

対象施設

①事業名	① 天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業、② 天王寺動物園ゲートエリア魅力向上事業
②事業者名	近鉄不動産株式会社
③評価対象期間	2022年4月1日～2025年3月31日
④事業期間	① 2015年10月1日～2035年9月30日、② 2019年11月22日～2039年11月21日
⑤所管課・担当	経済戦略局 観光部 観光課 集客拠点担当 建設局 公園緑化部 調整課

◎魅力創造・管理運営業務の実施状況及び評価

【評価基準】

- S…事業計画又は本市の定める水準の想定を大幅に上回る効果が得られた
- A…事業計画又は本市の定める水準で想定した以上の効果が得られた
- B…おむね事業計画又は本市の定める水準どおりの効果が得られた
- C…事業計画又は本市の定める水準で想定した効果が得られていない

目標	目標達成のための手段	実施方針	実施状況	事業者自己評価	評価		
					大阪市評価		
			<ul style="list-style-type: none"> ・年間来園者数は新型コロナウィルスが一段落した2022年度にコロナ前の2019年度を上回る約540万人に到達したのち、2023年度約630万人、2024年度には過去最高の約700万人を記録した。 ・来場者を対象としたアンケートを実施し、来園者のニーズ把握に努めた。2024年に実施した最新のアンケートでは、来園者の約7割が芝生広場の利用目的に来園し、うち約9割が再訪を望んでいる。 ・2022年度以降、毎年50~60件のイベントを開催した。公園施設の認知度向上に伴い、約8割が外部からの持ち込みイベントであった。また、当社主催でも地域の賑わい創出を目的としたイベントを開催した。 ・2023年12月に初開催した「クリスマスマーケット」は毎年約100万人を超える来園があり、課題であった冬場の賑わい創出に寄与した。また、KDDIの調査によると、同イベント期間は、大阪以外の関西広域からの来園も多くみられるなど、公園の認知度向上に資するものであるため、以降毎年開催している。 ・新型コロナウィルス蔓延により公園内飲食店舗を中心に収益確保が困難を極め、飲食店舗4区画でテナントが撤退した。その後リーシングに注力した結果、現在は全区画満席である。 <p>【ゲートエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公園での憩いの時間、「みんなでつくる、みんなの本棚」をコンセプトに「ぶっくぶっく」の運用を開始。来園者から寄贈された本を、来園者が自由に借りて公園内で読める取組であり、本を媒介として、人と人とのつながりを創出したいという想いから設置した。2024年11月から本棚と寄贈ボックスをてんしば一帯に新設し、これまで500冊以上の寄贈を得ている。今後、てんしばプラスへの本棚の設置も検討している。 ・2024年度においては、ガールズカウトの団体に向けたイベントを企画し、天王寺公園に関するクイズなどの学習イベントおよび植栽体験イベントを実施した。 	<p>2022年5月からコロナが5類となったことにより様々なイベントや飲食テナント、動物園への来訪が増加したほか、新世界エリアとの往来により外国人観光客も多数訪れるようになった。多様なテナントの存在やイベントに特化せず、緑の芝生という憩いの場も提供することにより、地域住民というベースに加えて、周辺のワーカー、遊び目的の若者、国内外の様々な属性の人々が訪れる公園に成長した。</p> <p>イベントにおいては、フードイベント、スポーツ、音楽イベントをはじめ、子供向けの植栽体験や学習イベント、読み聞かせイベントなど多様な企画を実施していることにより、地元の方をはじめ、広域からの来園を得ることができ、日常に寄り添いながらも、人々の思い出となる公園としての役割を担えている。</p> <p>ゲートエリアについては、動物園とは不可分のエリアであることから動物園関係イベントも実施するなどの連携を行った。</p> <p>一方で、コロナで撤退した2区画の後継に有名店も誘致したほか、「ぶっくぶっく」「水遊び場」を設置するなど、動物園の営業に依拠せずに人が訪れる仕組み作りに努めた。</p> <p>【ゲートエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間来園者数は2022年度39万5千人、2023年度43万5千人、2024年度47万人と年々増えており、特色のある店舗の誘致や、「ぶっくぶっく」「水遊び場」など、動物園目当ての来園者以外からも集客できるような取組を行っている。 	<p>・比較的の集客が少ない冬場を課題と捉え、2023年度開催した「クリスマスマーケット」では、2年連続で100万人を超える来園を達成する、大阪以外の関西広域からの来園を増やすなど、賑わいを創出した。</p> <p>【エントランスエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・芝生エリアを適正に管理することで、来園者に憩いの場を提供することに加え、多くの人の来園する動機となる、公園のランドマークとなっている。 ・毎年50~70件のイベントを開催するなど積極的に集客に取組、来園者数は2022年度約540万人、2023年度約630万人、そして2024年度は本事業導入後過去最高の700万人と推移している。 ・来園者にアンケートを実施し、利用者のニーズ把握に努めている。また、そのアンケートでは約9割が再訪を望んでおり、来園者にとって魅力の高い公園となっている。 <p>【ゲートエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間来園者数は2022年度39万5千人、2023年度43万5千人、2024年度47万人と年々増えており、特色のある店舗の誘致や、「ぶっくぶっく」「水遊び場」など、動物園目当ての来園者以外からも集客できるような取組を行っている。 	【エントランス】A	
魅力創出事業の実施状況①	【エントランス】						
	【ゲート】						
	【周辺地域との連携】		<ul style="list-style-type: none"> ・ Welcoming事務局として、「魅力ぎゅぎゅっとマルシェ」、「STREETBUTTERFRY」、「大阪関西万博機運醸成のイベント」のほか、地域の盆踊りを中核に据えたイベント「てんしば夏祭り」を実施した。 ・ イベント実施時においては、周辺施設（天王寺動物園・市立美術館・あべのハルカス展望台や美術館・あべのキューズモール）との連携割引を行い、回遊性の向上に努めた。 ・ 2024年はイベント『新世界フェス』と連携し、新世界パレードの巡演スポットとして、てんしばを組み込み、新世界エリアからの賑わい波及に努めた。 ・ 天王寺区ボランティアガイドによる天王寺公園内のガイドツアーを毎月1回実施した。 ・ 大阪府警・天王寺警察署と連携した防災・防犯・交通安全に資するイベントや、自衛隊による災害応対啓発イベントなどを実施した。 ・ 市立美術館リニューアルオープン後の展示会開催時に、美術館入館券の提示によりてんしばテナントでの特典を受けられる連携企画を実施した。 ・ 天王寺本棚設置に伴い、天王寺図書館との情報共有等の取組も開始した。 <p>【ゲートエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ゲートエリア事業の一環である園内事業においては、弊社グループ施設であるシェラトン都ホテルのアフタヌーンティーコラボや近鉄百貨店の催事へのPR出店を行い、動物園の誘客に寄与した。 ・ イベントのみならず、テナントと動物園、市立美術館との連携の取組に努めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近鉄不動産、東急不動産、JR西日本と連携している「Welcomingあべの天王寺キャンペーン」が主体となって実施している「てんしば夏祭り」では、盆踊りに地域住民、インバウンド、イベント目的の来訪者も加わり、2024年は2日間で6万人以上が参加し、多様な参加者で賑わい、地域全体の集客力強化につなげることができた。 ・ 大阪市、警察、自衛隊などとも連携し、様々な啓発活動に協力した。 ・ 阿倍野・天王寺エリア、新世界エリアの各エリアをつなげる結節点となり、ハブ機能を果たせた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺施設・事業者等の多様な団体と連携した取組を行つており、事業者間で連携しててんしばで実施した夏祭りイベントでは、2日で6万人以上が参加するなど、地域の活性化や地域全体の集客力強化につながる取組を行っている。 ・ 警察、自衛隊と連携したイベントを実施し、防犯、災害対策などの啓発活動にも協力している。 	【ゲート】B	
	【プロモーション活動】		<ul style="list-style-type: none"> ・ てんしば公式ホームページで各種イベントやテナント関係の告知に努めており、2022年度からの3年間でホームページへの総アクセス数の累計は、290万件となった。 ・ てんしばのインスタグラムのフォロワー数は、8,711名（2025年3月時点）であり、2022年度末と比較して、6,538人増加した。 ・ てんしば公式SNSやHPでの発信はもちろん、あべのハルカスのデジタルサイネージ、SMS、また近鉄グループの特徴を活かし、近鉄線での車内広告、駅のデジタルサイネージなどを活用して幅広く情報発信をおこなった。 ・ 阿倍野・天王寺区役所等と連携し、イベント情報などの情報発信をおこなった。 ・ あべのハルカス、近鉄グループ商業施設、公園周辺商業施設、JRおでかけネット、天王寺動物園、大阪市立美術館と連携し、ポスター、チラシ等を配架することで集客を図った。 ・ 近鉄不動産としてプレスリリースを行ったほか、取材対応により、テレビ、WEB、新聞など各媒体で「てんしば」が取り上げられた。 ・ Welcoming事務局としては、JR各駅へのポスター・デジタルサイネージ・チラシの配架を行い、関西広域での情報発信を行っている。 ・ 2024年度は、アサヒビール「マルエフ」のTV-CMの撮影をてんしばで行い、CM動画へ「てんしば」のテロップ差し込みの調整をしたこと、全国放送により話題性のあるプロモーション活動を実施できた。 ・ てんしばおよび天王寺動物園を当社の運営するメタバース上に構築しており、これまで担ってきた天王寺エリアの魅力づくりや賑わいづくりをバーチャルへ拡張し、リアルとバーチャルを融合した取組を行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政、周辺商業施設、文化施設などと連携した地道な情報発信により地域住民を中心としてプロモーションを行うことができた。 ・ 大阪を代表する都市公園として認知度が向上したこと、外部から様々なイベント実施の申し込みを受けるようになり、クリスマスマーケットのような話題性の高いイベントも実施されるようになった。テレビや新聞などのオールドメディアはもとより、利用者からのSNSでの発信など広く情報発信がなされた。 ・ また近年では、市立美術館や動物園との天王寺公園一体として撮影案件もあり、公園全体としてのプロモーション活動を行うことで、公園の認知度向上を実現した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社グループのネットワークを活用して幅広い地域にイベントや情報発信を行うとともに、広告やデジタルサイネージ、ホームページ、SNSを活用し、幅広くPRを行っている。 ・ 動物園・美術館・周辺商業施設と連携した、PRを実施した。 ・ てんしばおよび動物園をメタバース上に構築し、リアルとバーチャルを融合したコンテンツを提供した。 	【プロモーション】B	
	【魅力ある景観形成】		<ul style="list-style-type: none"> ・ 天王寺ターミナルと隣接した立地にふさわしい都市公園として景観形成を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 魅力の中核とも言える芝生広場について、日常的な維持管理作業とイベント利用後のダメージ回復に努めたことで、年間を通じて良好な芝生の状態を提供できた。 ・ 芝生エリア東側外縁に植樹している桜は春の名物として定着した。 ・ 大阪関西万博、てんしばのオープン10周年や市立美術館・慶澤園のリニューアルオープンに合わせ、園内のイルミネーションをバージョンアップし、都心の公園の夜間の景観形成と、防犯対策を行っている。 ・ 夏場には水遊び広場、七夕の期間には笹を設置し、冬場はイルミネーションを増設し、季節ごとでも楽しめる景観を形成した。 <p>【ゲートエリア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 活用できていなかったゲートエリアの植栽帯エリアに常緑キリンソウと季節の花々を設置し、緑を楽しめる空間づくりを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪都心で稀有の7000m²の広大な芝生広場を常に緑の状態を維持してきた。 ・ 接やイチヨウなども適切に管理することで都心で四季を感じられる環境を作っている。 ・ 音と連動したイルミネーションのバージョンアップしたことにより、来園者からも好評を得られた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 季節ごとの花や季節特有のイベントを実施することで、都心にいながら四季を感じられる魅力的な景観の形成に取り組んでいる。 ・ イルミネーションのリニューアルも行い、魅力ある景観形成に取り組んでいる。 	【魅力ある景観】B
	【回遊性向上】		<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域全体の回遊性向上のため、周辺観光の拠点となる機能の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 阿倍野・天王寺区役所等と連携し、イベント情報などの情報発信を行った。 ・ あべのハルカス、キューズモール、公園周辺商業施設、天王寺動物園、大阪市立美術館と連携したプロモーションを展開し、公園の利用促進につなげた。 ・ 新世界エリアとのコラボイベントの実施により、新世界エリアのインバウンドにも施設を認知してもらい、結節点の役割を果たした。 ・ 天王寺区ボランティアガイドによる天王寺公園内のガイドツアーを毎月1回実施した。 ・ バス駐車場について、2024年度は年間7,000台以上の利用があるほか、授乳室、トイレ、バス待合で構成される「てんしば+」を整備したこと、周辺観光の拠点として機能している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政のほか、あべのハルカスやキューズモール、天王寺動物園、大阪市立美術館など周辺施設と連携した回遊施策を行った。 ・ 令和3年度から、地元を活動拠点としている「てんのうじボランティアガイド」による公園ガイドツアーを継続して実施し、浪速区・阿倍野区へのガイドツアーを行うことで、エリアの魅力を伝える取組を行なうことができた。 ・ バス駐車場では効率的な駐車場管理に努めたほか、「てんしば+」も整備し、周辺観光の拠点としての機能を充実させた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政機関や、周辺商業施設、動物園・美術館などと連携し、公園はじめエリアの回遊施策に取り組んでいる。 ・ 授乳室、トイレを備えた、バス待合所である「てんしば+」を整備したこと、周辺観光の拠点としての機能を充実させた。 	【回遊性】B

評価	大阪市評価	総合評価				
目標	目標達成のための手段	実施方針	実施状況	事業者自己評価	B	
②施設等の維持管理	芝生・芝刈り等植栽管理	○都心の公園として魅力ある景観形成のために適切な芝生等植栽の維持管理を行う	以下について、適宜実施した。 1. 芝生管理 ・芝刈(機械)25回/年 ・施肥14回/年 ・養生94回/年など 2. 樹木管理を適宜実施した。 ・剪定11回/年 ・除草9回/年 ・灌水115回/年など	・「てんしば」の名称の由来である芝生の管理を適切に行い、1年間を通じて緑の芝生を保った。 ・樹木管理についても適宜剪定を行ったほか、桜がグビアカツヤカミキリの影響を受けていないか適切に確認し、被害が無いことを確認した。	・低木、高木共に剪定、刈込を適期に行っている。 ・「てんしば」の芝生管理についても年間を通じて適切に管理され、魅力ある景観の形成に取り組んでいる。	
	清掃等美観の保持	○都心の公園としてふさわしい美観を保持する	・日常的に園路や芝生広場等の巡回清掃、ゴミ拾い、落ち葉拾いを行い、繁忙シーズンや曜日により頻度を増やし巡回清掃を実施した。 ・イベント開催時ににおいては、臨時清掃や巡回ルートの変更など、美観保持の観点で清掃スケジュールを調整している。 ・各種サイン、案内盤等の板面清掃を定期的に行つた。 ・清掃員従事者研修を年3回実施した。 ・芝生広場や樹木帯以外の園路において雑草が繁茂した場合には適宜人による草引きで除草を行つた。 ・茶臼山エリアについても、高木の植栽剪定や、清掃・警備等、エントラントエリア同様に日々巡回し、不法投棄等も発見次第随時対処するなど、適切に管理している。	・事業実施計画書記載内容の確実な実施はもちろん、イベント実施をはじめとする多客時には適切に対応した。	・実施計画書に基づき、適切な維持管理を行つており、エントラントエリアでは日常的に施設内の巡回清掃を行つとともに繁忙期や曜日により巡回頻度を増やすなど、都心の公園としてふさわしい美観の保持に努めている。 ・清掃員に対し研修を行なうなど、知識向上やお客様対応向上に取り組んでいる。	
	【エントランス・ゲート共通】都心の公園として、天王寺・阿倍野地区へ訪れる人々にとって消費活動を伴わない空間としても憩いの場となるよう維持管理を行う。	警備	・園内の巡回警備に努め、危険な行為者に対しては積極的に指導を行い、未然に事故防止に努めた。 ・警察署とも定期的に情報共有の機会を設け、協力体制を築けており、安全な運営を行つた。不審者に対しては警備員とともに警察と連携し対応した。大規模イベントの開催前にはイベント情報を、警察へ事前に共有することで、安全な運営も行つた。 ・また日常運営においても、自転車歩行者には、呼び止めて押して歩くよう指導を行い、球技を行う来園者に対しては発見次第、指導を行つた。喫煙者に対しては喫煙所の案内誘導を行い、快適な環境づくりを行つた。 ・警備の法定教育(年1回)および非常時の対応について、独自研修(3ヶ月に1回)・指導を行つし、日常警備に対してのスキルアップを図つた。 ・台風や地震等の災害時には臨時の巡回、点検を行つことで公園利用者が安全・安心・快適に公園を利用できる環境の維持に努めた。 ・夜間には機械警備及び防犯カメラ(24時間稼働)による管理を実施し、適切な防犯対策を行つた。 ・警備業務従事者の知識習得やお客様対応の向上のため下記の研修を実施した。 ①現任教育…年2回(法定教育全10時間)を2回に分けて ②AED使用講習…年1回 ③その他の教育(指導)…年3回程度(本社の教育指導担当者による巡察) ・来園者の状況に応じ、臨時警備手配するなど警備体制の見直しを迅速に行つた。 ・2025年3月1日、園内のイルミネーションをバージョンアップして照度を高め、夜間の防犯対策を行つてはいる。	・警備員による定期的な巡回を行つてはいるほか、危害を加えかねない不審者を発見した場合には天王寺警察署と連携を取つて対応したことにより、安全・安心・快適な公園環境を維持した。 ・イルミネーションの照度を高めることで夜間の安全性を向上させることができた。	・園内の定期的な巡回・点検および夜間の機械警備など来園者が安心して利用できる環境を確保するために適切な管理を行つており、業務に必要な知識習得やお客様対応向上のために、知識及び技能、マナー等に関する研修を年2回実施することで警備員の質向上に努めている。 ・前回評価期間では危険行為に対し、注意喚起が取られていないこともあつたが、令和4年度以降は警備員への適切な指導等もあり改善されている。	
	その他施設管理	○その他施設(各種設備・トイレ等)についても都心の公園としてふさわしい適切な維持管理を行う	・各種施設点検の実施、案内サインやコンクリートベンチ、トイレ等の施設についても、日常巡視や、定期点検を日常点検シートに基づき確実に実施した。	・日常的に施設内の巡回清掃を行うと共に繁忙期や曜日により巡回頻度を増やすなど都心の公園としてふさわしい美観の保持に努めている。また、清掃員に研修を行なうなど、知識向上やお客様対応向上に取り組んでいる。	・園内の電気設備、衛生設備等に不具合がないか日常点検を行なうなど適切な維持管理を行つてはいる。 ・本市環境局が行なう喫煙所整備にあたつて、事業者保有の電気設備の一部を本市に公用するなど、効率的な事業実施にむけて協力した。	
③施設等の運営	施設運用・サービス提供	○事業計画に基づいた施設運用・サービス提供を行う ○動物園内の飲食・物販等サービス提供を行う	【エントランスエリア】 ・コロナ禍により営業を休止していた、Kintetsu Friendly Hostelについて、来園者のニーズをもとに、女性トイレや授乳室を新たに追加する改修を行つた。2024年「てんしば+」としてリニューアルオープンした。これにあたり、大阪市と適宜情報連携を行い、手続きなどを適切に調整した。 【ゲートエリア】 ・動物園内事業については、以下の内容を実施した。 ①天王寺動物園オンラインショップおよびいろいろきんてつオンラインショップを開設し、ECサービスを強化した。 ②サンリオやファーリアなどのコラボ商品、110周年のオリジナルグッズを製作し、トレンドを把握した商品展開により、話題性の創出に取り組めた。	・公園施設としての賑わい創出および利用者の満足度向上に資するサービスを適切に提供した。 ・「てんしば+」においては、来園者からも要望のあった、トイレ・授乳室等を新設したことにより、日常的に多くの方にご利用いただいており、アンケートなどを通して、感謝の声や好評を得ることができた。	・イベント開催時等、来園者が多い時の対策として、トイレ及び授乳室等を増設し、利便性の向上を図つた。 ・子供に人気のあるキャラクターなどのコラボ商品開発、動物園110周年のオリジナルグッズの製作等により、話題性の創出に取り組んだ。	A
	適切な運営体制	○緊急時の対応を含め、適切な運営ができる体制を整える	・ハルカス事業部てんしばチームの担当5名で対外業務や管理統括を行つた。また公園内には現地事務所を設置し、現地窓口やイベント受付・対応等を行うハルカス事業部所属の担当者1名と、テナント管理を行う百貨店の担当者1名の計2名を配置し、緊急時の対応が取れる体制を整えてはいる。 ・公園内での事件・事故、災害等、緊急の事態が発生した場合には、「緊急連絡網」に定める関係各所へ即報し、「人命を第一優先」とした迅速な初期対応を行つた。 ・大阪市内の4公園(大阪城、長居、難波ノ宮、鶴見緑地)との連絡協議会を実施し、災害等の対応や公園運営に関する情報共有や連携に取り組んだ。 ・2023年、動物脱走事件の発生を受け、同様の事象が発生した場合のマニュアルを動物園と協議のうえ策定し、運営体制を強化した。	・年間多数のイベントの開催に際し、設営撤去、当日運営まで責任をもって管轄し、安全な公園施設を維持できた。 ・緊急時には関係者に対して直ちに連絡が取れるように緊急連絡体制表を関係者間で共有できている。 ・動物園からの動物脱走事件を契機として動物園と連携し、マニュアルを整備することができた。	・日常の運営だけでなく、緊急時に対応できる体制を整えるとともに、緊急連絡体制表を整備し本市も含めた事業関係者に共有している。 ・2023年に発生した動物逃走事案を受けて、事業者と動物園外の公園利用者への周知方法等について協議を行い、対策マニュアルを整備した。	
	公園の利用調整	○第三者のイベント実施時に、大阪市及び天王寺動物園の手続きを勘案し、適切なスケジュール調整を行う	・公園事務所に対し、事前に大型イベントや新規イベントなど企画書等の事前提出を行い、事務処理期限の2週間前までの本申請を徹底して行つた。また、公園事務所の担当者へイベント内容の事前相談を行い、定例会議でイベントスケジュールの共有を図ることで許認可申請を円滑に行えている。 ・マニュアルに基づく指導や公園事務所、動物園との調整を適宜行うことににより第三者へのイベントにおける利用指導を実施した。 ・音楽イベントを実施する際は、動物愛護の観点でも配慮を行い、動物園に対しての協議・調整に努め、申請手続きを進めている。	・毎月、定例会議を実施し、イベント等に関するスケジュールの情報共有を行なうながら、処理期限を遵守し調整を行つた。 ・検討時間が短い案件や大規模イベントについては、事前に大阪市と情報共有を行い対応した。	・大型イベントや新規イベントなどは早期に企画書等の提出や事前相談がされている。 ・毎月の定例会議において先のイベントスケジュールの調整に努めている。特に令和4年度以降においては事務処理期限を遵守し、公園の利用調整を円滑に行えており、事務手続きについて改善されてはいる。	B
	各施設の運営管理	○都市公園として必要な機能を確保するために、占用面積等逸脱した営業を行わないよう、各施設の運営管理を行う	・各テナントの指導については当社のグループ企業へテナント管理の適正化を厳守するよう通知している。また、許可範囲外の看板等が見受けられた場合は、当社が責任を持って、各テナントに指導を行つた。 ・違法駐輪については、発見次第目印となる札を貼り付けて一定期間保管後、持ち主が現れない場合は、一般的な違法駐輪と同様に工営所の移管先へ引き渡しを行つた。 ・災害時の避難場所・防災機能については引き続き確保した。	毎月の店長会議および月に2回開催する管理運営会議において、テナントへの指示・指導を行い、適切な運営管理ができた。 ・急速に対応すべき事象については、会議外においても適宜適切に指導を行つた。	・占用許可内容と実際の営業実態に齟齬が生じないよう事業者が各テナント等にも指導を行つてはいる。そのほか定期的に公園内を巡回し、占用面積を超えての看板設置が確認された際は都度テナント事業者に対し看板の設置等指導がなされており、適切な対応を行つてはいる。	
	事業収支の安定	○事業者自らが設置する施設等による収益によって必要な費用を負担し、整備・管理運営及び事業を実施する。	・諸物価の上昇、公園使用料の増額、コロナ禍による飲食店舗4テナントの撤退などの影響で、収支が圧迫された。その中で、費用の削減に努めながら、新規リーシングに注力し満床にできた結果、当初の事業収支計画の収益を確保し、「てんしば+」の整備を行つてはいる。 ・今後、インフレ基調になるとすることを踏まえ、テナントとの賃料増額交渉を開始するなど、収支改善に努めることで、事業運営の維持・向上に注力していく。	コロナ禍の危機を乗り越え、来園者数、店舗売上ともにコロナ前を超え、過去最高数値を記録できた。	・物価が上昇する中でも、費用の削減などに努めたことから、来園者数、店舗売上ともに過去最高数値を記録しており、適正に事業を実施できている。	B

2. 外部専門家等の意見

(魅力創造・管理運営業務の実施状況及び評価への意見)

- ・一層の集客と魅力の向上をめざして、芝生広場を中核に季節感あるイベントに精力的に取り組んでおり、賑わい空間を創出している。
- ・「てんしば」の整備は利用者のニーズをくみ取つた、快適性と利便性の向上に寄与するものであり、企業努力により整備を実現させたことは高く評価できる。
- ・リニューアルした市立美術館、慶沢園をはじめとした園内施設とより一層連携を図り、文化的側面からの取組についても推し進められたい。
- ・天王寺・阿倍野エリアの回遊性向上にむけ、公園周辺の文化・観光資源との連携の継続、拡充を進められたい。
- ・評価委員から意見のあった点については、次期3年間の事業計画に反映させ、取組を進めること。

(その他)

- ・事業開始から今年で10年が経過することをふまえ、改めて市と事業者の対話によりこれまでの両者の取組の課題を整理し、天王寺公園の将来像とそれに沿つた方針を再構築することでより良い事業展開につなげてほしい。