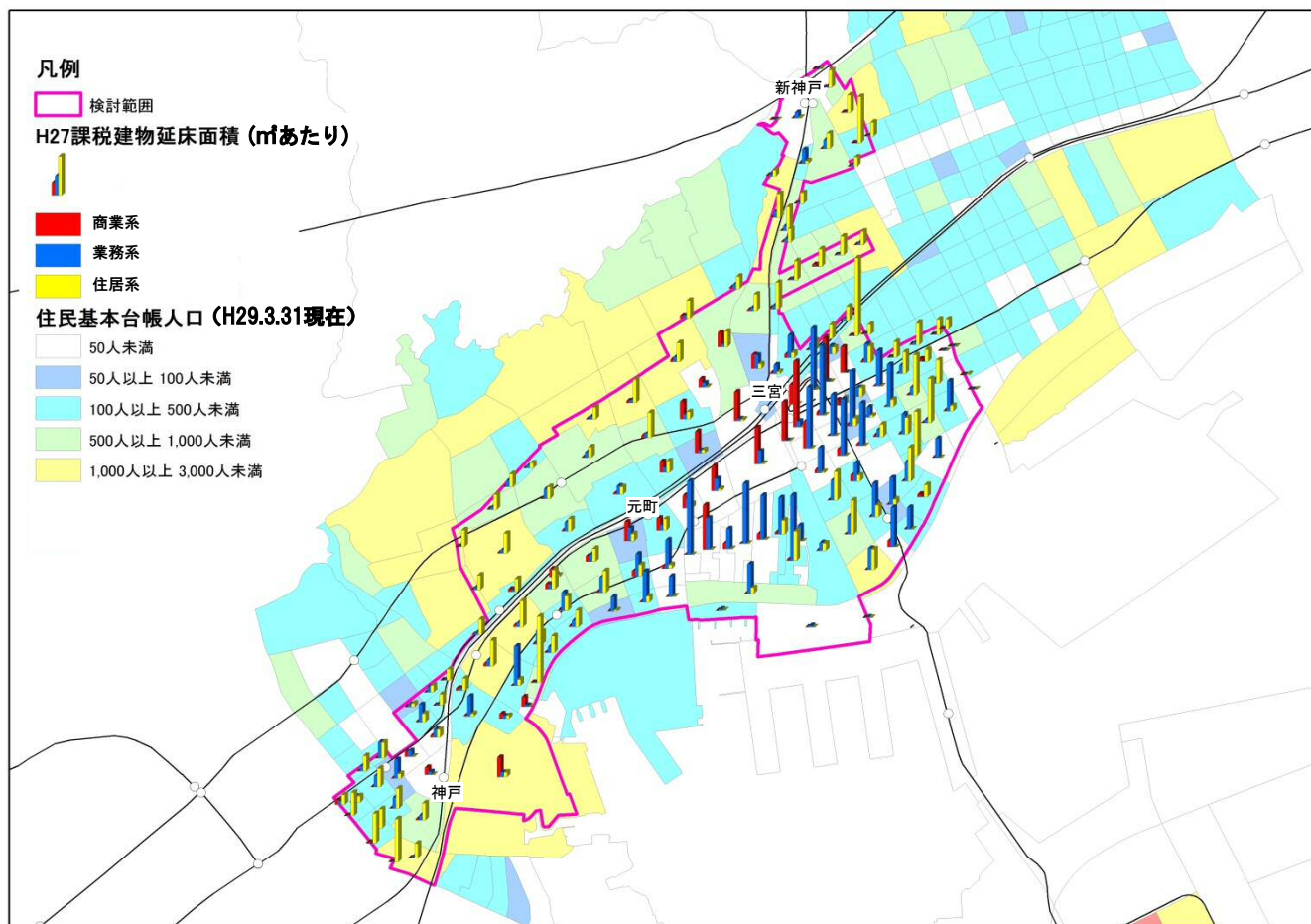


1. 都心の現状

- ・「三宮駅周辺」「ハーバーランド」は、商業系の施設、「旧居留地」は、業務系の施設の集積度が高い。
- ・「三宮駅南東」「元町駅南」は、業務系の施設と、住宅が混在している。
- ・「元町駅北」や「西元町駅周辺」、「新神戸」は、マンション等の立地が多く、住宅地化している。

(都心の現状の把握方法)

- ・ 町丁目ごとに土地利用を商業系・業務系・住居系に分類。



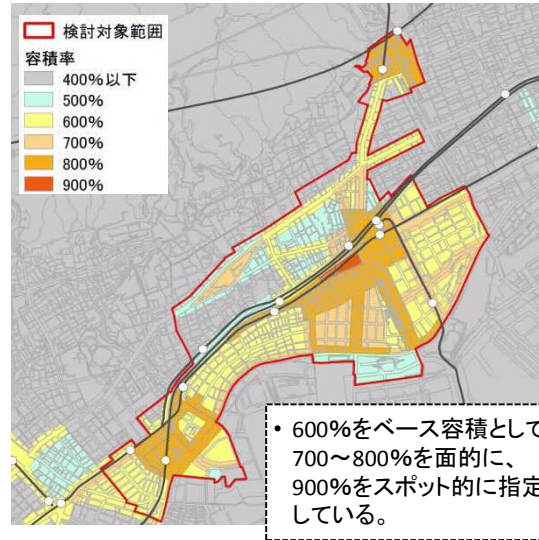
出典：都市計画基礎調査

2. 土地利用規制の状況

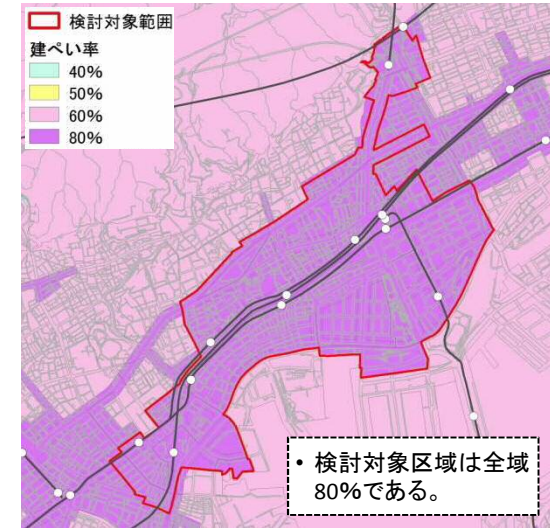
【用途地域】



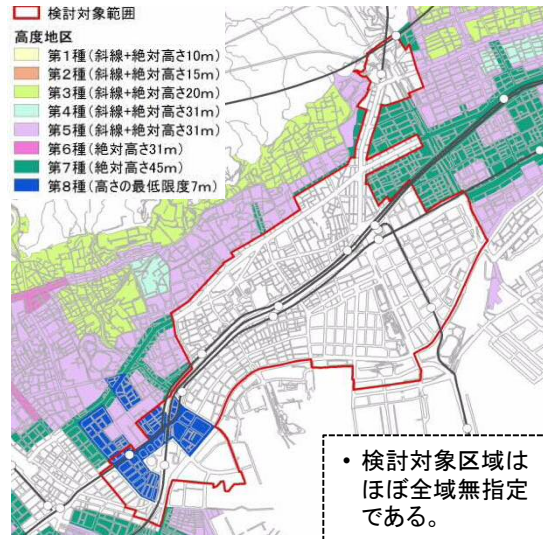
【容積率】



【建ぺい率】



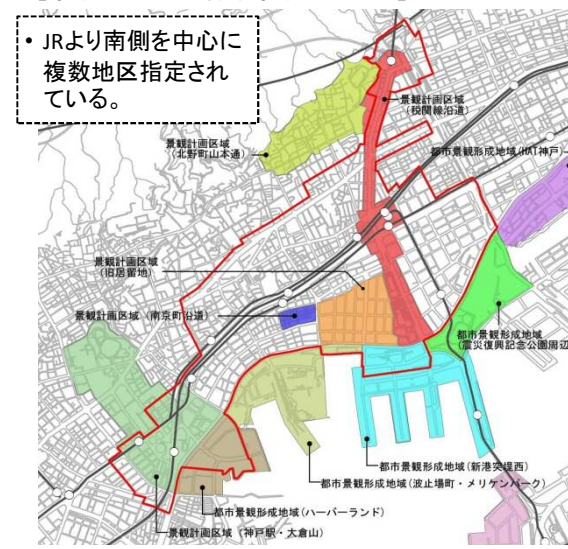
【高度地区】



【地区計画】



【景観計画区域・都市景観形成地域】

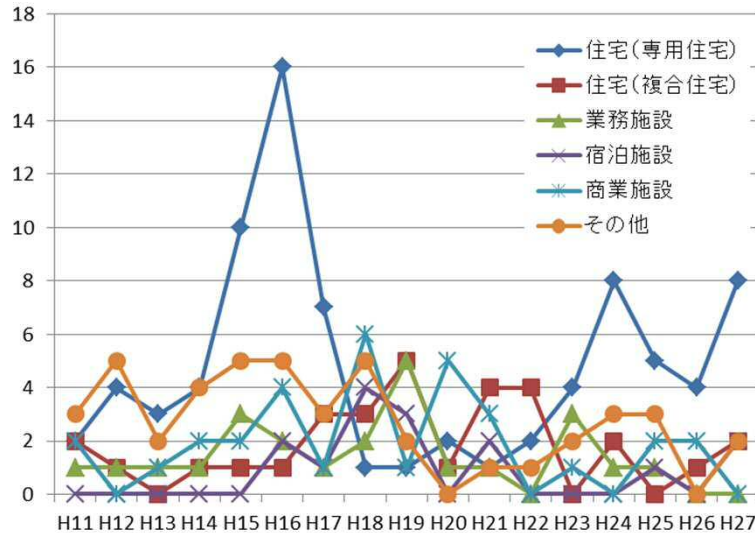


3. 近年の都心の状況

・検討対象区域における大規模な新築建築物のうち、住宅の占める割合は高く、特に近年はその割合が高まっている。

【検討対象区域における新築建築物の立地件数(敷地面積500㎡以上のもの)】

(立地件数)

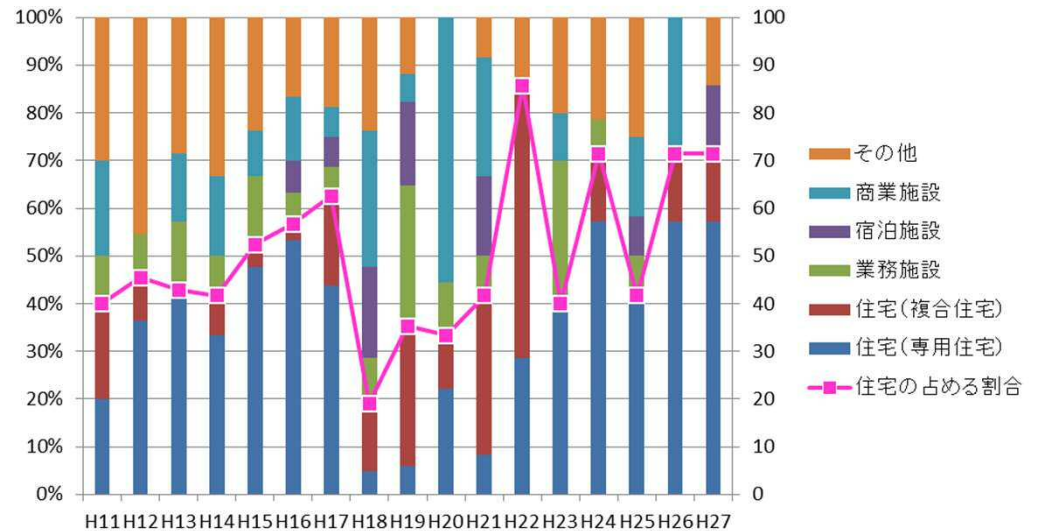


・住宅の立地が多く、特にH15～H17やH23以降は専用住宅の件数が多くなっている。

・ H18～H20以外は住宅の割合が40%を超えており、商業施設や業務施設に比べて住宅が多く整備されている状態にある。
 ・ 近年特に住宅の割合が高まっており、大規模な新築建築物の約70%が住宅という状況になっている。
 ・ 床面積ベースで見ると、住宅の割合はさらに顕著になり、新たに供給される床面積の大部分が住宅である。

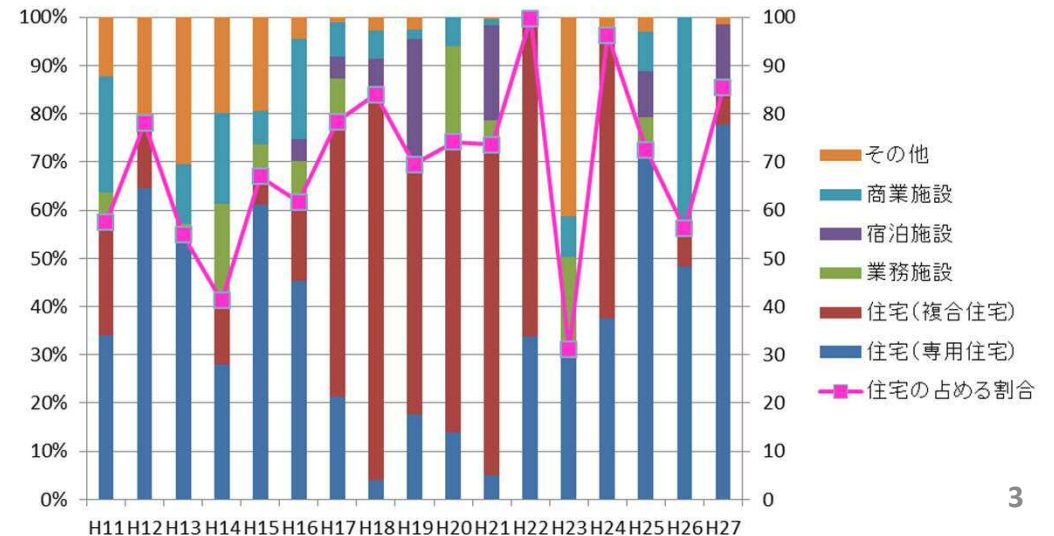
(立地割合)

● 件数ベース



※確認申請受付年次
出典:都市計画基礎調査

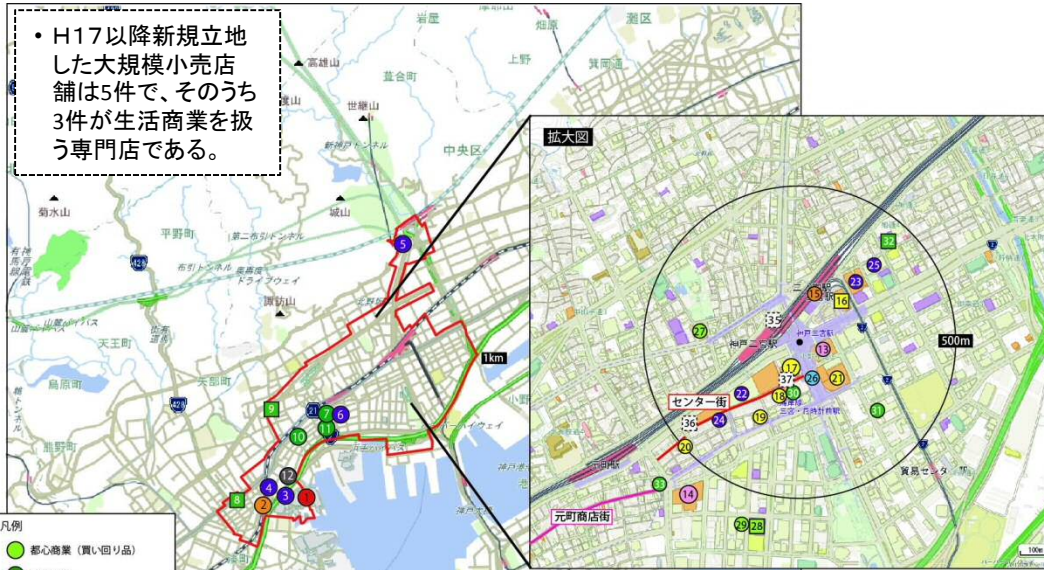
● 床面積ベース



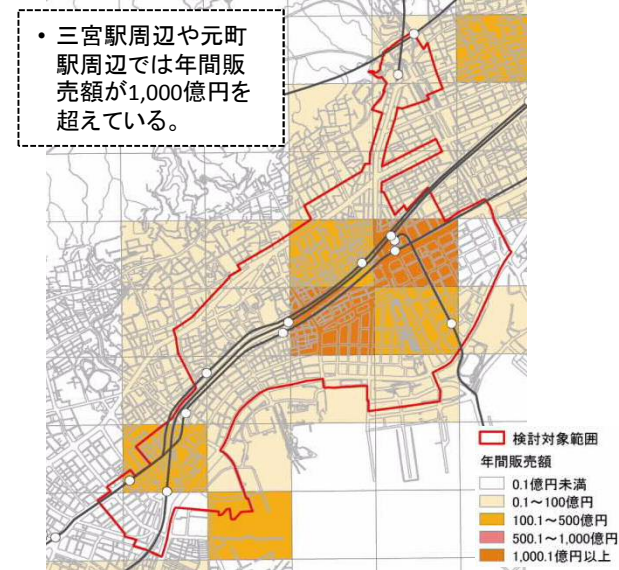
4. 商業機能の状況

- ・平成17年以降大規模小売店舗の新規整備は5件と少なく、新規出店した店舗はスーパー等、生活商業を扱う専門店が多い。
- ・商業床の需要については、「都市型商業は出つくしている」という意見や「商業区画が少ないので出店の希望はあるが出店できない」という意見がある

【検討対象区域の大規模小売店舗立地状況】



【年間販売額(500mメッシュ)】



出典：平成26年商業統計調査

- 凡例
- 百貨店
 - 都心商業(買い回り品)
 - 駅ビル
 - ショッピングセンター
 - ファッションビル
 - 地下街
 - 専門店ビル
 - 平成16年以前開業
 - 平成17年以降開業
 - 平成29年以降開業予定施設

No.	業態	店舗名	店舗面積 (㎡)	開業年月	核店舗
1	SC	神戸ハーバランドumie・ノースモール・サウスモール umieモザイク ユニクロ神戸ハーバランド店	72,054 9,900 3,243	平成4年10月 平成4年10月 平成8年9月	イズミヤソフマップ - ユニクロ
2	駅ビル	プロメナ神戸	2,420	平成9年10月	成城石井・マツモトキヨシ
3	専門店ビル	プロメナ神戸	11,076	平成4年10月	-
4	専門店ビル	ハウジング・デザイン・センター神戸	10,787	平成6年7月	大塚家具、LIXIL
5	専門店ビル	新神戸オリエンタルシティC3(グルメシティ館神戸店)	23,958	昭和63年9月	ダイエー
6	専門店ビル	ジェム	1,114	昭和55年8月	-
7	大型専門店(生活商業)	ナチュラルハウス神戸店	1,390	昭和10年3月	ナチュラルハウス
8	大型専門店(生活商業)	ライフ神戸駅前店	4,824	平成18年10月	ライフコーポレーション、スキ薬局
9	大型専門店(生活商業)	ライフ下山手店	1,898	平成26年11月	ライフコーポレーション
10	大型専門店(生活商業)	つばき神戸もとまほ店	1,092	不明	つばき
11	大型専門店(生活商業)	パルパロービル(パルマヤ元町ベセル店)	2,144	昭和54年11月	キンドット、カルディ
12	その他	ネットヨドバシ兵庫本社ビル	1,351	平成10年4月	ヨドバシカメラインターナショナル、ネットヨドバシ兵庫
13	百貨店	そごう神戸店	41,235	明治32年6月	そごう・西武・兵庫県物産協会
14	百貨店	大丸神戸店	49,083	昭和24年4月	大丸松坂屋百貨店
15	駅ビル	三宮ターミナルビル(プラザ三宮⇔三宮オーバ)	4,170	昭和56年3月	-
16	ファッションビル	神戸新開館ビル・ミント神戸	8,300	平成18年10月	光洋
17	ファッションビル	ティーズ神戸(神戸マルイ)	6,940	平成15年9月	丸井グループ
18	ファッションビル	ニシ三宮⇔三宮SD(三宮ビブレ)	6,049	昭和44年11月	イオンリテール
19	ファッションビル	カレフィ三宮	5,511	平成16年10月	シフスウォルト・ティズニー・ジャパン
20	ファッションビル	神戸BAL	5,447	平成6年5月	良品計画
21	ファッションビル	神戸国際会館	3,060	昭和31年10月	-
22	専門店ビル	神戸サンセンタープラザ	40,547	昭和45年9月	-
23	専門店ビル	藍井通6丁目地区市街地再開発ビル(ダイエー神戸三宮店)	18,254	平成2年4月	ダイエー
24	専門店ビル	三宮1街区東ビル(スポーツワールド三宮店)	8,370	昭和54年9月	ヤマノホールディングス
25	専門店ビル	サンバル	7,807	昭和56年10月	-
26	地下街	さんちか	8,095	昭和40年10月	-
27	大型専門店(都心型)	エムワンスクウェア(東急ハンズ三宮店)	5,777	昭和63年3月	東急ハンズ
28	大型専門店(都心型)	神戸旧居留地25番館(バーニーズニューヨーク)	-	平成22年3月	バーニーズジャパン
29	大型専門店(都心型)	興和神戸ビル(ルイ・ヴィトン神戸店⇔プラダ神戸店)	1,689	平成14年10月	ルイ・ヴィトン・ジャパン、ロエベ・ジャパン
30	大型専門店(生活商業)	せいでん三宮本店⇔ヤマダ電機LABI三宮	14,244	平成16年11月	東電社、ユザワヤ商事
31	大型専門店(生活商業)	中央商業三宮ビル(ジョーシン三宮11号館)	4,226	昭和31年11月	上新電機
32	大型専門店(生活商業)	シティタワープラザ(監査オアシス神戸地通店)	-	平成25年9月	監査オアシス
33	大型専門店(生活商業)	シグマグループ元町ビル・VEGA⇔ユニクロ神戸元町店	2,283	平成14年11月	ユニクロ
34	大型専門店(生活商業)	コスモリヂンビル	1,882	昭和52年9月	ジョイント
35	新規開発	神戸阪急ビル東館建替	未定	平成23年(予定)	未定
36	新規開発	神戸メディアラス⇔(仮称)三宮ゼログート	未定	未定	未定
37	新規開発	(仮称)フューチャープラザ建替計画	未定	未定	未定

【デベロッパー等の意見】

A社(関東系)

- ・マーケットが薄く、インバウンド効果が薄く、観光地としてのパワーが薄れてきているイメージがある。
- ・今後駅ビルの開発も控えている中で、すでに都市型商業は出つくしている。
- ・新たな商業開発で商業規模を拡大するというよりは、既存商業エリアの新陳代謝を高める方がいいのではないかと。

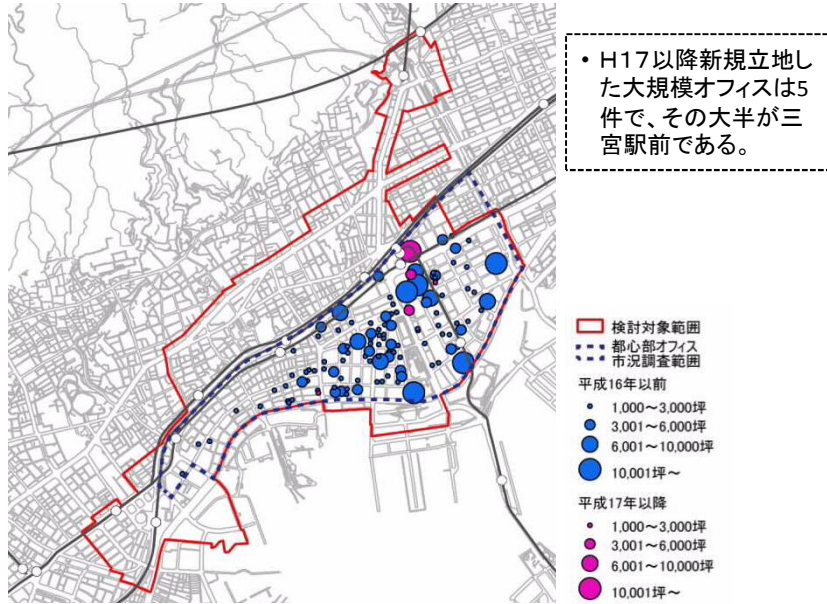
B社(関西系)

- ・東京で成功したテナントが、関西に出店するとき、まずは大阪へ出店し、次は神戸に出店しようという流れになる。そうなった時に、三宮には商業施設が少ないため、出店する区画が無いという話はファッションのみならず飲食も含め非常によく聞く。
- ・商業の需要に関して、建物自体が魅力的な建物かどうかが重要。今時のテナントは陳腐な建物には入居しない。

5. 業務機能の状況

・平成17年以降、整備された大規模オフィスは三宮駅周辺が中心であり、三宮駅から離れた磯上や旧居留地南などは新規整備はなく、空室率も比較的高い。
 ・オフィス床の需要については、「三宮駅周辺や旧居留地の北側はニーズはあるがまとまった床がない」「三宮駅周辺に限定されていたニーズが周辺に広がってきている」という意見がある。

【検討対象区域の大規模オフィスの立地状況(延床面積1,000坪以上)】



【大規模オフィスの空室率】

出典: 都心部オフィス市況調査(平成27年度)

年月	2013. 4~6	2014. 4~6	2015. 4~6	2015. 7~9	2015. 10~12	2016. 1~3
三宮駅周辺	4.3	8.6	3.7	2.9	2.5	3.0
旧居留地北	5.6	4.6	2.9	3.0	2.3	2.0
磯上~生田川	13.8	12.2	13.3	12.4	11.4	11.5
旧居留地南	13.0	12.6	12.9	12.4	12.1	12.0
元町~神戸駅	10.4	9.4	8.6	9.0	7.0	6.2
平均	9.9	9.7	8.8	8.2	7.4	7.3

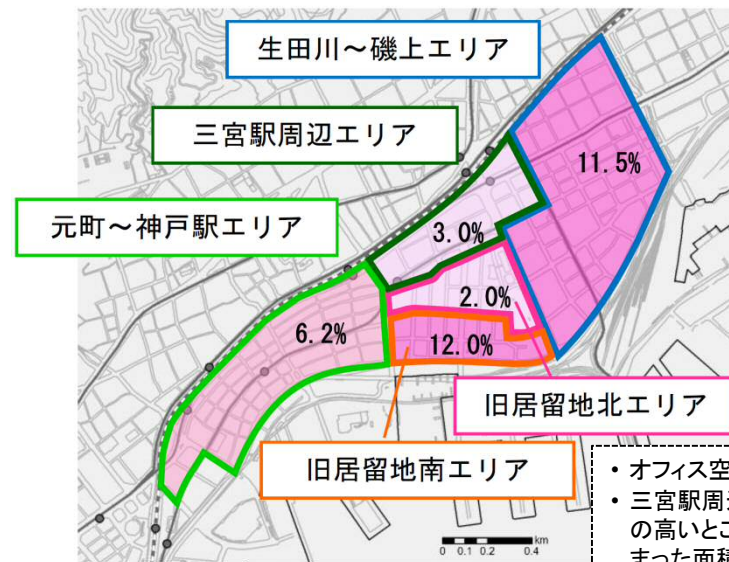
【企業立地課・不動産コンサルタントの意見】

企業立地課

- ・三宮駅周辺や旧居留地北部はオフィスの空室率が非常に低く、オフィスニーズがある状態。ただ、まとまった規模の床面積を有するオフィスビルがない。
- ・それ以外のエリアは、空室率が高く、大型であるが空きのあるビルも存在する。

不動産コンサルタント

- ・三宮駅周辺でまとまった床が確保できないため、東遊園地周辺のビルに入居を決めた事例もある。
- ・三宮駅周辺に限定されていたニーズが、次第に周辺エリアにも広がってきている。

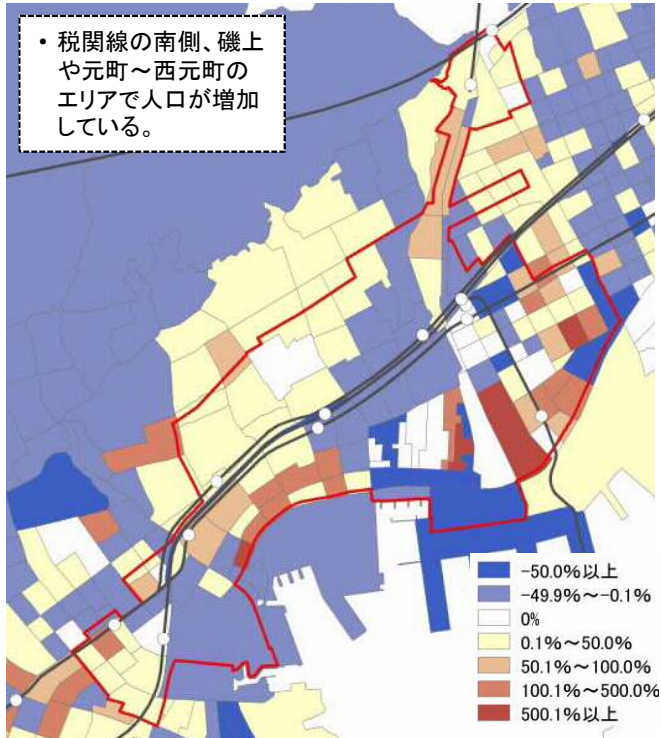


- ・オフィス空室率は低下傾向にある。
- ・三宮駅周辺や旧居留地など利便性の高いところで空室率が低く、まとまった面積のオフィスを確保することが困難。
- ・一方で、三宮駅から離れた旧居留地南や生田川~磯上では空室率が高い。

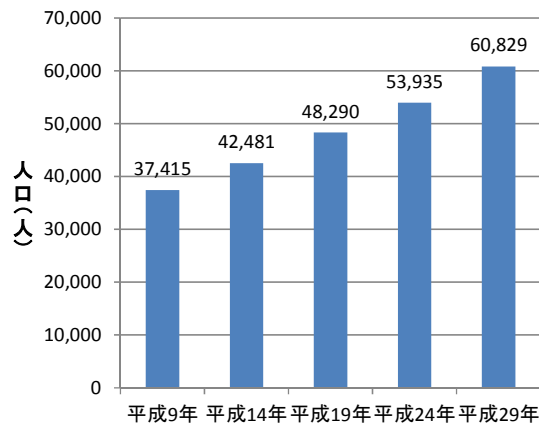
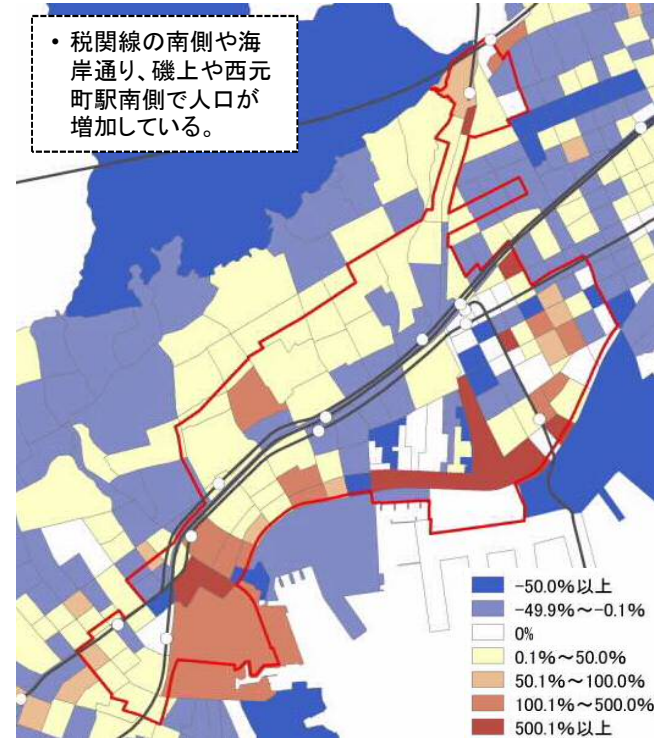
6. 居住機能の状況

・全体的に人口は増加しており、特に商業、業務が多く集積しているJRの南側で人口増加率が高い。

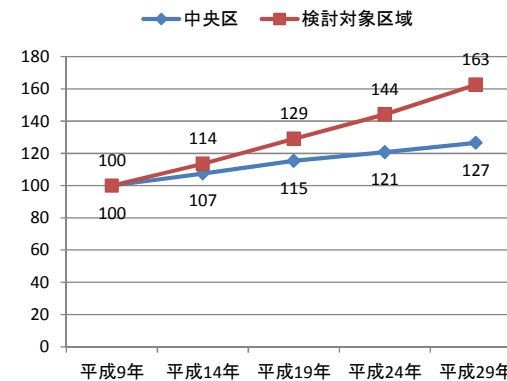
【人口の推移(平成9年～平成19年)】



【人口の推移(平成19年～平成29年)】



【中央区全体との比較※平成9年を100】

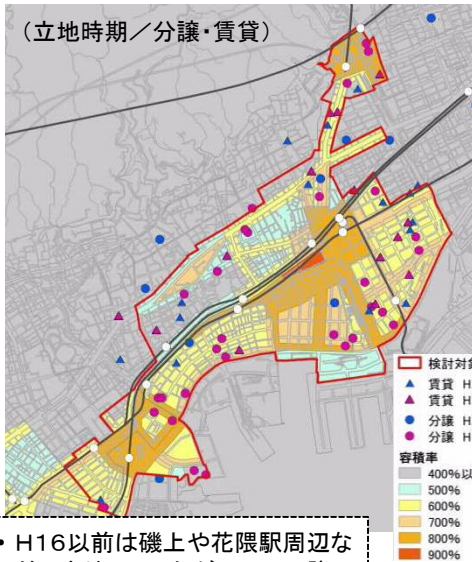


・人口は過去20年間で約1.6倍増加し、中央区全体と比べても増加率は高い。

6. 居住機能の状況

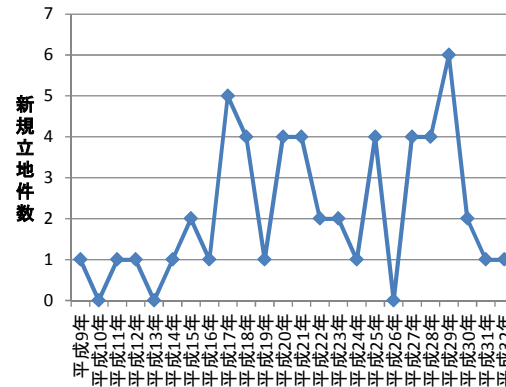
・平成17年以降、大規模マンションの立地件数が増加しており、規模(戸数、階数)も大規模化している。

【大規模マンション(100戸以上)の立地状況】

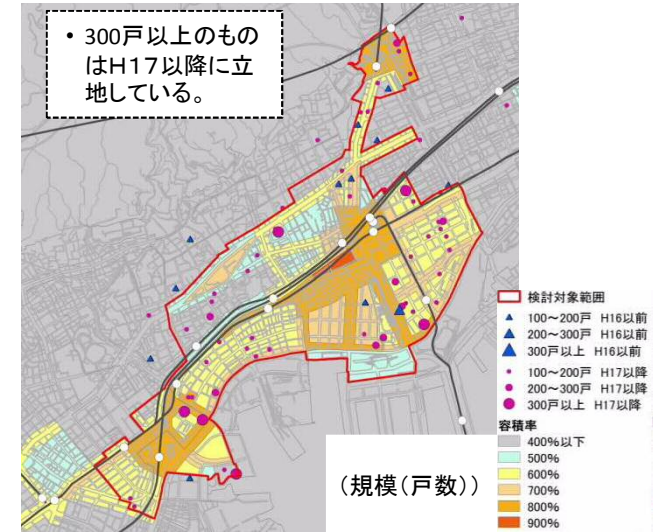


・H16以前は磯上や花隈駅周辺などに立地していたが、H17以降、都心全体に広がっている。

(新規立地件数の推移)※竣工年ごとの集計

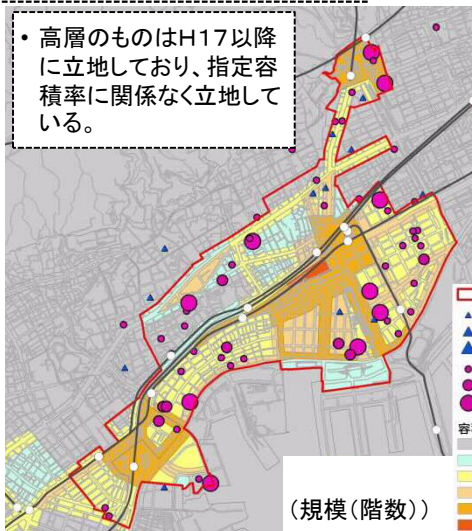


・H17以降、立地件数が増加している。



・300戸以上のものはH17以降に立地している。

(規模(戸数))



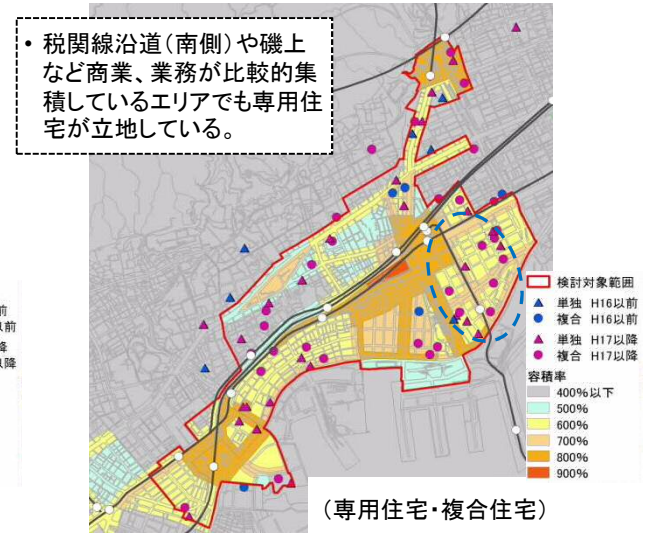
・高層のものはH17以降に立地しており、指定容積率に関係なく立地している。

(規模(階数))



・ファミリーは、都心全体で立地している。
・ワンルームは、税関線沿道(北側)や磯上に多く立地している。

(ワンルーム・ファミリー)



・税関線沿道(南側)や磯上など商業、業務が比較的集積しているエリアでも専用住宅が立地している。

(専用住宅・複合住宅)

6. 居住機能の状況

【マンションデベロッパーの意見】

① マンション開発のニーズについて

● 都心居住指向

- ・住環境よりも利便性を重視する**都心居住指向が強く**、マンション開発は**駅徒歩圏が基本**となっている。(A社、B社、C社、D社)
- ・建築コストが高騰したことで販売価格も高くなり、**駅から離れたところや郊外では事業が成立しにくい**。(D社)
- ・通常は駅から5分圏内がターゲットであるが、**三宮駅であれば10分圏内ぐらいまで可能**、駅ごとの駅力に左右される。(D社)

● 他用途との競合

- ・**マンションの土地負担力が高い**ため、通常はオフィスや店舗と競合することはない。(A社、B社、C社、D社)
- ・場所によっては**ビジネスホテルとの競合**は考えられる。(A社、B社、C社)
- ・三宮のオフィスニーズは高くないので**賃料を高く設定できない**。空室率が低いのは賃料が安いためであり、賃料を抑えないと企業が入らない。(B社、C社)

● 開発規模

- ・**100～200戸ぐらいが事業的にはやりやすい**。500～1,000戸ぐらいになると販売リスクが高くなり、小規模になると建築コストが高いので事業性が低くなる。(A社)
- ・**30戸以上確保できると効率がよく**、敷地は600坪程度、最低でも200坪程度。(B社)
- ・敷地面積は500～1000坪、**150～200戸程度の規模**。(C社)
- ・**敷地規模にかかわらず可能**。プロトタイプの建物が建てやすい敷地であれば開発しやすい。マンションごとにモデルルームの場所を変えないので他社とはビジネスモデルが違う。(D社)

② にぎわい用途等の誘導について

● 誘導上の課題

- ・敷地が狭いと**建築計画上の制約**が大きくなり難しい。(A社)
- ・分譲マンションの場合は**管理上の問題**などがある。(A社)
- ・低層階に無理に店舗を入れても**場所によっては続かない**こともある。(D社)
- ・店舗のテナント誘致は**上層階では難しい**。(C社)

③ 都心部のマンションの特性について

● 購入者層

- ・**通常ファミリー層**の他、**共働きのファミリー層**や、**50～60代の子育てを終えた世代**が中心である。(A社、B社、C社、D社)
- ・**市内居住者の購入**が多い。(D社)
- ・**オフィス兼用**にしている例も多い。(B社)
- ・**セカンドハウスや投資目的**での保有もある。(C社)

● タワーマンション

- ・**着工から竣工まで長期間**になり、市場動向が変わる可能性があるなどのリスクがあるが、販売価格を高く設定できる。(A社)
- ・階数などによって条件に差が出やすく、**多様な層が入居するので特に駅前などだと居住者も循環しやすい**。(B社)