

feeling, parco

2013 autumn

株式会社パルコ
平成26年2月期(2013年度)
第2四半期
決算説明会資料
【東証一部 8251】



PARCO

2/31

- I 2013年度上期業績概要
- II 新規事業開発
- III 既存店舗事業
- IV パルコグループ事業
- V J. フロントリテイリンググループとの取り組み
- VI CSRへの取り組み

I 2013年度上期業績概要① 連結業績

3/31

パルコを中心としたグループ全体の好調により増収増益
計画を上回り、過去最高益を達成

単位：百万円

連結	2013年 3月～8月	2012年 3月～8月	増減額	前年 同期比	計画額	増減額	計画比
売上高	129,401	128,337	1,064	100.8%	131,150	▲1,748	98.7%
営業利益	5,926	4,858	1,068	122.0%	5,350	576	110.8%
経常利益	5,824	4,554	1,269	127.9%	5,150	674	113.1%
四半期純利益	3,280	2,237	1,042	146.6%	2,650	630	123.8%
EBITDA ※1	8,797	7,845	951	112.1%	-	-	-

連結	2013年 8月末	2012年 年度末	増減額
総資産	221,604	206,243	15,360
純資産	106,166	103,573	2,593
有利子負債 ※2	49,509	37,375	12,133
自己資本比率	47.9%	50.2%	▲2.3%

※1 EBITDAは、「営業利益+減価償却費」にて算出しております

※2 有利子負債121億円の増加は、主に福岡パルコの信託受益権取得のための資金調達によるものです

I 2013年度上期業績概要② 連結セグメント別実績

4/31

ショッピングセンター事業と専門店事業で増収増益を達成

単位：百万円

		2013年 3月～8月	2012年 3月～8月	増減額	前年同期比
ショッピング センター事業	売上高	118,107	116,177	1,930	101.7%
	セグメント利益	5,627	4,479	1,148	125.6%
専門店事業	売上高	9,001	8,343	657	107.9%
	セグメント利益	225	206	18	109.1%
総合空間事業	売上高	8,992	9,102	▲109	98.8%
	セグメント利益	131	174	▲42	75.5%
その他の事業	売上高	2,461	3,152	▲690	78.1%
	セグメント損失	▲49	▲4	▲45	-
連結	売上高	131,261	129,666	1,594	101.2%
	セグメント利益	5,926	4,858	1,068	122.0%

※ 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

※ セグメント利益は、営業利益または損失です

※ (株)パルコのエンタテインメント事業の業績は、「その他の事業」に含まれております

※ 事業間での調整があるため、各事業業績の計の数値と連結の数値は、異なります

I 2013年度上期業績概要③ 主な連結販売費及び一般管理費・設備投資実績 5/31

主な 販売費及び一般管理費

単位:百万円

連結		金額	対前年増減額	前年同期比
2013年度 3月～8月実績	人件費	4,876	116	102.4%
	借地借家料	4,070	▲217	94.9%
	宣伝費	1,458	▲21	98.5%
	業務委託費	2,639	▲338	88.6%
	営繕費	906	51	106.1%
	減価償却費	2,870	▲116	96.1%
	租税公課	836	83	111.0%
	共益費戻入	▲3,987	▲35	100.9%
	販売管理費計	15,618	▲322	98.0%

設備投資

連結		金額	対前年増減額	前年同期比
2013年度 3月～8月実績	設備投資*	32,110	28,912	1,003.9%

※設備投資289億円の増加は、主に福岡バルコの信託受益権取得によるものです

I 2013年度上期業績概要④ 単体業績

6/31

既存店舗の好調とゼロゲート事業拡大により増収増益を達成

単位:百万円

単体	2013年 3月～8月	2012年 3月～8月	増減額	前年 同期比	計画額	増減額	計画比
売上高	118,332	117,683	648	100.6%	119,950	▲1,618	98.7%
営業利益	5,750	4,555	1,194	126.2%	5,250	500	109.5%
経常利益 ※1	5,741	4,786	955	120.0%	5,050	691	113.7%
四半期純利益 ※1	3,346	2,614	732	128.0%	2,650	696	126.3%
EBITDA ※2	8,417	7,363	1,054	114.3%	—	—	—
単体	2013年 8月末	2012年 年度末	増減額				
総資産	218,798	203,181	15,616				
純資産	107,031	104,413	2,618				
有利子負債 ※3	53,280	39,928	13,352				
自己資本比率	48.9%	51.4%	▲2.5%				

※1 経常利益および四半期純利益には、子会社からの受取配当金、今期1億円、前期5億円が含まれております

※2 EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しております

※3 有利子負債133億円の増加は、主に福岡バルコの信託受益権取得のための資金調達によるものです

I 2013年度上期業績概要⑤ 通期業績予想

7/31

増収増益の2期連続達成と、過去最高利益の更新を計画
さらに利益の年間予想を上方修正

単位:百万円

連結	2013年度 (2014年2月期) 新業績予想	2012年度 (2013年2月期) 実績	増減額	前年比	当初予想額	増減額	当初 予想比
売上高	267,900	264,779	3,120	101.2%	271,400	▲3,500	98.7%
営業利益	12,200	10,824	1,375	112.7%	11,800	400	103.4%
経常利益	11,900	10,329	1,570	115.2%	11,350	550	104.8%
当期純利益	6,350	5,083	1,266	124.9%	6,000	350	105.8%

単体	2013年度 (2014年2月期) 新業績予想	2012年度 (2013年2月期) 実績	増減額	前年比	当初予想額	増減額	当初 予想比
売上高	246,000	242,706	3,293	101.4%	249,100	▲3,100	98.8%
営業利益	11,800	10,166	1,633	116.1%	11,350	450	104.0%
経常利益	11,600	10,276	1,323	112.9%	10,900	700	106.4%
当期純利益	6,350	5,444	905	116.6%	5,850	500	108.5%

1株当たりの中間配当は9円を決定し、年間配当は18円を予定

II 新規事業開発① < 国内店舗開発 >

8/31

基幹都心拠点を中心に事業開発を推進

- バルコ既存店舗
- ★ ゼロゲート(含計画)
- 新規商業施設計画



II 新規事業開発② < 国内店舗開発 上野 >

9/31

JFRグループとのシナジーとして、首都圏での拠点を拡大

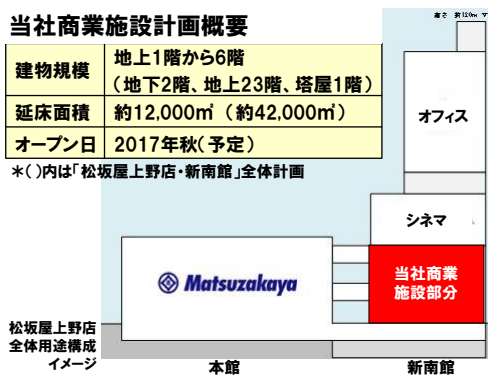
松坂屋上野店・新南館に出店、2017年秋のオープンを予定

新しい高層複合ビル(新南館)に出店し、
都市型商業施設のトータルプロデュース力により
マーケットにマッチした商業施設を目指す

当社商業施設計画概要

建物規模	地上1階から6階 (地下2階、地上23階、塔屋1階)
延床面積	約12,000㎡ (約42,000㎡)
オープン日	2017年秋(予定)

*()内は「松坂屋上野店・新南館」全体計画



松坂屋上野店
全体用途構成
イメージ

本館

新南館



II 新規事業開発③ < 国内店舗開発 福岡 >

10/31

福岡・天神地区における都市型パルコとしての基盤強化

福岡パルコ隣地に新館(仮称)を計画、2014年秋のオープンを目指す
新館は新たな商業施設として建替え、2館体制での運営を計画。
当社の都心型店舗としての完成度を高める

福岡パルコ新館(仮称) 施設計画概要

建物規模	地上6階、地下3階 鉄骨造
延床面積	約14,000㎡
建替え スケジュール	2013年6月、解体着工 2013年12月、建替本工事着工 2014年秋「新館(仮称)」開業予定



福岡パルコ本館(既存)

新館(仮称)

福岡パルコ本館、新館(仮称)
外観イメージ

ゼロゲート2店舗のオープンが、
心齋橋地区の街のチャームアップに貢献し、活性化に寄与

「ゼロゲート事業」: 都心型中低層商業施設の展開として推進する、新たな事業モデル



心齋橋ゼロゲート

心齋橋ゼロゲート (国内最大級の売場面積規模 H&M)

道頓堀ゼロゲート (関西初出店 FOREVER 21)

- ・4月13日(心齋橋)、20日(道頓堀)オープン
- ・事業規模に合った効率的な運営管理

心齋橋ゼロゲート概要

構造	地下2階 地上4階
建物面積	延床面積 約5,500㎡

道頓堀ゼロゲート概要

構造	地上3階
建物面積	延床面積 約3,800㎡

道頓堀ゼロゲート



出店を加速するゼロゲート開発



広島ゼロゲート イメージ

広島ゼロゲート

- ・広島パルコ新館隣地新築複合ビル
- 1～3階商業部分
- ・6店舗構成で、10月10日開業予定

施設計画概要	建物規模	広島東宝ビル内1階～3階
	延床面積	2,577㎡

名古屋ゼロゲート(仮称)

- ・名古屋の商業中心地、栄エリアの計画地を賃借し、商業施設を建築
- ・2014年秋の開業を目指す

施設計画概要	建物規模	地上3階(予定)
	延床面積	約7,500㎡(予定)

名古屋ゼロゲート(仮称) イメージ



II 新規事業開発⑥ <海外事業展開>

13/31

中国 蘇州「NISON CITY MALL」9月オープン

ニ-ソ-ン シティ モ-ル

当社現地法人「百楽和商業諮詢(蘇州)有限公司」が開業支援業務を完了し、9月28日オープン

「NISON CITY MALL」:中国蘇州市「^{に-そ-ん}尼盛広場」内商業施設



尼盛広場内商業施設内部

尼盛広場内商業施設外観

バルコ マリナ ベイ
シンガポール「PARCO Marina Bay」が2014年3月末の契約満了に伴い営業終了

III 既存店舗事業① パルコ店舗 <改装概要>

14/31

<上期実績>

改装実施面積 約18,000m²(改装ゾーン売上高前年同期比104.3%)

女性のライフスタイル提案と情報発信強化を軸にした改装を実施

- ・都心型店舗は、効果の高いフロア改装によるレディースファッションの充実に加え、情報発信力の強化に向けた改装などを実施
- ・コミュニティ型店舗は、新たなアイテムや機能を導入しライフスタイル提案を強化

<下期計画>

改装予定面積 下期約31,000m²、通期約49,000m²(計画比106.5%)

上顧客に対し、刺激創造を仕掛けるテーマ型改装を予定

- ・消費変化を的確に捉え、新たな付加価値を持つライフスタイルビルを構築
- ・都心型店舗は、ライフスタイルの多様化・消費志向の変化に対応するため、上質な衣料品・身の回り品・雑貨を展開し、客層の拡大(大人化)と客単価を向上
- ・コミュニティ型店舗は、幅広いデイリーアイテムの導入により機能と利便性を強化
都市近郊マーケットにおける良質な日常生活の提供をテーマに、客層を拡大

Ⅲ 既存店舗事業② <パルコ店舗改装 渋谷パルコ>

15/31

渋谷パルコ40周年改装を継続し、
ファッションとカルチャーの融合、グローバルな情報発信を強化

<上期>

新業態、複合業態などを主軸に情報発信型
ショップを積極的に展開

- ・サーフカルチャーとファッションを融合させた
ギャラリー・カフェ併設のセレクトショップや、
レディスファッションの新業態など10店舗を導入



<下期>

世界が注目する東京「シブヤ」を体感できる
商業施設として進化を継続

- ・TOKYOモードを発信できる日本ブランドの
新業態導入などファッション提案を強化
- ・デジタルガジェットのゾーン編集
- ・ストリートカルチャーの発信拠点を開設



Ⅲ 既存店舗事業③ <パルコ店舗改装 名古屋パルコ>

16/31

南館オープン15周年(本年)、西館・東館オープン25周年(来年)をふまえ
ビルの再編に向けた改装を継続

<上期>

マーケット最大のセレクトショップの集積が進化

- ・前年の南館1階、2階でのセレクトショップ編集に
続き、3階にも新進のセレクトショップを導入
- ・南館の下層階は、カップルで買物を楽しめる
フロアに改編



<下期>

3館の回遊性をさらに強化するための改装を推進

- ・各館における有力セレクトショップの集積を継続
- ・ファッションを軸にした新たなトレンド提案を強化
することで3館の相乗効果を追求
- ・南館では引き続き上層階の改装を進め、年齢や
性別を超えて支持されるビルの完成を目指す



Ⅲ 既存店舗事業④ <パルコ店舗改装 下期計画 1>

17/31

広島パルコ

ゼロゲートオープンと同時期に、本館と新館が進化を遂げ、マーケット内でのポジションをさらに向上

中四国マーケットNo.1のファッションビルから次のステージへの進化を目指し、より幅広い客層へ向けた都市型ライフスタイルを提案

- ・過去最大級規模(36店舗、3,100㎡)のリニューアルを予定
- ・本館、新館にライフスタイル型のセレクトショップを導入し、マーケット随一のセレクトショップを集積
- ・ファッションの上質化やコト消費の導入によるバラエティアップを目指す



Ⅲ 既存店舗事業⑤ <パルコ店舗改装 下期計画 2>

18/31

コミュニティ型店舗

良質な日常生活をテーマに都市近郊のライフスタイル提案を継続

新所沢パルコ

潜在的なニーズが高かった家電専門店の導入により、多機能化を推進
地元消費者の日常生活における需要に全て対応出来る商業施設へと進化

ひばりが丘パルコ

大型手芸用品店の導入によりコト消費機能を拡充、集客力の向上を図る



大津パルコ

大型カジュアルファッションテナントやアウトドア専門店を導入し、地元消費者のニーズに対応

松本パルコ

メンズフロアの全面改装により上質なファッションの提案力を強化。
前年の雑貨フロアの改装との相乗効果で、幅広い客層の支持を得られるフロアへと進化

Ⅲ 既存店舗事業⑥ 店舗別テナント売上高

19/31

改装効果に加え、PARCOカードサービスを軸とした営業企画や地域と連動したイベントなどにより、都心型、コミュニティ型とも堅調推移

単位:百万円

店名	売上高	前年同期比
札幌バルコ	5,357	106.0%
仙台バルコ	6,430	100.2%
池袋バルコ	13,977	96.6%
渋谷バルコ	6,789	109.6%
静岡バルコ	5,049	103.4%
名古屋バルコ	17,057	104.8%
広島バルコ	8,141	99.5%
福岡バルコ	5,877	99.7%
8店舗 計	68,680	101.9%

店名	売上高	前年比
全店計	116,067	101.2%

店名	売上高	前年同期比
宇都宮バルコ	2,372	95.9%
浦和バルコ	8,443	105.7%
新所沢バルコ	4,231	103.1%
千葉バルコ	3,314	93.5%
津田沼バルコ	4,618	100.5%
ひばりが丘バルコ	3,760	96.9%
吉祥寺バルコ	3,806	95.3%
調布バルコ	8,450	101.8%
松本バルコ	3,629	99.8%
大津バルコ	2,218	98.9%
熊本バルコ	2,540	100.7%
11店舗 計	47,387	100.2%

Ⅲ 既存店舗事業⑦ アイテム別売上高、客数・客単価

20/31

セレクトショップや大型カジュアルファッションが牽引した衣料品、衣料品の需要に同調して稼働した靴・バッグを中心とした身の回り品、時間消費型の飲食、サービスなどが好調

アイテム分類	既存店計
婦人服	95.6%
紳士服	95.6%
衣料品総合	116.1%
衣料品	100.4%
靴	102.6%
バッグ	103.8%
装身具	94.6%
化粧品	103.5%
身の回り品	102.2%

アイテム分類	既存店計
教養雑貨	100.8%
趣味・家庭雑貨	96.9%
雑貨	99.6%
食品	99.9%
飲食	105.9%
その他(サービスほか)	103.6%

既存店前年同期比	2012年度	2013年度
買上客数	102.7%	100.3%
客単価	100.7%	101.0%

※ アイテム別売上高前年同期比・買上客数・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、バ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

III 既存店舗事業⑧ <ストアプロモーション PARCOカード> 21/31

PARCOカードサービス強化により大幅に増加した
クラスS会員の稼働により、売上高を底支え

クラスS会員増の効果を活かした
PARCOカード会員優待企画内容の強化が奏功

<上期実績>

2013年8月末パルコカード会員数(前年同期比)	1,630千人 (101.2%)
PARCOカードの取扱高(前年同期比)	251億円 (108.0%)
同 対売上高シェア(前年同期差)	18.7% (+1.2%)
クラスS会員数(前年同期比)	160千人 (277.3%)
同 利用額前年同期比	138.7%

III 既存店舗事業⑨ <ストアプロモーション 店舗イベント> 22/31

パルコの企画力・ソフト力を活用し、
リアルな「場」の楽しさを演出、話題や情報を発信

渋谷パルコ

パルコミュージアムなどを活用し40周年記念プロモーションを展開

- ・第一弾となる渋谷パルコ40周年記念エキシビション「シブパル展。」では、40年間に培ったクリエイターとの人脈を活かしたアートイベントを開催
- ・幅広い客層へ向けたアート、カルチャーイベントをその後も継続的に開催
- ・各店への波及により、パルコ全体の客数向上にも貢献

池袋パルコ

屋上を「SORA PARCO」として活用、
週末を中心に継続的にイベントを開催

- ・ライブ、映画、フリーマーケットなど、バラエティに富んだコンテンツを展開し、話題性の獲得により集客力を強化

SORA PARCO イベント「ROOFTOP FILMS」



III 既存店舗事業⑩ <ストアプロモーション Webコミュニケーション> 23/31

オムニチャネルに対応したWebサイトへ進化
Webを起点に、リアル店舗とEC双方の顧客拡大を推進

パートナーであるテナントを成功に導くWebプラットフォームを設計
テナントスタッフのリアル店舗接客とWeb接客(=ショップブログ)を通じて、
「24時間パルコ」を実現

新たなO2O(オーツォー)(*)施策へ取り組み

1. 今期より全19店舗のWebサイトを順次リニューアル
 - ・テナントショップブログにSNS連携機能を追加、情報拡散強化
 - ・パルコの実店舗へ誘引するためのWeb会員の開始
 - ・パルコサイトからテナントECサイトへの送客サービスを始動
 2. SNSを積極的に活用
 - ・コミュニケーションアプリ「LINE」公式アカウントを開設。
 - 夏セールでのコラボキャンペーン展開により多数の来店客を獲得
- *O2O=ONLINE TO OFFLINE (オンラインツーフライン)



IV パルコグループ事業① <(株)ヌーヴ・エイ 専門店事業> 24/31

上期は、積極的な出店が奏功し増収増益を達成
下期も、話題性・成長性のある施設へ出店を計画

<上期実績>

上期11店舗を出店、2013年度8月末現在で全170店舗体制



<TiCTAC事業>

- ・ブランドコラボ等オリジナル商品を含む品揃え強化
- ・環境へ配慮した社会貢献をする営業企画を継続

<アイウェア事業>

- ・主力ブランドの売上が伸長

<下期計画>

新顧客サービス導入などによる事業拡大を推進

- ・積極的に出店。下期はすでに5店舗出店が決定
- ・スマートフォン向けアプリの開発導入など、O2Oを活用した既存顧客へのサービスにも注力

*2013年8月末日現在

パルコ外店舗シェア	67.6 %
パルコ内店舗シェア	32.4 %

事業部名(アイテム)	店舗数
TICTAC(腕時計)	79
アイウェア(眼鏡)	27
ローズマリー(化粧品・化粧品雑貨)	28
コレクターズ(メンズ・レディース雑貨)	36

IV パルコグループ事業② <株>パルコスペースシステムズ 総合空間事業 > 25/31

上期は、新規取引先と既存取引先からの受注増
下期はグループ外に対し、さらなる受注増・拡大を計画

<上期実績>

オリジナル照明器具「P^{oles} Lighting^{ポース ライティング}」による照明設計が評価され、医療系クライアントや海外ブランド、大型商業施設などの新規内装工事を受注。
外部大型工事の見込を上回る受注により、内装工事・電気工事の売上高が伸長。
売上高・利益ともに前年同期実績には未達も、当期計画は売上高、利益ともに達成



日本赤十字「ソラマチ献血ルームfeel」

<下期計画>

新規クライアント獲得に向けた体制のさらなる強化

- ・ビルマネジメント事業の外部新規クライアント獲得のための体制構築
- ・電気・内装工事においても、環境(省エネコンサル、省エネ照明設計デザイン)を軸とした新規クライアントへの外部営業を拡大強化
- ・ファシリティマネジメント事業の効率的な運営を行うための基盤整備

IV パルコグループ事業③ <株>パルコ・シティ その他の事業 > 26/31

上期は、順調な新規取引先の開発により増益
下期は、グループ外に向け事業をさらに拡大

<上期実績>

EC事業のパルコへの移管により売上高は前年同期実績に未達も、Webコンサルティング事業で新規取引先の開発が順調に進捗し、利益は前年同期、当期計画ともに上回って着地し、黒字へ転換。
独自のWeb管理システム「SCコンシェルジュ」が評価され大型商業施設6物件のサイトを新規に開設したほか、専門店の管理サイトも4件増加。



新たなソリューション(商品)の開発事例:
スマートフォン向けアプリ「My Dear Pockets.」(ヌーヴ・エイ)

<下期計画>

パルコグループ外の商業施設や専門店企業に向けた事業の拡大を推進

- ・「O2O推進」支援: スマホサイト/アプリの導入、デジタルサイネージの設置/運用
- ・求人支援: ファッション求人情報専門サイト「Shopsnavi」の運営、人材紹介

IV パルコグループ事業④ <エンタテインメント事業 その他の事業> 27/31

話題性のある優良劇場演目を多数上演

<上期実績>

前年の映画ヒット作やコンテンツマルチ展開成功の反動や、「ル テアトル銀座 by PARCO」の営業 終了などにより、売上高・利益ともに前年同期実績に未達。
 パルコ劇場40周年記念公演としての劇場演目のひとつである「ホロウィッツとの対話」が、<読売演劇大賞>中間選考会で作品賞部門ベスト5に選出

「ホロウィッツとの対話」	三谷幸喜(作・演出)
「趣味の部屋」	古沢良太(脚本)、行定勲(演出)
「レミング」	寺山修司没後30年企画
「iSAMU」	宮本亜門(原案・演出)



<下期計画>

劇場では人気演出家の作品を中心に優良コンテンツを多数上演予定。
 コンテンツ開発として、ストリートアートとファッションをコラボしたギャラリー(渋谷パルコパート3)など、新業態開発を推進

「ロスト・イン・ヨンカーズ」	三谷幸喜(上演台本・演出)
「高校中パニック! 小激突!!」	宮藤官九郎(作・演出)

V J. フロント リテイリンググループとの取り組み

28/31

上野案件に加え、相互の事業価値を上げるシナジーが進行中

<上期実績>

共同プロモーションの拡大

エリアでの共同実施から、全社的な共同販促展開へ

大丸松坂屋ショップのバルコでのシーズン催事の取組み

博多大丸(母の日ショップ)が福岡パルコへ期間限定出店

相互株主優待

ギャラリーへの相互優待、買い物優待券の相互発行

ハウスカードの相互サービス

期間限定相互ポイント5倍付与

夏のバーゲン共同販促

名古屋地区でのバルコ・松坂屋のセール同時スタート、共同イベント実施



<下期計画>

大丸松坂屋の自主運営ショップがバルコに出店

雑貨セレクトブランドが池袋パルコと福岡パルコにオープン

ハウスカードの恒常的な優待サービス開始

福岡パルコでの「博多大丸カード」利用でポイント2倍付与



次世代を担うファッションデザイナーの事業成長をグローバルに支援

シンガポールで開催された、アジア最大ファッションイベント「**ASIA FASHION EXCHANGE**」のランウェイファッションショーに、国内商業施設として初の参加

パルコ発のファッションマイクロファンド(*)の1号ファンドデザイナーがショーに参加、シンガポールのデザイナーとの交流会を開催

*「FIGHT FASHION FUND」



「Asia Fashion Collection ~Global Incubation Project~」を開催

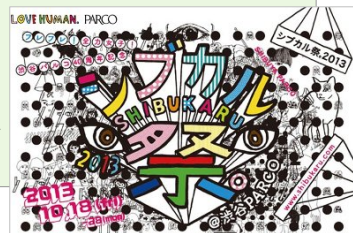


パルコが韓国・香港・台湾の若手デザイナーを各国のファッション機構と連携して選抜し、日本の若手ファッションデザイナーとともに、ブランドランウェイショーを東京とニューヨークのステージで開催予定

若いデザイナー・クリエイターを発掘、応援し、発表の場として、ギャラリーなどパルコをビルごと提供

渋谷パルコ40周年記念「**シブカル祭。2013**」～フレフレ！全力女子！～

3年目となる今年度のテーマは「応援」。世に出ていない才能の発掘への、渋谷パルコの継続した取り組みが、今年度はパルコ他店舗への展開や街のファッションイベントとも連携し、規模を拡大



福岡パルコ「**天神ラボ 2013**」

福岡/九州の若い才能を応援し、福岡パルコにて開催2012年秋に続く本年は「ミライ」をテーマに、九州の若手クリエイターをパルコが発掘



本資料に記載した予想数値等は、2013年10月1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。