



2014年5月12日

東急田園都市線・駅直結の商業施設
『たまプラーザ テラス』・『青葉台東急スクエア』
2013年度のテナント売上高が過去最高を記録！！

株式会社東急モールズデベロップメント

株式会社東急モールズデベロップメント(本社:東京都渋谷区、社長:和田博之)が運営する、東急田園都市線沿線の商業施設、「たまプラーザ テラス」(たまプラーザ駅直結・2007年10月開業)と「青葉台東急スクエア」(青葉台駅直結・2000年11月開業)は、2013年度(2013年4月1日～2014年3月31日)におけるテナント売上高が、両館ともに、過去最高を記録いたしました。

◆たまプラーザ テラス

【テナント売上高】

全館合計:537億7千万円(昨年対比104.5%)

上期 4～9月 = 252億2千万円(昨年対比103.0%)

下期10～3月 = 285億5千万円(昨年対比105.9%)

【入館者数】

全館合計:2,883万5千人(昨年対比101.2%)

上期4～9月 = 1,435万1千人

下期10～3月 = 1,448万3千人



◆青葉台東急スクエア

【テナント売上高】

全館合計:約226億3千万円(昨年対比103.6%)

上期 4～9月 = 約108億1千万円(昨年対比103.1%)

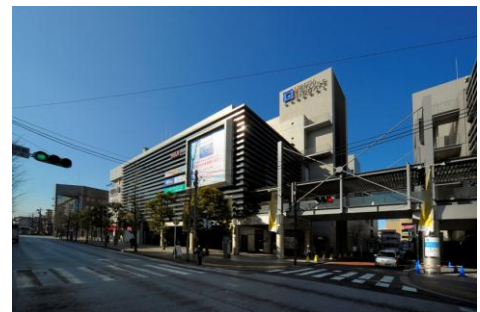
下期10～3月 = 約118億2千万円(昨年対比104.1%)

【入館者数】

全館合計:約1,728万1千人(昨年対比101.2%)

上期 4～9月 = 約857万4千人

下期10～3月 = 約870万7千人



◆たまプラーザ テラス

2012年度に引き続き、年度での過去最高のテナント売上高を達成、さらに、2012年6月より、22カ月間連続 対前年テナント売上高増を達成

【好調要因】

①多摩田園都市の街づくりと一体となった、沿線を中心広場としての独自性の確立

地域と一体となった We love tamaplaza project 施策の推進(2013年度は桜フェスティバル等計8回のイベントを実施)

②商圈内顧客との深いリレーションの構築

年間400本以上のイベント開催、ハウスカードポイントアップ施策・買い回りキャンペーンの定期開催

③「ひとつのテラス」実現のため、全スタッフのやる気、満足度向上の施策を推進

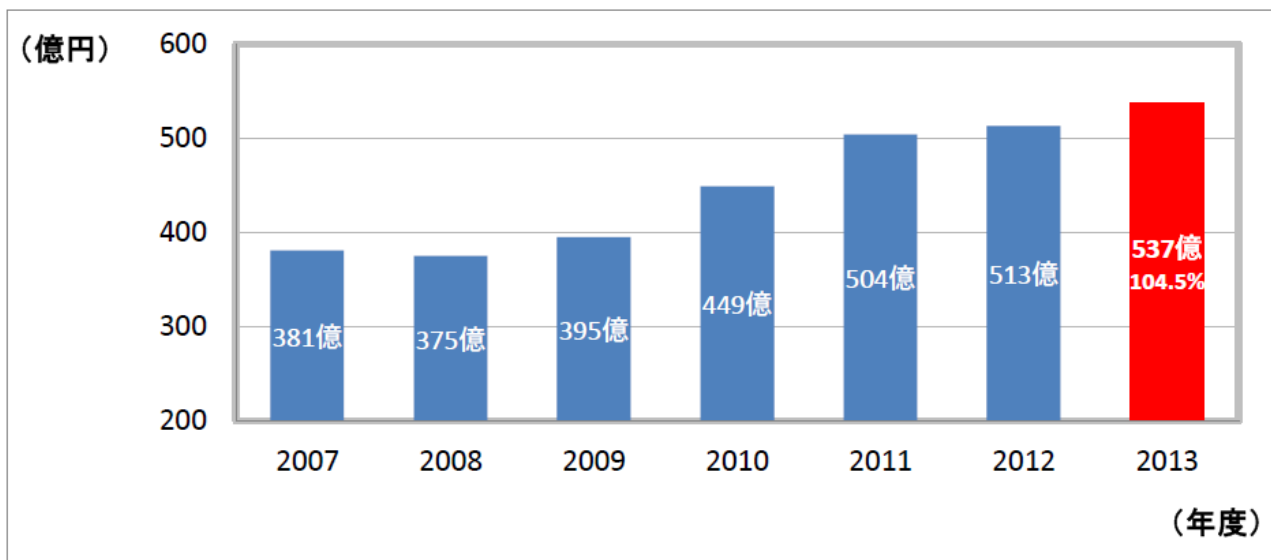
織研新聞社主催【テナントが選んだディベロッパー大賞】にて「ES賞」を初受賞

④オープンモールのメリットを最大限に生かした環境演出を推進

クリスマス装飾において、7年ぶりとなる街路樹イルミネーションを復活

■年度別売上(2007年度～2013年度)

たまプラーザ テラス



◆青葉台東急スクエア

2012年度に引き続き、年度での過去最高のテナント売上高を達成、さらに、2013年3月より、13カ月間連続 対前年テナント売上高増を達成

【好調要因】

①大規模リニューアルの効果

- ・2013年夏季オープン「サマンサモスモス」、「コレクターズ」等が好調
- ・2013年秋季リニューアルオープン「ミュゼ・ド・ポウ」が好調
- ・2010年度以降の大規模リニューアル店舗の認知向上
- ・エントランス、サイン改修、トイレ設備更新等共用環境のリフレッシュ

②食料品、大型店が年間を通して好調

- ・「フード・パティオ・レ・シ・ピ青葉台」、「富士ガーデン」、「エディオン」、「ユニクロ」等が好調

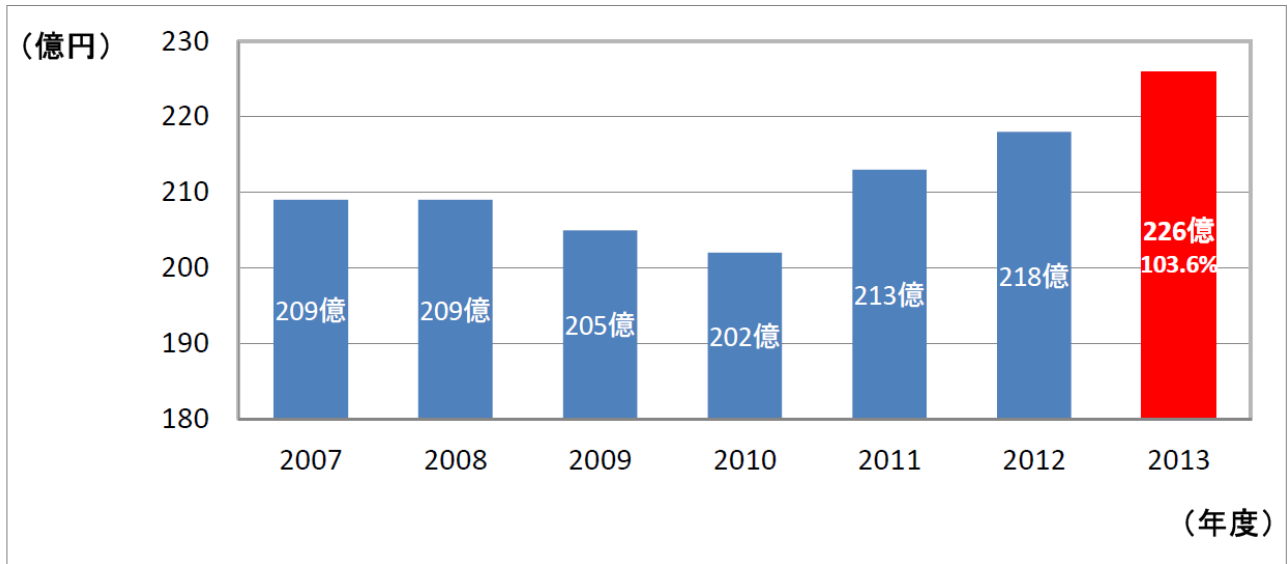
③増税前駆け込み需要による売上促進(特に家電・化粧品・生活雑貨が好調)

④地域ニーズを捉えたプロモーション活動の深化

- ・地元中・高等学校による定期演奏会、近隣大学・駅とのコラボレーションイベント、ハウスカードポイントアップ施策、来館者参加型 各種キャンペーンの強化(七夕、夏祭り、クリスマスツリー、絵馬掛け)ほか

■年度別売上(2007 年度～2013 年度)

青葉台東急スクエア



◆たまプラーザ テラス概要

- ・所在地 横浜市青葉区美しが丘一丁目1番地2(東急田園都市線・たまプラーザ駅直結)
- ・規模 店舗数 150 店舗、店舗面積 約 60,000 m² ※店舗数はノースプラザ(東急百貨店)を除く
- ・駐車場 約 1,500 台
- ・U R L <http://www.tamaplaza-terrace.com/>



◆青葉台東急スクエア概要

- ・所在地 横浜市青葉区青葉台2丁目1番地1(東急田園都市線・青葉台駅直結)
- ・規模 店舗数 113 店舗、店舗面積 29,502 m²
- ・駐車場 650 台
- ・U R L <http://www.aobadai-square.com/>

