

1) 活動の背景：地域の状況や街づくりの現状

心齋橋・船場エリアは、太閤さんの時代から浪花（大阪）商業文化の中心地でした。

現在は、御堂筋と長堀通りの交差点を中心に、世界のトップブランド店舗の集積が増加し、限定されたエリアで新しい商業文化の芽が現れてきています。しかし、大阪経済の低下は甚だしく、心齋橋・船場エリアといえども例外ではありません。

歴史ある老舗の店が姿を消し、ディスカウントショップや 100 円ショップが増加してきました。また、ゲームセンターなど風俗営業に係る出店もみられます。閉鎖された店が並びシャッターで覆われた街も見られてきました。大阪の中心地であったこのエリアも、空洞化の波が押し寄せてきています。

また、土地活用の状況について調べてみると、未利用地や平面駐車場（コインパーキング等）として活用されているスペースが意外なほど多く、「街の変化」を待っていると考えられます。つまり現状では、多くのエリアで空洞化が進んでいることが感じられます。

同時に、エリア内の緑地に目を向けてみると、御堂筋の街路樹が目立つ以外は、公園や緑地は極端に少なく、ゆとりや安らぎを求める場所すらありません。

2) 活動の経緯と目的

長堀 21 世紀計画の会は、結成以来 20 年間、長堀通りを公園化し、都心に緑とうるおいを創出するインフラ整備を大阪市に提言し続けて来ました。そして平成 10 年に、我々地元住民の意向を反映した形で、日本最大規模のジオフロント開発「長堀地区地下交通ネットワーク整備事業」が完成しました。これを機に、世界のスーパーブランド店舗が次々このエリアに進出、長堀・心齋橋エリアは、瞬く間にトップブランドの集積するファッションタウンに変貌しました。

一方で、大阪は経済の低迷、パプルのつけの重荷、失業者の増大、空室率の増加、市街地の空洞化などさまざまな問題を抱えています。世界は今や都市間競争の時代。大阪が国際都市として世界の都市と競合していくた

めには、是非とも「大阪オンリーワン」を創出する必要があります。
しかし残念ながら大阪には国際集客都市の受け皿となりうる要素が非常に乏しい。我々は、どのような街づくりを目指したら、その受け皿を都心に創出できるのでしょうか。

これまで20年にわたり街づくりに係って活動をしてまいりました当会も、一昨年NPO法人として認定され新たな気持ちでスタートを切る事となりました。そして、大阪国際都市の受け皿を都心に創ろうと提案しているのが「長堀・心斎橋・南船場街づくり事業」構想です。

3) 活動の内容

(1) 活動の特徴

これまでの街づくりは、ハード中心の提案が多かったが、今回は

地域企業主導：地域の考えを大切にする意味で、検討チームは当会の会員で構成し、随時地域で生活している方、地域で商売をしている方の意見・ヒアリングを行った。

地域の「人が主役」：本来の街はハードな空間や面だけでできあがっているのではなく、そこで生活している人々が営んでいる多種多様な行為や表現があってこそ、街としてなりたっている。人の生活、出会い、ふれあい、交流を大切にしたい街づくりを目指している。

ソフト中心の事業：生活者中心の地域コミュニケーションの推進、地域交流のための情報ナビゲーション拠点の整備、賑わい創出のイベント企画、不法駐輪・不法ビラ等の対策による環境整備活動を民官協同で進める。

(2) 街づくりの基本コンセプト

「おしゃれな大人の散歩街」

人生において、自らの意思でみちを選択し、行動し、その結果に対して自己責任を持つ人 - そんな人が安心してくつろげ、暮らせる街

自分や自分のまわりに気配りができ、落ち着きや分別のある考え方や態度を持つ一人前の大人が安心してくつろげる街

大阪ミナミの街は、キタに比べ平面的な広がりがあります。道頓堀周辺のエンターテイメントを中心にした街、アメリカ村や堀江などの若者の活力溢れる街などそれぞれに個性をもった街が集まってできています。各々のエリアが独自のアイデンティティーを持ってお互いに刺激し合うミナミ。

その中で、我々のエリアは明確で誰にでも理解しやすく、分かりやすい「おしゃれな大人の散歩街」をコンセプトとしました。

(3) 街づくりビジョン提案の内容

ビジョン提言にあつたては、長堀・心斎橋・南船場エリアを一元的に見るのではなく、エリアを5つのゾーンに分け、それぞれの個性を主張させ、刺激しあつて、変化を楽しめる街を目指しました。

南船場2丁目エリア

サブタイトル：自立人（おとな）が住む街

かつてこの地に「旦那衆」と呼ばれる人々がいた。商都大阪の文化経済の担い手であり、都市に住む自立人（おとな）の集団でしたが、郊外に移り住んでしまいました。今、再び都心に集まる情報を求めて、感性豊かな起業家やクリエイター達がこのエリアに住み始めました。これら世代の異なる人々、しかし、世代は違うが共に自立したおとなである人々が共に暮らせる街「都心居住空間」をこのエリアに提案

南船場3丁目エリア

サブタイトル：温故知新

かつての旦那衆の街から受け継がれている古き良き精神を再認識し、そこに新しい要素を加えることによって、「おしゃれな大人」が集い、くつろぎ、楽しく交流し、新しい何かを発見する場を創出する。

- ・ 公共施設の跡地を活用し、観光客や住民が気楽に楽しみ、当エリアの活性化に寄与する集客拠点の形成
- ・ 新しい拠点と既存の集客施設をネットワークする「回遊街路空間」の創出
- ・ エリア内の商店街の再生による、商店街「心ぶら」の復活

南船場4丁目エリア

サブタイトル：緑豊かな憩いに満ちた都心（まち）

車道幅を縮小し、歩道と車道の一体化を図り、街路樹が豊かで人にやさしい街路の形成と高速道路の下部空間の活用によるまちの環境整備を目指す

西心齋橋エリア

サブタイトル：アーバンステイ

歩いている途中、旅している途中、ふと腰をおろしたくなる街
こだわりの心のあるビジネスマンやホテル宿泊客達が心地よく散策・飲食
できる街

東心齋橋エリア

サブタイトル：アートを生かした街

「おしゃれな大人のアート街」の創出のため、アートワークを中心とし
回遊性のある街を演出
都心に位置する小学校を核とした、子供の視点・感性を大切にした街

4) 活動の成果

- (1) 街が志向する層（おとな心を持った人達）の来街者の促進
街の活性化の一番の要素は、人が集まることですが、ただ人数が多いだけ
では面白くありません。各々のエリアがアイデンティティーを持って、街
の雰囲気、環境とマッチした層の人々が多く集まってこそ、素晴らしい街
といえます。
このエリアでは「おしゃれな大人のマインドを持った人」を集めます。
- (2) 大阪の中心市街地であり、又心のふるさとである心齋橋・船場の再生
「心齋橋・船場の再生なくして、大阪の再生なし」という考えで、他のエ
リアへの好影響が期待できる。
- (3) 新しい需要の創出
古い事務所ビルの住宅への転用（コンバージョンの推進）や容積率等の規
制緩和による需要の創出
そして、空地を活用した、生活文化体験センターの新設による伝統文化の
復活が期待できる。

5) 今後の展開

(1) 今後の取り組み

ハード面の推進と同時にソフト面の充実活動に重点を置く

ハード面：人にやさしい回廊道路づくり

公共施設の活用による、街づくりセンターの整備

都心居住のモデル拠点として、オフィスビルからの住居への転用、SOHO へのサポートを強化推進

ソフト面：地元住民を核とする民の強いリードで、民と官が協同して進める。

内容は、前述 3) (1) を参照

パートナーシップの取り組み

会員以外の地元住民、街への来街者、商業団体、経済団体等の理解を得て、できれば、それらを活動に巻き込み、協同で推進する体制づくり。

官との良好なコミュニケーションにより、積極的な支援体制を獲得

(2) 活動についての課題・問題

地元住民との合意形成

NPO 法人として当会は、エリア全体を考えながらビジョン提言をしているが、各エリアの考え方はまちまちで、総意と理解をえるのが難しい。又、総論賛成、各論反対のケースも多い。

まちづくりノウハウの不足

従来街づくりにかんしては、ゼネコンとか開発コンサルタント等それを業とする方々に委ねられることが多かったが、これからは地元住民・地元で活動している企業・街への来街者の意見・ニーズが主体にならなくてはいけない。

しかし、NPO 団体も含め、これら中心となるべき人々の街づくりに関するノウハウは残念ながら充分とは言えない。

「都心部の街の再生」の難しさ

都心部での街づくりは、既存の権利等が複雑に絡まっており、開発着手までに高いかべがあり、継続的な協議、忍耐、多方面にわたる法律知識が必要。

事業主体となる企業への説得

企業の活力が落ち込んでいる中で、都市再生の心意気をもって都市再生に挑戦する企業を見つけにくい。

官からの支援不足

都市再生の機運は盛り上がっているが、開発サポートについては、官としての総枠、限度、プライオリティーがあり、我々の思いを、官の計画の中になかなか反映できない。

6) 活動のポイント

(1) 活動の人材

基本的には、当会の会員により、手作り感覚の提案書づくりを目指した。

まず、会の活動の一環として「街づくりビジョン部会」を立ち上げ、理事長を頭に、3人の理事が担当、その下にエリアを5つに分け、それぞれに部会長、委員長、地域委員、そして部会協力者を会員の中から任命し、2名の事務局がサポートする約30名の体制をとった。

又、地域のニーズを的確に提案書の中に反映させるため、会員以外の方で地元で生活している方、商売をされている方からの意見・ヒアリングを随時重ねたため、それなりの内容になったと思う。

(2) 活動のための資金調達

当会の活動資金は、これまではほとんど全てを会員からの会費でまかかってきております。

また、当会の会員は企業会員であり、ある意味で必要なノウハウを持っている企業もおりますので、活動内容に応じ、会員企業にボランティア的な実費でお願いし、少ない活動資金を有効に活用しております。

(3) 活動のネットワーク・支援

当会を含む地元の商店会で構成されている「長堀ファッションコミュニティー」の会、「御堂筋ルネッサンス懇話会」、「御堂筋の自転車を考える会」と連携した活動を行っている。また経済団体とのネットワークづくりを構築中。

今後、他の地元関係団体（地域振興町会とか、商店会）とのネットワークづくりを一層進めたい。