

元年度 魅力発信・創出の取組 振り返り



経営課題 3 明日に誇れるまちづくり

戦略「魅力あるまちづくり」から

めざすべき将来像（10～20 年を念頭に設定）

まちの魅力が高まり、区民が誇りを持ち、住み続けたいと思うとともに、多くの人々が訪れたい、住みたいと思う状態

具体的取組 3-1-1

区の魅力発信

元年度予算額 197 千円

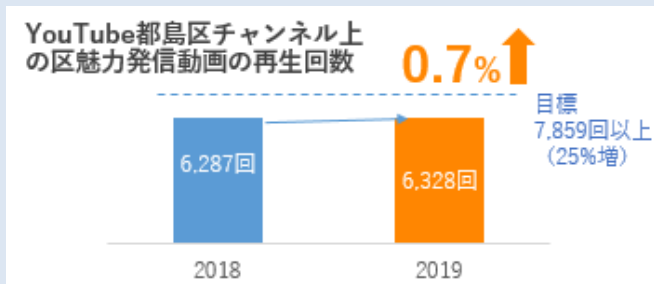
計画

与謝蕪村・毛馬きゅうり等、区の歴史・文化などの魅力を発信する。また、ビーチバレー女子大会等を共催するほか、イベントの側面支援を通じ、民間活力による水辺のにぎわいづくりなどを進め、魅力向上につなげる。

取組実績

- ・ ケーブルテレビや YouTube 等を活用した魅力発信
- ・ 城北公園通駅高架下アートプロジェクト 2020 への協力
- ・ 桜ノ宮ビーチフェスティバルへの協力
- ・ ビーチバレー大会の共催 など

指標



自己評価

これまでのビーチバレー大会に加えて、地引網やビーチスポーツを体験できるビーチフェスティバルなど民間主体の賑わいづくりが着実に進んでいる。また、YouTube やケーブルテレビ等での積極的な魅力発信を行った。

YouTube の再生回数は 30 年度を上回ったが、目標値には達しなかったため、今後、新規動画の制作等により、更なる区の魅力発信に取り組む。

具体的取組 3-1-2

区の特徴ある文化資源を活かした青少年育成

元年度予算額 1,500 千円（区 CM 予算）

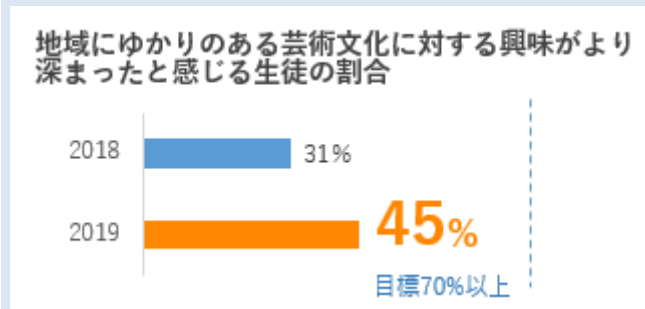
計画

世界的な音楽家「貴志康一」をはじめ、区の特徴ある文化資源を題材に、プロ(事業者)から作品理解・表現方法の指導を受け、地域の芸術文化に関する豊かな感性を持った青少年を育成する。

取組実績

- ・ 中学校の吹奏楽部、合唱部を対象に指導
4 中学校（計 17 回）

指標



自己評価

新型コロナウイルス感染拡大予防の観点から、発表会の開催など一部事業を中止した。プロによる芸術文化の技術指導を行ったが、基本的な技術指導に留まり、地域にゆかりのある芸術文化に対する興味が深まった参加者割合が目標値の事業撤退基準を下回り、作品理解までには至らなかったことから、元年度をもって終了する。

元年度 魅力発信・創出の取組 振り返り



区の魅力発信（主な取組実績）

1 ケーブルテレビや YouTube 等を活用した魅力発信

- ・ ジェイコム生放送番組「ええ街でおま！」で都島区を特集。
8月（桜ノ宮ビーチ、蕪村通り商店街の紹介など）
3月（藤田邸跡公園など）
- ・ ビーチバレーをはじめ水辺を活用したイベントや、区の魅力発信動画を YouTube や区役所正面玄関のデジタルサイネージ等で紹介。



2 城北公園通駅高架下アートプロジェクト 2020 への協力

- ・ 大東まちづくり協議会を中心に、JR や専門学校の協力のもと、駅前高架下壁面に落書き防止及び魅力創出のため、アートペイントを実施（2～3月）。
- ・ アートデザインは専門学校生により、都島区、旭区の歴史・文化資源取り入れた内容に。
都島区：桜、コスモス（区の花）、与謝蕪村 など
旭区：ハナショウブ（区の花）、平太の渡し など



3 桜ノ宮ビーチフェスティバルへの協力

- ・ 大阪府や民間団体等と連携して、地引網、ビーチスポーツ体験（テニス、サッカーなど）、水上さんぽなど既存のイベントの初の同時開催（5月）。
- ・ 参加者：約 1,000 人。各イベント単体での開催に比べて大幅に参加者増。



元年度 魅力発信・創出の取組 振り返り



区の魅力発信（主な取組実績）

4 ビーチバレー大会の共催

- ・ 岬町淡輪で開催される「全日本ビーチバレー女子選手権大会」の上位入賞 4 チームによるトーナメント実施（8月）。
- ・ 地域交流プログラム
地元学校・保育士チームも参加して、トップ選手とミニゲーム等により交流。
- ・ 産官学連携イベント
フェイスペイント体験、共同募金付ラムネの販売
- ・ 観戦者：約 1,200 人



5 その他 吉本との包括連携協定に基づく取組

- ・ 区住みます芸人の活用
活用実績：元年度 19 件
（区民まつり、夏祭り等地域交流イベント、
成人のつどい など）
- ・ 産地直笑祭の開催 1 月
桂文枝さんが与謝蕪村など、都島区の特徴を盛り込んだ創作落語を披露。
定員：300 名

