

「パルコ・プロデュース」で、リアルを磨き上げる



SC事業の「リアル×デジタル戦略」

リアル×デジタル戦略の基軸となる「店舗・コンテンツの魅力化」においてPARCO (SC事業) が最も注力するのは、Eコマースをはじめオンラインサービスに慣れ親しんでいる方々であっても「今、そこ(店頭)に行きたい」と惹きつけて止まない価値を創っていくことです。

渋谷PARCOは建て替えを経て2019年11月に開業、心斎橋PARCOはもともと大丸心斎橋店北館であったところをPARCOへ業態転換するかたちで2020年11月に開業しましたが、ウイズ・コロナの状況下においても堅調に推移しています。そうしたことを踏まえると、まだ本来のポテンシャルを発揮できていないとも言え、今後のさらなる発展が期待されます。

(上)渋谷PARCO「PARCO OUTDOOR PARK」
(下)心斎橋PARCO「Welpa 心斎橋」

渋谷PARCO・心斎橋PARCOのポテンシャル

渋谷PARCOでは、独自の期間限定ショップや展覧会企画が成功を収めています。2022年は「ユナイテッドアローズ」「コム デギャルソン」「ニューバランス」の共同企画「自由な背広」など独自性の高い期間限定ショップを積極的に展開しています。また、展覧会企画『Mickey Mouse Now and Future』を開催した際には、そのポップアップトラックが全国各地のPARCO・大丸を巡回するなど、グループレベルでの「コンテンツの魅力化」にも貢献しました。

このほか2021年9月には、ライフスタイルの変化に伴うアウトドア市場の成長をとらえ、渋谷PARCO5階フロアの約半分を「PARCO OUTDOOR PARK」としてリニューアル。アウトドアからタウンユースまで幅広いシーンで活躍するアイテムを取り揃え、街とフィールドを行き来する都市型アウトドスタイルを提案しています。

唯一無二の商業空間として進化を続けることにより、PARCOブランドの発信力を高めていきます。

心斎橋PARCOは、隣接する大丸心斎橋店と連絡通路でつながり、一体的な商業施設として相乗効果を発揮しています。購買データ分析によれば、お客様の両店での買いまわりは想定以上。カード・ポイント交流や共同イベントの開催、パルコが魅力的なコンテンツを発掘・プロデュースし、大丸・松坂屋の外商顧客に提案するといったことも実現できています。



渋谷PARCO「自由な背広」期間限定ショップ

また店舗・コンテンツの魅力化として、パルコは新たに医療モールの開発・運営事業へ参入し、2021年11月、医療から物販・サービスをシームレスに提供する医療ウェルネスモール「Welpa (ウェルパ)」の1号拠点を心斎橋PARCO10階にオープンしました。婦人科クリニックやフェムテック専門店を含む7テナントと、ラウンジ・ギャラリーにより、日常的なセルフケアに役立つ商品・サービスを医療から食品まで幅広く提案しています。

心斎橋エリアで新たなマーケットを開拓し、グループシナジーも発揮しながら地域の賑わいと活性化に貢献していきます。

2022年度は主要店舗を中心的にリニューアル

2022年度は、池袋PARCO、名古屋PARCOなどの主要店舗において、時代の変化に対応した大型改装を順次進めています。

池袋PARCOでは、「アスレジャー」「スキンケア・インナービューティー」「食」「カルチャー」をテーマとした新規店舗の導入などを進め、2022年4月にリニューアルを完了しました。約16年ぶりの全面改装となったグランドフロアをはじめ、長年レディスファッションを中心に展開していた本館下層階のリニューアルによりジェンダーレス・ノンエイジな提案を強化。併せて、ゲーム&アニメカルチャー分野のショップを本館5階に新規導入し、街の魅力向上と賑わい創出への貢献に向けた取り組みを進めました。



池袋PARCO本館 1階「CASEIFY STUDIO」

名古屋PARCOでは2022年5月までに、西館・東館・南館の3館において、全体の約1/3にあたる4,000坪の大規模改装を実施しました。まず西館は、ファッション・カルチャー・ビューティーを中心とした上質な商品と空間にグレードアップ。東館は、エンタテインメント特化型ビルへと進化させ、イベントやライブステージなど新たな賑わいゾーンを新設しました。そして南館は、アパレル大手のペイクルーズが手掛けるグルーピングストアを4フロアで展開するという、新たなビルフレームに取り組んでいます。リアル店舗を「魅力的な商品やサービスと出会い上質な顧客体験を得られる場」へと一層磨き上げはかかっていきます。



名古屋PARCO西館 1階「MEDICOM TOY PLUS NAGOYA」