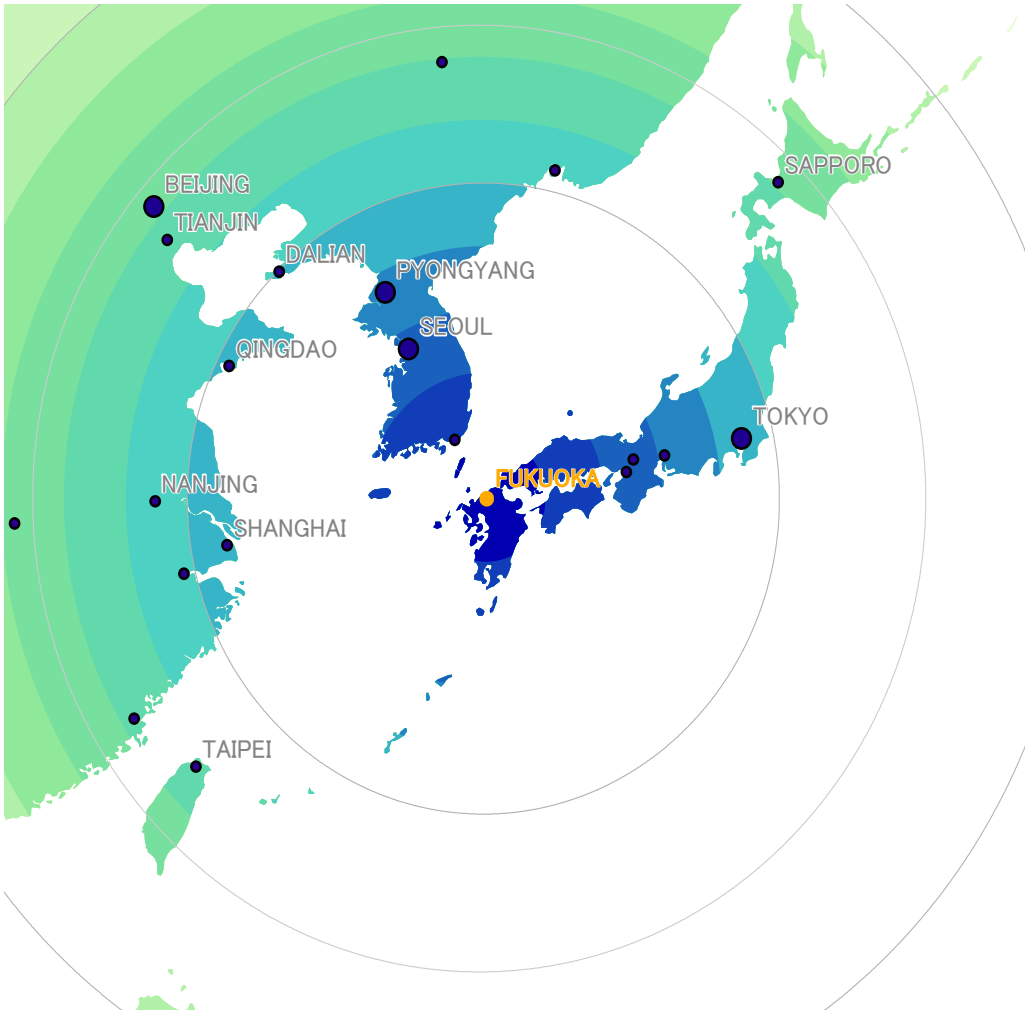
新博多駅ビル開業のインパクト②

～最新データに基づく再試算～



2010年9月

DBJ 株式会社日本政策投資銀行

要旨

1. はじめに

2011年３月、九州新幹線全線開通を前に、新博多駅ビル（JR博多シティ）が開業する。同ビルは、九州初上陸となる阪急百貨店や東急ハンズ等からなる一大商業施設であるほか、延床20万㎡に及ぶ大きさから、地域の更なる活性化要素として期待を集める一方、百貨店売上高の低迷も長期化しており、地域小売商業を取り巻く環境への影響がさらに重要視されている。

本稿は、昨年11月に当行九州支店で「新博多駅ビル開業のインパクト」を公表後、開業を半年後に控え、全体の概要も徐々に明らかになりつつある今、分析基礎となる最新の商業統計データ・情報に基づき、再計算したものである。

2. 福岡周辺の商業環境の変化

●新博多駅ビルの影響を探る前提として、福岡都市圏の人口動向、売場面積、販売額、売場効率等の商業環境の変化を検証した。

〇福岡都市圏の人口は、福岡市内中心部での増加が特に顕著であり、都心シフトが進んでいる。

〇福岡市内中心部を取り囲むように郊外型ショッピングモール等の新規出店が続いたことにより、中心部の商業にも大きな影響を与えており、中心部でも大幅な増床が進んだにも関わらず、販売額は伸び悩み、売場効率も悪化している。

3. 他都市事例データの検証

●新博多駅ビルの影響を探る上での参考として、政令指定都市の小売業の１人あたり売場面積と売場効率、また、都市規模が似通っている札幌、仙台、広島、福岡の４都市について、中心地からの距離別の売場面積、販売額、売場効率について検証した。

〇政令指定都市での１人あたり売場面積と売場効率では、

・福岡市は、現状においては売場面積、売場効率とも平均を上回っている。

・そのため、新規出店余地はあると見込まれるものの、新博多駅ビル開業後は売場効率の低下が避けられないであろう。

〇札仙広福での中心地からの距離別の売場面積、販売額、売場効率比較については、

・４都市で唯一、売場面積、売場効率ともに平均を上回るグループに属しており、新規出店余地を備えていると見ることもできる。

・４都市の中では比較的中心部に売場面積、販売額ともに集中しており、売場効率も高いものの、新博多駅ビル開業後の商業環境の変化により、中心部の地盤沈下の懸念もはらんでいる。

4. 新博多駅ビルの開業効果

●以上もふまえ、新博多駅ビルが地域小売商業に与える影響の再計算を行った。

〇前回レポートとの、前提条件の変更点は、

・商業統計メッシュデータ

・分析対象商圏

・福岡パルコ、バーニーズ・ニューヨークの影響

・新駅ビルの売場面積前提

である。

要旨

〇それを前提として、再計算を行った結果、
- 新駅ビルの売上規模は前回の計算結果1,300億円を下回る約900億円と簡易試算される。
- 一方、容易に市場拡大が想定しにくい現状において、福岡都市圏といった単位での既存の商業施設は、新博多駅ビル開業に伴う売場面積増加のしわ寄せを受ける可能性が高いと言えよう。
- そのため、新博多駅ビルが福岡都市圏における商業に多大なインパクトを与えることには間違いなく、売場面積の大幅増加、売場効率低下を見込んだ上で、関係当事者は今後の戦略を練っていく必要があろう。

目次

◆ 1. 福岡都市圏の商業環境の変化

①人口の増減 …… P. 4

②売場面積の増減 …… P. 5

③販売額の増減 …… P. 6

④売場効率の増減 …… P. 7

◆ 2. 他都市事例データの検証 …… P. 8

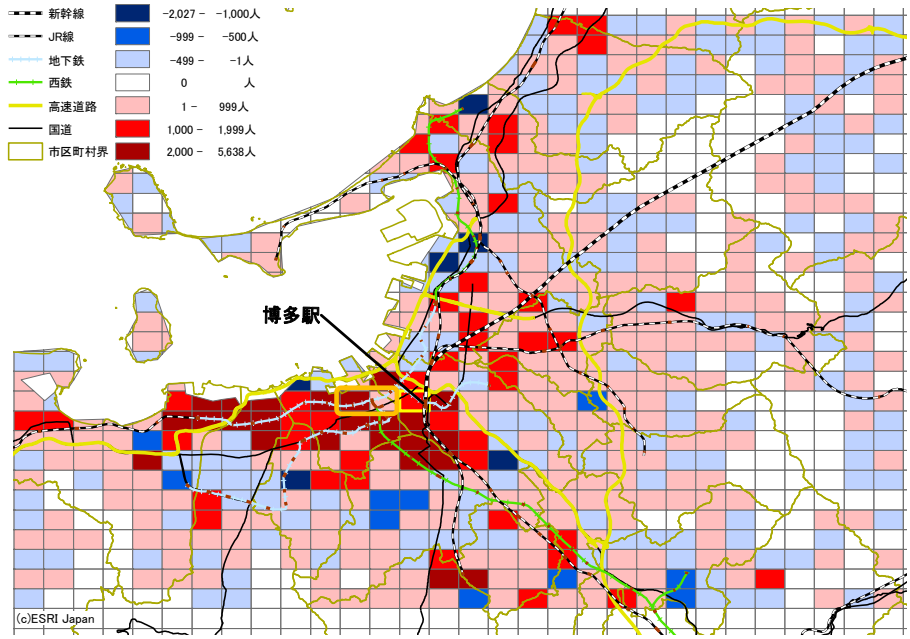
◆ 3. 新博多駅ビルの開業効果 …… P. 9

1．福岡都市圏の商業環境の変化－①人口の増減

- 人口は、全体的に増加傾向であるものの、特に、地下鉄空港線、七隈線沿線など市内中心部での増加が顕著である【図表1】

- 1995～2005年度の人口の増減は、都心部において特に増加傾向が顕著である
  これは、今年5月に当行九州支店で作成したﾚﾎﾟｰﾄ「福岡における若年居住人口の都心シフト」でもわかるように、都心部の居住人口増加が進展していることの表れでもあると言えよう【図表2】

【図表1】 人口の増減（1995～2005年度）



（備考）
1．1メッシュは約1km四方（以下同）
2．測地系は日本測地系による
3．総務省「国勢調査」より作成

【図表2】 ＜参考＞福岡都市圏の人口の増減（1995～2005年度）

（単位：人）

	1995年	2005年	増減		1995年	2005年	増減
福岡県	4,895,201	5,028,026	132,825	太宰府市	63,243	66,839	3,596
福岡市	1,234,443	1,352,221	117,778	福津市 ※2	54,171	56,291	2,120
東区	246,754	263,473	16,719	宗像市 ※3	87,239	94,616	7,377
博多区	160,853	181,636	20,783	古賀市 ※4	51,439	56,355	4,916
中央区	130,671	156,503	25,832	那珂川町	43,139	47,754	4,615
南区	232,091	242,213	10,122	宇美町	35,804	37,925	2,121
西区	154,463	180,391	25,928	篠栗町	26,646	31,087	4,441
城南区	114,625	120,522	5,897	志免町	36,300	41,286	4,986
早良区	194,986	207,483	12,497	須恵町	24,336	25,684	1,348
糸島市 ※1	91,175	99,952	8,777	新宮町	19,811	23,479	3,668
春日市	98,733	109,395	10,662	久山町	7,477	7,992	515
筑紫野市	82,400	97,954	15,554	粕屋町	32,184	38,539	6,355
大野城市	82,536	93,166	10,630	合 計	2,071,076	2,280,535	209,459

■市町村合併勘案済

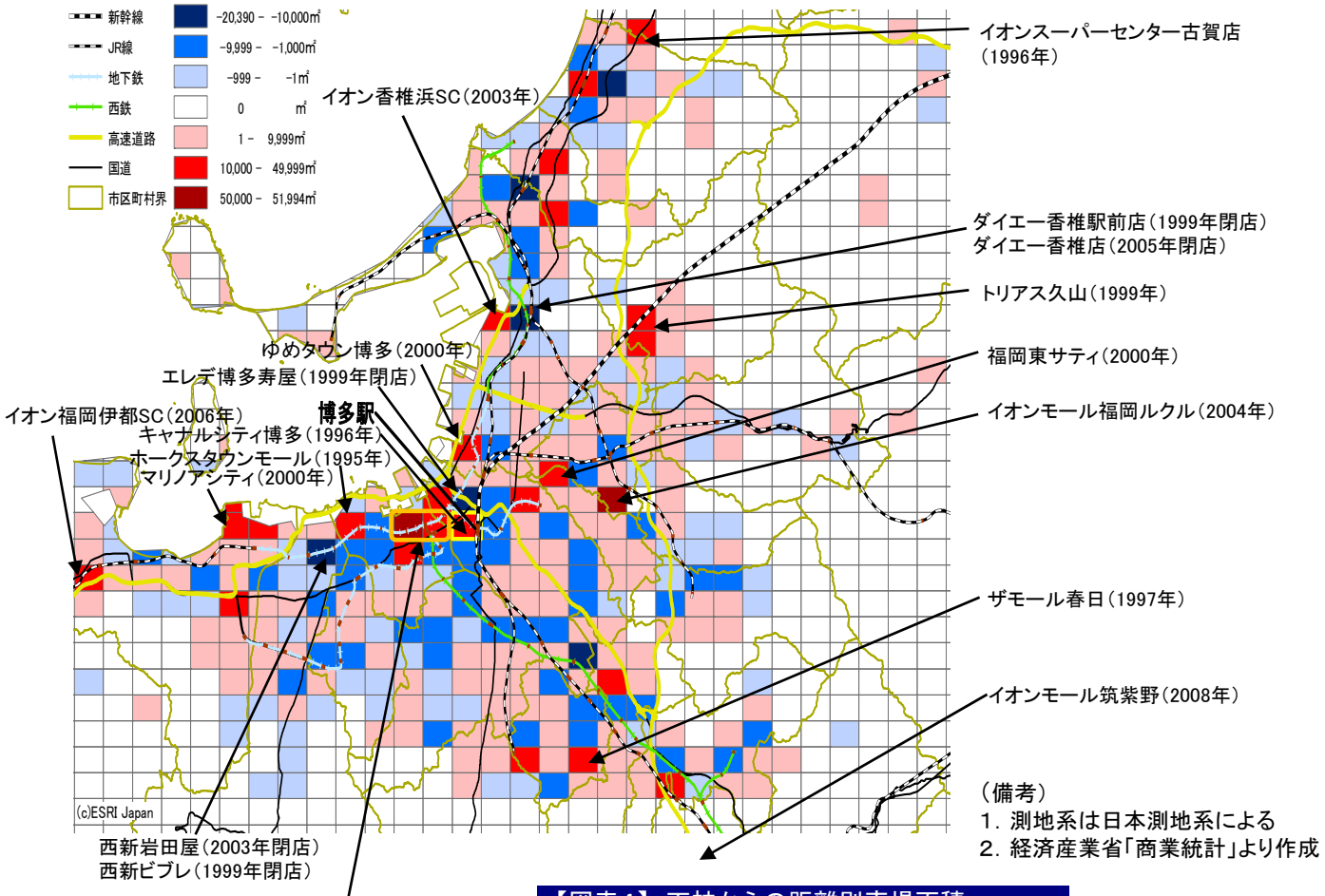
※1･･･旧前原市、旧糸島郡二丈町･志摩町の合計値
※2･･･旧宗像郡福間町･津屋崎町の合計値
※3･･･旧宗像郡玄海町･大島村を加算
※4･･･旧糟屋郡古賀町の値

（備考）
総務省「住民基本台帳人口要覧」より作成

1．福岡市周辺の商業環境の変化－②売場面積の増減

- 商業環境の激化により天神地区の売場面積増加はもちろん、天神地区を取り囲むように郊外地域での大型SCの出店ラッシュが続き、13年間で約50万㎡の大幅増となっている【図表3・4】
- この商業環境の激化により、経営体力のない店舗については閉店を余儀なくされており、優勝劣敗の構図が見てとれる

【図表3】 売場面積の増減（1993～2006年度）



（備考）
1．測地系は日本測地系による
2．経済産業省「商業統計」より作成

天神地区の主な出店状況
岩田屋＜現：本館＞（1996年）
博多大丸エルガーラ（1997年）
福岡三越（1997年）
岩田屋＜現：新館＞（2004年）
新天神地下街（2005年）

【図表4】 天神からの距離別売場面積

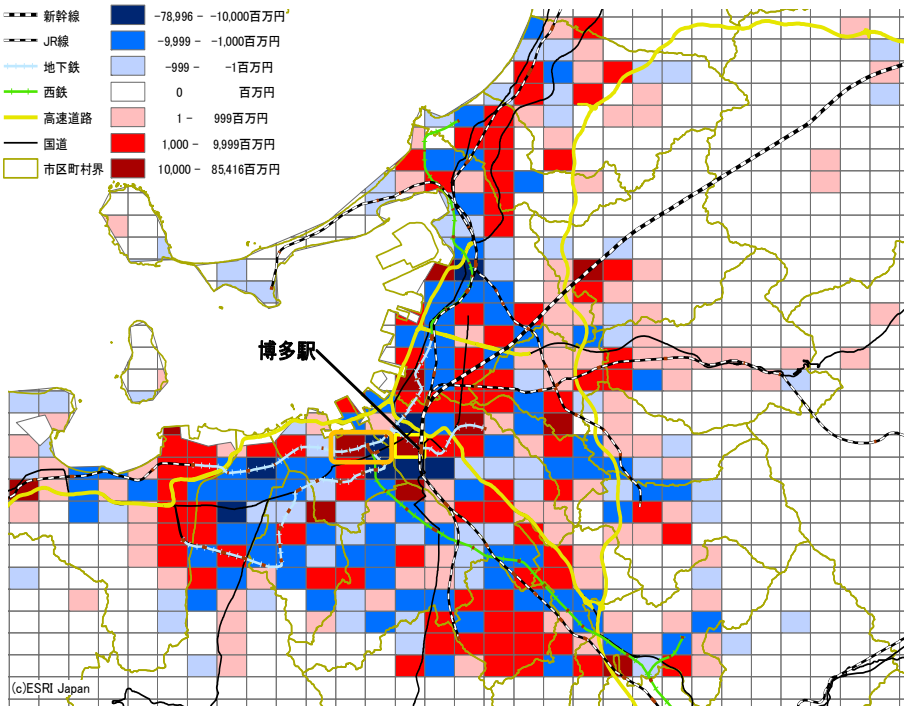
天神からの距離（km）	売場面積（㎡）		
	93	06	93→06
0	265,341	350,595	85,254
1	186,379	230,487	44,108
2	96,802	102,952	6,150
3	138,488	194,100	55,612
4	154,098	186,910	32,812
5	146,763	170,422	23,659
6	146,546	271,097	124,551
7	152,902	175,460	22,558
8	87,059	167,505	80,446
9	149,453	137,559	▲ 11,894
10	54,805	85,670	30,865
0～10km計	1,578,636	2,072,757	494,121

（備考）1.売場面積が最大のメッシュを中心メッシュと定義した。2.売場面積がゼロのメッシュ（海・山林など）は集計対象から除く。
3.1メッシュは約1km四方。 4.経済産業省「2007年商業統計」より作成

1．福岡市周辺の商業環境の変化－③販売額の増減

- 郊外地区については、大型SCの出店があった地域を中心に販売額を伸ばしており、全体としての販売額は増加傾向にある【図表5・6】
- 天神地区については、一部百貨店の移転等もあり、増加エリアと減少エリアが混在しているが、天神全体としては売場面積の増加に比べ販売額は伸び悩んでいる【図表5】
- 大型SCがある郊外部については新規出店が進み販売額が増加しているが、天神地区は売場面積増加の割に販売額は伸び悩んでおり、競合が激化していることが分かる

【図表5】 販売額の増減（1993～2006年度）



（備考）
1．測地系は日本測地系による
2．経済産業省「商業統計」より作成

【図表6】 天神からの距離別販売額

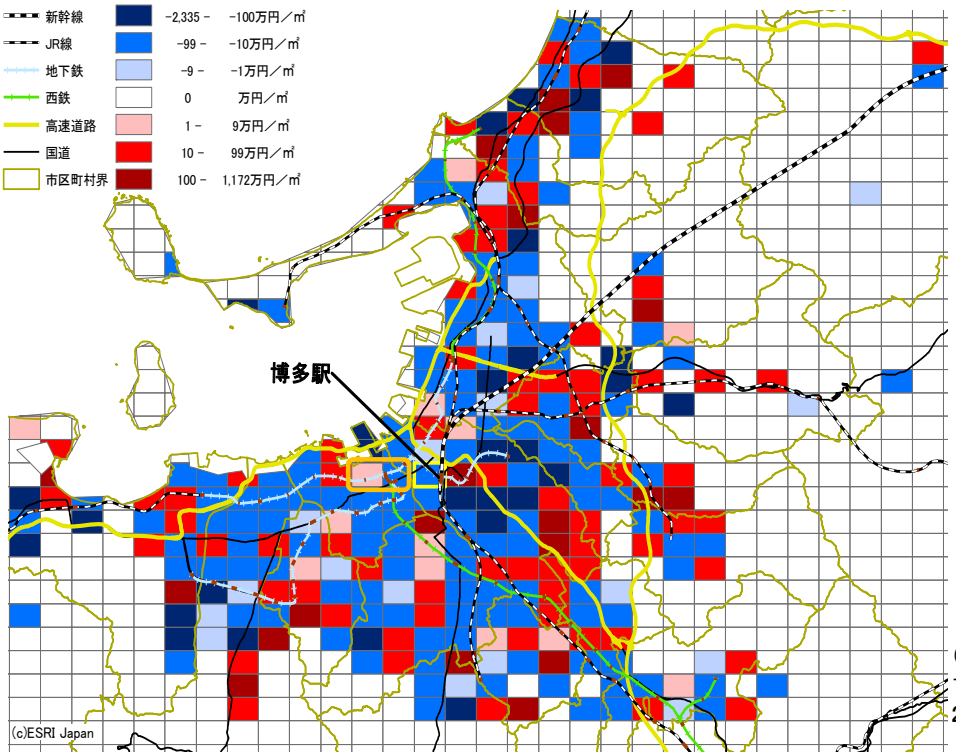
天神からの距離（km）	販売額（億円）		
	93	06	93→06
0	4,526	4,591	64
1	2,818	2,940	122
2	1,823	2,018	195
3	1,428	1,716	288
4	2,003	1,873	▲ 130
5	1,811	1,629	▲ 182
6	1,766	2,424	658
7	1,603	1,328	▲ 275
8	859	1,291	432
9	1,463	1,200	▲ 263
10	570	667	96
0～10km計	20,672	21,677	1,005

（備考）1.売場面積が最大のメッシュを中心メッシュと定義した。2.売場面積がゼロのメッシュ（海・山林など）は集計対象から除く。
3.1メッシュは約1km四方。 4.経済産業省「2007年商業統計」より作成

1．福岡市周辺の商業環境の変化－④売場効率の増減

- 商業環境の激化による売場面積大幅増加の度合いに比べ販売額が伸び悩んでいるため、売場効率は全般的に低下傾向にある【図表7・8】
- 特に天神地区の売場効率の低下が顕著となっている
- また一部郊外エリアでは不採算店舗の閉鎖等により、売場効率が改善している地域もある

【図表7】 売場効率の増減（1993～2006年度）



（備考）
1．測地系は日本測地系による
2．経済産業省「商業統計」より作成

【図表8】 天神からの距離別売場効率

天神からの距離（km）	売場効率（万円/㎡）		
	93	06	93→06
0	171	131	▲ 40
1	151	128	▲ 24
2	188	196	8
3	103	88	▲ 15
4	130	100	▲ 30
5	123	96	▲ 28
6	120	89	▲ 31
7	105	76	▲ 29
8	99	77	▲ 22
9	98	87	▲ 11
10	104	78	▲ 26
0～10km計	131	105	▲ 26

（備考）1.売場面積が最大のメッシュを中心メッシュと定義した。2.売場面積がゼロのメッシュ（海・山林など）は集計対象から除く。
3.1メッシュは約1km四方。 4.経済産業省「2007年商業統計」より作成

2. 他都市事例のデータ検証

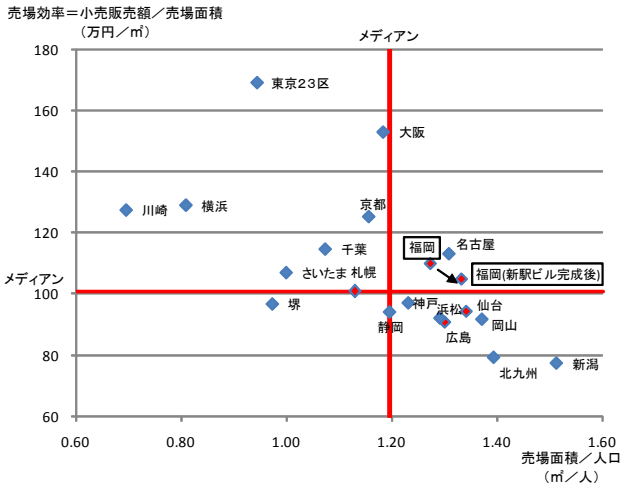
札幌・仙台・広島・福岡4都市等との比較

●福岡は、札仙広福の4都市において唯一、1人あたりの売場面積が平均より広く、売り場効率は平均より高いグループに属しており、今後も集客効果や小売商業の市場拡大など、更なる期待が見込める可能性がある【図表9】

●4都市の中では比較的中心部に売場面積、販売額とも集中しており、売場効率も高いものの、従来からの郊外型店舗の新規出店に加え、新博多駅ビル開業後の商業環境の更なる変化により、中心部の地盤沈下の懸念もはらんでいる【図表10】

【図表9】 一人当たりの売場面積と売場効率（2006年度）

政令市の小売業1人あたり売場面積と売場効率（2006年度）



（備考）1.福岡（新駅ビル完成後）は井筒屋博多店閉店、福岡パルコ開店後で新博多駅ビルは85,000㎡、
パーニーズニューヨークは2,600㎡として試算
2.経済産業省「2007年商業統計」、(財)国土地理協会「2007年住民基本台帳人口要覧」より作成

小売業1人あたり売場面積と売場効率（2006年度、政令指定都市）

	販売額（百万円）A	売場面積（㎡）B	人口（人）C	1人あたり売場面積（㎡／人）=B/C	売場効率（万円/㎡）=A/B×100
札幌	2,133,509	2,115,655	1,874,410	1.13	101
仙台	1,268,154	1,342,999	1,001,387	1.34	94
さいたま	1,260,944	1,178,523	1,179,292	1.00	107
千葉	1,120,709	976,990	910,142	1.07	115
東京23区	13,323,804	7,873,613	8,339,695	0.94	169
横浜	3,719,410	2,881,304	3,562,983	0.81	129
川崎	1,165,892	914,544	1,316,006	0.69	127
新潟	940,963	1,216,226	803,791	1.51	77
静岡	812,118	862,937	721,564	1.20	94
浜松	937,653	1,018,047	788,078	1.29	92
名古屋	3,191,700	2,819,770	2,154,287	1.31	113
京都	2,013,745	1,606,807	1,389,595	1.16	125
大阪	4,547,883	2,971,872	2,510,459	1.18	153
堺	782,813	809,359	831,715	0.97	97
神戸	1,796,402	1,850,551	1,502,772	1.23	97
岡山	859,927	937,118	683,258	1.37	92
広島	1,353,169	1,487,841	1,144,572	1.30	91
北九州	1,090,390	1,375,333	986,755	1.39	79
福岡	1,907,189	1,734,589	1,363,841	1.27	110

【図表10】 中心地からの距離別の売場面積・販売額・売場効率

中心メッシュからの距離（km）	売場面積 A（㎡/1メッシュ）				販売額 B（億円/1メッシュ）				売場効率 B/A×10,000（万円/㎡）			
	札幌	仙台	広島	福岡	札幌	仙台	広島	福岡	札幌	仙台	広島	福岡
中心メッシュ	大通	仙台駅前	八丁堀	天神	大通	仙台駅前	八丁堀	天神	大通	仙台駅前	八丁堀	天神
0	223,237	135,971	142,027	350,595	2,173	1,295	1,545	4,591	97	95	109	131
（構成比）	*(12.0%)*	*(9.7%)*	*(9.4%)*	*(16.9%)*	*(11.3%)*	*(9.8%)*	*(11.5%)*	*(21.2%)*	*(8.6%)*	*(9.0%)*	*(10.5%)*	*(11.4%)*
1	270,832	172,579	324,741	230,487	3,296	2,444	2,756	2,940	122	142	85	128
2	131,420	54,239	111,959	102,952	1,350	669	1,280	2,018	103	123	114	196
3	103,892	90,723	196,027	194,100	1,253	857	1,739	1,716	121	94	89	88
4	160,362	175,216	96,202	186,910	1,853	1,637	1,059	1,873	116	93	110	100
5	170,037	113,215	41,007	170,422	1,906	1,341	424	1,629	112	118	103	96
6	194,748	156,363	163,072	271,097	2,006	1,228	1,161	2,424	103	79	71	89
7	142,255	177,628	56,284	175,460	1,489	1,173	598	1,328	105	66	106	76
8	155,487	127,641	64,154	167,505	1,265	1,102	772	1,291	81	86	120	77
9	143,368	118,742	200,019	137,559	1,332	881	1,334	1,200	93	74	67	87
10	159,694	77,825	115,762	85,670	1,301	642	748	667	81	82	65	78

（備考）1.売場面積が最大のメッシュを中心メッシュと定義した（但し、天神地区は2メッシュにまたがるため2メッシュの合計値）。
2.売場面積がゼロのメッシュ（海・山林など）は集計対象から除く。 3.1メッシュは約1km四方。 4.経済産業省「2007年商業統計」より作成

3. 新博多駅ビルの開業効果（1）

●以上もふまえ、新博多駅ビルが地域小売商業へ与える影響について、各種最新データに基づく再計算を行った結果

- 新駅ビルの売上規模は前回の計算結果1,300億円を下回る約900億円と簡易試算される。
- 一方、容易に市場拡大が想定しにくい現状において、福岡都市圏といった単位での既存の商業施設は、新博多駅ビル開業に伴う売場面積増加のしわ寄せを受ける可能性が高いと言えよう。
- そのため、新博多駅ビルが福岡都市圏における商業に多大なインパクトを与えることには間違いなく、売場面積の大幅増加、売場効率低下を見込んだ上で、関係当事者は今後の戦略を練っていく必要があろう。

【図表11】 前回試算との相違点

	前回（2009年11月）	今回（2010年9月）
推定に使用した商業統計メッシュデータ	2004年商業統計	2007年商業統計
分析対象商圏の広さ	20km×20km	30km×30km
福岡パルコ、バーニーズ・ニューヨーク開業の影響	勘案せず	勘案
売場面積の前提	100,000㎡と仮定して試算	85,000㎡と仮定して試算

【図表12】 モデル構造及び試算概要①

◆福岡市周辺30km×30kmを新駅ビルの商圏として仮に設定

◆商圏内の各メッシュの各メッシュに対する購買確率と予想販売額を下記式にて推定
→$(30\times30)^2$＝810,000の購買確率を推定

V_{ab} 居住地aの購買地bでの購入確率
S_b 購買地bの売場面積
P_a 居住地aの人口
D_{ab} ab間の直線距離
N_{ab} 購買地bの居住地aへの予想販売額
M_{ab} 購買地bの予想販売額

(1) $V_{ab}=\dfrac{S_b^{\alpha}/D_{ab}^{\beta}}{\sum_x S_x^{\alpha}/D_{ax}^{\beta}}$

(2) $N_{ab}=V_{ab}\times$人口１人あたり販売額$\times P_a$
（人口１人あたり販売額＝商圏販売額／商圏人口）

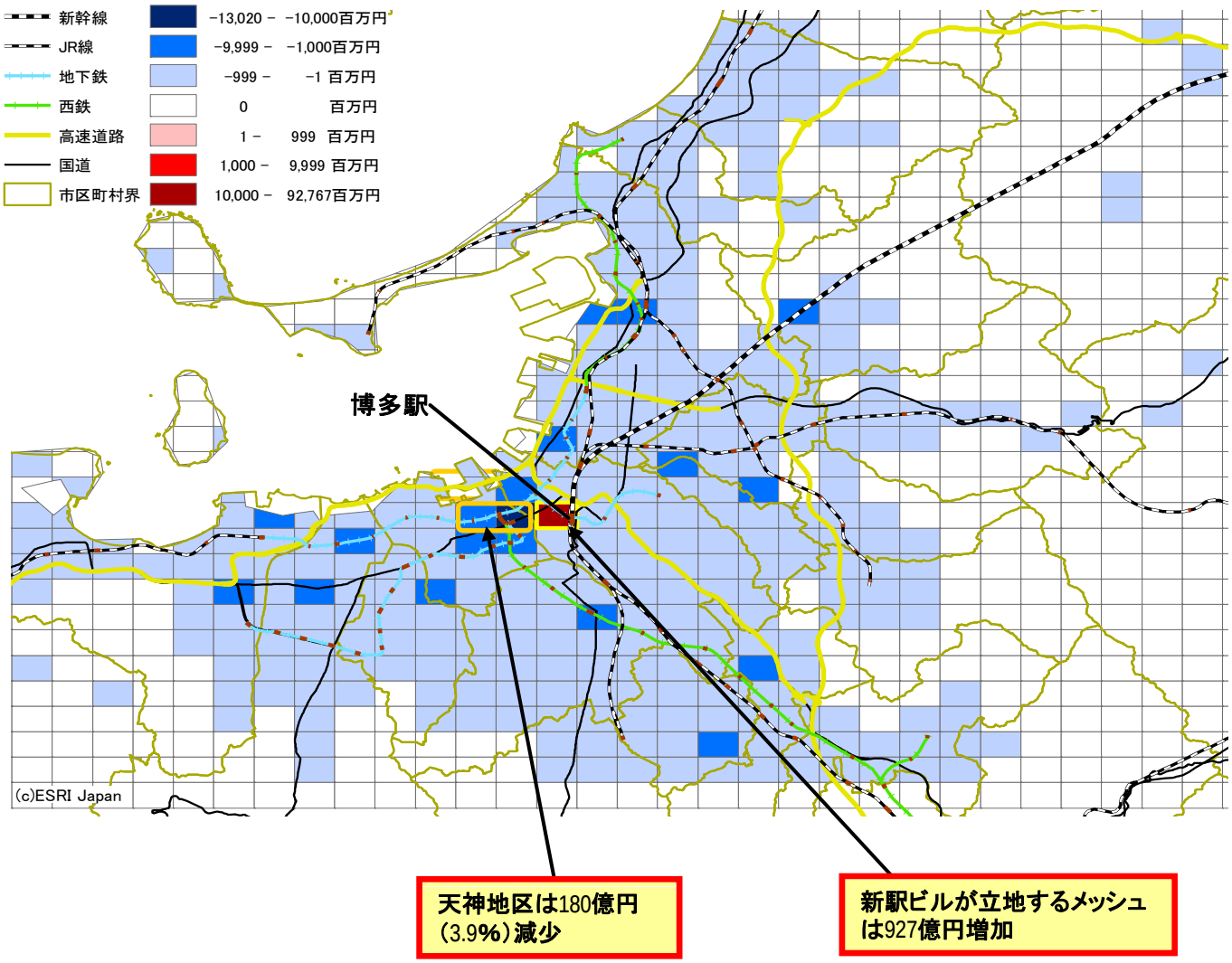
(3) $M_b=\sum_x N_{xb}$

購買地（売場面積 S_x）／居住地（人口 P_x）	購買地a S_a	購買地b S_b	購買地c S_c	…	計
居住地a P_a	Vaa	Vab	Vac	…	1
居住地b P_b	Vba	Vbb	Vbc	…	1
居住地c P_c	Vca	Vcb	Vcc	…	1
…	…	…	…	…	1

3. 新博多駅ビルの開業効果（2）

【図表13】 モデル構造及び試算概要②

- 前出モデル構造に従い算出された各メッシュ予測売上高と実績売上高の乖離が最小となるα（売場面積の次数）、β（距離の次数）を推定（→本ケースでは、α＝1.03、β＝0.68）し、当α・β推定値による各メッシュ仮想売上高分布（＝a）を算出
- その上で、新博多駅ビルの売り場面積85,000㎡を該当メッシュに加算して、先の各メッシュ仮想売上分布（＝a）を再計算（＝b）し、各メッシュ毎の売上増減額（＝b－a）を算出



【図表14】 新駅ビル売上高のプレゼンス（再試算）

新駅ビル売上高試算（イ）	福岡市小売売上高（ロ）	イ/ロ
約927億円	約19，000億円	4.9%

（お問い合わせ先）
〒810－0001 福岡市中央区天神2－12－1天神ビル2F
（株）日本政策投資銀行九州支店
企画調査課 TEL 092－741－7737