

グランベリーモール (GRANDBERRY MALL)

開業1年間で760万人来場、売上170億円

東京急行電鉄株式会社

東京急行電鉄株式会社（本社：東京都渋谷区、社長：清水 仁）では、2000年4月に田園都市線南町田駅前に開業したオープンモール型ショッピングセンター『グランベリーモール (GRANDBERRY MALL)』が、4月21日（土）に開業1周年を迎えました。この一年間の来場者数は760万人に達し、売上高の合計も170億円となりました。

グランベリーモールは、アメリカ郊外に多く見られるオープンモール型のショッピングセンターで、都内初の本格的なアウトレットモールの導入、アウトドアスポーツ専門店「REI東京フラッグシップストア」とカジュアルダイニングレストラン「アウトバック・ステーキハウス」の2つの米国企業の日本初出店など、全く新しいスタイルのショッピングセンターとして登場しました。

当モールは、田園都市線南町田駅と直結していることや、国道16号線・国道246号線に隣接し、さらに東名高速道路・横浜町田インターチェンジに近接しているという利便性の良さから、開業以来、都内・神奈川県からはもとより、千葉県、埼玉県などの広域から多くのお客様にご来場いただいております。中には、海外からのお客様もいらっしゃいます。

また、来場されたお客様の7割以上が女性で、週末にはご家族連れのお客様の割合が高くなっています。

開業から1年経ち、計画（来場者数：600万人、売上高：170億円）通りの実績を挙げることができたのは、計画時に行った周辺地域へのマーケティングから30代を中心としたヤングファミリー層の関心分野に特化したテナント構成にしたということと、南町田駅前から続く約350mのストリートモールを中心に9棟の建物が建ち並ぶオープンモール型としたことで開放的で、ゆったりとした散歩感覚でショッピングを楽しむことができるスタイルが多くの方々に受け入れられた結果だと考えています。

なお、開業1周年を記念して「ファースト・アニバーサリー」イベントを開催しています。期間中の4月21日～5月6日までの土・日・祝日には、電車利用のお客様

の利便性を高めるために、田園都市線の急行列車を最寄り駅である南町田駅に臨時停車させます。

開業後 1 年間の実績概要は次の通りとなります。

グランベリーモール 実績概要

総来場者数

・ 7 6 0 万人 (2000年4月21日～2001年4月20日)

達成率：1 2 7 % (計画：6 0 0 万人)

来場推移 (開業から)

1 か月 1 6 0 万人

3 か月 3 1 5 万人

6 か月 4 7 0 万人

売上状況

・ 1 7 0 億円 (2000年4月21日～2001年4月20日)

達成率：1 0 0 % (計画：1 7 0 億円)

売上推移 (開業から)

1 か月 3 0 億円

3 か月 5 8 億円

6 か月 9 7 億円

来場者データ

・ 来場者数 (平日) 約 1 . 5 万人

(休日) 約 2 . 5 万人

・ 男女比 (平日) 男性 2 0 % ・ 女性 8 0 %

(休日) 男性 3 3 % ・ 女性 6 7 %

・ 年代別 2 5 ~ 3 4 才：3 8 %、1 5 ~ 2 4 才：2 5 %、3 5 ~ 4 4 才：2 1 %

以 上

(資料)

「グランベリーモール」の概要

名 称	グランベリーモール (GRANDBERRY MALL)
所 在	東京都町田市鶴間三丁目4 - 1 (田園都市線・南町田駅前)
敷地面積	約87,000㎡
施 設	鉄骨造平屋建て(一部2階建て) 9棟
総延床面積	約25,000㎡
コンセプト	郊外生活者の充実した日常生活を積極的に支援する売場空間の創出
ゾ ー ン	<ul style="list-style-type: none">・フレッシュベリーマーケット 新鮮な食材、焼きたてパン、総菜、オーガニック食品など、毎日の食卓を彩る食の専門店や、ベーカリー&カフェ、フードコートなどの飲食施設からなる駅前のゾーン・ホームライフガーデン 「家族と家庭」をキーワードに、日常生活を彩るアウトドアスポーツ、インテリア雑貨、生活雑貨、ガーデニング、キッズウェアなどの商品を提供するモール内の中心となるゾーン・アウトレットショップス 都内初の本格的な大型アウトレットモール。ファッションアパレル、服飾雑貨、スポーツシューズなど幅広い分野の商品を割引価格で提供するゾーン
駐 車 場	約1,000台(屋外平面駐車場)
総店舗数	79店舗
開 業	2000年4月21日

以 上

