

□ プロジェクト例の目標と3か年のスケジュールイメージ(現行)

個別のプロジェクトは、年度ごとに効果を検証し、精査・見直しを繰り返しながら実施していきます。

	プロジェクト例と目標	担当課	3か年のスケジュールイメージ		
			H21	H22	H23
美しいまちづくり 次世代に継承される	1 水と光のまちづくり 水上カフェ、川床、船着場の賑わいづくりなど「水都大阪2009」の取組みを継承します。橋梁・護岸・公園等のライトアップや船着場・マリーナなどの河川環境整備で「美しい水の回廊」をつくり、泳げるぐらいいきれいな水質をめざして、川の浄化を図ります。 3年間の目標 水都大阪2009の実施効果等を踏まえ、水と光のまちづくりを継続実施、泳げるぐらいいきれいな水質をめざして、川の浄化を図る。	1)水辺のにぎわいづくり	都市魅力課 河川室	水都大阪2009の実施・継続・継承体制づくり 水辺のまちづくりビジョンの策定	新体制のもとでの事業推進 水辺のまちづくりビジョンに基づく事業推進
		2)水辺のライトアップ	都市魅力課 河川室	光のまちづくり マスタープランの策定 天神橋・南天満公園 ライトアップ	光のまちづくり アクションプランの策定 光のまちづくりマスタープラン・アクションプランに基づく 事業推進
		3)誰もが泳ぎたくなる川づくり(水質向上)	環境管理室 河川室 下水道室	府市合同プログラムの 策定とキックオフ	府市合同プログラムに基づく事業推進
	2 「石畳と淡い街灯まちづくり支援事業」の推進 大阪が有する歴史的・文化的資源を活かし、「石畳と淡い街灯」など街の個性や魅力を引き出す市町村と地域が協働して行うまちづくりを支援します。 3年間の目標 モデル6地区(富田林・枚方・岸和田・河内長野・箕面・柏原)で事業を実施する。		総合計画課 市街地整備課 都市魅力課	モデル地区の決定 (H20:2地区、H21:4地区) 事業実施(富田林・枚方・岸和田・河内長野・箕面・柏原)	
	3 道路の無電柱化の推進 「大阪府無電柱化推進計画」(案)に基づき、安全で快適な歩行空間を確保するとともに、ミュージアム構想に位置づけられた美原太子線をリーディングプロジェクトとして整備します。 3年間の目標 推進計画に基づき、必要性や整備効果の高い路線で整備を実施する。		交通道路室	美原太子線を含む、府域 10路線で整備	美原太子線を含む、府域 7路線で整備継続 推進計画に基づき、事業 推進
	4 生駒山系花屏風の整備 生駒山系を屏風に見立て、府民との協働で花木や紅葉の美しい樹木を15年間で1万本植樹し、府民に愛される自然資源をつくります。 15年間の目標 10000本の植樹と10箇所程度の名所づくりを実施する。		みどり推進課	1,000本植栽 花の名所づくり5ヶ所着手	府民協働による植樹活動の推進
5 みどりの風を感じる大都市の実現に向けた取り組み 美しく季節感のあるみどりの中で、人と人、人と自然のつながりが生まれ、さわやかな風を感じる快適な街の実現を目指して、海～街～山をつなぐ「みどりの軸」を創出するなどの取り組みを推進します。 3年間の目標 みどりの推進計画・アクションプランに基づき、「みどりの風促進区域」の制度創設や事業を推進する。		みどり推進課 総合計画課 等	みどり推進計画・アクション プランの策定	計画に基づく「みどりの風促進区域」の制度創設・事業推進	
にぎわいづくり 実施効果が継続する	6 御堂筋イルミネーションによる光のまちNo.1 日本最長・最大級のイルミネーションで他都市を圧倒する美しい光のまちNo.1を目指します。 3年間の目標 成果を検証しながら、実施区間を延長する方向で事業を推進する。		都市魅力課	事業実施 H20:70m・実証実験、H21:1,150m・淀屋橋～中央大通 H22～H23:実施区間を延長する方向で検討	
	7 新たな出会いと感動を共有できる大規模イベントの開催 府民参加型の「御堂筋kappo」、大阪の名所旧跡を駆け抜ける大阪独自のマラソン、高速道路でのサイクルイベントなどの大規模イベントを開催し、新たな出会いと感動を共有します。 3年間の目標 御堂筋kappoを毎年開催するとともに、大阪マラソン、(仮称)大阪サイクルイベントを着実に開催する。	1)御堂筋kappo	都市魅力課		御堂筋kappo開催
		2)大阪マラソン	生涯スポーツ振興課	開催準備委員会などにおいて事業内容の具体的な検討	第1回大阪マラソン開催 (H23.10～12)
	3)(仮称)大阪サイクルイベント	生涯スポーツ振興課	大阪サイクルイベント開催 ・H22.3 第二京阪道路	府民の意向も踏まえ、事業内容を検討	

	プロジェクト例と目標	担当課	3年のスケジュールイメージ		
			H21	H22	H23
実施効果が継続する 「いきわたり」	8 大阪らしい文化の振興 大阪の文化振興の基本的なあり方を示すビジョン(平成21年度策定予定)に基づき、大阪らしい文化の振興を図ります。 3年間の目標 文化振興のビジョンに基づき事業を実施する。	文化課	文化振興に関するビジョンの策定 大阪センチュリー交響楽団のあり方ビジョンの策定 ワッハ上方の移転調整 府庁本館活用事業 木津川ウォールペインティング 御堂筋における発表の場の確保	文化振興のビジョンに基づく事業実施 移転 公共施設等を活用した発表の場の確保	ワッハ上方の事業展開 (仮称)江之子島アートセンターの事業展開
	9 個性的で魅力あるオンリーワン商店街づくり 観光資源になりうる商店街づくりなど、「商都・大阪」の顔となる個性的で魅力あるオンリーワン商店街の創出を目指します。 3年間の目標 採択した商店街が他の商店街の活性化モデルとなるよう支援する。	商工振興室	粉浜商店街(20年度採択):事業計画の実施 高槻センター街商店街、堺市市場連合会、蛸地藏商店街(21年度採択):事業計画の作成	府内外へPR 事業計画の実施 (22年度新規採択予定)事業計画の作成	府内外へPR 事業計画の実施
戦略的プロモーション ターゲットに響く	10 大阪ミュージアム構想の推進 まち全体が府民に愛される多彩なミュージアムとして浸透するよう、ミュージアム構想の取り組みを加速化します。 3年間の目標 地域と一体となった魅力づくりを実施し、新たな事業も推進する。	都市魅力課	重点地域:河内地域	重点地域:泉州地域	重点地域:北摂地域
		都市魅力課	インターネットを活用したミュージアムショップの検討	ミュージアムショップ事業の推進	
		建築企画課	大阪まちなみ賞の実施・継続・新体制づくり	新体制(主催者の構成)、夜景(ライトアップ)賞を追加の上、事業推進	
	11 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 アジア諸都市とのネットワークを更に強化し、アジアとの人・モノ・カネの流れを促進します。とりわけ観光については、トッププロモーションをはじめ、近隣府県との連携を図り、個人旅行解禁(H21.7~)された中国などアジアに大阪・関西を売り込みます。また、より多くの外国人留学生を大阪に呼び込むため、大学や企業等と連携した大学留学プロモーション等を推進します。 3年間の目標 トッププロモーションなどの観光プロモーションの実施や、新たな旅行商品の造成を促進する。また、大学・企業と連携して外国人留学生の受入れを促進する。	観光課	観光プロモーション等の実施・新たな旅行商品の造成の促進		
		国際交流課	大学・企業等との連携方策の検討	大学・企業等と連携した住宅支援・生活支援・就職支援の実施 大学・企業等と連携した大阪留学プロモーションの実施	
12 上海万博への大阪出展の成功 上海万博の大阪出展を成功させ、大阪が持つ優れた都市魅力や環境先進技術を中国・世界にアピールし、外国人観光客の集客にもつなげていきます。 3年間の目標 上海万博への出展を成功させ、観光客の誘致を促進する。	国際交流課	上海万博への出展準備	上海万博の開催 5/1~10/30	上海万博のフォローアップ (観光客の誘致)	
13 国際会議等の戦略的誘致 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などを誘致するとともに、Sibos2012などすでに決定している会議の開催をサポートすることにより、経済波及効果や大阪の知名度・都市格の向上につなげるとともに、大阪の素晴らしさを世界にアピールします。 3年間の目標 大規模な国際会議の誘致活動や開催支援を行う。	観光課	国際会議の誘致活動 国際会議の開催支援活動	2012.10 国際泌尿器科協会 2010.11 JC 世界総会	2012.10 Sibos2012	
14 大阪産(もん)等のブランディング 販売チャンネルの拡大やホテル・料理店・コンビニ等への利用促進の働きかけなどにより、大阪産(もん)を府民の身近なものにするのと同時に、「泉州水ナス」に次ぐ全国ブランド化を目指します。また、地場産品や伝統工芸品などの大阪製品について、府民に身近なものにするために新たな認証制度を創設し、製品版の「大阪産(もん)」として、ブランド化を目指します。 3年間の目標 大阪産のブランディングや、伝統工芸品、地場産品を府内外へ効果的にPRする。	農政室 流通対策課 水産課 動物愛護畜産課	大阪産(もん)の消費拡大 ロゴマークの普及等による認知度向上 大阪産(もん)の消費機会の拡大	人気品目の全国展開、商品開発等によるブランド化		
	商工振興室	1)大阪産(もん)のブランディング 2)伝統工芸品、地場産品の府内外へのPR	認証制度の創設 伝統工芸品、地場産品の府内外へのPR		