



株式会社 パルコ
平成21年2月期(2008年度)
中間決算説明会資料

東京証券取引所 第一部 証券コード:8251



2/23

本日のご説明内容

1. 2008年度上期業績概要と通期業績予想
2. 営業概況と2008年度上期トピックス
3. 下期トピックスと中期経営5ヵ年計画

1. 2008年度上期業績概要と通期業績予想

2008年度上期 連結業績

売上高は予想未達ながら利益は予想を上回る

単位：百万円

	08年度上期	07年度上期	前年同期比	増減額	期初予想額	増減額
売上高	137,604	136,639	100.7%	964	144,400	6,795
営業利益	4,585	5,461	84.0%	875	4,350	235
経常利益	4,546	5,420	83.9%	873	4,150	396
中間純利益	2,788	2,730	102.1%	57	2,200	588

	08年度上期末	07年度末	増減額
総資産	194,891	189,989	4,902
純資産	75,759	73,981	1,777
有利子負債	37,748	33,065	4,683
自己資本比率	38.8%	38.9%	
時価ベースの自己資本比率	52.8%	55.5%	
キャッシュ・フロー対有利子負債比率	33.5年	2.6年	
インタレスト・カバレッジ・レシオ	1.8倍	21.0倍	

08年度上期末の値は、月末が銀行休業日であるための売上債権の増加
支払いサイトを短縮したことによる仕入債務の減少
前期支払いの中間納付が少なかったことにより今期の確定納付が大幅に増加したための法人税等の支払額の増加
等によるものです。これらの一過性によるものを加味して計算した数値は、以下の通りです。
「キャッシュ・フロー対有利子負債比率」
...3.6年
「インタレスト・カバレッジ・レシオ」
...16.2倍

「ショッピングセンター事業」「専門店事業」が前年売上達成

ショッピングセンター事業

07年10月オープンの浦和パルコ、08年8月オープンの仙台パルコが貢献し、売上高が伸長。営業利益は一時的な開店経費負担を含む販売費及び一般管理費の増加の影響で前年未達。

専門店事業

株式会社ヌーヴ・エイは、腕時計販売のTiCTAC事業部を中心に戦略的な店舗展開で8店舗出店し、129店舗体制に。

総合空間事業

株式会社パルコスペースシステムズは、仙台パルコ等の内装工事受注はあったものの、大型案件受注が続いた前年度には及ばず。

その他の事業

株式会社パルコ・シティは、ホームページの業務受託等が増加。株式会社ホテルニュークレストンは宿泊部門は堅調も、宴会婚礼が苦戦。

単位：百万円

		08年度上期	07年度上期	増減額
ショッピングセンター事業	売上高	128,671	126,101	2,570
	営業利益	4,357	4,770	412
専門店事業	売上高	8,530	8,329	200
	営業利益	182	261	78
総合空間事業	売上高	11,094	12,554	1,459
	営業利益	109	519	409
その他の事業	売上高	1,096	1,124	27
	営業損失	66	79	13
小計	売上高	149,393	148,109	1,283
	営業利益	4,583	5,471	887
消去又は全社	売上高	(10,482)	(10,337)	144
	営業利益	1	(9)	11
合計	売上高	138,911	137,772	1,139
	営業利益	4,585	5,461	875

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。

単体も売上高は予想を下回るものの、
営業利益、経常利益、当期利益は予想を上回る

単位：百万円

	08年度上期	07年度上期	前年同期比	増減額	期初予想額	増減額
売上高	127,242	124,846	101.9%	2,396	133,400	6,157
営業利益	4,379	4,746	92.3%	366	4,050	329
経常利益	4,721	4,732	99.8%	10	4,200	521
中間純利益	3,059	2,340	130.7%	718	2,450	609

	08年度上期末	07年度末	増減額
総資産	189,448	182,257	7,190
純資産	75,764	73,652	2,112
有利子負債	39,703	33,925	5,778
自己資本比率	40.0%	40.4%	

1株当たりの中間配当金は前年度に比べて1円増配の8円、
通期の配当額は5年連続での増配となる16円を予定

連結 / 単体とも、通期の業績予想を修正

単位: 百万円

連結	08年度 (09年2月期) 新業績予想	07年度 (08年2月期) 実績	前年比	増減額	期初予想額	期初 予想比	増減額
売上高	294,000	286,788	102.5%	7,211	306,500	95.9%	12,500
営業利益	10,300	10,090	102.1%	209	10,300	100.0%	-
経常利益	10,000	9,973	100.3%	26	10,000	100.0%	-
当期純利益	5,000	5,167	96.8%	167	5,000	100.0%	-

単体	08年度 (09年2月期) 新業績予想	07年度 (08年2月期) 実績	前年比	増減額	期初予想額	期初 予想比	増減額
売上高	273,500	263,525	103.8%	9,974	284,500	96.1%	11,000
営業利益	9,600	9,087	105.6%	512	9,400	102.1%	200
経常利益	9,650	8,974	107.5%	675	9,450	102.1%	200
当期純利益	4,950	4,841	102.2%	108	4,850	102.1%	100

販売費及び一般管理費

単位: 百万円

- 連結 -		金額	対前年 増減額	前年比	
08年度 上期実績	人件費	4,839	139	103.0%	
	借地借家料	5,103	580	112.8%	
	宣伝費	1,783	79	104.7%	
	業務委託費	3,255	313	110.7%	
	減価償却費	2,527	395	118.6%	
	販売管理費計	17,463	1,678	110.6%	
08年度 通期予想		減価償却費	5,602	1,017	122.2%
	販売管理費計	36,291	2,298	106.8%	
- 単体 -		金額	対前年 増減額	前年比	
08年度 上期実績	人件費	2,452	20	100.8%	
	借地借家料	4,601	530	113.0%	
	宣伝費	1,674	117	107.5%	
	業務委託費	3,657	316	109.5%	
	減価償却費	2,379	389	119.6%	
	販売管理費計	13,395	1,480	112.4%	
08年度 通期予想		減価償却費	5,283	1,015	123.8%
	販売管理費計	27,958	2,037	107.9%	

設備投資

単位: 億円

- 連結 -		金額	対前年 増減額	前年比	
08年度上期実績	設備投資	87	33	161.9%	
08年度通期予想		設備投資	151	50	149.5%
- 単体 -		金額	対前年 増減額	前年比	
08年度上期実績	設備投資	94	39	172.1%	
08年度通期予想		設備投資	146	55	161.3%

2. 営業概況と2008年度上期トピックス

2008年度上期 店舗別テナント売上高

名古屋、広島PARCOが堅調

ファッションのウェイトが高い基幹店では、札幌PARCO、調布PARCOの各店で4月末までの大型改装による一部休業マイナスの影響もあり前年未達となるが、名古屋PARCO、広島PARCOは堅調に推移。

関東店・地方店では、マーケットに合わせデイリーアイテムを強化したひばりが丘PARCO、大津PARCOの各店が順調に推移。

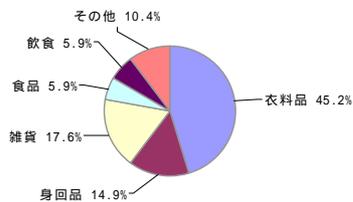
1 渋谷PARCO・パート2は、2008年1月1日より耐震対応に伴い営業を一時休止いたしております。また、渋谷クアトロビルの物販営業は2008年5月末にて終了いたしました。これらの要素を加味した渋谷店の前年同期比は、98.3%です。

2 既存店計：静岡PARCO(2007年3月15日開店)、浦和PARCO(2007年10月10日開店)、仙台PARCO(2008年8月23日開店)、厚木PARCO(2008年2月24日開店)の値を除いたものです。

		単位:百万円		
	店名	傾向	売上高	前年同期比
基幹店	池袋PARCO		16,800	99.7%
	渋谷PARCO ¹		9,391	87.6%
	札幌PARCO		6,346	97.9%
	調布PARCO		8,713	99.6%
	名古屋PARCO	↑	19,313	100.4%
	広島PARCO	↑	9,102	100.0%
	小計		69,668	97.9%
関東店	吉祥寺PARCO		5,221	98.5%
	ひばりが丘PARCO	↑	4,526	112.1%
	新所沢PARCO		4,555	98.1%
	千葉PARCO		4,458	94.4%
	津田沼PARCO		5,283	94.1%
	宇都宮PARCO		3,705	95.7%
	小計		27,750	98.4%
地方店	松本PARCO		4,250	96.6%
	心齋橋PARCO	↑	1,029	107.5%
	大津PARCO	↑	4,254	100.1%
	大分PARCO		2,126	98.6%
	熊本PARCO		2,738	97.3%
	小計		14,399	98.8%
	既存店計 ²		111,818	98.2%
	静岡PARCO		4,913	86.4%
	浦和PARCO		6,578	-
	仙台PARCO		567	-
	(厚木PARCO)		-	-
	合計	↑	123,878	101.9%

生活雑貨が健闘

<2008年度上期売上高構成比>



レディスファッションのトレンドがワンピース、チュニック、ロングTシャツ等一部のアイテムに固定化し、単品に動きが集中。婦人靴もヒットに乏しくファッション関連のアイテム全般が振るわず。

教養雑貨(本、CD等)は苦戦継続するも、生活雑貨は小物の提案強化で成果。

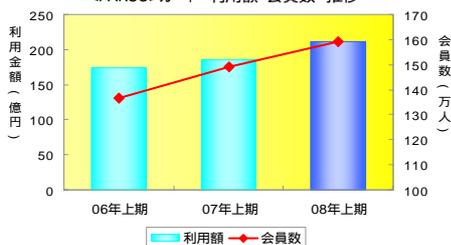
(注) 前年比は『店舗総合売上高』によるものです。
『店舗総合売上高』とは、店舗の総合的な販売力を表示するため、テナント売上高に、パルコ劇場等の売上高・固定賃料テナントの売上高を加えたものです。

アイテム分類	08年度上期 前年比	
	全店計	既存店
婦人服	101.6%	98.5%
紳士服	97.1%	94.2%
衣料品総合	102.4%	100.2%
衣料品	99.8%	97.4%
靴	99.3%	96.7%
バッグ	101.5%	99.5%
装身具	97.1%	92.4%
化粧品	101.2%	100.7%
身回品	102.3%	98.3%
教養雑貨	101.9%	95.6%
生活雑貨	107.9%	104.9%
雑貨	102.0%	97.0%
食品	141.7%	108.7%
飲食	113.1%	97.6%
その他	108.5%	103.8%



<PARCO>カード 売上 順調に伸長

<PARCO>カード 利用額・会員数 推移



PECカードから<PARCO>カードへと名称・デザインを一新した2006年3月以降、パルコでの利用額、会員数とも順調に伸長。

期間限定での5%OFF優待企画や(セゾン)永久不滅ポイントなどのメリットに加え、1年間で20万円以上のお買い上げで、クラスS会員として翌年度1年間、通年で5%OFF優待等特別なご優待サービスを実施。

08年度上期 <PARCO>カード取扱高実績・会員数
パルコ内取扱高実績 前年比 113.8% 既存店106.1%
店舗総合売上高に占める取扱高シェア 15.0% 既存店15.2%
(前年度より+1.3%) (同+0.9%)
会員数 約159万人(08/8月末現在)

08年度上期の主な<PARCO>カード営業企画
春のカードフェア(5%OFF) 3/6~4/13
顧客招待セール 5/23~26
(一部定価より10%OFF + <PARCO>カード5%OFF)
ポイント2倍 キャンペーン(カードポイント2倍) 6/20~7/2



年間計画46,000㎡のうち上期は16,000㎡の改装を実施

< 08年度上期実績 >

改装規模:174区画 / 約16,000㎡実施(内、新規出店 86区画)
 改装効果:売上前年ゾーン対比 112.4%

売場概要:全20地区・37ビル テナント総数:850社 3,178テナント
 営業面積:447,500㎡(08年8月末現在)



札幌パルコ

上期の主な改装店舗

札幌パルコ...1月中旬より3フロアを全面、4フロアを部分改装し、オープン以来最大規模を刷新。札幌パルコの顔である本館1階のフロント部分をはじめ、ファッション、雑貨、カフェをブラッシュアップし、4月25日にグランドオープン。今後は買い回り強化・全館活性化施策と未改装ゾーンの改装計画を推進。

調布パルコ...1月下旬よりレストランフロアの全面改装に着手し、4月29日に新装オープン。従来のファミリー層に加え女性グループやカップル、サラリーマン層のランチ・夜の宴会需要にも対応。テラスとして活用できる屋上庭園を設け、快適な環境も整備。客単価・回転率のアップを果たし下層階へのシャワー効果を発揮。

調布パルコ



売上高基調推移	07/3Q	4Q	08/1Q	2Q	改装後累計基調
札幌店	87.9%	86.4%	96.0%	99.8%	101.6%(4/25-8/31)
調布店	99.8%	98.4%	96.5%	103.0%	102.5%(4/29-8/31)

東北地方初出店店舗 2008年8月23日グランドオープン



東北地方への初進出として、JR仙台駅とペDESTリアンデッキで直結された好立地に新築されたオフィスとの複合施設に出店。マーケット初登場ショップを全体の60%以上導入し、衣食住全体をファッションとして提案するライフスタイルビルに編集。中心部では10年ぶりとなる大型商業施設であり、幅広い世代の来店を得て順調に発進。



開店	2008年8月23日
建物規模	地上9階 地下1階(当社使用部分)
年間売上目標額	14,000百万円 ()
投資額	約13,000百万円
延床面積	約24,000㎡(当社使用部分)

() 固定家賃契約等のテナントの売上高は除いております

マーケット特性・ビル概要・MD構成の異なる新規店舗を1年半の間に3店舗開業
中期経営5ヵ年計画主要テーマ＝「商業施設運営力と開発力の強化」を具現化
政令指定都市での店舗網構築を推進、更なる成長に向けて出店開発を積極展開

2007年 3月：静岡パルコ**【百貨店からの業態転換】**

...好調な初年度に対し08年度上期はその反動も認められたが、
トレンドの早い「食」テーマについては、一部テナントの
入替え実施と上昇基調のPARCOカード顧客の定着・拡大や
継続的な宣伝展開、街場モチベーションとの連動企画等
により成長を促進。



静岡パルコ

2007年10月：浦和パルコ**【駅前再開発・公共施設との複合ビル】**

...オープン後より開業前立案の「広域からの動員面」でのギャ
ップがあり、足元商圈顧客からの高い支持を強みとして活か
しながら、モチベーション対応やイベントの成功を経て、
来期に向けてマーケットのニーズによりアジャストした店舗
構成へとMDの一部修正を実施予定。



浦和パルコ

2008年 8月：仙台パルコ**【駅前再開発・オフィス棟との複合ビル】**

...安定的な顧客づくりを推進。

3.下期トピックスと中期経営5ヵ年計画

秋改装は18,600㎡を予定

基幹店を中心に積極改装を推進。回遊性の向上、全体への波及効果を追求
機能性の拡充と売場空間の改善によりファッションの売れる環境づくりを推進

秋の主な改装店舗

名古屋バルコ...毎年の積極的な改装をさらにパワーアップし、2003年以來の規模で56区画・4,700㎡を改装。ハイカジュアルからユーズドクロージングまで、カプル消費に対応できるフロアを誕生させ、強みのファッションをより強化するとともに、ライフスタイル提案フロア「スタイルデリ」(西館地下1階)を全面改装。身の回り雑貨・ギフト雑貨及びイートイン・テイクアウト両方の飲食機能を拡充し、ショッピングの楽しみと合間のくつろぎ空間を充実させ、より幅広い客層を得て、各館の更なる稼働促進を図る。



名古屋バルコ



池袋バルコ

池袋バルコ...来年の40周年を見据え、またマーケット変動によるエリアでの競争激化に対し、JR池袋駅コンコースに面した顔である地下1階をスイートカジュアルゾーンに改装。新しいブランドの発掘・育成の場であるインキュベートスペースも新設し、大人のリアルクローズを提案。同時に別館＝P'2階をモードカジュアルをテーマに編集、館トータルメッセージ発信強化を狙い、特徴を明確化。池袋店全体で28区画、1,100㎡を改装。

秋の主な改装店舗

広島バルコ...来年の開業15周年に向けて、本館1階グラウンドフロアではオープン以来初めて正面入口のデザインを一新、入口からエスカレーターへの導線も拡幅するなど、1～2階もフロアレイアウトから変更し、ビルイメージを大きく刷新。本館はメインターゲットのOL層に対し、デイリー・オフィス・パーティなどあらゆるファッションニーズに対応する広島市内マーケットナンバーワンのファッションビルとして、衣料品・アクセサリ・バッグ・雑貨ショップも強化。新館は高感度ショップを拡充し、幅広い層の集客を図り、両館の位置づけを明確化して二館体制の優位性を活用。本館・新館合わせて36区画、2,100㎡をリニューアル。

広島バルコ



渋谷バルコ

渋谷バルコ...2006年からの「東京コレクション」ブランドの導入をこの秋も継続するとともに、デビューブランドや渋谷バルコにしかないショップを揃え、旬なファッショントレンド情報を強化。秋は28区画、1,500㎡を改装し、「普通すぎない、ちょっとだけ尖ったファッションに共感し、ファッションを楽しむ女性」をターゲットに、オンでもオフでも活用できるスタイリングのバラエティ感のアップと、ショッピングの楽しさ、新しい発見、驚きを提案。

改装アピール
(MD紹介等)

ファッション
キャンペーン

実売企画
(カード企画他)

相互連動によりプロモーション効果の最大化を図る



『地球は女が救う。』

秋物立ち上がりのタイミングに合わせ売場を元気づけるファッションキャンペーンを展開。

「ファッションに強いパルコ」というブランド力と表現によりクリエイティブ力を広くアピール。創業より一貫した女性へのエールを、TVを主体に交通、雑誌、Web等を用いてより幅広い層への強いメッセージとして発信し、渋谷パルコ店頭でモデルMickyの選んだ商品を展示、オンラインショッピングモールPARCO-CITYにて販売。宣伝と営業のコラボレーションにより広告のリアルライフへの浸透を図る。

TV、交通、雑誌、Web
秋キャンペーンを
アピール

実店舗
渋谷パルコ店頭
Mickyの選んだ
商品を展示

オンライン
ショッピングモール
Mickyの選んだ
商品を販売

キャンペーンモデル：
Micky Green
フランスでデビューした
モデル出身のシンガーソ
ングライター。
ルックス、アートセンス、
歌手としても評価が高く、
楽曲の提供と併せて、
ファッション + 音楽を
楽しむ層をターゲットに
アピール展開。

日本語版『ウーマン・イン・ブラック』を本拠地ロンドンで公演

ロンドンで19年目のロングランを続けるミステリー劇『ウーマン・イン・ブラック』の日本語版をUK-Japan 2008の公認イベントとしてロンドンのフォーチュン・シアターにて上演。

UK-Japan 2008 は、駐日英国大使館とブリティッシュ・カウンシルが実行委員会を形成し、芸術、科学技術、クリエイティブ産業の分野で創造性あふれる現代の英国を紹介するとともに、日英間のコラボレーションの活性化と両国のさらなる発展をめざす催し。



「パコと魔法の絵本」

パルコ劇場作品が原作の映画に出資

後藤ひろひと原作の演劇作品『MIDSUMMER CAROL ガマ王子 vs ザリガニ魔人』が原作の映画『パコと魔法の絵本』に出資。9月13日より全国約300館にて上映中。



(c)「パコと魔法の絵本」製作委員会

上期は8店舗出店で129店舗に、下期も4店舗を出店

好調持続のTiCTAC事業は積極出店で拡大を図り、アイウェア事業は、MDリニューアルに加えレンズ価格の見直しにも着手。

< 2008年度上期の出店物件 >

	施設名	出店ショップ名
3月	赤坂サカス	コンプリートワークストーキー
4月	エミフルMASAKI	TiCTAC
4月	グランデュオ蒲田	TiCTAC
4月	平塚ラスカ	TiCTAC
8月	仙台バルコ	TiCTAC、ボーカーフェイス、コレクターズ、ローズマリー

2008年8月末日現在	店舗数	上期売上高 前年比
TiCTAC(時計)	46	110.9%
アイウェア(眼鏡)	28	88.7%
コレクターズ(メンズ雑貨)	24	113.1%
ローズマリー(化粧品・化粧品雑貨)	21	94.0%
アンナハート(レディース雑貨)	10	137.9%
5業種 計	129	102.4%
バルコ外店舗 51%、バルコ内店舗 49%		



< 下期の出店済・予定物件 >

	施設名	出店ショップ名
9月	博多キャナルシティ	グロッカバイコレクターズ
10月	三宮東急ハンズ	TiCTAC
10月	京橋京阪モール	TiCTAC
10月	国分寺エル	TiCTAC

コンプリートワークストーキー：「コレクターズ」事業の新業態。都市型/小規模/高効率タイプの機能性・ファッション性を兼ね備えた、働く男性のための身辺雑貨を集積したメンズ雑貨の専門店

経営目標 (2009年度/連結)

単位:百万円	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 予想	2009年度 目標
売上高	262,408	266,645	286,788	294,000	300,000
経常利益	8,879	9,594	9,973	10,000	12,000
当期純利益	4,006	4,503	5,167	5,000	6,000
ROE	6.2%	6.5%	7.2%	-	8.2%

セグメント別売上目標

単位:百万円	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 予想	2009年度 目標
ショッピングセンター 事業	242,675	246,450	263,525	273,500	276,819
専門店事業	15,946	16,718	17,097	17,340	18,812
総合空間事業	21,985	22,754	26,365	23,600	24,252
その他の事業	2,579	2,442	2,326	2,370	2,614
連結計(連結消去後)	262,408	266,645	286,788	294,000	300,000



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

本資料に記載した予想数値等は、2008年10月7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、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。