

MITSUBUKI GINZA STORE

三越銀座店 リモデルグランドオープン

2015.10.14.

三越銀座店は「最旬グローバル百貨店」へ

CONTENTS

■「最旬グローバル百貨店」実現に向けて	2
株式会社三越伊勢丹 執行役員 営業本部 三越銀座店長 浅賀 誠	
■三越銀座店概要	2
■「三越伊勢丹グループの中期にめざす姿」における	3
今回の三越銀座店リモデル(再開発)の位置づけについて	
■ストアコンセプト	4
■三越銀座店が想定する「お客さま像」	4
■MD(品揃え)面での「最旬グローバル」化	5
■販売サービス面でのグローバル化	6
■フロア構成	7
■フロアガイド	8~12
■空港型免税店「Japan Duty Free GINZA」	13~14



「最旬グローバル百貨店」実現に向けて Message from the General Store Manager

三越銀座店は、「最旬グローバル百貨店」に、大きく生まれ変わります。

日本中から、世界中から多くの人たちが訪れ、活気に満ちあふれている街、銀座。

その銀座の中心で、1930年の開店以来、85年にわたってお客さまに愛され続けてきました三越銀座店が、この秋「最旬グローバル百貨店」として大きく生まれ変わります。

めざすのは、銀座の街とともに国内外の成熟した大人に向けて“最旬”を発信し、

日本最高のおもてなしを提供し続ける店「最旬グローバル百貨店」です。

日本ならではのおもてなしでお客さまに、よりお買い求めやすく、より楽しく、そして更なる喜びをお届けしたいという想いを込めて、日本の中心、銀座から世界と東京の“最旬”を発信していきます。

品揃えにおいては、常に世界と日本の旬、トレンドを意識し、百貨店らしさ、三越銀座店らしさを

提案いたします。また日本のモノ、コト、季節、歳時記などを大切にし、うんちくやこだわり、つくり手の想い、コーディネート仕方などあらたな発見をお客さまに伝えていきます。

販売・サービス面においては、日本のお客さまはもちろん、銀座に来街する外国人観光客の要望に対しても親身に応える「おもてなしの精神」と、お客さまとスタイリスト(販売員)、お客さまと作り手、お客さま同士を「価値観」と「好き」で繋げていくことを全スタイリストが実行していきます。

そして世界のブランドや日本の伝統がラインアップされた、

ラグジュアリーな市中「空港型免税店」がオープンし、世界中のお客さまをお迎えいたします。

あたらしく生まれ変わる三越銀座店の次なるステージに、どうぞご期待ください。

株式会社三越伊勢丹 執行役員
営業本部 三越銀座店長

浅賀 誠



三越銀座店概要

Overview

■店舗名	: 株式会社三越伊勢丹 三越銀座店		
■所在地	: 東京都中央区銀座4-6-16		
■開業年月日	: 1930年(昭和5年)4月10日(2010年9月11日(土)増床オープン)		
■規模	: 地下3階～地上12階(建物は地下6階～地上13階)		
■延床面積	: 約81,476㎡		
■店舗面積	: 約36,556㎡		
■営業時間	: 地下3階～地上8階/10階	= 午前10時30分～午後8時	※一部期間で変更の場合あり
	: 9階銀座テラス	= 午前10時30分～午後11時	※一部施設を除く
	: 11・12階レストランフロア	= 午前11時～午後11時	
■年間売上高	: 74,428百万円(2015年3月期)		

「三越伊勢丹グループの中期にめざす姿」における 今回の三越銀座店リモデル(再開発)の位置づけについて

Positioning

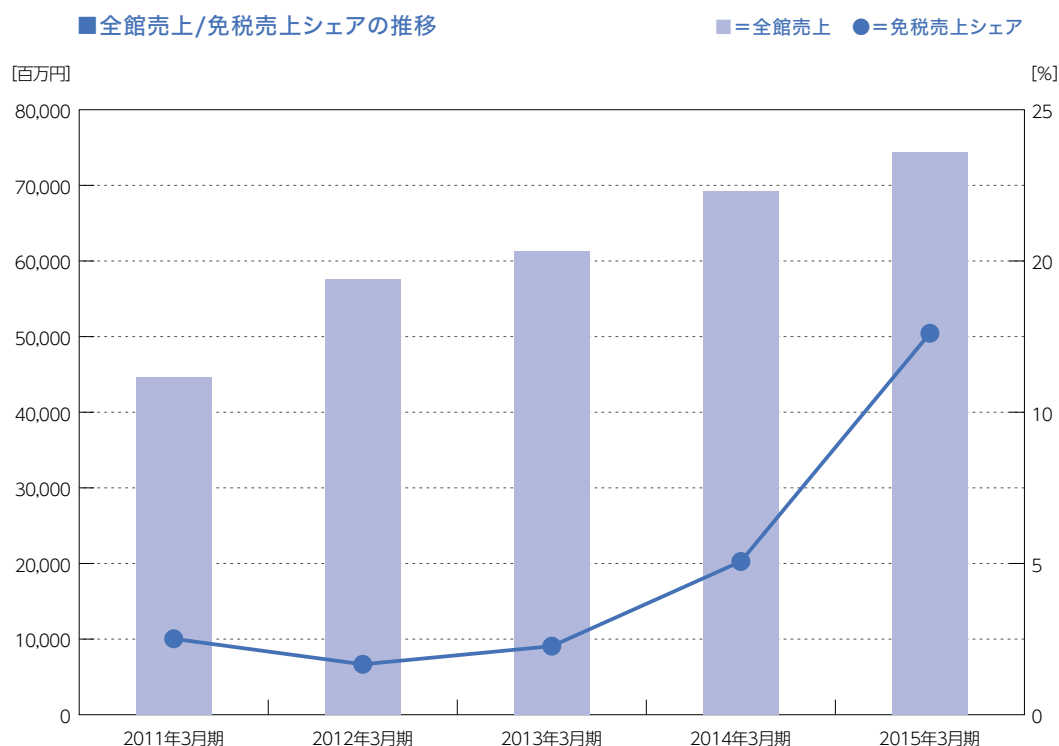
三越伊勢丹グループは、2019年3月期をひとつのマイルストーンとして、グループの持つ資源(顧客資産、拠点チャネル、機能、ノウハウ)のポテンシャルを最大限に引き出すことにより、独自性ある顧客価値を創造することをめざしています。その中において、当グループ最大の強みは、エリアの魅力度が世界有数である都心部に立地した「基幹3店舗(伊勢丹新宿本店、三越日本橋本店、三越銀座店)」を保有していることであると位置づけています。

この基幹3店舗は、常にあたらしいコンテンツや価値を生み出し、当グループのブランド力・競争力・収益力を生み出し続けていく役割を担っており、世界最高レベルの店舗として成長を続けていくために、継続的に投資を図り磨き上げを図っていくことが重要だと考えています。その一環として、伊勢丹新宿本店では2013年3月に婦人フロア(本館1～4階およびB2階)、2015年3月にリビングフロア(本館5階)、ベビー子供用品フロア(本館6階)の再開発を行い、伊勢丹新宿本店のめざす「世界最高のファッションミュージアム」の具現化を図りました。また、三越日本橋本店においても、「カルチャーリゾート百貨店」の実現に向け、カルチャーを基軸にした再開発計画の推進とトライアルを行っています。

三越銀座店は、世界有数の魅力ある街・銀座の中心に位置する店舗として、「あたらしい価値をスタイルとして創造し時代の扉を開ける店」をめざし、2010年9月に増床リモデルを行いました。増床リモデルオープン以降は、それまで三越銀座店をご利用いただいていたお客さまに加え、銀座に隣接する湾岸エリアにお住まいのあたらしいお客さまなどのご愛顧に支えられ、順調に売上を伸ばしてきました。

その増床リモデルからおおよそ5年が経過する中で、銀座の街はその魅力度・注目度が一段と高まってきています。湾岸エリアにお住まいの方々は2020年の東京オリンピックに向けてさらに増え続けることが見込まれており、政府観光庁が推進する「ビジット・ジャパン事業」のもと、訪日外国人のお客さまのご利用も急拡大しています。

このような銀座の街が抱えるポテンシャルを最大限に活かし、基幹3店舗としての三越銀座店の独自性ある店づくりに磨きをかけるために、今回、ストアコンセプト「最旬グローバル百貨店」の実現に向けた大規模リモデル(再開発)を行います。



最旬グローバル百貨店

世界のランドマークとして、銀座の街とともに、国内外の成熟した大人のお客さまに向け、世界と東京の最旬を発信し、日本最高のおもてなしを提供し続ける店

今回の大規模リモデルにより、これまでめざしてきた「**あたらしい価値をスタイルとして創造し時代の扉を開ける店**」をよりいっそう進化させ、銀座の街に訪れる国内外の成熟した大人の方々に向けて世界と日本の最も旬な商品や情報、そして日本ならではの季節感や行事(歳時記)、優れたものづくりなどを発信し続ける店づくりをめざします。

<「最旬グローバル百貨店」を実現するための三越銀座店の「4つのフィルター」>

最旬×本物

常に世界と東京・日本の一番の旬、トレンド、そして本物・本質をご提供し続けます。

Japan×奥行き

日本のモノ・コト、旬、歳時記、季節を大切にし、その“奥行き”をご提案し堪能いただきます。

おもてなしの精神

“おもてなしの精神”でお客さまの心を動かします。

価値観×交流

世界の人と人を、“モノのもつ価値”や“好き(価値観)”でつなげていきます。

三越銀座店が想定する「お客さま像」

Customer Image

「自分の考え方をもち、本物本質を見極め、 あたらしさと心の豊かさを求める成熟した大人の方々」

2010年9月の増床リモデルオープンに際し銀座来街者の行動スタイル、ファッション、関心事などを徹底的に分析し設定したお客さま像を引き続き掲げつつ、現在～この先の三越銀座店の環境を踏まえつつ、よりイメージを具体的にすることにより、イメージするお客さま像に合わせた店づくり、サービス、品揃えを提供することをめざします。

<具体的にイメージするお客さま>

①あたらしい価値観を持つ都心生活者

湾岸エリアの高層マンションなどにお住まいの方々が増加傾向であることを踏まえ、グローバルに活躍するビジネスパーソンの方や、都心にお住いでONとOFFのバランスを重視し、特にプライベートを充実させたい方、物質的・精神的なゆとりを求める方々などをお客さま像として設定します。

②日本を訪れる、または日本にお住いの、百貨店を日常利用する外国の方々

訪日外国人の増加を背景に、日本を訪れる、または日本にお住いの百貨店を日常利用する外国の方々にもストレスなく快適にお買い物いただくことをめざします。

「最旬グローバル百貨店」具現化における2つのポイント

独自編集平場の拡充をはじめとしたMD面や、販売サービスのグローバル対応を通じた、三越銀座店全館の「最旬グローバル化」

空港型免税店
「Japan Duty Free GINZA」の導入

「最旬グローバル百貨店」の実現をめざすには、三越銀座店が、前述の「4つのフィルター」で満ち溢れていなければなりません。今回は、婦人服(宝飾品、時計含む)、婦人雑貨、紳士服・雑貨、リビング、の各部門を中心としたリモデルとなります。それぞれのフロアにおいて、今回のリモデルで上記のフィルターに当てはまるMDを構築いたします。

- 婦人服** : 国内外の洗練された大人の女性に向けて、世界が注目するTOKYOの最旬モードと世界が認めるグローバルな最旬モードを銀座にふさわしい心地よいラグジュアリー感とともに提供
- 婦人雑貨** : 銀座に集う大人の女性に向けて、銀座でしか買えない、銀座らしいアイテムを比較購買しやすい環境で提案
- 紳士服・雑貨** : 「GINZA GENTLEMAN」をコンセプトに「本物・本質」を求める大人に向けて、上質なプライベートシーンとアクティブなオフィシャルシーンを提案
- リビング** : 日本と世界(グローバル)の最旬の暮らし・スタイルを提案

また、「最旬グローバル百貨店」を三越銀座店が想定するお客さま像である「**自分の考え方を持ち、本物本質を見極め、あたらしさと心の豊かさを求める成熟した大人の方々**」へご提供するために、今回のリモデルの柱の一つとなるのが「**三越銀座店独自編集集場の拡充**」です。

今回のリモデルでは、2010年の増床オープンの際に、銀座らしさを追求するために導入した「銀座スタイル」の考え方をベースとし、以下の2つの銀座ならではの独自の情報発信スペースを設けます。

グローバルメッセージ

各階(※)のメインスペースであるエスカレーター前に、「**グローバルメッセージ**」と名付ける情報発信基地を設け、最旬のトレンドを期間限定で展開します。

キーワードは「伝える」。グローバル化に向けた最旬情報発信基地として日本と世界の最旬スタイル、日本・世界の歳時記、グローバルの暮らしをプロモーションにてスタイル提案します。

この「グローバルメッセージ」を中心として、三越銀座店を訪れる多様な価値観をお持ちのお客さまを、常に刺激し続けます。
※B1階～7階・10階の各階

銀座スタイル(およびジャパンフィルター)

2010年の増床リモデルにおいて銀座ならではの付加価値＝「銀座フィルター」を通した、三越銀座店が主体的に構築・運営する売場の総称である「**銀座スタイル**」を設けました。今回の全館リモデルにおいて、この「銀座スタイル」を各階でさらに磨き上げ、銀座ならではの空気感を、商品、伝え方、接客の全体で表現する場として進化させます。

また、三越伊勢丹グループは、企業メッセージ「**this is japan.**」(※)において、日本の四季が育んできた五感を活かし、商品・サービス・店内の装飾や環境などを通じて表現していくことを宣言しています。三越銀座店の今回のリモデルにおいても、この「this is japan.」の考え方にもとづき、「銀座スタイル」の一環として、日本のものづくりの精神性や技術力、素材の良さ、デザイン性、クリエイション力など、日本ならではの感性を発信する「**銀座スタイル(ジャパンフィルター)**」と称するゾーンをさまざまなフロアに設けます。

※ this is japan.

三越伊勢丹グループが2015年の年頭より発信しているあたらしい企業メッセージ。
2011年より4年にわたり推進してきた、日本の伝統・文化・美意識が作り出す価値を再認識し、あたらしい価値としてお客さまにご提供する営業施策「JAPAN SENSES」を更に深化させ、経営戦略レベルに位置付け、三越伊勢丹グループのあらたな店づくりの基軸として、商品をはじめより販売サービスに至るまで、世界に通じる日本の良さをグループを挙げて提案することを宣言しているものです。



「最旬グローバル百貨店」の実現のために、今回のリモデルでは、下記の「販売サービスのグローバル化」に取り組み、国内外からのすべてのお客さまが快適に三越銀座店にてお過ごしいただけるよう取り組みます。

①「海外顧客サービスセンター」の新設

9/2
OPEN

三越銀座店の「最旬グローバル百貨店」の象徴であり、世界中からご来店くださるお客さまへ、日本最高のおもてなしをご提供するために、今回のリモデルにおいてB1階に「海外顧客サービスセンター」を新設します。

「海外顧客サービスセンター」では、これまでの免税カウンターや外国人観光案内所などの機能の拡充に加え、より快適な店内でのお買物や日本滞在をサポートするためのあたらしい機能を加え、きめ細やかなおもてなしを提供いたします。

【新規サービス】

- 海外配送カウンター設置 ■通信サポート(SIMカード販売)
- レストスペース(免税手続きのお待合スペース)の新設

【既存サービスの拡充】

- センター内への外国語対応アテンダントカウンターの設置
- 免税カウンター：席数拡大 8席⇒10席(繁忙期17席)へ
- ホテルデリバリー(無料)：提携ホテルを拡大

【その他の機能】

- 外国人観光案内所 ■外貨両替機
- 空港配送(成田国際空港、東京国際空港〈羽田〉) ■フリーWiFi ※ご利用場所は制限がございます。



②「海外顧客ゲストラウンジ」の新設

2月上旬
OPEN
予定

一定の金額以上をお買い上げのお客さまに対しては、13階にあらたに設ける「海外顧客ゲストラウンジ」へご案内し、より快適なお買物のサポートをいたします。

「海外顧客ゲストラウンジ」では、高級感のあるしつらえとともに、日本の美や四季を感じていただけるよう、音楽や四季を演出する展示などを通じて、環境面でも「おもてなしの精神」を具現化します。

【主な機能】

- 着席での優先的免税手続き ■ドリンク、菓子などでのおもてなし ■雨天時の傘プレゼント
- ポーターサービス(タクシーまたは地下鉄改札口へのお荷物の運搬) ■海外の雑誌・新聞のご用意(閲覧) 等

③アテンダント体制の強化

三越銀座店が「おもてなしの精神」でお客さまにご満足いただくために、アテンド専任スタッフを増員し、国内外双方からのお客さまへ対して、三越銀座店でのお買物を全館にわたりサポートする体制を強化します。

- アテンド専任スタッフ増員予定(対応言語＝英語、中国語、韓国語)
- 「海外顧客サービスセンター」内へのアテンダントカウンター(着席)の新設

④外国語対応の強化

海外からお越しいただいたお客さまにストレスなくお買物いただけるよう、外国語の堪能な販売員と通訳を売場に配置します。さらに通訳サポートツールも活用し、海外からのお客さまをお迎えします。

- 外国語が堪能な店頭販売員・スタッフ(海外顧客サービスセンター、海外顧客ゲストラウンジ含む)の増員・強化
- 通訳(中国語)の売場への配置(中国の祝日等、繁忙期には増員を予定)
- 通訳サポートツールの拡充(電話通訳、およびタブレットによるTV電話通訳〈英語、中国語、韓国語〉)

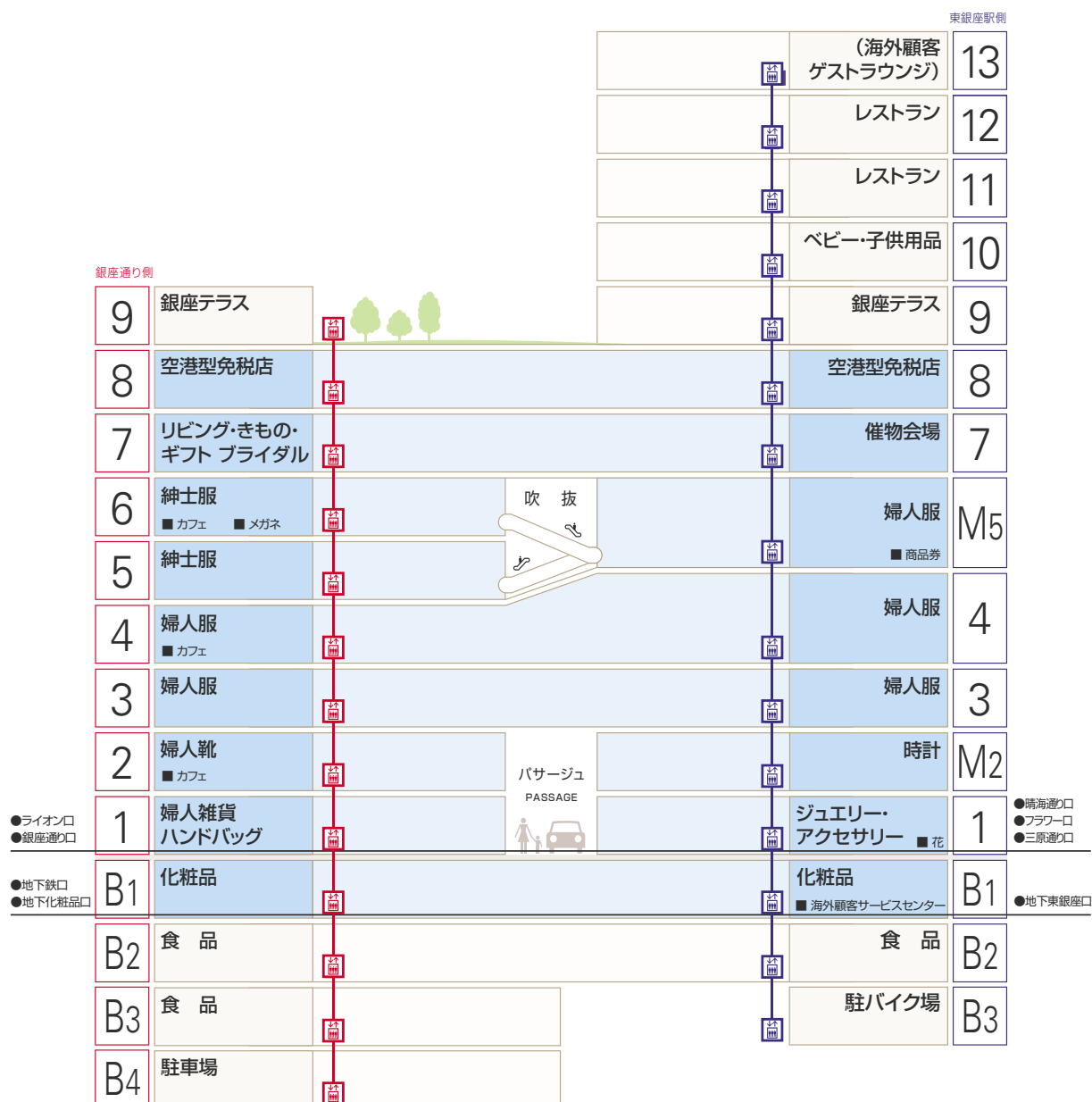
⑤プレゼンテーション・訴求のグローバル化

国内外からのすべてのお客さまに“最旬”をお伝えするために、プレゼンテーション・訴求のグローバル化に取り組みます。具体的には、ショーウィンドウや各フロアのビジュアルプレゼンテーション(VP)において、「見る」「聞く」「触れる」など、五感を通じて体感していただける工夫を行うとともに、あらたな訪日外国人顧客のご来店を目的とした以下の施策に取り組みます。

- CS放送チャンネル「CNNj」を通じて、三越銀座店の情報を、ホテルや訪日外国人向け観光バス内にて放送
- 中国大手メッセージングアプリ「WeChat(微信)」を通じた三越銀座店情報の発信(月8本程度を予定)

フロア構成

Floor Configuration



フロア	アイテム	銀座スタイル		グローバル メッセージ
			銀座スタイル(ジャパンフィルター)	
10階	ベビー・子供用品	モンシェリマシェリ		○
7階	リビング 他		[NEW]ジャパンコレクション	○
6階	紳士服	クレアティーヴォ		○
5階	紳士服	[NEW] GINZAクローゼット	[NEW]GINZAアトリエ [NEW]ジャパンテラー	○
M5階	婦人服	[NEW]ミグジュアリー		○
4階	婦人服	[NEW]4th of GINZA		○
3階	婦人服	ニューヨーク ランウェイ、ル プレイス		○
2階	婦人靴			○
1階	婦人雑貨	ファッションアイテム	[NEW]ハンドバッグジャパンセクション	○
B1階	化粧品		[NEW]ジャパンビューティーセレクト	○
B2階	食品			
B3階	食品			

※B2階・B3階食品フロアにつきましては、2016年度内にリモデルを予定しております。

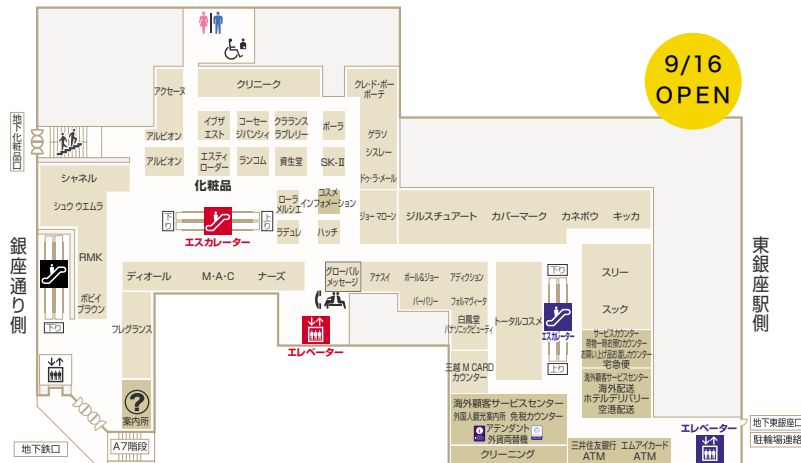
B1 階 化粧品

美しくなりたい女性のための
コスメワールドフロア

銀座NO.1のブランド数を誇る「ギンザコスメワールド」。

日本初オープンのバーバリーをはじめ7ブランドが加わり、更にラインアップが充実しました。

コスメインフォメーションでは、ブランドを横断したお客さまのコスメ選びのサポート提案をします。グローバルメッセージでは、モノ・コトを中心とした最旬コスメの魅力を発信します。



■銀座スタイル(ジャパンフィルター)「ジャパンビューティーセレクト」

日本のブランドや、日本の技術を用いたブランド、日本人メイクアップアーティストのブランドを13ブランド集積。

主なブランド：ジルスチュアート、ポール&ジョー、キッカ、パナソニック ビューティ ほか

■フレグランス

三越銀座店のコスメで関心の高いアイテムの一つ。展開スペースを倍増させ、約20ブランドご紹介。銀座エリア随一の品揃えを実現し、専門知識を持ったスタッフがご紹介します。

1 階西 婦人雑貨、ハンドバッグ

銀座の街にふさわしい
最旬雑貨のフロア

銀座に集う大人の女性に向けて、銀座でしか買えない、銀座らしい婦人雑貨アイテムを、比較購買しやすい環境で提案します。

■ハンドバッグ

2つのゾーンで26ブランドを展開。

銀座にふさわしく「インターナショナル」のラインアップを増やしてワンストップで比べて選べる楽しさを実感できます。

主なブランド：パレンシアガ、トッズ、ディスコード ほか

■銀座スタイル(ジャパンフィルター)

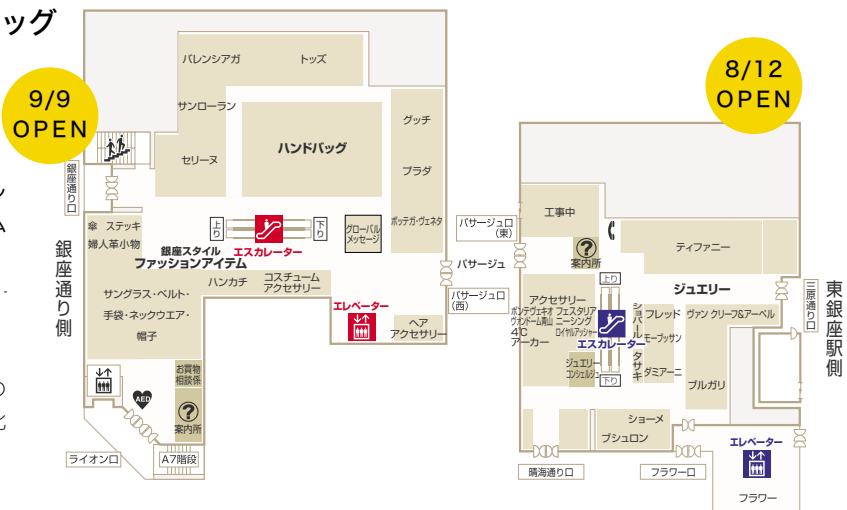
「ハンドバッグジャパンセレクション」

日本ブランドを集積し、オーダーや実演で日本の技術や日本のデザインを伝えます。

■銀座スタイル「ファッションアイテム」

今までのシーズン雑貨、デイリーギフトに加え、コスチューム&ヘアアクセサリをあらたにラインアップ。

コスチュームアクセサリは5ブランド展開。プロモーションスペースを設け、最旬ブランドやアイテムを過替わりで提案します。ヘアアクセサリは3ブランド。「銀座スタイル」として試しやすい環境を整え、旬なヘアアレンジを提案します。



1 階東 ジュエリー・アクセサリ

世界の一流が揃う、
最旬プレステージジュエリーのフロア

■ジュエリー

世界のプレステージジュエリーをワンフロアにコンパクトに集積。ストレスなく買いやすい快適な空間を実現したグローバルジュエリーワールドをご案内します。

主なブランド：タサキ、ティファニー、ヴァンクリーフ&アーペル、ブルガリ、ショパール ほか

■アクセサリ

厳選されたブランドラインアップと、プライダルの強みを持つ品揃えを実現。プライダルに精通したジュエリーコンシェルジュを配置し、銀座にふさわしい最高のサービスを提供します。



2階 婦人靴・レグファッション

プレステージからデイリーユースまで揃う婦人靴とレグファッションのフロア

プレステージからデイリーユースまで幅広いシューズブランドが揃います。また、靴とあわせて足回りのおしゃれを楽しむレグファッションも豊富に提案。スニーカー人気が高まる中、多様なニーズにお応えするスニーカーゾーンを新設。「スプリングコート」「ミュニック」ほか全4ブランドで、クラス感、上質、コンフォートをかなえてくれるスニーカーが勢揃いします。グローバルメッセージでは最旬のトレンドをご紹介しますほか、ハイエンドブランドのオーダー企画も実施します。

■GINZAパンプスバリエーション

銀座の街を象徴するドレスコードアイテム「パンプス」を、「銀座らしさ」をキーワードに発信します。

【新規サービス】「シューズパーソナルカウンセリング」(無料)

お客さまの足型を3D足型測定マシンを用いてデジタルカルテ化し、15名在籍するシューカウンセラーが、足型データとお客さまのご要望をもとに店頭展開の靴のなかから適した靴を提案します。



M2階 時計

世界のプレステージブランドと最旬クリエイションを提案するラグジュアリーウォッチワールド

プレステージブランドに加え、新設した編集コーナーでは注目の個性派、銀座らしいファッション感度の高いラインアップを集積しました。

主なブランド：パネライ、ロジェ・デュブイ、ウブロ、フランクミュラー、ロレックス、IWC、ジャガー・ルクルト ほか

3階 婦人服 TOKYOモード

世界の大人が夢中になる、最旬のTOKYOモードを提案するフロア

独自の進化を遂げる「TOKYO」のファッションを最旬のクリエイター、最旬のスタイリングを通してご紹介します。

主なブランド：ブルーレーベル クレストブリッジ、MM⑥、MIDギンザ、エンフォード、トゥモローランド

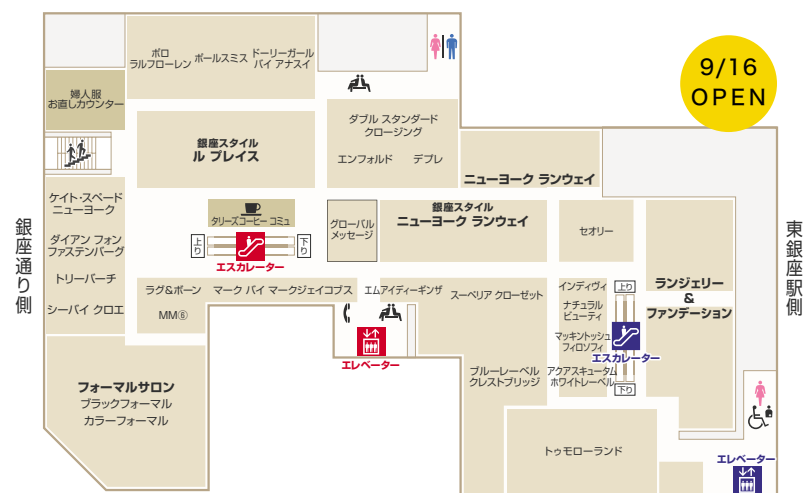
■銀座スタイル「ル プレイス」

「東京生まれ、東京発」をキーワードに、最旬の東京トップモードと「東京のわくわく・ドキドキ」をモノ・コト・コミュニケーションにより発信する編集型ショップです。デザイナーの想いを伝えるスペースとして「ジャパンコミュニケーションステージ」を新設し、お客さまの五感に訴えかけるあたらしい形の売場として生まれ変わります。

主なブランド：ファセッタズム、タロウホリウチ、TOGA

■銀座スタイル「ニューヨーク ランウェイ」

国内外の最旬トレンドを東京ならではのスタイリングで提案する編集型ショップです。高感度・高品質のブランドやアイテムをNY(エレガンス)、LA(リラックスカジュアル)、BROOKLYN(スポーティ)の3つのテイストをベースに最旬TOKYOモードにアレンジして発信します。



4階 婦人服 INTERNATIONALモード

心地よい環境の中で、 世界が認めた最旬の インターナショナルモード を提案するフロア。

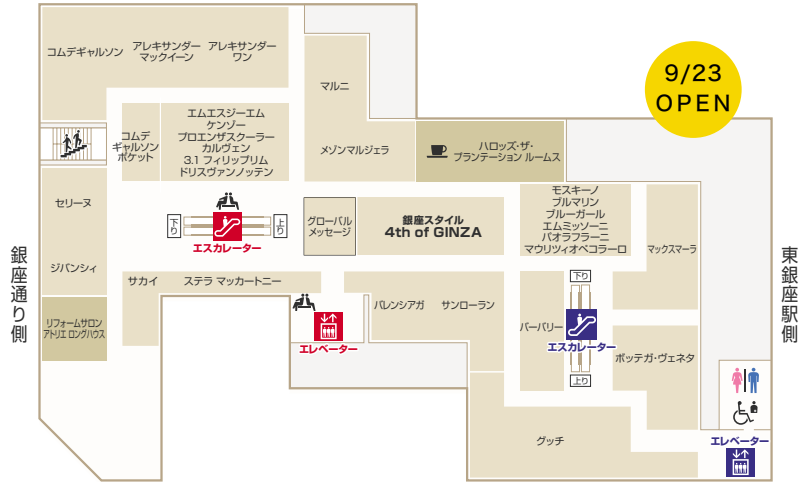
世界のトレンドをけん引するインターナショナルブランドを集積し、銀座らしいラグジュアリーな環境と、ストレスフリーの心地よい空間、洗練されたサービスを堪能できる特別な時間を提供します。

主なブランド：パーバリー、サンローラン、コムデギャルソン、メゾンマルジェラ、サカイ ほか

■銀座スタイル「4th of GINZA」

世界が認めた最旬のブランドを多彩なスタイリングで提案する編集ショップ。
ショップ名の「4th of GINZA」は「銀座四丁目」に由来し、世界と日本を結ぶ街GINZAの中心に位置するショップを意味します。
ショップ名にふさわしいインターナショナルで高感度なラインアップを提案します。

主なブランド：HYKE、アクネストウーティオ、N° 21 ほか



M5階 婦人服 GINZAコンテンポラリー

洗練された大人のGINZAコンテンポラリー スタイルを提案するフロア

洗練された美しさを追求する大人の女性のために「洋服を美しく着ることを徹底的に追求し提案します。トレンドを追いかけるだけではない、自分のための上質な一枚を見つけるためのフロアです。

主なブランド：マッキントッシュ ロンドン、タエ アシダ、ランバンコレクション、セオリー・リュクス ほか

■銀座スタイル「ミグジュアリー」

銀座をホームグラウンドとする洗練された大人の女性に対して「GINZAコンテンポラリースタイル」を快適なサロン環境の中で提供し、ファッションの上質・洗練を追求した編集型ショップです。高感度なセレクトブランドとマスターピースを国内外から集積します。



5階 紳士服・雑貨

GINZA ジェントルマンのアクティブなオフィシャルシーンを提案するフロア

「粋な男の仕事時間の流儀」。

世界を舞台にアクティブに仕事をこなすビジネスエリートの品格あるワードローブと身だしなみを提案します。

■銀座スタイル「GINZAクローゼット」

本来コーディネイトの結びつきの強い「ビジネス重衣料」と「ネクタイ&シャツ」などを一体的に編集するとともに、スタイリスト(販売員)がお客さまの“なりたいスタイル”を引き出し、一緒にスタイルを作り上げるあたらしい接客手法でお客さまをおもてなします。

主なブランド：フランコ・プリンツィパリー(スーツ)、フィナモレ(シャツ)、フランコバッシ(ネクタイ) ほか

■GINZAドレスアップ・サロン

お客さまの望まれるイメージをコンサルティングすることから始める、あたらしい形のメジャーメイド・オーダーシャツとフォーマルウェアが一体となったサロン。

主なブランド：NHサルトリア、ヘンリー・プール(ともにメジャーメイド)、トーマス・メイソン(オーダーシャツ) ほか

●銀座スタイル(ジャパンフィルター)「ジャパントーラー」

イタリア・イギリス・アメリカの3つのスタイルを、世界に通用する“日本人テーラー”が提案するMade to Measureです。

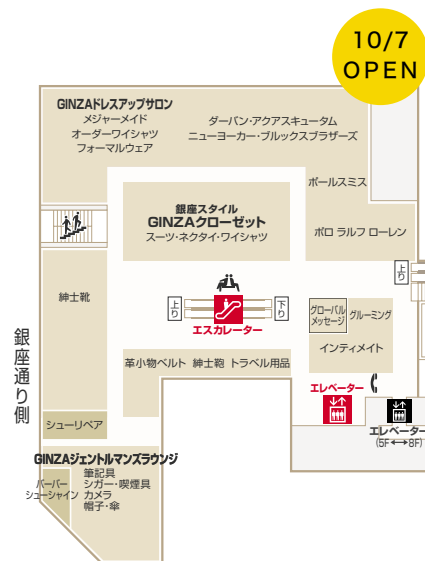
主なブランド：HIDEKI SATO、LIDTAILOR、TAILOR CAID ほか

■GINZAジェントルマンズ・ラウンジ

「粋な男が集う場」として、筆記具、カメラ、喫煙具・シガーなどの“モノ”と、バーバーやシューシャイン、プロモーションスペースなどの“コト”が融合したあらたな場を提供します。

■銀座スタイル(ジャパンフィルター)「GINZAアトリエ」

男性のスタイリングのキーアイテムとなる紳士靴で高まっている「色」へのこだわりについて、“ジャパンファクトリー”5社と取り組む、今までにないあたらしい紳士靴のカラーオーダーを提案します。



6階 紳士服・雑貨

GINZA ジェントルマンの上質なプライベートシーンを提案するフロア

「粋な男の自分時間の美学」。

「自分らしさ」にこだわる方へ、プライベートタイムの“ハレの場”“休息の場”での艶のあるライフスタイルを提案します。

■銀座スタイル「クレアティーヴォ」

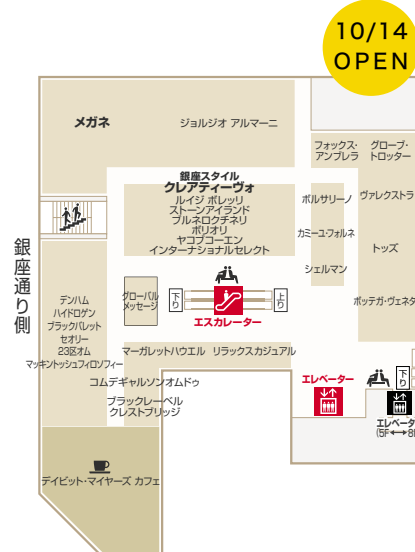
ファクトリー系から海外一流ブランドまでを自主編集した「クレアティーヴォ」では、イタリアンクラシコの流れのもと、よりドレスカジュアルの打ち出しを強化します。

主なブランド：ルイジ・ボレリ、ブルネロ・クチネリ ほか

■シティスポーツ/シティリラックス

お客さまの多様化するライフスタイルに寄り添った都会的なスタイリングを、「シティスポーツ」「シティリラックス」の2つのテーマで編集し提案します。

主なブランド：マーガレット・ハウエル、デンハム、セオリー、ハイドロゲン ほか



7



日本と世界(グローバル)の最旬の暮らし・スタイルを提案するフロア

日本と世界からの最旬の暮らしのスタイルをモノとコトを通して発信。都会生活者のための洗練されたウィークエンドのライフスタイルを提案します。

■銀座スタイル(ジャパンフィルター)「ジャパンコレクション」

世界一の日本文化の発信基地。世界中のVIPが認めるあたらしいジャパンエディションと着物の融合。

キーワードは「日本の美」。最旬の日本文化を彩るモノとコトで提案します。

展開ショップ： ジャパンエディション、サロンド きもの、ギャラリー

ジャパンエディション

グローバルな視点を持った、日本の文化や工芸品を提案します。

●“しつらえの美(空間の美)”

今の暮らしに合う、清々しい日本の空間美を提案します。
「MITATE スタイル」では著名人や作家、有名ギャラリーオーナーなどの方にご登場いただき都会のマンションで“お茶”を
気軽に楽しめるスタイルを期間限定で提案します。

●“ものの美(究める美)”

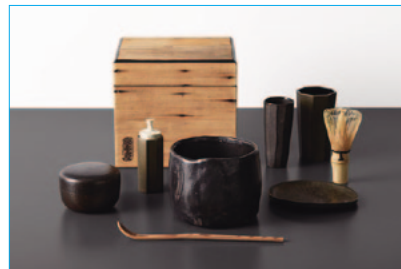
日本のアルチザンによる最高峰のものづくりなど、三越銀座店が選んだ匠の技の数々をご紹介します。日本を代表する伝統技法の「藍」と「箔」を中心に商品を開発しました。



■アーバンスローライフ

毎日が忙しい都会生活者が、心と身体を解放させる、豊かな暮らしをご提案します。
キーワードとする「集う・安らぐ・くつろぐ」を四季に合わせた銀座ならではのスタイルで提案します。

展開ショップ：リミックススタイル(ウィークエンドD&K、グローバルエレガント)、スリーピング、バス&リラックス、インテリア&IDS



■ギフト&ブライダル

銀座にふさわしいブライダルをトータルでご提案。

キーワードは「贈る・祝う」。ライフイベントに連動する「ギフト」を起点としてお客さまとの生涯に渡る繋がりを深めます。

展開ショップ : ギフトサロン、ブライダルサロン、貸衣装サロン

8階 空港型免税店「Japan Duty Free GINZA」

株式会社三越伊勢丹ホールディングス、日本空港ビルディング株式会社、成田国際空港株式会社、株式会社NAAリテイリングは、それぞれ4社により合併会社「Japan Duty Free Fa-So-La 三越伊勢丹」を設立、2015年内に、三越銀座店8階に、「Japan Duty Free GINZA」をオープンいたします。

出店概要

三越伊勢丹ホールディングス、日本空港ビルディング、成田国際空港およびNAAリテイリングの4社は、これまで培ってきた免税事業のノウハウと各経営資源を結集することで、従来の空港における免税売店に加え、観光立国推進の一環として、より競争力のある市中での空港型免税売店（保税売店）を展開し、出国する国内外の旅行者の新たな消費需要を喚起するとともに、訪日外国人の利便性を高めることを目的に、共同出資による新会社を設立、空港型免税店をオープンいたします。

出店コンセプト(店づくりの考え方)

- 【テーマ】 ～世界の銀座がよりグローバルに、よりラグジュアリーに～
- 【対象顧客】 ・洗練された日本の百貨店で免税ショッピングをご希望される世界中のお客さま
(羽田・成田空港から出国される旅行者)
- 【方向性】 ・「世界に類を見ない市中免税店モデル」の創造、日本にしかできない「快適かつ趣のある新しい買い物体験」の提供をめざしてまいります。

環境デザインコンセプト

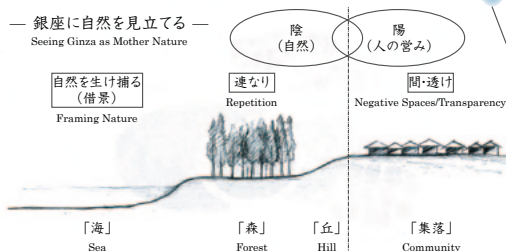
～銀座に自然を見立てる～

・日本ならではの感性・伝統的な空間環境技術、その方法を取り入れ、デザイン・五感・色彩による居心地の良い空間を演出する

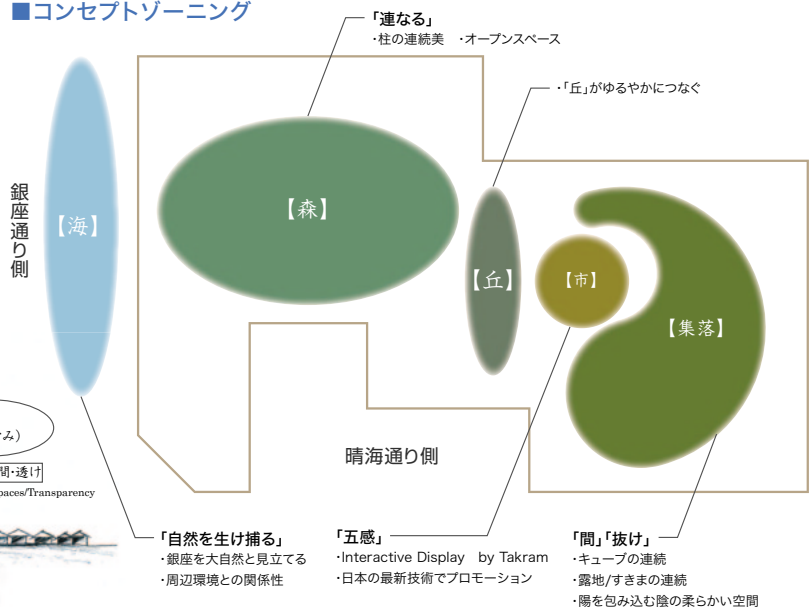
～キーワード～

・陰と陽 ・自然を見立てる ・連ねる
・生け捕る ・間 ・透け ・五感

■コンセプトフロー



■コンセプトゾーニング



MD

・日本ならではの世界最高レベルの品揃えをし、「世界のハイエンドブランド」と「日本の価値と品質」の融合をめざします。
・コスメ・時計・ラグジュアリー(ファッション・ジュエリー)・JAPAN企画のゾーンを展開いたします。

～各ゾーン～

《コスメ》

国内外の洗練されたコスメブランドをオープンスペースの連なる柱の中で展開します。

《ウォッチ》

日本免税店初の海外ラグジュアリーウォッチのマルチブランドコンセプトに基づいてウォッチメゾンを展開します。

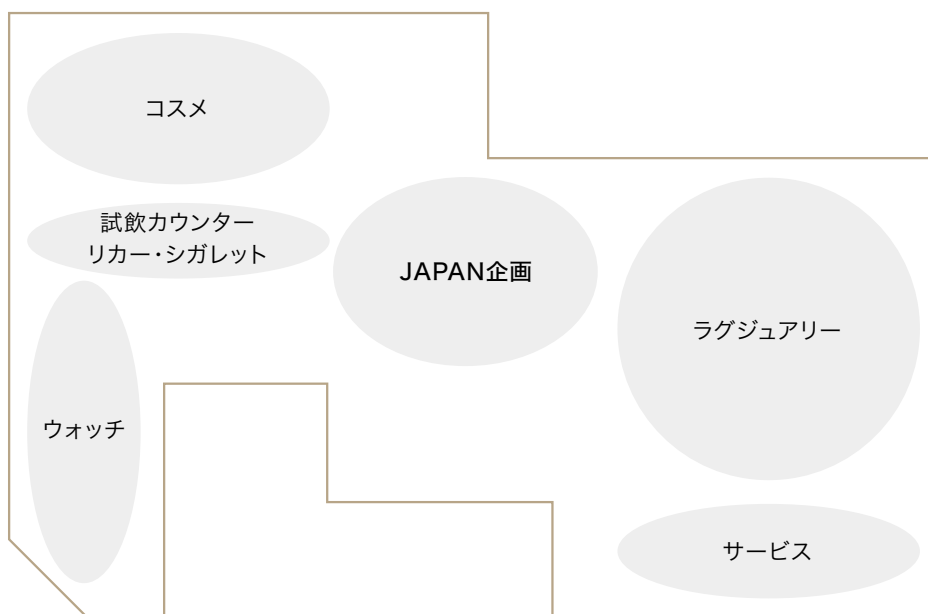
《ラグジュアリー》

日本免税店で人気のあるブランドと日本免税店初出店の旬なブランドを今までにない新鮮で魅力的な店舗展開をします。

《JAPAN企画》

日本が培って来た「本物」の技術と日本ならではの素材・材質を使用した伝統工芸品と現代の感性で生まれるあたらしい作品「日本の価値と品質」を、洗練された環境空間に展開します。

■ゾーン展開イメージ



サービス

・日本が世界に誇る「もてなしの心」と「最先端テクノロジー」の融合をめざします。

スキーム(ご利用方法)

■市中免税店の免税対象範囲とご利用の流れ

区分	免税対象				免税対象者
	消費税	関税	酒税	たばこ税	
市中免税店(空港型免税店)	○	○	○	○	日本から出国する旅行者
空港内免税ショップ	○	○	○	○	
街中の消費税免税店	○	×	×	×	日本から出国する外国人(海外居住日本人含む)

①市中免税店で商品をご購入

②成田・羽田空港内で商品をお受取り

③海外の目的地へご出発

合併会社の概要

- 商号 : 株式会社 Japan Duty Free Fa-So-La 三越伊勢丹
- 代表者 : 山本 兵一
- 本店所在地 : 東京都中央区銀座4-8-12
- 資本金 : 4億9千万円
- 出資比率 : 日本空港ビルデング45%・三越伊勢丹ホールディングス27.5%・NAAリテイリング27.5%

店舗概要

- 店舗 : Japan Duty Free GINZA
- 店舗設置場所 : 「三越銀座店」8階1フロア
- 売場面積 : 約3,300㎡
- 開店時期 : 2015年内
- 出店形態 : デューティーフリーショップ(保税売店)



this is japan.

MITSUKOSHI

お問い合わせ

株式会社三越伊勢丹ホールディングス

業務本部総務部コーポレートコミュニケーション担当 広報

TEL:03-6205-6003 FAX:03-6205-6009