

# 2020年に向けた目玉施策プロジェクト

株式会社ケイオス 澤田 充

与件：大阪に人・もの・投資を呼び込むための新たなプロジェクトや、  
世界に大阪の存在感を示すことができるインパクト・即効性のある取組み、  
あるいは戦略的に中長期的に展開する取組など

## 大阪が世界に誇るインパクト

シグニチャーなコンテンツ

**大阪城**  
Osaka Castle



# 大阪城の現状

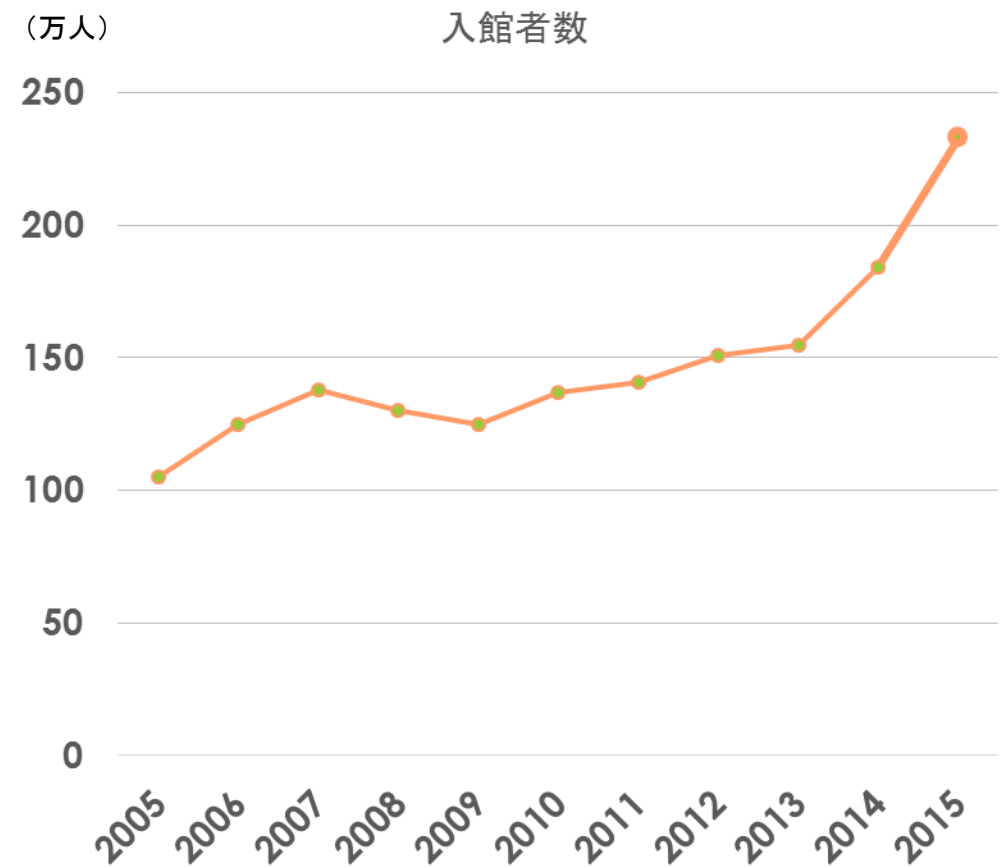
## 概要



建物構造 : 鉄筋コンクリート造 地上8階  
延床面積 : 5,071.68㎡  
開館時間 : 9～17時(年中無休/年末年始のみ休館)  
観覧料 : 大人600円(中学生以下無料)  
収蔵品数 : 約11,000点  
指定文化財 : 国の重要文化財(櫓・門など)  
: 登録有形文化財(再建天守)  
: 特別史跡(大阪城跡地)  
その他 : 日本100名城、日本三大名城(他、姫路城、熊本城)  
概要 : 1585年に豊臣秀吉により築城されたが2度の火災により焼失。  
現在の天守閣は1930年に市民の寄付により再建された

## 入館者数

- 大阪城天守閣は、年間入館者数最高記録を2015年度に32年ぶりに更新  
2005年から10年間でおよそ2.2倍の増加
- 天守閣以外のお城ならびに大阪城公園に来ている観光者数はその  
数倍あるとみられる



年度	入館者数	備考
2015	233	大坂夏の陣から400年
2014	184	大坂冬の陣から400年
2013	155	
2012	151	
2011	141	天守閣復興80周年
2010	137	
2009	125	
2008	130	
2007	138	
2006	125	
2005	105	

# 大阪城の現状

## ■もと市立博物館

建物構造 : 鉄筋コンクリート造 地上3階、地下1階 延床面積 : 約7,000㎡

概要 : 昭和6年に市民の寄付の元に建設され博物館として利用されたが、新しい歴史博物館開館に伴い平成13年に閉館。現在は倉庫やイベントの事務所として利用されている。

## ■その他 周辺施設

施設名		施設データ
博物館	大阪歴史博物館	開館時間 : 9~17時 (火曜、年末年始休館) 観覧料 : 600円 (高大400円 (以下無料)) 入場者数 : 28万8千人 (2009年度実績) 概要 : 歴史に関する常設展示のほか、特別展、特集展やイベント等を開催。
	大阪城ホール	収容人員 : 最大16,000人 運営 : 財団法人大阪城ホール 概要 : アリーナホールとサブホールの2ホールを有する西日本最大規模のホール。
ホール	松下IMPホール	収容人員 : 最大857人 運営 : MID都市開発株式会社 概要 : コンサートやセミナーの他、ギャラリーや展示場としても利用される。
	KKRホテル	総部屋数 : 136室 館内設備 : レストラン、ティーラウンジ、宴会場、会議室、結婚式場 客室料金 : 8,000円~/シングル、16,000円~/ダブル・ツイン
ホテル	ホテルニューオータニ	総部屋数 : 525室 館内設備 : フィットネス、テニス、プール、レストラン、バー、会議室、宴会場、結婚式場 客室料金 : 39,900円~/ツイン・ダブル、74,450円~/スイート
	ホテルモントレ	総部屋数 : 240室 館内設備 : レストラン、バー、スパ、宴会場、結婚式場、天然露天風呂 客室料金 : 20,000円~/シングル、28,000円~/ツイン、58,000円~/スイート

## ■大阪城観光イベント

2011年	大阪城天守閣建設 80周年
2014年	大阪冬の陣 400周年
2015年	大阪夏の陣 400周年

# 大阪城の現状

大阪府における観光の現状

## ■外国人観光客推移(大阪府)

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	増減率 (2005/2014)
来日数(日)	684	756	855	835	679	861	621	836	1036	1341	96.05%
来阪数(万人)	167	187	235	222	170	235	158	203	263	376	125.15%
来阪率(%)	24%	25%	27%	27%	25%	27%	25%	24%	25%	28%	16.67%

出典:大阪府HP「数字で見る大阪の国際化」より抜粋

## ■来阪観光客(外国人含む)数推移(大阪府)

(万人)

年度	2005	2006	2007	2009	2010
観光客(万人)	13,995	14,310	14,366	14,335	15,638

出典:大阪府観光統計 平成22年度

## ■大阪府内主要観光施設の来場者数

(万人)

順位	施設名	2014年度
1位	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	1270
2位	海遊館	219
3位	大阪城天守閣	184
4位	天王寺動物園	114
5位	ひらかたパーク	95

※出典「レジャーランド&レクパーク総覧2016／総合ユニコム発行」

## ■国内城郭の入城者数

2015年

(万人)

2005年

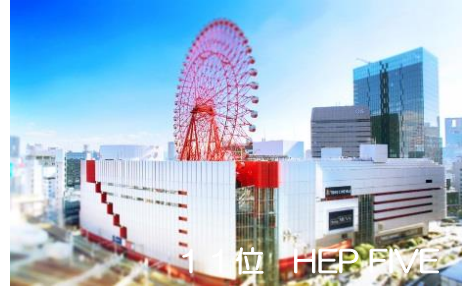
(万人)

順位	城郭名	入城者数	順位	城郭名	入城者数
1位	姫路城	287	1位	名古屋城	198
2位	大阪城	233	2位	首里城	179
3位	首里城	186	3位	二条城	130
4位	二条城	177	4位	大阪城	106
5位	熊本城	176	5位	姫路城	77

※出典:全国城郭管理者協議会

■トリップアドバイザー 大阪市内名所スポットランキング

順位	施設名	所在地
1	道頓堀	中央区
2	大阪城公園	中央区
3	心齋橋	中央区
4	空中庭園展望台	北区
5	ミナミ(難波)	中央区
6	大阪城	中央区
7	造幣博物館	北区
8	天保山大観覧車	港区
9	住吉大社	住吉区
10	黒門市場	中央区
11	HEP FIVE観覧車	北区
12	あべのハルカス	阿倍野区
13	新梅田シティ	北区
14	法善寺横町	中央区
15	四天王寺	天王寺区
16	天神橋筋商店街	北区
17	中之島公園	北区
18	でんでんタウン	浪速区
19	御堂筋	
20	千日前道具屋筋商店街	中央区



## 2012年実施の「大阪城ならびに大阪城公園周辺観光集客施設に関するニーズ調査」

### ヒアリング実施概要

#### 内容

実施方法

直接訪問面談によるインタビュー  
(一部電話でのヒアリング)

#### 対象

企業

デベロッパー：6社

テナント：51社

(物販17社、食物販17社、飲食13社、  
サービス2社、その他2社)

### ■総括

#### ■全体

- ・全57社にヒアリングした結果、42社が本プロジェクトに対し興味があるとの回答を得た。デベロッパー、テナント共に総じて関心は高く興味があるだけでなく、何らかの形で参画したいという意思表示もあった。
- ・また大阪で商売をしてきたものとして大阪の活性化のために役に立ちたい、プロジェクトを通じ大阪が誇る文化（特に食文化）をきちんとアピールしたい、等の意見が数多くみられた。

#### ■デベロッパー

- ・商業施設開発の大手3社にもヒアリングを実施したが、本プロジェクトに対する関心は高かった。
- ・但し事業性においてある程度まとまった面積（3,000坪以上）がないと厳しいという意見が多かった。

#### ■テナント

- ・業種によりプロジェクトに対する評価の違いが見受けられるが、物販・飲食業では関心が高い。
- ・ドラッグストアやコンビニエンスストア等、最寄性や利便性の高い業種についてはプロジェクトに対する関心はあるものの、流動人口や繁閑差（平日と休日、観光シーズンとオフシーズン）といった視点から出店を懸念する声は多い。
- ・対照的に特産品物販や食物販といったいわゆる土産店の関心はかなり高く、大阪の食を集積し観光客だけでなく地元大阪府からも遊びにきてもらえるような場所にしたいという期待も高い。また注目度の高い人気店のオーナーからは、ここから新しいブランドを発信したい、といった意気込みも伺えた。
- ・同時に大阪城をブランディングしていくためには、施設や店のクオリティを維持した開発を行うためにも、まとめ役を担うデベロッパーは必要との意見が多かった。

## ■テナントの主なコメント（抜粋）

### ○大阪の活性化に対する賛同

- ・大阪のために役に立てるのであれば出店を検討したい。
- ・大阪城から大阪を盛り上げていきたい。
- ・手づくりなので生産量に限界があるが今回のような大阪の活性化プロジェクトであれば協力できることはしたい。
- ・大阪本社の企業として何らかの形で参画したい。
- ・大阪で店を構えるものとして何かの形で是非参加したい。

### ○集積の必要性

- ・観光客だけでなくリピーターを取り込みにはある程度の集積が必要。
- ・賑わい施設として魅力あるものにするにはある程度のボリュームは必要だと思う。

### ○来客用駐車場の設置

- ・来客用の駐車場は必要。

### ○周辺施設との連動

- ・歴史博物館やなにわの宮跡、府庁など周辺との連動をきちんと考えるべき。

### ○クオリティコントロール

- ・お土産物通りにならないようデザインや店のクオリティコントロールはきちんとお願いしたい。
- ・店のデザインやクオリティを守るためにトータルプロデュースする立場は必要、頑張ってもらいたい。
- ・施設としてまとまりがないと魅力がでてこないのでデベロッパーの存在は必要。

### ○その他

- ・大阪城に向かって開放的なテラス席などが作れたらいいと思う。
- ・大阪城と一体感のある施設にする必要がある。天守閣はもっとコンテンツを考えて魅力的なものにしないといけない。

## ■今後の課題

### 開発へむけての課題、留意事項

#### ○大阪城ならではの独自性、魅力づけ

他の観光施設に付帯する商業施設と差別化を図るために大阪城およびその周辺エリアの立地、歴史、文化、観光特性等を活かした開発が求められる。

#### ○デベロッパーによる一貫性のある開発（コンセプト、クオリティ、オペレーション）

観光客にとっても一般客にとっても魅力がありくり返し訪れたい施設にするためには計画時においても開業後においても全体（デザイン、環境、テナント、オペレーション）のクオリティコントロールが重要となる。そのためには商業デベロッパーが事業主体としてコンセプトを十分理解し、統一感のあるかつ戦略的な開発、運営を行うことが必要条件になると考えられる。

#### ○ホスピタリティ

開発エリア内もしくは隣接地に来客用駐車場を設けることや共用部分に快適な休憩スペースを設けるなど人が来やすく滞留しやすい取り組みが必要。またこれらの付帯施設については特区全体計画の一環として大阪市にて整備を行うのが望ましい。なお借地料については、熊本城同様に、開発エリア内の建築面積のみが前提となる。

#### ○周辺エリア、施設との連動による魅力づくり

大川などの水辺や大阪歴史博物館、難波の宮跡、大阪砲兵工廠などまだまだ活かしきれていない近隣観光スポットとのネットワークをつくり、エリアとしての魅力やホスピタリティを高める取り組みを行うことは重要である。