

株式会社パルコ 平成22年2月期 (2009年度) 決算説明会資料 【東証一部 8251】

本日のご説明内容

2009年度 業績概要とトピックス

2010年度 トピックスと業績予想

本日のご説明内容

2009年度 業績概要とトピックス

2010年度 トピックスと業績予想

2009年度 連結業績

4/25

単位：百万円

	2009年度	2008年度	増減額	前年比	対外発表額
売上高	261,076	282,509	▲21,432	92.4%	259,000
営業利益	8,601	9,362	▲760	91.9%	8,500
経常利益	8,554	9,171	▲616	93.3%	8,400
当期純利益	4,108	3,730	377	110.1%	4,100

	2009年度末	2008年度末	増減額	前年比
総資産	187,093	191,681	▲4,587	97.6%
純資産	78,657	75,617	3,040	104.0%
有利子負債	38,487	40,777	▲2,290	94.4%
自己資本比率	42.0%	39.4%		
時価ベースの自己資本比率	30.7%	31.3%		
キャッシュ・フロー対有利子負債比率	4.3年	※ 15.0年		
インタレスト・カバレッジ・レシオ	13.4倍	※ 4.2倍		

※ 2008年度末の値は、
 ①年度末が銀行休業日であるための売上債権の増加
 ②支払いサイトを短縮したことによる仕入債務の減少
 ③今期の所得に対する法人税額等に対し、今期納付した額が多かったこと等によるものです。これらの一過性によるものを加味して計算した数値は、以下の通りです。
 「キャッシュ・フロー対有利子負債比率」…4.5年
 「インタレスト・カバレッジ・レシオ」…14.1倍

2009年度 連結セグメント別業績

5/25

単位：百万円

ショッピングセンター事業

(株)パルコは、当期より新たな店舗グループ制を導入し、それぞれの特性に応じた戦略、改装や効果的な営業企画の実施に努めた

専門店事業

(株)ヌーヴ・エイは、ビルド&スクラップ戦略で、136店舗体制に。環境・社会貢献テーマにも積極的に取り組む

総合空間事業

(株)パルコスペースシステムズは、内装工事等の受注が減少。ビルメンテナンス、内装工事、デザインの連動による複合的な受注に向けた営業活動を強化

その他の事業

(株)パルコ・シティは成長性の高いWeb事業とEコマース事業に資源を集中し、両事業とも売上目標を達成。(株)ホテルニュークレストンは全株式を売却し、ホテル直営事業から撤退

		2009年度	2008年度	増減額
ショッピングセンター事業	売上高	246,010	264,595	▲18,585
	営業利益	8,005	8,826	▲821
専門店事業	売上高	16,971	17,079	▲107
	営業利益	303	276	26
総合空間事業	売上高	17,758	22,437	▲4,678
	営業利益	209	383	▲174
その他の事業	売上高	954	2,218	▲1,263
	営業利益	26	▲125	151
小計	売上高	281,695	306,330	▲24,634
	営業利益	8,543	9,361	▲817
消去又は全社	売上高	(18,007)	(21,220)	3,212
	営業利益	57	0	56
合計	売上高	263,688	285,109	▲21,421
	営業利益	8,601	9,362	▲760

※セグメント別の業績における売上高には、営業収入が含まれております。

2009年度 単体業績

6/25

単位：百万円

	2009年度	2008年度	増減額	前年比	対外発表額
売上高	243,349	261,751	▲18,401	93.0%	242,000
営業利益	8,154	8,885	▲731	91.8%	8,100
経常利益	8,208	9,067	▲859	90.5%	8,000
当期純利益	4,184	4,004	179	104.5%	4,200

	2009年度末	2008年度末	増減額	前年比
総資産	183,189	187,186	▲3,996	97.9%
純資産	79,059	76,000	3,059	104.0%
有利子負債	40,514	42,457	▲1,943	95.4%
自己資本比率	43.2%	40.6%	—	—

配当について

2009年度は1株につき年間16円の配当の継続を決定

2009年度 店舗別テナント売上高

7/25

全店合計で前年比93.2%

マーケットの特性・需要に即した関東店舗グループが健闘

単位：百万円

都心店舗グループ	店名	売上高	前年比
	札幌バルコ	12,058	93.2%
	池袋バルコ	31,349	92.3%
	渋谷バルコ ※	15,187	83.3%
	吉祥寺バルコ	9,214	89.0%
	静岡バルコ	10,534	102.3%
	名古屋バルコ	36,545	90.4%
	広島バルコ	17,859	94.0%
	計	132,749	91.4%

関東店舗グループ	店名	売上高	前年比
	宇都宮バルコ	6,397	85.0%
	浦和バルコ	12,549	95.7%
	新所沢バルコ	8,197	92.4%
	千葉バルコ	7,459	84.5%
	津田沼バルコ	9,574	92.8%
	ひばりが丘バルコ	9,128	101.0%
	調布バルコ	17,031	98.3%
	計	70,338	93.8%

地方店舗グループ	店名	売上高	前年比
	松本バルコ	7,884	90.0%
	大津バルコ	6,044	76.8%
	心斎橋バルコ	1,863	90.6%
	大分バルコ	3,998	91.0%
	熊本バルコ	5,208	92.9%
	計	24,998	87.1%

店名	売上高	前年比
既存店計	228,086	91.6%
仙台バルコ	9,704	(154.9%)
合計	237,791	93.2%

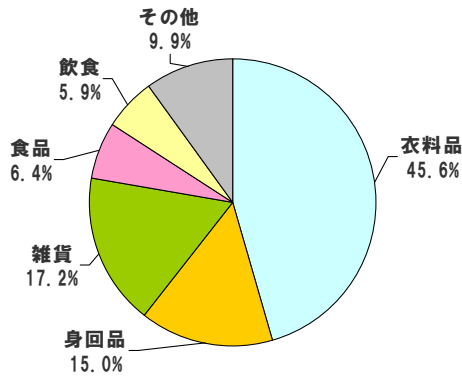
既存店計：仙台バルコ(2008年8月開店)の売上高を除いたものです。

※ 渋谷クアトロビルの物販営業は2008年5月にて終了しております。
この要素を修正した渋谷店の前年比は84.7%、都心店舗グループ計は91.6%、既存店計は91.7%です。

「ひばりが丘バルコ」の別館「ノボ・バイ・バルコ」(最寄駅:大泉学園)は2010年2月に営業を終了いたしました。

「化粧品」「食品」が堅調推移

【2009年度 売上高構成比】



- ◎「衣料品」はカジュアルな単品の動きが中心。客単価下落の影響もあり苦戦継続
- ◎「化粧品」は積極取り組みによる客数増加で売上堅調
- ◎「食品」は実需消費を捉え底堅い推移が継続

既存店計：仙台パルコ（2008年8月開店）の売上高を除いたものです。

アイテム分類	前年比	
	全店計	既存店計
婦人服	91.5%	90.0%
紳士服	86.8%	85.5%
衣料品総合	101.4%	99.6%
衣料品	91.6%	90.3%
靴	87.6%	86.1%
バッグ	86.9%	85.0%
装身具	89.3%	86.9%
化粧品	103.6%	101.6%
身回品	93.6%	91.7%
教養雑貨	94.7%	93.3%
趣味・家庭雑貨	94.4%	93.3%
雑貨	94.6%	93.6%
食品	100.5%	99.7%
飲食	94.1%	91.9%
その他	91.6%	91.0%

※ 前年比は『店舗総合売上高』によるものです。
『店舗総合売上高』とは、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です。

36,000㎡を改装し、改装ゾーンの前年売上対比は110.9%に

■2009年度の改装実績
 改装規模：362区画
 約36,000㎡ 実施
 （うち、新規出店 165区画）
 改装効果：売上前年ゾーン対比110.9%

■売場概要
 全20地区 35ビル
 テナント総数：2,872テナント
 営業面積：444,500㎡
 （2010年2月末現在）

秋の「池袋パルコ」開店40周年キャンペーンを中心にイベントを連発

改装・イベント施策が奏功し、第4四半期はレジ客数前年比100.5%を達成

2009年度 既存店 前年同期比

	1Q	2Q	3Q	4Q
ナト売上高	91.0%	90.0%	91.0%	94.5%
レジ客数	96.9%	95.5%	95.8%	100.5%
客単価	95.7%	94.5%	94.3%	93.4%

※ レジ客数、客単価は『店舗総合売上高』によるものです。



史上最大のCANペーン 2009年12月

《都心店舗グループ》

ファッションを主軸に、雑貨、グロッサリー等、新しいライフスタイルを提案

名古屋パルコ：レディス・メンズファッション及びカップル対応の複合型ショップを導入し、客層のワイド化を図るとともに、東館1階への旬のテーマのショップの導入と共用部刷新によるエントランスフロアのグレードアップを行い、マーケットへのアピールを強化

59区画
約 5,100㎡
改装



名古屋パルコ

池袋パルコ：40周年キャンペーンに向け、新業態やエリア初登場ショップ導入などレディスファッションを中心に拡充、化粧品や雑貨も新規導入し、商品のバラエティアップを促進

33区画
約 2,100㎡
改装

静岡パルコ：高感度な食品の新業態を導入し、ファッション、雑貨、スイーツ等との買い回り性が向上。デリーの来店客に対し、品揃えのワイド化と機能補完が著しく向上し、前年売上高達成

4区画
約 700㎡
改装



静岡パルコ

《関東店舗グループ》

客層拡大をテーマに実用ファッションやアイテムを強化し、来店頻度の向上を促進

浦和パルコ：幅広い年齢客層に向け、日常性の高い大型カジュアル衣料品の導入、キッズゾーンの強化、インテリア、化粧品、サービス機能の充実によりアイテムバラエティを多様化し、地元のお客様のニーズに対応することで地域への浸透を推進

33区画
約 3,300㎡
改装



浦和パルコ

調布パルコ：大型ファミリーカジュアル衣料品、生活関連商品の導入により、地元商圏の利便性に寄与し、来店頻度、全館の買い回り性の向上を促進

10区画
約 1,900㎡
改装

ひばりが丘パルコ：雑貨や家電の大型ショップを導入し、ビルの機能を強化。ファッションや雑貨、食品を含む既存ゾーンとの買い回り相乗効果によりビル全体を活性化し、前年売上高達成

6区画
約 1,400㎡
改装



ひばりが丘パルコ

**(株)ヌーヴ・エイ：ビルド&スクラップ戦略を推進し、
出店12店・退店7店舗で計136店舗体制に**

全社で来店頻度・買上機会向上に取り組み、
既存店レジ客数が前年実績を上回る成果

TiCTAC事業部で『もったいないウォッチエクステ
ンジ!』、ローズマリー事業部、アンナベール事業
部で『ピンクリボン プロジェクト』等、新しい
企画で環境や社会貢献テーマにも取り組みを実施

2010年2月末日現在

事業部名(アイテム)	店舗数
TiCTAC(時計)	57
アイウェア(眼鏡)	26
コレクターズ(メンズ雑貨)	26
ローズマリー(化粧品・化粧雑貨)	20
アンナベール(レディス雑貨)	7
5業種 合計	136

パルコ外店舗比率 56%

全店	売上高前年比 99.6%
既存店	売上高前年比 94.2%
既存店	レジ客数前年比 100.4%

**(株)パルコ・シティ：
Web事業とEコマース事業の2本柱に集中**

Web事業(制作・運営受託)は商業施設を中心にホーム
ページの受託が堅調

Eコマース事業(オンラインショッピングモール)は日本最大級の
水着モールや福袋販売等、パルコとの企画連携を強化。
話題の映画の公式通販サイトを受託しオリジナル商品
販売も奏功し伸長



オンラインショッピングモール
『パルコ・シティ』

全社	売上高前年比 98.4%
Web事業	売上高前年比 99.0%
EC事業	売上高前年比 262.0%



本日のご説明内容

2009年度 業績概要とトピックス

2010年度 トピックスと業績予想



福岡パルコ オープン

2010年3月 福岡パルコオープン

「天神のコンフォータブルストア」
として天神駅直結の好立地に出店

《ターゲット》

- ◎生活に楽しさや豊かさを求める、
天神のすべての来街者

《特徴》

- ◎マーケットニーズに合わせ全国初の新業態
30店舗、福岡市内初出店104店舗を含む
全154店舗を導入
- ◎衣料品比率を3割に抑え、幅広いアイテムを
ランダム編集する新たなゾーニング手法を採用
- ◎消費変化に対応する自主編集売場を展開
- ◎駅直結の立地を活かしリピート性の高いサービ
ス店舗や、充実したアメニティ空間も提供



福岡パルコ

《店舗概要》

開店	2010年3月19日
建物規模	地上8階 地下1階
年間売上目標額	11,000百万円
投資額	約10,000百万円 ※
延床面積	約24,000㎡
所在地	福岡県福岡市中央区天神二丁目
アクセス	西鉄線・地下鉄線の天神駅に直結

※投資額には差入敷金を含んでおります。

2010年度 新規店舗-福岡パルコ2

福岡パルコ
オープン宣伝キャンペーン

カウントダウンクロック

地域密着型の宣伝プロモーションと
デジタルツール活用が奏功

《主なティーザーキャンペーン》

- ◎地域一体を目指した宣伝プロモーションを展開
 - ・地元キーパーソン達との協業による宣伝活動やCMを制作
 - ・天神の方々が登場するカウントダウンクロックを
店頭デジタルサイネージとWebで配信
 - ・九州最大のファッションイベント
「福岡アジアコレクション」に参加
 - ・WEB「アジアンビート」とのコラボレーションによる
限定オリジナル商品を生産

◎デジタルツールを活用

- ・ツイッター、テナントスタッフブログによるリアルで
スピーディーな情報発信を実現
- ・デジタルサイネージと連動し、来店ポイント制により
モバイル会員の来店リピート促進

◎マーケット期待感に応え、エンタテインメントを実現

- ・パルコファクトリーでのアーティスト展覧会を連続開催
- ・自社プロデュース演劇公演を福岡で開催

2010年3月 シンガポールに「PARCO Marina Bay」をオープン

豊かな感性を持つ消費者に向け「一歩先・少し上質なモノ・場所・時間」を全108店舗で提供

《ターゲット》

20代～30代の“消費成熟世代”を中心とする、
オフィスワーカー/既存の商業施設に飽き足らない
高感度な消費者/ツーリスト

《店舗構成》

- 1階 ファッション・コスメ・雑貨・カフェ
- 2階 レディース&メンズファッション・インキュベーターゾーン
- 3階 レストラン・バラエティ雑貨・食材・ビューティー

《店舗概要》

開店	2010年3月31日
建物規模	地上3階
店舗数	108店舗
年間売上目標額	— ※
投資額	約600百万円
契約面積	約7,800㎡
所在地	Millenia Walk, 9 Raffles Boulevard Singapore
アクセス	地下鉄:プロムナード駅直結(4月17日開通予定)
周辺施設	リッツカールトンホテル他主要6ホテル、5商業施設、高層オフィスビル群、大型カジノ、劇場、シンガポールフライヤー(観覧車)等

※テナントとの契約が固定家賃契約等のため、売上高から除いております。
なお、テナントの取扱高目標は約28億円です。



PARCO Marina Bay

2010年度 新規店舗-PARCO Marina Bay2

食・雑貨・カルチャー・ビューティーなど
幅広いアイテムをコンパクトに編集した
テナント構成を展開

《特徴》

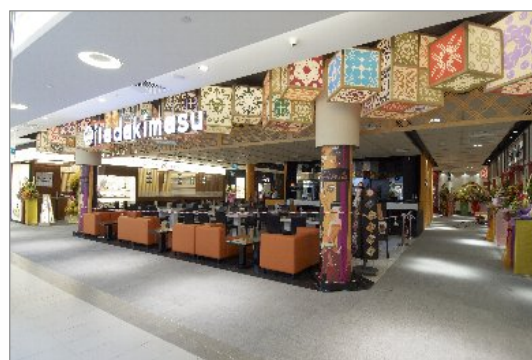
- ◎シンガポールブランドを中心にファッションゾーンを編集
- ◎シンガポールの若手デザイナーのインキュベーターゾーン「PARCO next NEXT」を構築
- ◎シンガポールマーケット初進出の日系レストランを中心としたレストランゾーンを展開



2階 PARCO next NEXT



入口



3階 レストランフロア

2010年度改装：約56,000㎡を計画

成長企業との取り組みや幅広い客層獲得を目指し、春改装は約16,000㎡を予定

《都心店舗グループ》

マーケットにない新しいテナントの導入によるファッションの活性化
及び 雑貨・食の強化による新しいライフスタイル提案の継続

広島パルコ：レディスファッションの成長企業との早期
取組みや他商業施設からの移動出店など
衣料品の強化と、雑貨の大型改装等で幅の
広い客層獲得を図る



広島パルコ

名古屋パルコ：名古屋初出店ショップを中心にトレンド
ショップとの早期取組みや、幅広い年齢層に
対応するアイテム、専門店初取組みショップ
等を導入し、様々なファッションへの対応を
拡大



名古屋パルコ

《関東・地方店舗グループ》

足元商圈に密着したデイリーアイテムの強化により、買い回りを
促進

調布パルコ：10年ぶりに地下食品フロアを春・秋の2段
構えで全面改装。春は国内外から厳選した
食品・リカーを扱う大型グロッサリー店を
導入。環境刷新による新規顧客獲得と全館
との買い回り相乗効果による売上向上に臨む



調布パルコ

新所沢パルコ：大型ファミリーカジュアル衣料品を導入し、
周辺ショップのゾーニングと共用環境も
大きく変更することで客数・客層を拡大する
とともにデイリー性を向上させ、全館活性化
を推進



新所沢パルコ

大分パルコ：賃貸借契約期間の満了する2011年2月末(予定)
をもって営業を終了することを決定しました

2010年3月 浦和パルコの信託受益権(固定資産)を取得

- ◎関東店舗グループのモデルであり、当社店舗の中で単独ビルとして最大規模、かつ上層階に図書館等の公益機能を持つ複合施設
- ◎今後の構造改革を着実かつ円滑に進めるため土地・建物を取得

- ◎施設の所有・運営・管理を一元化することで、より質の高い施設運営と経費の効率利用化を推進
- ◎浦和駅の東西自由通路の完成(2013年予定)を見据え、段階的に大型改装を計画

物件名称	浦和パルコ	
所在地	埼玉県さいたま市浦和区東高砂町11番1号	
土地	用途地域	商業地域
	面積	全体11,222.09㎡のうち、敷地権割合10億分の708,441,837
	所有・それ以外の別	所有権(共有)
建物	延床面積	全体106,557.47㎡のうち、取得資産55,332.71㎡
	構造	鉄骨・鉄筋コンクリート造地下4階付10階建のうち信託財産は地下1階から地上7階部分(一部地下2階部分)
	建設時期	平成19年9月26日
	所有・それ以外の別	所有権(区分所有)
信託受益者	三菱UFJ信託銀行株式会社	
授受価格	26,100百万円	



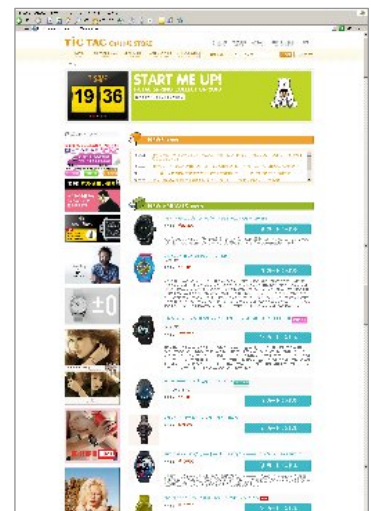
浦和パルコ 外観

2010年度 グループ企業 トピックス-1

(株)ヌーヴ・エイ

- ◎さらなる成長と収益拡大に向けて、出店戦略と収益性の強化を継続
- ◎2010年度末は148店舗体制を目標

- ◎好調の腕時計事業を中心に、出店戦略を継続
- ◎現在の仕入れ編集型ビジネスモデルに、オリジナル商品の投入を拡大し、競争差別化と利益率の向上を図る
- ◎他企業との提携、協業の機会を積極的に開拓
- ◎自社サイト(『TiCTACオンラインストア』)の強化と楽天、Amazon、Yahoo!等のEコマースへ継続取り組み



『TiCTACオンラインストア』

<2010年度 出店実績>

福岡パルコ TiCTAC

	施設名	出店ショップ名
3月	ルミネ立川店	コレクターズ
	なんばパークス	ルキウス(アイウェア新業態)
	福岡パルコ	TiCTAC コレクターズ
4月	アトレ吉祥寺	コレクターズ
	戸塚東急プラザ	アンナベール



(株)ヌーヴ・エイ

単位:百万円

	2009年度実績	2010年度予想
売上高	14,981	15,667
営業利益	328	332
経常利益	323	330
当期純利益	6	120

(株)パルコスペースシステムズ

ECOをテーマに複合受注獲得を目指す

◎オリジナル照明器具

『P'es Lighting (ピースライティング)』やLED照明など、環境対応をテーマに、デザイン・内装工事・ビルメンテナンスなどトータルでの受注を目指す



PB照明器具『P'es Lighting』施工例
アミュプラザ鹿児島



『P'es Lighting』
LED照明器具

(株)パルコスペースシステムズ

単位:百万円

	2009年度 実績	2010年度 予想
売上高	17,758	19,293
営業利益	207	326
経常利益	254	366
当期純利益	117	180

(株)パルコ・シティ

Web事業とEコマース事業を2本柱に、Webを活用した新たな顧客創造を目指す



◎Web事業

これまでのSCでのWeb管理・運用の実績を活かし、各システムを商品化し商業施設へ提案

◎Eコマース(EC)事業

・オンラインショッピングモール
・EC直営リテイル
・ECコンサルティング業務
の3つの組み合わせで収益拡大に臨む

(株)パルコ・シティ

単位:百万円

オンラインショッピング
モール
『パルコ・シティ』
福岡パルコオープン記念
「お取り寄せグルメ特集」

	2009年度 実績	2010年度 予想
売上高	570	710
営業利益	13	20
経常利益	13	20
当期純利益	13	19

新店の寄与、既存店舗・グループ企業の強化等を見込み、
連結収益の回復と拡大への転換を目指す

単位:百万円

		2010年度 (2011年2月期) 業績予想	2009年度 (2010年2月期) 実績	増減額	前年比
連結	売上高	264,000	261,076	2,923	101.1%
	営業利益	8,700	8,601	98	101.1%
	経常利益	8,300	8,554	▲254	97.0%
	当期純利益	4,200	4,108	91	102.2%
単体	売上高	245,000	243,349	1,650	100.7%
	営業利益	8,200	8,154	45	100.6%
	経常利益	7,700	8,208	▲508	93.8%
	当期純利益	4,000	4,184	▲184	95.6%

配当について

2010年度は、1株につき年間16円（うち中間配当8円）の配当を継続予定

PARCO

<http://www.parco.co.jp/>

本資料に記載した予想数値等は、2010年4月6日時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、業況の変化などにより、記載数値と異なる場合がありますことをご了承ください。

本資料に掲載しているパース図等は、イメージであり実際とは異なる場合があります。

本資料の著作権は全て当社（当社が許諾を受けている第三者を含みます）に属しており、いかなる目的であれ、本資料を私的利用以外の目的で利用すること、および著作権法で定める私的利用の範囲を超えて無断で複製・転載・翻案・送信等することを禁じます。