



水都大阪



水都大阪 水と光のまちづくり構想

～世界に誇る水都大阪ブランドの確立に向けて～

2011年8月31日

水都大阪推進委員会

水都大阪 水と光のまちづくり構想 目次

1. 水と光のまちづくりとは	1
(1)「水都大阪 水と光のまちづくり構想」趣旨	2
(2)水と光のまちづくりの目標	4
(3)水と光のまちづくりの推進による効果	5
(4)水と光のまちづくりの将来像	6
(5)水都大阪推進のコンセプト	9
(6)構想の位置づけ	10
2. これまでの取り組み	11
(1)「水都大阪」の再生に向けたこれまでの取組の概要	12
(2)水辺のまちづくりの取組成果(例)	13
(3)光のまちづくりの取組成果(例)	16
(4)水と光のまちづくりの相乗効果(例)	19
3. 水都大阪推進の課題	20
(1)水と光のまちづくりの課題	21
(2)これまでの取組のまとめと今後の方向性	22
4. 水と光のまちづくりの取り組み	23
(1)取組分野と取組方針	24
(2)取組の展開イメージ	25
(3)水都大阪推進の実施体制<水都大阪パートナーズ(仮称)>	26
(4)水都大阪推進のブランドイメージを高める事業の集約的展開	27
(5)今後の取組方針(都市デザイン)	28
(6)今後の取組方針(ライフスタイル形成)	29
(7)今後の取組方針(ブランド構築)	30
(8)水の回廊を中心とした取組の展開	31
(9)取組内容	32
5. 水都大阪 水と光のまちづくり構想の推進に向けて	44

1. 水と光のまちづくりとは



(1) 「水都大阪 水と光のまちづくり構想」 趣旨

『水の都・大阪』成立と発展

大阪は古来、水際に発達した「水都」であった。瀬戸内海各地や九州、さらには大陸との交易・交流によって、新しい技術や文化が持ち込まれた。

豊臣秀吉による城下町の建設とともに、大阪城の外濠である東横堀川をはじめとする数多くの堀川が開削された。縦横無尽に広がる堀川は物流の動脈として、「天下の台所」を支える重要な役割を担い、大阪は経済都市として、また水の都として活況を呈した。

江戸時代には「江戸八百八町」に対して「浪華八百八橋」とうたわれた。実際には市内の橋は200橋程度だったが、大阪を舞台にした浄瑠璃や芝居、大阪の名所を描いた錦絵「浪花百景」などにも、橋は数多く描かれ、川とともに橋が大阪を象徴する存在であった。

また、大阪平野は多くの河川を有しているため、水資源に恵まれている反面、たびたび洪水や浸水の被害に遭ってきた。そこで、古くから、豊臣秀吉による文禄堤の築造や安治川開削事業など数々の治水事業が行われた。

戦後、モータリゼーションの発達で、川や堀が埋め立てられ、なくなった橋もあるが、今日でも心齋橋や四ツ橋、長堀橋など、主要な地点に橋の名が多く残されている。長い歴史の中で、川は人びとの暮らしに欠かせないものであった。

現在、大阪市の中心部に、堂島川・土佐堀川・木津川・道頓堀川・東横堀川が口の字型の回廊をかたちづくっている。このような「水の回廊」を都心にもつ大都市は、世界的にも稀である。



大阪府所蔵/Osaka Archives

かつての八軒家浜のにぎわい
「浪花名所図会 八軒屋着船の図」



まちの発展とともに開削された堀川

『光の都・大阪』成立と発展

大阪は、光に彩られた華やかな「光の都」でもある。

明治36年(1903)、天王寺一帯で開催された「第5回内国勸業博覧会」において、国内では初の試みとなる電力による「イルミネーション」が実施された。電灯や街灯はそれ以前から実用化されていたが、都市空間全体に光を充たし、魅力的な夜景を演出する試みは、日本では先例のないものであり、大阪でいち早く日常化され、同博覧会の跡地に建設された新たな歓楽街「新世界」の夜景演出に応用された。また、大阪を代表する盛り場である道頓堀界隈でも、各店舗が競い合って彩りのある電球による演出を行い、「赤い灯、青い灯」とうたわれる夜景の名所になった。

商業的な夜景を創出するネオンサインにおいても大阪は先進地であった。大正12年(1923)、堺筋備後町の白木屋大阪支店は、パリに特注したネオンサインを店頭飾り、日本で初めて店の屋号をネオンの灯りで表示した。昭和になると道頓堀や千日前などの盛り場にネオンサインが普及する。もっとも著名なのは、福助足袋のあとを受けて、昭和10年(1935)、戎橋のたもとに灯ったグリコの型破りのネオンであり、ミナミのみならず大阪の名物となる。

このように「光のまちづくり」に関して、大阪は戦前から先進的な取り組みを重ねてきた。



難波橋奉祝塔の夜景

(1) 「水都大阪 水と光のまちづくり構想」 趣旨

近年の『水』と『光』のまちづくり

水辺のまちづくりにおいては、安全・安心、環境保全の対策として、堤防・護岸などの河川施設整備や浸水ハザードマップ、避難判断マニュアルの作成、水質の改善などを進めてきた。同時に、船着場の整備や水辺周辺の拠点開発、川や水辺の賑わいを取り戻そうとするさまざまなプロジェクトを推進し、平成2年(1990)には「国際水都首長会議」を開催するなどの取組も進めてきた。

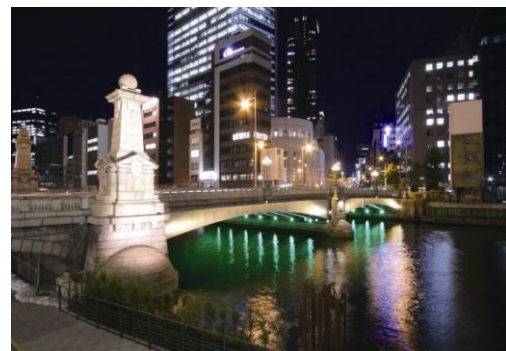
光のまちづくりにおいては、行政の整備事業による照明設置やライトアップ事業が進み、民間ビルの自主的なライトアップなども実現した。昭和58年(1983)には、大阪市が中心となって「ライトアップ計画」を策定し、さらに平成7年(1995)には「世界夜景会議」を開催した。また光のイベントとして「OSAKA光のルネサンス」が冬の風物詩として定着し多くの来場者を集めるなど、中之島エリアを中心として「光のまちづくり」が広がりをみせている。

このような背景のもと、大阪では平成13年(2001)の第3次都市再生プロジェクトの指定、そして平成15年(2003)の「水の都大阪再生構想」や「大阪 花と緑・光と水のまちづくり」提言などを受けて、国・大阪府・大阪市・経済界が一体となり、オール大阪で水と光のまちづくりを進めてきた。

平成21年(2009)には、水の都・大阪の再生を広く伝えるために、シンボルイベントとして「水都大阪2009」を52日間、開催した。ライトアップイベント、アートプログラムや船と水辺を組み込んだまち歩きなど、水の回廊を中心として市内各所において水と光に関する活動が展開され、昼と夜のまちの楽しさを再発見できるきっかけとなった。このイベントを通じて、川に背を向けていた建物が改修され、北浜地区に常設の川床が誕生するなど、水都大阪のまちづくりへの参加の機運が高まった。



水辺を楽しむことができる川床「北浜テラス」



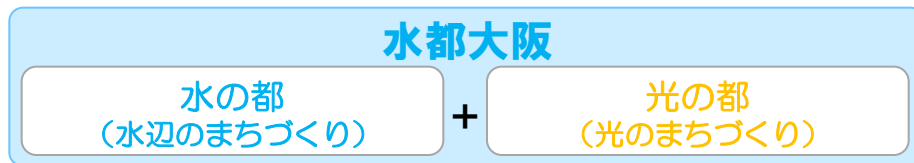
ライトアップされた「難波橋」



水都大阪への参加の機運が高まった「水都大阪2009」

本構想策定の趣旨

このような背景を受け、市民・地域・NPO、行政、経済界・企業等、「オール大阪」の共通理念として、ここに「水都大阪 水と光のまちづくり構想」を策定する。これにより、水と光のまちづくりの取り組みを加速し、魅力ある大阪へ進化及び深化させるとともに、都市イメージを刷新し、世界に誇る水都大阪ブランドの確立をめざす。



計画期間

2011年～2020年 (10年)

2011年 (10年) 2020年

フェーズ I

フェーズ II

フェーズ III

(2) 水と光のまちづくりの目標

目標

関西全体を元気にする

大阪の都市力の向上

世界に誇る水都大阪ブランドの確立

①シビックプライド向上

②滞在型観光集客

③経済活性化

これからの
まちづくり

水と光のまちづくりの推進

魅力あるまち・大阪への進化・深化

都市イメージの刷新

水都大阪の再生

水と光を活かしたまちづくり機運

水都の歴史

水都に関する
多様な資産

災害から身を守る
技術と知恵

これまでの
まちづくり

(3) 水と光のまちづくりの推進による効果

①シビックプライドの向上

地域力の向上

- ・まちづくり力
- ・もてなしの力
- ・災害対応力

ライフスタイルの多様化と質の向上

- ・住む人の楽しみ
- ・働く人の楽しみ
- ・訪れる人の楽しみ

新たな観光コンテンツの創出

- ・水辺の名所
- ・季節ごとの風物詩
- ・水と光の物語

NPO等の活動活性化と連携促進

- ・NPO間の連携
- ・地域や企業、行政、大学との連携

水と光のまちづくりの推進
活動を継続・継承し、展開させる

都市ブランドイメージの向上

- ・メディアへの露出
- ・他都市とネットワークしたプロモーション

企業参加の増大

- ・CSR活動の増加
- ・地域やNPO、行政、大学との連携

②滞在型観光集客

観光関連産業の拡大

- ・旅行サービス
- ・お土産、グッズ
- ・宿泊施設

経済活動の拡大

- ・水都大阪推進にともなう経済活動
- ・水都ブランドを活用した新たな産業創出

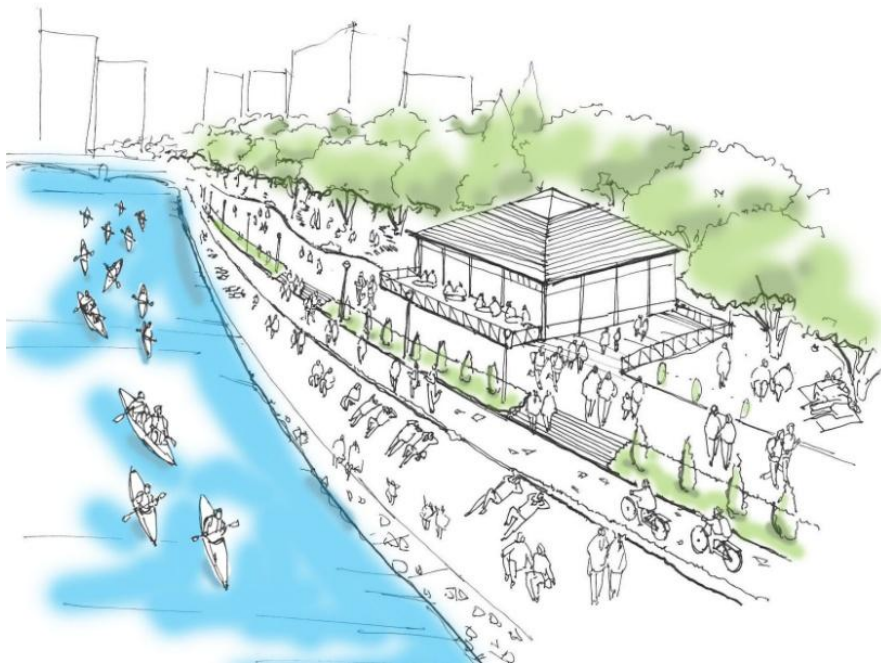
③経済活性化

(4) 水と光のまちづくりの将来像

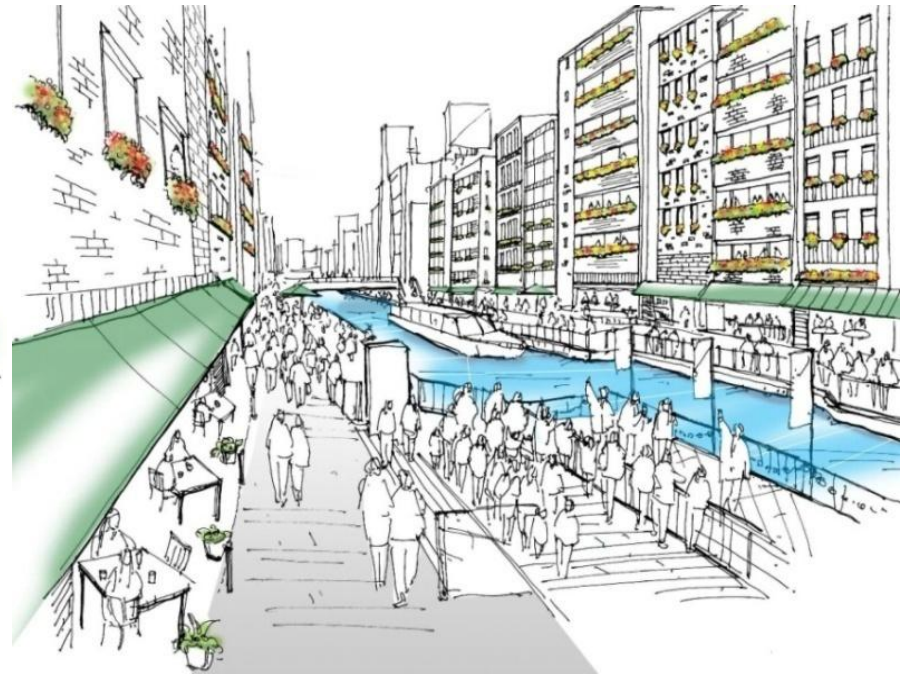
①シビックプライドの向上 水都を誇りにする ライフスタイルが根づくまち

「水都大阪」の歴史と文化に誇りと愛着を持つ市民が主役となり、豊富で多才な人材が活発に活動するライフスタイルが定着する都市をめざす。

日常的に水都を楽しむライフスタイル



水都に誇りを持ち、自主的に水辺のビル壁面を彩る市民



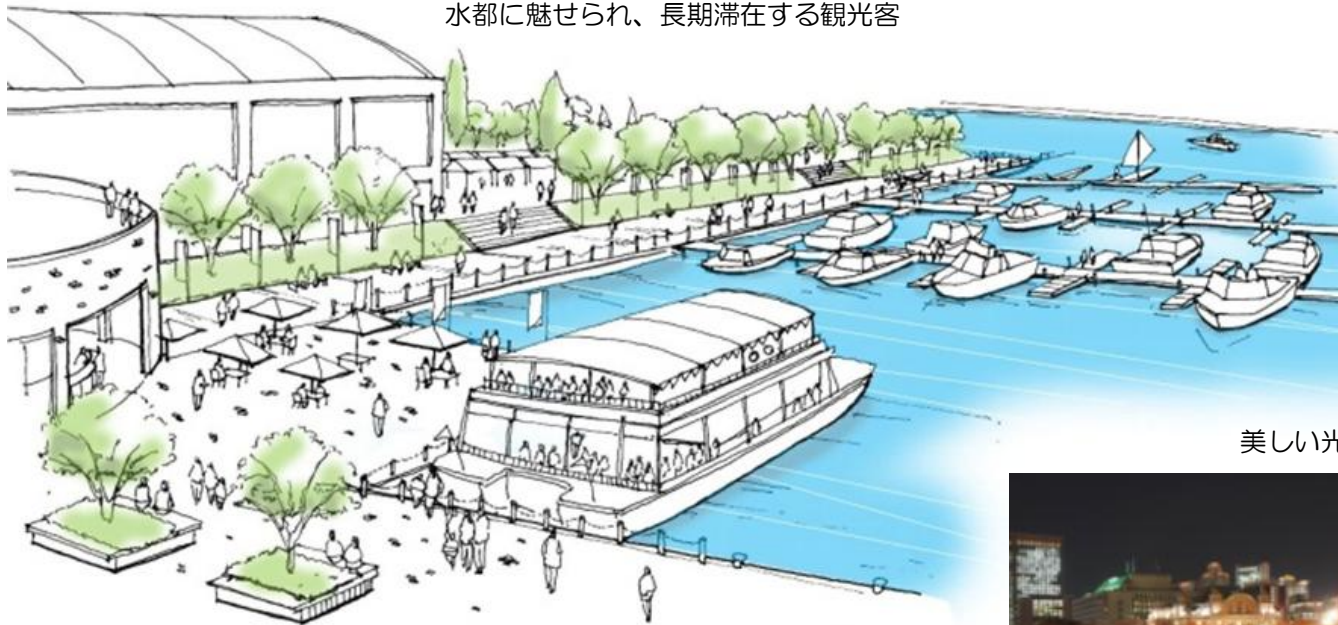
※シビックプライド: 市民が都市に対してもつ誇り・愛着心。水都大阪においては、市民ひとりひとりがシビックプライドをもって暮らし、自らの個性を育み、生き生きとしながら都市づくりに関わることで、大阪が持続的に発展していくことをめざす。

(4) 水と光のまちづくりの将来像

②滞在型観光集客
水都を楽しむ遊び心と
もてなしの心が
来訪者を惹きつけるまち

大阪人持ち前の遊び心・もてなしの心と、川や海を主役とした水辺の景観、夜の光の景観が生み出す、昼も夜も楽しめるまちづくりにより、世界の人々を惹きつけ、誰もが「いつか訪れたい・滞在してみたい」と憧れるアジア随一の集客都市をめざす。

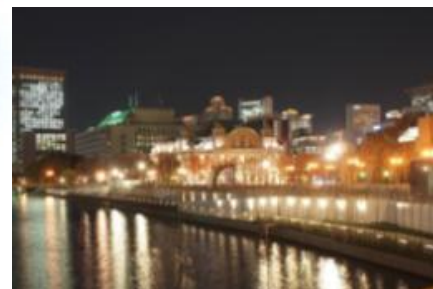
水都に魅せられ、長期滞在する観光客



世界のMICE※を惹きつける水都の魅力



美しい光の景観を楽しむ来訪者



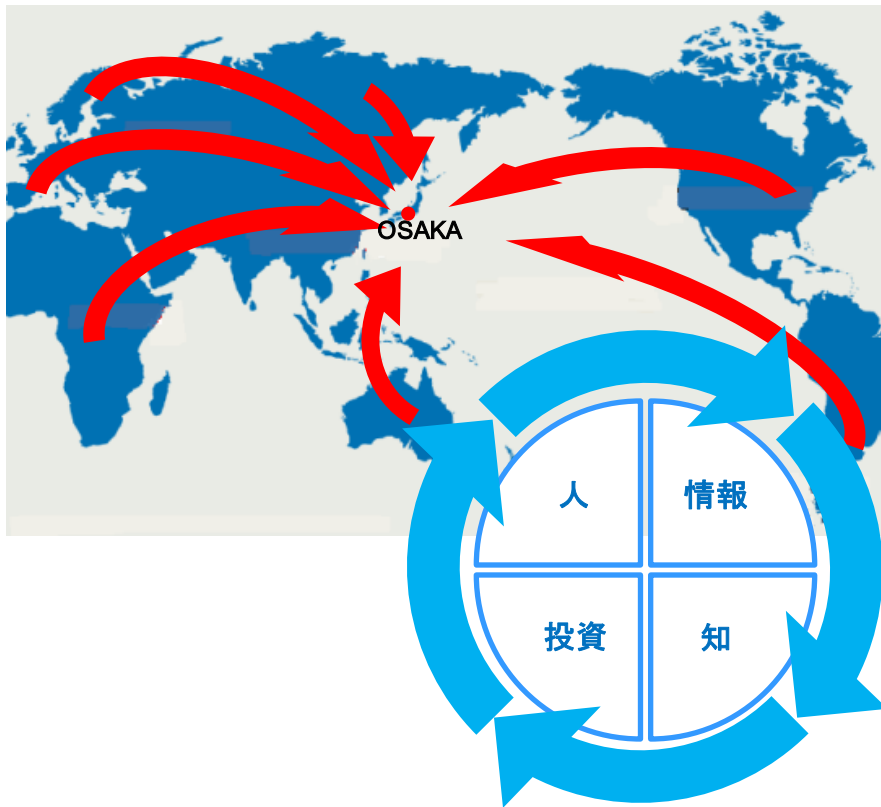
※MICE: Meeting、Incentive Travel、Convention、Event/Exhibitionの頭文字。
多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

(4) 水と光のまちづくりの将来像

③経済活性化
水都の魅力が
人材と投資を集めるまち

美しい景観、賑わいなどの水都の魅力を活かしたまちづくりにより、世界から人・情報・知・投資等を惹きつけ、関西全体の経済発展に寄与する都市をめざす。

水都の都市環境に魅せられた人材・企業等が進出・交流



拠点開発やビジネス創出の場となる水都の魅力



(5) 水都大阪推進のコンセプト

コンセプト

水と光のまち、大阪へ

水都を演出する
美しいデザインの創出

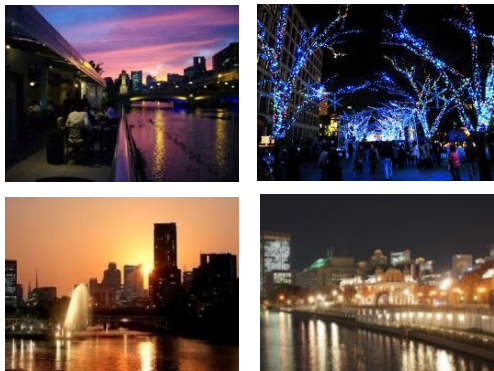


水都の魅力を
体験できる物語づくり

まちを使い
魅せるひとびとの育成

都市デザイン

【主な取組(例)】
水都大阪ブランド構築にふさわしい
シンボル空間の創出 等



ライフスタイル形成

【主な取組(例)】
水都の歴史・文化・資源に誇りを持つ
市民・企業活動の推進 等



ブランド構築

【主な取組(例)】
大阪の市民・企業等が誇りと愛着を持つ
水都大阪ブランドの確立 等



取組
分野

(6) 構想の位置づけ

[構想の位置づけ]

○この構想は、「水と光のまちづくり」の推進に向けて、オール大阪が「強固な連携」によって共有するビジョンを関係主体の合意のもと、まとめたものである。

