

SHARE GREEN MINAMI AOYAMA

プロジェクト概要

～リノベーションによる都心のオープンスペース活用～

NTTアーバンソリューションズ株式会社（NTT都市開発株式会社兼務）

街づくり推進部 プロジェクト推進部門長 駒井 厚生

■ 会社概要 & 自己紹介

【会社概要】

会社名	NTT都市開発株式会社（NTTアーバンソリューションズ株式会社100%子会社）
所在地	東京都千代田区外神田4-14-1 秋葉原UDX11階
設立	1986年1月21日
資本金	487億6,000万円
売上高	1,668億円（2018/3）
社員数	856名（2018/6）

《オフィス》
アーバンネット札幌ビル



《商業ビル》
トラッド目白



《住宅》
ウェリス代官山猿楽町



《グローバル》
1 King William Street



NTTアーバンソリューションズ株式会社 街づくり推進部プロジェクト推進部門長

エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社 開発本部 副本部長

駒井 厚生（こまい あつお）

NTTグループの総合不動産デベロッパーにおいて、みどりと都市機能が共存するまちづくりをめざし、全国各地で地域に根差した開発事業の指揮を執る。

青山エリア開発の一環として、長年NTT都市開発にて所有していた土地で、地域に開かれた豊かな緑の空間である「SHARE GREEN南青山」を手掛け、民間企業が提供するオープンスペース（公園的空間）の新たな在り方を示した。趣味はマラソン。

■ Agenda

1. 経緯とねらい

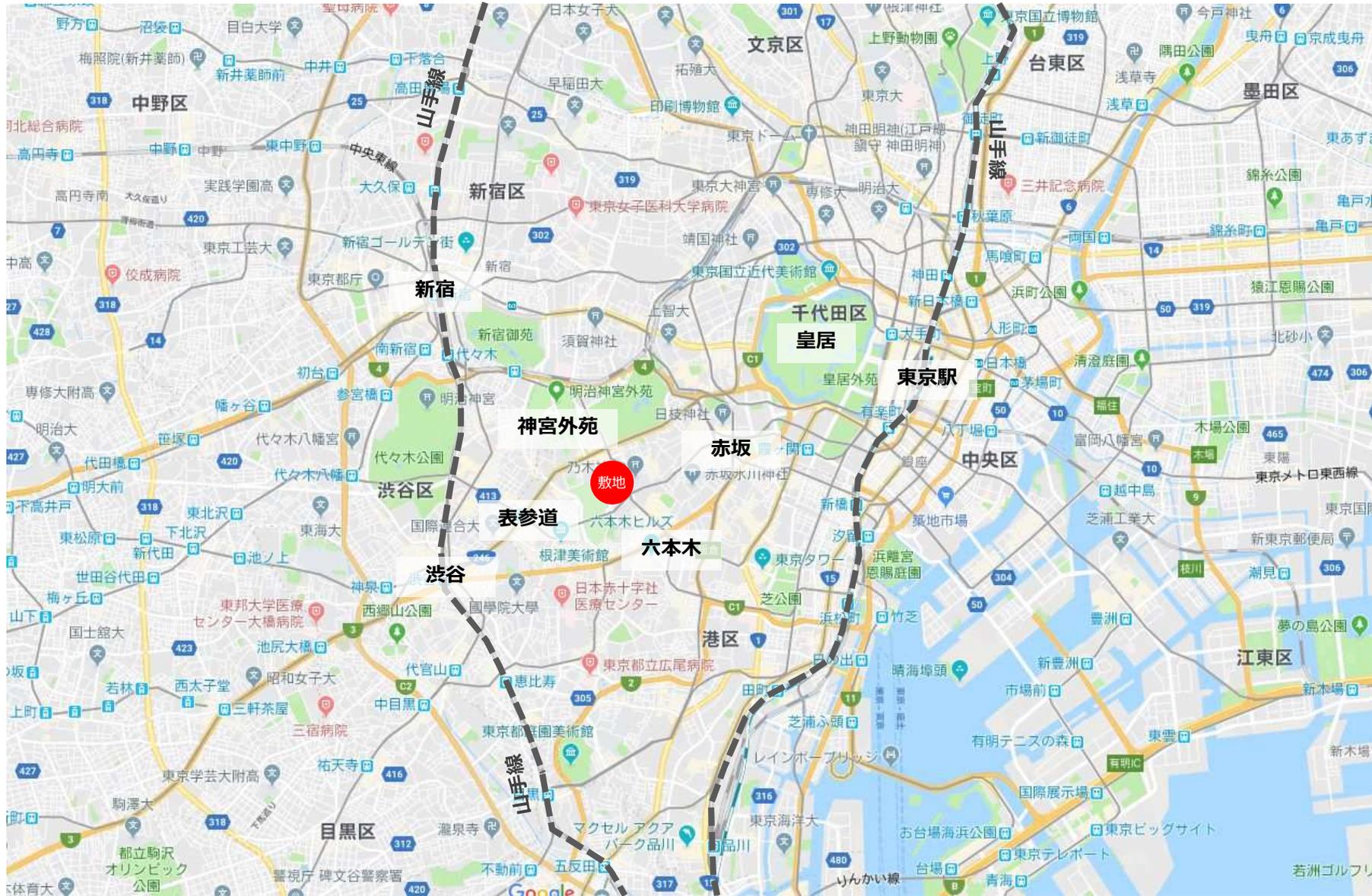
2. 施設コンセプト、プラン、スキーム

3. 開業後の運営実績等

1. 経緯とねらい

■ 立地

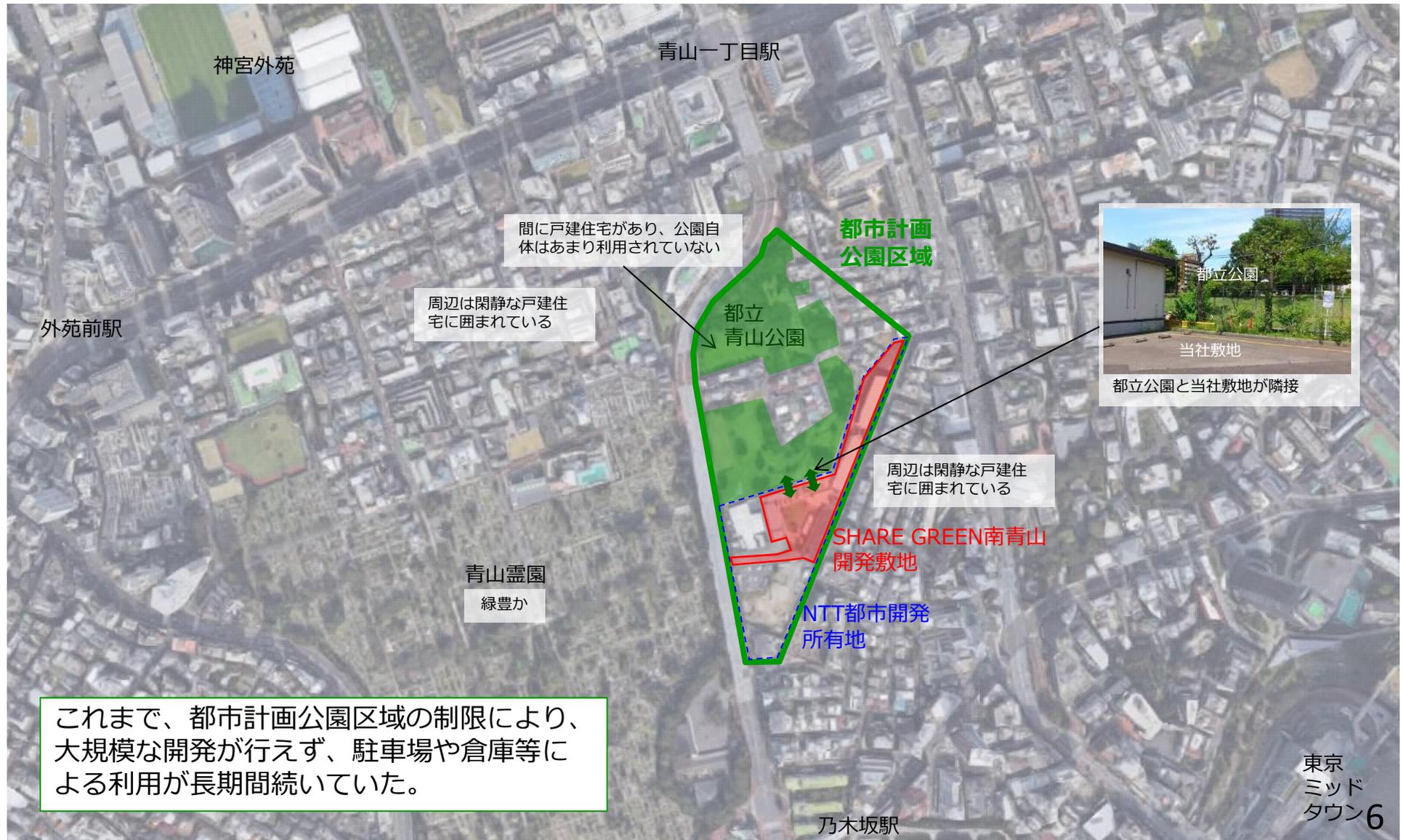
所在地 : 東京都港区南青山一丁目12-32



■ 経緯とねらい ～ 敷地概要 ～

敷地面積	敷地全体	:約16,548㎡
	うち今回利活用	:約 9,419 ㎡

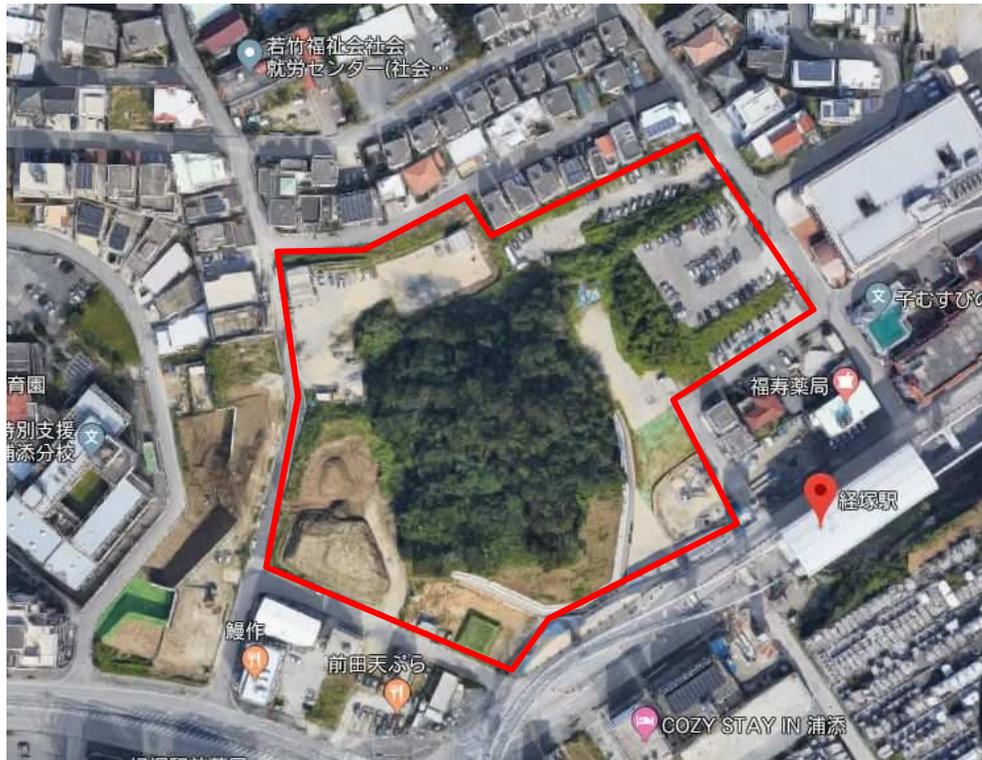
既存建物	・1,500㎡事務所×2棟
	・200㎡倉庫、・300㎡倉庫



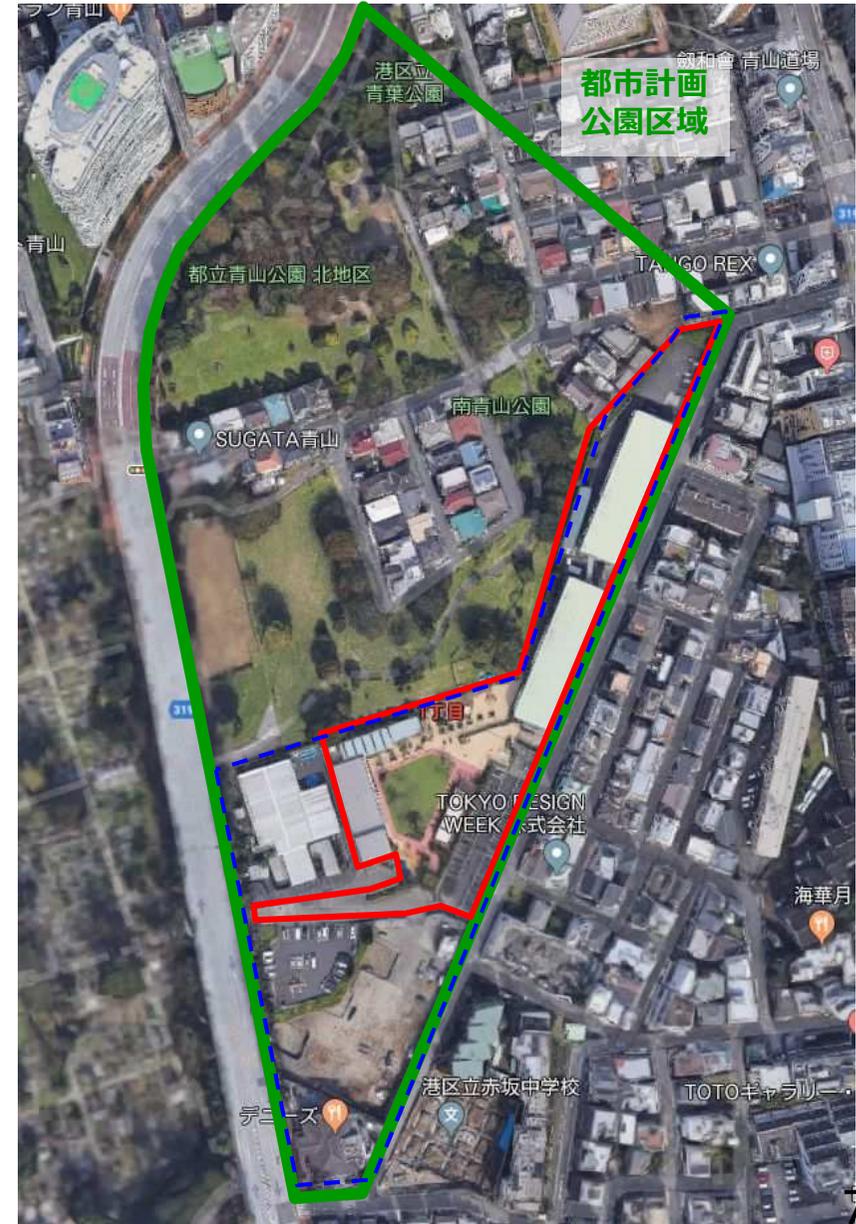
これまで、都市計画公園区域の制限により、大規模な開発が行えず、駐車場や倉庫等による利用が長期間続いていた。

■ 参考：経塚公園とのスケール比較

経塚公園



SHARE GREEN 南青山



■ 経緯とねらい ～ 以前の状況 ～

将来の本格開発までの間、これまでのような駐車場や倉庫等の低利用な活用ではなく、地域に開かれ、本敷地のポテンシャルを上げるような利活用方法の検討を開始。
(一定期間の暫定利活用施設)



■ 経緯とねらい ～ ねらい ～

SHARE GREEN南青山のねらいは下記2点。詳細後述。

① 地域に開かれた賑わいの創出

- エリア認知度向上、本格開発への期待感醸成

② 稼ぐオープンスペース（広場）の実証実験

- オープンスペースで収益を上げて管理費を賄うモデルの実験的試行
- 緑の中で働くクリエイティブオフィス事業や広場と一体となった商業店舗など

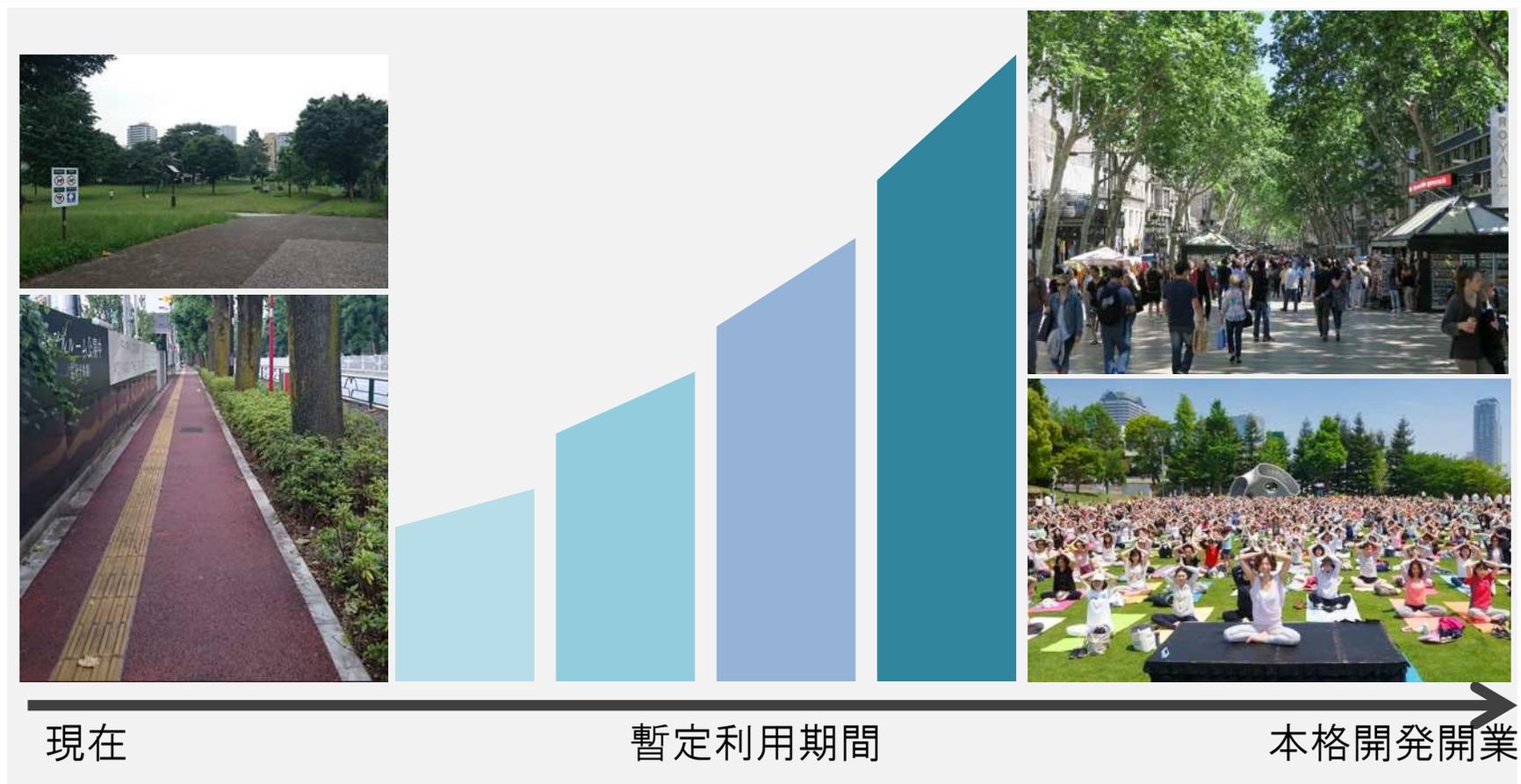


これらを満たしつつ、全体の収益性を確保する事業を目指した

■ 経緯とねらい ～ ねらい ～

① 地域に開かれた賑わいの創出

- これまで地域に閉鎖的だった敷地を、地域に開かれた空間とし、賑わいを創出する。
- また、現時点の閑散としたイメージを払しょくし、本格開発前に本エリア認知度を向上、ブランド価値を向上させる。

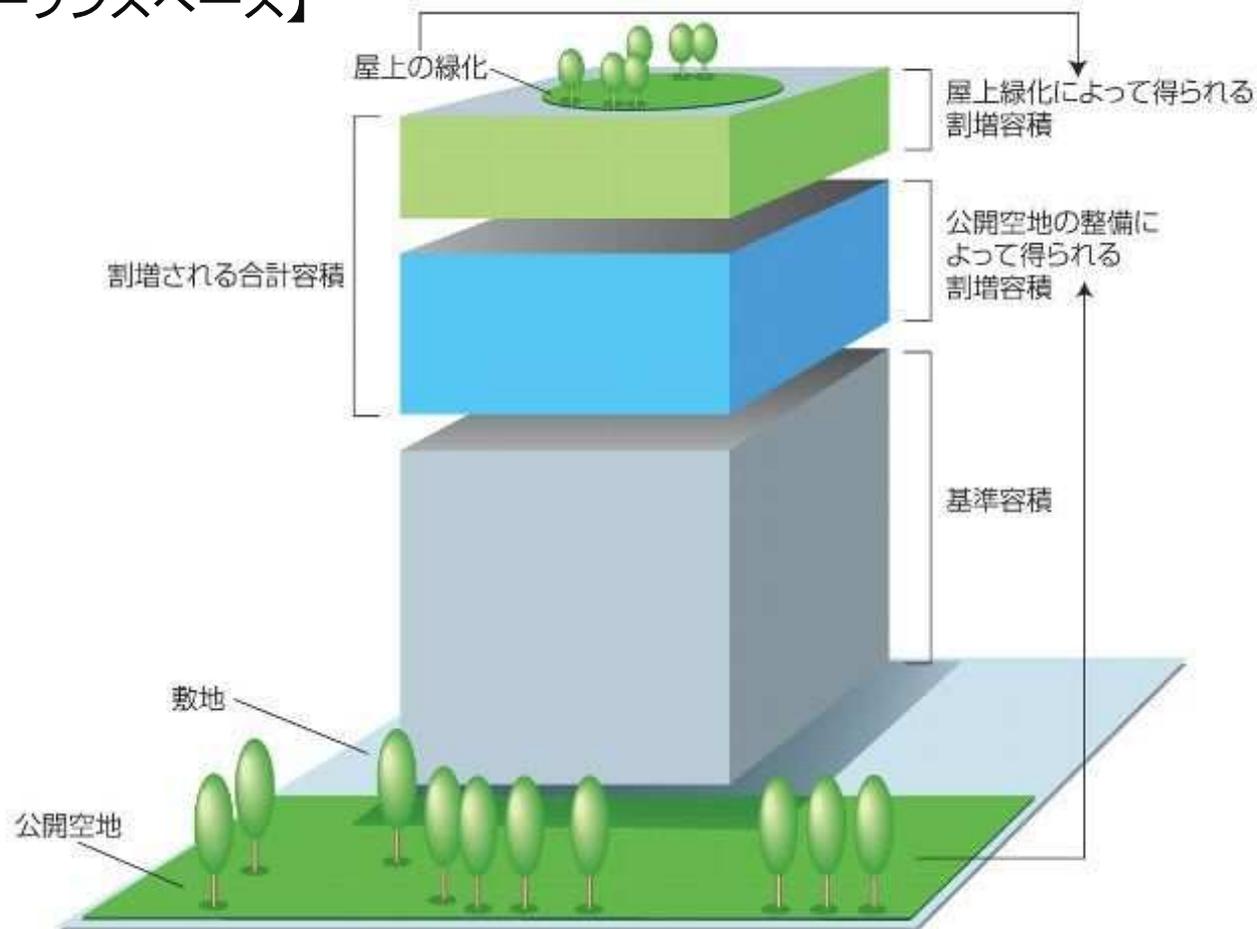


地熱を上げ、本格開発への期待感を醸成していく。

② 稼ぐオープンスペース(広場)の実証実験

不動産開発において、オープンスペース(空地)は容積割増の為に整備するケースが多く、開発後は管理費ばかりかかり、あまり利用されないケースも見受けられる。

【従来型のオープンスペース】



■ 経緯とねらい ～ ねらい ～

② 稼ぐオープンスペース(広場)の実証実験

■ これまでは管理費がかかるだけだったオープンスペースで収益を上げ、「稼げる広場」のビジネスモデルを実証実験する。

現在の本エリア
(都立青山公園の現状)



当社事例: 品川シーズンテラス
における賑わい創出活動)

※費用抛出



品川STでの広場における
賑わい創出ノウハウを更に昇華



公園含めた本エリアの将来像
賑わい創出(収益⇒自給自足)



【参考】 当社事例（品川シーズンテラス）



【参考】 当社事例（品川シーズンテラス）

屋外オープンシアター



やきいもテラス



定期的なイベント開催により、
約150,000人（2017年度）の集客達成

アウトドアオフィス

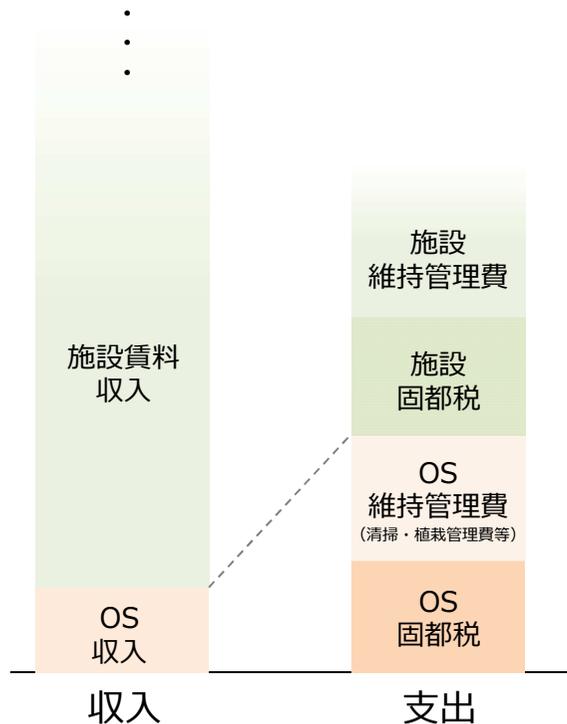


ウォーターテラス

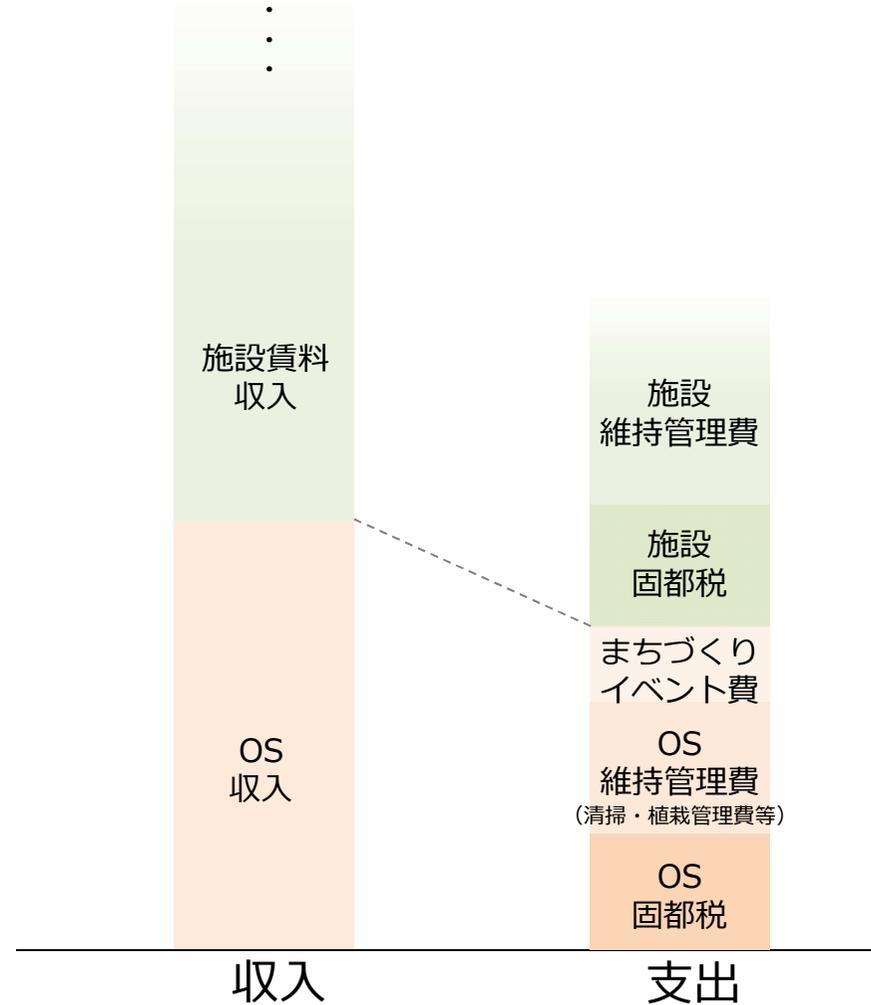


目指す収益モデル

◆一般的な施設の場合
オープンスペースは施設の「従」であり、オープンスペースに係るコストは、建物収益の拠出により維持される。



◆本施設を目指すオープンスペース自給自足モデル
オープンスペースを施設の「主」と捉え、誰でも使える開かれた空間でありながら、オープンスペースの固都税・維持管理に加え、地域貢献活動等の費用も含め、自身の収益で賄う。



2. 施設コンセプト、プラン

■ 施設コンセプト ～ 立地分析 ～



OMOTESANDO 表参道



高級メゾンが立ち並び、
スタイリッシュなエリア。
様々な流行が発信され、世界中から観光
客が訪れる。東京の中でも最先端の
カルチャーが集まるトレンドスポット。

ROPPONGI 六本木



外資系、大手企業が多く入居する
大規模オフィスビルがあるだけでなく
ハイクラスな飲食店も多く、
夜のイメージが強い、大人の遊び場。

AOYAMA 1-CHOME 青山一丁目



「明治神宮外苑」や「青山霊園」など緑が多く残り、
華美過ぎないナチュラルな雰囲気があり、洗練された本物志向のイメージがあるエリア。
オフィスも多く「職・住」がバランスよく混在するが、商業のイメージは薄い。

エリア特性の強い表参道、六本木に挟まれた立地である、青山一丁目の価値や個性をより高め、
目的性のある場所にする事で、集客力を高めることが重要。

■ 施設コンセプト ～ 本敷地の魅力 ～

**当該敷地の魅力は、都心の一等地にありながら
豊富な緑、広い空にやすらぎを感じ、自然体でいられる“みどり”の環境・空気。**

閑静でヒューマンスケール、豊富に残る緑、広い空、自然体でいられる空気。青山エリアの中でも、他のエリアとは一線を画した独自の魅力を放つ。都心化が加速するからこそ、これまで未開の地だったこの場所が纏う空気は他とは異なる新たなイメージを生み出すための大きな魅力の源泉となる。



SHARE GREEN MINAMI AOYAMA

都心にいながら贅沢な緑・広場と一体となった
カフェ&ショップ
永続的な集客を確保

ショップ
集客機能

働く・憩う・遊ぶが一体となったワークプレイス
貸スペースで入居するベンチャーの
プレス発表やショールームが可能

屋内
貸イベント
スペース

カフェ
集客機能

GARDEN
野外貸イベントスペース

スモール
オフィス
ワークプレイス

カフェ・ショップ・オフィスをつなぎ、憩いをあたえるスペース
&
様々なプレイヤーを誘致し、時期毎に変化に富んだ
イベントを誘致する野外貸イベントスペース
儲かる公園の実現

駐車場
バイクシェア

カフェやクリエイティブを刺激するショップ、オフィスなど
ライフスタイルに密着したコンテンツが集まり、
さらに緑溢れ広々としたガーデンが全体をひとつの公園のように調和するまち。



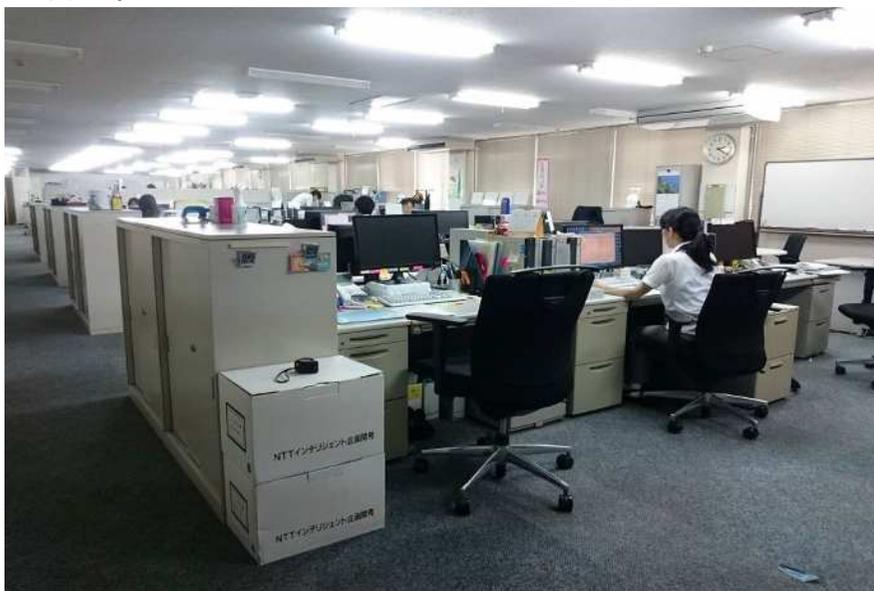


■ BEFORE & AFTER

カフェ



オフィス



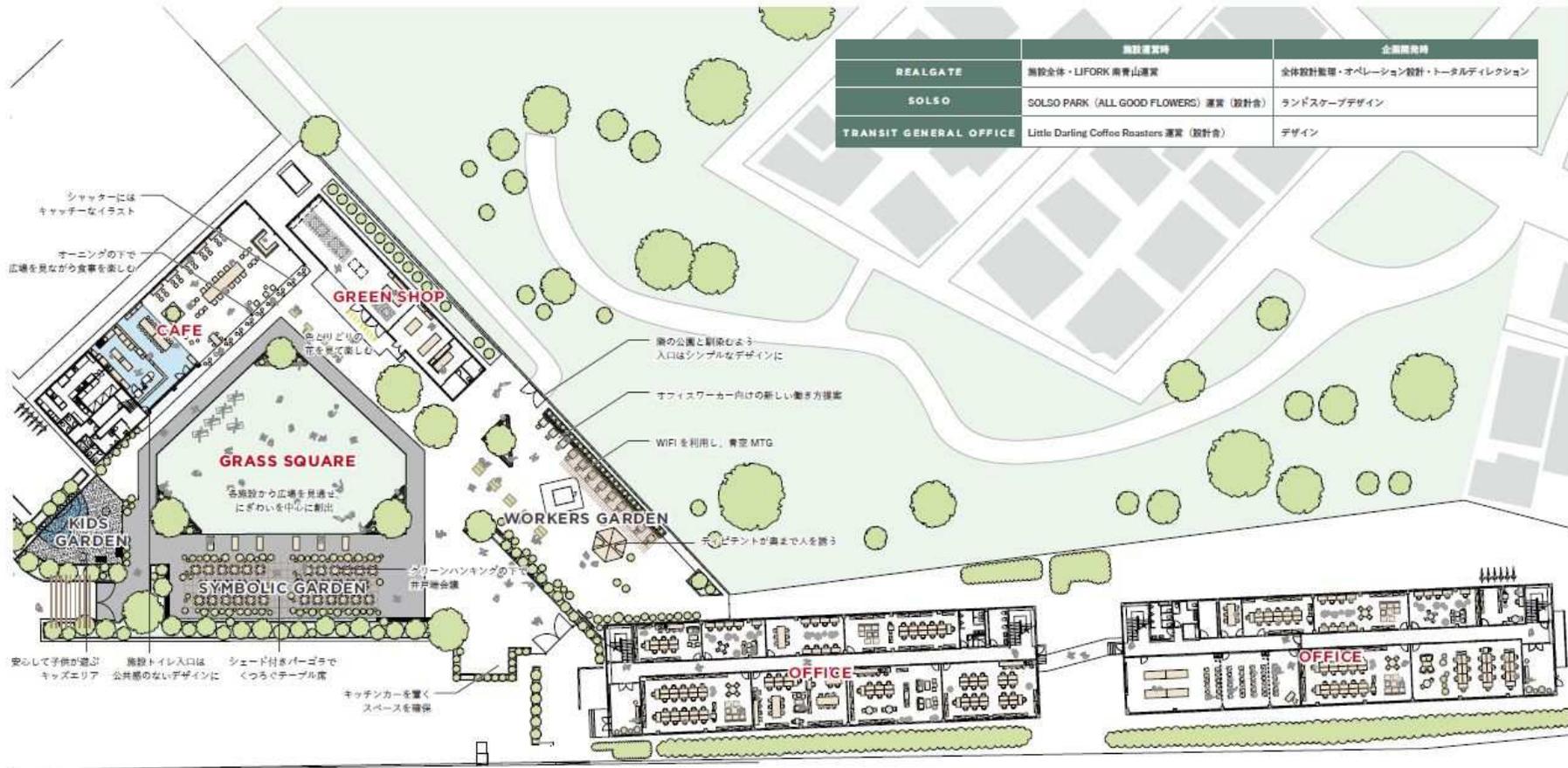
■ PLAN (全体平面図)

CAFÉ棟 : 約300㎡

SHOP棟 : 約200㎡

オフィス棟 : 約1,500㎡ × 2棟

広場面積 : 約2,700㎡



■ PLAN (オープンスペース・広場)

A. 広場 GRASS SQUARE・SYMBOLIC GARDEN・WORKERS GARDEN・KIDS GARDEN

1 公園のような広場

閉じられていた隣接公園との柵を開放し、動線を作ったことで緑が繋がった公園のような広場に樹種を周辺と揃えることで、敷地の大きさ以上の緑量の確保、没入感を実現した。日常の様々な利用を想定し、大きく4つのゾーンに分け、その時のシーンに合わせ、想い通りに過ごせる場を提供。

隣接する公園・緑が連続して、WORKERS GARDEN や GRASS SQUARE まで繋がり、働く・憩うが一体となったクリエイティブ空間。



GRASS SQUARE

公園のような自然豊かさやイベント運営における経済性を鑑みて採用された天然と人工のハイブリッド芝を採用。施設の中心で、緑と青空を感じられる。



SYMBOLIC GARDEN

日差しや小雨を防ぐシェード付きのパーゴラ空間。ハンギングポッドや植栽に囲まれた中で井戸端会議やランチで利用される。



2 SNS・メディア

計画当初からメディア内覧会やインフルエンサー、イベント向けのオープニングパーティを企画し、戦略的な展開を構築した。雑誌やテレビのような媒体に取り上げられやすい要素も取り込み、継続的なSNSでの発信により、常に人々に最新の情報を届けている。



WORKERS GARDEN

オフィスに隣接するパーゴラ下の空間は、専用WiFiやコンセントを完備し、オフィスワーカーの利用を想定した落ち着いた空間。



KIDS GARDEN

ウッド・ゴムチップを利用した安全な子供の遊び場。母親が車を気にせずに子供を遊ばせることができる。



■ PLAN (オープンスペース・広場)

OMOTESANDO
表参道エリア

ZeroBase 表参道	OMOTESANDO HILLS R STUDIO	BAKERY CAFE 426 OMOTESANDO

小規模なイベントが中心。

ROPPINGI
六本木エリア

TOKYO MIDTOWN GREEN & PARK	ROPPONGI HILLS CAFE	TV-ASAHI AREA ARENA

大型イベントスペースが中心。

近隣エリアとの差別化をねらった、フレキシブルなイベントスペース

利用しやすい中規模サイズのイベントスペースが集積。
芝生広場やアーチ、カフェなどのバリエーションをもつことで、様々なイベントに対応できる。

PLAN (オープンスペース・広場)

SPRING MARCHÉ		SUMMER GLAMPING		AUTUMN DINING OUT		WINTER CHRISTMAS MARCHÉ	
							
<p>倉庫内イベントスペースとグラススクエアエリアを利用</p> <p>約5台の新車が展示できる 中規模のカーイベントが開催可能。</p>		<p>グラススクエアエリアを利用</p> <p>約11個のテントの設置が可能</p>		<p>シンボルアーチエリアを利用</p> <p>約72席の野外レストランイベントを 開催可能。</p>		<p>シンボルアーチエリアを利用</p> <p>約27テナントが出店できる 中規模の野外マルシェを開催可能。</p>	
							

■ PLAN (オープンスペース・広場)

ZONE MAP

- 
ZONE 1 ロースターカフェに隣接した
室内イベントスペース
約 170 m² (約 51 坪) ・天高約 4.8m
- 
ZONE 2 開放的な芝生広場
「GRASS SQUARE」
約 935 m² (約 283 坪)
- 
ZONE 3 シンボリックなアーチがある
「SYMBOL ARCH」
約 270 m² (約 81 坪)
- 
All ZONES 全体貸切
約 2898 m² (約 877 坪)



PLAN and PRICE

撮影利用時 / 10:00-21:00

Still	Weekdays	¥12,500 / 30min
スチール	Holidays	¥16,500 / 30min
Movie	Weekdays	¥17,500 / 30min
ムービー	Holidays	¥22,500 / 30min

※ 全て税別表示

※ 時間外利用の場合、利用料金が 20%UP となります。
 ※ 最低保証：2時間
 ※ Holidays は、土・日・祝祭日を含みます。

イベント利用時 / 1 Day plan (10:00-21:00)

A	ZONE ①	¥250,000-
B	ZONE ②	¥300,000-
C	ZONE ③	¥100,000-
D	ZONE ①+②+③	¥600,000-
E	ZONE ①+②	¥500,000-
F	ZONE ①+③	¥300,000-
G	ZONE ②+③	¥350,000-
H	完全貸切	¥800,000-

※ 利用時間については、ご相談ください。 ※ 全て税別表示
 ※ 時間外利用の場合、利用料金が 20%UP となります。
 ※ H プラン以外は、一般のお客様用の導線を確認していただきます。
 ※ イベント内容により別途、店舗への営業補償金をお支払いいただく場合がございます。

■ PLAN (カフェ)

倉庫を飲食店舗にコンバージョン。広々とした倉庫空間は普段はカフェの客席として利用されるが、屋外スペースと一体での利用が可能なイベントスペースという一面も持つ。

建築基準法や保健所からの要件の中、倉庫の雰囲気や構造を極力残し、建物を構成している柱梁を強調した。広場の世界観を店内でも表現し、内外のアートワークがアクセントとなっている。

B. CAFE 棟 Little Darling Coffee Roasters



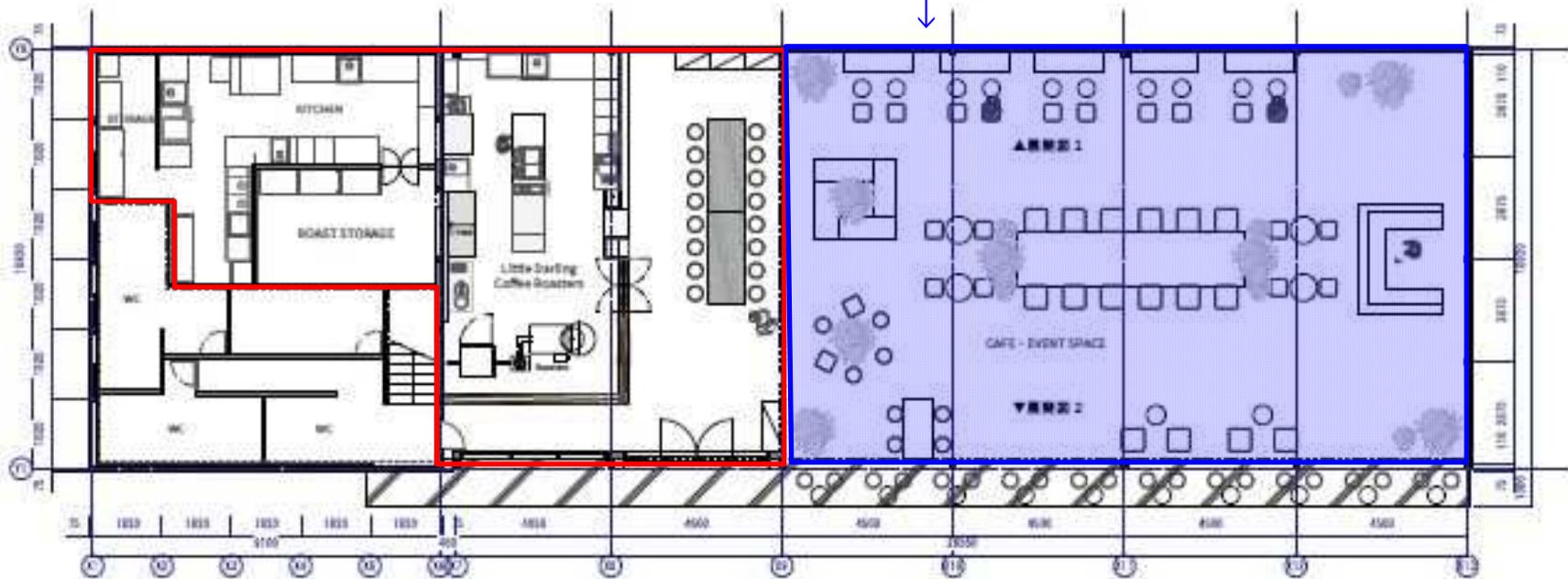
■ カフェとの連携（工夫点）

イベントスペースを、使っていない間はカフェの客席とすることで、下記メリットを享受。

- ・カフェ売上UP → 歩合賃料UP
- ・日常清掃をカフェにて実施 → 管理費DOWN



イベントスペースだが、イベントない期間は
カフェの客席として利用



■ PLAN (ショップ)

ランドスケープデザインを担当した企業によるグリーンショップ。事務所・倉庫を物販店舗にコンバージョンを行った。

商品は店内にとどまらず施設全体に散りばめられ、施設の景観を演出。圧倒的な緑量の確保が隣接する青山公園との一体感を実現している。

C. SHOP 棟 SOLSO PARK・ALL GOOD FLOWERS



■ グリーンショップとの連携（工夫点）

ショップの商品を施設全体に置くことで緑量を確保

ショップの商品を施設内やイベントスペース（カフェ）内に置いてもらうことで、店舗側はより多くの商品を置き、施設側は投資なしで圧倒的な緑量の確保できる。



施設内の植栽を日々無償で剪定・管理

施設全体をグリーンショップのショーケースとして魅せる為、ショップ側で日々の植栽管理を無償で行ってもらっている。



■ PLAN (オフィス)

無機質だったプレハブのような2棟の建物を、クリエイターやスタートアップのためのスモールオフィスとしてリノベーション。広場部分を広大な共用部と捉え、新しい働き方を提案。ラウンジ機能や会議室、セミナールームを設け、小規模企業にとって、ビジネスしやすい環境を計画している。1階は階高が高いことから天井をなくし、可能な限り大空間を確保している。

D. OFFICE 棟 LIFORK MINAMI AOYAMA



■ プロジェクトメンバー

◆事業主
/開発企画



◆プロデュース
/カフェ出店



◆全体設計監理
/プロパティマネジメント



◆ランドスケープデザイン
/ショップ出店



	施設運営時	企画開発時
REALGATE	施設全体・LIFORK 南青山運営	全体設計監理・オペレーション設計・トータルディレクション
SOLSO	SOLSO PARK (ALL GOOD FLOWERS) 運営 (設計含)	ランドスケープデザイン
TRANSIT GENERAL OFFICE	Little Darling Coffee Roasters 運営 (設計含)	デザイン

3. 開業後の運営実績等

■ イベントの種類

収益 イベント

あらゆる層の人々を呼び込み、施設の認知度を高め収益を生み出す。

CASE 1 / 飲料店コラボイベント



CASE 2 / 自治体PRイベント



CASE 3 / フードイベント



施設主催 まちづくり イベント

地域の方々に寄り添い、地域に愛される姿を目指し、施設が仕掛けた自主イベント。



■ 収益イベント事例

① 飲食系企業コラボイベント



■ 収益イベント事例

② 企業PRイベント



■ 収益イベント事例

③ フードイベント



④ 展示会イベント



■ 収益イベント例② 企業PRイベント

⑤ スポーツイベント



⑥ 自治体PRイベント



■ 施設主催まちづくりイベント

①子供向けイベント（いっぴんいち）



■ 施設主催まちづくりイベント

②若者向けイベント（アイスクリームパーク）



■ 施設主催まちづくりイベント

③地域向けヨガ



④地域向けボクササイズ



■ オープンスペース運用実績

■ 平均施設来場者数 **1,419** 人 / 日
(2019年4月下旬～5月中旬の計測値)

Weekday

平日は、朝早い時間には犬の散歩をする地域の方が多く集まり、昼以降は、多くのママ友が子供を連れて来場し、ほのぼのとした雰囲気にも包まれている。

Holiday

休日は、日常使いの地域の方に加えて、SNS等で興味を持った若い世代が広域から集まり、街へ活気と賑わいを生んでいる。

■ オープンスペース運用実績

<2018年10月～2019年3月の6ヶ月間実績>

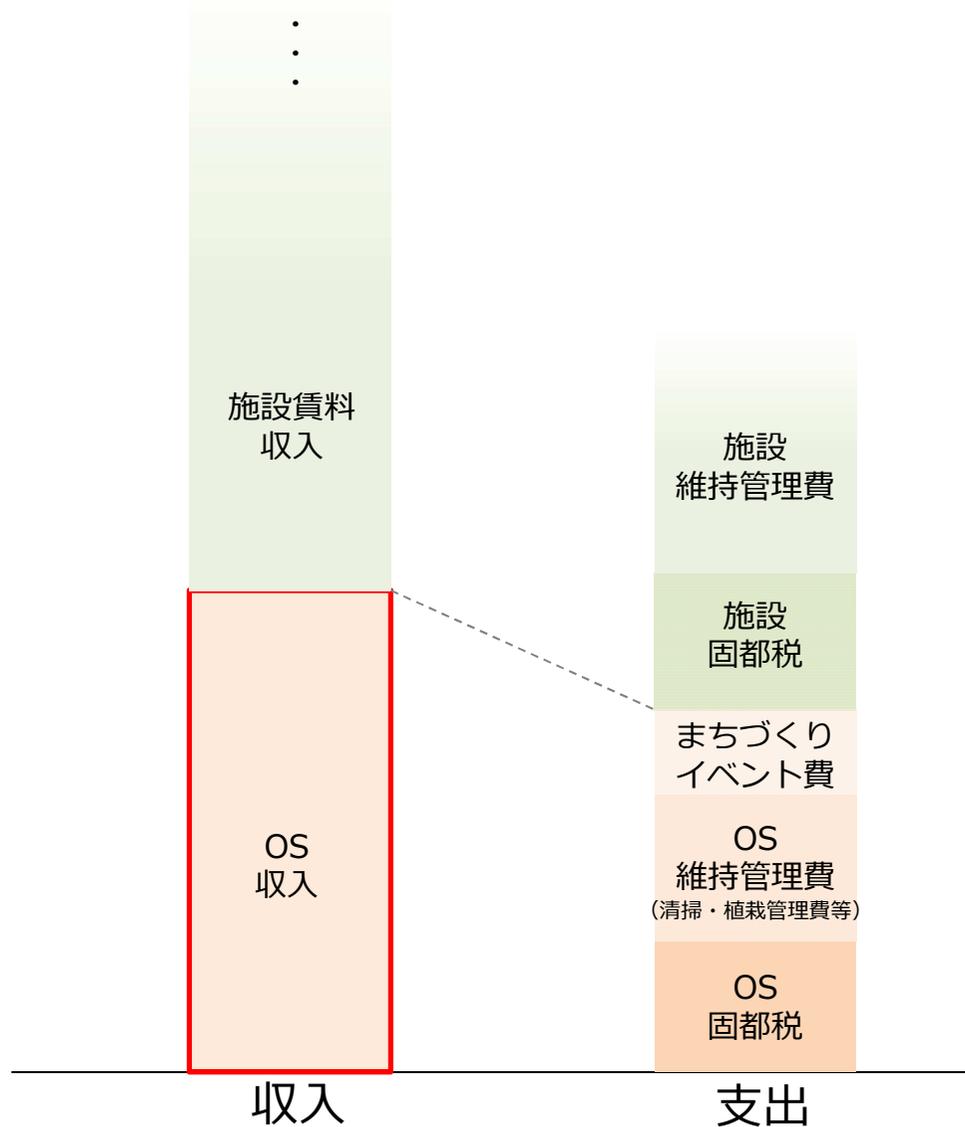
■ 収益イベント誘致件数

- ・ 収益イベント誘致実績 **58** 件 (95 日間)
- ・ 施設主催まちづくり
イベント **22** 件 (28 日間)

施設オープン以降、規模は様々であるが、おおよそ2日に1件は収益を生むイベントや撮影等の誘致に成功しており、高い収益性を維持している。施設主催イベントでは、子供を対象としたワークショップや、ヨガイベント等地域に根ざしたイベントを定期的実施しており、街に潤いと賑わいを生んでいる。

■ オープンスペースでの収益実績

オープンスペースでの収入により、固都税や管理費、まちづくりイベントの費用を賄うことを実現



■ まとめ（成功のポイントと今後の課題・展開）

【成功のポイント】

- 広場（オープンスペース）を施設の核とし、計画当初からイベント誘致を想定したプランニング（広場のゾーニング、電源・配水・搬入動線・耐荷重・メンテナンス性）を行った点。
- 企画のスタート時にプロジェクトメンバー（カフェ・ショップ入居者、運営会社）を選定し、共創する開発プロセスにより、それぞれのシナジーやメリットを最大化しつつ、自らの施設という想いで作り上げた点。
- 立地を活かしたターゲットに向けたキャッチーなデザイン、使われ方、SNSでの発信を考慮した計画とし、広告費をほぼかけずに集客することに成功した点。

【今後の課題・展開】

- 開業より時間が経つにつれて話題性、新鮮味が薄れる中、現状の集客、イベント誘致状況を持続することが必要。
⇒話題性等を長期間継続することは難しいため、より地域に根差していくことが必要。

NTTアーバンソリューションズの目指す街づくりについて

NTTアーバンソリューションズ創設・事業開始

個性豊かな地域社会が主役となるこれからの街づくりの実現に向け、NTT都市開発とNTTファシリティーズを両輪とするNTTアーバンソリューションズ*グループを創設し、本年7月1日より事業を開始します

*NTTアーバンソリューションズ準備株式会社（4月1日創設）を7月1日に社名変更予定



NTTアーバンソリューションズがめざす街づくり（街づくりのバリュー）

各都市がめざす個性豊かで活力ある街づくりを、以下の4つのバリューで支援することにより、地域社会の経済発展と社会的課題の解決を両立させ、快適で活力に満ちた質の高い生活を送ることができる人間中心の社会であるSociety 5.0とSDGsの実現に貢献します

コミュニティ

個性と活気ある街づくりのための魅力ある空間とコンテンツを提供

- ・エリア/タウンマネジメントによる賑わい創出
- ・生活を豊かにする商業施設
- ・来街者にまちの思い出を刻むホテル
- ・地域の歴史と文化を継承するリノベーション
- ・多世代共生を可能にする住宅



イノベーション

先端技術を活用して、都市の課題解決や新たな産業創出、企業の生産性向上等に貢献

- ・従業員の創造性を引き出すクリエイティブオフィス
- ・次世代型のインテリジェントビル
- ・コミュニケーションを促進するオフィスFM
- ・オープンイノベーションを創出するワークプレイス
- ・テストマーケティング、実証実験のフィールド



ダイバーシティ

街に集い、働き、住まう人それぞれの、多様なライフスタイルに寄り添う都市環境を整備

- ・テレワーク等を実現するICTインフラ
- ・託児所等の子育て支援施設
- ・パーソナルモビリティ
- ・ウェアラブルデバイスによる健康管理



レジリエンス

環境負荷低減を実現し、災害対応力を備えた、安心して暮らせる街を創造

- ・オフィスビルのZEB、一般住宅/集合住宅へのZEH採用
- ・人流情報等の活用による省エネや脱炭素化
- ・効率良いエネルギーの提供
- ・最先端のソリューションを備えた建物設備
- ・非常時のエネルギーリソースの最適制御



NTTアーバンソリューションズの強みと重点施策

街づくりのバリューの実現に向けて、NTTアーバンソリューションズが有する強み・特色を最大限に活用した施策により、地域の皆様がめざす街づくりを支援します

NTTアーバンソリューションズの強み

- NTTグループの事業活動と連携し、自治体・行政・企業等との街づくりの
コラボレーションを推進
- NTTグループのもつ不動産・ICT・エンジニアリング等のリソースを最大限に活用
- 各都市・地域がめざす、歴史や文化等の地域の個性を活かした街づくりの実現



NTTグループの街づくり事業における重点施策

