

特集1 中期経営計画の概要と進捗

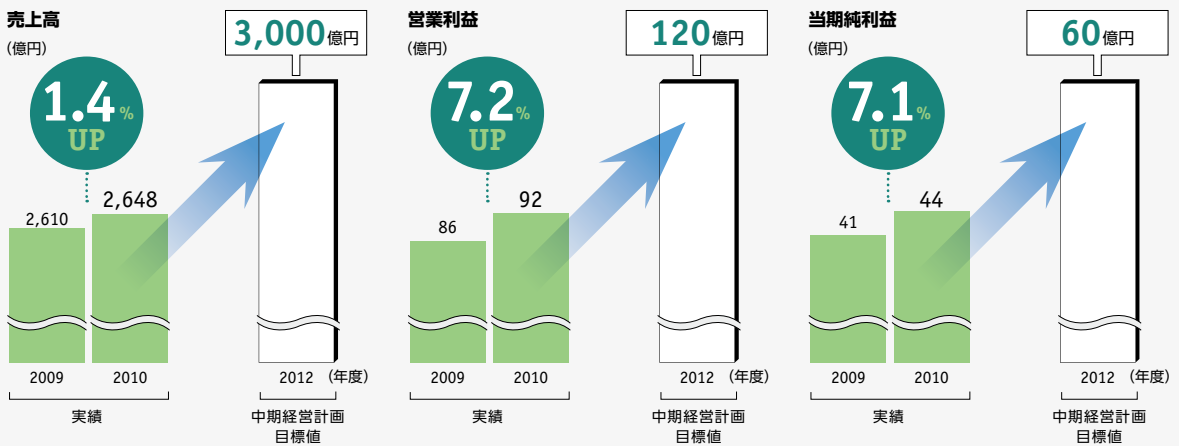
2015年度に向けた新たなビジョン

心豊かな生活提案企業『都市のライフスタイルプロデューサー』

新たなビジョンの実現に向け、第1期「ショッピングセンター事業の拡大期」(2010年度～2012年度)、第2期「グループ事業の領域拡大期」(2013年度～2015年度)の2期6カ年のステップで推進しています。

中期経営計画(2010年度～2012年度)

□ 数値目標(連結)



□ 3つの事業戦略

事業戦略1

既存店舗の業態革新 ～強固な収益基盤作り～

20店舗の「PARCO」を都心型、コミュニティ型に分類し、商品構成や運営手法を最適化

事業戦略2

国内、海外への都市型商業の拡大 ～次なる成長への事業基盤作り～

都市型商業の収益力とノウハウを活かし、M&Aやアライアンス戦略を推進、積極的に国内・海外に事業を拡大

事業戦略3

関連事業、新規事業の展開加速 ～事業領域の拡充～

エンタテインメント事業やEC事業、専門店事業や総合空間事業などを拡充し、新たなビジョンである、心豊かな生活提案をする「都市のライフスタイルプロデューサー」の実現を目指す

3つの事業戦略を支える経営基盤の強化

経営基盤強化1
財務戦略の多様化

経営基盤強化2
不動産戦略の再構築

経営基盤強化3
M&A・アライアンス戦略の推進

これまでの取り組み

2010

3月

- ▶「福岡PARCO」オープン
- ▶「浦和PARCO」信託受益権取得
- ▶「PARCO Marina Bay」オープン

10月

- ▶「池袋PARCO」別館P' PARCO 信託受益権取得
- ▶「心斎橋PARCO」業態転換を発表

12月

- ▶「渋谷PARCO「ZERO GATE」」業態転換を発表

2011

4月

- ▶ CapitaMalls Asia Limited (CMA)との中国及び日本での業務提携に関する基本合意
- ▶ 「渋谷PARCO「ZERO GATE」」にスペイン発カジュアルブランド「Bershka (ベルシュカ)」日本1号店オープン
- ▶ スタイライフ株式会社と業務・資本提携 オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」にトレンドファッションサイト「Stylife (スタイライフ)」が出店

2012

2015

新たなビジョン

『都市のライフスタイルプロデューサー』の実現へ

事業戦略2 海外事業の拡大

CapitaMalls Asia Limited (CMA)との中国及び日本での業務提携に関する基本合意

アジア最大規模の不動産会社CapitaLand Limitedのグループ会社であるCapitaMalls Asia Limitedと、業務提携に関する基本合意書を締結し、中国および日本における共同での事業展開についてさらに具体的な検討を進めることになりました。この業務提携を契機に、上海、北京を中心とした中国都市部および日本国内における事業展開を加速させます。

アジアでCMAが運営する商業施設の代表例



「ラッフルズシティ上海」



「アイオン(シンガポール)」

事業戦略2 都市型商業の強化

「渋谷PARCO「ZERO GATE」」にスペイン発カジュアルブランド「Bershka (ベルシュカ)」日本1号店オープン

井の頭通りに面し、渋谷スペイン坂入口という立地の良い「ZERO GATE」を、「渋谷PARCO」40周年に向けた大幅リニューアルに合わせて全面改装し、1階から4階にはスペインブランド「ZARA」を運営するインディテックスグループの日本初登場ブランド「Bershka」がオープンしました。都市部における中小型ビルの新たなビジネスモデルでの運営を目指します。

「渋谷PARCO「ZERO GATE」」
「Bershka (ベルシュカ)」

事業戦略3 EC事業の展開加速

スタイライフ株式会社と業務・資本提携
オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」にトレンドファッションサイト「Stylife (スタイライフ)」が出店

スタイライフ株式会社が運営するECサイト「Stylife」の出店により「PARCO-CITY」の取り扱いブランド数/アイテム数がおおよそ1.5倍に拡大しました。連携のさらなる拡大を図るべく業務・資本提携契約を締結し、ブランド開発誘致の強化、販売チャネルの増加、集客力の向上を目指します。EC事業とショッピングセンター事業を連携させ、双方の事業の成長を図ります。

オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」
((Stylife)オープニングキャンペーン)