
PARCO

株式会社パルコ

第66期(05年2月期)決算説明資料

ご説明内容

1. 第66期(05年2月期)業績概要及び
第67期(06年2月期)業績予想
2. 第66期 営業概況
3. 中期経営5ヵ年計画

1.第66期(05年2月期)業績概要^{及び}
第67期(06年2月期)業績予想

第66期業績概要 連結

連結業績 単位:百万円

	第66期	業績予想	対予想	前期	対前期
売上高	257,625	257,000	100.2%	281,478	91.5%
営業利益	8,441	8,200	102.9%	8,894	94.9%
経常利益	8,079	7,600	106.3%	7,792	103.7%
当期純利益	1,742	1,500	116.1%	2,791	62.4%

	第66期末	前期末	増減額
総資産	187,993	203,688	15,695
株主資本	61,760	54,575	7,184
有利子負債	48,732	67,341	18,609
自己資本比率	32.9%	26.8%	—

* (株)リプロ : 2003年7月15日 株式譲渡により、前期下期より連結対象から除外

* (株)ウェイヴ: 2004年4月27日 株式譲渡により、第66期より連結対象から除外

リプロ 前期上期売上高: 約 116億円

ウェイヴ 前期年間売上高: 約 100億円 (いずれも連結消去前実績)

* 第66期は減損会計を早々期適用し、24億円の減損損失を計上しております。

第66期業績概要 セグメント情報

ディベロッパー事業

既存店舗の改装、新規店舗の出店、営業企画を継続的に展開したものの、一部店舗の競合店影響からの立ち直りの遅れ、大規模改装期間中の売上減少などが響く

専門店事業

(株)リブロ及び(株)ウェイヴの株式譲渡による影響大。(株)ヌーヴ・エイ(雑貨専門店)はスクラップ & ビルドによる店舗数拡大と改装による既存店強化により 売上伸長

総合空間事業

(株)パルコスペースシステムズはパルコ店舗の改装に伴いテナント内装工事受注の大幅増加に加え、外部工事受注も増加し、売上大幅伸長

		第66期	前期	増減額
ディベロッパー事業	売上高	238,410	244,348	5,938
	営業利益	7,257	7,739	481
専門店事業	売上高	15,320	37,703	22,382
	営業利益	277	580	303
総合空間事業	売上高	25,729	23,577	2,152
	営業利益	559	139	419
その他の事業	売上高	2,510	3,025	514
	営業利益	79	4	83
小計	売上高	281,971	308,655	26,683
	営業利益	8,173	8,454	281
消去 又は全社	売上高	(22,696)	(25,644)	2,948
	営業利益	267	439	171
合計	売上高	259,275	283,010	23,735
	営業利益	8,441	8,894	453

単位：百万円

* 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。

第66期業績概要 単体

単体業績 単位:百万円

	第66期	業績予想	対予想	前期	対前期
売上高	236,359	237,000	99.7%	242,421	97.5%
営業利益	7,212	7,100	101.6%	7,701	93.7%
経常利益	6,557	6,300	104.1%	6,893	95.1%
当期純利益	1,262	1,200	105.2%	1,914	66.0%

	第66期末	前期末	増減額
総資産	183,890	193,523	9,633
株主資本	64,171	57,508	6,663
有利子負債	53,652	67,524	13,871
自己資本比率	34.9%	29.7%	-

* 第66期は減損会計を早々期適用し、22億円の減損損失を計上しております。

専門店売上高推移 (前年比)

1Q	2Q	3Q	4Q	年間
95.3%	97.7%	98.7%	100.2%	98.0%

第66期業績概要

主な販売費及び一般管理費

単位: 百万円

販売費及び一般管理費	第66期			前期			第67期(06年2月期) 予想			
	実績	前期比	売上比	実績	前期比	売上比				
連結	人件費	8,775	76.8%	3.4%	11,429	87.5%	4.1%	30,200	101.6%	11.8%
	借地借家料	8,135	81.3%	3.2%	10,007	84.9%	3.6%			
	宣伝費	3,565	94.6%	1.4%	3,771	101.0%	1.3%			
	業務委託費	5,098	103.6%	2.0%	4,920	104.5%	1.7%			
	減価償却費	4,140	100.9%	1.6%	4,102	96.1%	1.5%			
	販売管理費計	29,722	83.6%	11.5%	35,553	90.5%	12.6%			
単体	人件費	4,831	99.6%	2.0%	4,848	96.3%	2.0%	23,600	101.4%	10.0%
	借地借家料	7,433	98.7%	3.1%	7,532	90.3%	3.1%			
	宣伝費	3,454	97.2%	1.5%	3,554	105.3%	1.5%			
	業務委託費	5,454	103.8%	2.3%	5,252	111.6%	2.2%			
	減価償却費	4,337	103.9%	1.8%	4,174	100.8%	1.7%			
	販売管理費計	23,278	100.0%	9.8%	23,283	99.5%	9.6%			

単位: 億円

設備投資及び減価償却	第66期		前期		第67期(06年2月期) 予想		
	実績	前期比	実績	前期比		前期比	
連結	設備投資	73	172.9%	42	82.4%	95	128.9%
	減価償却	42	101.9%	41	96.1%	42	99.6%
単体	設備投資	67	114.4%	58	154.9%	91	134.3%
	減価償却	43	103.9%	41	100.8%	43	99.0%

第66期業績概要

有利子負債の状況

単位:百万円

連結

	第66期末		前期末		前々期末	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
短期借入金	14,704	73.5%	20,012	66.4%	30,154	82.5%
長期借入金	20,028	62.4%	32,092	92.6%	34,658	121.2%
小計	34,732	66.7%	52,104	80.4%	64,813	99.5%
社債	14,000	91.9%	15,237	99.3%	15,337	104.5%
合計	48,732	72.4%	67,341	84.0%	80,150	100.4%

単体

	第66期末		前期末		前々期末	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前期比
短期借入金	19,624	96.9%	20,244	93.8%	21,583	82.5%
長期借入金	20,028	62.5%	32,042	94.1%	34,047	125.0%
小計	39,652	75.8%	52,287	94.0%	55,631	104.1%
社債	14,000	91.9%	15,237	99.3%	15,337	104.5%
合計	53,652	79.5%	67,524	95.1%	70,968	104.2%

第67期(06年2月)期業績予想

業績予想 単位:百万円

		第67期 (06年2月期) 業績予想	第66期 (05年2月期) 実績	増減額	増減率
連結	売上高	255,000	257,625	2,625	99.0%
	営業利益	8,500	8,441	59	100.7%
	経常利益	8,200	8,079	121	101.5%
	当期純利益	3,200	1,742	1,458	183.6%

単体	売上高	237,000	236,359	641	100.3%
	営業利益	7,300	7,212	88	101.2%
	経常利益	6,800	6,557	243	103.7%
	当期純利益	2,500	1,262	1,238	198.0%

2.第66期 営業概況

- ・営業概況
- ・既存店改装
- ・新規拠点
- ・主要関係会社
- ・第67期の主な計画

営業概況1 ~ 店舗別売上高

単位：百万円

	傾向	第66期		前期		トピックス
		売上高	前期比	売上高	前期比	
札幌		15,004	91.8%	16,343	81.8%	大型イベントの開催や改装の推進により基調は上向き
宇都宮		9,498	97.3%	9,758	104.7%	郊外大型商業施設の影響あり。MD新陳代謝継続と集客機能強化
新所沢	↗	8,386	103.7%	8,085	96.7%	食品フロアの全面改装、併せて雑貨・身の回りも強化し好調推移
池袋		30,851	98.2%	31,423	100.0%	本館は前年未達も、P は1,2,4階を全面改装し前年達成
渋谷	↗	18,272	100.2%	18,230	99.1%	ハート3全面刷新やハート2、コートロのターゲットを明確化した改装を推進
ひばりが丘		8,847	93.3%	9,482	94.9%	新規アイテム強化、環境整備等により改装ゾーンは前年達成で好推移
吉祥寺	↗	9,871	101.6%	9,717	102.4%	街場イベントとの連携や身回り・生活雑貨強化により3年連続前年達
調布	↗	17,670	101.1%	17,480	98.8%	マーケット客層変化に対応し開業来初の1-4階全面刷新で活性化推進
津田沼		10,386	95.1%	10,919	93.5%	大型改装を実施、改装後売上ゾーンは前年達成、顧客拡大に成果
千葉		10,692	92.1%	11,605	95.5%	3,4,6階を改装し買い回り性が向上、改装ゾーンは前年達成
厚木	↗	4,194	102.7%	4,085	88.6%	ファミリーテーマ・スポーツなどの核MD導入により着実に伸長
松本	↗	8,756	100.3%	8,731	103.2%	広域からの更なる集客力強化と顧客化推進により2年連続前年達成
岐阜	↘	2,489	86.0%	2,895	88.2%	郊外大型商業施設や名古屋マーケットへの流失影響により苦戦
名古屋	↗	38,290	102.2%	37,468	102.9%	開店15周年をテーマに通年の企画展開が奏効、4年連続前年達成
大津		8,005	97.8%	8,181	99.5%	改装区画は売上ゾーン比達成。情報発信型催事・店頭催事を強化
心斎橋	↘	1,566	86.4%	1,813	74.2%	本館は雑貨編集ビルとしてアピール、DUE館は営業時間変更も未達
広島		16,512	98.7%	16,725	112.5%	郊外大型商業施設の影響あり。客層拡大に向けた巻き返し推進中
大分		5,180	91.7%	5,649	95.8%	5階メソフロア再編と、ハルコギャラリー-新設など情報発信性強化
熊本		6,793	91.5%	7,424	101.7%	郊外大型商業施設の影響あり。客層拡大に向け差別化推進
合計		231,270	98.0%	236,023	98.4%	過去最大級の606テナント、59,000㎡を改装

営業概況2 ~ アイテム別売上高

単位:百万円

アイテム別売上高

・「衣料品」は、積極的なデニムキャンペーン等により顧客拡大を図った婦人ヤングが健闘し、婦人服全体及び「衣料品」前年達成

・「身回品」及び「雑貨」は、限定商品やギフト等提案性強化により健闘、前年達成

・「食品」及び「飲食」は、競合環境激化等により苦戦するも、「食品」は新所沢店の大型改装効果により基調回復

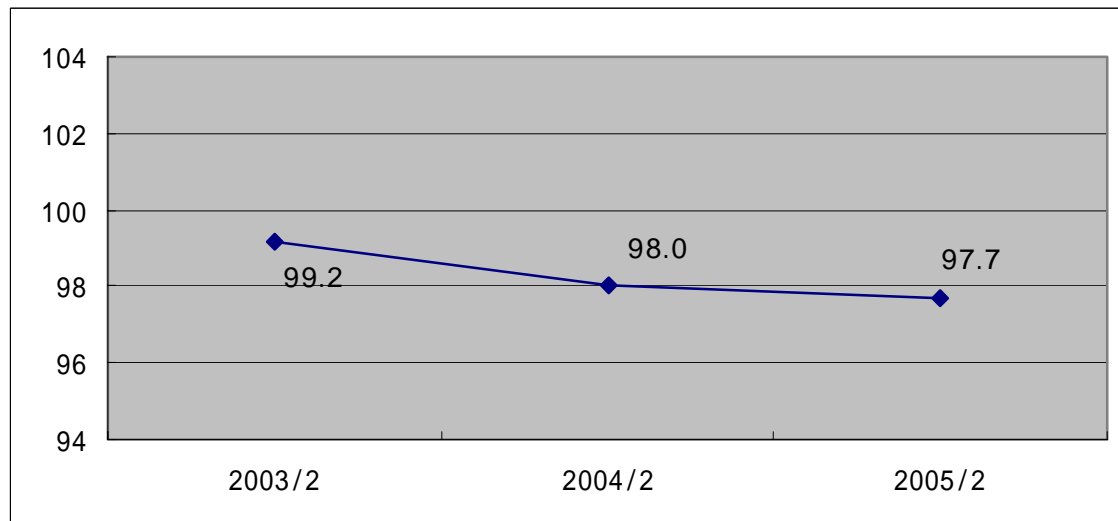
アイテム分類		売上高	前期比
衣料品	ティーンズ		(89.6%)
	ヤング		(106.5%)
	アダルト		(89.5%)
	婦人服		(100.3%)
	紳士服		(97.4%)
	スポーツ		(102.3%)
	呉服		(85.6%)
	子供服		(90.8%)
	衣料品	106,386	100.5%
身回品	靴		(101.4%)
	バッグ		(106.6%)
	装身具		(96.2%)
	化粧品		(98.0%)
身回品	31,502	101.2%	
雑貨	43,919	103.3%	
食品	9,973	98.9%	
飲食	11,430	93.0%	
その他	28,061	82.2%	

* () 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、専門店売上高に、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。

営業概況3 ~ 客数・客単価

客数推移

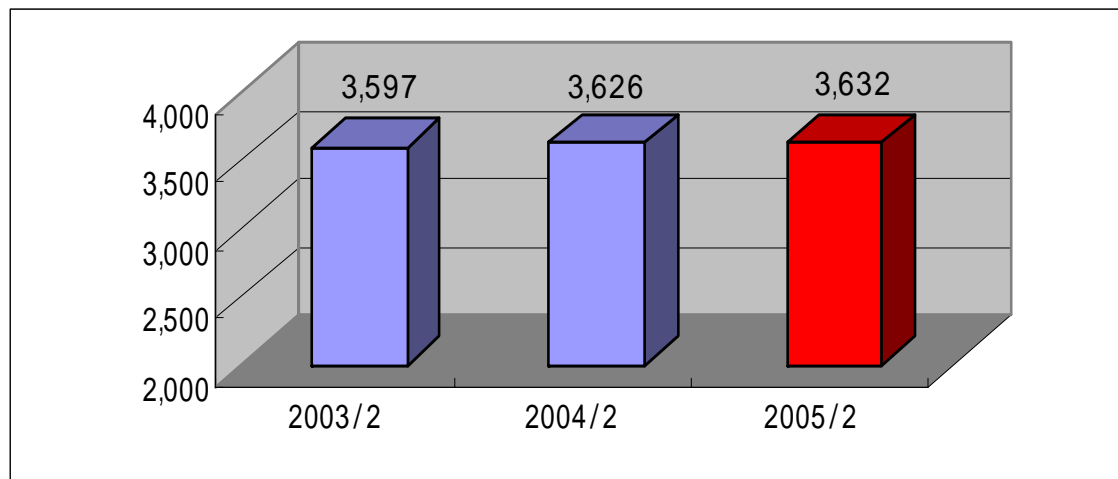
(前期比)



客単価推移

(単位:円)

過去3年間で最高額



* 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、専門店売上高に、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。

既存店改装状況 ~ 総括

売場概要

テナント総数： 2,615テナント

売場面積： 372,530m²

2004年度 改装実績

テーマ：「滞留性」「来店頻度」の向上
新規MD導入によるマーケットニーズの反映
新規客の取り込み / 客層のワイド化を推進
ライフスタイル提案強化

改装規模： 606テナント 59,100m²

* 内、新規出店：314テナント

改装効果：売上前期比 116.7% (+ 5,130百万円)

主要な 改装店舗

都心型店舗：渋谷、名古屋

郊外型店舗：調布、新所沢

改装状況1 ~ 渋谷パルコ

改装規模 : 105テナント、9,700㎡

ゾーン効果 : 売上前期比 141.7% (+ 1,474百万円)

専門店売上高
の推移

	1 Q	2 Q	上期	3 Q	4 Q	下期	年間
渋谷	94.1%	91.9%	93.0%	105.2%	109.8%	107.6%	100.2%

クアトロビルの企画刷新 (2004/4)

1-4F全面改装により大型スポーツテーマ「ギャラリー2」を新規導入。

パート3を全面改装 (2004/9) 80テナント約4,600㎡

低層階の外光化、下りエスカレータ新設などビルハード/環境面大幅改修。

都内初出店25店舗を含む新規47店舗導入してMD新機軸の打ち出し。

パート2 上層階改装 (2004/10)

リラクゼーション、スクールを加え、下層階(インテリア)と併せた大人のライフスタイルデザインビルに

* 一連の「渋谷パルコ 30周年改装 (2001~)」が一巡



今後、各ビルイメージの訴求強化と関連性向上により回遊性を高め、
トータルでマーケットに支持されるビルとしての成長を目指す。



改装状況2 ~ 名古屋パルコ

改装規模 : 71テナント、5,100m²
 ゾーン効果 : 売上前期比 109.4% (+ 272百万円)

専門店売上高
の推移

	1 Q	2 Q	上期	3 Q	4 Q	下期	年間
名古屋	99.2%	101.0%	100.0%	101.1%	106.9%	104.1%	102.2%

積極的に新陳代謝し、次世代ファミリーからヤングファッションまで客層ワイド化を図り、新規客取り込みを推進。

西館6 F : 子供服ゾーンの共用環境を含む全面改装 (OPEN以来初)

西館3・4 F / 南館 : 20代後半MD強化。ヤングのアップパーライン導入。

西・南館のファッション強化改装 = 競合激化するマーケットに対応するため、02年度から3年間推進していた全館規模改装 (14,600m²) の一環。

< 参考 >

2005年3月
概況

月間売上高 前期比 : 105.1% 店頭総合販売高

三越新館 (ラシック) が3/9(水)OPEN。

「パルコレ」と題した大型販売企画を4日間開催 : 3/3(木)-6(日)

ハウスカード<PEC>10%OFF

動員企画「KITTY.EX」~ハローキティ誕生30周年記念 展覧会

改装状況3 ~ 調布パルコ

改装規模 : 62テナント、4,800m²

ゾーン効果 : 売上前期比 105.5% (+ 263百万円)

専門店売上高
の推移

	1 Q	2 Q	上期	3 Q	4 Q	下期	年間
調布	101.1%	102.2%	101.7%	101.8%	99.4%	100.5%	101.1%

調布マーケットで最も人口伸び率の高い団塊ジュニア層（30代ヤングミセス）をメインにフロアを編成し、京王沿線マーケットのコミュニティ情報センターとして、早期定着を目指す

【改装のポイント】

ファッションの質感アップ

身の回り生活雑貨MDのバラエティ充実

カフェやマッサージ導入等、時間消費サービス対応

自動ドア化を含めたメインエントランス刷新、女性トイレリニューアル、営業時間の延長等、アメニティ環境の改善

改装テナント中、新規テナント : 30店



改装状況4 ~ 新所沢パルコ

改装規模 : 36テナント、6,000㎡

ゾーン効果 : 売上前期比 150.2% (+ 782百万円)

専門店売上高
の推移

	1 Q	2 Q	上期	3 Q	4 Q	下期	年間
新所沢	91.3%	95.4%	93.3%	115.5%	113.1%	114.2%	103.7%

地域密着型SCとしての更なる浸透を目指し、ビルの核となる食品フロアの全面リニューアルを実施。マーケット競合激化の中、独自性ある専門店を集積。

パルコ館B1F 食品フロア (2004/7)

1997年以来の全面改装 ~ パルコフードテラス

核テナント「キッチンランド」大健闘で、OPEN後、前年/予算ともに上回る好調推移

レッツ館1・2・4F (2004/10)

3世代ファミリーの楽しめるフロアとして、インテリア、雑貨、レストランの充実を図る。



第66期～新規拠点の状況【Pedi汐留】

開業：2005年2月16日(水)グランドオープン

所在地：東京汐留ビルディング内 B2F、B1F、2F部分

店舗数：24店舗（物販4/飲食15/サービス5）

営業面積：約4,470㎡

営業時間：店舗によって異なります（定休日は一部店舗のみ）



第66期～ネットワークトピックス

PARCO
SPACE SYSTEMS

株式会社パルコスペースシステムズ

営業概況

パルコの改装のみならず、ミレニアムリテイリング関連の電気設備工事、アミュプラザ鹿児島、コクーンさいたま、Pedi汐留などのテナント工事受注により売上高/営業利益ともに大幅伸長した。

	実績	予算比	前年比
売上高	25,729	123.5%	111.1%
営業利益	614	183.0%	361.1%

スリム体質の構築

遊休資産の処分、減損会計の早々期適用、業務合理化と人員適正化によりスリム体質の構築を図りました。

物件売却による特別損益額 4.3億円

減損会計早々期適用による減損損失額 2.3億円

第67期(2006年2月期)～主な改装計画

改装テーマ：収益力強化に加え、ビル集客力向上を最重要テーマとして、環境改善を含めた店舗の刷新を図る。

改装規模：398テナント 33,000m² 札幌新館(3,200m²)除く

札幌パルコ	新館オープンを契機に、2館の相乗効果の最大化を目指し、本館MDを再編強化。
新所沢パルコ	デイリー及び三世代ファミリー対応を継続強化することによるマーケット浸透力を向上。
池袋パルコ	本館エントランスフロアの環境改善を核とした時代対応改装。
千葉パルコ	1Fエントランスフロア再編を含めたビルイメージ刷新。
名古屋パルコ	3館の各ビル特性の更なる明確化と集客力強化。
広島パルコ	郊外競合との差別化を図る都市型MDを積極導入。

第67期(2006年2月期)～新規拠点の状況

札幌PARCO新館

開業：2005年3月31日(木)オープン
所在地：札幌パルコ本館南隣
店舗数：11店舗(地下1F/地上5F)
営業面積：約3,200㎡(本館と併せ約17,400㎡)



第67期(2006年2月期)～ネットワークトピックス

NEUVE A

株式会社ヌーヴ・エイ

基盤確立期(00-04)から成長ステージへ移行し、05年度内に100店舗体制(+8)を目指す。 新業態アンナベール含め5業態で拡大を図る。



時計

TIC TAC



眼鏡

POKER FACE



化粧雑貨

ROSEMARY



男性雑貨

COLLECTORS
QUALITY AS TOP PRIORITY



服飾・身回り

annabelle

2005年2月末日	店舗数	うち外部	外部比率
T i C T A C	30	(16)	53%
P O K E R F A C E	19	(10)	53%
コレクターズ	19	(8)	42%
ローズマリー	22	(4)	18%
アンナベール	2	(1)	50%
5業種 計	92	(39)	42%

05年度の出店 05年4月現在・決定している物件のみ

4/ 8 KUZUHA MALL (TiCTAC / ローズマリー / アンナベール)

4/15 長崎アミュプラザ (TiCTAC)

4/26 広島アルパーク (ローズマリー / アンナベール)

店舗数は2005年2月末現在

新業態「KOBOLD(コ-ホルト)」1店舗はコレクターズに含みます。

PARCO

第67期(2006年2月期)～コーポレートガバナンス

1. 社外取締役候補の内定(1名増)

- ・社外取締役を1名増加(取締役数計10名)、社内/社外取締役を同数(各5名)とし、更なるガバナンスの強化と経営の透明性の向上を目指す。

内永ゆか子(うちなが ゆかこ)氏

現 日本アイ・ビー・エム株式会社 取締役専務執行役員 開発製造担当

2. CEOとCOOの新設

- ・代表執行役社長が最高経営責任者・CEOとして、当社及びパルコネットワークの経営全般に関する方針及び戦略を立案する。
- ・代表執行役副社長が最高執行責任者・COOとして、当社の決定された経営方針及び戦略に基づき、経営全般に関わる業務を執行する。

3. CSR委員会の新設

- ・「順法、企業倫理に基づいた行動、コンプライアンス、リスクマネジメント、社会貢献活動、環境保全」等の分野での取り組みをより強化する。
- ・パルコネットワーク全体の取り組みを統括する「CSR委員会」を新設し、リスクマネジメント委員会、CS委員会をその専門部会として位置づける。

3.中期経営5ヵ年計画

- ・商業施設運営力と開発力の強化
- ・新規ビジネスの育成と挑戦
- ・周辺ビジネスの深耕拡大
- ・経営目標(2009年度連結)

中期経営5カ年計画(2005-2009年度)

推進テーマ

(1) 商業施設運営力と開発力の強化

1-1：戦略的店舗グルーピング政策

1-2：政令指定都市を中心とした出店開発

(2) 新規ビジネスの育成と挑戦

2-1：プロパティマネジメント事業の拡大・育成

2-2：新たな開発スキームへの挑戦

(3) 周辺ビジネスの深耕拡大

3-1：エンタテインメント事業など、コンテンツ活用事業の拡大

3-2：PSSのビルマネジメント事業の強化と新規事業の展開

3-3：ヌーヴ・エイの積極的な出店による業容拡大

中期経営5ヵ年計画(2005-2009年度)

(1) 商業施設運営力と開発力の強化

1-1. 戦略的店舗グルーピング政策

「ストアbyストア」による基幹店舗の拡充強化に加え、「戦略的グルーピング政策」を主軸とするオペレーション手法を取り入れ、企業(パルコ+テナント)間での取り組みを強化する。

店舗のテーマ別・アイテム別グルーピングにより、マーケットニーズに呼応した「オリジナル商品体制・新業態提案・革新的ゾーニング」を実現し、競合との差別化促進・客数拡大を図る。

ビルの収益構造を見直す手法として、業態転換等の抜本改革を検討する。(ex.不動産運用型ビルへの転換等)

中期経営5ヵ年計画(2005-2009年度)

(1) 商業施設運営力と開発力の強化

1-2. 政令指定都市を中心とした出店開発

政令指定都市未出店エリア

横浜/川崎/静岡/京都/神戸/北九州/福岡/(大阪)

開発手法

物件開発

既存施設の転換

青色 = 出店済み(政令指定都市のみ) 5都市
黄色 = 出店計画 2都市
赤色 = 未出店 7都市

出店開発の進捗状況 (物件開発)

イメージイラスト。実際とは異なる場合があります。



【浦和駅東口駅前】

浦和駅東口駅前地区第二種再開発事業施設建築物整備事業

竣工: 2007年秋予定

延床面積: 約67,000m²

(地下1F、地上7F)



【仙台駅西口駅前】

中央一丁目第二地区市街地再開発事業

竣工: 2008年春予定

延床面積: 約26,000m²

(地下1F、地上9F)

中期経営5カ年計画(2005-2009年度)

(2)新規ビジネスの育成と挑戦

2-1.プロパティマネジメント事業

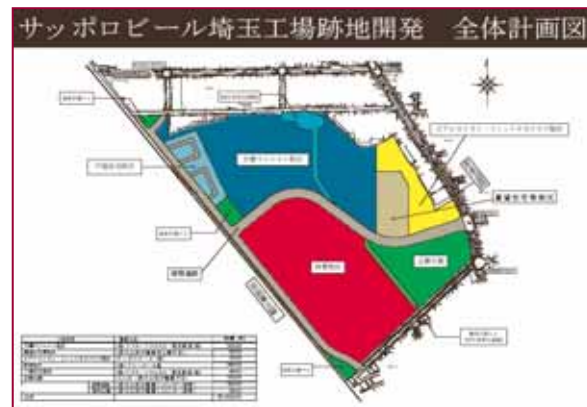
イトーヨーカ堂川口並木SC(仮称)

開業：2005年秋(予定)

営業面積：約34,600m²

株式会社イトーヨーカ堂から受託

- ・ 専門店モール部分のテナント誘致等の開業前支援業務(モールプランニング)
- ・ 開業後のPM業務を受託予定



2-2.新たな開発スキームへの挑戦

新たな開発スキームの一環として、商業施設を中心としたアセットマネジメント業務等に挑戦する。

中期経営5ヵ年計画(2005-2009年度)

(3) 周辺ビジネスの深耕拡大

3-1. エンタテインメント事業など、コンテンツ活用事業の拡大

1. 劇場部門

- ・ PARCO劇場だけでなく、外部劇場/地方劇場での公演プロデュースの拡大を図る。
- ・ 公演の2次利用ビジネスを拡大する。(DVD制作・販売/脚本の書籍化)

		2005年度 (見込)	2004年度	2003年度
PARCO劇場	公演回数	333回	297回	297回
	動員数	137,000人	120,636人	116,040人
外部公演 (地方含む)	公演回数	251回	221回	343回
	動員数	200,000人	220,919人	340,412人
合計	公演回数	584回	518回	640回
	動員数	337,000人	341,555人	456,452人

笑の大学
warai no daigaku



2. 映像部門

単館映画館の運営だけでなく、権利ビジネスへの参入を図る。

中期経営5ヵ年計画(2005-2009年度)

(3) 周辺ビジネスの深耕拡大

3-2.PSS : ビルマネジメント事業の強化と新規事業の展開

3-3.ヌーヴ・エイ : 積極的な出店による業容拡大



PARCO
SPACE SYSTEMS

株式会社パルコスペースシステムズ

- ・ビルマネジメント事業の強化
- ・新規事業の展開

(コールセンター事業 / 代理店事業 等)



NEUVE A

株式会社ヌーヴ・エイ

- ・経営基盤確立期を終え、成長ステージへ移行。
- ・5年間で48店舗出店し、140店舗体制へ。

PARCO外部比率 42% 55%

中期経営5ヵ年計画(2005 - 2009年度) 経営目標(2009年度 / 連結)

経営目標

(単位：百万円)	2009年度		2004年度
	目標	04年度差異	実績
売上高	300,000	+ 42,375	257,625
経常利益	12,000	+ 3,921	8,079
当期純利益	6,000	+ 4,258	1,742
ROE	8.2%	+5.2%	3.0%

セグメント別売上目標

(単位：百万円)	2009年度		2004年度
	目標	04年度差異	実績
ディベロッパー事業	276,819	+ 40,362	236,456
専門店事業	18,812	+ 3,491	15,321
総合空間事業	24,252	1,477	25,729
その他の事業	2,614	+ 110	2,504
連結計(連結消去後)	300,000	+ 42,375	257,625

PARCO

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

本資料に記載した予想数値等は、2005年4月14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、及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。