

一日二五〇万人の乗降客が行き交う西日本最大で、かつ新宿、池袋に次ぐ日本三番目の巨大ターミナル、大阪・梅田。その北側に位置し、大阪最後の一等地といわれる「うめきた」にオープンしたグランフロント大阪。そこから南へ約九kmあべの・天王寺エリアに地上三〇〇mという日本一の超高層ビルとして開業したあべのハルカス。今、大阪の街が賑わっている。

グランフロント大阪は、梅田貨物駅跡地の再開発エリア「うめきた」の先行開発区域として、二〇一三年四月にまちびらきを迎えた。商業施設だけでなく研究機能、オフィス、ホテル、住宅など複合機能化した「まち」であり、中核と位置づけられるナレッジキャピタルは、関西の産業シーズ創出の場としての役割を担う。「世界に誇るゲートウェイ」を標榜し、アジアをはじめ海外からの誘客を狙うほか、都市再生特別措置法や国家戦略特区制度なども活用した官民連携によるまちづくりを推進するとともに、連日多彩なイベントを実施。人を呼び込むし、まちを育てるしくみづくりにも力を入れている。初年度の来場者延数は五三〇〇万人^{*1}で、当初目標の三六五〇万人を大きく上回った。商業売上も四三六億円^{*2}（当初目標四〇〇億円）と順調に推移している。（グランフロント大阪TMO事務局長・廣野研一さん談）

一方あべのハルカスは、一九三七年に建設された近鉄百貨店（当時は大鉄百貨店・四八年改称）の老朽化に伴って計画されたもの。エリアが都市再生緊急整備地域に指定さ

ビッグプロジェクト始動

れたことで容積率の割増が認められ、鉄道、不動産、流通、ホテル・レジャーという四大コア事業の集約が可能になった。加えて伊丹空港の高さ制限地域を外れたこともあり、地上三〇〇mの立体都市を構想。二〇一四年三月全面開業した。働く街キタ、遊ぶ街ミナミに対し、あべのを暮らす街と位置づけ、暮らしの日常（ケ）にハレの要素を持ち込んだ独自エリアとして活性化をめざしている。なお一四年五月末現在、来館者数一日約一三万人と、こちらも活況を呈している。（近鉄あべのハルカス事業本部課長・能美慎次郎さん談）

内需主導経済への転換を牽引

開業景気もあつて活気づく二つの大型プロジェクトだが、関西経済に与えるインパクトを専門家はどうか見ているのか。



グランフロント大阪。JR大阪駅とデッキで接続 ©グランフロント大阪TMO

*1: 2013.4.26～14.4.25
*2: 2013.4.26～14.3.31

人、大阪に集う

「グランフロント大阪」と「あべのハルカス」の経済効果

2013年春のグランフロント大阪に続き、14年春にはあべのハルカスが開業。いずれも計画を上回る集客が続いており、今、大阪は活気づいている。相次ぐ大型プロジェクトの発進は関西経済浮上の起爆剤になるか——2大プロジェクトがもたらす経済効果や見通しを探った。



「商業施設部分の売上だけでなく、人の流れの変化など数字に表れにくい部分も含め、波及効果はかなり大きい」——例えばグランフロント大阪（以下・グランフロント）の関西への経済波及効果を初年度一二〇億円、二年目以降一二七・一億円と試算した、りそな総合研究所主席研究員の荒木秀之さんは、プロジェクトがオープンした時期にも注目する。

「今、関西は、ものづくりが引く張る経済サイクルから新たなサイクルへの転換期を迎えています。そのタイミングで大型プロジェクトの開業が相次いだことは、関西経済にとって幸運だといえるでしょう」

かつて関西経済を牽引していたものづくりのパワー。しかし、リーマンショック、震災、円高により製造業は大打撃を被った。良いものをつくり、海外へ売って儲けた金を国内に投資して景気を浮揚させるというサイクルはもはや過去のもの。「ものづくりなくして関西経済は語れません」が、牽引役は外需ではなく内需へとシフトしています」

少子高齢・人口減少が進むなか「内需」が経済を引っ張れるのか、疑問が頭をよぎったが、たとえ人口は減っても満たされていない人々のニーズは数多くある、と荒木さんは続ける。例えば医療介護や環境エネルギー分野、まだ手つかずの部分が大きい観光分野。それら多くのニーズが眠る分野において、関西が先陣を切ろうとしているのだと。

インバウンド観光のインパクト

二〇一三年、日本を訪れた外国人の三人に一人は関西を



あべのハルカス 60階の展望台 ©近畿日本鉄道株式会社

訪れており、特にアジア圏からの人気は高い。LCCの就航という追い風もある。同年、彼らが関西で消費した額は、前年比約九八〇億円増の約三三八〇億円。これは全国の消費額の二四％にあたる。関西の経済規模が一五％であることを考えると、インバウンド観光（訪日外国人旅行）が関西経済に与えるインパクトの大きさが窺える。

その一翼を開業したばかりのグランフロントが担ったはずだ、と荒木さん。今年はそこにハルカスが加わった。あべのは大阪の中心地と関西空港の中間に位置する。以前か

グランフロント大阪。右の2棟はオフィスタワー、3棟目がインターコンチネンタルホテル大阪。

この3棟の低層階にショップ&レストランとナレッジキャピタル。左端はオーナーズタワー（分譲住宅） ©グランフロント大阪TMO



らアジア客に人気のミナミや新顔のグランフロントを擁するキタへ、関空からの移動途中でハルカスに足を運ぶ流れができれば、観光ルートにバリエーションが増え、周遊がさらに楽しくなる。京都・神戸といった観光スポットや食文化など、関西には観光客を惹きつけるコンテンツが充実している。観光は集積効果が如実に現れる分野。人が来るからハード・ソフトが揃い、揃うから人が来る。無料WiFiなどソフト面をもっと強化させ、いち早く好循環を生み出せばいい、という。

日本は二〇三〇年に外国人観光客三〇〇〇万人をめざしており、この目標が達成されれば、関西での訪日客による消費額は約一兆円と推計される。

「関西は高齢化に加え依然東京方面への人口流出があり、大都市圏の割に人口減少ペースが速い。人口減少に伴い消費も減少しますが、それを訪日客の消費で補う可能性があるのです」と、荒木さんは指摘する。

となれば観光は今後、今まで以上に関西経済にとって大きな柱の一つとなる。グランフロントやハルカスは、訪日客誘致の核として存在感を発揮していくことが望まれる。

将来人口の統計

(単位: 万人)

	2010年	2013年	2015年	2020年	2025年	2030年	変化率(%) (2013→2030年)
全国	12,806	12,725	12,660	12,410	12,066	11,662	-8.4
関東	4,347	4,355	4,360	4,320	4,243	4,138	-5.0
中部	1,592	1,585	1,581	1,555	1,518	1,473	-7.0
関西	2,090	2,079	2,071	2,030	1,973	1,904	-8.4
九州	1,320	1,305	1,295	1,260	1,220	1,175	-10.0

出所: 国立社会保障・人口問題研究所

訪日外国人による消費額(2013年)

		金額(億円)	全国比(%)
主な 地域別 (推計)	全国	14,167	100.0
	関東	6,112	43.1
	中部	1,064	7.5
	関西	3,377	23.8
	九州	1,205	8.5

出所: 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、
「訪日外国人消費動向調査」、「宿泊旅行統計調査」
をもとに、りそな総研作成

あべの↓大阪↓日本を「晴るかす」

ハルカスの目下の好調要因について荒木さんは「景気に消費を左右されにくい中高年層のレジャー需要をうまく取り込んだ」と見る。天気が良ければ京都方面から六甲山系、明石海峡大橋、淡路島まで一望できる最上階の展望台。併設の美術館やホテルに加え百貨店は飲食など非物販エリアが二五％と、家族で週末を過ごせる『時間消費型施設』の機能を充実させている。南大阪在住の荒木さん自身、ハルカスには週末しばしば家族で「ご飯を食べに行く」そうだ。地域客の取り込みに成功したわけだが、開業効果が薄まっていくこれからは、本当の勝負。今後は、海外からの来訪者も含めた関西観光を支える一極として成長が望まれる。キタ、ミナミほど全国的知名度のないあべのが第三の街として集客力を高められるよう、特色を打ち出していかなければならない。

ハルカス（晴るかす）とは「晴れ晴れとさせる」ことを意味する古語だそうで、「まずあべのというエリア一帯を晴れ晴れさせることで大阪を多様性あるまちとして活性化ひいては日本を活性化したい」。近鉄の能美さんの言葉に希望を託したい。

ナレッジキャピタルという創造拠点

他方、庶民的で親しみやすいイメージの大阪とは少し異なる正統派の表玄関として関西の奥深さを示しているのが、グランフロントだ。ブランドショップなど最先端を見せる



上／コラボレーションからイノベーションを創出するグランフロント大阪の交流制サロン「ナレッジサロン」
下／グランフロント大阪のうめきた広場では連日イベントが行われている（夏の梅田ゆかた祭り）
©グランフロント大阪TMO

ショーケースとして観光の厚みを示すだけでなく、新しい産業や製品・技術を生み出す拠点としての役割を持つ。異業種が一カ所に集まり、情報や技術を融合させ、新たな価値を創造するナレッジキャピタル。企業にとってはアイデアを試す場であり、消費者に対してもかつてない新しい製品の提案の場として認知されれば好循環が生まれる。実際に、関西弁を喋るロボット家電COCOROBO（シャープ）をベースにした「ツンデレROBO」などのユニークなアイデアがナレッジキャピタルから生まれ、注目されている。分野を超えた出会いの場を提供するナレッジサロンの登録者数の増加や、さまざまなポテンシャルを持つ企業の参加も続いている。

関西のお家芸とも言える家電産業はヒューマンインターフェイスやロボット技術に長け、医療機器や介護分野にもシフトしやすい。介護ロボットによる在宅医療、ロボットを採り入れた新しい住宅、環境問題を解決できる住宅など多様な試みが考えられる。医療関連の国際戦略総合特区や国家戦略特区にも認定されている強みを生かし、今後、医療分野などでの新たな需要に対し製造業がものを供給するという、内需産業主導の新たな経済サイクルへの移行に先鞭をつけるという意義もある。

「ハコに命を入れていく」、TMOの廣野さんがそう表現したように、刺激的で楽しいイベントを次々しかけているのも、日常的に人を集めることで、併せて投資も呼び込もうというものだ。

課題先進地域が未来を拓く

荒木さんは言う。「二つに共通しているのは、関西の新しい方向性がギュッと詰まった場所だということ。単なる大型駅前再開発で数年後にテナントを入れ替えて新鮮味を出して終わり、というのではなく、今後の関西に求められる機能を発揮していく必要があります」。一四年度中にまちづくりの方針を策定予定のうめきた二期についても、将来の関西像を描き、そこに必要なものを知恵を出し合って探っていかなければならない。

「高齢化や人口減少、製造業の空洞化など、関西は課題先進地域。しかし、それはチャンスのも返しです」。全国の都市がこれから直面する課題に先に取り組むわけであり、それを克服できれば莫大なビジネスチャンスが眠っているはずだ、と荒木さんはエールを送る。

人、大阪に集う。新たな価値を持ち始めた二つのエリアが、転換期を迎えた関西経済の今後に果たす役割に期待したい。 **躍**