
日本最大級のショッピングセンター 開業 30 周年を機にさらなる進化を
「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」
「西館」建替え推進を決定

- 三井不動産株式会社（所在：東京都中央区 代表取締役社長 岩沙弘道）は、「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」（所在：千葉県船橋市）内「西館」の建替え計画を推進することを決定しましたのでお知らせいたします。
- 「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」では、1981 年（昭和 56 年）の開業以来、お客様のニーズや時代の変化に合わせて増床・リニューアルを継続的に実施し、「経年優化」（時を経るにつれて成熟し、さらに価値を高めていく）の思想を体現し、常に進化し続けてまいりました。開業 30 周年を機に、特別高圧受変電設備などのインフラ設備の更新を含め、「次の 30 年」を見据え、さらにお客様のニーズ・ウォンツに的確に伝えていく施設を目指します。
- 当計画では、「西館」の営業を 2012 年 1 月末をもって終了し、解体後に新たな建物を建設し、2013 年度中のオープンを予定しています。多様化するライフスタイル・ファミリーニーズに応えるショップ、豊かな「食」を堪能していただくフードゾーンなど、お客様に楽しく過ごしていただけるエンターテインメント性豊かな店舗を誘致していきます。
- 今回建替えの対象となる「西館」は、1981 年に 2 核 1 モールで開業した際の核（メインテナント）のひとつである「船橋そごう」が前身であり、2001 年に旧そごうから当社が取得後、ペットテーマパークやインテリアショップ、家電量販店など様々な専門店で構成し、運営してきた建物です。
- 「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」は、日本の郊外型ショッピングセンターの草分けとして 1981 年に開業し、初年度は 200 店舗、年間来場者数約 1,200 万人でした。本年 4 月 2 日に 30 周年を迎え、現在では約 540 店舗・年間来客数約 2,500 万人を誇り、日本でも有数の郊外型ショッピングセンターに成長いたしました。今後も常に新しい付加価値やサービスを発信・提供しながら、お客さまにご支持いただける施設を目指して進化し続けてまいります。

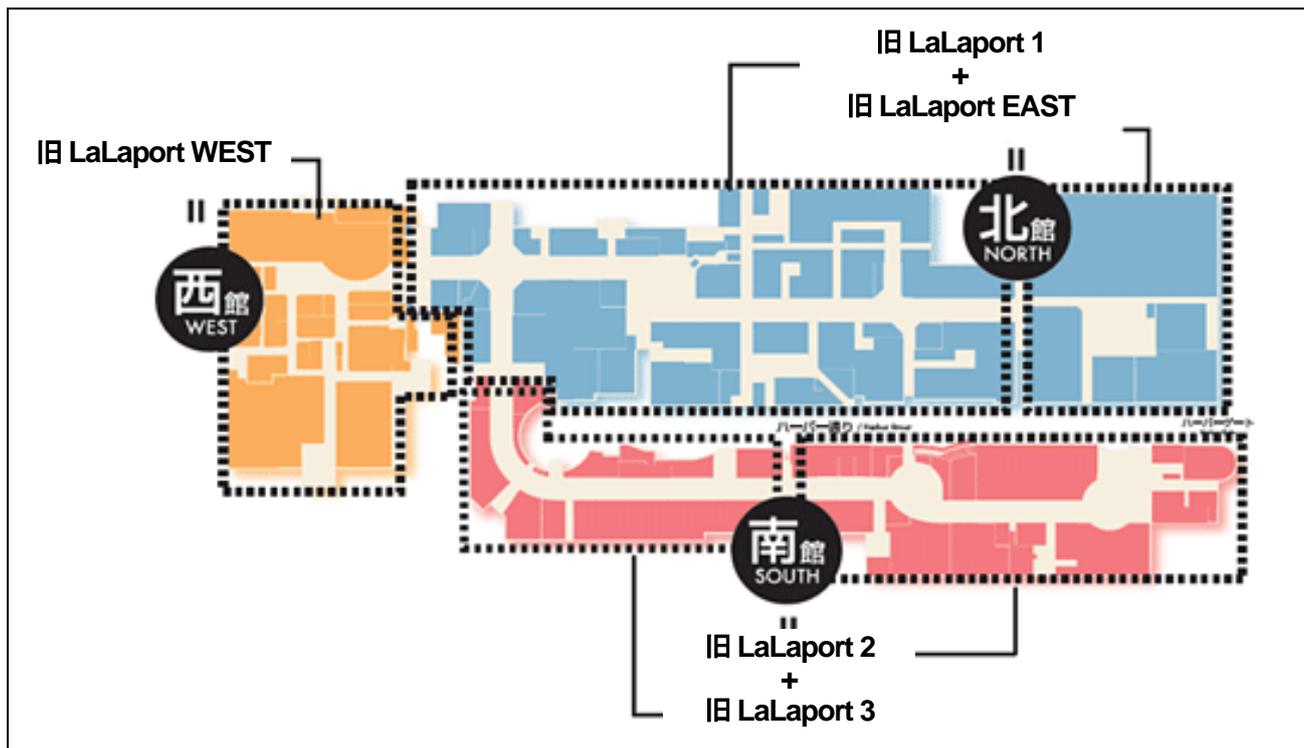
以 上



「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」全体



現在の西館



館内配置図 ※2008年各館の名称変更

<添付資料1>

「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」施設全体概要

所在地	千葉県船橋市浜町二丁目 1-1
敷地面積	約 171,000 m ²
延床面積	約 282,000 m ²
店舗面積	約 115,000 m ²
店舗数	約 540 店舗
駐車台数	約 8,300 台

<添付資料2>
広域図



詳細図



<添付資料3>

「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」増床・リニューアルの経緯（主なもの）

1981年	<p>「ららぽーと船橋ショッピングセンター（ららぽーと1）」開業 日本初・車来場に重きをおいた米国型ショッピングセンター（以下SC）。 ダイエー・そごうの2つを核とした2核1モール形態。</p>
1988年	<p>「ららぽーと2」増床 DCブランドの誘致により、都市型SC機能を拡充。 他施設に先駆けてシネマコンプレックス等を導入し、エンターテインメント機能を強化。</p>
1998年	<p>「ハーバークリル」オープン 飲食店舗を質・量あわせて拡充（老朽化した飲食棟の建替え）。</p>
1999年	<p>「ららぽーと2」リニューアル 渋谷109系・カジュアル衣料専門店などを導入することで若年層世代へのアプローチを図る。</p>
2000年	<p>「ららぽーと3」増床 21世紀の新しいライフスタイルを提案。 団塊ジュニアと平成ニューファミリーをメインターゲットに、ショッピング・エンターテインメント機能、環境アメニティを一層強化。</p>
2001年	<p>「ららぽーとウエスト」リニューアル 旧「船橋そごう」の土地・建物を取得、改装。 専門店街機能を強化。</p>
2003年	<p>「ららぽーと1」リニューアル 平日強化を狙い、主婦層へのアプローチ強化。 キッズゾーンの再編などを主眼に置き、テナント構成を5つのゾーンへ。</p>
2004年	<p>「ららぽーとウエスト」リニューアル 大規模改装し、インテリア、ペット、家電量販店等の大型専門店を導入。</p>
2005年	<p>「ららぽーとイースト」リニューアル 旧「ダイエー」棟を改装し、カテゴリーキラー、フードテーマパーク（東京パン屋ストリート）を導入。</p>
2006年	<p>「ららぽーと1」一部リニューアル 旧「フードデコ」跡に、アパレル、雑貨、飲食店等からなるガールズ専門店ゾーン「CANDY DRIVE」を導入。</p>
2008年	<p>「ららぽーと2」建替え・リニューアル トrend発信できる高感度・上質な都市型店舗を集積させ、従来とは一線を画した店舗構成に。 新店の半分以上が千葉県初出店。</p>