

2010年11月30日

「二子玉川ライズ・ショッピングセンター」内
地下1階に東急百貨店・東急ストアが初の同一フロア出店

二子玉川地区最大級となる約6,000㎡の食料品売場を展開



東京急行電鉄株式会社
株式会社東急百貨店
株式会社東急ストア

東京急行電鉄株式会社と東急不動産株式会社が運営する、2011年3月開業予定の「二子玉川ライズ・ショッピングセンター」(以下、当施設)において、株式会社東急百貨店と株式会社東急ストアでは、地下1階に出店することを決定しました。

東急百貨店が展開する「東急フードショー」では、「食べるがもっと楽しくなるMy Food Show」をキャッチフレーズに、「食紀行」、「和洋菓子」、「惣菜・ベーカリー」、「ザ・グルメパントリー」の4つのゾーンで、約80のブランドでMDを構成し、ONLY at TOKYU (東急百貨店限定)の新ブランドも多数出店予定です。

「東急ストア」では、「楽しく、美味しく、スマートにお買い物」をコンセプトに、時間、サイズ、シーンという切り口でお客様のニーズに合わせ、安全・安心をベースとした鮮度の高い商品を豊富に取り揃えています。

今後2社では、「東急グループリテール関連事業推進会議」(事務局：東京急行電鉄)を通じて、MD(マーチャндаイジング)、運営管理・サービス、プロモーションの各分野における相乗効果や棲み分けを目的とした連携を図り、開業準備を進めます。

当施設の地下1階食料品フロアおよび東急百貨店・東急ストアの店舗概要は、別紙のとおりです。

以上

別紙

「二子玉川ライズ・ショッピングセンター」地下1階食料品フロア概要

所 在 : 東京都世田谷区玉川二丁目21番1号
店舗面積 : 東急百貨店部分 約5,000㎡
東急ストア部分 約1,000㎡ 合計約6,000㎡
(当施設全体は約31,600㎡、専門店約160店舗)
開 業 : 2011年3月(予定)

今回が初となる東急百貨店・東急ストアの同一フロア出店により、当施設地下1階には、二子玉川地区最大級(店舗面積:約6,000㎡)となる食料品フロアが誕生することとなります。

この食料品フロアは、東急田園都市線・大井町線の二子玉川駅改札(1階)に近接し、売場直下(地下2階)には約620台の駐車場を備えるなど、利便性の高い売場として、二子玉川エリアに居住、勤務される足元商圏のお客さまから、二子玉川エリアにショッピングやレジャーに訪れる多くのお客さままでをターゲットに、日常からハレの日まで、日々の食卓に彩りを提供します。

【地下1階食料品フロアMAP】



東急百貨店（東急フードショー） 店舗概要

常に新しい情報を発信する食のテーマパーク「東急フードショー」。その独自性とノウハウを活かし、五感を体験できる食のSHOW空間を創造した売場づくりを目指します。

【ゾーニング構成】

「食紀行」

和酒専門店、ワイン専門店、グロッサリーセレクトショップ、海外ブランド洋菓子など、国内外の食文化に焦点をあて食を深掘りした新しい発見のある提案をします。テイastingカウンターでのお試しやコンサルティング販売により、お客様に「知って」「楽しんで」いただくゾーンです。

「和洋菓子」

コミュニケーションツールとしての手土産を「おもたせギフト」として駅下立地を最大限に活かして提案します。人気の菓子専門店、二子玉川独自の新しいブランドに加え、「温故知新」をコンセプトにオリジナル編集のおもたせギフト売場を展開します。

「惣菜・ベーカリー」

店内厨房で出来たてを提供する惣菜・ベーカリーショップやイトイン併設店舗、素材に焦点をあてたこだわりの専門店などを展開します。シングル世帯を意識した小分け・個食に対応し、お客様の「欲しい分だけ」を実現します。

「ザ・グルメパントリー」

日常の食卓に直結するデイリー食品を地域一番のスケールで展開します。素材と鮮度にこだわった生鮮食品、独自の品揃えをするグロッサリー専門店などが出店します。

【店舗環境】

店舗環境は「CASUAL and MODERN」をテーマに、シンプルな上質感を持った、自然との調和を感じさせる空間づくりをしています。各ゾーンにはレストスペースを設け、お客さまの待ち合わせスポットとなるようなパブリック空間も計画しています。

(イメージ)「食紀行」ゾーンの売場環境



(イメージ)「ザ・グルメパントリー」ゾーン



(イメージ) 待ち合わせスポットとなるようなパブリック空間



東急ストア 店舗概要

食品スーパーマーケットとして、ワンストップショッピングの利便性と、お客さまにお得だと感じていただける商品・サービスを季節の提案とともにお届けするなど、豊かな日常生活のお手伝いをします。

商品構成は、ビジネスマン・OLの昼食需要や、通勤帰りのお買い物に対応した、できたてのお惣菜やReady to Eat（すぐに召しあがれる）商品、Ready to Cook（ひと手間かけるだけで食卓に出せる）商品、また後片付けが簡単なレンジアップ・レンジクック商品などを充実させます。また、単身者向けには、必要な分だけというニーズにお応えして、少量サイズ、食べ切り・飲み切りサイズの商品を充実させます。さらに二子玉川ならではの、レジャーニーズに対応した、バーベキュー商材なども季節展開します。

店舗レイアウトでは、テーマを持たせた「話題性と楽しさを提案するゾーン」、ショートタイムショッピングを意識した「時間価値を提供するゾーン」、ワンストップショッピングの利便性を重視した「デイリーユースに対応するゾーン」の3つに分けて、楽しく選びやすい売場を実現します。

（イメージ）SC内立地を意識したレイアウトとなる東急ストア



以上