

計画期間：平成24～27年度

大阪都市魅力創造戦略 (素案)

大阪府府民文化部都市魅力創造局

大阪市ゆとりとみどり振興局

1 経緯

大阪府市のこれまでの取り組み

《大阪府》

都市魅力施策(観光・国際交流・文化・スポーツ)の基本方針となる「府都市魅力創造戦略」を策定(H21.12)し、「ミュージアム都市・大阪」の実現に向けた取り組みを推進

《大阪市》

観光・国際交流・文化・スポーツの分野でそれぞれの戦略等を策定し、事業を推進

《府市連携》

水都大阪、御堂筋kappo・フェスタ等個別事業では連携して推進

大阪府市都市魅力戦略会議における検討

《会議(H24.2設置)の目的》

- 1 都市魅力創造にかかる府市戦略の一本化と事業の融合・統合
- 2 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
- 3 「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の検討



- 府市一体の都市魅力創造戦略を策定
- 観光・国際交流・文化・スポーツの府市戦略の一本化と事業執行体制の一元化

2 大阪都市魅力創造戦略について

(1) 大阪都市魅力創造戦略とは

世界的な創造都市に向けた観光・国際交流・文化・スポーツの各施策の上位概念となる府市共通の戦略。これら戦略に基づき、「民が主役、行政はサポート役」との基本的な考え方のもと、世界が憧れる都市魅力を創造し、世界中から人、モノ、投資等呼び込む。

(2) 計画期間

平成24(2012)年度～平成27(2015)年度

(3) 目的

- ・ 都市魅力創造にかかる府市事業の融合・統合
- ・ 府域全体の都市魅力の向上



- ・ 交流人口・消費額の増加
- ・ 経済の活性化
- ・ シビックプライド醸成



世界中から人、モノ、投資等呼び込む
「強い大阪」の実現

3 都市魅力創造の基本的な考え方

- u 民が主役(都市魅力創造を牽引)
- u 行政は民間の活動を最大限にサポート(規制緩和、インセンティブ、活躍の場づくり、投資を呼び込む制度設計等)
- u 既存の都市魅力資源を最大限活用
- u 観光・国際交流・文化・スポーツ各戦略においてターゲット・目標を明確化し、それを踏まえ、総合的な大阪都市魅力創造戦略の目標を設定

取組
みの
方向
性

- ・ 民間が稼ぎ、都市魅力創造に再投資するサイクルを創出
- ・ 「グランドデザイン・大阪」との一体的推進
- ・ 実施効果を絶えず検証し、徹底したPDCAを実施
- ・ 文化創造、観光集客、クリエイティブ産業等の産業育成や雇用促進につなげる

世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力を創造・発信

2015年シンボルイヤーに向け、大阪を世界へアピール！

基本方針

① 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

新しい都市魅力の創造に向け、重点エリアを定め、世界第一級の文化観光拠点を形成します。また、美しい水辺や昔ながらの街なみ、豊かな緑などの資産を磨き際立たせ、府民・市民の大阪への愛着や誇りを醸成します。

② 感動や興奮に出会える 効果的なイベントの展開

実施効果が継続し、また、人々に感動や興奮を与え、記憶に残る世界的な創造都市・大阪にふさわしい様々なイベントを展開します。

③ ターゲットに響く 戦略的なプロモーション

戦略と行動力ある経営責任者が率いる観光プロ組織により、ターゲットを明確にした戦略的な企画・立案やプロモーションを展開し、大阪の魅力を広く世界にPRします。

3つの重点取組・重点エリアのマネジメント・2015年シンボルイヤー・ミュージアム構想の推進

4 具体的な取組み ①

3つの重点取組

・3つの重点取組により重点事業の推進体制を構築

水と光の首都大阪の実現

- ・ コリドール(新たなシンボル空間を創造し、集客拠点と水の回廊でつなぐ)
- ・ グラン・パル(世界の観光客を「水と光と食」でおもてなし)

文化施策の評価・企画・シンクタンク機能の構築

- ・ 政策と事業の連動
- ・ 専門性・透明性・公正性の確保
- ・ 参画機会の拡充

世界の観光客が憧れる大阪の実現

- ・ 次世代観光創造のプラットフォーム
- ・ 国際会議や大規模スポーツイベントとのコラボレーション

水と光のまちづくり推進体制の構築

- ・ 民主導の都市魅力創造・まちづくりの推進組織の「パートナーズ」
- ・ 都市経営の視点で民間活動を支援する行政組織の「オーソリティ」

大阪アーツカウンシル(仮称)の設置

- ・ 府市共同で設置する府市文化施策審議会(仮称)
- ・ 専門家の知見を活用した大阪アーツカウンシル(仮称)

大阪観光局(仮称)の設立

- ・ 経営責任者を置き戦略的なプロ集団へ
- ・ チャレンジングな目標設定

重点エリアのマネジメント

- ・ エリアの特性に応じてエリアマネジメントを推進
- ・ 大阪版「BID※」の導入による都市魅力への再投資サイクルを実現

世界第一級の文化観光拠点の形成

大阪城・大手前・森之宮地区

⇒世界的な観光拠点へ

中之島ミュージアムアイランド構想

⇒「文化芸術」と「水と光」の融合

天王寺・阿倍野地区

⇒動物園を核としたエリア形成

御堂筋フェスティバルモール化

⇒クオリティの高いにぎわい空間へ

築港・ベイエリア地区

⇒クルーズ客船の母港化・拠点施設再生強化

順次エリアを拡大

※BID(Business Improvement District)とは

都市の再生、地域の活性化に向けた事業を進めるため、地域の合意を基礎に設立される都市経営組織。負担金や公共空間等の活用により独自の財源を持つ。欧米では数億円の規模を持つ。①組織運営、②プロモーション、③デザイン、④経済活性化 を包括的に実施するルール・資金等を含んだ総合的の制度。日本では本格的導入事例はない。

・大阪ミュージアム構想の推進

・エリアマネジメントのノウハウを活用し、集客効果・経済効果を府域全体に波及

2015年シンボルイヤー

- Ⅰ 水都大阪2015
- Ⅰ 大阪城まちづくり400年
- Ⅰ 道頓堀川開削400周年
- Ⅰ 天王寺動物園100周年

など

民間によるシンボルプロジェクト

Ⅰ 府市が規制緩和・PR等で支援

4 具体的な取組み ②

■ 大阪ミュージアム構想の推進

- ・住民参加・地域主体のまちの魅力づくりを支援
- ・イベントミックスの手法で、大阪の魅力を強力に発信



大阪のまち全体を屋根のない「ミュージアム」に見立て、府内各地において、魅力的な地域資源を発掘、再発見し、磨き・際立たせ、結びつけることにより、大阪のまちの魅力を内外に発信

イベントミックス

- ◇集客力と回遊性の向上
- ◇共通のテーマや季節性による編集
- ◇府民の参加や連携、連帯感の醸成

- ◆大阪マラソン・水都大阪フェス・OSAKA光のルネサンスなどのコアイベントとの連携
- ◆石畳と淡い街灯まちづくりに取り組む地区が連携
- ◆桜、花火、イルミネーションなど、テーマに応じて各種イベント連携コーディネート など

効果的・効率的な情報発信

- ◇官民媒体のメディアミックスによるPR
- ◇府民参加型、まちの魅力情報発信
- ◇新たな情報発信ツールの創出

- ◆各種媒体を活用した広域的情報発信
- ◆大阪の魅力を発信するCMコンテストの開催
- ◆GPSと連動してスマートフォンに府内の観光魅力スポットを表示

3つの重点取組

重点エリアのマネジメント

民間によるシンボルプロジェクト

■ 府域における重点的な取組みの推進

- ・国際エンターテインメント都市の創出(統合型リゾート(IR)の立地促進、万博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など)
- ・百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録に向けた取組み推進
- ・石畳と淡い街灯まちづくりによるさらなる魅力発信
- ・りんくうタウンにおけるクールジャパンプロントをコンセプトとしたまちづくりの推進 など

大阪市域の新たな魅力スポットとも連携し、大阪全体の魅力を内外に発信

5 プロジェクト例とプロジェクト展開の戦略

<プロジェクト例>

① 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

- 重点エリアのマネジメント
 - u 大阪城・大手前・森之宮地区
 - u 中之島ミュージアムアイランド構想
 - u 天王寺・阿倍野地区
 - u 御堂筋フェスティバルモール化
 - u 築港・ベイエリア地区
- 国際エンターテインメント都市の創出
- 道路の無電柱化の推進
- 生駒山系花屏風の整備
- みどりの風を感じる大都市・大阪の実現に向けた取組み
- 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
- 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

3つの重点取組

- 水と光のまちづくりの推進
- 大阪アーツカウンシル(仮称)の設置
- 大阪観光局(仮称)の設立

●2015年シンボルイヤー

- 新たな出会いと感動を共有できる大規模イベントの開催 御堂筋kappo/御堂筋フェスタ/大阪城 城灯りの景/大阪マラソン/大阪サイクルイベント など

- 大阪ミュージアム構想の推進
- 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
 - ◆天満・天神橋地域の魅力発信
- 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
- 大阪産(もん)等のブランディング

② 感動や興奮に出会える 効果的なイベントの展開

③ ターゲットに響く 戦略的なプロモーション

プロジェクト展開の戦略(PDCA)

事業計画の検討

- Ⅰ「都市魅力創造の基本的な考え方」を踏まえた連携・調整(都市魅力創造の視点)
- Ⅰプロジェクトごとに目標・見直し基準を設定(事業の撤退ルールも設定)

事業実施・推進

効果検証

- Ⅰ設定した目標の達成度(アウトプット・アウトカム)
- Ⅰ他地域への波及効果
- Ⅰ他のプロジェクトとの相乗効果
- Ⅰプロジェクト全体の評価
- Ⅰ外部有識者による指導・助言

プロジェクトの取捨選択・重点化・再構築

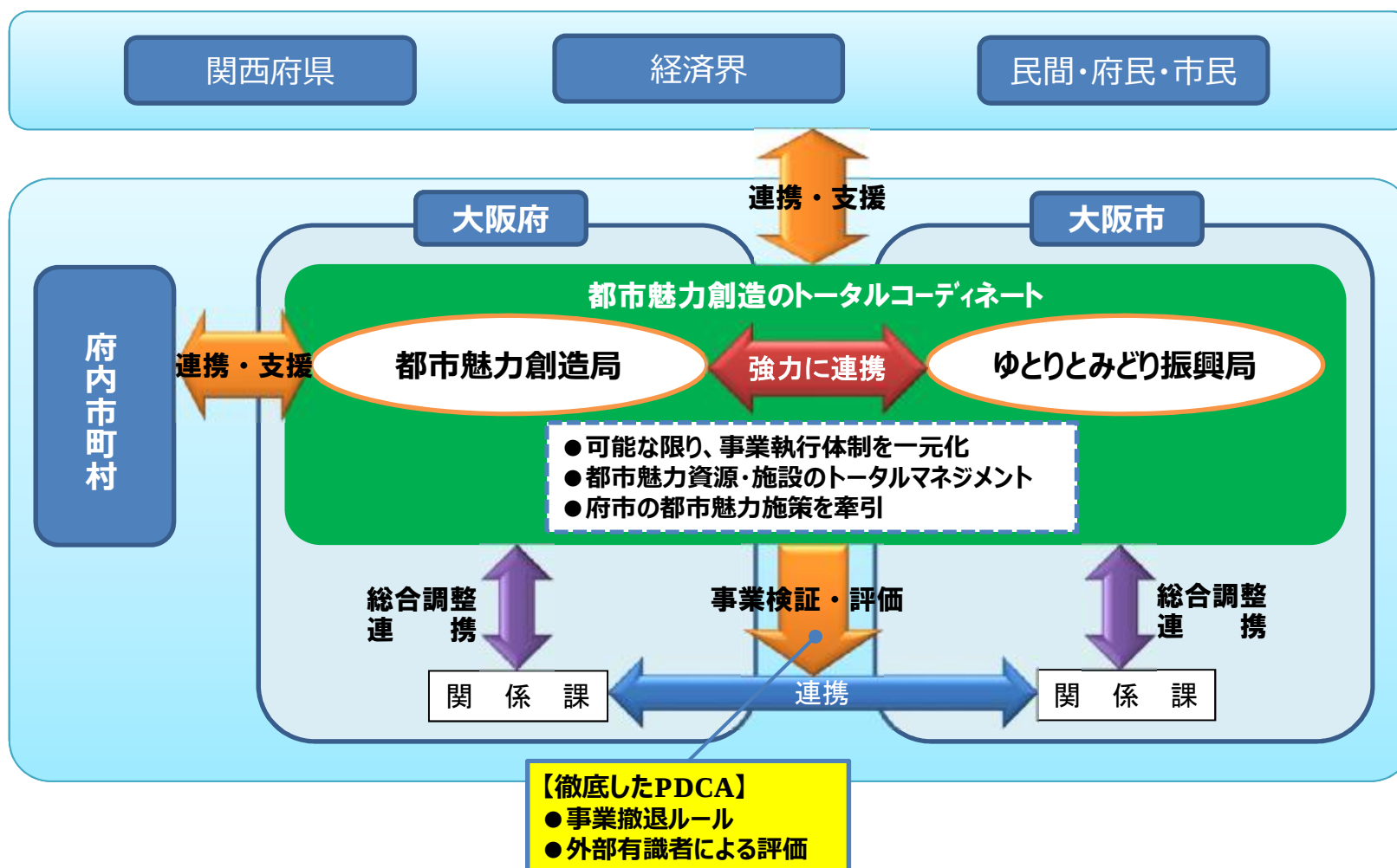
- Ⅰ事業の拡充・継続・縮小・廃止、新たな事業展開
- Ⅰプロジェクト間の連携強化
- Ⅰエリアを絞り込んだ集中的な取組み 等

年度ごとの見直しの繰り返し

6 都市魅力創造の推進体制

府都市魅力創造局と市ゆとりとみどり振興局は連携して、都市魅力創造におけるトータルコーディネート役を担う。

- 都市魅力の創造は、全庁で取り組むべき最重要課題のひとつであり、個々の施策についても都市魅力創造の視点が必要
- 府市の関係課は、「都市魅力創造の基本的な考え方」を踏まえ、府都市魅力創造局及び市ゆとりとみどり振興局と連携・調整の上、事業展開を行う。
- 府都市魅力創造局及び市ゆとりとみどり振興局は、連携して府市の都市魅力創造のトータルコーディネート役を担うとともに、関西府県、府内市町村、経済界、民間等と連携し、世界の都市間競争に打ち勝つ大阪の実現をめざす。



■ 主要プロジェクト例と4カ年のスケジュールイメージ

【参考資料】

※主要プロジェクトは、年度ごとに効果を検証し、精査・見直しを繰り返しながら実施していきます。

主要プロジェクトと目標			主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4か年のスケジュールイメージ					
				2012	2013	2014	2015		
3つの重点取組	●水と光のまちづくりの推進 水と光のまちづくりを推進する体制を構築するとともに、都心部に水の回廊を有する「水都大阪」の特徴を活かした大阪都市魅力創造戦略に基づくまちづくりを推進し、水と光のまちづくり推進を再重点化します。 また、水都大阪ならではの魅力的な光の景観の創出と、毎年開催される光の各種イベントのネットワーク化に取り組みます。 ◎4年間の目標 水と光のまちづくり推進組織の構築、コリドール及びグラン・パルの実施、水都大阪2015の実施、中之島と御堂筋を一体化したOSAKA光のルネサンスの実施、光の各種イベントのネットワーク化と連携体制の構築	推進組織の構築		都市魅力課 観光担当	スキーム検討・一部PT試行実施	先行実施(府市関係部局の合同推進事務局)		組織活動開始	
		水辺魅力の向上	シンボル空間エリア創出(北新地ガーデンブリッジ、中之島GATE等)	都市魅力課 河川室 建設局 観光担当	調査・課題整理・社会実験	設計・事業者選定等	順次オープン		
			舟運の活性化と水辺整備(コリドール、水陸の結節点の整備等)	都市魅力課 河川室 建設局・港湾局・観光担当	調査・課題整理	モデル事業検討／実証実験／順次事業化			
			中之島にぎわいの森づくり	都市魅力課 河川室	設計工事	オープン			
		水辺の賑わい創出(多様な水辺活動の活性化、グラン・パル等)		都市魅力課 観光担当	実施体制検討一部試行	実施体制確立・コンテンツ検討	事業計画・プロモーション		
		魅力的な光景観の創出等		都市魅力課 観光担当	大阪光のまちづくり2020構想の推進				
					中之島と御堂筋を一体化したOSAKA光のルネサンスの開催				
					光の各種イベントのネットワーク化と連携体制の構築				
		●大阪アーツカウンシル(仮称)の設置 大阪にふさわしい文化施策のあり方について専門家が評価、企画、調査等を行うことで大阪にふさわしい文化行政の展開を図ります。 ◎4年間の目標 大阪アーツカウンシルの設立、活動開始			文化課	アーツカウンシル設立準備	アーツカウンシル活動開始 ※当面府市文化事業の評価を中心に実施し、段階的に機能拡充		
					文化振興担当	府市共通の基本ビジョン策定	「新」文化振興計画		
	先行的に府市連携事業を実施					府市連携による本格的な事業展開			
	●大阪観光局(仮称)の設立 次世代観光創造のプラットフォームとして大阪観光局(仮称)を創設し、経営責任者のもと目標を設定し、スピード感のある戦略的・挑戦的な取組みを推進します。 ◎4年間の目標 大阪観光局(仮称)の設立、事業展開			国際交流・観光課 観光担当	観光戦略策定	大阪観光局(仮称)活動開始			

水都大阪2015開催

主要プロジェクトと目標		主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4か年のスケジュールイメージ					
			2012	2013	2014	2015		
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	重点エリアのマネジメント	●大阪城・大手前・森之宮地区 日本初の観光拠点型※PMO (Park Management Organization) を導入し、総合的なマネジメントを行い、レストラン・売店等を民間活力により再編するほか、重層的に存在する歴史資源を活用した新たな観光スポットを創出し、世界的な観光拠点とします。 ◎4年間の目標 観光拠点型PMOの導入、豊臣石垣の公開、民活事業の実施、大阪城まちづくり400年祭の実施 ※PMO (Park Management Organization) とは 公園全体をマネジメントする民主導の組織のこと。	全体計画等	国際交流・観光課 庁舎周辺整備課	世界的観光拠点化構想の推進 保存管理計画策定 関係省庁との協議・事業の推進			
			観光拠点型PMO		PMOのスキーム検討 PMOの始動 PMOによる新たな事業展開			
			民活による新たな賑わい (レストラン・売店の再編)		順次事業者募集・選定 順次設計・工事 順次営業開始			
			歴史文化の体感 (豊臣石垣の公開、重要文化財の常時公開、AR等ICT化)		豊臣石垣基本計画・設計等 遺構調査・工事・公開 寄付受付 重要文化財の公開試行⇒本格実施			
			エリアマネジメント		大阪城周辺施設との連携検討			
			中之島4丁目市有地活用		文化課 教育委員会	マスタープラン検討会 整備方針の決定 基本計画策定・整備		
		中之島図書館等	博物館群担当	活用策検討				

大阪城まちづくり400年祭

大阪城まちづくり400年祭

主要プロジェクトと目標		主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4ヵ年のスケジュールイメージ					
			2012	2013	2014	2015		
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	重点エリアのマネジメント	●天王寺・阿倍野地区 天王寺動物園を世界第一級の都市型動物園として魅力を向上させるとともに、ハード・ソフト両面にわたる施策によりエリアの魅力を発信し、動物園を核としエリア全体の集客力を強化します。 ◎4年間の目標 バス駐車場及びエントランスエリアの整備等により集客力を向上、レストラン等への民間活力の導入による安定的、持続的な経営と魅力の向上	動植物公園の魅力向上 施設整備と民活導入による魅力向上(レストラン売店)	都市魅力課	調査・検討	極地海洋ゾーン他整備	動物園開園100周年	
					バス駐車場及びエントランスエリア整備等による集客力の向上			
					公園内レストラン売店等事業者募集	営業開始		
		●御堂筋フェスティバルモール化 国内外の人々を惹きつけるクオリティの高いにぎわいを創造し、御堂筋及びその周辺エリアから都市魅力を強く発信します。 ◎4年間の目標 四季折々に連続したシンボルイベントの実施、賑わい空間の形成、生きた建築ミュージアムの実現	シンボルイベントの創出と魅力発信	天王寺動植物公園事務所	イベント開催等による周辺との連携・エリアブランド力の向上			
		●築港・ベイエリア地区 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します。 ◎4年間の目標 クルーズ客船の母港化、インナーハーバーの再生強化	クルーズ客船の母港化	国際交流・観光課				
		●国際エンターテインメント都市の創出 (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(エキスポランド跡地)において、大阪府が万博機構から土地を借り受けて事業者へ貸し付け、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ります。 ◎4年間の目標 関係者の合意を得ながら、事業着手に向けた取組みを進め、施設の着実な立地促進を図る。	インナーハーバーの再生強化	港湾局				
		都市魅力課	事業の促進 (公募要項に記載された時期) H26.9末までに:工事着手 H28.9末までに:主要施設オープン					

	主要プロジェクトと目標	主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4か年のスケジュールイメージ			
			2012	2013	2014	2015
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	●道路の無電柱化の推進 「大阪府電線類地中化マスタープラン」に位置付けられた優先地域のうち、大阪ミュージアム構想の登録物である歴史的なまちなみなど、景観に配慮する地域や駅前、官公庁など、整備効果の高い箇所について、電線管理者との合意を図りながら重点的に取り組みます。 大阪市域においては、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、都市魅力を高めます。特に、重点エリアである大阪城地区において、恵美須城東線の無電柱化を実施します。 ◎4年間の目標 推進計画などに基づき、必要性や整備効果の高い路線で整備を実施するとともに、上記路線の無電柱化を推進する。	交通道路室 建設局	景観配慮地域、駅前、官公庁などで事業実施 事業推進			
	●生駒山系花屏風の整備 生駒山系を屏風に見立て、府民との協働で花木や紅葉の美しい樹木を15年間(H35年度まで)で1万本植樹し、府民に愛される自然資源をつくります。 ◎15年間の目標 10000本の植樹と10箇所程度の名所づくりを実施する。	みどり推進課	府市民協働による植樹活動の推進			
	●みどりの風を感じる大都市・大阪の実現に向けた取り組み 美しく季節感のあるみどりの中で、人と人、人と自然のつながりが生まれ、さわやかな風を感じる快適な街の実現をめざして、海～街～山をつなぐ「みどりの太い軸」をつくろうとする取り組みなどを推進します。 ◎4年間の目標 みどりの大阪推進計画に基づき、みどりの風促進区域において、府民が実感できるみどりづくりを推進する。	環境農林水産 総務課 総合計画課 等 緑化推進部	みどりの大阪推進計画に基づく「みどりの風促進区域」事業推進			
	●百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録に向けた取り組みの推進 百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録を早期に実現するために、ユネスコ世界遺産委員会へ提出する推薦書案の作成とともに、国内への情報発信・機運醸成の取り組みを推進します。 ◎4年間の目標 最短で2015年の登録を目標とし、事業を推進する。	都市魅力課 文化財保護課	登録に向けた事業の推進 (大阪府・堺市・羽曳野市・藤井寺市) 世界文化遺産登録 (目標)			
	●「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 関空の対岸という立地ポテンシャルを活かし、りんくうタウンにおいて民間が主体的にマンガ・アニメ・特撮などの分野に関するものを集積させ、国内外からの来街者でにぎわうまちをめざします。 ◎3年間の目標 「クールジャパンフロント」のまちを開発及び運営する会社を公募により決定し、2014年度のコアエリアのまちづくりの概成をめざす。	タウン推進室	コアエリアのまちづくりに向けた事業推進			

	主要プロジェクトと目標		主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4ヵ年のスケジュールイメージ			
				2012	2013	2014	2015
感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開	●新たな出会いと感動を共有できる大規模イベントの開催 「御堂筋kappo」「御堂筋フェスタ」「大阪城 城灯りの景」の実施、大阪の 元気や都市魅力を内外に発信する「大阪マラソン」や「大阪サイクルイ ベント」、「大阪ウォーク」などの大規模スポーツイベントの開催、みるものに 夢や感動を与えてくれる国際大会・全国大会の招致を行い、新たな出会 いと感動を共有します。 ◎4年間の目標 御堂筋kappo、御堂筋フェスタ、大阪城 城灯りの景を 毎年開催するとともに、大阪マラソン、大阪サイクルイベント、大阪ウォー クなどを着実に開催し、国際大会・全国大会の招致を行う。	御堂筋kappo 御堂筋フェスタ 大阪城 城灯りの景	都市魅力課 観光担当	御堂筋kappo・御堂筋フェスタ・大阪城 城灯りの景の開催			
		大阪マラソン	生涯スポーツ 振興課 競技スポーツ 担当	大阪マラソン開催			
		大阪サイクルイベント	生涯スポーツ 振興課	事業のあり 方検討	あり方を踏まえた事業展開		
		大阪ウォーク	生涯スポーツ 担当	大阪ウォーク開催			
		国際大会・全国大会 の招致	競技スポーツ 担当	国際大会・全国大会の招致・開催			
	●2015年シンボルイヤー 2015年を大阪文化観光創造のシンボルイヤーとし、民間を中心として、水都大阪2015、大阪 城まちづくり400年、道頓堀川開削400周年、天王寺動物園100周年などを展開します。 ◎4年間の目標 2015年シンボルイヤーイベントの実施		都市魅力課 観光担当	民間を中心とした取組みの展開 行政は規制緩和・PR等でサポート			
				水都大阪2015 大阪城400年 道頓堀川開削 400周年 天王寺動物園 100周年 など			

主要プロジェクトと目標		主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4ヵ年のスケジュールイメージ			
			2012	2013	2014	2015
ターゲットに響く戦略的なプロモーション	●大阪ミュージアム構想の推進 大阪のまち全体が府内各地の多彩な魅力を結集したミュージアムとして浸透するよう、ミュージアム構想の取組みを加速化し、府内の魅力づくりをトータルプロデュースします。 ◎4年間の目標 地域や府民が主体となった魅力づくりを支援するとともに、広域的な情報発信を推進する。	イベントミックスの推進	都市魅力課	季節のテーマやエリアごとに、府内市町村・民間イベントも含め連携をコーディネート		
		地域が主体となった魅力づくりの推進	都市魅力課	基金を活用し、地域の魅力づくり支援事業を実施		基金の範囲で事業を再構築して実施
		府民参加による情報発信の促進	都市魅力課	CMコンテストの実施		民間・地域主催のコンテストに移行
		大阪都市景観建築賞(大阪まちなみ賞)の推進	建築企画課	大阪まちなみ賞の継続開催		
計画調整局	情報発信する物件の選定		携帯型情報端末のGPS機能を活用した まちの魅力の情報発信			
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 大阪が有する歴史的・文化的資源を活かし、「石畳と淡い街灯」など街の個性や魅力を引き出す市町村と地域が協働して行うまちづくりを支援します。 ◎4年間の目標 モデル6地区(富田林・枚方・岸和田・河内長野・箕面・柏原)の取組みや魅力を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する。	市街地整備課	各地区の魅力発信、まちづくり活動の支援			
	●天満・天神橋地域の魅力発信 大阪天満宮、大阪くらしの今昔館、天満天神繁昌亭、天神橋筋商店街など、地域の都市魅力資源を活かし天満・天神橋地域の魅力を広く発信します。 ◎4年間の目標 大阪くらしの今昔館では、地域と連携し、大阪天満宮や天神祭など豊富な地域資源を活かしたイベントを実施するとともに、国内外から観光客の誘致を強化する。	都市整備局	天満・天神橋地域の特性を活かしたイベント実施。観光客の誘致強化			

	主要プロジェクトと目標	主要部局 (網掛けあり:府 網掛けなし:市)	4か年のスケジュールイメージ				
			2012	2013	2014	2015	
ターゲットに響く戦略的なプロモーション	●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 アジア諸都市とのネットワークを更に強化し、アジアとの人・モノ・投資等の流れを促進します。とりわけ観光については、関西広域連合をはじめ、近隣自治体や民間との連携を図り、中国などアジアに大阪・関西を売り込みます。 また、より多くの外国人留学生を大阪に呼び込むため、大学や企業等と連携した大学留学プロモーション等を推進します。 ◎4年間の目標 観光プロモーションを実施し、新たな旅行商品の造成を促進する。また、大学・企業と連携して外国人留学生の受入れを促進する。	アジアを中心とした観光プロモーション等の実施	国際交流・観光課 観光担当	観光戦略策定	大阪観光局(仮称)活動開始 観光局による観光プロモーションの実施		
		外国人留学生の受入れ促進	国際交流・観光課	留学プロモーション事業等の実施			
	●MICEの戦略的誘致 府・市・経済界の連携を強化し、海外各界のオピニオンリーダーが集う国際会議をはじめ、インセンティブツアーやイベントなど、MICEを戦略的に誘致する。大阪ならではのMICEメニューの開発を進めるなど、大阪の知名度・都市格の向上につなげ、大阪の素晴らしさを世界にアピールします。 ◎4年間の目標 大規模なMICEの誘致活動や開催支援を行う。	MICEの戦略的誘致	国際交流・観光課 観光担当	観光戦略策定	大阪観光局(仮称)活動開始 MICEシニアディレクターを中心としたMICE誘致活動		
			大阪産(もん)等のブランディング 販売チャンネルの拡大やホテル・料理店・コンビニ等への利用促進の働きかけなどにより、「大阪産(もん)」を府民の身近なものにするともに、「泉州水なす」同様に全国ブランド化をめざします。 また、地場産品や伝統工芸品などの大阪製品について、府民に身近なものにするために新たな認証制度を創設し、製品版の「大阪産(もん)」として、ブランド化をめざします。 ◎4年間の目標 大阪産のブランディングや、伝統工芸品、地場産品を府内外へ効果的にPRする。	大阪産(もん)のブランディング	農政室 流通対策室 水産課 動物愛護畜産課	販売チャンネルの拡大や販売店への利用促進等の実施	
	伝統工芸品、地場産品の府内外へのPR	商工振興室	制度PR、府内産製品(消費財)の募集・認証 認証製品の販路開拓支援				

※主要部局のうち大阪市で局名がないものはゆとりとみどり振興局