

大阪市都市計画審議会専門部会 御堂筋の活性化に関する検討調査 第1回 資料

平成24年11月6日 10時30分～
大阪市 計画調整局

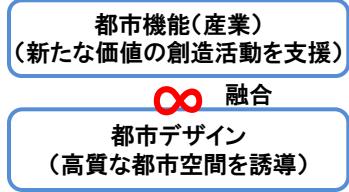
論点① 大阪の都市構造の中で御堂筋が果たすべき役割(御堂筋エリアのビジョン)

大阪の都心活性化の方向性

- 「**ランドデザイン・大阪**」
- ◇強い大都市・大阪 ～国際競争に打ち勝つ～
 - ◇便利で快適な大都市・大阪
 - ◇多様な人材が集積する大都市・大阪
 - ◇都市魅力あふれる大都市・大阪
 - ◇安全・安心な大都市・大阪

大阪を牽引する都心の活性化が不可欠

- 都心の活性化の視点(例) ～世界の人材・企業から選択される都心に向けて
1. 国際的なビジネス都心の形成
 2. 質の高い緑と先進技術を導入する都市づくり
 3. 都市活動の24時間化
 4. 未来のグローバル人材を育てる都市環境の形成
 5. 安全・安心への対応 等



御堂筋の現状と課題

御堂筋の現状
○業務・商業集積地としての相対的地位の低下 等

御堂筋の再構築の必要性

御堂筋の再構築にあたっての課題
○都心のマクロトレンドへの対応の必要性
○御堂筋の「強み」の発揮したまちづくり

【イメージ(例)】

御堂筋エリアのビジョン

【コンセプト】

大阪の伝統と革新がうみだす世界的ブランド・ストリート
～歩いて楽しめ、24時間稼働する多機能エリアへ

【今後の御堂筋の方針】

1. 複合的な都市機能を備えたまちへ
2. 御堂筋の強みをより発揮した大阪の顔にふさわしい世界的なまちへ

【各分野における取組方針】

都市機能(産業)

1. 世界を魅了する個性豊かな「にぎわい」の形成
～御堂筋フェスティバルモール化

・世界を魅了する大阪・関西一の「ハレ」の場として、クオリティの高いデザインストリートの実現などにより、キタからミナミまで各エリアの個性をいかした多様なにぎわいを形成することで、御堂筋のブランド力向上を図る。

2. 多様な機能をあわせ持つ「ビジネス」地区の形成

・エリアのブランドや歴史・風格ある都市環境等を強みとした大阪を代表する業務集積地を形成する。
・業務機能を軸としながらも、業務機能の強化に資する多様な機能(商・学・住等)の導入を図る。
・また、防災性能・環境性能の向上を図り、エリア全体として国際レベルの都市機能を備えたビジネス地区の形成をめざす。

都市デザイン



3. ヒューマンな「都市環境」の形成

・統一感のある都市景観を継承しつつ、ヒューマンスケールのまちなみ形成を図るとともに、人中心の道路空間への再編の検討を行っており、こうしたことを通じて、ヒューマンな「都市環境」の形成を図る。

エリアの強み

【**キタ**の強み】
○国内外の交通アクセス
○商業・業務集積
○うめきた等の大規模開発 等

【**中之島**の強み】
○文化・学術拠点
○水辺空間等の都市環境 等

【**御堂筋**の強み】
○業務・商業地の集積、ブランド
○大阪の伝統や文化の存在
○歩いて楽しめる都市環境 等

【**ミナミ**の強み】
○大阪らしい観光資源集積
○大阪南部の玄関口 等

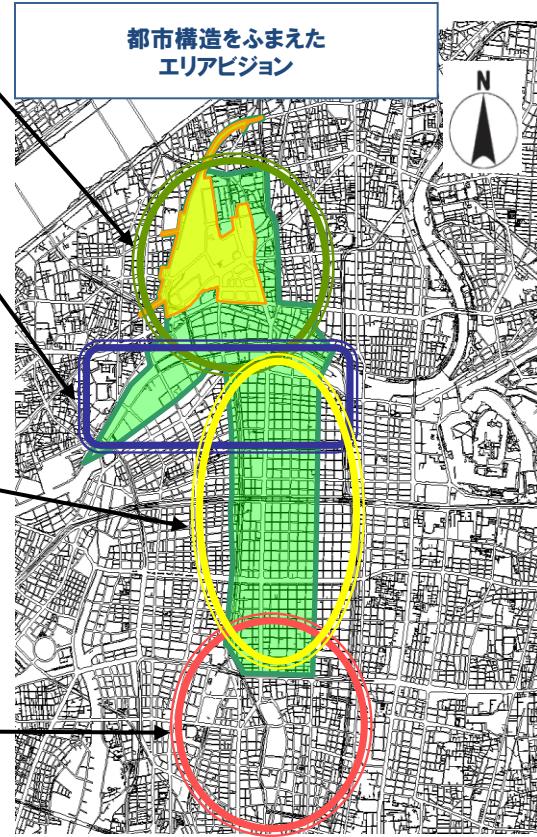
今後の方向性

【**キタ**】世界とつながるビジネス
◇世界から人材を集積し、交流から新しい価値を生むビジネス拠点
◇グローバル企業、国際的機関の集積
◇緑が豊かな都市空間

【**中之島**】大阪の強みを発信し世界の力を借りる文化・交流
◇国際的な文化交流拠点
◇外国人が安心して居住できる国際標準の生活利便施設の集積
◇水辺空間を活かした都市空間

【**御堂筋エリア**】大阪の伝統と革新がうみだす世界的ブランド・ストリート
◇世界を魅了する個性豊かな「にぎわい」の形成
◇多様な機能をあわせ持つ「ビジネス」地区の形成
◇ヒューマンな「都市環境」のさらなる推進

【**ミナミ**】世界を惹きつけるエンターテインメント
◇国際観光都市「KANSAIの玄関口」
◇「食」「ライブ・エンタメ」「歴史」をキーワードとしたコンテンツの充実
◇道頓堀川を軸とした賑わいと回遊性(まち歩き)の充実



※緑色は都市再生緊急整備地域
※黄色は特定都市再生緊急整備地域

論点② めざす姿の具体的なイメージと誘導方策

	淀屋橋～本町	本町～長堀	長堀～難波
エリアの特性 【参考資料P1参照】	○沿道・周辺の業務機能の集積 ○周辺を含め歴史・文化機能の集積 ○沿道では統一された都市景観 等	○淀屋橋～本町と長堀～難波のにじみだし ・北側は業務機能 ・南側はブランドショップ等	○大阪を代表する集客・観光機能の集積 (商業、飲食、観光資源等) ○ブランドショップ 等
イメージ(例)	現行の規制誘導制度の見直しなどにより 【参考資料P1参照】		
ゾーン毎の将来像	<淀屋橋～本町・沿道> 上質なにぎわいと風格あるビジネス地区	<本町～長堀・沿道> 都心ならではのライフスタイル拠点	<長堀～難波・沿道及び周辺> 大阪を代表する活力ある集客・観光拠点
	<淀屋橋～長堀・周辺(船場地区)> 船場スタイルとしての職・住・遊近接型のコンパクトな街		

1. 世界に魅了する個性豊かな「にぎわい」の形成

【論点②-1】

- 各ゾーン毎の沿道に相応しいにぎわいとゾーニング
 - 各エリアの特性を活かしたにぎわいコードが必要では。
 - 特に、金融系の店舗等も建ち並ぶ淀屋橋～本町間沿道を中心としたオフィス街にマッチするにぎわいとは。【参考資料:P2参照】

【イメージ(例)】

<淀屋橋～本町沿道>
「上質」なにぎわい

<本町～長堀沿道>
「高級な」にぎわい

<長堀～難波沿道>
「活力ある」にぎわい

めざす姿の具体的なイメージ

2. 多様な機能をあわせ持つ「ビジネス」地区の形成

【論点②-3】

- 今後のオフィス需要を踏まえた御堂筋エリアの役割

【イメージ(例)】

<淀屋橋～長堀沿道・周辺>

- ・大阪が成長をめざす中では、エリアの強みを活かしつつ新たな魅力取り入れ引き続き、大阪を代表する業務集積地としての役割が期待される 【参考資料P3参照】

- 今後の御堂筋エリアにふさわしいビジネスサポート機能

【イメージ(例)】

<淀屋橋～長堀沿道・周辺>

- ・24時間稼動するための都市型居住・滞在施設
- ・企業革新を支援するビジネス交流機能の大学等や文化施設など

- 居住施設を誘導する場合の沿道と周辺の分担

【イメージ(例)】

- ・周辺は居住施設の立地、沿道はホテル等滞在型施設の立地が望ましく、沿道での住宅立地は限定的に【参考資料P4参照】

3. ヒューマンな「都市環境」に関して

【論点②-5】

- 今後の沿道の都市デザイン誘導の方向性、空間イメージ
 - これまで統一感、連続性のある都市景観の形成をめざしてきたところ。
 - 新たな魅力を備えたビジネス地区の形成や建物低層部でのにぎわい形成等を一層推進する中では、ヒューマンな視点から都市空間の形成が重要と考えられるが、今後の沿道の都市デザイン誘導の方向性は。【参考資料P5参照】

【イメージ(例)】

<淀屋橋～本町沿道>
都市景観としてのスカイラインの統一から、50mの軒線の確保といったこれまでの街並みの連続性を継承しつつ、ヒューマンスケールのまちなみ形成へ

<本町～長堀沿道>
連続感、統一感から、個性あるにぎわいや憩いの場等が連続したまちなみ形成へ

【論点②-2】

- 建替え促進にあわせてにぎわい空間の誘導方策

【イメージ(例)】

- ◇形態制限の見直しに併せた低層部のにぎわい施設誘導と容積ボーナス
→コンセプトに沿った店舗、にぎわいに配慮した店舗等を誘導

- 既存ビルでの店舗入替え・店舗化の促進策

- 沿道での連続したにぎわい空間の形成を図るためには、既存ビルへの経済的インセンティブ等が必要では。

【イメージ(例)】

- ◇内容：テナント側への助成金/ビルオーナー側への税減免 等
- ◇対象：店舗のコンセプト、集客力、事業性・継続性、外観デザイン等を総合的に個別審査
- ◇区間：本町 / 長堀 / 道頓堀

- 4mセットバック部分の一定のルール化の上で利活用の必要性

誘導方策

【論点②-4】

- 形態制限見直しの必要性和容積率の最高限度の考え方

【イメージ(例)】

- ◇大阪を代表する業務集積地への再生に向け、沿道の建替え促進が不可欠であり、そのためには、
- ・オフィス用途への対応を主とする形態制限を見直し、高規格なオフィス床や複合型用途への対応といった自由度を確保
- ・他の商業地と同等以上の土地活用が図られるよう都市再生特区等を活用し容積率を緩和

- 沿道での居住施設の立地を可とする場合の条件

【イメージ(例)】

- ◇エリア限定(本町～長堀間)沿道に面した一街区/沿道のみ
- ◇立体的に限定(中低層部は商業・業務で居住は高層部)
- ◇入居者の層、戸数、フロア面積を限定
- ◇外観デザインを限定、◇所有形態を賃貸に限定 ……

【論点②-6】

- 50m軒線確保の誘導策、最高高さの考え方

【イメージ(例)】

- ◇形態制限の見直しに際し、50mの軒線確保の誘導策として、
- ・4mの壁面位置の指定とともに、50m軒線を明瞭にするには、50mを超える部分における適度な後退距離を確保
- ・同時に中高層部の色彩や素材などの意匠の誘導を強化
- ◇最高高さ；例えば、「本町GC」同様御堂筋対岸から1:2の斜線に

- 低層部のにぎわい空間にふさわしいデザイン誘導

【イメージ(例)】

- (淀屋橋～長堀)
- ◇2階以下の分節化、◇低層部壁面の開放性確保、
- ◇夜間景観の演出、◇屋外広告物のあり方の見直し 等
- (淀屋橋～本町)
- ◇セットバック部分のデザイン・しつらえの在り方 等

【論点②-7】

- エリアマネジメントの必要性 【イメージ(例)】

- ◇より決め細やかな用途誘導・デザイン誘導やにぎわい創出などを図るべく、段階的なエリアマネジメントの展開が可能となるよう、仕組みの構築や関係者との調整などを実施