

## 0. はじめに～臨海副都心開発の始まり

臨海副都心は、その名の通り「副都心」すなわち新たな業務集積地を形成することを目標として開発が始まった。この開発が始まるきっかけとして、一つには1980年代になりウォーターフロントの再生が注目を集めるようになったということが挙げられる。しかしそれよりも、国土庁が1985年に発表した「首都改造計画」の中で、「現在の東京都区部のオフィス床面積は3700ha、これに対して2000年には8700haになる」という予測がなされ、5000haもの新規需要が見込まれたが、その際にこの膨大なオフィス需要にこたえる土地の一つとして臨海部にあった広大な埋立地が目をつけられた、ということの方がより直接的なきっかけである。

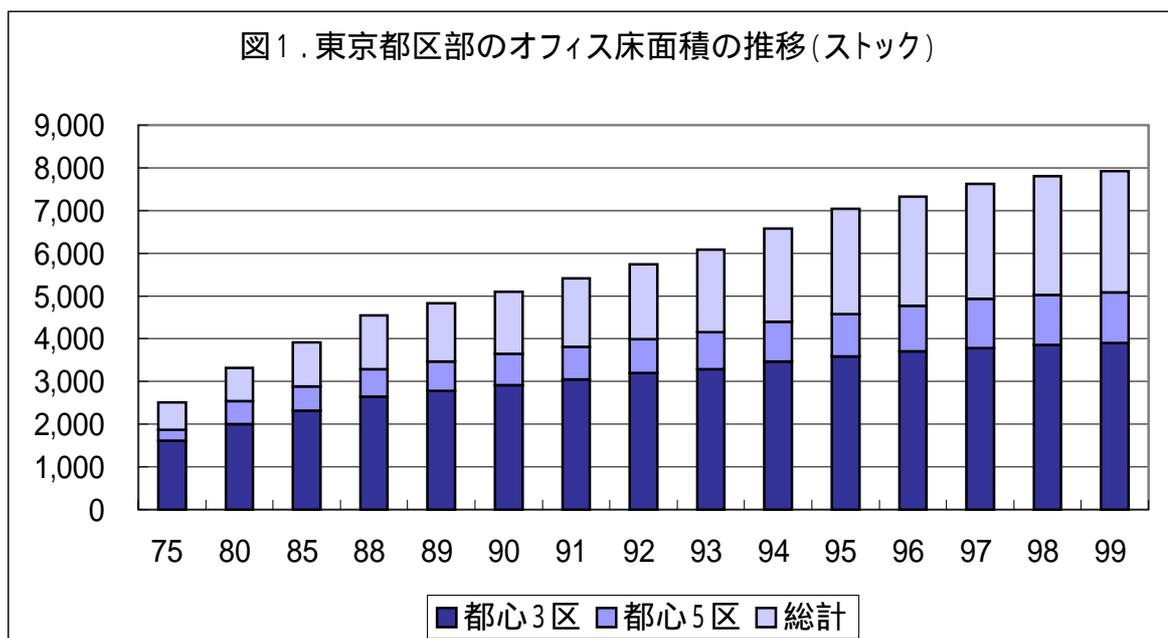
参考までに付け加えると、この頃、東京都心部のオフィス空室率は0.2%という状態で、マンハッタンのミッドタウンの8%と比べると異常なほどのオフィス不足であった。

(臨海副都心開発は、中曽根政権の内需拡大策に応じて掲げられた民活路線の目玉プロジェクトの一つ。)

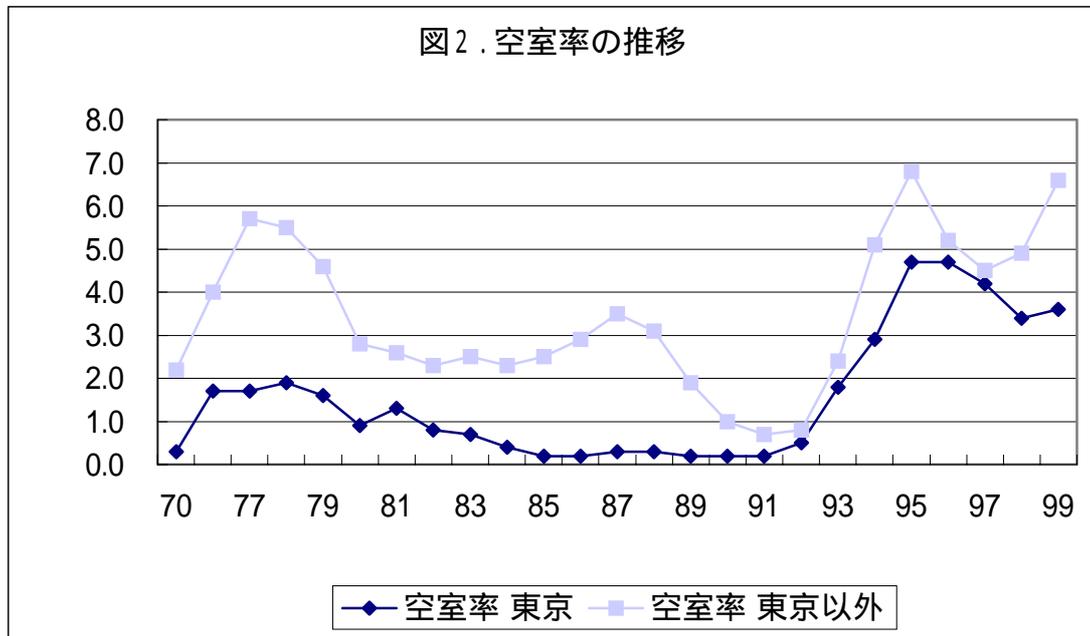
## 1. 現在の状況～業務の進出状況

本来であれば2004年には、全体面積448ha(青海+台場+有明)、就業人口11万5000人、居住人口6万人の都市が完成しているはずであった臨海副都心だが、実際には2000年12月現在で、就業人口29,000人、居住人口3,876人(1,573世帯)と開発はあまり進んでいない。この原因が何かを探ってみることにする。

臨海副都心への業務の進出がこのようになかなか進んでいないのは、まず一つには1985年に国土庁が発表したオフィス需要が過剰に見込まれたものであったということがある。(図1.東京都区部のオフィス床面積の推移(ストック))結果的には1000ha以上過剰に見込まれた結果となっている。



また、最近のオフィスの空室率の推移を見れば、(図2・空室率の推移)今後もバブル期に想定されたようなオフィスの新規需要は見込まれず、新たな業務集積地「第7の副都心」が必要とされるような状況にはないことが分かる。



．それに加え、近年都心部で大規模な再開発事業が相次ぎ、これにより大量のオフィスが供給されているが、(図3・東京都区部の大規模オフィスビルの新規供給量)(表1・主要大規模オフィスビルの竣工予定)こうした場所で供給されるオフィスの方が実質賃料が安いということも、(図4・オフィスのゾーン別実質賃料)臨海副都心への業務の進出を妨げている。

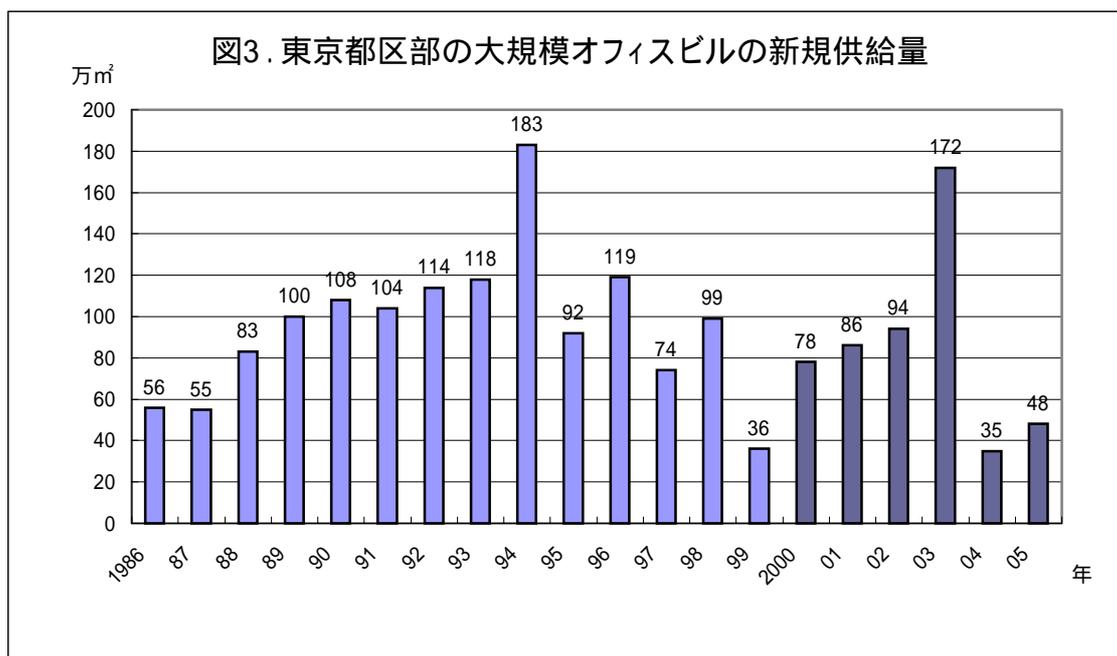
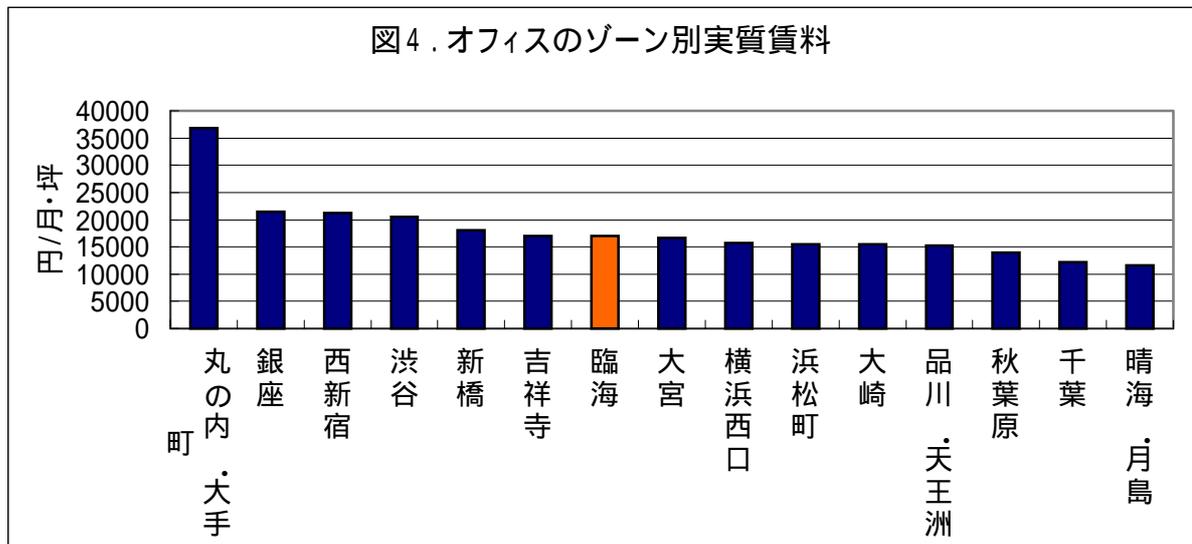


表1. 東京23区主要大規模オフィスの竣工予定

竣工年	プロジェクト名(ビル名)	延べ床面積(m <sup>2</sup> )	延べ床面積(坪)	所在地
2000年	山王パークタワー	219,216	66,313	千代田区永田町
	渋谷マークシティ	93,638	28,325	渋谷区道玄坂
	新東京サンケイビル	83,260	25,186	千代田区大手町
	飯田橋プロジェクト	62,797	18,996	文京区後楽
	芝公園プロジェクト	62,602	18,937	港区芝
2001年	晴海トリトンスクエア	412,605	124,813	中央区晴海
	セルリアンタワー	105,955	32,051	渋谷区桜丘町
	愛宕2丁目計画・事務所棟	86,640	26,209	港区愛宕
	パシフィックセンチュリープレイス丸の内	81,750	24,729	千代田区丸の内
	日商岩井本社ビル	81,147	24,547	港区台場
2002年	汐留地区再開発計画A街区電通本社棟	232,290	70,268	港区東新橋
	丸の内ビルディング新築工事	159,838	48,351	千代田区丸の内
	六本木一丁目西地区市街地再開発	157,410	47,617	港区六本木
	永田町プロジェクト	76,634	23,182	千代田区永田町
2003年	六本木六丁目再開発B街区事務所棟A	379,944	114,933	港区六本木
	汐留地区再開発計画B街区	247,000	74,718	港区東新橋
	品川駅東口B-1街区開発計画C棟	228,500	69,121	港区港南
	汐留地区再開発計画C街区	211,241	63,900	港区東新橋
	西新宿六丁目南地区市街地再開発	165,100	49,943	新宿区西新宿
	神保町一丁目南部地区市街地再開発	142,440	43,088	千代田区神保町
	品川駅東口B-1街区開発計画A棟	118,275	35,778	港区港南
	品川駅東口B-1街区開発計画D棟	59,800	18,090	港区港南
	品川駅東口B-1街区開発計画B棟	57,300	17,333	港区港南
2004年	丸の内1-1計画	169,200	51,183	千代田区丸の内
	日本工業倶楽部・永楽ビル建替計画	111,000	33,578	千代田区丸の内
	東急百貨店日本橋店再開発計画	97,000	29,343	中央区日本橋
2005年	丸の内1丁目街区開発計画	256,000	77,440	千代田区丸の内
	明治生命館街区再開発	149,786	45,310	千代田区丸の内
合計		4,308,368	1,303,282	
		1,716,253	519,167	

図4. オフィスのゾーン別実質賃料



最後にもう一つ付け加えるならば、同じような時期に同じようにウォーターフロント開発として行われたMM21・幕張新都心と比べた場合に、臨海副都心は、周辺部との相対的な位置付け、交通アクセス、周辺環境、このいずれをとっても劣っている。

位置付けの弱さ MM21・幕張新都心は都心。

アクセスの弱さ 既存市街地からの距離・交通手段

周辺環境の弱さ 湾岸道路・倉庫街・清掃工場・最終処分場

現在の臨海副都心の開発の遅れは、今や他の副都心と同じような、単なる業務の集積地は必要とされていないし、さらには、ただ単に新たな業務都市として開発していくことは出来ないということを示している。

## 2．現在の状況 ～業務集積のコンセプト

臨海副都心は、ただ単に新たな業務都市として開発していくことは出来ない。では、臨海副都心に業務地を開発するにあたって明確なコンセプトがあればいいのかということ、問題はそうは単純ではない。実際、臨海副都心の開発には特定産業を集積させようという明確なコンセプトをもった開発計画は存在した。

たとえば、「有明南ファッションタウン計画」は、ファッション・デザイン関連産業を核として新進気鋭の世界に通用するデザイナーを生み出す場所を作り、有明南地区をパリ・ミラノ・ニューヨーク・ロンドンと並ぶファッション拠点にしようという計画であった。現在ある TFT（東京ファッションタウン）ビルは、この計画を縮小する形で東京商工会議所グループが東京都との第3セクター方式で建設したビルである。

他には、ソフトウェアの業界団体である情報サービス産業協会、日本システムハウス協会などの働きかけによって、80～100社のソフトウェア企業を集積するタイム24を建設し、また国際取引業務や情報ネットワーク利用型業務などを行う先端的な中小企業を入居させるフロンティアビルを建設することによって、青海地区を中心に臨海副都心全体を将来の東京の業務の新しい拠点、21世紀に向けた時代の先端を行く「インテリジェントビジネスセンター」にするという計画もあった。

しかし、このように明確なコンセプトを持った開発計画ではあっても、TFTビルやフロンティアビルなど、実際建設されたビルへの入居状況は必ずしも芳しくはない。またこれからこういったコンセプトの下の開発がこれ以上の広がりを見せるような状況にもない。(図5．青海フロンティアビル・タイム24の業務入居状況)(表2．青海フロンティアビル・タイム24の空室率)

図5. 青海フロンティアビル・タイム24の業務入居状況

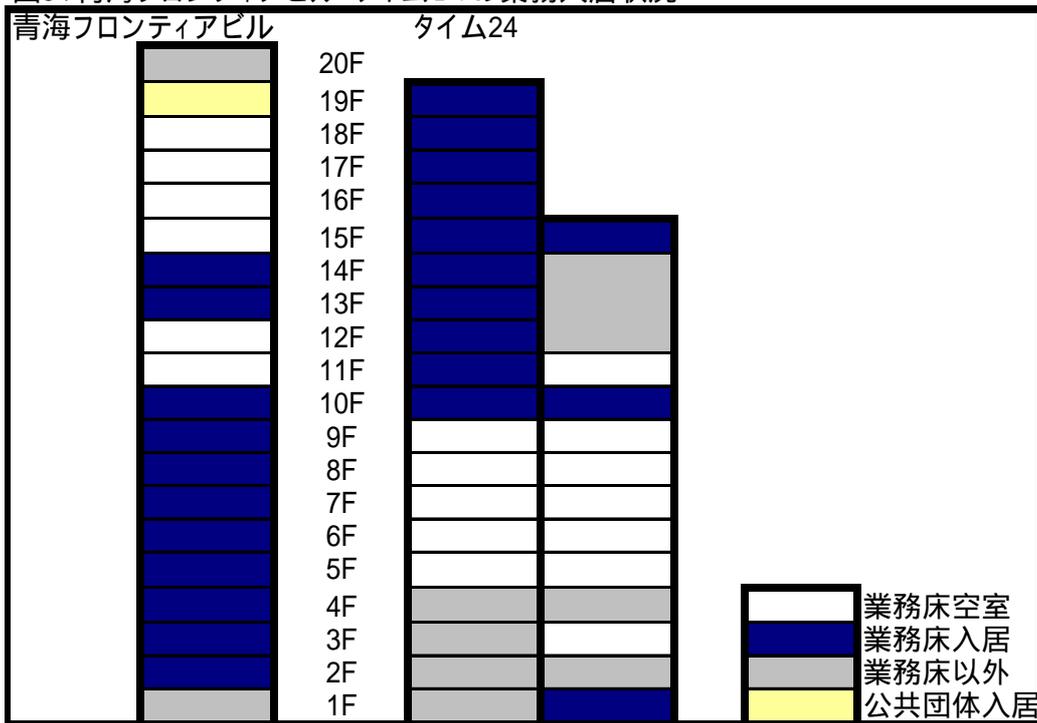


表2. 青海フロンティアビル・タイム24の空室率

	青海フロンティアビル	タイム24
空室率	33%	50%

この原因はなんだろうか。

まず、両者共に中小企業の多い産業であるため、臨海副都心のように賃料の高い場所に入居できる企業となるとごく少数に限定されてしまい、そのために集積させることができなかったということが挙げられる。

(ちなみに、現在東京都では、事業創生の支援制度を設け、これらのビルの空きを埋めようとしている。)

次に、特定産業にターゲットを絞った開発であったために、時代の変化に伴うその産業を取り巻く状況の変化に対する対応力が低かった、ということが挙げられる。

情報通信 予想よりも情報通信技術の進展が早く、(当時は誰も現在の様な猛烈なスピードで情報通信技術が進展するとは創造できなかった。)インテリジェントビルの希少価値が低くなってしまい、集積のメリットがなくなってしまった。

業種的に新しい集積を生むのが難しい業種を集積させようとしてしまったことも原因の一つである。

ファッション もともとの集積がないと難しい。

事業所数の全産業に対する比率を見たとき、情報サービス業はより高度に都市化の進んだ都心区で比率が高い傾向にあるが、デザイン業は、これとは関係なく特定の区(渋谷区・港区)に集中している。このように、ファッション業は一定の集積のある地区に成立する産業である。(図6. 事業所数で見た全産業に対する比率)



例1．研究開発系（都市型学際都市）

今まで研究学園都市は郊外に立地してきたが、

これからは、都市の利点も生かした研究環境を。

国際・ウォーターフロント（アメニティ）・アミューズメント・住宅  
を売りにする。

例2．エキジビット系（商業との連携）

・広く取れるスペース

・エンターテインメント性を求めてやってくる来街者（休日にもぎわうオフィス街？）

・ITの普及で現物に触れることがより一層貴重になる。

事例 大阪ビジネスパーク（NECなど 1階部分に体験スペース）