

渋谷発、 グローバルストアへ。

渋谷PARCO

差異化された、 プライムな体験価値を。

松坂屋
名古屋店

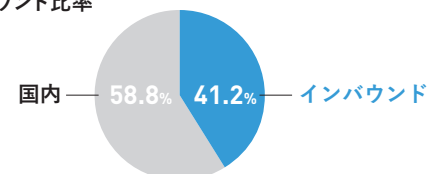
渋谷PARCOがさらに進化

渋谷PARCOは2019年11月の建替えオープンから5年が経過し、唯一無二の圧倒的な存在感を示しています。渋谷駅から渋谷PARCOまでは徒歩でおよそ10分。集客という観点では決して恵まれた立地ではありませんが、渋谷PARCOはお客様にとってのデスティネーションとなって独自の価値提供を実現しています。

特に近年は、国内の高感度な若い世代だけではなく、渋谷PARCOならではのコンテンツを目掛けて海外からも多くのお客様にお越しいただけるようになり、急成長を遂げています。そうした好調さに安住することなく、さらなる進化に向けた1,800坪にわたる大規模リニューアルを今年度春から秋にかけて実施しました。

ラグジュアリーメゾンや個性的・革新的なファッションをはじめ、海外からも注目を集めるジャパンカルチャーやIPコンテンツをさらに充実させ、渋谷PARCO全館でグローバルニッチを体現する店舗空間へと進化していきます。

渋谷PARCO
インバウンド比率



※2024年度実績

重点4店舗を中心に 順次リニューアル

パルコは、ショッピングセンター「PARCO」を北海道の札幌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。

本中期経営計画では、この渋谷PARCOをはじめ、名古屋PARCO、池袋PARCO、心斎橋PARCOを重点4店舗と位置づけ、リソースを優先的に配分しています。昨年度の名古屋PARCOの改装に続き、今年度は渋谷PARCOで実施、さらに来年には心斎橋PARCOと池袋PARCOの大規模リニューアルを予定しています。総合的な改装の推進やIPコンテンツの強化などを進めながら、さらなる収益力の向上を目指します。



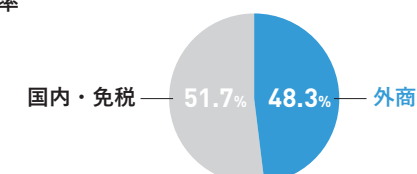
名古屋PARCO

8フロアを大幅刷新

松坂屋名古屋店は2024年11月から第1期、2025年3月から第2期の1年超にわたる大型改装を実施し、本館および北館の計8フロアを刷新しています。第1期では、主に百貨店の本質的な課題である婦人ファッションフロアの再構築にチャレンジし、既存アパレルを6割圧縮しながらクリエイター系のラグジュアリーブランドをエリア最大規模で集積し、若年富裕層も新たなターゲットに加えたラインナップを実現しました。第2期はアートや学びをテーマにした子供服売場や、地元の人気店を含む多彩なショップでウェルビーイングを提案するライフスタイルゾーンの再構築を行いました。この先も、ラグジュアリーコスメブランドによるビューティーサロンの新設を予定しています。

松坂屋名古屋店の外売上は全体の約半分を占めており、当社百貨店の中でも最も外売上比率の高い店舗となっています。そうしたロイヤルカスタマーの満足度をさらに高めるとともに、新たな顧客層の深耕にもチャレンジし、松坂屋名古屋店ならではの圧倒的な強みを磨いていきます。

松坂屋名古屋店
外商比率



※2024年度実績

店舗環境を重視

松坂屋名古屋店の改装に際しては、空間設計・デザインパートナーに「永山祐子建築設計」を起用し、特別な体験価値を提供しています。松坂屋の歴史にインスピレーションを受けたデザインになっており、未来と過去を織り交ぜたオリジナリティがあふれる空間を実現しました。

リアル店舗を主戦場とする百貨店においては、いかに特別な空間を提供できるかということは重要なテーマです。こうした名古屋店のようなエクスクルーシブな店舗空間だけでなく、特別なお客様にご利用いただけるラウンジサービスを用意するなど、各店舗独自でお客様にとっての付加価値を追求することも併せ、お客様に選ばれる百貨店を目指していきます。

