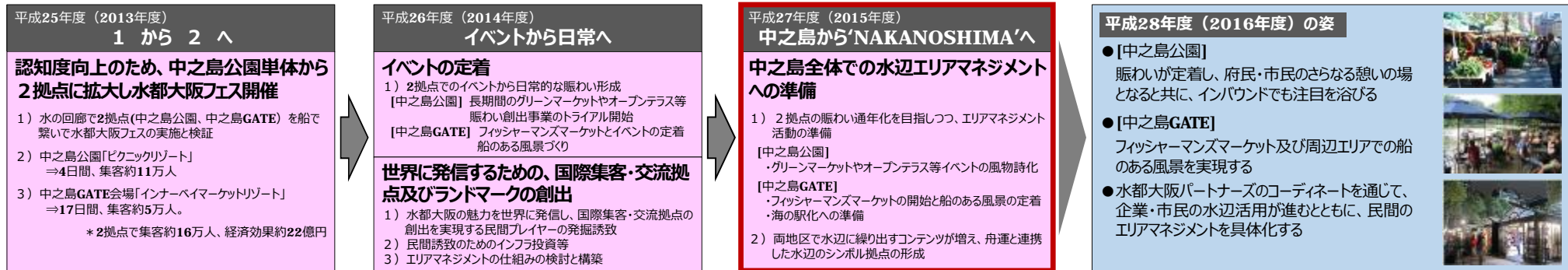


将来像：中之島公園、中之島GATEにこれまでにないシンボリックな拠点をつくり、国内外から注目される



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



※中之島オープンテラス 本年度イメージ

H27年度

- 水辺のまちあそび等実施と次年度に向けたマーケットサウンディング等（約5ヶ月間）
- 上記、検証・課題を踏まえ、民間を交えた「中之島公園のエリアマネジメント関係者の勉強会の発足」
- 水都大阪2015事業と連携し、水都大阪フェス（ミズベリング世界会議、市民プログラム（アウトドアヨガ祭り等）、クラフトピクニック、メガアート等）を実施。

H28年度(予定)

- 中之島公園エリアマネジメント準備会の設立
- 上記を踏まえた、水辺のまちあそびの展開

「水辺のまちあそび」概要

- 時期：2015年6月20日～11月15日
- 開催場所：中之島公園（大阪市役所前、中央公会堂前）、みおつくしプロムナード、芝生広場 他
- 内容：中之島オープンテラス、中之島グリーンマーケット 等
- 集客目標：約20万人、来訪客と参加企業の満足度80%

市民プログラム（アウトドアヨガ祭り）



メガアート
(出典：水都大阪フェス2012)



2. 中之島GATE：中之島漁港・中之島みなと食堂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、恒久施設等インナーベイマーケットリゾートに向けた将来像の検証



中之島漁港・中之島みなと食堂

H27年度

- 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】舟運の社会実験を通じて、両岸での準則特区指定に向けた検証
 イベントスペース等を活用した、中之島GATEの賑わい誘致及び継続
 中之島漁港・中之島みなと食堂の暫定利用の検証
 大阪商工会議所との連携による企業への説明・PR・ヒアリング
 - ・【ノースピア】海の駅に向けて、賑わい・船着場管理等の事業者募集（福島区）支援
- 周辺エリアとの連携検証
 - ・上流側の川の駅等を含めた活性化検討

H28年度(予定)

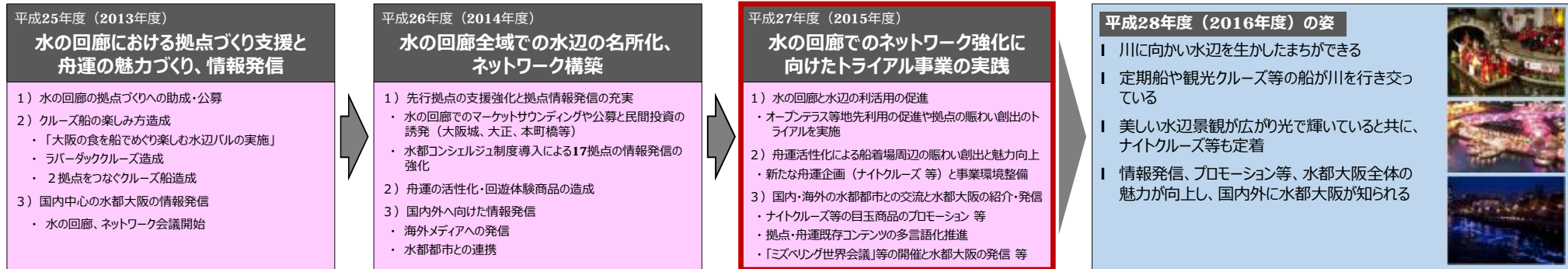
- I 海の駅への推進
 - ・河川準則特区、海の駅認定手続支援
 - ・海の駅申請に伴う誘致・整備の検証
- I 恒久施設等インナーベイマーケットリゾートに向けた将来像の検証
 - ・関係法令等課題への対応方針の策定



【関係法令等課題】

- エリアの設定（幅員する権利調整【国府市】）
- 法令手続調整
 （廃川手続、臨港地区解除、地区計画指定等）
- 防潮堤、接道条件の整理
- 事業者のニーズ把握
- 将来像のイメージ共有 等

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



1. 水の回廊：公共空間利用の手続きの簡便化や民間投資の更なる促進が可能な新しいスキームの構築

H27年度

- 1 準則特区を見据えた、拠点利活用の検証（H27～28年度での2ヶ年での取組）
 - ・【大阪城港】 小型船係留等の社会実験を踏まえた提案を基に、PMO事業者との連携協議
 - ・【本町橋】 船着場イベント等、地元を巻き込んだ賑わいづくり、船着場利用の推進と利活用の検証
- 1 地先利用の推進支援
 - ・地先利用スキームの課題整理、事業費のケーススタディ
 - ・地先での川床やオープンテラスの社会実験、他エリアでの地先利用の可能性検証

H28年度(予定)

- H27年度検証を踏まえ、地先利用スキームの構築と実証実験の開始

2. 舟運活性化：水の回廊を巡るクルーズや観光商品の創出により、国内外から観光客が訪れる環境の整備

H27年度

- 1 舟運活性化母体組織のあり方検討
 - ・船着場・棧橋管理、施設管理事業スキームの検討
- 1 新たな舟運企画の創出
 - ・小型船を活用した個性あるクルーズ事業化トライアル、ニーズ調査・検証、ボトルネック抽出
 - ※水辺拠点を結ぶクルーズ、ナイトクルーズ、ループ船などの現在手薄なカテゴリの充実（ナイトクルーズ「リバーポートダイニングリパリス」、レンタルボートなど既存企画の拡充 水上タクシー、「天下一の黄金の御座船」など新たなカテゴリーの運航開始）
- 1 舟運事業者・拠点事業者の事業環境整備
 - ・小型船の運航拡充に向けた係留社会実験の実施（大阪城HB、中之島BANKS、中之島GATE、大正リバービレッジ）
 - 拠点事業者との連携検証、安全性検証、必要設備検討 等



H28年度(予定)

- 1 平成27年度社会実験を踏まえた観光商品の創出
 - ・クルーズ事業の見直しPDCA
- 1 母体組織について関係者合意、水の回廊クルーズポータルサイト開設準備

3. プロモーション：質の追求（水都大阪のブランディング化）+量の対応（インバウンドの水辺への取り込み）

H27年度

H28年度(予定)

- 1 プロモーションのターゲットの明確化 ～ 増加するインバウンドを水辺に取り込む ～
 - (1) 目玉商品の構築と情報発信 ～ 既存商品の再編集 ～
 - ・【夜景】 ナイトクルーズ等の魅力発信（SNS、YouTube等の積極的な活用）
 - ・【歴史・文化】 まち歩きと連携した水都大阪の魅力発信
 - (2) ビジネスに繋がるプロモーション
 - ・拠点・舟運等既存コンテンツの多言語化推進
 - ・観光素材（チラシ・ポスター等）の一元的情報発信の仕組みとビジネス化の検討
 - (3) パートナーズが運営するホームページ等の情報発信ツールのブラッシュアップ
 - ・舟運観光商品の一元発信
 - ・HPの多言語化
 - (4) 関係機関との連携・役割分担
 - ・水都大阪の観光目的化を見据えた観光局との連携強化

1 水都大阪2015連携企画

- (1) 「ミズベリング世界会議」*の開催 ～海外に向けた水都大阪の魅力発信～
 - ・エンドユーザーに向けたSNS、YouTube等を活用した情報発信の強化、シビックプライド向上の取組みを通じた情報発信
 - ・国内主要メディアへのアプローチの継続、海外メディア（インバウンド）へのアプローチ
 - ※参加予定700名。パリ、サンアントニオ、バンコク、大阪によるシンポジウム・国内外ミズプレイヤー等によるワークショップの開催
- (2) 水都大阪2015との連携
 - ・水都大阪2015と連携した情報発信及びマガジン等のツール・データの継続的な活用

