

エリアマネジメント(御堂筋)検討WG

「御堂筋」から世界的な「MIDO-SUJI」へ

コンセプト(案)

- ①国内外の人々を惹きつけるクオリティの高いにぎわい
- ②24時間稼働する多様な都市機能
- ③アジアの魅力的な都市環境を備え、常に新たな価値を創造するストリート

戦略:御堂筋のフェスティバルモール化

御堂筋及びその周辺エリアが一体となり、四季を通して、クオリティの高いにぎわいを創造・発信(フェスティバルモール化)

①MIDO-SUJI
グローバルプロモーション戦略
アジアで一番魅力的なストリート「MIDO-SUJI」を舞台に大阪の都市魅力を世界へ発信、世界に誇る「大大阪」ブランドを創出

②MIDO-SUJI
空間再編戦略
ここでしか味わえない特別な体験を提供するため、御堂筋独自のクオリティの高い空間やにぎわい等を形成

③生きた
「建築ミュージアム」
御堂筋周辺のエリアで歴史的建築物の再生・活用による、生きた「建築ミュージアム」を実現

④推進体制の構築

御堂筋版・民間主導のエリアマネジメント

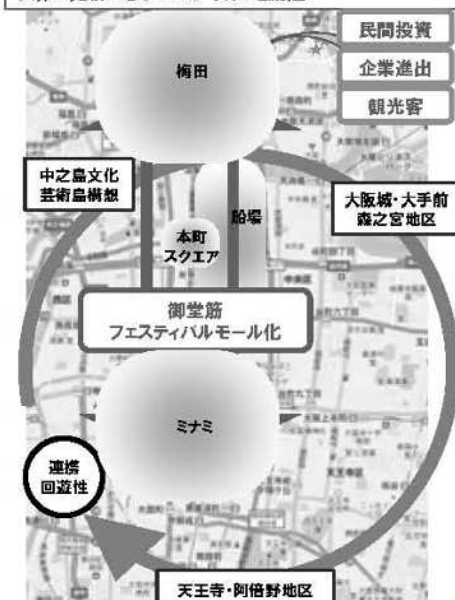
- エリアマネジメント組織による、継続的・持続的な都市魅力発信に向けた民間主導のまちづくり、エリア運営を検討(資金調達方策等)

公共の役割

- 民間主体の取組みの実現と推進に必要な環境整備
- 民が稼ぎ、民が再投資する経済サイクル形成支援

2015(シンボルイヤー)に向け、御堂筋及びその周辺エリアから都市魅力を強く発信、御堂筋のフェスティバルモール化に向けた動きを加速

「グランドデザイン・大阪」の方向性との整合を図りながら、世界に発信できる「MIDO-SUJI」を創造



【①MIDO-SUJIグローバル・プロモーション戦略】 「MIDO-SUJI」を舞台とした世界的イベントの創造と発信



◇御堂筋を舞台に大阪の魅力を世界に発信する四季折々に連続したシンボルイベントの創出

- ・御堂筋イベントのトータルマネジメント
- ・御堂筋を舞台とするイベントだけでなく周辺でのイベント実施によるスケールアップ
- ・ストリートライブの実施等

◇「MIDO-SUJI」の魅力の情報発信の強化・充実

- ・プロモーションツールの充実、御堂筋デザインストリートの発信等

【②MIDO-SUJI空間再編戦略】



世界に発信する「MIDO-SUJI」にふさわしいクオリティの高いにぎわい空間の形成

◇御堂筋デザインストリートの実現

- ・沿道建物低層部へのクオリティの高いテナントの進出促進
- ・沿道のクオリティの高い空間づくり、景観形成
- (例:デザイン性の高いオープンスペース等を活用したイベント・商業利用、展示、官民連携による美化の推進等)

◇集客の核となる拠点の整備・誘導

- ・ミナミ:難波駅前広場、精華小跡、宗右衛門町等、
- ・梅田:大阪駅南地区プロジェクト、本町スクエア

◇歩行者空間の充実(側道(緩速車線)の空間再編など)

【③生きた「建築ミュージアム」(船場・中之島エリア等)】



中之島図書館や愛珠幼稚園等、公的な歴史的資産の活用とあわせ、近代建築をはじめとする民間歴史的建築物の再生・活用を促進し、生きた「建築ミュージアム」として、その魅力を発信

◇ライトアップとその効果を高める外観整備の推進(再生補助など)

◇生きた活用の促進につながる支援方策の構築

◇建築ミュージアムを核としたブランド戦略

- ・継続・発展的な再生活用促進と魅力発信、夜間の回遊性を意識した「光」の建築ミュージアムなど

◇都市魅力資源(公的資産・民間建物)のネットワーク化、他施策やプロジェクト等との連動イベントの実施

- ・オープンハウスOSAKA(建物の一斉公開)の実施など

◀MIDO-SUJIで展開されるイベント等のイメージ▶

