

【パルコ 2012 年秋のリニューアル情報】
15ヶ月連続で既存店 売上高が前年超え！のパルコ、
“2012 年秋冬の改装コンセプトは「テーマ型リニューアル」”
都市の生活をさらに豊かにする新業態導入や、マーケット初出店、
情報発信と最新カルチャーを融合した次世代ファッションゾーンをオープン！

株式会社パルコ（以下、パルコ）は2012年秋から冬にかけて、全店で約300区画8,200坪のゾーンのリニューアルを実施します。

今年は、①付加価値の高い業種の好調により客単価が前年から継続して上昇していること、②そうした消費変化への対応として前年から実施している改装効果が高いこと、③今春パルコカードのサービス強化を行い、新規客の顧客化が進んでいることにより、既存店売上高合計*は15ヶ月連続で前年を上回り、好調に推移しました。

中でも②改装については、都心型ではマーケット初といったファッション提案だけでなく、レストランやコスメなど、コミュニケーションや自分磨きといった新しい時間消費を提案し、コミュニティ型では地域のニーズに対応した業種の拡大を行ったことが奏功しました。

この秋は、多様化する消費動向・消費チャネルに対し、多様なコンテンツを組み合わせた「テーマ型リニューアル」を行い、買い物の場を「既存の枠組みを越えたコミュニケーションの場」とし、「リアルな空間での新しい消費の楽しさ」を提案します。

先進的クリエイターとの次世代ファッションの共創やメーカーとの新しい商品展開の取り組みも積極的に行い、時代の先行く新しい消費の現場を創ります。

*店舗総合売上高（店舗の総合的な販売力を表示するため、テナント売上高に、パルコ劇場等の売上高・固定賃料テナントの売上高を加えたもの）

【全店改装規模総数】約300区画 8,200坪

リニューアル① 従来の世代、男女、商品アイテムの垣根を取り払い、テーマで区切ったフロア作り

都心回帰の進む中、ニューファミリー、カップル・フレンズ、親子など複数でのショッピングをフロアで隔てることなく楽しめる。「つながり消費」が深化する中、リアル店舗が持つ情報発信テーマでフロアを統一することで、ショッピング体験を共有するコミュニティの場づくりを強化。

札幌パルコ 9/1（土）6階フロアリニューアル
 子供と一緒に買い物を楽しめるフロア
 「キッズスペース」イメージ



リニューアル② 次世代クリエイターやメーカーと共に新しい消費を提案

渋谷パルコではカルチャー、アート、ファッションを融合した情報発信型ショップを数多く導入。インキュベーションをキーワードに当社が立ち上げた次世代ファッション応援プログラム「FIGHT FASHION FUND by parco」の対象デザイナーの第1号店や国/エリアとの出会いをテーマとし、人と人、人と文化、人と地域の「出会い」を提供する自主編集ショップ。また、ソーシャルTV局などの導入によりショッピングを楽しむだけでなく、新しい消費が生まれる現場が登場します。

渋谷パルコ 9/14（金）パート1・1階当社自主編集ショップ「Meetscal（ミツカル）ストア」
 ～Meets Culture Meets Local～国/エリアのさまざまな出会いをテーマに
 国/エリアの伝統工芸や郷土食などを四季に合わせて紹介します。



リニューアル③ エリア初出店、新業態出店マーケットニーズの一步先行くパワフルなブランドファッションの集積

エリア初出店、エリアオンリーワンなどパワフルなブランドファッションを導入し、ファッションを楽しむ生活者へ新しい刺激を提案。

渋谷パルコ 9/14（金）SR6（写真右イメージ）
 Mode、Vintage、Rock、Resort、Relax をキーワードに
 生先端のファッションを提供するセレクトショップ
 「The Dayz tokyo」（ザ デイズ トウキョウ）（写真左）



池袋パルコ 9月6日より順次オープン

☆エリア初出店8店舗/新業態1店舗 32区画約600坪

池袋パルコ別館 P'を大きくリニューアル。ヤングレディスブランドをブラッシュアップ、合わせてメンズのストリートカジュアルファッションショップ、ユニセックスな雑貨ショップを導入し、カップルで楽しめる新しいコミュニティ空間としてさらにパワーアップします。新規導入の1F「ヴァンキッシュ」では、様々な形でのアーティスト、サブカルチャーとのコラボレーションも予定しておりショッピングだけではなく楽しみを提供します。

P' 1F「ヴァンキッシュ」P' 4F「ジャックローズストア」・「NO ID.」・「GOSTAR DE FUGA」

P' 2F「リベットアンドサージ」・P' 3F「ワールドワイドラブ」・「アルゴンキン」・「ブードウダウ」

本館B1F「アヴァンリリイ」本館2F「エッセイ」本館4F「MHL」他

9/6 P' 1F「ヴァンキッシュ」 9/8 P' 4F「ジャックローズストア」



渋谷パルコ 8月下旬より順次オープン

☆新業態7店舗 37区画約1,100坪

インキュベーションをキーワードに、今後期待される次世代デザイナーの第1号店のオープンや、先進的クリエイターとの次世代ファッションの共創。パート1・6階では「シブポップ～SHIBUYA POP CULTURE MARKET」をテーマにファッションのみならず、アニメ、フィギュア、ライブ映像スタジオなどのソフトコンテンツを充実させ、イベントや情報発信を積極的に行います。

B1階～1階 フロアテーマは「ART&DESIGN」/「リプロ」「レクトホール」「ハッピーソックス」「my panda」

「STUDIOUS」「Meetscal ストア by once A month」

4階 フロアテーマは「TOKYO モード」/6階 フロアテーマは「シブポップ～SHIBUYA POP CULTURE MARKET」

SR6 Mode、Vintage、Rock をキーワードに生先端のファッションを提供するセレクトショップ「The Dayz Tokyo」他



9/14 6F ビルイン初

ソーシャル TV 局「2. 5D」

名古屋パルコ 10月13日グランドオープン

☆エリア初出店8店舗 37区画 約1,300坪

南館を大きくリニューアルし、大型セレクトショップを集積し、時代間を捉えたライフスタイルを提案。

また、西館では、ニューファミリー、カップル・フレンズ、親子など複数でのショッピングがワンフロアで楽しめるゾーンがオープンします。

南館2階 「ル ドーム エディフィス エ イエナ」「エディット フォー ルル」

9/12 西館1/2階

西館1・2階「ジャーナルスタンダード」

ジャーナルスタンダード

西館6階 「ヴィタル」「セブンデイズサンディ」「ギャレットマーケット」「GGD」「マンハッタン ポーテージ」他



札幌パルコ 9月13日グランドオープン

☆エリア初出店11店舗/新業態4店舗 37区画 約700坪

「メンズ」「レディス」「キッズ」を組み合わせた複合フロアをオープン。キッズスペースも拡張し、「子供と一緒に買い物を楽しめるフロア」を展開。また、新業態を含むエリア初進出を15店舗オープンいたします。

6階 キッズ「ヒステリックミニ」「ZIDDY」「デニム&ダンガリー」「epi by CELEC」

「チャビーギャング/アースマジック」「バナナチップス」レディス・メンズ「ギャレットマーケット」「DOWBL」「トミー」

9/1 6F

「ZIDDY」

B1階 「ジュエティ」「マーキュリーデュオ」「ラグナムーン」「ココディール」他



静岡パルコ 9月15日グランドオープン

☆エリア初出店7店舗/新業態1店舗 27区画 約800坪

2009年静岡パルコオープン以来の初のグランドフロアの全面リニューアル実施。

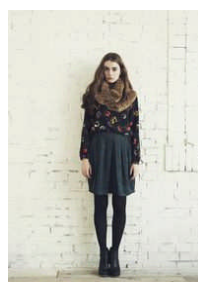
エリア初進出のセレクトショップ導入や、ファッションだけではなく、雑貨、食、ビューティーといった幅広いジャンルのショップを融合し、上質なライフスタイルの提案をいたします。

1階 「アーバンリサーチ」「ナノユニバース」「ジョンマスターオーガニック・エルバビーバショップ」

「ジョイリッチ・ブティック」B1階 当社共同開発「ピストロベーカリー 弥太郎」

2～6階 「セク」「ジュエティ」「スカラー」「サムソナイト」他

9/15 1F「アーバンリサーチ」



9/15 B1F 新業態

「ピストロベーカリー 弥太郎」