

PARCO

CSR REPORT 2011



URBAN
lifestyle
producer

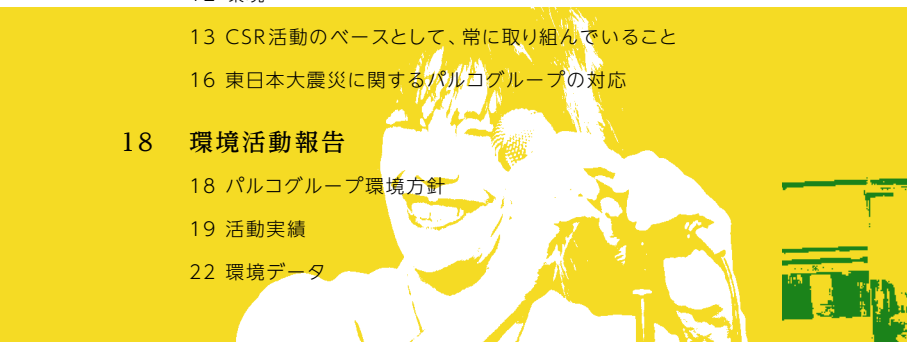


PARCO

PARCO WAY 2011 CSR REPORT

目次

- 01 トップコミットメント
- 02 パルコグループのCSR
 - 02 CSRの考え方
 - 03 7つのステークホルダー
 - 04 パルコグループCSR基本方針
 - 05 CSRメッセージ
- 06 CSRを支える基盤
- 07 CSR活動報告
 - 07 4つの重点テーマ
 - 08 文化
 - 09 次世代の人材
 - 11 地域
 - 12 環境
 - 13 CSR活動のベースとして、常に取り組んでいること
 - 16 東日本大震災に関するパルコグループの対応
- 18 環境活動報告
 - 18 パルコグループ環境方針
 - 19 活動実績
 - 22 環境データ



編集方針

本報告書は持続可能な社会の実現を目指すパルコグループの経済、社会、環境に関する取り組みと実績を、お客さまをはじめとした、事業にかかわるすべての皆さまに報告するものです。2011年3月に制定した「パルコグループCSR基本方針」で定めたCSR重点テーマに基づいた構成としております。報告させていただく取り組みと実績は、パルコグループが2010年3月から2011年6月までの期間におこなった事例です。

※ 記載されている会社名・製品名・サービス名は、各社の登録商標または商標です。
※ 人名・団体名・公共機関名などは、原則として敬称を略しています。

WAY

トップコミットメント

Management Commitment

東日本大震災で被災されたすべての皆様に、心よりお見舞い申し上げます。今後はいち早く復興が進み、普段どおりの生活が少しでも早く訪れることを願っております。

パルコグループは、CSR(企業の社会的責任)とは経営理念の具現化であり、事業基盤そのものであると考えています。

「訪れる人々を楽しませ、テナントを成功に導く、先見的、独創的、かつホスピタリティあふれる商業空間の創造」――。

この経営理念を、事業を通じて、ステークホルダーのご信頼とご満足をいただきながら実現することが、パルコグループのCSRであると考え、取り組みを進めています。

2011年3月には、これまで以上にグループ全体でCSRを推進していくことを目的に、CSR基本方針を定め、「PARCO WAY」パルコグループは、先見的、独創的な事業活動を通じて、都市生活者が心豊かになる社会の実現に貢献します。」というCSR理念と、4つの重点テーマ「文化」「次世代の人材」「地域」「環境」を明確に定めました。



パルコグループは、先見的、独創的な「パルコらしさ=PARCO WAY」をもって、社会と共有できる「新しい価値」を創出してまいります。

この理念と重点テーマは、創業経緯や事業特性、社員の想いをふまえ、「パルコグループが社会に存在する意義」や「社会に提供すべき価値とはなにか?」について、真剣に議論を重ねた結果、定めたものです。

パルコは、1969年の開業以来、ファッションビルの運営だけではなく、音楽、アート、演劇、映画、出版といったエンタテインメント事業によりさまざまなカルチャーの紹介をするとともに、新しい才能の発掘・応援をおこなってまいりました。人々の豊かさはモノだけで測れるものではなく、さまざまな精神的活動、心の豊かさもあって成立するものだとして認識していたからです。

2010年秋からは、「LOVE HUMAN.」というメッセージのもと、改めて「ひとりひとりに合った心豊かな生活: Quality of Life」「新しい才能の応援、希望と夢が未来を切り開いていく」という企業の想いを発信しています。

経済成長を遂げ、成熟した日本において、生活者は心の豊かさを満たす生活、社会的価値を重要視する消費行動へ、今後さらにも変化していくと考えます。この傾向は、今回の震災を経て、さらに進むと思います。

このような時代環境や社会背景のもと、生活者の方々の想いを汲み取り、応えるために、パルコグループは、中期経営計画で謳っている“都市のライフスタイルプロデューサー”として、「生活者の方々に心の豊かさを提供する」という強い意志を持ち、グループ一丸となって、ステークホルダーの皆様と一緒に時代を切り開いていきたいと考えています。

そのために、パルコグループは、先見的、独創的な「パルコらしさ=PARCO WAY」をもって、社会と共有できる「新しい価値」を創出してまいります。

2011年6月

株式会社パルコ
代表執行役社長

山岡 浩三

パルコグループのCSR

PARCO Group CSR

CSRの考え方

パルコらしさ

=

PARCO WAY

「パルコグループは、先見的、独創的な事業活動を通じて、都市生活者が心豊かになる社会の実現に貢献します。」

パルコグループは、CSR活動の定義を「事業を通じて、ステークホルダーの信頼と満足を得て、企業価値を高める取り組み」と定めています。パルコグループは、グループの事業特性や、先見性、独創性などの「パルコらしさ=PARCO WAY」をもって、都市生活者が心豊かになる社会の実現に貢献したいと考えています。

パルコグループの事業領域



ショッピングセンター事業

株式会社パルコが担うグループの基幹事業。商業施設のトータルプロデュース力を強みとし、国内外のショッピングセンター「PARCO」の開発・運営をしています。

現在、日本国内で20店舗、海外（シンガポール）で1店舗の「PARCO」の運営をしています。さらにエンタテインメント事業として劇場、音楽、映像、出版といった事業を展開し、他の商業施設との差別化を図っています。



専門店事業

株式会社ヌーヴ・エイが担う専門店事業は、ファッションパーツのセレクトショップを開発・運営しています。ライフスタイル支援をコンセプトとして掲げ、商業施設内を中心に4事業140店舗を展開しています。「PARCO」外への出店を推進し、新業態開発など新たな情報発信を推進しています。



総合空間事業

株式会社パルコスペースシステムズが担う総合空間事業は、商業空間の企画・デザインから内装・設備・電気工事、さらに内装監理業務までを展開する「空間形成事業」と、ビル環境を快適に維持するための保守・清掃・警備業務を受託する「ビルマネジメント事業」を中核としています。また、「PARCO」で培ってきたノウハウを駆使し、環境性能に優れたオリジナルの照明器具の開発や拡販、外部の商業施設からの工事や業務の受注を推進しています。



その他の事業

Webを活用した顧客コミュニケーションサービスを展開する株式会社パルコ・シティが、外部商業施設のHP制作を中心としたWeb事業と、オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」の運営を中心としたEC事業を展開しています。

7つのステークホルダー

パルコグループは、ステークホルダーを、経営理念に謳われている「お客さま」「ご出店テナント」をはじめ、「従業員」「株主／投資家」「地域／社会」「地権者」「お取引先」の7つと定義しています。経営の透明性の確保など、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組み、各々のステークホルダーと円滑な関係を構築しています。

お取引先

お取引先企業だけでなく、関連する業界全体への貢献を目指しています。

地域／社会

パルコは、イタリア語で“公園”を意味します。パルコグループは“公園”すなわち、「人々が集い、時間と空間を共有し、楽しんだりくつろいだりする場(空間)」を提供し、地域や街の魅力向上に努めるとともに、先見的、独創的な事業活動を通して、都市生活者が心豊かになる社会の実現に貢献したいと考えています。

お取引先

地域／社会

地権者

パルコグループは、ご出店テナントと同じく地権者の皆様も、「イコールパートナーシップ」の考え方にに基づき、公正・公平な関係の構築とお互いの価値観の共有によってともに成長・発展していくパートナーと捉えています。

株主／投資家

株主・投資家の皆様に、パルコグループの企業活動を知っていただくために、適時・適切な情報の開示に努めています。重要な情報は、適宜、ホームページに掲載しています。また、随時、個人投資家向けの企業説明会の実施やホームページでの開示情報の充実など、幅広い投資家層を意識したわかりやすい情報開示にも努めています。さらに、外国人投資家の皆様とのコミュニケーションをより一層推進するために、英文でのIR情報の発信やファクトブックの和英併記、海外での個別ミーティングの実施などを継続しておこなっています。

株主／投資家

ご出店テナント

パルコは、ご出店いただいているテナントの皆様とともに成長を目指す「イコールパートナーシップ」をショッピングセンター事業の基本とし、ご出店テナントをお互いの価値観の共有によってともに成長・発展していくパートナーと捉えています。

テナントスタッフの方々とコミュニケーションを密にとり、問題解決や新しい提案を実行することに加え、研修の機会を充実させるなど、イコールパートナーシップの実現に努めています。

ご出店テナント

従業員

パルコグループは、「人」すなわち「社員」の心と知恵によって支えられています。社員の心と知恵でお客さまに新しい提案をおこない続け、それに共感したご出店テナントがパルコを応援し、その結果、お客さまが共感してくださる、と考えます。社員ひとりひとりが活き活きと能力を発揮できる環境を整えることがすべてのステークホルダーに対して大切なことだと考え、多様性を担保する制度整備と風土醸成を進めています。

従業員

お客さま

お客さま

パルコグループは、ご出店テナント、地域・社会、お取引先など、すべてのステークホルダーに向けた取り組みを通じて、お客さまの信頼と満足を得る取り組みを進めていきたいと考えています。

パルコグループCSR基本方針

具現化

CSRの定義

経営理念の具現化

訪れる人々を楽しませ、テナントを成功に導く、先見的、独創的、かつホスピタリティあふれる商業空間の創造

企業ビジョン

心豊かな生活提案をする「都市のライフスタイルプロデューサー」

CSR理念



パルコグループは、先見的、独創的な事業活動を通じて、都市生活者が心豊かになる社会の実現に貢献します。

重点テーマ

文化

パルコグループは、ファッション、エンタテインメントをはじめ、文化面で常に新しい価値提供や情報発信、市場創造をおこないます。

次世代の人材

パルコグループは、次世代を担う人材や才能を応援し、活力と多様性のある社会の実現に貢献します。

地域

パルコはイタリア語で“公園”を意味します。パルコグループは“公園”すなわち、「人々が集い、時間と空間を共有し、楽しんだりくつろいだりする場(空間)」を提供し、地域や街の魅力向上につとめます。

環境

パルコグループは、全社一丸となって環境負荷の少ない商業施設の創造を推進します。

メッセージ

LOVE HUMAN.

パルコグループは、自信をもって未来を切り開いていく人々を応援していきます。

ステークホルダー

7つのステークホルダー

お客さま

ご出店テナント

従業員

株主／投資家

地域／社会

地権者

お取引先

パルコのコーポレートメッセージ

LOVE HUMAN.

新しい時代を、君とつくる。

人を助け、人を支えるのは、結局、人なんだ。

人と人のつながりが、困難に立ち向かうための大きな力になることを、私たちは知った。

すべてを乗り越えるには、まだまだ時間がかかるだろう。

だからこそ今、若い君の力が必要なんだ。

世の中を変えようとする、強い意志とエネルギー。瑞々しい感性。

君の希望と夢が、未来を切り開いていく。進もう、いっしょに。ラブヒューマン。



メッセージに込めた想い

パルコは1969年の「池袋PARCO」誕生以来、ファッションのみならず、音楽やアート、演劇などのカルチャーを積極的に紹介し、さまざまな新しい才能の発見やその応援をしてまいりました。また、都市のライフスタイルプロデューサーとして、その時代ごとに「コト」「モノ」「サービス」を融合させた、心豊かな生活を提案する店づくりをしてまいりました。

いまの時代を見つめ直したときに、改めて、自信を持って未来を切り開いていく才能のある人たちを応援していく企業としての想いを伝えていきます。また、今回の東日本大震災をうけ、人と人との絆、つながりの大切さもメッセージに込め、日本に活力を与えていきます。

『LOVE HUMAN.』とは

ひとりひとりに合った心豊かな生活: Quality of life

パルコは全国に20店舗を展開しており、マーケットに合った店づくりを、それぞれのマーケットに根付いた才能のある方たちとともにこなっています。中でも、2010年3月に新規オープンした「福岡PARCO」は、来店したお客さまが思い思いに豊かな時間を過ごせるように、カルチャー・食・ビューティーなどの「コト」、ファッション・雑貨などの「モノ」、生活に密着した機能や憩いの場などの「サービス」を融合させた店づくりをしています。

また、エンタテインメント事業（音楽、アート、演劇、映画、出版）を中心としたさまざまなカルチャーの紹介など、「モノ」消費だけにかたよらない心豊かな生活を提案しています。

新しい才能の応援、希望と夢が未来を切り開いていく

パルコは開業以来、ファッションビルの運営だけではなく、音楽（クラブクアトロ）、アート（パルコファクトリー、ロゴスギャラリーなど）、演劇（パルコ劇場）、映画（シネクイント）、出版（パルコ出版）といったエンタテインメント事業によりさまざまなカルチャーの紹介をするとともに、新しい才能の発掘、応援をおこなってきました。

また、時代性を反映した広告ビジュアルにはさまざまなジャンルの新しい才能をいち早く起用し、彼らは後に幅広い分野で活躍されています。2001年企業キャンペーン『Looking for a new "New"』ではモデルデビューしたての松山ケンイチさん、2009年企業キャンペーン『じぶんの王国をもとう。』ではヴァイオリニスト・宮本笑里さん、同年の水着キャンペーンでは佐々木希さん、2010年企業キャンペーン『LOVE HUMAN.』では新人ミュージシャンのマイア・バルーさんを起用するなど、ブレイク寸前のタレント、まだ世に知られていない新しい才能にスポットライトをあてるとともに、元気でポジティブなメッセージを発信し続けています。



CSRを支える基盤

Base Supporting CSR

パルコは、CSR活動を「事業を通じて、ステークホルダーの信頼と満足を得て、企業価値を高める取り組み」と考え、この基盤としてCSR委員会とリスクマネジメント委員会から成るCSRマネジメント体制を構築しています。また、持続的な企業価値向上のためには効率的で違法かつ適切な経営体制の実現が重要という考えに基づきコーポレート・ガバナンス体制を強化し、経営の透明性の向上、有効な経営監視体制の構築、株主をはじめとするステークホルダーの皆様との対話の促進および権利の確保を図っています。

CSRマネジメント体制

CSR委員会

常務執行役を委員長とし、パルコグループにおけるCSR活動の指針づくり、行動計画づくり、社外広報支援、社内情報共有の推進、外部企業・団体との協働に向けた取り組みをおこないます。

リスクマネジメント委員会

専務執行役を委員長とし、リスクマネジメント規程に基づき、企業活動に内包されるリスクの洗い出し、評価、対策の検討、社内啓蒙活動をおこなうとともに、緊急時の対策本部設置、情報管理など、リスク発現時に迅速に対応し、事業継続をするためにグループ横断的な管理体制の整備に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制

内部統制の考え方

パルコは、業務の有効性および効率性、財務報告の信頼性、事業活動にかかわる法令等の遵守ならびに資産の保全などにおいて、パルコおよびパルコグループの業務の適正を確保する体制を定め、企業価値の向上に努めています。

コンプライアンス体制

コンプライアンス体制整備の一環として、全社員が遵守し実践すべき「コンプライアンス基本理念」、「行動規範」を制定しているほか、「経営理念」や「10の行動指針」などを盛り込んだ「パルコ社員ハンドブック」を配布するなど、社内啓蒙活動を進めています。また、コンプライアンスの達成、危機管理の観点から、通報者が通報したことによる不利益を被ることのない社内通報制度を設けています。

リスクマネジメント体制

パルコでは、諸リスクの横断的監視ならびに全社的対応と総指揮をおこなう組織として、専務執行役を委員長としたリスクマネジメント委員会を設置しています。また、リスクマネジメントを含むCSR活動を統括し効率的に推進するため、常務執行役を委員長としたCSR委員会を設置し、リスクマネジメント委員会と必要に応じて連携を図り、迅速かつ効率的な活動をおこなっています。

CSR 活動報告

CSR Activities Report

パルコグループがおこなったCSR活動の一部をご紹介します。

パルコグループは「PARCO WAY：先見的、独創的な事業活動を通じて、都市生活者が心豊かになる社会の実現に貢献します。」というCSR理念のもと、「お客さま」、「ご出店テナント」、「従業員」、「株主／投資家」、「地域／社会」、「地権者」、「お取引先」、という7つのステークホルダーの信頼と満足を得る取り組みをおこなっています。

2010～2011年は、「文化」「次世代の人材」「地域」「環境」4つの重点テーマに則して、先見的、独創的な「PARCO WAY（パルコらしい）」取り組みを推進しています。

4つの重点テーマ



文化

パルコグループは、ファッション、エンタテインメントをはじめ、文化面で常に新しい価値提供や情報発信、市場創造をおこないます。



環境

パルコグループは、全社一丸となって環境負荷の少ない商業施設の創造を推進します。

パルコグループは、2010年に発表した「中期経営計画2010-2012年度」において、企業ビジョンとして「心豊かな生活提案をする都市のライフスタイルプロデューサー」を掲げました。

この企業ビジョンを具現化するCSR政策として、「文化」「次世代の人材」「地域」「環境」の4つを重点テーマと設定しました。



次世代の人材

パルコグループは、次世代を担う人材や才能を応援し、活力と多様性のある社会の実現に貢献します。



地域

パルコは、イタリア語で“公園”を意味します。パルコグループは“公園”すなわち、「人々が集い、時間と空間を共有し、楽しんだりくつろいだりする場（空間）」を提供し、地域や街の魅力向上に努めます。



文化



パルコグループは、ファッション、エンタテインメントをはじめ、文化面で常に新しい価値提供や情報発信、市場創造をおこないます。



『世界遺産チャリティーアートエキシビジョン ～PIECE OF PEACE～』

2010年10月

「レゴ®」で作った世界遺産展Part2の収益金などを公益社団法人日本ユネスコ協会連盟に寄贈しました！

『～PIECE OF PEACE～「レゴ®」で作った世界遺産展Part 2』は、2008年2月の「渋谷PARCO」を皮切りに、名古屋店・静岡店・仙台店・大津店などを2年にわたり巡回し、延べ100万人以上の方々にご来場いただきました。

各会場には、若者を中心に、子どもから大人、ご家族からお年寄りまで幅広い層のお客さまにお越しいただき、大きな反響を得た展覧会です。

2010年10月、主旨に伴うチャリティとして、日本ユネスコ協会連盟へ寄付・寄贈式を開催しました。ユネスコ世界遺産活動を通じた当社の社会貢献に対し、日本ユネスコ協会連盟より“感謝状”をいただきました。本展覧会は、今後も全国巡回を計画しています。

- 日本ユネスコ協会連盟への寄付内容(全国巡回開催に伴う入場料収入、物販売収入からの寄付額と各会場募金箱設置による寄付)

イベント開催収入からのチャリティ額	3,318,357円
募金箱設置による募金合計額	1,033,680円
その他開催における展示物寄贈	100,000円
合計	4,452,037円
本企画展内ユネスコ活動紹介制作物制作費充当額	-500,000円
差引合計寄付額	3,952,037円

- 寄付金は、日本ユネスコ協会連盟がおこなう世界遺産活動全般にご活用いただきます。
- 当企画展で制作し展示した、ユネスコ世界遺産活動紹介に関する制作物現物を寄贈しました。(世界遺産活動紹介パネルポスター×6枚、子ども向け世界遺産映像×1本)



暗い会場の中、浮かび上がるように展示された世界遺産作品の数々

『WHITE RODY PROJECT』

2011年2月11日(金)～28日(月)@「渋谷PARCO」

2011年4月23日(土)～5月8日(日)@「吉祥寺PARCO」

大人気キャラクター「RODY」とアートを通じた社会貢献!

イタリア生まれの人気キャラクター「RODY」と、障害のある人のアートを仕事につなげるNPO「エイブルアート・カンパニー」が出会って生まれた「WHITE RODY PROJECT」が「渋谷PARCO」「吉祥寺PARCO」にて開催されました。



「RODY」とは、遊びながら運動神経やバランス感覚を養えるイタリア生まれの玩具。同イベントでは、「真っ白なところでアート」をテーマに、障害のあるアーティストが本イベントのために描き起こしたさまざまな「RODY」が展示されました。みんなが大好きな「RODY」と触れ合いつつ社会貢献もできるこのイベントには、ご家族や恋人同士など幅広い方々がお越しになりました。

さらに、会場では賛同メーカーの協力によって「WHITE RODY グッズ」も限定販売。ポストカードセット、チャームストラップなど5種類のアイテムが製作され、売り上げの一部は「エイブルアート・カンパニー」に寄付され、障害のあるアーティストに還元されました。

また、会期中に会場に足を運べないファンのために、オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」でも上記限定アイテムの公式通販を実施しました。



賛同メーカーの協力により
WHITE RODYを限定販売



会場ではたくさんのRODY
グッズが並び、限定商品も
販売。

『PARCO×FUKU-FUKUプロジェクト×TABLE FOR TWO ×Coffret Project「世界にアイ・ラブ・ユー！」』

2011年2月4日(金)～14日(月)(一部28日(月)まで)@「浦和PARCO」

「ファッション」「食」「コスメを通じた女性支援」3つのテーマをリンクさせた商業施設初のソーシャルアクション!

パルコは、「ファッション」「食」「女性支援」3つのテーマをリンクしたソーシャルアクション「世界にアイ・ラブ・ユー！ PARCO VALENTINE」を「浦和PARCO」で開催しました。

「ファッション」は不要衣料品を回収してバイオエタノールやコークスなどに100%変換する「FUKU-FUKUプロジェクト」と、「食」は低カロリーメニューを提供して1食につき20円をアフリカの学校給食支援に寄付する「TABLE FOR TWO」と、「女性支援」は不要化粧品を回収して途上国の女性に「粧う」楽しさと自由を啓蒙する「Coffret Project」とコラボレーションしました。

次世代の人材



商業施設として初の取り組みとなった本企画は、地域住民の方々から予想を超えるご支持をいただき、参加人数は約1,500人、衣料品とコスメの回収点数は10日間で約4,000点、テーブル・フォー・ツーマニユの提供数は1ヶ月間で約1,000食となりました。回収には、主旨にご賛同いただいた地元、埼玉大学の学生や、各団体の有志が多数協力をしてくださいました。この場を借りてお礼申し上げます。

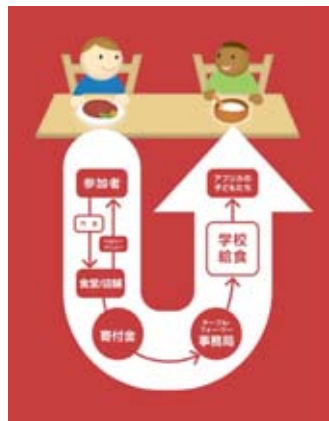
● FUKU-FUKUプロジェクト(活動母体：日本環境設計株式会社)

「消費者とリサイクルをつなげること」、それがFUKU-FUKUプロジェクトです。プロジェクトメンバー(小売店などの事業者)は、消費者が店頭などに持ち込んだ衣料品を回収します。回収された衣料品は、バイオエタノールやコークス、炭化水素油などにリサイクルされます。日本国内において、年間約200万トン以上の繊維製品が廃棄され、そのうちおよそ85%が焼却もしくは埋め立てられています。服のリユース、リサイクルはなかなか進んでいません。FUKU-FUKUプロジェクトでは、さまざまな事業者が連携することにより、服に含まれる綿繊維からバイオエタノールに、その他の繊維や残渣からコークス、炭化水素油などにリサイクルする技術ネットワークを構築しました。



● NPO法人TABLE FOR TWO International

「table for two」、直訳すると「二人の食卓」。先進国の私たちと開発途上国の子どもたちが、時間と空間を越え食事を分かち合うというコンセプトです。世界の67億人の人口のうち、10億人が飢えに喘ぐ一方で、10億人が肥満など食に起因する生活習慣病に苦しんでいます。この深刻な食の不均衡を解消するため、2007年の秋に日本でTABLE FOR TWOが創設されました。現在TABLE FOR TWOプログラムへの参加企業・団体数は省庁、企業、大学、病院などの食堂など約300を突破。食堂から始まったプログラムは、一般の方にもご利用いただけるカフェへ、そしてネットスーパーやコンビニの食品へ、次々と広がっています。対象となる定食や食品をご購入いただくと、1食につき20円の寄付金が、TABLE FOR TWOを通じて開発途上国の子どもの学校給食になります。20円というのは、開発途上国の給食1食分の金額です。つまり、先進国で1食とるごとに開発途上国に1食が贈られるという仕組みです。



● Coffret Project(コフレ・プロジェクト)

Coffret Projectは、おうちに眠っていたお化粧品で、世界中の女性をちょっと彩るプロジェクトです。使い切れずに捨てていたアイシャドウ、肌に合わずに捨ててしまったファンデーション、海外旅行のお土産でもらったけれど、色が気に入らなくて使っていない口紅など、ドレッサーはいらないお化粧品でいっぱい。一方、さまざまな理由によって「装う」自由を持ってない女性もいます。私たちCoffret Projectは、世界中の女性がより自由にそれぞれの可能性を開花させることができる世界を目指します。そのために、コスメを使って国境や人種、言語や文化を越えて、人々が喜びを分かち合うプラットフォームづくりをおこないます。



パルコグループは、次世代を担う人材や才能を応援し、活力と多様性のある社会の実現に貢献します。

『シンガポール「PARCO Marina Bay (パルコ・マリーナ・ベイ)」next NEXT』

2010年3月スタート

@シンガポール「PARCO Marina Bay (パルコ・マリーナ・ベイ)」シンガポールの若手ファッションデザイナーを育成するインキュベーターゾーン!

「PARCO next NEXT」は、シンガポール・ファッション協会(TaFf)と協業して創られた、シンガポールの若手ファッションデザイナーを育成するための、インキュベーターゾーンです。第1期として、2009年11月に開催されたデザインコンテストで選ばれた25名のデザイナーが、1年間それぞれの作品を展示・販売し、2011年4月には第2期がスタートしました(23ブランド)。将来、シンガポールのファッションシーンをリードしていく可能性を十分に秘めたデザイナーたちの活動をサポートすることも目的のひとつです。4月にはシンガポールで開催されたアジア最大級のファッションイベント「ASIA FASHION EXCHANGE (AFX) 2011」にも参加。世界的ブランドと並んでファッションショーを開催するなど、活動の幅を広げています。

日本の「PARCO」で培ったテナント研修ノウハウを活かし、日本人講師を派遣しての「ディスプレイ研修」などを実施するなど、シンガポールのファッションマーケット育成に貢献しています。



アジア最大級のファッションイベント「AFX」に参加



『PARCO Marina Bay』

シンガポール・マリーナ地区のショッピングモール「Millenia Walk (ミレニアウォーク)」内に2010年3月31日開業。TaFfおよび政府系中小企業支援団体「SPRINGSingapore」からの協力で展開する地元若手デザイナーのインキュベーターゾーン「PARCO next NEXT」、日系のレストランを中心としたレストランゾーンなどが特徴。



『Taipei IN Style』

2010年8月26日(土)～29日(日) @台湾(台北)

アジアで活躍する若手ファッションデザイナーの発掘・育成に協力!

シンガポール「PARCO Marina Bay (パルコ・マリーナ・ベイ)」next Nextでの取り組みに次ぐ、「アジアで活躍する若手デザイナーの発掘・育成」のテーマのもと、台湾・台北にて2010年8月26日～29日開催のテキスタイル見本市「Taipei IN Style」での講演イベントに参加しました。

「Taipei IN Style」全体では、台湾繊維業の発展に向け、約140のブース出店やISSEY MIYAKE、Michel Kleinのほか、台湾人デザイナーおよびアジア圏デザイナーのファッションショーイベント、各国商業界関係者による講演イベントが開催されました。

パルコの講演テーマは、企業紹介のほか、日本商業界や消費者の変化に対するパルコグループの対応で、特に「福岡PARCO」の自主編集売場や「PARCO Marina Bay (パルコ・マリーナ・ベイ)」の「PARCO next Next」での取り組み事例説明には、多くの台湾人デザイナーやファッション業界を志す学生、商業関係者から、高い関心を得ることができました。



「PARCO next NEXT」の取り組みを説明

『ピンクリボンキャンペーン』

通年実施

ピンクリボンキャンペーンに賛同し、店頭でのチャリティ募金やチャリティアイテムの販売を実施!

専門店事業を担うグループ会社の株式会社ヌーヴ・エイは、NPO法人「乳房健康研究会」が活動している「ピンクリボンキャンペーン」に賛同し、ローズマリー事業(化粧雑貨専門店)、コレクターズ事業の「アンナベール」(レディス雑貨専門店)、TiCTAC(チックタック)事業(腕時計専門店)において、店頭でのチャリティ募金、スタッフのバッチ着用によるキャンペーンの啓発活動を通年でおこなっています。

2010年度は、10月～12月のピンクリボン強化月間にチャリティアイテムの販売を実施、対象商品1点につき売上金の中から100円を寄付しました。

2010年度の寄付総額は、534,612円でした。



TiCTACでチャリティアイテムを販売

『夏休みワクワクワークショップ』

2010年8月14日(土)～8月29日(日) @「浦和PARCO」

子どもたちの夏休み期間中に、就業体験などキッズ限定イベントを開催!

「浦和PARCO」は、2010年、子どもたちの夏休み期間中に、「夏休みワクワクワークショップ」と題し、化石発掘体験や、ユナイテッド・シネマ浦和による映写室バックヤードツアー、上層階にある公共施設のさいたま市中央図書館協力による絵本読み聞かせ会などを開催しました。

その一環として、ご出店テナントであるアイスクリームショップ「コールド・ストーン・クリーマリー」のご協力により「summer vacation キッズハッピーアイスクリーム体験」を8月29日におこないました。楽しくアイスクリームを作ることを終着点に5つの心の鍵を集める内容は、子どもの精神的な育成にも貢献し、とても温かいイベントとなりました。

参加した子どもたちからは、「みんなが応援してくれて嬉しかった」「将来はアイスクリーム屋さんになりたい」「友達が増えて嬉しかった」、保護者の方々からは、「子どもに大切なことを教えていただけてよかった」「夏休みの課外学習として参加したが想像以上によかった」「子どもと一緒に世界にひとつのアイスクリームが作れて幸せだった」などの感想をいただきました。



店頭立つ前に講師と一緒に歌の練習をする子どもたち



真剣な表情で調理する子どもたち

『アートプロジェクト「かえっこショップ」』

2010年8月22日(日) @「熊本PARCO」

熊本市現代美術館の「不要なおもちゃを欲しいおもちゃと交換しよう!」企画に賛同!

「熊本PARCO」では、アーティスト藤浩志さんがプロデュースした、熊本市現代美術館の「不要なおもちゃを欲しいおもちゃと交換しよう!」という企画に参加者200名が賛同し、1日限定の「かえっこショップ」を店頭にて展開しました。

参加した子どもたちに、「ものを最後まで使う」「他の誰かのために役立てる」大切さを感じてもらう機会になりました



おもちゃの交換を楽しむ子どもたち

『オレンジリボンキャンペーン』

2010年11月1日(月)～30日(火) @「熊本PARCO」

オレンジリボンキャンペーンに賛同し、キャンペーン告知などに協力!

「熊本PARCO」は、2010年11月に、熊本県内で最も交通量が多い交差点に位置する「熊本PARCO」の壁面広告看板を「オレンジリボンキャンペーン」の告知協力として貸し出しました。また、キャンペーン期間中、「熊本PARCO」のインフォメーションスタッフが胸にオレンジリボンをつけて館内での告知協力もおこないました。「オレンジリボンキャンペーン」は、子ども虐待のない社会の実現を目指す市民運動で、オレンジリボンはそのシンボルマークであり、オレンジ色は子どもたちの明るい未来を表しています。この運動では、子ども虐待防止に賛同される方が、それぞれ胸にオレンジリボンをつけることで、子ども虐待防止の活動に参加しています。



壁面広告看板を
『オレンジリボンキャンペーン』
の告知協力として貸し出し



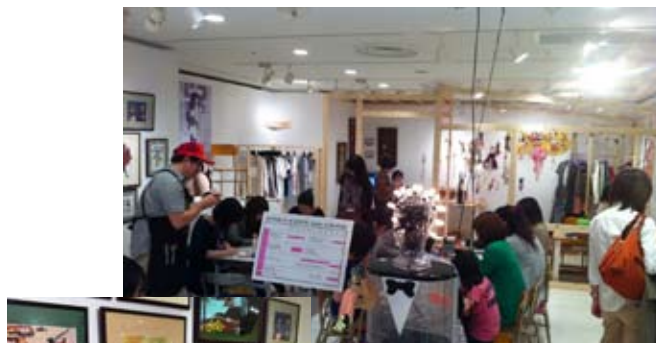
パルコは、イタリア語で“公園”を意味します。パルコグループは“公園”すなわち、「人々が集い、時間と空間を共有し、楽しんだりくつろいだりする場(空間)」を提供し、地域や街の魅力向上につとめます。

『福岡デザイン展』

2011年5月13日(金)～5月22日(日) @「福岡PARCO」

「デザインが街を変える」を合言葉に、福岡・天神地区の3商業施設が連携してワークショップを開催!

「福岡PARCO」は、「福岡デザイン展」で“街で、学ぶ”をコンセプトに、近隣の商業施設「IMS」「VIOLO」と連携した期間限定の体験学校イベントを実施しました。「福岡デザイン展」は、「デザインが街を変える」をキーワードに、街中でデザインの面白さを伝え楽しむためのイベントをおこない、街歩きの楽しさや街の活性化につなげる福岡発のデザインイベントです。「福岡PARCO」では、イラストレーターや陶芸作家などアーティスト5人のアトリエを店内に再現。各ブースで展示、販売、ワークショップを実施するなど、アーティストと直接触れ合える機会を作りました。他2施設もそれぞれ体験学校イベントをおこない、街全体が大人も子どもも一緒になり、学校のように楽しめるイベントとなりました。



『福岡デザイン展』ワークショップの様子



アーティストの展示作品

『地元の施設、商店街とのコラボレーション』

2010年12月スタート @「千葉PARCO」

地元の美術館、科学館、商店街などと協働して、街全体の魅力アップを!

「千葉PARCO」は、地元の千葉市美術館、千葉市科学館や千葉銀座商店街とコラボレーションした企画を2010年12月より始めました。千葉市美術館の入場券、千葉市科学館の入場券、〈PARCOカード〉を千葉銀座商店街の参加各ショップに提示すると、それぞれの優待サービスが受けられます。地域コミュニティを盛り上げたいと考える「千葉PARCO」が中心市街地と協働し、街全体の魅力アップと集客向上に貢献する取り組みです。

『びわ湖一斉清掃』

毎年6月ごろに実施 @「大津PARCO」

ご出店テナントの皆様と一緒に、大津市民の宝である琵琶湖に
恩返し!

地域とのかわわりを大切にし、地元で愛される「PARCO」を目指している「大津PARCO」は、引き続き2010年も「びわ湖一斉清掃」に参加しました。「びわ湖一斉清掃」は、大津市民にとってなにものにも代え難い琵琶湖から受ける恩恵を保持するための市民運動です。「大津PARCO」では、テナントスタッフにも積極的にお声掛けをして30名が参加し、近隣住民の皆様方とともに約100kgのゴミを拾い、心地よい汗をかきました。



『打ち水大作戦』

2010年8月6日(金) @「松本PARCO」

商店街の皆様と一緒に「打ち水の歌」を歌いながら参加!

「松本PARCO」は、地元商店街で開催された打ち水大作戦に参加しました。商店街に流れる「打ち水の歌」に合わせて、営業・総務・警備・清掃・インフォメーションなどパルコグループ全部門からスタッフが参加。正午からスタートした打ち水により周辺の気温が約1.2℃下がりました。商店街の皆様と一緒に、夏の暑さを忘れさせるような、涼感を演出したイベントとなりました。



パルコグループは、全社一丸となって環境負荷の少ない商業施設の創造を推進します。

『アーティストとのコラボによるエコ・ショーウィンドウ』

2011年5月23日(月)～6月30日(木) @「池袋PARCO」

リサイクルゴム手袋で製作した巨大なオウムが、夏のファッションを元気に楽しむことを提案!

「池袋PARCO」は、ショーウィンドウ2ヶ所に、アーティストとコラボレーションしたエコ・ショーウィンドウを期間限定で設置しました。ゴム手袋で制作した巨大なオウムが、「オシャレを楽しんで元気になるう!」というメッセージを発信。オウムは「愛情」の象徴といわれており、人と人との絆を大切にしよう、というメッセージを込めています(池袋=手袋=手=手をつなぐ=絆)。また、オウムの制作に使用しているゴム手袋には、「池袋PARCO」で清掃業務に携わっているスタッフが使い古したものなどを一部リサイクルしています。さらに節電対策として、消費電力の少ないLED照明に切り替え、通常の電気使用量の約70%をカットしました。



『MOTTAINAIキャンペーン』

“もったいないウォッチ”エクステンジ

2010年5月14日(金)～7月31日(土)、10月1日(金)～11月30日(火)
腕時計の下取りやリサイクルを通じて「MOTTAINAIキャンペーン」に参加!

専門店事業を担うグループ会社の株式会社ヌーヴ・エイ、TiTAC(チックタック)事業(腕時計専門店)では、環境分野で初のノーベル平和賞を受賞したケニア人女性のワンガリ・マータイさんの提唱をきっかけにスタートした「MOTTAINAIキャンペーン」による持続可能な循環型社会の構築を目指す活動を応援し、「もったいないウォッチ」エクステンジを開催しました。

腕時計の下取り1本につきお客さまに2,000円分のクーポン券をプレゼント。再利用できる腕時計は「MOTTAINAIキャンペーン」が開催するフリーマーケットで販売され、収益はアフリカの植林活動「グリーンベルト運動」に役立てられます。そして再利用できないものは「電池・可燃・不燃」に分別処理され、電池はリサイクルして資源活用できる水銀・鉄・亜鉛化合物を社団法人電池工業会を通じて再利用されました。

あわせて、「MOTTAINAIキャンペーン」サイトのバナー1クリックにつき1円をグリーンベルト運動に募金する、「クリック募金」にも協賛しました。



CSR活動のベースとして、 常に取り組んでいること

『ウォッチホスピタル』

2010年5月14日(金)～6月30日(水)、10月22日(金)～11月17日(水)
腕時計の修理、リペア促進を通じて「MOTTAINAIキャンペーン」に参加!

株式会社ヌーヴ・エイ、TiCTAC(チックタック)事業(腕時計専門店)では、修理や電池・ベルトの交換をすればまだまだ使える腕時計のリペア促進企画「ウォッチホスピタル」を開催しました。

キャンペーン期間中は、電池やベルトの交換、オーバーホール、パーツ交換などの修理を特別優待価格でご利用いただき、腕時計の修理やメンテナンスを通じて長くご愛用いただく機会をご提供しました。



『バッグ・財布下取りキャンペーン』

2010年9月10日(金)～10月11日(月)

下取りしたバッグ、財布のサーマルリサイクルにより、熱エネルギーの再利用、CO₂削減に貢献!

株式会社ヌーヴ・エイ、コレクターズ事業(メンズ・レディース雑貨専門店)では、バッグと財布の下取りキャンペーンを開催しました。

不要になったバッグや財布1点につき、コレクターズで1,000円、または「アンナベール」で500円分としてご利用いただけるクーポン券をプレゼント。

下取りしたバッグや財布は、燃焼時に発生する熱エネルギーを再利用する「サーマルリサイクル」を実施し、CO₂削減に貢献しました。

『アコースティックキャンドルナイト』

2010年6月21日(月) @「松本PARCO」

夏至の夜に、地元アーティストのアコースティックライブとともにキャンドルナイトイベントを開催!

地域に密着したイベントを開催し、より多くの方たちに愛される店舗に成長したいと考えている「松本PARCO」では、2010年6月21日の夏至の日に、屋上で「アコースティックキャンドルナイト」を開催しました。

「夏至・冬至の夜8時から10時の2時間、皆で明かりを消そう」というキャンドルナイトの趣旨に則り、多数の応募の中から抽選で40名さまを無料でご招待し、ワインやコーヒー、紅茶を味わいながら、松本を拠点に活動しているミュージシャン2組の演奏をお楽しみいただきました。使用したキャンドルも、松本市在住のキャンドルアーティスト西牧隆行さん(handmade candle lifart...)のオリジナルのものを50本使用。

梅雨の時期にもかかわらず好天と穏やかな風に恵まれ、ムーディーな雰囲気の中、アコースティックギターの音色に多くのお客さまが酔いれました。



ムーディーな雰囲気のキャンドルナイト

ご出店テナントとの共栄

イコールパートナーシップ

パルコの大きな特徴は、ご出店テナントとの「イコールパートナーシップ」です。私たちは、ご出店テナントをお互いの価値観の共有によってともに成長・発展していくパートナーと捉えています。

パルコ会活動

パルコは、ご出店いただいている約800社、2,800テナントの皆様とともに成長を目指す「イコールパートナーシップ」を店舗活動の基本としています。その関係性の維持・発展を推進しているのが、ご出店テナントで構成されているパルコ会です。

2011年度は、東日本大震災による消費マインドの冷え込みが懸念される中、一日でも早い震災からの復興を果たし、お客さまに心豊かな生活を取り戻していただくために、パルコおよびパルコ会メンバーは、イコールパートナーシップの精神のもと、地域への貢献と共同の繁栄を目指して一体となって取り組みます。

2011年5月には、パルコ会から被災地の復興支援を目的とした1,000万円の義援金を寄付しました。



2011年5月のパルコ会定時総会

テナントスタッフサポート体制

パルコでは店頭に立つテナントスタッフの皆様をサポートするため、入店前のオリエンテーション研修に始まり、リスク管理研修、接客実態調査などの現場力測定、店長を対象とした育成研修など、さまざまな研修プログラムを用意し、各店舗で積極的に取り組んでいます。また、ショップ全体の成長機会となることを目的とした、パルコオリジナルのロールプレイングコンテストの開催を2010年度からスタートさせました。テナントスタッフの皆様が絶えず相互コミュニケーションを図り、お客さま満足の上を目指しています。



テナントスタッフの皆様も積極的に参加

テナント従業員通報制度

「パルコショップスタッフ・コンプライアンス通報窓口」

社員の通報制度に加え、テナント従業員の当社にかかわる法令・コンプライアンス違反事項に関する相談・通報窓口を、2010年に新設しました。パルコのショップで働くすべてのテナント従業員を対象に、職場のルール違反をなくし、テナント従業員が安心して日々の仕事に取り組むことで、より働きやすい職場を作ることを目指しています。

株主・投資家との対話

IR活動

IRに関する基本方針

パルコは、株主や投資家の皆様に対し、透明性、公平性、継続性を基本とした迅速な情報提供に努めています。金融商品取引法及び東京証券取引所の定める適時開示規則等を遵守した情報の開示に努めるとともに、当社をご理解いただくために有効な情報につきましても積極的に開示しています。具体的にはホームページの「企業情報・IR」のコーナーをより充実させるとともにさまざまなメディアへの情報発信をおこない、また、説明会、各種印刷物をはじめとするさまざまな情報媒体を通じて、株主や投資家の皆様がアクセスしやすい環境でわかりやすい開示をおこなうようつとめています。

IRコミュニケーション

WebサイトでのさまざまなIRツールの開示

IR関連ツール

アニュアルレポート(和英)
ファクトブック
有価証券報告書
「PARCO REPORT」(年4回)
決算短信(四半期ごと)
決算説明資料
CSRレポート
その他、パルコホームページ「IR情報」

半期ごとの決算説明会

半期ごとに決算説明会、事業戦略などのアナリスト説明会を開催しています。



説明会の様子

国内での個人投資家説明会

個人投資家の皆様に対して、パルコへのご理解を図るため、個人投資家説明会をおこなっています。

2010年度は、さいたま市、福岡市で開催しました。

IR優良企業特別賞の受賞

2010年、一般社団法人日本IR協議会より、「IR優良企業特別賞」を受賞しました。

「IR優良企業賞」は、IRの趣旨を深く理解し、積極的に取り組んでいる企業を表彰することで、日本企業のIR意欲を一層喚起し、産業界におけるIRを普及させることを目的に、1996年に創設されました。

パルコが受賞した「IR優良企業特別賞」は2005年に設けられ、活動内容に特徴の見える企業を表彰しています。



従業員の尊重

社員のワークライフバランス支援制度

パルコでは社員のワークライフバランスの充実を図るため、育児・介護を中心とした支援に取り組んでいます。育児休職は満1才を迎えた次の4月10日まで(正社員)、育児のための勤務時間短縮は小学校就学前まで、配偶者出産休暇、子の看護休暇は入社1年目から取得可能としているほか、育児・介護を理由にした場合の失効年次有給休暇の復活、勤務地域選択、再雇用制度なども導入しています。

2010年度中の育児休職者数は女性16名、男性1名(導入初年度である2006年度以降延べ5名)となっています。また、年次有給休暇の半日取得、単身赴任者に対する帰省旅費の支給を導入、社員の家庭と仕事の両立の充実を図っています。

なお、2007年8月には、次世代育成支援対策推進法に基づき、雇用環境の整備について適切な行動計画を策定・達成した「基準適合一般事業主」として認定され、「くるみん」マークを取得しました。「くるみん」は、仕事と育児の両立支援に積極的に取り組む企業の認定マークで、2010年6月末時点で、全国で920社が国から認定を受けています。



ダイバーシティ推進プロジェクト

～多様な人材の活用・育成を通じ、企業価値の向上を目指す～

多様な価値を認めあい、すべての社員が持てる能力を発揮し成長機会を実感できる、そんな社風の醸成が事業基盤をより堅固なものとし、企業の発展につながると考えます。こうした考えのもと、パルコでは2005年11月から「パルコ・ウィメンズ・ネットワーク(PWN)」として、「女性社員の活躍推進」を通じ「多様な人材活用・育成」につなげ、企業価値の向上を目指すプロジェクトとして活動をスタート。2011年3月よりこれを「ダイバーシティ

推進プロジェクト」へと改組し、全社員(男女・役職問わず)の意識改革を図るための方策や、社員のキャリアアップのために必要な提言など、多様な見地での活動をおこなっています。

2010年度は、2つの分科会を軸に毎月の定例会議を実施し、代表者および担当執行役への活動報告と意見交換をおこないました。また店舗巡回では、ワーキングマザーを部下に持つ役職者のヒアリングをおこないました。若手社員を対象とした「次世代会議」では、他企業の女性管理職にもパネラーとしてご参加いただき、Web会議システムを通じて中継をおこないました。そのほかにも分科会活動として「ワーキングマザーの会」を隔月で実施し、仕事と育児の両立をしつつより活き活きと働ける会社を目指し、意見交換をおこなっています。さらに、総合空間事業を担うグループ会社のパルコスペースシステムズでは、女性スタッフ向け研修で、業務に加えてキャリアビジョンの策定を目的とした研修を実施、当プロジェクトのメンバーがパネリストとして参加しました。

2011年度は、多様な働き方の実現に向けた環境づくりや、世代間コミュニケーションを通じたキャリアアップモチベーションの向上などをテーマに活動をしています。

社員フォーラムの実施

業績や今後の方向性などについての情報を全社員で共有するため、「社員フォーラム」を開催しています。各店舗など本社勤務以外の社員も参加できるようWeb会議システムを使用し、社長からのプレゼンテーションや、社員からの質問・意見についての議論をおこなっています。終了後には、全社員がいつでもアクセスできるようイントラネット上に内容をアップし、浸透を図っています。



社員フォーラムの様子



2011年1月に開催した次世代会議



東日本大震災に関する パルコグループの対応

東日本大震災義援金の寄付および募金活動

当社は、東日本大震災の発生をうけ、被災地復興支援のために義援金の寄付をおこないました。

あわせて、全国の「PARCO」店頭での募金活動および、オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」での募金活動をおこないました。被災地の皆様には心からお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興を心より祈念いたします。

義援金の寄付

2011年3月17日に、日本赤十字社を通して1,000万円を寄付しました。

募金活動

●「PARCO」店頭

2011年3月14日より順次開始し、5月31日までおこないました。実施店舗は、全国「PARCO」20店舗（札幌、仙台、宇都宮、浦和、新所沢、池袋、渋谷、吉祥寺、調布、ひばりが丘、千葉、津田沼、静岡、名古屋、松本、大津、心斎橋、広島、福岡、熊本）で、社員からの募金を含め、6,200,760円をお預かりしました。お預かりした募金は日本赤十字社を通して寄付しました。



「札幌PARCO」インフォメーションカウン「福岡PARCO」店頭での募金活動ターに設置された募金箱

●オンラインショッピングモール

オンラインショッピングモール「PARCO-CITY」内の【パルコ・シティ】義援金受付ページにて、オリジナル壁紙（1口100円）をご購入いただくと、その購入代金全額が募金となる取り組みです。2011年3月16日より5月31日までおこないました。お預かりした107,300円は日本赤十字社を通して寄付しました。



「Valuable ¥50 - A Little help your watch! -」

2011年4月10日（日）～5月15日（日）

ご購入いただいた腕時計1本につき50円を寄付する義援金キャンペーン！

株式会社ヌーヴ・エイが展開する腕時計専門店「TiCTAC」では、東日本大震災により被災した方々の復興を支援するため、2011年4月10日から5月15日まで全国のチックタックで義援金キャンペーン『Valuable ¥50 - A Little help your watch! -』をおこないました。お客さまにご購入いただいた腕時計1本

につき50円を、日本赤十字社を通して東日本大震災の被災地へ寄付させていただく企画です。多くのお客さまからご理解、ご協力をいただき、総額1,699,300円の義援金が集まりました。



震災影響店舗への対応

パルコは、イコールパートナーであるご出店テナントと一致団結して震災を乗り越えたいと考え、他社に先駆けて、被災地である仙台をはじめ、計画停電により営業時間の短縮を余儀なくされた関東地区10店舗、計11店舗を対象に2011年3月の出店条件を緩和、4月には仙台店を対象に出店条件を緩和させていただきました。イコールパートナーシップに則り、ご出店テナントに対して迅速にきめ細やかな対応をさせていただきました。

Singapore designers GIVE BACK

2011年3月25日～27日

@シンガポール「PARCO Marina Bay（パルコ・マリナ・ベイ）」
パルコとシンガポールの若手デザイナーがチャリティセールを開催！

グループ会社PARCO (Singapore) Pte Ltd（パルコシンガポール社）がシンガポールにて運営する「PARCO Marina Bay（パルコ・マリナ・ベイ）」は、東日本大震災の被災地支援のため、シンガポール・ファッション協会（TaFf）と連携し、チャリティセール「Singapore designers GIVE BACK」を開催しました。「PARCO next NEXT」デザイナーおよび現地ファッションブランド計30組が参加し、2011年3月25日～27日の3日間で約2,130,000円を日本赤十字社を通して寄付しました。



オリジナルTシャツ200枚も完売。そのデザインは「PARCO next NEXT」で人気のブランド「max. tan」が描きおろしたものだ。



賛同したPARCO next NEXTデザイナーたち

『ジェーン・バーキン震災復興支援コンサート』

2011年4月6日(水) @「渋谷PARCO」店頭、渋谷CLUB QUATTRO
ジェーン・バーキンがパルコで募金活動とチャリティコンサートを開催!

フランスの女優であり、歌手・映画監督としても活躍するジェーン・バーキンの東日本大震災の復興支援無料チャリティコンサートを、4月6日に開催しました。「渋谷PARCO」店頭のミニコンサートと募金活動、渋谷CLUB QUATTROでの復興支援コンサートは素晴らしい内容となり、ご来場になったお客さまやメディアの方々からも、大きな反響をいただきました。

「渋谷PARCO」店頭・コンサートご来場者の皆様よりいただいた募金額は、合計1,099,409円でした。こちらは世界の医療団を通じて、東日本大震災で被災された皆様へ責任を持ってお届けさせていただきました。

出演者はジェーン・バーキンのほか、金子飛鳥、黒田育世、栗原務(LITTLE CREATURES/Double Famous)、坂口修一郎(Double Famous)、篠原ともえ、高田漣、鶴田真由、寺島しのぶ、中島ノブユキ、原田郁子(クラムボン)、松浦俊夫、守時タツミ、U-zhaan、渡邊琢磨(COMBOPIANO)などで、有名デザイナーや著名人など華やかなゲスト、マスコミ各社が集まりライブ也大盛況となりました。

NHKがこのライブの様様を流したUSTREAMは延べ32,000人が視聴するなど、非常に注目度の高いイベントになりました。



©SHOICHI KAJINO

『映画「劇場版 神聖かまってちゃん ロックンロールは鳴り止まないっ」チャリティ上映、動画配信』

2011年4月1日(金) @渋谷シネフント

話題の映画をチャリティ上映、ニコニコ動画でのチャリティ有料配信も実施!

4月1日、パルコ出資作品『劇場版 神聖かまってちゃん ロックンロールは鳴り止まないっ』のチャリティ上映を渋谷シネフントでおこない、182人のお客さまにご来場いただきました。また、同日、ニコニコ動画でのチャリティ有料配信をおこない、298人の方々のご視聴をいただきました。これらの売上金合計718,400円は、日本赤十字を通して東日本大震災の義援金として寄付いたしました。



舞台挨拶に駆けつけた本作品監督、出演者の方々

『ジャパンベリードダンスショー チャリティー2011』

2011年5月25日(火) @ル テアトル銀座 by PARCO

100名を超えるベリードダンサーがチャリティダンスショーを開催!

5月25日、ル テアトル銀座 by PARCOにて、「ジャパンベリードダンスショー チャリティー2011」を開催しました。

日本を代表する13のカンパニーが一堂に会して、出演するベリードダンサーは総勢100名を超えました。

100名のダンサーが集まった会場は大変華やかで、会場は750名の超満員となり、各カンパニーの演目に大きな歓声があがりました。

また、本イベントのフィナーレで世界的最高峰のベリードダンスカンパニー「ベリードダンス・スーパースターズ」がシークレットゲストで登場すると、会場はその日一番の盛り上がりを見せました!

本公演は、東日本大震災の復興支援を目的として、出演者は全てボランティア出演になっており、収益のすべてが主催者の株式会社トラベジストから日本赤十字社を通じて寄付されました。



ステージで手を振るベリードダンサーたち

『SISTER JET』フリーライブ@仙台

2011年4月1日(金) @「仙台PARCO」、仙台市勾当台公園野外音楽堂
人気急上昇中のロックバンド「SISTER JET」が仙台でフリーライブを実施!

2010年、日比谷野外音楽堂のワンマンライブも成功させた人気急上昇中の男性3人組ロックバンド「SISTER JET」によるフリーライブを2011年4月2日、仙台で実施しました。「仙台PARCO」店頭と、仙台市の勾当台公園野外音楽堂で開催し、「仙台PARCO」店頭には150人の観客が集まりました。ライブは電気を使わないアコースティックライブで、会場は終始明るい歓声に包まれました。



メンバーと一緒に、壇上で「ドレミの歌」を合唱する仙台市民。
仙台市青葉区・勾当台公園野外音楽堂にて

環境活動報告

Environmental Activities Report

パルコグループ環境方針

基本方針

パルコグループは、ショッピングセンター事業とそれに関連する活動分野のなかで、地球環境との関わりを重要テーマと認識し、持続可能な社会を次世代に残していくため、環境保全活動を推進してまいります。

そのために、パートナーであるテナント企業をはじめ取引先企業と協力し、また、お客さまや地域の方々のご理解を賜りながら、環境負荷の少ない商業空間の創造を目指します。

行動指針

環境保全活動

- ① パルコグループすべての店舗及び事業所において、環境に配慮し省資源・省エネ化を進めます。
環境への取り組みについて定期的に検証を行い、継続的な改善を実施します。
- ② 商業施設の使用エネルギーの大半を占める電気使用量の削減に取り組みます。
特に、ショッピングセンターの営業に欠かせない空調機・昇降機・照明器具など各種設備機器の省電力化に努め、さらに最新技術の導入などにより、効率的なエネルギー使用を目指します。
- ③ パートナーであるテナント企業などと協力しながら、冷房温度の緩和など館内温度適正化、設備機器の運転時間の適正化による省エネを継続します。
- ④ パートナーであるテナント企業などと協力しながら、リサイクル・リユースの推進と廃棄物の排出抑制に取り組み、環境負荷を低減すべく努めます。
- ⑤ 店舗の計画においては、建築・設備・内装デザインの全てに渡って、環境負荷の少ない新しい商業施設の創造にチャレンジします。

地域活動

- ⑥ 地域社会の一員として、社会貢献活動に積極的に参加し、ホスピタリティあふれる街づくりに貢献します。

イベント活動

- ⑦ パルコグループが主催するイベントや販売促進活動においても、環境テーマを取り入れたキャンペーンを積極的に実施します。

社員意識と教育

- ⑧ パルコグループの全社員は、自身が環境保全活動の当事者であることを意識し、リサイクル・省エネ・ゴミの分別など、職場・家庭を問わず環境改善につながる活動を率先して行います。
また、パルコグループは、パートナーであるテナント企業などと連携しながら、この活動が促進されるように社員に働きかけ支援します。

法令遵守

- ⑨ パルコグループの全社員は、人と地球環境に配慮した活動を行い、環境に関する条約、法令等を遵守します。

活動実績

パルコグループでは、東日本大震災以降、東京電力および東北電力管内などにおいてネオンや外壁照明、共用通路の消灯などをおこない、節電に努めています。テナントの皆様にも、ショップ内の消灯などを通じ節電実施にご協力いただいています。

2011年夏期は、今年のピーク時使用電力に対する15%の削減実行という経済産業省の方針に基づき、テナントの皆様とより一層協力しながらさらなる節電に取り組んでまいります。

CO₂排出量削減への取り組み

● 館内空調温度の緩和

空調使用による電気エネルギー消費量は、館全体の消費量の約4割を占め、適切にコントロールすることで最もCO₂排出量の抑制効果が期待できます。フロアごと・時間帯別に館内温度を実測し適切な温度管理を徹底した結果、前年度の空調エネルギー使用量に対し、約5%のCO₂排出量を削減することができました。お客さまやテナント企業の皆様にご理解・ご協力いただきながら、館内空調温度の緩和を実施しています。



2010年度夏期
店舗入口ステッカー

● 照明LED化およびハイブリッド照明の導入

照明器具による電気エネルギー消費量は、空調と同様に館全体の消費量の約4割を占めており、照明器具のLED化は器具自体から発する熱量の抑制効果とあわせてCO₂排出量の低減にもつながります。2010年度はLEDを中心とした省エネタイプの照明器具への積極的な更新と導入に努めました。

また、2011年度は3月から5月にかけて全国の「PARCO」でハロゲン電球約6,000灯をLED照明に交換しました。今後も継続して各店舗での普及を拡大させてまいります。



「池袋PARCO」

2010年度LED化推進店舗 池袋:6階、調布:B1階、新所沢L館:B1階、広島:各階エスカレーター周り

● 電気の購入先変更によるグリーン電力証書の調達

2010年10月より1年間でCO₂約660t分に相当する「グリーン電力証書」(風力、太陽光、生物資源などの自然エネルギーで得られた電力の付加価値を証書化したもの)を調達する契約を結びました。

東京都の環境条例では、2002年から2007年の基準年度に対し2010年から2014年で8%のCO₂排出量を削減する義務が課せられていますが、義務の履行に備え「グリーン電力証書」を東京都内の店舗にて活用していく予定です。(協力:オリックス株式会社)

対象店舗 宇都宮、池袋P、渋谷ZERO GATE、ひばりが丘

● ショップにおける環境負荷の軽減

2010年度下期から平米あたりの使用電力を抑制するため、新規改装店舗については店舗設計段階から電気支給容量を従来の60%に抑え、運用をスタートしました。テナント企業の皆様のご理解・ご協力のもと、多くのショップでこの照明計画を採用していただいております。今後新規改装をおこなうごとに省電力化が進んでいく見込みです。

リサイクル・リユースの推進

テナント企業の皆様のご協力のもと、事業所ゴミの減量・再資源化に積極的に取り組んでいます。

プラスチックハンガーや、一般的にリサイクルが難しいとされてきたミックスペーパー(ノンカーボン紙、ビニールコート紙など)のリサイクルを積極的に実施しています。

さらに廃棄物計量器を利用し、テナントごとの品目別排出量の見える化を推進、リサイクルできる品目は確実にリサイクル化していく体制を整備しています。

廃棄物計量器導入店舗 仙台、浦和、調布、ひばりが丘、新所沢、名古屋



廃棄物計量器(「浦和PARCO」)

施設・設備・運用面での取り組み

「PARCO」全店舗を対象に、中間期・冬期の外気冷房の採用、省エネランプの導入やスイッチタイマーによる節電に取り組むとともに、節水型バルブ、トイレ擬音装置、自動節水センサー導入などによる節水に努めています。

また、井戸設備による地下水の汲み上げ、湧水・中水・雨水の清掃やトイレ排水などへの利用にも取り組んでいます。

さらに「名古屋PARCO」、「浦和PARCO」ではコージェネレーションシステムを採用し、エネルギーの有効利用をしています。

※コージェネレーションシステム…発電時に発生する廃熱を冷暖房や給湯などに利用し、エネルギーを効率よく供給するシステム。

※中水設備…厨房などで発生する排水を処理し、トイレ用洗浄水などに再循環利用するシステム。



コージェネレーションシステム



中水設備

環境に配慮した商品の購入

コピー用紙は環境負荷低減につながるものを優先的に選び、社内備品の一部(文房具や各種ファイル、DVDディスクなど)はグリーン購入法(「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律」)に対応した商品の購入(グリーン購入)を実施しています。今後も継続して環境に配慮した商品の購入に努めていきます。

社内への働きかけ

● コピー用紙使用量の削減

社内事務所において、コピー用紙の両面印刷やNアップ印刷(複数ページにわたるデータを1ページにレイアウトしてプリントすること)、ミスコピー用紙の裏紙利用を推進し、コピー用紙使用量の削減に努めています。また、複合機から出力する際に社員番号を入力し、ミスコピー印刷を防ぐシステムの導入も進めています。社内手続き書類や掲示文書などはオンライン化し、ペーパーレスシステムを構築しています。

● クールビズ・ウォームビズ

空調エネルギー使用量を削減するために、社内事務所の室温を夏期・冬期それぞれで設定し、クールビズおよびウォームビズを実施しています。2011年度は夏期の節電を推進するため、例年よりクールビズ期間を延長し、室温も従来よりも1℃高い28℃設定としています。社員にはノーネクタイ・ノージャケットのほか半そでシャツやポロシャツなど、夏期の職場環境において快適に仕事ができるスタイルを奨励しています。

● 社員の意識向上

パルコでは、社員ひとりひとりが身近な問題として環境について考える機会となるよう、環境省主催の地球温暖化防止運動「チャレンジ25キャンペーン」に参画するとともに、東京商工会議所主催の「環境社会検定試験®(eco検定)」の受験を社内で奨励しています。検定については、受験料の全額支援ならびにパルコ社内全部門にテキストを配布し、社員が受験しやすい社内制度を設けています。



行政からの表彰

●【調布PARCO】エコ・オフィス認定制度ゴールド認定

「調布PARCO」では、調布エコ・オフィス認定制度においてゴールド認定をうけました。この認定制度は、地球に優しい事業所づくりを応援するために調布市がおこなっている制度です。積極的にゴミ減量、リサイクル、意識啓発に取り組んでいる事業所をゴールド、シルバー、ブロンズの三段階で表彰、認定しています。

●【吉祥寺PARCO】Ecoパートナー認定

「吉祥寺PARCO」では、武蔵野市Ecoパートナー認定を受けました。この認定制度は、事業系廃棄物の減量を促進するために武蔵野市がおこなっている制度です。雑誌、生ゴミの資源化などで一定基準に適合した事業者に対して表彰・認定しています。

「福岡PARCO」での取り組み

●「福岡PARCO」 築74年のビルの再生

2010年3月に開業した「福岡PARCO」は、旧岩田屋のビルを受け継いでいます。天神の交差点で長年親しまれてきた歴史あるビルの面影を残しながら、LEDに彩られた白いパネルやガラスで纏うなど、新しい建築デザインとして再生しました。

外壁には通風機能を形成し冷房負荷を軽減、照明は熱量が少なく省エネ・CO₂削減につながる器具を使用しました。エスカレーター周りなど空間演出の核となるスペースでは、LED照明を積極的に採用しています。共用通路の床素材は、エコリーフ環境ラベルを取得した塩化ビニールタイル(3ミリ厚では初)を採用して製造から廃棄までのCO₂排出量を定量化、あわせて商業施設ビニール床タイルとしては初となるカーボンオフセットを実行しました。

また、「福岡PARCO」の環境対策について、社団法人日本ショッピングセンター協会のセミナーで紹介する機会をいただき、講演と施設見学をおこないました。

※エコリーフ環境ラベル…社団法人産業環境管理協会が認証する、製品製造におけるすべてのステージ(製造・使用・廃棄)のエネルギーやCO₂排出量を計算・開示する環境ラベル。



福岡PARCO



エスカレーター区画内LED照明

●「福岡PARCO」 自主編集売場「once A month」

「福岡PARCO」では、パルコが自主編集でショップ運営をおこなうトライアルスペースを設けました。

内装材は土からできたボードを使用しており、解体後は土に還すことができます。什器には木材からリサイクルした再生材料や、リサイクル途中のペットボトル・アルミ缶を圧縮成形した素材を使っています。

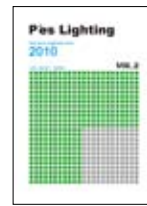
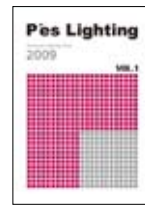
また、照明はすべてLED化を実施し、CO₂削減につなげています。



「once A month」

「P'es Lighting (ピースライティング)」の導入による環境配慮型商業施設への取り組み

グループ会社の株式会社パルコスペースシステムズでは、環境負荷低減に配慮したオリジナル照明器具「P'es Lighting」を他社との協業により開発し、販売しています。LED照明などと組み合わせ、ECOをテーマとしたデザインや内装工事、ビルメンテナンスをトータルで提案しています。



● PARCOにおける取り組み

「PARCO」全店舗で「P'es Lighting」を共用部の指定器具およびテナントに対する推奨器具として選定、また、「福岡PARCO」共用部に順光照明およびテナント照明として導入しました。

「福岡PARCO」の自主編集ショップ「once A month」では店舗内のオールLED化を実施、また、「PARCO」各店の共用部に使用されているハロゲンランプのLEDランプへの交換を順次進めています。

さらに、パルコグループ総合受付(渋谷ファーストプレイス9F)にLEDショールームスペースを設置、ご来訪のお客さまにもご覧いただいています。



松本PARCO

● 外部施設における主な導入実績

ノースポート・モール(4F 共用通路部分を全面LED化)、そごう・西武(池袋西武ほか)、アミュプラザ(鹿児島・長崎、およびテナント)、美登利寿司

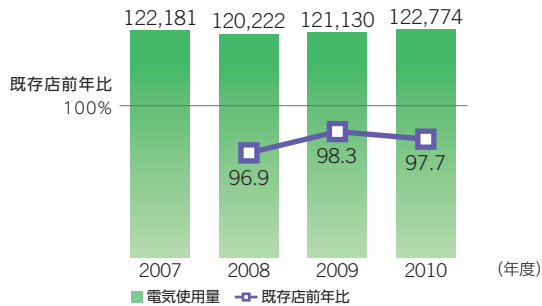
● ECOをテーマとした照明提案・導入事例を紹介するセミナーを実施

日本百貨店協会や各商業施設の皆様より、ECOをテーマとした提案・導入事例について講演する機会をいただいています。商業施設におけるLED照明の導入や、照明計画・省エネに関するセミナーを、年間を通じて各地で開催しています。

環境データ

INPUT

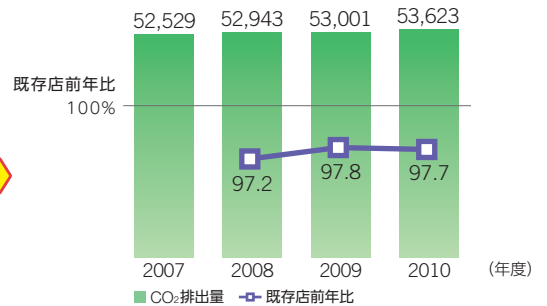
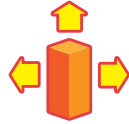
電気使用量
(千kw/h)



新店の開店などにより総量は増加していますが、既存店ベースでは毎年前年を下回っています。

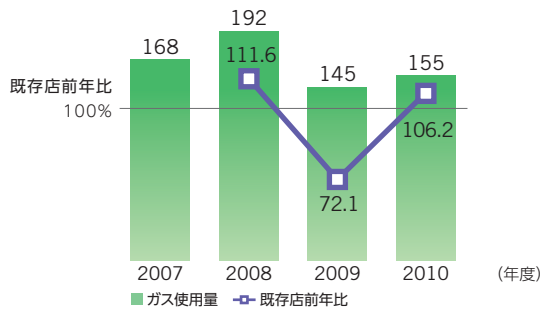
OUTPUT

CO₂排出量
(t)



新店の開店などにより総量は増加していますが、館内空調温度管理の徹底と照明器具のLED化により、既存店ベースでは毎年前年を下回っています。

ガス使用量
(千m³)

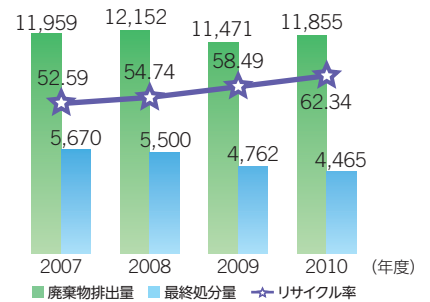


ガスの大部分は空調機設備の動力に使用しています。2009年度は冷温水発生機の運転台数を変更したため大幅に前年を下回りましたが、2010年度は猛暑の影響で使用量が増加しました。

廃棄物排出量
(千kg)

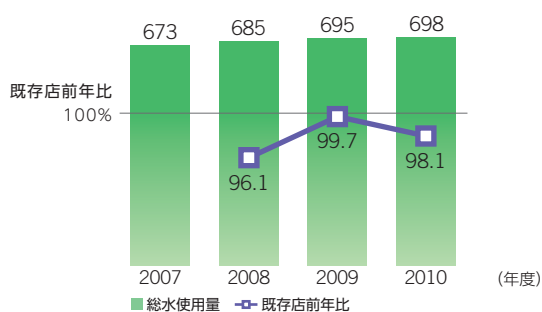
リサイクル率
(%)

最終処分量
(千kg)



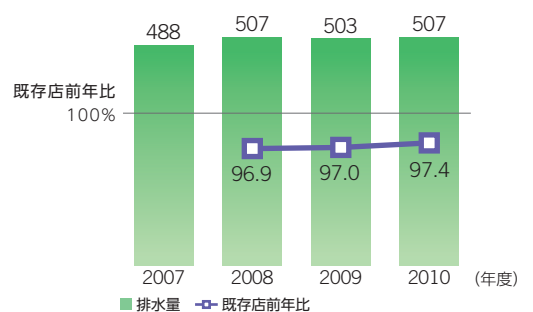
廃棄物排出量と最終処分量の削減取り組みを継続した結果、リサイクル率は毎年向上しています。

総水使用量
(千m³)



節水装置の普及拡大により、既存店ベースでは使用量は減少傾向にあります。

排水量
(千m³)



水使用量の削減に努めた結果、既存店ベースでは排水量も同様に減少傾向にあります。

既存店前年比については、

2007年度 静岡PARCO・浦和PARCO開業、厚木PARCO閉店
2008年度 仙台PARCO開業
2010年度 福岡PARCO開業、大分PARCO閉店

に基づき算出しています。

尚、廃棄物排出量・リサイクル率・最終処分量以外の環境データ数値はテナント区画を除いたものです。

組織体制

パルコでは環境への取り組みをより強化していくため、2011年度よりこれまでの「施設部」を「CS／環境部」へと名称変更しました。パルコグループ環境方針のもと、全社一丸となって環境保全活動のさらなる推進に努めてまいります。