

私は裸になれない。

PARCO



株式会社パルコ

2019年2月期 (2018年度)第2四半期

決算説明会資料

【東証一部 8251】

* 2017年度よりIFRSを適用しています。

2018年度第2四半期決算説明サマリー

- ・ 2018年度第2四半期決算は、前期開業したパルコヤ上野や京都ゼロゲート、3月開業した原宿ゼロゲートの貢献はあったものの、競合影響があるパルコ店舗の不振や前年同期の大津パルコに関わる影響(戻入)の反動などにより、減収減益
- ・ 1株当たりの中間配当は、2017年度中間配当から1円増配し12円を決定。年間予想配当は1円増配し24円を計画
- ・ パルコ店舗事業では、現状の課題を認識し、消費変化と店舗特性を踏まえてマーケットへ提案する改装を実行
- ・ パルコのスマートフォンアプリ「POCKET PARCO」のメディアコマース化を中心に、ICTを活用したパルコ独自視点によるCRM*施策によってお客さまとショップへのサービスメニューを拡大
- ・ エンタテインメント事業では、7月に渋谷で2スクリーンのミニシアター「シネクイント」を復活開業し、楽しめるリアルの場を顧客へ提供
- ・ 新規の開発物件として、2019年初秋の川崎市中心部へのゼロゲート出店発表に加えて、3月原宿ゼロゲートと9月三宮ゼロゲートが開業し、京都ゼロゲートも8月に全館開業
- ・ 中期経営計画での目標開発物件12件のうち4件がすでに開業し、5件の計画は順調に進捗

* Customer relationship managementの略であり、顧客情報をもとに顧客満足度を向上させるマネジメント手法

2018年度第2四半期決算は、前期開業したパルコヤ上野や京都ゼロゲート、3月開業した原宿ゼロゲートの貢献はあったものの、競合影響のあるパルコ店舗の不振や前年同期の大津パルコに関わる戻入影響の反動などにより、減収減益となりました。1株当たりの中間配当は、2017年度中間配当から1円増配し12円を決定しました。年間予想配当も1円増配し、24円を計画しています。

パルコ店舗事業では、現状の課題を認識し、消費変化と店舗特性を踏まえてマーケットへ提案する改装を推進します。

パルコのスマートフォンアプリ「ポケットパルコ」のメディアコマース化を中心に、ICTを活用したパルコ独自視点によるCRM施策によってお客さまとショップへのサービスメニューを拡大していきます。

エンタテインメント事業では、7月に渋谷で2スクリーンのミニシアター「シネクイント」を復活開業しました。楽しめるリアルの場を顧客へ提供していきます。

新規の開発物件として、2019年初秋の川崎市中心部へのゼロゲートの出店を発表しました。加えて、3月に原宿ゼロゲートと9月に三宮ゼロゲートが開業し、京都ゼロゲートも8月にアップル京都がオープンし全館開業しました。

中期経営計画での目標開発物件12件のうち4件がすでに開業し、5件の計画は順調に進捗しています。

2018年度第2四半期業績概要／2018年度業績予想

課題認識と今後の方針

開発事業とその他トピックス

これから、2018年度第2四半期の業績概要をご説明いたします。

第2四半期業績概要 1 連結業績（損益計算書）

4/23

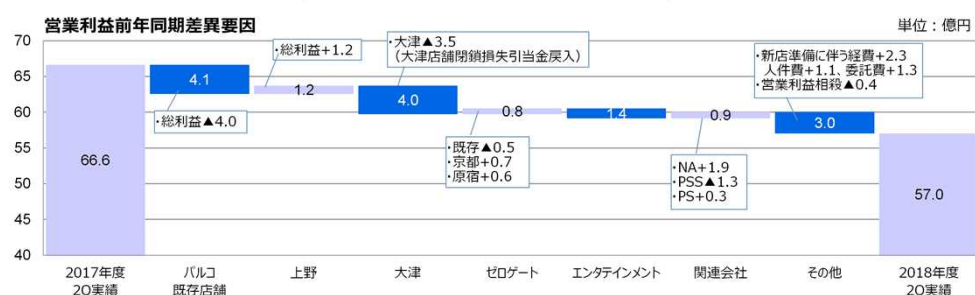
前期開業店舗の貢献も、競合影響のあったパルコ店舗の不振などにより減収減益

単位：百万円

連結	2018年 3月～8月	2017年 3月～8月	増減額	前年 同期比	計画額	増減額	計画比
営業収益	44,184	45,230	▲1,045	97.7%	46,400	▲2,215	95.2%
事業利益*1	5,043	5,729	▲686	88.0%	5,700	▲656	88.5%
営業利益	5,707	6,666	▲958	85.6%	6,400	▲692	89.2%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	3,786	4,469	▲682	84.7%	4,250	▲463	89.1%
EBITDA*2	8,625	9,398	▲773	91.8%	—	—	—

*1 事業利益は「営業総利益 - 販売費及び一般管理費」で算出

*2 EBITDAは、「営業利益 + 減価償却費(連結キャッシュ・フロー計算書の減価償却費及び償却費)」で算出しております



2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

2018年度第2四半期の連結業績につきましては、前期に開業した店舗の貢献はあったものの、競合影響のあったパルコ店舗の不振などにより減収減益となりました。

営業収益は、前期開業したパルコや上野や京都ゼロゲート、3月開業した原宿ゼロゲートの貢献はありましたが、パルコ店舗の競合影響や衣料品販売の不振などによる売上基調の低下や、パルコのエンタテインメント事業の前年同期の劇場好調、総合空間事業のパルコスペースシステムズでの前年同期に大型工事受注があったことの反動と、専門店事業のヌーヴ・エイの売上減少などにより、441億84百万円、10億45百万円の減収となりました。

事業利益は、営業総利益の減少に加え、開業準備に伴う先行経費の増加などにより、50億43百万円、6億86百万円のマイナスとなりました。

営業利益は、事業利益のマイナスに加えて、前年同期の大津パルコに関わる影響(戻入)の反動などにより57億7百万円、9億58百万円の減益となりました。

親会社の所有者に帰属する四半期利益は、37億86百万円、6億82百万円の減少となりました。

第2四半期業績概要 2 連結業績（財政状態計算書）

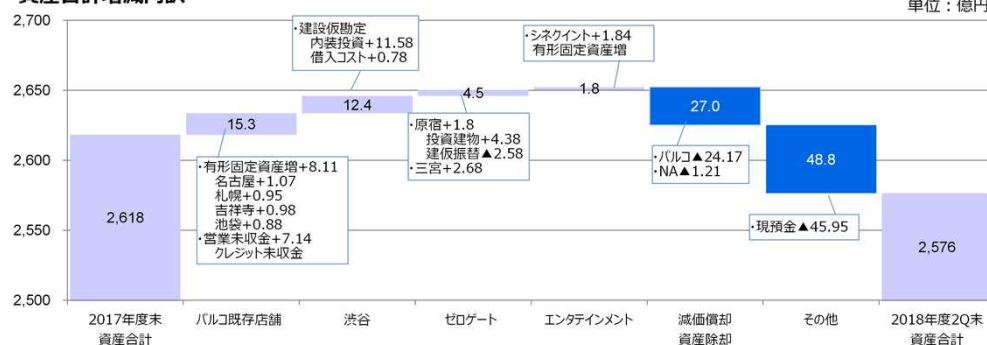
5/23

単位：百万円

連結	2018年 8月末	2017年 年度末	増減額
資産合計	257,686	261,835	▲4,149
資本合計	128,545	126,311	2,234
有利子負債	48,030	52,820	▲4,790
親会社所有者帰属持分比率	49.9%	48.2%	1.6%

資産合計増減内訳

単位：億円



2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

資産合計につきましては、パルコ既存店舗の改装に伴う有形固定資産の増加や新生渋谷パルコ計画の建設仮勘定の増加があったものの、パルコやヌーヴ・エイの減価償却と資産除却に加え、借入返済にともなう現預金の減少などにより、前連結会計年度末と比べ41億49百万円減少し、2,576億86百万円となりました。

資本合計は22億34百万円増加して1,285億45百万円となり、親会社所有者帰属持分比率は、49.9%となりました。

有利子負債は、47億90百万円減少しました。

第2四半期業績概要 3 連結 セグメント別実績、設備投資

6/23

セグメント別実績

単位：百万円

		2018年 3月～8月	2017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	営業収益	25,490	25,513	▲22	99.9%
	セグメント利益	5,764	6,617	▲853	87.1%
専門店事業	営業収益	9,927	10,597	▲670	93.7%
	セグメント損失	▲3	▲192	189	—
総合空間事業	営業収益	9,990	10,273	▲283	97.2%
	セグメント利益	165	299	▲133	55.3%
その他の事業	営業収益	2,692	2,781	▲88	96.8%
	セグメント損失	▲198	▲55	▲142	—
連結	営業収益	44,184	45,230	▲1,045	97.7%
	セグメント利益	5,707	6,666	▲958	85.6%

* セグメント利益または損失は、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」に含まれています

* 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

設備投資

単位：百万円

連結	2018年 3月～8月	2017年 3月～8月	増減額	前年同期比
設備投資	4,384	5,205	▲820	84.2%

2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

連結セグメントでは、ショッピングセンター事業以外でも減収、減益または損失となりました。

専門店事業の株式会社ムーヴ・エイは、主力のチックタック事業の苦戦と不採算店舗の削減などにより減収となりましたが、事業としては利益を出せるようになり営業損失幅は縮小しています。

総合空間事業のパルコスペースシステムズは、前年同期に大型工事受注があったことの反動の影響が大きく、減収減益となりました。

その他の事業のパルコデジタルマーケティングは商業施設や専門店におけるICT活用サービスを軸とした施策が奏功し増収増益となりましたが、株式会社パルコのエンタテインメント事業の前年同期の劇場の好調や映像事業の原価増大などにより、その他の事業トータルではマイナスとなっています。

連結通期業績予想

7/23

第2四半期実績を鑑み、連結通期業績予想を修正

単位：百万円

連結	2018年度 (2019年2月期) 新業績予想	2017年度実績 (2018年2月期)	増減額	前年比	当初予想額	増減額
営業収益	93,700	91,621	2,078	102.3%	96,000	▲2,300
事業利益	10,000	10,284	▲284	97.2%	10,750	▲750
営業利益	10,800	11,713	▲913	92.2%	11,750	▲950
親会社の所有者に帰属する 当期利益	7,100	7,809	▲709	90.9%	7,700	▲600

1株当たりの中間配当は1円増配を決定

1株当たりの中間配当は、2017年度中間配当から1円増配し12円を決定
年間配当は1円増配し、24円を予定

2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

2018年度の通期業績予想につきましては、連結通期営業収益を937億円、事業利益を100億円、営業利益を108億円、当期利益を71億円に修正いたします。

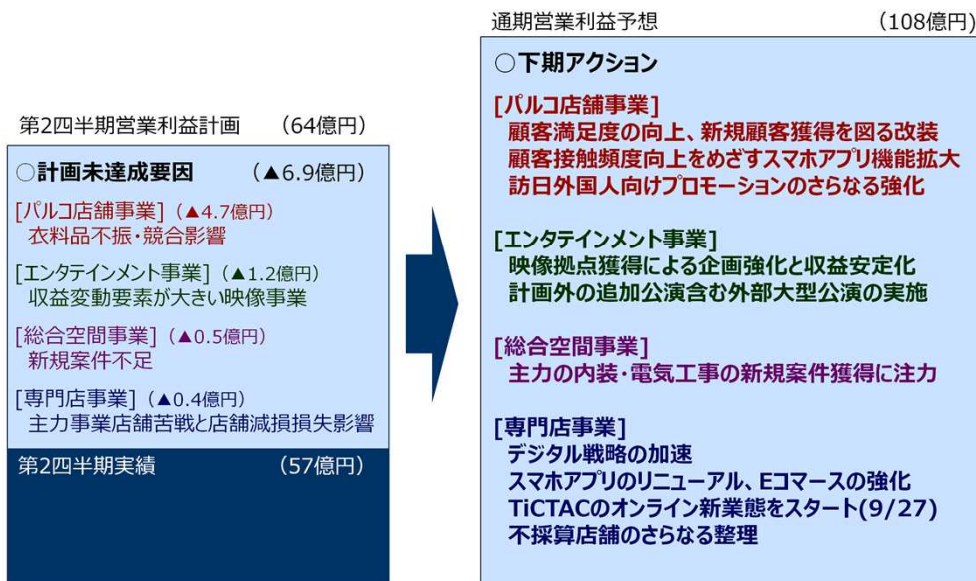
上期の実績を踏まえた上で、下期の見込値を精査し、各社各事業部の課題を認識した強化策を立案・実施した効果を見込んで業績予想を見直した結果、下期は原則期首对外発表値を見込みますが、設備投資の除却損などを織り込み、通期業績予想を修正しました。

配当につきましては、中間配当は2017年度中間配当から1円増配し12円を決定し、年間でも1円増配の24円を予定しています。

2018年度第2四半期業績概要／2018年度業績予想
課題認識と今後の方針
開発事業とその他トピックス

ここから、現状の課題と今後のアクションをご説明します。

現状の課題を認識し、下期アクションを実行



2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

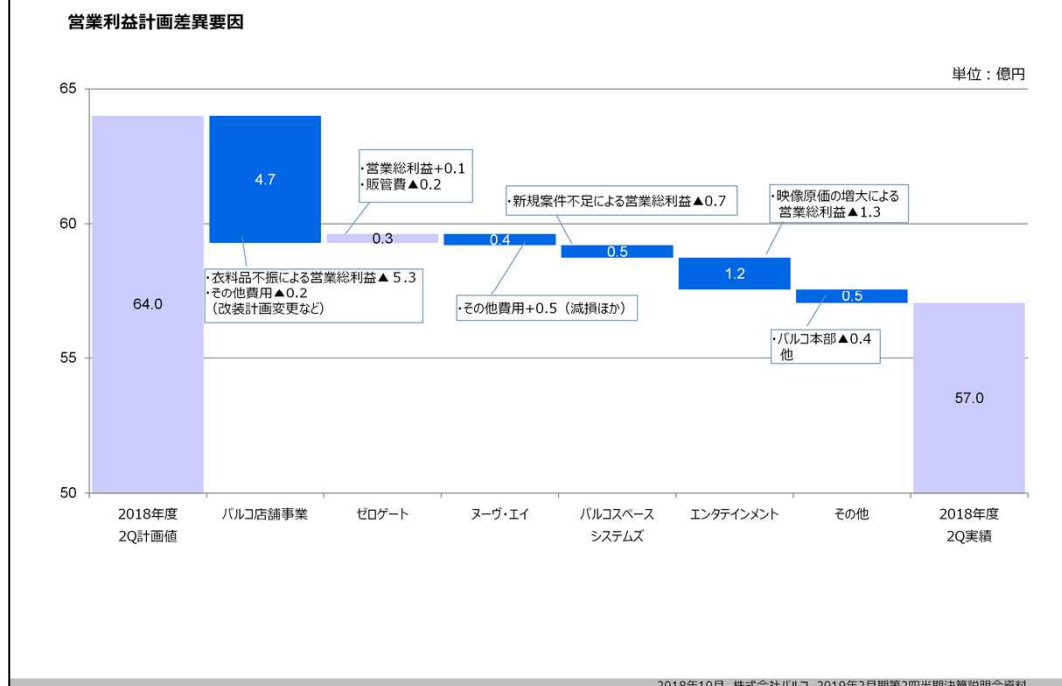
下期、2018年度第2四半期における現状の課題を認識した施策を推進していきます。

パルコ店舗事業は、衣料品の不振や競合影響などにより営業利益の第2四半期計画差はマイナス4億7千万円でしたが、下期は、顧客満足度の向上と新規顧客獲得を図るための改装を実施するほか、顧客の接触頻度をあげるためのパルコのスマートフォンアプリ「ポケット パルコ」の機能を拡大するリニューアルを実施します。また、訪日外国人対応として、プロモーション展開をさらに強化していきます。

パルコのエンタテインメント事業は、渋谷パルコ休業により拠点を失い原価変動による収益変動要素が大きくなっていた映像事業の影響などにより、計画に対してマイナス1億2千万円でした。下期は、映像拠点として7月にオープンした「シネクイント」での企画強化により収益安定化を図るとともに、外部大型公演での計画外の追加公演を実施します。

総合空間事業のパルコスペースシステムズは、各事業での新規案件の不足などにより、計画に対して5千万円のマイナスとなりました。下期は主力の内装電気工事の新規案件獲得に注力し増益を目指します。

専門店事業のヌーヴ・エイは、主力事業店舗の苦戦と前期に引き続いての店舗減損損失影響により、営業利益は損失となり計画に対して4千万円のマイナスとなりました。下期は、スマートフォンアプリをリニューアルしたのに加えて、オンライン新業態「チックタックユーズドプラス」をすでにスタートさせ、デジタル戦略を加速するとともに、不採算店舗をさらに整理していきます。



このグラフは、営業利益の計画差異要因を示したものです。

ゼロゲートの営業利益は計画を上回ったものの、パルコ店舗事業の衣料品不振などによる営業総利益の落としとともに、パルコのエンタテインメント事業、パルコスペースシステムズ、ヌーヴ・エイもそれぞれ計画を下回りました。

現状の課題と下期の施策について、それぞれの詳しい内容を、次のページからご説明します。

消費価値観と購買行動の変化を見据えた対応を加速

<上期実績>

- ◎テナント取扱高実績(既存店) 97.9%
- ◎新たな付加価値創造をテーマに改装を推進
- ◎改装実施面積 約14,000㎡
- ◎改装ゾーン取扱高前年同期比 116.3%
- ◎インキュベーションスペース「UP NEXT」を都心型店舗
全店に3月より常設



UP NEXT (福岡パルコ)

<課題の整理>

- 衣料品不振
 - ・ファッションへの消費意識変化やEコマースの台頭
 - ・消費の多様性に即した改装を進めるも、効果は漸進的
 - ・衣料品シェアの高い池袋パルコでの影響が顕著
- 競合影響
 - ・静岡パルコ、松本パルコでの影響大
- PARCOカード取扱高の減少

衣料品取扱高実績(既存店)	前年同期比
婦人服	88.9%
紳士服	90.8%
衣料品総合	100.3%
衣料品計	93.5%

	前年同期比	取扱高シェア
パルコカード(既存店)	91.0%	21.0%

2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

パルコ店舗事業では、上期、約14,000の㎡の改装を実施し、改装ゾーン取扱高前年同期比は116.3%となりました。

都心型店舗全店にインキュベーションスペース「アップネクスト」を3月より常設し、ジャンルに捉われず多方面での活躍を目指す新規企業・ブランドを誘致しています。

全国のパルコでの展開や常設店舗化に加え、2019年秋に開業予定の新生渋谷パルコへ繋がるような新たなショップやブランドの発掘・育成に向けた取り組みは順調にスタートしています。

消費の多様性に即した新たな付加価値創造をテーマとした改装に取り組むなど、昨今の消費価値観と購買行動の変化への対応を進めていますが、記録的な猛暑や台風などの天候要因に加え、継続的な衣料品販売の不振、一部店舗で想定以上に競合影響を受けたことなどにより、上期の既存店テナント取扱高実績は前年同期実績には届きませんでした。

これらの現状の課題に対しての具体的な下期の施策を次のページでご説明します。

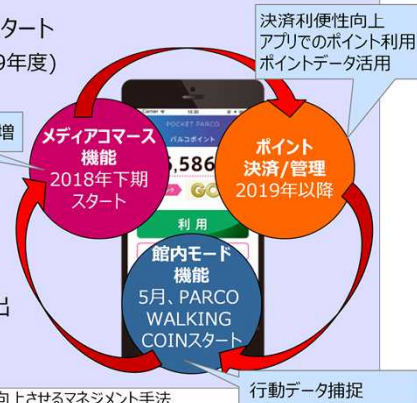
情報発信力を高め、来店と買上頻度を促進する施策を推進

<下期アクション>

- 環境変化やコト消費に対応する大型改装を推進
 - ・2018年度下期強化店舗：名古屋パルコ、池袋パルコ、広島パルコ、静岡パルコ、吉祥寺パルコ、浦和パルコ、新所沢パルコなど
 - ・下期は改装面積 約21,000㎡、年間では35,000㎡の改装を予定
- CRM*施策の進化
 - ・下期、公式アプリPOCKET PARCOのメディアコマース化をスタート
 - ・PARCOカード優待サービスをポイント付与へ移行予定(2019年度)
 - ・スマートフォンでの決済機能を搭載予定(2019年度以降)
- インバウンド需要への対応
 - ・訪日外国人向けプロモーション展開を継続強化
 - ・インバウンド強化のためにアリペイ決済端末機を増設
- 営業企画強化とコンテンツ力による集客力の向上
 - ・独自の動員企画開発の強化による来店モチベーションの創出



9月リニューアルオープンの
コナミスポーツクラブ（名古屋パルコ）



* Customer relationship management の略であり、顧客情報をもとに顧客満足度を向上させるマネジメント手法

2018年10月・株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

下期は改装面積 約21,000㎡、年間では期首計画通り 35,000㎡の改装を予定しています。SNSなどで話題性や情報発信を創出するショップの導入などにより、消費価値観と購買行動の変化に応じた提案やコト消費に対応する大型改装を推進します。

都心型店舗の名古屋パルコでは、都市型フィットネスクラブや新しい飲食ゾーンを新設するほか、池袋パルコではリアルとしてのコミュニケーションの場の提供となる新たな接客スタイルのツアーサロンの新業態を提案します。

コミュニティ型店舗の吉祥寺パルコでは、5スクリーン、計300席のミニシアターコンプレックスを12月にオープンし話題作から地域の皆様にも楽しんでいただけるファミリー向けまで幅広い作品を上映予定です。

5月、全国17店舗のパルコ店内で、公式スマートフォンアプリ「ポケットパルコ」内に歩いた歩数に応じてコインが貯まる「パルコウォーキングコイン」をスタートしました。パルコ店内でのショッピングを楽しんでいただく仕掛けを館内モード機能として付加し、来店客の館内での回遊性を高め、買い回り促進を狙った取り組みです。

下期は、パルコオリジナルコンテンツをコラム形式で配信するなど、アプリユーザーとの接触頻度と時間の増加により購買モチベーションや商品検索などの利便性の向上につなげるメディアコマース化をスタートします。

2019年度にはパルコカードの優待サービスのポイント付与へ移行を予定しているほか、将来的にスマートフォン決済を実現し、決済データと購買行動データの一元化を進める予定です。館内モード機能とメディアコマース、さらにポイント決済機能の3つの機能を搭載し、ポケットパルコによるCRM施策を進化させていきます。

また、訪日外国人向けプロモーションを積極的に実施するほか、インバウンド強化のため、アリペイ決済端末機を増設します。

さらに、独自の動員企画開発の強化により集客力の向上にも継続的に取り組みます。

このように、パルコ店舗事業では、情報発信力を高め、さまざまなアプローチで来店と買上頻度を促進する施策を推進してまいります。

企画コンテンツを強化し、リアルで楽しめる場の提供と拠点数の拡大により収益安定化

<上期実績>

◎「シネクイント」を渋谷に7月復活オープン



2スクリーンのミニシアター CINE QUINTO (シネクイント)

<課題の整理>

- 渋谷パルコ一時休業に伴う拠点数減少による事業の不安定化
- 収益変動要素が大きい映像部門影響

<下期アクション>

- 拠点拡大による収益の確保
 - ・“新シネクイント”の認知向上による興業の安定
- 計画外の外部大型公演実施
 - ・追加公演による利益の底上げ
- 企画コンテンツを、出版での書籍化や展覧会の開催など、部門連動して展開

ミュージカル
「ドウ・ユ・ワナ・ダンス？」
出演：ももいろクローバーZ

「日日是好日」
シネクイントにて10月上映予定



株式会社パルコのエンタテインメント事業は、渋谷パルコの建替えに伴うパルコ劇場や映画館シネクイントの休止による拠点数が減少していることにより上期は減収減益となりました。

劇場では、上期、外部拠点でのミュージカル「スタミュ」の再演や、三谷幸喜書き下ろし作品「江戸は燃えているか」などの演目が好評を博しました。

下期は、映像部門で、7月に渋谷に2スクリーンで復活オープンした新たな拠点の「シネクイント」の認知度と稼働率の向上に注力します。

また、ベストセラーエッセイの「日日是好日」(にちにちこれこうじつ)の映画に出資し、シネクイントで上映するほか、本作品の続編となる書き下ろしエッセイを出版するなど、エンタテインメント事業の各部門のノウハウを集結させ、ヒットコンテンツを多面的に展開し、収益の幅を広げてまいります。

劇場部門は、計画外の追加公演を含む外部での大型公演の実施などにより、エンタテインメント事業部全体の利益の底上げを図ります。人気ガールズユニットのももいろクローバーZが出演するミュージカル「ドウ・ユ・ワナ・ダンス？」など話題作を外部拠点で上演しています。

主力事業への注力と事業基盤を強化

＜上期実績＞

- ◎既存顧客との関係の深耕による受注の拡大
- ◎原宿ゼロゲートなど新規PBM^{*1}業務を受託
- ◎DSA日本空間デザイン賞2018^{*2}で入選

ディスプレイ2作品が「ショーウィンドウ&ヴィジュアルデザイン空間」と「エキシビション、プロモーション空間」の2部門でそれぞれ入選



これまでの外部大型施設との取引が契機となり受注した「offt後楽園」内施設

＜課題の整理＞

- 一部事業部での新規案件獲得不足
- 事業推進のための人材確保が難航

＜下期アクション＞

- 主力の内装・電気工事の外部新規案件獲得に注力
- 新採用手法導入などによる専門人材確保

*1 プロパティマネジメントとビルマネジメントの両方をおこなう業務

*2 一般社団法人日本空間デザイン協会が主催する空間環境系のデザイン賞

総合空間事業のパルコスペースシステムズは、計画外の受注はあったものの前年同期にあった大型受注の反動をカバーできず減収減益となりました。

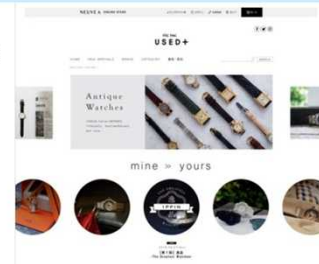
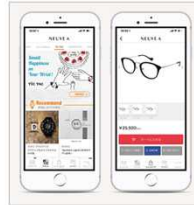
下期は、主力の内装・電気工事の外部新規案件の獲得に注力するとともに、専門人材を確保し事業基盤を強化することで、外部への事業拡大を推進していきます。

消費環境変化に対応し、既存店舗の安定化を図り、新たな施策を実施

<上期実績>

- ◎TiCTAC 2店舗を増床改装し、既存店舗強化
- ◎8店舗退店し不採算店舗の削減を推進
- ◎第2四半期末178店舗
(2017年度期首差 ▲23店舗)

NEUVE A MEMBER'S アプリ



ユーズドウォッチの買取・委託販売オンラインサイト「TiCTAC USED+」

<課題の整理>

- 「店舗数拡大」路線から「顧客接点の拡大」戦略への転換の途上
- 消費需要の変化への対応が不足
- Eコマースの運営体制構築の遅れ

<下期アクション>

- 不採算店舗のスクラップをさらに推進し、適正店舗数に集約
 - ・6店舗退店予定
- TiCTAC事業の再生
 - ・ユーズドウォッチのオンライン新業態を9月スタート
- デジタル戦略の加速
 - ・アプリリニューアルなどによるCRMの強化

2018年10月 株式会社バルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

専門店事業の株式会社ニュー・エイは、TiCTAC事業やコレクターズ事業の既存店舗の売上の苦戦と不採算店舗の削減により、上期は減収となりましたが、計画外で一部店舗の減損損失を計上した影響を除くと営業利益は計画並みとなりました。

これまでの「店舗数拡大」から「顧客接点の拡大」に戦略を転換し、不採算店舗のさらなるスクラップに加え、優良店舗、新業態やEコマースへ経営資源をシフトするなど、既存店舗の安定化と新たな強みを付加すべく取り組みを推進します。

TiCTAC事業では、自家需要の減少などの消費環境の変化に対応した商品の見直しにより購買客層の幅を広げていきます。また、Web限定の腕時計の買取や委託販売のオンラインストア「チックタック ユーズドプラス」を9月に新設し、新たな販売チャネルを獲得しました。

8月に既存のスマートフォンアプリを刷新し、ニュー・エイ全てのブランドのリアルショップとオンラインストア共通でショッピングやポイント加算が可能となりました。下期には顧客分析ツールを導入するなどデジタル戦略を加速していきます。

不採算店舗のさらなるスクラップとして、6店舗の退店を予定しています。

2018年度第2四半期業績概要／2018年度業績予想
課題認識と今後の方針
開発事業とその他トピックス

2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

これから、開発事業とそのほかのトピックスをご説明いたします。

上期に原宿ゼロゲート、下期に三宮ゼロゲートを開業。川崎ゼロゲート*を19年初秋開業へ



開発計画では、現在、5件の計画を進めており、そのうち、墨田区錦糸町駅前物件、浦添西海岸計画、川崎のゼロゲート、新生渋谷パルコの4件は、来年2019年度の開業を予定しています。

開発計画2 中期経営計画の進捗状況

18/23

開発計画5ヵ年計の目標12件中、4件が開業、5件が進行中

中期経営計画の進捗状況

	中計 目標	計画中	開業予定				残 (件)
			2017	2018	2019	2021	
パルコ業態	4	3	パルコヤ上野	11月			1
			新生渋谷パルコ		秋		
			大丸心斎橋店北館内			春	
新業態	3	2	墨田区錦糸町駅前物件		春		1
			浦添西海岸計画		夏		
ゼロゲート	5	4	京都ゼロゲート	11月			1
			原宿ゼロゲート		3月		
			三宮ゼロゲート		9月		
			川崎ゼロゲート(仮称)			初秋	
計 (件)	12	9 (開業済4、進行中5)					3

計画物件各イメージ



2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

開発物件は、中期経営計画5ヵ年で目標としている12件の計画のうち4件が開業し、5件の計画が順調に進行しています。

既に関業した物件は、パルコヤ上野に加えて、京都、原宿、三宮ゼロゲートで、進行物件は、2019年度開業予定の墨田区錦糸町駅前物件、浦添西海岸計画、川崎のゼロゲート、新生渋谷パルコの4件と、2021年春に関業予定の大丸心斎橋店北館内の、計5店舗です。

ゼロゲートを1件開業し、1件を発表。出店テナントの業態を多様化



原宿ゼロゲート、2018年3月開業

- ・ SNSのキャラクターストアと新業態のフィットネスジムの誘致

2018年8月、京都ゼロゲート全館オープン

- ・ Apple京都が地下1階から4階に出店

建物規模	地上4階建
延床面積	約943㎡

建物規模	地下2階、地上7階
延床面積	約5,200㎡



1～3階はSNSで人気の「LINE FRIENDS フラグシップストア」

2018年4月、川崎ゼロゲート(仮称)出店決定。2019年初秋の開業を予定

- ・ 今後の都市機能の拡充と発展が期待される川崎市中心部への出店
- ・ 川崎駅前の主要道路交差点角地に立地し、高い視認性を有する

建物規模	地上2階建
延床面積	約3,400㎡(予定)
投資額	約1億円(予定)



2018年度上期は、3月に、原宿、神宮エリアに、人気SNSキャラクターグッズストアと新業態のフィットネスジムの誘致し、原宿ゼロゲートを開業しました。

前期に一部を先行して開業した京都ゼロゲートでは、アップル社が地下1階から4階に出店し2018年8月全館開業しました。夜、ライトアップされた建物外観は、京都らしさを意識し「行灯」をイメージしています。

また、4月には、川崎へのゼロゲートの出店を決定し発表しました。2019年初秋の開業を予定しています。

今後の成長と都市機能の拡充が期待される川崎市中心部への出店で、計画地は、JR川崎駅前の主要道路の交差点角地にあり、視認性の高い立地です。エリアのさらなる賑わいの創出に貢献する新たな商業施設を目指してまいります。

ゼロゲートでは、国内有数の商業都市での立地条件を活かし、多様な業態のテナントを誘致し、収益拡大をめざします。

神戸エリアのアーケード街の入口に三宮ゼロゲートを開業

9月、三宮ゼロゲート開業

- ・ 既存建物を新築に建て替え
- ・ 神戸初出店のライフスタイルストアと、スポーツファッションストアを誘致し、街場の賑わいと回遊性の向上に貢献



建物規模	地上4階建
延床面積	約1,506㎡

2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

2018年9月に、三宮ゼロゲートを神戸エリアのアーケード街の入口に開業しました。神戸初出店のライフスタイルストアと、内装コンセプトにこだわったスポーツファッションショップをオープンしています。

ガラスカーテンウォールを用いて夜の景観や賑いを考慮した外部演出照明にするなど、周辺からの視認性を高め、街の散策・ショッピングの楽しさを演出しています。

幅広い領域で世の中への価値をアピールするサービスを本格化

株式会社CAMPFIREと業務提携および出資契約締結を、6月発表

- ・購入型クラウドファンディング「BOOSTER」を共同運営。案件開発、資金調達、宣伝を共同で推進
- ・会員やシステム統合を実施するなど踏み込んだ提携により、相乗効果を発揮
- ・業務提携効果を深化するために、(株)パルコが(株)CAMPFIREの一部株式を取得



2018年10月 株式会社パルコ 2019年2月期第2四半期決算説明会資料

国内ナンバーワンの掲載数、ページビュー数を有する購入型クラウドファンディングプラットフォームを運営する株式会社キャンプファイヤーとの業務提携と出資契約の締結を6月に発表しました。

パルコの購入型クラウドファンディング「ブースター」を両社で共同運営するとともに、新規金融サービスの共同検証を開始します。また、業務提携効果を深めるために、パルコがキャンプファイヤーの一部株式を取得しました。

「インキュベーション」を社会的役割のひとつとして大切にしてきたパルコは、本提携により、両社の強みや経営資源を掛け合わせ、幅広い領域で世の中への価値をアピールするサービスを本格稼働させていきます。

海外事業

パルコグループのノウハウやソフトコンテンツ力を活かしたアジアでの取り組みが好調



- イタダキマス バイ パルコ
- ・シンガポールの日系飲食集積ゾーン「itadakimasu by PARCO」が固定客を獲得し堅調
 - ・ベトナム ホーチミンでの商業施設コンサルティング業務が進捗
 - ・8月、パルコプロデュースのキャラクターカフェを、タイ バンコクの商業施設に期間限定で開催

キャラクターカフェ 海外第4弾、「名探偵コナンカフェ」
「DETECTIVE CONAN CAFE in Bangkok」

パルコデジタルマーケティング

上期は増収増益。デジタルマーケティング事業拡大に集中し事業基盤を強化

<上期実績>

- ・商業施設向けICT活用サービスの積極的な提案が奏功

<下期アクション>

- ・競争優位性の高い商品開発など、魅力あるサービスの提供を実施
- ・デジタル活用支援などのサービス提案型事業を拡大

館内ナビゲーション サイネージ(福岡パルコ)



海外事業は、当社グループの持つノウハウやソフトコンテンツ力を活かした取り組みをアジアで推進しており、開業2年目を迎えた日系飲食集積ゾーン「イタダキマス バイ パルコ」はすでに固定客を獲得し、順調に売上が伸長しています。

また、2018年8月、タイ・バンコクにて「名探偵コナンカフェ イン バンコク」を現地の飲食企業との連携により期間限定で開催したほか、ベトナム・ホーチミンでの商業施設開発のコンサルティング業務が進捗しました。

株式会社パルコデジタルマーケティングは、商業施設向けICT活用サービスを軸としたクライアント開発の強化などが奏功し、2018年度上期は増収増益となりました。

さらにデジタルマーケティング事業の拡大に集中して事業の基盤を強化し、デジタル活用支援メニューを多様化しICT活用テーマの企業支援事業を拡大していきます。



本資料に記載した予想数値などは、2018年10月5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。実際の業績などは、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などは、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・送信などを行うことを禁じます。

被災された皆様に謹んでお見舞い申し上げますとともに、被災地の皆様に
普段通りの生活が少しでも早く訪れますよう心よりお祈り申し上げます。