

PARCO

株式会社パルコ

平成19年2月期(2006年度)

第1四半期(3月～5月)

財務・業績概況説明資料

2 / 13

06年度第1四半期

<連結業績>

- ・売上高は前年同期比101.4%。営業利益、経常利益も前年を上回る
- ・ショッピングセンター事業、専門店事業、総合空間事業が好調に推移

<単体業績>

- ・売上高前年同期比は連結と同じ101.4%、増収増益を達成
- ・基幹店を中心に13店舗の売上高が前年度を上回って推移
- ・婦人服・身の回り品が好調を継続し、雑貨が回復

<トピックス>

- ・<パルコ>年間改装計画50,000㎡のうち20,000㎡を今春に積極実施
- ・<ヌーヴ・エイ>第1四半期は新規に5店舗出店で店舗数が100店舗に
- ・<パルコシンガポール>シンガポールで新たに商業施設の運営を受託
- ・<PARCOカード>名称・デザインを変更し、新規会員獲得も順調で売上好調

PARCO

連結・単体とも売上高は前年同期比101.4%を達成

単位：百万円

連結業績	当期 3～5月	前期 3～5月	増減額	前年 同期比
売上高	65,619	64,694	925	101.4%
営業利益	2,674	2,366	307	113.0%
経常利益	2,659	2,246	413	118.4%
四半期純利益	1,486	1,582	96	93.9%

前期3～5月は子会社株式売却益325百万円の計上がありました。

単体業績	当期 3～5月	前期 3～5月	増減額	前年 同期比
売上高	60,398	59,577	820	101.4%
営業利益	2,132	1,851	281	115.2%
経常利益	2,113	1,708	404	123.7%
四半期純利益	1,241	1,002	238	123.8%

「ショッピングセンター事業」「専門店事業」「総合空間事業」が好調

単位：百万円

		当期 3～5月	前期 3～5月	増減額
ショッピングセンター事業 新しいファッション提案を行う改装を積極的に推進し、その結果広島店、渋谷店、池袋店など基幹店を中心に安定成長。	売上高	60,936	60,097	838
	営業利益	2,167	1,871	296
専門店事業 株式会社ヌーヴ・エイは既存店の売上好調に加えて3,4月に新規に5店舗出店の効果もあり増収増益。(株式会社ハーレーダビッドソンシティはMB0実施で当期は除外)	売上高	4,009	3,949	60
	営業利益	215	115	99
総合空間事業	売上高	5,794	5,398	396
	営業利益	252	236	15
その他の事業	売上高	619	643	24
	営業利益	70	71	0
小計	売上高	71,360	70,088	1,271
	営業利益	2,706	2,294	411
消去又は全社	売上高	(5,248)	(4,971)	276
	営業利益	(31)	71	103
合計	売上高	66,112	65,117	994
	営業利益	2,674	2,366	307

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。

基幹店を中心に13店舗が前年達成

網掛け表示は基幹店

単位：百万円

	傾向	当期3～5月		前期3～5月		トピックス
		売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	
札幌		3,572	93.3%	3,827	105.3%	今後ファッション再編と大通り地区全体での企画運動強化により売上向上を図る
宇都宮		2,013	89.8%	2,241	95.5%	売上向上に向けて販促・サービス面などで手を打つも、競合影響により苦戦継続
新所沢	↗	2,375	104.1%	2,281	121.4%	客数拡大基調をベースに新しいファッション提案やスポーツMD導入により続伸
池袋	↗	8,225	105.0%	7,832	103.2%	JRと繋がる本館B1F入口改修とフロア改装により館全体への集客力を更に強化
渋谷	↗	5,295	109.6%	4,833	109.1%	パート3 B1FにメンズMDを導入し、パート1と併せてカップル提案力を強化
ひばりが丘	↗	2,236	102.2%	2,188	96.2%	大型家電導入をはじめとする幅広い顧客ニーズに対応したMD導入により好転
吉祥寺	↗	2,681	103.5%	2,591	104.9%	旬なショップの積極導入や街場との企画運動によりマーケット支持を獲得
調布	↗	4,463	100.8%	4,429	97.9%	過去2年間のライフスタイル提案改装が顧客ニーズを満たし安定成長
津田沼	↗	2,707	107.3%	2,523	98.1%	子供服や大型カジュアルMD導入が館全体への波及効果を発揮し大幅伸長
千葉		2,326	95.9%	2,426	93.7%	昨年の1F全面改装に次ぎ2FヤングミセスMDを充実化。今後上層階の改装に着手
厚木	↗	1,146	102.9%	1,113	105.5%	マーケットニーズを捉えたファミリー対応MD強化によりライフスタイル提案力向上
松本	↗	2,289	104.7%	2,187	103.5%	メンズ強化や大型家電導入などアイテムバリエーションを拡大し客層拡大を推進
岐阜		397	67.4%	589	87.9%	2006年8月20日閉店予定
名古屋	↗	9,649	101.1%	9,542	106.4%	新しいファッション提案継続に加えレストラン・サービス機能も充実化
大津	↗	2,001	101.0%	1,982	98.3%	秋の10周年に向けMD再編に着手、ファッションを中心に全体基調上向き
心齋橋	↗	454	101.7%	447	110.1%	昨年の雑貨再強化による街場動員吸引力が向上し、今期も着実に成長
広島	↗	4,462	106.4%	4,195	105.2%	メスフロアの全面改装や化粧品ゾーンを新規導入するなど新陳代謝を継続
大分		1,202	98.3%	1,224	91.7%	30周年を活かした企画展開やヤング・キッズMD強化などにより基調上向き
熊本		1,481	93.2%	1,589	91.0%	昨年大型CDショップ導入など集客力を強化も、競合影響により苦戦継続
合計	↗	58,983	101.6%	58,048	102.5%	

婦人服・靴・バッグの好調継続に加え雑貨が回復

・「衣料品」は、「婦人服」では春先のスプリングコートヒットやゴールデンウィーク前後からマリニテイストやリゾートの流れが台頭し、シーズンを通して好調を維持した。また「身回品」もその流れの中で靴、バッグ、装身具が相乗効果で順調に推移した。

・一方「紳士服」はカップル需要を中心とした品揃えを更に強化、ポロシャツのヒットなど新たな売れ筋もあったが、改装休の影響もあり僅かに前年割れた。

・「雑貨」は、戦略的グルーピング政策に則って導入した大型家電店の新店効果及び春の「新生活キャンペーン」の企画強化により家具・家庭用品を中心に順調に推移。

前年同期比は『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。

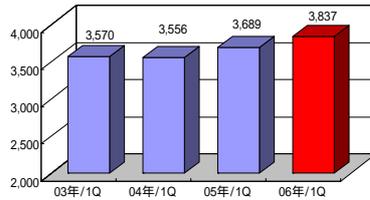
アイテム分類	前年同期比
婦人服	102.8%
紳士服	99.1%
スポーツ	85.1%
呉服	102.7%
子供服	97.6%
衣料品総合	102.9%
衣料品	101.1%
靴	104.7%
バッグ	109.9%
装身具	106.3%
化粧品	97.6%
身回品	102.1%
雑貨	102.5%
食品	101.2%
飲食	100.2%
その他	103.6%

第1四半期の客単価は4年連続で伸長

- 客単価前年同期比 104.1% 客数前年同期比 97.7% -

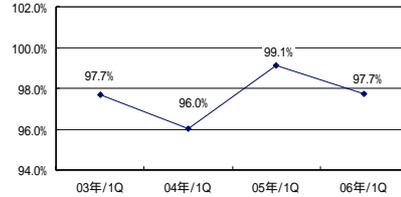
客単価推移

単位：円



客数推移 (前年同期比)

単位：%



*客数は実質売上客数(レジ客数)です。

第1四半期の客単価は、衣料品・身の回り品の客単価が継続して前年を上回り、3,837円と前年同期比104.1%を達成。一方レジ客数は昨年秋に退店した大型アミューズメント及び昨年度開催の企画催事の影響により、前年同期比97.7%であった。

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、パルコ劇場等の売上高・固定費テナントの売上高を加えたものです。

年間改装計画50,000㎡のうち、春改装として20,000㎡を積極推進



06年度第1四半期 改装状況
 <実績> 改装規模：191区画 / 約20,000㎡実施
 (内、新規出店 83区画)
 改装効果：売上前年ゾーン対比
 122.1% (+717百万円)

ヒットゾーンを複数店舗へ波及、より大きな成長へとつなげる

- 名古屋店メンズゾーンヒットテナントを広島店・松本店へ -
- マーケットニーズに対応した新テーマゾーンを創出、時代感を取り込みOLニーズに応える
- 広島店B1階「ビューティ・ヘルシー・デリシャス」フロア改装 -
- ファッションに捉われず新アイテム導入、戦略的グルーピングの同テーマ店舗へ波及検討
- ひばりが丘店へマーケットニーズに合わせたMD提案を実施 -

(ご参考) 05年度実施改装 規模：381区画 / 約39,000㎡実施
 06年度予定改装 規模：439区画 / 約50,000㎡予定
 売場概要 全19店舗
 テナント総数：2,540テナント 営業面積：397,587㎡ (06年2月末現在)

基幹店舗 - マーケットに即した「ストアbyストア」型の機動的な店舗運営を継続推進 -

広島店



他の基幹店でのメンズゾーンのヒットをモデルに メンズフロアを改装（3月18日オープン）

05年度にヒットした名古屋店メンズゾーン改装を、メンズ地域 1 集積の本館5、6階へ波及させ強化、より大きな成長につなげる。

地下1階を「ビューティ・ヘルシー・デリシャス」フロア へ改装（3月4日オープン）

コアターゲットである20代女性に向け、美と食と健康をテーマに、自然派化粧品、ハーブショップ、ファッション雑貨、輸入食品、ネイルサロン等にカフェを加えたシティコンビニエンス+レストランのフロアへと全面リニューアル。

当四半期改装規模：42区画、約3,200㎡

渋谷店



パート1及びパート3でレディスカジュアルファッションに 加えメンズも取り入れた改装を実施

当四半期改装規模：16区画、約1,600㎡

(参考)テナント売上高	05/1Q	2Q	3Q	4Q	06/1Q
広島店	105.2%	107.8%	105.4%	103.4%	106.4%
渋谷店	109.1%	116.2%	113.1%	110.6%	109.6%

その他の店舗 - 戦略的グルーピング政策に則り、本部主導で取組みのスピードと幅を拡張 -

ひばりが丘店



マーケットニーズに合わせ、 ファッションに捉われないIMD提案を実施

キャリア～シニアまでの幅広い顧客を持ち、デイリーユースの高い店舗特性を活かし、大型家電、子供写真館店舗を導入。同テーマを持つグループ店舗のモデルケースとして波及を検討。

今春改装規模：3区画、約800㎡

松本店



他店でのメンズゾーンヒットをモデルにメンズフロアを改装

広島店と同様に、05年度にヒットした名古屋店メンズゾーン改装をモデルにして4階メンズフロアを大規模リニューアル。春の新店舗5店は全て長野県内ではバルコにしかないオンリーワンショップを導入。より大きな成長につなげる。

ひばりが丘店に続き、共通の大型家電専門店を導入

前年度から継続で幅広い客層を取り込むアイテムバラエティ拡大と広域プロモーションを実施。メンズフロア改装とともに新規客層獲得で成果。

今春改装規模：9区画、約1,500㎡

(参考)テナント売上高	05/1Q	2Q	3Q	4Q	06/1Q
ひばりが丘店	96.2%	100.4%	97.0%	101.9%	102.2%
松本店	103.5%	104.9%	103.1%	105.4%	104.7%

株式会社 ニュー・エイ

今年度末110店舗体制を視野に
店舗数を100店へと拡大

当期 3~5月 売上高前年比 112.1%
既存店前年比 107.6%



「TiCTAC(時計)」

第1四半期の実績

3/17 港北東急SC 2店舗出店
4/20 錦糸町オリナス 3店舗出店
他 既存店6店舗改装 1店舗退店

今後の出店決定済み物件

6/24 堀江kNOT 2店舗
(TiCTAC/POKER FACE)

2006年5月末日	店舗数	うち外部	外部比率
TiCTAC	34	(20)	59%
POKER FACE	19	(11)	58%
コレクターズ	17	(6)	35%
ローズマリー	23	(5)	22%
アンナベール	7	(6)	86%
5業種 計	100	(48)	48%



イメージイラスト、実際とは異なる場合があります。

パルコシンガポール

シンガポールで新たに商業施設の運営を受託

複合ビル「CENTRAL」の商業施設部分の
運営受託契約 (OMA 契約) を締結

06年12月の開業に向けて、リーシング業務を開始。

「CENTRAL」: シンガポールの地下鉄ClarkeQuay(クラークキー)駅と直結する商業・オフィス・住宅(SOHO)の複合ビル

OMA 契約: 商業施設の開業前業務(プランニング、テナントリーシング)及び開業後業務(管理・運営)を物件オーナーより受託する契約

06年3月 <PARCOカード>名称・デザインを刷新し、新規顧客の獲得を促進
- わかりやすい名称で「パルコのカード」としてブランド認知を高める -

PARCO CARD



営業企画を支える顧客戦略の柱としてハウスカードの名称・デザインを一新するとともに、優良顧客向け優待サービス、PECノンストップメンバー制度も<PARCOカード・クラスS>と名称を新たにし、専用のカードを発行。ステータス感を付加した

第1四半期 パルコカード売上・会員数

売上実績 前年同期比 105.6%
売上比率 14.7% (前年同期より+0.6%)
会員数 約133万人 (06/5末現在)
新規申込数前年同期比 133.4%

主な営業企画

春のカードフェア(5%OFF) 3/9~4/16
HAPPY 5DAYS SALE(5%OFF他) 5/25~29
HAPPY! HAPPY! キャンペーン 5/30~6/25
(カードポイント2倍(クラス 3倍)+抽選プレゼント)



<PARCOカード・クラスS>
(PECノンストップメンバー制度)

パルコで年間20万円以上ご利用いただいた方に、翌年度1年間に渡り特別な優待サービスを実施



PARCO

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

本資料に記載した予想数値等は、2006年7月4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せん）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。
