

PARCO

2010 会社案内

Vision Book



PARCO

The Vision

社名にこめた想い

当社の社名“PARCO”はイタリア語で“公園”を意味します。

“公園”すなわち、「人々が集い、時間と空間を共有し、楽しんだりくつろいだりする場(空間)」が“PARCO”なのです。

そして、その「“PARCO”=人々が集う場(空間)」づくりをしていく上で掲げている経営理念が、「訪れる人々を楽しませ、テナントを成功に導く、先見的、独創的、かつホスピタリティあふれる商業空間の創造」です。

“PARCO”(=場(空間))の主役は、その場(空間)に集う人々、すなわち、お客さまと専門店です。

当社の役割は、お客さまに「行ってみたい」「また来たい」と思っただけのような店創りをし、専門店とお客さまの結びつきを強くしていくことにあります。

また、当社の社員は喜びと感動が生まれる「場=空間」を提供するために、常にお客さまのニーズとウォンツを探しあて、それを満たすための努力を行っています。

目次

経営理念	01
バルコグループ一覧	02
バルコのビジネスモデル	04
店舗展開	06
新店紹介	08
改装情報	10
バルコブランドのプロデュース	11
企業情報	14
組織図	15
役員紹介	16
CSRへの取り組み	18
ステークホルダーの皆様へ	20

財務・経営報告

「The Tools and Talent」



本冊子「会社案内」では、株式会社バルコの持つビジョンや事業の内容についてご紹介しています。財務情報・経営情報については、「財務・経営報告」をご覧ください。

将来予想に関する注意事項

本会社案内における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を意味するものではありません。

また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

PARCO

経営理念

PARCO Corporate Mission

訪れる人々を楽しませ、テナントを成功に導く、先見的、独創的、
かつホスピタリティあふれる商業空間の創造

専門店事業

株式会社ヌーヴ・エイが担う専門店事業は、ファッションパーツのセレクトショップを開発・運営しています。ライフスタイル支援をコンセプトとして掲げ、商業施設内を中心に4事業136店舗を展開しています。「PARCO」外への出店を推進し、新業態開発など新たな情報発信を行い続けることにより、収益拡大を目指しています。

株式会社ヌーヴ・エイ

売上高	149億81百万円
営業利益	3億28百万円
資本金	4億9,000万円

- TiCTAC事業部
 - アイウェア事業部
 - コレクターズ事業部
 - ローズマリー事業部
- 時計専門店
 - 眼鏡専門店
 - メンズ雑貨専門店／レディス雑貨専門店
 - 化粧品／化粧雑貨専門店



なんばパークス
「TiCTAC」

ショッピングセンター事業

株式会社パルコが担うグループの基幹事業。商業施設のトータルプロデュース能力を強みとし、国内外のショッピングセンター「PARCO」の開発・運営をしています。

現在、日本国内で21店舗、海外（シンガポール）で1店舗の「PARCO」の運営をしています。さらにエンタテインメント事業として劇場、音楽、映像、出版といった事業を展開し、他の商業施設との差別化を図っています。

株式会社パルコ

売上高	2,433億49百万円
営業利益	81億54百万円
資本金	268億6,738万円

- 詳しい会社概要はP14に掲載

PARCO (Singapore) Pte Ltd

売上高	-
営業利益(△損失)	△148百万円
資本金	15,926千S\$



池袋PARCO

総合空間事業

株式会社パルコスペースシステムズが担う総合空間事業は、商業空間の企画・デザインから内装・設備・電気工事、さらに内装監理業務までを展開する「空間形成事業」と、ビル環境を快適に維持するための保守・清掃・警備業務を受託する「ビルマネジメント事業」を中核としています。また、「PARCO」で培ってきたノウハウを駆使し、オリジナルの照明器具の開発や拡販、外部の商業施設からの工事や業務の受注を推進しています。

株式会社パルコスペースシステムズ

売上高	177億58百万円
営業利益	2億7百万円
資本金	4億9,000万円



オリジナル照明器具
「P'es Lighting」

名古屋PARCO
照明器具施工例

その他の事業

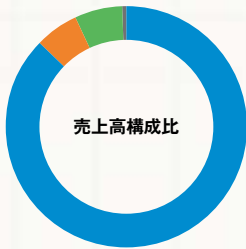
Webを活用した顧客コミュニケーションサービスを展開する株式会社パルコ・シティが、外部商業施設のHP制作を中心としたWeb事業と、オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」の運営を中心としたEC事業を展開しています。

株式会社パルコ・シティ

売上高	5億70百万円
営業利益	13百万円
資本金	1,000万円



オンラインショッピングモール
「PARCO-CITY」



ショッピングセンター事業

87.3%

専門店事業

6.0%

総合空間事業

6.3%

その他の事業

0.4%

パルコグループ一覽

PARCO Group at a Glance

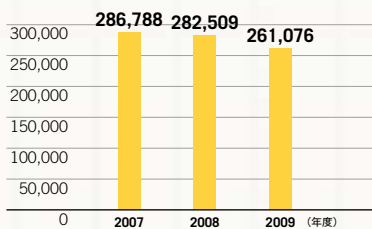
パルコグループの事業は、商業施設「PARCO」を運営する「ショッピングセンター事業」を中心に、個性あふれる専門店を運営する「専門店事業」、内装電気工事やビル管理などを行う「総合空間事業」、Webを活用した情報サービス提供とオンラインショッピングモールを運営する「その他の事業」の4事業で構成されています。

私たちパルコグループはシナジーを発揮しながら、テナントと一体になって、お客さまに楽しんでいただける商業空間の創造を目指しています。

PARCO

売上高

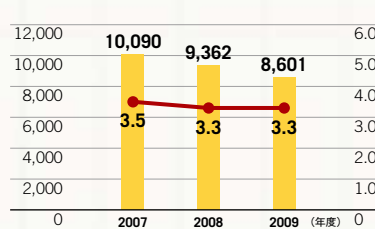
(百万円)



営業利益 / 営業利益率

(百万円)

(%)

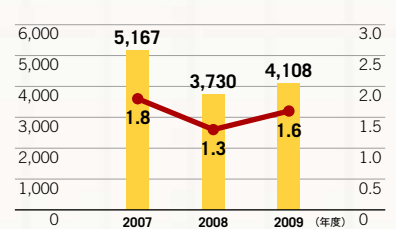


■ 営業利益
● 営業利益率

当期純利益 / 当期純利益率

(百万円)

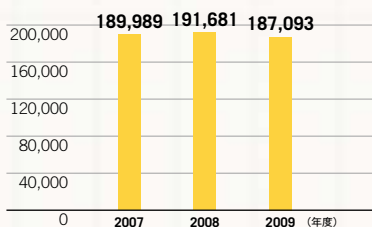
(%)



■ 当期純利益
● 当期純利益率

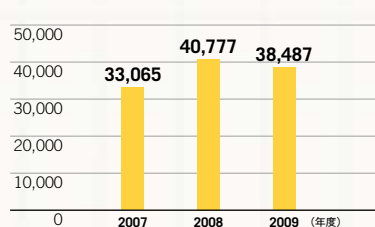
総資産

(百万円)



有利子負債

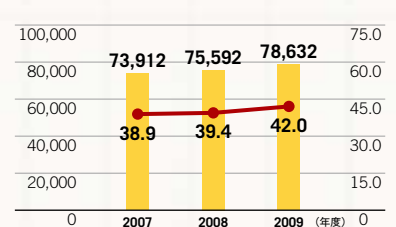
(百万円)



自己資本 / 自己資本比率

(百万円)

(%)

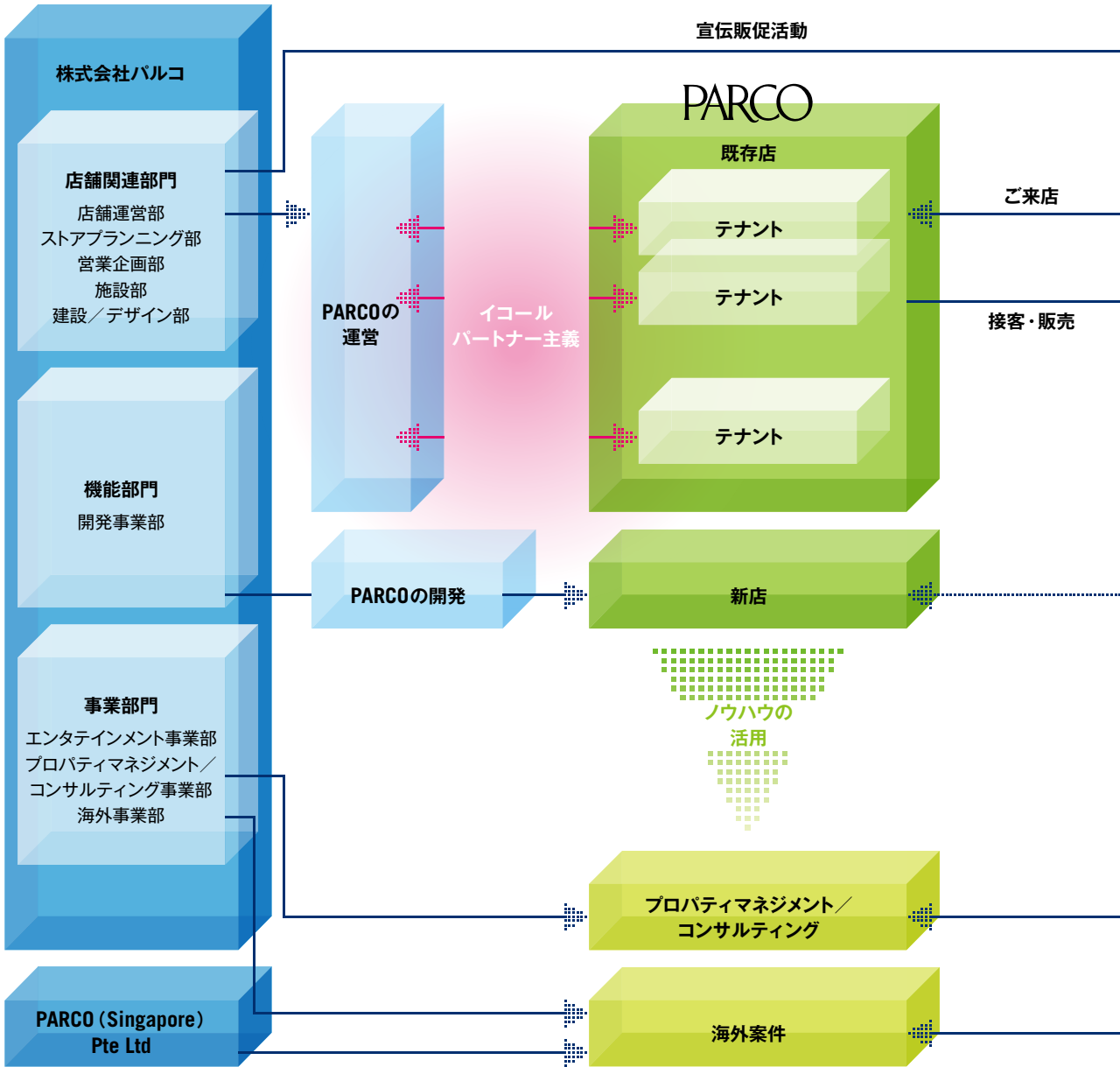


■ 自己資本
● 自己資本比率

パルコのビジネスモデル

PARCO Business Model

ショッピングセンター事業構図



イコールパートナー主義のもと、各店舗とサポート組織が連携

ショッピングセンター事業構図の中で、当社の大きな特徴はテナントとのイコールパートナーシップです。私たちは、テナントをお互いの価値観の共有によってともに成長・発展していくパートナーと捉えています。

そのテナントが出店する「PARCO」を支え、活性化するために本部各部門がその運営をサポートしています。

「店舗関連部門」は、「店舗運営部」「ストアプランニング部」「営業企画部」「施設部」「建設/デザイン部」の5部体制で、各店舗の運営に関する全ての業務を統括しています。

「事業部門」は、「エンタテインメント事業部」「プロパティマネジメント/コンサルティング事業部」「海外事業部」の3部で構成され、新規ビジネスを含めたエンタテインメントへの取り組みや、本業の横展開として「PARCO」型以外の新規商業施設の業態開発、プロパティマネジメント業務、商業コンサルティング業務、PARCO (Singapore) Pte Ltdと連携した海外での事業展開などを担っています。

「PARCO」の新規物件開発は、「機能部門」の「開発事業部」が担っています。

PARCO

お客様



都心店舗グループ

都市生活者へ継続的な話題提供を行い、ファッション性の追求とPARCOならではのライフスタイル提案によりマーケットでの優位性を強固にします。さらに、テナント、クリエイター、異業種企業との斬新なコラボレーションなどを推進し、新規事業を生み出す土壌を築きます。

札幌PARCO

北海道札幌市中央区南1条西3-3

- 本館：地下2階-地上8階
OPEN 1975(S50).8.24
- 新館：地下1階-地上5階
OPEN 2005(H17).3.31

www.parco-sapporo.com



静岡PARCO

静岡県静岡市葵区紺屋町6-7

- 地下1階-地上8階
OPEN 2007(H19).3.15

www.parco-shizuoka.com



仙台PARCO

宮城県仙台市青葉区中央1-2-3

- 地下1階-地上9階
OPEN 2008(H20).8.23

www.parco-sendai.com



名古屋PARCO

愛知県名古屋市中区栄3-29-1

- 西館：地下1階-地上11階
東館：地下1階-地上8階
OPEN 1989(H1).6.29
- 南館：地下1階-地上10階
OPEN 1998(H10).11.6

www.parco-nagoya.com



渋谷PARCO

東京都渋谷区宇田川町15-1

- PART1：地下1階-地上9階
OPEN 1973(S48).6.14
- PART2：地下1階-地上6階
OPEN 1975(S50).12.5
- PART3：地下1階-地上8階
OPEN 1981(S56).9.10
- CLUB QUATTRO：地上4階-5階
OPEN 1988(S63).6.28
- ZERO GATE：地下1階-地上4階
OPEN 2002(H14).4.27

www.parco-shibuya.com



広島PARCO

広島県広島市中区本通10-1

- 本館：地下1階-地上10階
OPEN 1994(H6).4.9
- 新館：地下1階-地上9階
OPEN 2001(H13).9.21

www.parco-hiroshima.com



福岡PARCO

福岡県福岡市中央区天神2-11-1

- 地下1階-地上8階
OPEN 2010(H22).3.19

www.parco-fukuoka.com



池袋PARCO

東京都豊島区南池袋1-28-2

- 本館：地下2階-地上8階
OPEN 1969(S44).11.23
- PPARCO(ピーダッシュパルコ)：地下2階-地上8階
OPEN 1994(H6).3.10

www.parco-ikebukuro.com



地方店舗グループ

全国展開しているPARCOのスケール感を活かし、都心のファッション・ライフスタイルを提案します。地元の文化やイベントとのコラボレーション機会を拡大し、特色ある店舗運営を行います。

松本PARCO

長野県松本市中央1-10-30

- 地下1階-地上6階
OPEN 1984(S59).8.23

www.parco-matsumoto.com



熊本PARCO

熊本県熊本市手取本町5-1

- 地下1階-地上9階
OPEN 1986(S61).5.2

www.parco-kumamoto.com



大津PARCO

滋賀県大津市打出浜14-30

- 地上1階-地上8階
OPEN 1996(H8).11.2

www.parco-otsu.com



大分PARCO

大分県大分市府内町1-1-1

- 地下2階-地上7階
OPEN 1977(S52).4.29

www.parco-oita.com



心斎橋PARCO

大阪府大阪市中央区心斎橋筋1-9-1

- 本館：地下1階-地上9階
OPEN 1991(H3).5.31
- DUE(デュエ)館：地下1階-地上4階
OPEN 1992(H4).9.3

www.parco-shinsaibashi.com



関東店舗グループ

マーケット特性に応じて、ファッションだけでなく機能性や利便性なども盛り込んだ提案により、地域のお客さまのニーズに的確に対応します。異業種や多様なMD*の組み合わせによる新たな業態開発への取り組みを行います。

*MD(マーチャンダイジング):顧客が求める商品を適時・適量・適価で売場に投入することで売上と利益を確保するための取り組み。

宇都宮PARCO

栃木県宇都宮市馬場通り3-1-1

- 地下1階-地上10階
- OPEN 1997(H9).3.20

www.parco-utsunomiya.com



吉祥寺PARCO

東京都武蔵野市吉祥寺本町1-5-1

- 地下2階-地上8階
- OPEN 1980(S55).9.21

www.parco-kichijoji.com



浦和PARCO

埼玉県さいたま市浦和区東高砂町11-1

- 地下1階-地上7階
- OPEN 2007(H19).10.10

www.parco-urawa.com



調布PARCO

東京都調布市小島町1-38-1

- 地下1階-地上10階
- OPEN 1989(H1).5.25

www.parco-chofu.com



新所沢PARCO

埼玉県所沢市緑町1-2-1

- P館: 地下1階-地上5階 L館: 地下1階-地上4階
- OPEN 1983(S58).6.23

www.parco-shintokorozawa.com



津田沼PARCO

千葉県船橋市前原西2-18-1

- A館: 地下1階-地上6階 B館: 地下1階-地上6階
- OPEN 1977(S52).7.1

www.parco-tsudanuma.com



ひばりが丘PARCO

東京都西東京市ひばりが丘1-1-1

- 地下1階-地上5階
- OPEN 1993(H5).10.8

www.parco-hibariگاoka.com



千葉PARCO

千葉県千葉市中央区中央2-2-2

- 地下1階-地上8階
- OPEN 1976(S51).12.1

www.parco-chiba.com



店舗展開

PARCO Stores

機能別店舗グルーピング政策による店舗運営

「PARCO」は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。その各店舗を、刻々と変化する環境に対して的確に、かつ迅速に対応させるため、21店舗をその特性に応じて機能別にグルーピングしています。

店舗を3つのグループ(都心店舗、関東店舗、地方店舗)に分類し、グループごとに情報収集、政策立案、戦略実行などを行い、店舗の特性や機能・役割を再検証し、柔軟にマーケットに対応しています。

既存店舗のイノベーションを実現するとともに、店舗運営力の向上を図っています。



「福岡PARCO」2010年3月19日オープン

Fukuoka PARCO Opening 19 March, 2010



2010年3月19日、全国で21店舗目の、そしてこれまでにない「新生PARCOの1号店」として、「福岡PARCO」がオープンしました。九州最大の都市でありアジアの玄関口、全国屈指の商業集積エリアである福岡市天神。本物件は、その中でも電車・地下鉄・バスなどの一大交流拠点となる好立地に位置します。

天神の交差点で長年親しまれてきた歴史あるビルの面影を残しながら、外観のガラスやカラフルなLEDに彩られた白いパネルを纏うなど、新しい建築デザインとして再生しました。また、店内には吹き抜けを施し、ゆったりとした空間を構築しました。

154店舗中30店舗が全国初の新業態、104店舗が福岡市内初出店で、衣料品の比率をおさえ、幅広いアイテムをランダムに編集する新たなゾーニング手法を採用しました。地産地消をテーマに地元企業と業態開発した食堂街「オイチカ」、消費変化に対応するパルコプロデュースゾーン「once A month™」など特徴ある取り組みに加え、パウダーコーナーなどの充実したアメニティ空間やさまざまなタイプのカフェ、レストスペースなどを設け、生活に楽しさや豊かさを求めるすべての来街者をターゲットとした「天神のコンフォータブルストア」を目指します。

- a 天神の交差点に面した「福岡PARCO」
- b 西鉄福岡(天神)駅と連絡する1階コンコース側入口
- c 5階から8階の吹き抜け部分
- d 地産地消をテーマに地元企業と業態開発した地下1階食堂街「オイチカ」。「福岡PARCO」全館では、全国初業態が約2割、地元企業との取り組みも約2割に上る
- e 消費変化に対応し、表情を変えていくパルコプロデュースゾーンの展開として、初の直営編集ショップ「once A month™」をオープン

新店紹介

PARCO New Stores Opening 2010

2010年度に入り、国内では政令指定都市である福岡市に「福岡PARCO」、海外では直営店舗としてシンガポールに「PARCO Marina Bay (パルコ・マリーナ・ベイ)」をオープンさせ、どちらも順調なスタートを切りました。

「PARCO Marina Bay」2010年3月31日オープン

PARCO Marina Bay Opening 31 March, 2010



当社のグループ会社であるパルコシンガポール社(PARCO(Singapore)Pte Ltd)と本部関連部門、海外事業部が連動して取り組む海外での新たな事業展開として、2010年3月31日、シンガポールマリーナ地区Millenia Walk内に「PARCO Marina Bay」がオープンしました。国内外で長年培ってきたパルコのデザイン力や店舗運営のノウハウを活かし、20~30代の豊かな感性を持つ「消費成熟世代」に向け「一歩先・少し上質なモノ・場所・時間」を提供します。

食・雑貨・カルチャー・ビューティーなど幅広いアイテムをコンパクトに編集した全108店舗で展開。ファッションゾーンにはTaFf*やSPRING Singapore**のサポートのもと、シンガポール若手デザイナーのインキュベートゾーン「PARCO next NEXT」、レストランゾーンにはシンガポールマーケット初進出の日系レストランを中心に編集するなど、近隣の他の商業施設にはない特徴的な店舗となっています。

- f 1階から3階の吹き抜け部分
- g MRT(地下鉄)プロムナード駅と連絡する1階ファサード
- h シンガポール若手デザイナーのインキュベートゾーン「PARCO next NEXT」
- i シンガポール初登場の日系レストランなど選りすぐりの7店舗が揃うレストランゾーン
- j 海外初進出のラーメン店「なんつッ亭」

*Textile and Fashion Federation Singapore:シンガポールファッション協会

**シンガポール政府中小企業支援機関



改装情報

Renovation Information

都心店舗グループ

ファッションを主軸に雑貨、高質スーパーなど、新しいライフスタイルを提案

「広島PARCO」

さらなる客層拡大を目指し、雑貨・化粧品などの機能アイテムの導入と、マーケット内での差別化を図るべく、レディスファッションゾーンに話題のショップを導入し、店舗鮮度の向上を図りました。



本館3階 セシルマクビー



新館8階 無印良品

「名古屋PARCO」

名古屋初登場のレディス・メンズファッション、カップル対応の複合型ショップを導入し、客層のワイド化を図るとともに、共用部刷新を行い、強みであるファッションMDの改装を継続、マーケットへのアピール力を強化しました。



西館2階 ジェラートピケ



東館2階 トミー/トミーガール

「静岡PARCO」

デイリーにご来店いただけるお客さまに対し、ファッション、雑貨、スイーツなどとの買い回りを向上させるため、高感度な食品の新業態を導入し、館の品揃えのワイド化を促進しました。



地下1階 Moldiy

関東店舗グループ

幅広いお客さまに支持される実用的なアイテムを強化し、来店頻度の向上を促進

「調布PARCO」

開店20周年を迎え、大型ファミリーカジュアル衣料品、家電などの幅広いお客さまへ向けた店舗を導入、さらに食品フロアの大改装により、地元のお客さまにとっての利便性の向上と、新鮮な提案により、来店頻度、買い回り性の向上を図りました。



地下1階 北野エース



地下1階 フロ プレステージ

積極的な改装で店舗の活性化を推進

常にビルのチャームアップを図り、店舗を継続的に活性化させるために積極的な改装を行うことで売場の鮮度を保っています。2009年度には、周年を迎える店舗を中心に「池袋PARCO」(40周年)、「調布PARCO・名古屋PARCO」(20周年)、「広島PARCO」(15周年)、「渋谷PARCO」、「静岡PARCO」、「ひばりが丘PARCO」、「浦和PARCO」などで「機能別店舗グルーピング政策」に則った改装を実施。全店での改装規模は362区画、約36,000m²となり、改装した区画の売上高は前年度に比べて10.9%アップしています。

2010年度についても成長企業との取り組みや幅広い客層獲得を目指し、約56,000m²の改装を計画しています。

パルコブランドのプロデュース

Produced by PARCO Brand

当社は創業以来、単に物を売るだけでなく、楽しい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。

それが企業ブランドの向上やショッピングセンター「PARCO」の差別化に大切な役割を果たしています。

宣伝・販促活動

2009年 正月企業広告

「じぶんの王国をもとう。PARCO」を展開

「じぶんの王国をもとう」というメッセージは、ネガティブなニュースばかり耳にする時代だからこそ、ポジティブで元気なメッセージを発信していく、というパルコの企業姿勢を表したものです。この広告は、朝日広告賞の流通・エンターテインメント部門 部門賞を受賞しました。



新聞広告「じぶんの王国をもとう。PARCO」

「福岡PARCO」オープンに際して 進化した宣伝プロモーションを展開

地元の方々との協業や参加型といった地域一体型の宣伝プロモーションや、ツイッター、ブログによる情報発信、店内デジタルサイネージとモバイルの連動といったデジタルツールの活用など、新たな手法を取り入れて展開しました。地元で活躍するタレントに加えて、パルコ エンタテインメント事業部とゆかりのある三谷幸喜、森山未来、温水洋一が出演したテレビCMでは、福岡広告協会賞で金賞を受賞しました。



「福岡PARCO」オープンCM (左)、福岡アジアコレクション(FACo)ポスター (中)、PARCOシンデレラガールコンテストグランプリ受賞 知念沙也禰さん(右)

営業企画

謝恩企画「パルコ40周年キャンペーン」展開

第1号店「池袋PARCO」の開店40周年を記念し、9月のシルバーウィークからクリスマスにかけて、全店規模で謝恩企画を展開しました。当社のハウスカードである「PARCOカード」と連動させた「PARCO Thanks Week」や「40th Anniversary PARTY & SALE」、40種類の限定コラボ缶をプレゼントする「PARCO 40th ALL-STARS 史上最大のCANペーン」などを開催しました。



池袋PARCO40周年 (左)、PARCO 40th ALL-STARS 史上最大のCANペーン(右)

「ACROSS (アクロス)」の運営

ストリートファッション・マーケティングをコンセプトに、東京の若者とファッションを観測・分析・研究するチームが運営するメディアです。1980年8月より、渋谷、原宿、新宿の3拠点にて①街頭撮影調査(定量)②デプスインタビュー調査(定性)を毎月実施。考現学的手法をベースに、人×街×モノ・コトと複合的な視線から若者とファッションを分析する「定点観測」をはじめ、「消費生活」という日記調査などミクロな視点から時代・社会のトレンドを考察しています。その情報は社内へフィードバックし、事業戦略や店舗改装、営業企画などにも活用するほか、外部企業やアカデミズムとの共同研究も行っています。また、2010年2月にはAR(拡張現実)の実証実験プロジェクト「SHIBUYA COLLECTION 2010 SPRING Augmented Reality Showcase @ Shibuya Tokyo」に参画。30年間のストリートファッション写真の展示を行うなど、新たな取り組みも積極的に行っています。



<http://www.web-across.com>

パルコのエンタテインメント (2009年度の主な企画)

劇場

「PARCO劇場」(「渋谷PARCO」パート1 9階)、「ル テアトル 銀座 by PARCO」を活用したコンテンツのプロデュースを中心に、外部劇場からの委託業務なども行っています。



「印獣」

作 宮藤官九郎 演 河原雅彦 出 三田佳子 / 生瀬勝久・池田成志・古田新太 / 岡田義徳、上地春奈

DATE 2009年10月13日(火)~11月8日(日)

会場 PARCO劇場

“今、一番やりたい芝居を、自分たちの企画で上演したい!”。PARCO劇場初登場となる三田佳子をゲスト主役として迎えた、演劇界のチームリーダー「ねずみの三銃士」(生瀬勝久、池田成志、古田新太)第2回目の舞台公演。2010年4月DVD化。



「なにわバタフライN.V」

作 演 三谷幸喜 出 戸田恵子

DATE 2010年2月7日(日)~2月28日(日)

会場 シアタートラム

浪花の喜劇女優「ミヤコ蝶々」をモチーフに、“一人芝居”のイメージを塗り変えたと絶賛された、三谷幸喜の傑作一人芝居「なにわバタフライ」のニューバージョン。余分なものをそぎ落とし、恋に生き、仕事に生きた女の一代記を戸田恵子が見事に演じきる一人芝居。

15歳。

子役ではない、一人の舞台役者としての初めての舞台。

初日は1999年の大晦日。2000年に向けてのカウントダウンのステージ。

PARCO劇場の2階。狭い楽屋に大の男がひしめきあう。

本番15分前、全員がたいがい上半身裸でQueenの「We Are The Champions」を熱唱していた。

本番5分前、舞台袖。

ミュージシャンも合わせて、総勢15名、円陣を組む。

芸人、そして役者の宮川大輔さんの一声で客席に明らかに聞こえるような大声で全員が、叫んだ。

25歳。

この10年、何かしらの自分にとっての節目には必ずと言っていい程、そこにはパルコさんがいました。

本当に頭が上がりません。

これからも叫び続けます。

森山 未来



出版

PARCO出版では、オリジナリティあふれる出版活動を展開しています。



「うそっ。」蒼井 優

蒼井優と一流のクリエイティブチームがつくり上げた、おしゃれかつ上質なポップアップブック。読者に“うそっ?”と思わせる不思議な世界観で構成された斬新なアートブックです。



「日本力」松岡正剛+エバレット・ブラウン

日本人とはいったい何なのか?日本が世界に誇れる文化とはどのようなものなのか?“知の巨人”松岡正剛と“現代のフェノロサ”エバレット・ブラウン。ふたりが本当の日本の豊かさを照らし出します。



「ラヴァーズ・ダイアリーmore」

「お互いのことをもっと知りたい」「ふたりの仲を深めたい」……いま、恋愛のまっただ中にある恋人同士のための365問。恋が深まる恋愛日記のベストセラー「ラヴァーズ・ダイアリー」、待望の第2弾です。

音楽

渋谷、名古屋（「名古屋PARCO」東館8階）、心斎橋（「心斎橋PARCO」8階）、広島（「広島PARCO」本館10階）4店舗のライブハウス「CLUB QUATTRO」において、国内外を問わず新進気鋭のアーティストを招聘しています。



主な企画

- ▶ TOKYO No.1 SOUL SET / リリー・フランキー
- ▶ 吾妻光良&THE SWINGING BOPPERS / SAKEROCK
- ▶ オリジナル・ラヴ
- ▶ BEAT CRUSADERS / THE COLLECTORS
- ▶ EGO-WRAPPIN' / SHEENA&THE ROKKETS
- ▶ 曾我部恵一BAND
- ▶ eastern youth / MO'SOME TONEBENDER
- ▶ ZAZEN BOYS / THA BLUE HERB



名古屋クラブクアトロ20周年企画 “NAGOYA CLUB QUATTRO 20th ANNIVERSARY SPECIAL”

DATE 2009年6月19日（金）～7月12日（日）
1989年6月29日「名古屋PARCO」と同時にオープンし、2009年で20周年を迎えた名古屋クラブクアトロ。6月29日を挟んで24日間、縁の深いベテラン・アーティストやクアトロから巣立った大物アーティスト、地元出身のブレイク間近のニューカマーまで、ほかでは観られないスペシャルなラインナップで開催しました。



EGO-WRAPPIN'



オリジナル・ラヴ

映像

ロードショー館シネクイント（「渋谷PARCO」パート3 8階）で魅力的な作品を提供しています。上映映画と「PARCO」各店、オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」との連動なども行っています。また、映画製作委員会の幹事会社への取り組みにも着手しました。



「鈍獣」

2004年PARCO劇場で上演され、宮藤官九郎が演劇界の芥川賞「岸田國士戯曲賞」を受賞した伝説の舞台「鈍獣」を映画化。監督は、気鋭のCMディレクター・細野ひで晃。出演は日本映画界を代表する俳優・浅野忠信ほか、一筋縄ではいかない豪華キャストが揃いました。宮藤官九郎がコメディという形で、人間の鈍さ=愚かさを浮き彫りにし、人間の愛おしさをハートフルに描いています。2009年劇場公開。DVD発売・レンタル中。



©2009「鈍獣」製作委員会



「ソラニン」

今を生きるリアルな若者を描き、圧倒的な共感を得る作家・浅野いにおの傑作コミックの映画化。主役にはTV・CM・映画と活躍する国民的女優・宮崎あおい。初めての歌とギターに挑戦したことも話題になりました。監督はミュージックビデオ界で活躍中の三木孝浩、音楽は人気バンドASIAN KUNG-FU GENERATIONが担当と、若く才能あふれるクリエイターたちが集結し、切なくも感動的な青春恋愛映画となりました。2010年4月3日より全国公開されています。



©2010 浅野いにお・小学館／「ソラニン」製作委員会

企業情報

About PARCO

会社概要 (2010年2月末日現在)

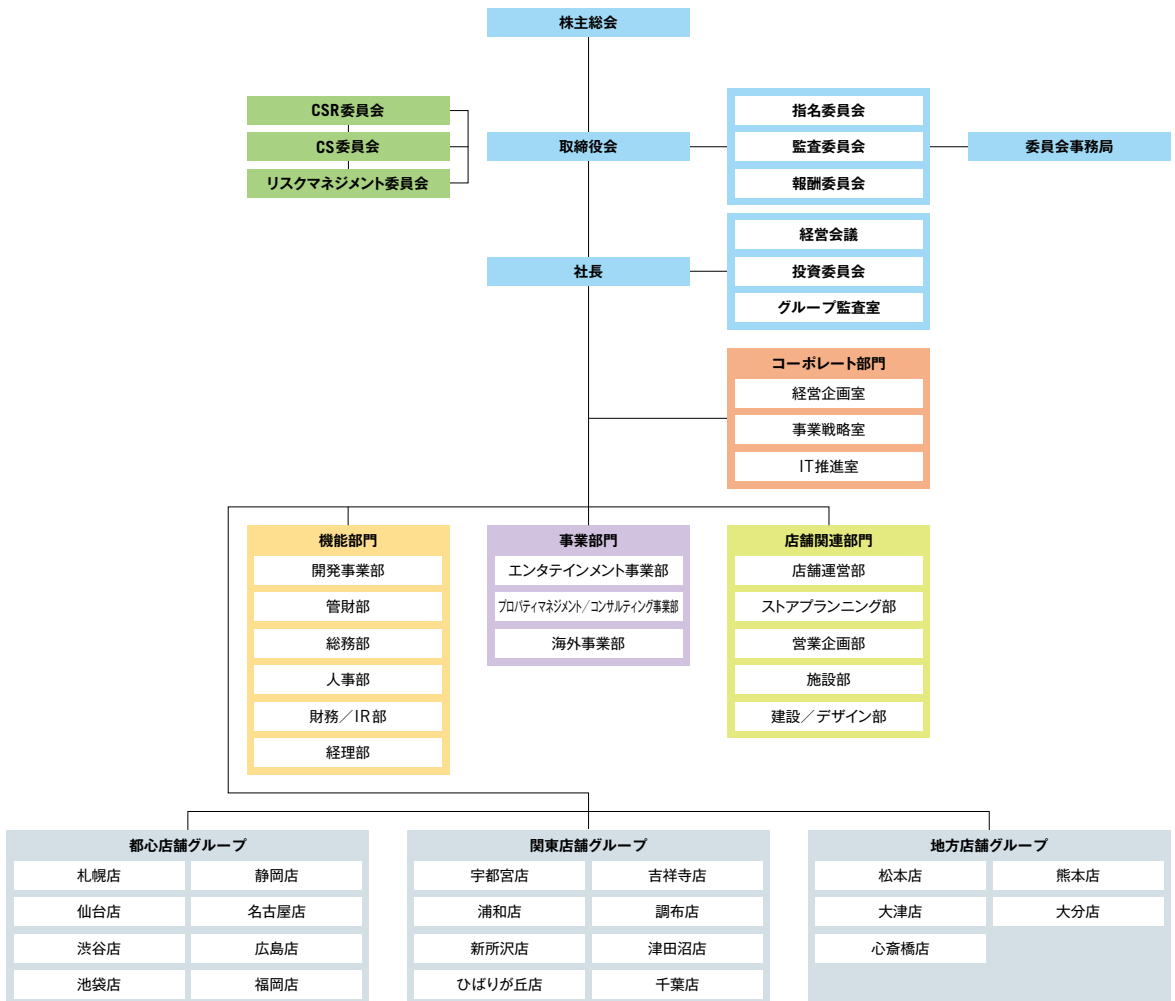
会社名	株式会社パルコ	従業員数	606名(男性332名 女性274名)
本社所在地	東京都豊島区南池袋1-28-2	連結従業員数	2,016名
本部所在地	東京都渋谷区神泉町8-16 渋谷ファーストプレイス	売上高	2,610億円(2009年度連結)
設立年月日	1953年2月13日	売場面積	444,500m ²
資本金	268億6,738万円	テナント数	2,872

沿革

1953年	2月	池袋ステーションビル株式会社を設立	1991年	5月	「心齋橋PARCO」開店
1954年	10月	株式会社丸物の資本参加を得て、事業目的をステーションビル運営から百貨店業に変更		9月	株式会社西電工に資本参加
1957年	5月	株式会社東京丸物に商号変更		11月	PARCO (Singapore) Pte Ltd 設立
	12月	店名「東京丸物」で百貨店業を開始	1992年	9月	「心齋橋PARCO DUE (デュエ) 館」開店
1963年	7月	株式会社東京丸物が社団法人日本証券業協会大阪地区協会の「登録銘柄」に登録	1993年	10月	「ひばりが丘PARCO」開店
1969年	6月	「東京丸物」を閉店し、「PARCO」開設準備体制に着手	1994年	3月	「池袋P' PARCO (ピーダッシュパルコ)」開店
	11月	「池袋PARCO」開店		4月	「広島PARCO」開店
1970年	4月	株式会社パルコに商号変更	1996年	4月	「松本PARCO」増床開店
1973年	6月	「渋谷PARCO」開店 「西武劇場(現・PARCO劇場)」を開設		11月	「大津PARCO」開店
1975年	8月	「札幌PARCO」開店	1997年	3月	「宇都宮PARCO」開店
	12月	「渋谷PARCO PART2」開店	1998年	11月	「名古屋PARCO南館」開店
1976年	12月	「千葉PARCO」開店	2000年	3月	株式会社パルコ・シティ設立
1977年	4月	「大分PARCO」開店		9月	株式会社西電工、株式会社パルコプロモーション合併 株式会社パルコスペースシステムズに商号変更
	7月	「津田沼PARCO」開店	2001年	6月	株式会社ヌーヴ・エイ営業開始
1980年	9月	「吉祥寺PARCO」開店		9月	「広島PARCO新館」開店
1981年	9月	「渋谷PARCO PART3」開店	2002年	4月	渋谷「ZERO GATE」開店
1983年	6月	「新所沢PARCO」開店	2003年	5月	「委員会等設置会社」に移行
1984年	8月	「松本PARCO」開店	2005年	2月	「Pedi (ペディ) 汐留」開店
1986年	5月	「熊本PARCO」開店		3月	「札幌PARCO新館」開店
1987年	1月	東京証券取引所市場第二部に株式上場	2006年	3月	ハウスカード「PECカード」を「PARCOカード」に改称
1988年	6月	渋谷「Quattro by PARCO (現・CLUB QUATTRO)」開店	2007年	3月	劇場「ル テアトル銀座 by PARCO」の運営開始
	8月	東京証券取引所市場第一部銘柄に指定		3月	「静岡PARCO」開店
	9月	株式会社パルコプロモーション設立		10月	「浦和PARCO」開店
1989年	4月	ハウスカード「PEC (ベック) カード」を発行開始	2008年	8月	「仙台PARCO」開店
	5月	「調布PARCO」開店	2010年	3月	「福岡PARCO」開店 「PARCO Marina Bay (パルコ・マリーナ・ベイ)」開店
	6月	「名古屋PARCO」開店			

組織図

Organization Chart



事業部制（「事業部門」「店舗グループ」と職能制（「コーポレート部門」「店舗関連部門」「機能部門」）の複合型組織で、各部門が有機的に連携し、円滑な業務推進を図ります。また、本部の各室、各々が各店舗との連動性を向上させ、より迅速な政策判断、課題への対応を図っています。

コーポレート部門

「経営企画室」「事業戦略室」「IT推進室」の3室体制で、マーケティング、新規事業戦略の立案、全社的IT戦略推進機能の強化などによる企業価値の最大化に向けた政策を推進します。

店舗関連部門

「店舗運営部」「ストアプランニング部」「営業企画部」「施設部」「建設/デザイン部」の5部体制で「PARCO」各店舗の運営業務（オペレーション、宣伝、販促）を統括し、営業力の強化や運営効率の向上に努めます。また、施設・建築関連業務を統括管理し、安全な施設運営体制を構築します。

事業部門

「エンタテインメント事業部」「プロパティマネジメント/コンサルティング事業部」「海外事業部」の3部がそれぞれ、エンタテインメント事業の推進、外部商業施設へのプロパティマネジメント・コンサルティング業務の受託、PARCO (Singapore) Pte Ltd との連携による海外への事業展開などを推進します。

機能部門

「開発事業部」「管財部」「総務部」「人事部」「財務/IR部」「経理部」の6部を、全社をバックアップする部門としてひとつにしました。国内外の新規商業施設開発に関する業務、経営効率の向上や効率的な資金調達・運用機能などを幅広く担っています。

役員紹介 (2010年5月末日現在)

Board of Directors and Officers

取締役



牧山 浩三
取締役兼専務執行役
店舗統括担当

伊東 勇
取締役相談役

平野 秀一
取締役兼代表執行役社長

森川 茂治
取締役兼執行役副社長

小嶋 一美
取締役兼専務執行役
財務統括担当



新里 智弘
社外取締役 監査委員会議長
公認会計士・元 新日本監査法人代表社員



有富 慶二
社外取締役 指名委員会議長
ヤマトホールディングス株式会社取締役会長



花堂 靖仁
社外取締役 報酬委員会議長
早稲田大学大学院商学研究科教授



内田 実
社外取締役
虎ノ門南法律事務所パートナー弁護士



橘・フクシマ・咲江
社外取締役
日本コーン・フェリー・インターナショナル株式会社
代表取締役会長

執行役



阿部 正明
常務執行役
新規事業、IT、グループ、事業戦略担当



海永 修司
執行役
グループ監査室担当



平出 浩朗
執行役
総務部担当



山崎 浩一
執行役
エンタテインメント事業部長



村田 真人
執行役
プロパティマネジメント/コンサルティング事業部長



今枝 立視
執行役
施設部、建設/デザイン部担当
兼地方店舗グループ長



平井 裕二
執行役
開発事業部、管財部担当



泉水 隆
執行役
関東店舗グループ長兼浦和バルコ構造改革担当



柴田 広次
執行役
店舗運営部、営業企画部担当



柏本 高志
執行役
都心店舗グループ長兼名古屋バルコ店長



浜田 和子
執行役
人事部担当



佐藤 繁義
執行役
海外事業部長



野口 秀樹
執行役
財務/IR部、経理部担当

CSRへの取り組み(企業の社会的責任)

Corporate Social Responsibility

CSRの基本的な考え方

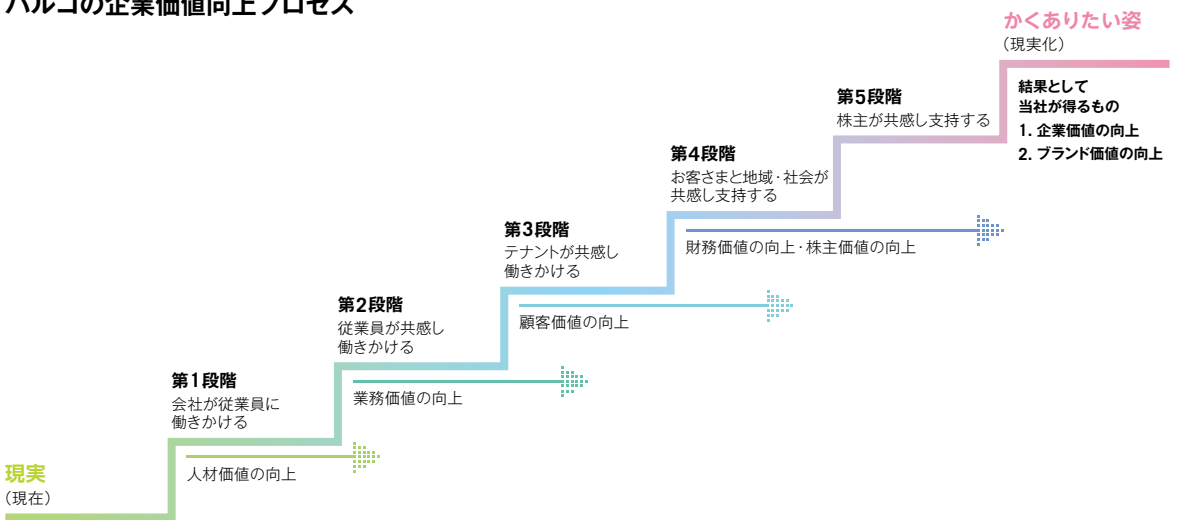
パルコでは、1999年に「訪れる人々を楽しませ、テナントを成功に導く、先見的、独創的、かつホスピタリティあふれる商業空間の創造」を経営理念として策定したのち、経営理念体系としてその考え方を整理し、社内への浸透を図ってきました。こうした考え方をもとに、パルコのCSRとは「経営理念の具現化」とであると定義しています。

CSRへの取り組みを「事業を通じて、ステークホルダーの信頼と満足を得て、企業価値を高めるための取り組み」であり、これを全社員が各部門業務の中で行うことが、パルコの持続的成長に結びつくと考えています。

当社が定めるステークホルダーは、経営理念に謳われている「お客さま」「テナント」をはじめ、「従業員」「株主・投資家」「地域・社会」「お取引先」「地権者」「業務受託先」「関係会社」と定義しています。

さらに経営の透明性の確保などコーポレート・ガバナンスの強化にも取り組み、各々のステークホルダーと円滑な関係を構築しています。

パルコの企業価値向上プロセス



CSRマネジメント体制

CSR委員会

常務執行役を委員長とし、パルコグループにおけるCSR活動の指針づくり、行動計画づくり、社外広報支援、社内情報共有の推進(電子会議室「CSRの窓」)、外部企業・団体との協働に向けた取り組みを行います。

全執行役によるディスカッションの実施や、CS委員会・リスクマネジメント委員会・社内各部門・グループ各社との連動により、全社横断で活動を進めます。

CS委員会

専務執行役を委員長とし、本部と各店舗のCS委員会が連動し、店舗に来店されるお客さまが便利に気持ち良くお買い物ができ、テナントの方々により働きやすく感じられる環境づくりを目指し、お客さまやテナントの方々からの意見を反映したサービスの改善に取り組んでいます。

リスクマネジメント委員会

専務執行役を委員長とし、リスクマネジメント規程に基づき、企業活動に内包されるリスクの洗い出し、評価、対策の検討、社内啓蒙活動を行うとともに、緊急時の対策本部設置、情報管理など、リスク発現時に迅速に対応し、事業継続をするためにグループ横断的な管理体制の整備に努めています。

2009年度のCSR活動事例

社員のワークライフバランス支援制度

社員のワークライフバランスの充実を図るため、育児・介護を中心とした支援に取り組んでいます。2009年度中の育児休職者数は女性10名、男性2名(導入初年度である2006年度以降延べ5名)となっています。なお、2007年8月には次世代育成支援対策推進法に基づき、雇用環境の整備について適切な行動計画を策定・達成した「基準適合一般事業主」として認定されました。



Parco Women's Network (PWN)

PWNは、女性社員の活躍のステージを広げ、多様な人材の活用・育成を図ることを目的としたプロジェクトです。設置から5年目となる2009年度は、毎月の定例会議に加え、全正社員および執行役を対象とし、「働く意識や女性活用、ワークライフバランスに関する意識アンケート」を実施、その結果をもとに代表者および執行役への報告と意見交換を行いました。また、その結果をふまえ、店舗巡回を実施し、PWNが目指すダイバーシティ推進について、社員への説明と意見交換を行いました。分科会活動としては、ワーキングマザーの会としてプレワーキングマザー社員も含めランチミーティングを隔月で実施し、より活き活きと働ける会社を目指し意見交換を行っています。



社員フォーラムの実施

業績や今後の方向性などについての情報を全社員で共有するため、「社員フォーラム」を開催しています。各店舗など本社勤務以外の社員も参加できるよう、Web会議システムを使用し、社長からのプレゼンテーションや、社員からの質問・意見についての議論を行っています。終了後には、全社員がいつでもアクセスできるようイントラネット上に議事録をアップし、浸透を図っています。



その他の取り組み

●働きやすい環境づくり

本部および各店にCS委員会を設置し、お客さまにとって快適な商業空間の創出に取り組むとともに、その担い手であるテナント従業員や当社社員が快適に過ごせるバックヤード環境を整備し、働きやすい環境づくりを進めています。

●環境に対する取り組み

CO₂排出量の削減に向けた、使用エネルギーの大半を占める電気の使用量削減、環境負荷低減のためのリサイクル・リユースの推進と廃棄物の排出抑制、自社だけでなくテナントの皆様と取り組む環境配慮型の商業施設の確立、この3つを柱に推進しています。

●行政からの表彰、認定

調布PARCO 調布エコ・オフィス認定制度 ゴールド認定
吉祥寺PARCO 武蔵野市Ecoパートナー認定 受賞

●グループ会社の活動事例

株式会社ヌーヴ・エイ TiCTAC「もったいないウォッチエクステンジ」キャンペーン
株式会社パルコスペースシステムズ オリジナル照明器具「P'es Lighting (ピースライティング)」の販売を開始

ステークホルダーの皆様へ

Letter to Our Stakeholders

パルコグループとは

パルコグループは、「PARCO」をはじめとした都市型商業施設の開発・運営を中心に、より魅力的な商業施設にするための劇場・音楽・映像・出版といったエンタテインメントへの取り組みや、空間デザインや内装工事・メンテナンスなど店舗の総合的な空間づくり、ファッション性の高い時計や眼鏡などの専門店の運営、Webサイトの制作やオンラインショッピングモールの運営など、お客さまにより生活を楽しんでいただくためのさまざまな事業を複合的に展開している企業グループです。

主力事業における強み

私たちの主力事業であるショッピングセンターの開発・運営のビジネスモデルは、ビルの価値を創造する不動産業と専門店を集積する小売業の2つの面を併せ持つものです。このビジネスモデルのもと、次に挙げる5つの強みを競争力の源泉として事業を推進しています。

1. 商品の仕入や販売に関する業務は出店者である専門店が行うため、ローコストで安定した収益を得ることができる
2. 個性的で高いオリジナリティを持つ多数の専門店と良好な関係を築いており、そのネットワークによりプランニングに合わせた店舗構成が実現できる
3. 出店者である専門店とのイコールパートナーシップ、つまりビジネスをともに発展させ成長していくという理念のもと、お互いに知恵を出し合って時代の変化に対応した店舗配置や改装、営業企画を機動的に行うことができる
4. これまでに収集・蓄積したさまざまなデータを用いたマーケティングにより、お客さまのニーズをいち早く察知し、そのニーズをスピーディーにプランニングに反映できる
5. 1号店である「池袋PARCO」の開店から40年が経過し、都市の商業施設としてのブランドがお客さまに認知されている

消費形態の変化

2008年後半の米国での金融危機は日本経済にも大きな影響をもたらし、社会情勢や企業の経営環境は今、まさに変化の只中にあります。お客さまの消費に対する考え方も、事前にインターネットなどからの多彩な情報をもとに「ものの価値と価格のバランス」をよく検討・比較し、消費行動に移る傾向に変化しています。

さらに、国内の商業構図にも変化をもたらし、当社のような専門店の集合体という業態が注目を浴びています。私たちは、この機会をビジネスチャンスと捉え、都市における消費をリードしていきたいと考えています。

今後の推進テーマ

パルコグループのさらなる成長に向けて、次の3つの重点テーマを推進します。

1. 既存「PARCO」の革新継続

現在全国に21店舗ある「PARCO」は、店名こそ同じですが、それぞれが違うコンセプトで運営されており、ひとつとして同じ店舗はありません。店舗ごとの個性を出しながらも、それぞれのマーケットで起こる消費者の変化に効率的かつスピーディーに対応し、常にお客さまのニーズにフィットした「PARCO」であるよう、革新を続けています。

2. さまざまな手法やノウハウ活用による国内外への出店

これまでも、既存施設の業態転換や再開発案件への新規出店など、さまざまな手法によって事業展開をしてきました。これらのノウハウを全社横断的に活用していくことで新たな業態の開発につなげ、多様な商業施設のあり方をマーケットに提案し、国内の大都市への出店と海外への出店を推進していきます。

3. 機能強化によるグループ全体の拡大

エンタテインメント事業や、店舗と連動させたオンラインショッピングモール、総合空間事業・専門店事業を含めたパルコブランドを高める事業の拡大を目指していきます。

これらのビジネスを、大きな投資を伴う主力事業を補完する事業として育成し、グループの存在感を最大化していきます。

成長の原動力

成長戦略を推進する原動力の最も重要な要素は、社員の活動です。

常に変化し続けるお客さまに対応するには、社員の創造力・情報力からくる知恵を結集することが不可欠です。当社グループには個性的で活発な社員が多く在籍し、男女の別なく業務にあたっています。社員それぞれの学びがビジネスを発展させる新しい創意工夫を生み、社会に感動と喜びを、ビジネスパートナーに成功と発展をもたらします。今後も、そのパルコらしさを追求し、発展させていきたいと考えています。

2010年6月

株式会社パルコ
代表執行役社長

平野 香一



PARCO

株式会社パルコ

www.parco.co.jp



Printed in Japan