

2007年11月6日(火)、東京駅八重洲口「グラントウキョウ ノースタワー」に誕生  
大丸東京新店のフロア概要について



目次

店舗概要	P2
食品	P3、4
婦人洋品	P5
化粧品	P6
婦人靴・バッグ・アクセサリ	P7
婦人服	P8、9
紳士服・ゴルフ	P10
リビング・文具	P11
美術・呉服・宝飾・大丸ミュージアム	P12
レストラン	P13
喫茶	P14
サービス	P15

## 店舗概要

当社は、2007年11月6日(火)、東京駅八重洲口の超高層ツインタワー「グラントウキョウ ノースタワー」の地下1階から地上13階に「大丸東京店」を移転増床します。この建物は世界的建築家であるヘルムート・ヤーン氏のデザインによるものです。今回の第1期オープンに引き続き、2012年夏頃の第2期グランドオープン時には現在の約1.5倍の46,000㎡にまで増床、首都東京の玄関口にふさわしい、斬新で21世紀のモデルとなる本格的な百貨店が誕生します。

「大丸東京店」は、八重洲口、日本橋口、丸の内口、JR駅構内も含めた東京駅を、ひとつの大きな街として捉える「Tokyo Station City/東京ステーションシティ」構想の中に位置づけられています。伝統と先進性を併せ持つ新しい文化の発信地として、世界で一番の街を目指す東京駅及びその周辺の開発プロジェクトの一端を担っております。

### <ストアコンセプト>

#### 「TOKYO・オトナ・ライフスタイル 百貨店」

世界都市「TOKYO」を舞台に活動する自分の価値観をしっかりと確立した「オトナ」の「ライフスタイル」に徹底的にこだわった百貨店です。

### <重点対象顧客>

#### 「TOKYO ライフ・エディター」

TOKYOライフを楽しむ意欲・感性を持ち、時間の使い方が上手で人的ネットワークや行動エリアが広いオトナを「TOKYO ライフ・エディター」と名付け、重点ターゲットと位置づけました。

#### <顧客プロフィール>

- ・東京駅周辺で働くBMW(ビジネスマン&ウーマン)
- ・近隣に生活基盤を持つ都市生活者
- ・東京駅利用者

### <フロア構成>

名 称	大丸東京店
住 所	東京都千代田区丸の内1-9-1
営 業 フ ロ ア	地下1階～地上13階
営 業 時 間	10:00～20:00 平日の地下1階と1階は10:00～21:00 12階・レストランフロアは11:00～23:00 13階・レストランフロアは11:00～24:00
電 話 番 号	03-3212-8011(代表)
オ ー プ ン 日	2007年11月6日(火)
営 業 面 積	34,000㎡(1期:2007年11月) 46,000㎡(2期:2012年夏頃を予定)
売 上 目 標	600億円以上(1期初年度) 800億円以上(2期初年度)
投 資 額	約180億円(1期、2期合計)

13階	レストラン
12階	レストラン
11階	リビング・文具・ゴルフ
10階	美術、呉服、宝飾・時計、ミュージアム、喫茶
9階	リビング
8階	紳士服、喫茶
7階	紳士服、紳士雑貨、喫茶
6階	婦人服、喫茶
5階	婦人服、喫茶
4階	婦人服、喫茶
3階	婦人靴、バッグ、アクセサリー、喫茶
2階	化粧品
1階	食品(洋菓子・和菓子)、婦人洋品
地階	食品(生鮮、弁当、惣菜、パン、和洋酒)

## 食品（1F、B1F）

### “ TOKYO ” の味と “ 毎日来たくなる ” をキーワードにした食品フロア

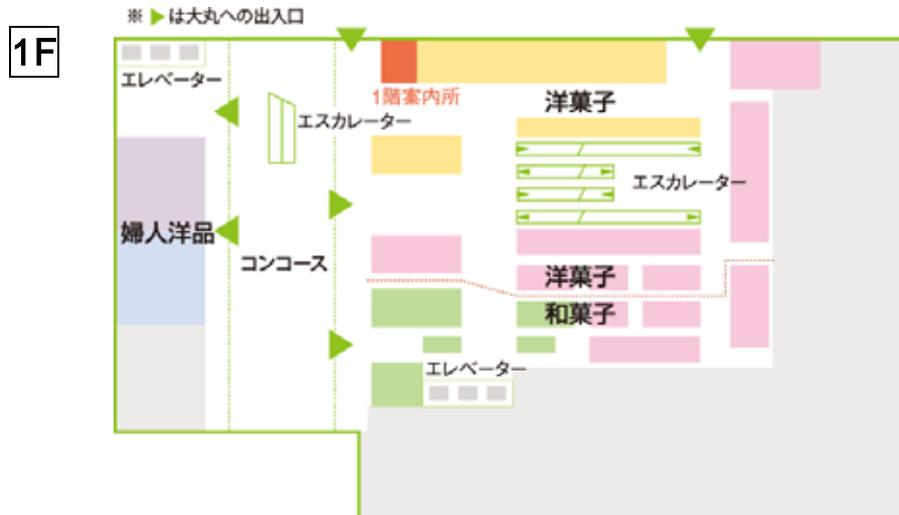
安全・安心・健康を第一に考えた、大人のための上質な食を提供する店舗を展開します。またスイーツゾーンでは“ だったらこのショップ ” という、代表的アイテムを持った店舗を重点的に揃えました。

#### 1F スウィーツ

“ 1階にフードフロア ” という、都内百貨店では例を見ない展開をします。フロアは大きく3つのゾーンで構成し、「世界都市の TOKYO」「日本の中心の TOKYO」「東京の中心の TOKYO」をキーワードとして、新たな“ TOKYOの味 ” を発信します。世界的にも注目のショップや国内の老舗まで約 50 店舗を取り揃えます。



1階食品フロア イメージ



#### 【話題のスイーツショップが続々登場】

創業180年をむかえるパリの老舗ショコラトリ「ボワシエ」が日本初登場。さらに「ロリオリ 365by アニバーサリー」の他、注目の店が TOKYO のスイーツ界に新しい風を吹き込みます。

#### 【東京を代表する和菓子店が集結】

老舗の伝統の逸品をはじめ、フードマイスターの森幸四郎が手がけるどら焼きの新しい提案や、季節の生和菓子を楽しめる「日本橋屋長兵衛」が出店します。

<主なショップ> ボワシエ、ピエールエルメ・パリ、ルビアン、ねんりん家、和楽紅屋 他

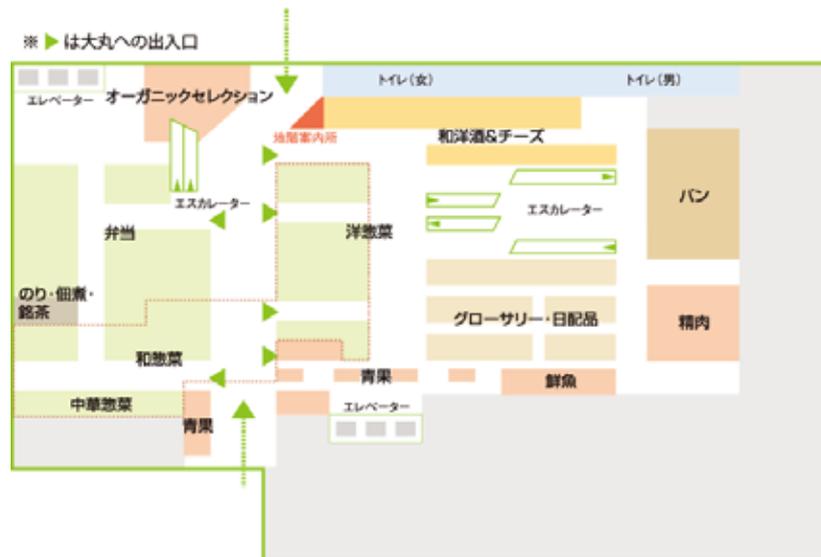
## B1F 生鮮食品・弁当・惣菜・パン・和洋酒

“毎日来たくなる食品売場”がコンセプト。リーズナブルで高品質な食品を多彩に揃えたフロアです。安全・安心・健康はもちろん、素材にこだわるオトナのニーズに応える“TOKYOの食”を提案します。



地階食品フロア イメージ

## B1F



### 【お買い物しやすい売場編集】

東京駅の利用者に向けてフロアの駅側はお弁当を、反対側は近隣にお住まいのお客様がお買い物しやすいように生鮮食品売場を編集します。

### 【新幹線利用者のニーズに向けて】

車中で豊かな時間を過ごしていただくために、おしゃれなオードブルやお弁当、こだわりのある小さなサイズのワイン・日本酒を充実させます。

### 【使い切りサイズの充実】

グロサリーコーナーではオリーブオイルなどの調味料を良い状態で使い切りたい、ちょっと試してみたいというニーズに応え、小サイズのアイテムを揃えます。

### 【食の安全を考えたショップ】

有機JAS専門店「ピオマルシェ」と、その食材を使った惣菜の新ショップ「ピオ・デリ」で構成したオーガニックセレクションを開設。大丸セレクトによる“食の安全”をお届けします。

<主なショップ> 西洋銀座、ポール・ボキューズ、カメレオン、E A T、KAKIYASU DELI 他

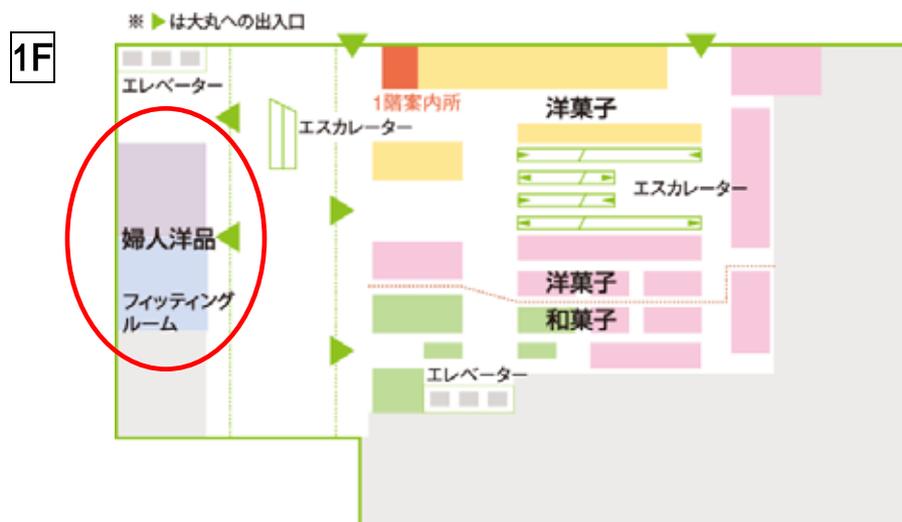
## 婦人洋品（1F）

### トレンドをいち早く提案する“モダンコンビニエンス”フロア

“モダンコンビニエンス”がテーマの婦人洋品売場は、1階南側の通路に面し、外からでも店舗構成や商品配置の分かりやすい空間です。帽子やサングラス、手袋などスタイリングのキーアイテムはトレンド性の高い商品を揃えます。また、ハンカチやストッキングなどは、毎日使うものだからこそ“本物を使いたい”というニーズに応えます。



1階婦人洋品フロア イメージ



#### 【徹底したスピード対応】

集中承りカウンターの設置や作業スペースの工夫により、スピーディーなお客様対応を実現します。また、商品展示ステージを使った旬のスタイリング提案も行います。

#### 【フィッティングルームの設置】

ストッキング等の履き替えのみならず、帽子やストール、ベルトなどのスタイリングアドバイスでも使用することのできる、ゆったりとしたフィッティングルームを設けます。

<取り扱い商品> ネックウェア、帽子、手袋、ベルト、ハンカチ、ストッキング、傘 他

## 化粧品（2F）

### 都内最大級の規模を持つ充実のコスメフロア

1,500 m<sup>2</sup>のスペースに百貨店初を含む 43 のブランドを集め、大丸が編集したオリジナリティとおもてなしを加えたビューティフロアです。「外資系トータルコスメ」「外資スキンケア系コスメ」「メイクアップ系コスメ」「国産系コスメ」「ライフスタイル提案」の5つのゾーンに分類編集し、お客様に楽しんでいただける環境を作ります。



2階コスメフロア イメージ

2F



#### 【パーソナルなカウンセリングキャビンが2ヶ所】

**キャビン①** クローズされたおしゃれな空間の中で、人目を気にせずメイクやアドバイスを受けることができるメイクアップキャビンです。

**キャビン②** リクライニングシートでリラックスしながらパーソナルなカウンセリングとお手入れを受けられるスキンケアキャビン。美容セミナーなども開催します。

#### 【コスメ以外のコーナーも充実】

ネイルサロン「タアコバ」、シェービングサロン「リヴォーン プライベート」、まつげエクステ「ケサラン パサラン アイラッシュ デザイニング」など今話題のサロンが出店。オープンスペースでメイクアップ製品を自由に試せる「メイクアップスタジオ(仮称)」やNYで人気の「Bond No.9」などメゾン系フレグランスが充実のフレグランスコーナーも設置します。

## 婦人くつ・バッグ・アクセサリー（3F）

### スタイリングに魅力あふれるスパイスを添えるフロア

オトナのビジネスウーマンに見やすく、買いやすいと感じていただけるよう、レディスウェアのフロア同様、年齢層で区分せず、婦人くつやハンドバッグ、アクセサリーそれぞれの中でテスト（ファッション志向）により区分した売場づくりをします。



3階フロア イメージ



#### < 婦人くつ >

##### 【充実した品揃えとサービスの提供】

約5,000点を越す品揃えの婦人くつは、ファッション性を重視したゾーンとサイズ・機能性を重視したゾーンに区分します。また、100を超える椅子の設置や、全身鏡の充実等を図り、お客様が居心地よく商品を選べる空間づくりを心がけます。

#### < ハンドバッグ >

##### 【ファッションとの融合】

ファッションとのコーディネートを強く意識したハイテストな商品の充実とともに、ビジネスウーマンに向けた機能的なハンドバッグをはじめ、スタイリングのキーアイテムとなるハンドバッグと財布を展開します。

#### < アクセサリー >

##### 【“オトナ”に向けた旬の商品を提案】

海外で話題のクリエイターのアクセサリー約30ブランドを集めたセレクトゾーン、モダンテイストいっぱいジュエリーゾーンなど計60ブランドを集積。高感度でラグジュアリーなアクセサリー売場を展開します。

##### 【シューズ&バッグリペアショップを設置】

スピーディーなお直し対応だけでなく、お気に入りのくつやバッグを長く大切に使いたいという要望に応えた新業態の“ミニット・コンシェルジュ”を導入します。

## 婦人服（4F、5F、6F）

### “自分のスタイル”を持つオトナの女性のためのフロア

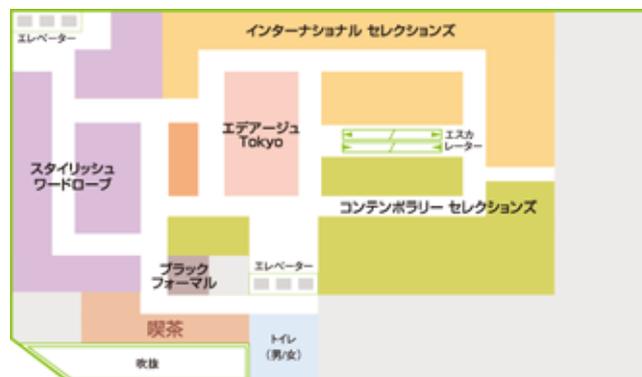
4階、5階、6階のレディスファッションフロアは、自分の価値観をしっかりと持ち、知的で衣食住遊を満喫する近隣のビジネスウーマンをリードターゲットとします。年齢でフロアを分けるのではなく、『女性は何を基準に服を選ぶのか？』を考えたフロア展開です。

#### 4F 婦人服

タウンデイリーからドレスアップシーンに対応した洗練されたエレガントなウェア、アクセサリーまでを展開。“洗練・本物・華”をキーワードに、女性らしさをプロデュースするフロアです。



4階婦人服フロア イメージ



#### 【エデアージュ Tokyo】

DKNY、ニコールミラー、パトリツィアペペ、プライド、axc、モノ・エディション モーダ 他

#### 【インターナショナル セレクションズ】

ダナキャラン、マックスマラー、アンテプリマ、タラジャーモン 他

#### 【コンテンポラリーセレクションズ】

エポカ、プラスチック、アドーア、wb、モガプラチナ 他

#### 【スタイリッシュワードローブ】

クードチャンス、シトラスノーツ、マテリア、Mブルミエ 他

## 5F 婦人服

都会的感覚を大切に、着まわしやすいウェアを中心に展開。“高質・本物・快適”をキーワードに、スタイリッシュウーマンをプロデュースするフロアです。



5階婦人服フロア イメージ



### 【キャリアスクエア】

エクセレントラミュース、ソフル、ラ・エフ 他

### 【キャリアワードローブ】

トゥモローランド、セオリー、アンタイトル、ヴィアモンド 他

### 【キャリアベーシック】

ポールスチュアート、アंकライン、エツシュ 他

\_\_は大丸のプライベートブランド

## 6F 婦人服

クリエイティブ性の高いウェアからアクセサリーまでを展開。“新鮮・本物・オトナの遊び心”をキーワードに、心豊かにするファッションの遊び心が発見できるフロアです。また百貨店初の試みとして、3D計測器によるオリジナル・パターン・オーダーメイドショップ「シセ」も展開します。



6階婦人服フロア イメージ



### 【サロン・ド・グーブランシェ Tokyo】

ジバンシィ、ジョンガリアーノ、ニナリッチ、ジオデシック 他

### 【インターナショナル デザイナーズ】

クロエ、マルニ、ジルサンダー 他

### 【インターナショナル キャラクターズ】

シーパイクロエ、D&G、ディーゼル 他

## 紳士服・ゴルフ（7F、8F、11F）

### ファッション性とグレード感を併せ持った感度の高いメンズフロア

7階・8階のメンズフロアは、自分なりの「TOKYOライフ」を編集し、楽しんでいるオトナが、本物・高質・高感度のファッションを、時にはスピーディーに、時にはゆったりとショッピングができる品揃えや環境作りをします。

また、11階にはゴルフのオケージョンに特化した売場を設けます。



8階紳士服フロア イメージ

7F



8F



### 7F 紳士洋品雑貨とオーセンティックファッション

ビジネスからカジュアルまでのオーセンティックなファッションと紳士洋品雑貨のフロア。本物・高質・こだわりのネクタイ、ワイシャツ、くつなどの他、カウンセリングカウンター併設のメンズコスメ、高感度なアクセサリや時計などの紳士洋品雑貨とブランドショップで構成します。

### 8F コンテンポラリーファッション

年齢にとらわれないコンテンポラリーなブランドを中心としたショップ展開のファッションフロア。高感度なファッションアイテムをセレクトした「ルスティル オム」、スーツ、靴、バッグ、ネクタイなどをオーダーできる「カスタマイズセレクトions」、大丸が厳選した特選洋品雑貨を集めた「サロン・ド・グウ オム」を設けます。

### 11F 北側 ゴルフゾーン

メンズ&レディースのファッション志向とグレード感を満足させるゴルフウェアを取り揃えます。ゴルフ器具についてもオーダー工房を充実させ、常時6ブランド以上の対応を可能にします。

## リビング (9F)・文具 (11F)

### 暮らしの空間を新しく編集したフロア

リビングフロアは、「ホーム・インテリア」「ベッド」「バス」「ダイニングキッチン」のコアカテゴリーをすべて1フロアに集約し、これまで以上に買いやすく、わかりやすいフロア構成で展開します。また、11階で展開する文具は、単なるビジネスツールにとどまらず、デザイン性や稀少性が高いアイテムを取り揃えます。

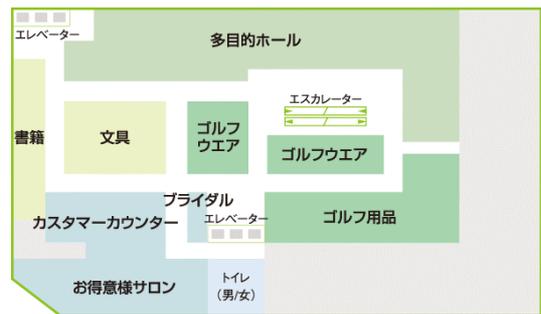


9階リビングフロア イメージ

9F



11F



#### 【家具】

多様化したライフスタイルに応じて、新しい時代にふさわしいデザインや機能性に優れた家具をテスト別に提案します。

#### 【イベントスペース/くらしのギャラリー】

情報発信スペースとしてライフスタイリングを提案します。クリスマス、迎春など、季節感をもたせたイベントを都度実施します。

#### 【ベッド・ベッド寝具】

ベッドやその周辺寝具、パジャマなどサイズや機能、素材にこだわった品揃え。実際に寝て体感できる寝具スペースも設置します。

#### 【文具】

単なるビジネスツールとしての文具にとどまらず、デザイン性の高いステーションナリーやデスクアクセサリー、稀少性の高いインポート筆記具などを揃えます。日本初の“封筒の外側と内紙がそれぞれ別に購入できる”レター用品ブランド「トゥルーリー・トゥルー」などこだわりのアイテムを集めます。

## 美術・呉服・宝飾・大丸ミュージアム（10F）

### 洗練された美を集めたプレステージフロア

美しいものが好きな知的好奇心の強い行動派で、自分自身の人生をより豊かにしたいと思っているオトナのニーズに対応し、ゆったりとした快適空間でお買い物をしていただけるフロアです。



10階フロア・アートギャラリー イメージ

10F



#### 【大丸ミュージアム】

モノだけでなく心豊かな暮らしを提案し、生活の中でアートを身近に感じていただきたいと考える大丸は、「アートする百貨店」というテーマのもと、グレードアップしたミュージアムをオープンします。開放感あるフロア構成やフレキシブルなレイアウトで、アートの魅力を十分に堪能できるおもてなしの空間として全国の美術・芸術ファンやビジネス・ビジネスウーマンへとアートを発信していきます。

新店オープンを記念して下記展覧会を開催予定です。

ベル・エポックの輝き～魅惑の宝飾からガラス工芸まで～<2007年12月20日(木)～2008年1月6日(日)>

スカラ座衣裳展 <2008年1月10日(木)～1月28日(月)>

ジョン・パーニンガム絵本原画展 <2008年1月31日(木)～2月18日(月)>

#### 【東京の粋を提案する呉服売場】

こだわりのオリジナル商品や、徹底したカスタマーサービスにもとづく着付けスペースの設置、着物専門のクリニックコーナーなど“東京の粋”と“京の雅”を融合させた呉服売場を展開します。着物を保管するトランクサービスも新たに設置します。

#### 【知的好奇心の強い大人に向けた宝飾・時計売場】

“モノを売るだけでなく、カスタマーサービスを徹底する”というコンセプトのもと、時計売場ではメンテナンスショップを新設します。

また、落ち着いた環境の中で安心して商品を選んでいただくため、時計売り場は300㎡を超える広々としたスペースで展開します。

## レストラン (12F、13F)

### “ TOKYOのオトナの食空間 ”が集まる2フロア

TOKYO ライフ・エディターへの提案の核のひとつがこのレストランフロアです。12階は23時、13階は24時まで営業し、「百貨店のレストラン=お買い物ついでのお食事の場」ではなく、大人が集う場所として近隣のビジネスマン・ビジネスウーマンをターゲットに構成します。ランチからディナー、お酒まで楽しめる14店舗を集めます。



12階レストランフロア イメージ

12F



#### 【京都ゾーン】

谷崎潤一郎に愛された京料理の名店や、有名料亭のお弁当が楽しめる食事処など、京都を代表する老舗3店が出店。名店ならではの味を新しい切り口で展開します。

#### 【江戸老舗ゾーン】

江戸前うなぎ、そば、天ぷら、すしと江戸を代表する味を提供する4店舗によって構成。長屋を思わせるユニークなデザインと丸の内を一望できるロケーションが楽しめるゾーンです。

13F



#### 【深夜まで楽しめるオトナの食空間】

カテゴリーにとらわれない融合レストランとしてTOKYOのダイニングシーンを牽引する「XEX TOKYO」が百貨店に初出店。イタリアンや鉄板焼、バーラウンジなどで構成する、800㎡を超える巨大な食空間です。

#### 【東京コンテンポラリーゾーン】

TOKYOの旬の味を提供する5店舗と、スタンディング感覚のバーによって構成されたオトナのためのダイニングゾーン。フランス料理界の巨匠ポール・ボキューズが手がけるブラスリー業態の新店舗をはじめ、TOKYOを代表するお店を集めた贅沢な空間です。

<店舗> XEX TOKYO、たん熊北店、京都 つる家 花陽、近為、永坂更科布屋太兵衛、つな八、すし鉄 伊勢定、ブラスリー ポールボキューズ、リストランテ サバティーニ ディ フィレンツェ、The Tokyo Phoenix (仮称)、Teppan RICOLO (仮称)、まい泉 (仮称)、B.T.C.カーディナルトーキョー

## 喫茶（各階）

### 各フロアのコceptに合せて展開する多彩な7店舗

3階から8階と10階の同じ位置に喫茶スペースを配置します。外堀通りを望む眺望の良い環境に、個性あふれる喫茶7店舗を展開します。単なる休憩スペースとしての利用にとどまらない、多種多様なシーンが楽しめます。

#### 【BOISSIER（ボワシエ）】（仮称） 3F

パリのパティスリー界にムーブメントを巻き起こした老舗ショコラティエ&サロン・ド・テが日本初出店のカフェを展開。天井高7mもの吹き抜けのあるリッチでエレガントな空間でショコラやデザートなどを味わうことができます。

#### 【Le Salon Café FLO（ル サロン カフェ フロ）】 4F

フランスの老舗ブラッスリーFLOがカフェ業態を初めて展開。キッシュやフルーツをふんだんに使ったタルトを楽しめます。

#### 【BURDIGALA CAFE（ブルディガラ カフェ）】 5F

レストラン&バーやブーランジェリーを展開し、洗練された雰囲気とクオリティーの高い料理やパンで定評のあるブルディガラが新業態となるカフェを初出店します。

#### 【ZEN 采蝶軒（ゼン サイチョウケン）】（仮称） 6F

ロンドン発のチャイニーズレストランとして香港、上海でも人気のお店が香港スイーツと点心を中心とした業態で日本初出店します。

#### 【カフェ 英國屋】 7F

昭和36年創業の老舗カフェ。独自のブレンドによる香り高いコーヒーをサロンのようなくつろいだ雰囲気で楽しめます。

#### 【イノダコーヒー】 8F

1940年創業、京都で愛され続ける老舗コーヒー専門店が東京に初出店。京都の本店を彷彿とさせるレトロなデザインが特徴です。

#### 【茶寮 都路里（つじり）】 10F

1860年に創業した宇治茶の老舗・祇園辻利。日本茶の良さを広げるため1978年に京都にオープンした甘味処が、東京の百貨店に初出店します。良質の宇治抹茶や店内で炊き上げる餡をふんだんに使った甘味などが人気のお店です。

## サービス・環境

大丸東京新店の大きなテーマのひとつである「サービス」。「TOKYO ライフ・エディター」に“何をすれば喜んでいただけるのか？”を深く考え、真摯に向き合って「新しい大丸のサービス」を作り上げました。なかでも徹底的にこだわったのが、心地よく過ごしていただくための環境作りです。

### 【お得意様サロン】 11F

大丸東京新店のお得意様に対し、銀座・日本橋が一望できるサロンを設置します。無線LAN サービスやフィッティングルーム、専用クロークなども完備。お買い上げの商品はサロンで一括して受け取ることができます。また、ゆっくりくつろいでいただけるように雑誌の閲覧サービスのほか、ドリンクのサービスや有名シェフとのタイアップによるケーキの試食など様々なおもてなしでお迎えます。

### 【トイレ】 1階を除く各フロア

お客様の個別化・多様化に対応するため、13フロアすべてにおいてトイレデザインを変化させ、フロアごとの店舗空間と関連づけた「休憩処」としてのトイレ環境を作り上げました。立地を生かした展望トイレや、気品のあるフォルムやディテールにこだわったトイレなど、プライベート空間として完成されたスペースで構成します。また、全フロアに多機能トイレ(バリアフリー)を設置した他、2階・12階にはオストメイト(人工肛門・人工膀胱保有者)に対応した設備を完備するなど、お越しいただくすべてのお客様が快適な空間の中でゆったりと癒しの時間を過ごせるようにします。



11階お得意様サロン



12階女子トイレ

### 【環境音楽】 各フロア

ゆったりとプライベートな時間を過ごしていただくために、余計な販促音を極力減らし、フロアコンセプトに基づいて作成した、季節ごとに变化するオリジナルの環境音楽を店内BGMとして使用します。お客様が店内に入る際は、「音のシャワー」と呼ばれるオリジナル音楽によってお迎えます。

### 【リラクゼーション】 11F

全国で展開するリラクゼーションショップ「てもみん」と大丸がコラボした新業態「ロアシス」が初出店。また足のケア&マッサージの他、足測定まで行える「グッドステップ by フットバランス」など、従来のリラクゼーションをさらに進化させます。

