



新生渋谷PARCO 完成予想図

“次世代PARCO”、渋谷へ。

新生・渋谷PARCO

パルコ事業革新の柱となる、渋谷PARCOの建替えプロジェクト。現在建替え中の渋谷PARCOは、これまで様々な新しい提案を生み出してきた独自性の原点です。2019年秋にオープンを予定する「新生・渋谷PARCO」では、これまでの商業施設にはない新たな取り組みを結集させたいと考えています。

本プロジェクトのスキームは、単純な建替えということではなく、2015年12月に、都市再生特別地区の都市計画として決定されたもので、都市再生への貢献に対する評価に基づき、容積率の増加が認められました。再開発事業の収支は、保留床の処分金によって、計画費や土地整備費、建築工事費、営業補償費などが賄われますが、保留床のオフィス部分は売却し、また店舗部分はPARCOが取得することとしております。

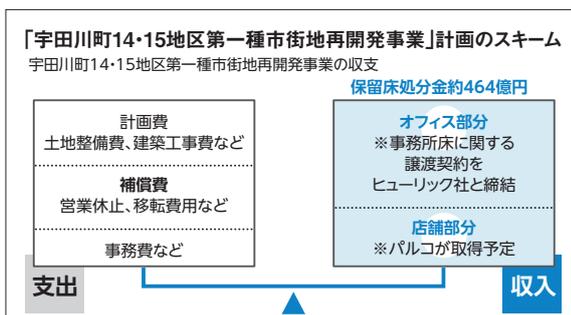
店舗づくりの方向性は、接客サービスや決済手段など最新テクノロジーを活用した新たなお買物体験や、成熟す

る都市生活者のライフスタイル変化への新たなアイデア、さらには新たに生まれ変わる「PARCO劇場」を活用した“学び”や“体験”などPARCO独自のリアル店舗ならではの魅力を提供する、次世代商業空間の創造を目指します。オフィスを含む複合型商業施設の強みを活かし、様々な企業との接点拡大による事業の拡大をはじめ、ICTを活用したテナントサービスの進化や、渋谷区の「エンタテインメント・シティ構想」との連携などに取り組んでいきます。

そして、このプロジェクトを通じて得られる新たな成果やノウハウを、他の都心型店舗にも順次波及させることにより、PARCOトータルとして、ストア・ブランドの進化実現をはかっていきます。

商業不動産を拡大

また、ZERO GATEや新業態など、PARCO事業が展開する商業不動産拡大への取り組みでは、2018年度に現在8件の開発計画を進めております。具体的には、2017年に部分開業した京都ZERO GATEが2018年度にフルオープンすることをはじめ、原宿ZERO GATE、三宮ZERO GATEなど3件、2018年後半から2019年度にかけて、錦糸町と沖縄浦添に新業態を順次オープンさせる予定です。さらに、2019年秋には今後の成長と都市機能の拡充が期待される川崎市中心部への深耕として、川崎ZERO GATEの出店も決定しました。



PARCOやZERO GATEに加え、新たな業態開発により成長性ある都市部深耕



顧客サービス、
テナントサービスの充実

店舗事業では、顧客サービスとテナントサポート政策として、ICTを活用した顧客サービスとテナントに向けた取り組みを行っています。

2019年秋に開業予定の新生・渋谷パルコでの本格導入を想定したデジタルトランスフォーメーションを目指し、商業施設パルコの店頭サービスを拡張した新たな消費体験を顧

客に提供する施策の実証実験を実施しています。

お客様に向けては、コーディネートに3Dで撮影したデータをお客様自身がSNSで発信できるように3Dスキャナを、12月に渋谷のSR6に導入しファッション販売に活用しています。また、パルコ館内での音声対話案内を実現する音声検索サービス、Alexaスキルを開発し、池袋パルコでの提供を4月から開始しています。さらに、ポケットパルコの情報内容に連携した購買メニューの充実など、メディアとしての発信力の向上を目指し、2018年下期から開始する予定です。

出店テナントやブランドに対しては、販売や情報発信の強化をサポートしています。店頭での接客業務に注力できるよう、入店前オリエンテーション研修をショップスタッフの都合のいい時間に受講できるようにWEB化しました。

また、上野フロンティアタワーでの「PARCO_ya」オープン時には、来店者数の時間帯別・日時推移による人員体制適正化や、来店者属性による商品ラインナップなどの見直しに活用できる、国内初の「来店者数」年齢・性別などの「来店者属性」解析サービスを館内の各ショップへ導入しました。

既存店舗の活性化

パルコ各店では、消費の変化と店舗特性を踏まえた改装を推進しており、2017年度は、約35,000㎡の改装を実施しました。都心型店舗では名古屋パルコと福岡パルコを中心に、新しいコミュニケーションを提供する「場」の提案や情報発信型レストランの導入、また、コミュニティ型店舗では、浦和パルコと津田沼パルコを中心に、館内の買い回りや滞留促進の核となる食品フロアの改装や、集客力の高い大型キーテナントを誘致しました。

2018年度は、消費の多様化に対応した新たな付加価値創造をテーマに、約35,000㎡の改装を予定しています。「コスメ」や「食」関連を中心とした強化アイテムの導入により、ファッションゾーンのバラエティを拡充する改装を実施する予定です。

都心型店舗では、ライフスタイルに付加価値を提案する「ヘルス&ビューティ」の導入と、業態、ショップの内装や共用演出も含めた新しいフードスタイル提案を推進します。またコミュニティ型店舗では、マーケットニーズに応える高品質スーパーマーケット導入と食品専門店のブラッシュアップで提案強化を継続していきます。



商業施設初のシェアオフィス・コワーキングスペース(福岡パルコ)



コーディネート3Dスキャナを実験(渋谷SR6)