

梅田エリアの新たな都市づくり ～大阪梅田ツインタワーズ・サウス見学会

関西の経済活動の中心である梅田エリアはいくつもの大規模再開発が進み、都市の風景は年々変化し続けています。大阪梅田ツインタワーズ・サウスは、阪神百貨店、新阪急ビルの建替プロジェクトとして約8年をかけて整備が進められ、今年ついに全館オープンとなりました。都市づくりにかかわる様々なハード、ソフトの工夫や挑戦が詰め込まれた最新の事例について担当者の方々から解説いただきました。

■開催要領

〈見学会〉

◇日時：2022年8月9日(火)15:00-17:30

◇場所：大阪梅田ツインタワーズ・サウス

◇参加者：22人（学生・一般17名、委員5名）

◇内容

(1) 講演

(2) 質疑応答

(3) 現地見学会

オフィスフロア 基準階

12階テナントワーカーサポート施設 WELLCO

12階屋上庭園

地上階、大阪駅前地下道

■講演概要

①新しいオフィスビルとしての取り組み

阪急阪神不動産株式会社 開発推進部

村田 瑞穂 氏

・3つのポイント

経営統合した阪急、阪神の2社が所有する2つのビルを一体的に建て替え

公共空間を整備する都市貢献を基盤に2000%という大幅な容積緩和

まちと建築を一体的にデザイン

・都市再生特別措置法に基づく特定都市再生緊急整備地域内における道路上空建築の規制緩和を日本で初めて活用し、2つの敷地を隔てる道路上空を利用したビル建替を行った。

・周辺の歩道、地下街の整備もすることを条件に緩和を受けた。

・阪急・阪神百貨店それぞれののれんをおろさず(営業を止めず)に開発をすすめるという難しさがあった。

・ホワイエは災害時には帰宅困難者用に解放することも想定している。

・オフィスサポートフロアのWELLCOはウェルビーイングを意識している。

・単なる「ワーク」だけではない、人との出会いを生み出すオフィスが求められることから、多様な働き方を支援する機能を備えたオフィサー専用フロアを設定。

・職場でもなく、オフィス外でもないwellco dining、wellco bar、wellco lounge、wellco fitness、ワークブース、WEB会議ブース/テレホンブース、マッサージルーム、リラックスルーム、マザーズルームを備え、コンシェルジュも常駐。

②建築物としての地域貢献。特にみどり

株式会社竹中工務店 大阪本店設計部

市川 徹 氏

・地下から地上、中空へと有機的なつながりをもたせる「梅田木立」。

・植栽計画においては、淀川水系、六甲山系の在来種など地域にあった植栽を選定した。

・小さな公園を配置に合わせて選定していくプロセスで計画した。

・歩道では、地下鉄の換気塔を植栽で隠し、見えづらくするなどの工夫も行っている。

・地下街の通路幅も広げ、吹き抜けを介して地上とつなげることで自然光も取り入れている。

・オーガニックファサードには蛇籠プランターを710基設置しており、年間を通してどこかが

色づくように構成してある。

・歩道→壁面→屋上へと生物がつながるような配置にしてあるため、地上の生物が屋上まで登ってくるようになっている。

③梅田1丁目地区のエリアマネジメント

一般社団法人梅田1丁目エリアマネジメント
濱口 優作 氏

・マネジメントとして、敷地外に投資することでまち全体の価値向上をねらっている。

・施設やインフラを作って終わりではなく日常的維持管理も行っている。

・エリアマネジメントでは、デジタルサイネージや壁面広告で収益をあげることで、グレードを上げた管理が可能となる。

・使用する材料も安価なものを選択するのではなく、最適な材を選択することができる。

・デジタルサイネージでは広告だけでなく、防災情報なども流すことで災害時への備えとしておる。将来的にはまちの案内所になることを期待している。

Q&A

・荷捌き室はどうしているのか

→地下3階に荷捌き室を集約している。敷地の南端部から搬入しており、地下駐車場ネットワークとも一部連結している。

・ホワイエへの避難者受け入れを想定しているが、防災備蓄はどうなっているのか

→各階に備蓄倉庫がある。ワーカーの方については各テナント対応となる。ビルとしては一時避難のためのタオルケットなどは準備しているが、食糧や水の提供は難しい。

・エリアマネジメントにおける広告収入以外の収益計画について

→エリアマネジメントに反対する人はいないが、考え方にも濃淡があり、一致するのは難しい。現状の考え方としては道路からの売上はすべて

道路となっている。それ以外の収益計画は現時点ではない。

・地上は横断歩道も少なくウォークブルなまちとはいづらいのではないかと

→現状としてはご指摘の通りで横断歩道なども少ない。横断歩道なども整備できればいいが、非常に難しい。

・特定道路占有の効果

→仕上げ材1つをとっても市が担当するとメンテナンスしやすく、コスト重視なものになってしまう。民間がすることで普段は使用しないものも使用できる。

・省エネルギー面での取り組みについて

→ビル全体でエネルギーのベストミックス化を行っている。各テナントの需要のピークが異なっており、そのタイミングを考慮している。テナントとの意識を埋めるために使用量の見える化も行っている。

・コロナでオフィス需要が減っているが今後の見通しはあるのか

→今後も本社機能は維持されると考えている。ツインタワーズ・サウスのオフィス誘致もすでに終わっており、7-8割は埋まっている。

・オフィス以外にホテルや文化施設の計画はなかったのか

→元々、阪神と阪急の1帯整備で、下層は売り場面積や階数も同じとしていた。高層タワー部についてはホテルや文化施設を入れる議論はあったが、動線や設備の関係からオフィスとなった。

シェイクシャックの誘致は誰が決めたのか

→誘致については、阪神百貨店が決定した。シェイクシャック前のテーブルは、エリアマネジメントがあるから設置できており、魅力的な空間となっている。



