

トレッサ横浜



日常によろこびを創る。
街、ひと、クルマがつながる場所で。



TOYOTA AUTOMALL CREATE

～クルマと愉しむ豊かな生活～

トヨタの開発する施設として、

「お客様に役立つモノ・コトは何かを細部にわたり追求していく」
という気持ちを込めています。

皆様と一緒にあって、新たなまちづくりに取り組み、
地域社会への貢献を目指していきたいと思っています。

トレッサ横浜が3つの“しんか”を指針とし目指すポジション

「地域に親しまれ、愛されるSCづくり」を推進し
一番好きな、行きつけの店としてのポジションを獲得する。

真価の追求

お客様ニーズの変化に
即したサービス
感動・出会いの場の提供

更なる深化

地域の発展、快適、安心、
安全に貢献
地域連携の強化による
まちづくりへの貢献

次世代へ 向けた進化

トヨタグループはじめ最新
技術を用いた実証実験を
通じてモビリティー
社会構築に寄与

暮らしがくオリティを求めるお客様に
発見・感動・集いの場を提供します

TRESSA
YOKOHAMA

TRESSAとは

フランス語で「喜びでわくわくする」
(Tressailler de joie)という意味から名付けました。
(TRESSAGEで「編むこと」「編み方」)

北棟先行オープン：2007年12月5日
グランドオープン：2008年3月27日

デベロッパー＆運営管理会社
株式会社トヨタオートモールクリエイト

住所：神奈川県 横浜市 港北区 師岡町 700番地
TEL：045-534-2200

<http://www.tressa-yokohama.jp/>

|施設概要

敷地面積	約71,000m ² (北棟:約30,000m ² 、南棟:約41,000m ²)
延床面積	約157,000m ² (北棟:約74,000m ² 、南棟:約83,000m ²)
店舗面積	約60,000m ² (北棟:約26,000m ² 、南棟:約34,000m ²)
駐車場	約2,700台(北棟:約1,300台、南棟:約1,400台)
駐輪場	約1,050台(北棟:約300台、南棟:約750台)
店舗数	217店舗(北棟:51店舗、南棟:166店舗)





2棟の個性ある施設がお買い物の楽しさを演出

●フランスの古都リヨンの街並みがモチーフ

トレッサ横浜は、横浜市の姉妹・友好都市フランス・リヨン市の市街地をイメージして作られています。北棟はリヨンの旧市街（世界文化遺産登録）の美しい街並みを再現。南棟はリヨンの新市街の近代的な街並みをイメージした空間となっています。



北 棟

デザイン

フランスのリヨン市の旧市街の街並みを再現

M D

オートモールを中心に家族の「アクティブライフ」を応援する店揃え

核テナント

スーパースポーツゼビオ（スポーツ大型店）
セントラルウェルネスクラブ（フィットネス）
ユニクロ（カジュアル衣料）

南 棟

デザイン

フランスのリヨン市の新市街のイメージでやさしく、上質でシンプルなデザイン

M D

日常生活をより便利に、快適に、心地よい「クオリティーライフ」を提案

核テナント

Sanwa（大型食品スーパー）
ノジマ（大型家電）



地域最大級の専門店やこだわりの大型店舗が多数入店





市内有数の人気居住エリアを抱え、
カーアクセスも抜群のロケーション

TRESSA
YOKOHAMA



●施設周辺の人口(世帯)数

3km圏内	5km圏内	10km圏内
約 37 万人 (16.3万世帯)	約 98 万人 (43.2万世帯)	約 300 万人

●立地は暮らしに便利な人気エリア

横浜市でも居住エリアとして人気が高く、近年はマンションの建設ラッシュで人口が増加。成熟した肥沃なマーケットを有しています。

●各方面からのカーアクセスが良好

環状2号線に面しており、カーアクセスに有利な交通環境を有しています。
バス路線が発達しており、バスでのアクセスも良好です。



●近隣商業施設との比較

施設名称	最寄駅	住 所	店舗面積	店舗数	駐車台数
トレッサ横浜	綱島	横浜市港北区師岡町	約60,000m ²	217店舗	2,700台
ららぽーと横浜	鴨居	横浜市都筑区池辺町	約93,000m ²	370店舗	4,800台
ラゾーナ川崎プラザ	川崎	川崎市幸区堀川町	約79,294m ²	287店舗	2,000台



マイカーでの来場に快適性を配慮した設計。 駐車場2,700台分を完備

TRESSA
YOKOHAMA

●渋滞への対策と交通への配慮



- ・出入口を多くして来場者を分散
- ・敷地内約4kmのスカイウェイを建設
(渋滞を極力外に出さない)
- ・北棟・南棟間は陸橋(スカイデッキ)で移動可能
→ 来た方向に帰りやすい車両誘導

駐車場は
2,700台
終日無料

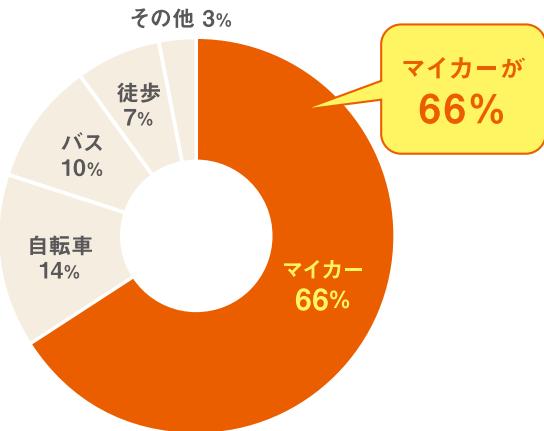


- ・駐車場の満車・空車情報のタイムリーな表示が可能な広域誘導機器の設置
- ・場内、車室個々の満空表示は赤青表示でわかりやすく



●主な交通アクセス方法はマイカー

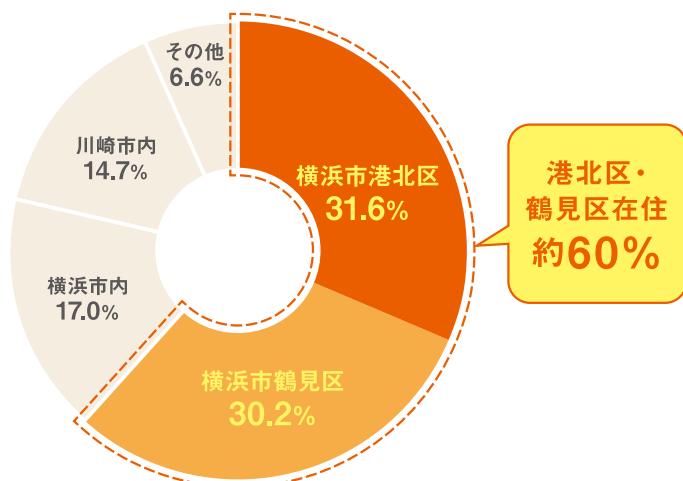
- 1位 マイカー
- 2位 自転車
- 3位 バス
- 4位 徒歩





肥沃なマーケットを有し、 子育て世代の人口比率が高い地域

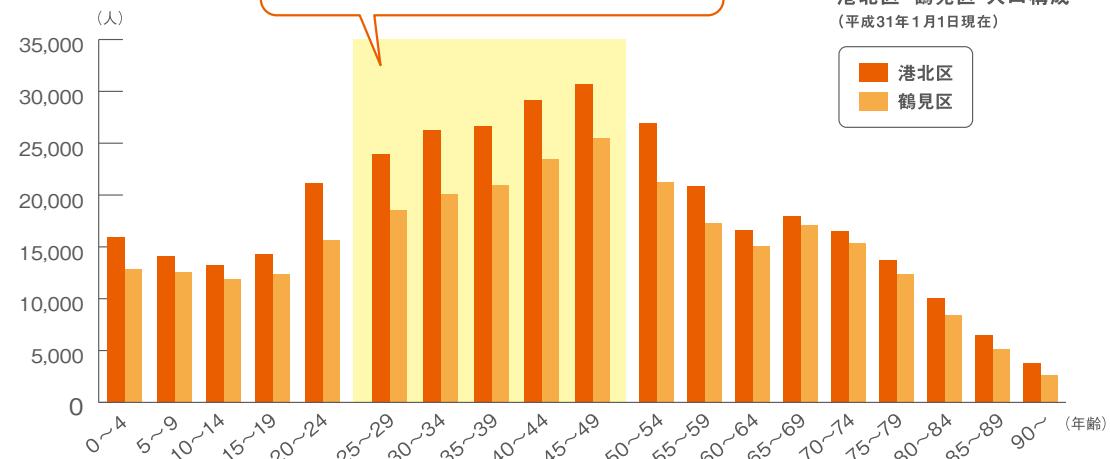
●来館者の約60%が港北区・鶴見区在住



港北区・
鶴見区在住
約60%



POINT 港北区・鶴見区は、
20代後半～40代後半が多い



POINT ●5年前と比較して、港北区・鶴見区の2区で5万人増加
●特に乳幼児を持つ子育て世帯が増加

●所得レベルから見たマーケット

	年間収入(千円) (平成26年全世帯)	持ち家比率(%)	世帯当たり 乗用車保有台数(台)
全国	5,331	61.1%	1.06
神奈川県	5,762	57.2%	0.73
横浜市	7,835	58.8%	0.81
港北区	8,300	50.2%	0.71
鶴見区	6,860	56.5%	0.70

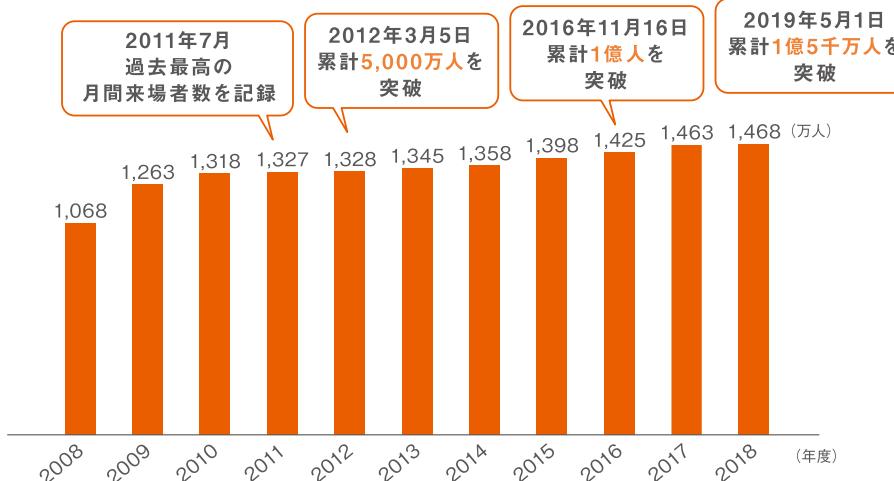
*横浜市、港北区・鶴見区の「年間収入」は、平成21年二人以上の世帯のうち
勤労者世帯を対象とした数値となっております
*参照元：総務省統計局 平成26年全国消費実態調査、
横浜市統計書平成21年全国消費実態調査





開業以来、来館者数は増加。 さらに商圈内における高い認知度を獲得

●来館者数は安定した推移で増加



●トレッサ横浜の認知率は5km圏で82%



新聞折込広告や、ポスティングチラシ等により広域集客を図っています。

●売上の約60%がカード会員

トレッサ横浜が発行する「トレッサスタイルカード」「トレッサスタイルカードプラス」の会員数は約13.5万人(2017年1月末現在)。

年間売上の約60%がカード会員となっており、ロイヤリティの高さがうかがえます。

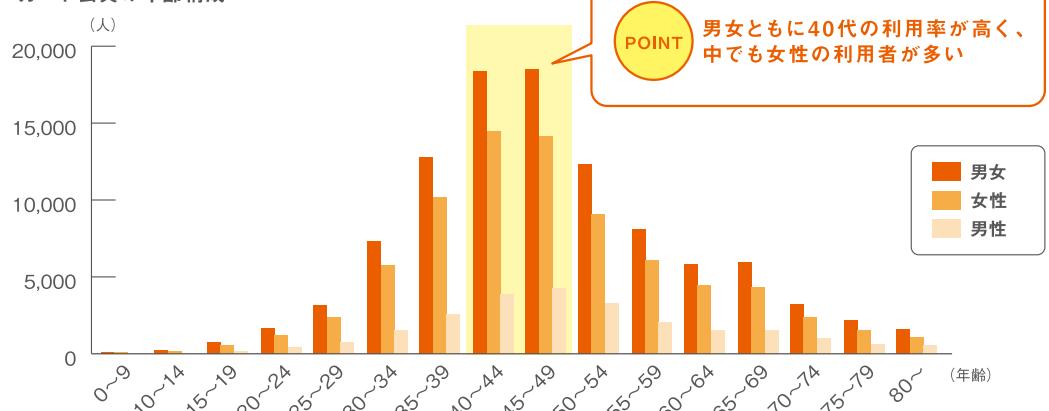


トレッサスタイルカードプラス



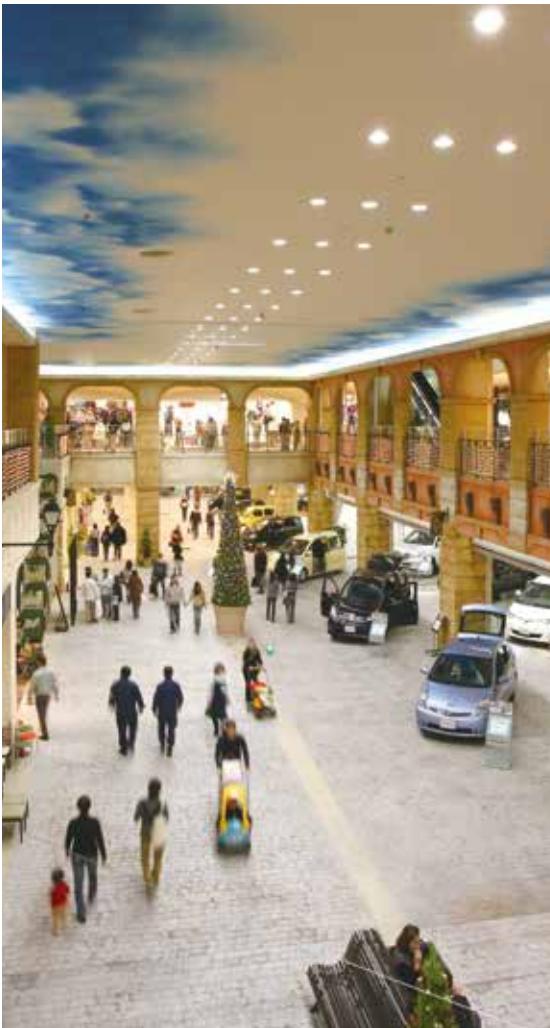
トレッサスタイルカード

カード会員の年齢構成





6つのカーディーラーを併設。 クルマのある暮らしの愉しさを再発見していただく施設



●オートモールとは

トヨタ各チャネルの販売店5店舗〔トヨタ店、トヨペット店、カローラ店、ネッツ店(2店舗)〕とダイハツ販売店が、整備工場を併設した形態で出店。トヨタ・ダイハツの新車約60台を一同に展示。商業施設との融合により「お買い物のついでにクルマの点検やサービス」もご利用可能になるなど、カーライフをトータルにサポートしています。

●新車販売・最先端情報発信が広域集客に直結

開業以来約2万3千台(約2千台/年)を超える新車を販売。また新型車・新アイテムの発表を最優先で行うなど、最先端情報をいち早く提供することで、広域集客を実現しています。

●クルマのメンテナンスでリピーターを獲得

車検や整備などのサービス利用は年間約5万台。お買い物や食事のついでに利用できる点がお客様から評価され、多くのリピーター獲得につながっています。

●オートモール主催イベントの開催

普段目にしてことのできないレーシングカーの展示やお子さまも車と触れ合えるイベントなど、オートモールならではの催しを定期的に開催し、家族で販売店に訪れる機会を創出しています。



「地域」・「スポーツ」・「テナント様とのコラボ」を軸に イベントを開催。人と人とをつなぐ機会を創出

●ファンづくりにつながる地域イベント

地域活動の支援、そして来場者への楽しみと、「またトレッサに来たい」と思う気持ちを醸成することを目指し、ファミリーを主な対象としたイベントを実施。(盆踊り大会、御輿、地域の方の文化発表会“トレッ祭”など)



●地域コミュニティをスポーツイベントで活性化

スカッシュ全日本大会やトヨタ所属選手によるイベントなど、スポーツを通じたコミュニティの創出や地域活性化に努めることでさらなる集客につなげます。



●コラボイベントで幅広い顧客へアプローチ

北棟のモールでは「車を楽しむ豊かな生活」をテーマに、テナント様の商品とともに車を展示しています。シーズナルに展示し、テナント様とのコラボレーションを進めています。





「住みやすい街づくり」のための活動を実施。 地域に寄り添い、憩いの場を形成

●環境保全に配慮し、豊かな暮らしの実現に貢献

中水利用

グルメタウンの飲食店が使用した水を集め
てバイオで洗浄し、トイレの水に再利用。

氷蓄熱システム

電力消費の少ない夜間電力を用いて製氷
し、それを解かして冷房に利用する設備を
採用。

CASBEE横浜評価Aを取得

居住環境のアメニティの向上、環境への負
荷低減を配慮した建築に。

3R(ごみを減らす・繰り返し使う・リサイクル)推進

横浜市より、トレッサ横浜事業所がゴミ分別等に努力した結果、
横浜環境行動賞「ヨコハマ3R夢」を、ショッピングセンターで
は“トレッサ横浜”のみが9年連続受賞しました。



周辺の豊かな緑に呼応した緑化の推進

地域に育成する植物、大気汚染防止効果の高い環境浄化木を
積極的に採用。壁面緑化パネルも設置しています。

(09年10月国土交通大臣賞受賞)



●地域社会とのコミュニケーションの強化

クリーン活動

月1回、師岡町周辺地域をまわってゴミを
拾い集める「クリーン活動」、ゴミ拾いにス
ポーツの楽しさをプラスした「ゴミ拾い駅
伝」などを実施しています。



職業体験受け入れを実施

店舗スタッフの協力のもと、近隣学校の生
徒さんを招いて「職業体験」を実施。今まで
に、19校約700名を受け入れました。



防犯パトロール

月に一度、地域の町内会の方々のご協力
を得て館内の防犯パトロールを実施して
います。



知的障がい者支援プログラム 「おしごと体験」

障がい児への支援と、地域住民の障がい
についての理解を深めることを目的とした
「おしごと体験」を実施。





テナント様・従業員様・施設がひとつになり、 働きがいのある環境づくりを推進

●ともに活性化できるバックアップ体制

テナント様の魅力向上・売上アップのため
に、従業員の皆様と一緒に考え、目標達成を
サポートしています。

営業責任者会議や各種研修を通して、目標や
方針の共有化を図り、施設の活性化に全力で
取り組んでいます。



会議・研修その他の取り組み、表彰制度

対象	内 容	詳 細
代表者	テナント総会(年1回)	・営業方針説明 テナント会活動実績報告
本 部	営業責任者会議(年1回)	・営業実績報告、次年度営業方針説明
店 長	ミステリーショッパー	・本部、店長、調査員の三者による調査
	要改善店舗とのフォロー面談	・本部、店長、調査会社、DV営業担当の四者による改善面談および進捗フォロー
	新任店長研修 店舗クロスチェック研修	・館の理念、営業方針、商圏情報の共有 ・店舗同士による覆面調査
	店長会議(毎月)	・営業状況報告、時事テーマのディスカッション
	店長面談	・日々のコミュニケーション、本部との第三者面談
スタッフ	入店前研修	・基本接客用語、所作
	接客研修	・館内ロールプレイング大会 ・笑顔コミュニケーション研修 ・接客力強化研修 ・専門スキルアップ研修
	レクリエーション	・従業員パーティ(年2回)、スポーツ大会(年3回)
表彰制度	店舗表彰(年間、四半期) 個人表彰	・営業実績や各種取組を月毎に集計し上位を表彰 ・年間を通じて秀でた活動を行ったスタッフを表彰

●主な社外表彰

一般社団法人
日本ショッピングセンター協会選出

地域貢献大賞

受賞歴

2017年 第5回(大賞 倉橋良雄賞)

「地域貢献大賞」は、2007年12月開業以来、
「お客様に役立つモノ、コトを細部にわたり
追求していく」ことを基本コンセプトに、地域と
一緒になって、地域社会へ貢献活動を推進した
ことが評価され、約3,000のショッピング
センターの中から選出されました。



織研新聞社主催

テナントが選んだ ディベロッパー大賞

受賞歴

2012年 第14回 ES賞 2017年 第19回 CS賞
2013年 第15回 ES賞 2018年 第20回 ES賞
2014年 第16回 ES賞 2019年 第21回 ES賞
2016年 第18回 ES賞

