

**ミッション①：世界各国から注目される「水と光のシンボル空間」の創出**  
**将来像：中之島公園、中之島GATEにこれまでにないシンボリックな拠点をつくり、国内外から注目される**

取組項目	取り組み結果	達成目標	達成結果
<p>① 中之島公園：水辺のまちあそびを通じ、賑わいの定常化とエリアマネジメント活動についての公共空間利用に向けた検証</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>水辺のまちあそびの日常化に向けたオープンテラス、グリーンマーケットのトライアルの長期化</li> <li>次年度に向けたマーケットサウンディングの実施</li> <li>船等を活用した賑わいプロジェクトの検討・実施</li> <li>トライアル事業における課題、メリット・デメリットの整理分析を踏まえて関係者エリアマネジメント・ワーキング</li> </ul> <p>② 中之島GATE：中之島漁港を核とした賑わい創出・誘客事業の実施、クルーザーを呼び込むための「海の駅」化に向けた準備など</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>賑わい施設・係留施設・船着場を活用した賑わい誘致【サウスピア】中之島漁港の誘客を含む日常運営支援</li> <li>イベントスペース等を活用した中之島GATEの賑わい誘致・継続</li> <li>中之島漁港・中之島みなと食堂の暫定利用の検証・更新</li> <li>賑わい施設・係留施設・船着場を活用した賑わい誘致【ノースピア他】</li> </ul>	<p>① 中之島公園の継続占用と賑わいの総合プロデュース</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「中之島オープンテラス」を中心に水辺のまちあそびを約5ヶ月長期実施</li> <li>エリアマネジメントの事業スキーム検証を想定し</li> <li>→ クローズ形式の有料エリア「くさの島」を実験的に開催</li> <li>→ 公園内指定管理者等に企業ヒアリングの実施（11社）</li> <li>→ トライアル事業の課題、メリット・デメリットを整理</li> <li>船等を利用した賑わいプロジェクトは事業者と交渉するも条件整備出来ず断念</li> </ul> <p>② 中之島GATE「中之島食堂・漁港及び、定番商品化等」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>運営管理サポート、周辺整備等、事業活動の円滑化支援を実施</li> <li>→ イベント等開催24日、船着場利用48日</li> <li>中之島漁港の暫定利用の検証について、関係者との定期的な意見交換等実施</li> <li>両岸及び周辺エリア</li> <li>：「河川占用許可準則特区指定に向けた連携活動を実施」特に、福島区が取り組む「海の駅」等先行取得へ向けた賑わい施設誘致等の活動に協力</li> </ul>	<p>① 中之島公園</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>水辺のまちあそび</li> <li>水都大阪フェス2015など、年間を通じた集客数20万人以上、来訪者・参加企業の満足度80%</li> <li>企画参画の枠組みづくり</li> <li>フェス期間等の企業等誘致・協賛3団体以上、出店数120店以上</li> </ul> <p>② 中之島GATE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>年間を通じた中之島漁港、中之島食堂の集客数12万人、上2.4億円</li> <li>イベントスペース等での賑わいイベント</li> <li>年間開催日数20日</li> </ul>	<p>① 『水辺のまちあそび～日常化にむけて、5ヶ月間実施』</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>来場者：22万人</li> <li>来場者満足度：74%</li> <li>企業誘致イベント：5団体</li> <li>出店数 264店舗</li> </ul> <p>② 『中之島漁港他』(H27.4～H28.4)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>来場者：15.8万人/年</li> <li>売上：2.4億円/年</li> <li>イベント開催日数：24日</li> </ul>



**ミッション②：国内外から観光客が訪れる「水と光のテーマパークの実現」**  
**将来像：水の回廊をめぐる拠点が多数できていると共に、水の回廊を船で巡るクルーズ商品・観光商品化により、国内外から観光客が訪れる**

取組項目	取り組み結果	達成目標	達成結果
<p>① 水の回廊</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今後の河川準則特区の獲得を見据えた拠点利活用の促進</li> <li>地先利用の推進支援</li> </ul> <p>② 舟運活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>舟運事業者・拠点事業者の事業環境整備</li> <li>新たな舟運企画の創出など</li> <li>舟運活性化と母体組織のあり方検討</li> </ul> <p>③ プロモーション（質の追求+量の対応）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>目玉商品の構築と情報発信</li> <li>ビジネスに繋がるプロモーション</li> <li>パートナーズHP等の情報発信ツールのブラッシュアップ</li> <li>関係機関との連携・役割分担「大阪の観光事業者等へのプロモーション」</li> </ul>	<p>① 水の回廊</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大阪城港の活性化（検討会）：水辺の賑わい創出に向けて、小型船係留実験と共に河川占用許可準則特区の取得に向けた関係者ヒアリング実施</li> <li>本町橋BASE：関係者と連携し本町橋船着場開設・記念事業の実施協力と小型船係留社会実験の実施</li> </ul> <p>② 舟運活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>小型船係留社会実験による利用促進等</li> <li>個性あるクルーズの事業化トライアル（ナイトクルーズ、周遊クルーズ等）</li> <li>→実績：企画数23本、運航便数579便/ 目標：企画10本、運行400便</li> <li>事業環境整備（船着場使用要項づくり）</li> </ul> <p>③ プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ナイトクルーズの企画と魅力発進、まち歩きとの連携（大阪魅力満喫キャンペーン）</li> <li>ブランディングと海外プロモーションの実施（*海外ガイドブック掲載、外国人モニターとセンパイジャパン等）</li> <li>舟運プログラムの共同発進（*水都大阪ぐるっとマップ作成、QRコード等）</li> <li>観光局との取材連携、ミスベリング世界会着の実施等、阪南大学国際観光学科生の協力を得た国際会議等における情報発信など</li> </ul>	<p>① 水の回廊</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>水辺のビジネス活用件数60件</li> </ul> <p>② 舟運活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>舟運利用者数59.8万人以上</li> <li>新たな舟運企画10、舟運便数400</li> </ul> <p>③ プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>水都大阪2015等の海外プレス・メディアへの掲載、国内ガイドブック掲載 10件以上</li> <li>サポーター数 245名以上</li> <li>HPアクセス 29.7万セッション</li> </ul>	<p>① 水辺のビジネス活用件数114件</p> <p>【定常的な事業38件】【SOPトライアル76件】</p> <p>② 『舟運利用者』：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>約78万人(外国人25.4万人)</li> <li>企画数23</li> <li>企画運行数579便(含む、小型船370便)</li> </ul> <p>③ プロモーション：21件(国内17件、海外4件)</p> <p>④ サポーター数：138名</p> <p>⑤ HPアクセス：約99万セッション</p>

