

大船駅東口第2地区第一種市街地再開発事業 事業化原案

鎌倉市拠点整備部再開発課

平成25年4月

事業化原案

1 全体計画

- (1) 開発コンセプト
- (2) 全体施設構成・計画のポイント
- (3) 断面構成
- (4) 配置・平面計画
- (5) 施設イメージ

2 商業計画

- (1) 計画地の位置付け
- (2) 開発の方向性
- (3) 商業施設コンセプト
- (4) 業種・業態構成イメージ
- (5) テナントヒアリング
- (6) 賃料の考え方
- (7) 管理・運営の考え方
- (8) 開発の流れ

事業化原案

1 全体計画

(1) 開発コンセプト

①現状の認識と開発の方向性

特色を活かす

- a. 大船観音や鎌倉芸術館などの**地域資源**
- b. 500億円の売上を誇る商店街の**賑わい**
- c. 交通結節点としての**ポテンシャル**

大船独自の
まちづくり

課題を解決する

- a. 交通量が多く、渋滞の多い**道路状況**
- b. 老朽建物が密集する**防災面の課題**
- c. 街全体の回遊性が乏しい**歩行環境**

快適で利用しやすい
まちづくり

機能を付加する

- a. 新たな住宅による**定住人口**
- b. 市民ニーズの高い**公益施設**
- c. 多様なニーズに対応した**新しい商業**
- d. 空地や緑地による**くつろぎの空間**

新たな魅力を生み出す
まちづくり

②開発コンセプト

『OFUNA CROSS STAGE【大船クロスステージ】』

大船のもつ魅力と本事業により付加される新たな魅力が交わる(Cross)ことにより、他にはない大船ブランドの確立を図り、「大船生活街」の象徴となる舞台(Stage)となって、持続的な発展に寄与する施設の実現を目指します。

賑わいを見せている商店街 × 新たな商業機能

仲通 × シンボルロード

現在の来街者 × 新たな来街者・居住者

(2) 全体施設構成・計画のポイント

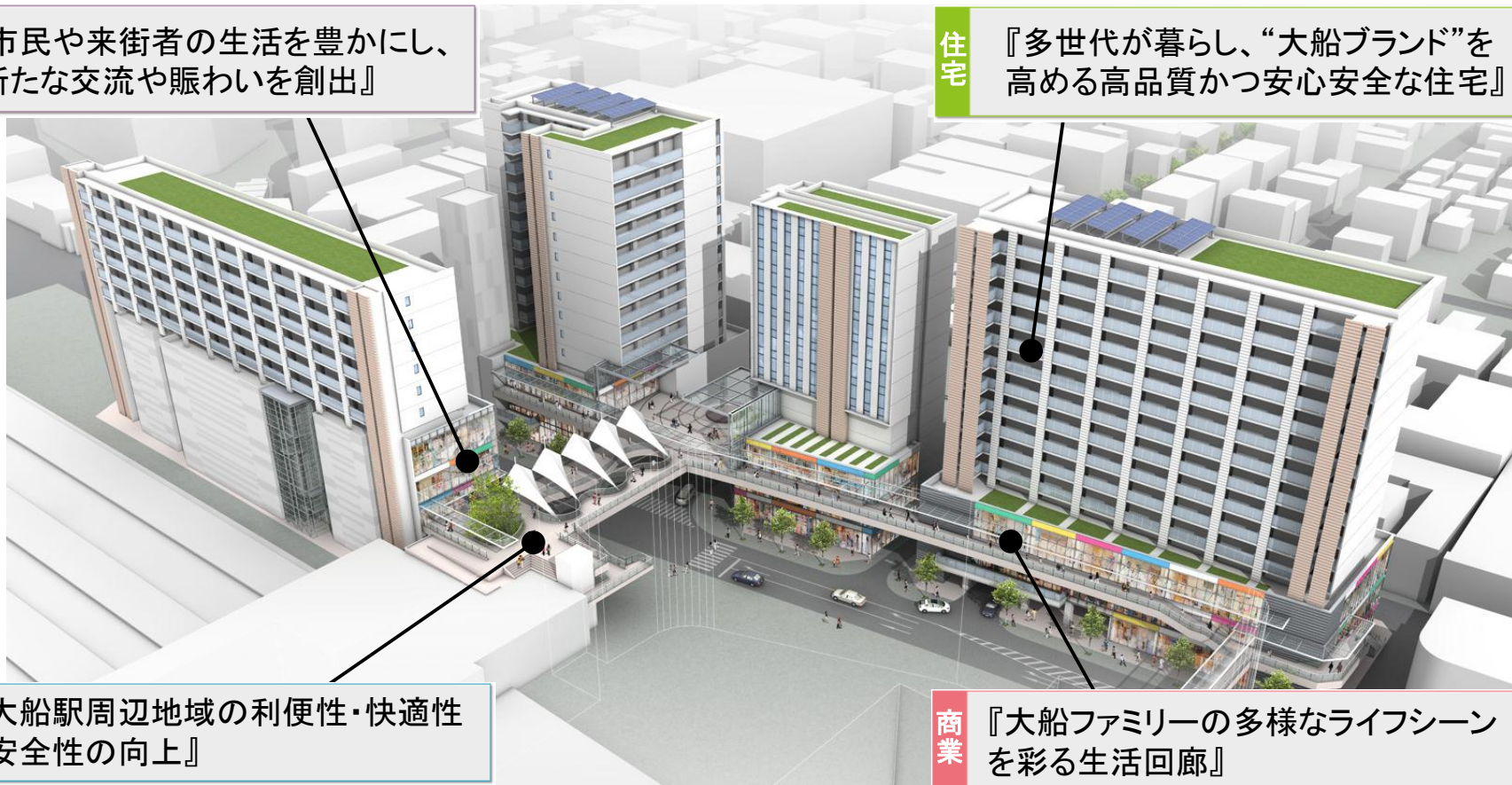
① 全体施設構成

公益

『市民や来街者の生活を豊かにし、
新たな交流や賑わいを創出』

住宅

『多世代が暮らし、“大船ブランド”を
高める高品質かつ安心安全な住宅』



施設環境

『大船駅周辺地域の利便性・快適性
・安全性の向上』

商業

『大船ファミリーの多様なライフシーンを
彩る生活回廊』

② 計画のポイント

- ・ 動線計画: 商業施設の回遊性向上
- ・ 景観計画: 商店街の継承・発展、シンボル空間の整備
- ・ 駐車場計画: 利便性向上、段階整備の促進

(3) 断面構成

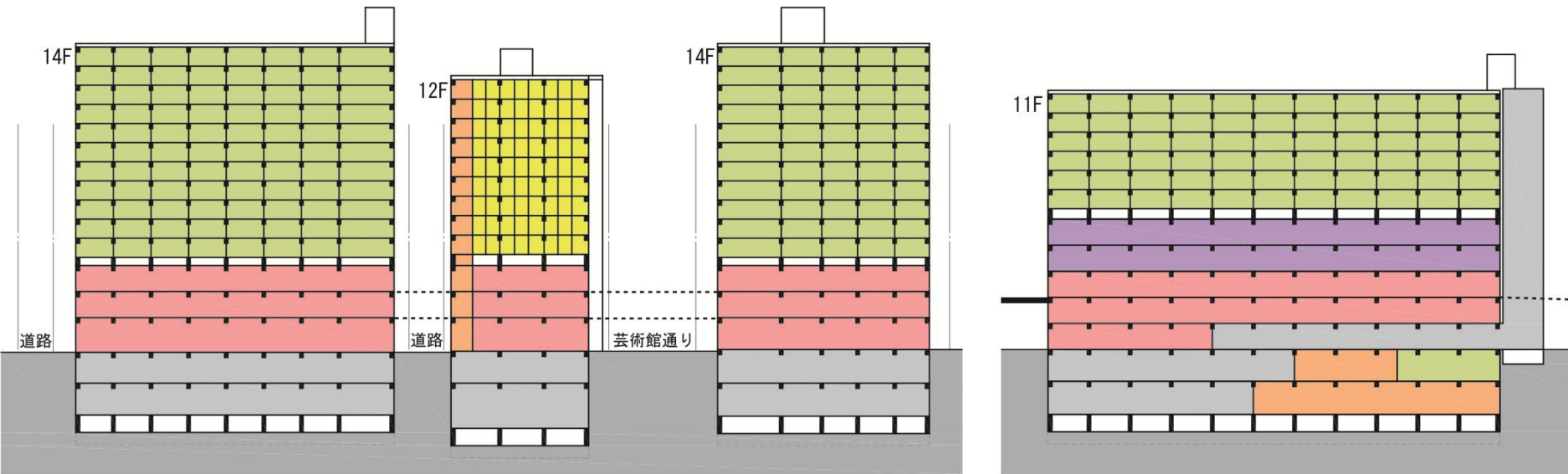
- ・用途構成は、低層部に商業、高層部に住宅、公益、ホテル、地下に駐車場等を配置する構成とします。
- ・「段階的な整備」が出来るよう、街区ごとに高度利用し、それぞれ独立して事業が成立する計画とします。

10 番地

9 番地

8 番地

5 番地



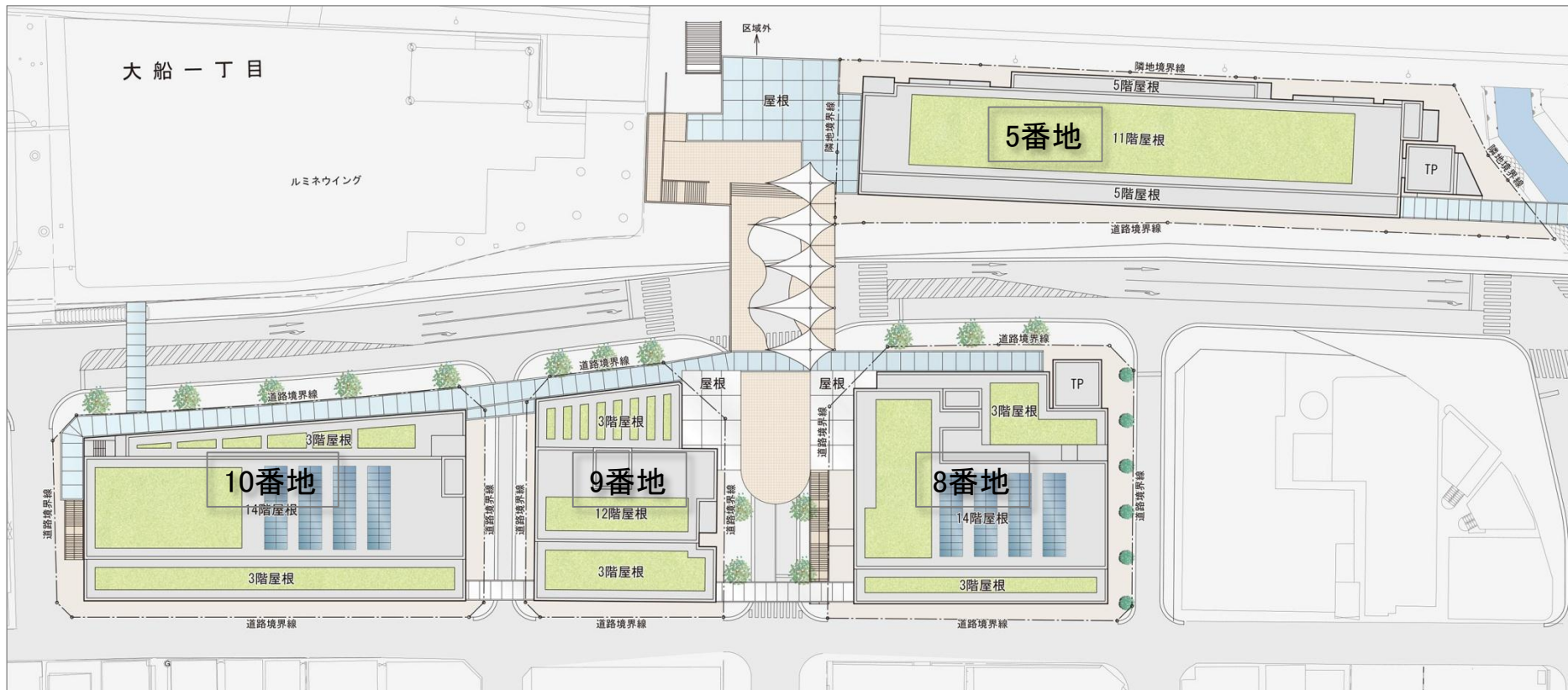
凡例

- 住宅
- 商業
- 公共・公益
- ホテル
- 共用施設・機械室等
- 駐車場・駐輪場

(4) 配置・平面計画

配置計画：賑わいの継承・回遊性の向上

- ・「回遊性の高い快適な歩行空間」とするため、ペDESTリアンデッキでも各街区を結びます。

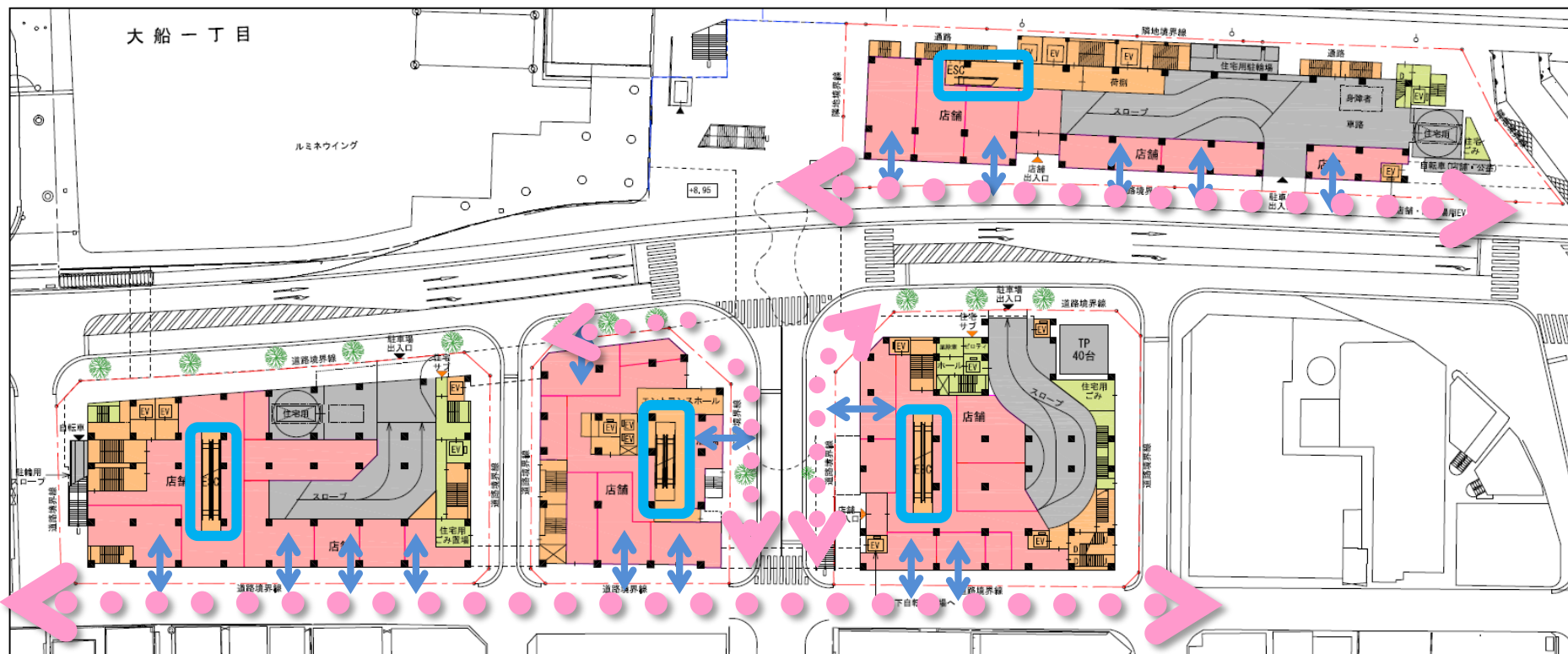


※本計画図は今後の協議および詳細検討等により、変更される場合があります。

(4) 配置・平面計画

1階平面：大船Marchéの構築

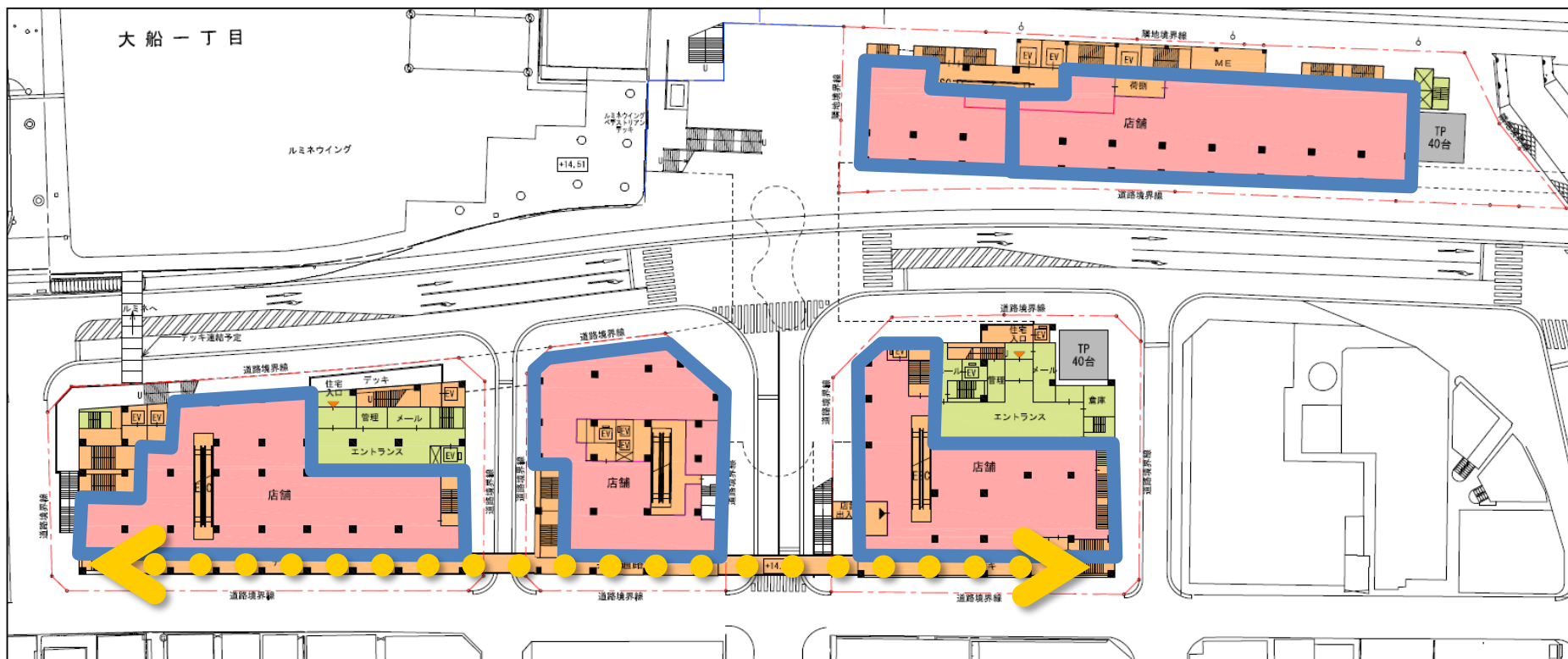
- ・「仲通の賑わいを継承・発展」させるため、小割りの外向き店舗を中心に配置します。
- ・「歩きやすい街」を実現するため、壁面後退等により快適な歩行者空間を確保します。
- ・「効果的な集客」を図るため、駅から後背地への主要動線を施設内に設けます。



(4) 配置・平面計画

2階平面：大船styleの提案(集客力の高い大型専門店フロア)

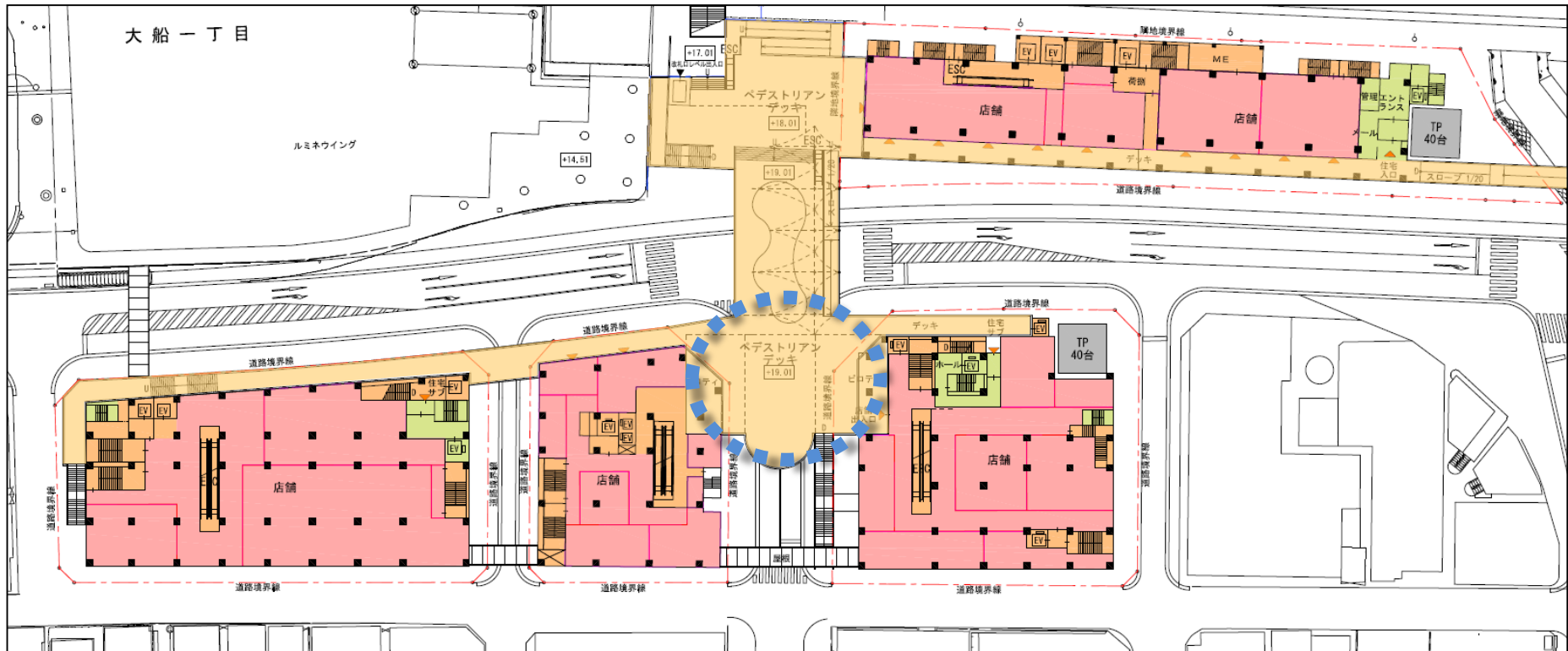
- ・「集客力と回遊性」を高めるため、大型の専門店を配置します。
- ・仲通の賑わいを「立体的に展開」させるため、仲通沿いの2階には各街区を結ぶテラスデッキを設けます。



(4) 配置・平面計画

3階平面：大船styleの提案(上質な専門店街フロア)

- ・「まちの玄関口」として、駅直結の利便性を活かした上質な専門店街フロアを構成します。
- ・店舗の「視認性」を高めるため、主動線であるペDESTリアンデッキに面して外向きの店舗配置とします。
- ・休憩やイベントが出来る「広場」をデッキ上に整備します。



(4) 配置・平面計画

基準階平面：高品質・安心安全な住宅

- ・「高品質で安心安全」な居住空間を提供します。
- ・「多様な世代」のまちなか居住を促進するため、幅広いタイプの住戸を計画します。
- ・「事業性の向上」を図るため、処分性や効率性の高い商品企画とします。



(4) 配置・平面計画

地下1階平面：利便性の高い駐車場計画

- ・「段階的整備の促進」と「管理区分の明確化」を図るため、街区毎に独立した駐車場計画とします。※
- ・利用者の「利便性向上」を図るため、用途ごと(住宅とそれ以外)の駐車場計画とします。
- ・「事業性の向上」を図るため、一部の駐車場をタワーパーキングとし地下の掘削範囲を少なくします。



※8・9番地は、地下の車両連絡通路で接続する計画としています。

(5) 施設イメージ

- ・低層部は現在の賑わいある商店街の景観を発展・継承させるため、路面性の高い構成とします。
- ・洗練されたまちの玄関口を創出するため、ゲート空間(広場)を整備します。
- ・段階的整備であっても、統一感のある景観形成に配慮した計画とします。

〔仲通沿いの景観〕



〔デッキ上の景観〕



事業化原案

2 商業計画

(1) 計画地の位置付け

① 計画地の“強み”と“弱み”

	マーケット環境	商業環境	商業の現在
強み	<ul style="list-style-type: none"> ・2km圏に約9万人が居住し、1日約 10 万人が利用する大船駅前立地 ・消費が活発な30代～40代前半のファミリー世帯が多く住む、消費ポテンシャルの高いマーケット 	<ul style="list-style-type: none"> ・駅前の小売販売額は年間約500億円で百貨店クラスの規模を有する ・2km圏の小売吸引力指数は1.0を上回り、圏外からも消費を吸引 	<ul style="list-style-type: none"> ・隣接する駅ビルは買回り性の高いファッション等の専門店が集積し、地域最大の集客力を誇る ・最寄品を扱う商店街は市場のような賑わいを呈し、シンボリック的存在
弱み	<ul style="list-style-type: none"> ・5km圏域に藤沢・戸塚・港南台が大規模な商業拠点を形成しており、都市間競争している 	<ul style="list-style-type: none"> ・5km圏域に大きな商業拠点があり、広域商業拠点を形成しにくい ・生活の質を高めるライフスタイル商品関連の小売は、吸引力指数が1.0を大きく下回り、圏外に消費が流出 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品構成は、駅ビル＝ファッション機能、商店街&スーパー＝最寄機能(日常利便機能)と業種構成に偏りがある ・駅前通りは交通量が多く歩道が狭いため、街全体の回遊性に乏しい



② 計画地区の位置づけ

大船駅を中心に人の集まるターミナル立地であり、大船生活圏に暮らす人たちの生活中心地

街全体としての回遊性に乏しく業種構成に偏りが見られる・周辺状況から広域商業拠点を形成しにくい

(2) 開発の方向性

① 消費環境の変化

生活編集消費への欲求

自分らしい生活スタイルを思考し、
自ら生活素材の比較・選択を行い、
自分らしい生活をコーディネートしたい

マステージ消費への欲求

欲しいモノは、豊富な品揃えの中から、
品質と価格の両方で納得のいくモノを
買いたい

ディライト消費への欲求

商品やサービスを通して、
〈悦び〉〈感動〉〈発見〉〈楽しさ〉を
味わいたい



② 課題と開発に求められる視点

現在の仲通等の駅前商店街の”界隈性のある賑わい”と
駅前再開発ビルとしての“新しい大船の顔”の両面を併せ持つ商業施設づくり

【立地上の課題】

1. ターミナル駅の駅前立地というポテンシャルの最大限活用
2. 街の回遊拠点になる商業施設づくり＝3街区全体を『1施設』とする開発
3. 安心して回遊ができる買物環境の整備(歩車分離の動線、快適な歩行者空間)

【マーケット上の課題】

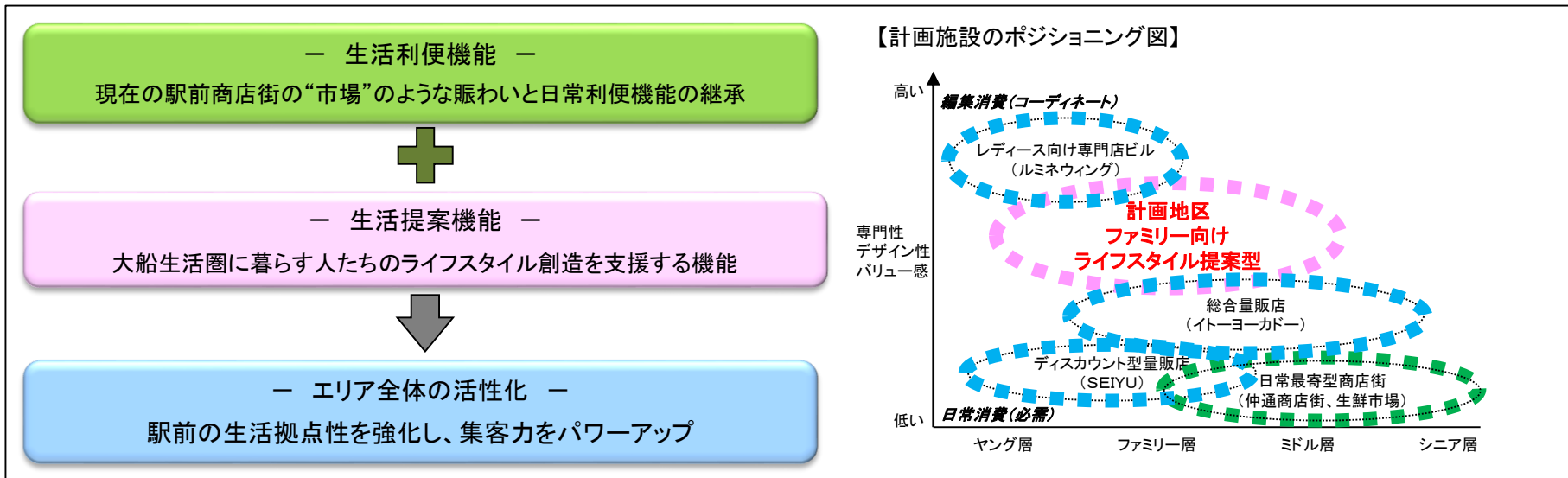
1. 業態の更新と不足機能の導入(現状に満足していない消費者ニーズへの対応)
2. 主ターゲットに向けた業種業態の構成(周辺居住ファミリー層と駅利用者への対応)
3. 持続可能な商業施設(人口減少にあっても支持されるヒューマンスケールの施設)

【商業環境上の課題】

1. 地域対応型の商業施設
(周辺都市の商業施設と競合する広域型ではなく、足元生活者の満足度の高い商業施設)
2. 既存商業施設との機能補完
(ルミネ・西友・イトーヨーカドーとの差別化、補完関係により、駅前の生活拠点性を強化)
3. 周辺商店街との共栄
(開発区域外の商店街の入口としての集客機能の強化)

(2) 開発の方向性

③ 開発の方向性

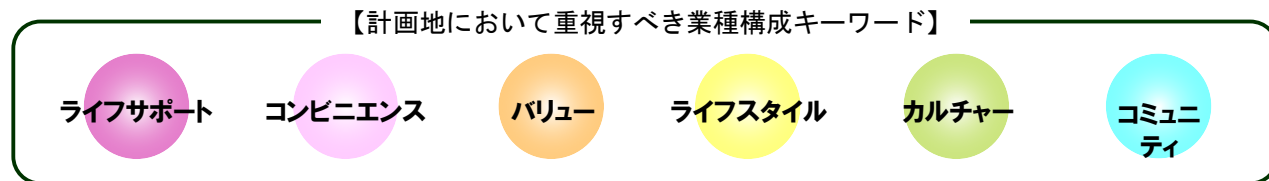


※「日常消費」とは、生活必需品を日常的に消費するので、商品的には<価格訴求>が求められる。
 ※「編集消費」とは、自分の感性・好み・生き方などによって商品と比較・選択し、自分に合ったモノを自分なりに編集(コーディネート)して消費するので、商品的には<専門性><デザイン性><価値>など、価格以外の要素が求められる。

— 生活利便機能と生活提案機能を併せ持つ、地域対応型商業施設 —
 特色ある商業空間と回遊性の高い拠点空間の創造

④ 業種業態構成の考え方

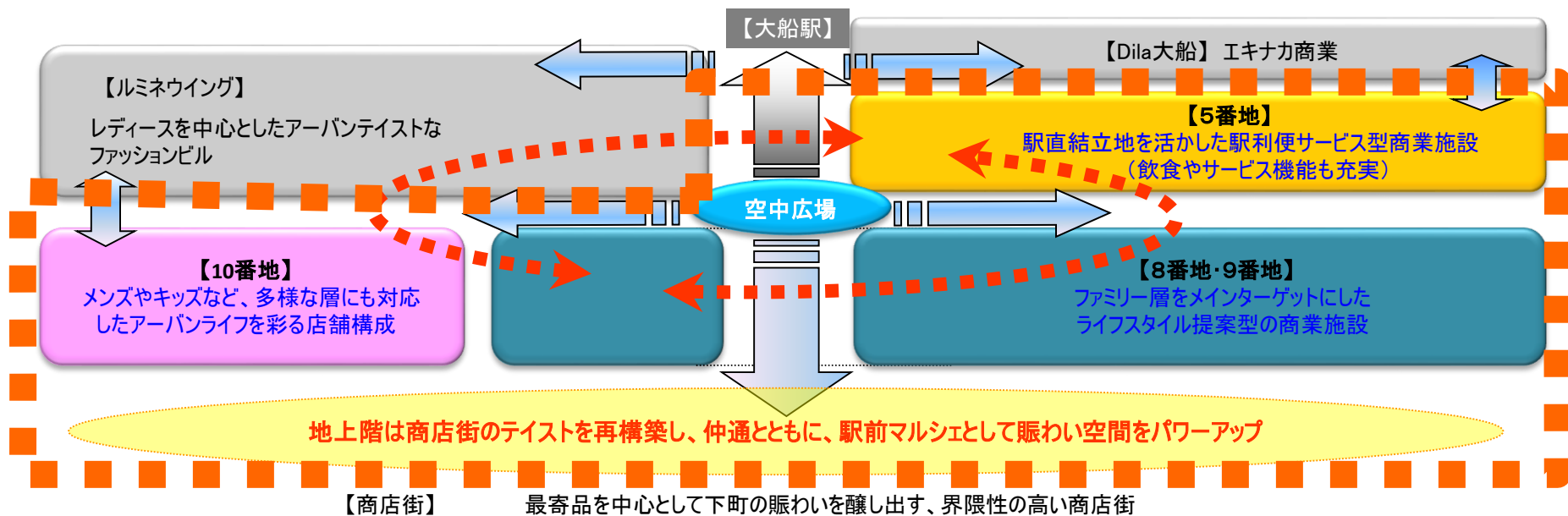
・現在の駅前商店街の生活利便機能を基本構成とした上で、生活提案機能とコミュニティ機能を付加し、大船生活圏の拠点施設を目指す。



(3) 商業施設コンセプト

大船ファミリーの多様なライフシーンを彩る生活回廊

- ・街区全体を一つのショッピングセンターと捉え、街区の性格付けやコンセプトを設定します。
- ・ペDESTリアンデッキによって生まれる空中回廊が、多層構造となった充実の商空間をより魅力的にします。



路面性を継承し回遊性を高め、かつ一体的な運営を行うことで、
街区全体が1つのショッピングセンターのような、
まとまりとメリハリのある商業空間となるよう計画します。

(4) 業種・業態構成イメージ

3階フロアコンセプト

大船スタイルの提案
(上質な専門店街フロア)

- ・街の玄関口として整備し、ルミネとの補完・回遊により、大船の都市生活をより豊かにサポート
- ・リアルクローズファッション(ファッション性の高い普段着)や生活雑貨等、センスの良い商品群で大船ファミリーのライフスタイルを提案する専門店を集積

<想定業態>

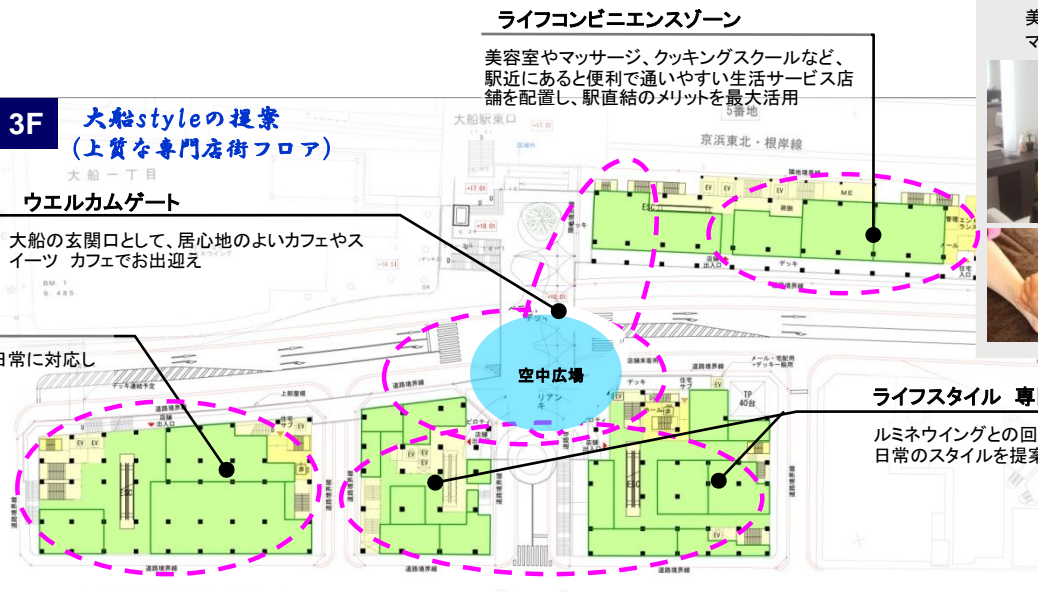
カフェ、甘味処
スイーツカフェ
ベーカリーカフェ



3F 大船styleの提案
(上質な専門店街フロア)

ウェルカムゲート

大船の玄関口として、居心地のよいカフェやスイーツ カフェでお迎え



<想定業態>

美容室、リラクゼーションサロン
マッサージ、クッキングスクール



メンズ&キッズ ゾーン

大船駅前に不足しているメンズやキッズの日常に対応した大型店を配置し、駅前の商業機能を強化

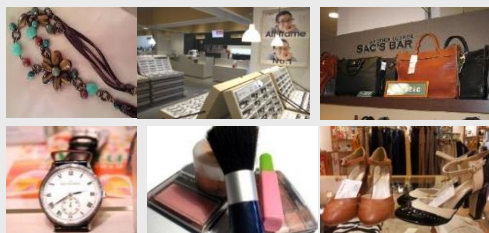
<想定業態>

キッズ、メンズの大型専門店



<想定業態>

アクセサリ、コスメ、時計、メガネなどの小物やバッグ、シューズ、下着などファッション小物を提供する専門店や専門大店



ライフスタイル 専門店街ゾーン

ルミネウイングとの回遊を想定し、ファッション、コスメ、雑貨など、ファミリー層の日常のスタイルを提案する各種専門店を配置し、駅前の商業機能を強化

<想定業態>

ファミリー向けカジュアルファッションと小物を一緒に提案するライフスタイルショップ



(4) 業種・業態構成イメージ

2階フロアコンセプト

大船スタイルの提案
(大型専門店フロア)

- ・仲通沿いに各街区をつなぐテラスデッキを設け、仲通の賑わいを立体的に展開
- ・書籍や雑貨、アウトドア、スポーツ用品、ホームファッションなど、集客力の高い準買回りの大型専門店を核テナント※として配置 ※施設の核となるような集客力の高いテナント

<想定業態>

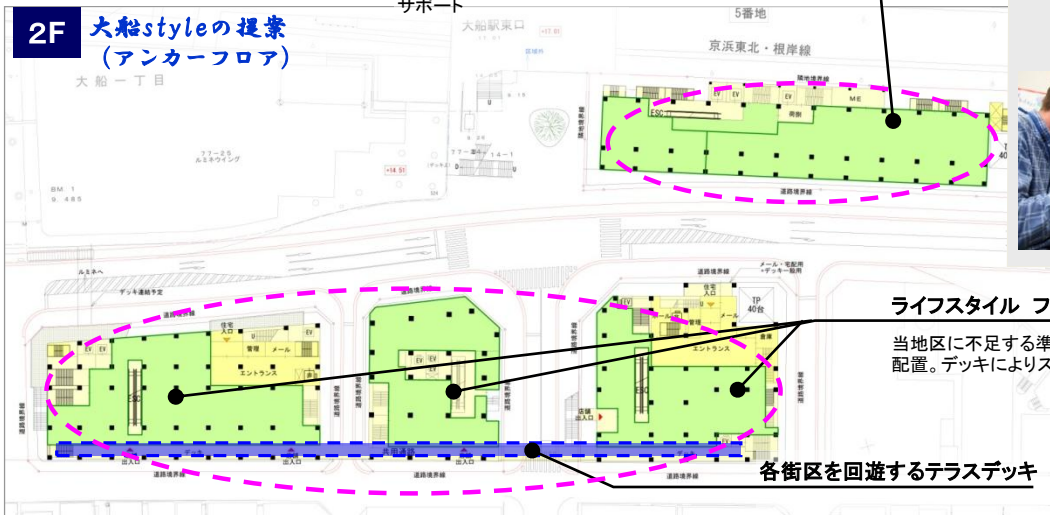
アウトドア、スポーツ用品等、アクティブライフを提案する大型店



ヘルス&カルチャーゾーン

地域一番の規模を誇る大型書籍や子供教室、健康維持のためのジム・スタジオなど、大船ファミリーの健康と知的生活をサポート

2F 大船styleの提案
(アンカーフロア)



<想定業態>

書籍、スポーツクラブ、幼児教室、学習塾、等



ライフスタイル フラッグシップゾーン

当地区に不足する準買回りの大型専門店を、各番地の核店舗として配置。デッキによりスムーズな建物間移動を提案

各街区を回遊するテラスデッキ

<想定業態>

文具用品雑貨、手芸用品雑貨など、「自分らしく、ひと工夫」を提案する大型専門店



<想定業態>

インテリア雑貨、キッチン雑貨、ホームファッションなど生活空間を提案する大型専門店



<想定業態>

ファミリー向けカジュアルファッションの大型店舗



(4) 業種・業態構成イメージ

1階フロアコンセプト

大船マルシェの構築

- ・小割りの外向き店舗を中心に、仲通の商店街と融合した商空間を構築。
- ・おかず横丁やベーカリーショップ、地元食材や輸入食材など、隣接する仲通の生鮮市場エリアとの相乗効果で「大船の台所」を展開。

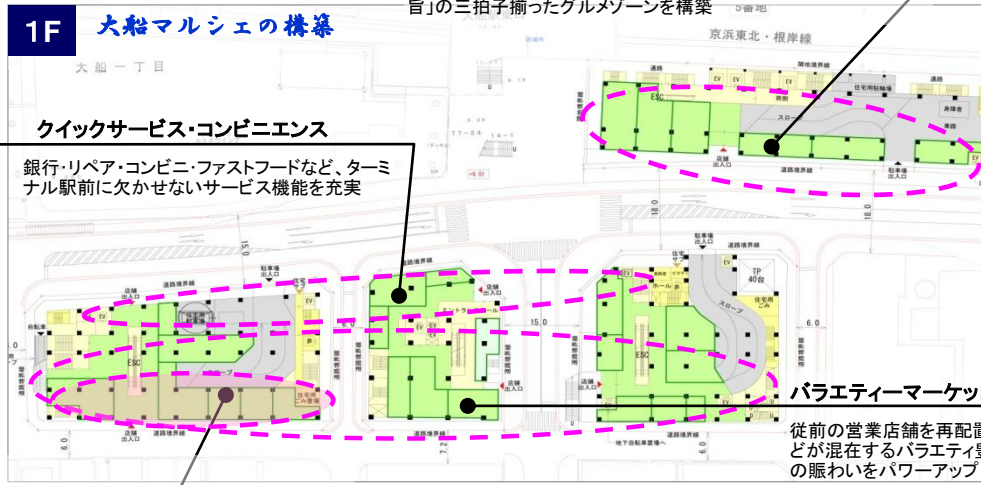
<想定業態>

コンビニエンスストア、携帯電話ファーストフード、リペア、ATM、不動産賃貸ショップ



ソウルフード・グルメ ストリート

従前の飲食店を中心に、ラーメン、カレー、蕎麦等のソウルフードや、ファーストフード、イタリアン、回転寿司等の専門飲食など、「安・速・旨」の三拍子揃ったグルメゾーンを構築



1F 大船マルシェの構築

クイックサービス・コンビニエンス

銀行・リペア・コンビニ・ファストフードなど、ターミナル駅前に欠かせないサービス機能を充実

<想定業態>

ラーメン、カレー、蕎麦・うどん、イタリアン、定食屋、回転寿司、ファーストフードなど



バラエティーマーケットゾーン

従前の営業店舗を再配置し、地元の個性的な店舗や最寄品を扱うナショナルチェーンなどが混在するバラエティ豊かなマーケットを構築して、大船のシンボルといえる「仲通」の賑わいをパワーアップ

『大船の台所』ゾーン

隣接する生鮮市場エリアを補完する「おかず横丁」として、各種惣菜、輸入食材、乾物や酒類などのグロサリーの店を集積し、全体で『食のマーケット』を構築

<想定業態>

惣菜や漬物、ベーカリー、和・洋スイーツなどの食物販、輸入食材、グロサリー、日本酒、ワインなど



<想定業態>

仲通商店街の従前店舗を中心に、食品、ドラッグストア、生花、日用雑貨、日用衣料、クリーニングなど、毎日の買物に対応する最寄型店舗



(5)テナントヒアリング

・本計画において核テナントとなれる大型専門店テナントを中心に、約40社に対して出店の意向をヒアリング

業種	企業名	規模	立地評価
ファミリーファッション	A社	400坪	商業エリアとしての認知があり、検討は可能。
	B社	70～80坪	駅前商業施設は出店計画の重点ゾーンであり、検討可能。
	C社	—	エリア、物件とも魅力あり検討可能。百貨店以外の販路も積極的に開拓中。面積も幅広く対応可。
	D社	250坪～	既存店はあるが別業態、または大型店化の中で検討可能。
子供服	E社	120坪	興味あり。
紳士服	F社	90坪	ターミナル駅対応型の業態で前向きに検討が可能。
生活雑貨	G社	360坪	興味あり。今後のフロア・テナント構成などを聞いた上で判断したい。
	H社	300坪	大船は横浜以西で押さえない出店ポイントと考えており、大いに関心がある。
靴	I社	—	既存店も好調であり、もう1店舗の出店も検討可能。
スポーツ用品	J社	500坪～	非常に興味がある。大船は需要はあるが大きな面積の取れる物件がない状態。
	K社	200～250坪	エリア、物件とも興味あり、前向きに検討したい。
ペット	L社	—	エリア、物件とも魅力あり、前向きな検討が可能。
フィットネス	M社	1,000坪	検討可能。今後はプールの無い中小規模の店舗展開も計画中。
英会話教室	N社	50坪	積極検討可能。幼児～社会人までを対象とした英会話教室。
ファミレス	O社	70坪	検討可能。既存店があるが2店舗体制も可能なマーケット。
カフェ	P社	40坪	デッキ階で検討可能。

⇒ 大船駅前エリアに対して、核テナントとなれる優良テナントが多数興味を持っています。

(6) 賃料の考え方

- ・テナントは、賃料を店舗の売上予測(坪効率)を基に算出します。(=売上に対する賃料の負担力)
- ・賃料負担力は、業種や業態によって異なりますが、概ね売上の8~12%程度が一般的です。

大船駅周辺の販売額と売場面積 出典:商業統計2007

	事業所数 (店舗数)	年間販売額 (百万円)	売場面積		1店当たり 面積	1店当たり 売上	売上 坪効率 (月・坪)	賃料負担力 (月・坪)※共益費込		
			(㎡)	(坪)	(坪/店)	(年・店)		8%	10%	12%
大船駅ビル ルミネウイング	92	13,314	7,438	2,250	24	1.4億円	49万円	3.9万円	4.9万円	5.9万円
大船	123	21,503	19,000	5,748	47	1.7億円	31万円	2.5万円	3.1万円	3.7万円

- ・約5年前の大船駅周辺の商業集積地は、売上坪効率の平均が31万円です。その後の5年間における経済環境の変化(周辺の競争状況、景気悪化など)を加味して、現在の1店当たりの売上が10%減少したものととして、テナントの賃料を試算してみます。



◆新規に誘致するテナントの想定月額賃料単価: 20,000~30,000円/月・坪 ※共益費を含む専有面積当り

ただし、1階の路面店舗を区画で取得した場合は、現在と同水準の賃料収入(単価)が見込めるものと想定します。

- ・店舗の売上は、街や施設の集客力に影響されるため、高賃料を得るためには、全体としての集客力を高める必要があります。
- ・そのためには、施設全体をトータルにプロデュースし、目的性や魅力度の高いテナントを戦略的に誘致したり、適宜テナントを入れ替えたりして、施設全体の集客力や魅力を維持していくことが、長期的な視点で見ると重要となります。

(7) 管理・運営の考え方

- ・共同店舗(再開発ビル)における主な支出経費は、概ね以下のような項目で構成されます。
- ・これらは、床所有者(権利者)が負担する項目と、営業者(テナント)が負担する項目に分かれます。

負担区分	項目	概要	
所有者(権利者)	ランニングコスト	修繕積立金	建物共用部分の修繕積み立て金。
	建物管理費	施設の共用部分の維持管理費(清掃、保守・保安・警備、水光熱費、管理人委託費など)。	
	運営委託費	床の運用(テナントの入替え、賃料集金・分配など)を専門会社に委託する場合の費用。	
営業者(テナント)	イニシャルコスト	敷金	入居に関わる敷金。賃貸借契約の中で規定され、退店時に債務を差し引いて返還される。
		店舗内装工事関連費	①店舗内装工事費:店舗区画内の内装工事に関わる費用(工事区分上のB工事とC工事)。 ②内装監理費:組合が設置する内装監理室の維持管理費用。 ③工事現場負担金:B工事、C工事を行うに当たって必要となる仮設電気、水道、トイレ、養生費、警備費など
		店舗運営関連費用	①開業販売促進費:施設開業時のイベントなどに係る費用。 ②テナント会の入会金:名簿作成費や初期の事務費など。
	ランニングコスト	賃料、共益費	契約に基づく賃料および施設の共用部分の維持管理費(清掃、保守、保安・警備、水光熱費など)。
		水光熱費、通信費	各店舗で個別に発生する電気、水道、ガス、通信などの従量料金やゴミ処理費など。
		客用駐車場負担金	顧客が利用する駐車場の維持・運営に関わる費用。
		店舗運営関連費用	①経常販売促進費:施設全体で行う共同販売促進費用(イベント、共同広告など)。 ②テナント会費:営業者で構成する組織(テナント会)の維持管理。
		店舗総合保険	店舗内における火災、地震、水漏れ、破損、店内事故(人身)などに対応する保険料。

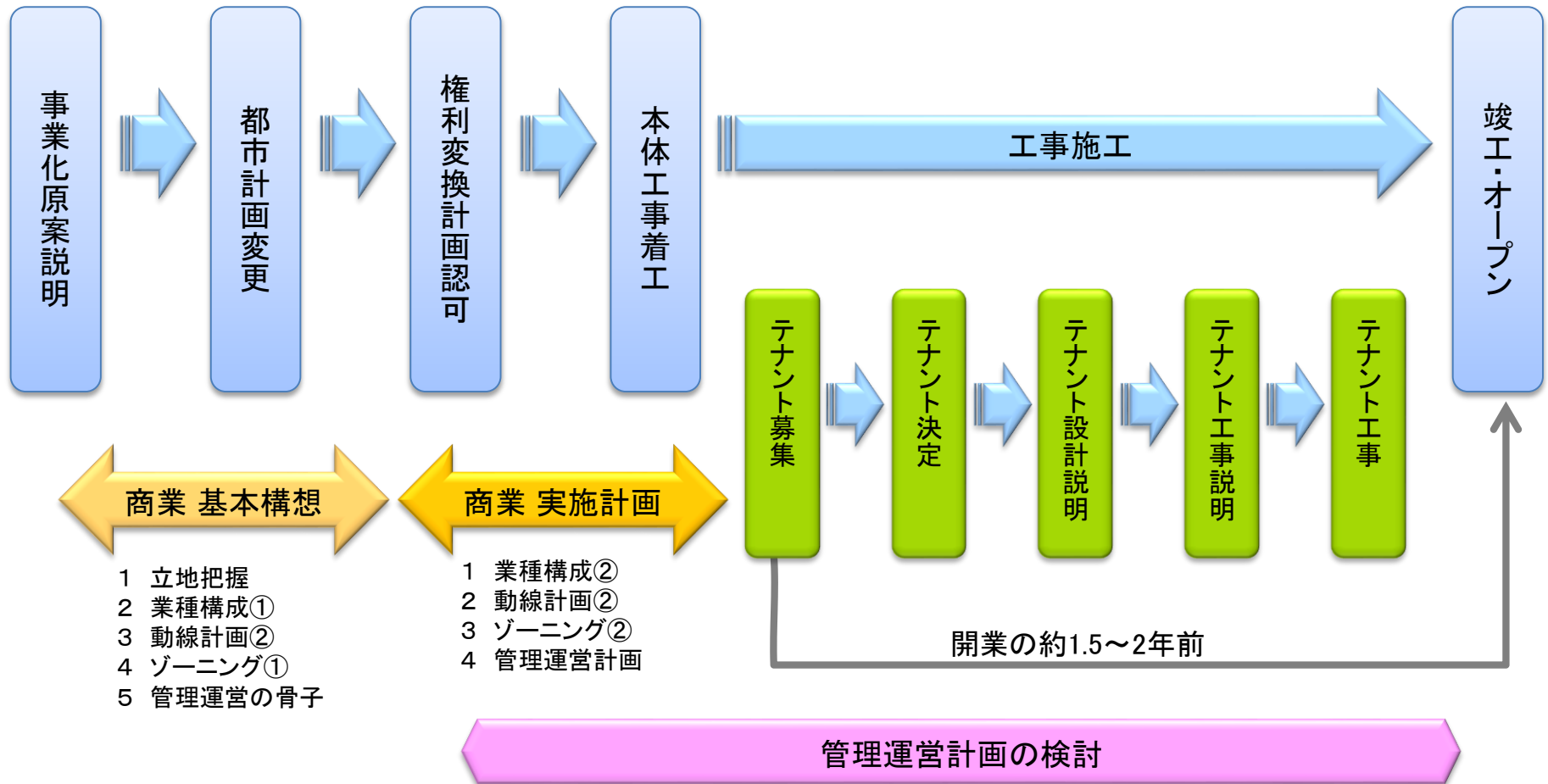
- ・管理費は、共用部分の維持管理に係る費用ですから、共用部分の規模・設備内容等によってコスト算出されます。
- ・コスト算出の対象は、共用施設(通路、客用トイレ、荷捌き施設、ゴミ置場、客用駐輪場、客用駐車場など)や共用設備(客用エレベーター&エスカレーター、荷捌き用エレベーター、避難用階段など)の電気、水道、空調、清掃、保安警備、メンテナンス費用などです。

想定ランニングコスト(所有者):賃料収入の15~25%程度

※事例から想定した参考値であり、実際の管理費は管理のグレードや共用部の仕様・規模、修繕積立金の考え方、運営委託の範囲や内容等により決定されます。

(8) 開発の流れ

平成25年
4月



※管理運営計画の検討に合わせて、管理のグレードや共用部の仕様・規模、修繕積立金の考え方(金額)、運営委託の範囲や内容等を決定