

# I. 近隣センターの現状と問題点

## 1. 近隣センターを取り巻く社会的背景

### 1-1. 近隣センターの経緯

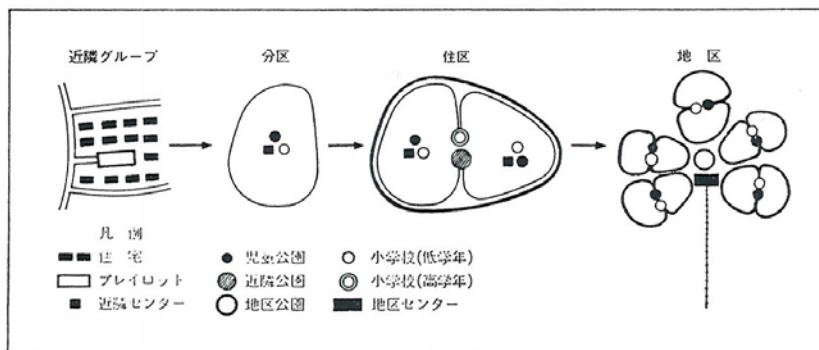
#### (1) 当初の近隣センター配置の考え方

千里ニュータウンのまちの構成は近隣住区理論の考え方を基に、住民の徒歩による生活圏として2,500戸（1万人）前後のまとまりを最も基本的な日常生活圏と考え、住区として計画された。住区の中心的な場所に日常生活に必要な小学校、近隣センター、近隣公園等が配置された。

千里ニュータウンの購買施設は住民の消費行動をニュータウン内にとどめて独立した商圈を形成することがめざされた。このため、買物の頻度や目的によって近隣センター（住区施設）、地区センター（地区施設）、中央地区センター（中央地区施設）の3段階のヒエラルキー\*構成とされた。

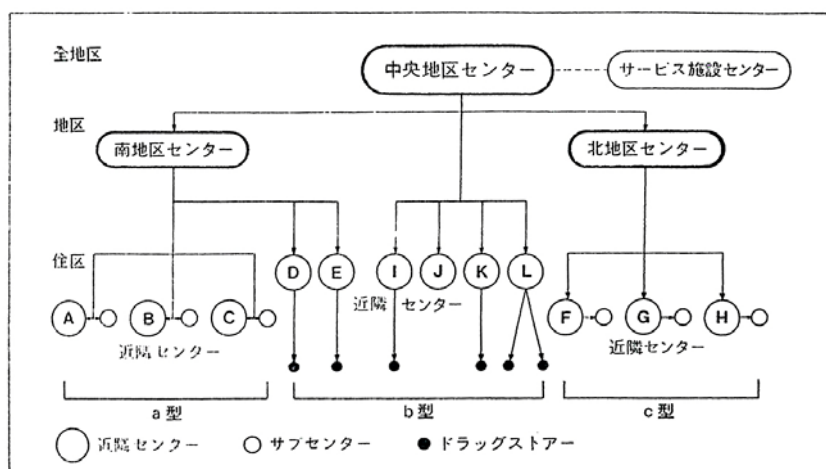
\*：階層構造

千里ニュータウンの住区構成図



(出典：「千里ニュータウンの建設」(昭和45年3月、大阪府))

千里ニュータウンの商業施設構成図



(出典：「千里ニュータウンの建設」(昭和45年3月、大阪府))

近隣センターは徒歩圏において日常の生活の利便性を提供するための場所として、各住区に1～2箇所配置するように計画され、生鮮食料品を主体とするマーケット、日常雑貨等の小売店舗、飲食喫茶、理美容、銀行、公衆浴場等のサービス施設と共に、郵便局、派出所、集会所等を配置する計画とされた。整備された当初は、周辺に購買者層も多く、また、他に買物ができる場所も無かったこともあり、「千里物価」と呼ばれる値段設定であったにも関わらず、生鮮3品を買い求める場所として、多くの買物客であふれていた。

一方、地区センターには、スーパーマーケットと並んで、近隣センターでは得られない衣料品、文化品等の専門店街、高級飲食店街、市役所出張所、電気、電話、ガスのサービスステーション、銀行、派出所、展示ホール、集会室等を配置する計画であった。

また、中央地区センターには、百貨店、映画館、娯楽センター、文化ホール、ホテル、オフィスビル、病院等を配置し、将来、北大阪の中心となりうるような規模と施設が計画された。

このような考え方を基に、大阪府企業局が近隣センターを建設し、旧土地所有者や応募に応じた業者等に分譲された。店舗等の構成は、1住区1業種1店舗等の考え方を前提とした。ただし、事業実施の過程においては、当時の流通革命（大量生産・大量消費時代の流れを受けて登場した総合スーパーマーケットによる豊富な品ぞろえと大幅な値引き販売で顧客を集める方式）により、商業施設がますます大型化、集中化の方向に向かいつつあることや、実施に建設された近隣センターの実情に基づいて若干の変更が行われた。

## (2) 開発初期の状況

(資料：「千里ニュータウンの建設」(昭和45年、大阪府)、大阪府タウン管理財団の資料等)

### ①佐竹台近隣センター

昭和37年に最初の入居に合わせて佐竹台近隣センターが建設された。市場(21店)、住宅付店舗15店、新聞店舗1店、公衆浴場、管理棟から構成されていた。市場、店舗のサービスヤードが狭く、増築余地のなさ、狭い店舗面積、営業用自家用車の置場や客用駐車場がない等の問題があった。しかし、幹線道路に近く、通勤動線に沿った立地条件の良さと最初の近隣センターとしての既得権的有利さから高野台からも客を呼び込み賑わいのある近隣センターであった。

### ②高野台近隣センター

昭和39年に高野台近隣センターが建設された。市場(16店)、住宅付店舗12店、新聞店舗2店、公衆浴場、管理棟から構成されていた。位置が幹線道路から遠く、商業施設的な雰囲気は充分でなかったため、開設当初から賑わいが少なかった。

### ③古江台近隣センター

昭和39年には古江台近隣センターも建設された。市場(26店)、住宅付店舗10店、郵便局、新聞店舗5店、公衆浴場から構成されていた。当時は北千里駅及び駅前の商業施設はまだ整備されていなかったため、古江台近隣センターは競合関係を生じない立地条件にあったが、建築計画の斬新さのため、当時の商業感覚に合わず、その他の要因も重なって賑わいの少ない近隣センターであった。

### ④津雲台近隣センター

昭和39年には津雲台近隣センターも建設された。スーパーマーケット、住宅付店舗12店、郵便局、新聞店舗3店、管理棟から構成されていた。スーパーマーケット形式の店舗のスマートさと品物の豊富さは大きな魅力で、津雲台住民からはほとんどスーパーに対する苦情や不満

はなかった。

#### ⑤藤白台近隣センター

藤白台センターは昭和40年に建設された。市場（21店）、住宅付店舗8店、公衆浴場、管理棟から構成されていた。それまでの広場型施設配置に代えて外周店舗型を採用したのが成功し、商業地区的雰囲気醸し出した。また、商品が安いことが他の住区からも客を呼び込み、当時はニュータウン内で最も繁盛した。

#### ⑥青山台近隣センター

青山台近隣センターも昭和40年に建設された。スーパーマーケット、住宅付店舗12店、公衆浴場、管理棟から構成されていた。設けられたスーパーマーケットは特有の魅力で当初は不満を感じさせなかったが、生鮮食料品に問題があり、盛り上がりの少ない近隣センターであった。

#### ⑦桃山台近隣センターと竹見台近隣センター

桃山台近隣センターと竹見台近隣センターは2つの住区にまたがっており、昭和42年に建設された。桃山台近隣センターはスーパーマーケット、住宅付店舗15店、公衆浴場、管理棟から構成されていた。竹見台近隣センターは市場（22店）、住宅付店舗14店、新聞店舗4店から構成されていた。両センターは単調さを破った店舗配置による空間構成が面白く住民の好評を得ていた。

#### ⑧南地区センター及び北地区センターの動き

昭和41年には、南千里駅前の南地区センター内にスーパーマーケットが開店した。このスーパーは品数の豊富さと安さから、たちまち全住区から客をひきつけ、特に佐竹台、高野台、津雲台の近隣センターの店舗に影響を与えた。

昭和42年には、北千里駅開業と共に、駅前の北地区センター内にスーパーマーケットと専門店街が設けられ、賑わいのある楽しい雰囲気を醸し出した。続いて昭和43年には、北地区センタービルの増築、専門店街の増設が行われ、これにより、青山台及び古江台近隣センターは苦しい立場に追い込まれた。

### (3) 昭和 50 年代の近隣センターの状況

(資料：「千里ニュータウンの総合評価に関する調査研究 1983. 3」「同 1984. 3」千里ニュータウン総合評価に関する調査研究委員会)

近隣センターは、「1 業種、1 店舗」を原則として設置されたために、店舗間の競争が排除された状態であった。これは消費者にとって安くて良いものを選択できる自由を奪うこととなった。しかし、近隣センター周辺での露店等の自然発生的商業行為により、ある程度の競争が行われていたという一面がある。また、この時期、商業施設への住民の評価は、南地区センター、北地区センター、中央地区センターの順に高くなっており、とりわけ、中央地区センターの商業施設の集積は、ニュータウン全体の住民の利用をひきつけていた。つまり、購買施設については、当初の考え方である近隣センター、地区センター、中央地区センターの3段階のヒエラルキー\*<sup>1</sup>構成は消滅し、中央地区センターが巨大な機能を持ち、近隣センターのシェア\*<sup>2</sup>を浸食していた。

\* 1 : 階層構造

\* 2 : 市場占有率のことで、ある特定の市場全体の中で、ある企業の商品やサービスがどれくらいの割合を占めているかを示す比率である。

## 1-2. 時代の変化、近隣センターの変化

### (1) 時代の変化

#### ① 商業スタイルの変化

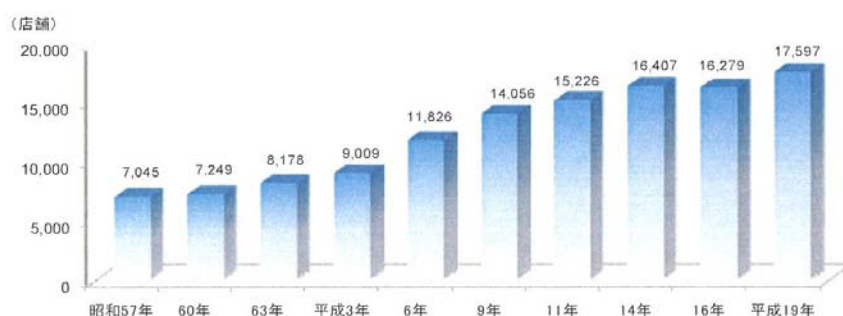
国内の大規模小売店舗は増加傾向にあり、住宅地区よりも幹線道路沿道のロードサイド\*1への立地が多い。

千里ニュータウン周辺地域では、規模の大きなスーパーマーケットや、様々な施設が複合化した大型商業施設等が立地している。また、価値観や嗜好の多様化やモータリゼーション\*2の拡大により、必ずしも近隣性にこだわらない購買行動への変化等が進み、このような競合関係の激化により、近隣センターの商業環境の悪化が進んでいる。

\*1：通りに面している所

\*2：自動車が 大衆に広く普及し、生活必需品化する現象である。

#### 大規模小売店舗数の推移



(出典：「平成 21 年度 我が国の商業」(平成 21 年 12 月、経済産業省経済産業政策局調査統計部))

#### 大規模小売店舗内事業所の立地別・店舗面積規模別構成比 (平成 19 年)

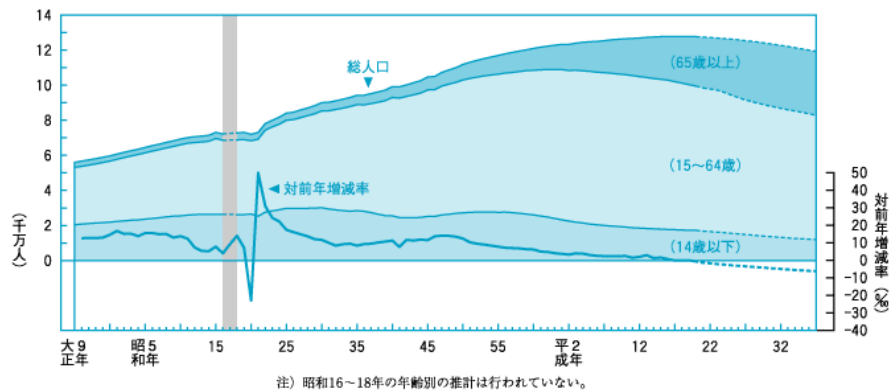


(出典：「平成 21 年度 我が国の商業」(平成 21 年 12 月、経済産業省経済産業政策局調査統計部))

## ②人口減少社会の到来

日本の人口は、それまで増加を続けていた人口が平成 17 年を境に減少へと転じ、人口減少社会が到来したことが明らかとなった。人口減少社会では、人口総数の減少と共に、労働力の減少が経済の縮小を招くことにより、近隣センターの利用者の減少、売上げ等の減少を招くことが考えられる。

### 日本の総人口の推移



(出典：「日本の統計 2010」(総務省統計局))

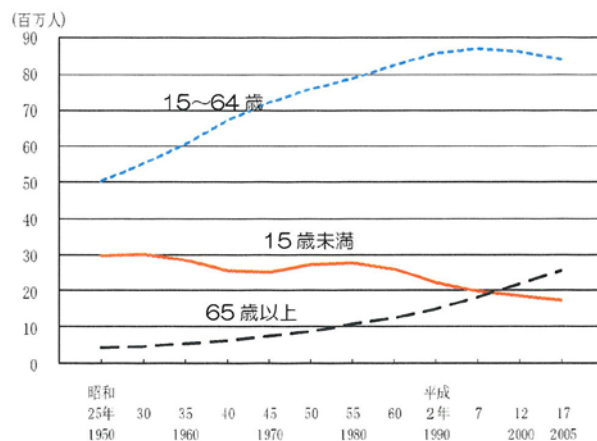
## ③少子高齢化の進展

少子高齢化の進行により、住民の高齢化が進み、高齢者人口が増加している。このような状況の中で、高齢者の住宅に近い近隣センターへは高齢者向けの福祉・介護系施設、医療施設や鍼灸整骨院等の立地も見られる。

さらに少子化の一方で、共働きの子育て世帯の子育て支援ニーズに対応し、近隣センター内への保育所や託児所の立地が見られる。また、子育てへの多様なニーズに対応し、幼児教育や英会話等の付加価値を備えた託児所の立地も見られる。

千里ニュータウンの将来人口推計では、今後も当面、少子高齢化の進行が続くと想定されている。また、公的住宅の建替えに伴う民間分譲マンション等の建設により、若年世帯が流入すると考えられ、上記の高齢者や子育て関連施設のニーズが当面続くと考えられる。

### 年齢3区分別人口の推移

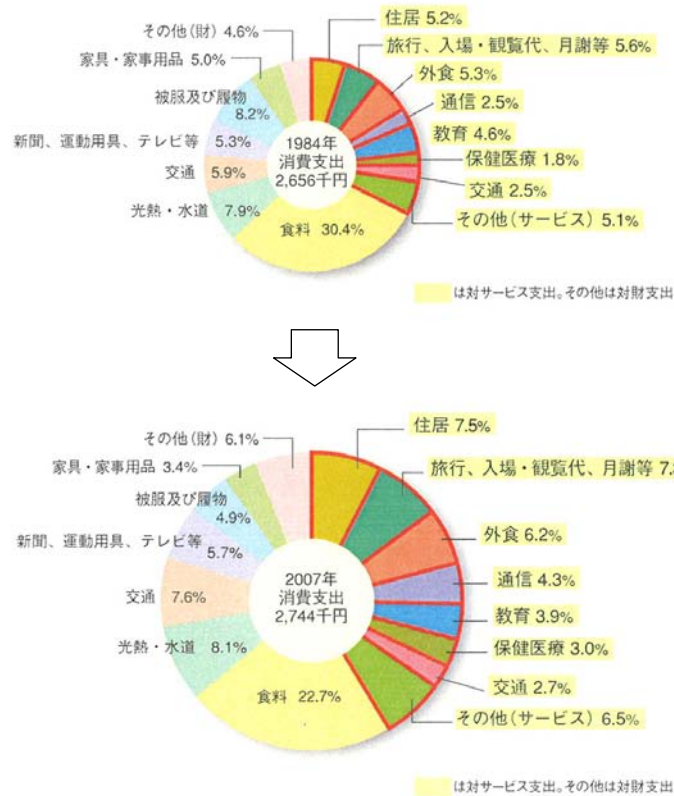


(出典：「平成 17 年 国勢調査」(総務省統計局))

#### ④価値観や生活様式の多様化

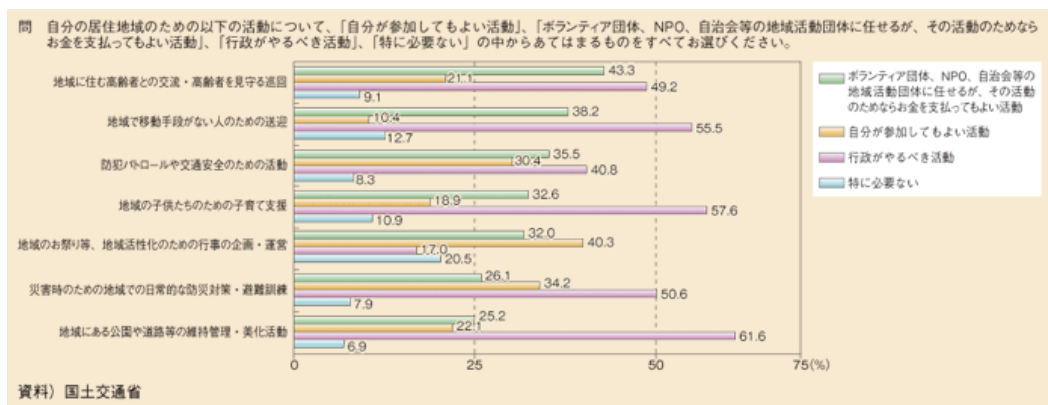
様々な価値観や嗜好の多様化により、日常の買物に対する要求も多様化し、必ずしも近隣性にこだわらない購買行動への変化等が進んでおり、近隣センターでは利用者の減少、店舗の廃業や空店舗の発生が起こっている。また、物の豊かさよりも心の豊かさを求める傾向、社会参画や地域貢献、自己実現ニーズの高まりがある中で、日常の買物やサービスが中心となった近隣センターは、このようなニーズへの対応が不十分で、新たな人の呼び込みを期待しにくい。

#### 家計消費支出項目の変化



(出典：「平成 20 年度 国民生活白書」(平成 20 年 12 月、内閣府))

#### 居住地域のための活動主体

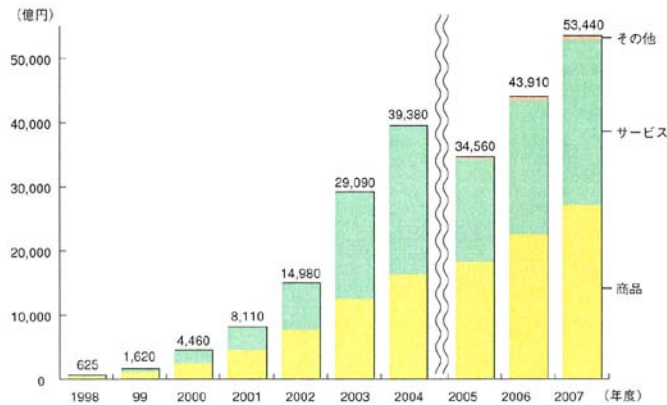


(出典：「平成 21 年度 国土交通白書」(平成 22 年 7 月、国土交通省))

### ⑤情報化の進展

インターネット等の普及を始め、生活の様々な面で情報化が進んでいる。日常の買物についてもインターネットで注文し、宅配で配達される方式も実現してきている。このような方式の販売は、利用者と店舗の距離に関係なく事業を行えるため、利用者への近接性に依存する近隣センターにとって、新たな競争状況を生みだしていると考えられる。その一方で、情報機器を扱い慣れない高齢者等は、情報化に頼らず、近隣センター等で日常の買物を行なっていると考えられる。

#### 消費者向け電子商取引の市場規模の推移



(備考) 1. 経済産業省他「電子商取引に関する実態・市場規模調査」および「電子商取引に関する市場調査」により内閣府において集計。  
 2. 1998から2004年度は商品別、2005から2007年度は業種別に調査したもの。母集団はそれぞれ異なる。  
 3. 1998から2004年度は、総額から自動車・不動産を除外して集計。2005年度調査から、取引成立前段階の見積り金額に基づくもの(不動産や自動車など)を積算から除外している。  
 4. 「サービス」は、1998から2004年度については旅行、エンターテインメント、金融、各種サービスを、2005から2007年度については宿泊・旅行、飲食、娯楽、情報通信業、運輸業、金融業を集計したもの。

(出典：「平成 20 年度 国民生活白書」(平成 20 年 12 月、内閣府))

#### インターネットの利用頻度 (パソコン)

性別	年齢別	居住地別	件数	利用頻度 (%)								
				0%	20%	40%	60%	80%	100%			
全体	1632			30.8	17.5	6.2	4	10.4	20.9	10.5		
女性	923			24.4	18.4	7.6	4.4	12.0	21.9	11.2		
	男性	709		39.2	16.2	4	3	8.3	19.6	9.7		
30歳未満	201			41.3		27.9		10.0	3	5.0	10.0	3
	30歳代	296		47.6		26.4		8.1	3	3	7.1	5.1
	40歳代	260		41.2		23.5		6.9	4	9.2	8.1	6.9
	50歳代	338		32.5		16.9		5.6	6.8	14.5	16.3	7.4
	60歳代	305		16.4	8.9	4	3	16.7		35.7		15.1
	70歳以上	232		5.2	3	3	11.6		49.6			25.7
J R以南	160			25.0	14.4	3	4	6.4		29.4		15.6
	片山・岸部	256		31.3	14.8	4	7	4	10.9		22.7	11.7
	豊津・江坂・南吹田	236		34.7	18.2	6	4	4	8.9		18.6	9.3
	千里山・佐井寺	301		36.5	21.6	9	3	4	8.3		13.3	7.0
	山田・千里丘	344		32.0	18.0	7	8	4	12.2		19.2	7.0
千里NT・万博・阪大	311		24.4	16.7	4	3	10.9		27.3		13.5	

毎日少なくとも1回     週に少なくとも1回     月に少なくとも1回  
 年に1~11回     全く利用しない     機器を持っていない  
 無回答

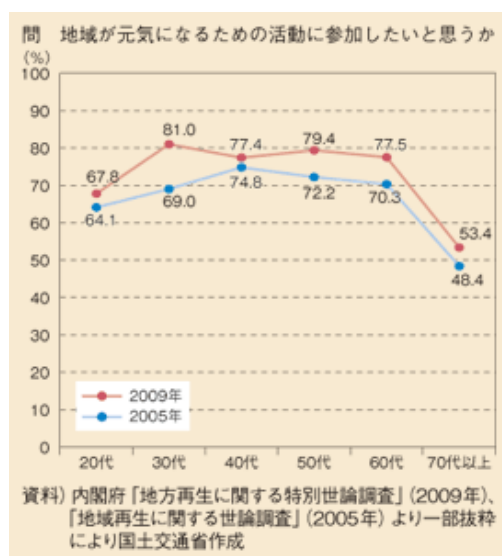
(出典：「平成 18 年度 吹田市市民意識調査」(平成 19 年 3 月、吹田市))



## ⑥市民参画の進展

社会参画や地域貢献ニーズの高まりを背景に、NPOや市民組織等の様々な主体が地域の担い手となって、福祉や生活支援をはじめ、地域のニーズに応じたサービス、言わば新しい社会的サービスとも言えるサービスを提供しつつある。千里を始め、他のニュータウンでも近隣センター内を活動拠点としているものもある。これらの新しい社会的主体の動きは、今後、住民に近い位置にある近隣センターで考えるべき新しい要素としてとらえられる。

### 地域が元気になるための活動への参加



(出典：「平成 21 年度 国土交通白書」(平成 22 年 7 月、国土交通省))

## ⑦法律改正等

ニュータウンのまちびらき以降、社会の変化に対応して様々な法律の改正が行われている。近隣センターに関連する主なものとしては、新しい耐震基準を定めた「建築基準法」の改正(昭和 56 年 6 月 1 日施行)、土地の有効活用を促進するための定期借地権等を定めた「借地借家法」の改正(平成 20 年 1 月 1 日施行)、小売業出店に際し周辺地域の生活環境への配慮事項を定めた「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」(平成 12 年 6 月 1 日施行)、等があげられる。

### (2) 近隣センターの変化

このような時代の変化の中で、近隣センターでは、商業系店舗の廃業や業種転換、空店舗の発生等が進み、従来からの日常の買物の利便性を提供する場所としての機能が弱まってきている。

一方、近年、時代の新たなニーズに応えるものとして、日常の買物の以外の医療や介護福祉施設等の立地が進みつつあり、近隣センターには新たな機能が加わってきている。