

News Release

二子玉川ライズ・ショッピングセンター 2025年度売上高457億円達成、3年連続で過去最高売上を更新 体験型コンテンツと日常の寄り道需要の促進が来館を牽引

東急田園都市線・大井町線 二子玉川駅直結の大型複合商業施設二子玉川ライズ・ショッピングセンター（以下、「二子玉川ライズ S.C.」、東京都世田谷区、総支配人 大木さゆみ）は、2025年度（2025年4月～2026年3月）における**全館売上高が457億5,600万円（前年度比 105.2%）**となり、**3年連続で過去最高売上を更新**しました。また、**来館者数は2,923万人（前年度比 101.5%）**となりました。



二子玉川ライズ S.C.は、開業10周年を迎えた2021年より、次の10年を見据え、二子玉川エリアの「コミュニティ・プラットフォーム」として、皆さまに愛される施設づくりを推進してきました。2025年度も、コンセプトである「上質な日常」を感じていただくとともに、「ここにしかない価値の提供」や「人と人がつながるきっかけを創るイベント、コミュニティ活動などのコンテンツ開発」に取り組んできました。その結果、アウトドア・スポーツカテゴリや体験型コンテンツの好調により、来館目的の多様化と滞在時間の向上が見られ、さらに、駅直結立地を活かした日常の寄り道需要の促進に加え、年間約200件のイベント開催や新店舗オープン・リニューアルによる回遊性向上などが売上を押し上げています。また、顧客満足度向上の取り組みなどが評価され、「第28回テナントが選んだディベロッパ大賞」CS賞を受賞しました。

今後も駅直結立地の強みを最大限に活かしながら、地域に根差したコンテンツ展開と店舗・商品ラインアップの強化を通じて、持続的な成長を目指します。

売上高・来館者数

■売上高

457億5,600万円（前年度比 105.2%）

※過去最高売上高：2024年度 434億7,300万円

■来館者数

2,923万人（前年度比 101.5%）

■ イベント開催数

約200件

2025年度の売上・来館者数増加を牽引した5つの要因

1. 新店舗オープン・リニューアルによる回遊性向上
2. アウトドア・体験型コンテンツの好調により、来館目的の多様化と滞在時間向上に寄与
3. 駅直結利用を活かした日常の寄り道需要を促進
4. 年間約200件のイベント開催により、来街者数増伸に貢献
5. 接客・サービス品質の向上を軸とした顧客満足度向上の取り組み

2025年度の売上・来館者数増加を牽引した5つの要因

1. 新店舗オープン・リニューアルによる回遊性向上

2025年度は話題性の高いブランドの新規出店や既存店の刷新により、来店層の広がりやフロア内の回遊性向上につながりました。新たなブランド導入が施設全体の鮮度を高め、同一フロア内での買い回り促進にも寄与しています。

ラコステ (タウンフロント 3F)

地域での高いブランド認知を背景に、外資ブランドの新規出店後は来店者数が増加し、若年層やオフィスワーカーなど客層の広がりにつながっています。また、プロパー商品の販売も好調に推移し、リピーターも堅調に増加しています。さらに、同フロア既存店舗との親和性の高さから買い回りも生まれ、フロア全体の売上拡大に寄与しています。



マンハッタンポーテージ (タウンフロント 3F)

トレンド感のあるブランドイメージや商品ラインアップ、そして店舗内装や商品構成を新規モデル中心としている点においてお客様から支持を集め、来店の後押しとなっています。商品面では、女性客やファミリー、ワーカー層を中心にデイリーユースに適したバックパックが好調に推移。加えて、ハイエンドラインであるブラックレーベルの売上も伸長し、店舗全体の売上拡大にもつながっています。



2. アウトドア・体験型コンテンツの好調により、来館目的の多様化と滞在時間向上に寄与

アウトドア・スポーツカテゴリおよび体験型コンテンツ関連が好調に推移し、売上の伸長につながりました。

スポーツ・アウトドアカテゴリはテックウェア需要の拡大を背景に、関連店舗の売上が伸長しています。また、スポーツ・アウトドア関連店舗の認知向上と館内のにぎわい創出を目的に、2024年度より「ENJOY ACTIVE」イベントを実施しています。2025年度は〈アーケテリクス〉、〈サロモンストア〉、および〈オッシュマンズ〉の3店舗を主軸に、ランイベントや人気シューズの試し履き、親子向けワークショップを展開しました。さらに、6店舗横断のスタンプラリーを実施し、店舗間の相互送客と売上促進にもつながりました。



スポーツ・アウトドアカテゴリ

〈アーケテリクス〉、〈サロモンストア〉および〈オッシュマンズ〉では、商品力に加え、イベントや売り場刷新を通じた顧客接点の強化により売上が伸長しています。〈アーケテリクス〉では在庫の安定確保を背景に支持が広がり、〈サロモンストア〉ではシューズを中心に国内顧客からの支持を獲得しました。〈オッシュマンズ〉ではオープン14年目を機に、2025年3月には全面改装を実施し、カテゴリ別レイアウトへの刷新や幅広い品揃えにより“選ぶ楽しみ”を強化。さらに、カリフォルニア発アクティブウェア『VUORI』の日本初となるショッピンショップの導入など話題性の高い取り組みにより、来店動機の創出と新規顧客の来店につながっています。また、各店舗においてランイベントや店内施策などを継続的に実施し、ブランドの世界観を体感できる機会を提供することで、来店動機の創出や継続的な利用につながっています。



体験型店舗

<PLAY!PARK ERIC CARLE> および <109シネマズ二子玉川> では、体験価値の提供を通じて来館動機の創出につながっています。<PLAY!PARK ERIC CARLE> では季節に応じたイベントやワークショップの展開により、施設内で過ごす時間の価値を高め、来場者数が好調に推移しました。一方、<109シネマズ二子玉川> では話題作の上映が好評を博し、年間を通じて安定した集客を維持しています。両施設ともに、買い物に加えた“体験”を目的とした来館の増加に寄与し、滞在時間の向上や館内回遊の活性化につながっています。



3. 駅直結利用を活かした日常の寄り道需要を促進

物価高が続く中でも、日常生活に欠かせない食品分野は堅調に推移しました。駅改札に近いステーションマーケットの食品フロアでは、日常使いの拡大により日常来館が安定的に推移し、施設全体の売上基盤を支えています。加えて、再販企画の展開や売り場の工夫により、通年で安定した売上を維持しています。

東急ストア (B1F)

通年で売上前年度比104~108%と好調を維持し、12月には過去最高売上を更新しました。客数が前年度比103~108%と増加したことに加え、青果や夕刻以降の惣菜カテゴリが好調に推移し、売上の伸長につながりました。



東急フードショー (B1F)

2025年10月に一部売り場を改装。11月は創業祭や「いい肉の日」などの販売促進企画の実施により前年度比106.8%、12月はクリスマス商戦の好調により前年度比103.8%と伸長し、過去最高売上を更新しました。また、毎月25日にポイントアップを実施する「フタコの日」などの東急カード会員向け施策も売上増加につながりました。



4. 年間約200件のイベント開催により、来街者数増伸に貢献

2025年4月~2026年3月の期間に、二子玉川ライズ ガレリア・中央広場・ルーフガーデンなどの共用空間やスタジオ & ホールを活用し、約200件のイベントを開催しました。自主イベントや地域密着型イベント、外部イベントなど、年間を通じた継続的な展開により、来館動機の創出と来館頻度の向上につながりました。ガレリアでは自主イベントや外部主催イベントを実施するなど、多様なコンテンツを通じて幅広い層の来館機会を創出しました。

PREMIUM BEER TERRACE 2025 -HAWAIIAN GRILL-

(2025年4月17日~7月27日/102日間)

ハワイをテーマに2年連続で開催。シェアして楽しめるフードやアルコールの強さを選べるオリジナルドリンクを提供し、南国をイメージした空間をつくりました。来場者数は20,500組以上、来館者数は平日・土日祝日ともに前年を上回る結果となりました。



太陽と星空のサーカス（2025年8月9日～17日／9日間）

開催13年目を迎えた本イベントを初めて夏休み期間に実施し、ギャラリーとスタジオ & ホールの2会場で体験型コンテンツを展開しました。館内店舗との連動施策も行い、来場者数は合計約14,000人、来館者数は平日112.2%（対前年期間比）となりました。



二子玉川ハロウィンパーティー2025（2025年10月25日・26日／2日間）

「親子で一日中楽しめるハロウィン」をテーマに開催。今年度はキッズディスコを初実施し、参加型企画を拡充しました。来場者数は約8,000人となりました。



HEARTLIGHT HOLIDAY With MOOMIN

（2025年11月8日～12月25日／48日間）

ムーミンとのコラボレーションによる大型装飾を展開し、ギャラリーには高さ約9mのツリーを設置。連動施策として、二子玉川ライズ S.C.館内でも装飾やムーミンの名言スタンプラリーを実施しました。期間中の来館者数は約3,829,000人を突破しました。



©Moomin Characters™

5. 接客・サービス品質の向上を軸とした顧客満足度向上の取り組み

顧客満足度向上に関する取り組みが評価され、「第28回テナントが選んだディベロッパー大賞」CS賞を受賞しました。接客品質や施設運営に関する取り組みが評価された結果の一つです。館内では接客力の向上と働く環境の整備を両軸に、継続的な取り組みを行っています。



接客力向上に向けたロールプレイングコンテストの実施

接客力とスタッフのモチベーション向上を目的に、館内でロールプレイングコンテストを実施。館内大会には26名が出場し、上位3名が東京支部大会へ進出しました。館内大会実施前の研修は新人従業員も参加できる内容に刷新し、配属後研修としても活用できるよう改善。接客品質の底上げと参加の裾野拡大につなげています。

居心地の良いレストスペースの新設

「休憩ができるスペースが欲しい」とのお客さまのお声から、館内10カ所にレストスペースを新設しました。エコフレンドリーな素材を使用した大きなソファと温かみのあるペンダントライトにより、居心地の良いひとときを提供することで、来店時の満足度向上につながる取り組みを行っています。



飲食のサービスアップ調査

継続的に同一の委託先による調査を実施し、過去実績と比較したフィードバックを各店舗へ共有。単発評価にとどまらず、課題の可視化と改善につなげることで、店舗間の連携強化とサービス品質の向上に寄与しています。

快適な環境整備による従業員パフォーマンス向上

多様なリフレッシュニーズに対応するため休憩室を全面改装。一人席の増設に加え、リラクゼーションスペースと会話可能なエリアを分けて配置しました。静かに休みたい方と交流を重視する双方が快適に過ごせる環境を整備し、勤務中のパフォーマンス向上にもつながっています。



新情報：開業15周年を機に、駅直結フロアを刷新！ 2026年3月、ステーションマーケットがリニューアルオープン

二子玉川ライズ S.C.は開業15周年を迎えるにあたり、**2026年3月にステーションマーケットフロアのリニューアルを実施**しました。ステーションマーケットは東急線改札直結という立地特性を強みとし、**通勤・通学動線上などの日常の寄り道需要に応えるフロア**として、多様な客層が日常的に立ち寄る拠点となっています。今回のリニューアルでは、その強みを活かしながら、駅での待ち合わせや移動の合間にも立ち寄りやすいフロア構成とし、**食物販やアクセサリ業態などを新たに導入**しています。



今後も駅直結立地の強みを最大化しながら、地域に根差したコンテンツ展開と店舗や商品ラインアップの充実を図り、持続的な成長を目指します。また、二子玉川エリアの「コミュニティ・プラットフォーム」として、来館者一人ひとりのライフスタイルに寄り添い、皆さまに愛される施設づくりを推進していきます。

二子玉川ライズ・ショッピングセンターについて

二子玉川ライズ・ショッピングセンターは、2011年に開業した「タウンフロント」「リバーフロント」「ステーションマーケット」と、2015年に開業した「テラスマーケット」から構成される、東急田園都市線・大井町線「二子玉川」駅直結の大型複合商業施設です。ファッション、雑貨、サービス、レストラン&カフェなど、約170店舗を擁し、一人ひとりのライフスタイルに合わせた店舗構成を実現しています。

名称：二子玉川ライズ・ショッピングセンター

所在地：〒158-0094 東京都世田谷区玉川2-21-1

公式サイト：<https://www.rise.sc/>

所有：東急株式会社、東急不動産株式会社、東急リアル・エステート投資法人

運営：株式会社東急モールズデベロップメント

開業日：第1期事業 2011年3月19日、第2期事業 2015年4月24日

営業面積：約55,000㎡

テナント数：約170店舗

アクセス：東急田園都市線・大井町線 二子玉川駅直結