

大阪城公園パークマネジメント事業

～大阪市における公共資産の民間開放～



大阪市経済戦略局

成長戦略

大阪経済の活性化

《成長のための5つの源泉》 《めざすべき姿(将来像)》

集客力

人材力

産業・技術力

物流人流
インフラ

都市の再生

《様々な主体が共有》

住民

企業

NPO

自治体

国

日本の成長を
けん引する
東西二極の一極
として世界で存在感
を発揮する都市

ハイエンド
都市

〔価値創造都市〕

好循環
相乗効果

中継都市

〔アジアと
日本各地
の結節点〕

《大阪の成長目標》

実質成長率

【目標】年平均2%以上

⇒ 実績(2013)2.78%(※1)

〔2020年までの10年間で
経済規模を2割拡大〕

(※1)一般財団法人アジア太平洋研究所(APIR)予測

雇用創出

【目標】年平均1万人以上

⇒ 実績(2013)7.6万人(※2)

〔2020年までの10年間で
10万人以上の雇用創出〕

(※2)代替指標として、「府内就業者数の変化」を使用

来阪外国人客数

【目標】2020年に650万人が大阪に

⇒ 実績(2013)262万人

関空貨物取扱量

【目標】2020年に123万トンへ

⇒ 実績(2013)67万トン

阪神港貨物取扱量

【目標】2020年に590万TEUへ(※3)

⇒ 実績(2013)424万TEU

(※3)TEUとはコンテナ船の積載の能力を示す単位

大阪城公園観光拠点化事業

大阪を代表する歴史公園である大阪城公園は、歴史文化的資産が集積する特別史跡であり、水と緑豊かな市民の憩いの場である都市公園であります。これらのポテンシャルに磨きをかけ、関西、西日本を代表する世界的な観光拠点とするため、様々な施策を推進するものである。

観光拠点化の方策

都市公園と特別史跡としての特徴を活かし、民間事業者による包括的なパークマネジメントを導入するなど、世界的な観光拠点としての魅力を向上させるために各種事業を実施する。

大阪城公園の 世界的な観光拠点化推進

歴史的
文化的
魅力の向上

公園機能
の充実

新たな賑わいの
創出

大阪城パークマネジメント事業の導入
民主体のPMO事業者の優れたアイデア
と活力を導入し、総合的・戦略的なマネジ
メントにより、世界的な観光拠点をめざす

世界的な観光拠点への ロードマップ

世界的な観光拠点へ

● PMOによる新たな 魅力向上事業の推進

- ・旧第四師団司令部の活用
- ・新たな便益施設の設置
- ・新たな園内モビリティの設置
- ・魅力あるイベントの実施など

大坂冬の陣、夏の陣から400年

2013-15 ● 観光拠点化への

先導的事業の実施

- ・大坂の陣400年天下一祭
- ・豊臣石垣公開事業
- ・PMOの導入

プロジェクトスタート

2010-12

● 事業の検討、計画の策定

- ・大阪市観光振興戦略～都市魅力創造戦略
- ・天守復興80周年記念事業
- ・特別史跡大阪城跡保存管理計画の策定

これまでの事例 【指定管理者制度】（協定に基づく管理で裁量権は少ない）



長居公園：陸上競技場、植物園、テニスコートなど



八幡屋公園：体育館、プールなど



スポーツセンター：24区



公園などを活用した施設の例(管理許可等の活用)



中之島公園: レストラン



桜ノ宮公園: レストラン、ウェディング



もと市公館: レストラン、ウェディング

鶴見緑地公園: コンビニエンスストア、レストラン・ウェディング、温浴・運動施設、フットサル場

大阪城公園パークマネジメント事業

パークマネジメント事業とは

PMO…Park Management Organization

公園を一体管理し、新たな魅力向上事業を実施する民主体の事業者

平成24年12月に府市で策定した「大阪都市魅力創造戦略」の中で、大阪城公園を重点エリアのひとつに位置付け、民間事業者の柔軟かつ優れたアイデアや活力を導入し、世界的な観光拠点に相応しいサービスの提供や新たな魅力の創出を図るため、民間主体の事業者が公園全体を総合的かつ戦略的に一体管理するPMO事業を導入する予定としている。PMO事業者は指定管理者制度による公園の指定管理者としてだけでなく、大阪城公園の観光拠点化に向けて、新たな魅力ある施設の整備や既存の未利用施設の活用を実施する。

期待する魅力向上事業

既存施設の活用事業

- ①旧第四師団司令部庁舎
- ②大阪迎賓館
- ③もと音楽団事務所

新たな施設整備事業

- ④大阪城公園駅前エリア
- ⑤森ノ宮駅前エリア ほか

回遊性の向上事業

シャトルバス・巡回ループバス など

新たなイベント実施や観光案内事業

西の丸庭園、太陽の広場等を活用した
イベント等の誘致・実施

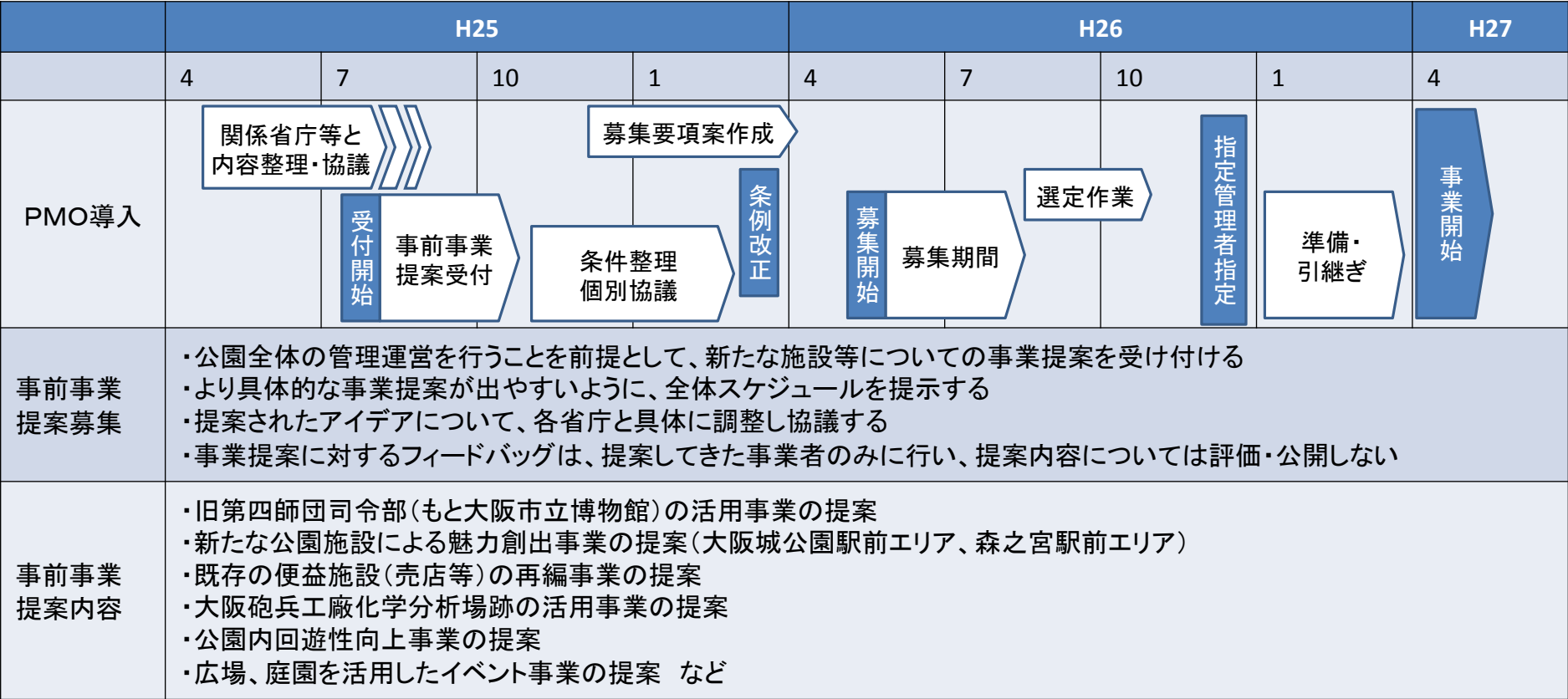


大阪城公園パークマネジメント事業

PMO事業導入までの流れ

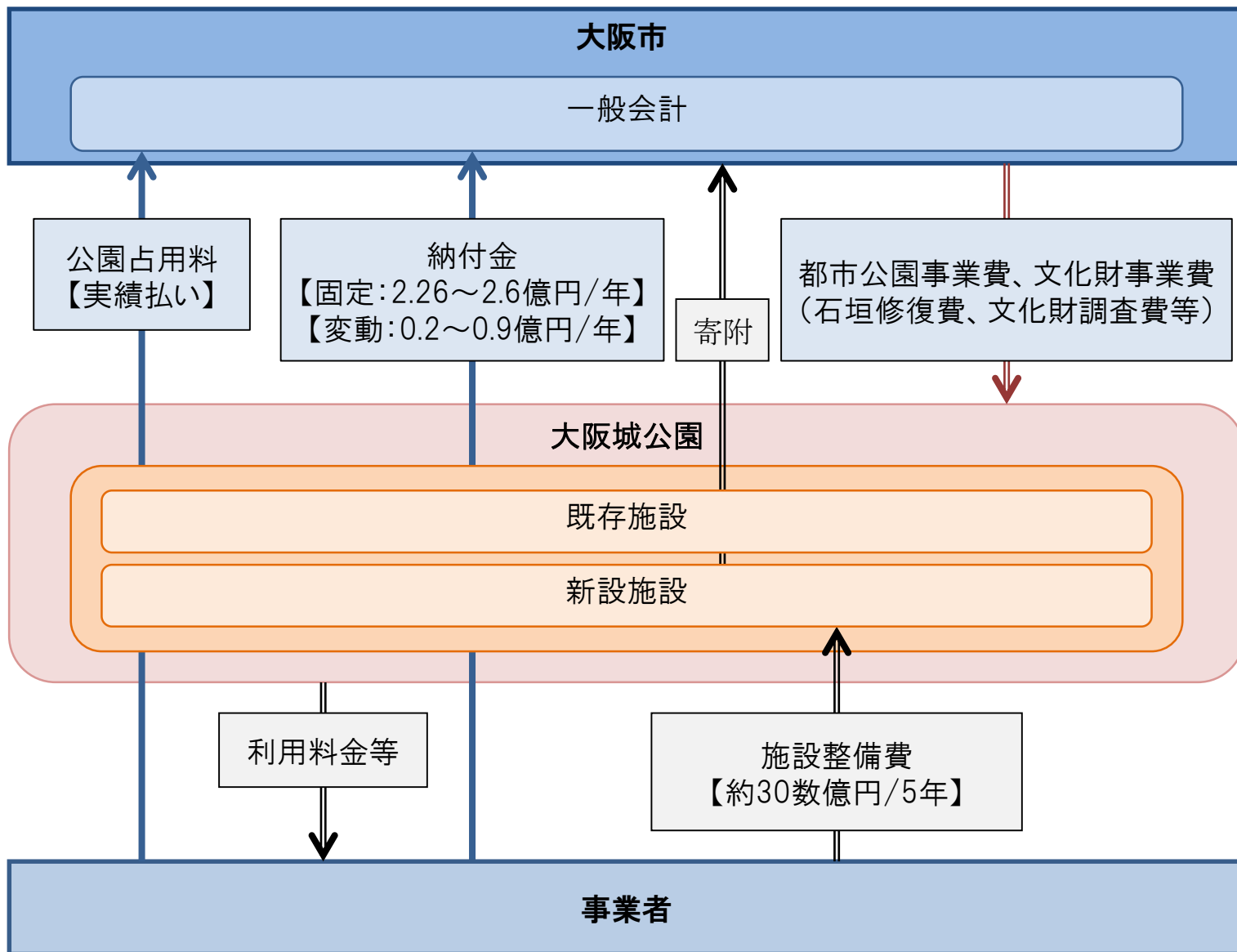
- ・平成22年度 大阪商工会議所「大阪城公園の魅力向上に関する提言」を公表
- ・平成23年度 大阪商工会議所と大阪市の共同で「大阪城公園観光拠点特区」申請
国土交通省補助で「大阪城公園パークマネジメント事業及び「もと市立博物館」等の民間活用事業に関する調査業務」実施
- ・平成24年度 大阪都市魅力創造戦略策定、特別史跡大坂城跡保存管理計画策定

PMO事業者選定スケジュール



大阪城公園パークマネジメント事業

事業スキーム図



大阪城公園パークマネジメント事業

PMO事業者 役割分担

指定管理者指定後、SPC(特定目的会社)を設立し共同事業体の代表者とした。指定管理者としての責任は全ての事業者が果たすものとしながら、事業全般を魅力向上事業を含めてSPCが実施することとしている。

大阪城パークマネジメント
共同事業体

大阪城パークマネジメント(株)

大和ハウス工業(株)、讀賣テレビ放送(株)、(株)電通の共同出資による運営目的会社。共同事業体の代表企業となり、事業の一元化と資金管理を一括して行う。また、魅力向上事業に伴う投資全般を行う。

(株)電通 関西支社

大阪城公園全体のブランディング、訪日観光客・国内観光客の集客戦略を担当。

讀賣テレビ放送(株)

系列ネットワークを活かしたメディア発信と、大阪城公園におけるイベント企画、運営を行う。

大和ハウス工業(株)大阪本店

大阪城公園全体の緑地管理や櫓や石垣、堀などの文化財の維持管理、駐車場などの公園施設の管理、新たな建築物の設置や既存施設の改修・改築を行う。

大和リース(株)

(株)NTTファシリティーズ

大阪城公園全体の施設維持管理、国内外の観光客向けWi-Fiなどの通信インフラの整備維持管理を行う。

大阪城公園パークマネジメント事業 提案事業の概要

②大阪迎賓館



櫓めぐりの道事業



④大阪城公園駅前エリア



①旧第四師団司令部庁舎



ランニングステーション



⑤森ノ宮駅前エリア



大阪城公園パークマネジメント事業

事業効果

- ・民間事業者の優れたアイデアと活力を活かした、PMO事業者による魅力向上事業による利用者サービスの向上。
- ・PMO事業者による事業収益を公園全体の管理運営に還元し、一体的マネジメントにより維持管理し、本市からの代行料に依らない管理運営を行う。

提案事業内容

①旧第四師団司令部庁舎(もと大阪市立博物館)

大阪城を訪れる観光客をはじめとした多くの方々を満足させる、大型利便施設。

②大阪迎賓館

パーティースペースとして活用、通常はカフェ、レストランとして活用

③もと音楽団事務所

PMOの拠点となる総合事務所として活用、パークコンシェルジュなど観光案内機能を充実させる。

④大阪城公園駅前エリア

サムライ体験テーマパーク … 歴史体験できる施設、大阪城の持つ歴史的文化的魅力を増幅させる施設。
仲見世事業 … 江戸・上方を再現した店舗による物販・飲食事業。

⑤森ノ宮駅前エリア

森の屋台村 … 世界中の文化・歴史を体感できる屋台群。

⑥その他事業

園内巡回バス事業、重要文化財をめぐる櫓めぐりの道事業、ランニングステーション。

⑦大阪市への納付金

事業収支の中から基本納付金として、固定額(2億2600万円)を大阪市に納付する。
さらに、大阪城公園パークマネジメント全事業の収益から、7%(約2000万円～9000万円)を変動納付金として還元。

大阪城公園パークマネジメント事業

魅力向上事業実施内容

【駐車場整備事業】

多くの観光客が大阪城公園に訪れ、観光バス駐車場が飽和状態にあったため、PMO事業者が魅力向上事業として観光バス駐車場と普通自動車駐車場を整備した。

観光バス駐車場 … 平成28年1月16日オープン 50台 → 94台

普通自動車駐車場 … 平成28年2月中旬オープン予定

【イベント事業】

公園の賑わいづくりのため、PMO主催のイベント事業を展開している。

- ・本丸エリアフォトサービス(平成27年7月～)
- ・大阪城公園クラフトビアホリデー(平成27年10月)
- ・大阪城謎解きイベント(平成27年10月～)
- ・大坂城の櫓 重要文化財 長期特別公開(平成28年1月～)

【大阪迎賓館整備事業】

西の丸庭園の中にある大阪迎賓館をリニューアルし、団体観光客向けの予約制レストランをオープン。

- ・平成28年5月オープン

【既存売店整備事業】

公園愛の既存売店(10店舗)をリニューアルオープン。本丸エリアの売店は観光客向けにリニューアル、その他の売店は公園利用者をターゲットにコンビニエンスストアに。

- ・平成28年3月から6月にかけて順次リニューアル

※ 今後も、大阪市とPMO事業者とで協議しながら、魅力向上事業を進めていく。