大阪都市魅力創造戦略【計画期間：H24年度～H27年度】 「民が主役、行政はサポート役」との基本的な考え方のもと、世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力を創造・発信し、世界中から人、モノ、投資等を呼び込む。

2015年シンボライヤーの位置づけ

◎これまで取り組んできた都市魅力創造施策を結集し、2015年は都市魅力創造戦略の計画期間最終年度にふさわしい取組を実施
 ◎さらに、オリンピック・パラリンピックが東京で開催される2020年は、日本が世界から注目され、大阪にとっても国際社会の中でのプレゼンスを高める好機であることから、2015年を2020年に向けたキックオフの年としても位置づけ、大阪府・大阪市・府内市町村・経済界が連携して、府域全体で2020年につながる様々な取組を実施 【平成26年7月7日、府・市・経済界トップ合意】

3つの重点取組み

<p>水と光とみどりのまちづくり推進 ～推進組織の構築～</p> <p>【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。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 水都大阪推進委員会の役割を継承し、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、経済団体が構成する「水と光のまちづくり推進会議」を設置。「水と光のまちづくり推進会議」のもと、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」及び府・市でそれを支援する「水と光のまちづくり支援本部（水都大阪オーソリティ）」を設置し、活動開始。 ・H26 水都大阪パートナーズが、中之島公園エリアの日常的な賑わい創出に向けた社会実験として、オープンカフェやマーケット等を長期間開催。また、新たな拠点の構築に向け、中之島ゲートにおいて、フィッシャーマンズマーケットや劇団の誘致等の社会実験を実施。こうした水都大阪パートナーズの取組みに対し、水と光のまちづくり支援本部が支援。 	<p><課題> 水都大阪パートナーズの評価と事業期間（平成28年度末）終了後の事業推進体制のあり方</p> <p><今後の取組みの方向性> 水都大阪パートナーズの取組み成果を踏まえ、水と光のまちづくり推進会議において、あり方を検討する。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 引き続き、水都大阪パートナーズが主体となった水辺の賑わい創出を水と光のまちづくり支援本部（水都オーソリティ）が支援していく。あわせて、現行の水都大阪パートナーズの事業期間終了後の推進組織のあり方についても検討する。</p>
<p>～水辺の魅力向上～</p> <p>【概要】 水の回廊を中心として、新たなシンボル空間エリアの創出、舟運の活性化と水辺整備、中之島にぎわいの森づくりなどを推進。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■シンボル空間エリアの創出（中之島ゲート等） ・H25まで ○水都大阪フェス2012においては、中之島ゲートエリアでのオープンカフェや小型船係留施設の運営を中心とした社会実験の実施、橋上空間の多目的活用（カフェや憩いの空間として活用）について検証する「北新地ガーデンブリッジカフェ社会実験」の実施。 ○水都大阪フェス2013においては、中之島ゲートにおける常設店舗の誘致の可能性を検証するために場外型市場型レストランの出店や賑わいを創出するアート作品展示の実施。 ・H26 10月には、中之島ゲートにおいて、劇団を誘致した社会実験を実施、平成26年度中を目標に常設のフィッシャーズマンマーケット開設。 ■舟運活性化・水辺整備 ・H25まで ○水都大阪フェス2013において、舟運事業者と連携した旅行商品を企画（フェス期間中のシャトルクルーズ、ラバーダッククルーズ）。船と飲食を組み合わせた水辺バルの開催、水辺の拠点をつなぐネットワーク会議の実施、中之島や道頓堀をはじめ、水の回廊において府市が遊歩道や船着場等のインフラ整備を実施。 ・H26 ○舟運の活性化に向け、今年度策定した「舟運活性化チャレンジアクションプラン」に基づき、旅行商品化に向けた検討やレンタルボート等社会実験の実施に取り組んでいる。 ■中之島にぎわいの森 ・H25まで ○緑化整備として、八軒家浜、中之島バンク、ほたるまち、西天満若松浜にシンボルツリーを計画的に植樹 ○緑を活かした賑わいづくりとして、有名アーティストとコラボレーションしたイベントの開催や若松浜側に水辺の賑わい施設が開設 ・H26 ○中之島にぎわいの森事業として、中之島ゲートエリアの緑化整備を実施。 	<p><課題> シンボル空間エリアの創出に向け、中之島ゲートをはじめとした各拠点への民間投資の促進。 舟運の活性化に向けて、水都大阪パートナーズと舟運事業者、旅行業者とのさらなる連携。</p> <p><今後の取組みの方向性> 水都大阪パートナーズにおいて、中之島ゲートでの社会実験をはじめとする民間投資を呼び込むための方策に一層取組む。 舟運の活性化に向けては、「舟運活性化チャレンジアクションプラン」の事業化に向け、舟運事業者、旅行事業者等と連携を強化し、商品化等を図る。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> シンボル空間エリアの創出として、中之島ゲートをはじめとした各拠点における取組みの推進。 舟運の活性化に向け、舟運事業者や旅行業者との連携強化。</p>
<p>～水辺の賑わい創出～</p> <p>【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。集客イベント開催にあたっては、民間企業や市民からのプログラムの公募実施を通じた新たなビジネスモデルや市民プログラムの構築や、舟運事業者と連携した水辺の賑わいの創出を図る。</p> <p>【取組状況】 水都大阪パートナーズが中之島公園エリアの日常的な賑わい創出に向けた社会実験として、オープンカフェやマーケット等を長期間開催。また、「水都大阪2015」プレ事業として、中之島公園及び道頓堀川周辺において、水辺の賑わい創出となる事業を実施</p> <p>【これまでの成果】 民主導により、上記の水辺の魅力向上、水辺の賑わい創出に資する取組みを展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水都大阪フェスにおける1日あたりの集客が前年比120%増（約3.1万人/日⇒約3.7万人/日） ・水の回廊における、拠点・舟運事業の活性化 ・舟運利用者数が平成24年度・約45万人から平成25年度・約48万人に増加 	<p><課題> 中之島公園エリアの通年でのイベントをはじめとした、日常的な賑わいの創出に向けた取組みの推進。</p> <p><今後の取組みの方向性> これまでの取組みの成果を検証し、さらなる日常的な賑わいの創出に向けて、取組みを一層推進する。</p> <p><今後の取組みの方向性> 「水都大阪2015」等の実施。水都大阪パートナーズによる中之島公園エリアをはじめとする各拠点の、通年による賑わい創出事業の一層の展開</p>

3つの重点取組み

水と光とみどりのまちづくり推進 ～魅力的な光景観の創出等～(御堂筋イルミネーション)

【概要】

大阪のシンボルである御堂筋のイチョウをイルミネーションで装飾することにより、世界に類を見ない景観を創出し、美しい光のまちとして、国内外の人々をひきつける賑わいをつくり出す。併せて、民間の自主的な光プログラムと連携実施し、大阪の都市ブランドの向上と国内外への発信力の強化、観光の促進を目指す。

【取組状況】

- ・H25まで 2012年は、大阪府が実施していたOSAKA光のルネサンスと府が実施してきた御堂筋イルミネーションとが一体となり、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。
2013年からは、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(エアプログラム)を加え、「大阪・光の饗宴」として実施。
- ・H26 2014年は、御堂筋イルミネーションを新たに府市共同で新橋～難波まで延伸(全長約3km)し世界に類を見ない景観を創出し、圧倒的なスケールで世界にアピールする。また、エ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。さらには、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プログラム「OSAKA光の饗宴バル2014」を実施。

【これまでの成果】

大阪市内各所に灯される光の輝きが一体となることで都市魅力の向上や国内外からの観光誘客を促進。民間との連携による官民協働の取組みとしてエアプログラムとして参加する自主的な光プログラムが8団体から10団体へ拡充。(平成25年度実績：来場者数約517万人。経済波及効果約284億円)

<課題>

- ・事業継続に向けた、寄附金や協賛金など民間投資誘発のための仕組みづくり
- ・民間による自主運営、事業の自立性の向上
- ・コンテンツ・プログラム及び発信力の強化

<今後の取組みの方向性>

- ・寄附金や協賛金だけでなく、投資型事業等、新たな資金獲得のための手法を検討
- ・地元企業・団体による自主運営の体制を構築するため地元との調整を図る
- ・大阪ならではのコンテンツ・デザイン力を強化し、大阪のブランド力向上を図る

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

- ・御堂筋イルミネーションの魅力の向上を図り、新たな寄附金・協賛企業を開拓する
- ・地元企業で構成される交流会・協議会に対して、民間投資誘発のための働きかけを行う。
- ・御堂筋イルミネーションデザイン検討会によりデザイン力の向上、観光客誘致のための仕掛けを検討

水と光とみどりのまちづくり推進 ～魅力的な光景観の創出等～(OSAKA光のルネサンス)

【概要】

- ①光による夜間景観創出事業として、都市魅力の向上を図り、中之島の魅力を創出し国内外からの多くの人々を招致することを目的に実施。
- ②大阪府や大阪市内で開催される民間の自主的な光プログラムと連携実施し、大阪の都市ブランドの向上と国内外への発信力の強化、観光の促進を目指す。

【取組状況】

- ・H25まで
 - ◎OSAKA光のルネサンス
 - H15(2003)年、実行委員会を組織し、大阪府役所～中之島公園バラ園にかけてイルミネーションを実施。
 - H20(2008)年～H23(2011)、近代美術館用地を西会場としてエリアを拡大し実施。
 - H24(2012)年は、大阪府が実施していた「御堂筋イルミネーション」と一体となり、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。
 - H25(2013)年からは、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(エアプログラム)を加え、「大阪・光の饗宴」として実施。
- ・H26 エ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
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プログラム「OSAKA光の饗宴バル2014」を実施。

【これまでの成果】

- ・大阪市内各所に灯される光の輝きが一体となることで都市魅力の向上や国内外からの観光誘客を促進。
- ・民間との連携による官民協働の取組みとしてエアプログラムとして参加する自主的な光プログラムが8団体から10団体へ拡充。(平成25年度実績：来場者数約517万人。経済波及効果約284億円)

<課題>

民間の活力の投入を促すため、民間が主催する光のプログラムとの一体感を図りさらなる来場者の回遊性を高める。

<今後の取組みの方向性>

- 国内外の人々を惹きつけ、さらなる集客効果が期待できるインパクトのあるコアプログラムを行い、大阪の魅力を国内外に発信。
- 民間の活力の投入を促すため、コアプログラムとエアプログラムを、光でつなぎ回遊性を高める。

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

エアプログラムのさらなる拡充とシンボルイヤーとして特別なプログラムを実施するとともに民間による事業の自立性を向上させる。

大阪アーツカウンシル

【概要】

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(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設置。文化芸術の専門家の知見を活かし、府市文化事業の評価・審査、企画、調査に取り組むことにより、大阪にふさわしい文化行政を推進する。

【取組状況】

- ・H25まで 6月アーツカウンシルの統括責任者を6月選任し、他のアーツカウンシル部会委員と共に7月から本格的に活動を開始。徹底した現場主義のもと、大阪府市文化課所管46事業(府18事業、市28事業)を中心に、延べ約100件の現地調査のほか、シンポジウム等参画21回、補助金採択審査会6回など事業の検証・評価等を実施。平成26年3月全事業の評価結果をとりまとめた。
- ・H26 府市の文化事業の現状を踏まえ、新たな事業企画案としてフェスティバル事業の実施を提言するとともに、引き続き、府市文化課所管事業の検証・評価を実施。情報発信機能の強化(アーツカウンシルホームページ開設。府立江之子島文化芸術創造センターにアーツカウンシルの出張ルームを設置)などにもつなげている。

【これまでの成果】

府市として、アーツカウンシルから評価やアドバイスがあった事業について、可能なものから改善し具体化に取り組んでいる。また、26年度に入り、調査・企画機能を果たすべく取組を開始。現在、新たな企画提案について検討中。

<課題>

評価・審査については昨年度から着実に実施されているが、調査機能がまだ十分に発揮されておらず、企画機能についても、今年7月に新規事業の提案がされたところ。

<今後の取組みの方向性>

- アーツカウンシルとして、今後、調査機能の強化をめざす。また、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は、府市として必要な予算の確保など、可能な限り具体化できるよう調整を進める。

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

- アーツカウンシルの機能である文化事業の評価・審査と、新たな事業等の企画や立案、さらに、シンクタンク機能としての調査、情報収集等の活動を継続しながら、大阪府市の文化事業のさらなる充実を図る。
- 特に、府内の現状をもとに、アーツカウンシルから提言されたフェスティバル事業については、異なるジャンルの事業を連携させ、同じエリア、同じ時期にまとめて見せる事業スキームを具体化させ、情報発信強化と都市魅力の向上をめざす。事業内容については、若手プロデューサーを中心に体制を整え、今後検討する予定。

3つの重点取組み

<p>大阪観光局 【概要】 次世代観光創造のプラットフォームとして大阪観光局を創設し、民間の経験豊かな観光のプロ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する。</p> <p>【取組状況】 平成25年度においては、独自で実施した外国人動向調査の結果から、外国人旅行者のニーズを詳細に把握し、各市場別（中国エリア、韓国、東南アジア、欧米豪）にターゲットに応じたアプローチを実施。MICE誘致に関しては、「大阪MICEビジネスアライアンス」を設立し、産学官一体となったMICE誘致を展開するとともに、関西初のMICE事業者を集めた見本市を開催。また、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。</p> <p>外国人から要望の高かった「Osaka Free Wi-Fi」の開始や、ムスリム対応の取組みを促進するなど外国人受入環境の整備のほか、天神祭など伝統行事を活用した旅行商品の造成や売込み、府内市町村や近隣都市・観光事業者と連携した国内向けセールス活動を展開した。</p> <p>平成26年度は、引き続き各市場別にターゲットを狙ったきめ細かいセールスを展開するほか、MICE事業者を集めた見本市「大阪MICEディステーション・ショーケース2014」を東京で初開催（8/21）などに取り組んでいる。</p> <p>【これまでの成果】</p> <table border="0"> <tr> <td>来阪外国人旅行者数</td> <td>H24:202万人→H25:262万人（対前年比129.4%）</td> <td>国際会議開催件数</td> <td>H24:281件 →H25:315件*</td> </tr> <tr> <td>来阪外国人延べ宿泊者数</td> <td>H24:306万人→H25:431万人（対前年比141.0%）</td> <td>MICE外国人参加者数</td> <td>H24:19,866人→H25:23,282人*</td> </tr> <tr> <td>延べ宿泊者数</td> <td>H24:2,334万人→H25:2,388万人（対前年比102.3%）</td> <td>自主財源</td> <td>当初目標3,000万円→H25:3,130万円 （*の付くH25数値は暫定値）</td> </tr> </table>	来阪外国人旅行者数	H24:202万人→H25:262万人（対前年比129.4%）	国際会議開催件数	H24:281件 →H25:315件*	来阪外国人延べ宿泊者数	H24:306万人→H25:431万人（対前年比141.0%）	MICE外国人参加者数	H24:19,866人→H25:23,282人*	延べ宿泊者数	H24:2,334万人→H25:2,388万人（対前年比102.3%）	自主財源	当初目標3,000万円→H25:3,130万円 （*の付くH25数値は暫定値）	<p><課題> 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整備。</p> <p><今後の取組みの方向性> 目標達成に向け、戦略的に観光集客を促進する。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 26年度実施事業を総括し、効果のあったものを深掘するとともに、シンボルイヤーと連動した事業推進や既存の観光素材を活用した、大阪の観光魅力と知名度向上に取り組む。</p>
来阪外国人旅行者数	H24:202万人→H25:262万人（対前年比129.4%）	国際会議開催件数	H24:281件 →H25:315件*										
来阪外国人延べ宿泊者数	H24:306万人→H25:431万人（対前年比141.0%）	MICE外国人参加者数	H24:19,866人→H25:23,282人*										
延べ宿泊者数	H24:2,334万人→H25:2,388万人（対前年比102.3%）	自主財源	当初目標3,000万円→H25:3,130万円 （*の付くH25数値は暫定値）										

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

<p>大阪城・大手前・森之宮地区～観光拠点型PMO 【概要】 ①大阪城公園を、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。 ②民間事業者によるP M O（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（H27.4～） ③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。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 大阪城公園パークマネジメント事業導入に向けた事前事業提案募集（7月～10月） 関係法令に沿って設置可能な施設及び実施可能な事業を把握するために関係省庁との事前協議を行うこと、民間事業者のP M O事業への参画意向や事業ニーズを把握することを目的として実施 ・H26 大阪城公園パークマネジメント事業者（大阪城公園及び他5施設の指定管理者）募集（6月～9月） 事業者からの提案受付（9月） 事業者選定（9月～10月） <p>【これまでの成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2者から事業提案あり。 ・外部委員による選定委員会において審査を行い、事業予定者を選定した。 	<p><課題> 指定管理者として来年度から管理運営業務を行うにあたり、スムーズな引き継ぎが必要。施設整備に向けて、関係機関と協議、申請等が必要。</p> <p><今後の取組みの方向性> 円滑な管理運営のため、現指定管理者などと十分な意見交換など、引き継ぎを行う。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 円滑な管理運営のため、適切な指導監督を行っていく。 新たな魅力の創出のため、既存施設の改修・改築や新規施設の整備に向けて取組みを進める。</p>
--	--

<p>大阪城・大手前・森之宮地区～歴史文化の体感（豊臣石垣の公開） 【概要】 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、豊臣期の大坂城は地下に眠ったままとされている。</p> <p>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に現在の大坂城の石垣とは違う、豊臣期の石垣が初めて確認された。</p> <p>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たが、調査が終了すると再び埋め戻され、現在の大坂城では豊臣期の石垣を見ることはできない。</p> <p>大坂夏の陣から400年の節目にあわせて、豊臣秀吉が築いた初代大坂城の石垣を再び掘り起し、大阪城の持つ歴史的文化的魅力を発信していく。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 募金事業開始、太閤なにわの夢募金（4月～） 発掘調査現地公開（9月、3月） 各種PR事業を年間通じて実施 ・H26 募金総額が1億円を突破（7月） 発掘調査現地公開（10月） 各種PR事業を年間通じて実施 <p>【これまでの成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・募金開始から約1年と3ヶ月で1億円を突破。 ・9月末現在、募金件数 約3000件、募金額 約1億1000万円 	<p><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でおり、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。</p> <p><今後の取組みの方向性> 引き続き、個人だけにとどまらず法人あてにも寄附依頼を行っていく。 あわせて、引き続き多くの方に事業を知っていただけるよう、様々なPRを実施していく。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 引き続き事業のPRを実施していく。 遺構調査について、文化庁と協議しながら進めていく。</p>
---	---

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

<p>中之島ミュージアムアイランド構想～中之島4丁目市有地活用～</p> <p>【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。</p> <p>【取組状況】 ・H25まで 中之島のエリアマネジメントの核となる施設の「新しい美術館」について、整備方針を策定すべく各種調査を実施。 ・H26 新美術館整備方針を策定（9月） 新美術館整備予定地に隣接する市有地（都市計画局・経済戦略局・契約管財局所管）に係るマーケット・リサーチを実施（9月～11月）</p> <p>【これまでの成果】 「新しい美術館」について、整備方針を策定し、平成32年度までの開館を決定した。</p>	<p><課題> 中之島の活性化に向け、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、新美術館整備予定地に隣接する市有地の有効な活用方法を検討する必要がある。</p> <p><今後の取組みの方向性> 現在実施中の新美術館整備予定地に隣接する市有地に係るマーケット・リサーチの結果などを踏まえ、市有地の有効な活用方法を検討する。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 整備方針に沿って、新しい美術館の整備を推進する。 今年度の検討結果を踏まえ、新美術館整備予定地に隣接する市有地の開発条件を決定し、開発事業者の公募・決定を行う。</p>
<p>～中之島図書館の有効活用～</p> <p>【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。</p> <p>【取組状況】 ・H25まで 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し、外部の有識者の意見を踏まえつつ検討を行い、中之島図書館の有効活用方策についてとりまとめた。 ・H26 その内容を踏まえ、①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】（12月～3月の予定） ②中央公会堂と連携した文化事業等の試行実施（10月～3月の予定）に取り組んでいる。</p> <p>【これまでの成果】 文化事業の合同実施など、隣接する中央公会堂との連携・協力強化に向けた府市の協議調整が進み、具現化の取組みが進められてきた。</p>	<p><課題> 来年度導入予定の指定管理者と協働した中之島図書館の魅力向上・発信。 中央公会堂などの周辺施設、周辺イベントと連携した中之島エリアの魅力向上・発信。</p> <p><今後の取組みの方向性> 指定管理者となる民間事業者からのアイデアを活かした事業の展開。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 指定管理者制度の導入（H28年4月～） リニューアル工事の継続（大書架、記念室等の内部工事） 文化事業の継続</p>
<p>～大阪市中央公会堂～</p> <p>【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。</p> <p>【取組状況】 ・H25まで 中央公会堂の活用検討 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した。 ・H26 平成26年4月～正面玄関の開放、平成26年5月～館内ガイドツアーの実施、平成26年10月、11月 中之島図書館と合同ガイドツアーの実施予定、 12月 合同講演会の実施予定 平成26年10月 優先予約システムの変更予定、平成26年10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。 平成26年10月 レストラン公募、平成26年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予定</p> <p>【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</p>	<p><課題> 指定管理者と連携した中央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 集客力のあるレストランの入居 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</p> <p><今後の取組みの方向性> 指定管理者となる民間事業者のアイデアを活かした事業の展開</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 新指定管理者の管理運営開始、新指定管理者による魅力向上事業の展開、魅力向上イベント・学会の誘致 新レストランの営業開始（平成27年春） 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</p>

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

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】

- ・H25まで 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（平成26年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
- ・H26 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（平成26年10月予定）
 慶沢園の整備、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、動物園内のトイレの改修・美装化、動物園内の中央売店撤去後、ケータリング・カーが導入、動物園内の広場整備、動物園内の園路舗装改修

【これまでの成果】
 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。

＜課題＞
 天王寺公園内において、動物園・美術館・慶沢園の連携が十分になされていない。
 また、エントランスエリア等の民間事業者が公園の核となり、動物園・美術館などと連携しながら、柔軟かつ優れたアイデア・企画力を活かして、効率的・効果的に事業を実施する必要がある。
 動物園内自体の魅力向上が不可欠である。
 飲食などサービス機能の魅力向上が不十分である。

＜今後の取組みの方向性＞
 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、天王寺動物公園内のマネジメントの仕組みの導入をめざす。
 飲食などサービス機能については、公園エントランスエリアへの民間活力導入を前提として、公園全体のサービス機能のあり方について検討を行い、民間活力の導入の可能性について検討する。
 動物園についてハード・ソフト両面での魅力向上策を実施する。

＜平成27年度（2015年度）の取組み予定＞
 エントランスエリア・茶臼山東部エリアでの民間事業者による運用開始（平成27年10月予定）
 茶臼山、案内サイン、動物園連絡ゲート、動物園内の広場など施設整備を推進するとともに、C S 向上の取組みなどにより来園者の利便性・快適性の向上を図る

天王寺・阿倍野地区 ～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】

- ・H25まで 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（平成26年1月）
- ・H26 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（平成26年10月予定）
 集客促進のための連携に関する調査を実施予定

【これまでの成果】
 ・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＞
 地域との連携の取り組みの強化が必要である。
 天王寺ターミナルから天王寺公園への導線がわかりにくい。また、動物園・美術館へ向かうルートにわくわく感がない。

＜今後の取組みの方向性＞
 ・天王寺公園エントランスエリア等への民間活力導入のための事業者公募においては、地域との連携についても提案を求めており、事業者決定・協定締結後、提案内容をふまえて、事業者とともに、地域での連携をすすめていく。
 ・天王寺ターミナルから天王寺公園への経路となる鉄道事業者・地下街等に協力を求めながら、動物園の雰囲気醸成をめざす。

＜平成27年度（2015年度）の取組み予定＞
 天王寺公園エントランスエリア等での民間事業者の運営開始（平成27年10月予定）
 「天王寺・阿倍野地区」において、地域資源を有する団体・企業等とともにエリアプロモーションに取り組む。

御堂筋フェスティバルモール化 ～シンボルイベント創出～

【概要】
 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出。その一環として、
 ①大阪のシンボルである御堂筋を歩行者に開放し、特別な一日を演出。
 ②各種のイベントを実施することにより、御堂筋の魅力在国内外に発信し、一層のにぎわいの創出につなげる。

【取組状況】
 御堂筋バレードを起源とする府民参加型イベント「御堂筋kappo」をH20(2008)年から開催。
 ・H25まで 平成21年度から平成24年度は、実行委員会方式により、淀屋橋から新橋間で秋に開催。
 平成25年度は、大阪市で実施してきた「御堂筋フェスタ」と同時開催。（5月12日）
 【御堂筋kappo：中央大通り～新橋 約0.9キロメートル 御堂筋フェスタ：新橋～難波西口 約1.0キロメートル】
- ・H26 「御堂筋kappo」、「御堂筋フェスタ」を一体化し、新しい御堂筋のイベント「御堂筋ジョイふる2014」〔新橋～難波西口 約1.0キロメートル〕を開催（4/29）。
 ・行政は、御堂筋を交通規制するために必要な警備員や交通規制資機材などの基盤整備（ハード）、民間は、御堂筋の魅力を発信するためのプログラムの企画運営（ソフト）を担当。

＜課題＞
 来場者数、アンケート結果による来場者満足度・次年度の来訪意欲の伸び悩み。
 地域イベントから脱却した新たなプログラムの企画。
 地域や民間が主体となる事業スキームと実施体制の構築。

＜今後の取組みの方向性＞
 民間提案プログラムを起爆剤とした新たな取組みにより、都市魅力を高め、にぎわいの創出を図る。

＜平成27年度（2015年度）の取組み予定＞
 大阪府市・経済界が一体となり、シンボルイヤーにふさわしい、これまでにない民間提案プログラムの展開及び、開催エリアの拡充。

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

御堂筋フェスティバルモール化 ～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生み出す世界的ブランド・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】

- ・H25まで
 - 【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の策定、民間主体によるセットバック部分等での上質な賑わいを可視化する実証事業の実施、御堂筋の賑わい誘導に向けた効果的なインセンティブの検討
 - 【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、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（難波～難波西口交差点付近）、歩道にある植栽帯を撤去し、歩行者空間を広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）
- ・H26
 - 【にぎわい空間の形成】 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、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
 - 【歩行者空間の充実】 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）
 - ・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

【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賑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2014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賑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

<課題>

- 【にぎわい空間の形成】 今後とも、引き続き新しいルールに沿って本市が事業者と協議を行い、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を図る。
- 【歩行者空間の充実】 道路空間再編の実施について、関係機関や地元等との合意形成を図っていく必要がある。

<今後の取組みの方向性>

- 【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ながら、関係機関や地元等に丁寧に説明を行い理解を得ていく。

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

- 【にぎわい空間の形成】 今後とも、御堂筋の新しいルールに沿ってまちなみ誘導を図ることに加え、質の高いにぎわい空間形成の早期実現をめざし、補助制度等により引き続き民間活動を支援していく。
- 【歩行者空間の充実】 難波交差点以南において道路空間再編に向けたモデル整備に取り組む。

御堂筋フェスティバルモール化 ～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へ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し、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
 - マネジメント：民間と連携した「生きた建築ミュージアムの実現」（継続した取組に向けた今後のあり方検討等）

【取組状況】

- ・H25まで
 - ・大阪市生きた建築ミュージアム推進有識者会議開催【平成25年度に6回開催】、「生きた建築ミュージアム・大阪セレクション」の選定（平成25年度分）【平成25年10月21日 28件選定】、「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）」の開催【平成25年11月22～23日】、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【平成25年度：1件】、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の実施）【平成25年度】
- ・H26
 - 大阪市生きた建築ミュージアム推進有識者会議開催【平成26年9月までに3回開催】、「生きた建築ミュージアム・大阪セレクション」の選定（平成26年度分）【平成26年8月26日 22件選定（合計50件）】、「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（予定）【平成26年10月30日～11月2日】、ツイッターを活用した魅力情報等の発信【平成26年5月～】、生きた建築ミュージアム・大阪セレクションへの再生補助金による再生整備支援の実施【平成26年度：数件実施予定】、マネジメント（生きた建築ミュージアムのマネジメントに向けた調査等業務の実施）【平成26年度】

【これまでの成果】

「新・平成25年度に28件、平成26年度に22件、合計50件の生きた建築ミュージアム・大阪セレクションを選定。大阪の新たな魅力発信につながるこれまでにない取組みとして、新聞・TV等、多数の媒体で取り上げられる。平成25年度には、建物公開等の実証実験を実施（12プログラム）。その成果を踏まえ、平成26年度に、大学や民間企業との連携を一層拡大させ、建物公開等の企画が大幅に充実。77プログラムからなる『生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2014』を実施（予定）。このイベントでは、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。こうしたイベントを通じ、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。

<課題>

- 民間主体の「生きた建築ミュージアム」の実現に向け、継続した取組への移行準備・あり方検討等が必要

<今後の取組みの方向性>

- イベントの実施等を通じて、民間主体の「生きた建築ミュージアム」の実現に向けた継続的な取組みの移行準備やあり方の検討を進める

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

- シンポレイヤーイベントの実施
- 民間主体の「生きた建築ミュージアム」の実現に向け、継続した取組への移行準備・あり方検討等

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

<p>築港・ベイエリア地区 ～クルーズ客船の母港化～</p> <p>【概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 大阪港クルーズ客船誘致推進会議の設置（H24年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） ・H26 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年5月～6月） 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（H26年6月～） サイン計画の作成（H26年9月～） <p>【これまでの成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H26、6から競争力のあるインセンティブの導入により、客船誘致にはずみがついている。 ・官民一体による誘致活動の連携・協力の取り組みが広がりつつある。 	<p>＜課題＞</p> <p>東アジアのクルーズの著しい成長に伴い、クルーズ客船の大型化が進展しており、大型化に対応した岸壁改良が必要。 ターミナル整備の民間活力導入の実現。 他港では寄港地決定権を持つ欧米等の船社へ訪問を行っているが、大阪港ではこうした誘致活動があまりできていなかった。</p> <p>＜今後の取組みの方向性＞</p> <p>大型客船を受け入れるために、岸壁の改良を進める。 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していく。 客船会社へ訪問し、寄港地決定権をもつ責任者へ直接会い、トップセールスを実施していく。</p> <p>＜平成27年度（2015年度）の取組み予定＞</p> <p>大型客船を受け入れるための岸壁整備（係船柱の改良を実施） サイン計画に基づくサイン整備（順次実施）</p>
<p>築港・ベイエリア地区 ～インナーハーバーの再生強化～</p> <p>【概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間活力の導入による魅力的な集客観光拠点の創出 <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 【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（H25.4.1～） ・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～） 【旧サントリーミュージアム(天保山)】 ・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～） ・「長淵剛 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） 【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） 【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） ・H26 【天保山ハーバービレッジ】 ・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（予定） 【旧サントリーミュージアム(天保山)】 ・「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） 【赤レンガ倉庫】 ・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（予定） 【中央突堤2号上屋】 ・事業者の公募を実施し、事業予定者を決定（予定） <p>【これまでの成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<p>＜課題＞</p> <p>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。</p> <p>＜今後の取組みの方向性＞</p> <p>港区役所・港湾局・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、自主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に取り組む。</p> <p>＜平成27年度（2015年度）の取組み予定＞</p> <p>各施設における民間事業者のさらなる活用により、エリアマネジメントの仕組みのもと、エリアの魅力創造と情報発信を継続的に実施していく。</p>

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

<p>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～ 【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。 【取組状況】 ・H25まで 平成23年12月、公募により事業者を決定。平成25年3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。平成26年2月、工事（既存施設の解体工事）着手。 ・H26 大阪都市魅力創造戦略初年度の平成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。7月には工事（新築工事）着手。</p>	<p><課題> 地元から、施設開業に伴う周辺道路の交通渋滞発生について懸念の声あり。</p> <p><今後の取組みの方向性> 吹田市や事業者等と構成する「万博公園南側エリア開発事業関係者連絡会」の場を通じて協議をしており、引き続き連携に努めながら、交通渋滞対策を進めていく。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 平成27年(2015) 年秋に施設開業予定。</p>
--	---

<p>道路の無電柱化の推進 【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 ・H25まで 6路線、約2.5kmを整備。道路：R479、旧R170、大阪港八尾線、大阪枚岡奈良線、八尾枚方線 公園：箕面公園内園路 ・H26 R479号、大阪港八尾線、大阪枚岡奈良線において電線共同溝の整備を継続。 ◇景観まちづくりを通じた無電柱化 太子町叡福寺地区（美原太子線） ・H25まで 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（平成19年10月にまちづくり協議会発足）平成20年3月に太子町景観計画策定、平成22年2月に無電柱化事業着手し、平成25年7月に完了。 羽曳野市駒ヶ谷地区（竹内街道R166） ・H25まで 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（平成19年9月にまちづくり協議会発足）。平成24年3月に駒ヶ谷地区まちづくり基本構想を策定。平成26年3月に羽曳野市景観計画（素案）を策定し、駒ヶ谷地区の竹内街道を景観形成重点区域に設定。 ・H26 景観計画（素案）に基づく街道沿線の景観形成に向けたまちづくりの一つとして、電線地中化の可能性について検討、関係部署と連携して市と地域のまちづくり検討の支援を行う。</p> <p>【これまでの成果】 快適な歩行者空間の形成、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25年度末までに電線共同溝等の整備により約60kmで無電柱化を実施した。また地域のまちづくり検討を通じて、無電柱化を検討、実施に繋げることができた。</p>	<p><課題> 整備における制約条件（高額な事業費、狭小幅員道路での施工）への対応。地域、市による景観まちづくりの動きを通じた無電柱化の推進。</p> <p><今後の取組みの方向性> 従来の施工方法から見直しを行い、事業費のコスト削減、沿道条件に対応した整備を実施していくことにより、無電柱化の進捗を図る。府関係部署が連携して地区と市の景観まちづくり検討を支援し、地域のまちづくりに対応した沿道での無電柱化実施に向け、検討を行う。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 国道479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を予定、早期完了に取り組む。府関係部署が連携し、地域や市の景観まちづくり検討の支援を継続。</p>
---	--

<p>道路の無電柱化の推進 恵美須城東線(玉造筋)大阪城電線共同溝設置工事 【概要】 ①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、安全で快適な歩行者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】 ・H25 大阪城地区の恵美須城東線（玉造筋）において、森之宮駅前交差点から北へ約1 4 0 mの電線共同溝工事が完了。</p> <p>【これまでの成果】 ・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1 4 0 mを平成2 5 年度に整備した。</p>	<p><課題> 電線共同溝工事後の電柱の抜柱</p> <p><今後の取組みの方向性> 平成2 7 年度の電柱抜柱を目指し、電線管理者との調整を行う。</p>
--	--

<p>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、大阪がみどりや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】 ・H25まで 32地区にて6,606本を植栽。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。 ・H26 植栽本数500本以上を目標とし、目標10,000本まで残り約3,400本を10年間で植栽、9月末時点で495本を植栽。</p> <p>【これまでの成果】 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るとともに、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みの継続して展開。参加人数のべ7,198人、参加団体数も企業のべ35団体、NPO団体他のべ54団体、協議会のべ11団体、学校等5団体、市他のべ17団体となっている。 また、アドプトフォレストを活用しての植樹や山の日イベントと連携した「生駒花屏風ハイキング」の開催などにもつながっている。</p>	<p><課題> 活動の継続に不可欠な若手人材の確保を目指す。</p> <p><今後の取組みの方向性> 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する。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する。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 500本以上の植栽を目指す。</p>
---	---

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

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」を指定（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】

・H25まで みどりの風促進区域重点緑化事業（H23～25）では、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するとともに、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。また、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「みどりの風促進区域サポーター」として認定（認定書を交付）する制度の導入や、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）などにより、公民協働による活動の促進を図っている。

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）や、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、公表するなどの取組みも行っている。

・H26 企業・府民とつくるグリーンストリート支援事業により民有地緑化を支援する取組みなどにも努めている。

【これまでの成果】

地域の緑化意識が向上し、民間レベルの協力が拡大。

- ・植栽本数：公共空間緑化3200本、民有地緑化6400本、民有地緑化実施地区110地区、協力企業202社、みどりの風促進区域サポーター97団体（平成25年度末までの実績）
- ・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）

<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。

<今後の取組みの方向性>

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。

<平成27年度（2015年度）の取組み予定>

グリーンストリート支援事業の継続
府民啓発：緑化啓発パンフ配布、緑視率モニタリング実施等
大阪府自然環境保全条例及び都市計画の制度による建築物の緑化促進制度による緑化誘導。

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

【概要】

平成22年11月にユネスコの世界遺産暫定一覧表に記載された百舌鳥・古市古墳群について、大阪府・堺市・羽曳野市・藤井寺市の4者が推進本部会議を設立し、一体的な推進体制のもと、平成29年度の世界文化遺産登録をめざして取り組む。（※当初平成27年度登録をめざしていたが、平成25年度の国内推薦が見送られたため、新たな目標年度を平成29年度登録に設定）

【取組状況】

・H25まで ユネスコに提出する推薦書原案の作成（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、推薦書に添付する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の設立、緩衝地帯における規制方針について検討）や、機運醸成にかかる取組み（シンボルマークとロゴ等のデザイン作成、多言語パンフレット（日・英・中・韓）、ポスター及びP Rグッズ作成、ウォーキングマップ作成、P R映像及びホームページ作成、国際シンポジウム開催（平成23年度：堺市内、平成24年度：大阪市内、平成25年度：藤井寺市内）、民間企業と連携したPR事業の展開）を行ってきた。

・H26 平成27年度の国内推薦獲得に向けた熟度の高い推薦書原案の作成、緩衝地帯の規制にかかる方向性の決定及び住民説明、国際シンポジウムの開催（羽曳野市）に取り組んでいる。

【これまでの成果】

文化庁へ「登録推薦書原案」及び「包括的保存管理計画原案」を提出したが、平成25の国内推薦が見送られたため、新たな目標年度（国内推薦平成27年度）を設定するとともに、「百舌鳥・古市古墳群を活かした地域活性化ビジョン」を策定。

<課題>

登録審査を行う海外専門家にとって理解のしやすい推薦書の作成。
陵墓を含む全資産の一体的な管理体制や法的措置の整備。

<今後の取組みの方向性>

文化庁と方針を共有しながら、より熟度の高い推薦書原案を作成。
陵墓を管理する宮内庁を含めた一体的な管理体制の構築に取り組む。

<平成27年度（2015年度）の取組み予定>

百舌鳥・古市古墳群の平成27年度の国内推薦獲得
国内外における機運醸成
緩衝地帯における規制の条例施行

「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フォーム（拠点）として世界に発信することとしている。

【取組状況】

・H25まで 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。

・H26 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5月に開始。

【これまでの成果】

民間事業者の公募を行ったが、応募がなかった。

<課題>

今回の公募結果を受けた今後の対応策

<今後の取組みの方向性>

今回の公募についての検証中
検証結果を踏まえた対応策の検討

<平成27年度（2015年度）の取組み予定>

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

<p>御堂筋Kappo 【概要】 大阪のシンボルである御堂筋を歩行者に開放し、特別な一日を演出。各種のイベントを実施することにより、御堂筋の魅力を国内外に発信し、一層のにぎわいの創出につなげる。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 御堂筋パレードを起源とする府民参加型イベント「御堂筋kappo」をH20(2008)年から開催。平成21年度から平成24年度は、実行委員会方式により、淀屋橋から新橋間で秋に開催。平成25年度は、大阪府で実施してきた「御堂筋フェスタ」と同時開催。(5月12日) 〔御堂筋kappo：中央大通り～新橋 約0.9キロメートル 御堂筋フェスタ：新橋～難波西口 約1.0キロメートル〕 ・H26 御堂筋kappo、御堂筋フェスタを一体化し、新しい御堂筋のイベントとして「御堂筋ジョイふる2014」〔新橋～難波西口約1.0キロメートル〕を開催。(4/29) ・行政は、御堂筋を交通規制するために必要な警備員や交通規制資機材などの基盤整備（ハード）、民間は、御堂筋の魅力を発信するためのプログラムの企画運営（ソフト）を担当。 	<p><課題> 来場者数、アンケート結果による来場者満足度・次年度の来訪意欲の伸び悩み。 新たなプログラムの企画、実施 地域や民間が主体となる事業スキームと実施体制の構築。</p> <p><今後の取組みの方向性> 民間提案プログラムを起爆剤とした新たな取組みにより、都市魅力を高め、にぎわいの創出を図る。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 御堂筋kappoは、H25（2013）年度をもって廃止。</p>
<p>御堂筋フェスタ 【概要】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①大阪のシンボルである御堂筋を歩行者に開放し、特別な一日を演出。 ②各種のイベントを実施することにより、御堂筋の魅力を国内外に発信し、一層のにぎわいの創出につなげる。 <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 側道部分でのオープンテラスや、車道部分でのイベントの社会実験としてH15(2003)年から実施。 H17（2005）年からは、本格実施として新橋交差点～難波交差点（850m）で開催。 H24（2012）年に、新橋交差点～難波西口交差点までの約1kmに会場を拡大 H25（2013）年は、大阪府で実施してきた「御堂筋kappo」と同時開催。(5月12日) 〔御堂筋kappo：中央大通り～新橋 約0.9キロメートル 御堂筋フェスタ：新橋～難波西口 約1.0キロメートル〕 ・H26 「御堂筋フェスタ」、「御堂筋kappo」を一体化し、新しい御堂筋のイベントとして、「御堂筋ジョイふる2014」を4月29日に開催。 行政は、御堂筋を交通規制するために必要な警備員や交通規制資機材などの基盤整備（ハード）、民間は、御堂筋の魅力を発信するためのプログラムの企画運営（ソフト）を担当、4月26日～30日に開催された大阪国際音楽フェスティバル、インターナショナルジャズディの関連イベントとして、「ジャズ」を統一コンセプトとしたプログラム構成で実施。 <p>【これまでの成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続実施することで、御堂筋のイベントとして定着。 ・縮小する負担金を補うため、内容等を工夫した取組みを拡大。 ・H26(2014)年度は、これまで大阪府市で実施してきた「御堂筋kappo」、「御堂筋フェスタ」を一体化し、新たな御堂筋のイベントとして「御堂筋ジョイふる2014」を開催。(4月29日 新橋～難波西口) 	<p><課題> 来場者数、アンケート結果による来場者満足度・次年度の来訪意欲の伸び悩み。 新たなプログラムの企画・実施。 地域が主体となる体制の構築。</p> <p><今後の取組みの方向性> 民間提案プログラムを起爆剤とした新たな取組みにより、都市魅力を高め、にぎわいの創出を図る。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 御堂筋フェスタは、H25（2013）年度をもって廃止。</p>
<p>大阪城 城灯りの景 【概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・歴史的価値の高い大阪城においてイベントを開催することで、市民やビジターに身近な地域の歴史・文化に触れる機会を提供し、昼夜楽しめる大阪城の魅力向上を図る。 ・「海の御堂筋の起点」となる大阪城からの文化の発信をコンセプトに、大阪城本丸広場や西の丸庭園など大阪城公園一帯をろうそく行灯の光で演出 <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 平成13（2001）年、大阪城内堀、極楽橋を中心に開催。 平成14（2002）年、大阪城本丸広場にて実施。 平成17（2005）年、本丸広場に加えて山里丸も実施 平成23（2011）年、本丸広場、山里丸に加え、西之丸庭園も実施。 平成25（2013）年、事業廃止まで 	<p><課題></p> <p><今後の取組みの方向性></p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定></p>

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

<p>大阪マラソン 【概要】 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。併せて、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。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 平成23年度から「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人規模のマラソン大会を開催。また、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。シカゴマラソンと提携し、地元ランナーの相互派遣なども実施中。大会運営にあたっては、ボランティア10,000人を募集。チャリティ文化の普及に向けては、参加ランナー全員によるチャリティ募金、観客・ボランティア等への寄付を呼びかけ、チャリティランパサダーによるチャリティ活動を展開し、チャリティの機運醸成につなげている。平成23年度からは、チャリティランナー制度を新設するとともに、チャリティシャツを販売するなどの取組みを行っている。 また、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」を第1回大会から開催。そのほか、沿道に盛上げイベント会場を展開し、公募した「ランナー盛上げ隊！」によるパフォーマンスの展開、公式プレイベントとしてファンランの開催（第3回大会（平成25年）から実施）、市商連と連携した名物給食エイドの展開や府内商店街等との連携イベントなどを開催し、大会を盛り上げ。 ・H26 第4回大会では、ミュージシャン「コクロ」制作による大会公式テーマソングによる告知や、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するなどの取組みも実施。 <p>【これまでの成果】 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4回大会では5,304人（51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3回大会で125万人となるとともに、EXPO入場者数（3日間）：第1回大会 から10万人を超え、第3回大会では11万6千人となるなど、高い集客力を発揮。 第1回大会133億円、第2回大会139億円となるなど、大きな経済効果をもたらした。</p>	<p><課題> ランナーにとって魅力ある大会であり続けるとともに、さらなる沿道集客、EXPOでの集客に向けた大会の魅力の強化。</p> <p><今後の取組みの方向性> 大阪マラソンの魅力である「応援おもしろさ」など、マラソンだけでなく大阪の魅力の情報発信を強化するなど、内外からのさらなる集客に繋げる。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 節目の年の大会となる第5回大会では、シンボルイヤーにふさわしい、話題性を高めた取組みを実施。</p>
<p>大阪サイクルイベント 【概要】 大阪を元気にすると共に、大阪の都市魅力や元気な大阪を国内外に発信するため、「大阪サイクルイベント」を開催する。</p> <p>【取組概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで 平成24年3月18日に「OSAKA CYCLE TOUR 2012」として、咲洲、夢洲、舞洲を巡る自転車走行イベント（参加者5,000人）と自転車マナー教室、試乗会等の「サイクルフェスタ」（参加者12,000人）を実施。 その後、OSAKA CYCLE TOUR 2012の効果等について多方面から検証を行うとともに、平成25年度は、企業、団体、庁内部局（交通安全担当等）からの協力を得て、サイクルスポーツへの府民の関心や話題性を高めるために大阪のサイクル情報を一元的に発信するポータルサイト、「大阪サイクルナビ」を開設。 ・H26 具体的なイベントの実現をめざして、提案企業、大阪観光局等を巻き込んだ検討の場の構築とともに、「大阪サイクルナビ」の掲載情報の充実に努めている。 <p>【これまでの成果】 OSAKA CYCLE TOUR 2012参加者からの高評価（満足度「満足」「どちらかという満足」：76.3%「次回のサイクルイベントの参加も希望」：84.9%） 「大阪サイクルナビ」開設に協力いただいた自転車関連の企業や団体、庁内部局、自治体の自転車担当部署等との連携強化 「大阪サイクルナビ」により自転車イベント情報等をタイムリーに発信</p>	<p><課題> 民間と連携した仕組みづくりの構築</p> <p><今後の取組みの方向性> 民間の力を最大限に引き出す連携のあり方、事業手法の検討。 民間からの情報収集に努めるとともに、民間への働きかけ、広報支援等の側面支援を行う。</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 上記検討、支援。</p>
<p>大阪ウォーク 【概要】 市民ひとりひとりがそれぞれの個性やライフスタイルに応じて、様々なスポーツを楽しむことのできるまちをめざすとともに「1週間に1回以上」の運動実施者の割合を50%にすることをめざしてきた。ウォーキングは、特別な道具や場所を必要としないため、日頃、運動をしていない人が気軽にはじめられるスポーツであり、生涯スポーツ振興を図るうえで重要な種目だと考えている。</p> <p>市民が運動するきっかけづくりとしてウォーキングイベントを開催し、気軽に参加できる「ウォーキング」を主体に取り入れたイベント「大阪ウォーク」を開催し、参加した市民一人ひとりが、体力、年齢など自らのライフスタイルにあったスポーツを選んで楽しむという、生活文化の一つとして考える機会にしていきたい。</p> <p>また、本事業は、ウォーキングの普及・振興を図り、大阪市内の魅力的なエリアを歩いて、大阪府民にまちの再発見してもらい、全国のウォーカーに大阪のまちをPRするとともに、スポーツの裾野を広げることを目的に開催する。</p> <p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H25まで H24年（2012）：イベント参加者数 13,900人（内ウォーキング参加者6,600人） H25年（2013）：イベント参加者数 22,700人（内ウォーキング参加者7,700人） ・H26 開催しない（平成25年度で終了） <p>【これまでの成果】 本事業は、H21（2009）から5年間実施した。「都市型ウォーキングイベント」として、最大級の「ツデーウォーキング」となった。ウォーキング参加者が2日間で6,500人を超える参加があり、参加者数も定着してきている。さらに参加者が、大阪府民、府民が中心であるが、周辺都市や他府県からの参加も増加し、リピーターも増加してきた。本事業の主目的である「市民が運動するきっかけづくり」としてのウォーキングイベントとして、一定の役割を果たすことができたと思われる。 本事業を通じて、大阪市の魅力的なエリアを歩いていただき、大阪府民には、まちの再発見してもらい、全国のウォーカーには、大阪のまちの魅力を発信することができた。</p>	<p><課題> 今年度以降開催なし</p> <p><今後の取組みの方向性> 今年度以降開催なし</p> <p><平成27年度（2015年度）の取組み予定> 今年度以降開催なし</p>

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

国際大会・全国大会の招致

【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。
- ・招致のために必要となる、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】

- ・H25まで
 - <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、本市が主催・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）
 - ・H26
 - <直接的な招致活動>
 - ・2019ラグビーワールドカップ日本大会の開催都市立候補にかかる検討・情報収集
 - <大会招致のための基盤整備>
 - ・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、本市が主催・共催として関わる国際大会・全国大会の継続開催
- #### 【これまでの成果】
- ・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。
 - ・条件面が合わず大会の招致まで至らなかったが、大規模スポーツイベント開催の意向確認の問い合わせが複数寄せられた。

<課題>

市民の関心の高まりを持続し、国際大会・全国大会招致への機運を高めていく。各都市が大会招致にむけた情報発信を行う中で、いかに大阪の存在感を発揮していくか。

<今後の取組みの方向性>

大阪の強みをより積極的に情報発信することで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。

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

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、本市が主催・共催として関わる国際大会・全国大会を継続して開催する。

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

<p>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つのプログラムを、「水都大阪2015」のコアプログラムとして位置づけ、民間事業や既存のコンテンツ等と連携。 今年度は機運醸成を図るため、プレ事業を実施。</p> <p>【取組状況】 ・H26 7月、公募により3つのコアプログラムを決定。8月に水都大阪2015及びプレ事業のスタートを報道発表。 「水都大阪2015」に向け、次のプレ事業（水都大阪2014）を実施。 1 中之島公園を中心としたプログラム（9月21日開催） 2 ミナミ・道頓堀と中之島公園で展開するプログラム（11月1日、2日開催） 3 水の東西軸に広がるプログラム（11月15日開催）</p> <p>【これまでの成果】 プレ事業（水都大阪2014）事業のうち、中之島公園を中心としたプログラムとして「水都大阪2014inochiフェスタ」を開催（9月21日、来場者規模：約1万人）</p>	<p><課題> プレ事業の実施結果を踏まえた、「水都大阪2015」の実施内容等の選定</p> <p><今後の取組みの方向性> 水と光のまちづくり推進会議のもとに事業評価委員会を設置し、プレ事業の成果を検証し、関係機関、関係者とも調整の上、内容を決定</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> コアプログラムを展開するとともに、民間からも連携プログラムを募集し、一体となって「水都大阪2015」を推進</p>
<p>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年に大坂冬の陣、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、大阪城での集客イベントをはじめ、府域でも大坂の陣ゆかりの地などにおいて、関連イベントを実施するなど、大阪全体で盛り上げを図り、府域全体への集客を図る。</p> <p>【取組状況】 ・25まで 平成25年6月、大阪市内において、2014年、2015年にわたり大阪城公園内で開催する「大坂の陣」をテーマにした集客事業の企画提案を募集。 8月に「大坂の陣400年プロジェクト」のコーディネート業務を行う事業者（株式会社電通）を決定するとともに、大坂の陣400年プロジェクト実行委員会を設立し、第1回実行委員会を開催。「大坂の陣400年プロジェクト」の事業企画案の内容を公表。また、9月に同プロジェクトのロゴマーク等を決定。同プロジェクトの参加事業を募集（平成26年3月末現在：110事業）。</p> <p>・H26 6月、第2回実行委員会を開催。冬の陣の実施計画案を公表。実行委員会事業の本格的な事業展開を開始。 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）。芸能人を起用するなど、強力でPRを推進。</p> <p>【これまでの成果】 平成26年10月1日から「冬の陣2014」がスタート。大阪城公園内でのイベント（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）とともに、府内各地の大坂の陣ゆかりの地などにおいても地元主体の関連イベントが行われ、機運醸成が高まってきている。 「大坂の陣400年天下一祭」への参加事業の募集を実施し、事業申請が200を超えている（H26.8月現在）</p>	<p><課題> 2015年に大阪城公園及び府域で実施する具体的な事業内容の早期検討・決定、事業実施に必要な予算の確保。 集客増に結びつけるためのさらなる府域全体の機運醸成、PRの拡大。</p> <p><今後の取組みの方向性> 2014年冬の陣の成果を踏まえ、2015年夏の陣の事業内容を検討 府域の魅力発信事業の実施にあたり、府内市町村、地域団体等との連携強化 民間の広報媒体のさらなる活用など、PR拡大に向けた取組みを促進</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 「夏の陣2015」として、2015年4月より大阪城公園におけるイベント及び府域における魅力発信事業を展開。</p>
<p>道頓堀川開削400周年 【概要】 ・道頓堀プールについては、平成24年1月25日に開催された第3回大阪府市統合本部会議において、堺屋特別顧問より、大阪の10大名物づくりのひとつとして「道頓堀に2kmにわたりテント状の浮函幕（ふかんまく）式のプールをつくり、世界遊泳大会を開催するとともに、有料遊泳場に供して収入を得ては」と提案があった。 ・道頓堀川は2015年に開削400周年を迎えることから、地元をはじめ民間事業者を中心に400年記念事業を企画され、道頓堀川プールについても民間実施のプロジェクト例のひとつとして、検討俎上に上がったもの。 ・本事業は民間プロジェクトとして実施するもので、税金は投入しないことを確認。その後、大阪府議会、大阪市会などの議論を経て「今後、道頓堀プールについて地元や民間事業実施のプロジェクトとして具体的な提案があれば、規制緩和などについて府市で検討する」とした。</p> <p>【取組状況】 ・H25まで 平成25年4月1日、地元・民間企業により「道頓堀プールサイドアベニュー設立準備株式会社」を設立。 平成25年10月10日、設立準備会社が事業計画を公表（全長800m、5000人収容。6月下旬～9月下旬オープン。利用料1時間2000円、53万人の来場、17億円の収入を見込む。総事業費は40億円、大阪府市の財政支援は受けず、資金は民間企業や個人の出資などで確保する） この間、大阪府・市の関係部局と事業者との協議の場を設定し、安全性や衛生面など実現に必要な条件提示や情報提供を事業者に提供。民間事業者からの具体的な提案があれば、引き続き相談に乗っていく。 ・H26 来年8月1か月間限定で全長80メートルのプールがオープンする旨の新聞報道があった</p>	<p><課題></p> <p><今後の取組みの方向性> 民間主体のプロジェクトのため未定</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 民間主体のプロジェクトのため未定</p>

感動や興奮に出会える効果的なイベントの展開

天王寺動物園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、同春秋に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】

- ・H25まで 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
- ・H26 1月1日 開園100周年記念イベント実施予定、zoo friends募集予定、(仮称) zoo friends会議開催予定まで

【これまでの成果】
動物園は平成27年1月1日に開園100周年を迎えるため、「これまで100年ありがとう、これからもよろしく」というメッセージを広く発信する絶好の機会であると考えられる。そこで、動物園の利用を促進させることも視野に入れつつイベントの実施や広報活動の活性化を進め、100周年に関する周知を行ってきた結果、プレス回数が増加するなど一定の成果につながった。
今後、開園100周年を祝い、100年間の感謝を伝えるため(1)動物園100周年記念イベントを実施し、100年後の動物園を想像し予想図を提案する(2) (仮称) zoo friends会議を開催する。
その際、今後来園者が楽しみ、かつ学べる場として必要とされる施設であり続けるため、単なる記念事業として一過性のものにするのではなく、来園者目線でのサービス改善及び満足度の向上を図るため、(3) (仮称) zoo friends会議において将来の動物園と一緒に考えるzoo friendsを募集し育成することで、今後の動物園のあり方に積極的に関わる意思を持つ組織を立ち上げるきっかけとなるよう開催するなど、平成27年度のコアイベントへ向けて取り組む。

＜課題＞
平成26年度に実施した開園記念イベントや、募集、育成したzoo friendsが、平成27年度の記念事業にスムーズに連携し、さらには継続的に動物園の魅力向上につながるよう事業の継続性を保つ必要がある。

＜今後の取組みの方向性＞
zoo friendsには、平成26年度の会議や27年度のコアイベント等で動物園に関する関心を引き起こすとともに主体的に活躍していただける場を提供することで自主的かつ継続的に活動できる組織づくりを促す。また、広範な関係者を招いてのコアイベントの実施やエリアマップの作製により、近隣エリアとの連携を強化して今後の動物園の展開を継続的に活性化させる仕組みづくりを行う。

＜平成27年度(2015年度)の取組み予定＞
平成27年度コアイベントにおける専門家会議並びにシンポジウムを開催する。専門家会議では、専門性を国内外に広く発信するとともに種の保存等持続可能な動物園への方向性を検討する。また、シンポジウムでは、「zoo friends100年後案」の実現に向け、今後10年ですべきこととしてアクションプランを作成し、動物園が責任を持って実行に移す事項を宣言することで、「(仮称) zoo friends 会議」の参加者は、自分たちの意見や思いが伝わる仕組みが存在することを認識できるため、より一層動物園に関心を持ち、関わる意欲を持続することが可能となる。さらに、100周年事業をきっかけに募った「zoo friends」については、今後も協働相手として定期的に勉強会や意見交換の場を設け、積極的な関わりを築ける存在として今後の動物園のあり方に引き続き関与してもらおう。また、エリア全体の中核施設としてエリアマップを作製し、近隣施設との連携を強化する。

大阪ミュージアム構想 ～イベントミックスの推進～

【概要】

- ①共通のテーマや季節性による編集：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集客力と回遊性の向上：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府民の参加や連携、連帯感の醸成：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】

- ・H25まで 四季のテーマ毎に府内各地のイベント情報をまとめ、ホームページやメルマガ、モバイル機器対応の「モバイルガイドシステム」を通じ情報発信（平成24年度～）
京阪電鉄及び沿線市連携による広域イベント「京街道ジャズライン」の展開（平成21年度～）
府内各地をはじめ関西2府5県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の開催（平成23年度～）
石畳と淡い街灯のまちづくり6地区を巡る「ぶらっとおおさかフォトコンテスト」の実施のほか、第96回日本陸上選手権大会（長居陸上競技場）や御堂筋kappoなどとのタイアップによるP Rブースやご当地グルメなどの販売ブース出展を通じた府内各地の魅力発信の取組みを展開（平成24年度）
四季のテーマを設けて実施する大阪ミュージアムフォトコンテストや、竹内街道・横大路（大道）1400年を記念して大阪市（難波宮）から飛鳥までの沿道市町が連携した関連イベント等の取組みを展開（平成25年度）
- ・H26 民間主催のバスツアー「ええとこ見つけた！『大阪魅力再発見の旅』」（3月～5月）や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」（3月～4月）など、府内の周遊性を高める取組みを実施

【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っている。

＜課題＞
地域や民間による自主的な連携・協力の促進
集客や地域経済への波及に結びつく効果的な連携の促進

＜今後の取組みの方向性＞
市町村や関係事業者等の公民協働や広域連携による取組を促し、魅力を高めて、内外からの集客につなげる。

＜平成27年度(2015年度)の取組み予定＞
夏の花火や冬のイルミネーションなど、府内各地の集客イベントを束ねた情報発信や公民協働によるフォトコンテスト等の取組を推進するとともに、市町村等の広域連携の取組を促進する。

ターゲットに響く戦略的なプロモーション

<p>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（ふるさと寄附）を活用して予算措置（平成26年度予算額15,000千円）。 ※平成25年度より「恒常的なまちの魅力向上支援事業」として実施。 ◇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。 1. 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 2. 次の(1)又は(2)に該当する事業 (1)恒常的なまちの魅力向上・景観形成事業…(ア)まちの魅力向上・景観形成、(イ)関連事業（(ア)に伴い実施する、集客に資する事業） (2)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 3. 大阪ミュージアム基金のPRに努め、同基金の確保に資する事業（大阪ミュージアムのシンボルマークの表示等） ◇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(ア)(イ)のいずれも実施する場合は、(ア)+(イ)の事業費の2/3以内、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</p> <p>【取組状況】 ・H24 採択数：10団体 ※ただし、平成24年度までは、「まちの魅力づくり支援事業」として事業費の1/2、補助上限額1,500千円の補助事業 ・H25 採択数：6団体（羽曳野市(2件)、太子町、貝塚市、阪南市、豊能町） ・H26 採択数：6団体（藤井寺市、泉南市(2件)、門真市、住吉区、大東市）</p> <p>【これまでの成果】 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。</p>	<p><課題> 事業の活用促進</p> <p><今後の取組みの方向性> 市町村とも連携して、事業の更なる周知促進を図る。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 事業の更なる周知促進を図るとともに、引き続き、地域主体のまちの魅力づくり支援に取り組む。</p>
<p>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。 【取組状況】 ①CMコンテスト：大阪にちなんだ様々なオリジナルCMを募集・表彰し活用することを通じて、大阪の魅力を外内にPR（平成23年度～） ・H25まで 学生の部・一般の部の2部門／応募総数64作品（平成24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（平成25年度） ・H26 民間の協力を得て実施。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 ②フォトコンテスト：民間の協力を得て府内各地の魅力を発信。 イルミネーションを対象に実施する「イルミネーションフォトコンテスト」（平成23年度～） 四季のテーマを設けて実施する「大阪ミュージアムフォトコンテスト」（平成25年度～） ③大阪ミュージアムモバイルガイドシステム：GPSと連動し利用者の現在地周辺の魅力スポットの紹介やスタンプラリー機能等を備えたモバイル機器対応の情報発信ツール。 無料アプリ「ふらっと案内」をダウンロードして利用。府内市町村にも無償でID・パスワードを交付（平成23年12月～）</p> <p>【これまでの成果】 CMコンテストは、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。平成25年度は、大賞作品等の関西コレクションや大阪ステーションシティのデジタルサイネージなどの放映等を通じ、大阪の魅力を内外に発信。 モバイルガイドシステムは、府内市町村や庁内他部局が独自の魅力情報発信に活用しており、府域全体で活用可能な魅力発信基盤としても機能。 フォトコンテストは、民間の協力を得て、また多くの方々のご応募をいただき、継続的に実施している。</p>	<p><課題> コンテストについては、応募総数の更なる増加への対応。 モバイルガイドシステムについては、更なる活用促進。</p> <p><今後の取組みの方向性> コンテストの効果的なPR。 モバイルガイドシステムの活用事例のPR。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 民間の協力による府内各地の魅力発信の取組を引き続き展開。 モバイルガイドシステムについて、市町村等へのPRを図る。</p>
<p>大阪都市景観建築賞(大阪まちなみ賞)の推進 【概要】 大阪府、大阪市、(公社)大阪府建築士会、(一社)大阪府建築士事務所協会、(公社)日本建築家協会近畿支部、(一社)日本建築協会の6者主催により、周辺環境の向上に資し、かつ景観上優れた建物やまちなみを広く一般から推薦していただき、その中で特に優れたものを表彰することにより、個性と風格ある都市景観の形成に寄与するとともに、都市景観に対する府民や事業者等の意識の高揚を図る。 【取組状況】 ・H25まで 毎年、周辺環境の向上に資し、かつ、景観上優れた建物やまちなみを公募し、その中から特にすぐれたものを表彰している。 平成24年度は124件、25年度は92件の推薦があり、推薦物件の中から審査委員会により大阪府知事賞・大阪市長賞・審査員特別賞・緑化賞（平成24年度、25年度共に各1件づつ）と奨励賞（平成24年度3件、平成25年度5件）を選定し、表彰を行った。また、大阪府内の府民センターや大阪市内の区役所等で表彰物件のパネル展示を行い、賞や表彰物件についてPRを行なった。さらに、まちなみ賞で過去に表彰した建物を大阪ミュージアムモバイルガイドシステムを活用し「行って・見たい大阪の建物」として情報発信を行なっている。（平成25年4月～） ・H26 7月1日から1か月間、公募したところ85件の推薦があり、平成25年度と同様に審査委員により景観上すぐれた建物やまちなみを選定し、表彰する予定。</p> <p>【これまでの成果】 周辺環境の向上に資し、かつ、景観上優れた建物や建物を中心とするまちなみをH24とH25で計16件表彰することにより、個性と風格のある都市景観の形成に寄与するとともに、都市景観に対する府民や事業者等の意識の高揚を図った。また、表彰された建物やまちなみのパネル展やモバイル向けのアプリによる情報発信により、都市景観に対する府民や事業者等の意識の高揚を図った。</p>	<p><課題> 都市景観に対する意識をさらに高める必要がある。 事業をより広く周知する必要がある。</p> <p><今後の取組みの方向性> PR方法の検討などさらなる事業の周知に努め、都市景観に対する府民や事業者等の意識の高揚を図る。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 今後も継続して事業を実施し、個性と風格ある都市景観の形成に寄与するとともに都市景観に対する府民や事業者等の意識の高揚を図る。 新たなPR方法の検討などさらなる事業の周知に努める。</p>

ターゲットに響く戦略的なプロモーション ～地域資源を活かした大阪の魅力発信～

<p>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：無電柱化や道路美装化に加え、生きた建築ミュージアム事業に認定されている歴史・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ジメント：無電柱化・道路美装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。</p> <p>【取組状況】 ・H26 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か年で実施することとなった。 ・船場先行地区の5箇所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【愛珠幼稚園・旧緒方洪庵家住宅（適塾）周辺、芝川ビル（三菱UFJ銀行）周辺、三井住友銀行・大阪倶楽部・今橋ビル周辺】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ていく。 ・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ている。 【H28年度まで継続実施予定】</p> <p>【これまでの成果】 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、無電柱化や道路美装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、愛珠幼稚園・旧緒方洪庵家住宅（適塾）周辺、芝川ビル（三菱UFJ銀行）周辺、三井住友銀行・大阪倶楽部・今橋ビル周辺の3箇所を優先的に整備することとなった。地域協議会等の開催により、地域間の連携・協力が広がりつつある。</p>	<p><課題> 歴史・文化的建築物（船場近代建築ネットワーク）の連携・協力の促進 地域の事業者や地元住民などによる観光客・観光消費額増に結びつく効果的な連携の促進</p> <p><今後の取組みの方向性> 地域の事業者や地元住民などを巻き込んだエリアマネジメントを行い、まち歩きや集客イベント企画などの取組みを創出し魅力を高め、観光客・観光消費額増につなげる。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 建設局による道路美装化等設計（4月～9月頃）、工事（10月頃～）、案内板等については、有識者会議や地域協議会で図案等協議し、工事が済んだ箇所から順次設置予定。 有識者会議(船場地区のソフト対策（案内板等）・先例都市視察、その他地区の検討) 地元協議会（地元負担のあり方検討・ソフト対策の検討）後</p>
---	--

<p>石畳と淡い街灯まちづくり 【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支援する。 ※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、まちの魅力を引きだすプランを募集し、モデル地区を選定のうえ、市町村等のまちづくりを支援 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</p> <p>【取組状況】 ・H25まで ○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～） ○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関心を持つ市町村にモデル地区の取組を紹介（平成25年9月） ・恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金、まちづくり初期期活動サポート助成の活用など、花折街道（豊能町）等において地域資源を活かした魅力創出に向けた取組みの支援</p> <p>・H26 ○モデル地区6市の石畳事業終了後の状況を確認（平成26年9月下旬～10月上旬） ○咲洲庁舎等でモデル地区6市の取組みをパネル展示し魅力をPR（平成26年度） ○恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金、まちづくり初期期活動サポート助成の活用など、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組みの支援</p> <p>【これまでの成果】 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、まちづくり初期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組みが展開されている</p>	<p><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市町村、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市町村、地域の財源の確保</p> <p><今後の取組みの方向性> 石畳事業モデル地区における取組み成果・効果を発信し、市町村、地域のまちづくりに取組む機運を醸成。 国の補助等の様々な助成制度の活用に向けた市町村、地域の支援。</p> <p><平成27年度(2015年度)の取組み予定> 石畳事業モデル地区6市の取組み成果・効果を示し、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市町村、地域の機運を醸成していく。花折街道（豊能町）、紀州街道（泉南市）沿道地域に引き続き、地域の魅力向上に取り組んでいる他地区において、関係課等と連携・協力しながら恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金、まちづくり初期期活動サポート助成などを活用した市町村等のまちづくりを支援していく。</p>
--	---

ターゲットに響く戦略的なプロモーション ～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・天満天神繁昌亭・天神橋筋商店街など豊富な地域の都市魅力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の強化する。

【取組状況】

- ・H25 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【H25.6.23 今年度も実施予定】
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年度から実施。今年度も実施済】
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年度実施】
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共同で展示ブースを設け、天満の魅力発信を支援【H26.2.26～3.4】
大阪天満宮、天神橋筋商店街等と連携した企画展『第2回HOPE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・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【H26.3.8～4.6】
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、落語家による審査の実施や、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年度から実施中】
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年度から実施中】
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【H25.7.13～9.1】
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年度から実施中】
- ・H26 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、天神橋筋六丁目商店街の代表として今昔館にスタンプを設置、関係者との連携を図るとともに、天満・天神橋地域の魅力発信に貢献【6.1～7.13】
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」を企画・実施予定【11.23～12.21】
国内外からの観光客誘致の強化に向けて、来館者により深く天満・天神橋地域や大阪の魅力を知ってもらうことを目的に風呂屋シアターの字幕解説（4ヶ国語）・QRコードを活用した展示解説（4ヶ国語）・「Osaka Free Wi-Fi」等を導入【H26.4から順次実施】
外国語解説付企画展「マダさんちの昭和レトロ家電 ふたたび」を企画・実施予定【H27.1.3～2.11】
市内ホテルに加え、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今昔館リーフレットの配架【H26.4 から拡充】
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【H27.3試行予定】

【これまでの成果】

- ・今昔館においては、国内外から幅広い集客を促し、H25年度は25.9万人の動員で過去最多を更新した。
H26年度の集客状況は、前年比（9月末累計）30.9%の増加
- ・今昔館の企画イベントで地域連携を図るだけでなく、地域からイベント協力への要請や地元商店街作成の外国語パンフレットの1面に今昔館が掲載されるなど、地域の魅力施設として認知が深まり、公民協働の取組が拡大
- ・新聞、テレビ・ラジオ番組での紹介や、ソーシャルメディア上での利用者からの魅力発信で国内外に向けて今昔館や地域の情報を効果的・効率的に発信
- ・H26年に世界最大の旅行口コミサイトから、ホスピタリティビジネス関連施設の中で、わずか1割に満たない施設のみが獲得する貴重な認証を受賞

<課題>

これまでの地域連携の取組を継続させ、より天満・天神橋地域の魅力の発信に結びつく効果的な連携の促進

<今後の取組みの方向性>

地域の事業者や商店街等とともにイベントを企画するなど、地域一帯による取組みを創出し、魅力をさらに高めながら、国内外からの集客につなげ、あわせて効果的・効率的な情報発信を実施

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

これまでの地域との連携イベントを継続して実施していくなかで、新たなイベントを企画・実施
関係者同士のホームページリンクなど、情報発信においても連携を図り、効果的・効率的に実施

ターゲットに響く戦略的なプロモーション ～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る。「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」～ 1400年活性化実行委員会】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る。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る。

【取組状況】

・H25まで

【PR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。(近鉄大阪阿部野橋駅～飛鳥駅 参加者数：200名) 街道沿線の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)首長による共同宣言。(H25.3.30)
- ・四天王寺ワッソでのPR (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PR。
- ・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 街道にまつわる記念講演、学生研究発表、街道うまいもん市(沿線の物産展)、日本酒・ワインセッション、雅楽演奏、神楽、演劇、相撲甚句を開催。街道沿線の12自治体首長による1500年に向けた共同宣言。

【広報活動】

- ・沿線12自治体HP上で、取組状況やイベント情報を発信 (H24年度～)
- ・関西Walker特集記事「竹内街道Walker」(H25.9.3号) 発行(部数：本誌12万部、抜き刷り冊子5万部(沿線地域イベント等で配布。))

【沿線を訪れるきっかけづくり】

- ・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)など沿線実施。
- ・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。
- ・「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6箇所] 街道沿線に、道標と植樹、休憩スペースを設けた「緑の一里塚」を整備、ウォーキングの目印、地域の憩いの場として活用。
- ・街道ウォーキングマップ1万部、各市域(大阪・堺、松原・羽曳野、太子・葛城、大和高田・橿原、桜井・明日香の5セット)のポケットマップ各1,000部作成。
- ・第1回竹内街道・横大路(大道)デジタルフォトコンテストを開催。(H25.9.2～10.4 応募数135作品)

【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)

【企業協賛】

- ・ダイドードリンコ(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)

【取組みの継承】

- ・これまでの取組み内容を取りまとめた竹内街道・横大路(大道)事業誌を作成、取組みの継承に活用する。

・H26

【PRイベントの開催】

- ・観光PR展の開催(9/6,7 近鉄大阪阿部野橋駅) 街道沿線の観光パンフレット配布、特産物の展示によるPRを実施。
- ・四天王寺ワッソ、大阪産(もん)PRとの連携による観光PR・物産展開催(11/2 難波宮跡公園、NHK大阪放送局)
- ・竹内街道・横大路(大道)シンポジウムを開催予定。(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PRを実施。

【広報活動】

- ・関西Walker特集記事掲載。【H26.8.19号】発行部数：本誌12万部 近畿2府4県で販売 抜き刷り冊子5万部は沿線地域イベント等で配布。
- ・コミュニティ誌上でのイベント紹介【らっふる南河内】発行部数：85,000部 藤井寺、羽曳野、大阪狭山、河内長野、太子、河南、千早赤阪にて配布。
- ・近鉄ハイキング情報でのPR【9-11月号】発行部数：13万部 近鉄沿線各駅にて配布。

【沿線を訪れるきっかけづくり】

- ・「緑の一里塚」整備箇所の拡大⇒4月に大阪府域(太子町)で1箇所設置、奈良県域(葛城市、大和高田市)にて2箇所設置予定。
- ・第2回竹内街道・横大路(大道)デジタルフォトコンテストを開催。(7/15～10/31)

【大学との連携】

- ・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)

【企業協賛】

- ・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PR活動への協力
- ・(株)キタムラ：フォトコンテスト広報の協力

【これまでの成果】

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。

<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、まちづくり機運の醸成に合わせた、地域活動の実施。

<今後の取組みの方向性>

実行委員会会長・副会長の沿線市町村での輪番を確立。また各市町村の幹事が地域振興に繋がる取組みを企画、実施していく。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の街道PRや、PRグッズの作成を行う等、広報ツールの拡大を図る。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する。

<平成27年度(2015年度)の取組み予定>

沿線市町村の連携により、街道の魅力発信を継続(既存の地域イベントとの連携、PR展の開催、街道を訪れるきっかけとなるウォークイベント、映像コンテスト等の開催)。

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

【概要】

大阪観光局においてプロモーションを展開。これまで観光プロモーションの中心であった中国・韓国・台湾といった東アジア地域に加え、成長著しい東南アジアをもターゲットにして観光集客を進める。

【取組状況】 大阪観光局において次の取組みを実施。

- ・H25まで 旅行者のニーズを把握するため、関西国際空港において「外国人動向調査」を実施。その結果にもとづきプロモーションチームを市場別（中国エリア、韓国、東南アジア、欧米豪）に配置。市場分担を明確にしてターゲットに応じたプロモーションを実施。
 <アジア市場別セールス訪問・商談件数－主な実績>
 中国エリア：93件（対前年比53%）－中国大手旅行社4社から5,800人送客
 東南アジア：280件（対前年比156%）－インドネシア・ガルーダ空港新規路線ツアー造成
 韓国エリア：125件（対前年比208%）－大手旅行社に「大阪周遊バス」14,000枚販売
- ・H26 各市場別に観光プロモーションやメディアファム等を実施するほか、海外トレードフェアに出展し大阪の魅力をPR。また、4市場に加え、今後成長が見込めるインドやインドネシアといった「新興市場」もターゲットに追加し、富裕層を中心にしたプロモーションを展開。

【これまでの成果】

2013年来阪外国人旅行者数

韓国：578,000人（対前年比129.1%）	香港：175,282人（対前年比186.7%）	シンガポール：34,260人（対前年比145.1%）
台湾：530,000人（対前年比174.1%）	タイ：130,649人（対前年比207.0%）	マレーシア：48,014人（対前年比154.9%）
中国：529,000人（対前年比86.1%）		

<課題>

成長著しいイスラム圏からの観光客の受入環境整備

<今後の取組みの方向性>

- 大阪観光局において以下の取組みを実施
- ・観光事業者を集めたムスリムセミナーの開催
- ・イスラム圏からの観光集客に取り組みむホテルやレストランを掲載したマップの作成と頒布

<平成27年度（2015年度）の取組み予定>

大阪観光局において各市場ごとに戦略的に効果的なプロモーションを実施し、さらなる観光集客の促進を図る。

MICEの戦略的誘致

【概要】

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、インセンティブやイベントなどMICEを戦略的に誘致する。また、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する。

【取組状況】 大阪観光局において次の取組みを実施。

- ・H25まで MICE誘致の仕組みづくり「大阪MICEビジネスアライアンス」を設立
 MICE見本市「大阪MICEディスティネーション・ショーケース2013」を大阪で開催（会議主催者276名参加）
- ・H26 大阪MICE戦略の推進、MICEアライアンスの強化（10未現在75事業者参加）、MICEディスティネーションショーケースの東京 & 大阪開催、コンベンション誘致支援事業・インセンティブツアーの誘致支援事業の強化に取り組んでいる。

【これまでの成果】

2013年大阪観光局事業評価実績値（暫定値）

- ・国際会議開催件数 315件
- ・MICE外国人参加者数 23,282人

<課題>

- MICEマーケティング活動の促進
- MICEアライアンスによる事業展開
- MICE開催支援の強化

<今後の取組みの方向性>

- 国内外MICE関係機関との連携強化による市場把握等
- 海外MICE展示会でのプロモーション
- ディスティネーションショーケースの充実、創出型MICEの実施検討等
- 開催支援制度の充実、MICE商品開発の促進等

<平成27年度（2015年度）の取組み予定>

MICEの戦略的な誘致の推進として、大阪MICE戦略の推進、大阪MICEアライアンスの強化、大阪MICEディスティネーションショーケースの継続実施、コンベンション誘致・支援事業、インセンティブツアーの誘致・支援事業に取り組む。

大阪産(もん)等のブランディング

【概要】

- ①地産地消の推進に向けた府民認知度の向上・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確立・向上：大阪産(もん)全体の認知度向上に努めるとともに、ブランドイメージの確立・向上による需要促進と生産者の所得向上につなげる。
- ③大阪産(もん)の6次産業化による魅力アップ：大阪産(もん)ブランドの中長期的な成長に資するため、魅力的な商品づくりの促進と多様な販売チャネルの展開支援などにより大阪産(もん)推進に向けて、生産者や事業者の取り組みの裾野を広げる。

【取組状況】

- ・H25まで 大阪産(もん) ファン通信の配信（平成26年3月末現在 登録：2,023名）
 大阪産(もん) フェイスブックでの情報発信を開始（平成26年2月20日～）
 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（10商品以上）を支援（平成24年度～）
 6次産業化サポートセンターの開設（平成25年度～）
 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（平成26年3月末：370件）
 プロの料理人による料理コンテストを実施し、結果を踏まえたプロモーションを東京都内で開催（平成25年度～）
 その他、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、多数のイベントで大阪産(もん)のPRを実施。【今年度も実施中】
- ・H26 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】
 東京都内のレストランにおいて「大阪産(もん) 食材検討会in東京」を開催（平成26年8月28日）

【これまでの成果】

- ・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%）
- ・大阪産(もん)の旬な情報を発信することで、フェイスブック閲覧件数が大幅に増加し、7月からのアクセス件数は2万件を突破
- ・6次産業化による新商品の開発（3商品）

<課題>

- 大阪産(もん)のさらなる府民認知度向上（H28目標：70%）
- ブランドイメージの確立・向上
- 6次産業化に結びつく生産者と加工・飲食・流通事業者との連携促進

<今後の取組みの方向性>

- 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
- 事業者マッチングイベントの開催や大阪の強みである加工・飲食・流通事業者から生産者への働きかけによるネットワーク構築

<平成27年度（2015年度）の取組み予定>

大阪産(もん)の認知度を向上させ、消費拡大に結びつくよう大阪産(もん)関連イベントの開催や各種媒体を活用した情報発信を継続して実施する。
 生産者と加工・飲食・流通事業者のネットワーク構築を行い、6次産業化による新商品開発を支援する。