

# 埋立都市の商業空間の形成過程について

- 六甲アイランドシティ リバーモールを中心に -

武庫川女子大学大学院生活環境学研究科 水野 優子

同大学生生活環境学部生活環境学科 角野 幸博

## 1. 研究の背景と目的

本論で対象とする六甲アイランドシティは、総面積 580ha の六甲アイランドの中心部に位置する埋立都市である。計画人口、世帯数は 30,000 人、8,000 戸であり、1988 年に入居が開始され、平成 12 年度における人口は 14,610 人、世帯数は 5,267 世帯となっている。六甲アイランドシティは、都市機能用地として位置づけられ、住宅ゾーン、業務・商業ゾーン、文化レクリエーションゾーンとして開発が進められてきた。

「埋立地」における新設住宅地としてすべてが「ゼロ」からの出発であった当地域では、計画時より多様なライフスタイルに対応した住宅供給とともに、「住みたいまち＝行きたいまち」というテーマが掲げられ、居住者、来街者を対象とした魅力ある商業空間の形成、にぎわいの創出が検討されてきた。当地域における商業空間は、施設面においては 1997 年に計画が完成されている。しかし、一方で、バブル崩壊や阪神・淡路大震災の影響などにもとない当地域全体の計画に変更や遅れがみられる。特に、六甲アイランドの南端の大型レジャー施設閉鎖にともなう来街者の減少は、六甲アイランドにおける商業空間において、大きな影響があると考えられる。新たな住民のニーズの発生なども加わり、商業空間も店舗内容・質等の面で、徐々に変化を余儀なくされている。これまで、商業空間の変容としては、平山らが神戸市灘区において阪神・淡路大震災後の事業所再建状況についてとりあげたもの<sup>i)</sup>や、大林らが大阪ミナミの商業空間とタウン情報の関連をとりあげたもの<sup>ii)</sup>がみられるが、新設住宅地の商業空間をとりあげたものはみられない。

本論では、計画的につくられた商業空間が時間の経過とともにどのように変化してきたのかを明らかにすることで、当地域における商業空間の改善の方向性を得ることを目的としている。

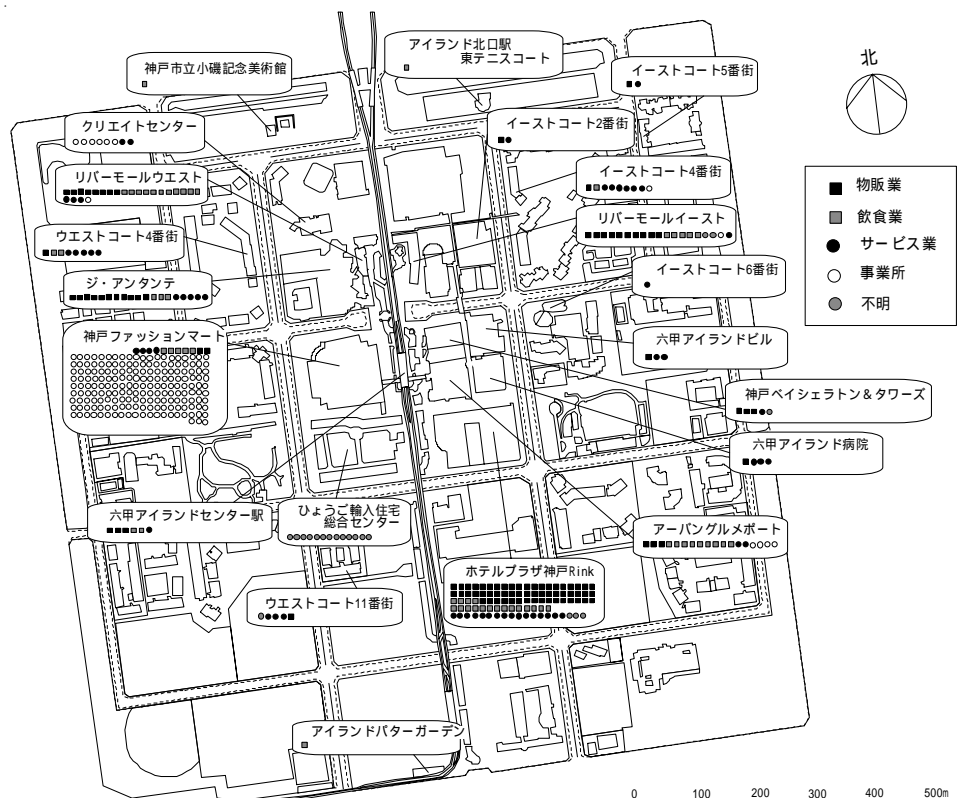
## 2. 調査概要

六甲アイランドシティの商業空間の形成過程を明らかにするために、商業施設の立地状況については、1988 年、1991 年、94 年、96 年～2001 年の住宅地図より店舗変化を明らかにした。現況に関しては、実地調査をおこなった。業種に関して不明なものについては、管理会社へのヒヤリング等で補足をおこなった。

また、現在の利用状況に関しては、居住者に対し、2002 年 10 月にアンケート調査を実施した<sup>iii)</sup>。配布数は 5,000 件であり、有効回収数は 1,375 件

表 1 調査施設一覧

住宅ゾーン
クリエイトセンター
ウェストコート4番街
イーストコート4番街
イーストコート5番街
アイランド北口駅東テニスコート
イーストコート2番街
イーストコート6番街
神戸市立小磯記念美術館
ウェストコート11番街
業務・商業ゾーン
六甲アイランドセンター駅
六甲アイランドビル
リバーモールウェスト
リバーモールイースト
ジ・アンタナテ
神戸ファッションマート
アーバングルメポート
神戸ベイシェラトン&タワーズ
六甲アイランド病院
ひょうご輸入住宅総合センター
ホテルプラザ神戸Rink
文化・レクリエーションゾーン
マリnhaus
アイランドバターガーデン



1 図 1 2002 年店舗状況

(回収数 1,379 件) 回収率は 27.5%であった。アンケート票は各住戸ポストに直接配布し、郵送回収とした。記入者は各世帯の成人である。

### 3. 六甲アイランドの店舗変化

#### 3-1 全体の店舗変化

現在の店舗状況を図 1 に示す。六甲アイランドにおける全店舗数の変化をみると(図 2) 住宅や施設が建設、開業されるにともない商業施設の店舗数も増加してきたことがわかる。しかし、2000 年をピークとして近年やや減少傾向にある。その内訳を業種別にみると(図 3)、物販業、飲食業が大幅に減少している中、サービス業はやや増加している。

図 2 全店舗数の経年変化

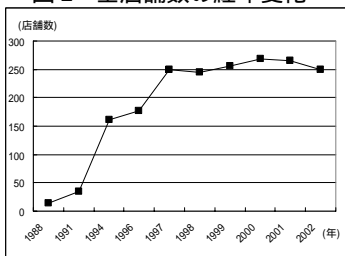
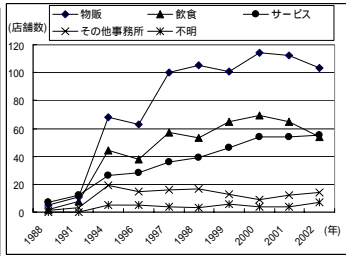


図 3 業種別店舗数の経年変化



#### 3-2 形態別にみた店舗変化

施設を形態別に 5 グループに分類する(表 2)。ここでは、「その他」をのぞく 4 グループをとりあげる。

それぞれの業種別店舗変化(図 5)をみると、「生活密着型商業施設」及び「集合住宅下店舗」にサービス業が増加している。閉店率の変化(表 3)

表 2 形態別施設分類

集合住宅下店舗	集合住宅の一階部分にある店舗で、9 棟
生活密着型商業施設	ジ・アタナテ、六甲アイランドビル、アイランドセンター駅、六甲アイランド病院
リバーモール	「六甲アイランドの顔」として、物販・飲食などの店舗が入った施設
大型商業施設	アーバンゲルメポート、ホテルプラザ神戸Rink、神戸ベイシェラトンホテル
その他	神戸市立小磯美術館、南部にあるマリnhaus、アイランドバスターガーデン

より、各グループの閉店率<sup>iv</sup>の平均は、「リバーモール」が最も高くなっている。「集合住宅下店舗」は他と比べると閉店率は低い。また、1995 年の阪神淡路大震災の影響が顕著にあらわれる 1994~97 年には、全般に閉店率が高くなっている。

### 4. 商業空間における市民の利用頻度

#### 4-1 小売施設の利用頻度

アンケート調査より、「ほとんど行かない」と最も多く回答があった施設は、「リバーモールイースト」であり、次いで「神戸ベイシェラトン」

、「リバーモールウエスト」となっている。しかし、「神戸ベイシェラトン」は宿泊施設であり、商業店舗が少ないため、日常の買い物とは関連が薄いので、一概に施設ごとに比較することはできない。

#### 4-2 飲食施設の利用頻度

「ほとんど行かない」と最も多く回答があった施設は、「リバーモールイースト」であり、次いで、「神戸ファッションマート」、「リバーモールウエスト」であった。「神戸ファッションマート」は主に物販業が中心であり、飲食業が少ないことから、一概に比較はできないが、「リバーモールイースト」

表 3 形態別閉店率の経年変化 単位: %

	1988 ~91	1991 ~94	1994 ~97	1997 ~00	2000 ~02	平均
集合住宅下店舗	0.0	5.6	24.0	15.4	24.2	13.8
生活密着型商業施設	20.0	31.3	47.4	39.6	20.5	31.7
リバーモール			56.5	42.1	43.2	47.3
大型商業施設			28.0	41.1	41.5	36.8
全店舗	6.7	17.6	43.1	37.7	35.7	38.8

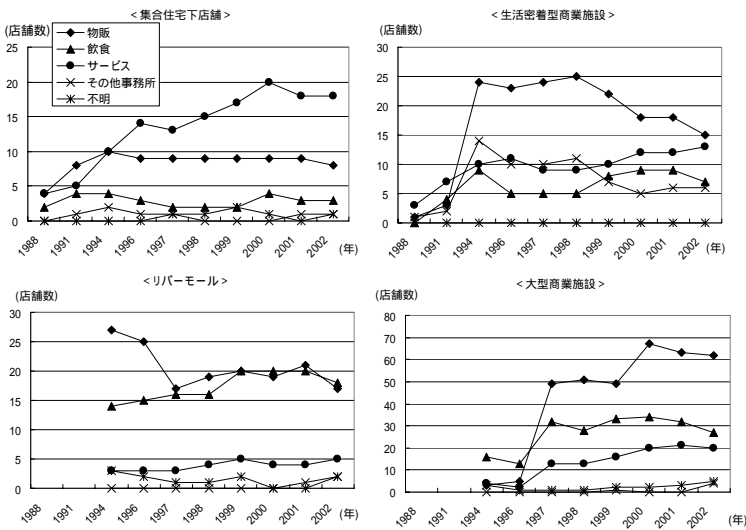
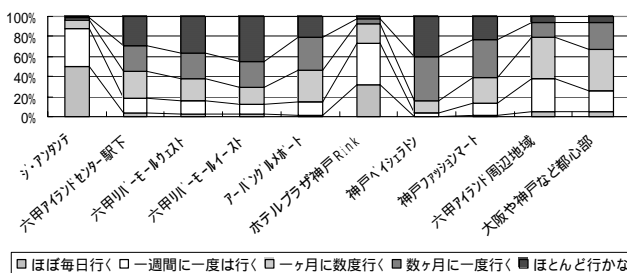


図 4 形態別にみた業種別店舗数の経年変化

< 小売施設の利用頻度 >



< 飲食施設の利用頻度 >

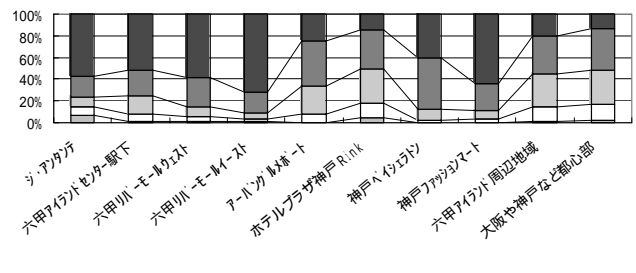


図 5 商業施設の利用頻度

ウェスト」は小売施設の利用頻度と同様、飲食施設の利用頻度も低いことが明らかとなった。

## 5. リバーモール

### 5-1 リバーモールの立地及び構造

全長 120mのリバーモール（以下、ウェストを「RW」、イーストを「RE」とする。）は、賑わいをつくるために比較的初期の段階で个性的な空間のショッピングモールとして整備され、「六甲アイランドの顔」とでもいえる代表的な商業施設の一つである。リバーモール公園の両サイドに「RW」と「RE」に分けて配置されている。「RW」は、「変化にとんだ街路のイメージ」、「RE」は「独創性にあふれるイメージ」と紹介されている<sup>9</sup>。しかし、以上の結果より、リバーモールは、六甲アイランドの商業施設において、閉店率が高く、居住者の利用頻度も低いことが明らかとなった。そこで、ここでは、立地及び構造上の課題を明らかにするとともに、リバーモールの店舗変化をさらに詳細にみる。各施設の特徴を図6に示すとともに以下にまとめる。

#### リバーモールウェスト（RW）

モール内側に通路があり、各店舗の入り口は少数を除き通路側にあるため、閉鎖的な構造となっている。1Fモール内側通路へは、東側公園から7ヶ所、西側ジ・アンタナテから6ヶ所、南側道路から1ヶ所の計14ヶ所の入り口が存在するが、約半数の入り口は幅1m程度の入り口となっている。また、2Fモール内側通路へは、外部から3箇所であり、1ヶ所は六甲アイランドセンター駅、2ヶ所は隣接する商業施設への連絡通路となっている。階段は7箇所である。

#### リバーモールイースト（RE）

REは、西側が公園に面し、開放的な構造となっている。しかし、2Fへは1Fからの階段4ヶ所およびスロープ2ヶ所のみ入口となっている。東側背面は企業ビルであり、周辺施設との関連が薄くなっている。

### 5-2 リバーモールの店舗状況

リバーモールの店舗状況をさらに詳細に検討するために、RWの1F、2F、REの1F、2Fの各階ごとに閉店率及び店舗数の経年変化を表4、図6に示す。施設別ではRE、階層別では2Fの閉店率が高くなっている。各階ごとの業種別店舗数の経年変化を図7に示す。オープン当初および現在に関しては、図6に店舗状況を示す。店舗数の減少にとまない、全般的に空き店舗が増加している。RW-1Fは北側部分に飲食業の増加がみられる。



図6 リバーモールの店舗状況

RW-2F は、物販業が減少し、多様な業種構成となっている。RE-1F、2F は空き店舗が目立っている。RE に関しては、工房併設型の店舗や、輸入家具・雑貨など、個性的な店舗構成となっている。

## 6. 結論

以上より、六甲アイランドの商業空間において、リバーモールの閉店率が高く、居住者の利用頻度も低い結果が明らかになった。これらのことから、六甲アイランドの商業空間において、リバーモールの活性化を検討していくことが非常に重要であると考えられる。

RE に関しては駅や周辺商業施設などの外部施設との関連が薄く、計画当初は公園を介して往来することが想定されていたと考えられるが、現在は商業空間として孤立している。RE-1F に関しては、公園に面した開放的な構造を活かして、公園利用者にターゲットを絞った店舗展開が期待される。また、RE-2F は、店舗を目的化させるために現在構成されている個性的な店舗構成をさらに充実させることが必要である。

一方、RW は、駅への連絡通路が存在し、六甲アイランド内居住者の利用頻度が高い商業施設が隣接している。しかし、「街路的空間」として意匠を凝らした施設のため、大部分の店舗は内部通路に面した閉鎖的な構造となっており、モールの入口も狭いものが多く、外部からのアクセスを阻んでいる。個性的な施設形態を集客のマイナス要因としたために、案内の増設をおこない情報発信を行っていくと同時に、目立たないモール入口に関しては、入口を示す目印等が必要である。なによりも、店舗の物置と化している入口も見受けられることから、「入口」として店舗経営者がしっかりと認識することが最重要である。また、隣接商業施設との業種態の役割分担なども考えられる。現在、RW の特に「閉鎖的」な北側部分では、飲食業の増加がみられる。「街路的空間」が飲食業にとっては、「隠れ家」的なイメージなど、プラス要因として働いている可能性が考えられる。さらに、近年、NPO が運営する地域コミュニティを意識した飲食店等ができるなど新たな動きもみられる。現在多く存在する空き店舗を居住者等へ提供することや、「居住者」のニーズに応える店舗展開なども考えていく必要があるのではないだろうか。

表4 リバーモール閉店率

リバーモール	1993	1994~	1996~	1997~	1998~	1999~	2000~	2001~	2002~	平均	
		オープン	96	97	98	99	00	01	02		
ウエスト	全体	31.3	19.2	32.3	0.0	18.5	31.3	18.5	34.6	19.2	22.8
	1F	26.7	7.1	12.5	0.0	26.7	18.8	20.0	28.6	14.3	17.2
	2F	35.3	33.3	53.3	0.0	8.3	43.8	16.7	41.7	25.0	28.6
イースト	全体	6.3	75.0	28.6	15.4	28.6	20.0	5.9	33.3	33.3	27.4
	1F	10.0	54.5	22.2	11.1	0.0	18.2	9.1	50.0	33.3	23.2
	2F	0.0	100.0	40.0	25.0	80.0	25.0	0.0	11.1	33.3	34.9

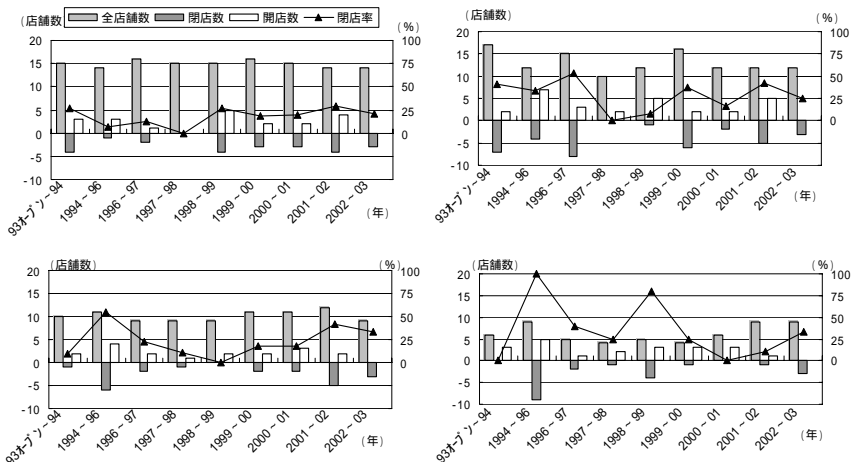


図6 リバーモールの店舗状況

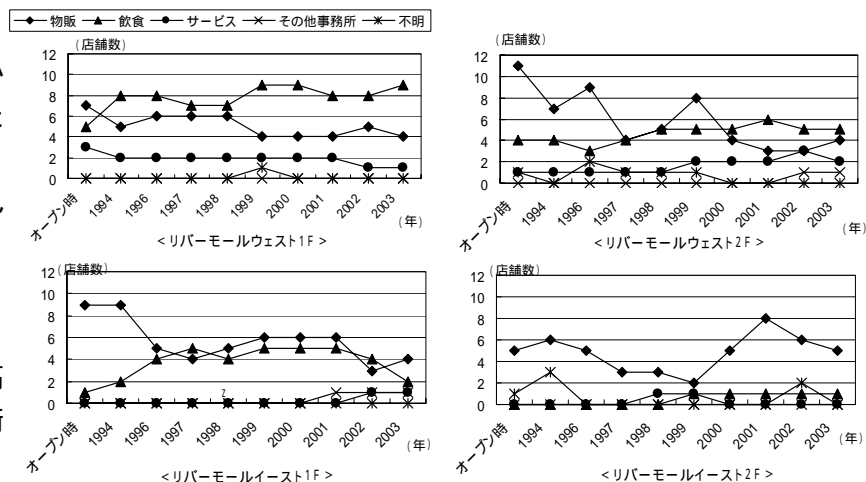


図7 リバーモール業種別店舗数の経年変化

i 平山洋介・木山幸介、「被災市街地における事業所再建の実態分析」日本建築学会計画系論文集、第527号、pp201-207、2000.1  
 ii 大林元・木下光・丸茂弘幸、「大阪ミナミの商業空間の変容とタウン情報の関連性に関する研究」都市計画、pp619-624、2002  
 iii アンケート調査の詳細な内容に関しては、2003年6月日本建築学会近畿支部にて発表。  
 iv 本論では、住宅地図より店舗名が削除されたものを閉店とみなし、店舗数中の閉店数の割合を閉店率とした。  
 v <http://www.ric.or.jp/index.html> 施設紹介より引用。