



LUMINE

2009年7月22日
東日本旅客鉄道株式会社
株式会社ルミネ

「LUMINE MAN SHIBUYA(ルミネマン渋谷)」

2009年8月26日(水)にオープン

東日本旅客鉄道株式会社と株式会社ルミネは、2009年8月26日(水)渋谷区神南に“渋谷区復活”をコンセプトに掲げる、ルミネ初のメンズ館「LUMINE MAN SHIBUYA(ルミネマン渋谷)」をオープンすることとなりましたので、お知らせいたします。10代後半～20代前半の男子をメインターゲットに、ターゲットのライフスタイルをあらゆる側面から提案・フォローする空間を創出してまいります。



【イメージ図】

ビル名称 LUMINE MAN SHIBUYA(ルミネマン渋谷)

ロゴ

LUMINE MAN
SHIBUYA

ネーミングの由来

複数の男性に対するよりも、個々人への提案から、「MEN」ではなく「MAN」にこだわりました。また、レディースファッション中心の既存の「ルミネ」との違いを明確にし、メンズ館としてのわかりやすさ、親しみやすさを持って頂くため、あえて「ルミネマン」とし、お客さま一人ひとりがルミネマンをイメージし、自分たちなりに作り出して頂けるようお願いを込めました。

ストアコンセプト：ワードローブ

ターゲットのライフスタイルをあらゆる側面から提案・フォローする館を創出します。「クリエイション」「トラッド」「カジュアル」「モード」「エッジー」など、用途やシーンに合わせて洋服や服飾雑貨を選ぶことのできるワードローブを目指し、各テーマコンセプト及び役割に沿ったショップを配置することにより、お互いのアイデンティティを尊重させながら、さながら1つのブティックを髣髴とさせる売り場編集により、ストアコンセプトを具現化します。

マーチャндаイジング(以下、MD)コンセプト：渋谷復活

10代後半～20代前半の男子という限られたセグメントに特化し、そのスタイル・価値観・感性に合ったショップを集積します。“渋谷復活”をテーマに、革新・情熱的だったスタイルを現代風に編集・アレンジし、ライフスタイル全般を提案してまいります。

外観・環境コンセプト

メンズらしくネイビー色を基調とし、開放感のある空間を創出します。またビルの屋上緑化を行い、環境負荷の低減に取り組みます。

フロア構成

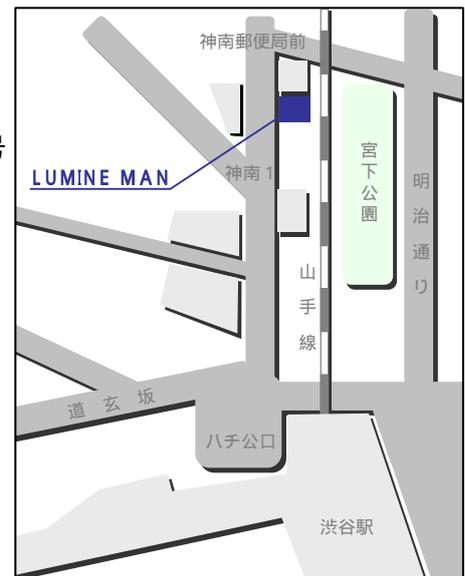
フロア	MD	MD テーマ
1F	カルチャー	コンセプトカフェを配置し、居心地の良いパーソナルな空間や仲間との大切な時間を過ごすコミュニケーション空間であると同時に、音楽とアートの情報を常に提供していきます。
2F / 3F	アパレル	館自体をひとつのブティックとして位置づけ、用途やシーンに合わせて選べる各ショップを配置します。身回品や装飾品も各フロアに散りばめて自分のスタイルを持ったお客さまのワードローブを表現します。

ショップ情報 詳細は別紙「ショップ紹介シート」をご参照下さい。

フロア	ショップ名()は新業態)	業種	会社名	営業時間	
1F	Cafe manduka ()	カフェレストラン	(株)オハレーションファクトリー	11:00 ~ 24:00 (金土 ~ 27:00)	
	TORQUE	貴金属・時計	(株)ヌーヴ・エイ		
	RIMLETH by arenot ()	インテリア・雑貨	アテックス(株)		
	PMR ()	アクセサリ	(有)ムーンワークス		
2F	UNIFAM ()	メンズファッション	(株)上野商会		11:00 ~ 21:00
	URBAN-RESEARCH id ()	メンズファッション	(株)アーバンリサーチ		
	Revelations/	メンズファッション	アッシュベール・フランス(株)		
	Whoop'-de-doo'	シューズ	(株)フーフデイトゥ		
	MSPC PRODUCT	バッグ	(株)井野屋		
	UNDER KING	アンダーウェア	(株)クロスミア		
3F	LE PLAT LUIS	メンズファッション	(株)パル		
	STUDIOUS	メンズファッション	(株)STUDIOUS		
	CHAPTER	シューズ	(株)テキストレーディングカンパニー		
	EROTICA	メガネ	(株)R.C.P		
	CASPER JOHN	メンズファッション	(株)アンティローザ		
	bexist	メンズファッション	(株)アバハウスインターナショナル		

(基本概要)

ビル名称 : LUMINE MAN SHIBUYA (ルミネマン渋谷)
 所在地 : 〒150-0041 東京都渋谷区神南1丁目22番11号
 代表電話 : 03-5784-9610
 休館日 : 1月1日(予定)
 店舗面積 : 約 970 m² / 延床面積: 約 1,500 m²
 建物 : 地上4階建て
 店舗数 : 16ショップ
 開業日 : 2009年8月26日(水)
 建築主 : 東日本旅客鉄道株式会社
 運営会社 : 株式会社ルミネ



मण्डूकजातं
cafe manduka
カフェ マンドゥーカ

- <店舗名>
Cafe manduka (カフェ マンドゥーカ)
<業種>
カフェ&ダイニング
<出店場所>
1階
<コンセプト>



「ASIAの空想の国」をテーマとしたエスニックカフェ。「モダンエスニック」をコンセプトに、スパイスやハーブを贅沢に取り入れた料理に、オーガニックコーヒーや自家製デザートなど昼夜問わずに利用できます。更にアートと音楽を融合させ、癒しと刺激が同居する空間を演出。

- <商品構成>
ランチプレート 980円～
ケーキセット 400円～
ソフトドリンク 380円～
アルコール 550円～

TORQUE



- <店舗名>
TORQUE (トルク)
<業種>
貴金属・時計
<出店場所>
1階

<コンセプト>
「トレンド+オンリーワン」をキーワードに、腕時計の最旬を伝えるアイテムのほか、アーティストによるハンドメイドウォッチなど、オンリーワンの魅力を持つアイテムを、メンズウォッチを中心にセレクト。アクアリウムのように透明感のあるショウケースが並ぶ個性的なショッパデザインも特徴です。

- <ターゲット>
20歳～35歳。

- <商品構成>
時計 5,000～200,000円

RIMLETH

by arenot

<店舗名>

RIMLETH by arenot (リムレス バイ アーノット)

<業種>

インテリア・雑貨

<出店場所>

1階



<コンセプト>

「刺激」「驚き」「喜び」をテーマに男性でも入りやすく長居できる空間・商品構成。

<ターゲット>

人とは違うものを好む10代後半～30代の高感度な都市生活者。

<商品構成>

バラエティ雑貨	200円～
ギフト雑貨	500円～
ライター、喫煙具	500円～
家電	2,000円～

PMR

<店舗名>

PMR (ピーエムアール)

<業種>

アクセサリー

<出店場所>

1階



<コンセプト>

彼女を連れていきたいトータルシルバーアクセサリーショップ。欲しいアクセサリーが必ず見つかる。全てオリジナルデザイン。全てメイドインジャパン。

<ターゲット>

流行を取り入れつつも自分の好みやスタイルを確立しており、商品のバリューを見極める目を持つ大学生から社会人一年生。

<商品構成>

リング	5,000円～
ネックレス	3,000円～

UNIFAM

<店舗名>
UNIFAM (ユニファム)
<業種>
メンズファッション
<出店場所>
2階



<コンセプト>

ジャパНКリエイティブをテーマに、日本人デザイナー、メイドインジャパンをメインとした新しいストリートファッションを提案するセレクトショップ。

<ターゲット>
20歳～30歳。

<商品構成>

ジャケット	18,000～35,000円
パンツ	10,000～23,000円
カットソー	3,200～10,000円
雑貨	2,000～40,000円



<店舗名>
URBAN RESEARCH iD (アーバンリサーチ アイディー)
<業種>
メンズファッション
<出店場所>
2階
<コンセプト>



URBAN RESEARCHのアイデンティティと、新しいアイデアを持ったブランドとのコラボレーションに特化し、新しい世代へファッションの楽しさと新しいベーシックを提案していく。

<ターゲット>

トレンドに対して敏感で生活をデザインする事が好きな20歳から25歳ぐらいの男性。

<商品構成>

シャツ	10,000～20,000円
パンツ	10,000～20,000円
ジャケット	20,000～40,000円
カットソー	4,000～7,000円

Revelations/

<店舗名>

Revelations/ (レベレーションズ/)

<業種>

メンズファッション

<出店場所>

2階



<コンセプト>

上質なリアルクローズとジャンクなサブカルチャーの融合。ファミコン、漫画、フィギアコミュニティサイトなど日本独自のサブカルチャーを通してメディアMIX世代のリアルな日常着提案を行うセレクトSHOP。

<ターゲット>

iPodやプレイステーション、コミュニティサイトや情報サイトを活用しコミュニケーションの場やライフスタイルをアクティブに広げるゲーム世代である10代後半～20代半ば。

<商品構成>

KOG TEEシャツ

4,500～5,800円

EVA RING

5,500円～

BERUF BAG

6,800～15,800円

whoop'-de-doo'

<店舗名>

Whoop'-de-doo' (フープディドゥ)

<業種>

シューズ

<出店場所>

2階



<コンセプト>

1987年に設立し現在でも珍しいメンズオンリーシューズブランド。革の開発、職人が削り出す独特な木型の作り込みから始まり何度も修正して仕上げが施されたシューズには『概念の破壊』定番をぶち壊し、無の状態からその時代に合ったマインドやテクニックが色濃く反映されている。現在ではモード・カジュアルなどコンセプトごとに3ブランドで展開しています。

<ターゲット>

ON・OFF問わず、トレンドのファッションを柔軟に取り入れ、独自のスタイルを楽しむ、20歳～30歳前半。

<商品構成>

シューズ

13,200～20,000円

ブーツ

14,200～28,000円



<店舗名>

MSPC PRODUCT (エムエスピーシー プロダクト)

<業種>

バック

<出店場所>

2階



<コンセプト>

ユーティリティー溢れるデザインと機能性を高い次元で融合したバックブランドになります。国内外からセレクトした素材や軽量性にこだわった機能素材やオリジナルパーツを使用し特徴あるカラーリングをしています。渋谷店は数々のブランドとのコラボ作品も展開。

<ターゲット>

ファッションの興味、関心が高く、人とは少し差をつけたいと思っている20歳~30歳。

<商品構成>

リュック	12,800~28,000円
メッセンジャー	16,000~23,000円
レザーバッグ	22,000~38,000円



<店舗名>

UNDER KING (アンダー キング)

<業種>

アンダーウェア

<出店場所>

2階

<コンセプト>

“ユニセックス”なアンダーウェアのセレクトショップ。国内のこだわりブランドから、海外有名ブランドまで約20~40ブランドを常時展開。こだわりのオリジナル商品も含め、ギフト対応も充実しておりカップルでも楽しめます。



<ターゲット>

学生からビジネスマン。

<商品構成>

アンダーウェア	1,000~6,000円
ルームウェア	2,000~12,000円
雑貨 小物	1,000~5,000円

LE
PLAT
LUI'S



<店舗名>

LE PLAT LUI'S (ルプラ ルイス)

<業種>

メンズファッション

<出店場所>

3階

<コンセプト>

常に新しい何かを求めて自分を表現したい、トレンドに敏感な人たちへ、品格のある男性の持つ色気、セクシーさを、本物で遊び心のあるハイカジュアルなMIXスタイルで提案します。

<ターゲット>

20代から30代のファッションの好きな方、他の人と少し違った個性を出したい方々。

<商品構成>

シャツ	12,000~42,000円
パンツ	16,000~64,000円
ジャケット	19,000~140,000円
コート	19,000~120,000円

STUDIOUS



<店舗名>

STUDIOUS (ステュディオス)

<業種>

メンズファッション

<出店場所>

3階

<コンセプト>

日本発、国内ブランドのみを取り扱うセレクトショップです。何か夢中になれるものが見つかる場所。そんな夢中になれるリアルクローズを私たちは「エッチ」「洗練」「新感覚」というフィルターを通し、提案いたします。

<ターゲット>

学生から社会人まで、服にお金をかける幅広い年齢層。コアは20歳~25歳。

<商品構成>

シャツ	10,000~15,000円
パンツ	10,000~17,000円
アウター	10,000~50,000円
カットソー	5,000~10,000円

Chapter

www.chapterworld.com

<店舗名>
CHAPTER (チャプター)
<業種>
シューズ
<出店場所>
3階



<コンセプト>
国内外の限定商品を中心に様々なスタイルに対応できるラインナップを提案しているスニーカー、ブーツのセレクトショップ。

<ターゲット>
15歳~30歳。

<商品構成>
スニーカー 4,800~49,800円
ブーツ 9,800~49,800円

EROTICA



<店舗名>
EROTICA (エロチカ)
<業種>
メガネ
<出店場所>
3階

<コンセプト>
第六感のインスピレーションでセレクトをコンセプトに、感度の高いアイテムを提案する、アイウェアのセレクトショップ。

<ターゲット>
20歳~30歳。

<商品構成>
メガネ 5,000~60,000円
サングラス 5,000~60,000円

CASPER JOHN

<店舗名>
CASPER JOHN (キャスパージョン)
<業種>
メンズファッション
<出店場所>
3階



<コンセプト>
「アンダーカルチャーと音楽から受けたインスパイアを、『ファッション』というフィルターを通して表現していくこと。そこには、その時代の等身大の自分を表現したスタイルが確立されているはず。。」。無意識だが誰もが感じているこのことを、忠実に表した場所。

<ターゲット>
関東の大学・専門学校に通う学生（学生生活にも慣れ、渋谷・原宿に公私ともによく訪れる。）、また社会人（社会人年数1～3年ほどで、同期や学生時代の友人とよく買い物に出かける。）

<商品構成>

シャツ	5,900～12,000円
パンツ	7,900～18,000円
ジャケット	8,900～24,000円
カットソー	4,900～7,900円

b e x i s t

<店舗名>
bexist (ベグジット)
<業種>
メンズファッション
<出店場所>
3階



<コンセプト>
クローゼットの中に・・・着る人と共に・・・いつも存在し続ける服でありたいとの思いが込められたブランド。無骨さと繊細さとが共存するクリーンなモードを追及するオリジナルと、その世界観から派生するテイストのバリエーションをドメスティックを中心にセレクトしたブランド群により構成するモード型セレクトショップ。

<ターゲット>
20歳～25歳。

<商品構成>

シャツ	8,000～15,000円
パンツ	9,000～15,000円
ジャケット	15,000～25,000円
コート	24,000～35,000円