

# 通天閣移転案と現地存続提案の比較表

平成21年12月25日 都市魅力創造局 文化課

通天閣案		現地存続（提案）		スケジュール			
運営形態	H22 公の施設（千日前：府直営）  H23～ 公の施設として入居（指定管理）	H22～24 公の施設として入居（指定管理） 現契約満了後に2年間の暫定期間を設け、その間に在阪放送局等と「運営検討会議」を設置し、官民協力による新たな文化発信事業について検討する H25～ 未定（官民協力による新事業）					
面積	展示 310㎡・事務室 45㎡・ 収蔵庫 60㎡（別途収蔵庫必要） 通天閣2階にて展開  計 415㎡	4階（展示 900㎡・ライブラリー150㎡） 6階（事務室など 600㎡）・7階（収蔵 260㎡など） ホールはH22年度末で契約解除 H23から2年間契約延長し、吉本が管理運営 計 2,205㎡（ホール除く）					
費用（試算）	平成22年度必要経費（要求額）計 630,000千円  ・賃借料 278,000千円 ・管理運営費 90,000千円（+府職員人件費） 運営費用計 368,000千円（+府職員人件費）  ・造作費 150,000千円 ・移転費 15,000千円 ・原状回復費 84,000千円（調整中）ほか 移転に伴う費用計 262,000千円  H23～ 計 91,900千円/年 ・賃借料 18,900千円 ・管理運営費用 66,500千円 ・収蔵庫費用 6,500千円	平成22年度必要経費 計 390,000千円  ・賃借料 278,000千円 ・管理運営費 99,000千円 運営費用計 377,000千円  ホール原状回復費 13,000千円（調整中）  H23～24 計 100,000千円/年  H25～ 未定（官民協力による新事業）					
メリット	展示の魅力向上 ・展示替えが容易な造作  集客可能性 ・通天閣を訪れる観光客の来館を見込む ・大阪名所の通天閣との一体プロモーション	展示の魅力向上 ・演芸ライブラリーの継続 ・吉本のノウハウを活用した展示  集客可能性 ・吉本の劇場との連動等（裏面参照） ・在阪放送局による自社の電波やネット配信を活用した情報発信（多くの視聴者等への情報発信が可能）					
課題	演芸ライブラリーの廃止 収蔵スペースが別途必要	H25以降のあり方が未知数					
総合評価	22年度において一時的な費用が発生 集客面では、通天閣来館者（110万人）に寄贈資料をアピールできる 客層は一見さんを含め幅広い層で、カタログ的に演芸文化に触れる（ファン発掘型展示） 将来にわたり寄贈資料を中心とした展示	費用は通天閣案以下 集客面では吉本の劇場との連動等（参考：吉本の劇場入場者合計111万人）や放送局の協力による情報発信 目標：40万人 客層は演芸に興味のある方が中心で、じっくりと演芸文化に親しむ（博物館型展示） 25年度以降は官民協力の新事業をスタート					

  

		H22	H23	H24	H25～	
		現賃借契約最終年度	現契約を条件変更し2年間延長		新事業スタート	
通天閣案	運営	公の施設〔府直営〕 展示9月末まで ホール11月末まで 12月移転予定	公の施設〔指定管理〕（公募）	→		
	経費	運営費用（千日前） 368,000千円+府人件費 移転に伴う費用 262,000千円 （調整中）	運営費用 91,900千円	運営費用 91,900千円	運営費用 91,900千円	
		H22～24 計 813,800千円+22府人件費				
現地存続（提案）	運営	公の施設〔指定管理〕 〔現行指定管理者を非公募（予定）〕  非公募理由 H23以降の新たな施設展開に向けて検討する施設であり、暫定的に現行の指定管理者を9か月延長するため非公募  1～3月は準備期間として休館	公の施設〔指定管理〕（公募）  ホールは吉本に返還  募集要件 管理委託料は0円 集客増に向けての手法とその目標数を設定 H25以降の官民協力の新たな運営方針について検討 指定管理者指定（12月）後の休館期間（H23.1～3）において、広報や展示替えなどを実施  H24中にH23～H24の実績を評価	官民協力の新たな運営方針に基づく文化発信事業をスタート		
	経費	家賃 278,000千円 管理運営費 99,000千円 ホール原状回復費用 13,000千円 （調整中）	家賃 100,000千円 管理運営費 0千円	家賃 100,000千円 管理運営費 0千円	府負担額 〔100,000千円を上限に調整〕	
		H22～24 計 590,000千円				

  

[吉本からの提案補足]  
 H23～24の展示室入館者目標＝年間40万人  
 40万人 現行入館者5万人+ワッハホール12万人+吉本の劇場入場者111万人のうちから18万人+  
 運営費1億円＝家賃1億円+管理委託料0  
 入館料金の設定等は今後協議（現在の平均入館料は@179円）  
 団体料金の段階的な設定等（例：1万枚以上の場合@10円など）  
 展示室・貸館収入が2100万円を上回った場合は、超過額の50%を府に納付  
 2100万円は、H20における展示室（約1000万円）・貸館収入（約1100万円）の実績（ワッハホールを除く）

## 現地存続（提案）の補足事項

### 【吉本興業からの集客プラン（提案）の内容】

なんばグランド花月・京橋花月・base よしもと、などの劇場との連動を深めるためにワッハ上方入場券とのセット販売を検討しています。（この場合のワッハ上方の入場チケットについては、当社グループにて定額にて買取ります）

当社のインターネットチケット販売システム、「チケットよしもと」にて、ワッハ上方のチケットを取り扱うことが可能です。

日本各地を回るNGK団体営業担当が地方からのワッハ上方への団体誘致やチラシ配布等の広報宣伝を行うことができます。

年間80万人来場するNGK内でのチラシ配布や劇場内の映像設備を利用した広報宣伝、当社グループで発行する雑誌での広告・記事掲載を検討しています。

当社が運営する会員組織「よしもと友の会」の30万人メルマガ読者に向けての情報発信が可能です。

在阪各テレビ局様・ラジオ局様による、ワッハ上方を利活用した「ワッハ上方寄席」などの番組化を進めて、同時にワッハ上方の施設告知と顧客誘引を行います（各テレビ局様・ラジオ局様のご協力が必要となります）。

### 【NPO法人ニューウェーブ大阪からの集客プラン（提案）の内容】

各局から意欲のあるスタッフが結集して“ワッハ上方・プロモーション委員会（仮）”を組織し、資料やホールを含む、ワッハ上方の利活用など、共通の問題について検討し、自社の電波による取組みを各局ごとに積極的に展開する。

併せて、プロモーションの企画については、ネット配信の有効利用を図り、情報発信力を高める。開始時期は、当提案の採用後、可及的速やかに着手する。