

大阪阿倍野地区再開発における 商店街及び中小商業活性化の提言

平成 25 年 2 月

一般社団法人大阪府中小企業診断協会
最先端ビジネス研究会

『大阪阿倍野地区再開発における 商店街及び中小商業活性化の提言』のまとめ

1. 阿倍野再開発事業の概要

- ◎約 40 年前に大阪市の市街地整備事業として計画され昭和 51 年より実施。
- ◎バブル崩壊、リーマン・ショック、外資の撤収などにより計画の大きな変更を余儀なくされた。
- ◎平成 11 年には大阪市主導の開発から民間事業者のノウハウを活かす手法に方針変更。
- ◎平成 27 年度末には事業完了。

2. 地域が有する高いポテンシャル

- ◎人口統計、土地価格の推移を大阪市内各所（キタ・ミナミ）と比較したところ、阿倍野区の中でも特にこの再開発事業区域の「街としての価値向上」が際立っていることがわかった。今後の発展が大いに期待できるエリアである。

3. 阿倍野再開発事業区域内の商業施設

- ◎主要施設とその開業時期は次の通り。

昭和				平成																								
60	61	62	63	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	●			●						●			●														●	●
ベルタ				マルシェ						ポンテ		ルシアス										キューズタウン				nini		

4. 商業施設の課題

- 「あべのベルタ」……核店舗撤退後、集客力が低下し、1 階以外の空き店舗が多い。
- 「あべのマルシェ」…商店街振興組合解散後、まとめ役が不在。空き店舗が多い。
- 「あべのポンテ」……個性的な店が多いが駅から遠く規模が小さい。（リーダーが意欲的）

5. あるべき姿

- 「あべのベルタ」……「ベルタらしさ」で差別化をアピールし通過客を取り込む。
- 「あべのマルシェ」…「あべのポンテ」と連携をはかり、昔ながらの賑わいを演出。
- 「あべのポンテ」……「あべのマルシェ」との連携で“地域密着ごった煮商店街”を目指す。

6. 活性化策

- ◎個店、商店街振興組合、あべの地域全体、行政機関（市・区）、コンサルタントそれぞれが「あるべき姿」の実現に向けて具体的に取り組む。

以上

目 次

まとめ	1
目次	2
はじめに	3
第1章 大阪市の商業施設の概況	4
1. 梅田地区商業の現状	
2. 難波・心斎橋地区商業の現状	
3. 阿倍野・天王寺地区商業の現状	
第2章 阿倍野再開発事業について	8
1. 事業目的	
2. 事業計画	
3. 事業の推移	
4. 事業の成果	
5. 再開発事業区域の発展可能性	
6. 阿倍野区・新区長の方針	
第3章 阿倍野再開発事業における商業施設の現状と課題	24
1. 阿倍野再開発事業区域を取り巻く商業施設	
2. 阿倍野再開発事業区域内の商業施設の現状と課題	
第4章 阿倍野再開発事業における中小商業の活性化策	33
～あるべき姿と集客力アップのための活性化策～	
1. あべのベルタ	
2. あべのマルシェ、あべのポンテ	
おわりに	50
参考	51

はじめに

大阪市都市部の商業集積地は 3 地区に大別できる。「キタ(梅田駅周辺)」、「ミナミ(難波・心斎橋駅周辺)」と「阿倍野・天王寺地区」である。最先端ビジネス研究会では、この中で、「阿倍野地区」について着目した。大阪市が、昭和 51 年から長期にわたって進めてきている「阿倍野再開発事業」に、事業区域内に存在する中小商業が「どのようにかかわってきたのか」、「どういった活性化策を講じてきたのか」、「どういった今後の展望を描いているのか」について調査・研究することにした。その上で、中小企業診断士として「どのように支援すれば商業施設における中小商業のお役に立つことができるか」を提言としてまとめることにした。

調査研究に当たっては、まず、事業主体である「大阪市阿倍野再開発事務所」に赴き、「再開発事業」の内容を取材した。次に、再開発事業区域の商業施設・中小商業の動きについて、「阿倍野区商店会連盟」に取材した。さらに、「阿倍野再開発事業」の対象区域内に存在する 5 つの商業施設（「あべのベルタ」、「あべのルシアス」、「あべのキューズタウン」、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」）の中小商業のキーマンに直接取材を実施した。

取材を通して 5 つの商業施設の中で、「あべのベルタ」、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」の 3 つの商業施設に課題があることがわかった。

さらに、名古屋市の大須商店街を視察し、活性化策の取り組み（イベント事業、環境施設整備事業、情報化事業）について大須商店街連盟会長に取材した。

本論文では、まず、第 1 章で、「大阪市の商業施設の概況」についてふれ、第 2 章で、「阿倍野再開発事業」について述べる。次に、第 3 章で、「阿倍野再開発事業区域内の商業施設」について紹介し、最後に、第 4 章で、課題を有する 3 つの商業施設（「あべのベルタ」、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」）にある「中小商業の将来展望と活性化策」について提言を行うことにする。

第1章 大阪市の商業施設の概況

1. 梅田地区商業の現状

梅田地区は、JR 大阪駅、阪急・阪神・大阪市営地下鉄の梅田駅周辺、通称「キタ」と呼ばれている地域である。超高層ビルが建ち並び、大企業のオフィスや本社を構える企業も多い。超一流のハイクラスホテルも多く、高級クラブが軒を連ねる北新地は、ビジネスパーソンの社交の場となっている。

梅田地区は鉄道による京阪神からの交通アクセスが良いため、7つの駅を1日約250万人が利用し、西日本最大の繁華街を形成している。梅田地区では、平成23年5月にJR大阪三越伊勢丹百貨店が開業し、大丸梅田店増床リニューアルが行われて大阪ステーションシティが誕生した。さらに平成24年11月には阪急百貨店うめだ本店が建て替わりグラนด์オープンした。阪神百貨店を含めた4つの百貨店を中心に無数のショッピングモールが集まっている。これらの百貨店やショッピングモールと7つの駅は、ホワイティうめだ、ディアモール大阪、阪急三番街、堂島地下センターといった日本最大の集客を誇る地下街で連結されている。

大阪駅北地区「うめきた」で開発が進んでいる「グランフロント大阪」が平成25年4月下旬に街開きを迎える。その中核施設となるナレッジキャピタルは感性と技術を融合し新しい価値を生み出す新たなビジネスの発信地として期待されている。また、百貨店に匹敵する面積と店舗数の商業施設もオープンする。

活況を呈している梅田地区の様相は百貨店戦争といわれたりもしているが、単に競合するだけではなくエリア全体の競争力、集客力、地域力を高めようとする動きもある。大規模開発プロジェクトを進めている西日本旅客鉄道株式会社、阪急電鉄株式会社、阪神電気鉄道株式会社、一般社団法人グランフロント大阪 TMO の4者が連携して、平成21年11月「梅田地区エリアマネジメント実践連絡会」が発足した。同連絡会は(1)駅から広がるまちづくり、(2)歩いて楽しいまちづくり、(3)新しい時代のまちづくりの3つを活動コンセプトとして、地域の方々やまちづくり団体・行政などとの「地域連携」、まち歩きの楽しさや賑わいを創出する「アクション」、および国内外からの来街者を誘引する「情報発信」の具体的な取り組みを始めている。

図表 1-1 梅田地区の商業施設



出所：梅田地区エリアマネジメント実践連絡会ホームページ

2. 難波・心斎橋地区商業の現状

難波・心斎橋地区は、JR・南海・近鉄・市営地下鉄の難波駅、市営地下鉄心斎橋駅周辺の通称「ミナミ」と呼ばれている日本最大の面積を有する繁華街である。難波・心斎橋地区は、上方文化の発信地として300年以上も前から栄えてきた繁華街であり、現在も関西の芸能文化、ファッション、食文化をリードし続けている。

写真 1-1 道頓堀のド派手な看板



出所：大阪市ホームページ

難波・心斎橋地区は独特の進化をしながら、現在も発展を続けている。「道頓堀」は、かつての「芝居の町」から日本屈指の味自慢の店がひしめき合う「食いだおれ」の町に変貌、ド派手な看板が目を見張っている。「堀江」は家具屋街から新進気鋭のデザイナーのブティックが建ち並ぶファッションの町に変化し、世界の有名ブランド直営店が並ぶ「南船場」、若者の町「アメリカ村」とともにファッショ

ンをリードしている。「道具屋筋」では、調理器具から食品サンプルにいたるまで、飲食店に関するありとあらゆる道具が揃い、「黒門市場」では、活きのいい生鮮食材が揃う。「日本橋でんでんタウン」は、東京の秋葉原と並ぶ電器の町である。といった具合に、難波・心斎橋地区はとても多くの個性的な商店街で構成されている。

3. 阿倍野・天王寺地区商業の現状

阿倍野・天王寺地区は、近鉄の大阪阿倍野橋駅、JR・市営地下鉄の天王寺駅、阪堺電気軌道の天王寺駅前駅周辺の地域であり、奈良・和歌山・関西空港からのアクセスが便利な大阪の南の玄関口として「キタ」、「ミナミ」に次ぐ規模の繁華街となっている。百貨店やショッピングモールなどの大型商業施設と大阪の下町的な街並み、公園や寺、美術館、動物園などの観光スポットも点在する新旧の名所が同居した地域である。

阿倍野・天王寺地区は、大規模な再開発プロジェクトの進行で近代化が進み、新しく生まれ変わろうとしている。約 40 年間におよぶ阿倍野再開発事業の中核事業として、平成 23 年に完成した「あべのキューズタウン」は予想以上の集客があり、賑わっている。ま

写真 1-2 あべのハルカス



出所：あべのハルカスホームページ

た、平成 26 年に完成予定の「あべのハルカス」は、新しい大阪のランドマークとして、さらなる集客が見込め、地域全体の活性化が期待されている。

第2章 阿倍野再開発事業について

1. 事業目的

阿倍野再開発事業は、南大阪の玄関口、阿倍野・天王寺ターミナルの南西部に位置する、通称「^{かなつか}金塚地区」28ヘクタールを対象に、大阪市が施行主となり、昭和51年度から平成27年度にかけて行われている再開発事業である。

対象地区は、戦災を免れた地区であったために、戦前からの老朽木造建造物が多数残っており、道路や公園面積など公共用地も非常に少なく、防災上、環境上、問題を有する地区であった。

広大な密集市街地（権利者数3,000人以上）の市街地整備事業であり、従来の都市再開発法での対応は困難なため、昭和50年の都市再開発法の改正（「用地買収方式」による第二種市街地再開発事業の創設）を受けて大阪市が施行主となり昭和51年より実施された。道路などの公共施設を整備し、交通機能や防災性を向上させるとともに、土地の高度利用と都市機能の更新を目的に以下の4つの目標に向けてまちづくりが開始された。

- ①コミュニティぐるみの再開発
- ②南大阪の発展にともなう新しい都心づくり
- ③豊かな市民生活のための都市施設づくり
- ④安全で快適な人間尊重の都市空間づくり

写真 2-1 再開発事業施行前



写真 2-2 再開発事業施行後



出所：阿倍野再開発イメージ計画委員会報告書

2. 事業計画

(1) 施行前

- a. 夜間人口 約 6,300 人
- b. 世帯数 約 2,690 世帯
- c. 建物戸数 約 1,600 戸 (店舗 600 戸、住宅 900 戸、その他 100 戸)
- d. 町会数 11 町会
- e. 商店会数 7 商店街、1 名店街

(2) 計画 (施行後)

① 計画対象区域 約 28 ヘクタール

都市計画決定区域面積 約 28 ヘクタール

事業計画決定区域面積 約 25 ヘクタール

市街地住宅ゾーンと業務・商業ゾーンからなる (図表 2-7)。

② 事業予定期間 昭和 51 年度から平成 27 年度までの 39 年間

③ 総事業費概算額 約 4,900 億円

④ 公共施設整備計画

- a. 道路 17 路線 [都市計画道路] (幅員 8~40m)
- b. 公園 3 箇所 [都市計画公園] (合計面積 2.2ha を整備)
- c. 駐車場 2 箇所 [都市計画自転車駐車場] (地下 1 層 約 660 m²・約 690 m²)
- d. 学校 1 箇所 [大阪市立金塚小学校] (敷地の拡大・整形化を行う)
- e. 下水道 [都市計画水道]

(道路整備にあわせて、公共下水道の下水道管渠を整備する)

図表 2-1 公共施設整備計画

道路	名称	種別	従前幅員	従後幅員	備 考
	長柄塚線	幹線街路	24m	40m	既設道路の拡幅
	尼崎平野線	幹線街路	25m	40m	既設道路の拡幅
	津守阿倍野線	幹線街路	22m	25m	既設道路の拡幅
	金塚南北線	幹線街路	—	30m	新設
	金塚東西線他 11 路線	区画街路	—	8~16m	新設
	阿倍野南北線	特殊街路	—	8m	新設
公園	名称		種別	面積	備 考
	阿倍野再開発 1 号公園		近隣公園	約 1.0ha	合計 約 2.2ha
	阿倍野再開発 2 号公園		近隣公園	約 1.1ha	
	阿倍野再開発 3 号公園		街区公園	約 0.1ha	
駐車場	名称		面積	構造	備 考
	天王寺・あべの橋駅自転車駐車場		約 690 m ²	地下 1 層	新設
	阿倍野駅第 4 自転車駐車場		約 660 m ²	地下 1 層	新設
その他	名称	従前敷地面積	従後敷地面積		備 考
	大阪市立金塚小学校	約 9,700 m ²	約 10,500 m ²		敷地の拡大・整形化

出所：大阪市阿倍野再開発事務所、平成 24 年 5 月「阿倍野再開発事業の現状について」

⑤ 施設建築物整備計画

a. 計画棟数 29 棟

b. 用途 住宅・店舗・事務所・宿泊施設・作業所・文化教育施設・福祉施設・他

⑥ 住宅建設計画

a. 住宅棟数 19 棟（全体計画 29 棟の施設建築物のうち、住宅を含むものの棟数）

b. 住宅戸数 約 3,100 戸

⑦ 計画人口 常住人口 約 8,000 人

図表 2-2 住宅戸数

名 称	棟 数	住宅戸数	種 類
管理処分住宅棟	14	約 2,540 戸	譲受け、特定分譲、一般分譲、賃貸
再開発住宅棟	5	約 560 戸	賃貸
合 計	19	約 3,100 戸	

出所：大阪市阿倍野再開発事務所、平成 24 年 5 月「阿倍野再開発事業の現状について」

図表 2-3 土地利用に関する事業施行前後の比較

区分		施行前 (A)		施行後 (B)		倍率 (B/A)
		面積	構成比	面積	構成比	
土地利用	道路	54,200 m ²	19.3%	107,600 m ²	38.4%	2.0
	公園	4,300 m ²	1.5%	22,200 m ²	7.9%	5.2
	学校	9,700 m ²	3.5%	10,500 m ²	3.7%	1.1
	宅地	212,300 m ²	75.7%	140,200 m ²	50.0%	0.7
	計	280,500 m ²	100.0%	280,500 m ²	100.0%	
用途別建築 延床面積	商業施設	75,100 m ²	37.1%	155,000 m ²	21.5%	2.1
	業務施設	9,700 m ²	4.8%	53,600 m ²	7.5%	5.5
	住居施設	87,200 m ²	43.0%	293,000 m ²	40.7%	3.4
	その他	30,500 m ²	15.1%	218,400 m ²	30.3%	7.2
	計	202,500 m ²	100.0%	720,000 m ²	100.0%	3.6

出所：大阪市阿倍野再開発事務所、平成 24 年 5 月「阿倍野再開発事業の現状について」

3. 事業の推移

(1) 大阪市による事業の推進

前述の計画にもとづいて事業がスタートした。3,000 人以上の数多くの地元権利者が存在する中、「実行委員会」が組織され、地元住民の理解を得ながら用地買収が進められた。その経緯について図表 2-6 に示す。

昭和 58 年には、作家の難波利三氏を座長とする「阿倍野再開発イメージ計画委員会」が専門委員と地元委員で発足した。地元と一体となった「まちづくり」が進められ、商業

施設と住宅施設及び防災施設が作られていった。

商業施設を中心にみていくと、「あべのベルタ」が昭和 62 年に完成し、平成元年には「あべのマルシェ」が完成した。しかし、この頃から行政の動きに変化が見られ、大阪市と商店街の中小商業との間に、計画に対する考え方や取り組み方のズレが生じてきた。「あべのベルタ」から天王寺駅まで地下道でつなぐ計画が見送られることとなった。

（２）「特定建築者制度」による推進

平成 11 年に「都市再開発法」が改正され、「特定建築者制度」が拡充された。以後、大阪市はこの制度を使い民間の活力を活かして事業を進めることになる。

「特定建築者制度」とは、施行者の負担を軽減すると同時に民間事業者などの能力の積極的活用を図りつつ市街地再開発事業の円滑化を図る趣旨から、昭和 55 年の都市再開発法改正に導入された制度である。これにより、大阪市は事業資金の負担が軽減され、民間事業者のノウハウが活用されることになった。

この制度を使って、平成 6 年に、「そごう」を核に 63 階建ての超高層ビルを建設する都市計画が決定されたが、平成 9 年にそごうが計画から撤退し、白紙に戻った。平成 16 年に東急不動産の事業参加が決定し、平成 23 年に「あべのキューズタウン」が誕生した。

（３）事業の進捗状況

施設建築物の計画棟数 29 のうち、平成 24 年 3 月時点で 27 棟が完成した。残る建設中の 2 棟は、平成 24 年度末の完成となっており、これをもって全ての再開発ビルが完成することになる。

図表 2-4 再開発ビル建設状況

	棟数	延床面積	進捗率
全体	29	720,000 m ²	——
完成	27	700,000 m ²	97%
建築中（24. 3 時点）	2	20,000 m ²	100%

＜上記の内、住宅棟の建設状況＞

	棟数	住宅戸数	進捗率
全体	19	3,100 戸	——
完成	17	2,800 戸	90%

出所：大阪市阿倍野再開発事務所、平成 24 年 5 月「阿倍野再開発事業の現状について」

図表 2-5 用地買収状況

	土地面積	進捗率
全体	213,135 m ²	——
取得済み	213,135 m ²	100%

出所：大阪市阿倍野再開発事務所、平成 24 年 5 月「阿倍野再開発事業の現状について」

図表 2-6 阿倍野再開発事業の経緯・進捗状況

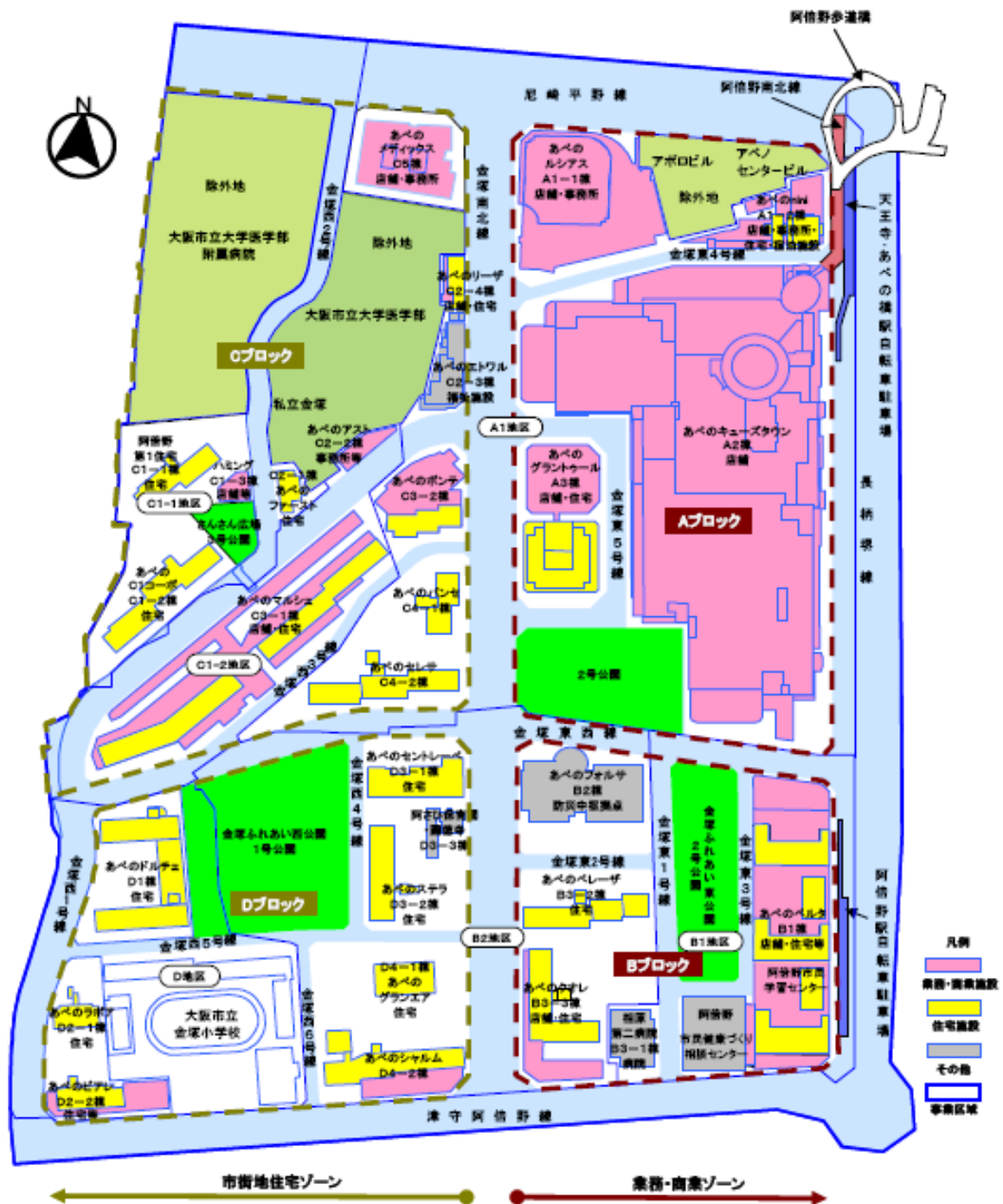
昭和 44 年 6 月	都市再開発法公布	昭和 44 年 10 月	基本構想を新聞発表
50 年 7 月	都市再開発法改正（第二種事業の創設）		
51 年 9 月	都市計画決定（B1 地区・C1 地区 計 7.2ha）		
53 年 8 月	事業計画決定（B1 地区・C1-1 地区）		
11 月	都市計画の施行区域の拡大（10.6ha）		
55 年 2 月	都市計画の施行区域の拡大（14.6ha）		
3 月	C1-1 棟着工（57 年 11 月 再開発住宅棟「市営阿倍野第 1 住宅」完成）		
56 年 3 月	C1-2 棟着工（59 年 8 月 管理処分棟「あべの C1 コーポ」完成）		
8 月	都市計画の施行区域の拡大（20.4ha）		
57 年 1 月	事業計画決定（C1-2 地区）		
3 月	B1 棟着工（62 年 9 月 管理処分棟「あべのベルタ」完成）		
	B3-1 棟着工（58 年 8 月 管理処分棟「相原第二病院」完成）		
58 年 2 月	都市計画の施行区域の拡大（21.4ha）		
8 月	事業計画決定（D 地区）		
9 月	C1-3 棟着工（59 年 8 月 管理処分棟「ハミング」完成）		
59 年 6 月	事業計画決定（A1 地区）		
12 月	C3-1 棟着工（元年 8 月 管理処分棟「あべのマルシェ」完成）		
60 年 5 月	事業計画決定（B2 地区）		
61 年 3 月	D2-2 棟着工 （63 年 7 月再開発住宅・管理処分棟「あべのピアレ・市営阿倍野第 2 住宅」完成）		
62 年 3 月	阿倍野再開発 3 号公園（児童公園「阿倍野旭公園[さんさん広場]」完成）		

63 年 3 月	D2-1 棟着工 (2 年 7 月 再開発住宅棟「あべのラポア・市営阿倍野第 2 住宅 2 号館」完成) 都市計画の施行区域の拡大 (22.1ha)
平成元年 3 月	都市計画の施行区域の拡大 (22.1ha)
7 月	金塚 1 号歩道橋 (「マルシェ橋」) 完成
2 年 3 月	C5 棟着工 (7 年 1 月 管理処分棟「あべのメディックス」完成)
	C2-2 棟着工 (3 年 5 月 管理処分棟「あべのアスト」完成)
	B3-3 棟着工 (4 年 10 月 管理処分棟「あべのクオレ」完成)
3 年 3 月	D1 棟着工 (5 年 6 月 特定施設建築物「あべのドルチェ」完成)
	C4-2 棟着工 (5 年 11 月 管理処分棟「あべのセレサ」完成)
4 年 3 月	C4-1 棟着工 (6 年 7 月 再開発住宅棟・特定施設建築物「あべのパンセ・市営阿倍野第 3 住宅 1 号館」完成)
5 年 3 月	C3-2 棟着工 (7 年 11 月 管理処分棟「あべのポンテ」完成)
9 月	B3-2 棟着工 (8 年 5 月 管理処分棟「あべのベレーザ」完成)
6 年 3 月	都市計画の施行区域の拡大 (28.0ha)
	D3-2 棟着工 (8 年 6 月 再開発住宅棟・特定施設建築物「あべのステラ・市営阿倍野第 4 住宅 1 号館」完成)
12 月	A1-1 棟着工 (10 年 12 月 管理処分棟「あべのルシアス」完成)
7 年 3 月	D3-3 棟着工 (8 年 5 月 管理処分棟「あさひ保育園・圓徳寺完成」)
9 年 3 月	A1 地区事業計画変更 (A1 地区の拡大として A2 地区を事業計画決定)
9 月	D4-2 棟着工 (11 年 10 月 管理処分棟「あべのシャルム」完成)
13 年 1 月	D3-1 棟着工 (14 年 8 月 特定施設建築物「あべのセントレーベ」完成)
3 月	A3 棟着工 (16 年 9 月 管理処分棟「あべのグラントゥール」完成)
9 月	B2 棟着工 (16 年 1 月 特定施設建築物「あべのフォルサ」完成)
14 年 5 月	都市計画の変更 (A2 街区における建築面積及び延床面積の変更・高度利用地区の変更)
15 年 6 月	阿倍野再開発 1 号公園 (金塚ふれあい西公園) 完成
17 年 9 月	都市計画の変更 (A1、A2、C2 街区における建築面積及び延床面積の変更など・都市施

	設（「阿倍野南北線」「天王寺・あべの橋駅自転車駐車場」「阿倍野駅第 4 自転車駐車場」）の追加・高度利用地区の変更）
19 年 1 月	C2－3 棟着工（20 年 2 月 特定施設建築物「あべのエトワル」完成）
	C2－4 棟着工（19 年 12 月 特定施設建築物「あべのリーザ」完成）
21 年 1 月	A2 棟（23 年 3 月あべのキューズタウン完成）、 A1－2 棟着工（23 年 12 月あべのニニ完成）
21 年 10 月	阿倍野歩道橋架替工事着手
22 年 9 月	阿倍野駅第 4 自転車駐車場完成
22 年 12 月	D4－1 棟着工
23 年 3 月	天王寺・あべの橋駅自転車駐車場、阿倍野南北線（公共地下通路）完成
4 月	A2 棟（特定施設建築物「あべのキューズタウン」）開業
23 年 7 月	C2－1 棟着工

出所：大阪市阿倍野再開発事務所、平成 24 年 5 月「阿倍野再開発事業の現状について」

図表 2-7 阿倍野再開発計画の基本計画



阿倍野再開発事業の基本計画

出所：大阪市ホームページ

4. 事業の成果

「大阪市阿倍野再開発事務所」を訪問し、事業の成果について、「まちづくりの成果」と「経済財政効果」について取材した。

(1) まちづくりの成果

① 土地の高度利用

再開発ビル 29 棟の建築延床面積は、72 万平米で従前の 3.6 倍に増えた。住宅は、約 3,100 戸で従前の 3.4 倍になり、かつ居住水準が向上した。

② 都市機能の更新

業務・商業・居住機能などの集積、駐車場、駐輪場の整備が進んだ。道路の拡幅・新設、公園の整備により道路面積は従前の 2 倍になり、公園面積は従前の約 5 倍になった。

③ 防災性の向上

全面クリアランスにより老朽木造建築が除去され、耐火建築物となり、不燃化率は 16%から 100%に向上した。地区全体を広域避難場所とし、防災中枢拠点が設置されている。

(2) 経済財政効果

① 集客

中核となる「あべのキューズタウン」には、開業（平成 23 年 4 月）1 年目に年間目標を大きく上回る約 2,700 万人の来場者があり、活況が続いている。開業に伴い公共交通機関の利用者が増加している。利便性の向上により「住みたい街ランキング」での順位が上昇している。

② 雇用創出

「あべのキューズタウン」の開業に伴い、約 5,000 人の新規雇用が創出された。

③ 収支

地区内及び地区周辺の固定資産税などの増収がある一方で、保留床が予定通り売却できていないため、多額の事業収支不足が発生している。

5. 再開発事業区域の発展可能性

(1) 人口統計からの考察

国勢調査のデータから、大阪市全体、北区（キタ）、中央区（ミナミ）、阿倍野区、再

開発地区の夜間人口と昼間人口及び昼夜間人口比率について比較する。

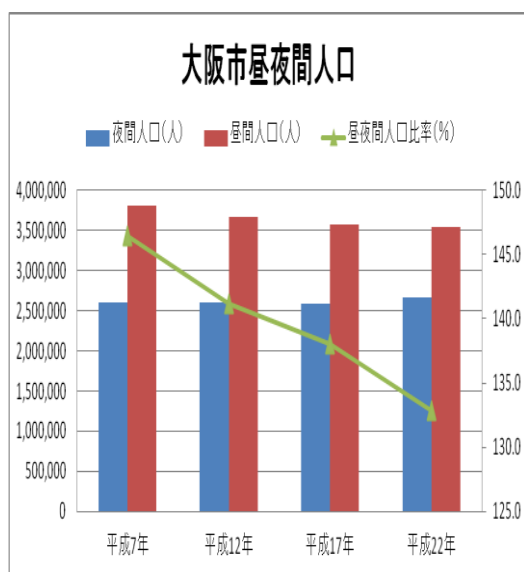
昼間人口とは、常住人口（夜間人口）に他の地域から通勤・通学してくる人数を足し、さらに他の地域へ通勤する人数を引いたものである。昼夜間人口比率とは、昼間人口を夜間人口で割ったものである。つまり、都心では昼夜間人口比率が高く、郊外は逆に低くなる。

図表 2-8 大阪市、北区、中央区、阿倍野区、再開発地区の昼夜間人口

		平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年
夜間人口 (人)	大阪市	2, 596, 486	2, 595, 394	2, 594, 686	2, 665, 314
	北区	85, 475	91, 649	97, 127	110, 392
	中央区	52, 851	55, 305	66, 731	78, 681
	阿倍野区	102, 050	103, 771	106, 708	106, 350
	再開発地区	5, 190	5, 685	6, 770	7, 337
昼間人口 (人)	大阪市	3, 803, 203	3, 664, 414	3, 581, 675	3, 538, 576
	北区	452, 254	433, 923	418, 061	382, 705
	中央区	577, 490	523, 897	508, 343	465, 786
	阿倍野区	119, 227	117, 708	115, 815	115, 197
	再開発地区	18, 097	18, 601	17, 848	—
昼夜間 人口比率 (%)	大阪市	146. 5	141. 2	138. 0	132. 8
	北区	529. 1	473. 5	430. 4	346. 7
	中央区	1, 092. 7	947. 3	761. 8	591. 9
	阿倍野区	116. 8	113. 4	108. 5	108. 3
	再開発地区	348. 7	327. 2	263. 6	—

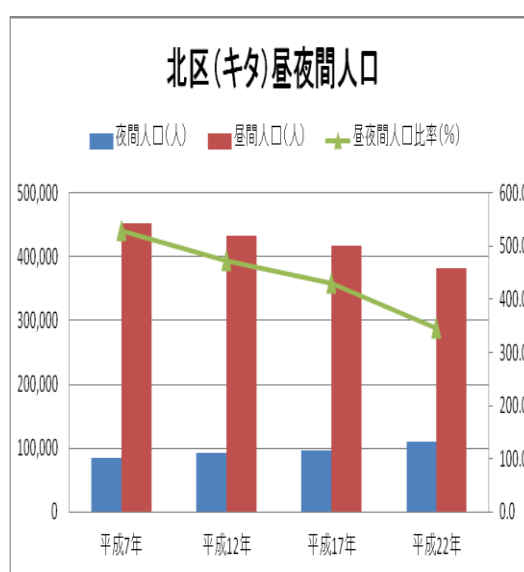
出所：総務省統計局・国勢調査

図表 2-9 大阪市の昼夜間人口



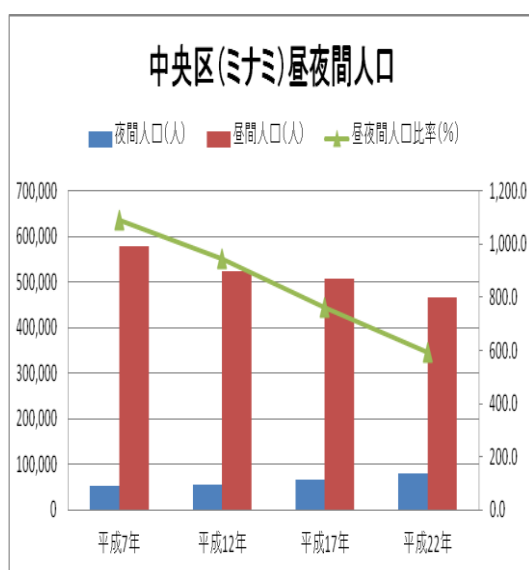
出所：総務省統計局・国勢調査

図表 2-10 北区の昼夜間人口



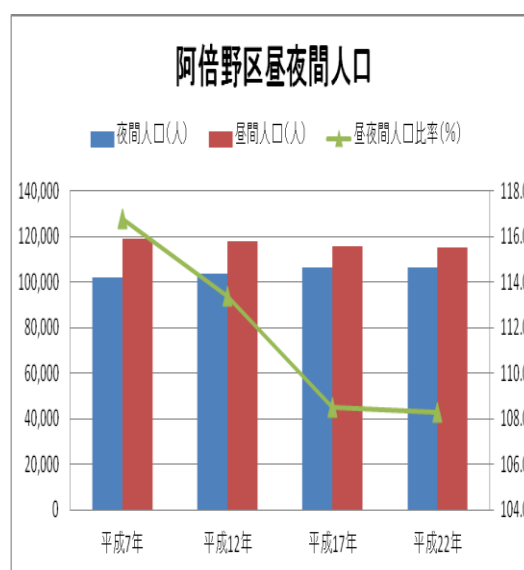
出所：総務省統計局・国勢調査

図表 2-11 中央区の昼夜間人口



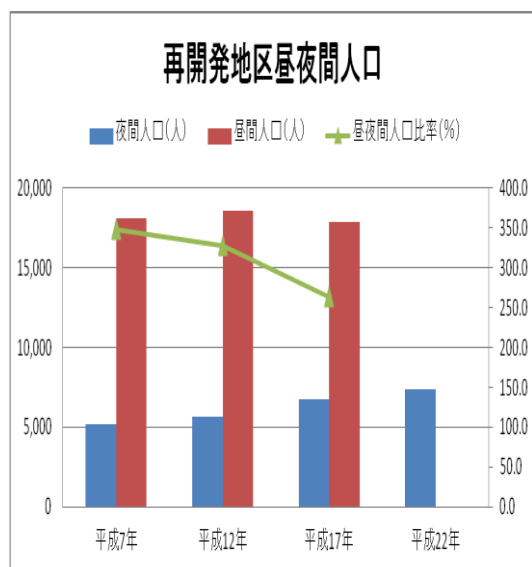
出所：総務省統計局・国勢調査

図表 2-12 阿倍野区の昼夜間人口



出所：総務省統計局・国勢調査

図表 2-13 再開発地区の昼夜間人口



出所：総務省統計局・国勢調査

① 昼夜間人口比率

国内有数の大都会である中央区、北区が極めて高いことは当然であるが、再開発地区もこれに次いで高い昼夜間人口比率を誇る大都会であることがわかる。しかしながら、近年、大阪市全域で昼夜間人口比率が低下している。これは、便利な都会暮らしを求め「都心回帰」した居住者が増加し、不景気により昼間の従業者が減少しているためである。

② 夜間人口

大阪市全域で増加する傾向がみられるが、北区、中央区、再開発地区では特に顕著な増加傾向がみられる。これは、バブル経済の崩壊後地価が下落し、大型マンションの建設などリーズナブルな価格の住宅の供給が可能になったためである。夜間人口の伸び率をみると、平成 22 年では、平成 7 年に比べて、阿倍野区は 3.5% の伸びだが、再開発地区は 41.4% の伸長になっている。再開発地区の住宅施設の整備にともなって人口が増加するといった効果がうかがえる。

③ 昼間人口

北区、中央区で大きく減少している。これは大阪の経済力の低下を示している。大阪府・大阪市の事業所数・従業者数ともに大きく減少しており、関東や中京の大都市圏と比較しても減少幅は大きい。一方、阿倍野区では、平成 17 年から横ばい

であり、再開発事業や「あべのハルカス」の完成後は、事業所数・従業者数の増加が期待できる。また、再開発地区の平成 22 年の昼間人口データは未公表のため掲載が間に合わなかったが、平成 17 年までのデータでもわかるように大きな減少は見られず、「あべのキューズタウン」の繁盛ぶりからも、昼間人口が増加傾向にあることは想像に難くない。

（２）土地価格データからの考察

次に、地価公示価格のデータから、再開発地区にある標準地の「阿倍野区旭町 1-1-10」、キタの標準地で最高価格の「北区梅田 1-8-17」、ミナミの標準地で最高価格の「中央区西心斎橋 1-4-5」について比較する。

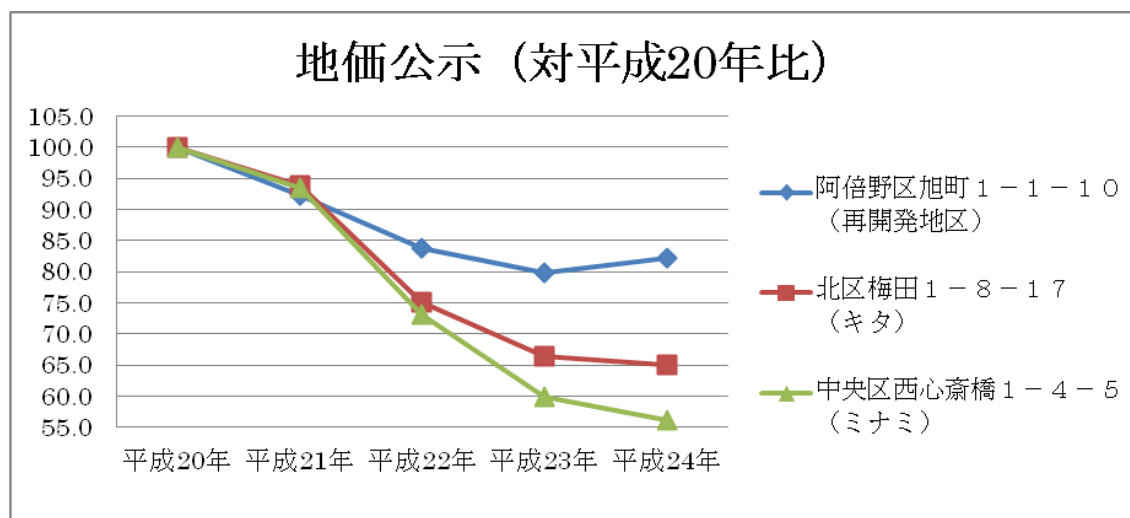
公示価格とは、地価公示法に基づき、国土交通省の土地鑑定委員会が鑑定し公表する標準地の価格である。標準地は全国の都市計画区域内から 31,520 地点が選ばれている。公示価格は、一般の土地取引の目安となり、公共用地の取得価格の適正化などに利用される。

図表 2-14 再開発地区、キタ、ミナミの標準地の公示価格

地価公示 (円/㎡)	阿倍野区旭町 1－1－10 (再開発地区)	北区梅田 1－8－17 (キタ)	中央区西心斎橋 1－4－5 (ミナミ)
平成 20 年	675,000	11,400,000	8,790,000
平成 21 年	622,000	10,700,000	8,210,000
平成 22 年	565,000	8,560,000	6,430,000
平成 23 年	539,000	7,560,000	5,270,000
平成 24 年	555,000	7,400,000	4,930,000

出所：国土交通省・地価公示・都道府県地価調査

図表 2-15 再開発地区、キタ、ミナミの土地公示価格（平成 20 年対比）



出所：国土交通省・地価公示・都道府県地価調査

公示価格は、平成 20 年秋のリーマン・ショック以降、下落が続いていたが平成 23 年には下落率が縮小している。キタやミナミの下落は続いている中、再開発地区は 3% の上昇に転じ、関西の商業地の中で伸び率が 1 位、全国でも 15 位にランクされている。

再開発地区の地価上昇は、「あべのキューズモール」の集客力による効果が大いだが、近隣に大規模な住宅施設が整備されたことも一因となっている。住宅ローン減税などの政策や低金利による値ごろ感から、「都心回帰」の住宅需要が高まっている。便利な商業地域に立地するマンション販売が好調になり、地価の上昇につながっている。このように背後に隣接する大規模な住宅地が商業地域のオフィスや店舗の繁栄につながり、商業地域の発展が居住を便利に、魅力あるものにしていくといった好循環が期待できる。

以上のことから、阿倍野再開発事業区域のポテンシャルは極めて高いといえる。

6. 阿倍野区・新区長の方針

大阪市の公募で選ばれ、平成 24 年 9 月に就任された羽東良紘区長の施政方針について、公表された資料の中から紹介する。今後の動きに注目していきたい。

（1）阿倍野再開発事業の課題

阿倍野再開発事業は平成 27 年度末で終了予定だが、阿倍野再開発事業の残事業及び阿倍野筋東側のまちづくりに向けた地元意見集約ができておらず最終形の見える化ができていない。

(2) 将来像 (Goal)

- ・ 人・団体などが交流し、賑わいと活力があり、うるおいのある美しいまち
- ・ Outcome (結果) 指標については、地域住民・ビジネスと今後調整

(3) Outcome の達成手順

【平成 25 年度】

- ・ グランドデザインについて、地元意見を反映した事業見直し・調整を行い、整備を進める

- ・ 平成 25 年 4 月 阿倍野歩道橋完成

【平成 26 年度】

- ・ 拡幅された阿倍野筋を活用したイベントの企画・開催

【平成 27 年度】

- ・ 阿倍野再開発事業完了予定 (平成 27 年度末)

第3章 阿倍野再開発事業における商業施設の現状と課題

1. 阿倍野再開発事業区域を取り巻く商業施設

(1) 阿倍野再開発事業区域への交通アクセス

阿倍野再開発事業区域は北東の角部で地下道および歩道橋で大阪市営地下鉄御堂筋線・谷町線、JR 環状線・大和路線・阪和線天王寺駅、近鉄南大阪線阿部野橋駅、阪堺電車天王寺駅前駅と連絡している。1日の乗降客数は75万人、全国で第12位の規模である。(平成20年調べ) 駅の北側には天王寺公園や天王寺動物園、四天王寺などの名所旧跡がある。一方南東の角部では大阪市営地下鉄谷町線の阿倍野駅と地下道で、阪堺電車阿倍野駅とは地上で連絡している。天王寺駅や阿倍野駅の近隣には高校や大学、専門学校なども多くあり、学生の乗降客も多い。また昔から住宅も多く、周辺エリアで16万人の人口を有する。

(2) 阿倍野再開発事業区域を取り巻く商業施設

阿倍野再開発事業区域の周辺には大規模な商業施設が多い。北側には「阿倍野センタービル」と「アポロビル」が並ぶ。阪堺電車が走る阿倍野筋の東側には「近鉄百貨店」と現在建設中の「あべのハルカス」があり、その南には「Hoop」と「and」が続く。また道路沿いには「阿倍野筋東商店街」が軒を連ねている。「近鉄百貨店」の北側にはあびこ筋を挟んで天王寺駅ターミナルに接して「天王寺Mio本館」と「天王寺Mioプラザ館」が並ぶ。これらの商業施設の概要について以下に記す。なお、区域の南側の大半は墓地に接しており大規模な商業施設は存在しない。

① 「阿倍野センタービル」

昭和45年4月竣工。地下2階、地上9階建ての複合商業ビル。阿倍野センタービル株式会社が運営。地下1階、地下2階は隣のアポロビルとつながっており、「あべのフェスタ」と呼ばれる飲食店、物販店街がある。また地下鉄天王寺駅とも地下道でつながっている。地上階は金融関係やデパートの事務所が入居している。

② 「アポロビル」

昭和47年竣工。地下3階、地上12階建ての複合商業ビル。近鉄グループの株式会社「きんえい」が運営。シネマコンプレックスや大型書店、レストランがテナントとして入っている。隣接する「あべのルシアス」とも連絡通路が5つのフロアでつながっている。

写真 3-1 左より「阿倍野センタービル」、「アポロビル」、
「あべのルシナス」



③「近鉄百貨店」

昭和 13 年に「近鉄百貨店」の前身大鉄百貨店（当時阿倍野橋駅は大阪鉄道のターミナルであった）が開業。営業面積は約 16,000m²であった。昭和 19 年に複数の鉄道会社が合併して近畿日本鉄道が誕生。これにあわせて店名を改称した。第二次世界大戦時は空襲により罹災。一時休業をしていたが、戦後の昭和 21 年に開業。その後昭和 32 年、40 年、63 年の改装を経て地上 7 階、地下 2 階のフロアとなり、売り場面積は西日本一の 58,600m²に達した。大阪のキタ、ミナミには複数の百貨店があり競合が激しくなっているが、天王寺地区では唯一の大型百貨店であり、南大阪から集客をはかっている。現在は後述の「あべのハルカス」を同敷地内にて建設中で、工事エリアを避けながら営業を行っている。

④「あべのハルカス」

平成 20 年より「近鉄百貨店」の敷地内にて建設工事を開始。平成 26 年春に完成を予定している。地下 5 階、地上 60 階、高さ 300m となり、現在一番高いランドマークタワー（横浜市）の 296m を上回り、ビルとしては日本一の高さとなる。地下 2 階から地上 14 階までは「近鉄百貨店」が入り、売り場面積は 100,000m²の予定。中層部はオフィスフロア、高層部はマリオット都ホテルとなる。最上層の 59, 60 階は 360° ガラス張りの展望台となる。百貨店では来店客数を 4,500 万人/年と予想しており、顧客の重点ター

写真 3-2 建設中の
「あべのハルカス」



ゲットはアクティブシニア女性層、40～50代ミセス、OL層に加え、チャレンジターゲットとして子育てファミリー層、ヤング女性層、通勤客も想定している。専門店の店舗面積比率を40%まで引き上げ、フルターゲットストア化を目指すとともに、非物販店(レストランやホール、子供の遊び場など)の比率を25%とし、時間消費型ストアへの展開を狙っている。また地域コミュニティ拠点となるスペースも提供していく予定。「近鉄百貨店」では百貨店エリアを平成25年の夏に先行開業を予定しており、開業後はこの「あべのハルカス」を中心として人の流れが大きく変わるものと考えられる。

⑤ 「Hoop」

「近鉄百貨店」が自社の阿倍野店の南側に若者向けファッションビルとして建設。平成12年に開業。地下1階、地上6階建て。営業面積15,000m²。地下は飲食店が主体。地上階は大半が女性向け衣服、雑貨店である。冬にはイルミネーションが美しい。「あべのハルカス」オープンに向けて平成24年には大規模改装を実施している。近鉄百貨店は「Hoop」と後述の「and」との一体運営を通じてこの地区の「街」としての魅力を向上し、そのポテンシャルを最大限に引き出すことを考えている。また近畿日本鉄道は東急不動産、JR西日本と共同で「ウェルカミングアベノ・天王寺キャンペーン」を実施し、阿倍野・天王寺にまつわる史跡などを紹介する小冊子を発行するほか、ミュージックイベントなどを開催し、同地区への来場者の促進をはかっている。

⑥ 「and」

「Hoop」と同様「近鉄百貨店」の経営で「Hoop」の南側に隣接して建てられた。平成20年に開業。地上7階、営業面積は14,000m²、キーテナントとして「ロフト」が1～3階に入っている。4階には「無印良品」の他、「大阪府パスポートセンター」や「近畿日本ツーリスト」が入っている。また「近鉄百貨店」の「あべのハルカス」建設工事に伴い、入居テナント維持のため百貨店や「Hoop」から移転した店も多い。ス

写真 3-3 「and」



トアコンセプトは鉄道ターミナルであり、人が住む町でもある阿倍野・天王寺地区

の立地特性に合わせて、沿線の居住者に提供する「都市型商業機能」と、阿倍野・天王寺地区に居住する都市生活者に提供する「デリーユース機能」の両面を提供していくことである。施設名の「and」は、abeno natural days の頭文字をとったものである。

⑦「天王寺 Mio 本館」

平成 7 年南海天王寺支線の駅跡地に建設された。運営会社は天王寺 SC 開発株式会社（JR 西日本が 100%出資）地下 1 階、地上 12 階建て。地下 1 階では地下鉄、1 階では JR と連絡している。総店舗面積は 23,300m²、250 店舗が入っている。1～7 階まではファッション関係、8,9 階は書籍や CD、アウトドア用品の店が入る。10,11 階はレストランフロア、12 階はホールとなっている。ミオクラブを運営し、顧客の囲い込みに注力している。会員の 60%以上が 30 歳以下の若い世代である。

⑧「天王寺 Mio プラザ館」

JR 天王寺駅の駅ビルにあるショッピングセンター。昭和 37 年に開業。当時は「天王寺ステーションデパート」と呼ばれていた。平成 14 年には「ステーションプラザてんのうじ」と改称。平成 23 年に「天王寺 Mio」を運営する天王寺 SC 開発株式会社が吸収合併したのを機に現在の名称に変更し、店舗も大幅にリニューアルをはかった。総店舗面積は 15,000m²、地下 2 階、地上 8 階建て。1 階が JR 天王寺駅のコンコースとなっている。飲食店のほか服飾・雑貨、書籍、旅行代理店、IT 関連の店の他、クリニックやカルチャースクールなど様々な業種の店が入っている。

写真 3-4 「天王寺 Mio 本館」（右側の建物）と「天王寺 Mio プラザ館」（左側）



⑨「あべの筋東商店街」

阪堺電車が走る阿倍野筋の東側道路沿いに北は「近鉄百貨店」から南は地下鉄阿部野橋駅まで続く全長約 500m の商店街である。全商店街にわたってアーケードが有り、人通りも比較的多い。

商店街の愛称は「アベニィ東」。阿倍野筋の西側にあった商店街は道路拡幅工事に

写真 3-5「阿倍野筋東商店街」



に伴い、後述の「あべのキューズタウン」内に引っ越し、それを機に店舗の入れ替わりがあったが、東側については従前からの店も数多く残っており、従前からのシニア層の顧客も多い。喫茶店や居酒屋など飲食店の他に金融機関なども多く出店している。

2. 阿倍野再開発事業区域内の商業施設の現状と課題

阿倍野再開発事業の進展に伴い、区域内にもいくつかの商業施設が誕生した。まず区域の南東角に住宅と商業施設が複合した「あべのベルタ」が昭和 62 年に開業した。引き続き区域の中央部にやはり住宅と商業施設が複合した「あべのマルシェ」が平成元年に開業し、平成 7 年には「あべのマルシェ」に隣接して「あべのポンテ」が開業した。区域の北側では平成 10 年に「あべのルシナス」が開業、そして平成 23 年に「あべのキューズタウン」、24 年には「あべの nini」が開業した。これらの商業施設の開業時期を図表 3-1 に示す。

図表 3-1 阿倍野再開発事業区域内の商業施設の開業年

昭和				平成																								
60	61	62	63	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
		●		●						●			●													●	●	
ベルタ				マルシェ						ポンテ		ルシナス											キューズタウン				nini	

(施設名称は、略称表記)

以下に各々の商業施設の概要を開業時期が新しいものから紹介する。なお、商業施設のうち「あべのベルタ」、「あべのマルシェ」および「あべのポンテ」については経営上の問題を有しており、各々の課題についても触れる。

① 「あべの nini」

あべの再開発地域の北東の角に建つ 24 階建ての複合商業施設。平成 24 年竣工。低層階は商業施設、中層階はホテル、高層階は condominium が入っている。阿倍野歩道橋や隣接の「あべのキューズモール」とは 2 階でつながっている。また地下では地下鉄天王寺駅ともつながっている。

② 「あべのキューズタウン」

前述の「あべの nini」、「あべのルシナス」の南側に位置する。特定建築者である東急不動産が建設した大阪府下最大級の大型ショッピングモールである。東急不動産が運営する「あべのマーケットパークキューズモール」と再開発が始まる前から

地元で商売を営んでいた権利者が中心となった「Via あべの Walk」で構成されている。敷地面積は 37,000m²、延べ床面積は 184,000m²、店舗数は 320 店舗にのぼる。平成 23 年 4 月に開業。それぞれの詳細は次のとおりである。

a. 「あべのマーケットパークキューズモール」

地下 2 階、地上 6 階、店舗面積は 61,000m²。約 250 店舗が出店している。主なテナントとして「イトーヨーカドー」、「東急ハンズ」、「ユニクロ」、「SHIBUYA109 ABENO」などがある。平日の午後は学生、休日は若い世代や家族連れで賑わっている。開業以来 1 年間で 2,700 万人の来場者があり、売り上げは 450 億円と当初の計画を大きく上回った。建物の西側には大型駐車場も併設し、車でも来場しやすくしている。来場者の 8 割が大阪市南部の居住者と見られる。

b. 「Via あべの Walk」

「あべのキューズタウン」の北側の地下 1 階、1 階、2 階のノースエリア、阿倍野筋に面した東側 1 階のあべの筋エリアに計 66 軒の店舗で構成されている。店舗には再開発前から営業していた地元権利者の店と新たに営業を始めた店がある。北側 1 階の居酒屋街は再開発前のレトロな雰囲気を残した店も多く、平日の夜は仕事帰りのサラリーマンで賑わう。

写真 3-6 「あべのキューズタウン」(手前)と「あべの nini」(奥の高層ビル)



③ 「あべのルシナス」

地下 4 階、地上 16 階建ての複合商業施設。平成 10 年竣工。アポロビルと同じく株式会社「きんえい」が運営。大きなガレリアがあり、特徴のある外観を生み出している。レストランやシネマコンプレックス、物販店が入居している。中層部は会社の事務所となっている。

④ 「あべのポンテ」

平成 7 年に開業。南北に分かれており、北側 2 階建ての部分にコンビニエンスストアや飲食店、写真館など 9 軒の店が入居している。南側は 13 階建てのマンションとなっている。オープン当初入居テナントは 2 軒だけだったが、平成 20 年に全店舗

が埋まった。平成 22 年に商店会を結成し、不定期ではあるがイベントを実施している。「あべのキューズタウン」の開業以来「あべのキューズモール」には多くの来客で賑わっているが、「あべのポンテ」との間には幅の広い道路（金塚南北線）があり、動線が分断されているため、「あべのキューズタウン」開業後も来客は増えていない。当初は「あべのキューズタウン」との間に橋（ポンテとはイタリア語で橋という意味）を架ける計画があったが、中止となったため、いかにして天王寺駅方面から人を呼び寄せるのかが最大の課題となっている。

「あべのポンテ」だけでは店舗数が 9 軒で規模的に小さすぎるために隣接している「あべのマルシェ」（後述）と共同でイベント開催などを行ったほうが効果的と考えられるが、「あべのマルシェ」に窓口となる商店会がないため、具体的な活動が進められていない状況にある。

⑤ 「あべのマルシェ」

平成元年にオープンした。「あべのポンテ」に隣接して再開発区域の西端まで至る商店街である。14 階建てで 2 階以上は住宅となっている。商店街の中央部には広場があり、イベントなどの開催ができるスペースがある。西に向かって下り坂になっているが、通路の中央部にスロープが設けられており、バリアフリー対策が施されている。入居しているテナントは飲食店のほかスーパーマーケットや介護関係の事務所などである。店舗は全部で 65 店舗あるが空き店舗が多い。以前は大阪市からチラシ印刷費や景品代の補助をもらって夏、冬に大売り出しを行い、ハワイ旅行や自転車

などの賞品を出していたが、売上拡大への効果は乏しく、現在はやめている。あべのカーニバルへの参加も 4 年前から中止している。昨年には振興組合も費用がかか

写真 3-7 「あべのポンテ」



写真 3-8 「あべのマルシェ」入口



写真 3-9 スロープと空き店舗



ることから、解散してしまっている。各店舗には毎月管理組合の管理費用が 3.5 万円程度、固定資産税が 2 万円程度維持費用として発生し、これが経営上の負担となっている。「あべのマルシェ」は住宅密集地内に立地しているという利点を生かし切れず、近隣の商業施設に顧客を奪われ、結果として空き店舗が増え、商店街に活気が失われてしまっている。それがまた顧客離れに拍車をかけているという負のスパイラルに陥っており、この悪循環を断ち切り商店街を活性化することが重要な課題となっている。

⑥「あべのベルタ」

昭和 62 年に開業。地下 2 階、地上 27 階建て。4 階以上は住宅、事務所となっている。地下 2 階には飲食店やドラッグストアがあり、地下鉄阿倍野駅に連絡している。地下 1 階には「関西スーパー」のほか食料品店などが入居している。1 階にはパチンコ店のほか衣料品店や靴、鞆店などが入る。2 階にはゲームセンターがあるが、その他の店は少なくシャッターが下りているところが多い。3 階には阿倍野市民学習センターが入っている。建物の前は通勤客などが自転車を正規の駐輪場に置かず、放置していくため自転車であふれかえっている状態にある。開業当初は 1, 2 階の南側半分に核テナントとして生活雑貨の大型店「そごうホップ」が入店していたが、「そごう」の経営破綻により閉店したという経緯がある。総テナント数は 133 あるが、現在営業しているのは 73 店舗。(55%) 1 階のフロアは全て営業しているが、それ以外の階では空き店舗のほうが多くなっている。特に地下鉄阿倍野駅と反対側の「あべのキューズタウン」側に空き店舗が多い。それぞれの店舗はオーナーが大阪市から分譲物件として購入している。現在の価格は購入当初に比べ 1/10 まで下落しており、売れ残って

写真 3-10 「あべのベルタ」



写真 3-11 シャッターが目立つフロア



いるテナントも4～5軒ある。商店街振興組合の取り組みとして月1回のフリーマーケットや近隣の大学生による折り紙教室などを開催しているほか、カルチャー教室の開催ができる部屋（ベルタサロン）を貸し出すことも行っている。

店舗のオーナーによれば、大阪市はテナントの管理費を大阪駅前ビルと同等の価格に設定しており、この区域としては非常に高額であるため、採算がとれずテナントが定着しないようである。「あべのベルタ」の北側には「あべのキューズタウン」がオープンし来客で賑わっているが、「あべのベルタ」とは道路で分断されている上、地下でもつながっていないため、客が流れてこない。むしろ、逆に客を奪われる結果となっている。

このように「あべのベルタ」では地下鉄駅に接続し、上層階や近隣に大規模な住宅があるにも関わらず、そのメリットを生かし切れず、周辺の大型商業施設に顧客を奪われてしまっている。開店当初のように人の流れを呼び戻し、商店街全体を再び活性化させることが最大の課題となっている。

上記で紹介した各商業施設の概要を図表3-2にまとめて示す。

図表 3-2 再開発事業区域内の商業施設の概要

名称	開業時期	商店街 組織	会員数	区商連	店舗数	空き 店舗数	併設住居
あべのベルタ	昭和62年	商店街振興組合	30	加入	133	60	337
あべのマルシェ	平成元年	なくなった (振興組合)	—	脱退	65	40	300
あべのポンテ	平成7年	商店会	9	加入	9	0	81
あべのルシアス	平成10年	テナント会 (ルシアス会)	50	加入	70	0	0
あべのキューズ タウン	平成23年	テナント会	360	未加入	360	0	0

名称	特徴	主な客層
あべのベルタ	最初の大規模再開発施設(開業後25年)、地下鉄駅に直結、店舗・事務所・住居が同居、初期の大規模テナントが撤退、スーパー・遊技施設・公共施設が核施設、不法駐輪が多い、管理費が高い、1階以外は空き店舗が多く地階はあべのキューズモール側の空きが多い	地元住民、公共施設利用者、地下鉄利用者
あべのマルシェ	初期の再開発施設(開業後23年)、空き店舗が多い、振興組合解散後はまとめ役が不在、最近まで大売出しや祭りが盛ん、公共広場が存在	地元住民
あべのポンテ	開業後17年、住居併設、あべのマルシェの入口にあり一体に見える、こじんまりとまとまっている、個性的な店が多い、リーダーが意欲的	地元住民、ロコミ来店者、食通
あべのルシアス	開業後14年、住居併設、JR・近鉄の駅から近い、隣接するアポロビルと共同運営、映画館が入居、大阪市立大学医学部への通学・通院ルート	地元住民、通勤客、映画ファン、大学利用者
あべのキューズ タウン	特定建築者制度による開発、東急不動産が運営管理するあべのキューズモールが核店舗(ナショナルブランド店中心)、旧地権者はViaあべのWalkiに入居(地元店中心)するがテナント貸しも多い	地元住民、通勤通学客、広域からの若者

第4章 阿倍野再開発事業における中小商業の活性化策 ～あるべき姿と集客力アップのための活性化策～

阿倍野再開発事業エリア内の商業施設のうちJR天王寺駅、近鉄阿倍野橋駅の主要ターミナルから遠く、大阪市主導で再開発事業の早い段階に完成し、営業を開始した「あべのベルタ」、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」については、各施設のリーダーが永年熱意をもって営業展開をはかってきたにも関わらず賑わい、収益面、集客面で苦戦を強いられている。

そこで、本章では「あべのベルタ」と「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」に注目し、それらの施設が集客力をアップし活性化できるよう、それぞれの「あるべき姿と将来展望」およびそれを実現するための「具体的な活性化策」を検討し提言する。

なお、前者については課題に対する短期的・具体的な活性化策を、後者については長期的・全体的な進め方について記すこととする。

1. 「あべのベルタ」

写真 4-1 「あべのベルタ」 外観
(右は「あべのキューズタウン」)



写真 4-2 「あべのベルタ」 内部



(1) あるべき姿と将来展望

第2章5. で述べた通り、この阿倍野・天王寺地区は高いポテンシャルを有している。
そこで、あるべき姿と将来展望を次のように考える。

“あべのらしさ”の中に光る“「あべのベルタ」らしさ”を訴求することで、
地域に密着し、需要創造が継続できる商店街への飛躍を図る
これにより、「あべのベルタ」が再生し集客力アップ、活性化がはかれると考える。

それらの実現により将来に向けた展望が開けるよう、まず標的顧客、アピールポイント、強み（独自能力）を次のように設定する。

(標的顧客※¹)

- ・ 地域住民（住宅棟、事務所棟が中心）
- ・ 地下鉄谷町線阿倍野駅の利用客
- ・ 大阪市立阿倍野市民学習センター、大阪市立阿倍野防災センターなど
周辺施設の利用者

【備考：※¹】 標的顧客：商品、サービスを提供対象とする顧客層

(アピールポイント)

- ・ 「あべのベルタ」らしさ

(強み、独自能力※²)

- ・ 独自性ある商品、サービス
- ・ 顧客との関係性、コミュニケーション
- ・ 施設内の一体感ある機能
- ・ 安全、安心な環境
- ・ 地域が主役、地域施設と利用者を繋ぐイベントによる演出

【備考：※²】 独自能力：他商業施設との差別化要因

それぞれについての具体的な姿は次の通りである。

標的顧客について

住宅棟の住民や事務所棟の勤務者、地下鉄谷町線阿倍野駅の利用客、施設内の「大阪市立阿倍野市民学習センター」や近隣の公共施設（「大阪市立阿倍野防災センター」、「大阪市立阿倍野スポーツセンター」など）の利用客の各々のニーズに対して、「あべのベルタ」の良さをアピールしてその認知度を高めることで、商圈を拡大する。

アピールポイントについて

現在の阿倍野地区には、「明治の風情をもった居酒屋」から、「東京資本の有名ブランド店」まで、多様な文化、雰囲気“あべのらしさ”が存在する。

写真 4-3 「Via あべの Walk」の
居酒屋 「明治屋」



写真 4-4 「あべのキューズモール」



その中で、「あべのベルタ」には、公共施設、遊戯施設、物販・商業施設が混在し、そこに居住者から近隣施設利用者、近隣からの通勤客までが訪れるといった庶民的な雰囲気“ベルタらしさ”が醸し出されている。その”ベルタらしさ”をうまく「見える化」することで周辺施設との差別化が可能である。

強み、独自能力について

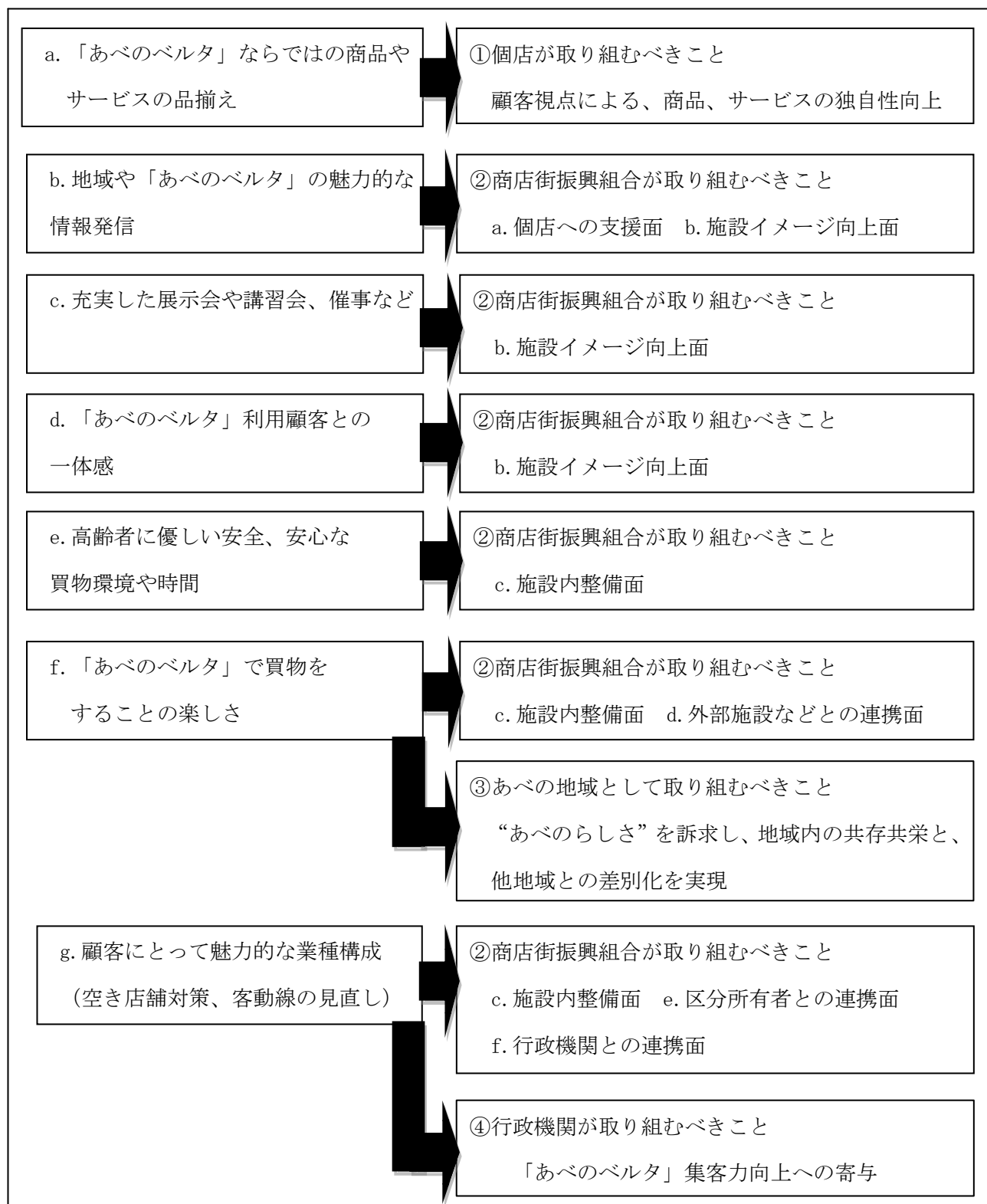
活性化をはかっていくためには、以下のような強み、潜在能力を活かした、独自能力を発揮すべきと考える。

- a. 「あべのベルタ」ならではの商品やサービスの品揃え
- b. 地域や「あべのベルタ」の魅力的な情報発信
- c. 充実した展示会や講習会、催事など
- d. 「あべのベルタ」利用顧客との一体感
- e. 高齢者に優しい安全、安心な買物環境や時間
- f. 「あべのベルタ」で買物をすることの楽しさ
- g. 顧客にとって魅力的な業種構成（空き店舗対策、客動線の見直し）

(2) 具体的な活性化策

活性化策の全体的コンセプトは“顧客を志向した施策の企画、実行”である。活性化策は、個店から中小企業診断士まで、各々の立場で担う役割がある。

図表 4-1 活性化策の概要



⑤中小企業診断士が取り組むべきこと

「あべのベルタ」を中心とした、地域への効果的なコンサルティング、アドバイスの提供

以下に、具体的な施策を提示する。

①個店が取り組むべきこと

- a. 商品、サービス力をブラッシュアップ（現状のみがき直し）
- b. 顧客視点や「あべのベルタ」全体の観点に立った活動の企画、参加

②商店街振興組合が取り組むべきこと

a. 個店への支援面：販売サポート

- ア. 集客力あるイベントの開催（共同販売促進策）：付加価値のあるバル
- イ. 経営に関するソフトな経営支援の提供：勉強会の実施などによる意識改革
- ウ. 組合員を中心とする施設の一体感の醸成：共同商品の開発
- エ. 販売力の強化支援：有力な個店を施設内情報として発信

利用客や施設内店舗相互の No1. 店舗投票を実施、公開

b. 施設イメージ向上面：顧客と一体感の演出

- ア. 情報発信力の強化：
 - ・ミニコミ紙の訴求力の向上などブラッシュアップ
 - ・ホームページの改善など
- イ. 地域住民への利便性が高いサービスの提供：
 - ・社会貢献により、顧客への付加価値を高め、独自性を強化
(例えば、地域商店街活性化法^{※3}による支援)
- ウ. 施設を利用した文化、芸術系イベントの開催：
 - ・住民参加型コンサート
 - ・小学生の絵画コンクールの展示など

エ. 近隣住民を主役とするイベントの開催：

- ・ゴスペルやフラダンスなどミニ発表会などの企画、実行

オ. 近隣施設に関連したイベントの企画、開催と周知：

- ・大阪市立阿倍野スポーツセンター利用者を対象として次の企画、支援を提案、実行し、チラシを配布

利用者と共催の各種スポーツ・トーナメント大会やリーグ戦など
スポーツ用品販売会の開催

カ. 駐輪場の利用客の囲い込み：

- ・駐輪場の利用客の動向に応じた営業時間の検討
- ・自転車用品の展示即売や自転車の楽しさ紹介イベントの企画や実施
- ・自転車と地下鉄などへの乗り換え時に寛ぎの時間、場所を提供
- ・利用客間のつながり創出（グループ化）の支援など

キ. 継続的、定期的な施設や商圈の調査(利用者アンケート)の主催：

- ・時々々の環境変化に応じ、目的別にタイムリーに商圈調査を実施
- ・顧客動向としてデータを収集
- ・データ分析、活用による、施設イメージの維持、向上

c. 施設内整備面：顧客への、楽しく安全、安心な環境の提供

ア. 顧客へ最適なテナントミックス（店舗構成）の提供：

- ・全体やフロア別のコンセプト再設定
- ・効果的な店舗配置の企画、実行

イ. 高齢者を中心に、安全、安心な機能の提案：

- ・地域コンシェルジュ（地域全体を対象とする）サービスの提供
- ・休憩スペース提供

ウ. 施設内情報の一元的、効果的な提供：

- ・店舗案内図の集約化

エ. 「あべのキューズタウン」とのアクセス問題の対処方針の明確化と早期の改善

【備考：※３】 地域商店街活性化法：

「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律」の略称である。法の趣旨は、地域貢献（高齢者、子育て支援など）などにより、ソフト事業も含む商店街活動への支援を強化することなどにある。支援策には、補助金や税制措置などがある。

図表 4-2 同法で認定を受けた商店街活性化事業計画例

商店街名	所在地	計画概要
発寒北商店街振興組合	北海道 札幌市	「20 年後も暮らしていきたいハツキタ」をコンセプトに、社会復帰チャレンジショップ事業などを実施
深草商店街振興組合	京都府 京都市	地域住民の暮らしを支え、豊かにする拠点形成のため、空き店舗活用サロンや地元小学校などと連携し福祉イベント開催
前原中央商店街振興組合	福岡県 糸島市	「安全安心」「医商連携」のコンセプトのもと、買物支援など安全安心なまちづくり、医師会などと連携した取り組みなどを実施

出所：中小企業庁ホームページ 平成 24 年 4 月

「地域商店街活性化法に基づく第 9 次認定案件の概要」より編集

d. 外部施設などとの連携面：win-win 関係の構築

ア. 周辺施設と交流会（勉強会）の実施 イ. 施設内の店舗を集約する窓口機能の提供： ・ 行政機関や他商店街組合などと効果的な交渉 ・ 施設内で、共同事業の展開 ウ. あべの地域内で、共存共栄、相乗効果が発揮できる環境の整備： ・ 「あべのキューズタウン」や「あべのハルカス」の情報収集 ・ 顧客誘導作戦（独自商品の提供など）でニッチ戦略を展開し、棲み分けの実現 エ. 他施設や企業とコラボレーション・イベントの企画、実行： ・ 阪堺線の無料切符配布

e. 区分所有者などとの連携面：空き店舗解消へ協力体制の構築

効果的な空き店舗対策の実施：

区分所有者などと折衝を担い、店舗管理費を低減

（新規出店の賃貸条件を引き下げる）による協力体制を構築

f. 行政機関との連携面：橋渡し機能で、集客力向上

施設の集約、橋渡し機能の発揮：

「あべのキューズタウン」とのアクセス改善

【参考】具体的な開催イベントの例：開催場所は、ピロティ広場

a. 大阪大谷大学と共同し次のプログラムを実施

ア. 考古学研究会の定期的な成果発表会

イ. 人形劇部『おもちゃ箱』による人形劇



b. 辻調理師専門学校と共同で次のプログラムを実施

ア. 生徒による料理教室

イ. 学習成果の実演発表会

写真 4-5 ピロティ広場



③あべの地域として取り組むべきこと

- a. キタやミナミとの差異を明確化し、全国的な認知度の獲得：
 - ア. “あべのらしさ”の再定義
 - イ. 「あべの」の地域ブランド化
 - ウ. あべの地域商品、サービスの開発

④行政機関が取り組むべきこと

- a. 間接的な支援：
 - 施設内の客動線の見直し（駐輪場の対応など）
- b. 直接的な支援：
 - 空き店舗の解消への寄与

⑤中小企業診断士が取り組むべきこと

- a. 中長期的に、直接的なコンサルティング、アドバイス：
 - 施設内に経営相談室を設置し、環境変化へ、継続的かつ機動的な対応の支援
- b. 特に商店街振興組合へ、アドバイス、サポートの提供：
 - 個店支援、施設イメージ向上、各種ステークホルダーとの連携などの支援

今回の提案実現にあたり、以下の事業を活用するのも有効である。

・大阪市商業魅力向上事業のうちコーディネーター派遣事業

（商店街など活性化方策習得事業）

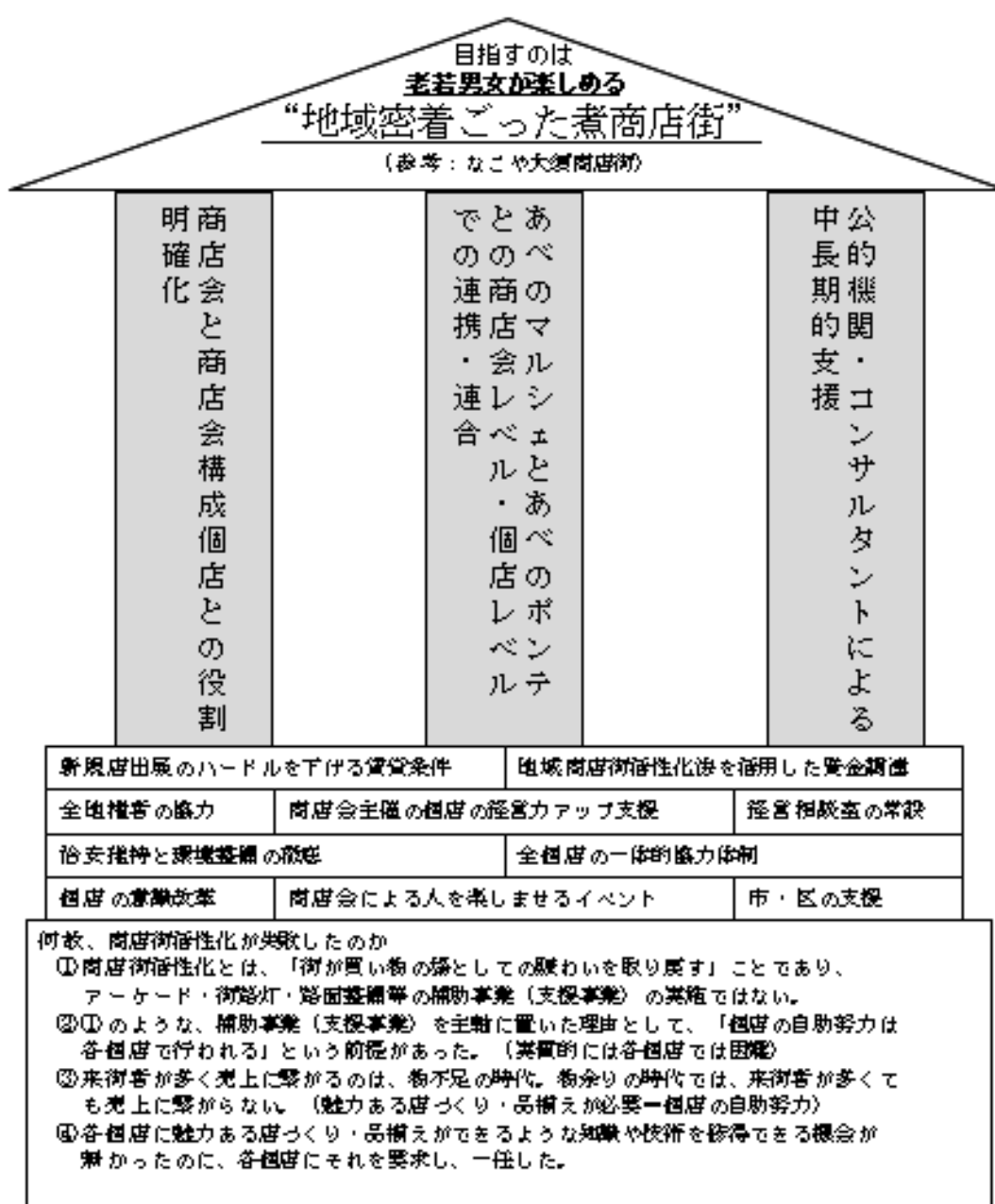
本事業は、商店街が自ら取り組む課題に、中小企業診断士など専門家（コーディネーター）による相談や派遣指導を大阪市が無償で行う事業であり、年度ごとに募集が行われる。

2. 「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」

(1) あるべき姿と将来展望

はじめに、両商店街をひとつの項目でまとめたのは、位置的にも構造的にも単一の商店街として考えることが必要であり、自然だと考えたためである。また両商店街が抱える課題はそれぞれで、相違点はあるが、将来像を考えた場合、一つの方向を目指して協力する必要性を感じたので、この項目にまとめて提案することにした。

図表 4-3 賑わいを取り戻すための概略図



図表 4-3 の下段「何故、商店街活性化が失敗したのか」に注目していただきたい。これは商店街活性化が失敗したときの一般的な要因をまとめたものである。つまり、商店街活性化を手掛ける場合の「べからず集」と考え、十分に理解して頂いた後、先に進んでいただきたいと思う。

まずは、目指すべき将来図を見える形で提案する。図の一番上の三角屋根にあたる部分に記述している「老若男女が楽しめる、地域密着ごった煮商店街」というコンセプトのもとに、実在する「なごや大須商店街」（名古屋市）を参考にしていければと考える。

ここで、「なごや大須商店街」について少し紹介したいと思う。

「なごや大須商店街」は名古屋駅や栄（ビジネス街）から離れたところにあり、大須観音や万松寺などの門前町として発展した商店街だが、他の商店街と同様に昭和 55 年頃には売上の低下・経営者の高齢化と後継者不足といった要因でシャッターが目立つ商店街となった。

そのような状況のときに名城大学の助教授と学生のよびかけにより「アクション大須」という企画を実施して一定の成功をおさめたことや、「アメ横」の進出などにより、若年層の買い物客が増加したことで、新たな出店を呼びこみ、現在の賑わいに至るきっかけとなったのである。

図表 4-4 「なごや大須商店街」周辺マップ



出所：なごや大須商店街公式ホームページ「アット大須」

「なごや大須商店街」とは、実際には「大須商店街連盟」のことで、9つの商店街振興組合の連合で、約430店舗から構成されている。門前商店街であったため、昔ながらの骨董店や煎餅屋などがある反面、メイド喫茶や名古屋の秋葉原と言われるように大手家電店もあるという構成になっている。また、全面的な再開発は実施しておらず、必要に応じて部分的にアーケードの設置などを行っているため、古い町並みも残っている商店街である。

このような商店街において、頻繁に何らかのイベントが行われている。一例だが、毎月18日28日の縁日、節分会、子供みこし、骨董市などの伝統的な行事や、世界コスプレサミット、よさこい踊り、おいらん道中、サンバパレード、大道芸など、様々なイベントがしつこいくらい頻繁に行われており、「大須に行けば、何か面白いことをやっている」と言われ、老若男女が楽しく遊べる商店街となっている。

写真 4-6 大須大道町人祭り



出所：なごや大須商店街公式ホームページ「アット大須」

写真 4-7 夏まつり



出所：なごや大須商店街公式ホームページ「アット大須」

「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」の両商店街と「なごや大須商店街」を比較すると、店舗数に大きな違いがあるが、古くからある商店街で、周囲の環境も古い町並みと新しい町並みが共存する地域であること、都心部でありながらも昔ながらの人と人との繋がりを残すところなどの類似点も多くある。このような理由から、長期的には「あべのキューズモール」や「あべのハルカス」の集客力に頼らずに、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」の両商店街に賑わいを取り戻すための起点となるべきヒントを得るとともに、将来的な姿・進むべき方向性を探るための「見える目標」とするために「なごや大須商店街」を紹介した。

（２）具体的な活性化策

ここでは、初めに示した図表 4-3 の屋根（将来的目標）のすぐ下に位置する 3 本柱にあたる部分について記述する。また、3 本柱の下部分は、それらの内容を実現するために必要と考えられる内容であり合わせて述べる。

① 「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」の連携〔中央の柱〕

両商店街の構造や位置関係を考慮し、お客さまの視線で見た場合、両商店街はひとつの商店街に見える。そのため、様々なイベントを実施する場合は連携して行うことが自然で、お客様への訴求効果も高いと考える。また、公的機関への支援要請やセミナーなどの実施の際にも、連合組織として取り組んだ方が良い結果が出ると思われる。

a. 商店街の再組織化

まず必要なのは「あべのマルシェ」商店街の再組織化である。すでに「あべのマルシェ振興組合」は解散しているとのことだが、今後の活性化策を実行していくには「あべのマルシェ」の再組織化が必要である。「あべのマルシェ」単独での組織化が困難であれば、「あべのポンテ」商店会との組織的な連合を考慮する方法もある。

そして、イベントなどの開催に際しては、協力して臨める組織体制を整えることが必須条件となる。（今後の記述には、両商店街の組織として、仮称「連合商店会」と表記する）

b. 補助金を利用した資金調達

地域商店街活性化法を活用して資金援助の申請を行う。その使途としてはハード整備への使用は最小限として、商店街の賑わいを取り戻すためのイベントや個店の経営力向上のためのセミナー開催などの資金源とする。ただし、イベントは支出を最小限に抑え、手作り感あるお祭り（夜店・屋台祭り、大道芸人祭りなど）にする。そのか

わりに、定期的開催、あるいは様々な内容のイベントを絶え間なく、継続的に実施することが重要と考える。

c. 全ての関係者の協力体制の確立

空き店舗の地権者の方々の協力も重要な要素となる。「権利を売りたいが売れない」、「貸したいが借り手がない」などの問題も商店街が賑わいを取り戻せば、解決する可能性も出てくる。そのためには魅力のある店舗を増やす必要があるので、「期限付き賃貸契約」などを活用して、賃貸条件を大幅に下げて借り手を募集することを提案する。場合によっては数週間とか1カ月とかの体験的・試験的な出店や、1坪店舗のように少ない資金で出店できるような仕組みを考えるなどの工夫が必要である。

営業中の店舗は、魅力ある店舗・商品を持つ店舗は賑わい、店舗としての価値が上がる。それと同様に空き店舗も商店街が賑わえば空き店舗の価値も上がる。先の「なごや大須商店街」でも多くの店舗が入れ替わるが、店を閉めてもすぐに次の出店希望があるとのことで、シャッター街にはならない。

また、様々な催し・イベントを行うには多くの方々からのアイデアの創出や人的協力が必要になる。その際、両商店会構成者の営業している事業者だけではなく、地権者の方々などの多くの人的協力が必要になる。

② 連合商店会と構成各個店との役割明確化 [左側の柱]

様々なイベントやセミナーなどの企画が効率よく、また効果的に実施されるには、連合商店会と連合商店会を構成する各個店の協力関係は必須条件であるが、両者が行うべき役割を明確にすることも重要な要素となる。

a. 連合商店会によるイベント開催

連合商店会は、来街したお客様が楽しめて何度でも来街したくなるようなイベントや催し物を企画・実施する。ただし企画の際に留意する点としては、企画の目的はあくまでも「老若男女のお客様が楽しめる」に特化し、お客様に「個店の売上アップ」的なイメージを与えるような内容とはならないようにする。また、既存店舗の業務を妨げる内容の企画は避ける。例えば、「まぐろの解体ショー」は鮮魚店・食品スーパーの業務を妨げるため避けるべきである。

写真 4-8 「あべのマルシェ」中央付近にある広場



b. 各個店の意識改革

商店会を構成する各個店は、「来街者が多くなれば売れる」という考えは捨てて、「どんなに来街者が多くても個店に魅力が無ければ売れない」という消費者の購買行動の変化を認識して、お客様に愛される魅力ある店作り・商品作りをする努力を行わなければならない。

キタの阪急東通商店街やミナミの心斎橋筋商店街などの人通りの多いところでも閉店する店はたくさんある。しかし、先の「なごや大須商店街」でも紹介したように、来街者の多い商店街は閉めてもすぐに新しい店が入るので空き店舗にはならないのである。

c. 連合商店会による各個店への支援

前項で各個店による「魅力ある店作りの努力」の必要性を記述したが、それを各個店が独自に行うのは難しいことである。そこで、魅力ある店作りに必要な情報収集・アイデアの創出・外部機関との連絡調整などを連合商店会が行い、各個店に反映する役割を担う必要がある。但し、これは決して個店の業績に連合商店会が責任を負うものではなく、あくまでもサポートとしてのスタンスで実施するものである。

③ 公的機関・コンサルタントによる中長期的支援 [右側の柱]

魅力ある店づくりが各個店だけでは困難であるのと同様に、商店街の活性化を連合商店会だけで実施するのは難しいと考える。そこで、各方面の外部機関による協力関係、そ

れも短期的には実現が難しい商店街の活性化には中長期的な支援の構築が必要になる。

a. 公的機関の支援体制

公的機関（特に市・区）は、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」に限定しないで、周辺の商店会（振興会など）への資金援助や、阿倍野区内の商工者を網羅する常設の経営相談室の設置など、直接的・間接的、または資金的・組織的・人的な総合的支援体制を緊急に構築する必要がある。さらに、将来的には周辺の区も含めた広域的な視点を考慮した支援を実施していくべきである。

b. 各方面の民間専門家による協力体制の確保

商店街の活性化にとって重要な要素は、ハード的な支援よりはソフト的な支援である。先に、常設の経営相談室の設置というものを提案したが、このような支援を実施するには、各方面の民間専門家が常駐するなど、協力関係の構築がポイントとなる。そして、阿倍野区内の商工者の経営相談や個店・商店会（振興会）・行政間の調整や、経営力向上のための研修・講座などを実施する。

c. 他の商店会（商店街振興組合）などとの水平的連携

商店街活性化策の具体的なアイデアの創出・情報収集・企画の実行の中には単独商店会（商店街振興組合）で実行するよりも複数の商店会（振興会）や大規模店舗と協力しあった方が良い結果が出る場合もある。またアイデアの創出・情報収集では、阿倍野区だけではなく大阪市内や他府県の商店会（商店街振興組合）などとも相互に情報交換する必要がある。

最後に、次ページの写真は「なごや大須商店街」で行われたイベントの写真であるが、特別なお祭り企画ではなく、普通の日曜日に普通に行われている催しである。

「なごや大須商店街」では、特別なお祭り企画だけではなく、今もこのようなイベントが頻繁に実施されている上に、外部からも様々な企画が持ち込まれ、来街者を楽しませている。現在の「なごや大須商店街」になるまでには、解決すべき課題もたくさんあったと推察されるが、空き店舗への出店希望の状況や外部からのイベント企画の持ち込みなど、羨ましくなるような状況にある。良い方向に向う歯車の回転は、最初は重いが勢いがつけば、どんどん速く回転していくものである。

以上のことから、重要なことは商店街活性化には特効薬のようなものは無く、連合商店会の役員・各個店の事業者だけでなく、営業はしていないが店舗を所有している地権者も

含めて、また市や区、各方面の民間専門家など、それぞれの立場の人が、それぞれの役割を地道に絶え間なく実行するとともに、全体としては明確な目標に向かって協力関係を構築していくことと言える。

写真 4-9 大須商店街から「にぎわい創出！超絶元気発信！」を
コンセプトに誕生した「OS☆U」のイベント



おわりに

基本構想発表から40年以上を経過した阿倍野地区再開発事業は、平成27年度の阿倍野筋拡幅をもっていよいよ完成を迎える。高度成長期に作られた事業計画は、その後の外部環境や内部環境の変化により途中で何度か暗礁に乗り上げ、当初計画を大きく変更せざるを得なかった。その間、バブル崩壊やリーマン・ショックによる地元独自開発力の低下、外資の撤退や店舗経営者の高齢化による後継者難などを経験した。商業施設の核店舗撤退や商店廃業によるシャッター街の拡大、行政主導から民間手法を導入した街づくりへの方向転換などの末、ようやく現在の姿ができあがった。このように幾多の困難を経たものの最終的には安全・安心で住みやすい、見違えるような街が完成した。

今後、「阿倍野歩道橋」、「阿倍野筋拡幅」、「あべのハルカス」などが完成すると地元・近隣住民だけでなくこの街を訪れる観光客、通勤通学者などが大きく増加する。その中で私たちは、空き店舗が目立ち活気を失っている「あべのベルタ」、「あべのマルシェ」、「あべのポンテ」を構成する中小事業者の元気を何とか取り戻したいという思いで今回の提言をまとめた。

「あべのらしさ」の中でそれぞれの商業施設の個性を活かすことにより、キタやミナミにない大阪らしい雑多で活力ある街ができあがる。それが実現すると街を訪れるお客様が数ある商店街を回遊する楽しみを味わうこともできる。そしてその先には、天王寺動物園の南部・南西部から新世界にまで及ぶ面的で広域なアミューズメント要素を備えた、阿倍野区・天王寺区の境界を越えた広域なコミュニティ広場になりうる発展性を有している。

地元商店街、各個店が行政機関、大手事業者や街の住民と手を携えてそれぞれの役割を果たすことでこの地域の中小商業が活気を取り戻し、今後ますます発展していくことになる。

この提言内容が新市長・新区長のもとで大阪市、阿倍野区の政策に反映されれば幸いである。

最後になりましたが、今回の提言作成にあたり、幾度もヒアリングに応じていただいた地元商店街のリーダーの方々、大阪市関係者、なごや大須商店街の皆様に厚く御礼申し上げます。

参考

1. 活動記録

実施年月日		訪問先・活動内容
2012 年	4 月 11 日	最先端ビジネス研究会
	5 月 9 日	最先端ビジネス研究会
	5 月 16 日	大阪市計画局
	5 月 24 日	大阪市阿倍野再開発事務所
	6 月 6 日	最先端ビジネス研究会
	7 月 4 日	最先端ビジネス研究会
	7 月 12 日	阿倍野区商店街連盟
	7 月 18 日	あべのキューズタウン あべのルシアス
	7 月 20 日	あべのベルタ
	7 月 21 日	阿倍野区商店街連盟
	8 月 8 日	最先端ビジネス研究会
	9 月 5 日	最先端ビジネス研究会
	10 月 3 日	阿倍野区商店街連盟
	10 月 10 日	あべのルシアス 最先端ビジネス研究会
	10 月 23 日	大阪市阿倍野再開発事務所 あべのマルシェ 第 1 回ワーキンググループ
	11 月 14 日	最先端ビジネス研究会
	11 月 20 日	あべのハルカス あべのポンテ 2 回ワーキンググループ
	11 月 29 日	あべのベルタ
	12 月 17 日	第 3 回ワーキンググループ

2013 年	1 月 9 日	最先端ビジネス研究会
	1 月 13 日	大須商店街連盟（名古屋市中区） （第 4 回ワーキンググループ）
	1 月 15 日	第 5 回ワーキンググループ
	1 月 21 日	あべのルシアス 阿倍野区商店街連盟
	1 月 24 日	第 6 回ワーキンググループ
	1 月 30 日	第 7 回ワーキンググループ
	2 月 5 日	最先端ビジネス研究会
	2 月 14 日	第 8 回ワーキンググループ

2. 参考文献

- ・梅田地区エリアマネジメント実践連絡会
<http://umeda-connect.jp/concept/index.html>
- ・大阪市ホームページ <http://www.city.osaka.lg.jp/>
- ・「あべのハルカス」 <http://www.abenoharukas-300.com/>
- ・「あべの経済新聞」 <http://abeno.keizai.biz/>
- ・阿倍野再開発イメージ計画委員会報告書
- ・阿倍野再開発事業の現状について（平成 24 年 5 月 大阪市阿倍野再開発事務所）
- ・総務省統計局・国勢調査
http://www.city.osaka.lg.jp/shisei_top/category/1756-4-1-0-0.html
- ・国土交通省・地価公示・都道府県地価調査 <http://www.land.mlit.go.jp/landPrice/>
- ・大阪市阿倍野区ホームページ <http://www.city.osaka.lg.jp/abeno/>
- ・日本経済新聞（平成 24 年 11 月 7 日「近鉄百あべのハルカス本店」記事）
- ・中小企業庁ホームページ <http://www.chusho.meti.go.jp/>
- ・大須商店街連盟概要（平成 24 年 6 月 大須商店街連盟）
- ・なごや大須商店街公式ホームページ「アット大須」 <http://osu.co.jp/>

3. ワーキンググループメンバー

西田金司、平村博茂、太田恵太郎、狭間祐二、端野淳一、橋本博、福島正章、
松谷晴行、山上敬、吉本秀次郎（順不同）

以上