



【提 言】

コンヴィヴィアルな街「大大阪」を目指して
～大阪の不動産価値を高めるために～

2013 年（平成 25 年）5 月

一般社団法人 関西経済同友会
大大阪委員会

【提言要旨】コンヴィヴィアルな街「大大阪」を目指して ～大阪の不動産価値を高めるために～

2013年(平成25年)5月
一般社団法人関西経済同友会
大大阪委員会

はじめに

- ・「大大阪」とは、1920年代に大阪が東京を上回る人口を有する日本一の大都市として栄華を極めた時代の、大阪の呼び名である。
- ・現在の大阪は街中の近代建築物、美しい住宅地、山と緑、豊かな歴史や文化、そして近隣都市までの近接性等の、世界でも稀に見るポテンシャルがあるにも関わらず、それを活かし切れていない状況にある。
- ・大大阪委員会は、「ヒト、モノ、カネ」が集まる「大大阪」を取り戻すべく、その指標として計測しやすい「不動産投資」を呼び込むことに着目し、提言を行うものである。

1. 大阪を取り巻く経済状況 (P.1～)

1-1. 都市間競争の激化 (P.1～)

- ・現在の大阪は、企業の本社機能の東京移転や開業率の低さに現れているように、ヒト、モノ、カネが外部から入ってこない状況にあり、不動産投資が低迷している。
- ・賑わいを取り戻すために、大阪を生活と文化と職域とが有機的に連携する、「コンヴィヴィアル(=生き生き楽しい)」な街とする必要がある。

1-2. 不動産金融市場からみた大阪の魅力 (P.2～)

- ・大阪と東京とを比較すると、J-REITが組み入れている物件数に大きな差があり、東京に比して不動産投資のポジションが小さいことが分かる。
- ・また、大阪の世界における投資用不動産の売買シェアは1%であり、ソウルやシンガポールよりも小さい割合である。大阪が不動産投資を呼び込む魅力を失っている事実を、以下の項目により分析する。

【(1)住宅面】 (P.8～)

- ・東京に比べ、都心に人が住んでいない。昼夜人口比率も全国で最高値。
- ・都心に大学が少なく、若者が新規に流入しにくい環境。
- ・高所得者が都心に住んでおらず、文化の育成が滞っている。

【(2)商業面】 (P.14～)

- ・域内労働者の給与水準や消費性向が微減傾向にある中、大型商業施設の相次ぐ増床により、商業激戦区となっている。
- ・商圈を広げるために、外国人観光客や、消費性向の高い高齢者層を取り込んでいく必要がある。

【(3)オフィス面】 (P.18～)

- ・大阪では空室率が下がっても賃料が上がらず、賃料メカニズムが壊れた状態にある。
- ・需要以上に供給があり、また、需給が逼迫するという期待が無いことが要因。老朽化したビルが市場から退出することで需給バランスを回復させる必要がある。

1-3. 大阪の現状認識と高いポテンシャル (P.22～)

- ・韓国と同規模という高い域内総生産を有し、先進国で4番目の人口集中地帯であることから、大阪は経済的ポテンシャルが高い。
- ・また、難波宮に代表される歴史的価値や、上方芸能に代表される文化を育む環境も有している。
- ・海外における「大阪」の知名度により、歴史や文化を海外に発信できるはずである。

2. 求められる都市政策 (P.24～)

2-1. これまでの大阪の開発の歴史 (P.24～)

- ・戦後の大阪は総合的な開発理念が存在せず、無秩序に高層ビル群が形成されたことにより域内のパイの奪い合いとなり、賃料水準が下がるという合成の誤謬が生じた。

2-2. 世界の都市政策の新潮流 (P.26～)

- ・これまでの大阪の都市開発は人口増加を前提とした都市論に依っていた。
- ・成熟化した社会環境下、根拠となる都市論を変え、都心を中心とし、都市機能の混合化を図るべきであろう。

2-3. 最近の大阪の都市政策提言 (P.28～)

【関西経済同友会】「生活首都大阪」の構築に向けて

【大阪府市統合本部】グランドデザイン・大阪 等

- ・従来型のインフラを整備するというアプローチではなく、生活や文化をキーワードに、来街者を増やし国際競争力を高めようとする潮流にある。

3. 今後の大大阪の発展に向けて (P.29～)

提言に向けた考え方 (P.29～)

- ・まずは大大阪の範囲を大阪の都心部に限定し、床の需給について、都市エリアにヒトを呼び込む需要増加の仕掛けと、値崩れを防ぐ供給のコントロールを念頭に提言を行う。

提言①. 需要を増やすためのアプローチ (P.30～)

【(1)新産業・新サービスを増やすための施策】 (P.30～)

- ・起業を支援する周辺事業者によるサポート体制の充実

【(2)住むヒトを増やすための施策】 (P.32～)

- ・「思わず歩きたくなる」住環境の整備
- ・老朽オフィスの住宅転換による、若者・クリエイティブ層の居住誘致

【(3)訪問するヒト(観光客・買い物客)を増やすための施策】 (P.33～)

- ・大阪のブランド価値向上
- ・百貨店の観光地としての活用
- ・都心部への教育施設設置

提言②. 供給をコントロールするためのアプローチ (P.35～)

【低価値な床ストックを削減するための施策】

- ・建物格付の導入、低価値な床ストック削減へのインセンティブ付与
- ・エリアマネジメントの導入

さいごに (P.38～)

- ・大大阪を取り戻すには、人口減少下・成熟化社会にあった、システムアプローチが必要となる。民が公益という観点から街作りに協力する気概を持ち、「損して得をとれ」の中長期的な発想で都市景観を考えていく必要がある。
- ・こうした積み重ねが大阪を「コンヴィヴィアル」な都市へと変貌させ、新しい21世紀の「大大阪時代」を作っていくことに繋がると信じ、本提言の結びとしたい。

はじめに

当委員会の由来となっている「大大阪」とは、1920年代、大阪が東京を上回る人口を有する日本一の大都市として栄華を極めた時代の、大阪の呼び名である。当時の大阪は、豊かな経済地盤を活かして商業が栄え、沿岸部では繊維産業を中心に工業が発達していく活気ある時代であった。街中に目を向けると、御堂筋線が整備され周囲には美しい近代建築が次々と建設される等、官の強いリーダーシップに基づく都市計画の下で民が自由に街をつくり、まさに住んで、働いて、歩いて、楽しいコンヴィヴィアル（生き生き楽しい）な街ができあがっていった。ゆえにヒト、モノ、カネが世界中から大阪に集まってきたのである。

大大阪委員会は、大阪で民による強いリーダーシップを発揮し、再び活気ある大大阪時代の大阪を取り戻すことを目的として設置された委員会である。「大大阪」と考えた場合、広い意味では、大阪だけにとどまらず、京都や神戸等関西の他の都市も巻き込み、関西の多様性を活かしながら、アジアとの連携を考えていく必要がある。世界の都市と競争するためには、このような「面」の考え方が必要であり、その中心的な役割を大阪が担わねばならないのである。

当委員会においては、そうした広い意味での大大阪をこの地で実現するために、まずはコアとなる大阪、特に都心部（JR環状線の内側の範囲のイメージ）の活性化策について考えることにした。基本となる都心部が活性化すれば、効果は周辺にも波及していくはずである。具体的には、再びヒト、モノ、カネが集まる大阪にするための具体的方策、手段について提言することとしたい。これまで「〇〇のような大阪にすべき」「〇〇な街・大阪を目指すべき」という提言は数多くあったが、そのような街を実現するための端緒として、その手段を考えることにしたという趣旨である。また、具体性を念頭におくうえで議論が拡散しないよう、「不動産投資」という観点に絞って提言している。不動産投資によりカネが大阪に集まれば、ヒト、モノも集まるようになるのである。

大阪は非常に美しい街である。街中の近代建築物、郊外に広がる美しい住宅街、山と緑、豊かな歴史と文化、そして京都や神戸等近隣都市までの近接性を有し、質の高い資源に溢れている。しかし、その高いポテンシャルを活かし切れておらず、魅力が大阪以外に伝わっていないのではないだろうか。こうしたポテンシャルの高さが大阪以外の不動産投資家に伝わり、大阪がカネの集まるような街になるよう、この提言を活かしていただければ幸いである。

平成 25 年 4 月

大大阪委員会委員長 小柳治

【目 次】

はじめに

1. 大阪を取り巻く経済状況

1-1 都市間競争の激化	1
1-2 不動産金融市場からみた大阪の魅力～住宅面、商業面、オフィス面～	2
① 住宅面	8
② 商業面	14
③ オフィス面	18
1-3 大阪の現状認識と高いポテンシャル	22

2. 求められる都市政策

2-1 これまでの大阪の開発の歴史	24
2-2 世界の都市政策の新潮流	26
2-3 最近の大阪の都市政策提言	28

3. 今後の大大阪の発展に向けて

3-1 提言に向けた考え方	29
3-2 大阪の発展に向けた提言① 需要を増やすためのアプローチ	30
(1) 新産業・新サービスを増やすための施策	30
(2) 住むヒトを増やすための施策	32
(3) 訪問するヒト（買い物・観光等）を増やすための施策	33
3-3 大阪の発展に向けた提言② 供給をコントロールするためのアプローチ	35
(1) 不動産市場の値崩れを防ぐための施策	35
(2) 低価値な床ストックを削減するための施策	35
(3) 不必要な供給をコントロールするための施策	35
3-4 さいごに	38

(補論) エリア別の都市開発戦略	40
------------------	----

(参考) 主な経済指標	41
-------------	----

(参考文献)	52
--------	----

平成 24 年度 大大阪委員会 活動状況	53
----------------------	----

平成 24 年度 一般社団法人関西経済同友会 大大阪委員会名簿	54
---------------------------------	----

1. 大阪を取り巻く経済状況

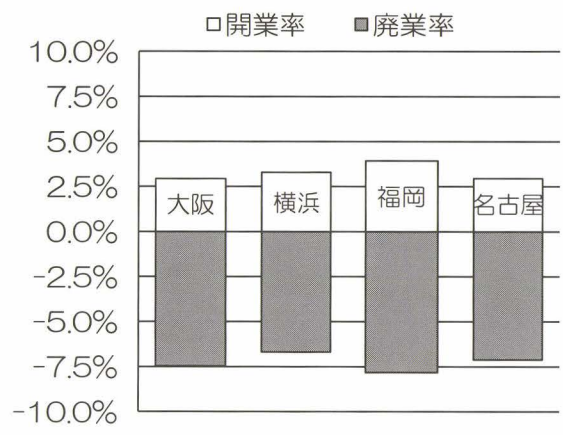
1-1 都市間競争の激化

国際的な都市間競争が激しくなる中、関西、特にその中心都市である大阪市は、世界トップクラスの都市規模と購買力があり、高度な技術力を有する製造業やきめ細やかなサービスを展開する非製造業が多く立地しているにもかかわらず、一般にその競争力は低いと言われている。確かに、大阪は西日本最大の都市ではあるものの、外資系企業の立地が少なく、そもそも国内企業でさえ大阪発祥の企業が東京へ本部機能を移転させている現状にある。加えて開業率も低迷しており、なかなか新規事業が生まれていない【図表 1-1】。

一般に魅力ある都市とは、その地域の外から、投資や消費、そして観光客や就業者、従業者といった人を呼び込むことができる都市であると定義される。魅力的だからこそ、世界各地からその地域に行きたいと思い、住んでみたい又は働いてみたいと思うのである。そうして人が集まると、投資家によって不動産投資が行われる。当然人が集まれば商機が生まれ、その地域で店舗投資が行われるようになり、商機を期待してその地域の起業家に資金が投資されるようになるのである。

ヒト・モノ・カネを地域に呼び込むためには、その地域で新産業・新サービスが生み出されなければならない。新産業・新サービスを生み出す機能であるイノベーション機能は、得てして多様な志向を持つ生活者と消費者が集い、密に交流する場所、つまり生活と文化と職域とが有機的に連携する場にしやすい。自立した人々が共生し、つながり合っていく場こそ新サービスが生まれる場であり、豊かな文化が生まれる場であることを我々は経験的に知っている。哲学者イヴァン・イリイチ（1926-2002）の言葉を借りると、まさにそのような場をコンヴィヴィアル（生き生き楽しい）な場と表現できよう。今こそ大阪をコンヴィヴィアルな都市にしていく必要があるのではないだろうか。

図表 1-1 大阪の開・廃業率（2006-2009 年）と大阪発祥企業の主な東京への本社機能移転事例



会社名	移転した年
アステラス薬品	1942年
丸紅	1966年
住友商事	1970年
ハウス食品	1974年
コニカミノルタHD	1988年
コナミ	1992年
住友林業	2003年
Jフロントリテイリング	2007年
日清食品	2008年

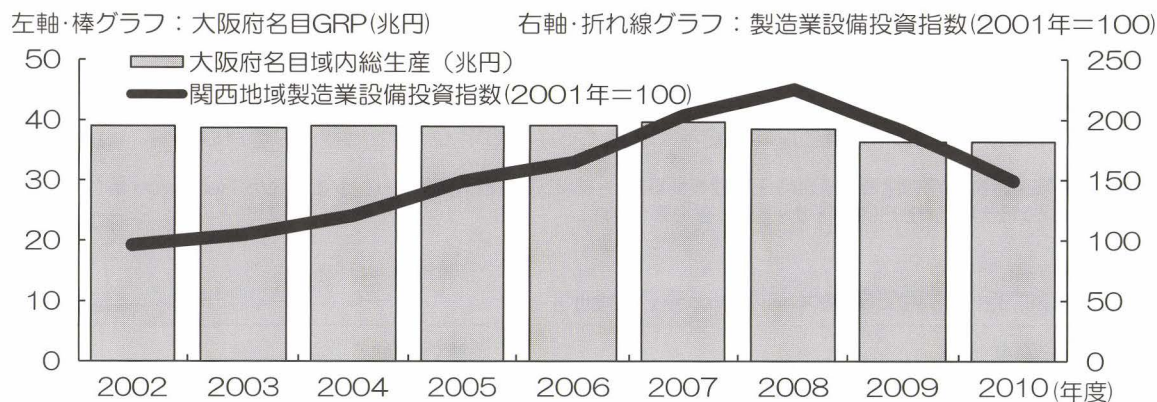
(出所) 大阪市『2013 年版大阪の経済』及び各種公表資料より作成

1-2 不動産金融市場からみた大阪の魅力 ～住宅面、商業面、オフィス面～

本項では大阪の魅力がどの程度なのかを把握したい。魅力と一口に言っても、住みやすさという観点から見る場合もあるし、観光客の目線から語られることもあるだろう。ここでは、魅力ある都市とは、外部からヒト・モノ・カネを呼び込むことができる都市である、と定義していることから、まずは不動産投資の観点から、客観的数字に基づき、大阪の状況を事実として把握しておきたい。ヒト・モノ・カネのうち、カネが一番呼び込みやすく、不動産投資が金を呼び込むうえではわかりやすい指標となるためである。

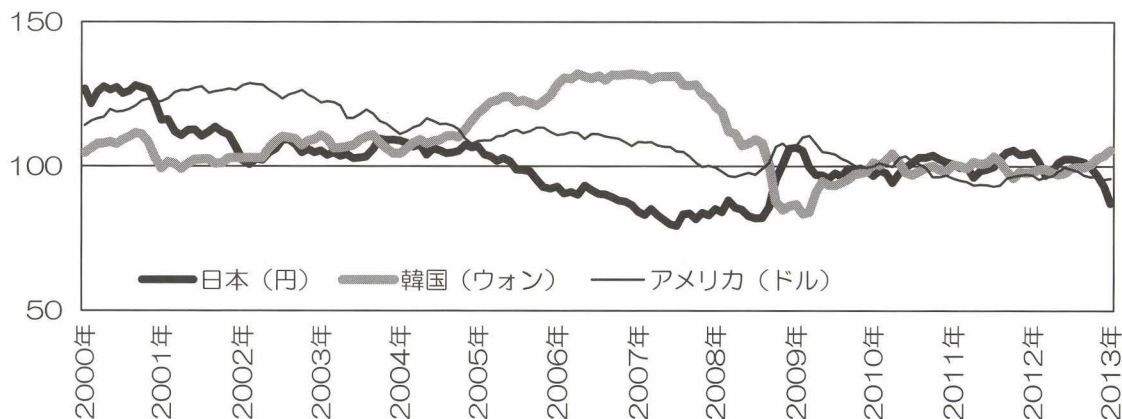
不動産投資家は、大阪をどのように見ているのであろうか。まず前提として大阪エリア(ここでは主に大阪府)の景気を見てみると、大阪府の域内総生産は2007年度をピークに近時減少しており、景気の遅行指数と言われている設備投資指数(ここでは製造業)も1年遅れの2008年度を境にマイナスに転じている【図表1-2】。もともと関西地域は、その歴史的背景から電気機械産業が基幹産業であり、2000年代中頃からの①家電メーカーにおける革新的商品の開発(薄型テレビ)、②円安傾向による価格競争力向上【図表1-3】等を背景に、同産業分野における輸出拡大が地域経済を牽引していた。従って、電気機械産業の業況が厳しくなれば、関西経済も連関して厳しくなるのである【図表1-4、1-5、1-6】。

図表 1-2 大阪府域内総生産(名目)と関西地域製造業設備投資指数(2001年度=100とした場合)



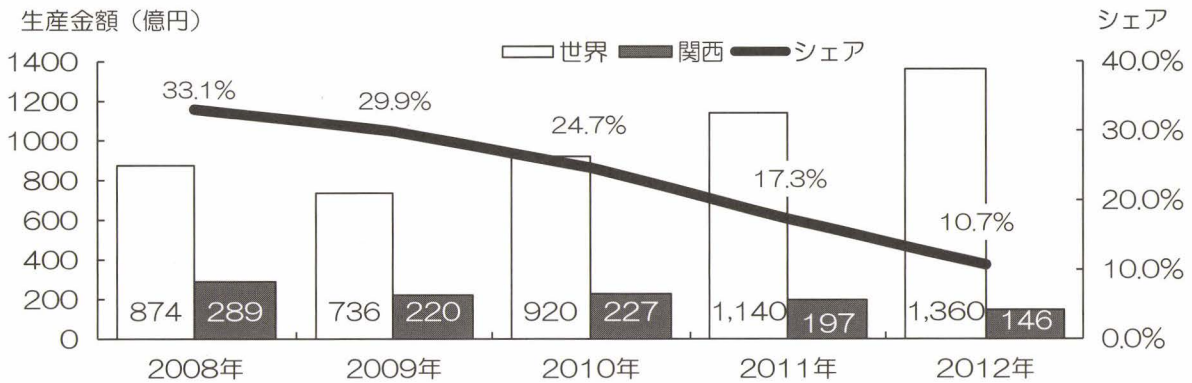
(出所)総務省『県民経済計算』及び日本政策投資銀行『関西地域設備投資計画調査』より作成

図表 1-3 実質実効為替レートの推移(日本円と韓国ウォンと米国ドルの比較)



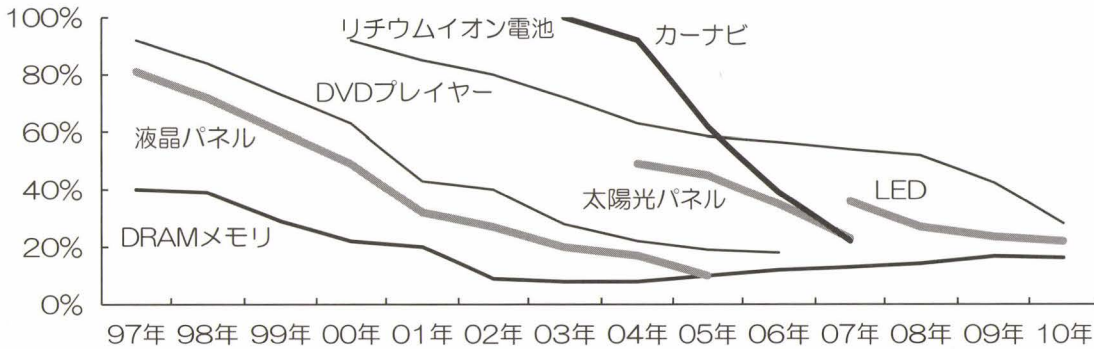
(出所)Bank for International Settlements 資料より作成(2010年=100、61カ国ベース)

図表 1-4 リチウムイオン電池の生産金額と関西エリアの世界シェア動向試算



(出所) 日本政策投資銀行『関西バッテリーベイのシェア動向』より作成

図表 1-5 日本企業の製品別世界シェアの推移



(出所) 小川紘一東京大学知的資産経営総括寄付講座特任教授作成資料(一部)に、①LEDパッケージシェア(IMS Research 調べ)、②2005年以降のDRAMメモリーシェア(ガートナー調べ)を加筆し作成

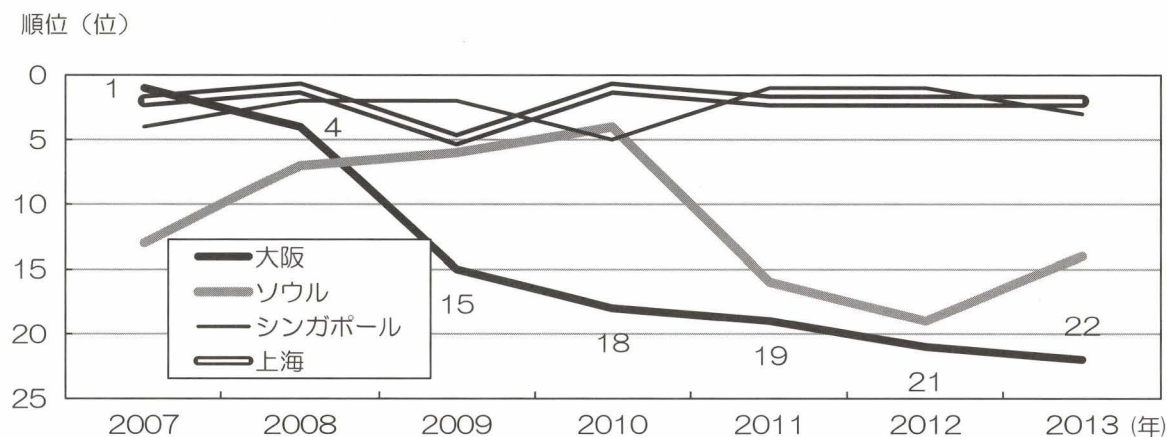
図表 1-6 関西地域における電気機械メーカーの直近の動向

企業名	事業分野	直近の動向
パナソニックグループ	リチウムイオン電池 (民生用・車載用)	住之江工場で予定していた 400 億円の 2 期工事を中止。
		民生用リチウムイオン電池関連事業の収益性悪化により、のれん代減損処理。
		京都工場、守口工場、和歌山工場、洲本工場、貝塚工場の生産を停止。
	太陽電池 (HIT 等)	マレーシアに 450 億円を投じてセルからモジュールまで一貫生産工場新設。 JX 日鉱日石エネルギーとの合弁子会社三洋 ENEOS ソーラーの清算計画。
シャープ	太陽電池 (薄膜用)	2012 年度第一四半期は売上高 419 億円に対し営業赤字 69 億円。新興国勢との価格競争が激化し、赤字計上を余儀なくされている。国内 4 カ所ある太陽電池の生産工場を堺工場に集約。
		多結晶シリコンの調達会社 NS ソーラーマテリアル(新日鐵マテリアルズとシャープの合弁)の解散を決定。

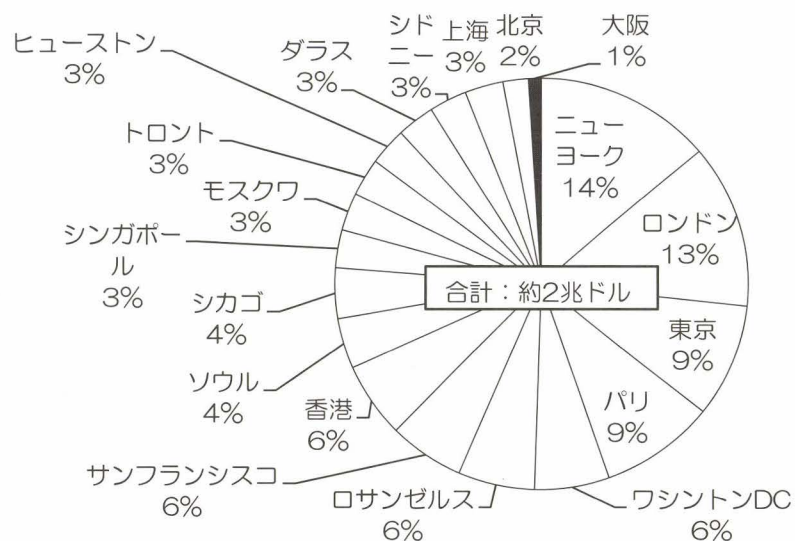
(出所) 日本政策投資銀行『関西バッテリーベイのシェア動向』より作成

かかる関西経済と歩調を合わせる形で、世界の不動産投資家からみた大阪の魅力も 2007 年をピークに順位を下げている。ある調査では 2007 年には大阪の不動産投資における将来展望はアジア各都市において第 1 位となり、東京以上に期待されていたのだが、その後急速に順位を落としている【図表 1-7】。そもそも大阪府の域内総生産は約 40 兆円、後背地である関西 2 府 4 県すべてあわせて約 80 兆円と経済規模は非常に大きい。ちなみに、韓国の GDP は約 90 兆円、シンガポールは約 20 兆円である。それにもかかわらず、アジア他都市と比べ、不動産投資展望順位は低い。世界における投資用不動産の売買シェアを見ても、大阪はわずか 1% であり、ソウルやシンガポールよりも少ない割合である【図表 1-8】。

図表 1-7 世界の投資家サイドからみたアジアにおける大阪市の不動産投資展望順位

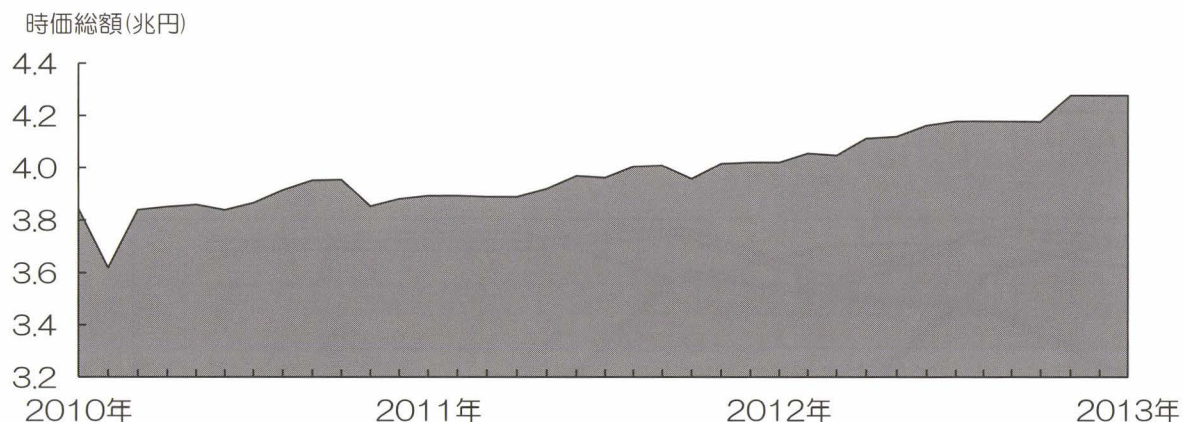


図表 1-8 世界の投資用不動産にかかる売買シェア（2011 年）



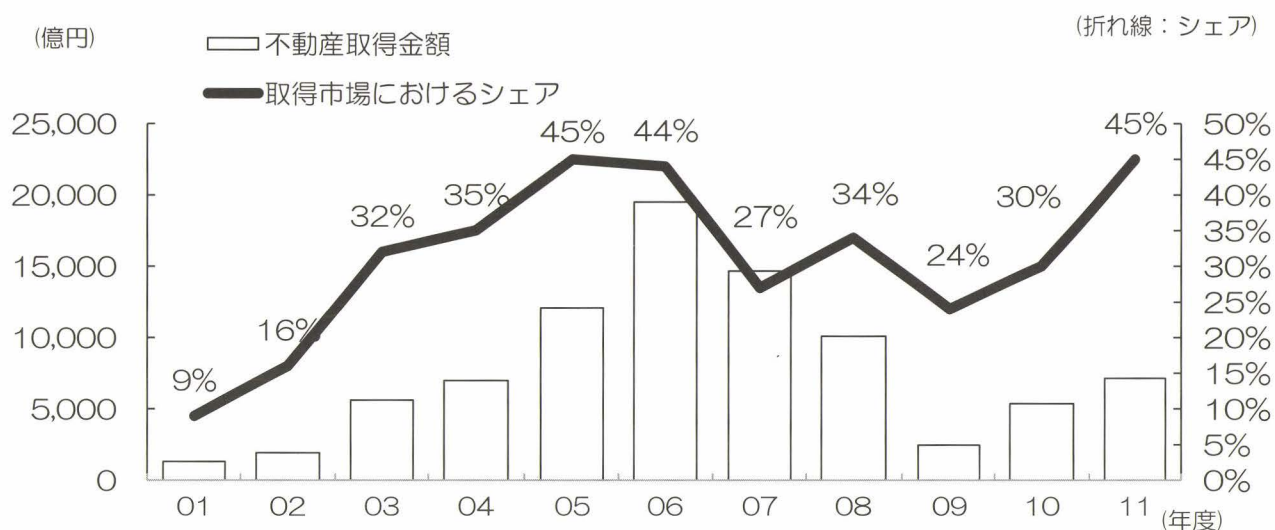
国内投資家の動きはどうだろうか。誰が建物に投資しているかを見ると、日本の場合、最近では J-REIT (Japan Real Estate Investment Trust。日本版不動産投資信託商品) が主な不動産投資家である。近時、J-REIT の時価総額は 4 兆円を超え【図表 1-9】、2011 年は新規物件取得の 45% を占める等【図表 1-10】、国内の収益不動産の約 4% (8 兆円) を保有するまでに成長している。

図表 1-9 J-REIT (日本版不動産投資信託商品) の時価総額の推移



(出所) 東京証券取引所発表資料より作成

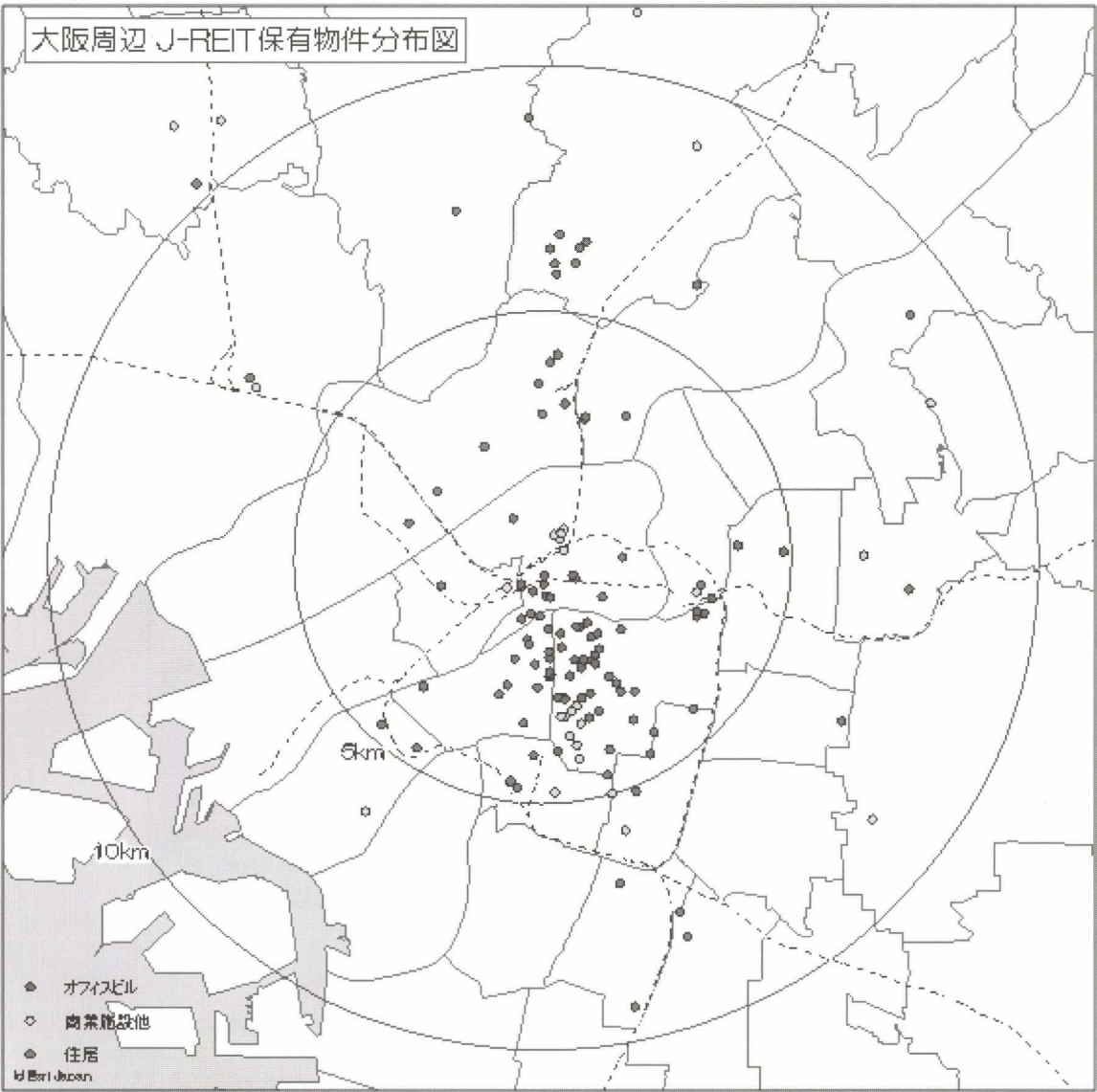
図表 1-10 収益不動産新規取得市場における J-REIT のシェアの推移



(出所) 一般社団法人不動産証券化協会『J-REIT 市場の概況・基礎データ』より作成

そこで、J-REIT が保有している、大阪の物件を見てみた【図表 1-11】。J-REIT が成長したとは言っても、大阪を中心としたエリアの組入物件は少なく、かつ、場所もまばらである。物件は、市内の一部に集中しているのみで、JR 環状線の外側となると組入物件は極端に少なくなる。

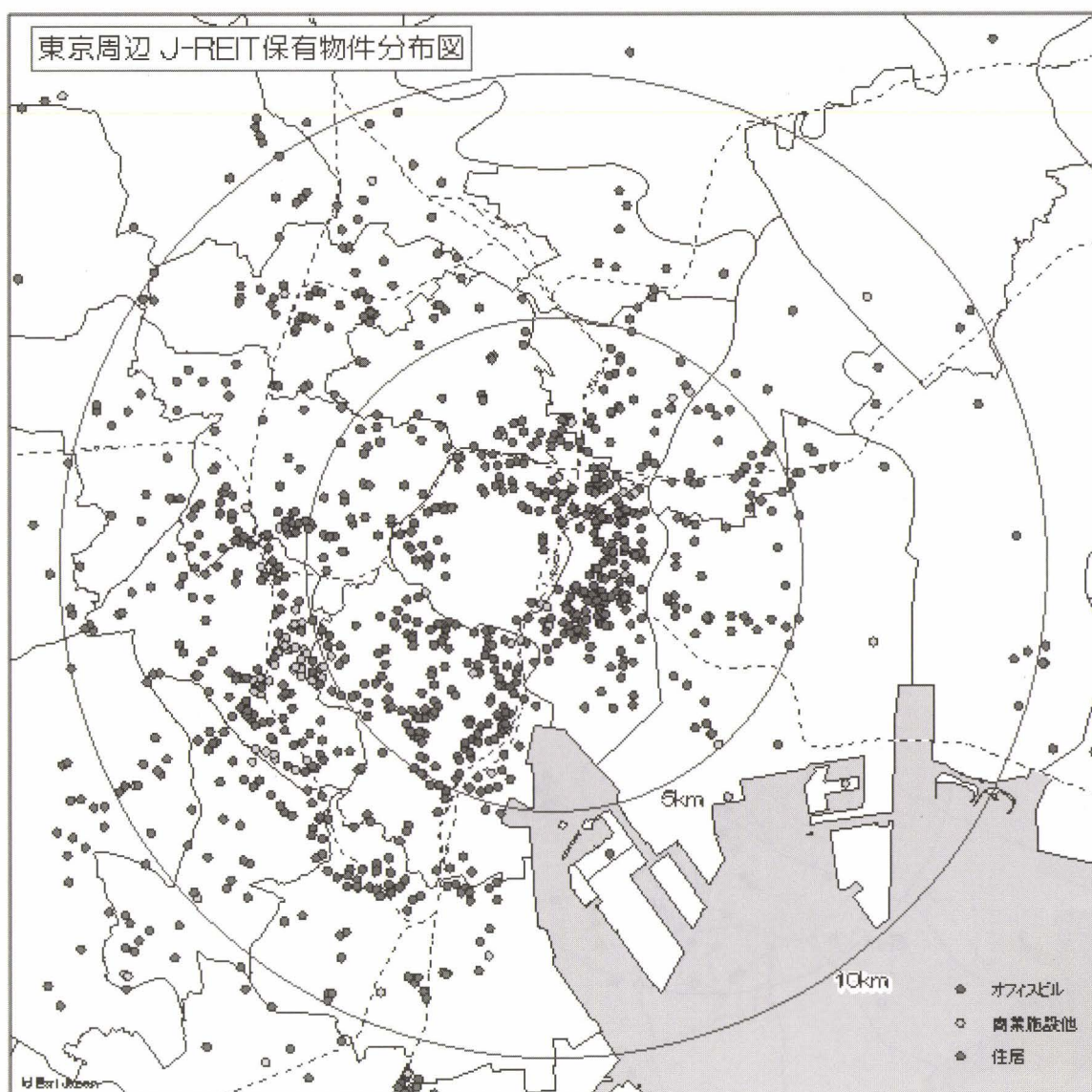
図表 1-11 大阪周辺における J-REIT 組入物件の分布



(出所) 各 J-REIT 公表資料より作成

一方で、同じく東京周辺での J-REIT の保有物件を見てみるとどうであろうか【図表 1-12】。明らかに大阪よりも多く、かつ、集中して投資がなされている。大阪と東京とで経済力、人口に差があるとはいえ、その差以上に、不動産投資分野において明らかな差が存在していることを認識させられる。

【図表 1-12】 東京周辺における J-REIT 組入物件の分布



(出所) 各 J-REIT 公表資料より作成

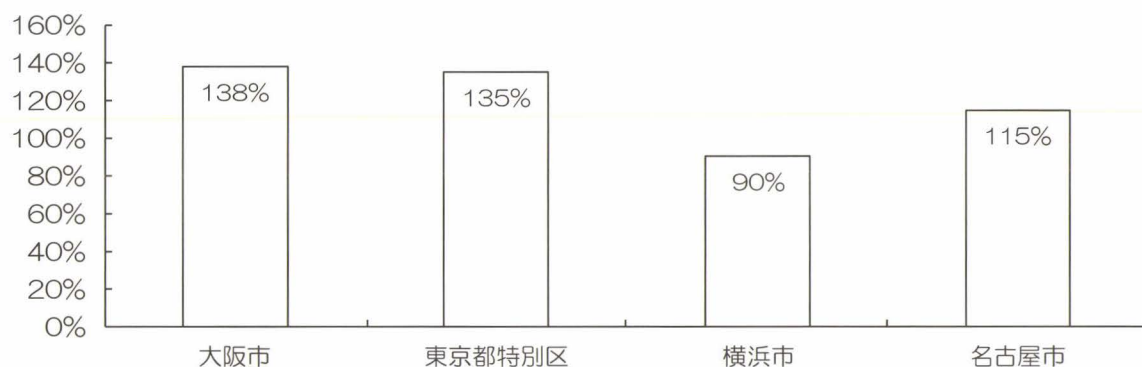
ここまで投資状況に大きな差がついている要因は何であろうか。①住宅面、②商業面、③オフィス面から考えていきたい。

① 住宅面

住宅面では、そもそも大阪は、東京と比べ、都心部に人が住んでおらず、投資用住居物件が数少ないということが挙げられる。最近でこそ人口の都心回帰が進んでいるが、依然として昼夜間人口比率は全国で最も高い【図表 1-13】。人が住んでいないため、大阪市の空き家率は非常に高く、しかも年々増えている【図表 1-14、15】。ストックが余剰気味とも言えよう。

これは、一般的に周辺環境や学校環境を理由に、首都圏と比べ地価が安いにもかかわらず、郊外(特に阪神間、北摂地域、生駒地域等)の住宅地が好まれていること、もともと都市形成において鉄道会社が重要な役割を担っており沿線開発が優先されたこと、等が理由であろう。加えて、都心部に大学が存在しないため、若者等が新規に流入しづらい都市構造となっている【図表 1-16】。東京と比べても明らかに都心部に大学数が少ないことが分かる【図表 1-17】。

図表 1-13 昼夜間人口比率の比較（2007 年）



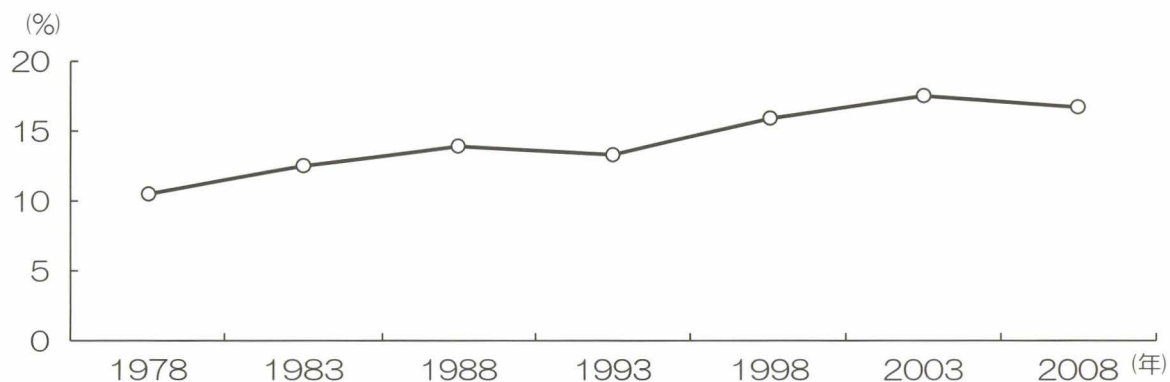
(出所)総務省『国勢調査』より作成(昼夜間人口比率は、昼間人口÷夜間人口で算出)

図表 1-14 地域別空き家率の比較（2008 年）



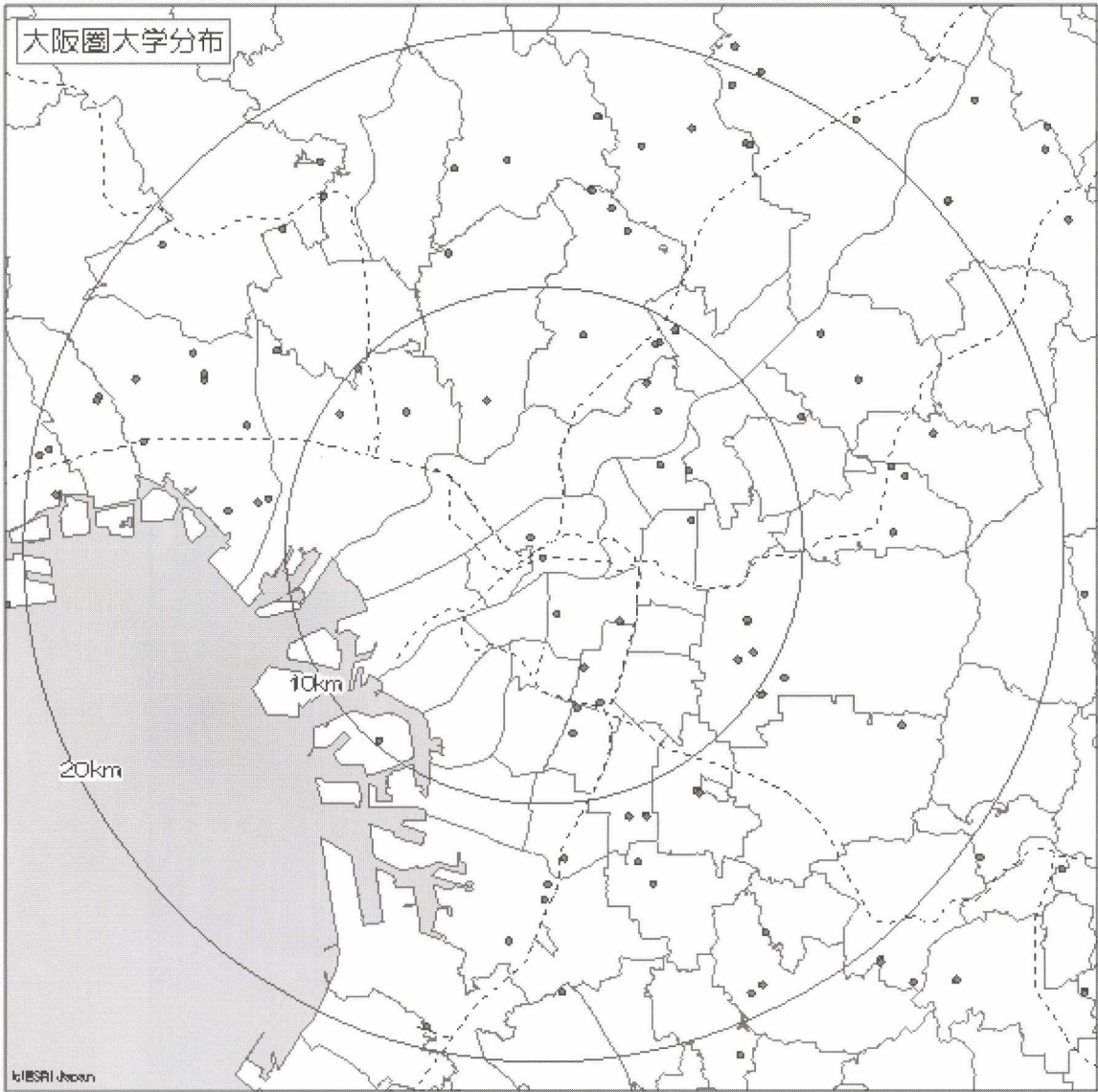
(出所)総務省『住宅・土地統計調査』より作成

図表 1-15 大阪市の空き家率の推移



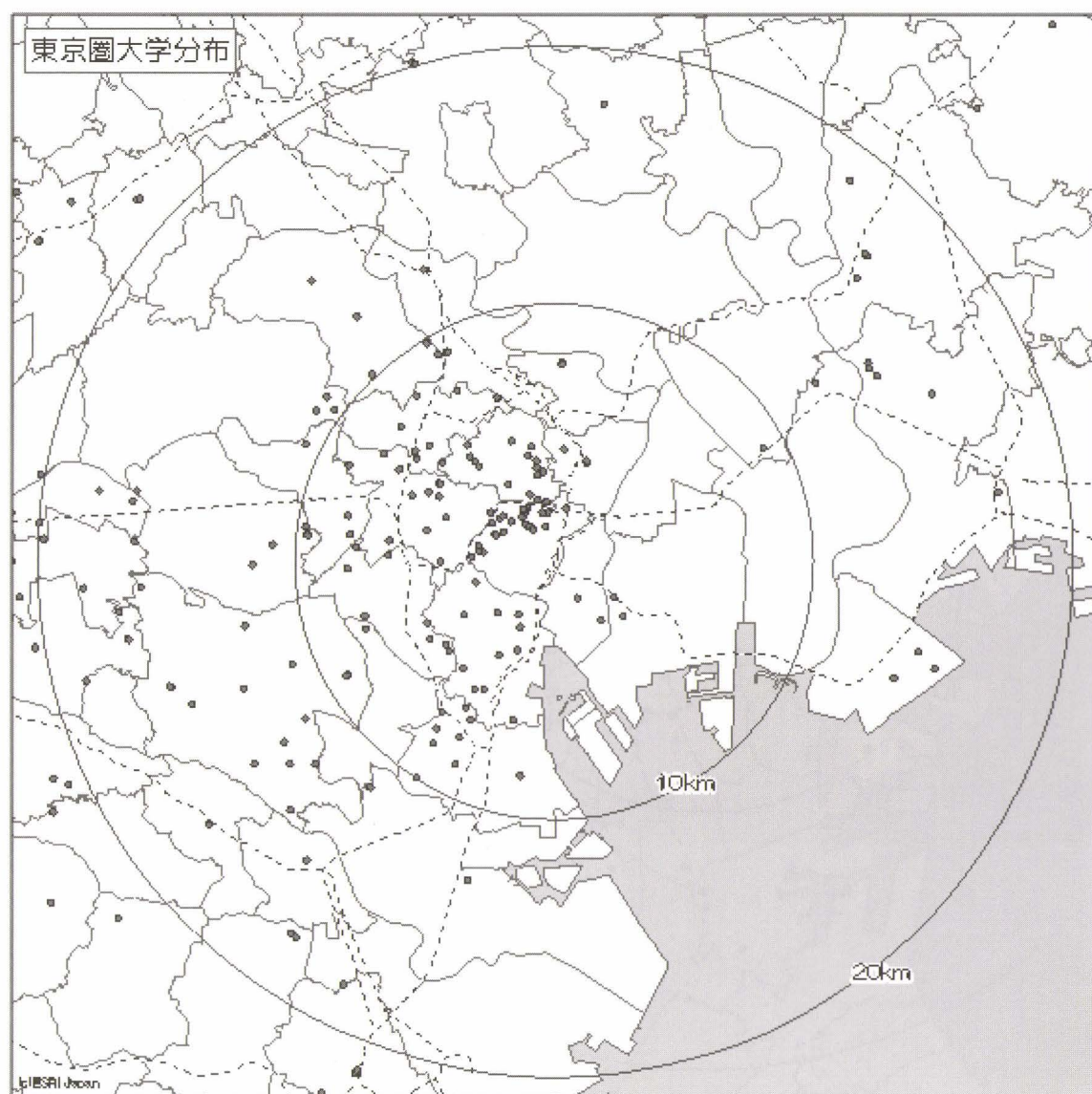
(出所)総務省『住宅・土地統計調査』より作成

図表 1-16 大阪周辺における大学の分布



(出所) 各大学公表資料より作成

図表 1-17 東京周辺における大学の分布



(出所) 各大学公表資料より作成

大学等教育施設が存在するメリットとしては、まず、緑等公開空地の確保が挙げられる。緑が地価に与える影響については、様々な研究がなされているが、緑の存在は、地価に正の影響を与えるとの研究結果がある【図表 1-18】。加えて、大学自体のアカデミズムや、学生達から生み出される文化の醸成、産学連携機能等による起業環境向上の効果もあろう。それらメリットが一体となることで、周辺の住環境の向上が図られ、そこに住みたいというヒトが集まってくると考えられる。都心に大学が少ない大阪はそれらメリットを享受することが難しく、このことが物件への居住者が少ないという定量的な問題に加え、大阪の魅力低減の要因となっているのではないだろうか。

図表 1-18 大規模緑が地価に与える影響についての主な研究論文

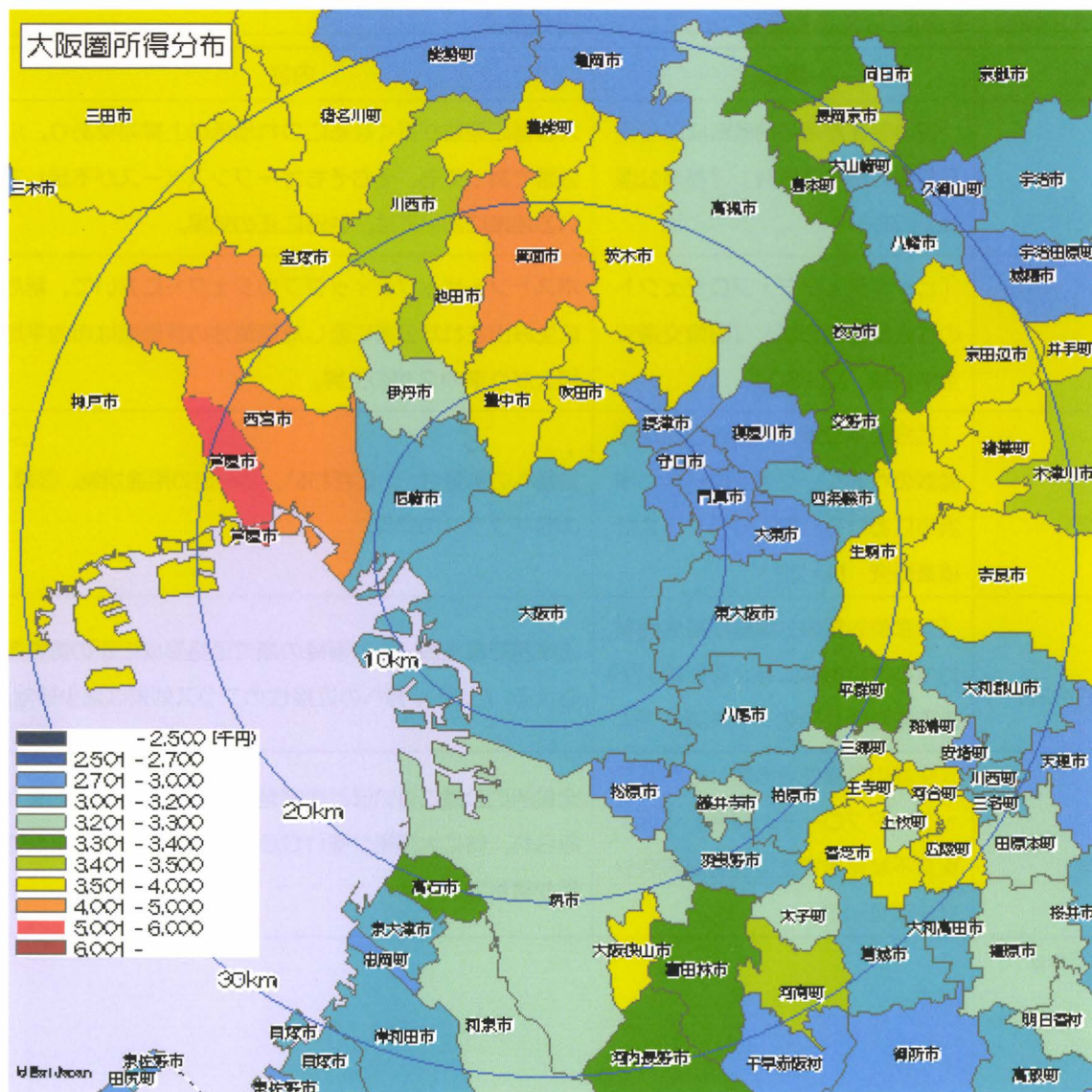
研究者	論文	内容
山根尚文 (千葉大学)	「緑の存在が周辺地価形成に与える影響に関する研究」『都市公園 No.178』	大公園に距離が近くなるにつれ地価の上昇効果あり。小公園であっても、そもそもオープンスペースが不足している地域においては、地価に正の効果。
田島夏与 (立教大学)	「ビッグディック・プロジェクトの社会経済的影響」『国策交通安全学会誌 Vol.30』	ボストン・ビッグディックプロジェクトにおいて、新たに生み出された公園に面した商業地の評価額は市内平均値上がり率の 2 倍の上昇。
松浦克己 (横浜市立大学)	「社会資本投資、環境要因と地価関数のヘドニックアプローチ：横浜市におけるパネル分析」『会計検査研究 No.22』	地価への影響は、①にぎわい、②一定の用途規制、③緑、の順でプラスの効果。
小松広明 (日本不動産研究所)	「東京都心部の公園緑が高度商業地域の地価形成に与える影響」『日本不動産学会誌第 21 巻第 4 号』	①業務商業施設、②公園緑の順で価格形成に正の影響を与える。ただし、緑への近接性のプラス効果は減少傾向。
肥田野登 (東京工業大学)	「空間の多様性を考慮したヘドニック・アプローチの開発」『(社)東京不動産鑑定士協会共同研究シリーズVI-1』	全般的に公園に近いほど住宅地の不動産価値向上効果がみられ、特に大規模公園(10,000 m ² 以上)はその正の効果が顕著である。

(出所) 各種資料より作成

大阪が住む魅力に欠けるということは、高所得者層が大阪市内にあまり住んでいない、ということにも表れている【図表 1-19】。お金を使い、文化を育成すると一般に言われている高額所得者が存在しないということは、その街自体に魅力ある店舗が立地しないことにもつながろう。そのことは外部者が来訪しても魅力のない街が形成されてしまう懸念も生じる。

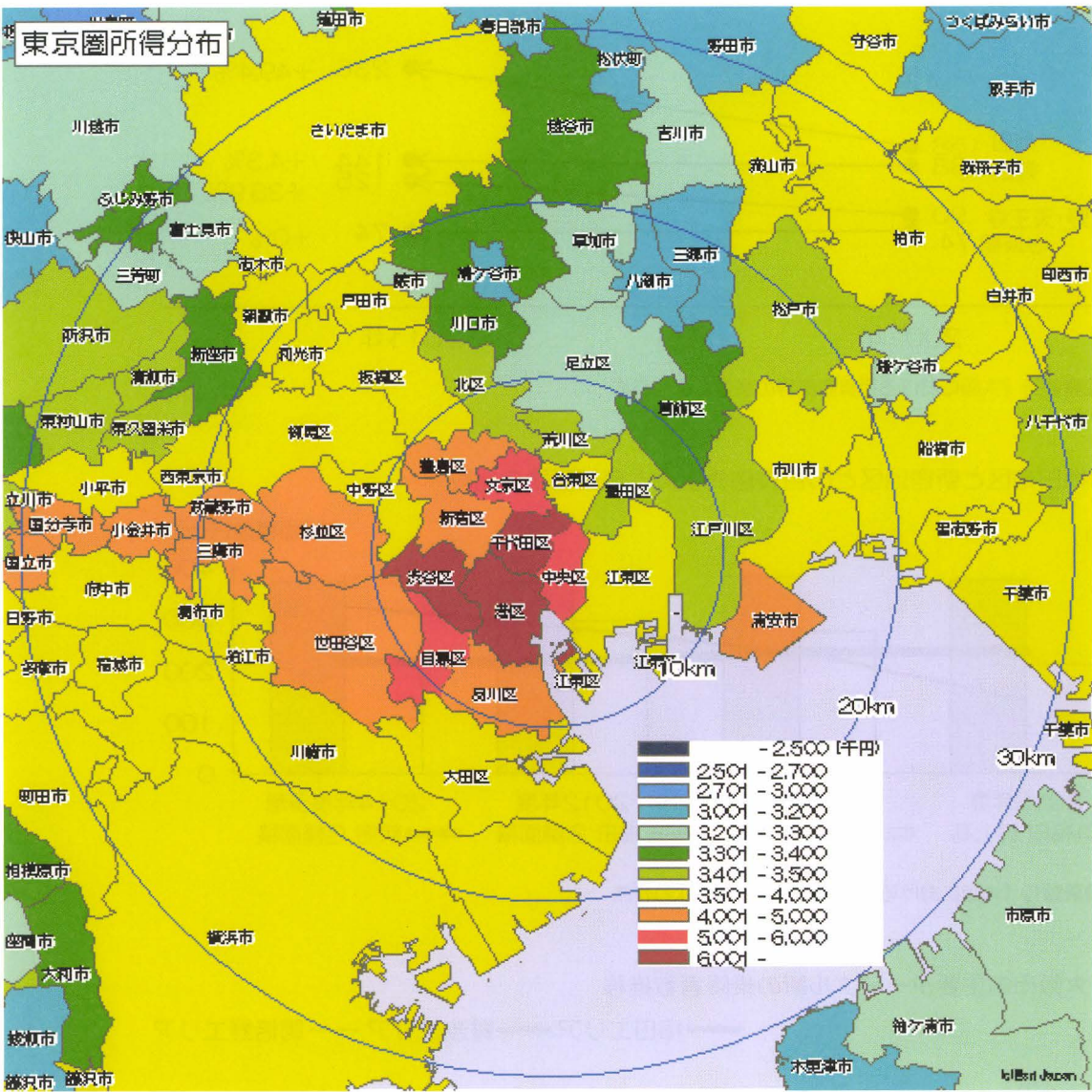
なお、大阪と比較される東京であるが、大阪の構造とはまったく逆で、都心部に近いほど所得水準が高い層が居住している【図表 1-20】。

図表 1-19 大阪圏における課税所得分布状況



(出所) 総務省自治税務局『市町村別課税状況等の調』より作成

図表 1-20 東京圏における課税所得分布状況



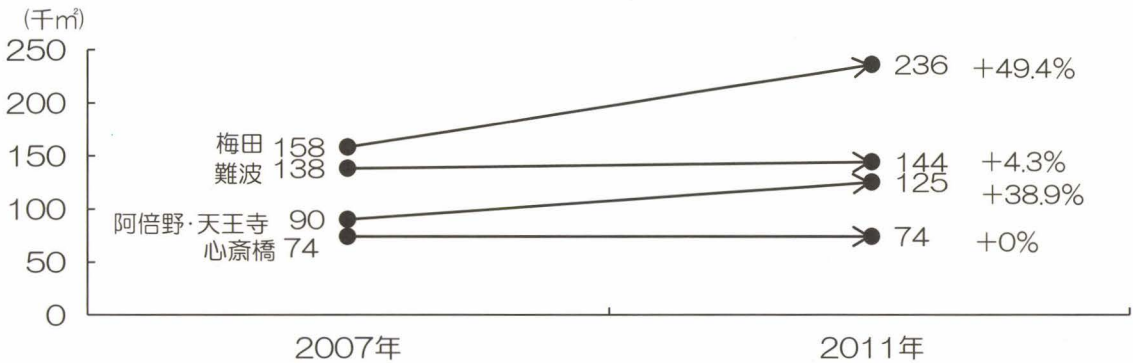
(出所) 総務省自治税務局『市町村別課税状況等の調』より作成

② 商業面

商業用不動産の状況はどうであろうか。最近では大阪、特に梅田地区において商業投資が活発化しているように見える。実際、市内の百貨店の店舗面積は2007年から2011年度にかけ、大幅に増加している【図表 1-21】。2012年度以降も2014年度にかけ、大阪市内には大型商業施設が相次いで開業する予定である。この結果、特に大阪・梅田地区は東京都・新宿地区をはるかに超える商業激戦区となると見込まれている【図表 1-22】。

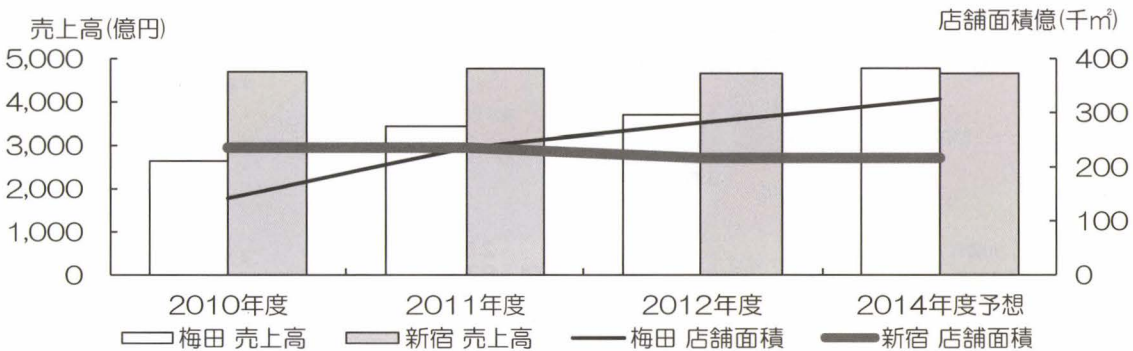
しかし、これだけ集積しても、①そもそも百貨店が集積するターミナル駅の利用者が減少傾向にあること【図表 1-23】、②地域の労働者の給与水準が上昇せず、かつ、消費性向自体も低下傾向にあること【図表 1-24】、商圏内人口が伸び悩んでいること【図表 1-25】、から百貨店の増床が必ずしも域内の売上増につながらず、売場効率も低下している【図表 1-26】。

図表 1-21 大阪市内の百貨店及び大型商業施設の店舗面積の増減



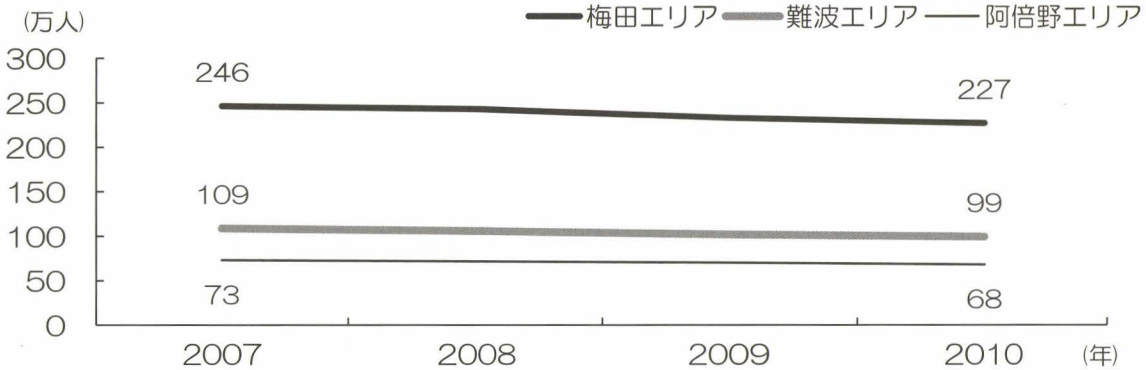
(出所) 日本政策投資銀行『大阪における百貨店業界の展望』より作成

図表 1-22 梅田地区と新宿地区との百貨店売上高と店舗面積の比較



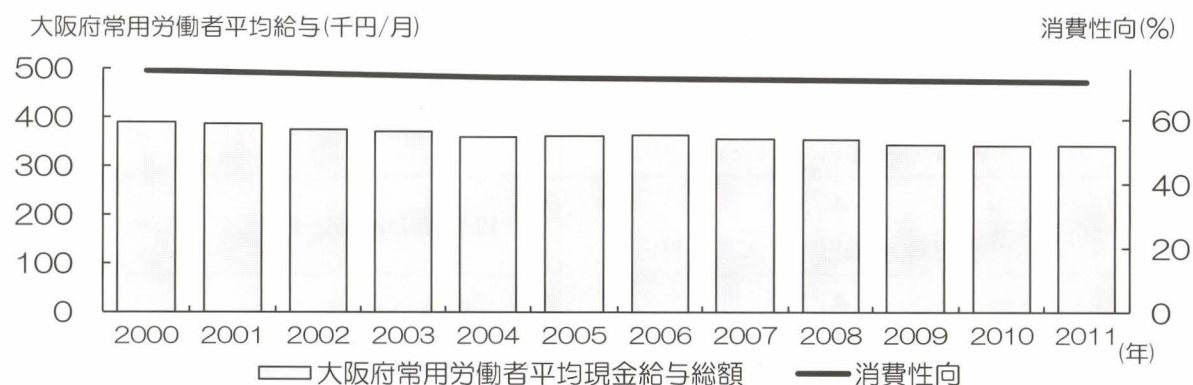
(出所) 日本政策投資銀行『大阪における百貨店業界の展望』より作成

図表 1-23 大阪市内主要ターミナル駅の乗降者数推移



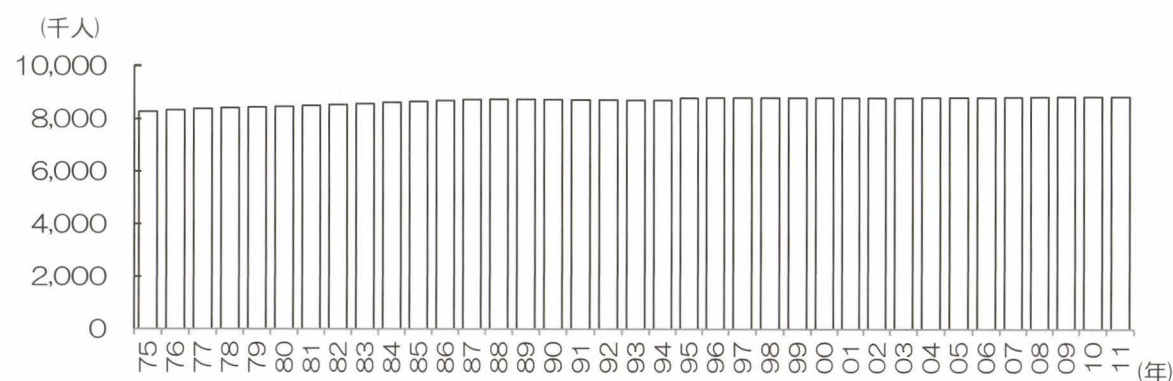
(出所) 大阪府『大阪府統計年鑑』より作成

図表 1-24 大阪府内常用労働者平均現金給与及び消費性向の推移



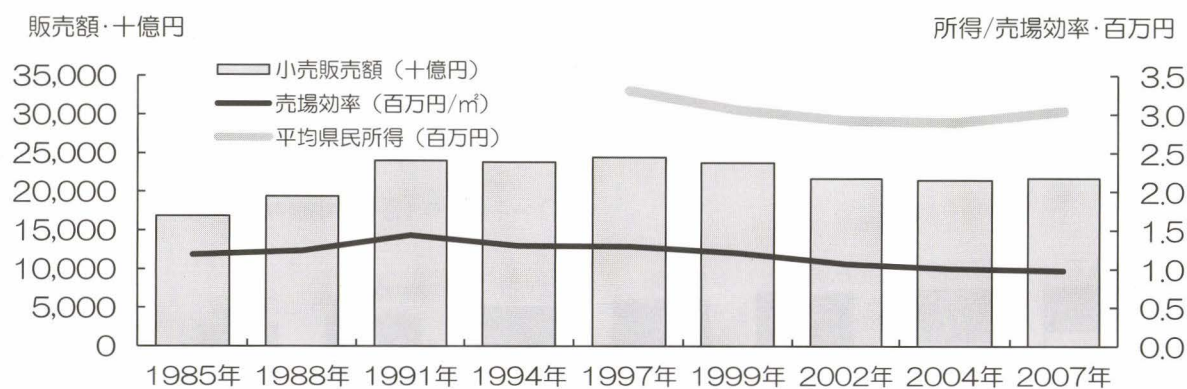
(出所)厚生労働省『毎月勤労統計調査』、総務省『社会生活統計指標』より作成。消費性向は消費支出÷可処分所得。

図表 1-25 大阪府の人口推移



(出所)大阪府『大阪府の推計人口』より作成

図表 1-26 関西2府4県の小売販売額、売場効率、及び平均県民所得推移



(出所)経済産業省『商業統計』等より作成

ちなみに、試算では、こうした百貨店の増床の結果、大阪圏内のパイの奪い合いが起これ、さらなる売場効率の低下につながるとみられている【図表 1-27】。

図表 1-27 大阪主要ターミナル駅周辺エリアの予測売上高及び売場効率試算

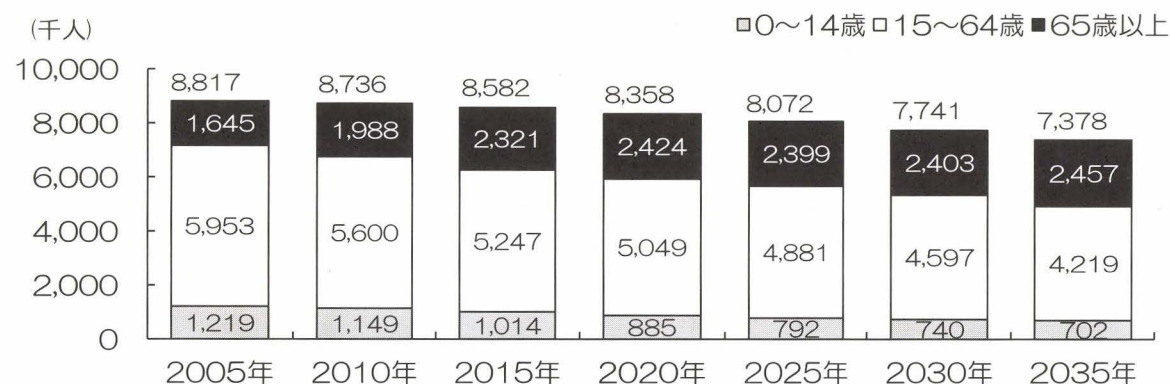
地区名	地区別売上高増減率 (2011 年度→2014 年度)	地区別売場効率 (2011 年度→2014 年度)
梅田地区	+23.4% (約 4,700 億円→約 5,800 億円)	約 106 万円/㎡→約 107 万円/㎡
難波地区	▲2.6% (約 3,800 億円→約 3,700 億円)	約 155 万円/㎡→約 151 万円/㎡
心斎橋地区	▲2.9% (約 3,400 億円→約 3,300 億円)	約 169 万円/㎡→約 165 万円/㎡
阿倍野地区	+10.7% (約 2,800 億円→約 3,100 億円)	約 101 万円/㎡→約 95 万円/㎡
三宮地区	▲2.7% (約 3,700 億円→約 3,600 億円)	約 121 万円/㎡→約 118 万円/㎡

(出所)日本政策投資銀行『大阪における百貨店業界の展望』より作成

商業施設の売場効率が低下するという事は、それだけ投資効率が悪化することを意味する。現在の大阪における商業投資の中心は、投資主体がもともとの地権者であった鉄道会社による拠点投資であり、今後投資効率が悪化すれば大阪エリアの商業不動産に外部からの投資資金が流入しづらい環境に陥るものと予想される。従って、大阪の商業不動産に資金を呼び込むためには、商圈を広げ、百貨店等商業施設の売場効率の改善を図ることが必須である。商圈を広げるには、①海外からの観光客(特に富裕層)、②百貨店等で買い物をしない若者層、③消費性向が高い高齢者層、を再び大阪市内中心部に呼び込む必要がある。

特に高齢者層は、商業面のみならず、住宅面でも、今後の大阪を考えるうえでキーとなる。大阪府の人口動態を見るに、今後 20 年間で、実際に給与を稼ぐ 15～64 歳の生産年齢人口が絶対数で 103 万人も減少する一方、65 歳以上の高齢者層は 14 万人も増えるの見込まれている【図表 1-28】。このように都市の人口構造は大きく変わると見られ、これがオフィス人口の減少にもつながることで、次で述べるオフィス用不動産投資の分野にも大きな影響を与える。

図表 1-28 大阪府の人口予測

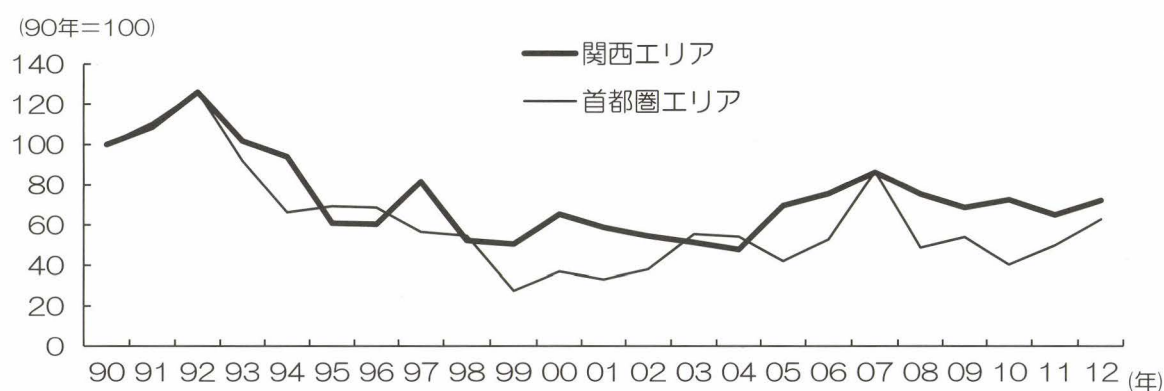


(出所)国立社会保障・人口問題研究所『将来人口中位推計(2010年改定)』より作成

③ オフィス面

大阪のオフィス用不動産へのJ-REITの投資状況は東京に比べて低調である。しかし、関西エリアにおける不動産にかかる設備投資は、東京と比べ、そこまで低調というわけではない【図表 1-29】。これは、商業用不動産と同様、鉄道会社等地元企業が中心となったり、あるいは自治体を中心となって不動産投資が行われてきたためで、いわゆる大阪の内部資金で投資がなされてきたことも大きい。実際、梅田や本町等オフィス街を見ても、新しいオフィスビルが建設されており、相応に最新のオフィスビルは大阪に建設されてきたとも評価できよう。

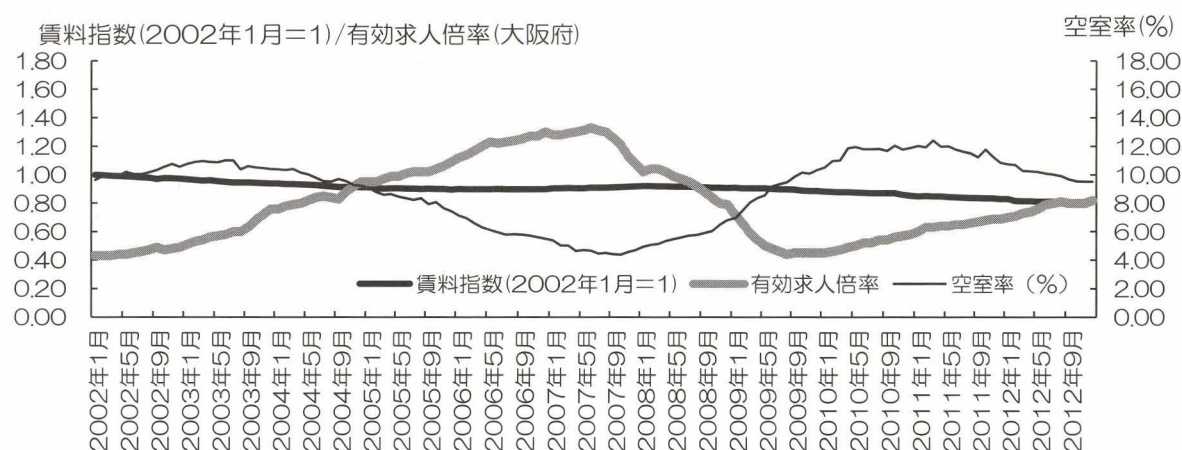
図表 1-29 関西地域の建設業・不動産業の設備投資指数(90年=100)の推移



(出所) 日本政策投資銀行『関西地域設備投資計画調査』より作成

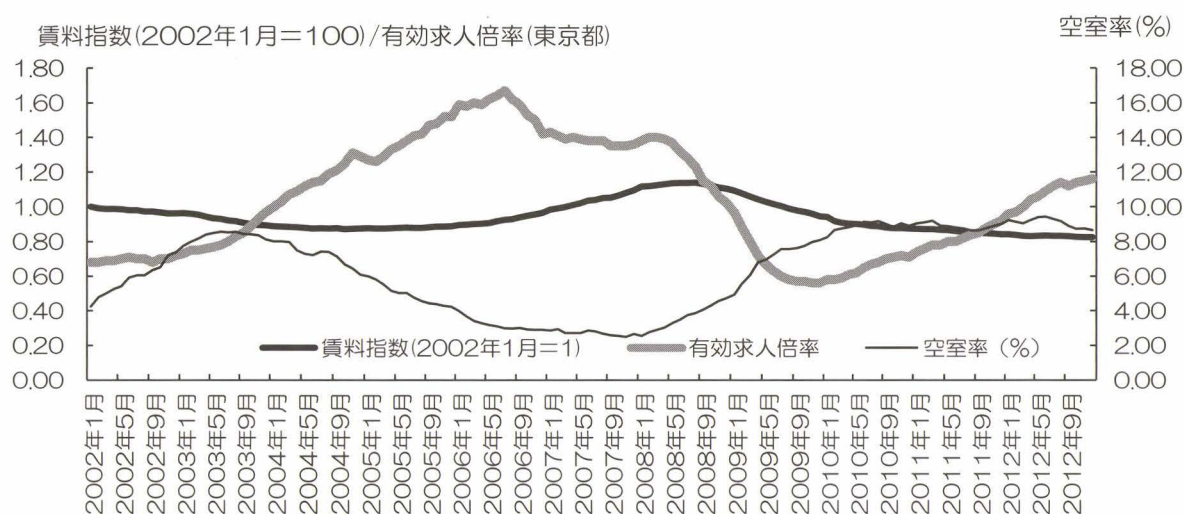
しかしオフィスの賃料動向を見てみると、相応に新オフィスが建設されてはいるものの、賃料指数は漸減傾向にある【図表 1-30】。この傾向は、空室率が低下し供給がタイトになった状態でも、上昇があまりみられない。このため、投資をしようにも、賃料が上昇するという期待がなければ、収益が見込めないことから、なかなか投資をしづらい状況にある。一方、東京は、空室率が低下した場合、賃料指数は上昇している【図表 1-31】。

図表 1-30 大阪ビジネスエリアの賃料指数(2002年1月=100)の推移



(出所) 厚生労働省「一般職業紹介状況」、三鬼商事(株)「オフィスデータ」より作成。なお、賃料指数の対象は、大阪ビジネス地区：梅田地区、南森町地区、淀屋橋・本町地区、船場地区、心斎橋・難波地区、新大阪地区内にある延べ床面積が1,000坪以上の主要賃貸事務所ビル

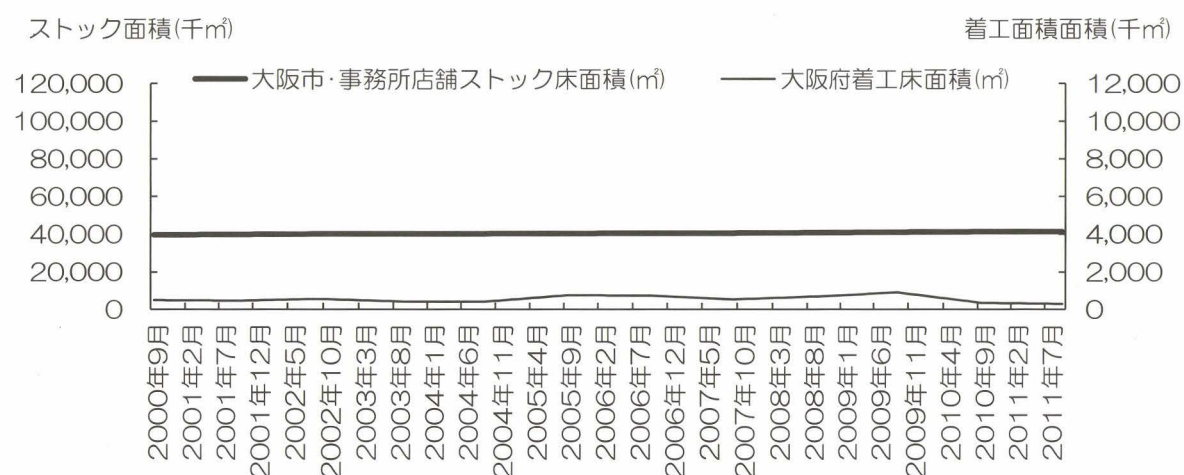
図表 1-31 東京ビジネスエリアの賃料指数(2002年1月=1)の推移



(出所) 厚生労働省「一般職業紹介状況」、三鬼商事(株)「オフィスデータ」より作成。なお、賃料指数の対象は、東京ビジネス地区：千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区内にある基準階面積が100坪以上の主要賃貸事務所ビル

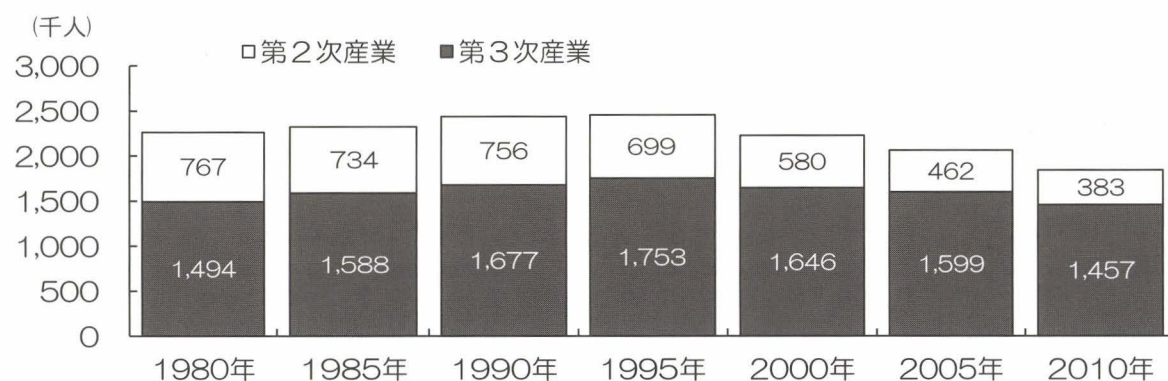
大阪において空室率が下がっても賃料水準が上がらない理由は、需要以上に供給がなされているため、値崩れが起きていることである。近年の大阪市内の事務所・店舗の床面積はさほど増えていない【図表 1-32】とすれば、供給に需要が追いついていないと考えられる。大阪市内で働く従業員数を見ると、1995年をピークに大きく減少傾向にある【図表 1-33】。これは起業数の減少や大阪への拠点移転等の影響でもある。近年、職場環境は改善傾向にあるとはいっても、日本企業の1人あたりの床面積実数は大幅には変わらない【図表 1-34】。従って、需要を増やすのは容易ではない。まずは供給を減らすことで需給バランスをコントロールし、賃料を上昇させるのが手取り早い方策であろう。この場合、新規オフィスの供給をコントロールするのは難しく、また、経済・都市政策の観点からは好ましくない。むしろ、新規オフィスの賃料を価格競争に巻き込んでいると思われる、市内に数多く残っている老朽化したオフィスを市場から退出させる手法が有効ではないだろうか。

図表 1-32 大阪エリアにおける事務所店舗のストック床面積



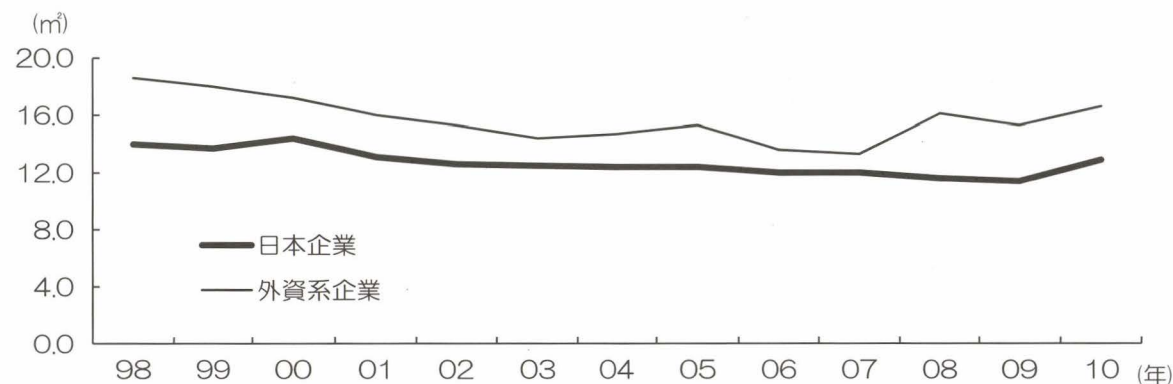
(出所) 総務省『固定資産の価格等の概要調書(家屋)』、国土交通省『建築着工統計調査』より作成

図表 1-33 大阪市内の従業員数の推移(第一次産業除く)



(出所)総務省『国勢調査』より作成

図表 1-34 オフィスワーカー1人あたりの床面積の推移

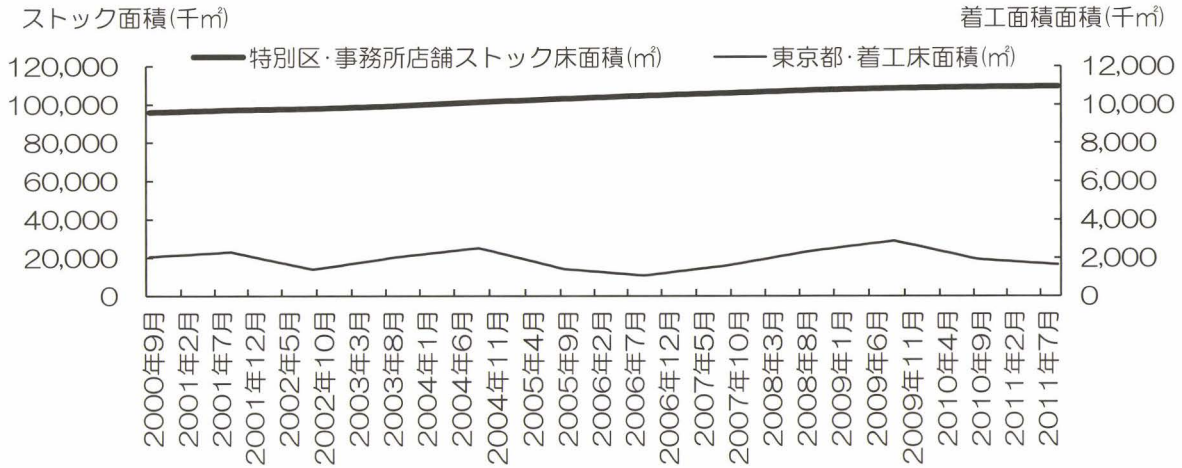


(出所)森トラスト『オフィスワーカー1人当たりの床面積動向調査』より作成

もう1つ大阪の賃料が上がらない理由は、将来的に大阪の需給が逼迫するという期待が無いためである。新産業や新サービスが数多く生まれる、もしくは外資系企業が新たに大阪にオフィスを出す、といった需要増加期待があれば、オフィス需要の逼迫を見込み賃料は値上がりする。現に、東京は、賃料水準の上昇メカニズムが残っているが、ストック床面積は一貫して上昇しており、決して供給を減らしているわけではない【図表 1-35】。需要期待があるからこそ、空室率が低下した場合には、きちんと市場原理が働き賃料が上昇するし、それを見込んで、J-REIT といった投資家も投資をするのである。

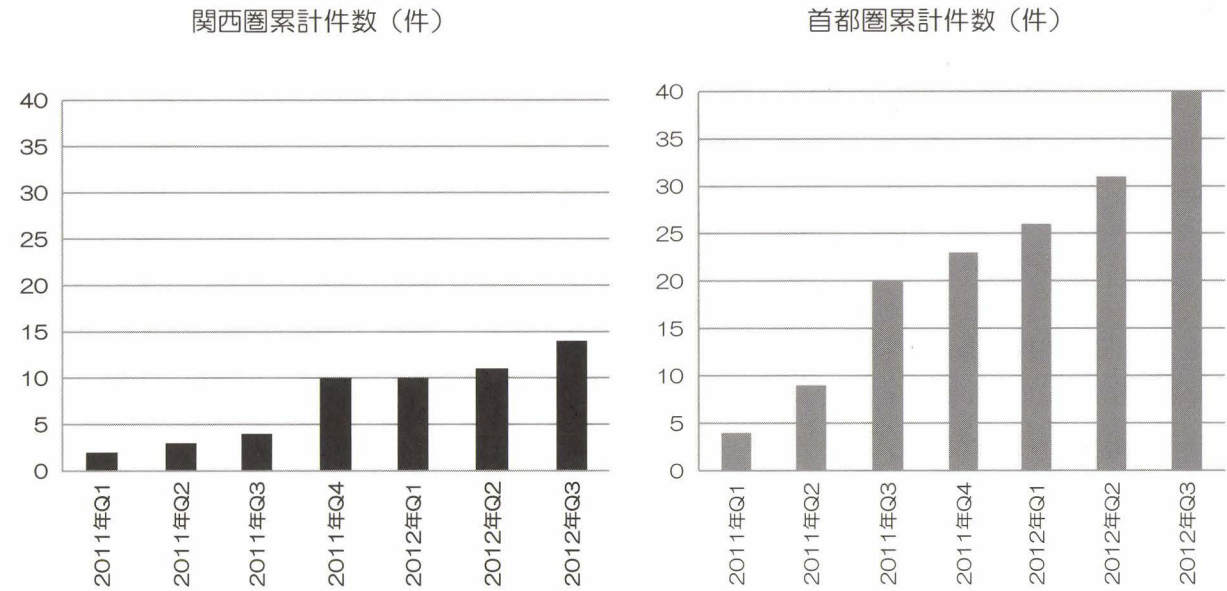
繰り返すが、大阪のオフィスビルは供給過剰とは言えない。むしろ、環境や防災、周辺社会環境に配慮した最新のSクラスと呼ばれるビルは足りないとも言われている【図表 1-36】。問題なのは、Sクラスビルの賃料市場の足を引っ張る老朽化したビルが取り壊されず市内に残っていること、それらビルの格安賃料が市場を壊していること、そして、それらを跳ね返すだけの需要増加期待がないことが、大阪の不動産市場の賃料メカニズムを壊していると考えられる。

図表 1-35 東京エリアにおける事務所店舗のストック床面積



(出所)総務省『固定資産の価格等の概要調書(家屋)』、国土交通省『建築着工統計調査』より作成

図表 1-36 首都圏と関西圏のグリーンビルディング認証建物数の比較



(出所)日本政策投資銀行ホームページより作成

1-3 大阪の現状認識と高いポテンシャル

ここまで不動産投資という側面から、大阪の現状を見てきた。不動産投資市場における大阪の位置づけは、経済規模に比べ低く、外から見ても期待値は低い。現状を改めて整理すると、①住宅面では大阪市内に住みたいと思わせる緑等の魅力、もしくは強制的に住まざるを得ない大学等といった装置・機能が存在しないため、そもそも需要が生まれにくい、という状況ができてしまっている。②商業面では、顧客が減少しているにもかかわらず施設(=床面積)の供給が過剰になされたため、投資効率が著しく落ちている。③オフィス面では、そもそも働く人が減少しているにもかかわらず、床面積のコントロールがなされていないため、賃料の値崩れが起きてしまっている。このため、大阪に対する投資の利回りが低下し続け、不動産投資的観点からは魅力に欠けるエリアとなっており、外部からなかなか資金が流入しづらくなっている。この状況を打破するためには、需要の増加策と、供給のコントロール策による需給環境の改善が必要ではないだろうか。

例えば、需要を生み出すには、内部から新産業・新サービスを生み出す、もしくは、外部からヒトを呼び込む魅力ある都市環境を形成する、ことが必須であり、供給をコントロールするためには、一定の規制、もしくは過剰なストックの削減、が有効であろう。

これらの施策は言うは易く、行うは難しい。外部からヒトを呼び込む都市環境の形成と一口に言っても、大阪は外から見て住みたい、もしくは観光したい、買い物をしたい、という街とは言いがたい状況である。住民が生み出す生活文化の発露は弱く、観光をしようにも歩いて魅力的な街とは言いがたい。また、買い物をしようにも梅田等一部を中心に商業施設が新設されているものの、「点」の動きにとどまり、エリア全体での売上増加にはつながっておらず、売場効率は悪化している。こうしたことに加え、都心部の緑・親水性の低さから、街にブランド感がなく、働いていて楽しい街とも言いがたく、企業の立地を呼び込めていない。また、外資系企業や金融系企業といった立地が少ないという起業環境の悪さからも、新産業・新サービスを生み出しにくい魅力のない街となっている。

逆に言えば、これらを克服するような施策が、今後の大阪の魅力向上に資するのではないだろうか。大阪の魅力は、主にその経済的ポテンシャルの高さにある。高い域内総生産もさることながら、先進国で4番目の人口集中地帯である【図表 1-37】。しかも、購買力が高く、高度なインフラも整備が済んでいる地域である。つまり、本来であれば新たなサービスをマーケットメイクできる素地が高い地域とも言える。

経済面以外にも大阪にはヒト・モノ・カネを呼び込めるポテンシャルがある。その一つが豊かな歴史や文化である。たとえば、大阪は難波宮という我が国最古の都が置かれた場所であり、歴史的価値は高い。また、上方芸能に代表されるように、本来優雅な文化も育ってきた環境でもある。船場等大阪の歴史や文化を感じさせる街もあり、歴史的文化的という面では、海外に発信できる十分な素地はある。海外における「大阪」という認知度の高さを活かし、この歴史や文化を海外に向けてもっと発信できるはずである【図表 1-38】。

また、関西国際空港が遠く、それを理由として競争力が低いと言われているが、きちんと数字で比較すれば、都市部への時間的距離は他の海外空港と比べても近く、海外旅行者からのアクセスは相対的に良いことがわかる【図表 1-39】。

図表 1-37 世界の都市圏人口ランキング（2009 年）



地域	割合 (%)
大阪	68.7
京都	64.0
神戸	56.0
奈良	36.1
(参考) 関西	35.7

図表 1-39 国際主要都市と近接する国際空港との間のおおよそのアクセス時間（2013 年）



2. 求められる都市政策

2-1 これまでの大阪の開発の歴史

大阪の都市開発の歴史をひもとけば、必ず関一市長(1873-1935 年)が語られる。一般には御堂筋の拡張や地下鉄整備等で知られるが、その都市開発哲学の中心にあったのは「住み心地良き都市」をスローガンに掲げたように住宅環境改善であった。当時の大阪は繊維業で成功した一大工業都市であり、「東洋のマンチェスター」とも言われ、多数の工場労働者が都市部に流入し、住宅環境は悪化の一途をたどっていった。それ故、都市のスプロール化を防ぐべく、将来的には用途規制等を含む英国的都市計画法の導入を目指して、大大阪という都市境界を設定し、計画的な住宅整備がなされた都市を目指したのである。関氏が提案中によく使用していた言葉が、この英国的都市計画法で用いられていた「タウンプランニング」である。都市の環境改善には一定のルールづくりが必須と考えたのであろう。

では、戦後の大阪の開発はどうだったのだろうか。空襲により焦土と化していた大阪は、湾岸部に重化学工業の工場が建ち並び始めるとともに、多くの工場労働者が再び大阪に流入してきて、再度住宅不足の解消が都市計画の中心となった。当時の街の中心部は、大阪駅前に闇市が形成される等、都市計画による街区整備ができない状況であり、必然的に都市開発といえば、まずは郊外での住宅整備が中心となった【図表 2-1】。結果論にはなるが、ビジネスの観点から大阪を国際競争力のある都市にしよう、という動きは都市開発上の観点からは抜け落ちていたのである。それでもまだ高度経済成長期であり、人口流入が続いていたことから問題は表層化せず、1964 年の工場等制限法の運用により、むしろ大阪市内から大学を転出させる、という政策がとられていた。その後、高度経済成長期が終了すると、公共による湾岸エリアでの都市開発が大阪の開発プロジェクトの中心となり、ここでも、大阪市内、特にビジネスエリアでの大型都市開発はほとんど行われなかった。当時は、鉄道会社等が所有する民有地である大阪市内のターミナル周辺地に公共の資金を投入して都市開発を行って良いのか、という議論がなされていた。このことが結果として都市部の開発を後回しにし、大阪市、特にターミナル駅を中心とした街中の整備が 2000 年以降になるまで遅れてしまい、都市としての魅力の低下を招いたと言える。2000 年以降になると、一転して、大阪は東京以上の大幅な容積率緩和を行い、機能的な高層ビルが次々と建設されたが、面で大阪エリアを捉えた総合的な開発理念が存在しなかったため、需要を考えない無秩序な高層ビル群が形成された。その結果、都市としてのスカイラインが崩れ、かつ、エリア内でのパイの奪い合いとなり、全体でみれば賃料水準が低下するという合成の誤謬が生じることになった【図表 2-2】。

図表 2-1 大阪エリアの大型開発プロジェクト

着工年	プロジェクト	主体
1960 年代	千里ニュータウン開発	大阪府
	泉北ニュータウン開発	大阪府
1970～80 年代	大阪ビジネスパーク開発	民間
1980～90 年代	関西国際空港及びびりんくうタウン	大阪府
	テクノポート大阪計画（ATC、WTC）	大阪市
2010 年代	梅田北ヤード開発	民間

(出所) 各種資料より作成

図表 2-2 大阪の主な都市開発史

年代	主な出来事	開発内容
明治	「東洋のマンチェスター」時代	・市街地周辺に紡績工場が次々と建つようになり、紡績産業の中心地に ・明治 21 年市町村制実施により大阪市が成立
大正	「大大阪」時代 池上市長・関市長のよる タウンプランニング	・都心の街路の拡幅と新設、橋梁の改築・新築(1937 年御堂筋建設)、計画的な住宅整備 ・地下鉄の建設、大阪商科大学の建設、大阪城天守閣の復興、大阪市中央卸売市場の建設 ・1925 年、第二次市域拡張により、日本一の市域と日本一(世界第 6 位)の人口に
戦時下	「大大阪」の消失	・1944 年末より敗戦前日まで数十回の空襲を受け、大大阪の姿は焦土と化した(大阪市域の 27%が罹災)
復興期 高度経済 成長期 昭和後期 平成	大阪府と大阪市による 大型開発 (住宅中心)	・戦後の復興から高度経済成長期に転じたころから、大阪府と大阪市の政策範囲が分離 ・1960 年大阪市「十大放射、三環状線道路計画」(千里ニュータウン開発、堺・臨海工業地帯開発) ・1964 年「工場等制限法」により、大学等を郊外へ移転 ・大阪万博開催。御堂筋線の延長、堺筋線と阪急千里線の乗り入れ等地下鉄網の発達 ・ベッドタウン開発による、職住の分離。過密な都心間交通。アクセスが不便な臨海部工業地帯の環境低下 ・1987 年関西国際空港着工、大阪府「りんくうタウン構想」 ・大阪湾南岸エリア開発。大阪市「テクノポート大阪構想」 ・2010 年代民間による「大阪北ヤード開発」

(出所) 各種資料より作成

2-2 世界の都市政策の新潮流

大阪の都市開発政策は、郊外住宅もしくは湾岸エリアの開発が中心であり、インナーエリアの開発は最近まで後回しにされていた。また、手法も公共セクターによるインフラ整備が中心であった。

最近の都市政策の潮流を見ると【図表 2-3】、近代都市計画に大きな影響を及ぼしたのは、ハワードによる「田園都市構想」と、コルビジェの「輝く都市」である。「田園都市構想」は、都市の周辺部に緑・農地を配置することで良好な都市環境をつくる、というものであるが、日本においてこの構想が参考にされたのは、膨張する大都市の周辺に小規模な田園都市を配置し、それらを鉄道ネットワークでつなげ多極分散型都市構造をつくる、という考えである。この考えがニュータウン開発の礎となっている。この構想が発表された 1900 年頃の欧州の都市は産業革命による公害、人口の急増による住宅環境の悪化と都市のスプロール化という問題に悩まされていた時期であり、まさに戦後の大阪と同じであった。コルビジェの「輝く都市」は、1930 年代以降に提唱された概念で、都市の高層化をはかり、職・住・商等のエリア分離を徹底させる等で都市の機能性を純化、空いたスペースには広い道路を通すことで、混雑性という都市問題の解決を図らんとしたもので、今でも都市部におけるエリア開発思想の根底に流れている。

こうした考えは、都市が成長過程にあり過密な人口を効率よく処理しなければならない時代、それにより発生する環境問題の解決が技術上困難であった時期には有効であった。しかし、成熟化した現代の都市政策論とはズレが生じてきているのではないだろうか。これらのアンチテーゼとして注目を集めたのが、1960 年代にジェイコブスが提唱した「都市論」である。都市の多機能化・コンパクト化や、街区を小さくすることであえて混在をつくり活気を生み出す、等といったもので、後の「コンパクトシティ」にもつながる概念である。

また、1980 年代に入ると、欧州を中心に、「エンタープライズゾーン」の設置や PFI 等といった、市場主義と都市戦略を結びつけた都市経営という発想がでてきている。その考えは、公的セクターから介入された都市開発ではなく、ボトムアップ型のシステムアプローチで都市環境の改善を図るべき、というものである。さらには、1990 年代になると、環境面から都市の持続的発展を提唱する「サステイナブルシティ」概念が欧州で登場している。これらの概念とジェイコブスの発想が組み合わせり、2000 年に入ると「創造都市」という新たな都市政策の考えが急速に広まっていった。「創造都市」とは、創造階級が中心部に多数居住し、それらが新たな文化や新産業・新サービスを生み出し、それが都市の活力を生み出すことこそ都市の強さである、という考えである。

以上、都市論の潮流を大まかに見てきたが、これまでの大阪の都市開発は、人口増加時代の都市論によったものではなかっただろうか。その時代は確かに良かったが、現在の成熟化社会を受けて、多少、根拠とする都市政策を軌道修正する必要がでてきているのではないか。すわなち、対象とする場所は郊外ではなく都市中心部、目指す都市の姿は機能分化よりも多機能化を、手法としてはインフラ整備よりもシステムアプローチを、という発想である。これからの大阪の開発を考える上では、こういった発想に基づいた手法が重要となる。

図表 2-3 最近の都市政策論

名称	提唱者	
田園都市構想	ハワード	・都市の人口急増による住宅環境悪化とスプロール化に対し提唱されたもの ・都市の中に田園を取り入れ、都市と田園の利点を合わせた都市を創る構想。中規模な田園都市をいくつか創り、鉄道ネットワークでつなげ、大都市のスプロール化阻止をねらった ・ニュータウン構想の礎になった
輝く都市	コルビジェ	・都市の人口過密に対し提唱されたもの ・都市の機能を分化させ、高層ビルを建設してオープンスペースを確保し、自動車道路と歩道を分離することで混雑の緩和をねらった
都市論	ジェイコブス	・機能別に分けすぎた都市創造による課題に対し提唱されたもの ・都市に多様性のある機能を取り入れ、あえて混在をつくり活気を生み出す構想 ・主要機能を2つないしは3つ以上持ち、様々な目的の人が共同で使用できる施設があり、歩いて都市の多様な面に触れられる賑わいのある都市を目指した
コンパクトシティ	ー	・都市を多様化し、それぞれを有機的に連携させることで地域の価値向上をめざすもの ・徒歩による移動性確保、都市機能の混合化(職住近接・建物の混合)、建物の中高層等都市の過密化による環境配慮 ・郊外に立地している大学や病院を都心に設置
サステナブルシティ	ー	・環境面から都市の持続的発展を目指す構想
創造都市	ジェイコブス ランドリー ピアンキーニ	・ジェイコブスの「都市論」が発展したもの ・都市が文化と産業における創造性に富み、脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システムを備える構想 ・今までの産業経済が中心であった都市に対して、芸術文化を取り入れることで創造的な都市を目指した ・特にクリエイティブな人材が都心に存在することが、その都市を活性化させると提唱した

(出所) 各種資料より作成

2-3 最近の大阪の都市政策提言

都市政策の新潮流を受けてか、最近の大阪の都市政策にかかる提言も、従来型の単にインフラを整備するというアプローチではなく、生活や文化をキーワードに来街者を増やす魅力ある空間を整備することで、国際競争力を高めようとする提言が多い【図表 2-4】。

図表 2-4 最近の大阪にかかる主な都市政策提言

提言団体	提言集	提言内容	発表年
関西経済同友会	「生活首都大阪」の構築に向けて	・都市住民、来街者が高質で多様な都市生活を享受できる都市機能や都市文化の充実を図る ・例えば、都市におけるアミューズメント・エンタテインメント機能や自然、都心商業の強化、戦略的に都心住宅を整備して居住による都心活性化を促進する等	2001 年
大阪商工会議所	千客万来都市 OSAKA プラン	・環境・新エネルギー、水・インフラ、ライフサイエンス、ツーリズム等といった分野での産業振興、②魅力的なまちづくり、等に取り組み、アジアを中心とした新興国の成長を取り込む ・そのうえで、大阪への人や企業のインバウンド、及びアウトバウンドの増大を目指す	2010 年
関西経済連合会	大梅田グランドデザイン研究会報告書	・京阪神の交流拠点として梅田を位置づけ、人を集める機能（大学・研究施設等）を集積させる等のビジョンが重要	2010 年
関西経済連合会	リージョン・コアのまちづくり推進に向けて	・リージョンコア(都心)こそ都市の国際競争力強化の核であるにとらえ、企業の参加による都心整備を図る。 ・具体的には、BID 制度の導入により、企業参加によるまちづくりを実現する	2012 年
大阪府市統合本部	グランドデザイン・大阪	・多様な価値を創造する、魅力を備えた都市空間を整備する ・多様な人材が集積し、便利で快適な都市でもって、国際競争に打ち勝つべきである	2012 年

(出所) 各種資料より作成

3. 今後の大大阪の発展に向けて

3-1 提言に向けた考え方

これまで1章においては、不動産投資市場の観点から、大阪の抱える現状を俯瞰してきた。残念ながら、国際的な不動産投資市場においては大阪は魅力的に映っておらず、GRP（域内総生産）で大阪よりも低いシンガポール等の後塵を拝している。

住宅面では、大阪は都心部に居住者が少ない。特に高額所得層が都心部にあまり住んでおらず、大学といった若者を集める装置も存在していない。故に、住んでみたい、又は歩いてみたい、という街文化の空気が希薄になっているのではないかと、この問題点を挙げた。この問題を解消するには、大学や緑を都心部に配置し住環境を向上させる等、「都心部に住みたい」という需要を創り出す仕掛けが必要ではないだろうか。

商業面では、現在の大阪は都心部での商業施設の新設ラッシュが続いているものの、需要が供給についていけず売場効率が大幅に低下し、投資先としては魅力が少ないことを述べた。売場面積が増加しても、限定された商圈内でのゼロサムゲームに過ぎないのであれば、高齢者や若者を都心部に呼び込む、あるいは、外国人を大阪に呼ぶことで商圈拡大を図るべきであろう。

オフィス用不動産分野については、大阪は社会環境に配慮した高性能なビルの供給が多いにもかかわらず、オフィス賃料は低下の一途をたどっている。大阪で新産業・新サービスが生み出されるという期待値が低くなっており、将来のオフィス需要が弱含みであること、一方で老朽化したビルが市場から退出せずに残っており、それらのダンピング賃料が賃料市場の値崩れを生み出していること、の弊害を挙げた。そう考えると、今大阪に必要なのは、①需要面においては、新産業・新サービスを生み出す期待を高めたり、外部からヒトを呼び込む都市環境を形成させ、大阪自体を魅力ある街へと変化させる仕掛け、②過剰なストックの削減や、一定の供給時のルールづくり等によるハード面の需給コントロールあるいは需給リバランス、の2つのアプローチが必要であろう。

2章においては、様々な都市政策を俯瞰し、最近の都市開発においては郊外を中心とするインフラアプローチではなく、都心部においてヒトの交流や賑わいを創り出して街の魅力を向上させようというシステムアプローチが主流となっているようだ、ということ述べた。

以上を勘案すれば、当大大阪委員会においては、大大阪の範囲をまずは大阪の都心部に限定して、都心エリアにおいて、外部から働くヒト、住むヒト、観光するヒト、買い物するヒトを呼び込む等需要を増加させる仕掛けと、値崩れを防ぐための供給をコントロールする仕組みについて、具体的な提言を考えていくこととした。目標は、最終的には、大阪を外から見て魅力ある都市へと変貌させることである。

こうしたことを踏まえ、具体的に大阪に必要な政策を以下で提言したい。

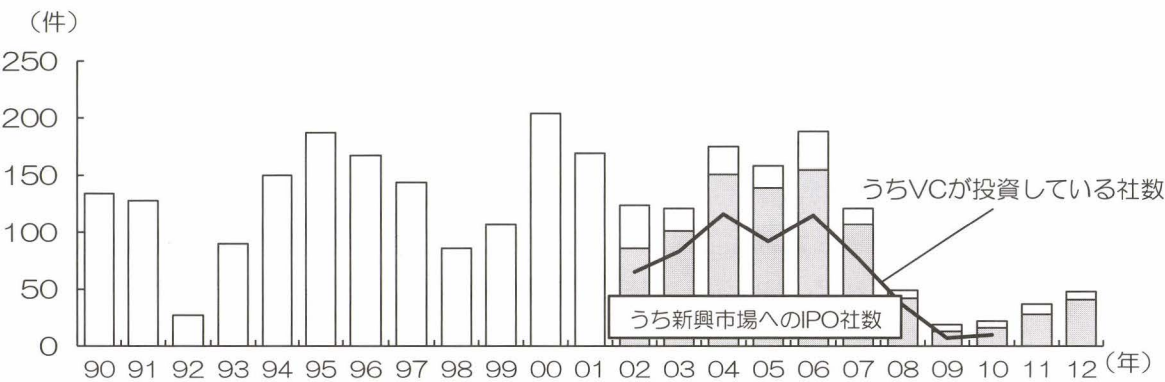
3-2 大阪の発展に向けた提言① 需要を増やすためのアプローチ

(1)新産業・新サービスを増やすための施策

大阪自体が外から見て新産業・新サービスが生まれやすい商機がある街と見られれば、企業数が増加し、就業者が増え、不動産需要も伸びると期待される。商機があると思えば、人々も自然にやってくるため、需要が増えるからである。ではどうしたら良いだろうか。

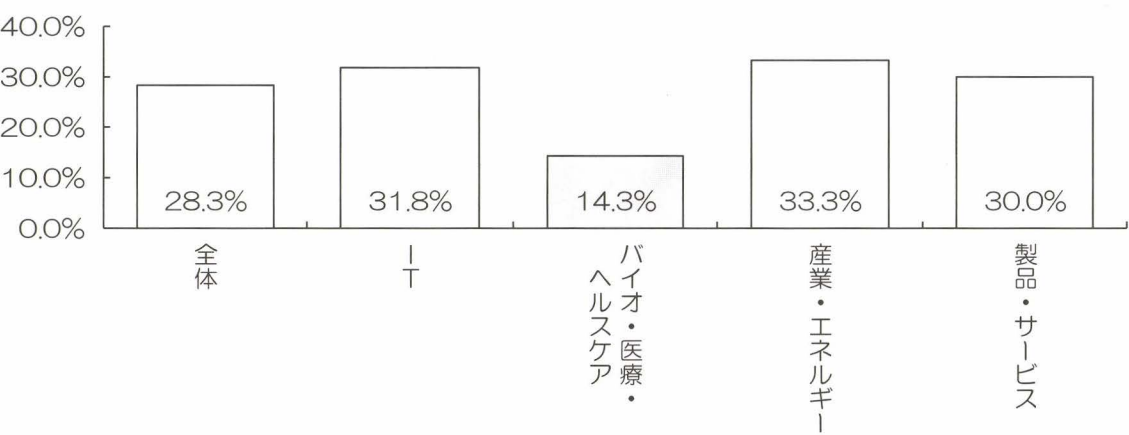
現状の市場環境を見るに、起業しても IPO の確率は非常に低く、地域用のファンドを組成しても、なかなか採算ラインには乗りづらい【図表 3-1】。特に関西が注目をしているバイオ分野に関しては、同分野への投資が成功する確率は低い状況にある【図表 3-2】。

図表 3-1 日本の株式公開社数の推移



(出所) あずさ監査法人ホームページ及び(財)ベンチャーエンタープライズセンター『ベンチャー白書』より作成

図表 3-2 各業種で IRR（投資収益率）がプラスとなった（≒儲かった）ファンドの割合（2010 年度）



(出所) (財)ベンチャーエンタープライズセンター『ベンチャーキャピタル・ファンド等ベンチマーク調査』

新産業や新サービスを起業する上で好ましいのは、ファンド組成といった投資マネー自体の存在もさることながら、まずは事業を行うにあたり金融機関、監査法人、弁護士・会計士、不動産会社といった周辺事業者によるサポート体制が充実していることであるという声がある。お金を出す以前に、まずは取引先をつないだり、マネジメントを支援するといったこれら周辺事業者によるサポートは、ベンチャー企業が成長する上で不可欠である。これは、外資系企業の誘致を考えても同様であり、誘致のための単発の補助金や税制免除施策よりも、まずは周囲に英語が通用するオフィス環境が整備されている、家族が住むための外国人専門の不動産会社が存在する、といったことが必要である。そのような環境があれば、企業は自然とその地に進出しようとするだろう。従って、ここでは、新産業・新サービス自体にお金を投入する施策よりも、まずは新産業・新サービスをサポートする企業を大阪都心部に呼び込むための施策を実現すべきであると考ええる。

具体的には、金融機関(VC、ファンド等)、監査法人、弁護士・会計士、不動産会社等の人間で、新産業・新サービスの支援に携わる人々向けの会員制サロンを都心部(うめきた等)に設置することが挙げられる。彼らに無償でサロンを開放することで、起業したい人がそこに集まれば、何らかのつながりをもてるという期待が生まれる状況を作りだせるだろう。サロンの運営費については、運営をNPO法人による非営利事業として認定し、法改正が必要ではあるが、運営費見合い分のタックスクレジット(第三者に移転可能な税額控除の擬似的権利)を自治体が発行し、そのタックスクレジットをNPO法人が第三者に転売することで捻出するという方法が一例として考えられる。自治体としてもすぐの現金拠出が不要である。このような新しいスキームを構築すれば、NPO法人は経済団体等が主体となつての設置が可能であろう。

また、仮にそうしたサロンを設置できたとしても、肝心の起業支援者が大阪に来てくれないと全く意味がない。よって、そのサロンでの飲食費、会議室使用費等については無償でサポート産業のメンバーに開放すれば、彼らが大阪に出張で来る際の拠点となり得るだろう。大切なのは、起業を支援するための主要な周辺メンバーが大阪に絶えず集まっている状況を作り出すことであり、メンバー選定さえ間違わなければ、そうしたサロン自体がインキュベーション機能を持ち始めるものと思料する。当然、かかる施策には、メンバー数等の具体的な数値目標を決め、効果の測定をしていき、タックスクレジットを付与するのが妥当かどうかを絶えずチェックしていくことが大事であるのは言うまでも無い。

【提言】新産業・新サービスを増やすための施策

- ・ 起業を支援する能力を有する金融機関(VC、ファンド等)、監査法人、弁護士・会計士等のメンバーに対する会員制のサロンを都心部へ設置。そこでの飲食・会議室等は無償でメンバーに提供。
- ・ 運営はNPO法人による非営利事業として認定し、運営費用見合いのタックスクレジット(第三者に移転可能な税額控除の擬似的権利。法改正が必要)を自治体が発行する等、新しいスキームを構築することにより、当該NPO運営費を捻出。

(2) 住むヒトを増やすための施策

大阪市内では空き家率が上昇傾向にあり、オフィスビルも需要不足である一方で、住民の、特に高所得者層の都心居住が一向に進まない、という状況がある。従って、このギャップを埋めるために、まずは大阪に住んでみたいと思わせるような、大阪のブランド価値を高める戦略と、実際に住んでもらうためのハード整備が必要である。

住環境を整えるためには、緑と親水公園、そして大学・図書館・美術館といった文教施設の設置と、それら施設の点と点をつなぐための動線整備が必要である。それら施設を新たに整備するのは大変であるが、既存のそうした施設をつなぐための動線を整備するのはそれほどコストがかからないだろう。魅力ある都市とは来訪者もしくは住居者が「思わず歩きたくなる都市」であり、そうした施設間を歩けるようにするだけで、面的な広がりが出てくる。歩いている途中にカフェ等が設置されていると更に好ましいだろう。

例えば、カフェやハザードについての道路使用に関する許認可の規制を緩くする一方で、都市景観を阻害するような道路の立て看板、のぼり広告を道路に出すことについては厳格に使用制限を行うことで、都市環境を良くすることが考えられる。放置自転車、路上駐車等を厳格に取り締まることにより得た罰金を目的税化し、これらの道路におけるハザードの整備に使えば如何だろうか。

また、高所得者層もしくはクリエイティブ産業に従事する人を都心に呼び込むためには、高層住居ではなく、一般的に彼らが好む中低層住居をつくることが重要である。この市場環境下にあって新規に土地を取得し、中低層住居を都心部に新設する投資家は少ないだろう。従って、都心部に数多く残っている空室率の高い中高層オフィスの住宅へのコンバージョン(用途転換)を促進させることを提言したい。これであれば、過剰供給と見込まれるオフィス用不動産の供給を減らすこともできる。促進のためには、建築事務所の紹介といったレベルの政策ではなく、例えば、大阪都心部でのコンバージョン住宅取得における税制優遇策の実現、用途変更許認可(例えば一定ルールの下、当該エリアにおけるコンバージョンにかかる用途変更は原則認可を前提)、住居に転用する場合に採光、廊下設置、階段設置、空地設置等種々の法的遵守義務は現状並みの居住性を確保しつつ緩和すること、が必要である。住宅にコンバージョンすること自体が良好な街作りに資するものであり、住宅単体で考える場合の様々な法規制はこの際大幅に緩和すべきであろう。これらは原則国による税制・規制の変更が必要であるが、これこそ特区で実現してはどうだろうか。

最後に、緑、親水公園といった、それ自体は収益を生まないが外部に経済効果をもたらす施設は、自発的に整備をする主体が現れにくい。例えば寄付をとりまとめ、寄付者の意向に応じて配分する機能を持つコミュニティ財団を経済団体等で設置し、同財団にそうした外部経済施設の運営を任せることが考えられる。または、北米のBID(Business Improved Districts)のように、経済効果を得ている周囲の不動産所有者に対して、固定資産税や都市計画税に一定の金額を上乗せする形で、その資金でもって整備費を捻出してはどうだろうか。BID導入は自治体の徴税権を利用する仕組みであるので、まずは特区構想によって柔軟に制度導入を図ることが好ましいだろう。もちろん、BID参加者の不動産価値の上昇がみられない場合は、中止の判断もあり得るという、サンセット条項付きで導入することが望ましい。これにより、大阪に効果的に緑、親水公園を配置することを目指すべきである。

【提言】住むヒトを増やすための施策

- ・ 特区構想等による、都心部の老朽中低層オフィスビルの住居へのコンバージョン促進のための、用途変更認可及び現状並の居住性を確保した上での各種住居用法規制（採光・廊下規制）の緩和。
- ・ 緑・親水公園等の整備のために、コミュニティ財団やBID導入による運営の仕組みづくりを実現するための法整備実施
- ・ 自治体による道路におけるカフェ等の使用制限の緩和と路上の立て看板やのぼり広告に関する規制強化のセット導入

(3) 訪問するヒト(買い物・観光等)を増やすための施策

観光客の成熟化に伴い、点在するその地域の名所・旧跡を見学する旅行は飽きられており、むしろその地域で古くから形成された街文化を体験する旅行が好まれている。そう考えると、まずは都心に居住者を増やすことが、大阪の失われた街文化を再形成しその街の賑わいを創出することにつながり、ひいては域外から観光客を呼び込むことにつながるのではないだろうか。その際大切となるのは、域外に浸透している、大阪の「安い、食い倒れ、猥雑性」といった画一的かつ安易なイメージをできるだけ排除することである。大阪という都市のブランドマネジメントを考えれば、こうしたアジア的混沌だけでは都市の魅力を高めるにはいたらず、むしろ、安い、猥雑性といった文化は、国内地方都市における郊外型ロードサイドや、アジア各国に既に存在してしまっており、差別化が難しくなっている。むしろ安っぽいという大阪のイメージを浸透させるだけで、成熟化した観光客が大阪に来たいというインセンティブが働かない状況に陥っているのではないだろうか。この状況を打開するために、整備された広い道路が走り、モダンレトロな建物が数多く残っている「美しい街・大阪」のイメージを外に売り出していく必要があろう。そのためには、市及び在阪企業による日常からの個別のシティプロモーションが大切となり、極端にデフォルメされたこれまでの大阪の姿を特徴づけたPR方法はできるだけ避け、デザイン概念を都市経営、企業経営に取り入れることで、見る者に高付加価値感を与えていくべきであろう。

次に買い物客であるが、大阪が日本一の百貨店集積地帯であるということを活かし、百貨店を観光地としてPRしていけばどうだろうか。外から大阪に来る客にとって百貨店集積地帯を周遊しようと思った際、まず弊害となることは、鉄道各社間の乗り換え表示もしくは駅名表示である。キタ、ミナミといった地名もさることながら、大阪と梅田の違い、天王寺と阿倍野の違い、地下鉄駅からの乗り換え等、大阪になじみのない人にとっては非常にわかりづらい表示がある。これら表示について、観光客の視点からもう一度見直し、サイネージ(看板)の大幅な追加を行ってはどうか。もちろん、鉄道各社にはサイネージを追加する費用を負担するインセンティブがないことから(他社の利用を促進しかねない)、これこそ、観光客が数多く来訪すれば地域経済が潤うというメリットを有する自治体が費用を負担すべきで、一定程度の強制力をもった協力要請と、統一的なデザインでもって、案内表示を設置していくべきである。

買い物、観光以外でも大阪都心部への来街者を増やす方法として、学校という手法がある。大型の大学キャンパスを都心部に設置すれば学生が周辺に住むこととなるため、居住者を増やす方策として大変望ましいが、実現にはハードルが高い。だとすれば、高齢者層の増加に対応すべく、既存の都心部の小学校跡地等空いている公共空間に高齢者層向けのコミュニティカレッジを設置する等して、時間に余裕

のある高齢者を都心に呼び込むべきであろう。特に、リタイア直後の年齢層をターゲットにすることで、リタイア後の起業を促進するような人脈形成の場になる可能性もあると考えられる。

【提言】 訪問するヒト（観光客・買い物客）を増やすための施策

- ・ 百貨店を観光地として活用すべく、鉄道各社間の乗り換え表示を容易にする。具体的には、最大の受益者である自治体の負担による、鉄道各社の主要ターミナルにおける各社同士の乗り換え案内等サインージ(看板)の強制整備とデザイン統一。
- ・ 自治体・企業が自発的に、大阪の「安い、食い倒れ、猥雑性」といった安易な旧来型のイメージに頼らないPR手法を取り入れることで、大阪のブランド価値を高める。
- ・ 小学校跡地等公共空間に高齢者向けのコミュニティカレッジの設置。

3-3 大阪の発展に向けた提言② 供給をコントロールするためのアプローチ

(1) 不動産市場の値崩れを防ぐための施策

大阪の不動産は、需要の急速な減少に対し、供給されたストックが減っておらず、かつ需要増加期待がないために賃料の値崩れが起きていると思われる。そのため、新産業・新サービスの育成や来街者を増やす、といった需要増加策が必要であるが、それらを達成するまでの間にまずは不要なストックを削減することで、需給をコントロールし、賃料価格を適正価格に戻す必要があるだろう。

では、不要なストックたる老朽化した建物を選定するにはどうしたら良いだろうか。レストラン等にあるように、第三者あるいは市場参加者から見て公平で客観的な建物スペック情報に基づく格付が建物になされることが考えられる。建物に格付がなされれば、各格付階層毎に建物賃貸借市場が細かくセグメント化されることとなり、同一市場において老朽化ビルとSクラスビルが賃料競争で比較されることもなくなり、Sクラスビルの賃料の不当な値崩れが起きにくくなる。格付機関は、公費で自治体が行えば一定の公平性が担保され、かつ、新たなビジネスにもつながるのではないだろうか。

(2) 低価値な床ストックを削減するための施策

こうした施策は私有財産権の侵害等の懸念をはらんでいる。とすれば良いビルだけを評価する、もしくは低価値ビルと評価された場合には経済的メリットを付与する、等でそうした問題をカバーできないだろうか。もちろん、不動産所有者にとっては自社物件が低格付となるのは好ましくない。しかし、老朽化して周囲の景観を壊している建物に対する補助金を導入し、補助金の金額と格付が反比例する制度設計をすれば如何だろうか。格付が低いほど取り壊しのための補助金がより多くもらえとなれば、建物格付の導入への賛同が得られるだろう。また、ビルではないが、住宅に対する固定資産税の1/6措置撤廃も、老朽化した住宅用物件の建て替えを促すうえでは選択肢の一つとなろう。

これにより不要なストックがなくなるとともに、取り壊し資金が捻出できずただ放置されているビルや、賃料をダンピングして最新のSクラスビルの賃料市場の足をひっぱっているビルが少なくなる。さらに、この施策により景観の改善が図られる。このことは、住む人を増やす、来街者を増やす、といったことにもつながることと期待される。

ただし、補助金の世界では、補助金投入による効果が明示されねばならず、建物を取り壊して何も無くなるということに補助金を導入することに抵抗があるだろう。景観を壊したり、防災の観点から安全性が不足している老朽化ビルが無くなるだけで外部経済が期待できるのだろうが、明示的には見えづらい。この点についても、上述の建物格付が導入され、市内のすべてのビルに格付が設定されれば、取り壊しに補助金をつけた結果、全体の格付の平均がどれだけ上昇したか、といった政策効果が把握できるようになる。

大阪の地価の向上を考えるのであれば、上記のような「損して得をとる」ような施策が有効なのではないだろうか。

(3) 不必要な供給をコントロールするための施策

こうした建物格付は、エリアマネジメントに有効であろう。例えば、〇〇地区においては、今後は格付の〇ランク以上のビルしか新築できない、等とすれば、都市のブランドを落とすようなビルの建設を防ぐことができる。外部投資家にとって、環境にも防災にも配慮しない低価値なオフィスビルは持続可

能ではなく投資対象にならないため、それらビルの建設が抑制されたからといって投資を抑制することにはつながらない。むしろ、Sクラスビルの賃料の値崩れを阻止できるのでかえって好ましいだろう。

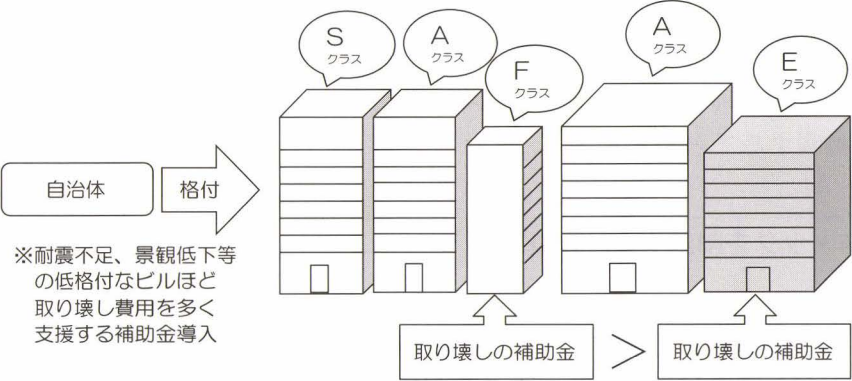
エリアマネジメント概念の導入は、都市のブランド力を向上させるためにも必要である。歩いて楽しい、住んで楽しい、魅力ある街は、景観が良い街であり、良好な景観を形成するためには、建物の高さを統一する、建物の入り口面を統一する、といった一定程度のルールが必要である。これらルールの導入は、無秩序な供給を抑制することができる。

【提言】低価値な床ストックを削減するための施策

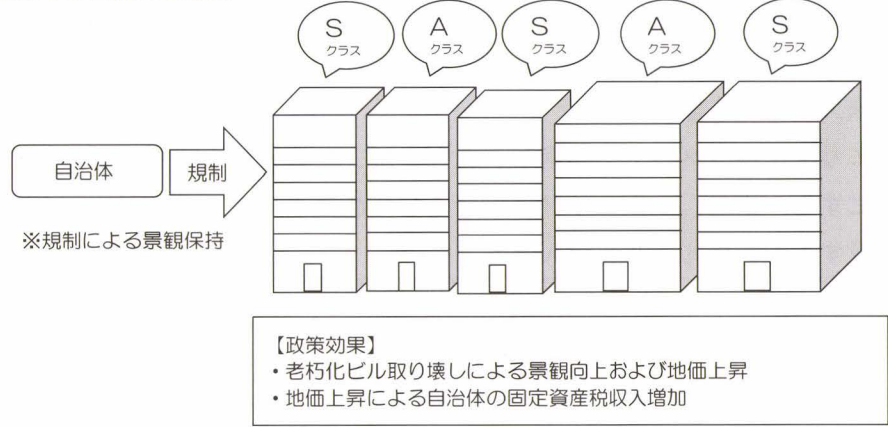
- ・ 市内のオフィスビルに、そのスペックを自治体が評価する建物格付制度を導入する。さらに、低格付のビルには取り壊し時の補助金額によるインセンティブ付けを行う。
- ・ これまで建物新設時に投入されていた補助金枠の一部を、老朽化し都市の景観を悪化させ、かつオフィス賃貸市場において賃料の値崩れの起因となっている低価値ビルを取り壊すための費用にまわし、不要な床ストックを削減。
- ・ 格付制度は、各エリアマネジメントに利用し、たとえば、一定程度の格付のビルでなければ新築はできないようにする。また、一定エリアにおけるビルの高さの統一、入り口面の統一といった良好な景観を形成するためのルールを導入する。

図表 3-3 建物格付スキームイメージ

(1) 建物をスペック（環境・防災・アメニティ等）により格付



(2) 補助金による低格付ビル撤去



3-4 さいごに

3章では、大阪の都心部の不動産価値の向上のために向けた施策をそれぞれ述べてきた。まとめると下記の通りである【図表 3-4】。

図表 3-4 大大阪委員会の提言のまとめ

主目的	提言内容	主な提言対象	ねらい
需要を増やす	新産業・新サービスを増やすための施策		
	起業を支援する周辺事業者(金融機関、監査法人、弁護士・会計士等)によるサポート体制の充実 ・周辺事業者起業のメンバーに対する会員制のサロンを都心部へ設置 ・運営は NPO 法人による非営利事業として認定し、運営費用見合いのタックスクレジット(第三者に移転可能な税額控除の擬似的権利)を自治体が発行	自治体	企業と人が集まる商機のある大阪に！
	住むヒトを増やすための施策		
	「思わず歩きたくなる」住環境の整備 ・路面カフェ等を設置する道路の使用制限の緩和と電柱の立て看板やのぼり広告に関する規制のセット導入 ・緑・親水公園等整備のための、コミュニティ財団や BID 導入のための法整備	政府、自治体	思わず歩きたくなるような、住みたい・観光したい大阪に！
	老朽オフィスビルを住居にコンバージョンすることによる、若者・クリエイティブ層の居住誘致 ・都心部の老朽中低層オフィスビルの、住居へのコンバージョン促進のための規制緩和	政府、自治体	オフィス床を過剰にしている都心老朽化ビルを住居に！
	訪問するヒト（観光客・買い物客）を増やすための施策		
	大阪のブランド価値向上 ・大阪の「安い・食い倒れ・猥雑性」といった安易な旧来型のイメージに頼らない PR	自治体、民間	本来の魅力ある大阪を発信！
	百貨店の観光地としての活用 ・百貨店を回りやすくするための、自治体の負担による、鉄道各社の主要ターミナルにおける各社同士の乗り換え案内等の、デザインの統一されたサインージ整備	自治体	歩きやすい、移動しやすい大阪に！
	都心部への教育施設設置 ・小学校跡地等公共空間に高齢者向けのコミュニティカレッジ設置	自治体	学びたい人が集まる大阪に！

主目的	提言内容	主な提言対象	ねらい
供給をコントロールする	低価値な床ストックを削減するための施策		
	老朽化ビル取り壊しのインセンティブ付与 ・これまで建物新設時に投入されていた補助金枠の一部を、老朽化ビルの取り壊しの補助金を導入にまわす。 ・市内のオフィスビルに建物格付を導入。低格付のビルほど取り壊しの補助金を多くする。	政府、自治体	大阪のオフィス床の需給バランスを正常化！
	エリアマネジメント導入 ・一定エリアにおけるビルの高さ統一、入り口面の統一等、良好な景観を形成するためのルールを導入。	自治体	思わず歩きたくなるような、住みたい・観光したい大阪に！

念押しするが、何より大切なのは需要を増やすことであり、主眼は供給を抑制することではない。ここで述べた供給をコントロールする施策は、あくまで需要を回復するための、良好な都市景観を形成するためのインセンティブづくりといった側面が強いことを付言しておく。

現在の大阪が、大大阪時代のような隆盛をもう一度取り戻すためには、人口減少が進み成熟化した社会にあって、既に十分にインフラ整備がなされた時代に即した、今までにないシステムアプローチが必要であろう。故に今回の提言では、ハードの整備にかかる提言はできるだけ排除している。都市開発は規制緩和さえすれば、高層の不動産がどんどん建設され、個別の建物単位でみれば問題ないが、街全体でみればスカイラインが壊れ、全体として値崩れが起き、結果として都市のスラム化が起きる、という合成の誤謬が生じやすい分野である。だからこそ、大阪は、大大阪時代のような民が公益という観点から街作りに協力していった気概が必要であり、いわば「損して得とれ」の発想で、皆が都市景観等を考えていく必要がある。

こうした積み重ねが、大阪を「コンヴィヴィアル」な都市へと変貌させ、新しい21世紀の「大大阪時代」を作っていくことに繋がると信じ、本提言の結びとしたい。

今後、今回の提言のうち、1つでも実現されれば望外の喜びである。

おわり

(補論) エリア別都市開発戦略

エリア別の都市開発戦略		
有 機 的 連 携 の 実 現 ・ キ タ ミ ナ ミ 意 識 の 払 拭	梅田エリア	
	歩きたい街	大阪の「顔」としての商業集積地 ・うめきたⅡ期の活用による緑の配置や、道路でのカフェ等オープンスペース設置の規制緩和等により「歩きたくなる」街へ ・都市格とブランドイメージ向上のため、顔となるスカイラインとランドスケープを実現する
	中之島エリア	
	働きたい街	良好なオフィスと歴史的建造物、リバーサイドの文化芸術の混在 ・高スペック（高格付）のオフィスビルとレトロな歴史的建造物やリバーサイドの文化芸術が混在する「働きたい街へ」 ・「水」を生かし、レストランや文化芸術施設によるブランド向上を図る ・中之島エリアの景観保持のため、一定の建物コードを設定する等景観を損ねる建物の撤去、新築防止策を作る
	心斎橋・なんばエリア	
	観光したい街	アジア的猥雑性を生かした街づくり ・わいわいがやがやした文化をに触れられる「観光したい街」へ ・「キタ」と「ミナミ」の见えない壁の排除 ・老朽化ビルのコンバージョンによる居住者（高齢者層）の呼び込み
	あべの・天王寺エリア	
	住みたい街	生活・文化ゾーン ・交通の便、商業施設、文化を生かし、「住みたい街」へ ・住環境として特に高いポテンシャルを持つ谷町筋を活用するため、建物格付けによる老朽化ビルの撤退を進める

(参考)主な経済指標

主要經濟指標一覽

地域名	国土		人口				労働			
	面積		人口		世帯数		就業者数		第1次産業	
	2011年		2011年度		2011年度		2010年		2010年	
	km ²	構成比 %	千人	構成比 %	千世帯	構成比 %	千人	構成比 %	千人	構成比 %
滋賀県	4,017	1.1	1,394	1.1	525	1.0	674	1.1	19	0.8
京都府	4,613	1.2	2,543	2.0	1,133	2.1	1,219	2.0	26	1.1
大阪府	1,898	0.5	8,680	6.9	3,964	7.3	3,815	6.4	19	0.8
兵庫県	8,396	2.2	5,572	4.4	2,382	4.4	2,490	4.2	49	2.1
奈良県	3,691	1.0	1,401	1.1	565	1.0	597	1.0	16	0.7
和歌山県	4,726	1.3	1,019	0.8	432	0.8	451	0.8	42	1.8
関西	27,343	7.2	20,609	16.3	9,001	16.6	9,245	15.5	170	7.2
北海道	83,457	22.1	5,474	4.3	2,686	5.0	2,509	4.2	182	7.6
東北	79,536	21.0	11,606	9.2	4,432	8.2	5,490	9.2	458	19.2
関東甲信	50,453	13.3	44,855	35.4	19,831	36.6	21,409	35.9	521	21.9
北陸	12,623	3.3	3,047	2.4	1,121	2.1	1,531	2.6	53	2.2
東海	29,344	7.8	14,921	11.8	5,896	10.9	7,491	12.6	223	9.3
中国	31,922	8.4	7,526	5.9	3,187	5.9	3,544	5.9	179	7.5
四国	18,807	5.0	3,994	3.2	1,726	3.2	1,797	3.0	149	6.3
九州	42,193	11.2	13,203	10.4	5,712	10.5	6,016	10.1	418	17.6
沖縄	2,276	0.6	1,423	1.1	579	1.1	579	1.0	29	1.2
全国	377,955	100.0	126,660	100.0	54,171	100.0	59,611	100.0	2,381	100.0
東京圏	-	-	34,914	27.6	15,979	29.5	16,541	27.7	199	8.3
名古屋圏	-	-	9,102	7.2	3,675	6.8	4,571	7.7	114	4.8
大阪圏	-	-	16,795	13.3	7,479	13.8	7,524	12.6	94	4.0
本書掲載項	-	-	22	-	22	-	28	-	28	-
資料	※1		※2				※3			

(資料※1) 国土交通省 国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」2011年10月1日時点

(資料※2) 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」2012年3月31日時点

(資料※3) 総務省「国勢調査」2010年10月1日時点

(資料※4) 総務省「経済センサス基礎調査」2009年7月1日時点

(資料※5) 厚生労働省「毎月勤労統計調査」

地域名		労働									
		就業者数				事業所数		常用労働者平均 現金給与総額	完全失業率		
		第2次産業		第3次産業							
		2010年		2010年		2009年		2011年		2010年	
		千人	構成比 %	千人	構成比 %	千事業所	構成比 %	円/月	%		
滋賀県	221	1.6	400	1.0	64	1.0	342,416	5.1			
京都府	266	1.9	820	2.1	140	2.2	343,111	6.2			
大阪府	867	6.1	2,622	6.6	486	7.6	393,040	8.0			
兵庫県	616	4.4	1,680	4.2	254	4.0	335,840	6.5			
奈良県	138	1.0	419	1.1	55	0.9	320,711	7.4			
和歌山県	98	0.7	298	0.8	57	0.9	311,493	6.7			
関西	2,205	15.6	6,238	15.7	1,055	16.6	－	7.1			
北海道	429	3.0	1,761	4.4	268	4.2	－	7.1			
東北	1,408	10.0	3,496	8.8	616	9.7	－	7.0			
関東甲信	4,607	32.6	14,628	36.9	2,129	33.5	－	6.0			
北陸	467	3.3	965	2.4	181	2.9	－	5.3			
東海	2,389	16.9	4,514	11.4	771	12.1	－	5.3			
中国	899	6.4	2,318	5.8	388	6.1	－	5.9			
四国	408	2.9	1,187	3.0	219	3.4	－	7.2			
九州	1,229	8.7	4,120	10.4	655	10.3	－	7.2			
沖縄	81	0.6	418	1.1	74	1.2	－	11.0			
全国	14,123	100.0	39,646	100.0	6,356	100.0	362,296	6.4			
東京圏	3,179	22.5	11,699	29.5	1,607	25.3	－	6.0			
名古屋圏	1,434	10.1	2,742	6.9	453	7.1	－	5.1			
大阪圏	1,749	12.4	5,122	12.9	880	13.8	－	7.2			
本書掲載項	28		28		30		30	31			
資料	※3				※4		※5（注4）	※3			

（注1）個々の数値の合計と合計欄の数値とは、四捨五入の関係で一致しない場合もある

（注2）東京圏：埼玉、千葉、東京、神奈川 名古屋圏：愛知、三重 大阪圏：京都、大阪、兵庫

（注3）完全失業率（%）＝（完全失業者総数÷労働力人口総数）×100

（注4）常用労働者30人以上の事務所

地域名	産業									
	県内総生産 (名目)		県内総生産 (実質)		農業産出額		製造品出荷額		卸売業 年間販売額	
	2009年度		2009年度		2010年		2010年		2007年	
	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %
滋賀県	5,702	1.2	6,653	1.2	53	0.6	6,574	2.3	1,156	0.3
京都府	9,554	2.0	10,519	2.0	67	0.8	4,833	1.7	4,374	1.1
大阪府	35,827	7.4	38,812	7.2	33	0.4	15,713	5.4	52,010	12.6
兵庫県	17,826	3.7	19,751	3.7	145	1.8	14,184	4.9	7,782	1.9
奈良県	3,438	0.7	3,864	0.7	42	0.5	1,918	0.7	876	0.2
和歌山県	3,122	0.6	3,236	0.6	103	1.2	2,677	0.9	931	0.2
関西	75,468	15.6	82,835	15.4	442	5.4	45,899	15.9	67,128	16.2
北海道	18,053	3.7	19,237	3.6	995	12.0	5,953	2.1	11,663	2.8
東北	39,717	8.2	45,170	8.4	1,509	18.3	20,676	7.2	21,859	5.3
関東甲信	190,663	39.5	210,848	39.3	1,922	23.3	85,514	29.6	209,329	50.6
北陸	11,460	2.4	13,041	2.4	154	1.9	7,405	2.6	6,266	1.5
東海	61,066	12.6	69,432	12.9	722	8.7	68,596	23.7	46,784	11.3
中国	27,442	5.7	30,483	5.7	412	5.0	24,609	8.5	15,357	3.7
四国	13,004	2.7	14,380	2.7	394	4.8	8,550	3.0	6,818	1.6
九州	42,622	8.8	47,185	8.8	1,613	19.5	21,341	7.4	26,829	6.5
沖縄	3,721	0.8	4,020	0.7	92	1.1	565	0.2	1,497	0.4
全国	483,216	100.0	536,609	100.0	8,255	100.0	289,108	100.0	413,532	100.0
東京圏	154,589	32.0	168,928	31.5	710	8.6	50,723	17.5	192,714	46.6
名古屋圏	39,047	8.1	44,356	8.3	399	4.8	47,976	16.6	37,160	9.0
大阪圏	63,206	13.1	69,082	12.9	244	3.0	34,730	12.0	64,165	15.5
本書掲載項	32		32		34		36		38	
資料	※1		※2		※3		※4		※5	

(資料※1) 内閣府「県民経済計算」

(資料※2) 内閣府「県民経済計算」(生産側00年価格を基準として連鎖方式で実質化)

(資料※3) 農林水産省統計部「生産農業所得統計」

(資料※4) 経済産業省「工業統計調査」

(資料※5) 経済産業省「商業統計」

(資料※6) 日本銀行「預金・貸出関連統計」

(資料※7) 総務省「都道府県決算状況調」

地域名		産業		金融				財政		
		小売業 年間販売額		国内銀行 預金残高		国内銀行 貸出金残高		歳入総額	歳出総額	財政力 指数
		2007年		2011年度末		2011年度末		2010年度	2010年度	2010年度
		10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	10億円	
滋賀県	1,361	1.0	4,881	0.8	2,747	0.7	519	512	0.58	
京都府	3,022	2.2	10,919	1.8	5,726	1.4	894	887	0.61	
大阪府	9,651	7.2	56,778	9.3	36,918	8.8	3,682	3,642	0.76	
兵庫県	5,487	4.1	19,726	3.2	9,645	2.3	2,235	2,222	0.61	
奈良県	1,250	0.9	6,003	1.0	2,364	0.6	481	469	0.42	
和歌山県	935	0.7	3,759	0.6	1,512	0.4	551	539	0.33	
関西	21,706	16.1	102,065	16.7	58,912	14.1	8,362	8,271	0.57	
北海道	6,157	4.6	14,196	2.3	9,389	2.2	2,571	2,564	0.38	
東北	12,270	9.1	38,252	6.3	20,719	5.0	5,543	5,365	0.36	
関東甲信	48,388	35.9	295,908	48.5	231,059	55.4	15,382	15,085	0.73	
北陸	3,420	2.5	11,838	1.9	7,087	1.7	1,623	1,581	0.40	
東海	16,414	12.2	58,517	9.6	32,344	7.7	4,776	4,699	0.70	
中国	8,012	5.9	27,497	4.5	16,495	4.0	3,336	3,259	0.41	
四国	3,954	2.9	17,563	2.9	10,676	2.6	2,017	1,943	0.33	
九州	13,278	9.9	40,358	6.6	27,982	6.7	5,809	5,660	0.37	
沖縄	1,108	0.8	3,929	0.6	2,759	0.7	647	632	0.28	
全国	134,705	100.0	610,123	100.0	417,424	100.0	50,066	49,060	0.49	
東京圏	37,920	28.2	262,904	43.1	214,093	51.3	11,321	11,114	0.83	
名古屋圏	10,224	7.6	39,640	6.5	19,690	4.7	2,865	2,825	0.80	
大阪圏	18,160	13.5	87,422	14.3	52,289	12.5	6,811	6,750	0.63	
本書掲載項	38		42		42		44	44	－	
資料	※5		※6				※7			

(注1) 個々の数値の合計と合計欄の数値とは、四捨五入の関係で一致しない場合もある

(注2) 東京圏：埼玉、千葉、東京、神奈川 名古屋圏：愛知、三重 大阪圏：京都、大阪、兵庫

(注3) 財政力指数＝{ (前々年度基準財政収入額÷前々年度基準財政需要額) ＋

(前年度基準財政収入額÷前年度基準財政需要額) ＋

(当年度基準財政収入額÷当年度基準財政需要額) } × (1/3)

将来推計人口

都道府県名	平成17年 (2005)	平成22年 (2010)	平成27年 (2015)	平成32年 (2020)	平成37年 (2025)	平成42年 (2030)	平成47年 (2035)
	千人	千人	千人	千人	千人	千人	千人
全国	127,768	127,176	125,430	122,735	119,270	115,224	110,679
北海道	5,628	5,513	5,360	5,166	4,937	4,684	4,413
青森県	1,437	1,386	1,330	1,266	1,196	1,124	1,051
岩手県	1,385	1,342	1,292	1,234	1,171	1,106	1,040
宮城県	2,360	2,334	2,291	2,231	2,158	2,074	1,982
秋田県	1,146	1,094	1,037	975	911	847	783
山形県	1,216	1,178	1,134	1,084	1,032	979	925
福島県	2,091	2,039	1,976	1,902	1,821	1,737	1,649
茨城県	2,975	2,935	2,873	2,790	2,690	2,577	2,451
栃木県	2,017	2,006	1,978	1,934	1,879	1,816	1,744
群馬県	2,024	2,001	1,961	1,908	1,845	1,776	1,699
埼玉県	7,054	7,082	7,035	6,923	6,752	6,527	6,258
千葉県	6,056	6,108	6,087	6,008	5,879	5,706	5,498
東京都	12,577	12,906	13,059	13,104	13,047	12,905	12,696
神奈川県	8,792	8,962	9,018	8,993	8,896	8,737	8,525
新潟県	2,431	2,366	2,286	2,193	2,092	1,986	1,875
富山県	1,112	1,090	1,058	1,019	975	929	880
石川県	1,174	1,155	1,128	1,093	1,053	1,009	960
福井県	822	807	788	763	736	707	676
山梨県	885	872	853	829	802	772	739
長野県	2,196	2,155	2,095	2,021	1,941	1,858	1,770
岐阜県	2,107	2,083	2,041	1,984	1,917	1,842	1,761
静岡県	3,792	3,771	3,712	3,623	3,511	3,384	3,242
愛知県	7,255	7,367	7,392	7,359	7,276	7,152	6,991
三重県	1,867	1,854	1,823	1,779	1,725	1,666	1,600
滋賀県	1,380	1,401	1,406	1,401	1,388	1,368	1,341
京都府	2,648	2,629	2,590	2,533	2,459	2,372	2,274
大阪府	8,817	8,736	8,582	8,358	8,072	7,741	7,378
兵庫県	5,591	5,564	5,482	5,355	5,193	5,007	4,799
奈良県	1,421	1,389	1,349	1,298	1,240	1,175	1,104
和歌山県	1,036	994	949	898	846	793	738
鳥取県	607	596	580	561	540	518	495
島根県	742	717	688	656	622	588	554
岡山県	1,957	1,942	1,910	1,864	1,808	1,746	1,677
広島県	2,877	2,842	2,784	2,706	2,613	2,509	2,393
山口県	1,493	1,444	1,387	1,321	1,250	1,178	1,103
徳島県	810	788	762	730	696	659	622
香川県	1,012	991	963	927	887	846	802
愛媛県	1,468	1,429	1,380	1,323	1,260	1,195	1,127
高知県	796	771	742	708	671	634	596
福岡県	5,050	5,034	4,977	4,884	4,759	4,609	4,440
佐賀県	866	850	829	804	775	744	712
長崎県	1,479	1,431	1,379	1,319	1,255	1,187	1,117
熊本県	1,842	1,809	1,766	1,712	1,649	1,582	1,510
大分県	1,210	1,186	1,154	1,115	1,070	1,022	971
宮崎県	1,153	1,127	1,095	1,055	1,010	962	912
鹿児島県	1,753	1,708	1,656	1,595	1,529	1,460	1,389
沖縄県	1,362	1,394	1,416	1,429	1,433	1,431	1,422
減少県*	32	40	42	45	46	47	47

(資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口」

(注) 平成19年5月推計

総務省国勢調査による平成17年10月1日現在都道府県別人口を用いた。推計の方法は、コーホート要因法による。

小売業年間販売額

地域名	1997年		1999年		2002年		2004年		2007年	
	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %
滋賀県	1,557	0.3	1,549	0.3	1,226	0.3	1,205	0.3	1,156	0.3
京都府	6,129	1.3	5,433	1.1	4,290	1.0	4,409	1.1	4,374	1.1
大阪府	71,966	15.0	66,184	13.4	53,414	12.9	50,517	12.5	52,010	12.6
兵庫県	10,050	2.1	9,752	2.0	7,671	1.9	7,581	1.9	7,782	1.9
奈良県	1,039	0.2	1,031	0.2	882	0.2	904	0.2	876	0.2
和歌山県	1,128	0.2	1,175	0.2	985	0.2	912	0.2	931	0.2
関西	91,868	19.1	85,124	17.2	68,468	16.6	65,528	16.2	67,128	16.2
全国	479,813	100.0	495,453	100.0	413,355	100.0	405,497	100.0	413,532	100.0
東京圏	180,652	37.7	217,790	44.0	187,062	45.3	185,956	45.9	192,714	46.6
名古屋圏	52,634	11.0	46,426	9.4	35,500	8.6	34,948	8.6	37,160	9.0
大阪圏	88,144	18.4	81,370	16.4	65,376	15.8	62,507	15.4	64,165	15.5
資料	経済産業省「商業統計」									

小売業売場面積

地域名	1997年		1999年		2002年		2004年		2007年	
	千㎡	構成比 %	千㎡	構成比 %	千㎡	構成比 %	千㎡	構成比 %	千㎡	構成比 %
滋賀県	1,345	1.1	1,480	1.1	1,542	1.1	1,641	1.1	1,788	1.2
京都府	2,442	1.9	2,650	2.0	2,724	1.9	2,862	2.0	2,907	1.9
大阪府	7,411	5.8	7,492	5.6	7,899	5.6	8,321	5.8	8,408	5.6
兵庫県	5,234	4.1	5,547	4.1	5,636	4.0	5,897	4.1	6,255	4.2
奈良県	1,293	1.0	1,356	1.0	1,382	1.0	1,549	1.1	1,585	1.1
和歌山県	1,202	0.9	1,173	0.9	1,192	0.8	1,137	0.8	1,311	0.9
関西	18,926	14.8	19,698	14.7	20,375	14.5	21,406	14.9	22,254	14.9
全国	128,084	100.0	133,869	100.0	140,619	100.0	144,129	100.0	149,665	100.0
東京圏	27,079	21.1	28,598	21.4	29,944	21.3	30,785	21.4	32,183	21.5
名古屋圏	9,602	7.5	9,809	7.3	10,555	7.5	10,698	7.4	11,182	7.5
大阪圏	15,087	11.8	15,689	11.7	16,259	11.6	17,080	11.9	17,570	11.7
資料	経済産業省「商業統計」									

小売業売場効率

地域名	1988年	1991年	1994年	1997年	1999年	2002年	2004年	2007年
	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡
滋賀県	1,055	1,195	1,139	1,013	940	854	800	761
京都府	1,226	1,433	1,408	1,397	1,280	1,104	1,062	1,040
大阪府	1,439	1,688	1,493	1,473	1,391	1,222	1,151	1,148
兵庫県	1,123	1,325	1,206	1,203	1,103	977	904	877
奈良県	942	1,020	933	1,023	980	879	802	789
和歌山県	881	980	848	929	909	812	830	713
関西	1,234	1,435	1,296	1,290	1,204	1,063	1,002	975
全国	1,125	1,280	1,178	1,153	1,074	691	925	900
東京圏	1,461	1,701	1,519	1,460	1,357	1,235	1,193	1,178
名古屋圏	1,079	1,228	1,117	1,113	1,072	934	914	914
大阪圏	1,299	1,525	1,380	1,367	1,270	1,117	1,051	1,034
資料	経済産業省「商業統計」							

百貨店販売額

地域名	2007年		2008年		2009年		2010年		2011年	
	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %	10億円	構成比 %
滋賀県	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
京都府	299	3.5	281	3.5	254	3.5	244	3.6	238	3.6
大阪府	1,045	12.3	997	12.3	863	12.0	806	11.8	836	12.6
兵庫県	319	3.8	308	3.8	292	4.1	287	4.2	282	4.2
奈良県	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
和歌山県	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
関西	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
全国	8,465	100.0	8,079	100.0	7,177	100.0	6,842	100.0	6,661	100.0
東京圏	3,616	42.7	3,481	43.1	3,093	43.1	2,974	43.5	2,839	42.6
名古屋圏	611	7.2	571	7.1	x	x	x	x	x	x
大阪圏	1,663	19.6	1,586	19.6	1,409	19.6	1,337	19.5	1,356	20.4
資料	経済産業省「商業動態統計調査」									

(注1) 個々の合計と合計欄の数値とは、四捨五入の関係で一致しない場合もある。

(注2) 東京圏：埼玉、千葉、東京、神奈川 名古屋圏：愛知、三重 大阪圏：京都、大阪、兵庫

都道府県地価指数（2005 年＝100）

調査年 用途等									
		17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
住宅地	東京圏	100	100.7	105.5	107.2	100.3	97.2	95.4	94.4
	大阪圏	100	100	102.9	103.9	99.3	95.7	94.0	93.0
	名古屋圏	100	99.9	102.3	103.8	99.5	98.2	97.5	97.3
	三大都市圏	100	100.4	104.4	105.9	99.9	97.1	95.4	94.5
	地方圏	100	96.9	94.7	92.7	89.5	86.3	83.1	80.5
	全国	100	97.7	97.0	95.9	92.0	88.9	86.0	83.9
宅地見込地	東京圏	100	95.7	95.5	94.6	89.9	86.6	83.9	81.8
	大阪圏	100	95.7	93.6	92.3	87.9	84.4	81.7	79.7
	名古屋圏	100	96.5	95.4	95.7	93.5	93.0	92.3	92.3
	三大都市圏	100	95.9	94.8	94.1	90.0	87.3	85.1	83.4
	地方圏	100	94.4	90.5	87.4	83.1	78.6	74.3	70.8
	全国	100	94.6	91.1	88.2	83.9	79.6	75.5	72.3
商業地	東京圏	100	103.9	116.5	121.1	110.4	105.8	103.4	102.5
	大阪圏	100	103.6	111.9	115.0	106.9	101.2	98.6	97.6
	名古屋圏	100	102.4	109.8	111.9	103.7	100.7	99.6	99.1
	三大都市圏	100	103.6	114.4	118.1	108.5	103.9	101.6	100.8
	地方圏	100	95.7	93.2	90.9	86.4	82.3	78.3	75.1
	全国	100	97.9	98.9	98.1	92.3	88.1	84.5	81.9
準工業地	東京圏	100	101.9	108.5	110.7	103.3	100.1	98.3	97.7
	大阪圏	100	99.5	102.2	103.3	98.7	94.9	92.7	91.4
	名古屋圏	100	98.5	99.8	100.6	96.3	94.8	93.9	93.5
	三大都市圏	100	100.4	104.6	106.1	100.2	97.1	95.4	94.5
	地方圏	100	95.5	92.6	90.2	86.4	82.7	79.2	76.3
	全国	100	97	96.2	95.0	90.6	87.1	84.0	81.7
工業地	東京圏	100	98.7	101.7	105.8	101.1	98.3	96.1	95.1
	大阪圏	100	99.5	102.6	104.5	99.3	95.1	92.4	90.3
	名古屋圏	100	99.3	102.4	104.1	100.8	98.9	97.1	96.1
	三大都市圏	100	99.1	102.1	105.0	100.4	97.5	95.2	93.9
	地方圏	100	95.7	92.9	90.9	87.2	83.6	80.0	77.0
	全国	100	96.2	94.4	93.1	89.2	85.8	82.4	79.7
市区街域内 宅地 調整地	東京圏	100	96.6	95.7	95.1	90.7	87.6	84.9	82.9
	大阪圏	100	96.3	94.9	93.7	90.2	86.7	84.1	82.0
	名古屋圏	100	98.1	97.5	97.1	94.1	92.9	92.0	91.4
	三大都市圏	100	96.8	95.8	95.1	91.3	88.4	86.1	84.4
	地方圏	100	96.6	94.2	92.2	89.3	86.4	83.5	80.9
	全国	100	96.6	94.7	93.1	89.9	87.0	84.2	81.9
平均	東京圏	100	101.3	107.7	109.9	102.4	99.0	96.9	95.9
	大阪圏	100	100.4	103.9	105.2	99.9	95.9	93.9	92.9
	名古屋圏	100	100.1	103.2	104.6	99.5	97.7	96.8	96.6
	三大都市圏	100	100.9	106.0	107.8	101.3	98.0	96.2	95.2
	地方圏	100	96.5	94.2	92.0	88.5	85.1	81.7	78.9
	全国	100	97.6	97.1	95.9	91.7	88.3	85.3	83.0

（資料）国土交通省「都道府県地価調査」都道府県地価調査対前年変動率の推移表より日本政策投資銀行試算

（注）毎年7月1日現在 国土交通省が毎年1月1日に発表する公示価格と補完関係にある

用途別宅地の平均価格

地域名	住宅地			商業地			工業地	
	1990年	2006年	2011年	1990年	2006年	2011年	2006年	2011年
	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡	千円/㎡
滋賀県	113	52	53	395	85	88	24	24
京都府	388	111	112	1,828	267	324	68	67
大阪府	571	158	151	5,000	437	429	93	81
兵庫県	283	94	97	1,220	183	197	37	36
奈良県	212	64	57	1,037	163	157	32	29
和歌山県	91	47	39	427	100	88	47	29
関西	-	-	-	-	-	-	-	-
全国	-	-	-	-	-	-	-	-
東京都	859	312	309	6,946	1,311	1,392	210	209
愛知県	179	100	101	1,459	283	253	52	51
福岡県	64	49	46	709	229	206	22	18
資料	国土交通省「都道府県地価調査」							

住宅統計調査の主要指標

地域名			居住世帯のある住宅				専用住宅	
	総住宅数	空家率		一戸建率	共同住宅率	持ち家住宅率	1住宅あたり 居住室数	1住宅あたり 延べ面積
	千戸	%	千戸	%	%	%	室	㎡
滋賀県	568	12.9	491	67.4	29.8	70.4	5.85	116.91
京都府	1,270	13.1	1,087	56.3	40.8	60.8	4.58	86.16
大阪府	4,346	14.4	3,685	39.9	54.8	53.0	4.12	74.78
兵庫県	2,521	13.3	2,169	50.3	46.5	63.6	4.85	94.60
奈良県	593	14.6	503	67.4	28.0	72.6	5.65	111.10
和歌山県	468	17.9	382	75.1	19.3	72.8	5.30	106.11
関西	9,765	14.0	8,317	49.6	46.1	59.9	-	-
全国	57,586	13.1	49,598	55.3	41.7	61.1	4.67	94.13
東京都	6,781	11.1	5,940	28.4	69.6	44.6	3.42	63.94
愛知県	3,133	11.0	2,764	51.1	45.9	57.8	4.78	94.90
福岡県	2,375	13.7	2,034	47.4	49.5	53.6	4.36	86.74
資料	総務省「住宅・土地統計調査」(2008年)							

新設住宅着工数

地域名	2007年		2008年		2009年		2010年		2011年	
	戸	前年比 %	戸	前年比 %	戸	前年比 %	戸	前年比 %	戸	前年比 %
滋賀県	14,100	-13.3	14,669	4.0	9,771	-33.4	9,688	-0.8	8,726	-9.9
京都府	20,515	-18.0	18,652	-9.1	15,193	-18.5	15,269	0.5	14,681	-3.9
大阪府	78,285	-18.2	76,328	-2.5	54,444	-28.7	54,619	0.3	58,427	7.0
兵庫県	40,486	-23.1	41,450	2.4	31,290	-24.5	34,756	11.1	32,485	-6.5
奈良県	9,159	-13.9	8,654	-5.5	6,174	-28.7	6,423	4.0	6,079	-5.4
和歌山県	6,137	-13.5	6,176	0.6	4,784	-22.5	4,867	1.7	4,825	-0.9
関西	168,682	-18.6	165,929	-1.6	121,656	-26.7	125,622	3.3	125,223	-0.3
全国	1,060,741	-17.8	1,093,519	3.1	788,410	-27.9	813,126	3.1	834,117	2.6
東京圏	341,422	-21.7	381,396	11.7	269,699	-29.3	289,784	7.4	304,193	5.0
名古屋圏	91,011	-16.2	98,046	7.7	65,899	-32.8	68,160	3.4	66,279	-2.8
大阪圏	139,286	-19.6	136,430	-2.1	100,927	-26.0	104,644	3.7	105,593	0.9
資料	国土交通省「建築着工統計調査」									

オフィスビル平均賃料・空室率

地域名	2009年3月		2010年3月		2011年3月		2012年3月	
	平均賃料	空室率	平均賃料	空室率	平均賃料	空室率	平均賃料	空室率
	円/坪	%	円/坪	%	円/坪	%	円/坪	%
梅田地区	15,694	5.88	15,407	8.90	14,896	11.22	14,414	7.29
淀屋橋・本町地区	12,284	7.71	11,978	10.55	11,695	11.98	11,234	9.63
心斎橋・難波地区	14,462	11.18	13,946	18.26	13,391	14.72	12,504	12.29
神戸地区	11,815	10.31	11,700	13.24	11,465	12.89	11,101	10.68
京都地区	12,575	9.64	12,280	11.42	11,857	11.99	11,602	9.11
大阪ビジネス地区	12,697	8.05	12,332	11.00	11,904	12.40	11,437	10.27
東京ビジネス地区	21,295	6.05	18,264	8.75	17,495	9.19	16,716	9.04
名古屋ビジネス地区	11,460	10.09	11,224	13.40	11,122	12.82	11,033	11.37
福岡ビジネス地区	9,929	13.62	9,632	15.42	9,542	14.32	9,400	13.39
資料	三鬼商事(株)「オフィスデータ」							

(注2) 東京圏：埼玉、千葉、東京、神奈川 名古屋圏：愛知、三重 大阪圏：京都、大阪、兵庫

(注3) 大阪ビジネス地区：梅田地区、南森町地区、淀屋橋・本町地区、船場地区、心斎橋・難波地区、新大阪地区

東京ビジネス地区：千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区

名古屋ビジネス地区：名駅地区、伏見地区、栄地区、丸の内地区

福岡ビジネス地区：赤坂・大名地区、天神地区、薬院・渡辺通地区、祇園・呉服町地区、博多駅前地区、博多駅東・駅南地区

(参考文献)

- ・ アジア太平洋研究所, 2012, 「2012 年版関西経済白書」, アジア太平洋研究所
- ・ アジア都市環境学会, 2010, 「大阪・御堂筋地区構想」, アジア都市環境学会
- ・ 天野光三ほか, 1996, 「都市の展望」, 都市文化社
- ・ 池田清, 1997, 「神戸都市財政の研究-都市間競争と都市経営の財政問題-」, 学文社
- ・ 今井賢一ほか, 1998, 「ベンチャーズインフラ-攻めの『セーフティネット』をつくる」, NTT出版
- ・ 宇沢弘文・薄井充裕・前田正尚, 2003, 「都市のルネッサンスを求めて」, 東京大学出版会
- ・ 宇沢弘文・國則守生・内山勝久, 2003, 「21 世紀の都市を考える」, 東京大学出版会
- ・ 梅原英治, 2000, 「関西、その活力の源をさぐる」, 法律文化社
- ・ (公財)大阪市都市型産業振興センター, 2013, 「大阪の経済 (2013 年版)」, 大阪市経済局
- ・ 大阪市史編纂所, 1999, 「大阪市の歴史」, 創元社
- ・ 岡部明子, 2003, 「サステイナブルシティ」, 学芸出版社
- ・ 川村健一・小門裕幸, 1995, 「サステイナブル・コミュニティ」, 学芸出版社
- ・ 河村直哉, 1999, 「地中の廃墟から-大阪砲兵工廠に見る日本人の 20 世紀」, 作品社
- ・ 小森正彦, 2008, 「アジアの都市間競争-東京は生き残れるか」, 日本評論社
- ・ 佐々木雅幸, 2006, 「C A F E -創造都市・大阪への序曲」, 法律文化社
- ・ 佐々木雅幸, 2012, 「創造都市への挑戦-産業と文化の息づく街へ」, 岩波書店
- ・ ジェイフリー・E・ヘインズ(宮本憲一訳), 2007, 「主体としての都市」, 勁草書房
- ・ 塩沢由典ほか, 2009, 「関西のポテンシャル」, 晃洋書房
- ・ 釈徹宗・高島幸次, 2012, 「大阪の神さん仏さん」, 140B
- ・ 竹内佐和子, 2006, 「都市政策」, 日本経済評論社
- ・ 中沢新一, 2012, 「大阪アースダイバー」, 講談社
- ・ 日本政策投資銀行, 2000, 「海外の中心市街地活性化」, ジェトロ(日本貿易振興会)
- ・ 橋爪紳也, 2011, 「『水都』大阪物語-再生への歴史文化的考察」, 藤原書店
- ・ 八田達夫, 2006, 「都心回帰の経済学」, 日本経済新聞社
- ・ 原武史, 1998, 「『民都』大阪対『帝都』東京」, 講談社
- ・ 広原盛明ほか, 2001, 「開発主義神戸の思想と経営」, 日本経済評論社
- ・ 藤村郁雄, 2011, 「阪神間モダニズム近代建築さんぽ」, 神戸新聞総合出版センター
- ・ 細谷祐二, 2001, 「大阪に想う-東京人のみた大阪」, 細谷祐二
- ・ 本渡章, 2010, 「大阪古地図むかし案内」, 創元社
- ・ 宮本憲一, 1977, 「大都市とコンビナート・大阪」, 筑摩書房
- ・ 山崎亮, 2011, 「コミュニティデザイン」, 学芸出版社
- ・ 横山好三, 2011, 「大阪都市形成の歴史」, 文理閣
- ・ 若一光司, 2008, 「大阪地名の由来を歩く」, KKベストセラーズ
- ・ 『平成 24 年 5 月号現代思想』 青土社

平成 24 年度 大大阪委員会 活動状況

(役職は実施当時のもの)

平成 24 年

- 6 月 12 日 第 1 回委員会会合
「平成 24 年度の活動方針案について」
- 7 月 31 日 梅北部会 第 1 回部会会合
「梅北 2 期の今後」
講師：大阪市 計画調整局長 佐 藤 道 彦 氏
- 9 月 6 日 講演会・第 2 回委員会会合
「国際不動産金融市場からみた大阪」
講師：早稲田大学大学院 ファイナンス研究科教授 川 口 有一郎 氏
- 10 月 16 日 梅北部会 第 2 回部会会合
『梅北 2 期についてのアピール』についての意見交換
「米国の公園の維持管理について」
講師：安井建築設計事務所 取締役社長 佐 野 吉 彦 氏
- 10 月 30 日 講演会
「大阪がとるべき都市戦略」
講師：(株)日本総合研究所 調査部主席研究員 藻 谷 浩 介 氏
- 11 月 5 日 アピール『梅北 2 期の公園としての都市計画手続きをすみやかに』を記者発表
- 12 月 10 日 講演会・第 3 回委員会会合
「持続可能な都市～弱点を魅力に転じる～」
講師：千葉大学大学院 工学研究科准教授 岡 部 明 子 氏

平成 25 年

- 2 月 19 日 第 4 回委員会会合
「平成 24 年度提言案について」
- 3 月 18 日 第 5 回委員会会合
「平成 24 年度提言案について」

4 月 25 日 常任幹事会・幹事会にて
提言案『コンヴィヴィアルな街「大大阪」を目指して
～大阪の不動産価値を高めるために～』を審議

5 月 7 日 提言
『コンヴィヴィアルな街「大大阪」を目指して
～大阪の不動産価値を高めるために～』を記者発表

平成24年度 一般社団法人関西経済同友会 大大阪委員会名簿

平成25年4月25日現在（敬称略）

委員長	小柳 治	(株)日本政策投資銀行	常務執行役員関西支店長
副委員長	五十嵐 晃	(株)ホテルグランヴィア大阪	取締役社長
〃	生駒 昌夫	関西電力(株)	取締役副社長
〃	猪崎 光一	南海辰村建設(株)	取締役社長
〃	歌川 弘三	(株)こなか	取締役社長
〃	内海 朋基	(株)電通	取締役常務執行役員 関西支社長
〃	桂 知良	山一精工(株)	取締役会長
〃	川岸 隆彦	大阪ガス(株)	取締役常務執行役員
〃	河本 克正	鹿島建設(株)	執行役員関西支店副支店長
〃	来海 忠男	(株)プランテック総合計画事務所	取締役社長
〃	久保 明代	(株)プロスパー・コーポレーション	代表取締役
〃	香西 喜八郎	(株)東畑建築事務所	取締役社長
〃	小西 幸雄	日産建物管理(株)	取締役社長
〃	小橋 鴻三	清水建設(株)	取締役副社長 関西事業本部長
〃	齋藤 彰良	(株)アール・アイ・エー	常任顧問
〃	阪口 葉子	ユナイテッド航空	関西国際空港支店長
〃	佐野 吉彦	(株)安井建築設計事務所	取締役社長
〃	篠崎 由紀子	(株)都市生活研究所	代表取締役
〃	柴田 俊治	朝日放送(株)	特別顧問
〃	杉山 健博	阪急電鉄(株)	常務取締役
〃	高野 功	(株)大広	取締役会長
〃	高田 克二	大成建設(株)	理事関西支店副支店長
〃	竹内 剛志	関電不動産(株)	取締役副社長
〃	田中 成人	田中会計事務所	代表税理士
〃	筑紫 勝麿	サントリーホールディングス(株)	顧問
〃	坪内 能莉子	(株)坪内美容院	取締役社長
〃	坪田 知己	日本アイ・ビー・エム(株)	執行役員大阪事業所長
〃	東川 浩之	がんこフードサービス(株)	取締役副社長
〃	時永 周治	ビューテック(株)	取締役社長
〃	難波 里美	(株)難波不動産鑑定	代表取締役
〃	難波 正人	(株)竹中工務店	取締役兼専務執行役員
〃	二宮 清	ダイキン工業(株)	嘱託
〃	萩尾 千里	(株)大阪国際会議場	相談役
〃	林 総一郎	三菱地所(株)	常務執行役員
〃	早瀬 萬里子	(株)クロ・クリエイティブ・インターナショナル	代表取締役
〃	春次 賢太郎	春次メディカルグループ	理事長
〃	廣瀬 茂夫	(株)日本総合研究所	調査部関西経済研究センター所長
〃	廣瀬 雄二郎	西日本電信電話(株)	常務取締役

	廣富 靖以	(株)りそな銀行	シニアアドバイザー
	藤田 幸一	ストーリーテラー(株)	取締役会長
	堀井 良殷	(公財)関西・大阪21世紀協会	理事長
	増田 修造	大和不動産鑑定(株)	特別顧問
	松田 憲二	ユアサM&B(株)	取締役社長
	間渕 豊	オリックス不動産(株)	顧問
	向原 潔	三井住友信託銀行(株)	取締役副会長
	森本 隆子	森本隆子事務所	所長
	山本 竹彦	ダイビル(株)	取締役社長執行役員
	和田 誠一郎	和田誠一郎法律事務所	弁護士
委員	井垣 貴子	(株)健康都市デザイン研究所	取締役社長
	影嶋 孝史	新栄不動産ビジネス(株)	執行役員関西支店長
	寺田 孝英	総合メディカル(株)	取締役西日本支社長
	真柳 亮	キリンビールマーケティング(株)	常務執行役員 近畿圏統括本部長
	森岡 毅	(株)ユー・エス・ジェイ	CMO 執行役員
	若原 康正	大阪緑風観光(株)	代表取締役
スタッフ	大野 益民	(株)日本政策投資銀行	関西支店 業務部長
	齊藤 成人	(株)日本政策投資銀行	関西支店企画調査課課長
	福盛田 真義	(株)日本政策投資銀行	関西支店企画調査課副調査役
	大田 麻衣	(株)日本政策投資銀行	関西支店 企画調査課
	小山 潔	(株)ホテルグランヴィア大阪	営業企画部次長
	中村 智	西日本旅客鉄道(株)	秘書室 秘書室長
	小泉 正泰	関西電力(株)	総合企画本部 地域エネルギー開発グループ マネジャー
	今坂 公彦	南海辰村建設(株)	総務部長
	歌川 聡一郎	(株)こなか	取締役人事部長
	田村 匡	(株)電通	関西マネジメント局部長
	桂 知伸	山一精工(株)	取締役社長
	有田 昌義	大阪ガス(株)	近畿圏部 企画開発チーム 課長
	森藤 晃仁	大阪ガス(株)	秘書部経営調査室課長
	金子 淳一朗	鹿島建設(株)	関西支店営業部長
	木村 佳世	(株)プロスパー・コーポレーション	営業部営業一課マネージャー
	丸一 育夫	(株)東畑建築事務所	理事 都市開発室長
	小西 暢子	日産建物管理(株)	取締役専務
	雑賀 基	清水建設(株)	関西事業本部開発営業部長
	山本 有希子	(株)アール・アイ・エー	計画部
	山本 勝彦	(株)安井建築設計事務所	都市デザイン部部長
	仲 貢	(株)大広	執行役員
	北乃園 元	大成建設(株)	関西支店 統括開発部長
	岡本 壮史	関電不動産(株)	課長
	川口 武史	田中会計事務所	事務局長
	坪内 敦則	(株)坪内美容院	常務取締役
	柴尾 直邦	ビューテック(株)	総務企画部総務部門長

〃	小谷 一文	(株)竹中工務店	プロジェクト開発推進本部西日本グループ課長代理
〃	茅野 静仁	三菱地所(株)	大阪支店プロジェクト推進室担当室長
〃	田上 香江	(株)加・クリエイティブ・インターナショナル	秘書
〃	内匠 正人	春次メディカルグループ	事務局長
〃	西村 昌	西日本電信電話(株)	総務部企画担当部長
〃	山嶋 浩二	(株)りそな銀行	コーポレートガバナンス事務局 セクレタリアットオフィサー
〃	河辺 真琴	(公財)関西・大阪 21 世紀協会	チーフプロデューサー
〃	藤本 光太郎	ユアサM&B(株)	社長室プロジェクトリーダー
〃	棚倉 進	オリックス不動産(株)	大阪駅北地区開発事業部部長
〃	亀山 佳之	三井住友信託銀行(株)	大阪本店総括部秘書チーム長
〃	吉川 泰正	ダイビル(株)	大阪営業開発部副部長
〃	桐山 謙一	和田誠一郎法律事務所	顧問
〃	寺井 太郎	(株)ユー・エス・ジェイ	CMP 部次長
代表幹事 スタッフ	絹川 直	(株)大林組	理事 経営企画室大阪企画部部長
〃	潮 恵一郎	(株)大林組	経営企画室大阪企画部部長
〃	水越 玲	(株)大林組	経営企画室大阪企画部企画課副課長
〃	山本 卓彦	サントリーホールディングス(株)	大阪秘書室長
〃	吉岡 淳	サントリーホールディングス(株)	大阪秘書室部長
〃	小倉 由紀	サントリーホールディングス(株)	大阪秘書室課長
事務局	齊藤 行巨	(一社)関西経済同友会	常任幹事・事務局長
〃	松尾 康弘	(一社)関西経済同友会	企画調査部長
〃	本宮 亜希子	(一社)関西経済同友会	企画調査部

**コンヴィヴィアルな街「大大阪」を目指して
～大阪の不動産価値を高めるために～**

2013 年 5 月発行

発行者 一般社団法人関西経済同友会
常任幹事・事務局長 齊藤 行巨
大阪市北区中之島 6 丁目 2 番 27 号
電話 (06) 6441-1031
<http://www.kansaidoyukai.or.jp>
印刷所 株式会社高橋印刷所

