

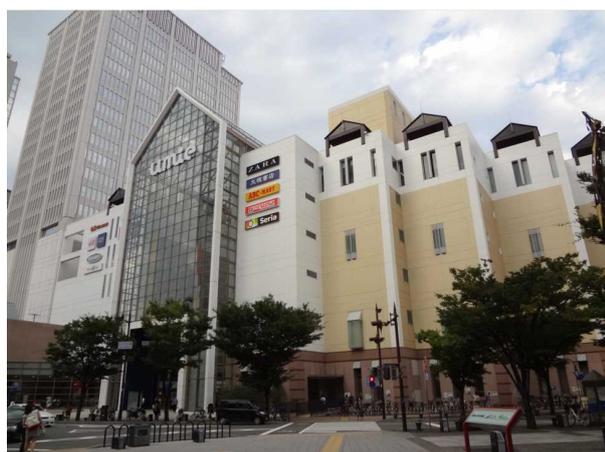
神戸市・取り戻した神戸ハーバーランド

～商業施設の回遊性が課題～

日本不動産研究所 神戸支所
不動産鑑定士 西村 佐知子

予想を超える来場者

今年 4 月、神戸ハーバーランドの商業施設「umie」が開業 1 周年を迎えた。地元紙によると、年間来場者数は約 1,800 万人で、予想の 1.2 倍に達した。隣接する「神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール」も有料施設の入館者が 90 万人と予想の 1.5 倍となった。週末は家族連れで混み合い、神戸らしいウォーターフロントのにぎわいを取り戻しつつある。



「開業一年、予想以上の来場者を記録した「umie」 写真右は「umie」の館内」

神戸ハーバーランドは、JR「神戸」駅の東方に位置する総面積約 23ha の複合的な商業エリアである。土地区画整理事業により貨物駅や倉庫等の港湾施設跡地に整備され、みなとまちこうべの象徴的な商業エリアとなったが、平成 4 年のまち開き以来、消費不況とも重なって苦戦を強いられ、「神戸西武」・「神戸阪急」・「プロメナ神戸」等、様々な施設が撤退・リニューアルオープンを繰り返してきた。商況が振るわなかった主な原因としては、①神戸市の中心商業地である三宮・元町から西側に外れた場所に位置し、阪神高速道路や国道 2 号によって他地区と分断されているためアクセスが悪く立地面で劣ること、②足下の商圏人口が限られており、日々の買い物客よりもレジャーや観光客が多く、平日の集客力が弱いこと等が挙げられる。このような状況のなか、2013 年 4 月、神戸阪急の後継テナントとして 225 の専門店とシネマコンプレックスで構成される大型商業施設である「神戸ハーバーランド umie」が開業した。イオン主導の大規模リニューアルにより、「H&M」、「ZARA」といったファストファッションブランド

や子供向けの衣料・用品店を充実させ、顧客ターゲットをファミリー層に絞って三宮・元町との差別化を図った。併せて開業した「神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール」との相乗効果も存分に発揮され、客層は特に 30～40 代の若い家族連れの姿が目立つなど、狙いは見事に成功した。



「神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール」

タワーマンションも

さらに、エリア内では 2015 年 2 月に「クレヴィアタワー神戸ハーバーランド」(地上 23 階建、総戸数 214 戸)、2015 年 10 月に「ザ・パークハウス 神戸ハーバーランドタワー」(地下 1 階付 36 階建、総戸数 345 戸) が竣工予定とタワーマンションの新規開発が進み、今後の商圏人口の増加も期待される。



「建設が進むタワーマンション」

国土交通省の「主要都市の高度利用地地価動向報告～地価 LOOK レポート～」によると、神戸ハーバーランド地区の地価動向は、「umie」開業後半年を経過した 2013 年第 4 四半期(2013. 10. 1. ～2014. 1. 1) にそれまでの「横ばい」から「やや上昇傾向」に転じた。好調が続

きりピーター客も安定しつつある「umie」の活況が地区の活性化に貢献し、店舗需要を増大させたと評価されている。

ただし、現況では、「umie」及び「神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール」に人の流れが集中し、他の商業施設まで十分に届いていないように見受けられる。今後、ハーバーランド全体の活性化及び地価の更なる上昇には、エリア内の回遊性を高め、「umie」に訪れた顧客に神戸煉瓦倉庫やハーバーセンター等、他の商業施設にも足を運んで貰う工夫が必要とを感じる。