

4. 水と光のまちづくりの取り組み



(1) 取組分野と取組方針

取組分野

取組方針

都市デザイン
水都を演出する
美しいデザインの創出

- ① 魅力ある都市デザインの実現に向けた**オール大阪の体制づくり**
- ② 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**
- ③ まちなみの**景観誘導と夜間景観の形成**
- ④ 水辺とまちの**ネットワーク強化**による回遊性向上
- ⑤ **安全・安心・環境への取組**



ライフスタイル形成
まちをつかい
魅せるひとびとの育成

- ① 市民参画の取り組みを進める**体制づくり**
- ② 水都の歴史・文化・資源に誇りを持つ**市民・企業活動の推進**
- ③ 水都大阪に誇りを持つ**コミュニティづくり**
- ④ 自律した利活用主体の活躍する**シンボル空間づくり**
- ⑤ **市民と共に取り組む安全・安心な水環境の維持**



ブランド構築
水都の魅力を
体験できる物語づくり

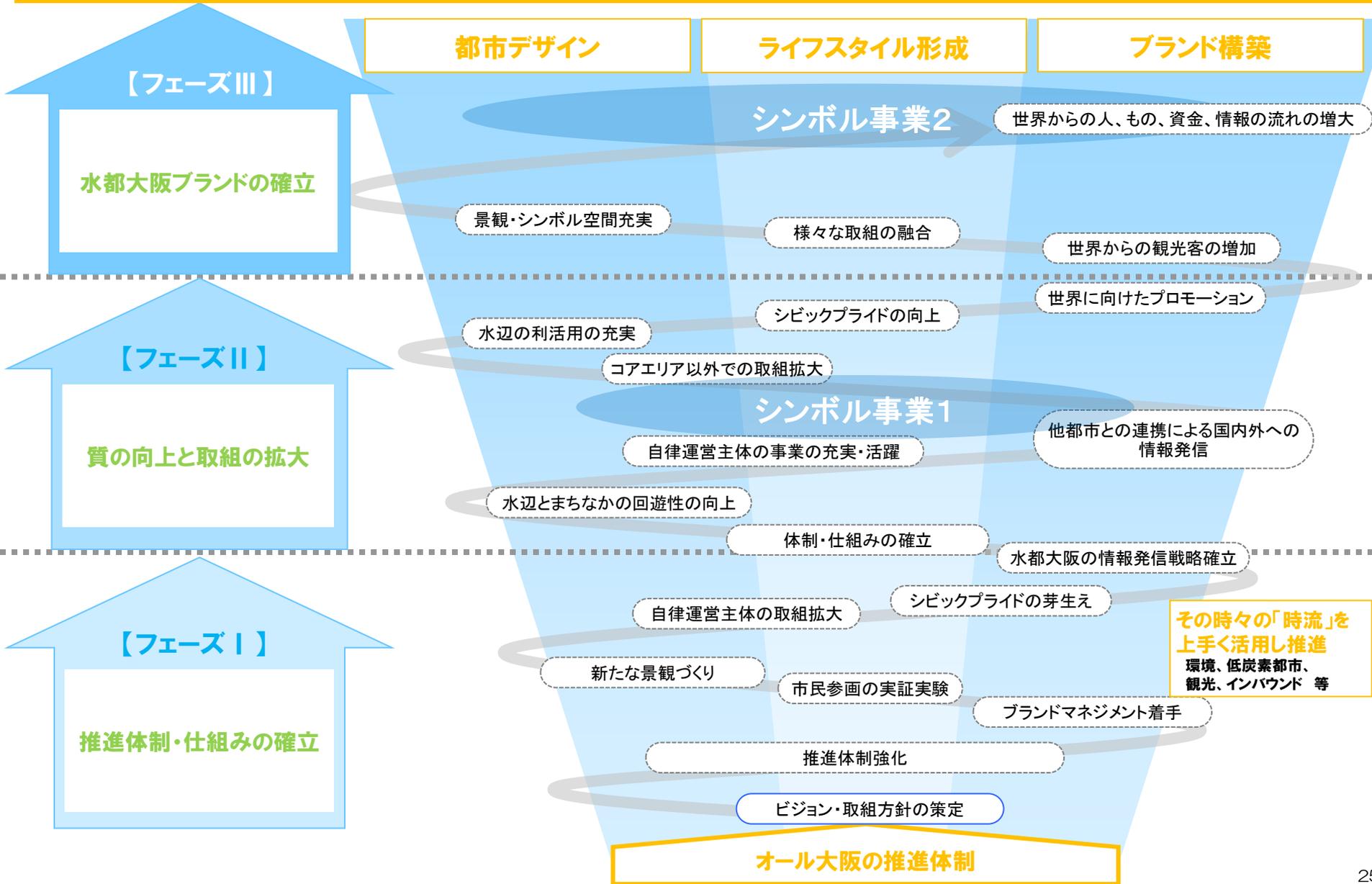
- ① **ブランド確立のためのオール大阪の体制づくり**
- ② 大阪の**市民・企業が誇りと愛着**を持つ水都大阪ブランドの確立
- ③ **国内外で認知され高く評価**される水都大阪ブランドの確立
- ④ **ブランド戦略策定とマネジメント**
- ⑤ **国・府・市・経済界等が一体となった情報発信**



水都大阪を推進する連携体制の強化（水都大阪パートナーズ（仮称））

(2) 取組の展開イメージ

3つのテーマの取り組みが相互に作用しながらスパイラルアップ



(3) 水都大阪推進の連携体制 <水都大阪パートナーズ(仮称)>

[水都大阪推進の連携体制の考え方]

- 構想の実現に向けて、官民それぞれが**パワー(人・知恵・資金・情報)**を集結できる連携体制(水都大阪パートナーズ(仮称))を形成する。
- 水都大阪パートナーズ(仮称)に関わる活動主体が**連携しながら、それぞれの役割を果たすこと**によって、水都大阪に関わる取組全体が**自律的に運営**されることをめざす。

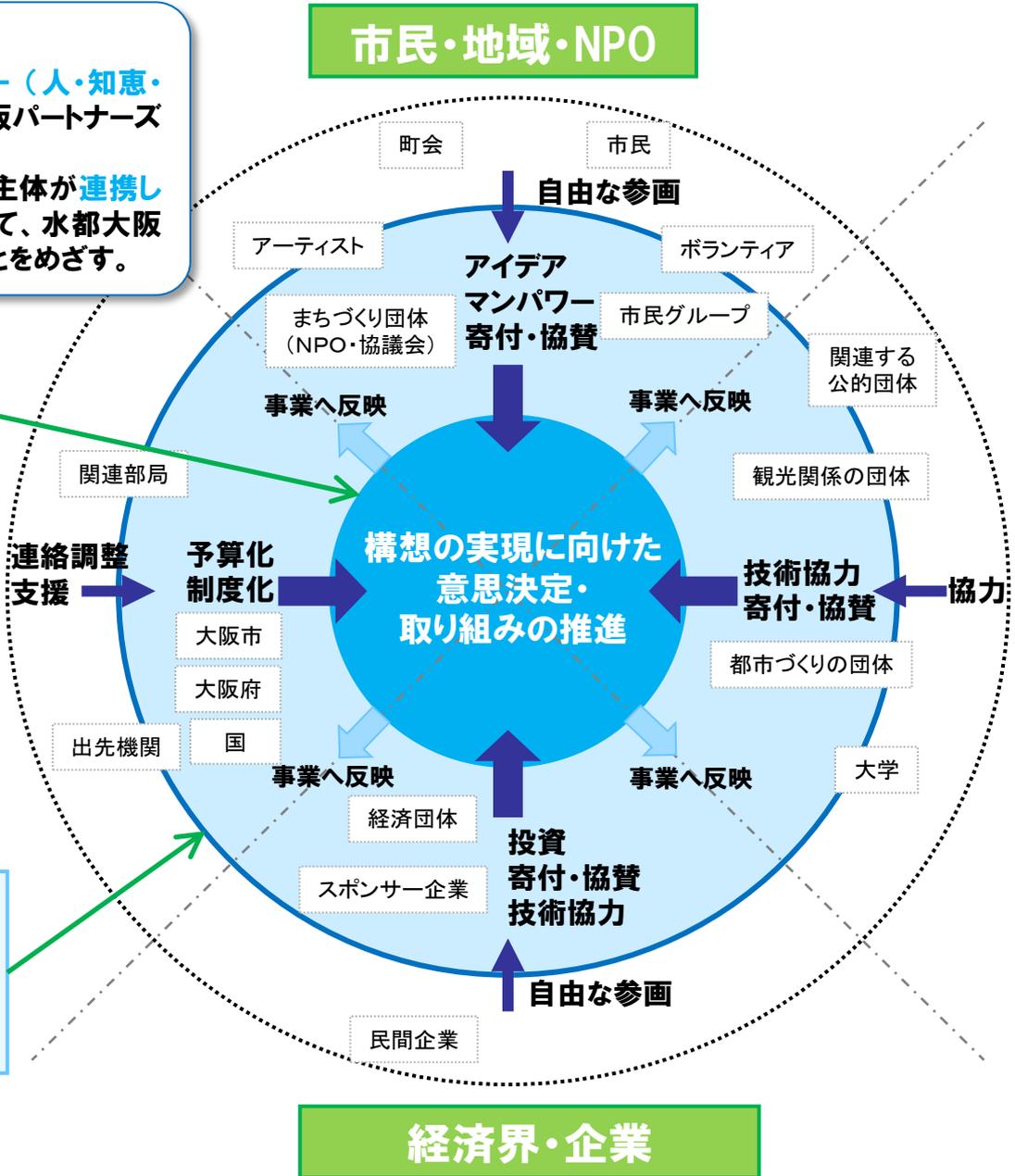
<水都大阪推進基盤>

- ・ 水都大阪の全体方針の意思決定
- ・ 各主体の取り組み推進のサポート、マネジメント

行政

<水都大阪パートナーズ(仮称)>

- ・ 世界に誇る水都大阪ブランド確立に向けて情報を共有し活動する、市民・地域・NPO、行政、経済界・企業、公的団体・大学の各主体の連携体制



公的団体・大学

(4) 水都大阪のブランドイメージを高める事業の集約的展開

[水都大阪のブランドイメージを高める事業の集約的展開]

- 東日本大震災等により経済情勢の先行きが非常に不透明な時期ではあるが、オール大阪体制のもと、力を合わせて水都大阪のブランドイメージを高める事業の集約的展開(シンボル事業の実施)をめざす。
- 実施時期は、一定の条件(経済情勢、取り組みの熟成、新たなまちづくりの展開、相乗効果が期待される関連プロジェクト及びイベントの出現)が満たされるときを総合的に検討し、今後決定していく。
- ライフスタイル形成に向けた取り組みだけでなく、都市デザインの観点も含めた事業を、水都大阪を中心に集約的に展開する。
- これをきっかけとして「水都大阪パートナーズ(仮称)」の活動の更なる拡大が見込まれると同時に、都市の魅力を国内外に発信できるため、「水都大阪」のブランドイメージを一層高めることが期待される。
- さらに、大阪だけにとどまらず、周辺他都市などのプロジェクト、イベントと広域的な連携をとり、水都大阪を中心とした広がりをつくり関西全体を元気にするような効果をもめざしていく。



(5) 今後の取組方針(都市デザイン)

水都を演出する 美しいデザインの創出



〔今後の取組方針〕

1. 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

- ・大阪のシンボルとなる空間を創出することで、水都大阪ブランドの構築に向けた取り組みを顕在化し、シビックプライドの醸成と水都大阪の新たなファンづくりを誘導していく。空間創出にあたっては、利用者の目線に立ったインフラ整備(電源、水道を含む)を行うために、関係者間の調整を行い、必要に応じて、特区申請等新たな規制緩和や景観整備に取り組む。

2. まちなみの景観誘導と夜間景観の形成

- ・景観法や、地域の特性に応じて定めた景観ガイドライン等により、建築物や公共施設の景観を誘導してきている。水辺の景観に関しても、水都にふさわしい魅力ある景観の形成を図るため、官民が連携した取り組みを検討し推進していく。
- ・これまでに都心部やベイエリアにおいて橋梁や護岸、近代建築等のライトアップにより、様々な夜間景観形成の取組を実施し、成果を挙げてきた。今後、官民連携のスキームのもと、情報を共有し、方向性を確認しながら、水都にふさわしい魅力ある景観形成を進めていく。

3. 水辺とまちのネットワーク強化による回遊性向上

- ・世界に誇る水都大阪の景観の実現に向けて、まちの人々が水辺を暮らしの一部とするための、舟運の活性化や水辺とまちのネットワークの強化により、回遊性を向上させる。ネットワークの構築においてはユニバーサルデザインの推進に努める。

4. 安全・安心・環境への取組

- ・世界に誇る水都大阪ブランドを確立するための基盤インフラとして、防災性の高い安心な水辺づくり、安全な利活用、水環境の改善を推進する。
- ・効率的な光源や照明設備、光学制御技術の活用などにより、限りある資源を有効に活用し、低炭素社会へ貢献する光のまちづくりを推進する。

(6) 今後の取組方針(ライフスタイル形成)

まちをつかい
魅せるひとびとの育成



[今後の取組方針]

1. 水都の歴史・文化・資源に誇りを持つ市民・企業活動の推進

- ・水都の歴史・文化・芸術などの地域資源や水辺の魅力ある空間を活かした市民の活動を、日常、非日常の生活の中で定着させる取り組みを推進するとともに、ビジネスチャンスの場を提供していく。

2. 水都大阪を誇りに思うコミュニティづくり

- ・既に水都大阪を誇りに思い様々に活動している団体を支援するとともに、これまで水都大阪や水辺の活動に関わりのなかった団体にも、水都大阪の活性化に取り組むコミュニティに参画してもらうことで、シビックプライドの醸成を図る。

3. 自律した利活用主体の活躍するシンボル空間づくり

- ・地域の特徴を活かし、そこで自律的に利活用する市民や民間事業者が元気に活動し、来訪者も楽しめるシンボル空間づくりを推進する。
- ・水都大阪のシンボル空間を生み出すため、既存の規制緩和の枠組みを積極的に活用し、自律的に活動できる占用主体の育成を図る。

4. 市民と共に取り組む安全・安心な水環境の維持

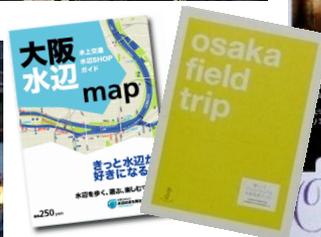
- ・「安全・安心」な水環境の維持に向け、行政による防災情報の発信や水質保全活動に加え、市民が教え、学ぶ場の提供、ソフトの提供などにより、市民と協働して取り組む仕組みを検討し、防災意識、環境意識の醸成を図る。

(7) 今後の取組方針(ブランド構築)

水都の魅力を体験できる
物語づくり



▲浪花大湊一覧 歌川貞秀画
大阪府所蔵/Osaka Archives



【今後の取組方針】

1. 大阪の市民・企業が誇りと愛着を持つ水都大阪ブランドの確立

- ・水都としての歴史と文化を背景に、大阪で暮らす人々のシビックプライド醸成と新たなファンづくりをめざす。
- ・これまでの光のまちづくり、水辺のまちづくりにより築かれた都市デザインやもてなしの心、国内外のネットワークなどを効果的に活用し、投資効果の高い魅力発信を行う。これにより、市民や企業が自主的に情報発信したくなる仕組み等をつくり、水都大阪ブランドの浸透・定着化を図る。

2. 国内外で認知され高く評価される水都大阪ブランドの確立

- ・シンガポールや香港等、ライバルとなるアジアの都市においても、巧みなブランド戦略のもと、サステイナブルなまちづくりを行っている。
- ・大阪の人々のもてなしの心や水と光の景観などにより、世界の人々を惹きつけ、国内外から人・情報・知・投資等が集積・交流するアジア随一の都市として、世界に評価される水都大阪ブランドを確立する。

3. ブランド戦略策定とマネジメント

- ・水都大阪ブランド確立に向け、マーケティングにもとづき、ブランド戦略を策定する。
- ・水都大阪のランキング調査や取組のPDCAなどにより、ブランドマネジメントを行う。

4. 国・府・市・経済界等が一体となった情報発信

- ・大川の桜や光のルネサンスなどにより定着した都市イメージを活かしながら、国・府・市・経済界が一体となり、より強固な連携により情報発信を進める。

(9) 取組内容

〔取組内容の概要〕

○都市デザイン、ライフスタイル形成、ブランド構築の3つのテーマの取組方針のもとで以下の取り組みを推進する。

都市デザイン

ライフスタイル形成

ブランド構築

1) 自律した市民・NPO等を交えた連携体制の構築

2) 水都大阪の新しい顔となるシンボル空間の創出

3) まちなみの景観誘導

4) 魅力ある夜間景観の形成

5) 水辺とまちの回遊性の向上

6) 水都大阪の魅力を創る市民・企業活動の推進

7) 水都大阪を誇りに思う
コミュニティづくり

8) 安全・安心・環境のための取り組み

9) ブランド戦略の推進

(9) 取組内容

① 自律した市民・NPO等を交えた連携体制の構築

- 市民・地域、NPO、企業等のアイデアとパワーを活かす仕組みをつくる。
- 水都大阪の各関係者が構想の実現に向け効率的、戦略的に取組を展開するための連携体制(水都大阪推進基盤)をつくる。

水都大阪パートナーズ(仮称)

行政

利活用ルールの明確化
推進組織の運営支援
景観整備

経済界

規制緩和・特区等提案
推進組織の運営支援

調整・共有

公的団体

公的空間の包括占有
イベント共催

大学

調査分析
戦略支援
まちづくり支援

水都大阪推進基盤

[活動内容(例)]

- ソフト事業のコーディネート
- 主体間のコラボレーション創出のための場づくり
- 公共空間利活用ルール等のノウハウ化
- 他都市、他国との連携
- 水都大阪ブランド・マネジメント
- 年間を通じた水都関連事業の一体的情報発信
- 経済、観光、都市活動に関するデータ収集や
経済効果分析

市民・地域

地域防災活動
まちづくり活動へ参加

NPO

新規事業アイデア
公共空間活用

調整・共有

企業

収益事業の開発、
CSR活動、事業協賛
開発による景観整備

(9) 取組内容

② 水都大阪の新しい顔となるシンボル空間の創出

- 市民・地域・NPO、企業などが活躍する水都大阪のまちづくりを推進するため、空間の利活用ルールや仕組みづくりにつなげる社会実験等を実施しながら、官民協働で新しい大阪のシンボル空間を創出する。
- 新たに大阪城公園、中之島西部～安治川、大阪ドーム周辺などから重点区域として、既存空間の活用と新たな整備のあり方の検討を開始する。

既に形成されつつある都市デザインに、さらに魅力ある物語を生み出すエリア

新たな都市デザイン形成も含めて、まちをつかい、魅せる人々を生み出すエリア

のうちのうち、水都大阪の資源が集中し、重点区域として検討を開始するエリア

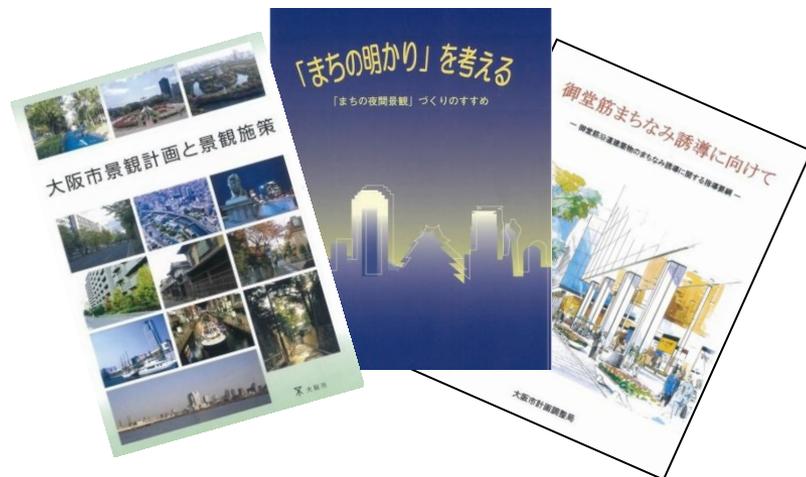
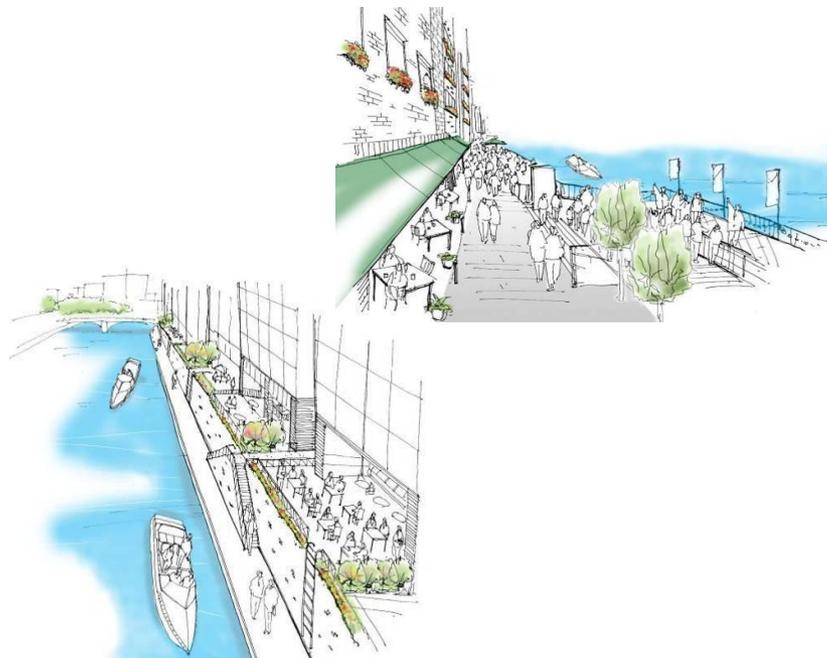


○まちなみの景観づくりとしては、景観法や、地域の特性に応じて定めた景観ガイドライン等により、建築物や公共施設の景観を誘導してきており、水辺の景観に関しても、水都にふさわしい魅力ある景観の形成を図るため、官民が連携した取り組みを検討し推進していく。

○大阪市景観計画と景観のガイドライン

都心部の主要な街路沿いの建築物や広告物については、昭和57年(1982)より路線毎にふさわしい誘導基準を定めて、美しく個性的な都市景観の形成に努めている。また、平成18年度(2006)より大阪全域を対象として「大阪市景観計画」を策定し、大規模建築物に対して景観の誘導を行っている。

今後も、水都にふさわしい魅力ある景観形成を広めていく。



○水辺の景観形成に向けた取組

「海の御堂筋」構想を受けて、中之島地区と安治川地区において、学識経験者や地域・市民等とともに、「魅力あるリバーフロントの形成に向けた基本方針」を定める。また、その方針に基づき官民協働で水辺を意識したまちづくりに取り組むとともに、水辺の景観誘導の検討を行っていく。

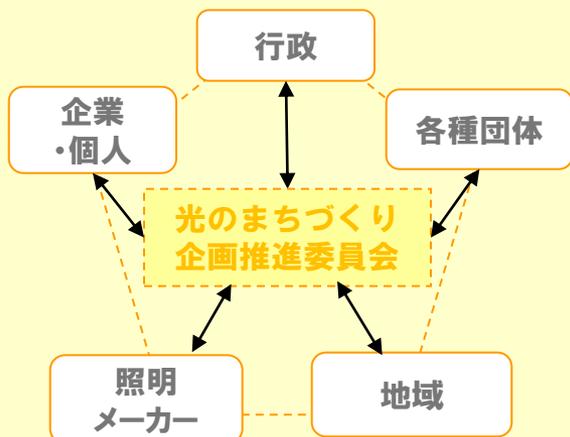
また、各種景観のガイドライン等を踏まえながら、官民協働で進める水辺の賑わい施設整備や、民間開発などにおける景観誘導を図る。

(9) 取組内容

④ 魅力ある夜間景観の形成

- これまでに実施してきた水の回廊の橋梁、護岸、船着場、及び阪神高速道路の橋脚、周辺の近代建築等のライトアップの結果を再検証しながら、さらに上質な夜の空間を創り出す。
- 環境に優しいまちの光のあり方を考えるとともに、LED化などで消費電力を抑え環境負荷も低減する。

○夜間景観の連携スキーム



【進め方】

一体感のある夜間景観を実現するため、光のまちづくり企画推進委員会が中心となり、複数事業者間の情報共有、調整を行う。

【具体的取組】

- ・コンセプトの検討
- ・ライトアップ事業主催者による情報交換会の開催
- ・省エネや、過剰な光への対策などに関する勉強会の開催

○今後の取組の例

- ・歴史的建築物の夜間演出等への支援



外観の再整備や夜間演出への補助(行政)等に際して、一体感のある夜間景観づくりを支援・促進

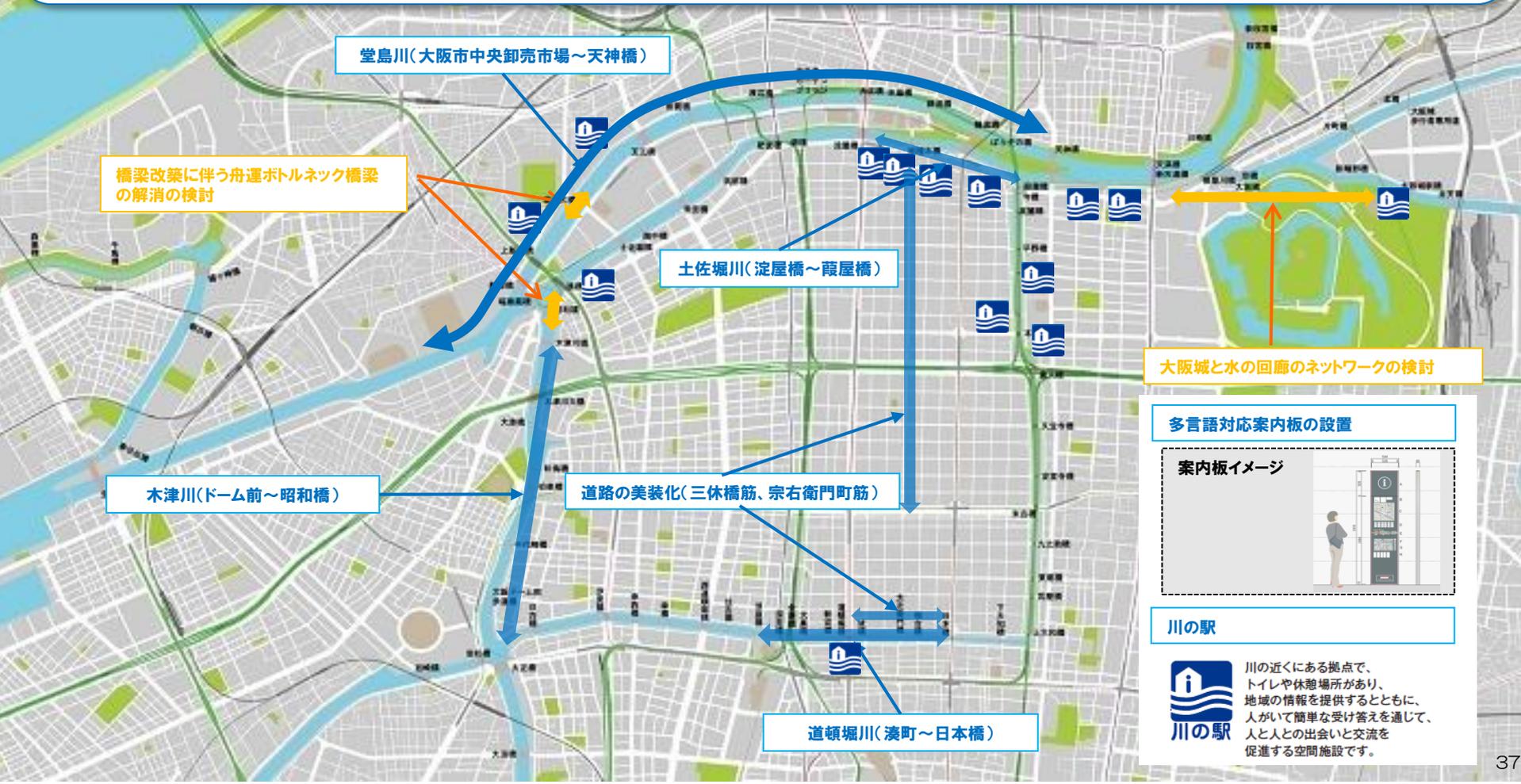
○これまでの夜間景観形成(例)



(9) 取組内容

⑤ 水辺とまちの回遊性の向上

- 木津川(ドーム前～昭和橋)、堂島川(大阪市中央卸売市場～天神橋)、土佐堀川(淀屋橋～葎屋橋)、道頓堀川(湊町～日本橋)等の遊歩道整備や護岸修景、及び三休橋筋、宗右衛門町通等の美装化を進め、水都大阪の都市資源をむすぶ水と緑豊かなネットワークを構築する。また、大阪城と水の回廊のネットワークについても検討を進める。
- 国内外からの観光客が自由に水都大阪を楽しめるよう、歩道や、船着場などに分かりやすい多言語対応の案内板の設置を進める。
- 船着場や川沿いのレストランなどに、休憩・案内・交流ができる「川の駅」を設置し、官民協働で水都大阪の情報発信拠点としての展開を図る。
- 小型船の利用促進のための、停泊機能の確保や停泊地の運営主体のあり方及び、橋の桁下クリアランス確保など、舟運の活性化を図るための検討を進める。



- 土佐堀川において、堤防背面の公共空間を利用し、水辺を眺めながら飲食ができる空間を創出しており、今後も新たな店舗展開を図る。
- 水の回廊の遊歩道整備区間や、船着場において自律した市民・企業によるイベントやマルシェ、オープンカフェなどの利用促進を図るため、公共空間の利活用ルールの明確化や、規制緩和の活用などによる効果的な管理運営手法を検討する。
- 大阪ならではの観光資源である水上アクセスを活用するため、民間事業者、行政等による「水上アクセス魅力向上実行委員会」を設置し、観光インハウンドのニーズを踏まえた水上アクセス観光メニューの検討、事業化を行い、臨海部から水の回廊の活性化へつなげる。

○ルールの明確化や、規制緩和の活用



川床



音楽イベント等賑わい事業



リバーサイドマルシェ



オープンカフェ

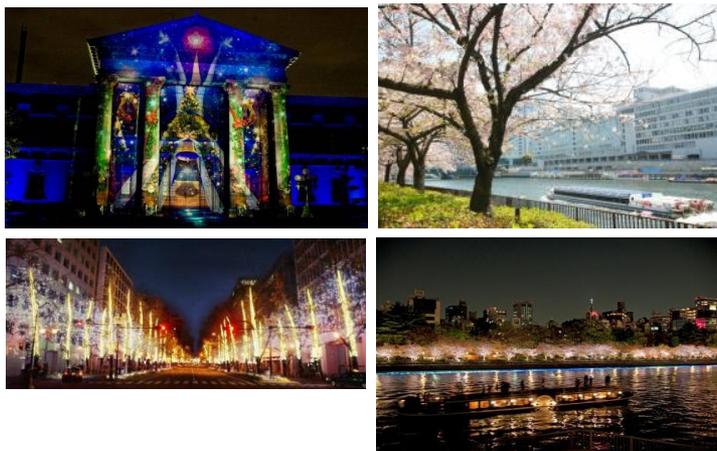
○水上アクセス観光メニューの検討



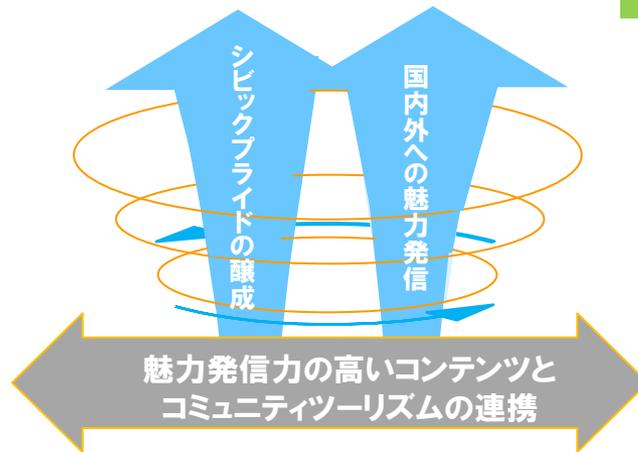
- 春の舟運まつり、大阪城城灯りの景、OSAKA光のルネサンス、御堂筋イルミネーションなど、魅力発信力の高いコンテンツと、市民のガイドによるまち歩きやクルーズなど地域が支えるコミュニティツーリズムを連携させ、効果的に国内外に昼と夜の水都大阪の魅力を伝えながら、シビックプライドの醸成を図る。
- 自律した利活用主体が、互いに助長、啓発しあいながら、継続的に水都大阪の活性化に取り組むための基盤を生み出すきっかけとして、現在個々で行われている団体等の活動や、組織をつなぐネットワークプロジェクトの実施(水都大阪week(仮称))や、主体間の協働意識を生み出すワークショップを開催する。

○ コア事業とコミュニティツーリズムの連携

コア事業



水都大阪を誇りに思う コミュニティの発達



コミュニティツーリズム



○ 活動や組織をつなぐ、ネットワークプロジェクトの実施

既存の活動や団体ネットワークとノウハウ、新しいつながりを生かしたプログラムを展開し、水辺のつながりだけでなく、まちへのつながりへと拡充していく。

- ・春の舟運まつり10周年、OSAKA光のルネサンス10周年などを契機とする、年間を通じて水都大阪の関連事業を連携し水都大阪の魅力を効率的に発信するプロジェクトの実施。
(プロジェクト例:「水と光のまち2012(仮称)」)
- ・水都大阪で連携する企画・プログラムが一同に会する期間と場所をつくる。
(プロジェクト例:「水都大阪week(仮称)」)
- ・水都大阪の活性化に関するテーマ毎のシンポジウムの開催などを通じて、新たに水都大阪を誇りに思うコミュニティを育てる。
(プロジェクト例:「水都大阪ワークショップ(仮称)」)



(9) 取組内容

⑧ 安全・安心・環境のための取り組み

- 護岸の耐震補強未整備箇所の早期解消と、高潮対策施設の設備更新を適切に実施する。
- 関係機関の防災情報発信施設を活用したシンポジウムや、地域の水防団などと連携した自主防災訓練を実施し、住民の災害に対する防災意識の醸成を推進する。
- 地域の協議会やボランティア団体等が行う河川清掃活動を積極的に支援し、地域での河川美化と市民の環境保全意識の醸成を図る。
- 河川愛護パンフレットの配布や、街頭や船上からの河川愛護のPR、水辺などにおける環境教育プログラムを実施し、大阪の水辺を大切にす意識の醸成を図る。
- 効率的な光源や照明設備等の活用などにより、エコロジカルな光のまちづくりを推進する。
- 概ね10年に1回の大雨時でも下水道から汚水の一部が直接河川に放流されることがなくなるよう、雨水貯留管「平成の太閤下水」を整備するとともに、上流の寝屋川流域においても浄化浚渫や合流改善対策等を実施する。また、水門の操作による東横堀川、道頓堀川の浄化を実施する。
- 河川水の熱利用の普及拡大等により、環境にやさしいまちを創造する。

治水・耐震

護岸耐震補強



高潮、洪水対策

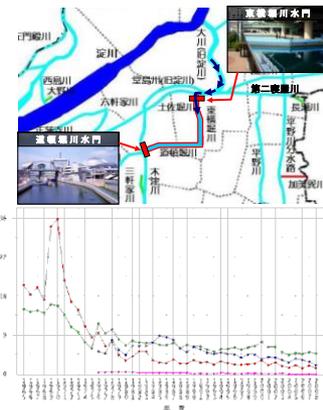


水質保全対策

下水道の合流改善



水門操作による水質の維持



防災意識の醸成(例)

防災啓発の推進



地域自主防災訓練



環境保全意識の醸成(例)

河川清掃キャンペーン



ふれあいの水辺における環境教育



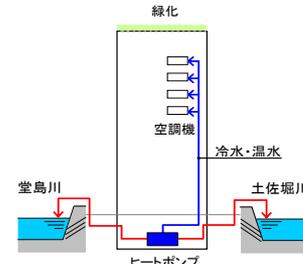
エコロジカルな光のまちづくり



河川水の熱利用



河川水取水口（京阪電鉄中之島線）

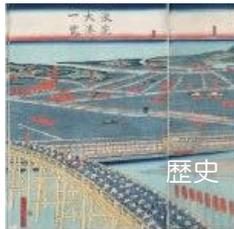


建物での利用例

- 大阪の都市イメージの向上と水都大阪ブランド確立に向けた戦略を策定する。
- 持続可能なブランドマネジメント体制を整える。
- 水都資源を活用した新しい水辺文化のライブ感や水辺の楽しみ方などを表現し、かつ大阪の魅力的な都市イメージ形成につながるビジュアルやキャッチコピーなど、国内外に通じる基本デザインを開発する。
- クリエイティブを活用したブランド・コミュニケーション手法を開発する。
- webを活用した情報の双方向化や、大阪観光コンベンション協会(OCTB)や交通事業者、ホテル、会議場等における広報、また情報誌とのタイアップなどの広報・プロモーションを展開し、水都大阪の魅力を高める情報を束ねて年間を通じて国内外に発信する。
- ブランド・ロイヤルティのさらなる向上に向け、マーケティングの実施や時代に応じたブランド戦略の見直しを図る。

ブランド戦略PDCA

- ・体制づくり
- ・コンセプト
- ・基本デザイン開発
- ・デザイン運用計画
- ・広報・プロモーション計画
- ・マネジメント



▲浪花大湊一覽 歌川貞秀画
大阪府所蔵/Osaka Archives



広報・プロモーション

- ・シビックプライドを醸成するプロモーションツールの開発
- ・水都大阪に係るコンテンツ情報を一体的に発信するWeb運用や季刊誌等発行
- ・OCTB等と連携した国内外へのプロモーション
- ・イベントや川の駅等コミュニケーションの場を活用したプロモーション
- ・国外の水都ファンを増やすためのプロモーションツールの多言語化



地域情報ツール

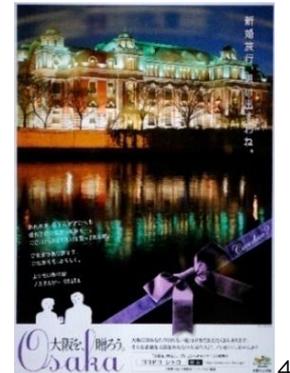


Webサイト



各種コミュニケーション

プロモーションツール



(10) 取組行程

	取組内容	これまでの取組	フェーズⅠ(2011~14年)	フェーズⅡ(2015~)フェーズⅢ(2018~)	2020年までに達成する目標	
1	自律した市民・NPO等を交えた連携体制の構築	行政、経済界の推進体制	行政、経済界、市民参画の推進基盤を構築	推進体制によるパートナーズの成長	行政、経済界、市民・NPOを交えた推進体制が効率的、戦略的に連携して役割を果たしながら、市民、NPO、民間企業等のアイデアとパワーが活かされたまちづくりが進んでいる。	
2	水都大阪の新しい顔となるシンボル空間の創出	空間の基盤整備	官民協働での魅せる場づくり検討	新しいシンボル空間の広がり	官民協働で作る新しい大阪のシンボル空間が増加し、NPOや地域、企業などの自律運営で賑わっている。	
3	まちなみの景観誘導	まちなかの景観誘導	水辺の景観形成指針作成	水辺の景観誘導	「大阪市景観計画」、「景観のガイドライン」や「魅力あるリバーフロント形成に向けた基本方針」のもと、官民が連携したスキームにより、あらかじめ情報共有を行ったのち、方向性を確認してから、水都にふさわしい魅力ある景観形成が進んでいる。	
4	魅力ある夜間景観の形成	官民協働での光のあり方の検討	橋梁、護岸のライトアップ	近代建築等のライトアップに対する助成	魅力ある夜間景観の広がり	水都大阪のまちなみが、おもてなしの心でライトアップされ、上質な夜の空間が維持されている。まちの光のあり方や、技術革新の活用で環境負荷も低減されている。
5	水辺とまちの回遊性の向上	水の回廊沿いの遊歩道整備	東西鉄道の開通	小型舟利用促進検討	施設・制度整備	水都大阪の都市資源を結ぶ、水と緑豊かなネットワークが構築され、情報案内機能が充実し、国内外からの観光客が水都大阪を楽しめるまちとなっている。
		多言語対応の案内板設置	橋梁改築検討	橋の桁下クリアランス確保	水辺のまちの回遊性向上	

(10) 取組行程

	取組内容	これまでの取組	フェーズⅠ(2011~14年)	フェーズⅡ(2015~)フェーズⅢ(2018~)	2020年までに達成する目標
6	水都大阪の魅力を創る市民・企業活動の推進	水辺空間の利活用に向けた社会実験	公共空間の新たな運営主体の参画	新規事業の増大	水の回廊の遊歩道整備区間や、船着場、ベイエリアにおいて自律した市民、企業によるイベントやマルシェ、オープンカフェなどの利用が促進され、楽しみながら事業展開が行われている。
7	水都大阪を誇りに思うコミュニティづくり	まち歩き・地域情報誌	魅力発信のコアコンテンツとコミュニティ・ツーリズムの連携	水都大阪を誇りに思うコミュニティの発達	水都大阪の魅力の向上と、国内外での評価の向上がシビックプライドを醸成し、自律した主体が、互いに助長、啓発しあいながら、継続的に水都大阪の活性化に取り組んでいる。
8	安全・安心・環境のための取り組み		耐震、高潮、洪水対策施設の設備更新、水質の維持	地域コミュニティの形成(防災、環境)	地震や高潮、大雨などの自然災害に対しても壊滅的被害を受けないまちとなっている。様々な手法で災害に対する地域の自主防災機能が強化され、災害時の有効なコミュニティが形成されている。地域の協議会やボランティア団体等が河川清掃活動を積極的に実施し、河川美化と市民の環境保全意識が醸成され、良好な河川水質が維持されている。
9	ブランド戦略の推進	ブランド戦略体制構築	戦略の実行マネジメントコンテンツ開発	PDCAサイクルでの広報・プロモーション、情報発信	大阪の人々のもてなしの心や水と光の景観などが世界の人々を惹きつけ、国内・世界から人・情報・知・投資等が集積・交流するアジア随一の集客都市として、世界に評価される水都大阪ブランドが確立されている。