

株式会社パルコ 2012年度第3四半期(3月～11月) 説明資料

1. 業績概要

■ 第3四半期 業績

単位：百万円

■ 連結業績	当期 3～11月	前期 3～11月	増減額	前年 同期比	推移			年間予想	前年比
					3～5月	6～8月	9～11月		
売上高	193,855	187,992	5,863	103.1%	107.2%	100.2%	102.1%	269,000	103.5%
営業利益	7,341	6,156	1,185	119.3%	146.5%	106.1%	116.8%	10,700	116.7%
経常利益	6,922	5,997	925	115.4%	147.3%	98.9%	116.7%	10,300	114.9%
四半期純利益 ^{※1}	3,793	2,902	890	130.7%	110.3%	109.2%	180.8%	5,200	120.4%
EBITDA ^{※3}	11,869	10,843	1,026	109.5%	120.7%	102.6%	108.1%	—	—

■ 単体業績	当期 3～11月	前期 3～11月	増減額	前年 同期比	推移			年間予想	前年比
					3～5月	6～8月	9～11月		
売上高	177,454	172,751	4,703	102.7%	107.6%	99.5%	101.2%	248,000	103.7%
営業利益	6,915	5,827	1,087	118.7%	145.0%	103.4%	119.2%	10,000	117.3%
経常利益 ^{※2}	7,083	6,526	557	108.5%	105.0%	101.6%	121.6%	10,000	109.1%
四半期純利益 ^{※1,2}	4,164	3,815	348	109.1%	78.1%	97.9%	191.8%	5,400	118.8%
EBITDA ^{※3}	11,171	10,241	930	109.1%	120.0%	100.9%	109.4%	—	—

※1 今期の連結業績、単体業績には、控訴中であった渋谷パルコ・パート2の判決確定による損害賠償金5.7億円を、特別利益に計上しております

※2 単体業績の営業外損益には、子会社からの受取配当金、前期10億円、今期5億円が含まれております

※3 EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しております

■ 連結 セグメント情報

単位：百万円

		当期 3～11月	増減額	前年 同期比
ショッピング センター事業	売上高	175,198	4,615	102.7%
	セグメント利益	6,811	1,141	120.1%
専門店事業	売上高	12,177	653	105.7%
	セグメント利益	173	56	148.0%
総合空間事業	売上高	14,374	311	102.2%
	セグメント利益	409	59	117.1%
その他の事業	売上高	4,783	68	101.4%
	セグメント損失	▲52	▲57	—
計	売上高	206,533	5,648	102.8%
	セグメント利益	7,342	1,199	119.5%
調整額	売上高	▲10,630	184	98.3%
	セグメント損失	▲0	▲14	—
連結	売上高	195,902	5,832	103.1%
	セグメント利益	7,341	1,185	119.3%

※ 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

※ セグメント利益または損失は、営業利益または損失です

■ 連結 販売費及び一般管理費の主な内訳

単位：百万円

	当期 3～11月	増減額	前年 同期比
人件費	7,138	87	101.2%
借地借家料	6,423	▲194	97.1%
宣伝費	2,625	308	113.3%
業務委託費	4,273	▲121	97.2%
営繕費	1,253	19	101.6%
減価償却費	4,528	▲159	96.6%
租税公課	984	73	108.1%
共益費戻入	▲5,925	▲142	102.5%
販売費及び 一般管理費	23,887	▲250	99.0%

<決算概要> 2012年度3～11月は、(株)パルコの改装ゾーン売上高伸長と<PARCOカード>の新規会員増効果による売上高増に加え、(株)ヌーヴ・エイと(株)パルコスペースシステムズの好調により、増収増益を達成。

【パルコ】増収増益を達成。改装とハウスカード政策が奏功し、既存店テナント四半期売上高は前年第2四半期以降、前年を上回る好調を継続。

【ヌーヴ・エイ】オリジナル商品の売上高伸長と、前期と今期の新規店舗が貢献し増収増益を達成。TiCTAC事業（腕時計）とコレクターズ事業（メンズ・レディース雑貨）が牽引し好調。店舗数は全160店舗体制に拡大。

【パルコスペースシステムズ】大型専門店の内装工事受注や照明LED化工事の受注増のほか、外資系ホテルの客室関連業務の新規受託が寄与し、増収増益。

【パルコ・シティ】Webコンサルティング事業で、商業施設のWebサイト制作・運営受託やSNS運用サポートコンサルティング業務を新たに受注。

【エンタテインメント事業(パルコ)】劇場では、三谷幸喜氏が文楽へ挑戦した「其礼成心中」や宮本亜門氏総合演出によるミュージカル「WIZ」など、実績ある演出家や力のある俳優による、高質な話題性の高い演劇を上演。

2. 営業概況

■ 単体 店舗別テナント売上高

単位：百万円 前年同期比

店名	当期3～11月		推移			
	売上高	前年同期比	3～5月	6～8月	9～11月	
都心店舗グループ	札幌PARCO ※1	7,832	100.2%	99.5%	95.3%	105.7%
	仙台PARCO	9,693	114.4%	157.4%	101.9%	98.4%
	池袋PARCO	21,668	105.2%	110.8%	103.7%	101.4%
	渋谷PARCO	9,305	104.5%	113.4%	95.3%	106.5%
	静岡PARCO	7,438	95.5%	93.0%	89.2%	105.3%
	名古屋PARCO	24,895	101.0%	104.3%	98.1%	100.8%
	広島PARCO	12,529	102.0%	103.1%	101.1%	101.6%
	福岡PARCO	8,722	105.9%	105.4%	104.9%	107.5%
	8店舗計	102,086	103.4%	108.6%	99.3%	102.5%
コミュニティ店舗グループ	宇都宮PARCO	3,750	98.3%	106.6%	93.1%	95.9%
	浦和PARCO	11,933	112.5%	127.0%	114.6%	99.3%
	新所沢PARCO	6,218	105.5%	110.2%	102.4%	104.2%
	千葉PARCO	5,221	101.4%	105.1%	100.2%	99.1%
	津田沼PARCO	6,824	100.7%	105.5%	99.5%	97.3%
	ひばりが丘PARCO	5,809	100.5%	105.0%	96.2%	100.4%
	吉祥寺PARCO	5,864	99.2%	110.7%	96.6%	91.4%
	調布PARCO	12,458	102.7%	107.4%	99.1%	101.8%
	松本PARCO	5,449	98.0%	100.4%	99.4%	94.5%
	大津PARCO	3,450	103.1%	99.5%	101.0%	109.0%
	熊本PARCO	3,808	105.5%	109.5%	103.8%	103.2%
	11店舗計	70,789	103.2%	109.2%	101.4%	99.4%
既存店計※2	172,875	103.3%	108.9%	100.2%	101.2%	
札幌PARCO新館	-	-	-	-	-	
心斎橋PARCO	-	-	-	-	-	
合計※3	172,875	102.8%	107.9%	99.7%	101.1%	

※ 札幌PARCO新館(2011年3月30日閉店)、心斎橋PARCO(2011年9月30日閉店)

■ 単体 既存店 レジ客数・客単価

前年同期比

	当期 3～11月	四半期推移		
		3～5月	6～8月	9～11月
レジ客数	103.9%	107.5%	101.4%	103.0%
客単価	101.0%	103.7%	100.6%	98.8%

※ アイテム別売上高、改装売上高前年ゾーン対比、レジ客数、客単価は『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、PARCO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

※3 全店計の前年同期比は、札幌新館、心斎橋の前年実績値を含んで計算しています

■ 単体 既存店アイテム別売上高

前年同期比

アイテム分類	当期 3～11月	推移			
		3～5月	6～8月	9～11月	
衣料品	婦人服	98.2%	106.3%	94.8%	94.7%
	紳士服	101.7%	107.7%	99.0%	97.9%
	衣料品総合	115.9%	118.3%	110.2%	118.9%
	計	102.9%	108.9%	99.4%	100.7%
身用品	靴	103.6%	109.7%	101.6%	100.0%
	バッグ	110.2%	117.3%	106.1%	107.3%
	装身具	100.2%	111.0%	96.2%	94.9%
	化粧品	101.9%	105.6%	99.6%	100.7%
計	105.1%	112.7%	102.4%	100.8%	
雑貨	教養雑貨	97.3%	103.3%	94.9%	93.9%
	趣味・家庭雑貨	99.4%	105.6%	95.6%	96.8%
計	97.5%	103.2%	94.0%	95.3%	
食品	104.0%	107.3%	102.7%	101.9%	
飲食	115.3%	119.3%	111.9%	114.9%	
その他	118.6%	135.2%	115.4%	109.2%	

■ 単体 改装状況

< 2012年度 3～11月改装実績 >

改装規模：482区画/約 49,000㎡実施

(内、新規出店 219区画)

改装効果：売上高前年同期ゾーン対比 119.4%

< 2012年度年間予定(期首計画) >

改装規模：約 46,000㎡

■ 単体 売場概要

全19店舗 29ビル

営業面積：約 443,000㎡ (2012年11月末現在)

※1 札幌PARCOの前年同期比は、新館の値を除いたものです

※2 既存店計は、札幌PARCO新館、心斎橋PARCOの値を除いたものです

※3 全店計の前年同期比は、札幌新館、心斎橋の前年実績値を含んで計算しています

< 単体トピックス >

- ・改装は、9ヶ月間で全店合計約49,000㎡と、期首年間計画約46,000㎡を上回る改装を実施。売上高前年同期ゾーン対比は119.4%と大きく伸長。
- ・都心型店舗では、時代感を捉えたファッションブランドや新業態のショップを導入し情報発信力を向上。名古屋PARCOが今期南館を中心にファッション強化の改装を推進し西館も含め地区最大規模のセレクトショップの集積を構築してマーケットでの存在感を示したほか、渋谷PARCOがインキュベーションやアート・カルチャー・ファッションを融合した情報発信をテーマに当社が立ち上げたマイクロファンドの対象デザイナーのショップオープンやポップカルチャーをテーマに話題性の高いフロアを創出し、売上高の伸長とともに集客や話題性の面で貢献。静岡PARCOは、1階のエントランス周辺のショップを全面的に刷新してイメージを向上し、ファッションのみならず幅広いアイテムによるトレンド情報を発信。
- ・コミュニティ型店舗では、デイリー需要に対応するショップの導入と同時に、旬のブランドや上質なファッション、専門性の高いショップを導入することでPARCOならではの地域密着の消費を提案。ひばりが丘PARCOは、PARCOとして期待される質感に添える提案をテーマに低層階の改装を実施。
- ・アイテム別では、衣料品と身の回り品が堅調であったのに加え、共用エリアの環境改善も含めたレストランフロアトータルのリニューアルが奏功した飲食が好調。
- ・当期より<PARCOカード>の新規会員と優良顧客に向けたサービスを充実させたことで、新規入会者数が大幅に増加し<PARCOカード>の取扱高が前年同期比110.6%と大きく伸長し、売上高の底上げに寄与。