

高速鉄道4号線センター南・北駅ビル事業化等検討調査

平成10年2月

みらい商業構想株式会社

■本調査の目的

7年後に予定されている市営地下鉄4号線開業時にセンター北駅・南駅が担うべき都市機能の一部としての商業機能の位置づけと必要性、その規模・成立性・業種内容及び収支等について検討し、現在計画されている建築計画規模との整合性をはかり事業化する。

また、葛ヶ谷駅、川和町駅等については、限られた建築条件の下、駅利用者を含めた地域住民に対しどのような商業・サービス機能が提供できるか検討し事業化する。

目次

本調査の目的

(1) 調査及び事業計画の策定

- ・ 周辺立地調査・開発予定地の商業立地の位置づけ 1
- ・ 商圈範囲の設定及び商圈規模の算定 6
- ・ 需要予測及び施設規模の算定 10

(2) 開発コンセプトの作成

- ・ 開発の考え方及び進め方 14
- ・ センター南 15
- ・ センター北 18
- ・ 葛が谷 26
- ・ 川和町 29
- ・ 葛が谷～川和町間 30
- ・ 意向調査 31
- ・ 運営管理基本方針の策定 34

(3) 建築企画の作成

- ・ 各種法令の整理 35
- ・ 敷地適応条件の把握 38
- ・ 商業施設の基本計画図の作成 47

参考資料

(1) 調査及び事業計画の作成
・周辺商業施設の立地調査

■港北ニュータウン商業の位置づけ

- 港北ニュータウンは鶴見、二俣川鶴ヶ峰、戸塚、上大岡と共に「副都心」としての位置づけにあたる。副都心は、横浜市の拠点のうち、都心、新横浜都心と並んで特に重点的に機能強化を図る地区であり、買い物や文化的な活動など市民の日常生活における利便性を高めるとともに、身近な場所で就業の場が確保できるような街づくりをめざす。
- 港北ニュータウン内には、タウンセンターをはじめとして、駅勢圏を対象としてサービスを行う駅前センター（「中川」「北山田」「川和」「仲町台」）、日常の買い物等の利便性を確保する地域密着型の近隣センター（6カ所）が配置されている。
- 商業の観点から各センターの機能を分類すると以下ようになる。
 タウンセンター：広域型商業地、商圏人口100万人でスーパー・リゾナールSC、都市型百貨店、テーマ型量販店の成立する商業地。
 駅前センター：地区中心型商業、商圏人口が10～15万人で、コミュニティ型SC、標準型量販店が成立する商業地。
 近隣センター：商圏人口が1.5万人前後ので、スーパーマーケットミニスーパーが成立する商業地。

■センター南

- 港北東急SC、オリンピック、パルスポット、パインクリエイトビルが立地しており、センター北駅前の阪急百貨店が開業するまでは港北ニュータウンに於ける商業の中心的地区として位置づけられる。
- 阪急百貨店開業後は南北共存共栄し、都市間競争に打ち勝てる港北ニュータウン商業集積の一翼を担う。
- 3号線と4号線の乗換駅となるため、人の流れが多くなることが予想される。
- 業務施設導入が駅増床時に計画されているが、市内副都心部業務スペースの空き室状態（みなとみらい業務棟や上大岡再開発ビル業務棟など）をみると業務施設整備には専門的な調査が必要であろう。特に新横浜都心部の業務施設誘致動向をみて調査する必要がある。

■ショッピング

- ア. MAC-HOUSE (シューズ)
- イ. 文教堂書店
- ウ. BRUT (ゲーム)
- エ. フィットケアデポ (薬・酒)
- オ. さいとうインテリア企画
- カ. 都筑薬局
- キ. 古本BIG
- ク. カワイピアノ工房
- ケ. 電化のL商会
- コ. 港北グリーン薬局
- サ. メガネの愛眼

- シ. LIVING TIME (家具)
- ス. 電器のロケット
- セ. PCデポ (パソコン)
- ソ. ボムアレー (婦人服)
- タ. テイクワン (靴)
- チ. ビジョンメガネ
- ツ. エトワール (寝具)
- テ. ビデオNO.1 (ビデオ)
- ト. 壘屋 (酒)
- ナ. リカーショップ太陽

■飲食店

- あ. ラーメン天華
- い. 濱清 (寿司)
- う. くれよん (喫茶)
- え. 焼肉べにしか
- お. ニュータンメン本補 (中華)
- か. 阿加羅 (うどん)
- き. 横濱屋
- く. Coupler (レストラン)
- け. シカゴピザ

■銀行

- ① 横浜銀行

■スーパー・コンビニ

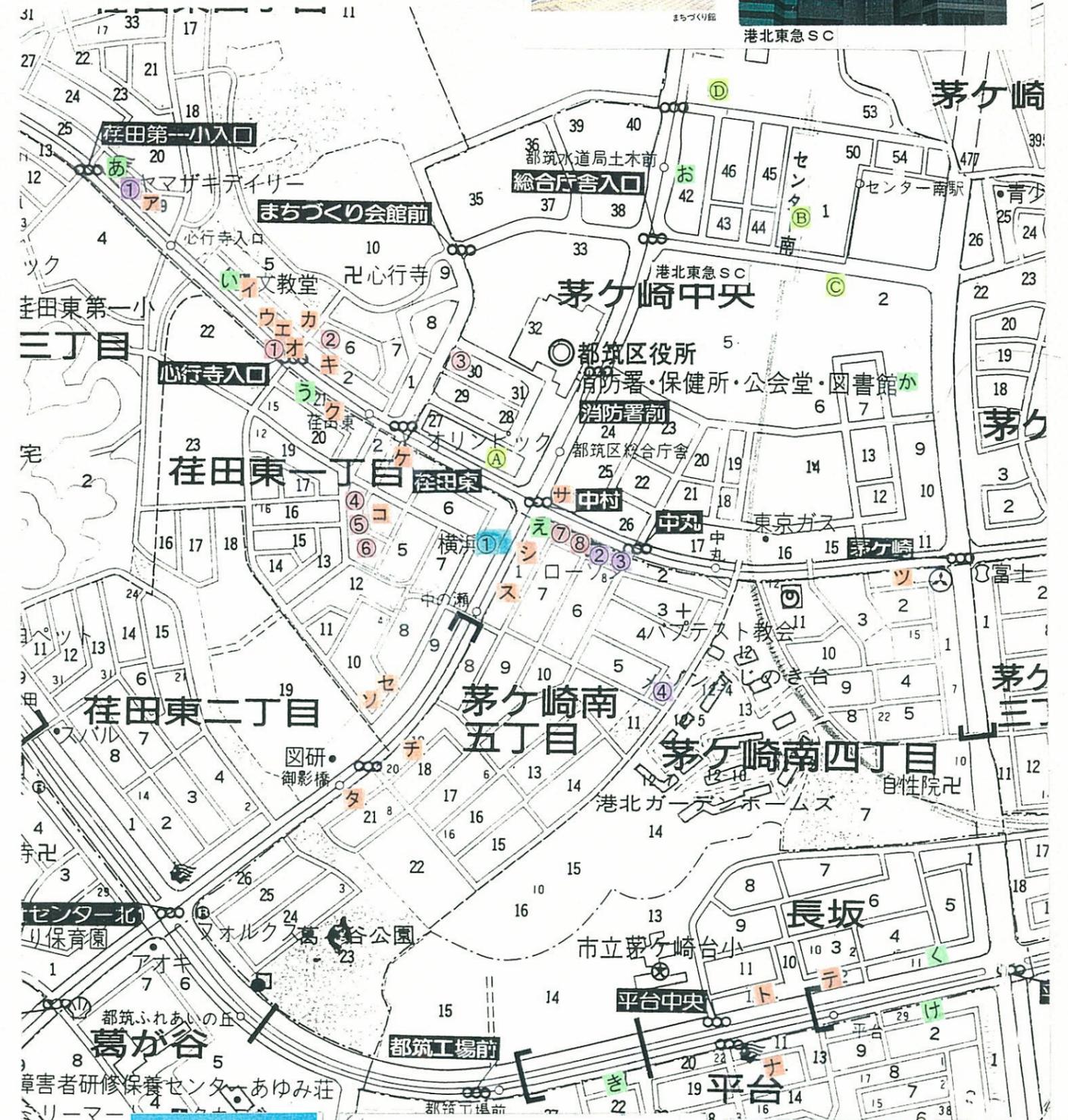
- ① ヤマザキディリーストア
- ② ローソン
- ③ セブンイレブン
- ④ Yショッピングカネタニ

■病院・診療所

- ① 浜クリニック (内・小)
- ② 村田耳鼻咽喉科
- ③ 岸歯科医院
- ④ センター南歯科
- ⑤ 第一眼科
- ⑥ 木下整形外科
- ⑦ 大山クリニック (内・小)
- ⑧ THE CLINIC YOKOHAMA (耳・呼・気)

■複合商業施設

- ① オリンピック
 - ・スーパーオリンピック
 - ・マクドナルド
 - ・タカラブネ (菓子)
 - ・ラポラポ (紳士服)
 - ・モラモラ (アミューズメント)
 - ・パン工房
 - ・ピッコリー (ファーストフード)
 - ・つかだ (惣菜)
- ② 南駅舎
 - ・有隣堂 (書籍)
 - ・フィットケアデポ (薬)
 - ・マクドナルド
 - ・サンエブリー
 - ・横浜信用金庫
- ③ パルスポット
 - ・紀ノ国屋
 - ・プリマベラ (ベーカリー・カフェ)
- ④ パインクリエイトビル
 - ・上新電機 (電化製品・玩具・パソコン)
 - ・ムラウチファニチャー (家具)
 - ・NAS (スポーツクラブ)



■センター北

- ・生活利便性の高いショッピングタウン「あいたい」と目的性の高いヨネヤマプランテーションの「ペットピア」、中山北山田線沿いにはロードサイド型飲食店が立地している。
- ・センター南と比較すると現況の商業規模としては小さいが、2年後の阪急百貨店開業後は、規模、商業力共にアップし、都市間競争に打ち勝てる港北ニュータウンの一翼となる。
- ・センター南同様、3号線と4号線の乗換駅となるため、人の流れが多くなることが予想される。



歴史博物館



ファミリーマート



センター北駅



ショッピングタウンあいたい

■ショッピング

- ア. ワンダーランド(ジーンズ)
- イ. 亀屋万年堂(和菓子)
- ウ. ハタ薬局
- エ. チノップス(菓)
- オ. 石井スタジオ(写真)
- カ. ヴァルムの森(パン)
- キ. 出口スポーツ
- ク. 横浜食糧(米)
- ケ. 津久井酒店
- コ. ヨネヤマプランテーション(ペット)

■飲食店

- あ. すかいらーく(レストラン)
- い. やきにく村(焼肉)
- う. Hearty's(喫茶)
- え. びっくり寿司(寿司)
- お. 日之利(手打そば)
- か. くじら軒(ラーメン)
- き. Peco Riana(イタリア料理)
- く. 焼肉工房武士
- け. くらわん(しゃぶしゃぶ)

- こ. 横濱家(ラーメン)
- さ. ラーメンショップ
- し. 六三四そば
- す. カレー南蛮亭

■スーパー・コンビニ

- ① スナックピア
- ② スリーエフ
- ③ ファミリーマート

■病院・診療所

- ① CKセンター北歯科
- ② まえだ歯科
- ③ 都筑区休日急患診療所

■銀行

- ① 富士銀行ATM・横浜銀行ATM
- ② 住友銀行



■葛が谷

- ・オーケストアートと県道中山北山田線沿いにロードサイド型商業施設が集積している。特に車で商行動が目立ち、駐車場の規模が売上を左右する地区である。
- ・今後大型店進出の計画もなく現在の規模で満足される地区であろう。

■ショッピング

- ア. たざわファーマシー(薬)
- イ. コペラ荏田(酒)
- ウ. 酒屋(酒)
- エ. わくわくランド(インテリア)
- オ. エムザサーフ&スポーツ
- カ. PATISSIER ANGE BLANC(フランス菓子)
- キ. リカーショップウチノ
- ク. いずみ調剤薬局
- ケ. わたなべ電器
- コ. 和泉屋浜田酒店
- サ. テーラー津村屋
- シ. ワットマン(電気店)
- ス. マタニティハウス(手芸)
- セ. スリーエフゴルフ
- ソ. ELDORAD(熱帯魚)
- タ. ビデオクラッシュ(ビデオ)
- チ. Hands On(パソコンソフト)
- ツ. MAC-HOUSE(シューズ)
- テ. 加藤畳店
- ト. ゴールウェイ(ゴルフウェア)
- ナ. タカヨシブックセンター
- ニ. ビクトリア(スポーツ用品)
- ヌ. 東京靴流通センター
- ネ. メンズプラザAOKI(紳士服)
- ノ. 中谷本舗(和菓子)
- ハ. 雑貨タカヨシ
- ヒ. パティオ(家具)
- フ. 桃の木(洋菓子)
- ヘ. VISCO(ファミコン)
- ホ. 花花草草(生花)
- マ. 靴のマルトミ
- ミ. おもちゃのBANBAN
- ム. 中山精米店

■病院・診療所

- ① 田井歯科クリニック
- ② 片山クリニック(外・胃・整)
- ③ 弘中内科小児科胃腸科循環器科
- ④ 塩野目歯科医院
- ⑤ 葉歯科医院
- ⑥ 森歯科
- ⑦ フレンド歯科
- ⑧ 都筑メディカルクリニック(小・内)
- ⑨ 前沢歯科クリニック
- ⑩ 増沢クリニック(内・胃・循・外・理)
- ⑪ とのうち小児科
- ⑫ アオキ歯科医院
- ⑬ アオキ歯科クリニック
- ⑭ デンエンクリニック(内・小・消・理)
- ⑮ ふれあいの丘クリニック(内・小)
- ⑯ 齊木クリニック(内・小)
- ⑰ 富士見が丘ペットクリニック
- ⑱ 港北ニュータウンセンタークリニック
- ⑲ 池尻歯科医院
- ⑳ 岸歯科クリニック

■飲食店

- あ. Wistaria
- い. モスバーガー
- う. ガスト(ファミリーレストラン)
- え. さつき(小料理)
- お. 敦厚(中華)
- か. 一品香(ラーメン)
- き. 寿司屋の子
- く. すしの三舟
- け. 割烹庄太郎
- こ. 志ばた(そば)
- さ. 葱坊主(居酒屋)
- し. ジェノバ(イタリア料理)
- す. 浜一(寿司)
- せ. ジローフィオーレ(イタリア料理)
- そ. びっくり寿司
- た. MAKAN MAKAN(エスニックレストラン)
- ち. 和(食事処)
- つ. KEY COFFEE(喫茶)
- と. 和風レストラン茶
- な. ル・ラモドール(レストラン)
- に. ラーメン大丸屋
- ぬ. むら(お好み焼)
- ね. 麺ロード(ラーメン)
- の. デニーズ(ファミリーレストラン)
- は. 五代くん(うなぎ)
- ひ. 北海ラーメン
- ふ. さんき(寿司)
- へ. すき家(牛丼)
- ほ. 庄栄(そば)
- ま. たちばな(和食)
- み. フォルクス(ファミリーレストラン)
- む. ピザオーレ(レストラン)
- む. ラーメンすすきの

■スーパー・コンビニ

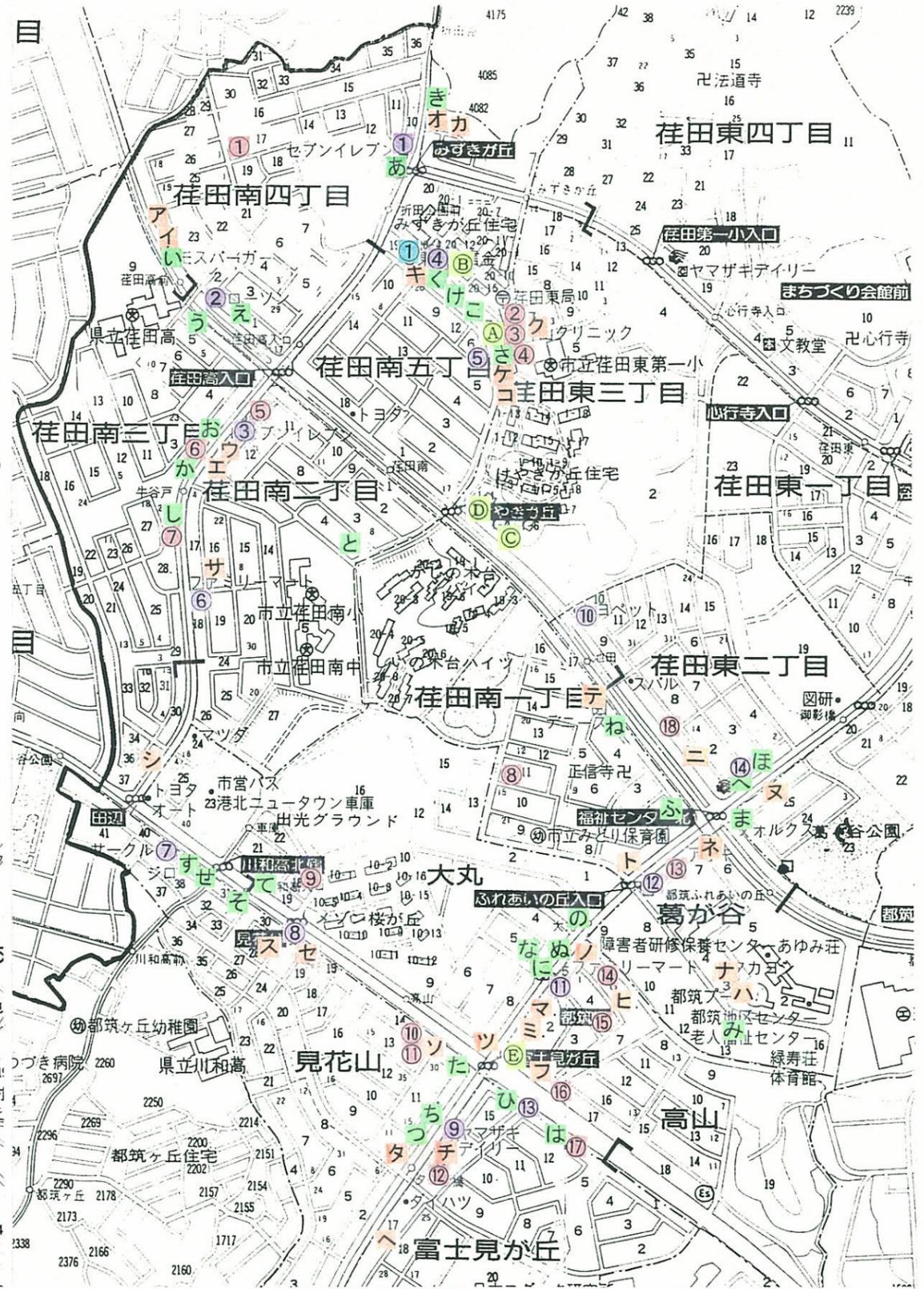
- ① セブンイレブン
- ② ローソン
- ③ セブンイレブン
- ④ マインズ
- ⑤ スーパーナイス
- ⑥ ファミリーマート
- ⑦ サークルK
- ⑧ コンビニエンスなかむらや
- ⑨ ヤマザキデイリーストア
- ⑩ セブンイレブン
- ⑪ ファミリーマート
- ⑫ デイスクンセンターOKストア
- ⑬ コンビニエンスがぬま
- ⑭ ヤマザキデイリーストア
- ⑮ ファミリーマート
- ⑯ ヤマザキデイリーストア

■銀行

- ① 東調布信用金庫

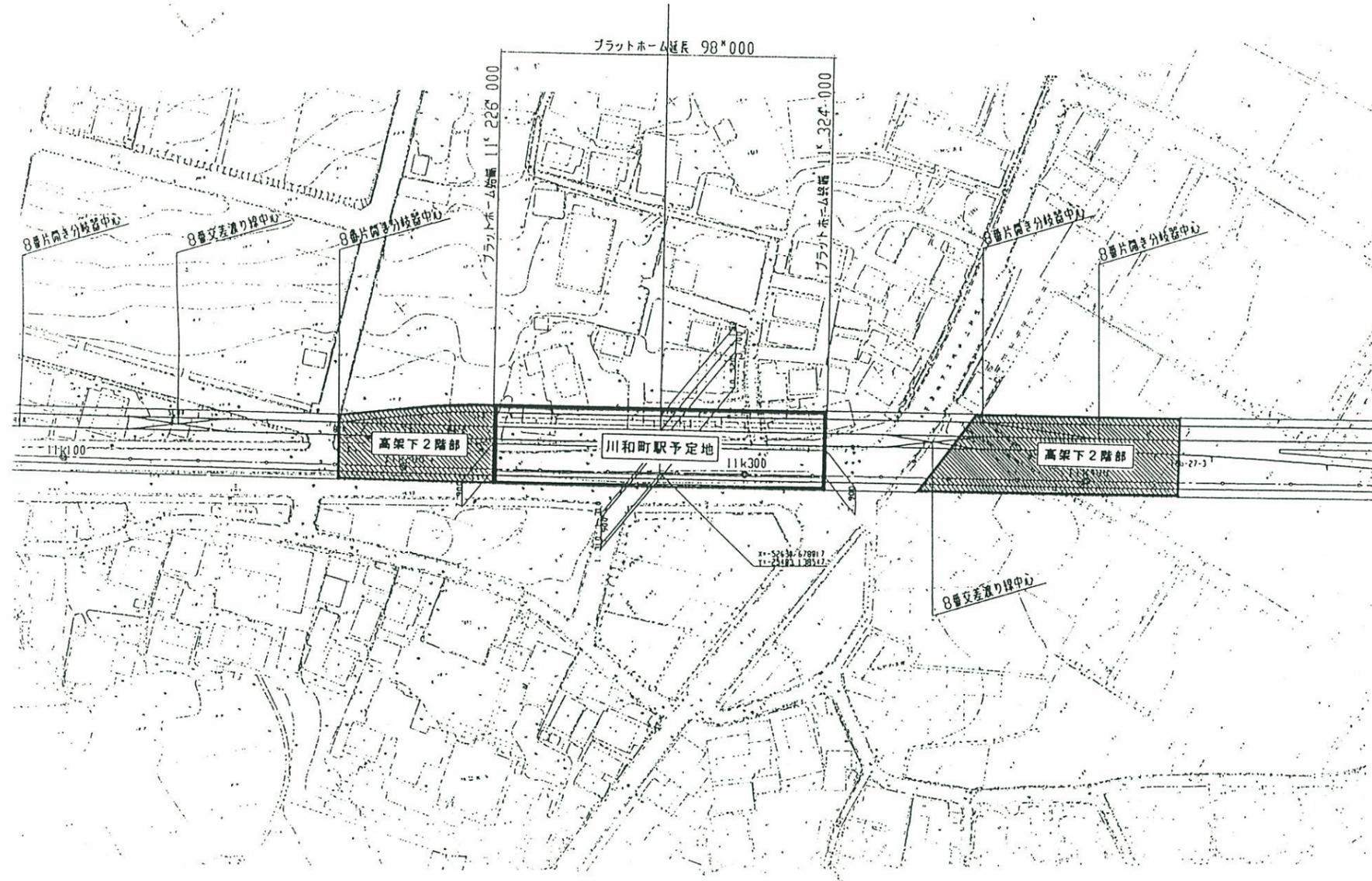
■複合商業施設

- ① あすかドラッグ(薬)
- ② パリジェンヌ(パン)
- ③ ORIGINAL HOUSE(喫茶)
- ④ 香雅(中華)
- ⑤ 魚庄(鮮魚)
- ⑥ 酒井畜産(精肉)
- ⑦ 青果にし
- ⑧ 東京三菱銀行
- ⑨ 荏田プラザ薬局
- ⑩ 大野クリニック(胃・内・外)
- ⑪ 真田皮フ科
- ⑫ けやきが丘動物病院
- ⑬ レンガ(焼肉)
- ⑭ むさし(とんかつ)
- ⑮ 佐々木歯科
- ⑯ ラーメンショップ
- ⑰ 若松屋(酒)
- ⑱ すし好(寿司)
- ⑲ セマウル(海鮮焼肉)
- ⑳ とんかつ稲



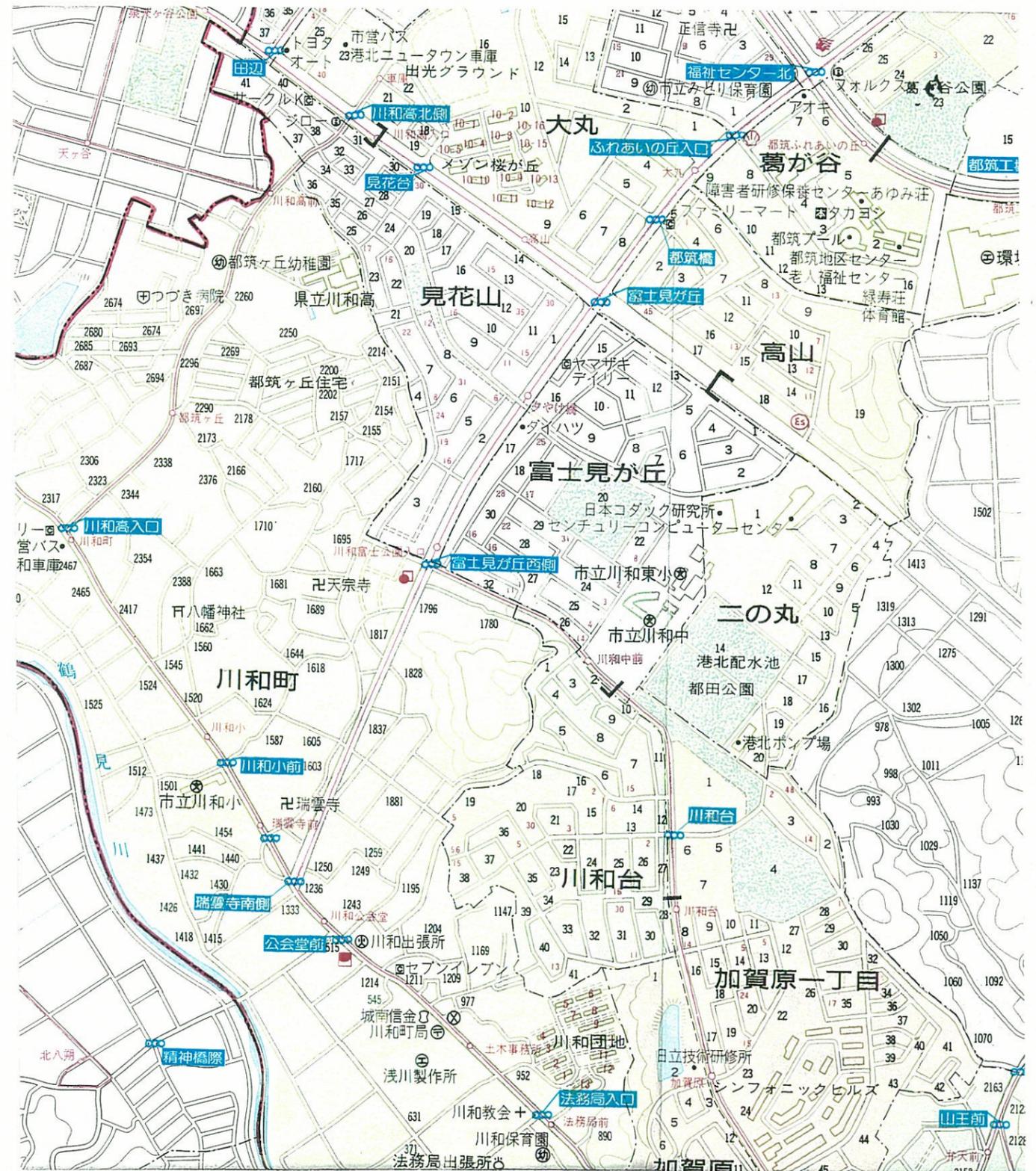
■川和町

- ・ニュータウン地区から外れた市街化調整区域であり、民家と畑が点在する地区である。
- ・商業施設についても特に目立った店舗はなく、今後の商業開発はあまり期待できない。



■葛が谷～川和町間

- ・川和町同様、目立った商業施設はなく、今後の商業開発はあまり期待できない。
- ・中山商圈（東急ストア）から2キロに位置し大型店の立地は競合上難しい。
- ・ただし、葛ヶ谷方面からロードサイド型商業施設が波及、立地してくる可能性はある。



・商業範囲の設定及び商圈規模の算定

・商業立地から見てセンター南センター北以外の地区は他地域から集客できる商業集積の可能性が少ない。センター南センター北を一つの商業集積ととらえ今後どれだけの商業が成立可能かを算定する。

1) 商圈の設定

- ここでは、センター地区全体の商圈を設定する。
- 商圈を設定する要因として、競合店、交通機関、道路状況、物理的要因（河川、橋梁、線路等）等があり、これらを考慮して商圈を設定する。
- 商圈設定範囲
 - 基本的な考え方
 - ・センター地区から西方向の東急田園都市線沿線に、たまプラーザ、青葉台など、百貨店やGMS等が立地する商業集積地があり、また、田園都市線とほぼ並行するように国道246号線（厚木大山街道）が通っており、競合店及び来店し易さを考慮し、国道246号を越えた範囲は当施設の1次～3次商圈（以下、基本商圈）から除外する。（「周辺第1種大規模小売店舗床面積と基本商圈」図参照）
 - ・東急東横線沿線には、日吉、横浜、桜木町（MM）等の大商業集積地があり、沿線を越えた範囲は戦略商圈から除外する。
 - ・当地区から約4～5kmの所に、鶴見川があるため、川の内側までを基本商圈とする。
 - ・商圈の北側の境は多摩川、東側は東横線、南側は緑区、西側は青葉区、麻生区までとする。
 - ・その他、基本的な商圈設定範囲については、以下の表に示すとおりである。

○商圈設定範囲

	1次商圈 日常的な買物目的客の来店範囲 ほぼ独占的に支配できる地区	2次商圈 週間的な買物目的客の来店範囲 準独占的に支配できる地区
現在の人口※	55,979人	139,335人
現在の世帯数※	19,057世帯	53,131世帯
将来の予測世帯数	21,265世帯	59,288世帯
計画地からの距離	2Km	5Km
所要時間	～5分	～10分
利用交通機関	徒歩、自転車、バイク、乗用車	自転車、バイク、バス、乗用車
	3次商圈 月間的な買物目的客の来店範囲 非独占的な地区	単独各商圈 季節的な買物目的客、日帰りレジャー客の来店範囲 非独占的な地区
現在の人口※	90,307人	942,755人
現在の世帯数※	35,423世帯	392,743世帯
将来の予測世帯数	39,528世帯	438,257世帯
計画地からの距離	5～10Km	10Km
所要時間	～15分	～30分
利用交通機関	電車、バス、乗用車	電車、乗用車

（※出所：各区住民基本台帳1998年1月実績）

周辺第1種大型店リスト

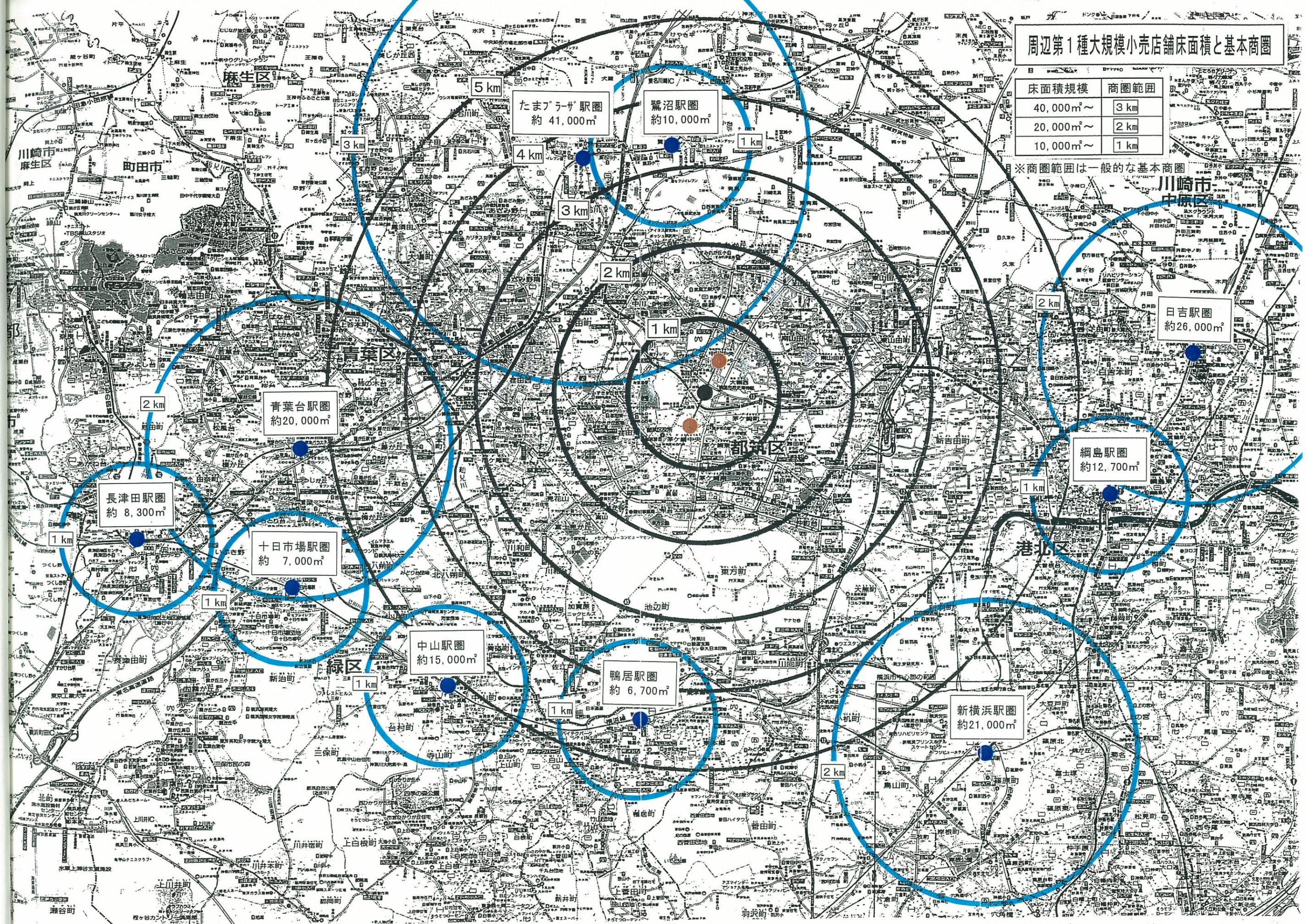
沿線	駅名	店舗名	店舗面積 (㎡)	計 (㎡)
横浜線	新横浜	プリンスペペ	21,079	21,079
		ダイエー	6,697	
	鴨居	マルエツ	7,154	15,298
		東急ストア	8,144	
	十日市場	ダイエー	7,108	7,108
東急	長津田	マルエツ	8,306	8,306
		青葉台	西南東急	
	たまプラーザ	イトーヨーカ堂	8,518	41,178
		西南東急	32,660	
	鷺沼	さぎぬまとうきゅう	10,045	10,045
市営線	センター北・南	紀ノ国屋	500	108,200
		阪急	45,000	
		西南東急	45,000	
		プラザビル	9,100	
		オリンピック	8,600	
東横線	日吉	東急	14,400	26,125
		ユニー	11,725	
	横浜	ルミネ	15,837	289,820
		そごう	101,925	
		岡田屋モアーズ	12,962	
		高島屋	91,238	
		東急ハンズ	9,047	
		ビブレ	19,067	
		ダイエー	11,348	
	MM	三越	28,396	82,821
		ランドマークプラザ	32,702	
		クイーンズスクエア	50,119	

※1: センター地区については、第2種も含む
 ※2: 出所「96全国大型小売店総覧(東洋経済)」

周辺第1種大規模小売店舗床面積と基本商圈

床面積規模	商圈範囲
40,000㎡～	3 km
20,000㎡～	2 km
10,000㎡～	1 km

※商圈範囲は一般的な基本商圈



たまプラーザ駅圏
約 41,000㎡

鷺沼駅圏
約 10,000㎡

日吉駅圏
約 26,000㎡

綱島駅圏
約 12,700㎡

新横浜駅圏
約 21,000㎡

鴨居駅圏
約 6,700㎡

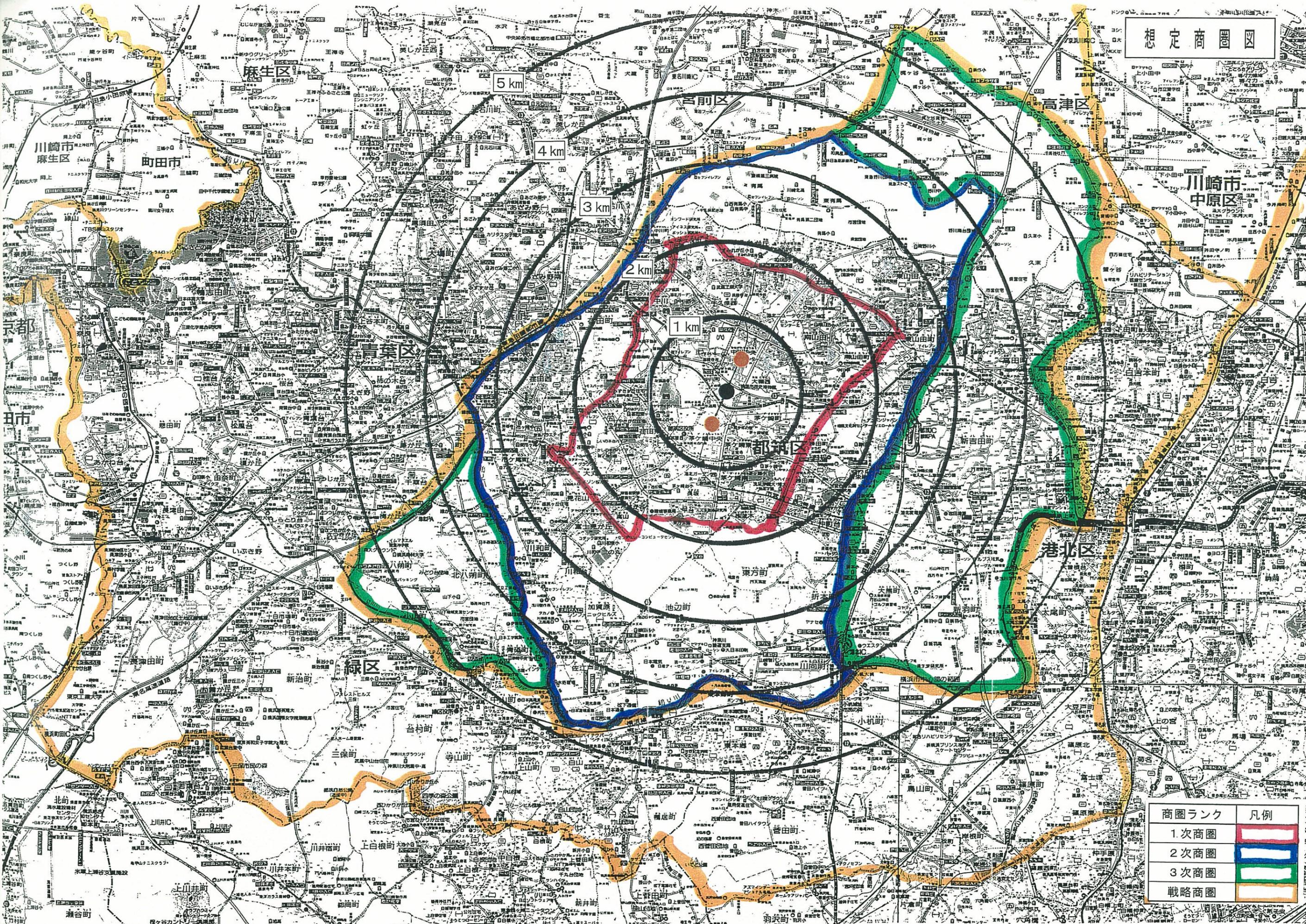
中山駅圏
約 15,000㎡

十日市場駅圏
約 7,000㎡

長津田駅圏
約 8,300㎡

青葉台駅圏
約 20,000㎡

想定商圈図



商圈ランク	凡例
1次商圈	
2次商圈	
3次商圈	
戦略商圈	

2) 商圏規模算定

- 商圏範囲全体（都筑区、港北区、緑区、青葉区、宮前区）の1995年～1996年にかけての人口増加率は1.58%であった。（下表参照）

周辺都市の人口伸び率（単位：人）

	1995	1996	伸び率
都筑区	112,877	119,722	6.06%
青葉区	243,232	246,012	1.14%
緑区	147,707	147,977	0.18%
港北区	273,203	275,759	0.94%
宮前区	182,775	185,477	1.48%
計	959,794	974,947	1.58%

- 前項で設定した商圏内の現在の人口・世帯数と、上記の人口増加率をもとに、オープン予定である2004年時の商圏内人口・世帯数を予測した。

- その結果、基本商圏（1～3次）で318,721人、120,082世帯、戦略商圏までを含めた商圏全体では、推定人口合計は1,370,731人、世帯数は558,339世帯の大商圏となる。

1998→2004 商圏ボリューム

		1998年（実績値）		2004年（推定値）	
		人口	世帯数	人口	世帯数
基本商圏	1次商圏	55,979	19,057	62,466	21,265
	2次商圏	139,335	53,131	155,482	59,288
	3次商圏	90,307	35,423	100,773	39,528
	小計	285,621	107,611	318,721	120,082
戦略商圏		942,755	392,743	1,052,010	438,257
合計		1,228,376	500,354	1,370,731	558,339
構成比	1次商圏	4.6%	3.8%	4.6%	3.8%
	2次商圏	11.3%	10.6%	11.3%	10.6%
	3次商圏	7.4%	7.1%	7.4%	7.1%
	戦略商圏	76.7%	78.5%	76.7%	78.5%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

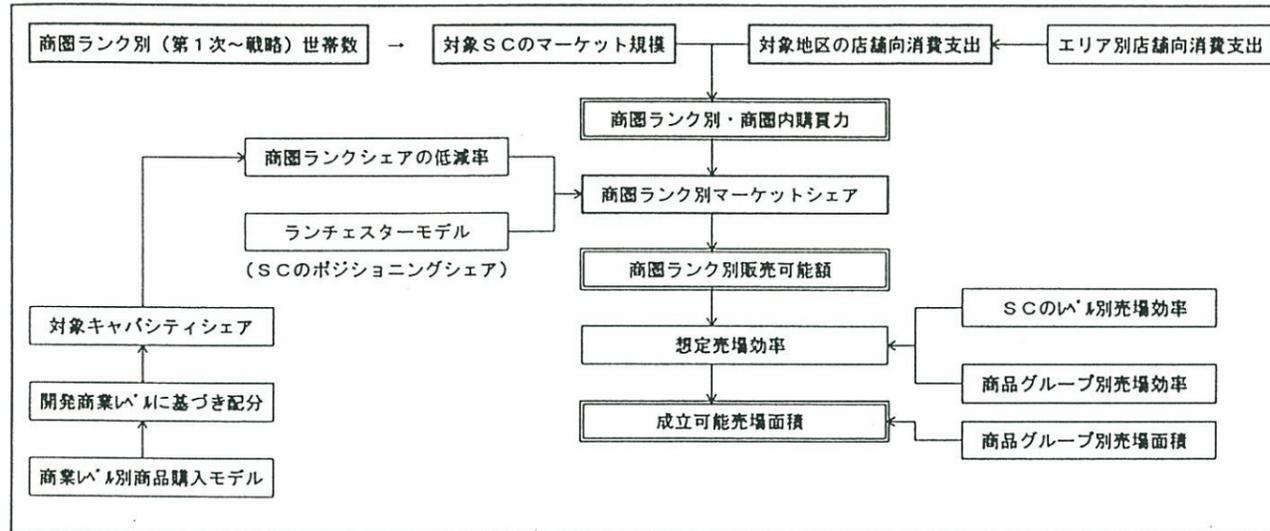
※出所：各市住民基本台帳1998年1月実績

・需要予測及び施設規模の算定

1) マーケットシェアの設定

- 前項で算出した商圈規模に基づき、施設の需要予測を行う。
- 需要予測の手順を下図に示す。

■マーケットキャパシティ算定フロー



【商業地別商品購入モデル】

- 商業施設のマーケットキャパシティ算定のためのマーケットシェアは、次の要因にて設定する。
- 商業地レベルと買物動向との関係は、上位レベルの商業地の有無及び重層度、さらには、地元商業（受け皿商業）との関連によって相違する。商品グループ別の買物行動（購入モデル）は一般的には表1（購入モデル）のようになる。

表1 商業地別商品購入モデルと対象キャパシティシェア

	地元商業地		中間商業地		都心商業地		
	購入モデル	対象シェア	購入モデル	対象シェア	購入モデル	対象シェア	
ファッション関連	買回品	25.0% ~ 35.0%	100.0%	35.0%	100.0%	30.0% ~ 40.0%	60.0%
	準買回品	45.0% ~ 50.0%	100.0%	35.0%	100.0%	15.0% ~ 20.0%	70.0%
住関連	準買回品	40.0% ~ 45.0%	100.0%	35.0%	100.0%	20.0% ~ 25.0%	70.0%
	最寄品	50.0% ~ 55.0%	100.0%	35.0%	100.0%	10.0% ~ 15.0%	70.0%
文化関連	買回品	35.0% ~ 45.0%	100.0%	35.0%	100.0%	20.0% ~ 30.0%	60.0%
	準買回品	45.0% ~ 55.0%	100.0%	35.0%	100.0%	10.0% ~ 20.0%	70.0%
食品関連	最寄品	50.0% ~ 55.0%	100.0%	35.0%	100.0%	10.0% ~ 15.0%	70.0%
外食関連	準買回品	10.0% ~ 20.0%	100.0%	35.0%	100.0%	45.0% ~ 55.0%	60.0%

【対象キャパシティシェア】

- 一般的に商業は、商業地レベル及び立地条件によって異なる役割を持っており、生活者は、各々の商業ゾーンがもつ役割に応じて買い物をしている。それゆえに、計画する商業の内容（商業機能+商業レベル+商業規模）によって、生活者に対する商業の役割が異なる。マーケットキャパシティの算定においては、各商品グループ別の商業地からの「対象シェア」を表1の通りとし、この対象シェアが「対象キャパシティシェア」となり、計画商業の最大シェアとなる。

※：対象キャパシティシェア（例）ファッションー買回品の算定方法

$$\begin{aligned}
 &= (\text{地元商業地購入モデル} \times \text{設定値}) + (\text{中間商業地購入モデル} \times \text{設定値}) \\
 &\quad + (\text{都心商業地購入モデル} \times \text{設定値}) \\
 &= (30.0\% \times 100.0\%) + (35.0\% \times 100.0\%) + (35.0\% \times 60.0\%) \\
 &= 86.0\%
 \end{aligned}$$

- 当計画では、センター北駅、南駅周辺の百貨店2店、GMS、DS、専門店ビルを考慮し、地元商業地及び中間商業地の購入モデルについては全ての範囲を対象とし100%、また、都心商業地の購入モデルについては、60%或いは70%とする。

【商圏ランクシェア】

- 計画する商業の最大シェアである「対象キャパシティシェア」のうち、計画する商業施設の「役割シェア」を、商圏ランク別に設定したのが、「商圏ランクシェア」となる。この商圏ランクシェアは、各商圏ランク（第1次～戦略）ごとに異なる。まず、第1次商圏の商圏ランクシェアを、計画する商業の立地条件、競合条件等からポジショニング設定する。このポジショニングに基づいて、第1次商圏の商圏ランクシェアを設定し、ついで、第2次～戦略商圏の商圏ランクシェアを設定する。この商圏ランク別のシェアの低下率は、商品グループによって異なる。
- 商圏ランクシェアは、ランチェスター戦略シェアモデル（表2）を基に、商品グループ毎に2パターン設定する（表3.4）。シェア1（表3）においては、外食関連を33.9%（準安定的シェア）とした他は全て41.7%（相対的安定シェア）と設定した。
- シェア2（表4）は、1に比べ、より高いシェアを設定したもので、ファッション、文化及び住－準買回品については1ランク上げて準独占的シェアである57.8%を設定した。その他については、相対的安定シェアである41.7%とした。シェア2で算定した場合、販売可能額、成立売場面積はシェア1よりも増加する。

表2 ランチェスター戦略シェアモデル

競合状況	独占シェア	寡占シェア			深耕シェア		基準シェア		差異化シェア	任意設定
		独占的シェア	相対的安定シェア	準安定的シェア	強者と弱者の境目シェア	弱者の中の強者シェア	弱者の中で一定の地位を確立するシェア	弱者の中の平均的シェア		
シェア	73.9%	57.8%	41.7%	33.9%	26.1%	19.3%	10.9%	6.8%	2.8%	-

※上記のモデルはSC協会誌等にも掲載されており、SC需要予測において、一般的に用いられる数値である。センター地区においては、寡占シェアである33.9%～57.8%を設定した。

表3 商圏ランクシェア（シェア1・低め）

対象	商圏ランクシェア	商圏ランクシェアの低下率			
		第1次	第2次	第3次	戦略圏
ファッション関連	買回品	41.7%	100.0%	80.0%	20.0%
	準買回品	41.7%	100.0%	80.0%	20.0%
住関連	買回品	41.7%	100.0%	80.0%	20.0%
	最寄品	41.7%	100.0%	60.0%	15.0%
文化関連	買回品	41.7%	100.0%	80.0%	20.0%
	準買回品	41.7%	100.0%	80.0%	20.0%
食品関連	最寄品	41.7%	100.0%	50.0%	8.0%
	準買回品	33.9%	100.0%	70.0%	15.0%

表4 商圏ランクシェア（シェア2・高め）

対象	商圏ランクシェア	商圏ランクシェアの低下率			
		第1次	第2次	第3次	戦略圏
ファッション関連	買回品	57.8%	100.0%	80.0%	20.0%
	準買回品	57.8%	100.0%	80.0%	20.0%
住関連	買回品	57.8%	100.0%	80.0%	20.0%
	最寄品	41.7%	100.0%	60.0%	15.0%
文化関連	買回品	57.8%	100.0%	80.0%	20.0%
	準買回品	57.8%	100.0%	80.0%	20.0%
食品関連	最寄品	41.7%	100.0%	50.0%	8.0%
	準買回品	41.7%	100.0%	70.0%	15.0%

【想定マーケットシェア】

- 対象キャパシティシェア×（商圏ランク毎）商圏ランクシェアの算式によって、商圏ランク別商品グループ別のマーケットシェア（基準シェア）を算出する。低めの商圏ランクシェア（表3）による算出結果を表5に、高めの商圏ランクシェア（表4）による算出結果を表6に示す。
※：マーケットシェア（基準シェア）（例）ファッション買回品－1次商圏の算定方法
＝対象キャパシティシェア×商圏ランクシェア
＝86.0%×41.7%（又は57.8%）
＝35.9%（又は49.7%）
- マーケットシェア（市場占有率）とは、設定した商圏全体の潜在購買力（世帯数×1世帯当たりの店舗向け消費支出額）を100%としたときの、当SCの可能販売額の割合をいう。

表5 想定マーケットシェア

対象	キャパシティシェア	第1次商圏		第2次商圏		第3次商圏		戦略商圏	
		商圏ランクシェア	基準シェア	商圏ランクシェア	基準シェア	商圏ランクシェア	基準シェア	商圏ランクシェア	基準シェア
ファッション関連	買回品	86.0%	41.7%	35.9%	33.4%	28.7%	16.7%	14.3%	8.3%
	準買回品	94.8%	41.7%	39.5%	33.4%	31.6%	16.7%	15.8%	8.3%
住関連	買回品	93.3%	41.7%	38.9%	33.4%	31.1%	16.7%	15.6%	8.3%
	最寄品	96.3%	41.7%	40.1%	25.0%	24.1%	12.5%	12.0%	6.3%
文化関連	買回品	90.0%	41.7%	37.5%	33.4%	30.0%	16.7%	15.0%	8.3%
	準買回品	95.5%	41.7%	39.8%	33.4%	31.9%	16.7%	15.9%	8.3%
食品関連	最寄品	96.3%	41.7%	40.1%	20.9%	20.1%	10.4%	10.0%	3.3%
	準買回品	80.0%	33.9%	27.1%	23.7%	19.0%	10.2%	8.1%	5.1%

表6 想定マーケットシェア

対象	キャパシティシェア	第1次商圏		第2次商圏		第3次商圏		戦略商圏	
		商圏ランクシェア	基準シェア	商圏ランクシェア	基準シェア	商圏ランクシェア	基準シェア	商圏ランクシェア	基準シェア
ファッション関連	買回品	86.0%	57.8%	49.7%	46.2%	39.8%	23.1%	19.9%	11.6%
	準買回品	94.8%	57.8%	54.8%	46.2%	43.8%	23.1%	21.9%	11.6%
住関連	買回品	93.3%	57.8%	53.9%	46.2%	43.1%	23.1%	21.6%	11.6%
	最寄品	96.3%	41.7%	40.1%	25.0%	24.1%	12.5%	12.0%	6.3%
文化関連	買回品	90.0%	57.8%	52.0%	46.2%	41.6%	23.1%	20.8%	11.6%
	準買回品	95.5%	57.8%	55.2%	46.2%	44.2%	23.1%	22.1%	11.6%
食品関連	最寄品	96.3%	41.7%	40.1%	20.9%	20.1%	10.4%	10.0%	3.3%
	準買回品	80.0%	41.7%	33.4%	29.2%	23.4%	12.5%	10.0%	6.3%

2) 商圏内購買力と可能販売額算出

商圏内購買力 : 約1兆2,269億円
 可能販売額(売上目標) : 約1,086~1,324億円
 マーケットシェア : 8.9~10.8%

●商圏内世帯数と、商品グループ別の1世帯当たり店舗向け年間消費支出額から、商品グループ別商圏ランク別の商圏内購買力を算出すると、約1兆2,269億円と想定される。(2004年次における世帯当たりの年間消費支出は増大することが予想されるが、ここでは、人口・世帯数の伸びだけを考慮し、支出額については現況の額を用いることとする。)

●1世帯当たりの商品グループ別年間店舗向け消費支出額は、「家計調査年報(総務庁統計局)平成6年」に基づき、京浜大都市圏-首都圏内類似立地モデル(ニュータウン)の水準を参考に設定した。(下表参照)

世帯当たり年間店舗向け消費支出 (単位:円)

店舗向け消費支出		1997年	2004年
ファッション関連	買回品	304,341	304,341
	準買回品	102,599	102,599
住関連	準買回品	161,095	161,095
	最寄品	104,248	104,248
文化関連	買回品	117,504	117,504
	準買回品	160,420	160,420
食品関連	最寄品	970,651	970,651
外食関連	準買回品	276,592	276,592
		2,197,450	2,197,450

所得年成長率
0.0%とする

※店舗向け消費支出:家計調査年報(平成6年度:総務庁統計局)

●前項でもとめた商品グループ別商圏ランク別のマーケットシェアを基に、当計画における可能販売額を算出するとケース1(低シェア)では約1,086億円、ケース2(高シェア)では、約1,324億円となる。

●商圏内購買力に対する可能販売額の割合(マーケットシェア)は、トータルでケース1が8.9%、ケース2が10.8%となる。

ケース1 商圏内購買力と可能販売額の算出1 (単位:万円)

	商圏内購買力	可能販売額	マーケットシェア	販売額構成比	
ファッション関連	第1次商圏	865,378	318,303	36.8%	12.4%
	第2次商圏	2,412,677	709,943	29.4%	27.6%
	第3次商圏	1,608,557	236,663	14.7%	9.2%
	戦略商圏	17,834,448	1,311,971	7.4%	50.9%
	小計	22,721,060	2,576,881	11.3%	100.0%
住関連	第1次商圏	564,265	222,189	39.4%	13.5%
	第2次商圏	1,573,173	445,958	28.3%	27.2%
	第3次商圏	1,048,851	148,662	14.2%	9.1%
	戦略商圏	11,628,854	824,127	7.1%	50.2%
	小計	14,815,143	1,640,936	11.1%	100.0%
文化関連	第1次商圏	591,019	229,633	38.9%	12.4%
	第2次商圏	1,647,763	512,175	31.1%	27.6%
	第3次商圏	1,098,581	170,736	15.5%	9.2%
	戦略商圏	12,180,226	946,497	7.8%	50.9%
	小計	15,517,590	1,859,042	12.0%	100.0%
食品関連	第1次商圏	2,064,137	828,467	40.1%	22.2%
	第2次商圏	5,754,822	1,154,885	20.1%	30.9%
	第3次商圏	3,836,801	384,987	10.0%	10.3%
	戦略商圏	42,539,501	1,365,901	3.2%	36.6%
	小計	54,195,262	3,734,240	6.9%	100.0%
外食関連	第1次商圏	588,186	159,516	27.1%	15.2%
	第2次商圏	1,639,866	311,312	19.0%	29.6%
	第3次商圏	1,093,316	88,952	8.1%	8.4%
	戦略商圏	12,121,850	493,117	4.1%	46.8%
	小計	15,443,219	1,052,897	6.8%	100.0%
全体	第1次商圏	4,672,985	1,758,109	37.6%	16.2%
	第2次商圏	13,028,302	3,134,273	24.1%	28.9%
	第3次商圏	8,686,107	1,030,001	11.9%	9.5%
	戦略商圏	96,304,879	4,941,612	5.1%	45.5%
	小計	122,692,274	10,863,995	8.9%	100.0%

ケース2 商圏内購買力と可能販売額の算出2 (単位:万円)

	商圏内購買力	可能販売額	マーケットシェア	販売額構成比	
ファッション関連	第1次商圏	865,378	441,197	51.0%	12.4%
	第2次商圏	2,412,677	984,046	40.8%	27.6%
	第3次商圏	1,608,557	328,037	20.4%	9.2%
	戦略商圏	17,834,448	1,818,511	10.2%	50.9%
	小計	22,721,060	3,571,791	15.7%	100.0%
住関連	第1次商圏	564,265	273,621	48.5%	13.3%
	第2次商圏	1,573,173	560,671	35.6%	27.3%
	第3次商圏	1,048,851	186,903	17.8%	9.1%
	戦略商圏	11,628,854	1,036,117	8.9%	50.4%
	小計	14,815,143	2,057,312	13.9%	100.0%
文化関連	第1次商圏	591,019	318,293	53.9%	12.4%
	第2次商圏	1,647,763	709,922	43.1%	27.6%
	第3次商圏	1,098,581	236,656	21.5%	9.2%
	戦略商圏	12,180,226	1,311,931	10.8%	50.9%
	小計	15,517,590	2,576,802	16.6%	100.0%
食品関連	第1次商圏	2,064,137	828,467	40.1%	22.2%
	第2次商圏	5,754,822	1,154,885	20.1%	30.9%
	第3次商圏	3,836,801	384,987	10.0%	10.3%
	戦略商圏	42,539,501	1,365,901	3.2%	36.6%
	小計	54,195,262	3,734,240	6.9%	100.0%
外食関連	第1次商圏	588,186	196,219	33.4%	15.2%
	第2次商圏	1,639,866	382,942	23.4%	29.6%
	第3次商圏	1,093,316	109,419	10.0%	8.4%
	戦略商圏	12,121,850	606,577	5.0%	46.8%
	小計	15,443,219	1,295,157	8.4%	100.0%
全体	第1次商圏	4,672,985	2,057,797	44.0%	15.5%
	第2次商圏	13,028,302	3,792,466	29.1%	28.7%
	第3次商圏	8,686,107	1,246,002	14.3%	9.4%
	戦略商圏	96,304,879	6,139,037	6.4%	46.4%
	小計	122,692,274	13,235,302	10.8%	100.0%

3) 成立売場面積の算出

成立売場面積 : 約 121,000 m² ~ 170,000 m²

- 可能販売額と売場効率から2004年時の成立可能売場面積を算出する。
- 売場効率は、パターン別売場効率表(下表)のタイプ5(効率・高)と、1ランク下のタイプ6(効率・低)を用いて検討する。
- 算定は、売場効率(タイプ5・6)と、シェア率(ケース1・2)より4パターン行った。
- 算定の結果、成立売場面積は、売場効率タイプ5の場合で約121,000~151,000m²、タイプ6で約137,000~170,000m²となった。
- 2004年時のセンター地区における大規模小売店舗面積は、約108,000m²(前述)になると想定され、予測による成立売場面積から108,000m²を差し引いた13,000~62,000m²がセンター地区における出店可能な面積となる。

パターン別売場効率 (単位: 万円/m²)

	都市型			郊外型		
	タイプ1	タイプ2	タイプ3	タイプ4	タイプ5	タイプ6
ファッション関連	151	121	106	91	85	76
住関連	121	106	91	82	76	67
文化関連	151	121	106	91	85	76
食品関連	242	182	166	151	136	121
外食関連	91	76	61	54	54	45
平均	151	121	106	94	87	77

タイプ5・ケース1 (効率高・シェア低)

	目標売上 (万円)	売場効率 (万円/m ²)	成立売場面積 (m ²)
ファッション関連	2,576,881	85	30,316
住関連	1,640,936	76	21,591
文化関連	1,859,042	85	21,871
食品関連	3,734,240	136	27,458
飲食関連	1,052,897	54	19,498
合計	10,863,995	90	120,734

タイプ5・ケース2 (効率高・シェア高)

	目標売上 (万円)	売場効率 (万円/m ²)	成立売場面積 (m ²)
ファッション関連	3,571,791	85	42,021
住関連	2,057,312	76	27,070
文化関連	2,576,802	85	30,315
食品関連	3,734,240	136	27,458
飲食関連	1,295,157	54	23,984
合計	13,235,302	88	150,848

タイプ6・ケース1 (効率低・シェア低)

	目標売上 (万円)	売場効率 (万円/m ²)	成立売場面積 (m ²)
ファッション関連	2,576,881	76	33,906
住関連	1,640,936	67	24,492
文化関連	1,859,042	76	24,461
食品関連	3,734,240	121	30,861
飲食関連	1,052,897	45	23,204
合計	10,863,995	79	136,925

タイプ6・ケース2 (効率低・シェア高)

	目標売上 (万円)	売場効率 (万円/m ²)	成立売場面積 (m ²)
ファッション関連	3,571,791	76	46,997
住関連	2,057,312	70	29,390
文化関連	2,576,802	76	33,905
食品関連	3,734,240	121	30,861
飲食関連	1,295,157	45	28,781
合計	13,235,302	78	169,935

●施設規模の算定 まとめ

2004年時のセンター地区における大規模小売店舗面積は、約108,000m²(前述)になると想定され、予測による成立売場面積から108,000m²を差し引いた13,000~62,000m²がセンター地区における出店可能な面積となる。

センター地区成立売場面積 : 約 121,000 m² ~ 170,000 m²

センター地区現状売場面積 : 108,000 m²
(売場面積500m²以上の店舗のみ)



新規出店可能売場面積 : 約 13,000 m² ~ 62,000 m²
(2004年時)

(2) 開発コンセプトの作成

・開発の考え方及び進め方

■各開発予定地ごとに以下の流れに沿って開発コンセプトを作成する。

①導入機能の検討

今回の開発計画を進める上で重要なポイントは開発予定地ごとに物理的な要因が決定されている点である。はじめに代表的な業種業態を挙げ計画規模、計画立地によって適正か、不適正かを判断し、マーケット調査、意向調査の結果を加え各開発予定地に適した導入機能の検討を行う。

②開発基本理念の設定

各開発予定地の開発基本理念をまとめる。
全ての開発予定地に課せられる使命は、駅利用者並びに地域住民に対して都市機能の一部としての商業、サービス機能を提供し快適で利便性が高く高機能な街づくりに貢献することである。

③施設構成と想定テナント

開発理念を受け施設構成を行う。導入テナントの想定を行う。

④賃料収入計画

施設の賃料収入を想定し年間収入予測を立て投資効率を勘案する。

⑤施設配置計画

③の調査より導き出された業種構成を基に配置計画を策定する。
計画中の建築計画の中でより良い業種配置と導線計画（客導線・後方導線）を行う。
特にセンター北については、98年4月に開業する「あいたい」と接続可能な計画であることから両施設一体とした導線・業種構成の計画が必要である。

■意向調査（センター北・南のみ）

大型商業施設を運営することができるデベロッパー及び商業者にアンケートを行い出店の可能性、調査場所の将来性について意向を聞くことにより事業の可能性を探るとともにテナントの早期確保を行う。

■センター南
①導入機能の検討

業態	業種・業態	センター南駅			
		規模配置	周辺競合店	総合評価	備考
物	百貨店	×	—	×	適正規模に満たない
	GMS (量販店)	×	—	×	
	食品スーパー	×	—	×	
	ファッションビル	△	無	△	駅ビル立地として魅力有るが、市場成熟度が必要。
	総合ディスカウントストア	×	—	×	適正規模に満たない (1フロアあたりの面積が小さい) 前面に平面駐車場ほしい
	ホームセンター	×	—	×	
	専門大店 (スポーツ用品)	△	無	△	
	〃 (玩具)	×	—	×	
	〃 (カー用品)	×	—	×	
	販	〃 (CD)	○	無	○
〃 (書籍)		○	有	×	コンコース内に既存店有り
ペットショップ		×	—	×	
生花・園芸		○	無	○	
コンビニエンスストア		○	有	×	コンコース内に既存店有り
ベーカリー		○	有	△	
ドラッグストア		○	有	×	コンコース内に既存店有り
婦人服		○	有	×	規模的には成立可だが、百貨店の集積に比べると、個々の力では弱い。
紳士服		○	有	×	
ユニセックス・ファッション		○	有	×	
子供服		○	有	×	
カバン		○	有	×	
靴		○	有	△	ついで買い、衝動買い客 見込める
生活雑貨		○	有	△	
宝飾・アクセサリー		○	有	×	規模的には成立可だが、百貨店の集積に比べると、個々の力では弱い。
めがね・時計	○	有	×		
持ち帰り寿司・弁当	○	無	○		

業態	業種・業態	センター南駅			
		規模配置	周辺競合店	総合評価	備考
飲食	ファーストフード	○	有	△	駅内に既存店有り。市場成熟してくれば別業態で可
	喫茶・カフェ	○	無	○	利便機能として是非ほしい。
	ファミリーレストラン	○	有	△	
	一般飲食	○	有	○	
	居酒屋	○	無	○	
	高級飲食	△	無	△	業態として魅力はあるが、市場成熟しないと難しい。
娯楽	カラオケ	○	無	○	
	パチンコ	×	—	×	適正規模に満たない。
	ゲームセンター	○	有	×	
	映画館	×	—	×	適正規模に満たない。
サービス	学習塾	○	有	○	立地的には最適。児童数による。
	クリニック	○	有	○	駅前利便機能として 是非ほしい
	ビデオレンタル	○	有	○	
	美容・理容	○	有	○	
	エステサロン	○	有	△	百貨店内に既存店有り。2店の成立は難しい。
	サービスショップ (携帯電話等)	○	無	○	駅前利便機能として 是非ほしい
	ツーリスト	○	有	○	
	鍵・靴リペアショップ	○	有	○	
	チケットコーナー	○	有	○	
	CD・ATM	○	有	×	コンコース内に 既存店有り
	宝くじ	○	有	×	
	DPE	○	有	×	

②開発基本理念の策定

センター南駅と周辺商業施設を結ぶ導線上にあり、好立地である。
 建築計画は現況施設面積の倍の床を多層にとる計画である。商業施設が多層階にわたること
 でメインフロアの3階にも避難階段施設が必要となり窮屈な計画となっている。
 この計画で各フロアごとに商業テナントを導入し上層階へ客を誘導するのは難しい。
 可能性としては、
 A案：1商業テナントへの全フロア貸しか。(ただし3階の店舗面積は200㎡程度。)
 B案：4階以上は業務用途として避難階段を縮小し、メインフロア3階の店舗面積を少し
 しても増した計画(400㎡程度)が考えられる。
 C案：しかし、無理なテナント誘致は事業性に疑問が残ることから、現在の施設のままとい
 うのも一つの選択肢である。

③施設構成と想定テナント

【A案】

階数	実効面積	施設構成及び面積(㎡)	イメージテナント
6F	760㎡	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> 書籍・文具 の 大型店 </div>	有隣堂
5F	760㎡		
4F	560㎡		
3F	120㎡ 80㎡		
1F	520㎡	・居酒屋又は中華レストラン(520)	謝朋殿、銀座アスター 等

【B案】

階数	実効面積	施設構成及び面積(㎡)	イメージテナント
6F	1,100㎡	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> クリニック・英会話教室 事務所・文化教室 等 </div>	NOVA、イッ、 よみうり文化センター 地元テナント 等
5F	1,100㎡		
4F	1,020㎡		
3F	460㎡	・理美容(120) ・レンタルビデオ(280) ・ツアーサービス(60)	地元テナント TOWA、地元テナント 近畿、東急 等
1F	520㎡	・居酒屋又は中華レストラン(520)	謝朋殿、銀座アスター 等

【C案】

※増築せず、3Fは現況の有隣堂のまま

階数	実効面積	施設構成及び面積(㎡)	イメージテナント
3F	700㎡	・書籍(700)	有隣堂
1F	520㎡	・居酒屋又は中華レストラン(520)	謝朋殿、銀座アスター 等

④賃料収入計画

センター南A案

(単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
書籍・文具	690	9.8	81,144	234	161,460
居酒屋又は中華	160	13.0	24,960	468	74,880
総合計	850	—	106,104	—	236,340

センター南B案

(単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
クリニック・文化教室 等	970	7.8	90,792	281	272,570
理美容	35	15.6	6,552	562	19,670
CDレンタル	85	13.0	13,260	468	39,780
ツアー	20	15.6	3,744	562	11,240
居酒屋又は中華	160	13.0	24,960	468	74,880
総合計	1,270	—	139,308	—	418,140

センター南C案

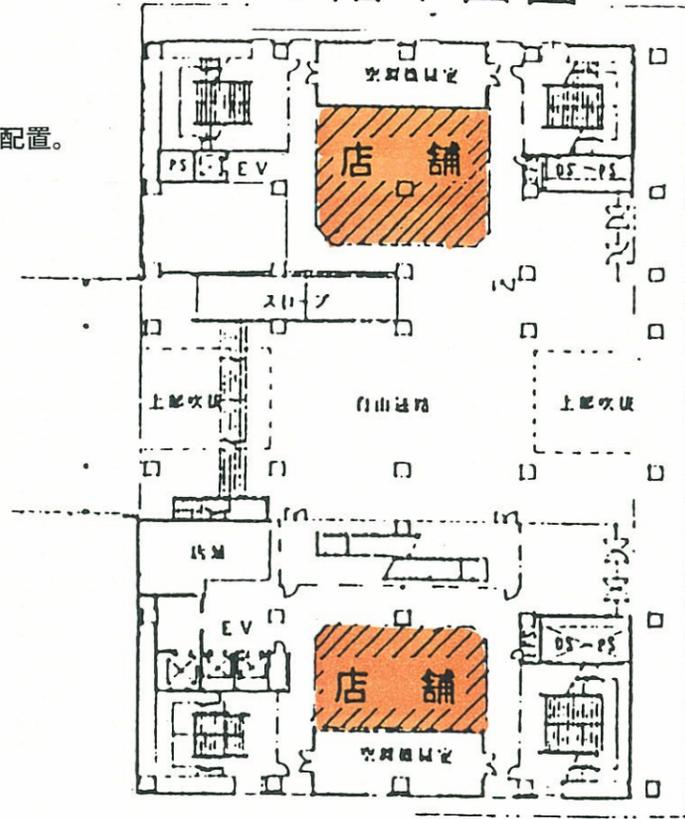
(単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
書籍・文具	200	13.0	31,200	468	93,600
居酒屋又は中華	160	13.0	24,960	468	74,880
総合計	360	—	56,160	—	168,480

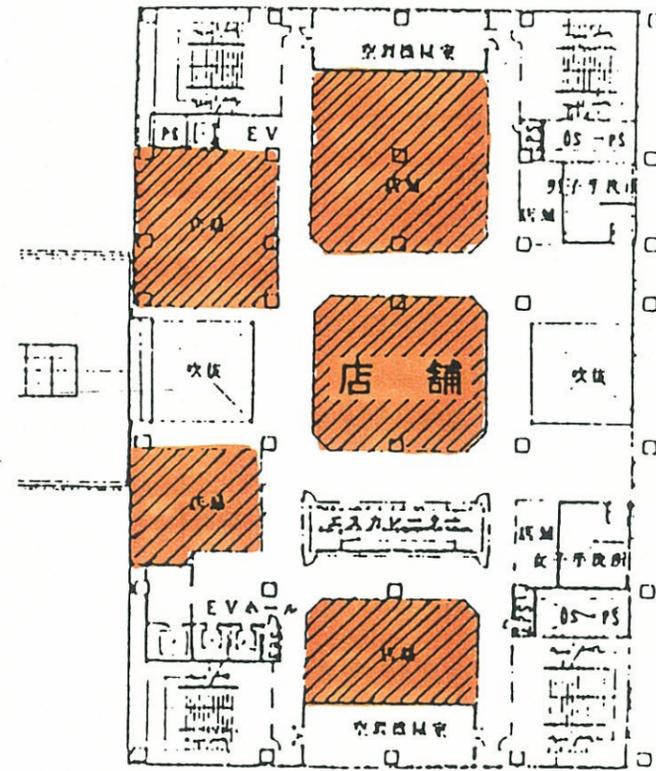
⑤施設配置計画

3階平面図

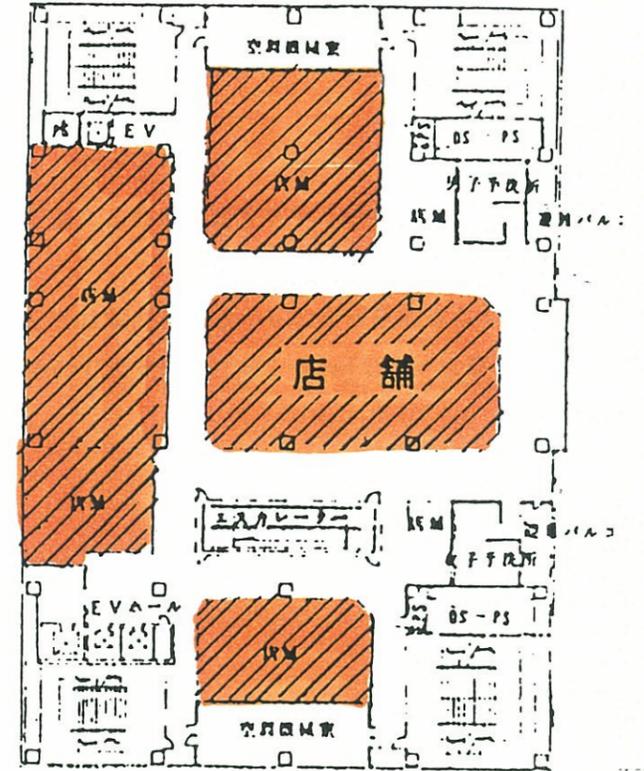
A案
原設計とおりに配置。



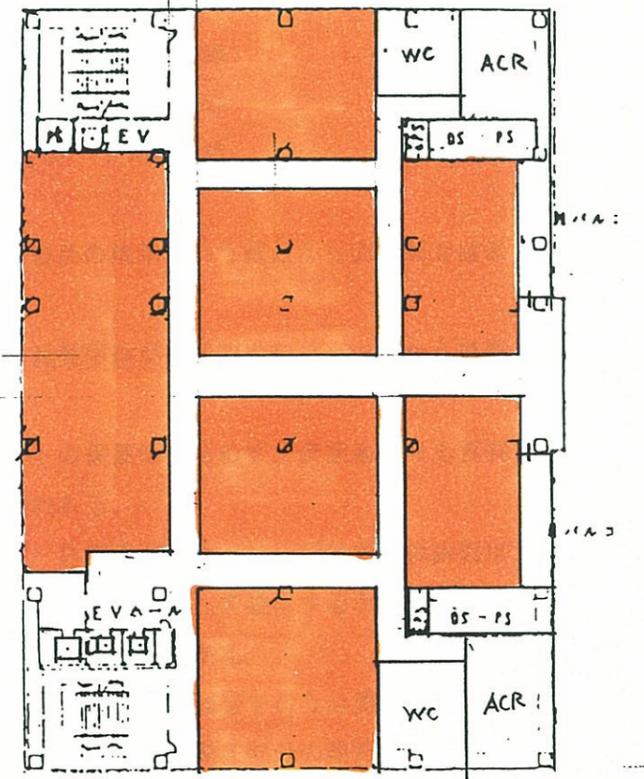
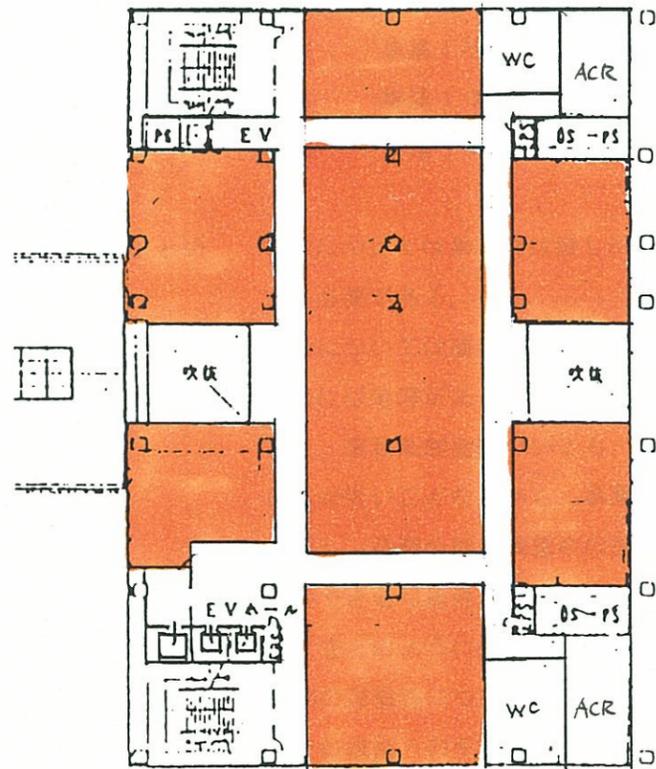
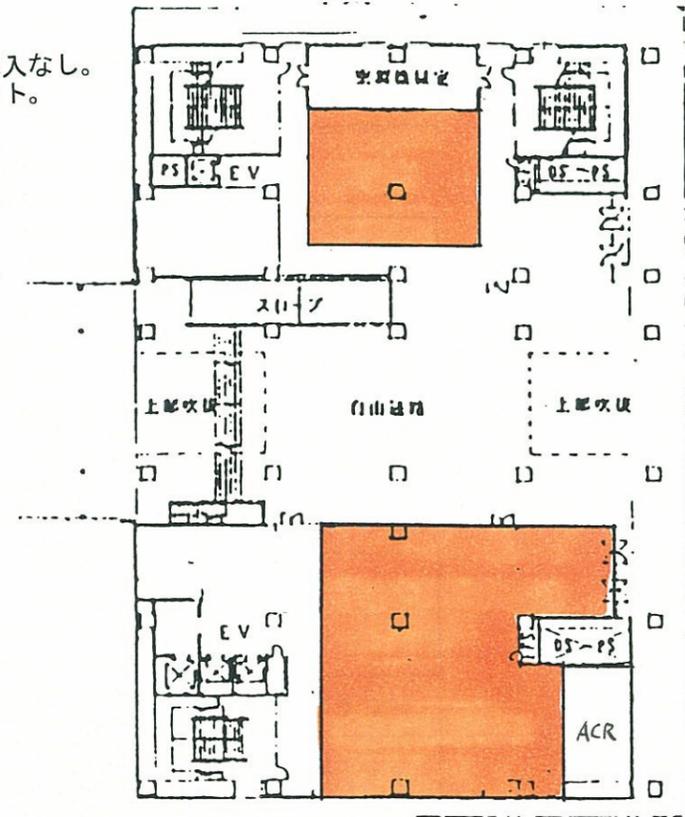
4階平面図



5階 6階平面図



B案
4階以上物販店導入なし。
昇降機能一部カット。



⑥センター南まとめ

●センター南 事業計画の検討パターン及び前提条件

1. 検討パターン

	A案	B案	C案
延床面積 (m ²)	5,600	5,600	880
賃貸面積 (m ²)	2,810	4,198	1,190
年額賃料計 (千円)	106,104	139,308	56,160
営業保証金計 (千円)	236,340	418,140	168,480
建築費 (千円/m ²)	416	416	662
単年度黒字	16年	13年	1年
累積黒字	31年	18年	1年
資金ショート	10~34年	なし	なし
借入金返済	28年	23年	12年

※3号線先行投資及び4号線駅舎増加工事費含

2. 前提条件

イ. 収入計画

○敷金・保証金	営業保証金の名目で全額敷金扱い (退店時まで返還しない)
○賃料	別紙参照 (3年毎3%アップ)

ロ. 借入金計画

○自己資本と借入金比率	全額借入金とする
○借入金返済方法	元利均等、5年据え置き28年返済
○借入金金利	年2.15% (固定金利)

ハ. 費用計画

○管理費	年間賃料の15%	
○損害保険料	建物評価額×0.3% (一定)	
○建物維持修繕費	建築関連費×0.3% (一定)	
○減価償却費	建築 (60%)	定額法 残存率10%
	設備 (40%)	定額法 残存率10%

●建築与件 賃貸可能面積 A案2,800m² B案4,200m²

●商業環境 平成10年 港北東急百貨店開業
港北東急百貨店と既存商業施設 (オリンピック・パインクリエイト・パルス
スポット) によりニュータウン内で最大の売場面積を有する地区となる。

●意向調査 A棟のみの調査を行った。規模が小さいことから各社開発担当者からの出店意向はなかつた。しかし、商業集積度の高い地域とみているので大規模 (売場7,000m²以上) な商業床の実現が可能な場合は再調査が必要である。

●マーケット調査 タウンセンター地区において阪急百貨店開業後
約13,000m²~62,000m²の商業床 (実効面積) の成立が可能。

●想定賃料収入 A案 106百万/年 B案 139百万/年
C案 56百万/年 を想定。

●事業収支 商業部分対象延床面積を5,600m²と設定。
建築コストを416千円/m² (C案: 880m²、コスト662千円/m²) としたとき

A案 単黒16年 累黒31年 銀行完済 28年以降
B案 単黒13年 累黒18年 銀行完済 23年以降
C案 単黒1年 累黒1年 銀行完済 12年以降

●まとめ A棟については事業性は厳しいものの、現商業機能の継承という観点から商空間を確保する必要がある。

B棟については商業ビルとして建築的に有効な避難階段が確保できない点などから商業開発には無理がある。

また、業務系開発についても、現時点でテナントの需要は見込めず、商業系よりも賃料水準が低いことなどから、事業性は厳しいと思われる。

ただし、住都公団が構想中の第2プラザビルと一体開発が行えるならば建築上の課題は解決できる可能性はある。また、開発については「事業主体」を誰にするか、「事業手法」をどのように選択するかの協議を住都公団と行う必要がある。

商業の可能性については一体開発が可能となった時点で再度調査を行う必要がある。またその段階でのテナント出店意向が未確定であることから商業床部分の建築については将来増床可能な計画としたい。

■センター北
①導入機能の検討

業態	業種・業態	センター北駅			
		規模配置	周辺競合店	総合評価	備考
物販	百貨店	×	—	×	適正規模に満たない
	GMS (量販店)	×	—	×	
	食品スーパー	×	—	×	
	ファッションビル	△	無	△	駅ビル立地として魅力有るが、市場成熟度が必要。
	総合ディスカウントストア	△	無	△	前面に平面駐車場ほしい
	ホームセンター	×	有	×	
	専門大店 (スポーツ用品)	○	無	△	
	〃 (玩具)	○	無	○	
	〃 (カー用品)	△	有	×	
	〃 (CD)	○	無	○	
	〃 (書籍)	○	有	×	
	ペットショップ	○	有	×	
	生花・園芸	○	有	×	既存店有り
	コンビニエンスストア	○	無	○	
	ベーカリー	○	有	×	あいたい内に既存店有り
	ドラッグストア	○	有	×	
	婦人服	○	有	○	規模的には成立可。 ただし、あいたいビルと一体化した場合のみ力を発揮する。
	紳士服	○	有	×	
	ユニセックス・ファッション	○	有	○	
	子供服	○	有	○	
カバン	○	有	○		
靴	○	有	○		
生活雑貨	○	有	○		
宝飾・アクセサリー	○	有	△	規模的には成立可だが、百貨店の集積に比べると、個々の力では弱い。	
めがね・時計	○	有	△		
持ち帰り寿司・弁当	○	有	○		

業態	業種・業態	センター北駅			
		規模配置	周辺競合店	総合評価	備考
飲食	ファーストフード	○	有	×	あいたいに既存店有り。市場成熟してくれば別業態で可。
	喫茶・カフェ	○	有	○	利便機能として是非ほしい。
	ファミリーレストラン	○	有	△	
	一般飲食	○	有	○	
	居酒屋	○	有	○	あいたいと差別化が必要。たとえば時間外営業など。
	高級飲食	△	無	△	業態として魅力はあるが、市場成熟しないと難しい。
娯楽	カラオケ	△	有	△	
	パチンコ	×	—	×	適正規模に満たない。
	ゲームセンター	△	無	×	
	映画館	×	—	×	適正規模に満たない。
サービス	学習塾	○	有	○	立地的には適。児童数による。
	クリニック	○	有	○	駅前利便機能として是非ほしい。 クリニックは歯科医以外は可
	ビデオレンタル	○	有	○	
	美容・理容	○	有	×	
	エステサロン	○	無	○	
	サービスショップ (携帯電話等)	○	無	○	駅前利便機能として是非ほしい。
	ツーリスト	○	有	○	
	鍵・靴リペアショップ	○	有	○	
	チケットコーナー	○	無	○	
	CD・ATM	○	有	○	
	宝くじ	○	無	○	
	DPE	○	有	○	

②開発基本理念の策定

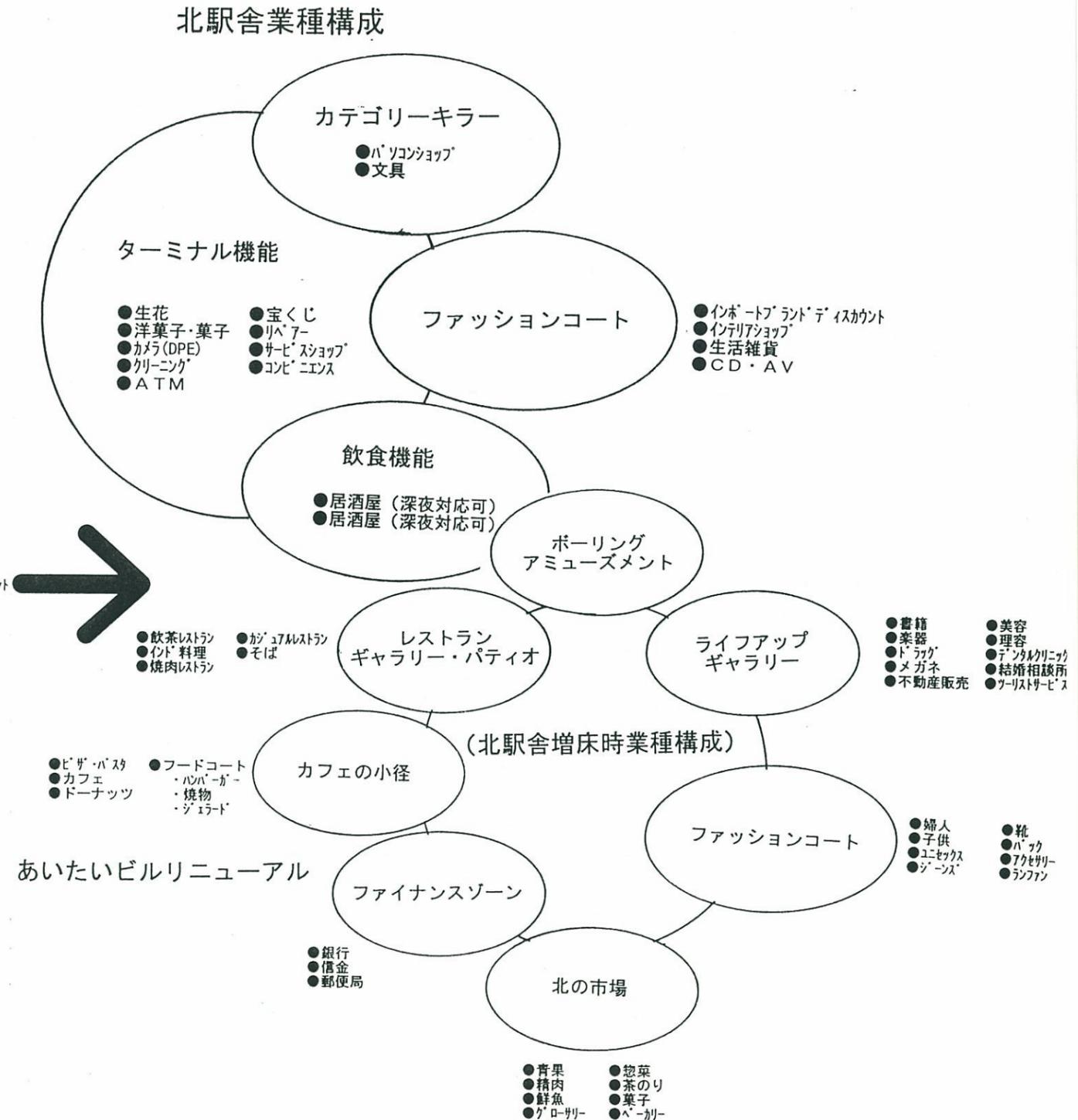
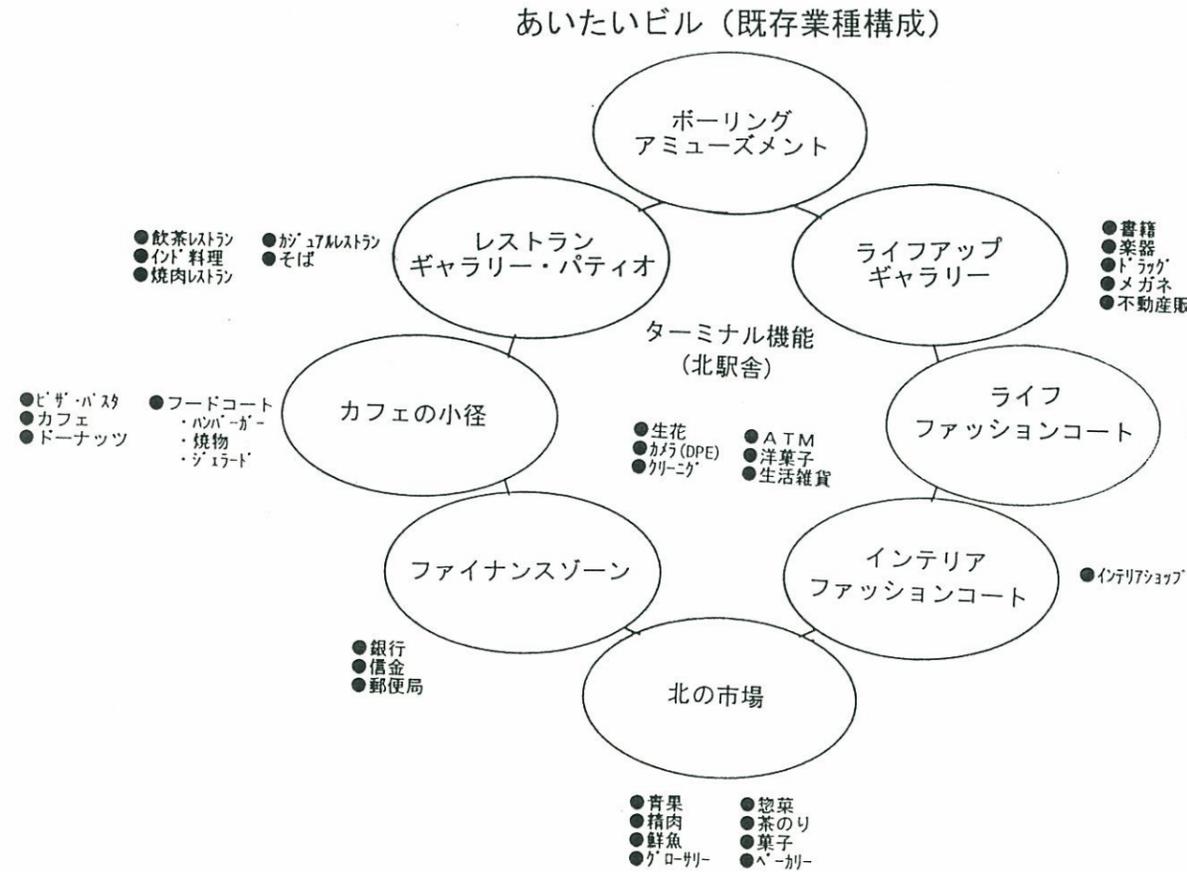
センター南地区と同様に各施設を結ぶ導線上にありかつ、各デベロッパーの意向調査からポテンシャルの高い地域と判断されている。
 当駅は今回開発対象の中で商業床として最大規模の面積確保が可能であり隣接するあいたいビルとの接続もフロアごとに可能である。あいたいビルとの連動性を生かした開発を行いセンター地区商業のさらなる発展に寄与する。

あいたいビルとのドッキング計画により以下の商業的メリットが発生する。

1. 専門大店（カテゴリーキラー）の導入により北駅商業集積への集客力がアップする。
2. 専門店の新規導入によりニュータウン生活者のテイストにあった業種構成の再構築が行われリピーターを増やすことができる。
3. 施設の一体化により回遊性、買い回り性、滞留時間をアップすることができる。
4. 飲食施設を「あいたい側」「駅舎1階」に設けてあることで増床部分に飲食施設を導入することがないので建築設備コストの軽減が計れる。また、駅舎1階の飲食店は時間外営業が可能となり「あいたい飲食店」との差別化も図れる。

なお、一体化したときの検討課題としては、

1. 駐車場問題：北駅側で十分な駐車台数が確保できないことが予測される。駐車施設をどこに確保するか。また、駐車場不足問題は一体化を行わない場合でも重要な検討課題となる。
2. 施設管理方法：利用者から見て商業施設は一体であるが建物の所有者は駅舎は交通局、あたいは住都公団と別々となるのでどのような施設運営管理手法を採るか協議する必要がある。



③施設構成と想定テナント（既存店舗除く）

階数	面積	業種構成及び面積 (㎡)	イメージテナント	
5F	4,970㎡	・パソコショップ (1,800)	ソフマップ、Tゾーン	
		・文具 (2,550)	オアシス	
4F	4,970㎡	A案	・生活雑貨 (880)	フランフラン、サピオ 等
			・CD・AV (1,250)	TSUTAYA、ウーエー・ジ・ンカストア等
			・インポートブランドショップ (700)	THEはくらい
			・インテリアショップ (1,200)	JCAニ-
		B案	・インポートブランドショップ (700)	THEはくらい
			・インテリアショップ (1,100)	JCAニ-
			・ファッション雑貨 (40~380×14店=1,540)	SHOP IN、ホザール 等
3F	550㎡	・喫茶店 (100)	地元テナント	
		・和洋菓子 (50×4店)	HIROTA、コージ・コーナー、ユウハム、モリゾフ、トップス、風月堂 等	
		・コンビニエンスストア (160)	セブンイレブン、ローソン、ampm 等	
		・クリーニング (30)	地元テナント	
		・ATM (15×4行)		
2F	0㎡	—	—	
1F	175㎡ 120㎡	・居酒屋 (175)	つば八、村さ来、地元テナント 等	
		・サービスショップ (35)	DOCOMO、ツーカーセルラー 等	
		・チケットコーナー (20)	ぴあ	
		・宝くじ (15)	日宝販	
		・リペアー (50)	ミスターミニット、リフォームスタジオ 等	
計	10,785㎡	—	—	

④賃料収入計画

センター北A案

(単位：千円)

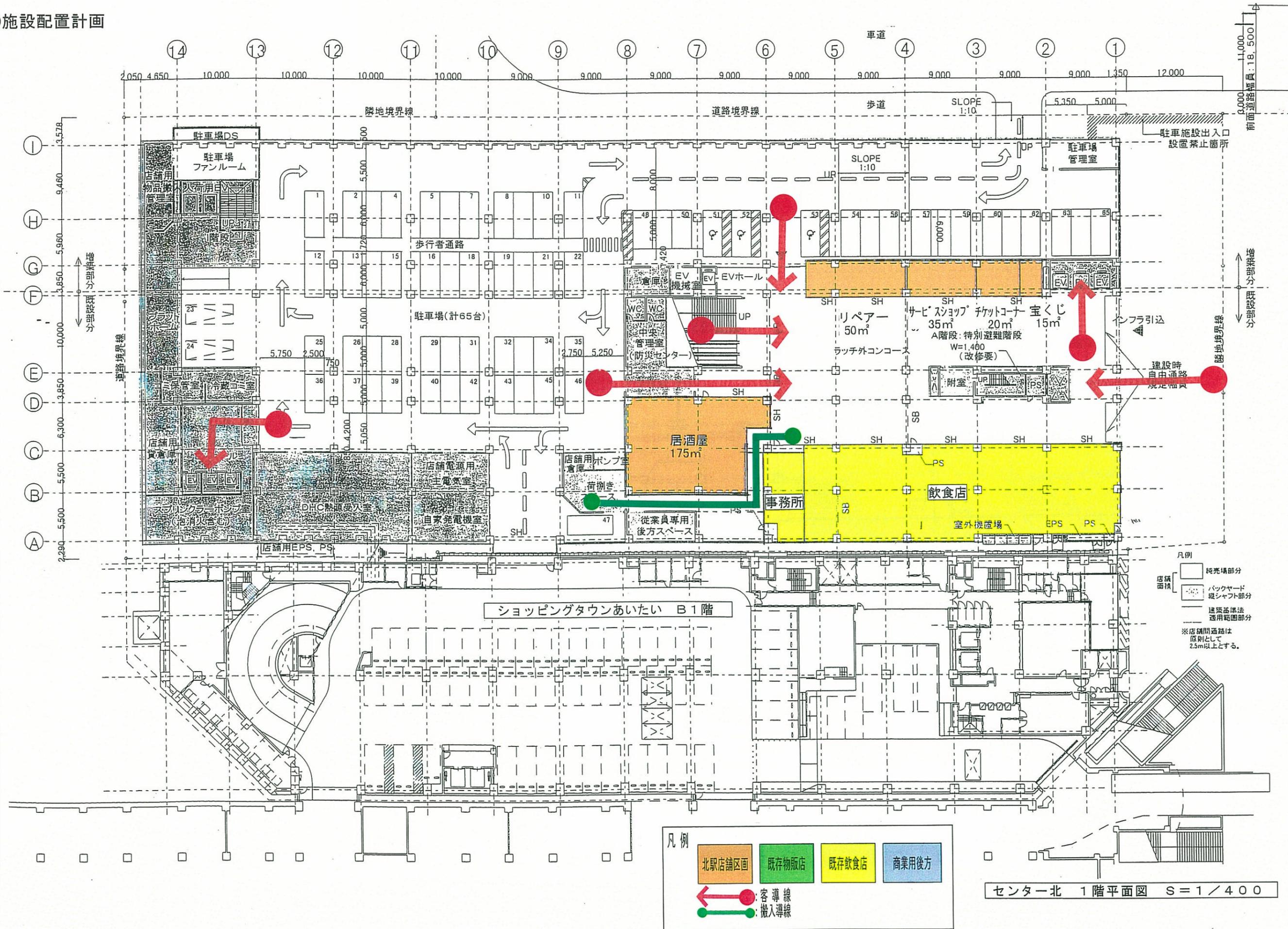
業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
パソコショップ	550	8.8	58,080	211	116,050
文具	770	8.8	81,312	211	162,470
生活雑貨	270	9.9	32,076	238	64,260
インポートブランド	210	9.9	24,948	238	49,980
インテリア	360	9.9	42,768	238	85,680
CD・AV	380	9.9	45,144	238	90,440
喫茶	30	19.5	7,020	936	28,080
和洋菓子	60	19.5	14,040	936	56,160
コンビニエンスストア	50	19.5	11,700	936	46,800
クリーニング	10	19.5	2,340	936	9,360
ATM	20	20.8	4,992	998	19,960
居酒屋	50	15.6	9,360	749	37,450
サービス	10	19.5	2,340	936	9,360
チケット	6	19.5	1,404	936	5,616
リペアー	15	19.5	3,510	936	14,040
宝くじ	5	19.5	1,170	936	4,680
総合計	2,796	—	342,204	—	800,386

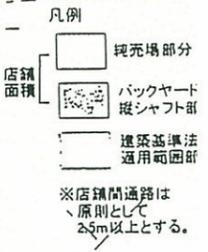
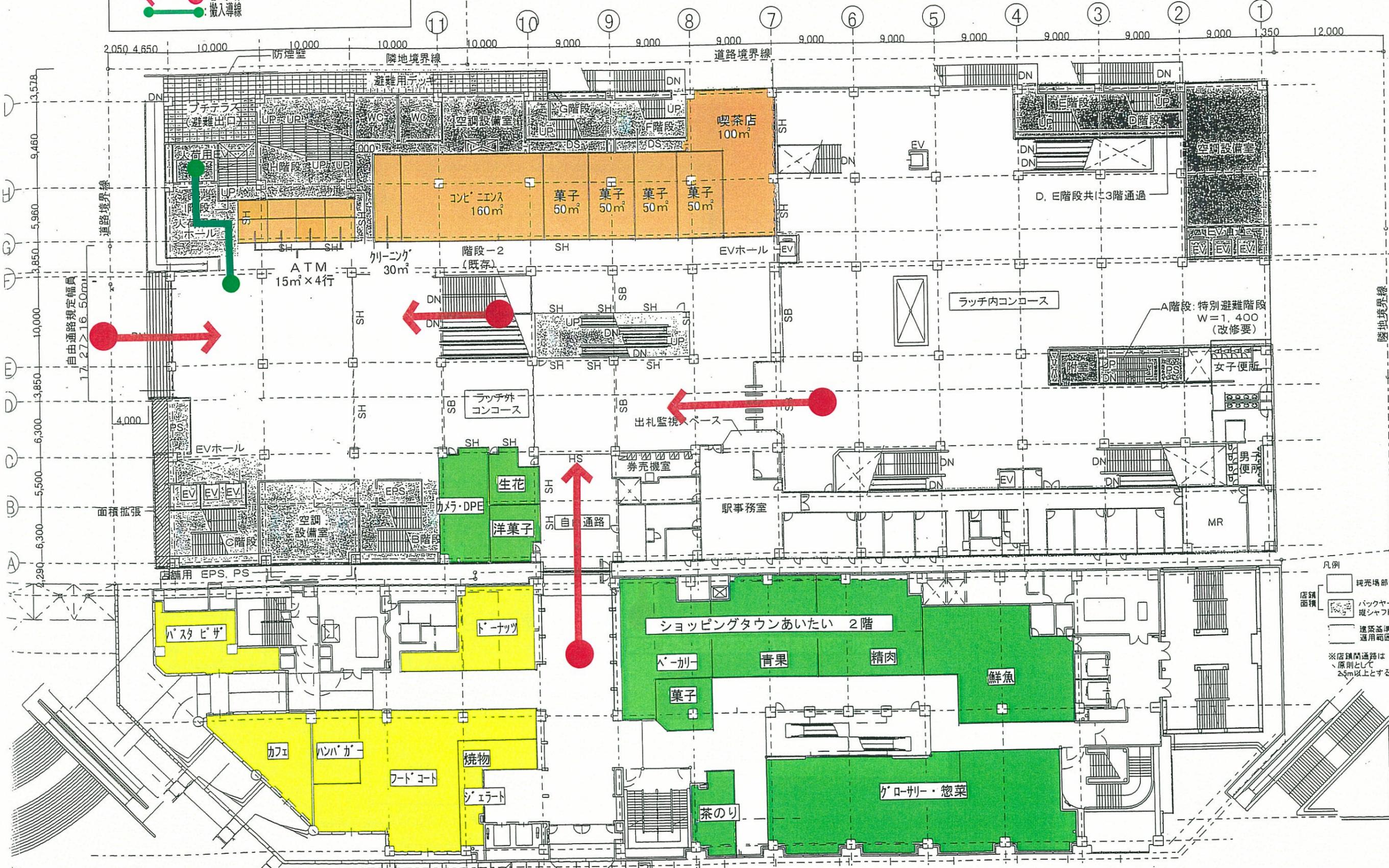
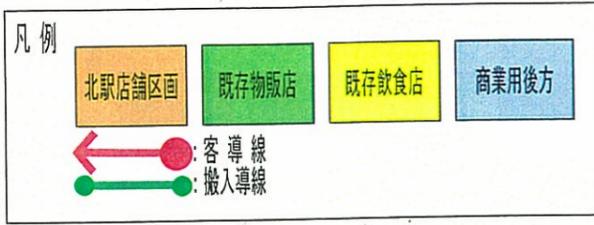
センター北B案

(単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
パソコショップ	550	8.8	58,080	211	116,050
文具	770	8.8	81,312	211	162,470
ファッション雑貨	470	11.0	62,040	396	186,120
インポートブランド	210	9.9	24,948	238	49,980
インテリア	330	9.9	39,204	238	78,540
喫茶	30	19.5	7,020	936	28,080
和洋菓子	60	19.5	14,040	936	56,160
コンビニエンスストア	50	19.5	11,700	936	46,800
クリーニング	10	19.5	2,340	936	9,360
ATM	20	20.8	4,992	998	19,960
居酒屋	50	15.6	9,360	749	37,450
サービス	10	19.5	2,340	936	9,360
チケット	6	19.5	1,404	936	5,616
リペアー	15	19.5	3,510	936	14,040
宝くじ	5	19.5	1,170	936	4,680
総合計	2,586	—	323,460	—	824,666

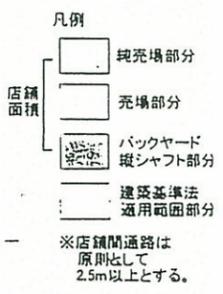
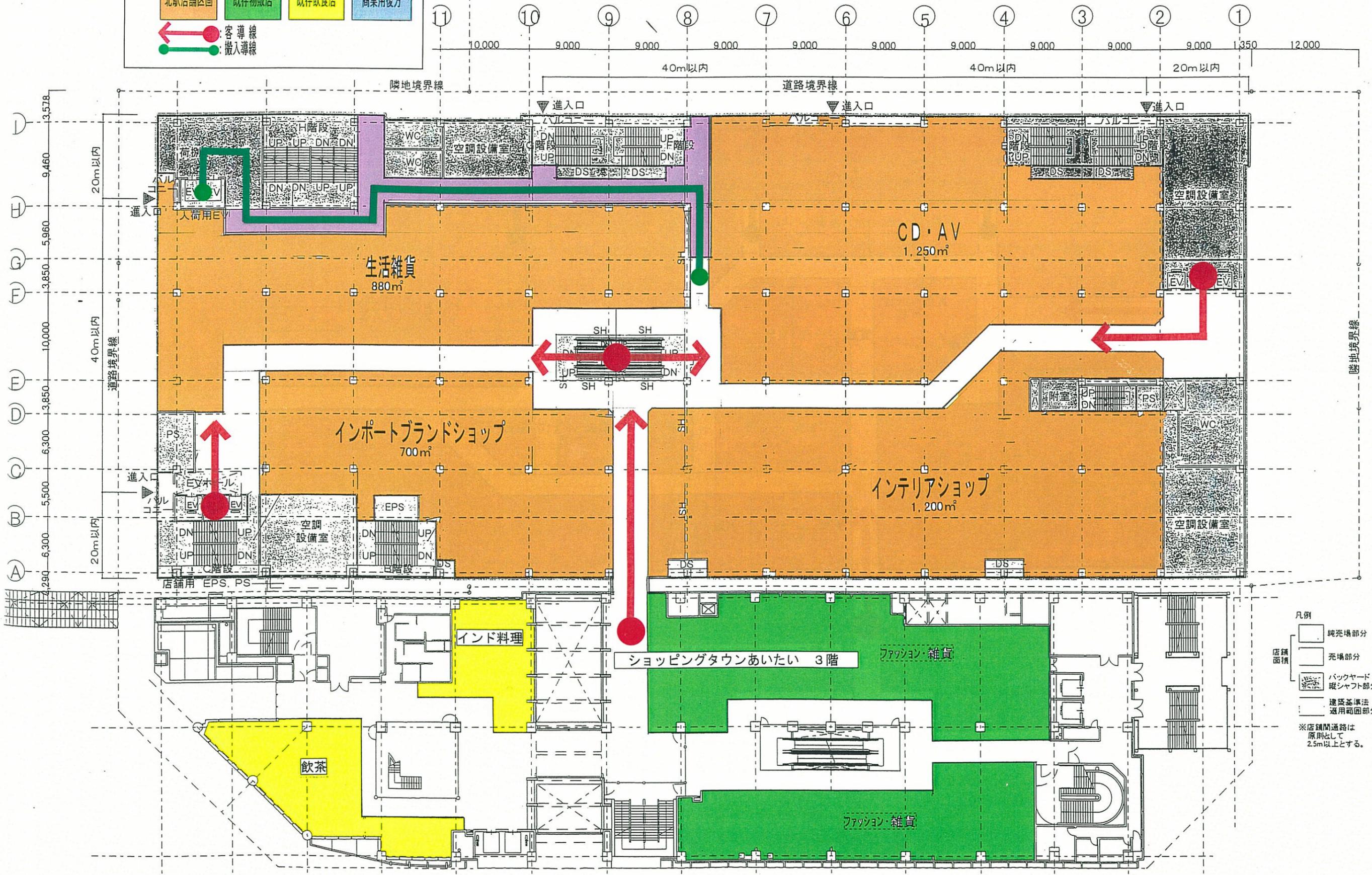
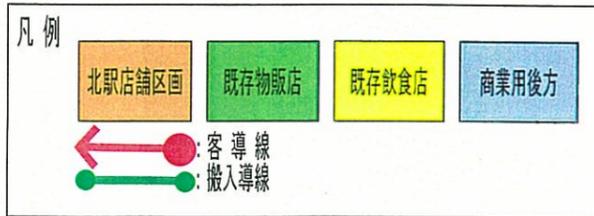
⑤施設配置計画





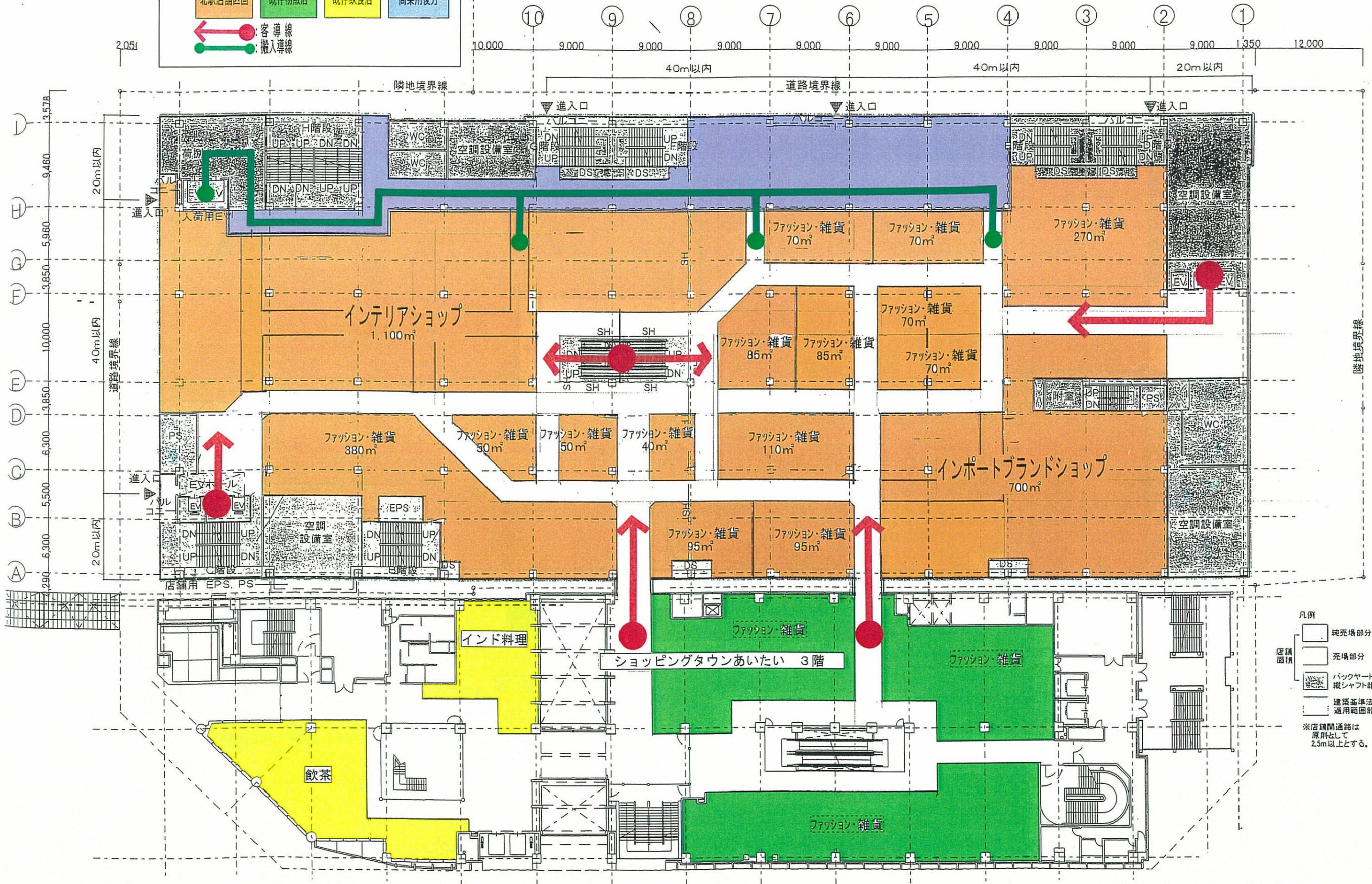
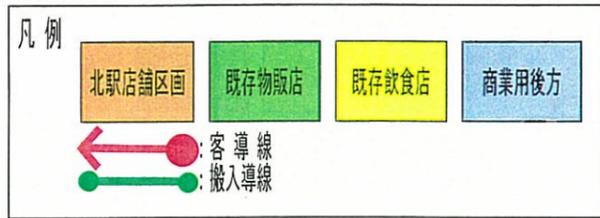
センター北 3階平面図 S=1/400

A案 大型専門店を導入。駅舎との接続のためにリニューアルする大型専門店を入れる。



センター北 4階平面図 S=1/400

B案 専門店を導入。駅舎との接続のためにリニューアルする大型専門店を入れる。

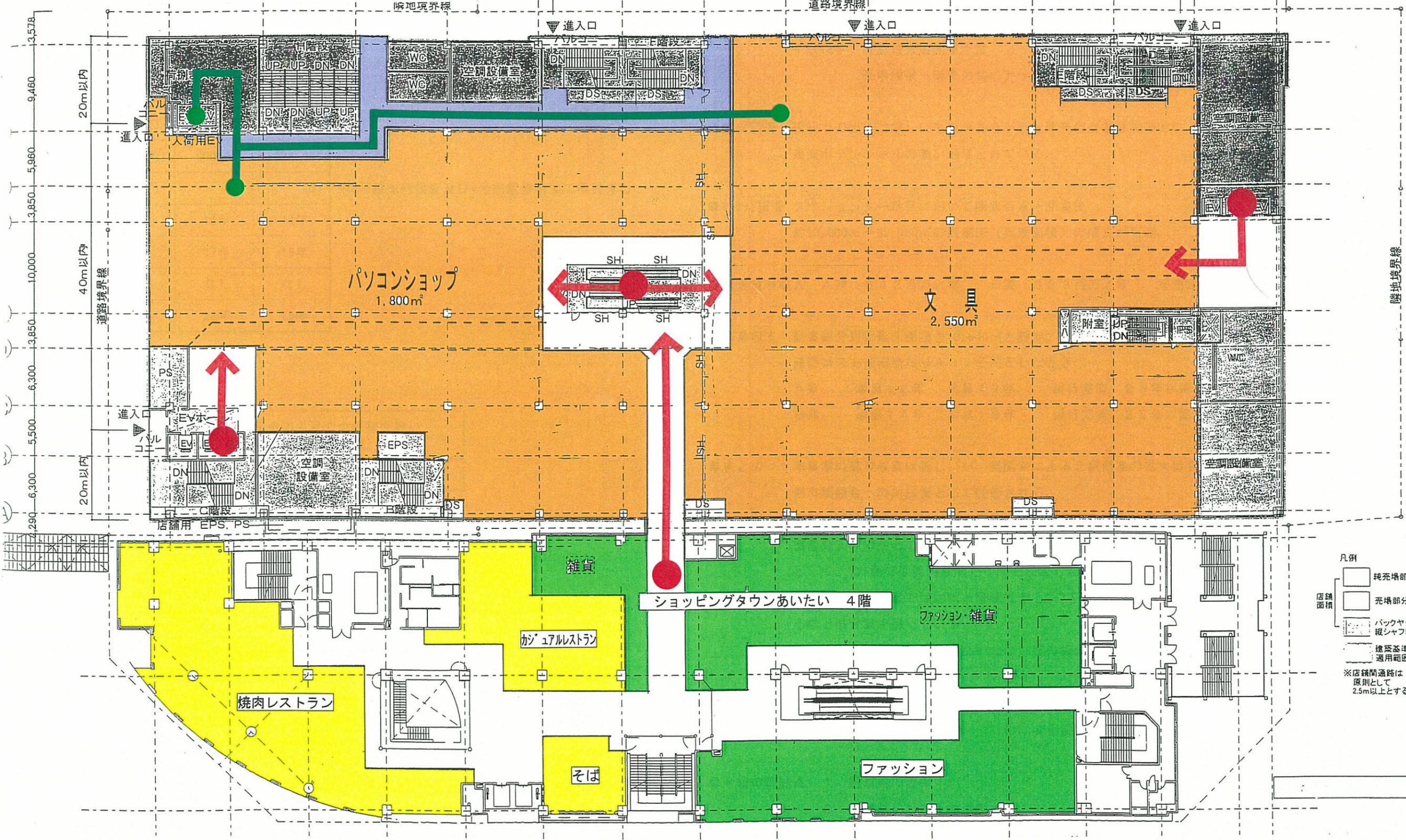
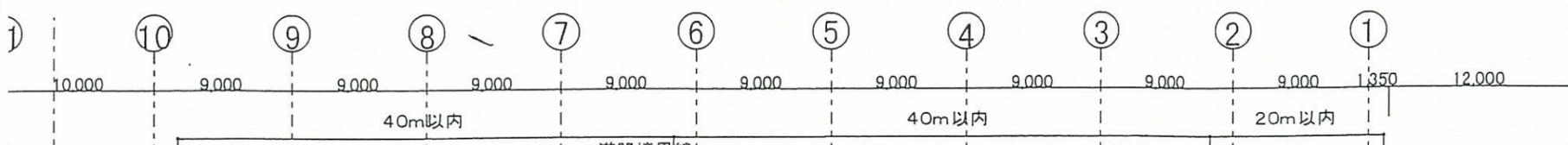


センター北 4階平面図 S=1/400

凡例

北駅店舗区画	既存物販店	既存飲食店	商業用後方
--------	-------	-------	-------

客導線
搬入導線



凡例

- 純売場部分
- 売場部分
- バックヤード
- 縦シャフト部
- 建築基準法適用範囲部

店舗面積

※店舗間通路は原則として2.5m以上とする。

センター北 5階平面図 S=1/400

⑥センター北駅まとめ

●センター北 事業計画の検討パターン及び前提条件

1. 検討パターン

	A案	B案
延床面積 (㎡)	13,540	13,540
賃貸面積 (㎡)	9,937	9,242
年額賃料計 (千円)	342,204	323,460
営業保証金計 (千円)	800,386	824,666
建築費 (千円/㎡)	407	407
単年度黒字	12年	14年
累積黒字	17年	19年
資金ショート	なし	なし
借入金返済	23年	25年

※3号線先行投資及び4号線駅舎増加工事費含む

2. 前提条件

イ. 収入計画

○敷金・保証金	営業保証金の名目で全額敷金扱い (退店時まで返還しない)
○賃料	別紙参照 (3年毎3%アップ)

ロ. 借入金計画

○自己資本と借入金比率	全額借入金とする
○借入金返済方法	元利均等、5年据え置き28年返済
○借入金金利	年2.15% (固定金利)

ハ. 費用計画

○管理費	年間賃料の15%	
○損害保険料	建物評価額×0.3% (一定)	
○建物維持修繕費	建築関連費×0.3% (一定)	
○減価償却費	建築(60%)	定額法 残存率10%
	設備(40%)	定額法 残存率10%

●建築与件 賃貸可能面積 10,000㎡
ショッピングタウンあいたいと3・4階で接続可能。

●商業環境 平成10年 ショッピングタウンあいたい開業
平成12年 阪急百貨店開業予定
売場規模・商業力共にアップし都市間競争に勝てる商業集積となる。

●意向調査 現状での出店は厳しいものがあるが各社開発担当者は将来的に
商業ポテンシャルの高い地域とみている。

●マーケット調査 タウンセンター地区において阪急百貨店開業後
約13,000㎡~62,000㎡の商業床(実効面積)の成立が可能。

●想定賃料収入 A案 342百万/年 B案 323百万/年 を想定。

●事業収支 商業部分対象延床面積を13,540㎡と設定。
建築コストを㎡当たり407千円としたとき
A案 単黒12年 累黒17年 銀行完済 23年以降
B案 単黒14年 累黒19年 銀行完済 25年以降

●まとめ 本事業の事業収支は厳しいが、当開発による北駅商業の拡大は更なる激化が予測される
都市間競争への対抗策として評価される。

また、隣接する「あいたい」では、北駅商業床の誕生は阪急百貨店開業後の更なる商業
機能充実の機会と位置づけており北駅商業床を念頭に入れた計画となっている。具体策
として、ソフト面では契約期間を6年と設定し北駅増床時にテナントの入れ替えが容易に行え
る様にし、ハード面では北駅と接続できるコアを持ち両施設の回遊が可能となる建築とす
るなど融合策を採っている。

以上、商業機能の充実と「あいたい」との相乗効果の点から是非とも北駅商業施設は実
現したい。

しかし、事業収支の厳しさは現実であり解決する方策として「事業手法の選択によるリス
ク回避」と「商業建築部分のコスト化による投資額の削減」を計りたい。

- 今後の課題点
1. 駐車場の確保
 2. あいたいビルとの連動
 3. 運営管理システムの決定
 4. 建築コストの軽減策

■葛が谷

①導入機能の検討

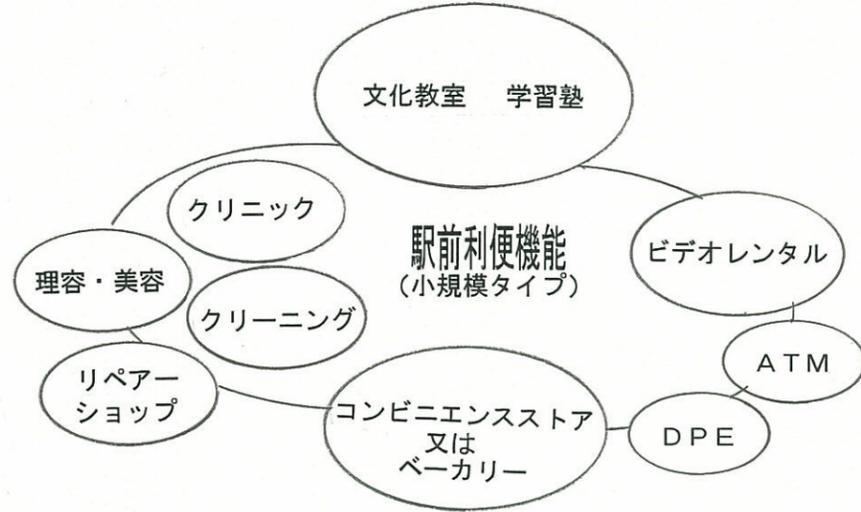
業態	業種・業態	葛が谷駅			
		規模配置	周辺競合店	総合評価	備考
物	百貨店	×	—	×	適正規模に満たない 人口規模が小さい
	GMS (量販店)	×	—	×	
	食品スーパー	×	—	×	
	ファッションビル	×	—	×	
	総合ディスカウントストア	×	—	×	
	ホームセンター	×	—	×	
	専門大店 (スポーツ用品)	×	—	×	
	〃 (玩具)	×	—	×	
	〃 (カー用品)	×	—	×	
	〃 (CD)	△	無	△	
販	〃 (書籍)	△	無	△	専門大店規模では難しいが、専門店であれば、駅前機能として魅力有。
	ペットショップ	×	—	×	
	生花・園芸	○	無	○	駅内利便機能としては最適。
	コンビニエンスストア	○	有	△	
	ベーカリー	○	無	○	
	ドラッグストア	○	無	○	
	婦人服	×	—	×	規模的には成立可だが、人口規模が小さく、集客力が弱い。
	紳士服	×	—	×	
	ユニセックス・ファッション	×	—	×	
	子供服	×	—	×	
カバン	×	—	×		
靴	×	—	×		
生活雑貨	×	—	×		
宝飾・アクセサリー	×	—	×		
めがね・時計	×	—	×		
持ち帰り寿司・弁当	○	無	○	駅内利便機能としては最適。	

業態	業種・業態	(3) 葛が谷駅			
		規模配置	周辺競合店	総合評価	備考
飲 食	ファーストフード	○	有	○	
	喫茶・カフェ	○	有	○	
	ファミリーレストラン	×	—	×	適正規模に満たない。
	一般飲食	○	有	○	
	居酒屋	○	有	△	
	高級飲食	△	無	△	市場成熟度が足りない。
娯 楽	カラオケ	△	無	△	
	パチンコ	×	—	×	適正規模に満たない。
	ゲームセンター	△	無	△	
	映画館	×	有	×	適正規模に満たない。
サ ー ビ ス	学習塾	○	無	○	
	クリニック	○	有	○	
	ビデオレンタル	○	有	○	
	美容・理容	○	無	○	
	エステサロン	△	無	×	集客力が弱い。
	サービスショップ (携帯電話等)	○	無	○	
	ツーリスト	○	無	○	駅前利便機能としては最適。
	鍵・靴リペアーショップ	○	無	○	
	チケットコーナー	○	無	○	
	CD・ATM	○	有	○	
	宝くじ	○	無	○	
	DPE	○	無	○	

②開発基本理念の策定

葛が谷駅建築企画では、ラッチ内コンコースを1階レベルに設けるA案とB1階レベルに設けるB案を検討する。

コンコースレベルで確保できる商業床は「A案：295㎡」・「B案：505㎡」であることから駅利用客を対象とした商業、サービス機能を導入し利便性を提供する。上部階の商業誘致は周辺と同様に地元事業者・事業者の出店を促進する方法が誘致の可能性は高い。



【A案】

③施設構成と想定テナント

階数	面積	施設構成及び面積 (㎡)	イメージテナント
4F	790㎡	クリニック・文化教室・学習塾 美容または理容等	地元テナント 等
3F	790㎡		
2F	790㎡		
1F	295㎡	・売店 (50) DPE (35) 理容または美容 (60)	地元テナント 等
		・AVレンタル (250)	TSUTAYA

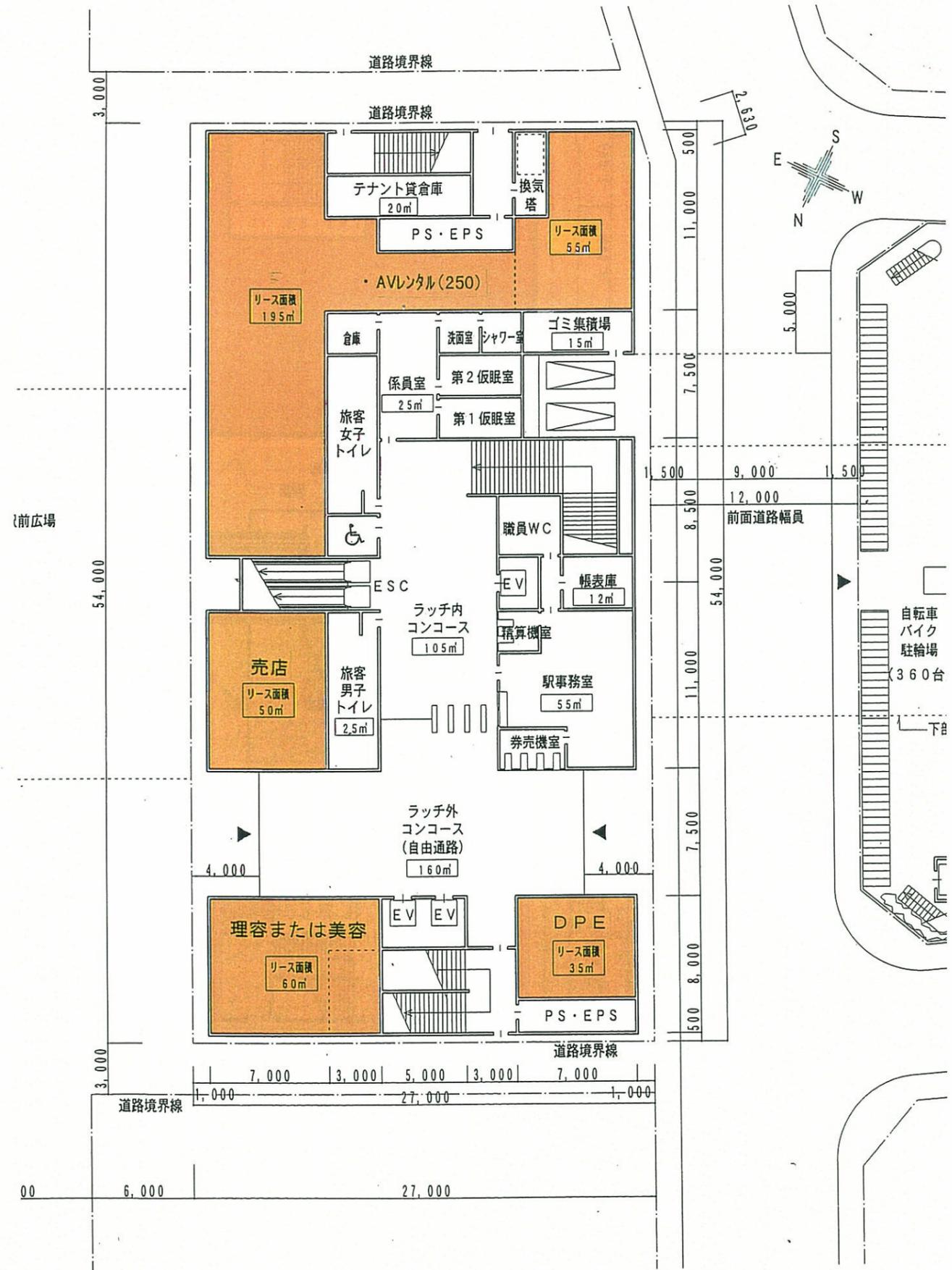
④賃料収入計画

葛が谷A案

(単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
クリニック・文化教室 等	720	7.8	67,392	281	202,320
売店・DPE・理美容	45	15.6	8,424	562	25,290
AVレンタル	75	13.0	11,700	468	35,100
総合計	840	—	87,516	—	262,710

⑤施設配置計画



【B案】

③施設構成と想定テナント

階数	面積	施設構成及び面積 (㎡)	イメージテナント
4F	745㎡	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;"> クリニック・文化教室・学習塾 美容理容 等 </div>	地元テナント 等
3F	745㎡		
2F	745㎡		
1F	505㎡	・コンビニエンスストア(100) ・ベーカリー(95)	セブンイレブン、ローソン、スリーエフ、 サックス、ampm 等 サンジェルマン、ボンパドール 地元テナント 等
		・AVレンタル(310)	TSUTAYA

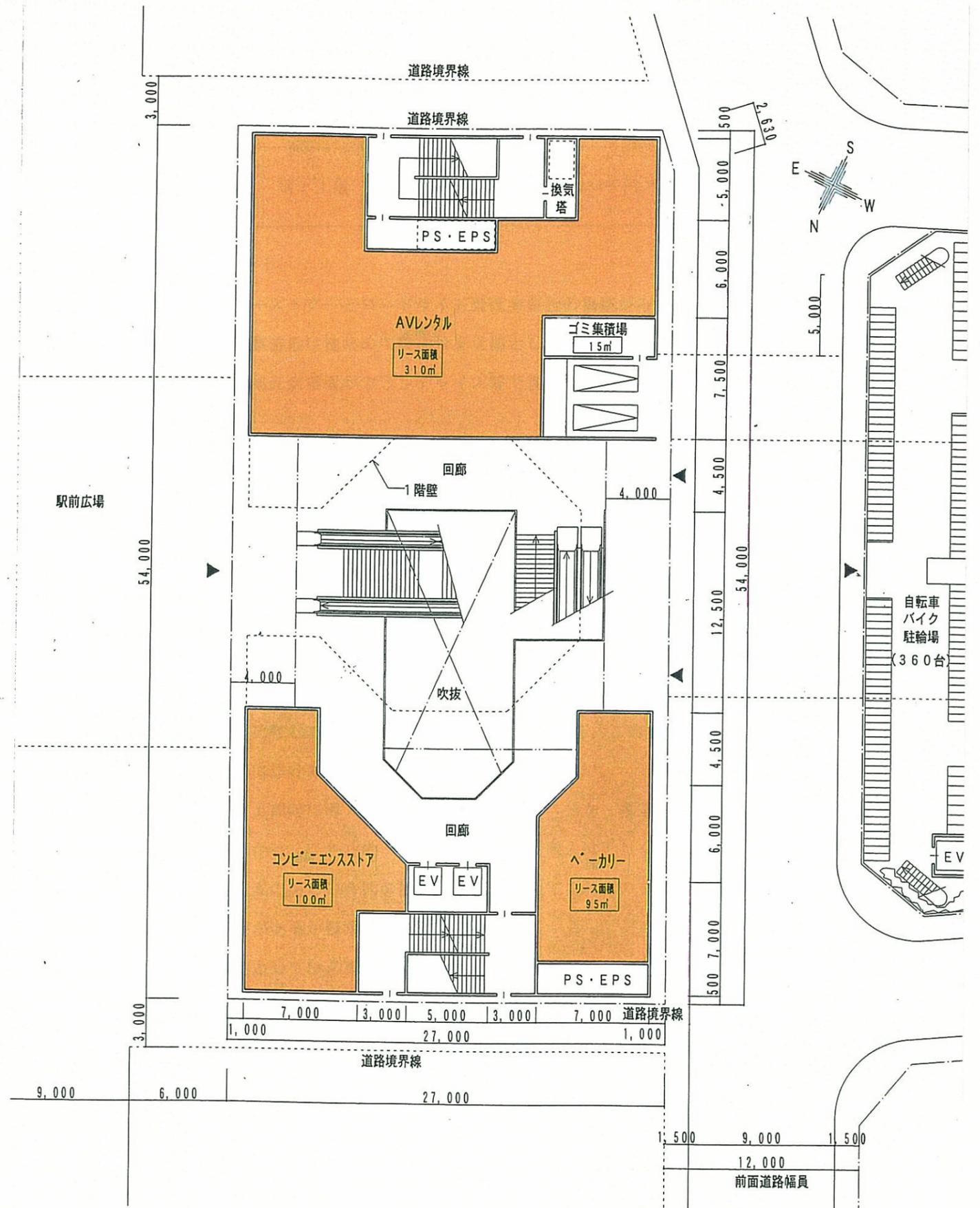
④賃料収入計画

葛が谷B案

(単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
クリニック・文化教室 等	681	7.8	63,742	281	191,361
コンビニエンスストア	30	15.6	5,616	562	16,860
ベーカリー	30	15.6	5,616	562	16,860
AVレンタル	90	13.0	14,040	468	42,120
総合計	831	—	89,014	—	267,201

⑤施設配置計画



⑥葛が谷まとめ

●葛が谷 事業計画の検討パターン及び前提条件

1. 検討パターン

	A案	B案
延床面積 (m ²)	4,135	4,830
賃貸面積 (m ²)	2,777	2,744
年額賃料計 (千円)	87,516	89,014
営業保証金計 (千円)	262,710	267,201
建築費 (千円/m ²)	381	334
単年度黒字	16年	16年
累積黒字	20年	21年
資金ショート	なし	なし
借入金返済	26年	26年

※3号線先行投資及び4号線駅舎増加工事費含む

2. 前提条件

イ. 収入計画

○敷金・保証金	営業保証金の名目で全額敷金扱い (退店時まで返還しない)
○賃料	別紙参照 (3年毎3%アップ)

ロ. 借入金計画

○自己資本と借入金比率	全額借入金とする
○借入金返済方法	元利均等、5年据え置き28年返済
○借入金金利	年2.15% (固定金利)

ハ. 費用計画

○管理費	年間賃料の15%	
○損害保険料	建物評価額×0.3% (一定)	
○建物維持修繕費	建築関連費×0.3% (一定)	
○減価償却費	建築 (60%)	定額法 残存率10%
	設備 (40%)	定額法 残存率10%

●建築与件

	ラッチレベル	賃貸面積	1階商業床	建設コスト	延床面積
A案	1階	2,777m ²	395m ²	381千円/m ²	4,135m ²
B案	地下1階	2,744m ²	505m ²	334千円/m ²	4,830m ²

●商業環境

オーケーストアーとロードサイド型商業施設の集積がみられる。
駅前商業施設は建物の1階部分を店舗とした飲食店コンビニエンスショップが展開している。地元商業者がフランチャイズ等で営業していると思われる。

●想定賃料収入

A案 88百万/年
B案 89百万/年を想定。

●事業収支

A案 単黒16年 累黒20年 銀行完済 26年以降
B案 単黒16年 累黒21年 銀行完済 26年以降

●まとめ

1階店舗面積を最大限とする方針でラッチを地下に設けたのがB案である。
A案と比較して約100m²の店舗面積アップとなる。この100m²アップのためにラッチを地下1階に設けて良いか駅機能として検討されたい。

また、上部階に導入可能な業種業態はクリニック・教室等のサービス関連業が挙げられる。しかし、これらのテナントからの家賃収入は乏しく、出店意向も少ない。

事業収支の厳しい今回の計画に於いて敢えてこれらのテナントが入居する床を新たに造る必要があるか疑問が残る。

街機能としては必要なモノであるが必ず駅舎を持ったなければならない機能ではないと判断しこれらの業種業態については民間施設に導入されることを期待する。かつ、費用対効果の観点から葛が谷駅は低層の駅舎で良いと判断する。

川和町

①導入機能の検討

業態	業種・業態	川和町駅			備考
		規模配置	周辺競合店	総合評価	
物販	百貨店	×	—	×	立地面、及び規模面で一般的な商業施設は成立難しい
	GMS（量販店）	×	—	×	
	食品スーパー	×	—	×	
	ファッションビル	×	—	×	
	総合ディスカウントストア	×	—	×	
	ホームセンター	×	—	×	
	専門大店（スポーツ用品）	×	—	×	
	〃（玩具）	×	—	×	
	〃（カー用品）	×	—	×	
	〃（CD）	×	—	×	
	〃（書籍）	×	—	×	
	ペットショップ	×	—	×	
	生花・園芸	×	—	×	
	コンビニエンスストア	×	—	×	
	ベーカリー	×	—	×	
	ドラッグストア	×	—	×	
	婦人服	×	—	×	
	紳士服	×	—	×	
	ユニセックス・ファッション	×	—	×	
	子供服	×	—	×	
カバン	×	—	×		
靴	×	—	×		
生活雑貨	×	—	×		
宝飾・アクセサリー	×	—	×		
めがね・時計	×	—	×		
持ち帰り寿司・弁当	△	—	△	これらの規模の小さい店舗なら可能性はあり	
駅売店	○	無	○		

業態	業種・業態	川和町駅			備考	
		規模配置	周辺競合店	総合評価		
飲食	ファーストフード	×	—	×	立地面、及び規模面で一般的な商業施設は成立難しい	
	喫茶・カフェ	×	—	×		
	ファミリーレストラン	×	—	×		
	一般飲食	×	—	×		
	居酒屋	×	—	×		
	高級飲食	×	—	×		
娯楽	カラオケ	×	—	×		
	パチンコ	×	—	×		
	ゲームセンター	×	—	×		
	映画館	×	—	×		
サービス	学習塾	×	—	×		
	クリニック	×	—	×		
	ビデオレンタル	×	—	×		
	美容・理容	×	—	×		
	エステサロン	×	—	×		
	サービスショップ（携帯電話等）	×	—	×		
	ツーリスト	×	—	×		
	鍵・靴リペアーショップ	×	—	×		
	チケットコーナー	×	—	×		
	CD・ATM	×	—	×		
	宝くじ	×	—	×		
	DPE	○	無	○		規模的に良

②開発基本理念の策定

道路に囲まれた高架駅とゆう特殊性から一般的な商業施設の導入は以下の点から難しい。

1. 道路上の高架空間のためヒト・モノのアプローチが複雑になる可能性が高い。
2. 駅改札口・駐車施設（確保できるか）との回遊性が安全に確保できるか？
3. このような場所での空間利用の事例がない。

たとえば、レンタル倉庫に活用できるか？

実際、日吉・中山方高架下利用は建築的且つ使い勝手において有用とは思われない。商業施設として高架下を有効に活用するのであれば周辺の開発状況に応じて駅構造を変えて対応することとなる。しかし、当地区で商業集積が本格的に始まるには相当の時間がかかると予測される。

現状では、改札口脇のスペースに葛が谷と同様な駅利用客を対象とした機能（ただしここでは面積が極端に少ないため業種は限定される。）を導入し利便性を提供する施設誘致が適当である。

③施設構成

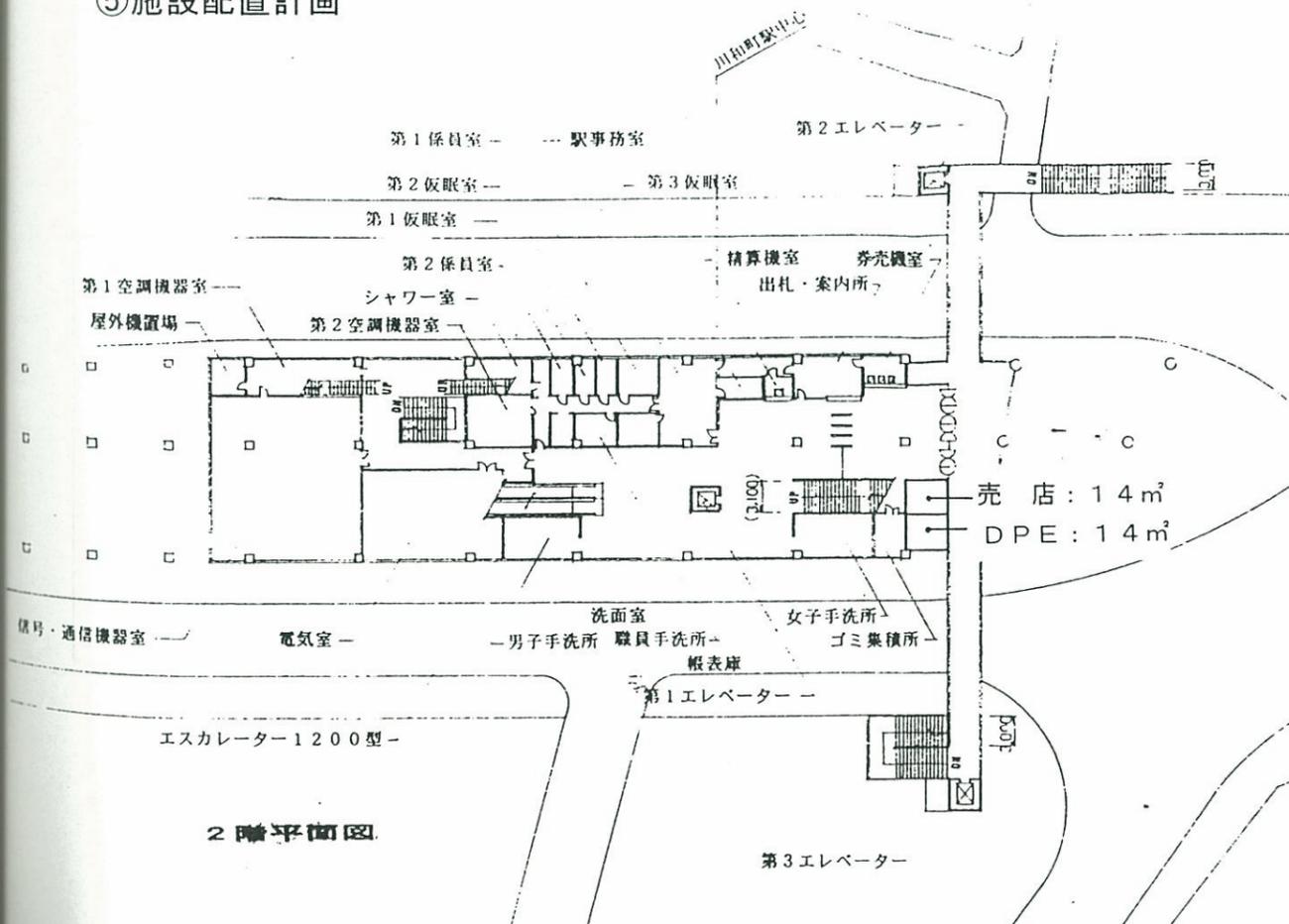
売店：14㎡。DPE：14㎡程度の導入。

④賃料収入計画

川和町 (単位：千円)

業種	面積 坪	固定賃料		営業保証金	
		月坪	年額計	坪	総額
売店	4	15	720	540	2,160
DPE	4	15	720	540	2,160
総合計	8	—	1,440	—	4,320

⑤施設配置計画



■葛が谷～川和町間

葛が谷～川和町間の商業施設導入立地は地下鉄トンネルの地上部利用である。

中山北山田線と同レベルで接した部分でのロードサイドタイプ、売場面積300～500㎡程度の売場面積、20～30台程度の駐車場が確保できる条件であれば誘致の可能性が高い。

葛が谷商圏（主にOKストア）と中山商圏（主に東急ストア）に挟まれた地区で大型の商業施設誘致は競合関係上不可能である。

また、生活利便機能を提供する小規模テナントも何らかの集客装置（改札口、大型商業施設、公共施設等）がなければ基本的に成立しない。

具体的な鉄道施設の構造体が決まった段階で検討するのが望ましい。

意向調査

・意向調査依頼先テナントと回答（回答内容詳細→後ページ参照）

業 種・テナント名		回 答	
百貨店	横浜高島屋	未回答	
	横浜松坂屋	未回答	
	三越	未回答	
GMS	ダイエー	未回答	
	イトーヨーカドー	出店意向なし	
	ジャスコ	未回答	
	マイカル	出店可能性低い	
	西友	出店可能性低い	
	イズミヤ	未回答	
	ユニー	出店意向なし	
ファッションビル	パルコ	未回答	
	オーパ	未回答	
	ルミネ	未回答	
	ビブレ	上記マイカルに同じ	
ディスカウントストア	アイワール	未回答	
	ダイクマ	未回答	
ホームセンター	アクト	未回答	
	セキド	未回答	
専門大店	CD・AVソフト	タワーレコード	未回答
		HMV	未回答
		ヴァージンメガストア	未回答
	スポーツ用品	スポーツオーソリティ	未回答
	アウトドア	LLビーン	未回答
		エフパワー	未回答
	デザイン用品	世界堂	未回答

業 種・テナント名			回 答
専門大店	文具	オフィスデポ	検討したい
	書籍	有隣堂	検討の余地ある
	パソコン	ソフマップ	検討の余地ある
		Tゾーン	未回答
	総合雑貨	東急ハンズ	未回答
		ロフト	未回答
		ユザワヤ	未回答
	生活インテリア雑貨	ピクニックポーツ	出店意向なし
	コスメ・文具 雑貨	ソニープラザ	未回答
	玩具・子供	トイザラス	未回答
家具	大塚家具	未回答	
アミューズ	セガ	検討の余地ある	
	タイトー	未回答	

調査回答まとめ（出店戦略）その1

NO	問い	イトーヨーカ堂	西友	ユニー
1	出店希望の有無	ホ 出店意向なし	ニ 出店可能性低い	ホ 出店意向なし
2	当地区に対する魅力	イ 人口増加見込有 ハ 利便性高い ニ 将来的にのびる	イ 人口増加見込有 ニ 将来的にのびる	イ 人口増加見込有 ニ 将来的にのびる
9	出店が難しい理由	敷地面積せまい 駐車場少ない	スーパーマーケットなので 2F以上は難しい	ニュータウンへは出店したいが別敷地で考えている

- 各社とも、当地区に感じる魅力として、人口増加・将来的な伸びを挙げている。
- ヨーカ、ユニー、西友などGMSにおいては、敷地規模が狭いことなどから、出店に対しては消極的であった。
- 専門大店においては、現段階で強い出店希望はないものの、検討したい、或いは検討の余地があるなどの回答がみられた。

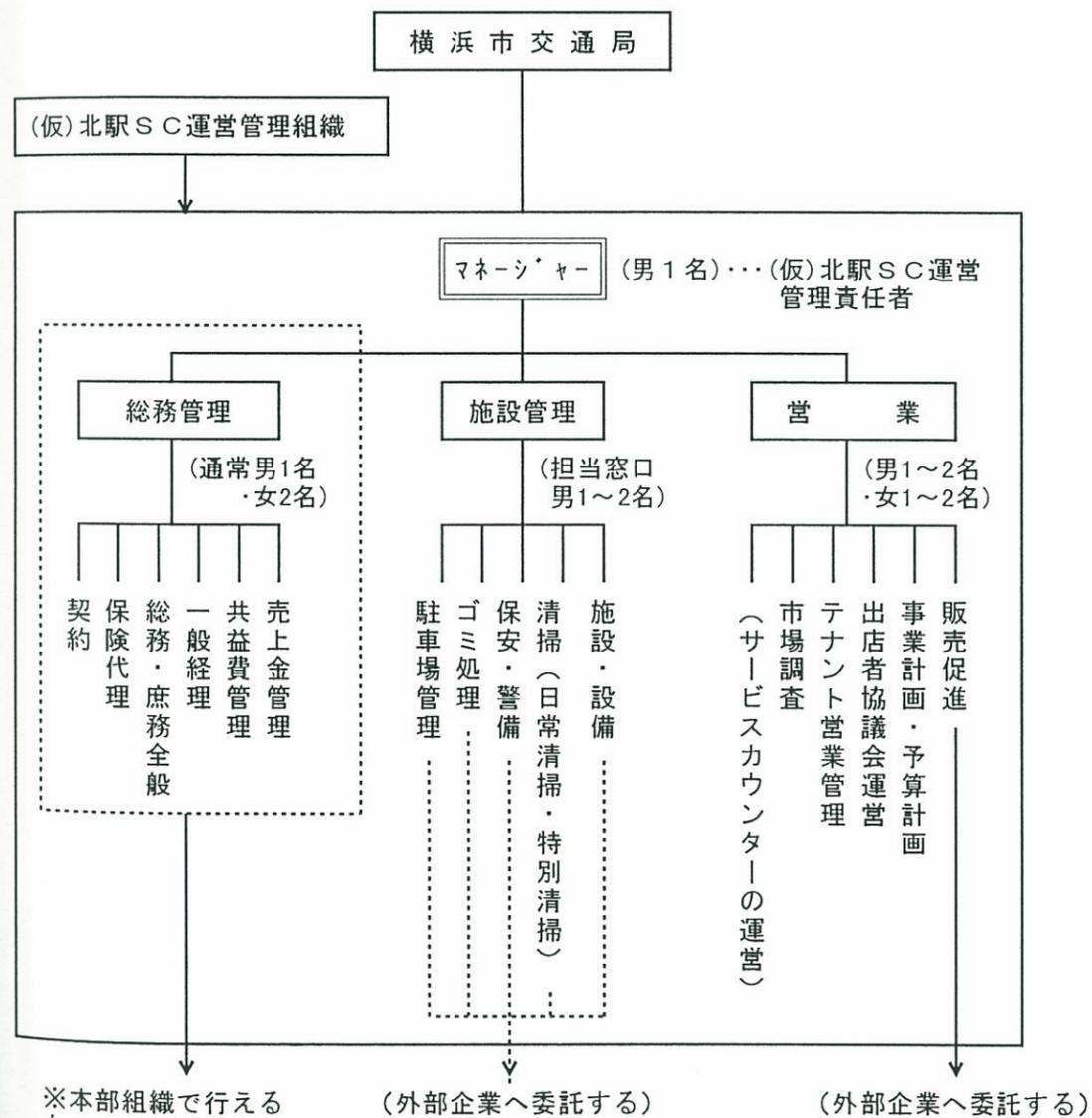
調査回答まとめ（出店戦略）その2

NO	問い	マイカル	セガ	ソフマップ	有隣堂	オフィスデポ			
1	出店希望の有無	ニ 出店可能性低い	ハ 検討の余地ある	ハ 検討の余地ある	(センター北) ハ 検討の余地ある (センター南) 出店済み	検討したい			
2	当地区に対する魅力	イ 人口増加見込有 ハ 利便性高い ニ 将来的にのびる	イ 人口増加見込有 ニ 将来的にのびる	イ 人口増加見込有 ハ 利便性高い	イ 人口増加見込有 ニ 将来的にのびる				
3 ①	導入希望業種	飲食	}	時代に対応した新しい形態	}	同フロアにド・トルココーヒーなどコーヒーショップ			
		スポーツ							
		レジャー							
		コミュニティ							
		ホテル		マイカルグループ					
その他	企業で対応	集客力のある物販		同フロアにHMV、タワーレコード、新星堂などの大型CDショップ					
3 ②	運営または誘致可能業種	飲食	}		}				
		スポーツ							
		レジャー							
		コミュニティ							
		ホテル							
その他									
4	月額賃料	}	計画が煮詰まらぬ現状では	8,000~10,000(坪) 2~2.2%	}	現状では			
	月額共益費		判断難しい	敷金15~20ヶ月		判断難しい			
	保証金・敷金								
5	商圏	}	10~15km	5~10km	}	1~3km			
	人口		サティ30万人 ビブレ50万人	80~200万人					
6	ターゲット	}	16~35歳	20~40歳	}	3~80歳			
	男女比		60:40	90:10		50:50			
7	敷地面積(m ²)	}	計画が	につまらぬ	}	650~1,100			
	延床面積(m ²)					最低20,000坪	1,300~1,800	650~1,000	
	売場面積(m ²)					1707当り2,000坪	1,000~1,500	570~1,000	バック含め最低650坪
	駐車台数(台)						現状では		20~30台
	駐輪台数(台)						判断難しい		
年間推定売上(百万円)			2,000~2,500						
9	出店が難しい理由	規模が小さすぎる							

・運営管理基本方針の策定

■基本方針

- ・センター北駅開発を除いて他開発予定地には多数のテナント導入はない。また、店舗はそれぞれコンコースか路面に面しており開閉店作業を始め、警備、売上金管理等を各テナントごとに行うことになる。店舗の基本的な管理を全てテナント任せすることで結果的にデベロッパー、テナント共に管理コストの圧縮が可能となる。方式としては現在店舗化されている南駅と同様の運営管理方式が現実的である。
- ・センター北駅は大型店一括賃貸と専門店による複合集積と二通りの賃貸が想定できる。各運営管理のスタンスには差がある。大型店一括賃貸の場合は、開閉店作業を始め、警備、売上金管理等全ての運営管理を大型店が行うことになりデベロッパーとしての運営管理は施設維持程度である。専門店の複合集積の場合は、テナントを統括する商業デベロッパーが不可欠で営業の基本方針策定からテナントの売上状況の把握、指導、販促活動の誘導、施設維持清掃等幅広くリーダーシップがとれる体制が必要となる。このデベロッパー体制を維持するには年間35億～40億の売上、年間3億～4億の賃貸収入が必要となる。一般的なデベロッパーの組織は以下のようになる。



※本部組織で行えるものは出来るだけ局で行いスリム化する。

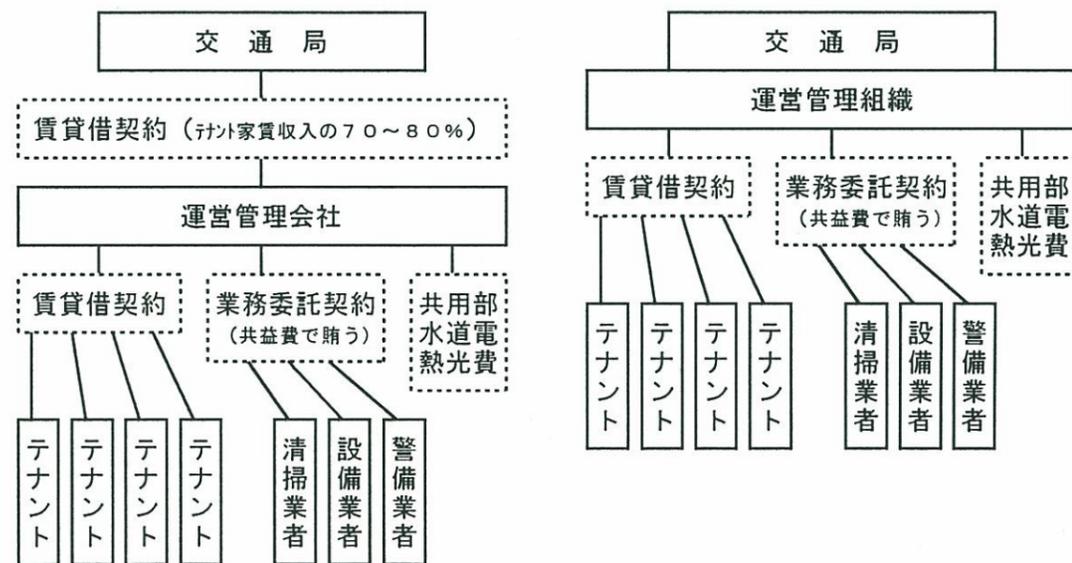
(外部企業へ委託する)

(外部企業へ委託する)

商業施設運営管理を独自で行う場合も・委託する場合も清掃・保安・販促等は外部に委託する事が多い。

・運営管理を行う方法として独自で行う場合と外部委託の場合とが想定される。

	外部委託(サブリース)の場合	独自で行う場合
管理業務の分担	清掃 : 外注 設備 : 外注 保安 : 外注 収支・事務 : 外注 経営 : なし	清掃 : 外注 設備 : 直営 保安 : 直営 収支・事務 : 直営 経営 : 直営 又は 外注 又は 外注
運営業務の分担	渉外活動 : 外注 テナント教育 : 外注 販促活動 : 外注 テナント会運営 : 外注 福利厚生 : なし	渉外活動 : 直営 テナント教育 : 直営 販促活動 : 直営 テナント会運営 : 直営 福利厚生 : 直営
人材	全て受託先の企業が揃える。	最低でもマネージャー : 1名 サブマネージャー : 1名 総務管理 : 男1名、女2名 施設管理 : 男1名 営業 : 男1名、女1名計8名
メリット	経験のない事業に手を出さないですむ。不動産投機的な立場でいればなんにもすることがなく気が楽。	商業施設運営ノウハウの蓄積ができる。テナントの売上げ、テナントの性格把握等ができ指導的立場にあるので営業・運営の工夫ができる。
デメリット	商業施設運営ノウハウの修得は無理。委託業者の言いなりになる可能性有。サブリースとなるので今の厳しい経済条件で投資コストの回収が見込めるか不安。(現状サブリースの収支は悪い)	経験ないものが、独断で行うと運営破綻に。テナントからの契約・クレーム・入退店処理等全てを直接受けることになる。兎に角ハイリスク。ハイリターン。
検討事項	オーナーの主旨を理解しローコストで完璧なオペレーションを行える委託業者と契約ができるか。	経験豊富な人材を確保することができるか若しくは、スタッフを既存デベロッパーに派遣しノウハウを勉強させることができるか。



(3) 建築企画の作成

・各種法令の整理

A) 本計画に係わる所要申請・許可および協議の主たる項目は以下の通りである。

項目	関係法・条例等	申請・協議先
1. 計画通知	建築基準法第 18 条	市 建築審査課
2. 消防同意		市 消防局設備指導課
3. 消火活動上協議		市 消防局計画課
4. 附置義務駐車場等	市 駐車場条例	市 駐車場対策課
5. 中高層	市 中高層建築物等の建築に係る 住環境保全等に関する条例	市 建築相談室
6. 宅地造成等の変更	宅地造成等規制法 宅地造成等規制法施工令 市 宅地開発等関係規則	市 宅地企画課 (1000 m ² 以上) 港北ニュータウン・タウン開発推進協議会
7. 駐車場協議		神奈川県警本部交通課
8. 大店法に係る	大規模小規模店舗法	県 商工部
9. 福祉の施設整備	福祉の都市環境づくり推進指針	市 福祉局福祉のまちづくり課
10. 屋上等の排気塔・ 設備容量の報告	神奈川県公害防止条例	市 環境部公害対策局
11. 街づくり協議	港北ニュータウン・タウン街づくり協定	港北ニュータウン・タウン開発推進協議会

1. 敷地・構造について

前面道路

東側に接する道路（ロータリー）及び西側 12m 道路を前面道路とし、横浜市建築基準条例等による接道長さ等はこの道路による。北側・南側道路はその他道路と考える。

前面道路	： 東側（ロータリー側）	21.0m（道路；接道長さ：54.0m）
	西側	12.0m（道路；接道長さ：51.494m）
その他隣接道路等	： 北側	3.0m
	南側	3.0m

2. 消防同意

計画建物の用途

複合用途建物（消防法施工令別表第1において16項のイ：建物の一部が物品販売業を営む店舗に供されている）に適合する。

3. 消火活動上協議

「消防用設備等設置計画届」提出に係わる詳細事項に関して今後協議の必要が有る。

4. 附置義務駐車場等

本計画では、横浜市駐車場条例 第6条に基づき、「百貨店その他の店舗」に供する延床面積を200で除した数値の台数以上の駐車場を附置しなければならない。

更に、本計画では港北ニュータウン・タウンセンター地区街づくり協定に基づき、横浜市駐車場条例による附置義務台数の少なくとも2割増し程度の駐車台数を確保しなければならない。

5. 中高層

非住居系地域内（近隣商業地域含む）にある建物で、その高さが15mを越えるもの。

（横浜市中高層建物等の建築に係る住環境の保全等に関する条例 第2条2項4号イ）

- ・ 実日影図：日影形状図（冬至） の提示
- ・ 近隣説明等報告書 の提示
- ・ テレビジョン放送の電波受信障害調査及びその対策の提示
等々を中心に審査を受ける。

6. 大店法に係る手続き

本計画では、入居店舗の業種等によって、大店法に基づく手続きを神奈川県商工部に行わなければならない。尚、横浜市では大店法で言う「店舗面積」によって次のように店舗の種類が分けられる。

- ・ 大規模小売店舗対象店舗面積（横浜市） 6,000㎡以上の場合：第1種大規模小売店舗。
- ・ 大規模小売店舗対象店舗面積（横浜市） 500㎡以上 6,000㎡未満の場合：第2種大規模小売店舗。

また、明文化されていないが、大店法で言う「店舗面積」の20㎡につき1台分の駐車場を用意するよう指導を与えている。（通常、駐車場協議の協議内容を満たしていれば問題ない）

7. 福祉の施設整備（横浜市福祉のまちづくり条例）

公共交通機関の施設（駅舎も含む）については全てのもの、商業店舗については300㎡以上のものが条例対象施設となる。

8. 屋上等の排気塔・設備容量の報告

神奈川県公害防止条例に基づく。計画通知前に環境保全局環境管理課と協議を済ませる必要あり。
審査会は月2回開かれ、審査手続きには申請提出後1カ月程度を要する。

9. 街づくりの協議

港北ニュータウン街づくり協議地区に定められており、計画通知届以前に建物色彩、意匠の協議及び審査を行う必要がある。

街づくり協議地区内において建築行為を行おうとする場合、予め港北ニュータウン・タウンセンター開発推進協議会 街づくり協定運営委員会の調整を経なければならない。

駐車場台数に関する事項（附置義務駐車台数の120%以上）等も含まれている。

10. 計画各部に係わる法規

建築基準法、消防法、駐車場法、横浜市建築基準条例等から本計画で必要とされる法規の内容を以降に記載する。

また、各法令等の担当窓口一覧表も添付する。

B) 自動車駐車場の設置の可能性について

・12m道路西側地域は第1種住居低層地域である。この地域には用途地域制限上、独立した自動車駐車場は建設不可である。（但し付属自動車車庫の場合は600㎡以下）計画の実現にあたり下記の許可申請が必要になる。

48条の許可申請（用途地域制限の許可）をうける。

・許可条件

- 1) 床面積300㎡以下かつ1階以下の部分にあること。
- 2) 自動車車庫の設置状況、その他土地の利用状況、交通の状況、周辺の道路整備状況等からの判断で当該自動車車庫の確保が必要であること。
- 3) 当該自動車車庫敷地の周辺の居住者が保有する自動車の保管の目的で利用されることが確実であると認められること。
- 4) 構造上騒音、ライトグレア、排ガス、接道条件等支障がないこと。
（この規制は工作物にも準用される）

以上許可については付帯条件が加わり可能性があるかどうかについては諸官庁との折衝が必要である。

敷地適応条件の把握

建築基準法

敷地 1,456.893㎡
 道路 (接道義務(敷地は道路に2m以上接しなければならない)) OK

用途地域 近隣商業地域

建蔽率 100.0% (80%+20% (・角地・防火地域内の耐火建築物))
 計算式 1,456.893×100%=1,456.893㎡

容積率 400.00%
 計算式 1,456.893×400%=5,827.572㎡

形態制限 ・最高高さ 20.00m

適用距離	斜線勾配	立ち上り
道路斜線	20m	1.50
隣地斜線		2.50
北側斜線		31m

日影規制 なし (但し南側に第1種低層住居地域有り)

構造制限 ○耐火建築物以上・準耐火建築物以上・制限なし

防火区画 ○面積区画 (MAX 1500㎡ 但しSP設置の場合 3000㎡)
 ○整穴区画
 ○異種用途区画 (店舗部分と駅舎部分)
 ・11階以上の階における区画

内装制限 ・階数 4階 規模 00000㎡ 地下街 ・有・**無**
 ・建物用途(物品販売業の店舗) : 17240㎡ (4~6階の床面積の合計)
 地階、地下工作物内に当該居室 ・有・**無**
 ・無窓居室 ・有・**無**
 ・火気使用室 ・有・**無**

	居室等			廊下・通路・階段等		
	不燃	準不燃	難燃	不燃	準不燃	難燃
下地						
仕上	○	○	△(天井)	○	○	×

○ 使用可 × 使用不可 △ 3階以上不可

(物販店舗)	階段寸法	
	屋内階段	屋外階段
幅	≥1400	≥900
踏面	≥260	≥260
蹴上	≤180	≤180
踊場位置	≥1200/3m	≥1200/3m

・手摺 手摺子ピッチ110mm以下(縦通し)
 ・2以上の直通階段の必要性 **有** 無
 ・直通階段までの歩行距離 ・主要構造部が不燃構造又は準耐火構造以上
 無窓居室 30M (40M)
 居室(用途:物品販売業の店舗) 30M (40M)
 その他居室 50M (00M)
 * ()内は居室及び避難路内装を準不燃以上にした場合(14F以下)

条例(横浜市建築基準条例, 横浜市火災予防条例)

■ 敷地と道路との関係: 第24条 (L:敷地外周の長さ)
 下記適用対象:百貨店等の用途に供する部分の床面積の合計が3000㎡を超えるもの
 1. 前面道路が一つの場合の必要事項
 幅員11m以上の前面道路に、1箇所L/7以上接し、且つそこに主要な出入口
 2. 前面道路が二つ以上あり、下記の場合、前項の適用が無くなる
 1の道路幅員が8m以上、他のそれが4m以上で、その両者にL/3以上接し、且つ1の道路に1箇所L/6以上接した上、その接する部分に各々出入口(1の道路には主要な出入口)があり、建築物の客用出入口が各道路に面する時
 3. 敷地周囲に公園、広場等安全上支障が無い空地がある時、前2項は適用しない

■ 主要な出入口の後退: 第26条
 下記適用対象:百貨店等の用途に供する部分の床面積の合計が3000㎡を超えるもの
 百貨店等の用途に供する建築物の主要な出入口は、道路境界線から4m以上後退させる

■ 消防用設備等 横浜市火災予防条例: 第68条の2
 今回の建物では、防火対象物に設けられた消防設備等の行動表示装置、制御装置等の監視、操作が出来、且つこれらを集中して管理し得る機能を持つ施設を設けねばならない

■ 2方向避難、前面空地等: 第25条
 適用対象:百貨店等の用途に供する部分の床面積の合計が1500㎡を超える建築物
 1. 道路に面する2以上の主要な出入口を互いに近接しない位置に設ける
 2. 第1項の主要な出入口と敷地の出入口との間には、主要な出入口の幅の2倍以上の開口を有する通行上、避難上有効な空地を設ける。但し敷地周囲に公園、広場等安全上支障のない空地と同等なものがある場合はこの限りでない
 3. 前項の空地には下記の構造の歩廊、ポーチ等に類する建築物の部分の設け得る
 ・内法高さ3m以上 ・外気に有効に開放されている
 ・主要構造部を耐火構造、不燃材料で造ったもの
 ・通行上支障のある位置に柱、壁等を設けないもの

消防法、その他関係法令(ハートビル法等)

■ 不特定・多数の者が利用する各1以上の便所:ハートビル法 ()内;誘導的基準
 ・車椅子使用者が円滑に利用できる洗面器、腰掛便座、手摺等を適切に配置する
 ・車椅子使用者用便房及びその便房を有する便所の出入口幅の内法≥800
 ・便房及び便所に設ける戸は車椅子使用者が円滑に開閉できるもの
 ・車椅子使用者の便房の数
 (当該階に設ける便房の総数≤200の時 - (総数)×1/50以上
 当該階に設ける便房の総数>200の時 - (総数)×1/100+2以上)
 ・車椅子使用者用便房の無い便所は、それを有する便所に近接した位置に配置する
 ・男子用小便器のある便所では、床置き小便器のある便所を1以上設ける

■ 本計画で必要な消防用設備の設置 (消防法施工令等)
 ・消火設備
 消火器具、屋内消火栓設備、スプリンクラー設備(4F以上、無窓階)、
 水噴霧消火設備(駐車用、電気設備室、ボイラー室、通信機械室)、
 屋外消火栓(1,2F)、動力消防ポンプ設備
 ・警報設備
 自動火災報知設備、漏電火災警報器、消防機関通報用火災報知設備(電話あれば免)、
 ※自動火災報知設備があれば設置免除となるもの
 非常警報器具、非常ベル、自動式サイレン又は放送設備
 ・避難設備
 避難器具(2F以上)、避難口誘導灯、通路誘導灯、
 誘導標識(前2つの誘導灯があれば設置免除)

■ 昇降機:ハートビル法 ()内;誘導的基準
 ・不特定多数の者が利用し、直接地上へ通ずる出入口がない階を有する特定建築物(基礎的基準では2000㎡以上)では、かごがその階に停止する下記の構造のEVを設ける
 (a. 駐車場の用に供される階では当該駐車場に車椅子使用者が利用できる部分に設置)
 b. かごの床面積≥1.83(2.09)㎡ c. かごの奥行≥135cm
 d. 車椅子の転回に支障のないかごの形状
 e. かご、及び出入口幅内法≥80(90)cm
 f. かご内には停止予定階(道路)、かごの現在位置を表示する装置と、到着階、出入口の閉鎖を知らせる音声装置を設置
 g. かご内、乗降ロビーには、車椅子で利用し易い位置に制御装置を、又それとは別に視覚障害者が円滑に操作できる制御装置を設置
 h. 乗降ロビーの幅と奥行の内法≥150(180)cm以上
 i. 乗降ロビーには到着するかごの昇降方向を音声で知らせる装置を設置
 ※誘導的基準は主たる廊下に近接した1以上のEVを指しており、他は基礎的基準による

■ 不特定・多数が利用し、且つ直接地上へ通ずる出入口がない階に通ずる階段の構造 ;ハートビル法 ()内;誘導的基準
 ・(両側に)手摺を設置 ・粗面又は滑りにくい材料で仕上げた表面
 ・主たる階段は回り段禁止 ・踏面と蹴上の色は大きな明度差をつける
 ・階段上端に近接する廊下等及び踊場部分には「注意喚起用床材」を敷設
 (・内法幅≥1500 ・蹴上≤160 ・踏面≥300)

建築基準法

条例（横浜市建築基準条例、横浜市火災予防条例）

消防法、その他関係法令（ハートビル法等）

避難階段、特別避難階段の設置

用途	直通階段	避難階段	特別避難階段
3階以上の階での 物販店床面積合計 >1500m ²	15階以上の売場に通じる	×	○
	5階以上の売場に通じる	○	○（1以上）
	各階売場及び屋上広場に通じる	○	○
その他	15階以上の階に通じる	×	○
	5階以上の階に通じる	○	○
	地下2階以下の階に通じる	○	○
	地下3階以下の階に通じる	×	○

避難階段幅（物販用途）

	地上階	地下階
各階の避難、特別避難階段幅の合計	$\geq \frac{\text{直上階以上の階での最大床面積}}{100} \times 0.6$	
各階の避難、特別避難階段への出入口幅合計	$\geq \frac{\text{その階の床面積}}{100} \times 0.27$	$\geq \frac{\text{その階の床面積}}{100} \times 0.36$
避難階における屋外への出入口幅の合計	$\geq \frac{\text{最大床面積階での床面積}}{100} \times 0.6$	

廊下・必要廊下幅 片側居室 1200以上 両側居室1600以上（事務所階）
 主要通路：2500以上 枝通路：1400以上（物販店舗階）

屋外への出口等 ・避難階での階段から屋外の出入口までの距離 ≥ 30 （40）M
 ・避難階での居室の各部分から屋外の出入口までの距離 ≥ 60 M
 ・避難階での屋外への出入口幅の合計（物販店のみ） ≤ 38.97 M
 ・屋上広場の設置義務 ・有（無）

敷地内の避難通路幅 ≥ 1.5 M

非常用出入口（代用出入口） ・必要・不要（非常用EVの設置 ・有（無））

居室の採光 ・1/00以上（居室用途： ）
 ・1/00以上（居室用途： ）
 ・必要

排煙設備 ・必要・不要
 機械式排煙とする。

非常用EV ・必要（0台）・必要
 ・昇降ロビー必要面積 0.0m²以上（特別避難階段附室との兼用 ・有・無）
 ・昇降ロビーの排煙 ・排煙用窓（・2m²以上・3m²以上）
 ・排煙口（・4m²以上・6m²以上） ・機械排煙

避難通路等：横浜市火災予防条例 第63条（昭和48年条例70号）

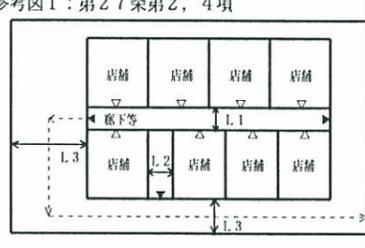
- 百貨店等の1の階にあっては、当該階、当該店舗における売場、展示部分の床面積に応じて下記の数値以上の幅員の主要避難通路を設けなければならない。
600m²以上 — 1.8m
- 前項の主要避難通路は地階、避難階、又は消防署長が必要と認めた階では、次の数値を加えた幅員以上としなければならない 今回 — 0.7m
- 前2項に規定する主要避難通路は、避難口に有効に通じさせ、且つ色別等によって他の部分と区別する
- 第1項に規定する売場又は展示部分の床面積が600m²以上のものには、主要避難通路又は避難口に有効に通ずる幅員1.2m以上の補助避難通路を設ける
- 避難の用に供し得る屋上広場は、避難上有効に維持する

（各階の）出口及び廊下等：第27条

適用対象：マーケット、連続店舗の用途に供する部分の床面積の合計が500m²を超える階を有するもの

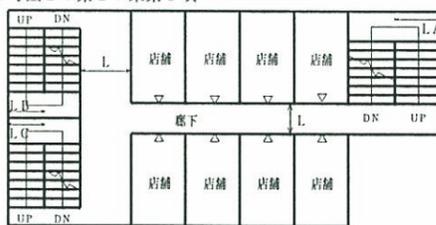
- 2以上の出口を設け、当該階の各構えからこれらの出口に通ずる廊下、階段類の通路（以下廊下等という）を2以上設ける
- 前項の廊下等の幅
 両側に構えの主要な出口に面するものor通ずるもの・・・2.5m以上
 その他のもの・・・1.6m以上（但し、今回の屋外階段は1.3m以上）
- 前項によらず、両側に主要な出口が面する廊下に通ずる2つの階段を互いに近接させる場合の階段幅：1.6m以上（この時、当該階段は1つの階段とみなす）
 通路（以下廊下等という）を2以上設ける
- 第1項に規定する出口が道路等に面しない場合、その出口から道路に通ずる幅員2m以上の敷地内通路を設ける
- 次の場合、第1項の規定は適用しない・・・各構えの主要な出口の全部が道路等、又は道路などに面する幅員：3m以上の敷地内通路に面する場合

参考図1：第27条第2、4項



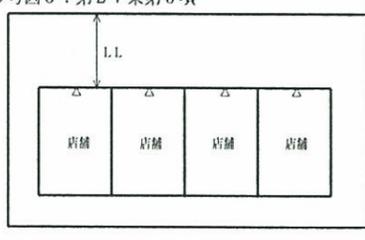
- ▶ 建築物の出口
- ▷ 各構えの主要な出口
- L1 両側に主要な出口のある廊下等の幅：2.5m以上（第2項）
- L2 L1以外の廊下等の幅：1.6m以上（第2項）
- L3 敷地内通路の幅員：2.0m以上（第4項）

参考図2：第27条第3項



- ▷ 各構えの主要な出口
- L：廊下幅員 ≥ 2.5 m
- 階段幅員
 LA ≥ 2.5 m
 LB ≥ 1.6 m
 LC ≥ 1.6 m

参考図3：第27条第5項



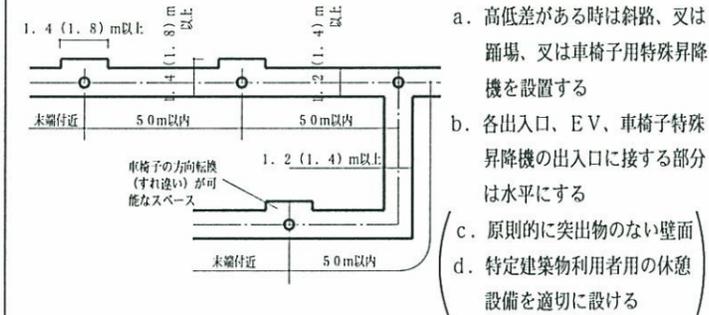
- ▷ 各構えの主要な出口
- LL：敷地内通路の幅員 ≥ 3.0 m

出入口：ハートビル法（）内；誘導的基準

直接地上へ通ずるもの、駐車場へ通ずるもの、不特定・多数の者が利用する各室 — これらの出入口で1以上（その出入口に近接するもの以外全部）は下記の構造とする
 ・内法幅 ≥ 800 （900：但し1以上は1200） ・段は禁止
 ・戸は自動開閉構造、又は車椅子使用者が円滑に開閉、通過できるもの
 （内法幅：1200以上の出入口のうち1以上）
 （不特定・多数の者が利用する室に戸を設ける場合、開閉により戸の一部が廊下の当該戸がある側の壁面線を超えないこと）

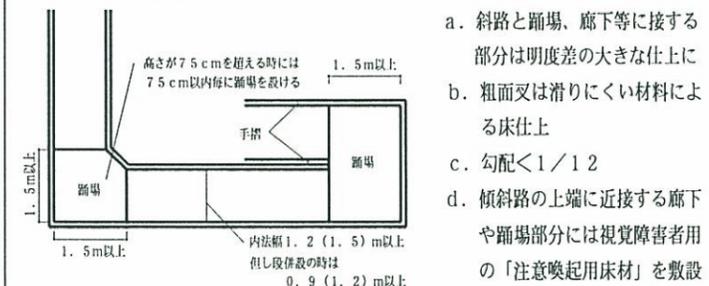
廊下等：ハートビル法（）内；誘導的基準

・粗面、又は滑りにくい材料で仕上げる
 ・直接地上へ通ずる、又は駐車場の出入口から、不特定多数の人が利用する室の出入口までの1以上（全部）の経路における廊下の構造は以下の通りとする



・直接地上へ通ずる1以上の出入口から、標識・受付等の建築物全体利用のための情報提供が可能な場所までの廊下等には、誘導用床材を敷設し、音声による誘導装置を設ける（常勤者による誘導が可能な場合を除く）

・廊下等に設ける傾斜路、踊場は下記の構造とする



敷地内通路：ハートビル法（）内；誘導的基準

・粗面、滑りにくい材料で仕上げた表面
 ・直接地上へ通ずる各出入口から道、空地、車椅子使用者用駐車施設への敷地内通路のうち、各々1以上の通路は下記の構造とする
 a. 幅員 ≥ 1200 （1800）
 b. 高低差を有する時は、上述の傾斜路、踊場を設ける
 c. 特定建築物の各出入口については、誘導用床材、音声による視覚障害者誘導装置等を設ける。又、車路に接する部分、車路を横断する部分、傾斜路及び段の上端に近接する敷地内通路、踊場部分には「注意喚起用床材」を敷設する

各種装置

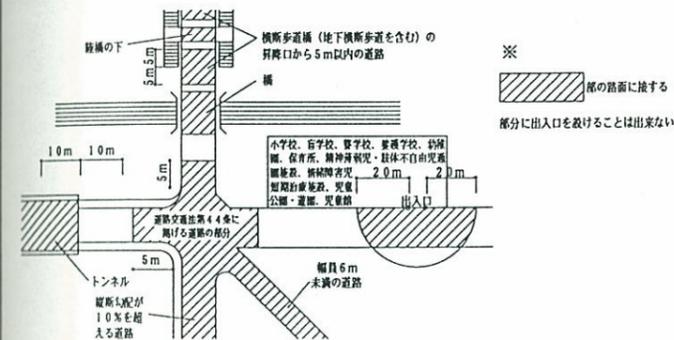
- ・換気装置：建築物である路外駐車場には、内部の空気を10回/時間以上直接外気と交換できる換気装置を設ける。但し窓等の開口部を有する階でその開口部の換気に有効な部分の面積がその階の床面積の1/10以上であればこの限りでない
- ・照明装置：建築物である路外駐車場には以下の照度を保つ照明装置を設ける。
自動車の車路の路面：10lx以上 自動車の駐車部分の床面：2lx以上
- ・警報装置：自動車の出入及び道路交通の安全を確保する為に必要な警報装置を設ける

- 車路の構造；自動車が円滑かつ安全に走行する事ができる車路
車路の幅員：5.5m以上(但し一方通行の車路では3.5m以上)
梁下の高さ：2.3以上 屈曲部：5m以上の内法半径で回転できる構造
傾斜部の縦断勾配：1.7%以下 傾斜部の路面：粗面かつ滑りにくい材料による仕上

- 駐車用に供する部分の梁下の高さ：2.1m以上

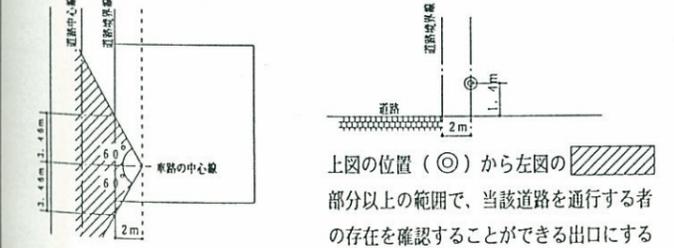
自動車の出口及び入口

出入口の禁止位置(施工令第7条の1)



- ・すみ切り(施工令第7条の4)：自動車の回転を容易にするために必要がある時すみ切りをする場合、切取線と自動車車路のなす角、及び切取線と道路のなす角を等しくすることを標準とし、且つ切取線の長さは1.5m以上とする。

出口付近の構造(施工令第7条の5)：



■ 附置義務駐車台数

商業地区等に存在する百貨店その他の店舗、事務所に附置する駐車場における駐車台数は、その用途の延べ面積を200で除した数とする。

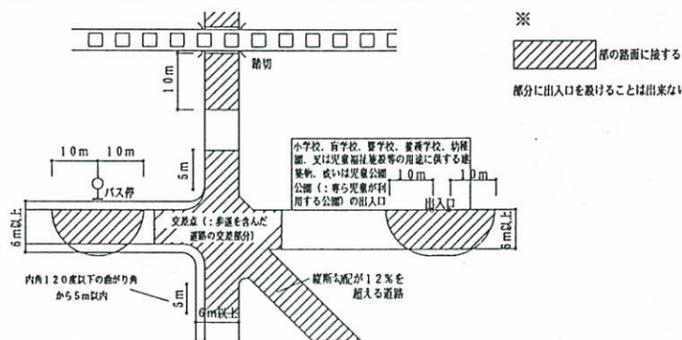
■ 駐車施設の規模(下記は機械式駐車施設での自動車1台分：施工規則第6条)

- 普通乗用車対応：1.8×5.0m以上、附置義務台数の30%以上
- 小型乗用車対応：1.7×4.7m以上、附置義務台数の70%以上
- 車椅子使用者対応：3.7×6.0m以上、最低1台(；駐車条例第11条)

■ 車路の構造(第5条の2、施行規則第5条)

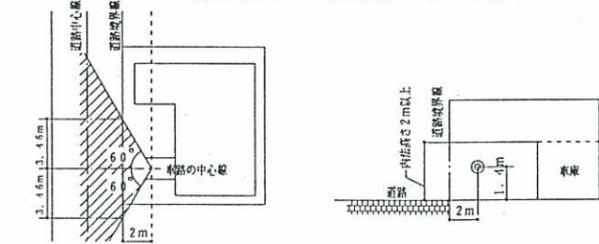
- 車路：駐車スペースと道路の間で自動車が停車又は転回する場所
→下記の車路幅員の他に自動車が停車、転回できる奥行きが必要
自動車の駐車用に供する部分の面積が500㎡以上の時：
相互通行の車路幅員：5.5m以上 一方通行の車路幅員：3.5m以上

■ 出入口の禁止位置(第47条の2、施工規則第5条)

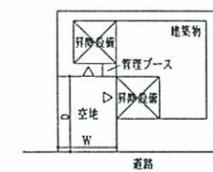


■ 敷地の自動車用の出口及び自動車昇降設備の出入口

- ・条例第48条の1：右図の◎の位置において、左図の斜線部分で当該道路の通行者の存在を確認し得る出口にする。但し周囲の状況等により通行上支障がない場合に於いてはこの限りでない。



- ・条例第48条の2：自動車車庫・修理工場の用途の部分の床面積の合計が150㎡を超える建築物に自動車昇降設備を設ける時、その出入口は次の奥行き(D)、幅(W)をとる空地、又は自動車用通路に面させる。(但し敷地内で自動車が待機・回転出来る時等はこの限りでない。)



- D ≥ 6 (5.5) m W ≥ 6 (5.5) m
○：長さ5m以下の自動車を昇降させる設備の時

■ 大店法に基づく附置義務駐車台数の算定

- 港北ニュータウン・センター街づくり協定に基づく附置義務駐車台数の算定
附置義務駐車台数×1.2

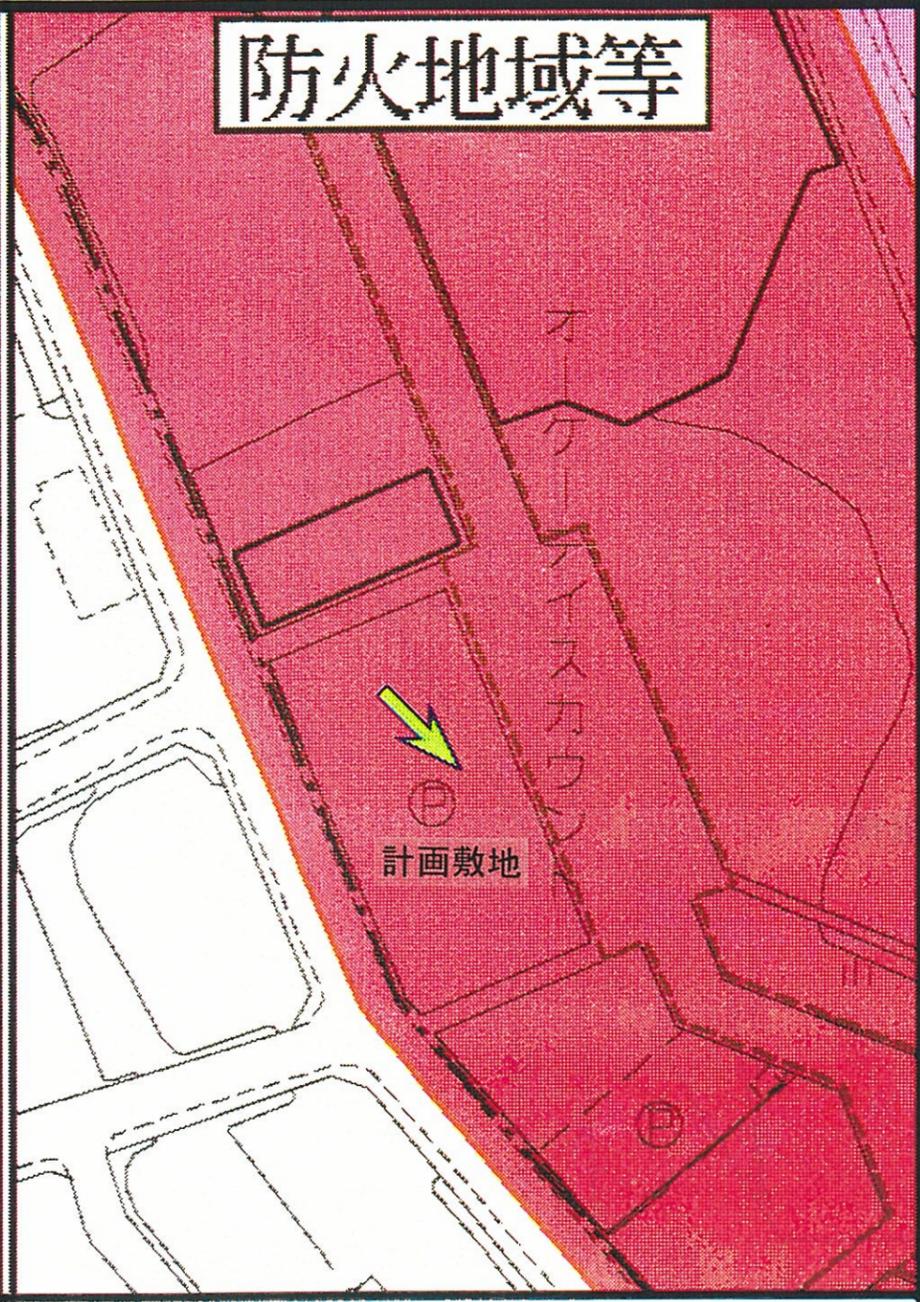
■ 車椅子使用者用駐車施設の設置について：ハートビル法()内；誘導的基準

- ・各出入口から駐車施設への通路距離は可能な限り短くする
- ・幅 ≥ 350 cm 車椅子使用者である旨の表示
- ・駐車施設の数
駐車場の全駐車台数 ≤ 200の時 - (当該駐車台数) × 1/50 以上
駐車場の全駐車台数 > 200の時 - (当該駐車台数) × 1/100 + 2 以上

用途地域



防火地域等



左の図は法定図面ではありませんので、詳細については窓口でご確認ください。(縮尺は約1000分の1です。)
また、下の表示は矢印の先端部の都市計画決定内容です。

用途地域 近商
建ぺい率 80%
容積率 400%
第6種高度地区
防火地域
横浜北部新都市第二地区
区土地区画整理事業
港北ニュータウン街づくり協議地区

- 1種低住専
- 2種低住専
- 1種中高住専
- 2種中高住専
- 1種住居
- 2種住居
- 準住居
- 準工業専
- 工業専

容積率
用途地域
建ぺい率

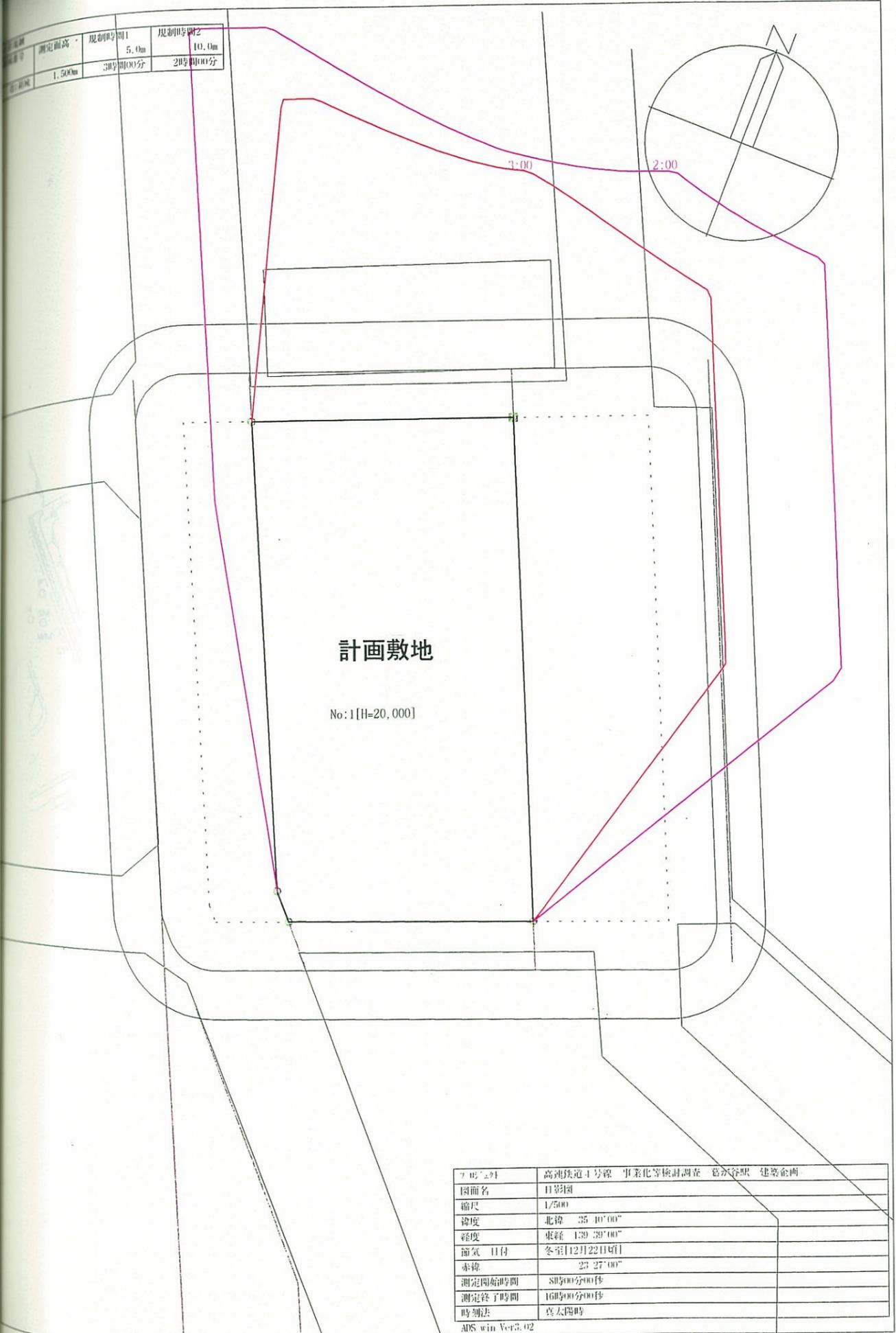
近商業 (第7種)
商業 (第6種)
商業 (最低限1種)
商業 (最低限2種)
市街化調整区域

- 防火地域
- 準防火地域
- 防火指定なし
- 風致地区
- 道路
- 河川

高速鉄道4号線
駅ビル事業化等検討調査
葛が谷駅 建築企画
用途・防火地域図

横浜市都市計画局 発行
平成 9年12月 4日
(図面番号 28)

测定面高	規制時間1	規制時間2
1.500m	5.0m	10.0m
	3時間00分	2時間00分

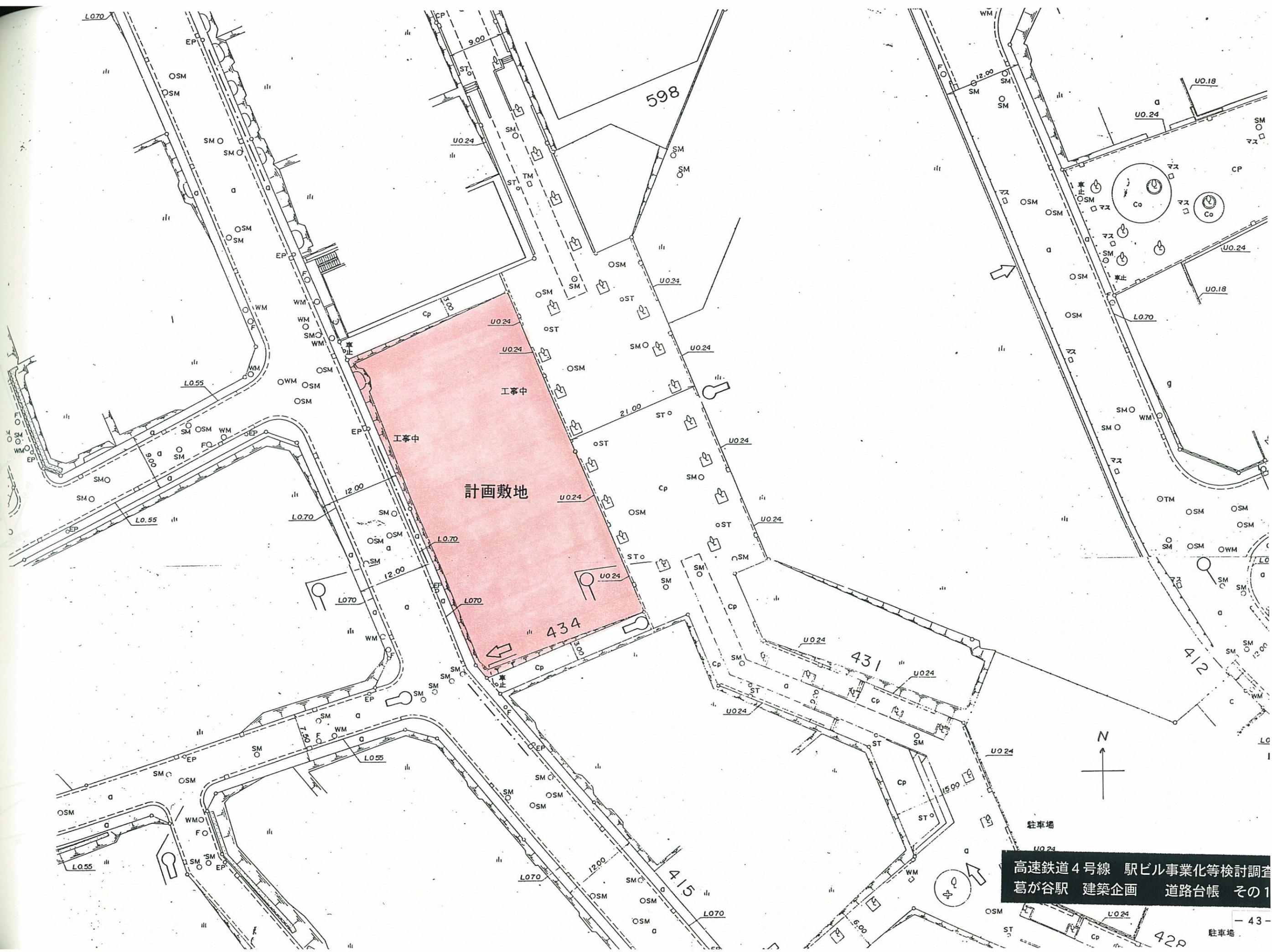


7月29日	高麗鉄道1号線 事業化等検討調査 葛谷谷駅 建築企画
図面名	日影図
縮尺	1/500
緯度	北緯 35°40'00"
経度	東経 139°39'00"
节气 日付	冬至 [12月22日頃]
赤緯	23°27'00"
測定開始時間	8時00分00秒
測定終了時間	16時00分00秒
時刻法	真太陽時
ADS win Ver3.02	

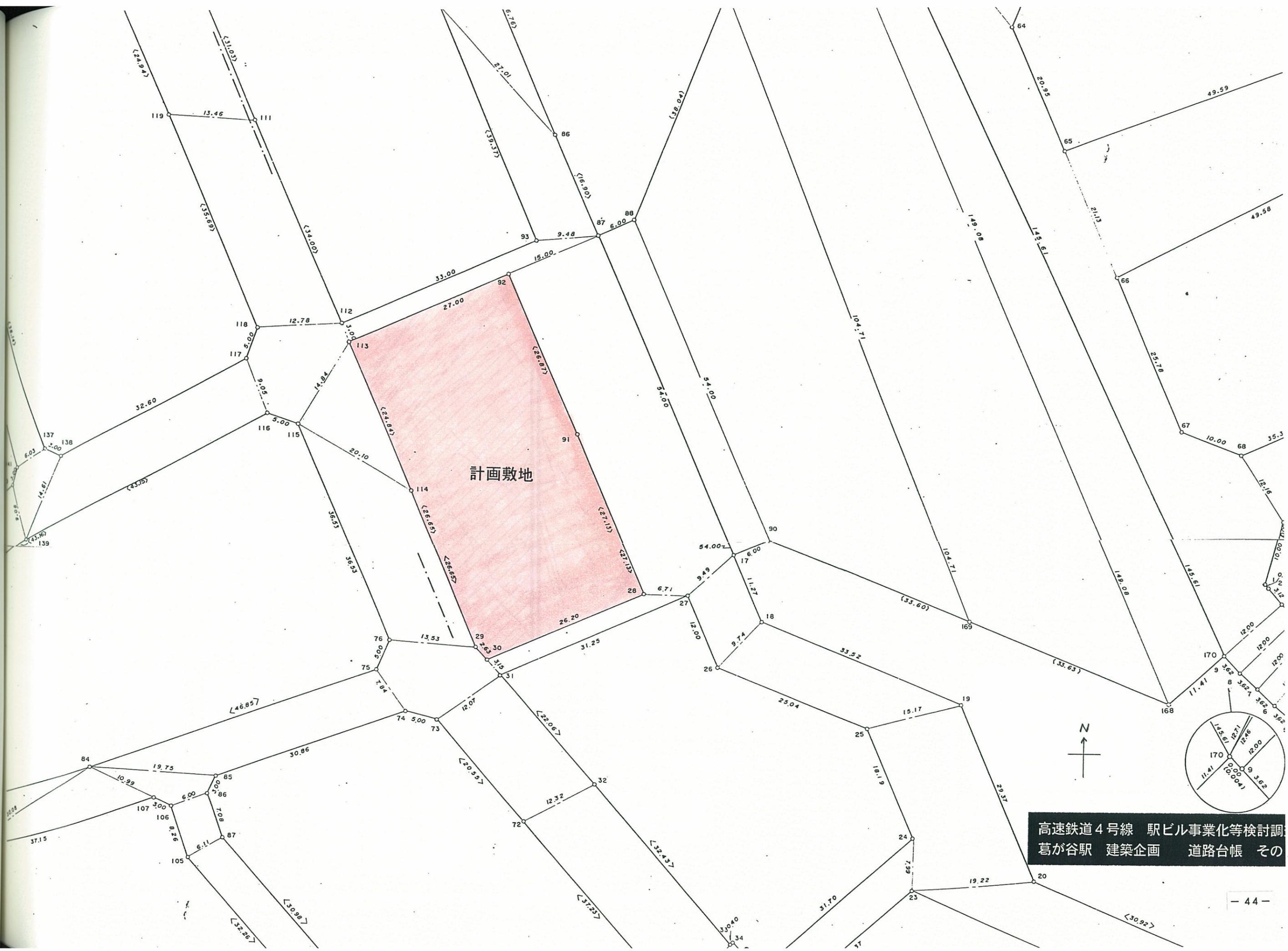
日影規制	测定面高	規制時間1	規制時間2
領域番号	5.0m	5.0m	10.0m
第1領域	1.500m	3時間00分	2時間00分



7月29日	高麗鉄道1号線 事業化等検討調査 葛谷谷駅 建築企画
図面名	日影図
縮尺	1/500
緯度	北緯 35°40'00"
経度	東経 139°39'00"
节气 日付	冬至 [12月22日頃]
赤緯	23°27'00"
測定開始時間	8時00分00秒
測定終了時間	16時00分00秒
時刻法	真太陽時
ADS win Ver3.02	



高速鉄道4号線 駅ビル事業化等検討調査
 葛が谷駅 建築企画 道路台帳 その1



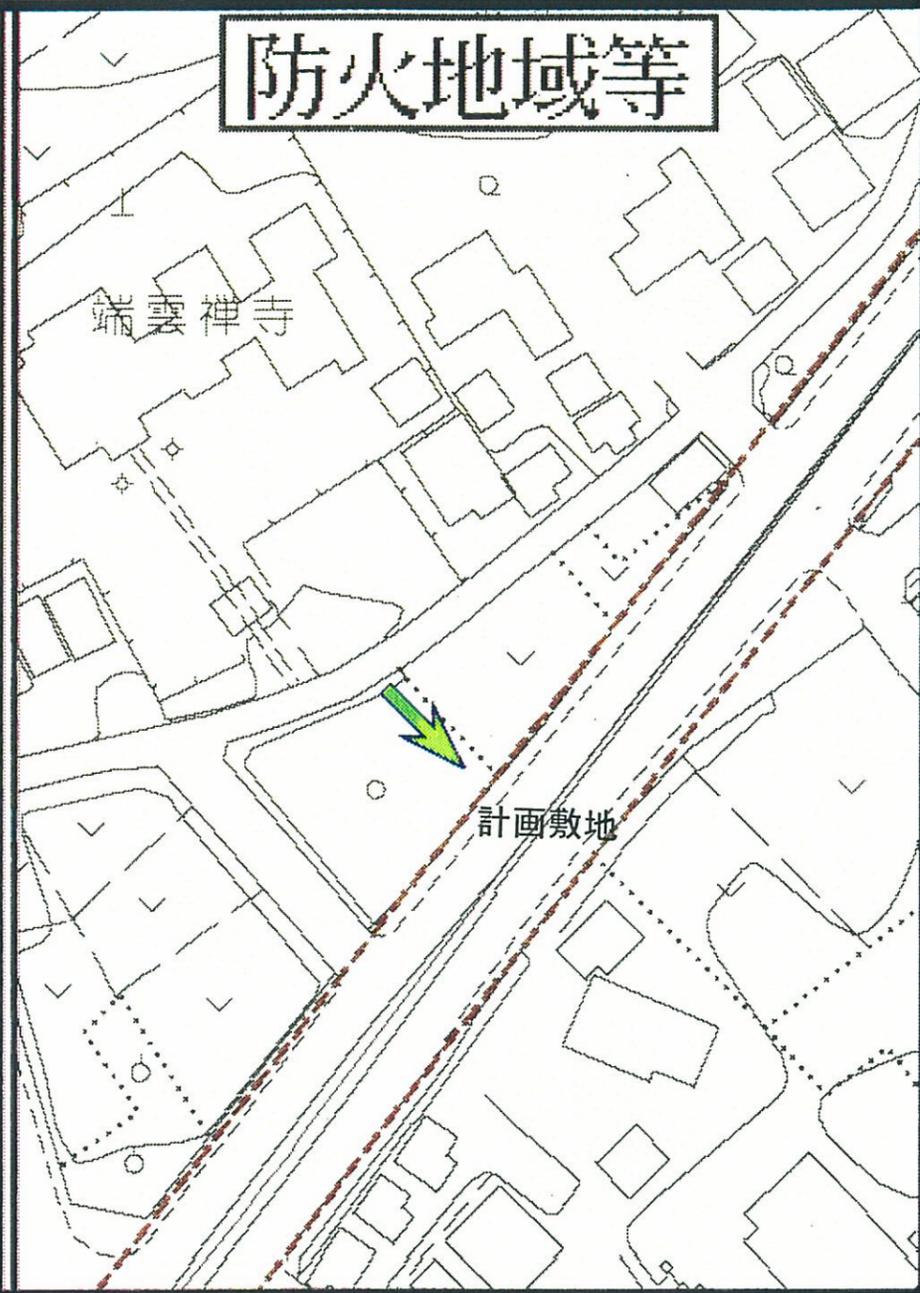
計画敷地

高速鉄道4号線 駅ビル事業化等検討調
葛が谷駅 建築企画 道路台帳 その2

用途地域



防火地域等



左の図は法定図面ではありませんので、詳細については窓口でご確認ください。(縮尺は約1000分の1です。)
また、下の表示は矢印の先端部の都市計画決定内容です。

市街化調整区域
用途地域 指定なし
防火指定なし

- 1種低住専
- 2種低住専
- 1種中高住専
- 2種中高住専
- 1種住居
- 2種住居
- 準住居
- 準工業
- 工業

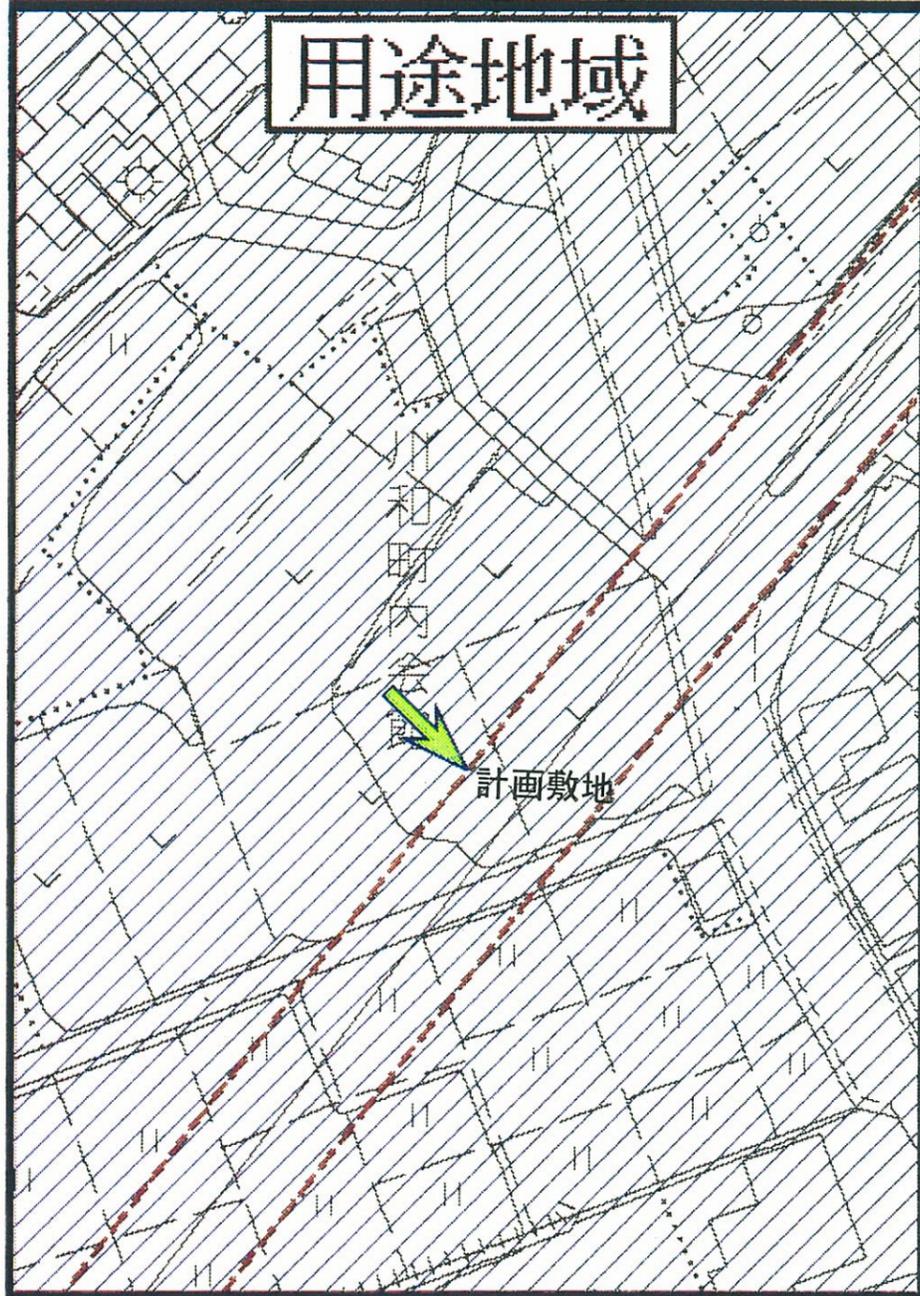
- 容積率
用途地域
建ぺい率
- 近商業 (第7種)
 - 商業 (第6種)
 - 商業 (最低限1種)
 - 商業 (最低限2種)
 - 市街化調整区域

- 防火地域
- 準防火地域
- 防火指定なし
- 風致地区
- 道路
- 河川

高速鉄道4号線
駅ビル事業化等検討調査
川和町駅 建築企画
用途・防火地域図・北東

横浜市都市計画局 発行
平成 9年12月 4日
(図面番号 38)

用途地域



防火地域等



左の図は法定図面ではありませんので、詳細については窓口でご確認ください。(縮尺は約1000分の1です。)
また、下の表示は矢印の先端部の都市計画決定内容です。

市街化調整区域
用途地域 指定なし
防火指定なし
都市計画道路
中山北山田線

	1種低住専	容積率 用途地域 建ぺい率		近商業 (第7種)
	2種低住専			商業 (第6種)
	1種中高住専			商業 (最低限1種)
	2種中高住専			商業 (最低限2種)
	1種住居			市街化調整区域
	2種住居			
	準住居			
	準工業			
	工業			
	工業			

	防火地域
	準防火地域
	防火指定なし
	風致地区
	道路
	河川

高速鉄道4号線
駅ビル事業化等検討調査
川和町駅 建築企画
用途・防火地域図・南西

横浜市都市計画局 発行
平成 9年12月 4日
(図面番号 38)

・商業施設の基本計画図の作成

葛が谷駅建築企画 内容一覧

当駅建築企画は本編で述べられる商業調査結果を踏まえ、現行法規上最大限のテナントリース面積を確保することを目標に計画したものである。ここでは本計画の大まかな駅舎、テナント配置構成の骨格について比較検討するために2案（A、B案）を挙げ、今後の各部詳細計画の基礎資料となるように作成した。

■ A、B案 計画概要

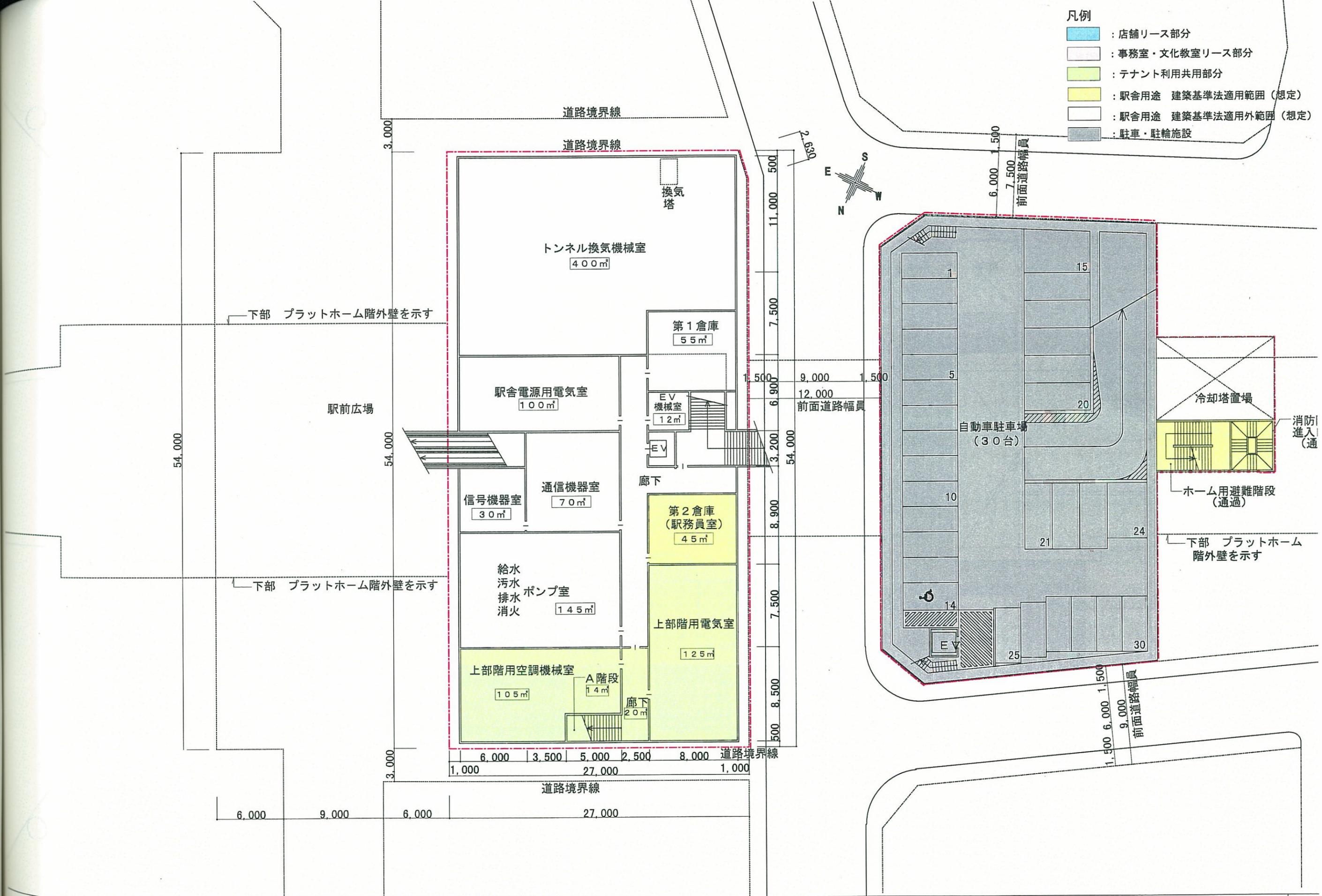
項目	A案	B案
階数	地下2階・地上4階建（地下2階はプラットホーム階）	
ラッチの位置と鉄道施設の概要	機能的な駅施設利用を配慮した計画。 地上1階にラッチを配してラッチへの導入を容易にした。当階には駅事務関係諸室とラッチ内コンコース、地下1階に鉄道用機械関係諸室（一部テナント利用の機械関係室）を配置して、鉄道施設の多くを駅ビル内（地下1階まで）に納めた。	地上1階を開放的な空間とするため、ラッチは地下1階に配した。 地下1階にはその他駅事務関係諸室とラッチ内コンコースを配置し、鉄道用機械関係諸室については当初駅計画に準じ、通信、信号機器室等はホーム階に配置した。
店舗等テナント配置計画の概要	1階の店舗配置は駅前広場、ラッチ外コンコースにファサードを出すことを重視したものである。 2階～4階の事務室及び文化教室は、店舗や駅舎の喧噪から離れた場所に極力大きなリース貸しが出来るように配置した。 直線的な1階ラッチ外コンコースに全てのアプローチが集約するので、 <u>全体的にコンパクトで明快な動線</u> になる。	回廊（ラッチへの誘導含）と店舗リースのみの1階、1階へ張り出した2階店舗は、 <u>ロータリー（駅前広場）やラッチから導かれる駅ビル利用者に対し、<u>圍繞感ある溜まり（界限）の場を形成し、そこを貫く吹抜（地下1階～4階）は、ビル内で活動する人々の様々な所作を感じ取れる、アーバニティーに満ちた共用空間の場を計画した。</u></u> A案と同様、3、4階には事務室及び文化教室を配置した。
階別施設概要 （全ての地上階を店舗フロアにしたプランについては後述C、D案（途中段階の計画案）を参照のこと）	PH階：EV機械室等 2～4階：事務室・文化教室リースフロア （2階の店舗リースフロア化は可能） 1階：ラッチ内コンコース、駅事務諸室 店舗リースフロア（小規模） 地下1階：鉄道用機械諸室、コンコース 地下2階：プラットホーム	PH階：テナント用各機械室、階段室等 3～4階：事務室・文化教室リースフロア 2階：店舗リースフロア（大、中規模） 1階：店舗リースフロア（小規模）、 回廊 地下1階：ラッチ内コンコース、鉄道用諸室 地下2階：プラットホーム、鉄道機械諸室

■ A、B案 各面積概算表（単位：㎡）

項目	A案				B案			
敷地面積	1,456.893							
建築面積	1,325.000				1,300.000			
建蔽率 （単位：％）	90.947（>80.000） （=1,325/1,456.893） ※建基法53条4項の適用が必要				89.231（>80.000） （=1,300/1,456.893） ※建基法53条4項の適用が必要			
延床面積 （B2階除く）	5,290.000				5,220.000			
容積率 （単位：％）	363.102（<400.000） （=5,290/1,456.893）				358.297（<400.000） （=5,220/1,456.893）			
階別床面積	リース 面積	店舗 共用部	駅舎 部分	合計	リース 面積	店舗 共用部	駅舎 部分	合計
PH階	—	(165)	—	(165)	—	(160)	—	(160)
4階	790	535	—	1,325	655	470	—	1,125
3階	790	535	—	1,325	655	470	—	1,125
2階	780	535	10	1,325	745	500	10	1,255
1階	395	170	415	980	505	605	55	1,165
B1階	—	264	71	335	—	—	550	550
合計	2,755	2,039	496	5,290	2,560	2,045	615	5,220

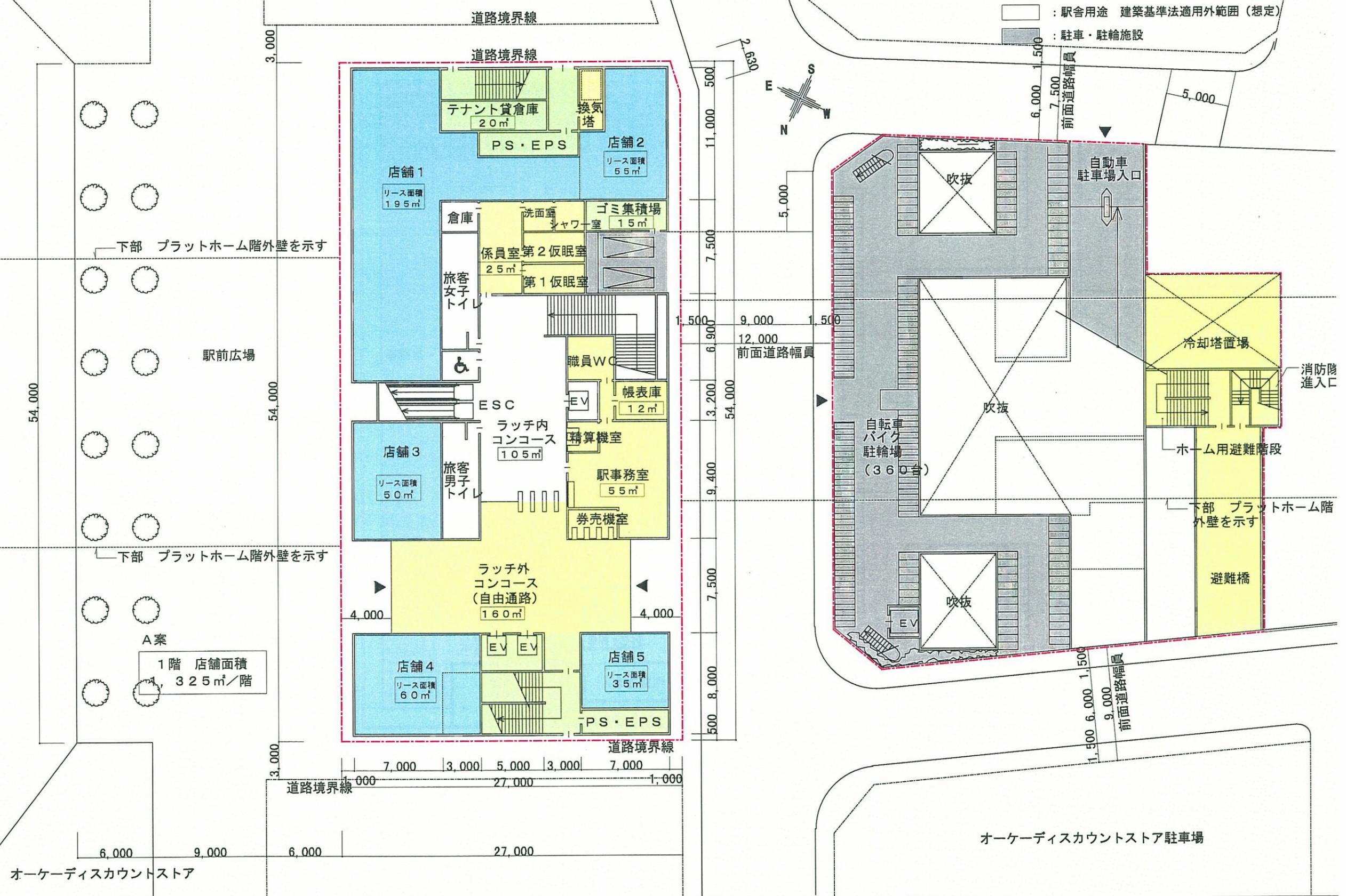
凡例

- : 店舗リース部分
- : 事務室・文化教室リース部分
- : テナント利用共用部分
- : 駅舎用途 建築基準法適用範囲 (想定)
- : 駅舎用途 建築基準法適用外範囲 (想定)
- : 駐車・駐輪施設



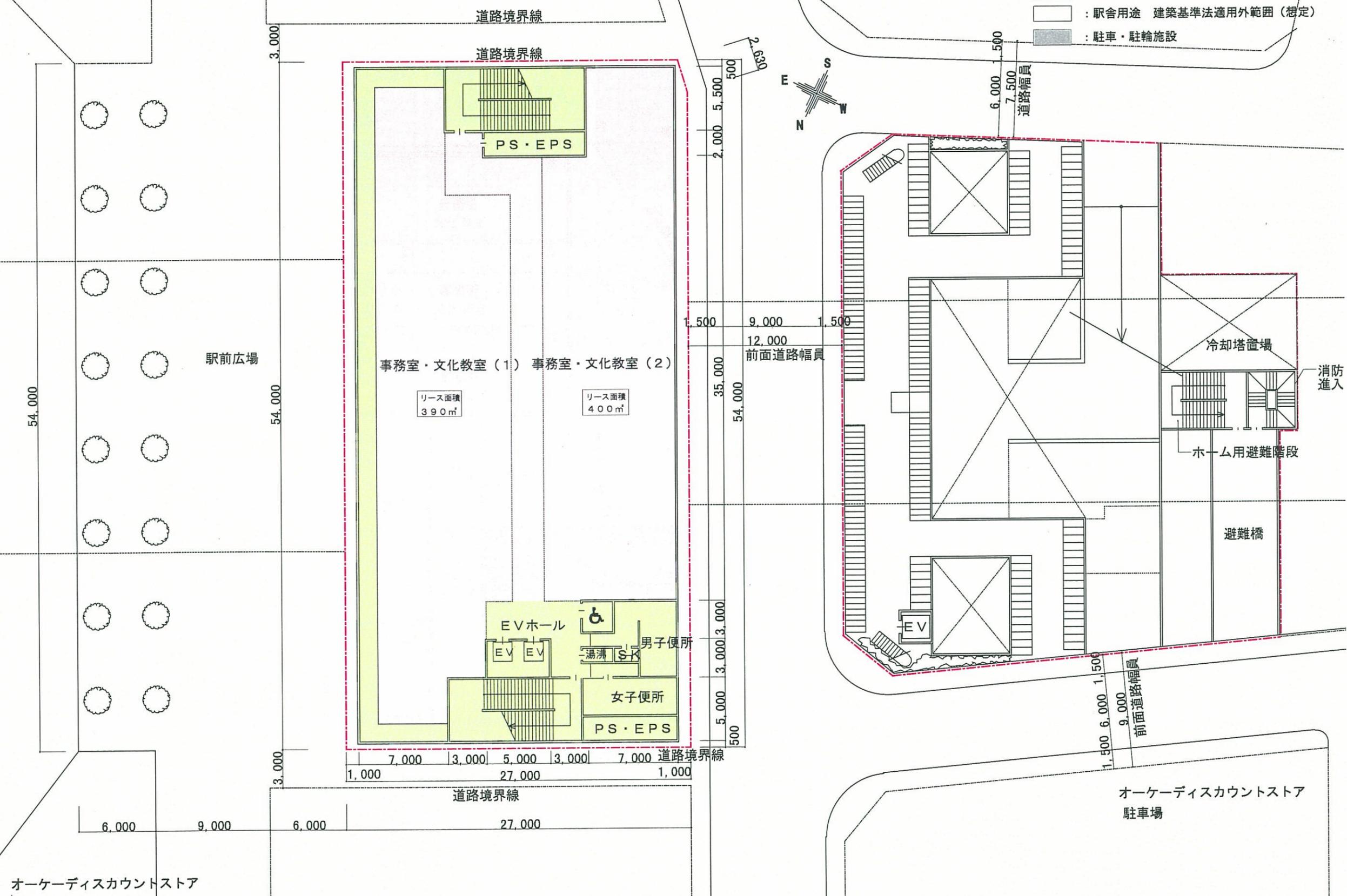
凡例

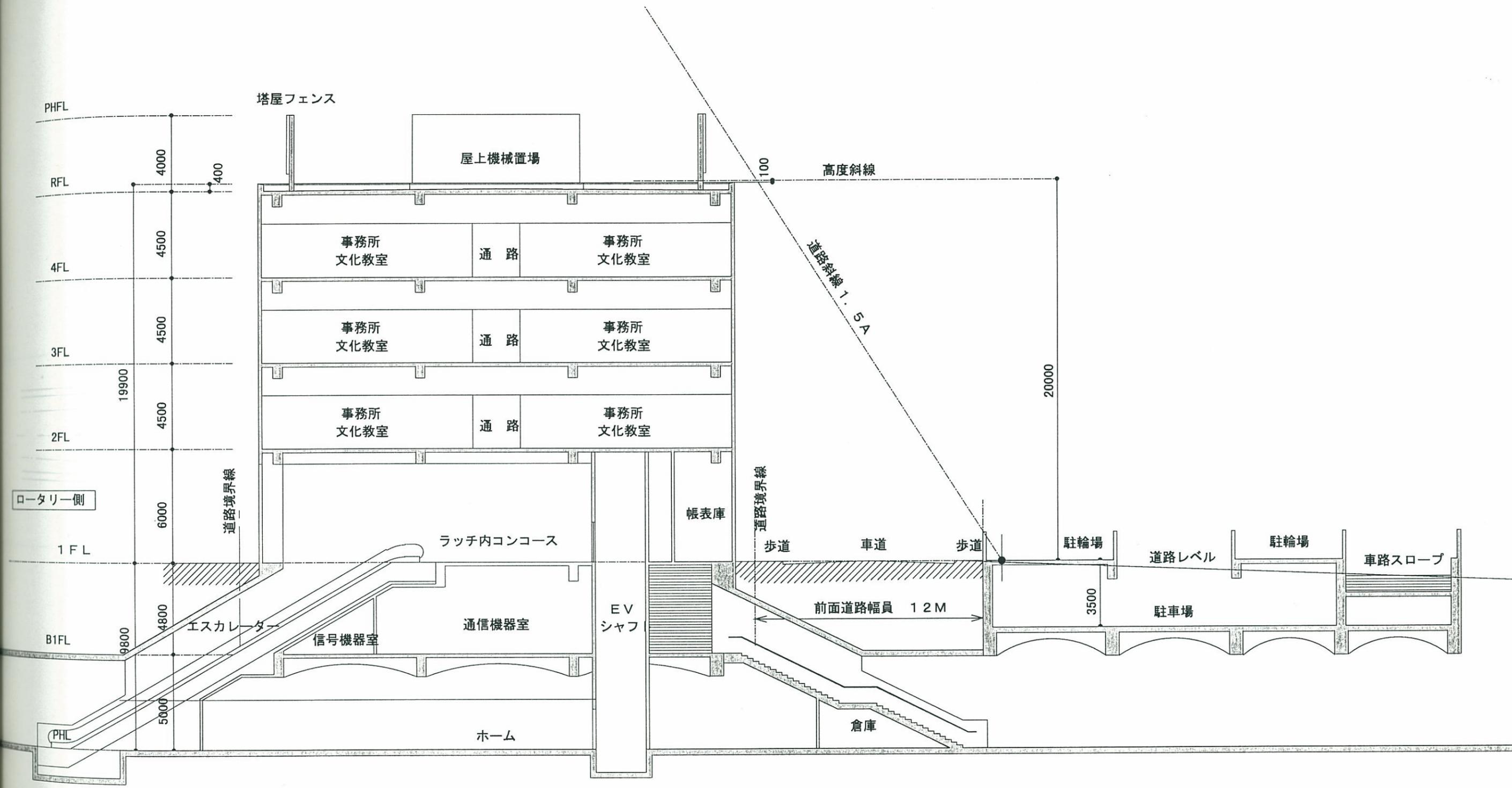
- : 店舗リース部分
- : 事務室・文化教室リース部分
- : テナント利用共用部分
- : 駅舎用途 建築基準法適用範囲 (想定)
- : 駅舎用途 建築基準法適用外範囲 (想定)
- : 駐車・駐輪施設

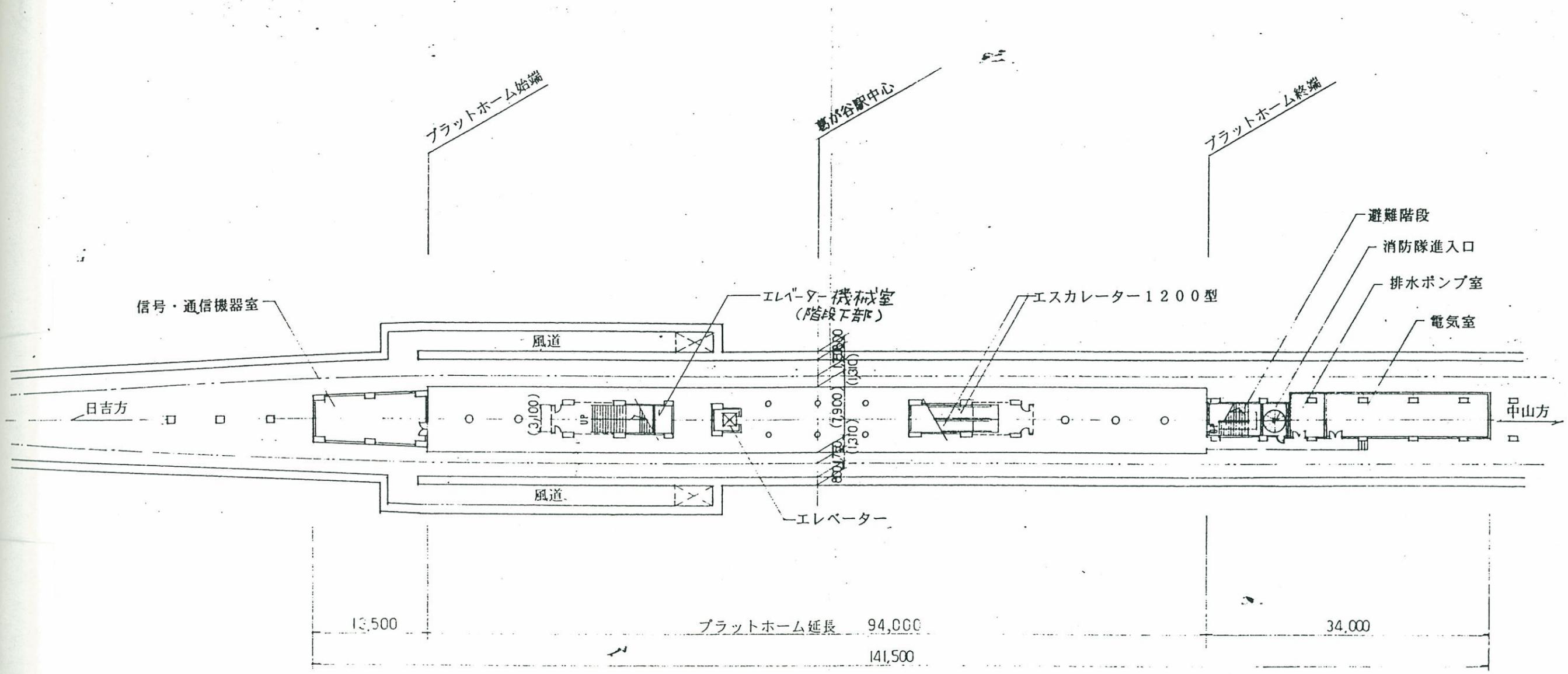


凡例

- : 店舗リース部分
- : 事務室・文化教室リース部分
- : テナント利用共用部分
- : 駅舎用途 建築基準法適用範囲(想定)
- : 駅舎用途 建築基準法適用外範囲(想定)
- : 駐車・駐輪施設

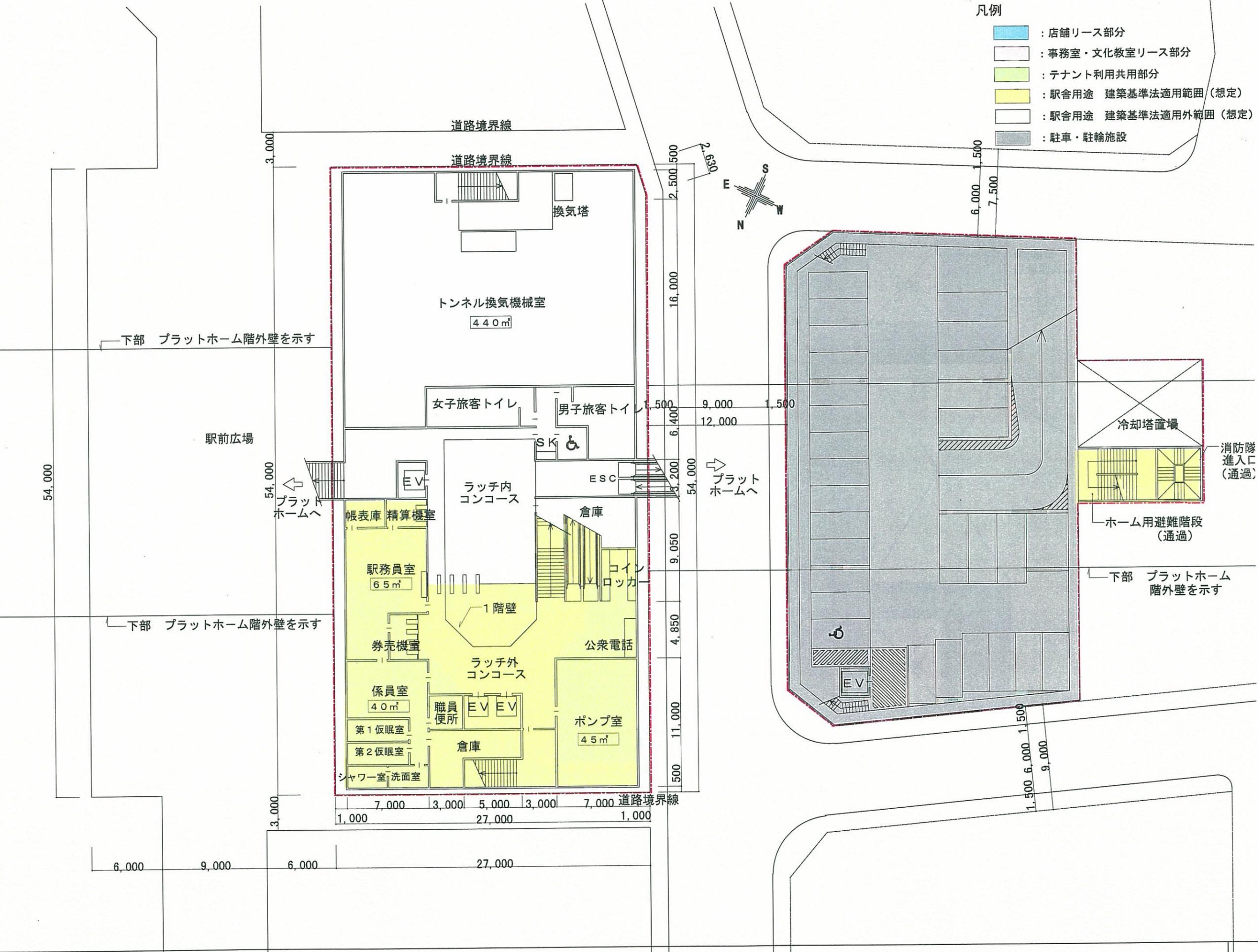






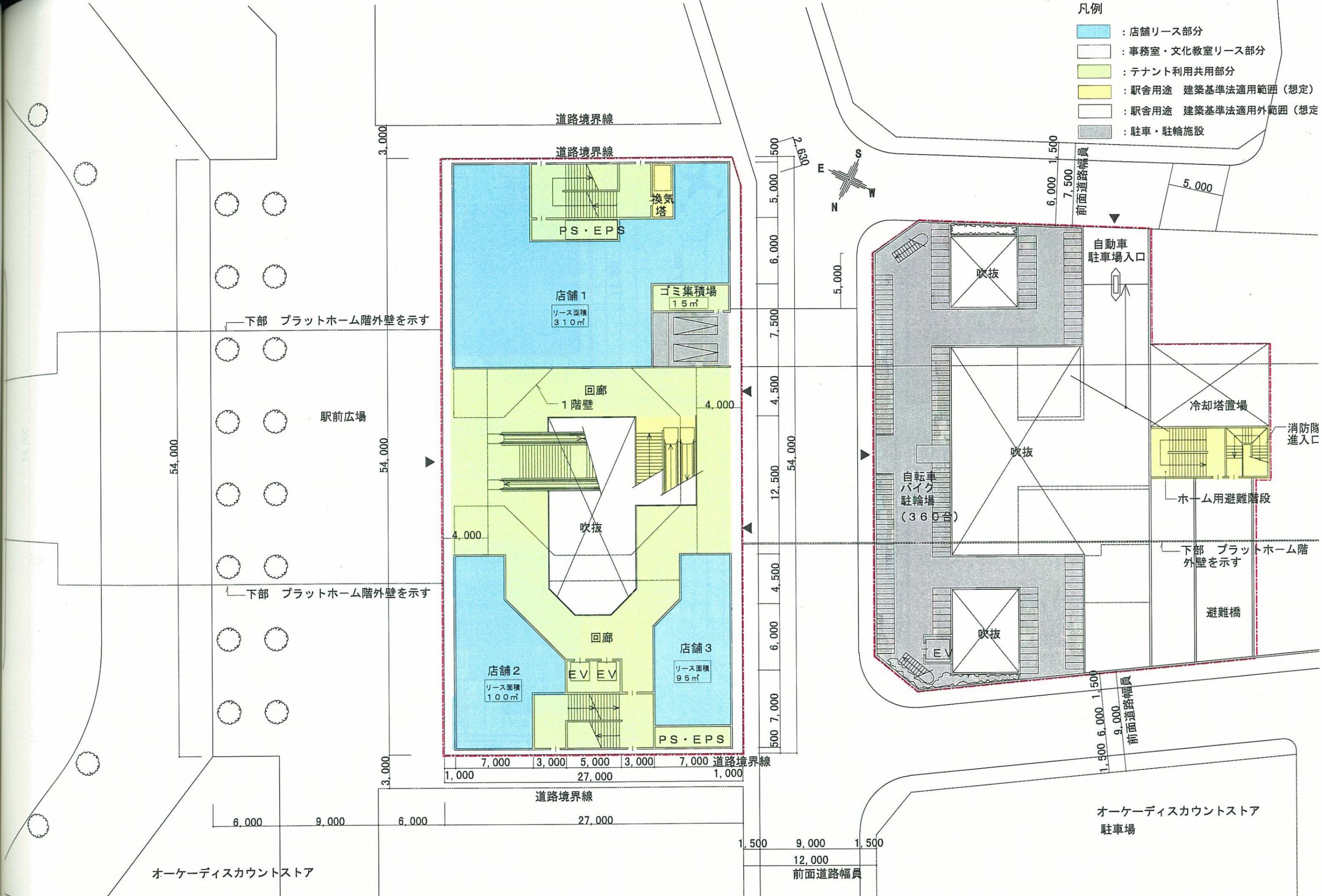
凡例

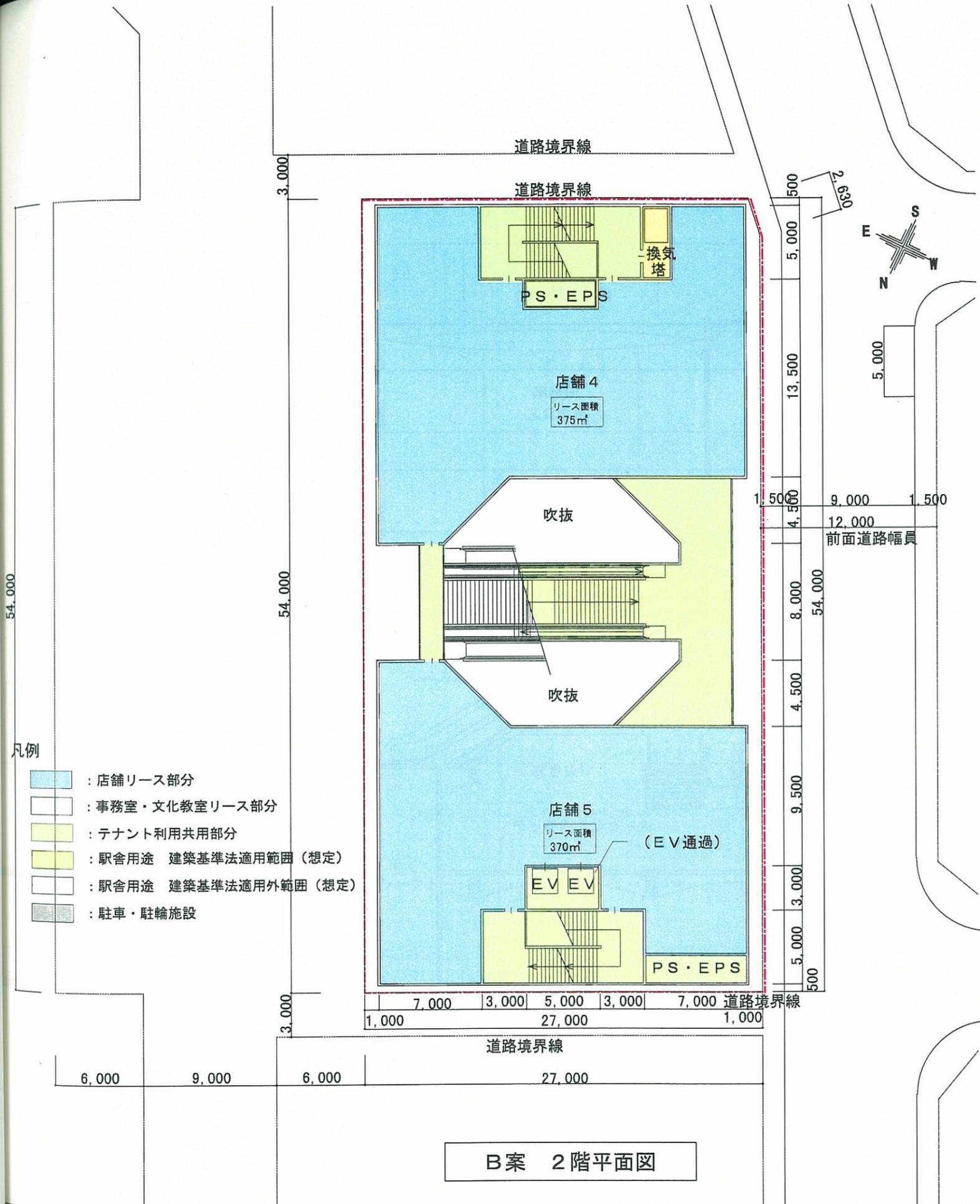
- : 店舗リース部分
- : 事務室・文化教室リース部分
- : テナント利用共用部分
- : 駅舎用途 建築基準法適用範囲 (想定)
- : 駅舎用途 建築基準法適用外範囲 (想定)
- : 駐車・駐輪施設



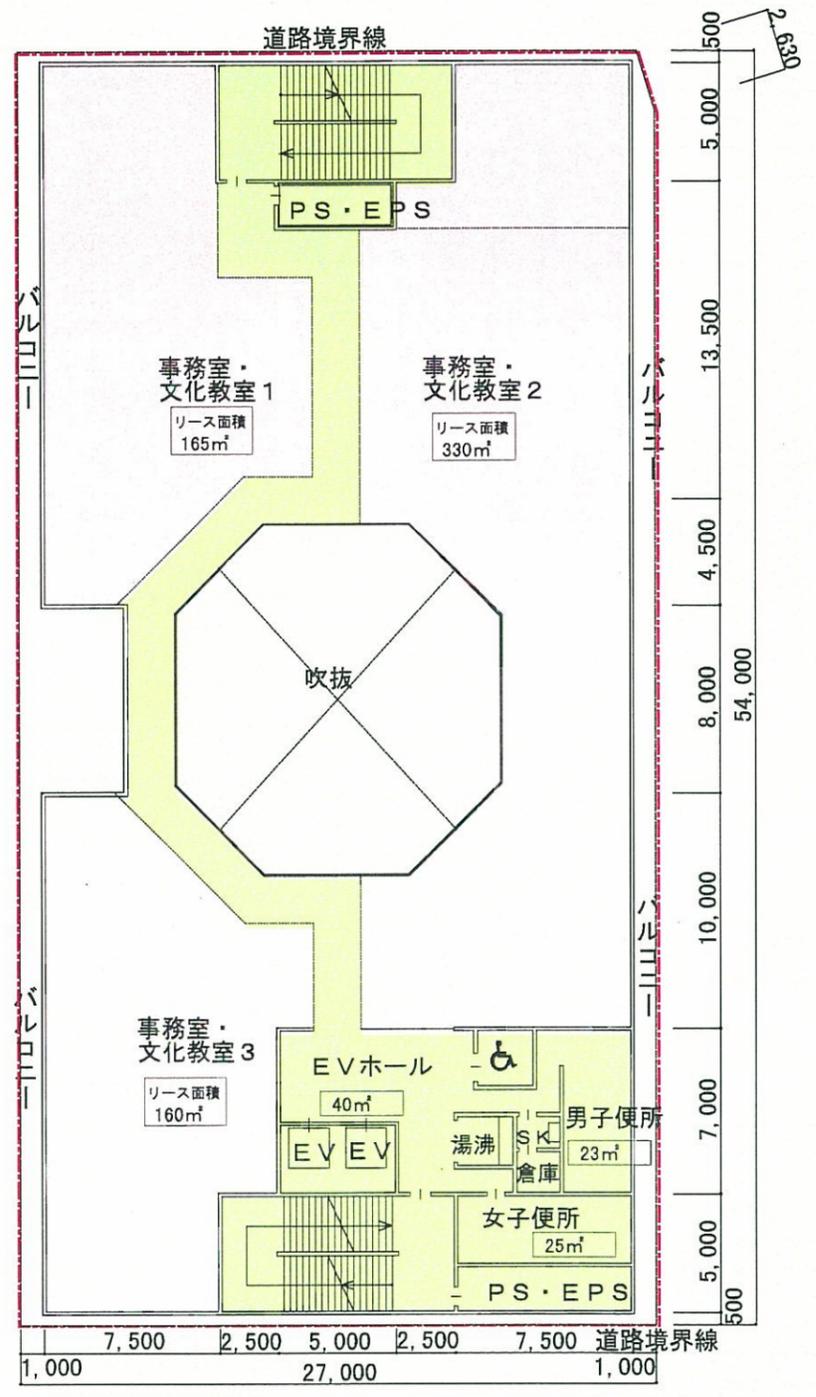
高速鉄道4号線駅ビル事業化等検討調査 葛が谷駅 建築企画 B案 配置図兼 地下1階平面図 S=1:300

- 凡例
- : 店舗リース部分
 - : 事務室・文化教室リース部分
 - : テナント利用共用部分
 - : 駅舎用途 建築基準法適用範囲 (想定)
 - : 駅舎用途 建築基準法適用外範囲 (想定)
 - : 駐車・駐輪施設



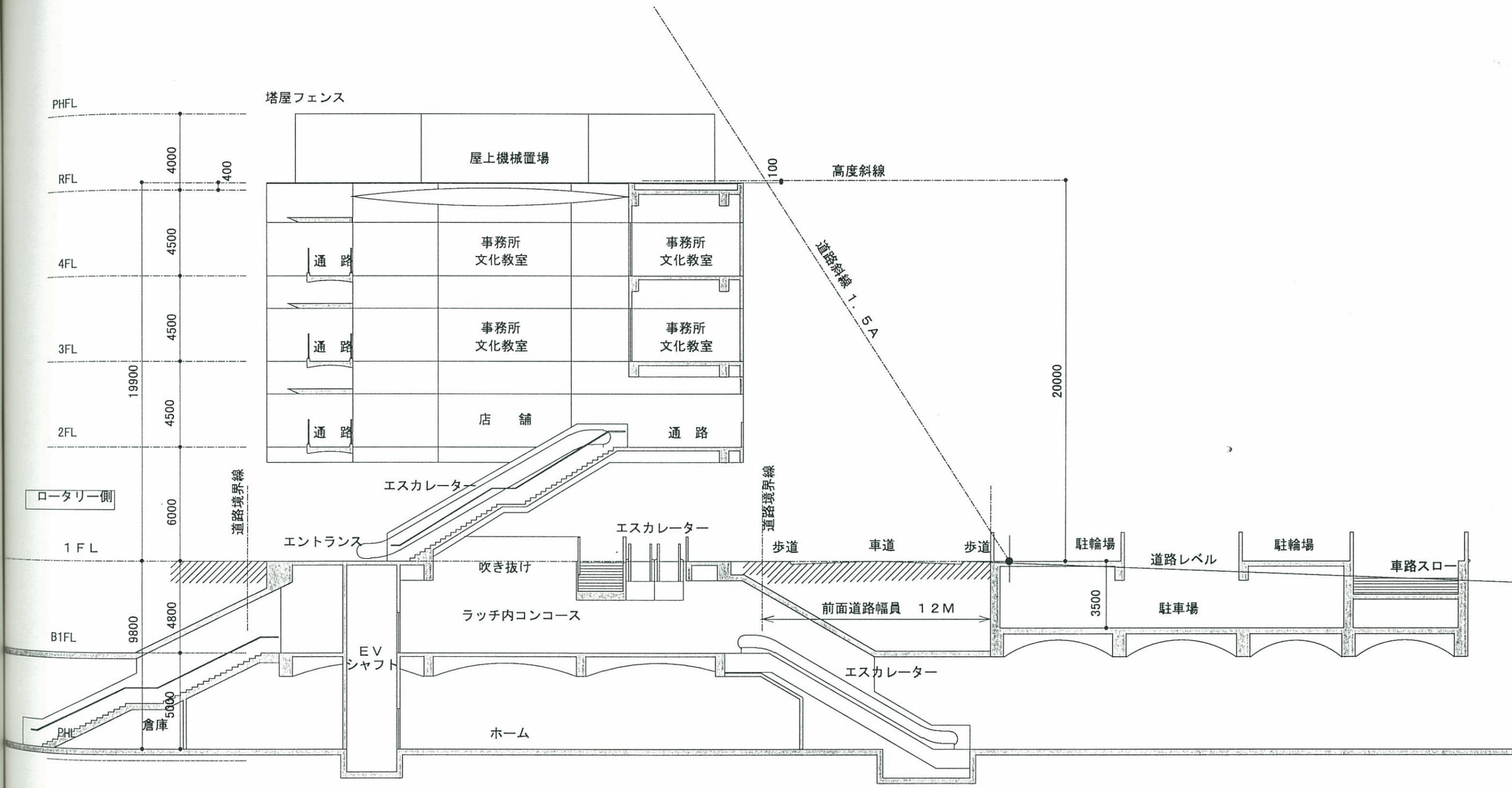


B案 2階平面図

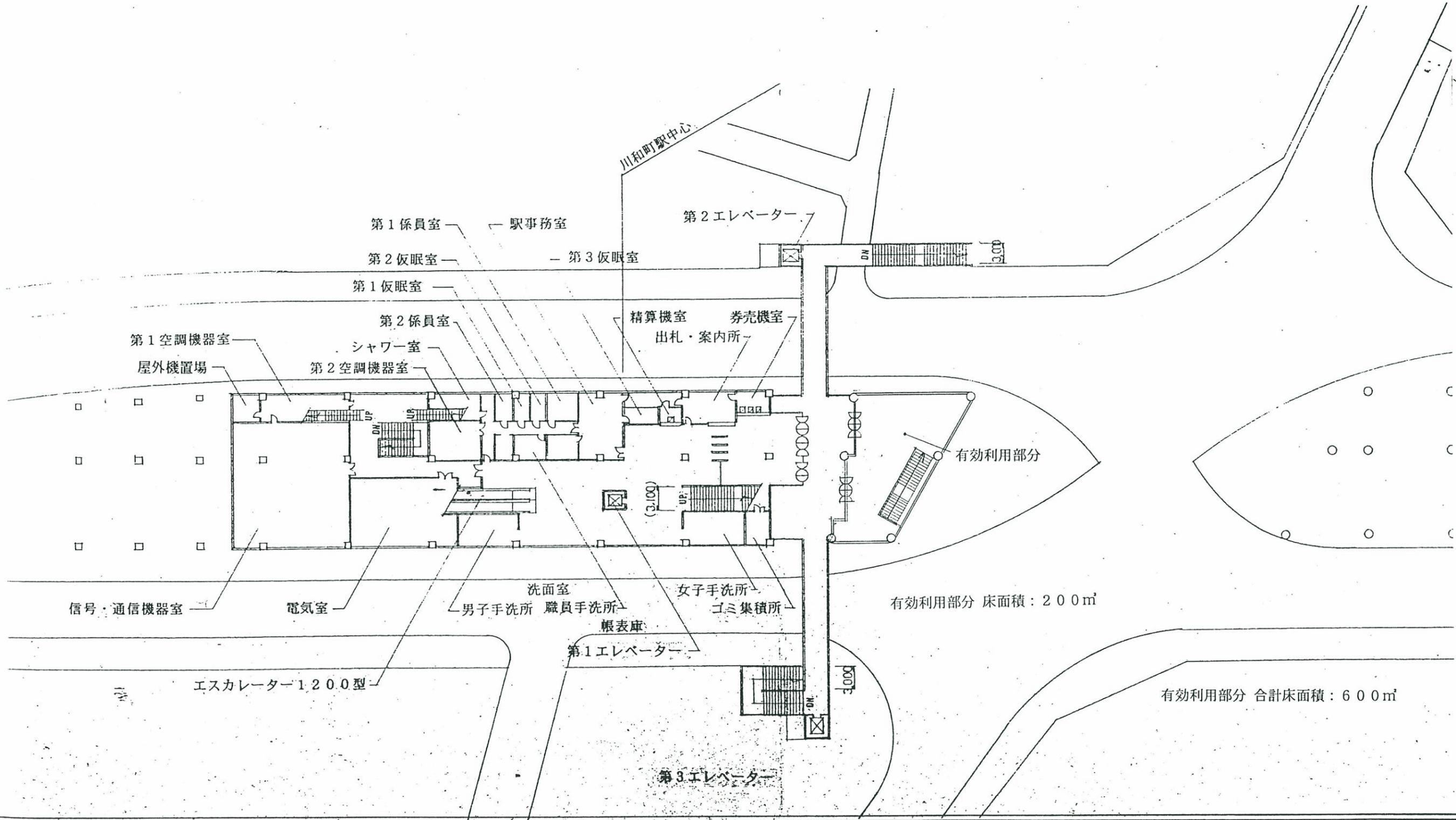


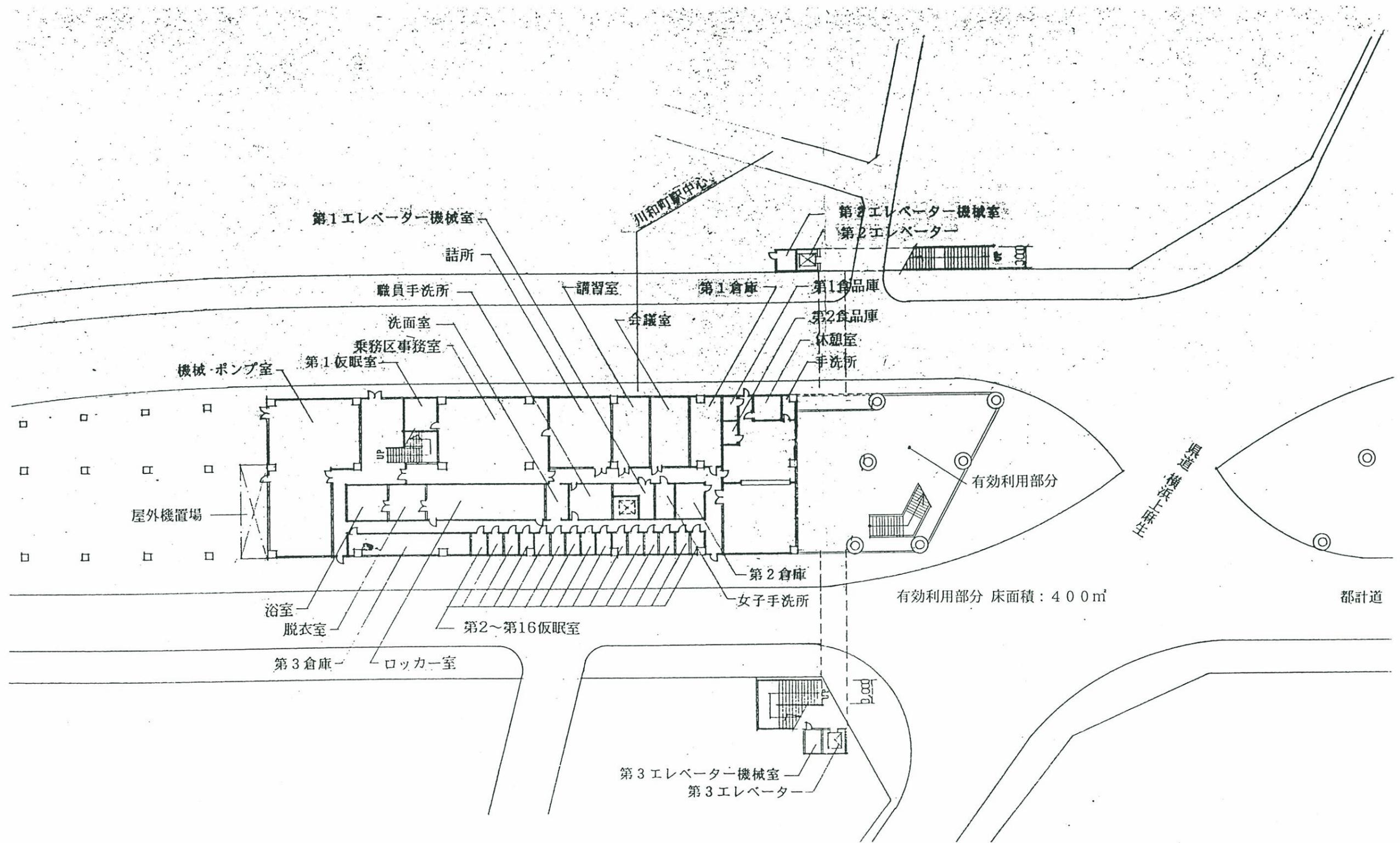
B案 3, 4階平面図

- 凡例
- : 店舗リース部分
 - : 事務室・文化教室リース部分
 - : テナント利用共用部分
 - : 駅舎用途 建築基準法適用範囲 (想定)
 - : 駅舎用途 建築基準法適用外範囲 (想定)
 - : 駐車・駐輪施設



● 有効利用部分を中山方に配置した場合
 地上1階、2階を利用し、2階ノラッチ外より施設へアプローチする。1階部分は三方向共車道に囲われるため利便性は少ないが2階は駅出入口の正面にあたるのでそれを入り口として(2階からアプローチ)1階・2階一区画での利用が考えられる。但し交差点上部の橋桁の柱脚を利用するため、構造上の検討が必要と考える。





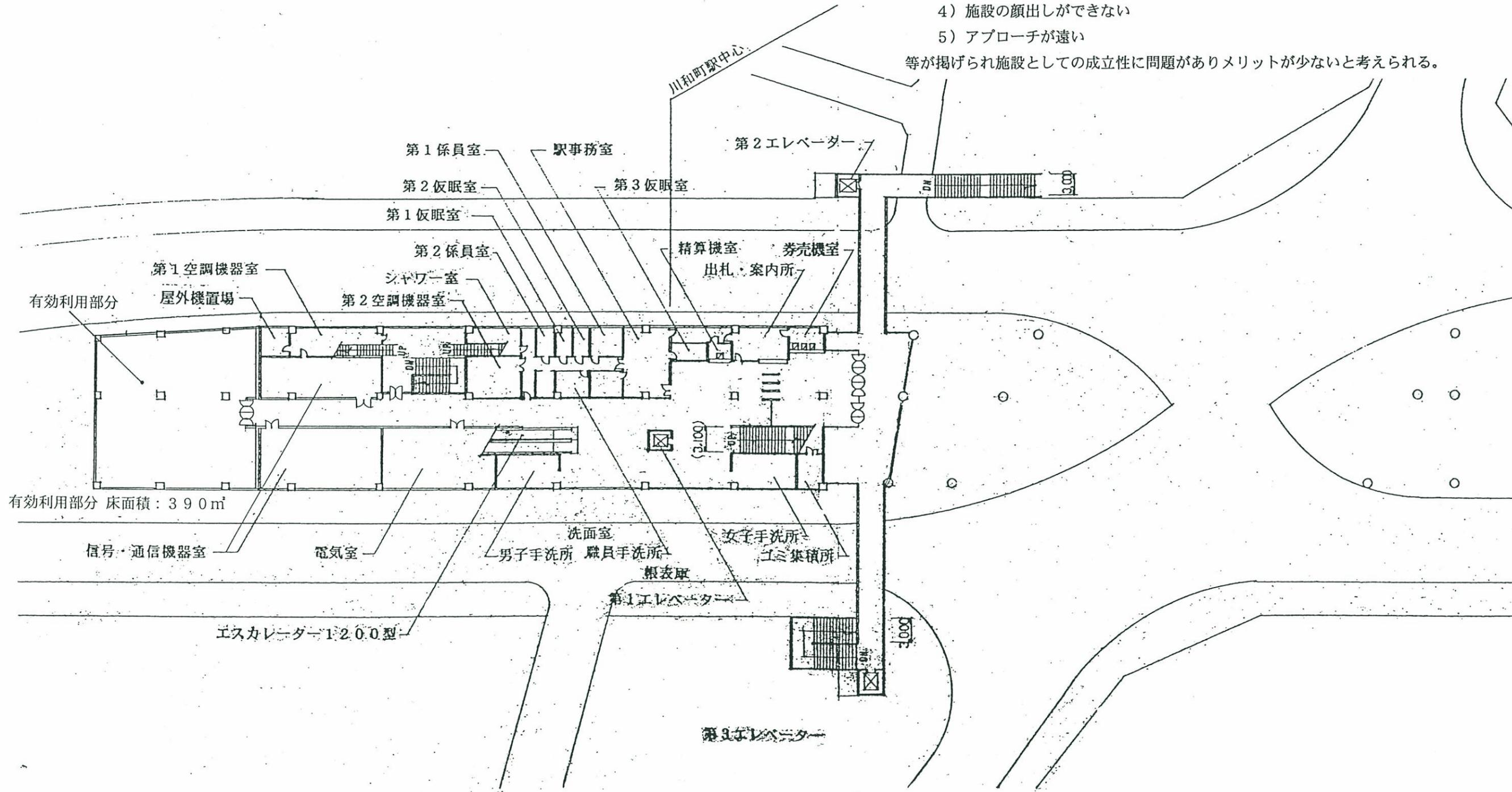
川和町駅舎有効利用計画

● 有効利用部分を日吉方に配置した場合

上部プラットホームの位置から決められる駅諸施設の配置の関係上、ラッチ内コンコースのエリアは自ずと決定される。その条件の下、日吉側に有効利用しようとする施設を配置した場合、

- 1) 動線上の不具合
- 2) 管理上の不便さ
- 3) 施設アプローチとしての成りたちの悪さ
- 4) 施設の顔出しができない
- 5) アプローチが遠い

等が掲げられ施設としての成立性に問題がありメリットが少ないと考えられる。



— 参 考 资 料 —

商業カテゴリーのタイプ その1

01 ショッピングセンター	トラディショナルタイプ					エコノミータイプ		スペシャリティ ¹⁷	テーマセンター		
	0101	0102	0103	0104	0105	0106	0107	0108	0109	0110	0111
	コンビニエンスセンター	ネパ ¹⁸ フット ¹⁹ 型SC	コミュニティ型SC	リゾ ²⁰ ショナル型SC	ス ²¹ ハ ²² ーリ ²³ ゾ ²⁴ ナル型SC	アウトレットセンター	ハ ²⁵ ワ ²⁶ ーセンター	スペシャリティセンター	テーマセンター	フェスタ ²⁷ ルセンター	ニューコンセプトSC
	1,000~ 2,000m ²	2,000~ 10,000m ²	12,000~ 20,000m ²	30,000~ 50,000m ²	60,000~ 100,000m ²	1,000~ 5,000m ²	5,000~ 20,000m ²	3,000~ 20,000m ²	2,000~ 10,000m ²	5,000~ 50,000m ²	5,000~ 50,000m ²
核店なしの日常生活対応の最寄商店街。時間的かつ地理的利便性を提供。	SMやドラッグストアを核とする生活必需品ニーズ対応のSC (小型SC)	GMSと専門店が一体となった生活提案ニーズ対応のSC (中型SC)	百貨店と専門店街が一体となった生活創造ニーズ対応のSC (大型SC)	複数の核店(主に百貨店)と専門店街が一体化した巨大SC (超大型SC)	在庫のクリアランスを目的としたメーカーおよび小売の直販店の集合体(ビレッジタイプ ¹⁷)	ディスカウント志向の大型スペシャリティストアの集合体モールなしのオフゾーン ¹⁷ 構造	駅ビル、専門店ビル、地下街…などの核なしの専門店集団のSC (大型専門店がマグネット)	特化あるいは個性派専門店で構成される。核なしであり、強力なテーマを持ったSC	レゾ ²⁸ ナー志向の強いSCであり、買物・飲食・レゾ ²⁹ ナー施設が一体化した形態	新しいコンセプトでつくられたSCで、マーケットセグメンテーションタイプのSCが多い	

02 デパートメントストア	リミテッド型百貨店			カジュアル型百貨店		都市型百貨店		
	0201	0202	0203	0204	0205	0206	0207	0208
	サテライト百貨店	コンパクト百貨店	スペシャリティ百貨店	百貨店志向GMS	ジュニア百貨店	準都市型百貨店	都市型百貨店	メガ百貨店
	100~1,000m ²	5,000~8,000m ²	5,000~15,000m ²	15,000~20,000m ²	10,000~20,000m ²	25,000~35,000m ²	40,000~60,000m ²	80,000~100,000m ²
百貨店ではないが、百貨店が特定の商品を専門店展開するタイプ(都心やターミナル立地)	小商圏で成立する百貨店であり基本的にはジュニア百貨店の圧縮型でありフルラインではあるがフルアイテムではない	フルラインの百貨店ではなく、特定のラインのみを取り扱う大型専門店タイプの百貨店 (専門店志向のSC)	GMSのアップスケール志向による専門商品の導入、ハイイメージ店舗(GMS 60%+百貨店40%) → 50貨店	基本的には百貨店であるが百貨店とGMSの中間型。郊外・地方立地に多い(百貨店60%GMS40%) → 60貨店	都市型百貨店志向のフルラインであるが、フルアイテムではない(商圏人口40万人~80万人) → 80貨店	本来の百貨店タイプでありフルライン・フルアイテムの百貨店(商圏人口100万人~200万人の立地) → 100貨店	大都市立地(商圏人口400万人以上)の巨艦型百貨店。MD的には都市型百貨店の拡大タイプ → 150貨店	

03 GMS	エコノミータイプ			コンパクトタイプ		スペシャリティ ¹⁷	ジュネラルタイプ		アップスケールタイプ	
	0301	0302	0303	0304	0305	0306	0307	0308	0309	0310
	ウェアハウスGMS	ハイ ³⁰ マ ³¹ ーケ ³² ット	ディスカウント志向GMS	コンビネーションストア	コ ³³ ハ ³⁴ 外 ³⁵ 型GMS	専門大型店GMS	標準型GMS	ニューコンセプトGMS	本格的GMS	カジュアル百貨店
	5,000~ 10,000m ²	10,000~ 20,000m ²	5,000~ 10,000m ²	1,500~ 3,000m ²	4,000~ 6,000m ²	5,000~ 10,000m ²	7,000~ 10,000m ²	8,000~ 15,000m ²	11,000~ 15,000m ²	15,000~ 20,000m ²
倉庫型の軽装備の建物でディスカウント志向で展開するGMS (ローコスト・ロープライス型GMS)	ロット販売を中心としつつ、ボリューム販売・ディスカウント販売志向をしたGMS (まとめ買い対応)	GMSのアップスケール化に逆対応して本来の安売り商法で展開するGMS (本来のGMSを目指す店舗運営)	SMを中心とし、ドラッグストアあるいは衣料スーパーを付加した事業でありワンストップショッピングが可能	規模は小さいがGMSのフルライン型である(ただし、フルアイテムではない)。ワンストップショッピング志向	フルライン型ではなく、特定の商品ゾーンを徹底強化した専門店志向のGMS	標準的なGMSであり生活必需品のフルライン型GMS(平均満足を提供)	GMSに新しいコンセプトを付加し、時代を若干先取りしたニュータイプのGMS	標準的なGMSアップスケール化(規模とグレードの両面)した大規模なGMS(今後の主流)	GMSのアップスケール志向による専門商品の導入、ハイイメージ志向のGMS (GMS 60%+百貨店40%)	

商業カテゴリーのタイプ その2

04 スーパーマーケット	コンパクトSM		エコノミーSM			ジェネラルSM	アップスケールSM		テーマSM	
	0401	0402	0403	0404	0405	0406	0407	0408	0409	0410
	コンビニエンスストア	ミニスーパー	ウェアハウス型SM	スーパーセンター	ボックスストア	スーパーマーケット	コンビニエンスストア	SSM	ハイオリティSM	ニューコンセプトSM
	100 ~ 150㎡	150 ~ 500㎡	500 ~ 2,000㎡	2,000 ~ 5,000㎡	100 ~ 500㎡	1,500 ~ 1,800㎡	1,500 ~ 3,000㎡	2,000 ~ 3,000㎡	1,000 ~ 2,000㎡	1,000 ~ 2,000㎡
	立地・規模・時間・駐車場の利便性を提供する店（生活雑貨対応+食品）	小型のスーパーマーケットであり、ターミナルやニュータウンおよび都心立地が最適（長時間営業）	倉庫型のSMであり、ローコスト・ロープライスのディスカウントタイプ	ハイパーマーケットの小型タイプであり、ロット販売とディスカウント販売を基調としたSM	低コスト・低価格の小型SM（ヨーロッパ型のエコノミーストア）別名 リミテッド・アソートメントストア	450坪のSMの標準タイプ。我が国で1番多いタイプ。食品のフルライン・フルアイテムの店舗	SMとドラッグストアあるいは衣料スーパーが一体化した大型タイプの店（小型GMS）	SMゾーンの拡大とドラッグストアとの一体化した大型タイプの店（今後のSMの中心タイプ）	多様化する食品消費の中で、高級志向の食品を提供するSM。ハイイメージ・ハイオリティ・ハイプライスのSM	多様化する食品消費の中で、特定のコンセプトに基づき市場細分化したSM

05 スペシャリティストア	特殊専門店		一般専門店		ディスカウント専門店		カタログ専門店	大規模専門店		
	0501	0502	0503	0504	0505	0506	0507	0508	0509	0510
	アイテムショップ	テーマショップ	ジェネラルショップ	コンセプトショップ	ディスカウントショップ	オフプライスショップ	アウトレットストア	カタログショップ	大型専門店	メガストア
	20 ~ 30㎡	50 ~ 150㎡	50 ~ 150㎡	50 ~ 150㎡	100 ~ 500㎡	100 ~ 500㎡	150 ~ 1,000㎡	50 ~ 500㎡	300 ~ 1,000㎡	3,000 ~ 5,000㎡
	商品ラインのうち、特定のアイテムのみを取り扱う間口の狭い奥行き深い専門店	一定のテーマを設定し、テーマに基づき品揃えをする間口の広い奥行き浅い専門店	一般的な商品グループ（業種）単位に品揃えする専門店	ジェネラルショップの中で特定の強力なコンセプトを持った個性のある専門店	一般商品を、販売システムの合理化により2~3割安く売る専門店（一般商品の安売り）	ブランド商品および高級志向商品の安売り専門店（3~5割引）（高級品の安売り）	メーカーの直売およびチェーン店の在庫のクリアランス目的の専門店	カタログによる商品選定あるいは、ショールーム形式で小売兼用の専門店（リテール&ショールーム）	特定の業種・商品ラインをパワーMDによってアイテム数を増大した大規模な専門店	大型専門店の3~5倍以上のMDパワーおよび売場面積を持つ超大規模な専門店

06 フードサービス	コンビニエンスフードサービス				スペシャリティフードサービス				複合フードサービス	
	0601	0602	0603	0604	0605	0606	0607	0608	0609	0610
	テイクアウトレストラン	ファーストフードレストラン	ファミリータイプレストラン	カフェテリアレストラン	カジュアルレストラン	スペシャリティレストラン	エンターテインメントレストラン	フレステージレストラン	フードコート	スーパーレストラン
	キャッシュ・アット・キャリア	キャッシュ・アット・キャリア・セルフサービス	テーブル・カウンターサービス	セルフサービス	テーブルサービス	テーブルサービス	テーブルサービス	テーブルサービス	キャッシュ・アット・キャリア・セルフサービス	テーブルサービス
	おやつ・昼食	おやつ・昼食	昼食・夕食	昼食	昼食・夕食	夕食	夕食	夕食	おやつ・昼食	昼食・夕食
	毎日性~週間性	毎日性~週間性	週間性	週間性	月間性	月間性	季節性	季節性	毎日性~週間性	月間性~季節性
	安い	安い	手頃	手頃	やや高い	高い	高い	非常に高い	安い	やや高い~高い
400~500円	650~750円	900~1200円	1000~1500円	1800~2500円	4000~6000円	4000~6000円	8000~10000円	400~800円	3000~6000円	

商業カテゴリーのタイプ その3

07 ホームイメージ イン チェン ジ ン グ ス ト ア	ホームファニッシングストア				ホームセンター				ニューコンセプトストア			
	0701	0702	0703	0704	0705	0706	0707	0708	0709	0710	0711	
	コンパクトタイプ	標準タイプ	アップスケールタイプ	メカストアタイプ	コンパクトタイプ	標準タイプ	アップスケールタイプ	メカストアタイプ	ホームコレクションストア	ホームファッションストア	特化ストア	
	500～ 1,500㎡	2,000～ 4,000㎡	5,000～ 7,000㎡	8,000～ 10,000㎡	500～ 1,500㎡	2,000～ 4,000㎡	5,000～ 7,000㎡	8,000～ 10,000㎡	150～ 1,000㎡	150～ 1,000㎡	300～ 3,000㎡	
	家具・インテリア・カーペット・ベッド（寝具など）の住まいを美しく、楽しく、便利にするために必要な器具・装飾品を売る小売店（完成品中心のホーム関連ストア）				住まいづくりと修復、改善に伴う耐久消費財・インテリア・建材を主力商品として売る（DIYが主力のホーム関連ストア）				快適な住まいの空間をつくる装飾品や内装材をコーディネートして売る店（パントリー・壁紙・タイル専門店）		室内装飾品および室内で使う衣関連商品…等のソフト商品中心の店	特定のホーム関連商品のアイテムショップ志向の大型店（ex. 園芸のみ、陶器のみ…等）

08 ドラッグストア	ファーマシー	ドラッグストア	スーパードラッグストア（SD&S）	ディスカウントドラッグ・ストア
	0801	0802	0803	0804
	50～100㎡	500～750㎡	1,000～2,000㎡	2,000～3,000㎡
	ファーマシー（調剤）中心の小売店。本来のドラッグストア	調剤を主力とはするが、SMの非食品の売れ筋商品と化粧品・クスリ・日用雑貨の品揃えの小売業	ドラッグストアにハウスキーピングに関する商品を総合的に加えた小売店	薬品・化粧品・ヘルスケアビューティエイドなどのよりスペシャリティ性を要求される商品を豊富な品揃えと超低価格で提供する店

09 カタログ 業 態	カタログショールーム	カタログリテイラー	無店舗販売
	0901	0902	0903
		カタログとサンプルをショールームに置き、購入申込書に必要事項を記入して商品を受け取るセルフサービス方式の店（ナショナルブランド商品のディスカウント）	通販やカタログ販売を中心とするが、同時にSCテナントとなり、直接販売する小売業（リテイラー&通販）

10 ディス カ ウ ン ト ス ト ア	ディスカウントストアタイプ				ディスカウントハウスタイプ		ウェアハウスタイプ			ワンプライスタイプ
	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1010
	ボックスストア	バラエティ型DS	スペシャリティ型DS	GMS型DS	アウトレットストア	オフプライスストア	ホールセールクラブ	メンバーズショップウェアハウス	ノンメンバーズショップ	クレーディスカウント
	低コスト・低価格の小型SM（ヨーロッパのエコノミーストア） 別名：リミテッドアソートメントストア	非食品中心のディスカウントストア。ノンフード商品を、ローコスト志向でロープライスで提供するディスカウントストア	電気・靴・カメラ・洋服…等の業種に絞り込んだディスカウントストアであり、PBおよびNBの両方のタイプである。（特定の業種に絞り込んだディスカウント）	大手チェーンストアのディスカウントであり、生鮮食品も含めた総合ディスカウントストア（メーカーやチェーン店の過剰在庫商品）	メーカーの直売およびチェーン店の在庫のクリアランス目的のディスカウント（メーカーやチェーン店の過剰在庫商品）	ブランド商品および高級志向商品の安売り専門店 （3～5割引高級品やブランド品の安売り）	メンバーズショップのウェアハウス型ディスカウントであり、小売業者・飲食会社を対象にした卸売業。（業務用を主力としつつ、個人にもやや高く売る）	会員制のウェアハウス型ディスカウントであり、業務用ではなく、個人を対象としたストア	非会員制のウェアハウス型ディスカウントである （低価格志向の倉庫型店舗）	過剰在庫品や傷物商品を大量に現地仕入れし、統一価格で販売する小売店（100円均一や1,000円均一。ドルの単一価格で売るケースが多い）

商業カテゴリーのタイプ その4

11 食品専門店街	マーケットタイプ			バザールタイプ		ディスカウントタイプ	グルメタイプ			サイトシイキングタイプ
	1101	1102	1103	1104	1105	1106	1107	1108	1109	1110
	一般市場	特化市場	食品専門店街	朝市	ビックリ市	ディスカウントショップ	名店食品街	グルメ食品街	ニューコンセプト食品街	観光市場
	対面販売主体の一般的市場。食品のフルライン構成で庶民性のある食品売り場 (生活志向の売場)	超大型市場および特定の食品に特化した市場の2つのパターンがある。業務用ニーズにも対応(ロット志向・業務志向の売り場)	SCの中で、SMと一体化している食品専門店街。市場よりややハイイメージ化し対面の食品売り場(生活志向の売場)	近郊農業および魚市場からの直売方式で、かつ早朝に営業する市場 (時間限定の特売)	特定日時に限定した営業日に、超特価で販売するディスカウント志向の店 (曜日限定の特売)	特定の仕入方法およびローコスト方式によるディスカウント食品の店(会員制もある) (常設の安売り)	全国的に有名な店および有名産地の食品売り場の集合体。ギフト目的に対応 (高級志向の売場)	百貨店の食品売場…等の専門志向のグルメ食品売場 (グルメ志向の売場)	多様化する食品消費の中で、特定のコンセプトに基づき市場細分化した食品売場 (コンセプト志向の売場)	観光客・レジャー客を対象とする土産ニーズの食品売場。 (ex. フィッシャーマンズワフ等) (土産志向の売場)

12 ライフサービス機能	一般サービス機能	業務サービス機能	シビックサービス機能	文化サービス機能	社交サービス機能	スポーツサービス機能	クリニックサービス機能	パブリックサービス機能
	1201	1202	1203	1204	1205	1206	1207	1208
	理容・美容 貸衣装 レンタカー 各種レンタルショップ クイックサービス プレイガイド エステティック クリーニング 総合サービスカウンター	銀行(ATM・CD) 郵便局 トラベルサービス 保険会社 証券会社 クレジットサービス 不動産仲介 ハウジングセンター カーソリニスタント ショールーム	市民サービス N T Tサービス 電気サービス ガスサービス 図書館 美術館 博物館 各種相談サービス	各種教室 クラフト教室 幼児教室 映画館 音楽スタジオ サテライトスタジオ 劇場(ホール) ギャラリー 貸ホール 学習塾、進学塾	ホテル 結婚式場 宴会場 パーティールーム	スイミングスクール スポーツクラブ テニスコート ゴルフ練習場 フィットネススタジオ 体育教室	各種医療 (歯科・内科・ 外科・皮膚科・ 小児科・耳鼻科・ 喉科・眼科・整 形外科) 針灸・指圧 マッサージ 体力診断 健康相談	駐車場 バスストップ(ターミナル) タクシー・ハイ 広場(プラザ) ビクニックカー・デ ステーション コインロッカー 公衆電話 自転車置場 バイク置場

13 アミューズメント機能	スポーツ系 アミューズメント機能	ゲーム系 アミューズメント機能	ネイチャー系 アミューズメント機能	ヘルス系 アミューズメント機能	カントリー系 アミューズメント機能	ナイト系 アミューズメント機能	ランド系 アミューズメント機能
	1301	1302	1303	1304	1305	1306	1307
	ボーリング場 アイスアリーナ マリンスポーツ ウオーターパーク スカッシュ、ラケットボール ゲートボール スリックカート パットパットゴルフ シューティング	パチンコ ビリヤード スマートボール スロットマシン プレイランド 囲碁、将棋、麻雀 ゲームセンター	プラネタリウム 水族館 ミニ動物園 ミニ植物園 宇宙館	健康ランド クアハウス サウナ	物産館 記念館 博物館 歴史館	デイスコ ライブハウス スナック・バー のれん街 カフェ アホール	シュミレーションランド レジャーランド ピクニックランド ファンタジウム

■周辺の主な駅ビル事例

MY CITY (新宿ステーションビル)		所在地 〒160 東京都新宿区新宿3-38-1 TEL 03-5269-1111 JR新宿駅構内	
開設年月日	1964年5月20日	建物構造	鉄筋コンクリート造
建物規模	地上8階地下3階塔屋3階		
建設者	(株)新宿ステーションビルディング 東日本旅客鉄道(株)	設計監理	(株)鉄道会館
敷地面積	14,706 m ²	建物(底地)面積	7,396 m ²
S C 形態	駅ビル	立地の特徴	中心商業地域
来店客数(1日平均)	平日 47,500人 休日 52,000人	車客の割合	平日 休日
定休日	無休	営業時間	物販 10:00~21:00 飲食 11:00~22:00
駐車場	地下 150台	自転車置場	なし
家賃徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率	保証金	あり
		従業員数	あり
		売上管理	売上金預託
		正社員	パート
		合計	
		48名	1,395名
		1,485名	2,880名

■デベロッパーの概要

デベロッパー名: 新宿ステーションビルディング 代表者名: 飯塚 正司 本部(店)所在地: 東京都新宿区新宿3-38-1
会社(組合)設立: 1959年10月10日 主な事業: 不動産業 資本金(出資金): 1,943百万円

■店舗面積(実効)

物販 飲食 サービス 合計	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
			11,620	11,620	187
			4,788	4,788	37
			1,154	1,154	16
			17,562 m ²	17,562 m ²	240 店

■テナント一覧

業種	テナント名	業種	テナント名
◎ 衣料品	ビー (婦人服)	フレンチコネクション	ウィルセレクション(婦人服)
エルエム (紳士服)	ギャラククラウド (婦人服)	アラブグレッツ (婦人服)	アラブグレッツ (婦人服)
日本橋ベニヤ (紳士服)	ヴェールダンス (婦人服)	メルス (婦人服)	メルス (婦人服)
銀座MOTOKI (紳士服)	ブーラフリーム (婦人服)	プレイビルクラブ (婦人服)	プレイビルクラブ (婦人服)
タールガ (婦人服)	シンシアエクスプレス (婦人服)	ジオパネット (婦人服)	ジオパネット (婦人服)
アイマリオ (婦人服)	TAKANO (婦人服)	Me Jane (婦人服)	Me Jane (婦人服)
フロントページ (婦人服)	マリオインターミックス (婦人服)	モミジ (婦人服)	モミジ (婦人服)
アストリア (婦人服)	ルシッド (婦人服)	ヤコボ (婦人服)	ヤコボ (婦人服)
ウイスタリア (婦人服)	ポートランド (婦人服)	ゴールドスター (婦人服)	ゴールドスター (婦人服)
ル・ランファン (婦人服)	C. KELLY (婦人服)	甲州屋 (呉服)	甲州屋 (呉服)
EIKO (婦人服)	GROW-UP (婦人服)	津田家 (呉服)	津田家 (呉服)
シエールクラブ (婦人服)	K-WEST (婦人服)	鈴乃屋 (呉服)	鈴乃屋 (呉服)
モアオカダヤ (婦人服)	TAMAYA (婦人服)	松屋 (呉服)	松屋 (呉服)
カドマ (婦人服)	アルガーファ (婦人服)	やまと (呉服)	やまと (呉服)
クリスチース (婦人服)	セシルマクビー (婦人服)	エルトロ (ジーンズ)	エルトロ (ジーンズ)
ブルスタジオ (婦人服)	ラッツザーク (婦人服)	フロム (ジーンズ)	フロム (ジーンズ)
ジョリーキンシド (婦人服)	ナザレ (婦人服)	◎ 身の回り品	
クリード (婦人服)	シャンブル (婦人服)	アオキ靴店 (靴)	アオキ靴店 (靴)
ロイスクレヨン (婦人服)	オックスフォードクインシー (婦人服)	レディスアメリカ屋 (靴)	レディスアメリカ屋 (靴)
スポルチーノ (婦人服)	Tea for Two (婦人服)	リナフットウェア (靴)	リナフットウェア (靴)
チャリティホープバレンタイン (婦人服)	エイジアビート (婦人服)	ブルサイド (靴)	ブルサイド (靴)
セサビー (婦人服)		サンタンジェロ (靴)	サンタンジェロ (靴)
ルベール (婦人服)		銀座ダイヤモンド (靴)	銀座ダイヤモンド (靴)
		銀座ワシントン靴店 (靴)	銀座ワシントン靴店 (靴)

銀座タニザワ (靴・袋物)	Grandir (雑貨)	不二家 (洋菓子)	ミキパーラー (喫茶)
キルシェ (靴・袋物)	パスポート (雑貨)	文明堂 (カステラ)	カフェセイブ (喫茶)
アノ (靴・袋物)	◎ 家庭用品	本高砂屋 (きんつば)	カトレヤ (喫茶)
メイフェア (靴・袋物)	インポートグラスショップ (和洋食器)	三原堂 (加工食品)	リーベル (喫茶)
ルートスター (靴・袋物)	グロリアスマーケット (日用品所用品)	ヤシマボンボン (ボンボン)	ダッキーダック (喫茶)
アントワース (傘)	◎ 食料品	ザ・ヒロタ(シュークリーム)	ベニ (喫茶)
シンデレラリパティ(装飾品)	大阪屋 (和洋酒)	両口屋是清 (和菓子)	ネギシ (喫茶)
ミッセルコラン (装飾品)	海鮮魚力 (加工食品)	キリンコーヒー (コーヒー・紅茶)	ピア&カフェベルク (喫茶)
フェリア (装飾品)	山形屋海苔店 (のり)	竹若堂茶店 (茶)	フランソワ (喫茶)
ピエタビエ (装飾品)	山本海苔店 (のり)	丸山園 (茶)	ベッカーズ (ファーストフード)
マイクロα (装飾品)	川正 (焼鳥)	HOKUO (パン)	◎ サービス
ダンシングハート (装飾品)	四季食彩 (惣菜・弁当)	ヒカリ食品 (塩干)	ビューティーサロン・タマ (美容)
ルナルージュ (装飾品)	エクセレンスカねきゅう (漬物)	魚力 (生鮮食品)	白洋舎 (クリーニング)
ニンナンナ (装飾品)	蓬楽亭 (とんかつ)	ニュークイック (精肉)	石川蘭科 (蘭科)
青山ドール (装飾品)	セブンクォーター(加工食品)	メルカート (青果)	マイシティクリニック (クリニック)
ルートスター2 (装飾品)	飯処自慢本店 (加工食品)	◎ 食堂・喫茶	大場新宿 (理容)
M's Park (装飾品)	地雷也 (加工食品)	紗舞璃 (日本料理)	近畿日本ツーリスト (旅行代理店)
アジエアクセサリーズ (装飾品)	新宿喜多浜 (弁当)	自慢本店 (日本料理)	京王観光 (旅行代理店)
	ゼストクック (惣菜)	どん井丸すずや (日本料理)	JSS テニススクール (テニス教室)
	チーズ王国 (チーズ)	つな八 (日本料理)	ミスターミニット (靴修理・合鍵)
	サラダ王国 (サラダ)	陳屋 (日本料理)	WIN 結婚式場案内 (結婚式場案内)
	べにふじ (漬物)	旬・さがみ (日本料理)	マイシティ簡易郵便局 (郵便局)
	マイデリカ (惣菜)	船橋屋 (日本料理)	新宿専門店会 (クレジット)
	いなかや (おこわ)	とんかつ和幸 (日本料理)	チケットビューロー (プレイガイド)
	京樽 (持ち帰り寿司・弁当)	プチモンド (西洋料理)	ルルドの部屋 (占い)
	ふるさと (おにぎり)	ラッコルト (西洋料理)	希望の部屋 (占い)
	銀座あけぼの (菓子)	味彩ダイナース (西洋料理)	飛騨の高山らめん (中華料理)
	東あられ (あられ)	くいもの市場TAPA (西洋料理)	そばどころ信州 (そば・うどん)
	上野風月堂 (ゴーフル・クッキー)	あぶらかだぶら (西洋料理)	信州そば本陣(そば・うどん)
	プリベール (貴金属)	ラーメンレストラン日高 (中華料理)	いづ味 (そば・うどん)
	フェリ (貴金属)	追分だんご (だんご)	むつ富 (そば・うどん)
	銀座日新堂 (時計・貴金属)	亀井堂 (瓦煎餅・人形焼)	蘭免ん (そば・うどん)
	アイリスメガネ (眼鏡)	飛騨の高山らめん (中華料理)	すし和可奈 (寿司)
	眼鏡店オグラ (眼鏡)	◎ その他	回転寿司むさし野 (寿司)
	金鳳堂 (眼鏡)	日比谷花壇 (生花)	木村コーヒー (喫茶)
	白樺スポーツ(スポーツ用品)	一声堂 (印鑑・表札・名刺)	カフェ・ド・メイ (喫茶)
	プレイ-Qいせや (玩具・娯楽用品)	泰星コイン (コイン)	ピッコロ小島屋 (喫茶)
	HMV Shinjuku (楽器・レコード)	サービス関連施設	
	銀座山野楽器AZ (楽器・レコード)	クリニック	
	ソニープラザ (雑貨)	旅行代理店	
	アンヴィ (雑貨)	ギャラリー	
	玉環のアイディア (雑貨)	郵便局	
		プレイガイド	
		スポーツ教室 [テニス教室]	

新宿ルミネ 1

開設年月日		1976年3月10日		建物構造		鉄骨鉄筋コンクリート造		建物規模		地上8階 地下4階 塔屋2階	
建物設置者		(株)ルミネ		設計監理		(株)鉄道会館 (株)東急エージェンシー		躯体工事者		鹿島建設(株) (株)大林組	
敷地面積		2,466 m ²		建物(底地)面積		2,350 m ²		建物延床面積		26,000 m ²	
S C 形態		駅ビル		立地の特徴		中心商業地域		商圏人口		S C 面積	
来店客数(1日平均)		平日 37,000人 休日 35,000人		車客の割合		平日 休日		年間売上高		テナント会名	
定休日		(年間4日)		営業時間		物販 11:00~21:00 飲食 11:00~22:30		リニューアル		期間 1992.8.1~1992.11.9	
駐車場		自転車置場		保証金数		あり		売上管理		売上金預託	
家賃徴収形態		キーテナント テナント 定額、一定歩率、変動歩率		共益費徴収形態		キーテナント テナント 定額		従業員		パート	
								正社員		パート	
								42名		567名	
								465名		合計 1,032名	

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: (株)ルミネ 代表者名: 岩崎 雄一 本部(店)所在地: 東京都渋谷区代々木2-2-2
 会社(組合)設立: 1991年4月1日 主な事業: S C 専業 資本金(出資金): 2,375 百万円

■ 店舗面積(実効)

物販	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販			6,338	6,338	102
飲食			2,913	2,913	19
サービス			169	169	3
合計			9,420 m ²	9,420 m ²	124 店

■ テナント一覧

◎ 衣料品	(婦人用品)	(婦人用品)	(婦人用品)
アニエスベーオム(紳士用品)	エメ (婦人用品)	ロートレアモン (婦人用品)	ジュスティーハウス (婦人用品)
フレンチキス (婦人用品)	フィアザヤコボ (婦人用品)	絵里奈コレクション (婦人用品)	
アルファスピン (婦人用品)	ロベ (婦人用品)		メルス (婦人用品)
ゾンビー (婦人用品)	スズヤ (婦人用品)	アルシーブ (婦人用品)	ミジェーン (婦人用品)
タルトタタン (婦人用品)	モニ (婦人用品)	ガジン (婦人用品)	MARS (婦人用品)
ラブリマベラキャン (婦人用品)	クリスチース (婦人用品)	デリカ (婦人用品)	インディオ (婦人用品)
エーキャストビー(婦人用品)	コムサデモード (婦人用品)	ギンザセキネ (婦人用品)	オカダヤ (肌着)
リトルニューヨーク (婦人用品)	レノマ (婦人用品)	ベルブードワァ (婦人用品)	ラフィーユ (肌着)
アートセクシー (婦人用品)	MICHEL RENE(婦人用品)	ウィッチ (婦人用品)	サンアイ2 (その他衣料品)
ラプーベ (婦人用品)	タータンショップ ヨーク (婦人用品)	ソジュールダイヤ(婦人用品)	キュートキュート (その他衣料品)
ミッシェルクライン (婦人用品)	スミノ (婦人用品)	ベスト伊太利屋 (婦人用品)	ホワイトドア(その他衣料品)
ファイナルステージ (婦人用品)	シャンブル (婦人用品)	タイムアンドブレイス (婦人用品)	靴下屋 (その他衣料品)
ギャルククラウド (婦人用品)	マギースポーツ (婦人用品)	HANAE MORI STUDIO (婦人用品)	◎ 身の回り品
タルガ (婦人用品)	エレンモア (婦人用品)		ろまんシューズ (靴)
インターチェンジ(婦人用品)	フレディーマック(婦人用品)	セプトディーン (婦人用品)	銀座ダイアナ (靴)
マーブ (婦人用品)	セプトディーン (婦人用品)	AFTER YOU (婦人用品)	ラスビーニミナカイ (靴)
トマツプレゼンツ(婦人用品)	タイム&ブレイス(婦人用品)	ALPHA GRACE (婦人用品)	フラッグ (靴)
ミスズ (婦人用品)	チャキチャキ (婦人用品)	OSAMU MAEDA (婦人用品)	エル (靴・袋物)
アニエスベーファミンファン	シーン (婦人用品)		サザビー (靴・袋物)
	プティックミスズ(婦人用品)	ミラムーン (婦人用品)	フェローズ (傘)
	リザ (婦人用品)	ル・トラン・ブルー	フルラージュ(アクセサリ)
	シティスタジオコレクション		パリススキャンダル

(アクセサリ)	(貴金属)	銀座いらか (日本料理)	サンジェルマン (喫茶・スナック)
ルートスター(アクセサリ)	ルクソール (貴金属)	人形町今半 (日本料理)	カフェアマティ
アヤマドール (アクセサリ)	銀座ボーグ (貴金属)	アカサカハセガワ(日本料理)	(喫茶・スナック)
(アクセサリ)	ブリベール (貴金属)	東花房 (西洋料理)	アフタスーンティールーム (喫茶・スナック)
(アクセサリ)	アガット (貴金属)	グルメロムレット(西洋料理)	シブヤフランセ (喫茶・スナック)
文化用品・雑貨	ベリテ (貴金属)	バスタベラ (西洋料理)	
化粧品	ダイヤジャンボ (DPE・コピー)	パオディング (西洋料理)	
化粧品	JTBトラベランド(旅行用品)	小吃坊 藩(中華・東洋料理)	
化粧品	アフタスーンティ (その他文化・雑貨)	家族亭 (そば・うどん)	◎ サービス
化粧品	ACTクリエイターズBOX (その他文化・雑貨)	築地玉寿司 (寿司)	ビューティ横田 (理容美容)
化粧品	◎ 食料品	焼坊主 (その他の飲食)	JUST (リフォーム)
化粧品	トップス (洋菓子)	大坂ばてちゅう (その他の飲食)	JTB (旅行代理店)
化粧品	◎ 食堂・喫茶	トップスアンドサクソン (その他の飲食)	日本長期信用銀行 (銀行)
化粧品	購処旬花 (日本料理)	サンデーブランチ (喫茶・スナック)	サービス関連施設
化粧品			旅行代理店
化粧品			銀行

アトレ大井町

所在地 〒140 東京都品川区大井1-2-1
TEL 03-5709-7771
JR京浜東北線大井町駅構内

開設年月日	1993年3月11日	建物構造	鉄骨造(一部鉄筋コンクリート造)	建物規模	地上9階地下1階塔屋1階
建設者	東日本旅客鉄道(株)	設計監理	安井建築設計事務所	躯体工事者	パ田建設(株)、鉄建建設(株)、(株)フジタJV(株)乃村工務社
敷地面積	4,207 m ²	建物(底地)面積	4,043 m ²	建物延床面積	21,511 m ²
SC形態	駅ビル	立地の特徴	周辺商業地域	SC面積	13,078 m ²
来店客数(1日平均)	平日 15,000人 休日 20,000人	車客の割合	平日 0.5% 休日 0.7%	年間売上高	9,099百万円
定休日	(年間5日)	営業時間	物販 10:00~20:00 飲食 11:00~22:00	テナント会名	アトレ会
駐車場	地下 76台	自転車置場	199台	保証金	なし
家賃徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率、一定歩率	共益費徴収形態	キーテナント テナント 定額	従業員数	なし
				正社員	11名
				パート	6名
				合計	17名

■ デベロッパの概要

デベロッパー名: 東京圏駅ビル開発(株) 代表者名: 寺田 正見 本部(店)所在地: 東京都渋谷区恵比寿1-5-5
会社(組合)設立: 1990年4月2日 主な事業: 不動産業 資本金(出資金): 300百万円

■ 店舗面積(実効)

物販 飲食 サービス 合計	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
			6,212	6,212	74
			2,290	2,290	19
			585	585	5
			9,087 m ²	9,087 m ²	98 店

■ テナント一覧

◎ 衣料品	SONGEUR Daiya (婦人服)	リーガルシューズ (くつ)	(玩具・娯楽用品)
川島 (紳士服)	TOMATSU PRESENTS (婦人服)	asics歩人館 (くつ)	CLAIR (楽器・レコード)
TAMAYA (婦人服)	NOIVAN-STEIN (婦人服)	SARA, SAYA (靴・袋物)	メディアステーション
SWEETS (婦人服)	ルコラ (婦人服)	青山ドール (装飾品)	(楽器・レコード)
MISUZU SECTION II (婦人服)	コルディア キャナリー (婦人服)	ELLES (身用品)	ALBA (雑貨その他)
タルボット (婦人服)	P-4 (婦人服)	ABISTE (装飾品)	シャンドエルブ(雑貨その他)
MIZE (婦人服)	ワールドルイシャントン (婦人服)	◎ 文化用品・雑貨	BEAUX-ARTS (雑貨その他)
I'MARIO (婦人服)	KIKUYA (婦人服)	ファーマシー スズキ (医薬・化粧品)	George V (雑貨その他)
CREED (婦人服)	ZOO ISLAND (婦人服)	コスメティカ(医薬・化粧品)	マザーグースの森 (雑貨その他)
イベットクラブ (婦人服)	ミチル (婦人服)	ギンザビビ (医薬・化粧品)	SHOT/M78 (雑貨その他)
DILETTANT (婦人服)	KASHIIN (婦人服)	HOUSE OF ROSE (医薬・化粧品)	BAKER'S STREET (雑貨その他)
CALM (婦人服)	葛美 (婦人服)	有隣堂 (書籍)	宇宙百貨&上海TIMES (雑貨その他)
fan collection (婦人服)	CACTUS (衣料品)	ベル・エポック (文房具)	ACTクリエイターズブック (雑貨その他)
pattern (婦人服)	joint (衣料品)	ス (文房具)	SHOP IN (雑貨その他)
CHRISTINE (婦人服)	アイドル (子供用品)	中真堂 (貴金属・時計)	Calender Girl(雑貨その他)
SHOP DADA (婦人服)	プチモア (ベビー用品)	KIRAT (貴金属・時計)	ニューエイジショップyoyo (雑貨その他)
Elegance Boutiqueえま (婦人服)	きものやまと (呉服)	メガネの愛眼 (眼鏡)	◎ 食料品
ティアラ (婦人服)	◎ 身の回り品	DPEエクスプレス モナミ (DPE)	日本橋文明堂 (加工食品)
BOUTIQUE絵麻亥由 (婦人服)	銀座ダイヤモンド (くつ)	夢工場 (玩具・娯楽用品)	東京風月堂 (加工食品)
ヴィジョン (婦人服)	グレートブリテン レインズ (履物・傘)	ボーンランド元気倶楽部	
	AKaKuRa (くつ)		

- ◎ 食堂・喫茶
- 銀座ハゲ天 (日本料理)
- とんかつ新宿さぼてん (日本料理)
- お食事処 端亭 (日本料理)
- 居酒屋 端花 (日本料理)
- 美濃 (日本料理)
- SUN VALLEY (西洋料理)
- ロマーナ (西洋料理)
- パンケッタ パンケッタ (西洋料理)

- 横浜八景樓 (中華料理)
- 多謝トオシェ (中華料理)
- 家族亭 (そば・うどん)
- すし京辰 (寿司)
- マウカメドウズ (喫茶)
- アンテナール (喫茶)
- ドトールコーヒーショップ (ファーストフード)
- ロッテリア (ファーストフード)
- 味彩 (ファーストフード)

- ヴィドフランス (ファーストフード)
- 大阪はてちゅう (その他の飲食)
- ◎ サービス
- クレージュ サロン ポーテ (サービス)
- ソシエdeエステ・銀座ワールド (サービス)
- ベストサービス (サービス)
- 古いコーナーマリナ館 (サービス)

- (サービス)
- 東京プロデュース婚祝センター (サービス)
- ◎ その他
- フラワーリング あいん (生花)
- サービス関連施設
- ジェクサー・フィットネスクラブ

蒲田駅ビル (Palio, Sun Kamata)

所在地		〒144 東京都大田区蒲田5-13-1(A) TEL.03-3733-5111 JR蒲田駅構内	
開設年月日	1962年12月1日 1970年4月26日	建物構造	鉄筋コンクリート造 鉄骨鉄筋コンクリート造
建物設置者	蒲田ステーションビル(株)	設計監理	東京建築工事局 他
敷地面積	6,521 m ²	建物(底地)面積	4,461 m ²
S C 形態	駅ビル	立地の特徴	周辺商業地域
来店客数(1日平均)	平日 50,000人 休日 80,000人	車客の割合	平日 0.36% 休日 0.21%
定休日	第3木曜日 (年間12日)	営業時間	物販 10:30~20:00 飲食 11:00~22:00
駐車場	地下・立体 78台	自転車置場	なし
家賃徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率	共益費徴収形態	キーテナント テナント 変動
建物規模	A棟地上7階地下1階塔屋2階 B棟地上10階地下2階塔屋3階	躯体工事者	鉄建建設(株) 蒲田駅ビル共同企業体
内装業者	鉄建建設(株) 蒲田駅ビル共同企業体	内装業者	鉄建建設(株) 蒲田駅ビル共同企業体
SC面積	20,204 m ²	建物延床面積	45,374 m ²
テナント会名	蒲田駅ビル名店会	年間売上高	23,400百万円
リニューアル期間	工事費 施工業者	従業員数	205名 1,861名
売上管理	売上報告, 売上金預託	正社員	142名
パート	63名	パート	1,044名
合計	205名	合計	1,861名

■ デベロッパの概要

デベロッパー名: 蒲田ステーションビル(株) 代表者名: 石田 勝
 本部(店)所在地: 東京都大田区西蒲田7-68-1
 会社(組合)設立: 1961年2月3日 主な事業: 不動産業
 資本金(出資金): 140百万円

■ 店舗面積(実効)

物販	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
飲食			11,109	11,109	195
サービス			3,423	3,423	31
合計			2,777	2,777	17
			17,309 m ²	17,309 m ²	243 店

■ テナント一覧

業種	テナント名	業種	テナント名	業種	テナント名
◎ 衣料品	VERY'S (婦人用品)	ステイファニイ (婦人用品)	つくの (婦人用品)	シューズウォーカー (靴)	ミュージックプラザ (楽器・レコード)
PKM (紳士用品)	メクミティブレ (婦人用品)	ネオジャングル (婦人用品)	グレース (婦人用品)	銀座ワシントン (靴)	ギフトビレッジ(ギフト雑貨)
プリンス (紳士用品)	ブティックヴェラ(婦人用品)	USA エクスプレス (婦人用品)	セゾン (婦人用品)	ナポリシューズ (靴)	ギフトハウス (ギフト雑貨)
マツオカ (紳士用品)	GIB (婦人用品)		エフ (婦人用品)	ざるや (袋物)	ミナル (ファンシー・婦人雑貨)
スコット (紳士用品)	GAL2 (婦人用品)	リナ・キャロット(婦人用品)	トロベセゾン (婦人用品)	カパンのコジマ (靴・袋物)	ベーカーズストリート (文化雑貨・その他)
メンデルポット (紳士用品)	TIME (婦人用品)	トゥエンティワン(婦人用品)	ブティックROSE (婦人用品)	アトレイユ (袋物・傘)	Lovely (文化雑貨・その他)
GALCROWD (婦人用品)	DADA (婦人用品)	ヴェル・クラッシー (婦人用品)	ミナル (婦人用品)	P. house (靴・袋物)	シヨップイン (文化雑貨・その他)
マーガレットアージュン (婦人用品)	ビックアップ (婦人用品)		COCO (婦人用品)	INOUE (靴・袋物)	ベルウッドコレクション (文化雑貨・その他)
ZAZIE (婦人用品)	BA-TSU (婦人用品)	ウィーンベル (婦人用品)	シノハラ (婦人用品)	PENINSULA (靴・袋物)	◎ 家庭用品
モア (婦人用品)	アンディ (婦人用品)	サウスピア (婦人用品)	サルビア (婦人用品)	川村 (靴・袋物)	いんてりあとき(家具・寝具)
ジェラルダレル(婦人用品)	クロタキ (婦人用品)	マルベリー (婦人用品)	ヒステリックミニ(子供用品)	ざるや (袋物・靴)	フジタ (室内調度品)
P-4 グランヴィーノ (婦人用品)	Firenze (婦人用品)	ツインスター (婦人用品)	アンデルセン (子供用品)	夢絵夢 (靴・袋物)	寝装ふじ (寝具・家具)
イエラ (婦人用品)	Cプラス (婦人用品)	ツインスター (婦人用品)	フレンズ (子供用品)	ベニンシュラ (袋物)	ボザール (生活雑貨)
ヒステリックミニ(婦人用品)	ZIPANGU (婦人用品)	CALM (婦人用品)	ピコラ (子供用品)	プチパリオ (装飾品)	暮らしの店 (家庭用品)
ルック (婦人用品)	Luck's (婦人用品)	Rキャサリン (婦人用品)	ちびたんロード(ベビー用品)	JINJIN (装飾品)	DECOCO (日用台所用品)
つくの (婦人用品)	TIARA (婦人用品)	ワンダーマーケット (婦人用品)	三松 (呉服)	アリエス (装飾品)	つる峰 (日用台所用品)
プリンスレディ (婦人用品)	COMO (婦人用品)	フレスコ (婦人用品)	つるや (呉服)	5TALENTS (装飾品)	◎ 食料品
Lミマツ (婦人用品)	エスバス・ドウジェ (婦人用品)	クローバー (婦人用品)	紺絵屋 (呉服)	ラファエロ (装飾品)	ヒカリ食品 (和洋酒)
ミナカイ (婦人用品)	アゲイン (婦人用品)	伊豆屋 (婦人用品)	京新 (呉服)	ラフル (装飾品)	旭屋 (和洋酒)
メルス (婦人用品)	ディティールズ (婦人用品)	東洋堂 (婦人用品)	チャチャ (靴下)	ワフル (装飾品)	大川水産 (塩干物)
B (婦人用品)	ハニーズ (婦人用品)	エレガンスシノハラ(婦人用品)	◎ 身の回り品	ベルナフォンティース (身の回り品その他)	山本山 (海苔)
ラヴィ (婦人用品)	Pou Dou Dou (婦人用品)	ベルデ・ミナカイ(婦人用品)	サルビア (靴)	ベルナフォンティース (身の回り品その他)	大井水産 (塩干物)
	ESPANA (婦人用品)	プチ・マヤ (婦人用品)	オンディーヌ (靴)	◎ 文化用品・雑貨	大井水産 (塩干物)
		ユキ・ベルファミ (婦人用品)	気楽や (靴)	ココミン (医薬・化粧品)	岬 (塩干物)
				業のホシ (医薬・化粧品)	わだでん (乾物)
				ビマージュ (化粧品・雑貨)	漬物のかみお (漬物)
				マシェール (化粧品)	いい業ゼストクック (惣菜)
				ハウスオブローゼ (化粧品)	デリカコーナー (弁当)
				ラビット (化粧品)	とんかつ和幸 (とんかつ)
				アクトブックス (書籍)	紀文 (練り製品)
				PCハウス (書籍)	古市庵 (さぬきうどん)
				マンガハウス (書籍)	浜松製菓 (うなぎ)
				カドヤアクト (文房具)	瑞泉 (食料品)
				カトルアカトル (貴金属)	ハオチャオズ (食料品)
				ジュエリーマキ (貴金属)	吉岡屋 (漬物)
				ヤマト宝飾 (貴金属)	山善 (食料品)
				ケリーパール (貴金属)	鳥久からたつ (食料品)
				駅ビル精工社 (時計・貴金属・眼鏡)	崎陽軒 (シューマイ)
				サトウダイヤモンドチェーン (時計・貴金属)	ハゲ天 (天ぷら)
				メガネのヤマト (眼鏡)	米八 (食料品)
				DPコーナー (DPE)	横浜茶屋 (惣菜)
				マリコアドラド (スポーツ用品)	きふね (弁当・惣菜)
				アクトスポーツ (スポーツ用品)	きんか (菓子)
				遊〜遊〜ランド (玩具・娯楽用品)	ヴァンニTO (菓子)
				ポニイ (玩具・娯楽用品)	不二家 (菓子)

赤坂柿山 (菓子)	マクドナルド (ファーストフード)
銀座あけぼの (菓子)	さが野 (旨味喫茶・和風ラーメン)
東京風月堂 (菓子)	占門 (旨味喫茶)
銀座和蘭豆 (菓子)	めんばーと (焼そば・ラーメン)
日本橋文明堂 (菓子)	◎ サービス
太子堂 (菓子)	城南証券 (証券)
山田家 (菓子)	アバマン館 (不動産仲介)
浅草舟和 (菓子)	ヘアーサロンウェスト(理容)
新宿中村屋 (菓子)	ヘアーサロンナカタニ(理容)
丸山園 (茶)	ビューテータナカ (美容)
ボンパドウル (パン)	たかの友梨 (エステティックサロン)
アスカヘルス (自然食品)	白洋舎 (クリーニング)
健康学校 (自然食品)	小山南科 (南科)
ヨコサン (総合食料品)	KCK (旅行代理店)
ヒカリ食品 (生鮮食品)	読売文化センター蒲田 (文化教室)
魚力 (生鮮食品)	ワールドゲーム (ゲームセンター)
ニュー・クイック(生鮮食品)	ナムコ (アミューズメント)
澤光青果 (青果)	わたなべ (リフォーム)
◎ 食堂・喫茶	アトリエロマン(リフォーム)
ROYAL (食堂・喫茶)	チケットピアPalio (チケット)
和幸 (とんかつ)	ティカル (古い)
けやき (和食堂)	結婚式場案内所 (結婚式場案内)
ほうねん (とんかつ)	◎ その他
宗平 (日本料理)	三章堂 (印章・印判)
ハゲ天 (天ぷら)	たばこセンター (たばこ)
たかせ (和食堂)	全国名産コーナー (名産品)
日比谷マツモトロー (西洋料理)	京浜スタンプ(物販・その他)
LA・PIAZZA (スバゲティ)	ギャラリーサン (絵画・美術品)
ラーメン亭パリオ(ラーメン)	サービス関連施設
銀座アスター (中華料理)	医療
プティインディアン (インド料理)	証券会社
パルあん (そば・うどん)	不動産仲介
作屋 (そば・うどん)	旅行代理店
安曇野 (そば・うどん)	プレイガイド
蛸処つきち (寿司)	屋内遊園地
介けい蛸 (寿司)	ゲームセンター
コーヒーショップT&K (喫茶)	文化教室
ヴァンニ (喫茶)	
ルノール (喫茶)	
パンブキンハウス (喫茶)	
Grasse (喫茶)	
カフェ・ド・クレア (喫茶)	
ブレイクポイント (喫茶)	
バリュエ (喫茶)	
ブルックポイント (喫茶)	
アートコーヒー (喫茶)	

横浜シアル

所在地 〒220 神奈川県横浜市西区南幸1-1-1
TEL 045-320-8001
横浜駅構内

開設年月日	1962年11月22日	建物構造	鉄筋コンクリート造	建物規模	地上7階 地下2階 塔屋1階
建物設置者	(株)横浜ステーションビル	設計監理	(株)鉄道会館	躯体工事者	(株)大林組
敷地面積	4,743 m ²	建物(底地)面積	2,622 m ²	建物延床面積	23,419 m ²
SC形態	駅ビル	立地の特徴	中心商業地域	SC面積	21,449 m ²
来店客数(1日平均)	平日 160,000人 休日 200,000人	車客の割合	平日 休日	年間売上高	22,643 百万円
定休日	無休	営業時間	物販 10:00~20:30 飲食 11:00~22:00	テナント会名	横浜シアル商店会
駐車場	立体 300台	自転車置場		保証金数	あり
家賃徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率	共益費徴収形態	キーテナント テナント 変動	従業員数	13名 714名 1,191名 1,905名

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: (株)横浜ステーションビル 代表者名: 岩瀬 虹児 本部(店)所在地: 神奈川県横浜市西区南幸1-1-1
会社(組合)設立: 1961年1月28日 主な事業: 不動産業 資本金(出資金): 200 百万円

■ 店舗面積(実効)

物販 飲食 サービス 合計	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販			7,208	7,208	145
飲食			2,657	2,657	22
サービス			442	442	12
合計			10,307 m ²	10,307 m ²	179 店

■ テナント一覧

衣料品	婦人服	紳士服	婦人洋品	化粧品
METHOD	APEX	(紳士服)	(紳士・婦人洋品)	アップ・アンド
MOTOKI	FREX'S	(婦人服)	◎ 身の回り品	HOUSE OF ROSE
BOB TOKUNAGA	銀座ベルビ	(婦人服)	CREA	(自然化粧品)
ビッグ ヴィジョン	Infini	(婦人服)	REGAL SHOES	ハウス オブ ローゼ
SHOT. 1	Argent	(婦人服)	日本堂靴店	(自然化粧品)
ISHIKAWA	VIV	(婦人服)	AMERICAYA	栄松堂書店
deux/deux	EAST BOY	(婦人服)	Ondine	有隣堂文具センター
LABO	PORTLAND	(婦人服)	アーバン ジョーカーズ	(文具・教材)
SUMINO	abc	(婦人服)	(シューズ)	Emera
V・HOUSE	ZAZIE	(婦人服)	さはし	(貴金属)
Sister	Berry Chime	(婦人服)	さはし	Raffine
OHARA	KAGAMI	(婦人服)	YAMASAN	(時計)
Liebe	PLAY BILL CLUB	(婦人服)	GINZA COSMO	金風堂
GIO SPORT	AL・GAFA	(婦人服)	(袋物・カバン)	アイリスメガネ
VERY'S	スバイシー・プレビュー	(婦人服)	FAZAK	(眼鏡・コンタクトレンズ)
WINDBER HOUSE	ワールド・アパート	(婦人服)	ajd アクセサリー	MIZUNO
CYNTHIA EXPRESS	リヨン	(婦人服)	(アクセサリ)	PHOTOLOUNGE
TRIANGLE	Kurobe	(婦人服)	ロリエ	(カメラ・写真)
KATE	IKEDA	(婦人服)	COMO	タナカカメラ
ELLEN	Pattern	(婦人服・雑貨)	ニシカワ	(カメラ・写真材料)
	やまと	(和装品・呉服)	JESCO	バギオスポーツ
	QS ボードライダー2		(刺繍・リフォーム)	(スポーツ用品)
			◎ 文化用品・雑貨	PAINTS BAR
			昭和堂薬局	(玩具・雑貨)
			TASHIRO	横浜模型
			(医薬・化粧品)	(模型材料)

有隣堂ミュージックセンター (楽器・楽譜)
KIKUICHI (CD・レコード)
シアル音楽館 (CD・レコード)
銀座くらのや (趣味雑貨)
マザーグースの森 (キャラクター雑貨)
bee (ファッション雑貨)
シェモア(ファッション雑貨)
プレッピーハウス (ファッション雑貨)
DUCK (雑貨)
◎ 家庭用品
パスポート (生活雑貨)
テレサービスコーナー (携帯電話)
◎ 食料品
山本山 (海苔・茶)
丸山園 (茶・海苔)
山本海苔店 (海苔)
崎陽軒 (シウマイ)
スポン堂(スポン・粉末)
サガミハム (ハム・ソーセージ)
十勝大名 (加工食品)
新乃尾 (魚肉練製品)
すずおと (鶏肉同加工品)
伊藤ハム (食肉加工品)
ローゼンハイム (惣菜)
山善 (惣菜)
シーフード惣菜・伯宝亭 (惣菜)
御ぞんじ亭 (惣菜)
銀座アスター

(中華惣菜・菓子)
横浜中華街・華正樓
(中華惣菜・饅頭)
三河屋 (珍味・惣菜)
秋本 (漬物・惣菜)
三鈴 (豆腐)
相模 (弁当)
加登家 (弁当)
山和弁当 (弁当)
重吉 (弁当・惣菜)
ぎょうざの濱龍 (餃子)
LA蒸っしゅ (おこわ)
新橋志乃多寿司 (持ち帰り寿司)
いい菜&ゼスト (惣菜・持ち帰り寿司)
きんか (菓子・珍味)
ヒノデヤ (甘栗・木の实)
遊葉 (駄菓子)
舟和 (和菓子)
みのや本店 (和菓子)
シゲタ (和菓子)
虎屋 (和菓子)
有明 (和菓子)
喜代作 (和菓子)
ひよ子 (和菓子)
花見せんべい(和菓子・米菓)
プチ・フルール (洋菓子)
洋菓子のヒロタ (洋菓子)
不二家 (洋菓子)
喜久家 (洋菓子)
泉屋東京店 (洋菓子)
神田精養軒 (洋菓子)
文明堂 (和洋菓子)
Ariake (和洋菓子)

KEY・COFFEE (コーヒー豆)
わたしのよこはま21 (ジューススタンド)
ヤマザキ (パン)
アルベリ (パン)
サンムーラン (ペーカリー)
マイヘルス・YOKOHAMA (健康食品)
吉川水産 (鮮魚)
ニュー・クイック (精肉・惣菜)
水信(MIZUNOBU) (果物・野菜)
マルトモ (果物・野菜)
◎ 食堂・喫茶
みやこ (とんかつ)
天はな (天ぷら専門店)
つねてい (和食)
百萬遍 (和食(串揚))
パストラベ (イタリア料理)
COCO (グリル・パスタ)
SHE'S SHE (レストラン)
ニューホッペン (ビヤレストラン)
八仙園 (中華料理)
にんにく屋五右衛門 (香辛料理)
まびすや (うどん)
更科一休(日本そば・うどん)
にしきの (寿司・小料理)
銀座トリコロール (喫茶)
ル・カフェ・シアル (喫茶)
ミニム・ド・パリ (喫茶)
Cafe Du Monde (喫茶)

COFFEE INN MIKI (喫茶)
不二家 (喫茶・洋食)
ESPRIT (ショットバー)
ROSE Boy House (アメリカンシーフード)
ハングリータイガー (ハンバーグ)
◎ サービス
クレジットセールス (クレジット)
ビューテータナカ (美容)
ナリタ (理髪)
総山南科医院 (歯科)
相鉄観光 (旅行業)
スピード写真(スピード写真)
WIN 結婚式場案内 (ブライダル)
WIN 結婚式場案内 (ブライダル)
プレイガイド(プレイガイド)
古いコーナー (古い)
古いサロン (古い)
有隣堂ヤマハ音楽教室 (音楽教室)
◎ その他
フルールデュオ (生花)
チチカカ (雑貨・民芸品)
宇宙堂 (画材)
サービス関連施設
医療
旅行代理店
プレイガイド
文化教室 [音楽教室]
CD

相鉄ジョイナス

所在地		〒220-91 神奈川県横浜市西区南幸1-5-1 TEL. 045-319-2441 横浜駅構内	
開設年月日	1973年11月20日	建物構造	鉄骨鉄筋コンクリート造
建物者	相模鉄道(株)	設計監理	(株)松田平田 交通建築設計事務所
敷地面積	21,019 m ²	建物(底地)面積	19,450 m ²
S C 形態	駅ビル	立地の特徴	中心商業地域
来店客数(1日平均)	平日 休日	車客の割合	平日 休日
定休日	(年間4日)	営業時間	キーテナント 10:00~19:00 物販 10:00~20:30 飲食 11:00~22:00
駐車場	立体・屋上 699台	自転車置場	
家賃徴収形態	キーテナント 定額+歩率 テナント 定額,変動歩率	共益費徴収形態	キーテナント 定額 テナント 変動
建物規模	地上 8階(一部5階) 地下 2階 塔屋 3階	内装業者	(株)大林組
躯体工事者	(株)大林組	内装業者	(株)大林組
床面積	201,637 m ²	S C 面積	116,464 m ²
商業人口	3,200 千人	備事項面積	150 m ²
年間売上高	(専門店のみ) 49,151 百万円	テナント会名	横浜駅名品会
リニューアル	期間 1989.12~1990.4 工事費 1,077 百万円 施工業者 船場,大林組,相模企業,日立プラント	売上管理	売上報告, 売上金預託
従業員数	42名 デベロッパーテナント 2,461名 キーテナント	正社員	42名
		パート	2,260名
		合計	3,880名
			3,656名

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: 相模鉄道(株) 代表者名: 星野 正宏 本部(店)所在地: 神奈川県横浜市西区北幸1-3-23
会社(組合)設立: 1917年12月18日 主な事業: 運輸業 資本金(出資金): 30,984 百万円

■ 店舗面積(実効)

物販	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販	52,997		13,545	66,542	178
飲食	3,600		9,911	13,511	81
サービス			1,260	1,260	21
合計	56,597 m ²		24,716 m ²	81,313 m ²	280 店

■ キーテナントの概要

企業名	代表者名	業態	店名	本部(店)所在地
I (株)高島屋	田中 辰郎	Dpt	高島屋横浜店	大阪市中央区

■ テナント一覧

業種	テナント名	業態	テナント名	業態	テナント名	業態
◎ 衣料品	エレガンス店	(婦人服)	タンノ	(婦人服)	ポー・イデアル	(婦人服)
	エフワン	(紳士服)	ソジュール・ダイヤ	(婦人服)	スマ	(婦人服)
	ピアブランカ	(紳士服)	アープル	(婦人服)	CABIN	(婦人服)
	ベニヤ	(紳士服)	デリカ	(婦人服)	ラドンナ	(婦人服)
	羽衣	(紳士服)	ヤコボ	(婦人服)	ケープコッド	(婦人服・雑貨)
	マツオカ	(紳士服)	ドゥ アルシーブ	(婦人服)	K&B	(婦人服)
	ベニヤ	(紳士服)	銀座屋	(婦人服)	銀座ゲルラン	(婦人服)
	ROVANI	(紳士服)	アイマリオ	(婦人服)	トウ・ミエル	(婦人服)
	JUN MEN	(紳士服)	クリート	(婦人服)	エターナル	(婦人服)
	SHELTIE	(紳士服)	スミノ	(婦人服)	Reine	(婦人服)
	三峰横浜店	(紳士服)	東京. IGIN	(婦人服)	キスキス	(婦人服)
	テイジンメンズショップ	(紳士服・雑貨)	V HOUSE	(婦人服)	スピックマンドスパン	(婦人服)
	英国屋(舶来オーダー紳士服)	(紳士服)	エレガンスカーム	(婦人服)	アランフェイス	(婦人服)
	リリオジョイナス地下店	(婦人服)	リリオイ・ジョーネ	(婦人服)	コンフィット	(婦人服)
	リリオ	(婦人服)	リリオP-4	(婦人服)	インディオ	(婦人服)
鈴屋	(婦人服)	ミノリ	(婦人服)	ゼロワン	(婦人服)	
ファイブワン	(婦人服)	キャロッティ	(婦人服)	MIAMI MOON	(婦人服)	
マギースポーツ	(婦人服)	レディスサンマリノ	(婦人服)	ラム	(婦人服)	
銀座マギー 横浜ジョイナス	(婦人服)	絵麻友由	(婦人服)	スキッパーズ	(婦人服)	
		tabi	(婦人服)	シエナ	(婦人服)	

ナス 店	(靴)	カメラはスズキ	(カメラ・写真・他)	しげた	(和菓子)	ポルトデマーレ(地中海料理)
三井靴店	(靴)	ジョイナス カラーセンター	(カメラ材料・DPEフィルム)	草加堂	(米菓子)	札幌や (サッポロラーメン)
銀座フタバ靴店	(靴)	バギオ・スポーツ	(スポーツ用品)	メリーチョコレート	(洋菓子)	京都あかさたな
地平線	(靴)	ミニミ	(スポーツ用品)	泉屋東京店	(洋菓子)	(京風ラーメン)
ジュノン三井	(婦人靴)	ミニミ	(スポーツ用品)	コージーコーナー	(洋菓子)	一品香 (中華料理)
銀座エスベランサ	(婦人靴)	エアロショップホープン	(航空用品)	喜久家洋菓子舗 ジョイナス店	(洋菓子)	大龍 (中華料理)
キリヤ	(ハンドバッグ)	足立玩具店	(玩具)	KEY COFFEE	(コーヒー・紅茶)	ダックスドウ (中華料理)
神戸美登里屋(ハンドバッグ)	(靴)	志づか堂	(琴・三味線・和楽器)	ボンバドウルジョイナス店	(パン)	八仙閣 (中華料理)
タニザワ(靴・ハンドバッグ)	(靴)	ヤマハブランド 横浜ジョイナス 店	(CDソフト)	はこだて	(魚貝)	四川飯店 (中国四川料理)
SHIMIZU	(靴・ハンドバッグ)	新星堂横浜ジョイナス店	(音楽用品・レコード・CD)	日山ジョイナス店	(精肉)	カレーの店ベイリーフ
テレビバッグ	(靴・ハンドバッグ)	新星堂DISK INN	(文化雑貨)	フルーツ水信	(果物・洋酒)	(カレー)
バッグハウスハセガワ	(靴・ハンドバッグ)	和風ライオン安具楽	(日本料理)	ハヤシフルーツ	(青果)	カレーハウス・リオ
フローレンス	(靴)	東京北浜	(日本料理)	◎ 食堂・喫茶		(レストラン)
ポンテ・ベッキオ	(靴)	加登家	(日本料理)	東京北浜	(日本料理)	柘屋 (うどん・そば)
ざるや	(袋物・装飾品)	和風ライオン安具楽	(日本料理)	加登家	(日本料理)	おらがそば一茶庵 (そば)
ロリエ	(アクセサリ)	四季	(郷土料理)	和風ライオン安具楽	(日本料理)	更科一休 (そば)
すみれ	(アクセサリ)	えぞ料理ユック	(えぞ料理)	東京北浜	(日本料理)	そじ坊 (そば)
TOKIOルイ	(アクセサリ)	舌郎	(牛舌料理)	加登家	(日本料理)	天龍 (寿司)
加賀屋(アクセサリ・雑貨)	(靴)	あいちや	(会席)	和風ライオン安具楽	(日本料理)	源平鮎よしの (寿司)
銀座ボーグ	(婦人帽子)	関西料理いらか	(懐石)	四季	(郷土料理)	本郷志乃田 (寿司・折詰)
オカダヤ	(洋装雑貨)	浜膳	(割烹)	えぞ料理ユック	(えぞ料理)	太平寿司 (寿司・折詰)
セイコウ	(毛糸・婦人服)	官川本店横浜店(うなぎ割烹)	(うなぎ割烹)	舌郎	(牛舌料理)	スタジオパール
◎ 文化用品・雑貨		番番亭	(しゃぶしゃぶ)	あいちや	(会席)	(カフェ・ピアダイニング)
コクミン	(医薬・化粧品)	しゃぶせん	(しゃぶしゃぶ)	関西料理いらか	(懐石)	カスカード
ファーマシーたしろ	(医薬・化粧品)	ハゲ天	(てんぷら)	浜膳	(割烹)	(バーラーレストラン)
ハック ドラッグ	(医薬・化粧品)	とんみ	(とんかつ)	官川本店横浜店(うなぎ割烹)	(うなぎ割烹)	銀座立田野 (甘味喫茶)
調剤薬局フジファーマシー	(医薬・調剤)	勝烈庵	(とんかつ)	番番亭	(しゃぶしゃぶ)	二葉 (甘味処・甘味喫茶)
ハックコスメティック	(化粧品)	とりろう	(鳥割烹)	しゃぶせん	(しゃぶしゃぶ)	アート・コーヒー (喫茶)
Pure&Natural House	(化粧品)	おとべ	(丼物)	ハゲ天	(てんぷら)	コーヒー23 (喫茶)
コスメチックたしろ	(化粧品・雑貨)	ドゥザ ハーブス	(イタリア料理)	とんみ	(とんかつ)	COFFEE INN MIKI
ラ・マスコットロード	(化粧品・雑貨)	チャオ	(イタリア料理)	勝烈庵	(とんかつ)	(喫茶)
銀座香十	(香料)	SHIBUYA	ログスキー	とりろう	(鳥割烹)	キャラバンコーヒー (喫茶・珈琲)
栄松堂書店	(書籍)	YOKOHAMA	(ロシア料理)	おとべ	(丼物)	プチ・レストランマドモ (軽飲食)
栄松堂書店	(書籍・文房具)	アルテリベ	(ドイツ料理)	ドゥザ ハーブス	(イタリア料理)	(軽飲食)
山勝真珠	(真珠・宝石)	ワイルド ストロベリーズ	(西洋料理)	チャオ	(イタリア料理)	カベル (軽食)
アート宝飾	(宝石・貴金属)	シェルポート	(レストラン)	SHIBUYA	ログスキー	グリル マンド カフェ
天貫堂	(宝石・貴金属)	横浜精養軒	(レストラン)	YOKOHAMA	(ロシア料理)	JeJe (軽食・喫茶)
銀座じゅわいおおくちゅーるマキ	(貴金属)	ハングリタイガー 相鉄ジョイナス 店	(レストラン)	アルテリベ	(ドイツ料理)	イタリアン・トマト カフェ
審美堂	(貴金属・時計)	ブルック	(レストラン)	ワイルド ストロベリーズ	(西洋料理)	・ジュニア (軽食・喫茶)
さくらやウォッチKAN 横	(時計)	サラダバー・キャロット	(レストラン)	シェルポート	(レストラン)	PRONTO (軽食・喫茶)
浜	(時計)	横浜 文楽亭	(菓子)	横浜精養軒	(レストラン)	ドートルコーヒー (軽食・喫茶)
金鳳堂	(眼鏡)	東京甘栗本舗(甘栗・木の实)	(菓子)	ハングリタイガー 相鉄ジョイナス 店	(レストラン)	異人館倶楽部 (軽食・喫茶)
ベルボン	(眼鏡・コンタクトレンズ)	米世本店	(甘納豆)	イナス 店	(レストラン)	カフェ・ド・レビ (軽食・喫茶)
オグラ	(眼鏡・関連商品)	花見煎餅吾妻屋本店(煎餅)	(菓子)	ブルック	(レストラン)	ジャーマンペーカリー (軽食・喫茶・洋菓子)
金明堂	(眼鏡・貴金属)	新宿中村屋	(和・洋菓子)	サラダジョイ	(レストラン)	ロミオ (軽食・喫茶)
		ありあけ	(和・洋菓子)	ニコラス	(ビザハウス)	サモアール (紅茶専門店)
		喜代作	(和洋菓子)	オリブの木	(パスタ)	マイアミ (洋酒・喫茶)
		銀座曙ジョイナス店(和菓子)	(和菓子)	ローリーポーリー	(ドーナツ・軽食)	ル・ルボワール(珈琲専門店)
		みのや本店	(和菓子)	ロチェスター	(地中海料理)	ダンキンドーナツ

恵亭 (とんかつ・弁当)
 大沼 (うなぎ)
 郷土料理土佐藩 (和食)
 藩 (焼とり・釜めし)
 ハゲ天 (てんぷら)
 和幸 (とんかつ)
 伊太利庵 (スバゲティ)
 ビーフレッシュ(レストラン)
 ロリエンテ
 (イタリアンレストラン)
 イタリアーノ
 (イタリアンレストラン)
 玉泉亭 (ラーメン)
 なかよし (ラーメン)

横濱中華食堂 (中国料理)
 カレーハウス・リオ
 (カレーハウス)
 白桃庵 (そば)
 麵房八角 (麺類)
 栞屋 (そば・うどん)
 加登屋 (寿司)
 寿司田 (寿司)
 沼津港 (回転寿司)
 ユーハイム (サンドイッチ)
 プロント横浜 (喫茶・BAR)
 グレコ (喫茶)
 モンテローザ (喫茶)
 銀座トリコロール (喫茶)

カフェ・トヨサキ (喫茶)
 サーティワンアイスクリーム
 (アイスクリーム)
 ロッテリア(ハンバーガー他)
 浪花ろばた八角 (かき揚げ)
 ◎ サービス
 横浜銀行 (銀行)
 美容の館グレース (美容)
 京急観光 (旅行案内)
 横浜シティ・エア・ターミナル
 (旅行サービス)
 ニコスキャッシュターミナル
 (信用サービス)
 宝くじサービスショップ

◎ その他
 フローリスト・サカタ(生花)
 PXオリオン (売店)
 ギャラリーCline (アートギャラリー)
 サービス関連施設
 銀行
 旅行代理店
 警察派出所
 CD

ルミネ横浜

〒220-91 神奈川県横浜市西区高島2-16-1
 TEL 045-453-3514
 横浜駅構内

開設年月日	1980年11月7日	建物構造	鉄骨鉄筋コンクリート造	建物規模	地上9階 地下3階 塔屋1階
設置者	(株)ルミネ	設計監理	(株)安井建築設計事務所	躯体工事者	大成建設(株) 鉄建建設(株)
敷地面積	9,553 m ²	建物(底地)面積	6,357 m ²	建物延床面積	39,646 m ²
SC形態	駅ビル	立地の特徴	中心商業地域	商圏人口	8,200千人
来店客数(1日平均)	平日 45,000人 休日 65,000人	車客の割合	平日 0.9% 休日 1%	年間売上高	30,000百万円
定休日	無休	営業時間	物販 10:00~20:30 食 11:00~22:00 (一部9:00~23:00)	リニューアル	期間 工事費なし 施工業者
駐車場	地下 250台	自転車置場		保証金	あり
家賃	キーテナント	共益費	キーテナント	売上管理	正社員
徴収形態	テナント 変動歩率	徴収形態	テナント 定額	売上金預託	パート
				従業員数	合計
				デベロッパー テナント キーテナント	43名 832名 1,271名 2,103名

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: (株)ルミネ 代表者名: 岩崎 雄一 本部(店)所在地: 東京都渋谷区代々木2-2-2
 会社(組合)設立: 1991年4月1日 主な事業: SC専業 資本金(出資金): 2.375百万円

■ 店舗面積(実効)

物販	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販			10,294	10,294	158
飲食			3,853	3,853	35
サービス			369	369	9
合計			14,516 m ²	14,516 m ²	202店

■ テナント一覧

◎ 衣料品	セキネ (婦人用品)	ラルフローレン (婦人用品)	タルガ (婦人用品)
ハムステッド (紳士用品)	TOMATU PRESENTS (婦人用品)	ビーエムナイン (婦人用品)	飛行船 (婦人用品)
ポールスチュアート (紳士用品)	ウッドベッカー (婦人用品)	レストローズ (婦人用品)	ラブリーマベラキャン (婦人用品)
タカキュー (紳士用品)	タータンショップヨーク (婦人用品)	タマヤ (婦人用品)	ウィンザー (婦人用品)
羽衣 (紳士用品)	マルチュウ (婦人用品)	スズヤ (婦人用品)	クリスチース (婦人用品)
ベネトン (婦人用品)	ミスジェイ (婦人用品)	グレイブ (婦人用品)	キャビン (婦人用品)
B. C. B. G (婦人用品)	FILAFIL (婦人用品)	ドゥードゥー (婦人用品)	ブック (婦人用品)
パラティーン (婦人用品)	ニメ (婦人用品)	5TH AVENUE (婦人用品)	フリーウェイ428 (婦人用品)
パッシー (婦人用品)	モダクラブ (婦人用品)	ロベ (婦人用品)	エイコー (婦人用品)
ファミアジル (婦人用品)	ファイブダイズ (婦人用品)	ヤコボ (婦人用品)	カクタス (婦人用品)
ギンザゲルラン (婦人用品)	ジェイアンドアール (婦人用品)	クレヨン (婦人用品)	ブルーウェーコーン (婦人用品)
コンボハウス (婦人用品)	マギースポーツ (婦人用品)	クラビクラ (婦人用品)	コンボハウスガーデン (婦人用品)
シセイドウザギンザ (婦人用品)	スボルチーノ (婦人用品)	コンボハウスガーデン (婦人用品)	マーガレットアーヴィン (婦人用品)
オックスフォード(婦人用品)	セシルマクビー (婦人用品)	マーガレットアーヴィン (婦人用品)	49アベニュージュンコシマダ (婦人用品)
ルミネコレクション (婦人用品)	ブティックルイ (婦人用品)	インディバイトランク (婦人用品)	ジュンコシマダパート2 (婦人用品)
イエナ (婦人用品)	スバゲッティ (婦人用品)	ARCHIVES (婦人用品)	4ドシー (婦人用品)
NATORI (婦人用品)	モニ (婦人用品)	モアオカダヤ (婦人用品)	シティスタジオセクション (婦人用品)
サンアトリエール(婦人用品)	銀座マギー (婦人用品)	ファイブワン (婦人用品)	(婦人用品)
HANAE MORI STUDIO (婦人用品)	銀座花菱 (婦人用品)	ラットフィンク (婦人用品)	メーム・ファミ (婦人用品)
ANN CAROLL (婦人用品)	リザサロン (婦人用品)	クリード (婦人用品)	ガジン (婦人用品)
	アソシアブラザ (婦人用品)	ナンシー (婦人用品)	OLD CAPITAL E

- (婦人用品)
- アルファスピン (婦人用品)
- VERY'S (婦人用品)
- OXFORD (婦人用品)
- FUSION (婦人用品)
- BEACH GARDEN (婦人用品)
- アイドル (子供用品)
- プティックヌー (子供用品)
- エメ (洋服・和装)
- 鈴乃屋 (洋服・和装)
- 靴下屋 (靴下)
- ◎ 身の回り品
- ダイアナ (靴)
- ワシントンインポート (靴)
- 元町ミハマ (靴)
- ロベールクレジュリー (靴)
- ブルサイド (靴)
- ギンザカネマツ (靴)
- シューズ サロンアカクラ (靴)
- ロマンシューズ (靴)
- レイジースワン (靴)
- ロコ (靴・袋物)
- エル (靴・袋物)
- スパイス (靴・袋物)
- イル (靴・袋物)
- メルチェリアジャック (靴・袋物)
- ナイスモブ (靴・袋物)
- 4℃ (靴・袋物)
- ILS DEUX (靴・袋物)
- スタージュエリー (アクセサリー)
- ミッシェルコラン (アクセサリー)
- シェモア (アクセサリー)
- アクセサリーマルホー (アクセサリー)

- ティンティアー(アクセサリー)
- ルーベ (アクセサリー)
- ジュエリー4ドシー (アクセサリー)
- ルクソール (アクセサリー)
- ジーピークラブ (傘)
- シュンドール (その他の身の回り品)
- ◎ 文化用品・雑貨
- コスメティックタシロ (化粧品)
- ヤンレイ (化粧品)
- マリークワントカラショップ (化粧品)
- 有隣堂 (書籍)
- アートコア (文房具・事務用品)
- 至宝堂 (文房具・事務用品)
- レイカ (貴金属)
- ボンテヴェキオ (貴金属)
- ジュエルベリテ (貴金属)
- ヤマト宝飾 (貴金属)
- ココ山岡 (貴金属)
- イワキ (眼鏡)
- キンメイドウ (眼鏡)
- グランババ(玩具・娯楽用品)
- キティランド (玩具・娯楽用品)
- ソニープラザ (バラエティー雑貨)
- カリスセイジョー (雑貨)
- ブレップショップ (雑貨)
- ◎ 家庭用品
- ドマン (インテリア雑貨)
- セントフランシス(生活雑貨)
- タオルサロンカラカラ (タオル・雑貨)
- ◎ 食料品
- しまざき (和洋酒)

- 京博 (持ち帰り寿司)
- 紅太郎 (惣菜)
- たちばな (惣菜)
- ハマケイ (惣菜)
- サンジェルマン(菓子・パン)
- 太子堂 (和菓子)
- 喜代作 (和菓子)
- ルノートルプティック (洋菓子)
- トップス (洋菓子)
- 喜久家洋菓子舗 (洋菓子)
- モロゾフ (洋菓子)
- ザヒロタ (洋菓子)
- プチフルール (洋菓子)
- コロパン (洋菓子)
- 三本コーヒー (コーヒー豆)
- 崎陽軒 (シューマイ・弁当)
- 相模 (おむすび・弁当)
- LA蒸ししゅ (おこわ・弁当)
- ◎ 食堂・喫茶
- 加登屋 (日本料理)
- ヴィボ (日本料理)
- 銀座いらか (関西料理)
- シンジユクツナハチ(天ぷら)
- カツテイタチバナ(とんかつ)
- 大志満 (加賀料理)
- テラスレストランプチフルール (西洋料理)
- デボ (西洋料理)
- バステリア (西洋料理)
- ツバメグリル (西洋料理)
- ラクラク (西洋料理)
- イクリアーノ (西洋料理)
- あるでん亭 (西洋料理)
- ブラームス (西洋料理)
- アマポーラ (西洋料理)
- グルメロムレット(西洋料理)
- アジオ (西洋料理)
- 知喜多亭 (西洋料理)

- カリフォルニアカフェテラス (西洋料理)
- トップスアンドサクソン (中華・東洋料理)
- メンリュウ(中華・東洋料理)
- キョウケン(中華・東洋料理)
- 家族亭 (そば・うどん)
- 築地玉寿司 (寿司)
- ギンザスイエイ (寿司)
- 大阪はてぢゅう (お好み焼)
- ドトールコーヒー (喫茶・スナック)
- グリーンハウス (喫茶・スナック)
- サロンドテ(喫茶・スナック)
- コーヒー23(喫茶・スナック)
- コロパン(喫茶・スナック)
- カップオブティー (喫茶・スナック)
- 喜達庵 (喫茶・スナック)
- ブルック (喫茶)
- ホップバー (喫茶)
- ◎ サービス
- ルルドの部屋 (古い)
- マジックカン (古い)
- アトリエ雅子 (理容美容)
- ナリタ (理容美容)
- ピノキオ (靴修理・合裁)
- 東急観光 (旅行代理店)
- ウインケッコンシキジョウア (結婚式場管轄)
- ブライダルサロン緑 (結婚式場管轄)
- びあステーション (情報ステーション)
- ◎ サービス関連施設
- 旅行代理店
- ブレイガイド

横浜岡田屋モアーズ

所在地 〒220 神奈川県横浜市西区南幸1-3-1
TEL 045-311-1471
横浜駅から徒歩1分

開設年月日	1982年11月12日	建物構造	鉄骨鉄筋コンクリート造	建物規模	地上9階 地下3階 塔屋3階
建設者	住建建(株)	設計監理	(株)松田・平田	躯体工事者	(株)大林組
敷地面積	2,184 m ²	建物(底地)面積		建物延床面積	27,235 m ²
S C形態	商業ビル	立地の特徴	中心商業地域	商圏人口	2,800 千人
来店客数(1日平均)	平日 30,000 人 休日 40,000 人	車客の割合	平日 休日	年間売上高	
定休日	(年間4日)	営業時間	物販 10:00~22:30 飲食 11:00~22:00 (一部23:00, 24:00)	リニューアル	期間工事費 施工業者
駐車場	屋上 50 台	自転車置場		保証金数	あり
家賃徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率	共益費徴収形態	キーテナント テナント 定額	従業員数	正社員 44 名 パート 289 名 合計 333 名
				売上管理	売上金預託
					テナント会 横浜モアーズ専門店会

デベロッパの概要

デベロッパー名: (株)横浜岡田屋 代表者名: 岡田 伸浩 本部(店)所在地: 神奈川県横浜市西区南幸1-3-1
会社(組合)設立: 1967年6月 主な事業: 小売業 資本金(出資金): 300 百万円

店舗面積(実効)

物販	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
飲食			8,764	8,764	81
サービス			4,745	4,745	15
合計			13,509 m ²	13,509 m ²	101 店

テナント一覧

業種	テナント名	業種	テナント名	業種	テナント名
◎ 衣料品	ムサシヤ (衣料品)	アバ (服飾雑貨)	デュエット (服飾雑貨)	◎ 家庭用品	イル、エレ (家具)
プティック麻里 (婦人用品)	ベネトン (衣料品)	デュエット (服飾雑貨)	プティックオーサキ (服飾雑貨)	エミリオロバ (家具)	
Lサイズミマツ (婦人用品)	セカンドノリーズ (衣料品)	マテリアル (服飾雑貨)	青山ベック (服飾雑貨)	ZOO (家具)	
ボボクラブ (婦人用品)	マテリアル (衣料品)	ザ、コンセプト (衣料品)	ベルビエ (服飾雑貨)	ハイ、ステア (生活雑貨)	
ファニー (婦人用品)	マテリアル (衣料品)	スフ (衣料品)	ハウスオブローゼ(服飾雑貨)	レイジースーザン(生活雑貨)	
シュクル (衣料品)	マテリアル (衣料品)	メルス (衣料品)	◎ 文化用品・雑貨	オレンジハウス (生活雑貨)	
ゲスト (衣料品)	マテリアル (衣料品)	パツ (衣料品)	ホシ薬局 (医薬品)	インプレッション(生活雑貨)	
スパイシー (衣料品)	マテリアル (衣料品)	キャナリーハウス (衣料品)	池田書店 (書籍)	菅谷金銀堂 (生活雑貨)	
クリスチーヌ (衣料品)	マテリアル (衣料品)	クレール (衣料品)	クリスティ (貴金属)	ハートストリングス (生活雑貨)	
オックスフォードQ (衣料品)	マテリアル (衣料品)	CRクラブ (衣料品)	パリエ (貴金属)	イマジン (生活雑貨)	
セルッチオ (衣料品)	マテリアル (衣料品)	ローリス (衣料品)	ココ山岡 (貴金属)	SOHBI (生活雑貨)	
リザ (衣料品)	マテリアル (衣料品)	飛行船 (衣料品)	ジュエリーコモ (貴金属)	ショップあさみ (生活雑貨)	
新宿高野 (衣料品)	マテリアル (衣料品)	ロートレアモン (衣料品)	アイリスメガネ (眼鏡)	ユーコーOAストア (生活雑貨)	
ノーリーズ (衣料品)	マテリアル (衣料品)	カンサイ (衣料品)	カメラのきむら (カメラ)	帝都無線 (電気・機械器具)	
ジョルジェ (衣料品)	マテリアル (衣料品)	マフィン (衣料品)	マギースポーツ (スポーツ用品)	◎ 食堂・喫茶	
フットマーケット (衣料品)	マテリアル (衣料品)	ミックス (衣料品)	白樺スポーツ(スポーツ用品)	とんかつ和幸 (日本料理)	
タカキュー (衣料品)	マテリアル (衣料品)	鈴乃屋 (呉服)	ビーターラビットH (キャラクター雑貨)	植むら別館 (日本料理)	
川島洋服店 (衣料品)	◎ 身の回り品	◎ 身の回り品	サッカーSHOP加茂 (キャラクター雑貨)	植むら本館 (日本料理)	
ニートウィンド (衣料品)	イノウエ (靴)	イノウエ (靴)	ミキハウス (衣料品)	つな八 (日本料理)	
フィリス (衣料品)	パギーブギー (靴)	パギーブギー (靴)		スエヒロボモドーロ (西洋料理)	
フレディマック (衣料品)	エステール (服飾雑貨)	エステール (服飾雑貨)			
G. ケリー (衣料品)	フレンチ (服飾雑貨)	フレンチ (服飾雑貨)			
ザギャップ (衣料品)	銀座ヨシノヤ (服飾雑貨)	銀座ヨシノヤ (服飾雑貨)			
ミキハウス (衣料品)					

上大岡三越ガーデンスクエア

所在地 〒233 神奈川県横浜市港南区上大岡西1-18-3
TEL 045-844-1111
京浜急行上大岡駅から徒歩2分

開設年月日	1996年11月10日	建物構造	建物規模			地上7階地下1階
建物設置者	(株)オサダ	設計監理	躯体工事者	内装業者		
敷地面積		建物(底地)面積	建物延床面積	S C 面積		
S C 形態	商業ビル	立地の特徴	周辺商業地域	商圏人口	催事場面積	
来店客数(1日平均)	平日 休日	車客の割合	平日 休日	年間売上高(目標)	テナント会名 称	
定休日	第1・3月曜日(年間24日)	営業時間	キーテナント 物販 10:00~20:00 飲食 10:00~23:00	リニューアル	期間 ~1996.9 工事費 施工業者	
駐車場		自転車置場	保証金数	売上管理		
家賃徴収形態	キーテナント テナント	共益費徴収形態	キーテナント テナント	従業員数	正社員	パート 合計

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: (株)オサダ 代表者名: 長田 良 本部(店)所在地: 神奈川県横浜市港南区上大岡西1-18-3
会社(組合)設立: 1965年 主な事業: 不動産業 資本金(出資金): 800 百万円

■ 店舗面積(実効)

	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販	3,120		15,560	18,940	24
飲食	260				
サービス					
合計	3,380 m ²		15,560 m ²	18,940 m ²	39 店

■ キーテナントの概要

企業名	代表者名	業態	店名	本部(店)所在地
I (株)三越	津田 尚二	Dpt	三越上大岡店	東京都中央区

■ テナント一覧

● 衣料品	(ネクタイ・スカーフ)	● 食堂・喫茶	(ビューティークリニック)
タケムラ (紳士服)	● 文化用品・雑貨	戎 (えびす) (炭火烧鳥)	アートギャラリー
サントレ (婦人服)	紀伊國屋書店 (書籍)	あるでん亭(イタリアン料理)	(ギャラリー)
野毛マリヤ (婦人服)	会文堂 (文具)	銀座ライオン (レストラン)	カスタマーズサロン(商品券)
シャルル (婦人服)	サトウダイヤモンドチェーン (宝飾)	西SIFu湖 (中華料理)	NTT・トーキングポート上
プリムドーム (婦人服)	キューアート (宝飾)	あずみ野 (そば・うどん)	大岡 (NTT)
レリアン (カジュアルプレタポルテ)	メガネスーパー (眼鏡)	福寿司 (寿司)	● その他
バレンザポート (カジュアルプレタポルテ)	TEITO (ミュージック)	ベッラリア (イタリアンカフェ)	VIVO (ビッポ) (生花)
東京ますいわ屋 (呉服)	● 家庭用品	ボンパドウル (喫茶カフェ)	花光 (生花)
● 身の回りの品	三栄の家具 (家具)	● サービス	文字之郷 (印鑑)
バリジェンス (バッグ)	サラ・ミッド (生活雑貨)	日興証券 (証券)	サービス関連施設
コーナ (アメリカンカジュアルバッグ)	ハロッズ (生活雑貨)	湘南信用金庫 (信用金庫)	証券
タイラック	● 食料品	グレース美容室 (美容)	銀行
	ジョアン(ミニクローワッサン)	たかの友梨ビューティークリニク	ギャラリー

グリーングリーン二俣川駅ショッピングセンター

所在地 〒241 神奈川県横浜市旭区二俣川2-50-1
TEL 045-362-5322
相模鉄道線二俣川駅構内

開設年月日	1970年9月25日	建物構造	建物規模			地上2階地下2階塔屋1階
建物設置者	相模鉄道(株) (有)ユー・エス	設計監理	躯体工事者	内装業者		
敷地面積	7,105 m ²	建物(底地)面積	建物延床面積	S C 面積		
S C 形態	駅ビル	立地の特徴	周辺商業地域	商圏人口	催事場面積	
来店客数(1日平均)	平日 10,000人 休日 7,000人	車客の割合	平日 3% 休日 3%	年間売上高	テナント会名 称	
定休日	第3火曜日(年間12日)	営業時間	キーテナント 物販 10:00~20:00 飲食 10:00~20:30	リニューアル	期間 工事費 なし 施工業者	
駐車場	平面 45台	自転車置場	保証金数	売上管理		
家賃徴収形態	キーテナント 定額 テナント 定額歩率	共益費徴収形態	キーテナント 定額 テナント 定額	従業員数	正社員	パート 合計

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: 相模鉄道(株) 代表者名: 星野 正宏 本部(店)所在地: 神奈川県横浜市西区北幸1-3-23
会社(組合)設立: 1917年12月18日 主な事業: 運輸業 資本金(出資金): 30,984 百万円

■ 店舗面積(実効)

	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販	2,406		1,340	3,746	32
飲食					
サービス					
合計	2,406 m ²		1,340 m ²	3,746 m ²	42 店

■ キーテナントの概要

企業名	代表者名	業態	店名	本部(店)所在地
I 相鉄ローゼン(株)	菅野 健一郎	S M	そうてつローゼン二俣川店	横浜市西区

■ テナント一覧

● 衣料品	金明堂 (眼鏡)	中村屋 (和洋菓子)	ファミリーランド
コヤマ (紳士服)	横濱創寫館 (DPE)	嵯峨御堂 (茶・海苔)	(ゲームコーナー)
モードマリ (婦人服)	グリーンスポーツ (スポーツ用品)	Tea Boutique (茶・海苔・コーヒー豆)	ミスター・ミニット (靴修理・合鍵)
フジカワ (婦人服)	バンドラー(玩具・娯楽用品)	ブチドゥル (パン・洋菓子)	相鉄観光 (観光案内)
銀座レディー (婦人服)	● 食料品	黄金焼 (食品)	● その他
プティックミチル (子供服)	崎陽軒 (シウマイ・弁当)	● 食堂・喫茶	グリーンフラワー (生花)
ヒダカ (洋装生地)	勝烈庵 (とんかつ)	珈琲苑 (喫茶)	サービス関連施設
● 身の回り品	新乃尾 (練製品・おこわ)	ミスタードーナツ(ドーナツ)	銀行
三井靴店 (靴)	京樽 (持ち帰り寿司)	● サービス	クリニック
ヤマサン (靴・袋物)	文明堂 (カステラ)	横浜銀行 (銀行)	ゲームコーナー
エトワール (装飾品)	きんか (珍味・菓子)	さくら銀行 (銀行)	旅行代理店
● 文化用品・雑貨	一番館 (洋菓子)	グレース (美容)	バスターミナル
ハックドラッグ (医薬・化粧品)	アルベリ (洋菓子)	グリーンクリーニング (クリーニング)	
アズサ (文化用品・雑貨)	上野風月堂 (洋菓子)	あおば歯科 (歯科)	
エフォール (宝石・時計)	信月堂製菓 (和菓子)		

青葉台リクレ

所在地	〒227 神奈川県横浜市青葉区青葉台1-7 TEL 045-985-8700 東急田園都市線青葉台駅構内						
開設年月日	1992年4月11日	建物構造	鉄骨造	建物規模	A棟 地上7階 地下1階 B棟 地上4階 地下1階	建設者	東急建設(株)
建物設置者	東京急行電鉄(株)	設計監理	東急建設コンサルティ ング	躯体工事者	東急建設(株)	内装業者	(株)丹青社 (株)東急エージェン シー (株)東急百貨店 他
敷地面積	7,458 m ²	建物(底地)面積	4,935 m ²	建物延床面積	17,553 m ²	SC面積	8,048 m ²
SC形態	駅ビル	立地の特徴	周辺商業地域	商圏人口	460千人	催事場面積	
来店客数(1日平均)	平日 11,000人 休日 15,000人	車客の割合	平日 15% 休日 18%	年間売上高	5,700百万円	テナント会 名称	青葉台リクレ商店会
定休日	第3水曜日 (年間12日)	営業時間	物販 10:00~21:00 飲食 11:00~22:00	リニューアル	期間 工事費 なし 施工業者		
駐車場	立体・平面 820台	自転車置場	なし	保証金 数	あり あり	売上管理	売上金預託
家賃 徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率	共益費 徴収形態	テナント 定額	従業員 数	デベロッパー テナント キーテナント	正社員	パート 合計
						10名 160名	5名 366名 15名 526名

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: 西南開発(株) 代表者名: 中島 一浩 本部(店)所在地: 神奈川県横浜市青葉区美しが丘1-2
会社(組合)設立: 1987年3月23日 主な事業: 不動産業 資本金(出資金): 10百万円

■ 店舗面積(実効)

物販 飲食 サービス 合計	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販			3,575	3,575	53
飲食			1,630	1,630	11
サービス			100	100	1
合計			5,305 m ²	5,305 m ²	65店

■ テナント一覧

◎ 衣料品	インターチェンジ&ザ・コン	サラサヤ (バッグ)	(生活雑貨)
パラディウム (婦人服)	セプト (婦人服)	リュテス (バッグ)	◎ 食料品
ツインポケット (婦人服)	ハーモニカ (婦人服)	クレッセント(アクセサリー)	夢や (駄菓子)
シンシア (婦人服)	ルーシー&フリーウェイ	ロリエ (アクセサリー)	◎ 食堂・喫茶
ラビアンヴィ (婦人服)	ティアン (婦人服)	フォンテス (アクセサリー)	和幸 (とんかつ)
ティフォーツ (婦人服)	ココラビット (婦人服)	サーティー・ミレ	旬 (和食)
ベンズネック (婦人服)	プラスドジュール(婦人服)	(アクセサリー・雑貨)	シズラー
リオ (婦人服)	プティックレミー (婦人服)	シェリアージュ	(アメリカンレストラン)
カーム (婦人服)	アル・ガーファ (婦人服)	(シーズン小物・装飾品)	チュントノーベ
ピアージュブルー (婦人服)	プティックバルジュ(婦人服)	ニットハウス (毛糸)	(イタリアレストラン)
ダダ (婦人服)	J・マックロクリン (婦人服)	◎ 文化用品・雑貨	洋麺屋五右衛門(スバゲティ)
セシルマクビー (婦人服)	パークレイ (婦人服)	ギンザビビ (化粧品・雑貨)	チャイナガーデン(中華料理)
ラッフル (婦人服)	プチミッコ (婦人服)	ハウスオブローゼ	アクバル (インド料理)
クリスチーナ (婦人服)	ドリームバスケット	(自然化粧品・雑貨)	セサミ (焼肉)
ラベルヴィ (婦人服)	靴下屋 (靴下)	グレイス (宝飾)	柞屋 (うどん・そば)
クマヤ (婦人服)	三松 (呉服)	ベリテ (宝飾)	カフェデュモンド (喫茶)
シーアールミックス(婦人服)	◎ 身の回り品	イワキ (眼鏡)	サロン・ド・テシスレー
ビーフォー (婦人服)	リーガルシューズ (靴)	コタニ (CD)	(喫茶)
プティックレイルロード	アカクラ (婦人靴)	◎ 家庭用品	◎ サービス
(婦人服)		バスポート(インテリア雑貨)	クレージュサロンポーテ
クリード (婦人服)		グロリアスマーケット	(美容)

川崎BE

所在地	〒210 神奈川県川崎市川崎区駅前本町26-1 TEL 044-200-6500 JR川崎駅構内						
開設年月日	1958年12月1日	建物構造	鉄骨鉄筋コンクリート造 (一部鉄骨造)	建物規模	地上9階(一部4・5・6階) 地下1階 塔屋1階	建設者	川崎駅ビル増改築工 事共同企業体
建物設置者	(株)川崎ステーション ビル	設計監理	鉄道会館設計事務所	躯体工事者	川崎駅ビル増改築工 事共同企業体	内装業者	川崎駅ビル増改築工 事共同企業体
敷地面積	10,241 m ²	建物(底地)面積	8,214 m ²	建物延床面積	49,466 m ²	SC面積	32,683 m ²
SC形態	駅ビル	立地の特徴	中心商業地域	商圏人口	525千人	催事場面積	68 m ²
来店客数(1日平均)	平日 75,000人 休日 68,000人	車客の割合	平日 0.7% 休日 1.4%	年間売上高	29,291百万円	テナント会 名称	川崎BE名店会
定休日	水曜日(年間5日)	営業時間	物販 10:00~20:00 飲食 11:00~22:00 (一部7:00~22:00)	リニューアル	期間 1987.3~1988.7 工事費 12,000百万円 施工業者 川崎駅ビル増改築工 事共同企業体		
駐車場	立体 120台	自転車置場	100台	保証金 数	あり あり	売上管理	売上金預託
家賃 徴収形態	キーテナント テナント 定額+歩率	共益費 徴収形態	テナント 変動	従業員 数	デベロッパー テナント キーテナント	正社員	パート 合計
						77名 1,318名	878名 77名 2,196名

■ デベロッパーの概要

デベロッパー名: (株)川崎ステーションビル 代表者名: 鈴木 俊也 本部(店)所在地: 神奈川県川崎市川崎区駅前本町26-1
会社(組合)設立: 1956年9月29日 主な事業: 不動産業 資本金(出資金): 600百万円

■ 店舗面積(実効)

物販 飲食 サービス 合計	キーテナント		テナント	合計面積	テナント数
	I	II			
物販			14,873	14,873	196
飲食			3,579	3,579	37
サービス			2,266	2,266	22
合計			20,718 m ²	20,718 m ²	255店

■ テナント一覧

◎ 衣料品	MELS (婦人洋品)	エメ (婦人洋品)	GALCROWD (婦人洋品)
FUJIYA (紳士洋品)	セルヴィール (婦人洋品)	エフエムスクエア(婦人洋品)	TAMAYA (婦人洋品)
taka-Q, ムービン (紳士洋品)	バシャ (婦人洋品)	ベルア・ミナカイ(婦人洋品)	ル・フリーク (婦人洋品)
taka-Q (紳士洋品)	チャリティ・ホープ・バレン	ゴールドスター (婦人洋品)	ハニーズ (婦人洋品)
MITSUMINE (紳士洋品)	タイン (婦人洋品)	プティックパピヨン	BLanchette (婦人洋品)
FRESSO (紳士洋品)	銀座マギー (婦人洋品)	reparer-244 (婦人洋品)	chick's (婦人洋品)
Felice (紳士洋品)	メイクレット (婦人洋品)	アイマリオ (婦人洋品)	chick's (婦人洋品)
ヴィラージュ (紳士洋品)	モダクラブ&ドゥドゥー	クリード (婦人洋品)	ファニーフェイス(婦人洋品)
横浜キクヤ (紳士洋品)	(婦人洋品)	ソジュールダイヤ(婦人洋品)	FEDELTA
自由ヶ丘イケダ (紳士洋品)	Liebe (婦人洋品)	プティックミック(婦人洋品)	(インポートファッション)
LEO (紳士洋品)	プティック千曲 (婦人洋品)	プティックレイルロード	mothercare (子供用品)
垂布 (紳士洋品)	Y・O・K30 (婦人洋品)	(婦人洋品)	こども服アイドル (子供服)
METHOD (紳士洋品)	Romp (婦人洋品)	プティックレイルロード	ピーポイント
マギースポーツ (婦人洋品)	ヒトシタムラ・ロンドン	ジョイフルカトウ(婦人洋品)	(レッグスファッション)
MASUYA (婦人洋品)	(婦人洋品)	SWEETS (婦人洋品)	古知 (ソックス)
フィアザー・ヤコボ (婦人洋品)	ビガール (婦人洋品)	San-ai (婦人洋品)	京紋大丸屋 (呉服)
グレースサロンナカヤ (婦人洋品)	バターン (婦人洋品)	ポートランド (婦人洋品)	きものやまと (呉服)
ジョルジュレッシュ (婦人洋品)	ELLE (婦人洋品)	スパークス (婦人洋品)	ロコ (下着)
CORDIER (婦人洋品)	ELLE2 (婦人洋品)	EPICE (婦人洋品)	ピーポイント (ランファン)
シゼンス (婦人洋品)	ポニー丸岡 (婦人洋品)	Princess. CLUB	ジーンズメイト川崎店
	EXELANCETTI (婦人洋品)	(婦人洋品)	(ジーンズ)
	ベレ (婦人洋品)	ビザッズ (婦人洋品)	◎ 身の回り品
	シャルル (婦人洋品)	ザ・テップ (婦人洋品)	レディースアメリカヤ (靴)
	レリアン (婦人洋品)	みすずSECTHION2	リーガルシューズ (靴)
		(婦人洋品)	

ワシントンコンフォート(靴)
RIZ taiyo-do (靴)
銀座かねまつ(バッグ・靴)
GINZA COSMO(バッグ)
原宿デリカ(バッグ)
スズキヤ(傘・服物)
CHERBOURG(傘)
UP-OFF TSUJIYA(傘)
シンデレラリパティエ
(装飾品)
Tisane(装飾品)
TIN TEE(装飾品)
ビックアップ(アクセサリ)
クレアーズ(アクセサリ)
原宿エドワード(小物)
◎文化用品・雑貨——
子安ドラッグストア
(医薬・化粧品)
カワサキ第一薬局(医薬品)
ドラッグストアオオモリ
(医薬品・雑貨)
ワールドコスメティックス
(化粧品)
バレット(化粧品・雑貨)
ザ・ヘアーズショップ
(ヘア用品)
有隣堂川崎BE店
(書籍・文具)
ACTクリエイターズBOX
(文具)
コーコービジネスマシーン
OAストア(OA商品)
銀座審美堂(貴金属)
Juel Verite(貴金属)
サトウダイヤモンドチェーン
(貴金属)
Charmy Tanaka(貴金属)
セシオール(時計)
オグラ川崎店(眼鏡)
オブチカルショップセルバ
(眼鏡)
橋田商会(カメラ・DPE)
水野カメラ(カメラ・DPE)
オオモリスポーツ
(スポーツ用品)
オオモリスポーツ(籠事)
(スポーツ用品)
バラエティーホビー
PLAYQ(娯楽用品)
バラエティーホビー
PLAYQ2(娯楽用品)
トイビア イセヤ(娯楽用品)
京浜楽器(楽器)
DIP 623(レコード・CD)
レコードランド宝島
(中古レコード)
アート・ギャラリー(絵画)

ダイズニーストア川崎BE店
(キャラクターグッズ)
マザーグースの森(雑貨)
George V(雑貨)
アップ後楽園(雑貨)
大中(雑貨)
ファッション雑貨アンヴィ
(雑貨)
LOVELAND(雑貨)
MAY-FIFTEEN
(インポート雑貨)
◎家庭用品——
ESQUISSE(家庭用品)
ハウスオブローゼ(バス用品)
吉祥寺菊屋(陶磁器)
Alic 日進(家電)
理研産業補聴器(補聴器)
◎食料品——
洋菜屋ビッグシェフ
(加工食品)
MEATSHOP とがし
(加工肉)
大川水産(塩干)
産直マミー(惣菜)
LA蒸しゆ(惣菜)
雪印フードコーナー(洋惣菜)
いい業&ゼスト(和洋惣菜)
やきとり鳥正惣菜みかく
(和惣菜)
山重(和惣菜)
とんかつ和幸売店(和惣菜)
えぼし工房(和惣菜)
うなぎ・やき鳥味乃宮川
(うなぎ)
周富徳の店瑞皇(中華惣菜)
崎陽軒(中華惣菜)
ころっけ家(コロッケ)
和幸弁当売店(持ち帰り弁当)
和幸サンドイッチ
(持ち帰りサンド)
とんかつ和幸B1
(持ち帰り丼物)
銀座ハゲ天(天ぷら)
京博(持ち帰り寿司)
Cafeteria ALii
(持ち帰り弁当)
味の逸品秋本(漬物)
吉岡屋(漬物)
築地江戸(佃煮)
新之助貝新(佃煮)
小田川屋(練製品)
筑前屋(辛子明太子)
おとうふ処古市庵(豆腐)
米八(米飯)
アンデルセン(ベーカリー)
デイリーフーズフロイデ
(瓶・缶詰・食料)

お茶金子園(茶)
丸山園(茶・のり)
熊坂ノ庄スッポン堂
(健康食品)
ヘルスBE(健康食品)
きんか(菓子・珍味)
THE HIROTA(洋菓子)
FUJIYAチーズケーキ
(洋菓子)
パレフリアンナガサキヤ
(洋菓子)
新宿中村屋(和洋菓子)
東京風月堂(和洋菓子)
銀座東京羊羹(和菓子)
不二屋洋菓子(和菓子)
御菓子司東照(和菓子)
御菓子司千虎(和菓子)
舟和(和菓子)
文明堂(和菓子)
栄太楼総本舗(和菓子)
銀座あけはの(和菓子)
名集ひよ子(和菓子)
太子堂(袋菓子)
鹿島田の塩煎餅沼田屋本店
(煎餅)
BIT by BIT(鮎・その他)
新宿高野フルーツチュール
(フルーツデザート)
肉のアマイ(精肉)
ニュー・クイック(精肉)
丸イ水産(鮮魚)
築地中島水産(鮮魚)
キャベツ(青果)
ハヤシフルーツ(青果)
◎食堂・喫茶——
味覚(和食)
庄屋ニュートキー(和食)
喜乃佳(和食)
雅(天) (和食)
小鉢料理ごぜん(和食)
川崎ひよく(和食)
うなぎ・和食味乃宮川
(うなぎ)
とんかつ和幸(とんかつ)
天ぷら船橋屋(天ぷら)
茅ヶ崎えぼし(浜料理)
RESTORANTE
CAMBLLIA(イタリア料理)
5フィッシャー&ファーマー
(シーフードレストラン)
BOCCATA(スバゲティ)
オリブハウス(洋食)
中華料理五十番(中華料理)
香港苑(中華料理)
Cafeteria ALii
(カレー・喫茶)
そば処竹庵(そば・うどん)

信濃そば(そば)
うどんの名門えびすや
(うどん)
いなにわ田吉作(うどん)
鮎処千代田(寿司)
市場寿司(回転寿司)
VALUE(コーヒーショップ)
川崎月花亭(和風スナック)
アートコーヒー(喫茶)
フレール(喫茶)
ステーションカフェBE
(喫茶・バー)
フォンティエナ(喫茶)
不二家(バーラー)
カフェ・ド・クレア(喫茶)
とんじゅう(お好み焼)
カフェ・ブラッスリー三日月堂
(ランチバブ)
稲工房味あじ
(和風ファーストフード)
ジェラトカリーノ
(アイスクリーム)
クレープハウスユニ
(クレープ)
ベッカーズ川崎BE店
(ハンバーガー)
◎サービス——
ダイイチサービスセンター
(クレジット)
日本信販(クレジット)
ハウジングセンターキャボン
(ハウジング)
ヨシダ理容室(理容)
美容室YOSHIHIRO(美容)
MEDIA・MODA(美容)
エステティックサロンソシエ
(エステティックサロン)
白洋舎川崎BEサービス店
(クリーニング)
牟田歯科医院(歯科)
シェイプスタジオmuse
(エアロビクス)
チネBE(映画館)
コインロッカー(ロッカー)
川崎市案内所(市の案内)
東目観光(観光案内)
mal'mi(貸衣装)
ウイン結婚式場案内
(式場案内)
NTTテレコムプラザかわさ
き(電話サービス)
生保カードサービスコーナー
(CD)
ハートのクイックロビー
(自動支払機)
カメラアホール
(パンケトルーム)

レイク無人受付コーナー
(消費者金融)
アピバスクール川崎校
(ワープロ・パソコンスクール)

◎その他——
Live Hanayoshi(花)
三舟印房(印刷)

サービス関連施設
クリニック
CD
トラベルサービス

旅行代理店
会議室
映画館

誘致条件調査票

2/6

貴社名・担当部署 (株)有隣堂 社長室 担当者名 川崎和広 印

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある …… センター北
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

出店済(営業中) …… センター南

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- イ) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ハ) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ニ) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

① 出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例 同フロアにドトールコーヒー等)
- ロ) スポーツ施設 (具体例 コーヒーショップ)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例 同フロアにHMV、タワレコード、新星堂などの大型CDショップ)

② 上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

以下、(4)～(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

3/6

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

① 希望賃料(月額)

【固定】 円 ~ 円/月坪
 【歩合】 % ~ %

② 共益費(月額)

円 ~ 円/月坪

③ 出店時預け金

【方式】(例 保証金:敷金など)

【金額】 ヶ月 ~ ヶ月
 (円 ~ 円/坪)

現時点では未定

(5) 商圏はどのようにお考えですか？

【範囲】 / km ~ 3 km
 【人口】 人 ~ 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

【年代】 } 才 ~ 80才
 【男女比】 男性 5 : 女性 5

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

希望敷地面積 … min. 650 (m²) ~ max. 1,100 (m²)
 延床面積(後方も含む) … min. 650 (m²) ~ max. 100 (m²)
 希望売場面積(5条) … min. 590 (m²) ~ max. 1,000 (m²)
 希望駐車台数 … min. (台) ~ max. (台)
 希望駐輪台数 … min. (台) ~ max. (台)
 推定売上高 … (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

競合店の出店は懸念されるが、大型商業施設の出店は地区の集客力が増し、歓迎すべきことです。

※センター北

6/6

その他ご意見・ご質問等があればご記入下さい。

全体及び1フロアの面積がそれなりにあるので、
 センター南の計画と比べれば商業集積としての
 魅力は高いと思います。3階で隣接のフラグビル
 とつながっているようですが、4・5階でも直結すれば
 回遊性が増し、価値も増すものと思われます。
 当社既存のセンター南店と近すぎるのは懸念されますが
 出店の検討はぜひしたいと考えています。

ありがとうございました。

- ※ 本調査書は、出店の具体化を判断する書類ではございません。
- ・ 貴社の会社概要等の資料があれば添付して下さい。
- ・ 本調査書は内部検討資料としてのみ使用し、対外的に使用致しません。
- ・ 本調査書の回答内容の秘密は厳守致します。
- ・ 提出書類はお返しできませんが、ご了承下さい。

97.12.5.

誘致条件調査票

貴社名・担当部署 (株)ソフマップ 店舗開発室 御担当者名 内田 克幸 (印)

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- イ) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ハ) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ニ) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

① 出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

② 上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

以下、(4)~(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

① 希望賃料(月額)

【固定】 8,000 円 ~ 10,000 円/月坪
 【歩合】 2 % ~ 2.2 %

② 共益費(月額)

2,000 円 ~ 3,000 円/月坪

③ 出店時預け金

【方式】(例 保証金: 敷金など) 敷金
 【金額】 15 ヶ月 ~ 20 ヶ月
 (150,000 円 ~ 200,000 円/坪)

(5) 商圈はどのようにお考えですか？

【範囲】 5 km ~ 10 km
 【人口】 800,000 人 ~ ~~1,000,000~~ 2,000,000 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

【年代】 20 才 ~ 40 才
 【男女比】 男性 90% : 女性 10%

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

・希望敷地面積 ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・延床面積(後方も含む) ... min. 1,300 (m²) ~ max. 1,800 (m²)
 ・希望売場面積(5条) ... min. 1,000 (m²) ~ max. 1,500 (m²)
 ・希望駐車台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・希望駐輪台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・推定売上高 ... 年間 200,000 ~ 250,000 (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

CORPORATE PROFILE

次の(9)は(1)でニ)又はホ)を選択された方への質問です。

- (9) 出店が難しいと判断された根拠はどのような点ですか？
- イ) 人口が少ない
 - ロ) 立地に魅力がない
 - ハ) 近隣に既存店がある
 - ニ) 西南東急百貨店及び阪急百貨店がオープンするので新規参入の余地がない
 - ホ) ニュータウンへの出店は考えていない
 - ヘ) 交通アクセス(自動車・鉄道)が不便
 - ト) その他()

2. 貴社のセールスポイントについてお伺いします。

(1) 貴社の企業姿勢やマーチャндаイジングの特徴をご記入下さい。

100% パーソナルコンピュータをキャッチし、パソコン専門店(都市型)としてインシュア-をベースに店舗展開しております。
 パソコンに関することならば、ハードユーザーから初めての人のためのニーズはこたえようと目指しております。
 パソコンのほんとうの楽しさを知っていただくよう、商売と楽しさと両立を重視しながら販売を行っております。
 特にハードユーザー(20代、30代の男性)に対してより満足いただけるよう、気をつけてまいります。

(2) 貴社のモデル店舗の特徴についてご記入下さい。

秋葉原、大阪日本橋への専門店の集中展開に合わせたノウハウをベースに、フルラインナップのパソコン専門店として、地方郊外の「GIGASTORE」として展開してまいります。
 GIGASTOREの特徴は、300~500坪のワンフロア型店舗に新品パソコン、ソフトを幅広く中古(買取、販売)、プリンター、組立パーツ等を揃え、充実したパソコン関係品揃えのニーズに充分お応えできようを目標といたします。

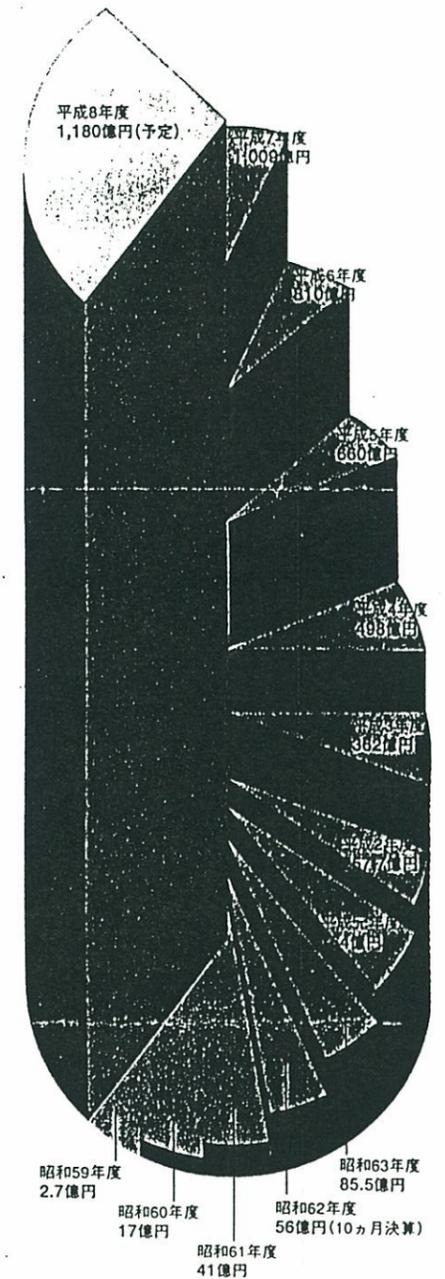
会社概要

会社名 株式会社ソフマップ
 設立 1982年4月
 資本金 4億1,500万円
 事業内容 新品ならびに中古パソコンハード・ソフト・サプライ用品の店頭販売、通信販売および法人向け販売
 役員 代表取締役社長 鈴木 慶
 取締役会長 柿谷 義郎
 常務取締役 鈴木 礼
 取締役 矢野 雄一
 高橋 人也
 和久田 幸三
 監査役 鶴見 雄司
 畑尾 和成
 最上 豊
 高木 忠儀
 従業員数 1000名(1996年5月末現在)
 所在地 本社 / 東京都千代田区外神田1-16-9 朝風2号館ビル 〒101 TEL03-3251-3000
 大阪支社 / 大阪府大阪市浪速区日本橋5-11-7 ソフマップビル 〒556 TEL06-631-3000
 店舗 関東地区 23店舗
 関西地区 11店舗
 東北地区 1店舗
 (1996年8月現在)
 売上高 1009億円(1996年2月現在)
 主要取引 三和銀行 富士銀行 東京三菱銀行 日本長期信用銀行 日本興業銀行 東洋信託銀行

沿革

1982 4月28日東京都新宿区高田馬場駅前に日本で最初のコンピュータソフトレンタル会社を設立。
 1983 8月 秋葉原に1号店(現14号店)をオープン。12月 資本金を4000万円に増資。
 1985 4月 「SOFMAP WORLD」7万部を発行。
 1987 4月 資本金を倍額増やし、8000万円にする。12月 資本金を1億6000万円に増資。
 1988 8月 大阪日本橋ソフマップビルオープン。
 1989 2月 秋葉原に第1買取センターをオープン。
 1990 9月 資本金を2億8900万円に増資。
 1991 3月 資本金を3億7000万円に増資。12月 資本金を4億1500万円に増資。
 1992 12月 新宿1号店オープン。
 1993 5月 東京・大阪コンピュータクリニックオープン。
 1994 1月 秋葉原駅前に業界初のWindows専門店として、大型店舗「Chicago」をオープン。5月 ソフマップカード発行。6月 大阪7号店「ザウルス」オープン。6月 ソフマップ「ギガストア」大宮店オープン。7月 大井物流センターオープン。11月 新宿初のWindows専門店として、大型店舗「Chicago2」をオープン。
 1995 3月 パソコンスクールとして「ソフマップ パーソナルコンピュータクラブ」開設。4月 本社事務所を千代田区外神田1-16-9 朝風2号館ビルへ移転。新型パソコン有償保証制度「ソフマップワランティ」の取扱開始。12月 インターネットによる通販サービス開始。
 1996 4月 ソフマップ「ギガストア」神戸ハーバーランド店オープン。6月 ソフマップ「ギガストア」横浜店オープン。7月 大阪10号店「デジタルフォトショップ」オープン。Sofmap Net World 八重洲店リニューアルオープン。8月 ソフマップ「ギガストア」仙台店オープン。

業績



97.12.4

誘致条件調査票

貴社名・担当部署 東急エージェンシー 企画部 御担当者名 野崎佳久

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- イ) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ハ) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ニ) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

① 出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例 時代対応に新しい形態)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例 集客のある施設)

② 上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

以下、(4)~(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

- ① 希望賃料(月額) 計画がトータル状況で判断出来る。
- | | | |
|------|-----|------|
| 【固定】 | 円 ~ | 円/月坪 |
| 【歩合】 | % ~ | % |
- ② 共益費(月額) 円 ~ // 円/月坪
- ③ 出店時預け金 //
- 【方式】(例 保証金: 敷金など)
- | | | |
|------|------|------|
| 【金額】 | ヶ月 ~ | ヶ月 |
| (| 円 ~ | 円/坪) |

(5) 商圏はどのようにお考えですか？

- 【範囲】 10 km ~ 15 km
- 【人口】 人 ~ 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

- 【年代】 16 才 ~ 25 才
- 【男女比】 男性 60 : 女性 40

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

- ・ 希望敷地面積 ... min. 全社計画が1500 (m²) ~ max. (m²)
- ・ 延床面積(後方も含む) ... min. 1500 (m²) ~ max. (m²)
- ・ 希望売場面積(5条) ... min. (m²) ~ max. (m²)
- ・ 希望駐車台数 ... min. (台) ~ max. (台)
- ・ 希望駐輪台数 ... min. (台) ~ max. (台)
- ・ 推定売上高 ... (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

共存は可能。

次の(9)は(1)でニ)又はホ)を選択された方への質問です。

(9) 出店が難しいと判断された根拠はどのような点ですか？

- イ) 人口が少ない
- ロ) 立地に魅力がない
- ハ) 近隣に既存店がある
- ニ) 西南東急百貨店及び阪急百貨店がオープンするので新規参入の余地がない
- ホ) ニュータウンへの出店は考えていない
- ヘ) 交通アクセス(自動車・鉄道)が不便
- ト) その他()

長年スウェーデンで生活しているため、

2. 貴社のセールスポイントについてお伺いします。

(1) 貴社の企業姿勢やマーチャライジングの特徴をご記入下さい。

顧客と時代に対応し、店舗の運営と積極的に行っている

(2) 貴社のモデル店舗の特徴についてご記入下さい。

アムステルダム業界のリーディングカンパニーとして、世界戦略を行っている

3 その他ご意見・ご質問等があればご記入下さい。

ありがとうございました。

- ※ 本調査書は、出店の具体化を判断する書類ではございません。
- ・ 貴社の会社概要等の資料があれば添付して下さい。
- ・ 本調査書は内部検討資料としてのみ使用し、対外的に使用致しません。
- ・ 本調査書の回答内容の秘密は厳守致します。
- ・ 提出書類はお返しできませんが、ご了承下さい。

誘致条件調査票

貴社名・担当部署 株式会社 スカールビル 東部開発部 御担当者名 熊谷 光明

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- ㊶) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ㊷) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ㊸) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

① 出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

② 上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

以下、(4)～(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

① 希望賃料(月額)

【固定】 円 ～ 円/月坪
 【歩合】 % ～ %

② 共益費(月額)

円 ～ 円/月坪

③ 出店時預け金

【方式】(例 保証金: 敷金など)

【金額】 ヶ月 ～ ヶ月
 (円 ～ 円/坪)

(5) 商圈はどのようにお考えですか？

【範囲】 km ～ km
 【人口】 人 ～ 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

【年代】 才 ～ 才
 【男女比】 男性 : 女性

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

・ 希望敷地面積 … min. (m²) ～ max. (m²)
 ・ 延床面積(後方も含む) … min. (m²) ～ max. (m²)
 ・ 希望売場面積(5条) … min. (m²) ～ max. (m²)
 ・ 希望駐車台数 … min. (台) ～ max. (台)
 ・ 希望駐輪台数 … min. (台) ～ max. (台)
 ・ 推定売上高 … (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

スカールビル 東部開発部

次の(9)は(1)でニ)又はホ)を選択された方への質問です。

(9) 出店が難しいと判断された根拠はどのような点ですか？

- イ) 人口が少ない
- ロ) 立地に魅力がない
- ハ) 近隣に既存店がある
- ニ) 西南東急百貨店及び阪急百貨店がオープンするので新規参入の余地がない
- ホ) ニュータウンへの出店は考えていない
- ヘ) 交通アクセス(自動車・鉄道)が不便
- ト) その他(規模が小さすぎる)

3 その他ご意見・ご質問等があればご記入下さい。

2. 貴社のセールスポイントについてお伺いします。

(1) 貴社の企業姿勢やマーチャダイジングの特徴をご記入下さい。

ありがとうございました。

企業名のマイカルは、若く健康的で快適な生活という意味で、グループの企業理念と事業領域を定義したコンセプトです。様々な価値感・ライフスタイルを擁しているヤング&ヤングミッドの生活者に対し、日常の生活の中で健康的で快適な生活を提案、提供していくことをマイカルグループがめざしている。この実現化として新たな副都心を創造する時間消費型街づくりを、独自の街づくり、また新しい複合機能型商業施設として各界から大々的注目を集めています。サティ(郊外型百貨店)、ビブレ(高級度専門百貨店)に加え、プール、フィットネス施設、レストラン、映画館、フィットネス施設などと、多様多様な時間消費型事業を組合せ、アメリケな“街”空間を提供しています。

- ※ 本調査書は、出店の具体化を判断する書類ではございません。
- ・ 貴社の会社概要等の資料があれば添付して下さい。
- ・ 本調査書は内部検討資料としてのみ使用し、対外的に使用致しません。
- ・ 本調査書の回答内容の秘密は厳守致します。
- ・ 提出書類はお返しできませんが、ご了承下さい。

(2) 貴社のモデル店舗の特徴についてご記入下さい。

モデル店舗として横浜市中原区にある「MYCAL本牧」の特徴を述べさせていただきます。

店舗規模 敷地面積 35,922㎡ 店舗面積 131,229㎡
物販 7,692㎡ 飲食スペース 22,776㎡ 子供 7,607㎡

- ・ 1番街 生活百貨店「JATY」
 - ・ 2番街 高級度専門店「VIVRE」
 - ・ 3番街 カウチ・セゾ・2フロア・サービス
 - ・ 5番街 エア・フィットネス・サウナ・プール
 - ・ 6番街 フィットネス・ジム(映画館) 7番街 ホテル ル・パルク本牧
 - ・ 8,10番街 フィットネス・スパ・バーキング 11番街 グルメ・レストラン・日本料理店
- ※ 1-11のリストをコンセプトにショッピングはもちろんのこと、銀行、郵便局、スポーツクラブ、ホテルなど、様々な都市機能を備えた24時間対応の街として本牧を「新しい情報文化を発信する街」にしたい。

誘致条件調査票

貴社名・担当部署 エニ(株) 南東東急部 御担当者名 大工原 康博

以下、(4)～(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- イ) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ハ) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ニ) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

① 出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

② 上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

① 希望賃料(月額)

【固定】 円 ~ 円/月坪
 【歩合】 % ~ %

② 共益費(月額)

円 ~ 円/月坪

③ 出店時預け金

【方式】(例 保証金: 敷金など)

【金額】 ヶ月 ~ ヶ月
 (円 ~ 円/坪)

(5) 商圏はどのようにお考えですか？

【範囲】 km ~ km
 【人口】 人 ~ 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

【年代】 才 ~ 才
 【男女比】 男性 : 女性

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

・希望敷地面積 ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・延床面積(後方も含む) ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・希望売場面積(5条) ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・希望駐車台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・希望駐輪台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・推定売上高 ... (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

誘致条件調査票

97.12.8

以下、(4)～(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

貴社名・担当部署 (株)西友 (開発部) (開発担当) 御担当者名 大谷 政人 (大谷)

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- イ) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ハ) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ニ) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

①出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

②上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

①希望賃料(月額)

【固定】 円 ~ 円/月坪
 【歩合】 % ~ %

②共益費(月額)

円 ~ 円/月坪

③出店時預け金

【方式】(例 保証金: 敷金など)

【金額】 ヶ月 ~ ヶ月
 (円 ~ 円/坪)

(5) 商圏はどのようにお考えですか？

【範囲】 km ~ km
 【人口】 人 ~ 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

【年代】 才 ~ 才
 【男女比】 男性 : 女性

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

・希望敷地面積 ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・延床面積(後方も含む) ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・希望売場面積(5条) ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・希望駐車台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・希望駐輪台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・推定売上高 ... (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

誘致条件調査票

貴社名・担当部署 株式会社イトヨカ堂 北沢南地区 御担当者名 五味敏治 (印)

以下、(4)～(8)は(1)でイ)ロ)ハ)を選択された方への質問です。

該当する回答に○印を付け、記述する欄にはご記入下さい。

1. 出店についてお伺いします。

(1) 当開発に対する出店ご希望の有無についてお答え下さい。

- イ) ぜひ出店したい
- ロ) 将来的には出店したい
- ハ) 検討の余地はある
- ニ) 出店の可能性は低い
- ホ) 出店意向はない

(2) 当地区に対してどのような魅力を感じますか？(複数回答可)

- イ) 人口増加の見込みがある
- ロ) 港北ニュータウンのイメージが良い
- ハ) 利便性が高い(鉄道及び道路アクセス)
- ニ) 将来的に伸びる
- ホ) その他(その他の理由があればご記入下さい)

(3) 貴社以外の業種の導入についてお伺いします。

① 出店する場合、導入を希望する業種はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

② 上記で回答したうち、貴社で運営或いは誘致可能な施設はありますか？(複数回答可)

- イ) 飲食店 (具体例)
- ロ) スポーツ施設 (具体例)
- ハ) レジャー施設 (具体例)
- ニ) コミュニティ施設 (具体例)
- ホ) その他 (具体例)

(4) 出店される場合の経済条件についてお伺いします。

① 希望賃料(月額)

【固定】 円 ~ 円/月坪
 【歩合】 % ~ %

② 共益費(月額)

円 ~ 円/月坪

③ 出店時預け金

【方式】(例 保証金: 敷金など)

【金額】 ヶ月 ~ ヶ月
 (円 ~ 円/坪)

(5) 商圈はどのようにお考えですか？

【範囲】 km ~ km
 【人口】 人 ~ 人

(6) ターゲットはどのようにお考えですか？

【年代】 才 ~ 才
 【男女比】 男性 : 女性

(7) 希望敷地面積、希望売場面積と推定売上高、希望駐車台数を御記入下さい。

・希望敷地面積 ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・延床面積(後方も含む) ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・希望売場面積(5条) ... min. (m²) ~ max. (m²)
 ・希望駐車台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・希望駐輪台数 ... min. (台) ~ max. (台)
 ・推定売上高 ... (万円)

(8) センター北駅の阪急百貨店及び(仮称)プラザビル、センター南駅の港北東急百貨店との関係についてどのようにお考えですか？

弊社と致しまして、出店業態としてGMSでの出店も考えています。
百貨店および専門店とは、商品的にも差別し、また消費者への利便性の提供も含め充分共存共栄が図れるものと考えています。

次の(9)は(1)でニ)又はホ)を選択された方への質問です。

(9) 出店が難しいと判断された根拠はどのような点ですか？

- イ) 人口が少ない
- ロ) 立地に魅力がない
- ハ) 近隣に既存店がある
- ニ) 西南東急百貨店及び阪急百貨店がオープンするので新規参入の余地がない
- ホ) ニュータウンへの出店は考えていない
- ヘ) 交通アクセス(自動車・鉄道)が不便
- ト) その他 (敷地面積が狭い、また店舗面積が広い、北駅部分で4階5階部分でも約10,000㎡の規模しかとせずGMSといたす店舗展開が難しい、駐車場も台数を69台と少ない)

2. 貴社のセールスポイントについてお伺いします。

(1) 貴社の企業姿勢やマーチャライジングの特徴をご記入下さい。

お客様の店や商品に対する眼はますます厳しくなっており、イトーヨーカ堂は小売業の原点を見つめ直すことから、あらゆる変化に対応し得る企業体制づくりに取り組んでいます。
またお客様のニーズにマッチした商品を提供するため、メーカーさんや卸屋さんなどとマーケットを共有化し、開発から販売までのプロセスを一体的にする「チームMD」を実施しています。そして小売業では全国最大規模の「ウォルマート」や欧州最大の流通業セロ・グループと国際的な「マーチャライジング」網を活用し、世界のすぐれた商品開発力を生かす「グローバルMD」により、お客様の人気の高い商品を品切れさせずに提供し、今までにはない楽しさや充実感をお届けしております。

(2) 貴社のモデル店舗の特徴についてご記入下さい。

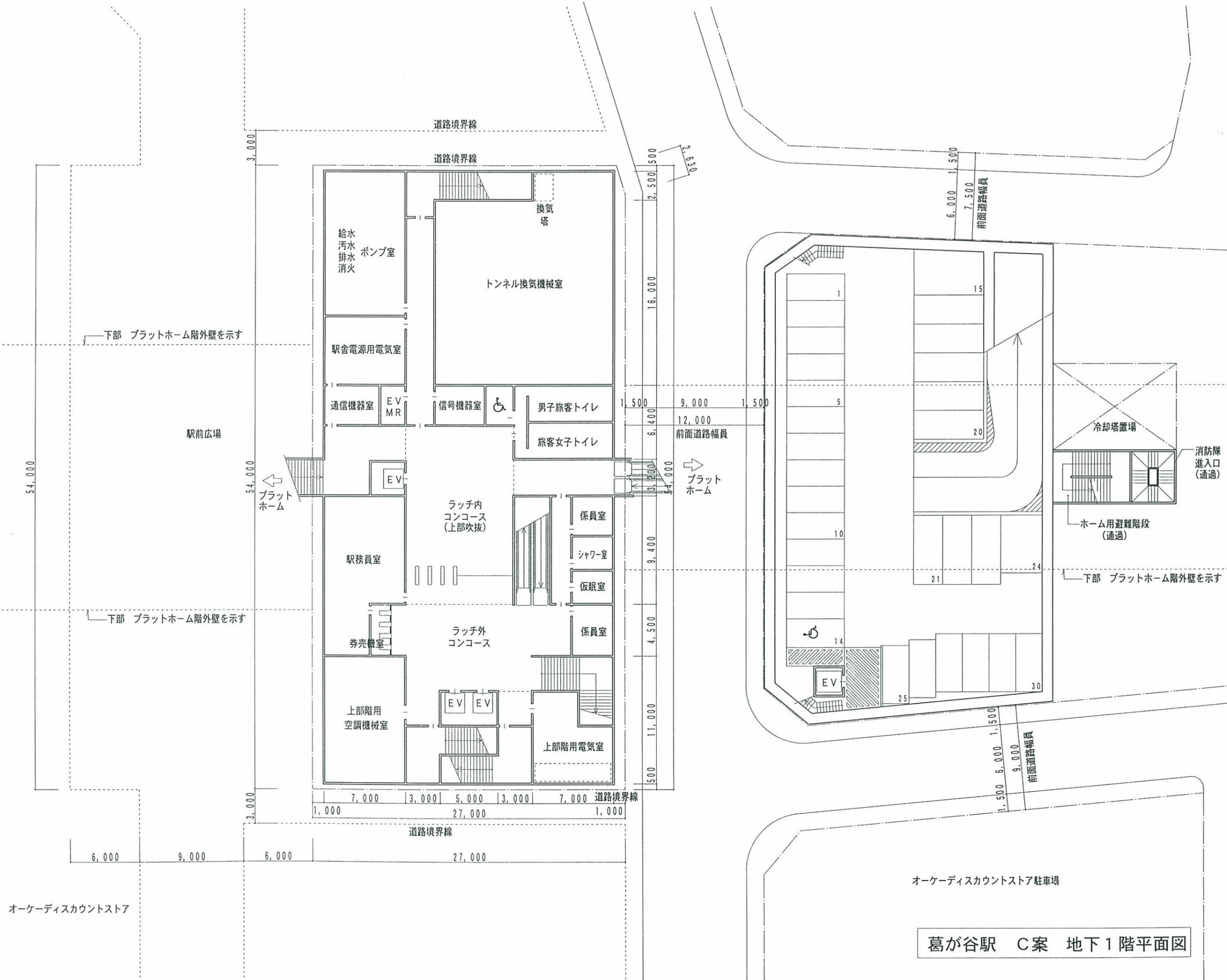
(イトーヨーカ堂 小田原店)
(株)イトーヨーカ堂の敷地に建設され、近隣にはインテリジェンスビルをはじめ、公共施設、スポーツ施設が充実しています。
店舗の特徴
敷地の敷地内に公園を設け、市民の憩いの場を提供します。
地域の特徴を活かして、生活シナリオに合わせて見やすい商品を提供します。
独自の用途商品、新しい機能商品、サブコーナー等の衣料品
一戸建てが中心(約7割)の地域対応を中心に、買やすい配置と豊富な作業の商品
小田原市場直産近海魚、地元農産物野菜のコーナー等、鮮度と味の優先をコンセプトに。

3 その他ご意見・ご質問等があればご記入下さい。

ありがとうございました。

※ 本調査書は、出店の具体化を判断する書類ではございません。

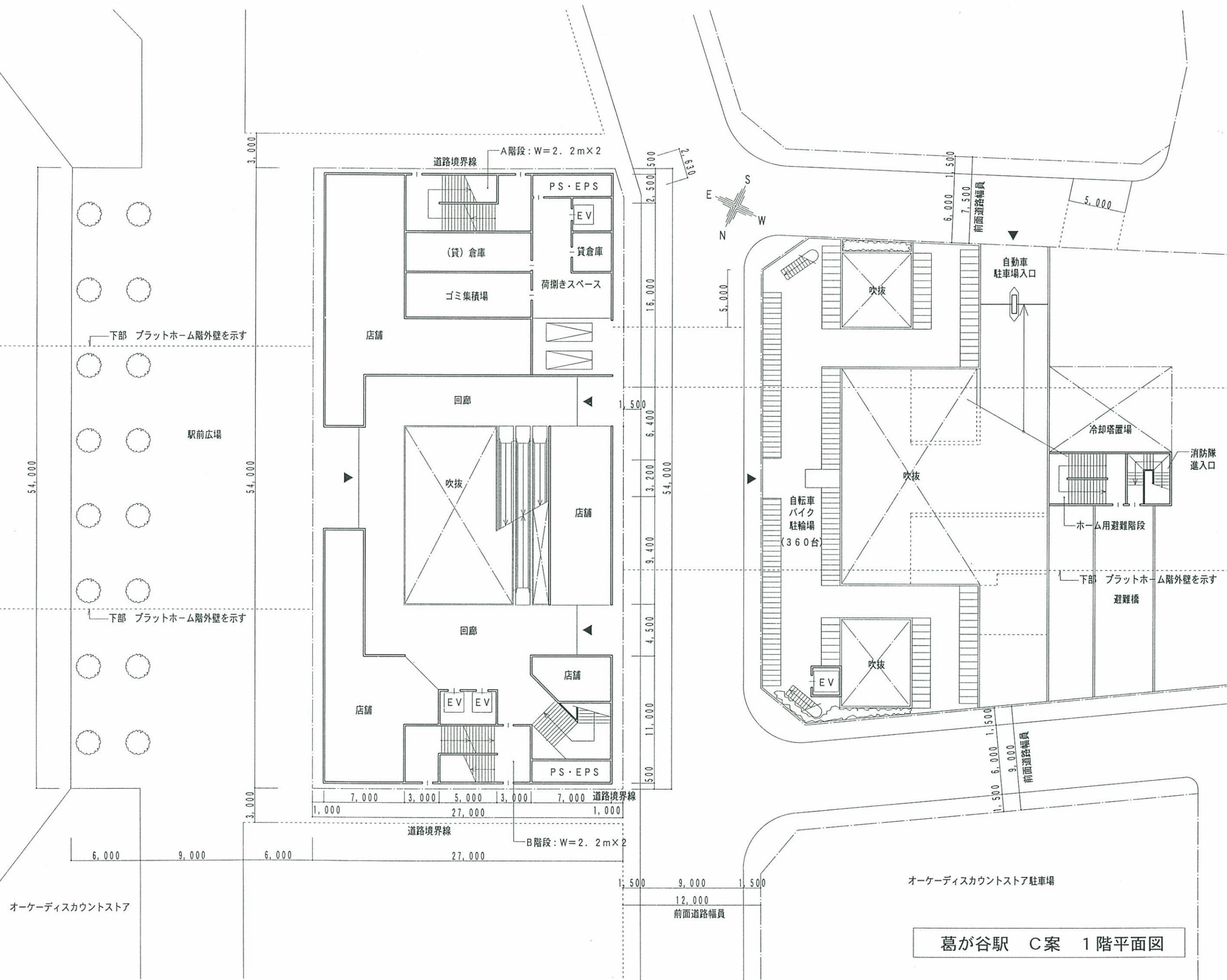
- ・ 貴社の会社概要等の資料があれば添付して下さい。
- ・ 本調査書は内部検討資料としてのみ使用し、対外的に使用致しません。
- ・ 本調査書の回答内容の秘密は厳守致します。
- ・ 提出書類はお返しできませんが、ご了承下さい。



オークーディスカウントストア

オークーディスカウントストア駐車場

葛が谷駅 C案 地下1階平面図



オーケディスカウントストア

オーケディスカウントストア駐車場

葛が谷駅 C案 1階平面図

オーケディスカウントストア

54,000

6,000 9,000 6,000 27,000

下部 プラットホーム階外壁を示す

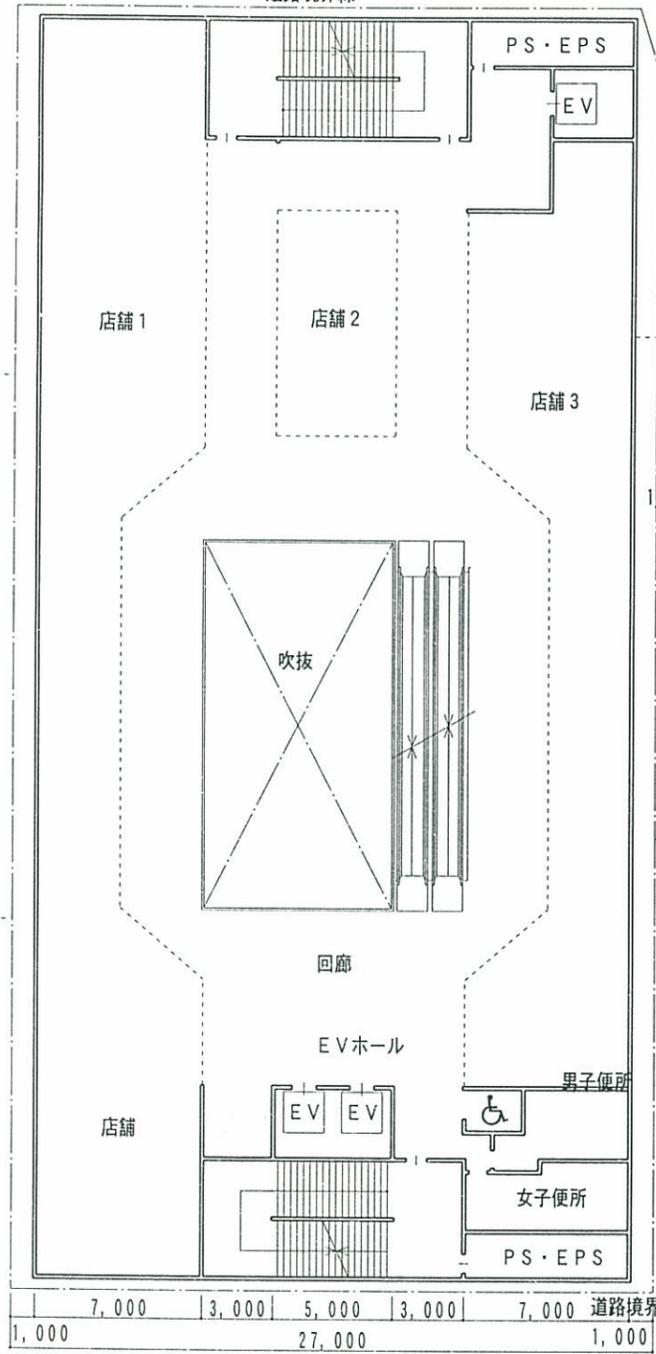
駅前広場

下部 プラットホーム階外壁を示す

3,000

54,000

3,000



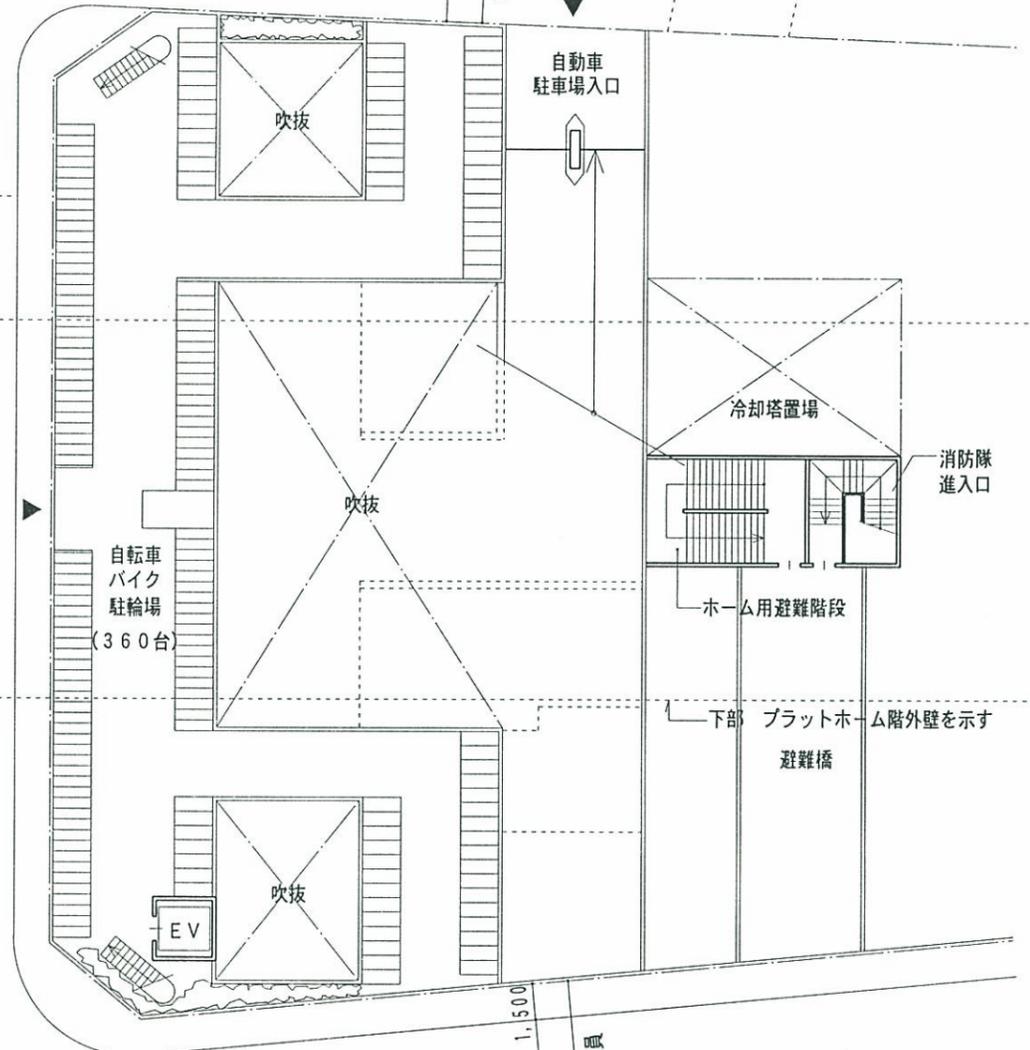
道路境界線

1,000 27,000 1,000

1,500 9,000 1,500
12,000
前面道路幅員



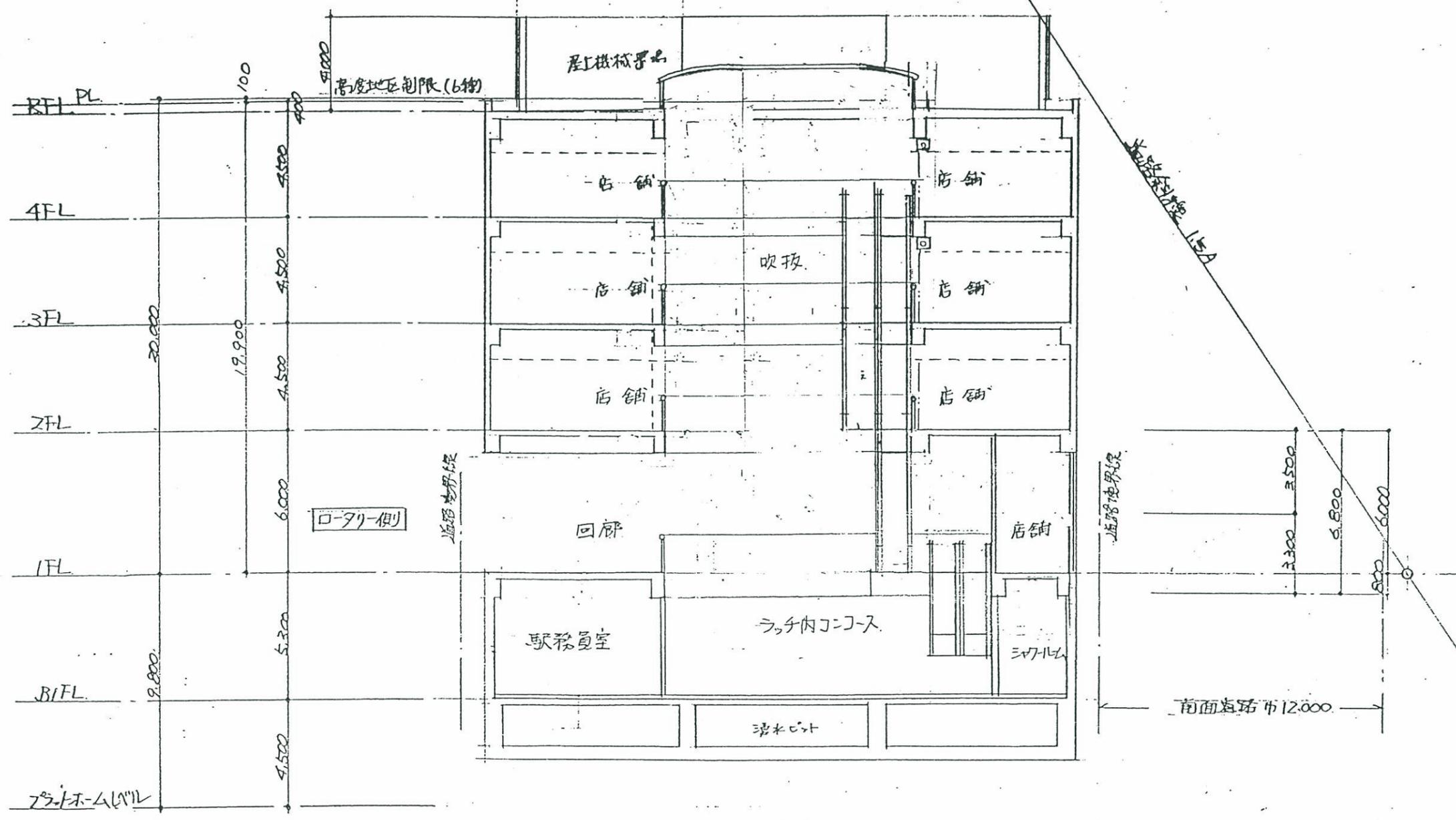
2,500 1,500
2,630
16,000
5,000

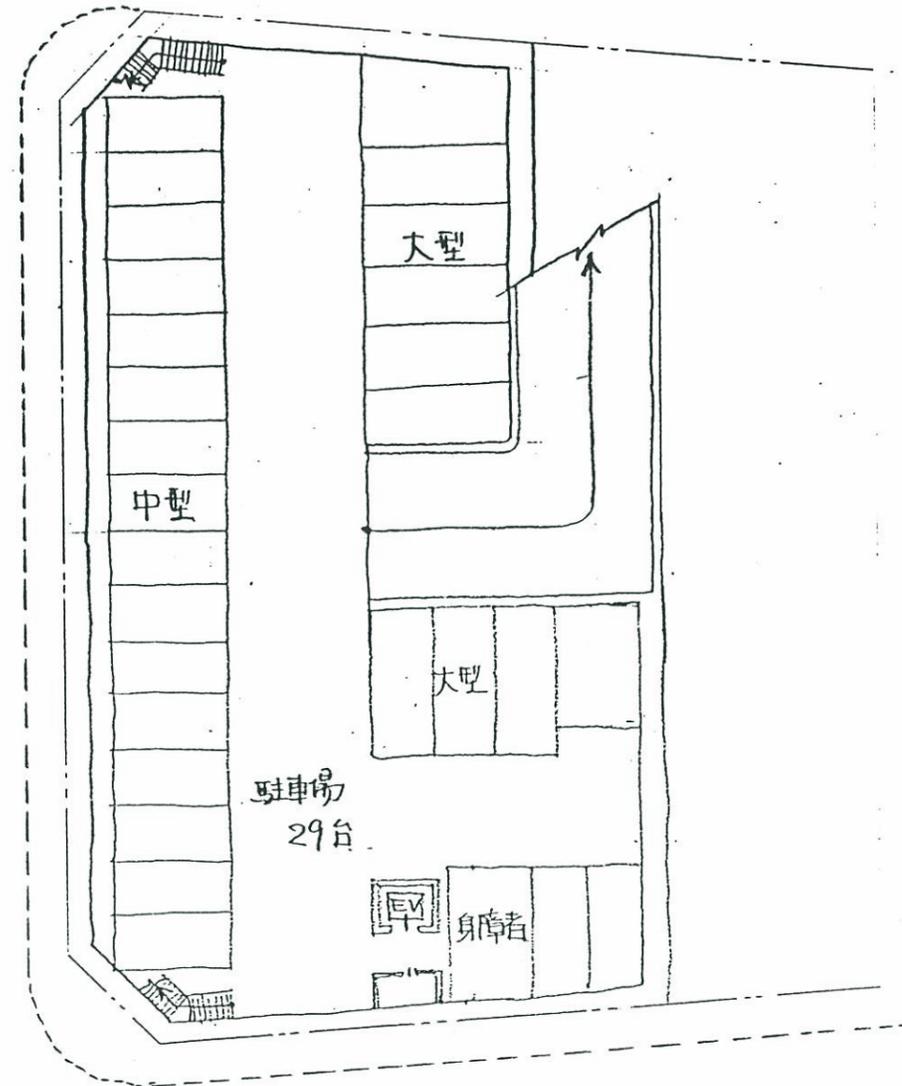
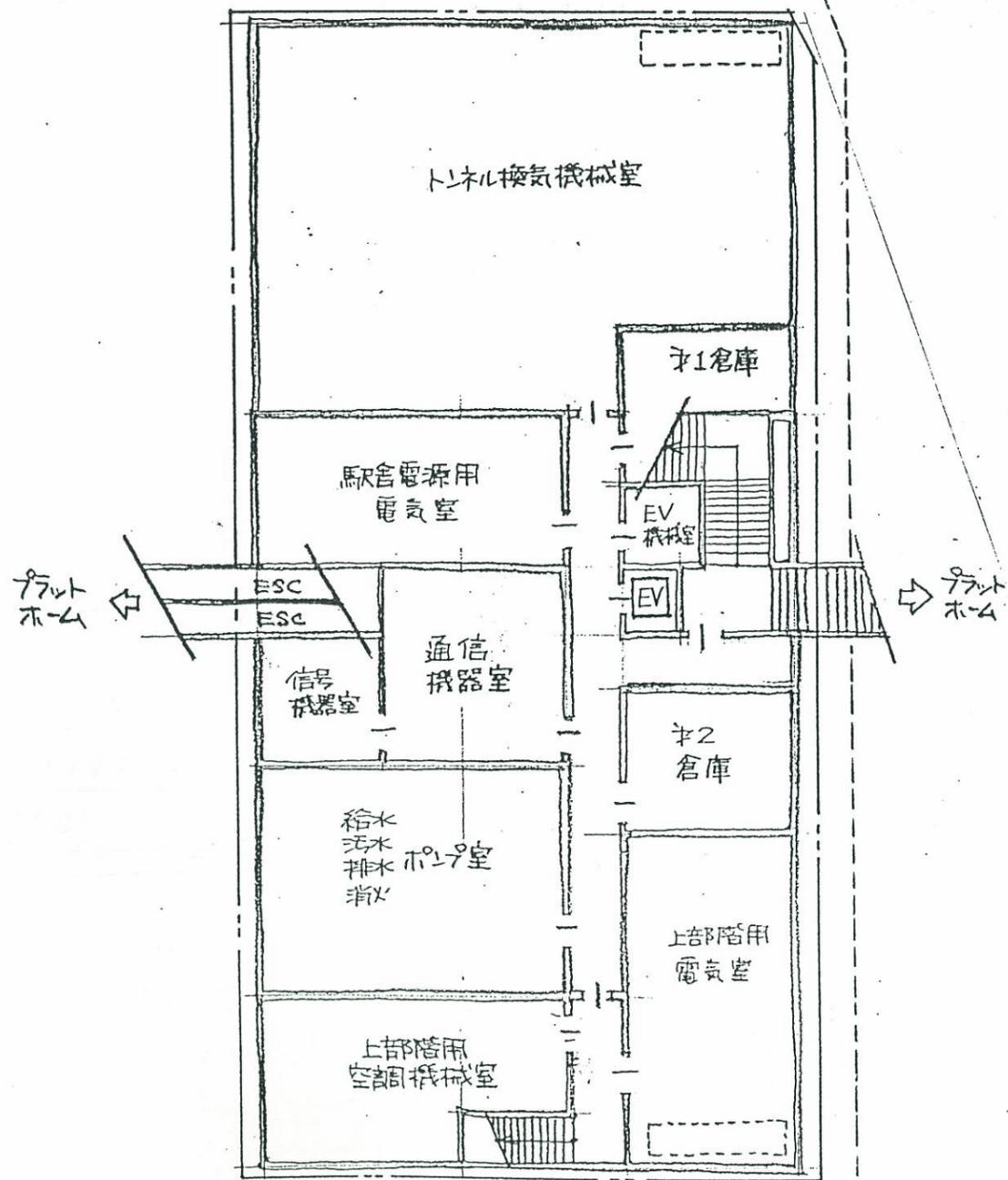


1,500 6,000 1,500
9,000
前面道路幅員

オーケディスカウントストア駐車場

葛が谷駅 C案 2~4階平面図



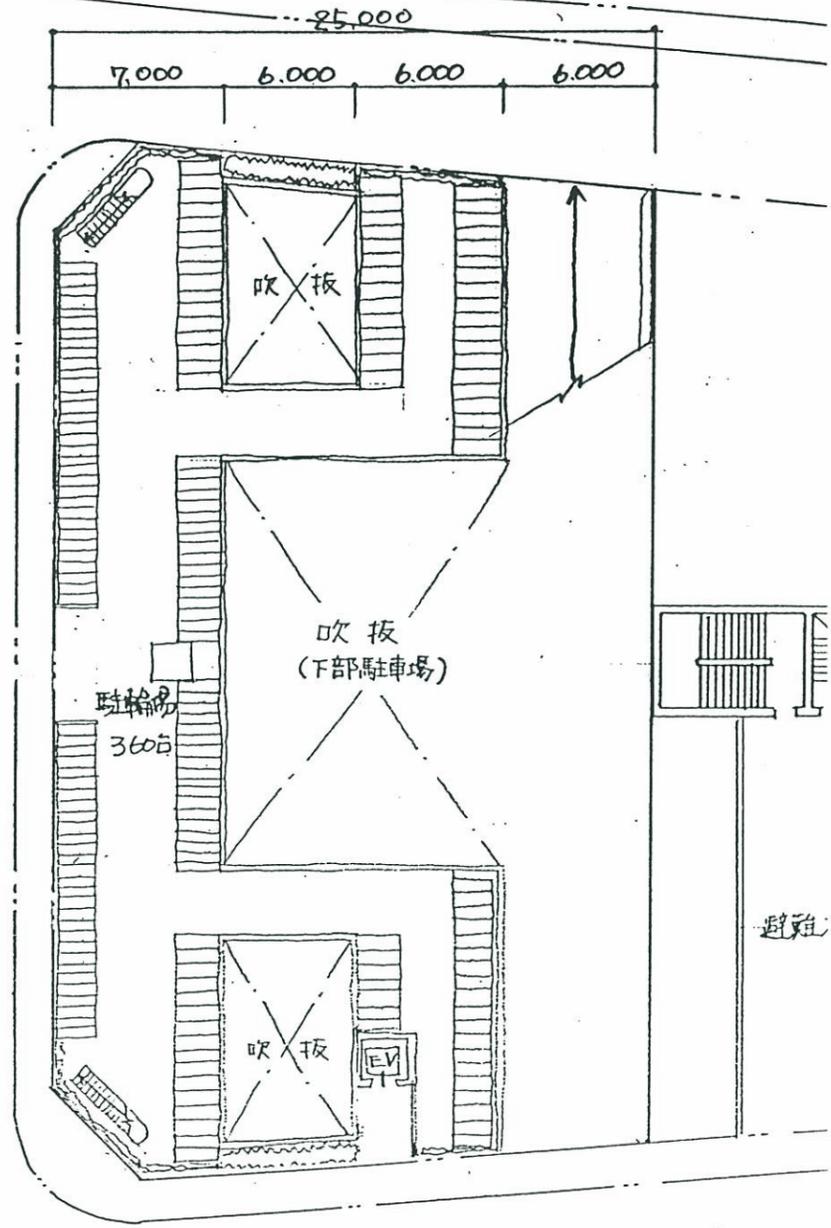
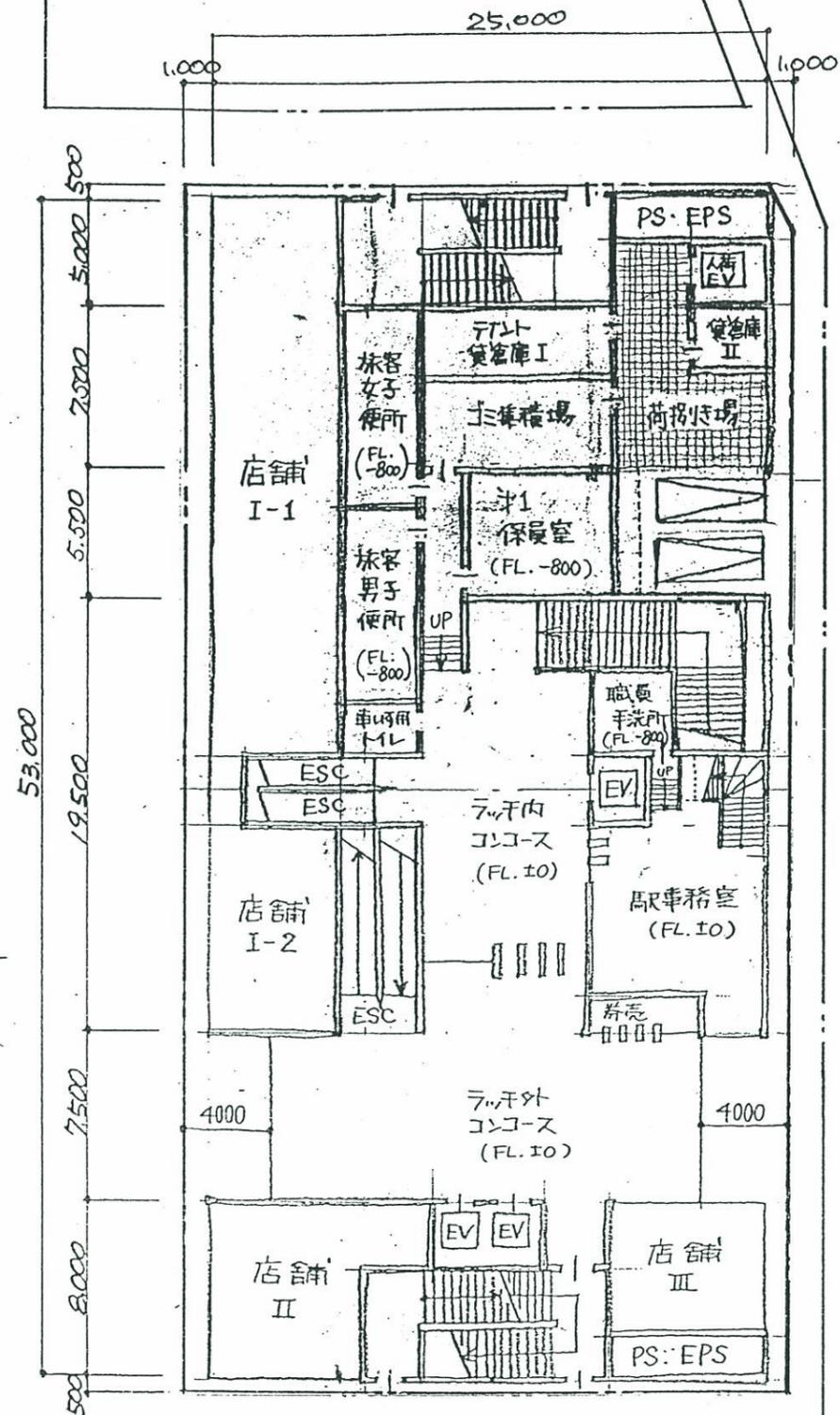


地下1階平面図

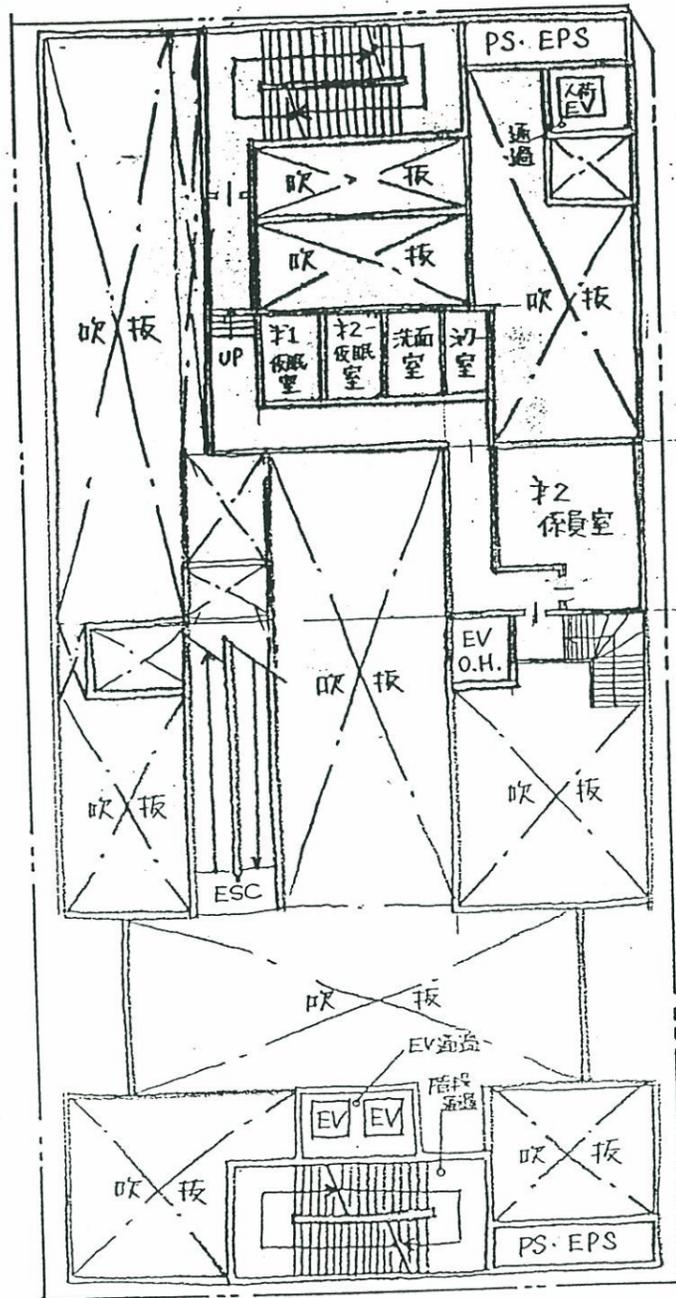
1:300

床面積表(概算)

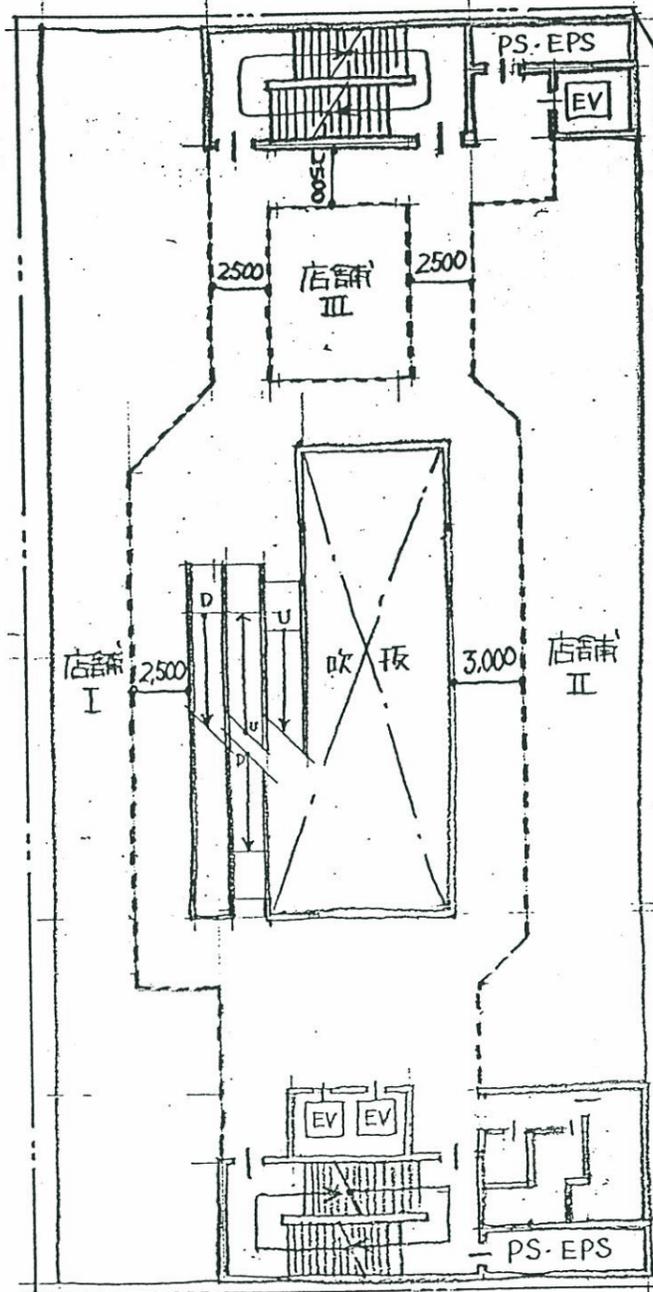
	駅舎用途	店舗用途(共用部分)	(M ²)
PHF		70	(70)
4F		1,325	(740)
3F		1,325	(740)
2F		1,295	(755)
中2F	140	200	(200)
1F	300	650	(340)
B1F		280	(280)
計	440	5,145	(3,125)
合計		5,585	



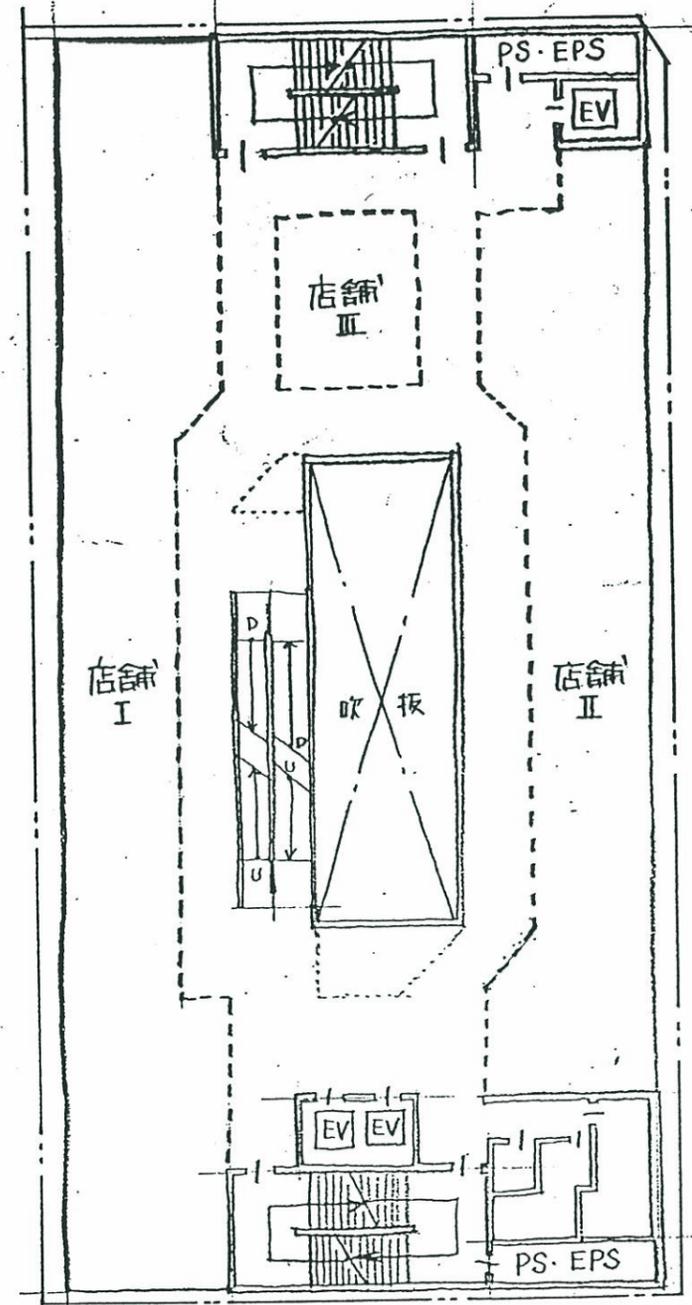
配置図兼1階平面図 1:300



中2階平面図



2階平面図



3・4階平面図

1:300

