

## 業績関連

Q. IFRS16号影響の確認だが、事業利益、税前利益と四半期利益の年間の影響額はいくらか。

→年間では、事業利益への影響は17億円、営業利益で17億円、税前利益では1億前後のプラスをみている。当期利益の影響は軽微。

Q. パルコの取扱高の既存店ベース、下期と通期の予想はそれぞれいくらになるか。

→下期は、既存103.4%、全店112%のままで、年間では既存102.2%、全店108.2%でみている。

## ヌーヴ・エイ関連

Q. ニューヴ・エイ（以下、NA）は一昨年大幅減益、昨年は減益、今年は赤字幅拡大と悪いパターンになっているが、テコ入れ策、パルコとして子会社の損益管理、また、NAをパルコが持っている意義などについて、どう考えているかを教えてほしい。

→既存店の不振などにより減損が220百万円発生。既存店店舗の見直し、人員の見直し、商品政策を改めていくことが必要。9月は既存店で110%。眼鏡、時計は売れておりオリジナル商品がヒットしている。予算も上回っていて改革の途上だが、改善を促していきたいと思っている。

NAは当初、テナントがリスクをとって出店できなかった業態をパルコに入れるためにつくった。粗利は少ないが化粧品の集積ショップが欲しいという要望に応じてローズマリーを創ったという歴史もある。一方、黒字であることで初めて事業として認められるということも認識している。12月に収益があがる業態なので、再構築していきたい。

（時計事業では）大手時計メーカーがショップを構えているが、NAの時計ショップはオリジナルも含め様々なブランドのミックス、そこに編集ショップの妙がある。既製品の集合体ではない、パルコグループらしさを加えて、さらに新たな提案ができる業態だと考えている。今は過渡期と捉えている。グループで連携して求心力を高めればNAに成長はあると確信している。

## ゼロゲート関連

Q. 広島ゼロゲート（以下、ZG）が減損したが、その原因は何か。ZG事業全体で、物件数も増えてきた中でここ数年やってきて分かったことは何かを教えてほしい。

→ZGは、初期、ファストファッションの好調のタイミングと重なったこともあり業績を伸ばしてきたが、いま大型外資系ファストファッションは過渡期にある。ZGのショップ構成は、例えば川崎ZGではファッションは全くなくスローなどのデイリーショップがラインナップされている。京都ZGにしても上層階にはカルチャースクール、ショールームなど、変化してきている。初期にオープンした広島ZGは大型テナントで構成されていたが、今後は区画を小割にするなどの方針を考えている。

## 渋谷パルコ関連

Q.渋谷パルコの5つの構成要素、「テクノロジー」の見どころは何か。EC併設型オムニチャネルショップとはどういうものか。

→PARCO CUBE（パルコキューブ）と名付けたが、平場とは違うショールーム。ほとんどがサンプルか映像での商品紹介。本来なら50坪ないと（そのブランドの）世界観を出せないところを、わずか10坪程度で表現できる編集ショップ。オンライン上で商品が購入でき、自宅に届ける仕組み。購入者がどのような嗜好であるかが分かり、商品の提案、情報発信ができるようになる。これを未来型売場として創っていく。

Q.一部報道でVRなども使うとあったが、どのような取り組みか。

→ジャパンカルチャーショップをはじめ、eスポーツスタジオを誘致するなど多面的に取り組んでいこうと考えている。

Q.渋谷パルコに関して、11月22日のオープンだと利益は4Qから出てくると思うが、（オープン前）告知などで3Qに大きくコストが出るなどシーズンリティがあるようであれば事前に教えていただきたい。

→3Qに開業前コストは発生するが、この額については非開示とさせていただきたい。また、利益貢献は来年からと考えている。

Q.渋谷エリアのポジションについて。駅周辺では再開発が進んでいるなかで、駅からはやや遠い立地であるパルコとして、駅からの導線の変化、乗降客数などのような変化があるかとらえているか。また、その変化に対する対策をどう考えているかを教えてほしい。

→高層ビル街では人は街歩きを楽しまないが、渋谷はこの街歩きの楽しさがあり、パルコにはこれまでその立地創造をやってきたという歴史、自負がある。これまで（渋谷では）駅から遠いパルコで集客できていた。渋谷パルコではパルコにとって使命であるエンタメを強化しており、ここに投資とスペースを割いている。例えば、10階屋上広場で渋谷区のクリエイティブスタジオなどと連携したイベントも考えており、これまでにない特異なSCになると思っている。駅から8分の坂もある道のりを最大の長所と捉えて、渋谷パルコが象徴的なパルコ、世界に向けてもユニークであることを発信するビルにしたいと考えている。

## 心斎橋北館内関連

Q.心斎橋は大きな物件だと思うが、J.フロントリテイリングと共通で実験や取り組みはあるのか。同じテーマで何かあるか。

→中味が本館に吸収されたあとの北館に入るパルコをどうするか月1回以上のペースで大丸松坂屋百貨店と話をしている。テナントの商品カテゴリーの連携はもとよりカードの連携を進めていく。大丸松坂屋カードとパルコカードの購買データ、ポイント連携をどこまでやるかを考えている最中。本館地下2階がフードホールとなり、女性が昼から夜にかけて楽しめる空間はすでにイメージできていて、さらに大阪というエリア特性をとらえ、夜もしっかり食べられる飲食ゾーンを創れないかと検討しているところだ。