事業環境の認識

マーケットは大きな変化の時を迎えている

池袋PARCO開業の1969年からの人口動態を見てみると、2010年までは東京都をはじめ、政令指定都市を中心に人口が増加し、都市部と地方間での二極化が進んでいます。2010年からは高齢化の進行や総人口の減少がはじまり、2018年は一部政令指定都市でも人口減少がみられます。今後も高齢化や総人口の減少が続き、さらに全国各都市のインフラなどが整備された利便性のより高い中心部の人口流入・集中度が上昇していき、より都市部集中が進むと予想されています。

2018年の小売業界は、豪雨・台風・地震などの自然災害や猛暑の影響に加え、婦人服の売上が伸び悩むなど、消費者マインドは停滞感が続いています。業界別では、リニューアルを進めたショッピングセンターが前年実績を上回ったものの、百貨店は中国のEC法改正の影響などにより、インバウンド売上が明暗を分け、全体では前年実績を下回りました。一方でEC市場は、利便性の高さやライフスタイルの変化、

スマートフォンを介した個人間取引の活発化など、引き続き拡大しています。また、EC業態がリアル店舗へ出店、サービス展開するなど、リアルとネットの境界線はなくなりつつあります。

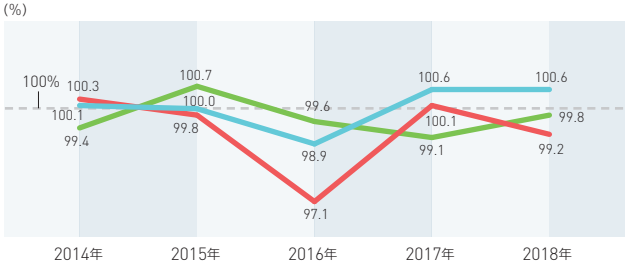
消費動向の変化については、モノやサービスを他の人と共有する「シェアリングエコノミー」やSNS活用による「共感消費」、女性の社会進出拡大に伴うライフスタイルの変化による「モノからコトへ」「価値観の多様化」など大きく変化しています。また訪日外国人が年々増加する中で、外国人のお客さまも「モノからコトへ」の消費変化がみられ、日本ならではの体験型サービスが拡大しています。また、さまざまな分野におけるテクノロジーの進化により、新しい消費体験の提供や店舗管理など、マーケットは大きな変化の時を迎えていると考えています。

東京都と政令指定都市の人口動態

	1970年	2010年	1970年比	2018年	2010年比
総人口	103,720,060	128,057,352	23.5	126,417,000	-1.3
東京都23区	11,408,071	13,159,388	15.4	13,857,664	5.3
神奈川県横浜市	2,238,264	3,688,773	64.8	3,740,172	1.4
大阪府大阪市	2,980,487	2,665,314	-10.6	2,725,006	2.2
愛知県名古屋市	2,036,053	2,263,894	11.2	2,320,361	2.5
北海道札幌市	1,010,123	1,913,545	89.4	1,966,416	2.8
福岡県福岡市	853,270	1,463,743	71.5	1,579,450	7.9
兵庫県神戸市	1,288,937	1,544,200	19.8	1,527,407	-1.1
神奈川県川崎市	973,486	1,425,512	46.4	1,516,483	6.4
京都府京都市	1,419,165	1,474,015	3.9	1,468,980	-0.3
埼玉県さいたま市	600,976	1,222,434	103.4	1,295,607	6.0
広島県広島市	541,998	1,173,843	116.6	1,199,252	2.2
宮城県仙台市	545,065	1,045,986	91.9	1,088,669	4.1
千葉県千葉市	482,133	961,749	99.5	977,247	1.6
福岡県北九州市	1,042,321	976,846	-6.3	945,595	-3.2
大阪府堺市	594,367	841,966	41.7	831,017	-1.3
新潟県新潟市	383,919	811,901	111.5	800,582	-1.4
静岡県浜松市	432,221	800,866	85.3	794,025	-0.9
熊本県熊本市	440,020	734,474	66.9	739,556	0.7
神奈川県相模原市	278,326	717,544	157.8	723,012	0.8
岡山県岡山市	375,106	709,584	89.2	721,329	1.7
静岡県静岡市	651,344	716,197	10.0	695,416	-2.9

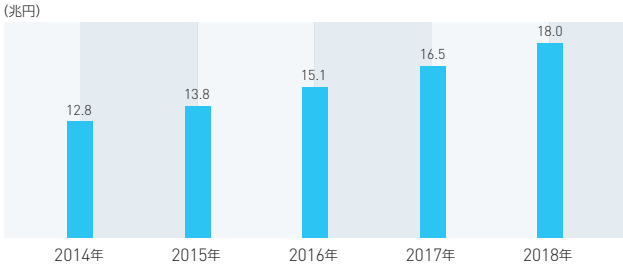
厚生労働省 人口動態調査より引用

小売業態別売上高前年度比推移（既存店）



一般社団法人 日本ショッピングセンター協会、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会より引用

EC市場規模の推移



経済産業省 電子商取引に関する市場調査より引用

業績評価と見通し

事業ポートフォリオ変革をスピードをもって推進

私たちは、これまで政令指定都市を中心とした都市部への出店を進めるとともに、周辺ビジネスの深耕を図り成長してきました。マーケットが大きく変化しリスクと機会が混在する中で、2014年度には、パルコグループ長期ビジョンと3つの事業戦略を掲げ、2014年度から2016年度までは「成長戦略の具体的実行」、2017年度からは「事業ポートフォリオ変革」をテーマに中期経営計画を策定し事業を展開しています。

中期経営計画の2年目となる2018年度は、前年度の専門店事業における不採算店舗の閉鎖や宇都宮PARCO・熊本PARCOの営業終了を決定したことなどにより減収減益となりました。一方で、将来の成長に向けたさまざまな施策を実行しました。消費の多様性に対応した新たな付加価値の創造をテーマに、高感度な世代に向けた心豊かなライフスタイルの提案やリアル店舗での新たな集客機能強化を目的にビルの構造改革を推進しました。またリアルでしか体験できない来店モチベーション創出となる動員施策や地域と連携したイベント・企画を強化し、PARCO各店舗への来店客数・取扱高増加に貢献しました。EC市場に対しては、パルコ公式アプリ「POCKET PARCO」を大幅にリニューアルするとともに、公式通販サイト「カエルパルコ」を「PARCO ONLINE STORE」にリニューアルし、実店舗とは異なった魅力を提案する取り組みをおこないました。インバウンド需要に対しては、中国最大級のSNSに公式アカウントを新規開設し、中華圏で絶大な人気を誇る日本人アーティストとタイアップしたキャンペーンを開催するなど、中国国内でのパルコの認知度アップを図りました。

2019年度の市場環境は、アパレル企業のEC加速によるリアル店舗の役割の変化、コト消費・シェアリングエコノミーなど消費志向の変化、さまざまな分野におけるテクノロジーの急速な進化、都市部を中心とした商業施設競合の激化などがあげられます。また、消費税の増税が予定されており、消費マインドをさらに下押しすることが予想されるほか、キャッシュレス決済が急速に拡大することが予想されます。こうした外部環境に対応すべく、2019年度は「事業ポートフォリオ変革」をスピードをもって推進し、2019年3月の錦糸町PARCOに始まり、業態が異なる4つの物件の開業などの貢献を見込み、増収増益を計画します。また、秋以降にポイントサービス「PARCO POINT」やQRコード決済サービス「PARCO PAY」導入による決済機能の多様化を図るなど、顧客起点のビジネスモデルの変革に向け、デジタル環境への対応とCRM戦略の強化を推進します。

2019年11月には、私たちの原点でもある渋谷PARCOが開業します。渋谷PARCOは、デジタルを駆使したさまざまな実験的要素も取り入れて、全く新しいショッピングセンターとして生まれ変わります。世界的都市「渋谷」での次世代型商業空間の創造により、パルコのストアブランドはさらに進化します。そして渋谷PARCOから生まれてくる新たなエッセンスを全国のPARCOやグループ事業に波及させることで、中期経営計画の達成、ひいては長期ビジョンの実現が可能になると確信しています。

成長戦略の具体的な取り組みについては、P27からの「パルコグループの成長戦略」をご参照ください。

リスク
- 少子高齢化
- 競争環境の激化
- EC市場の拡大
- シェアリングエコノミーの拡大
- 消費税増税

機会
- 都市部の人口増
- 女性の社会進出拡大
- テクノロジーの進化
- 価値観の多様化
- モノからコトへ
- インバウンド需要の変化

錦糸町PARCO内覧会 囲み取材の様子

株主還元

PARCO50周年記念配当を実施し26円を予定

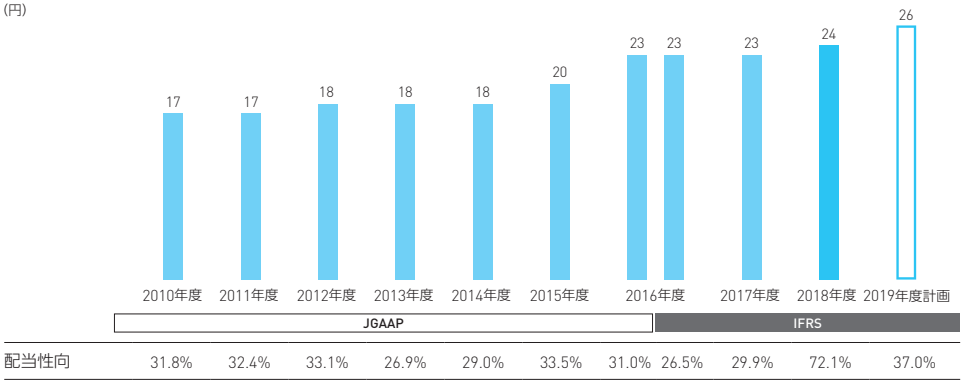
私たちは、持続的な成長と中長期的な企業価値を実現することで、株主の皆さまへ利益還元を果たすことを重要政策の一つと位置づけています。剰余金の配当については、株主の皆さまへ安定配当をおこなうことを基本とし、業績と配当性向を勘案して実行していきます。内部留保金については、財務基盤の充実を図るとともに、今後の成長戦略における事業展開を推進するために有効活用していきます。

2018年度の1株当たり年間配当金は、1円増配の24円、配当性向は72.1%となりました。2019年度については、PARCO50周年記念配当を実施することとし、1株当たり年間配当金は26円(普通配当24円+記念配当2円)、配当性向は37.0%を予定しています。また、株主の皆さまに全国のPARCOでのショッピングを楽しんでいただけるよう多彩な株主優待制度を導入しています。

「株主優待」の詳細についてはWebサイトをご参照ください。

URL www.parco.co.jp/ir/benefit/

1株当たり年間配当金／配当性向



ESGの取り組み

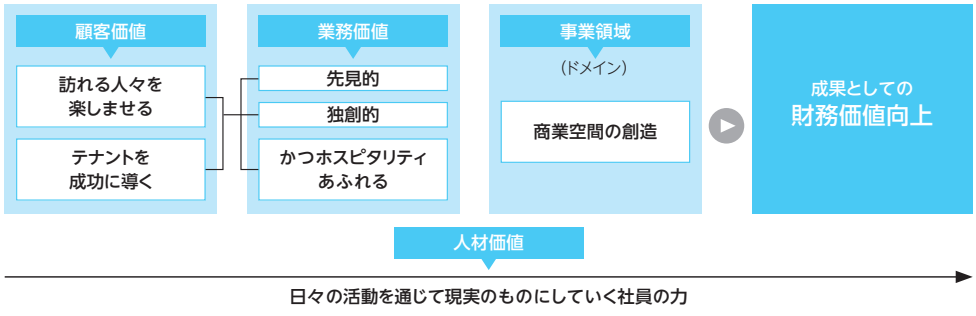
経営理念の具現化が私たちのCSR

私はCSRとは経営理念の具現化であり、事業基盤そのものであると考えています。「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」。この経営理念を、事業を通じてステークホルダーのご信頼とご満足をいただきながら実現することが、パルコグループのCSRです。ここで言う先見的、独創的事業活動とは、パルコグループの社会的役割である「インキュベーション」「街づくり」「情報発信」という3つの「原点=パルコらしさ」を時代の変化を捉えながら「進化」させることです。この考え方を体系図として整理するとともに、日々の行動をより経営理念の具現化に近づけるものとして、「パルコ社員の10の行動指針とパルコの5つの活動」を定め、社内への浸透を図っています。お客さまやテナント、株主、そして社員などすべてのステークホルダーに満足していただける価値を創造し、提供していくことを望み、その活動の成果として発展・成長していくことを目指していきます。

「パルコ社員の10の行動指針とパルコの5つの活動」の詳細はWebサイトをご参照ください。

URL www.parco.co.jp/about/vision/guidelines.php

経営理念の体系図



2018年度は、新たな視点としてSDGsを念頭に、社会が共感する新しい価値を創造し、絶えず発展させることがパルコグループの社会的役割であると認識し、6つの重点テーマを設定して積極的に取り組んできました。重点テーマについては、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、次世代の人材や才能を応援する「次世代」、文化で新しい価値の提供と市場を創造する「文化」、街や地域の魅力向上に貢献する「地域」、環境負荷の少ない商業空間の創造を目指す「環境」の4つの重点テーマと、社会課題でもある「働き方改革」「コンプライアンス」を重点テーマに加えて、サステナブルな経営を目指し取り組みを推進しました。今後も、社会課題・要請に応じて、パルコグループの責務・役割を認識し、SDGsを念頭に3つの社会的役割を通じ、6つの重点テーマに取り組むことで、社会課題の解決に貢献していくことを目指していきます。

詳細についてはP48からの「ESGの取り組み」をご覧ください。

6つの重点テーマとESG・SDGsの関係

パルコグループの成長戦略

パルコグループ長期ビジョンと中期経営計画（2017年度～2021年度）の位置づけ

国内の消費環境は、グローバル化や都心回帰傾向による都市部人口増、世代構成変化、ICT技術の高度化による顧客ニーズの多様化などマーケット構造は大きく変化しています。海外では、成熟期を迎える中国市場に加え、ASEAN地域の都市も成長段階にあり新規ビジネスチャンス拡大の機会が到来しています。

パルコグループはこうした国内外の変化を確実に捉え、事業機会につなげていくため、2014年にパルコグループ長期ビジョン「都市マーケットで活躍する企業集団の実現」を目指し、3つの事業戦略を推進しています。そして長期ビジョン実現に向け、2タームで、3つの事業戦略に基づく中期経営計画を策定し取り組んでいます。中期経営計画（2014年度～2016年度）では、「成長戦略の具体的実行」タームとして、店舗の安定基盤構築、次なる成長のための渋谷PARCOの建替え計画の具現化、新規開業などを実行しました。また既存店舗周辺へのゼロゲート業態の開発による成長戦略の推進を図ってきました。中期経営計画（2017年度～2021年度）では「事業ポートフォリオ変革」タームとして、事業の選択と集中を推進し、都市への「独自の提供価値拡大」による成長実現を目指しています。

パルコグループ長期ビジョン

都市マーケットで活躍する企業集団の実現

『都市の24時間をデザインするパイオニア集団』　『都市の成熟をクリエイトする刺激創造集団』

3つの事業戦略

1. 主要都市部の深耕
2. コアターゲット拡大
3. 独自の先行的ICT活用

中期経営計画（2017年度～2021年度）

都市への「独自の提供価値拡大」による成長実現

3つの戦術

- 戦術1 ストアブランド進化
- 戦術2 商業不動産プロデュース推進
- 戦術3 ソフトコンテンツ拡大

4つの方向性

- 方向性1 パルコ固有のノウハウ・能力を活用した「商業不動産事業・ソフト型事業」へのドメイン拡大
- 方向性2 経営資源の選択と集中による事業効率向上～コンパクトで収益性の高い企業集団
- 方向性3 都市生活者／事業主の多様化するニーズを捉えた「独自の提供価値」の拡大
- 方向性4 社会的存在意義拡大に向けた企業風土の発展

経営数値目標

営業利益：	EBITDA：	ROE：	EPS（基本的1株当たり当期利益）：
147億円	235億円	6.5～7.0%	92.02円

成長実現に向けた2つのステップ

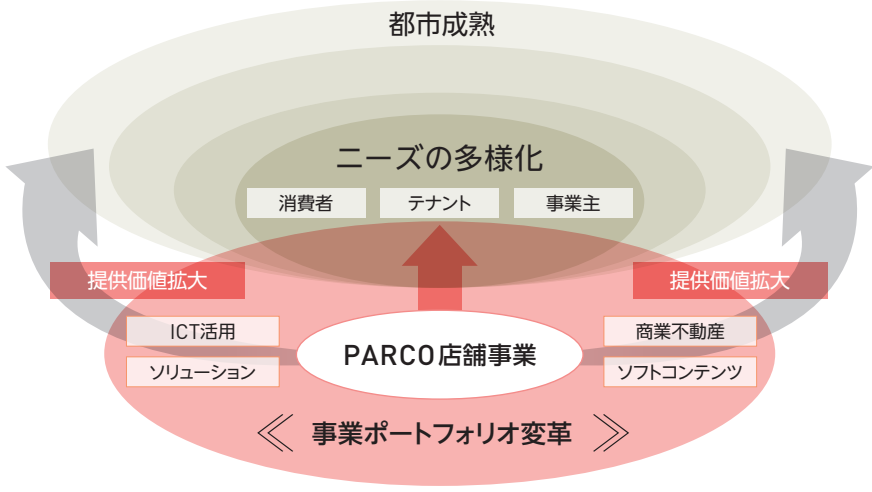
中期経営計画(2017年度～2021年度)の概要

中期経営計画(2017年度～2021年度)では、長期ビジョンで掲げた3つの事業戦略に基づく、3つの戦術「ストアブランド進化」「商業不動産プロデュース推進」「ソフトコンテンツ拡大」に取り組んでいます。都市生活を楽しみたい消費者、都市で活躍する事業主の多様化するニーズに対し、PARCO店舗事業を含めたグループ全事業を通じて、「心の豊かさ」「新しい刺激」「充足感」などパルコ独自の価値提供による「都市成熟への貢献」をおこないます。また、その実現に向け事業ブラッシュアップ・事業領域拡大により、パルコグループの存在価値向上=事業ポートフォリオ変革を実現します。

第1戦術である「ストアブランド進化」では、既存店舗の強化をテーマに渋谷PARCO創造の際に生まれるエッセンスを波及させていくことや独自のテナントサービスの拡充、消費者へのリアル売場体験を提供していくことによって、次世代型商業空間を実現させ収益の安定化を図り、パルコストアブランド進化を目指していきます。

第2戦術である「商業不動産プロデュース推進」では、成長性のある都市部を中心とした未出店エリアでの拠点獲得を目指し、PARCO業態、ZERO GATE業態に加え、新たな業態創造による業態バラエティの拡大と開発スキームの多様化に取り組みます。また、グループ企業の総合空間事業やデジタルマーケティング事業などのパルコ独自のソリューションを商業施設事業者と出店テナントへ提供していきます。

第3戦術である「ソフトコンテンツ拡大」では、パルコ独自のソフトコンテンツであるエンタテインメントコンテンツの進化と新たなコンテンツの創造に取り組んでいます。また、ライフスタイル事業ではグループ企業の専門店領域拡大を推進していきます。さらに、パルコグループのインキュベーションとして新しいクリエイターや企業と協業することで新しい消費体験を提供していきます。



都市への「独自の提供価値拡大」による成長実現

第1戦術
ストアブランド進化
詳しくはP.30

- 都心型店舗強化
  - 渋谷PARCO創造
  - 店舗スクラップ&ビルド推進
- テナントサービス多様化
- 消費者へのリアル体験提供

第2戦術
商業不動産プロデュース推進
詳しくはP.32

- ゼロゲート事業拡大
  - エリア拡大
  - 業態進化
- 業態多様化
  - PARCO業態
  - 新業態
  - 路面物件 他
- 開発手法多様化
  - JV・循環型不動産投資モデル 他
- ソリューション提供
  - 事業主
  - テナント

第3戦術
ソフトコンテンツ拡大
詳しくはP.34

- コンテンツ創造
  - エンタテインメント
  - ライフスタイル提案
  - インキュベート

パルコグループICT統合&発展／アジアでのパルコブランド認知拡大(インバウンド・アウトバウンド)

事業ポートフォリオ変革

中期経営計画(2017年度～2021年度)の進捗

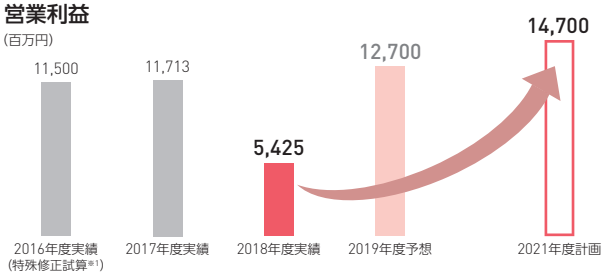
中期経営計画(2017年度～2021年度)の2年目であった2018年度は、前期に専門店事業における不採算店舗を閉鎖したことなどにより営業収益は899億69百万円(前期比98.2%)となりました。また、2019年度における宇都宮PARCO・熊本PARCOの営業終了に伴う損失や、その他店舗の減損損失などをその他の費用として計上したことなどから営業利益は54億25百万円(前期比46.3%)、税引前利益は50億49百万円(前期比44.1%)、親会社の所有者に帰属する当期利益は33億70百万円(前期比43.2%)となりました。

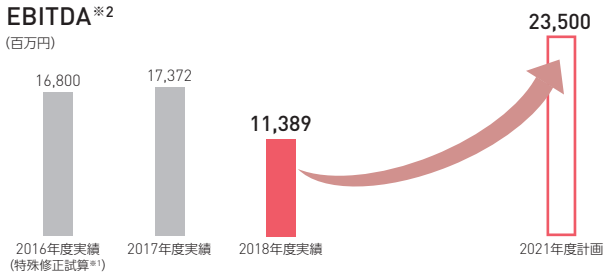
一方で、3月の原宿ZERO GATE開業や4月の川崎ZERO GATE(仮称)の出店決定、8月の京都ZERO GATE全館開業に加え、9月には三宮ZERO GATEを開業するなど都市部における拠点開発を着実に進行しました。また、2019年3月に開業した錦糸町PARCOに続き、サンエー浦添西海岸　PARCO CITY、川崎ZERO GATE(仮称)、渋谷PARCOなど2019年度の開業物件の準備を進めました。PARCO店舗事業では、商業施設競合の激化や衣料品関連のEC拡大などの外部環境や、消費者価値観の変化を捉え、テナント構成の再編やアイテムの拡充、新進テナントの導入に向けた取り組みを強化したほか、パルコ公式アプリ「POCKET PARCO」やオンラインストア「PARCO ONLINE STORE」をリニューアルし、顧客視点での買い物の楽しさや利便性向上に向けて再構築しました。

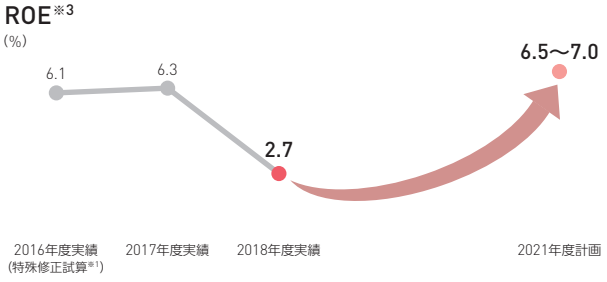
2019年度は、池袋PARCO誕生以来50周年の節目を迎え、渋谷PARCOの建替えを契機とした次世代商業施設を提案するとともに、CRM戦略を強化し顧客起点のビジネスモデルへの変革に向け、進化するデジタル環境への対応も含めた店舗事業の改革に取り組むとともに、業態の異なる4つの物件を開業することで、経営数値目標の達成を目指しています。2019年度の業績見通しについては、営業収益1,162億円(前期比129.2%)※、営業利益127億円(前期比234.1%)、親会社の所有者に帰属する当期利益71億円(前期比210.7%)を見込んでいます。

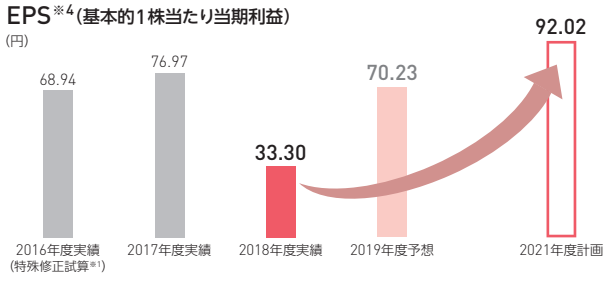
※ 営業収益は渋谷再開発事業における保留床売却による一時的な増加を含み、同額を営業原価として見込んでいます。

経営数値目標の進捗









※1 渋谷ZERO GATE売却益、千葉パーキング売却益、大津店舗閉鎖損失などを修正しています。
※2 EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しています。
※3 ROEは「親会社の所有者に帰属する当期利益÷自己資本」にて算出しています。
※4 EPS(基本的1株当たり当期利益)は「親会社の所有者に帰属する当期利益÷発行済株式総数」にて算出しています。

商業不動産プロデュース推進の進捗

	中期経営計画目標	開業・計画物件		開業・予定 2017年	2018年	2019年	2021年	残
PARCO業態	5件	4件	PARCO_ya	11月				1件
			錦糸町PARCO			3月		
			渋谷PARCO			11月		
			大丸心斎橋店北館				春	
新業態	2件	1件	サンエー浦添西海岸　PARCO CITY			6月		1件
ZERO GATE業態	5件	4件	京都ZERO GATE	11月				1件
			原宿ZERO GATE		3月			
			三宮ZERO GATE		9月			
			川崎ZERO GATE(仮称)			初秋		
計	12件	9件(開業済5件、計画中4件)						3件

第1戦術 ストアブランド進化

パルコ公式アプリ「POCKET PARCO」が機能・コンテンツを拡充

2018年11月22日(木)に「POCKET PARCO」が大幅リニューアルしました。パルコ独自編集の1分間で読めるエンタテインメントコラム「PARCO Journal」を配信し、オウンドメディアとして運用しています。季節のファッショントレンドや注目アイテムの紹介、各エリアの魅力を伝えるエリアコンテンツ、パルコ独自のエンタテインメント情報などを、好奇心を満たすコラムにしてお届けします。また、公式通販サイト「カエルパルコ」を「PARCO ONLINE STORE」にリニューアルし、従来のサービスや出店ショップに加えて、PARCO実店舗とは異なった視点で新進気鋭のブランドやこだわりのショップを、オンライン限定ショップで展開しています。今後も「24時間どこにいてもパルコを体験できる」プラットフォーム「POCKET PARCO」をコアに、決済機能の搭載や利便性の付加を図るとともに、デジタルテクノロジーを活用した顧客コミュニケーションを推進していきます。

VR※1コンテンツを募った「NEWVIEW AWARDS 2018」を開催

株式会社Psychic VR Lab、株式会社ロフトワークとの共同プロジェクト「NEWVIEW(ニュービュー)」主催、誰もが3次元空間の表現を手にする近未来を見据え、VRの新たな表現とカルチャー/ライフスタイルを牽引し得る次世代クリエイターを発掘・支援の目的で、VRコンテンツのグローバルアワード「NEWVIEW AWARDS 2018」を開催、2018年6月と7月に作品を募集しました。7ヵ国合計219作品の応募作品から受賞9作品を決定、GOLD(グランプリ)はバーチャルYouTuberえもこ氏のVR個展「EMOCO'S FIRST PRIVATE EXHIBITION」が、PARCO賞はXR※2空間デザイナーDiscont氏の「身体の形状記憶装置-SHAPE MEMORY OF YOU-」が受賞しました。

※1 VR:仮想現実。専用のゴーグルに映し出された「仮想世界」に、実際にいるような体験ができる技術。
※2 XR: VRをはじめとする、コンピューターなどで制作した仮想的な空間や物体のCGなどが、あたかも実世界に存在するかのように体感することができる技術の総称。

「身体の形状記憶装置-SHAPE MEMORY OF YOU-」
VRの中で喪失してしまった身体と身体感覚を取り戻すことを目指した実験的な試み。身体の実在感を想起させ、身体感覚を揺らがす7つのインスタレーションを用意。

審査員コメント 当社 泉水常務執行役

先へ進むにつれて変化する空間、また空間内の7つの展示をめぐる中で、「この先には何があるのだろう」という期待感を掻き立てられる作品でした。加えて、現在VR空間の作り手は、技術者「エンジニア」と名乗る方が多いと思いますが、今回のアワードを通して「XR空間デザイナー」という肩書きのクリエイター(本作の作者Discontさん)が登場したことは、VRが今後アートやファッション・カルチャーへシフトしていく大きな一歩だと思い、この作品を選定させていただきました。

Discont氏との作品制作をスタートしました。
完成した作品は2019年11月開業予定の渋谷PARCO 5階での発表を予定しています。

ステークホルダーからのメッセージ

XR空間デザイナー
Discont(ディスコント) 様

「NEWVIEW AWARDS 2018」でPARCO賞をいただいて以来、XR空間デザイナーとしての可能性を模索する日々が始まりました。クリエイターとして常々目指しているのは、まだ誰も見たことがない「超体験」を生み出すことです。それはまさしくNEWVIEWが目指すビジョンです。NEWVIEWが巻き起こした新風が行きつく先に何があるのか誰にも予測できないでしょう。しかし、XRの最前線を吹き抜ける風を感じるとき、新しい時代の到来を予感せずにはいられません。

渋谷PARCOが開業する瞬間、NEWVIEWが目指すビジョンは作品発表という形で第一歩を踏み出します。

これはXRの未来を作るうえで重要な一歩といえます。そのような瞬間をパルコとともに作り上げられることを大変うれしく思っております。

ネットとリアルの垣根を越えた新たな価値創造への取り組み

パルコでは新たなショップやブランドの育成を目的に、インキュベーションスペース「UP NEXT」をはじめ、さまざまな取り組みをおこなっています。ネットとリアルの垣根を越えた新たな価値創造をおこなうとともに、出店ブランドがもつ可能性の芽が大きく花開き、将来のパルコ、ひいては小売業界の一翼を担うショップへ成長していくことを期待しています。

「SHOPCOUNTER」とファッションブランドの事業拡大をサポート

ショッピングセンター・駅などの商用スペースや商業地の空き店舗を貸し借りできるマーケットプレイスサービス「SHOPCOUNTER」を運営する「株式会社COUNTERWORKS」と協業し、池袋PARCOのインキュベーションスペース「UP NEXT」の運営を共同でおこなう「SHOPCOUNTER POP UP STORE」を2019年4月～7月の期間で開催。「SHOPCOUNTER」内で公募し、YouTubeやSNSで活躍するクリエイターやインフルエンサーがプロデュースするインターネット発のブランドが数週間おきに出店、リアル店舗でアプローチする機会を創出し事業拡大をサポートします。

池袋PARCO 本館地下1階 UP NEXT
「SHOPCOUNTER POP UP STORE」
「harapeco」(ユニセックス)

不要アイテムをお買物券に交換、「CASH」の即時買取＆買い物体験

目の前のアイテムを一瞬でキャッシュに変えられる人気アプリ「CASH」を提供する「株式会社バンク」と協業し、池袋PARCOにてポップアップストア「CASH here」を開催しました。2018年11月の第1弾では、ファッションアイテムを持ち込んでいただき、池袋PARCOのお買物券に交換、そのまま最新アイテムの買い物に使えるという実店舗ならではの体験を提供しました。2019年3月の第2弾では、持ち込み不要、お手持ちのスマートフォン内の写真だけでアイテム査定を可能とし、「CASH」の即時買取をさらに手軽に体験していただきました。

池袋PARCO 本館3階 特設会場
「CASH here」第2弾

「STORES.jp」がセレクトする初のポップアップストアを開催

ネットストア構築サービス「STORES.jp」を運営する「ストアーズ・ドット・ジェーピー株式会社」と協業し、福岡・名古屋・池袋のPARCOでポップアップストアを開催しました。新進気鋭のオーナーを、衣・食の異なるテーマで公募してSTORES.jpが厳選しました。第1弾の福岡PARCOでは、2018年12月に「お取り寄せで、おうち喫茶」というテーマで、お部屋で楽しめるコーヒー・紅茶、お菓子など16ブランドの商品を紹介。第2弾の名古屋PARCOでは、2019年1月に「私の好きな私」というテーマで、13ブランドの「こだわりアクセサリー」を紹介しました。

第3弾 2019年3月
池袋PARCO 本館地下1階 UP NEXT
「ママとこどもの春コーデ」
9ブランドの親子で楽しめるファッションアイテムを紹介

ショールーミング型ショップ「FACY STORE」を商業施設初開催

オンラインでプロに相談できるファッションサービス「FACY」を運営する「スタイラー株式会社」と協業し、吉祥寺PARCOにて商業施設初となるショールーミング※型ショップ「FACY STORE」を2019年2月に期間限定で開催しました。「実際に商品を手に取る」というショップならではの体験と、インターネットを融合させた新しい買い物体験を提供しました。

※ショールーミングとは、商品購入の際に実店舗に訪れて現物を確かめ、オンラインで購入することです。

吉祥寺PARCO 1階
公園通り沿いスペース TURN the TABLE
「FACY STORE(フェイシーストア)」

「airCloset」によるパーソナルスタイリング体験イベントを実施

日本初・国内最大級の、女性向け月額制ファッションレンタルサービス「airCloset」を運営する「株式会社エアークローゼット」と協業し、浦和・吉祥寺のPARCOでプロのスタイリストによるパーソナルスタイリングの実体験イベントを実施しました。スタイリストにファッションの悩みや"本当に似合う"スタイリング提案を受けることができ、新しいファッションとの出会いや、スタイリストとのコミュニケーションをお楽しみいただきました。

浦和PARCO 2階 特設会場
「パーソナルスタイリング体験イベント」

第2戦術 商業不動産プロデュース推進

2018年度の開業店舗

2018年3月開業

原宿ZERO GATE

国内外からの注目度の高い原宿・神宮前エリアの明治通りに面した場所に、2018年3月に開業しました。人気SNSキャラクターグッズストア「LINE FRIENDS flagship store in Harajuku」と、日本人女性の美しさを追求し「武道」をコンセプトに生まれた日本発、日本初の新感覚フィットネスジム「B.I.F BY NERGY」が出店。街の賑わいと回遊性の向上に貢献していきます。

2018年8月全面開業

京都ZERO GATE

京都市の商業中心地である四条通りに面し、大丸京都店の隣接地に、2017年11月に一部上層階が開業、2018年8月に京都初の直営店となる「Apple 京都」が出店し全面開業しました。建物外観には日本の伝統的な「障子」をモチーフにした大判ガラスを用いて、夜のライトアップ時に建物全体が「行灯」をイメージしたデザインが特徴です。

2018年9月開業

三宮ZERO GATE

神戸の三宮センター街と旧居留地・山手エリアを結ぶトアロードの交差点に位置する場所に2018年9月開業。先行して神戸初となるライフスタイルストア「コロニー 2139」と、「STADIUM（スタジアム）」コンセプトを西日本で初導入した「アディダスブランドコアストア」が出店。2019年2月には「ホットヨガスタジオ ロイブ」と、プリントシール機専門店「ガールズミニョン」が出店しました。神戸・三宮エリアの賑わい向上に貢献していきます。

2019年度の開業店舗

2019年3月16日開業

変わる、はじまり。「錦糸町PARCO」が開業

2019年3月16日、東京スカイツリーの登場後、ますます注目を集める東京東部エリアの墨田区に、「楽天地ビル」の一部を賃借し内外装を含め大幅な刷新を実施した「錦糸町PARCO」が開業しました。錦糸町PARCOは副都心錦糸町のさらなる機能として、都心感度を発信する店舗の出店や駅前の利便性を最大化するサービス機能の拡充、買い物以外でも来店の目的を高める地域インフラとなるビルを目指すことで、エリアの顧客ニーズを満たし錦糸町エリアのチャーム拡大に貢献していきます。出店企業には、錦糸町PARCOのコンセプトに賛同いただき、最大級の店舗や最新型、新業態でのご出店、さらに墨田地元の企業や錦糸町発祥で「錦糸町レジェンド」と呼ばれるような銘店にもご出店いただきました。錦糸町PARCOは今後もマーケットの皆さまが豊かな時間を過ごしていただけるような施設を目指していきます。

2019年6月27日開業

幸せの共感　ここから未来へ「サンエー浦添西海岸 PARCO CITY」が開業

2019年6月27日、沖縄県浦添市に「サンエー浦添西海岸 PARCO CITY」が開業しました。株式会社サンエーパルコは、沖縄流通大手の株式会社サンエーとパルコによる商業施設運営を推進する合弁会社として設立し、「サンエー浦添西海岸　PARCO CITY」はサンエーとサンエーパルコが運営する商業施設となります。那覇空港から車で約15分という好立地と美しい海に面するロケーションを背景に、店舗面積約60,000m²の大型商業施設が誕生しました。バラエティに富んだ店舗構成に、パルコの環境デザインやソフトコンテンツを掛け合わせることで、人口増が継続する地元生活者と、年間旅行者数980万人超と拡大が続く国内外観光客に向けて、今までの沖縄マーケットにはなかった新しい価値を提案していきます。

都心感度発信と地域密着型のハイブリッドな施設構成

出店する105店舗のうち69店舗が錦糸町エリア初出店

1階は街の顔となるエントランスフロアとし、インポートブランド、コスメ、カフェ、そして墨田の銘店などが出店するフードホールなどを展開。2階、3階、5階は都心感度を発信するメンズ・レディスのファッション、関連ショップと大型雑貨店などを展開。4階はワンフロアまるごととなるライフスタイルショップ「無印良品」をカフェ併設で展開。6階はシネマと直接つながっており、誰でも気軽に楽しめるレストランゾーンと趣向の高いファッション、カルチャーのフロアとして構成。最上階となる7階は地域の生活インフラとなる、郵便局、メディカルモール、サテライトオフィスなどサービス機能を集積し、生活に密着した施設構成としています。

錦糸町PARCOフロア構成

7階	10店舗	都市の新しい機能サービスライフサポート
6階	16店舗	街のニーズに対応したレストラン／ファミリーファッションを中心としたライフスタイル提案
5階	24店舗	メンズ・レディスMIXファッション&カルチャー／ライフエデュケイトフロア
4階	1店舗	ワンフロア利用／最新最強スペック大型ライフスタイルストア
3階	21店舗	アーバンレディスファッション&キッズワールド／カフェ
2階	16店舗	ファッションコンシャスゾーン
1階	17店舗	ニュー墨田スタイル

1階 すみだフードホール

墨田を代表する銘店や都内で話題の店が集結したフードホールを展開

7階 ワンストップで便利なサービス

インフラ機能として利用できる郵便局、クリニックなどサービス機能店舗を充実

ステークホルダーからのメッセージ

株式会社ピート　代表取締役社長
赤池（あかいけ） 順一（じゅんいち） 様
錦糸町PARCO 6階
ジーランドエクストリーム

この度は錦糸町PARCOに出店の機会をいただき、誠にありがとうございます。弊社は1968年よりこの錦糸町でアパレル業を営んでおります。直営店は約20年前より出店し始めまして、現在では弊社の主力形態となっております。

錦糸町PARCOが開業した楽天地ビルは、子供の頃から映画を観に来た思い出の地です。当時錦糸町は南口が大きく栄え、北口が寂しかったのですが、25年程前に北口の再開発があり、シティホテルやオフィスビルができ、生まれ変わりました。また、スカイツリーもオープンし、そのJRの最寄駅として注目されました。その南口と北口をつなぐ中心にある錦糸町PARCOは、絶好のロケーションだと思いますので、今後の発展は間違いないと確信しております。

弊社の錦糸町50年間の感謝を込めて、錦糸町PARCOのお客さまに最高クオリティーのカジュアルウェアを提供したいと思います。

今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

デイリーからハレの日まで多様なニーズに応える、バラエティ豊かな施設構成

出店する250店舗のうち94店舗が沖縄初出店

都会的感性を表現したファッションブランド、海外ファストファッションをはじめ化粧品、全国各地で話題の飲食店など沖縄初出店94店舗が登場。また定番のお土産から、地元店舗新業態、日本各地の食テーマのほか、沖縄らしさ・日本らしさを提供する店舗を充実、沖縄地元企業50店舗が登場します。

1階は「旬の暮らしを楽しむ」をテーマに、デイリーニーズに加え、少し背伸びした上質な日常、毎日の暮らしを豊かに楽しむ新しいライフスタイルを提案するフロアとして展開。2階は「都市の感性を楽しむ」をテーマに、エリア初のセレクトショップ、海外ファストファッションなどの高感度ファッションを中心に、都市型ライフスタイルを提案するフロアとして展開。3階は「ココならではを楽しむ」をテーマに、地域に新たなサードプレイス・エンタテインメントなどの時間消費を提案するフロアとして展開します。

サンエー浦添西海岸　PARCO CITYフロア構成

3階	85店舗（うち沖縄初出店36店舗）	ココならではを楽しむ
2階	93店舗（うち沖縄初出店47店舗）	都市の感性を楽しむ
1階	72店舗（うち沖縄初出店11店舗）	旬の暮らしを楽しむ

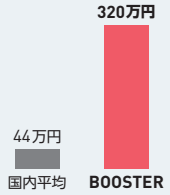
第3戦術 ソフトコンテンツ拡大

クラウドファンディングサービス「BOOSTER（ブースター）」

URL https://camp-fire.jp/booster-parco

2014年12月にスタートした「BOOSTER」は、志のある地域貢献プロジェクトや、優れた技術・アイデアを持つスタートアップ企業の新商品開発プロジェクトなどを中心に、パルコらしいインキュベーションやコラボレーション機会を掛け合わせることで、資金調達や宣伝、テストマーケティングなどのサポートをおこなっています。2018年6月には、国内No.1のクラウドファンディング・プラットフォーム「CAMPFIRE（キャンプファイヤー）」を運営する株式会社CAMPFIREと業務提携および出資契約の締結を発表、7月より共同運営をスタートしました。CAMPFIRE会員約54万人、パルコSNSフォロワー約165万人に向けた情報発信や、全国のPARCO店舗をはじめとしたリアル店舗を活用した販売促進など、両社の強みを活かしたクラウドファンディングサービスを提供しています。提携効果により、1プロジェクト当たりの流通金額や目標金額達成率が国内随一となり、個人やスタートアップ企業だけではなく、大企業によるESG/SDGs領域のプロジェクトや新商品開発プロジェクトも増えるなど、提携から1年の「BOOSTER」は好調に推移しています。

1プロジェクト当たりの流通金額が高い



矢野経済研究所「2018年度版国内クラウドファンディングの市場動向」より引用

刀剣乱舞-ONLINE-や大丸松坂屋とコラボレーション

大阪を代表する神社の文化財復元プロジェクトを通じて、大阪の街の魅力を全国に発信

石切劔箭神社が所蔵する、文化財として価値が高い重要美術品「太刀 石切丸」を新たに復元し、奉納するプロジェクト。爆発的な人気を誇るPCブラウザ&スマホアプリゲーム「刀剣乱舞-ONLINE-」に返礼品や宣伝で協力いただくとともに、大丸梅田店に展示や宣伝で協力をいただくなど、パルコらしいコラボレーションにより、多くの支持を集め、大阪の魅力を全国に発信しました。

大丸梅田店での記者会見の様子

日本初の実証実験特化ショールーム「BOOSTER STUDIO by CAMPFIRE」渋谷PARCOにオープン

CAMPFIREと共同運営する、日本初のクラウンドファンディングとAIを活用した実証実験特化ショールームストアで、スタートアップ企業や大企業メーカーのユニークなデジタル製品、テクノロジー、アイデアなど、実証実験段階の商品を展示します。展示商品に対するお客さまの行動データやAIによる分析に加えて、店舗スタッフとの会話により得られる情報も出展者にフィードバックします。「BOOSTER」と連携することでWebとリアル双方のマーケティングデータを出展者に提供し、商品の改善や新商品の開発、実店舗の出店など次の流通戦略の策定に活用できる場所を目指します。

BOOSTER STUDIO by CAMPFIRE

文化的情報発信拠点「PARCO MUSEUM（パルコミュージアム）」

URL https://art.parco.jp

渋谷PARCO一時休業に伴い、2016年9月より池袋PARCO本館7階に移転リニューアルオープンし、アート、デザイン、カルチャーなど既存の枠にとらわれない多種多様な企画を生み出しています。2018年度には、人気俳優の写真展『竹内涼真写真展 unreleased -photo by Akinori Ito-』を開催しました。すでに大きな話題を呼んでいる写真集のアナザーバージョンとして、未収録カットのみで構成し、写真ともにに現場の雰囲気が垣間見える動画も公開しました。また、会場限定カバーがついた写真集などオリジナルグッズも販売し、好評を博しました。

竹内涼真さんの記者会見の様子

ステークホルダーからのメッセージ

俳優
竹内 涼真（たけうち りょうま） 様

昨年、写真集「Ryoma Takeuchi」と一緒のタイミングで写真展をパルコさんと一緒に作り上げられたこと、本当に嬉しく思っています。僕自身、写真展という試みは初めてで、しかも全国をまわるということは、自分の中の大イベントでもありました。大変なこともありましたが、皆さまのお陰で成功することが出来ました！とても感謝しています！

コラボレーションカフェの展開

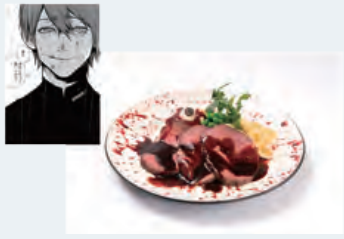
独自コンテンツの開発や企業とのタイアップを通じてさまざまなコラボレーションカフェを展開し、新しい消費体験を提供しています。

「The GUEST cafe & diner」

URL www.the-guest.com

人気キャラクターや映画、アニメなど、さまざまなコンテンツとコラボレーションしたカフェメニューとともに、作品の世界観を体験できるコラボレーションカフェを全国5拠点※にて展開しています。2019年には、シリーズ累計発行部数3,700万部を超える大人気漫画『東京喰種』の新章にあたる『東京喰種:re』とコラボレーションした『東京喰種:reカフェ』を全国5拠点で開催。2017年の開催時に大反響を生んだ『東京喰種カフェ』で大好評だった「まずいサンドイッチ」などの人気メニューが復刻、さらに漫画『東京喰種:re』の個性豊かなキャラクターたちをイメージしたコラボレーションメニューを展開しました。

※池袋PARCO、名古屋PARCO、福岡PARCO、札幌PARCO、心斎橋161



『東京喰種:reカフェ』のコラボレーションメニュー「美食家」月山のローストビーフ　©石田スイ／集英社

「#抹茶パルコ」

森永乳業株式会社とのコラボレーション第2弾、森永乳業の主力ブランド「PINO」「PARM」「MOW」「蜜と雪」の“抹茶味”を集めた特別メニューを提供する「#抹茶パルコ」を、2019年4月から名古屋・福岡・池袋・広島の4都市のPARCO店舗にて期間限定開催。抹茶モチーフの装飾を施した会場で、ここでしか味わえない抹茶づくしのプレートや各店舗限定メニューを提供し、完売する日が続出するなど各地で好評を博しました。

名古屋PARCO限定メニュー「アイス全部のせ×みたらし白玉」

福岡PARCO 新館3階 24/7 cafe apartmentにて「#抹茶パルコ」展開の様子

『Detective Conan Cafe in Bangkok（名探偵コナンカフェインバンコク）』

2018年8月から、海外コラボレーションカフェ展開第4弾で、タイでは初となる『Detective Conan Cafe in Bangkok』を期間限定開催しました。日本でも人気の「名探偵コナン」をモチーフとした海外初の本格的コラボレーションカフェで、多くのお客さまにお楽しみいただきました。本企画はインバウンド施策で業務提携を結んでいるSiam Piwat（サイアムピワット）社との協力により実現しました。

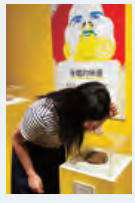
©GA/S,Y,T　©2018 GA/DCC

海外へのパルコ文化発信活動

独自のソフトコンテンツのアジア圏での展開、海外ショッピングセンター連携などによりインバウンドおよびアウトバウンド対応を推進し、パルコブランドのアジアでのブランド認知度向上を図っています。

“におい”の展覧会『におい展超』

テレビ愛知株式会社、株式会社MCIPホールディングスと協業し、“におい”の展覧会『におい展超』を、台湾のアートやポップカルチャー集積の地・華山1914文創園区内の「華山Laugh & Peace Factory」にて2019年4月から期間限定開催しました。嗅覚を最大限に活用するイベントで、良いにおいから激臭まで再現。音・光・映像も駆使し奥深い「においの世界」を表現しました。3万人以上を動員し、国内で好評を博した展覧会を海外のお客さまにもお楽しみいただきました。



会場内の様子

日系レストラン集積ゾーン「itadakimasu（イタダキマス）by PARCO」

URL www.parcoitadakimasu.com

2016年12月より、パルコがプロデュースし日系レストラン7店舗を集めたゾーン「itadakimasu by PARCO」をシンガポール有数のオフィス街 Tanjong Pagar（タンジョンパガー）にある商業施設「100AM（ハンドレッドエム）」内で運営。「毎日選べる日本の味」をコンセプトに、日本同様の味・クオリティを手頃に楽しめる価格で提供しています。周辺エリアの開発によるオフィス／居住人口の増加も相まって、順調に推移しています。

2016年12月に開業した「itadakimasu by PARCO」