

奔潮

大阪ミュージアム構想について

大阪府府民文化部都市魅力創造局都市魅力課
竹中理恵



大阪ミュージアム構想
"Osaka, The Museum" Concept

はじめに

京都といえば、「古都」、神戸といえば「港まち」などと、すぐにその都市をイメージする言葉が思い浮かぶが、さて、大阪といえば、なにを思い浮かべるだろう。

大阪は歴史的なまちなみや豊かなみどり・自然など魅力的な地域資源がありすぎて、一言ではなかな

か言い表せない。統一した都市のイメージを思い描きにくくなっている。

「大阪ミュージアム構想」とは、それを逆手にとり「大阪は、まち全体がミュージアム」のように、様々な魅力があり、楽しいまちだ、ということを都市イメージとして内外に発信するとともに、地域住民が主体となって、市町村や企業・団体と連携し、まちの魅力づくりを図り、みんなで明るく、楽しくわくわくするまちを実現するための府民運動である。

発掘・再発見

～ファーストステージの取組～

「大阪は、まち全体がミュージアム」をキャッチフレーズに、府内各地の魅力的な地域資源を府民を



はじめ多くの皆さんから推薦していただき、現在約1,200件の魅力あるまちなみや自然、祭りやイベントが大阪ミュージアムの登録物となっている。

さらに、その「登録物」の中から61件を「ベストセレクション」に選び、大阪ミュージアムを代表する大阪の顔として広く発信している。

平成20年5月に打ち出した「大阪ミュージアム構想」。初年度はファーストステージとして、大阪ミュージアムの土台固めを行った。

磨き・際立たせ ～セカンドステージの取組～

平成21年度からは、「登録物」を演出したり、新たな魅力を創り出すなど、大阪ミュージアムを楽しめる仕掛けづくりを行った。

大阪府は「大阪ミュージアム基金」を設けており、皆様からの寄附を財源に、市町村を通じて地域における自主的な魅力活動づくりを支援している。

例えば、「日本の棚田百選」にも選ばれた千早赤阪村「下赤阪の棚田」ライトアップ事業。日没から3時間、棚田が約2,000個の灯籠でライトアップされ、幻想的な美しさに来訪者が魅了された。その時に使用した灯籠の材料費（地元の方が製作）や来訪者用のバイオトイレの設置費用に対し寄附を活用した。

寄附金は「ふるさと納税制度」を活用した個人の方からの寄附のほかに、最近は、「エシカル消費（消費者が商品やサービスを選ぶ際に社会規範に配慮したものを優先する行動）」が消費の新潮流となってきており、大阪ミュージアム構想でも電子マネー、定

期預金、ゆるキャラグッズ、飲料・焼き菓子、観光ツアーなど様々な企業とタイアップを行い、売上の一部を「大阪ミュージアム基金」に寄附いただいている。（図1参照）

また、「御堂筋イルミネーション」、「御堂筋 kappo（カッポ）」、「水都大阪2009」など、大阪を代表するイベントを大阪ミュージアムの主要事業に位置付け、他都市を圧倒する景観等で府内外の人を引き付けた。

さらに、大阪のまちを「カンヴァス」に見立てた「おおさかカンヴァス推進事業」も今年3月を集中展示期間とし作品展示を行う。これは、公共的な空間をアーティストの作品発表の場として開放し、アーティストの自由な発想と感性、創作意欲を大阪で実現してもらう事業である。この取組を通じて、アーティストが大阪のまちを活動の場として選択し、全国から世界中からクリエイターが集まるデザイン都市となることを目指している。

下赤阪の棚田ライトアップ

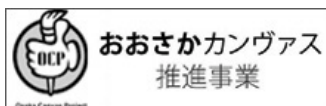


当日は、下赤阪棚田の会、農と緑の探検隊、棚田・ふるさとファンクラブなどが連携し、たくさんの方々の参加・協力のもと、ライトアップの準備が進められた。

図1：大阪ミュージアム構想の財源を支える企業タイアップ商品例



大阪府咲洲庁舎における作品展示は
3月中旬からスタート!



おおさかカンヴァス推進事業HP
⇒ www.osaka-canvas.jp

また、今後は「石畳と淡い街灯まちづくり事業」
として選定したモデル地区6箇所（富田林市、枚方
市、岸和田市、河内長野市、箕面市、柏原市）との
連携をはじめ、人が集い・賑わい・交流する大阪を
全国にアピールしていく。

結び付け・発信する ～サードステージの取組～

磨き・際立たせた「大阪ミュージアム登録物」を
ストーリー性を持たせて結び付け、それらの魅力を
点から線へ、線から面へ広げ、府内外に発信する取
組も平成21年度から実施している。

登録物を活用した複数のイベントを季節ごとのコ
ンセプトに基づいて結び付け、大阪ミュージアムの
「特別展」として、地域の魅力を発信している。この
特別展は効果的な事業展開を図るため平成21年度は
河内地域、平成22年度は泉州地域で開催した。そし
て平成23年度は北摂地域を重点地域として開催する
予定である。



また、大阪ミュージアムの登録物を実際に巡って
いただくために、府民の皆さんから推薦いただいた
おすすめコース「ぐるりん大阪ミュージアム」をと
りまとめた。

さらに、今年1月に大阪ならではの魅力的な商品
やサービスを感じることができる通販サイト「大阪
ミュージアムショップ」が開設された。商品は、「大
阪通販道場」（おおさか地域創造ファンド活用事業）
の修了生のものを中心に品揃えしている。



大阪ミュージアムショップHP ⇒ www.msosaka.jp

さらなるステップアップをめざして

平成23年度は、御堂筋や通天閣など大阪の観光名
所を駆け抜ける大規模市民マラソン「第1回大阪
マラソン」や府民の皆さんが動画で地元の自慢を
行う「OSAKA LOVERS CMコンテスト（仮
称）」の実施を予定・検討している。大阪ミュージ
アム構想の主役は「地域住民の皆さま」であり、それ
を支えるのが行政である。

地域住民は、資源を見つけ、活かし、地域の魅力
アップのために活動し、企業・団体は、ビジネスチ
ャンスを創造し、市町村は、地域のコンセプトをつ
くり地域の活性化を図り、大阪府は、大阪ミュージ
アムのトータルプロデューサーとして、地域住民、
市町村、企業・団体などの橋渡しを行う。

「大阪ミュージアム構想」の推進は、他のまちに
はない個性を引出し、磨きをかけ、わがまちを誇り
に思う人を増やす。この想いの積み重ねが成功のカ
ギだと考える。



大阪ミュージアムHP ⇒ www.osaka-museum.jp