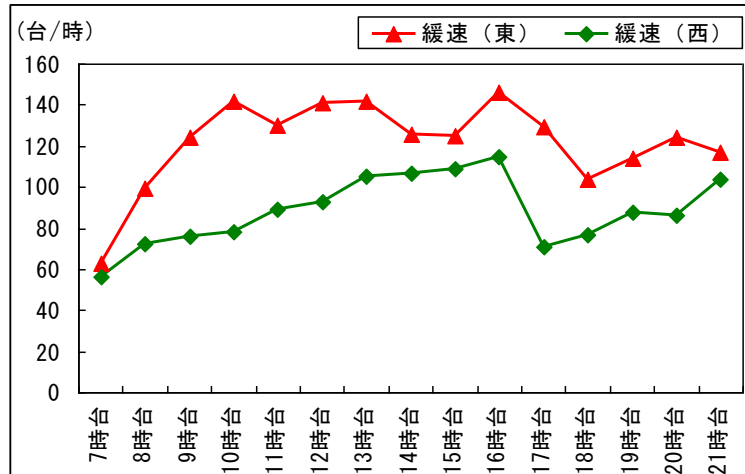


③路上停車車両

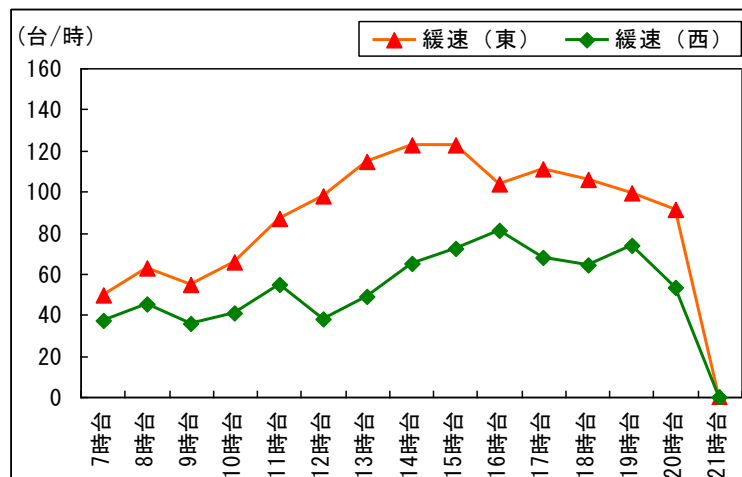
御堂筋全体（淀屋橋～難波）としては、東側緩速車線での路上駐停車が多い。特に新橋～難波交差点間で多く見られる。

駐停車車両台数が常時多い具体的な場所として、淀屋橋～新橋交差点では各種銀行や業務系ビルに面した街区、また新橋交差点以南では大丸百貨店や日航ホテル大阪前となっている。

<平日>



<休日>



資料：大阪国道事務所独自調査（H21）

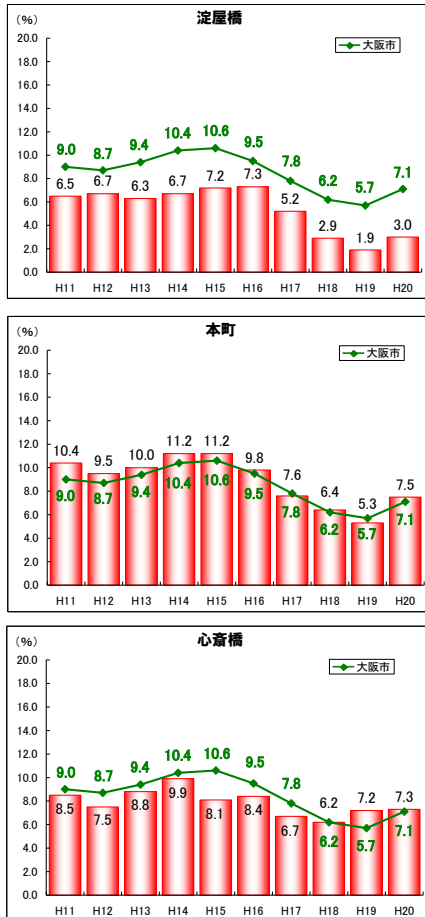
図 御堂筋(東西歩道計)の歩行者・自転車交通量の時刻帯推移<平成 19 年>

(4)御堂筋を取り巻く社会環境

①事業所数や空室率の推移

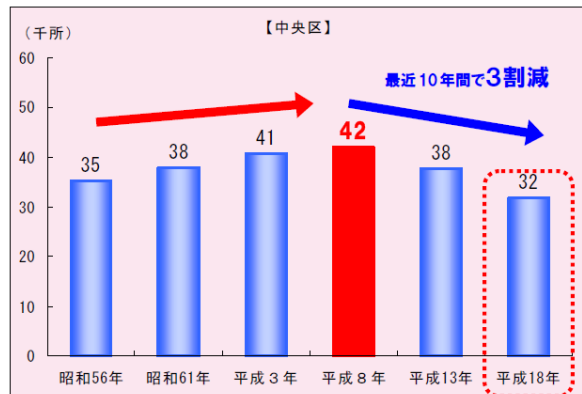
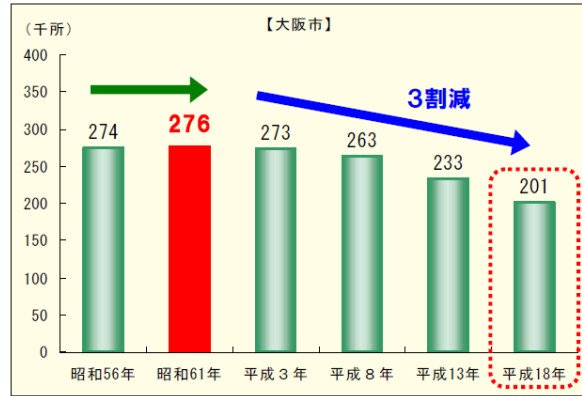
御堂筋沿道は商業業務の集積地として多くの事業所が集積している。

しかし、平成19年から20年にかけて空室率が増加し、御堂筋がある大阪市中央区の事業所数は平成8年以降減少している。



資料:「不動産白書2004」「不動産白書2009」
(株式会社生駒データサービスシステム)

図 空室率の推移



大阪市の約1.5割

資料: 事業所・企業統計調査

図 事業所数の推移

②ブランド店の出店

大阪市の中心部にふさわしい広々とした眺めと並木に彩られた歩道は、豊富な品揃えと同時に思い通りの店舗デザインが可能な大型路面店に適している。

また、近接する心齋橋地区は、ファッション先進地として知られたエリアで、集客効果が期待できる。

長年ビジネス街として機能してきたため、一帯には生活臭がなく、独自の店舗づくりを通して、高級・豪華なイメージを演出する事が期待できた。

これらの条件が、有名ブランド企業が御堂筋に出店した理由であると考えられる。

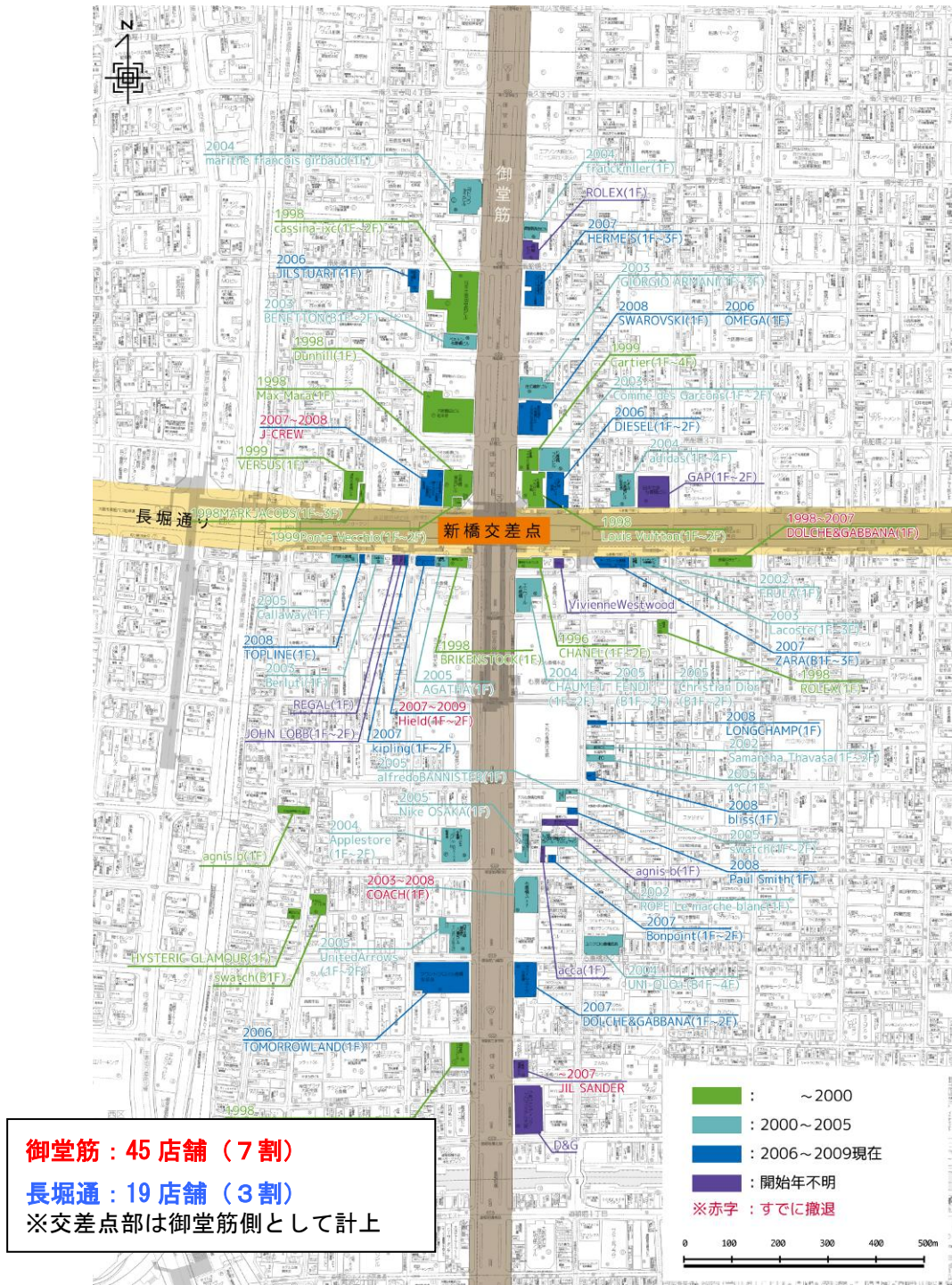


図 平成 21 年現在の出店状況

③観光客数の推移

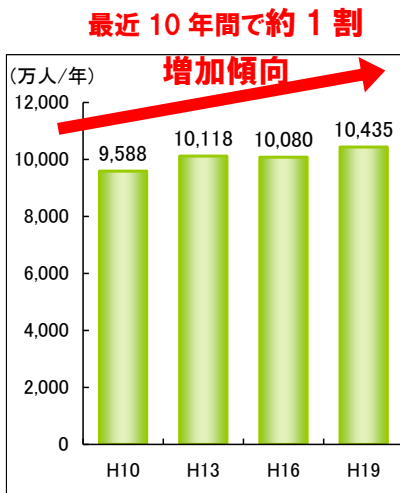
大阪市の観光客数は増加傾向であり、外国人観光客も増加している。

宿泊を伴う観光客数も増加傾向であり、「大阪市芸術文化創造・観光振興行動計画」で目標としていた1,200万人を達成した。

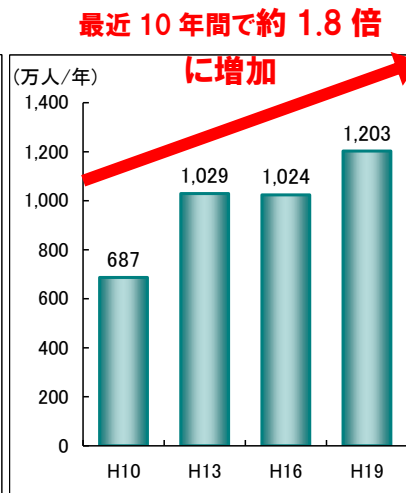
宿泊を伴う観光客数が増加することにより、滞在期間が長くなり、地域活性化に繋がることが考えられる。

外国人観光客の都道府県別訪問先は、東京が最も多く、次いで大阪となっている。

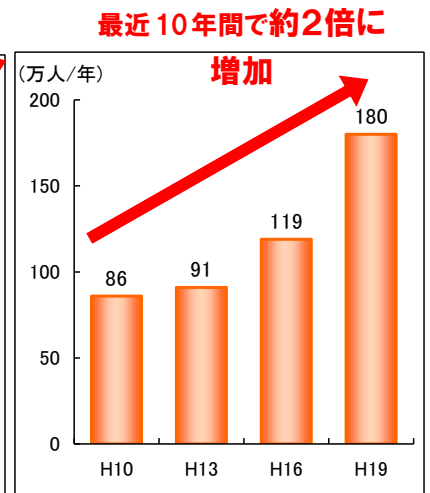
(入込観光客数)



(宿泊観光客数)

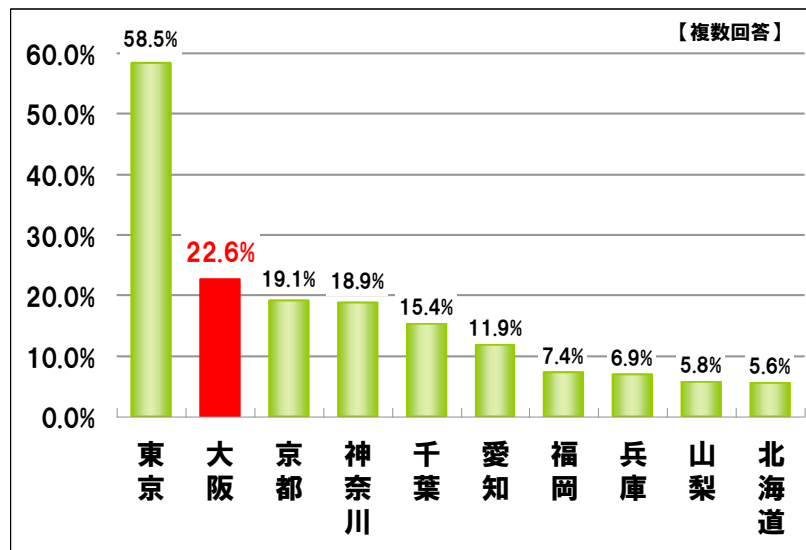


(外国人観光客数)



資料：大阪市の観光動向調査

図 大阪市の観光客数の推移



資料：JNTO 日本の国際観光統計 2006

図 都道府県別観光客の訪問率 (TOP10)

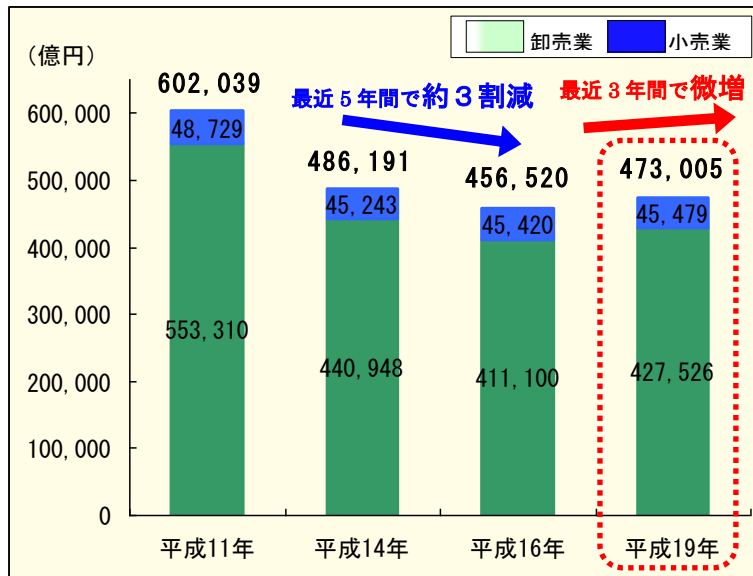
④売上額の推移

年間商品販売額に着目すると、大阪市、中央区ともに減少傾向となっている。
 平成19年で見ると、中央区の年間商品販売額は大阪市の約4割を占めている。
 小売業に着目すると、大阪市はほぼ横ばいですが、中央区は平成16年から約2割増加傾向となっている。

平成19年で見ると、中央区の小売業の年間商品販売額は大阪市の約2割を占めている。

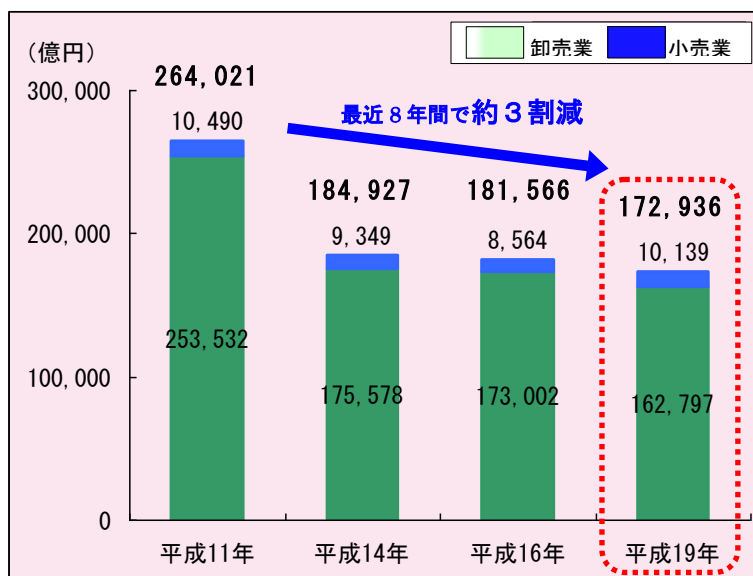
卸売業に着目すると、大阪市、中央区ともにほぼ減少傾向にある。

平成19年で見ると、中央区の卸売業の年間商品販売額は大阪市の約4割を占めている。



注) 合計値は、四捨五入の関係で一致しないことがある。
 資料: 商業統計

図 年間商品販売額の推移(大阪市)



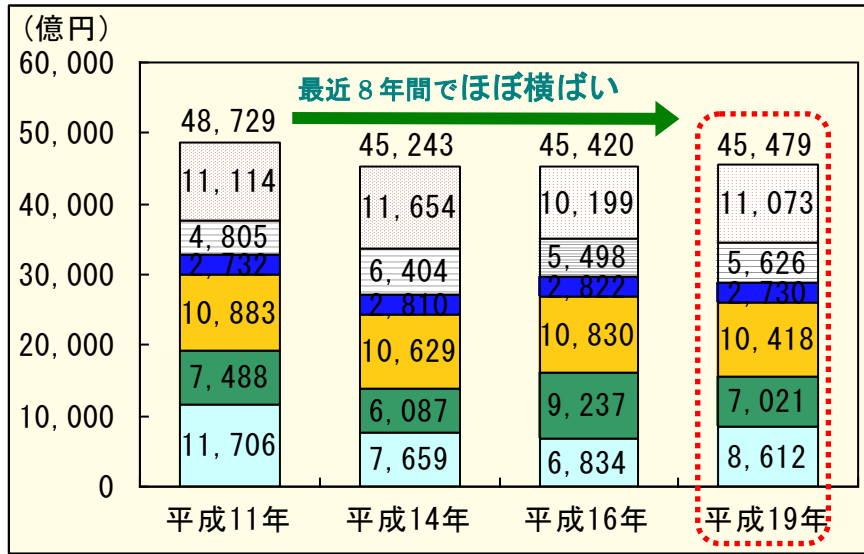
注) 合計値は、四捨五入の関係で一致しないことがある。
 資料: 商業統計

図 年間商品販売額の推移(中央区)



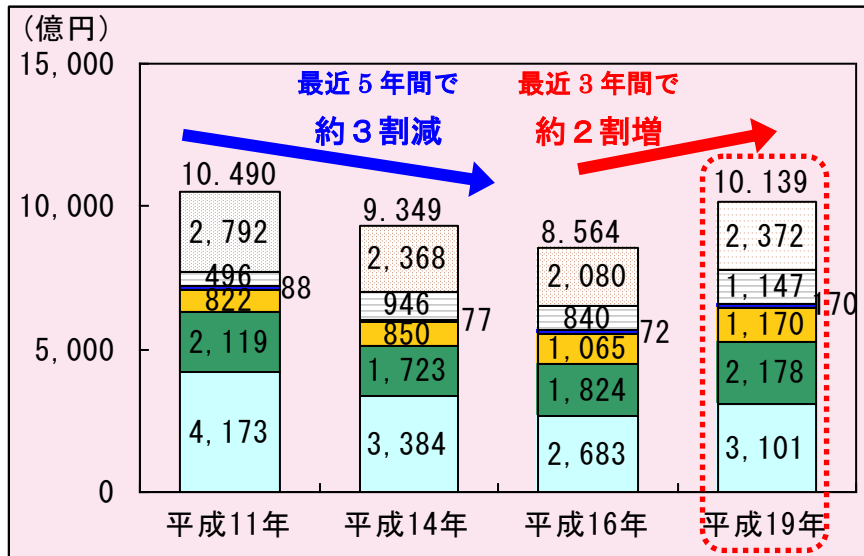
大阪市の
約4割

図 小売業年間商品販売額の推移(大阪市)



注) 合計値は、四捨五入の関係で一致しないことがある。
資料：商業統計

図 小売業年間商品販売額の推移(中央区)



注) 合計値は、四捨五入の関係で一致しないことがある。
資料：商業統計

大阪市の約2割

