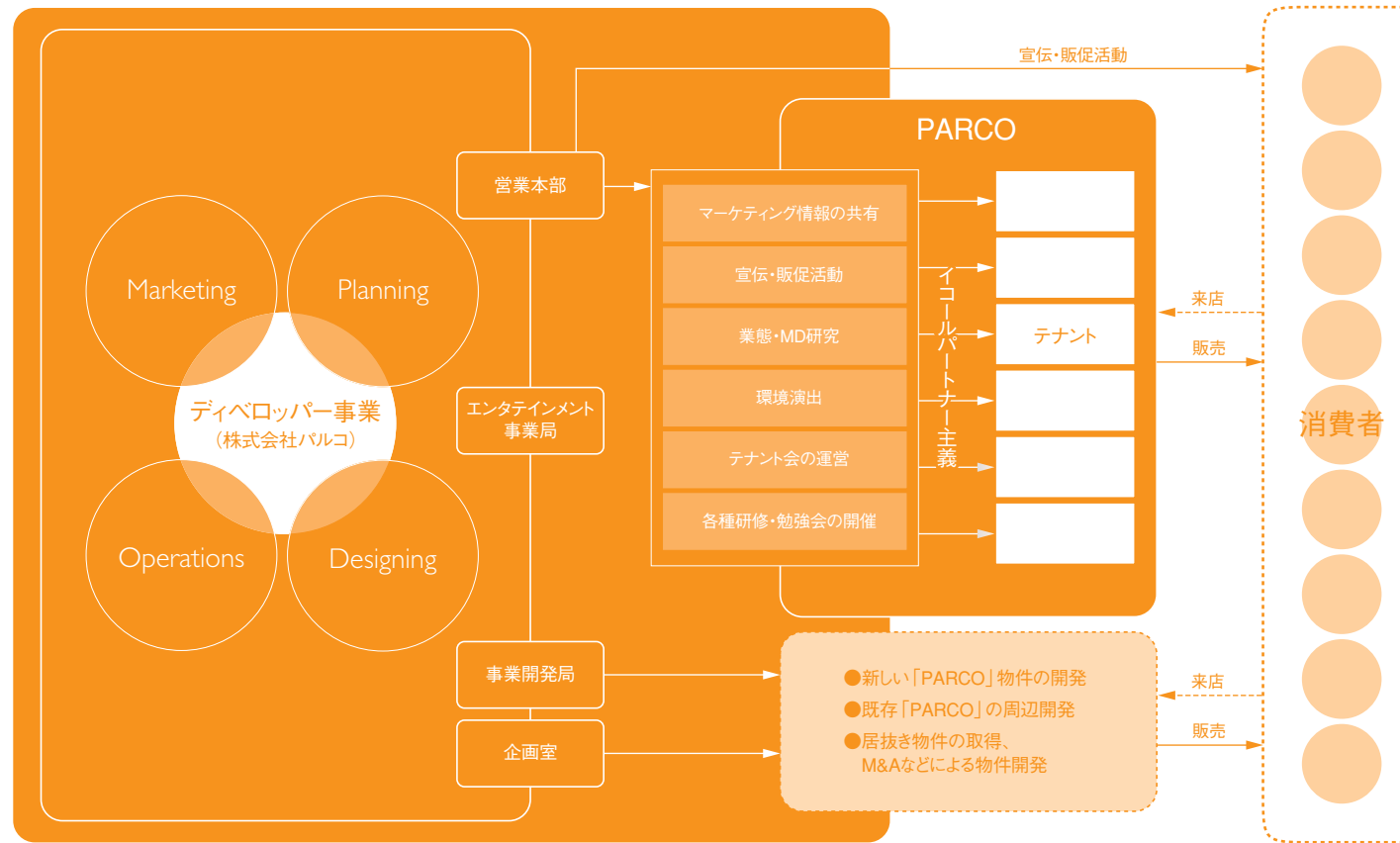


ディベロッパー事業

総合的なプロデュースング力を活かして、 マーケットに応じた「PARCO」を多彩に展開。

総合的なプロデュースング力—マーケティング、プランニング、デザイン、オペレーションの各ノウハウを統合して、国内19(海外1)都市の「PARCO」各店舗のオペレーション、各種エンタテインメント関連ビジネスを統括し、街づくりの視点から商業施設を活性化しています。

また、一方で、既存「PARCO」物件の周辺開発から、政令指定都市を中心とした新規物件の開発、居抜き物件の取得やM&A等による即効性のある物件開発まで、「PARCO」業態によるビジネス拡大を積極的に推進しています。



Marketing
マーケティング

- 都市調査、分析
- 立地、商圏調査、分析
- 競合店調査、分析
- 顧客調査、分析
- 施設規模、業種、業態提案
- 事業試算、事業計画

Planning
プランニング

- 施設基本コンセプト立案
- ターゲット決定、MD基本計画
- 事業損益試算
- テナント出店条件設定
- 建築、内装基本設計提案

Designing
デザイン

- 全体プロジェクト管理
- テナント折衝戦略、テナントリーシング
- MD—損益シミュレーション
- MDプラン決定
- ビル、フロアネーミング
- 開店宣伝、プロモーション計画
- 建築、内装実施設計提案

Operations
オペレーション

- テナント管理システム
- 顧客管理システム
- 経理システム
- 営業計画、宣伝・プロモーション企画
- 店舗管理計画
- テナント教育
- 広報計画

全国のPARCO

※ 建物は商業部分のみを表示しています。

 <p>札幌PARCO 北海道札幌市中央区南1条西3-3 地下2F-地上8F 1975 (S50). 8.24 オープン</p>	 <p>宇都宮PARCO 栃木県宇都宮市馬場通り3-1-1 地下1F-地上10F 1997 (H9). 3.20 オープン</p>	 <p>松本PARCO 長野県松本市中央1-10-30 地下1F-地上6F 1984 (S59). 8.23 オープン</p>	 <p>新所沢PARCO 埼玉県所沢市緑町1-2-1 P館:地下1F-地上5F L館:地下1F-地上4F 1983 (S58). 6.23 オープン</p>	 <p>ひばりが丘PARCO 東京都西東京市ひばりが丘1-1-1 地下1F-地上5F 1993 (H5). 10.8 オープン NOS VOS by PARCO (ノボ・バイ・パルコ) 東京都練馬区東大泉4-4-21 地上1F-4F 1990 (H2). 9.29 オープン</p>
 <p>池袋PARCO 東京都豊島区南池袋1-28-2 地下2F-地上8F 1969 (S44). 11.23 オープン P' PARCO (ピー・ダッシュ・パルコ) 地下2F-地上8F 1994 (H6). 3.10 オープン</p>	 <p>吉祥寺PARCO 東京都武蔵野市吉祥寺本町1-5-1 地下2F-地上8F 1980 (S55). 9.21 オープン</p>	 <p>調布PARCO 東京都調布市小島町1-38-1 地下1F-地上10F (8-10Fホテル) 1989 (H1). 5.25 オープン</p>	 <p>渋谷PARCO 東京都渋谷区宇田川町15-1 地下1F-地上9F 1973 (S48). 6.14 オープン PART1 地下1F-地上9F 1973 (S48). 6.14 オープン PART2 地下1F-地上6F 1975 (S50). 12.5 オープン PART3 地下1F-地上8F 1981 (S56). 9.10 オープン Quattro 地下1F-地上5F 1988 (S63). 6.28 オープン ZERO GATE 地下1F-地上4F 2002 (H14). 4.27 オープン</p>	 <p>津田沼PARCO 千葉県船橋市前原西2-18-1 A館:地下1F-地上6F B館:地下1F-地上6F 1977 (S52). 7.1 オープン</p>
 <p>千葉PARCO 千葉県千葉市中央区中央2-2-2 地下1F-地上8F 1976 (S51). 12.1 オープン</p>	 <p>厚木PARCO 神奈川県厚木市中町2-12-15 地下1F-地上9F 1994 (H6). 3.25 オープン</p>	 <p>岐阜PARCO 岐阜県岐阜市神田町9-12 1976 (S51). 9.23 オープン</p>	 <p>名古屋PARCO 愛知県名古屋市中区栄3-29-1 西館・東館 西館:地下1F-地上11F (9-11Fホテル) 東館:地下1F-地上8F 1989 (H1). 6.29 オープン 南館 地下1F-地上10F 1998 (H10). 11.6 オープン</p>	
 <p>大津PARCO 滋賀県大津市打出浜14-30 地上1F-8F 1996 (H8). 11.2 オープン</p>	 <p>心斎橋PARCO 大阪府大阪市中央区心斎橋筋1-9-1 地下1F-地上9F 1991 (H3). 5.31 オープン PARCO-2 (デュエ) 地下1F-地上4F 1992 (H4). 9.3 オープン</p>	 <p>広島PARCO 広島県広島市中区本通10-1 地下1F-地上10F 1994 (H6). 4.9 オープン 新館 地下1F-地上9F 2001 (H13). 9.21 オープン</p>	 <p>大分PARCO 大分県大分市府内町1-1-1 地下2F-地上7F 1977 (S52). 4.29 オープン</p>	
 <p>熊本PARCO 熊本県熊本市手取本町5-1 地下1F-地上9F 1986 (S61). 5.2 オープン</p>	 <p>パルコ・ブギス・ジャンクション (シンガポール) 200 Victoria Street, Parco in Bugis Junction, Singapore 188024 地下1F-地上4F 1995 (H7). 4.27 オープン</p>			

「ストア by ストア」に基づく、既存店舗の機動的な対応力を強化。

パルコでは既存店舗のさらなる営業力強化を目的に、2004年度から店舗運営局と宣伝局、施設局を統括する〈営業本部〉を新設するとともに、〈店舗運営局〉内に新たに店舗政策担当を配置しました。そのねらいは、各局の機動的な連携によって、マーケットや各店舗の状況にふさわしいテナント・アイテム政策を推進し、「ストア by ストア」に基づく店舗政策を実現していくことにあります。さらに、重要政策店舗である渋谷店と名古屋店には、執行役店長を新たに配置し、組織変更のねらいを実際の店舗運営を通じてスピーディーに執行していくことで、“商業施設のトータルプロデュース力”という強みを存分に発揮する体制を整えています。

店舗運営局

情報・知見・ノウハウを結集し、店舗オペレーションの強化に貢献。

〈店舗運営局〉は、“商業施設のトータルプロデュース力”をベースに、「ストア by ストア」戦略に基づく既存店舗の政策立案・運営支援を行い、「PARCO」のマーケットにおける存在感を高めています。活動のコンセプトは、テナント企業とともに成長をめざす“イコールパートナー主義”です。たとえば、約800法人、2,600テナントで構成される「パルコ会」においては、ラッピングやディスプレイに関する実践的なノウハウを獲得していくテナント研修会を開催しています。また、中堅オーナーを対象に、小売業界の幅広いテーマに関するセミナーや海外ショッピングセンター

の視察・分析などを行う「PDC（パルコディレクターズクラブ）」を主催し、新しい発想・視点の獲得や次代の消費トレンドの把握を支援。さらに、PDCメンバーのうち、とくに若手のオーナーが集い、パルコという業態や枠組みに捉われずに小売ビジネスのあり方を模索する活動もスタートしています。また、2004年3月には、新たに店舗政策担当を置き、これまで〈事業開発局〉のストアプランニング担当が担っていた既存店舗のプランニング、リーシング、マーケティング機能を移管。個別店舗の運営業務に加え、店舗政策やテナント政策までをトータルに支援することで、パルコとテナント企業との中長期的な成長戦略をより緻密に、スピーディーに構築していく体制を確立しました。一方、これら体制の実効性を高めるために、各店舗担当者のスキルアップにも取り組んでいます。その一環として、2004年7月から稼働を開始したシ

ステムは、個々の店舗や担当者に蓄積されてきたテナント構成や売上拡大、動員数向上などに関する情報・知見・ノウハウをナレッジデータベースとして蓄積。全社で活用していくことでの確かつ効率的な店舗政策を立案、運営していくことをねらいとしています。また、店舗運営局が中心となり、立案した仮説や目標、施策の成果などをリアルタイムに蓄積し、全社のスキルアップをサポートしていきます。このほかにも、〈宣伝局〉と連携したPECカードによる顧客サービス戦略の推進、〈施設局〉と連携した売場のアメニティ環境の整備、バックヤード・社員休憩室の改善、商業施設全体の老朽化対策など、各店舗の状況に応じたテーマに総合的かつ優先順位をつけて取り組んでいます。



PARCO発、ニーズを超えた価値提案を。

執行役営業本部店舗運営局長 牧山 浩三

現在、「専門店の集積」という業態には、従来は異なるカテゴリーであった百貨店や量販店、郊外のアウトレットモール、パワーセンターまでが参入しており、私たちパルコの競争環境はますます激化しています。ところが、なかには収益効率を追求するあまり、特定の集客力のあるテナントの誘致合戦をするなど、画一化したリーシングにより却って売場構成や品揃えが均一化してしまうという、本末転倒ともいえるべき例も増えています。パルコとしても、“お客様にとって新しい、ワクワクするような提案”がもつ

とできるはずだと考えています。こうした時代だからこそ、パルコが30数年間培ってきたトータルプロデュース力はもちろん、新興テナントともパートナーシップを組み、顧客ニーズを超える“価値”を提案し続けてきたオペレーションノウハウが発揮できるのだと確信しています。新たに開発した〈店舗運営局〉のミッションは、まさにこの点にあり、パルコとテナント企業との「WIN-WINの関係」を、店舗政策やテナント政策、アイテム政策としていかに具現化していくか、たとえばテナントは同じでも「PARCO」

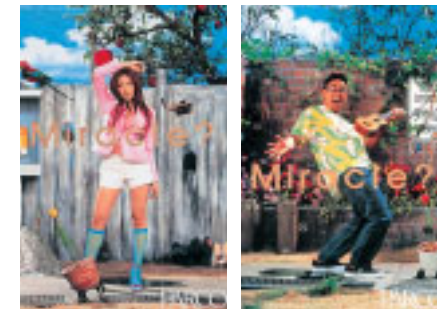
にしかない品揃え・売場演出を創造し、マーケットに新しいスタイルを提案し、パルコトータルとして情報発信できれば強いと考えます。このように、テナントにとってもお客様にとっても望ましい小売業のあり方を描き、追求していくことが、商業ディベロッパの先駆者であるパルコのめざすべき姿だと自負しています。



宣伝局

マーケットの共感を生む宣伝・プロモーションを。

それぞれの「PARCO」がそのマーケットで支持され、より多くの人に共感を呼び動員と話題性を獲得する宣伝・プロモーションを構築することが〈宣伝局〉のテーマです。その実現のために「ストア by ストア」のリ・マーケティングを通じてより効果的媒体・手法を選択し、個々のマーケットに新たなモチベーションを提案し続けており、こうした個々の緻密な宣伝活動の集積が、「PARCOブランド」を強くしています。2003年はパルコの企業キャンペーンとして元気なパルコ、楽しいパルコを演出する



2003年企業キャンペーン「Miracle?」ポスター



札幌PARCOキャンペーン「もっと視線を。」



2003年ギフトキャンペーン「おくりものになろう PARCO GIFT DAYS!」



PECカード

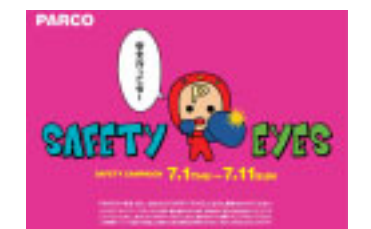
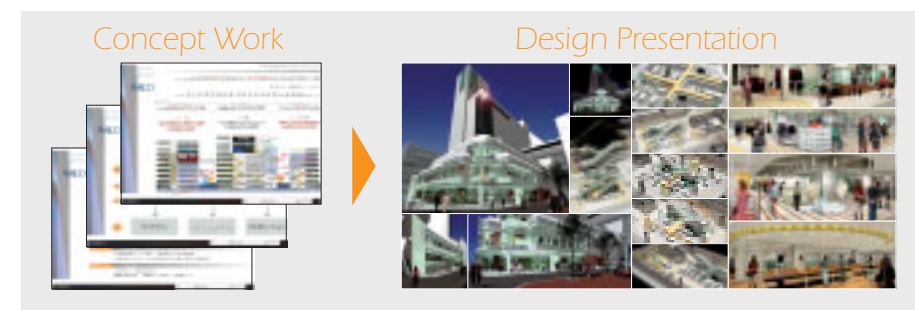
双方向コミュニケーションツールとしてのパルコのハウスカード「PECカード」を通して、顧客に向けての効果的な宣伝の精度を高めています。これら宣伝手法の立体的な組み立てによる企画展開が、新たな「PARCO」の宣伝アプローチです。

施設局

中長期的な視点から商業施設の価値向上を支援。

〈施設局〉は、「建築企画・施工管理」、「ビルメンテナンス」、「管財」にかかわる業務を担当しています。経営理念にある“訪れる人々を楽しませ、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”を実践すべく、店舗の中期改修計画を見据えながら、商業施設のハードからソフト（デザイン）、施設運営、地権者契約に至るまで、不

動産資産の一元管理業務を担っています。とくに近年、「環境」、「バリアフリー」、「安全」、「危機管理」、「ライフサイクルコスト」などが重要なキーワードとなるなかで、企業の社会的責任を果たすためのファシリティマネジメントに注力するとともに、施設の資産価値と機能性の向上を促す諸施策の立案・実行に取り組んでいます。



セイフティキャンペーンポスター

渋谷PARCO PART3のデザインワーク

主な店舗の活動

調布
PARCO



地域とともに、お客様とともに。郊外型PARCOのモデル店へ。

「調布PARCO」は“多ターゲット、多機能、多アイテム”をコンセプトに、ファッションから食品、家電、映画館、ホテルといった生活機能をすべて備える郊外型PARCOとして、調布近郊の方々の生活とともに歩んできました。15周年を迎えた2004年春には、“フレッシュ&ハートフル”をテーマに、エントランスを刷新し、ファッションゾーンをヤングミセターゲットに再編するとともに、通路、トイレなどを改善し、人に優しいアメニティ環境を創出しました。さらに、地域やお客様とタイアップしたイベント企画などを通じて「調布」のコミュニティ情報発信センターとしての機能強化も図っています。これからの街づくりの一翼を担う「調布PARCO」として、郊外型PARCOの理想像を追求していきます。



「マープ・クレアール」



「ブルーメユウ」



「ヒューマンウーマン」



「ラ・メゾン アンソレイユテーブル」

渋谷
PARCO



時代をリードする都市型ライフスタイルを提案・発信し続けたい。

執行役渋谷PARCO店長 阿部 正明

“都市型のライフシーンを演出する新しくかつ多面的な価値観を提案・発信し続けていく。”これが「渋谷PARCO」の原点であり、今も変わらぬテーマです。この考え方に基づき、2003年の30周年を節目とした大規模改装に着手。「新しい“ファッションスタイル”・“カルチャースタイル”・“ナイトライフスタイル”提案」を掲げ、2001年の「PART1」リニューアル、「ZERO GATE」オープンを皮切りに、2003年は「PART2」 「Quattro」、そして2004年には「PART3」大幅リニューアルへと展開を図っていく予定です。そのなかで迎えた2004年春の改装は、東京コレクションで注目を集めた「シアタープロダクツ」初の直営ショップなど話題性の高いテナントを「ZERO GATE」に導入し、複合型先鋭的ビルとしての情報発信力を強化したほか、「PART2」の大型インテリアショップ「フランフラン」の売り場構成・演出を見直し、都市生活者に対するライフスタイル提案を強化、さらには「Quattro」に大型スポーツ店「GALLERY・2」を導入し、都心におけるスポーツニーズに応えるアイテム提案を行うなど、新しい“スタイル”提案を積極的に行いました。このように、今後も街だけでなく時代に対して提案力のある店づくりを継続的に進め、新しい消費スタイルを構築していくことで、“常に新しい文化や消費スタイルが生まれる街——渋谷”の街づくりをリードしていきたいと考えています。



PART1 エントランス



「フランフラン」



「シアタープロダクツ」



「GALLERY・2」

名古屋
PARCO



マーケットで存在感を発揮する「NEW PARCO」を創り上げたい。

執行役名古屋PARCO店長 平野 秀一

ファッション、雑貨、インテリアなど350以上のショップと映画館、フィットネスクラブ、ホテルなどを有し、西・東・南の3館から構成されるパルコ最大規模を誇る「名古屋PARCO」は、競合店がひしめく激戦区のなかで、若年層を中心とするファッションにこだわりをもつ人々に受け入れられ、街の発展とともに成長してきました。2002年秋より段階的に進めている改装では、こうした「名古屋PARCO」のマーケットポジションが持つポテンシャルをさらに引き出すべく、名古屋初となるテナントの導入やライフスタイル提案型フロアの構築などを行っています。そして、2003年秋には、本館にあたる西館メインエントランスをリニューアルし開放的な外観イメージを演出したほか、3館の機能を“西館—スタンダード”、“南館—ADVANCE”、“東館—ストリートカルチャー”と再定義し、さらに各館を結ぶ連絡通路のあるフロアを関連するコンセプトで再編集するなど、全館にわたってマーケットに対するファッション提案をさらに強化しました。今後も、“自分らしいこだわりある生活を楽しみたい”というライフスタイルニーズに応え、“都会的なセンスのある場”としてのブランドイメージをより一層強化していく考えです。



ライフスタイルフロア「スタイル・デリ」



「スピック&スパン フレームワーク」



「バンソー」



「アディダス オリジナルス SIS」

津田沼
PARCO



郊外型ファッション専門店ビルとして、存在価値と競争力を強化。

津田沼駅前に位置する「津田沼PARCO」は、周辺商業地域の競争が激化するなか、ファッションを中心とした専門店ビルとして、また郊外型の駅前立地ビルとして、そのポジションを確立しています。2003年秋には、新規顧客の拡大をテーマにメンズフロアを全面リニューアル。「カップルでも楽しめるゾーン」として雑貨・小物を充実させました。また、2004年春には、10代半ばから40代前半それぞれの年代に向けてファッションゾーンを再編成し、全体の約50%に当たる65テナントをリニューアル。また、エントランスなど共用環境も改装し、洗練された環境を提案するなど、郊外型ファッション専門店ビルとしての差別化を図り、マーケットにおける存在価値と競争力の向上を追求しています。



「ソニープラザ」



「INDEX」



「アーノルド・バーマー」



「J・CREW」

パルコならではのノウハウを活かし、「NEW PARCO」の創造へ。

＜事業開発局＞は、マーケティング、プランニング、テナントリーシング機能など、都市型商業ディベロッパー・パルコの核となる開発スキーム・ノウハウを有する“ストアプランニングのプロフェッショナル集団”として、高度化・多様化する顧客ニーズに的確に対応し、より個性的で斬新な提案力をもった「新しいPARCO」の創造に取り組んでいます。

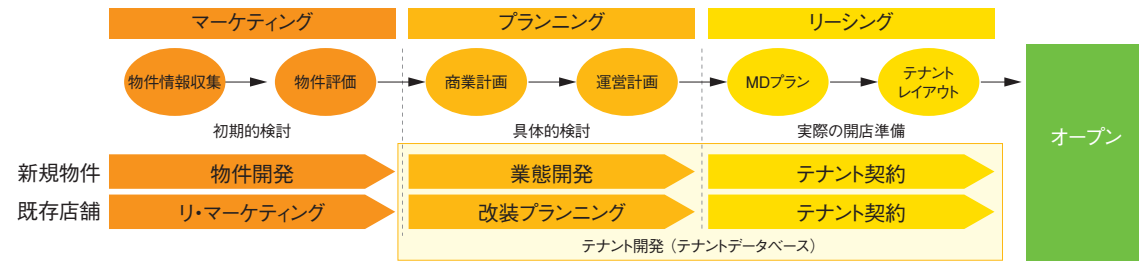
事業開発局

＜事業開発局＞では、新しい「PARCO」の開発や既存店舗の周辺開発、各局との情報共有、業務連携によるM&A物件の開発、さらには、商業施設づくりに伴う新規事業の創出を担っています。開発にあたっては、参入するマーケットの競争条件——どのようなコンセプトで差別化を図るかという検討から、顧客層の分析・絞り込みなどターゲット政策の立案、テナント誘致計画まで、あらゆるデータをもとに事業の可能性を探るフィジビリティス

タディを詳細に実施していきます。また、具体化にあたっては、リサーチに基づくプランニングを進めていくと同時に、既存・基幹取引先、および新進のテナント企業をデータベース化した「テナントデータベース」を用いて迅速な誘致交渉を開始。さらに、組織の横断的な連携により、施設の建築計画や宣伝計画の立案、CRMシステムの構築など、日々の運用面までを視野に入れたパルコならではの総合的かつきめ細かな事業計画を立案し、「街に最

もふさわしい商業施設”を、“競争力を発揮し続ける仕組み”とともに提案しています。また、「PARCO」各店のマーケティング、ストアプランニング案件の支援、クライアントからの個別案件受託、定点観測によるストリートマーケティングのパイオニアとして約62万ページビューを超える人気Webマガジン「Webアクロス」を運営するなど、新規事業創出を担うさまざまなプロジェクトを推進しています。

新規開発のフェーズと既存事業における取り組み



主なプロジェクト

西鹿児島駅ビル開発

2004年春に部分開業した九州新幹線の停車駅に隣接する約10,500㎡の敷地に、営業面積40,000㎡、B1～6F計7層のフロアを建設する西鹿児島駅ビル開発は、映画館、フィットネスクラブ、屋上観覧車などを有する九州地区最大級の大型商業施設です。パルコは、「アミュプラザ長崎」に続き、JR九州からコンサルテーションを受託、南九州の最大の街づくりに参画しています。



さいたま新都心開発

片倉工業（株）の開発事業「さいたま新都心開発」では、2004年9月に開業予定の敷地面積32,800㎡、うち商業棟約30,000㎡におけるリーシングと、開業までの諸業務も含めた運営指導・ノウハウ提供のコンサルティングを行っています。シネマコンプレックスやレストランを核としたライフスタイル提案型の低層モールとなります。



東京汐留ビルディング

東京都港区の汐留地区で、森トラストグループと住友不動産グループが進める当プロジェクトは、緑豊かな浜離宮庭園に隣接する立地に、オフィス、ホテル、商業施設を組み合わせた複合開発プロジェクトです。パルコは、商業区画面積約4,300㎡について、2005年3月のオープンに向けたプランニング、リーシング、環境デザイン提案を行っています。

仙台

新たな店舗展開として、東北の拠点都市である仙台については高い商業ポテンシャルがあることから、出店をめざして市中心部の再開発物件の検討を進めています。

パルコ・シンガポールの活動

商業施設のあるべき姿を追求し続けたい。

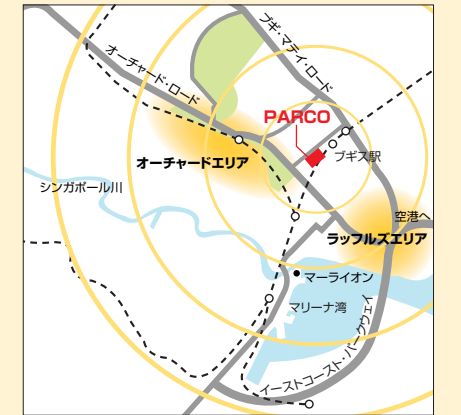
BCH Retail Investment Pte Ltd 日高 州一

シンガポールは、東京23区ほどの広さの国土に400万人の人口をもつ国です。政府主導の都市開発が進むなか、再開発地区であるブギスに「西友」と「インターコンチネンタルホテル」、「PARCO」による複合商業エリアが1995年にオープンしました。パルコは、その敷地内の低層モール型ショッピングセンター（以下SC）「パルコ・ブギス・ジャンクション」の開発・運営を担ってきました。オープンから9年、今では平日平均5万人以上を集客する一大商業エリアとして成長し、隣接する昔ながらのショッピングストリートへの導線を生み出しています。また、シンガポールの“ベストSC”にも選ば

れています。具体的には、シンガポールの気候特性——年中日差しが強く、気温・湿度が高く、雨がいつ降るか分からない——を考慮して、常に快適にショッピングが楽しめるよう、モール屋内全体にエアコンをきかせたり（通称：エアコンストリート）、現地で“ショッピングセンター”と呼ばれる昔ながらの面影を残す街並みをモールの外観として活かした地元の人々の親近感と呼ぶ施設づくりが、オリジナリティあふれるSCの存在感に繋がっています。また、メイン顧客層を地元の若年層にターゲットイングし、特色ある地元の個人デザイナーや個人企業に着目したテナントミックスと斬新な宣伝手法で、“個性的なファッション”をマーケットに提案し続け、POSシステムの導入やショッピングカードによる顧客サービス政策などを徹底して行いました。こうした、パルコが得意とするアプローチにより、シンガポール最大の商業施設エリアである



“オーチャードエリア”をはじめとする、既存エリアとの差別化を図ることに成功しています。シンガポールをはじめ東南アジアでは、商業施設は“場所貸し”を第一の目的とした不動産のアプローチで運営している場合が多く、パルコの運営ノウハウは、多くの消費者から、また多くの投資家（オーナー）から注目を集めています。今後は、ここでの取り組みを東南アジア展開におけるモデルケースとして、また国内における業態開発のベンチマークとして、商業施設の運営受託事業などに繋げていきたいと考えています。



パルコ・シンガポール PARCO (Singapore) Pte Ltd	営業内容 アジアにおける各事業会社への投資
セイヨウ・インベストメント Seiyo Investment (S) Pte Ltd	営業内容 パルコ・ブギス・ジャンクション開発・所有会社への投資
ストレイツ・パルコ・リテイル・マネジメント Straits Parco Retail Management Pte Ltd	営業内容 パルコ・ブギス・ジャンクションの運営受託およびショッピングセンター開発
	設立年月日 1992年5月21日



「Accessorize」



「iDimSum」



「m phosis」



「Une Nana Cool」

※パルコは、政府系の不動産会社や銀行との出資による合弁企業を通じて、投資家としてかわるとともに、OMA（オペレーション・マネジメント・アグリーメント）契約で運営を受託しています。

多彩かつ新たなエンタテインメントのプロデュースを。

「PARCO劇場」やライブスペース「CLUB QUATTRO」、単独ロードショー館「シネクイント」の運営に加え、これらの“場”を起点にした多彩なコンテンツのプロデュースとプロモーション活動を展開。今後は蓄積したノウハウを活かした新たな事業開発に取り組み、「PARCO」ブランドのイメージ向上と事業単独での収益性向上を追求していきます。

エンタテインメント事業局

劇場 演劇プロデュース集団としてのブランド力をさらに強化。

2003年は、「PARCO劇場」の創業30周年を記念して、1年間の演目を「30周年記念プログラム」として上演したほか、『プロデュース! ～パルコ劇場30周年記念の本』を発売。また、美輪明宏の「黒蜥蜴」、三谷幸喜の大ヒットミュージカル「オケビ!」や、寺山修司の「青ひげ公の城」の上演など3本の豪華公演が人気を博し、年間で、「PARCO劇場」で11万6千人、外部公演で12万1千人、地方公演で21万9千人、合計45万6千人の動員を果たしました。2004年も、美輪明宏の演出・主演作品や三上博史主演の話題作、外部公演においては宮本亜門演出作品や上川隆也主演作品などを展開。このほか、作品の演目ソフトをDVDとして販売するなど、劇場運営にとどまらない多彩なプロデュース活動を展開していきます。

映像 単館ロードショーを柱に、新たなビジネススキームの確立へ。

「シネクイント」はシネマコンプレックス隆盛の流れのなかで、単独ロードショー館として数々の魅力ある作品を提供してきたほか、「チケットリターンシステム[®]」など、他館との差別化を図るオリジナルサービスにより、マーケットにおける独自のポジションを確立。2003年は「キネマ旬報ベスト・テン」で邦画部門第4位、また主演の妻夫木聡が主演男優賞に輝いた「ジョゼと虎と魚たち」、店舗の水着フェアとも連動した「ブルークラッシュ」などのヒット作を提供し、2004年も青春映画「ドラムライン」がすでにヒットを記録しています。また、国内外映画作品への権利参加、配給、ビデオ化権、テレビ放映権の販売などを通して、映像ビジネスの確立にも積極的に取り組んでいきます。

※チケットの半券で、次回1,000円で入場

(左)「ドラムライン」
(右) 深田恭子主演
「下妻物語」



(左) 美輪明宏演出・主演「黒蜥蜴」
(中央) 三上博史主演「ヘドウィグ・アンド・アングリーインチ」
(右) 宮本亜門演出「キャンディード」

出版 独自の視点・ネットワークによる個性的な出版活動を。

パルコ出版では、美術書・芸術書から実用書まで、幅広く出版活動を展開。とくに女性をターゲットにしたピーズ本やネイル本など類書のない実用書、また人気漫画家・安野モヨコや楠本まきの著書など、個性的な話題作を送り出してきました。最近では、世相を反映した「心」や「生き方」について語りかける作品にも注力し、美輪明宏著「人生ノート」や第2弾『ああ正負の法則』、最新書き下ろしの第3弾『霊ナンテコワクナイヨー』のいずれも好調な売れ行きを記録しています。今後も、劇場、音楽、映画などの活動を通じて培った人的ネットワークを活用した出版企画や展覧会、催事との連動を通じて企画提案力を高めていきます。



(左から)
【文学賞メッタ斬り!】
美輪明宏著「霊ナンテコワクナイヨー」
【BAGEL&BAGEL オリジナル・レシピ集】
【御教訓カレンダー】

音楽 「CLUB QUATTRO」の運営を核に、多面展開を推進。

1988年にパルコの音楽情報発信基地として東京・渋谷でスタートした「CLUB QUATTRO」の2号店として1989年6月にオープンした名古屋「CLUB QUATTRO」が2004年で15周年を迎えるにあたり、QUATTROを巣立っていったアーティストや、これからQUATTROという舞台を通してブレイクするであろうアーティストを集積した9日間＝“Q DAYS”を展開します。このほか、「クアトロレーベル」のCD制作や若手アーティストのマネジメント、コンサートの企画制作やライセンスビジネスなどにも注力。専属バンド「モーサム・トーンベンダー」、「アナログフィッシュ」の活動など、ライブスペース「CLUB QUATTRO」の運営に加え、さまざまなブ



名古屋「CLUB QUATTRO」15周年ポスター



当社所属アーティスト「モーサム・トーンベンダー」



当社所属アーティスト「アナログフィッシュ」

ロデュースを行います。

多彩な“機能・ノウハウ”をベースに利益創出をサポート。

商業ディベロッパーとしての強みである「プロデュース力」を効率的かつ効果的に運用していくために、店舗や本部に分散して蓄積されてきた商業施設の運営、経営に関する各種の機能・ノウハウを集約し、利益創出部門と有機的に連携していく体制を構築しました。また、各部門がそれぞれに専門的なテーマに取り組み、各分野で獲得した最新情報やノウハウをスピーディーにフィードバックしていくことにより、変化に即した各種施策の立案・実行を実現しています。

財務統括局

戦略的な財務政策の展開と情報インフラ整備を担う。

〈財務統括局〉はパルコおよびパルコネットワークによる連結経営を財務面から支える多彩な活動を行っています。具体的には、既存事業、新規事業への積極的な投資を実施するほか、ネットワーク各社の戦略的位置づけをより明確化し、有利子負債の圧縮と収益力の強化による財務体質の改善、資産の有効活用を図っています。今後は、店舗ごとに適正な予算・経費配分ができる仕組みづくりやナレッジの共有化に注力するほか、減損会計の導入や四半期決算・業績開示への対応にも取り組んでいきます。また、パルコの基幹系および情報系システムの整備と活用支援を通じて、中期経営目標の達成に向けたシステム基盤づくりを進めています。

企画室

企業価値向上をめざし、収益力アップとガバナンス体制の構築を推進。

昨年、連結体制での経営構造改革の推進を目的に〈コーポレート室〉を新設しました。2004年は名称を〈企画室〉と改め、パルコネットワーク全体の企業価値の向上をめざし、収益事業の開発・育成に努めるとともに、連結ベースでのコーポレート・ガバナンス体制の強化を推進しています。各社の収益性、将来性を見据えた経営計画の策定、新たな成長戦略の実現に向けたM&A業務などに取り組むほか、経営計画に基づいた広報活動や投資家向けのIR活動、また社内意識の向上と情報の共有化をめざしたナレッジマネジメントも充実させていきます。ブランドマネジメントに関する企画立案についても、関連部門と連動しながら進めていきます。

委員会事務局

指名・監査・報酬3委員会の有効性・効率性向上を図る。

委員会等設置会社移行に際し、指名・監査・報酬の3委員会の運営および実効性を担保するため、執行部門から独立した合同組織として〈委員会事務局〉が設置されました。各委員会の年間計画の立案・推進に関する業務、議案の設定・立案、招集、議事録作成など、会議開催に関する業務、各委員会からの委嘱業務など、各委員会の運営全般に関する業務を担当しています。また、各委員（社外取締役中心）に対する会議資料の事前説明・配布により、議案に対する事前理解を深め、各委員会の実効化・効率化を図っています。

人材統括局

社員の意識改革とモチベーション向上を促す人材戦略を推進。

〈人材統括局〉では、全社員を対象とした目標管理制度や一部の社員に年俸制度を採用するなど、意識改革のための人事制度を立案・実施しています。また、業績向上に対する意欲や士気を高めるべく、全社員を対象としたストックオプション制度を導入したほか、新卒採用にこだわらず幅広く有用な人材を求める採用制度「U-29パルコトライアル」を策定。教育研修やネットワーク各社間での人材交流をさらに活発化し、次代の経営者を育成していく方針です。一方、総務関連業務では、ネットワーク各社を含め、リスクマネジメントやクライシスコミュニケーション、コンプライアンスに関する体制を構築するとともに、〈企画室〉と連動した株主政策にも取り組んでいます。



採用サイト「U-29パルコトライアル」

内部監査室

戦略的内部監査体制の整備と実行を担う。

当社の経営理念達成を目的とする〈内部監査室〉は、コーポレート・ガバナンスの確立と企業倫理風土の向上のために、各店、本部各部門、パルコネットワーク各社の戦略的内部監査を実施しています。業務監査においては、準拠性のみならず効率性、コンプライアンスを監査・モニタリングし、問題点・課題を抽出し具体的に提案することで、改善をサポートします。従来の準拠性監査に特化した業務監査とは異なり、「経営理念」実現という目的性を前面に出した戦略的社内コンサルティング機能をめざしています。また、その内容を代表執行役および委員会等設置会社移行に伴う監査委員会に連絡・報告するなど、内部統制機能の一翼も担っています。