



各 位

2024 年 3 月 29 日

会 社 名 パレモ・ホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長 福井正弘
(コード番号 2778 東証スタンダード・名証メイン)
問 合 せ 先 取締役管理担当 太田直人
電 話 番 号 0 5 2 - 5 8 1 - 6 8 0 0

新中期経営計画策定のお知らせ

当社グループは、事業環境の大幅な変化を踏まえ、現行の中期経営計画（事業再構築計画）を見直し、2025 年 2 月期を初年度とする新中期経営計画を策定しましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

1. 計画策定の背景

当社グループを取り巻く環境は、新型コロナウイルス感染症の位置付けが5類へと移行し、経済活動の正常化が進む一方で、円安やエネルギーコストの上昇からインフレ傾向となり、消費者の生活防衛意識が高まるなど、ここ数年で大きな変化が起こっております。

現行の中期経営計画（事業再構築計画）におきましては、当初保守的に見ていたアパレル事業において外出需要の拡大もあり、想定以上のスピードで業績の回復が進んだことで、初年度から計画数値を上回ることができました。その一方で、雑貨事業においてはコロナ禍で拡大した家ナカ需要の縮小や競争環境の変化により、弱含みの推移となるなか、出退店におきましては、新規出店の数が計画を下回ったのに加え、当初見込んでいた以上に退店店舗が増加したことで、2025 年 2 月期の営業店舗数は当初計画を大幅に下回る見通しとなりました。また、原材料高による経費上昇や、原価高騰、深刻な人手不足による賃上げ圧力なども顕在化しており、計画の見直しが必要な状況となりました。

このような環境の変化を踏まえ当社グループとしましては、2025 年 2 月期を最終年度とした現行の中期経営計画（事業再構築計画）を見直し、3 カ年計画の最終年度の目標達成を前提とした新たな中期経営計画（2025～2027 年 2 月期）を策定することと致しました。

2. 新中期経営計画

(1) 計画の骨子

本計画は、事業ポートフォリオの見直しによる黒字化を第一歩とした中期経営計画（事業再構築計画）の次なる段階として、アパレル・雑貨ともに事業規模の拡大と収益力の向上を計画し、収益の2本柱体制の確立に向けた基盤づくりに取り組んでまいります。引き続き、ガバナンス強化による仕入改善、不採算店舗の閉鎖を適正化するとともに、利益率の改善、営業利益の増加を図ってまいります。

（２）重点施策

・成長戦略

「新規出店（継続的出店による事業規模の拡大）」

「既存店改装（既存店活性化）」

「ブランディング/MD政策強化（競合との差別化、認知度向上）」

・ガバナンス体制の強化

「仕入管理体制の構築（仕入先ポートフォリオの再構築、モニタリング強化）」

「店舗採算の管理（不採算店舗の撤退）」

・社内インフラ/労働環境の改善

「システム整備による管理効率の改善（システム刷新）」

「人材確保・育成・活用による持続的安定成長の基盤構築」

（３）計画期間

2027 年 2 月期まで

（４）数値目標

2027 年 2 月期（最終年度）において、売上高 180 億円、営業利益 7 億円を目指してまいります。

新中期経営計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

パレモ・ホールディングス株式会社

新中期経営計画

2025年2月期～2027年2月期

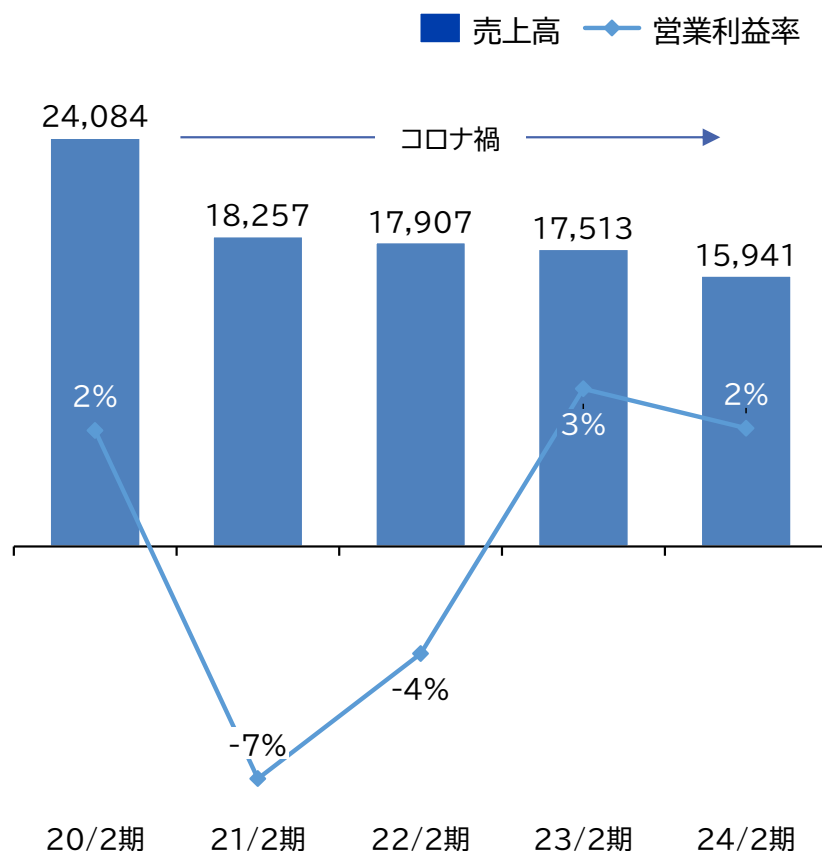
～変わり続けることが変わらぬパレモ～

2024年3月29日

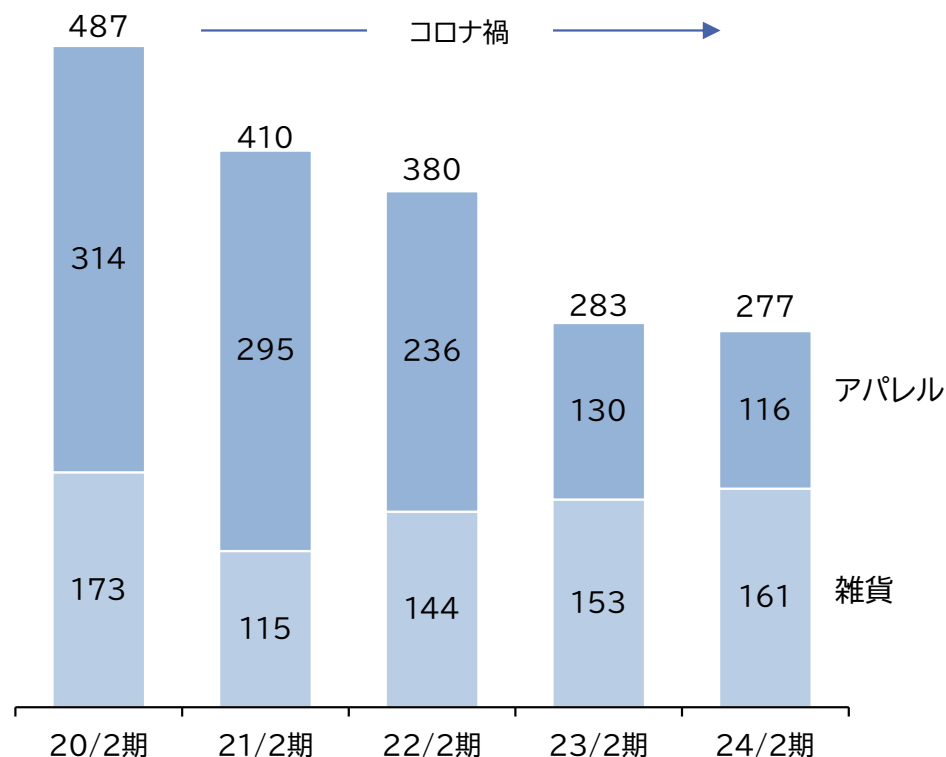
コロナの影響を大きく受けたアパレルの
早期回復により24/2期に黒字への復帰
を実現

アパレル・雑貨の収益の二本柱体制の確
立に向け、アパレルは不採算店舗の見直
しを、雑貨は出店を拡大

売上高および営業利益率推移(百万円・%)



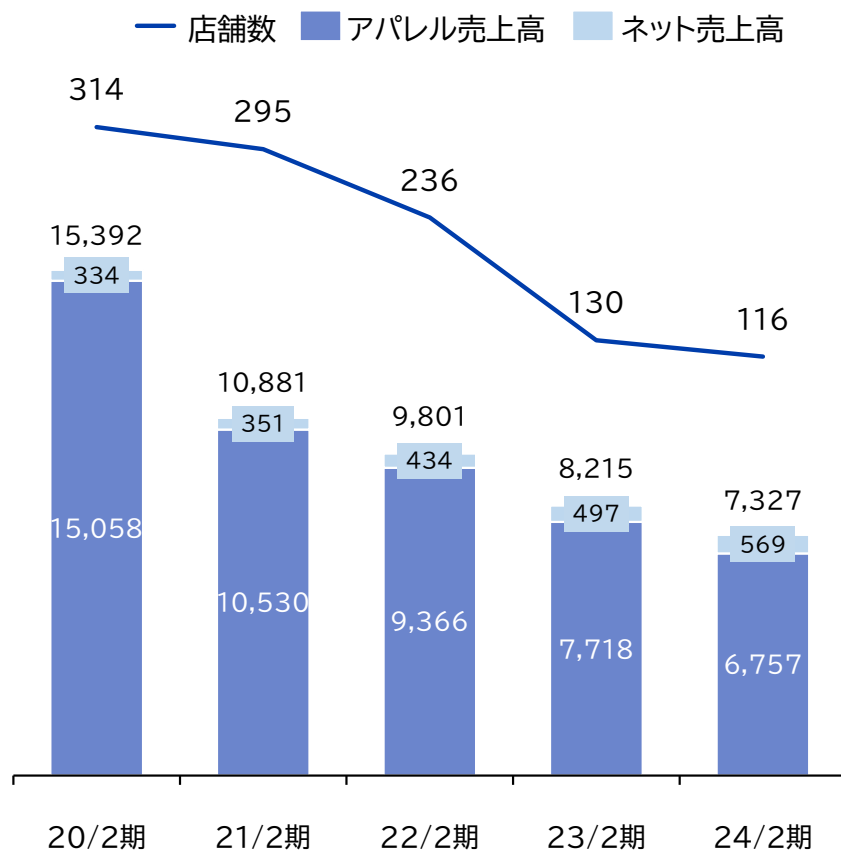
期末時点の店舗数の推移(店)



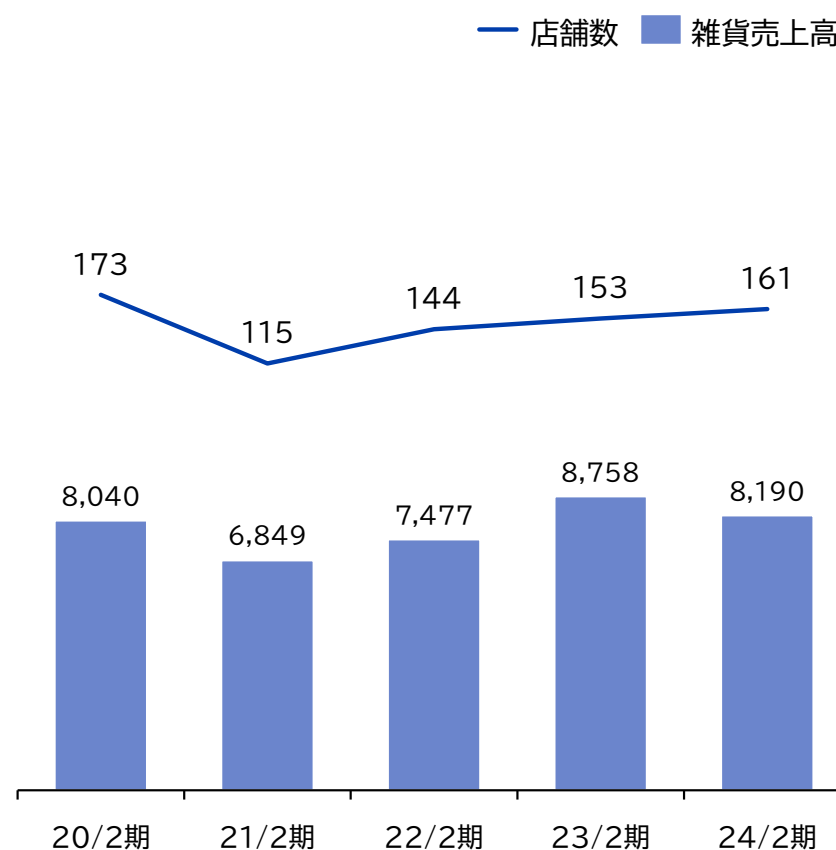
不採算店舗の撤退により売上規模は縮小するも収益力は改善、コロナからの早期回復もあり黒字化を実現

出店の拡大により売上は増加した一方、アフターコロナにおける外出需要の高まりにより生活雑貨中心に売上が低迷

アパレル/EC 売上高(百万円)・店舗数(店)



雑貨 売上高(百万円)・店舗数(店)



事業構造改革は進捗した一方で、ガバナンス体制の強化および成長戦略においては、課題を残す結果となった

現中期経営計画(事業再構築計画)の振り返り

新中計で 対応する主課題

計画 骨子

- 骨子は着実に実行、ガバナンスの更なる強化、店舗数不足、人員面、次世代に向けた成長戦略に課題
- 事業構造改革は完遂も、退店の増加もあり売上高が減少
 - ガバナンス確立と継続は達成、更なる高度化に向けた取り組みが必要
 - 効率的な事業運営を継続、将来的な体制維持に向けた対策が必要
 - NOEMIEのブランドが確立、売上成長ドライバーへと進化

業績

- アパレルは外部環境変化に対応し早期黒字化
雑貨の売上回復が課題
- アパレルは原価高騰等、外部環境の変化に対応、早期黒字化を実現
 - 雑貨はコロナ以降の生活雑貨需要の落ち着きもあり、減収
 - EC/ネットは事業として利益貢献

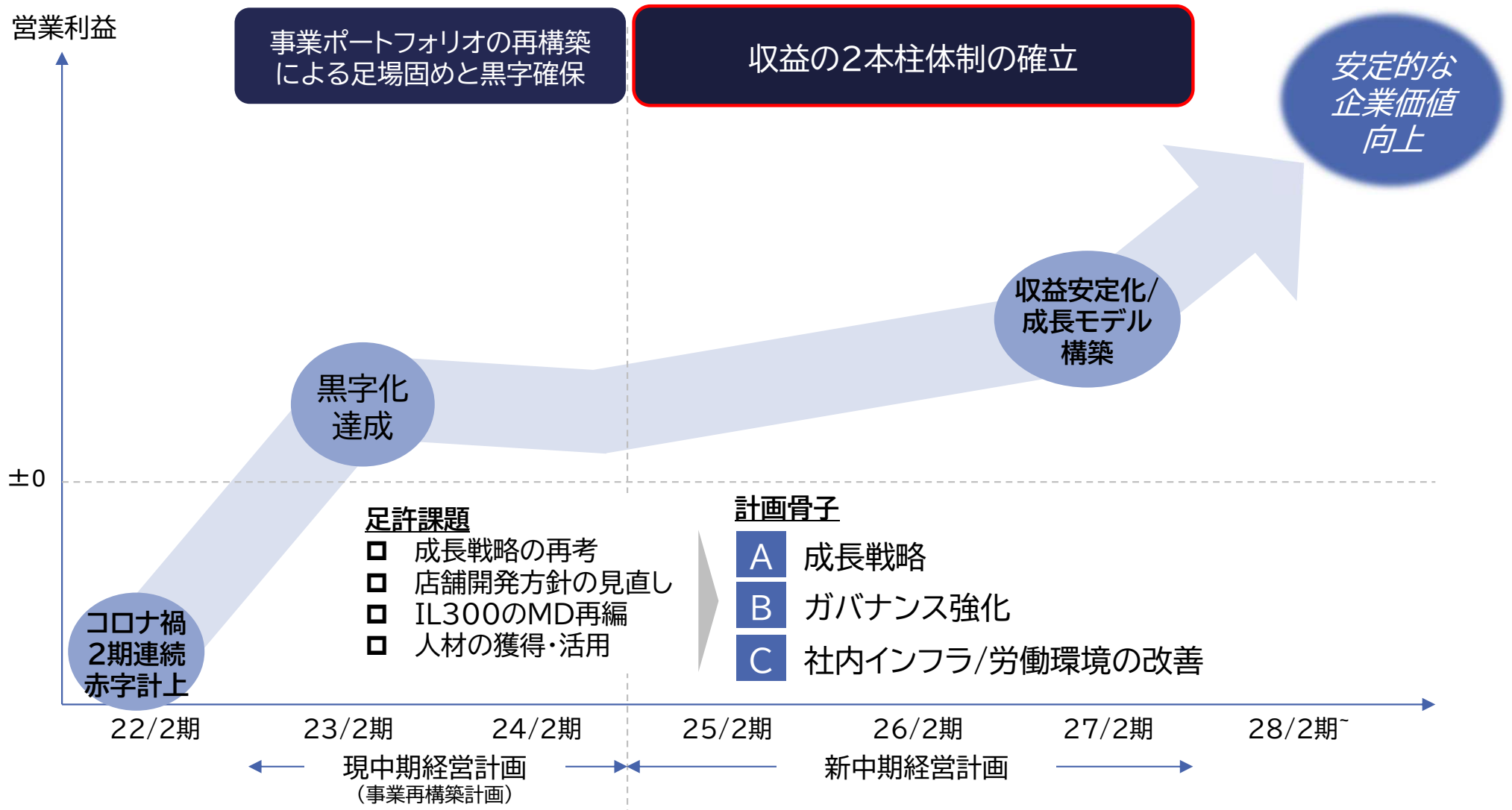
成長戦略の
未実現

想定以上の
店舗数の減少

IL300の
収益低下

中長期的な
人材確保
(採用強化・
流出抑制)

コロナ禍の業績不振から黒字化を企図した事業再構築計画の次なるフェーズとして、収益の2本柱体制の確立に向けた基盤づくりに取り組む



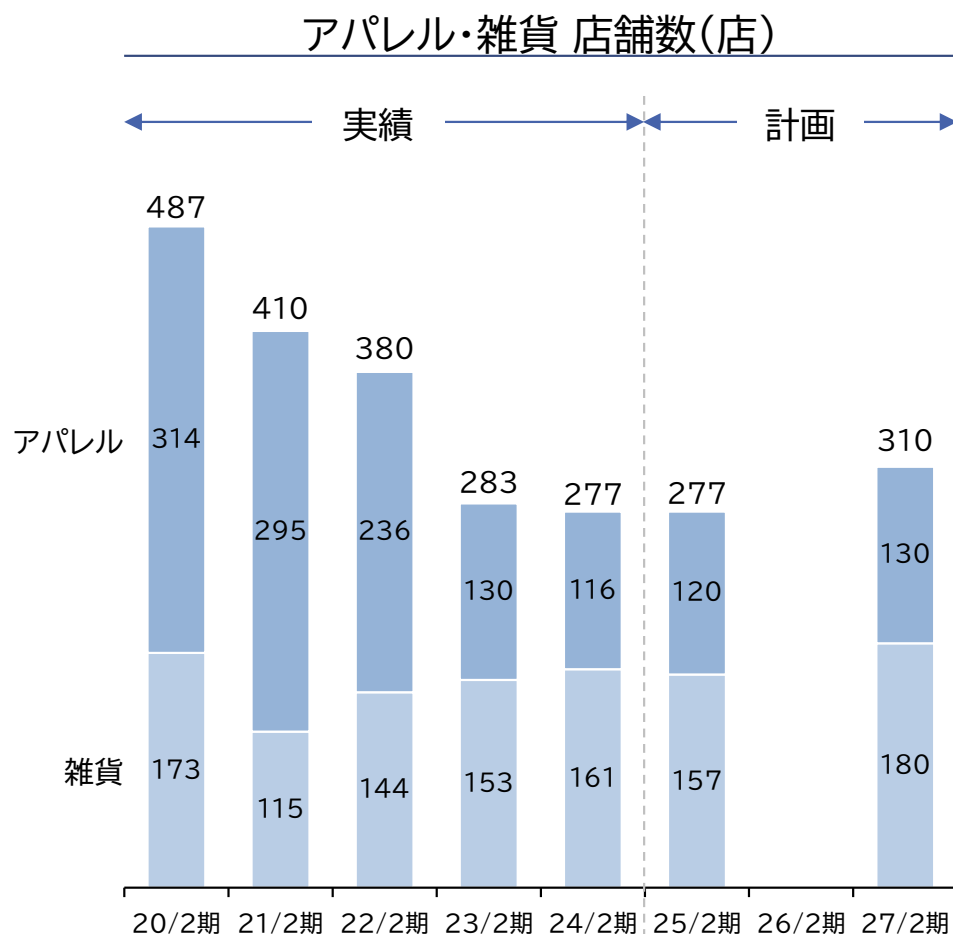
収益の2本柱体制の確立に向け

「成長戦略」、「ガバナンス強化」、「社内インフラ/労働環境の改善」が新中計の骨子

新中期経営計画の骨子

成長戦略	新規出店	- 継続的な出店による事業規模の拡大 - 特定顧客や商品カテゴリに特化した新ブランド店舗への挑戦・育成
	既存店改装	- 既存店の活性化に向けた改装投資の推進 - 収益店舗の契約満了退店を回避
	ブランディング/MD政策強化	- ブランドの特徴/強みの見直しによる競合との差別化 - 販促強化による認知度の向上
ガバナンス強化	仕入管理体制の構築	- 仕入先ポートフォリオの再構築 - モニタリングの強化による仕入の適正化
	店舗採算の管理	店舗採算性を見極めによる不採算店舗の撤退
社内インフラ/労働環境の改善		- システム整備による管理効率の改善 - 人材流出の抑制と、新規採用・育成の強化

アパレル・雑貨ともに事業規模の拡大と収益力の向上を見込む
新規出店に加え、既存店活性化に向けた改装投資も実施



取り組み	
アパレル	新規出店 ・ 大都市圏を中心にレギュラー・ラージの出店再開、NOEMIEの更なる出店
	既存店改装 ・ 旗艦中心に活性化と、標準的な店舗フォーマットの定義に向けた改装投資
	ブランディング/MD政策強化 ・ ブランド集約による「Palemo」認知の向上 ・ ECと店頭のOMO連携の強化
雑貨	新規出店 ・ 出店立地や規模に応じたMD展開による出店の継続
	既存店改装 ・ 店頭力の強化と「居心地の良い」店舗づくりに向けた改装投資
	ブランディング/MD政策強化 ・ ブランドの再定義による差別化方針の明確化

社内インフラの改善と人材の確保・育成・活用により、持続的な安定成長の基盤を構築

社内インフラの改善と仕組みの導入

システム刷新	商品顧客管理	- 商品マスタ、顧客情報の整備 - 単品管理、顧客管理の開始
	仕入・発注	- 仕入・発注のパターン登録 - 店舗に応じた投入数量の振り分けの自動化
	予実分析	振り返りによる計画精度向上

アパレル・EC

- CRM (顧客関係管理) - EC(ネット通販)と店舗のOMO連携
--

雑貨

- 単品管理 - 個店要件に応じた仕入、配分運用

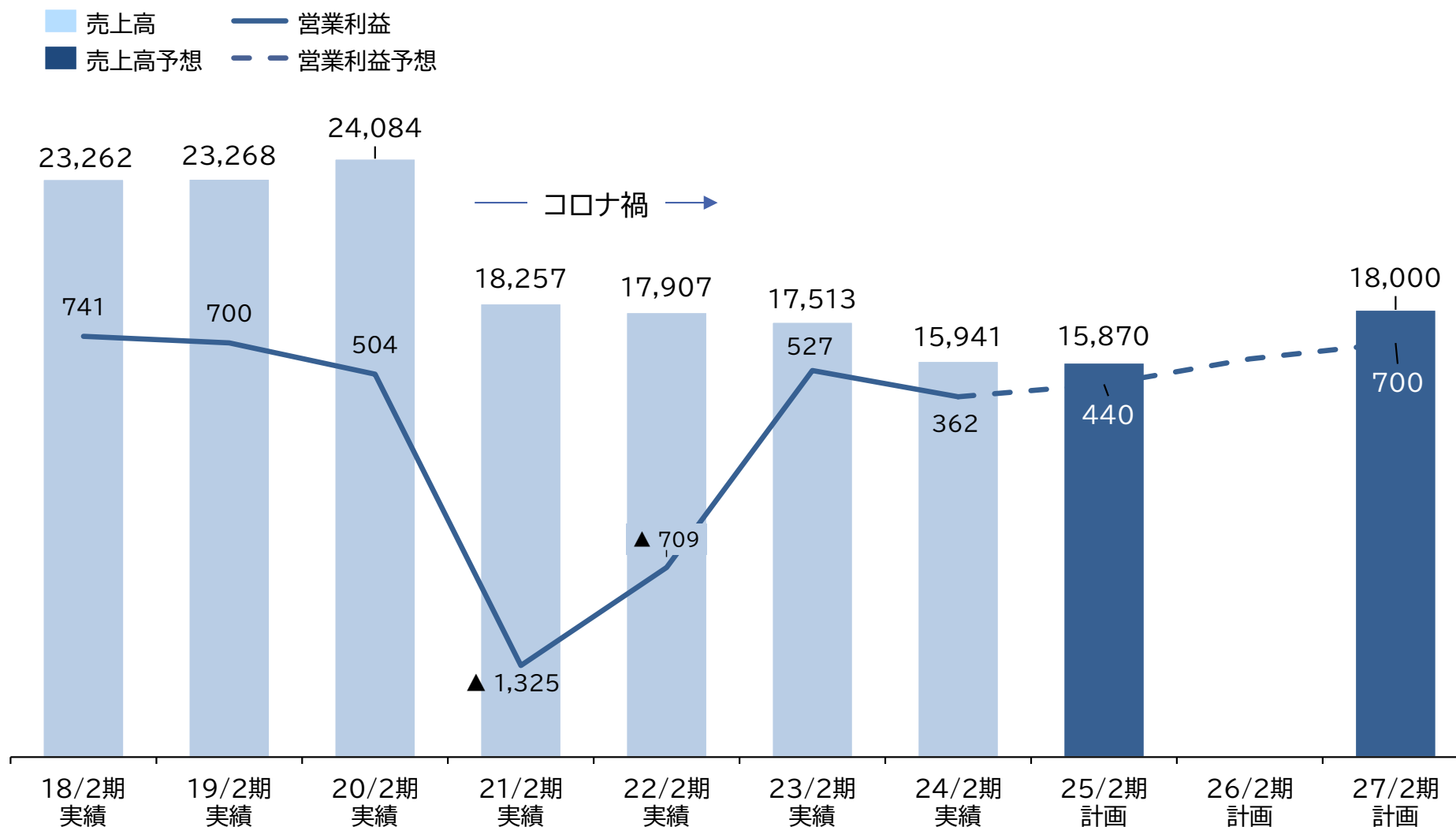
※ OMOは「Online Merges with Offline」を略した言葉で、一般的に「オンラインとオフラインの融合」を意味します

労働環境の改善に向けた取り組み

人材確保	採用強化	- 新卒採用の再開(26/2期入社) - 中途採用の積極活用(採用費の増)
	待遇改善	- 店長候補エリアスタッフの処遇改善 - 店舗/本部本社の継続的なベースアップ
人材教育	専門性の強化	- 専門の役職制度の開始 (マーチャンダイザー、バイヤー、コーディネーター、SNS担当等) - サクセッションプランの構築
	販売力強化	店舗スタッフ教育コンテンツの作成・展開(ITツール活用)
人材活用	組織改変	ブランド力強化を企図したブランド別Division組織の導入
	組織活性化	- 販売達成賞の再開、社内インフルエンサー等へのインセンティブ導入 - 店舗からの本部登用強化 - シニア人材の活用

※ サクセッションプランとは、経営戦略上の重要ポストが将来時点で欠けないように、その候補者を前もって管理することです

新中期経営計画では、27/2期に売上高180億円、営業利益7億円を目指す



店舗数の増加と収益力の強化により売上高180億円、営業利益7億円が目標

現 中期経営計画			新 中期経営計画		
期間	23/2期	24/2期	25/2期		27/2期
	実績	実績	計画		目標
売上高	17,513	15,941	15,870	—	18,000
営業利益	527	362	440	—	700
(営業利益率)	3.0%	2.3%	2.8%	—	3.8%
EBITDA	747	596	620	—	980
設備投資	193	216	400	—	510
期末店舗数	283	277	277	—	310