

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。