

大阪城公園の舞台裏!!!

～パークマネジメントの導入と賑わいについて～

■ 趣旨

日本都市計画学会関西支部では、都市開発にかかるフィールドワークに取り組んでいます。昨年度は先導的パークマネジメントを実践している天王寺公園「てんしば」と、京都五花街の一つである先斗町を視察しました。

今年度第1回目は、その大半が国の特別史跡に指定されており日本を代表する城郭遺跡であるとともに、大阪を代表する観光地である大阪城公園を対象としました。大阪城公園は、従来、大阪市が都市公園として維持管理しており、天守閣の年間入場者数が150万人に上る観光スポットでしたが、「滞在時間が短い」とか「売店しかなく不便」、「使われていない歴史的資産がある」などといった声もありました。

より一層の観光拠点化を進めるため、平成27年度、公園を一体的に運営するパークマネジメント事業を導入し、5社の民間企業が20年間の運営を行うこととなりました。旧第四師団司令部庁舎が「ミライザ大阪城」（アミューズメントを含む商業施設）に、また、新たに「ジョー・テラス・オオサカ」（カフェなどの商業施設）もオープンし、今では国内外から一層多くの方が訪れる賑わいのある公園として、年間1,000万人を超える集客を誇る大阪屈指の観光スポットに変貌しました。

■ 開催要領

◇日 時：令和元年7月7日（日） 15：00～17：00

◇場 所：大阪城パークセンター

◇参加者：66名

◇内 容：

- 「大阪市の公園の取り組み」について

大阪市経済戦略局観光部集客拠点 課長代理 阪本 恵子氏

- 「大阪城 PMO 事業の概要」について

大阪城パークマネジメント（株） 取締役 米田 巳智泰氏

- 大阪城公園内視察（森ノ宮～本丸～ジョー・テラス・オオサカ）

■ 開催概要

- 「大阪市の公園の取り組み」について / 阪本 恵子氏

大阪城公園の特徴

- ・大阪城公園は約105haあり、大阪市の市営公園の1割を占める面積を誇る。
- ・大阪ではほぼ唯一の歴史公園重要文化財。
- ・大阪城公園の7～8割は特別史跡というエリアであり、公園の中に文化財が点在しているのではなく、公園と文化財が一体となっ



ている。

- ・市政モニターのアンケートでは、「大阪市内で最も好きな緑」の項目で、常に1位。

大阪城公園の整備と管理

- ・昭和 32 年に作成した大阪城公園設計案では、
天守閣は観光客向け、それ以外は都市公園として位置付けている。
- ・大阪市の財政も厳しくなると同時に、利用者の
ニーズの多様化し、
管理が難しくなってきた。



大阪城公園 PMO 事業に至るまで

- ・大阪市では、平成 23 年度から公園の民間事業者による指定管理導入の本格的な検討を開始した。
- ・それまでは大阪城公園は文化財保護法の規制の多さ、敷地が広大であるため民間による指定管理が難しいのではと考え、本格的には検討していなかった。
- ・地域経済の起爆剤に大阪城を活用できないかと考え、平成 23 年度に観光課の中に大阪城魅力担当という部署を新設した。
- ・指定管理者と売店運営者をセットにし、納付金を頂くスキームで、事業性を確保している。

現時点での結果

- ・指定管理者による新事業も認め、事業者の新サービス導入等により天守閣の入場者数は過去最高になるなど好循環が生まれている。
- ・グループ企業による指定管理のため、単体企業の収支を無視できず、一体管理への障壁が生まれている課題がある。
- ・指定管理者が独占使用できないため、戦略的管理への障壁が生まれている。
- ・行政経費の削減は億単位できており、市民にとってプラスであるが、それが見えにくく、儲け主義になっているという意見が出ている。効果の見える化が必要である。
- ・大阪城公園は、都市公園と文化財が融合したものを目指している。今後、文化財として価値を上げるための投資をしていく必要がある。

○「大阪城 PMO 事業の概要」について / 米田 巳智泰氏

- ・大阪城公園は広大な公園で、大阪城音楽堂や大阪城ホール等の文化施設や弓道場、修道館などスポーツ関連施設などもある。
- ・天守閣入場者だけで、年間 257 万人規模。半分以上を外国人が占めている。
- ・平成 30 年に実施した動向調査では、日本人と外国人の割合が 4 : 6 だった。
- ・2012 年に「大阪都市魅力創造戦略」において、大阪城公園が重点エリアに位置づけられ、民間



主体の事業者が公園全体を戦略的に一体管理する PMO 事業を導入した。

- ・ PMO 事業では、指定管理者制度による公園の指定管理だけでなく、大阪城公園の観光拠点化に向け、既存未利用施設の活用な新たな魅力ある施設やイベントなどの導入が求められている。
- ・ 大阪城パークマネジメント(株)は、6 社で構成されており、テナント・業務委託先・構成会社担当を除き、約 100 名規模で運営している。
- ・ PMO 事業者の業務範囲は、管理運営事業（施設の管理運営、許可権限等）に加え、魅力向上事業として、①既存施設の活用事業、②新たな公園施設の設置・管理、③回遊性の向上事業、④集客性の向上事業が含まれる。
- ・ 大阪市へは 2 億 6,000 万円を固定額として納付し、さらに全事業の収益から 7%を変動納付金として納付している。昨年度は約 3,000 万円納付を行った。
- ・ 現在、主な魅力向上事業として実施している取組みは下記の通り。
 1. 既存施設の活用事業
 - ・ 公園内の売店を全 8 ヶ所パークローソンとしてリニューアルオープン
 - ・ 大阪城迎賓館は予約制レストランとしてオープン
 - ・ 旧第四師団司令部庁舎（もと大阪市博物館）を改修し、“ミライザ大阪城”としてオープン
 2. 新たな施設整備事業
 - ・ 飲食店を中心にインフォメーションや物販、ロッカーシャワーなどを備えたランナーサポート施設などの複合施設“JO-TERRACE OSAKA”を整備
 - ・ 森ノ宮噴水エリアではレストラン、カフェ、児童遊戯施設、ボタニカルショーケースを開業
 - ・ 劇場型文化集客施設として“COOL JAPAN PARK OSAKA”を本年 2 月にオープン
 3. 回遊性の向上事業
 - ・ エレクトリックカー、ロードトレインを導入
 4. 新たな集客&PR イベント
 - ・ 大阪城御座船
 - ・ 大坂城の櫓内部特別公開
- ・ 大阪では今後更に訪日外国人が増加すると期待されており、今後は、認知拡大に加え、「おもてなしサービス強化」に力を入れていきたい。



■ 質疑応答

Q：当初の大阪市の仕様書に書いてなくて、発生したコストはあるのか。また、その費用は吸収できたか。あるいは、できなかった場合どうしたのか。

A：日常の修繕は指定管理者、大規模は大阪市と決めているが、はっきりと金額で区分してないので、

その都度協議し、緊急度が高いものを負担している。また、旧第四師団司令部庁舎の改修整備では文化財上の制限等により、想定以上のコストがかかった。

Q：指定管理期間の20年でどのような姿を描いているか。

A：大阪市の立場として、共通のビジョンがないことが課題である。

個人的には歴史公園という点を大切にしていきたい。公共側でも歴史公園として頑張り、民間はソフト面（オペレーションやPR）を頑張るといった役割分担を進めていきたい。

歴史公園なので、その点を充実させ、活用させていきたい。

Q：公募で事業者を決めたとのことだが、公募時点から内容に変更があったのか。

A：劇場が追加になったことと、用途が少し変更になった。自由度が高いと可能性が広がる。大阪城は柔軟に対応していく方針である。

Q：指定管理期間が20年と長い、5年毎の見直しはどう考えているのか。

A：20年の事業なのに、当初、5年計画しか提出させなかった点は反省している。公募の際、変更ありきでも20年の計画を出してもらい、都度見直していくべきだった。

Q：市民説明はどう進めたのか。

A：劇場の場合は公聴会を開いた。



大阪城公園での視察の様子