

東京スカイツリーの戦略と展望

日時：2012年1月26日（木）14:00～

場所：六本木ヒルズ森タワー8F 20応接

講師：東武タワースカイツリー(株)広報宣伝部長 吉野誠一氏

【ご講演】

●東京スカイツリー基本情報（放映されたPVの要点）

- ・押上・業平橋地区に建設。カラーは伝統の藍白で、スカイツリーホワイトと呼ばれる。
- ・地上450mの第二展望台からは大パノラマが広がり、空中散歩を楽しめる。
- ・デザインコンセプト：日本の伝統美。日本刀のような「ソリ」と膨らんだ「むくり」
- ・三角形から円になる3本の脚に支えられ、制震構造にも五重塔の考え方を応用。
- ・ライトアップにはLEDライトを使用し、「粋」と「雅」を表している。
- ・世界へ日本の文化を発信していく拠点となる。

1 東京スカイツリー建設の経緯

2003年12月：600m級の新タワーを求め、「在京6社新タワー推進プロジェクト」発足
2006年3月：隅田・台東エリアが新タワー建設地として最終決定（*）
2008年7月：着工
2011年3月：最高高さ634mに到達（2011年3月18日13時34分）。
2012年2月末：竣工予定
同年5月22日：開業予定

*…東武鉄道(株)が貨物輸送を歴史的に行っており、そのヤードの跡地が建設地となった。
建設地を確保したのではなく、通常の開発利用の中から候補が話に出てきた。

2 600m級新タワーが必要となった理由・その特長

- 現在、東京タワーの周辺には高層ビルが乱立しており、電波塔としての役割が上手く機能しなくなる心配がある。また、在京放送事業者はワンセグに力を入れており、より高い位置から電波を発することを望んでいる。
- REP（Rising East Project）…新タワーを核とした複合開発事業のコンセプト
①東京スカイツリー（電波塔）②東京ソラマチ（商業施設）③東京スカイツリーイーストタワー（オフィス施設）から成る。
- スカイツリーのある業平橋・押上駅は、伊勢崎線・半蔵門線・都営浅草線・京成線が乗り入れ、羽田や成田からも一直線と非常に立地がよい。東京駅から押上までも直線距離で約5km、新宿や渋谷、池袋にもそれぞれ約7～9kmと、東地区にとっても近い立地条件である。

- また、浅草寺・亀戸天神（江東区）・錦糸町・両国国技館、隅田川の桜など、観光名所に恵まれた立地にあり、約2キロ以内の範囲に点在する観光名所を歩き回るには丁度良い距離にある。
- 浅草の観光客は年間2,000～3,000万人と言われる。その中で、東京スカイツリーにも上ってくれる観光客は540万人と見越している。
- 東武鉄道(株)は、東京の東地区を基盤とした企業である。浅草など有名な観光名所はあるが、現在東京の中心は六本木ヒルズなど西側に向いている。そのため、東地区を活性化させたいという思いを有している。

3 東京スカイツリーの概要

<設計>

- ・既存タワー（東京タワー、エッフェル塔…）：4本脚⇒スカイツリーは正三角形の3本脚。三角形の一片の長さが68m、上にいくにつれ正円となる。東西に長がく南北に短いという土地のため、この様な設計になっているが、見る角度により形が変わり、魅力の一つとなっている。
- ・第一展望台：地上350m。定員2,000名。レストランや土産物店がある。
第二展望台：地上445m。定員900名。展望を楽しむ空中回廊となっている。

<自然災害対策>

- ・地震に対し強い設計強度を持つ、芯柱構造である。
(芯柱構造…コンクリート製の柱が地上375mの地点までであることにより、コンクリートと鉄骨の揺れの違いが相殺され、揺れを最大半分まで減らす。)
- ・ゲイン塔（アンテナ部分）が揺れると電波の品質が悪くなるため、ゲイン塔部分に45tと25tの2つの重りを搭載し、揺れを制御する。
- ・風による引き抜きを防止するため、杭に節をつけて摩擦力を高め、引き抜きや押し込みの対策をしている。
- ・基礎をしっかりとさせるため、板状の杭を頂点部分は地下50mまで、その他は岩盤のある地下35mまで入れている。
- ・一番太い柱は厚さ10cm、直径2m30cm。厚さ10cmの板を曲げ正円にするが、この加工は日本のものづくりの技術力である。
- ・柱同士の接続は、東京タワーやエッフェル塔はリベットで留めている。スカイツリーはほとんどが溶接で、2m30cm、厚さ10cmの鋼板を溶接するのに、最高レベルの職人4人で3日かかる。

<ライティングデザイン>

- ・基本コンセプト：心意気の「粹」・美意識の「雅」

- ・1日交代でライトアップ。LEDを使用し、通常の電球に比べ約半分の電力になっている。

<入場について>

- ・第一展望台：2,000円・第二展望台：1,000円　・キャラクター：ソラカラちゃん
- ・予約：(団体) 11/22～：予約率100%　(個人予約) 3/22～開始
- ・5月22日から1か月半は完全予約制。
⇒スカイツリー周辺は住宅地であるため、住民の迷惑を軽減するための配慮。
- ・営業的な取り組みとして、世界に技術や文化を広めていく趣旨で、オフィシャルパートナー(日本を代表する様々な企業)、オフィシャルホテル(地元のホテル中心)、オフィシャルエージェンシー(東武のグループ)が協力をしている。

4 商業施設「ソラマチ」の概要

- ・足元に310店舗出店、床面積5万2,000㎡の施設
- ・特に1階に「下町商店街」。本当に町の商店街のように、雑多なお店を並べる。
- ・ファッション、グルメ。タワービルダイニング。オフィスやレストランなど。
- ・複合施設として、プラネタリウム・水族館。東京スカイツリーを中心として、タウン全体で楽しんでもらいたい意図を持つ。

【質疑応答】

Q1：「東京スカイツリー初年度来場客540万人想定」、その集客力の根拠は何か。

⇒東京スカイツリーのキャパ・総合力から。スカイツリータウン全体に訪れる観光客は、浅草観光の客がポイントとなる。また、商業施設の店舗数からショッピングに来る客数を考慮している。墨田区も、人口が増えている地区であり、地元の購買ベースとしてもある程度のキャパがあり、これらをベースに算出している。

Q2：ドームシアターではどのようなイベントが行われる予定か。

⇒詳細は聞いておらず、不明だが、ユニカミノルタによる最新の施設である。

Q3：周辺地域の東京・下町の文化を強調されたが、この施設自体にどのような文化性・コンセプトを盛り込んでいるのか。

⇒「下町」の定義は様々であり、本来の下町は日本橋などかも知れない。しかし、スカイツリーから墨田区を見ると、碁盤の目になっている。これは江戸時代の振袖火事の後、武士の屋敷などが移転され行われたその頃の区画整理が、変わらず残っている結果である。つまり、十分な下町の文化が残っているといえる。

近代的な金属的なものではなく、昔からの特徴や思い出を残したほっとしたおもてなしができる設えでおもてなしをしたい。

災害を受けている地域でもあるため、貯水タンクなど防災・環境にも配慮している。

Q4：集客力からみても、スカイツリーは東京のコアの名所になるのではと考えている。

そこで、地元の区と観光的な連携はどのようなことをしているか。

⇒墨田区は、観光地はあるが観光という切り口がほとんどない区だった。しかし、区の観光協会を一般社団法人化し、区長名誉職であった理事長に民間経営者を迎え、様々な形でプロモーションを行っている。

また、東京都観光財団等と連携し、海外にも積極的にPRしている

Q5：震災後、海外からの観光客は減少しているが、修学旅行など、予約をした団体の特色は。

⇒特色については把握していない。マーケットについては当然海外も考えている。観光財団等と連携し、世界一をPRしたい。

Q6：凍結や雪などの対策はどうしているのか。タワーから雪や氷が落ちてくる危険性が課題だったのでは。

⇒当然上方にいけば、気温も下がり、雪については大変な問題。自然現象であり如何ともしがたいのが現状。展望台の外壁や下などにヒーターをつける等、考えられる対策はとっている。警備員配置して地道に注意喚起などの方法をとっている。雪の質が違くと落下して飛び散る範囲なども千差万別であり、出来得る限り住民への不安を少しでも減らせるような対策を地道にしていくしかない。

Q7：地域活性化のまちづくりであり、住民の反対運動等がなかったのは分かったが、電波障害や日照に対する不満など、近隣住民への対応があればご紹介いただきたい。

⇒電波などは予測できるので、対策を元々講じた。柱が三角形△のため、頂点が北になる。日照を遮る範囲が最小限になり、元々そのように設計者は考えていた。近隣住民からのご不満は特に聞いていない。

【補足】松原聡幹事（東洋大学教授）から、スカイツリー建設の経緯、これによる電波変化への対応等についてお話（話題提供）があった。

以上