■東京スカイツリー®　東京スカイツリータウン®開業5周年

5年の歩みと今後の展望

東武タワースカイツリー社長　酒見重範氏

東京都墨田区の東京スカイツリーと東京スカイツリータウンが5月22日、開業5周年を迎える。今なお多くの来場者でにぎわい、地域の活性化に大きく貢献している。東武タワースカイツリーの酒見重範社長に5年の歩みと今後の展望を聞いた。聞き手は編集長の内井高弘。（東武タワースカイツリー本社で）

ツリー累計来場者2631万人　プラスαで集客増を図る

――開業5周年をどう受け止めていますか。

「東京スカイツリータウンができる前は、隅田川を越えてこの周辺に観光客が来ることはあまりありませんでした。そうした場所に東京スカイツリータウンができ、人の流れが変わり、新しい観光名所として定着してきたことはうれしい限りです。電波塔としての役目を果たすのはもちろんですが、東京の観光名所となっていることは感慨深いですね」

「周辺にマンションが建ち、地価も上昇、いくつかホテルもできました。また、開業を機に周辺を含めた下町全体がテレビで取り上げられる機会も増えるなど、開業効果は出ていると思います。何より観光客は確実に増えていますから」

「例えば、外国人来場者は毎年増えており、16年度では個人客ベースで総来場者数の17・7％にまでシェアを拡大しています。特にアジアでの知名度は高い」

――2016年度の来場者数は。

「東京スカイツリーが約449万人、東京スカイツリータウンが約1億38万人で、15年度と比べ6％ほどダウンしています。熊本地震や長雨に加え、4基あるエレベーターのうち、1基を改修工事していたのが響きました。5月の連休後から10月上旬までかかりましたので、夏の繁忙期に輸送力が25％落ちたのは痛かった」

――累計では。

「東京スカイツリーが約2631万人、東京スカイツリータウンが約1億8353万人となっています。当初の予想よりも高い数字で推移しています。『能×VJ　LIVE』を開催すると共に、開業記念日の5月22日には先着634人に感謝の想いを込めたオリジナルのメモリアルチーフをプレゼントします」

――東京スカイツリーの課題の一つに修学旅行の誘致がありますが、どう取り組んでいるのでしょうか。

「墨田区観光協会やオフィシャル・フレンドシップホテルなどと一緒になって全国各地にセールスしています。例えば、3月は大分や福岡、広島で旅行会社の教育旅行担当者らに集まっていただいては。

――外国人旅行者につき、観光素材説明会を開きました。東京スカイツリー単独での誘致は限界があるため、周辺施設と一体になって隅田や浅草などの下町の魅力を幅広くアピールしています。その甲斐あって、16年度は約5千校が東京スカイツリータウンを訪れました」

――最近の修学旅行は体験重視の傾向ですね。

「墨田区は東京スカイツリーという最先端の施設から、江戸東京博物館や国技館、昨年11月に開館したすみだ北斎美術館といったさまざまな観光施設に加え、ちゃんこ鍋や向島の料亭など誇るべき食文化もあります。さらに、東京の中でも江戸時代からの伝統や文化も色濃く残っており、何といってもモノづくりには定評があります。体験型修学旅行には打ってつけの環境であり、プログラム化して提案していきます。高校、中学とも取り込みたいですね」

――外国人旅行者については。

「最も多いのは中国からで、以下、米国、台湾、香港、オーストラリア、韓国となっています。外国へのPRはまず台湾から始め、アジアを重点的に展開したこともあって、先ほども言ったようにアジアの知名度は高い。しかし、欧米はいまひとつで、ここでのプロモーションが課題の一つとなっています。20年の東京五輪・パラリンピックもあり、外国人旅行者は確実に増えるでしょうが、その先を見据えた展開が必要です」

――何が必要だと思いますか。

「東京スカイツリータウン＋αでのアピールでしょうね」

――αは何でしょう。

「修学旅行の取り込みと同様、食文化と周辺の充実した施設をどう生かすかです。旅行形態そのものが『モノからコト』へと移っており、それに応え得る商品というか、楽しみ方を提供していきたい。また、日光・鬼怒川観光など、東武グループならではの取り組みも＋αになります」

――旅行会社の力も欠かせません。メッセージをお願いします。

「たくさんのお客さまを送客していただいていることにまず感謝を申し上げたい。東京スカイツリーは風に弱く、強風でエレベーターが止まるなどお客さまに迷惑をかけましたが、改修工事でその心配もなくなりました」

「また、バスを場外の駐車場に回送する運用に変更し、駐車時間を3時間に延長したことで、団体のお客さまも時間に急かされることなくゆっくり見て回れるようになりました。東京スカイツリータウンで過ごす時間が増えることは消費単価アップにもつながり、われわれにとってもメリットがあります」

「東京五輪・パラリンピック、そしてその先を見据え、東京の観光シンボルとなるよう、東京スカイツリー・東京スカイツリータウンの魅力にさらに磨きをかけていきますので」

5周年記念しイベント続々

東京スカイツリーと東京スカイツリータウンは開業5周年を記念し、さまざまな催しを行う。ここでは主なイベントを紹介する。

東京スカイツリー

進撃の巨人とコラボ　オリジナル映像上映

東京スカイツリーの目玉は、人気漫画を原作としたアニメ「進撃の巨人」とコラボレーションしたイベント「『進撃の巨塔』attack on SKYTREE®」だ。4月10日から始まっており、好調な出足を見せているという。7月14日まで開催する。

東京スカイツリーに350㍍級の大型巨人が襲来し、原作にも登場するキャラクターが反撃するという設定。天望デッキ、天望回廊が舞台となる。料金は展望台への入場料金のみ。

出足好調な「進撃の巨塔」（©HK／AOT，©TS）

天望回廊に向かうエレベーター内には特別装飾や映像などによる演出がなされており、期待が一気に高まる。エレベーターの扉が開くと窓ガラスを突き破って迫る巨人が出現する。回廊部にはキャラクターの演出が施され、4月から放送が始まったテレビアニメ「進撃の巨人」シーズン2の複製原画も特別展示されている。

天望デッキでは迫力あるオリジナル映像も上映。「ここでしか見ることのできないオリジナルのストーリーを新規編集（ビジュアルジョッキー）＝VJ＝が在、淡いブルーの「粋」と江戸紫の「雅」の2つをライティングしている。第3のライティングの点灯式では書道家の武田双雲氏が名称を発表した。

東京スカイツリーは現在、淡いブルーの「粋」と江戸紫の「雅」の2つをライティングしている。第3のライティングの名称発表と点灯式、および5周年のメインプログラム「能×VJ　LIVE」の予告公演を行った。

東京スカイツリータウン

東京スカイツリータウンでは、開業5周年にあたる22日に先駆けて、18日に東京スカイツリーの第3のライティングの名称発表と点灯式、および5周年のメインプログラム「能×VJ　LIVE」の予告公演を行った。

能は宝生流の二十世宗家・宝生和英氏が、祝い事で取り上げられることが多い「小鍛冶」を演じる。「展開が素早く、変化に富む小鍛冶をLEDの屏風を背景に、炎をモチーフにした迫力ある映像で刀を鍛錬するシーンなどをVJで表現する」という。

能×VJ　LIVEのイメージ（©TOKYO－SKYTREETOWN）

新ライティング点灯　能と現代技術を融合

正式には20、21日の両日、東京スカイツリータウン4階のスカイアリーナで、1日3回演じる。

このほか、22日の午前10時半から、先着634人に感謝の想いを込めて、5周年の刺繍が入ったオリジナルのメモリアルチーフをプレゼントする。また、商業施設「東京ソラマチ®」も段階的にリニューアル。すみだ水族館では4月29日から新展示「ワンダークラゲ」を開始している。

関連イベントも充実。ご当地キャラクターフェスティバルinすみだ2017（5月27、28日）、ソラマチ大道芸フェスティバル（6月3、4日）、鬼平犯科帳誕生50周年「鬼平展」（5月19～28日）などを実施する。