

第2節

民間事業者の立地意向調査 ～ 一次ヒアリング ～

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの概要～

ヒアリング先

- アンケート調査において面談可能と回答のあった企業のうち、アンケートの分類に応じて21社を抽出

業種・業態	抽出企業数
総合不動産デベロッパー	4社
商業デベロッパー	5社(うち、1社はアンケート時には商業事業者に分類)
住宅デベロッパー	1社(アンケート時には総合不動産デベロッパーに分類)
ゼネコン	3社
金融機関・投資会社	1社(投資会社)
商業事業者	2社(GMS:1社、ファッション・雑貨:1社)
大型専門店	2社(家電:2社)
ホテル・ブライダル	1社(ホテル)
カルチャー・アミューズ	2社(シネマ:2社)

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの概要～

ヒアリング項目・内容

- より詳細な進出条件把握や民間企業の動向、姫路市への立地魅力・課題等についてヒアリングを実施

項目	内容
1. 調査対象企業特性、業界動向	<ul style="list-style-type: none"> ・業界の動向(景気変動の影響、伸びている領域、縮小する領域) ・対象企業の重点的な展開エリア、展開業態、事業スキーム
2. 立地選定基準	<ul style="list-style-type: none"> ・立地選定の重視ポイント (人口、産業構造、競合、交通環境、物流等具体的な重視点)
3. 姫路市場への評価	<ul style="list-style-type: none"> ・姫路市の立地の魅力と課題 現状認識と市場の高評価点、問題点 自社既存施設(店)の課題
4. コアゾーンでの想定事業展開	<ul style="list-style-type: none"> ・想定する事業展開イメージ、土地利用イメージ ・必要面積、敷地条件への要望
5. コアゾーンの評価	<ul style="list-style-type: none"> ・計画の認知度合い、関心度 ・エントランスゾーン、郊外立地との比較
6. 進出条件	<ul style="list-style-type: none"> ・土地処分方法、事業形態、契約期間への要望 ・駐車場等インフラ整備への要望 ・行政からの支援への要望
7. コアゾーン及び周辺まちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・エントランスゾーンとの連携(動線、運営、販促等) ・サブエリアの事業との連携 ・都市(商業)機能のレベルと施設内で複合を希望する企業の業種業態イメージ
8. まちづくり指針への要望	<ul style="list-style-type: none"> ・キャストイ21内のゾーニング機能配置への意見 ・容積緩和や高さ制限のあり方について ・動線計画、ランドスケープデザインへの要望
9. 事業コンペへの要望	<ul style="list-style-type: none"> ・対象街区、業種・業態、土地条件などの募集条件について ・選考方法、選考基準など募集選考方法について
10. その他	<ul style="list-style-type: none"> ・類似立地での事業展開事例 等

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

業界動向、立地選定基準

- **経済状況の激変により具体の検討ができない状況**
 - ・ リーマンショック後の株価暴落、世界同時不況により、総合デベロッパーをはじめ静観するしかない状況である。
 - ・ 事業コンペの時期を遅らせるべきとの意見が多い。
- **政令指定都市を優先した出店戦略**
 - ・ 出店エリアを政令指定都市のみとしている企業、または政令指定都市から優先的に出店している企業にとって姫路はその次のグルーピングで、優先度は低い。
 - ・ 駅前の一等地という立地条件は検討に値する。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

姫路市場の評価、コアゾーンでの想定事業展開、コアゾーンの評価

- 商業は駅ビルの内容次第
 - ・ 商業のマーケットは一定あるものの、先行する駅ビルの内容に大きく左右されるため、駅ビルの内容を見てからでないと具体の検討は難しい。
 - ・ 立地条件でも駅ビルには勝てない。
- 都市型ホテルの可能性は極めて低い
 - ・ 都市型ホテルはあるといいが、難しいとの意見が大半であり、神戸や大阪に近い立地、ホテル業界自体の厳しい状況が主な理由となっている。
バンケットを設ける場合は公的支援が不可欠との意見もある。
 - ・ グレードの高い宿泊特化型ホテルでも可能かを問う企業が多い。
 - ・ 進出する場合、ホルダーは別で運営のみを受託する方式が望ましい。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

姫路市場の評価、コアゾーンでの想定事業展開、コアゾーンの評価

- **住宅の需要は一定ある**
 - ・ 神戸・大阪への通勤圏でもあり、需要はある(市内のファミリー向け需要は200～300戸／年程度)。板状、タワーいずれの意見もある。
 - ・ 医療モールや高齢者向けマンションとの組合せ等のバリエーションが考えられる。
- **駅前立地でも一定規模の駐車場が必要**
 - ・ 駅前立地とはいえ相当規模の駐車場が必要との認識が大半である。姫路は自家用車保有率が高い。
 - ・ 一方で、鉄道利用者がメインの業態とする場合はそれ程必要ないとの意見もある。
 - ・ また、駐車場事業の可能性を指摘する意見もある。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

進出条件

- 業種により分譲、借地それぞれの意見がある
 - ・ 事業用地の定期借地期間が最大50年となり、土地代の負担を減らすことができ、レベルの高い競争力のある開発が可能になった。
 - ・ 借地が前提の企業、SPCによる購入を検討している企業、借地と分譲の双方を検討している企業等がある。

コアゾーン及び周辺まちづくり

- マグネットが必要
 - ・ 人を引き付けるマグネット、集客装置が必要である(最近の例で言えばキッズニアのような施設)。ホール等公共施設の計画はないのか。例えば、図書館でも十分にマグネットとなる。
- 公共施設を中心としたまちづくりへの期待
 - ・ 地区内に公共施設の計画があれば、それを中心に事業が組み立てやすい。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

まちづくり指針について

- **容積緩和は不要、高さ制限は容認**
 - ・ 現行容積で十分との認識が大半である。容積緩和は補助金や税制優遇等の支援策の一メニューとして期待する程度である。
 - ・ 一定の高さ制限が必要なのは理解するが、ホテル、マンションでは姫路城の眺望が売りになるので、それが得られなければ意味がない。
 - ・ タワーマンションは、建設コストを勘案すると、ぎりぎりタワーと呼べる20階建程度(=高さ60m程度)が現実的との意見もある。
- **デッキレベルの歩行者動線を否定する意見は少数**
 - ・ B、Cブロックに立地する場合は駅からのデッキ接続が不可欠であり、歩車分離の観点からもあるほうが望ましい。
 - ・ デッキレベルの歩行者動線を取り込んだ施設整備は、業種にもよるが、概ね可能との認識である。
 - ・ 経済条件次第なので現時点では何とも言えない、市の要望であれば対応せざるを得ないがその分土地代を下げる等のメリットがほしい。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

事業コンペについて

- 事業コンペから着工までのスケジュールが長い
 - ・ 平成22年度の事業コンペ実施から着工可能となる平成25年度(実際のオープンは平成26年度末以降)までに期間があり、事業者はその間の経済状況の変化等をリスクとして背負うことになる。1年程度が理想的である。
 - ・ オープンまでの期間が長く、現時点でリーシングをしても相手にされない。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

各企業の基本スタンス

業種・業態	基本スタンス
総合不動産デベロッパー	<ul style="list-style-type: none"> ・ A、Bブロックにおいて、ホテルを中心に商業、シネコンの併設を検討。 ・ 商業は量販店で検討、ホテルは都市型ホテルは厳しいので、宿泊特化型やオペレーションのみも視野に入れたい。 ・ 商業はどこがやっても一緒なので、ホテルをどこが連れて来るかがポイント。 ・ ホテルの規模等が決まらないと絵が描けない。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 昨今の経済情勢の低迷を受け、現時点では積極的な姿勢をとれない。 ・ 経済情勢によって企業の反応が大きく変化するため、景気回復まで待つべき。 ・ 事業展開を行うとすれば、アミューズメントを含む複合商業施設。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ この経済状況下でデベロッパーとしてどうとは言えない。 ・ コアゾーンで何をすべきかが見えず、難易度が高いという認識。 ・ 人を引き付けるマグネットが必要。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 時期的に具体の検討をできるような状況ではないが、興味は持っている。 ・ 既存商業と競合しない集客装置(建設費のかからないもの)があるとよい。
商業デベロッパー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地価負担力の関係で、土地賃貸が基本となる。 ・ 従来の低密商業施設ではなく、都心型の新規事業(とはいえ低層利用中心)を考えている。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅ビルができてからでないと判断できない。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都市型店舗のノウハウを活かした他のバリエーションも可能。コンサル、PMの実績もある。 ・ JRによる駅ビルの中身次第。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ いろいろな展開の可能性を検討している。 ・ 駅ビルや既存商業を踏まえ、どこをターゲットとしていくかの判断が悩ましい。 ・ 既存店舗の「拡張施設」としての展開を中心に、A、B両ブロックの事業化を熱望する。
住宅デベロッパー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 積極的に検討を行い、できれば取得したい。 ・ 条件が明確になれば、具体的な検討を進めていきたい。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

各企業の基本スタンス

業種・業態	基本スタンス
ゼネコン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 他地区にはデベロッパーとして参加しているが、本業に精を出せと言われており、姫路ではデベロッパーとしての参加はない。 ・ デベロッパーとゼネコンの情報力を合わせてコンソーシアムを組み、テナント誘致も含めて早くから貢献していきたい。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本的にはヒアリングを通して情報提供に終始した。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ スケジュール的に先なので、商業をはじめマーケットの影響を受ける施設は避けるべき。
金融機関・投資会社 (投資会社)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本的にはヒアリングを通して情報提供に終始した。
商業事業者 (GMS、ファッション・雑貨)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 立地条件はこの上なく、経済条件があえば是非とも立地したい。 ・ 姫路の買物特性が既存店舗と合致しないところがあり、立地にあたっての経済条件は低めに設定せざるをえない。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体の計画やデベロッパーがどこになるかによって検討する。
大型専門店 (家電)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経済条件が整えば検討する。 ・ 地域的には出店エリア。1ブロック全部を利用。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 政令指定都市規模の商圈を前提にした出店戦略をとっており、姫路のマーケットでは小さい。 ・ 現時点ではコアゾーンへの出店は想定できない。
ホテル・ブライダル (ホテル)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都市型ホテルは東京都内でも厳しい状況にある。 ・ 宿泊特化型ホテルで進出する場合でも、土地や建物の資産を保有しない「運営受託方式」が望ましい。
カルチャー・アミューズ (シネマ)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 他にシネコンがないので可能性のある市場である。 ・ プロジェクトの初期段階から関わらせてもらえれば、地域性に応じたいろいろな取組みが可能。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後の出店計画は未定。 ・ 運営受託の方式なら可能性がある。

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

事業展開・土地利用のイメージ

	Aブロック 約1.0ha 容積率:600%	Bブロック 約0.8ha 容積率:400%	Cブロック 約0.6ha 容積率:400%	備考
総合デベロッパー A社	ホテル(宿泊特化型) 商業(量販店) シネコン		マンション	A・Bブロックで検討
総合デベロッパー B社				複合商業施設
総合デベロッパー C社				
総合デベロッパー D社	商業	医療、教育、公共施設	マンション(タワー) シルバー住宅	
商業デベロッパー A社	商業 (1~2階、上は立体駐車場)			A~Cブロック間で大差はない
商業デベロッパー B社	高層:ホテル 低層:商業(専門店ビル)	量販店	高齢者向マンション 低層:医療モール	
商業デベロッパー C社	商業 (店舗用延床7,000~9,000坪)			
商業デベロッパー D社	商業 (床面積5,000~6,000坪)			Bブロックへの出店はない。
商業デベロッパー E社	商業 (床面積60,000㎡)			必要に応じてホテル、 Cブロックも検討
住宅デベロッパー A社		マンション(板状) 低層:店舗		B、Cブロック間で大差はない

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

事業展開・土地利用のイメージ

	Aブロック 約1.0ha 容積率:600%	Bブロック 約0.8ha 容積率:400%	Cブロック 約0.6ha 容積率:400%	備考
ゼネコン A社	商業(商業の連続、賃料から) 又はホテル(都市格から)	ホテル	マンション	
ゼネコン B社				A・Bブロックの一体的利用 Bブロックへの住宅導入も視野 に入れる
ゼネコン C社				
投資会社 A社				
GMS A社				1階又は地下1階の1フロア (床面積800~1,000坪)
ファッション・雑貨 A社				床面積30~50坪
家電 A社	商業 (3~4階まで、店舗面積2,000 ~3,000坪、上は立体駐車場)			Aブロックの経済条件が高く、 Bブロックが低ければBブロッ クもありうる
家電 B社				延床面積4,000~5,000㎡程度
ホテル A社	ホテル (200~300室、敷地面積1,200 ㎡、運営委託)			Bブロックの場合は、 事業採算性の確保が前提
シネマ A社	シネコン (床面積1,500~1,700坪)			A又はBブロック (敷地は2分割まで)
シネマ B社				床面積5,000㎡

民間事業者立地意向調査 ～一次ヒアリングの結果～

事業展開・土地利用のイメージ

- 概ねAブロックが商業を主体としたホテル、シネコン等の複合施設で、A・Bブロック一体開発を想定している企業もある。
- Cブロックを検討する場合は各社ともマンションで、医療モールやシルバー住宅との複合も想定されている。
- Bブロックはその中間的な捉えられ方で、Aブロックとの一体開発を除けば、Aブロックとは異なる商業、ホテル、医療、教育、公共施設等、多様な用途が想定されている。
- Aブロックは、必要とする全体の床面積や、1フロアの床面積を大きく確保する観点からも、敷地を分割することは考えにくいですが、B、Cブロックは敷地分割の可能性はある。

終 わ り