

新大阪駅周辺地域まちづくり方針

【資料編】

令和7年●月

新大阪駅周辺地域都市再生緊急整備協議会

(目次)

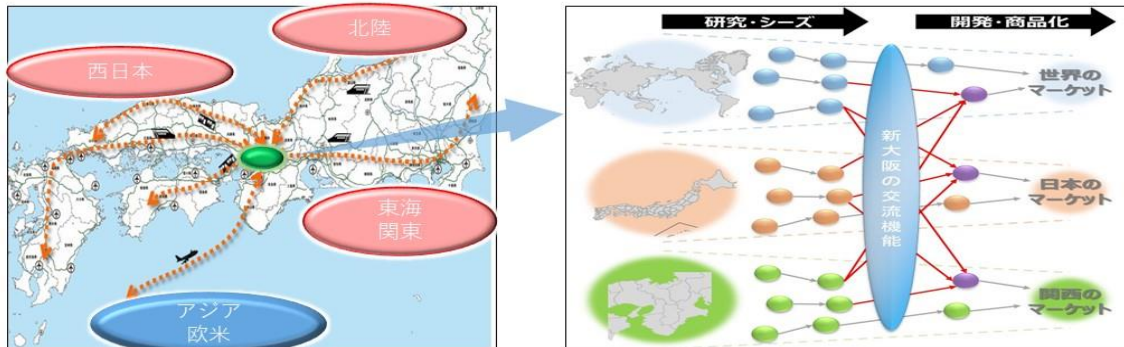
1. 大規模な交流を促進する施設に関する参考資料	P2
2. 3D都市モデルの活用に関する参考資料	P6
3. 検討経過と検討体制	P7
4. 用語集	P9

【新大阪駅エリアにおける交流促進機能のコアとなる機能の一例 大規模な交流を促進する施設】

(コア機能の導入の基本的な考え方)

- ・広域交通ネットワークが持つ広い圏域(世界、日本各地)の多くの人々が交流し、都市総合ランキングの高い世界の主要都市に勝る国際競争力の強化のシンボルとなる施設
- ・世界や日本全体と関西の交流による大阪の産業・ビジネス・文化の発展(広域からの流入・発信、マッチング)
- ・人や企業の集積・ネットワーク形成、エリア満足度の向上、関西のクリエイティブクラスの定着

(広域からの流入・発信、マッチング)



(新型コロナ禍を契機とした社会変化との関係)

- ・オンラインで代替できないリアルならではの価値
- ・サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)のハイブリッド

(コアとなる機能の視点)

- ・人と人との交流促進の程度、将来における普遍性、空間活用の多様性、関連他施設との競合

(コア機能(キーコンテンツ)の導入の一例)

- ・交流を促進する効果が高く、将来における普遍性があり、空間活用において多様性のある展示会場との親和性が高い
- ・展示会場の機能を持ち合わせた、人が集まり様々なコトを催せる多目的で大規模な交流を促進する施設の立地が望ましい。
- ・大規模な交流を促進する施設の効果を高めるには、施設直近はもとより、十三・淡路エリアおよび淀川を含めて、ホテルやバンケット等の関連する機能を配置するとともに、大阪都市圏内の諸機能との連携を図ることが重要。

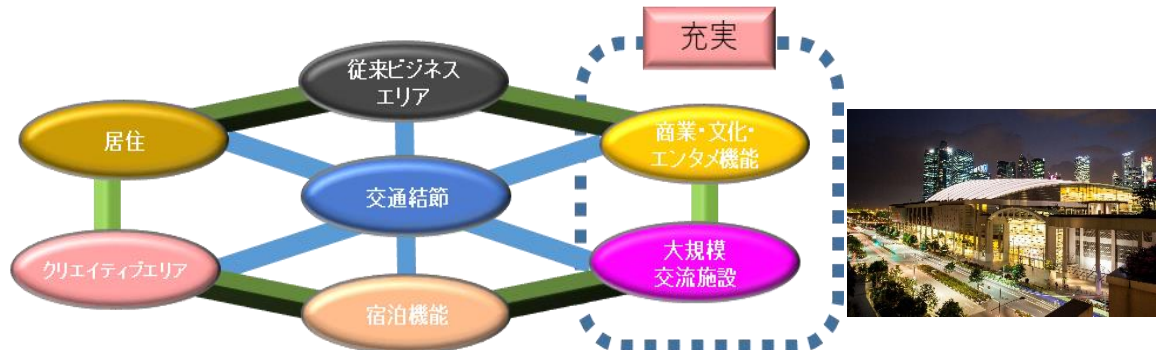


(新大阪駅エリアの交通結節施設に近接する大規模な交流を促進する施設と周辺機能との連携イメージ)

(参考)海外都市拠点における大規模な交流を促進する施設

海外主要都市拠点には多様な機能がバランスよく配置されている。

一方で、新大阪駅周辺には多目的で大規模な交流を促進する施設がない。



国	都市	駅	概ね 1 km 圏内の大規模交流施設
イギリス	ロンドン	キングスクロス駅	劇場・博物館・図書館
アメリカ	ニューヨーク	ペンシルベニア駅	アリーナ・展示場・シアター
フランス	パリ	パリ北駅	展示場・美術館・博物館
デンマーク	オーフス	オーフス中央駅	ホール・美術館・展示場
シンガポール	シンガポール	シティーホール駅	展示場・国立公園・国際会議場

(参考)大規模な交流を促進する施設の分類

主目的	大規模交流施設 (内容)	交流	普遍性 (オンライン化)	空間活用 の多様性	市内施設の事例
ビジネス	展示会場 新技術発表 会、BtoB、 BtoCの各種イ ベント	高い	モノに 触れるは 不可	高	(臨海部) インテックス大阪 (都市部) マイドーム大阪
	会議場 (国際会議)		会議自 体は可 能	目的 に特化	大阪府立 国際会議場
エンターテインメント	アリーナ (ライブ・スポーツ)	低い	映像な どによ りオン ライ 化可 能	中	大阪城ホール
	劇場 (演劇)			目的 に特化	オリックス劇場
	音楽・ホール (コンサート)				ザ・シンフォニー ホール
	美術館 (芸術)				大阪中之島美術館

(参考)第5回検討協議会 大阪観光局 田中委員資料

「滞在したくなる新大阪～そのための中核施設「MICE 会場」～」より抜粋

1. MICE会場が中核施設になる理由

滞在する「目的」を創る施設だから

① 大阪の使命

- 日本全体の発展とリスクヘッジのため、もう一つのエンジンになる
- 東京一極集中に終止符をうち、地方都市発展のトップランナーとなる
- 2025万博、IR誘致等を経て、関空からの訪日外国人の増加が確実。全国に送客する都市となることで発展を目指す



② 新大阪駅の使命と、それを実現するMICE

- 国内屈指の交通結節点となる新大阪を「通過点」ではなく、世界中のビジネスパーソンが「集まり、滞在する場所」にする。その「目的」を創るのがMICE。
- 海外では、MICE会場は空港、港、道路と同じ経済インフラ・集客装置と認識（日本は貸館ビジネスと捉え、稼働率だけを追求…）
- MICE会場は多目的空間。新作発表会、商談会、見本市、コンサート等、多彩に活用可能。それゆえ、産業・観光振興、企業集積の観点でも有効。
- 空間規模が大きいので、街のシンボルに（ドイツ、アメリカ、シンガポール…）。

2

2. MICEは今後どうなるのか？

本質的価値は変わらない

① 人・モノ・情報を一堂に集め、商売、イノベーションを生み出すMICEの価値は普遍的（不変）

以下のような価値は、オンライン技術で代替困難。

- 商取引・購買（手で触って、確かめてから、買いたい）
- 確かな人脈構築（高額商品の取引、新規取引など信頼関係構築が必要）
- 非日常空間（日常の業務から切り離されて、集中して参加したい）



② オンライン技術はMICEの価値を高める「ツール」

オンライン技術はMICEとの対立概念ではない。参加者の数や範囲を拡大し、MICEの価値を高める道具である。

- 1995年ごろインターネット普及時、「インターネットによって展示会や国際会議はなくなる」と言われたが、むしろ逆の結果に。すなわち、インターネットのおかげで、MICEのプロモーションが効率的、安価で行えるようになり、参加者が劇的に増え、MICEは世界中で開催件数が年々増え続けている。



3

- 2000年ごろのITバブルの時期。オンライン会議やバーチャル展示会のソリューションが多数出現したが主催者は使用せず。その理由は、リアル開催の方が参加者を圧倒的に満足させられるから。現在は人と人が出会うことが難しい状況なので、多くの主催者はやむをえずオンライン技術を選択。コロナが落ち着いたらどうなるか？

- オンライン技術は今後も進化させ、主催者はMICEの価値向上の道具として積極的に利用すれば良い。（例）時間的・物理的等の理由で参加できない人に、一部のメリットを提供、将来の来場意欲を高めてもらう手段として。また、MICEでの出会いの精度を上げるツールとして（会いたい人、見たい製品に出会う、濃い商談を行う）。

③ 長期的にMICEは再び成長軌道に。「会場が大きいほど、より多くの、より大きなMICEを誘致できる」という原則も不変。

全国の主要MICE主催者・運営事業者によるヒアリングから得られた事実。

- Exhibitionの主催者は、スペース代から利益を得る現在のビジネスモデルを手放そうとしていない。人材募集も積極的。
- オンライン開催となった学会主催者の殆どが、「コロナが落ち着いたらリアルで開催したい」と言っている。2022年以降の学会・国際会議の案件も決まり始めている。
- ほとんどの主催者は、すでに予約している2021年度以降の会場をキャンセルしておらず、依然として会場が予約しづらい状況。
- 世界の調査も市場拡大を報告、主要主催者の動きもリアルでのMICE再開が主流。

4

3. 既存のMICE施設と競合しないか？

NO！

- 世界と比べ、大阪（日本）の展示面積は圧倒的に少ない。
- コロナ禍を受けても、2021年度以降、インテックス大阪、グランキューブ、大阪城ホールも依然として会場が取りづらい状況であり、多くのMICE案件を大阪は逃している。
- 従って、そもそもMICE会場が大阪にできることは、既存の需要を食うという状態ではなく、機会損失を防ぐうえで大きな利点がある。

近隣都市との会場面積比較

会場名	2020年度現在	2040年度予定	都市の合計	備考
東京	東京ビッグサイト	14.1ha	12.9	12.9
千葉	幕張メッセ	7.2	7.2	7.2
大阪	インテックス大阪	—	2	10
	旧MICE施設	—	2	
	新大阪駅周辺に建設	—	1	
名古屋	AIIC SKY EXPO	6	6	14
	ポートメッセなごや	3.4	3.4	ポートメッセを建設し、2会場の相互連携を推進
ソウル	KINTEX	10.4	10.4	14.4
	COEX	3.4	3.4	KINTEXは将来20万㎡へ
北京	New China International Exhibition Center (NCIEC)	10.6ha	10.6ha	
	China International Exhibition Center (CIEC-Beijing)	5.3	5.3	15.9ha
上海	National Exhibition and Convention Center (Shanghai)	40.44	40.44	
	Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)	25	25	67.23
	Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center	6.79	6.79	
香港	AsiaWorld-Expo	7.23	7.23	
	Hong Kong Convention & Exhibition Centre	6.8	6.8	13.82
台北	Taipei Nangang Exhibition Center, Hall 3.2	7.54	7.54	
	Taipei World Trade Center	2.73	2.73	10.28
	Singapore Expo Convention and Exhibition Centre	10	10	
シンガポール	Suntec Singapore	4.2	4.2	20.96
	Marina Bay Sands	3.18	3.18	
	Changi Exhibition Centre	3.58	3.58	

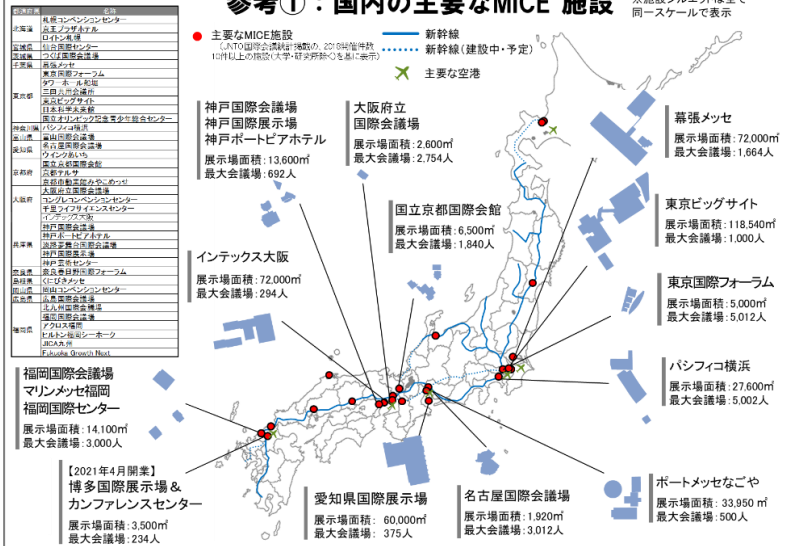
単位：万㎡。
展示面積1万㎡以上の施設

5

参考①：国内の主要なMICE施設

- 主要なMICE施設
(ATO2021年、MICE施設、2019年度実績、100以上の施設(大学・研究機関も含む)を示す)

※施設シルエットは全て同一スケールで表示



参考② 国内MICE会場と新幹線駅からの距離

施設名	展示面積	最大会議場	新幹線駅	距離
東京ビッグサイト	11.9ha	約1,000人	東京品川	6.0km 5.0km
東京国際フォーラム	0.5ha	約5,000人	東京	0.5km
パシフィコ横浜	2.8ha	約5,000人	新横浜	5.7km
愛知県国際展示場	6.0ha	約400人	名古屋	35.5km
ポートメッセなごや	3.4ha	約500人	名古屋	14.0km
福岡国際会議場	1.4ha	約3,000人	博多	2.3km
マйдーム大阪	0.5ha	約200人	新大阪	6.3km
インテックス大阪	7.0ha	約300人	新大阪	13.1km
新大阪駅の新MICE会場	1.0ha		新大阪	0km

9

(参考)3D都市モデル(まちの空間のデジタル化)を活用したまちの空間づくり検討

- ・新大阪駅周辺地域(新大阪駅エリア、十三駅エリア、淡路駅エリア)については、まちの空間を3Dデジタル化しており、現状の空間認識はもとより、今後のまちづくりの空間検討における基本的なデジタル都市基盤として活用できる環境が整ってきている。
- ・新大阪駅エリア、十三駅エリアについては、鉄道整備による駅やまちの空間のより複雑化が想定され、淡路駅エリアでは、阪急電鉄の大規模な高架化が進み、また大規模な開発用地(柴島浄水場開発用地の活用)が創出され、空間把握が困難であることから、3D都市モデル活用し空間的な検討を進める。
- ・なお、まちの3Dデータは、オープンデータ化されており、多様なユーザーが仮想空間での検討が可能である。仮想空間での取組みが、実空間でのプロジェクトの実現に進むことが期待される。



新大阪駅の鳥瞰



新大阪駅の通路



淡路駅から柴島浄水場付近の鳥瞰
(高架化後の空間)



十三駅と淀川河川敷付近の鳥瞰

(空間検討イメージの例)

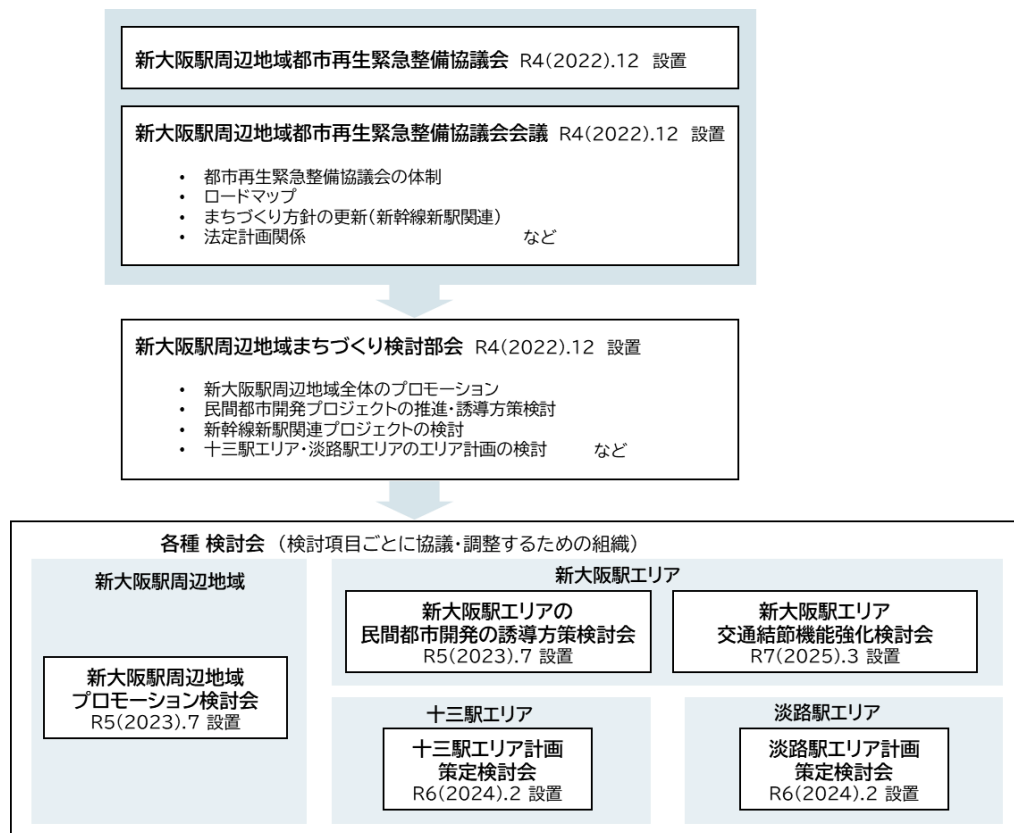


(検討経過と検討体制)

(1) まちづくりの検討経過

- H30(2018).8 新大阪駅周辺地域が都市再生緊急整備地域の候補地域として、内閣府より公表
R4(2022).6 新大阪駅周辺都市再生地域緊急整備地域まちづくり方針 2022 の公表
R4(2022).10 都市再生緊急整備地域に指定(新大阪駅エリア)
R4(2022).12 新大阪駅周辺地域都市再生緊急整備協議会の設置
R7(2025).● 新大阪駅周辺地域まちづくり方針の公表

(2) まちづくりの検討体制



○構成員

都市再生緊急整備協議会

■国	
	内閣総理大臣
	内閣府特命担当大臣(地方創生)
	国土交通大臣
■地方公共団体	
	大阪府知事
	大阪市長
■民間事業者	
	JR西日本代表取締役社長兼執行役員
	JR東海代表取締役社長
	阪急電鉄代表取締役社長
	OsakaMetro代表取締役社長

都市再生緊急整備協議会会議

■国	
	内閣府地方創生推進事務局長
	近畿地方整備局長
	近畿運輸局長
■地方公共団体	
	大阪府知事
	大阪市長
■民間事業者	
	JR西日本代表取締役社長兼執行役員
	JR東海代表取締役社長
	阪急電鉄代表取締役社長
	OsakaMetro代表取締役社長
■経済団体	
	関西経済連合会会長
	大阪商工会議所会頭
	関西経済同友会代表幹事

まちづくり検討部会

■国	
	内閣府地方創生推進事務局参事官
	近畿地方整備局建政部長
	近畿運輸局交通政策部長
■地方公共団体	
	大阪府副知事
	大阪市副市長
	淀川区長
	東淀川区長
■民間事業者	
	JR西日本代表取締役副社長兼執行役員 地域まちづくり本部長
	JR東海代表取締役副社長 総合企画本部長
	阪急電鉄専務取締役
	OsakaMetro常務取締役 交通事業本部長
■経済団体	
	関西経済連合会専務理事
	大阪商工会議所常務理事・事務局長
	関西経済同友会常任幹事・事務局長
■学識経験者	
	京都大学 小林特任教授
	大阪公立大学 橋爪特別教授
	名古屋大学 森川特任教授

(用語集)

用語	解説
e コマース	インターネットなどのネットワークを介して契約や決済などを行う取引形態のこと。電子商取引とも呼ばれる。
アジアダイナミズム	アジアの経済成長や発展を指す言葉
Society 5.0 (超スマート社会)	サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会 (第5期科学技術基本計画(平成28年1月22日閣議決定)より)
リダンダンシー	自然災害等の発生時に、全体の機能不全につながらないように、予め交通ネットワークやライフライン施設を多重化したり、予備手段が用意されている様な性質。 (大阪のまちづくりグランドデザイン(大阪府・大阪市・堺市)より)
サードプレイス	アメリカの社会学者レイ・オルデンバーグが、著書「The Great Place」において、「家庭や職場での役割から解放され、一個人としてくつろげる場」として位置づけたもの。
MaaS	地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスであり、観光や医療等の目的地における交通以外のサービス等との連携により、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段となるもの (国土交通省 HP より)
AR ナビ	拡張現実(AR)の技術を活用して、現実の風景にナビゲーション情報を重ねて表示するシステム
エリアマネジメント	地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための住民・事業主・地権者などによる主体的な取組。 (大阪のまちづくりグランドデザイン(大阪府・大阪市・堺市)より)
まちづくりDX・GX	【まちづくりDX(デジタル・トランスフォーメーション)】 豊かな生活、多様な暮らし方を支える「人間中心のまちづくり」の実現のため、基盤となるデータ整備やデジタル技術の活用を進め、都市における新たな価値創出又は課題解決を図ること。具体的には、3D 都市モデルの整備・活用・オープンデータ化、デジタル技術を用いた都市空間再編、エリアマネジメントの高度化、データを活用したオープンイノベーションの創出などが挙げられる。 (まちづくりのデジタル・トランスフォーメーション実現ビジョン (ver1.0) (国土交通省)より)

	【まちづくり GX(グリーン転スフォーメーション)】 ①気候変動への対応(CO2の吸収、エネルギーの効率化・暑熱対策等)、②生物多様性の確保(生物の生息・生育環境の確保等)、③Well-beingの向上への要請(健康の増進、良好な子育て環境等)に応えるため、都市緑地の多様な機能の発揮及び都市におけるエネルギーの面的利用などの取組を進めること。 (令和6年度 都市局関係予算決定概要(国土交通省)より)
万博レガシー	舟運や自動運転技術など、2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)でのレガシー(遺産)を引き継ぐもの。
グランドレベル	街路、公園、広場、民間空地、沿道建物の低層部等、まちなかにおいて歩行者の目線に入る範囲。