロヴァンス国際歌劇芸術祭」のアートディレクター。現在も世界各国で光の演出やプロデュースで活躍している。



面出 薫氏：照明プランナー
(㈱ライティングプランナーズアソシエーツ代表取締役、武蔵野美術大学客員教授)

照明文化研究会「照明探偵団」の団長として精力的に活動を展開中。東京国際フォーラム、JR都駅、せんだいメディアテーク、六本木ヒルズ、シンガポール中心市街地照明マスタープラン、東京駅丸の内駅舎などの照明計画を担当。著書に『世界照明探偵団』鹿島出版会、『陰影のデザイン』六耀社など。



織作峰子氏：写真家 (大阪芸術大学芸術学部写真学科教授)

1981年度ミスユニバース日本代表に選ばれ、1982年大竹スタジオに入門。1987年独立。2000年ウォーターフォードウエッジウッドライフスタイルアワード受賞。海外政府観光局からの依頼を受け、世界各国の美しい風景や人物の瞬間を撮り続けている。



山本裕子氏：ギャラリーディレクター (㈱山本現代代表取締役)

2004年、東京神楽坂のワイルドな工場街に現代美術ギャラリー「山本現代」を開廊。2008年に港区・白金に移転。小谷元彦氏、ヤノベケンジ氏、西尾康之氏、など、多様なメディアや形式を擁するアーティストの紹介や展覧会開催。またジャンルを超えた活動もする若手作家の紹介も精力的。

2013年度の取り組み

- ・大阪市中心部が一体となった大阪・光の饗宴の1年目では、認知度の向上を最優先と考え、発信力を強化するとともに、来街者の期待を裏切らない高質感、個性などを生み出すなど、2014年度へのステップとなる事業の基礎構築を目指す。
- ・単なる一過性のイベントから、回遊性・滞留性促進に取り組み、来街者の動きをワンストップからラウンドへ発展させる施策に取り組む。
- ・海外への発信を意識したクオリティ向上、PR効果促進のため、エリアプログラムとのテーマ連携など、来街への期待感の喚起に取り組む。

プロモーション強化

インバウンドへの取り組み

- 公式パンフレットの英語版製作（ウェブ公開）
- 観光局海外プロモーションでのPR活動
- 関西メガセールとのPR連携

合同案内所ミーティング

- 鉄道や商業施設、観光案内所などへ大阪市内で開催される情報提供を行う
- 府外や海外からの来街者へ人によるおもてなしや情報発信を行う。

回遊・滞留性強化

まちあるきプログラムの強化

- 昨年度400店舗参加
- 本年度約420店舗参加（予定）

一般参加の光のアートアワード

- コア及びエリアプログラム作品の人気投票（光のまちづくり推進委員会にて検討中）

バナープログラム

- 対象エリアにおいて、大阪・光の饗宴とロゴと共にエリアプログラムや企業が参加したバナーを掲出。

コンテンツ強化

光のアートアワード審査会

コアプログラムにおける公共空間を活用した光のデザインを広く公募し、新たなアーティストたちの登竜門となる新たな取り組み。

フランスとの交流促進

- フランス・リヨンの「リュミエール祭」を目指す本事業では、光の先進国フランスやリヨン市との交流を促進。
- 2015年を目指し、2013年度は、フランス大使館の後援をいただいた。

民間との協働事業の創出（進行中）

御堂筋イルミネーション
サウスゲートエリアの創出

団体バスプログラム（交通対策事業）
パーク&ウォーク

回遊シャトルバスの検討
（パーク&ライド）

市内各エリアの活性を目指すエリアマネジメントやエリアプロモーション活動をしている事業者などが取り組む8つの光プログラムとの連携を強化し、大阪市内を楽しく巡ることのできる光の祭典を目指します。



大阪・光の饗宴では、2015年シンボルイヤーまでの3か年で、大阪の都市ブランド向上・都市資産価値の向上を目指します。また、これを実現するためにPDCAサイクルを確立しつつ、3か年をかけて段階的に事業を推進します。

2015年シンボルイヤーへ向けて、国内外からの来街者
1000万人を目指す



2015年を目指した段階的事業推進

2015年を目指した段階的事業推進とは

シンボルイヤー
大阪まちびらき400年

2013年度

1、プロモーションの強化

情報連携を強化し、戦略的な情報発信を推進。また新たに発足した観光局と連携し、インバウンドへの発信を強化。

2、回遊性・滞留性の促進

来街者の充実感を向上するための施策。1ストップから周遊へと発展するためのプログラムに取り組む。また夜だけでなく昼間の滞在を促進するためのまちあるきプログラムなども取り入れる。

3、コンテンツ強化

事業の充実が核となる光の価値の向上がポイントとなることから、1年目はコアプログラムの光のアートアワードでのクオリティ向上、光の先進国フランスとの交流の活性化などに取り組む。

2014年度

1、事業体制の強化

民間参加を促進するための事業計画を早期立案。企業や府民市民の参加を促すためのメリットを打ち出すとともに、官民の役割分担を明確にした事業体制を構築。

2、来街者拡充プログラムの開発

観光商品造成を伴う来街者拡充のためのプログラムを開発。光のプログラム巡りに加え、食、買い物、歴史散策など、大阪を楽しんでいただくため、民間との事業検討を推進する仕組みづくりに取り組む。

3、公共空間の利用促進

都市の顔となる公共空間を活用するエリアプログラムへの支援体制や賑わいのためのインフラ整備など、民間の利用促進につながる仕組みづくりに取り組む。

2015年度

1、シンボルプログラムの創出

大阪ならではのシンボルプログラムの創出を目指す。個性と事業性を備えたプログラムにより、光の首都大阪を世界へ発信。

2、光プログラムの拡充

現在の合同プロモーションに参加されている団体の事業のより一層のブランディングをサポートする体制を構築。また大阪市内中心部の各所での光プログラムのさらなる推進を呼びかけることなどに取り組む。

3、事業の自立性向上

リヨン・リュミエール祭の『パートナークラブ』を参考に、企業や府民市民などに参加していただく事業パートナークラブを創設。大阪のブランディングや経済活性を目指す本事業の自立化を図る。

大坂の陣400年プロジェクト