

2026 年 8 月 28 日

各位

東京建物株式会社

妻夫木聡さんが明治から令和まで“タイムウォーク”！ 創業 130 周年の東京建物が描く“まちの幸せ”の物語

新企業 CM「つくりたいのは、まちのハートマーク。」8 月 31 日（月）放映開始

東京建物株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役 社長執行役員 小澤 克人、以下「東京建物」）は、1896 年（明治 29 年）に創業した日本で最も歴史ある総合不動産デベロッパーとして、2026 年 10 月 1 日に創業 130 周年を迎えます。この節目に、俳優の妻夫木聡さんを起用した新企業 CM「つくりたいのは、まちのハートマーク。」篇を、2026 年 8 月 31 日（月）より放映開始しますので、お知らせします。



本 CM では、妻夫木聡さんが時代を超えて東京の 130 年を訪ね歩くことで、東京建物が創業以来大切にしてきた“ここに寄り添うまちづくり”を描いています。キーメッセージは「つくりたいのは、まちのハートマーク。」。デジタル化が進み AI が浸透する現代においても、リアルな空間を提供するデベロッパーとして東京建物がこれからも大切にしていきたいのは、ここを動かし愛着を持ってもらえるまちづくりです。

楽曲には、東京建物サステナビリティパートナーを務めるアーティスト・AI さんの代表曲「ハピネス」を起用しました。明治～令和の 130 年にわたり、それぞれの時代で幸せに向き合ってきた東京建物の想いを、楽曲を通じて温かく前向きな世界観で表現しています。

本 CM の公開にあわせて、撮影の裏側を収めたメイキングムービーおよび妻夫木聡さんの撮影後インタビュー映像も同時に公開します。

● CM 概要

- ・ 出演：妻夫木聡
- ・ 楽曲：AI「ハピネス」
- ・ 放映開始日：2026 年 8 月 31 日（月）
- ・ 放映エリア：首都圏、関西圏、福岡県（一部、全国放送あり）
- ・ 特設サイト：<https://tatemono.com/communication/130th/>

【CM 一覧】

創業 130 年「つくりたいのは、まちのハートマーク。」篇 60 秒：<https://youtu.be/1r-j-eQC79Q>

創業 130 年「つくりたいのは、まちのハートマーク。」篇 30 秒：<https://youtu.be/qr3GK1dsMpY>

創業 130 年「つくりたいのは、まちのハートマーク。」篇 15 秒：<https://youtu.be/ZtzQ4RTuyQQ>

【ストーリーボード】

<https://tatemono.com/news/20260828/storyboard.pdf>

本 CM は、創業 130 周年を迎える東京建物の歩みを描いた映像です。東京建物がこれまでどのように人々の暮らしやまちの幸せに向き合ってきたかを、妻夫木さんが 130 年前から現在までの東京を訪ね歩く（タイムウォークする）ストーリーとして表現しています。本 CM には総勢約 130 名のキャストが出演し、人を中心に回転する印象的なカメラワークによって、130 年の時代の変遷と、そこに息づく人々・生き物の営みを一続きの物語として描いています。

スタートは、東京建物が創業以来本社を構える東京駅前・八重洲周辺の空撮から始まります。妻夫木さんが「まちづくりに、本当に必要なものは何か。」と問いかけると、時代は巻き戻り、舞台は 1896 年（明治 29 年）へ。そこには、これまでになかった幸せの仕組みを生み出そうとする創業期の東京建物と、まちに集う人々の姿があります。そこから物語は、経済発展著しい昭和の新宿、ライフスタイルが多様化する平成を経て、人と自然の共生を実現する「大手町の森」へと移り変わります。妻夫木さんは、各時代の東京を訪ね歩きながら、まちに暮らす人、働く人、訪れる人、そして自然や生き物にまで目を向け、東京建物が 130 年にわたって向き合ってきた“幸せのかたち”を見つめていきます。人々が妻夫木さんに向かって笑顔で手を振り返し、ハートマークのポーズをつくるシーンでは、東京建物が目指す「目立つよりも、愛されるものを。つくりたいのは、まちのハートマーク。」という想いが象徴的に表現されます。ラストでは、再び現在の八重洲へ。未来へ向かって歩き出す妻夫木さんの姿に、「130 年の信頼を未来へ」というメッセージが重なり、130 周年ロゴとともに締めくくられます。AI さんの「ハピネス」が全編を包み込み、温かく前向きな余韻を残す映像となっています。



● 130 周年に込めた想い

130 周年企業広告のキーメッセージとして「つくりたいのは、まちのハートマーク。」を掲げました。東京建物が大切にしているのは、単に建物をつくることではなく、そこに集う人々のこころを動かし、まちに愛

着や幸せを生み出すことです。創業期には、住宅ローンの原型の一つとも言われる「永年割賦による建設請負」など、人々の幸せの基盤を支える挑戦を行ってきました。こうした“幸せづくり”の原点は、現在の東京建物にも受け継がれる DNA です。

今回起用した妻夫木さんは、長年にわたり数々の作品で多様な人物を演じ、その一人ひとりの人生や感情に深く向き合ってきた俳優です。世代や立場を問わず幅広い人々から信頼と支持を集める妻夫木さんの存在は、「人のこころに向き合い、幸せをつくり続ける」という東京建物の想いと重なります。本 CM では、妻夫木さんは“東京建物の想いを体現する存在”として、時代を超え、東京の 130 年を訪ね歩きました。

また、創業 130 周年を記念し、キーメッセージであるハートマークをデザインの起点とした 130 周年ロゴも制定しました。東京建物はこれからも、まちの歴史や文化、人々の想いや生き物にも寄り添いながら、次の時代の幸せを生み出すまちづくりに取り組んでまいります。



130 周年ロゴ

●メイキングムービー・撮影エピソード

(URL : <https://youtu.be/ABZNH9XQCQc>)



撮影現場では、ロケ地の施設や建物に興味津々な妻夫木さんの姿が印象的で、その好奇心が現場に心地よいリズムを生み、終始和やかな雰囲気の中で撮影が進行しました。冒頭では、「東京建物が 130 年もの歴史を持つ企業であるとは知らなかった」と驚いた様子を見せ、撮影の合間にも、ロケ地となった施設について担当者へ積極的に質問する場面が多く見られました。

新宿センタービルでの撮影後には、竣工年が 1979 年であることを知り、妻夫木さん自身よりも 1 年先輩にあたる建物であると聞いて驚く一幕もあり、現場には自然と笑顔が広がりました。また、大手町の森での撮影では、都心にありながらハヤブサやタヌキなどの生き物が確認されていることや、森に生息する植物について会話が弾み、妻夫木さんの自然に対する温かな眼差しが感じられる場面もありました。さらに、時代の変遷をつなぐ重要なカットでは、動きや感情の連続性を一度で表現しきる高い集中力を発揮し、現場から拍手が起こる場面もありました。

本作は東京建物の企業広告として過去最多となる複数ロケーションで撮影を実施。東京建物の歴史やまちづくりに関わる場所をめぐりながら撮影が行われました。

● 撮影後インタビュー

妻夫木さんが、自身の人生観や、俳優としての信念、“誰かのところを動かす”幸せを語る。

～キャリアの転機となった作品秘話に加え、日常に感じる幸せや人とのつながりへの思いも～

(URL : <https://youtu.be/H93dws3sIYs>)

Q. 130 周年を迎える東京建物の今回の CM に出演する思いと、撮影の感想を教えてください。

A. 東京建物さんの 130 周年という記念すべきこのタイミングで、出演させていただけたことを、本当に光栄に思っています。今日 CM 撮影をしながら、実際に東京建物のみなさんとお話をする機会をいただき、僕自身が東京建物さんが携わってきた建物、いろんな場所に訪れることによって本当に感じたのは、ただ建物を建てるのではなく、そこに何を求めるのかということでした。僕たちがこの先、生きていく中で、何が必要なのか、どうあるべきなのか、人として、まず向き合う。そんな信念みたいなものも感じて、幸せづくりは当然なのですが、本当に深い愛を東京建物さんから感じました。

Q. 今回の広告のキーワード「つくりたいのは、まちのハートマーク。」について、妻夫木さんが感じること、俳優としてシンクロすることがあれば教えてください。

A. 130 年やってこられたことに僕の活動を比較するなんて本当におこがましいのですが、人間って、一つ嘘をついたら、七つ嘘をつかなければいけないという言葉があるように、僕は逆に一つ良いことをしたら、七つ良いことが広がるような気がしています。東京建物さんがやってくださっていることは、喜びだとか、発見だとか、普段僕たちが生きていく中で、見逃しがちな小さな幸せをいっぱい散りばめてくれていると思っています。それがすごく嬉しかったし、僕自身もお芝居をしていく中で、当然誰かのところを動かすということはやっぱり幸せなことだな、と感じました。そういう意味では、誰かのところを動かす、誰かと言わず、もしかしたら生きているものすべて、虫や、鳥や、いろんな命というものに対しての関わりあいというものを広げてくださっているのかな、と。そんな命に対しての向き合い方というのは、特に通ずるものがあるのかなと感じました。

Q. 暮らしの中の「こころが動いた」エピソードを教えてください。

A. 子どもの頃の記憶を辿っていくと、駄菓子屋さんに行ったり、その地域の子どもたちが集まって「何買ったの?」とか言い合ったり。もっと、まちというものが、本当に一つだったような気がしています。最近では、子どもを学校に送る時や、歩いている時に、「こんにちわ!」と言われることが結構多くて、それがすごく嬉しいです。これが、生きるってことだね、とすごくシンプルですが感じたりしています。挨拶をすることで感情と感情の交換のような、どこかキャッチボールしているような気がするのですが、すごく嬉しくて。いつか（日本が）そんな場所になればいいなと思いますね。田舎だけではなく、東京も、大阪も、いろんな場所が、みんなで手と手を取り合えばすごく幸せだなと感じます。それこそハートマークがいっぱい増えるのではないかと本当に思いました。

Q. 妻夫木さんが長い間、大切にしている信念・思いを教えてください。

A. 覚悟ですね。どういう役でも、その人に僕自身が完全になることは難しいです。ある意味、お芝居は嘘をつ

くことなのですが、どこを真実に変えるか。やっぱり、それには覚悟が必要だと思っています。小手先の芝居で感動してもらえらるってことも、もしかしたらテクニックでできるかもしれない。しかし、そこにどんな思いがあるのかということ、まず僕自身が分かっていないと、感じていないと、いけないのではないかと思います。その役はどういう風に生きているのかということ、僕自身が体感して、体現して、お客様に見てもらうということは、すごく意識しています。30歳ぐらいから、結構転機を迎えて、芝居のやり方が変わりました。当然引き出しを持っていることは必要ですが、いざ役と向き合う時に、一回自分を捨てて、その役自身に寄っていく。昔は引き寄せていたけれど、僕自身が自ら寄っていき、その役と共に生きるために、一緒のお仕事をしてみたり、一緒の場所に住んでみたり、その人が食べているものを食べてみたり。まず、その人物を知るということを意識するようにはなりました。

Q. 妻夫木さんの転機のきっかけについて教えてください。

A. 自分が小説を読んで、この役は自分がどうしてもやりたいと思った作品があり、それが「悪人」という作品で、自らアクションを起こしたことが初めてでした。当然、権利は誰かが持っているだろうと思いましたが、マネージャーの方に調べていただき、東宝さんがお持ちで。「じゃあ難しいね」と思っていたのですが、逆に「そのテーマが重くて（映画化の）企画が通らないので、出演していただけるという了承をください」と言われ、「もちろんです」とお返事しました。改めて企画が通って映画化することになったのですが、多分僕自身の中でどこか変わりたいと思っていたのか、今までのやり方ではこの役は演じるということが難しいだろうなというのは、役作りをやっている段階ですごく感じて、全部捨てることを選択しました。もっとも、人と向き合う、命と向き合うことを大切にした瞬間だったんじゃないかな。

Q. CM 楽曲の「ハピネス」や CM のテーマである「幸せ」にちなんで、妻夫木さんご自身の最近の幸せエピソードを教えてください。

A. 子どもがいると、毎日みなさん大変だと思うのですが、昔はなんとも思っていなかったことが幸せに感じてきたりするんですよね。いつまで手を繋いでくれるか分からないけれど、帰り道にこうやって手を出されるだけで、あ、嬉しいなって思ったりだとか。そんな幸せは本当に毎日いっぱいありますね。家族のことがかりになっちゃいます（笑）。

● 妻夫木聡さんプロフィール



1980 年、福岡県出身。2001 年公開映画「ウォーターボーイズ」や 2003 年公開映画「ジョゼと虎と魚たち」などに主演し、数々の賞を受賞。2009 年には NHK 大河ドラマ「天地人」で主演。また 2010 年公開の主演映画「悪人」で、第 34 回日本アカデミー賞最優秀主演男優賞などを受賞。2016 年公開の映画「怒り」（李相日監督）では第 40 回日本アカデミー賞最優秀助演男優賞を受賞。2017 年には映画「愚行録」（石川慶監督）で主演、2022 年には芥川賞作家・平野啓一郎氏の小説を映画化した「ある男」（石川慶監督）にて主演を務め、第 79 回ヴェネチア国際映画祭のオリゾンティ・コンペティション部門に出品され、同作にて第 46 回日本アカデミー賞最優秀主演男優賞を受賞。2025 年には映画「宝島」（大友啓史監督）や TBS 日曜劇場「ザ・ロイヤルファミリー」にて主演を務める。

● AI さんプロフィール



米ロサンゼルス生まれ、鹿児島県育ち。ゴスペルクワイアーで培った歌唱力と、L.A.のアートスクールで学んだダンス、バイリンガルならではのラップを生かし、幅広い音楽性で国内外から支持を集める。「ハピネス」「Story」「みんながみんな英雄」「アルデバラン」など数多くのヒット曲を発表。Snoop Dogg、Jacksons、Chaka Khan、Chris Brown、MJ116 など、海外アーティストとの共演も多数。2025 年にデビュー25 周年を迎え、全国 32 公演、約 10 万人を動員するベストツアーを開催。また、国際的な社会貢献ムーブメント「Global Citizen」の日本初上陸に参加。2026 年にはフランス・カンヌで開催された国際社交セレモニー「CANNES GALA」にて、「Preuve de Do（道の証）」の称号を授与されるなど、国境を越えて活動が続けている。

以上