



TOKYU GREATER SHIBUYA STRATEGY

東急グループの渋谷まちづくり戦略



ENTERTAINMENT CITY SHIBUYA

開発の舞台は、世界に誇るターミナル拠点でありながら、常に鮮度の高い情報とコンテンツを提供してきた街、渋谷。「多様性」や「遊び心」といった独自の文化や、斬新なモノ・コトを生み出す土壌、世界へ広く波及する情報発信力など、この街ならではの強みを生かして新たなにぎわいを創出しつつ、街の課題を克服することで、「エンタテインメントシティ SHIBUYA」を実現します。

東急グループと渋谷

東急グループは1918年、渋谷栄一らによる田園都市株式会社の設立にはじまります。



およそ100年にわたり、私たち東急グループは、
自然と都市が調和した理想的な生活を実現できる「住宅地開発」と
街に住む人々の生活を支える「公共交通整備」の両輪で、
地域の方々とともに持続的なまちづくりに取り組んできました。

東急グループにとって「渋谷」は、
創業以来の最重要拠点であり、
また、私たちのまちづくりを象徴する街でもあります。

ホスピタリティ

- ホテル事業
 - リゾート事業 他
- 価値観やライフスタイルの
多様化に対応し社会と共生する
サービス提供

生活創造

- ケーブルテレビ事業
 - 電力小売・ガス取次事業
 - 学童保育事業 他
- 沿線で暮らすお客さまの生活を支える
「家ナカ」「街ナカ」事業

交通インフラ

- 鉄軌道事業
 - バス事業
 - 空港運営事業 他
- 利便性が高く、安全・安心・快適な
公共交通ネットワーク

東急グループの まちづくりを支える基幹事業

振り返ると、渋谷に初めて線路を敷いた日から今日に至るまで、
沿線にお住まいの方の便利な暮らしと、街を訪れる方への楽しいひとときの提供を目指し、
東急百貨店やSHIBUYA109、Bunkamuraといったさまざまな拠点をつくってきました。
その傍ら、渋谷を安全・安心、便利で快適な街にするために、
複雑になった街の構造の見直しや災害時対策など、
顕在化した社会課題に向き合い続けています。

これからも私たち東急グループは、地域の皆さまや行政機関と協働しながら、
基幹事業を中心とした総合的なまちづくりを推進し、
美しい生活環境を創造していきます。



都市開発

- 不動産販売・賃貸・管理事業
- 海外事業 他

駅を中心に「職」「住」「遊」を機能的に
整備する複合型エリア開発

リテール

- 百貨店事業
 - ショッピングセンター事業
 - チェーンストア事業 他
- さまざまな世代や多様なニーズ、
マーケットの変化に応える暮らしの拠点

目次

- 02 エンタテインメントシティ SHIBUYA
- 04 東急グループと渋谷
- 06 渋谷駅周辺の開発史
- 08 街の発展とともに明確になった渋谷の強みと課題

Greater SHIBUYA 1.0 -2020

- 10 100年に1度の大開発、
どのようにして始まった…!?
- 12 東急グループのまちづくり戦略
Greater SHIBUYA 1.0
- 14 シブヤ大改造。
- 16 鉄道施設の改良
- 17 駅周辺の基盤整備
- 18 街の拠点づくり
- 20 安全・安心の取り組み
- 21 運営体制の整備
- 22 エリアブランディング

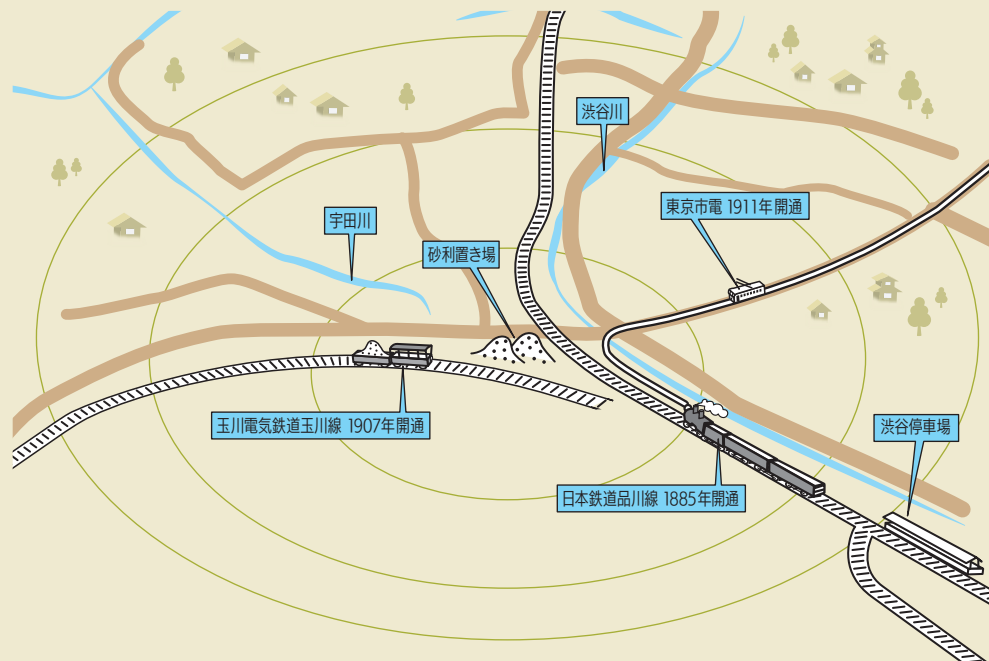
Greater SHIBUYA 2.0 2021-

- 24 渋谷の現在地とこれから
- 26 東急グループのまちづくり戦略
Greater SHIBUYA 2.0
- 28 渋谷型都市ライフを実現する
5つの取り組み
- 30 特別対談
東急×東急不動産ホールディングス
- 33 Special Interview
将来の渋谷に期待すること
- 34 Greater SHIBUYA

渋谷駅周辺の開発史

渋谷川のほとりにあったのどかなエリアが、多くの人でにぎわう現在の姿に。その開発の歩みを振り返ります。

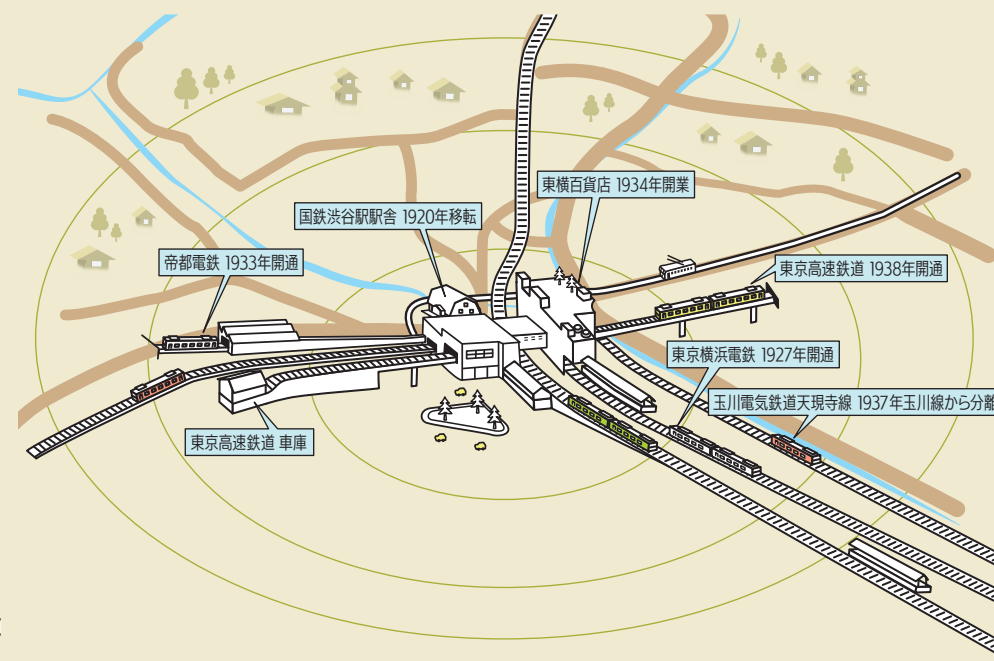
1910年頃



“谷”に鉄道網ができ、ターミナル駅に

1885年、日本鉄道品川線（現・山手線）の開通に伴い、渋谷駅が誕生。開業当時の駅舎は、かつてJR 埼京線ホームがあった場所（2020年6月に現在の位置へ移設）に建てられた、木造の小さな建物でした。その後、1907年に玉川電気鉄道玉川線（後の田園都市線の一部）、1911年には東京市電（後の東京都電）が開通。谷地形のエリアに鉄道網ができ、ターミナル拠点としての礎を築きました。

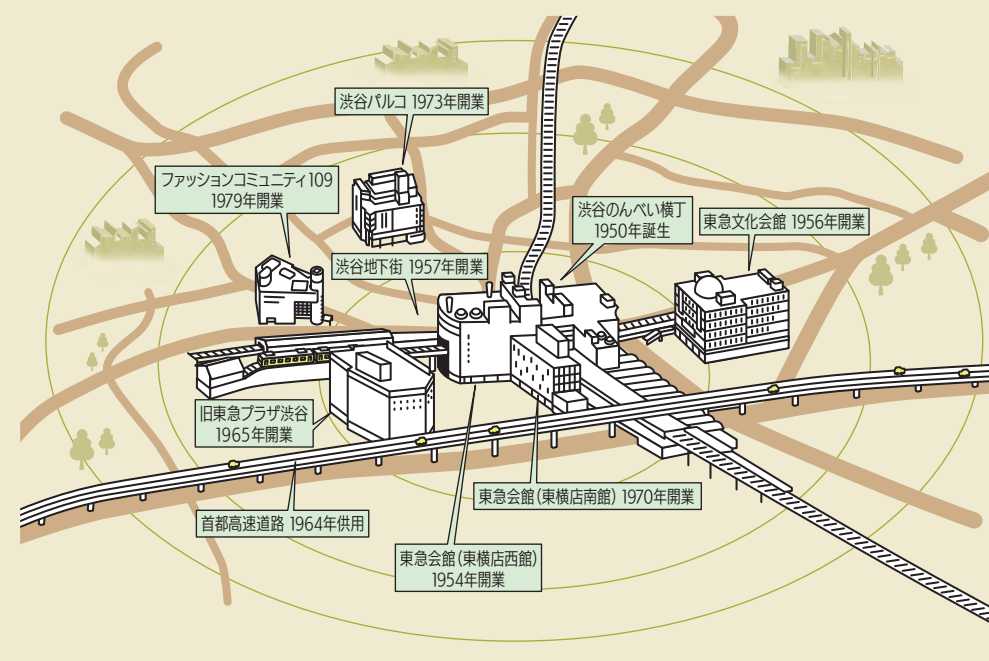
1920年—1940年頃



人が行き交いにぎわう繁華街へと成長

1920年に渋谷駅の駅舎が移転してからは電車やバスの乗り入れがさらに加速。1927年に東京横浜電鉄（現：東横線）、1933年に帝都電鉄（現：京王井の頭線）が開通して乗降客が増加すると、1934年には東横百貨店（後の東急百貨店東横店）がオープン。さらに1938年には東京高速鉄道（現：東京メトロ銀座線）も開通し、渋谷は駅を中心とした繁華街へと成長していきました。

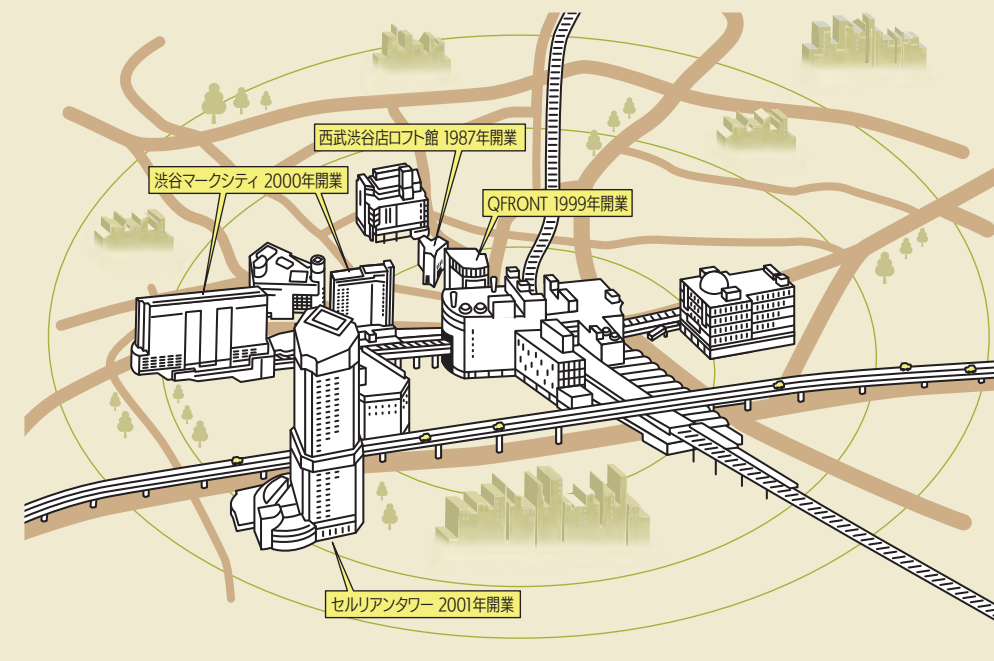
1950年—1980年頃



戦後復興から新たな文化拠点として進化

太平洋戦争下の空襲で大きな被害にあった渋谷。1950年代に入ると東急会館（東横店西館）や東急文化会館などが相次ぎ開業。60年代には、首都高速道路や旧東急プラザ渋谷が誕生し、街は多くの人でにぎわいました。さらに70年代に入ると、渋谷パルコやファッションコミュニティ109（現：SHIBUYA109）などがオープン。多くの若者が集まる流行の発信地へと発展しました。

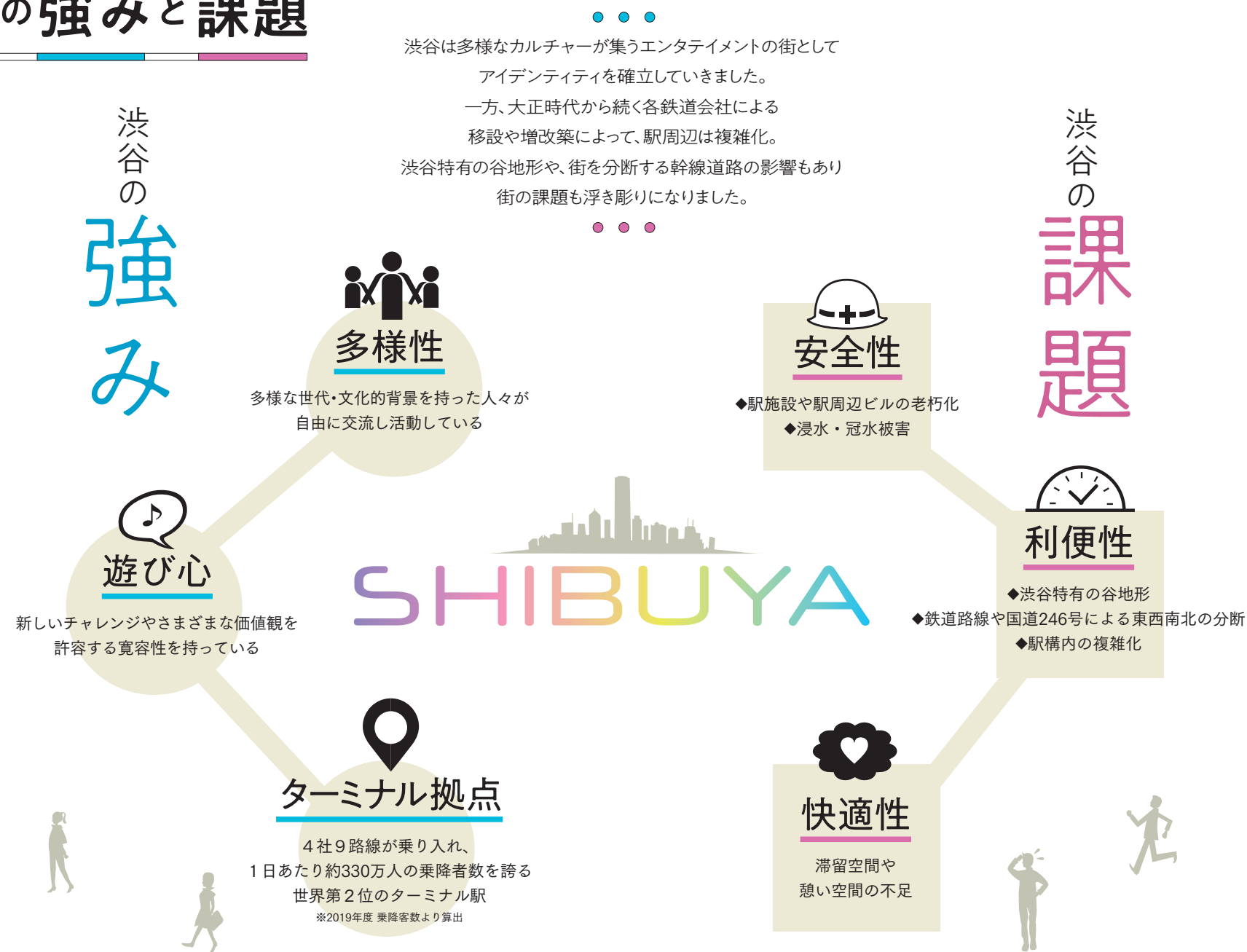
1980年—2000年頃



独自の文化が発展し、多様な人や企業が集積

1980年代以降はセンター街エリアを中心に「チーマー族」や「渋谷系」「コギャル」など独自の若者文化が発展。2000年前後には、渋谷がIT企業の集積地「ビットバレー」として知られるように。また、西武渋谷店ロフト館やQFRONT、渋谷マークシティ、セルリアンタワーといった新たなランドマークとなる商業施設やオフィスビルが続々と誕生し、多様な人や企業、文化が集う街へと進化していきました。

街の発展とともに明確になった 渋谷の強みと課題



1st Stage

生まれ変わるシブヤ。100年に1度のまちづくりが始動

東急グループの
まちづくり戦略

Greater SHIBUYA I.O-2020



100年に1度の大開発、どのようにして始まった…!?

2000年

東京メトロ副都心線と
東横線の相互直通運転について検討開始

渋谷の大規模開発が始動するきっかけとなったのは、2000年の国土交通省・運輸政策審議会の第18号答申。その中で副都心線と東横線の相互直通運転についての内容が盛り込まれており、これを機に2つの路線をどのように連結させるかなど、結節点である渋谷駅についてもさまざまな検討がスタートしました。

2000年1月

運輸政策審議会 第18号答申
地下鉄13号線（副都心線）の渋谷への延伸について
2015年までに整備すべき鉄道路線として列挙

2001年5月

13号線（副都心線）の建設に関する
都市計画が決定

2002年2月

副都心線と東横線の相互直通運転に関する
都市計画が決定



2002年

東横線の地下化決定に伴い
渋谷駅南側に大規模な未利用地が発生

2002年2月、副都心線と東横線の相互直通運転および、2路線をつなぐために東横線渋谷駅から代官山駅にかけて地下化が決定。これに伴い、駅施設と線路の跡地周辺に広大なスペースが生まれることになり、2路線が連結する駅施設構内とこの未利用地を中心とした大規模開発の動きが大きく加速しました。



2010年

渋谷駅周辺におけるまちづくりの
指針を渋谷区が策定

開発を検討していくにあたり、その方向性の基準となったのが渋谷区が策定した「渋谷駅中心地区まちづくり指針2010」です。渋谷駅中心地区における開発機運が高まったことから、渋谷区が街の将来像を具体的に示すために本指針を取りまとめ、公民のパートナーシップによって開発が進められました。

渋谷駅中心地区まちづくり指針 2010（渋谷区）

将来像

世界に開かれた生活文化の発信拠点“渋谷”のリーディングコア
— 広場・坂・路面店を活かした、めぐり歩ける、環境と共生するまちを目指して —

駅中心地区の将来像を実現する
7つの戦略

1 渋谷を発信する

2 谷を冷やす

3 都市回廊を創出する

4 人間中心のまちをつくる

5 安全安心なまちをつくる

6 渋谷らしさを強化する

7 みんなで育てるまちづくり

国や東京都からの特区指定が
開発を推進していく後押しに

2005年12月、地域を緊急かつ重点的に整備し、豊かで快適、活力に満ちあふれた都市に再生することを目的とした「都市再生緊急整備地域」に指定された渋谷駅周辺地域。渋谷区がまちづくり指針を策定した2010年以降も、同地域は国や東京都による特区指定を受け、より自由度の高い計画や開発が可能になりました。

都市再生特別地区における特例

都市再生緊急整備地域内において土地の高度利用を図るため、既存の規制にとらわれない自由度の高い計画を定めることで容積率制限の緩和などを実現

アジアヘッドクォーター特区：2011年

東京都の国際競争力を向上させ、さらなる成長へと導くため、アジアの統括拠点・研究拠点に対する法人税負担を軽減し、特区内への外国企業誘致を推進（実効税率：40.7% → 28.9%）

特定都市再生緊急整備地域：2012年

都市再生緊急整備地域のうち、市街地の整備が都市の国際競争力強化に特に有効な地域において、都市計画の制限内容の見直しが可能に

強みを際立たせ、課題を克服する
区の方針を踏まえた戦略を検討

渋谷区の
「渋谷駅中心地区まちづくり指針2010」を踏まえ、
東急グループとしてどのように開発を進めていくか、
まちづくりの方向性について検討を開始。
多様性と遊び心にあふれ、
ターミナル拠点として栄えた渋谷の強みを強化し、
また、安全性・利便性・快適性における
課題を克服するために
何をすべきか議論を重ねました。

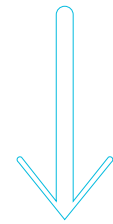
そして打ち出したのが、



- 24時間365日エンタテインメントや
文化を体験できる施設が数多くある
- 面白い人たちが集うことで日々面白い
ビジネスが生まれ、それを支援する仕組みがある
- 防災・安全対策に取り組んでいて
いつ訪れても安心して楽しめる
- 流行のカルチャーに触れられる施設が数多くある
- エンタテインメントを求めて集う
クリエイターたちの働く場でもある
- 街の至るところに色々な楽しいことがあり、
歩いているだけで楽しい

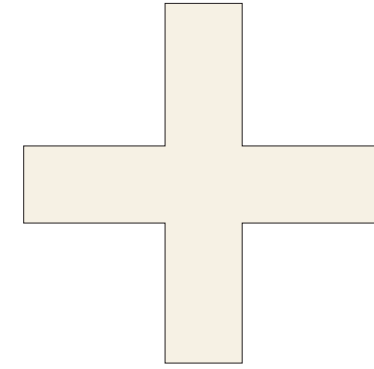


渋谷を“**深める**”
エンタテインメントシティ
SHIBUYA

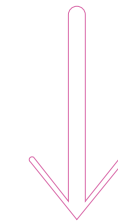


誰もが思い思いに楽しめる日本一訪れたい街、渋谷へ

日々新しいビジネスが生まれ、さまざまなエンタテインメントが集積して誰でも楽しむことができる渋谷を、さらに魅力的にしていくためのビジョンが「エンタテインメントシティ SHIBUYA」です。
目指すは、「いつ行っても何度行っても、何か楽しいコトがある街」「いつでも誰でも、何か楽しいコトをおこせる街」。エンタテインメントやクリエイティブ・コンテンツが街に集まり、公共空間やイベントスペースなどで展開され、それを楽しむ人々で街がにぎわう。渋谷発の多様な最先端文化を国内外に向けて発信し、世界中の人々を常に惹きつけ魅了する。誰もが気軽に情報の発信やイベントへの参加などを目的に足を運びたくなり、次もまた渋谷に来たくなる。
そんな「日本一訪れたい街」を目指して、東急グループはまちづくりを進めています。



渋谷を“**広げる**”
広域渋谷圏
(Greater SHIBUYA)
構想



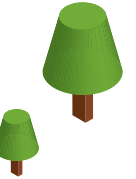
人や文化がスムーズに流動するエリアを目指して

渋谷の強みとして挙げられるのが、魅力ある周辺エリアの存在です。独自の文化を築いたファッションストリートや、流行発信の拠点である原宿、高級ブランド店が並ぶ青山・表参道、トップクラスのレストランやカフェのある恵比寿、高級住宅街として知られる代官山など、個性豊かな街が徒歩圏で結ばれています。また、新国立競技場やNHK、青山学院・國學院大学・東京大学など文化・学術機関も多くあります。
この恵まれた環境を生かして、新しいプロジェクトや文化を世界へと発信し続けることで、持続的に成長する都市圏をつくり出す取り組みが「広域渋谷圏 (Greater SHIBUYA) 構想」です。東急グループでは、渋谷駅から半径2.5キロ圏内を「広域渋谷圏 (Greater SHIBUYA)」と定義し、「面」としてのまちづくりを推進。人と文化がスムーズに流動する広い意味での「渋谷」の魅力向上を図ります。

という

2つのビジョンです。

これら2つのビジョンの実現を通して、
「渋谷」の価値を相乗的に高めていきます。



渋谷を便利に、快適に

渋谷の課題であった利便性と快適性を改善するため、駅周辺の基盤を整備し、複雑な乗り換え動線などを改良。さらに現在推進中のプロジェクトも含め、駅周辺のさまざまなエリアに9つの拠点と各所に滞留空間を設置することで、にぎわいの創出や広域渋谷圏との回遊を促します。

災害に強く安全な街へ

安全性の向上を目的に、帰宅困難者の一時滞在施設や防災備蓄倉庫を備えた耐震性の高い大規模ビルを新たに建設。また、谷地形のために浸水や冠水の被害を受けやすい駅の地下には、雨水を貯留する施設を整備。さらに地域と連携し、定期的に避難訓練などを実施しています。

“SHIBUYA”のブランド化

国内外問わず渋谷を訪れた方が快適に過ごせるよう、フリーWi-Fiサービスの提供や観光案内所の設置などにより来街者へのサポートを強化。さらに官民が連携して街の魅力づくりに取り組む体制づくりや、イノベーションエコシステムの形成、クリエイティブ・コンテンツ産業の集積などを通して、世界に誇るSHIBUYAのブランド化を推進しています。

ビジョンを実現する 6つの取り組み

鉄道施設の改良
P.16→

駅周辺の基盤整備
P.17→

街の拠点づくり
P.18→

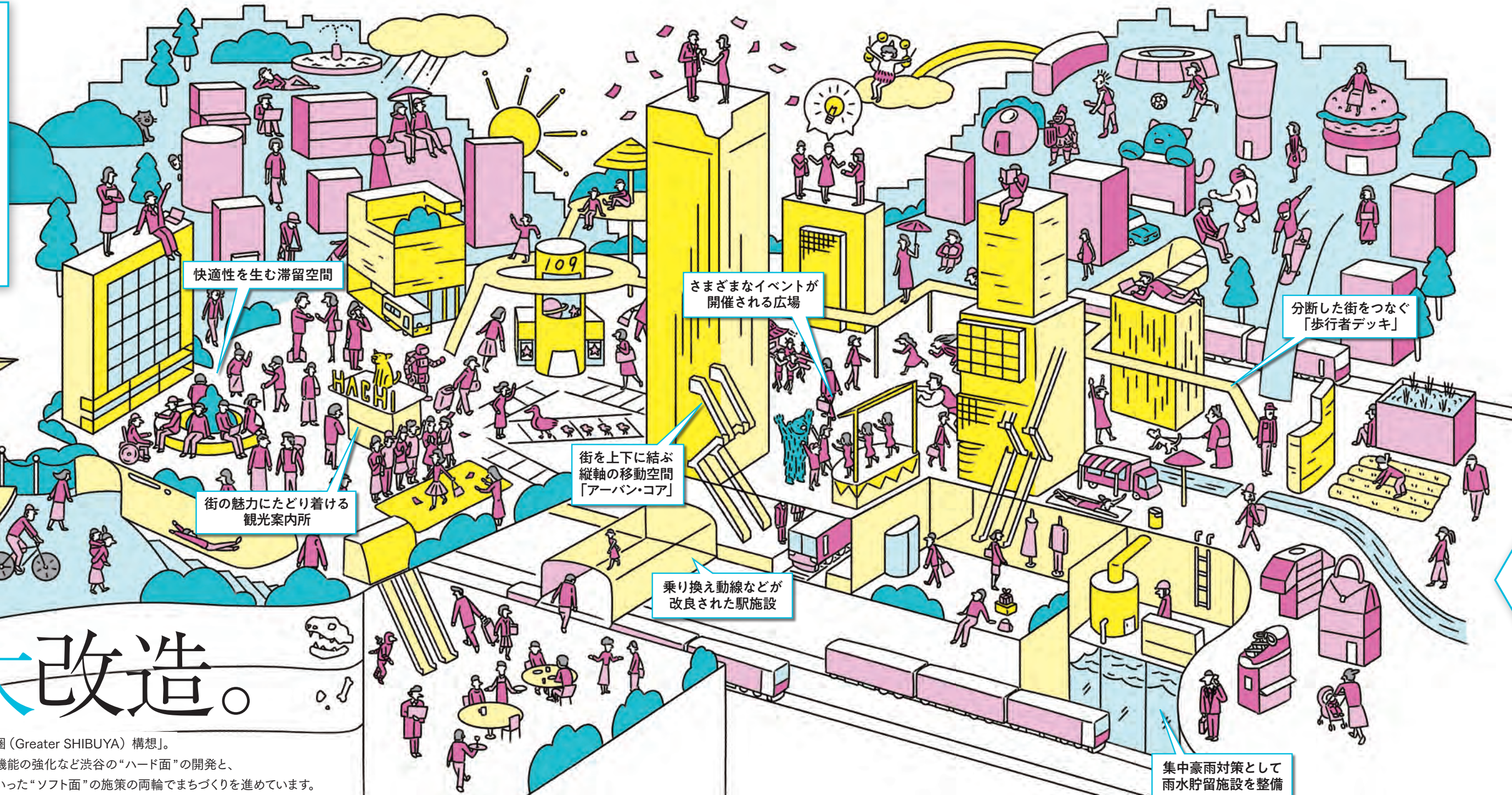
安全・安心の
取り組み
P.20→

運営体制の整備
P.21→

エリアブランディング
P.22→

シブヤ大改造。

「エンタテインメントシティSHIBUYA」と「広域渋谷圏（Greater SHIBUYA）構想」。2つのビジョンを実現すべく、街の動線改良や防災機能の強化など渋谷の“ハード面”の開発と、街を運営していく体制構築やブランディング活動といった“ソフト面”の施策の両輪でまちづくりを進めています。



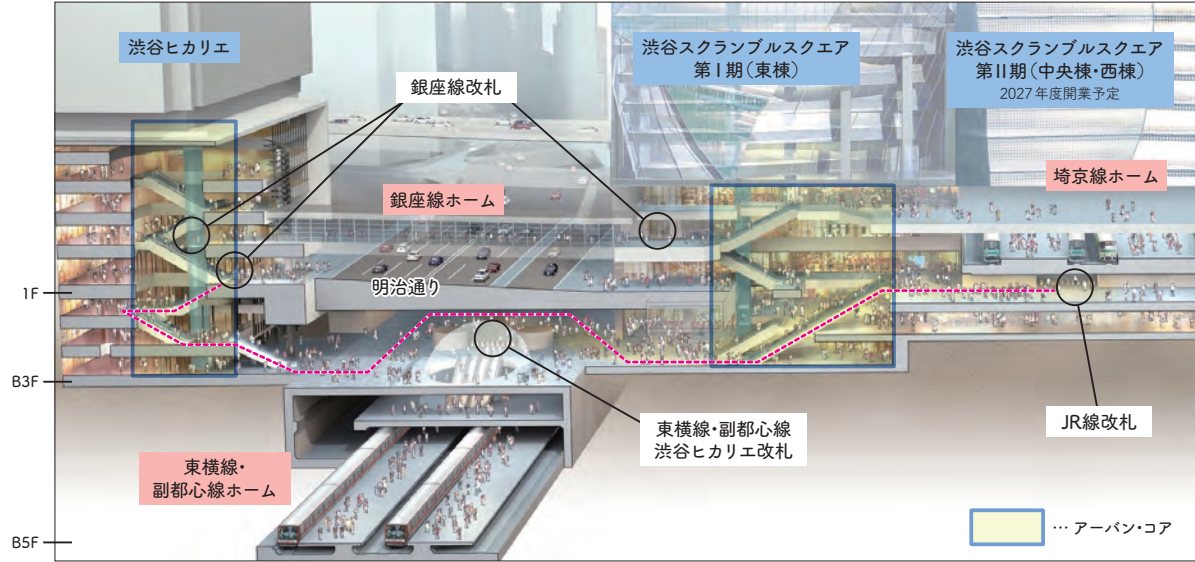
集中豪雨対策として
雨水貯留施設を整備

鉄道施設の改良

ターミナル拠点として栄える一方で、繰り返されてきた移設や増改築によって複雑化した渋谷駅。その課題を克服すべく、鉄道各社と連携しながらホームの移設や乗り換え動線の改良を進めています。

1. 東横線の地下化

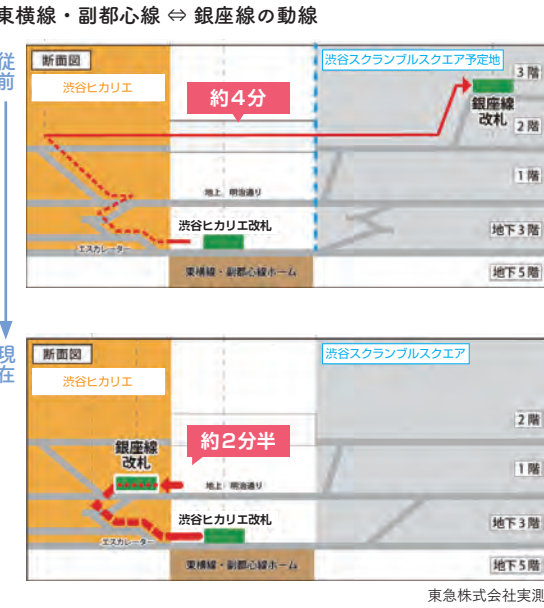
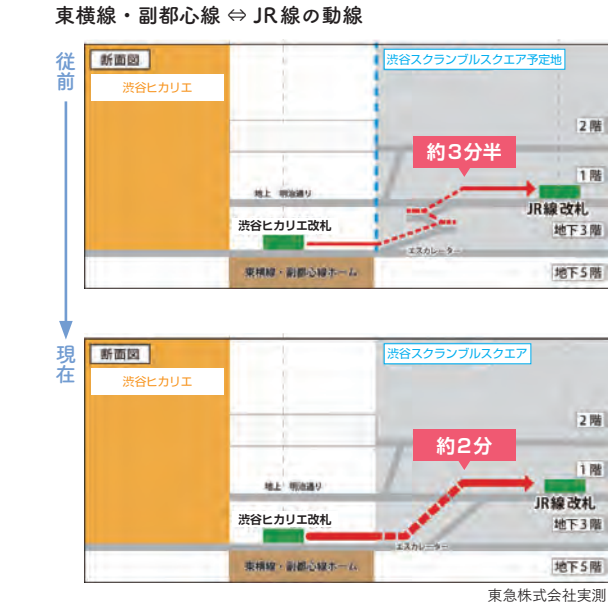
2013年、東横線は東京メトロ副都心線との相互直通運転開始により、みなとみらい線に加え、副都心線と直通していた西武池袋線・東武東上線と接続され、埼玉・東京・神奈川の1都2県にまたがる新たな鉄道ルートが開通。その準備にあたって、これまで地上にあった東横線の渋谷駅ホームと渋谷～代官山間の線路が廃止に。線路は代官山駅から、すでに渋谷駅の地下5階で供用されていた副都心線のホームに地下トンネルを経由して接続されました。



3. 乗り換え動線の改良

2019年1月、東横線・副都心線の渋谷ヒカリエ改札からJR線改札に向かうルートが、エスカレーター1本で接続し、乗り換えが短縮化。さらに2020年1

月の銀座線移設に伴う新改札の設置により、東横線・副都心線の渋谷ヒカリエ改札から銀座線への乗り換え動線が改良されました。



2. 銀座線と埼京線のホーム移設

東京メトロ銀座線渋谷駅は、1938年の開業以来、初の大規模改修を実施。東急百貨店東横店の3階にあった駅を表参道駅方向へ約130メートル移設し、ホーム形式を相対式から島式に変更。混雑緩和、安全性・サービスの向上を目的に従来の約2倍に拡大し、ホームドアやトイレを整備しました。またJR埼京線においても、駅南側にあり、他の路線と離れていたホームを北側へ約350メートル移設。JR山手線と並列の位置となり各路線への乗り換えが便利になりました。



東京メトロ銀座線ホーム
(2020年1月供用開始)

JR 埼京線ホーム
(2020年6月供用開始)

駅周辺の基盤整備

鉄道施設や幹線道路などにより東西南北に分断され、また谷地形によって回遊しづかった街を、すべての利用者にとって安全・安心かつ快適な街にするため、駅周辺の動線や滞留空間を整備しています。

1. アーバン・コアと歩行者デッキの整備

スリパチ状の地形である渋谷の縦移動を便利にするため、エレベーターやエスカレーターにより多層な都市基盤を上下に結ぶ縦軸の移動空間「アーバン・コア」と、分断された街をつなぐ「歩行者デッキ」を整備し、回遊性の向上を図っています。

2020年9月には、渋谷駅と渋谷フクラス、渋谷マクシティを地上2階レベルで接続する歩行者デッキ（「しゅにしデッキ」と「渋谷フクラスへ接続する歩行者デッキ」）の供用を開始し、工事期間中も回遊性の高い歩行者動線を確保しています。



渋谷ヒカリエの
アーバン・コア



渋谷スクランブルスクエア
第1期（東棟）の
アーバン・コア

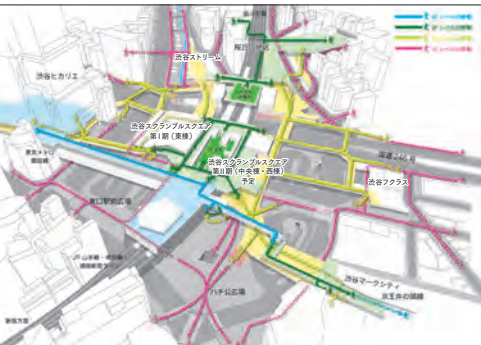


渋谷フクラスの
アーバン・コア



渋谷ストリームの
アーバン・コア

歩行者デッキ整備イメージ



渋谷フクラスへ接続する
歩行者デッキ



しゅにしデッキ

2. 渋谷駅東口地下広場を開設

安全で快適な空間を提供するとともに、交通結節機能としての強化を図るため、高い階層にある駅（JR線や銀座線）と地下にある駅（副都心線・東横線・半蔵門線・田園都市線）を結ぶ場所に渋谷駅東口地下広場を整備。2019年11月に供用を開始しました。

広場の地下2階部分には情報発信や観光案内機能を持つカフェ、地下1階には都営バス定期券発売所兼案内所、パウダールーム、多機能トイレを備えた渋谷区立渋谷駅東口公衆便所、コインロッカーを設け、にぎわいの創出や街への回遊を促します。



渋谷駅東口地下広場動線



観光案内機能を持つカフェ

3. 渋谷川再生・移設工事

歩行者の滞留空間が不足しているという課題に対して、東横線線路跡地を遊歩道として整備するとともに、渋谷川上空に2つの広場を設置。あわせて、隣接する渋谷川の水の流れを官民連携のもと、清流復活水を活用した「壁泉（水景施設）」により再生し、快適な水辺空間をつくりました。

さらに渋谷駅東口地下広場の整備のため、2015年8月には渋谷駅東口の下を通る渋谷川を東側に移設するとともに、下水道施設に変更。この地下広場の頭上には、渋谷川の躯体を見ることができます。



街の拠点づくり

新しいビジネスや文化を世界に発信し続ける「エンタテインメントシティ SHIBUYA」の実現と、都市機能の課題解決を目指し、9つの開発プロジェクトを進めています。

渋谷ヒカリエ

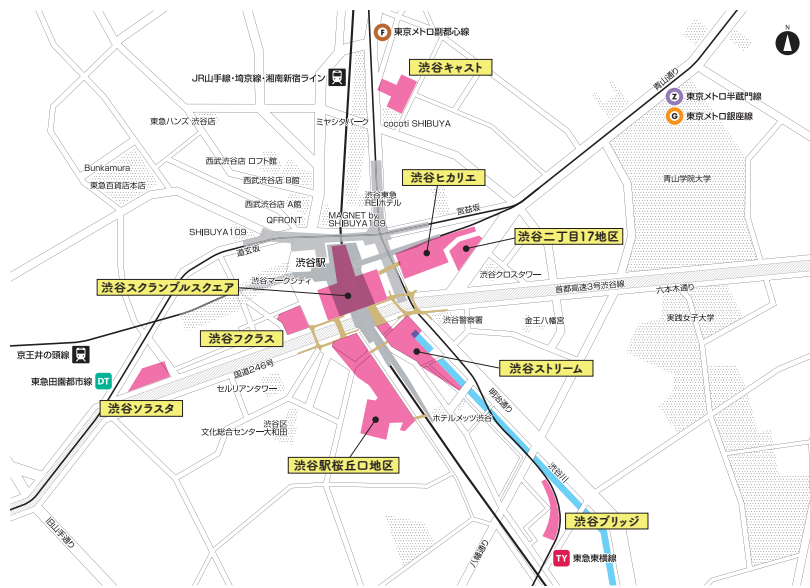
2012.4.26開業

Shibuya Hikarie

渋谷駅周辺開発の先陣を切って開業した、地上34階、地下4階の高層複合施設。かつて同じ場所にあった、時代を先取りするライフスタイルを提案し続けた東急文化会館のDNAを受け継ぎ施設として、8フロアにわたって展開されるショッピングエリア「ShinQs（シンクス）」やオフィス、ミュージカル劇場「東急シアターオーブ」をはじめとする文化施設などを配した渋谷の情報発信拠点です。



渋谷駅周辺開発全体図



渋谷スクランブルスクエア

第1期（東棟）

2019.11.1開業



屋上展望空間と渋谷スクランブル交差点

日本を代表するターミナル駅の直上に、地上47階、高さ約230メートルの新たなランドマークが誕生。渋谷の中心からムーブメントを発信し、新たな文化を生み出す拠点となるべく、最上部には日本最大級の屋上展望空間を有する展望施設「SHIBUYA SKY」、高層部にはアジアのヘッドクォーター機能を担うにふさわしいハイグレードオフィス、中層部には会員制の共創施設「SHIBUYA QWS（渋谷キューズ）」を備え、中低層部の大規模商業施設と合わせて、世界から人と注目を集めるための中心的役割を担っています。

第II期（中央棟・西棟）

2027年度開業予定



渋谷駅周辺のさらなるにぎわいの創出を求めて、中央棟と西棟からなる第II期の整備を進めています。現在のJR渋谷駅の直上に建設される中央棟は、地上10階、地下2階、高さ約61メートルの建物を計画。一方の西棟は、現在の東急百貨店東横店を解体し、その跡地周辺に地上13階、地下5階、高さ約76メートルの建物を計画しています。第II期が完成すると、渋谷スクランブルスクエア全体での店舗面積は約7万㎡になり、広大な商業エリアが生まれる予定です。



渋谷キャスト

2017.4.28開業



渋谷・原宿・青山・表参道の文化とトレンドが集積する結節点に誕生した、クリエイティブ活動の拠点です。広場、多目的スペース、カフェなど、行き交う人がさまざまな文化や価値観に触れ、刺激を受けられる共用空間を多数設置。また、シェアオフィスや賃貸住宅を設け、多様な価値観を持った人たちの交流を促します。



渋谷ストリーム

2018.9.13開業



地下化した東横線渋谷駅のホームと線路の跡地周辺に誕生した大規模複合施設。クリエイティブワークスを魅了する施設を目指し、オフィス、ホテル、商業ゾーンに加えて、インキュベーションオフィスやサイクリストをサポートする施設、気軽に運動できるコートなど、仕事と遊びの境界がない環境を創出しました。



渋谷ブリッジ

2018.9.13開業



渋谷川に沿って続く遊歩道の先に、高感度で多様な人々を集める施設を整備。駅前とは異なる魅力を持つ店舗やオフィスに加えて、こども園やドミトリタイプの部屋を併設したホテルを設置。渋谷と代官山の「橋渡し」をしながら、新たなにぎわいを生み出します。



渋谷ソラスタ

2019.3.29竣工



「爽やかな空の下で働く場所」を体現するオフィスビル。最上階にはスカイテラスとラウンジ、オフィスフロアにはグリーンテラスを設け、ワーカーのストレス軽減と感性の刺激を図ります。また、IoTを活用したテクノロジーの提供を通じて、ワーカーの多様な働き方をサポートしています。



渋谷フクラス

2019.11開業



渋谷駅西口の新たな玄関口として道玄坂一丁目に複合施設を整備。高層部にはオフィスと会員制シェアオフィス「ビジネスエアポート」、中低層部には新生「東急プラザ渋谷」、1階には空港リムジンバスも乗り入れるバスターミナルと、観光支援施設「shibuya-san」が設置された、都市型観光の拠点が誕生しました。



渋谷駅桜丘口地区

2023年度竣工予定

渋谷駅南西部に広がる約2.6ヘクタールの敷地を一体的に整備することで、駅周辺の都市基盤整備を完成させる重要なプロジェクトです。商業施設やオフィス、住宅に加えて、外国人のニーズに対応した国際医療施設や、サービスアパートメント、子育て支援施設の導入を予定。また、渋谷発のベンチャーを育成する起業支援施設も整備します。



渋谷二丁目17地区

2024年度開業予定

渋谷駅東口エリアにおいて、新たなにぎわい拠点の開発事業が本格化。高規格なオフィスや店舗に加えて、多層かつ回遊性の高い歩行者ネットワークや、駅周辺に不足している広場空間を整備し、にぎわいと交流を促します。また、建物の地下には、周辺施設に向かう配送業者が利用可能な地域荷捌き所を設置。路上での荷捌きを減らし、来街者の安全と快適性の向上を図ります。



安全・安心の取り組み

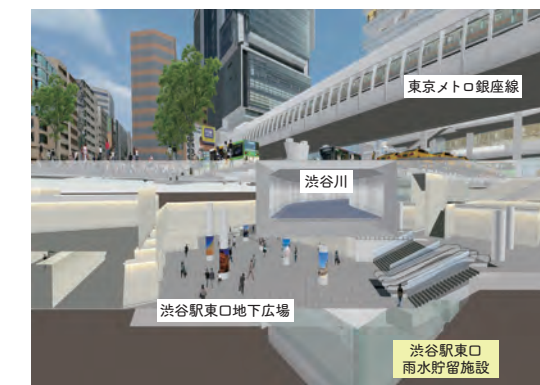
渋谷を安全で安心できる街にしていくために、さまざまな大規模災害対策や、街の環境整備に取り組んでいます。

1. 渋谷駅東口雨水貯留施設を設置

スリパチ状の最も低い位置にある渋谷駅において、近年増加している集中豪雨への浸水対策として、渋谷駅東口広場の地下約25メートルの深さに、約4,000トンの雨水（25メートル×6コースのプール13個分相当）を一時的に貯水できる渋谷

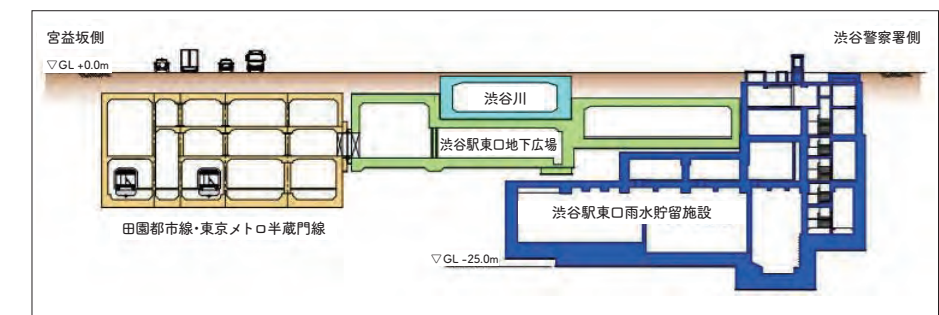
駅東口雨水貯留施設を整備。2020年8月末より供用が開始されました。

1時間あたり50ミリ～75ミリの強さの雨が降った際、雨水貯留施設に雨水を溜めることができ、天候の回復後に古川幹線下水へポンプアップにより排水されます。



渋谷駅東口雨水貯留施設

渋谷駅東口側 地下工事 断面図



2. 渋谷駅周辺の帰宅困難者対策

渋谷駅周辺で大規模地震などの災害が発生して交通機能が停止した場合、職場や学校などに留まる約3万6,000人に加え、屋外で約3万人が行き場なく滞留し、大きな混乱が生じると推測されます。

この帰宅困難者の対策として、東急グループでは各施設合計で2万㎡を超える受け入れ面積を確保。さらに行政や渋谷駅周辺の事業所・学校と連携して、渋谷の街を訪れている人が混乱しないよう、各種検討や訓練を重ねています。

各施設の受け入れ面積

渋谷ヒカリエ	約5,500㎡	渋谷スクランブルスクエア（東棟・中央棟・西棟合計）	最大約4,700㎡
渋谷キャスト	約295㎡	渋谷駅桜丘口地区	最大約3,200㎡
渋谷ストリーム	約3,157㎡	渋谷二丁目17地区	最大約450㎡
渋谷ソラスタ	約772㎡	渋谷エクセルホテル東急	約467㎡
渋谷フクラス	約1,000㎡	セルリアンタワー東急ホテル	約1,089㎡

3. 歩行者に配慮した荷捌き場を整備

2020年1月、渋谷フクラスの西側に位置する渋谷中央街では、歩きやすい街の実現を目指して、新しい荷捌きルールが策定されました。

もともとこのエリアは人通りの多さと道幅の狭さから、配送車両の駐車による混雑が課題でした。



プラザ通り
貨物用パーキングメーター



渋谷フクラス地下2階
地域荷捌き駐車場 地上出入口



総合訓練：大型ビジョンでの情報発信



総合訓練：受け入れ施設への入所

運営体制の整備

大規模開発はもちろん、歩きやすいまちづくりや防災対策、情報発信などを進めていくうえで、行政・民間・地域の連携は欠かせません。今後も都市経営の視点を持ちながら、持続可能な運営体制を整備していきます。

1. エリアマネジメント

渋谷を「世界に開かれた生活文化の発信拠点」とするため、官民でまちづくりに関するルールをつくる「渋谷駅前エリアマネジメント協議会」およびまちづくり活動の実行部隊である「一般社団法人渋谷駅前エリアマネジメント」を組成。策定したまちづくりのルールを基準に、さまざまな活動の実行・運用を通して街ににぎわいを創出し、さらに広告掲出などで得た収入をまちづくりに再投資するサイクルを構築しました。

具体的には、「渋谷が世界一だと思える人を増やす」というビジョンのもと、右のような取り組みをまちづくりの工事期間中から官民連携で実施しています。



③ 駐車場運用

駅中心部への車両流入を抑制し、歩行者にとって歩きやすい空間にするために入庫ルートを整備。各施設での買い上げ金額を合算し、その金額に応じた駐車場サービスを利用可能にしました。



① 屋外広告物地域ルール

エリアで屋外広告物ルールを策定し、今までは難しかった広場・道路や解体する東急百貨店東横店での広告掲出、高層ビル壁面へのサイネージ設置を実現。駅前の景観づくりに取り組んでいます。



② デザイン・基盤調整

駅とその周辺にある案内サインの設置位置、掲載内容、デザインを渋谷区とともに統一し、将来の開発も見据えて地下出入口番号を振り直しました。第54回日本サインデザイン賞経済産業大臣賞受賞。



④ 情報発信

工事中の渋谷を親しみやすい場所に変えていくために、開発の様子をレゴ®ブロックで子どもたちと表現したり、工事の仮囲いを美大生らと装飾したりするなど、遊び心あふれる取り組みを進めています。

2. 街のイベントへの協力

渋谷エリアでは、開発によって街が変化していく節目に新たな渋谷を発信する「まちびらきプロモーション」や、冬のシンボルとなった「SHIBUYA WINTER ILLUMINATION」など、地元や行政が中心となったイベントが年間を通して数多く実施されています。

イベントは「渋谷盆踊り大会」「年末カウントダウン」といった国内外問わず発信されるものや、「渋谷音楽祭」「渋谷ファッションウィーク」など音楽・アート・ファッションをテーマにしたものまで幅広く、東急グループも渋谷を盛り上げるため、さまざまな形で参加しています。



まちびらきプロモーション



SHIBUYA WINTER ILLUMINATION



年末カウントダウン

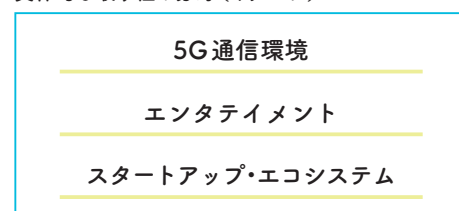


渋谷ファッションウィーク

3. 渋谷区と包括連携協定を締結

2020年8月に渋谷区と東急は、渋谷区が提唱する「渋谷区産業・観光ビジョン」と東急が提唱する「エンタテインメントシティ SHIBUYA」の実現に向けて、包括連携協定を締結。相互の知見や人的交流を活用することで「人財育成」や「産業育成」といったソフト面のまちづくりを促進するとともに、街の国際競争力強化を通じて世界を代表するグローバル拠点都市の形成を目指します。

具体的な取り組み分野（イメージ）



渋谷区長の長谷部健氏（左）と
東急・取締役社長の高橋和夫（右）

エリアブランディング

渋谷を日本一訪れたい街にするために、国内外からの観光客をサポートする環境の整備や、渋谷らしさを体現する企業への支援など、エリアの価値を高めるさまざまな取り組みを実施しています。

1. 来街者をおもてなしする取り組み

4社9路線が乗り入れ、1日に約330万人、年間で約12億人*が利用する渋谷駅。通勤・通学に加えて、スクランブル交差点・ハチ公といった観光スポットや、最新のエンタテインメントやテクノロジーなどのコンテンツを

目的に、国内外から多くの観光客が集まっています。

その渋谷において、来街者の利便性を向上するべく、広範囲にわたったフリーWi-Fiの整備や観光支援施設の設置を進めています。

※2019年度乗降客数より算出

SHIBUYA Wi-Wi-Fi

一般社団法人渋谷駅前エリアマネジメントと連携し、渋谷駅前の広場や周辺の商業施設などで利用できるフリーWi-Fiサービス「SHIBUYA Wi-Wi-Fi」を提供しています。

一度利用登録をすれば提供エリア内は一定

期間再登録せずに利用可能なほか、大規模災害時には登録不要で利用でき、渋谷区の防災ポータルサイトとも連携するサービスです。



提供エリア

- 渋谷駅(東横線、副都心線、田園都市線、半蔵門線)
- 渋谷駅東口地下広場
- しぶちかショッピングロード
- ハチ公広場 ●モヤイ像周辺
- SHIBU HACHI BOX
- 渋谷スクランブルスクエア
- 渋谷マークシティ ●渋谷フクラス
- 渋谷ストリーム ●渋谷ヒカリエ
- 渋谷キャスト ●QFRONT
- 東急百貨店 渋谷・本店
- セルリアンタワー東急ホテル
- 北谷公園

観光支援施設

駅構内や駅周辺には国内外の来街者をサポートする観光支援施設を整備。各施設でターゲットやコンセプトは異なり、一般的な鉄道の乗換案内や観光案内などに加えて、ツーリストと地元の人々の交流を促す取り組みや、旅行ニーズを端末上でヒアリングしてその場でオーダーメイドの旅を提案するサービスなどを施設によって実施しています。



shibuya-san(シブヤサン)



東急東京メトロ渋谷駅観光案内所



SHIBU HACHI BOX(シブハチボックス)



WANDER COMPASS

2. クリエイティブ・コンテンツ企業などの支援

もともと渋谷区はクリエイティブ・コンテンツ産業が多く、全産業の事業所数の約2割が該当。また開業率も全国1位で、新しいビジネスが生まれる拠点となっています。

東急グループでは渋谷の長年の課題だったオフィス不足への解決策として、オフィスを

含む複合施設の開業に加えて、シェアオフィスや共創スペースを開設。また、スタートアップ企業を支援するさまざまな取り組みも推進しており、クリエイティブ・コンテンツ企業やスタートアップ企業のさらなる渋谷への集積が期待されます。

企業を支援する施策

東急アクセラレートプログラム

スタートアップ企業との事業共創を図る取り組み。2015年度から毎年対象事業領域を拡大させ、これまでに6件の資本業務提携を締結。2018年度からは通年応募制に移行し、随時事業共創の検討が可能に。



SHIBUYAスタートアップ100

さまざまなスタートアップに対し、2017年にスタートした「100のサポート・ビジネスの創出」を行うプロジェクトです。2021年に一つの区切りである100のサポートを達成しました。



認定地域別協議会への参画

起業家、大手企業、投資家、研究機関などのプレイヤーが集積・連携した、東京都のイノベーション・エコシステム形成促進支援事業に参画。2020年度は支援対象に2つの共同プロジェクトが選定され、渋谷を舞台に実証実験を行いました。



共創スペース

SHIBUYA QWS(渋谷キューズ)

多様な人材が交差・交流し、社会価値につながる未来の種を生み出す会員制共創施設



SOIL: Shibuya Open Innovation Lab

先端サービス・プロダクトの社会実装にフォーカスしたオープンイノベーション施設



Plug and Play Shibuya powered by 東急不動産

著名アクセラレーターであるPlug and Play Japanと連携した、企業のイノベーション創出拠点



GUILD

パートナーを中心としたスタートアップコミュニティのためのワークスペース



2nd Stage

深まるシブヤの魅力。Greater SHIBUYAは新たな時代へ

東急グループの
まちづくり戦略

Greater SHIBUYA 2.0 2021-



渋谷の現在地とこれから

渋谷スクランブルスクエア第1期（東棟）や渋谷フクラスなどが開業し、渋谷における再開発の第1フェーズが概ね完了。
これまでの取り組みの成果や現在の社会動向を踏まえて、今後のまちづくりの方向性について検討をはじめました。

渋谷の現在地

渋谷の街の発展に伴い 多くの観光客・ワーカーが集う

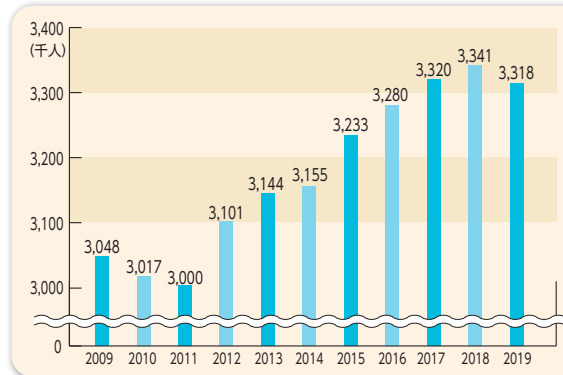
東急グループでは、加速する社会の変化に柔軟に対応していくために産学官連携のもと、街の拠点づくりをはじめとするハード面の開発や、エリアブランディング・エリアマネジメントなどソフト面の取り組みを進めてきました。これらの取り組みは地域の皆さまや行政機関、他の民間企業などの活動と相まって、渋谷の魅力向上に寄与していると考えられ、さまざまなデータからも読み取ることができます。例えば、渋谷ヒカリエが開業した2012年以前と比較して、渋谷駅の1日あたりの平均乗降者数は約10%増加。また、各施設の開業に伴い、歩行者の回遊性も向上しました。

この結果からも、街の拠点開発やオフィスの拡充、街の動線改良による利便性の向上などが、多くの人々が渋谷を訪れるきっかけとなっています。

今後さらに広域渋谷圏における利便性や回遊性を高めていきます。

乗降者数の増加

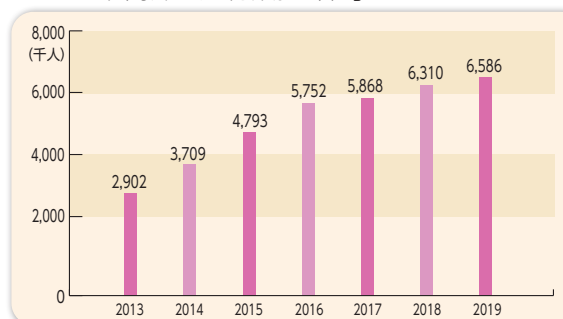
渋谷駅1日あたりの平均乗降者数の推移



(出典) 各鉄道会社公表データより作成

訪日外国人の増加

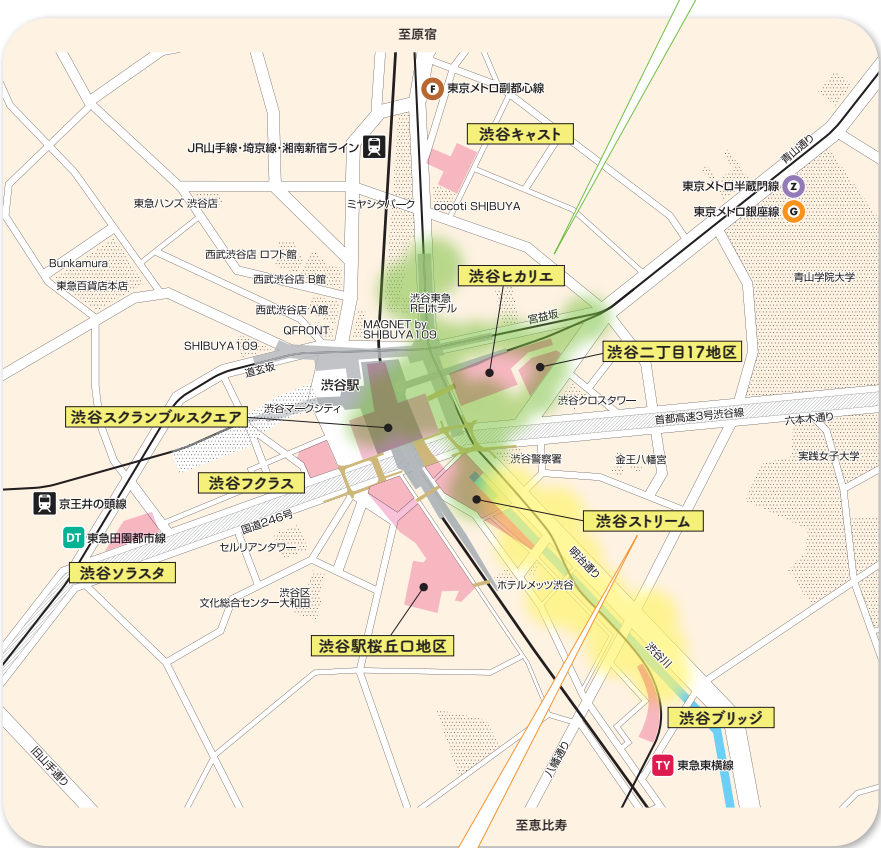
渋谷の「訪問外国人総数推計値」



(出典) 東京都「訪都旅行者数等の実態調査結果」「訪都外国人旅行者の行動特性」をもとに作成

人の流れの増加

街の拠点開業前後の通行者数推移



オフィス床の拡大

東急グループ関連物件にて供給するオフィス総賃貸面積 (2012年以降、予定も含む)

約34.7万平方メートル＝東京ドーム 約7.4個分
(約10.5万坪)

世の中の変化

加速する社会変化に対して 迅速な適応が求められる

人口動態の変化やテクノロジーの深化に伴い、人々の消費行動や移動手段が変わりつつあります。また、グローバルの視点では国際都市間の競争が激化。自然災害や資源・エネルギーの逼迫、感染症など、環境問題への関心が高まっています。

移動や消費行動の変化

- 働き方の多様化
- ECの隆盛
- ライフスタイルの変化

環境問題の逼迫

- 気候変動による影響の拡大
- 世界的な資源・エネルギーの逼迫
- 自然災害やテロ、感染症の脅威拡大

グローバルレベルでの競争激化

- アジア市場の急成長
- 国際都市間競争の激化

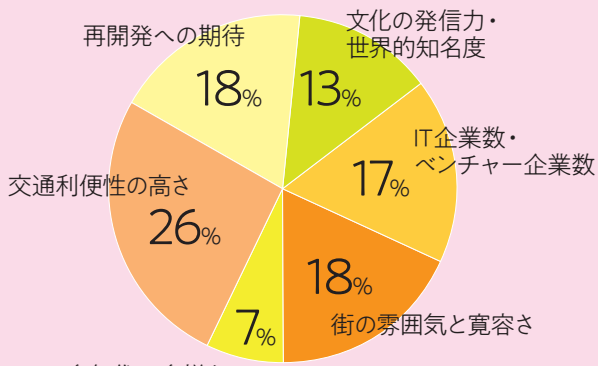
今後のまちづくりの方向性

東急グループならではの社会価値提供による“世界が憧れるまちづくり”

渋谷の現在地と世の中の変化を踏まえ、東急グループはまちづくりを通じて社会課題を克服するとともに、多様な働き方・暮らし方に応じたサービスなどを提供し、新しい価値を創造していきます。渋谷で活動する企業へのアンケート結果においても、渋谷の持つ「文化の発信力」や「IT・ベンチャー企業数の多さ」「街の雰囲気と寛容さ」に対してポジティブな声が多く寄せられました。

今後もまちづくりを通じてこれらの魅力を高め、人が主役でにぎわいと回遊性があり、災害に強く、環境と共生する持続可能な都市の実現を目指します。

再開発やこれからの渋谷への期待



多年代、多様な価値観が集まる環境

渋谷で活動する企業に対するアンケート結果より抜粋
(2020年12月～2021年2月、東急株式会社 / 東急不動産株式会社共同実施)

東急グループの事業機会

- 新たなオフィス形態や生活サービスの需要拡大
- モビリティネットワーク整備による新たな移動需要の創出
- AI・IoTを活用した都市インフラやサービスへの需要拡大
- 新しいライフスタイルに適応したサービス・商品の需要拡大
- 消費スタイルの変化による体験型サービスの需要拡大
- 低炭素・循環型の都市インフラ・生活サービスへの需要拡大

リスクに対応し、機会を捉えながら「働く」「遊ぶ」「暮らす」が融合した、持続性のある街を目指す新しいまちづくり戦略「Greater SHIBUYA 2.0」を策定

渋谷のまちづくりは次のフェーズへ

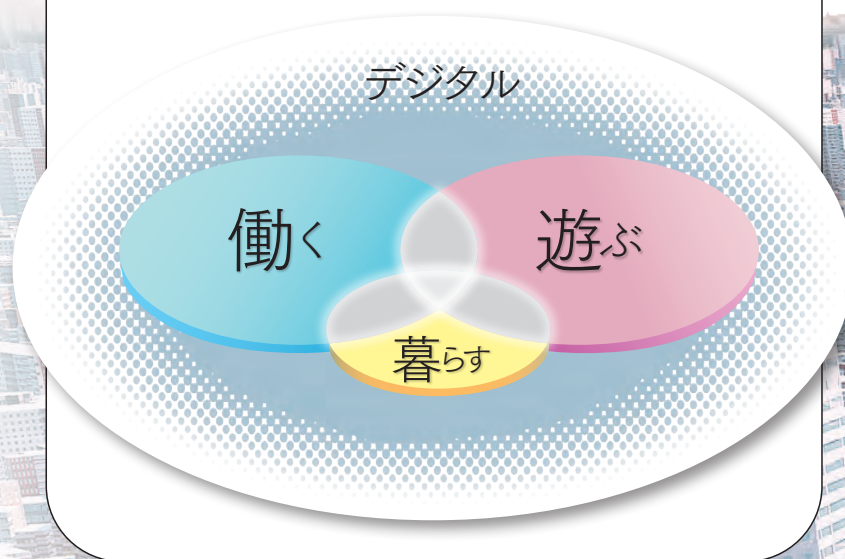
新しい社会のニーズに適応したまちづくりを機動的に進めるため、これまでの「Greater SHIBUYA 1.0」を継続しつつ、さらに進化・深化させた新戦略「Greater SHIBUYA 2.0」を策定しました。

Greater SHIBUYA 1.0

日々新しいビジネスが生まれ、さまざまなエンタテインメントの集積を目指す「エンタテインメントシティ SHIBUYA」と、魅力ある周辺エリアを生かして持続的に成長する都市圏をつくる「広域渋谷圏 (Greater SHIBUYA) 構想」というビジョンのもと、観光客やワーカーをターゲットとしたまちづくりを推進。

エンタテインメントシティ
SHIBUYA

広域渋谷圏
(Greater SHIBUYA) 構想



東急グループのまちづくり戦略

4つの基本方針

Greater SHIBUYA 1.0の2つのビジョンを強化した、4つの基本方針を策定。渋谷ならではの魅力を生かした都市ライフを提案すべく、「働く」「遊ぶ」「暮らす」「デジタル」 「サステナブル」の取り組みを推進します。

1

渋谷集中戦略の継続による
「Greater SHIBUYA」での
面的魅力向上

- 渋谷に隣接する街を面的に捉え、渋谷エリア全体でまちづくりを推進
- 「働く」「遊ぶ」「暮らす」の3要素を融合し、シームレスにすべてをつなぐ
- 災害に強く環境に配慮した持続的に成長する国際都市を目指す

Greater SHIBUYA 2.0

2

グローバル視点で
圧倒的なプレゼンスを誇る
世界のSHIBUYAへ

- ITやエンタテインメント関連のビジネスのさらなる集積を目指す
- 教育・文化施設が多く存在する恵まれた環境に加えて、住環境の整備やサービスの提供も推進
- あらゆるニーズに応える環境整備を進めることで国際的に魅力のあるハイレベルな街の実現を図る

3

インフラの整備・増強や
緑豊かな空間の整備
による街の進化

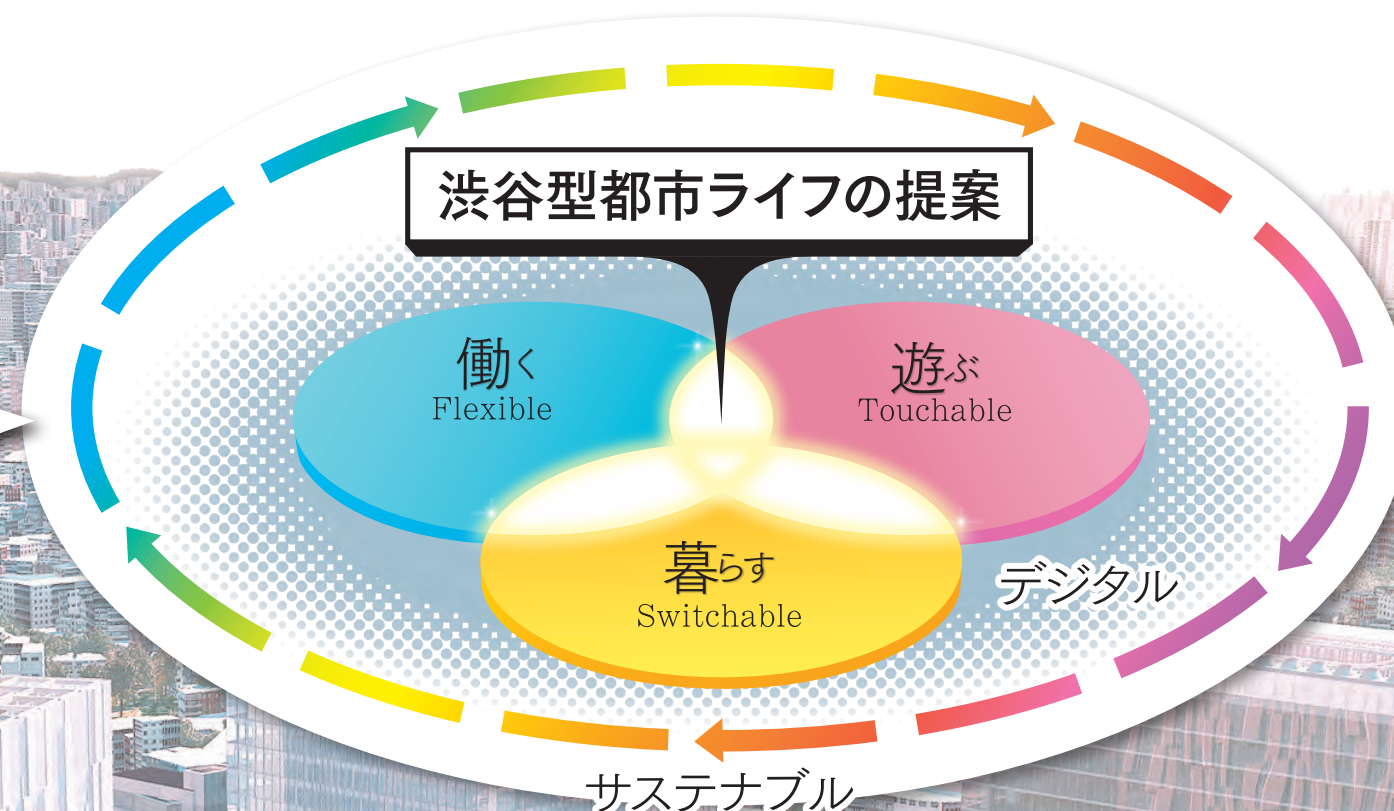
- 開発と交通を組み合わせた、官民が連携したインフラ整備を実施
- エリアマネジメントの仕組みを活用した公共空間の利活用を推進
- 緑豊かな空間整備や歩行者ネットワークのさらなる拡充によって、誰もがめぐり歩いて楽しめる街を目指す

4

エンタテインメントシティ
SHIBUYA
のさらなる進化・深化

- 「リアル」と「オンライン」の両方の視点から、ライブで得られる感動を追求
- 新しいビジネスやカルチャーを世界に発信し続けることで、渋谷発・渋谷初のエンタテインメントを創出
- 24時間世界から注目される“創造文化都市”を目指す

渋谷型都市ライフの提案



渋谷型都市ライフの提案

「働く」「遊ぶ」「暮らす」の3要素の融合と、その基盤となる「デジタル」「サステナブル」に取り組むことで相乗効果を創出。それぞれに有機的なつながりを持たせ、渋谷で楽しく快適に過ごす「渋谷型都市ライフ」の実現を目指します。

とりわけ「働く」「遊ぶ」「暮らす」の3要素については、時間、場所を選ばない生活ができる時代だからこそ、渋谷ならではの自分らしい選択ができるよう、「働く=Flexible」「遊ぶ=Touchable」「暮らす=Switchable」というキーワードを設定し、さまざまな取り組みを推進していきます。

渋谷型都市ライフを実現する5つの取り組み

働く Flexible

POINT

「働き方の新提案」

多様な働き方に応じたバリエーション豊かな
オフィス・サービスを提供

「スタートアップ支援」

渋谷区と連携し*、区内を拠点に活動する
スタートアップに対する支援をさらに強化
*渋谷区と包括連携協定を締結

「交流・共創の促進」

「働く」「遊ぶ」「暮らす」をつなぎ、
新たな出会いやアイデアを生み出すサービスを提供

場所を選ばない働き方が可能な時代だからこそ、
多様性と刺激あふれる街「渋谷」で、
自分らしく働けるワークスペースや、
価値創造や共創が生まれる環境を提供していきます。

取り組み事例

SHIBUYA QWS

年齢や専門領域を問わず、渋谷に集い活
動するグループのための拠点。新たな価値
の創造や共創するコミュニティ「Scramble
Society」の形成を目指しています。



未来シェアリング

渋谷エリアにおける起業・アイデア創発・コミュ
ニティ形成などをサポートし、すべての人と
未来を共有する「未来シェアリング」の考え
方のもと、渋谷のまちづくりを推進します。

未来シェアリング Future Sharing

デジタル Digital

POINT

「通信基盤の整備」

大容量通信インフラ整備や都市のデータ化（デジタルツイン）を推進

「エンタメとデジタルの融合」

- リアルとオンラインを融合させたライブイベントを提供
- 都市景観の一部となるデジタルサイネージと効果的に連携

「タウンセキュリティの実現」

シームレスなタウンセキュリティの実現により安全・安心な街を目指す

便利で安心な「渋谷型都市ライフ」を
スマートに支える仕組みづくりに
取り組みます。

取り組み事例

シェアリングデザイン

東急と住友商事（株）は、5G を
中心とした基地局シェアリングサー
ビスを提供する Sharing Design
（株）を設立。早期に渋谷駅周辺
の 5G 環境を整え、新たな取り組
みが生み出される街の実現を目指
します。



暮らす Swit

POINT

「生活環境の整備」

商業施設、文化施設の再整備、
暮らしに必要なサービスや
医療などの拡充

「次世代教育支援」

渋谷で活躍する未来の
担い手のための教育を支援

「モビリティ拡充」

職住遊をシームレスにつなぐ
モビリティサービスなどを提供

安心が求められる時代だからこそ、
街とシームレスにつながり、
刺激も憩いもある街「渋谷」で、仕事に遊び、住まい、
そして充実したお買い物体験ができる
楽しい街を目指します。

取り組み事例

渋谷駅桜丘口地区の開発

グローバル対応の生活支援施設やベンチャー
育成を図る起業支援施設など、住・働・遊を
兼ね備えた大型再開発事業を推進しています。



Kids VALLEY

東急、（株）サイバーエージェント、（株）ディー・
エヌ・エー、GMO インターネット（株）、（株）
ミクシィ、渋谷区教育委員会の6者は、「プログ
ラミング教育事業に関する協定」を締結。次
世代に必要な資質・能力を持った人材を渋谷
から輩出する土台づくりを推進しています。



サステナブル Sustainable

POINT

「脱炭素の推進」

2030年時点でCO₂排出総量30%以上を削減（2015年比）*
*渋谷エリアの東急グループ施設に限る

「レジリエンス強化」

災害時におけるエネルギー自立性確保のための
面的エネルギー活用などを推進

「ウォークアブルな環境整備」

誰もが気持ちよくめぐり歩けるストリート空間や広場空間を創出・運営

安全・安心で快適に過ごすことができ、
最先端の環境対策が施されている
持続的に成長するまちづくりを目指します。

取り組み事例

自社発電の活用

東急不動産は再生可能エネル
ギー事業を推進しており、2021
年4月に本社事業所および広域
渋谷圏のオフィスビル・商業施
設の計17施設で使用する電力を
再生可能エネルギー利用に切り
替えました。

北谷公園

渋谷区初のPark-PFI公園として、
東急を代表企業とする「しぶきた
パートナーズ」が維持管理に加え、
公共空間運営も含めたトータルマ
ネジメントを実施。新しい文化が
生まれるような時代を先駆ける公
園を目指します。



遊ぶ Touchable

時間・場所を選ばない遊び方が可能な時代だからこそ、
刺激あふれる街「渋谷」で、
五感から得られるリアルな体験ができる
エンタテインメントを追求していきます。

取り組み事例

街のイベントへの参加

今後も地元や行政とともに渋谷を盛り上げてい
くため、渋谷エリアで開催されるさまざまなイベ
ントに東急グループとして協力していきます。



年末カウントダウン



渋谷ファッションウィーク

POINT

「宿泊施設の整備」

都市観光拠点としての宿泊施設を整備

「渋谷カルチャーの発信」

ホール整備など発信の場づくりや、
五感で得られる感動を追求したコンテンツを提供

「クリエイター支援」

次世代エンタテインメントの担い手の育成を支援

2019年に渋谷スクランブルスクエアや渋谷フクラスが開業。
ここまでを振り返って心境は？

高橋: いやあ、立派な建物ができたなと（笑）……なんて冗談はさておき、これだけの鉄道路線の上に、ここまで大規模な開発を遂行した都市は、世界を見渡してもおそらくないと思います。多くの関係者と協議や連携を重ねて進めた、駅周辺だけに留まらない広範囲でのまちづくりですから決して一朝一夕でできるものではありません。ひと目で分かる大規模ビルの開発だけでなく、アーバン・コアや歩行者デッキ、駅の地下に設置した巨大な雨水貯留施設など、移動の不便さや安全面における課題を克服するための都市基盤も整備している。この規模のまちづくりをここまで進めることができ、まずはひと安心という感じです。

西川: 今だからこそ言えますが、計画を最初に聞いたときは想定よりも時間がかかる長期的な開発計画になるのではと覚悟もしていたんですよ。それでもここまで順調に進んだのは、渋谷周辺の開発機運が高まったからにほかなりません。手前味噌にはなりますが、駅周辺の開発に長け、電車を止めずに工事を進められる東急と、街の拠点づくりを得意とする東急不動産の2社が、互いの強みが最も生きる形で役割分担しながら開発に取り組めたことは、この規模のプロジェクトを進める上で効果的に働いたと思います。しかしそれだけではここまでスムーズにいかなかった。大きな街の拠点が次々と形になるにつれて、地域の皆さんも「この流れに乗り遅れまい」と前向きに捉えていただいたことが後押しとなりました。

Profile

1957年、新潟県生まれ。80年、一橋大学卒業後、東京急行電鉄（現・東急）に入社。交通事業の経験が豊富で、出向した東急バスには約19年間勤務。復職後は、主に経営企画部門を担当し、仙台空港の運営権獲得を指揮した。常務、専務を経て2018年4月より現職。



東急株式会社 代表取締役社長

高橋和夫

高橋: 当初から行政（渋谷区）と密な連携を取っていたのが大きかったと思います。立場は違うけれども、渋谷を良くしたいという想いと、目指している方向が同じだったので、都市基盤の整備を最優先に、渋谷区や他の企業と一緒にまちづくりを進めてこられた。その結果が、地域の皆さんからのご理解につながったのだと思います。

これからも決して東急グループだけでまちづくりを完結させるつもりはなく、行政や地域の皆さんはもちろん、業界問わずさまざまな企業とアライアンスを結びながら、より良い渋谷をつくっていきたくと考えています。



東急×東急不動産ホールディングス

特別対談

東急株式会社と東急不動産ホールディングス株式会社の両代表は、これまでの再開発をいかに捉え、どのような青写真を描いているのか。渋谷のまちづくりについて、代表取締役社長の2人に聞きました。

“いつの時代も街を色づけるのはその街にきた人たち。「渋谷らしさ」が人それぞれ違うのも渋谷らしい”

持続可能な街を目指して。 東急グループ2社が描く “渋谷”の未来とは？

“広域な「エリア」に「時間」を掛け合わせて。多様な人々が24時間いつでも渋谷に来たくなるような仕掛けが大切”



まちづくりはこれから次のフェーズに進んでいく。
新戦略「Greater SHIBUYA 2.0」に込めた想いは？

西川: DXなどにより世の中の変化が加速する今日、いつまでも渋谷を“行く価値のある街”と思いつけてもらうためには、その変化にいかに対応していくかが重要になります。思うに、渋谷はいつの時代も変化に対応してきた街であり、常に多くの機能を備えた街でした。だからこそ私たちは、変わりゆく世の中で渋谷を訪れる人たちが自ら過ごし方を選ぶよう、街を訪れる主な目的である「働く」「遊ぶ」「暮らす」を融合させていく方針を打ち出しました。

高橋: 「自分らしい選択をしなごら」というのがキーワードで、この考え方をベースに提案していく渋谷の新しいライフスタイルが「渋谷型都市ライフ」です。そして、その実現に欠かせないのが「暮らす」の部分、つまりレジデンス機能の強化です。ご存知の通り、渋谷には「暮らす」というイメージがありません。しかし渋谷にオフィスを構えるIT企業などは渋谷駅から2駅以内といった条件付きで家賃補助制度を導入していたりとニーズはある。今後は住居を増や



東急不動産ホールディングス株式会社 代表取締役社長

西川弘典

Profile

1958年、北海道生まれ。82年に慶応義塾大学卒業後、東急不動産に入社。リゾート事業に長く携わり、04年にリゾート事業本部資産企画部統括部長に就任。その後、執行役員総務統括部統括部長を経て、17年に東急不動産ホールディングス取締役執行役員に。2020年4月より現職。



すとともに、生活にかかわる施設を整備することで「暮らす」の機能拡充を図ります。

西川: 渋谷で「働く」という点においては、多様化する働き方に応じて新しいオフィスのあり方を提案していきます。テレワークの加速により、一時は「オフィス不要論」も浮上しましたが、いち早くテレワークを推進した渋谷のIT企業などの間では“コミュニケーションの場”として、対面で話せるオフィスの重要性が再認識され始めています。今後は渋谷にヘッドクォーター的なオフィスを設けながら、例えば都心部から少し離れた場所にサテライト・オフィスを設置する企業なども増えるでしょう。

高橋: これまでの戦略を強化するという視点では、広域渋谷圏（Greater SHIBUYA）としてのさらなる連携も欠かせません。渋谷の周辺には個性豊かでポテンシャルのあるエリアが数多くあります。それらのエリアを面的に捉え、一つの“渋谷”として回遊を促すとともに互いの魅力を融合できるよう、エリアとエリアをつなぐ取り組みを加速していきます。

西川: また、「エリア」の概念に新しく付け加えたいのが「時間」の概念です。これまでのビジョンである「エンタテインメントシティ SHIBUYA」の解釈を広げ、渋谷という街を24時間エンタテインメントが楽しめる場所にしていきたいと考えています。そのためにはナイトタイムにおけるエンタテインメントの拡充が重要です。2019年に渋谷フクラスにオープンしたナイトスポット「CE LA VI Tokyo」はその代表的な取り組みで、今後の「夜のエンタテインメント」強化に一役買ってくれると期待しています。

発信力

「世界のSHIBUYA」を標榜する上で、エンタテインメントを中心に渋谷の魅力を積極的に発信することが重要。観光客にSNSなどで発信してもらえるよう、特別な体験が可能なエンタメ施設などの整備を進める。また、基盤整備に伴いスムーズになった街の移動手段なども積極的にアナウンスしていく。

（東急 高橋和夫）



今後のまちづくりで強調していきたい
渋谷ならではの魅力や、“渋谷らしさ”とは？

西川：まだ私が学生だった頃から渋谷には老若男女さまざまな方が集い、各々の楽しみ方をされていた。そしてまた私自身も、センター街の居酒屋でわいわい飲む日もあれば、路地を一つ入った先のジャズバーで格好ついたり、時には寂れかけたディスコに足を運んだり、と、猥雑な街で自分なりの“渋谷ライフ”を謳歌していました。この渋谷ならではの多様性と街の雑多な雰囲気は、今も引き継がれている気がします。この空気感は今後のまちづくりが進んでも失われないようにしたいです。

高橋：古い建物と新しい施設が溶け合う街の風景や、昭和の香りが残る横丁みたいなところもなくならないでほしい渋谷の魅力ですね。ただその一方で、私たち東急グループから“渋谷らしさってこうだね”と価値観を押し付けたくはないんですよ。なぜなら街というものは、そこに来た人たちが色づけるものだから。時代によって若い方たちや、海外から渋谷に来てくれた皆さん、最近はIT企業で働く方々が、その都度、渋谷の色になっている。

そしてまた、一人ひとりと思う“渋谷らしさ”というのも、同じである必要はないと思うんですね。だから皆さんには渋谷をいろいろと歩いてまわっていただきたい。中心部の完成された街並みも面白いけれども、一歩路地に入ったらまた違った景色が広がっている。例えば最近リニューアルオープンした北谷公園はこじんまりとしていて、都会とは思えないとても穏やかな空気が流れています。そういったささやかだけれども魅力的なものが、駅前の喧騒と混ざり合って渋谷という街を構成しているので、街歩きを通して新しい渋谷の表情や、皆さんが思う“渋谷らしさ”を見つけてもらえると嬉しいですよ。

西川：私も同じ想いです。私たちにできるのはあくまで渋谷というステージの提供と、多様な方が街に来たくなるような仕掛けづくりであって、これまでもこれからも渋谷をつくるのは街に来てくださる方々だと思います。

街歩きをされる際はぜひ周辺のエリアまで足を伸ばしてもらいたいですね。Greater SHIBUYAという大きな“渋谷”の中で、周辺のエリアがそれぞれどのように連携しているのか、その関連の仕方、交わり方が垣間見えれば、あっという間にこの街にハマってしまうと思いますよ。

スタートアップ支援

渋谷は「エンタテインメントシティ」として、さらに近年は「IT 企業の聖地」として世界から認知されつつある。今後は、ハード・ソフトの両面からスタートアップの支援をより強化していくことで渋谷発のイノベーションを促し、渋谷から世の中へ新しい価値の提供を目指していく。

（東急不動産ホールディングス 西川弘典）

Greater SHIBUYA 2.0のさらに先には、
どのような未来を描いているのか。

高橋：今はまだ遠い未来のことは考えきれていないです。というのも渋谷どころか地球が今後どうなっていくかも分からない時代ですから。まずは社会のために私たちにできることは何かをしっかりと考え抜く。ただ一つ言えるのは、渋谷が皆さんにとっていつまでも“訪れたい街”であってほしいという気持ちはこの先も変わらないです。

西川：先行きが不透明な時代だからこそ、今後重要になるのは変化の流れを見極める力だと思います。そして変化に柔軟に対応するためには、エリアマネジメントやタウンマネジメントなど、街を運営する体制の整備が不可欠です。これからは今まで以上に街をつくる人と運営する人が一体となり、まちづくりを推進していくことが大切になります。

高橋：まちづくりは大型の複合施設を建てたり、駅の動線を改良したりしたからといって終わるわけではない。むしろここが始まりなんです。たくさんの人々の想いであふれるこの街を10年、20年と継続していく。そんな持続可能な街を目指して、この先も邁進していきます。

将来の渋谷に期待すること

渋谷を拠点に活躍している2人の企業経営者に、渋谷という街の印象とまちづくりの先に期待することについて聞きました。

世界へと飛躍するための基点として
カオスな街であり続けてほしい



株式会社トリドールホールディングス
代表取締役社長兼 CEO

栗田貴也氏

1985年、焼き鳥居酒屋「トリドル三番館」を創業。2000年に現在の主力ビジネスである「丸亀製麺」を立ち上げ、2006年に東京証券取引所マザーズ市場に上場。2008年、東京証券取引所第一部に市場変更。

当 社が成長軌道を描き始め、チェーン店として飛躍するために資金調達の必要性に迫られたのが1998年あたり。まさに渋谷が「ビットバレー」と呼ばれていた頃で、IT業界では赤字企業でも上場して、多額の資金を集める時代でした。今でこそ「丸亀製麺」などで知られるようになった当社ですが、当時は兵庫県の加古川にあったいわゆる“町の焼き鳥屋”。そんなITからかけ離れたローカル店ではあったのですが、「上場」や「ビットバレー」というキーワードを聞きつけて、上場しようと決心したんです。以来、渋谷への憧れはずっと心の中にありました。

私にとって渋谷はいつの時代も、日本を支える新しい産業の息吹が生まれる場所であり、さまざまな可能性が湧き上がるような、そんな躍動感であふれる“生きた街”です。先進的なオフィスビルがあって、さまざまな世代が楽しめる商業施設があって、すぐ近くには南平台と松濤という国内有数の高級住宅地がある。世界中を見渡しても、こんな街はないですよ。ほどよく昭和の香りも残っている。ひとことで表すならば“カオス”。渋谷がものすごいエネルギーを発しているのは、このカオスゆえでしょう。

今後、我々は渋谷を基点に、グローバル企業として変貌を遂げようとしています。日本から世界に向けて発信するなら、渋谷のパワーは欠かせません。だからこそ、これからの渋谷も変わらずに、インテリジェントさと多様性にあふれる刺激的な街であり続けてほしいです。再開発が進んでも、いい意味で落ち着いた街であってほしい。やはり渋谷は、我々のような経営者や起業家に、「社会を変革する」「ビジネスで頂点を目指す」という夢を本気で抱かせてくれる、かけがえのない街ですからね。これからも、渋谷発で何かが生まれるような、常に胎動を感じられる街であってほしいと願っています。

「ベンチャー」「大企業」「外資系」が融合し
コラボレーションが生まれる街へ

渋谷 谷に本社を移したのが2003年。1998年に創業した当時から憧れを持っていましたが、創業から5年経ったタイミングでようやく渋谷にオフィスを構えることができました。

当社はモバイルショップの運営など、若者をターゲットにしたビジネスが主業。そのため、若者世代の採用を強化するためにも渋谷への進出は理にかなっていました。さらに周辺には、代官山、恵比寿、原宿、表参道など魅力的なエリアが点在。周辺も含めた広域のエリアにポジティブでエネルギーあふれる“気”みたいなものがあふれており、「こんな事業をやったら面白いんじゃないか」とアイデアやイメージが湧いていく感覚は、渋谷ならではの感覚です。

近年、渋谷では次から次へと高層ビルが建ち、移転してくる大企業や外資系企業が増えています。これまでの“若者のベンチャーの街”に“大人の洗練された街”の要素が加わっている印象です。今後もこの潮流を止めることなく、「ベンチャー企業」「大企業」「外資系企業」が融合した、他エリアにはない街になることを期待しています。実際に海外では、大企業とベンチャー企業のコラボレーションが目立っており、この流れは日本でも加速するでしょう。だからこそコラボレーションを活性化させる、共創スペースやインキュベーション施設に注目しています。

ちなみに当社でも、今後は「インキュベーション・プラットフォーム・カンパニー」という構想を掲げて、事業の創出を支援する予定です。2021年秋には、この取り組みを象徴する場として、オフィスを渋谷ヒカリエに移転します。目標は、数年以内に投資している企業から何社か上場企業を出すこと。そして私たちが育ててくれたこの街の成長を支える次世代を育てること。渋谷の未来を創造する一助となれるよう、挑戦していきます。



株式会社ディ・ポップスグループ
代表取締役

後藤和寛氏

1997年、起業の修行のためベンチャー企業に入社。1998年、成長を続ける通信業界において、より高度化した新たな流通モデルの確立を目指し株式会社ディ・ポップスを設立。現在はDPOPSグループ(持ち株会社)の下、事業会社13社を運営。



Greater SHIBUYA

「グローバル」と「ローカル」。「日常」と「非日常」。
これからの渋谷は今まで以上に色とりどりの表情を見せていくことでしょう。
今後も東急グループは、周辺の魅力あふれる街も含めた
広域渋谷圏（Greater SHIBUYA）でまちづくりを進めていきます。
「働く」「遊ぶ」「暮らす」が融合した、持続性のある街を目指して——。
進化し続ける渋谷を楽しみにしててください。

【協力者一覧】

渋谷ヒカリエ

事業主体：渋谷新文化街区プロジェクト推進協議会
東急株式会社、東京地下鉄株式会社、東宝株式会社、田中ビル株式会社、
嘉栄ビル株式会社

渋谷キャスト

事業主体：渋谷宮下町リアルティ株式会社
東急株式会社、大成建設株式会社、サッポロ不動産開発株式会社、
東急建設株式会社の4社が出資

渋谷ストリーム

事業主体：東急株式会社、有限会社鈴基恒産、名取 康治、名取 政俊、
山善商事株式会社、叶不動産株式会社、渋谷丸十池田製パン株式会社、
有限会社清風荘平野ビル

渋谷ソラスタ

事業主体：一般社団法人道玄坂121
東急不動産株式会社および地権者で組成した事業会社

渋谷フクラス

事業主体：道玄坂一丁目駅前地区市街地再開発組合

渋谷スクランブルスクエア

事業主体：東急株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、東京地下鉄株式会社

渋谷駅桜丘口地区

事業主体：渋谷駅桜丘口地区市街地再開発組合

渋谷二丁目17地区

施行者：渋谷二丁目17地区市街地再開発組合

一般社団法人渋谷駅前エリアマネジメント

事務局：東急株式会社、東急不動産株式会社、独立行政法人都市再生機構

渋谷駅街区開発計画

事業主体：東急株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、東京地下鉄株式会社

渋谷区

渋谷再開発協会

東日本旅客鉄道株式会社

東京地下鉄株式会社

発行：東急株式会社・東急不動産株式会社
発行日：2021年7月29日