

# 2022年2月期 決算説明会

2022年3月31日



パレモ・ホールディングス株式会社

## 1. 決算の概要

・ 損益計算書の概要	P 4
・ 純利益の状況	P 5
・ 資産、負債及び純資産の状況	P 6
・ キャッシュ・フローの状況	P 7
・ 四半期業績の概要	P 8
・ 事業別の状況	P 9
・ 既存店売上高前年比の状況①	P10
・ 既存店売上高前年比の状況②	P11
・ 売上総利益率の状況	P12
・ スクラップ&ビルドの状況	P13
・ ブランド別店舗数の状況	P14
・ 当期の取り組み概況	P15
・ 当期の取り組みトピックス①	P16
・ 当期の取り組みトピックス②	P17

## 2. 中期経営計画（事業再構築計画）について

・ 過年度業績の振り返り	P19～P21
・ 今後の将来像	P22
・ 計画の骨子	P23～P26
・ 数値計画	P27～P28

## 3. 今期の計画

・ 今期計画の概要	P30
・ 上期数値計画	P31
・ 通期数値計画	P32
・ 今期の施策	P33
・ ブランドコンセプト	P34

## 4. 株主様情報

・ お知らせ	P36
・ 株主様構成比	P37
・ 株主様還元策	P38
・ お問い合わせ先	P39

---

# 1. 決算の概要

---

(百万円)

	21/2期		22/2期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比/増減
売上高	18,257	100.0%	17,907	100.0%	98.1%
売上総利益	9,394	51.5%	9,354	52.2%	99.6%
営業経費	10,719	58.7%	10,063	56.2%	93.9%
営業利益	▲1,325	▲7.3%	▲709	▲4.0%	616
経常利益	▲1,321	▲7.2%	▲674	▲3.8%	646
税引前純利益	▲1,807	▲9.9%	▲1,331	▲7.4%	476
純利益	▲1,880	▲10.3%	▲1,393	▲7.8%	487

売上高前期比 98.1% (既存店売上高前年比 101.1%)

売上総利益率 52.2% (前年増減 + 0.7%)

営業経費率 56.2% (前年増減 ▲2.5%)

出退店 出店:19店 退店:49店 (純減:30店)

(百万円)

	前期	当期	増減
営業利益	▲1,325	▲709	616
営業外収益	27	71	43
時短協力金	-	52	52
経常利益	▲1,321	▲674	646
特別利益	346	15	▲331
雇用調整助成金	153	14	▲139
特別損失	832	671	▲160
休業手当	160	13	▲146
除却損 ペナルティ	27	134	106
減損損失	188	507	319
法人税等	73	62	▲10
純利益	▲1,880	▲1,393	487

## ■営業外収益

休業/時短協力金 52百万円計上  
(3Qまで経費のマイナス計上)

## ■特別利益

前期は、SC休業時の営業補償と  
雇用調整助成金153百万円 計上

## ■特別損失

減損店舗数 53店 → 177店

・2期連続でコロナ影響による

赤字店舗が増加

・当社都合による閉店店舗の

違約金 106百万円増

(百万円)

	21/2期末	22/2期末	前年増減
総資産	9,992	9,218	▲774
商品	1,608	1,808	200
有形固定資産	1,319	1,064	▲255
差入保証金	3,740	3,152	▲588
負債	8,184	8,799	615
長短借入金	3,350	3,487	137
純資産	1,808	418	▲1,389

商品：期首対比 +200百万円（300円均一雑貨店舗数増）

有形固定資産：期首対比 ▲255百万円（減損増加）

差入保証金：期首対比 ▲588百万円（退店店舗の積み増し）

純資産：期末 418百万円（自己資本比率：17.7% ⇒ 4.2%）

(百万円)

	20/2期	21/2期	22/2期
営業キャッシュ・フロー	619	▲1,155	▲158
投資キャッシュ・フロー	▲808	76	107
財務キャッシュ・フロー	▲118	970	125
現金及び現金同等物の増減額	▲306	▲108	74

営業CF 税引前純利益 ▲1,807百万円 ⇒ ▲1,331百万円

投資CF 新店への投資圧縮、退店積み増しで差入保証金の回収増

財務CF 有利子負債 137百万円増加（長期借入金減、短期借入金増）

(百万円)

	第3四半期			第4四半期		
	前期	当期	前期比 増減	前期	当期	前期比 増減
売上高	5,187	4,373	84.3%	4,697	4,936	105.1%
売上総利益	2,696	2,159	80.1%	2,327	2,575	110.7%
(売上総利益率)	52.0%	49.4%	▲2.6%	49.5%	52.2%	2.7%
営業経費	2,822	2,529	89.6%	2,755	2,603	94.5%
営業利益	▲126	▲370	▲244	▲428	▲27	400

<第3四半期の状況> 8/21~11/20 既存店売上高前年比 83.3%

- ①コロナと8月長雨の影響で夏物販売不振となり、在庫処分したことで荒利益率大幅低下
- ②9月いっぱい緊急事態宣言解除されるも、気温が高めに推移し客数回復が遅れる

<第4四半期の状況> 11/21~2/20 既存店売上高前年比 104.7%

- ①コロナ感染者の減少と気温低下が進んだことで、冬物アウター中心に売上回復
- ②1月後半からのオミクロン株の感染拡大と、気温上昇の遅れから春物動向は低調



## 既存店売上高前年比の状況 ①

既存店売上高前年比 101.1%      既存店客数前年比104.8%

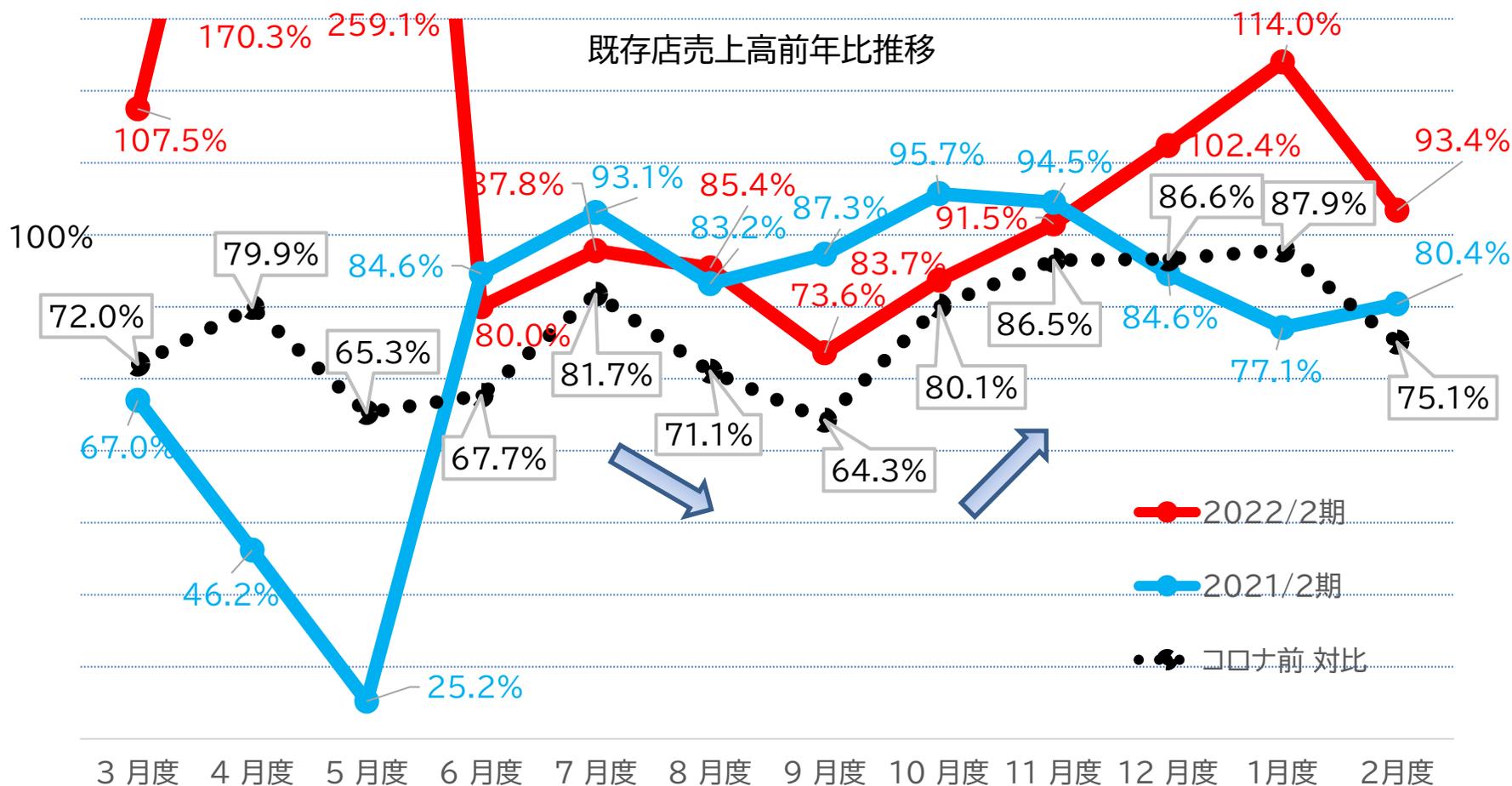
上期 売上高 110.0% 客数 115.2% 緊急事態宣言解除、前年Q1休業の反動

下期 売上高 93.3% 客数 95.7% 12月・1月を除きコロナ影響を受け低調

	3月	4月	5月	第1 四半期	6月	7月	8月	第2 四半期	上期	
売上高	107.5	173.0	259.1	158.5	80.0	87.8	85.4	84.3	110.0	
客数	123.0	186.3	268.1	172.0	82.7	86.7	85.6	85.0	115.2	
客単価	87.4	92.8	96.7	92.2	96.7	101.3	99.8	99.2	95.5	(%)
	9月	10月	11月	第3 四半期	12月	1月	2月	第4 四半期	下期	年間
売上高	73.6	83.7	91.5	83.3	102.4	114.0	93.4	104.7	93.3	101.1
客数	76.3	90.6	91.9	86.6	100.9	112.1	96.8	105.8	95.7	104.8
客単価	96.4	92.4	99.5	96.1	101.5	101.7	96.4	98.9	97.5	96.5

## 既存店売上高前年比の状況 ②

上期 第1Q:初夏動向上昇、GW緊急事態宣言で時短営業 第2Q:緊急事態宣言、8月長雨で苦戦  
 下期 第3Q:10月緊急事態宣言解除も回復弱い 第4Q:感染者急減、気温低下で冬物好調



## 売上総利益率 51.5% ⇒ 52.2%

<要因>

前年同期比 +0.7% (上期 +1.5% 下期 +0.1%)

前年 雑貨ブランド廃止で低推移も、本年アパレル在庫処分のため微増

(%)

	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期
上期	55.7	55.9	55.8	52.2	53.7
下期	55.2	55.5	55.2	50.8	50.9
通期	55.5	55.7	55.5	51.5	52.2

アパレル事業：53.6%(▲0.8%) コロナと長雨により夏物処分増、荒利率低下

雑貨事業：51.1%(+6.4%) 前期はバラエティ雑貨廃止による処分が影響

- 出店 14店 ⇒ 19店 雑貨事業の300円雑貨を新規17店出店  
 退店 91店 ⇒ 49店 コロナ感染症の継続により赤字解消困難な  
 アパレル事業中心に不採算店舗を退店  
 業態変更店 ⇒ 22店 アパレル業態から18店舗を300円雑貨に変更

	17/2期	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期
出 店	9	27	38	44	14	19
退 店	88	53	29	35	91	49
増 減	▲79	▲26	9	9	▲77	▲30
期末店舗数	495	469	478	487	410	380
店舗投資額	290	560	758	838	312	378

(店舗投資額単位:百万円)

## ブランド別店舗数の状況

	出店	退店	変更	増減	期末店舗
レギュラー店舗	2	29	▲16	▲43	212
Ludic Park,9SQUARE	1	2	▲1	▲2	42
Lilou de chouchou	0	1	▲1	▲2	6
DAISY MERRY	0	0	0	0	4
RecHerie, DOSCH	1	4	▲1	▲4	34
木糸土・Hare no hi	0	4	0	▲4	12
GAL FIT,SUZUTAN,etc	0	18	▲13	▲31	114
ラージサイズ店舗	0	12	▲1	▲13	21
アパレル事業 合計	2	41	▲17	▲56	233
illusie300	17	5	22	34	128
Siebelet	0	0	▲4	▲4	2
INCENSE	0	1	0	▲1	14
雑貨事業 合計	17	6	18	29	144
複合店(※)	0	2	▲1	▲3	3
合計	19	49	0	▲30	380

※ 複合店は、複数のブランドを併設した店舗です。また、前期より「木糸土・Hare no hi」をアパレル事業に含んでおります。

## 1) 営業施策（基幹事業の立て直し）

- ①アパレル・レギュラー業態：緊急事態宣言や8月長雨により客数回復遅れ、在庫バランス悪化
- ②アパレル・ラージサイズ業態：品種別在庫 鮮度改善課題、EC販売強化し売上高前年比122%

## 2) 成長施策（出店戦略、EC販売強化）

- ①アパレル事業：新規開設の商業施設2店舗、催事3店の出店のみに抑制
- ②雑貨事業：イルーシー300の出店 → 新規17店、催事9店、業態変更22店、合計48店増
- ③EC事業：アパレル 新ブランド「NOEMIE」開始、ラージサイズ ランファン(下着)品揃え拡大  
SNS(Instagram、YouTube)販路拡大 → 売上高435百万円、前年比123.9%

## 3) コスト削減（不採算店舗対応、人員配転）

- ①アパレル不採算店舗 → 300円均一雑貨イルーシー300への業態変更18店舗（黒字転換）
- ②不採算店舗の退店による固定費削減 → アパレル事業中心に49店舗退店（次期も計画有）
- ③賃料減額交渉の継続 → 不採算店舗の商業施設様に協力依頼（分率、最低保証、期間限定等）
- ④本社・本部人員の見直し → 雑貨業態変更プロジェクト、店舗への配転、スリム化の実施

## ■ 300円均一雑貨 好調「イルーシー300」の拡大

①出店拡大 → 新規17店、新規催事9店、業態変更22店 → 合計142店舗(内催事14店)に

②アパレルからの業態変更 (18店舗 変更後 2/20までの前年比167.1%)

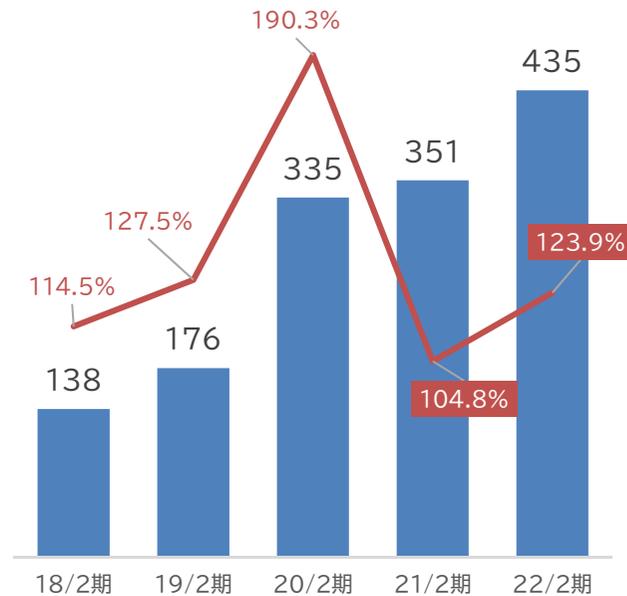
- 好調 300円均一業態の拡大 → 初めての取り組みとして、18店舗を業態変更
- 不採算アパレル店舗の赤字解消効果あり → 業態変更後、18店舗全店黒字化

変更日	店名	売上高 前年比
7/10	八戸ラピア店	149.9%
7/10	本八幡パティオ店	165.5%
7/17	綾瀬タウンヒルズ店	148.7%
7/17	あけのアクロス店	136.3%
8/11	徳島マルナカ店	204.3%
8/11	秦野イオン店	254.8%
8/14	郡山フェスタ店	170.6%
8/28	佐沼イオンタウン店	214.0%
8/28	菰野イオンタウン店	117.3%

変更日	店名	売上高 前年比
8/28	会津若松メガドンキ店	201.9%
8/28	松山フジグラン店	127.3%
9/1	常盤平西友店	150.5%
9/4	姫路店	182.8%
9/15	宇都宮イトーヨーカド店	192.7%
9/18	尼崎店	158.5%
9/23	小倉サンリブシティ店	151.6%
11/20	仙台泉大沢イオンタウン店	214.6%
11/25	八千代台ユアエルム店	208.5%

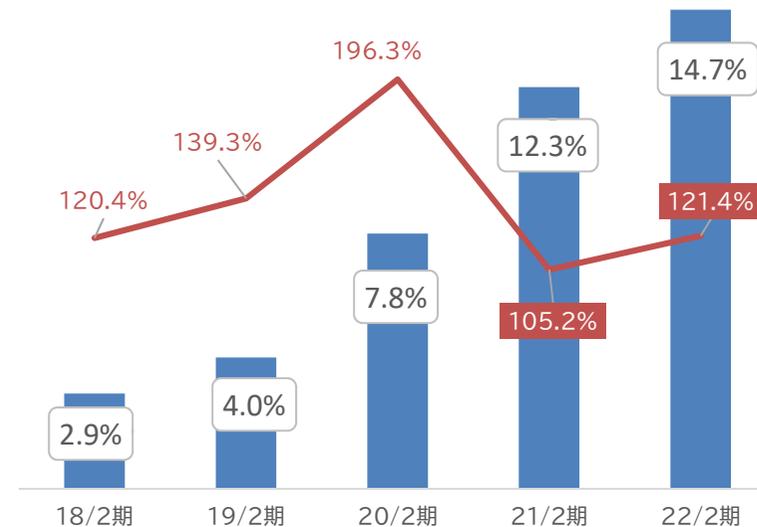
## ■ EC（ネット通販）事業の拡大

< EC売上高・前年比 推移 >



- リアル店舗からネット通販への流れが加速、売上拡大継続、順調に前年を上回る実績
- アパレル レギュラーサイズ：新規ブランド「NOEMIE」販売拡大、SNS活用誘導効果あり
- 雑貨 イルシー300：人気キャラクターの生活雑貨中心にアソート販売、Instagram活用

< ラージサイズ全体に占めるEC比率、前年比推移 >



- ラージサイズは、リアル店舗を含めたラージサイズ売上に占めるEC比率が、12.3%→14.7%に拡大
- パレモアプリの活用、スタッフコーデ強化、YouTube販促の活用によるサイト集客の強化継続
- SNS(Instagram、YouTube、LINEなど)の活用奏功し、集客対策効果で利益も確保

---

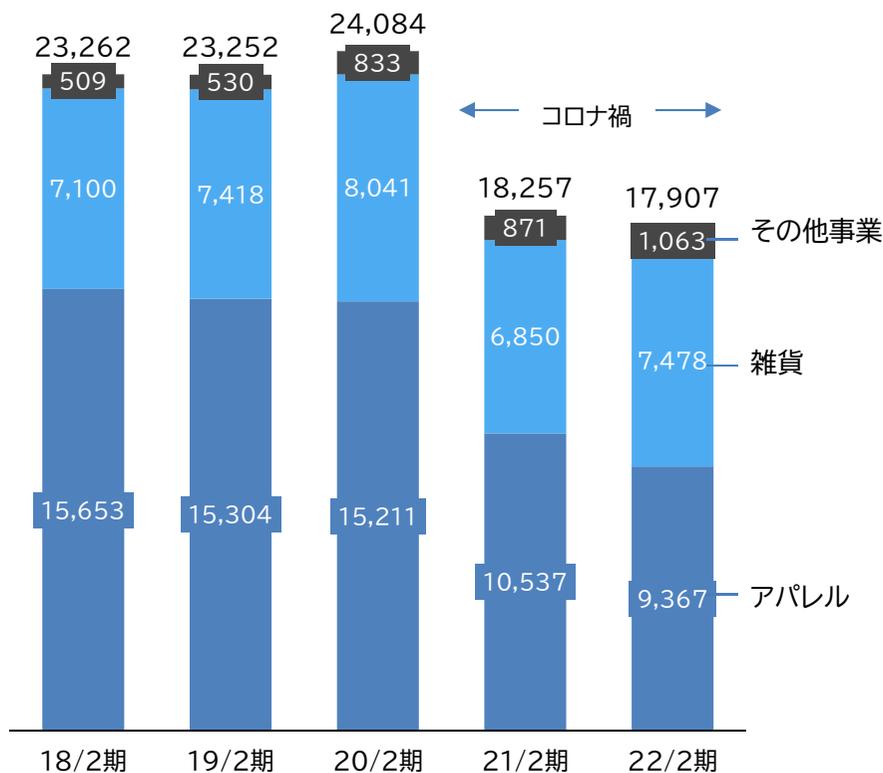
## 2. 中期経営計画 (事業再構築計画)について

---

売上高は雑貨店舗の新店出店もあり順調に拡大してきたが、21/2期にコロナ影響を受けアパレル中心に急減

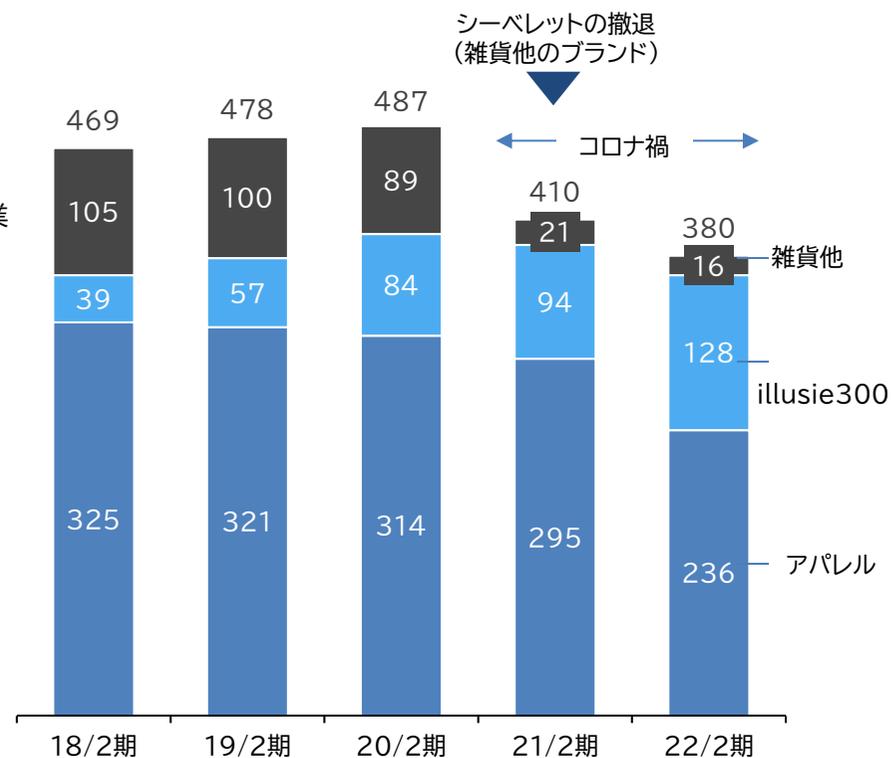
アパレルは、コロナ影響を受けた不採算店舗の見直しを進め、雑貨他は21/2期のシーベレット撤退を受けて減少、illusie300については積極的に出店拡大

連結 売上高 (百万円)



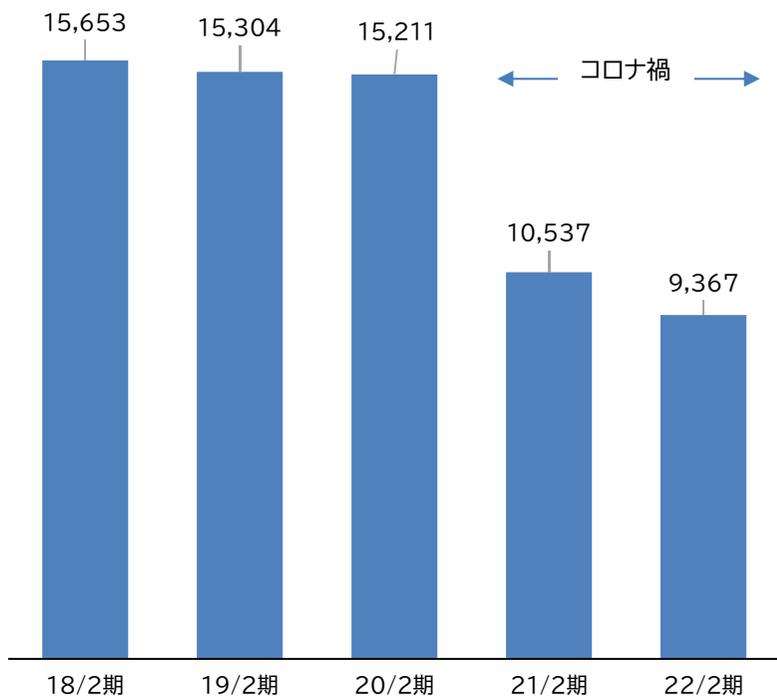
期末時点の店舗数の推移 (実績)

※正規出店店舗のみ、複合店はアパレルとしてカウント

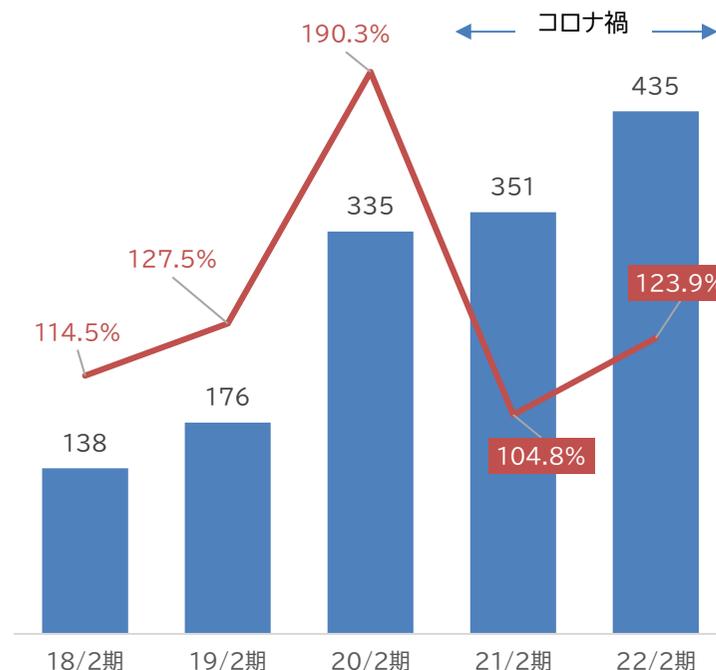


21/2期以降 コロナ影響を受け、外出着需要の縮小からアパレル事業の売上が急減  
一方、ラージサイズアパレル中心のEC(ネット通販)はコロナ禍でも順調に売上を伸ばす

アパレル 売上高 (百万円)



EC売上高 (百万円) 前年比 (%)

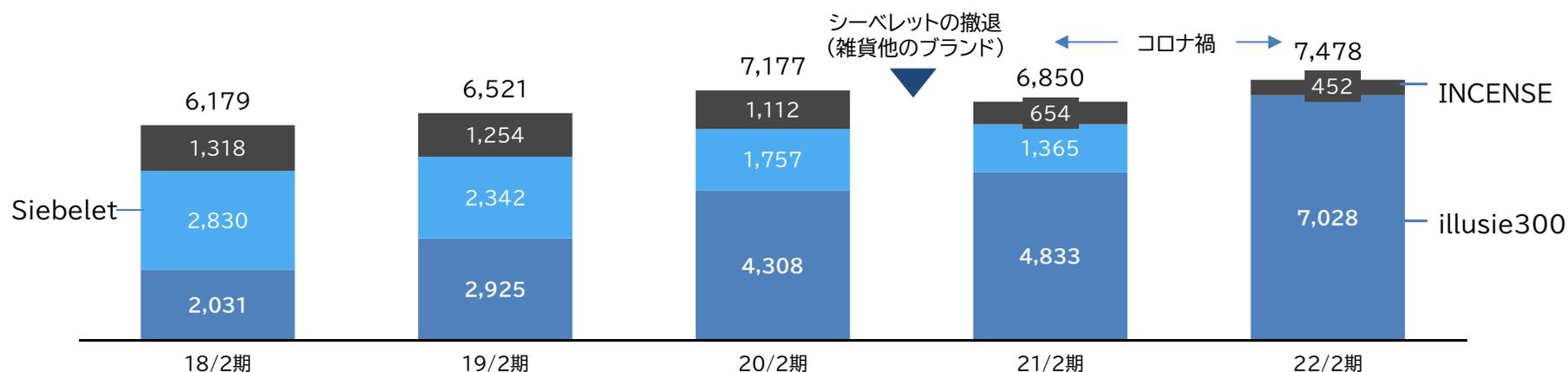


アパレル	店舗数増減	▲ 13	▲ 4	▲ 7	▲ 19	▲ 59
	期末店舗数	325	321	314	295	236
		18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期

※正規出店店舗のみ、複合店はアパレルとしてカウント

300円均一雑貨のillusie300は積極的な出店拡大により、売上高70億円規模に拡大  
 バリエティ雑貨のSiebeletは21/2期にブランド廃止で、雑貨全体の売上低下も再浮上

雑貨 ブランド別 売上高 (百万円)

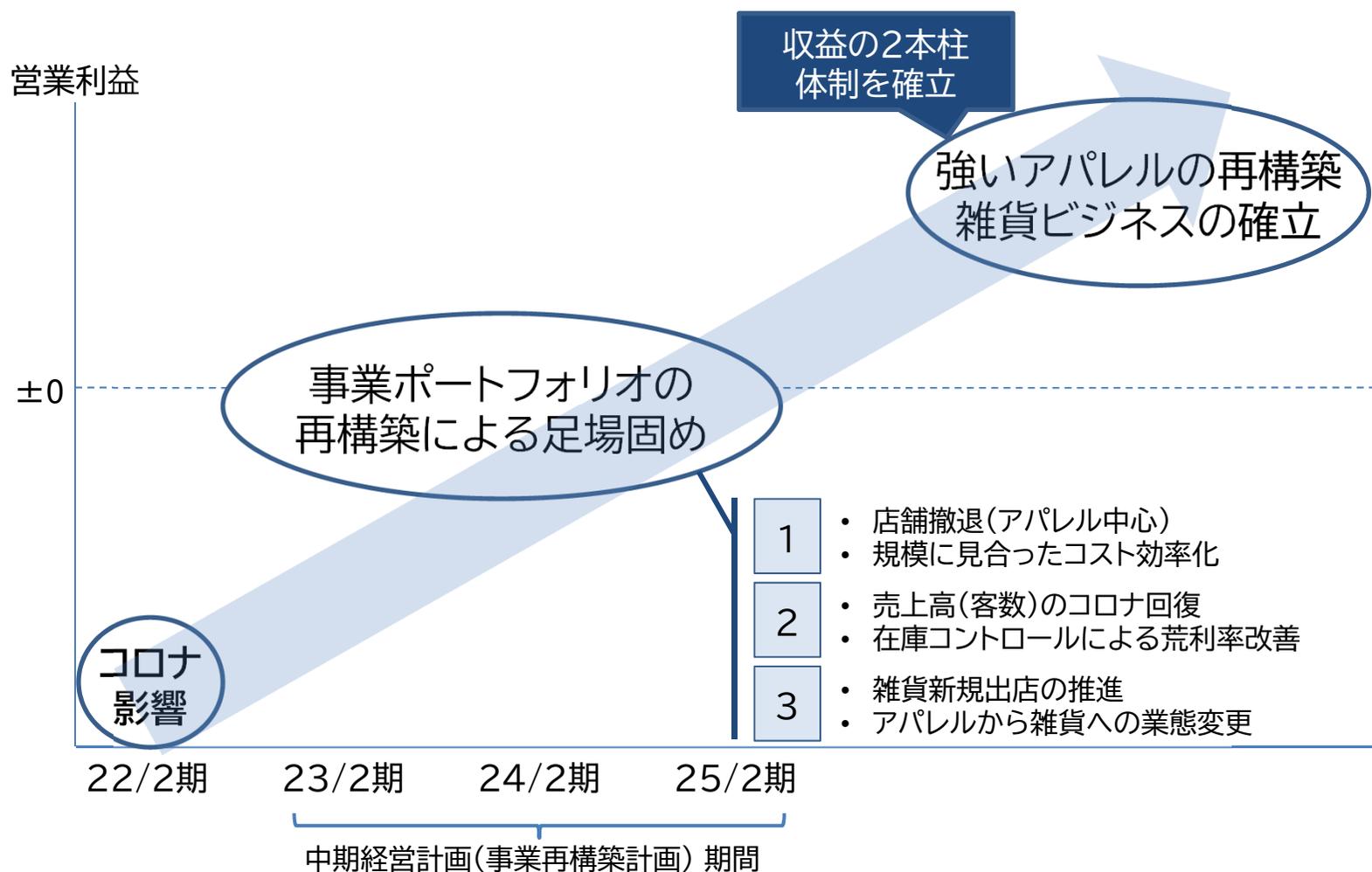


※ 20/2期以前に雑貨に分類していた木糸土・ハレノヒの実績は除く

期末時点の店舗数の推移(実績)

ブランド	店舗数増減	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期
		期末店舗数	31	32	29	15
Siebelet	店舗数増減	▲ 13	▲ 6	▲ 12	▲ 36	▲ 4
	期末店舗数	60	54	42	6	2
illusie300	店舗数増減	2	18	27	10	34
	期末店舗数	39	57	84	94	128

中長期的にアパレル・雑貨の2本柱を確立し収益を上げていくために、中期経営計画期間の3年間は事業ポートフォリオの再構築による足場固めの期間と位置付ける



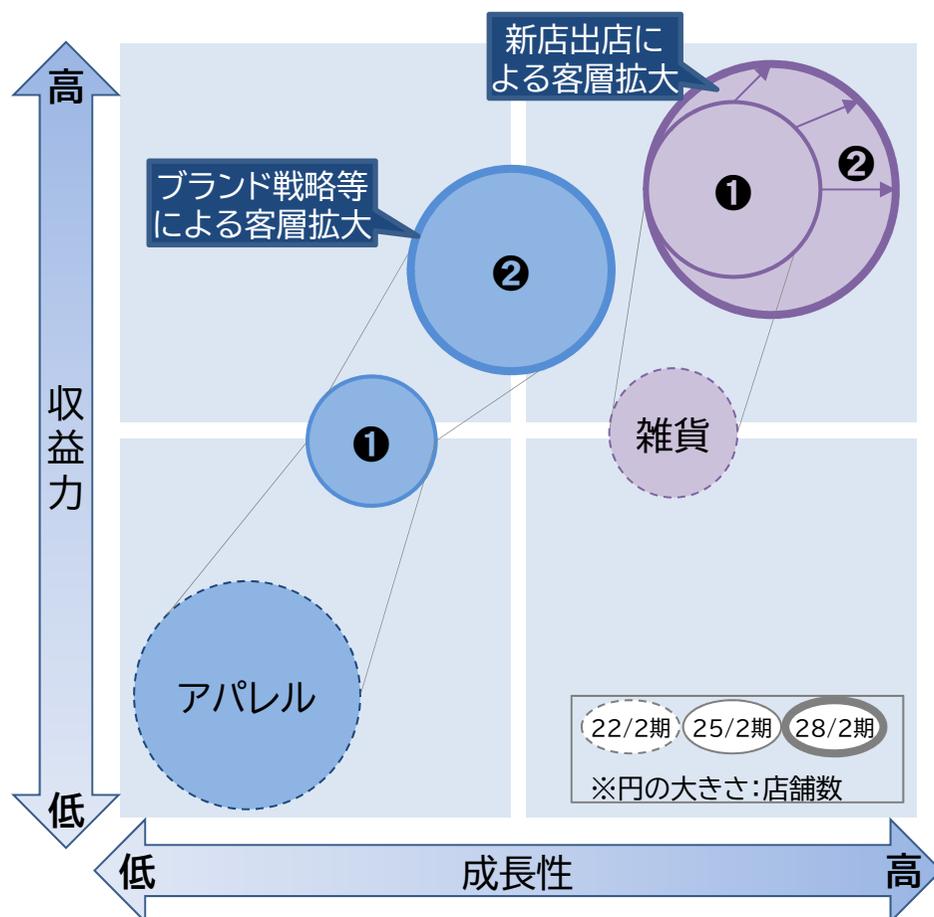
「事業構造改革の推進」「ガバナンス体制の強化」「成長戦略」が本計画の骨子

## 計画の骨子

事業構造改革の 推進	店舗撤退	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アパレル店舗を中心とした不採算店舗の退店（収益力のあるアパレル店舗に注力）</li> </ul>
	業態変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アパレル店舗から雑貨店舗への業態変更の推進（雑貨事業へのシフト）</li> </ul>
	コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 店舗経費の効率化</li> <li>• 事業規模に見合った本部/本社費の削減</li> </ul>
ガバナンス体制の強化		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 仕入れ・在庫管理の仕組み構築</li> <li>• 適正管理のための組織改編</li> <li>• 業績モニタリング体制の構築</li> </ul>
成長戦略	新店出店	<ul style="list-style-type: none"> <li>• illusie300の出店強化</li> <li>• アパレルから雑貨への業態変更</li> </ul>
	営業戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>• コロナ禍で変化した消費者ニーズへの対応（EC強化）</li> </ul>

事業構造改革/成長戦略により、各事業の収益力を改善。各事業の価値向上の結果、パレモとしての企業価値を向上する二本柱のポートフォリオに変革

## 構造改革によるポートフォリオの変革



## 二本柱体制のポイント

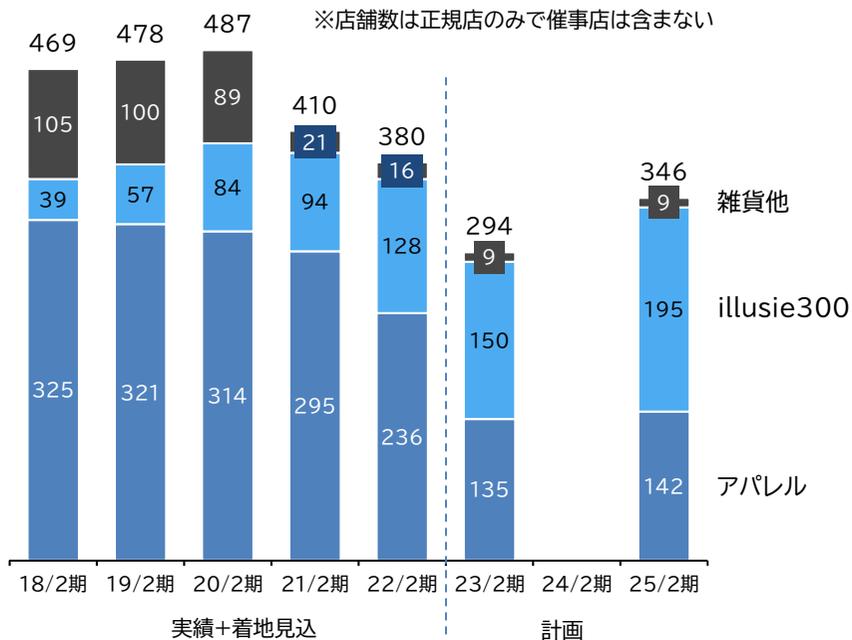
各事業の価値向上	アパレル	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 収益性の見極めによる店舗数縮小</li> <li>② 強みのラージ商品の強化 オケージョン・イベント商品の強化 新ブランドによる新規顧客層の拡大</li> </ul>
	雑貨	<ul style="list-style-type: none"> <li>① ファッション性生活雑貨の強化</li> <li>② 新規出店の加速 業態変更の推進(アパレル→雑貨)</li> </ul>
企業価値向上		<ul style="list-style-type: none"> <li>• リスク分散での対応力向上 (コロナ禍では雑貨が好調)</li> <li>• キャラクターライセンスの共同利用など商品調達力の向上</li> <li>• アパレル・雑貨双方の出店に対応可能な商品・売場の柔軟性の高さ (館目線での存在価値)</li> </ul>

閉店・業態変更によって事業ポートフォリオの転換を図るとともに、コスト削減を推進することで、より効率的に事業を運営できる体制を構築する

## 店舗撤退・業態変更

- アパレル中心の店舗撤退、illusie300の新規出店、アパレルからillusie300への業態変更により、ポートフォリオの転換を図る

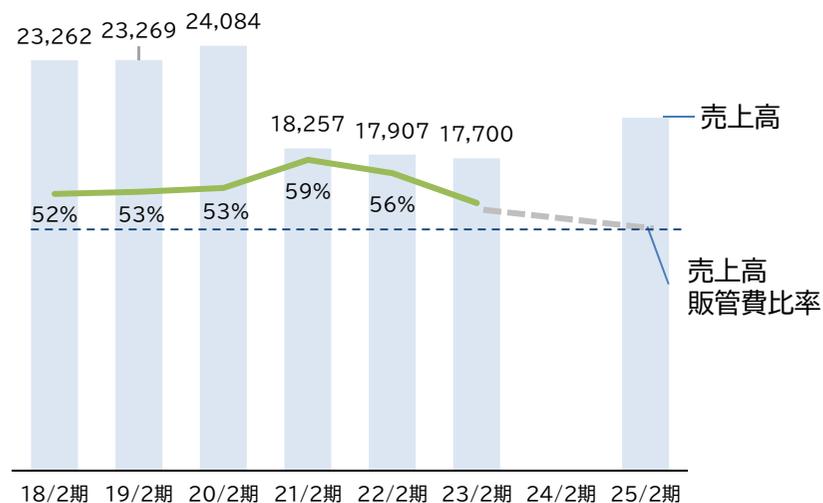
期末時点の店舗数の推移 (実績～計画)



## コスト削減

- 店舗人員効率の見直し、賃料共益費等の交渉・削減、本部本社人件費の抑制、その他経費の削減等により、コロナ以前の効率性を目指す

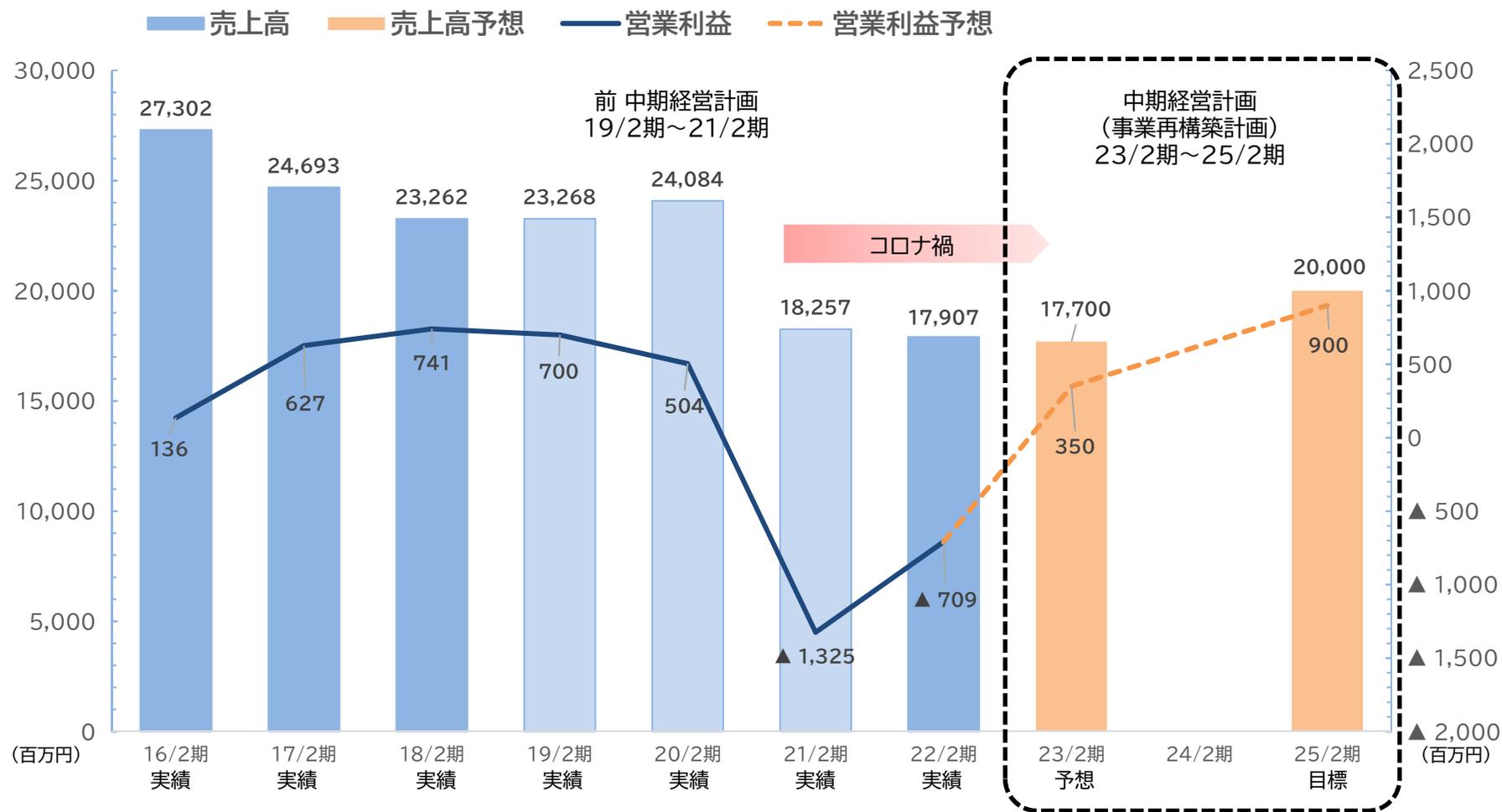
売上高 販管費比率の推移(実績～計画)



## illusie300の出店拡大、EC強化、商品政策の見直しにより再成長への土台を作る

営業戦略	注力領域	取組み概要
新規出店	300円均一雑貨「illusie300」の出店拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店を積極拡大、アパレルからの業態変更を加速し、売上高100億体制へ（3カ年で54店舗出店を計画）</li> <li>店舗大型化による扱い品目の拡大</li> <li>物流体制の整備、取引先拡充、EC販売の安定化</li> </ul>
EC強化	雑貨の拡充とLサイズモール構想の具体化	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場におけるEC需要の高まりに対応し、雑貨販売を拡充</li> <li>ラージサイズを集積したLサイズモールの確立を目指す</li> <li>アパレル全般としては新ブランドの認知向上に取り組む</li> </ul>
商品政策の見直し	消費者目線での付加価値向上とマス・オケージョン商品のでこ入れ	<ul style="list-style-type: none"> <li>QR生産の拡大で商品企画をトレンド品/売れ筋に引き付け</li> <li>リーズナブルな価格設定にすることで、消費者にとってのジャストシーズン品の付加価値向上を図る（品質は維持）</li> <li>コロナによるニーズ変化に対応し、マストrendのMD・商品企画を強化</li> <li>徐々に回復が見込まれる季節イベント、オケージョン対応商材の再構築</li> </ul>

事業構造改革による収益構造の改革で、2023/2期に営業利益黒字化  
最終2025/2期に売上高200億円、営業利益9億円を目指す



2025/02期(最終年度) ⇒ 売上高200億円、営業利益 9億円  
有利子負債の圧縮と純資産の回復を目指す

(百万円)

	中期経営計画（事業再構築計画）期間			
	22/02期	23/02期		25/02期
	実績	予想		目標
売上高	17,907	17,700	—	20,000
営業利益	▲709	350	—	900
(営業利益率)	▲4.0%	2.0%	—	4.5%
EBITDA	▲446	590	—	1,200
設備投資	379	262	—	746
期末店舗数	380	294	—	346

---

# 3. 今期の計画

---

(百万円)

	21/2期 実績	22/2期 実績	23/2期 計画	23/2期	
				前々年 増減	前年 増減
売上高	18,257	17,907	17,700	▲557	▲207
営業利益	▲1,325	▲709	350	1,675	1,059
経常利益	▲1,321	▲674	325	1,646	999
純利益	▲1,880	▲1,393	330	2,210	1,723

売上高前期比見通し

上期: 109.3 %

通期: 98.8 %

(既存店売上高前年比)

(115.2 %)

(109.1 %)

(既存店売上高前々年比)

(125 %)

(110 %)

売上総利益率前年増減

上期: 107.2 %

通期: 99.4 %

営業経費の前期比

上期: 95.3 %

通期: 88.9 %

出退店の年間計画

出店: 10 店

退店: 96 店

(前期: 19 店)

(前期: 49 店)

(百万円)

	21/2期 上期実績	22/2期 上期実績	23/2期			
			上期計画	前々年増減	前年増減	前期比
売上高 (既存店前年比)	8,371 64.0%	8,597 110.0%	9,400 115.2%	1,028 51.2%	802 5.2%	109.3% —
売上総利益 (売上総利益率)	4,370 52.2%	4,619 53.7%	4,950 52.7%	579 0.5%	330 ▲1.1%	107.2% —
営業経費 (営業経费率)	5,141 61.4%	4,930 57.4%	4,700 50.0%	▲441 ▲11.4%	▲230 ▲7.4%	95.3% —
営業利益 (営業利益率)	▲771 ▲9.2%	▲311 ▲3.6%	250 2.7%	1,021 11.9%	561 6.3%	— —
経常利益 (経常利益率)	▲766 ▲9.2%	▲317 ▲3.7%	240 2.6%	1,005 11.7%	557 6.3%	— —
当期純利益	▲947	▲506	240	1,186	746	—

(百万円)

	21/2期 通期実績	22/2期 通期実績	23/2期			
			通期計画	前々年増減	前年増減	前期比
売上高 (既存店前年比)	18,257 75.0%	17,907 101.1%	17,700 109.1%	▲557 34.1%	▲207 8.0%	98.8% —
売上総利益 (売上総利益率)	9,394 51.5%	9,354 52.2%	9,300 52.5%	▲94 1.1%	▲54 0.3%	99.4% —
営業経費 (営業経费率)	10,719 58.7%	10,063 56.2%	8,950 50.6%	▲1,769 ▲8.2%	▲1,113 ▲5.6%	88.9% —
営業利益 (営業利益率)	▲1,325 ▲7.3%	▲709 ▲4.0%	350 2.0%	1,675 9.2%	1,059 5.9%	— —
経常利益 (経常利益率)	▲1,321 ▲7.2%	▲674 ▲3.8%	325 1.8%	1,646 9.1%	999 5.6%	— —
当期純利益	▲1,880	▲1,393	330	2,210	1,723	—

### 1) 事業構造改革の推進（事業ポートフォリオの再構築）

- ①店舗撤退：不採算店舗の退店積み増しによる固定費削減（アパレル中心に96店舗退店を計画）
- ②業態変更：アパレル不採算店舗から雑貨への業態変更追加（前期業態変更店舗は黒字転換）
- ③コスト削減：店舗効率化（店舗賃料減額交渉、人件費抑制、各種経費圧縮の継続）  
本社・本部経費削減（人員配置の転換、地方事務所の閉鎖、デジタル化の継続）

### 2) ガバナンス体制の強化（変化対応力の強化による業績安定化）

- ①仕入・在庫管理：安定売上確保のための管理強化（仕掛りの可視化、商品回転率の重視）  
仕入担当、商品管理担当、事業部など複数の目で仕入のチェック体制を強化
- ②管理体制の強化：適正管理のための組織改編（DBを商品部から営業企画部へ移行）

### 3) 成長戦略（出店戦略、EC販売強化）

- ①新規出店：300円均一雑貨 イルシー300の出店は積極的拡大（新規、催事、業態変更）  
売上拡大のための店舗大型化、取引先拡充、物流体制の整備、EC販売の安定化
- ②EC事業：アパレルレギュラー「NOEMIE」の軌道化（SNS活用）、新ブランド開発（原宿）  
ラージサイズ SNS活用による集客、アプリ会員獲得強化、MAツールの本格導入

事業	ブランド	コンセプト
ア パ レ ル	<b>Ludic Park</b>	遊び心を程よく取り入れた自分らしいファッションを楽しくセレクトできるショップです。エレガンス・クール・カジュアルまで幅広い客層へ向けた最新トレンドと着まわしのきくベーシックアイテムをお手頃プライスで提案します
	Lilou de chouchou	いつまでもかわいく輝いていたい女性に向けて、毎日のHAPPYを演出します。エレガンスをベースに程よくトレンドを織り交ぜながらON&OFFあらゆるシーンも自分らしく楽しめる上品で女性らしいファッションを提案します
	<b>DAISY MERRY</b>	大人の心と少女の心を持ち合わせたいくつになっても可愛くオシャレでいたい女性に向けて・・・可愛いだけでなく、どこかボーイッシュ、ほんのリガーリーと、遊び心を取り入れた今欲しいリアルクローズを手頃なプライスで提案します
	Recherie	「フェミニン」をキーワードに、ベーシックでリラックス感のある大人のカジュアルスタイルを提案します
	DOSCH	「クール」をキーワードに、流行に敏感な女性に向けて最新のトレンドファッションを提案します
	GAL FIT	「フェミニン&クール」をテーマに、リラックス感のあるカジュアルスタイルとエッジの効いたモードスタイルを提案します
	<b>suzutan</b>	「エレガンス&フェミニン」をテーマに、幅広い客層へ最新トレンドと着まわしのきくベーシックアイテムを提案します
	<b>木糸土</b> <small>makuhito</small>	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
	<b>Hare no hi</b> <small>from 木糸土 makuhito</small>	「ナチュラルライフ」をテーマに、アパレル、雑貨をトータルにコーディネート。ライフスタイルを提案します
	Re-J	「デイリー&リラックス」をテーマに、ベーシックアイテムとシーズントレンドを程よくMIXした“大人カジュアル”を提案する ラージサイズSHOPです
<b>SUPURE</b> <small>LARGE SIZE</small>	「フェミニン&カジュアル」をテーマに、上品さと着心地を大切にラージサイズSHOPです	
雑 貨	<b>illusie300</b>	「「日常に彩り」をテーマに、300円のプチプライスでライフスタイルを提案します
	<b>INCENSE</b>	「MYBAGを探す楽しさや、見つけた時の喜びを共有できるBAG SHOP」自分のスタイルを確立した大人の男女に、「オンリーワン」のバッグを提案します

---

# 4. 株主様情報

---

## ■ 第三者割当による優先株式発行により2億65百万円を調達予定

- (株)地域経済活性化支援機構(REVIC)出資の復興支援投資ファンドからの調達  
※REVIC = (Regional Economy Vitalization Corporation of Japan)
- 資本性の資金調達を実施することにより、自己資本の増強を図ることが、長期的な株主価値の維持向上のためには適切であると判断
- 早期に資金環境の安定化を図るため、迅速かつ確実性の高い第三者割当増資の方法(普通株式の希薄化を一定程度防止することが可能な設計である優先株式発行)を選択することが、最適な資金調達方法であると判断
- 調達する資金の具体的な用途について(事業再構築に係る出退店等)
  - ①出店(好調300円均一雑貨の拡大)
  - ②業態変更(アパレル → 300円均一雑貨)
  - ③店舗撤退(アパレルの不採算店舗中心)となります
- 払込予定期日 2022年6月30日

株主様数 11,126名 (2021.8.20現在) ⇒ 13,810名 (2022.2.20現在)

	21年2月20日			21年8月20日			22年2月20日		
	株主数		株式数	株主数		株式数	株主数		株式数
	(名)	比率 (%)	比率 (%)	(名)	比率 (%)	比率 (%)	(名)	比率 (%)	比率 (%)
個人株主・他	12,305	97.9	66.4	10,866	97.7	60.1	13,515	97.9	74.9
国内法人	200	1.6	28.7	186	1.7	22.7	216	1.6	22.3
機関投資家	24	0.2	2.9	30	0.2	14.3	29	0.2	1.7
外国法人・個人	40	0.3	2.0	44	0.4	2.9	50	0.4	1.1
合計	12,569	100.0	100.0	11,126	100.0	100.0	13,810	100.0	100.0

※ 21年8月6日付 主要株主及び主要株主である筆頭株主に (株)西松屋チェーン  
持株比率 17.5% (22.2.20現在)

**配 当**

(百万円)

	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期 (予定)
中間配当金	0円	3円	6円	0円	0円	0円
期末配当金	3円	※ 3+3円	6円	0円	0円	0円
年間配当金	3円	9円	12円	0円	0円	0円

	18/2期末	19/2期末	20/2期末	21/2期末	22/2期末
資 本 金	100	100	100	100	100
資本剰余金	1,979	1,979	1,979	1,979	1,981
利益剰余金他	946	1,430	1,673	▲280	▲1,673
株 主 資 本	3,025	3,506	3,749	1,769	382

※2019/2期末(記念配当3円を実施) = 東証二部への市場変更並びに名証二部への新規上場

**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                =    3,000円相当のカタログギフト

&lt;22年2月20日現在&gt;

- ・住所 愛知県名古屋市中村区名駅5丁目  
27番13号 名駅錦橋ビル6F
- ・TEL 052-581-6800
- ・FAX 052-581-6801
- ・担当者 <IR担当役員>  
取締役 管理担当 福井 正弘  
MAIL m-fukui@palemo.co.jp

・この資料には、パレモ・ホールディングス株式会社(事業会社(株)パレモ含む)の現在の計画、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う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。