

日本最大級のショッピングセンター 「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」

西館建替え工事 本日 10/1（月）着工

約 50 店舗にて 2013 年秋オープン

- 三井不動産株式会社（所在：東京都中央区 代表取締役社長 菰田正信）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）において西館建替え工事に本日（10/1）着手しましたのでお知らせいたします。
- 新しい西館は、地上 3 階建て（店舗部分）の建物で、竣工および開業は 2013 年秋を予定しています。主にファミリーニーズやデイリーニーズに応える魅力ある店舗を揃え、また、北館・南館との回遊性を高めたモール形状とすることで、より利便性の高い施設づくりを目指します。
- 新しい西館のフロア構成については、1 階は「デイリーゾーン」とし、足元から広域まで集客が見込めるスーパーマーケットや、豊かな「食」を堪能していただくフードゾーンを計画しています。2 階は「ファミリーゾーン」とし、ファミリーニーズの高いファッションやベビー・キッズ関連の店舗など、お子さま連れでも快適に買い物を楽しんでいただけるフロアを目指します。3 階は「エンターテインメントゾーン」とし、最新鋭の大型シネマコンプレックスなどエンターテインメントが体験できる空間を計画しています。
- 環境配慮については、共用部に LED 照明を採用するほか、屋上や外壁面に太陽光発電設備を設置する予定です。省エネ、創エネへの取組みに加えて、他の三井ショッピングパークシリーズ同様、電気自動車充電設備の設置、壁面緑化や再生木の使用など、心安らく環境共生型のショッピング空間を提供していく予定です。
- 「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」は、1981 年の開業から 32 年目を迎え、西館建替えを皮切りに、「次の 30 年」を見据え、さまざまなお客さまのニーズに的確に応えていけるよう、ますます進化し続けてまいります。

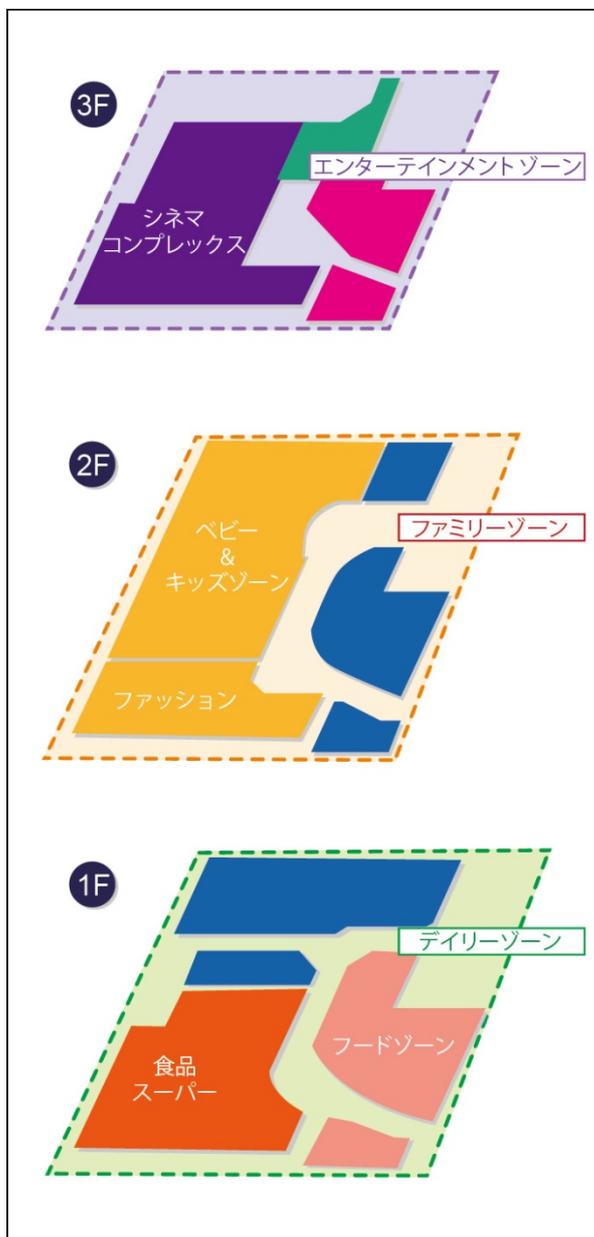
以 上



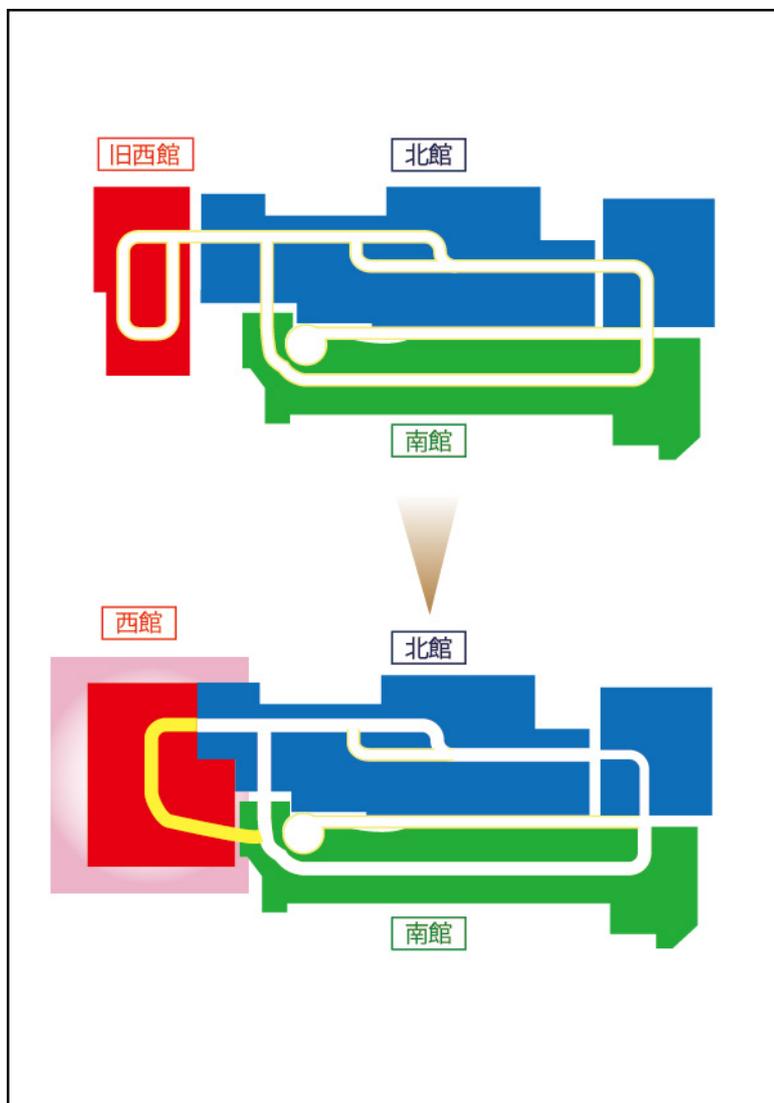
西館 外観（イメージ）



西館 館内（イメージ）



西館 ゾーニング (イメージ)



「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」
モール形状 (イメージ)

- <添付資料>
1. 「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」概要
 2. 位置図
 3. 「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」の主な歴史

<添付資料1>「三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY」概要

所在地	千葉県船橋市浜町二丁目 1-1	
事業者	三井不動産株式会社	
運営	ららぽーとマネジメント株式会社	
	西館	施設全体（西館開業時点）
敷地面積	約 23,500 m ²	約 171,000 m ²
延床面積	約 40,800 m ²	約 282,000 m ²
店舗面積	約 23,900 m ²	約 115,000 m ²
店舗数	約 50 店舗	約 500 店舗
駐車台数	—	約 8,300 台
竣工・開業	2013 年秋予定	—
設計・施工	三井住友建設株式会社	—
建物構造	鉄骨造 4 階建（店舗部分は 3 階建）	—
交通	JR 京葉線・JR 武蔵野線「南船橋」駅徒歩 5 分（無料送迎バス有り） 京成「船橋競馬場」駅徒歩 10 分（無料送迎バス有り）	
ホームページ	http://tokyobay.lalaport.net/	

<添付資料2>位置図

【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」の主な歴史

1981年	「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。
1988年	「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。
1998年	「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）。
1999年	「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。
2000年	「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。
2001年	「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。
2003年	「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。
2004年	「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。
2005年	「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などを導入。
2006年	「ららぽーと1」一部リニューアル 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。
2008年	「ららぽーと2」建替え・リニューアル トレンド発信できる高感度・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。
2013年	「西館」建替え・開業（今回）

※ららぽーと1・ららぽーとイースト（現「北館」）

ららぽーとウエスト（現「西館」）

ららぽーと2・ららぽーと3（現「南館」）