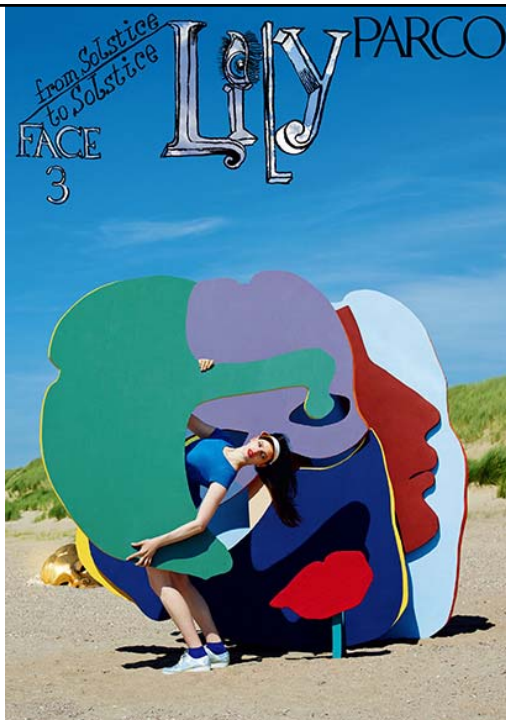


株式会社パルコ
平成27年2月期
(2014年度)
決算説明会資料
【東証一部 8251】



- 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

I 2014年度業績 ①

営業利益・経常利益・EBITDAが、3期連続で過去最高を更新

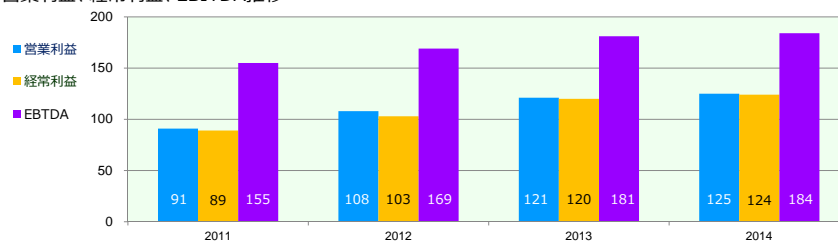
連結業績

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

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JFC 2015年2月期決算説明会資料

I 2014年度業績概要 ③

6/31

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JFC 2015年2月期決算説明会資料

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JFC 2015年2月期決算説明会資料

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 | 6,073 | 102.7% |
| 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」にて算出してあります

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JFC 2015年2月期決算説明会資料

I 2014年度業績 ⑥

9/31

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

I 2014年度業績 ⑦

10/31

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

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

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(01) 2015年2月期決算説明会資料

PARCO

12/31

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

2015年4月 株式会社(01) 2015年2月期決算説明会資料

II 中期経営計画（2014～2016年度）

13/31

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》

主要都市部の深耕

コアターゲット拡大

独自の先行的ICT活用

《5つの戦術》

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

関連事業拡大と新規事業創造

海外事業の再構築

事業推進のための経営基盤強化

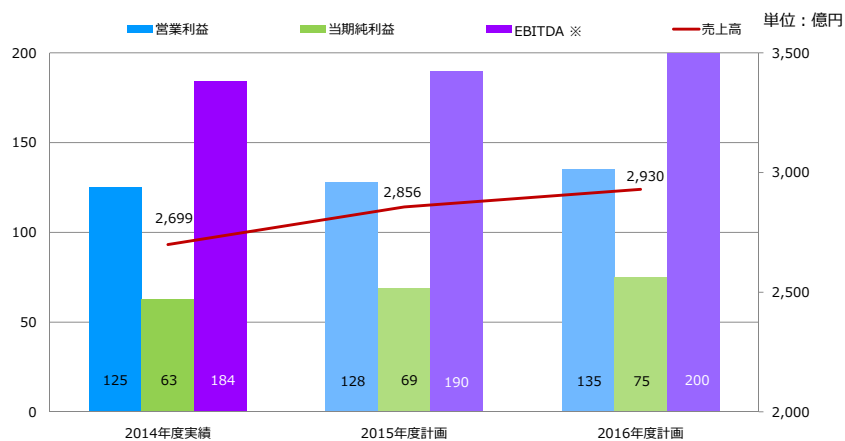
*ICT：Information and Communication Technology

2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料

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

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

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
新館オープンの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1,600㎡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）



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



| 概要 | 増床部分 |
|-------|-------------|
| 建物規模 | 地下1階、地上4～7階 |
| 賃貸借面積 | 約4,200㎡ |

増床部分
年間売上目標：30億円
年間動員目標：300万人
福岡パルコ全体（新館を含む）
年間売上目標：230億円
年間動員目標：2,300万人

福岡パルコ本館増床部（左側）



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



| 概要 | 名古屋ゼロゲート |
|------|----------|
| 建物規模 | 地上3階 |
| 延床面積 | 約7,500㎡ |

名古屋ゼロゲート



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㎡ |

名古屋PARCOMidi



PARCO

20/31

- 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

Ⅲ-1 店舗事業① パルコ店舗 <改装概要>

21/31

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

Ⅲ-1 店舗事業② <顧客政策 1>

22/31

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

Ⅲ-1 店舗事業③ <顧客政策2>

23/31

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

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勧め商品の閲覧や、「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



「POCKET PARCO」イメージ

[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

[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

*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

Ⅲ-2 関連事業① (株)ヌーヴ・エイ 専門店事業

24/31

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
- ・ステーションア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

「コド室町3 POKER FACE TOKYO TRADITION」



Ⅲ-2 関連事業② (株)パルコスペースシステムズ 総合空間事業 25/31

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

Ⅲ-2 関連事業③ (株)パルコ・シティ その他の事業 26/31

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



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

<2015年度計画>

- ・外部SC、専門店に向け、商業施設に向けたWebを使っでの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

* 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

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 |



Ⅲ-2 関連事業 ⑤ エンタテインメント事業 2 その他の事業 28/31

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」

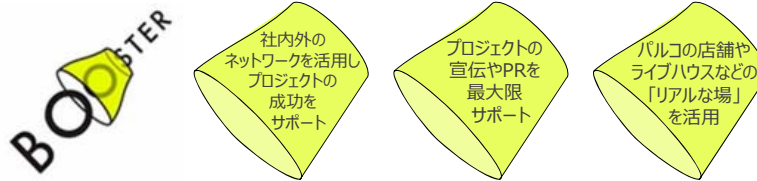


ピカチュウも大好きハンバーグ
コラボカフェのオリジナルメニュー例

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「^{ブスター}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の目標額を達成
 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「アンリアルイジ」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ルイジデザイナーのサイン付き創刊号など |



デザイナーの発掘、応援を継続

1. ^{アジア ファッション コレクション}Asia Fashion Collection を通しての支援を継続

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. バ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 渋谷バルコ

天神ラボ in 福岡バルコ

ナゴバル文化祭 in 名古屋バルコ

2011年より開催 2014年は4回目 3回目 2回目

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



2015年4月 株式会社パルコ 2015年2月期決算説明会資料



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。