

② 地域の魅力を発掘し、大都市大阪の魅力を磨きます ～文化・観光力アップ～

市民の皆さんとともに、身近な地域の資源を再認識・再発見し、新たな文化を生み出すことで、地域の魅力を高めます。また、世界に誇る歴史や文化資源を活かした大阪ならではの文化・観光の魅力づくりに取り組み、それらを効果的に発信することによって、観光の振興につなげます。

元気アップ指標

歴史や文化資源を活かした大阪ならではの文化・観光の魅力を高めることで、国内外から多くの観光客が訪れ、にぎわう大阪が実現していることを示す指標として「延べ宿泊者数及び外国人延べ宿泊者数」を設定しています。

また、市民の皆さんが中心となった身近な地域の魅力を活用した取組みが広がっていることを示す指標として「市民の皆さんと協働して実施するまちあるきのコース数」を、そのような取組みに関心を示す人が増えていることを示す指標として「市民の皆さんと協働して実施したまちあるきへの参加者数」をそれぞれ設定しています。

さらに、大阪ならではの多彩な魅力を楽しめるモデルゾーン「海の御堂筋^(注1)」の魅力が高まり、訪れる人が増えていることを示す指標として「『海の御堂筋』を構成する中之島・大阪城エリアの主な文化施設の入場者数」を設定しています。

指標項目	現状	元気アップ指標
延べ宿泊者数 外国人延べ宿泊者数 (観光庁宿泊旅行統計調査及び推計)	1,423 万人 221 万人 (平成 19 年推計)	1,600 万人 250 万人 (平成 23 年)
市民の皆さんと協働して実施するまちあるき コース数 参加者数 (「大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会」報告)	— —	300 コース 18,000 人 (平成 23 年度)

(注1) 海の御堂筋：近代大阪発展の歴史的資源等を有する、大阪城から中之島を経て海に至る川筋のこと。

指標項目	現状	元気アップ指標
『海の御堂筋』を構成する中之島・大阪城 エリアの主な文化施設※の入場者数 (大阪市調べ) ※主な文化施設：大阪城天守閣、大阪歴史博 物館、東洋陶磁美術館、市立科学館	252 万人 (平成 19 年度)	260 万人 (平成 23 年度)

現状と課題

大阪には独自の歴史・文化、自然など、さまざまな資源・資産が身近に数多く存在するほか、最近では、南船場や北堀江、空堀、中崎町などのように、まちなみの魅力に惹かれて個性ある店舗が集積し、知名度や集客力が向上しているエリアも増えつつあります。また、身近な地域の魅力を見つけ、それを紹介してみんなで楽しむといった市民の皆さんの活動もあちらこちらで生まれています。

このようなさまざまなまちの魅力を求め、外国人ビジターをはじめ多くの方が大阪を訪れています(表 1・2)。

しかしながら、金融危機による景気悪化や消費の手控え、主要通貨に対する円高の進行などに伴い、日本を訪れる外国人ビジターが減少するなど、観光をめぐる状況は厳しいものとなっております。このような状況の中で、引き続き多くの観光客を誘致するためには、個々の資源が持つ魅力を磨くだけでなく、それぞれの資源を連携させることにより、いっそうまちの魅力を高める工夫も必要です。

例えば、多くの観光客が訪れる大阪城でも、豊富な歴史・文化・自然資源の魅力をいっそう高めることで繰り返し来訪する人を増やすことが可能であると考えられます。美術館などの文化施設が集積している中之島でも、各施設を結びつけ、まちのあちこちで文化・芸術の薫りを感じられるような、歩いて楽しい空間をつくる余地が十分にあります。

また、「水の都」の実現に向け、水質の改善や川沿いの遊歩道整備、緑化などが求められており(図 1)、水辺を楽しめる環境の整備や都心部から臨海部に至る川筋を活かした魅力の創出など、水辺を意識したまちづくりを進めることも必要となっています。

さらに、観光客の誘致には、ステレオタイプ^(注1)のイメージだけではなく、大阪本来の多彩な魅力を首都圏や海外のメディアに対して積極的に発信することも求められています。

(注1) ステレオタイプ：型にはまった画一的なイメージのこと。例えばお笑い・粉ものなど、大阪をある一面だけで捉えること。

表1 訪日外客^(注1) 都市・観光地別訪問率ランキング

順位	地域名	訪問率 (%)
1	新宿	26.7
2	大阪市	21.4
3	京都市	20.1

資料：日本政府観光局（JNTO）訪日外客実態調査 2006-2007

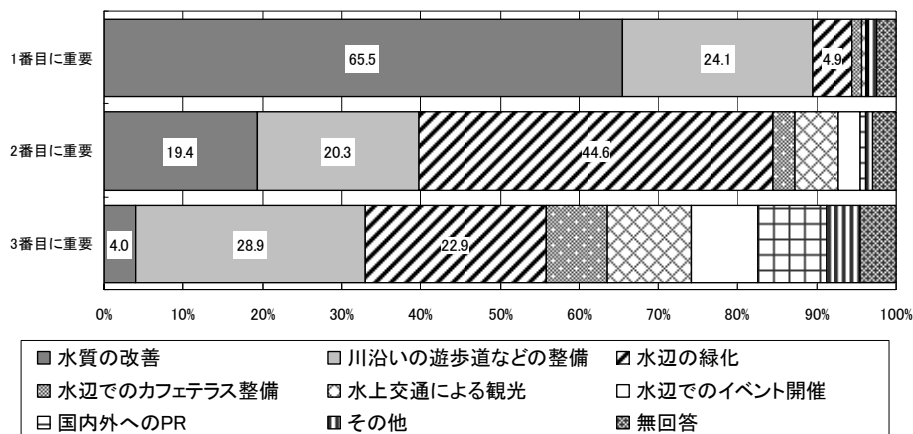
表2 大阪市宿泊ビジターの訪問先 ベスト5

(%)複数回答可

	平成18年度調査				平成19年度調査				
	平日		休日		平日		休日		
国内から	ベスト1	飲食街・レストラン等	18.5	飲食街・レストラン等	18.7	ショッピング	17.0	ショッピング	18.1
	ベスト2	ショッピング	16.1	ショッピング	18.3	飲食街・レストラン等	17.0	飲食街・レストラン等	16.2
	ベスト3	仕事先	12.4	レジャー施設	14.4	テーマパーク施設	13.1	テーマパーク施設	11.8
	ベスト4	レジャー施設	9.7	旧跡・神社・仏閣	8.6	仕事先	11.7	劇場・ホール	11.6
	ベスト5	劇場・ホール・映画館	7.3	公園・動植物園・水族館	8.0	劇場・ホール	8.4	旧跡・神社・仏閣	5.8
海外から	ベスト1	ショッピング		18.3	ショッピング		22.4		
	ベスト2	旧跡・神社・仏閣		17.0	飲食街・レストラン等		21.6		
	ベスト3	飲食街・レストラン等		15.2	旧跡・神社・仏閣		18.8		
	ベスト4	公園・動植物園・水族館		9.7	テーマパーク施設		9.0		
	ベスト5	レジャー施設		8.1	展望台・遊覧船等		7.8		

注：「国内から」は、大阪市外の国内からの宿泊ビジターに占める割合。
 「外国から」は、外国からの宿泊ビジターに占める割合で、平日/休日では分けていない。
 いずれも、全回答に占める割合。 資料：平成19年度大阪市観光動向調査

図1 名実ともに「水の都」となるために重要であると考えられる取組み



資料：平成17年度市政モニターアンケート

(注1) 訪日外客：国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から日本に永住する外国人を除き、これに、日本を経由して第三国に向かうため日本に一時的に入国した通過客（一時上陸客）を加えた入国外国人旅行者のこと。

課題への対応方針と具体的な事業展開

対応方針1 身近な地域の文化を発見し、育て、大阪の魅力を高めます

身近な地域の歴史や文化、自然環境などの資源を発掘し伝える市民の皆さんの活動と連携・協働することを通じて、大阪の魅力を高め、観光にもつなげる取組みを推進します。

<具体的な事業展開>

○ 地域資源の再発見・活用と魅力の発信

地域の皆さんに親しまれ、地域の景観を特徴づけている大切な資源を発掘し、都市景観資源として登録するとともに、パネル展示等によりその情報を発信し、地域の景観に対する関心を高め、地域の特性を活かしたまちづくりにつなげます。

また、「大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会」に参画して、ボランティアやNPO等の皆さんが地域魅力の再発見を通じてまちに対する愛着を深め、さらに自らガイドとなって観光客の皆さんをもてなし交流を進める市民主導型の「まちあるき」事業を、ビジネス化を含めた運営面でのアドバイスや一元的な情報発信、モデルツアーの実施などによって支援します。

<実施計画>

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
地域資源の再発見・活用と魅力の発信	都市景観資源を募集、審査等 3区	3区	3区	都市景観資源の活用・情報発信 9区で実施
	都市景観資源の登録とその活用・情報発信 3区	3区	3区	
	市民・NPO団体等が主体となったまちあるき事業を支援 まちあるきコース 50コース	まちあるきコース 150コース	まちあるきコース 300コース	市民・NPO団体等が主体となったまちあるき事業 300コース
	旅行者事業者等による商品化に向けたモデル事業の共同実施と支援 モデルツアー 12コース 体験型イベント 12回	モデルツアー 12コース 体験型イベント 12回	モデルツアー 18コース 体験型イベント 12回	旅行者事業者等による商品化に向けたモデル事業 モデルツアー (累計) 42コース 体験型イベント (累計) 36回

対応方針2 大阪ならではの多彩な魅力を楽しめるモデルゾーンを創出します

大阪城から中之島を経て海に至る川筋を「海の御堂筋」と位置づけ、水辺や近代大阪発展の歴史的資源等を活用したさまざまな取組みを市民・企業・NPO等の皆さんとともに先導的に実施し、その成果や課題を踏まえて、他のエリアへ拡大を図ります。

また、文化・芸術施設の集積が見られる中之島地域で、公園、水辺、公開空地^(注1)などを活用して、誰もがいつでも芸術・文化・歴史にふれられる環境づくりを進めます。さらに、大阪の歴史や文化を感じられる大阪城エリアで、既存施設等を活用した集客魅力の向上に取り組みます。

<具体的な事業展開>

【「海の御堂筋」を構成するエリアにおける水辺を意識したまちづくり】

○ 魅力あるリバーフロントの形成

安治川沿いや中之島周辺において、魅力あるリバーフロントの形成に向けた指針を地域の皆さんとともに検討・策定し、それに基づく水辺を意識したまちづくりを進めます。

また、難波橋から湊橋に至る土佐堀川左岸（南側）の護岸をつる植物により緑化する取組みを進め、水や緑などの資源を活かした良好な景観形成をめざします。

○ 川と海をつなぐにぎわいまちづくりの推進

都心と海を結ぶ川沿いの区や海に面した区において、市民の皆さんとともに地域の資源や特性を活かした多種多彩なイベントを開催します。

さらに、それらを舟運でつなぎ、都心から海に至る川筋を活かした水都の魅力を一体的に発信することにより、水辺を意識したまちづくりを推進します。

○ ウォーキングイベントの開催によるまちの魅力の発信

都市型としては日本最大規模となる2万人規模の「(仮称)大阪ウォーク」を開催し、「海の御堂筋」を歩くコースなど、多くのコースメニューを設定することにより、市民の皆さんや全国から参加される多くの皆さんにまちの魅力を発信します。

(注1) 公開空地：建物の敷地内に、市民に公開する広場・植栽等を設けたもので、建築物の容積率や高さ制限を緩和する総合設計制度の許可条件となっている。容積率とは建物の延べ床面積の敷地面積に対する割合のこと。

【中之島エリアにおける「水辺の文化都心」の形成】

○ ストリートミュージシャンなどによるまちのにぎわい創出

年間を通じてパフォーマンスを楽しむことができるよう、一定の技量を持つストリートミュージシャンや大道芸のパフォーマーにライセンスを与え、中之島エリアの公園などの指定場所で活動できる機会を提供します。

また、ストリートミュージシャンによるフェスティバルを開催し、活動成果の発表と制度の周知を図り、誰もが気軽に文化にふれられる環境づくりを推進します。

○ 公園や橋梁を活用したにぎわい・ふれあい空間の創出

周りを水に囲まれ、水・緑等の自然を有する中之島の特性や歴史的・文化的資産を活かして中之島公園を再整備し、水上劇場や大噴水などのある「中之島水上公園」を創出します。

また、中之島ガーデンブリッジをライトアップし、中之島で開催されるイベントと連携した魅力の創出や、年間を通じた夜間景観の魅力向上を図るとともに、市民の皆さんとの協働による清掃や花壇などの維持管理を進めることで、にぎわい・ふれあい空間として活用していきます。

○ 中之島・水都大阪の魅力の発信

平成 15 年以降毎年冬に開催している「OSAKA 光のルネサンス」を、中之島公園、市役所周辺、市立科学館北側公共広場の 3 会場に拡大して開催し、光を活かした魅力的なプログラムをつくり出すことで、中之島の魅力を広く発信し、ブランド力を高めます。

また、中之島公園などをメイン会場として、「川と生きる都市・大阪」をテーマにした「水都大阪 2009」を府と経済界などと連携して開催し、舟運と組み合わせたまちあるきや橋梁のライトアップなど多彩なプログラムで、水辺のにぎわいや夜の景観をつくり出し、水都大阪の魅力を発信します。

さらに、この「水都大阪 2009」での取組みを活かし、継続する仕組み等を構築し、イベント終了後も市民・企業・NPO等の皆さんと協働して、水辺を意識したまちづくりや川を活用した取組みを展開するほか、水都大阪の情報を発信し、川と海をつなぐ大阪ならではの水都としての魅力をさらに高めます。

○ 近代美術館の整備に向けた検討

大阪ゆかりの作家の作品や世界的に優れた作品・資料をいつでも楽しむことができる近代美術館の整備に向けて、市民の皆さんの理解が得られるよう検討を進めます。

【大阪城エリアにおける歴史・文化を活かした魅力の向上】

○ 遊休施設の活用による大阪城エリアの活性化

大阪城エリアを訪れる市民・ビジターの利便性を向上させ、エリア全体の魅力をいっそう高めるため、大阪城本丸広場にある「もと市立博物館（昭和6年竣工、昭和35年から平成13年まで市立博物館として供用）」の民間活力を導入した活用をめざします。

○ 誰もが気軽に歴史・文化にふれられる環境づくり

大阪固有の歴史的・文化的資源を活用した都市魅力の創出をめざし、大阪城をろうそく行灯でライトアップする「大阪城^{しろあか}城灯りの景」を天守閣をより際立たせるよう本丸広場にエリアを拡大して実施するとともに、民間事業者が創作演劇を開催できるよう調整を図ります。


また、年間を通じてパフォーマンスを楽しむことができるよう、一定の技量を持つ大道芸のパフォーマーなどに大阪城公園内の指定場所での活動機会を提供するとともに、大道芸のパフォーマーによるフェスティバルを開催し、活動成果の発表と制度の周知を図ります。

さらに、ヨーロッパをはじめ国内外に大阪城の歴史的な魅力を発信するため、「豊臣期大坂図屏風」が発見されたオーストリア・グラーツにあるエッゲンベルグ城と友好城郭提携を結び、交流事業を推進します。

<実施計画>

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
「海の御堂筋」を構成するエリアにおける水辺を意識したまちづくり				
魅力ある リバーフロント の形成	現況調査と課題整理、協議会等の立ち上げ	協議会等との協働による検討、指針（案）のまとめ	指針の策定、公表、それに基づくまちづくりの誘導	<中之島及び安治川の川筋> 協議会等との協働による「魅力あるリバーフロント形成指針」の策定とそれに基づくまちづくりの誘導 <中之島の川筋> 土佐堀川左岸（南側）護岸の緑化工事の完了 難波橋～湊橋 1,900m
	護岸緑化工事の実施 難波橋～淀屋橋 約500m	肥後橋～湊橋 約1,000m	淀屋橋～肥後橋 約400m	
川と海をつなぐ にぎわいまちづくりの推進	福島区、此花区、西区、港区、大正区及び住之江区における市民協働イベントの開催とそれを結ぶ舟運の実施			市民協働、官民連携によるイベント・舟運の実施 地域の具体的なまちづくりの取組み・独立展開 舟運ルートの定着 イベント時の舟運乗船人数 延べ8,000人
	地域のまちづくりにつながる事業手法の検討		地域の具体的なまちづくりの取組み・独立展開	
	舟運定着に向けた調査・検討		舟運ルートの定着	
ウォーキングイベントの開催によるまちの魅力を発信	ウォーキングイベントの開催 参加者数 2万人	参加者数 2万人	参加者数 2万人	ウォーキングイベント参加者 2万人

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
中之島エリアにおける「水辺の文化都心」の形成				
ストリートミュージシャンなどによるまちのにぎわい創出	パフォーマーライセンス制度にミュージシャン部門を新設 活動指定場所 (中之島) の指定 3か所			活動指定場所 (中之島) 5か所 活動指定場所での活動件数 年間 80件
		(累計) 4か所	(累計) 5か所	
		活動指定場所(中之島)での活動件数 50件	活動指定場所(中之島)での活動件数 80件	「(仮称) 中之島ストリートミュージシャンフェスティバル」の開催 観客数 15,000人
	「(仮称) 中之島ストリートミュージシャンフェスティバル」の開催 観客数 10,000人	観客数 12,000人	観客数 15,000人	
公園や橋梁を活用したにぎわい・ふれあい空間の創出	中之島公園の再整備完成 中之島で開催されるイベントと連携した中之島ガーデンブリッジの暫定ライトアップ	中之島ガーデンブリッジのライトアップによる年間を通じた夜間景観の魅力向上		中之島公園の再整備完成(21年度) 中之島ガーデンブリッジのライトアップによる年間を通じた夜間景観の魅力向上
	協働による中之島ガーデンブリッジの清掃、花壇などの維持管理の仕組みづくり	協働による中之島ガーデンブリッジの清掃、花壇などの維持管理の実施		協働による中之島ガーデンブリッジの清掃、花壇などの維持管理の実施

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
中之島・水都大阪の魅力の発信	O S A K A 光のルネサンスの開催 来場者 150万人 水都大阪 2009 の開催 まちあるきコースの開発 10コース 開催を機に新たに立ち上げられた協働の取り組み組織 1団体 協働によるイベントへの協力者数 28,000名	来場者 150万人 水都大阪 2009 での取り組みの活用 水辺を意識したまちづくり 水辺を活かしたまちあるき 舟運の活性化 上海万博等を活用した P R など	来場者 150万人 	O S A K A 光のルネサンスの来場者 150万人 新たに開発したまちあるきコース 10コース以上 定期的に水都の魅力向上に向けた活動をしている協働の取り組み組織 (累計) 4団体 (20年度) 3団体
近代美術館の整備に向けた検討	近代美術館のあり方の検討	(整備が決定した場合の最も早いスケジュール) 設計業者の募集・選定・決定	(整備が決定した場合の最も早いスケジュール) 基本設計・実施設計の完了	(整備が決定した場合の最も早いスケジュール) 基本設計・実施設計の完了
大阪城エリアにおける歴史・文化を活かした魅力の向上				
遊休施設の活用等による大阪城エリアの活性化	「もと市立博物館」の活用に向けたマーケティング調査、事業手法の検討・問題点の整理 プロポーザル実施要領案の作成	「もと市立博物館」の活用に向けたプロポーザルによる企画提案の募集及び事業者の決定 改修工事等の着手	「もと市立博物館」の改修工事等の実施・完了	「もと市立博物館」の活用に向けた改修工事の完了 (24年度から活用)

	年次計画			到達目標
	21年度	22年度	23年度	
誰もが気軽に 歴史・文化に ふれられる 環境づくり	「大阪城 城灯りの景」などの開催			「大阪城 城灯りの景」などの開催 来場者数 1日あたり 30,000人 活動指定場所 (大阪城) 1か所 活動指定場所での 活動件数 150件 「(仮称)大阪城エンターテイメントフェスティバル」の開催 観客数 20,000人 友好城郭提携の締結(調印式) 大阪城天守閣等で記念事業、エッゲンベルグ城で大阪城関連展示を実施 期間中の 天守閣入場者数 (1日あたり) 4,500人 天守閣入場者数 年間135万人
	期間中来場者数	期間中来場者数	期間中来場者数	
	1日あたり 25,000人以上	1日あたり 前年度以上	1日あたり 30,000人	
	パフォーマーの活動 指定場所(大阪城) の指定 1か所			
	活動指定場所(大阪城)での活動件数	活動指定場所(大阪城)での活動件数	活動指定場所(大阪城)での活動件数	
	150件	150件	150件	
	「(仮称)大阪城エンターテイメントフェスティバル」の開催			
	観客数	観客数	観客数	
	20,000人	23,000人	25,000人	
	友好城郭提携の締結(調印式) 大阪城天守閣等で記念事業、エッゲンベルグ城で大阪城関連展示を実施	友好城郭提携事業の実施		
期間中の 天守閣入場者数	期間中の 天守閣入場者数	期間中の 天守閣入場者数	友好城郭提携事業の実施と期間中の天守閣入場者数 1日あたり4,500人 大阪城天守閣の 年間入場者数 年間140万人 (20年2月~21年1月) 133万人	
(1日あたり) 4,500人	(1日あたり) 4,500人	(1日あたり) 4,500人		
天守閣入場者数 年間135万人	天守閣入場者数 年間138万人	天守閣入場者数 年間140万人		