

## 大阪城周辺の魅力向上に関する提言

～「大阪城を世界に誇る名城にする会」の発足に向けて～

2010年6月

大阪商工会議所

ツーリズム振興委員会

## はじめに

我が大阪は、西暦652年難波宮が誕生以来1300年の歴史の中で数多く輝ける時代を創造してきた。日本は勿論のこと世界にも例を見ない歴史と伝統を持つ街・都市である。

大阪は、北ヤード、中之島、御堂筋、道頓堀・ミナミ、ベイエリア、大阪城、水の回廊と言った多くの特徴あるランドスケープを持ち、躍進するアジアのゲートウェイでもある。大阪は、「観光都市」として十分なポテンシャルを備えた街である。課題は、圧倒的に人を引きつけるシンボリックなコアの欠如にある。

そこで、私たちの永年の夢である「国際観光都市 大阪」創生に向け、選択と集中、大阪城の魅力向上に特化した取り組みを提言する。大阪城は大阪・日本が誇りを持って語れる「シンボル性」「歴史性」「物語性」を有した「国際的観光資源」「世界的遺産」である。この大阪城を磨き上げ、世界の人々を圧倒的に引きつける魅力あるランドスケープにすることができれば、周囲に存在する特徴ある他の観光資源と共鳴し、大阪の観光的魅力は飛躍的に向上することは想像に難くない。

昨年12月に策定された政府の「新成長戦略（基本方針）」において、観光は重要な成長戦略分野として位置付けられ、本年5月に示された国土交通省「成長戦略会議」報告においても、その実現に向け、地域・投資の選択と集中、規制緩和等の大胆な戦略、政策提言がなされている。

「時は今」。「国際観光都市 大阪」の創生に向け、そのスタートをきる。それは「大阪城を世界に誇る名城にする会」の発足である。

種々の規制、資金問題等課題は山積するが、それを越えるのは、「大阪城を世界に誇る名城にする」という「熱い思い」と何が何でもやり遂げるという「執念」、そして大阪人としての「共鳴・共感・協働」であろう。

官民一体となった大阪が誇れる、大阪らしいうねりとなることを期待してやまない。

大阪商工会議所

ツーリズム振興委員長 田中 宰

大阪城周辺の魅力向上に関する提言（要旨）  
～「大阪城を世界に誇る名城にする会」の発足に向けて～

I. 背景

(1) インバウンド(訪日観光客)の増加が国家的目標

政府の新成長戦略において、観光は重要な成長戦略分野として位置付けられ、観光庁は「観光立国」の実現のため、訪日外国人旅行者を将来3,000万人にするという目標を掲げている。

(2) 急成長するアジアからの観光客の誘致が急務

アジアは世界人口の60%を占め、急速に経済発展している。観光分野では、訪日外国人旅行者の70%を占め、今後も増加すると見込まれている。大阪は歴史的・地理的にもアジアとの結びつきが強い。

(3) 観光資源に磨きをかけ国際観光都市としての飛躍が課題

大阪には①北ヤード ②中之島 ③御堂筋 ④道頓堀・ミナミ ⑤ペイエリア ⑥大阪城 ⑦水の回廊という観光資源があり、これらを魅力あるものへと磨きあげれば、「国際観光都市」として飛躍できる。

II. 大阪城の価値

(1) 日本有数の名城

・天下人が日本の政治経済の拠点として活用していたという歴史を持ち、立地的にも大阪の町全体を見渡せる大阪屈指のランドスケープである。

(2) 古より国際交流の拠点

・大阪城・上町台地エリアは、古来より全国・海外との交易・交流の場であり、国際、国内の交流拠点としての重要な役割をはたしてきた。

(3) 大阪市民の誇り

・現在の大阪城天守閣は大阪市民の浄財により建設されたものである。市民の自発的な意志により再建された大阪市民の誇りであり、今も市民に広く愛されている。

III. 大阪城の現状と課題

(1) 潜在力がありながらも今一つの評価

・大阪城を訪れた多くの人が一定の評価はしているものの、世界の有名観光地と比肩する潜在力がありながらも現実はそのようになっておらず、より一層の整備が必要と感じている。

(2) 進まない整備構想

・大阪市は2004年に「大阪城・難波宮新世紀整備構想」をとりまとめたが、現在、構想に沿って整備が実施されているとは言いがたい。

(3) 管理運営体制の縦割りと不十分な連携

・大阪城公園の管理は、公園管理整備、緑化推進、天守閣管理運営、イベント企画・実施、観光プロモーションと担当セクションが縦割りで、かつ部署間の連携が不十分である。

IV. 整備の必要性

(1) 国際観光都市・大阪のシンボル拠点として再整備

・真の「国際観光都市・大阪」を実現させるためには、7つの観光資源のうち、「シンボル性」「歴史性」「物語性」を有した大阪城を、まず世界一級レベルの観光拠点として再整備し、アジアをはじめ世界から多くの人々を大阪に迎え入れることが必要である。

(2) 世界・国内の「観光立“地域”」競争に打ち勝つために

・国内各地の主要城郭では復元整備や改装工事が行なわれ、さらに魅力を高めようとしている。大阪も遅れをとらないように、観光資源の核となる大阪城に磨きをかけることが、「観光立“地域”」競争に勝ち残るために不可欠である。

V. 提言

(1) 世界的観光拠点として再整備するためのグランドデザイン策定

・大阪城を世界一級レベルの観光拠点とするため、大阪城公園全体の中長期的グランドデザインを策定し、その実現をはかること

(2) 強力な推進体制の確立

①「大阪城を世界に誇る名城にする会(仮称)」の設置

・大阪市長がトップになり、広く市民、NPO、地元経済界が協力する「大阪城を世界に誇る名城にする会(仮称)」を設置すること

②ヘッドクォーター、総合プロデューサー、ワンストップ窓口の設置

・大阪城を総合的に管理・整備するためのヘッドクォーター(司令塔)を設置すること  
・観光分野に高い知見を有する総合プロデューサーを選任すること  
・民間企業や市民からの事業提案をワンストップで受け入れ、調整・交渉する責任ある対応窓口を設置すること

③市民参画のムーブメント喚起

・整備に民間企業や市民が積極的に参画していける組織を立ち上げ、可能な限り民の力の結集による資金集めを工夫すること

VI. 具体的整備案

(1) 第一ステップ <天守閣および本丸エリア>

コンセプト：歴史テーマパーク化 = アミューズメントミュージアムパーク

本丸エリア内は豊臣、徳川時代にタイムスリップした異次元の世界となるような空間づくり、演出

○天守閣 ～歴史の舞台を彷彿させる迫力ある演出～

・歴史や文化の息吹が伝わってくる装置や内装、展示  
・特にデジタルアーカイブス、3D等最新の映像音響技術を駆使した演出

○本丸エリア ～豊臣、徳川時代の風情が感じられる空間づくり～

・豊臣、徳川時代の風情が感じられる町並み、施設の統一  
・来訪者が思い出に残る大阪(上方)らしい食事処、売店の設置  
・戦国武将や甲冑隊等の行進・パフォーマンス、城内係員や従業員の時代衣装化、記念撮影サービスの実施

○その他

・大手門から天守閣への導線における多言語対応音声ガイドの貸出等による文化財の解説  
・大阪城の城郭全体が鳥瞰、天守閣、櫓、石垣等の歴史的建造物が眺望できる展望スペースづくり  
・民間企業が天守閣及び本丸エリアを一体管理運営できるような指定管理者制度の見直し

(2) 第二ステップ <西の丸庭園および公園全体>

・西の丸庭園の多彩なイベントの実施による賑わいづくり  
・回遊性の向上のためにロードトレイン網の充実等のサービス拡充、レンタサイクルや人力車の導入  
・駐車場付近に、食事や買い物が楽しめる大型レストセンターの建設

(3) 第三ステップ <難波宮および上町台地エリア>

・難波宮および上町台地と連動した歴史、文化的資源を活用した街づくり

(4) 第四ステップ <世界遺産登録への挑戦>

・大阪城の石垣、堀の世界遺産登録に向けた運動

■天守閣および本丸エリアは、歴史テーマパーク化＝アミューズメントミュージアムパークに。城内は日常から隔離された豊臣、徳川時代にタイムスリップした異次元の世界。



■音の演出

- ・観光客を魅了し感動を与える名城を、より魅力的にする「音の演出」を行う。
- ・江戸時代、大坂では釣鐘屋敷で、一刻（2時間）ごとに鐘を鳴らしたといわれている。また明治期には大阪城の大砲を正午に打っていたことから、時報代わりに、「ドーン」と空砲、あるいは太鼓を鳴らす演出を行う。

●天守閣

●芝居小屋

●なにわの名店“道具”

●茶店

●なにわの名店“食”

●音の演出

●甲冑隊

●足湯

●駕籠タク

●大道芸

■天守閣内は、歴史の舞台を大迫力シーンで再現する3D体感型のデジタルアーカイブシアター。最新の映像音響システムを駆使したアトラクション施設へ特化。

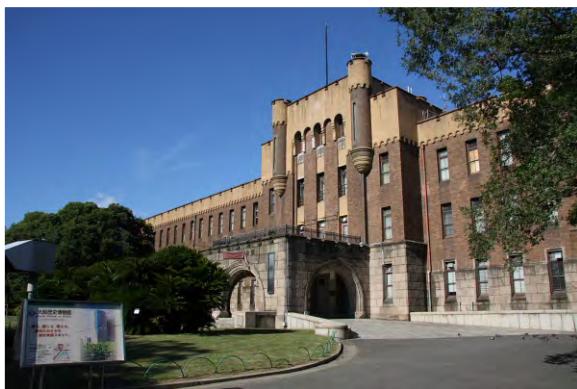
●3D大型映像（天井、床、壁の3面）

●超ワイド映像絵巻（デジタルアーカイブス）

- ・大坂夏の陣
- ・大坂冬の陣
- ・城下町の日常  
など



■もと市立博物館は、大阪城リニューアルの目玉。集客できる文化教育施設として、多様な機能及びコンテンツを複合させ利活用する。



□ 体験茶室



□ 演芸



□ ワークショップ



□ 国際会議



□ 上方料理



■大阪城の天守閣、櫓、石垣などの歴史的建造物が眺望できる展望スペースを随所に設置。城郭・天守閣が眺望できるように樹木剪定などを行う。

□展望スペースと大阪城への方角



④追手門学院大手前校より



⑤国民会館より



⑥KKRホテルより



□天守閣や櫓、石垣などの歴史的建造物が眺望できるスペースづくり

①外堀周辺 (大阪府庁前)



②大阪歴史博物館より (昼景)



②大阪歴史博物館より (夜景)



③クリスタルタワーより



# 目 次

はじめに

要旨

具体的整備のイメージ

- ①天守閣および本丸エリア                      ②天守閣内                      ③もと市立博物館
- ④大阪城の城郭全体の鳥瞰

I. 背景	1
(1) インバウンド（訪日観光客）の増加が国家的目標	
(2) 急成長するアジアからの観光客の誘致が急務	
(3) 観光資源に磨きをかけ国際観光都市としての飛躍が課題	
II. 大阪城の価値	3
(1) 日本有数の名城	
(2) 古より国際交流の拠点	
(3) 大阪市民の誇り	
III. 大阪城の現状と課題	4
(1) 潜在力がありながらも今一つの評価	
(2) 進まない整備構想	
(3) 管理運営体制の縦割りと不十分な連携	
IV. 整備の必要性	7
(1) 国際観光都市・大阪のシンボル拠点として再整備	
(2) 世界・国内の「観光立“地域”」競争に打ち勝つために	
V. 提言	9
(1) 世界的観光拠点として再整備するためのグランドデザイン策定	
(2) 強力な推進体制の確立	
VI. 具体的整備案	11
(1) 第一ステップ <天守閣および本丸エリア>	
(2) 第二ステップ <西の丸庭園および公園全体>	
(3) 第三ステップ <難波宮および上町台地エリア>	
(4) 第四ステップ <世界遺産登録への挑戦>	

<参考資料>

1. 大阪城の概要	15
2. 大阪城周辺の魅力向上を考えるWG 委員名簿	18
3. 会合開催・視察ヒアリングの実績	19
4. 大阪城に関するアンケート調査結果	20

## I. 背景

### (1) インバウンド(訪日観光客)の増加が国家的目標

2009年12月に策定された政府の新成長戦略において、観光は重要な成長戦略分野として位置付けられており、観光庁は、「観光立国」の実現のため、訪日外国人旅行者を2016年までに2,000万人、2019年までに2,500万人、将来3,000万人という、大目標を掲げている。

また、2010年5月にまとめられた国土交通省成長戦略では観光分野について、①訪日外国人3,000万人プログラムの展開など外国人旅行者の誘致、②新しい観光アイテムの創造など観光地の魅力度向上、③休暇取得分散化の促進など観光立国推進のための基盤整備などの3つの戦略が提言され、観光地の魅力度向上では地域の特性に応じた様々な観光拠点の整備や創意工夫を活かした観光地づくりを目指すとされている。

### (2) 急成長するアジアからの観光客の誘致が急務

アジアは世界人口の60%を占めており、中国をはじめとしてアジア諸国は急速に発展している。訪日外国人旅行者の70%はアジアからの観光客が占めていて、今後も増加すると見込まれている。

中国からの出国者は2000年から2008年にかけて4.4倍の伸びを示すなど、海外旅行熱が高まってきており、UNWTO(世界観光機関)の予測では2020年には1億人に達すると見込まれている。訪日客も近年急増しており、2008年には初の100万人台を記録した。

大阪府内を訪れた来訪者の2008年度上位5カ国・地域は、韓国、中国、台湾、米国、香港の順となっている。特に中国からの来訪者は2004年度とくらべて2008年度には2倍以上となった。大阪は歴史的にも地理的にもアジアとの結びつきが強く、アジアのゲートウェイ(交流の窓口)としての役割を担ってきたことから、今後とも中国をはじめアジアからの観光客の増加が期待される。

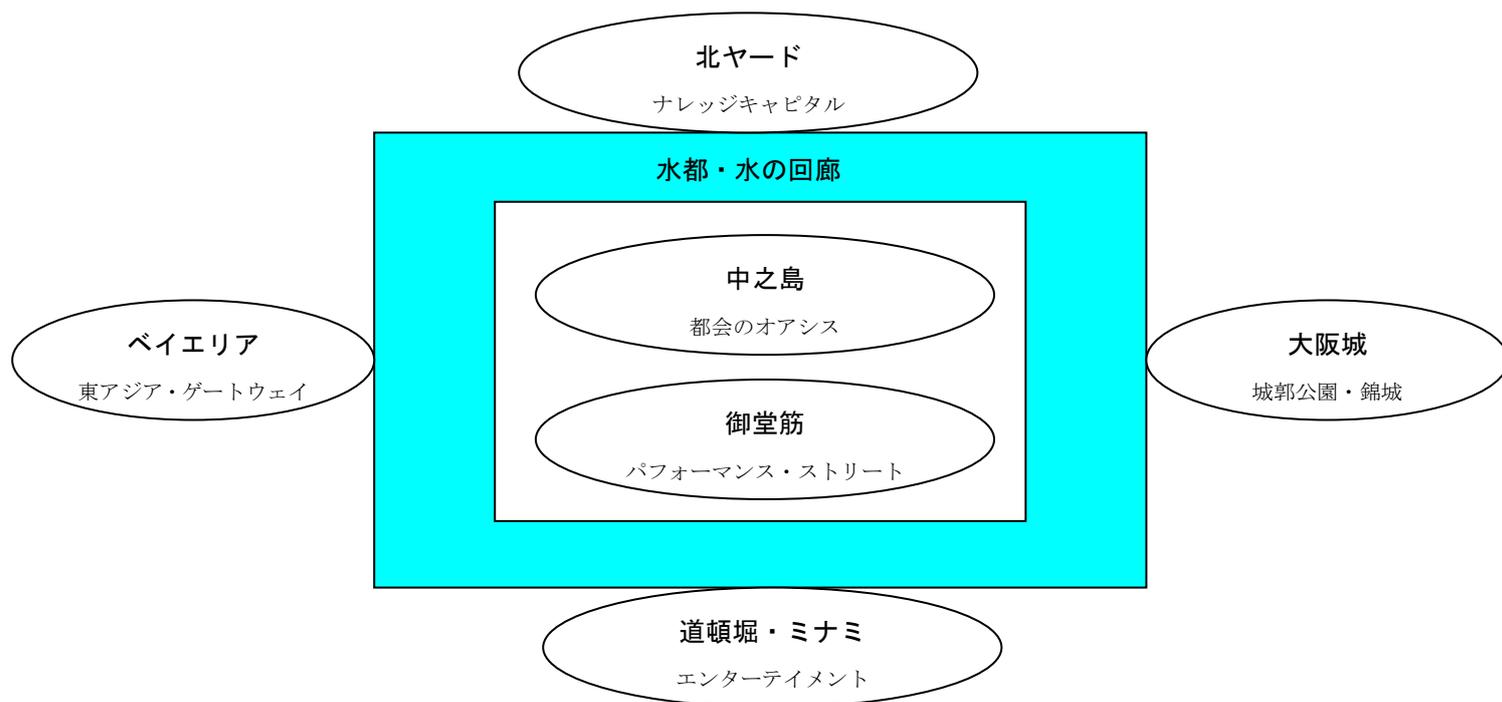
来阪外客数(上位5カ国・地域)の推移

国・地域	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
韓国	433,378	475,363	589,093	703,416	600,782
中国	217,091	293,550	358,459	496,450	483,992
台湾	301,873	388,677	305,804	317,045	303,070
米国	118,995	101,772	130,992	151,625	141,375
香港	70,742	54,091	67,326	105,245	128,195
全体	1,565,377	1,668,035	1,866,962	2,348,555	2,221,644

来阪外客数：訪日外客数「日本の国際観光統計(国際観光振興機構)」×府訪問率による推計値(大阪府独自の推計)

### (3) 観光資源に磨きをかけ国際観光都市としての飛躍が課題

大阪には観光資源として、素晴らしいポテンシャルを有する①北ヤード、②中之島、③御堂筋、④道頓堀・ミナミ、⑤ベイエリア、⑥大阪城、⑦水の回廊の7つのランドスケープ(観光資源)を有している。しかし現在、どの地域も圧倒的に旅行者を引きつける観光地とはなっていない。



これら7つのランドスケープ(観光資源)一つ一つを魅力あるものへと磨きあげれば、大阪は世界に類を見ない「国際観光都市」となる可能性を秘めている。

## Ⅱ. 大阪城の価値

### (1) 日本有数の名城

大阪城は、豊臣秀吉が天下統一の拠点とし、また徳川時代には幕府の威信を示すために一度焼失した天守を新築するなど、天下人が日本の政治経済の拠点として活用した城である。大坂冬の陣、大坂夏の陣をはじめ、大阪城を舞台に展開された数々の物語は全国民に広く知れわたり、NHK大河ドラマはじめ数々の映画やドラマが制作されている。

立地的にも上町台地に建てられた大阪城は、大阪の町全体を見渡せる、大阪屈指の景観である。

### (2) 古より国際交流の拠点

大阪城・上町台地エリアは古代より海に開かれ、難波津の時代からアジア大陸との交易をはじめ、中世・近世においては全国および海外との交易・交流が活発に行なわれた。近年も平成7年の西の丸庭園でのAPEC開催など、国際、国内の交流拠点として重要な役割をはたした。このような歴史を持つ大阪城は国際観光都市・大阪のもっとも重要なシンボル拠点にふさわしいと考える。

### (3) 大阪市民の誇り

現在の大阪城天守閣は1931年、当時の大阪市長關一が天守閣の再建を提唱し、それに応えた大阪市民からの寄付金（当時の金額で約43万円）により建設されたものである。豊臣や徳川が建設した天守閣よりも長命で、国内で復興された天守の中では、一番歴史が古い。時の権力者や国が建設したものではなく、市民の自発的な意志により再建された大阪市民の誇りである。また、大阪城公園内には市民から寄付された樹木なども多くあり、散歩・ジョギング・自然散策に訪れる人も多く、今も市民に広く愛されている。

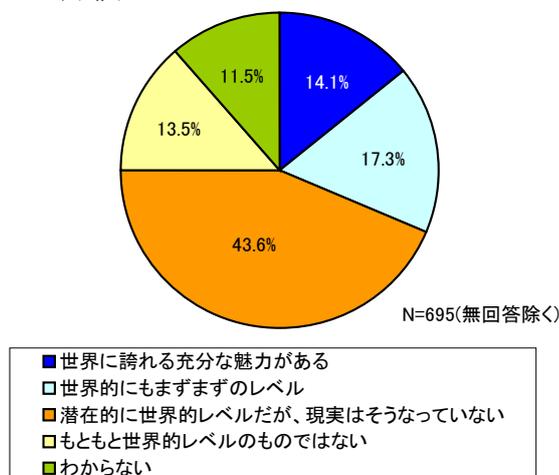
### Ⅲ. 大阪城の現状と課題

#### (1) 潜在力がありながらも今一つの評価

現在の大阪城について、ここを訪れた多くの人が、一定の評価はしている。しかしながら、ベルサイユ宮殿(フランス)やウィンザー城(英国)のような世界の有名観光地と比べた場合、それらに匹敵する潜在力がありながらも、現実にはそこまでの評価は得られておらず、より一層の整備が必要と感じている。本年2月に本委員会が実施したアンケート調査でも、全国の主要な城郭と比較して、今一つの評価となっており、現状では大阪城のポテンシャル、魅力は十分に活かされていない状況である。大阪市民が海外の観光客に誇れる、大阪のシンボルに相応しい魅力的な観光地であるとは言い難い。

大阪商工会議所が実施したアンケート調査では、大阪城が大阪市のシンボルに相応しい魅力的な観光地だと思うかについては、「潜在的に世界的レベルだが、現実にはそうになっていない」が43.6%と半数近くを占めている。一方、「世界に誇れる十分な魅力がある」といった意見は14.1%にとどまった。

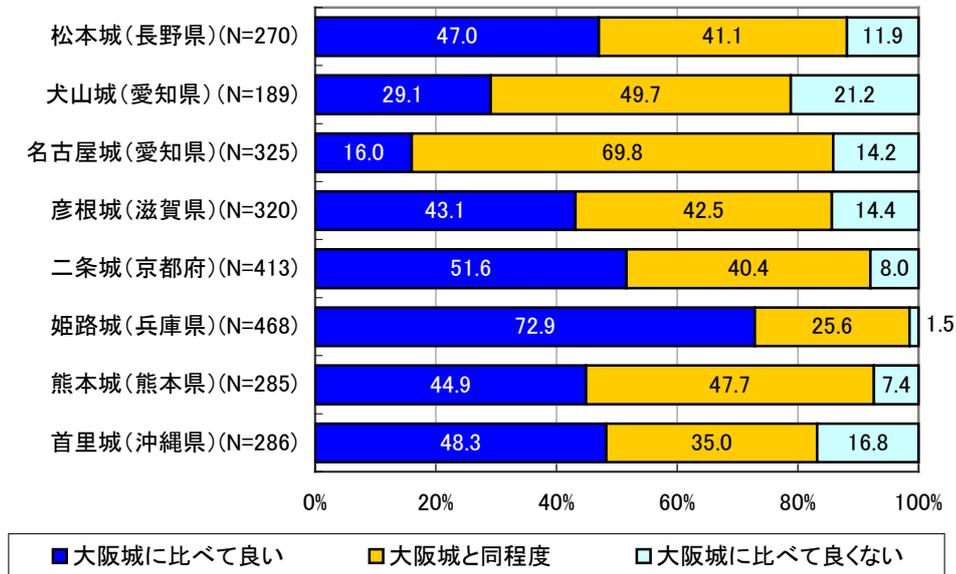
<観光地としての評価>



(大阪商工会議所「大阪城に関するアンケート調査」2010年)

満足度について他の城郭との比較では、アンケートで尋ねた全ての城郭が、大阪城より評価が高い。

<他の城郭の満足度>



※Nは各項目に対して「行ったことがある」と回答した合計数

(大阪商工会議所「大阪城に関するアンケート調査」2010年)

「過去3年間に行った観光地の中で一番よかったと思う場所」をアンケート調査した「市民満足学会・(株)ワード研究所の全国観光地満足度調査(2004年)」によると満足度が高い城郭の順は、松山城(9位/観光地328カ所中、以下同様)、熊本城(61位)、首里城(78位)、姫路(姫路城含む/108位)、彦根城(142位)、松本(松本城含む/230位)、大阪城(279位)、名古屋城(315位)となっている。

(2) 進まない整備構想

大阪城公園を管理する大阪市は、2004年6月に「大阪城-難波宮新世紀整備構想」をとりまとめ、「大阪城・難波宮エリアにおいて、ソフト・ハード両面から連携した整備を進め、本エリアの風格ある文化エリアとして発展を目指すとともに、集客力の向上に努める」としているにもかかわらず、大阪市の財政が極めて厳しいこともあって、現段階では早期重点事業の多くが有効に実施されているとは言い難い。

「大阪城-難波宮新世紀整備構想」早期重点事業

- ①大阪城公園の玄関口「大手前空間～城南地区」の整備
- ②難波宮跡公園 北部ブロック（旧NHK跡）の整備
- ③エリアガイドマップの作成
- ④エリア内サイン整備
- ⑤情報提供機能とエリア内のサービスを向上させる集客観光施設のあり方の調査検討
- ⑥園内交通システムの導入等に向けた調査検討と実施
- ⑦大阪の今後のまちづくりにつながる市民参加型イベントの開催

**（３）管理運営体制の縦割りと不十分な連携**

大阪城公園の管理は、大阪市ゆとりとみどり振興局が主に担当しているが、「公園管理・整備、緑化推進」に関しては「緑化推進部」、「天守閣管理運営」に関しては「文化部博物館群担当」、「イベント企画・実施」は「総務部まち魅力担当」、観光プロモーションに関しては「総務部観光担当」とそれぞれ担当が分かれている。天守閣も含めた公園全体、さらには周辺地域とも連携した振興策について総合的に推進・調整する部署は見当たらず担当部署間の連携も充分とは言いがたい。

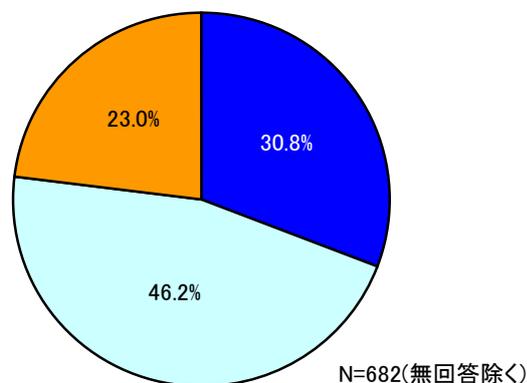
#### IV. 整備の必要性

##### (1) 国際観光都市・大阪のシンボル拠点として再整備

大阪は今「国際観光都市・大阪」を目指し立ち上がるべき時である。大阪には、前述した7つの観光資源①北ヤード、②中之島、③御堂筋、④道頓堀・ミナミ、⑤ベイエリア、⑥大阪城、⑦水の回廊があるが、一番先に取り上げるべきは「大阪城」である。大阪市民が誇りを持って語れる「シンボル性」「歴史性」「物語性」を有した大阪城を国際観光都市・大阪のシンボル拠点（世界一級レベルの観光拠点）として再整備し、アジアをはじめ世界から多くの人々を大阪に迎え入れることが必要である。世界レベルにふさわしい人々を引きつける磁力をもった観光拠点を整備することが真の「国際観光都市・大阪」を実現するために不可欠と考える。

大阪城の整備については「もっとお金をかけて整備すべき（30.8%）」「整備すべきだが、あまりお金をかけずにすべき（46.2%）」を合わせた「整備すべき」という意見が全体の約8割を占める。

<今後の整備の必要性>



■もっとお金をかけて整備すべきだ  
□整備すべきだが、あまりお金をかけずにすべきだ  
■今のままで良い

(大阪商工会議所「大阪城に関するアンケート調査」2010年)

##### (2) 世界・国内の「観光立“地域”」競争に打ち勝つために

グローバル社会を迎え、世界的な観光立国競争が始まっており、国の内外の都市においても集客・観光に力を入れている。国内各地の主な城郭を見ても、復元整備や改装工事などが行なわれ、さらに魅力を高めようとしている。こうした動きに対し大阪

は、国際観光都市・大阪の核となる観光資源として大阪城に磨きをかけ、これからの「観光立“地域”」競争に打ち勝つことが必要である。また、国の成長戦略に示された地域魅力の向上をはかることによって大阪が観光立国・日本のリード役としての役割を果たしていくことが重要である。

<国内の城郭での取組事例>

- 熊本城は築城 400 年を機に、復元整備計画を進めている。本丸御殿の復元作業後、多くの観光客を集め 2008 年度の入場者数は約 222 万人にのぼった。
- 名古屋城は本丸御殿を復元工事中。「名古屋おもてなし武将隊」がパフォーマンスや記念撮影サービスを城内で行なっており、好評を博している。
- 世界遺産に登録された姫路城は大天守の保存修理工事中。素屋根で覆われている間も、見学用スペースを設け、修理の様子を観覧できるよう工夫する。

国内城郭の入城者数 2008 年度ベスト 10

順位	城郭名	2007 年度	2008 年度	増減
1 位	熊本城	1, 228, 268	2, 219, 517	↗
2 位	首里城	1, 913, 287	1, 936, 387	↗
3 位	元離宮二条城	1, 451, 435	1, 569, 557	↗
4 位	大阪城天守閣	1, 380, 595	1, 299, 156	↘
5 位	名古屋城	1, 196, 450	1, 246, 279	↗
6 位	姫路城	1, 023, 307	1, 195, 004	↗
7 位	松本城	797, 832	771, 791	↘
8 位	彦根城	849, 056	666, 626	↘
9 位	若松城天守閣	650, 724	622, 968	↘
10 位	小田原城	377, 682	388, 971	↗
国内城郭合計		14, 761, 870	16, 032, 132	

(全国城郭管理者協議会の資料より作成)

## V. 提言

大阪への外国人旅行者を増やしていくためには、大阪城と周辺のエリアの魅力を高めることが重要と考える。しかし、大阪城を管理、運営する大阪市の財政は極めて厳しく、大阪市だけにその任を負わせては、実現には至らない。そこで、長期を見据えた確固たる整備計画の策定とともに、大阪市長がトップになり、広く市民、NPO、地元経済界が協力する強力な推進体制「大阪城を世界に誇る名城にする会（仮称）」の発足を提言する。

### （１）世界的観光拠点として再整備するためのグランドデザイン策定

- ・大阪城を世界的観光拠点として位置づけ、大阪城公園全体を再整備するための中長期的グランドデザインを策定すること。その構想を、広く内外に公表し、実現状況や進捗を積極的に情報公開すること

### （２）強力な推進体制の確立

#### ①「大阪城を世界に誇る名城にする会（仮称）」の設置

- ・大阪市長がトップになり、広く市民、NPO、地元経済界が参加および協力する「大阪城を世界に誇る名城にする会（仮称）」を設置すること

#### ②ヘッドクォーター、総合プロデューサー、ワンストップ窓口の設置

- ・天守閣、本丸エリア、公園といった大阪城公園全体を一体的かつ総合的に管理し、グランドデザインを着実に実行するためのヘッドクォーター（司令塔）を設置すること
- ・グランドデザインの構築および整備の進捗を統括する、歴史・文化・観光分野に高い知見を有する総合プロデューサーを選任すること
- ・民間企業や市民からの事業提案をワンストップで受け入れ、事業化に向け国や関係省庁と調整、交渉するなど責任と実行力のある対応窓口を設置すること

#### ③市民参画のムーブメント喚起

- ・「大阪城を世界に誇る名城にする」と大きく宣言し、市民の整備に向けた意識昂揚と機運醸成を図ること
- ・大阪城の整備に、民間企業や市民が積極的に参画していける組織を立ち上げること
- ・熊本城の一口城主制度のような仕組みを検討し、可能な限り民の力の結集による資金集めを行なうこと

<熊本城復元募金「一口城主制度」>

1998年に成立した熊本城復元整備基金条例で一口城主制度が誕生。2009年から、新「一口城主制度」としてその第2弾が開始され再び支援を募っている。寄付金は、熊本城復元整備基金に積み立て、熊本城復元整備事業の財源に全て充当される。一万円以上の寄付で「一口城主」となり、「城主証」とともに、天守閣に掲示してある「芳名板」に名前が記載される。一口につき有効期限1年間の「城主手形」が発行され、熊本城や周辺にある武家屋敷など熊本市が管理する15の有料施設に無料入場できる。一口城主制度により1998年から10年間で約12億円が集まり、これにより復元されたのが、戌亥櫓や元太鼓櫓、南大手門、本丸御殿大広間など（2003～2008年に完成）。新「一口城主制度」の募金目標額は7億円で、百間櫓、数寄屋丸五階櫓、北大手櫓門などの建造物の復元に充てられる。

<大阪城に係わる市民団体>

- NPO 法人大阪城甲冑隊：自作の鎧兜（主に「真田の赤備え」と呼ばれた赤い鎧）を着用して、大阪を中心とした各地のイベント参加と、毎月第3土曜日の大阪城公園内の清掃活動を行なっている。
- 大阪観光ボランティアガイド協会：大阪城公園内やキタ・ミナミ界限、上町台地北部・北船場界限を無料で観光ガイドを行なっている。

## VI. 具体的整備案

大阪城の整備にあたっては、第1ステップとして「天守閣及び本丸エリア」に集中してリニューアルを行ない、訪れる人々を魅了できるかが成否の鍵である。また、現在の天守閣の築80周年にあたる2011年や、大坂冬の陣、大坂夏の陣から400年目の2014、2015年等の節目に目標を定めた整備のスケジュールを示すことも重要である。

### (1) 第一ステップ <天守閣および本丸エリア>

コンセプト：「歴史テーマパーク化（アミューズメントミュージアムパーク）」

本丸エリア内は、来訪者が日常から隔離され、豊臣、徳川時代にタイムスリップしたかのように感じる異次元の世界となるような空間づくり、演出を図る。考古学的、学問的な緻密性にこだわるだけでなく、観光地として訪れる人々を魅了し感動を与えるアミューズメントミュージアムパークを目指す。

#### ①天守閣 ～歴史の舞台を彷彿させる迫力ある演出～

- ・歴史や文化の息吹が伝わってくる装置や内装、展示を行なう。特にデジタルアーカイブス、3Dなど最新の映像音響システムを駆使した演出を行なう。
- ・隣接する大阪歴史博物館との役割分担を明確にし、天守閣はよりアトラクション施設に特化することも一案である。
- ・多くの団体客が同時に楽しめる工夫や、誰もが楽しめるコンテンツを民間企業とタイアップして開発する。

#### ②本丸エリア ～豊臣、徳川時代の風情が感じられる空間づくり～

<町並み、施設>

- ・豊臣、徳川時代の風情が感じられる町並み、施設に統一する。参考例として、伊勢内宮前の「おかげ横丁」や、彦根城近くの「夢京橋キャッスルロード」、東京浅草の「平成中村座（芝居小屋）」があげられる。
- ・来訪者が思い出に残る大阪（上方）らしいレベルの高いメニューや土産物を提供する食事処、売店づくりをする。具体的には、大阪の老舗・名物店の出店、大阪らしいお土産物の品揃え、大阪独自で大阪城でしか手に入らない土産物の開発、ゆっくりくつろげるオープンカフェテラス、足湯の設置が考えられる。
- ・炎天下、降雨時等に対応した休憩場の設置、トイレの美化・バリアフリー化、案内等の多言語対応を行なう。
- ・外国人向けのビジター・インフォメーション・センター(観光案内所)を設け、大阪の最新の見所を案内する。



熊本城「本丸御膳」



彦根「夢京橋キャスルロード」

<パフォーマンス・演出>

- ・戦国武将や甲冑隊、大道芸等のパフォーマンス、安土桃山時代や元禄時代の時代衣装によるパレード、駕籠タクシー、時代衣装の貸し出し・記念撮影サービスなど外国人観光客が喜ぶ仕掛けをする。
- ・時報を告げる大砲や太鼓を鳴らし、音の演出を行なう。
- ・食事処、売店の従業員や城内係員の制服を時代衣装に統一し、時代言語を活用する。
- ・マスコットキャラクターを設定し、PRのためのプロモーションに活用する。



彦根市のキャラクター「ひこにゃん」



名古屋「おもてなし武将隊」

<もと市立博物館>

- ・市民の寄付で天守閣とともに1931年に建設されたもと市立博物館は建て替えたり、取り壊したりするのではなく、建物の外観をできるだけ生かした形で活用し、大阪城リニューアルの目玉とする。
- ・大阪市の責任における耐震補強工事の実施、および集客できる文化教育施設として、多様な機能・コンテンツを複合させ利活用する。上方伝統芸能のダイジェストを観賞する施設を設けるのも一案である。

### ③その他

- ・大手門から天守閣へ至る導線には、多言語対応の音声ガイド機器やインタラクティブな画像ガイド機器の貸出等により、経路にある文化財の価値をわかりやすく解説する仕組みをつくる。
- ・大阪城の城郭全体が鳥瞰できる展望スペース（例：大阪歴史博物館屋上）や、天守閣や櫓、石垣等の歴史的建造物が眺望できるビューポイントを設置する。城郭・天守閣が眺望できるように樹木の剪定を行なう。
- ・大手門から入場してもらうよう降車、駐車、再乗車場所のあり方を工夫する。
- ・大阪歴史博物館と天守閣は連携し、イベント・展示の実施、共通入場券の導入、アクセス案内板の整備を行なう。
- ・民間企業が天守閣及び本丸エリア一体、あるいは公園全体を管理運営できるように指定管理者制度を見直す。

## （２）第二ステップ <西の丸庭園および公園全体>

### ①西の丸庭園の賑わいづくり

- ・西の丸庭園は、迎賓館・茶室の利活用を促進するとともに、市民・民間企業提案型の多彩なイベントを実施し、賑わいをつくる。

#### <二条城での結婚式>

二条城では平成 21 年 10 月から城内の清流園（香雲亭）で結婚式を行なっている。運営はホテルに委託、挙式のみ（披露宴は行なっていない）。平成 21 年度は 30 組限定で募集したところ、90 組の応募があった。

### ②回遊性の向上

- ・回遊性を高めるために、ロードトレイン網の充実等のサービス拡充、レンタサイクルや人力車、LRT（次世代型路面電車システム）の導入を図る。
- ・高齢者、身体障害者等のいわゆる交通弱者に対しては、駐車場もしくは最寄駅から天守閣前までの適切な移動手段（例：特別タクシー）を工夫する。

### ③大型レストセンターの建設

- ・駐車場付近に、食事や買い物が楽しめる大型レストセンターを建設する。
- ・観光集客特区に指定して税金の減免や規制の緩和を行い、民間企業の参入を促す。

## （３）第三ステップ <難波宮および上町台地エリア>

- ・「難波宮」をはじめとした上町台地エリアを、歴史・文化的資源を活用し一体的で景観に配慮した整備を進める。

#### (4) 第四ステップ <世界遺産登録への挑戦>

- ・大阪城の地下遺構の発掘調査をするとともに、巨大で立派な石垣、堀については世界遺産登録に向けた運動を進める。

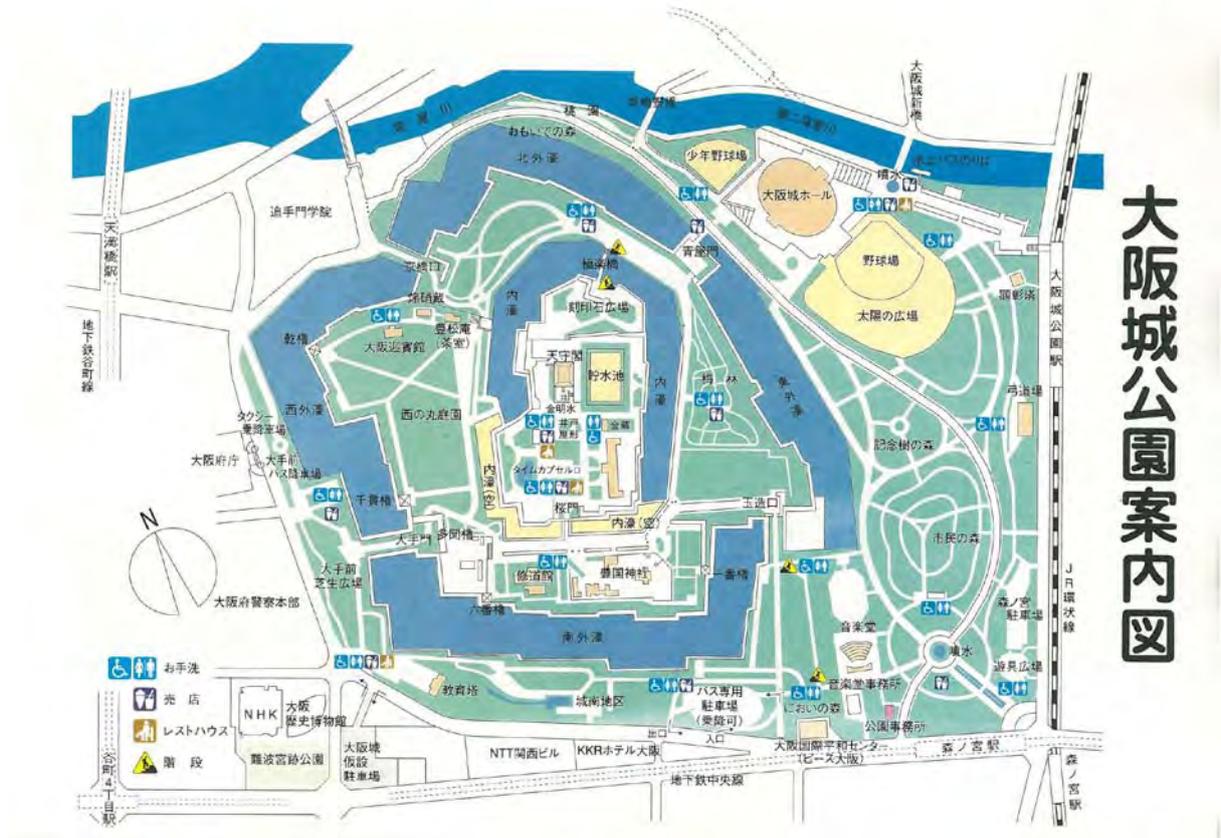
※なお、大阪城の整備にあたっては以下の点にも留意しつつ推進していくことが重要である。

- 現在、大阪市内を流れる東横堀川は、もともと大阪城の外堀として開削されたものであり、大阪城は水都大阪と歴史的にも深いつながりをもっている。したがって、大阪城周辺の魅力向上に関する事業展開に当たっては、大阪城と大阪の街を水路で結ぶなど、「水と光のまちづくり構想」と連動した展開も検討すべきである。
- 大阪城公園の総面積 107 ヘクタールのうち、約 73 ヘクタールは「特別史跡大坂城跡」に指定されており、特に本丸エリア内に新たな施設等を設置するには文化財保護法の厳しい規制がある。しかし、「観光立国」が国家目標に掲げられるなか、文化財についても「保護」から積極的な「活用」へと従来の発想を思いきって転換すべきである。各種の規制緩和に向けては、大阪市、市民、地元経済界が一体となって国に働きかけていかねばならない。
- もう一つの大きな課題である整備のための資金について、「一口城主制度」のような民の力の結集方策なども紹介したが、さらに有料区域を天守閣から本丸エリアに広げることや、現在の中中学生以下無料の料金体系の見直しなど、様々な方策を工夫し新たな財源確保の方法を考えていくことも必要である。

## 参考資料

# 1. 大阪城の概要

(大阪市ゆとりとみどり振興局の資料等より作成)



## (1) 大阪城略年表

天正 11 (1583) 年	豊臣秀吉が築城
元和元 (1615) 年	大坂夏の陣、大坂城落城
元和 6 (1620) 年	徳川幕府、豊臣時代の石垣等を破却し大坂城再建
寛文 5 (1665) 年	天守閣に落雷、消失
明治元 (1868) 年	鳥羽伏見の戦により、御殿・櫓群焼失
昭和 6 (1931) 年	大阪市民の寄付金をもとに、鉄骨鉄筋コンクリート造の天守閣を復興 (意匠は豊臣大坂城、寄付金約 150 万円のうち、天守閣に約 43 万円使用)
昭和 24 (1949) 年	戦後、大阪城天守閣の一般公開が再開
昭和 58 (1983) 年	築城 400 年まつり
平成 9 (1997) 年	平成の大改修完了
平成 16 (2004) 年	「大阪城-難波宮新世紀整備構想」策定

## (2) 大阪城天守閣基本情報

名 称：大阪城天守閣 (Osaka Castle)

場 所：大阪府中央区大阪城 1-1 電話：06-6941-3044

改修費用：約 70 億円 (平成の大改修)

構 造：鉄骨鉄筋コンクリート造、地上 8 階

延床面積：5,071.86 m<sup>2</sup> 展示面積：1,887 m<sup>2</sup>

開館時間：9 時～17 時

(春季・夏季・秋季等時間延長あり、入館は 30 分前まで)

休 館 日：年末年始 (12 月 28 日～1 月 1 日)

観 覧 料：大人 600 円 15 名以上は団体割引あり

中学生以下、障害者等、市内在住 65 歳以上の方は無料

収蔵品数：約 11,000 点

登 録 等：重要文化財公開承認施設

## (3) 管理運営と組織体制

大阪城天守閣の管理運営については、平成 18 年度から指定管理者制度を導入しており、平成 22 年 3 月までの 4 年間は(財)大阪観光コンベンション協会が指定管理代行を行っていた。平成 22 年 4 月から 4 年間、(財)大阪市博物館協会が指定管理者として運営管理を行っている。

大阪城公園全体は、大阪市ゆとりとみどり振興局が管理している。

## (4) 入館者数

天守閣以外は無料の公園エリアとなっているため、大阪城公園への来場者数については、相当数にのぼると見込まれるものの実数カウントは行われていない。

〈大阪城天守閣の入館者数〉

年度	年間入館者数	備 考
昭和 58 年度	2,124,790 人	築城 400 年祭
平成 9 年度	1,534,139 人	平成の大改修完成
平成 15 年度	1,095,823 人	
平成 16 年度	1,134,476 人	
平成 17 年度	1,062,792 人	下期公園整備のため一時休館
平成 18 年度	1,251,577 人	
平成 19 年度	1,380,595 人	
平成 20 年度	1,299,156 人	下期経済情勢悪化

#### (5) 平成の大改修

大阪城天守閣については、平成7年12月～平成9年3月にかけて「平成の大改修」を実施した。平成の大改修では、昭和6年に創建された天守閣の老朽化への対応や外観補修、耐震性の強化、展示施設の充実を実現するとともに、バリアフリーへの対応を行った。改修経費は約70億円となっており、個人・団体・企業等から4,405件、総額3億8,600万円の寄附が寄せられ、寄附者の氏名を記した銘板を天守閣内に掲示している。

なお、史料等が少ないなどの理由もあり、御殿その他の建造物で復元を計画しているものはない。

#### (6) もと市立博物館の概要

昭和6年に陸軍第4師団司令部の建物として竣工し、昭和30年代からは大阪市立博物館として活用。平成13年に新しい大阪歴史博物館の開館に先立ち閉館。現在は、イベントの仮事務所・倉庫として暫定利用し、時折外観を活用したロケにも利用されている。

建物が老朽化しており、平成19年に実施された耐震診断の結果からも、今後不特定多数の人々の利用や恒常的な利用を行うためには、建物の耐震補強や利用に応じた設備改修が必要とされている。

- 昭和6年10月 市民からの寄付をもとに、大阪城天守閣とともに建設竣工  
戦後は警察本部などに利用
- 昭和33年7月 大阪市制70周年記念事業として、歴史博物館への転用構想  
まとまる
- 昭和35年12月 第1期改修工事完了、1階開館
- 昭和37年11月 第2期改修工事完了、全館開館
- 平成13年3月 新博物館（大阪歴史博物館）開館準備のため閉館
- 平成16年1月 収蔵庫に保管していた館蔵品を新博物館へ搬出

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㎡

敷地面積：約1,700㎡

## 2. 大阪城周辺の魅力向上を考えるWG 委員名簿(敬称略・順不同)

### 【座長】

野口 隆 奈良産業大学ビジネス学部 教授

### 【委員】

伊東 雄三 株式会社毎日放送 ゼネラルプロデューサー

今井 新吾 株式会社JTB西日本 地域交流ビジネス推進室マネージャー

梅阪 雅雄 財団法人大阪観光コンベンション協会 魅力開発担当部長

大江 幸路 大阪水上バス株式会社 営業部次長

大江 幸弘 同 船舶部次長

岡本 太郎 阪神高速道路株式会社 経営企画部経営企画課課長代理

尾関 毅 ホテルニューオータニ大阪 営業本部営業推進課課長

岸上 敦 近畿日本鉄道株式会社 経営企画部

野村 達雄 パナソニック株式会社 関西渉外室企画渉外部長

益岡 潔 京阪電気鉄道株式会社 経営統括室広報宣伝担当課長

松浦 哲 大阪ガス株式会社 秘書部経営調査室課長

### 【オブザーバー】

中浦 進 大阪市ゆとりとみどり振興局 集客プロモーション担当課長代理

西尾 公志 西尾レントオール株式会社 代表取締役

### 【事務局】

豊岡 賢二 大阪商工会議所 理事・地域振興部長

中川 英樹 大阪商工会議所 地域振興部課長

川端 啓恵 大阪商工会議所 地域振興部副主幹

(平成22年3月31日現在)

### 3. 会合開催・視察ヒアリングの実績

#### <ワーキンググループ>

第1回会合(平成21年11月17日)

- ・大阪城の課題洗い出し
- ・実地調査のポイントについて
- ・今後のスケジュールについて

第2回会合(平成21年12月10日)

- ・実地調査の報告
- ・大阪城訪問者の満足度調査について
- ・他の城郭への視察ヒアリングについて
- ・提言のまとめ方について

第3回会合(平成22年1月27日)

- ・他の城郭への視察ヒアリングの報告
- ・橋爪紳也・ツーリズム振興委員からの意見
- ・電動自転車試乗体験の報告

第4回会合(平成22年2月25日)

- ・もと市立博物館の有効活用のための検討調査について
- ・大阪城の魅力に関するアンケート調査結果(速報)について
- ・提言内容について

第5回会合(平成22年3月17日)

- ・大阪城の魅力に関するアンケート調査結果について
- ・提言とりまとめ(案)について

#### <他の城郭への視察ヒアリング>

視察先：姫路城(平成21年12月21日) 彦根城(平成21年12月22日)  
松本城(平成22年1月14日) 犬山城(平成22年1月15日)  
名古屋城(平成22年1月15日) 二条城(平成22年1月21日)  
首里城(平成22年1月22日) 熊本城(平成22年1月25～26日)

ヒアリング項目：

ここ数年の来場者数 運営管理にかかる年度収支予算、決算の推移  
運営管理の組織体制 復元改修などの中長期計画や構想、資金調達方法  
観光客誘致方策、集客イベント 市民の関心、地元の熱意  
過去のアンケート調査結果

視察のポイント：

城内の景観 案内表示・パンフレット 展示物 アクセス  
食堂・レストラン 売店・土産物 客層 楽しさ、快適さ

#### 4. 大阪城に関するアンケート調査結果

##### <調査概要>

○調査対象：大阪商工会議所議員、ツーリズム振興委員、全国商工会議所、  
大阪城観光客、水上バス利用者、ホテル宿泊者、旅行者ガイド、  
在阪領事館など

○調査期間：平成22年1月25日～3月5日

○調査方法：調査票を発送・FAXで回収

大阪城観光客には桜門前で配布・回収

○有効回答数：722名

##### ○調査項目

- (1) 調査対象の概要
- (2) 大阪城への訪問について
  - ①訪問頻度・目的
  - ②大阪城までの利用交通機関
- (3) 大阪城の観光地としての魅力
  - ①知人・友人に案内する観光エリア
  - ②大阪城の満足度
- (4) 大阪城に対する評価
  - ①大阪城の課題
  - ②他の城郭との比較
  - ③今の大阪城に必要なもの
  - ④観光地としての評価
- (5) 大阪城の整備について
- (6) 自由回答

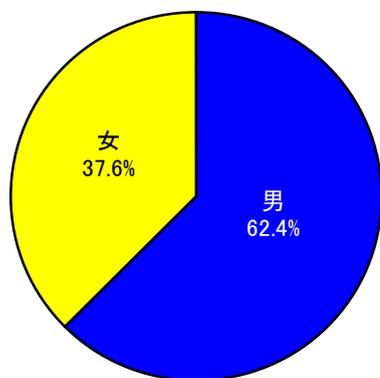
## <調査結果>

### (1) 調査対象の概要

ヒアリング対象者の性別は、「男」が62.4%、「女」が37.6%である。(図1)  
年齢は、「～19歳」(2.3%)と「70歳代」(6.8%)、「80歳以上」(1.4%)は少ないが、  
20歳代から60歳代までは、それぞれ15～20%とほぼ均等に分散している。(図2)

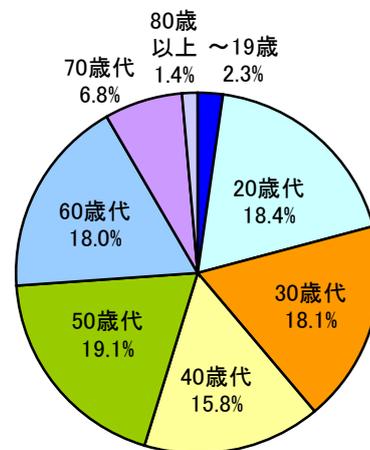
居住地をみると、「大阪府以外の国内」が44.1%ともっとも多く、次いで「大阪市内」  
(23.3%)、「大阪府内(大阪市除く)」(21.3%)となっている。また、「海外」は  
11.4%と全体の1割を占めている。(図3)

<図1. 対象者の性別>



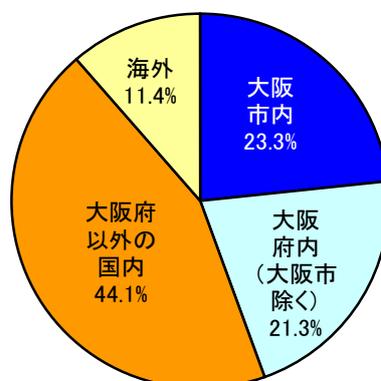
N=675(無回答除く)

<図2. 対象者の年齢>



N=645(無回答除く)

<図3. 対象者の居住地>



N=597(無回答除く)

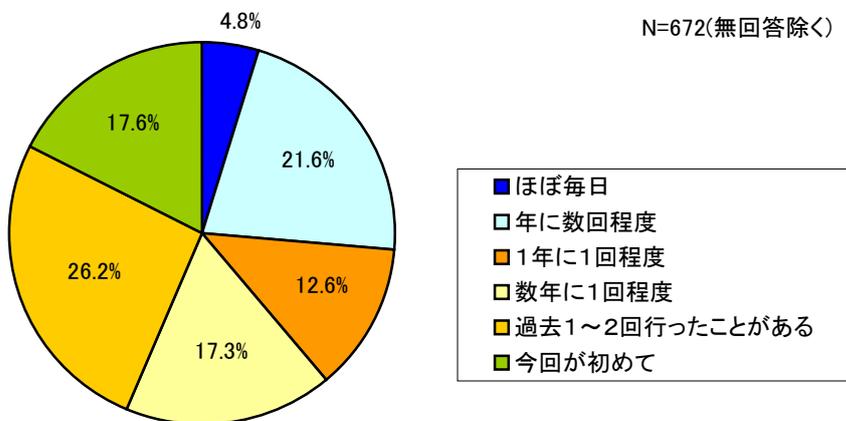
## (2) 大阪城への訪問について

### ①訪問頻度・目的

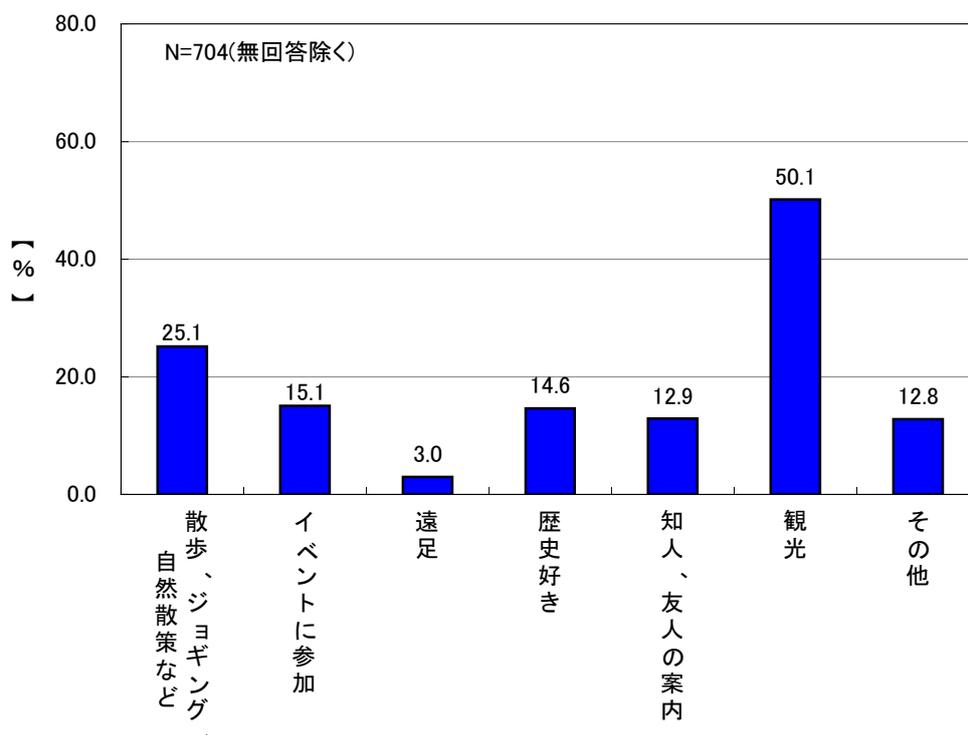
大阪城への訪問頻度は、「過去1～2回行ったことがある」が26.2%ともっとも多く、「年に数回程度」(21.6%)、「数年に1回程度」(17.3%)もそれぞれ2割近くを占める。また、「今回が初めて」は17.6%、「ほぼ毎日」は4.8%である。(図4)

大阪城を訪れる目的としては「観光」(50.1%)が過半数を占める。次いで「散歩、ジョギング、自然散策など」(25.1%)、「イベントに参加」(15.1%)、「歴史探訪」(14.6%)となっている。また、「知人、友人の案内」は12.9%にとどまっている。(図5)

<図4. 頻度>



<図5. 目的 (複数回答有)>

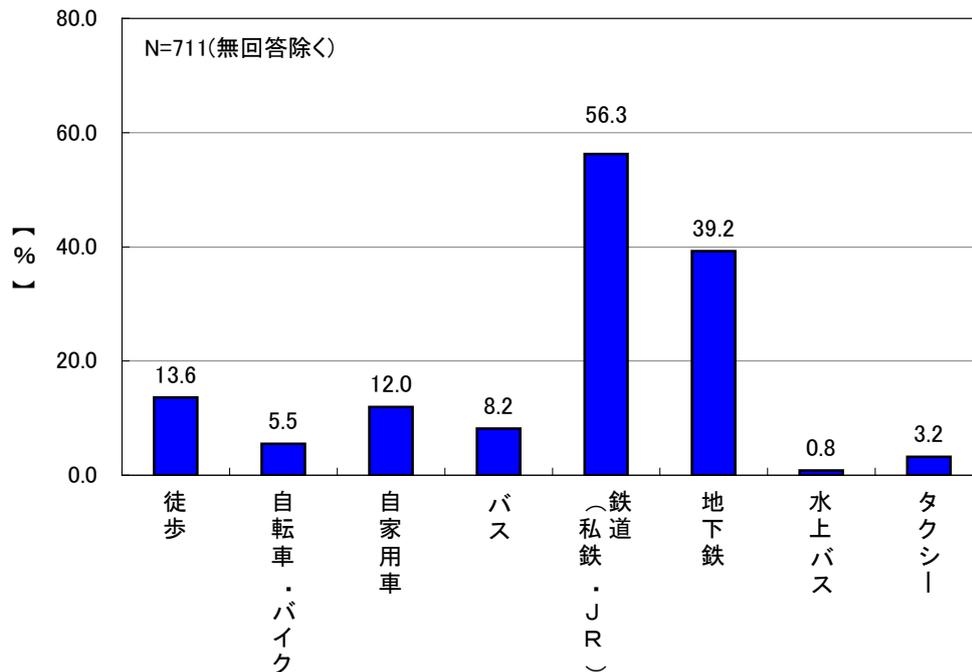


## ②大阪城までの利用交通機関

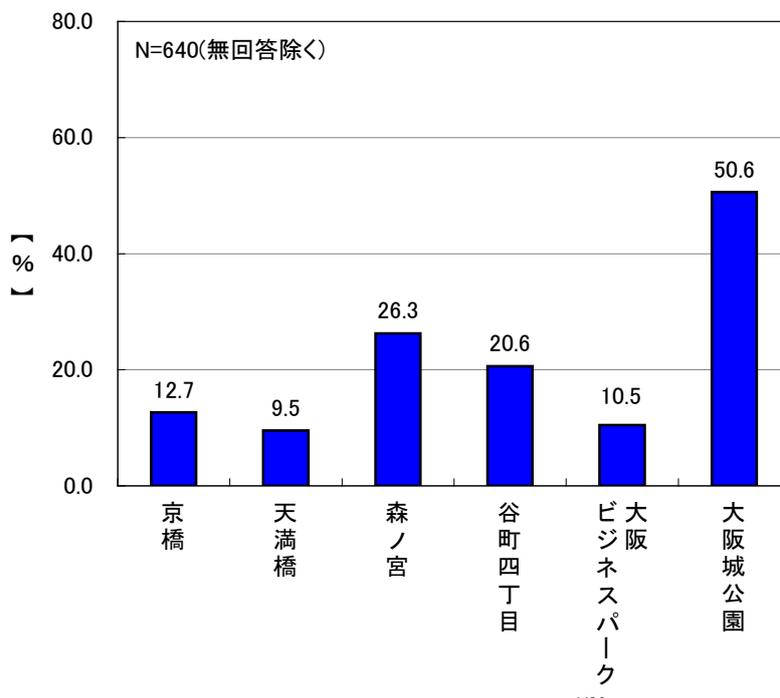
利用する交通機関としては、「鉄道（私鉄・JR）」が56.3%、「地下鉄」が39.2%と、公共交通機関の利用者が多い。また、「徒歩」も13.6%を占めており、徒歩圏内からの来訪者も少なくないことがわかる。（図6）

鉄道・地下鉄を利用する場合の降車駅としては、「大阪城公園」が50.6%ともっとも多く、次いで「森ノ宮」（26.3%）、「谷町四丁目」（20.6%）となっている。（図7）

<図6. 利用する交通機関（複数回答有）>



<図7. 鉄道・地下鉄を利用する場合の降車駅（複数回答有）>

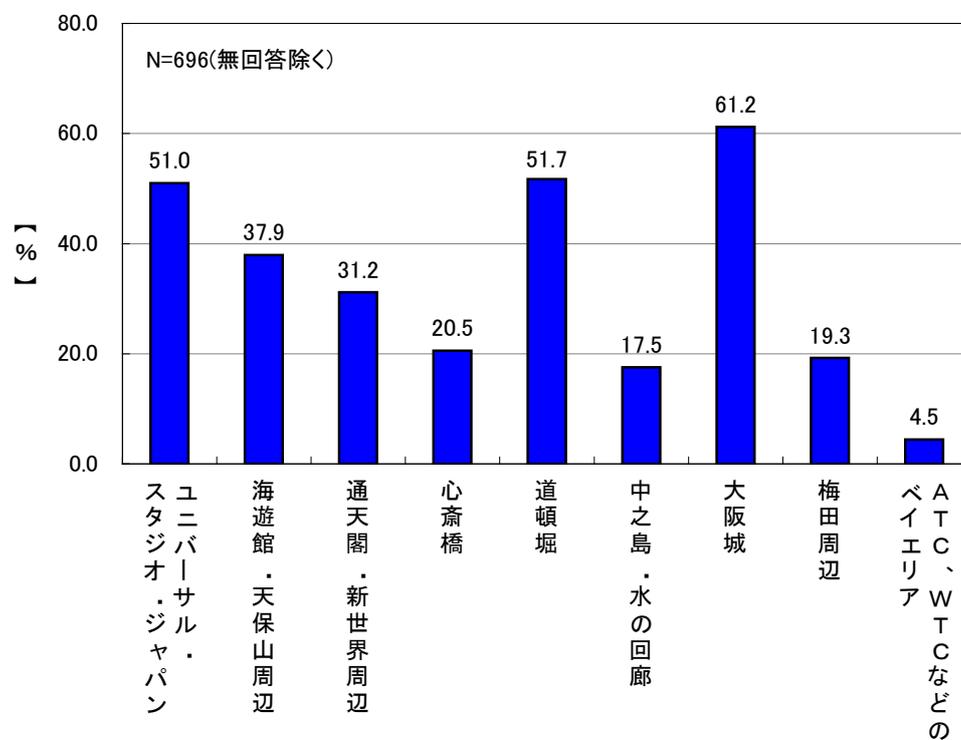


### (3) 大阪城の観光地としての魅力

#### ①知人・友人に案内する観光エリア

大阪へ観光に来た知人・友人を案内する際の観光エリア（大阪在住でない場合は、回答者自身が行ってみたい観光エリア）として上位にあがったのは、「大阪城」（61.2%）がもっとも多く、「道頓堀」（51.7%）、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」（51.0%）もそれぞれ過半数を占める。「海遊館・天保山周辺」（37.9%）、「通天閣・新世界周辺」（31.2%）といったエリアも3割以上を占めている。（図8）

<図8. 知人・友人に案内する観光エリア（優先順位の上位3つを回答）>



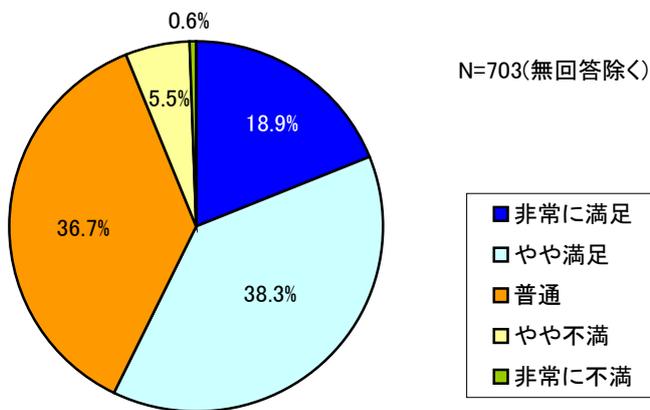
## ②大阪城の満足度

大阪城の満足度としては、「やや満足」が 38.3%ともっとも多く、次に「普通」(36.7%)、「非常に満足」(18.9%)と続く。(図 9)

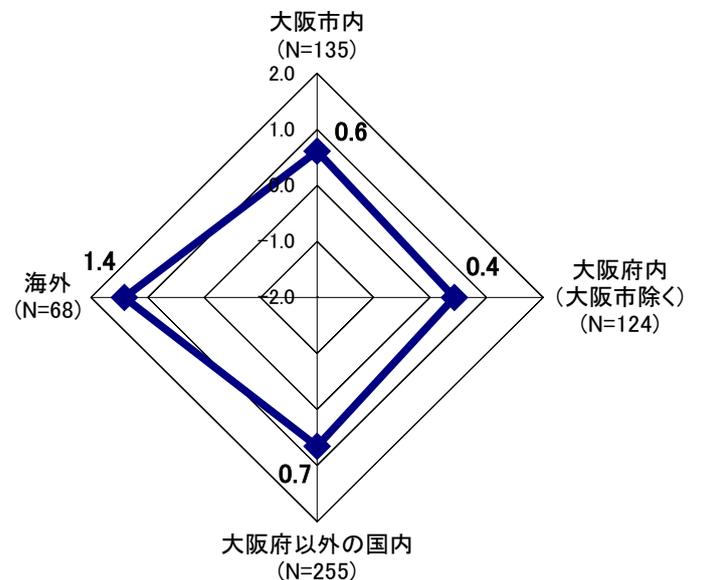
「非常に満足」を 2 点、「やや満足」1 点、「普通」0 点、「やや不満」-1 点、「非常に不満」-2 点と満足度を得点化し、居住地別に比較すると、海外居住者の評価 (1.4) が高い一方、大阪市を除く大阪府内居住者の評価 (0.4) が低い。(図 10)

大阪城にもう一度行きたいかどうかについては、「機会があれば行きたい」が 60.5%で、「ぜひ行きたい」(22.2%)、「わからない」(13.1%)と続く。(図 11)

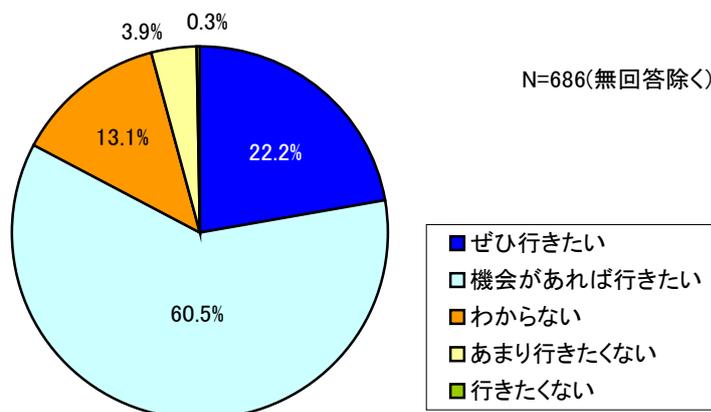
<図 9. 大阪城の満足度>



<図 10. 「居住地別」大阪城の満足度>



<図 11. 大阪城への再訪希望>

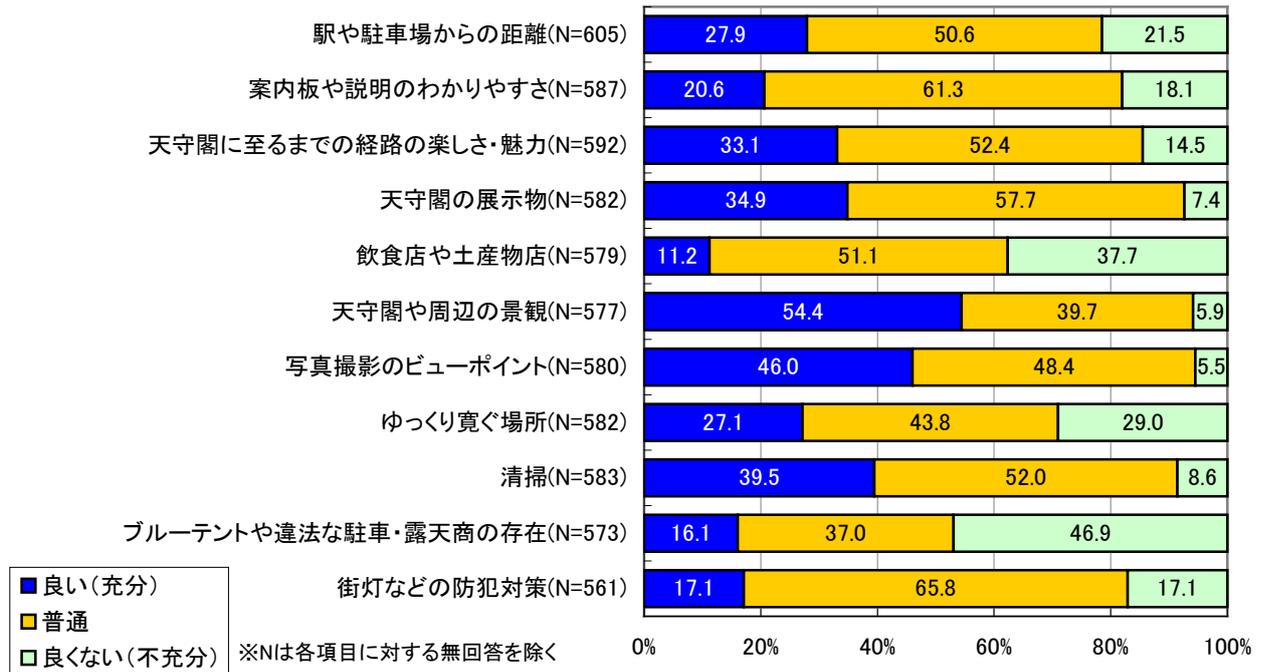


#### (4) 大阪城に対する評価

##### ①大阪城の課題

大阪城の課題として、「良くない(不十分)」は「ブルーテントや違法な駐車・露天商の存在」が46.9%、「飲食店や土産物店」が37.7%、「ゆっくり寛ぐ場所」が29.0%と多い。(図12)

<図12. 大阪城の課題 (複数回答有)>

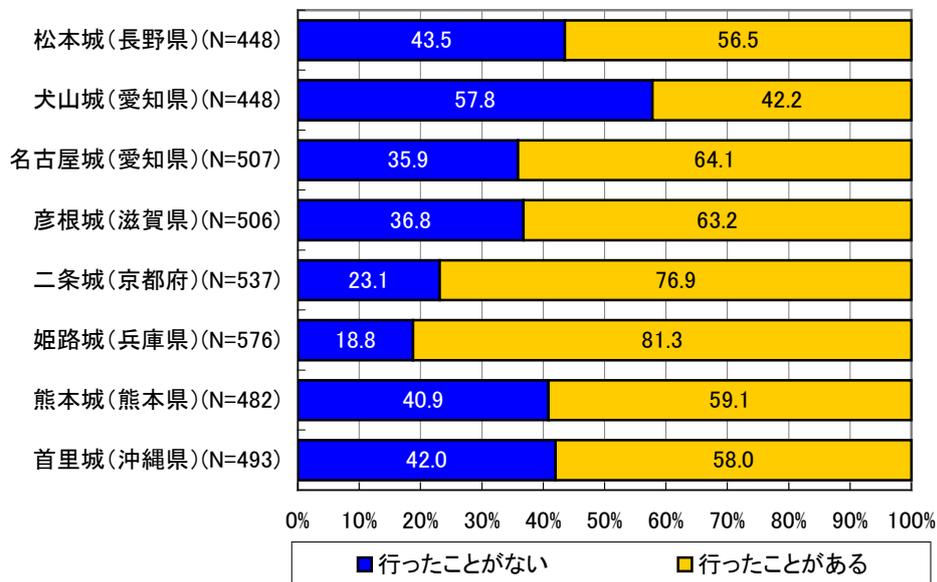


##### ②他の城郭との比較

他の城郭への訪問については、「姫路城」(81.3%)、「二条城」(76.9%)といった近畿圏内での城郭で「行ったことがある」が多く、「名古屋城」(64.1%)、「彦根城」(63.2%)も6割を占める。(図13)

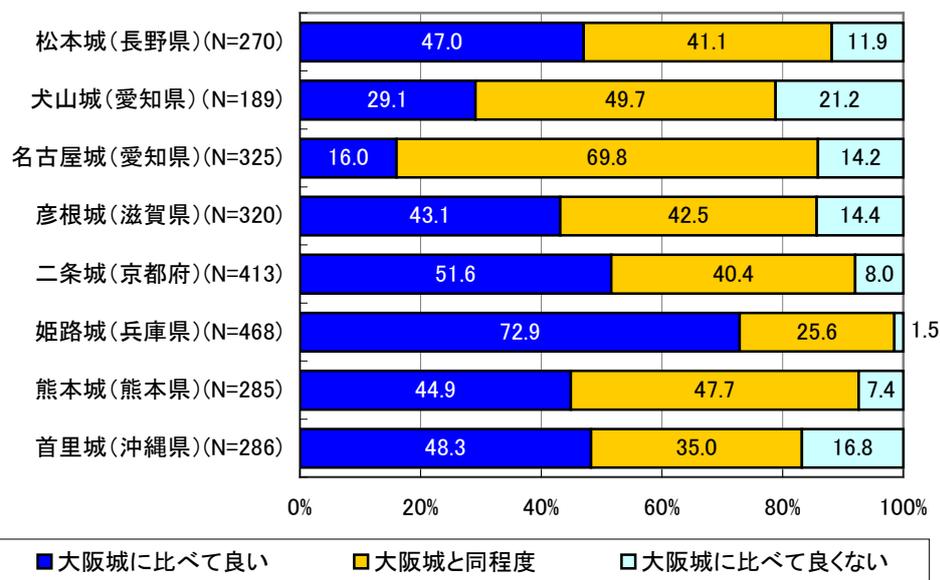
満足度についての他の城郭との比較では、「大阪城に比べて良い」がもっとも多いのは「姫路城」(72.9%)、次いで「二条城」(51.6%)、「首里城」(48.3%)、「松本城」(47.0%)も約半数を占める。なお、全ての城郭において「大阪城に比べて良い」の割合が、「大阪城に比べて良くない」の割合を上回った。(図14)

< 図 13. 他の城郭への訪問経験 >



※Nは各項目に対する無回答を除く

< 図 14. 他の城郭の満足度 >

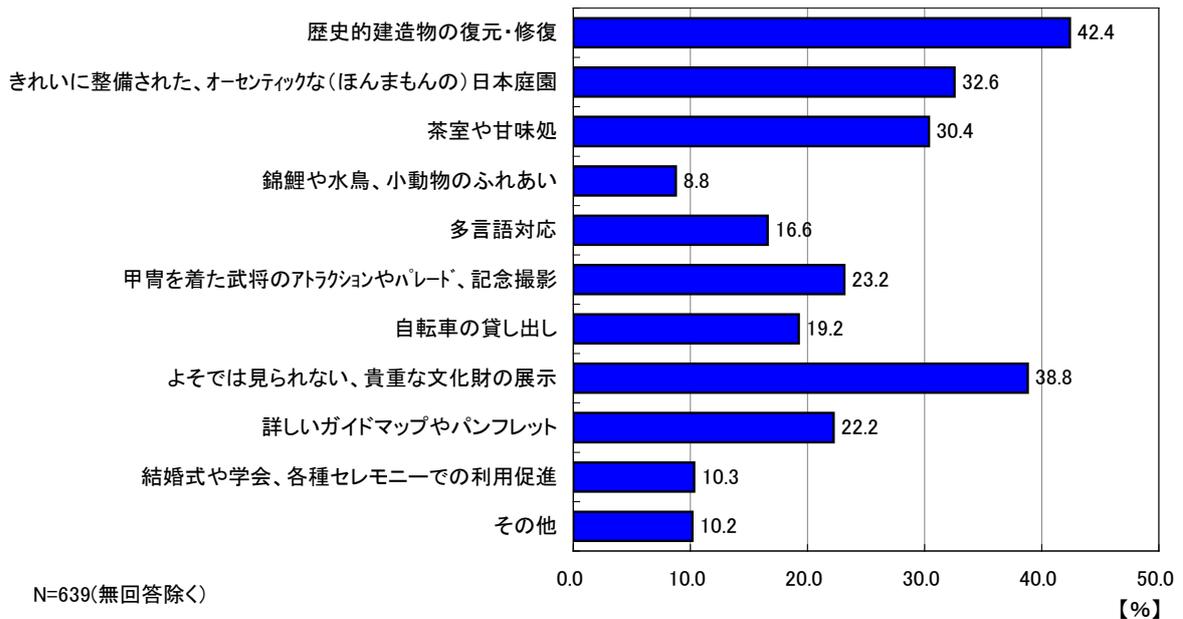


※Nは各項目に対して「行ったことがある」と回答した合計数

### ③今の大阪城に必要なもの

他の城郭に比べて今の大阪城に足りないもの、あったらいいものとしては「歴史的建造物の復元・修復」が42.4%、「よそでは見られない、貴重な文化財の展示」が38.8%、「きれいに整備された、オーセンティックな(ほんまもの)日本庭園」が32.6%、「茶室や甘味処」が30.4%と多い。(図15)

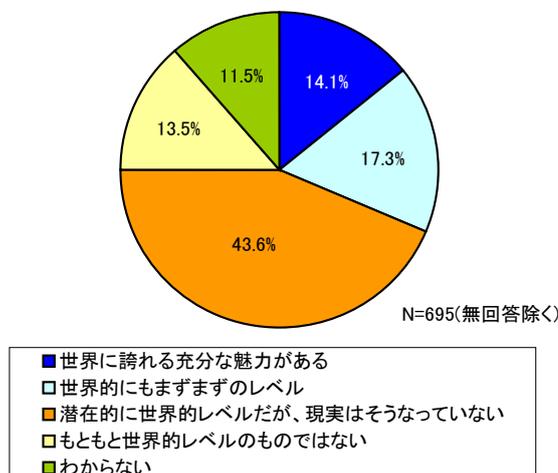
<図15. 今の大阪城に必要なもの (複数回答有)>



### ④観光地としての評価

「大阪城が大阪市のシンボルに相応しい魅力的な観光地だと思うか」という問いに対して、「潜在的に世界的レベルだが、現実にはそうならない」が43.6%ともっとも多い。また、「もともと世界的レベルのものではない」という意見も13.5%あった。(図16)

<図16. 観光地としての評価>

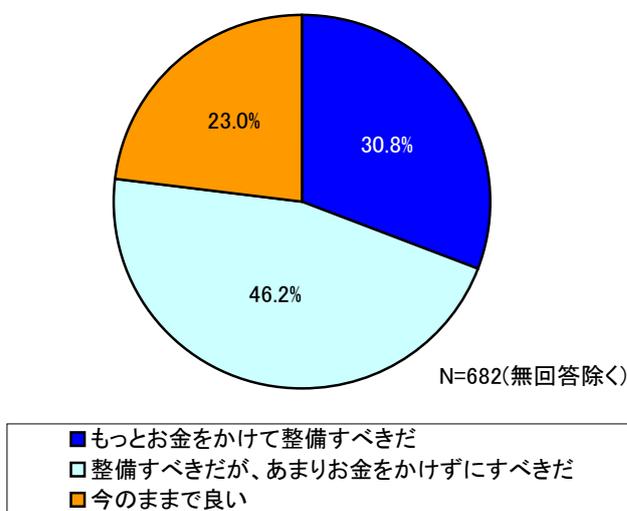


（５）大阪城の整備について

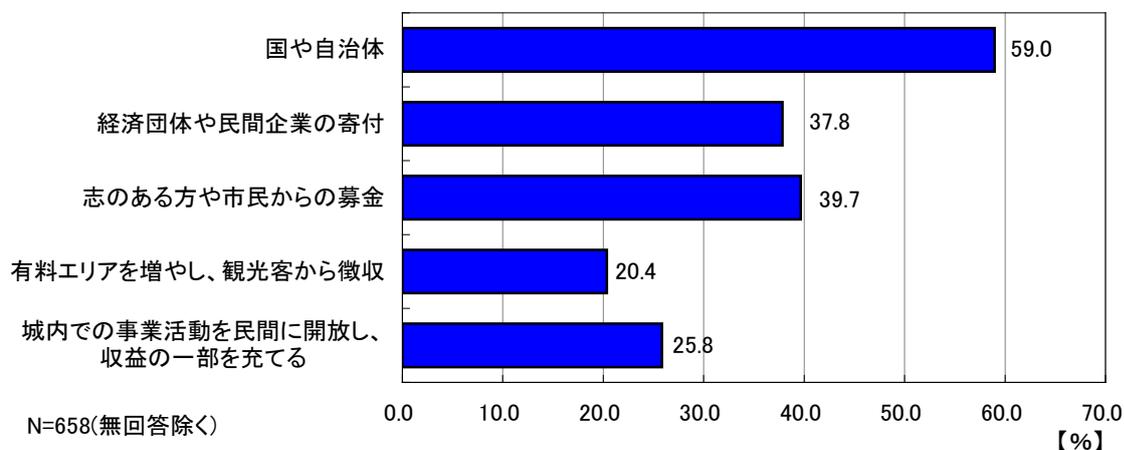
大阪城の整備については「もっとお金をかけて整備すべきだ（30.8%）」「整備すべきだが、あまりお金をかけずにすべきだ（46.2%）」を合わせた「整備すべき」という意見が全体の約8割を占めた。（図17）

整備する場合の費用負担については、「国や自治体」が59.0%ともっとも多く、次いで「志のある方や市民からの募金」（39.7%）、「経済団体や民間企業からの寄付」（37.8%）となっている。（図18）

<図17. 今後の整備の必要性>



<図18. 整備費用の負担（複数回答有）>



## (6) 自由回答

アンケート調査の自由回答に記載された意見から主なものを整理した。

### ○大阪城整備の方向性・コンセプトに関する提案など

- ・現代の大阪城はコンクリート製の昭和時代の城であることを認識し、リニューアルのベクトルを歴史・伝統から、エンターテインメントに振り向けコンセプトを考えるべき。天守閣だけでなく現在の外堀の内側全体を大阪城と考えて、非日常感の演出を再構築するべき。その場合ハード面の整備だけでなく、ソフト面の整備が非常に重要なカギを握る。城内に入ると現代から隔離され、あたかも豊臣秀吉の時代にタイムスリップしたかのように感じられる演出が必要で、いわば大阪城の歴史テーマパーク化である。これぐらい徹底的にこだわってやらないといつまでも現状のままである。もちろん従業員もこのコンセプトを理解し大阪城という舞台で時代役者を演じてもらわねばならない。また同じコンセプトで売店や飲食店も再整備し、来場者がお金を落としやすいしくみを作り上げ収益の増大を図るべきである。
- ・このままでは大阪のランドマークとしての存在感は薄い。エリア全体の総合設計、資金の集め方、運営の仕方など全てにわたって市民との連携と官とのジョイントが必要。市民と官が寄って集って大阪城をオモチャにするぐらいの発想が必要。
- ・熊本城は、行政、民間企業、市民あげて盛り上げていて素晴らしい。大阪城は盛り上がり感に欠ける。大阪には他にもいくつも観光拠点があり、大阪城だけに集中しきれていない。逆に言えばどこも中途半端である。
- ・すべてにおいて中途半端（観光、歴史価値）。貴重な文化財を見ることができたり、何度も訪れたいくなる仕掛けが必要。見学だけでなく、豪華な茶室（秀吉の愛した茶室再現）や「食」を体験できる施設が併設されていれば、それを目当てにリピートする人も増える。
- ・ベルサイユ宮殿やウィンザー城では、駅を降り立った時点から到着するまでの道のりで「ここはベルサイユなんだ」「ここはウィンザーなんだ」という空気感があつた。大阪城についてはどの駅からも大阪城を連想させる表示や案内がない。
- ・諸外国のお城は、お城と街の景観がマッチして中世の雰囲気醸し出している。大阪城自体の整備も大事だが、周辺の街並み整備にも注視すべき。
- ・歴史的建造物レベルでは、世界的に有名な観光地のものとは差を感じる。石垣など歴史的価値のあるものや重要文化財をいかにアピールするか、そしてそれらを市民、民間レベルでいかに盛り上げていくかが重要。世界の観光地は、地元や市民のシンボリック意識が強いのでそれを促す施策が必要と思う。
- ・大阪城は大阪の数少ないランドマーク的観光資源であると思うが、東京の皇居詣のような「どんな所か見ておきたい」とはならない。大阪の人間も「大阪のシンボル」と言うわりに行く機会もないのではないかな。友人を連れて行っても天守閣

に昇って終わり、で、「歴史に思いをはせる」まで至らない。そばに江戸東京博物館のような見ごたえのある施設があれば違うが、現状だと「市民の憩いの大型公園」の域を出ない。

- ・都心の中央に位置して城郭と堀割、桜、梅、桃の公園があり高低もある世界レベルの公園に匹敵する大空間公園で素材としては素晴らしいが、うまく活用されていない。
- ・大阪城を訪れた方に、さすが大阪城と言わしめる感動や、喜びを提供すべき。そうすれば大阪城（名城）の宣伝マンとなり、リピート客にもなってもらえる。
- ・大阪城の天守閣は再建されたコンクリート造りなので文化財としてはどうかと思う。広い城域、石垣などを活かしたスポットにしたほうが良い。
- ・天守閣が近代化しすぎている。昔の雰囲気は一切なくてがっかりしたと他県から来た人を案内した時によく言われる。天守閣にある展示物は貴重なものが多いが、それを見ても「フーン」「へー」という感想程度で終わってしまっているのも残念。こういう素晴らしい展示物があるので、ぜひ見に来て下さいとPRをすべき。ただ歴史的に古いから見に来て下さいというのでは、世界的な観光競争の中では、到底太刀打ちできない。
- ・大阪は「良いところ、楽しいところ」と感じるが、歴史的な場所を見るという感覚はない。隣に京都がある以上、その感覚はぬぐいきれない。歴史的なところをアピールするのであれば、もっと大阪市全体として連携してPRする事が大切。個人的に大阪は「食するところ、遊ぶところ」。
- ・大阪市役所の現在の方向性が「商都大阪」であり、「観光大阪」にするには、観光資源の重要度を盛り上げる必要あり。
- ・大阪のシンボルとして遠くから見る分には非常によいものだが、近くでじっくり鑑賞する価値は感じない。
- ・もっと歴史の息吹が強く伝わってくるような「もの」「装置」「内装」などを効果的に観光客に見てもらい、様々なエピソードと共に「大阪城は歴史の証人である」という訴求をしていくのも一つの方法だと思う。現状ではあまりにも観光地化してしまっており、歴史的建造物であるという迫力が伝わってこない。
- ・突き抜けた魅力がないのでわざわざ訪れる気にならない。本気で集客をするためには、イスタンブールの地下宮殿のように、大阪城の地下に埋もれているものを常時見られるようにしないと無理。または海外のアーティストが噂するぐらいのライブ会場として西の丸庭園を開放する必要がある。

## ○各エリアに対する具体的提案など

### ①天守閣について

- ・天守閣をガラス張りにする。
- ・城内での生活の様子がわかる様に人形や道具で説明する。

- ・歴史的にこだわる展示品を徹底的に追求する。
- ・彦根城のキャラクターに出張してもらおう。真田幸村にスポットをあてた企画、司馬記念館とのタイアップ事業の実施など、地方の小城にはできないイベントの要素は限りなくある。

## ②本丸エリアについて

- ・白土塀を復活する。有馬温泉（太閤の湯）と提携して足湯の施設を設置する。
- ・18-19世紀の芝居小屋など江戸時代の風情を伝える施設を誘致する。
- ・熊本城、名古屋城のように本丸を復元するなど、歴史的価値を高める。
- ・地下の遺構を調査する時にトンネル等を掘って、その中を観光客に通らせる。

## ③もと市立博物館について

- ・もと市立博物館の建物は早急に利用を図る。大阪城は全国の生徒・学生等及び外国人の団体客が多いが、現在天候に関係なく休憩できる場所が無いので、もと市立博物館に無料休憩所を設置する。
- ・もと市立博物館をイベント会場やレストランに活用しないともったいない。

## ④食堂・土産物店について

- ・平成の大修理によって天守閣の外観や公園内のトイレ等も美化された印象があるが、天守閣周辺の売店が商売を前面に押し出しており、景観にそぐわない。
- ・京橋まで歩かなくても食事できるお店があれば良い。大阪城ホール前では買う気にならない。
- ・大阪城にちなんだ飲食店や物販店、また大阪でぜひ味わってもらいたい名店などの誘致により、多くの地元市民、観光客が立ち寄れる場所にする。
- ・女性でも行くのが楽しくなるようなおしゃれなカフェ、レストランなどを設置する（例：金刀比羅宮境内の資生堂パーラー）。
- ・旧駐車場（極楽橋前）に城の見えるレストランやカフェをつくる。
- ・公園内のレストラン、カフェ、休憩スペースを洗練させる。

## ⑤イベント・パフォーマンスについて

- ・休日に大道芸人のパフォーマンスや、日本の伝統芸能、落語、漫才といったイベントを行う。
- ・姫路城のように袴袴の侍や姫に扮した人が案内する。陣太鼓を櫓で打つ。
- ・年に1度、大阪城をライトアップして炎上を演出(お金のかからないイベント)をすれば、映画村より面白い観光地になる。

## ⑥回遊性向上について

- ・遠くから見るにはいいが、天守閣まで遠い。周遊する乗り物を運行させるべき。
- ・貸自転車で公園内をサイクリングできるようにしたり、駅と大阪城天守閣の間を自転車で行き来できるようなシステムをつくる。

## ⑦観光客への対応について

- ・大阪城のガイドの育成により、リタイア層の活躍の場も創出できる。(財)大阪府国際交流財団(OFIX)には多くの語学ボランティアが登録されているので、登録ボランティアを多言語対応に活用してはどうか。
- ・海外からの観光客が多くグローバルな対応が必要。
- ・大阪観光ボランティアガイドのお城に関する解説は大変面白かった。ただ説明は外回りだけであったのが残念。
- ・京橋駅から大阪城までの案内が不親切でOBPでは多くの外国人(特に欧米人)から大阪城への道を尋ねられる。案内や周辺マップ等を充実させるべき。また案内にストーリー、ポリシーがない。

## ⑧公園全体について

- ・大阪城公園は、ニューヨークのセントラルパークやロンドンのケンジントンガーデンのような市民が憩う、集うという文化を感じられない。ベンチも数が少なく古いものが多い。うっそうとした森のような所が多く、すこし薄暗くなると怖くて歩けない感じがする。もっと明るい雰囲気公園を作り変え、市民が集える場所にすべき。
- ・大阪城は姿が美しいので、離れた場所から眺めるのがよい。大阪城を一望できる高所スポット(展望台・レストラン)や、遊園地にあるような回りながら上ってゆく乗り物や大観覧車から眺めたい。
- ・大阪城の堀と石垣は観光の目玉なので、より清掃を徹底して綺麗な状態にすべき。
- ・1980年に開催された博覧会以降、統一的な施設整備がなされた印象がない。バリアフリー対策も重要ではあるが、京橋側からの天守閣への石段のスロープ整備がいい加減に舗装されただけのように見える。石段との景観の組み合わせによく配慮すべきだ。
- ・イベントスペースの確保やサイクリングロードの設置などで天守閣訪問以外の集客を考えてはどうか。
- ・大阪城公園敷地内の営業(事業活動)権を一般に開放(公募)し、施設維持経費の捻出と同時に公園全体の活性化につながるような事業展開をすべき。
- ・一般公開されていない櫓や蔵などの建造物は見学ができるようにすべき。

大阪城周辺の魅力向上に関する提言  
～「大阪城を世界に誇る名城にする会」の発足に向けて～

2010年6月

お問合せ先 大阪商工会議所 地域振興部  
〒540-0029 大阪市中央区本町橋2-8  
TEL：06-6944-6323 FAX：06-6944-6330