

長居公園改革

ファミリー層と若者世代の利用者数増加に向けて

大阪経済大学 相原ゼミ

○今出旦陽 松尾聡大 塩地勇太 大畠拓馬

目次

1

• 背景

2

• 研究目的

3

• 研究方法

4

• 調查結果

5

• 考察

6

• 提言

背景

国際競争力を持つ
都市の創出

副首都・大阪

首都の災害時の
バックアップ

東西二極体制の
確立

民都

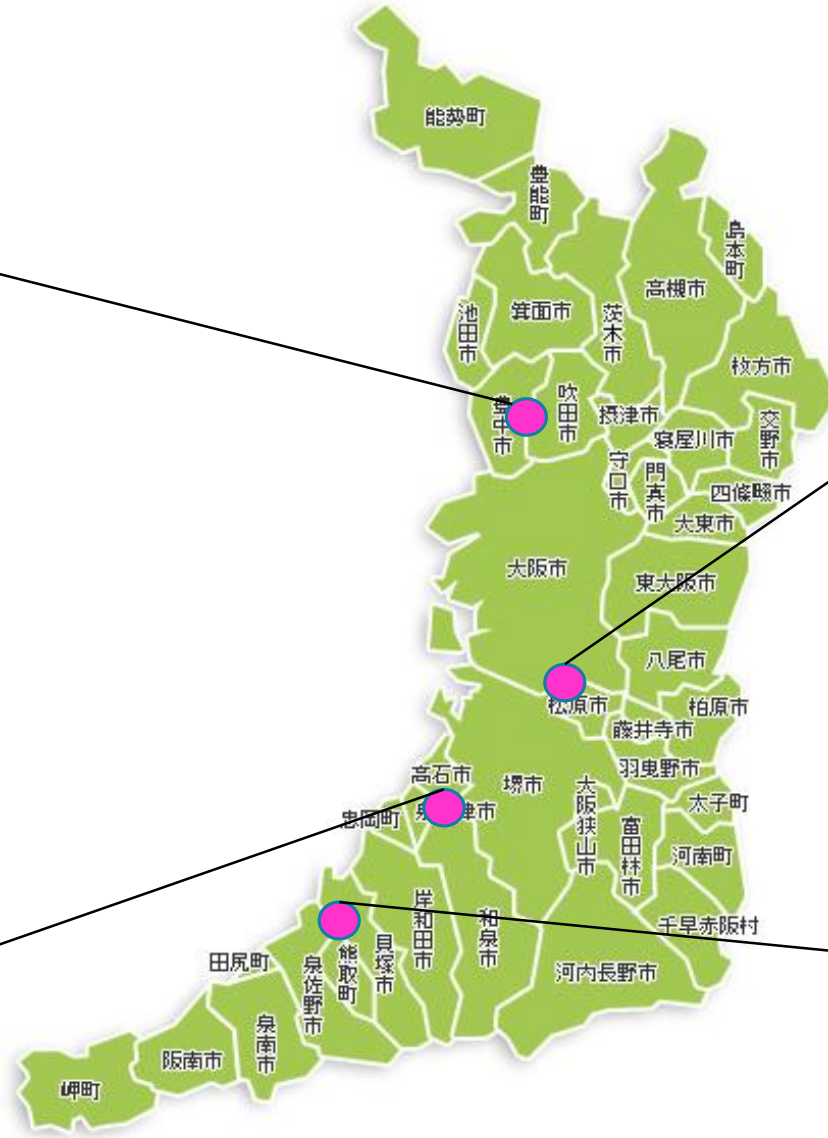
パーク
マネジメント

服部緑地

住吉公園

浜寺公園

二色の浜公園



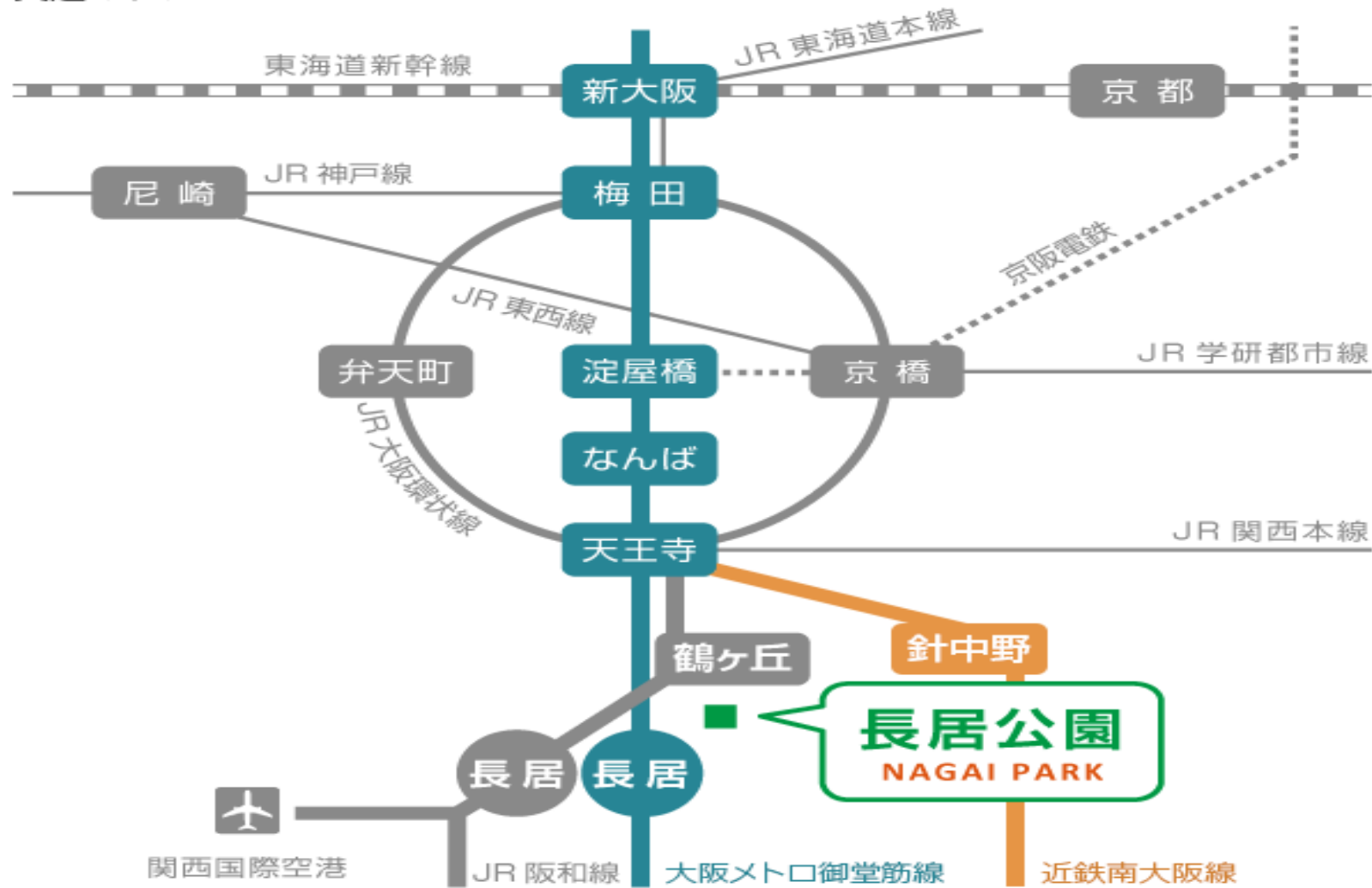
長居公園

徒歩5分圏内とアクセスしやすい

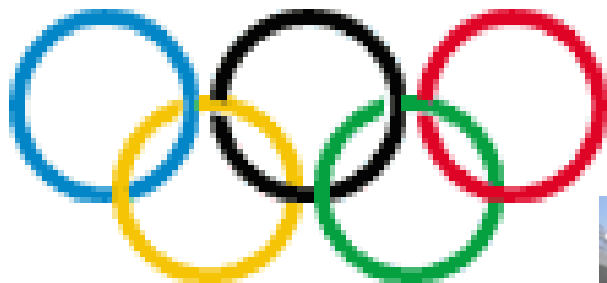
大阪メトロ
御堂筋線

JR阪和線

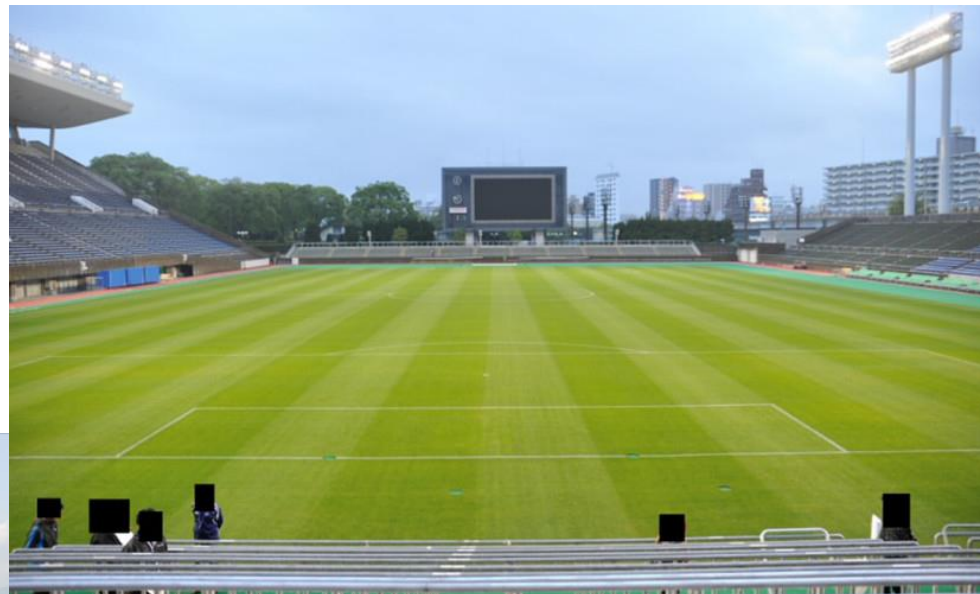
交通マップ



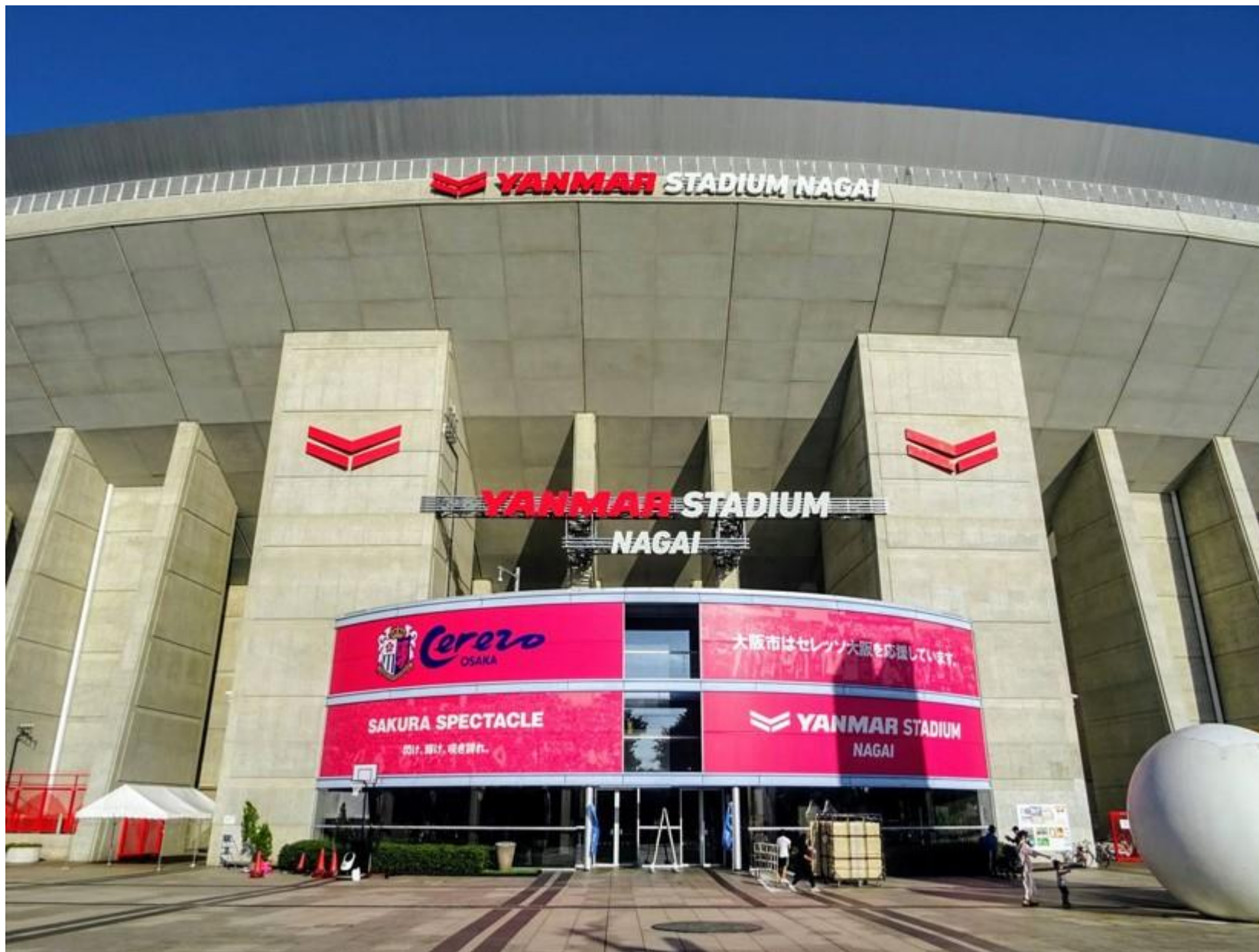




長居公園(競技場)の国際大会



- 日本陸上選手権大会
(1996.2007.2012)
- 東アジア競技大会
(2001)
- 2002FIFAワールドカップ
(2002)
- 世界陸上大阪大会
(2007)
- FIFAクラブワールドカップ
(2015)



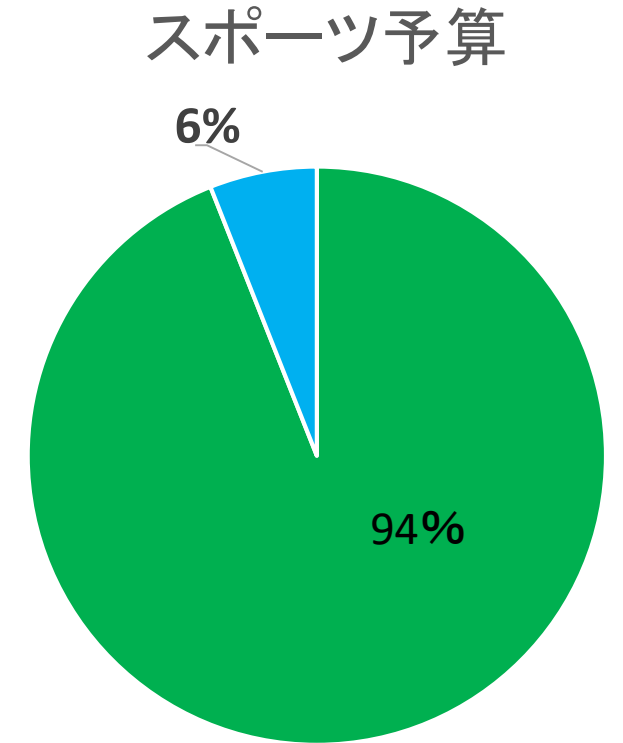
現状の問題点

大阪市では、スポーツ施策において予算不足が問題となっている。

また、スポーツ予算は全体の6%とスポーツの機運醸成に向けて十分な事業費が確保できていない。



パークマネジメントにより、
利用者数増加を目指す



研究目的

パークマネジメントとは？

国や地方自治体だけでなく、住民と企業が連携して公園管理するという考え方。

長居公園
パークマネジ
メント

「民都」
の実行

副首都・
大阪

目的

長居公園における
ファミリー層、若者世代の
利用者数増加

研究方法

インタビュー調査

長居公園に訪問

日時: 2021年11月30日(火) 10:30~11:30

取材対象: 長居わくわくパーククリエイティブ株式会社
代表取締役社長 神原 清孝様

取材者: 今出旦陽、大畠拓馬、塩地勇太



アンケート調査

- ・研究対象：18歳～22歳の本校の学生
- ・サンプル数：84
- ・調査方法：インターネットによるアンケート調査

質問内容

- 1.試合観戦などでスタジアムを利用したことがあるか。
- 2.長居公園を知っているか。
- 3.イベントが行われる際、どのようなものなら参加をしたいか。
- 4.長居公園(スポーツ施設)以外を利用したことがあるか。
- 5.どのような時に利用したか。
- 6.長居公園でどのような施設があれば利用したいか。
- 7.セレッソ大阪の応援に行くと仮定して、どのような屋台を利用したいか。
- 8.長居公園のTwitter、Instagramを知っているか。

調查結果・考察

インタビュー結果

施設	来園者数 (千人)
ヤンマースタジアム	748
植物園	597
ヨドコウ桜スタジアム	247
ヤンマーフィールド	184
トレーニングセンター	89
長居庭球場	56
運動場	36
長距離走路	8
相撲場	1
施設未利用者	7,955
合計	9,961

施設利用者 1,996千人

【参考】

てんしば: 約5,000千人

大阪城 : 約2,200千人

←通り抜け、ランキング、ウォーキング他

インタビュー結果

施設利用層 (10%)

目的：試合観戦、競技出場
利用施設：スタジアム、周回路
来園頻度：月1回以下
滞在時間：3時間以上が過半数
利用者像：10～20歳代
観戦時は2人、出場時は1人か団体
府下・近畿・全国の広域から来園

景観鑑賞層 (10%)

目的：撮影、写生、鑑賞、学習
利用施設：植物園、自然史博物館、郷土の森
来園頻度：月1回程度
滞在時間：最長3時間
利用者像：全世代
1～2人で、市内・府下・近畿の
やや広域から来園

来園者総数
約10百万人

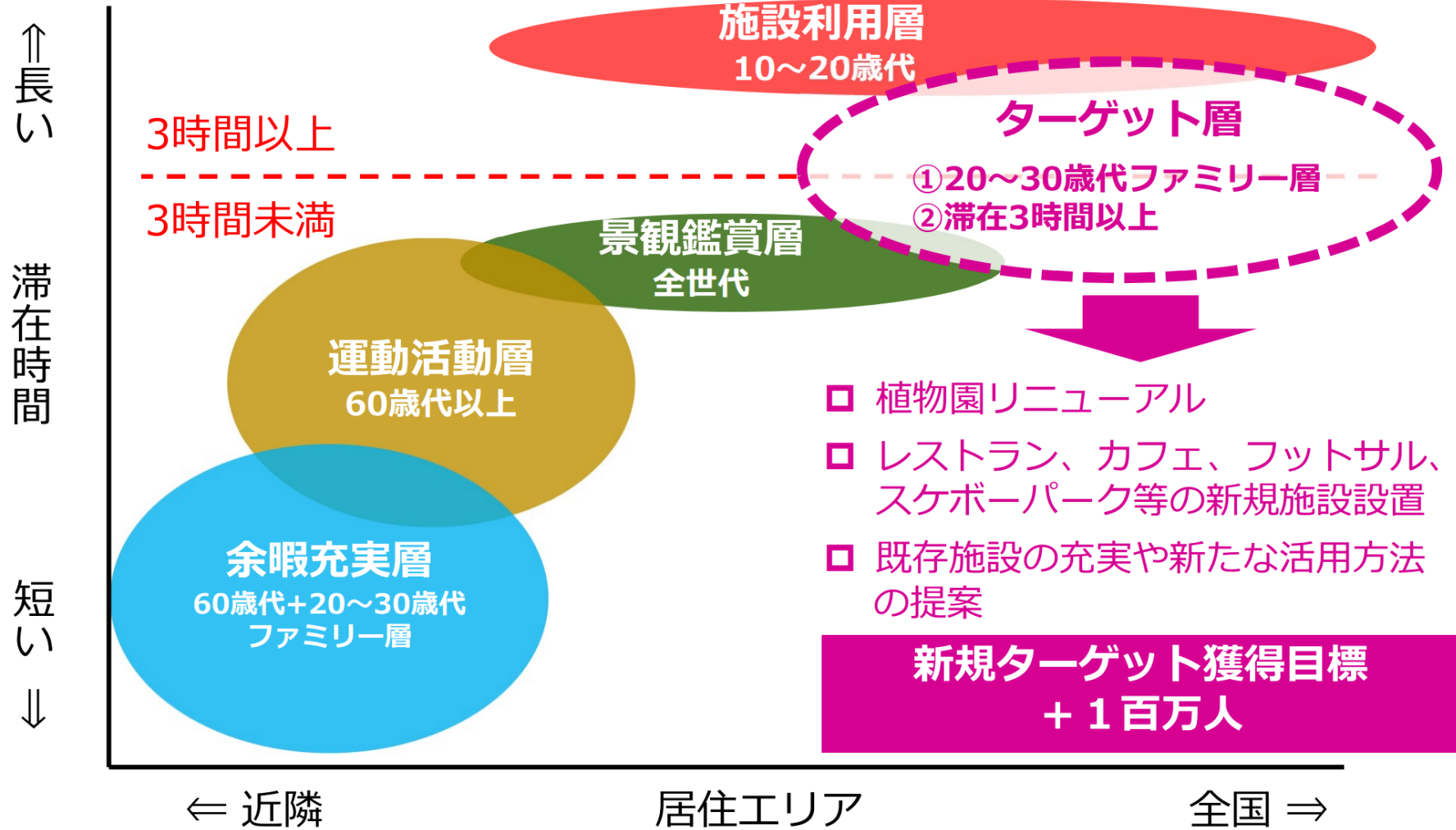
運動活動層 (40%)

目的：ランニング、ウォーキング、球技他
利用施設：周回路（トラック）、自由広場
来園頻度：週1回～複数回
滞在時間：最長3時間
利用者像：60歳代以上が多い
1人で東住吉区や住吉区など近隣
地域から来園

余暇充実層 (40%)

目的：散歩、休憩、児童遊園
利用施設：周回路（歩道）、各広場
来園頻度：週に複数回
滞在時間：1時間以下もしくは最長3時間
利用者像：60歳代+20～30歳代ファミリー層
1人か子ども連れファミリーで、
東住吉区や住吉区など近隣地域
から来園

インタビュー結果



インタビュー結果：まとめ

現状：長居公園の年間来園者数は約1000万人
その内施設利用者数は約200万人

目標：パークマネジメントによるリニューアル改修
により、100万人の新規獲得を目指す

2種類のイベント

大規模イベント (スポーツ大会、試合やライブなど)

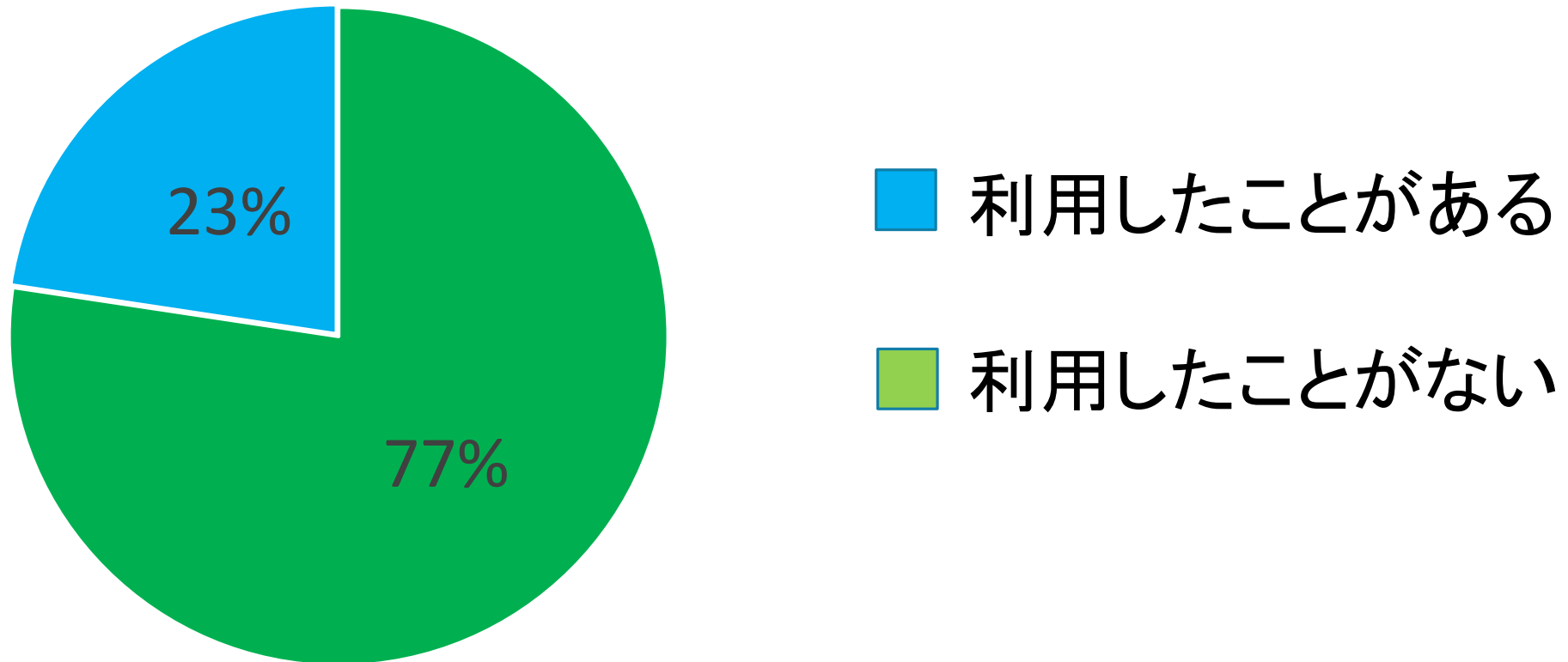
- ・大会やライブ時にスタジアムを貸す
- ・使用料や光熱費などで大きく利益を得る。
- ・収益の大きな部分

小規模イベント (スタジアムサッカーキャンプ 芝生開放DAY)

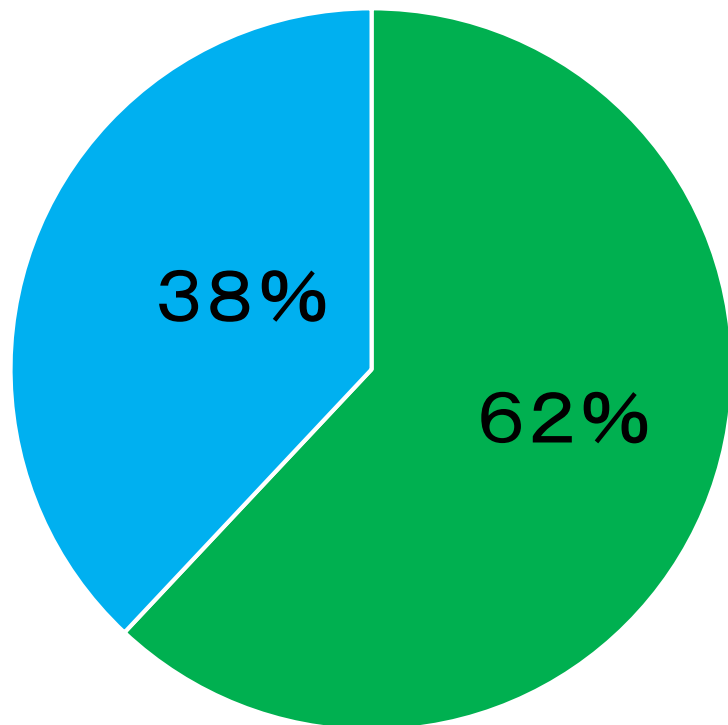
- ・地域住民などにスポーツや長居公園の良さを知ってもらう
- ・利益はあまり気にせず楽しんでもらうことが目的
- ・社会貢献の一環として無償で行うイベントも有る

アンケート結果

試合観戦などでスタジアムを利用したことがあるか。



長居公園を知っているか

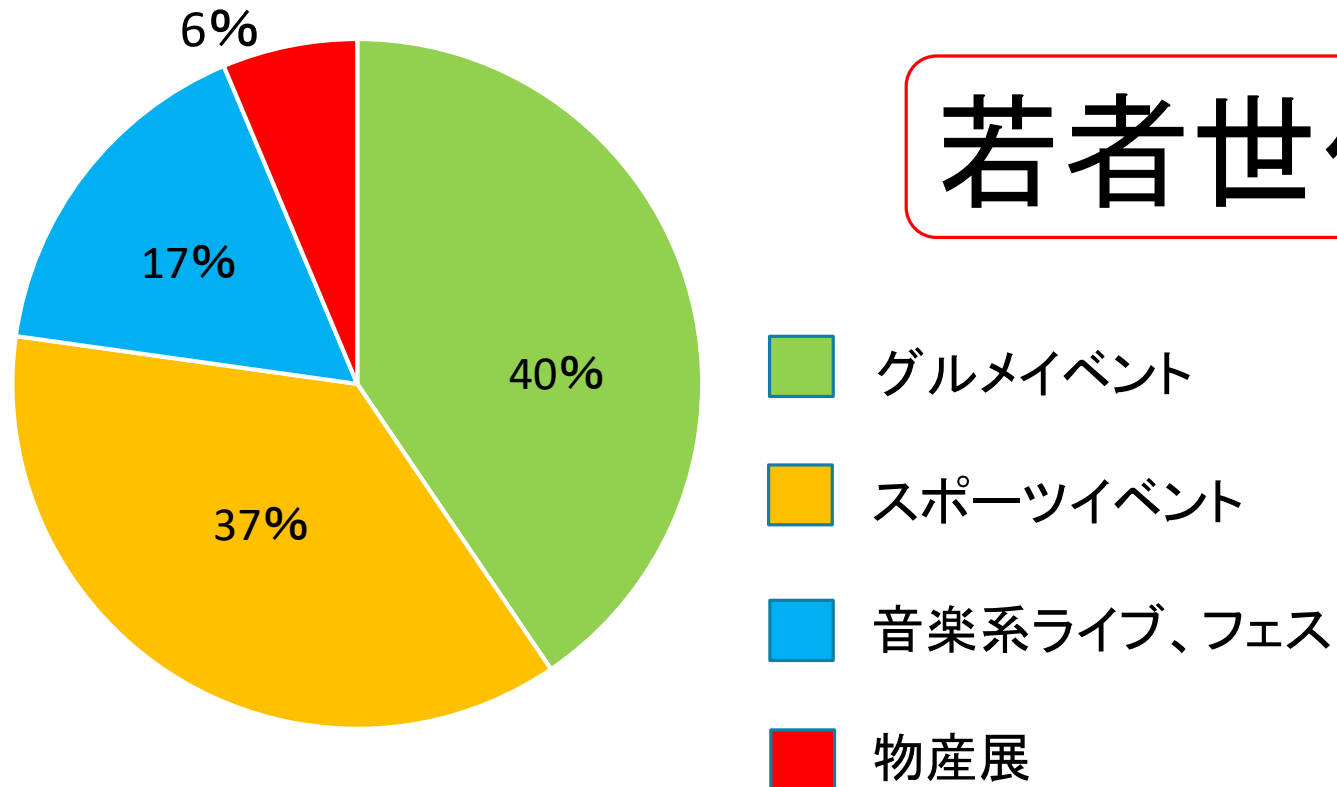


38%の人が知らないと答えた

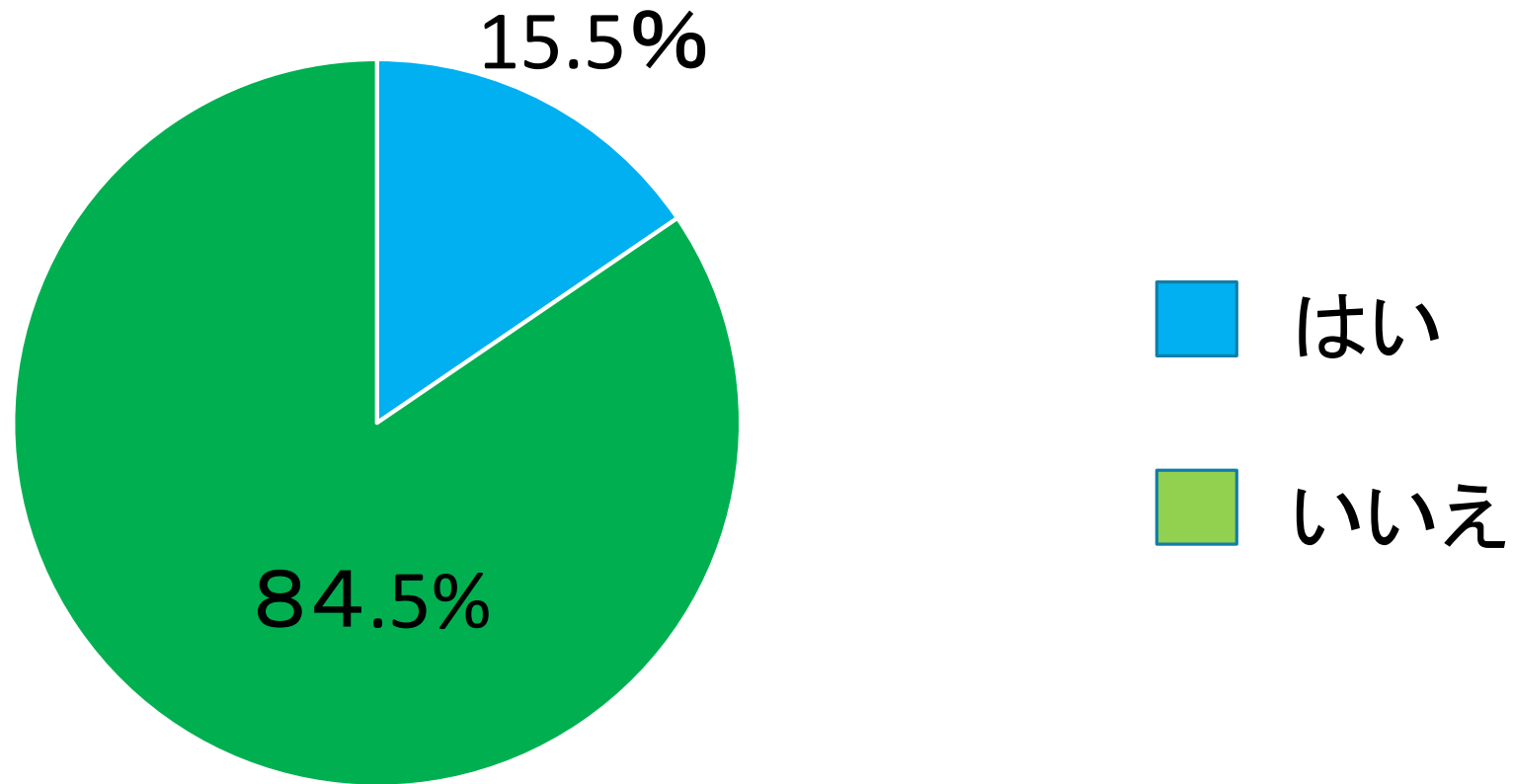


長居公園でどのようなイベントをしたいか

若者世代のニーズ



スポーツ施設以外を利用したことがあるか



どのような施設があれば使用したいか

- ・フットサルコート
- ・バスケットコート
- ・憩いの場
- ・ロッククライミング
- ・アスレチック施設
- ・スケート場
- ・バーベキュー会場
- ・プール
- ・ジム
- ・アトラクション

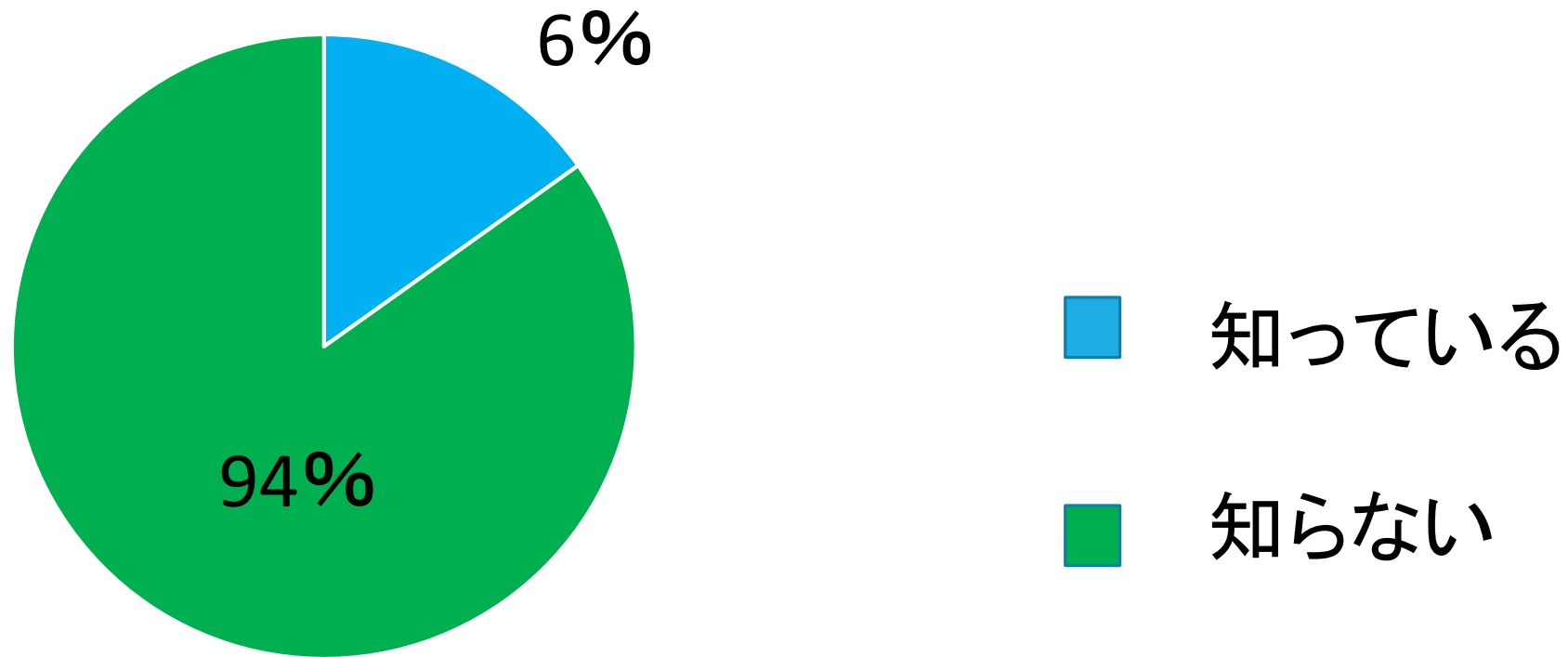


スポーツ施設や
集まれる場所が
欲しいという意見が多い

試合観戦の際にどのようなグルメが欲しいか

- ・粉もの(たこ焼き、お好み焼き)
- ・焼きそば
- ・ラーメン、うどん
- ・唐揚げ
- ・ビール
- ・串で食べれるもの
- ・韓国料理
- ・デザート類

長居公園の Twitter、Instagramを知っているか



インターネット調査結果

現在行われているイベントは、
目的としているターゲット層で
ある20～30歳代のファミリー層
向けではない。

さらに・・・



SNSの問題

インスタグラムのフォロワー
→560人



Twitter

→セレッソ大阪が中心



長居わくわくパーク プロジェクトチーム

『スポーツと食の
Waku!Waku!
エクスペリエンス』

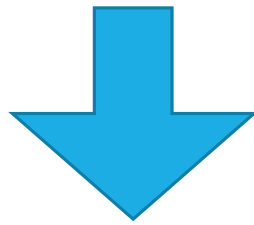
飲食とスポーツを
中心とした事業



長居わくわくプロジェクトチームの活動

2021年現在

スポーツ中心の設備管理



- ①長居植物園
- ②エントランス広場
- ③中央広場
- ④南広場
- ⑤冒険の広場 など



調査結果に対する考察

ターゲット: 20～30歳代のファミリー層(長居わくわくパーククリエイティブ株式会社)
+
市内または府内の大学生、20～30代の社会人

目的: 滞在時間3時間以上、利用者数増加

施策: 魅力的かつ安価で参加できるイベント作成
(スポーツと食に関連したイベント)

長居公園スケートパーク

スケートボードの問題

騒音問題

器物破損

スケートボードの認知不足

敷地がない

教える大人が少ない

→よって、子供だけで取り組ませづらい。

長居公園 スケートボード場

長居公園では現在、近隣住民の方からの声で騒音被害や器物損害などのアーバンスポーツ対策に向けてスケートボード場を作成している。



スケートボード場作成による効果

アーバンスポーツが盛んなアメリカには約3500施設あるのに対して、日本は公共スケートパークが243施設。
さらに大阪の市内には公共のスケートパークはない。



すでにこの時点でも公共のスケートパークを持つことの効果は間違いなくあると言える。

家族連れを集客

スケートボード場を使用し、対象の年齢層を決め
スケートボード教室を開く。

明確なコースがない以上

パーク内での接触の可能性もあるため、安全性も含め
スクールは効果的である。

その間の保護者（ファミリー層の親世代）の長居公園使用にも繋がる。

若者の満足する環境

セッションを自由に決められるように

①ランページ ②バンク ③カーブ④レール

この4つのような、よりストリートに近いスペースが必要になる分、ボードの消耗も考えられるため

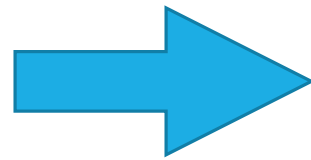
近くにショップを用意したりとスケーターが満足できる場の提供

提言

イベントの解決策

若者、ファミリー層に
適していないイベント

※若者が精力的に
参加するイベントがない



対策

積極的なアンケート調査

グルメ・スポーツイベント

ファッション系ポップアップ

など

より効果的にするために...

SNSのフォロワーを増やす
注目される投稿をする



バズる！

長居公園の来場者数増加に 対するイベント案

①セレッソ大阪の開放練習

- ・実際のプロ選手の練習を生で見学可能にし、ファンクラブと子連れ家族を優先的に来場させる。
- ・滞在時間を伸ばすためにも、練習後にも先ほどまで練習した選手のサインやグッズを景品にクイズ大会などを行う。

- ・選手のコンディションにもよるが、単発的に子供と触れ合うことにより、長居公園自体を子供が練習場所とするように来場してもらおう。

②親子マラソン・高齢者ウォーキング

・家族による4人チームや、3人チーム、親子によるペア部門

順位よりも、楽しさをメインに開催する、スタートゴールを長居陸上競技場を使用。年に一度ではなく、季節による変化もみたらうためにシーズンに一度など定期開催。

順位が全てではなく、パフォーマンス賞や参加チームの中からベストショット賞など様々な賞を準備しあらゆる角度から楽しみを提供する。

参加料金は、500円～1000円ほど

③施設の変化・有効活用

アスレチックの変化をする。

理想は六甲山アスレチックのような大人から子供まで楽しめるようなものを作成する。

ただ作るだけでなく、監修する人を重要と考え、インフルエンサーやSASUKEなど人の注目が集まるような著名人の影響力と施設改善を行う。

④コスプレイヤーによるイベント

大阪の道頓堀や南港で行われているコスプレフェスのような取り組み、写真撮影に長居公園を提供。

オタク文化の拡散力を利用する。競技場トラックやサッカーのフィールド、自然を解放することで写真をSNSにアップしてもらおう。レイヤーの背景にはなるが、場所提供を行える施設は貴重なため、話題になると考えられる。

実際に道頓堀で行われスフェスでも県外からの来場者もいる。

④ SNSによる抽選

長居公園自体の発信力を広げるためにもSNSをうまく使う必要がある。

① フォロー+いいねで抽選可能

屋台などのイベントでの割引や、セレッソ大阪のグッズや限定的なものを景品とし、意図的にフォロワーの増加を狙う。

② 人の目に入ることが重要になるため、Twitterなどによりハッシュタグを使い拡散した場合の景品も用意する。



⑤全てのイベントとセットで飲食の提供

いままであげてきた案と付随して屋台やビール会場などのスペースを用意する。

調べてみると、大阪市内だけでもグルメイベントのみで開催している場所は多数存在する。その場合、近隣に流れる人がおおくいると考えられるため、イベントと併設し、滞在時間の延長を狙いとする



出典:みんなカラ(<https://minkara.carview.co.jp/userid/199766/blog/41545552/>)

スポーツと飲食を同時に
進行することにより、来園者数増加と共に
大阪ブランドを世界に発信できる
大きなチャンスとなる。

〈参考文献〉

ヤンマースタジアム長居

<https://www.nagaipark.com/stadium/> (2021年10月1日閲覧)

セレッソ大阪オフィシャルウェブサイト

<https://www.cerezo.jp/> (2021年10月1日閲覧)

長居公園の指定管理にヤンマー子会社、飲食やスポーツをコンセプトに魅力向上へ

<https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/news/110101758/> (2021年10月1日閲覧)

長居公園

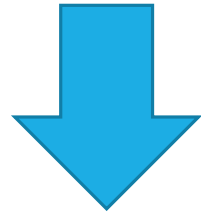
<https://www.nagaipark.com/> (2021年10月1日閲覧)

みんなカラ(横浜DeNAベイスターズ)

<https://minkara.carview.co.jp/userid/199766/blog/41545552/>

さらに...

セレッソ大阪のスポンサーPUMA



- ・期間限定で公園内のデザイン
- ・期間限定での命名権
- ・PUMA商品のポップアップ

試合当日には
キッチンカーで
大阪グルメの販売



横浜DeNAベイスターズの試合日の会場風景

調査結果に対する考察

ターゲット: 20～30歳代のファミリー層(長居わくわくパーククリエイティブ株式会社)
+
市内または府内の大学生、20～30代の社会人

目的: 滞在時間3時間以上、利用者数増加

施策: 魅力的かつ安価で参加できるイベント作成
(スポーツと食に関連したイベント)

調査結果に対する考察

ターゲット: 20～30歳代のファミリー層(長居わくわくパーククリエイティブ株式会社)
+
市内または府内の大学生、20～30代の社会人

目的: 滞在時間3時間以上、利用者数増加

施策: 魅力的かつ安価で参加できるイベント作成
(スポーツと食に関連したイベント)

ペルソナ

大阪経済大学 1年 男性

名前 長居 太郎

- ・居住地 大阪経済大学から徒歩5分
下宿生
- ・趣味 サッカー(サッカーサークルに所属)
- ・チャレンジしている事 スケートボード(歴1年)
- ・使用しているメディア Instagram、Twitter
- ・悩んでいる事 スケートボードを教えてくれる人がいない
スケートボードをする場所がない

長居 花子 33歳 女性

主婦 25歳で結婚、出産 27歳で第2子出産

- ・職業 パート(週平日4回程度)
- ・居住地 長居公園より徒歩15分
- ・悩んでいる事 平日は仕事により家族のコミュニケーションが
少ないため休日は家族で出かけたが、
養育費などを貯蓄したいためあまりお金はかけられない。
- ・使用しているメディア Instagram、Twitter