

PARCO

株式会社パルコ

平成19年2月期(2006年度)

第3四半期(3月～11月)

財務・業績概況説明資料

2 / 15

06年度第3四半期

<連結業績>

- ・連結売上高は前年同期比102.2%を達成
- ・「ショッピングセンター事業」が堅調

<単体業績>

- ・単体売上高も前年同期比101.7%と基幹店を中心に堅調推移継続
- ・婦人服、衣料品総合、靴が好調継続

<トピックス>

- ・売上高堅調要因 1 戦略的グルーピング政策に基づく改装
- ・売上高堅調要因 2 営業企画とオペレーション
- ・今後のトピックス 静岡パルコ・シンガポールCENTRALオープン
オンラインショッピングモール『PARCO-CITY』07年春スタート
- ・その他トピックス
- ・(ご参考)中期経営5ヵ年計画 経営目標

PARCO

連結売上高は前年同期比102.2%を達成 単体も101.7%と堅調

単位:百万円

連結業績	当期	前期	増減額	前年 同期比	年間予想	前年比
	3~11月	3~11月				
売上高	196,158	191,947	4,210	102.2%	265,500	101.2%
営業利益	7,846	6,847	999	114.6%	9,500	104.6%
経常利益	7,663	6,700	963	114.4%	9,400	105.9%
四半期(当期)純利益	3,845	3,313	531	116.1%	4,250	106.1%

単体業績	当期	前期	増減額	前年 同期比	年間予想	前年比
	3~11月	3~11月				
売上高	180,729	177,648	3,080	101.7%	245,200	101.1%
営業利益	6,881	5,948	932	115.7%	8,500	111.0%
経常利益	6,653	5,648	1,005	117.8%	8,200	112.0%
四半期(当期)純利益	3,347	2,477	869	135.1%	3,450	114.8%

06年12月に発表いたしました岐阜パルコ跡地の固定資産売却に伴う特別利益約6億60百万円及び同10月に発表いたしました、厚木パルコ閉鎖に伴う特別損失見込約23億円につきましては、当期3~11月には含まれておらず、年間予想には含まれております。

「ショッピングセンター事業」が堅調

単位:百万円

ショッピングセンター事業		当期	前期	増減額
		3~11月	3~11月	
ショッピングセンター事業	売上高	182,515	179,403	3,111
	営業利益	6,942	6,036	905
専門店事業	売上高	11,884	11,501	382
	営業利益	300	221	79
総合空間事業	売上高	17,328	15,455	1,873
	営業利益	574	229	345
その他の事業	売上高	1,775	1,821	45
	営業利益	54	128	74
小計	売上高	213,503	208,181	5,321
	営業利益	7,872	6,616	1,255
消去又は全社	売上高	(15,852)	(14,769)	1,083
	営業利益	(25)	231	256
合計	売上高	197,650	193,412	4,238
	営業利益	7,846	6,847	999

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。

ショッピングセンター事業

基幹店を中心に積極的に行なった改装区画の売上増加やブランドの明確化のため名称を変更したパルコカードによる売上も伸長

専門店事業

株式会社ヌーヴ・エイは店舗のスクラップ&ビルドを継続し、新規店15店舗、退店3店舗により108店舗体制に。既存店も売上好調で増収増益。

総合空間事業

株式会社パルコスペースシステムズは、前年度からのビルマネジメント事業の拡大強化と、改装工事、電気工事受注も堅調で全体を牽引し、増収増益を達成。

その他の事業

株式会社パルコ・シティはネット業務売上は堅調なもの、来春スタートのオンラインショッピングモールに向け経費が先行。株式会社ホテルニュークレストンは、名古屋クレストンホテルが愛知万博の反動により前年を下回る。

06年度第3四半期 店舗別テナント売上高

基幹店を中心に堅調推移継続

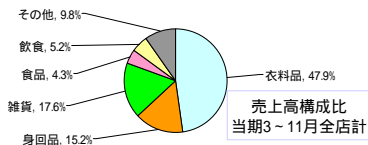
		当期9~11月				当期3~11月				
		傾向	売上高	前年同期比	既存店	傾向	売上高	前年同期比	既存店	
基幹店	池袋	↗	8,615	104.1%		↗	25,134	106.2%		
	渋谷	↗	5,444	105.9%		↗	16,071	108.6%		
	札幌		3,723	94.5%			10,818	94.7%		
	調布	↗	4,232	100.3%		↗	12,928	100.0%		
	名古屋	↗	10,208	101.4%		↗	29,198	101.3%		
	広島	↗	4,560	104.6%		↗	13,350	105.3%		
	小計		36,785	102.2%			107,501	103.1%		
関東店	吉祥寺	↗	2,642	100.5%		↗	7,889	102.3%		
	ひばりが丘	↗	2,143	100.9%		↗	6,609	102.4%		
	新所沢		2,245	99.9%		↗	6,942	102.4%		
	千葉		2,216	98.7%			6,847	96.0%		
	津田沼	↗	2,770	104.0%		↗	8,132	105.7%		
	宇都宮		2,170	94.7%			6,181	92.7%		
	厚木		1,074	97.1%		↗	3,330	101.2%		
	小計		15,264	99.7%			45,933	100.5%		
	地方店	松本	↗	2,296	100.2%		↗	6,729	101.8%	
		心齋橋	↗	456	119.1%		↗	1,322	106.9%	
大津		↗	2,015	103.8%		↗	6,009	102.1%		
大分			1,179	98.6%			3,481	98.7%		
熊本		↗	1,483	104.6%			4,406	96.9%		
岐阜			0	-			974	59.9%		
	小計		7,431	96.2%	102.8%		22,924	97.8%	100.7%	
	合計	↗	59,481	100.7%	101.6%	↗	176,359	101.7%	102.1%	

単位：百万円

既存店：岐阜店(06年8月閉店)の値を除いたものです。

06年度第3四半期 アイテム別売上前年同期比

婦人服・衣料品総合や身回品の靴が好調継続



- ・「衣料品」は、「婦人服」ではスキニーパンツやバルーンスカートなどにヒットが見られ、ボトムのパリエーションが拡大、継続伸長を果たした。
- ・「身回品」の「靴」もボトムの変化に伴い好調。秋口のパンプスから10月以降はブーツを軸としたファッショントレンドの後押しを受け堅調に推移した。
- ・「雑貨」は、書籍、CDの苦戦が継続。家電・趣味雑貨・家庭用品等の堅調に底支えされた。

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。

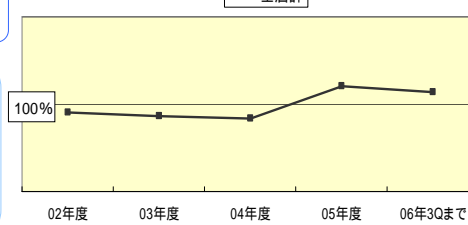
アイテム分類	当期9~11月 前年同期比		当期3~11月 前年同期比	
	全店計	既存店	全店計	既存店
婦人服	102.3%	103.5%	103.0%	103.4%
紳士服	98.0%	99.8%	99.2%	99.7%
衣料品総合	107.3%	107.3%	108.2%	108.0%
スポーツ	95.5%	95.5%	90.7%	90.7%
呉服	110.3%	110.3%	109.5%	109.5%
子供服	105.9%	105.9%	101.1%	101.1%
衣料品	102.0%	103.1%	102.3%	102.6%
靴	107.7%	108.7%	106.9%	107.2%
バッグ	93.5%	93.5%	103.7%	103.7%
装身具	106.1%	107.5%	106.0%	106.5%
化粧品	95.4%	96.9%	97.6%	98.1%
身回品	102.3%	103.4%	102.5%	102.9%
雑貨	99.1%	99.7%	100.4%	100.5%
食品	100.4%	100.4%	101.7%	101.7%
飲食	100.0%	100.0%	100.7%	100.7%
その他	105.6%	106.7%	104.6%	105.1%
客単価	103.4%	103.5%	103.6%	103.7%
レジ客数	98.4%	99.1%	98.6%	98.8%

「中期経営5ヵ年計画」スタートの2005年度から、売上高は堅調に推移

要因1 戦略的店舗グルーピング政策()
に基づき推進した改装が奏功

テーマ性をもった改装を推進するとともに、
全館への波及効果最大化を目指し、買い回り
性向上を図る。
改装ゾーンの約半分は新規テナントを導入し、
残り半分は移動・リニューアル改装を実施。
常にフレッシュでマーケットに即したフロア
編集の妙味を実現。

売上高 前年同期比推移



06年度第3四半期までの改装状況<実績> 改装規模：385区画 / 約44,000㎡実施
(うち、新規出店 181区画)
改装効果：売上前年ゾーン対比120.1%

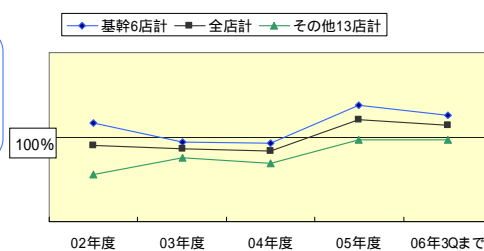
(ご参考) 05年度実施改装 規模：381区画 / 約39,000㎡実施
06年度予定改装 規模：439区画 / 約50,000㎡予定
売場概要 全18店舗 テナント総数：2,470テナント
営業面積：388,000㎡ (06年8月末現在)

() 戦略的店舗グルーピング政策 とは
「中期経営5ヵ年計画」のテーマの一つ「商業施設運営力と開発力の強化」における推進手法。店舗を
それぞれの特性ごとにグルーピングし、グループごとに特性に合ったオペレーションを実施していくこと。

基幹店が好調に全体を牽引

マーケットに即した「ストアbyストア」
型の機動的で積極的な店舗運営・改装で
高感度な客層を掴み好調を継続

売上高 前年同期比推移



渋谷店



渋谷店 パート1

秋改装では東京コレクションブランドを新規導入するなど、
次のモードの提案がパート1、パート3のビルイメージの
明確化につながり、より時代への対応を促進。
第3四半期も好調を継続。

第3四半期改装規模：25区画 約1,600㎡
パート1：レディスファッション中心に、さらなるモード発信強化
・東京コレクション～モードのラインナップが充実
パート3：大型リニューアル進行でビルチャームますますアップ
・2階はレディスのNewモード&エレガンスゾーンに
・5階にカップル対応のリビングフロアがオープン

(参考)テナント売上高	05/1Q	2Q	3Q	4Q	06/1Q	2Q	3Q
渋谷店	109.1%	116.2%	113.1%	110.6%	109.6%	110.6%	105.9%

一部地方店舗はグルーピング戦略によって上昇基調に転換
本部主導により基幹店の成功例をベースに、取組みのスピードと幅を拡張

熊本店



熊本店 メンズフロア

秋改装ではマーケットニーズに合わせ、飽和気味のレディスカジュアルを見直し、名古屋店 広島店・松本店と続くメンズゾーンヒットをモデルにメンズアイテムを増床。前年から積み重ねてきた改装との相乗効果で館全体が効率アップ、マーケット内でのポジションを強固なものとし、基調回復傾向へ。

- 第3四半期改装規模：13区画 約1,700㎡
- 4階：既存メンズフロアはスーツ系ショップの強化、リニューアルを実施
- 5階：およそ半分をレディスカジュアル(ティーンズヤング)から新業態ショップを含むカジュアルメンズ5店舗のフロアへ変更、4・5階のフロア運動強化

大津店



大津店 3階大型店

上層階を中心とした大型店の機能整理を実施し、館全体に効果的に機能するようビルフレームをマーケットに合わせ再構築。同時に本部主導により新しいIMDを補完したことで、館全体の回遊性が高まり、既存店との買い回り性も向上。

第3四半期改装規模：8区画 約6,200㎡

(参考)テナント売上高	05/1Q	2Q	3Q	4Q	06/1Q	2Q	3Q
熊本店	91.0%	95.7%	87.8%	92.3%	93.2%	93.7%	104.6%
大津店	98.3%	99.4%	98.3%	99.2%	101.0%	101.6%	103.8%

要因2 日々のきめ細かいオペレーションが店舗企業との強固な信頼・協力関係を構築



店頭用アイキャッチPOP

- 出店企業と協力し戦略的にヒットアイテムを仕掛ける -

本格シーズン前に「ダウンジャケット」を戦略アイテムに設定。価格政策まで含めた販売計画を出店企業各社に提案し、ショー開催やカタログ制作、店頭ディスプレイの実施や共通POP訴求など、

レディス・メンズともパルコ主導でのキャンペーンを展開。出店各社はこれに応え、売れ筋商品をパルコへ投入強化するとともに、パルコ限定商品を開発・販売するなどの企画を展開。顧客招待セールでの展開など、確実な営業企画の打出しと結果が、出店各社とのより強固な信頼・協力関係を構築。(06年9月～)

- 出店企業+雑誌メディア+外部企業+パルコ で

立体的なキャンペーンを実施 -

メンズ雑誌 smart との連動メンズキャンペーン「オトコラシサ」を実施し、秋物実売期にトレンドをわかりやすく提案。外部企業のタイアップも得て、雑誌ビジュアルと連動したポスター・広告制作や駅貼りジャック、店頭キャンペーンなどを立体的に展開。さらに雑誌折込冊子を館内にも設置。出店企業もオリジナル商品や販売企画などでの協力体制を強化して新しいスタイリングを提案し、販売プロモーションを拡大。パルコ＝「メンズ集積」のマーケット認知を促進。(06年9月～10月)



「オトコラシサ」キャンペーンポスター



出店テナント詳細は、2月中旬に発表

静岡パルコ

2007年3月15日(木)グランドオープン!

政令指定都市 静岡市の玄関口・静岡駅前に出店。静岡県中部地域を「静岡パルコ」基本商圏と捉え、商圏内人口は約121万人・44万世帯を想定

ビルの内装・外装を全面的に一新し、全く新しい環境に

出店テナントは約150店舗を予定、ファッションだけでなく、雑貨・カルチャー・食・ビューティといった都市生活者の多様なニーズに対応、大人の男女からヤングまで幅広い年齢層に向けた店舗構成で新しいライフスタイルを提案

主な出店決定テナント

「ロフト」「フランフラン デザイン フォーライフ」「タワーレコード」「島村楽器」

名称	静岡パルコ
所在地	静岡県静岡市葵区紺屋町6-7
建物規模	地上8階 地下1階
売上目標額	11,000百万円
投資額	3,700百万円
延床面積	約30,000㎡
店舗面積	約22,000㎡

パルコシンガポール



イメージイラスト、実際とは異なる場合があります。

07年1月 運営を受託した複合商業施設「CENTRAL」ソフトオープン

「CENTRAL」：シンガポール不動産開発の大手ファーストグループが、地下鉄「クラークキー」駅に開発した複合商業施設(商業・オフィス・住宅(SOHO))

「受託業務」：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)

パルコ・シティ



トップ画面イメージ、実際とは異なる場合があります。

07年春 オンラインショッピングモール『PARCO-CITY』をオープン

パルコ各店に出店している有力企業を中心に、07年度中に150店舗をオープン

- ・衣料品、雑貨、カルチャー・エンタテインメント関連などバラエティに富んだ店舗を予定
- ・「グランバザール」やカード会員向け優待キャンペーン(5%OFF)企画など、パルコで行なわれる営業企画に連動してほぼ同一の企画を展開予定

株式会社 ヌーヴ・エイ



TICTAC (時計)

当期 9~11月
売上高前年同期比 110.6%
既存店前年同期比 106.0%

パルコカード



第3四半期は新規に8店舗出店、既存2店舗も改装し
5業種108店舗に

パルコ内店舗 48%、パルコ外店舗 52%

2006年11月末日現在	店舗数	9-11月売上高 前年同期比
T i C T A C (時計)	38	125.0%
ホ-カフェイス(眼鏡)	21	120.3%
ルカ-ズ (メ-ズ 雑貨)	18	104.5%
ロ-ズ マリ-(化粧品・化粧雑貨)	23	98.4%
アナハ-ル(レディース雑貨)	8	157.0%
5業種 計	108	110.6%

パルコ外店舗数が
パルコ内店舗数を上回る

出店物件
9/14 吉祥寺パルコ T i C T A C出店
9/28 LAZONA川崎 コレクターズ出店
10/4 ミント神戸 T i C T A C出店
11/2 金沢フォ-ラス T i C T A C
ホ-カフェイス
コレクターズ出店
11/3 橋本ミウイ ロ-ズマリー出店
11/22 さらば-と柏の葉 アンナペ-ル
出店

第3四半期も堅調に取扱い実績・シェアが伸長

第3四半期 パルコカード取扱高実績・会員数(9~11月)

取扱高実績 前年同期比 107.1%
店舗総合売上高に占める取扱高シェア 15.2%
(前年同期より+0.8%)

会員数 約139万人(06/11未現在)
新規申込数前年同期比 118.2%

主な営業企画

秋のカードフェア(5%OFF) 9/14~10/14
ポイントUPキャンペーン(カードホ-イント2倍(クラス3倍)) 11/1~12
顧客招待セール(5%OFF) 11/23~26他(店舗により異なります)

(ご参考) 中期経営5ヵ年計画(2005-2009年度)の進捗状況

2009年度経営目標に向けて着実に進捗中

経営目標(2009年度/連結)

(単位:百万円)	2004年度 実績	2009年度		2005年度 実績	2006年度 予想
		目標	04年度差異		
売上高	257,625	300,000	+42,375	262,408	265,500
経常利益	8,079	12,000	+3,921	8,879	9,400
当期純利益	1,742	6,000	+4,258	4,006	4,250
ROE	3.0%	8.2%	+5.2%	6.2%	-%

セグメント別売上目標

(単位:百万円)	2004年度 実績	2009年度		2005年度 実績
		目標	04年度差異	
ショッピングセンター事業	236,456	276,819	+40,362	242,675
専門店事業	15,321	18,812	+3,491	15,946
総合空間事業	25,729	24,252	1,477	21,985
その他の事業	2,504	2,614	+110	2,579
連結計(連結消去後)	257,625	300,000	+42,375	262,408

PARCO

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

本資料に記載した予想数値等は、2007年1月11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。
