

都市公共政策ワークショップⅡ 議事録  
開講日 平成25年12月20日(金)  
場 所 大阪市立大学大学院創造都市研究科  
講 師 J R西日本 島田 章義氏  
阪急電鉄 大谷 文人氏  
グランフロント大阪TMO  
木村 美樹雄氏  
阪神電鉄 松山 大輔氏  
大阪市役所 高橋 和也氏  
担当教員 水上准教授

## — 大阪駅周辺再開発の現状と課題—

### 1 各社の最近のプロジェクト紹介

#### (1) 「大阪ステーションシティ」について—J R西日本 島田氏

大阪ステーションシティの概要であるが、初代の大阪駅は明治7年に完成している。関西で初めての鉄道であり、大阪と神戸を結ぶ形で出来上がり、その起点駅が大阪駅であった。当時大阪の中心というのは中之島、本町界限といった所に既存の街があったが、大阪駅は明らかに街の外れに計画をされたということになる。地方の結構古い街にある駅というのも、同じようにやはり中心市街地にメインの駅ができるというのは少ない。続いて2代目の大阪駅が、明治34年に出来上がった。来年140周年迎えるが、2代目の大阪駅は約30年余りを経て完成している。これにはいろんな動機があるが、鉄道側の動機をいうと複線化みたいな形あるいは大阪駅に入ってくる色々な線路が、当時、国鉄ではなく官営の鉄道であったが、いくつか大阪駅に環状線の前身になるような鉄道が入って来る中で大阪駅を拡張するそんな理由で造られた、造り替えられた駅である。

初代の大阪駅は、中央郵便局の辺りにあったが、2代目の大阪駅は今の場所とほぼ同じ場所にある。このタイミングで、阪神の梅田駅も仮という形ではあるが、梅田に入ってこられる。阪急ほぼ同じタイミングで入ってこられるというような感じである。

当時は路面電車の筈であるが、市電みたいなものこれも大阪駅の周りに集まってきた時期というのがこの2代目の駅ができた頃の時期になる。続いて3代目は、更にそれから40年ぐらい経って出来上がった駅になる。これは、2代目の駅ができた後、お客さまの利用ももちろん増えていった。実際、鉄道というのは、貨物の需要もかなり高く、そういう関係で、2代目から3代目の間はネットワークがかなり整備された。3代目の大阪駅ができるタイミングで、大阪駅を高架化している。このとき、阪神、阪急ともいろいろやりとりがあった歴史があり、3代目の大阪駅というのが出来上がっている。戦争の関係で、もともと5階建てまで造って、ステーションホテル

みたいなものも当時計画されてはいたが、実施できなかったという話が残っている。続いて4代目の大阪駅であるが、これは高度成長期で鉄道の需要もずいぶん伸びていく最中で、大阪駅の玄関口をきちんと整備をしようという動機から建て替えの話が出てきた。資料では、今のサウスゲートビル、アクティ大阪になるが、実は当時駅の北側にあったから北ビルと呼んでいたビルがあり、当時の駅長室もこのビル内にあった。正確に言うと4代目大阪駅というのは実は小さな建物であった。そういう機能に移した上で、ここに大きなビルを建てたというのが、4代目大阪駅の建て替え事業ということになっている。大丸梅田店であったりホテルというような複合用途の開発で、すごいボリュームの建物を建てたというのが4代目の大阪駅である。

今回われわれが開発した大阪ステーションシティのプロジェクトの経緯であるが、昭和62年に当時の国鉄からJRに変わり、当社の基幹駅ということで乗降客が85万人で、私どものJR管内ではもっとも大きな駅である。とはいうものの南側の方に既成の市街地があり、人々も多くいる北側については貨物の基地があったり、昔から大阪鉄道管理局という機能を持っていた、オフィスで、鉄道の後方施設等がこのエリアにごっそり入っており、北側というのは、駅の反対側というように言われ、あまり人が、行かない所であった。JRになったタイミングで、国鉄清算事業団からの売却の計画が、進んでいくということはあるが、いろんな経緯の中、なかなか開発というのが見えなかったという経緯がある。平成10年頃になり、JR西日本の本社用地というのは、先ほど申しあげた大阪鉄道管理局の跡地になるわけであるが、その部分については、今、ヨドバシカメラの建物になるが、そこの敷地について売却がされ、ヨドバシカメラの落札となった。平成11年には梅田貨物駅の移転先が決まり、必要な機能に移すということが定められ、更に、平成9年に落札した建物は平成13年には開業し、かなり反響というか繁盛をして、人々がずいぶん従来とは違う動きをし始め、流れが新しくできあがったというようなことも含め、こちらの梅田北ヤードについてかなり注目を集め、開発の機運がどんどん高まっていったということがある。そんな中で、大阪市の方で、国際コンセプトコンペというのを実施されたのが平成14年になる。これを受け、平成15年には、まちづくりの基本的な骨格、基本構想、16年には基本計画が定められて、当社は以前から大阪駅の改良というのは考えていたことからそれを本格化させていったのが平成13年頃である。

大阪駅開発プロジェクトの経緯ということで、平成15年に一応開発等改良計画というのを発表させていただき、開発の方向性としては、駅と地域の一体化というようなことを掲げ、大阪駅北地区の整備の促進、それと当時から関西があまり元気がないというよう話があったことから関西再生というようなこと、ターミナル機能の強化ということで、弊社JRからすると、実は大規模な駅改良をこのタイミングで行っており、これもわれわれにとって開発のキーとなっている。開発の方針ということで、先程のキーワードの中でも鉄道とまちが融け合う駅であったりとか快適で利用しやすい駅というようなところを掲げて開発の方をスタートさせており、私どもが平成15年に公表したのは大規模な駅の改良と新北ビルであったが、その後、平成17年の時点で当時アクティ大阪といていたサウスゲートビルに関する整備であり、

駅前広場の再整備をプレス発表して平成 23 年に一応開業を迎えている。今後、駅前広場の整備が残っていることから、それを進めていく計画をしている。

われわれのプロジェクトがどうしてもこんなに時間が掛かっているかということ、駅改良に伴うところで随分と時間が掛かっているのが理由である。概要であるが、ビルの規模の話をする、京都方東側から臨んで、左側が南側で、右側が北側となる。左側がサウスゲートビル、右側がノースゲートビルと呼んでいる。この間に大屋根をかけ、機能的にもそれを繋いでいるという建物になっている。ノースゲートビルが約 21 万平米、サウスゲートビルが増築後で 18 万平米程の規模である。コンセプトは「発見。感動。OSAKA Grand Station」、周辺との連携というのを大きなテーマとして掲げた複合施設ということで計画を進めている。中に入っている機能、それぞれの用途であるが、サウスゲートについては下層部が百貨店大丸、上層部にホテル、中間層にレストランやクリニックが入っている。右側のノースゲートビルは、百貨店三越伊勢丹、ルクアという専門店、タワー部分にオフィスが入っており、併せて 21 万平米の複合用途の建物である。間が大阪駅という構成になっている。

最後に、広場と通路の話であるが、大阪ステーションシティの中には、たくさんの広場を設けており、全部で 8 つある。これからも通路と広場について、公共的なスペースを私どもが設けるような形で開発を進めている。公共的なスペースについては、全てではないが都市計画的に一定の公共性が位置付けられており、然るべき義務を負っているそういう広場であったり、通路であったり、それを設置しながら賑わい、あるいは一定のコンセプトを揃えて色々な広場を飾り付けたというのがこの広場の計画になっている。水戸岡先生という工業デザイナーに監修をしていただき、各所広場について演出を施しているということである。地下と地平部分とデッキレベルの三層のネットワークで、大阪駅とその周囲を結び付けているようなプランになっているが、大阪駅構内を含め、様々な通路あるいはその結節部分には広場を設けて駅周辺とお客様が回遊しやすいようなそういうことを基として設けられた通路広場がある。大阪中央郵便局の跡地の開発の関係で、そちらの方とも連携をとれた通路広場が計画されていた。もともと北側にはなかなか人が歩いて行くような目的施設がなく、先頃完成したグランドフロントの方と結ぶそういう動線も断面の構成の中で、設定されている計画となっている。

(2) 梅田阪急ビル建替計画について一阪急電鉄 大谷氏

梅田阪急ビル建替計画についての概要をご説明させていただく。梅田阪急ビルといってもなじみのないビル名かと思うが、阪急百貨店があるビルのことであり、ビルオーナーは阪急電鉄になる。大テナントが阪急百貨店という形態となっているため、一般のお客様には、阪急百貨店という方がなじみがあるかもしれない。

先程、JR 西日本の島田氏から説明があったが、1874 年に大阪駅が開業し、その後の 1906 年に阪神梅田駅開業、3 番目に阪急梅田駅が 1910 年に開業している。それから約 20 年後の 1929 年、阪急百貨店が開業した。

当時、阪急梅田駅は、今の阪急百貨店の位置にあり、この百貨店は、梅田駅に直結した当時日本初のターミナルデパートということで開業した。高度成長で阪急電

車もかなり乗降客が増えた時代、もともとあった駅のホームが手狭となったことから、今の北側の位置に駅を移転することになった。

駅周辺の開発も阪急梅田駅の移転前後に進んでいくようになった。阪急梅田駅下の阪急三番街は 1969 年に開業、90 年にリフレッシュオープンをしている。

観覧車がある HEP FIVE は、1998 年にオープンをしているが、その前は阪急ファイブと呼び、その隣のナビオ阪急というのは 1980 年開業、HEP ナビオと名前を変え、今は阪急百貨店のメンズ大阪館として営業している。北側に行くと、ちゃやまちアプローチが 1992 年オープン、最近では NU Chayamachi という商業施設が 2005 年に開業している。百貨店に話を戻すと、実は阪急百貨店は開業から 43 年で 8 回の増築を費やしている。第 8 期には駅が元々あった場所に百貨店が増築し、第 9 期というのが、阪急グランドにあたる。建築基準法上は同じ一体のビルであり、梅田阪急ビルの最後の増築というのは、阪急グランドビルということになる。

これまで増築を重ね、かなり老朽化が進んだことからいよいよ建て替えということになる。建替理由としては、ビルの老朽化対策、もう 1 つは今回のテーマの 1 つである特区の制度を活用して、ビルとしての収益力を高めること、そして、梅田のランドマークとしてふさわしいビルを建てる、梅田地区全体の魅力向上と活性化を図ろうというような理由や背景で建て替えを進めた。計画概要であるが、敷地面積は変わっていないが、容積率はもともと 1000%だったが、特区の指定を受け 1800%まで容積率緩和され、建替計画を進めた。このビルの建替工事の特徴的なのは、阪急百貨店へのお客様、通勤等で通過される人数が相当な数ということで、あのビルを一斉に閉めて建て替えるというのは、周囲の影響もかなり大きいものになると懸念されたため、出来るだけ梅田中心部の歩行者動線並びに賑わいを維持しながら工事を進めていこうという判断をし、大きく 2 つに工区を分けて建て替えをした。南側が 1 期棟、北側が 2 期棟で、1 期棟の上にオフィスを建て、1 期棟が終わってから、2 期棟を建てるというプロセスで工事を進めた。完成した梅田阪急ビルは地下 2 階、地上 41 階ということで、阪急百貨店としては、地下 2 階から 13 階、オフィスタワーが 17 階から 41 階というビルである。

スケジュールに関しては、2005 年辺りから着工し、2012 年 11 月にグランドオープンということで、約 7 年半かけてビルの建て替えを完了した。この建て替えの都市再生貢献として、出来るだけ円滑な動線を確保する工夫をしている。まず、コンコースと呼んでいたメインの南北通路は建替前と建替後で実は通路の幅員としては、変わらず 16.5 メートルであるが、真ん中の大きな中央の柱がなくなったこと、天井の高さも高くなったことで、かなり開放感のある通路になったと考えている。また北と南にある程度溜まれる広場を整備した。地下 1 階については地下鉄御堂筋線、地下鉄谷町線、ホワイティ等と地下で接続していたが、それぞれの着工時期、竣工時期が違うということから、かなり段差のある接続になっていたため、接続部分は階段で上り下りしないといけないような不便な通路であった。この地下との接続部分をバリアフリー化しようということで、エスカレーターを連続した形で 6 基整備し段差を解消した。また、2 階レベルでの梅田歩道との接続も強化すること

で、昔は 3 メートルしか接続をしておらず、細いエスカレーターで上り下りをしてきたが、今回、11 メートルの接続とし、南側にも更に接続部分を整備し、周辺との回遊性の向上を図った。

以上の都市再生貢献以外にも、百貨店の中には祝祭広場という、高さ 16 メートルの大空間を造ったり、オフィスに行く動線では、15 階に一般の方にも広く使ってもらいたいということで、スカイロビーも設けさせていただいた。建物外装のデザインについては過去の建物のデザインをできるだけ継承していこうということで、水平庇とか窓、後は低層部のアーチ、この辺りは過去のデザインを継承する工夫をしている。昔のコンコースの南の方にあったアーチ型の天井空間、この辺りは有名な建築家の伊東忠太さんの設計によるもので、歴史的な価値も高いということもあって、百貨店 13 階の中に再現をさせていただいた。

(3) 「グランフロント大阪の事業概要」ーグランフロント大阪TMOについて 木村氏

グランフロント大阪の事業概要を説明する。開発概要であるが、大阪駅の北側のうめきたといわれている所が 24 ヘクタールある中で、私どもの敷地 7 ヘクタールのところを先行開発区域と呼んでおり、4 月 26 日に、オープンしたグランフロント大阪となっている。開発事業者は 12 社ということで、私はその中の 1 社である日本土地建物株式会社という会社から TMO という組織に出向してきている。

簡単な経緯であるが 1987 年の国鉄改革に伴い、梅田貨物駅用地が清算事業団へ継承されることになり、2004 年にまちづくり基本計画が大阪市から公表され、このときに大体のマスタープランというか場所の使い方等が決まってきたという形で、2006 年に先行開発区域が私ども 12 社に決定したということである。2010 年、新築工事に着工し 2013 年、4 月 26 日にまち開きを迎えた。2004 年にできたまちづくり基本計画の中身であるが、まちづくりの基本方針としては、大阪駅の目の前ということもあり、世界的なゲートウェイづくり、後は賑わいとふれあいのまちづくり、知的創造拠点のナレッジキャピタルづくりということ、公民連携のまちづくり、緑と水のあふれる環境づくりというテーマでやっている。

土地のゾーニングとしては、一番北の C ブロックのところは、ホテルや住宅ということで、実際、ホテルと住宅ができており、B はナレッジキャピタルゾーンということで、新産業の創造と未来の生活型を提案するそうした研究開発ショールーム、学術機能であるとかオフィスや商業施設を A ゾーンに造るということである。駅前広場ということで、大阪駅の目の前の所は、大阪の新たな玄関口として、アメニティ豊かで象徴的で人が中心となるような広場を造ることが決められている。東西軸に関しては、商業施設を一体となった木漏れ陽のけやき並木そういった空間にすること、南北はシンボル軸として、水や緑の溢れる風格のある空間を造るという大体の方向性が定められたことである。6 つの目標があり、新産業ビジネス、文化ということで、ナレッジキャピタルという施設ができ、後は国際競争力の強化ということとアジア、世界のゲートウェイということで、関西国際空港に繋がっていくことから、そういう立地も生かしながらということで設けている。

公民連携まちづくり、賑わいとふれあい、環境共生ということでこうした目標が実

際にハード的に落とし込まれていくという形である。開発のビジョンとしては、この街で多様な人々とか感動との出会いを通じて新しいアイデア、多様なイノベーションを生み出し明日を拓く魅力溢れるまちということで、グランフロント大阪という名前が付けられ、世界に開かれた最前線のまちであり続けたいという思いが込められている。

分譲住宅は 525 戸あるがすぐ売れてしまい、一番高いところで 4 億 5,000 万とか 1 番安いところで 3,600 万ぐらいということで、かなり好調に売れ、買われた方は関西出身の方が 8 割ぐらいだと聞いている。やはり関西の底力というか、そういうのがあったというふうに感じている。インターコンチネンタルホテル大阪が入っているが敷地面積は、3 万 8,000 平米、1 万 1,000 坪、延べ床が 55 万 6,700 平米とかなり大規模な施設となっている。

メインの施設であるナレッジキャピタルについて簡単に説明すると、構想としてはうめきた地区の立地特性、うめきたというのは、梅田は 250 万人毎日が乗降する巨大なターミナルということと東アジア圏へのアクセスがしやすい、交通ハブであるということ、京阪神 3 都市の充実した都市基盤があるという立地特性、関西のポテンシャルとして先端技術産業の集積であるとか、巨大なマーケットがあるとか、歴史と文化といったものを生かし、ショールームやスタジオを活用した関西の情報発信拠点を作っていくということで新技術、システム、そういったサービスへのフィードバックを情報発信して、お客さまから声をもらい、それをまた創造に生かして、そこに人が多く集まることで新しい技術革新が起き、また立地特性を生かしているんな方に見ていただくということでどンドンスパイラルを生み出し、関西地域の活性化、ナレッジキャピタルを通じて繋げていきたいという構想であり、実際に出来たのがナレッジキャピタルという施設になる。コンセプトとしては感性と技術を融合することにより新しい価値を生み出していくということである。ナレッジキャピタルの中には、色々な施設が入っており、オフィス、カンファレンスルーム、シアター、フューチャーライフショールーム、ナレッジプラザという広場であったり、3,000 名ぐらいの大きい国際会議もできるようなコンベンションセンター、そうしたものが、中に入っている。The Lab.というのが、地下 1 階から 3 階まであり、こちらは産官学の協働によって作られ、実際に来ていただき体験出来る場となっている。ここでいただいたお客の声は、その研究者の方達に伝えられて、それをその商品開発等に生かしていく形になっている。

フューチャーライフショールームは、有名なのが近畿大学水産研究所、近大マグロが実際に食べられるということで好評をいただいております、オープンからかなり経つが、未だに開店前には行列ができていくような状況である。メルセデスベンツも 1 階に入っており、無料で試乗体験もできる。単純に物を売るのではなく、背景にある研究等をお客さんに見ていただける、楽しんでいただける施設となっている。ナレッジサロンというのが 7 階にあるが年間 10 万円程度、月に 1 万円ぐらいの値段でご利用いただけるということで、席に座り電源も使えてということで、好評をいただいている。ベンチャーを立ち上げたばかりとか起業したりとか、そういう方達が

入られ、中にコミュニケーターという者がおり、「こんな方達と話をしてみたい。」という話をすればコミュニケーターの方を通じて紹介してもらえ、ビジネスの交流とか、そういうことを後押ししてくれるような場でもある。ナレッジオフィスやコラボオフィスというのは、今のところ、19の参画者ということで、大阪市立大学も入居いただいている。小区画のオフィスになっておりイノベーションHubだとか大阪市にも入っていただいている。研究機関、行政機関、後はベンチャー企業の方達が、小区画で借りることができて、賃料のなかに、サロンの利用料も入っており先ほど紹介したサロンが1つ下の階となっているので、そういうところも利用いただける形になっている。また、カンファレンスルームやナレッジシアターは、380人程度入っていただけるので、研究の発表の場であったり、いろんな芸術の発表の場であったり、そういった使われ方をしているが、コンベンションセンターについては最新の技術であり、こちらも3,000名程度収容でき、会議も開けるような場になっている。

最後に、オープンスペースについてということで、グランフロント大阪の1つの特徴であるのは、ただ建物があるだけではなく、周りの公共空間的な場所を散歩して楽しんでいただくことができるというオープンスペースが充実していることである。広場としては、今のところ日本最大ということである。創造のみちといって、2階、1階もあるが、北館の方に繋がっていくような道があり、周辺の歩道も一体的に整備をしてある。けやき並木、いちよう並木があり、水景がズーッと続いている。北館、南館両方の9階のレベルには、テラスガーデンという豊かな緑がある。北館のこちらには、ナレッジプラザという広場、駅前の広場の地上広場であるが、イベントをしているような賑やかさを提供する形である。ぐるなびの情報発信拠点ということで、「ご飯を食べるんだがどこがいい？」ということを知りたいと聞いたら、教えてくれるし、外国語にも対応している。レンタサイクルと駐輪場、防災備蓄倉庫もある。北館の1階に7層吹き抜けのナレッジプラザというところにイベントスペースがあり、天候に左右されることなく、イベントができることから好評である。9階レベルにはテラスガーデン、水景といった先程のせせらぎのみち、緑と水豊かな「まちづくり基本計画」に書かれていたところが、実際、ハードに落とし込まれ、本当に水景ができている。建物の歩道は11メートルあり、わざと、建物と建物境界と歩道境界との間にスペースを設けず、賑わいがにじみ出すようにオープンカフェを設置して歩行者に対してにぎやかさを提供するような、そういった狙いがある場所である。

#### (4) 「梅田1丁目1番地計画」について一阪神電鉄 松山氏

私どもは、梅田1丁目1番地計画という名前を付けている。この駅前ビルがある所が梅田1丁目地区であり、大阪神ビルディングおよび新阪急ビルの建て替え計画というサブタイトルを付けているが、今までのお三方と大きく違うところは、これからの計画である。まだ、何も工事にも掛かってないというような状況である。この計画については当社だけではなくて、阪急電鉄との共同プロジェクトになっており、今、計画の方を推進させていただいているところである。

この大阪神ビルディングと言われても、どのビルか分からないと思うが阪神百貨

店のあるビルの中で、阪神百貨店のあるビルのオーナーが当社であるということで、阪神百貨店のあるビルとその南側にある新阪急ビルとの一体的な建て替えということで理解願いたい。都市再生緊急整備地域と国から指定を受けている地域内にある。

低層部部分は、1棟のもので、基壇部プラス高層階という形状を計画している。現状であるが、大阪神ビルについては、当社が所有しているが、主用途は阪神百貨店が入っており、地下5階から地上11階までは大体50メートルぐらいの高さである。3期に分かれて施工、整備をされており、第1期が昭和16年ということで戦前の建物である。そのときには阪神百貨店は阪神マートという名前で、ショッピングセンター的な形で開業をした。戦争を挟み、昭和33年に第2期ができ、第3期になっているということになる。一方、新阪急ビルであるが、こちらは阪急の物件である。主用途はオフィスが基本的に入っており、下には商業施設が入っている状況にある。階数は地下5階と地上12階、約50メートルということで、大阪神ビルと新阪急ビルのとの構造は大体似ているということで、こちらも竣工年が昭和37年ということで、両ビルとも最終の竣工後50年が経過している状況で、そろそろ更新をしていくべき時期ということもあり、計画を進めているところである。敷地については、両ビルとも、底地は当社が所有している。計画案であるが、敷地面積としては、1万2,100平米であるが、重複利用区域を含んでいる。道路部分の上空も建物が被っているが、今回、特定都市再生緊急整備地域における特例措置ということで、大阪市に、都市計画決定をしてもらう中に、この重複利用区域というものを指定していただき、道路の上を百貨店として使わせていただけることになった。したがって、建物という形で整備をさせてもらうということで道路の上に建物が被ってきているということである。

本年4月に都市計画決定をしていただいたもう1つのポイントとしては、容積率である。容積率については2,000%である。先程の阪急の方から説明のあった阪急百貨店が入居する梅田阪急ビルについては1800%ということだったが、それを少し上回るような指定容積となっている。現時点では国内最高ではないかと思っている。建物概要であるが低層部分については、百貨店という形で使うということで、高層棟の部分はオフィスゾーンになっている。百貨店ゾーンとオフィスゾーンの間のカンファレンスゾーンにはホールを整備していこうと考えている。階数については、地下4階から地上38階、約190メートルの高さを計画している。この190メートルという数字は、伊丹空港の航路制限の関係上これ以上建てられないというマックスの高さである。延べ床面積は25万7,000平米になっている。施設構成を少し詳しく申し上げると百貨店ゾーンの規模については大体、現在と同じぐらいの規模と考えていただければよい。フロア数は11層、地上2階から地上9階までで少しフロア数は現状よりも減るが、その分、1層当たりの面積が少し増えるという形である。建て替え工事については、営業を継続しながら進めていくということで、一括解体して新築するというようなやり方ではなく、段階的に整備をしていこうということで、部分的に解体工事、新築工事を実施、残っている部分で百貨店の営業を続けながら、



工事を進めていくということである。高層部分については、オフィスゾーンであるが、11階から38階になり、ワンフロア当たり約4,500平米程度の大型オフィスの整備をさせてもらうことを考えている。カンファレンスゾーンについては、地上11階部分で大体3,000平米程度の床面積を整備しようと考えており、こちらについては帰宅困難者の一時滞留スペースとしても活用いただけるという形で考えている。オフィスゾーンの低層部についてはスカイロビーを整備し、オフィスに来られる方々の場所にしたいと思っている。また、このカンファレンスゾーンとスカイロビー付近に屋上広場的なものも造っていこうと計画しており、低層部分の屋上部分についてはそうした広場空間を整備するとともに一時避難スペースという形で、カンファレンスゾーンともども防災関係の施設としても整備していきたいと考えている。

今回、建物の整備と併せて周辺の公共施設の整備も都市貢献という形で整備をさせていただこうと思っている。主たる考え方としては、地下、地上、デッキレベルの3層の歩行者ネットワークも強化していこうと考えており、それによって歩行者空間を快適に、安全にという形で整備をしていきたいと考えている。1番のポイントとしては阪神百貨店のデパ地下売場前の東西方向に走っている地下道であるが、そちらを拡張整備していこうと思っている。それから、敷地の周辺についてもバリアフリー化をしていく。一部段差等があるので、この段差を解消していくということである。それ以外の大阪神ビルディング、新阪急ビルの東側の通路部分、そちらも併せて整備していこうという考えである。地上については、御堂筋の歩道について拡張をしていこうと考えている。プラス美装化もしていこうということである。後は大阪神ビルディングの西側になるが、そちらは広場空間の整備も併せてしていくという考えである。デッキレベルであるが、歩道橋部分についても、美装化、耐震性の向上を行うとともに、そちらから接続するような形で南の方に向け、屋内通路を整備していく考えである。以上が計画の概要である。

大阪駅周辺地区における都市再生緊急整備協議会において、JR西日本の施設や本計画の施設等が一時退避場所であるとか、退避経路若しくは退避施設という形、防災施設としての位置付けをしていただいているところである。

同協議会において、特定都市緊急整備地域の整備計画にも、当該建て替え計画を国際競争力強化のための必要な都市開発事業として位置付けをいただいている。前の3社同様、完成の暁には楽しい賑わいのある施設整備が出来ればと思っている。今のところ竣工の予定時期としては2023年度を予定しているが、出来る限り早くできないか現在、検討をしているところである。

## 2 大阪駅周辺における都市再生特別地区の動き—大坂市役所 高橋氏

大阪駅周辺地域のまちづくりということで各社から説明があったが、計画の背景にあるような事柄といったところを少し説明させてもらいたい。御存じの方も多いかも知れないが、まず大阪駅周辺地域の立地特性というかポテンシャルという点。大阪駅からの距離が大体40キロの圏内に関空、神戸空港、伊丹空港と3つの空港があり、50キロの圏内に大体奈良、京都というところが入っている充実した交通網がある。その中心で非

常に利便性が極めて高いといえる。

次に人口であるが、大阪から 30 分以内にアクセスできるエリアっていうところに 660 万人の人口が住んでおり、60 分以内にアクセスできるエリアに 1,100 万人の方が住んでおられる。非常に整備された都市インフラがあり、それによって巨大なマーケットを有していると言える。大阪駅の周辺に 9 つの駅があるが、乗降客数は 1 日で 250 万人ということで、非常に多くの人々が活動している。これは、新宿、池袋に次いで、3 番目のターミナルの乗降客数だというふうに聞いている。近年、大阪駅周辺地域で大規模な再開発が進んでいるのは、うめきたという広大な都市開発の気運の高まり、もう 1 つは、もともと建っていたビルが、築 50、60 年経っていることということで、耐震化の観点から建て替えて動き出されたというふうに考えている。あと、制度面では、大阪駅周辺地域のように、都市部のターミナル拠点の大規模開発を円滑に進める都市計画制度というのが平成 14 年に定められている。都市再生特別措置法という法律であるが、その中でこれらの再開発の全部ではないが、殆どは都市再生特別地区という容積率を緩和する都市計画制度を活用している状況にある。平成 14 年に都市再生特別措置法が制定され、都市再生緊急整備地域というものが定められている。前の図は大阪市内の指定状況である。併せて特定都市再生緊急整備地域というのが、平成 23 年に都市再生特別措置法の改正に伴い指定されており、そこで、新たに追加された地域というのが、大阪駅の周辺のエリアである。大阪駅周辺地域というのは、まさにここにすっぽり入っている。都市再生緊急整備地域の中に入ったならば何が出来るのかということであるが、都市再生特別地区という都市計画制度の適用が可能になると、民間からご提案をいただき、それが期限を切って都市計画決定まで進めるといった、時間短縮みたいところもある。後は、金融支援、民都機構なんかの無利子貸付、公共施設整備に伴う金融支援とか税制措置というところでは、不動産取得税、課税標準の 5 分の 1 を控除するとかである。特定都市緊急整備地域内は、更に 2 分の 1 控除されるとかの税制措置の支援が受けられるということになっている。また、阪神の建て替えにもあった都市再生特別地区の中にも道路の上空の占用、建築物が占用できるというような制度が使える。特定というのは、緊急整備地域よりも更に手厚い支援みたいなのが受けられるということになっている。都市再生特別地区とは何かというと、簡単に言えば、容積率の緩和の手法ということである。これまで、敷地内に公開空地というのを取ってもらい、その割合に応じて容積率を緩和するという制度が、それまでの容積率を緩和する主な手法であったが、そういう事柄だけでなく、都市の再生に貢献しようとする民間事業者の創意工夫を最大限に取り入れた都市開発を誘導するという観点で、この法律ができ、都市再生特別地区というものが設けられている。都市の再生に貢献すると認められるプロジェクトにおいては、都市計画の手続きに入っていける、都市計画の手続きに基づいて定めていくという形になる。実際に、市内でかなり多く使っている。市内では、現在 16 地区ある。全国で最初に指定されたのが心齋橋 1 丁目地区で、心齋橋そごうの建て替で最初に適用された。今は大丸の南館という形になっているが、全国的に見ても大阪市はこの制度を非常に多く適用していると考えられる。全国の中でも、今 4 分の 1 ぐらいのシェアを大阪市で適用している状況にある。

こういうプロジェクトを、民間から提案いただいた際に大阪市が何に基づいて、民間と協議をするのかということである、都市再生緊急整備地域と併せ、地域整備方針というものが定められ、これまでの計画協議で JR、阪急、うめきた先行開発区域というのは、地域整備方針に基づき、都市の再生となっているかということを中心に協議をしている。簡単にいうと、大阪駅周辺地域の地域整備方針であるが、お示ししているような導入機能、それと歩行者ネットワーク、歩車分離を基本とした快適な歩行者空間の形成といったものを求めているというようなことである。JR の大阪ステーションシティの改良工事に際しても、この特区制度を使っている。以前の大阪駅というのは中央口には 1 階のコンコースしかなく、通路は狭く非常に混雑していたという状況があったと思う。JR とは、うめきた開発の気運があり、人の往来が更に増えることが予想されたので、線路の上に 3 階の連絡通路、改札口を造っていただいた。3 階の動線から 2 階に下りて、その周辺の開発地区と 2 階のデッキレベルでネットワークできるように調整させていただいた。この計画を踏まえて、その後は周辺の民間事業者との協議調整をしてきている。それぞれの開発地で建て替えをすることによって、当然、建物の耐震性能、安全性、省エネルギーとかそういうものの向上が図られることになる。

まち全体の利便性、賑わいの向上ということについては、開発地区間を円滑に回遊できるような歩行者ネットワークというものが必要だと考えている。例えば、まだ未整備の中央郵便局の建て替えにおいては地上、地下のデッキレベルのネットワークを充実しようとしている。具体的には、これから整備がなされると思うが JR 大阪駅南口広場については、今後、中央口から東にある松下歩道橋に向かって、スカイウォークが整備されるという形になる。また、西側の中央郵便局の開発に併せて、ここもデッキネットワークが整備される。うめきたの方も、JR 北口のアトリウム広場、それと 2 階レベルでデッキネットワークが形成されているという形である。後はヨドバシカメラの開発が、今後進んだならば、回遊するデッキネットワークが併せて整備されるというような形になる。これらは、都市計画の先ほどの協議調整の中で、それぞれの民間事業の中に盛り込んでもらい、それと併せて整備していただくという形になっている。それぞれの結節点には、溜りの広場であるとかそういうものを採っていただくことになっている。今後は、広場とか通路というものが新しく充実したものができることから、そういった施設をどう管理運営していくか、エリアマネジメントというか、そういうものが重要になってくるのではないかと考えている。

ここからは、うめきた整備担当ということで、うめきた 2 期開発について、簡単に説明する。うめきた地区は非常にポテンシャルの高い、広大な土地ということで、大阪、関西の再生をリードする新しい拠点となることが期待されている。先行の 7 ヘクタールは、この 4 月に無事に開業され、残りの 2 期区域 17 ヘクタールをどうするかということが、今の課題これからの仕事ということになる。現在、この 17 ヘクタールは元々あった梅田貨物駅の撤去工事をしており、この工事が来年度いっぱいかかる予定と聞いている。うめきた地区については、平成 16 年に大阪駅北地区まちづくり基本計画というものを策定しており、それに基づき先行開発区域というのがグランフロント大阪の民間事業者によって開発が進められたということである。昨年になるが、大阪府・市でグランドデ

ザイン大阪というものを策定している。

うめきた 2 期区域については、大規模な緑の空間を確保するという方向性が打ち出されている。この方向性の下に現在、2 期区域については民間事業者などから開発の提案募集というものを行っているところである。年度内に優秀な提案作品を選ばさせていただき、来年度にその優秀提案者と対話を行いながら 2 期区域のまちづくりの方針を定めていくというような流れになっている。

そうした土地利用の大きな方向性の議論と並行して、基盤整備の計画としては、JR の東海道線支線の地下化と新駅設置の計画がある。今、東海道線支線というのは、地区の西端を通って、はるか、くろしお、あと安治川駅の方へ向かう貨物列車が通っているが、これを地下化する計画、それと大阪駅の近傍に新駅を設置する計画を進めていこうというところである。これによって、地域分断の解消、踏み切りの解消みたいなものを期待している。それだけではなく、効果として関空へのアクセスというところで、今、大阪駅に特急のはるかは停まらず、新大阪駅若しくは天王寺駅、そういったところにしか停車せず、大阪駅は関空快速という快速電車しか停まらない形になっている。新駅ができるの特急はるかが停まれることになり、現在、関空快速で 70 分弱ぐらいかかる時間が 44 分に短縮される。世界的な主要都市をみると国際空港からのアクセス時間そうしたものは非常に短く繋がっている状況で、世界的にも遜色ないようなところまで、短縮できるのではないかと考えている。

全体のスケジュールとしては、更地化工事というのが来年度いっぱいまでかかることから、この間に、今行っている民間提案募集の優秀提案者を決定させてもらい、その方と対話を行いながら、来年度にまちづくりの方針を定めていきたいと思っている。それに基づいて必要な都市計画の決定を行い、27 年度以降から、今度は、課題というのは色々あるが、まちづくりの着手、地下化、新駅の設置工事と並行して行いながら、概ね 10 年後の平成 34 年度ぐらいまでのまち開きを目指し、整備を進めていきたいというように考えている。

### 3 梅田地区エリアマネジメントのこれまでの取り組みー阪急電鉄 大谷氏

私の方から 4 社が取り組んでいる梅田のエリアマネジメントについて、説明をさせていただく。聞き慣れないエリアマネジメントという言葉であるが、まさにこのエリア梅田という街全体をどう運営していくか、どう取り組んでいくかというのがこのエリアマネジメントであり、その内容を少し紹介する。

梅田が全国で特筆すべきだろうというところは、西日本最大の商業集積エリアである中、大型の開発が進み、これからも進むという点である。これまでの大規模開発が進むことによって通路がバリアフリーになった等ハード的歩行者ネットワークの、ハード的なバリューアップはある程度実現できたと考えている。ただ、これは梅田地区だけではなく全国的な問題かもしれないが、人口減少とか都市間での競争若しくはインターネットの普及という中で、いかに梅田に数多く来てもらうかというのが大きな課題であると捉え、これからは、施設、企業単位ではなく、梅田に関係するあらゆる方が連携をしていきながらまち全体の魅力を上げていく必要があるという結論に至った。

上記課題解消のためには関係機関が連携できるような器、プラットフォームが要るのではないかとこのところを4社でも議論を重ね、2009年の11月に、弊社、阪神、JR、グランフロント大阪TMOの4社で梅田地区エリアマネジメント実践連絡会という組織を設立した。

梅田で繋がるプロジェクトを進めていこうということでプロジェクト名を「梅田コネクト・プロジェクト」とし、活動を開始した。実は4社の担当者は、それぞれの各社の名刺に梅田コネクトのロゴを付けている。企業は違うが取り組んでいることは同じというところを理解いただくようにしている。この実践連絡会は過去4年活動を進めているが、事務局会社を1つの会社に集中することなく、1社ずつ負担、分担していこうということで1年の持ち回りにしている。1年目が阪急電鉄、2年目がJR西日本、3年目が阪神、今年がグランフロント大阪TMOが事務局を担当している。これもみんなで進めていきましょうという目的の表れと思っている。

この梅田コネクト・プロジェクトはどのようなコンセプトで取り組んでいくか、というのをわれわれ実務担当者で議論を進めながらコンセプトブックという形でとりまとめた。コンセプトは大きく3つ掲げている。まずは「駅から広がるまちづくり」、鉄道3社に加えグランフロント大阪も駅直結の施設である。こうした中、駅に来ていただいたお客様にはそこから広げてまちを歩いていただくという取り組みがコンセプトの1。コンセプト2としては、梅田は地下街が発達しているため地下の動線もかなり進んでいるが、地上も歩いていただくということで、「歩いて楽しいまちづくり」、これを2つ目に掲げている。最後は国際社会、情報社会の流れに置いてかれないように梅田も新しい時代に合ったまちをつくっていこうということで、「新しい時代のまちづくり」。3つのコンセプトに基づき、実際に具体的な活動に取り組むための戦略を1から8まで掲げている。

これまでに取り組んだ内容についてご説明したい。設立当初は何からできるのかということについて、悩みどころはあったが、この組織の名前にもあるように、とにかく実践していこう、できるところから取り組んでいこうということで、まず取り組んだものが共通マップの作成である。2009年に第1版を発行しているが、これを作った経緯は、駅周辺の地図というのは鉄道3社にそれぞれあったが、それぞれのデザインで作成していたためお客さんにとっては非常に分かり難いという声があったこと、それと2009年当時は大規模開発が複数進んでおり、通路を閉鎖したり、迂回通路を案内しているところが多々あったため実際の状況を反映できていなかったことから、共通のマップを作ろうということになった。裏面には、地下街の図面も入れているが、実は大阪地下街が以前からこういうマップを作られていたことから、大阪地下街にもデータを提供いただきながら、このマップを作った。これが実践連絡会の活動として初めての実績と言える。

続いてウェブサイトUMEDACONNECTの運用である。出来るだけ梅田に来ていただくということで梅田にあるイベント情報を掲載している。

そして、実践連絡会ができた当初から取り組んでいるのがエリアイベントである。まさに今も開催中なのが、梅田スノーマンフェスティバル。このイベントは梅田のファンづくりを目指して、地域連携の強化、情報発信の強化、公共空間の活用の拡充という基本方針の下開催している。主催としては、実践連絡会の4社の他に大阪市、大阪地下街、大阪タ

ーミナルビル、阪急阪神百貨店、カクタス(事務局)で、実行委員会の形式を採っている。

これまでの実績を簡単に説明すると、実践連絡会の4社だけで進めるのではなく、できるだけ地域連携を目指し梅田に商業施設が多く集積しているのであれば、その商業施設にも協力していただくということで、スノーマンフェスティバルという名前の通り、各施設で、雪だるまの装飾をしていただけないかという声かけをさせていただいた。今年が、第4回であるが、回を重ねるごとに参加施設も増えている。第1回が36施設であったが、今年の第4回は、57施設に増え、イベントとしても成長したと実感している。去年は55施設に飾っていただき、合計1万2,000体の雪だるまが梅田の中で登場した。スノーマンライティングは、ビルの壁面に雪だるまの映像を流すコンテンツで、第1回、第2回はJR大阪、JR西日本の大阪ステーションシティ、第3回が梅田阪急ビル、今年はグランフロントのうめきた広場の壁面に映像が流れている。スノーマンラリーは、梅田の施設を回ってもらい、豪華賞品が当たるというスタンプラリーであり、今年も行っている。梅田のエリアで使える施設・商品を中心に取り揃えている、スノーマンフェスティバルが、単なるイベントで終わることなく、われわれの活動コンセプトに合った実績を作っていこう、このイベントをきっかけにいろんな取り組みをしていこうというところを大きな目的としている。

これまでの実績を紹介すると、第1回に、公道上の植栽にイルミネーションを設置した。今は御堂筋も植栽にイルミネーションを飾るイベントが行われているが、実は道路上にイルミネーションを装飾するのは多くの規制があり、道路上の占用になると行政機関並びに警察との協議が必要で数カ月かけようやく2本装飾ができた。他にも第1回には公開空地でマルシェを実施した。公開空地と言う通り、空地なので、何もしてはいけないというのが当時の在り方であったが、そうではなく、そこを有効的に活用して賑わいを作っていこうということで、第1回に実施した。それ以降、こういう公共的なスペースで色々なイベントを実施している。開業された大阪ステーションシティの駅のちょうど上にある時空の広場、こちらでもイベントを開催することで、出来るだけ駅からお客さんが、梅田を楽しんでいただけるようにということで、その1番の拠点である駅でイベントを開催している。

また、茶屋町の道路上でマーチングなどの賑わいイベントを実施したが、警察にもわれわれのイベントの趣旨を説明し許可をいただきながら、賑わいイベントを実施した実績の1つである。

今年の新たな取り組みとして、大阪府市の光の饗宴というイルミネーションイベントと連携させてもらい、本来では認められない公道上に広告のバナーを設置したり、梅田エリアを巡回するうめぐるバスに、イベントの広告をラッピングすることで認知度を高めていこうという取り組みもしている。また、今回初めて実現できたこととして、消防署との連携がある。梅田には大阪市北消防署が茶屋町にあり、何とか消防署と連携をして、防災、防火の意識を少しでも高めていただきたいということで、北消防署に全面的に協力願ひ、お子様向けのワークショップを、署内でやっていただいた。

最後に、冬のスノーマンフェスティバルだけではなく、去年から夏のイベントとして実施している梅田ゆかた祭をご紹介する。日本の特有の文化、浴衣というものを、梅田から世界に広げようというような思いと、打ち水というエコ活動を広げたいという思いで夏イ

メントとして実施をしている。開催の様子は、ウェブサイト UMEDACONNECT で動画配信をしているので参照願えればと思う。

#### 4 グランフロント大阪におけるタウンマネジメントの取り組みーグランフロント大阪TMO 木村氏

グランフロント大阪におけるタウンマネジメントということで、TMO というのはどんな組織なんだというところで説明させていただくが、先ほど申し上げた開発、事業としての開発のビジョンである『大阪の新しい玄関口を、世界に開かれた最前線のまちへ』であるとか『多様な人々や感動との出会いが、新しいアイデアを育むまち』というところ、また一方、具体化していくために TMO が 5 つの柱として役割を持っている。まずはイベント・プロモーション、積極的に開いて、まちに賑わいを創出していこうということやまちの中でいろんなコミュニティを形成してもらうような各種の仕掛け作り、まちの中にある公共スペースを利活用してくことや情報発信、そして安全・安心で快適な環境にしてこうという 5 つの役割がある。タウンマネジメント活動はコミュニティ形成、イベント、広報・宣伝、まちブランドの形成、不動産価値の向上というところに、最終的にタウンマネジメントがまちのブランドを作っていく、まち自体の維持・向上に繋がっていけばと考えている。

TMO は、開発事業者 12 社の中の 7 社から出向者を出し、構成されている。色々な会社から人材が来ているという会社である。TMO の組織としては、事務局長として三菱地所の方が担当されており、私が所属しているまちづくり推進部には 5 名、もう 1 つのプロモーション部は 6 名で計 12 名の組織である。それぞれの部署でどんなことをしているのかというと、まちづくり推進部が公民連携による公共空間の管理・運営、うめきた広場であるとか、歩道や、敷地内のオープンスペースの管理・運営、後は公共空間の利活用ということでイベント、オープンカフェ、また公道上に広告を掲出しているのでそうしたことのルール作り、審査、広告の審査とかそういった業務をしている。また梅田の回遊性向上ということで、交通サービス、うめぐるバス、レンタサイクル、そうした運営をしている。エリアマネジメント活動に関しては、まちづくり推進部のほうで、梅田各社と連携して、梅田を盛りあげるべく、活動をしている。外部連携の活動をしているのがまちづくり推進部で、プロモーション事業というのは、まちに賑わいを提供するためのイベントの実施、TMO 自身が主催して実施することもあれば他の方にイベントをしていただくために誘致等することもある。また、公開公共スペースを利活用したまちメディア事業、まちの中に広告媒体、いろいろなイベントスペースがあるがそういうところを外部の方にお売りをし、その財源で、またまちづくりに投下していく、スパイラルを生みたいと考えており、まさにそういうスペースと、広告や販売事業である。

まちのコミュニティ形成事業としては、コンパスサービスというウェブ、スマートフォンのアプリ、まちの中にあるデジタルのサイン、サイネージ、モニターみたいなものを使い情報発信をするそういったシステム。まちのコミュニティ推進者を育てる仕組みとして、ソシオ制度といい、まちの中でサークル活動のようなことをしてもらうことによって、まちに賑わいを提供していく活動をしている。歩道、本来なら大阪市が管理す

る訳であるが、こちらにも官民連携ということで、公共空間も民間事業者で一体的に管理するということにしている。また、そういう所の美化・管理、駐輪場の管理だとか放置自転車対策の方も TMO で実施している。また、公民連携の新たな仕組みづくりということで、こうした公共的な場所を、大阪市と協定を結び管理していること、後は、歩道上に広告、先程イルミネーションを出すのも規制があり大変だという話があったが、歩道上で広告を出すのもオープンカフェをするのも結構ハードルが高く、この実現のためにガイドラインとして広告を審査するような仕組みを作っている。公共空間の積極的な利用と賑わい、都市景観を創出してイベント、広告掲出、オープンカフェ等を実査している。TMO によって日常管理している歩道、施設の維持管理、維持保全、美化・清掃、放置自転車対策、防犯対策、警備巡回等を歩道上でしているという形である。オープンカフェであるが、けやき並木の、南側にオープンカフェが 3 店舗、北館側に 1 店舗沿道テナントに出店いただいている。こちらは特例道路占用といい、食事施設として範囲を指定し、オープンカフェとして出店している。

交通マネジメントであるが、タウンマネジメントでまちの中だけという話をしたが、こちらについてはグランフロントだけではなく、梅田全体の回遊性を高める取り組みとして実施している、うめぐるバスは、JR 大阪駅、西側、東側で接続しているし、西梅田、そして北新地、阪急梅田駅であるとか、茶屋町の方、済生会中津病院、こういった梅田各エリアを接続するにバス停を設置している。レンタサイクルは、うめきた広場に 1 つ貸し出し返却ポートを設けているようにバス停を設置している。また、私どもが所有している駐車場ではないが、周辺の駐車場にも協力いただき、ここに車へて止めてもらい、そしてバスに乗り継いでもらい、梅田中心部への自動車の流入を抑制するという目的もある。

このサービス全体を、梅田をぐるっと巡るということで、「UMEGLE(うめぐる)」と名付けている。見た目には可愛いデザインになっていると思うが、バス所要時間 1 周約 30 分、12 個バス停があり、運行時間は 10 時から午後 9 時までの間で、約 10 分間隔で運行している。渋滞等で遅れることもあるが、運賃はどこからどこまで乗っても、何周乗っても 100 円ということなので観光に利用される方も結構おられるし、1 日乗車券、何回乗り降りしても 200 円ということなのでかなりお得ではないかなと思っている。バスロケーションシステムということで、今バスがどこを走っているのかということが携帯で分かるサービスも提供している。ラッピングバスとして、うめぐるバス 3 台が走っているが、MBS、ダイキンのラッピングを広告面として販売をさせてもらっている。残り 1 台はオリジナルデザインを残しておきたいということで残していたが、期間限定でエリアマネジメントとして梅田スノーマンフェスティバルの告知面とさせてもらっている。

うめぐるチャリについては、広場の南側に 30 台のレンタサイクルを導入している。貸し出し時間は朝の 8 時から夜の 8 時まで、返却は 24 時間可能ということにしている。貸し出しを夜 8 時までとしているのは深夜まで貸し出してしまうと酔っ払って乗られる方も予想され、飲酒運転防止という意味も込め夜の 8 時までとしている。パナソニックさんに協力いただき、電動アシスト付き自転車を半分導入している。ウメキタシップの屋上に太陽光発電があり、そちらで発電した電気で電動アシスト付き自転車のバッテリー



を充電しており、エコエネルギーを活用している。料金は最初の1時間200円で以降1時間ずつ100円であるから、是非利用願いたい。うめぐるパーキングについては6つの、駐車場さんにご協力いただいている。現状は、ここに駐車してうめぐるバスに乗ったからといって、何もメリットがある訳でもなく、ただ広報連携してるという形であるが、こちらも秋ごろに社会実験し、この駐車場に停めてバスに乗り換えるとバスが無料になるというサービス拡充を実験している。今後、どのくらいメリットを感じてもらえるかというところで、梅田中心部の自動車流入の抑制に繋がればと考えている。

開業からこれまでイベントをいろいろ実施してきた。まずオープニングイベントであるが、開業前の4月24日の内覧会の日と、そして開業した最初に迎えた週末、27、28日というところで、うめきたシップの壁面に3Dプロジェクションマッピングをウメキタをスクリーンに見立て実施し、多くの方にご覧いただいた。オクトーバーフェスト、オクトーバーではないが、5月24日から6月の2日まで、広場でピアガーデンを実施した。駅前大運動会は、うめきた広場で6月23日に実施した。陸上の元オリンピックメダリスト朝原選手にお越し願って実施したものである。大阪というのは小学生の体力テストの結果が全国で最下位だというデータがあり、朝原選手としては運動する面白さを伝えていきたいという思いがあり、私どももこういうイベントをすることで多くのお客さんにきていただけるということ、また、子供達にも楽しんでいただけたということで、在阪の被災地からきておられる小学生の方や地元の小中学生の方をお招きしての活動、イベントであった。9月6日には、キリンによるサッカー日本代表のパブリックビューイングを実施。ナレッジプラザではナレッジのテナントである、ポーネルドさんという遊具等の販売会社による遊具の展示をしていただいた。こちらもナレッジプラザでファッションショーを実施した。MUSIC BUSKER IN UMEKITA SPECIAL LIVEをうめきた広場で実施、ポルノグラフィティに出演いただき、1,000名以上の方にお越しいただいた。ただ単に、ライブをやって楽しいということではなく、ミュージックバスカーという取り組みは、大阪は結構ストリートミュージシャンから、例えばコブクロとか有名なミュージシャンを輩出してきたようなところがあるが、なかなか公道上で演奏しづらいというところもあり、うめきた広場とかグランフロントの公共空間を是非使って演奏してもらおうことも実施している。今、絶賛クリスマス、イルミネーション中ということで、11月29日から、イルミネーションをしている。ウィッシュアートという、ループル装飾美術館に、おもちゃ部門で展示されているようなものであるが、ブロックを積み重ねて作る装飾で、ツリーでとかスノーマンを作りきれいな装飾をしている。後は、クリスマスマーケット、イルミネーションである。スノーマンライティングもうめきた広場で実施している。けやき並木も、公道上ですがイルミネーションをさせていただいているという形である。

最後に、まちのメディア、コミュニティ形成事業ということをお話ししたい。グランフロントの中のメディアがいくつかあり、メディアというのはOOHメディア(屋外広告物)であるが、まちの中に数多くの広告媒体が作られている。スペースメディアといい、うめきた広場、ナレッジプラザであるとかそういったところで、イベントができるようにしている。館内にもたくさんデジタルサイネージという静止画が出る装置もあり、こ

ういったところを使い、まちのコミュニケーション、情報発信をしたり、さまざまな企業の人に情報発信してもらう広告媒体として外部に販売していくことを行っている。ただ、無秩序にそういうものを作ったり運用するのではなく、景観ガイドラインというものを昨年1年間かかって、学識経験者の方や行政等の方を交えてルールづくりをして来ているが、そういうものでTMOが審査をして運営をしているということである。こういった形でコンパスサービス、ソシオ制度というのは、まちの中のこういう媒体を使ってタッチパネル式サイネージとスマートフォンのアプリも作っており、それらの連動によって、情報を・コミュニケーションを実施するということである。まちを知る、まちに参加する、まちに繋がるための機能、コンテンツを紹介するというものである。ソシオ制度というのは、まちのコミュニティ推進者を育てる仕組みとして募集をしており、こんなことをまちでやりたいという方に対して、TMOが場所、機会を提供する。また、PRのほうも協力、バックアップもする、企画支援もするというかたちで、まちに登録されて、もちろん審査というものがあり、いくつか観点があるが、そういう「まちよし、社会よし、人よし」という三方よしというのを審査基準にしている。審査通過された方がソシオのキャプテンになってもらい、まちを舞台に色々な活動をしていただいている。

コンパスサービスであるが、まちの中にタッチパネル式のものが36箇所あり、タッチすれば地図が出てきたり、ソシオのイベントがやっていればそれに参加する、バスがどこ走っているか分かる。後は、買い物のカードをかざすと、その人の購入履歴でお勧めが出てくるサービスがある。ソシオキャプテンも人よし、社会よし、まちよしという3点から選び、まちの中でいろいろな活動をしていただいている。具体的には、今8つのソシオがあり、運動会をしていただいたキッズスポーツソシオ、京都伝統文化を伝える京都伝統文化ソシオ、緊急医療をみんなに広げたいということで、AEDの講習とかのハートソシオというものもある。こういう活動をまちなかでいう支援をしている。

## 5 梅田全体の各社の経営マネジメントについて

### (1) JR西日本 島田

私が、感じている課題というのは、社内の理解を得るとというのが結構難しい話だというように思っている。これは先程、都市間競争みたいな話であったり、梅田が今商業的に多くの施設ができているという話と相俟った話になるが、そもそも鉄道の事業者3社がここに横並びしているのもある意味、皆さまから見ると不思議な様子ではないのかと思っている。そういう状況も含め、社内における理解というのは色々、さまざまな意見があるというところが私どもの課題になっているところである。

### (2) 阪急電鉄 大谷

私、実は、実践連絡会立ち上げた4年前から担当しており、ずっと感じているのは、活動の財源の確保が非常に課題と思っている。先程のエリアイベントのスノーマンフェスティバルであるとか、梅田ゆかた祭、これらは各商業施設にも協力をいただいて実施しているが、当然、われわれ4社の負担もある。われわれとしたら中長期的に取り組んでいきたいというところがあるが、各商業施設は1年間の予算取りをしてその1年間ど

う活動していくかを決めていくところも多い。1年の財布がある中で、更にエリアイベントにご協力いただける予算はどうしても限られてしまう。イベントを持続させるためには財源の確保が課題でありより多くの財政支援を頂くためには、われわれの活動をしっかりと定量的に評価をし、効果がどれくらいあるのかということを示すことも重要だと考えている。効果が定量的でないとなかなか予算を付けられないという声も実際に聞いたことがあるので、そういう中での活動はジレンマがあるが、まずは財源確保するためにもわれわれの方で頑張って実績を作る必要があるし、しっかりとそれを評価できるような活動にしていきたいと思っている。

(3) グランフロント大阪TMO 木村氏

問題としては、先程の財源確保の話と似ているが、私どもの広告事業とかやる中で、1つは、広告をやることによって単にお金をもらい、それをまたまちづくりのお金に投入していくというスパイラルを生み出したいと考えやっていると、もう1つは広告は都市景観にとって悪いものではなく、あることによってむしろ街に賑わいを生んだり、美しい景観をちゃんとデザイン審査をしてやることによって街並みの景観を良くするものであるというふうに捉えており、そういう位置付けで取り組んでいる広告事業である。運用状況は実際には歩行量が多いメイン動線沿いの媒体は結構売れるが、それ以外は折角設置させてもらったのになかなか稼働率が低いというところがあり、それを、ちゃんと売っていくやり方を検討していかないといけないと考えている。後は、オープンカフェも冬になると利用者が少ないというところも悩みであるが、占用料もお支払いをしている中というところなので、そういうところが課題と考えている。

(4) 阪神電鉄 松山氏

当社は、今、梅田1丁目地区のエリアマネジメントの活動に参画させてもらっている。2年ほど前から、この地区でのエリアマネジメント活動が開始されており、当初から関わらせていただいているが、当初は、やはり関わっていく上で、地区の皆さんの意識合わせと言うか意識醸成を図ることが非常に難しかったかなあとと思っている。エリアマネジメントって何？という方もおられれば、もう既にそういう活動をされている方もおられるし、この地区は商業施設だけでなく、オフィスもある。また、多数の関係者がおられることもあり、そういった方々に対して、こういう取り組みをするということ自体の意識合わせをすることが大変だったと思う。したがって社内の理解、財源の確保、効果測定とかもあるが、やはりそういった意識醸成というかエリアマネジメントに対する考え方というか皆さんの気持ちを1つにするというのが難しい。ようやく少しずつ、活動の成果が見えてきているかなあという状況である。

6 エリアマネジメント・活動を維持させていく上でのB I Dについて一

大阪市役所 高橋氏

今年に入って BID 検討会を設け、学識者と行政の方で検討していたが、その最後の会が、11月28日にあった。ここでは現在市が検討している BID 制度の説明ではなく、この検討会を立ち上げたきっかけはというか、こういう制度を作っていかなければならないといった背景というかそういったところを説明させていただいた方がいいと思う。

そもそも現在の都市計画制度であるが、これはものを造ることばかりに注視していたと考えられる。当然道路とか公園とかもそうだし、こういう都市再開発の支援みたいなどころ、手厚い制度というものをどんどんその時代時代に更新してきたところではあるが、これまではものをつくる、都市をつくるというところが都市計画法の根底にあったと思う。大阪駅の周辺では、グランフロントができ、大阪駅がリニューアルされ、散策されたら分かると思うが、大きく街が更新され、足元に公共空間、非常にゆったりとした通路、広場などができてきた。民間に造っていただいたこのような高度な空間を今度はどう管理運営するかというのが求められて来ていると考えている。

今の都市計画法はそういう管理運営というところのビジョンが入っていない、制度化されていないところが、われわれの課題認識であった。民間で整備いただいた高質な公共空間を、例えば歩道、広幅員歩道なんかを行政が引き取り、それをまるまる維持管理できるかというところ今の行政の財政状況ではなかなか難しいので、これを今度、民間にまるまる管理していただくような仕組みができないかというような事柄をきちんと民間と行政、道路管理者との管理協定みたいなことでやれるように法というか制度としてきちっとパッケージにして制度化できないか、少し公共的な視点から言うと、そういう公共空間の管理だけではなく、運営、イベントとか賑わいの創出とかそういうものに使えるような制度を作っていきたいというところが出発点になっている。

都市が、高度成長期につくられて来たところから、成熟した街になったところで、それをマネジメントしていくということに配慮していく制度設計を都市計画制度の中に盛り込んでいきたいというのが、今、大阪版 BID 制度を検討している根拠となっている。法律は現に法律としてあるので、それをやろうとするには新しい法律をつくらないといけない。したがって、究極は法改正しないと出来ないが、今、大阪市でやっているのは、法改正まで一足飛びにはなかなか出来るものでないと思い、既存の都市再生特別措置法とか既存の法律をフルに活用してエリアマネジメントの市条例を作り、それでエリアマネジメントを推進していくような器づくり、行政としては、民間のエリアマネジメント活動がしやすくなるような器づくりを今やろうとしているところである。11月の末に検討会を一旦閉めさしてもらい、今、内部で条例のディテールを詰めているところである。今はまだ概略でしかお示しはできないが、年度内に市議会等に諮っていきながら、その制定に向けて取り組んでいきたいと考えている。

## 7 質疑応答

- 1 容積率の緩和や大規模な開発によって人口の密集が生じると思うが、災害への対策はどのようなになっているのか。
- 2 駐輪場を増やす上でネックになることは何か。
- 3 BID 制度確立後、期待できることは何か。

回答

J R 西日本 島田氏

容積率アップに伴う防災対策に対しての話であるが、ある開発で建物を計画したとして、この建物自体が、そもそも地震があっても壊れないとかあるいはそれに伴い、例えば津波が来ても建物が維持できているのかというような話については、恐らく建築基準法や消防法等といった法律、制度の枠の中で、構造的やBCPのようなソフト面も含めた対応で自らの建物の維持管理というのは責任を持ってやっていくというようなところなんだと思っている。一方、いわゆる帰宅困難者対策というような視点の話になるとまたちょっと次元が違ってくる。それにまつわるような仕組みであったり、制度というのは今まさに作っている最中と思っている。われわれもいろいろな立場に関わる必要があると思うが、エリアマネジメントの中でもそういう話は聞いており、様々な取り組みが日本のいろいろな所でもされていると聞いているが、今後作っていかなければいけない話だという認識である。駐輪場については、いわゆる開発者的に申し上げると、条例なりで定まった然るべき手続きの中で定まった駐輪場を確保している、一定量はそれなりに確保されてるというように思っている。BIDにまつわる場所であるが、今、まさに制度が作られようとしているし、その趣旨であったり今の検討会自体については、非常に有意義なものだと思っている。然るべき取り組みになればよい。会社としては、何らかのメリットがあって、例えば先程の道路スペース、広場空間を民間側のほうが管理運営していくという話があったが、何らかのメリットがおそらく前提になる。前向きに捉えられるようなメリットが見つけられるのかどうかというのがポイントじゃないかと思っている。

阪急電鉄 大谷氏

まず防災対策に関しては、当然、人がビルの中に集中してしまうと、それだけ2次災害であるとか混乱も招くということが十分考えられる。ビル単位でできることというのは、ビルでちゃんとそういう災害キットを用意するなどは、今後にも必要になってくると思われる。一方、そういう災害が起きたときにオフィスワーカーが一気にビルの外に出てしまい、それで混乱を招いてしまうということになるので、ビル単位でテナントへの情報共有というのも1つあるかと思う。一方でビル単位ではできない、エリアでどうしていくかということに関しては、先程の実践連絡会としても、議論が今後できればというふうに思っている。

駐輪場に関しては、先程 JR の島田さんからあったように、われわれも、まずは附置義務で定められた台数はきちんと確保する計画としているというところである。一方で、駅周辺の駐輪、不法駐輪に対して不法駐輪禁止区域であることを示すエフ貼りを地元の方々を中心に定期的にやられているので、われわれもそういう活動に参加をして啓蒙活動を広げていければと思っている。

BID に関しては、先程、私もこのエリマネの課題が財源の確保だということで、当然これを一民間だけで財源を確保するのは不可能なことなので、大阪市、行政側の方で制度化をしていただける後ろ盾があるというのが非常に心強いと思っている。ただ、財源をどう使うかということ、民間企業としてもそこにどう携われるのかということ、今後の課題と考える。

グランフロント大阪TMO 木村氏

防災についてであるが、容積緩和の代償としてそういう不安があるのではないかということだったが、例えば、グランフロントであると、開発することによってうめきた広場、新しい広場ができたことにより、そちらも広域避難場所になっているが、逆にメリットもあるのではないかと考えている。公共貢献要素として、そういう防災拠点も置けない、備蓄倉庫も置けない、そういうことを行政側として要求いただければ、こちらも提案していかなければと考えている。駐輪場については、JR、阪急同様に附置義務分を整備しており、グランフロントで約 1,000 台くらいの駐輪場があるが、現状飽和してない、まだ利用いただける余裕がある状況である。よって施設としては充足している状態にあるので、後は、道路の中で、最近、建設局が駐輪場を作り、どんどん増えているので、そういったところで補完していただければと思っている。

BID に関しては、こちらも、広告事業だけでなかなかまちづくりに充当するお金を全然賄えないということで、そうした財源ができれば有難い。一方で、12 事業者から委託されてタウンマネジメントをしているという立場であるため、それが広域的になることによって、12 事業者にとっていいというか、12 事業者からの采配が利かなくなるんじゃないかとか、そういう不安を多分、民間事業者としては思われるだろうと考える。

阪神電鉄 松山氏

容積率と災害対策は裏腹だと思っている。容積率が上がるということは、人が来るということであるし人が来るということは、災害とか犯罪であるとかそういうことが起きたときには少し被害が大きくなるのではないかということも個人的には思う。そのへんのバランス感が難しいのではないか。賑わいづくりと防災・防犯面の取り組みは、そういったことで、バランス感を持ちながら行うべきである。そして、ビル単体での取り組み、それからエリア単位での取り組みというものは必要になってくると思う。ビル単体では、帰宅困難者に対する備蓄倉庫であるとか、帰宅困難者をどこまで受け入れるのかということ、自社建物において、自社テナント及びそのお客様だけを対象とするのか

自分のところビルだけなのか、それとも地域の方々を受け入れるのかということについて新たに踏み込んでいくためにも、エリアマネジメントの中で、そういった話を地域として話し合いが必要になってくると思われる。

駐輪場の話であるが、駐輪場の話は BID の話と少し絡むので、両方併せて説明する。

梅田は非常に地価が高いところで、駐輪場の場所については私が利用者の立場だったら、当然利用しやすい所にあってほしいと思う。ビルの場合 1 階部分が 1 番利用しやすい。場所が上層部や地下階になってくると、やはり利便性としてはどうかなあということがある。ただ、やはりどうしても確保せざるを得ないという事情もあり、そういうところに設置をせざるを得ないという状況になっていると思われる。

ビル単位になればビル側の個々の事情も当然ある中で、この地価の高い梅田エリアで、どこに設置するか、ビルの用途構成と一定の利便性を念頭に置いた場所になってくると思われる。そこで、公共空間という歩道の拡幅整備が進んでいかないかということに繋がる。拡幅した歩道空間に駐輪場を整備する等道路空間をある程度活用していくというのは 1 つの方法ではないかと個人的に思っている。その部分で BID 制度には期待している。賑わい等の地域を活性化していくための公共空間というのは歩道空間だけである。

車道空間については、基本的には、そういったことができないと思う。したがって、歩道空間をいかに広げていくことが大事になってくると思う。歩道空間を広げることによって駐輪場のスペースを生み出す、植樹帯を整備できるスペースを生み出す、防災対応できる一時的な避難スペースを生み出す、ということが出来る。そう意味では、歩道空間をやはり拡張整備していく必要があるのではないかと。そういう取り組みによって、駐輪場も確保できるし、BIDの制度自体も活用されていくと思っている。

大阪市役所 高橋氏

容積緩和によって防災面というところが懸念されるという話であるが、例えば、百貨店の建て替えということを考えてときに、その特措法ができるまでの制度という先程言った総合設計制度みたいな形で、敷地内に、足元1階にオープンスペースをボーッと設けて、それに対しての容積緩和という手法しかなかった。大体似たようなそういう制度しかなかった。やはり百貨店を計画しようとする、先程地価の話があったが、1階にベタッと建物を建てて収益を上げたいという意向で民間事業者のオーダーがあったり、隣接しているところに駅があったり、地下躯体に重要なインフラが走っていたりとかということで、計画するにも制約が沢山ある。ターミナルの拠点開発というのは、戦後に建った建物が多く、50年、60年経ち、建て替えとなったときに、そこがネックになっていたところがあったかと思われる。老朽化したままでいいのかということ、やはりそれはそれで、耐震性が悪いところがあった訳なので、行政としては、老朽化した建物はとにかく建て替えて、耐震性能を向上していただきたいということがあったと思う。そういう意味では、非常に大阪駅周辺の昨今の開発によってそういった個々の耐震性能の向上が図られ、エリア全体としても利活用されている方が、建物の倒壊による災害という部分では少しくりあになってきているのではと思っている。ただし、確かに容積緩和することで人口が増え集中してしまっている所での帰宅困難者対策については、3.11のときの東京で起こったようなターミナルの対策というのは、これからこのエリアマネジメントの取り組みを広げていき、すそ野が広がり、エリア防災とした形で取り組めるように持っていきたい。これは今、課題だと認識しているのでやっていきたいと思っている。

駐輪場を増やせないかというところは、大阪市もつい最近までは、高架下とか、広幅員の歩道の所に駐輪場を出来る限り設置して来た。この大阪駅周辺でも、かなりの数が増えて来ている。私が言うのも変だが、本当にそれでよかったのかどうかということは実は課題、認識として持っている。歩道に駐輪場ができ通行スペースが少なくなり狭くなっている訳であるが、歩道に駐輪場を造ってきちっと管理していたら、非常に有意義だと思うが、実際はそこまで管理が行き届かない。実際には縦列じゃないが二重に自転車を置いたりとか、若しくは建物・施設側の歩道に相変わらず停めてしまう。そしたら通行できない、歩道の本来の活用が阻害される、そういう課題が見受けられた場所があるのも事実である。要は管理をきちっとすることが課題認識とっており、エリアマネジメントにばかりに押し付けるのも申し訳ないが。エリアマネジメント活動で、そういう公共空間の管理というものが、きめ細やかに、少し民間の手厚いサポートなんかでできるようになればそういう課題も解消されるのではないかと考えている。

BID に期待することというのは、民間のエリアマネジメント団体が大阪版 BID 制度の適用による意義をどう持ってくれるというところであるが、制度をカチッとすることで、行政側の分担金制度というものを使って、地権者から徴収したものをエリアマネジメント活動に還元といったそういう仕組みであるが、民間からすると行政が安定的に徴収してくれる、そういう財源の下に活動できるということで、少し事業の継続性みたいなところがクリアになって来るのではないのか。民間企業であるからトップの方が変われるとその考え方により取り組み方針が違ってくとも考えられるので、エリアマネジメントに理解がある方からコロッと変わってしまったときには、町会的、町内会的な仕組みでやっている、どうしても一抜け、二抜けみたいな形になってしまうと考える。制度に基づいてきちっとやることによって、そういうことにもならず、事業の継続性が確保されるメリットがあるかなと考える更にこういう制度に基づいて、民間が公共空間を管理するという、逆にその利活用の部分の柔軟性も公共側、例えば道路管理者側からすると、民間の事業展開というものを一定裁量の中で緩和できるのではないかと考えており、今ここは、議論中であるが、民間、事業者側が、そこで展開される場所の事業収益みたいなものがこれまでよりも確保できるのではないかと考えている。また、きっかけは公物管理的なところからのスタートであるが、それが端緒となり幅広いそのエリアマネジメント活動に発展していく可能性を持っているのではないかとこのように考えている。アメリカで始まった端緒は街の防犯とか安全、安心を確保していくというところから始まっている制度であるが、それだけにとどまらず、当然それによって、要するに犯罪件数が減ったということで街への来客者数が増えるとか、店舗の賃料が上がったとか、不動産の価値が上がったとか要は間接的な地権者側に返ってくるような街の付加価値が高まるというところのメリットが1つあるのではないかと。ただ、アメリカでこうだから、大阪でやってくださいと事業者に言ったとしても、やはり、そこは事業者はシビアに、多分その効果、効能というところをどういう指標でチェックされ、各社がやっていると舵を切られるときにはそういったところを精査して入って来られるんだろうというようには思っている。われわれとしては民間からいろんな課題を提示なりしていただき、課題を提示するにも、まず民間で実践してみないとかなかなか課題というのが見えてこないところがあるため、まず、梅田で今気運が高まっているので、こういったところで、実践展開いただき、課題を出していただいて、行政はを一旦作るものの必要があればというか、必要があると思っているが、国に法律そのものの制度設計を要望していく、若しくはこの制度の改善拡充をしていくということ、行政としては考えているところである。

## 8 今後の展望について

### (1) JR西日本 島田氏

実はまだ大阪駅の周辺については、まだ完了してない部分もあり、そこは速やかに、つくっていくというようなどころもある。今回、エリアマネジメントというようにことで4社で、今、取り組んでいるところであるが、それについては非常に意義深い活動をしているというように思っている。これを、継続して進んでいければという思い



である。携わっている私の個人的な思いかもしれないが、JR 西日本は実は大阪に限らず西日本の様々な場所に施設や駅を持っており、近畿圏に限らず、中国地方だったり北陸地方に、地域共生というようなことを会社で、言っている中、そういう取り組みもしていければと思っている。

(2) 阪急電鉄 大谷氏

非常に個人的な話であるが、2013年一番私が嬉しかったニュースというのが、2020年にオリンピックが東京に決まったということである。国内のことを考えると東京に決まってしまったということで、大阪としてはショボンとしているという見方もあるが、グローバルな視点でいくとこれは非常にいい機会だと思っている。オリンピックを機に世界中から日本に来てもらえる方々に対して、大阪梅田でどうおもてなしをするかというところを考えると、後7年あるが、もう7年しかないというように思っている。その中で、エリアマネジメントとして日本国内だけではなく、海外の人からも梅田に来ていただいて、楽しんでいただける取り組みが、今後も続けていければ思っている。

(3) グランフロント大阪 TMO 木村氏

グランフロントは今年4月26日にまち開きを迎え、初めてのことばかりというか運営していくのが今年からであるため慣れないことがいっぱいあり大変であるが今後反省点等を整理し、改善を図っていきたいと考えている。TMO12社の事業者の中の7社から人を出して構成している組織であるが、12社の中でもおそらく、三菱地所、阪急というところがエリマネを実際に各社のエリアで実施し、ノウハウも多く持っている会社であると思う。他は、まだ社内の理解というところが低く少なくとも私の出向元の会社はそういったところである。私が戻ったときにエリマネを自分の会社でやっていくというようなことで、TMOから皆さんが戻ったときに、日本全国にそういうのが広がっていくのではないかと考えている。

(4) 阪神電鉄 松山氏

ここでは個人的な考えを述べる。

私は会社生活の半分を梅田に関わる仕事をやって来たので、梅田に対する思いは割と強く、この地区について、やはり人が楽しんでもらえるような街になったらいいと思っている。そのためには、公共空間、特に歩行空間であるが、かなり拡張整備していく必要があるだろうと思っている。梅田エリアの細街路には、今、車の交通量が多いが、通過交通は、周辺の幹線道路を走ってもらうような仕組みができれば、非常にいいと思っている。最低限の車両交通という街ができればいいかなと思っている。

最終的には、この大阪駅周辺地区全てが広場空間化になれば1番いいと思っている。例えば、通行について、搬入車両とかは当然あるものであるから時間帯で区切るとか、土日は車を排除するとかである。そういう仕組みが出来れば鉄道会社にとっては、電車に来ていただける人が増える可能性もある。広場空間化されることによって、交流人口が増加する。そうやって来ると、エリア価値が高まっていくというに繋がる。オフィスワーカーの方々も増えていく。そうすれば沿線の方で定住人口が増えていく、近畿圏全域にその波及効果が生まれるのではないかと考えている。そういう形で広場空

間化をしていなければならないと考えているし、その広場空間というのは日常と非日常と非常とに分けて活用できるのではと思っている。日常では憩いの空間として生活環境面で貢献できる空間活用ができるし、非日常時にはイベント等賑わい空間として、非常時は防災空間として活用できるのではないかと思う。何年後かには大阪駅前広場空間化の実現に向け、部分的に実証実験的に行われ、周辺や沿線への波及効果を見据えつつ、エリア価値、沿線価値の向上に繋げていく取り組みを順次実施するべきだと考えている。

(5) 大阪市役所 高橋氏

個人的なことで恐縮であるが今年の6月に椎間板ヘルニアになり、暫く左足が痺れて動けない状況になった。その後、痛いのをこらえて大阪駅周辺の例えば視察対応とかそういうことをしていた。その時に気付いたことだが、道路は綺麗に舗装していただいているが、少しの勾配でも痛む。病院で気付いたことであるが、同じ症状の方がいっぱいおられて、エレベーターで待っていたりとかすると同じような方が結構おられるんだなあということに自分になってみて気付いた。ちょっとした事柄であるが、そういうバリアフリーであるとか案内サインであるとかちょっとした改善みたいなものが今後のエリマネ活動で充実する、課題解決するような流れになっていかないかと思っている。後、もう1つは、逆にみんながこのエリマネジメントの活動に賛同して取り組んでいただくという形で、母数が増えていくというか、母体が大きくなっていけば、そういう機運が高まっていけば、世界に発信できるようなイベントなんかに取り組めるのではと思う。それだけではなく、防災とか環境への取り組みというものにも繋がっていくのではないかと考える。そういう意味でこの取り組みというものには期待しているし、業務の中でそういうところに繋がっていかないかということ協議調整させてもらいたいと思っている。

議事録担当 兼田 好敬