

．商業関係

【資料構成】

- 1．鉄砲町での商業開発の意義について
- 2．出店店舗の営業計画
- 3．鉄砲町大型商業施設の立地に伴い影響を受ける商業範囲
- 4．既存商業地への影響に関する検討
- 5．既存商業施設(イオンモール堺北花田)に関する資料
- 6．経済的活動からみた地域貢献

(注：既存商業施設(イオンモール堺北花田)に関する資料の一部は「 ．交通関係」に既掲載)

1. 鉄砲町地区での商業開発の意義について

(1) 地元地域の要望に応える、工業用地から商業的土地利用への転換

鉄砲町にあったダイセル堺工場は100年超の長期間に亘って操業されてきたが、都市再生プロジェクトである阪神高速大和川線事業とそれに伴う高規格堤防事業の実施に伴い、平成20(2008)年に廃止された。

工場跡地の土地利用に対する地域住民の関心が高いことから、平成20年末に地元自治会によってアンケート調査が実施された。その結果、従前の工業用地からの大幅な転換、特に商業系の土地利用への転換を希望する声が多く、全体の80%程度を占めている。

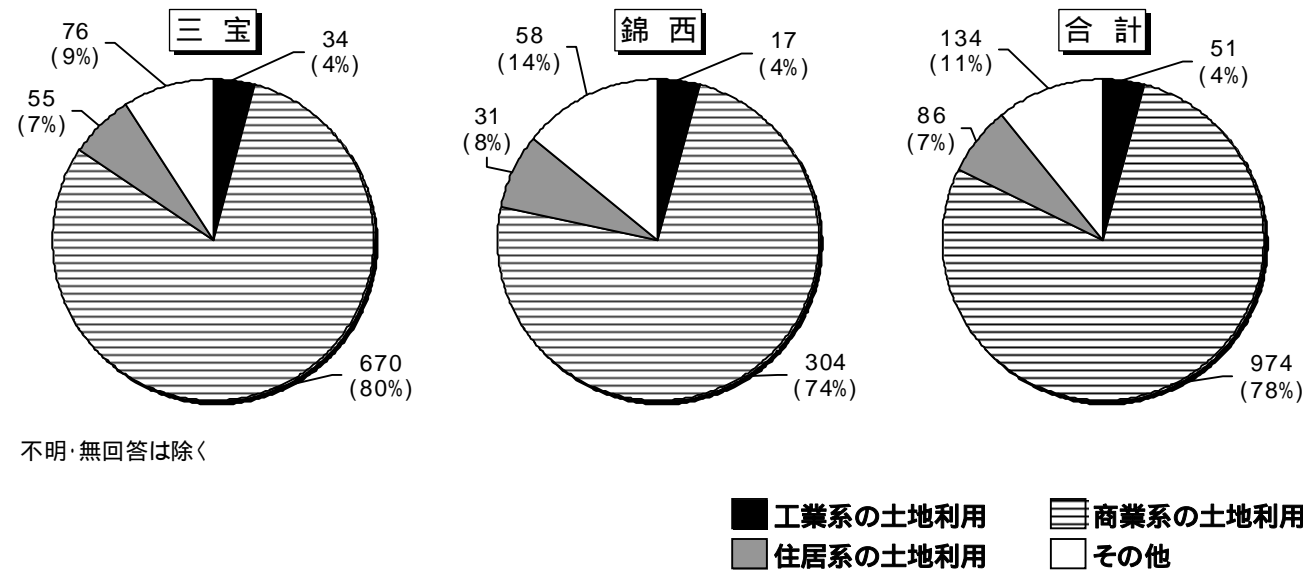


図 鉄砲町工場跡地の利用に関する住民アンケート調査結果(平成20年実施)

(2) 堺市北西地域の居住環境の向上を目指した貴重な都市空間の整備の推進

鉄砲町地区は、堺市北西地域で約9.4haのまとまりを持つ貴重な都市空間である。また、交通結節性を有するなど施設立地ポテンシャルの高い地区でもあることから、大規模集客施設の立地適正を有すると考えられる。

堺市都市計画マスタープランでは、住商複能地として位置づけられており、その土地利用にあたっては、「日常の買物利便性を高めつつ、住宅地と商業地の適切な共存関係の維持につとめます。特に、工業系産業地で、買物利便性を高める必要がある地域においては、日常生活に関連の深い最寄型商業の立地を許容しつつ、地域の環境との適切な共存関係につとめます」とされていることから、地域の居住環境の向上に向けて、地域住民の利便性・快適性の向上につながる機能の導入、空間整備が求められる。

(3) 堺市の都市機能の増進への貢献

堺市北西地域で失われつつある生活支援機能とプラットフォームの整備

堺市北西地域では、堺駅前のショッピングセンター(イトーヨーカドー)や堺浜のホームセンター(ホームズ)などの大型商業の廃業・撤退が相次ぎ、このため地域住民は消費の機会を失うことになり、生活利便性は極端に低下してきている。地元地域からは、現に生活利便性の改善・向上を求める切実な声が多く発せられている。

北西地域が抱えるこのような状況に応えるためには、鉄砲町地区において、さまざまな商品・サービ

ス、生活情報あるいは魅力的な環境が提供され、地域のさまざまな人々が集い、語り、憩う、地域コミュニティの場づくりが必要であると考えられる。

鉄砲町地区の商業開発によって、当然のことながら地域住民の消費の機会が提供され、それに併せて地域生活者に対する生活サービス・支援機能も確保されることになり、地域住民の利便性・快適性が向上し、多様な社会的機能を有する施設整備が実現するものと考えられる。

具体的には、基本的な機能である生活用品・各種サービスの販売機能に加え、銀行、郵便局などの窓口サービス機能、広場等のコミュニティ空間、屋内子供向けの遊戯施設やキッズコーナーなどのアミューズメント施設などが複合的に備わることになる。

弊社は、鉄砲町地区の開発において、北西地域で失われつつある、生活利便性を支える都市機能を確保し、地域住民に対する様々な生活利便性・快適性を提供することにより、地域の生活環境の向上に貢献していきたいと考える。

地域の生活利便性を高める、生活交流拠点としての開発整備の推進
まちづくりへの協力

- ・地域 WAON の導入と、堺市のまちづくりや地域の活性化の促進のための事業などに充当される基金への寄付
- ・地域防災、防犯活動への協力

地域経済の活性化に貢献する拠点づくり

鉄砲町地区の商業開発による波及効果として、地場産業や地元商業ひいては地域全体が活性化することが期待できる。

先ず販売促進や施設管理の面での人材確保、各種テナント・専門業者等による地域雇用などが生まれる。さらに商業施設と地元中小の小売業者、地場産業との経済的取り引きを通じて、新たな連携が生まれることになる。

日本経済が疲弊している昨今において、鉄砲町地区の開発によって新たに生まれる人の流れ・商流がもたらす経済的波及効果は、地域経済を活性化させるものであり、このため弊社としては、その重要な社会的役割・機能を認識し、積極的に取り組む考えである。

地域経済活動団体への参画・協力

地域経済への波及効果の創出

- ・1,900人規模の新規雇用の創出
- ・市内事業者との取り引きによる経済的な地域連携
- ・税込面でのプラス効果の創出

堺市全体の魅力的な商業環境づくりへの貢献 ～ストップ・ザ・大阪～

隣接する大阪市内では、梅田、なんば、天王寺・阿倍野において大型の商業開発が展開され、堺市の商業環境にさまざまな影響をもたらしている。これまでも堺市内からの消費流出の問題が幾度となく指摘されてきたが、近年及び今後の大阪市内での大型開発により、堺市商業が抱える消費流出問題の深刻さが一層増していくことが懸念される。

弊社は、鉄砲町地区の商業開発を通じて、少しでも堺市北西地域から流出している消費を食い止めるため、地域住民に愛される魅力的な商業環境を創出する。さらに、堺市全体の商業環境の充実、魅力的な商業環境づくりを強力に推進するための貢献を行っていく。

商業吸引力を確保するための魅力的な商業空間の創出
堺市の地場産業との連携
堺市の地域経済活動団体等への参画、協力、連携

(4) 土地利用への転換を支える、適正な配置及び規模を有する公共施設整備の確実な実施

工業的土地利用から商業的土地利用に転換する場合、特に開発に関連する自動車交通が相当規模発生することが予想される。したがって鉄砲町地区の開発にあたっては、先ず交通処理計画を構築し、それに沿った交通対策を実施していくことが不可欠である。

このため大阪府警察をはじめ、国土交通省大阪国道事務所、堺市交通関係部局などの関係機関との協議のもとに、国道26号・市道三宝高須線などの開発地周辺道路の改良・増強を実施していく。(別稿、交通関係資料を参照)

さらに地域住民の生活環境の向上に貢献するため、CO₂削減効果の高い建築設備の導入、広場・プロムナードの整備など様々な環境対策を実施する。

2. 出店店舗の営業計画

店舗面積	物販約 38,000 m ² 、非物販約 7,600 m ²	
営業時間	堺市「特定商業施設における適正な事業活動に関する指針(ガイドライン)」に基づき設定 9:00～23:00	
年間売上(想定)	約 260 億円	
販売商品	食料品、衣料、日用品、雑貨等	
出店テナント	約 160 店舗(物販及び非物販の計)	
併設施設	飲食店	レストラン、カフェ、フードコート
	医療施設	クリニック(眼科、歯科等)、調剤薬局
	公共的施設	銀行、郵便局などの窓口サービス施設
	その他	託児所、スポーツジム、エステ、セラピ等
核施設	イオン	
	販売品目: 食料品、衣料、日用品、雑貨等	

3. 鉄砲町大型商業施設の立地に伴い影響を受ける商業範囲

(1) 影響範囲の考え方

鉄砲町地区における大型商業施設の立地に伴う経済的な影響範囲（商業範囲）を、道路等の整備状況を踏まえ、主として自動車によるアクセス性に注目して1次、2次及び3次の影響圏として捉えた。

区分	考え方	商圏人口	割合
1次影響圏	概ね自動車による5分圏であり、この圏域では約3日に1回程度の頻度で来店されることを想定している	59,370人	11.8%
2次影響圏	概ね自動車による10分圏であり、この圏域では約10日に1回程度の頻度で来店されることを想定している	154,510人	30.7%
3次影響圏	概ね自動車による15分圏であり、この圏域では約2ヶ月に1回程度の頻度で来店されることを想定している	289,959人	57.5%
計	—	503,839人	100.0%

(2) 方面別の影響範囲について

北側・・・3次影響圏までの範囲を考えると天王寺駅周辺付近までとなるが、天王寺駅周辺では大型商業施設の立地がさらに進んでいることから、概ね大阪市大正区、阿倍野区と西成区の一部が競合ライン（北限）となるものと推測される。

西側・・・西側は大阪湾に面しているため影響範囲の広がりには制限されるが、大阪市住之江区と堺市臨海地域全域が影響範囲となる。

東側・・・3次影響圏まで視野に入れると、松原市の一部を含む範囲までが影響範囲として想定される。この中には既存の大型商業店舗であるイオンモール堺北花田やJR堺市駅のイズミヤなどが含まれる。

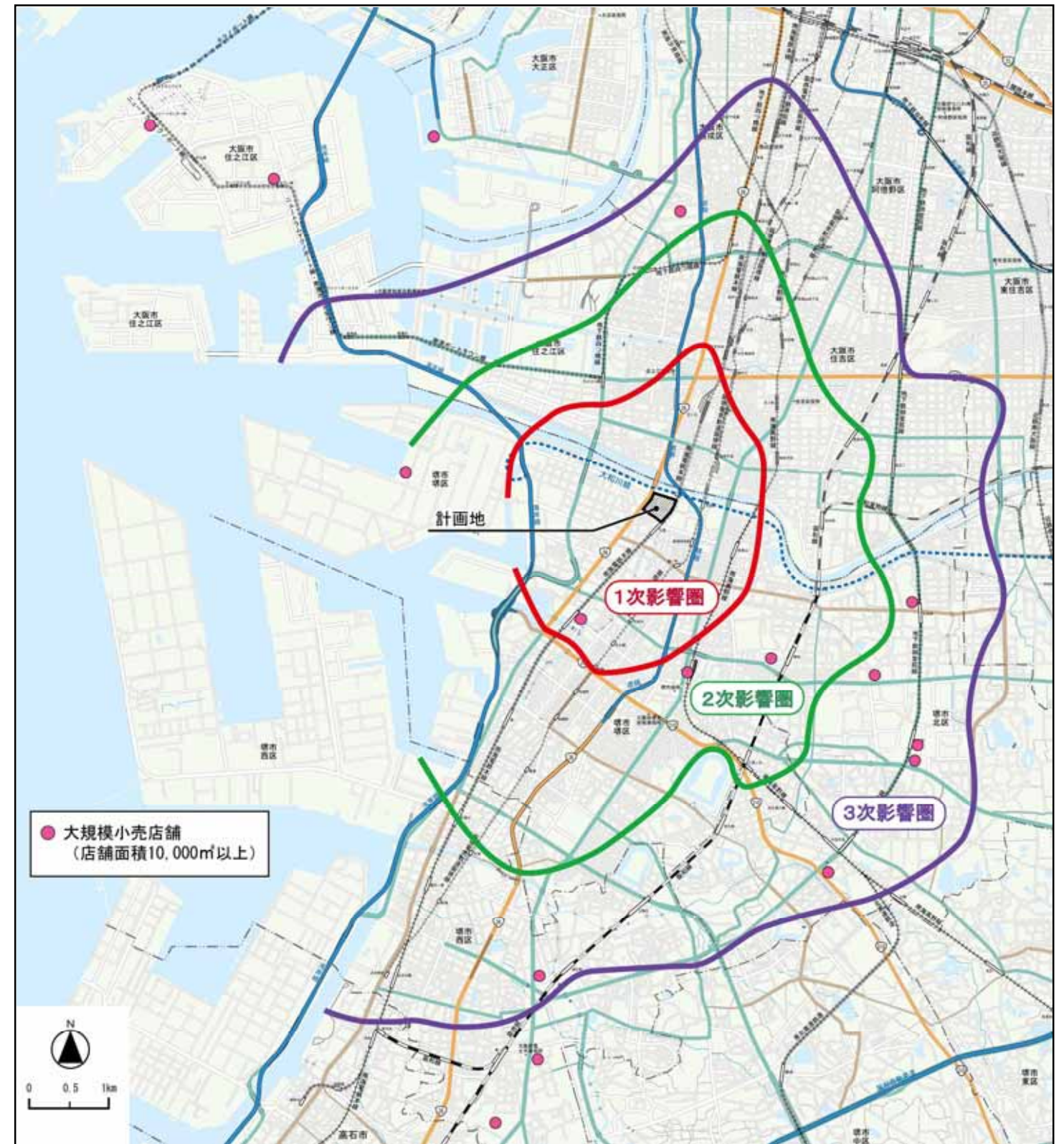
南側・・・3次影響圏まで視野に入れると高石市との行政界付近までが影響範囲になることが推測される。この範囲内には堺駅のプラット・プラット、堺東の高島屋、百舌鳥八幡駅のイズミヤ、新金岡駅のイオンなどが含まれる。

以上のように、鉄砲町での大型商業施設の立地に伴う影響は、3次影響圏まで含めると、堺市域では概ね堺区、北区、西区が範囲となり、これら区域内に既に立地する大型店舗が競合するか、もしくは影響を受けることになるものと推測される。

補注) 影響範囲（商業範囲）は、鉄砲町地区の大型商業店舗を中心として、自動車によるアクセス時間のみに着目した等時間圏であり、周辺の他の競合大型店舗の立地による影響を加味されていない。これによって鉄砲町地区の大型店舗の立地より影響を受ける競合大型店舗の有無等が確認できる。

一方、交通処理計画における自動車アクセス圏は、影響範囲（商業範囲）をベースとしつつ、むしろ競合店の立地を踏まえて、実際に来店が想定される圏域設定を行う。この圏域は、事業者として新聞折り込みチラシの配布など、能動的に来店を働きかける商圏でもあり、圏域から実際の集客を見込みむことになる。

< 鉄砲町大型商業施設の立地による影響範囲 >



4. 既存商業地への影響に関する検討

4-1 堺市の商業環境の状況

(1) 小売吸引力による実態分析

分析の仮設

大阪府下市町村の小売業の販売額に焦点を当て、大阪府の人口1人当たりの小売販売額を基準値として設定し、これと府下各市町村の人口1人当たりの小売販売額との比較することにより、各市町村の小売販売額の流出入の程度を把握する。

小売吸引力 = 市町村の1人当たり小売販売額 / 大阪府1人当たり小売販売額

小売吸引力 > 1 周辺部から小売販売額を吸引

小売吸引力 < 1 周辺部に小売販売額が流出

小売吸引力 = 1 小売販売額の流出入が均衡している

小売吸引力からみた堺市の実態

大阪府1人当たり小売販売額 = 1,093 千円 (2007年)

堺市1人当たり小売販売額 = 938 千円 (")

大阪市1人当たり小売販売額 = 1,720 千円 (")

堺市小売吸引力 = 0.858 (2007年)

大阪市小売吸引力 = 1.574 (2007年)

となっており、堺市の小売吸引力は1を下回り、小売販売額が他地域に流出していることが覗かれる。一方、大阪市の小売吸引力は1.574と1を大きく上回り、大阪市が小売販売の大吸引地となっている。このことから堺市から流出する小売販売額の多くが大阪市内に流れていることが推測される。

小売吸引力に基づく小売販売額の流出額を推計すると、

$$\begin{aligned} \text{堺市小売販売流出額} &= (\text{大阪府1人当たりの小売販売額} - \text{堺市1人当たりの小売販売額}) \\ &\quad \times \text{堺市人口} \\ &= 1,296 \text{ 億円} \end{aligned}$$

となる。

	堺市流出小売販売規模		大阪市流入小売販売額規模		堺市の大阪市内に占める流出規模の比率
	人口1人当流出規模 (千円)	市全体流出規模 (千円)	人口1人当流入規模 (千円)	市全体流入規模 (千円)	
1994年	209	174,637,248	684	1,771,030,758	9.9%
1997年	227	189,452,985	723	1,877,680,873	10.1%
1999年	207	171,949,303	695	1,803,588,367	9.5%
2002年	165	136,731,334	635	1,661,437,552	8.2%
2004年	193	159,944,138	644	1,690,741,723	9.5%
2007年	155	129,582,896	627	1,657,875,437	7.8%

これらの数値は2007年度のものであり、近年の大阪市中心部(梅田、なんば、天王寺・阿倍野)での大型商業開発の進展を考え合わせると、この傾向はより顕著に現れているものと思われる。

	大阪府						
	人口	小売販売額 (百万円)	月坪販売効率(千円)	小売面積 (㎡)	大型小売店店舗面積 (1000㎡以上)	大型小売店面積シェア	1人当たり小売販売額 (千円)
1994年	8,714,763	10,763,640	411	7,210,548	3,249,188	45.1%	1,235
1997年	8,809,643	10,914,758	406	7,411,147	4,020,250	54.2%	1,239
1999年	8,809,128	10,418,589	383	7,492,457	4,444,536	59.3%	1,183
2002年	8,813,616	9,649,377	337	7,898,898	4,945,611	62.6%	1,095
2004年	8,818,874	9,579,967	317	8,321,276	4,961,613	59.9%	1,088
2007年	8,828,402	9,650,541	316	8,408,111	5,602,188	66.6%	1,093
6回の調査の平均	8,799,071	10,162,812	359	7,790,406	4,540,564	58.3%	1,155

	大阪府							
	人口	小売販売額 (百万円)	月坪販売効率(千円)	小売面積 (㎡)	大型小売店店舗面積 (1000㎡以上)	大型小売店面積シェア	1人当たり小売販売額 (千円)	小売吸引力
1994年	2,590,270	4,970,284	502	2,726,290	1,266,169	46.4%	1,919	1.554
1997年	2,596,502	5,094,632	507	2,770,808	1,529,581	55.2%	1,962	1.584
1999年	2,595,155	4,872,888	472	2,845,296	1,683,813	59.2%	1,878	1.588
2002年	2,614,875	4,524,271	430	2,895,529	1,794,949	62.0%	1,730	1.580
2004年	2,624,775	4,542,042	419	2,985,971	1,833,351	61.4%	1,730	1.593
2007年	2,643,805	4,547,883	422	2,971,872	1,980,823	66.7%	1,720	1.574
6回の調査の平均	2,610,897	4,758,667	457	2,865,961	1,881,448	58.7%	1,823	1.578

	堺市							
	人口	小売販売額 (百万円)	月坪販売効率(千円)	小売面積 (㎡)	大型小売店店舗面積 (1000㎡以上)	大型小売店面積シェア	1人当たり小売販売額 (千円)	小売吸引力
1994年	837,566	859,844	367	645,818	341,832	52.9%	1,027	0.831
1997年	834,464	844,411	353	659,506	407,288	61.8%	1,012	0.817
1999年	830,904	810,764	340	656,379	466,123	71.0%	976	0.825
2002年	829,796	771,751	294	722,141	532,376	73.7%	930	0.849
2004年	830,543	742,277	256	800,211	505,094	63.1%	894	0.823
2007年	834,668	782,813	266	809,359	628,475	77.7%	938	0.858
6回の調査の平均	832,990	801,977	309	715,569	480,198	67.1%	963	0.834

出典：住民基本台帳各年、商業統計(各年)全国大型小売店総覧(東洋経済新報社)より作成

(2) 大阪市大型商業開発による堺市小売販売への影響分析（重回帰分析による）

上記(1)の分析によると、堺市の小売販売額の流出は、隣接する大阪市の小売販売の吸引力に大きく影響されていることが分かる。

そこで、両者の関係を把握するため、堺市の小売販売額（被説明変数y）と、大阪市及び堺市の大型小売店舗面積（説明変数x1、x2）の時系列データ（1994年から2007年までの7時点データ）をもとに重回帰分析を行ったところ、以下のような結果が得られた。

	説明変数		目的変数
	大阪市大型小売店舗面積 (1000㎡以上)	堺市大型小売店舗面積 (1000㎡以上)	堺市小売販売額 (百万円)
1994年	1,266,169	341,832	859,844
1997年	1,529,581	407,288	844,411
1999年	1,683,813	466,123	810,784
2002年	1,794,949	532,376	771,751
2004年	1,833,351	505,094	742,277
2007年	1,980,823	628,475	782,813

重相関係数をみると比較的良好な関係式が得られている。

この関係式をもとに2012年前後の大阪市内の大型開発による店舗面積増が約15万㎡（阿倍野近鉄6.9万㎡、梅田三越5.0万㎡など）になった場合の堺市の小売販売額を推計すると以下のような結果が得られる。

$$\begin{aligned} \text{堺市小売販売額} &= 1,131,145 - 0.32677 \times 2,130,823 \text{ m}^2 \text{ (大阪市大型小売店舗面積)} \\ &\quad + 0.458742 \times 679,964 \text{ m}^2 \text{ (堺市大型小売店舗面積)} \\ &= 746,784 \text{ 百万円} \end{aligned}$$

すなわち、2007年の売上額782,813百万円に比べて36,029百万円（5%減）も減少する試算となり、大阪市の大型商業開発が堺市の小売販売額にマイナス影響を与えることが推察される。

$$\begin{aligned} \text{堺市小売販売額 (y)} &= 1,131,145 - 0.32677 \times \text{大阪市大型小売店舗面積 (x1)} \\ &\quad + 0.458742 \times \text{堺市大型小売店舗面積 (x2)} \end{aligned}$$

* 重回帰分析結果

概要

回帰統計	
重相関 R	0.894201
重決定 R2	0.799595
補正 R2	0.699392
標準誤差	22463.08
観測数	7

分散分析表

	自由度	変動	分散	割られた分	有意 F
回帰	2	8.05E+09	4.03E+09	7.979787	0.040162
残差	4	2.02E+09	5.05E+08		
合計	6	1.01E+10			

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1131145	93073.72	12.15321	0.000263	872730.7	1389559	872730.7	1389559
大阪市大型小売店舗面積 (1000㎡以上)	-0.32677	0.157095	-2.0801	0.10601	-0.76294	0.109392	-0.76294	0.109392
堺市大型小売店舗面積 (1000㎡以上)	0.458742	0.398161	1.152152	0.313432	-0.64673	1.564213	-0.64673	1.564213

残差出力

観測値	予測値 堺市小売 販売額 (百万円)	残差	標準残差
1	874205.1	-14361.1	-0.783
2	818156	26254.97	1.431488
3	794746.9	16017.05	0.873291
4	788823.5	-17072.5	-0.93084
5	763759.3	-21482.3	-1.17127
6	772169.2	10643.85	0.58033
7	801976.7	-1.2E-10	-6.3E-15

確率

百分位数	堺市小売 販売額 (百万円)
7.142857	742277
21.42857	771751
35.71429	782813
50	801976.7
64.28571	810764
78.57143	844411
92.85714	859844

4 - 2 鉄砲町開発に伴う堺市内既存商業地への影響分析（ハフモデルによる）

(1) ハフモデルの考え方

- ・鉄砲町地区の大型商業施設の獲得対象圏域は、基本的には計画地から時間距離 15 分圏が対象となるが、ここでは堺市域の既存商業地への影響を把握するため、堺市域および大阪市中心部をカバーする分析圏域を設定する。
- ・モデル式は下記のように、居住地の買い物出向率を商業施設規模と時間距離の2変数による重力モデルによって求めるものであり、今回は修正ハフモデル（通産ハフモデル）の距離抵抗係数 $\lambda = 2$ 、出向率 3%未満カットとして分析した。

$$P_{ij} = \frac{S_j / T_{ij}^\lambda}{\sum (S_j / T_{ij}^\lambda)}$$

P_{ij} : 居住地 i から商業施設 j への買い物出向比率
 S_j : 商業施設の規模
 T_{ij} : 居住地 i から商業施設 j への時間距離
 λ : 距離抵抗係数

注) ハフモデルでは、対象店舗規模は 1,000 m²以上の大型店を対象として試算しているが、モデルそのものは店舗規模と時間距離を説明変数とするものであり、各店舗の質的な側面（商品カテゴリー、店舗施設の内容等）は考慮されていない。

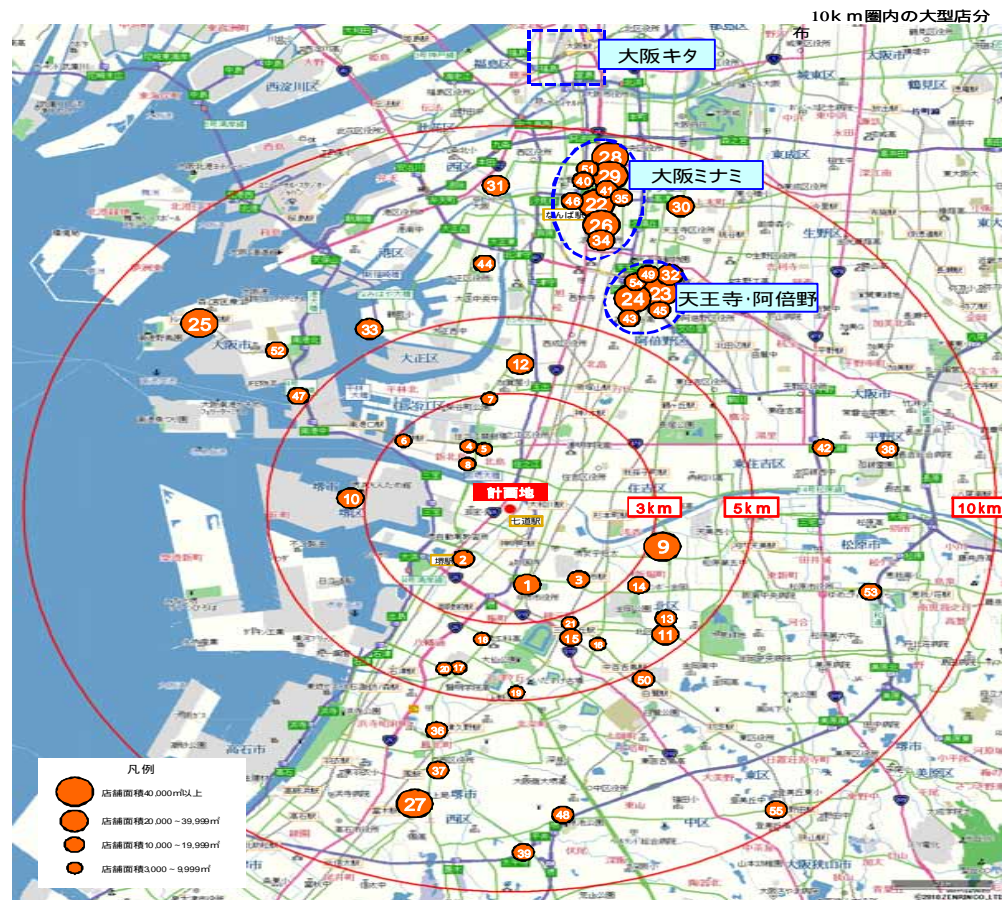


図 ハフモデル分析の対象商業施設の分布

(2) 鉄砲町開発が堺市域既存商業に与える影響

ハフモデルによる分析結果

ハフモデルにより、メッシュ毎に鉄砲町商業施設の獲得率を算定し、同メッシュ毎の居住人口を掛け合わせて集計すると約 34,700 人の獲得人口が推測される。これに人口当たり店舗向け支出額 757,479 円（平成 21 年堺市 1 世帯当たり 1 ヶ月間の支出のうち、住居、光熱・水道、保険医療、交通・通信、教育を除く消費支出(2人以上の世帯)184,320 円×12 月 / 世帯人数 2.92 人)を掛けると年間売上は約 262 億円と推測される。

鉄砲町大型商業施設の獲得人口約 34,700 人のうち堺市域からの人口は 15,700 人と推測される。（堺市内居住者：市外居住者 = 45%：55%）

堺市域の商業に対する影響 —現存する市内大型商業施設を中心として—

- ・堺市内の既存の大型店舗全体の獲得人口の推計値は 209,700 人であるが、仮に鉄砲町で大型商業開発が実現した場合には、これが 191,500 人となり、18,200 人（金額換算推計値では約 138 億円）の減少となる。
- ・堺市全体として見た場合、鉄砲町の獲得人口 34,700 人が見込まれるため、市全体としての獲得人口は 226,200 人となり、鉄砲町の開発前と比べて結果的に 16,500 人（金額換算推計値では約 125 億円）の増加となる。

以上のことから、鉄砲町地区での大型商業施設の立地が市内の既存大型商業施設はもとより市内の商店街等に影響を及ぼすことが予想される。

弊社としては、鉄砲町地区の大型商業開発によってこのようなマイナスの影響を引き起こすことは本意ではなく、このため地元商業との連携や、地域貢献のための具体的な施策を積極的に実施していく。

【参考：ハフモデルの距離抵抗係数の違いによる感度分析】

ハフモデル分析における距離抵抗係数の設定値については様々な議論があり、一般的には最寄品を対象とする商業の場合には $\lambda = 2.0$ が適用され、買回り品を対象とする商業の場合には $\lambda = 1.5 \sim 1.0$ の値が適用される。鉄砲町地区の大型商業施設の場合、取り扱い商品は多様多種であることから、距離抵抗係数を変動させた感度分析を行い、本開発による市内の既存商業施設への影響を確認した。

表 ハフモデルによる鉄砲町地区の売上予測（堺市内大型店舗）

距離抵抗係数	鉄砲町地区の売上予想		堺市内大型店舗の売上予想	
$\lambda = 2.0$	獲得人口	34,700 人	獲得人口	209,700 人
	年間売上予想	262 億円	年間売上予想	1,588 億円
$\lambda = 1.5$	"	39,400 人	"	197,300 人
	"	298 億円	"	1,495 億円
$\lambda = 1.0$	"	42,400 人	"	182,300 人
	"	321 億円	"	1,381 億円

分析結果から、 λ が小さくなった場合（商業施設へのアクセス抵抗が小さくなった場合）、鉄砲町地区の大型商業施設の獲得人口及び売上予想は距離抵抗 λ が小さくなるに連れて拡大が予想され、一方で堺市内既存大型店全体の売上が低下していく傾向が見られる。

5. 既存商業施設（イオンモール堺北花田）に関する資料

(1) 現在の施設概要

イオンモール堺北花田は、堺市北部の地下鉄御堂筋線北花田駅前に立地し、イオンと阪急百貨店の2つの核と約160の専門店から構成される店舗面積55千㎡の店舗である。

年間来客者数は1,350万人となっている。

図. 位置図



(2) イオンモール堺北花田における開店後の対応について

イオンモール堺北花田では、開店後の周辺住民の方々からの意見・要望に対して、次のような対策を実施している。

区分	主な意見・要望	対応策	実施状況
交通関係	・左折入庫が原則であるにもかかわらず、駐車場には右折出庫を促すような案内表示が掲示されている。	・右折出庫を促す表示はすべて是正	実施済
	・北花田3丁交差点の出庫車両の渋滞により、北側のマンション等地域の車が幹線道路に出にくい。	・駐車場に空きスペース誘導システムを設置し、うろつき車両を減少させ混雑緩和につなげる	実施済
騒音関係	・荷捌施設における騒音低減ルールの厳守ができていない。	・北側荷捌施設に遮音壁を設置 ・荷捌車両に対する荷受時のルールの周知と履行の徹底	実施済 実施済（継続中）

6. 経済的活動からみた地域貢献

6-1 地域経済活動団体等への参画、協力、連携

(1) 各種団体等への参画

鉄砲町商業開発を契機として、堺市の地域経済活性化のための各種団体等への参画、協力、連携を積極的に進める。

- ・堺市商工会議所への参画（会員登録済み）
- ・堺市商店街組織が開催する地域イベント・事業等への協力等を通じた連携

(2) 地元の七道駅前商店会との連携

地元の七道駅前商店会とは、イオンの集客力を活用した赤煉瓦建築イベント・催事の共同開催など、共存共栄をめざした連携を図る。

6-2 地域経済への波及効果

店舗面積（物販）約 38,000 m²、（非物販）約 7,600 m²の商業開発による経済的効果は以下のように想定される。

(1) 新規雇用機会の創出効果

核店舗 500 人、専門店 1,400 人の計 1,900 人の新規雇用を予定している。
このうち社員 90 人（全体の 4%）、パート社員 1,810 人（同 96%）を予定している。

	鉄砲町地区	（参考）堺北花田	備考
社員	100	110	
パートその他	1,800	2,970	含阪急、専門店
計	1,900	3,080	

鉄砲町地区では約 1,900 人の新規雇用が見込まれ、その多くが女性であるため、商業施設内に託児所等を設置するなど、子育て支援、働く女性の場づくりを図る。

(2) 市内事業者との連携

堺市には、堺打刃物や線香、昆布、織物などの伝統産品や、自転車、菓子類、漬物類あるいは日常雑貨物、「顔が見える野菜」など数多くの地場産品がある。鉄砲町地区では、地場産業との連携のもとに、施設内での販促スペースの確保による地産地消はもとより、イオン店舗の全国ネットワークを活用した地産他消の促進など、地場産業の活性化に貢献していく考えである。

イオングループ店舗（堺市内）の実績では、平成 23 年 8 月時点での市内取り引きは 40 事業者となっている。鉄砲町の商業店舗においても同程度規模の新規取り引きが発生するものと考えられる。

表 イオングループ店舗と堺市内事業者との取り引き状況（平成 23 年 8 月時点）

取り引き品・サービス	取り引き事業者数（%）
食料品	12（30.0）
服飾・衣料品	7（17.5）
生活雑貨	7（17.5）
園芸・花材	4（10.0）
自転車	4（10.0）
その他	6（15.0）
計	40（100.）

(3) 税収面での効果（概算）

単位：千円

税目	鉄砲町地区	（参考実績）北花田	備考
法人地方税	6,800	（33,500）	
事業所税	65,000	（81,700）	
固定資産・都市計画税	221,000	（276,000）	対象は建物。但し賃貸借の為実数不明
たばこ税	39,000	（98,000）	
消費税	123,800	（180,000）	
計	455,600	（669,200）	

注）北花田の納税額は、イオンモールの納税実績及び物販店舗規模（イオンリテール 16,400 m²、阪急 16,400 m²、専門店 22,200 m²）売上販売額より推定