MIYASHITA PARK

I N D E X

Chapter 1　三井不動産の街づくり

P 4　土地に根差すDNAを活かして再生する街づくり
P 5　「渋谷」という街の特性と魅力
P 6　「公園」というDNAを受け継ぐ「MIYASHITA PARK」

Chapter 2　生まれ変わる「新・宮下エリア」

P 8　大規模再開発で進化する渋谷
P 9　さまざまな文化エリアの結束点 新・宮下エリア
P10　MIYASHITA PARKでつながる渋谷の文化①
P11　MIYASHITA PARKでつながる渋谷の文化②

Chapter 3　MIYASHITA PARK概要

P 13　MIYASHITA PARK計画・開発の経緯
P 14　公園一体型の新たな商業施設ブランド「RAYARD」
P 15　心地よい滞在時間を提供するPARK STYLEデザイン①
P 16　心地よい滞在時間を提供するPARK STYLEデザイン②
P 17　公園や周辺エリアと一体で新しい体験を創出する約90店舗
P 18　MIYASHITA PARKを彩る環境演出①
P 19　MIYASHITA PARKを彩る環境演出②
P20　MIYASHITA PARKを彩る環境演出③
P21　MIYASHITA PARKを彩る環境演出④

Chapter 4　渋谷の変遷

P23　渋谷カルチャーの歴史①
P24　渋谷カルチャーの歴史②
P25　新・宮下エリアの歴史

Chapter

1 三井不動産の街づくり

「都市に豊かさと潤いを」。これが私たちのステートメント・ビジョンです。「街づくり」の主役は「人」であり、そのビジネスライフやくらしを豊かにするために、魅力にあふれる空間やサービスを提供して、街の価値を最大化する。三井不動産は、「街づくり」を通してさまざまな社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の構築を実現します。

土地に根差すDNAを活かして再生する街づくり

三井不動産株式会社は、1941年(昭和16年)の創業以来、「街づくりを通じた価値づくり」に一貫して取り組んでいます。三井グループの「進取の気性」の精神を受け継ぎ、各時代のパラダイム転換を捉えて新たな価値を創造しながら、街づくりを通じて社会課題の解決に取り組んでまいりました。

三井不動産の街づくりは、その街が本来持つ「土地の記憶」を最大に活かすことをベースとしています。そのうえで、新たな価値を創造するべく、「街づくりの基本姿勢」を次の3点に集約しています。

1つ目は、ミクストユース化(用途や機能の複合)。異なる用途の設備や施設を集約することで、施設そのものが「まち」として機能し、それらを利用するさまざまな人々が街に集い、街の活性化と新陳代謝を促進します。2つ目は、住む人、集う人、憩う人や地域をつなぐ「コミュニティの創造」。そして3つ目は、街が完成したのち、タウンマネジメントなどを通じて、年々、街の魅力を高めていく「経年優化」です。この3つを好循環させることにより、三井不動産は新たな価値の創造をめざします。

日本橋再生計画

江戸時代に商業と文化の中心として栄え、三井不動産創立の地でもある日本橋。「残しながら、蘇らせながら、創っていく」をコンセプトに、地域の活性化と新たな魅力を創造するプロジェクト「日本橋再生計画」を2004年より始動。2019年には、神田・東京駅周辺エリアと日本橋をつなぐ日本橋エリアの新たな拠点となる「日本橋室町三井タワー」が竣工しました。官・民・地元と一体となって、伝統と革新が共存する新たな街づくりを進めています。

東京ミッドタウン
(港区赤坂)

2007年の開業以来、“「JAPAN VALUE」を世界に発信しつづける街”をビジョンに他に類を見ない独創的な街を目指し、世界に向けて都市の理想像を発信し続けています。

柏の葉スマートシティ

次世代につながる“環境共生”、全世代が健やかに暮らす“健康長寿”、さらに“新産業創造”という3つの街づくりのテーマを掲げ、“公・民・学”の連携により“世界の未来像”を具現化する街づくりに取り組んでいます。

東京ミッドタウン日比谷
(千代田区有楽町)

明治時代から社交の場として発展し、日本の近代化に大きな役割を果たしてきた日比谷の地に2018年開業。現在に息づく歴史と伝統を継承し、“未来志向の新たな体験や価値の創造”を目指しています。

「渋谷」という街の特性と魅力

都内有数の繁華街でもある渋谷は、複数の鉄道が乗り入れる一大ターミナルであり、商業、文化、教育などあらゆるジャンルの施設が集積する「カルチャーミックス」の街です。

三井不動産は、創立の地である日本橋を拠点として全国各地において時間とともに熟成する「経年優化」の街づくりを推進してきました。これまでのノウハウを生かしつつ、渋谷の多様性を学び、受け入れ、「MIYASHITA PARK」をきっかけとして渋谷に新たなカルチャーを生み出していきます。

他の「街」にはない渋谷の個性

ストリートを中心に多様な文化が存在する街

百貨店からセレクトショップまで、さまざまな規模の商業施設が多数集まる渋谷。商業のみならず、渋谷公会堂やBunkamuraといった文化施設、大学などの教育機関など、さまざまな種類の施設が存在します。駅から放射状に延びる大通りと、それらをつなぐ小さな通りで構成される「ストリート」の周辺に多様な文化が混在する街は他に例を見ません。

※3

「大人」と「若者」が混じり合う街

「若者の街」のイメージが強い渋谷ですが、近年の大規模再開発により数多くのオフィスビルが建設されたことで、多数の企業が拠点を構えるようになりました。多くのビジネスパーソンが行きかう街へと変貌した渋谷は、昼夜を問わずさまざまな世代や背景を持つ人が集まり、時間帯によって全く異なる賑わいを見せる街です。

※3

スポーツが盛んな街

1964年設立の国立代々木競技場では数々の全日本選手権、世界選手権が行われ、多くの人で賑わいます。また、渋谷駅と原宿駅の中間に位置する渋谷区立宮下公園(以下、宮下公園)では、設置されたスケート場やボルダリングウォールが、渋谷区民だけでなく、来街者にも親しまれてきました。

ダイバーシティの街

渋谷区は、2016年に策定した「ちがいをちからに変える街」というスローガンのもと、ダイバーシティの実現に向けて積極的な取り組みを行っています。一方で国際都市としても成長を続け、多種多様な国籍を持つ人々が観光や仕事で訪れる、名実ともにダイバーシティの街といえます。

SHIBUYA

渋谷区LGBTダイバーシティのシンボル「レインボー・アイリス」

「公園」というDNAを受け継ぐ「MIYASHITA PARK」

地域に根付いている「土地の記憶」を最大に活かし、その地域の課題の解決、地域への貢献を目指す三井不動産の街づくりの理念は、MIYASHITA PARKにも活かされています。MIYASHITA PARKでは、長く親しまれた「宮下公園」のポテンシャルを最大限に生かしながら、多様な文化、人々、スポーツアクティビティをはじめ、様々なコンテンツを一体化することで、宮下エリアの付加価値を高める開発を行っています。

エリア特性を活かした、公園、商業施設、ホテルを一体としたミクストユース開発

「MIYASHITA PARK」は、公園、商業施設・ホテルが一体となった新しい“低層複合施設”です。宮下公園で従来より区民や来街者に親しまれていたスケート場やボルダリングウォールを設置しスポーツアクティビティを受け継ぐことに加え、業種業態に捉われないさまざまな店舗が集積した商業施設が、個性豊かな渋谷の新たな「ストリート」として誕生します。また、国内・海外からの注目度が高い渋谷での宿泊需要に対してホテルを整備、一体開発を行うことで、街の賑わい創出につなげていきます。MIYASHITA PARKは、いつ来ても街歩きの楽しさを発見できるような全長約330mの渋谷の新たな「ストリート」として、周辺エリアとのハブとなり、東京そして世界を惹きつけ、新しいカルチャーを発信していくことを目指します 。

公園、商業施設、ホテルが一体となった「MIYASHITA PARK」

【公園】
渋谷区立宮下公園

【商業施設】
RAYARD MIYASHITA PARK

Mitsui Shopping Park
RAYARD
MIYASHITA PARK
【商業施設】
RAYARD MIYASHITA PARK ロゴマーク

【ホテル】
sequence MIYASHITA PARK

Chapter

2 生まれ変わる「新・宮下エリア」

立体都市公園として渋谷周辺エリアをつなぐ全長約330mの「MIYASHITA PARK」。そのMIYASHITA PARKを中核とする新・宮下エリアは、カルチャーの発信基地として日本の新しい文化の発展をリードしてきた渋谷周辺に点在するさまざまなエリアの中心として渋谷の街の多様性と賑わいを創出します。

大規模再開発で進化する渋谷

現在、渋谷駅周辺では100年に一度ともいわれる大規模再開発が進行しています。

これらの再開発によって、商業・住宅・オフィス・ホテルなどの施設が数多く開発され、建物も高層化することで、ストリートを中心に発展してきた渋谷に大きな変化が訪れています。

渋谷駅周辺大規模再開発の背景

渋谷駅周辺地域は都市再生特別措置法によって2005年に都市再生緊急整備地域に指定され、2012年には都市の国際競争力及び防災機能の強化を図り、安全で快適な都市空間を創出することを目的として、特定都市再生緊急整備地域に指定されました。

大規模再開発に伴う渋谷駅周辺の都市インフラの再整備により、谷状の地形に複数の鉄道が乗り入れていたことによる災害に対する脆弱性が解消され、渋谷は災害に強い街として生まれ変わります。

また、開発されたオフィスビルに有力なIT企業が集結し、関連産業の活性化などさまざまなシナジー効果が期待されています。

2019年には、渋谷スクランブルスクエア、渋谷PARCO、渋谷フクラスといった大型商業施設が次々に開業し、徐々に新たな街の姿が現れ始めました。渋谷駅周辺の大規模再開発は、今後2027年まで続く予定です。

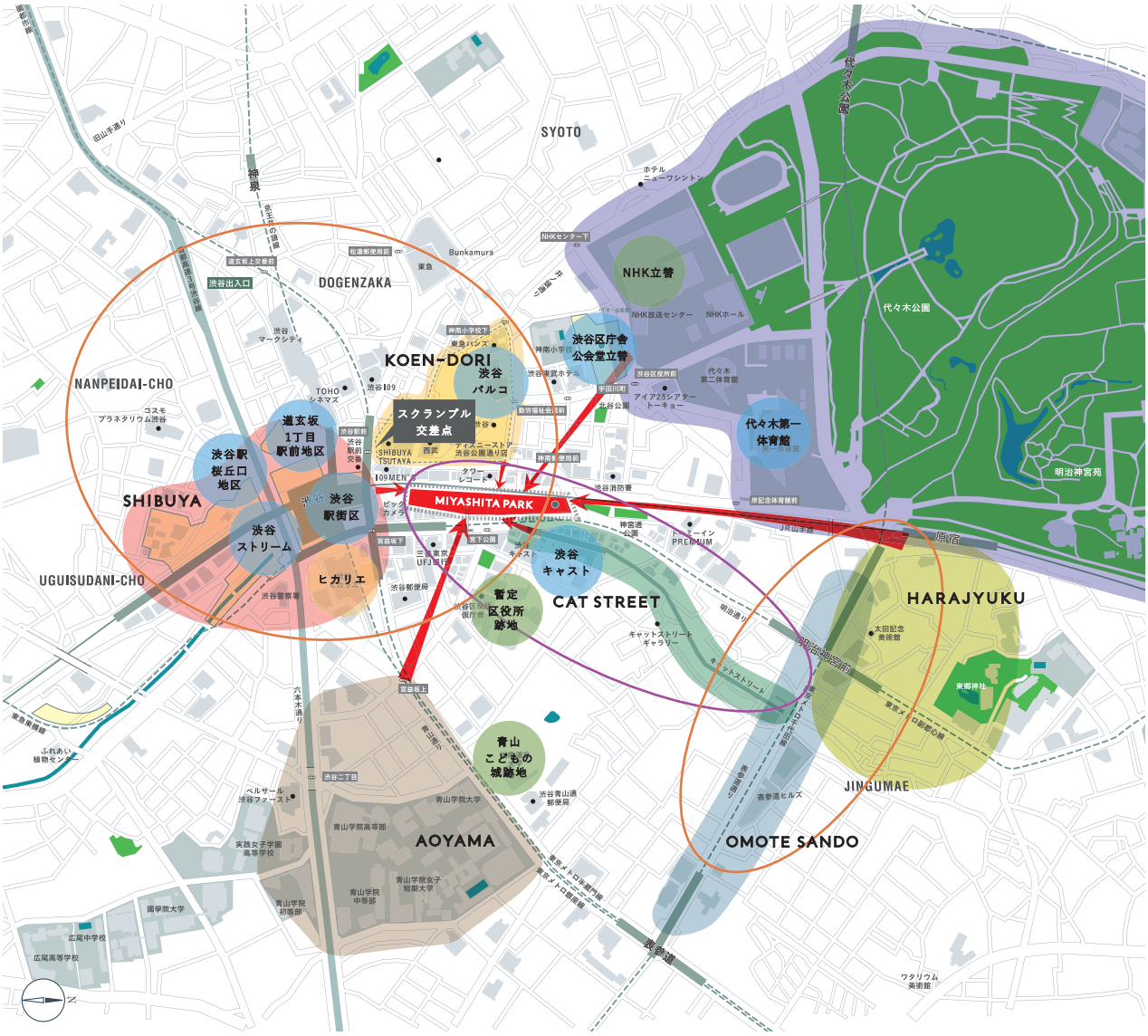
さまざまな文化エリアの結束点
新・宮下エリア

新しい宮下公園は、渋谷界隈のさまざまな文化エリアの中心に位置しています。大規模再開発が進む渋谷駅をはじめ、青山方面へとつながる宮益坂、表参道方面につながるキャットストリート、原宿方面につながる明治通り、国立代々木競技場(代々木公園)につながる公園通りやファイヤー通りなど、多くの文化エリアと接続し、それらの結束点ともいえる場所です。新・宮下エリアはHUB的な立地特性を持ち、公園の求心力によって、人種、年齢、性別を超えた多種多様な人々が集まる場所です。

渋谷の回遊性を高め、渋谷・表参道・原宿間のウォーカビリティが向上

MIYASHITA PARKは、フォトジェニックな「スクランブル交差点」、カワイイカルチャーの発信地「原宿」、メガブランドや東京ブランドが集積する「表参道」に囲まれて、多様な人々の結束点となります。

また、セレクトショップが並ぶ明治通り、独自のカルチャーを発信しているキャットストリート等にもつながることで、渋谷駅周辺・原宿・青山・表参道・代々木競技場間を回遊する楽しみを各段に高め、人々の往来を活性化します。



「MIYASHITA PARK」を中心とした歩行者ネットワーク形成イメージ

MIYASHITA PARKでつながる渋谷の文化①

MIYASHITA PARKの周辺に点在するさまざまなエリアは、それぞれに独特の文化を育み、それらを好む人々が集うことで街の賑わいが継承されてきました。「MIYASHITA PARK」は、そういった多様な文化が混じり合う場所として、周辺エリアの活性化とともに新たな文化を発信していきます。

MIYASHITA PARK周辺のさまざまな文化エリア

渋谷駅周辺

世界の人々を常に引き付けるエンタテイメントシティとして生まれ変わりつつある。さまざまな複合施設の開発によって、テック系やIT系などのクリエイティブワーカーたちの拠点に生まれ変わる。

原宿

1970年代から80年代にかけて原宿駅を起点とするゾーンにティーンズ・ヤングをターゲットとした所業が集積。東京のヤングカルチャーの集積メッカでもある。

表参道

世界のトップクリエイティブブランドの発信拠点。表参道とみゆき通りは、ハイファッションなブランドストリートとなっている。骨董通りの北側の細い路地には雑貨店やカフェ、セレクトショップなどがひしめき合う。

青山

青山学院大学を中心にアカデミックで、ハイソサイエティなライフスタイルを発信してきたエリア。海外ブランドを取り扱うセレクトショップや、海外のカフェ等が出店している。

代々木エリア

代々木公園や明治神宮など、人々の憩いと緑あふれる潤いのエリア。国立代々木競技場は、日本選手権や世界選手権など、数々のスポーツ大会も開催され、選手や観戦客、市民ランナーなどのスポーツ愛好家で賑わう。

MIYASHITA PARKでつながる渋谷の文化②

数多くのストリートカルチャーを生み出してきた渋谷では、愛称を持つ「ストリート」が数多くあります。こうした愛称は、渋谷の街に集う人々によって愛着を持って使われ、浸透してきました。

渋谷のカルチャーを形成してきた「ストリート」

公園通り

丸井渋谷店付近から代々木公園に通じるゆるやかな坂道。1972年、当時の渋谷区役所通商店街が、パルコ開店(“パルコ”はイタリア語で“公園”の意)を機に、この通りが代々木公園に通じていることから命名された。1980年代には、最先端のDCブランドに身を包んだ若者でにぎわい、現在は国内の大手セレクトショップが集積し、感度の高い若者が集まり、セレクト系のトレンド発信拠点になっている。

※3

スペイン坂

パルコパート1裏から井の頭通りへと下る坂道。スペイン風の内装で統一された喫茶「阿羅比花(あらびか)」の店主、内田裕夫氏が、1975年にパルコからこの坂の命名を依頼されたときにこの名をつけたといわれている。命名後、近所の人たちも協力して、建物が南欧風にされた。

センター街

渋谷駅ハチ公口から、井の頭通りとBunkamura通りの間を西に進む道。商店街の名称から名がつけられた。「センター」の由来は、渋谷の中央にあるからという説もあり、高校生などの若者が多く集うエリアとなっている。

ファイヤー通り

丸井渋谷店付近から岸記念体育会館に通じる道。通り沿いに、渋谷消防署があることからこの名がつけられた。現在では個性的なストリートブランドショップが多く出店している。

道玄坂

渋谷駅ハチ公口前から目黒区方面への上り坂。名前の由来は「江戸時代に和田義盛の残党大和田太郎道玄が山賊をはたらいた」「道玄庵という庵があった」などといわれている。江戸時代には家がわずかあるだけだったが、1875(明治18)年の日本鉄道(現在の山手線)開通によって、世田谷方面からの人々が渋谷駅を利用するようになり、繁華街へと成長した。

キャットストリート

明治通り宮下公園付近から、表参道交番付近を通り、渋谷区心身障害者福祉センター付近まで進む道。渋谷川の暗渠。名前の由来には「猫の額のように狭い通り」「猫が多い」「ブラックキャッツというバンドが生まれた土地だから」など諸説ある。90年代から裏原系ストリートカルチャーを発信してきたエリアで、個性的なファッション店や古着屋などが数多く立ち並び、若者ファッションの聖地とも呼ばれている。

Chapter

3

MIYASHITA PARK 概　要

公園・商業・ホテルを一体的に開発し、宮下公園は「MIYASHITA PARK」として今までにない都市空間に生まれ変わりました。

「刺激と快適が交わる4階建ての公園」をコンセプトに整備された公園と商業施設は、人を引き付ける新しい「刺激や話題」とこれまでにない「快適さや居心地のよさ」の相反する要素がボーダレスに混ざり合い、新しい賑わいを生み出していきます。

MIYASHITA PARK 計画・開発の経緯

街づくりの経緯

2015年12月	渋谷区と基本協定締結	2018年 6月	新築工事着手
2017年 4月	都市計画変更決定	2020年 7月	開業
2017年 6月	事業用定期借地権設定契約締結		

新宮下公園等整備事業の方針

新宮下公園整備のコンセプトは、「世界への発信力を有する“新しい宮下公園”に」。公園、商業施設、ホテルを一体的に整備するとともに、賑わいを周辺エリアへと波及させ、MIYASHITA PARK全体が多様な人々から愛され、新たなコミュニティを創出し、人と人とのつながりが安心・安全を生み出すことを目的としています。

渋谷区における新宮下公園等整備事業の方針

MIYASHITA PARKは、従前の宮下公園が抱えていたさまざまな課題や社会の変化に対応するための渋谷区の戦略の下、整備されました。

【宮下公園の課題】

- 耐震性
  - ▶全体の建替えを行い、立体都市公園として再整備
- 経年変化の影響
  - ▶安全性・快適性に配慮した植栽計画と十分な緑量の確保
- 利用上の課題
  - ▶フラットな公園として南北の分断を解消し、フレキシブルな利用を実現

【社会の変化】

- 防災意識の高まり
  - ▶公園と商業施設が共存することで、多層的に帰宅困難者への対応等を推進
- 来街者の増加
  - ▶渋谷駅周辺からの賑わいをつなぐ新たな拠点として、さらなる歩行者の回遊性を創出

公園の可能性を拡大するための戦略

既存の機能 公園
- 戦略 1 緑の拠点の強化 フレキシブルな公園利用

＋

新たな機能 賑わいの拠点 宿泊施設
- 戦略 2 賑わいの拠点創出
- 戦略 3 歩行者ネットワークのハブを形成
- 戦略 4 文化の受け皿となる機能との複合化
- 戦略 5 地域と連携した防災機能の充実化

＋

既存の機能 駐車場
- 戦略 6 利便性の高い駐車場

渋谷区と三井不動産が PPP 事業で進める“ミクストユース”型プロジェクト

MIYASHITA PARK は、渋谷区が「立体都市公園制度」※を区内で初めて活用し、民間の資金やノウハウ等の活用によって質の高い公共施設をより効果的、効率的に事業を進める PPP（パブリックプライベートパートナーシップ）事業として、三井不動産株式会社をパートナーとして推進してきたものです。

宮下公園は、再整備により環境、利用、防災面の課題が解決されるほか、街に開かれた商業施設との連携により多くの賑わいを生み出す場へと生まれ変わりました。

※立体都市公園制度：都市公園の区域を立体的に定め、他の施設と都市公園を一体的に整備することで、土地の有効活用を図り、都市公園の効率的な整備を図ることを目的とした制度

公園一体型の新たな商業施設ブランド「RAYARD」

三井不動産は、公園一体型となった商業施設の新ブランド名称を「RAYARD(レイヤード)」と名付けました。

「RAYARD」とは、年齢や性別問わず誰もが訪れ、楽しむことができるパブリックスペースである公園と、商業施設を一体化して運営を行うことで新しい価値と体験を訪れる人に提供する、三井不動産の新たな取り組みです。様々な「ヒト・モノ・コト」が集まり、それらが複層的に交わることで、新しい価値が生まれる場所という想いを込め、“層・重なり”という意味の「LAYER」に、「RAY(光)+YARD(庭)」=光の当たる庭という意味を加え、「RAYARD」と名付けています。

「RAYARD」ステートメント

街でいちばん、
日の当たる場所へ。

日本の公園が、かつてないほど自由で、
刺激的な場所に生まれ変わります。
変えるのは、RAYARD。
日の当たる庭、という意味の新しいスペースです。
ここでは、さまざまな感性を持つ人たちが集い交流し、
ここならではのイベントや新しい体験が幾層にも生まれる。
この場所を中心に地域がさらにひとつになり、にぎわいを積み重ねる。
公園の枠を超えたワクワクするアイデアは、
ここから次々とカタチになっていきます。
芝生の上で思いっきり遊んだり、
お気に入りのベンチでゆっくりと本を読んだり、
旬のファッションやカルチャーに触れ、新しい自分に出会ったり。
多様性を感じる豊かな空間で、彩りある時間を楽しんでください。
公園が面白くなれば、街も、人も、もっと輝く。
RAYARDは、そんな街の光になりたいと願っています。

「RAYARD」ロゴ

ベンチに太陽のあたたかい光がそそぐ。その形が「R」となる。商業施設でありながら、公園でくつろぐこともできるというRAYARDならではの特徴を「ベンチ」「太陽光」を用いてデザイン。光のストライプは、多様な体験、彩りある時間でもあり、日の当たる庭、街の光となる場所というRAYARDらしさを表現しています。

今回開業する「RAYARD MIYASHITA PARK」は、「RAYARD」ブランド第1号施設となります。北街区3階では街の賑わいだけでなく公園の緑を感じられる開放的な歩行空間とするとともに、施設全体を覆う緑の天蓋により、「MIYASHITA PARK」及び「RAYARD MIYASHITA PARK」全体を公園としてデザインしています。
さらに、2020年9月18日(金)には、「RAYARD」ブランド第2号施設として、名古屋市とのPark-PFI事業として開発を進めている愛知県名古屋市 久屋大通公園に「RAYARD Hisaya-odori Park(レイヤード ヒサヤオオドオリパーク)」の開業を予定しております。

心地よい滞在時間を提供する PARK STYLEデザイン①

MIYASHITA PARKは、多種多様な人々が自由なスタイルで過ごせるように設計されています。誰もがストレスなく移動することができるバリアフリーの設計や、周辺エリアの文化的要素を取り入れ、施設全体を一つの公園としたデザインは、あらゆる来街者を受け入れます。

経年優化を体現するMIYASHITA PARK

MIYASHITA PARKは、長く親しまれた宮下公園の特性を残すため、多くの植栽によって彩られています。館全体を包みこむように設置された天蓋は、歳月をかけて色濃く成長し、“経年優化”しながら、MIYASHITA PARK全体を一つの公園としてデザインしていきます。
天蓋には、南北や角度による日照時間の違いを考慮し、テイカズラやカロライナジャスミン、ハゴロモジャスミンなど、場所に応じた植栽を採用したことで、年間を通して緑が生い茂る環境を実現。夏には日光を適度に遮り、公園全体に清涼感をもたらします。

「MIYASHITA PARK」全体を覆う緑の天蓋

インモールとアウトモールをミックスしたハイブリッド構造で街歩きが楽しくなる新しいストリートを創出

商業施設部分である「RAYARD MIYASHITA PARK」は、館内に通路を配置したインモールと外部空間に面した通路のアウトモールがあります。アウトモールは、街の風、音、空気、景色を感じながら歩いていただくことができます。また、自然光を積極的に取り込み、館内に多様な植物を配置。季節の移り変わりを感じられる空間となっています。

南街区の2階には、来館者がゆっくりと過ごしていただけるよう、開放感のある吹き抜け空間を設けています。
また、各フロアの共用通路は天井をスケルトン仕様として、開放感のある空間を表現するとともに、各店舗の個性・世界観が際立つ設計にしています。

街の空気と一体化するアウトモール（北街区3階）

インモール吹き抜け（南街区2階）

心地よい滞在時間を提供する PARK STYLEデザイン②

来街者のスタイルに合わせて自由に過ごせる充実した共用部

MIYASHITA PARKは施設全体を公園として捉え、商業施設RAYARD MIYASHITA PARKの各所に休憩スペースを配置、訪れた人が自由なスタイルで過ごしていただけます。
南北を通り抜ける通路にはイスやテーブルを多数設置、休憩やテイクアウトした商品の飲食ができるほか、開放感のある南街区2階の吹き抜けにはコンセント電源を開放。全館で利用できるFREE Wi-Fiも完備し、タブレット端末やPCもご利用いただけます。
更に、渋谷区内の商業施設で最大級となる327席の「FOOD HALL」では、食事の他、季節やトレンドに合わせた催事や、DJイベントなどにより、街と一体で賑わいを創出する拠点となります。

FOOD HALL

ヒューマンスケールでシンプルな設計とし、ストレスフリーな回遊性を実現

MIYASHITA PARKは、地上3階建ての低層施設(ホテル棟を除く)で、館内を回遊しやすいヒューマンスケールな設計規模になっています。渋谷駅からの玄関口となる南街区の大階段とエレベーター、美竹通りを横断するブリッジに加え、明治通り側にエスカレーターとシースルーエレベーターを設置し、公園までの動線をシンプル化。移動によるストレスを軽減します。また、公園からホテルロビーにダイレクトにアクセスできることなど、施設全体としての回遊性も高めています。

宮下公園に続くエスカレーターとエレベーター

公園や周辺エリアと一体で
新しい体験を創出する約90店舗

RAYARD MIYASHITA PARKラインナップの特徴

RAYARD MIYASHITA PARKは、様々なカルチャーを生み出してきた渋谷エリアと、「日本のトレンド発信地」である原宿・表参道エリアの中間に位置し、周辺にも個性的な店が立ち並ぶキャットストリートにほど近い場所に立地しています。また屋上に宮下公園を有することで、ショッピングと緑あふれる空間で快適に過ごしていただけるお店の顔ぶれが集まりました。

【3つのポイント】

①業種業態に捉われない店舗ラインアップ
②公園×店舗で生まれるRAYARD MIYASHITA PARKならではの体験
③周辺エリアと親和性の高い店舗構成

商業施設店舗のカテゴリーと特徴

日本初出店の7店舗、商業施設初出店の32店舗をはじめ、時代やトレンドを担う、多様な業種業態に捉われないさまざまな店舗が集まりました。
各フロアは、公園の心地よさと周辺エリアと調和を考えた構成としました。南街区1階には、日本の古きよき横丁文化を発信する「渋谷横丁」を構え、2、3階には公園のアクティビティと親和性の高いスポーツブランドやカルチャーブランドを配置。また、原宿エリアやキャットストリートと繋がる北街区1、2階には、多くの高感度なファッションブランドに加えて世界的なラグジュアリーブランドを揃えました。

公園×コミュニティ
公園での滞在をより充実させる、アクティビティと親和性の高いスポーツブランドや公園での憩いの時間を彩る飲食店、シェアオフィス

ファッション
世界を代表するラグジュアリーブランドをはじめ、日本初出店となるデザイナーズブランド、国内の高感度ブランドが立ち並ぶ、新しいファッションストリート

カルチャー
ダンス・音楽などのサブカルチャーを牽引する、常に新しい文化が誕生・発展していく渋谷ならではの特徴的な専門店

マーケットストリート
雑貨、ファッション、食、サービス、お土産ショップなど、小さな店舗が多数集積した、玄関口に活気と賑わいを創出するマーケット

カフェ・レストラン
公園を訪れた人たちが気軽に立ち寄り、食事やブレイクタイムを楽しめる、バラエティ溢れるカフェやレストラン

ナイトエンターテインメント
「ミュージックバー」や「横丁」など、インバウンドニーズにも応える夜遅くまで充実した時間を楽しんでいただけるナイトエンターテインメント

日本初出店 7店舗

商業施設初出店 32店舗

新業態 8店舗

※「MIYASHITA PARK」店舗一覧については別資料参照

MIYASHITA PARKを彩る 環境演出①

MIYASHITA PARKの館内には、宮下公園をイメージしたアートワークなどを設置します。

THE BLUE LOVE (sense + KAZ) ／施設内アートワーク

MIYASHITA PARKの南街区広場や、公園通り・美竹通りから2階に上がるエスカレーターには宮下公園をイメージしたアートウォールを設置します。

作家略歴

THE BLUE LOVE(sense + KAZ)／ sesne 坂巻善徳と、KAZ 奥田和久によるユニットで、国内外で活躍中。自然とテクノロジーの融合・共生する平和な世界をアートで表現する。リサーチに基づき、その場所らしさを大切にしながら未来の都市を描く。単なる壁画ではなく、アーティストとしての立ち位置、SDGs等を踏まえ、アーティストとして、いかに社会貢献するかということを大切にしている。
www.thebluelove.site

Sense ／坂巻善徳 a.k.a. sense
1971年生まれ。美術家、有限会社senseseeds代表。美術作家、ライブペインターとしての活動を軸に店舗内壁画、グラフィックデザイン、プロダクトアートディレクション、クリエィティブコンサルティングなど、様々な分野で多数のコラボレーション作品を制作、その作品を通して世界に<Peace & Happiness>を送り出し続けている。
instagram.com/sense_art_jpn

坂巻善徳 a.k.a. sense▶

KAZ ／奥田和久
1979年生まれ。イラストレーター、似顔絵、イラスト、デザイン、壁画、ライブペイントなどで活動。尚、壁画によって景色をデザインする壁画制作企画「city gallery」を進行中。人や物、音や場所など、全てを対象にコミュニケーションを続け、調和する事を目的とした絵や表現で、全てにとっていいものを目指し活動中。
www.instagram.com/kaz_ao

奥田和久▶

MIYASHITA PARKを彩る 環境演出②

福津宣人／施設内展示アート

今回の天井画は野に咲く小さな花々を描いたものです。絵具を垂らす事で浮かび上がる、小さな点の集まりの細部は、雪の結晶が何一つ同じものが存在しない様にその一つ一つが異なった模様で出来ています。エスカレーターを移動しながら見上げる景色は具象から抽象へ、景色から模様へと変化します。

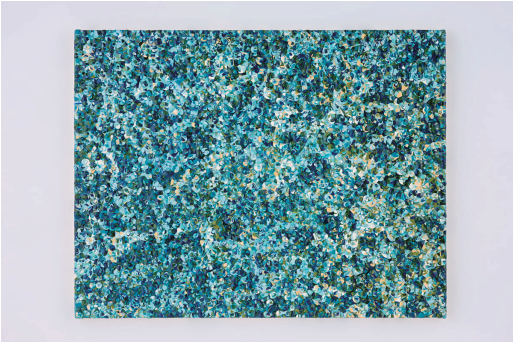
作品名
「Small Flowers Blooming on the Ground」
北街区北側の2～3Fエレベーター ホールに展示

作家略歴

1969年、宮城県生まれ。東京都在住。映像クリエーターとして活動した後、画家の領域へと移行し、“総ては模様の様なものである”をテーマに、様々なパターンを使った独自の絵画様式を追究。建築家とのコラボレーションを含む着想豊かなアプローチは海外各都市での展覧会でも注目を集める。近年の個展に「風景の距離」(2018年、nani)、「溶けていく模様」(2017年、GALLERY AL)、「溶けていく模様」(2019年、Tokyo Cultuart by Beams) Tokyo Cultuart by Beamsがある。空気の器(かみの工作社)、ファッションブランドのJUN OKAMOTOへの作品提供などコミッションワーク多数。2016年、春日大社国宝殿にて照明デザイナー岡安泉氏による常設インスタレーションの映像を監修。

過去の作品

Red Flower of Hyde Park 1705 1205 2018
410×318mm
Oil on Canvas



Water Surface 1401 0307 2019
410×318mm
Oil on Canvas

MIYASHITA PARKを彩る 環境演出③

岡安 泉／照明デザイン

JR山手線、埼京線、湘南新宿ラインの車窓から眺めることのできる線路側への環境照明のデザインを担当。RAYARD MIYASHITA PARKのアウトモール照明のデザインも手掛けています。

作家略歴

照明デザイナー／1972年 神奈川県生まれ。岡安泉照明設計事務所代表。建築空間・商業空間の照明計画、照明器具のデザイン、インスタレーションなど光にまつわるすべてのデザインを国内外問わずおこなっている。これまで青木淳「白い教会」、伊東豊雄「generative order-伊東豊雄展」、隈研吾「浅草文化観光センター」、山本理顕「ナミックステクノコア」などの照明計画を手掛けるほかミラノサローネなどの展示会において多くのインスタレーションを手掛けている。

過去の作品

太田市美術館・図書館
(©Daichi Ano)

JR新宿駅 新南口エリア
(© Takumi OTA)

武蔵野プレイス

MIYASHITA PARKを彩る 環境演出④

MIYASHITA PARK内のアートワーク

ART-1

作品名：きゅうちゃん / 設置場所：南側エントランス
名前の由来は宮下公園の「宮（きゅう）」から来ています。渋谷の顔である忠犬ハチ公の末裔が宮 下公園に出現しました。誇らしげに好物の骨をかかえて佇み砦を見守ります。そのように、温かいおもてなしを表現する彫刻となっています。

作家名：Colliu
アーティスト兼モデル。武蔵野美術大学造形学部油絵学科卒業。
目が特徴的な人型のモチーフを中心にドローイング／絵画／立体作品など、様々な手法で独自の世界を発表している。

ART-2

作品名：YOUwe. / 設置場所：公園内ボルダリングウォール上
ミヤシタパークを訪れる全ての人を応援します。スポーツ、ファッション、ライフスタイルが融合する屋上庭園に集まる様々な人々を応援する彫刻となっています。

作家名：WA! moto “MOTOKA WATANABE”
彫刻家。1981年、北海道伊達市に生まれる。2006年、武蔵野美術大学造形学部彫刻学科卒業。
主に動物をモチーフとした彫刻作品を発表。
多種多様な素材・技法を駆使し、独創的な作品を多く手がける。

ART-3

作品名：Any / 設置場所：明治通り沿い歩道
多様な人々、人種、ジェンダーが融合して新しい文化を作る渋谷を象徴します。私たちが互いの個性を響き合わせることで各人の良さが引き出され、男性・女性といった役割の殻を打ち破って共に未来に対峙するといった、そのような想いが込められた彫刻となっています。

作家名：Stone Designs
インテリア・プロダクトデザイナー。
1973年マドリード生まれのクトゥ・マスエロスと1974年ログローニョ生まれのエヴァ・プレゴの二人が創始者。スペインを拠点とし国内外で高く評価されている。シェラトンのリゾート、レクサスの特別仕様車、コカ・コーラのオフィスデザインなどその活動は多岐に渡る。

MIYASHITA PARK アートプロジェクト
アーティスティック・ディレクター：清水敏男
アートコーディネーション：TOSHIO SHIMIZU ART OFFICE

Chapter

4 渋谷の変遷

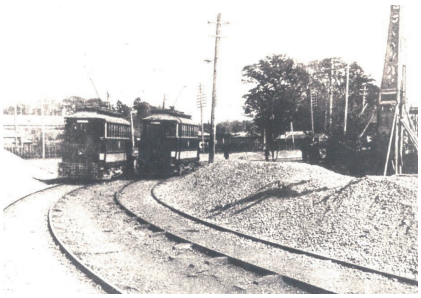
若者文化の発信地として、さまざまなトレンドを生み出してきた街、「渋谷」。商業を主要産業としてきた渋谷には1950年代を境に高層ビルが続々建設され、商業地区に加えて業務地区といわれるオフィス街が生まれ副都心化が進みました。その進化と発展は、現在進行形で続いています。

渋谷カルチャーの歴史①

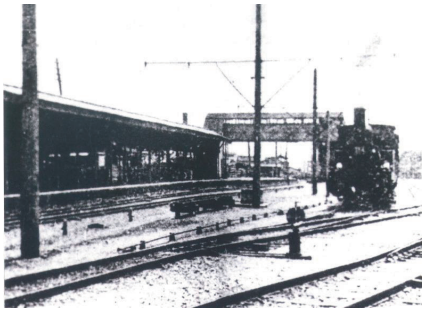
渋谷はストリートを中心に、若者を刺激する文化を生み出してきたユースカルチャーの代名詞。キャットストリートや公園通りをはじめとするストリートには、若い世代の個性的なお店が集積し、音楽、映画、ファッションなど、様々な文化が混ざり合い、他の街とは違う常に最先端の文化を生み出してきました。

1 1800年代後半〜1940年代／鉄道の開業と渋谷駅の誕生

1885年、日本鉄道品川線（現・JR山手線）の赤羽〜品川間の開通と同時に渋谷駅が誕生したことをきっかけに、渋谷の発展が始まりました。1907年3月には道玄坂上〜三軒茶屋間で玉川電気鉄道（玉電）が開業。同年8月には、道玄坂上〜渋谷間が延伸されました。その後、東京市電青山線の開通などを経て、1920年に山手線の駅舎は現在の位置に移動、ほぼ同時に高架化の工事が行われました。
以降、東京横浜電鉄東横線、帝都電鉄渋谷線、東京高速鉄道による地下鉄の開通など、多くの鉄道が開業し、渋谷駅は交通の拠点としてターミナル化。1934年には東横百貨店がオープンし、渋谷発展の基礎が形成されました。


※1　玉電開通時の玉電渋谷駅付近

※2　大正末期（1920年代）の渋谷駅前

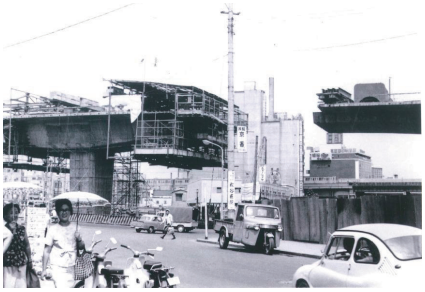

※2　1909年ごろの渋谷駅

2 1950年〜60年代／商業の興隆とともに流行の発信地へ

戦後の高度経済成長期に入ると、日本では若者を中心にさまざまなファッションやカルチャーが生まれました。渋谷では、1957年に東急文化会館が、1967年に東急本館がオープン。渋谷駅から東急本店へと続く東急本店通り、道玄坂に加え、渋谷駅から放射状に延びる明治通り、宮益坂を中心に街は成長していきました。
1964年の東京オリンピックの開催に伴い、代々木競技場、渋谷公会堂、首都高速道路など現在もレガシーとして使われているさまざまな施設が建設されました。その後、東急プラザ渋谷、東急百貨店本店、シブヤ西武など新たな商業施設が開業し、街のさらなる発展を後押ししました。

※3　1956年に開業した東急文化会館（1957年撮影）

※4　1963年の区役所・渋谷公会堂建設予定地


※2　1963年首都高速道路3号線建設工事

渋谷カルチャーの歴史②

3 1970年代〜90年代（〜バブル時代）／カルチャーを生み出す街へと成長

若者の間でさまざまなカウンターカルチャーが誕生した1970年代に入ると、渋谷にはパルコパート1や東急ハンズなど、ファッションや文化を中心としたトレンドの発信拠点が次々に開店しました。1977年にはBEAMS渋谷がオープンするなどセレクトショップの出店も始り、1970年代は渋谷独自の若者カルチャーの黎明期ともいえます。
1980年代に入ると日本にはバブル景気が到来。若者の消費の中心地になった渋谷には、都市型ホームセンターや音楽関連ショップ、文化施設などが続々と開業しました。
1990年代に入ると、数々のストリートファッションが全盛を迎えます。渋谷で生まれたカジュアルスタイル「渋カジ」を皮切りに、渋谷にはトレンドの象徴ともいえるショップが集積。「カリスマバイヤー」「カリスマ店員」といった若者ファッションをリードする人々が渋谷に出店、勤務するようになり、渋谷は日本有数の文化の発信地に成長します。
新玉川線や地下鉄半蔵門線の開業、埼京線の延伸など、交通ネットワークの拡充も進み、渋谷には日本中から多くの若者が集まるようになりました。

※3　1970年の道玄坂歩行者天国

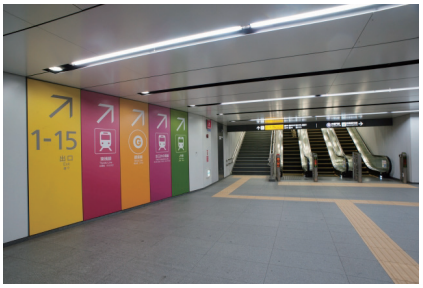
音楽を専門とした商業施設が次々に開業

1990年代には多くのファッションが誕生

4 1990年代後半〜現在（バブル以降〜現在）／多様な人と文化を受け入れる街へと進化

Microsoft Windows 95の発売を機に、1990年代後半以降はインターネットが広く普及し、ファッションやカルチャーは多様化の一途をたどりました。渋谷駅前交差点の街頭ビジョンが、社会のデジタル化を象徴するアイコンの一つとしてさまざまなシーンで使われる傍ら、渋谷では次第にIT企業のオフィス移転が進み、若者に加えて働く大人が集積する街へと変化しました。
地下鉄副都心線の開業をはじめとした大規模再開発が続く中、山手線の駅舎移転からちょうど100年を迎えた2020年現在、新たなランドマークが続々と誕生している渋谷は、ファッションやカルチャーのみならずビジネスの発信地という新たな役割を担い、成長を続けています。

IT企業のオフィスが続々と集積



2008年には副都心線が開業

ファストファッションの出店も相次いだ

新・宮下エリアの歴史

旧皇族「梨本宮家」に由来する「宮下」の地名

現在、渋谷区内に「宮下」の地名はありません。宮下公園の名称は、1932年に渋谷区が成立した際に定められた「宮下町」(現在の渋谷区渋谷一丁目と神宮前六丁目のそれぞれ一部)という町域から取られたものです。
「宮下町」の地名は、この地域に旧皇族隣接「梨本宮家(なしもとのみやけ)」の邸宅地が隣接していたことに由来します。1870年に創設された新設宮家である梨本宮家は、宮下公園の東側にある現在の美竹公園(渋谷区渋谷一丁目)の付近に2万坪の敷地、建坪700坪の邸宅を構えていました。高台に位置する宮家の「下」を意味する宮下町の名は、太平洋戦争後、1946年に梨本宮家が廃止され、邸宅地が売却された後もその名を残していましたが、1966年の住居表示の実施とともに消滅しました。

「東京初の屋上公園」として整備

渋谷川と宇田川に挟まれた平地が宮下公園として整備されたのは1953年のことです。その後、公共下水道の普及が必要となったことから渋谷川の暗渠化が進められ、宮下公園は駐車場と公園を併せ持つ「東京初の屋上公園」として整備されました。
都心にある貴重な憩いの場となった宮下公園は、1980年代にはアートやファッションを志す若者の自己表現の場としてにぎわいを見せました。その後、2006年に渋谷区によってフットサルコートが整備されたことをきっかけにスポーツの場に姿を変え、2011年にはボルダリングウォールやスケート場などが再整備され、渋谷区民のみならず多くの来街者に長らく親しまれてきました。

2000年代の宮下公園の様子

※1　出典：写真集『渋谷の記憶 写真で見る今と昔』Ⅰ（渋谷区教育委員会発行）
※2　出典：写真集『渋谷の記憶 写真で見る今と昔』Ⅱ（渋谷区教育委員会発行）
※3　出典：写真集『渋谷の記憶 写真で見る今と昔』Ⅲ（渋谷区教育委員会発行）
※4　出典：写真集『渋谷の記憶 写真で見る今と昔』Ⅳ（渋谷区教育委員会発行）

報道用資料

2020年7月28日時点の情報です。内容は変更となる場合があります。

本資料は、日本国内・国外のメディア関係者に向けた報道用参考資料として制作されたものです。
つきましては、本資料内に掲載されている画像、図表、その他情報コンテンツの使用、ならびに
取材に関するご相談は下記までご連絡ください。

MIYASHITA PARK 広報事務局（株式会社プラップジャパン内）
TEL. 03-4580-9108　MAIL. miyashita_pr@prap.co.jp