



灯
祭

OSAKA BRAND COMMITTEE

世界に誇る
水都・大阪



～水が育て、
水とともに生きる街・大阪～



花



橋



浜



都

目 次

1	なぜ大阪は水都なのか	1
(1)	水が生み出したまち	1
(2)	堀がまちをつくりまちが堀を育てた	1
(3)	水上交易の中心	3
(4)	水とともに生きたあかし	4
(5)	だからこそ、これからの水都へ	8
2	”水都”のブランド展開に向けた資源のとらえ方	11
(1)	メディアとしての「水の回廊」	11
(2)	リアルなコンテンツ＝ブランド資源	11
3	ブランド展開戦略	18
(1)	全体像	18
(2)	各パートの概要	19
	水都パネル構成メンバー	22
	【参考】 大阪ブランド戦略について	23

1 なぜ大阪は”水都”なのか？～水都誕生の歴史

(1) 水が生み出したまち

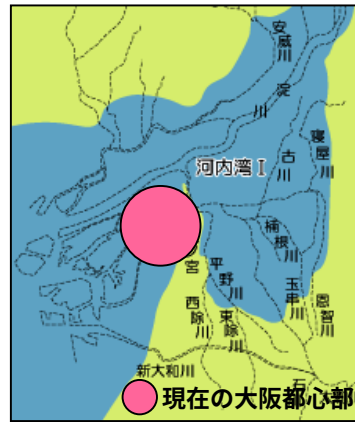
太古、大阪は海の下にあった。

現在の市内都心部の大半は大阪湾の底であり、わずかに上町台地の丘陵が半島のように陸上に顔を出すのみであった。

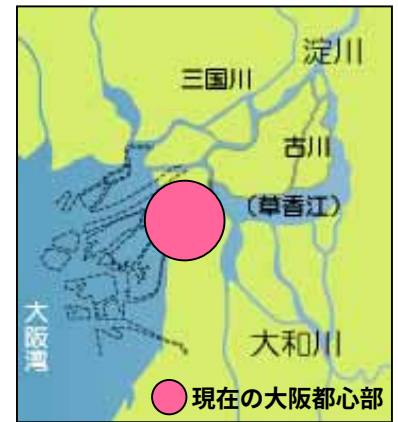
やがて、淀川が運ぶ土砂が河口に堆積し、上町台地の東に河内湖と呼ばれる巨大な湖をつくり、さらに5世紀以降の治水事業を経て新たな陸地が生まれた。

ここに都市大阪の起源となる難波津の都が置かれた。645年のことである。

大阪は、水が生み出したまちである。



約 7000～6000 年前



約 2400 年前

Topic 御堂筋は波打ち際…

17世紀以降干拓が進むまでは、上町台地の裾野まで海が来ていた。この裾野を難波砂堆 (なんばさたい) と呼んでいるが、その波打ち際は現在の場所でいうと御堂筋の付近にあたり、このあたりの地下には当時浜に打ち寄せられた石などがかたちづかった海岸線の名残が見られる。



難波砂堆と御堂筋

現在の御堂筋

(2) 堀がまちをつくりまちが堀を育てた

古代王朝期には奈良、京都と幾度も都が移り、大阪は都市としての発展が停滞していたが、やがて戦国期となり、海と川に囲まれた優れた要害の地として豊臣秀吉が大阪を選んだ。

この頃の大阪は、現在の御堂筋付近に海岸線があり、上町台地から西にはまだ都市としての構えがなかったが、秀吉は城の守りの強化と城下の拡大、そして治水対策までを一挙に行う都市開発事業を行った。すなわち堀川の開削である。

堀川を掘った土は両側に盛られ新たな土地となり、舟運が可能になったことと合わせて、堀川沿いに次々と新たなまちが生み出されていった。まちの発展が同業者の集まる界限や、川・海を経て様々な荷が集散する浜を生み出し、

それは新たな堀の開削へとつながっていった。こうして、現在の大阪都心部には江戸期までに15本の堀が開かれ、文字通り水都としての様相を呈していた。

堀川開削の順序

江戸時代								安土桃山時代	戦国時代						
桜川	高津入堀川	難波新川	堀江川	薩摩堀川	海部堀川	立売堀川	長堀川	京町堀川	道頓堀川	阿波堀川	天満堀川	西堀川	東堀川	河川名	
不明	享保19年(1734)	享保18年(1733)	元禄11年(1698)	寛永5年(1628)	寛永元年(1624)	元和6年(1620)	元和5年(1619)	元和3年(1617)	元和3年(1617)	元和元年(1615)	慶長5年(1598)	慶長3年(1585)	同古(1585)	天正13年(1585)	年 度



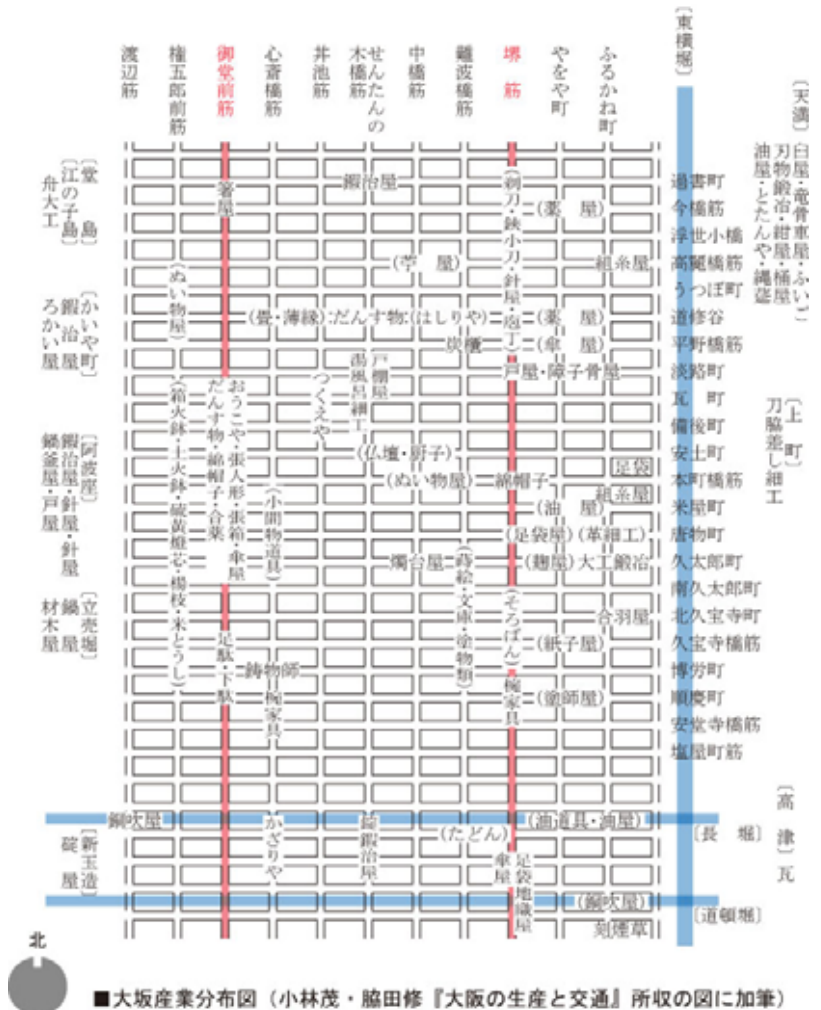
町の発展とともに開削された堀川

Topic 都市のDNA

堀川の開削とともにまちが広がり、大阪城に向かう東西の通りが主要な道路となって沿道には同業者が集う町がつくられていった。

道修町はそのDNAを今も受け継ぐ業問屋の町であると同時に、バイオを背景とする先端産業のリーダーとして大阪ブランド形成の一翼を担っている。

また、心齋橋筋、井池、久太郎町など、個性的な江戸期の町名が数多く現代にまで引き継がれ親しまれている。



江戸期の島之内 (大阪都心部) と同業者町

現在の道修町のまちなみ

(3) 水上交易の中心

5～7世紀の難波の都の時代には、大阪は大陸と交易する国際港として繁栄していた。その後、大阪付近の海浜が淀川による堆積で浅くなったため、交易港としての機能はしばらく堺に譲ることとなったが、秀吉以降の都市開発によって名実ともに全国一の交易拠点として再生することとなった。これは、北海道や江戸と畿内を結ぶ北前船や樽回船などの外航路と、淀川、大和川を経て京都や奈良にいたる内航路とのつながりが良かったことが大きな要因である。

こうして「天下の貨七分は浪華にあり、浪華の貨七分は舟中にあり」とまで記されるようになった経済都市としての隆盛とそれを支える舟運の華やかなにぎわいが生み出されることとなった。

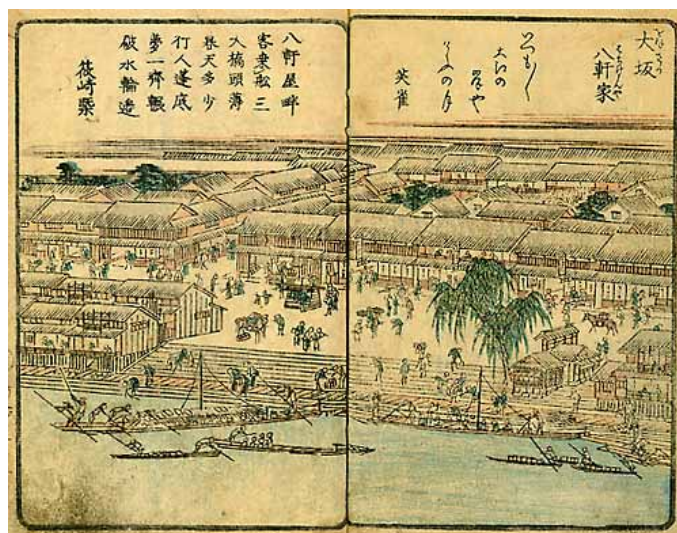


大阪を中心に東西に広がっていた外航路

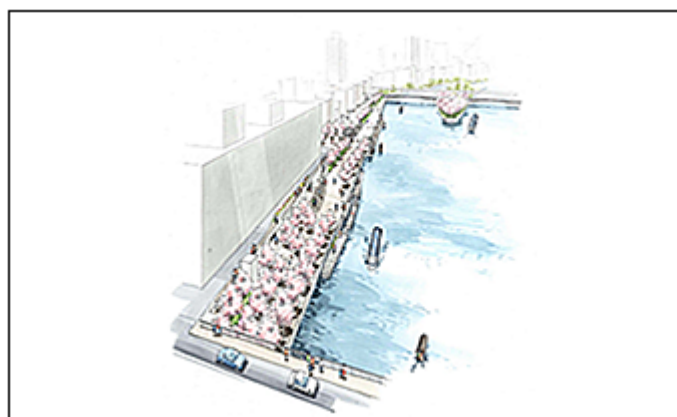
Topic よみがえる”浜”

京都から淀川を下ってくる伏見船や三十石船は、大川の左岸、天満橋のたもとにあった八軒家浜で人と荷の上げ下ろしを行っていた。八軒家浜とは、八軒の運送（飛脚）問屋が店を並べたことにその名の由来があるが、荷役の拠点としてだけでなく、熊野詣での出発点であったことでも大いに賑わった場所であった。

現在、大阪府、大阪市と民間が協働して、この八軒家浜を新たな水の都の拠点として再生する事業を進めており、様々なコースやプランでにぎわいを見せている水上交通の結節点として、また、まちと水辺が会える場所として、そして世界遺産となった熊野への21世紀の出で立ちの地として、その完成が期待されている。



かつての八軒家浜のにぎわい（『瀬川兩岸一覽』より）



新たに生まれ変わる八軒家浜の整備イメージ

(4) 水とともに生きたあかし

1) 水との闘い—数々の水門

このように水都としての発展を遂げてきた大阪であるが、水に近いことによって水との厳しい闘いも強いられることとなった。特に台風時の高潮は、水から生まれた土地の低い大阪にとって最も恐ろしいもので、まちの中心が水に浸からないように川の堤防を高々と築き続けねばならなかった。これは川面とまちを遠ざけることになってしまった。

近代に入って土木技術の発展により、大阪湾に面して市内部への高潮被害を防ぐための巨大水門が設けられることにより、ようやく川は安心してつきあえる水辺と変わりつつある。



都心を守る4つの水門



作動中の安治川水門



閉鎖した尻無川水門

Topic 淀川・大和川は人がつくった

現代の水門技術以前にも、人々は知恵を絞り水と闘ってきた。

例えば淀川は、かつては現在の大川～安治川の流れのことだったが、大きな蛇行と狭い川幅のために洪水災害に悩まされた。

そのため、オランダ人技師のデ・レーケの原案に基づき、大規模な付け替え工事が行われ、現在見られるような広大でまっすぐな川筋が生み出されたのである。

また、大和川も洪水被害が度重なり、1703 年幕府令により改修が着工され、わずか8ヶ月足らずで完工した。



2) 水とともに暮らす

i) 橋 ー八百八橋から現代の橋までー

都市内を巡る多くの堀川には、多くの橋も架けられることになる。しかし、「浪速八百八橋」という言葉は当時の実際の橋の数に対してはかなり誇張していわれた言葉で、実際には江戸時代の市内の橋は200橋程度であったとされる。

ただ、特徴的であったことは、これらの橋のうち幕府によって造られたいわゆる「公儀橋」はわずか12橋で、それ以外はすべて町民が自ら出資し架けた「町橋」であったことである。

まさに、浪速商人の心意気であり、その勢いこそが八百八橋と呼ばしめた背景にはある。

現在は多くの堀川が消え、それに伴い橋もなくなっていったが、心斎橋や四つ橋、長堀橋などの地名に現在も多く残っているとともに、橋のあった場所の近くには往時をしのぶ顕彰碑が建てられている。

現在では市内に800橋近い橋が架かっており、その中には港大橋や新千歳橋、夢舞大橋のような現代橋梁技術の粋を集めた数多くの橋がある。



四つ橋碑



港大橋



雑喉場橋碑



心斎橋碑



新千歳橋



夢舞大橋

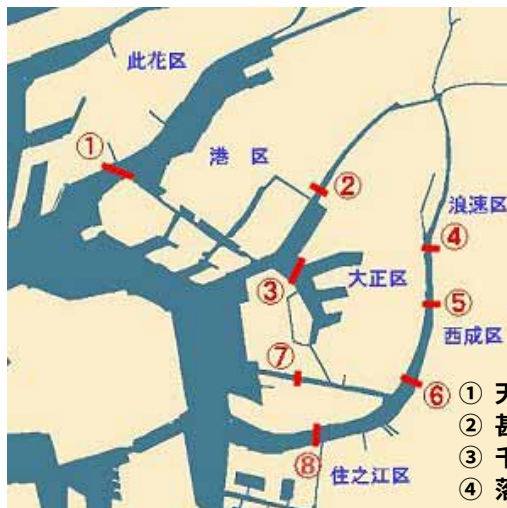
約400mの長さの中央アーチ部が水上に浮いて旋回できる世界初の構造

ii)舟運

渡し船

市内中心部の堀川は狭かったのが橋によって往来ができたが、河口部の方では川幅が広い上に高潮の被害も受けるので、渡し船が陸と陸をつなぎ主要な交通手段となった。1935 年頃には渡船場31か所、保有船舶数69隻を数えた。現在では橋梁やトンネルが整備され、安治川、尻無川、木津川の3河川に、8箇所15隻の船で運行するのみになったが、年間190万人以上の人々が利用している。これらは全て大阪市が運行・管理し、一般道路の代替施設ということから無料で利用することができる。

渡船場の場所



- | | |
|-------------------|-------------------|
| ① 天保山(てんぼうざん) 渡船場 | ⑤ 落合下(おちあいしも) 渡船場 |
| ② 甚兵衛(じんべえ) 渡船場 | ⑥ 千本松(せんぼんまつ) 渡船場 |
| ③ 千歳(ちとせ) 渡船場 | ⑦ 船町(ふなまち) 渡船場 |
| ④ 落合上(おちあいかみ) 渡船場 | ⑧ 木津川(きづがわ) 渡船場 |



天保山渡船場(安治川河口)



千本松渡船(木津川)

水上バスとなにわ探検クルーズ

近年になり市内の水上観光が見直されるとともに、各種の船便が生まれた。主として大川、寝屋川を航路とする定期便である大阪水上バスは、大阪城公園、天満橋、淀屋橋、OAPなどの栈橋を結び、低い橋桁をくぐるための低い全高、上下するキャビン、開閉する天井などの装備によって独特のフォルムと楽しさを持ち、桜のシーズンには多くの観光客に利用されている。

また、水の回廊を巡るなにわ探検クルーズは、落語家による軽妙で楽しい案内や解説で好評を博し、飲食をしながら夜景を楽しめる便もあることから、2003 年開設以来の利用者数はすでに延べ5万人以上に達している。この他、ベイエリアを周遊できる帆船型観光クルーズ船や、厨房付きで貸し切りパーティの可能なチャーター船等の様々な船が航行している。



水上バス



なにわ探検クルーズ

iii) 浜から生まれた文化

堀川を行き交う船は荷物とともに多くの人も運び、それは”浜”を中心に特徴的な文化を創り上げることになった。道頓堀端には浄瑠璃や歌舞伎、からくり小屋が並び「浜芝居」とよばれ、周囲には川に接して「いろは茶屋」と呼ばれた芝居茶屋が建ち並んだ。今も道頓堀の松竹座がその名残を留め、また道頓堀界限は毎日がお祭りのようににぎわいである。

堀川はまた、まちの活気の中に人の心の陰を感じる場所として、多くの文学や映画の題材、素材に取り上げられている。心中ものの舞台や宇野浩二、宮本輝等の川を素材とする小説、「どてらい男」や「ブラックレイン」等の映画における印象的な一コマとして幾度も取り上げられている。



近松門左衛門の作品は
道頓堀界限で数多く演じられた



現在の道頓堀のにぎわい

風景絵の題材として橋や川辺の景観が数多く題材とされた



今橋 (歌川国員)



四つ橋 (歌川芳瀧)



さくらの宮 (歌川国員)

大阪の橋でロケされた映画

■舞 台	■映画タイトル
鉾流橋	八つ墓村
渡辺橋	悪名無敵
錦 橋	親バカ子バカ
毛斯倫大橋	野獣刑事
戎 橋	太陽の墓場

(5) だからこそ、これからの水都へ

1) 都市面積の10%が水面

大阪市内の河川の面積は 20.5km²で、これは市域面積約 220km²の約10%に当たる。

東京都区部では5%、横浜市3%、広島市3%、名古屋市5%であるから、10%という数字は大都市として誇れる数値である。

例えば、市内の水面を全て集めてみると、右の絵のように、都心の中央部をすっぽり覆ってしまうほどになる。



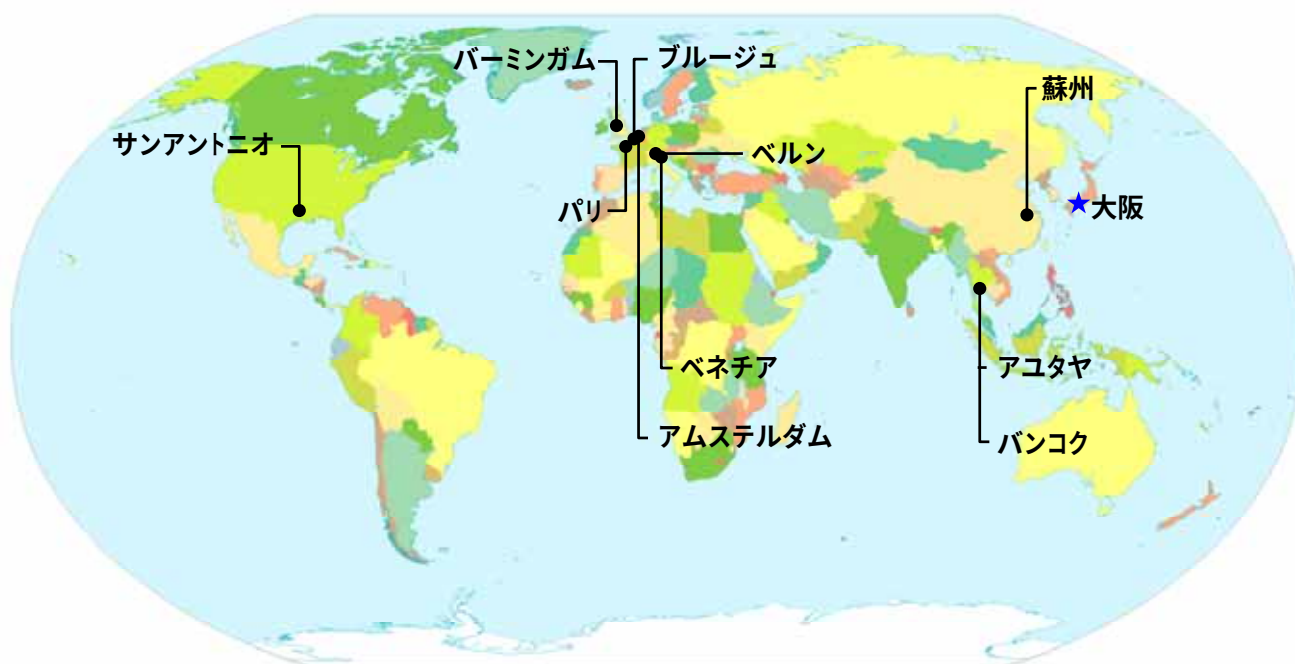
大阪市域の10%を水面が占める

2) 世界でも^{まれ}稀な都心を囲む水の回廊

世界の都市の中で”水都”として名高い都市としては、アムステルダム（オランダ）、ベネチア（イタリア）、サンアントニオ（アメリカ）、バンコク（タイ）、蘇州（中国） などがあり、また中之島がパリのシテ島（セーヌ川）になぞらえられることもある。しかし、四方を川で囲まれた都心を持つ大都市となると大阪以外には無く、まさに、大阪はオンリーワンの都市といえる。



世界の水都



世界の水都の紹介



アムステルダム



オランダの首都;人口約73万人;網目状の運河都市として世界に知られる



バンコク



タイの首都で人口約640万人;
アジアの一大観光地であり、水上マーケットが有名



ブルージュ



ベルギーの“水の都”;州都であり人口約12万人;
ブルージュとは”橋”の意



蘇州



江蘇省、人口約590万人;省屈指の経済中心地である
とともに多くの名刹を有する水の都



バーミンガム



人口約100万人;産業革命時に運河と鉄道の交差点という地の利で発展した



ベネチア



州都で人口約27万人;潟の上に築かれた水上都市で無数の運河が交通基盤;水辺で囲まれた都市



パリ



パリ、セーヌ川。左はルーブル美術館、奥に中之島と比較されることのあるシテ島が見える



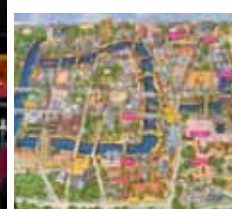
アユタヤ



タイ中部にあり人口約16万人;デルタの島に築かれている;アユタヤ王朝の遺跡群が著名;水辺で囲まれた都市



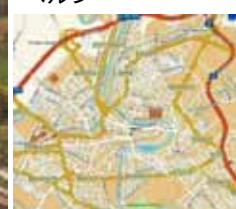
サン=アントニオ



テキサス州 人口約120万人;官民協働で再生されたり
バーウォークで観光客を集めている



ベルン



スイスの首都で人口約13万人;アーレ川の湾曲に囲まれる;水辺で囲まれた都市

3) 受け継がれる水への愛着

堀と舟運が表舞台だった江戸期の頃、大阪人にとって水辺は生活と一体化した場所であった。日常の場からハレの舞台まで、大阪の数々のシーンは水と関わりながらつくり上げられてきた。

そのもっとも大規模なものは天神祭りであり、華麗な水上の祭典とともに、この祭りを支える”講^{こう}”は町のコミュニティはもちろん同業者町やその経済活動とも連動しつつ、連綿と継続されてきた文化遺産といえる。

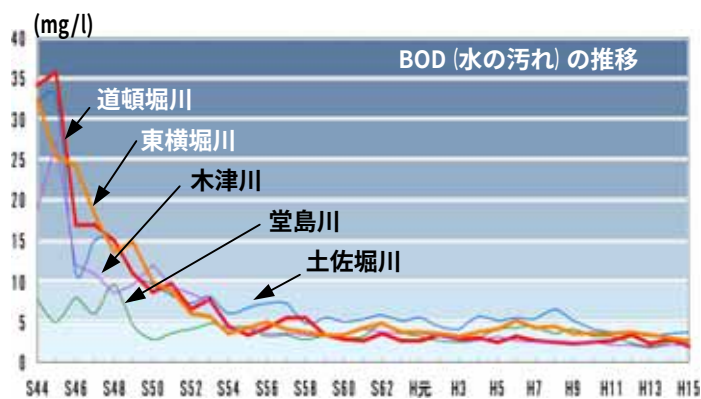
また、芝居のまち道頓堀を彩る歌舞伎役者の船乗込や、近年再現された難波八幡^{あなとぎょう}の船渡御など、華やかな伝統行事が水上で行われている。

一方、1960年代後半に水質汚濁を示すBOD値が部分的に35mg/l 強に達し、臭気を発するまでに悪化した水質は、1970年以降の数々の対策によって改善し、近年ではBOD値はほとんどの河川で5mg/l以下とな

って美しい水でしか見られないコウライモロコなどが、大川をはじめ市内河川で見られるようになってきた。さらに、道頓堀川水辺遊歩道などの親水空間整備や水上を楽しむための船着場の整備が進められつつあり、いま再び水辺への愛着を取り戻すための基礎環境が整えられつつある。



大川で観察された
コウライモロコ



＊講^{こう}: 天神祭を支える団体で、同業者などで構成されており、祭を彩る鉦太鼓^{かねだいこ}やお囃子^{はやし}などの数多くの船は、この講によるものである。天神祭に参加するには講に所属する必要がある。起源は明確ではないが、古い講は江戸時代から続いているとされる。

4) 世界の水都と手を携える

このような大阪の「水都」としての歴史や豊富な資源を背景として、大阪市では世界の水都の首長が一堂に会する ICAP (国際水都首長会議) の開催を提唱、既に5回を迎える同会議のうち2回の開催を招致しているほか、WWC (世界水会議) の世界会議である世界水フォーラム第3回会議では、大阪は琵琶湖・淀川流域の主会場の一つとなった。

このように大阪は、都市全体が世界に向けて、水都としての発信を開始している。



第4回 ICAP の様子

2. ”水都”のブランド展開に向けた資源のとらえ方

(1)メディアとしての「水の回廊」

大川～土佐堀・堂島川～木津川～道頓堀川～東横堀川からなる「水の回廊」は、これまで一般には連続したものとしての認識がほとんどなかった。それは、これまでの南北方向が主体の都市活動の中では、非常に限られた断面としてしかこれらの川と出会い、体験する場面がなかったことにある。

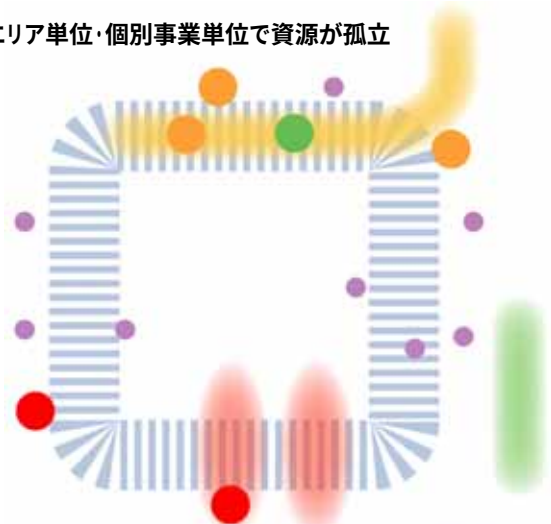
そこで「水の都大阪」再生構想では、この「水の回廊」を「水の都大阪」のシンボルとして位置づけることから始めている。

しかしながら、「水の回廊」自体は、ひとつの地形的特徴に過ぎず、現時点でこれを都市のブランド資源と位置づけるのは無理があるように思われる。「水の回廊」にはいまのところひとまとまりの空間的特徴や都市活動の連鎖に欠けているのである。

ここから、「水の回廊」を直接ブランド資源として考えるのではなく、メディアとして捉える考え方が生まれる。メディアとは、ここでは種々の都市資源（あるいはブランド資源）の器＝パッケージのようなものであり、離散的であったこれらの資源を「水の回廊」という共通パッケージ＝メディアに載せて再構成する、ということである。

メディアとしての「水の回廊」の概念図

エリア単位・個別事業単位で資源が孤立



「水の回廊」のワードで全てをくるんでしまう



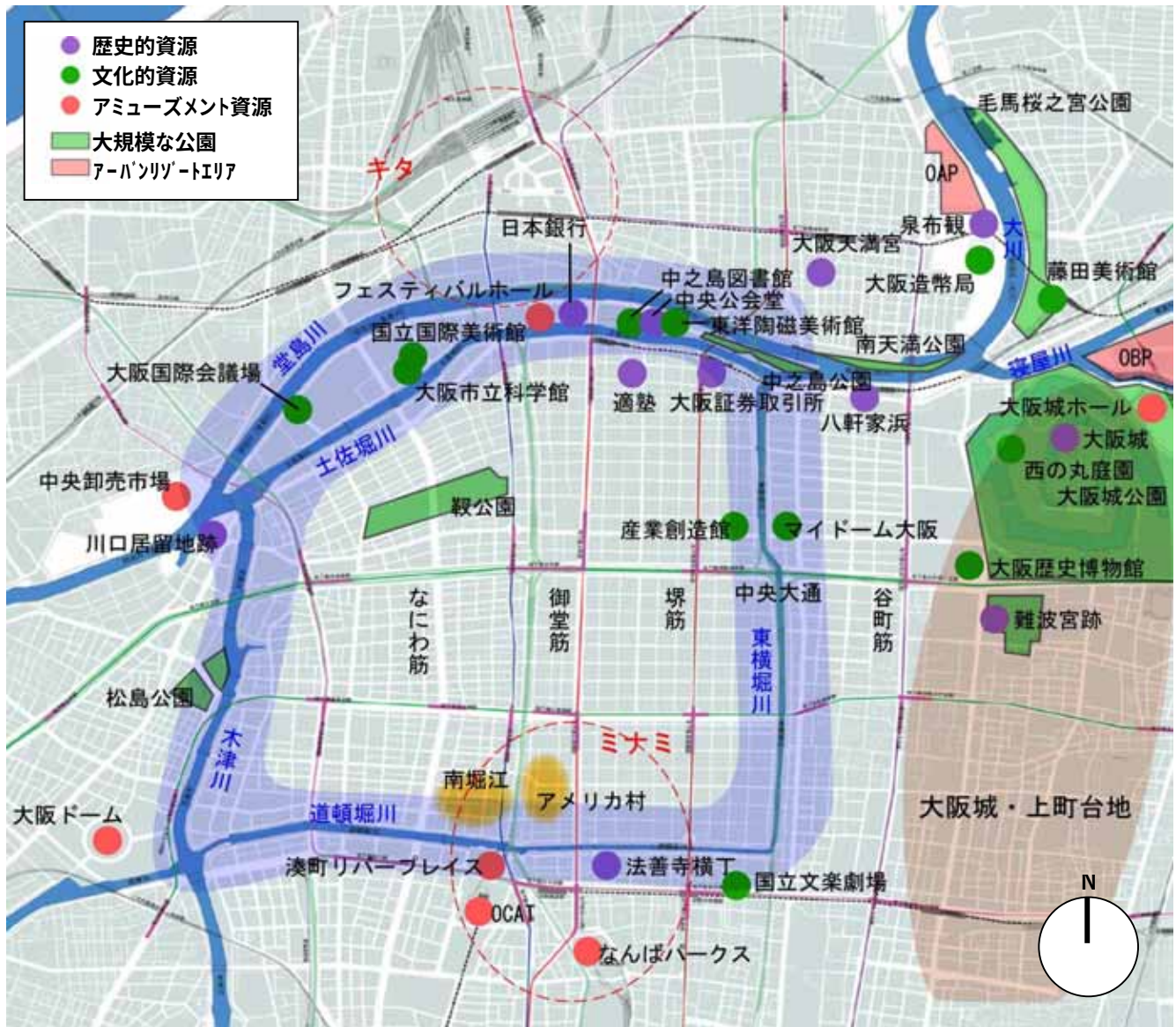
(2)リアルなコンテンツ＝ブランド資源

「水の回廊」を核として、その周辺には様々な歴史・文化・アメニティ資源が集積している。

「水の回廊」に載せて再構成する実際の資源としては、3つの局面から整理できる。一つは、これまでにすでに多く流通され、全国的に認知されている伝統的、あるいは地域的な一群、二つ目に、いま「水の回廊」の”際(きわ)”から生まれつつあるテンポラリーなまちの胎動とでもいべき一群、そして最後に、一般にはまだあまり知られていない魅力ある水上からの景観である。

1)「水の回廊」を中心とする水都資源分布

「水の回廊」を中心として、下図のような資源が分布している。



2)伝統的、あるいは地域的な資源

天神祭

951年に始まった鉾流神事が起源とされている日本三大祭りの一つで、130万人以上の集客がある。神事ではあるが、歴史的背景から様々な民間参画・支援で継承されており、フィナーレの船渡御や花火は世界的にも誇りうる水上の祭典となっている。



中之島バラ園

中之島バラ園は中之島公園内の一施設である。中之島公園は1892年12月1日に開設され、バラ園をはじめ、中央公会堂、府立中之島図書館、東洋陶磁美術館をも含む10.6haの風致公園である。なかでもバラ園は、89種4000株のバラを擁し、5～6月のシーズン時には市民をはじめ多くの観光客でにぎわっている。



道頓堀川

成安道頓（一説には安井道頓）により1615年に完成した堀川で、内水対策と舟運を目的として開削されたが、現在の道頓堀堀界隈では当時から五座などの芝居小屋が集積し、観劇と娯楽のまちとして栄えた。高度成長期にも埋められなかったこの川の戎橋近傍では沿川に商業ビルが密集し、そのネオンが川に映る様が歌にもされ、全国的知名度を得ている。

この道頓堀川の中央部、最にもぎわう戎橋を舞台に、江戸期より続く歌舞伎役者の船乗込みが毎初夏の大阪を飾る風物詩として人々に親しまれており、また天神祭では数々の祭船が、鐘太鼓、お囃子とともに隊列をなして行き交う。なかでも、まちの若衆と子供たちが乗る手こぎの和船「どんどこ舟」は、この道頓堀川の戎橋近傍で「ふな回し」という勇壮なパフォーマンスを繰り広げ、祭りの気分を大いに高めている。

さらに、2001年に230年ぶりに、難波八坂神社の神事である船渡御が復活し、雅楽隊を乗せた幽玄を感じさせる船の隊列は、天神祭できらめく大阪の夏を予感させるイベントとして、歴史ある、しかし新たな水都の風景となりつつある。



歌舞伎役者の船乗り込み



難波八坂神社の船渡御

大阪シティレガッタ (旧大阪市民レガッタ)

1948年の第1回以降2006年には第59回を迎える歴史と伝統を誇るボート競技で、中学校、高校、大学、企業のチームに加え、平均年齢約75歳の旧制高校チーム（八高ボート部）も参加する。毎年4月に大川源八橋付近に設定された800mのコースで、男子・女子の正式種目とオープン競技で競われ、観桜の頃と重なるため多くの観客を集める春の大阪の風物詩として定着している。



3) 水辺・船上から見た魅力ある景観

水都のイメージを人々に印象づけるにあたって、最も直接的でインパクトの強いのは景観資源である。堀や浜、あるいは瀬戸内に開いた地形から、水都大阪には数々の魅力的な景観資源に満ちている。

中之島高層ビル群

着々と進行している西部地区開発にともなって、中之島の中央部から西部へかけて新たな都市の胎動を感じさせる高層ビル群の景観が生まれ始めている



中之島歴史的建造物群

一般アンケートにおいても最も好まれている景観である中之島中央公会堂をはじめ、中之島図書館やクラシカルなファサードで装われた市庁舎、日銀、また淀屋橋をはじめとする名橋群など、中之島東部は歴史的建造物群が重厚な景観を生み出している



中之島剣先

大阪城、OBP から生駒連山までが見通せる剣先は、また天神橋の連続アーチを背景として外から見ても印象的な景観の名所となっている



大川の桜

春の大阪を全国に知らしめているのが大阪城と大川沿いの桜であり、穏やかな大川の水面に近接して延々と続く豊かな桜並木は、その下で開かれる花見のにぎわいとともにより風物詩となる景観を生み出している



青い灯赤い灯道頓堀川

全国レベルで大阪の印象として定着しているのがネオンの映る道頓堀川である。

現在、道頓堀川水辺整備事業が行われており、親水性の高い遊歩道が整備されつつあるが、これにともなって川に背を向けていた建物が川側に入口・正面を向けるようになってきており、“^{きわ}際”で新たなまちづくりの胎動が始まっている。



夕陽

大阪は海に沈む夕陽を堪能できる唯一の大都市でもあり、ベイエリアの都市型開発の進行とともに、その美しい景観をより身近に見ることができるようになってきた



様々なシーンで楽しめる数多くの魅力的な橋

八百八橋で名を馳せた大阪の伝統を受け継ぎ、今も様々な素材でつくられたアーチや桁橋、斜張橋などのバラエティに富んだ橋が数多く架かっており、重厚な歴史的風格から現代的洗練にいたるまで、その魅力的な姿は、地上ばかりではなく水上からの眺めも一層楽しいものになっている。



4) ”際”^{きわ}から生まれつつあるまちの胎動

これら”際”^{きわ}から生まれつつあるあらたなエリアの動きは、これまでの地区内で閉じられた施設整備とは異なる、「水の回廊」を通じたまちのひろがりに特徴がある。これらは”耕築”とでもネーミングできるようなムーブメントである。

中之島地区

歴史・公園的の街区である東ゾーンに加え、都市的なにぎわいの少なかった西の方で西部地区開発が進められ、また中之島新線が堂島川沿いに整備されることでさらに親しみのもてる都市空間が生まれつつある。

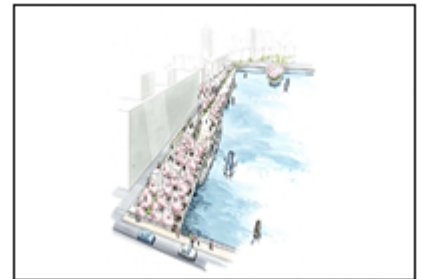
西部地区では国立国際美術館や大阪市立科学館のほか経済・文化の中枢を担うような諸施設が整備されつつあるとともに、水辺には船着場が設けられ、水の回廊のネットワークとの連担が意識されている。中之島新線の建設とも合わせ、世界に目を向けた都心の新都市ゾーンとしての今後の展開が期待される。



中之島新線

八軒家浜再生

「水の都大阪再生」の事業の一環として現在検討が進められており、かつて陸水路の中継拠点として賑わったこの浜を、建設中の中之島新線や賑わいつつある舟運の状況と重ねながら現代の浜として蘇らせようとするものである。鉄道駅と一体化した船着場のほかに、沿川建物と調和した公園・広場整備が計画され、水辺に向けたネットワークの拠点として開花しようとしている。



八軒家浜整備イメージ

道頓堀地区

道頓堀川水辺整備事業が進められており、親水性の高い水辺遊歩道の整備とともに”際”^{きわ}に光があたりだし、これにともなって川に背を向けていた建物が川側に入口・正面を向けるようになってきており、新たなまちづくりの胎動が始まっている。大都市における川とまちとの一体化と河川空間の民間利用という点では、全国的に見ても先進的なケースであり、そのソフト展開による全国的な発信力が期待できる。



南堀江・湊町地区

湊町は、JRの跡地開発からOCATとしての施設展開が行われてきたが、近年では多様な年齢層の集まる都心居住エリアとしての地区整備にシフトしつつあり、音楽施設である湊町リバープレイスと合わせて文化・居住複合的の様相を呈しつつある。これに呼応するように道頓堀川を挟んで北側対岸の南堀江地区では、家具問屋のまちとしての立花通が若者向けのライフスタイルエリアに変貌しつつあり、さらにこの兩岸をシンボリックに結ぶ歩行者専用の人道橋建設が進められるなど、エリアの活性が急激に高まりつつある。

水辺遊歩道での地元イベント



湊町リバープレイスの水辺で開かれた音楽イベント

舟運まつり

2004 年より実施されている「水の都大阪再生構想」を出発点としたイベントである。毛馬・桜宮公園を主会場に川を軸とする分散会場型の展開方法が特徴で、これらを結ぶネットワークは水上タクシーや無料の連絡船等のイベント型舟運が担っており、今後の展開によって水の都をテーマとしたシンボルイベントとして大きく発展する可能性がある。



「春の舟運まつり」の様子



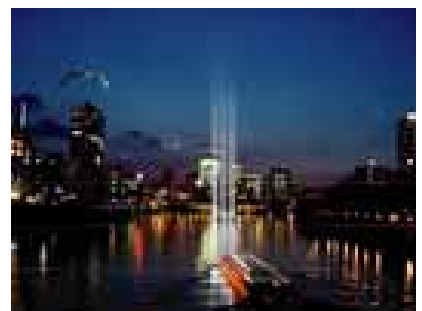
水上カフェレストラン

光のルネサンス

中之島と大川、堂島川、土佐堀川を主舞台に冬の大阪を彩る光のイベントとして、2003 年 12 月からスタートしたもので、第1回目 54 万人第2回目 81 万人と年々観客を増やし、2005 年には投影装置を使ったウォールタペストリーや八軒家浜ライトアップなどさらに規模を拡大して実施された。



光の広報船とビル窓イルミネーション



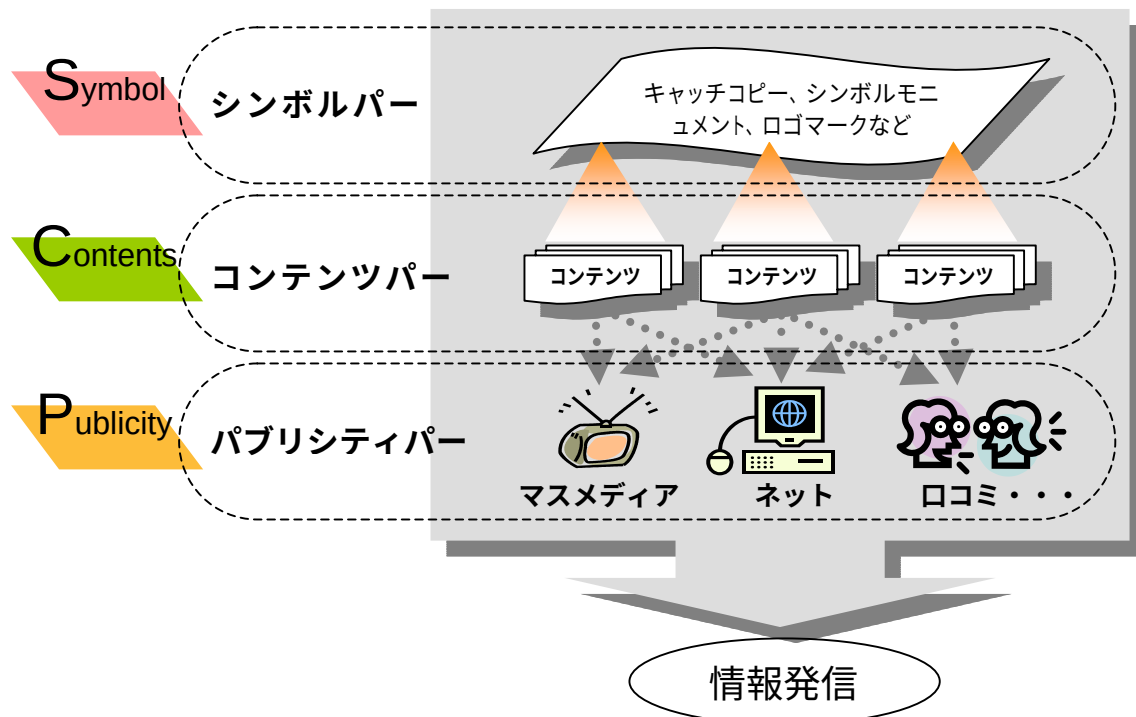
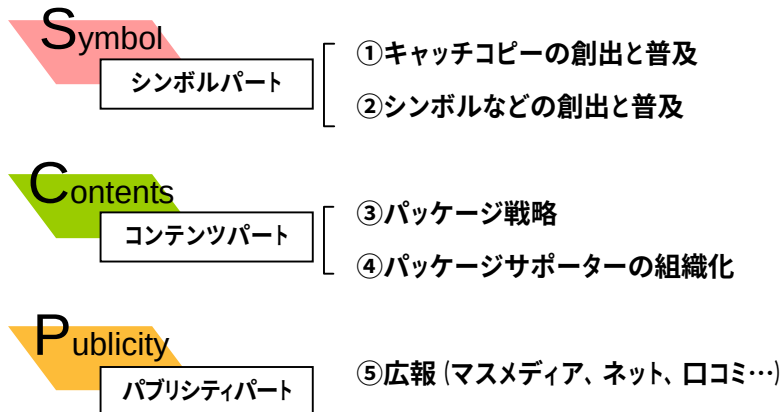
剣先公園の光のタワー

3. ブランド展開戦略

(1) 全体像

これまでに示したとおり、大阪は地勢的にも人文的にも、水都と呼ばれてしかるべき歴史背景があり、様々な歴史的・文化的な資源や魅力ある水辺の空間や景観を有している。このポテンシャルを様々な角度から切り出し、新たなテーマのもとに再構成すること、及び新たに水都大阪を強く印象づけるためのシンボルを創造することによって、水都大阪を発信するブランド展開を試みる。

このブランド展開戦略は、次のような各パートに別れ、各々を連動しながら進めていく。



(2) 各パートの概要

1) シンボルパート

シンボルパートは、水都大阪全体のイメージをいくつかの強い喚起力を持つ言葉やマークに集約し、発信していこうとするものである。

① キャッチコピーの創出と普及

② シンボルなどの創出と普及

とに分け、各々次のような展開方向を考える。

① キャッチコピーの創出と普及

「水の都大阪」という、コンセンサスを得た大テーマを、より具体的なイメージへ展開するサブコピーを創出することが重要である。例えば「さくら咲く水の都大阪」、「水飾りのまち」といったイメージタイトル的なもの（標準型）、「再発見水都大阪」「みつけよう水の都の魅力」のような呼び掛け型のものなどが考えられる。

□ 日本文キャッチコピーの提案

- ・「水の都大阪」との一体的使用を前提として、字句・音韻に配慮する
 - ・水を読み込むことに加え、桜や滯標などのシンボリックな素材を取り込みイメージをつくる
- を条件として、以下の案を例示する。

【標準型】

案1a さくら咲く水の都大阪 (さくらさく みずのみやこおおさか)

案1b さくらさく水のまち (さくらさく みずのまち)

平成の通り抜け、桜のイメージを頭出しにして、全体として親しみやすく柔らかく暖かみのあるコピーとしている

案2 おおさかみず散歩 (おおさか みずさんぽ)

”みず散歩”という語で舟運や水辺でのくつろぎのひとときの楽しさを表現し、ひらがなで構成して親しみやすいコピーとした

案3 水飾りのまち (みずかざりのまち)

花と光で演出する水都のイメージを”水飾り”という造語で表現し、また字面や音感にきらめきの感じられるコピーとしている

案4 滯輝く華の都 (みおかがやく はなのみやこ)

漢字主体、かつ”輝”、”華”という多画数で音読が硬いことばを連ねることで、都市的な壮麗さの感じられるイメージをだしつつ、水を重ねないように滯^{みお}を充てた

案5 花・滯・灯 なにわ津のまち (はな・みお・ともしび なにわつのまち)

1, 2の構成をとりこみながら古語なにわ津で歴史との接点を表現しつつ、全体として韻を踏みつつリズム感のある語構成とした

etc.

【呼び掛け型】

案1 再発見 水都大阪 (さいはっけん すいとおおさか)

”再発見”という語で、探訪を誘う呼びかけとした

案2 みつけよう 水の都の魅力 (みつけよう みずのみやこのみりょく)

”みつけよう”の語で、積極的に自ら見いだしていく楽しさを表現した呼びかけとした

□英文キャッチコピーについて

海外向けのプロモーションも重要であることから、英文でのキャッチコピーの創出をはかる必要がある。

ex. 英文サブコピーとしては、既にICAPで用いられている、

"AquaPolises" 及び"AquaPolisOsaka"

を積極的に各場面において使用、流通させることが適切と思われる。

②シンボルなどの創出と普及

キャッチコピーと一体的に使用されるとともに、一目で大阪であるということの認知につながるインパクトをもつシンボルが必要であり、今後水都大阪にふさわしい、地域の歴史性や特性を活かしたハード、ソフト両面でのシンボル創出が必要である。ハード面ではシンボルモニュメントの創造、ソフト面では水都大阪をイメージさせるロゴマークや書体等の創出を考えていく。

□ハード面～シンボルモニュメントの創出

東の剣先 (中之島剣先公園)

ex1. 既存のマストモニュメントを利用した花のシンボルモニュメント

ex2. サーチライト、レーザーとミスト(霧)のスクリーン等を組み合わせた光でのショーアップ

西の剣先 (中之島西公園ほか)

ex1. 河川から噴き上げる巨大噴水

ex2. 橋梁や高速高架を利用したミストのカーテンで夜間は光、映像でショーアップ など

□ソフト面～水都大阪をイメージさせるロゴマークや書体等の創出

ex1. ロゴマーク(コピーやキャッチフレーズ等と一体利用されるマーク)

ex2. 書体(水都大阪に関連する出版やインターネットで使用していく専用のもの) など

これらを普及させていくためには、公共発の情報には必ず「水の都大阪」の言葉に併記し掲載していくこと、観光・宿泊等関連企業の協力を得て旅行商品のPR等で使ってもらうことが重要で、視覚に訴えるツール展開を図ることが必要である。

2) コンテンツパート

大阪には様々な歴史・文化的資源が眠り、近年では、様々な水辺の取り組みイベントが行われている。そして、大阪を舞台としてこれまでも様々なコンテンツが発信されている。しかし、その各々は魅力的な要素を持っているものの、相互の連携が希薄であったため、大きなムーブメントとなることは少なく発信性に欠けていた。

そこで、これらの貴重な資源を個性的に組み合わせパッケージ化する仕組みを確立し、これを継続していく組織を確立することで、魅力的で強い発信力を持ったコンテンツ創出体制をつくりあげる。

① パッケージ戦略

様々な角度から資源を切り出し、これらを時節や地域テーマなどの各種切り口によって様々なパッケージ化を展開する。

- 切り口の例、
- ・四季 (ex. 大川・花見・川開き、水の回廊夏祭り 等)
 - ・歴史 (ex. 八軒家浜から熊野街道、上町迷巡り 等)
 - ・文化 (ex. 浜の芝居小屋巡り、中之島アートフェスティバル 等)
 - ・食 (ex. 船上で楽しむくいだおれパック、花見舟で水の回廊巡り)
 - ・芸 (ex. 落語・漫才フェスティバル) など

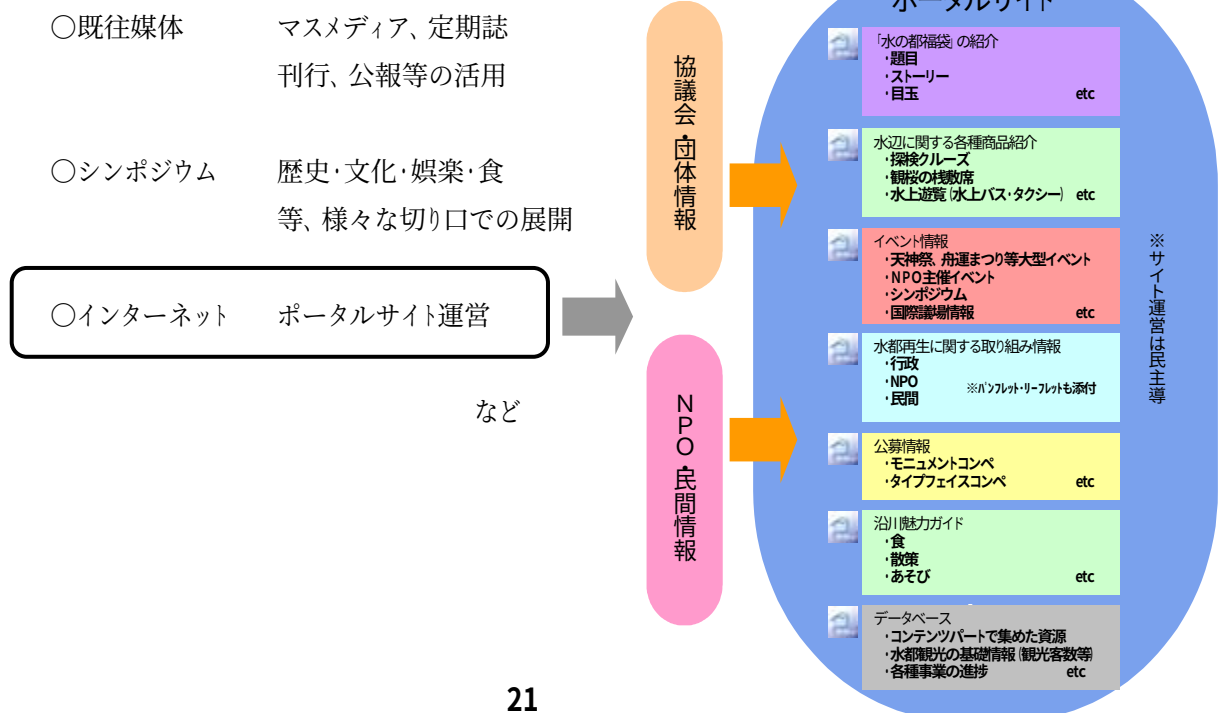
② パッケージサポーターの組織化

パッケージを魅力的なパッケージを継続的に生み出していくために、関連企業、市民、NPO のほか、「語り部」や「長老」などによってパッケージ制作のためのサポーター集団を組織化する。

3) パブリシティパート

現在普及が進み、一般化しつつあるインターネット環境のステージにおいて、水都大阪の入り口となるポータルサイトを構築することを推進しつつ、これと併せて印刷媒体や TV 等の既存のマスメディアを有機的に連携させながら、魅力的なコンテンツを効果的に広報していく。

広報のための諸戦術



【水都パネル構成メンバー】

〈座長〉

橋爪 紳也 大阪市立大学大学院 助教授

〈パネルメンバー〉

水の都大阪再生協議会 (幹事会)

豊岡 賢二	大阪商工会議所 地域振興部長
米津 寛司	(社) 関西経済連合会都市・文化グループ 副参与
天野 博介	(社) 関西経済連合会都市・文化グループ 副参与
小山 雅司	(財) 大阪21世紀協会水都再生部 課長
太田 健一	(財) 大阪観光コンベンション協会 魅力開発部長
山岡 康伸	近畿地方整備局企画部 建設専門官
五十川 政志	近畿地方整備局河川部 建設専門官
福岡 成和	近畿地方整備局建政部 課長補佐
小寺 雅夫	近畿運輸局企画振興部 観光振興課長
川上 峰雄	近畿運輸局海事振興部 旅客課長
中尾 恵昭	大阪府企画調整部企画室 副理事
市橋 康伸	大阪府生活文化部文化課 課長補佐
檜原 弘幸	大阪府商工労働部観光交流局 課長補佐
長谷川 明巧	大阪府土木部河川室 参事
井上 恵	大阪市計画調整局 地域計画担当部長
松野 廣子	大阪市ゆとりとみどり振興局 企画調査課長
西川 匡	大阪市建設局 河川事業振興担当課長
大野 新一	(独) 都市再生機構 業務第1ユニット チームリーダー
新居田 滝人	(独) 都市再生機構 業務第1ユニット チームリーダー
角野 正	阪神高速道路(株) 交通環境室 環境企画グループ長
山口 良弘	阪神高速道路(株) 交通環境室 環境技術グループ長

〈パネル事務局〉

(総括)	布川 貴一	大阪市計画調整局 都心活性化担当課長
	金澤 明広	大阪市計画調整局 都市デザイン課担当係長
	安川 浩一	大阪府企画調整部企画室 課長補佐
	山野 光昭	大阪府企画調整部企画室 主任企画員

(構成・編集協力)

総合調査設計株式会社 (大阪市北区芝田1-8-15)

[参考] 大阪ブランド戦略について

■大阪ブランドコミッティの設立趣旨～大阪に吹く新しい風 Brand-New Osaka～

■都市ブランドの重要性

- ・発展する世界の都市には、すばらしい都市イメージ、ブランドが存在
- ・ブランド力を喪失すれば、都市は衰退

■大阪ブランドの危機

- ・大阪は、かつて「天下の台所」「上方」という卓越したブランド力を誇る
- ・最近の大阪は、マイナスイメージ、アンチブランドのイメージ

■豊富なブランド資源

- ・大阪は、食文化、伝統芸能、歴史、伝統、文化遺産を豊富に有する
- ・優れた中小企業の集積。バイオ、ナノテク、ロボットなどの先端科学技術
- ・音楽界、芸能界、スポーツ界、経済界、学会など多方面に人材を輩出



大阪の再生に向けて
大阪ブランド戦略の推進・大阪ブランドコミッティの発足

■大阪ブランド戦略の概要

「大阪ブランド戦略」の意味

大阪という言葉から連想される良いイメージ（ブランド＝都市魅力）を回復、向上、確立し、情報発信する活動。
（大阪が自信と誇りを取り戻し、新たな発展に向かう気概を内外にアピールする運動）

目 的

大阪ブランド戦略の目的は、「大阪の再生」。
新たな大阪のイメージ＜Brand-New Osaka＞を創出、定着させ、人、もの、資金、情報、企業を呼び込むことで、「大阪の再生」を目指す。

活動内容

■大阪を知る

大阪の魅力をアピールできる歴史・伝統・文化遺産、優れた技術・企業・人材などを「ブランド資源」（大阪の強み）として発掘又は再評価する活動。

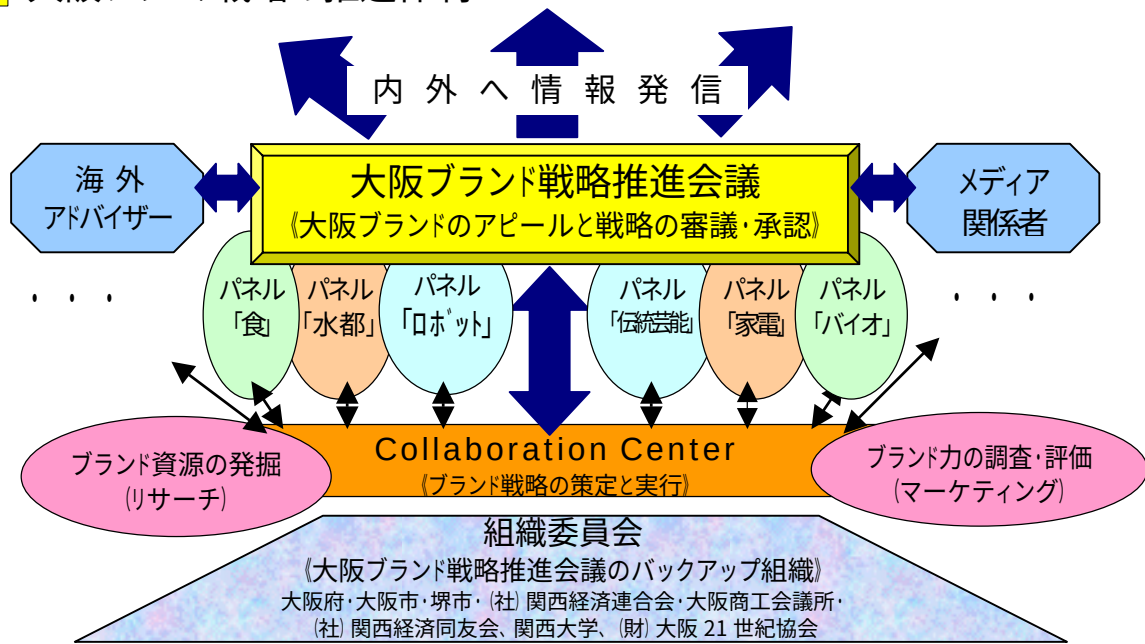
■大阪を磨く

「ブランド資源」について、価値の明確化、新たな魅力の付加等により、その魅力を増大させる活動。

■大阪を語る

「大阪ブランド」を統一的メッセージとして、国内外に向けて戦略的に発信する活動。

大阪ブランド戦略の推進体制



大阪ブランドコミッティにご協力いただいている方々

大阪ブランドコミッティ

【大阪ブランド戦略推進会議】

- 議長 安藤忠雄氏 (建築家・東京大学名誉教授)
コシノヒロコ氏 (デザイナー)
坂田藤十郎氏 (歌舞伎俳優)
- 顧問 梅棹忠夫氏 (国立民族学博物館顧問)
大久保昌一氏 (大阪大学名誉教授)
岸本忠三氏 (大阪府特別顧問)
宮原秀夫氏 (大阪大学総長)
- 委員 専門家、有識者、文化人など約100名

【コラボレーションセンター】

- チーフ 堀井良殷氏 ((財) 大阪 21 世紀協会理事長)

【組織委員会】

- 委員長: 熊谷信昭氏 ((財) 大阪 21 世紀協会会長)
- 委員: 太田房江氏 (大阪府知事)
關 淳一氏 (大阪市長)
木原敬介氏 (堺市長)
河田悌一氏 (関西大学学長)
秋山喜久氏 ((社) 関西経済連合会会長)
野村明雄氏 (大阪商工会議所会頭)
寺田千代乃氏 ((社) 関西経済同友会特別幹事)