AEON FURUKAWA BASHI PROJECT

AEON

イオンリテール株式会社　https://www.aeonretail.jp/company/
本社リーシング企画部 043-212-6036　近畿リーシング企画部 06-6457-6160

※計画概要につきましては関係法令の調整により、変更となる場合がございます。

イオンパートナー募集
ご案内サイトは
こちらのQRコードから

（仮称）イオン古川橋駅前ショッピングセンター

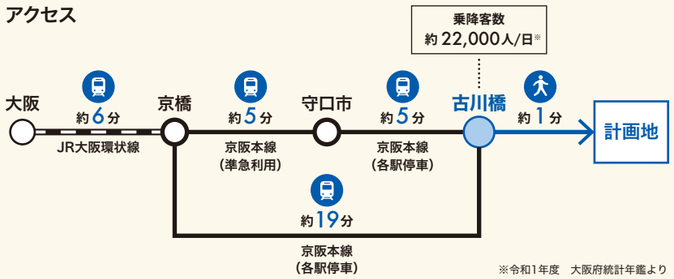
OUTLINE
計画概要

2023年秋、イオン古川橋駅前店は、新たな時代に対応する『イオンスタイル』業態に生まれ変わります。

計画概要

名　　称	(仮称)イオン古川橋駅前ショッピングセンター
所 在 地	大阪府門真市末広町41-2
敷地面積	約12,200㎡(約3,690坪)
延床面積	約40,380㎡
駐車台数	約300台
開業予定	2023年秋
建物構造	地上5階建(内立体駐車場2層)
駐輪台数	約300台
核 店 舗	イオンスタイル
専門店数	約40店舗

アクセス



※令和1年度　大阪府統計年鑑より

MARKET
マーケット環境

駅前立地の優位性と2km圏で約15万人を有する恵まれた立地条件を有しています。

商圏人口
2km圏で約15万人を有する高密度マーケット。

商圏	人口	世帯数
0.5km圏内	9,136人	4,567世帯
1km圏内	40,257人	19,566世帯
2km圏内	151,197人	69,282世帯

出典:2015年国勢調査

自転車分担率
門真市は、自転車分担率が全国1位。駅を基点に徒歩・自転車による高頻度な利用が見込めるエリア。

自転車分担率:自転車、自動車、公共交通機関等の交通手段における自転車の占める割合

順位	都道府県	市区町村	自転車分担率
1	大阪府	門真市	34.2
2	大阪府	守口市	32.4
3	大阪府	東大阪市	30.6
4	大阪府	八尾市	29.4
5	兵庫県	尼崎市	28.6

順位	都道府県	市区町村	自転車分担率
6	大阪府	大東市	28.5
7	大阪府	松原市	28.1
8	大阪府	大阪市	27.8
9	大阪府	摂津市	27.3
10	兵庫県	伊丹市	26.9

出典:H22年 国勢調査 268都市中上位10都市を掲載

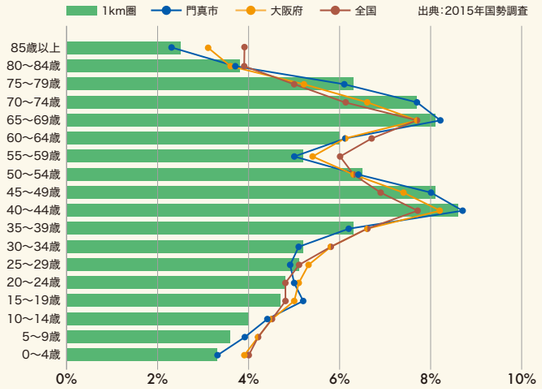
自治体子育てランキング(関西エリア)
門真市は、関西エリアの「自治体子育てランキング」第2位となっており、若い世代の定住促進に向けて子育て環境が充実。

順位	自治体名
1	京都市(京都府)
2	門真市(大阪府)
3	生駒市(奈良県)
4	長岡京市(京都府)
5	西宮市(兵庫県)

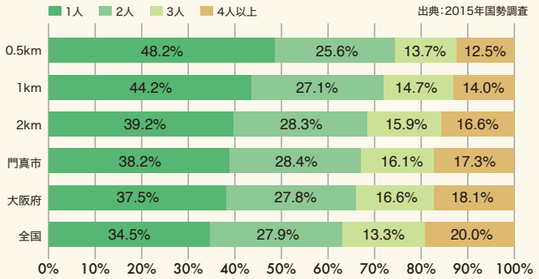
順位	自治体名
6	交野市(大阪府)
7	神戸市(兵庫県)
8	生駒市(奈良県)
9	長岡京市(京都府)
10	西宮市(兵庫県)

出典:日経BP総研

人口構成(1km圏内)
2021年から団塊ジュニア世代が50代に入り、足元は50代以上が増加。



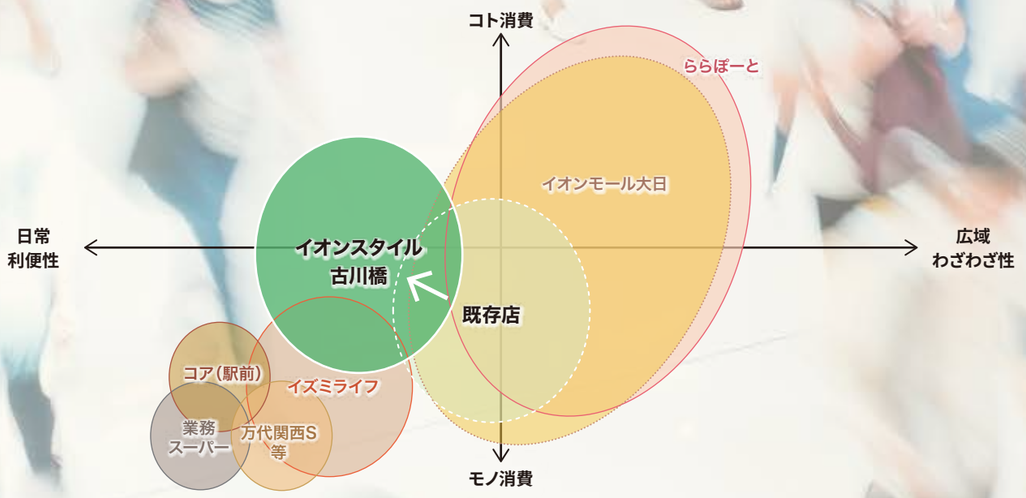
家族類型
ファミリー層の他、可処分所得の高いシングル層やディンクス層が多くを占め、幅広い潜在需要が見込まれる。



CONCEPT
施設コンセプト

駅前立地を活かし、普段使いナンバー1の「高頻度型SC」を目指します。

ポジショニング戦略



施設コンセプト

駅前ワンストップの更なる強化
NEW ONE STOP STYLE

DAILY LIFE

デイリーライフ

来店頻度にこだわった
生活密着型MDの展開

COMMUNITY

コミュニティ

お客さまとつながる接点を
より多く持ったサービスの提供

CONVENIENCE

コンビニエンス

地域に貢献する来店促進
カテゴリーの導入

TARGET
ターゲット

メインターゲット

50代以上
（ファミリー・パーソナル）

足元商圏のボリューム層

経済的に余裕が出はじめ、自分時間や
夫婦時間を楽しむ生活スタイルへと変化。

サブターゲット

30･40代
（ファミリー・ディンクス）

戦略強化ターゲット層

共働き世帯が多いため、家事の時短ニーズが強く、
ネットとリアルを使いこなす。

STRATEGY
新たな取り組み

オンライン

テイクアウト、デリバリー、
ネットスーパーの導入

サービス

受取ロッカー、ピックアップステーション、
行政機能や郵便ロッカー等を設置

プロモーション

地域コミュニティの提供、
積極的なイベント・販促展開

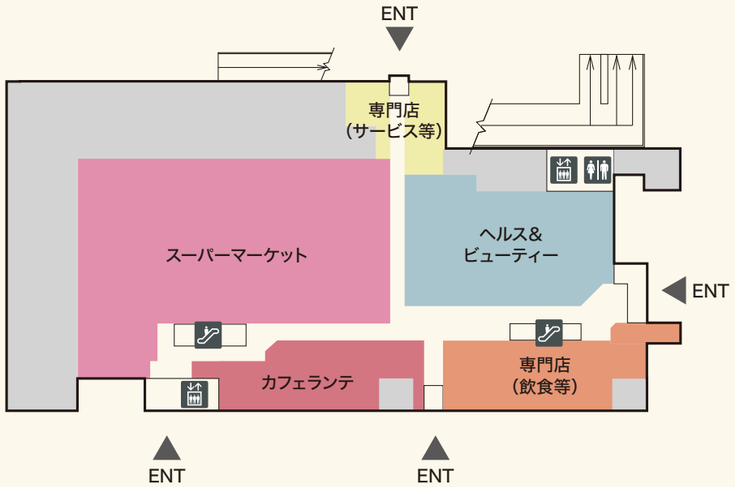
FLOOR PLAN
フロアプラン

駅前の生活拠点として、「新しい日常提案力」を高めます。

1F

食と健康のフロア

地域ナンバー1のスーパーマーケットを核に、「ドラッグストア」・「カフェランテ」・「カフェ」・「飲食店」などで構成し、便利で賑わいのあるフロアを構成します。



RF

屋上を地域コミュニティ拠点として活用

地域の憩いの場・集いの場となるコミュニティ広場(芝生広場)を構成します。
広場では地域イベントとの連携や独自のイベントを開催し、新たな集客装置となる賑わいを創り出します。

地域イベントとの連携

フリーマーケット

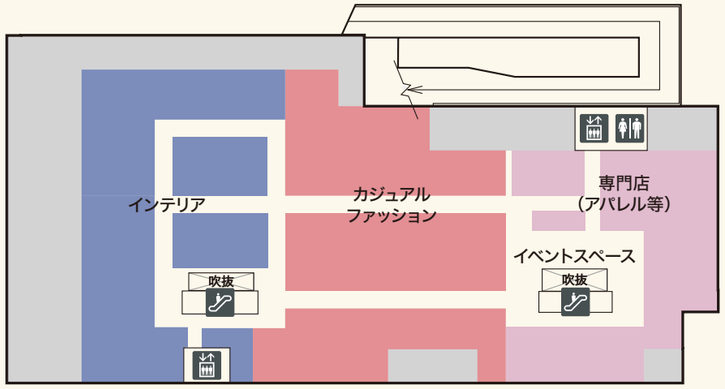
ドライブシアター

カーシェアリング

2F

実用衣料と日常雑貨のフロア

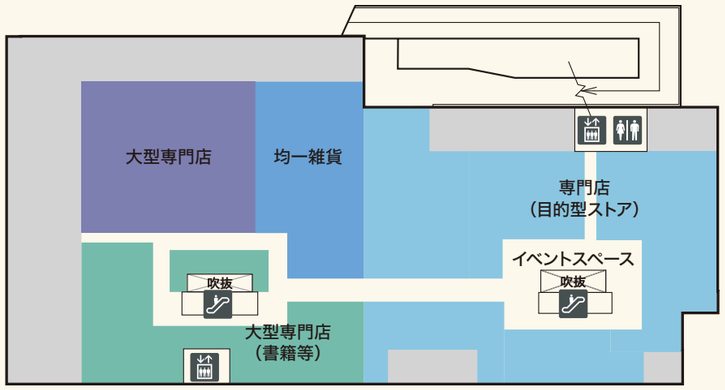
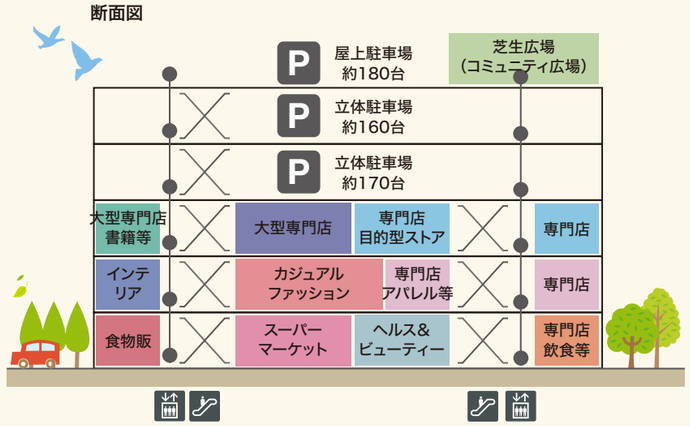
暮らしを彩る「カジュアルファッション」や「生活雑貨」などで構成し、新しい日常を提案します。



3F

カルチャーとコミュニティのフロア

「大型専門店」や「書籍」・「フィットネス」・「カルチャー教室」などで構成し、目的性の高いフロアを構成します。



断面図