

標題 うめきたにおける土地区画整理とエリアマネジメントの取組み

氏名（所属） 一般社団法人グランフロントTMO まちづくり推進部係長 木村 美樹雄
 ○独立行政法人都市再生機構西日本支社都市再生業務部事業企画チーム主幹 亀山 隆
 独立行政法人都市再生機構西日本支社都市再生業務部事業企画チーム 大木 大輔

1. エリアマネジメントに向けた土地区画整理事業における取組み

1-1. 地区の概要と経緯

大阪・梅田はJR・阪急・阪神・地下鉄3線が乗り入れ、1日約250万人の乗降客が行き交う西日本随一のターミナルである。昭和62年に打ち出された国鉄民営化の方針により、大阪駅北側の梅田貨物駅機能を移転することとなり、約24haの貨物ヤード跡地を含む大阪駅周辺が平成14年7月に都市再生緊急整備地域に指定された。平成16年7月には、国際コンセプトコンペで提案されたまちづくりの方向性も取り入れ、知的創造拠点（ナレッジ・キャピタル）作りなどを基本方針とする「大阪駅北地区まちづくり基本計画」が策定された。



図1 事業前のうめきた地区周辺

先行開発区域約7haを含む約8.6haを土地区画整理事業により基盤整備を行うこととなり、平成16年12月に土地区画整理事業、道路、広場等の都市計画決定がなされた。「まちづくり基本計画」に位置づけられた魅力あるまちの早期実現を目指して、土地区画整理事業が平成17年6月に事業認可され、URが施行者となり基盤整備工事がスタートした。

1-2. まちづくり基本計画実現に向けた民間開発事業者募集

大阪の玄関口としてふさわしい土地利用や、開発目的の一つであるナレッジ・キャピタルへの民間誘導を実現するために、まちづくりの中核となる街区（Bブロック）をURが保有し、大阪市等と連携しつつ具体的な開発条件を整理し、一定の条件を付けて譲渡することで適切に誘導することが可能となると考えられた。そのために、鉄道建設・運輸施設支援機構（以下「鉄道運輸機構」）所有の土地の一部(3ha)を取得し、「一体的なまちづくり」、「ナレッジ・キャピタルの実現・運営組織づくり」、「タウンマネジメント組織の設置」等の開発条件を定め、鉄道運輸機構と共同で事業企画提案方式により開発事業者を募集し、民間開発事業者12社のコンソーシアム(以下「事業者」)を選定した。



図2 土地利用計画図

1-3. エリアマネジメントに向けた公共施設整備

公共施設整備については、公民連携による施設整備・管理運営による質の高いまちづくりの観点から事業者募集の段階で、タウンマネジメント組織を組成し管理することを前提に、公共施設整備の提案を受け付け、「北口広場（現うめきた広場）」と「A・B・Cブロック周辺歩道」をその対象とした。

施設整備の計画提案が、土地区画整理事業で定める整備内容を超える場合は、事業者が負担することを前提に提案を受け、事業者と協働して、質の高い公共施設整備を推進した。URと事業者との間で「大阪駅北地区開発協議会」を設置し、先行開発区域の一体的な開発、推進のための協議調整を行い、うめきたにふさわしい公共空間が完成した。平成25年3月31日土地区画整理事業の換地処分を終え、4月26日にまちびらきを迎え、タウンマネジメント組織による管理運営が始まった。

2. グランフロント大阪のタウンマネジメント組織

2-1. タウンマネジメント組織「一般社団法人グランフロント大阪 TMO」の設立

1-2 で述べたとおり、上位計画や開発事業者募集でも、エリアマネジメントへの取り組みが開発条件とされた。これらの経緯を踏まえ、事業者によりまちびらきの約1年前となる2012年5月当地区のエリアマネジメント組織「一般社団法人グランフロント大阪 TMO（以下、「TMO」）」が設立された。

TMO は、多様な施設・機能・空間を内包するグランフロント大阪の特徴を踏まえ、これらを横串にした一体的なエリアマネジメントを推進することを目的としている。

2-2. 事業内容の概略

TMO は、公民連携並びに地域連携による一体的なまちの運営を担う「まちづくり推進部」、まち全体の公開スペースを活用し、一体的なまちのプロモーション活動を展開する「プロモーション部」の二部門で構成している。

主な事業内容は表1に示すとおりである。以下の章より表1 網掛け部分の公共空間でのエリアマネジメント活動について報告する。

表1 TMO の主な事業内容

担当部署	業務項目	主な業務内容・目的
まちづくり推進部	公民連携による公共空間の管理運営	・オープンカフェの実施による歩道空間の賑わい創出・自主財源の創出 ・屋外広告物の掲出による良好な都市景観形成と自主財源の創出 ・公共空間の維持管理
	交通マネジメント	・エリア巡回バスの運行による梅田全体の回遊性向上 ・レンタサイクルの運営による梅田全体の回遊性向上 ・周辺駐車場連携によるエリア巡回バス乗り継ぎ促進・中心部への自動車流入抑制
	外部連携によるエリアマネジメント	・周辺地権者と連携した梅田全体のイベント実施や情報発信サイトの運営等による梅田全体の活性化・梅田のファンづくり
プロモーション部	街メディア事業	・デジタルサイネージやOOH、スペースメディアを活用したまちのブランディングに資するイベントの誘致・自主財源の創出
	イベントプロモーション事業	・エリアプロモーション・賑わいづくりに資するイベントの主催・共催 ・小規模イベント・ライブ等の実施による公共空間の日常の賑わいづくり
	まちのコミュニティ形成事業	・グランフロント大阪を舞台としたコミュニティ形成 ・コミュニティ形成支援の為にアプリケーション等ツール開発、運営

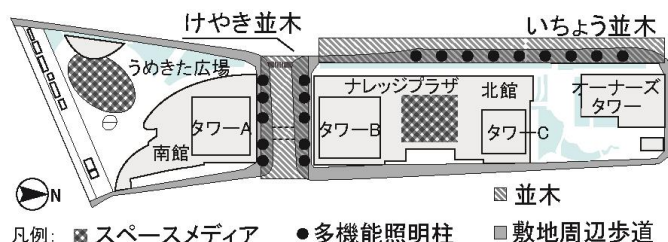


図3 グランフロント大阪の公共空間

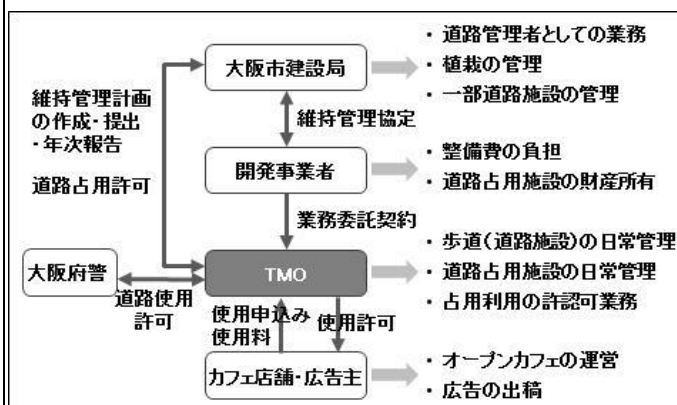


図4 公道の維持管理スキーム

3. 公共空間を舞台としたエリアマネジメント

3-1. 公民連携による公共空間の管理運営

当地区では、UR 施行による土地地区画整理事業に加えて、事業者が敷地内外構と周辺の歩道を一体的にデザインした。道路施設のグレードアップ部分については事業者が費用負担し、高質な歩道空間を実現した。

歩道の維持管理については図3に示す敷地周辺の大阪市の歩道空間を公民連携で維持管理している。

また、「ナレッジプラザ」等の民間敷地内の公共的空間（地区施設）と、駅前広場である「うめきた広場」等の公共的空間（以下、「スペースメディア」）の運営もTMOが主体となって行っている。本章ではそのスキームと活用について報告する。

3-2. 歩道空間の維持管理

図4の様に、道路管理者たる大阪市と事業者で維持管理協定を締結し、事業者はTMOに道路の維持管理について、その業務を委託している。

TMOは事業者との業務委託契約に沿って、写真1のような歩道空間の日常管理を行っている。また、歩道上で実施するオープンカフェや広告事業については、TMOが道路占用主体となり、警察や大阪市建設局への各種手続きを一元的に行っている。このように当地区では、敷地の所有区分に制約されない一体的な都市空間マネジメントを実現している。

3-3. 公共空間の活用による賑わいの創出

写真1 TMOによる周辺歩道の日常管理



施設の維持保全



美化・清掃



放置自転車対策



防犯対策

当地区には図3の様にうめきた広場やナレッジプラザをはじめとした大小様々なスペースメディアが配置されており、これらをTMOが運用している。

運用方法としては主に、エリアプロモーションに資するイベントの主催・共催（以下、「自主催事」）、外部イベントを誘致（以下、「外部催事」）している。このようなイベントの実施は、まさに賑わいを創出することや、外部団体・企業等へのスペース貸しによって得た収益を公共空間の維持管理等のエリアマネジメントに再投資することを目的としている。

うめきた広場は底地を大阪市が所有（大阪市行政財産・都市計画施設（交通広場））しているが、建物は事業者資産となっているため、大阪市と事業者の間で借地契約（行政財産の貸付（自治法第238条の4）による事業用定期借地）を締結し、管理についてもその区分や方法について協定を

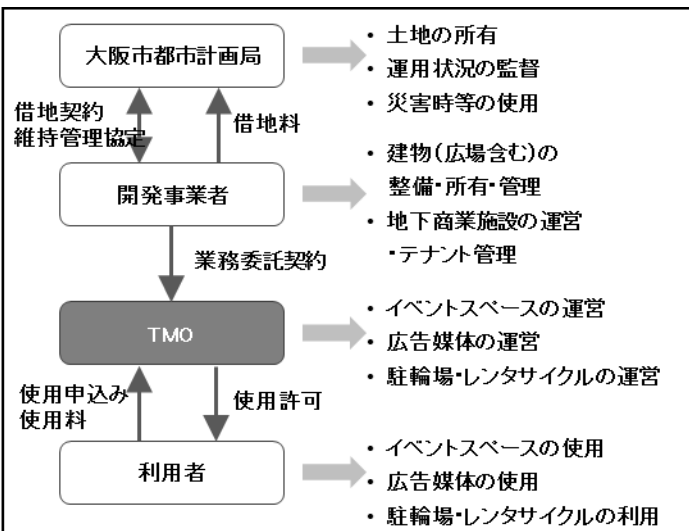


図5 うめきた広場の運用スキーム

締結している。（図5）

通常、公共的な交通広場であれば、民間による利用は制限され、柔軟な運用が出来ない事が多いが、当地区においては、このような運用スキームによって、TMOが一元的に広場を運営している（写真2）。

写真2 イベント等の実施事例

自主催事の実施事例



盆踊り@うめきた広場

バスカースペシャルライブ
@うめきた広場ありがとう！の菜の花畑
@うめきた広場ピープルズツリー
@うめきた広場

外部催事の実施事例



ビアガーデン@うめきた広場

一番搾り
@うめきた広場

写真展@ナレッジプラザ



マルシェ@ナレッジプラザ

4. 公共空間の魅力づくりとしてのオープンカフェ・屋外広告物事業の実施

当地区の周辺歩道では道路占用の特例制度を活用して、オープンカフェ・屋外広告物事業を実施している。いずれの施策も歩道空間の賑わいづくりや良好な都市景観形成を目的として実施している他、これらによって得た収益をエリアマネジメントに再投資するスキームを構築し、持続可能なエリアマネジメントを目指している。

4-1 . オープンカフェによる賑わいづくりとその効果

オープンカフェはけやき並木の沿道の4店舗が出店する形で実施している(図6・写真3)。当初からオープンカフェの実施を前提として計画していたため、沿道の賑わいが、オープンカフェを通じて歩道空間に滲み出すよう、建物は歩道に対してセットバックせず計画している。(図7)

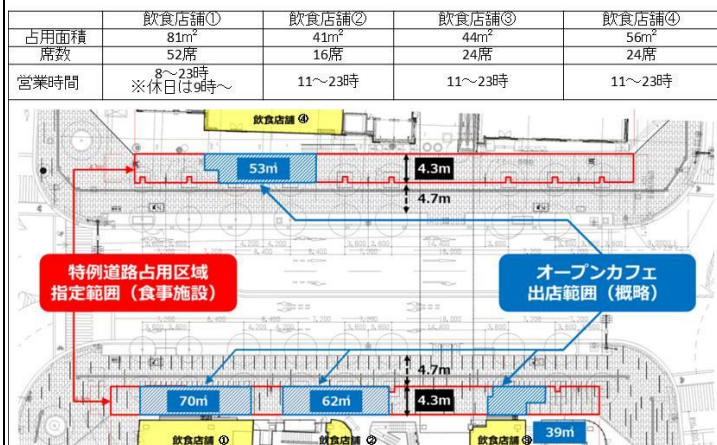


図6 オープンカフェの実施概要

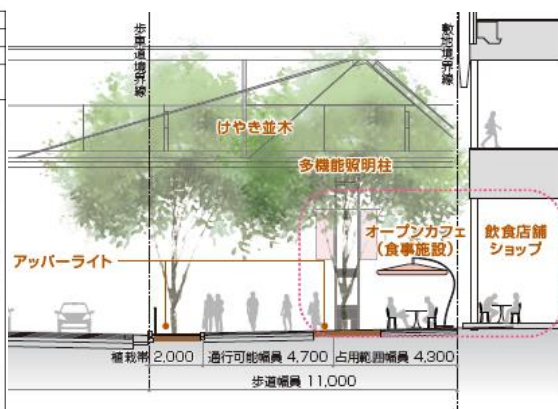


図7 けやき並木断面図(北館側を東より見る)

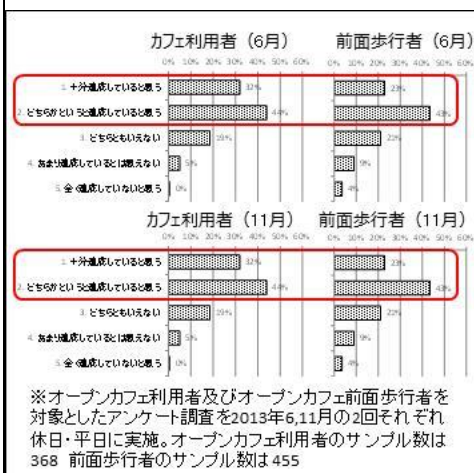


図8 オープンカフェアンケート調査結果

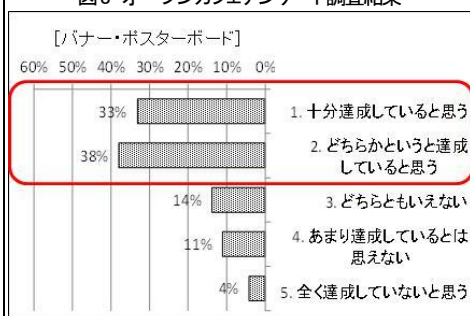


図9 屋外広告物のアンケート調査結果

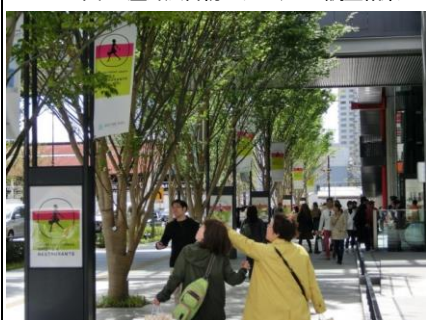


写真4 屋外広告物掲出の様子(けやき並木)



写真3 オープンカフェ実施の様子

オープンカフェの実施目的である賑わいづくりに関して、アンケート調査を行い、その効果を検証した。(図8)

調査結果ではオープンカフェ利用者の76%、前面歩道通行者の66%が、「華やかで賑わいのある歩行者空間の創出」を達成しているとの評価であり、実施目的が達成されていることが確認された。

4-2. 屋外広告物事業の実施

当地区では「グランフロント大阪街並み景観ガイドライン」という自主ルールを策定しており、これに沿って掲出希望の意匠について敷地内外の媒体を一体的に審査している。審査の実施により、都市景観に調和したデザインに誘導する事で、屋外広告物の掲出による良好な都市景観の形成を本施策の目的としている。

歩道上ではけやき並木及びいちょう並木に広告物が掲出出来るように設けている(写真4)。同所にて行ったアンケート調査(図9)により、屋外広告物の設置によって「良好な都市景観の形成に寄与している」と回答した人が71%と高い割合を占め、設置目標の達成が確認された。

5. 最後に

当地区では計画段階からエリアマネジメントでの利活用を想定しており、従前より、UR や行政・事業者等による調整を行い、建物配置等のハード面に留まらず、エリアマネジメントでの活用を見据えた新たな仕組みや規制緩和の導入により柔軟な運用を行っている事が特徴として挙げられる。

他地区の開発事業等においても、当地区を参考にエリアマネジメントが展開され、賑わいや景観形成に本稿が寄与できれば幸いである。

