

安佐市民病院跡地に整備予定の多目的交流広場に係る対話型市場調査  
 <結果概要>

1 実施方法

個別対話方式

2 調査の経過

令和4年8月19日 対話型市場調査実施要領の公表

9月7日、9日 対話の実施【2者（造園業者、施設管理業者）】

3 対話結果の概要について

主な意見については、以下のとおりです。

1 多目的交流広場に関すること

(1) 多目的交流広場のターゲット層及び整備内容のイメージ

- ・ 主要なターゲット層は近隣住民（子育て世帯や家族連れ）になることが想定される。
- ・ 一般の広場利用や病院のリハビリ利用、食事利用など、高齢者から若い家族連れや近隣の大学生まで、幅広い層がターゲットになるため、「憩い」「遊び」「運動」といったテーマが考えられる。
- ・ 間伐材利用（SDGs）で造作する回廊山城をランドマークタワーとし、運動（3～15才）の場、休憩の場、チャレンジショップ（起業を考えている人）等、憩いの森（幼児～高齢者）を整備し、安らぎとスポーツを育てる広場とする。
- ・ 遊具があればある程度人は集まると考えられる。
- ・ イベント等のためのフリースペースは必要である。
- ・ 常設の屋外ステージはコストがかかる等のデメリットがある一方で、イベントの表彰式や屋外での講習会、ダンス発表会等に使用することができる。広域からの利用者を考えており、街区公園とは違う使い方をするならあった方がよいと思う。
- ・ 流動的に運用ができるキッチンカー等の簡易な飲食施設は必要と考えるが、常設は現実的ではない。
- ・ 時代のニーズに合わせて整備内容を変えるなど将来的な拡張性を考慮して、当初から夜間の照明や給排水・電気関係の設備を整備することが望ましい。

(2) 多目的交流広場の管理（運営）について

- ・ 維持管理はサービス購入型を基本としつつ、民間事業で得た収益の一部を維持管理費用に還元する Park-PFI 的な手法が望ましい。なお、維持管理費用に還元する収益の割合は事業者提案とすることを希望する。また、維持管理が安定的な収入となるため、それを土台にイベント等の事業を実施することが可能だと考えている。
- ・ 現地での日常的な業務量は多くないことが想定され、多目的交流広場の管理のために管理者が常駐する必要はない。日常的な管理は安佐市民病院跡地に整備される周辺施設の管理者に再委託等する等、連携した方が効率的だと考えている。

- ・ 各施設の時間割の作成やスケジュール管理を行い、安全面に考慮して対象年齢や使用内容に応じて使用場所や使用時間を区切って使用する。このことや、「育てる」ということを考えると、半日でも管理者が常駐するほうが望ましい。そのためにはバックヤードが必要となる。
- ・ 周辺施設との連携は重要であり、エリアマネジメント的な情報共有等を行える場があると良い。この場の運営方法として、開始当初は対面で定例的に会合を設けることも考えられるが、メール等で日常的に情報共有することやコミュニケーションをとる等、形式にこだわらず日常的にコミュニケーションを良くした方が経験上上手くいく。
- ・ 樹木のせん定等の管理業務は広場部分のみではなく、病院跡地の敷地全体を一体的に行った方がよいのではないかと。

### (3) 多目的交流広場の事業手法（DBO方式）に関する意見

- ・ 施設整備事業者と維持管理運営事業者が一体的に事業に取り組むことができるので望ましい。
- ・ 施工と管理を一体化し、長期的に樹木の育成や施設の管理を行い人々の交流を作っていく必要がある。

## 2 カフェ等に関すること

### (1) カフェ等のターゲット層及び整備内容のイメージ

- ・ 主要なターゲット層は近隣住民になることが想定される。
- ・ 安佐医師会病院の入院患者や子供連れなどの広場利用者が休憩等に利用することが想定される。
- ・ 施設整備については、途中で事業者が変わることも想定し、なるべく初期投資がかからないキッチンカー等によることが望ましい。
- ・ 話題性があり、チャレンジショップとして新メニューにチャレンジできる場所や、遠方からわざわざ訪れる名所、繰り返し訪れる場所となることが望ましい。

### (2) カフェ等の事業手法（民設民営方式）に関する意見

- ・ 民設民営で店舗等を整備する場合、公募参加の際に連携するカフェ運営者を探すことが難しいため、整備費用をDBOに含め運営は独立採算とする（公設民営）等の工夫があれば参入しやすくなる。その場合、事業者の役割は、カフェ部分を市から借受けた上で誘致したカフェ運営者に貸付けることや、カフェ運営者を仲介すること等が想定される。
- ・ 公設民営の場合、施設の規模的には市内の河岸緑地に設置している店舗のようにある程度コンパクトで簡易な施設が想定される。
- ・ 民設民営は厳しい。商店街とは異なるため、カフェ利用者のほとんどが広場利用者である場合、広場でイベントを開催して人を呼び込まなければ運営は困難である。
- ・ 店舗運営者が自らの努力、発信力によりSNSで認知度を上げることも考えられる。

### (3) カフェ等の代替案（お試し出店やキッチンカー）について

- ・ お試し出店は事業者が参入しやすくなる。なお、お試し出店であることに配慮して、貸付料は通常よりも安価に設定できればチャレンジしたい事業者が参入しやすくなるためより望ましいと考える。
- ・ キッチンカーは出店事業者を柔軟に変えることができ、運営しやすくなる。なお、年間〇日以上誘致するなどの基準を設けることで管理者に誘致義務を負わせる方法がある。

- ・ お試し出店やキッチンカーの募集を運営事業者が行うとしても、市が募集の広報を行うことでより多くの事業者が集まる。
- ・ 公募に当たっては、近隣大学との連携や子育て世代へのサービス提供を行うこと等、市の要求水準（事業の方向性）を示した上で、具体的な施設の構成は事業者の提案項目とすることを希望する。細かい構成や条件まで予め決められてしまうとやりづらさを感じる。

#### (4) その他カフェ等の代替案について

- ・ 個人作家等のアートや小物のオリジナル販売所。
- ・ 広域的なイベント告知ができる休憩場所。
- ・ フリーマーケットの開催（団体に限る）。
- ・ SNS等の発信力があれば話題性のある場所となる。

### 3 発注・整備スケジュールに関することについて

- ・ 公募期間を3～4か月としていることについて特に問題はない。
- ・ 3月下旬から4月上旬にオープンすることが望ましいと考える。
- ・ 設計及び施工期間は周辺の開発を促進するためには短縮してもよいのではないかと。

### 4 事業期間に関すること

- ・ 15年～20年程度で問題ないが、民間事業部分については、事業内容の見直し等市場の動きに合わせた柔軟な対応を希望する。
- ・ 1つのクールとして5年～10年程度が良いのではないかとと思う。
- ・ 起業して半年位で事業の継続等について考える人が多く、事業展開のサイクルが早くなっており、お試し出店などを行うのであれば、成功例が出てくるなどし、起業を考える人に認知されることや起業したい人を育てることを考えると、10～20年間で適切だと思ふ。
- ・ 事業方式によって管理が5年間程度の事業期間となることは、当初から示してあれば問題ない。ただし、区民文化センターの移設が早まるなど市側の事情によって当初予定よりも事業期間が短くなる場合は、投資の回収や再委託業務の契約額に影響があるため、金銭又は区民文化センターの事業に参入が確保されるなどの補償を希望する。
- ・ 人材確保の観点からは、事業期間が長いほうが良い人材を確保しやすい。

### 5 その他

- ・ 周辺施設の事業者や地域の活性化を行っている団体との連携が重要になるため、情報共有がしっかりできる体制や仕組みの整備を検討してほしい。体制や仕組みの整備を公募条件に加えることも考えられる。
- ・ 地域を興したいと考えている団体と連携し、様々な取組を行い交流を促進することが管理者に求められる。
- ・ 面積はもっと広い方がよい。4,000㎡内に駐車場を整備することは困難である。
- ・ 近隣に建設中のマンションや団地、商店街がある良い立地である。
- ・ 脱炭素やSDGsの要素を取り入れた講習会等を広場で開催することが考えられる。
- ・ 安佐北区内に立地する広場であり、特に災害時等の管理体制を考えると、広域的に事業展開をしている業者ではない方がよいのではないかと。