

PARCO

アニュアルレポート2013



「原点進化」

～次代に向けた進化のために
「PARCOの強み」を活かす～

1969年の「池袋PARCO」オープン以来、ファッションのみならず、音楽やアート、演劇など先端のカルチャーを積極的に紹介し、消費文化に彩りを与えてきました。

PARCOを創造の場とし、新しい才能を持った多くの人々が集い、創造の輪を大きくし、それがまた次の文化の創造につながっています。

時代や経済環境、さらには消費行動の変化のなかで、文化の創造を絶えず発展させることが「PARCOの強み」だと考えています。



経営理念

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



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」と思ってもらえるような店創りをし、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、それを満たすための努力をおこなっています。

ステークホルダーの皆様へ

新しい風をパルコから



現在の個人消費の動向は、雇用や所得環境の先行きへの不安から慎重で堅実な消費意識が高まる一方で、質の良いもの、環境や社会貢献につながるものを求める傾向が顕在化し、メリハリをつけた消費志向が強まっています。このような状況のなか、当社グループは、パルコ既存店舗を商圏特性別に分類し、それぞれのターゲット客層に向けて、商品構成や運営手法を最適化する業態革新に取り組んできました。また、国内開発の新たな事業モデルであるゼロゲート事業および海外事業において、新店開業に向けた業務を進めるとともに、当社グループ企業が連動して関連事業および新規事業を推進してきました。このような取り組みの結果、2012年度の売上高は2,647億円(前年度比101.9%)、営業利益は108億円(前年度比118.1%)、当期純利益は50億円(前年度比117.7%)となり、過去最高益を達成することができました。

当社グループは、「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、創業以来、都市生活者に対してファッションを軸とした文化事業や新しいライフスタイルを提案することによって、刺激創造をおこなってきました。これが当社の原点であります。今後も時代や経済

環境、さらには消費行動の変化のなかで、この原点を進化させ、マーケットの予想を超える刺激創造によってムーブメントを起こし、「新しい風をパルコから」吹かせていきます。

2012年、当社グループはJ.フロントリテイリング株式会社(JFR)の公開買付の実施により、JFRグループの一員となりました。営業面や店舗開発の連動を強化することで、当社グループの企業価値の向上につながるものと確信しています。

今後も、経営理念の実現を目指し、企業価値向上とステークホルダーへの貢献に向けて努力を重ねてまいりますので、引き続きご理解とご支援の程、宜しくお願いいたします。

2013年 6月

株式会社パルコ
代表執行役社長

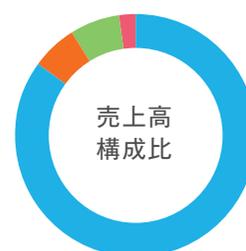
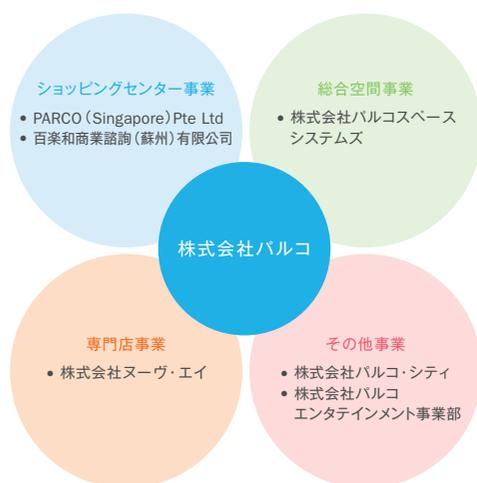
荻山 浩三

パルコグループ

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]、内装および電気工事やビル管理などをおこなう[総合空間事業]、エンタテインメント事業とWebを活用した情報サービス提供をおこなう[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。

パルコグループ主要各社



ショッピングセンター事業	85.1%
専門店事業	6.1%
総合空間事業	6.6%
その他の事業	2.2%

*セグメント間取引消去前の数値で計算しています。

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19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。また、新たな事業モデルである「ゼロゲート」を3店舗運営しています。



「池袋PARCO」



「名古屋PARCO」



「札幌PARCO」



「福岡PARCO」

株式会社パルコ

本部	東京都渋谷区神泉町8-16
設立	1953年2月13日
売上高	2,427億6百万円
営業利益	101億66百万円
資本金	343億67百万円
従業員数	626名

<http://www.parco.co.jp/group/>

PARCO (Singapore) Pte Ltd

本社	9 Raffles Boulevard #03-02 Millenia Walk, Singapore 039596
設立	1991年11月25日
営業利益	△2億75百万円
資本金	15,926千S\$ (シンガポールドル)

<http://www.parco.com.sg>

百楽和商業諮詢 (蘇州) 有限公司

本社	中華人民共和国蘇州市
設立	2012年1月5日
営業利益	8百万円
資本金	70百万円

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159店舗(2013年2月末)を展開しています。「PARCO」外への出店を推進し、オリジナル商品の拡充、新業態開発など新たな情報発信をおこない続けることにより、収益の拡大を目指しています。



「TICTAC 東京ソラマチ店」



渋谷PARCO「POKER FACE」



津田沼PARCO「ROSEMARY」



名古屋PARCO「COLLECTORS」

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するとともに、商空間における省エネ(環境負荷軽減)に配慮した照明設計についても積極的に提案していきます。



オールLED照明導入店舗
「once A month(福岡PARCO)」

株式会社パルコスペースシステムズ

本社	東京都渋谷区神泉町8-16
設立	1969年4月1日
売上高	185億81百万円
営業利益	4億10百万円
資本金	4億90百万円
従業員数	800名
事業所数	28事業所

<http://www.parco-space.co.jp>

株式会社ヌーヴ・エイ

本社	東京都渋谷区神泉町8-16
設立	2001年6月1日
売上高	171億74百万円
営業利益	5億30百万円
資本金	4億90百万円
従業員数	455名

<http://www.neuve-a.com>

事業所数 159店舗(うちPARCO 55店舗)

「PARCO」外出店比率 65.4%

TICTAC事業部	腕時計専門店	73店舗 (うちPARCO17店舗)
アイウェア事業部	眼鏡専門店	26店舗 (うちPARCO10店舗)
ローズマリー事業部	化粧品/化粧雑貨専門店	25店舗 (うちPARCO15店舗)
コレクターズ事業部	メンズ雑貨専門店/ レディース雑貨専門店	35店舗 (うちPARCO13店舗)

その他の事業

株式会社パルコのエンタテインメント事業は、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・シティは、商業施設/専門店に対し、Webを軸としたコンサルティングを提供しています。

顧客とのコミュニケーション促進支援では、特に、昨今ニーズの高まる



パルコプロデュース ミュージカル
「ウイズ～オズの魔法使い～」

「O2O(オンライン・トウ・オフライン)」を実現すべく、スマートフォンや店頭デジタルサイネージなどの活用を積極提案していきます。また、求人・採用支援では、ファッション業界に特化したモバイル求人サイト「Shopsnavi(ショップスナビ)」を運営しています。

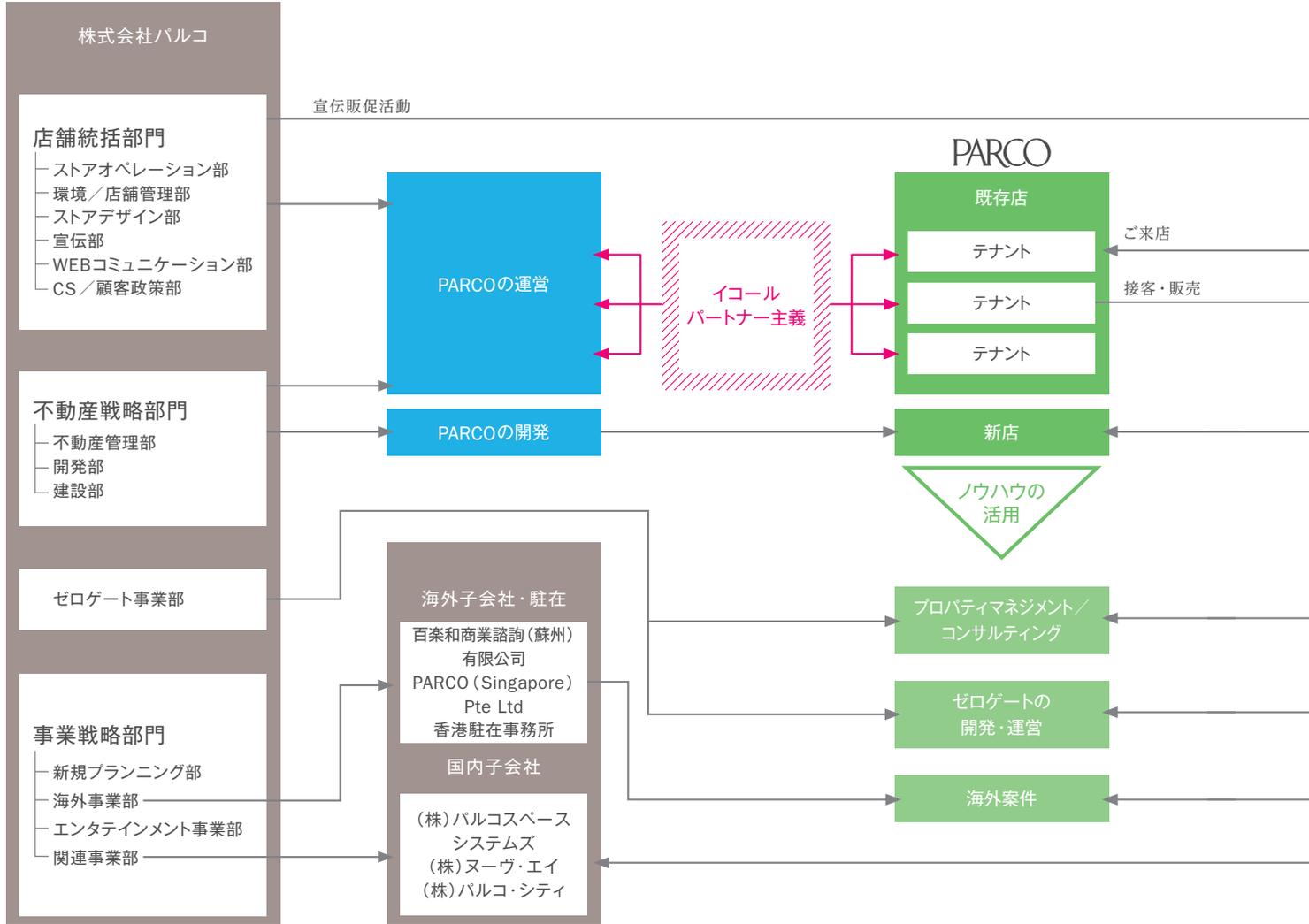
株式会社パルコ・シティ

本社	東京都渋谷区神泉町8-16
設立	2000年3月1日
売上高	7億81百万円
営業利益	△20百万円
資本金	10百万円
従業員数	52名

<http://www.parco-city.co.jp>

パルコのビジネスモデル

ショッピングセンター事業構図



ショッピングセンター事業の運営手法

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

当社の大きな特徴は、テナントとのイコールパートナー主義です。私たちはテナントを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して捉えています。そのテナントが出店する「PARCO」を支え活性化するために、各部門・各部署がその運営をサポートしています。

「店舗統括部門」は「ストアオペレーション部」「環境/店舗管理部」「ストアデザイン部」「宣伝部」「WEBコミュニケーション部」「CS/顧客政策部」の6部体制で、各店舗の運営に関する統括・支援を担っています。

「不動産戦略部門」は「不動産管理部」「開発部」「建設部」の3部体制で所有する不動産の戦略的活用に関する方針立案・実行およびパルコ事業、新業態SCに資する新規の不動産開発を推進しています。

「事業戦略部門」は「新規プランニング部」「海外事業部」「エンタテインメント事業部」「関連事業部」の4部体制で、新業態SC開発および関連事業の開発・育成を図っています。

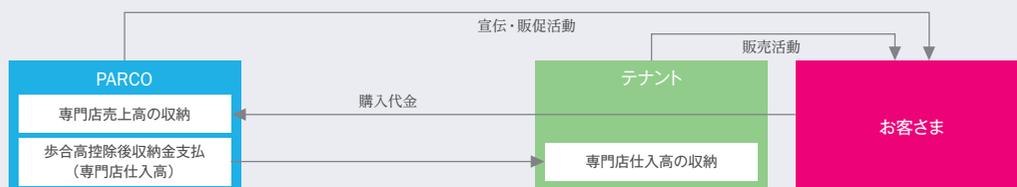


ショッピングセンター事業の収益構造

出店契約に基づいて、パルコは宣伝などの営業・販促活動を、テナントは販売活動を担当します。顧客の購入代金はテナントから売上高としてテナントからパルコに収納され、一定期間経過後歩合高などを控除し、テナントに支払われます。この仕組みは、在庫の保有リスク、売掛金の貸倒れリスクを持たないという利点があります。

歩合高は基準となる売上高を設定し、さらに一定額以上の売上部分については歩率が軽減される逓減制を適用する場合があります。

基準売上高の設定は売上不振時のリスクヘッジとなります。また、逓減制は営業努力によりテナントの売上高が拡大すると、テナントの歩率は低下しますが、パルコの収受する歩合高の絶対額は増加し、お互いがメリットを享受できることとなります。



PARCOの店舗展開

マーケットに合わせ、「都心型店舗」「コミュニティ型店舗」2つの業態で店舗運営
新たな事業モデルとして「ゼロゲート事業」を強化

「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明確かつ迅速に対応させるため、19店舗をその商圈特性に応じてグルーピングしています。店舗を「都心型店舗」「コミュニティ型店舗」に分類し、それぞれのターゲット客層に向けて、商品構成や運営手法を最適化し、強固な収益基盤を築いています。

「ゼロゲート事業」では、ショッピングセンター事業の新たな事業モデルとして、都心中低層商業施設の開発を強化し3店舗をオープンしています。



都心型店舗

情報に敏感で行動的な都市生活者へ継続的な話題提供をおこない、ファッション性・先進性の追求と「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
地下2階-地上8階
Open 1975(S50).8.24
sapporo.parco.jp



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
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
ゼロゲート:地下1階-地上4階
Open 2002(H14).4.27
2011(H23)4.16よりゼロゲート事業として業態転換いたしました。
shibuya.parco.jp



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
nagoya.parco.jp



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



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
P'PARCO(ピーダッシュパルコ):
地下2階-地上8階
Open 1994(H6).3.10
ikebukuro.parco.jp



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



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
hiroshima.parco.jp



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
fukuoka.parco.jp



コミュニティ型店舗

マーケット特性に応じて、ファッションだけでなく食品、雑貨、家電、スクール、スポーツといった多目的な商品やサービスを提供するなど、機能性・利便性を盛り込んだ提案をおこない、地域のお客さまのニーズに的確に対応します。地域密着型のイベントなども積極的におこない、地元に基づいた特色ある店舗運営をおこないます。

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
urawa.parco.jp



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



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



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



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



大津PARCO

滋賀県大津市打出浜14-30
地上1階-8階
Open 1996(H8).11.2
www.parco-otsu.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



熊本PARCO

熊本県熊本市中央区手取本町5-1
地下1階-地上9階
Open 1986(S61).5.2
www.parco-kumamoto.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-hibarigaoka.com



ゼロゲート事業

ファッションやカルチャーなど、さまざまなテーマで都市のライフスタイルをプロデュースしてきたパルコが、当事業でも「原点=ZERO」に立ち、街の「入口(顔)=GATE」として新たな価値観を提案していきます。

www.parco.co.jp/group/zerogate/

渋谷ゼロゲート

東京都渋谷区宇田川町15-1
地下1階-地上4階
Open 2011(H23).4.16



心斎橋ゼロゲート

大阪府大阪市中央区心斎橋筋1-9-1
地下2階-地上4階
Open 2013(H25).4.13



道頓堀ゼロゲート

大阪府大阪市中央区道頓堀1-8-22
地上1階-3階
Open 2013(H25).4.20



広島ゼロゲート

広島県広島市中区新天地2-10
地下1階-地上14階
(当社部分:地上1階-地上3階)
2013年(H25)秋オープン予定

海外事業

PARCO Marina Bay

9 Raffles Boulevard
#03-02 Millenia Walk,
Singapore 039596
地上1階-3階
Open 2010(H22).3.31
www.parco.com.sg/



その他店舗

Pedi (ペディ) 汐留

東京都港区東新橋1-9-1
地下2階-1階、地上2階
Open 2005(H17).2.16
www.pedi-s.com/





都市の ライフスタイル プロデューサーを 目指して

増収増益を達成し、営業利益は過去最高益に

Q

2012年度の総括をお願いします。

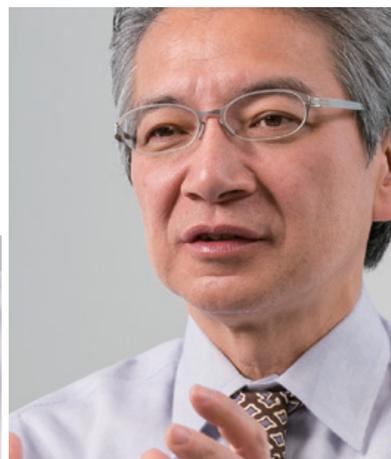
A

2012年度は、商圏特性に応じた積極的な店舗改装を、期初計画を上回る約53,000m²の規模(計画比115%、全体面積の約15%)で実施し、改装ゾーンの売上高は前年度比117.4%と大きく伸長しました。

また、PARCOカードの入会サービスの強化により新規発行増(前年比147.4%)によって顧客化が促進されたことで、PARCOカード新規発行会員利用額は前年比177.9%と売上を底支えし、当社グループは過去最高益(営業利益108億円)を達成することができました。

また、コーポレートキャンペーン「LOVE HUMAN.」^{*}活動として、若手クリエイター参加型イベント「シブカル祭。2012」の実施や、マイクロファンドを活用し、次世代ファッションデザイナーを応援する「ファイト ファッションファンド バイ パルコ」の取り組みを推進、経済産業省の2012年度クール・ジャパン戦略推進事業の受託事業として日本の次世代を担うファッションブランドにASEANでの事業成長機会を提供する「ハロー シブヤトーキョーウィズ シンガポール」をシンガポールで開催、海外若手デザイナーのボーダレスな活動を支援するファッションインキュベーションプロジェクト「パルコネクスト ネクスト」を実施するなど、新しい才能の発見と応援もおこなっています。

^{*} 「LOVE HUMAN.」の詳細な取り組みは、P18からの特集:LOVE HUMAN.をご覧ください。



2期連続での増収増益と、過去最高益の更新を計画

Q

2013年度の見通しは
いかがでしょうか。

A

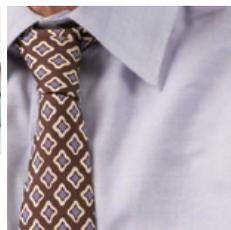
当社グループの事業環境は、デフレ解消への道筋は不透明であり、そのようななかで、消費税の引き上げも予定されています。また、消費志向や販売チャネルの多様化への対応に加え、都市中心部での駅ビル開発、都市近郊での複合的な大型商業施設の開発などの競合対応のため、競争力の強化がより必要となると思われます。

このような状況のもと、当社グループは、多様な消費経験を積み成熟した都市生活者の、生活をより豊かにするモノ・コト、人とのリアルなつながりや体験を求めるニーズに応えるべく、都市生活のアンカーとしての存在意義を高めるため、パルコの原点である、

- ①「インキュベーション」新しい芽を発掘し、ともに成長すること
- ②「インキュベーション」を通じて街づくりに貢献し、街の成熟化と活性化を推進すること
- ③「情報発信」当社グループの事業活動を通じた情報発信力で、街に新たな刺激創造ができ、人々が集うこと

以上の3点について、事業活動を通じて具体化し、進化させていきます。

具体的にはPARCO既存店の改装を今期も積極的に推進し、46,000m²の改装を計画しています。また、新規事業であるゼロゲート事業や海外事業など新たな取り組みも順調に進捗しています。こうした取り組みを通じて、2013年度も増収増益とし過去最高益の更新を目指していきます。



パルコの原点進化とは「刺激創造」を起こしていくこと

Q

パルコの原点を進化させていくとはどのようなことでしょうか？

A

私たちはこれまで、テナントさんをはじめとする取引先、クリエイターやアーティストの方々、そして諸先輩方の努力に支えられ、大きく成長を遂げました。パルコにはこうして培った人と人とのつながりという「強み」があります。この「強み」を活かし、新たな「刺激創造」を起こしていくことこそがパルコの原点進化であります。「刺激創造」を起こしていくことは、単なるキャンペーンやイベントといったマーケティングの常套手段にとらわれるのではなく、マーケットの予想を大きく超えた「ムーブメント」を起こしていくことです。パルコが演出する場であるからこそ、テナントさんから出店の申し入れがあり、時代をリードしていく敏感な人々が集まり、その人々がつながり、「学ぶ」人々の輪が大きくなり、それがまたさらなる「ムーブメント」を増幅していく。このような「刺激創造」を起こす行動力を、社会は私たちに求めているのだと思います。また、これを生み出す原動力は「パルコの企業価値＝社員」です。パルコ社員には、常に時代の変化を敏感に感じながら、柔軟な発想と行動力を持って、テナントさん、クリエイターやアーティストの方々と、イコールパートナーとしてお互いに育て、高め合う関係を築き上げてほしいと思います。これがパルコの企業価値の向上、成長につながっていくのです。

1973年、渋谷PARCOは、駅から500mも離れた坂道に誕生しました。当時はそんなところに人がくるの？と言われていましたが、ファッションから、広告、劇場、ライブハウス、アートスペース、映画館など「文化」を発信することで、渋谷の街を変えてきました。通りの名前も、「区役所通り」から「公園通り」（パルコはイタリア語で「公園」のこと）に。このようにパルコは、駐車場や雑居ビルが建ち並ぶだけののどかな街並みをファッションの街に変えてきたのです。

2013年、渋谷PARCOは40周年を迎えます[※]。渋谷PARCOから新たな「ムーブメント」を起こしていきたいと思っています。

※ 渋谷PARCO 40周年 特別サイト

<http://shibuya.parco.jp/web/40th/>

新たな事業からも「ムーブメント」を起こす

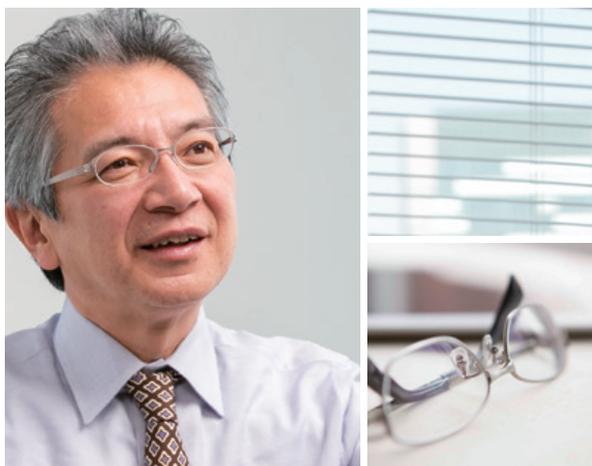
Q

新しい事業の進捗について
お聞かせください。

A

新たな事業モデル「ゼロゲート事業」は、都市部の一等立地を開拓していく都心型中低層商業施設の開発運営事業です。2013年4月に「心齋橋ゼロゲート」「道頓堀ゼロゲート」をオープンさせ、「渋谷ゼロゲート」を含め、3店舗での展開となりました。2013年秋には「広島ゼロゲート」も開業予定となっており、順調に拡大しています。新しい事業として計画以上に進行していますが、さらに加速度的に成長させるべくゼロゲート事業部を独立化させ、心齋橋、道頓堀、広島に次ぐ案件の具体化を早期に図るとともに、同事業の将来の分社化に向けた基盤整備をおこなっていきます。これまでの取り組みから、土地やビルなど有効活用したい不動産をお持ちの方々のニーズと都市で新しい試みをしたいテナントさんとの間のニーズを、多面的にパルコグループがバックアップするという新しい役割が明確に見えてきていますので、積極的に展開していきたいと考えています。

また、2013年3月に、福岡PARCOとその隣地の土地建物を取得しました。福岡PARCOのある福岡市・天神エリアは、東京都・大阪市・名古屋市に並ぶ商業マーケットを有しており、アジアからの玄関口として国外からの流入客の伸びも見込まれ、将来的にも一層の成長が期待できます。とりわけ、天神エリアは九州全域に発達した交通網の集結点として、九州内外から人と情報などが集積する国内屈指の商業中心地です。隣地には新たな商業施設として建て替えをおこない、「新館(仮称)」として福岡PARCOとの2館体制で運営していきます。福岡の街からも早期にオープンしてほしいとの声もあり、2014年秋の開業を目指し、ストアオペレーション部内に設置した「福岡新館プロジェクト」を軸に福岡PARCOと連動して準備を進めていく計画です。福岡の街でもパルコらしい新たな「ムーブメント」を起こしていきたいと思えます。



相互の顧客基盤を活かした協業機会の拡大

Q

J.フロント リテイリングとの資本・業務提携による取り組みについてお聞かせください。

A

2012年、当社の筆頭株主であるJ.フロント リテイリング株式会社（JFR）による当社株式の公開買付け（TOB）実施によって資本関係が強化され、資本・業務提携契約を締結しました。これによりパルコグループはJFRグループの一員となり、営業面や店舗開発での連動を強化することが可能となりました。当社グループの企業価値向上に大きくプラスになると考えています。JFRグループとは、両社グループ間の理解をより一層深めるための情報交換を続け、2013年には初の共同企画「春のウルトラサンクスフェスティバル」を実施するなど、具体的な協業がスタートしています。今後も両グループのノウハウの結集や顧客基盤などを活かした協業機会の拡大を図っていきます。

JFRグループとの取り組みテーマ

- ① 小売事業グループとしての事業基盤強化
 - 実務クラスの交流を実施
 - 相互理解の深耕と事業シナジーの創出へ向けたスピードアップ
- ② 両社ノウハウの活用を通じた商業施設としての競争力の強化
- ③ 相互の顧客基盤における協業機会の拡大
 - 株主に対する優待制度の相互提供
 - 共同プロモーションの実施と企画の大型化

大丸・松坂屋×パルコ初の共同企画「春のウルトラサンクスフェスティバル」

- ④ 関連事業における協業機会の拡大

都市のライフスタイルプロデューサーとして時代をリード

Q

最後に、パルコの将来の姿をどのように描いていますか？

A

当社の経営理念にあるように「訪れる人々を楽しませ、テナントを成功に導く」新たなステージを創造していきたいと考えています。そして、テナントさんやクリエイター、アーティストの方々と、ともに将来性を信じ、新たな提案をおこない、マーケットを創っていきたくと考えています。パルコは単なる小売業ではなく、都市のライフスタイルプロデューサーとして、時代をリードする開発、文化発信をおこなってきました。時代が変化していくなかで、今こそ、デザイン、文化や都市の楽しさを実現できるのはパルコであるということ、社会にもう一度アピールし、新しいパルコを発信し続け、街も刺激していきたいと思えます。新しい「ムーブメント」を起こすパルコにご期待ください。

コーポレートメッセージ「LOVE HUMAN.」を掲げ、 新しい才能の発見と応援をおこなっています。



パルコは1969年の池袋PARCO誕生以来、ファッションのみならず、音楽やアート、演劇などのカルチャーを積極的に紹介し、さまざまな新しい才能の発見やその応援をしてまいりました。また、都市のライフスタイルプロデューサーとして、その時代ごとに「コト」「モノ」「サービス」を融合させた、心豊かな生活を提案する店づくりをしてまいりました。いまの時代を見つめ直したときに、自信を持って未来を切り拓いていく才能のある人たちを応援していく企業としての想いを伝えていきます。

http://www.parco.co.jp/parco/love_human/

若手女性クリエイターに表現の場を提供

シブカル祭。 ～女子のミックスカルチャー祭～

2012年10月19日～29日 渋谷PARCO

2011年度にスタートし、開催した若手クリエイター約100組が参加するカルチャーイベント「シブカル祭。」。イタリア語で「公園」を意味する「パルコ＝人が集う場所」という原点に立ち戻り、女性を応援し続けてきた企業として、若手女子クリエイターたちに表現と作品の発表やクリエイター同士の交流のために渋谷PARCOという「場」を提供しました。

<http://www.shibukaru.com>



「シブカル祭。」オープニングイベント

海外若手デザイナーのボーダレスな活動を支援

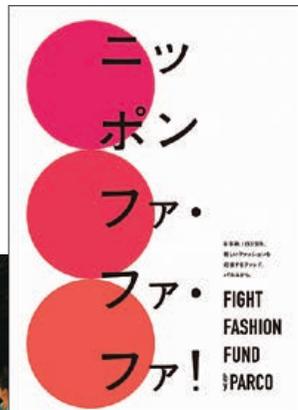
PARCO next NEXT (パルコ ネクスト ネクスト)

「PARCO next NEXT」は、シンガポールの若手デザイナーを育成するために2010年3月にスタートしたファッションインキューベーションプロジェクトです。PARCO (Singapore) Pte Ltd と Textile & Fashion Federation (Singapore) (シンガポールファッション協会)が、SPRING Singapore (起業家を支援する政府機関)のサポートを受け、合同運営し、これまで55ブランドのサポートをしています。シンガポールのPARCO Marina Bayにある販売スペースへの出店機会のほか、日本の店舗を活用し、ファッションプロダクツの紹介をおこなうなど、グローバルな取り組みを展開しています。

<http://www.parco.com.sg/parconextnext/>



シンガポール若手デザイナーによるファッションショーの様子



2012年8月には、出資先デザイナーと出資者の交流イベントを実施しました

日本初。一口3万円。
新しいファッションを応援するファンド、パルコから。

FIGHT FASHION FUND by PARCO

(ファイト ファッション ファンド バイ パルコ)

ファイト ファッション ファンド(FFF)は、日本を拠点に活躍する若手ファッションデザイナーのビジネスを「みんな」で応援する日本初のしくみです。次世代のジャパン・ファッションを担う才能と情熱を持ちながら、「次のステージ」に行くための「資金」「ファンやビジネスサポーター」「販売機会やPR機会」が十分ではないファッションデザイナーの事業成長を、1口3万円のマイクロファンド(少額出資)を通じて応援。直接的な「お金(ファイナンシャル・リターン)」だけでなく、出資者・出資先双方による「仲間づくり(コミュニティ・リターン)」、「事業成長(ビジネス・リターン)」の3つのリターンが得られることが特長です。

2011年からスタートし、選ばれた2組の出資先デザイナーは、2012年度東京コレクションへのデビューや自身のブランドショップの立ち上げを実現し、さらなる活躍の場を広げています。

<http://nippon-fafafa.jp>

ニッポンが世界に誇れる
“ジャパン・ファッション”をASEAN に。

PARCO クール・ジャパンプロジェクト HELLO, SHIBUYA TOKYO WITH SINGAPORE

(ハロー シブヤトーキョー ウィズシンガポール)

2013年2月22日～3月10日

日本の次世代を担うファッションブランドにASEAN での事業成長機会を提供するプロジェクトとして、経済産業省の2012年度クール・ジャパン戦略推進事業の委託事業として、国内外の幅広い協業先とともに、「ハロー シブヤトーキョー ウィズシンガポール」をシンガポールにて開催しました。本プロジェクトはパルコが持つノウハウを活用し「インキュベーション」「インバウンド視点での渋谷の街への貢献」「現地協業による市場創造」の3つをテーマに掲げ、日本の次世代デザイナー、クリエイターによる

- ファッション、雑貨、食などの編集売場(ポップアップショップ)
 - ファッションショー
 - 商談会
- を実施し、幅広い支持を得ることができました。

<http://www.helloshibuyatokyo.jp>

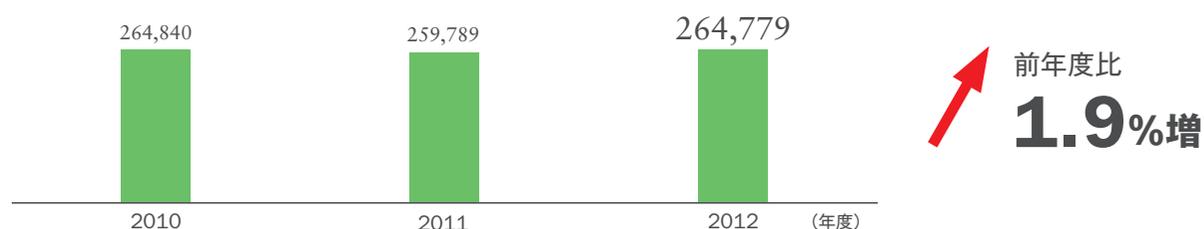


ポップアップショップには現地の多くのお客さまが訪れ、日本のクリエイションに触れていただくことができました

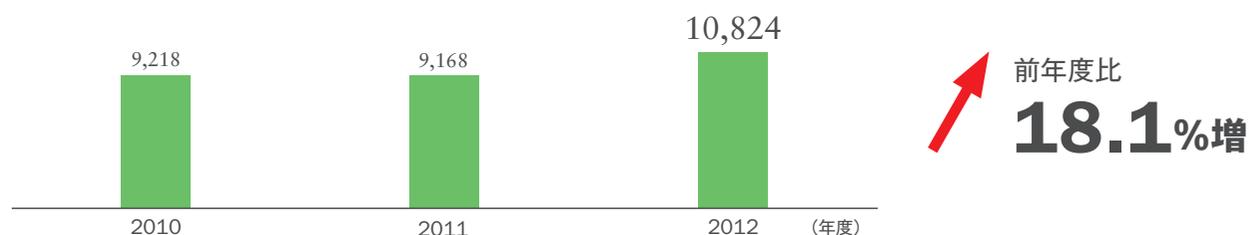
連結財務ハイライト

商圈特性に応じた改装と営業企画・販売促進企画展開による
既存店舗の業態革新により、**過去最高益を達成**

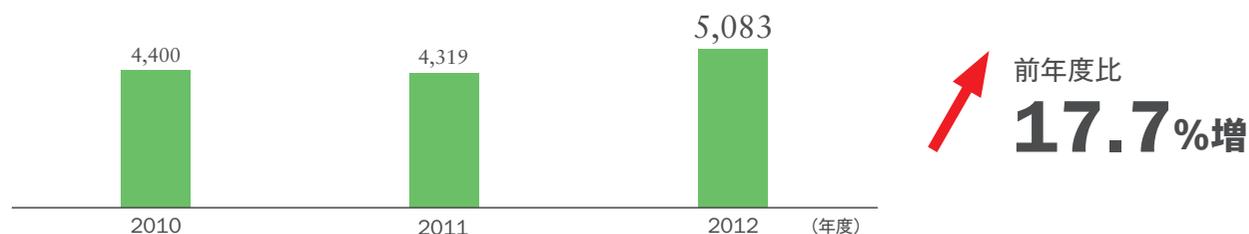
売上高 (百万円)



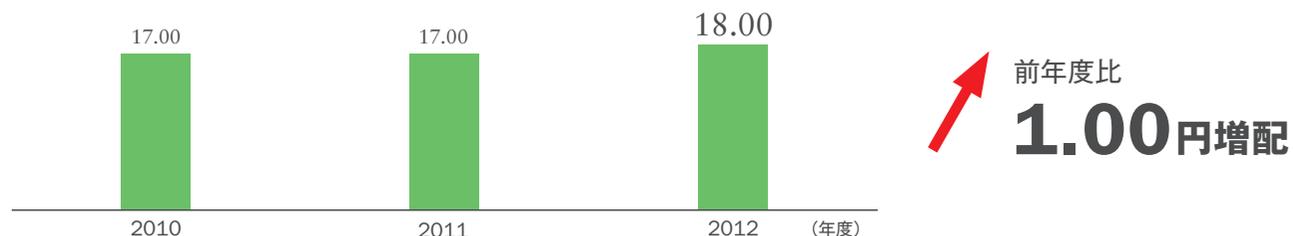
営業利益 (百万円)



当期純利益 (百万円)



1株あたり年間配当金 (円)



※長期的な数値データおよびその他の指標については、WebサイトおよびFACT BOOKをご覧ください。

[企業情報／投資家情報]

<http://www.parco.co.jp/group/corporate/>

[FACT BOOK 2013]

http://www.parco.co.jp/group/pdf/file130405_od986mwd.pdf

店舗別売上高

都心型店舗グループは改装推進などにより成長。コミュニティ型店舗グループも継続して安定推移

	(百万円)		
	2011年度	2012年度	前年度比
都心型店舗グループ	126,107	140,593	102.3%
札幌 ^{※1}	10,805	10,847	100.4%
仙台	12,153	13,362	109.9%
池袋	28,721	29,275	101.9%
渋谷	12,278	12,790	104.2%
静岡	10,591	10,317	97.4%
名古屋	34,569	34,899	101.0%
広島	16,987	17,164	101.0%
福岡	11,382	11,934	104.8%
コミュニティ型店舗グループ	94,386	96,118	101.8%
宇都宮	5,296	5,103	96.4%
浦和	14,738	16,175	109.8%
新所沢	8,077	8,409	104.1%
千葉	7,140	7,101	99.5%
津田沼	9,260	9,169	99.0%
ひばりが丘	7,826	7,817	99.9%
吉祥寺	8,155	7,940	97.4%
調布	16,599	16,904	101.8%
松本	7,733	7,639	98.8%
大津	4,465	4,596	102.9%
熊本	5,093	5,258	103.2%
既存店計^{※2}	220,493	236,711	102.1%
札幌新館(2011年3月閉店)	71		
心斎橋(2011年9月閉店)	762		
合計^{※3}	232,710	236,711	101.7%

※1 札幌PARCOの前年度比は、新館(2011年3月30日閉店)の値を除いたものです。
 ※2 既存店計は、札幌PARCO新館(2011年3月30日閉店)、心斎橋PARCO(2011年9月30日閉店)の値を除いたものです。
 ※3 合計の前年度比は、閉店した札幌PARCO新館、心斎橋PARCOの前年実績値を含んで計算しています。

店舗改装実績(単体)

テーマ性を持ったゾーン編集型の改装、有力ショップの複数店舗での展開や新規企業・業態の取り組み強化、顧客ニーズ対応・商品の多様化による客層拡大を推進

	2010年度	2011年度	2012年度
改装規模(区画)	429	639	522
改装規模(面積・m ²)	45,000	64,000	53,000
改装効果(売上高前年度ゾーン対比・%)	120.4	132.2	117.4
改装内新規出店数	181	255	232

改装規模/改装効果推移(m²/%)



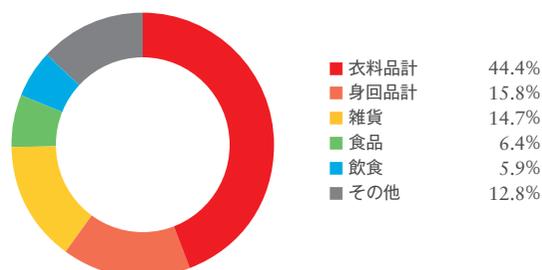
アイテム別売上高前年度比(単体)

店舗構造改革が消費の上質化との相乗効果を発揮。コト消費やこだわり消費を背景に、飲食、サービス(その他)が好調

	2010年度	2011年度	2012年度
衣料品計	99.8%	97.4%	101.4%
身用品計	102.3%	100.8%	103.4%
雑貨	101.7%	91.3%	93.5%
食品	100.1%	97.9%	102.9%
飲食	101.4%	92.5%	109.3%
その他	104.1%	110.0%	114.2%

前年度比は、「店舗総合売上高」によるものです。
 「店舗総合売上高」とは、店舗の総合的な販売力を表示するため、テナント売上高に、「PARCO劇場」などの売上高・固定賃料テナントの売上高を加えたものです。

アイテム別売上高構成比(単体)(%)



ショッピングセンター事業の取り組み

収益の基盤強化に向け、既存店舗を商圈特性別に「都心型店舗」「コミュニティ型店舗」の2つに分類し、それぞれのターゲット客層に向けて、商品構成や運営手法を最適化する業態革新に取り組みました。また、国内開発の新たな事業モデルであるゼロゲート事業においては、新店開業に向けた業務を進めるとともに、グループ企業が連動して関連事業および新規事業を推進しました。

都心型店舗

アート・カルチャー・ファッションを融合した情報発信型ショップの導入や新業態ショップ、セレクトショップの集積によるファッション性強化の改装を実施し、ファッションビルとしての先進性と情報発信力を高めました。

「渋谷PARCO」

新進クリエイターのインキュベーションとアート・カルチャー・ファッションを融合した情報発信をテーマに、自主編集ショップ「ミツカルストア by once A month」や当社が立ち上げたマイクロブランド「ファイト ファッション ファンド by PARCO」の対象デザイナーの第1号店「my panda」、期間限定ショップ「JUN OKAMOTO pop up shop」をオープンしたほか、PART1・6Fでは「シブポップ(シブヤポップカルチャーマーケット)」をテーマにソーシャルTV局やアニメ関連雑貨を編集し、ほかにはないモノ・コトを提供する話題性の高いフロアを創出しました。



PART1・1F「ミツカルストア
by once A month」



PART1・6F シブポップ
「ONE PIECE 麦わらストア」

「名古屋PARCO」

中京地区随一のファッションビルとして情報発信力を高め、先進性をマーケットに示すため、南館を中心にファッション強化の改装を実施しました。南館の1F(グランドフロア)と2F(西館との連絡階)に有力セレクトショップを誘致し、西館・東館と合わせた3館で、名古屋地区における最大規模のメンズ・レディース複合セレクトショップの集積を実現しました。また、西館6Fにメンズ・レディース・キッズの複合ショップを導入し、カップル・ファミリーで楽しめるフロアに再編するなど、3館連動による都市生活者に向けた上質ライフスタイル提案を強化しました。



南館・1F「ビームス」



西館・6F
「ギャレット マーケット」

コミュニティ型店舗

足元商圈のデイリー需要に対応するショップの導入と同時に、店舗立地に応じて旬のファッションブランドや専門性の高いショップを導入する改装を実施し、パルコならではの地域に密着した新たな消費提案ゾーンを構築しました。

「津田沼PARCO」

JR津田沼駅に直結し、A館・B館の2館からなる店舗特性を活かし、A館ではファッションを軸に、化粧品などの身の回り雑貨の再編集やスポーツ、ユニセックスファッションをテーマとする改装を実施し、B館では幅広い客層への対応をテーマに、パルコとして初の取り組みとなるファミリー向けカジュアルファッションの大型ショップを導入して新たなファミリーゾーンを提案しました。また、新たな試みとして献血センターを導入し、地域密着型のショッピングセンターとしての機能拡充を図りました。



A館・2F「ニコアンド...」



B館・6F
「ツタヌマ献血ルーム」

「松本PARCO」

周辺ロードサイドに専門店の進出が相次ぐマーケットにおいて、広域から集まる幅広い客層に向け、市内中心部でのショッピングを楽しんでいただくため、アイテムのバラエティを拡充しました。上高地や北アルプスへの拠点となる立地特性を活かして、他のコミュニティ型店舗で取り組み実績のある大型アウトドア専門店を新規導入し、売上高と集客力の強化を図ったほか、B1Fの生活雑貨、インテリア、旅行などの集積フロアを全面的に改装してイメージの向上を図りました。



6F「好日山荘」



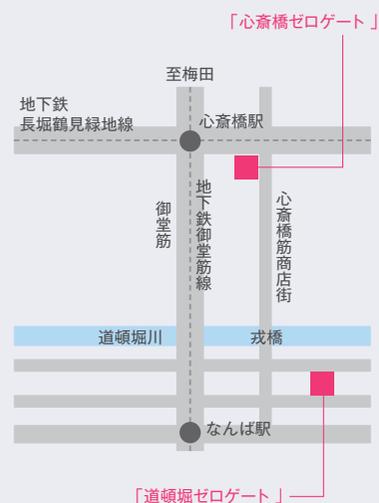
B1F「無印良品」

新たな事業モデル「ゼロゲート事業」が順調に進捗

都心型中低層商業施設の開発運営事業「ゼロゲート事業」では、2013年4月「心齋橋ゼロゲート」、「道頓堀ゼロゲート」がオープンしました。2013年秋には「広島ゼロゲート」のオープンも予定しており、順調に「ゼロゲート事業」は進捗しています。今後も都心部一等地において、立地の良さを活かした魅力ある商業施設の開発を推進していきます。

「心齋橋ゼロゲート」 H&M (エイチアンドエム)

外壁のLEDライトが直線的でシャープなビルのシルエットを際立たせ、時間の経過とともにその見え方が変化します。また、高い天井を活かした贅沢な売場空間が、訪れる人に新たなショッピング体験を提供します。



「道頓堀ゼロゲート」 Forever 21 (フォーエバー21)

道頓堀の通りに面した大型LEDビジョンが、旬のファッション情報を発信し、ビルの前面に使用した透過性の高いガラスは、躍動感のある空間を演出します。また、巨大なエントランスをくぐると、高さ10mの開放感ある吹き抜けがお客さまを迎えます。

「福岡PARCO」と「新館(仮称)」の2館体制へ

2010年3月にオープンした福岡PARCOは、これまで建物を賃借し営業してきましたが、2013年3月に福岡PARCOおよび隣接する土地建物を取得しました。隣地ビルは建替え、新たな商業施設「新館(仮称)」として運営していきます。



福岡パルコと新館(仮称)の外観イメージ



福岡PARCO外観

パルコブランドのプロデュース

広告キャンペーン

シーズンモチベーションに合わせて、広告キャンペーンを実施。

多様化、細分化する消費志向のなか、積極的にライフスタイルを楽しむ女性をテーマに広告表現を展開しました。



2012年度秋冬キャンペーンにはジャズピアニスト上原ひろみさんを起用。可愛らしさとファッションブルさを兼ね備えた上原さんの魅力を通じてファッションと読書や音楽などの芸術、季節の食材など秋を楽しむモチベーションを表現しました



2013年度夏のキャンペーンテーマは「映画のように夏したい。」オシャレも楽しい、気分もふわっと明るくなる。そんな「夏らしさ」を表現するため、話題の若手女優大野いとさんを起用し、女性の共感を得られる表現を追求しました



半期に一度のバーゲンセール グランバザール

夏のグランバザール

2012年7月5日(木)~7月22日(日)

冬のグランバザール

2013年1月2日(水)~1月20日(日)

半期に一度実施するセール「グランバザール」をナビゲートするキャラクター「パルコアラ」を用いて、セールの楽しみ方をご紹介します。夏は映画「ヘルタースケルター」とタイアップし、パルコでしか見ることのできない展覧会を同時開催してセールを華やかに盛り上げました。冬は映画「きいろいゾウ」とのタイアップでセールを明るく、ほのぼのと盛り上げました。



夏のグランバザール
映画「ヘルタースケルター」とタイアップ



冬のグランバザール映画「きいろいゾウ」とタイアップ

渋谷PARCO 40th ANNIVERSARY



渋谷PARCO40周年ポスター

1973年6月にオープンした渋谷PARCOは、2013年に40周年を迎えました。創業当時より培ってきた「インキュベーション」「街づくり」「情報発信」を時代のニーズに反映させます。2013年3月よりキャンペーンがスタートし、年間を通して、展覧会やファッションイベントを実施し、渋谷PARCOを盛り上げていきます。



2013年3月15日～4月1日
「シブパル展。」

40th ANNIVERSARYのキャンペーンスタートの目玉イベント。パルコと縁のあるクリエイター12名が、コラボレーションをテーマに作品を展示しました



2013年5月24日～28日
「THE PARTY SALE」

初日の夜にはナイトパーティーを実施。公募したお客さまとショップスタッフが最新ファッションに身を包み館内を巡回しました

PARCO Webサイトリニューアル

リアル店舗を基点にWebサイト上でも「接客」が可能なプラットフォームの提供を開始し、いつでもPARCOを身近に感じていただくための「24時間(オムニチャネル※1)PARCO」の実現へ向けた取組みを行っています。

お客様がWeb上でもPARCOの店舗と同様のショッピングをお楽しみいただけるように、PARCOのWebサイト上に「テナントショップブログ」を設け、店舗の情報をWebサイトでも同時に体感することが出来るように各店舗サイトをリニューアルし、PARCOのEC※2モールからテナントのECへ誘導を図っています。今後も、パルコグループのO2O(オンライン・トゥ・オフライン)施策を推進し、Webサイト上でのサービスの充実を図っていきます。

2013年度よりWebコミュニケーション部を新設し、テナントと顧客のコミュニケーションの効率化、最大化を図っています。

また株式会社パルコ・シティより「PARCO-CITY オンラインショッピングモール」の運営・管理業務を移管し、テナントサービスの充実を図っていきます。

※1 オフライン(店頭など)とオンライン(Webサイトなど)問わずあらゆる場所で顧客と接触を持つという考え

※2 電子商取引/eコマースの意



Webサイトの運営を軸に、パルコグループのO2O(オンライン・トゥ・オフライン)施策を推進



Web上でのサービス向上のため、各店舗Webサイトをリニューアル

パルコミュージアム企画展

渋谷PARCOパルコミュージアムではアート、ファッション、カルチャー、アニメーションなど幅広い企画を実施。各店巡回展を展開するなど幅広いお客様にお楽しみいただいています。

大宮エリー「想いを伝えるということ」展
2012年2月3日(金)～2月27日(月)

映画監督、映像ディレクター、演出家、脚本家、コピーライター、作家、ラジオパーソナリティー など多岐にわたり、ボードレス、肩書きレスに活動する大宮エリー。

常にその動向が注目される大宮エリーが、初の展覧会を開催。彼女のクリエイティビティに共感する多くの方が訪れました。



独特な世界観に多くの方が魅了されました

Chim ↑ Pom展
2012年9月22日(土)～10月14日(日)

気鋭の若手アーティスト集団 Chim ↑ Pom (チンポム) の展覧会を実施。

渋谷PARCO館内を使い、パルコならではの新作を展示。渋谷パルコ館内外を巻き込んだ驚きの展覧会となりました。



渋谷PARCO店頭のパルコロゴを取りはずし、作品の一部として展示しました

レゴ®ブロックで作った世界遺産展 Part3
2012年11月2日(金)～12月3日(日)

2003年に立ち上げ、今回で3回目の巡回展となった「PIECE OF PEACE～レゴ®ブロックで作った世界遺産展」を渋谷PARCOを皮切りに名古屋、福岡、札幌、仙台、浦和の各店舗で開催しました。

2013年夏には香港での開催を予定しています。



©PIECE OF PEACE
LEGO, the LEGO logo and Minifigure are trademarks of the LEGO Group.
(C)2013 The LEGO Group



会場には世界遺産の作品の他、アーティストによるコラボレーション作品も展示いたしました

片桐仁 感涙の大秘宝展～粘土と締切りと14年
2013年4月5日(金)～4月22日(月)

「毎月何かに粘土盛ったらいんじゃない?」ラーメンズの相方、小林賢太郎のひと言がきっかけではじまった雑誌連載、粘土道。片桐仁が日々迫りくる締切と戦い、たま～に負けながら月イチのペースで世に送り出しつづけた問題作を新旧含めほぼすべて、パルコミュージアムで一同に展示しました。



片桐仁さんが14年かけて制作した作品を一同に展示しました



ストリートファッション・マーケティング ACROSS (アクロス)

1977年開設。ACROSSでは、マイクロ視点で定量調査と定性調査の両方を同時におこなうユニークなマーケティングリサーチ手法をおこない、日々の小さなトレンドに敏感になるだけでなく、それらを線で結んだ時代の気分や人々の価値観の変化などを考察。蓄積されたマーケティングデータは、店舗事業にも活用しています。1980年8月より毎月実施している東京の若者とファッションを観察・分析する「定点観測」や、マーケティングレポートの発行などさまざまな情報を発信しています。



ACROSS TOPページ



「定点観測」で蓄積された情報を活かし店舗事業へ活用

ストリートファッション・マーケティングACROSS

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

パルコのエンタテインメント

エンタテインメント事業は、劇場、音楽、映像、出版といった事業を展開し、多面的な文化活動を通してパルコの企業価値を向上させ店舗への集客効果を高めるなど、付加価値かつ販売促進的側面を強く持っています。本事業を通じてお客さまに楽しい時間の過ごし方や新しい生活の楽しみ方などをご提案しています。

パルコのエンタテインメント情報サイト

<http://www.parco-enta.com/>

THEATER

劇場

<http://www.parco-play.com/>

「PARCO劇場」(渋谷PARCO PART1・9F)を中心に、全国の劇場で演劇、ダンスなどのプロデュース公演を展開しています。

PARCO劇場 40周年

1973年、渋谷PARCO PART1・9Fに西武劇場としてオープン、1985年に現在の名称になったPARCO劇場も開場40周年を迎えました。2013年2月より1年間「PARCO劇場40周年記念公演」として個性あふれる作品をお届けしています。40年間、才能あふれるクリエイターや魅力的な俳優陣と数々の名舞台を生み出してきたPARCO劇場が、また新たな一歩を踏み出しました。

PARCO劇場40周年特別サイト

<http://www.parco-play.com/web/40th/>



パルコ劇場40周年記念公演のオープニング作品として上演した「ホロウィッツとの対話」

公演日程 2013年7月8日(月)～28日(日)

「非常の人 何ぞ非常に」 ～奇譚 平賀源内と杉田玄白～

作・演出: マキノノゾミ
出演: 佐々木蔵之介
岡本健一 小柳友
奥田達士 篠井英介



公演日程 2013年10月5日(土)～11月3日(日)

「ロスト・イン・ヨンカーズ」

作: ニール・サイモン
上演台本・演出: 三谷幸喜
出演: 中谷美紀 松岡昌宏
小林隆 浅利陽介
入江甚儀 長野里美
草笛光子



公演日程 2013年11月24日(日)～12月29日(日)

大パルコ人2 バカロックオペラバカ 「高校中パニック!小激突!!」



作・演出: 宮藤官九郎
出演: 佐藤隆太 勝地涼 永山絢斗 川島海荷
三宅弘城 皆川猿時 少路勇介 よーかいくん
宮藤官九郎 坂井真紀 綾小路翔

音楽

<http://www.club-quattro.com/>

渋谷、名古屋(名古屋PARCO 東館・8F)、広島(広島PARCO 本館・10F)、梅田の4店舗のライブハウス「CLUB QUATTRO」において、国内外の新進気鋭のアーティストを招聘しています。

2012年 梅田CLUB QUATTROオープン

2012年4月13日に心斎橋から梅田に移転し、「梅田CLUB QUATTRO」としてオープンしました。

関西の音楽シーンをリードしてきた伝統を継承しつつ、最新のスペックとコンテンツで新たなカルチャーを発信しています。



1周年記念ライブとして柿落としを飾った EGO-WRAPPIN' が再登場

渋谷CLUB QUATTRO 25周年

1988年、CLUB QUATTROは渋谷に初めてオープン。渋谷PARCOのPART1、PART2、PART3に続く4館目のビル=QUATTRO(イタリア語で数字の「4」のこと)の最上階に位置するライブハウスとして「渋谷CLUB QUATTRO」が誕生し、2013年に25周年を迎えました。

25周年イベント「QUATTRO QUARTER」として、QUATTROが始まった時の「新しい街の空気を作りたい」という初心に立ち返るとともに、新たに街の音楽を刻んでいきます。これからもCLUB QUATTROは街の空気を吸って、街と音楽を鳴らし続けていきます。

渋谷CLUB QUATTRO 25周年ラインナップ



The Birthday



Ken Yokoyama



25周年ポスタービジュアル

映像

<http://www.cinequinto.com/>

ロードショー館「シネクイント」(渋谷PARCO PART3・8F)で国内外の作品を幅広く上映しています。また、映画制作・出資・買付をおこない、映画とPARCO各店を相乗的に盛り上げるイベントなどもおこなっています。

バルコ販売促進企画と協業した宣伝活動



映画「ヘルタースケルター」ポスタービジュアル



バルコミュージアムでの展覧会や、関連書籍の販売など多角的に展開しました

2012年度当社出資作品『ヘルタースケルター』では、半期に一度実施するPARCO全館セール企画「グランバザール」と宣伝活動を協業し、映画シーンの一部を夏のグランバザールCMと連動。

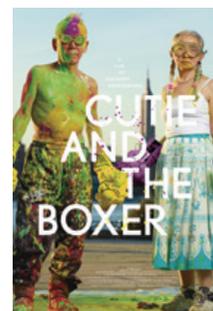
その他、書籍の出版や展覧会の実施なども連動させ、双方向でコンテンツを盛り上げました。

2013年12月全国ロードショー予定

『CUTIE AND THE BOXER(原題)』

2013年サンダンス映画祭US監督賞(ドキュメンタリー部門)受賞!

“ボクシング・ペインティング”で知られるNY在住の前衛現代芸術家・篠原有司男と、画家



映画「CUTIE AND THE BOXER(原題)」ポスタービジュアル

でもある彼の妻・篠原乃り子との、40年にわたる夫婦のドキュメンタリー。

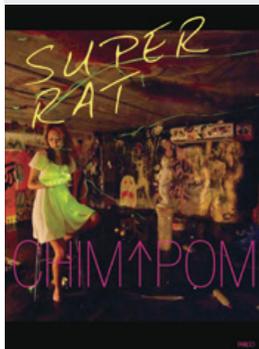
出版

<http://www.parco-publishing.jp/>

出版チームでは、芸術書から、実用書、文芸書まで多様な出版物を刊行しており、国内外の時代の最先端アーティスト、クリエイターの方々の書籍刊行や展覧会と連動した企画などパルコらしい幅広い展開をおこなっています。

SUPER RAT / Chim ↑ Pom

芸術実行犯Chim ↑ Pomの全貌!
2005年の結成からパルコミュージアムでの個展「Chim ↑ Pom」までの代表作をすべて網羅。さらに国内外の評論家やキュレーターによるさまざまな論考を併載し、話題沸騰のアーティスト集団に迫る。



作品集 「SUPER RAT」



2012年9月22日～10月14日
パルコミュージアム「Chim ↑ Pom」展

コップのフチ子ポストカードブック / タナカカツキ、奇譚クラブ

奇譚クラブより発売された大ヒットカプセル玩具「コップのフチ子」のポストカードブック。コップのふちに腰掛けるOLの姿がカワイイ!と反響を呼び、はまっちゃった大人が急増。フォトディレクションを原案のタナカカツキ氏が担当し、プロフェッショナルなカメラマンが撮影した遊び心溢れる写真15枚を収録。
撮影：池田晶紀(ゆかい)



「コップのフチ子ポストカードブック」

アンソロジー カレーライス!!

きょうは、カレーだ。カレーだらけの33篇。
著名人によるカレーにまつわるエッセイ集。
阿川佐和子、阿川弘之、安西水丸、池波正太郎、伊集院静、泉麻人、伊丹十三、五木寛之、井上ひさし、井上靖、色川武大、内田百閒、内館牧子、小津安二郎、尾辻克彦、神吉拓郎、北杜夫、久住昌之、獅子文六、東海林さだお、滝田ゆう、寺山修司、中島らも、林真理子、藤原新也、古山高麗雄、町田康、向田邦子、村松友視、山口瞳、吉本隆明、よしもとばなな、吉行淳之介(50音順)
写真：佐内正史



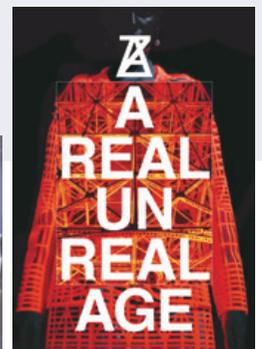
書籍 「アンソロジー カレーライス!!」

A REAL UN REAL AGE / ANREALAGE

日常(A REAL)、非日常(UN REAL)、時代(AGE)を一語につなげたファッションブランドANREALAGE(アンリアルエイジ)。凝縮された思考、結晶化する手作業、たゆみない前進。デビューから10年。視覚と思考を「写真の本」と「言葉の本」に分断し、ブランドの神髄を浮き彫りにします。



2012年12月7日～12月25日
パルコミュージアム「アンリアルエイジ」展



作品集 「A REAL UN REAL AGE」

CSRへの取り組み(企業の社会的責任)

パルコグループは、先見的・独創的な「パルコらしさ=PARCO WAY」をもって、社会と共有できる「新しい価値」を創出しています。

パルコグループは、CSR活動の定義を「事業を通じてステークホルダーの信頼と満足を得て、企業価値を高める取り組み」と考え、さまざまな活動を展開してきました。2010年には環境活動方針を定め、環境負荷の少ない商業空間の創造をはじめとした環境保全活動を推進しています。

2011年には「CSR基本方針」を策定し、「お客さま」「ご出店テナント」「従業員」「株主/投資家」「地域/社会」「地権者」「お取引先」という7つのステークホルダーと円滑な関係を構築しながら、経営の透明性確保などコーポレートガバナンス強化にも取り組み、CSR活動の質の向上につなげています。

パルコグループのCSRに関する詳細は、下記Webサイトをご覧ください。

<http://www.parco.co.jp/group/csr/>

次世代への取り組み

ヘルシーメニューフェア/ PARCO 館内80飲食店

2013年1月17日(木)~2月28日(木)

PARCO館内の対象レストランで栄養バランス、低カロリーを考慮したメニューをご用意し、対象メニューをご購入いただくと、注文ごとに20円(開発途上国での給食1食分)の寄付金が、TABLE FOR TWOを通じてルワンダ、ウガンダ、エチオピア、ケニア、タンザニアの子どもたちの学校給食となる「ヘルシーメニューフェア」を開催しました。告知協力に本プログラムを推進する店舗近隣の大学生が参加し、18,000食を届けることができました。



TABLE FOR TWO
大学連合が告知協力



栄養バランスやカロリーを考慮したメニュー
を提供しました

産学連携による実験店舗の実施

渋谷PARCO

2013年3月20日(水)~25日(月)

熊本PARCO

2013年3月20日(水)~24日(日)

吉祥寺PARCO

2013年3月20日(水)~26日(火)

定期的にPARCO近隣にある服飾系専門学校と連携し、学生たちが制作する商品の販売や、実験店舗の実施をおこなっています。

学生たち自らがデザインしたファッションアイテムを実際にマーケットで販売する体験を通して、ものづくりの流れや流通の役割などアパレル業界のさまざまな仕組みを理解するとともに、自分たちのクリエイションが市場でどのような評価を受けるのかを学ぶ機会を提供しています。



吉祥寺PARCO
女子美術大学「b・tan ぬぐい」期間限定店



写真上:渋谷PARCO
文化服装学院期間限定店「en」

写真下:熊本PARCO
ヒロ・デザイン専門学校期間限定店

新世代カルチャーウィーク「天神ラボ」 福岡PARCO

2012年11月9日(金)～11月18日(日)

渋谷PARCOの「シブカル祭。」(⇒P.18)のテーマである、若い才能を応援するイベントを福岡PARCOでも開催しました。

福岡で活躍している若手クリエイターたちのネットワークや一般公募をおこない、福岡PARCO全館をラボとして、九州・福岡で活動されているクリエイターやアーティストの方々のクリエイションの場として、イベントや、作品展示などをおこないました。

2013年度も福岡PARCOは「未来はOK!」をテーマに九州・福岡エリアで活躍する若い才能を応援する取り組みを積極的に実施しています。



館内ライブペインティングの様子

ジェーン・バーキン東日本大震災復興支援コンサート 「VIA JAPAN」開催

2013年3月25日(月)～28日(木)

2011年4月にいち早く、東日本大震災の復興支援のために来日し、以来2年間にわたり、日本のミュージシャンとともに世界27カ国74公演の日本支援コンサートを敢行した女優ジェーン・バーキンさんが再び来日。再来日コンサートを開催しました。

また、甚大な被害を受けた宮城県石巻市を訪れ現地を視察し、「石巻ニューゼ」「松華堂菓子店」でミニコンサートを開催、松島中学校吹奏楽部との演奏交流など、音楽を通してたくさんの人たちと触れ合いました。



ジェーン・バーキンさんと松島中学校の生徒さんたち

CSR基本活動

環境への取り組み

パルコグループでは、エネルギーの使用量の削減、リサイクル・リユースの推進、地域活動への積極参加など、パートナーであるテナントの皆様のご協力もいただきながら、環境への取り組みを積極的に展開しています。省エネルギーにつながるビル運用面の検証とその導入、ハード面では各種機器の更新などをおこない、より良い商業空間を保ちながらも、館全体の省エネルギー化をこれまで以上に推進していきます。



館内LED使用マーク

施設環境改善の推進

お客さまに快適にショッピングを楽しんでいただくために、レストスペースやパウダールームの改善、館内施設の分煙化などに取り組んでいます。また、地域自治体、消防隊員による防災訓練に積極的に参加し、災害時の迅速な対応に備えるほか、各店舗では定期的にCS委員会を実施し、個別の課題改善のための取り組みをおこなっています。



池袋PARCO・本館2F
パウダールーム



札幌PARCO・6F
キッズスペース

テナントスタッフサポート体制

パルコでは、売場に立つスタッフの皆様が、お客様を大切に想う気持ちを持ち、自分で考え行動できるスタッフになっていただけるよう各種研修サポートをご用意しています。入店前のオリエンテーション研修、防犯防災講習、お客様のニーズを汲み取るための「接客力向上」を目指したスタッフ育成研修などを実施しています。

お客様視点での「接客実態調査」や、チーム全体の接客力向上を目的とした「チームで輝く★接客ロールプレイングコンテスト」など、成長を確認できる機会を用意し、各店舗が積極的に取り組んでいます。



ロールプレイングコンテストの様子

社員のワークライフバランス支援制度

パルコでは社員のワークライフバランス施策の一環として、育児・介護と仕事の両立支援に取り組んでいます。

2007年と2012年には、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」として認定を受け、「くるみん」マークを取得しました。

なお、2015年3月までの間を第3期「一般事業主行動計画」期間とし、「スマートワークの推進」と男性社員も育児に参加しやすい環境基盤づくりへの対応として、「育児・介護と仕事の両立支援 諸制度の周知と運用」を制定しています。



くるみんマーク

コーポレートガバナンス

基本的な考え方

パルコは、企業価値向上のためには、株主の権利・利益の保護、株主以外のステークホルダーとの円滑な関係の構築、経営の透明性の確保および有効な経営監視体制の構築が不可欠であるとの認識から、コーポレートガバナンスの強化に取り組んでいます。また、経営における監督機能と執行機能の分離を明確化し、透明性の高いコーポレートガバナンス体制を構築するとともに、執行役へ大幅に権限を委譲し迅速な意思決定・執行体制を確立するため、委員会設置会社形態を採用しています。

取締役

取締役会は、経営の基本方針に関する意思決定、取締役および執行役の職務執行の監督をおこないます。取締役会は8名の取締役(うち社外取締役6名)で構成され、毎月1回定期開催するほか、必要に応じて機動的に臨時開催しています。2012年度における実施状況は、定期・臨時合わせて16回開催しました。

委員会

各委員会それぞれの権限に基づき経営監督および取締役会報告をおこないます。また、各委員会の活動を補佐するために委員会事務局を設置し、専従スタッフを配置しています。

■ 指名委員会

取締役の選解任に関する株主総会に提出する議案内容の決定、取締役会に対する代表執行役・執行役候補者の推薦、解任提案をする権限を有します。取締役5名で構成され、うち社外取締役は4名(すべて独立役員)で構成しています。2012年度は、9回開催しました。

■ 監査委員会

取締役・執行役の職務執行の監査、株主総会に提出する会計監査人の選解任・不再任に関する議案内容の決定をする権限を有します。社外取締役4名(すべて独立役員)で構成しています。2012年度は、13回開催しました。

■ 報酬委員会

委員会で定めた報酬方針に基づき取締役・執行役の個人別報酬内容を決定する権限を有します。取締役5名で構成され、うち社外取締役は4名(すべて独立役員)で構成しています。2012年度は、4回開催しました。

執行役・経営会議

執行役は取締役会の決定した基本方針に基づき具体的な業務執行をおこないます。

経営会議は、代表執行役社長が具体的な業務執行上の意思決定をするための審議機関であり、役付執行役とグループ監査室、人事部、総務／法務部、財務部、経理部・事務統括部の各担当執行役および議案上程部門・関連部門の執行役の出席のもと、毎週開催しています。

グループ監査室

内部監査部門として、専任の執行役のもとグループ監査室(9名)を設置し、監査計画に基づき当社およびグループ子会社の業務全般にわたる合法性、合理性およびリスク管理状況の監査を実施しています。さらに、グループ子会社の監査役と随時監査情報を交換し、効率的な監査を実施しています。

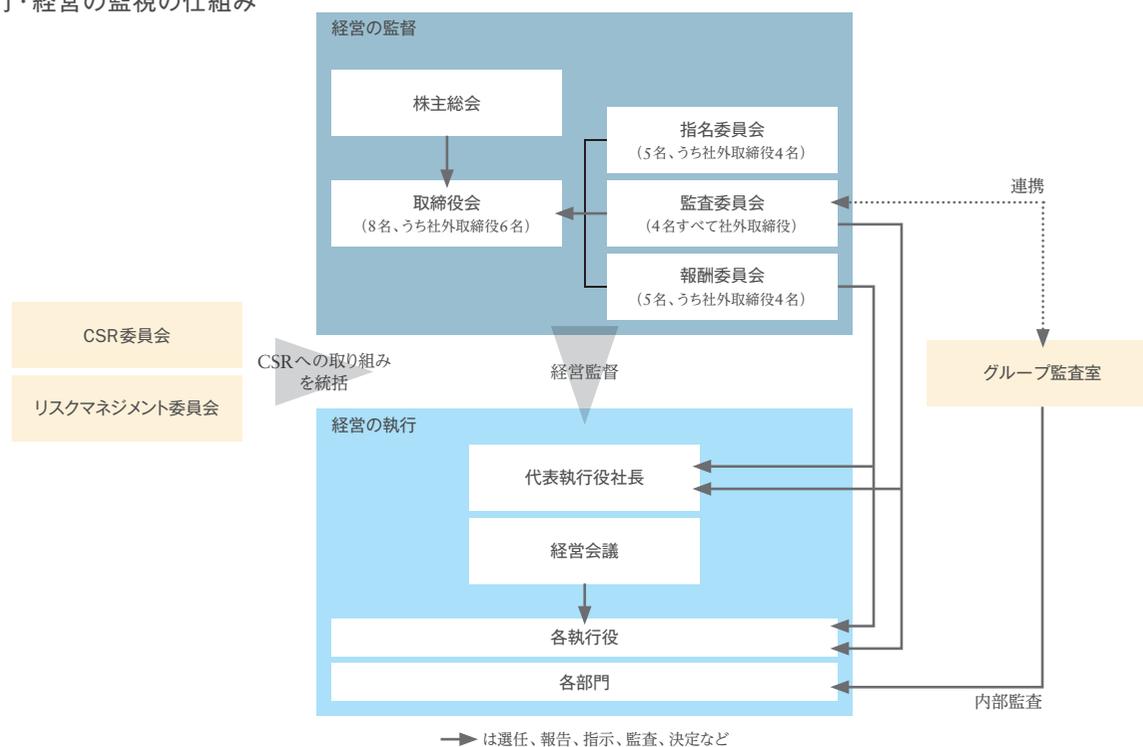
社外取締役の役割

多様な見識や経験を有する社外の視点を当社取締役会に取り入れることにより、経営の透明性と業務執行の監督の実効性をより一層向上させることを目的として、指名委員会、監査委員会、報酬委員会の議長または委員に就任しています。

CSR委員会

パルコは、パルコグループのCSR(企業の社会的責任)活動の推進に加え、内部統制の強化を図るため、常務執行役を委員長とするCSR委員会を設置しています。CSR委員会は、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、外部企業・団体との協働に向けた取り組みをおこないます。全執行役によるディスカッションの実施や、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ています。

業務執行・経営の監視の仕組み



内部統制

■ 基本的な考え方

パルコは、業務の有効性および効率性、財務報告の信頼性、事業活動にかかわる法令などの遵守ならびに資産の保全などにおいて、パルコおよびパルコグループの業務の適正を確保する体制を定め、企業価値の向上に努めています。

■ コンプライアンス体制

コンプライアンス体制整備の一環として、全社員が遵守し実践すべき「コンプライアンス基本理念」、「行動規範」を制定しているほか、「経営理念」や「10の行動指針」、コンプライアンス活動指針などを盛り込んだ「パルコ社員ハンドブック」を配布するなど、

社内啓蒙活動を進めています。また、コンプライアンスの達成および危機管理の観点から、通報者が通報したことによる不利益を被ることのない社内通報制度を設けています。

■ リスクマネジメント体制

パルコでは、諸リスクの横断的監視ならびに全社的対応と総指揮をおこなう組織として、専務執行役事業戦略部門管掌兼関連事業部担当を委員長としたリスクマネジメント委員会を設置しています。また、リスクマネジメントを含むCSR活動を統括し効率的に推進するため、広報部門を担当する常務執行役を委員長としたCSR委員会を設置し、リスクマネジメント委員会とは必要に応じて連携を図り、迅速かつ効率的な活動をおこなっています。

さらに詳しい情報は、Webサイトのコーポレートガバナンスページをご覧ください。

http://www.parco.co.jp/group/corporate/about_04_01.php

役員紹介 (2013年5月末日現在)

取締役



牧山 浩三
取締役兼代表執行役社長



平野 秀一
取締役兼専務執行役
(事業戦略部門管掌兼関連事業部担当)



塚田 博人
社外取締役



小林 泰行
社外取締役



有富 慶二
社外取締役



大河原 愛子
社外取締役



高橋 廣司
社外取締役



伊藤 友則
社外取締役

執行役

阿部 正明
(常務執行役 経営企画室、広報/IR室、
IT推進室、社長室担当)

泉水 隆
(常務執行役 店舗統括部門管掌兼ストア
オペレーション部、環境/店舗管理部、ストア
デザイン部担当)

海永 修司
(グループ監査室担当)

山崎 浩一
(エンタテインメント事業部担当)

平井 裕二
(不動産管理部、開発部、建設部、
ゼロゲート事業部担当)

浜田 和子
(人事部・総務/法務部担当)

佐藤 繁義
(海外事業部担当)

野口 秀樹
(財務部・経理部、事務統括部担当)

井上 肇
(宣伝部、WEBコミュニケーション部、
CS/顧客政策部担当)

山木 知行
(名古屋PARCO店長)

溝口 岳
(新規プランニング部担当)

Webサイトのご案内



店舗情報・エンタテインメント情報

<http://www.parco.co.jp/parco/>

最新のWeb機能を使用して、PARCO店舗の紹介、エンタテインメント情報などを魅力的に紹介しています。



会社情報

<http://www.parco.co.jp/group/>

パルコの企業情報／IR情報をはじめ、ニュースリリース、CSR活動、グループ会社の紹介をしています。

■ 企業情報

トップメッセージ	代表執行役社長牧山浩三のメッセージをご覧ください。
経営理念	「経営理念の解説」、経営理念の実現に向けた「10の行動指針／5つの活動」「コンプライアンス基本理念」をご紹介します。
会社概要	会社の基本情報、PARCO各店舗の情報をご覧ください。
沿革	創業からの発展の経緯をご覧ください。
事業紹介	パルコグループの各事業の事業内容をご紹介します。
組織図・役員	組織図、取締役、委員会メンバー、執行役をご覧ください。
コーポレートガバナンス	コーポレートガバナンスの基本的な考え方、取締役会および各委員会の役割などをご紹介します。

■ 投資家 (IR) 情報

決算情報	決算ハイライト	売上高、営業利益などの主要数値をグラフで閲覧いただけるとともに、PDF形式、エクセル形式でダウンロードすることができます。
	決算短信等	「決算短信」をはじめ、「決算説明資料」「決算参考資料」「FACT BOOK」をご覧ください。「FACT BOOK」では、連結・単体の主要指標やアイテム別売上高など詳細な情報を開示しています。
月次売上情報		店舗別の月次売上情報を前年比較で開示しています。
IR資料ライブラリー	有価証券報告書等	有価証券報告書等の開示書類をご覧ください。
	アニュアルレポート	最新のアニュアルレポートをPDF形式、E@BOOK形式でダウンロードすることができます。
	パルコレポート	株主の皆様へご報告しているパルコレポート(株主通信)をPDF形式、E@BOOK形式でダウンロードすることができます。
IRカレンダー／IRイベント		決算発表のスケジュールなどをご覧ください。
経営指標推移		12年分の主要な経営指標をご覧ください。
株主・株式情報	株主優待	株主優待の内容をご覧ください。
	株主メモ	株式事務手続きのご案内などをご覧ください。
	株主構成	大株主の状況などをご覧ください。
	株価情報	ブルームバーグを通じて、株価情報をご紹介します。
電子公告		公告事項をご覧ください。
IRメールニュース新規登録		決算情報、その他報道発表資料などの企業情報をメールにてお知らせしています。

企業情報

会社概要 (2013年2月末日現在)

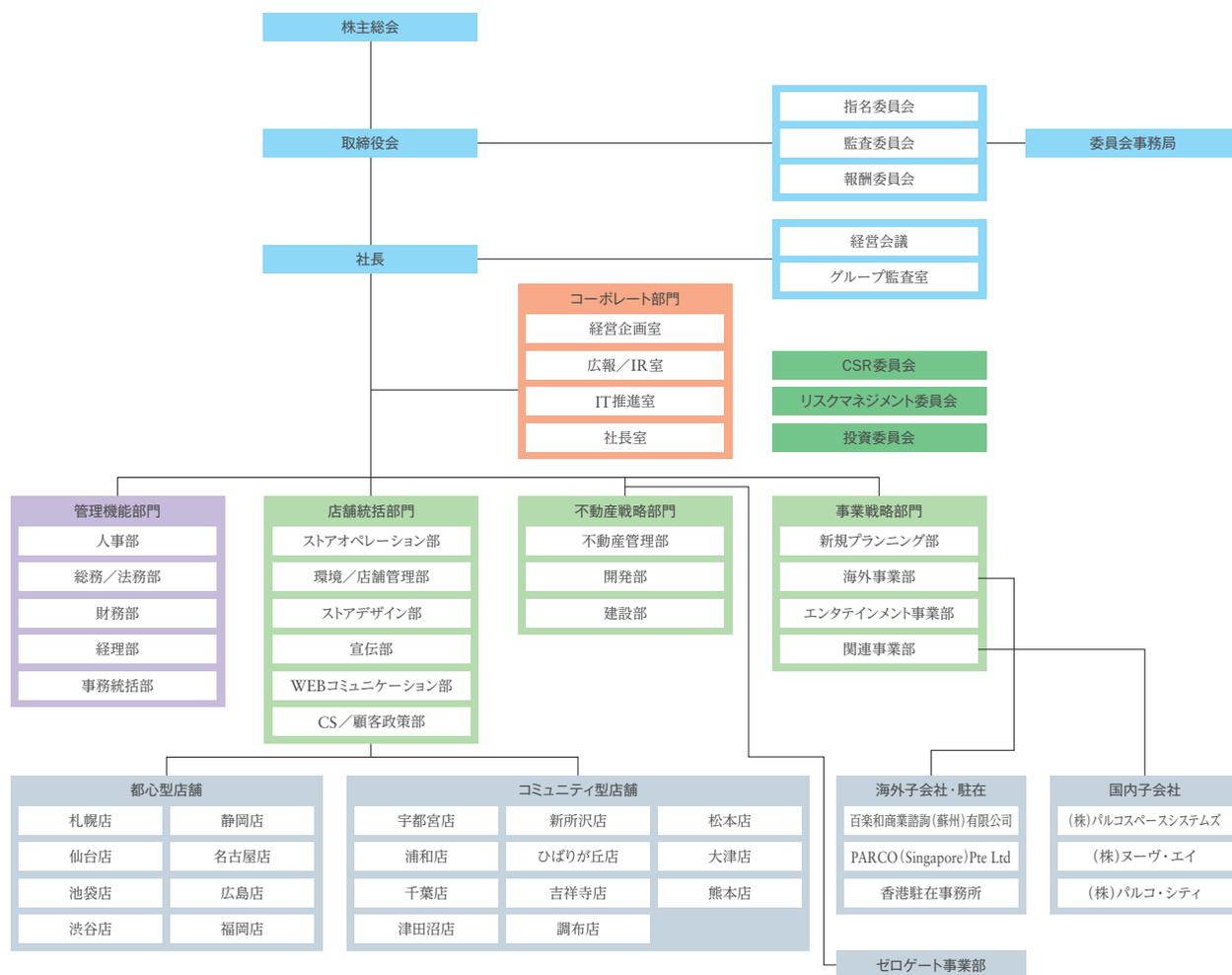
会社名	株式会社パルコ	連結従業員数	1,944名
本社所在地	東京都豊島区南池袋1-28-2	連結売上高	2,647億79百万円(2012年度)
本部所在地	東京都渋谷区神泉町8-16 渋谷ファーストプレイス	売場面積	442,600m ²
設立年月日	1953年2月13日	テナント数	2,275
資本金	343億67百万円		
従業員数	626名(男性356名 女性270名)		

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 ▶ 9月	株式会社西電工に資本参加
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	11月	PARCO (Singapore) Pte Ltd 設立
1957年 ▶ 5月	株式会社東京丸物に商号変更	1993年 ▶ 10月	「ひばりが丘PARCO」開店
12月	店名「東京丸物」で百貨店業を開始	1994年 ▶ 3月	「池袋P' PARCO (ピーダッシュパルコ)」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	4月	「広島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	1996年 ▶ 4月	「松本PARCO」増床開店
11月	「池袋PARCO」開店	11月	「大津PARCO」開店
1970年 ▶ 4月	株式会社パルコに商号変更	1997年 ▶ 3月	「宇都宮PARCO」開店
1973年 ▶ 6月	「渋谷PARCO」開店 「西武劇場(現・PARCO劇場)」を開設	1998年 ▶ 11月	「名古屋PARCO南館」開店
1975年 ▶ 8月	「札幌PARCO」開店	2000年 ▶ 3月	株式会社パルコ・シティ設立
1976年 ▶ 12月	「千葉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
1977年 ▶ 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	「渋谷ゼロゲート」開店
1983年 ▶ 6月	「新所沢PARCO」開店	2003年 ▶ 5月	「委員会等設置会社(現・委員会設置会社)」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	2006年 ▶ 3月	ハウスカード「PECカード」を「PARCOカード」に改称
1987年 ▶ 1月	東京証券取引所市場第二部に株式上場	2007年 ▶ 3月	劇場「ル テアトル銀座 by PARCO」の運営開始
1988年 ▶ 6月	渋谷「Quattro by PARCO(現・CLUB QUATTRO)」開店	3月	「静岡PARCO」開店
8月	東京証券取引所市場第一部銘柄に指定	10月	「浦和PARCO」開店
9月	株式会社パルコプロモーション設立	2008年 ▶ 8月	「仙台PARCO」開店
1989年 ▶ 4月	ハウスカード「PEC(ペック)カード」を発行開始	2010年 ▶ 3月	「福岡PARCO」開店 「PARCO Marina Bay(パルコ・マリーナ・ベイ)」開店
5月	「調布PARCO」開店	2011年 ▶ 4月	「渋谷ゼロゲート」業態転換
6月	「名古屋PARCO」開店	2013年 ▶ 4月	「心斎橋ゼロゲート」開店 「道頓堀ゼロゲート」開店

組織図

パルコの原点である、①「インキュベーション」新しい芽を発掘し、ともに成長すること、②「インキュベーション」を通じて街づくりに貢献し、街の成熟化と活性化を推進すること、③「情報発信」当社グループの事業活動を通じた情報発信力で、街に新たな刺激創造ができ、人が集うこと、これら3点について事業活動を通じて具体化していきます。



■ 事業戦略部門

「新規プランニング部」「海外事業部」「エンタテインメント事業部」「関連事業部」の4部体制で、新業態SC開発および関連事業の開発・育成を図ります。

■ 不動産戦略部門

「不動産管理部」「開発部」「建設部」の3部体制で、所有する不動産の戦略的活用に関する方針立案・実行およびパルコ事業、新業態SCに資する新規の不動産開発を推進します。

■ ゼロゲート事業部

ゼロゲート物件開発、MD開発および店舗運営の事業全般ならびに都市部における商業施設のプロパティマネジメントなどの周辺事業を推進します。また、独立事業体として、将来の分社化も目指していきます。

■ 店舗統括部門

「ストアオペレーション部」「環境/店舗管理部」「ストアデザイン部」「宣伝部」「WEBコミュニケーション部」「CS/顧客政策部」の6部体制で、パルコ店舗事業の都心型、コミュニティ型の2類型のさらなる進化と差異化を図るとともに、パルコグループの利益基盤の安定維持を目指します。

■ 管理機能部門

「人事部」「総務/法務部」「財務部」「経理部」「事務統括部」の5部体制で、グループ全体に対する支援機能を幅広く担っています。

■ コーポレート部門

「経営企画室」「広報/IR室」「IT推進室」「社長室」の4室体制で、事業戦略の立案、対外コミュニケーションの強化、全社的IT推進機能の強化などにより企業価値の最大化に向けた政策を推進します。

株式の状況 (2013年2月末日現在)

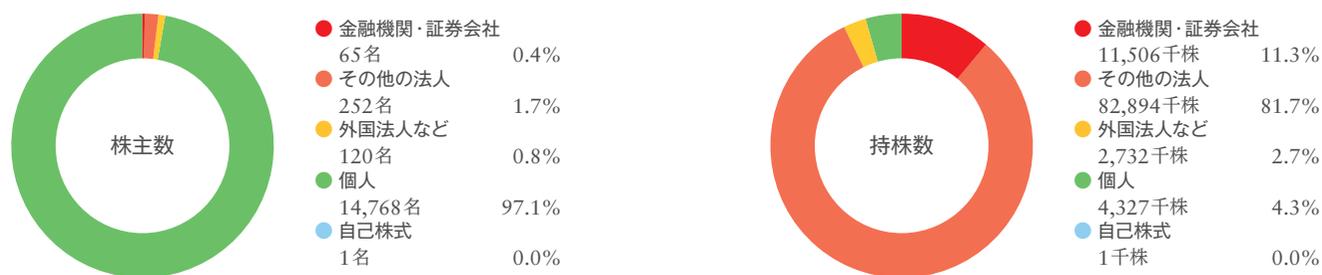
発行可能株式総数	320,000,000株
株主数	15,206名
発行済株式の総数	101,462,977株

大株主およびその持株数(上位10名)

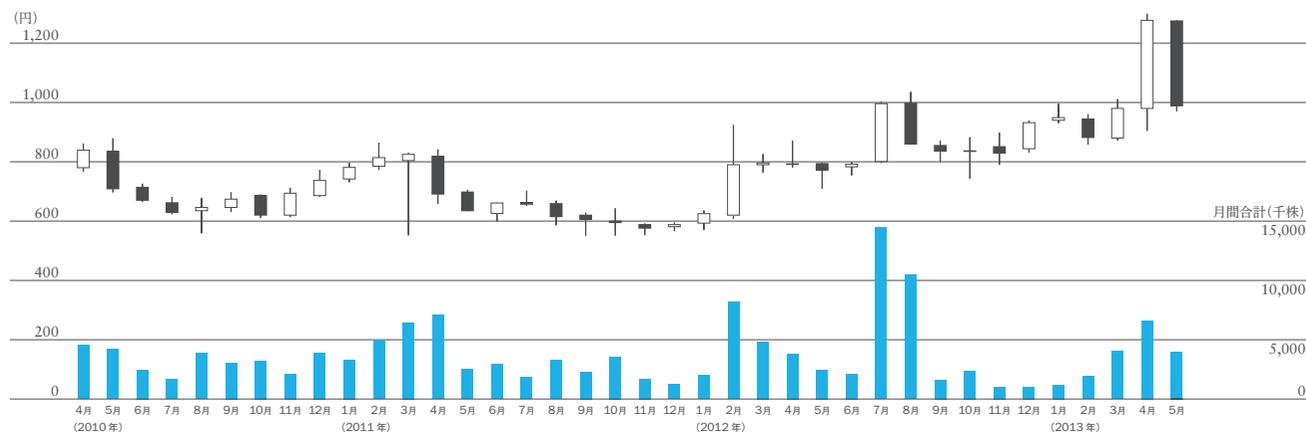
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
J. フロント リテイリング株式会社	65,922	64.97
イオン株式会社	8,272	8.15
株式会社クレディセゾン	7,760	7.65
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,732	2.69
株式会社日本政策投資銀行	1,952	1.92
三井住友信託銀行株式会社	1,381	1.36
株式会社三菱東京UFJ銀行	930	0.92
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) SUB A/C AMERICAN CLIENTS	815	0.80
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	637	0.63
株式会社サンエー・インターナショナル	480	0.47

※ 持株比率は自己株式(1,635株)を控除して計算しています。

所有者別分布状況



株価・出来高の推移





PARCO

株式会社パルコ
www.parco.co.jp