



Takashi Kamio

BiG 対談

再開発プロジェクト、ミッドランドスクエ
年間1,600万人が交流する、国際都市



トヨタグループの一員として昭和28年に設立された東和不動産株式会社は、名古屋駅前の豊田ビルを皮切りに、名古屋、大阪、東京でビル事業を展開。その中でも名古屋エリアでは都市開発のリーダーとして地域活性化を牽引してきた。また同社は、トヨタグループの持ち株会社という重要な役割も担っている。今年3月6日にグランドオープンするミッドランドスクエアは、豊田・毎日ビルの再開発プロジェクトで、地上47階建てのオフィス棟と6階建ての商業棟からなる複合用途の超高層ビル。日本の真ん中(ミッドランド)、名古屋の広場(スクエア)という名称に相応しい、最先端のハードとソフトが融合したビルであり、名古屋から世界に向けた情報発信拠点として期待されている。

ミッドランドスクエアの竣工を 第二の創業と位置づける

花谷 3月6日、世紀の大プロジェクトであるミッドランドスクエアがついにグランドオープンとなります。おめでとうございます。名古屋にとってはもちろん、日本という視野に立っても大変意義のあるビルではないかと思います。

神尾 ありがとうございます。このプロジェクトは名古屋駅前の新たな街づくりのリード役になりたいという思いで推進してきました。また、当社にとってこのビルの竣工は、第二の創業であると位置づけています。

花谷 第二の創業とおっしゃいますと。

神尾 当社はトヨタグループの不動産会社として、昭和28年に創業しましたが、その目的は名古屋駅前に複合ビルである豊田ビルを建てるためでした。豊田ビルが完成したのは昭和30年であり、それからほぼ50年にわたって、名古屋の街づくりをリードしてきました。その豊田ビルを生まれ変わらせたのがミッドランドスクエアです。ですから、ここから新たな50年、100年が始まると考えているのです。

花谷 なるほど。御社にとっての新世紀、新時代がスタートするということですね。

神尾 この50数年、先人が苦勞され、また夢を描きながら東和不動産という会社を守り、発展させてきました。その歴史をベースとし、ミッドランドスクエアによって新しい時代が幕を開けたととらえています。

花谷 名古屋のポテンシャルの高さは以前から言われてきましたが、この4~5年くらいの間に万博などによって、都市の力がいろいろな面で顕在化してきました。将来を考えても、名古屋はますますパワフルになるでしょう。ミッドランドスクエアがその中核となるのは間違いありません。

神尾 一昨年の愛知万博は2,200万人を集めて大成功しましたが、世界からこれだけの人が集まり、交流したことの意味は非常に大きかった。また、中部国際空港の開港により、交通インフラがいままで以上に整備されました。愛知の中心、中部地域の中心としての名古屋の重要性はますます高まると思います。ミッドランドスクエアにはオフィス棟、商業棟を合わせて全体で年間1,600万人が来館すると予想しています。それだけ多くの人々が交流する場になるというのは素晴らしいことです。そこにはビジネスだけではなく、商業があり、情報を発信する文化がある。単なるビルではない、大きな役目を担っているのです。

花谷 ミッドランドスクエアは御社とトヨタ自動車さん、毎日新聞社さんの3社の共同事業ですね。

神尾 将来性を踏まえて、豊田ビルを建て替えようということになったのですが、単独で進めるよりも隣接する毎日ビルさんと共同で推進すれば大きな開発ができると考えたのです。開発のキーワードは、「感動

アがグランドオープン。 名古屋のランドマークに。

今号のゲスト

東和不動産株式会社 代表取締役社長

神尾 隆氏

PROFILE

昭和17年11月27日生まれ
昭和40年/慶応義塾大学商学部卒業
同年/トヨタ自動車工業(現トヨタ自動車)株式会社入社
平成13年/同社 専務取締役就任
平成15年/同社 渉外・広報本部本部長
平成17年/同社 相談役就任 現在に至る
同年/東和不動産株式会社 代表取締役社長就任
●公職
平成17年/名古屋フィルハーモニー交響楽団理事長就任
同年/中部経済連合会副会長就任

聞き手 シービー・リチャードエリス株式会社 代表取締役社長 花谷立身

撮影：柴野利彦



と潤いの都市空間]、「環境・社会への配慮」、「最先端の技術」の3つとして、それらの実現に向け努力しました。

開放感あふれる空間の提供と 安全性の確保を最優先したビル計画

花谷 オフィス棟は地上47階の超高層ビルですが、ハード面の特徴はどのようなものですか。

神尾 フロアの天井高を2.9mとして、執務空間の快適性を高めました。最近の新築ビルでは一般的になってきてはいますが。

花谷 確かにそうですが、2.9mというのは非常に高くゆとりある空間です。

神尾 それと階高を4.4mとし、天井裏に十分なスペースを取りました。将来の空調関係のリニューアルに対応できるようにしたわけです。

花谷 ビルのリニューアルではその点がネックになることが多いものです。階高を低くすればもっとフロア数が増えたのですが、目先のことではなくビルの将来を見据えていらっしゃる。

神尾 窓の面積も広く取り、開放感あふれるものにして潤いのある、働きやすい環境づくりを目指しました。また、耐震性はSグレードで、災害の際の避難所にもなります。

花谷 安全性は最大の課題ですから、その面でも最高水準ですね。

神尾 ビルの中央に五重の塔の心柱の設計思想を取り入れた鋼板壁チューブが使われていますし、ビル

の3層部に合計24ヵ所のアウトリガーダンパーという、車で言えばショックアブソーバーのような揺れを吸収する装置を設置しています。また中規模の地震や風による揺れを抑えるために、ATMDというおもりを揺らすことで建物の揺れを低減する制震装置が44階の床下に設置されています。

花谷 なるほど。現状で出来得る、最高の技術・構造を採用されている。屋上にはヘリポートがあるとお聞きしましたが。

神尾 はい。これは緊急用のものではなく、国土交通省の許可を受けた正式なヘリポートです。離発着はもちろん、定期便を飛ばすことも可能です。

花谷 通常の空港と同じということですか。

神尾 そうです。ここから中部空港や富士スピードウェイ、東京に飛ぶ、というようなことができます。

世界に通じる価値を持つ60店舗が揃い 注目度抜群の商業棟

花谷 オフィスの主要テナントはトヨタ自動車さんですね。

神尾 17階から40階がトヨタ自動車で、国内営業本部と海外営業本部が入居しました。

花谷 トヨタグループの発展が名古屋の活性化を牽引してきたのは、衆目の一致するところですが。なんと言っても世界のトヨタですから。その営業拠点が入居しているということになれば、世界から人が集まり、情報が入ってくるでしょう。

神尾 オフィス以外では、41~42階がスカイレストラン

フロア、43階から上が屋外型展望施設のスカイプロムナードで、一般の方に利用していただける施設です。

花谷 スカイプロムナードはオープンエアですね。超高層で風を感じることができる展望台というのは珍しい。名古屋駅前の新名所になるのは間違いありません。

神尾 名古屋市内はもとより、天気の良い日には中部地区の山々など遠くまでよく見えます。スカイプロムナードの運営については、当社が行います。そのために昨年、会社の定款を変更して、商業施設の運営を加えました。従来はビルを賃貸するのが事業でしたが、これからは自らも商業施設を営むケースが出てくる。これも新しい方向です。

花谷 今後はそちらの方面でも、事業機会が増えるのではないのでしょうか。

神尾 ビル事業者3社と東邦ガスさん、中部電力さんの5社で地域冷暖房を供給する「DHC名古屋㈱」を設立し、ビルの地下5階にそのためのプラントを配置しました。当社のビルだけでなく、周辺のビルや地下街など約34万㎡に供給し、地域の省エネルギーとヒートアイランド防止に寄与しようという狙いです。

花谷 それは素晴らしい。環境問題はすべての事業で考慮しなければならない課題ですが、具体化は難しい。地域冷暖房は確実に成果が期待できます。ところで、商業棟に入っているテナントは飲食も物販もどこも超一流の店舗ですね。これだけのプロジェクトですから、出店の希望は多かったと思いますが。

神尾 おかげさまでたくさんの企業からお話をいただきました。ですが、こちらからお願いした店舗もありますよ。

花谷 商業棟のコンセプトはどのようなものですか。

神尾 “世界に発信できる文化を持った店舗”、というコンセプトです。グローバル化する中部エリアの中心である名古屋駅前のリード役となるためには、世界に通じる文化を持つ店舗であるべきと考えました。ただしこれは高級であればいい、ということではありません。高級ということではなく、本物ということを重視して選ばせていただきました。

花谷 何店舗になりますか。

神尾 60店舗です。そのうち39店舗が中部エリア初出店か新業態での出店となりました。

花谷 飲食店を見ても、世界に通用するワールドクラスの店が揃っています。おっしゃるように、ここに来れば本物の食文化が味わえるでしょう。文化と言え、商業施設の他に映画館もありますね。



神尾 7つのスクリーンを持つ、シネマコンプレックスが入っています。映画という文化を発信し、老若男女あらゆる方々に来ていただきたい。こことスカイプロムナードは、賑わいを創出する役割を持つ施設です。

来館者もすべてが

顧客であるという意識を持つ

神尾 ミッドランドスクエアの完成を契機に、当社の役割は変わってくると私は考えています。

花谷 それはどのような変化ですか。

神尾 いままでは、当社の顧客はビルに入居していただくテナントの方々でした。この定義、意識を変えなければならないのです。テナントの方々は今後も私どもの顧客です。それに加えて、テナントのオフィスや店舗に来られる方々も、私どもの顧客である意識しなければならない。そして展望台にいらっしゃる方も、地下通路を利用される方も、すべてが顧客なのです。

花谷 ビルを訪れるすべての方が御社にとっての顧客である、というわけですね。その方々に喜んでもらうことが御社の仕事であると。

神尾 その通りです。さらに言えば、名古屋近辺はもとより、中部地区、日本全国、さらには全世界の方々がこのビルを訪れる可能性がある。そういうことまで意識していきたい。いままでも顧客第一主義という考え方でしたが、その顧客の定義を変えていこうと年頭の社長方針表明で社員に話しました。

花谷 顧客の定義を変えることで、やるべきことが明確



花谷 社長は水泳がご趣味と伺いました。

神尾 トヨタ自動車では20年くらい水泳部長をやっておりました。いまも選手の激励に行きますが、自分でも泳ぎます。水泳のいいところは一人でもできることです。誰とも話す必要もありませんし、ストレスがまったくない。

花谷 他人を気にせず、いつでも自分一人できるといのはいいですね。ゴルフではそうはいきません。

神尾 ゴルフもしますけれどね。月曜日から金曜日まで、場合によっては土曜日まで四六時中人に会うのが仕事ですから、土曜日の半日くらいは誰とも話さず、水泳で身体をリフレッシュする。そして、日曜日は教会に行って心をリフレッシュするという感じです。

花谷 ご多忙とは思いますが、健康には十分ご注意ください。

になるのではないですか。

神尾 その通りです。そこで大事なのは、おもてなしの心ではないかと思えます。このビルを訪れるすべての方々に安全で、安心で、心地よいと感じていただけるようにすること。ソフトの部分でこのビルは至るところにおもてなしの気持ちが出ている、そう皆さんに言われるようにしようと、いろいろな場面で全社員に呼びかけているところです。

花谷 トヨタ自動車というメーカー、ものづくりの世界のご経験から、ビル経営という事業をご覧になって、どのようにお感じになりましたか。

神尾 私は2つの点で一致することがあると思えます。ひとつはよく言われる「現地現物」ということです。ビルであっても車であっても、顧客第一でつくられているかどうか、最も大事なことであり、それを実現するには現地で現物をしっかりと確認しなければなりません。ビルで言えば、常にビルの中を歩き、いろいろなところを見てまわり、顧客第一という観点からソフトとハードを点検する。現地現物でお客さま第一という視点で管理し、経営していくという点では、車もビルも同じだと思います。

花谷 経営の視点からはイコールであるということですね。

神尾 もうひとつはコミュニケーション、交流という概念です。先ほど申しました通り、ミッドランドスクエアには年間1,600万人の方々がいらっしゃる。これは1,600万人が交流するということです。車の世界ではトヨタの車は年間900万台が新車として販売され、そこで人と人の交流が生まれています。交流を生み出すという意味では、ビルも車も同じではないかと気づきました。これも大事にしていかなければならな

いと思っています。

花谷 どのような事業でも根幹にあるのは人と人との繋がりであり、コミュニケーションです。そう考えればビルも車も同じかも知れません。

神尾 私はトヨタに入社して、最初の8年間は生産管理部でもものづくりの現場をまわり、その後25年間は渉外広報部門でさまざまな方々とコミュニケーションを取る仕事に携わりました。そこで培った人間関係、人脈はミッドランドスクエアの事業でも十二分に生きています。そういう意味でも、事業には共通点があるものだと感じています。

歴史・文化を育むことが求められる

真の国際都市となる

花谷 不動産の世界は金融との融合や流動化によって様変わりしています。不動産の概念そのものが変わってきたように思います。

神尾 そうですね。ビル事業を考えましても、いままでのように単にビルを建てて貸す、という発想ではだめだと思います。ビルを建設することによって、そのエリアに対してどんな役割を果たせるのか、果たすべきなのかを明確にして、プロジェクトを推進していかなければならないでしょう。

花谷 地域に貢献するという視点でビル事業を考えるということですね。

神尾 ビジネス、商業、文化、情報。それらを全世界に発信すると同時に、その地域に多大な貢献をする。できるできないは別にして、そんな夢、構想を持って事業を行うべきではないでしょうか。夢を追えるから楽しいのです。

花谷 ミッドランドスクエアは名古屋の街を変える、地

域に多大な貢献をするプロジェクトになりました。

神尾 私どもだけでなく、名古屋駅前は大プロジェクトが目白押しですから、確実に変化するでしょう。しかし、駅前が活性化して、その代わりに別の地区が衰退するということではいけません。駅前も栄地区もともに発展し、広小路通りで東西の流れを繋ぐ。面と面とをフローで繋ぐという形で発展していくべきだと考えています。

花谷 大都市の条件を考えますと、賑わいのあるエリアが2つ以上あって、それらが線で結ばれて刺激あって発展しています。1カ所だけが賑わっているというのでは大都市ではありません。

神尾 最低でも2カ所のエリアがあって、それを結ぶことが大事だと思います。そして歴史、文化が顕在していることも、大都市、国際都市の条件ではないでしょうか。都市が発展するには経済的、産業的基盤がしっかりしている必要があります。しかし、それだけでは国際都市とは言えない。たとえば、パリにしてもロンドンにしても産業とともに歴史と文化を備えています。名古屋には名古屋城や徳川美術館という歴史文化遺産があることを、しっかりとアピールしていくべきです。さらには、名古屋を核として広域にとらえれば伊勢志摩があり、中部山岳エリアもあります。それらを“グレーター名古屋”と考えて文化と自然を楽しんでもらう。そんな発想も必要でしょう。

花谷 神尾社長は名古屋フィルハーモニー交響楽団の理事長を兼務されています。音楽文化ということではこれも大事なものです。

神尾 東京から名古屋に戻ってきて、名フィルの理事長を仰せつかりました。私はそれまでクラシック音楽にまったく縁がなかったかという、実はそうでもない。昭和39年に洗礼を受けて、それ以来40数年間、日曜日に教会に通っていますが、そこで賛美歌



を聞いたり歌ったりしている。理事長になってから知ったのですが、賛美歌にはクラシックの曲がもともなかったものがあるそうです。ですから多少は縁があったということです。世界の国際都市には交響楽団があり、昔は貴族がバックアップしていたのですが、いまは違いますから経済的にはどこも厳しいはず。名フィルもしかりで、理事長は支援をお願いしてまわるのが仕事です。頭を下げて下げて。でも全然苦痛じゃない。東京で渉外本部長として頭を下げることを仕事にしていたから（笑）。

花谷 トヨタ自動車相談役、中部経済連合会副会長も兼務しておられますから、日々お忙しいことと思います。

神尾 確かにそうですが、それぞれでさまざまな方にお会いし、コミュニケーションを深めることができます。すべてが相互に関連し、それぞれの仕事に生きてくると実感しています。

花谷 ミッドランドスクエアは名古屋のみならず、日本の新しい時代を牽引する、ランドマークになると確信しています。本日はありがとうございました。



オープンエア型展望施設「スカイプロムナード」