

# 渋谷ヒカリエ

## 『次の渋谷が動き出す2012年』

東京急行電鉄株式会社 都市開発事業本部 渋谷開発事業部  
渋谷ヒカリエ運営部 兼 エンタテインメントシティ推進委員会

統括部長 西澤信一 氏

### <プロフィール>

1984年東京急行電鉄株式会社入社。東京急行電鉄一級建築士事務所の立場で、中小ビルの設計監理業務を担当。80年代後半、ディベロッパー側の建築担当者としてプロジェクト全体の企画・プロデュース業務を担当。セルリアンタワーにおいては設計・施工の責任者としてプロジェクトを推進した。竣工後は運営責任者として「セルリアンタワー東急ホテル」および「セルリアンタワー東急ホテル」のブランド構築に貢献。その後開業した東急キャピトルタワー、ザ・キャピトル東急が担当し、2010年から渋谷開発事業部事業計画部統括部長として渋谷ヒカリエプロジェクトを担当。

今年4月26日、渋谷駅東口の東急文化会館跡地に「渋谷ヒカリエ」が開業しました。この建物は、渋谷駅中心街区と呼ばれる駅周辺開発のトップバッター、リーディングプロジェクトとして、たいへん重要な役割を担っています。

作品「ウエスト・サイド・ストーリー」が選ばれました。その後も「ミリオン・ダラード・カルテット」「ロミオとジュリエット—フランス版」など、本場のミニージカルが上演され、多くのお客様に楽しんでいただいております。

オープンから142日目、9月13日に入館者数が1000万人を超えたました。駅直結の施設なので天候にはあまり左右されず、これまで平均して一日約7万人のお客様が来館されたことになります。

古くからお住まいの方にお話を伺つたところ、戦前は茶畠が広がっていて、水車小屋まであったのだそうです。昭和初期の写真を見ると、ハチ公口や駅舎、その奥には玉電の駅が写っています。いまヒカリエが建っている場所は当時まだ住宅地で、宮益坂には都電が走っていました。

地下鉄銀座線が渋谷まで開通したのが昭和9年です。周囲との高低差が約20mという谷地形ですから、地下から電車がそのまま地上を走りました。同時に、一日約40万人という東横線の乗降客もヒカリエの真下に動くことになるわけです。どのようにすればこの方々に街に出ていただけるか。いよいよ渋谷の開発にも拍車がかかってきました。いま東急プラザが建っている場

た、5月の連休には109から文化村まで澤瀉屋一門のお練りが行われました。沿道を埋めたお客様から大きな声援が送られ、まさに渋谷の街が一体となつたような催しでした。

建物の中核となる「シアターオーブ」では、7月18日からのこけら落としに48年ぶりに招聘されたブロードウェイ

オープニングイベントとして、9階のヒカリエホールにおいて「市川亀治郎大博覧会」が開催されました。亀治郎（現・市川猿之助）さんはテープカットもしていただいております。また、

「ヒカリエ」という名称には、「渋谷の未来を照らし、渋谷から世の中を変える光になる」という強い思いが込められています。我々が目指すのは、渋谷を元気にすること。そして、日本一訪れた街にすること。そのエンタテインメント性がいいよ發信し始めたことを実感しているところです。

銀座線の駅上に作られたのが東横百

貨店です。その後何回か増築を繰り返し、現在の東急東横店となりました。東急東横店の東館は2013年3月をもつて営業を終了することが決まっています。

ヒカリエのプロジェクトは東急電鉄1社だけではなく、東京メトロ、東宝不動産、さらには周辺に住む地権者の方々と一緒に行っている開発です。地下鉄銀座線の敷地を含んでいることから、この駅の改良工事を行つて完成する予定となっています。

平成13年3月16日、地下鉄副都心線と東急線の直通運転がスタートすると同時に、一日約40万人という東横線の乗降客もヒカリエの真下に動くことになるわけです。どのようにすればこの方々に街に出ていただけるか。いよいよ渋谷の開発にも拍車がかかってきました。いま東急プラザが建っている場

かります。

現在、東急の鉄道が走る約100kmの沿線に、およそ490km<sup>2</sup>というたいへん優れた後背地が広がっています。多摩田園都市も5000ha、人口約60万人と大きく成長し、渋谷はそのターミナル駅としての重要な役割を果たしてきました。



## 新しいモノ・コトを生み出す土壤

所や桜丘など、渋谷駅の周辺では今後10年以上にわたって開発が進められています。

2000年頃から、「渋い（Bitter）」と「谷（Valley）」をかけて「Bit Valley」と呼ばれ、ITを中心とした起業家の方々が集まるようになりました。2000年に渋谷マークシティ、セルリアンタワーがその翌年に完成し、私どもはこの二つのビルで上質のオフィスを提供してまいりました。ヒカリエの上層部もオフィスフロアとなつており、DNAさんやNHNジャパンさんなど、IT系、クリエイティブ・コンテンツ企業を中心に入居いただきました。

いまクリエイティブ・コンテンツ企業のほとんどが東京に集中しているという状況のなか、今後も大型で上質なオフィス需要に応えていくことが課題であると認識しています。

## 「文化会館」が築き上げたDNA

表会や109のファッショショーンなど、連日様々なイベントが開催されています。例えば、私どもグループが持つていて媒体にホールのライブ映像を流すなど、街全体を使って商品をプロモーションすることもできるわけです。いわば渋谷の街を“ジャック”するような情報発信も可能となりました。

ご存知の通り、道玄坂の東急文化村

をはじめ、多くの劇場や映画館、美術館などのエンタテインメント施設が集積しています。また、我々が「広域渋谷圏」と呼んでいる、青山、原宿、恵比寿、代官山などを訪れる外国人の割合は非常に高く、国際的にも注目が集まっているエリアだといえるでしょう。

このように、渋谷は多様な人たちが多様な活動を行い、日々、新しい何かが生み出されている場所です。大人のための「エンタテインメントシティしぶや」を実現させる。それが私たちの開発における重要なコンセプトです。

## 街全体の活性化、環境を重視

銀座や丸の内に負けない、都心の一等地にしたい。それが創業者、五島慶太氏の強い思いでした。「生活文化と娛樂の殿堂」というコンセプトのもと、最上階にはプラネットリウム、四つの映画館、結婚式場やカルチャースクールなどもあり、時代を先取りした建物として話題を集めました。2003年に解体されるまで、まさしく一つの時代を生き抜いた記憶に残る建物だといえます。

その跡地に、地上34階・地下4階の渋谷ヒカリエが建つことには大きな意味があります。東急文化会館が築いた文化性・先進性というDNAをしっかりと受け継ぎ、それをどう進化させていくか。文化会館の創業から56年経つたいま、渋谷の街から新しい文化を発信させることができ、我々の重要なテーマとなりました。

## 2005年に渋谷駅周辺が「特定都市再生緊急整備地域」に指定されたこと

から、開発のスピードを上げる大きな要因となりました。特別地域としての用途や容積の許認可などを得ることができたからです。容積率は137.0%、55.5%の割増が許されました。簡単にはいえば、上層部に土地の5倍分の建

スクリーンブル交差点付近には弊社グループの大型ビジョンが設置されていて、日常的に大規模な広告投資が数多く行われてきました。ヒカリエのホールでも、開業以来、アイフォン5の發

昭和31年、ヒカリエの前身である「東急文化会館」が開業しました。渋谷駅2階への連絡通路はこの建物の創業時に設けられたものです。渋谷の谷地系を活かした街づくりが、当時すでに始まっていたことがわかります。

銀座や丸の内に負けない、都心の一等地にしたい。それが創業者、五島慶太氏の強い思いでした。「生活文化と娛樂の殿堂」というコンセプトのもと、最上階にはプラネットリウム、四つの映画館、結婚式場やカルチャースクールなどもあり、時代を先取りした建物として話題を集めました。2003年に解体されるまで、まさしく一つの時代を生き抜いた記憶に残る建物だといえます。

その跡地に、地上34階・地下4階の渋谷ヒカリエが建つことには大きな意味があります。東急文化会館が築いた文化性・先進性というDNAをしっかりと受け継ぎ、それをどう進化させていくか。文化会館の創業から56年経つたいま、渋谷の街から新しい文化を発信させることができ、我々の重要なテーマとなりました。

物を作ることになったのです。

当然、そこには様々な約束事がございました。しかし、私たちは長く渋谷の街で生きている企業でございます。単なるオフィスと商業が集積した街を作ろうなどとは元々考えていませんでした。歩行者ネットワークの整備、安心安全の街づくり、生活文化の発信や人材育成のスペースの確保など、特区で認めていたいた用途はまさしく、私たちが街づくりの視点で作りたいと思つていたものばかりでした。

CO<sub>2</sub>削減という点でも、かなり環境に配慮した建物にしました。たとえば、地下の駅は安藤忠雄さんのデザインですが、ここは地下ホーム階から地上階までが吹き抜けになつていて、機械に頼らない換気塔の役割を果たしています。

8階には渋谷区の防災センターや区民サービスセンターが入りました。共用部の中には、震災発生時における帰宅困難者を一時収容できる場所を設けています。非常用発電に関しては72時間対応できるなど、防災にもかなり力を入れました。

同じ階には、クリエイティブスペース「8／」という、全く新しい発想の空間があります。小山登美夫さんがデコレーションするアートギャラリー、ナガオカケンメイさんによる47都道府

県をテーマとしたミュージアム・ショッピングなど、日本文化の底上げから経済活動へとつなぐことを目的としています。

フロアの中心に位置する多目的スペース「コート」では、連日アート系の展示や大学のワークショップなどが開かれています。これからも、自由な發表の場として、幅広い方々にご利用いただきたいと思つております。

コクヨファニチャーランジ「MOV」には、無線LANを使える席や、24時間利用できるスマートオフィス、プロジェクトルームなどが設置したミーティングルームなどが用意されています。ここが人と人をつなぎ、将来を担う起業家が育っていく場となることを願つております。

「街と街をつなぐ」  
——人に優しい動線の確保

周りを坂に囲まれた、すり鉢状の地形であること。さらに、首都高速や山手線によって分断されているという条件を克服し、どのように街と街をつないでいくか。駅と周辺の街を結ぶ開かれた歩行者ネットワークを造ることが我々の課題の一つでした。

2000年、マークシティの中に道玄坂から渋谷駅へ抜ける通路が完成し、

翌年のセルリアンタワーの建設では、国交省の事業として、首都高速と国道246の間に約50mの歩道橋が架けられました。それまで750mに渡り分散されていた歩道橋と地下道の間に、代官山や南平台方面をつなぐ歩行者ネットワークが作られたということです。

元々このヒカリエの敷地には渋谷駅と青山方面を結ぶ区道があり、一日に多くの人が行き交う主要道路となつていました。新しく設置されたヒカリエと駅とを結ぶ歩道橋、2階貫通通路、そして将来の銀座線工事完了にあわせ、4階に「スカイウェイ」が完成すると、道玄坂や明治通り、宮益坂、青山方面まで、周辺の街をつなぐ、フラットな動線が確保できる予定です。文化の香りを楽しんでいただけるよう、歩いて楽しい道路に生まれ変わることでしょう。

縦動線については、「アーバンコア」と呼ばれる円形の吹き抜け空間を確保しました。地下3階から地上4階を結ぶエスカレーターには、デジタルサイネージ（電子看板）によって、街の情報や天気予報、劇場の催しなど、様々な情報発信を行っています。

ここではお客様が主役です。地上70mからの夜景を見下ろし、ゆったりと非日常の時間を過ごしていただける自慢の場所になりました。

かつて、東急文化会館1階の映画館「渋谷パンテオン」に大きな縦帳がかかっておりました。これは、有名な建築家・ル・コルビジェの原画をもとに作られたものでした。この貴重な芸術作品を後世に遺せないものだろうか。そう考えた私たちは、京都の川島織物さんの工場に運び込み、五分の一サイズに正確に再現していただきました。

## 世界が注目する、 宇宙のミュージカル劇場

11～16階に位置する「東急シアター オーブ」は、総客席数1972（1～3階席）のミュージカル劇場です。「オーブ」とは「天球、球体」を意味します。その名称には、かつての五島プラネタリウムのDNAを引き継ぐ施設としての思いが込められています。

ここは建築音響に電気音響を加えミニシアターの上演に最適な音響空間となつていて、クラシック専門の文化村「オーチャードホール」と併せて、渋谷をライブエンターテインメントのメッカにしていきたいと考えています。

ステージと客席の距離が短く、どこに座つてもかなり舞台を近く感じていただけるはずです。ホワイエには幕間にシャンパンやワインを楽しめるスペースを設けました。

ここではお客様が主役です。地上70mからの夜景を見下ろし、ゆったりと非日常の時間を過ごしていただける自慢の場所になりました。

かつて、東急文化会館1階の映画館「渋谷パンテオン」に大きな縦帳がかかっていました。これは、有名な建築家・ル・コルビジェの原画をもとに作られたものでした。この貴重な芸術作品を後世に遺せないものだろうか。そう考えた私たちは、京都の川島織物さんの工場に運び込み、五分の一サイズに正確に再現していただきました。

いまシアターオープのホワイエには、当時と同じ西陣織の技法でよみがえった作品が飾られています。何とかして創業当時の熱き思いと文化発信地としてのDNAを伝えたい。そんな皆の気持ちが形となりました。もし劇場に足を運ばれることがあれば、ぜひご覧になつていただきたいと思います。

### キーワードは „Zakk a 視点“ —ショッピングから街を変える

地下3階から5階の商業施設「ShinQ's」は、百貨店でもSCでもない、全く新しい業態です。ShinQ'sという名前には、『渋谷の街に輝きをプラスした、東急百貨店が提供する新しいお店』という意味が込められています。ShinQ's初が4割、渋谷初が7割。渋谷のイメージをショッピングから変えていこうと、あえて渋谷から遠ざかっていた20代後半から40代の働く大人の女性たちに焦点を当てました。自立性が高くて、良質な生活を自ら編集する力を持つている方々のことを、私たちは「セルフエディター」と呼んでいます。

キーワードを „Zakk a 視点“ とし、フード、ビューティ、ファッショングのすべてを雑貨の視点で捉えました。

食料品売り場のコンセプトは、食べることを通じて心身ともに美しく生きる『ウェルネスビューティフード』。日本を代表する3人のパティシエが出店するなど、他にはない新しい感覚の品揃えが魅力です。

各階のトイレには特にこだわりました。ゆっくりとお化粧を直したり、気持ちを入れ替えたり、大人の女性のためのオンとオフをスイッチできる空間とし、「スイッチルーム」とネーミングしています。各フロアごとにデザインや香り、BGMなどを変えていて、これまでにない造りが自慢です。5階には弊社のカード会員専用の「スイッチラウンジ」がございます。酸素バー、フットマッサージ、携帯充電器などを備えて他にはない空間としました。

### 「人と人の時間をつなぐ」 —心地よい空気の創造

先日、シアターオープで「ミリオンダラー・カルテット」をご覧になつた60代の方々にお話を伺う機会がありました。皆さん、「懐かしかつた」「青春時代を思い出した」と日々におっしゃつていて、まっすぐ帰るわけにはいかなかつたようですね。渋谷の街でお酒などを飲みながら、余韻を語り合つて帰られた方がほとんどでした。

このヒカリエだけでも、日中4000人が、英語のエンタテインメントには、人の方が働いています。オフィスで働く方が、観劇をしたり、食事をしたり、自分への褒美にShinQ'sで一つ雜貨を買う。多くの方にできるだけ長く滞在していただくことが、街全体のマーケットの拡大につながっていくと思っています。

開発を担当する側としては、まずお客様のシーンをイメージして、それを逆回ししてから順番に仕事を進めて行きます。映画を作るプロデューサーの仕事に似ています。たとえば、観劇好きなAさんなら、アート好きなBさんならばどう過ごすだろうか、とできるだけ多くのシーンを想像してみると外し、内装を取り外せば躯体となります。完成に向けて躯体に何を足していくかを考えていくのが我々の仕事です。

しかし、いくらデザインが素敵な空間を作り上げても、お客様が心地よいと感じなければ「また来たい」と思つていただることはできません。大切なのは、サービスと一体となつた空間、言い換えればそこに流れる「空気感」が重要です。我々が造り出す「独特の空気」こそが「ブランド」となつていいくのではないかとおもっています。

ヒカリエには「よくもまあ、こんなに」というほど、さまざまな用途を設けています。それはまさしく、渋谷全体の街づくりを進めていく上で決まつたものでした。各用途が相乗効果を發揮します。それがヒカリエに求められている重要な使命です。

渋谷に行けば何か新しいモノ、わくわくする何かが見つかる。街が培ってきたDNAを活かし、渋谷を日本一楽しい街、訪れたいたい街にしたいと私は考えています。

本日は「2012年、次の渋谷が動き出す」というテーマでお時間を頂戴しました。我々の開発には「街をつなぐ」「人と人、時間をつないでいく」という二つの大きなテーマがあり、その辺りを中心にお話を進めさせていただきました。日頃お世話になつてゐる皆様方にとつて、少しでもお役に立てたならば幸いでございます。ご静聴ありがとうございました。

私どもの組織には「エンタテインメントシティ」という名称が入つています