

丸の内再構築とソフト戦略



大手町・丸の内・有楽町地区の全景 (2004撮影)

2004.10.27 三菱地所株式会社
ソフト事業推進部 部長 兼 街ブランド室長
上垣 智則

I 新生丸の内の現況 ～丸の内は変わった

変わりゆく丸の内

新規施設、店舗オープン



ファッションショー



MUSIC BAR @cafe ease



江戸開府400年記念事業「江戸天下祭り」サポート

山車/神輿順行 仲通り/行幸通り(2003. 10. 24)



オープンカフェ & ヘブンアーティスト

2004.5.3~4



ブランドロゴを使用した サイン計画

Marunouchi



丸の内ビルディング

事業主: 三菱地所
竣工: 2002年8月20日
グランドオープン: 9月6日
延床面積: 約160,000㎡
機能: オフィス、大規模商業施設
ホール、貸会議室
特徴: 丸の内の拠点ビル
東京駅と地下で直結
一辺30mの立方のアトリウム広場



多様な機能(オフィス・商業・文化交流)の融合



オフィス(9F~34F)

国内外の企業が創造的なビジネスを繰り広げるオフィスフロア

商業(B1F~6F、35、36F)

個性豊かなライフスタイルを提案するショップ(100店)
質の高いこだわりのレストランが集積(40店)

文化交流(7、8F)

丸の内に集う人々の情報交流の舞台として新たな価値の創造・発信スペース

(丸ビルコンファレンス、ホール、東京21cクラブ)

明治安田生命ビル、丸の内MYPLAZA

事業主: 明治安田生命

オープン: 2004年9月17日

延床面積: 約 182,000㎡

機能: 本社、賃貸オフィス

特徴: 重要文化財と

金融本店機能の両立



丸の内オアゾ

事業主: 日本生命、
三菱地所 他

オープン: 2004年9月13日

延床面積:

新築 約 270,000㎡

既存 約 65,000㎡

機能: 事務所(本社、賃貸)
ホテル、店舗 等



maru
no
uchi
0070



東京ビル 建替計画

事業主: 三菱地所

JR東日本

着工: 2003年10月

竣工: 2005年10月

延床面積: 約150,000㎡

機能: オフィス、店舗

特徴: 特例容積率適用区域制度
を活用し、東京駅丸の内駅
舎の未利用容積を移転

日比谷パークビルとの用途入
替により、オフィス機能を中
心とした計画とする



12

有楽町駅前再開発計画

施工面積：約1.8ha

敷地面積：約8,000㎡

延床面積：約86,000㎡

竣工：2007年春



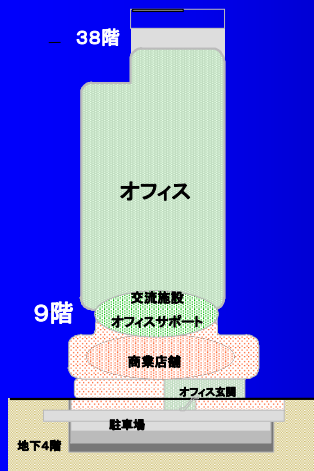
新丸ノ内ビル建替計画

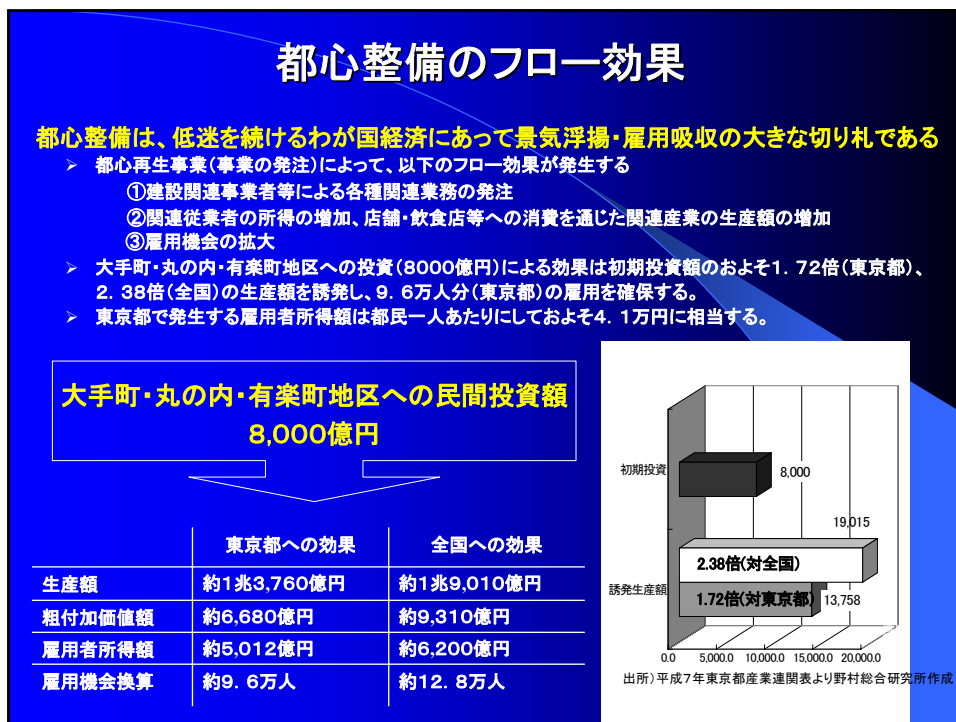
敷地面積：約 10,000㎡

延床面積：約195,000㎡

最高高さ：約198 m / 地下4階、地上38階

竣工：2007年4月予定





Ⅱ 丸の内の再構築

～ハードからソフトへ

1. 再構築の背景

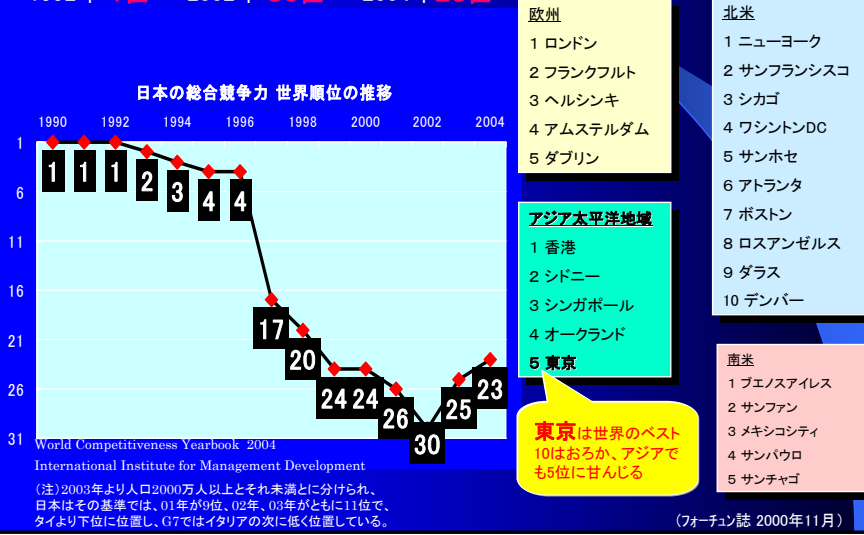
～工業化社会から知識社会へ

国際的都市間競争と東京

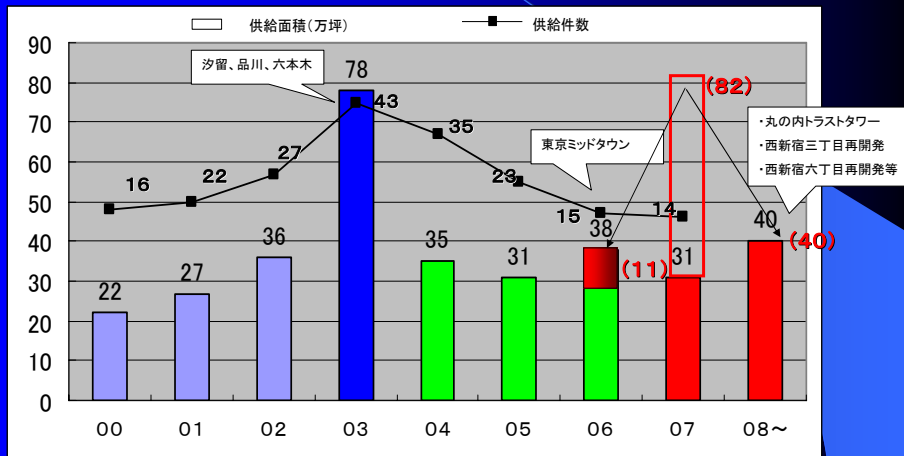
■日本の国際競争力

1992年 **1**位 → 2002年 **30**位 → 2004年 **23**位

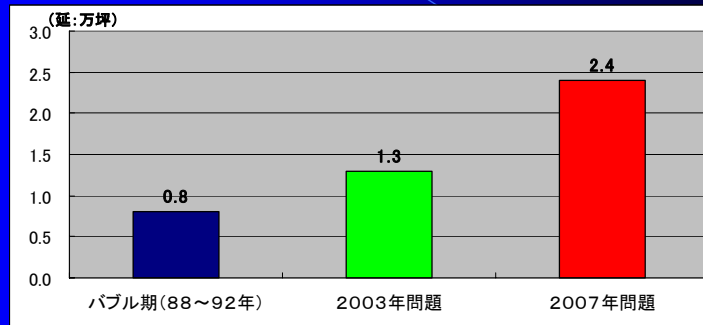
■働しやすい都市ランキング



①競合エリア開発 東京23区オフィス供給量推移



②東京23区大規模オフィスビル オフィスイ棟当たりの延床面積推移



近・新・大 ハイスペック → 超近・新・大 ハイスペックへ

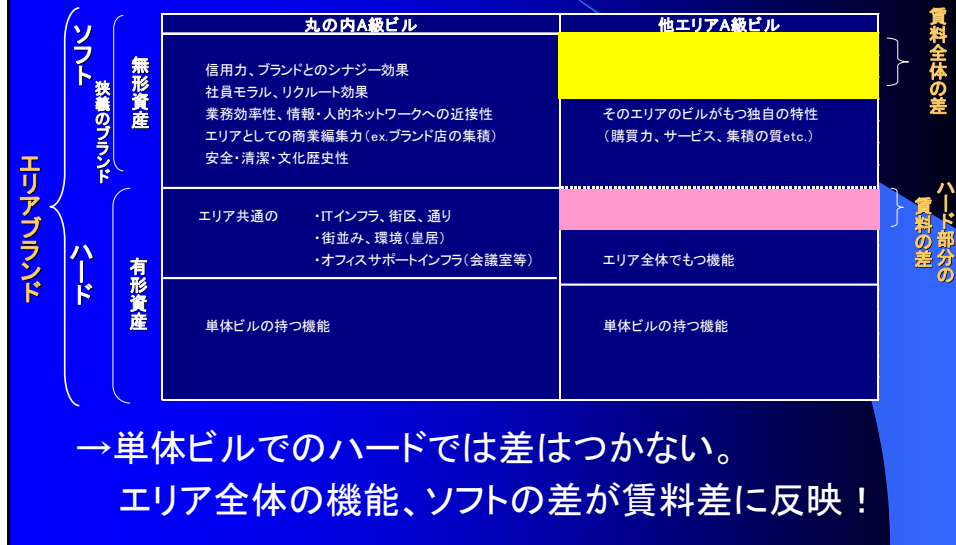
- ・新丸ビル (07年4月 延5.9万坪)
- ・八重洲ツインタワー (07年8月10日 延10.6万坪)
- ・六本木東京ミッドタウンプロジェクト (06年12月 延10.7万坪)
- ・赤坂TBS開発計画 (06年12月 延5.3万坪)

③なぜ高い賃料のビルに入居するの か？

- 賃料 > 便益 入居しない(退出)
- 賃料 < 便益 入居する

便益とは？

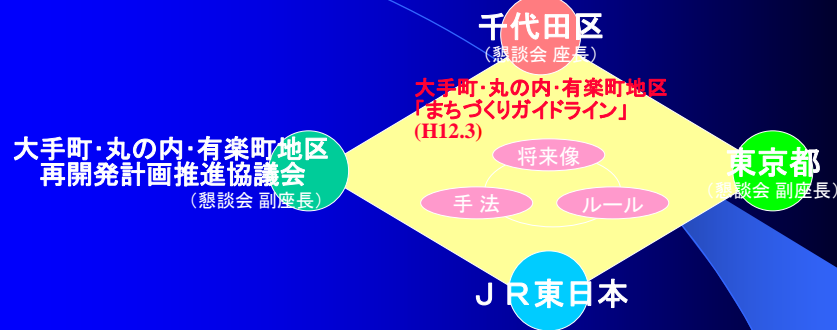
便益の差(概念図)



2. 公民協調の街づくり

～丸の内エリア全体の最適化

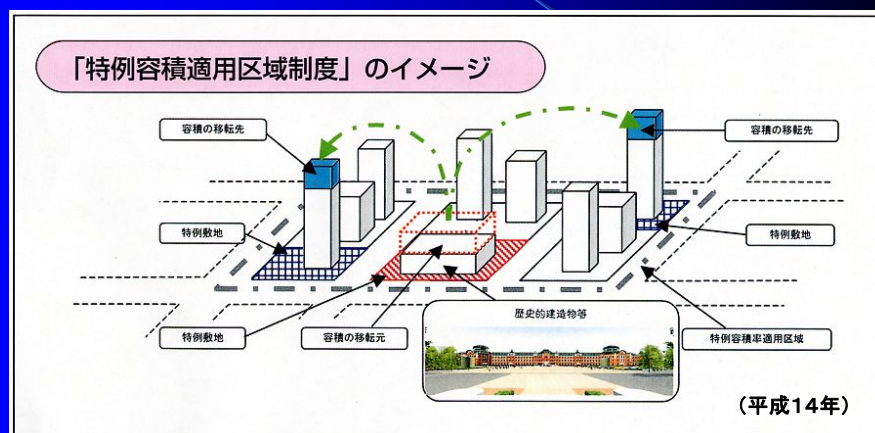
大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会



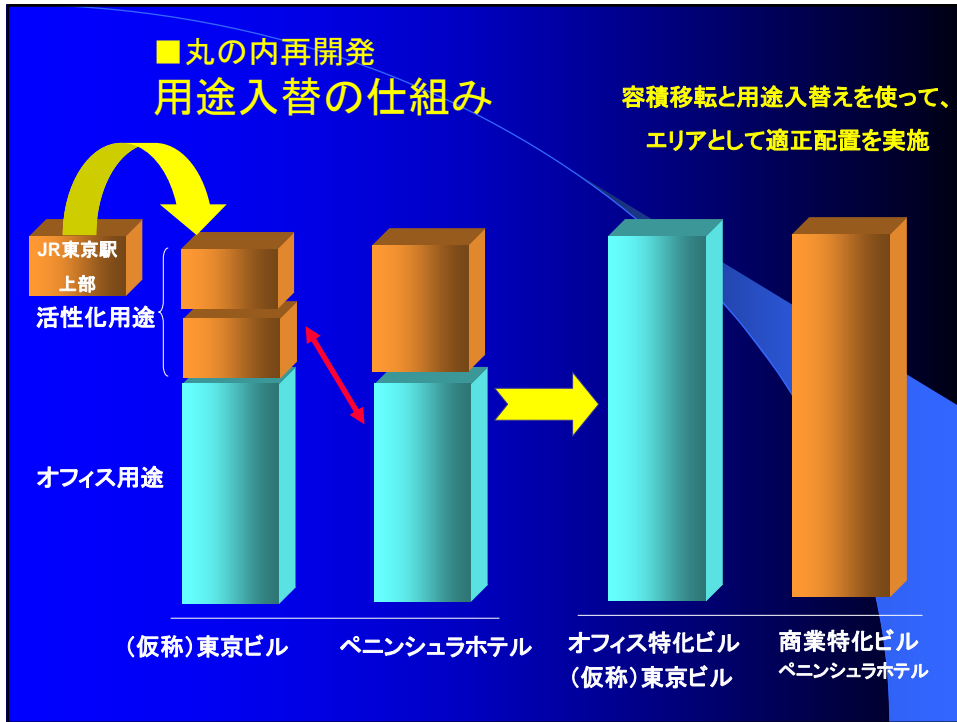
まちづくりガイドライン ～ 8つの目標

1. 時代をリードするビジネスのまち
2. 人々が集まり賑わいのあるまち
3. 情報化時代に対応した情報交流・発進のまち
4. 風格と活力が調和するまち
5. 便利で快適に歩けるまち
6. 環境に配慮するまち
7. 安心・安全なまち
8. 地域、行政、来街者が協力して育てるまち

■ 丸の内再開発 特例容積適用区域制度のイメージ



出所: 東京都資料より



東京駅丸の内口周辺整備



東京駅丸の内口周辺整備

「風格ある首都東京の顔を創出」

トータルデザイン

東京都 ・ 千代田区

JR東京

大手町 ・ 丸の内 ・ 有楽町地区再開発計画推進協議会

トータルデザイン検討会(座長:篠原東大教授)

3. 丸の内のソフト化戦略とは？ ＝街ブランド戦略

丸の内エリアの概要

面積 約111ha 事業所数 4,000

就業人口 約21.4万人 建物棟数 約90棟

※H13事業所・企業統計調査より

丸の内エリアの業種構成

建設、製造業 2割弱 運輸・通信 1割強

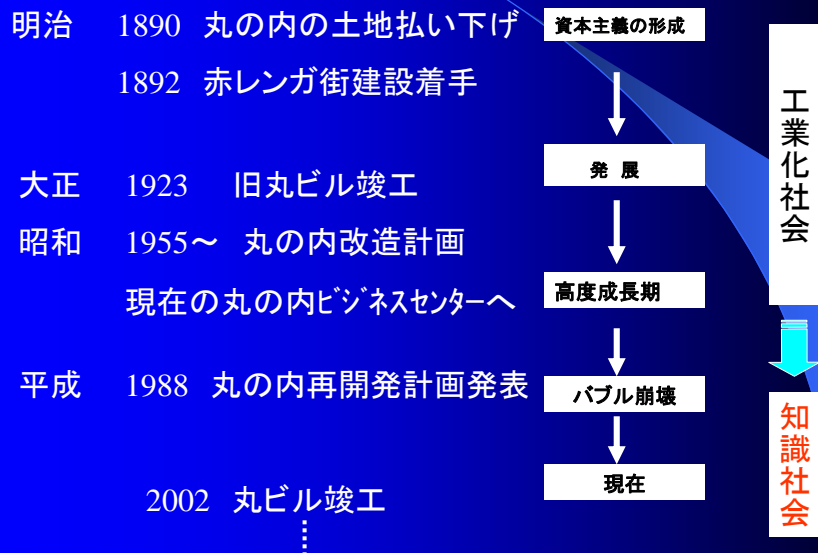
金融・保険 4割 サービス 2割強

その他

※平成11年度事業所・企業統計調査に基づき従業者数より推計

単一業種による集積とは異なり、異業種の業務中枢
機能が集積する日本経済のコア地区

丸の内再構築の歴史



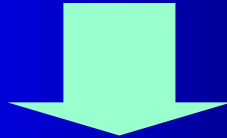
今回の開発の歴史的課題

1. 歴史的課題

工業化社会から知識社会への転換に
ビジネスセンターとしてどう対応するのか？
2. 企業行動の変化
 - ・機能分化とコーポレートの新しい役割
 - ・従来の業態に拘らない事業の選択と集中
 - ・合従連衡、異業種提携の日常化
 - ・コア業務遂行に必要なタレント人材(ナレッジワーカー)が重要に

丸の内クラスターの特徴

- ①本社機能
- ②金融機能
- ③知的サポート機能
- ④企業創出機能



企業・人材の集積が最大の強み

||

エリアの無形資産

工業化社会の都市構造

効率性が大切

地域ごとの役割分担：職・住・遊・学

知識社会に求められる都市構造

機能別発想の打破、カオスが大切

職・住・遊・学の融合

時代の要請として求められていること
→異種・異質、多様な人の交わり

企業・人材の集積
× 多様な交わり
(インタラクション)



創造的な事業や新しい価値が
エリア内に生まれる

ビジネス・知識の交流

企業・人材の集積

×

インタラクション

知識産業都心



大企業 × 大企業

大企業 × ベンチャー

産 × 学

日本 × 外資

東京 × 地方、世界(成田)

丸の内が目指す姿(ブランドコンセプト)

世界のどの都市よりもインタラクションが活発な街

ブランド・アイデンティティ

Marunouchi

エリアブランディングを推進する専門組織

II

街ブランド室を創設

2001年4月

街づくりのベクトルを一つの方向に合わせる

ブランドづくり

シャネル
BMW
マクドナルド
・
・
・
丸の内

マーケティングの考え方を本格的に導入
顧客サイドの視点にたった特徴ある街づくり

丸の内でないと〇〇がない・・・
丸の内だったら〇〇は安心・・・
何としても丸の内で〇〇したい・・・

ソフト化戦略
＝「街のブランド」を高めていくこと

丸の内体験を売りにする

II

- ◎丸の内に来る度にワクワクして新発見がある
- ◎丸の内にいる自分がちょっぴり誇らしい

エリアブランディング固有の視点

構成要素が多元的・複層的

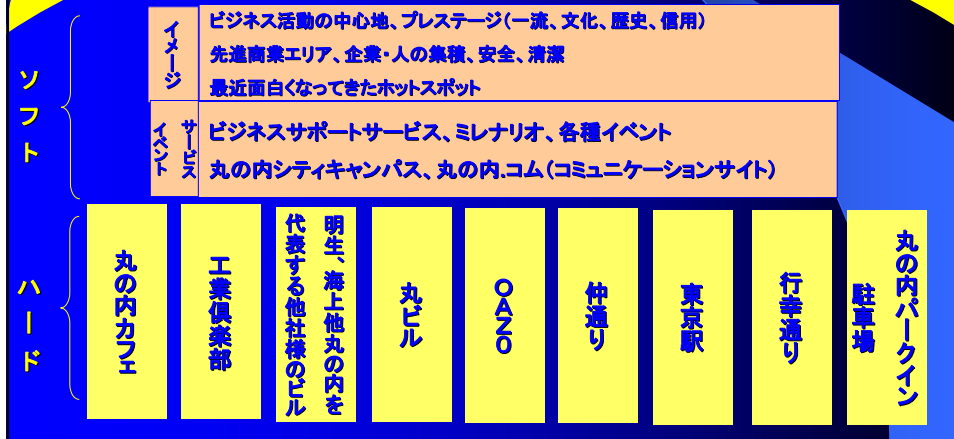
形成に時間がかかる、1社でコントロールできない

そのエリアを離れては存在しえない

丸の内ブランドの構造

Marunouchi

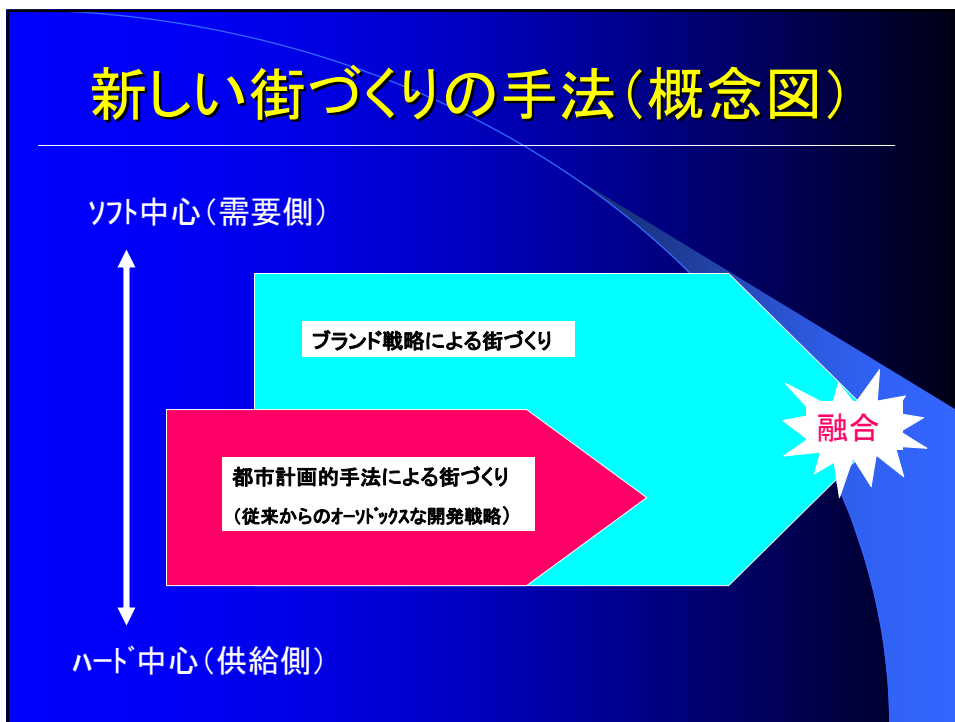
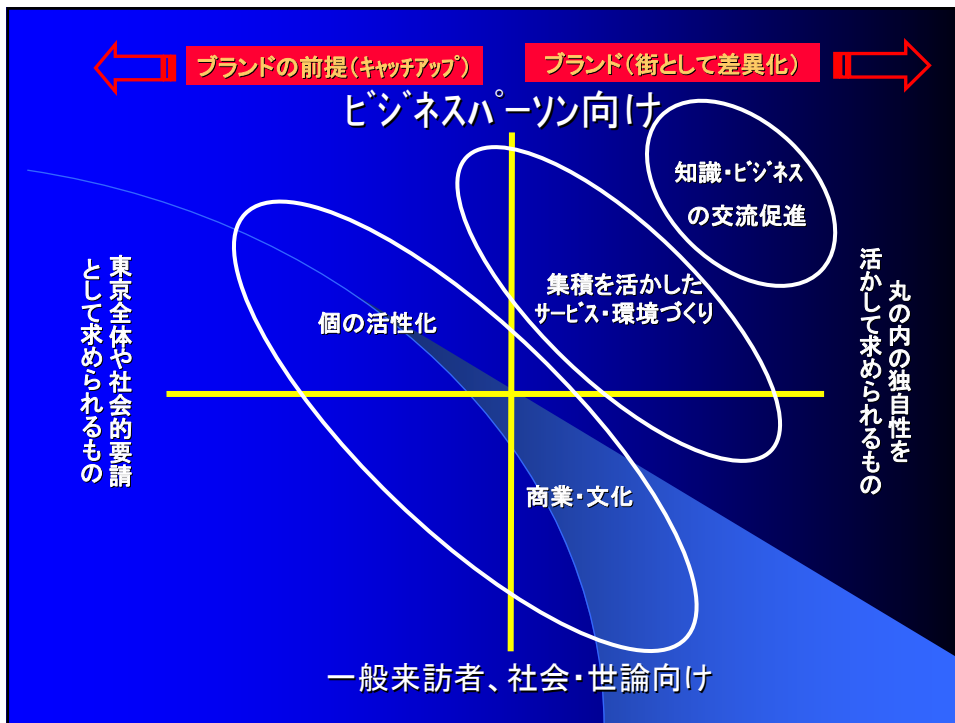
ブランドの傘
= (一貫したイメージ)



差異化

その街にしかない
その街でしか体験できない

誰にでも受けようとする、結局
誰にも受けない



Ⅲソフト化の具体的な取り組み例

1. 知識・ビジネスの交流促進

次世代型ビジネスクラブ 「東京21cクラブ」

●目的

有益な事業情報の収集
新規ビジネスの発掘

●ターゲット(次世代を担うビジネスパーソン)

企業の新規事業・戦略実行部署の中堅・若手、
ベンチャービジネス経営者、
ベンチャーキャピタリスト・コンサルタント・弁護士・会計士等各種プロフェッショナル
建築・デザイン・学会関係者、投資家、アナリスト、
メディア関係者等 (現在メンバー数 約350名)

<http://www.tokyo21c-club.com>

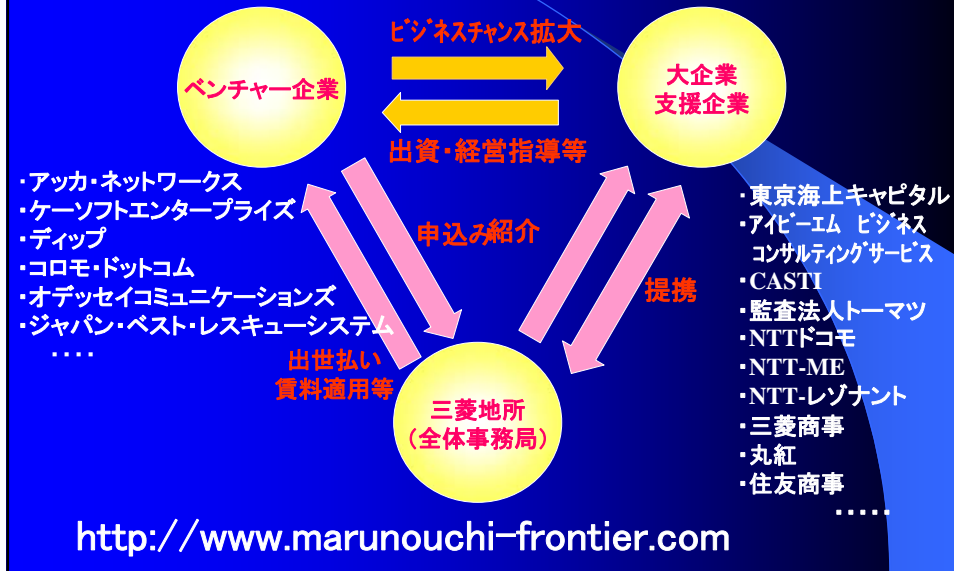
次世代型ビジネスクラブ 「東京21cクラブ」 (交流事例)

- ・ニュービジネスフェロー会
企業内起業を支援するコンサルティングとコーチング
- ・丸の内起業塾
起業するに際して、最低限必要な知識を体系的に伝授
- ・NPO法人「街角で音楽を!」
埋もれている音楽家に公演機会提供とインキュベーション
- ・Knowledge Session in Marunouchi
東京21cクラブメンバーがパネリストとなり、
「丸の内Past⇄Future」をテーマにフォーラムを開催

その他各種ビジネス提携や出資が実現。



新規事業・ベンチャー支援ネットワーク 「丸の内フロンティア」



大学のリエゾン拠点の集積

●「丸の内アカデミック・スイーツ」(丸ビル9階)

ハーバード・ビジネス・スクール

ストックホルム商科大学

東京大学大学院 経済学研究科

●一橋大学

●東北大学

●平成基礎科学財団 小柴先生

知の創出と伝達を促進 「丸の内シティキャンパス」

- 次代を担う人材育成
- 産学官公民の相互の交流を支援
- 24時間国際型都市における、知の交流拠点
- 社会人教育・生涯学習事業の先端的開拓拠点



<http://www.keiomcc.com/>

知の創出と伝達を促進 「丸の内シティキャンパス」

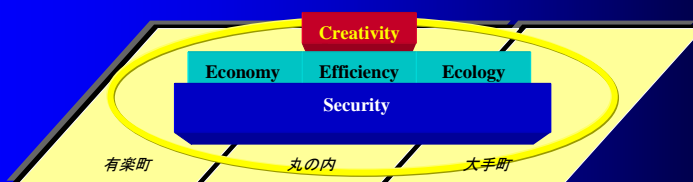
主な活動:

- ★各種プログラム(メインキャンパス:丸の内八重洲ビル6階 約300坪)
「環境に対して主体的に働きかけ、フロンティアを切り開く」ために必要な
 - ・知的活動の基盤となる力
 - ・高度で先端的な専門知識
 - ・深く厚みのある社会観・人間観を養うためのプログラムを小人数(15~20名)で展開。
- ★『夕学五十講』(丸ビルホール:丸ビル7階 約300人収容)
“時代のメインストリームを読み解く”をコンセプトに、大学人・企業人・文化人・ジャーナリストなど各界の第1線で活躍する方々を講師に招いた定例講演会。
※2003年下期より、サテライト講義を開始。(地方都市6箇所にて展開)

2. 集積を活かしたサービス

オフィス ソリューション・サービス

- ◆ 大手町・丸の内・有楽町エリアならではの、ビル集積を生かした仕組みを利用
- ◆ お客様がコア事業に専念できるよう、ビジネス基本環境(OS)である、ITインフラから機密文書の保管・リサイクルなど、安全性(Security)はもとより、経済性(Economy)、効率性(Efficiency)、環境共生性(Ecology)に配慮したサービスをラインアップ。



オフィス ソリューション・サービス

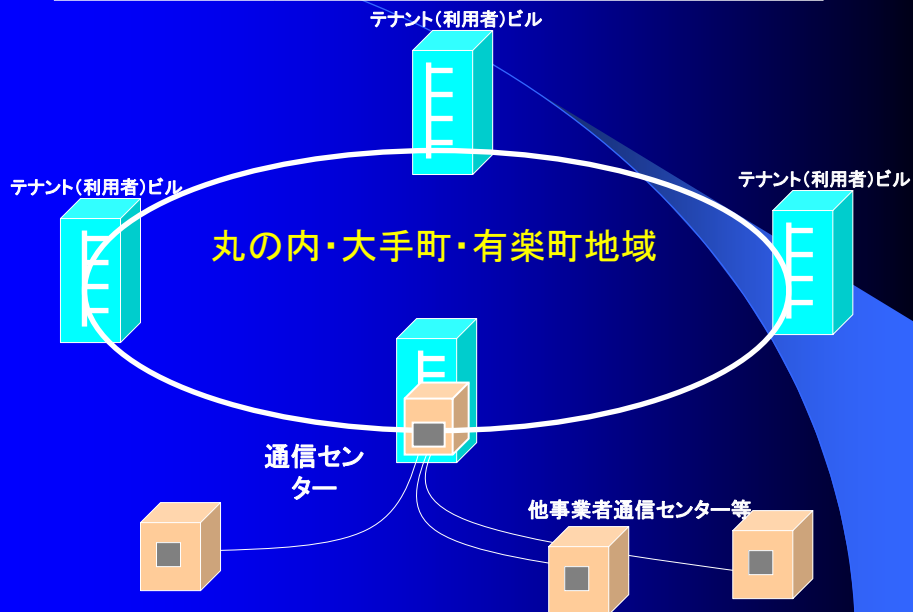
①丸の内ダイレクトアクセス(MDA)

ダークファイバー賃貸サービス
& サーバーハウジングサービス



<http://www.directaccess.co.jp/>

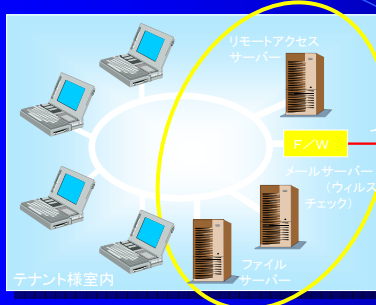
丸の内ダイレクトアクセス



②ITプラグンゴ-サービス

※丸の内ダイレクトアクセスのインフラを利用

従来型オフィス

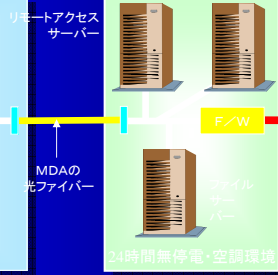
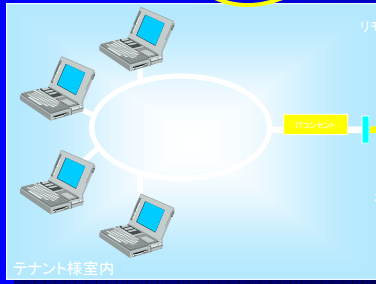


- ・無停電・空調環境整備
- ・自社で構築・運用

Narrow Band
アウトソーシング

インターネット

ITプラグンゴ-オフィス



インターネット

ITプラグンゴ-サービス

情報システムアウトソーシングサービス

(Service Provider: NRIデータサービス)

■社員350名規模の企業が

インターネットの基本環境を自社で構築する場合と本サービスを利用する場合のコスト比較

	自前で構築・運用				ITプラグンゴ-サービス(100Mbps)
	ISP	機器販売業者	自社人件費	その他	
初期費用					
初期設定費用(0社)×2 ※	¥80,000				
光ファイバー回線開通費用(N社)×2 ※	¥0				
サーバ関連設置費用(インストール等)		¥3,000,000			
サーバ室構築費用				別途	
合計		¥3,080,000		以上	¥503,000
月額費用					
100Mプロバイダー利用料(0社)×2 ※	¥350,000				
100Mインターネット回線費用(N社)×2 ※	¥0				
ファイアウォール					
サーバ4台:メール、DNS、ウイルスチェック		¥270,000			
無停電電源装置(UPS) (注)3年リース機					
サーバ機器保守料(初期コストの約10%/年)		¥30,000			
7/24/365のメンテナンス(12万円×2回/年)		¥20,000			
ウイルスソフトライセンス料(40万円/年)		¥33,000			
ウイルスソフトの更新(自動)					
管理者としての平常時・緊急時の対応コスト(0.5人~1人)			¥500,000		
サーバ室家賃				別途	
合計		¥1,203,000		以上	¥628,000

*社員数 350名を想定

<http://www.nridata.co.jp/itplugin/>

③丸の内R & Aサービス

リサイクル(Recycle) & アーカイブ(Archive)サービス
(Service Provider: ワンビシアーカイブス)



http://www.wanbishi.co.jp/i_management/RandA.html

その他のオフィスソリューションサービス

④丸の内バックアップオフィスサービス

(Service Provider: ワンビシ・アーカイブス)

単独災害時に事業を継続するためのバックアップオフィスサービス

⑤丸の内Bzit

(Service Provider: JTB)

出張チケット手配サービス

⑥丸の内サプライズバンク

(Service Provider: BSC)

オフィス用品即納サービス

⑦丸の内BIS

(Service provider: 日本能率協会総合研究所マーケティング・データ・バンク)

ビジネス情報コンサルティングサービス

3 丸の内の商業・文化

【丸ビル】

オープン日：2002年9月6日

	2002年/9月~2003年/8月	2003年/9月~2004年/8月
来場者	2,400万人	1,900万人
店舗売上	315億円	250億円

【丸の内OAZO】

オープン日：2004年9月14日

来場者予想	7~8万人/日
店舗売上予想	100億円/年
スタート時1ヶ月は、予想を上回る実績	

丸ビル商業ヒットの分析 ①

- ヒット力＝場のパワー×コンテンツ
- 場 ＝時間×空間×状況
- 同じ商品でも、どこで購入するかによって価値が異なる。「場」が付加価値を与える時代となっている。

丸ビル商業ヒットの分析 ②

- 空間＝「丸の内」ブランド×「丸ビル」ブランド

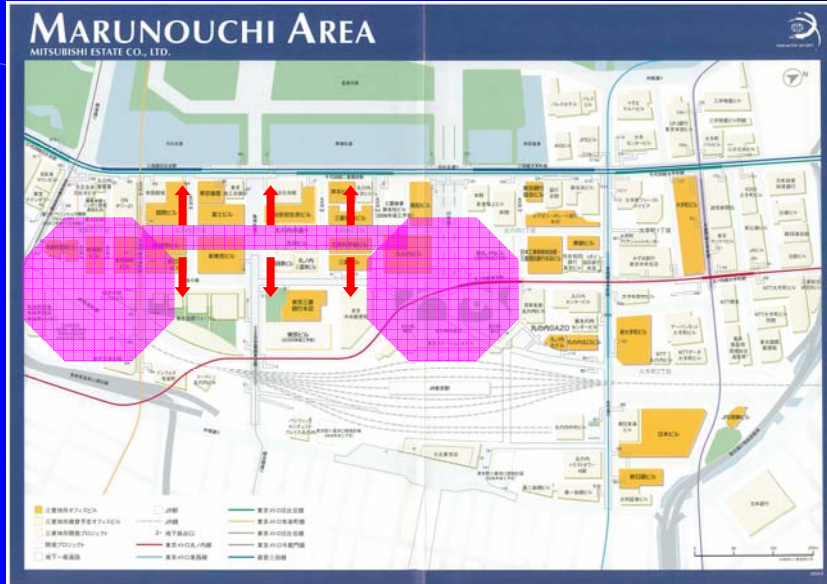
・一流感
・オーセンティック
・安全

・ビジネスだけの街に出現した商業施設のもつインパクト
・ビルのもつパワー

- <事例>
- 結婚記念日に「丸の内」の「丸ビル」で、こだわりのレストランで食事をする。
cf) 近所のレストランで食事をする。

商業活性化戦略

～2核1モール～ ～段階開発～



商業活性化戦略

～丸の内スタイル～

CONCEPT

アクティブで洗練された大人たちのための
丸の内スタイル



文化施設マップ



三菱商事ビル・ 古河ビル・ 丸ノ内八重洲ビル建替計画

敷地面積： 約 1.2 ha
 延床面積： 約 20 ha
 着工： 2006年度 (予定)
 竣工： 2009年度 (予定)

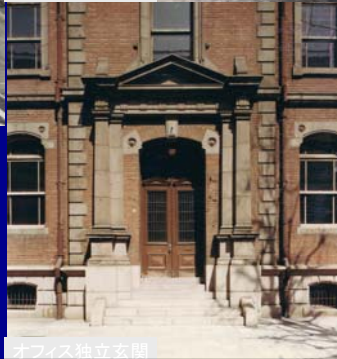


■ 三菱一号館

【当時の概要】



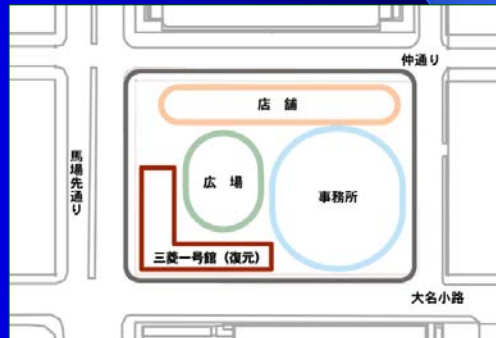
- 設計者： ジョサイア・コンドル
- 竣工年： 1894年（明治27年）
- 構造： 煉瓦造 地下1階・地上3階
- 床面積： 約 5,000 m²
- 用途： 貸事務所
(三菱合資会社本社・銀行部 他)



■ 三菱一号館

■ 新ビルのイメージ

- 快適で高機能な「オフィス」
- 賑わいの連続性を持った「商業店舗」
- 「三菱一号館」の復元
- 潤いある「広場」の形成



ペンシユラホテルの誘致

- 現日比谷パークビルを建て替え
- 2006年度開業予定

仲通り
環境整備

仲通りを「アメニティ・賑わい軸」に位置付け、沿道にブランド店を誘致。随所で賑わいや楽しさを演出。

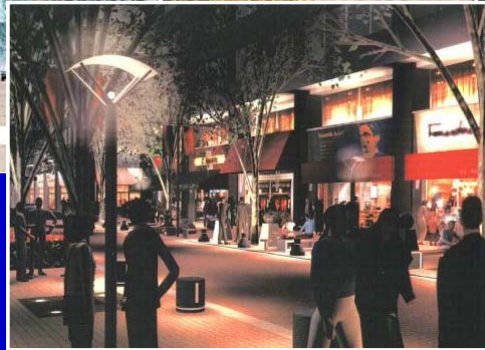
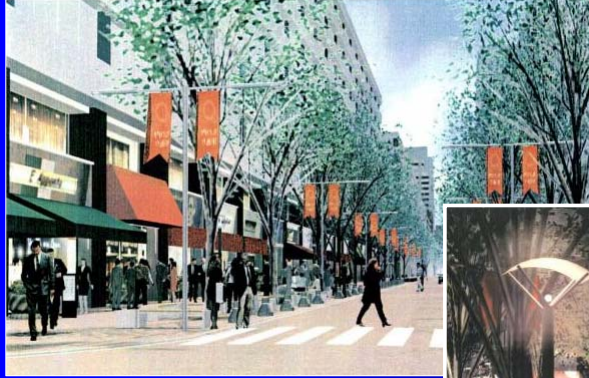


79



Marunouchi-Nakadori Ave.

仲通りの将来イメージ



新しい交流空間

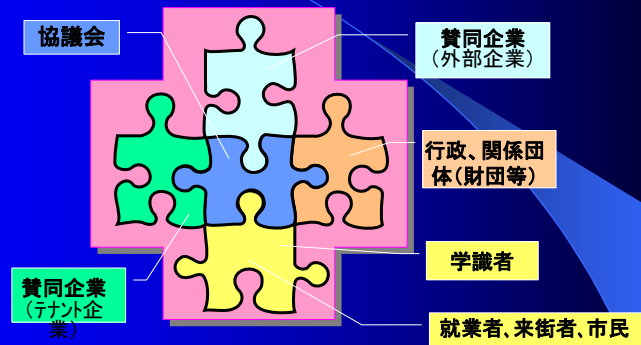
- Marunouchi Café
- 倶楽部21号館



MARUNOUCHI CAFE
倶楽部 21号館



大丸有エリアマネジメント協会(NPO)



大丸有エリアマネジメント協会は、

1. 協議会、企業、就業者、行政等、幅広く参加
2. 街・企業・人の活性化、交流促進が主目的
3. ソフト面を中心に活動(昼間人口の声を吸上げ、支援、企画・調査、調整・コーディネート、事業活動(事業者への委託を含む))

「カウパレード東京 in 丸の内 2003」



カウパレード東京 in 丸の内 2003 実行委員会

(東京都、千代田区、東京商工会議所、大手町・丸の内・有楽町地区再開発推進協議会、大丸有エリアマネジメント協会、JR東日本、東京国際フォーラム、東京コンベンションビジュアルズビューロー、三菱地所)

丸の内シャトル (エリア内無料巡回バス)



<運行委員会構成メンバー> (順不同)

東京電力、サンケイビル、読売新聞東京本社、パレスホテル、第一生命、日本政策投資銀行、ビックカメラ、みずほフィナンシャルグループ、東京會館、ディーシーカード、丸の内熱供給、三菱地所 大丸有エリアマネジメント協会、日の丸リムジン

東京ミレナリオ

12/24~1/1

1999年 190万人
2000年 230万人
2001年 250万人
2002年 280万人
2003年 285万人



仲通り、東京駅丸の内口前、東京国際フォーラム

ヘブナーティスト IN Marunouchi
2002.10/25,12/27,2003/4/16,7/4,10/31



エリア内観光バス



IV これからの街づくり

街づくりの今後

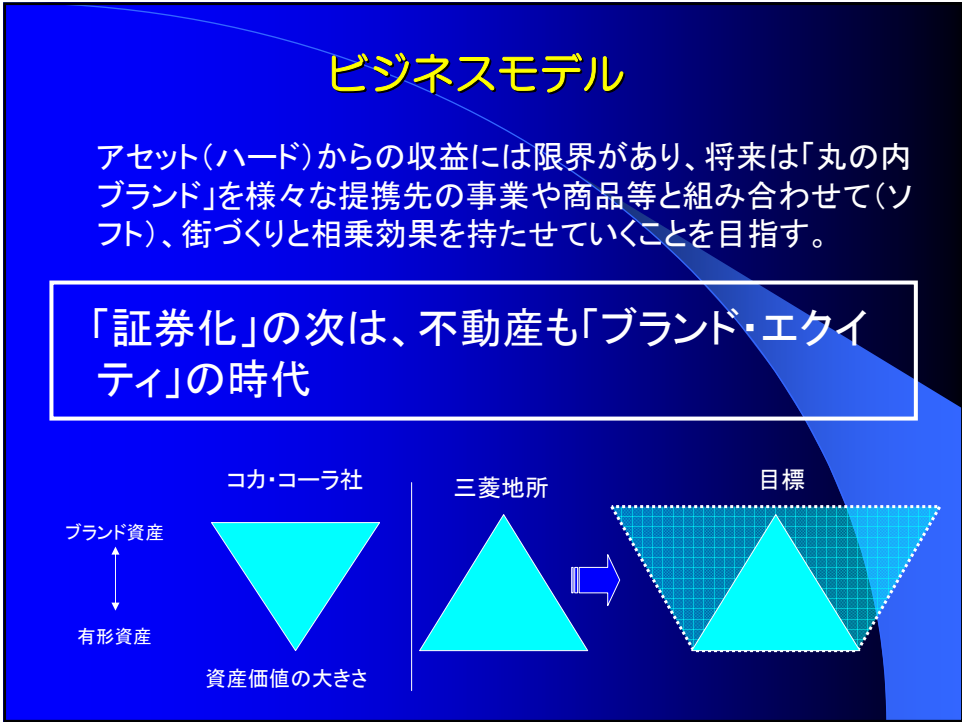
- J-REIT(不動産証券化)

→金融商品、流動化

- 大規模な地域・エリア開発

→無形資産(ブランド)づくり

銀座、田園調布、祇園・・・



三菱地所の役割

インタラクシオン・サポーター

私たちは街にオープンな空気と新しいネットワークをもたらし総力をあげ付加価値の高い事業機会とトータル・クオリティ・ライフの提供に努めます

将来の不動産業

“場”を媒介とした価値創造産業

ありがとうございました

三菱地所株式会社
ソフト事業推進部 部長 兼 街ブランド室長
上垣 智則