

月刊 プロパティマネジメント Property management

No.275

6
JUNE
2023

回復への方程式

都市型商業 リベンジ投資



街なか商業ビル

オー・エイチ・アイ「ミーナ天神」

“普段使い”狙いでリニューアル 再開発に伴う空白地帯埋める

築50年以上の2棟を統合再生
コスト高と環境配慮が背景

福岡・天神にある都市型商業施設「ミーナ天神」と隣接する「ノース天神」が一体化のうえリニューアル、4月28日に新生ミーナ天神として再オープンした。オーナーは石油小売業の福岡スタンダード石油。リニューアルは福岡を地盤に商業施設やオフィスビルのPMを手がけるオー・エイチ・アイ（OHI）が主導した。

旧ミーナ天神は1973年竣工、ノース天神は1971年竣工といずれも築50年を経過し、建物の老朽化が進んでいた（耐震補強工事は2017年に実施済）。天神エリアの大規模再開発プロジェクト「天神ビッグバン」が進み、両施設に隣接するイオンショッピング福岡店と福岡中央郵便局の建て替えが決定したなか、福岡スタンダード石油とOHIも建て替えの検討を進めてきた。しかし「建築費の高騰やダウンタイムの長期化がネックとなったことに加え、近年広ま

るSDGsの考え方に倣おうとしたことから、スクラップアンドビルドに抛らない既存建物の活用を決めた」と、プロパティマネジメント部 部長の小島光博氏はリニューアルの経緯を振り返る。

統合リニューアルにより、売場面積は約6,700坪と福岡市内の都市型商業施設としては最大級の規模となる。事業のストラクチャーについては、OHIがPM（一部AM業務も受託）に入り全館をバスルー形式でマスターリースし、1～4階をファーストリテイリングに転賃。ファーストリテイリングとザイマックス、ザイマックス九州の3社が全館の運営を担う体制となっている。

手堅さ重視のリーシング 地下街や隣接SCとシナジー

ミーナ天神は、コンセプトを「普段使いができる都市型商業施設」におく。小島氏はその理由について3点挙げる。1つ目は天神ビッグバンに伴う一帯の再開発で従前の商業施設が次々に閉館、周辺のオフィスワーカーが昼時や仕事帰りなどで気軽に利用できる商業機能が不足していること。2つ目は施設の北側に住宅地があり、居住者の普段使いニーズがリニューアル前から存在すること。3つ目は今後竣工する再開発ビルの商業部分にはハイエンドなテナントが数多く出店すると見込まれるため、そちらとの差別化を図る必要があったことだ。



施設外観

地下2階地上9階建て、地下鉄空港線「天神」駅徒歩3分



施設内観

天神地下街からイオンショッピング福岡店につながる地下1階の通路(全長約115m)を「ミナチカSTREET」と命名(左)
5階に出店したAOKIは九州最大級のレディースコーナーを構える(右)

テナントのラインナップをみると、1~2階にはユニクロが出店。旧ミーナ天神時代からの核テナントだが、一体化したノース天神の床面積を増床したことで九州最大の店舗となる。3階にはGUがこちらも九州最大規模で出店し、ファーストリテイリングブランドの一大集積地となる。「有名ブランドの旗艦店がもつ集客力は、ECが定着した現在でもなお衰えていないと考える」(小島氏)。また4階には生活雑貨のロフトが天神南エリアから移転、こちらも九州最大規模で出店する。

旧ミーナ天神やノース天神は女性客がメインとなっていたことを受け、リニューアルでは男性客も多く取り込めるテナントを誘致。具体的には8階にクロサワ楽器店がギター専門業態で出店するほか、シェアオフィスのThe Companyが入居する(後者は今夏オープン予定)。さらにレジャー機能として、7階にアミューズメント施設のGiGO、屋上階にはフットサルコートも設けられている。

そして地下1階については、物販系店舗中心だったものを飲食系店舗中心の

テナント構成に変更。施設と直結する天神地下街からオフィスワーカーを呼び込むことを狙う。「天神地下街との一体感を演出すべく、廊下の照明を暗くし店舗の照明を明るくしている。同じく施設と直結するイオンショッピング福岡店は地下1階が食品売場なので、そこのシナジー効果も期待できる」(小島氏)。また催事ゾーンだった場所にはポップアップストア用の区画を設けている。

NOI 25%アップを見込む

今回のリニューアルでは、テナント入れ替えのみならず内外装のテコ入れにも着手。外装では、低層部の壁面をガラス張りにして緑色のアクセントを盛り込むことで見た目を一新。内装では商業施設の空間設計で多数の実績をもつスペース社に業務を委託している。また施設内の柱にはデジタルサイネージを配置し、テナントの販促活動に使用する。

リーシングは4月28日のオープン時点で1区画を除きすべて完了済。集客は大型連休を挟んだオープン後10日間で25万人を記録するなど好調な滑り出



小島光博氏

プロパティマネジメント部 部長

しをみせた。初年度の施設売上は130億円を目指しており、NOIはリニューアル前(旧ミーナとノースの合算値)から25%程度のアップを見込む。

福岡スタンダード石油とOHIは、今後10年にわたり既存建物を活用しミーナ天神の営業を続ける方針で、それ以降の方針については都度検討していくとする。「半世紀にわたり一時代を築いてきた歴史ある建物を最大限に活かし、地に足のついた消費ニーズを取り込んでいきたい」と小島氏は意気込みを語っている。