

ショートコメントvol.3 (2013年4月17日)

[テーマ]

- ① グランフロント大阪の開業による経済波及効果
- ② 海外ブランドによる心齋橋エリアへの出店増加

① グランフロント大阪の開業による経済波及効果

JR大阪駅北側の大規模再開発プロジェクト「グランフロント大阪」が4月26日に開業します。「関西最後の一等地」と呼ばれる恵まれた立地で、かつこれだけの規模の開発が行われることは恐らく最後とみられ、その開業には大きな注目が集まっています。7ヘクタールにまたがるこのプロジェクトは、商業施設とオフィスのほか、研究施設、ホテル、住宅などで構成され、このうち商業施設とオフィス、研究施設が4月に開業、残るホテルは6月、住宅は8月の開業が予定されています。

このグランフロント大阪の開業によって関西(2府5県)にもたらされる経済波及効果については、初年度が1120億円、2年目以降は1271億円に達すると考えられます。これには建設等の初期投資は含まれておらず、開業後の各施設の稼働によって生まれる新たな経済活動を主な対象としています。その中心は、商業施設での物販や飲食関連売上のほか、オフィスの賃料収入などであり、これらに誘発された所得が消費を押し上げる動きも効果の中に含まれます。

なお、グランフロント大阪の中核施設であるナレッジキャピタルは、知の交流から新たな価値を生み出す「知的創造拠点」として注目を集めていますが、開業後の多様なコラボレーションによって生まれる新たな商品や技術については、今回の試算に入っていません。その意味では、ナレッジキャピタルがその機能を発揮することで、グランフロント大阪の生み出す経済効果はさらに高まることが期待されます。

また、開業後は周辺地域の地価がさらに上昇することも予想され、それも経済効果の一部と考えることができますが、今回の試算には含まれていません。地価の上昇ペースについては、各施設の集客状況を含めた好不調にも大きく左右されるため、この点からも開業後の推移が注目されるところです。

このように、グランフロント大阪の開業には様々な効果が期待される一方、梅田地区の商業施設による競争の激化や、他都市との都市間競争の激化に対する懸念が高まっていることも事実です。その点では、開業後の他都市への影響にも注意が必要とみられますが、仮に関西圏外から梅田地区を訪れる客が大きく増えるとすれば、周遊効果を経て関西全体に恩恵が広がる期待も出てきます。これらについては、商業施設などの成功はもちろん、ナレッジキャピタルがカギを握る部分も少なくないとみられることから、開業後のPR活動などを通して、いかに認知度を高めていくかに注目が集まります。

② 海外ブランドによる心齋橋エリアへの出店増加

ここ数年の動きとして、海外のアパレル大手の旗艦店や高級輸入車のショールームなど、海外の有名ブランドによる心齋橋への出店が相次いでいます。直近でも、4月13日にはスウェーデンのアパレルブランドH&Mが日本最大級の店舗をオープンしたほか、20日には米国のフォーエバー21が道頓堀に関西初となる店舗をオープンする予定です。

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

これらの動きの背景には、心齋橋などのミナミが若年客に人気の高いエリアであり、彼らの求める客層と合致するという要因のほか、元々路面店が多い地域であるため、買い回りをねらいやすい点も挙げられます。また、海外ブランドの出店が続いていることで、いわゆる集積効果をねらった出店も増えていると考えられます。

さらに、少し別の見方として、アジアからの観光客向けのショールームを兼ねた出店とみることもできそうです。近年は、道頓堀や心齋橋筋商店街などを目当てに心齋橋を訪れる観光客が急増しており、その中心がアジアからであることを考えると、彼らをねらった動きが出てきても決しておかしくありません。

昨年12月には世界的スポーツブランドのプーマがアジア最大規模の旗艦店を出店したほか、国内ブランドのユニクロが日本初の旗艦店を出店を行ったのも心齋橋でした。もちろん心齋橋の市場規模が評価された部分もあるでしょうが、「アジア最大」、「日本初」といった動きが相次いでいるのは、アジアへのPRを兼ねているからこそではないでしょうか。

梅田を中心とするキタが、百貨店の改装やグランフロント大阪の開業で集客力を強める一方、心齋橋を中心としたミナミには、アジアからの観光客を意識した店の集積が続くことで両地域の差別化が進むことになれば、結果として関西全体の魅力を高めることになるとみられます。関西国際空港での格安航空会社(LCC)の就航増加など、アジアを中心とした海外からの観光客のさらなる増加が期待されることもあり、海外ブランドによる出店の動きは今後も増えそうです。

本件照会先:大阪本社 荒木秀之
TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。