

株式会社パルコ
平成27年2月期(2014年度)
第2四半期
決算説明会資料
【東証一部 8251】



I 業績概要

II 2014年度トピックス

中期経営計画（2014～2016年度）

1. 店舗事業
2. 開発事業
3. 関連事業
4. CSRへの取り組み

I 業績概要

II 2014年度トピックス

中期経営計画（2014～2016年度）

1. 店舗事業
2. 開発事業
3. 関連事業
4. CSRへの取り組み

2014年10月6日 株式会社PARCO 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要① 連結業績

PARCOを中心としたグループ全体の好調により増収増益を達成
営業利益・経常利益・四半期純利益は、計画を上回り
2期連続で過去最高を更新

単位：百万円

連結	2014年 3月～8月	2013年 3月～8月	増減額	前年 同期比	計画額	増減額	計画比
売上高	131,183	129,401	1,781	101.4%	132,200	▲1,016	99.2%
営業利益	6,319	5,926	392	106.6%	6,100	219	103.6%
経常利益	6,329	5,824	505	108.7%	6,000	329	105.5%
四半期純利益	3,619	3,280	339	110.4%	3,350	269	108.1%
EBITDA *	9,118	8,797	321	103.7%	-	-	-

連結	2014年 8月末	2013年 年度末	増減額
総資産	222,450	220,757	1,693
純資産	111,411	108,823	2,588
有利子負債	44,423	50,424	▲6,001
自己資本比率	50.1%	49.3%	0.8%

* EBITDAは、「営業利益+減価償却費」にて算出してあります

2014年10月6日 株式会社PARCO 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要② 連結セグメント別実績

5/31

全事業で増収 ショッピングセンター事業と専門店事業、 その他事業で増収増益を達成

単位：百万円

		2014年 3月～8月	2013年 3月～8月	増減額	前年同期比
ショッピング センター事業	売上高	118,836	118,107	729	100.6%
	セグメント利益	5,914	5,627	286	105.1%
専門店事業	売上高	9,663	9,001	662	107.4%
	セグメント利益	282	225	57	125.5%
総合空間事業	売上高	9,232	8,992	239	102.7%
	セグメント利益	118	131	▲13	89.9%
その他の事業	売上高	3,130	2,461	669	127.2%
	セグメント利益	30	▲49	80	—
連結	売上高	133,165	131,261	1,904	101.5%
	セグメント利益	6,319	5,926	392	106.6%

- * 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
- * セグメント利益は、営業利益または損失です
- * (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

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要③ 主な連結販売費及び一般管理費・設備投資

6/31

主な 販売費及び一般管理費

単位：百万円

連結	2014年 3月～8月	2013年 3月～8月	増減額	前年同期比
人件費	5,002	4,876	125	102.6%
借地借家料	4,173	4,070	103	102.5%
宣伝費	1,354	1,458	▲103	92.9%
業務委託費	2,642	2,639	3	100.1%
減価償却費	2,799	2,870	▲70	97.5%
販売管理費計	15,676	15,618	58	100.4%

設備投資

連結	2014年 3月～8月	2013年 3月～8月	増減額	前年同期比
設備投資*	5,809	32,110	▲26,214	18.1%

- * 設備投資262億円の減少は、主に昨年同期に福岡パルコの信託受益権取得があったことによるものです

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要④ 単体業績

7/31

増収増益を達成。利益は計画を上回り、
営業利益・経常利益・四半期純利益は、連続して過去最高を更新

単位：百万円

単体	2014年 3月～8月	2013年 3月～8月	増減額	前年 同期比	計画額	増減額	計画比
売上高	119,661	118,332	1,329	101.1%	120,900	▲1,238	99.0%
営業利益	6,080	5,750	329	105.7%	6,000	80	101.3%
経常利益	6,084	5,741	343	106.0%	5,950	134	102.3%
四半期純利益	3,587	3,346	240	107.2%	3,450	137	104.0%
EBITDA *	8,672	8,417	254	103.0%	-	-	-

単体	2014年 8月末	2013年 年度末	増減額
総資産	220,015	218,915	1,099
純資産	112,099	109,554	2,545
有利子負債	48,953	53,275	▲4,322
自己資本比率	51.0%	50.0%	0.9%

* EBITDAは「営業利益+減価償却費」にて算出しております

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要⑤ 店舗別テナント売上高

8/31

ライフスタイル提案などによる客層を拡げる改装の効果に加え、
インバウンド需要に強い都心型店舗が売上を牽引

単位：百万円

店名	売上高	前年同期比
札幌パルコ	5,668	105.8%
仙台パルコ	6,349	98.7%
池袋パルコ	13,766	98.5%
渋谷パルコ	7,337	108.1%
静岡パルコ	4,908	97.2%
名古屋パルコ	16,794	98.5%
広島パルコ	8,154	100.2%
福岡パルコ	6,443	109.6%
8店舗 計	69,424	101.1%

店名	売上高	前年同期比
全店計	116,674	100.5%

店名	売上高	前年同期比
宇都宮パルコ	2,219	93.5%
浦和パルコ	8,830	104.6%
新所沢パルコ	4,447	105.1%
千葉パルコ	2,967	89.5%
津田沼パルコ	4,477	96.9%
ひばりが丘パルコ	3,750	99.7%
吉祥寺パルコ	3,722	97.8%
調布パルコ	8,407	99.5%
松本パルコ	3,685	101.5%
大津パルコ	2,190	98.7%
熊本パルコ	2,550	100.4%
11店舗 計	47,249	99.7%

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要⑥ アイテム別売上高、客数・客単価

9/31

衣料品ではセレクトショップが継続好調、
ファッションのアクセントとしてのバッグを中心とした身の回り品、
雑貨、時間消費型の飲食、サービスなどが好調

アイテム分類	前年同期比	アイテム分類	前年同期比
婦人服	93.5%	教養雑貨	104.1%
紳士服	92.4%	趣味・家庭雑貨	101.1%
衣料品総合	105.5%	雑貨	102.5%
衣料品	97.2%	食品	98.8%
靴	96.0%	飲食	108.8%
バッグ	127.1%	その他（サービスほか）	108.3%
装身具	97.4%		
化粧品	103.2%		
身の回り品	102.8%		

	前年同期比	2013年度	2014年度
買上客数		100.3%	99.8%
客単価		101.0%	101.5%

* アイテム別売上高前年同期比・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、バ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

2014年10月6日 株式会社JFCO 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要⑦ 通期業績予想

10/31

連結は、2期連続の過去最高利益の更新を計画
さらに営業利益・経常利益の年間予想を上方修正

単位：百万円

連結	2014年度 (2015年2月期) 新業績予想	2013年度実績 (2014年2月期)	増減額	前年比	当初予想額	増減額	当初 予想比
売上高	272,000	264,384	7,615	102.9%	273,000	▲1,000	99.6%
営業利益	12,300	12,196	103	100.8%	12,200	100	100.8%
経常利益	12,150	12,013	136	101.1%	12,050	100	100.8%
当期純利益	6,800	6,778	21	100.3%	6,800	-	-

単体	2014年度 (2015年2月期) 新業績予想	2013年度実績	増減額	前年比	当初予想額	増減額	当初 予想比
売上高	248,400	242,653	5,746	102.4%	249,400	▲1,000	99.6%
営業利益	11,500	11,823	▲323	97.3%	11,500	-	-
経常利益	11,350	11,725	▲375	96.8%	11,350	-	-
当期純利益	6,550	6,772	▲222	96.7%	6,550	-	-

1株当たりの中間配当は9円を決定し、年間配当は18円を予定

2014年10月6日 株式会社JFCO 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

I 業績概要

II 2014年度トピックス

中期経営計画（2014～2016年度）

1. 店舗事業
2. 開発事業
3. 関連事業
4. CSRへの取り組み

中期経営計画(2014～2016年度)

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』
『都市の成熟をクリエイトする刺激創造集団』

《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

II-1 店舗事業① パルコ店舗 <改装概要>

13/31

顧客ニーズの変化・多様化に対応し、常に鮮度のある情報を提供する商業施設としての支持獲得に向けたアイテム構成変化を継続

- ・都心型店舗：幅広い世代に支持されるセレクトショップや食の導入推進により、都市のライフスタイル提案を継続強化し、コアターゲットを拡大
- ・コミュニティ型店舗：地域密着型SCとして機能をさらに付加することで、地域共生を推進し来店頻度の向上を図る

<上期実績>

改装実施面積 約25,000㎡
(計画面積比129.5%、改装ゾーン売上高前年同期比125.6%)

- ・都心型店舗：池袋パルコ、渋谷パルコ、静岡パルコを中心に改装。改装ゾーン比 126.1%
- ・コミュニティ型店舗：宇都宮パルコ、浦和パルコを中心に改装。改装ゾーン比 125.1%

<下期計画>

改装予定面積 約22,000㎡を計画

- ・都心型店舗：モード系ファッションへの競合に先駆けた早期取組み、インバウンド客への対応強化、大人の女性ニーズに応える飲食企画によるライフスタイル提案の継続などでの差別化の推進
- ・コミュニティ型店舗：各マーケットにおける地域密着政策を推進するとともに、地元ニーズを見込める新たなアイテムを導入することで顧客支持を拡大

* SC:ショッピングセンター

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-1 店舗事業② <パルコ店舗改装1 >

14/31

渋谷パルコ

グローバルな情報発信を継続

<上期実績>

旬なファッションブランドや有力セレクトショップ、話題性の高いカフェなどを導入

- ・パート1に旬のトレンドショップを導入
- ・パート3・B1フロアのアイテム構成を、大型カジュアルショップオープンに合わせて再編
- ・パート1に人気キャラクターとのコラボカフェを展開



<下期計画>

インバウンド需要に強い店舗特性を活かし、ジャパンモードの集積フロアを強化

- ・日本のファッションを牽引するデザイナーの新コンセプトショップを導入
- ・ニューヨークコレクションで台頭してきている人気ブランドを誘致



2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-1 店舗事業③ <パルコ店舗改装2 >

15/31

池袋パルコ

池袋パルコ本館は人気大型雑貨ショップを誘致
P'パルコはデジタルネイティブの消費トレンドに対応

<上期実績>

本館では、大人の女性をターゲットに新陳代謝を推進し、さらに客数を拡大するテナントを誘致

- ・ 話題性のある大型北欧雑貨ショップを誘致
- ・ 女性が楽しめるハワイアンビアガーデンを展開



<下期計画>

*イメージ



今年20周年のP'パルコは「都市型エンタテインメント」をテーマにリニューアル

- ・ 日本最大級の動画発信サイトの新たな拠点を開設し、各種イベントへの参加も可能になるなど、コト消費を強化
- ・ デジタルネイティブに向けたショップを導入するなど、新たな消費ニーズに対応するとともに、カジュアルファッションとの融合も促進

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-1 店舗事業④ <顧客政策 >

16/31

クラスS会員数が大幅に増加し、売上を底支え

<上期実績>

PARCOカードの取扱高（前年同期比）	271億円（108.0%）
同 対売上高シェア（前年同期差）	19.9%（+1.2%）
PARCOカード会員数(2014年8月末)（前年同期比）	1,703千人（104.5%）
クラスS会員数前年同期比	113.7%

インバウンド需要が大きく伸長。インフラ整備の強化を計画

<参考実績>

上期	渋谷パルコ	札幌パルコ	福岡パルコ
海外客売上高前年同期比*	145.2%	183.2%	143.3%
海外客売上高シェア	6.8%	2.9%	0.6%

<下期計画>

今後も高まるインバウンド需要に対して、特に効果の高い施策を選び、テナントと海外客の利便性を向上させるインフラを整備

- 1.テナントの免税取扱い導入を促進する免税システムの導入（渋谷パルコ・札幌パルコ）
 - ・ 手書き記入を電子化することによりテナント店頭での煩雑な手続きを軽減
- 2.外国人の利便性を向上させるフリーWi-Fiの導入
 - ・ 福岡パルコ新館オープンに合わせ福岡パルコ全館で導入開始し、渋谷・札幌パルコなどそのほかのパルコ店舗へも拡大

* 上記海外客売上前年同期比およびシェアは「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比率

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-2 店舗事業⑤ <Webコミュニケーション>

17/31

店舗と連携したWebプラットフォームでのサービスを充実させ、
テナントと顧客にとって利便性の高い最先端のサービスを創造

Webでのパルコ店舗在庫の取り置き予約と通販注文サービス機能「カエルパルコ」を開始し、順次拡大

- ・パルコサイト上の「パルコショップブログ」に「カエルパルコ」機能を追加
- ・5月に静岡パルコからスタート、10月より都心店舗グループ8店舗に順次拡大

スマホアプリ「POCKET PARCO」を11月にリリース

- ・パルコ公式スマートフォンアプリで、よりパーソナルな接客を実現
- ・全国のテナントスタッフのお薦め商品の取り置きや購入が可能
- ・店頭でのチェックインや買上げにより優待券と交換できるアプリ内コインを付与
(福岡パルコで実験的にスタート)



*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

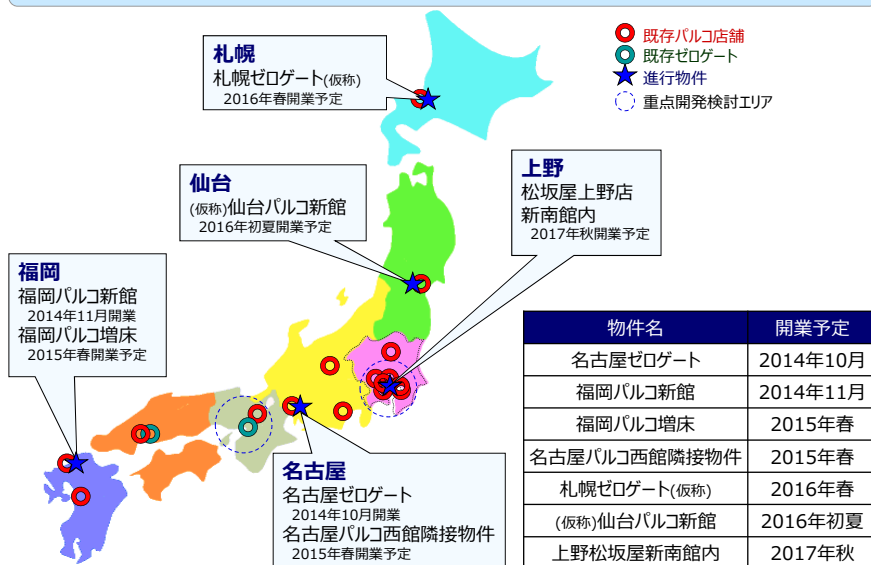
*スマートフォンアプリ画面はイメージです

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-2 開発事業① 物件開発エリア & 開業スケジュール

18/31

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



2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-2 開発事業② 福岡エリア計画

19/31

福岡PARCO「天神のコンフォータブルストア」を進化させ、生活の楽しみ方・過ごし方を追求し編集する、新たなライフスタイルを提案

全国初業態 8 店舗を含む全45店舗が出店する福岡PARCO新館
2014年11月オープン決定

- ・モノだけでなく飲食などコト消費のシーンを演出するアイテムで構成
- ・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

年間売上目標：50億円
年間動員目標：600万人

福岡PARCO本館では、21店舗／約1,600㎡のリニューアルを実施



2015年春、ソラリアステージビルの一部へ増床オープン予定

2014年10月6日 株式会社PARCO 2015年2月掲載2冊出典地産地消協会資料

II-2 開発事業③ 名古屋エリア計画-1

20/31

面開発によるエリア戦略として、「名古屋ゼロゲート」10月開業と「西館隣接物件」の来春開業予定を見据え、栄エリアの面としての拡がり、街歩きのさらなる楽しさを創出

ゼロゲート事業として最大規模の名古屋ゼロゲートが10月オープン

グローバルなファッションブランド3店舗と、世界のトレンドを展開する国内ブランド1店舗、総合スポーツショップ1店舗の、ライフスタイル提案からカジュアルまで、5ブランドの店舗が出店予定



II-2 開発事業④ 名古屋エリア計画-2

21/31

下期、「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 名古屋パルコを再編

- ・名古屋エリア初出店29店舗を含めた88店舗／約5,400㎡の大規模リニューアルを実施
- ・西館B1と東館B1を雑貨と食のテーマで再編し、西館2Fにもオーガニックレストランを導入するなど、食を中心とした多様なライフスタイルを提案



名古屋パルコ西館隣接の新規ビルへ出店

2015年春オープン予定
既存の名古屋パルコ西館・東館・南館の中心に、
路面型の集客力のあるテナントを誘致

計画概要	
建物規模	地上3階（予定）
延床面積	約1,180㎡（予定）

名古屋パルコ隣接区画新規ビルイメージ

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月掲載2冊目資料提供委員会資料

II-2 開発事業⑤ 仙台エリア計画

22/31

東北中枢都市中心部での2館展開で マーケットのパルコの存在感を拡大

仙台中心部の駅前エリアに、新たな商業拠点を2016年初夏に開業
さらなる駅前地区の活性化に貢献

計画概要	(仮称) 仙台パルコ新館
延床面積	約25,000㎡（予定）



(仮称) 仙台パルコ新館 イメージ

II-2 開発事業⑥ 札幌エリア計画

23/31

札幌の商業中心地「大通地区」、札幌PARCOの南側に
新たに商業空間を創出

札幌ゼロゲート(仮称)、2016年春開業予定

計画概要	札幌ゼロゲート(仮称)
建物規模	地下2階、地上4階
延床面積	約3,000㎡



札幌ゼロゲート(仮称)イメージ

*「ゼロゲート」事業とは、都心型中低層商業施設の開発運営事業で、都心部一等立地を活かし、事業規模に応じた戦略的、効率的な運営を行う、従来のPARCO型運営とは異なる商業施設



札幌PARCOは、インバウンド需要への
対応を強化

- ・インバウンド客に人気のショップと話題性の高い飲食を新規導入する改装を実施

2014年10月6日 株式会社パルコ 2015年2月掲載2期当期中間決算報告書

II-2 開発事業⑦ 上野物件計画

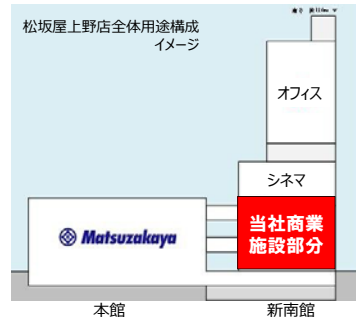
24/31

松坂屋上野店・新南館に出店、2017年秋のオープンを予定

新しい高層複合ビル(新南館)に出店し、
都市型商業施設のトータルプロデュースによりマーケットにマッチした商業施設を目指す

計画概要	
建物規模	地上1階から6階(地下2階、地上23階、塔屋1階)
延床面積	約12,000㎡ (約42,000㎡)
オープン日	2017年秋予定

* ()内は「松坂屋上野店・新南館」全体計画



完成予想図



II-3 関連事業① (株)ヌーヴ・エイ 専門店事業

25/31

上期は積極的な出店が奏功し、増収増益を達成
下期はさらなる既存事業拡大に加え、新業態開発にも注力

<上期トピックス>

上期10店舗を出店

8月末現在で全176店舗体制

- ・チックタック(腕時計)、ポーカフェイス(眼鏡)、コレクターズ(メンズ雑貨)からなる新業態の複合型セレクトショップを軽井沢にオープン



* 2014年8月末日現在

バルコ外店舗シェア	68.8%
バルコ内店舗シェア	31.2%

<下期計画>

下期も積極的な出店を計画し、7店舗が決定

- ・新規業態開発を推進し、手作り無添加石鹸の専門店を池袋バルコに出店
- ・既存事業でのアイテムの再編、開発に着手

事業部名(アイテム)	店舗数
TICTAC(腕時計)	85
アイウェア(眼鏡)	26
ローズマリー(化粧品・化粧品雑貨)	25
コレクターズ(メンズ雑貨)	35
その他新業態	5

* 2014年2月期決算時点までは、その他新業態の店舗はコレクターズ(メンズ・レディース雑貨)に包含。今年度上期に1店舗増

2014年10月6日 株式会社バルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

II-3 関連事業② (株)バルコスペースシステムズ 総合空間事業

26/31

上期は、大型商業施設の新規受注などにより増収
下期も新規受注獲得に注力し、通期での増収増益を目指す

<上期トピックス>

複合受注体制により、ハードに加え、ソフトにも対応

- ・内装工事のほか、デザイン、ディスプレイや設計などの面でもクライアントをサポートすることで、既存大型商業施設から工事を受注するとともに、新規クライアントを獲得



ショップづくりをトータルプロデュースした「BALL PARK STORE」

<下期計画>

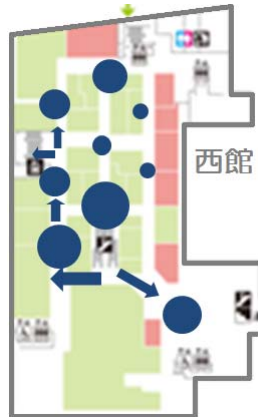
- ・初のPM事業を、名古屋ゼロゲートでスタートし、さらなる拡大を目指す
- ・新規クライアントからのBM事業を受託し、常駐管理業務として稼働本格化
- ・ホテル事業での客室清掃業務を新規受託
- ・商業施設の内装および電気工事を新規に受注

* PM : プロバティマネジメント BM : ビルマネジメント

2014年10月6日 株式会社バルコ 2015年2月期第2四半期決算説明会資料

上期は、新たなアプリを開発しサービスツールの幅を拡大
 下期はさらにツールを活用し、既存クライアントとの関係を強化
 するとともに新規取引先を開拓

人流解析レポートイメージ



名古屋パルコの館内回遊動線を解析し、今後の改装計画へ活用

<上期トピックス>

商業施設内で来店客の回遊経路を解析する
 サービスツール「人流解析」を開発

- ・外部商業施設から調査・解析を受託。
 クライアントの問題意識に基づいた調査手法を設計し、
 調査解析により仮説を検証

<下期計画>

- ・既存取引先に対し「ブログから商品購入できる仕組み」
 など新ツールの価値を紹介
- ・新規取引先開拓のため、提携先とのセミナー共催などを
 通じ、アプリなど新ツールを拡販
- ・求人媒体「ショップナビ」の営業広報を実施し、応募
 者数、採用実績増を図る

PARCO劇場のほか外部拠点でも積極的に話題性のある
 優良演目を上演、コンテンツ開発事業でも新規企画が好調

<上期トピックスと主な劇場上演演目実績>

- ・ PARCO劇場で上演したパルコ・プロデュース公演の「万獣こわい」が、読売演劇大賞の
 中間選考会で上半期作品賞ベスト5に選出
- ・コンテンツ開発として、渋谷パルコでキャラクターとのコラボカフェが上期2企画連続ヒット
 (下期も継続して企画、展開)
- ・パルコ出版が刊行した書籍「ギャートルズ1～3」が、造本装幀コンクールで東京都知事
 賞を受賞

万獣こわい (作/宮藤官九郎)	PARCO劇場
美輪明宏版「愛の讃歌」	新国立劇場 中劇場

<下期トピックスと主な劇場上演演目予定>

- ・新業態、ミュージック・カフェ&バー「QUATTRO
 LABO」を11月、吉祥寺にオープン

SINGIN' IN THE RAIN -雨に唄えば-	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



ファッション/デザインのインキュベートと情報発信を続ける
自主編集ショップを、外部に初出店

「OMISE PARCO (オミセパルコ)」を2014年4月に出店

- ・ 旅をテーマにしたデザイン物産ショップを提案
- ・ パルコとして3店舗目の自主編集ショップ
- ・ 成田国際空港のショッピングエリアへ出店
- ・ インバウンド施策として海外客への「PARCO」ブランドの認知浸透、パルコ各店舗への誘引を図る



* 既存自主編集ショップは、福岡パルコ「once A month」、渋谷パルコ「Meetscal store by once A month」



オリジナル商品を開発、7月販売開始

- ・ インバウンド需要を意識した「回転寿司スーツケースカバー」
- ・ 国内外で反響を呼びSNSでの合計ツイート/いいね数は3万件を突破

* SNS:ソーシャルネットワーキングサービス * ツイート:他人の投稿を参照して拡散すること

デザイナー・クリエイターを発掘、応援し、発表の場として
ギャラリー・共用など、パルコのビルまるごとの提供を拡大、継続

まつり
「シブカル祭。2014 ～トゥギャザーしようぜ!～」in 渋谷パルコ

「出会い、体験」をテーマに、100組を超える若手女子クリエイターが集結。クリエイターと来場者、クリエイター同士、クリエイターとショップが一体に

* 「シブカル祭。」は、若手女子クリエイターに表現の場、作品の発表やクリエイター同士の交流の場を提供し、2011年より毎年開催。本年は4回目。



地元芸術家が買い物客とともに絵を描いた新天町でのイベント



「ナゴパル文化祭 2014」in 名古屋パルコ
アート・音楽・ファッションの、地元アーティストとクリエイターの祭典。昨年に続き2回目

「天神ラボ2014」in 福岡パルコ

福岡、九州のアーティスト&クリエイターに表現の場を提供。3回目となる本年は、新天町商店街でも出張天神ラボとしてイベントを開催



本資料に記載した予想数値などは、2014年10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。実際の業績などは、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・送信などを行うことを禁じます。