

## Management Strategy

SC事業\_01 パルコリアル進化

## “唯一無二”は、挑戦を止めない



渋谷PARCO

渋谷PARCO 4階  
「サステナブル&ヴィンテージ」を  
テーマに改装

渋谷PARCOは、2022年11月に「サステナブル&ヴィンテージ」をテーマに4階をリニューアルしました。インテリア、雑貨、ライフスタイルファッション、眼鏡、アート雑貨など、ユニセックスに対応するラインナップを拡充。また、リユース/リプロダクト/ハンドクラフトをテーマに、ハギレや残糸から再紡績した糸・生地で作った服や、ヴィンテージの家具・洋服・雑貨の、魅力あるショップ&ブランドを誘致しました。



渋谷PARCO 4階「Mid-Century MODERN(ミッドセンチュリーモダン)」

渋谷を起点に  
“PARCO”ブランドを発信

パルコは、ショッピングセンター「PARCO」を北海道から九州の福岡まで、全国に展開し、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。また、テナントとのイコールパートナー主義のもと、改装による新陳代謝や宣伝・販促活動による集客、きめ細かなテナントサポートにより各テナントの売上向上を目指しています。さらに創業以来、単に物を売るだけでなく、時間の過ごし方や新しい生活の楽しさなどをプロデュースし提案する、情報発信基地となって独自の文化を生み出す取り組みをしてきました。

PARCOブランドを強力に発信するのは、やはり“唯一無二”の次世代商業空間として進化を続ける渋谷PARCO。渋谷を起点としたリ・ブランディングにより、お客様や出店テナント、クリエイターに選ばれるビルとしてのプレゼンスを確立し、中長期的な財務価値向上につなげるため、変わらない価値提供の進化に取り組んでいます。長年培ってきたテナント企業との関係を活かした独自企画の展開により、“新しいことに挑戦する”企業イメージを具現化しています。

## 渋谷PARCOが社会プロジェクト「SKWAT」と連携

「新しい商業施設の在り方」をテーマにした渋谷PARCO 4階のリニューアルでは、都市のポイド(隙間)をスクワット(占拠)して新しい意味をつくる社会プロジェクト「SKWAT」と連携し、定期的にショップが入れ替わりながら出店できる柔軟性を持った空間を創り出しました。期間限定ショップで構成されるエリアは、サステナブルな商業施設の実現という点で課題であった入れ替わりによるショップの内装コスト負荷や廃棄物の発生を抑えています。共用スペースと売場が一体化した柔軟な空間に、レジ・ショップスタッフやバックオフィスなどを支援・シェアすることで独立系の新しいショップやブランドを誘致しています。



渋谷PARCO 4階「金三昧」

## Julian Opie『OP.VR@PARCO』開催

パルコは、デジタルアートに特化した企画展として、イギリスの現代美術家のJulian Opie(ジュリアン・オピー)氏による世界初公開VR作品の展覧会『OP. VR@PARCO』を、渋谷PARCO 4階のPARCO MUSEUM TOKYOで2022年10月から11月に開催しました。事前予約制により人数制限された会場内に2つのVR鑑賞部屋をつくり、ヘッドセットをつけた鑑賞者が自由に歩き回るといった贅沢な展示スタイルを採用。人々の姿や街の風景など、世界の姿を最小限の表現言語で鮮やかに表現してきたアーティストによる新しい挑戦は、VRゴーグルを装着し複数の異なる展示空間を体験する革新的な展覧会となりました。



VR鑑賞の様子 Photo: TAKAMURA DAISUKE

## PARCO店舗でのNFTの活用を継続的に検証

パルコは、PARCO店舗というリアル空間とNFTが連動した体験価値の提供を目指し、店舗の企画やイベントと連携したNFT活用の実証実験を2022年3月にスタートしました。2022年度は渋谷、池袋、札幌、仙台、心斎橋の各PARCOで10本の企画を実施。池袋PARCOでの全館企画では、希望者にNFTを配布しNFTをお持ちのお客様の特典として参加できるクリエイターのサイン会を開催しました。NFTの活用により、リアルでのクリエイターとファンのエンゲージメントが高まり、店舗の情報発信にもつながりました。2023年度も、PARCO店舗とお客様との接点としてのNFTの活用を継続的に検証します。



クリエイティブスタジオR11Rとコラボレーションした池袋PARCOの全館企画

## 共創型ECサイト「ONLINE PARCO」始動

パルコは、ECサイトを2023年3月にリニューアルし「ONLINE PARCO」をオープンしました。様々なステークホルダーと協働し、パルコの持つあらゆるコンテンツをオンライン/オフラインを横断してお客様にお楽しみいただける新たな価値を提案。日本にとどまらず、グローバル規模でのファンづくりを目指し

ます。非ID顧客のID顧客化と、ID顧客の稼働・ランクアップとその維持により、中長期にわたり経営を支える顧客資産を最大化します。2022年11月に導入した「PARCOメンバーズ」により、パルコが提供するあらゆるサービスのIDを共通化し、お客様との一元的なつながりによって多様なサービスを提供します。