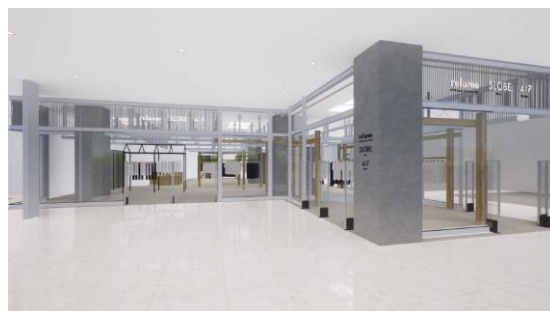


新しい生活様式で需要高まる準都心のPARCO 浦和PARCO 今秋 開業来最大のグランドフロアリニューアル

転入者の約6割を占める20～30代“ミレニアル世代の夫婦・ファミリー”集客を目指し

「毎日を満喫できる街」の価値を提供する大規模リニューアル！



浦和PARCOは、2021年秋、グランドフロアである1F・2Fにおいて開業来最大規模のリニューアルを実施いたします。

近年、埼玉・浦和はその利便性や文化性で住みたい街として注目を集めています。今秋は1F・2Fのリニューアルを実施し、近年増加する“ミレニアル世代（20～30代）の夫婦・ファミリー”の転入者をターゲットに、全28店舗約3,300㎡規模となる「ファッション」「コスメ」「生活雑貨」「食」「リラックス」をテーマとした新規店12店舗の導入と、16店舗のリニューアルを推進します。

コロナ禍のニューノーマルな価値観をふまえ、浦和で新たな体験をしていただけるよう、ワンストップ型店舗として幅広いお客さまにご利用いただいているこれまでのMDバラエティに加え、今回のリニューアルで浦和の街に新たな風を吹かせ、新しい価値を提供してまいります。

＜浦和パルコ2021秋 NEW & RENEWAL OPEN特設サイトはこちらから＞

https://urawa.parco.jp/page/2021autumn_newshop

■20・30代の流入が増える浦和マーケット

浦和エリアは、山手線沿線から10kmに位置し、都内主要ターミナルへ約30分以内でアクセスできる交通利便性と、文教都市としての教育環境の充実から、「住む街」としての価値が拡大しています。

浦和区を含むさいたま市は132万人規模の政令指定都市であり、ここ5年で人口が約5%増加。なかでも、浦和PARCOから半径5km圏の浦和区・南区・緑区は5%を上回る伸びを見せています。

また、2013年以降、さいたま市への転入者数の約6割が20・30代との発表もなされているように、“ミレニアル世代”の流入が増えています。

<出典：令和2年国勢調査速報集計結果（要計表による人口及び世帯数）さいたま市プレスリリース>



	R2年	H27年	増減率
さいたま市	1,324,591	1,263,979	105%
浦和区	164,851	154,416	107%
南区	191,635	180,152	106%
緑区	128,399	116,522	110%

<出典：国勢調査>

また、「住みたい街ランキング 関東版」では、浦和は4年連続トップ10にランクインしており、2021年は8位となっています。トップ10の中では唯一得票数を伸ばし、また「夫婦のみ世帯」が選ぶランキングでは2位、「夫婦＋子ども世帯」ランキングでは5位と、“夫婦・ファミリー”の支持を特に集めています。

●住みたい街ランキング2021 関東版

順位	駅名	順位	駅名
1位	横浜	6位	品川
2位	恵比寿	7位	新宿
3位	吉祥寺	8位	浦和
4位	大宮	9位	池袋
5位	目黒	10位	中目黒

●住みたい街ランキング2021 関東版

夫婦のみ世帯の住みたい街		夫婦＋子ども世帯の住みたい街	
順位	駅名	順位	駅名
1位	横浜	1位	横浜
2位	浦和	2位	吉祥寺
3位	大宮	3位	恵比寿
4位	吉祥寺	4位	大宮
5位	恵比寿	5位	浦和

<出典：住みたい街ランキング2021関東版（株式会社リクルート）>

このように、浦和エリアに“ミレニアル世代の夫婦・ファミリー”を中心とした人口が増える中、コロナ禍で生活様式や価値観の変化が起こり、おうちやその周辺で過ごす時間が増えました。その結果、「住む街」としての価値に加え、これまで都心が担っていた「楽しむ街」の要素も加わり、「毎日を満喫できる街」としての新たな価値が求められています。

■ 浦和PARCOの変化 リニューアルコンセプト & ターゲット

浦和PARCOは、これまで駅前のワンストップ型施設として、幅広いお客様へ生活利便性を提供するため、MDバラエティを拡充してまいりました。2019年度は過去最大売上の271億円まで成長しましたが、さらに浦和エリアに価値を提供できるよう、今秋、グランドフロアである1・2Fにおいて開業来最大規模のリニューアルを実施します。

■ リニューアルコンセプト

「ミレニアル世代の夫婦・ファミリーに向け、都市の暮らしを提案」

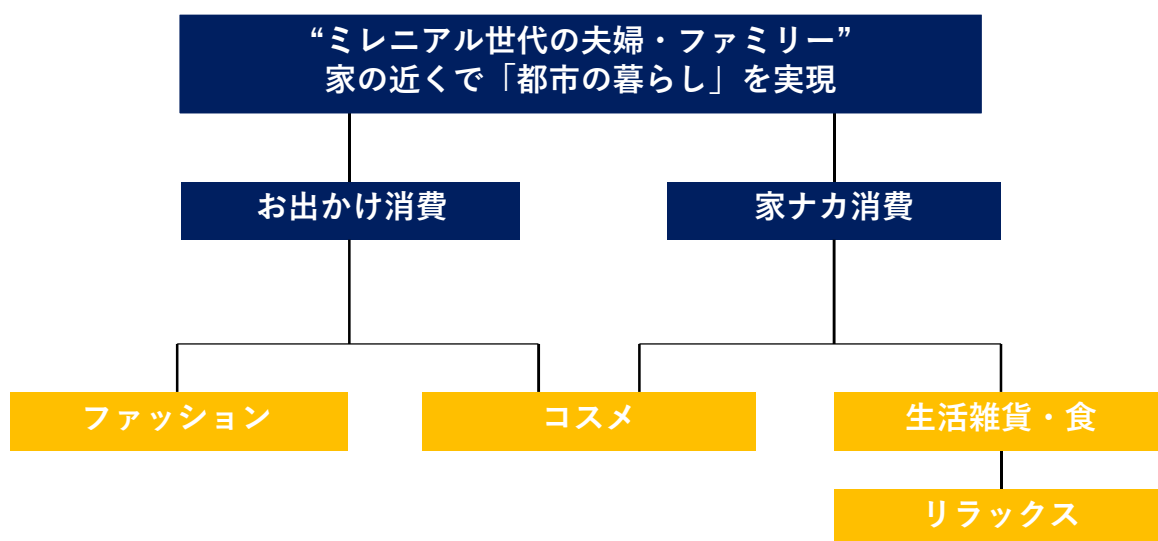
ターゲット：浦和に住む20～30代の夫婦・子育て世代、都市型志向の近隣居住者

開業10年を超え15年へと向かう中、パルコでは浦和のリマーケティングを行い、「ミレニアル世代の流入」と「コロナ禍での街の役割変化」に着目しました。

トレンドに敏感な“ミレニアル世代”を中心とした近隣居住の方々が、おしゃれなものを家の近くで手に入れる「都市の暮らし」を実現するため、都市型ファッションからおうち時間を豊かにするグッズまで、さまざまなアイテムと浦和PARCOで出会えることを目指しました。これまで都心や大規模ターミナル駅に行かなければ買えなかったショップのエリア初出店や、ファミリー向けのMD・空間づくりを取り入れたリニューアルを行ってまいります。

MDとしては、お出かけ消費として“ファッション”、家ナカ消費として生活を豊かにする“生活雑貨”・“食”、そして両方のニーズを満たす“コスメ”を、コンセプトに沿って提案します。また、現代社会においてニーズが高まる“リラックス”のテーマも組み込んでいます。

▼MD展開イメージ



■ ショップ構成の特徴

● 夫婦・ファミリーで高感度ファッションを楽しむ

浦和ならではの特征として、夫婦・親子で高感度ファッションを楽しめるよう、大型セレクトショップが新たに登場します。

1F「JOURNAL STANDARD relume / SLOBE IENA / 417 EDIFICE」は、準都心エリアに向けて新たにつくられた、3ブランド複合業態での出店となります。各ブランドは浦和エリア初出店。

また、1F「BEAUTY&YOUTH UNITED ARROWS LIMITED STORE URAWA」も浦和エリア初出店。

2F「URBAN RESEACH DOORS」は増床リニューアルでキッズ・雑貨などのMDバラエティを拡充し、親子で楽しむアイテムを提案いたします。



1F・JOURNAL STANDARD relume / SLOBE IENA / 417 EDIFICE



2F・URBAN RESEACH DOORS

毎日のおしゃれにも、特別なシチュエーションにも、テンションをあげてくれるアクセサリー。

1F には「ANEMONE」、「Jouete」が浦和エリアに初登場します。“ミレニアル世代”を中心に幅広い層の個性を彩ります。



1F・ANEMONE



1F・Jouete

●お出かけにもおうち時間にも必需品であるコスメを家の近くで

コスメショップは、1F「SABON」「Cosme Kitchen」「ALBION DRESSER」2F「shop in」の4ショップが新たに浦和エリアに出店します。

おうち時間が増えている今、メイクアップだけでなくスキンケア・インナービューティー商品も豊富に取扱いのあるショップが揃いました。浦和のマーケット特性に合わせて、ゆっくりお買い物を楽しんでもらう・接客を大切にするため、1Fの3ショップはいずれもカウンセリングブースを設けています。

イスラエル発のナチュラルコスメブランド「SABON」はボディ、フェイス、ヘアケア製品を取り揃えています。この度、開放感ある店内に象徴となるウォータースタンドに加え、インスピレーションを表現する“ウォールオブワンダー”を配した新デザインで出店。素敵な旅へと誘います。



1F・SABON



1F・Cosme Kitchen



1F・ALBION DRESSER



2F・shop in

●豊かな暮らしのためのグッズが勢ぞろい

家で使いたくなるキッチン雑貨や生活雑貨、食品など、幅広い暮らしのショップが2Fに出店。おうち時間を豊かにしたり、時短のお手伝いをしてくれたり、それぞれの需要に応えるアイテムが揃います。

「212 KITCHEN STORE」は浦和エリア初登場、「COREO」は装い新たにリニューアルいたします。

「KEYUCA」は増床リニューアルで取り扱いアイテムがさらに豊富になります。



2F・212 KITCHEN STORE



2F・KEYUCA

●ベビーカーで利用しやすいカフェに増床リニューアル

2F「nana's green tea」は、ベビーカーをご利用のファミリーにもお使いいただきやすいカフェとして増床リニューアルします。新たにできる小上り席は、コルクタイルを使用。サステナブルかつコロナ禍において重要な掃除のしやすさも兼ね備え、安心してご利用いただくことができます。ファミリーの利用を見越し、入口にはベビーカー置き場を設置します。



2F・nana's green tea



●自分を労わるアイテム・サービスの充実

新たな生活様式で、心身ともに自分を労わるニーズが高まっています。

B1F「カラダファクトリー」、1F「ラフィネプリュス」、アロマを取り扱う2F「アロミックススタイル」といったリラクゼーションショップがリニューアルします。



■ 出店ショップリスト

新規出店・リニューアル店舗は2021年7月～11月にかけて順次オープンいたします。

オープン日	フロア	店名		全国初	浦和初	アイテム	出店社名
7月30日	1F	ラフィネブリュス	RENEWAL			リラクゼーション	(株)ボディワーク
8月18日	2F	AROMIC style	RENEWAL			アロマ・生活雑貨	アロマスター(株)
8月28日	2F	URBAN RESEACH DOORS	RENEWAL			レディス・メンズ・キッズ・雑貨	(株)アーバンリサーチ
9月1日	1F	Samantha Thavasa Petit Choice	RENEWAL			アクセサリー・雑貨	(株)サマンサタバサジャパンリミテッド
9月1日	B1F	カラダ ファクトリー	RENEWAL			整体サロン	(株)ファクトリージャパングループ
9月4日	3F	B-COMPANY	RENEWAL			インテリア・雑貨	(有)B's International
9月10日	2F	しゃら	RENEWAL			呉服	(株)三松
9月10日	2F	AIMER	RENEWAL			レディスフォーマル	(株)三松
9月29日	3F	KEYUCA	RENEWAL			インテリア・雑貨・カーテン	河淳(株)
10月8日	1F	Cosme Kitchen	NEW		●	オーガニックコスメセレクト	(株)マッシュビューティーラボ
10月8日	1F	BEAUTY&YOUTH UNITED ARROWS LIMITED STORE URAWA	NEW		●	レディス・メンズ	(株)ユナイテッドアローズ
10月8日	1F	Jouete	NEW		●	ジュエリー・アクセサリー・時計	(株)ミルク
10月8日	1F	TICTAC	RENEWAL			腕時計	(株)スーヴ・エイ
10月8日	2F	intescure	RENEWAL			ランジェリー	(株)オカダヤ
10月22日	2F	212 KITCHEN STORE	NEW		●	キッチン・ダイニンググッズ	(株)ライフスタイルイノベーション
10月22日	2F	shop in	NEW		●	ビューティ・ヘルス	(株)東京ドーム
10月22日	1F	ORBIS	RENEWAL			化粧品	オルビス(株)
10月22日	2F	Smith	RENEWAL			ステーショナリー・雑貨	(株)デルフォニックス
10月22日	2F	Coreo	RENEWAL			雑貨	(株)FRONTIER
10月28日	1F	SABON	NEW		●	ボディケア	(株)SABON Japan
11月上旬	2F	nana's green tea	RENEWAL			和カフェ	(有)ボンメル
11月26日	1F	JOURNAL STANDARD relume / SLOBE IENA / 417 EDIFICE	NEW	●	●	レディス・メンズ	(株)バイクルーズ
11月26日	1F	ANEMONE	NEW		●	アクセサリー・バッグ	(株)サンボークリエイト
11月26日	1F	ALBION DRESSER	NEW		●	コスメ	(株)アルビオン
11月26日	1F	PLST	RENEWAL			レディス・メンズ	(株)プラステ



**ヒルガエセ。
2021-NEW装 浦和PARCO**

待ち焦がれた風が吹く。新
たな時代の胎動を乗せて。

浦和PARCOの大改装が始まります。
ハレは私たち一人一人の鏡に映る。

時めきの旋律は止まらず背中を押す。

晴天に旗めく青に。 ヒルガエセ。

●ティザー広告について

豊かな自然、広がる空、歴史のある街道。そんな浦和の街の大きな通りや、
パルコの広い空間を吹きぬける、軽やかな新しい風一。
浦和パルコのビルを風にはためくフラッグで表現。
風をまとして新しいライフスタイル・価値観に突入するパルコを表しました。

クリエイティブディレクターはSHIBUYA QWSのコミュニティマネージャーを務める株式会社
qutoriの加藤翼氏、アートディレクターには「HERALBONY」のアートディレクションを務めた
Paper Parade共同代表の守田篤史氏が担当します。

- 10月8日(金)～ NEW&RENEWALキャンペーン
- 11月26日(金)～ クリスマスキャンペーン

<浦和パルコ2021秋 NEW&RENEWAL OPEN特設サイトはこちらから>

https://urawa.parco.jp/page/2021autumn_newshop