
農業や地域産品および学研都市ブランドを活かした シティプロモーションによる産業振興・観光振興業務 （町内観光資源の利活用促進に向けた可能性調査） 最終報告書

2020年3月25日
株式会社 京都銀行

目 次

I. 観光統計等に基づく現況調査	2 頁	IV. 町内観光資源の利活用促進に向けた可能性（指定管理者等へのヒアリング調査）	43 頁
1. 観光入込客の分析	3	1. けいはんな記念公園の指定管理者等へのヒアリング調査	44
（1）観光入込客数	4	（1）植彌加藤造園株式会社へのヒアリング結果	45
（2）目的別観光入込客数	6	（2）今後の利活用に向けた方向性	46
（3）観光消費額	7		
II. けいはんな記念公園について	9 頁		
1. けいはんな記念公園の課題と取り組み	10		
（1）概要	11		
（2）全体マップ	12		
（3）利用者の特徴と指定管理者が目指す方向性	13		
III. 町内観光資源の利活用促進に向けた可能性（民間事業者へのヒアリング調査）	15 頁		
1. 都市公園の利活用事例	16		
（1）都市公園における官民連携の従来からの仕組み	17		
（2）公募設置管理制度（Park-PFI）	18		
（3）公募設置管理制度（Park-PFI）の活用状況	19		
2. けいはんな記念公園の利活用イメージ	21		
（1）精華町のまちづくりに関するアンケート結果	22		
（2）WEBアンケート意識調査	24		
3. けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン	25		
（1）けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン	26		
（2）けいはんな記念公園からみた商圈分析	30		
4. けいはんな記念公園の利活用促進に向けたヒアリング調査	34		
（1）GOOD BBQ	35		
（2）NORTH GARDEN	38		
（3）bbase	39		
（4）サントリーホールディングス	40		

I 観光統計等に基づく現況調査

1. 観光入込客

ここでは、京都府の「観光入込客調査報告書」に基づき、精華町の観光統計分析を行います。まず、「1. 観光入込客」では、
精華町に訪れた観光入込客数についてみていきます。

I -1.観光入込客の分析

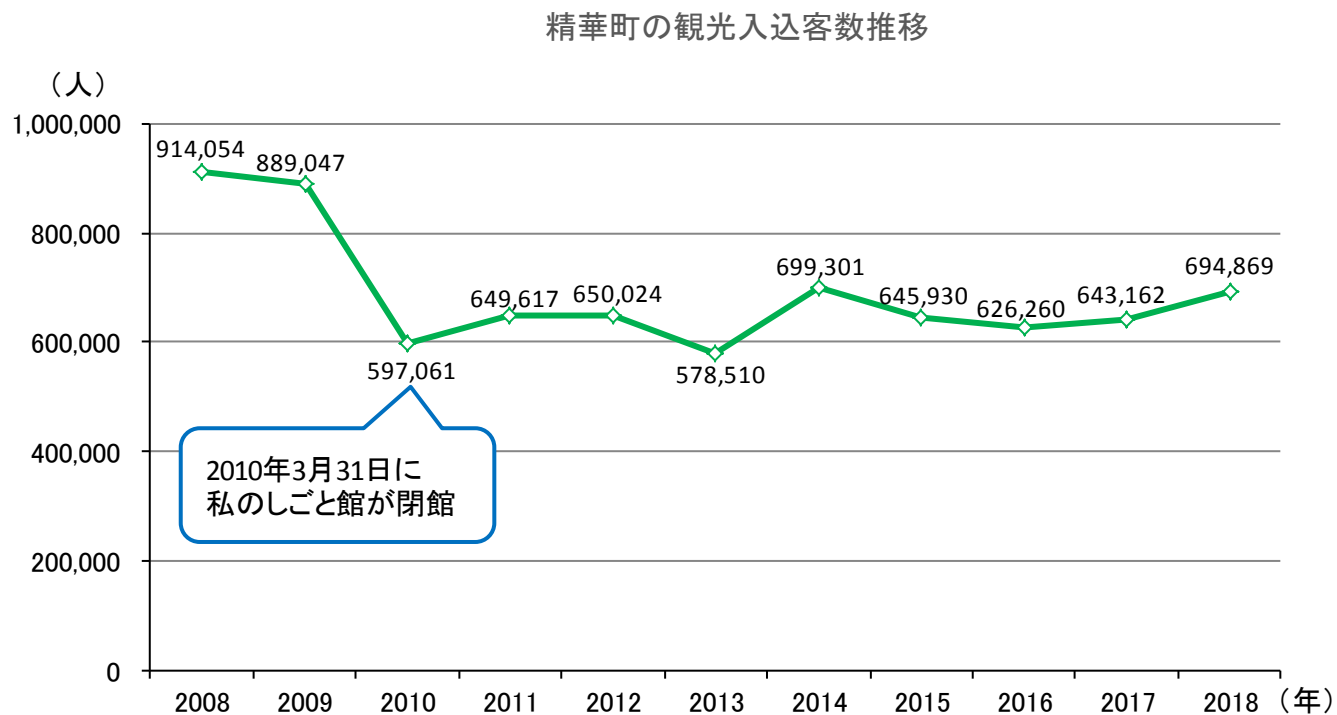
- (1)観光入込客数
- (2)目的別観光入込客数
- (3)観光消費額

ここでは、京都府の「観光入込客調査報告書」を基に、「(1)観光入込客数」、 「(2)観光目的」、 「(3)観光消費額」についての分析を行います。

I-1-(1)観光入込客数

精華町の観光入込客数の推移をみると、2010年は「私のしごと館」の閉館に伴い落ち込んだが、その後は概ね60万人台で推移している。

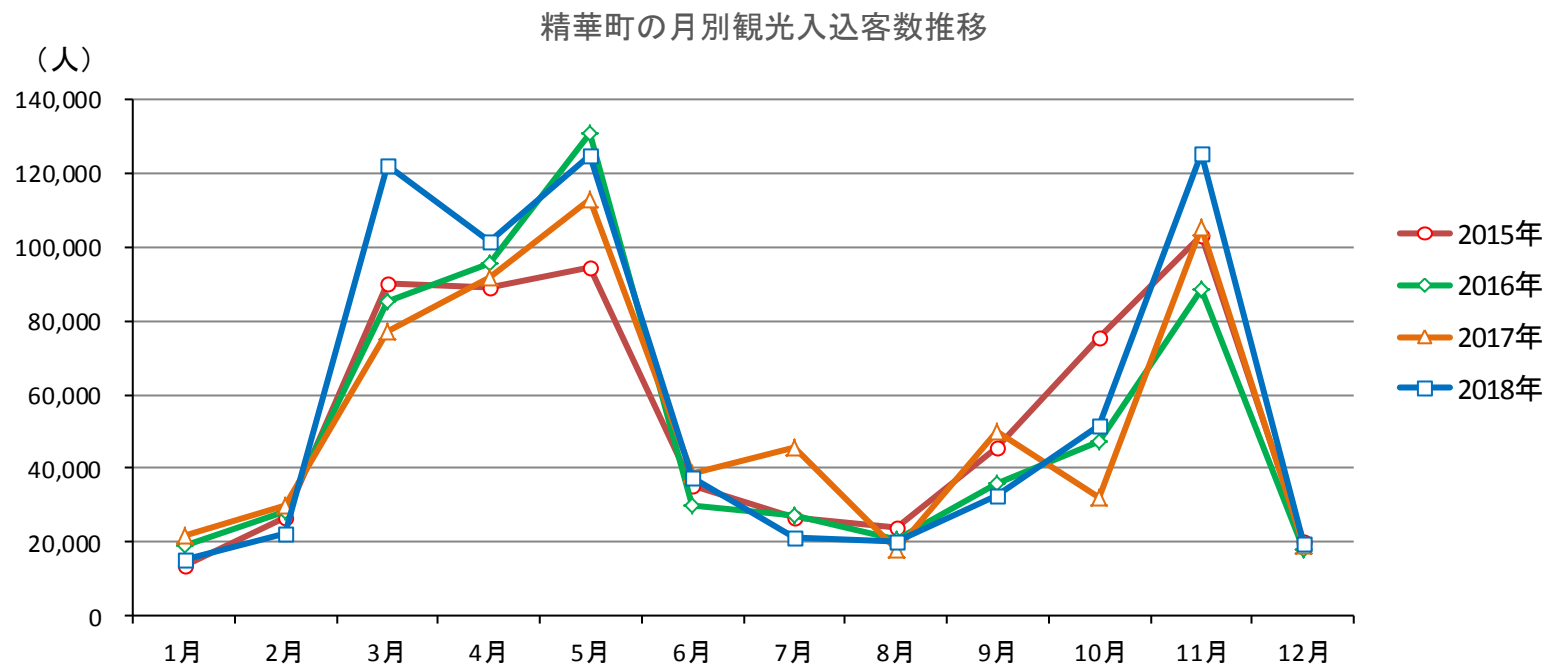
近年の動きについては、2016年の626,260人から、2017年は643,162人、2018年は694,869人と緩やかに増加している。



出所: 京都府商工労働観光部「京都府観光入込客調査報告書」を基に作成。

I-1-(1)観光入込客数

精華町の月別観光入込客数の推移をみると、12月～2月の冬、夏季休暇のある8月に落ち込む傾向がみられる。一方、桜、ゴールデンウィークのある5月、紅葉や精華まつりのある11月では、10万人前後の観光客が訪れている。



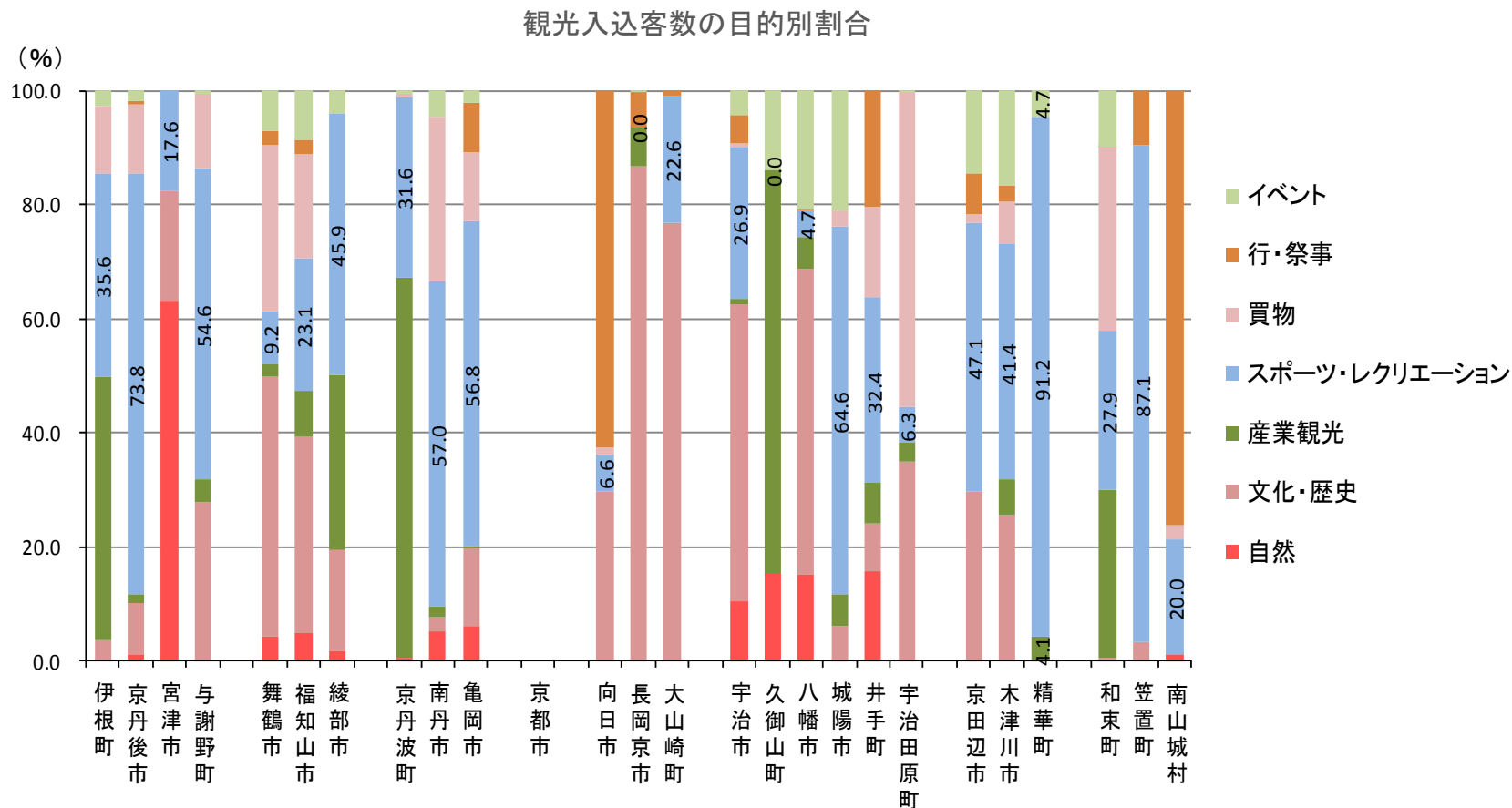
精華町	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
2015年	13,741	26,579	90,418	89,235	94,691	35,439	26,857	24,069	45,533	75,768	103,348	20,252	645,930
2016年	18,845	28,085	85,050	95,384	130,802	30,183	27,369	20,672	36,053	47,135	88,525	18,157	626,260
2017年	21,821	30,050	77,250	91,872	113,168	38,839	45,701	17,787	49,739	32,305	105,511	19,119	643,162
2018年	15,084	22,495	121,999	101,745	125,025	37,785	20,975	20,000	32,690	51,860	125,442	19,769	694,869
平均値	17,373	26,802	93,679	94,559	115,922	35,562	30,226	20,632	41,004	51,767	105,707	19,324	652,555

出所: 京都府商工労働観光部「京都府観光入込客調査報告書」を基に作成。

I-1-(2) 目的別観光入込客数

観光入込客が地域を訪れた目的をみると、精華町では「スポーツ・レクリエーション」が91.2%と大半を占めている。次いで、「産業観光」(4.1%)と「イベント」(4.7%)が続いている。

なお、京都府観光入込客調査報告書では、いちご狩りなどの観光農業は「産業観光」、けいはんな記念公園を訪れる人は、「スポーツ・レクリエーション」に集計されている。

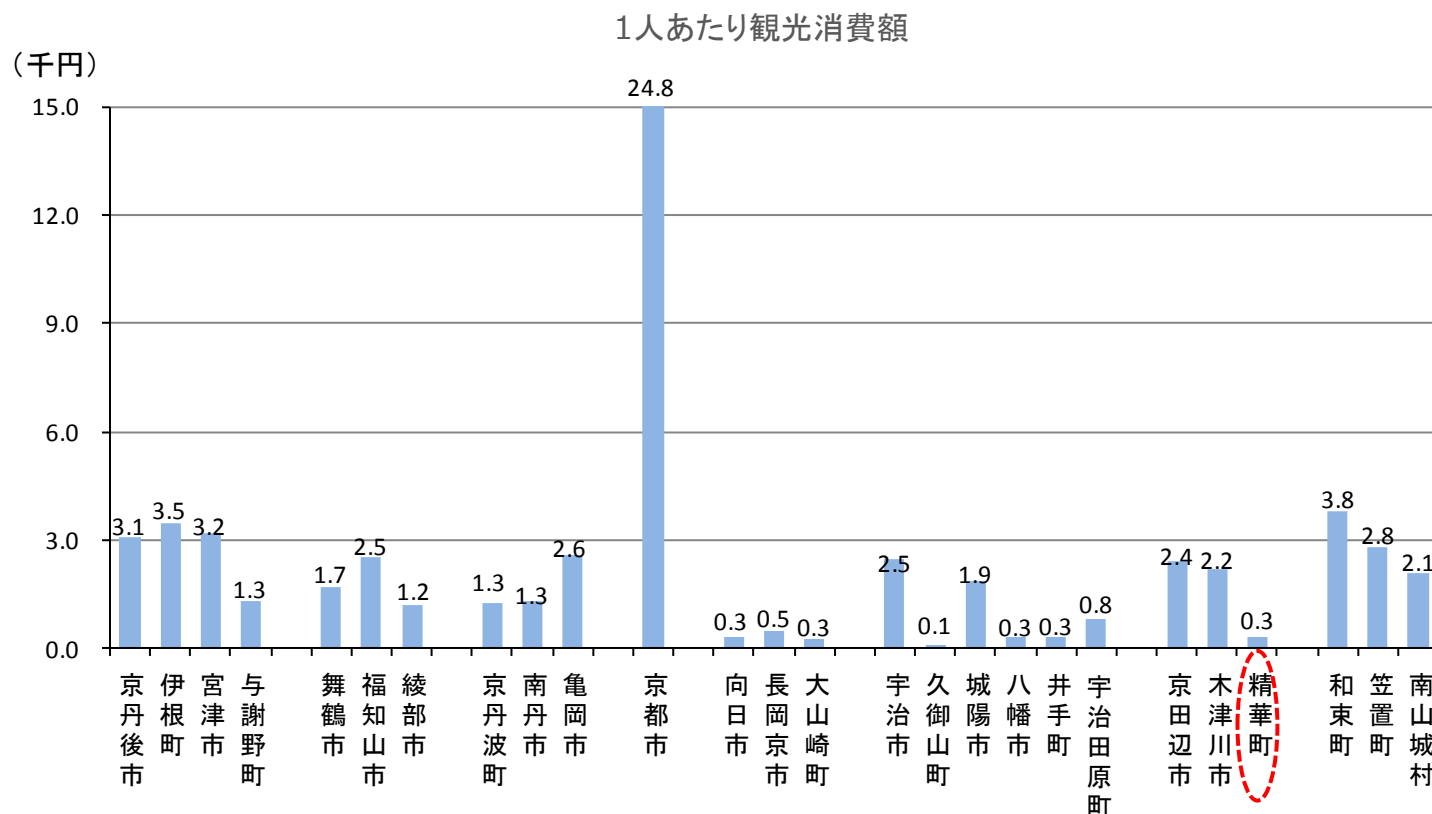


出所：京都府商工労働観光部「京都府観光入込客調査報告書」(2018年)を基に作成。

I-1-(3) 観光消費額

観光入込客数1人あたりの観光消費額をみると、精華町は0.3千円と府内市町村と比較すると小さい。京都府内市町村では京都市が24.8千円と最も大きい。また、お茶の京都地域では、和束町(3.8千円)、笠置町(2.8千円)、宇治市(2.5千円)が比較的大きい。

注:お茶の京都地域とは、宇治市、久御山町、八幡市、城陽市、井手町、宇治田原町、京田辺市、木津川市、精華町、和束町、笠置町、南山城村を指す。



出所: 京都府商工労働観光部「京都府観光入込客調査報告書」(2018年)を基に作成。

I-1-(3) 観光消費額

観光入込客数1人あたりの観光消費額をみると、精華町は0.3千円と、府内市町村でも低い水準である。その理由として、けいはんな記念公園に毎年60万人が訪れているものの、無料ゾーンでお弁当等を持ち込んで食事していることが考えられる。

<ご参考>

レディースバッグ販売サイトを運営する株式会社フェンテが2018年11月に行った調査によると、1年以内に4年生以下の子どもを連れてマイカーで大型公園に行った母親1,000人のうち、76.4%の母親が「公園に手作り弁当を持っていく」と回答している。

2018年における「スポーツ・レクリエーション」目的の観光入込客がすべて同公園に訪れたものとし、また公園にお弁当等を持ち込まない人を23.6%とすると、けいはんな記念公園の外で飲食する人は年間149,608人と推計できる。

また、各社の決算短信およびホームページの情報などから、各店の売上、来店客数を推計し、来店客数のうち3%はけいはんな記念公園に訪れた人であるとする、年間で2,579万円が飲食チェーン店に流れていると考えられる。

けいはんな記念公園で消費されなかった飲食費の消費推計

額

(単位：千円、人)

	1店舗あたりの 年間平均売上	1店舗あたりの 1日平均売上	1人あたり 単価	1店舗あたりの 1日来店客数	1日来店客数のうち 観光入込客	年間来店客数のうち 観光入込客	観光入込客による 年間売上
マクドナルド	93,914	257	500	515	15	5,635	2,817
丸亀製麺	110,091	302	450	670	20	7,339	3,303
かつあんどかつ	112,250	308	900	342	10	3,742	3,368
サイゼリヤ	110,051	302	600	503	15	5,503	3,302
くら寿司	292,492	801	1,000	801	24	8,775	8,775
ジョイフル	81,982	225	600	374	11	4,099	2,459
ドトール・コーヒー	58,899	161	500	323	10	3,534	1,767
						38,626	25,790

(単位：人)

けいはんな記念 公園の観光入込客	23.6%が公園 の外で昼食
633,932	149,608

出所：各社決算短信、ホームページの情報を基に推計している。

Ⅱ けいはんな記念公園について

1. けいはんな記念公園の課題と取組み

ここでは、けいはんな記念公園が利用されている現状を整理するとともに、指定管理者が目指す方向性についてみていくこととします。

Ⅱ-1.けいはんな記念公園の課題と取組み

- (1) 概要
 - (2) 全体マップ
 - (3) 利用者の特徴と指定管理者が目指す方向性
- まとめ

ここでは、けいはんな記念公園の課題について「(1)概要」、「(2)全体マップ」、「(3)利用者の特徴と目指すもの」についてみていくこととします。

- ◆面積 : 24.1ha
- ◆施設費 : 約60億円
- ◆開園 : 1995年4月29日
- ◆所有 : 京都府
- ◆入園者数 : 年間約60万人。うち有料区域への入園者数は約8万人(水景園の入園料は一般200円、小中学生は100円)。

出所: 精華町からの情報を基に作成。

Ⅱ-1-(2) 全体マップ

けいはんな記念公園には水景園や芽吹きの森などの有料ゾーンと、それ以外の無料ゾーンに大きく分けられる。同公園を訪れる人の多くが、無料である広場に滞在している。



出所:けいはんな記念公園ホームページを基に作成。

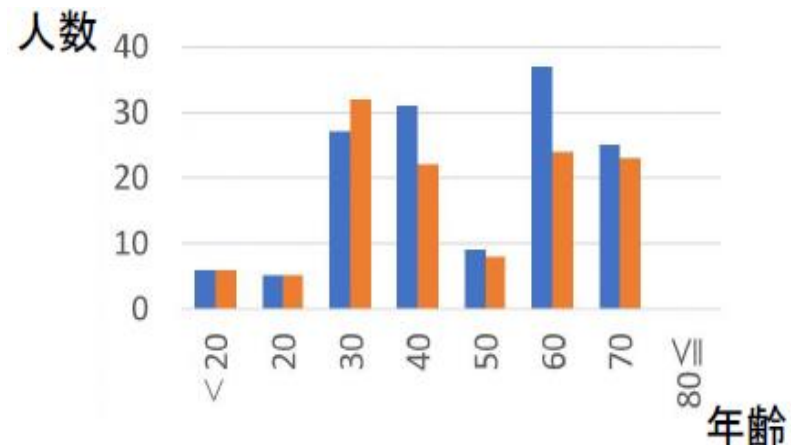
Ⅱ-1-(3) 利用者の特徴と今後目指す方向性

けいはんな記念公園の利用目的については、散策や寄合場所、体を動かした遊び場所、ポケモンGO、イベント参加など、多様な利用形態となっている。

利用者層については、幅広い世代が訪れており、とりわけ、シルバー世代、子育て世代が多く訪れている。また、情報入手の仕方についてもスマホ等の最新機器への抵抗感は年代によってばらつきがみられる。けいはんな記念公園の指定管理者によると、今後目指すべきものとして、「活発な利用」、「環境保全」、「地域との調和」を掲げている。

そのうち、「活発な利用」においては、夏や冬の利用者が少ないこと、駐車場から有料ゾーンへのアクセスの悪さ、天候による影響の大きさ等の課題が挙げられている。

また、「環境保全」においては、野生生物情報の共有、森の活用、「地域との調和」においては、周辺住民や立地施設の協力が課題に挙げられている。

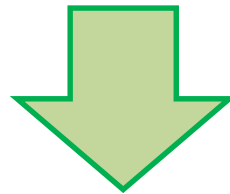


目指すもの（課題）



I・II まとめ

- ✓ 精華町の観光入込客数の推移をみると、2010年以降概ね60万人台で推移している。そのうち、「スポーツ・レクリエーション」が9割を占めており、観光入込客数の大半がけいはんな記念公園に訪れている。
- ✓ 観光入込客数1人あたりの観光消費額をみると、精華町は0.3千円と府内市町村と比較すると小さい。その理由として、けいはんな記念公園に毎年60万人が訪れているものの、無料ゾーンでお弁当等を持ち込んで食事していることが考えられる。
- ✓ けいはんな記念公園の入園者数は年間約60万人であるが、そのうち有料区域への入園者数は約8万人にとどまっている。
- ✓ けいはんな記念公園の利用目的については、散策や寄合場所、体を動かした遊び場所、ポケモンGO、イベント参加など様々である。
- ✓ 利用者層については、幅広い世代が訪れており、とりわけ、シルバー世代、子育て世代が多く訪れている。
- ✓ けいはんな記念公園の指定管理者によると、今後目指すべきものとして、「活発な利用」、「環境保全」、「地域との調和」を掲げている。



けいはんな記念公園における観光消費を伸ばすには、有料ゾーンの景観を維持しつつ、観光消費・世代間交流につながるサービスを提供することが望ましい。

また、それらのサービスにより、「活発な利用」、「環境保全」、「地域との調和」につながっていくことが理想的である。

Ⅲ 町内観光資源の利活用促進に向けた可能性 (民間事業者へのヒアリング調査)

1. 都市公園の利活用事例
2. けいはんな記念公園の利活用イメージ
3. けいはんな記念公園の利活用可能なゾーン
4. けいはんな記念公園の利活用促進に向けたヒアリング調査

ここでは、まず都市公園の利活用事例についてみていくこととします。また、他市の事例を踏まえたうえで、今後のけいはんな記念公園の利活用促進に向けた内容についてみていくこととします。

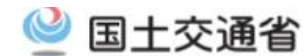
Ⅲ-1.都市公園の利活用事例

- (1) 都市公園における官民連携の従来からの仕組み
- (2) 公募設置管理制度(Park-PFI)
- (3) 公募設置管理制度(Park-PFI)の活用状況

ここでは、都市公園における官民連携の仕組みについて整理するとともに、他市における都市公園の利活用事例についてみていくこととします。

Ⅲ-1-(1)都市公園における官民連携の従来からの仕組み

都市公園における官民連携の従来からの仕組み



設置管理許可制度

都市公園法制定当初(S31)は、地方公共団体が自ら設置することが困難なものに限定して認められていたが、法改正(H16)により、地域住民団体等の多様な主体が、より主体的に自らの判断に基づき都市公園の整備や管理を行えるよう要件が緩和されている。

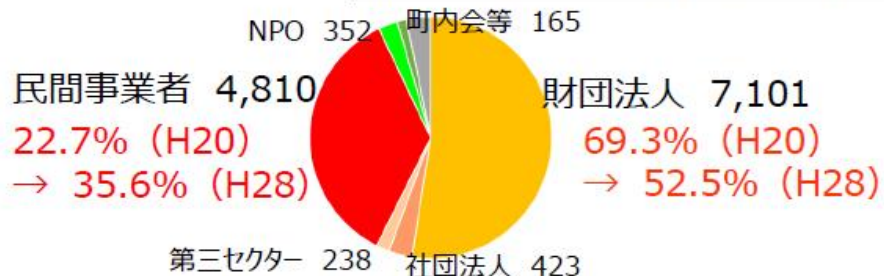


富山県が飲食店を設置・管理する事業者を公募し、スターバックスコーヒーが出店
【富岩運河環水公園(富山県)】

指定管理者制度

公園管理者が行う事務(占用許可、監督処分等)以外の公園管理で、条例で定められた行為を行うことができる。公園管理のサービス向上、コスト縮減が主な目的で、一般に施設整備は行わない。

指定管理者の現状(公園数) H28末



PFI

PFI法に基づき、公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金・能力を活用して実施。包括発注、性能発注等による民間の創意工夫の発揮を促す。



新江ノ島水族館、なぎさの体験学習館(BOO、BTO)

Ⅲ-1-(2) 公募設置管理制度 (Park-PFI)

公募設置管理制度(Park-PFI)

- ・ 都市公園において飲食店、売店等の公園施設（公募対象公園施設）の設置又は管理を行う民間事業者を、公募により選定する手続き
- ・ 事業者が設置する施設から得られる収益を公園整備に還元することを条件に、事業者には都市公園法の特例措置がインセンティブとして適用

条件 園路、広場等の公園施設（特定公園施設）の整備を一体的に行うこと

都市公園法の特例

① 設置管理許可期間

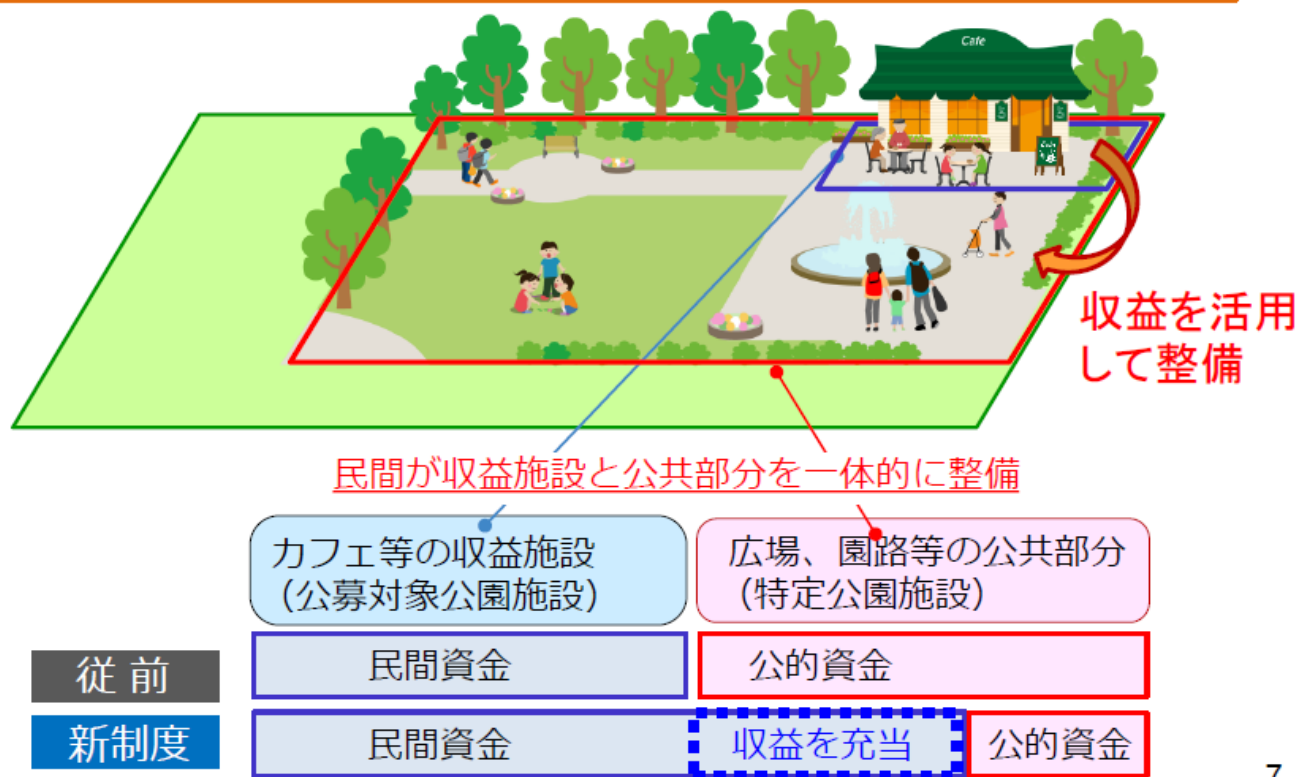
最長10年を20年まで延長可能に

② 建ぺい率

公募対象公園施設は10%を参酌して条例で定めることが可能に（通常2%を参酌）

③ 占用物件

自転車駐車場と看板・広告塔を占用可能に



Ⅲ-1-(3)公募設置管理制度 (Park-PFI) の活用状況①

	事業名	公園名	公園面積(ha)	公募対象公園施設	特定公園施設 / 整備費の公共負担
		公園管理者			
①	勝山公園鵜外橋西側橋詰広場施設整備事業	勝山公園 北九州市	20.1	飲食・物販等の便益施設	公募対象公園施設周辺外構 / 有
②	(仮称)造幣局地区防災公園における便益施設等の公募設置等事業	造幣局跡地防災公園 豊島区	1.7	便益施設、休養施設、遊戯施設	公募対象公園施設周辺外構 / 無
③	久屋大通公園(北エリア・テレビ塔エリア)整備運営事業	久屋大通公園 名古屋市	5.5※北エリア・テレビ塔エリア	飲食・売店等の収益施設	テレビ塔等を除く公園(北エリア・テレビ塔エリア)全体 / 有
④	平成記念公園宿泊施設整備事業	平成記念公園 岐阜県	107.7	宿泊施設	公募対象公園施設周辺外構 / 無
⑤	福岡県営天神中央公園西中州エリア再整備事業	天神中央公園 福岡県	3.1	便益施設	休養施設 / 無
⑥	木伏緑地公衆用トイレ整備事業	木伏緑地 盛岡市	0.4	限定無し	公衆用トイレ / 有
⑦	榴岡公園(旧レストハウスエリア)整備・管理事業者募集事業	榴岡公園 仙台市	11.3	飲食施設(便益施設)等	公募対象公園施設周辺外構 / 有
⑧	花の拠点における宿泊施設等整備事業	漁川河川緑地 恵庭市	8.6※花の拠点エリア	宿泊施設	公募対象公園施設周辺外構 / 無
⑨	新宿中央公園芝生広場における交流拠点施設整備事業	新宿中央公園 新宿区	8.8	限定無し	限定無し / 無
⑩	別府公園東駐車場収益施設等整備運営事業	別府公園 別府市	27.3	便益施設	駐車場、芝生広場 / 無
⑪	加治屋まちの杜公園(仮称)民間活用エリア整備運営等事業	加治屋まちの杜公園(仮称) 鹿児島市	1.4	飲食、物販施設(便益施設)、駐車場	公募対象公園施設周辺の園路・広場・植栽等 / 無
⑫	淡路地区海岸ゾーンPark-PFI事業	国営明石海峡公園淡路地区 国土交通省近畿地方整備局	1.1※民活エリア	便益施設、休養施設、遊戯施設等	民活エリア内の賑わいの創出等貢献する施設 / 無

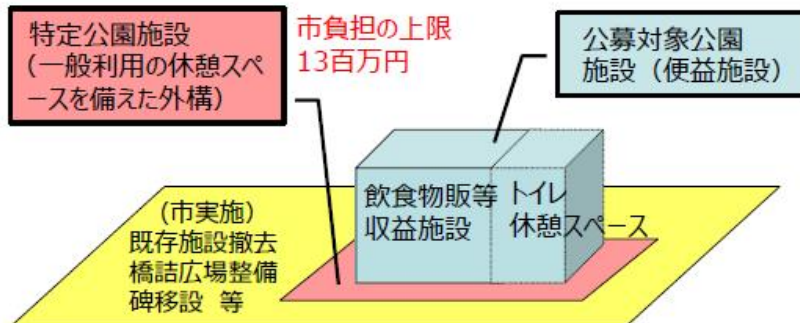
出所:国土交通省「官民ボーダーレスの都市空間創造」より抜粋。

Ⅲ-1-(3)公募設置管理制度（Park-PFI）の活用状況②

公募設置管理制度(Park-PFI)の活用状況

北九州市 勝山公園

公園面積:20ha

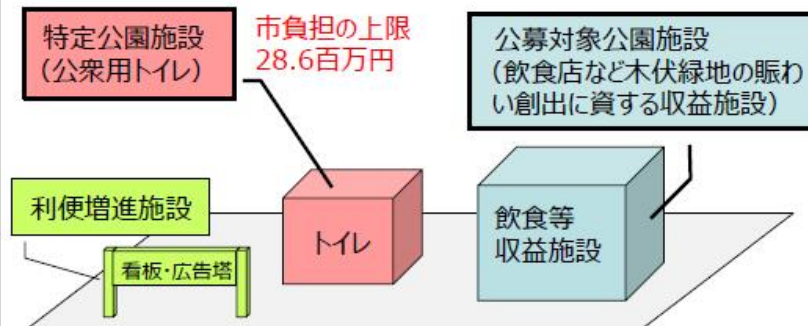


事業者 : 有限会社 クリーンズ
事業内容 : 珈琲所コメダ珈琲 (建築面積:200㎡)
特定公園施設: サークルベンチ、パーゴラ、街路灯、植栽等
土地使用料 : 200,000円/月(市設定の最低価格の5倍)



盛岡市 木伏緑地

公園面積:0.4ha



事業者 : ゼロイチキュウ合同会社
提案内容 : ウッドデッキと店舗群(10棟計252㎡)を設置



Ⅲ-2.けいはんな記念公園の利活用イメージ

(1)精華町のまちづくりに関するアンケート結果

(2)WEBアンケート調査

ここでは、まず、2014年3月の「精華町のまちづくりに関するアンケート結果」などを基に、地域住民が飲食やけいはんな記念公園について感じている課題を整理します。

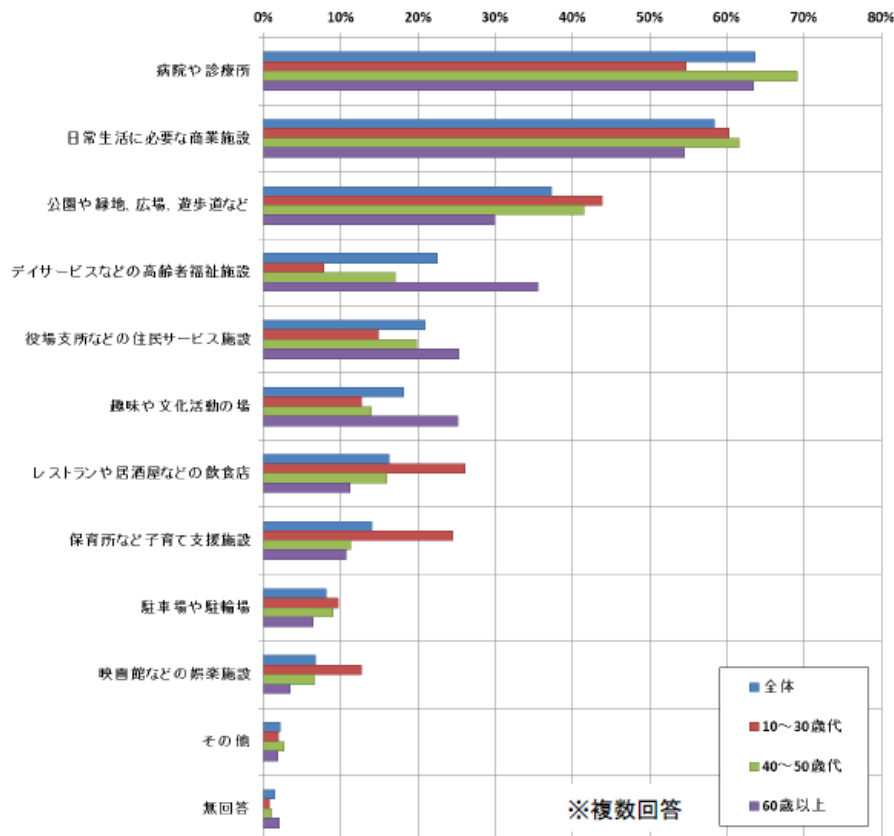
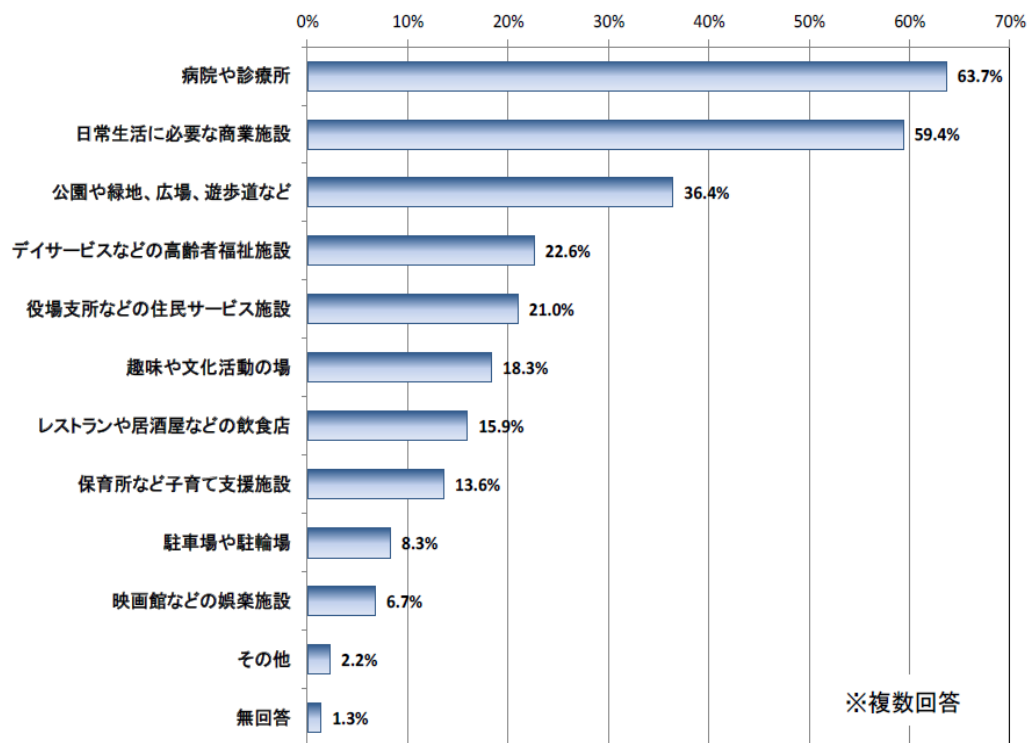
Ⅲ-2-(1)精華町のまちづくりに関するアンケート結果①

「精華町のまちづくりに関するアンケート」は、2014年1月に精華町が都市計画マスタープランを見直す際の参考にするため、住んでいる地域の現状や今後のまちづくりについて住民の意向を把握する目的で実施したものである。

同アンケートの「今後のまちづくりについて」における「駅周辺や歩いて行ける範囲に必要な施設」(3つまで複数回答)についてみると、全体では「病院や診療所」(63.7%)、「日常生活に必要な商業施設」(59.4%)などが続くなか、「レストランや居酒屋などの飲食店」は15.9%となっている。

「レストランや居酒屋などの飲食店」と回答した人を地区別にみると、川西小学校区(25.1%)、精華台小学校区(19.4%)ではとりわけ高くな

駅周辺や歩いて行ける範囲に必要だと思う施設



Ⅲ-2-(1)精華町のまちづくりに関するアンケート結果②

「精華町のまちづくりに関するアンケート」における自由意見についてみると、「研究機関を誘致し、働く人を増やすだけでなく通勤や飲食に対しても意識してほしい。勤務時間が終われば飲食もせず、ただ帰って行くだけの味気ないまちになっている」といった意見のほか、「住民の身近な施設として飲食店や娯楽施設等が少なすぎる」、「徒歩圏内に飲食店があまりない」、「研究者と住民、行政が気軽に集まることのできるカフェを『けいはんな記念公園内』に設置する」など、徒歩圏内で、仕事帰りに行くことができる飲食施設を望む意見がみられます。

「精華町のまちづくりに関するアンケート結果」における自由意見

企業誘致に熱心なようですが、住民に対する意識が薄いように思います。仮にも学研都市を名乗るのであれば研究機関を誘致し、働く人を増やすだけでなく通勤や飲食に対しても意識して下さい。駅から数少ない（働く人数に対して）バスに乗り、**勤務時間が終われば飲食もせず、ただ帰って行くだけの味気ないまちになっています。**

精華町は学研都市の中核という位置づけからか、土地利用の際の規制が厳しすぎるのではないのでしょうか。特にメインとなる精華大通り沿いなどはもう少し商業施設が点在していた方が活気ある街に映ると思います。

企業や研究施設が充実するのは大変結構なことです、**住民としてはもう少し身近な施設の充実も願いたいところです。（飲食店、娯楽施設等少なすぎる）**しごと館跡地の再利用やサントリーの施設誘致に伴って一般住民の暮らしレベルでの活性化も進んでほしいです。

徒歩圏内に飲食店があまりないので、もう少しあったら良いなと思います。

研究者と住民、行政が気軽に集える「カフェ」を「けいはんな記念公園」内に設置する等、京都府と連携したマスタープランが必要。

出所:「精華町のまちづくりに関するアンケート結果」(2014年)を基に作成。

Ⅲ-2-(2) WEBアンケート調査

一般社団法人京都山城地域振興社(お茶の京都DMO)は、お茶の京都地域を訪れた人を対象にQRコードを活用したWEBアンケート調査を実施しており、訪れた人の属性や観光消費、訪れた施設に関する自由意見等について調査している。

けいはんな記念公園を訪れた人の回答(自由意見)についてみると、格安な入場料でライトアップを楽しめる、公園内に軽食のお店等をつくってほしいなどの意見がみられた。

注:お茶の京都地域とは、宇治市、久御山町、八幡市、城陽市、井手町、宇治田原町、京田辺市、木津川市、精華町、和束町、笠置町、南山城村を指す。

建物・施設の景観・雰囲気	けいはんな記念公園は実家から車で近くて、四季も感じられて散歩するのも気持ち良く、以前から大好きな場所です。今2歳の子どもがいて、子育てするのに環境の良い精華町に引越してきました。けいはんな記念公園はとても広く、芝生の広場や遊具、川が流れているので、子どもも1日外で体を動かして遊べて、大変楽しんでいます。 改善してほしい点は、中にちょっとした軽食のお店などを作ってほしいです。 また、綺麗なトイレやオムツ替えの場所を増設してほしいです。あとは、水景園の年間パスを作ってほしいです。
	とても綺麗に清掃されていて、公園の雰囲気も良く気持ち良かったです。
	雰囲気が良くて気に入っています。かなり充実した公園だと思うので、子どもを遊ばせるのに最適ですね。
	落ち着きがあり、綺麗でした。
	ライトアップが綺麗だと教えてもらい、訪れました。紅葉がとても綺麗に照らされており、鏡池も美しかったです。写真ではうまく撮れないのが残念でした。お土産やポストカードなどがあれば良いのになと思いました。 イベントなども様々行われているようで、岐阜にもこんな施設ができないかなと思いました。
建物・施設の設備・展示等	手軽に行けて楽しいイベントもあり最高です！
	案内が少ない。
	寂れた感が否めません。せっかくの水槽をもう少しきれいにしてやってほしいです。お願いします。
	大変格安な入場料に関わらず、ライトアップや講座があり、1日たっぷり楽しめました。自分の足で園内を歩いて、多少筋肉痛ですが、充実感でいっぱいです。
	綺麗に整備されていて、安心して子どもと楽しめました。
自然・風景	自然が残っているのが良いと思います。
	いつまでも、自然豊かな場所であってほしいです。自然を大切にしながらも、広い公園なのに木々の剪定やお掃除がされていて感心します。
トイレ	トイレの衛生環境面(石鹸やアルコールスプレー等)が行き届いていました。
	施設内が中庭を中心とした回廊になっているので、トイレの場所が少し分かりにくかったです。
	和式のトイレがあったが、洋式も取り入れてほしいです。森の散歩は本当に気持ちよい。貴重な場所だと思います。
	トイレは高速道路のサービスエリアに負けないぐらい最新で気持ちよくして欲しいです。
アクセス・駐車場関連	駐車場が狭く、料金が高いため改善が必要だと思います。
	自由に出入りできる所が良いと思います。

出所:お茶の京都DMOで実施している
「WEBアンケート調査」(2019年)
を基に作成。

Ⅲ-3.けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン

(1)けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン

(2)けいはんな記念公園からみた商圈分析

ここでは、まず、けいはんな記念公園における利活用可能なゾーンについてみていくこととします。また、公園内に施設を設置した場合に、想定する施設の設置場所からみた商圈分析を行います。

Ⅲ-3-(1)けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン

けいはんな記念公園には水景園などの有料区域と無料区域がある。有料区域の入園者を増やすことに加えて、入園者の多い無料区域で観光消費を促す方向についても検討が必要である。例えば、有料区域の入園者数を増やすためには、景観以外に体験型サービスの導入が考えられる。

京都府建設交通部 都市計画課へのヒアリングによると、無料区域で利活用できるスペースとして、「コーナン横のスペース①」、「北側道路に面したスペース②」、「東側の道路に面したスペース③」の3通りが考えられる。②と③は住宅街に面していること、コーナン側の駐車場入り口からの動線を踏まえると、①を活用する方が望ましいと考えられる。



Ⅲ-3-(1)けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン

けいはんな記念公園における「コーナン横のスペース①」についての写真は下記のとおり。



出所：2019年12月20日に京都銀行が撮影。

Ⅲ-3-(1)けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン

けいはんな記念公園における「コーナン横のスペース①」についての写真は下記のとおり。



出所：2019年12月20日に京都銀行が撮影。

Ⅲ-3-(1)けいはんな記念公園における利活用可能なゾーン

けいはんな記念公園における「コーナン横のスペース①」についての写真は下記のとおり。



出所：2019年12月20日に京都銀行が撮影。

Ⅲ-3-(2)けいはんな記念公園からみた商圈分析

政府統計の総合窓口(e-stat)の「地図で見る統計(統計GIS)」では、指定したエリア範囲の各エリアの統計データをみることができる。ここでは、けいはんな記念公園のコーナン側のスペース①に施設を設置した場合の商圈について、みていくこととする。

下図において、青色十字の地点が、今回想定している施設の設置場所である。この地点から、時速40kmの車で5分以内で到達できるエリアを内側の赤線、10分以内で到達できるエリアを外側の赤線で表示される。

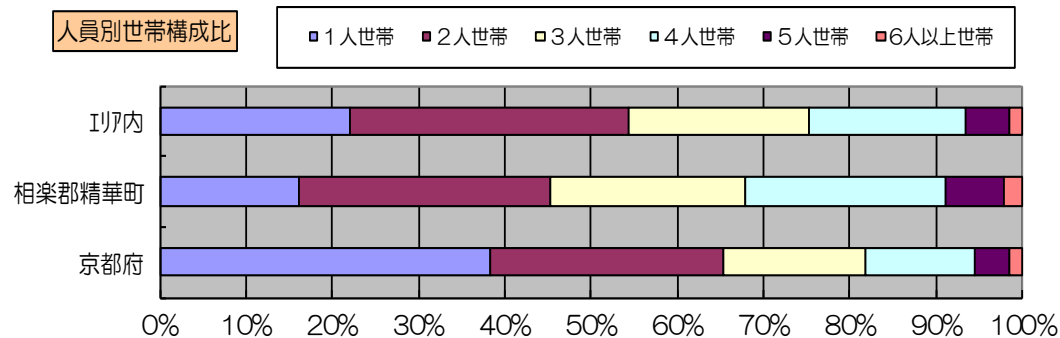


出所: 政府統計の総合窓口(e-stat)を基に作成。

Ⅲ-3-(2)けいはんな記念公園からみた商圈分析

政府統計の総合窓口(e-stat)の「地図で見る統計(統計GIS)」により、けいはんな記念公園のコーナン側のスペース①の地点から時速40kmの車で5分以内で到達できるエリア(1次エリア)、10分以内で到達できるエリア(2次エリア)における人口・世帯等の統計については下図のとおり。

1次エリアでは総世帯数は10,002世帯うち、夫婦と子供から成る世帯は4,937世帯となっている。また、2次エリアでは総世帯数は63,387世帯と精華町における同世帯数(12,767世帯)の約5.0倍、夫婦と子供から成る世帯数は23,099世帯と精華町における同世帯数(5,514世帯)の約4.2倍となっており、子育て世帯におけるバーベキューニーズを取り込めるエリアが大きい。



データ名	人口				
	1次I/A	2次I/A	3次I/A	相楽郡精華町	京都府
人口総数	29,809	164,644		36,376	2,610,353
男人口	14,214	77,417		17,390	1,248,972
女人口	15,596	87,227		18,986	1,361,381

年少人口(0歳~14歳)	5,229	22,905		5,830	313,866
生産年齢人口(15歳~64歳)	19,323	97,675		22,705	1,539,540
老年人口(65歳以上)	5,241	43,298		7,838	703,419
15歳以上就業者数	13,437	70,693		16,393	1,192,645
後期高齢者数(75歳以上)	2,056	18,446		3,159	329,552

データ名	世帯数				
	1次I/A	2次I/A	3次I/A	相楽郡精華町	京都府
一般世帯総数	10,002	63,387		12,767	1,151,422
単身世帯	1,289	13,956		2,061	440,005
2人以上世帯	8,713	49,431		10,706	711,417
核家族世帯	7,965	44,992		9,564	623,063
夫婦のみの世帯	2,241	16,203		2,992	224,160
夫婦と子供から成る世帯	4,937	23,099		5,514	298,478
6歳未満世帯員のいる世帯	1,143	6,018		1,450	90,158
65歳以上世帯員のいる世帯	3,234	27,502		4,922	461,379
持ち家世帯	8,672	45,955		10,630	704,806
民営借家世帯	996	8,605		1,676	341,610

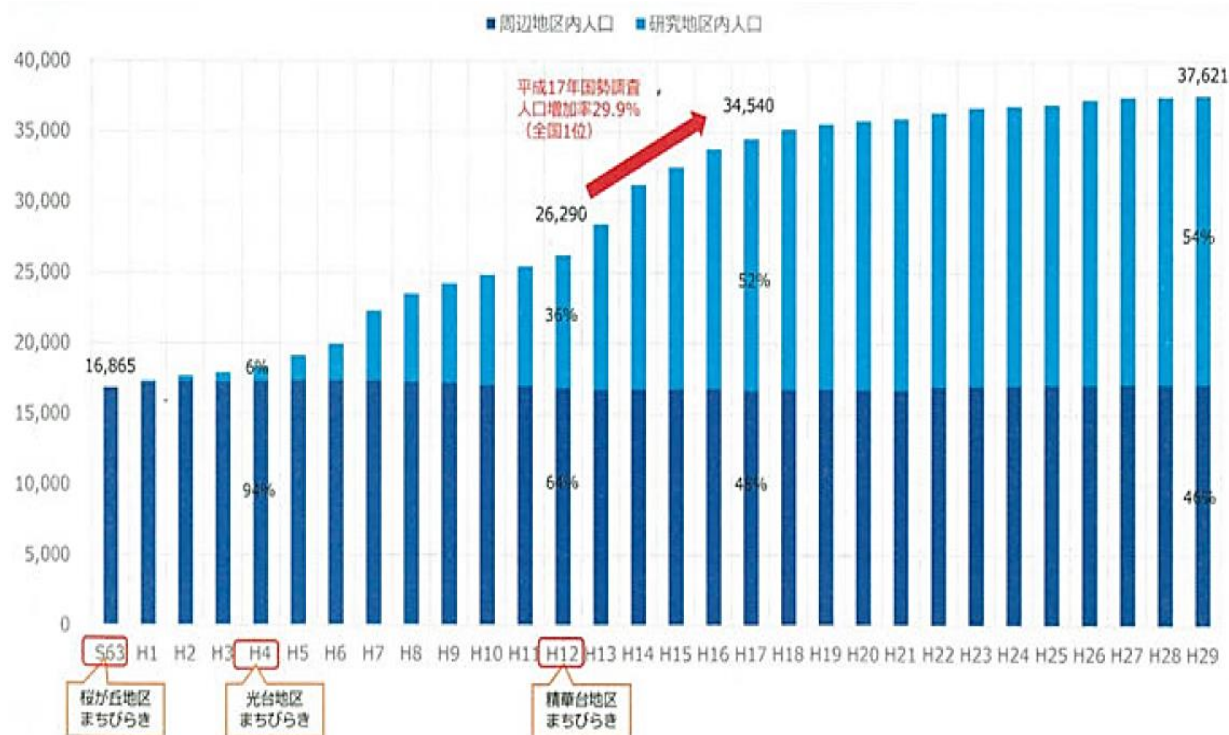
出所: 政府統計の総合窓口(e-stat)を基に作成。

Ⅲ-3-(2)けいはんな記念公園からみた商圈分析

関西学研都市 精華・西木津地区における立地施設の推移をみると、2003年は10件であったが、15年後の2018年は49件と約5倍に増加している。立地施設の増加に伴い、地区内の人口も増加しており、2017年時点では、人口の約54%を占めている。

精華・西木津地区立地施設

立地施設数



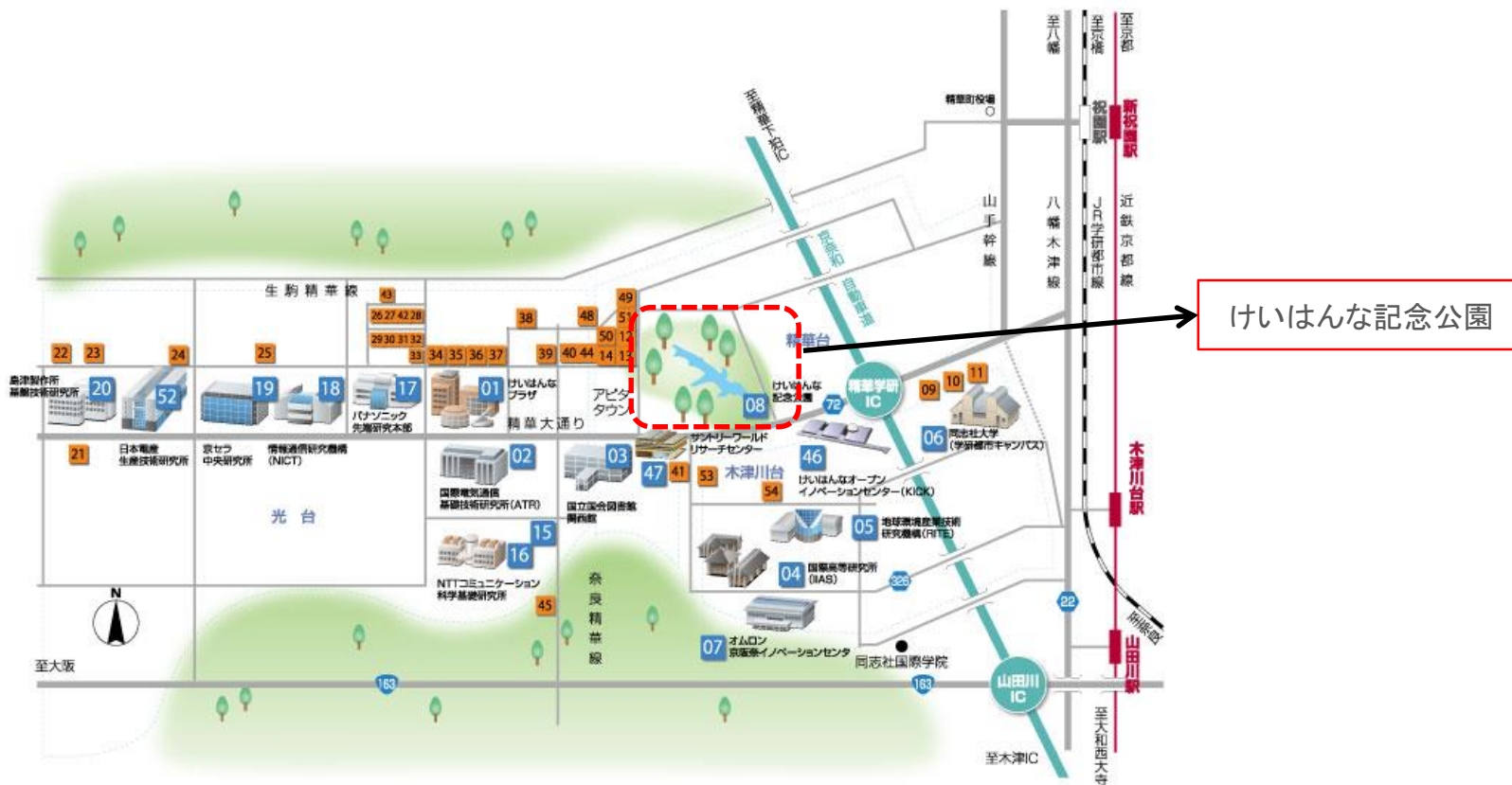
出所:「関西文化学術研究都市推進機構 精華町の分析」(2019年9月25日時点)を基に作成。

Ⅲ-3-(2) けいはんな記念公園からみた商圈分析

けいはんな記念公園の周辺の精華・西木津地区では、現在54の企業や研究機関等が集積しており、同エリアで働く従業者数も増加している。

「精華町のまちづくりに関するアンケート」(2014年)においては、「勤務時間が終われば飲食もせず、ただ帰って行くだけの味気ないまちになっている」との声がみられ、仕事終わりの飲食、会社の宴会・レクリエーション向けニーズはあると考えられる。

なお、同地区には車通勤の従業者も一定数いることから、バーベキュー時の飲酒を考慮し、近鉄新祝園駅とのアクセス(バスの本数)も同公園での観光消費を促す一環として、郷土料理田舎菜



Ⅲ-4. けいはんな記念公園の利活用促進に向けたヒアリング調査

- (1) A社
- (2) B社
- (3) C社
- (4) D社

ここでは、まず、けいはんな記念公園のスペースの利活用イメージとして、BBQやカフェを運営する民間事業者へのヒアリング調査についてみていくこととします。

Ⅲ-4-(1) A社へのヒアリング結果

公園など公共空間、商業施設の遊休地におけるバーベキュー施設の運営を行っているA社は、舞洲オーチャードグラス、長居公園、大泉緑地、服部緑地バーベックマルシェ、山田池公園にて、バーベキュー施設を運営している。

当該施設では、手軽で安心な食材の準備、火起こし、面倒な後片付けなどが一切不要であり、手ぶらでバーベキューを楽しむことができる。



出所:「GOOD BBQ」ホームページを基に作成。

Ⅲ-4-(1) A社へのヒアリング結果

当該バーベキュー施設では定番のお肉からサイドメニューまで、豊富なプランとボリューム満点のメニューが用意されている。通常セットメニューについてみると、価格は1人前2,500円～3,300円(税抜)となっている。

通常セットメニュー



シンプルBBQセット

1人前¥2,500 (税抜)

- ・牛カルビ
- ・豚肩ロース
- ・骨付きスモークチキン
- ・ポークウィンナー
- ・野菜4種
- ・焼おにぎり



GoodBBQセット

1人前¥2,800 (税抜)

- ・牛カルビ
- ・豚肩ロース
- ・牛イチボ
- ・骨付きスモークチキン
- ・ポークウィンナー
- ・野菜4種
- ・焼おにぎり



デラックスBBQセット

1人前¥3,300 (税抜)

- ・牛カルビ
- ・豚肩ロース
- ・牛イチボ
- ・牛ロース
- ・骨付きスモークチキン
- ・ポークウィンナー
- ・野菜4種
- ・焼おにぎり



国産黒毛和牛BBQセット

1人前¥3,300 (税抜)

- ・国産黒毛和牛カルビ
- ・国産黒毛和牛ロース
- ・国産黒毛和牛もも肉
- ・ポークウィンナー
- ・野菜4種
- ・焼おにぎり



キッズBBQセット

1人前¥1,000 (税抜)

- ・ハンバーグ
- ・ポークウィンナー
- ・玉ねぎ
- ・コーン
- ・プリン

出所:「GOOD BBQ」ホームページを基に作成。

Ⅲ-4-(1) A社へのヒアリング結果

A社へのヒアリング結果については、下記のとおり。

- ・バーベキュー事業を展開する各地の観光入込客数については、山田池公園は約98万人、服部緑地で約700万人、長居公園で約600万人であるの

に対して、けいはんな記念公園は約60万人と少ない。

- ・山田池公園は駅から遠いためビジネスとしては芳しくないが、当社の地元枚方市でもあるので事業を行っている。オープンして1年半で普段は週休1日、

冬季は営業していない。予約制で土日やゴールデンウィークの来客が多い。平日の昼は遠足での利用以外では来客は少ない。

- ・バーベキュー事業は色んな公園から引き合いが多く、特に堺市からの話が多い(Park-PFI等)。ただ、公園全体を指定管理で運営するつもりはなく、

デベロッパー等とチームを組むイメージである。バーベキューニーズの事前調査をすることもあり、国土交通省の合同サウンディングに参加したこともある。

- ・バーベキューはお酒を飲む人が多いため、仕事帰りに立ち寄れる場所か、駅近であるかが影響する。精華・西木津地区にはバスはあるものの、駅まで遠く

車通勤の人が多く。また、ファミリー層向けのニーズはあると思うが、民間投資して投資コストを回収できるかについては厳しいと考えている。

- ・オーストラリアでは、電気コンロを置いて昼休みにバーベキューするライフスタイルがある。横浜市では、公園の利活用にスノーピークが関わっており、アイデア

創出につながるアウトドア会議が実施されている。そのほか、近年、自然災害が多いことから、災害対応としても煮炊きできる環境は地域住民にとっても

頼もしいのではないかと。

- ・民設民営では手を挙げるところはなく、行政が予算を投じる必要があるだろう。まちづくりの一環として、ナレッジに役立てる考え方もある。研究機関の従

業者同士がコミュニケーションできるニュートラルな場所づくり、ロボットバーベキュー、プロの造園業者が作るバーベキュー場といった意気込

Ⅲ-4-(2) B社へのヒアリング結果

関西を中心にイタリアンレストラン、ウエディング、立ち飲みバールを展開するB社は、大阪府吹田市の万博記念公園内に2019年11月に「薪窯 PIZZA・CAFÉ」をオープンしている。

同社は2020年に50周年を迎える万博記念公園の活性化や利用者のパークライフの充実を目的としている。同店はナチュラルな外観で、公園のシンボルの4つの顔にちなんだ「太陽のピッツァ」「黒のピッツァ」「黄金のピッツァ」「地底のピッツァ」など、オリジナルの味が楽しむことができるなど、本格的なピッツァカフェとなっている。また、公園内で排出された間伐材を薪として有効活用し環境保全にも取り組むなど、万博記念公園とともに持続可能な店舗を目指している。

B社へのヒアリングについては、下記のとおり。

- ・今回のヒアリングは当社のノウハウを無償提供することにもなるため、すべての質問には回答できない。
- ・万博記念公園には多くの人が訪れることから、土日のランチ時は予約で一杯になる。
- ・バーベキュー事業は様々な自治体から引き合いが多く、直接に出店依頼されたケースもあるが、基本的には人がとても多く集まるところに出店している。
- ・バーベキュー場の運営事業は基本的に入札であることから、当社であっても事業の受託が確約されているわけではない。
- ・当社の方針としては具体化した話でないと動かないので、現在の状況では当社としては関心度は低い。

Ⅲ-4-(3) C社へのヒアリング結果

C社では、万博記念公園の緑豊かなロケーションで、グランピングサービスを提供している。家族やアウトドア初心者でも、手軽に手ぶらで本格的なアメリカンバーベキューを体験することができる。

バーベキュー場はエリアがA、B、Cの3つの区画に分かれており、区画ごとに食材の持込の可否、区画利用料金や設備等が異なっている。

セットメニューもA～Fまで6種類用意されているほか、オプションメニューも充実している。また、セットのみの注文であれば、価格は1人あたり2,000円台(区画利用料金は除く)。

C社へのヒアリング結果は下記のとおり。

- ・万博記念公園のバーベキューコーナーは2019年3月に当社がリニューアルしている。
- ・当社のビジネスモデルとしては、冬場については12月は土日営業しているが1月～2月は休業する。3月から営業開始している。予約は原則、ホームページからのみ対応している。
- ・利用人数に応じて、利用できるエリアが異なり、2人で利用する場合はAエリアのみの利用となり、食材等の持込が必要である。
- ・バーベキューメニューは、アウトドア芸人が監修しており、家族やアウトドア初心者でも本格的なアメリカンバーベキューが楽しめる。
- ・けいはんな記念公園の観光入込客数は万博記念公園と比較すると少なく、民設民営でバーベキュー施設を設置するのは難しいだろう。

Ⅲ-4-(4) D社へのヒアリング結果

D社の子会社である飲食事業者D‘は、バーレストラン事業のノウハウを活かし、施設などのレストランの受託運営や各種イベント・パーティの企画運営に至るまで事業を拡大しており、グランピングやビアガーデンも手掛けている。

例えば、2018年に期間限定で「ウメキタ」で開催されたバーベキューやグランピングイベントでは、「梅田最大級のビアガーデン」をサブタイトルに、オシャレなグランピングテイストでバーベキューができるビアガーデンをイメージされており、都市型アウトドアスタイルを満喫できる。

会場内のバーベキューフィールドには、パラソルやテーブル・チェアセット、コンロが常設されており、少人数から団体まで幅広く楽しめる。さらに別料金を支払えば、ハンモックを備えた「ガゼボフィールド」、オシャレなキャンプテントが設えられた「パーティテントベル」、キャンピングカーで旅をしているような時間を過ごせる「トレーラーハウス」など、目的に合わせたプランを選ぶこともできる。

メニューについては、ビーフ、チキン、シーフードから選べる「ベーシックBBQセット」のほか、熟練スタッフが低温でじっくりと焼いた「テキサスBBQセット」(1日10食限定)が用意されている。それぞれ飲み放題が付いて1人5,500円となっている。

D社へのヒアリング結果は下記のとおり。

・当社は、「飲料・食品関連」、「酒類関連」、「健康食品・外食・花・サービス他関連」などの事業があり、そのうちD‘社は、「健康食品・外食・花・サービス

他関連」における外食部門で中核を担う企業である。

・当社のスピリッツ事業の一環として、50～70年使用したウイスキー樽を再利用し、家具やインテリアに再生させたミュージアムを運営している。

・グランピングやビアガーデンを手掛けるD‘社は、東京・大阪などの人がとても多く集まるところに出店しており、けいはんな記念公園の観光入込客数は

東京や大阪と比べて少ない。

・当社は、地域活性化という観点では事業展開しておらず、都市型向けの事業を行っている。同様の観点から、京都府北部地域からの地域活性化に

資する出店依頼を断ったこともある。

Ⅲ まとめ①

- ✓ 都市公園における官民連携の仕組みは、「設置管理許可制度」、「指定管理者制度」、「PFI」、公募設置管理制度(Park-PFI)などがある。
- ✓ Park-PFIは、都市公園において飲食店等の公園施設の設置または管理を行う民間事業者を公募により選定する。事業者が設置する施設から得られる収益を公園整備に還元することを条件に、事業者には都市公園法の特例措置がインセンティブとして適用される仕組みである。
- ✓ Park-PFIにおける公園管理者のメリットとしては、民間資金の活用により、公園整備・管理にかかる財政負担を軽減できる。また、民間のアイデアを取り入れた整備・管理により、公園の魅力やサービスレベルの向上が期待できる。
- ✓ Park-PFIにおける民間事業者のメリットとしては、収益施設の設置できる期間が長期になり、施設規模に関する建ぺい率の特例と合わせて、長期的視野での投資・経営が可能となる。また、緑豊かな空間を活用し、自ら収益施設に合った広場等を一体的にデザイン、整備することで、収益向上につながる質の高い空間を創出できる。
- ✓ Park-PFIにおける公園利用者のメリットとしては、飲食施設の充実など利用者向けサービスの充実が期待できる。また、老朽化した施設の更新が進み、公園の利便性や安全性が高まる。
- ✓ 「精華町のまちづくりに関するアンケート」では、「今後のまちづくりについて」における「駅周辺や歩いて行ける範囲に必要な施設」(複数回答可)について、「レストランや居酒屋などの飲食店」が15.9%となっている。自由意見でも徒歩圏内で、仕事帰りに行くことができる飲食施設を望む意見がみられる。
- ✓ バーベキュー人口は年間約2千万人とされ、飲食品だけで年間約1千億円以上の市場規模になると推計されている。

Ⅲ まとめ②

- ✓ 無料区域を活用する場合は、コーナン側の駐車場入り口からの動線を踏まえて、26頁の①のエリアが想定される。
- ✓ けいはんな記念公園周辺の商圈分析、精華・西木津地区内の企業や研究施設の従業者数の増加を踏まえると、家族層や従業者向けの飲食ニーズを取込める可能性がある。
- ✓ 都市公園等で飲食施設やバーベキュー場を運営する民間事業者へのヒアリング結果についてみると、元々、人がとても多く来るところへ出店しており、自前で販促することは想定していない。各地の観光入込客数については、山田池公園は約98万人、服部緑地で約700万人、長居公園で約600万人であるのに対して、けいはんな記念公園は約60万人と少ない。
- ✓ 都市型BBQをコンセプトにしている飲食事業者では、地域活性化の視点による出店は行っていない。
- ✓ 設備投資についても民設民営では、投資コストを回収することは難しいと考えており、行政からも予算を投じる必要があるとみている。
- ✓ まちづくりの一環として、ナレッジに役立てる考え方もある。企業や研究機関の従業者同士のコミュニケーションの場、ロボットバーベキューなど、ここでしかできないコンテンツならば関心を持つ人が増えると思われる。そのほかにも、行政が中心となって学研企業を巻き込み、企業の協賛によるパークマネジメントも考えられる。

IV 町内観光資源の利活用促進に向けた可能性 (指定管理者等へのヒアリング調査)

1. けいはんな記念公園の指定管理者等へのヒアリング調査 まとめ

ここでは、けいはんな公園の利活用についての民間事業者へのヒアリング結果を踏まえて、同公園の指定管理者へのヒアリング結果についてみていくこととします。

また、指定管理者へのヒアリング結果を踏まえて、今後想定されうる利活用の方向性について検討していくこととします

IV-1 けいはんな記念公園の指定管理者等へのヒアリング調査

(1) けいはんな記念公園の指定管理者へのヒアリング結果

(2) 今後の利活用に向けた方向性

まとめ

ここでは、けいはんな公園の指定管理者へのヒアリング結果についてみていくとともに、今後想定されうる利活用の方向性について
検討していくこととします。

IV-1-(1) けいはんな記念公園の指定管理者へのヒアリング結果

けいはんな記念公園の利活用に関する民間事業者のヒアリング結果を踏まえた、同公園の指定管理者へのヒアリング結果については、下記のとおり。

- ・無料区域でバーベキュー事業者を誘致する場合、公園内での火の使用許可が必要である。「京都府立都市公園条例」第7条に「都市公園においては、

次に掲げる行為をしてはならない。ただし、知事が、特別の必要があると認めるものについては、この限りでない。」とあり、同条(9)に「規則で定める場所

以外の場所においてたき火をすること。」と記載されていることから、京都府が判断したうえで許可するのであれば、火を使用することはできるだろう。

また、火を使用する場所には屋根をつけるなどの制限が必要である。

- ・公園を管理する側としては、誰でも火を使用できると思われるリスクがあるため、無料区域での火の使用許可について京都府と協議したことはない。

また、無料区域ではせいか祭りなどの数万人単位のイベントで芝生が荒れてしまうので、むしろ有料区域に観光客を呼び込みたい。

- ・有料区域では、焼き芋などの火を使ったイベントをしている。バーベキューなどのトライアルイベントには興味はあるが、無料区域で誰でも火を使用されると、

現状のスタッフの人数だけでは安全管理が難しい。

- ・26頁の①のスペースでバーベキューを行う場合、木々を伐採しなければならない。当社としては景観維持を重視したいので、むやみに切り崩すことは避けた

い。トライアルでウッドデッキやテントを設置してバーベキューイベントを実施するにしても、手を加えすぎて元に戻せないのは避けたい。

- ・精華・西木津地区の企業・研究開発機関における従業員向け飲食ニーズに関しては、有料区域での飲食事業者誘致はこれまでの経験上難しかったが、

当社としても実現したい内容であり、打開策を見出したい。

- ・管理上やりやすいとはいえ、有料区域での施設設置についても京都府の許可が必要である。また、開けたスペースがなく多くても70～80人し

IV-1-(2) 今後の利活用に向けた方向性

これまでの民間事業者およびけいはんな記念公園の指定管理者へのヒアリング結果を踏まえると、今後の方向性として以下のことが考えられる。

- ・安全管理や景観保全の観点から、人を呼び込むのは無料区域ではなく有料区域である。有料区域では火を使用したイベントが可能であるが、スペース的

には開けた場所はなく、70～80人が入れるスペースしかない。

- ・同公園における観光入込客数、駅までのアクセス、駐車場からの動線、地元住民からのニーズを考慮すると、常設での飲食事業者の誘致は現実的では

なく、近鉄新祝園駅前が望ましいと思われる。

- ・1日15組限定でローストチキンづくりイベントでは、参加費は多少高くても満席であったことから、今後も非日常体験ニーズを取込めるチャンスがある。

- ・政府は国立公園について、世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化を目指す国立公園満喫プロジェクトを実施している。国立公園の雄大な自然を

はじめ、その場所でしか体験できない上質な宿泊体験を求める旅行者ニーズに対応する一環として、環境省のキャンプ場等にて民間事業者のノウハウを

取り入れたサービスの提供、民間事業者や地域と連携したグランピングの取組みを進めている。

例えば、阿蘇くじゅう国立公園では、株式会社スノーピークと連携して、地域アクティビティやダイニングテントでの地域食材を活用したディナーなどグランピン

グのモデル事業を実施している。また、奈良県内でもアウトドア企業へ施設の維持管理と事業実施などを委託している公園がある。

- ・スノーピークが中心となって発足した「野遊びリーグ」では、国内外の野遊び活動のプラットフォームを構築して野遊びの普及を図り、地域住民が自ら楽しみ

ながら各地の真の魅力を国内外へ発信し、人・モノ・情報の新たな流れと、新たな消費と雇用創出による地域活性化に取り組んでいる。「野遊び」では、多

出所：環境省「令和元年度環境白書・循環型社会白書・生物多様性白書」を基に作成。

種多様な人が集まり、「焚き火バー」など、地域に今ある豊かな自然を楽しみ、美味しいものを味わい、オシャレで高級なひと時を過ごす。また、「

IV-1-(2) 今後の利活用に向けた方向性

精華町ではけいはんなプラザホテル北側に、温浴施設「源氏の湯 学研都市光台店」が2020年秋以降にオープン予定であり、町内の観光資源になることが期待されている。けいはんな記念公園と同店が周遊できる仕組みを作ることで、精華町の観光消費増加につながっていくと考えられる。

ここでは、けいはんな記念公園と温浴施設の周遊につながる可能性のあるアイデアについて、みていくこととする。

【山形県上山市のクアオルト(健康保養地・療養地)に関する取組み①】

・クアオルト健康ウォーキングはドイツで行われている、頑張らずに楽しく歩くことで運動効果を高める「気候性地形療法」の手法。森や山の中の運動負荷

が計測された認定コースを治療負荷で歩く。また、参加者には共同浴場無料券・旅館入浴優待券等を配布し、温泉入浴を促している。

温泉を活用して個人の体力レベルに応じた健康づくりができるよう、その拠点施設として温泉健康施設の整備を図り、健康増進から介護予防まで総合

的な健康づくりを展開している。

・かみのやま温泉は、山形県内屈指の温泉地として年間40万人の宿泊者を迎えていたが、東日本大震災後は、宿泊者数が減少傾向にある。また、市民一人あたり国民健康保険医療給付費や高齢化率が県内でも高水準となっている。

・2008年に内閣府「地方の元気再生事業」が採択。2013年「上山型温泉クアオルト構想」を策定し、2016年には「第7次上山市新興計画」の柱に

位置付け、市民の健康増進と交流人口の拡大を目的に、温泉をはじめ、今ある地域資源を活用した官民一体となったまちづくりを目指している。

・2015年度には、厚生労働省「宿泊型新保健指導試行事業(スマート・ライフ・ステイ)」の採択を受け、「保健指導×観光」を融合したプログラムを

全国に先駆けて実施している。

・主に国内の中高年女性をターゲットに、ウォーキング、休養(温泉でリラックス)、地元食材を生かしたバランス食における質の高いプログラムにより、長期

IV-1-(2) 今後の利活用に向けた方向性

【山形県上山市のクアオルト(健康保養地・療養地)に関する取組み②】

- ・地元住民向け健康づくりとして、毎日ウォーキングを企画。参加費は市民1人あたり500円(市内外から参加自由)。2017年度延べ5,025人(うち

半数が市民)となっている。

- ・そのほか、企業社員向け健康づくり、保育園、小・中・高校での授業や親子行事などの企画を実施した結果、ウォーキング参加者は2009年の371人

から2017年は13,346人まで増加。

- ・ウォーキング参加者に、共同浴場や温泉旅館入浴優待券を配布。2016年は1,957人が利用(利用率36.8%)。

- ・宿泊型新保健指導(スマート・ライフ・ステイ)では、生活習慣の改善が必要な人などを対象に、宿泊施設や観光資源等を活用し、保健師・管理栄養

士等が多職種連携で、運動・食の「体験型」の保健指導を実施(2015年度～2017年度までに全19ツアーを実施し、185人が参加)。

<取組の予算>

- ・2015年に実施された「ヘルスツーリズム品質評価プロジェクト・顧客満足度アンケート調査(対象者230人)」では、同市のプログラムは総合満

○取組全体に要した費用

足度や
・2008年度～2009年度(初期投資):内閣府「地方の元気再生事業」約2,000万円
再来意向、健康への気付きの有無における満足度が9割を超えており、参加者の行動変容に影響を与える質の高いものになっている。
・2016年度:20,592千円(上山型温泉クアオルト事業費)、16,422千円(温泉健康施設関連事業費)

○補助金の活用

- ・2008年度～2009年度:内閣府「地方の元気再生事業」約2,000万円

- ・2016年度内閣府「地方創生加速化交付金」1,517万円

IV-1-(2) 今後の利活用に向けた方向性

源氏の湯は、精華・西木津地区における観光客が集まるスポットになることが期待される。けいはんな記念公園と源氏の湯との周遊を促し、観光消費に

つなげる方法として、以下のアイデアが考えられる。

- ・けいはんな記念公園の有料区域にて、運動負荷が計測された認定コースを設定する。また、温泉を活用して個人の体力レベルに応じた健康づくりが

できるよう、温泉健康施設の整備を図り、健康増進から介護予防まで総合的な健康づくりを目指す。

- ・けいはんな記念公園の有料区域にて、地域住民の健康づくりとして、毎日ウォーキングの企画を実施する。また、企業社員向け健康づくり、保育園、小・

中・高校での授業や親子行事などの企画としてウォーキングを実施する。

- ・けいはんな記念公園(有料区域 水景園)から源氏の湯までの移動時間については、徒歩で約20分、自動車では約5分となっている。ウォーキング参加者に、源氏の湯の入浴優待券を配布して周遊を促すことが考えられる。

- ・ウォーキング後の休養(温泉でリラックス)プログラムを提案・周知し、参加者の長期滞在、観光消費につなげていく。

- ・ウォーキングイベントに参加した人に対してアンケートを行い、健康ウォーキングを継続的に実施することによる効果検証、満足度やリピート意向などについて

調査する。

Ⅳ まとめ

- ✓ けいはんな記念公園の利活用については、安全管理や景観保全の観点から、人を呼び込むのは無料区域ではなく有料区域である。
- ✓ 有料区域では火を使用したイベントが可能であるが、スペースはそれほど大きくない。
- ✓ 同公園における観光入込客数、駅までのアクセス、駐車場からの動線、地元住民からのニーズを考慮すると、常設での飲食事業者の誘致実現は 現実的ではない。
- ✓ 非日常体験に対するニーズは強く、1日15組限定でローストチキンづくりイベントでは、参加費は多少高くても満席となった。
- ✓ 政府は、国立公園の自然をはじめ、その場所でしか体験できない上質な宿泊体験を求める旅行者ニーズに対応する一環として、環境省のキャンプ場
等にて民間事業者のノウハウを取り入れたサービスの提供、民間事業者や地域と連携したグランピングの取組みを進めている。
- ✓ 株式会社スノーピーク地方創生コンサルティング代表取締役社長は、けいはんな記念公園にて「野遊び」のトライアルイベント実施について、最初のイベントについて自治体からトライアルフィーをいただけるのであれば開催に大変前向きである。
- ✓ けいはんな記念公園においても、まずはできることから着手していくことが現実的である。例えばスノーピークと連携してけいはんな記念公園ならではの
「野遊び」イベントをトライアルで実施し、あわせて物販も行うことで、有料区域への誘客や観光消費の増加につながっていくことが期待できる。
。また、「野
遊び」を通じた交流により新しいモノが生まれ、けいはんな記念公園の価値向上につながっていくことが期待できる。
- ✓ けいはんな記念公園と源氏の湯との周遊を促し、観光消費につなげる方法として、同公園の有料区域にて、運動負荷が計測された認定コースを
設定しウォーキングを実施することが挙げられる。また、温泉を活用して個人の体力レベルに応じた健康づくりができるよう、健康増進から介護予防まで
総合的な健康づくりを目指す。

＜ご参考＞せいかガーデンシティの空きテナント、駐車場への出店ニーズ①

せいかガーデンシティの空きテナント、駐車場への出店ニーズについて、飲食店(カフェ、フレンチ、居酒屋、バー、ハンバーガー店など)をはじめ、幅広い業種にヒアリング・アポイント調整を行った結果、関心を示さず、アポイントに至らなかった事業者が大半であった。

ラーメンブランドを展開する事業者からは物件について社内検討したものの、同社の出店条件に合致しない、精華町への出店予定はないとの回答がみられた。

また、焼肉やお好み焼き、ラーメン屋を展開する事業者からは、せいかガーデンシティでは区画面積が小さく、当社の店舗最小業態のラーメン業でも最低60坪が必要である。せいかガーデンシティの立地は広域性の高い道路沿いへ出店するコンセプトから外れているとの回答がみられた。

業種	データの個数
飲食店経営	6
飲食業	2
飲食業(カフェ運営)	2
飲食店	2
飲食関連製造業、カフェ経営	1
飲食喫茶経営	1
飲食業(若者向けバー、クラブ) 喫茶小売・雑貨等販売	1
飲食業、コンサルティング	1
飲食業、食品卸販売	1
飲食店 カフェ	1
飲食店(フレンチ)	1
飲食店(居酒屋)	1
飲食店チェーン経営	1
飲食店の経営・企画	1
飲食店業	1
飲食店経営(ラーメン店)	1
飲食店経営及び経営コンサルタント	1
カフェ、飲食コンサル運営受託業	1
カフェ、及び、レストラン運営	1
カフェレストラン経営	1
介護保険等コンサル業、カフェレストラン経営	1
ダイニングカフェ	1
喫茶店経営	1
一般食堂	1
パン、菓子製造販売 カフェ	1
パン・菓子類の製造、販売	1
ハンバーガー店等飲食店運営	1
宅配ピザ等運営	1
洋菓子製造販売・洋菓子教室	1
キムチ・韓国惣菜製造販売	1
茶製品卸売業	1

業種	データの個数
佃煮・ちりめん山椒製造販売	1
シューティングカフェ&バー	1
ペットの美容院、ショップ、カフェ	1
レストラン、カフェ、婚礼、ホテル	1
衣料品・雑貨販売、カフェ運営	1
アウトドアグッズ販売	1
広告企画デザイン制作・飲食店	1
雑貨の企画、製造、卸、販売、宿泊施設、飲食店経営	1
医薬品卸売、住宅サービス事業	1
食料品卸売業	1
食料品小売業	1
手拭い等繊維関連製造・小売	1
和雑貨小物等小売業	1
その他小売業	1
繊維商社	1
総合サービス業	1
内装デザイン企画、設計、工事	1
美容室	1
エステティック業	1
結婚式場・カフェ、レストラン・写真スタジオ等	1
建築工事業	1
防水工事業	1
パーソナルジム経営	1
ビルメンテナンス	1
旅館業	1
ゲストハウス経営	1
経営コンサルタント	1
娯楽業	1
総計	67

＜ご参考＞せいかガーデンシティの空きテナント、駐車場への出店ニーズ②

- ・せいかガーデンシティの空きテナント、駐車場への出店ニーズについて、ヒアリングできた事業者の回答は下記のとおり。
- ・当社は大手カフェブランドのフランチャイズとして、奈良県内でカフェを3店舗運営している。パンやコーヒーは同カフェ本社から仕入れているほか、座席数に応じたロイヤリティを支払っている。店舗建設業者は当社で選択できるが、厨房やレジなどの内装については同カフェ本社が指定した業者が請け負う仕組みである。
- ・当社は、活魚料理店ブランドを展開しており、営業時間は平日は午前11時30分～午後2時30分、午後5時～午後10時からである。来店客が少ない時間帯のビジネスとして、活魚料理店の隣接地にカフェを運営している。カフェの来店客のピークは午前7時～11時30分、午後14時以降となり、活魚料理店とあわせた店舗運営による相乗効果がある。
- ・カフェの出店を検討するうえでは、店舗から半径10km圏内の人口・世帯数、同業者の存在などがポイントとなる。また、カフェを出店する際には半径5km圏内に、同ブランドの店舗が立地していないことが条件となる。
- ・一般的に飲食事業では、人口が集積し、付近に企業が立地していないと席は埋まらない。当社からみるとまだまだ新祝園は田舎だとみている。ただ、田舎では法事の予約が多いので、こうしたニーズはあるかもしれない。
- ・せいかガーデンシティのエリアでは、当社としては活魚料理店単体での運営はビジネスとして難しい。料理店とカフェを合わせた店舗運営でないとビジネスとして成り立たないだろう。
- ・活魚料理店は土地を借りて運営しており、賃料は1坪1,000円で借りている。おそらく不動産業者は1坪800円程度で土地を仕入れ、1,000円で当

おわりに

(1) 町内観光資源の利活用促進に向けた可能性調査

けいはんな記念公園の利活用の可能性について、まず、京都府都市計画課との意見交換を踏まえて、コーナン横の

無料区域での利活用ニーズについて調査を行いました。

結果としては、現状の観光入込客数ではビジネスとして厳しく、関心を示す事業者はみられませんでした。また、同公園

の指定管理者との意見交換を踏まえると、安全管理、景観保全の観点から、無料区域に人を呼び込むのは難しく、有料

区域の利用者を増やしたいとの意向が見えてきました。

有料区域では、焼き芋やローストチキン作りなどの火を使用したイベントを実施済みであること、非日常体験に対する

ニーズは根強く、参加費が多少高くても参加する人は存在していることから、今後はこうしたイベントを積極的に行うことで、

有料区域への誘客、観光消費の増加につなげていくことが効果的であると考えられます。

例えば、大手アウトドアメーカーと連携したけいはんな記念公園ならではの「野遊び」イベントをトライアルで実施し、地域

に今ある豊かな自然を楽しみ、美味しいものを味わい、オシャレで高級なひと時を過ごせる場づくりに取り組むことが挙げられ

ます。「野遊び」を通じた多様な人の交流により新しいモノが生まれ、けいはんな記念公園の価値向上につながっていくこと

が期待できます。