



PRESS RELEASE

2006 年 4 月 21 日

六本木ヒルズ 3 周年

～最先端の文化・情報を発信し、現代の東京を映し出す街～

六本木ヒルズは、2006 年 4 月 25 日（火）開業 3 周年を迎えます。

- 1) 六本木ヒルズ 3 年間の総括 ……P2
- 2) 六本木ヒルズにおける「タウンマネジメント」の取り組み ……P3
 - ① 地域コミュニティ活動
 - ② 安全、安心、快適な街づくり
 - ③ 街の大型イベントの継続
 - ④ 街のメディア化への取り組み
- 3) 六本木ヒルズ内各施設 2005 年度実績 ……P4
 - ① 商業施設
 - ② 森アーツセンター
 - 森美術館
 - 東京シティビュー ……P5
 - 森アーツセンターギャラリー
 - アカデミーヒルズ
 - 六本木ヒルズクラブ ……P6
 - ③ 六本木ヒルズツアー
 - ④ グランド ハイアット 東京
 - ⑤ TOHO シネマズ 六本木ヒルズ
- (参考) 「東京の街」に関する意識調査結果(一部) ……P7



■ 六本木ヒルズ 3 年間の総括

2003 年のオープン以降、六本木ヒルズは、職・住・遊・学・憩・食などのさまざまな都市機能の複合、文化都心（アーテリジェントシティ）をコンセプトに掲げ、様々な文化・情報発信、イベント、コミュニティ、サービス等を通じて、街のブランド形成に努めてまいりました。また、六本木ヒルズは、あらゆる分野のプレーヤーが世界から集まり、交流する場であり、そこから時代を牽引する新しい発想や価値観を生み出しています。さらに、六本木ヒルズ内をはじめ、周辺地域とのコミュニティが多くの活動を通じて形成され、今後の六本木エリア全体を盛り上げていくベースを固めてまいりました。

4 年目を迎えるにあたり、六本木ヒルズは、首都圏在住の 20～50 代の男女 500 名に「東京の街」「六本木ヒルズのイメージ」に関する意識調査を実施しました。（インターネットリサーチ会社（株）インフォプラント委託 2006 年 3 月実施）その中でも、「東京の街の中で“現代の東京らしい”と思う場所は」という質問に対しては、2 位青山・表参道エリア（34.0%）、3 位お台場（32.0%）を押えて、「六本木ヒルズ」という回答が全体の 57.2%と断然トップの結果となりました。このことから、六本木ヒルズは常に最先端の文化や情報を発信し続ける、まさに東京の「今」を映し出す、新しい東京の象徴と考えられます。

2005 年度の六本木ヒルズの来街者数は約 4,400 万人。一日平均では平日約 11 万人、休日約 14 万人と、3 年間を通じ安定しています。来街者の対面アンケートや、WEB アンケート調査等によると、来街者の属性にもオープン以後変化が見受けられます。3 年目はリピーターの割合が約 7 割。リピーターを中心に、しかしながら常に 3 割は初来街者が訪れるという構成で推移しています。また、来街目的については、3 年目は、ショッピング、食事、映画鑑賞、イベントを楽しむため、散歩など、目的意識をもって来街する傾向そしてその目的の多様化が見受けられます。

商業施設の売上においても、昨秋以来のリニューアルが好評で、約 430 億円と、昨年度を上回る結果となりました。グランド ハイアット 東京では、平均稼働率 92.63%と昨年に続き高い水準を維持しています。オフィスは 100%稼働、住宅もほぼ満室稼働といずれも好調です。

一方、六本木ヒルズでは、街を一体的に運営する「タウンマネジメント」の機能を、内部のコミュニティづくりはもとより、周辺の町会、商店街など六本木・麻布周辺エリアの近隣地域との連携を通じて、地域の活性化に生かし親睦をはかってきました。また、六本木ヒルズガーデニングクラブ、タウンサービスの充実や、街全体を使った大型イベントの演出、街のメディア化などの新しい試みにも取り組んでいます。4 年目となる 2006 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。

※本リリースに関する数値データは、2005 年 4 月 1 日から 2006 年 3 月 31 日までのものです。

<六本木ヒルズ開業 3 年間の主な実績推移>

	3周年	2周年	1周年
	2006年	2005年	2004年
	(2005年度: 2005/4～2006/3)	(2004年度: 2004/4～2005/3)	(2003年度: 2003/4/25～2004/3/31)
来街者数	約4,400万人	約4,400万人	約4,500万人
平均来街者数	平日11万人/休日14万人	平日11万人/休日14万人	平日10万人/休日15万人
商業施設売上	約430億	約420億	約460億
オフィス稼働率	100%稼働	100%稼働	ほぼ満室
賃貸住宅稼働率	ほぼ満室	ほぼ満室	ほぼ満室

【六本木ヒルズ内各施設の 2005 年度実績については P4 以降ご参照ください。】



■ 六本木ヒルズにおける「タウンマネジメント」の取り組み

① 地域コミュニティ活動

六本木ヒルズでは、内部のコミュニティ以外にも地域に向けたコミュニティ活動に取り組んでいます。屋上水田における年間を通じたコミュニティ活動をはじめ、居住者、オフィステナント、店舗や施設の従業員が中心となった六本木ヒルズ自治会では、六本木エリアの清掃活動「六本木クリーンアップ」を中心に、街の震災訓練、街のお祭りへの参加、近隣町会、商店会との連携などを積極的に行い、地域間交流、発展となる活動を行っています。また、「六本木ヒルズガーデニングクラブは、六本木さくら坂の沿道を日本原産植物で彩り、緑を通じて六本木ヒルズの街づくりに参加しています。

<屋上水田>

けやき坂コンプレックスの屋上（地上約 45m）に位置する屋上庭園水田（約 130 m²）では、田植え、稲刈り、脱穀、餅つき、わらを利用した創作と年間 5 回のコミュニティ活動をオープン以降継続して実施しています。昨年度は、お米の収穫後初の二毛作に挑戦し、この 5 月に収穫した後には、また田植えを行います。

<六本木ヒルズ自治会>

居住者、店舗や施設の従業員、街を構成する中核施設、企業を中心に、昨年度は積極的にオフィステナントにも参加の呼びかけを行い、現在ではオフィステナントも数社自治会会員になっています。

<六本木クリーンアップ>

六本木ヒルズ自治会が中心となり、毎月 1 回 80 名ほどが参加し、六本木の街のゴミ拾いをする、清掃ボランティア活動で、これまでに 26 回実施してきました。昨年度は、他の清掃ボランティア団体とのコラボレーションによる清掃活動が 2 回行われました。（9/17「MERRY EXPO」約 180 名、10/12「東京国際映画祭」約 200 名参加）

② 安全、安心、快適な街づくり

<スタッフ研修>

街全体のサービス基準向上のため、開業前より実施している街で働く従業員に対する教育研修は今までに合計 419 回、7,342 名が受講し、現在も引き続き実施しています。2005 年度には、障害者に対するのヒューマンサービスの充実をはかるため、「ハートフルサポーター研修」を開始しました。

<親子向けサービス>

親子向けのサービスとしては、無料の「おやこ休憩室の開設」、「授乳室」の追加・新設、また既存トイレの「おやこトイレ」への改修などを行っています。特に無料の「おやこ休憩室」の稼働率が高く、ご利用の皆様から大変なご好評をいただいています。また、森美術館においては、展覧会ごとに子供を対象としたワークショップなど親子で楽しめる企画を実施するなど、子供と安心して出かけられる環境を充実させてきました。

<ハード面の整備>

来街者の皆様が街で快適にお過ごしいただけるよう、館内サインを充実させたり、矢羽看板を設置するなどハード面の整備強化を行っています。



③ 街の大型イベントの継続

冬の風物詩として広く浸透した、白色と青色 LED を使った六本木ヒルズのクリスマス イルミネーション(六本木けやき坂通り)をはじめ、六本木ヒルズの周年にあたるゴールデンウィークのイベント「アーテリジェント ウェーブ」、夏祭りイベントや東京国際映画祭、世界各国から招聘する街区パフォーマンスが定着してきたほか、街の中心に位置する六本木ヒルズアリーナでは、「都市の広場」としての認知が広がり、映画プロモーションや、新商品の発表など大型の持込イベントも増えてきております。また、六本木ヒルズアリーナでは、屋外の広場ということで課題であった雨、風対策として、庇を設置しました。(4 月 25 日竣工)これにより、更に年間を通じて街の賑わいを創り出していきたいと考えています。

<2005 年度の大型イベント報告>

2005 年度の「日本におけるドイツ年 2005/2006」のオープニングイベントには、ホルスト・ケーラー ドイツ連邦大統領および小泉純一郎内閣総理大臣に出席いただきました。66 プラザには国際的な融和・平和を願う熊をモチーフと各国の文化を表現するようデザインの 127 体のくまのオブジェを設置し、また、森美術館では「東京-ベルリン/ベルリン-東京展」(~06 年の 5/7 まで)を開催するなど、様々な国際的なイベントを展開してきました。夏祭りでは、イベントのシンボルとして、村上隆氏の代表作品「とんがりくん」と四天王」を毛利池内に展示して、六本木ヒルズならではの文化発信を行い、秋には「日本カーオブザイヤー」の 10 ベストカーの展示、発表と実施にいたりしました。

④ “街のメディア化”への取り組み

“街のメディア化”による企業と街との提携を、初年度より取り組んできており、メディアとしての六本木ヒルズの認知と需要が高くなってきました。街のスポンサー活動として、“六本木ヒルズは企業の自由な活動フィールドとして街を提供し、企業は六本木ヒルズの街づくりを支援する”ことを意図として、現在 13 社の企業とパートナーシップ(コラボレーションパートナー)を結んでいます。また、街の中のコルトン、映像などの販売メディアをはじめとし、六本木ヒルズでは、メディアジャックにも取り組んでおり、これまでも多くの企業による街全体を利用した広告展開が行われてまいりました。

■ 六本木ヒルズ内各施設 2005 年度実績

◆商業施設

商業施設では、秋(2005 年 9 月)と春(2006 年 3 月)の 2 回にわたり、リニューアルを実施し、前年売上の約 420 億円を超える約 430 億円という好結果を残すことが出来ました。過去 2 年間の購買分析により判明した顧客ニーズに沿った店舗展開、および、各ゾーンコンセプトの更なる強化を念頭に置いたリーシングが、今まで以上に多くのお客様、リピーターの支持を獲得した結果となりました。

◆森アーツセンター

① 森美術館(森タワー53F)

森美術館では、『杉本博司:時間の終わり』をはじめとする 6 つの企画展を開催。アジア近隣諸国のアートを紹介する『秘すれば花:東アジアの現代美術』、『フォロー・ミー! :新しい世紀の中国現代美術』等や、物語に焦点をあてた『ストーリーテラズ:アートが紡ぐ物語』などを実施。キュレーターの様々な視点から、魅力あふれる独自の企画展を展開し、約 130 万人が来館しました。その他、各展ごとに、参加者がアーティスト等と触れ合うことができるレクチャー、ワークショップや、児童・学生の方から教員の方までを対象とした学校プログラム等をご提供する「パブリックプログラム」では 5,000 名以上の方にご参加いただき、好評いただいております。



② 東京シティビュー(森タワー52F)

六本木ヒルズ展望台・東京シティビューは、2005 年度 180 万人のお客様にご入館いただきました。(森美術館の入館者を含む)昨年夏に開催された、山本宇一氏のプロデュースによる“シャンパンガーデン”は大好評を博し、また、クリスマスシーズンに『ヴィヴィアン・ウエストウッド展』と連動して設置された、高さ 5.3 メートルの巨大なツリーは、東京の夜景とツリーを同時に撮影できる人気スポットとして多くのお客様の写真に収められました。

開業 4 年目となる今年も、海拔 250 メートルからの眺望とともに楽しめるイベントを次々を行う予定です。

③ 森アートセンターギャラリー(森タワー52F)

時代を反映する発信力のある展覧会を開催する森アートセンターギャラリー(2004 年 7 月発足)は、2005 年度は、『フィリップス・コレクション展』、『レオナルド・ダ・ヴィンチ展』を中心に、55 万人のお客様にご来館いただきました。今年は世界的なベストセラー「ダ・ヴィンチ・コード」のストーリーに沿って、名画に秘められた謎を高精彩デジタル画像で再現する『ダ・ヴィンチ・コード展』、また、ニューヨーク近代美術館の企画による『ピクサー展』などを開催する予定です。

④ アカデミーヒルズ(森タワー49F)

アカデミーヒルズでは講演会やシンポジウム、スクールなどの催事が年間 3,500 件行われ、約 40 万人の方々にご来館いただきました。ライブラリーやアーク都市塾(社会人向けスクール)においては、キャリアアップや自己実現を目指す 30 代の若い世代や女性の会員が目立っています。

＜ライブラリー会員概要＞

オフィスメンバーは、40 代～50 代を中心とし、現在会員数は約 190 名(男性 9:女性 1)、平日のご利用が多く見受けられます。また、利用時間に制限がある「コミュニティメンバー」は 30 代が中心となり、会員数は約 2,500 名(男性 6:女性 4)、土日利用、平日会社帰りのご利用も多くなっています。

＜アーク都市塾＞

1988 年にスタートした「アーク都市塾」は、各界のトップリーダーをお招きし、社会人向けのプロフェッショナル・スクールとして、常に時代を先取りしたカリキュラムで“旬の学び”の場を提供してまいりました。

＜六本木 BIZ＞

ビジネスの最前線で起こっている旬のテーマをいち早く捉えるスクールとしてスタートした「六本木 BIZ」は、第一線で活躍する実務家を講師に迎え、多忙なビジネスパーソンのための 1 日完結、短期集中型の講座をご提供しています。

＜アーテリジェントスクール＞

カラダ作り、ビジネス、メイクアップ等の人気講座に加えて、LOHAS の概念を教えるセミナーや起業セミナーなど、時流に乗ったプログラムを展開。毎月 50 講座、1 回完結の 1Day スクールは女性に人気です。

＜フォーラム＞

小ささまざまなスペースと設備をお貸しするフォーラム(貸し会議室)事業では、IT 企業のセミナーや学術講演会など、多方面の皆様に数多くご利用いただいております。



⑤ 六本木ヒルズクラブ(森タワー51F)

六本木ヒルズクラブでは、現在約 3,000 名強(男性約 2,400 名:女性約 600 名)の会員を抱えています。従来の会員制クラブの概念を超えて、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。クラブが主催するイベント(月 10~15 回)も毎回ほぼ満席で、こうしたイベントを通じた出会いなどから、年齢、性別を問わず、異業種間においての交流が盛んとなり『クラブ内クラブ』が増えつつあります。

◆ 六本木ヒルズツアー

六本木ヒルズの見所をツアーガイドがご案内する六本木ヒルズツアーは、2005 年度は 6 万人のお客様にご参加いただきました。初めて六本木ヒルズを訪れた方から、修学旅行生や企業の視察目的としてもご利用いただいております。クリスマスや桜のシーズンには、期間限定の特別ツアーも開催。季節毎に変化する六本木ヒルズの魅力をご案内しています。

◆ グランド ハイアット 東京

グランド ハイアット 東京では、六本木ヒルズ内という立地に加え、質の高いサービスに対して高い評価を獲得し、2005 年度の平均稼働率 92.63%、平均客室単価 39,305 円と開業以来好調な水準を維持しています。客室の高稼働に加え、ホテル内にある 10 のレストラン・バーの営業、婚礼受注数も好調な数値を保ち、3 周年を迎え、ホテルの業績バランスは安定し、引き続き好調に推移しています。顧客層のバランスは昨年と変わらず、主に平日の稼働は海外からのゲストが全体 6 割~7 割を占め、国内のレジャー目的のゲストは 3 割~4 割で週末に来館するパターンが定着しています。

◆ TOHOシネマズ 六本木ヒルズ (旧 VIRGIN TOHO CINEMAS 六本木ヒルズ) ※名称変更

TOHOシネマズ 六本木ヒルズでは、多数のジャパンプレミア・完成披露試写会を実施し、そのメッカとして六本木ヒルズが定着しました。また、2003 年から始めた赤ちゃんを持つお母さんを対象とした「ママズ クラブ シアター」は、リピーターも増えつつける大人気の企画となり、毎週木曜日に継続して実施し、新規顧客開拓につながっています。また、PC や携帯から気軽にチケットを購入することができるインターネットチケット販売が定着しつつあり、最大で 6 割~7 割のお客様がインターネットでのチケット購入するなど、顧客の定着化が見られます。

<ジャパンプレミア(実施一部例)>

ジャパンプレミア:「バットマン リターンズ」、「宇宙戦争」 「チャリーとチョコレート工場」
「シンデレラマン」 「ハリー・ポッターと炎のゴブレット」 「Mr. & Mrs. スミス」 「フライト・プラン」
完成披露試写会:「戦国自衛隊」 「NANA」 「電車男」 など

◇ 本件に関するお問い合わせ ◇

森ビル株式会社 六本木ヒルズ運営室
タウンマネジメント 広報担当 : 松島・秋田・吉川
TEL: 03-6406-6382 FAX: 03-6406-6483
Web: www.roppongihills.com

株式会社プラップジャパン
担当: 江川・右山
TEL: 03-3486-7355 FAX: 03-3486-7507



【参考】「東京の街」に関する意識調査結果(一部)

(インターネットリサーチ会社(株)インフォプラント委託 2006 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 現代の東京はどのような都市だと思う…「東京の街」のイメージ

1 位 ビジネスの中心地 (73.2%) 2 位 24 時間眠らない都市 (50.4%) 3 位 文化、情報発信地 (50.2%)

② 東京の街の中で「現代の東京らしい」と思う場所

1 位 六本木ヒルズ (57.2%) 2 位 青山・表参道エリア (34.0%) 3 位 お台場 (32.0%)

③ 最近 3 年間の東京を語るになくてはならない場所

1 位 六本木ヒルズ (60.0%) 2 位 秋葉原 (44.2%) 3 位 お台場 (37.4%)

④ 話題になっている街

1 位 六本木ヒルズ (57.4%) 2 位 秋葉原 (48.6%) 3 位 青山・表参道エリア (45.0%)

⑤ 新しい情報や文化刺激がある街

1 位 秋葉原 (31.8%) 2 位 六本木ヒルズ (31.6%) 2 位 青山・表参道エリア (31.6%)