

第2四半期決算説明資料



1. 第2四半期決算の概要

・ 業績の概要	P 4
・ 業績の要因	P 5
・ 上期の取組み概況①	P 6
・ 上期の取組み概況②	P 7
・ 上期の取組み概況③	P 8
・ 損益計算書の概要	P 9
・ 損益計算書の概要(合併前合算対比)	P10
・ 純利益の状況	P11
・ 資産、負債及び純資産の状況	P12
・ キャッシュフローの状況	P13
・ 事業別の状況	P14
・ 既存店売上高前年比の状況	P15
・ 売上総利益率の状況	P16
・ 直質商品の状況	P17
・ スクラップ&ビルドの状況	P18
・ 立地別の状況	P19
・ アパレル事業ブランド別の状況	P20
・ 雑貨事業ブランド別の状況	P21
・ デベロッパー別の状況	P22

2. 下期及び今期計画

・ 今期計画の概要	P24
・ 下期及び通期計画	P25
・ 下期及び通期計画(合併前合算対比)	P26
・ 中期戦略	P27
・ 環境認識	P28
・ 下期の施策①	P29
・ 下期の施策②	P30
・ アパレル事業ブランド別の施策	P31
・ 雑貨事業ブランド別の施策	P32
・ アパレル事業 ブランドコンセプト	P33
・ 雑貨事業 ブランドコンセプト	P34

3. 株主様情報

・ 株主様構成比	P36
・ 株主様還元策	P37
・ お問い合わせ先	P38

1. 第2四半期決算の概要

※資料は、単体決算の概要となります。

尚、当社は平成24年2月21日付けで、(株)鈴丹と合併しております。

～Doing it～

	当 期	前 期	前 期 比	計 画	計 画 比
売 上 高	20,824	14,259	146.0	21,900	95.1
経 常 利 益	776	564	137.5	1,000	77.6
純 利 益	1,683	▲114	—	1,800	93.5

(単位:百万円、%)

既存店売上高前年比 96.8%

売上総利益率 53.5% (前年増減+0.3%)

営業経費率 50.9% (前年増減+1.5%)

出 退 店 出店13店 退店32店

純 利 益 +1,797百万円

6月・7月期 経常利益前期比 ▲3億円強

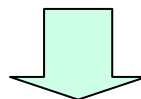
※前期比は、合併前合算対比

既存店売上前年比 上期 予定98.4% ⇒ 実績96.8%

天候不順、気温上昇の遅れにより、シーズン商品の予定売上未達
6月期:92.8% 7月期:88.8%

売上総利益率 上期 予定54.3% ⇒ 実績53.5%(前年53.2%)

アパレル事業の夏物不振により、値下額が増加
各社のプレセールなど、セール乱発による市場の混乱



今後も同様の環境が予測される

- ・ディビジョン制及び販促強化によるブランド力の向上
- ・直貿を中心とした独自の商品力の創造
- ・接客サービスを中心とした顧客化の推進

※ブランドの略称は、P. 33. 34をご参照ください

今期(第28期) 合併後の事業基盤の整備・増強に注力

1) 合併後新体制の早期確立

体制の統合を期首に一気に実行

⇒第1、第2四半期にかけて、業務遂行の不慣れさによる不備

- ・人事組織、事務所の統合(2/21)
- ・システムの統合(合併前より) ⇒ 大きなトラブルなく融合

2) 既存店舗の活性化

・改装(ブランド転換、VP強化) 年間予定50店舗 上期27店舗実施(昨年10店舗)

GF → RC (6店舗)

売上前年比好調(最大60%増)

⇒今後も積極的に転換活性化

改装店舗 (27店舗)

売上前年比平均99% ⇒予定通り実施

・重複(GF & SZ)店舗の品揃え変更 年間予定50店舗

品揃え変更 (17店舗)

店舗間に成果格差あり

⇒対象店舗を吟味して、継続拡大し活性化

3) デイビジョン制によるブランド力及びMD力強化

・アパレル事業

合併による業務遂行の不慣れさ解消に傾注
⇒期待する効果発揮は下期

・雑貨事業

MD力の強化が進行
IC(バッグ)の既存店売上前年比 115%

4) 商品鮮度管理強化

・商品管理部の専任化 とメンバーの拡充

6, 7月の夏物不振による値下処分拡大
新体制による業務遂行の不慣れさ解消に傾注
⇒期待する効果発揮は下期

5) 販促強化

・雑誌販促及び、 店頭ポスター強化

雑誌掲載拡大 ⇒ 今後も拡大強化
店頭ポスター、今期より実施 ⇒ 今後も拡大強化
ショッパーの一新、期首より実施

6) 商品企画開発力の創造

・直接貿易の強化

直貿構成比 今期目標 15%(ギャルフット)
 第2四半期実績 構成比13.4%
 専属部署設置、生産担当及びデザイナーの拡充
 メーカー背景の拡大 ⇒ 今後も拡大強化

7) 統合による営業経費の低減

・管理経費の低減

事務所、会社維持費用及び管理人件費の低減は完了
 ⇒ 店舗の適正人員化による人件費の低減

8) (株)ビックス(100%子会社、非連結)の成長基盤拡大

上期実績	売上高225百万円	経常利益▲0.8百万円	純利益▲0.9百万円
	総資産204百万円	純資産125百万円	借入0百万円

年間見通し	売上高432百万円	経常利益 5百万円	純利益 3百万円
-------	-----------	-----------	----------

・物流事業の収益拡大

物流の対外取引拡大による収益基盤拡大の取り組み
 ⇒ 継続して注力

損益計算書の概要

	前期 金額	売上比	当期 金額	売上比	前年比
売上高	14,259	100.0	20,824	100.0	146.0
売上総利益	7,589	53.2	11,133	53.5	146.7
営業費	7,044	49.4	10,601	50.9	150.5
営業利益	545	3.8	531	2.6	97.6
経常利益	564	4.0	776	3.7	137.5
純利益	▲114	—	1,683	8.2	—

(単位: 百万円、%)

損益計算書の概要(合併前合算対比) ~Doing it~

	前期 金額	売上比	当期 金額	売上比	前年比
売上高	21,706	100.0	20,824	100.0	95.9
売上総利益	11,660	53.7	11,133	53.5	95.5
営業費	10,863	50.0	10,601	50.9	97.6
営業利益	796	3.7	531	2.6	66.7
経常利益	840	3.9	776	3.7	92.4
純利益	▲246	—	1,683	8.2	—

※ 前期実績および前年比は合併前の両社合算数値となります

(単位: 百万円、%)

合併に伴う税効果会計適用により、繰延税金資産の計上:1,427百万円

Copyright © Palemo Co. , Ltd.

純 資 産 期首6,063百万円 ⇒ 7,614百万円 40.5%

長短借入金 期首4,100百万円 ⇒ 2,700百万円 14.4%

	2011年8月期	2012年2月期	2012年8月期
総 資 産	12,681	12,199	18,789
商 品	2,460	2,607	3,244
投資その他資産 ※主に保証金	6,099	5,905	9,560
負 債	6,838	6,469	11,174
長 短 借 入 金	1,300	1,100	2,700
純 資 産	5,843	5,730	7,614

(単位:百万円)

フリーキャッシュ・フロー ▲546百万円⇒ 518百万円

財務CF 長短借入金の圧縮額 1,400百万円

	2011年 8月期	2012年 8月期
営業キャッシュ・フロー	▲490	402
投資キャッシュ・フロー	▲56	116
財務キャッシュ・フロー	149	▲1,437
現金及び現金同等物の増減額	▲397	▲918

(単位:百万円)

売上高構成比 アパレル事業75.4% 雑貨事業 21.6%
 その他 3.0%

	前期 売上高	構成比	当期 売上高	構成比
アパレル事業	9,822	68.9	15,692	75.4
雑貨事業	4,320	30.3	4,502	21.6
その他	117	0.8	629	3.0
全社	14,259	100.0	20,824	100.0

(単位:百万円、%)

既存店売上高前年比 96.8% 第1Q 100.1% 第2Q 93.6%

	3月	4月	5月	第1四半期	
全社売上	103.5	101.7	95.8	100.1	
客数	104.1	98.6	93.4	98.4	
客単価	99.4	103.1	102.6	101.7	
	6月	7月	8月	第2四半期	上期
全社売上	92.8	88.8	99.3	93.6	96.8
客数	89.0	86.6	96.1	90.6	94.4
客単価	104.2	102.6	103.4	103.4	102.5

(単位: %)

売上総利益率 53.2% ⇒ 53.5%

＜要因＞6月、7月夏物不振によるアパレル事業の値下増加

第1Q +0.3% 第2Q +0.2% 前年同期比+0.3%

	2010年 2月期	2010年 8月期	2011年 2月期	2011年 8月期	2012年 2月期	2012年 8月期
全 社	52.6	53.5	53.4	53.2	53.2	53.5

(単位: %)

直接貿易中期計画

ギャルフィット 構成比 30% 荒利率 56%

アパレル事業全体 構成比 20% 荒利率 56%

		12年8月期	
		売上構成比	荒利益率
ギャルフィット	直 貿	13.4	50.1
	そ の 他	86.6	50.4
	合 計	100.0	50.3
アパレル事業全体	直 貿	6.2	51.9
	そ の 他	93.8	52.4
	合 計	100.0	52.4

(単位: %)

出店 24店 ⇒ 13店

・上期は改装に注力（改装 10店 ⇒ 27店）

退店 18店 ⇒ 32店

・催事契約店舗のうち、不採算店舗を閉店

	2011年 2月期	2011年 8月期	2012年 2月期	2013年2月期	
				上期	通期見通し
出 店	38 (54)	24 (33)	40 (52)	13	40
退 店	35 (87)	18 (31)	32 (68)	32	50
純 増	3 (▲33)	6 (2)	8 (▲16)	▲19	▲10
期 末 店 舗 数	576 (832)	582 (834)	584 (816)	797	806
店 舗 投 資 額	670	307	646	436	1,200

※()内は合併前両社合算数値となっております

(単位: 店数、百万円)

※2013年2月期の期首で、合併により232店舗増となっております

合併により
都心、モール型拡大 187店 ⇒ 301店

		2011年 8月期末	2012年 2月期末	2012年 8月期末
都 心 型	店 舗 数	42	45	108
	(構 成 比)	7.2	7.7	13.6
モ ー ル 型	店 舗 数	145	153	197
	(構 成 比)	24.9	26.2	24.7
G M S 型	店 舗 数	395	386	492
	(構 成 比)	67.9	66.1	61.7

(単位:店数、%)

新店フォレストハート(スズタンD)
改装(ブランド転換) リシェリエ

4店舗
6店舗

	合併増加	出店	退店	業態転換	純増(減)	期末店舗
ギャルフィットD	—	2	12	▲1	▲11	280
リシェリエ	—	0	0	6	6	14
ド ス チ	—	0	0	0	0	39
ギャルフィット他	—	2	12	▲7	▲17	227
スズタンD	152	4	7	4	1	153
リジェイD	14	0	3	0	▲3	57
エスアイツーシーD	60	0	2	▲2	▲4	56
リメディオD	—	0	2	0	▲2	26
ヴィサリアD	—	0	0	0	0	5
アパレル事業合計	226	6	26	1	▲19	577
複 合 店	6	0	2	▲1	▲3	50

※ D:ディビジョン

木糸土・ハレノヒ及びイルーシー300 店舗拡大

	出店	退店	業態転換	純増(減)	期末店舗
シー・レット D	2	2	▲3	▲3	104
イルーシー300 D	2	1	3	4	32
インセンス D	0	1	0	▲1	26
木糸土・ハレノヒ D	3	0	0	3	8
雑貨事業合計	7	4	0	3	170

※ D:ディビジョン

合併により流通系デベロッパー以外が増加

	合併増	出店	退店	増減	期末 店舗数	店舗 構成比
イ オ ン G	50	4	10	▲6	215	27.0
ユ ニ ー G	29	1	5	▲4	147	18.4
セ ブ ン & ア イ G	7	1	4	▲3	50	6.3
ダ イ エ ー	7	0	0	0	26	3.3
フ ジ	2	0	0	0	25	3.1
イ ズ ミ	11	0	1	▲1	31	3.9
他	126	7	12	▲5	303	38.0
合 計	232	13	32	▲19	797	100.0

2. 下期及び今期計画

～Doing it～

	前 期	前期(合併前合算)	9月修正計画
売 上 高	27,978	42,434	40,200
経 常 利 益	675	1,102	1,080
純 利 益	▲190	▲429	1,700

(単位:百万円)

既存店売上高前年比

下期97.0% 年間96.9%

売上総利益率改善

下期 1.1% 年間 0.4%

出退店の年間計画

出店 40店 退店 50店

下期及び通期計画

~ Doing it ~

	前年下期 実績	下期 計画	前年比	前年通期 実績	通期計画	前年比
売上高 (既存店前期比)	13,718 95.2	19,375 97.0	141.2	27,978 92.3	40,200 96.9	143.7
売上総利益 (売上比)	7,288 53.1	10,686 55.2	146.6	14,877 53.2	21,820 54.3	146.7
営業費 (売上比)	7,202 52.5	10,348 53.4	143.7	14,246 50.9	20,950 52.1	147.1
営業利益 (売上比)	86 0.6	338 1.7	393.0	631 2.2	870 2.2	137.8
経常利益 (売上比)	110 0.8	303 1.6	275.0	675 2.4	1,080 2.7	160.0
当期純利益 (売上比)	▲76 —	16 0.1	—	▲190 —	1,700 4.2	—

(単位:百万円、%)

下期及び通期計画(合併前合算対比)

~Doing it~

	前年下期 実績	下期 計画	前年比	前年通期 実績	通期計画	前年比
売上高 (既存店前期比)	20,727 97.6	19,375 97.0	93.5	42,434 94.7	40,200 96.9	94.7
売上総利益 (売上比)	11,216 54.1	10,686 55.2	94.8	22,876 53.9	21,820 54.3	95.4
営業費 (売上比)	10,981 53.0	10,348 53.4	93.8	21,844 51.5	20,950 52.1	95.9
営業利益 (売上比)	235 1.1	338 1.7	143.8	1,032 2.4	870 2.2	84.3
経常利益 (売上比)	262 1.3	303 1.6	115.8	1,102 2.6	1,080 2.7	98.0
当期純利益 (売上比)	▲182 —	16 0.1	—	▲429 —	1,700 4.2	—

※ 前期実績および前年比は合併前の両社合算数値となります

(単位:百万円、%)

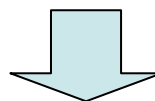
方針	永続的安定成長	
基本戦略	多核化ブランド戦略	
中期目標	売上高 600億	経常利益 30億
成長戦略	収益拡大	都心への深耕
	収益率向上	直貿の戦力化
合併効果	直貿の強化	対象店舗500店舗
	人材の活用	都心ブランドの成長
	既存店舗のブランド転換	

寡占化競合環境

“顧客の争奪”

経済環境の不透明化
デフレの長期化
少子高齢化
消費税、社会保障費の負担増
「モノ」から「コト」「ヒト」重視

SC毎の特徴化が進行
都心商業施設の活性化拡大
郊外SCの客層変化
中国製品コストの上昇
国内ベンダーの寡占化



SCの多様化に対応した多核化ブランド戦略
都心ブランドの育成拡大
ブランド毎の独自の商品力向上
郊外主力事業の顧客層の拡大
アセアンからの商品調達の取組み

1) 既存店舗の活性化

- | | | |
|------------------|--------------------|--------------------|
| ・改装(ブランド転換、VP強化) | 下期 23店舗
(昨年8店舗) | 年間50店舗
(昨年18店舗) |
| ・品揃えの変更 | 下期 15店舗 | 年間32店舗 |

2) デイビジョン制によるブランド力及びMD力強化

- ・適材適所によるブランド毎の人事活性化
- ・商品運営の順応性が向上 下期より統合による不備解消

3) 直接貿易の強化

- ・下期構成15% 中期目標30%
・デザイナーの拡充 企画会議の充実 アセアン背景の取組み

4) 販促強化

- ・雑誌、店頭ポスター強化及びブランドリーフレット作成開始
- ・モデル活用によるブランド訴求強化 プレス担当新設

5) 郊外主力アパレル事業の商品力強化による客数増

- ・GAL FIT 30代の新たな顧客層の取り込みのためのベーシック強化
- ・SUZUTAN 顧客層拡大による客数増のための価格競争力強化

6) 既存アパレルブランドのリモデル

- ・新たな成長に向けて、新内装及びVPによる新SUZUTANスタート
- ・SI2Cのブランドコンセプト及びMDの再構築 新体制でスタート(33店舗)
- ・ForestHeartのMD力強化のため、店舗ロット確立及び人的強化(24店舗)

7) 顧客化推進

- ・接客を中心としたサービス力の向上
- ・メール会員の獲得に対する取組み強化

- GF 30代の新たな顧客層の取込みのためのベーシック強化
- RC 既存店舗からの転換を積極的に推進
ブランド認知度拡大 雑誌販促及びモデル販促スタート
- DC 既存店の安定した伸長から更なるブランドの個性化追求
- SZ 顧客層拡大による客数増のための価格競争力強化
新たな成長に向け、新内装及びVPによる新SUZUTANの取組みスタート
- FH MD力強化のため、店舗ロット確立及び人的強化(24店舗)
- RJ・SP 都心大型店舗への準備 顧客化推進 メルマガ会員拡大
- SI ブランドコンセプト及びMDの再構築 新体制でスタート(33店舗)
- LM 主力商品強化によるブランド力強化
- VS 都心出店拡大 ブランド力強化のためのMD強化

- SB 既存店の安定した伸長 出店拡大 更なる進化
 新商品の取組み強化 ジュニア層ターゲット 新規キャラクターなど
 地下街型の業態の推進
- IL オリジナル商品の拡大 提案型のVP強化 生活雑貨の主力化
 新店拡大 2年後32⇒60店舗へ 新内装による大人感シフト
- IC 既存伸長115% 新内装による出店拡大
 オリジナル商品拡充 高額商品の展開による単価アップ
- 木糸土 国内の職人、匠の雑貨の編集をブラッシュアップ
- HH アパレル強化 ベンダーの拡大 ライフスタイル提案強化
 新メンバースカートの展開 メールによる販促強化

ブランド	略称	コンセプト
GAL FIT	GF	最新トレンドファッションを中心に、ベーシックアイテムをバランスよくMIXし、リアルで等身大のスタイリングを提案します。
Recherie	RC	「大人可愛い」をコンセプトにファッションに敏感な女性に向けたワードローブを提案します。
DOSCH	DC	強めで個性的な着こなしを好む女性に最新の遊び心あるスタイルを提案します。
SUZUTAN	SZ	ティーンズからミセスまでを顧客に、最新ファッションと着回しのきくベーシックアイテムを、プチプライスで提案します。
Forest Heart	FH	ファッションを楽しみたい大人の女性に、暖かさやぬくもりの感じられる素材感を生かしながら、スタイリッシュなカジュアルスタイルを提案します。
Re-J	RJ	洗練されたカジュアルスタイルを中心に、大きいサイズのお客様にむけてハイセンスなコーディネートと丁寧な接客で提案します。
su*pu*re	SP	キャリアエレガンス・キュートカジュアル主体にヤングレディースのトレンドファッションを大きいサイズで提案します。
S. X ² . C.	SI	エレガンスな服もカジュアルな服も『×スイート』で大人可愛いフェミニンスタイルに仕上げて、大人になっても可愛いものが大好きな女性のオンからオフまでトータルにプロデュースします。
Li Meduo	LM	自分のスタイルをもったポジティブな女性に向けて、質感に拘った上質な着こなしを提案します。
Visalia	VS	いつでもかわいくおしゃれでありたい女の子にトレンド感を取り入れたSWEET MIX STYLEを提案します。

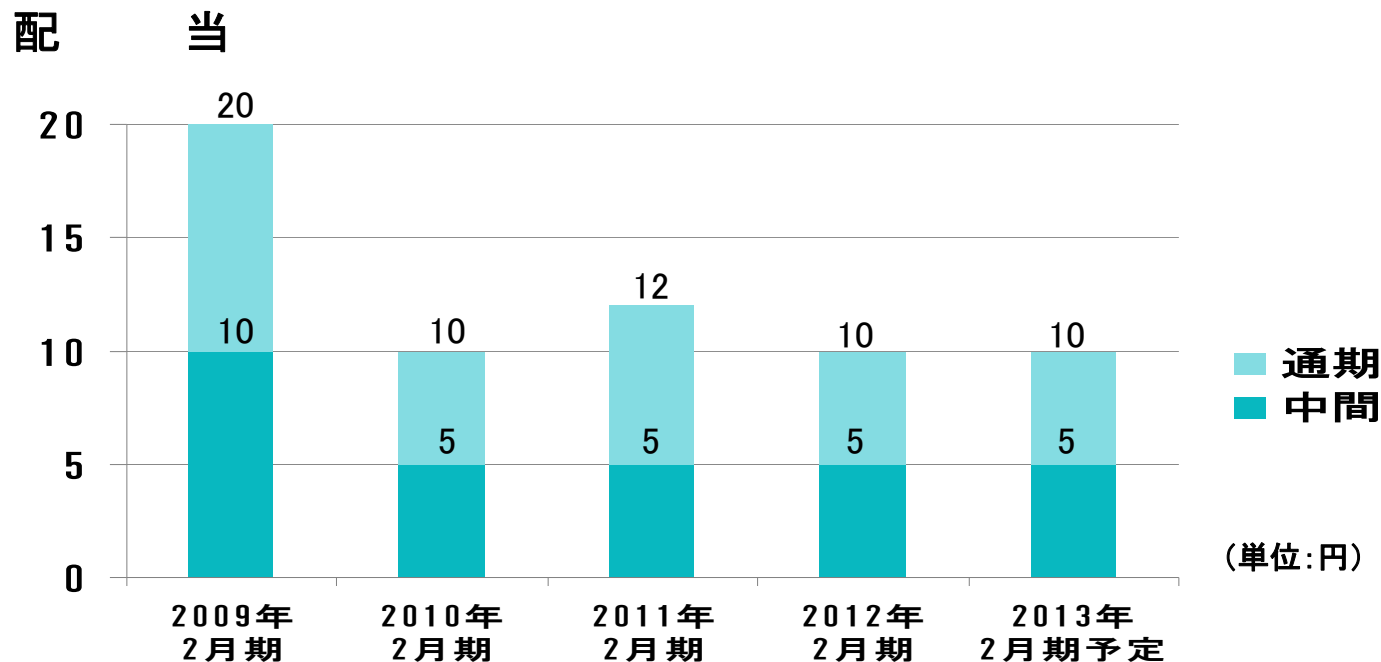
ブランド	略称	コンセプト
Siebelet	SB	毎日を楽しませる、トータル提案型雑貨SHOPです。親子で、ワクワク楽しく過ごせる空間を提案します。
	IL	インテリア、キッチン用品などの生活雑貨を、「ハッピー」「ワクワク」「ドキドキ」をキーワードに、300円のワンプライスで提案します。
	IC	レディース、メンズそして服飾雑貨～トラベルケースまでバッグとその関連商品をトータルで提案します。
	木	木・糸・土の素材を活かし、「無理なく 無駄なく」をコンセプトに、シンプルで飽きのこない生活雑貨を提案します。
	HH	モノが溢れる現代で、ひとつひとつの身の回り品に、シンプルで手作りの温もりを求める大人の女性に、雑貨とアパレルでライフスタイルを提案します。

3. 株主様情報

～Doing it～

株主様 3,100名 ⇒ 8月20日現在7,307名（合併後）

	2011年8月20日			2012年2月20日			2012年8月20日		
	株主数		株式数	株主数		株式数	株主数		株式数
個人株主・他	2,869名	98.7%	29.9%	3,062名	98.8%	31.0%	7,049名	96.5%	28.0%
国内法人	20名	0.7%	64.4%	21名	0.7%	62.2%	207名	2.8%	64.0%
機関投資家	18名	0.6%	5.7%	12名	0.4%	5.3%	35名	0.5%	6.0%
外国法人・個人	0名	0%	0%	5名	0.1%	1.5%	16名	0.2%	2.0%
合 計	2,907名	100.0%	100.0%	3,100名	100.0%	100.0%	7,307名	100.0%	100.0%



株主優待

300株以上1,000株未満 = 1,000円のクオカード

1,000株以上 = 5,000円相当の果物

< 2012年8月20日現在 >

・住所 愛知県稲沢市天池五反田町1番地

・TEL 0587-24-9771

・FAX 0587-24-9710

・担当者 <IR担当役員>

常務取締役 管理担当 永井 隆司

E-MAIL T-nagai@palemo.co.jp

・この資料には、株式会社パレモの現在の計画、確信及びその業績に関する将来の見通しが含まれています。
・これらの見通しは、将来の業績を完全に見通したものであるとは限らず、将来の業績に影響をあたえるリスクや不確実な要素が含まれています。実際の業績は、様々な要素により、これらの見通しとは異なる場合があります。