

## 3つの領域を軸に「広域渋谷圏戦略」を推進

重点テーマのひとつ目は、広域渋谷圏戦略の推進です。東急グループではこれまで、「働く」「暮らす」「遊ぶ」が融合した持続性のある街をめざすための渋谷まちづくり戦略「Greater SHIBUYA 2.0」に沿って、渋谷を起点としたまちづくりを推進してきました。そのなかでも、渋谷を東京の国際競争力No.1を牽引する存在にすべく、「広域渋谷圏」としての面的な魅力を向上させる当社グループの取り組みについて、このたび「広域渋谷圏戦略」を策定しました。

現在までの広域渋谷圏では、複数の開発プロジェクトを成し遂げ、地域やテナント、来街者が一体となった広義の「まちづくり」のスタートラインに立ったところといえます。たとえば広域渋谷圏の特長を活かした産業の育成という観点では、Shibuya Sakura Stageなどを中心に、スタートアップを起点として、大学や大企業を巻き込んだエコシステムの確立に向けての土台づくりを加速し始めました。また多様なカルチャーの集積や強い発信力により、都市観光の地としての魅力も高まったことで来街者は拡大を続けており、当社グループの開発した施設にも多くの方にご来場いただいている状況です。そして同時に、街の魅力を底支える防災の整備や再生可能エネルギーの導入なども進めてきました。しかしながら、広域渋谷圏全

### Greater SHIBUYA 2.0〈東急グループのまちづくり戦略〉

働く・暮らす・遊ぶの融合

デジタル・サステナブルな取り組み

### 広域渋谷圏戦略

産業育成

都市観光

都市基盤構築

## 東京の国際競争力を牽引する街へ



産業育成

スタートアップエコシステムの共創により  
「SHIBUYA」らしい産業を持続的に創出



都市観光

街の魅力と回遊性の向上で  
来街者の滞在時間と行動範囲を拡張

Green ... Resilience ... Openness ...  
環境 ... 安心安全 ... 多様性

都市基盤構築  
「GROWTH」

... Well-being ... Technology ... Harmony  
... 過ごしやすさ ... 技術導入 ... 協調連携

「GROWTH」を中心とした取り組みを通じて、行政や地域社会と連携しながら、街の成長を促進する基礎力を強化

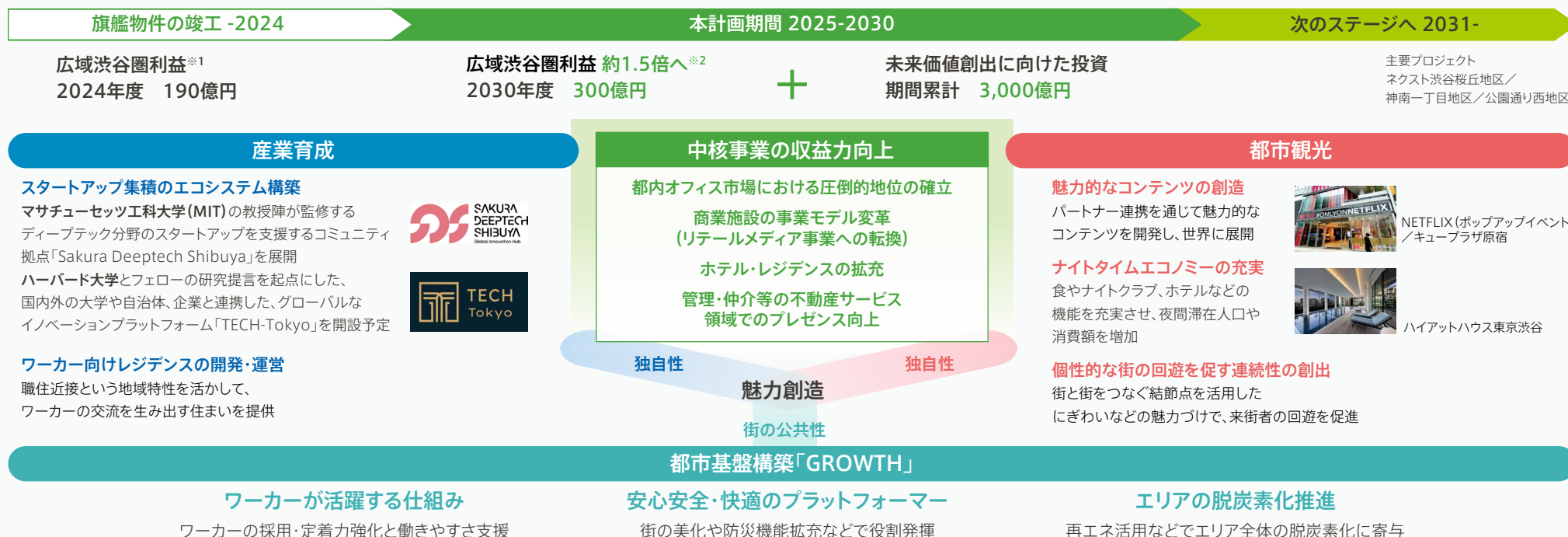
体で見ると、これらの新しい魅力を生み出す取り組みの拡大に加え、面的な連携を高めることで、魅力の相乗効果を創出することが必要と当社グループでは考えております。そこで本中計では、エリア全体で街の魅力をさらに高めていくべく、「産業育成」「都市観光」「都市基盤構築」を3つの柱に、当社グループが持つ強みを活かした独自の成長戦略を定め

ました。「産業育成」では、スタートアップエコシステムを牽引し「SHIBUYA」らしい産業を持続的に生み出すとともに、職住近接ニーズを踏まえた住居や外国人向けサービスを提供します。「都市観光」では、来街目的となるコンテンツの開発による街の魅力と回遊性の向上、多様な宿泊施設の供給などで来街者の滞在時間と行動範囲を拡げていきます。そして「都市基盤構

築」では、行政や地域社会と連携しながら、街の成長を促進する土台となる6つの要素の頭文字をとった「GROWTH※」の6つで定め、来街者や居住者が過ごしやすい環境づくりに努めます。本中計期間では、これらの柱を通じ、独自性のある取り組みを発信しながら、広域渋谷圏全体の価値最大化をめざします。

※ 都市基盤構築。環境 (Green)、安心安全 (Resilience)、多様性 (Openness)、過ごしやすさ (Well-being)、技術導入 (Technology)、協調連携 (Harmony) の頭文字をとったもの

## 広域渋谷圏における今後の主要施策



※1. 広域渋谷圏に関連する当社グループ全体の収入から、原価およびエリア固有の経費を差し引いた数値(マンション分譲益および投資家向け売却益等を除く) ※2. 対2024年度

中期経営計画2030期間中に3つの柱で行う具体的な施策は多岐にわたっており、それらによって広域渋谷圏ならではの魅力を捉え、利益拡大を図ります。まず産業育成では、広域渋谷圏を世界的なスタートアップ集積地とするエコシステムの構築や、クリエイティブ産業の育成などを推進すべく、世界トップクラスの大学の教授や機関との連携によるコミュニティ育成を通じ、起業家

育成・事業化支援などに取り組んでいるところです。都市観光では、コンテンツ・メディア事業の推進、ナイトタイムエコノミーの充実などの体験価値を重視した機能の拡充や、エリア間の回遊性向上施策を実施します。2024年2月にはShibuya Sakura Stage内に「ハイアット ハウス 東京 渋谷」を開業するなど、渋谷に滞在する楽しさを実感できるよう整備を進めていきます。そし

てそれらを支える土台となる都市基盤構築では、各アセットにおける防災機能強化やワーカーの満足度向上に向けた環境整備など、基礎力を強化し、競争力向上につなげます。これらに加え、中核事業の収益力向上もあわせて進めていきます。オフィス市場における圧倒的地位の確立や商業施設の事業モデル変革、ホテル・レジデンスの拡充や管理・仲介等

の不動産サービス領域でのプレゼンス向上により、安定成長の実現に努めます。こうした各施策を組み合わせることで、本計画期間において、広域渋谷圏利益として、2024年度の190億円から、2030年度に約1.5倍の300億円に伸長させるとともに、上記の事業を通じた未来価値創出に向けた投資として、累計3,000億円を投資する計画としています。

## 参考 広域渋谷圏の特長

日本のなかでも、渋谷駅は4社9路線が乗り入れる国内有数のターミナル駅です。広域渋谷圏に所在するその他の駅も多数の乗り入れがあり、利便性が高い地域です。スタートアップ企業や、ベンチャーキャピタルも多数存在し、新しいビジネスが創発される街でもあります。

また、東京都のなかでも、渋谷は訪日外国人が観光に訪れる場所として2022年から2024年において連続1位を獲得するなど、観光都市として確立されてきました。一方、都心5区ではホテル客室数が最も少なく、増加余地が大きい地域です。

渋谷がホームグラウンドである私たちは、グループ連携による競争優位性を高めた事業戦略で、広域渋谷圏の成長を牽引しながら、さらなる地域の魅力向上と東京の国際競争力の強化に寄与していきます。

### 渋谷の特長

1. エンタテインメントと流行の中心
2. IT企業やスタートアップの集積
3. 特徴のあるまち同士が隣接
4. 高い観光競争力

### 渋谷の主要データ

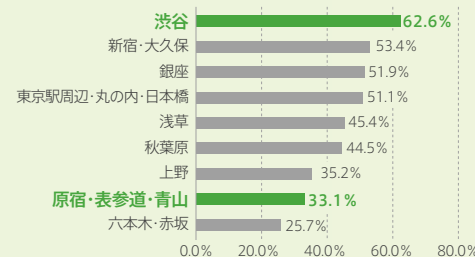
オフィス床面積増加率※1  
(2018年度比)

約**22%増**

東京23区における  
スタートアップ企業出現率※2

**1位**

インバウンド訪問率※4  
訪日外国人が訪問した場所



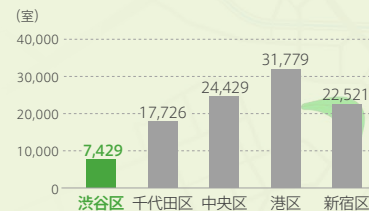
Shibuya Sakura Stage周辺の人流変化※3  
(着工前2019年3月→2025年5月比較)

- ・施設周辺の人流: **175%に増加**
- ・代官山方面の人流: **140%に増加**

主要観光地における  
インバウンド満足率※4

**1位**

ホテル客室数※5



※1. 三鬼商事「オフィスレポート 東京2025」 ※2. 帝国データバンク「全国「新興・スタートアップ企業」の動向調査(2023年)」(2024.06.11)

※3. 2025年5月時点(着工前2019年3月と比較)株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」調べ

※4. 訪問率: 令和6年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査(東京都)、満足度: 令和5年同調査 ※5. 令和4年度 東京都衛生統計年報

