

東急田園都市線・たまプラーザ駅周辺開発計画

2010年(予定)に「たまプラーザ東急SC」をリニューアル、全館が東急百貨店に
同年に全体開業する商業施設「たまプラーザ テラス」の核テナントとしてオープン



東京急行電鉄株式会社
株式会社東急百貨店
株式会社東急モルズデベロップメント

東京急行電鉄(本社:東京都渋谷区、社長:越村敏昭) 東急百貨店(本社:東京都渋谷区、社長:水田寛和) 東急モルズデベロップメント(本社:東京都渋谷区、社長:久米基夫、「たまプラーザ東急SC」を運営)では、現在、東京急行電鉄が進めているたまプラーザ駅周辺開発計画の一環として、既存の「たまプラーザ東急SC」(東急百貨店部分と専門店部分(70店舗)で構成)を2010年(予定)にリニューアルし、百貨店部分を増床し(24,000㎡から30,000㎡に増床 バックヤード部分を除く)全館を東急百貨店とすることを決定しました。これに伴い東急百貨店は、同年に全体開業する商業施設「たまプラーザ テラス」の核テナントとしてオープンします。

リニューアルにより、東急百貨店部分はより都心型百貨店の要素を取り入れることで施設の魅力を高め、たまプラーザ駅上部に新設する商業施設との相乗効果により、「たまプラーザ テラス」全体の集客力を高めます。なお東急百貨店部分については、商圏内にお住まいの成熟した大人を中心とする親子三世代をターゲットとし、30歳代前半の女性をターゲットとする駅上部の新規商業施設とのすみ分けを図ります。

リニューアルする東急百貨店部分は、「クオリティ・ライフスタイルセンター型百貨店()」をコンセプトに、

お客さまが利用することにステイタスを感じ、上質な時間を過ごすために出かけたくなる店
高感度・高質な商品の買い物までを含めて「東急百貨店で購入したい」とお客さまに意識される店
商圏内にお住まいの成熟した大人を中心とする親子三世代が心地よく過ごし、買い物ができる店
を目指します。

そのため、「幅広いカテゴリー」「来店頻度を高める機能の充実」「心地よく過ごせるクオリティの高い環境」「店舗のグレードを意識した商品構成」「旬を意識した商品構成」「信頼性の高いサービス」などさまざまな価値を提供し、お客さまとの関係強化を図ります。

クオリティの高い商品やサービスを提供し、「ライフスタイルセンター」の要素を取り入れたタイプの百貨店

たまプラーザ駅周辺開発計画は、駅部分を含む社有地および鉄道上部に設置する人工地盤に、新たに低層の商業モールを建設するとともに、既存たまプラーザ東急SCの大幅なリニューアル、駅前広場や駐車場など駅周辺の都市機能の整備を総合的に実施するものです。計画全体のコンセプトは「ライフスタイル・コミュニティ・センター～生活者のライフスタイル実現とコミュニティの育成・創造の場～」です。生活者のライフスタイル実現を支援するさまざまなサービス機能を提供するとともに、たまプラーザの街を中心に形成されるコミュニティの育成・創造を強力に支援し、日常性と時間消費性、そして高い生活者ロイヤルティが共存した、本格的「ライフスタイルセンター」を実現します。

以上