

PRESS RELEASE

2008年4月22日

森ビル株式会社

六本木ヒルズ 5周年

～5年間、情報や文化を発信し続けてきた“東京で最も印象深い街”～

2008年4月25日(金)に六本木ヒルズは開業5周年を迎えます。

六本木ヒルズは、2003年オープン以来、職・住・遊・学・憩・食などの都市機能が集約、共存する複合都市として、コンセプト「文化都心(アーテリジエントシティ)」のもと、文化・情報発信、コミュニティ形成、イベント実施など街のブランド形成に努めてきました。また、街が情報交流の場として機能し、街に集う人々と都市機能の集積が、新たなアイデアや文化を生むという六本木ヒルズならではの相乗効果により、都市再生の進展にも寄与してまいりました。

6年目を迎えるにあたり、六本木ヒルズは、2008年3月に首都圏在住の20～50代の男女500名に『東京の街』に関する意識調査を実施しました。(株)ヤフーバリューインサイト委託 2008年3月実施)その中で、『東京の街の中で、常に話題になっている街は』という質問に対して、2位 秋葉原(33.8%)、3位 東京ミッドタウン(30.4%)を押えて、「六本木ヒルズ」という回答が全体の40.6%と、断然トップの結果となりました。また、『ここ5年の東京で最も印象深い場所はどこですか?』という質問でも、六本木ヒルズが33.0%で1位に、『新しい情報や文化に溢れている街』という質問でも、1位の秋葉原(30.4%)に僅差の29.2%で2位となっています。これらのことから、六本木ヒルズは開業以来5年間、情報や文化を発信し続けてきた“東京で最も印象深い街”といえます。

また、同アンケート内で、『現代における豊かさ』についても調査いたしました。結果、多くの人々が物質的な満足度よりも“心の豊かさ”を重視していることがわかりました。また、“心の豊かさ”を高めるためには、自然にふれる(54.2%)、文化や芸術にふれる(47.4%)、新しい情報やモノにふれる(31.8%)、エンターテインメント鑑賞をする(31.8%)ことを日常に取り入れたい姿勢がうかがえました。これらの結果をふまえ、六本木ヒルズは今後、更に文化、情報発信し続けるとともに人々の豊かなコミュニケーションや心が育まれる街づくりを目指していきます。

■ 2007年度来街者数及び5年間の来街者推移

～5年間でのべ2億人を超える来街者を迎える～

2007年度の六本木ヒルズの来街者数は約4,200万人(平日11万人、休日13万人)となりました。2008年1月から3月に5周年にむけて商業施設をはじめ多くの施設で改修工事を実施した影響を考慮すれば、堅調に推移していると考えております。来街者は5年間の累計で2億人を超えました。特に、冬の風物詩ともなった六本木けやき坂通りイルミネーション点灯(11月初旬)から始まるクリスマスシーズンには多くの方が来街し、中でも12月24日前後には1日平均20万人を超える人々が六本木ヒルズを訪れています。

また、来街者の属性にも5年間で変化が見受けられます。初年度は、初来街者の割合が全体の8割を占めていましたが、現在は、7割がリピーター、3割は初来街者という構成で推移しています。また、少子化の中、港区においては子供人口が年々増加しているため、六本木ヒルズで日常的に多くの都市型ファミリーが街での時間を楽しむ方が多くいるのも特徴のひとつです。このため、六本木ヒルズではShops & Restaurantsでの親子向けサービスはじめ街全体で親子向けサービスの拡充に取り組んでいます。



■ 2007 年度 各施設主要実績

～文化情報の発信地としてのポジションの確立～

商業施設(Shops & Restaurants)では、5周年に向けての大規模なリニューアルを実施した影響もあり、年間売り上げとしては415億円と昨年を下回りましたが、既存店は昨年から数字を落とすことなく推移しており、改修後の底上げが期待できる状況です。展望台(東京シティビュー)においても、昨年夏に開催した『スカイアクアリウム』の動員数が約25万人と、今までの展望台イベントの中で最大の動員を記録しました。さらに、昨年、六本木エリアに国立新美術館、東京ミッドタウンが開業「六本木アートトライアングル」を形成し、六本木エリアの文化施設を回遊して楽しむ方も多くなったこともあり、「ル・コルビュジエ展：建築とアート、その創造の軌跡」が2003年度開催の「ハピネス」展に次ぎ、開館以来2番目となる約60万人の入館者数を記録、また、森タワー52、53Fの文化施設(東京シティビュー、森美術館、森アーツセンターギャラリー)の総入館者数は2007年度の来館者も前年を大きく上回る約160万人(前年比107%)を記録しました。

■ タウンマネジメントにより、広がりゆく六本木ヒルズのコミュニティ

六本木ヒルズの運営の核となる「タウンマネジメント」の取り組みのひとつである“コミュニティ形成”も引き続き積極的に取り組んできた結果、新たな局面を迎えています。開業以来展開してきた地区内のコミュニティ活動は、開業当初は居住者の参加が大半でしたが、六本木ヒルズ内店舗及び施設の従業員、オフィステナントのオフィスワーカーなどの参加者が増え、コミュニティが年々拡大しています。これは、屋上水田における田植えをはじめとした年間を通じたコミュニティ活動にも、その傾向が顕著に見られます。

また、六本木エリアの清掃活動や街の震災訓練、季節のお祭りなど、近隣町会、商店会との連携や地域間交流となる活動を、六本木ヒルズ自治会が中心となり、行ってまいりました。

■ 2007 年度 六本木ヒルズの主な展開

2007年度は、六本木ヒルズ内の各施設の連携をより強め、街の魅力向上を目指してまいりました。

夏の「LATIN SUMMER in Roppongi Hills」では、ラテンアメリカをテーマに、ビアガーデンや、アリーナでのライブ、パフォーマンス、ワークショップなどを展開し、街全体をラテンアメリカ文化一色に。冬の「Artelligent Christmas2007」では、イルミネーションのほかに、クリスマスの新たな定番となる六本木ヒルズ初「クリスマスマーケット」を開催し、本場であるドイツ本国から「ケーテウォルフアルト」の出店もあり、本物のドイツのクリスマス文化を伝えることができ、クリスマスの気分をより高めました。また「プリマベラ・イタリア」「UK-JAPAN」「フランス映画祭」などの国際色豊かなイベントも六本木ヒルズの定番となりつつあります。

6年目となる2008年度においては、これまでに形成した街のブランドを確立させ、「アーテリジェントシティ」として、六本木ヒルズ及び六本木エリア全体の魅力を向上できるよう、更なる文化・情報発信を推進してまいります。

※ 『東京の街』アンケート詳細は、6Pをご参照ください。

※ 本リリースに関する数値データは、2007年4月1日から2008年3月31日までのものです。

【本件に関するお問合せ先】

森ビル株式会社 タウンマネジメント事業室 六本木ヒルズPR

担当：松島、秋田、山口

TEL:03-6406-6382 FAX:03-6406-6483

株式会社ブラップジャパン

担当：江川、右山

TEL:03-3486-7355 FAX:03-3486-7507



六本木ヒルズ内各施設 2007 年度活動内容

◆商業施設

2007 年度は、1 月中旬から(2008 年 1 月中旬～3 月の間)5 周年のリニューアルに伴い一時的に多数の店舗が工事のため閉店した影響もあり、全体としては年間売上が 415 億円と昨年を下回っていますが、既存店舗は売上を大きく落とすことなく、春のリニューアルオープンからさらなるステップアップに向けての準備が完成しつつあります。

六本木ヒルズにおいて商業店舗は、都市生活を楽しむ大人をターゲットとして、新しい街の中での商業店舗のあり方を考え、縦に積む効率重視のスタイルではなく平面的にも広がる配置や、この街だからこそ ONLY ONE の要素を集めてオープンし、日本全国のみならず海外からも多くのかた方々に訪れていただき、その「都市生活を楽しむ」という魅力を体感していただいてまいりました。その顧客数も年々増加し、購買顧客は港区を筆頭に渋谷・品川・目黒・大田・世田谷という、まさに都市生活を楽しんでいるエリアの方々を中心にリピート率も向上しています。これは六本木ヒルズの提案するスタイルがターゲットの客層に受け入れられ、新しい街の歴史の第一歩を順調に踏み出すことができていると受け止めています。

5 周年となる春を皮切りに、さらにその魅力を拡大するため約 80 店舗もの大きなリニューアルを実施します。従来の 30 代 40 代の男女本人だけでなく、生活をともにする子供・ファミリーへの対応も視野に含めます。それにより、これまでの顧客により楽しんで頂くことはもちろん、さらに多くの方々にも六本木ヒルズの商業店舗を通じて「都市生活の楽しさ」を感じて頂くことを目指していきます。

◆森アーツセンター

① 森美術館

2007 年、国立新美術館、サントリー美術館の相次ぐ開館により、一大アートエリアとなった六本木。森美術館では、三つの企画展を開催しました。

ル・コルビュジエ生誕 120 周年を迎えた 2007 年、世界遺産登録への機運が高まる中開催した「ル・コルビュジエ展：建築とアート、その創造の軌跡」。展示の大きな特徴として、三つの実寸大模型を設置、体験型の建築展としての新境地が話題となり、「ハピネス」展に次ぎ、開館以来 2 番目となる約 60 万人の入館者数を記録しました。

「六本木クロッシング 2007：未来への脈動」展は、現在進行形の美術の動向に注目し、多様なジャンルで活躍する日本のアーティストを紹介する森美術館ならではのシリーズ展として、2004 年にスタートした「六本木クロッシング」の第 2 弾として開催。野外での展示、ワークショップ、演劇の上演、クラブイベントなど、展示室を飛び出し、バラエティに富んだプログラムを提供。来館者の投票によるオーディエンス賞も話題となりました。

「アートは心のためにある：UBSアートコレクションより」展は、スイスを拠点とする世界有数の金融機関 UBS が所蔵する現代アートコレクションの中から選ばれた作品を、森美術館ならではの構成と、オフィスを連想させるワークスペースという企業コレクションの性格を鑑みた空間演出で展示。美術館と企業コレクションとの新しいパートナーシップの形を提示した展覧会となりました。

又、地域との協働の一環として、国立新美術館、サントリー美術館と共に「六本木アート・トライアングル」を形成。「六本木アート・トライアングル」マップの発行、三館相互割引「あとり割」の実施など、新しいアートの拠点を目指し、さまざまな連携活動に取り組んでいます。



② 東京シティビュー

2003年の開業以降、国内外から約900万人※1のお客様にご来館いただいた東京シティビューは、従来の展望施設とは異なる都会的な憩いの空間として、上質な時間を提供してまいりました。併設される森美術館やギャラリーと一体となって、観光のお客様はもとより、ご家族連れやカップル、ビジネスマンまで幅広い層の方々が、それぞれの時間をそれぞれの楽しみ方で過ごされています。そうした中であって、昨年夏に開催し好評を博した『スカイアクアリウム』は、約25万人の動員を記録、“眺望＝天空の世界”と“アクアリウム＝水中の世界”が融合した幻想的な空間は多くの人々を魅了しました。その結果、2007年度の来館者は前年を大きく上回る約160万人(前年比107%)※1となりました。本年度は、森タワー屋上に天空回廊「スカイデッキ」が新装オープンする他、ミュージアムカフェ「マドラウンジ」も厨房機能を充実して大規模なリニューアルを行います。また、夏には「スカイアクアリウムⅡ」の開催も決定、昨年に引き続き「恋人の聖地プロジェクト」※2 関連のイベントも実施してまいります。

※1 東京シティビュー＋森美術館＋森アートセンターギャラリーの総入館者数。

※2 東京シティビューは2007年6月にNPO法人地域活性化支援センターが主宰する「恋人の聖地」に認定されました。

③ 六本木ヒルズクラブ

「開かれた」クラブをコンセプトに、現在の会員数は3,500名を超えるまでになりました。男性が2,800名、女性が700名、30代、40代が全体の約4割を占めるなど比較的若い世代の方が多くことが特徴です。また、多様な人種が集まる六本木ヒルズらしく、外国人会員の入会比率が全体の2割を占めています。クラブが主催するイベントなどを通じ、年齢、性別を問わず、異業種間における交流が盛んとなっています。

④ 六本木アカデミーヒルズ

六本木ヒルズの文化施設の中で「Intelligence」を担うアカデミーヒルズは、2006年12月に竹中平蔵氏を理事長に迎え、「新しい知の拠点」を目指して再始動をいたしました。5年間で合わせて11,000件の催事が行われ、延べ約200万人の方が来館されています。2007年度は「スクール」、「ライブラリー」、「フォーラム(貸会議室)」という3つの機能を通じ、講演会やシンポジウムなどの催事が年間2,200件行われ、約40万人の方々にご来館いただきました。スクール事業としては「アーク都市塾」「六本木BIZ」「アーテリジエントスクール」で合計700講座を開催、延べ15,000名余りの方が参加されました。

ライブラリー事業は、現在会員数約2,600名。30代が4割を占め、下は20代から上は70代まで幅広い年齢層の方が会員になっています。2007年度は竹中平蔵理事長をモデレーターに「ライフスタイルサロン2007」を開始するなど、メンバー間のコミュニティーを促進する新しい試みも始めています。

フォーラム(貸し会議室)事業年間で約1,460件、延べ27万名の方にご利用いただいております。



◆ グランド ハイアット 東京

グランド ハイアット 東京では、2007年の客室稼働率が82%に落ち着きました。開業以降5年間をとらして、宿泊部門に関しては、開業当初の90%を超える極端な稼働率から毎年徐々にバランスをとることに成功し、メンテナンスなどの観点からも落ち着いてお客様を迎えることができる理想的な稼働数値である80～83%稼働率に落ち着くことができきました。一方で、開業時2003年度の平均客室単価は3万円台でありましたが、2007年度には過去最高の45,162円を記録し、全体的な客室関連の売上は毎年増加しております。料飲部門は2007年度新しくオープンした「けやき坂」がミシュランの1つ星を獲得、ウェディング件数もほぼ見込みどおりとなるなど堅調に推移しております。全体売上の約7割を料飲部門が担う傾向は開業以来変化はありません。また、来館者は開業以来、日本人ゲストが3～4割、外国人ゲストが6～7割の比率で、米国からのゲストが最も多く、次に多いのは香港からのゲストとなっています。傾向としてはヨーロッパ、オーストラリアからのゲストが増加しており、特に最近では中国、ロシアからのゲストが目立ってきています。

◆ TOHO シネマズ 六本木ヒルズ

2007年度も「スパイダーマン3 ワールドプレミア」や東京国際映画祭をはじめ、様々なイベント会場として稼働し、年間興行収入においては全国一位となるなど、今後5周年を迎えるにあたりTOHOシネマズのフラッグシップ、そして映画業界の情報発信地として、名実ともに映画産業をリードしてまいります。

2007年9月にはTOHOシネマズ(株)は会社創立10周年を向かえ、10周年記念のアクティビティとして毎月14日のTOHOシネマズデイの制定、TOHOシネマズECOプログラムの実施、映画館で初めてのグリーン電力上映をするなどさまざまな活動を実施してきました。今後も常に新しい情報を発信し続けていきます。



【参考】「東京の街」に関する意識調査(一部)

(株)ヤフーパブリックインサイト委託 2008年3月実施)

■調査概要：首都圏近郊在住 20代～50代 男女 合計500サンプル

■調査結果：

① 六本木ヒルズは5年間、文化・情報を発信し続けてきた“東京で最も印象深い街”である。

➤ 常に話題になっている街

1位 六本木ヒルズ (40.6%) 2位 秋葉原 (33.8%) 3位 東京ミッドタウン (30.4%)

➤ ここ5年の東京で最も印象深い場所

1位 六本木ヒルズ (33.0%) 2位 秋葉原 (28.6%) 3位 銀座・有楽町エリア (25.6%)

➤ 新しい情報や文化に溢れている街

1位 秋葉原 (30.4%) 2位 六本木ヒルズ (29.2%) 3位 渋谷 (27.2%)

② 六本木ヒルズは、現代の東京のイメージ『ビジネス』『文化・情報の発信地』と共通している。

➤ 現代の東京はどのような都市だと思いますか？

1位 ビジネスの中心地 (60.6%) 2位 文化・情報の発信地 (41.2%) 3位 24時間眠らない街 (41.2%)

➤ 六本木ヒルズと聞いて何を思い浮かべますか？

1位 ビジネス (58.2%) 2位 ファッションやグルメ (45.6%)
3位 イベント(クリスマスイルミネーションなど) (25.4%)

③ 六本木ヒルズが、豊かなコミュニケーションや心を育む街であり続けるために、現代の豊かさとは？

➤ あなたが考える「豊かさ」とはどのようなことですか？

1位 心のゆとりがある (79.0%) 2位 日々の生活が充実している (56.6%)
3位 安全で安心できる暮らしを送る (33.2%) 4位 お金を多く持っている (30.8%)

➤ 心の豊かさを高めるためには、何が重要だと思いますか？

1位 自然にふれる (54.2%) 2位 文化や芸術にふれる (47.4%)
3位 エンターテインメント鑑賞をする(映画、音楽、イベントなど) (31.8%)
3位 新しい情報、モノにふれる (31.8%)

➤ あなたは今、どのくらい豊かと感じていますか？

1位 まあまあ豊かである (41.0%) 2位 どちらともいえない (29.2%)
3位 あまり豊かではない (21.4%) 4位 豊かではない (6.6%)
5位 豊かである (1.8%)