

# 大阪市北区・中之島地域における オープンスペースのネットワーク化 によるまち魅力向上策の提案

第2回UIIまちづくりフォーラム  
2017年8月4日

大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻  
都市再生マネジメント領域

加賀 有津子、武田 裕之

# 発表内容

1. 研究の背景・目的・方法
2. 対象地域とオープンスペース利用の現状把握
3. アンケート調査・文献調査・現地調査から導出した回遊ルート
4. オープンスペースのネットワーク化によるまち魅力向上策の提案

# 1. 研究の背景・目的・方法

## 1-1. 研究の背景

- 中之島地域の活性化
  - オフィス、ホテル、住宅、等
  - 中之島ミュージアムアイランド構想（大阪府市都市魅力戦略会議、2012）
  - 2021年、大阪新美術館設立構想
- 中之島まちみらい協議会、中之島ウエストプロモーション協議会等によるまちづくり活動の推進
- 中之島地域に近接する梅田地域からの人の誘導の必要性
  - うめきた2期計画

→回遊性のあるまちづくりの必要性

## 1-2. 研究の目的

大梅田エリア、中之島エリアを対象にして、それらの地域に点在する公開空地、公園、実質的に広場として利用されている街路や道路等といったオープンスペースを回遊のノード（結節点）として捉え、大阪の玄関口である大梅田エリアと中之島エリアをつなぎ回遊性を高めてにぎわいを生み出す方策を検討

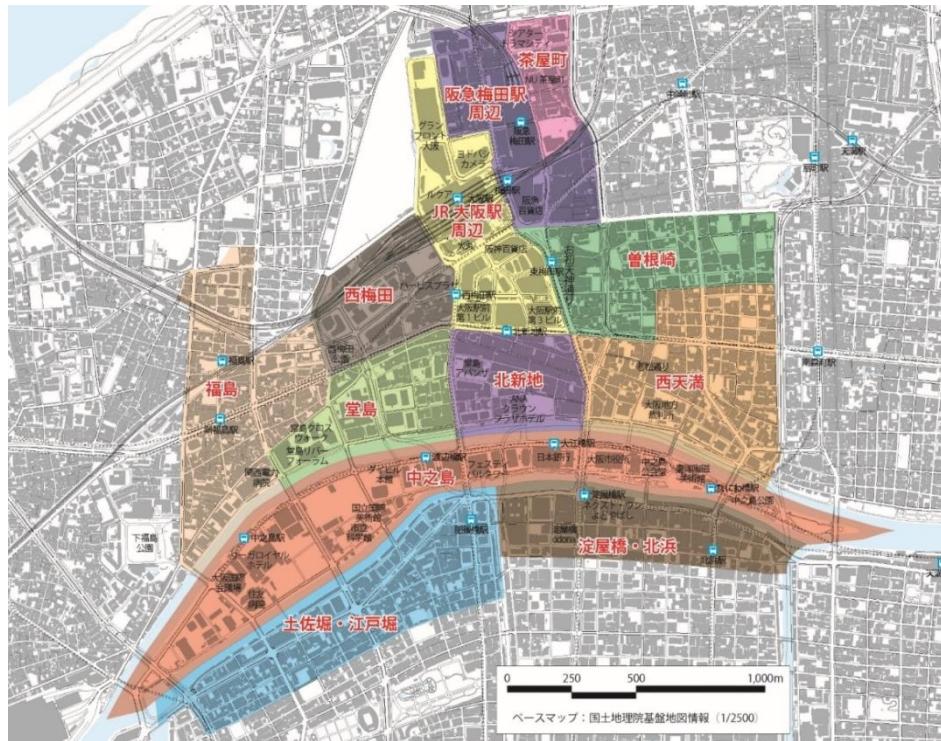


図 研究対象範囲

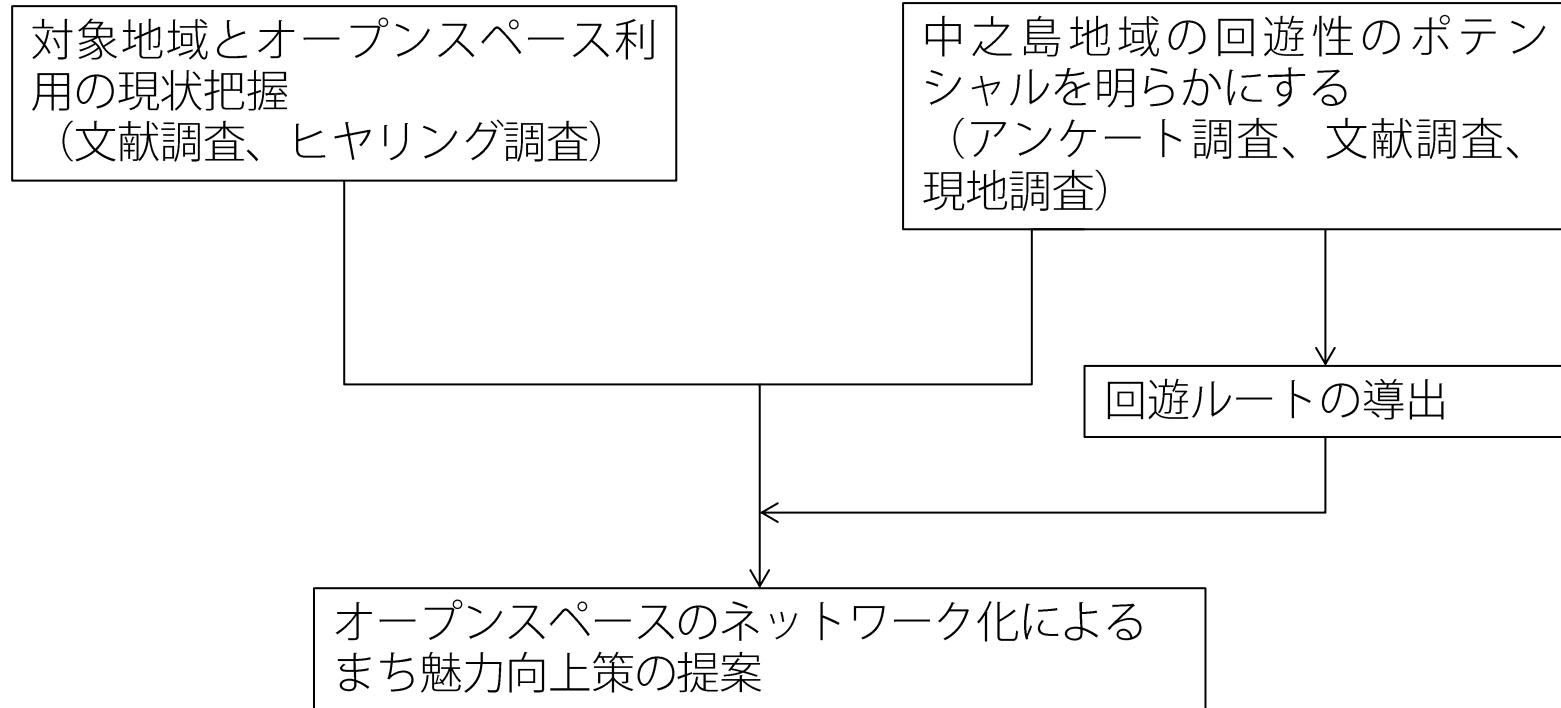
## 1-2. 研究の目的

### 仮説の設定と検証

- 1) オープンスペース利活用のイメージとシナリオ（回遊ルートの導出）
- 2) 公開空地等の利活用に関する規制を緩和する（使用主体の考え方、営業行為等）
- 3) 公開空地等の所有者とそこを使用したい主体、来街者をつなぐ役割を果たす中間支援組織を設立する
- 4) 適切なルールに則った使用を担保するため、公的な位置づけを明確にする

## 1-3. 研究の方法

### 研究フロー



## 1-3. 研究の方法

### 研究体制

大阪大学大学院工学研究科

教授  
講師

加賀 有津子  
武田 裕之

関西電力株式会社 総合企画本部  
地域エネルギー開発グループ

マネジャー  
〃

植栗 健 (2014-2015)  
田中 智彦 (2016)  
森 結衣 (2014)  
寺田 裕史 (2015)  
長友 順子 (2016)

公益財団法人都市活力研究所

主席研究員  
〃

三本松 道昭  
坂田 清三  
足立 智子 (2014)

### ※協力：

大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程 瀧本 裕美子 (2014、当時)  
阿南工業高等専門学校 専攻科 1年 澤田 竜士 (2015、当時)  
大阪大学工学部加賀研究室研究生 森 謙星 (2016、当時)

## 2. 対象地域とオープンスペース利用の現状把握

## 2-1. 対象地域とオープンスペース利用の現状把握 調査概要

実施年度	調査方法	対象	調査内容
2014 年度	文献調査	・東京都 ・横浜市	・名古屋市 ・新潟市 オープンスペース利活用施策の現状
	文献調査	・大阪市 ・名古屋市	・東京都 オープンスペースの種類、場所、規制・使用条件等
	ヒヤリング調査	中之島地域の建物所有者 5社	・オープンスペース等の利活用の状況、問題点 ・今後の利活用の意向 ・望ましい（または可能性がある）利活用の仕方
2015 年度	文献調査	・中之島ミュージアムアイ ランド構想 ・中之島まちづくり構想	計画状況
	ヒヤリング調査	オープンスペースを利用し たい主体 5団体	・利用するオープンスペースや出店が成立する条件 ・事業の展開で想定される効果、課題 ・行政とのコミュニケーション内容 ・規制緩和や特区制度の効果 ・梅田・中之島のポテンシャル、アートエリア構想への意見
	文献調査	・水都大阪 整備計画 ・大阪新美術館 ・うめきた2期計 画 ・中之島アゴラ構想	計画状況
2016 年度	文献調査	アートイベントの実施主体 9団体	・イベントの実施体制 概要 ・オープンスペースの利活用 ・出展（出店）者調整 ・運営上の工夫、成功の秘訣 ・実施上の問題点、課題 ・イベントの効果事業費
	ヒヤリング調査	・福岡市	・国家戦略特区、道路占用事業の内容、効果 ・福岡市の役割

## 2-2. 調査内容

### 1) オープンスペース利活用施策の現状

国内において公開空地等の先進的な利活用がなされている次の都市について、その利活用施策の現状を整理

都市名	東京都	名古屋市	横浜市	新潟市
公開空地の活用政策	しゃれまち条例のまちつくり団体による公開空地の活用	公開空地の利用促進	公開空地の活用による地域活性化の取り組み	NEXT21における公開空地規制の一部緩和
政策名称	東京都のしゃれた街並みづくり推進条例	名古屋市総合設計制度指導基準の一部改正	横浜市市街地環境設計制度の一部改正	NEXT21公開空地の利用の取扱い
性質	弾力的な公開空地の活用認可	物販等の緩和	エリアマネジメント団体の申請によって物販・長期開催可能	商行為を伴うにぎわい創出イベント等の実施可
開始時期	平成15年10月	平成24年11月	平成25年9月	平成26年4月
運営主体	一	なし	エリアマネジメント団体(みなとみらい21公共空間活用委員会)	NEXT21管理組合
行政の役割	都市整備局にまちづくり団体として登録すると一部申請不要	公開空地等一時使用申請書を市長に提出	みなとみらい21公共空間活用委員会による申請を承認する	管理組合が市長に事前協議の申込書を提出、市長が承認

## 2-2. 調査内容

### 1) オープンスペース利活用施策の現状

都市名	東京都	名古屋市	横浜市	新潟市
内容	一体性のある地区内に一定規模以上の公開空地等が存する場合において、それら空間の計画的な活用が都市の魅力の向上に有用であるならば、登録団体に幅広い活動を認め、広場のにぎわい創出に寄与しようとするもの	公開空地の一時使用で物販等を行う際の「イベントに附属するもの」かつ「5日間以内」という制約について、都心部においてまちづくり団体等が自らの地域の活性化・賑わいづくりのために活用する場合に限り、内容確認のうえ緩和	<p>①賑わいの創出や憩いの空間形成等、地域のまちづくりに資するもので市長が認めた行為</p> <p>②短期間のイヘント、コンサートなど地域の活性化に寄与すると認められる行為</p> <p>③建築物又は公開空地の維持管理のための修繕工事及びそれに伴う仮設工事、その他の管理行為</p> <p>④その他公共公益に資する行為</p>	<p>①社会貢献活動等、公的的性格を有するもの</p> <p>②賑わい創出による地域活性に寄与するもの</p> <p>市は平成21年、良好なまちづくりに寄与する公開空地の有効利用促進のため「公開空地の利用の取扱い」を施行。事前の利用協議申込書を市長に提出、承認。</p> <p>商行為を伴うイベントは不可、特定個人や団体、企業の場所の占有も不可。NEXT21のみ規制が緩和された。</p>

## 2-2. 調査内容

### 1) オープンスペース利活用施策の現状

都市名	東京都	名古屋市	横浜市	新潟市
特徴	公開空地の使用料をまちづくり団体が獲得することができる 主な利用方法：有料イベント、オープンカフェ、物品販売	物販又はサービス提供などの商取引を伴う行為はイヘント等に伴い提供されるものに限る 継続的な占用期間はおおむね5日間以内 主な利用方法：オープンカフェ、ジャズライブ、イルミネーション、アートイベント	エリア内の地権者等から構成されるエリアマネジメント団体と市の共同で取り組む場合の利用ルールの明確化	オープンカフェ・フリーマーケット等は可能（基準を満たす必要があります）。原則1年以内。ただし商行為を行なう場合は年間180日以内。 また地域まちづくり活動としてあらかじめ取り扱いに記載されている活動は事前協議が省略可能。 ※個人や事業者が単独で主催する営利活動等は不可

## 2-2. 調査内容

### 2) 公開空地を所有している建物所有者ヒヤリング

大阪市北区や中之島地域において公開空地を所有している建物所有者の立場からの公開空地の利活用の状況や利活用の際の課題等を明らかにする

実施時期	2015年1月～3月
調査方法	ヒヤリング
対象	<p>＜中之島地域の建物所有者＞</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ オリックス…ほたるまち</li><li>・ ダイビル…中之島3丁目共同開発（中之島ダイビル、ダイビル本館）</li><li>・ 関電不動産…中之島3丁目共同開発（関電ビルディング）</li><li>・ 朝日ビルディング…中之島フェスティバルタワー</li><li>・ 三井不動産…三井ガーデンホテル大阪プレミア、中之島三井ビルディング</li></ul>
内容	<ul style="list-style-type: none"><li>①公開空地等についてその概況</li><li>②公開空地等の利活用の状況</li><li>③利活用に関する問題点</li><li>④今後の利活用の意向</li><li>⑤今後、望ましい（または可能性がある）利活用の仕方</li><li>⑥研究仮説に対する意見、感想</li></ul>

## 2-2. 調査内容

### 2) 公開空地を所有している建物所有者ヒヤリング

- オフィスビルのオーナーは、不特定多数の来街を避ける傾向にあることから、必ずしもにぎわいづくりということに前向きではない姿勢が浮き彫りになった。
- 商業ビルでは中之島ウエストエリアプロモーション連絡会を構成し、にぎわいづくりを推進しているものの、オープンスペースの利活用については、既存の店舗とのバッティングを起こしたくないという意向もあり、十分な配慮が求められている。
- 総じて、地権者からは、公共的な位置づけのある文化的な活動をするために場所を貸してほしいとの依頼があれば協力できるとの意向を確認した。

## 2-2. 調査内容

### 3) オープンスペースを利用したい主体へのヒヤリング

主に関西においてオープンスペースを活用して事業を行っている組織（オープンスペースを活用して事業を行っている組織を支援する組織を含む）に利用実態や梅田・中之島地域のポテンシャルを明らかにする

実施時期	2016年1月～3月
調査方法	ヒヤリング
対象	<ul style="list-style-type: none"><li>・一般社団法人日本ケータリングカー協会（キッチンカーの展開）</li><li>・NPO法人関西パフォーマー協会（大阪パフォーマライセンス制度の運営）</li><li>・大阪府環境農林水産部流通対策室（大阪産農水産物のマルシェ等の展開）</li><li>・株式会社ナゲット（クラフトマーケットの展開）</li><li>・一般社団法人日本コスプレ委員会（コスプレイベントの展開）</li></ul>
内容	<ul style="list-style-type: none"><li>①対象組織の概要</li><li>②対象組織の取り組み状況（ビジネス等）</li><li>③オープンスペースを利用する場合の場所</li><li>④事業の展開で想定される効果</li><li>⑤事業の展開で想定される課題</li><li>⑥出店が成立する条件</li><li>⑦オープンスペースの利活用に関する参考事例</li><li>⑧行政とのコミュニケーションを行う内容</li><li>⑨規制緩和や特区制度の効果</li><li>⑩梅田周辺、中之島周辺のポテンシャル</li><li>⑪大阪新美術館ができることに伴い中之島がアートエリアになることについて</li><li>⑫オープンスペースの利活用についての要望、課題</li></ul>

## 2-2. 調査内容

### 3) オープンスペースを利用したい主体へのヒヤリング

#### 結果（抜粋）

- オープンスペースを利用する場合の場所
  - 民有地の駐車場、公園、公有地（科学館前）、大阪ふれあいの水辺、地下街など
- 事業の展開で想定される効果
  - 防災時、有事の際の対応、昼食難民対策、まち魅力の向上、文化芸術との触れあい、地元産品の広報、集客力があること、飲食サービスとの連携
- 事業の展開で想定される課題
  - 安全性：道路使用などの法律遵守や衛生面、火災や移動などの安全対策車両改造の安全性（ケータリングカー）
  - 必要スペースの確保：着替え場所・更衣室（パフォーマー、コスプレ）、休憩スペース、朝から夕方までの利用。

## 2-2. 調査内容

### 3) オープンスペースを利用したい主体へのヒヤリング

- 出店が成立する条件
  - 出店料：1m<sup>2</sup>当たり300円ほど、1日あたり4,000円（ケータリングカー）。
  - 立地条件：時間帯や道路に対する向き、出演料の最低保証（パフォーマー）。人通りが多く地の利がよい場所（パフォーマー）。アクセスについては公共交通機関が充実しているところ。まちの資源となる建築物や公園の存在（コスプレ）。
  - 場所の利用ルール：すべての場所共通のルールブックがあるほか、その場所に限定的に適用するルールを各場所で作っている（パフォーマー）
- 梅田周辺、中之島周辺のポテンシャル
  - キッチンカー、クラフト、パフォーマー、産直野菜、コスプレイヤーは、皆、このエリアにポテンシャルを感じている

## 2-2. 調査内容

### 4) アートイベントにおいてオープンスペースを活用している主体へのヒヤリング

主にアートイベントにおいてオープンスペースを活用して事業を行っている組織に実施実態や運営上の工夫等を明らかにする

実施時期	2017年1月～3月
調査方法	ヒヤリング調査、文献調査 <ul style="list-style-type: none"><li>・大道芸ワールドカップ in 静岡 実行委員会</li><li>・一般社団法人大崎エリアマネージメント</li><li>・名古屋駅地区街づくり協議会</li><li>・We Love 天神協議会</li><li>・博多まちづくり推進協議会</li><li>・お茶の水茗渓通り会</li><li>・三菱地所株式会社</li><li>・一般社団法人新宿副都心エリア環境改善委員会</li><li>・兵庫県立美術館～神戸市立王子動物園エリアにおける「ミュージアムロード」整備</li></ul>
対象	
内容	<ul style="list-style-type: none"><li>①背景、経緯及び趣旨について</li><li>②実施体制について・イベントの概要について</li><li>③オープンスペースの利活用について</li><li>④出展（出店）者調整</li><li>⑤運営上の工夫、成功の秘訣</li><li>⑥実施上の問題点、課題について</li><li>⑦イベントの効果について</li><li>⑧事業費について</li></ul>

## 2-2. 調査内容

### 4) アートイベントにおいてオープンスペースを活用している主体へのヒヤリング

結果	項目	内容
背景、経緯及び趣旨について	ビジョンの設定と共有	地域の現状や特徴を把握したうえで将来のあるべき姿を描く
	アウトカムの設定	フェスティバルは自然に大きくなることはない
	コラボレーション	外部組織との連携により可能性を拡げる
	官民連携	特区の活用や規制緩和の獲得で目標を現実化する
実施体制について	総合調整役の存在	大胆な企画力と着実な実行力、他者と調整できるマネジメント能力を発揮する
	資金確保	インパクトある企画の提案による補助金や協賛金の獲得
	持ち寄りを歓迎する	補助金頼みにならないための自主的な参画の場づくりとまとまり感のある運営
	行政と話ができる知識レベル	行政を説得するための入念な準備と粘り強い交渉力
イベントの概要について	目標像ありき	特区は手段であり目的ではない
	コンテンツ・アイディア・マンパワーの宝庫	教育機関や文化施設との連携による各種リソースの活用
	パブリックアート	気軽にアートに触れあえるしきけづくりによる街ブランド化
	新しいライフスタイルの提案	オープンスペースでの過ごし方の開発
いつもの場所での展開	地域文化資源の活用	広い視野での協力者の発掘
	いつもの場所での展開	展示や出展のためのふさわしい場所の確保

## 2-2. 調査内容

### 4) アートイベントにおいてオープンスペースを活用している主体へのヒヤリング

結果	項目	内容
出店者調整	インセンティブ	出展（出店）者の立場に立った企画と誘致
	窓口の開き方	マスコミや廣告代理店OR地域密着
運営上の工夫、成功の秘訣	出店料の徴収	出店料を徴収するかどうかはケースバイケースで判断
	目標の明確化	イベントのスタンスをはっきりさせる
実施上の問題点、課題について	ボランティアの獲得	金がないことはいいことだ。いろんな人が協力してくれる
	メディアとの連携	新聞、テレビ、鉄道情報誌、一般情報誌
実施上の問題点、課題について	イベントの規模と頻度の関係（トレードオフ）	イベント性を軽くしながら開催頻度を増やしていきたい
	後継者の育成	商店街、町会は高齢化が問題で、若返りが喫緊の課題
	規制に対する考え方	道路では警察との協議が難航する、規制があるからこそ、社会実験の優位性、有意性があると思う
	目標達成までの遠い道のり	まちの在りたい絵姿の実現に向けて、社会実験を積み重ねて一歩ずつ前進（にぎわいだけでなく生活産業創発につなげたい）

- ・インパクトのあるイベントを行う際は広場+道路を一体的に活用している
- ・定常的な利用は広場のみが多い
- ・兵庫ミュージアムロードの取り組み 美術館と鉄道事業者等が旗を振って賛同者を集めている

### 3. アンケート調査・文献調査・現地調査から導出した回遊ルート

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

中之島地域の回遊性のポテンシャルを明らかにするため、アンケート調査と現地調査を実施

	実施年度	調査方法	対象	内容
1	2014年度	アンケート調査 (紙媒体)	中之島地域の就業者	①立ち寄り先・回遊先 ②通勤・帰宅ルート ③オープンスペース利用の現状
2	2015年度	アンケート調査 (Web)	梅田地域・中之島地域の来街者	①回遊先 ②中之島地域への来街頻度 ③梅田地域・中之島地域のイメージ ④中之島地域の将来像に対するイメージ
3		現地調査	梅田～中之島地域	①路面店の業種 ②回遊に寄与する看板
4	2016年度	現地調査	梅田～中之島地域	①オープンスペースの設え (公開空地・公園・公的な空間)
5		文献調査	梅田～中之島地域	①店舗集積

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 1) 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査

日常的な回遊性を生み出す重要な要素である中之島地域での就業者に着目し、その日常的な行動実態とオープンスペースの利用実態を探る

実施日程	2015年1月15日～1月30日
調査方法	配布：各企業担当部署から従業者への配布 回収：各企業担当部署もしくは返信用封筒での回収
配布・回収数	<b>641/1,500 (回収率42.7%)</b> ※ 「中之島まちみらい協議会」の協力を得て27企業・団体に配布・回収 ※ 各企業・団体に50部ずつ配布（ただし一部企業・団体については30部・150部を配布）
アンケート設問	①ワークスタイルについて ②普段の立ち寄り行動について ③回遊・滞在行動について ④オープンスペースの利用及び改善点について ⑤回答者属性

**立ち寄り行動**：目的をもって目的地まで直線的に動く行動

（例：昼休みに昼食をコンビニエンスストアで買う、通勤時にカフェで朝食を食べるなど）

**回遊・滞在行動**：目的の有無を問わず一定時間あるエリアをぶらぶら歩く行動

（例：通勤後に北新地エリアを歩き飲食する、梅田駅周辺の店舗を回り洋服を買うなど）

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 2) 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

- ①中之島地域と他地域との回遊における関係性と地域イメージの特徴の把握
- ②中之島の新美術館及びミュージアムエリア構想に対する意識の把握

実施日程	2016年2月16日～2月17日
調査方法	Webアンケート（株式会社マクロミル「Quick Mill」）
回収数	625 ※①中之島地域への来訪頻度と②大阪府下の人口構成比を基に割付を設定
アンケート設問	①中之島エリアへの移動手段 ②中之島エリアでの来訪場所・滞在行動 ③中之島エリア及び梅田エリアのイメージ ④新美術館及びミュージアムエリア構想に対する意識 ⑤回答者属性 ※中之島エリアへの訪問理由としては「業務目的以外」としている

#### 新美術館

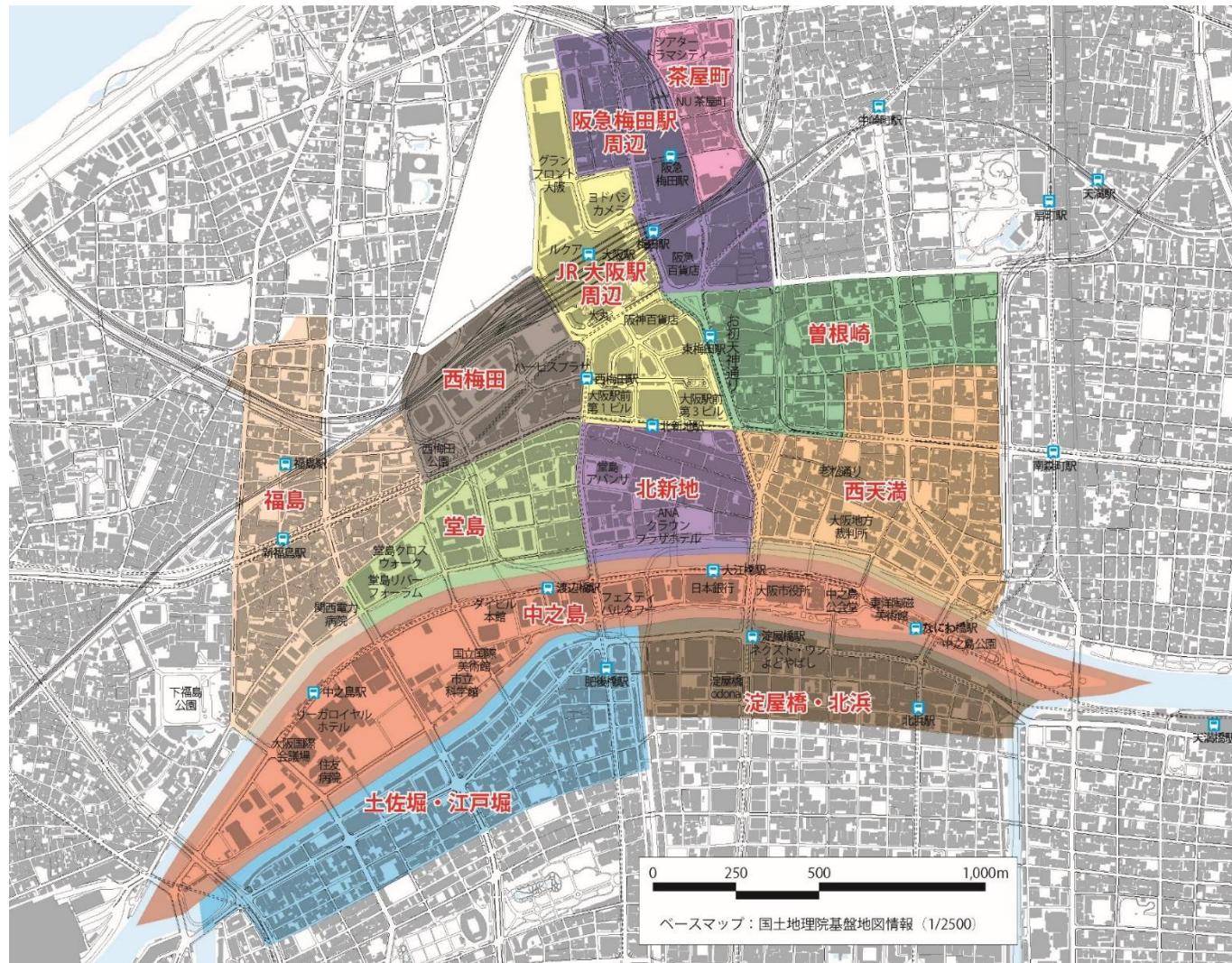
2021年中之島4丁目に完成予定の近代美術館

#### 中之島ミュージアムエリア構想

新美術館を含め中之島にある美術館の多さから文化芸術の重点地域として位置づけ  
ブランド化を図る構想

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 1) 2) における調査範囲とエリア区分



## 図 調査対象範囲とエリア区分

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 3) 路面店及び回遊に寄与する看板に関する現地調査

回遊を促進すると考えられる路面店の業態及び看板を調査し、路面店の集積と店舗ファサードの分布の把握

実施日程	2016年2月～3月
調査方法	調査員の目視による調査
調査エリア	中之島地域から梅田地域にかけての範囲
調査内容 ・手順	<p>①調査エリアの設定 ②飲食店と物販店の細分類の設定 ③現地調査</p> <ul style="list-style-type: none"><li>路面店：店舗の業態、店舗として認識できるファサード範囲</li><li>看板：回遊時に認識できる置き看板・袖看板・壁面看板の位置</li></ul> <p>④Arc GISに調査内容のデータの入力 ⑤ファサードデータから24mバッファ※を発生させ連続性の確認</p> <p>※既往研究により「相手が誰であるか認識できる限界が24m」（篠原、1998） とされていたため、回遊中の歩行者が店舗業態や店舗内の人や物の様子が認識できる距離として設定</p>

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

### 3) における調査範囲



## 図 調査対象範囲（黄色部分）

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 4) オープンスペースの現況及び利用状況に関する現地調査

今後の利用可能性についての基礎資料として中之島地域・梅田地域内にある  
オープンスペースの現況の設えと利用状況を把握

実施日程	2015年2月～2016年3月
調査方法	調査員の目視による調査
調査エリア	中之島地域から梅田地域にある62ヶ所の公開空地・遊歩道・公園・ オープンスペースとして利用可能と考えらえる民地内の空間（調査 地点数は65ヶ所※） ※中之島遊歩道については範囲が広いため4区分して調査している
調査内容 ・手順	①事前調査によりオープンスペースとして利用可能な場所を抽出 ②現地調査 ・オープンスペースの設えの調査 ・15分間の通行人数及び滞留人数の調査 ③GISもしくは各施設HPによる敷地面積等の調査

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 4) における調査オープンスペース

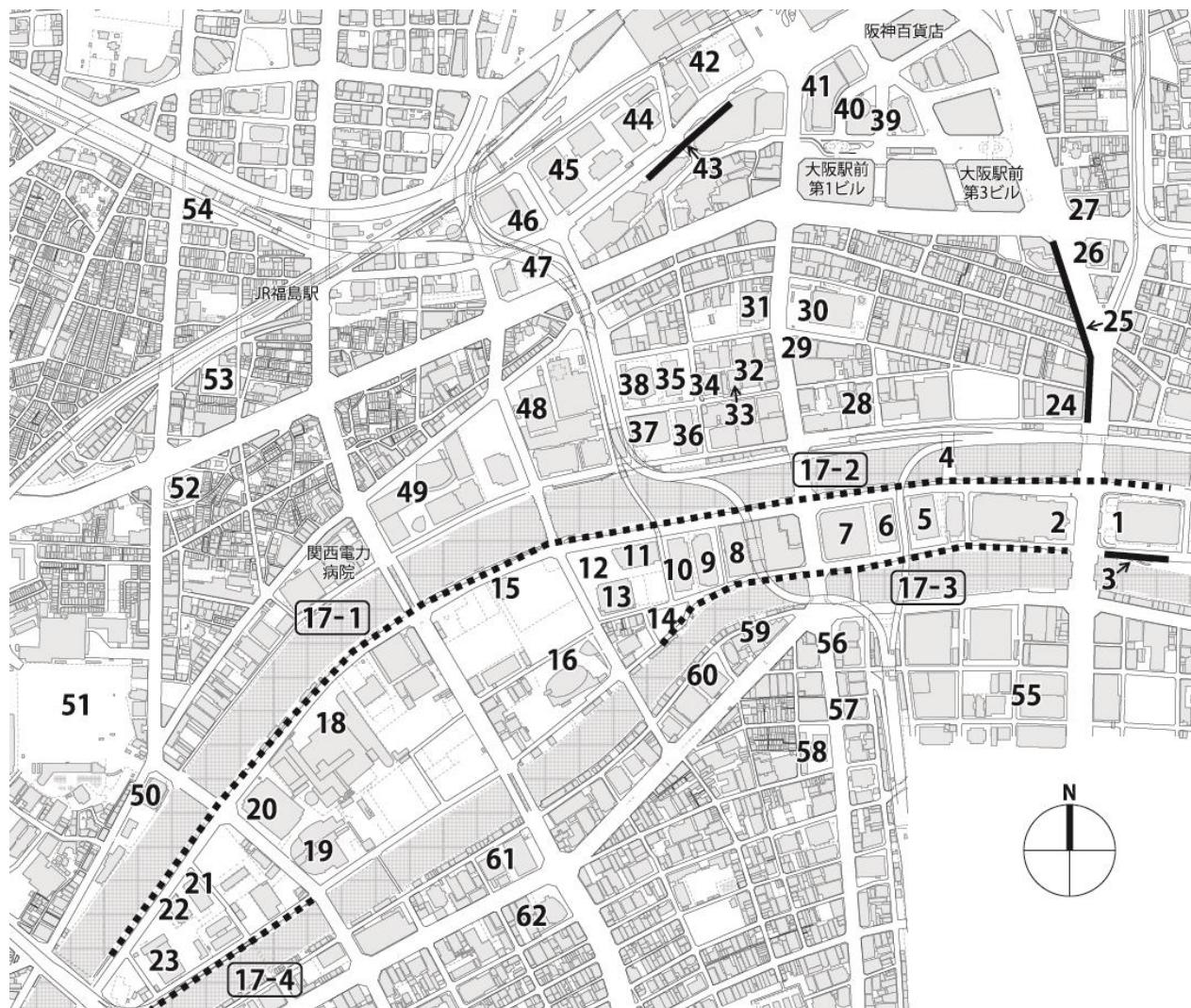


図 調査対象オープンスペース

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 5) 店舗の統計的調査

中之島地域とその周辺地域における店舗の集積状況の把握

実施日程	2016年
調査対象	iタウンページ
調査内容 ・手順	<p>①検索エリアの設定（中之島・梅田エリアと隣接する町字）</p> <p>②iタウンページに登録される飲食店・物販店・百貨店・宿泊施設 ・美術館の検索</p> <p>③住所データの緯度経度への変換※2・3</p> <p>④Arc GISへのデータのインポート、ポイントデータ化</p> <p>⑤カーネル密度分布による密度分布の視覚化</p> <p>※2 「顧客激増タウン検索V7 無料版」を用いてのデータをEXCEL化</p> <p>※3 「CSVアドレスマッチングサービス」を用いて緯度経度データに変換</p>

### 3-1. アンケート調査・文献調査・現地調査の概要

#### 5) における検索範囲と検索カテゴリ

表 検索範囲

北区	角田町, 西天満, 曾根崎, 曾根崎新地, 太融寺町, 大深町, 芝田, 小松原町, 茶屋町, 中之島, 兎我野町, 堂島, 堂島浜, 南扇町, 梅田, 野崎町, 堂山町 (+隣接町字)
中央区	北浜, 北浜東, 今橋 (+隣接町字)
福島区	福島 (+隣接町字)
西区	江戸堀, 土佐堀 (+隣接町字)

表 検索カテゴリ

項目	カテゴリ1	カテゴリ2	カテゴリ3
飲食店	グルメ・飲食	洋服 靴・かばん・小物	
物販店	ショッピング	本 おもちゃ・ゲーム	古本 書店 おもちゃ店
百貨店	ショッピング	コンビニ・スーパー・デパート	デパート
宿泊施設	旅行・宿泊	ホテル・ペンション 旅館・民宿	
美術館・博物館	レジャー・スポーツ	博物館・美術館	

### 3-2. 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査

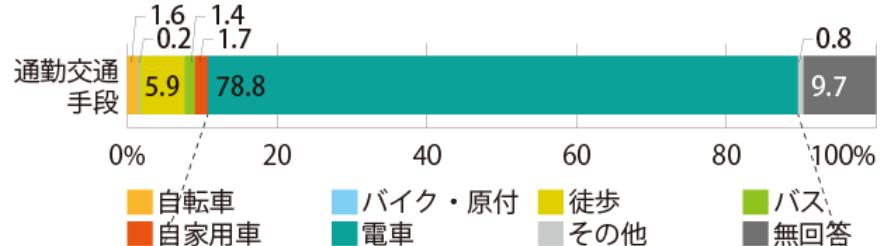


図 上：通勤交通手段、下：通勤利用路線

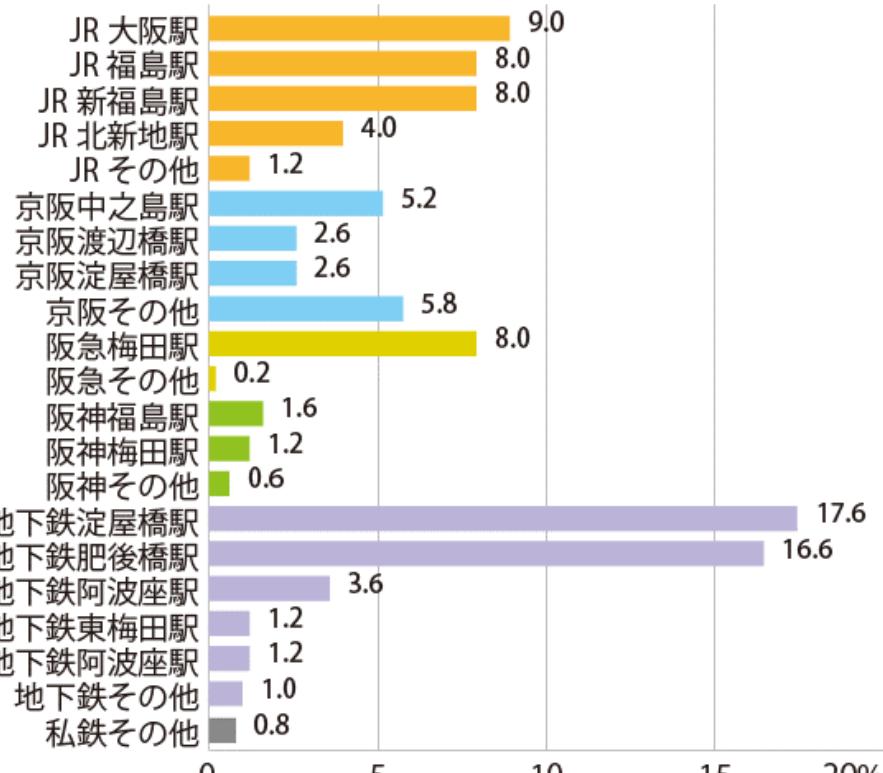
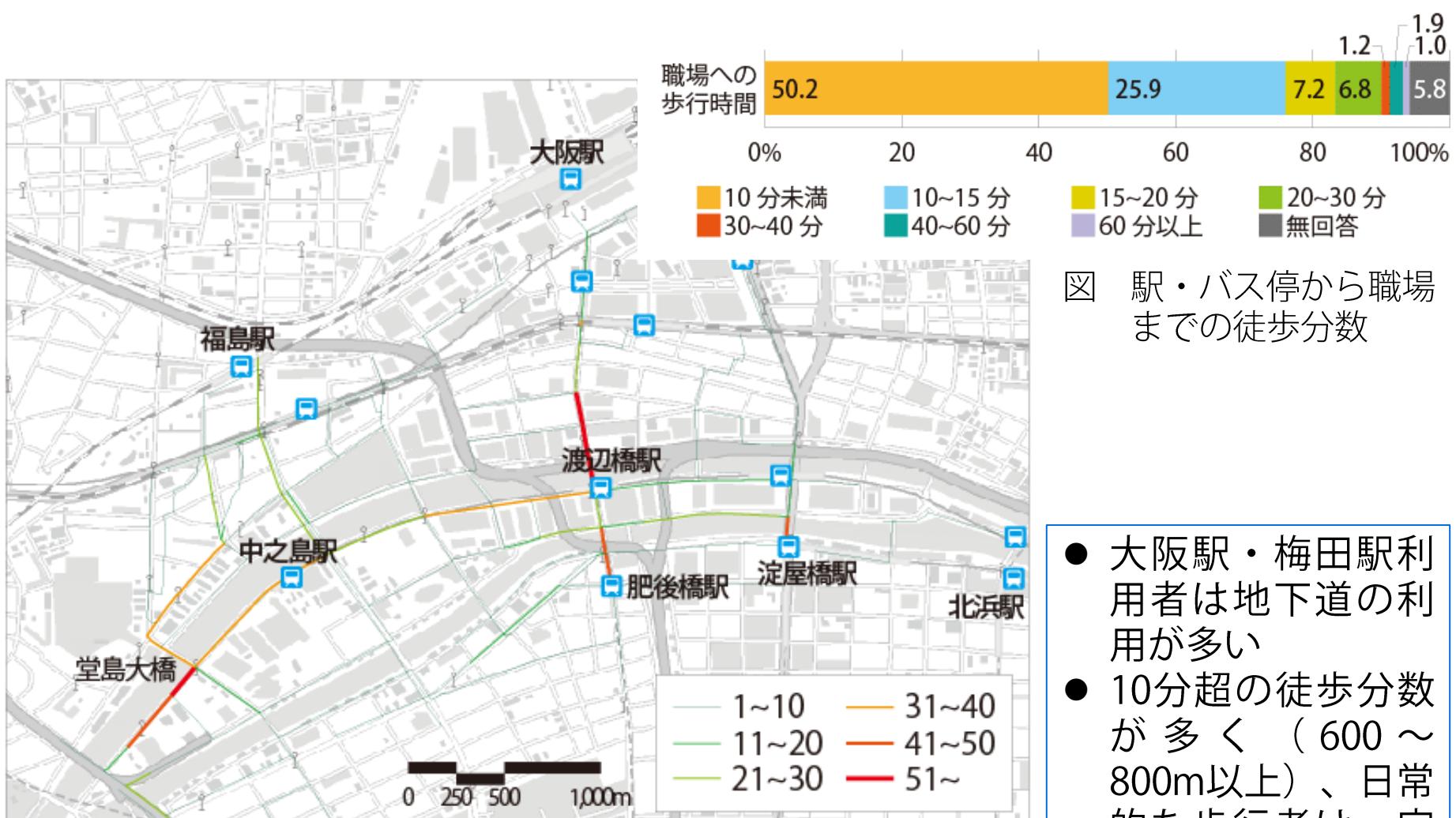


図 通勤利用駅

- 約80%が鉄道で通勤
- 中之島に近い地下鉄淀屋橋駅・肥後橋駅の利用が多いが、一方で福島・梅田エリアの駅の利用も多い

### 3-2. 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査



- 大阪駅・梅田駅利用者は地下道の利用が多い
- 10分超の徒步分数が多く（600～800m以上）、日常的な歩行者は一定数存在

### 3-2. 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査

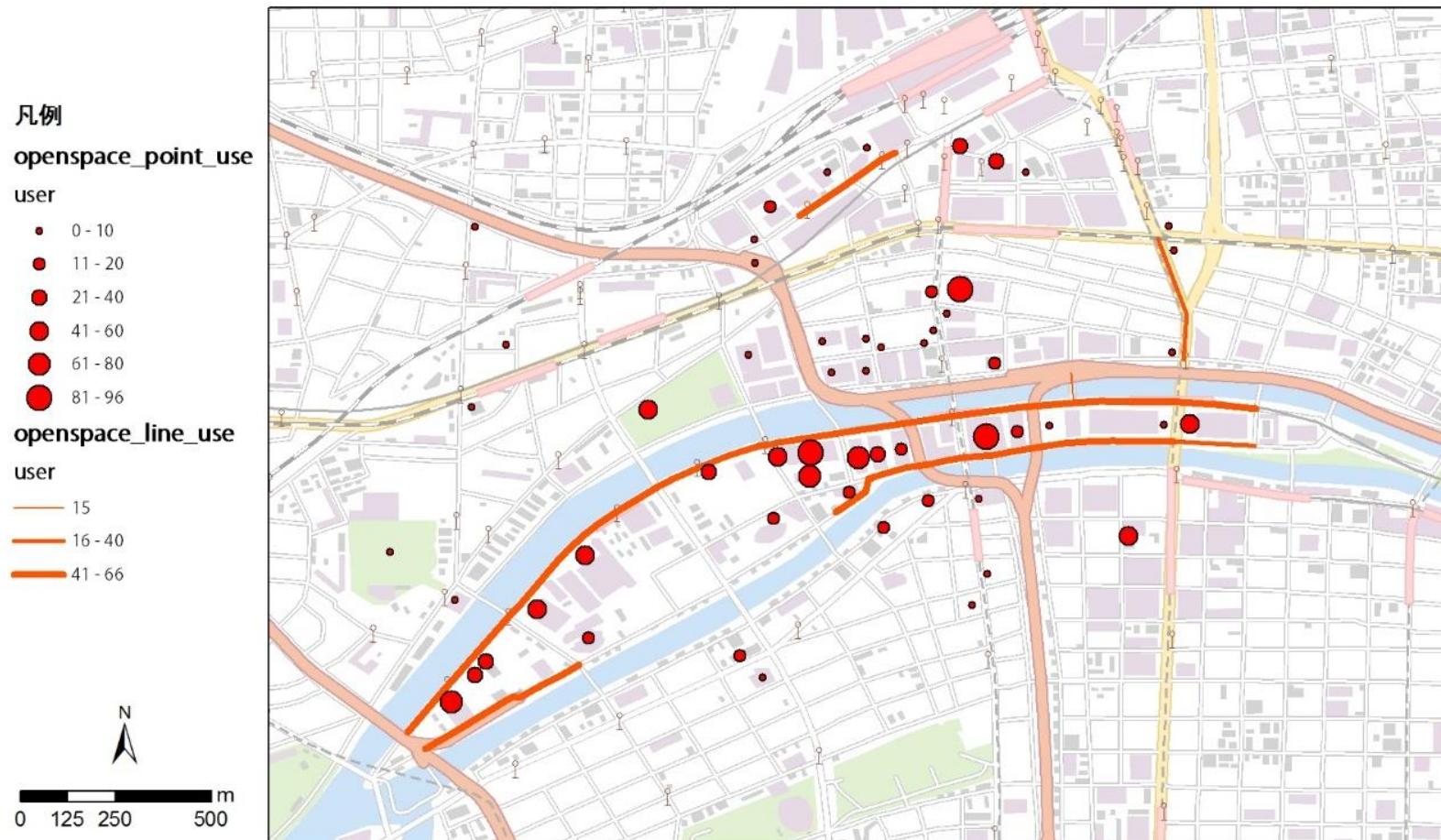


図 オープンスペース利用者の分布

- 中之島北側の遊歩道を軸に利用の多いオープンスペースが存在
- 堂島アバンザ・ほたるまち・淀屋橋odonaの利用も多い

### 3-2. 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査

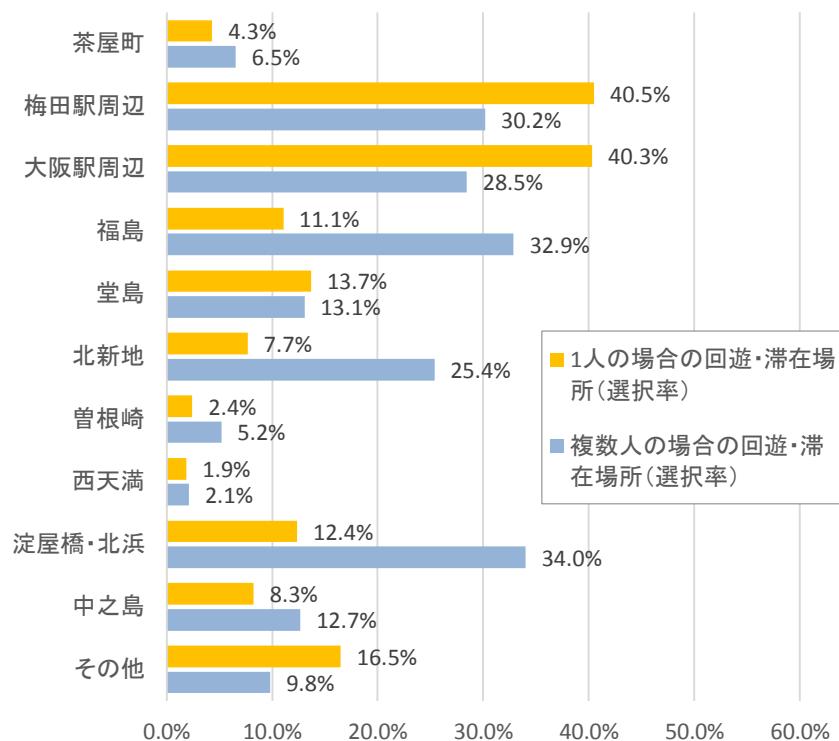


図 回遊・滞在エリア

- 3つの指標から総合的な回遊・滞在エリアの『回遊誘因力』を算出

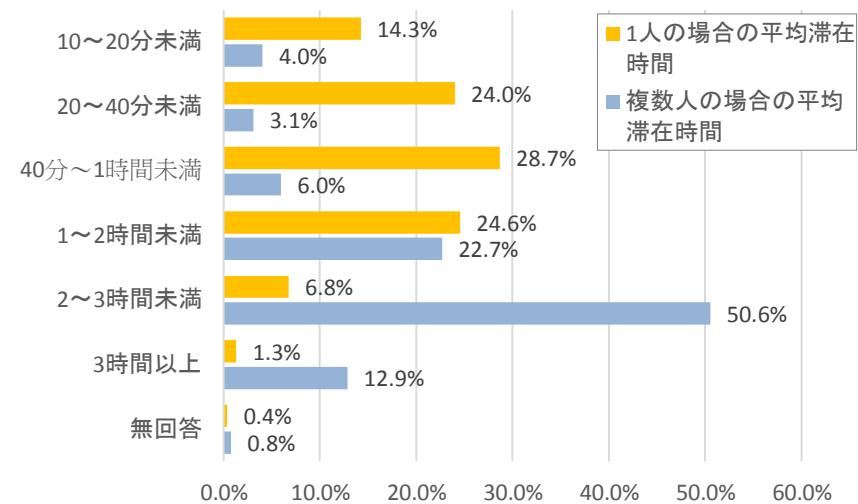


図 回遊・滞在エリアでの滞在時間

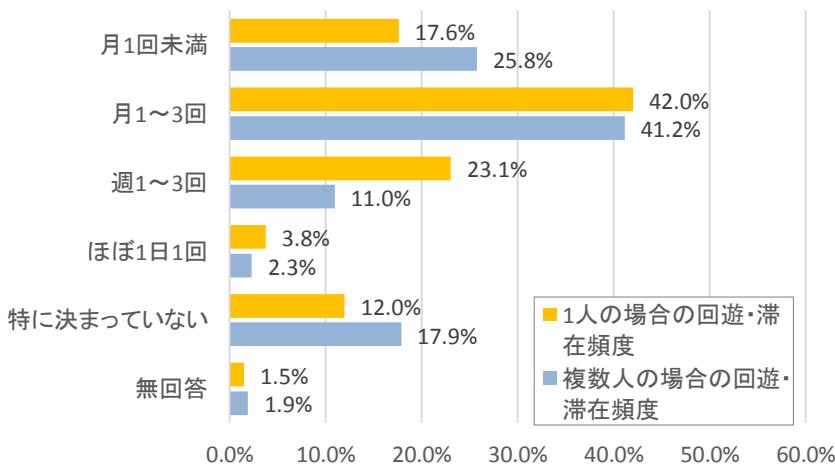


図 回遊・滞在の頻度

### 3-2. 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査

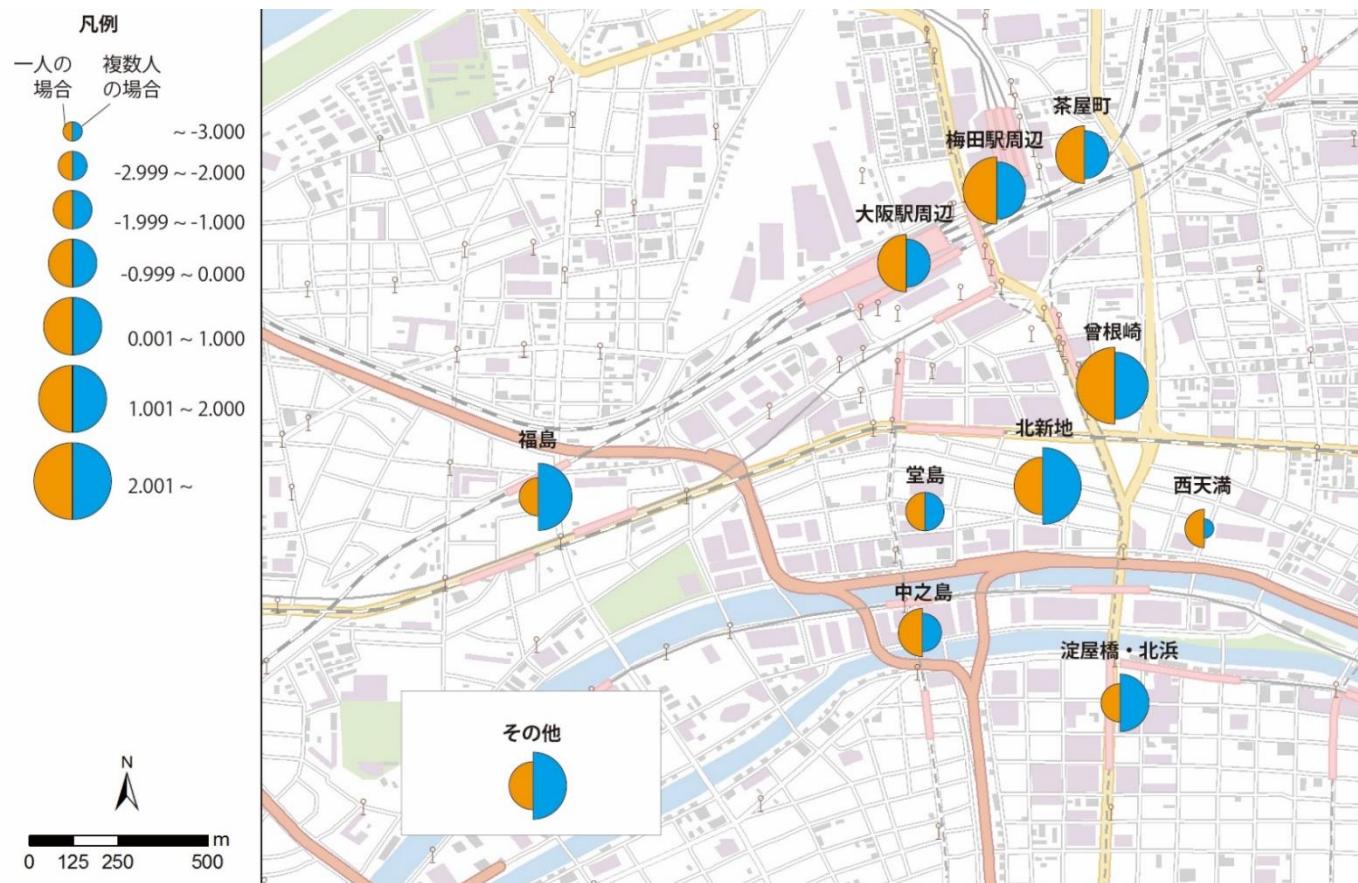


図 選択率・頻度・滞在時間を考慮した回遊・滞在エリアの回遊誘因力

- 大阪駅・梅田駅付近は一人の場合の誘因力が高い
- 北新地・福島・淀屋橋・北浜は複数人の場合の誘因力が高い
- 曽根崎の評価が高い→選択率は低いが、頻度・滞在時間が高い

## 3-2. 就業者の行動実態及びオープンスペース利用状況に関するアンケート調査

### 1) 中之島及び周辺地区における就業者の特徴

- ・就業場所での滞在時間が長く、通勤にかかる時間も比較的長い
- ・勤務年数が比較的短く、ある程度の周期をもって就業者が入れ替わる
- ・就業時間後の自由時間では平均で約3時間程度

### 2) 回遊・滞在行動

- ・1人：JR大阪駅・阪急梅田駅周辺で1時間未満程度の回遊・滞在
- ・複数人：JR大阪駅・阪急梅田駅周辺、福島、北新地、淀屋橋・北浜エリアで2～3時間程度の回遊・滞在
- ・回遊誘因力では、曾根崎の評価が高い（1人：1位、複数人：4位）→選択率は低いが滞在時間・頻度が高く、新たな回遊の拠点としてのポテンシャルは持っていることが窺える
- ・中之島は、選択率、滞在時間、頻度全てが低く、回遊の拠点となっていない

### 3) オープンスペースの利用と改善点

- ・中之島の北側の中之島遊歩道を軸として、遊歩道も含めて遊歩道沿いにあるオープンスペースの利用が多い
- ・中之島以外では、堂島アバンザやほたるまち、淀屋橋odonaなどの商業施設になるオープンスペースの利用が多い。
- ・改善点については、喫煙スペースの設置以外に強い反応は見られなかったが、緑の手入れやベンチの設置といった環境整備、オープンカフェやアルコール販売を含む屋台の設置といった賑わいの創出に対して、改善の要望がある

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

表 サンプル割付

年齢階級		15~29歳	30~39歳	40~49歳	50~64歳	65歳~	計
中之島 地域へ の来訪 頻度	居住・週1回以 上・月1以上	20	19	18	15	28	100
	年1回以上	61	57	52	45	85	300
	年1回未満・ 訪れたことがない	41	38	35	29	57	200
サンプル数小計		122	114	105	89	170	600
サンプル構成比		20.3%	19.0%	17.5%	14.8%	28.3%	100.0%
大阪府下人口		1,404,213	1,307,049	1,204,754	1,025,106	1,962,748	6,903,870
人口構成比		20.3%	18.9%	17.5%	14.8%	28.4%	100.0%

表 回収サンプル数

年齢階級		15~29歳	30~39歳	40~49歳	50~64歳	65歳~	計
中之島 地域へ の来訪 頻度	居住・週1回以 上・月1以上	21	20	19	16	29	105
	年1回以上	63	59	54	47	88	311
	年1回未満・ 訪れたことがない	43	40	37	30	59	209
サンプル数小計		127	119	110	93	176	625
サンプル構成比		20.3%	19.0%	17.6%	14.9%	28.2%	100.0%

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

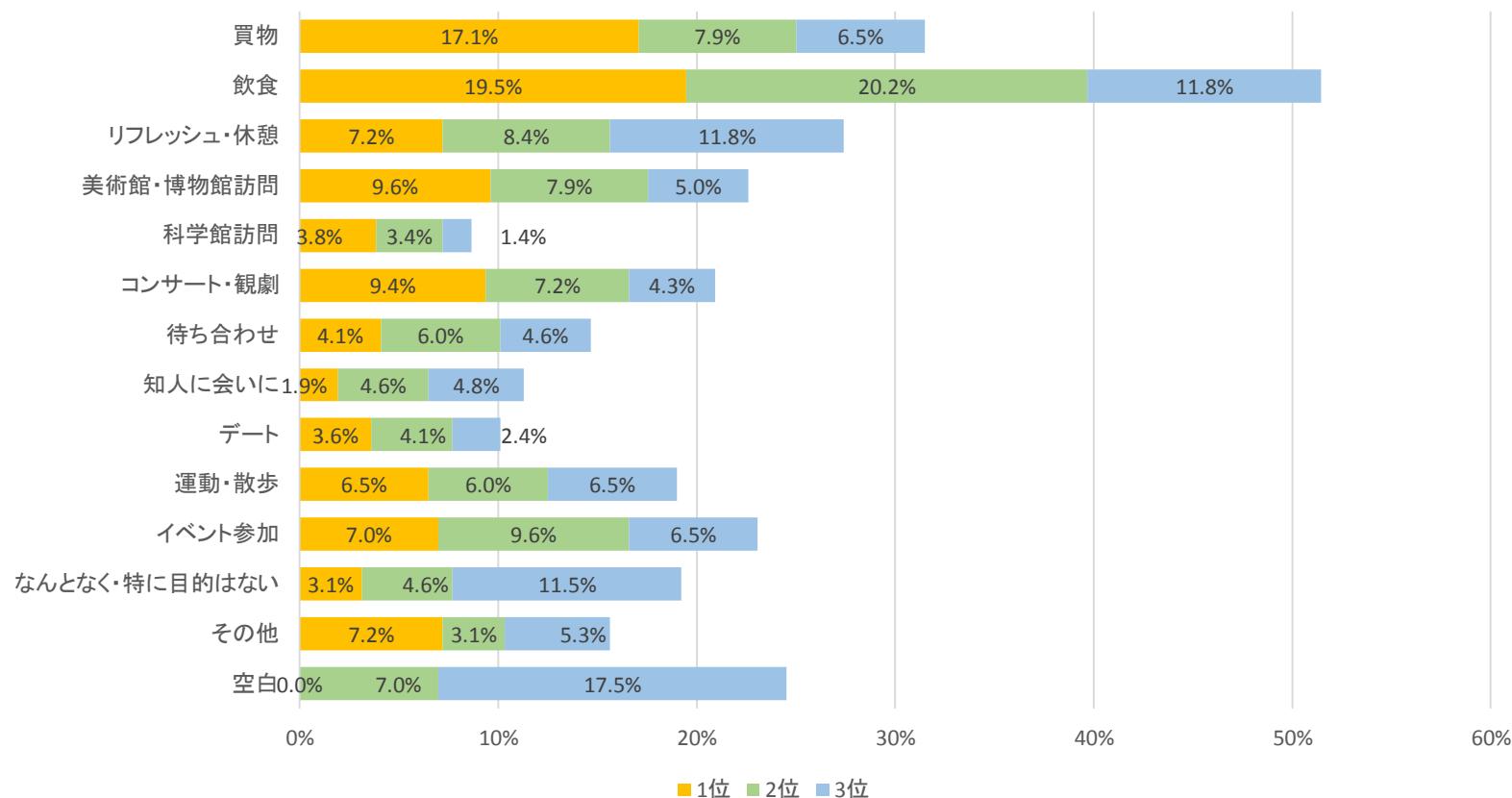


図 中之島への来訪目的（上位3位まで） ※業務目的は含まない

- 飲食、買物目的での来訪が多い
- 美術館・博物館訪問よりも、リフレッシュ・休憩、イベント参加の割合が高い

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

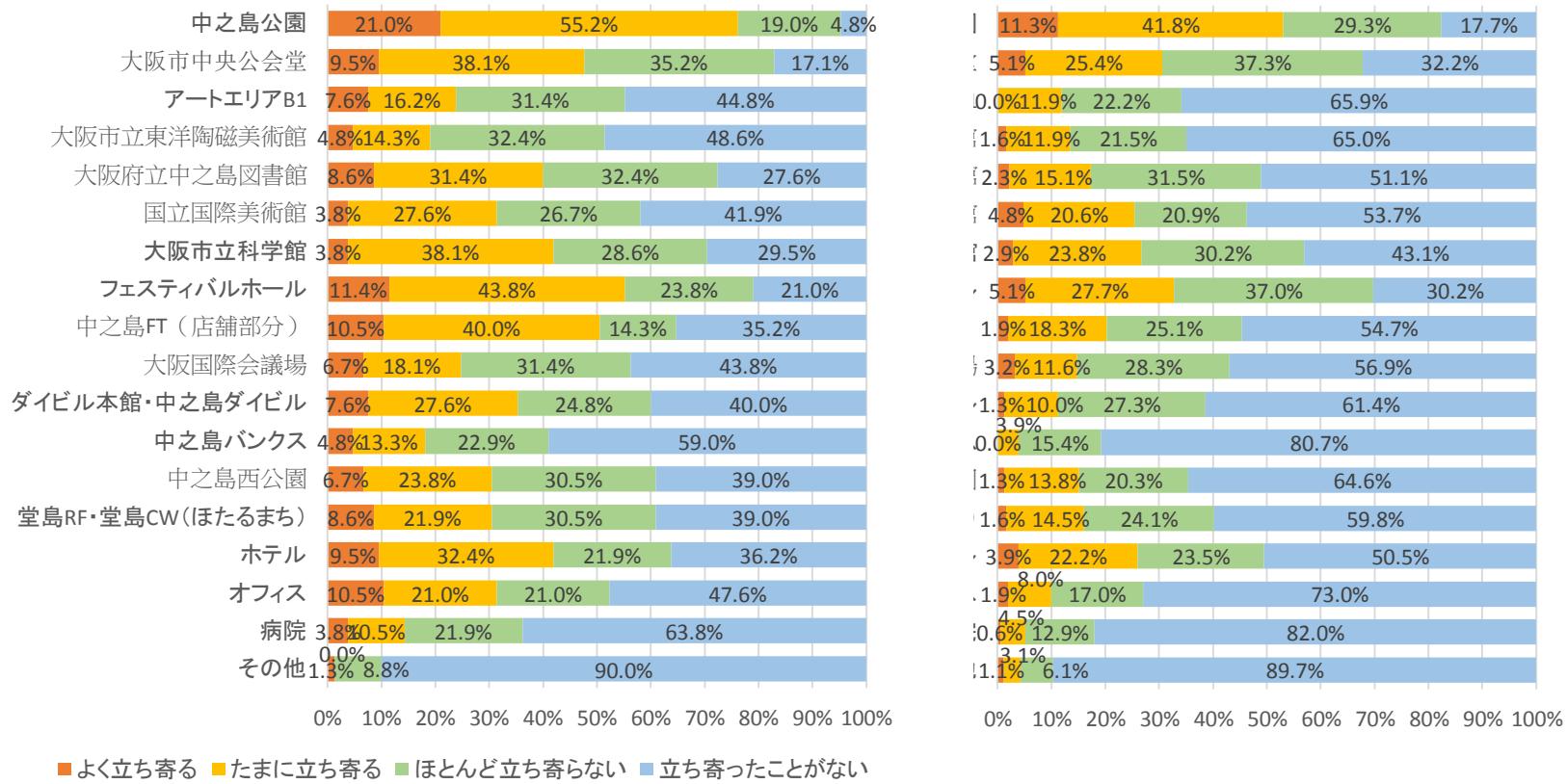


図 中之島エリアでの立ち寄り先と頻度（左：在住・週1・月1以上、右：年1以上）

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

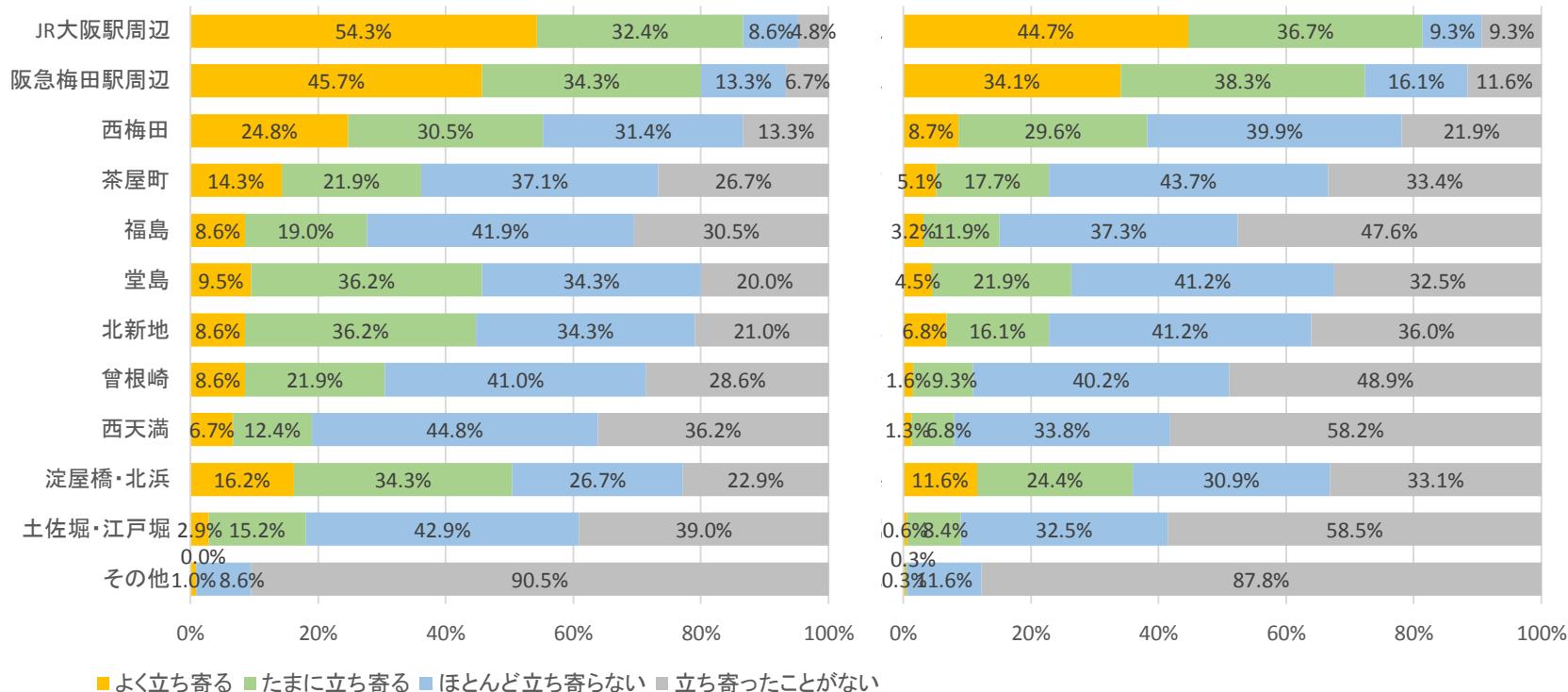


図 中之島エリアと同時に訪れるエリア（左：在住・週1・月1以上，右：年1以上）

- 両グループの傾向は似ているが、頻度の高いグループは福島・曾根崎・西天満の訪問頻度が高くなっている

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

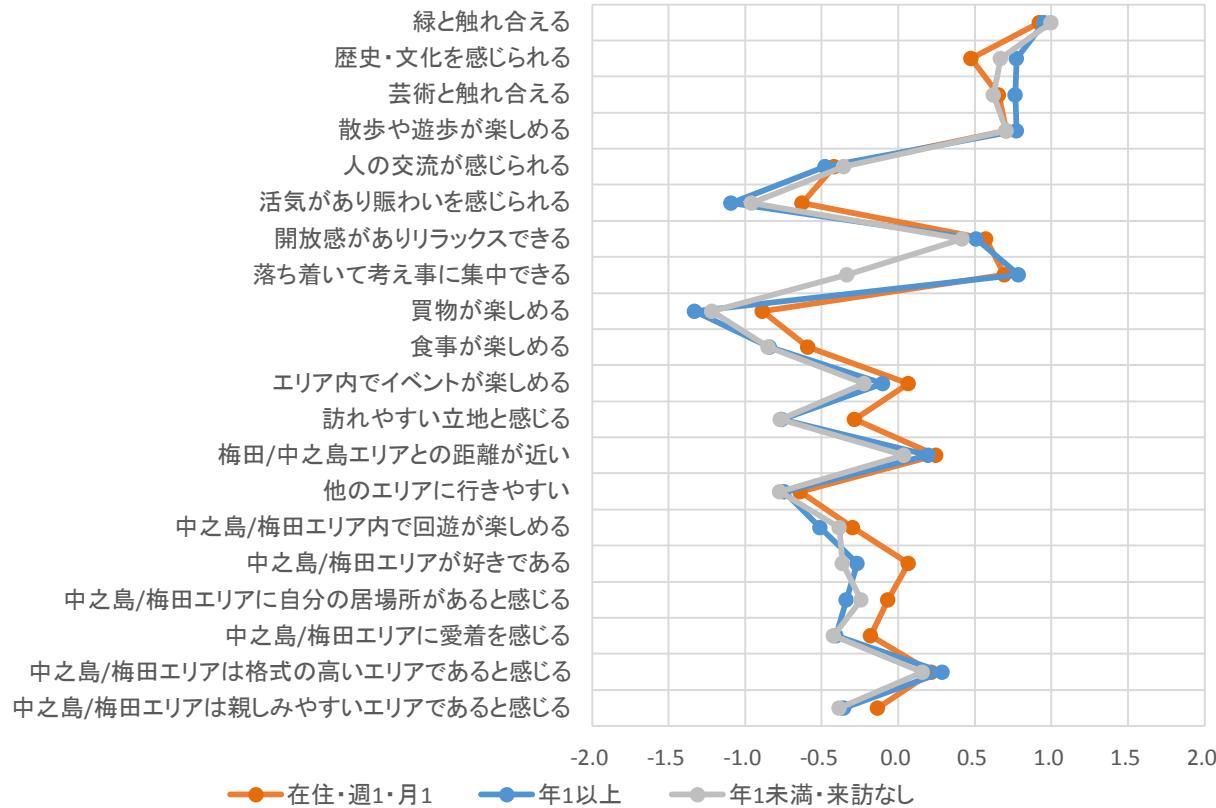


図 中之島エリアと梅田エリアの地域イメージの差  
(図中の値は {中之島のイメージ} – {梅田のイメージ} )

- 中之島は、緑・文化・芸術が感じられ、リラックスができるイメージ
- 梅田は、賑わいがあり、買物・食事が楽しめるイメージ
- 互いのエリアが近いとの認識もある（別図からの考察）

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

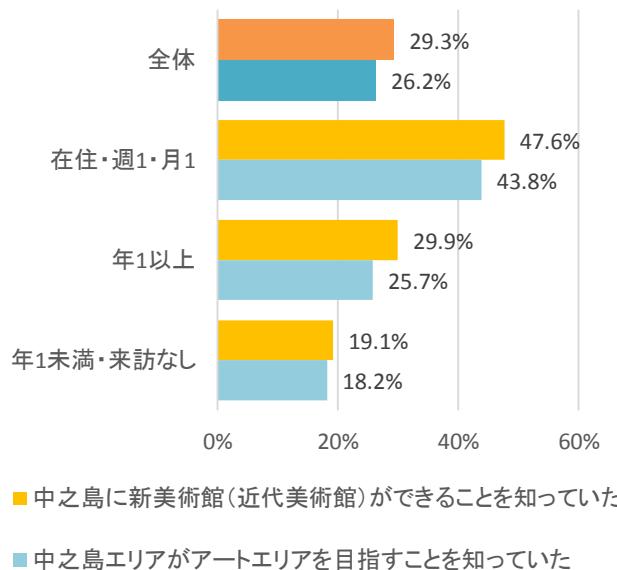


図 将来構想に対する認知度

- 将来構想への認知度は低い
- 中之島を訪れたことのある人の来訪意欲は比較的高い

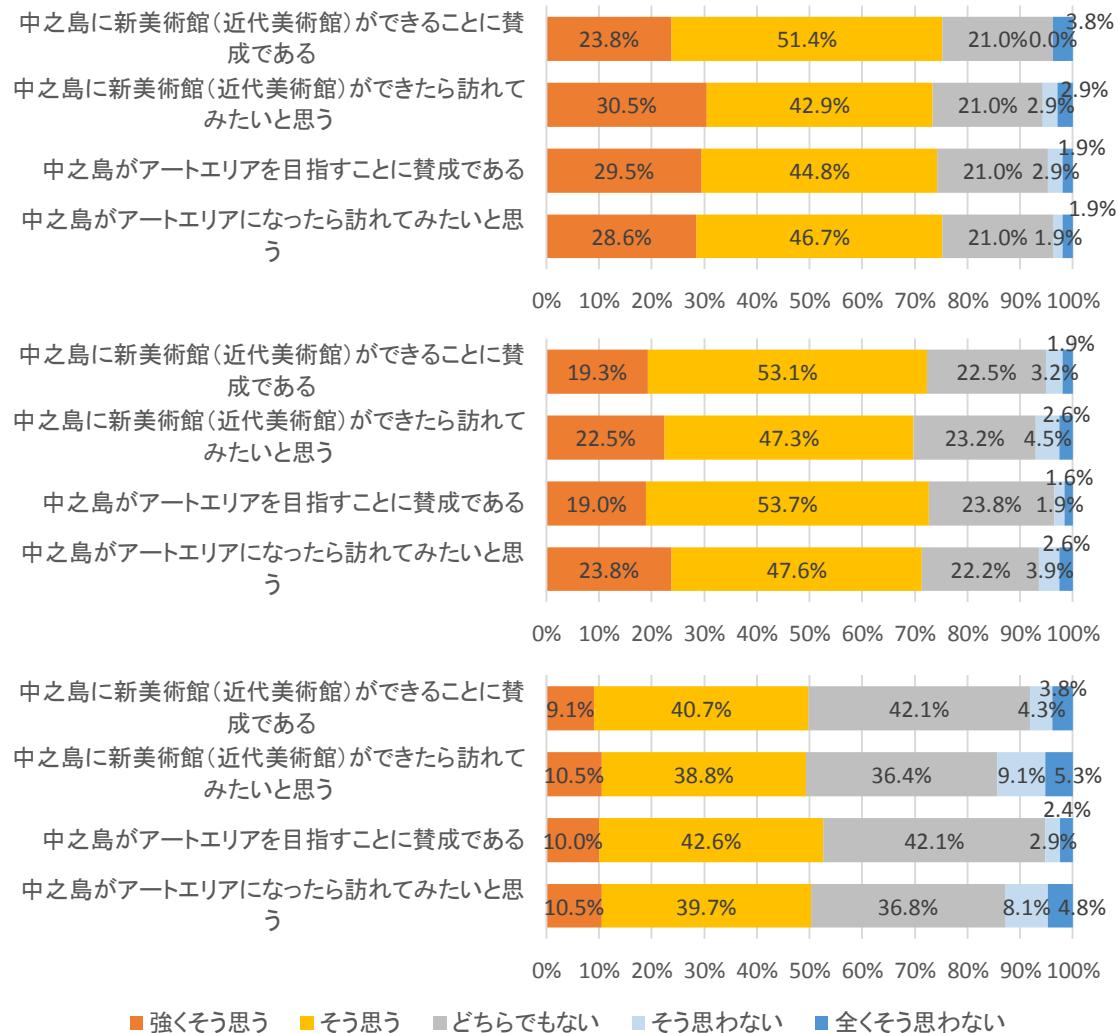


図 将来構想に対する賛否及び来訪意欲  
(上：在住・週1・月1以上，中：年1以上，下：来訪なし)

### 3-3. 来訪者の回遊行動と地域イメージに関するアンケート調査

#### 1) 中之島エリア来訪者の交通手段

- 中之島エリアを訪れる際の降車駅と中之島への来訪頻度との関係性はみられない  
→半数程度がJR大阪駅や阪急梅田駅などの梅田ゾーンにある駅を利用

#### 2) 中之島の地域イメージ

- 緑や歴史・文化・芸術と触れ合える、散歩や遊歩が楽しめる、開放感があるなどが挙げられ、アートエリアとしてのイメージを構築するための素地はある
- 一方で、「中之島エリアに自分の居場所があると感じる」についても評価は低い
- 「梅田エリアとの距離が近い」（中之島エリアのイメージ）、「中之島エリアとの距離が近い」（梅田エリアのイメージ）での評価は高いことから、互いに補完できるエリアとして回遊の可能性を見出すことができる

#### 3) 中之島エリアの将来構想（アートエリア）に対する認識・賛否・来訪意欲

- 認知度は、全体で30%以下、来訪頻度が多いグループでも50%以下と低い
- 現在のところ新美術館構想やアートエリア構想が中之島エリアのイメージ構築には寄与していないが、来訪意欲に関しては、半数以上の賛成や来訪意欲の向上が見られ、これらの構想の実現によるブランディングは一定の効果があると予想

#### 4) 中之島エリア内の立ち寄り先の多さでの分類における分析

- 中之島エリア内で回遊しているグループは、他エリア間での回遊も行っている
- 特にこのグループでは、将来構想や来訪意欲については否定的な回答はほとんど見られない→初期の重要なターゲット

### 3-4. 路面店及び回遊に寄与する看板に関する現地調査

表 路面店舗数と分類（飲食店）

項目	小分類	小分類 店舗数	小分類 構成比	大分類	大分類 店舗数	大分類 構成比
カフェ（チェーン店）	101	22	3.2%			
カフェ・喫茶店	102	52	7.5%	10	74	10.6%
クラブ・スナック	111	21	3.0%			
ファーストフード	121	33	4.7%	11	21	3.0%
ティーアウトのみの店舗	122	13	1.9%			
レストラン（チェーン店）	131	33	4.7%	12	46	6.6%
レストラン	132	231	33.2%			
居酒屋（チェーン店）	141	21	3.0%	13	264	38.0%
居酒屋	142	198	28.5%			
バー	151	58	8.3%	14	219	31.5%
その他	161	13	1.9%	15	58	8.3%
計		695	100.0%	16	13	1.9%
				695	238.8%	

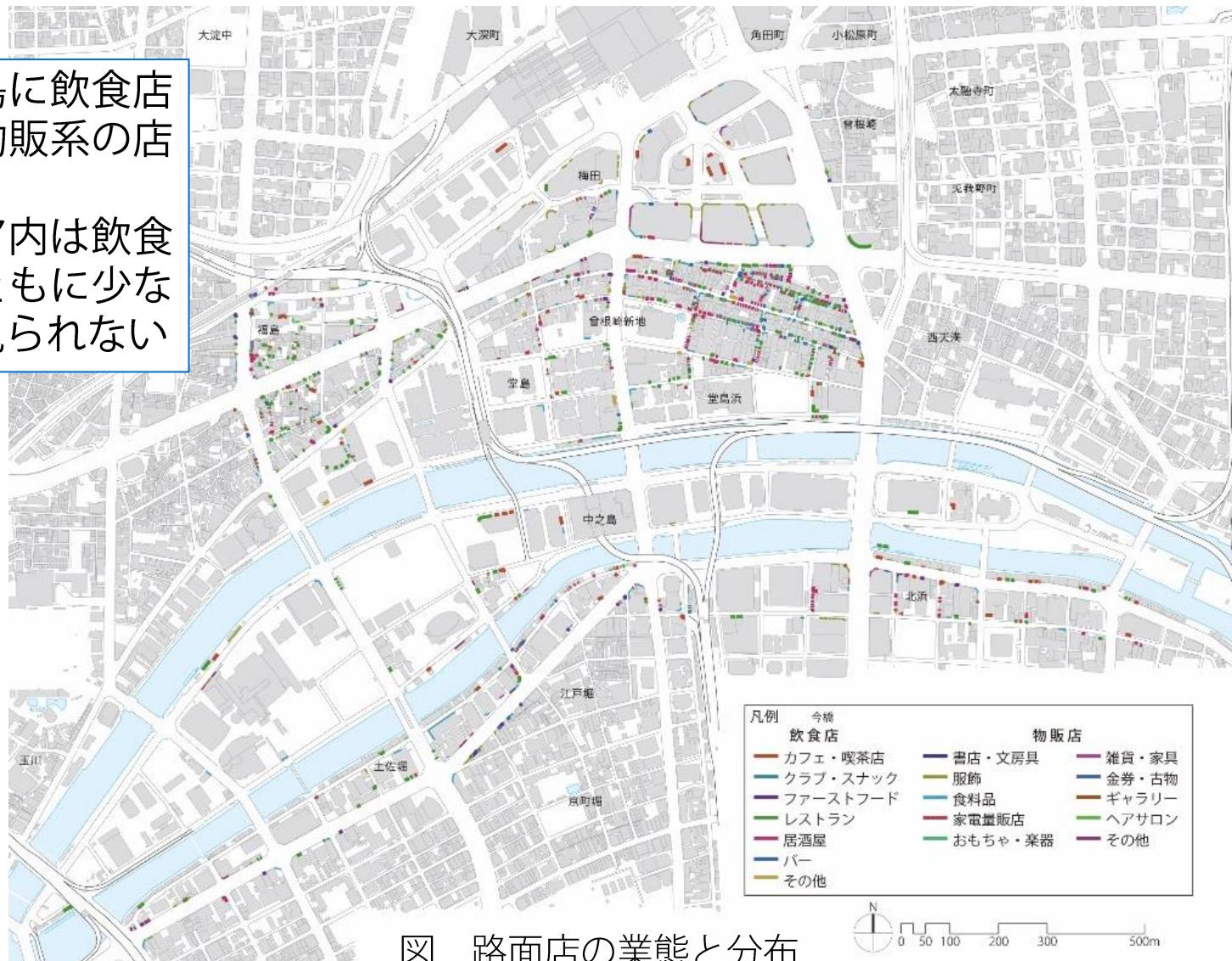
- 飲食店では、レストラン・居酒屋の割合が高い
- 物販店では、服飾店、コンビニエンスストアが多いが、ヘアサロンの路面店も多くみられる

表 路面店舗数と分類（物販店）

項目	小分類	小分類 店舗数	小分類 構成比	大分類	大分類 店舗数	大分類 構成比
書店	201	0	0.0%			
文房具店	202	2	0.7%	20	2	0.7%
服飾店	211	46	15.8%			
靴・鞄・帽子店	212	9	3.1%			
メガネ店	213	3	1.0%	21	85	29.2%
アクセサリー・宝飾店	214	19	6.5%			
スポーツ用品店	215	8	2.7%			
スーパーマーケット店	221	4	1.4%			
コンビニエンスストア店	222	42	14.4%			
八百屋・魚屋・肉屋・果物屋店	223	3	1.0%			
酒屋店	224	8	2.7%	22	120	41.2%
お菓子・ケーキ・スイーツ店	225	21	7.2%			
パン屋店	226	3	1.0%			
ドラッグストア店	227	22	7.6%			
花屋店	228	17	5.8%			
家電量販店・PCショップ店	231	1	0.3%			
携帯電話ショップ店	232	7	2.4%	23	9	3.1%
レンタルCD・DVD店	233	1	0.3%			
おもちゃ店	241	3	1.0%	24	5	1.7%
楽器店	242	2	0.7%			
雑貨・家具店	251	6	2.1%	25	6	2.1%
金券ショップ	261	3	1.0%			
古物商	262	0	0.0%	26	3	1.0%
ギャラリー	271	3	1.0%			
ヘアサロン	281	27	9.3%	27	27	9.3%
その他	291	31	10.7%	28	31	10.7%
計		291	100.0%		291	100.0%

### 3-4. 路面店及び回遊に寄与する看板に関する現地調査

- 北新地・福島に飲食店系、梅田に物販系の店舗が集積
- 中之島エリア内は飲食店・物販店ともに少なく、集積も見られない



### 3-4. 路面店及び回遊に寄与する看板に関する現地調査

- 広域道路によるバッファの分断はみられるものの、梅田・福島・北浜・江戸堀では比較的バッファの連続性が高い
- 中之島ではバッファの連続もみられない

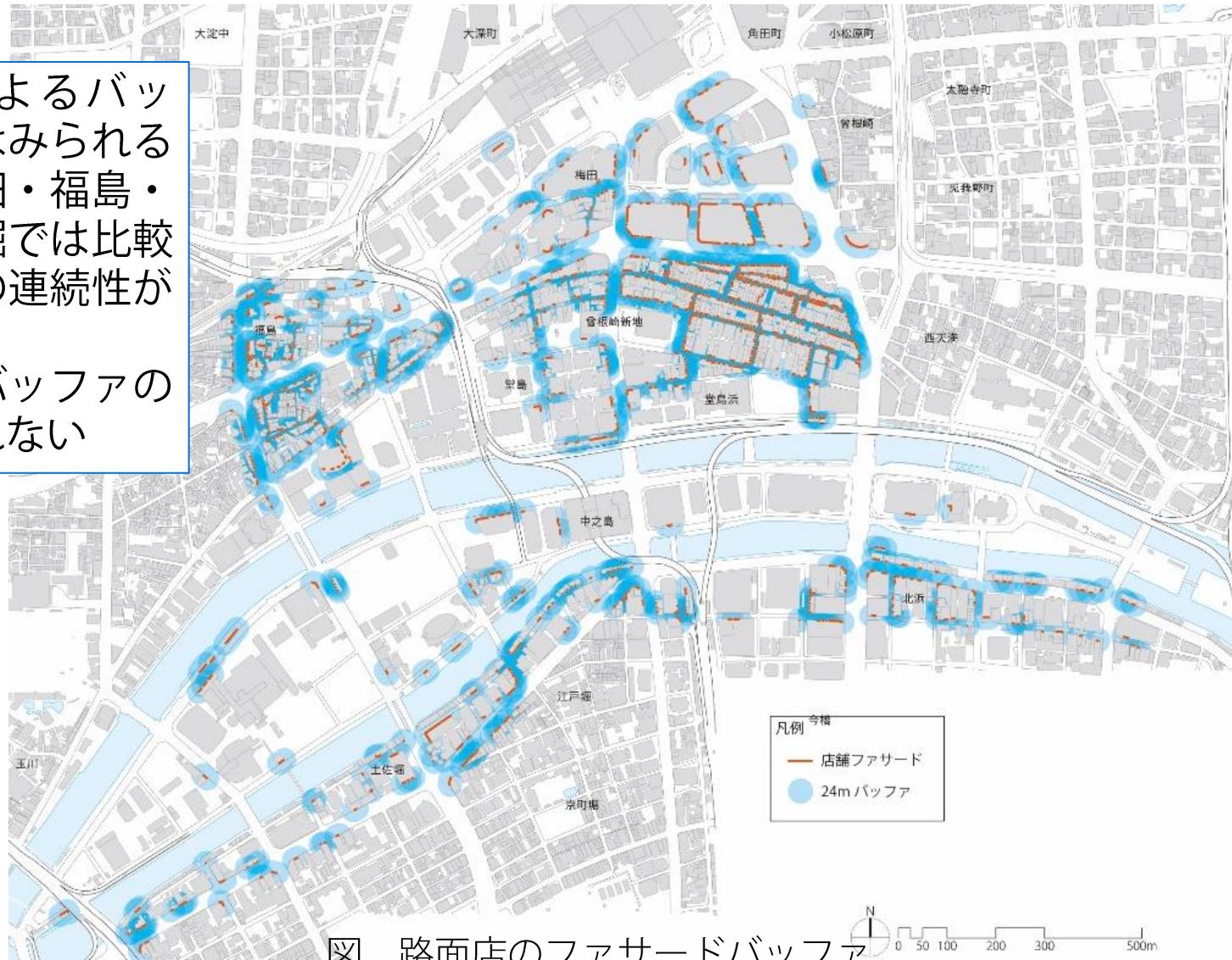


図 路面店のファサードバッファ

### 3-5. オープンスペースの現況及び利用状況に関する現地調査

表 オープンスペース内の設え

しつらえ種類	オープンスペース数	しつらえ比率
植栽	60	92.3%
ベンチ	38	58.5%
ゴミ箱	14	21.5%
灰皿	18	27.7%
ポスト	11	16.9%
自動販売機	5	7.7%
掲示板	40	61.5%
照明	44	67.7%
配電ボックス	28	43.1%
消火栓	47	72.3%
彫刻・アート	22	33.8%
水景施設	12	18.5%
国旗台	5	7.7%
換気口	19	29.2%
デッキ	13	20.0%
屋外広告	20	30.8%

表 オープンスペース利用者

行動	観測数	比率
通行者数	7,476	100.0%
建物出入	2,611	34.9%
通り抜け	3,000	40.1%
施設利用	362	4.8%
単純通行	593	7.9%
その他	1	0.0%
滞留者数	795	100.0%
休憩・飲食	116	14.6%
喫煙	144	18.1%
対話	256	32.2%
電話・情報探索等	160	20.1%
その他	120	15.1%

- 設えとしては、約60%のオープンスペースがベンチ等を備えている
- しかし滞留者は少なく、休憩・飲食といった行為も15%程度
- 約40%が配電ボックスがありイベント利用にも活用可能性がある

### 3-6. 店舗の統計的調査

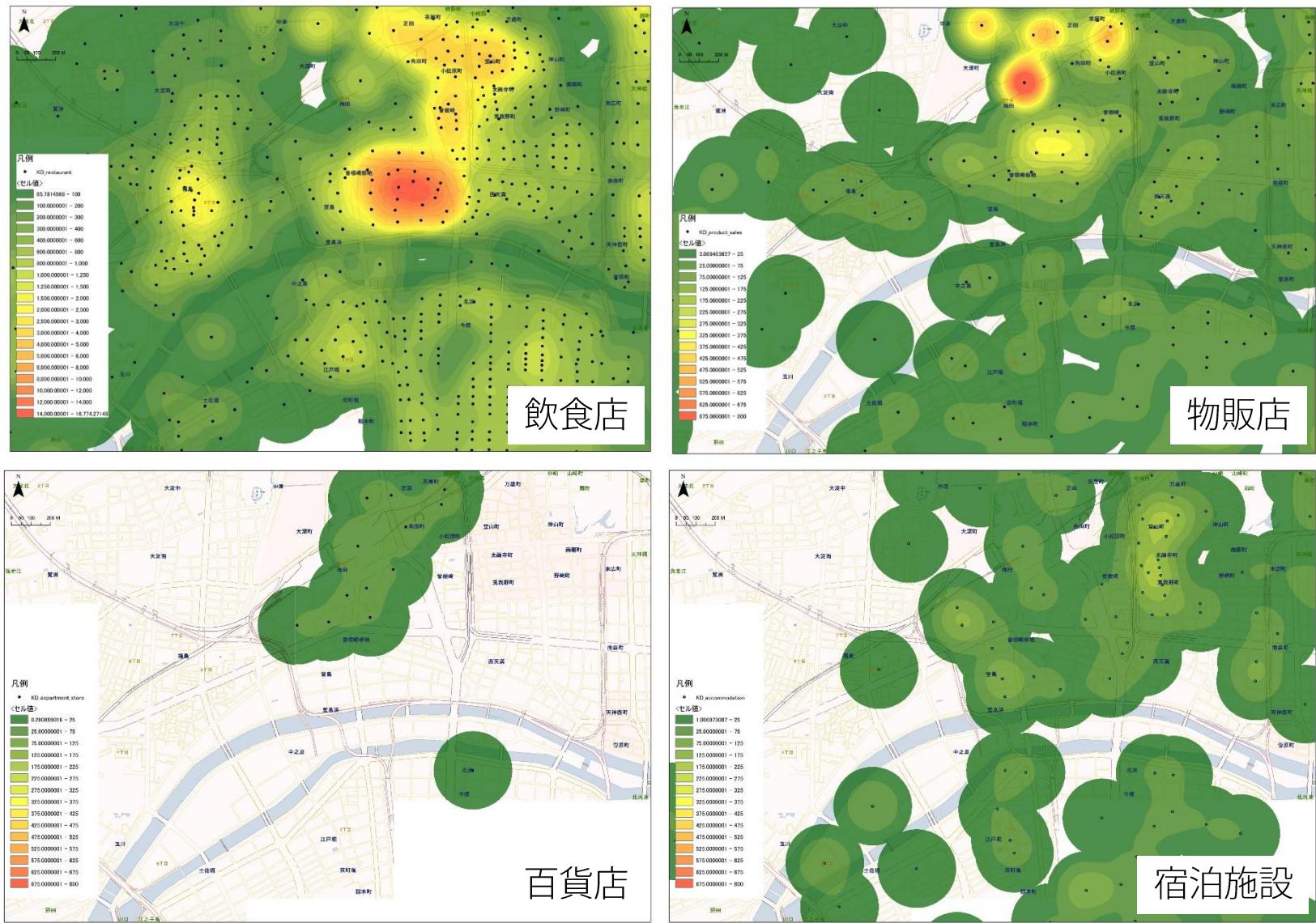


図 店舗の立地と密度分布

- 3-4. 路面店及び回遊に寄与する看板に関する現地調査
- 3-5. オープンスペースの現況及び利用状況に関する現地調査
- 3-6. 店舗の統計的調査

- 1) 中之島・梅田エリアの路面店及びファサードバッファの特徴
  - 曽根崎新地や堂島浜で飲食店のつながりがあり、梅田では物販店のつながりがみられ、国道2号線を挟んで路面店の立地特性が異なっている
  - 福島エリアにおいては、飲食店が多くバッファの連續性もみられるが、物販店についてはやや独立したバッファがみられる
  - 中之島については、全域的に店舗数も少なく、バッファの連續も見られない、また幅員の広い川に挟まれることによって、他エリアからのつながりもない
  - 堂島と福島間にあるNTT関連施設・大阪高等検察庁・阪神高速などによりファサードバッファの連續性が失われている
- 2) オープンスペースの特徴
  - 設え種類では、植栽が最も多く（92.3%）、消火栓、照明、掲示板、ベンチと続く
  - 滞在するための設えとしてはベンチ、ゴミ箱、灰皿、自動販売機などが考えられるが、ベンチ以外のしつらえについては30%以下と低い
  - 一方で、イベントなどで必要になると考えられる配電ボックスや照明、消火栓などについては、おおむね半数以上のオープンスペースで設置されている

### 3-7. 回遊ルートの導出

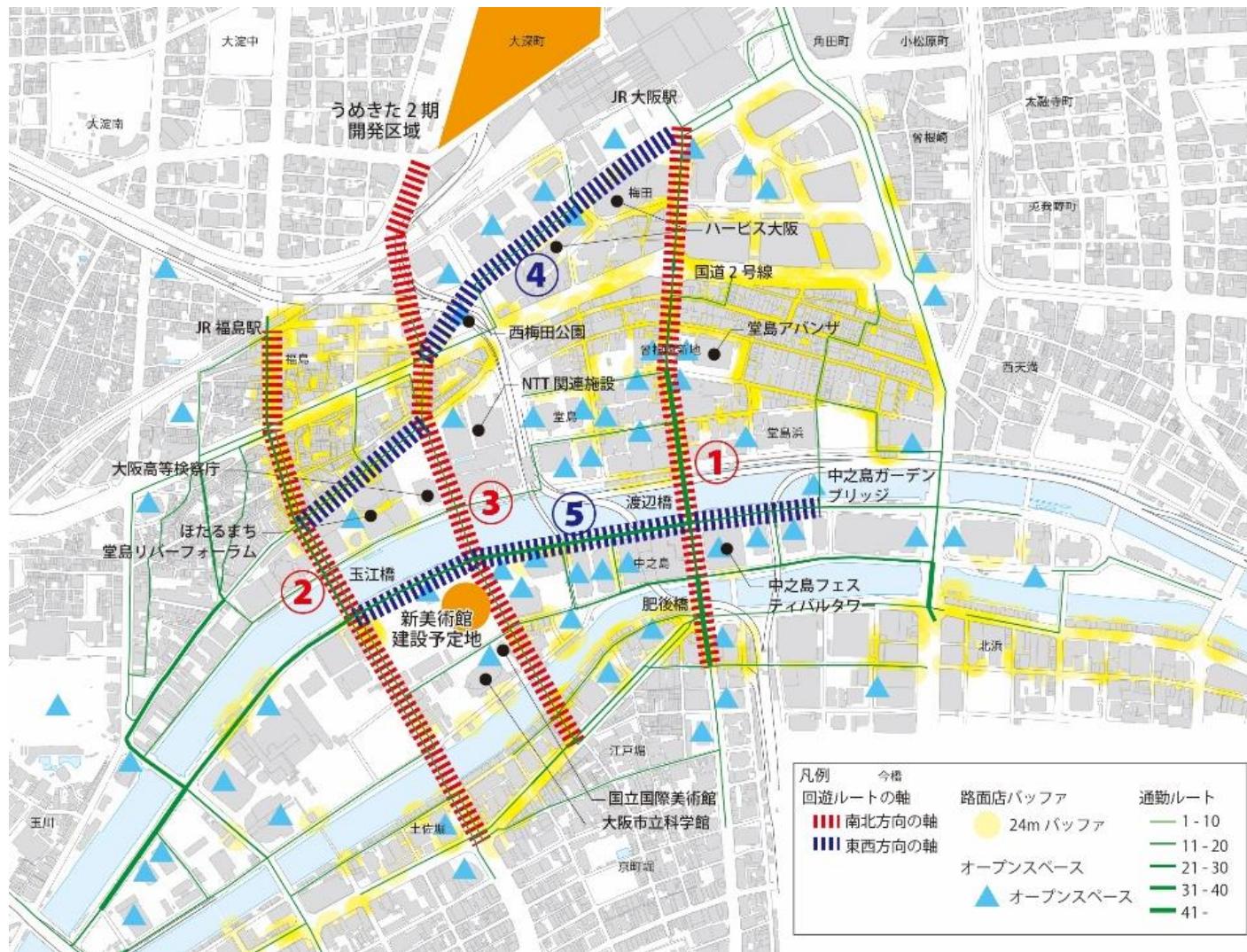


図 回遊ルート導出のための軸

## 3-7. 回遊ルートの導出

### 1) 南北軸

#### ①JR大阪駅～地下鉄肥後橋間（四つ橋筋）

- ・ 通勤ルートとしての利用が多く、JR大阪駅から直線的に移動可能
- ・ 中之島エリアでは集客性の高い中之島フェスティバルタワーへのアクセスとなる
- ・ 実態として歩行者も多く、店舗の集積する曾根崎新地にも容易にアクセス可能

#### ②JR福島駅～土佐堀間（なにわ筋）

- ・ 通勤ルートとしての利用も多く、JR福島駅と中之島エリアとを直線的に結ぶ軸
- ・ JR福島駅周辺から玉江橋付近まで主に飲食店の店舗ファサードバッファが続く
- ・ 中之島エリアに入ると店舗が少なくなり、現在は回遊者の受け皿となる店舗などはない
- ・ 2021年に予定されている現代美術館が建設される街区に接しており、中期的な視点で見た際に重要になると考えられる

#### ③うめきた2期開発予定区域西側～江戸堀間

- ・ 現状としては、通勤ルートとしても店舗ファサードバッファのつながりも少なく、特にNTT関連施設と高等検察庁に挟まれた街路は店舗の立地もなく、回遊ルートとしては現在の状況では設定しがたい
- ・ 中之島エリアの入口部分に現代美術館が2021年に建設予定であることや、国立国際美術館・大阪市立科学館にもつながることから、ミュージアムアイランド構想を進める上で重要なポイントのひとつとなる
- ・ 中・長期的な視点で見た際に、うめきた2期開発エリアの西側とつながっており、回遊の軸となりうる

### 3-7. 回遊ルートの導出

#### 2) 東西軸・南北軸同士を結ぶ軸

##### ④JR大阪駅～西梅田公園～堂島リバーフォーラム

- ・ 梅田エリアでの回遊の拠点となるJR大阪駅からハービス大阪を通り、西梅田公園を経由し、堂島・福島の街区に入り、ほたるまち・堂島リバーフォーラムとつながる軸
- ・ JR大阪駅から西梅田公園にかけてはハービス大阪の敷地内の歩道を通ることが可能であり、ハービス大阪自体にも路面店が存在するが、それに加え、部分的に幅員が広くなっている部分を利活用することで回遊を促進することが可能
- ・ 西梅田公園から堂島リバーフォーラムについては、一部高等検察庁付近で空白部分が存在するものの、既に飲食店舗のファサードバッファのつながりがあり、回遊ルートとしてのポテンシャルはある
- ・ 現状の西梅田公園は活用されておらず、この空間を利活用することが重要

##### ⑤玉江橋～中之島フェスティバルタワー～中之島ガーデンブリッジ（～御堂筋）

- ・ 中之島エリア内を東西に結ぶ回遊の軸
- ・ 現状としては、通勤ルートとしての歩行者は多く、河川沿いに遊歩道も整備されているが、周辺に店舗は少なく、回遊ルートとしては魅力が少ない
- ・ 現代美術館が2021年に建設予定であり、中之島がミュージアムアイランドを目指す上で重要な軸として位置づけられると考えられる
- ・ 当該軸沿いには中之島での就業者の認知度の高いオープンスペースが立地しているため、これらの利活用が回遊ルートとしてのポテンシャルを引き上げると考えられる

## 4. オープンスペースのネットワーク化によるまち魅力向上策の提案

## 4-1. 仮説の設定と検証

- 1) オープンスペース利活用のイメージとシナリオ
- 2) オープンスペースの利活用に関する規制緩和
- 3) オープンスペースの所有者とそこを使用したい主体、来街者をつなぐ役割を果たす中間支援組織を設立する
- 4) 適切なルールに則った使用を担保するため、公的な位置づけを明確にする

## 4-2. 提案内容

### 1) オープンスペース利活用のイメージとシナリオ

#### ①平日と休日、昼夜を考慮した利活用イメージの提案

	平日（ターゲット：梅田・中之島周辺の ワーカー）		休日 (ターゲット： 一般来街者)
	ランチタイム	イブニング	
音楽	コンサート		音楽イベント
飲食	オープンカフェ、 キッチンカー	オープンカフェ (酒類提供)	キッチンカー
大道芸	-		イベント
アートの展示販売	-	クラフトの販売	アート蚤の市
その他	期間限定イベントとの連携 (例：水都大阪、生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪 など)		

- ・環境整備：ベンチの設置、看板の整備、緑の整備
- ・ソフト整備：ウォーキングマップの整備

## 4-2. 提案内容

### 1) オープンスペース利活用のイメージとシナリオ

#### ②社会実験の実施による仮説の検証

- 仮説を実証するためには社会実験の実施などが効果的と考える。
- 社会実験によるシンボル事業を実施して提案に結び付けることや、大梅田と中之島を対象として上質な魅力を発信するイベントを行うことによって、大阪新美術館と地域が一体となって誘客と知名度向上を図ることが挙げられる。
  - 大阪“キタ”の玄関口と水都大阪が感じられる“中之島”を歩いて楽しむとともに、大梅田と中之島の上質な魅力を発信するイベントを行うことによって、新美術館と地域が一体となって誘客と知名度向上を図る。
- 社会実験に関連する今後のエポック
  - 2018年度 大阪新美術館着工
  - 2019年 ラグビーワールドカップ
  - 2020年 東京オリンピック・パラリンピック
  - 2021年 大阪新美術館開館

## 4-2. 提案内容

### 1) オープンスペース利活用のイメージとシナリオ

#### ③実現を進める体制

- 提案する回遊ルートに存在する公園、公開空地や道路といった規制がかかるオープンスペースの利活用を想定する場合、エリアマネジメント組織の存在が必要となる。
- 堂島エリアなどのエリアマネジメント組織の空白地帯が存在する。
- この空白地帯を埋めるために堂島エリアなどの企業等と重要なステークホルダー（大阪新美術館、大阪大学、うめきた2期事業者等）及び鉄道事業者等が連携・協力し、回遊性の向上やオープンスペース利活用について推進することが望まれる。
- エリアマネジメントのレベルに引き上げることで公的な位置づけを得ることを目指す

## 4-2. 提案内容

### 2) オープンスペースの利活用に関する規制緩和

#### ①大阪エリアマネジメント活性化会議における検討

- ・ 官民連携したエリアマネジメント活動を促進するために、エリアマネジメント活動に関する計画の認定、活動費用の交付等に関する事項を定めた、新たなまちづくりの制度を創設
  - ・ 2016年 大阪市エリアマネジメント活動促進条例施行
  - ・ 2017年1月 大阪エリアマネジメント活性化会議発足

#### ②地権者の自主規制の緩和の提案

- ・ 地権者は、「品格」の維持の観点から、オープンスペースの利活用による賑わいづくりには消極的、また屋台等の飲食が出店することも既存テナントへの配慮から敬遠する傾向が調査結果から見られた。
- ・ 出店については、品格があり、スタイリッシュでデザイン性の高いものとする、キッチンカー・屋台のほかビルテナントからの出店を促すことにより、オープンスペースへの地権者の利活用意識を促す。

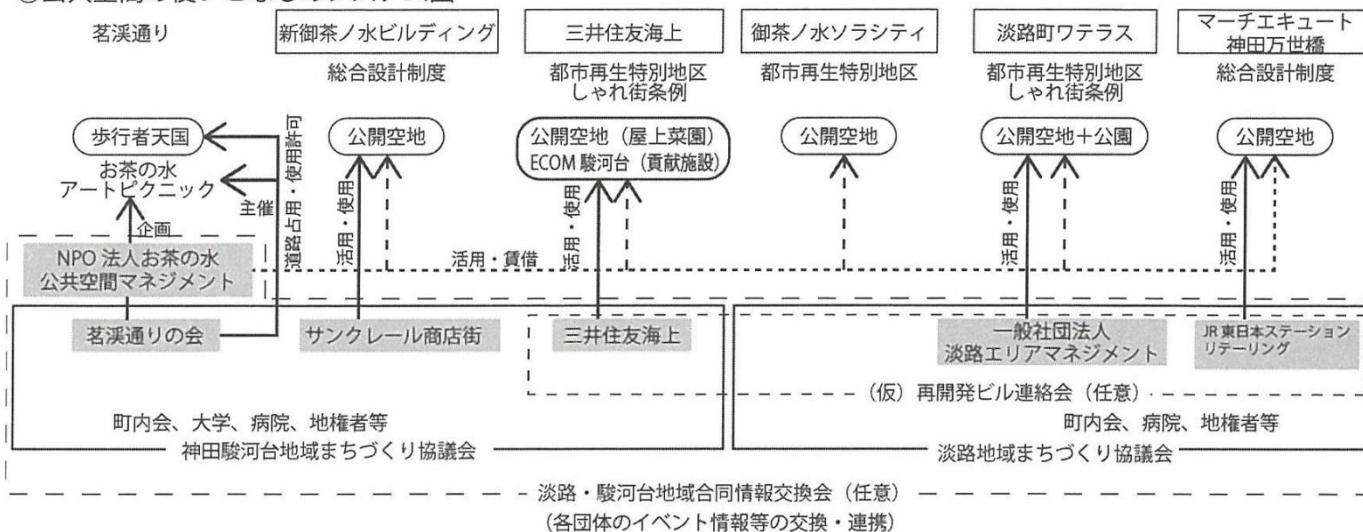
## 4-2. 提案内容

### 3) 中間支援組織の設立

- ・ オープンスペースの利活用を促すために、オープンスペースの管理者、利用者のそれぞれのニーズやシーズを結びつける中間支援組織を提案
- ・ オープンスペース利活用に関する情報共有、コンサルティング等の役割を担う。また、外部からオープンスペース利用者を引き込み、また立地企業をオープンスペース活用に引き出す、の両面の活動を行う。

#### 参考事例 「お茶の水アートピクニック」

○公共空間の使いこなしのシステム図



出典) 泉山墨威(2015)：使い手視点で使いこなすパブリック・プレイス文化のマネジメント, 都市計画

## 4-2. 提案内容

### 4) オープンスペースの利活用に関する公的な位置づけ

- オープンスペースの利活用にあたっては、大阪国際会議場やうめきた2期開発をにらみ、MICEに関連した利活用を促すことにより、附加価値をつけて、公的に必要な活動の位置づけをつくる。

#### 参考事例：博多まちづくり推進協議会での取組

- 2014年度 歩道（カフェの前など少し広い場所があるところにベンチとテーブル及びオブジェを設置）
  - 2014年9月には区域計画認定「エリアマネジメントに係る道路法の特例」として、MICE事業の一環でにぎわいづくりのための道路占用が実現している。
- 2015年度 歩道（コンテナ：コーヒー、テーブルとパラソル：物販）
- 2016年度 歩道（カウンターバー）と民有地（駐車場）（座れるスペース）

## 5. まとめ

### 1) オープンスペース利活用のイメージとシナリオ

- 調査結果からの回遊ルートの導出
- 平日と休日、昼夜を考慮した利活用イメージの提案
- 社会実験の実施による仮説の検証
- 実現を進める体制

### 2) オープンスペースの利活用に関する規制緩和

- 大阪エリアマネジメント活性化会議における検討
- 地権者の自主規制の緩和の提案

### 3) オープンスペースの所有者とそこを使用したい主体、来街者をつなぐ役割を果たす中間支援組織の設立

### 4) 適切なルールに則った使用を担保するため、公的な位置づけを明確にする

- MICEに関連した利活用を促す

ご清聴ありがとうございました。