

SC事業—リアル店舗の進化

個性と価値で 新たな時代をつくる



“PARCO”ブランドが渋谷発でバリューアップ

パルコは、ショッピングセンター「PARCO」を北海道の札幌から九州の福岡まで、全国に展開し、出店しているマーケットごとに異なったストアコンセプトで運営しています。店舗ごとのマーケット変化に迅速に対応し、商品構成や運営手法を最適化することにより、強固な収益基盤を構築しています。また、テナントとのイコールパートナー主義のもと、改装による新陳代謝や宣伝・販促活動による集客、きめ細かなテナントサポートにより各テナントの売上向上を目指しています。さらに創業以来、単に物を売るだけではなく、時間の過ごし方や新しい生活の楽しさなどをプロデュースし提案する、情報発信基地となって独自の文化を生み出す取り組みをしてきました。

PARCOブランドを強力に発信するのは、「唯一無二」の次世代商業空間として進化を続ける渋谷PARCO。渋谷を起点としたリ・ブランディングにより、お客様や出店テナント、クリエイターに選ばれるビルとしてのプレゼンスを確立し、中長期的な財務価値向上につなげるため、変わらない価値提供の進化に取り組んでいます。長年培ってきたテナント企業との関係を活かした独自企画の展開により、“新しいことに挑戦する”企業イメージを具現化し

ています。近年は、インバウンドマーケットも急速に拡大し、渋谷PARCOの海外想定売上高は急伸。まさにグローバルから注目される存在としてさらに成長を続けています。

重点4店舗にリソース配分

今年度からスタートした中期経営計画では、この渋谷PARCOをはじめ、名古屋PARCO、池袋PARCO、心斎橋PARCOを重点4店舗と位置づけ、リソースを優先的に配分します。総合的な改装の推進やIPコンテンツの強化などを進めながら、さらなる収益力の向上を目指します。パルコを牽引し好調な渋谷PARCOと心斎橋PARCOは、大型リニューアルを計画しており、投資効果を踏まえた選択と集中により成果を確実なものとしす。

このうち名古屋PARCOについては、西館と東館の大型改装を実施し、東海地区ナンバー・ワンのポップカルチャーショップの集積を進めるとともにMZ世代に向けたファッションゾーンの再構築を行うことで広域からの集客をはかります。また、開発案件「ザ・ランドマーク名古屋栄」への参画により、名古屋・栄エリアのグループシナジー最大化に貢献します。

03. Management Strategy

ソフトコンテンツプロデュース

パルコは、コンテンツ開発やプロモーション展開にも積極的に取り組んでいます。演劇や映画などの文化的情報や時代を捉えたコンテンツ素材を多面展開したり、異種素材のコラボレーションをプロデュースしてヒット企画を生み出したりするなど、商業の付加価値を創造しています。パルコのオリジナリティのあるリソースがあるからこそ、多様なコンテンツ創出が可能であり、様々なカルチャーやステークホルダーとの接点が生まれ、さらなるコンテンツプロデュースにつながっています。

「可哀想に!」氏による大人気キャラクター「おばんちゅうさぎ」の魅力全開の展覧会「おばんちゅうさぎ展」を、2023年3月の池袋PARCOを皮切りに、名古屋・心斎橋・静岡・広島・仙台・札幌・福岡・松本・浦和の各PARCOとサンエー浦添西海岸 PARCO CITY(沖縄)で巡回、開催しました。



©KAWAISOUN!!

デジタルテクノロジーを活用したコミュニケーション

パルコは、お客様とのコミュニケーションの手法としてデジタルテクノロジーを活用しています。ショップスタッフ自身によるオンラインコミュニケーション「ショップニュース」、ECサイト「ONLINE PARCO」では特定のお客様にだけ販売する「シークレット機能」、パルコ公式スマートフォンアプリ「POCKET PARCO」でのお客様のシーンごとのサービス提供など、様々な機能によりお客さまとショップスタッフがオンラインでつながり、ショップに販売機会を提供しています。

広告においても最新のテクノロジーを活用しており、パルコのホリデーシーズンを盛り上げる、画像生成AIを駆使したファッション広告「HAPPY HOLIDAYS」キャンペーン。実際のモデル撮影は行わず、人物から背景まで、グラフィック・ムービー・ナレーション・音楽をすべて生成AIで作成。デジタルメディア協会主催「Digital Contents of the Year '23/第29回 AMD アワード」の優秀賞を受賞しました。



医療ウェルネスモール「Welpa」

医療ウェルネスモール「Welpa(ウェルパ)」は、ウェルネス領域に関するライフスタイルを提案し価値を提供することで、自分をケアすることを習慣化できるようサポートするサービスです。現在、心斎橋PARCOと浦和PARCOの2拠点でクリニックを中心に展開しています。ライフステージによって心身が大きく変化する女性がヘルスケアを「知る」きっかけと「心地よく」体験する環境を提供します。

浦和PARCOの7階に2号拠点となる「Welpa浦和」を2024年2月にオープンしました。日本における乳がんなどの検診率は先進諸国の中で極めて低く、未受診が60%近くまで上ります。Welpaは、PARCO店舗顧客の中心層である20～40代の女性が抱える医療・健康面の課題解決に向けた支援を中心に、心豊かな社会づくりに貢献することを目指しています。



2024年2月 Welpa 浦和を開業

クラウドファンディングサービス「BOOSTER」

クラウドファンディング「BOOSTER(ブースター)」は、挑戦者が実現したいことをインターネット経由で発信し、資金や応援を集める仕組みです。PARCO店舗や大丸松坂屋百貨店出店エリアとの連携によって地域活性化やファンづくりに貢献しています。2023年度は約160プロジェクトを実施し、挑戦者や地域への支援を実現しました。



新選組結成160年 「土方歳三像」、 京都壬生に建立プロジェクト

大丸京都店と連携し、“新選組結成の地”京都壬生エリアの地域活性を目的に、新選組副長・土方歳三像建立をクラウドファンディングで実現。建立された壬生寺には、新選組ファンや歴史好きの方が数多く訪れています。