



2



1

日本のSC

Shopping Center

地域の伝統と文化を上質に表現した
”地元密着型”ショッピングセンター

「SMARK(スマーク)伊勢崎」

東京建物(株)は、群馬県伊勢崎市に北関東では最大級となる郊外型ショッピングセンター「SMARK伊勢崎」を2008年11月20日(木)にランドオープンさせた。敷地面積約10万㎡という広大な土地に18店舗が集積。3層からなるフロアの両端にはキーテナントとなる10の大型専門店を、中央のモールには175店舗の専門店を配する2核1モールを採用。これまで開発してきた商業施設同様にGMSを核とせず、また、MDにおいても群馬県初出店61店舗を誘致し、既存の郊外型商業施設との明確な差別化を図っている。



3



4



9



6



5



8



7

1 SMARK外観。伊勢崎市の伝統工芸「伊勢崎かすり」をモチーフにした大ひさしとガラスファサードが目を惹く。2 「はるなプラザ」1階～4階までの開放感溢れる吹き抜け。3 エントランス前には、くつろぎやにぎわいを創出する4つのアイランドを設置。4 フードコート「スマークキッチン」。12店舗が揃い、全719席を用意。子供専用プレイルーム「キッズフォレスト」も併設。(3階) 5 「HEARTMARKET」群馬県で高いシェアを誇り、年齢を問わず女性に人気のセレクトショップ。(1階) 6 「CINEMA&GAMESプレビ劇場」アミューズメント施設とシネマコンプレックスを融合させた新しいエンターテインメント施設。(3階) 7 レストラン街「スマークダイニング」。県内初出店12店舗を含む24店舗が集積。(1階) 8 「梅蘭」TVや雑誌で話題の横浜中華街の行列店。(3階フードコート内) 9 SMARKのシンボル「スマークタワー」。日本最大級のモニュメント型垂直軸形風力発電機。年間の発電量によるCO₂削減効果は、620㎡の木を植えたのと同等の効果が期待できる。10 専門店を配したモール「スマイルストリート」。休憩スペースも広く設け、ゆったりと滞在できる上質な空間を演出。11 約2,700名の「笑顔写真展」。たくさんの笑顔とともにオープンを迎える。12・13・14 上毛三山である「妙義山」の秋の紅葉(12)、「赤城山」の夏の大沼(13)、「榛名山」の春の大地(14)をそれぞれイメージしている。



10

概要

オープン 2008年11月20日
 所在地 群馬県伊勢崎市西小保方町368
 事業主体 東京建物(株)
 企画運営 (株)プライムプレイス
 商業面積 約55,000㎡
 施設内容 商業施設185店舗(物販118店舗/
 飲食40店舗/サービス27店舗)
 URL <http://www.smark-isesaki.jp>



11



14



13



12

「SMARK (スマーク) 伊勢崎」

東京建物(株)は、群馬県伊勢崎市に北関東では最大級となる郊外型ショッピングセンター「SMARK伊勢崎」を2008年11月20日(木)にグランドオープンさせた。敷地面積約10万㎡という広大な土地に185店舗が集積。3層からなるフロアの両端にはキーテナントとなる10の大型専門店を、中央のモールには175店舗の専門店を配する2核1モールを採用。これまで開発してきた商業施設同様にGMSを核とはせず、また、MDにおいても群馬県初出店61店舗を誘致し、既存の郊外型商業施設との明確な差別化を図っている。



1

商圏15km内に人口約90万人の肥沃なマーケット

SMARK伊勢崎が立地する伊勢崎市は、2005年1月の市町村合併(隣接する赤堀町・東村・境町を伊勢崎市が吸収合併)により、人口が20万人を超え、かつ団塊ジュニア世代を中心に人口増加が顕著な都市である。

立地選定にあたっては、周辺道路の整備状況を最も重視した。伊勢崎市では08年3月に北関東自動車道が開通し太田桐生ICまで延伸されたほか、道路整備が積極的に進められ、商業施設において不可欠な要素である物流経路や来場者のアクセスが確保できたこと、また本施設が、国道17号や群馬県道68号桐生伊勢崎線といった広域幹線道路沿いに立地し、商圏15km内に人口約90万人と肥沃なマーケットを有していたことも大きい。

開発の推進において、当該土地の大半は当初農地であり、関東農政局および伊勢崎市と協議を行い、07年6月に農地転用許可および開発許可を取得し開発工事に着手。建築工事は07年12月に着工、約11ヶ月という短い

工期の中、08年10月に竣工し、11月20日にグランドオープンを迎えた。

地域の人々が誇りを 感じ、笑顔になれる 空間の提供

SMARK伊勢崎は、「コキゲンな暮らし」発見がある。満足がある。オトク感がある。「をMDコンセプトに、地域住民が1日中笑顔で楽しめる交流の場として、他では得られない新しいモノ・コトと出会うことのできる滞在型ショッピングセンターを目指している。ターゲットは、団塊ジュニアファミリーを核としており、その両親も含め三世代親子がゆっくり滞在できる施設とした。

施設構成については、3層からなる商業フロアの両端にキーテナントとなる大型専門店を、中央のモールには専門店を配する2核1モールを採用しており、事業主である東京建物(株)がこれまで開発してきた商業施設同様に、GMSを核とせず既存の郊外型ショッピングセンターとの明確な差別化を図っている。また、専門店のリーディングにおいて、既存施設との差別化を図るべく群馬県初出店61店

舗に加え、有力な地元企業を積極的に誘致。全店舗のうち地元企業の店舗が2割以上を占めている。加えて、各階にファッション、ファッション雑貨、飲食、サービスといったテナントをバランスよく配置することで、施設全体の回遊性を高めている。

1階には、キーテナントとして県内最大級の「ユニクロ」、デイリーニーズを満たすスーパーマーケット「ベルク」を初め、高感度セレクトショップ「ベニレーン」「カルソンコンポ」、レディスカジュアルの「ハートマーケット」やギフト需要に強い「三越」を、2階にはスポーツ用品「スーパースポーツゼビオ」やインテリア、雑貨といった大型専門店に加え、生活・キッチン雑貨の「ハンプティータンプティータン」、「JIN'S GLOBAL STANDARD」など地元有力テナントを配している。

また3階には、10スクリーン・1689席のシネマコンプレックスとミュージアムメントを複合した新しいエンターテインメント施設「CINEMA & GAMES プレ劇場」をキーテナントとして配したほか、同フロアにはキッズファッションや託児所、教育施設などキッズゾー

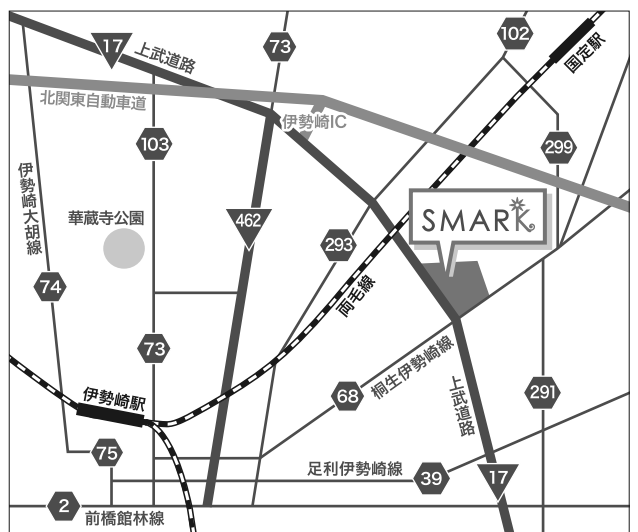


2

1 SMARK外観。敷地面積10万㎡の広大な土地にGMSを核としない全185店舗が集積。

2「CINEMA&GAMESプレビ劇場」アミューズメント施設（3階）。

アクセスガイド



■JR両毛線「伊勢崎」駅よりバスで約15分
(直通バス・無料シャトルバス「あおぞら」)

■北関東自動車道伊勢崎ICより国道17号線を南に2.5km

ンを充実させ、さらにフィットネスクラブ、フードコートなど、ファミリー利用に対応する店舗を集積させ、ワンストップショッピングができるMDを構築している。

環境デザインにおいては、「風景や自然の文脈と歴史を刻んできた工芸への祝福」をコンセプトに、国内外で数多くの実績を有するフェルナンド・バスケス氏を起用した。上毛三山に抱かれた伊勢崎の景観や環境に調和し、地域の文化や魅力を本質に表現するなど、地域の人々が誇りに感じるような工夫が随所に施されている。メインエンターテインメントには、伊勢崎の伝統工芸である「伊勢崎かすり」をモチーフとした全長約120mのシンボリックな庇（ひさし）が設置されており、さらに建物正面には一面にガラスファサードを設け、周辺の山々や景色を施設内からも楽しむことができるようにした。エンタランス前には、個別のテーマを持つ4つのアイランドを設け、豊かな緑の中にイベント施設や子供の遊び場として新たな楽しみの舞台を提供している。また、施設のシンボルに国内で最大級となるミニメント型垂直軸形風力発電機「スマークタワー」を設置

し、得られた電力を施設の照明に利用するなど環境に配慮した施設づくりも行われている。施設内部においては、伊勢崎かすりと利根川をモチーフとしたスマイルストリートとパークストリートが弓と弦をなしており、このストリートに上毛三山である赤城山、榛名山、妙義山の名を採った彩りがビューコリドーの大窓として構成された。さらに、他に類のない休憩スペースや快適なトイレ、パウダールームなどお客様へのホスピタリティに力点をおいたゆったりと滞在できる上質で洗練された空間の創造が施されているほか、定時館内放送では、FMラジオの女性パーソナリティーを起用し親近感を醸成するなど細部にわたって既存施設との差別化が図られている。加えて住民が利用できる多目的ホール「スマークホール」を設置することで、地域のコミュニティ空間として付加価値の高い施設づくりを実現させている。

また、地域の方により親しんでいただけるような施設にするため、住民参加型プロモーションをオープン8ヶ月前より展開している。「SMARK（スマーク）」というネーミングは、ここにすれば誰もがみんな笑顔になれる、という願いを込めた「SMILE（微笑む）」と、自然環境が豊かで公園が多い、という地域の特徴から「PARK（公園）」を組み合わせた造語で、地域住民の人気投票形式で決定している。さらに、いつでも地域の人々の笑顔が集まる場所でありたい、という願いをこめて、笑顔写真を募集し、応募者（約2700名）全員をプレオープンングレセプション（事前内覧会）に特別招待したほか、応募者全員の写真をホームページ上でアルバムにして公開し、開業後には写真展として展示するなどプロモーションにおいても今までに類をみない工夫を凝らしており、早い段階から施設の認知浸透を図るとともに期待感の醸成に成功している。

地域密着を追求し、大型商業施設として順調に集客

開業後の来場者動向をみると、埼玉・栃木など県外からの来客もみられ、開業から11月末日までの来場者数は約52万1400人。年間目標集客数1100万人に向けて好調な滑り出しをみせている。

今後本施設が有する多彩な

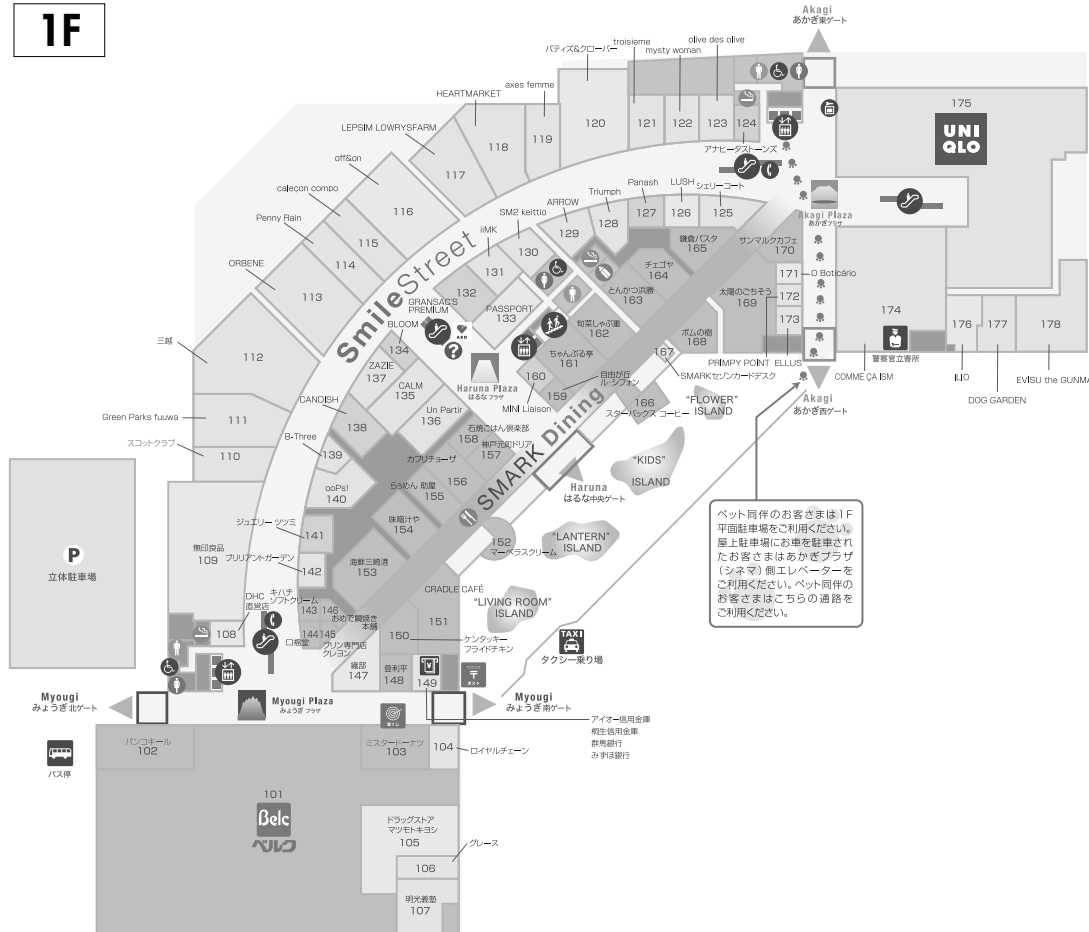
施設概要

オープン	2008年11月20日		
所在地	群馬県伊勢崎市西小保方町368		
電話番号	0270-30-7114 (SMARKオペレーションセンター)		
事業主体	東京建物(株)		
企画運営	(株)プライムプレイス		
規模・構造	RC造・地上3階(一部5階) 塔屋1階		
敷地面積	約100,000㎡		
延床面積	約110,000㎡		
商業面積	約55,000㎡		
施設内容	商業施設185店舗(物販118店舗/飲食40店舗/サービス27店舗)		
駐車場	3,000台		
営業時間	ショッピングモール	10時~21時	
	レストラン	11時~23時	
	スーパーマーケット	9時~24時	
	シネマコンプレックス	8時~24時	
定休日	年中無休		
総事業費	200億円		
集客目標	1,100万人(初年度)		
URL	http://www.smark-isesaki.jp		

顔ぶれのテナントを軸に、テナント相互の買い回りを促進させるような施策を強化し、三世代親子が一日中楽しめる施設を目指す。また開業後のプロモーションにおいても地域住民参加型のイベントを中心に積極的に取り組み、開業以降、好評を得ている月1回の「SMARKお笑い劇場」(お笑いライブ)を筆頭に、店頭・店内各所でのイベ

SMARK (スマーク) 伊勢崎 フロアガイド

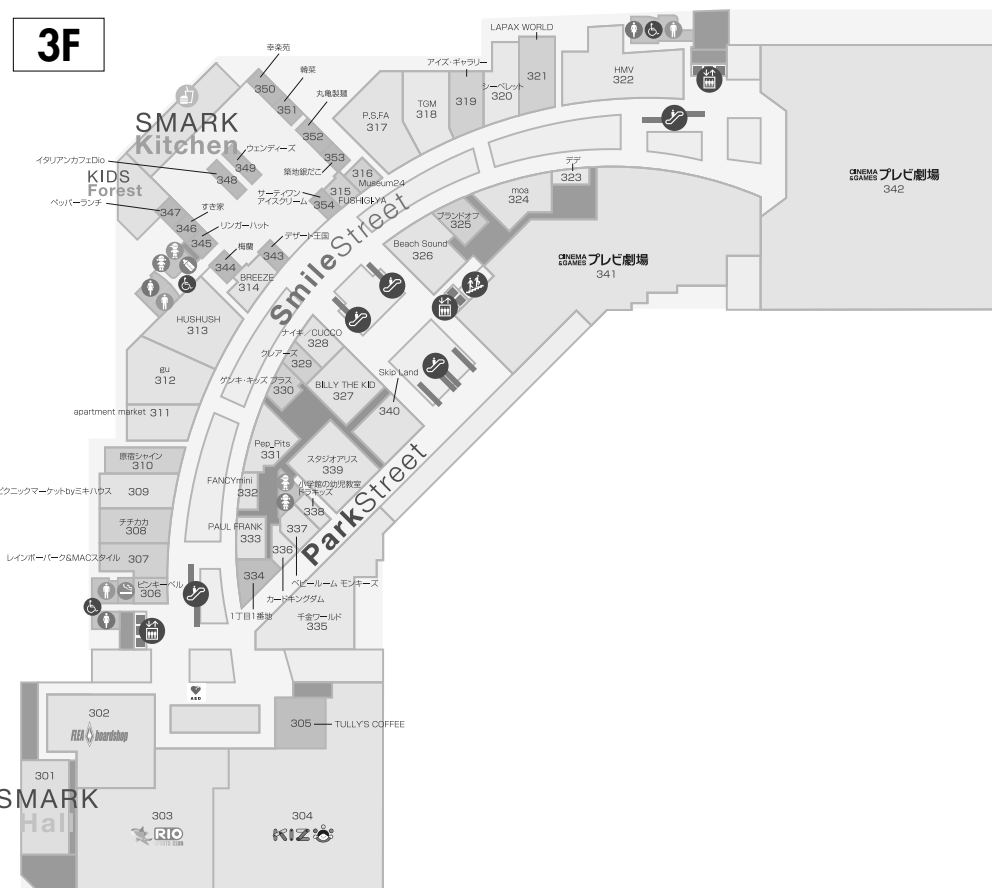
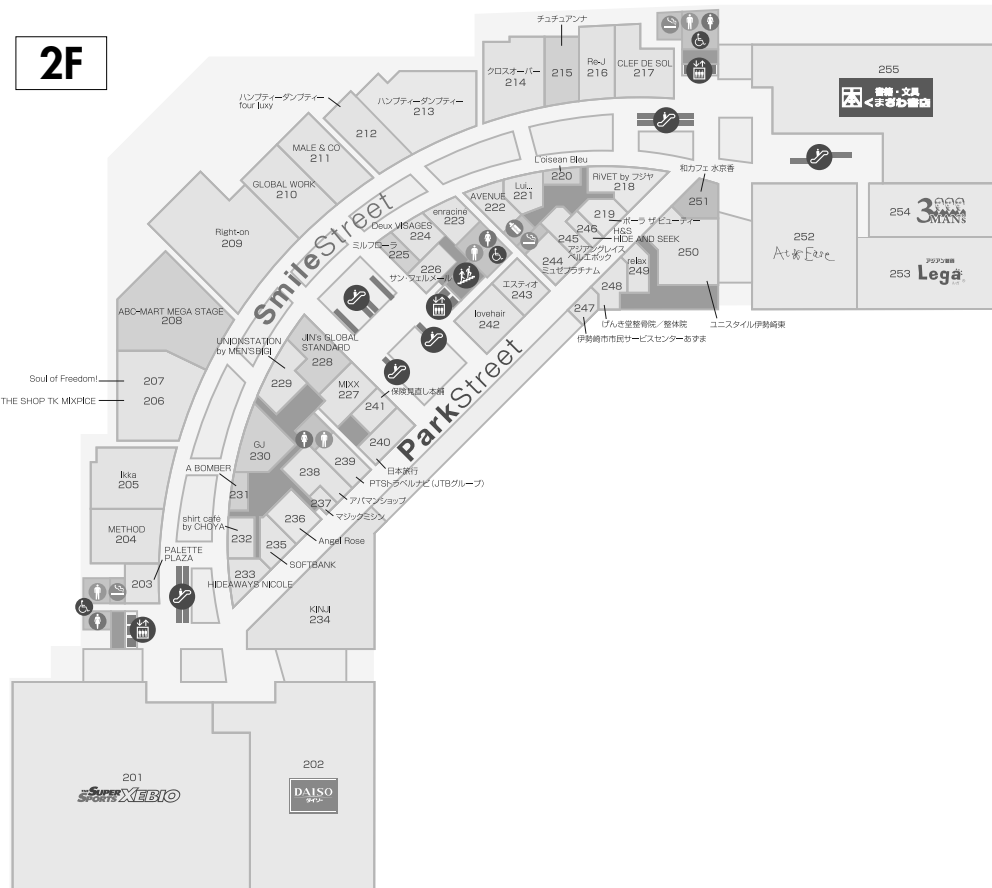
1F



ント・催事を定期的に実施し、広く地域住民に開放されたコミュニティ施設としての利用を実現させていく。それらを通じ、地域顧客を中心に地域コミュニティとの共存

・顧客のロイヤリティ化を増進させ、そして立地特性に合わせたテナント揃えの実現、商品構成・サービスレベルの充実を重要課題とし、地域密着を軸としたすべてのお客様の笑顔のた

めに、地域の方の生活を楽しく彩ることが出来るショッピングセンターを目指し、今後の店舗運営を行っていく。(株)プライムプレイス SMARK オペレーションセンター談



※テナント名など詳細は「SMARK」ホームページ (<http://www.smark-isesaki.jp/>) をご覧ください。