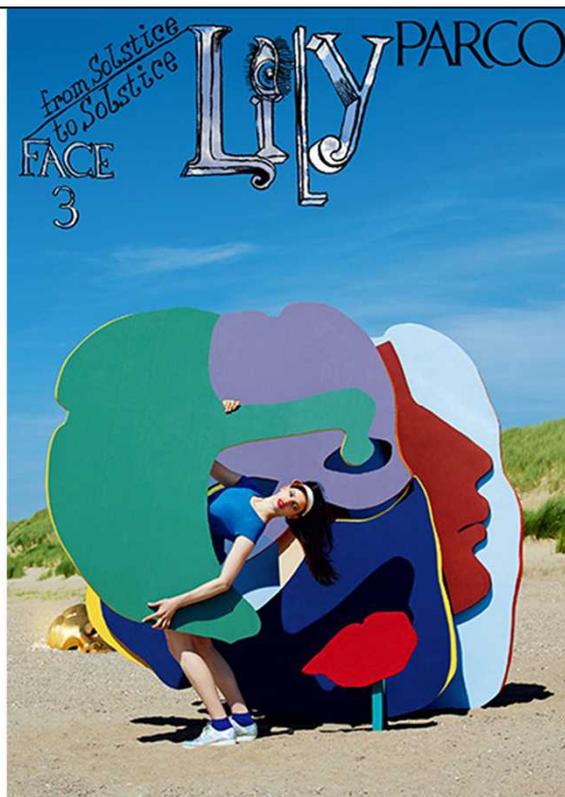


株式会社パルコ
平成27年2月期
(2014年度)
決算説明会資料
【東証一部 8251】



- I 2014年度業績概要と2015年度業績予想
- II 中期経営計画(2014～2016年度)と進捗
- III トピックス
 - 1. 店舗事業
 - 2. 関連事業
 - 3. インキュベーション、CSRへの取り組み

- I 2014年度業績概要と2015年度業績予想
- II 中期経営計画(2014～2016年度)と進捗
- III トピックス
 - 1. 店舗事業
 - 2. 関連事業
 - 3. インキュベーション、CSRへの取り組み

2014年度の業績概要と実績、2015年度の業績予想について、ご説明します。

I 2014年度業績 ①

4/31

営業利益・経常利益・EBITDAが、3期連続で過去最高を更新

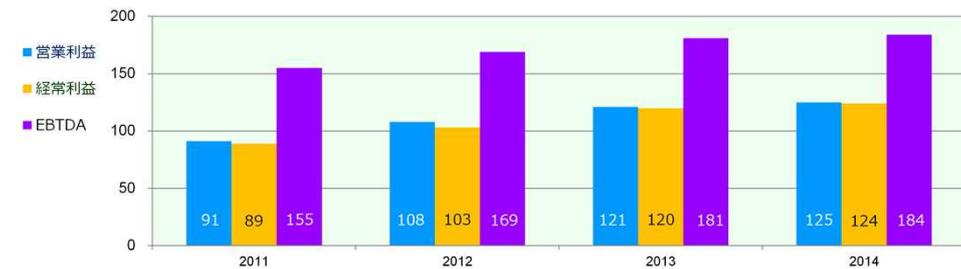
連結業績

単位：百万円

連結	2014年度	2013年度	増減額	前年比	対外発表値	差額	対外発表比
売上高	269,889	264,384	5,505	102.1%	272,000	▲2,110	99.2%
営業利益	12,508	12,196	311	102.6%	12,300	208	101.7%
経常利益	12,499	12,013	485	104.0%	12,150	349	102.9%
当期純利益 ※1	6,294	6,778	▲483	92.9%	6,800	▲505	92.6%
EBITDA ※2	18,402	18,052	349	101.9%	18,172	230	101.3%

営業利益、経常利益、EBITDA推移

単位：億円



※1 当期純利益の減益および計画値との差異の要因は、主に千葉パルコの減損損失です
 ※2 EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しております

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

2014年度の連結業績につきましては、営業利益、経常利益、EBITDAは、3期連続で過去最高を更新しました。

2015年2月期の売上高は、2,698億8千9百万円、前年比102.1%、55億5百万円の増収となりました。

営業利益に関しては、福岡パルコ新館の取得税や開店時の一過性の経費の発生がありましたが、過去最高となる125億8百万円、前年比102.6%、3億1千1百万円の増益となり、計画に対しても、101.7%、2億8百万円のプラスとなりました。

営業外損益で支払利息が減少したことなどにより、経常利益は、124億9千9百万円、増益となり、計画に対してもプラスとなりました。

特別損失として、今期千葉パルコの減損損失などがあり、その結果、当期純利益は、62億9千4百万円、前年比92.9%、4億8千3百万円の減少となりました。EBITDAは前年より3億4千9百万円増加し、184億2百万円、前年比101.9%となっています。

I 2014年度業績 ②

5/31

連結業績

単位：百万円

	2014年度末	2013年度末	増減額	前年比
総資産	226,830	220,757	6,073	102.8%
純資産	113,211	108,823	4,387	102.7%
有利子負債	45,229	50,424	▲5,194	89.7%
自己資本比率	49.9%	49.3%	0.6%	
時価ベースの自己資本比率	46.4%	40.5%		
キャッシュ・フロー対有利子負債比率	3.0年	5.1年		
インタレスト・カバレッジ・レシオ	33.5倍	19.8倍		

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

総資産につきましては、福岡パルコ新館などの有形固定資産が増加したことや、2月末日が銀行休業日であったためクレジット売上金の入金が増えたことにより、前連結会計年度末と比べ60億7千3百万円増加し、2,268億3千万円となりました。

また、有利子負債は、51億9千4百万円減少しました。

純資産合計は1,132億1千1百万円となり、自己資本比率は、前年度末に比べ0.6%増加し、49.9%となりました。

* 各指標の算出方法は以下のとおり

- ・ 自己資本比率：自己資本／総資産
- ・ 時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産
- ・ キャッシュ・フロー対有利子負債比率：有利子負債／営業キャッシュ・フロー
- ・ インタレスト・カバレッジ・レシオ：営業キャッシュ・フロー／利払い

専門店事業、総合空間事業、その他事業で増収増益を達成

連結セグメント別実績

単位：百万円

		2014年度	2013年度	差額	前年比
ショッピングセンター事業	売上高	243,783	241,680	2,102	100.9%
	セグメント利益	11,317	11,437	▲119	99.0%
専門店事業	売上高	19,802	18,344	1,457	107.9%
	セグメント利益	647	565	82	114.6%
総合空間事業	売上高	18,983	17,643	1,340	107.6%
	セグメント利益	328	255	73	128.9%
その他の事業	売上高	6,891	5,624	1,267	122.5%
	セグメント利益	256	▲20	277	—
連結	売上高	274,212	268,292	5,919	102.2%
	セグメント利益	12,508	12,196	311	102.6%

- * セグメント別の売上高には、営業収入が含まれております
- ※ セグメント利益は、連結損益計算書の営業利益と調整を行っております
- ※ (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字は、異なります

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

連結セグメントでは、株式会社パルコを中心とする「ショッピングセンター事業」は増収、「専門店事業」の株式会社ヌーヴ・エイ、「総合空間事業」の株式会社パルコスペースシステムズが増収増益となりました。

* 各セグメントの内容は以下の通り

「ショッピングセンター事業」：(株)パルコ、パルコシンガポール社、他
ショッピングセンターの開発、経営、管理、運営

「専門店事業」：(株)ヌーヴ・エイ
身回品・雑貨等の販売

「総合空間事業」：(株)パルコスペースシステムズ
内装工事の設計及び施工、清掃・保安警備・設備保全などのビルメンテナンス

「その他の事業」：(株)パルコのエンタテインメント事業、(株)パルコ・シティ
エンタテインメント事業、インターネット関連事業

I 2014年度業績 ④

7/31

連結 主な 販売費及び一般管理費

単位：百万円

連結	2014年度	2013年度	増減額	前年比
人件費	10,045	9,769	276	102.8%
借地借家料	8,509	8,261	247	103.0%
宣伝費	3,265	3,248	17	100.5%
業務委託費	5,407	5,345	62	101.2%
減価償却費	5,894	5,856	38	100.7%
販売管理費計	32,760	31,580	1,180	103.7%

設備投資

連結	2014年度	2013年度	増減額	前年同期比
設備投資	10,532	36,330	▲25,798	29.0%

※ 2013年度の設備投資363億円は、主に福岡信託受益権など有形固定資産の取得によるものです

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

連結の販売及び一般管理費は、福岡パルコ新館の開店関連経費やゼロゲートの借地借家料の増、ヌーヴ・エイの新規出店による人件費や借地借家料などの増加により、前年比103.7%となり、11億8千万円増加しました。

内訳については記載の通りです。

なお、設備投資は、主に福岡パルコ新館新築の有形固定資産の取得による支出などにより、105億円で、前年に比べ258億円の減少となりました。

I 2014年度業績 ⑤

8/31

営業利益・経常利益は、計画を上回って着地

単体業績

単位：百万円

単体	2014年度	2013年度	増減額	前年比	対外発表値	増減額	対外発表比
売上高	245,646	242,653	2,992	101.2%	248,400	▲2,753	98.9%
営業利益	11,747	11,823	▲75	99.4%	11,500	247	102.1%
経常利益	11,718	11,725	▲6	99.9%	11,350	368	103.3%
当期純利益 ※1	5,994	6,772	▲777	88.5%	6,550	▲555	91.5%
EBITDA ※2	17,216	17,258	▲42	99.8%	-	-	-

単体	2014 年度末	2013 年度末	増減額	前年比
総資産	222,876	218,915	3,960	101.8%
純資産	113,696	109,554	4,141	103.8%
有利子負債	48,795	53,275	▲4,480	91.6%
自己資本比率	51.0%	50.0%	1.0%	

※1 当期純利益の減益および計画値との差異の要因は、主に千葉パルコの減損損失です

※2 EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しております

2014年度の1株当たりの配当は、期末9円を決定。年間で18円を配当

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

次に単体の業績についてご説明いたします。

売上高は、パルコの既存店売上が増収だったことに加え、エンタテインメント事業も増収で、2,456億4千6百万円となり、前年比101.2%、29億9千2百万円の増収となりました。

営業利益に関しては、名古屋ゼロゲートの新規オープンなどによる営業収入の増やエンタテインメント事業好調による営業総利益の増はあったものの、福岡パルコ新館の取得税や開店時経費など、一過性の経費の発生などにより販売管理費が増加したの結果、117億4千7百万円、7千5百万円の減益となりましたが、計画に対しては、102.1%と、2億4千7百万円のプラスとなりました。経常利益も、計画に対してプラスとなりました。

当期純利益は、今期千葉パルコの減損損失などがあり、その結果、59億9千4百万円、前年比88.5%、7億7千7百万円の減益となりました。

2014年度の配当は、期末9円を決定し、年間で18円を配当いたします。

**インバウンド需要と、福岡パルコ新館のオープンによる相乗効果で
都心型店舗グループが売上を牽引**

2014年度 店舗別テナント売上高

単位：百万円

都心型店舗グループ			コミュニティ型店舗グループ		
店名	売上高	前年比	店名	売上高	前年比
札幌パルコ	11,891	104.1%	宇都宮パルコ	4,478	93.9%
仙台パルコ	13,135	98.7%	浦和パルコ	17,441	103.0%
池袋パルコ	28,256	99.5%	新所沢パルコ	9,051	101.9%
渋谷パルコ	14,666	108.9%	千葉パルコ	5,718	89.6%
静岡パルコ	10,096	98.0%	津田沼パルコ	8,811	96.6%
名古屋パルコ	35,215	98.9%	ひばりが丘パルコ	7,460	98.5%
広島パルコ	16,989	98.4%	吉祥寺パルコ	7,274	96.0%
福岡パルコ ※	13,202	109.5%	調布パルコ	16,915	99.0%
8店舗 計	143,454	101.1%	松本パルコ	7,477	99.3%
既存店計 ※	237,532	100.1%	大津パルコ	4,276	95.1%
福岡パルコ新館	1,624	—	熊本パルコ	5,173	99.8%
全店計	239,157	100.7%	11店舗 計	94,078	98.5%

※ 福岡パルコおよび既存店計の値には新館（2014年11月13日開店）の値は含まれていません

* インバウンド：訪日外国人

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

店舗別テナント売上高につきましては、全店で、2,391億5千7百万円、前年比100.7%となり、既存店では前年比100.1%となりました。

インバウンド需要に強い、渋谷パルコ(前年比108.9%)、札幌パルコ(同104.1%)と、新館オープン効果が大きかった福岡パルコ(前年比109.5%)を中心に、都心型店舗グループ(同101.1%)が全体を牽引しました。

また、コミュニティ型店舗では、地域密着型ショッピングセンターとして、マーケット深耕に向けた多機能化と地域共生の推進が奏功した浦和パルコ(同103.0%)が好調に推移しました。

身の回り品はインバウンド需要に強いバッグテナントが牽引し堅調
ライフスタイルの変化への対応を強化した雑貨や飲食が好調

2014年度 アイテム別売上高、客数・客単価

アイテム分類	既存店計	アイテム分類	既存店計
婦人服	94.6%	教養雑貨	102.0%
紳士服	92.5%	趣味・家庭雑貨	100.1%
衣料品総合	103.0%	雑貨	100.8%
衣料品	97.1%	食品	98.2%
靴	98.8%	飲食	109.1%
バッグ	120.2%	その他（サービスほか）	105.8%
装身具	97.8%		
化粧品	103.2%		
身の回り品	103.4%		
			既存店前年比
		買上客数	99.4%
		客単価	101.2%

※ アイテム別売上高前年比・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、パルコ劇場などの売上高・固定賃料テナントの売上高を加えたものです

アイテム別の特徴としては、インバウンド需要に強いバッグのテナントが牽引した「身の回り品」や、ライフスタイルの変化への対応を強化した「雑貨」や「飲食」が好調に推移しました。

パルコの得意とするライフスタイル提案によってモノとコトの消費が増え、その結果、客単価が101.2%にアップしました。

I 2015年度 業績予想

11/31

連結は、営業利益・経常利益・当期純利益において過去最高益更新を目指す

単位：百万円

連結	2015年度業績予想 (2016年2月期)	2014年度実績 (2015年2月期)	増減額	前年比
売上高	285,600	269,889	15,710	105.8%
営業利益	12,800	12,508	291	102.3%
経常利益	12,500	12,499	0	100.0%
当期純利益	6,900	6,294	605	109.6%

単体	2015年度業績予想	2014年度実績	増減額	前年比
売上高	259,700	245,646	14,053	105.7%
営業利益	11,800	11,747	52	100.4%
経常利益	11,600	11,718	▲118	99.0%
当期純利益	6,600	5,994	605	110.1%

連結	2015年度計画	2014年度実績	増減額	前年比
設備投資	20,573	10,532	10,041	195.3%

1株当たりの中間配当は10円、年間配当は20円。2円の増配を予定

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

中期経営計画（2014年度～2016年度）の2年目となる2015年度は、2014年度の名古屋ゼロゲートや福岡パルコ新館の成功の実績を踏まえ、既存パルコ店舗事業の強化と新規開発事業に取り組み、ショッピングセンター事業を活性化させ、その他の関連事業を拡大し、増収増益を計画し、過去最高益更新を目指します。

なお、2015年度の1株当たりの中間配当は10円、年間配当は20円と、年間で2円の増配を予定しています。

- I 2014年度業績概要と2015年度業績予想
- II 中期経営計画(2014～2016年度)と進捗
- III トピックス
 - 1. 店舗事業
 - 2. 関連事業
 - 3. CSRへの取り組み

中期経営計画とその進捗について、ご説明します。

3つの事業戦略により長期ビジョン実現を目指す

《パルコグループ2020年長期ビジョン》

【都市マーケットで活躍する企業集団】の実現
『都市の24時間をデザインするパイオニア集団』
『都市の成熟を創造する刺激創造集団』

《3つの事業戦略》

《5つの戦術》

主要都市部の深耕

店舗事業の優位性拡大

都心型基幹店舗周辺および未出店政令指定都市を中心とした開発推進

コアターゲット拡大

関連事業拡大と新規事業創造

独自の先行的ICT活用

海外事業の再構築

事業推進のための経営基盤強化

*ICT : Information and Communication Technology

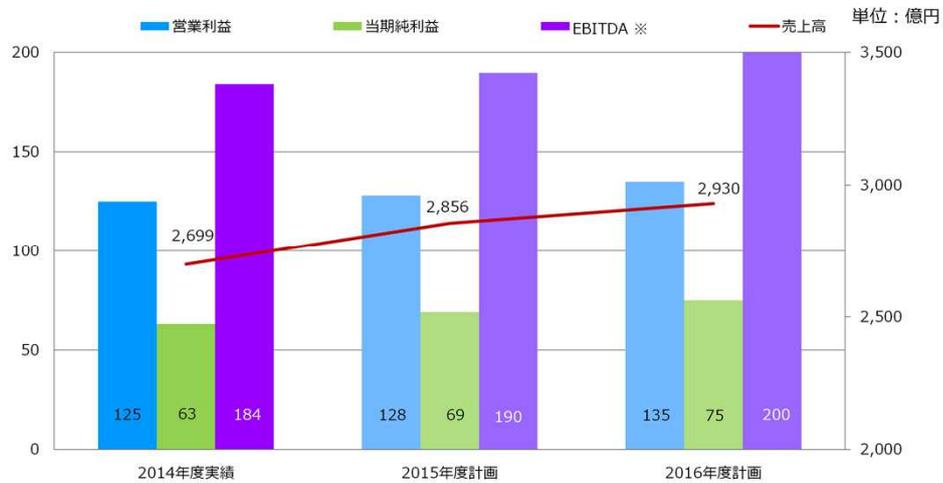
2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

パルコグループは昨年4月、2014年度から2016年度の中期経営計画を発表しました。

国内外の変化を確実に捉え、事業機会につなげていくための長期ビジョンとして、【都市マーケットで活躍する企業集団】を掲げ、『都市の24時間をデザインするパイオニア集団』と、『都市の成熟を創造する刺激創造集団』の実現に向け、3つの事業戦略を推進し、5つの戦術によって事業成長を目指しています。

II 中期経営計画(2014年度～2016年度)の事業進捗 14/31

中期経営計画は、最終年度に向け着実に進捗



投資は、2014年度実績は約105億円となり、2015年度は206億円を計画

※ EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しております

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

中期経営計画の目標として、2016年度の連結 売上高2,930億円、営業利益135億円、当期純利益75億円、EBITDA 200億円を掲げました。

2014年度の実績(4～10ページ)と、2015年度の計画(11ページ)は、記載の通りですが、中期経営計画は、最終年度に向け着実に進捗しています。

II 中期経営計画(2014年度～2016年度)の事業進捗③ 15/31

都心型基幹店舗周辺および未出店政令指定都市を中心に開発推進

物件開発エリア & 開業スケジュール

- 既存パルコ店舗
- 既存ゼロゲート
- ★ 2014年度開業物件
- ★ 2015年度開業物件
- ☆ 進行物件
- 重点開発検討エリア



2015年4月、株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

この日本地図は、主要な開発プロジェクトの進捗を示しています。

中期経営計画のなかで、示されている計画は着実に予定通り進行しています。

2015年3月に福岡パルコ本館増床部と名古屋パルコ西館に隣接する名古屋パルコミディがオープンしました。さらに仙台中心部の駅前エリアに仙台の開発物件を2016年初夏オープンで計画しています。

ゼロゲート事業としては、来期には札幌の商業中心地である「札幌大通地区」での開業が決定しています。また、上野エリアでは、J.フロントリテイリンググループの営業資産を活用して2017年秋 開業予定の松坂屋上野店新南館への出店を予定しています。

Ⅱ 中期経営計画(2014年度～2016年度)の事業進捗④ 16/31

<福岡エリア① 2014年度実績>

**「天神のコンフォータブルストア」としての福岡パルコがさらに進化
新館オープン of 相乗効果で両館とも好調に推移**

福岡パルコが11月13日新館開業。45ショップ[°]、全国初8ショップ[°]

- ・ 全フロアにカフェを配置するなど、コト消費のシーンを演出するアイテム構成
- ・ ICTを活用したコミュニケーションを提案

福岡パルコ本館では、21ショップ[°]、約1,600m²のリニューアルを実施

- ・ 新館との回遊性・滞留時間アップでの相乗効果を最大化
- ・ マーケットでの強みである「カップル対応モード」「インキュベート」の提案を強化

概要	福岡パルコ新館	
建物規模	地上6階、地下3階	
延床面積	約14,000㎡	
新館年間売上目標：50億円 新館年間動員目標：600万人		
2014年度テナント売上高	売上高	前年比
福岡パルコ本館	13,202	109.5%
福岡パルコ全体	14,827	122.9%

単位：百万円

福岡パルコ本館（左）と福岡パルコ新館（右）



福岡エリアの開発の進捗では、2014年度、新たなライフスタイルを提案した新館が加わり、その相乗効果で、福岡パルコ全体では前年比122.9%と、本館・新館とも好調に推移しています。

福岡パルコ新館は、「コト消費」のシーンを演出するアイテムを強化しました。お客様にリラックスした時間を過ごしてほしいと考えて構成したパルコの最新型です。

福岡パルコ全館での海外からのお客様を考慮したフリーwifi環境の構築や、大型モニターを設置しての旬な情報コンテンツの提供など、ICTを活用した、お客様との新たなコミュニケーションを提案します。

新館オープンと同時に、福岡パルコ本館ではリニューアルを実施し、新館との回遊性強化・滞留時間のアップを図り、相乗効果を最大化しました。

II 中期経営計画(2014年度～2016年度)の事業進捗⑤ 17/31

<福岡エリア② 2015年度>

天神エリア最大級のショッピングセンターへと進化 パルコ事業の基幹店として新たな基盤を構築

福岡パルコ本館増床部が3月19日開業。27ショップ全国初4ショップ°

- ・生活の楽しみ・刺激を創造・発見できるコト消費を拡大
- ・パルコを経由してのアクセス、回遊性が向上

本館既存部分も、21ショップ1,500㎡を改装

- ・増床部オープン同時リニューアルによる相乗効果を狙う
- ・「大人化・上質化」「インバウンド」をテーマに、話題性のあるショップを導入



2015年度は、福岡パルコ本館を増床し、天神エリア最大級のショッピングセンターへと拡大しました。この増床により、以前の規模では表現できなかった都市のライフスタイル提案を充実、パルコ事業の基幹店として新たな基盤を構築しました。

増床部分と既存の本館、新館を、地下一階の24の飲食ショップという食のテーマでつなげているのも特徴の一つです。

福岡パルコ全体の年間売上は230億円、動員は2,300万人を目標としています。

II 中期経営計画(2014年度～2016年度)の事業進捗⑥ 18/31

<名古屋エリア① 2014年度実績>

面開発によるエリア戦略として、「名古屋ゼロゲート」を開業し
「西館隣接物件」の開業を見据え、街歩きのさらなる楽しさを提案

名古屋ゼロゲート開業（10月10日）

- ・ゼロゲート事業として最大規模、編集型の業態へと進化

既存名古屋パルコも同時に、88ショップ約5,400㎡の大規模リニューアル

- ・大津通りから地下鉄矢場町駅までをつなぐ西館と東館の連続したB1フロア全体を、雑貨と食のテーマで再編
- ・「若い感性を持つアクティブな大人の女性」をターゲットに再編



名古屋エリアの計画では、2014年度、大津通りを挟んで松坂屋とパルコの向かいに名古屋ゼロゲートをオープンし、J.フロントリテイリンググループとしてエリアの活性化に貢献しました。

名古屋ゼロゲートは、ゼロゲート事業として最大規模であり、また編集型へと進化して、ファッション5ショップ構成でオープンしました。

また、既存名古屋パルコもリニューアルを実施し、大津通りから地下鉄矢場町駅をつなぐ、西館と東館のB1フロア全体を、雑貨と食のテーマで再編しました。

II 中期経営計画(2014年度～2016年度)の事業進捗⑦ 19/31

<名古屋エリア② 2015年度>

名古屋パルコ西館隣接物件「PARCO midi」のオープンにより、
既存パルコと名古屋ゼロゲートも含めた栄エリアの面としての拡がりを創出

新規ビル「PARCO midi」開業(2015年3月27日)

- ・高感度なファッションと話題性の高い飲食店舗で構成

既存パルコも同時に、35ショップ、約3,400㎡をリニューアル

- ・「PARCO midi」のレストランテーマとリンクした「男女で楽しめる消費提案」「大人化・上質化」をテーマに改装



概要	名古屋PARCOMidi
建物規模	地上3階
延床面積	約1,180㎡



2015年3月、パルコミディが名古屋パルコ西館・東館・南館の中心に、名古屋初を含む、話題性が高く集客力のあるテナント4ショップを誘致して開業しました。

パルコミディのオープンに合わせ、既存のパルコもパルコミディとリンクしたテーマでリニューアルし、パルコミディを含む4館の回遊性、買い回りが向上しました。

今後もエリアの活性化に貢献していきます。

- I 2014年度業績概要と2015年度業績予想
- II 中期経営計画(2014～2016年度)と進捗
- III トピックス
 - 1. 店舗事業
 - 2. 関連事業
 - 3. インキュベーション、CSRへの取り組み

2014年度と今後のトピックスについて、ご説明します。

ライフスタイルの変化への対応と感性豊かな大人世代へターゲットを拡大
成功した池袋・福岡パルコの独自性のある改装手法を他店にも波及

<2014年度実績>

改装実施面積	約46,000㎡ (計画面積比111.0%、改装ゾーン売上高前年比118.6%)
都心型店舗：改装ゾーン比 121.5% コミュニティ型店舗：改装ゾーン比 112.2%	

<2015年の計画>

改装予定面積	約48,000㎡を計画 (前年比105.4%)	
<ul style="list-style-type: none"> 消費ニーズの変化や多様化に対応しテナントインキュベーションや新たな編集手法の開発継続 インバウンド需要に対応した改装を推進 デジタルネイティブ世代に向け、アニメなど新しい消費へ対応を強化 		
都心型 店舗	客層の大人化推進 都市のライフスタイル提案を継続	コミュニティ型 店舗 地域密着型SCとして、マーケット深耕に 向けた多機能化、地域共生を推進

* SC:ショッピングセンター

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

初めに、店舗事業の改装概要についてご説明します。

2014年度の改装は、約46,000㎡の改装を実施し、改装ゾーンの売上高前年比は118.6%となりました。

リニューアルは、概ね5年で全体にリニューアル感ができるように計画しており、2015年度は48,000㎡の改装を予定しています。

また、池袋パルコや福岡パルコの改装の手法が成功し、独自性のある売場を創出しました。その展開を他店へも波及させ、ゾーンあるいはフロア単位で、都心型店舗、コミュニティ型店舗、それぞれのテーマで改装を実施していきます。

14年度は東京クリエイター・アニメ・カルチャーなどの売上が伸長
ターゲット属性を捉えたパルコ独自の施策により売上拡大

<インバウンド参考実績>	渋谷パルコ	札幌パルコ	池袋パルコ	福岡パルコ
海外客売上高前年比	152.2%	200.4%	156.1%	167.0%
海外客売上高シェア	7.6%	3.9%	1.2%	0.6%

*海外客売上前年比は、「店舗総合売上高」における海外発行クレジットカード売上高の前年比率であり、訪日客による現金売上高などは含みません

パルコならではの情報発信

ターゲット・国別の情報入手経路を踏まえ、SNS／ブロガーといったインフルエンサーを活用したパルコ独自の手法による情報拡散

インバウンドを意識したテナント

リピーター・個人客といったパルコに来店の多い訪日客のニーズを意識し、テナントと連動したインバウンド需要をテーマとした商品、業態の開発、ブランドを育成

PARCOカードの取扱高は順調に進捗。Webやアプリと連動しさらなる拡大へ

<PARCOカード実績>

PARCOカードの取扱高(前年比)	564億円(107.6%)
同 対売上高シェア(前年差)	20.3% (+1.2%)
PARCOカード会員数(2015年2月末)(前年比)	1,754千人(106.8%)
クラスS会員数前年比	110.1%

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

インバウンド戦略を含めた顧客政策について説明します。

2014年度は渋谷・札幌・池袋・福岡パルコの海外売上高前年比(「店舗総合売上高」における海外発行クレジットカード売上高の前年比率であり、訪日客による現金売上高などは含まない)は、150%以上伸長しました。

訪日客に対しては、ニーズを意識して、情報発信や、需要に応えるテナントの導入などの取り組みを進めています。

情報発信においては、来日客の、日本に関する情報の入手方法を、ターゲット国別に分析し、来日前にパルコの情報を伝えられるように、各国のブロガーなど、インフルエンサーを活用して、情報の拡散を図っています。そして、実際にパルコに来たお客様のSNSなどを通して、さらにパルコの情報を拡散させたいと考えています。

また、テナントとの連動によるインバウンド需要をテーマとした、商品・業態の開発やブランド育成を手掛けています。

パルコカードに関しては、2014年度パルコカード取扱高の売上高シェアが20%を超えました。ICT戦略としてスタートした、顧客に新たなショッピングの楽しさや便利さを提供する公式スマートフォンアプリとも連携して、パルコカード会員のさらなる拡大を図っていきます。

2014年度は店舗と連携したWebプラットフォームのベースを構築
2015年度はICTを活用したサービスの本格稼働をスタート

Webでの予約・注文サービス機能

「カエルパルコ」

- ・パルコ店舗在庫を、Webで取り置き予約、注文
- ・「パルコショップブログ」に機能として追加
- ・売上はテナント店頭売上に計上

[2014年度]
5月に静岡パルコからスタート、11月より都心店舗グループ8店舗に拡大

[2015年度]
対象をパルコ全店に拡大。100ショップ以上の参加を目標

- ・商圏外からの受注が拡大
- ・営業時間外の売上がプラスオン

パルコ公式スマートフォンアプリ

「POCKET PARCO」

- ・全国のテナントスタッフのお薦め商品の閲覧や、「カエルパルコ」と連動した取り置きや購入が可能
- ・登録クレジットカード情報と連携
- ・チェックイン/買上げなどでアプリ内コイン付与

[2014年度]
福岡パルコ新館開業に向け、10月リリース

[2015年度]
3月、買上げによるコイン獲得などの機能利用が全店に拡大

- ・よりパーソナルな24時間接客でファン顧客獲得
- ・コイン数に応じて発行する優待券で買上促進



「POCKET PARCO」イメージ

* プラットフォーム：様々な連携を可能にするためのベースとなる環境

2015年4月、株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

ICT戦略では、ショップスタッフがパルコのウェブサイトのブログに様々な情報をアップできるようにし、お客様が、チェックしたブログからスムーズに買えるように、「カエルパルコ」を導入しました。

2015年度は「カエルパルコ」を有効に使って成功しているショップを例に参加を促し、100ショップ以上を目標にしています。

また、買上げによるコイン獲得の機能などの楽しみやゲーム性を加えた、パルコ公式のスマートフォンアプリ「POCKET PARCO」を、福岡パルコ新館開業に向けて10月にリリースしました。

ショップスタッフが店頭での実際の接客にプラスオンの接客機会を持って、さらに営業時間外にも接客ができる状況を作りたいと、パルコは考えています。密度の濃いアプローチによって、お客さまからの支持が高まることを期待しています。

これらのシステムでテナントを多面的にサポートし、お客様から支持されるICT戦略を推進していきます。

**積極的な出店と新業態開発、インバウンド需要が奏功し、増収増益を達成
2015年度はさらなる拠点拡大、新業態出店を促進**

<2014年度トピックス>

パルコ外店舗シェア	68.1%
パルコ内店舗シェア	31.9%
事業部名 (アイテム)	店舗数
TiCTAC(腕時計)	90
アイウェア(眼鏡)	27
ローズマリー(化粧品・化粧雑貨)	23
コレクターズ(メンズ雑貨)	36
その他新業態	6

*2015年2月末日現在

18店舗を出店。2月末現在で全182店舗体制

- ・新業態開発を推進 (主要3業態複合新業態セレクトショップや手作り無添加石鹸の専門店など)
- ・免税売上高が前年比210.3%、売上高シェア1.4% (主にTiCTAC事業)

<2015年度計画>

積極的な新規出店を推進し、22店舗計画

- ・2014年度に続き、新業態開発に注力
ステーションリーを核とした新業態2店舗の出店決定
- ・TiCTAC事業部は、売上高100億円超えも視野



「コレド室町3 POKER FACE TOKYO TRADITION」

関連事業について、ご説明します。

専門店事業の株式会社ヌーヴ・エイは、18店舗を出店し、2月末現在で全182店舗体制となりました。新業態の複合型セレクトショップや手作り無添加石鹸の専門店の出店など、新業態開発を推進しました。

2015年度は、TiCTAC事業を中心に引き続き積極的な新規出店を推進しさらなる拠点拡大を図るほか、各事業部の持てるエッセンスを取り出し新業態開発にも注力します。

大型商業施設の新規受注などにより増収増益
2015年度は複合大型商業施設の複数工事受注と外部PM受託を推進



「アミュプラザ鹿児島プレミアム館」の環境デザイン、内装
監理、照明関連業務、テナント内装工事を受注

<2014年度トピックス>

- ・多機能体制の強みを活かし多面的にクライアントをサポートし、設計・デザインから工事までを受注
- ・初のPM業務を名古屋ゼロゲートでスタート
- ・新規クライアントからのBM業務を受託
- ・ホテル事業では新規クライアントからハウスキーピング業務を受託

<2015年度計画>

- ・新設の複合大型商業施設の複数テナント工事を受注
- ・グループ連動強化により外部PM受託体制の構築

* PM : プロパティマネジメント BM : ビルマネジメント

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

総合空間事業の株式会社パルコスペースシステムズは、

BM事業での新規クライアントからの受託や、内装工事の部門では大型商業施設から工事を受注しました。

2015年度は、新設の複合大型商業施設の複数工事の受注を目指し、加えて外部PMの受託体制を構築していきます。

ECマースニーズに応えるサービスを新たに開発し外部にも販売
2015年度はさらにショッピングセンターと専門店の新規取引先を開拓

<2014年度トピックス>

- ・ 外部大型商業施設に、テナントが店頭在庫をネット販売できる
ショップブログ連携型ネット通販サービスを提供
- ・ 商業施設内での来店客回遊経路の解析サービスツールを開発、
名古屋パルコで解析実施



<2015年度計画>

- ・ 外部SC、専門店に向け、商業施設に向けたWebを使った
販売サポートシステムの販売拡大
- ・ ファッション求人サイトと採用管理システムを積極的に外部に
販売促進

パルコ・シティ運営のファッション求人サイト
「shopsnavi」デザインを全面リニューアル

* SC:ショッピングセンター

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

外部商業施設へのWebを使った支援事業を行う株式会社パルコ・シティは、2014年度、黒字化しました。

2015年度は、さらにショッピングセンターと専門店の新規取引先を開拓し、商業施設向けのWebを使った販売システムの販売を拡大いたします。

また、ファッション求人サイトと採用管理システムを積極的に外部に販売促進いたします。

Ⅲ - 2 関連事業 ④ エンタテインメント事業 1 その他の事業 27/31

パルコ内部のノウハウによる優良コンテンツを外部拠点へ拡大 劇場・出版で作品が評価され、優秀演劇賞・都知事賞をそれぞれ受賞

<2014年度トピックス>

- ・「Zepp ブルーシアター六本木」が、2015年1月オープン
(パルコを含むライブ エンタテインメント8社の共同事業での運営劇場)
- ・新業態ミュージック・カフェ&バー「QUATTRO LABO」^{クアトロ ラボ}、11月吉祥寺オープン
- ・パルコプロデュース公演「万獣こわい」が、読売演劇大賞の優秀演劇賞受賞
- ・パルコ出版刊行の書籍が、造本装幀コンクールで東京都知事賞受賞

<2014年度主な上演演目実績>

万獣こわい (作/宮藤官九郎)	PARCO劇場
SINGIN' IN THE RAIN -雨に唄えば- (英国より招聘)	東急シアターオーブ
紫式部ダイアリー (作・演出/三谷幸喜)	PARCO劇場

<2015年度主な上演演目予定>

舞台「幕が上がる」(映画版には出資)	Zeppブルーシアター六本木
burst!~危険な二人~(三谷幸喜×草薙 剛×香取慎吾)	PARCO劇場
メアリー・スチュアート (主演/中谷美紀)	PARCO劇場



エンタテインメント事業は、劇場の公演などがヒットし増収増益となりました。

演劇では、話題性のある優良演目を、PARCO劇場のほか外部拠点でも多数上演し、パルコ・プロデュース公演が優秀演劇賞を受賞しました。また、パルコを含む8社が共同事業として運営する劇場が2015年1月六本木にオープンしました。

2015年度は、優良コンテンツがすでに決まっており、2014年度と同様、確実に収益を上げていけると考えています。

コンテンツ開発としてプロデュースしたキャラクターコラボカフェが連続ヒット
リアル店舗の魅力向上に貢献。2015年度も継続して展開

人気キャラクターをモチーフ
随所に楽しい仕掛けのある空間とオリジナルメニューをプロデュース

- ・ 2014年3月に第1弾がスタートした渋谷パルコでのコラボカフェ6企画が全てヒット。
累計売上高 5 億円、客数20万人を突破。名古屋パルコでも一部を展開
- ・ 併設ショップでのカフェ限定グッズ販売や、店頭では記念撮影ができるフォトスポットを設置し好評
- ・ 「FUNAcafe」は、パルコ出版とのシナジーを發揮
(2014年2月刊行絵本「ふなっしーのおはなっしー」の登場カフェをリアル化)

「ふなっしーの FUNAcafe」



なっしーゴレン

「ハローキティ カフェ」



ハローキティのアツアツ鉄板アップルパイ

「ポケモン カフェ」



ピカチュウも大好きハンバーグ

コラボカフェのオリジナルメニュー例

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

エンタテインメント事業のコンテンツ開発では今年度からの新規企画としてキャラクターとのコラボカフェを企画し、連続ヒットしました。

人気キャラクターをモチーフにし、随所に楽しい仕掛けのある店舗空間とオリジナルメニューをプロデュースしています。

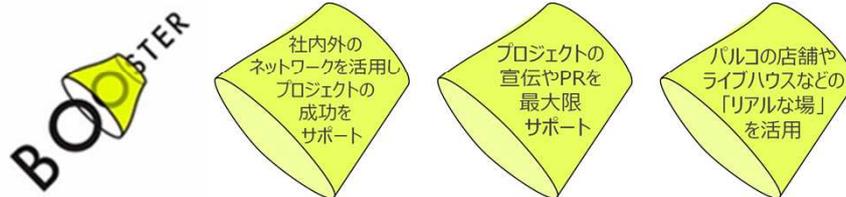
2014年3月に第1弾がスタートした渋谷パルコでの6企画は累計での売上高 5 億円、客数 20万人を突破し、名古屋パルコでの2企画もあわせてすべてヒットしました。

2015年も引き続き進化させ展開していきます。

クリエイティブを発掘・応援する新サービスを開始

クラウドファンディング・サービス「BOOSTER」を2014年12月スタート

生活者個人と一緒にイノベティブな挑戦を世の中に送り出すしくみ
 今回選出の7つのプロジェクトすべてが資金調達目標額を達成
 クリエイティブコンテンツ領域全般を対象に、実現をサポート



<選出プロジェクト例>



ジャンル	出版
概要	テセウス・チャン / アート雑誌創刊 プロジェクト (目標金額 200 万円)
プロジェクト内容	コムデギャルソンや草間彌生とのコラボでも有名なシンガポール、アジアの至宝「テセウス・チャン」がアート雑誌を創刊。第 1 号として、日本ファッション界を担う「アンリアレイジ」とのコラボ雑誌 を発刊
リターン例	2,000 円～50 万円 ex.15,000 円 テセウスおよびアンリ アレイジデザイナーの サイン付き創刊号など

2015年4月、株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

インキュベーションの取り組みについてご説明します。

昨年12月スタートしたクラウドファンディング・サービスは、7つのプロジェクトすべてがサポート募集目標額を達成しました。

今後もクリエイティブ活動や デザイナー・クリエイターの発掘、応援を継続的におこない、そこで育った人たちがパルコで活躍する状況にしていきたいと考えています。

*クラウドファンディング (Crowdfunding)

: 群衆 (crowd) と資金調達 (funding) を組み合わせた造語。

クリエイターや起業家が製品・サービスの開発、もしくはアイデアの実現などの「ある目的」のために、主にインターネットを通じて不特定多数の人から資金の出資や協力を募ることをいう。

デザイナーの発掘、応援を継続

アジア ファッション コレクション
1. Asia Fashion Collection を通じての支援を継続

日本のファッション専門学校と共同で、アジアの若手デザイナーの発掘・インキュベート海外を舞台に2013年より継続して展開

2014年度支援デザイナーはスポンサー獲得やセレクトショップでの商品販売など活動の場を拡大

<2014年度活動実績>
 台湾・台北、東京、アメリカ・ニューヨーク

<2015年度活動予定>
 4月 台湾・台北

Asia Fashion Collection ニューヨーク ステージでのデザイナーたち



2. パルコのビルまるごとを発表の場として提供するイベントを拡大、継続

シブカル祭。in 渋谷パルコ
まつり

天神ラボ in 福岡パルコ

2011年より開催
 2014年は4回目

3回目

ナゴバル文化祭
 in 名古屋パルコ

2回目

デザイナーの発掘、応援も継続して行っており、若手デザイナーの発掘・インキュベートを海外を舞台に展開しています。

韓国・台湾・香港の各国ファッション機構から選出された若手デザイナーや、日本のファッション専門学校の学生デザイナーを対象に支援を継続しています。

また、若いデザイナーやクリエイターの発表の場として、パルコ店舗内のスペースを提供するイベントを継続して開催し、定着したイベントとしての評価をいただいています。

パルコグループ全体で、社会に貢献する企画を継続

パルコの取り組み

「ヘルシーはオイシー! EAT & SMILE FESTA」
 栄養バランス・素材・調理方法などを工夫したメニューを
 提供するレストラン企画
 全国のパルコ 15 店舗の飲食店で実施
 2010年より企画開催し、2014年で5回目

開発途上国と先進国双方の人々の健康の同時改善を
 目指す活動「TABLE FOR TWO」と連動



ヌーヴ・エイの取り組み

「ピンクリボンキャンペーン」

全事業部でチャリティ商品販売と募金箱による寄付を実施
 2009年より企画開催し、2014年で6回目

認定NPO法人「乳房健康研究会」が行う乳がんの
 早期発見や啓発活動、チャリティ活動を支援

その他、下取り企画など、各事業部が複数実施

また、パルコグループ全体で、外部NPO法人と連動し社会に貢献する企画を継続して実施しています。

パルコの取り組みの例として、開発途上国と先進国双方の人々の健康の同時改善を目指す活動「TABLE FOR TWO」と連動する企画、ヌーヴ・エイの取り組みの例として、乳がん撲滅を目指す企画「ピンクリボンキャンペーン」などを実施しています。



本資料に記載した予想数値などは、2015年4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・送信などを禁じます。