

【別紙 2】たまプラーザ駅周辺開発計画の概要

たまプラーザ駅周辺開発計画は、駅上部を含む社有地に設置する人工地盤に、新たに低層の商業モール「たまプラーザテラス」を建設するとともに、駅前広場や駐車場など駅周辺の都市機能を総合的に整備するものです。商業施設と鉄道施設を一体的に開発することで、鉄道線路を挟んだ街の南北を一体化し、たまプラーザの街全体の活性化を目指します。

所在地	横浜市青葉区美しが丘一丁目他
交通	田園都市線・たまプラーザ駅前
敷地面積	約51,000㎡
延床面積	約179,000㎡（うち今回開業部分 約34,000㎡）
店舗面積	約60,000㎡（うち今回開業部分 約7,000㎡）
店舗数	約140店舗（ ）を予定（うち今回開業部分約50店舗） （ ）ノースプラザ(東急百貨店)を除く。
駐車場	約1,500台

コンセプト

「ライフスタイル・コミュニティ・センター」をコンセプトに、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。

施設名称とブランドマーク



「テラス」は、緑と風に囲まれた安らぎの空間をイメージした言葉で、「たまプラーザ テラス」という施設名称には、「さまざまな人が集い、交流を深め、それぞれのライフスタイルを実現していく場でありたい」という願いを込めているほか、人々の暮らしを明るく「照らす」という意味があります。また、本施設が丘陵地にあることから、たまプラーザの街を見渡せる丘のテラスという意味合いも持たせています。

ブランドマークの、豊かに育ち連なる並木がアーチを作っている様子は、街の象徴である並木道が、施設を訪れる人々をあたたく歓迎するイメージを表しています。また、並木の豊かで鮮やかな彩りはここに住み集う人々の多様なライフスタイルや価値観を象徴しています。

店舗・施設構成

生活者のライフスタイル実現を支援する物販・飲食店舗を中心としたテナント構成とするほか、フィットネスクラブやカルチャースクール、コンサートやイベントを行える広場、展示会・発表会の開催が可能なスペースなどを設置します。

新規商業施設のデザイン

世界的に著名なラグアルダ・ロウ・タナマチ事務所のデザイナーであるJohn Low（ジョン・ロウ）氏を起用し、モール全体を明るく開放的な雰囲気ですべて統一します。建物の高さを駅改札口から2層または3層までに抑えた、オープンモールとクローズドモールからなるハイブリッド型商業モールとし、たまプラーザの街の大きな特徴である低層で開放的な街並みとの調和を図ります。また、駅部分だけでなく線路部分の上空にも人工地盤を設置することで広大な敷地を確保し、施設内を回遊しながら駅を中心とした街の南北を往来できる、サーキット型の動線を持った商業モールとします。さらに、駅前広場や駐車場などを極力地下化することにより車と歩行者を分離し、快適で安全に歩行できる空間を実現します。広場・イベントスペース・レストスペース等のコミュニケーションスペースを各所に点在させ、自然発生的にコミュニティが生まれる仕掛けを施すとともに、安らぎを感じられる街の情景を作り出します。

計画エリアと開業時期（予定含む）



サウスプラザ

2007年1月19日

ゲートプラザ（1期）

2007年10月2日

ゲートプラザ（2期）

2009年10月22日

ゲートプラザ（3期）

2010年秋

ノースプラザ（東急百貨店）

1982年10月2日

全体外観イメージ



当社では、2006年2月に、東急沿線におけるグループ商業施設の戦略的配置などを全体最適の観点から推進するための基本戦略「東急グループリテール事業リファインプラン」を策定しており、本計画は、この基本戦略に基づく各地域、施設でのリファイン計画の一環として行うものです。

以上