

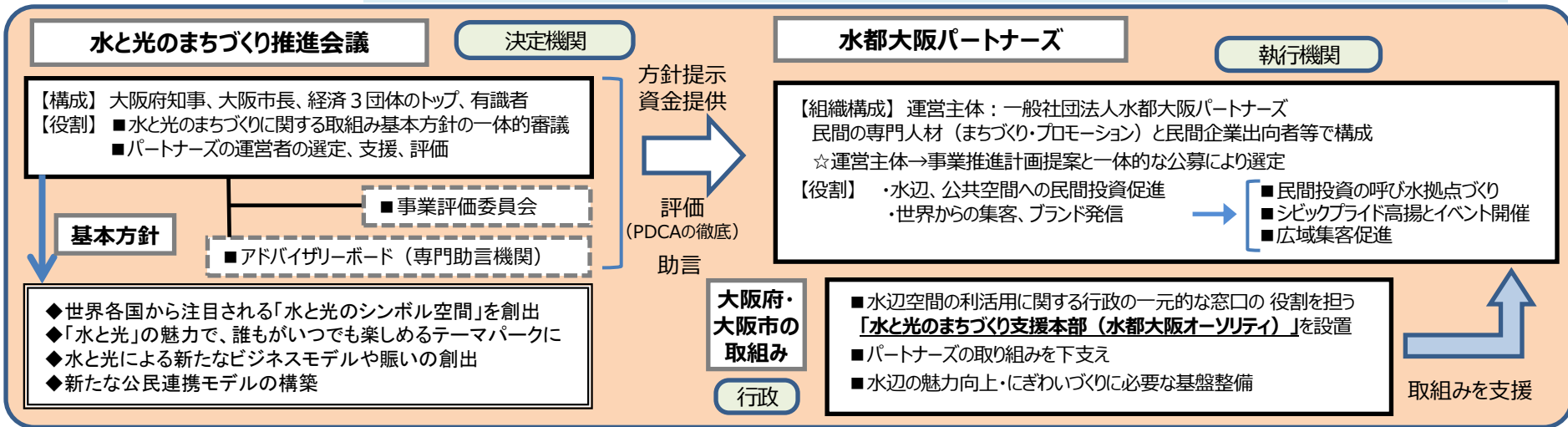
大阪都市魅力創造戦略の進捗状況について

1) 3つの重点取組みの進捗状況と評価について

水と光のまちづくり

1 組織体制・仕組み

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、オール大阪で取り組む基本方針のもと、民主体の「水都大阪パートナーズ」の活動を行政がサポートし、魅力・にぎわいづくりを推進



2 平成25年度の水都大阪パートナーズの取組み実績

取組み① 世界各国から注目される「水と光のシンボル空間」の創出にかかる取組み	中之島公園でトライアル事業開始	水都大阪フェス10万7千人の集客、みおつくしプロムナードを活用したグリーンマルシェの実施
	中之島 G A T E でトライアル事業開始	左岸の未利用地を初めて利用（17日間）し、5万1千人の集客
	水都大阪フェスの開催等	水の回廊一周可能な水辺バルを同時開催、マスコミ取り上げ（紙媒体37件、TV等11件）
取組み② 国内外から観光客が訪れる「水と光のテーマパーク」の実現にかかる取組み	水辺拠点の連携支援の開始	拠点エリアネットワーク会議の設立、拠点づくりの開始
	観光局や舟運事業者等と観光商品化	舟運事業者等との商品企画づくり、観光局等と連携した水都観光商品のプロモーション
	ウェブ、サポーターネットワークの立ち上げ	サポーター数103名、水都大阪HP約25万セッション、Facebook購読2,604名

3 評価結果及び今後の課題 平成26年5月13日 事業評価委員会での審議結果

◆水都大阪パートナーズに対する評価結果

- 事業立ち上げ初年度の取組みとしては、「概ね予定どおりに進んでいる」との評価
 - 「水都フェス」など既に実績ある事業の延長線上ではなく、新たな取組みに期待
 - 活動が民間ビジネスのきっかけづくりや、民間資金の呼び込みにつながることを期待

◆今後の課題

- ・突き抜け感のある事業で水都の魅力をしっかりとアピールする。
- ・水都の認知度を高め、水都に因んだ商品造成や民間資金呼び込みに向けた取組みを強化する。

大阪・光の饗宴2013実施結果

実施期間 : 平成25年12月1日～平成26年1月19日
経済波及効果 : 約284億円
来年の参加意向: 「来年も参加したい」約90%

来場者数
約517万人

OSAKA光のルネサンス2013 約201万人
御堂筋イルミネーション2013 約 95万人
エリアプログラム 約221万人

コアプログラム



OSAKA光のルネサンス2013

期間: 平成25年12月15日～12月25日 17:00～22:00
場所: 大阪市役所周辺から中之島公園剣先



御堂筋イルミネーション2013

期間: 平成25年12月1日～平成26年1月19日 17:00頃～23:00
場所: 大阪市役所正面及び
淀屋橋交差点(土佐堀通)～新橋交差点(長堀通) 約1.9km

エリアプログラム

大阪市内各所で民間が実施する光のイベント(8エリア
10プログラム)と連携し合同プロモーションを行った。

- スノーマンライティング
- 街中がスノーマン／大阪ステーションシティ・
時空の広場会場「トワイライトファンラジー」
- 新梅田シティ・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・桜ノ宮リバーサイドクリスマスツリー
- なんば光旅「光の滝」
- とんぼりリバーウォーク「夢をつなぐ光の川」
- あべてん「光の音色」シンボルツリー
- 大阪城3Dプロジェクションマッピング

まちあるきプログラム

大阪市内中心部のホテル・百貨店・商店街などが
参加した回遊性向上プログラム。

○参加数: 39施設・団体/481店舗