

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

2. 下期及び今期計画

・今期計画の概要	P21
・下期及び通期数値計画	P22
・上期要因と下期対策	P23
・下期の方針	P24
・下期の施策①	P25
・下期の施策②	P26
・下期の施策③	P27
・アパレル事業 ブランドコンセプト	P28
・雑貨事業 ブランドコンセプト	P29

3. 株主様情報

・株主様構成比	P31
・株主様還元策	P32
・お問合せ先	P33

1. 第2四半期決算の概要

～Doing it～

	前 期 上期実績	当 期 上期実績	前 期 比	当 期 上期計画	計 画 比
売 上 高	19,226	16,752	87.1%	18,600	90.1%
営 業 利 益	353	▲224	—	400	—
経 常 利 益	373	▲192	—	410	—
純 利 益	84	▲422	—	220	—

(単位:百万円、%)

既存店売上高前年比 88.5% (前期既存店売上高前年比 96.2%)

売上総利益率 53.7% (前年増減 ▲0.9%)

営業費前期比 90.9% (前年増減 ▲918百万円)

出 退 店 出店11店 退店40店 (純減29店)

	前 期 上期実績	当 期 上期実績	前 期 比
売 上 高 (既 存 店 前 年 比)	19,226 96.2	16,752 88.5	87.1%
売 上 総 利 益 (売 上 比)	10,488 54.6	8,992 53.7	85.7%
営 業 費 (売 上 比)	10,134 52.7	9,216 55.0	90.9%
営 業 利 益 (売 上 比)	353 1.8	▲224 ▲1.3	—
経 常 利 益 (売 上 比)	373 1.9	▲192 ▲1.2	—
純 利 益 (売 上 比)	84 0.4	▲422 ▲2.5	—

(単位:百万円、%)

純利益 84 百万円 ⇒ ▲422百万円

減損店舗減少 50店舗 ⇒ 32店舗

営 業 利 益	353 百万円 ⇒ ▲224 百万円
経 常 利 益	373 百万円 ⇒ ▲192 百万円
特 別 損 失	152 百万円 ⇒ 135 百万円
減 損 損 失	128百万円 ⇒115百万円 減損店舗数 50店 ⇒ 32店
除 却 損 失	18百万円 ⇒ 11百万円 閉店店舗数 26店 ⇒ 40店 改装店舗数 18店 ⇒ 39店
純 利 益	84 百万円 ⇒ ▲422 百万円

純 資 産 4,092百万円 27.0%

長短借入金 4,100百万円 27.0%

	2013年8月 期末	2014年2月 期末	2014年8月 期末
総 資 産	17,832	15,179	15,162
商 品	3,317	3,498	2,965
投資その他資産 ※主に保証金	9,245	7,707	7,141
負 債	10,858	10,604	11,069
長 短 借 入 金	2,600	3,700	4,100
純 資 産	6,974	4,575	4,092

(単位:百万円)

フリーキャッシュ・フロー 79百万円 ⇒ 103百万円

たな卸資産の減少及び差入保証金回収額の増加

	前 期	当 期
営 業 キャッシュ・フロー	146	9
投 資 キャッシュ・フロー	▲66	94
財 務 キャッシュ・フロー	39	339
現金及び現金同等物の増減額	119	443

(単位:百万円)

雑貨事業が拡大 単純売上高前期比 106.8%
 売上高構成比 アパレル事業68.9% 雑貨事業 28.6%
 その他 2.5%

	前 期 売 上 高	構 成 比	当 期 売 上 高	構 成 比	前 期 比
アパレル事業	14,269	74.2	11,535	68.9	80.8
雑 貨 事 業	4,482	23.3	4,789	28.6	106.8
そ の 他	474	2.5	427	2.5	90.1
全 社	19,226	100.0	16,752	100.0	87.1

(単位:百万円、%)

既存店売上高前年比 88.5% 第1Q 91.9% 第2Q 85.2%

木系土・ハレノヒ、インセンスは既存店売上高伸長

	3月	4月	5月	第1四半期	
売上高	92.0	93.2	90.1	91.9	
客数	89.6	97.2	92.5	93.2	
客単価	102.7	95.9	97.4	98.6	
	6月	7月	8月	第2四半期	上期
売上高	85.8	82.8	87.0	85.2	88.5
客数	87.7	83.9	87.5	86.4	89.7
客単価	97.8	98.7	99.5	98.7	98.6

(単位: %)

売上総利益率 54.6% ⇒ 53.7%

＜要因＞

アパレル消費税増税後も税込み価格を維持、原価高騰の影響も継続

前年同期比 ▲0.9% （第1Q ▲1.0% 第2Q ▲0.7%）

	2012年 2月期	2012年 8月期	2013年 2月期	2013年 8月期	2014年 2月期	2014年 8月期
全 社	53.2	53.5	54.0	54.6	54.3	53.7

（単位：%）

アパレル事業全体 売上構成比 前期13.2% ⇒ 今期13.2%
 荒 利 益 率 直貿49.8% 全体53.0%

品揃え変更に備えた在庫低減(期首対比約6割減)による荒利益率ダウン

		2013年8月期		2014年8月期	
		売上構成比	荒 利 益 率	売上構成比	荒 利 益 率
ギャルフィット	直 貿	19.5	52.6	17.7	45.4
	そ の 他	80.5	52.2	82.3	49.9
	合 計	100.0	52.3	100.0	49.1
アパレル事業全体	直 貿	13.2	54.7	13.2	49.8
	そ の 他	86.8	54.5	86.8	53.5
	合 計	100.0	54.5	100.0	53.0

(単位: %)

出店 29店 ⇒ 11店 退店 26店 ⇒ 40店

雑貨事業は、店舗純増を継続

	2013年2月期		2014年2月期		2015年2月期	
	上期	通期	上期	通期	上期	通期見通し
出 店	13	31	29	57	11	14
退 店	32	61	26	63	40	90
純 増	▲19	▲30	3	▲6	▲29	▲76
期 末 店 舗 数	797	786	789	780	751	704
設 備 投 資 額	436	728	768	1,151	343	700

(単位: 店数、百万円)

郊外GMS型立地の店舗減少

前上期末481店 ⇒ 前期末463店 ⇒ 今上期末441店

		2013年 8月期末	2014年 2月期末	2014年 8月期末
都 心 型	店 舗 数	114	118	111
	(構 成 比)	14.4	15.1	14.8
モ ー ル 型	店 舗 数	194	199	199
	(構 成 比)	24.6	25.5	26.5
G M S 型	店 舗 数	481	463	441
	(構 成 比)	61.0	59.4	58.7

(単位:店数、%)

モール型SC及び都心立地で展開するデベロッパー中心に出店

	出 店	退 店	増 減	期 末 店舗数	店 舗 構成比
イ オ ン G	5	12	▲7	195	26.0
ユ ニ ー G	1	1	0	145	19.3
セブン & アイ G	0	5	▲5	45	6.0
イ ズ ミ	0	0	0	27	3.6
フ ジ	0	2	▲2	22	2.9
ダ イ エ ー	0	2	▲2	21	2.8
そ の 他	5	18	▲13	296	39.4
合 計	11	40	▲29	751	100.0

(単位:店数、%)

マーケット環境変化等による不採算店中心に閉店
リジェイ(大きいサイズ) 出店およびブランド転換

30店舗減
2店舗増

	出 店	退 店	ブランド転換	増減	期末店舗
ギャルフィット事業部	2	17	1	▲14	257
リシェリエ	0	0	1	1	28
ド ス チ	0	2	1	▲1	34
ギャルフィット他	2	15	▲1	▲14	195
スズタン事業部	1	14	▲4	▲17	159
リジェイ事業部	2	4	4	2	67
リメディオ D	0	0	▲1	▲1	21
アパレル事業合計	5	35	0	▲30	504
複 合 店	0	1	▲2	▲3	39

※ D:ディビジョン

木系土・ハレノヒ 6店舗増 ⇒ 30店舗体制へ

	出 店	退 店	ブランド転換	増減	期末店舗
シーハレット事業部	1	2	▲1	▲2	105
イルーシー300D	0	0	1	1	43
インセンスD	0	1	0	▲1	30
木系土・ハレノヒD	5	1	2	6	30
雑貨事業合計	6	4	2	4	208

※ D:ディビジョン

1) 事業基盤の再構築 <計画通りに実行>

- ① 収益基盤の明確化と集中化 ⇒ 4事業部体制による人材の集中化
- ② 苦戦ブランドの集約と再編 ⇒ 16ブランドから、11ブランド体制に
- ③ 成長ブランドの育成拡大 ⇒ 木糸土ハレノヒ30店舗体制に拡大
イルーシー300とともに将来の成長基盤へ

2) 基幹事業の収益回復 <MD変革に大きな課題>

- ① MDの変革 ⇒ 在庫低減による商品運営は実現、商品の中身の変革が必須
- ② 顧客数拡大 ⇒ 順調に拡大、メンバーズ会員は既存前年比120%
- ③ 売場、VPの改革 ⇒ 店頭在庫低減により、見やすく買いやすい売場環境へ
- ④ 店舗サービス力の強化 ⇒ スマイルスタッフキャンペーンの実施、教育指導

3) 不採算店閉店による赤字額削減および営業費の低減 ＜予定通り又はプラスα で進捗＞

- ① 閉店による赤字額削減 ⇒ 上期閉店計画30～40店舗に対し40店舗閉店
- ② 本部、店舗の適正配置による人件費低減 ⇒ 人件費前期比90.4%
- ③ 販管費のローコストプロジェクトによる低減
⇒ 体質改善進む 営業費前期比 第1Q:94.1% ⇒ 第2Q:87.9%

＜総括＞

1) 事業基盤の再構築及び 3) 不採算店閉店による赤字額削減及び営業費の低減は計画通り実施。 営業費についてはプラスα の低減で進捗

2) 基幹事業の売上回復 については大きく未達、特にアパレル事業の ①MD変革が下期の最大の課題であり、6月より検討を重ねており、MDの変更を実行していく

上期を通して、店舗の収益基盤の整備及び経費体質の改善に取り組んでおり、その体質改善を土台に、基幹事業の売上回復を果たし、全社の収益回復を目指す

2. 下期及び今期計画

～Doing it～

	前 期 下期実績	当 期 下期計画	前 期 比	前 期 通期実績	当 期 通期計画	前 期 比
売 上 高	17,066	16,117	94.4	36,292	32,870	90.6
営 業 利 益	▲833	10	—	▲479	▲214	—
経 常 利 益	▲806	35	—	▲433	▲158	—
純 利 益	▲2,338	▲155	—	▲2,254	▲577	—

※前期は純利益においては、繰延税金資産の全額取り崩しによる影響あり

(単位:百万円)

既存店売上高前年比

下期 100%

年間 94.0%

(前期 90.6%)

(前期93.5%)

※前期既存店前年比⇒ 9月:96.2%,10月:90.4%,11月:90.1%,12月:87.0%,1月:92.1%,2月:87.3%

売上総利益率改善

下期 1.0%

年間 ±0.0%

(前期 ▲0.7%)

(前期+0.3%)

営業費の改善

下期前年比 88.0%

(上期営業経費前年比⇒第1Q:94.1% 第2Q:87.9%)

出退店の年間計画

出店 14店

退店 90店

(前期 57店)

(前期63店)

下期及び通期数値計画

~ Doing it ~

	前 期 下期実績	当 期 下期計画	前 期 差 異	前期比	前 期 通期実績	当 期 通期計画	前期比
売 上 高 (既 存 店 前 期 比)	17,066 90.6	16,117 100.0	▲949 9.4	94.4	36,292 93.5	32,870 94.0	90.6
売 上 総 利 益 (売 上 比)	9,207 53.9	8,847 54.9	▲360 1.0	96.1	19,695 54.3	17,840 54.3	90.6
営 業 費 (売 上 比)	10,040 58.8	8,837 54.8	▲1,203 ▲4.0	88.0	20,175 55.6	18,054 54.9	89.5
営 業 利 益 (売 上 比)	▲833 ▲4.9	10 0.1	843 —	—	▲479 ▲1.3	▲214 ▲0.7	—
経 常 利 益 (売 上 比)	▲806 ▲4.7	35 0.2	841 —	—	▲433 ▲1.2	▲158 ▲0.5	—
当 期 純 利 益 (売 上 比)	▲2,338 ▲13.7	▲155 ▲1.0	2183 —	—	▲2,254 ▲6.2	▲577 ▲1.8	—

(単位:百万円、%)

※ブランドの略称は、P. 28. 29をご参照ください

1) 上期要因

- ① ヤングマーケットの大人化 ファッションがシンプル化
- ② 消費税率アップ 節約志向、商品、サービスの質志向
- ③ 競合環境の変化 低価格及び外資ファッションの拡大
- ※ 他 郊外客層の変化、多雨による天候不順

2) 下期対策

雑貨事業は堅調 増収微増益 アパレル事業が苦戦

アパレル主力事業(GF、SZ)のMD変更

- ① ターゲットをヤング中心から、ヤング及び大人のショップへ転換
- ② 競合とのファッションの差別化を明確化し、顧客化できるショップへ転換

※ブランドの略称は、P. 28. 29をご参照ください

1) 今期及び下期方針

今期 経営体質の改善、増収増益基盤の再構築

下期 営業利益の黒字化

主力事業の収益回復に注力

店舗基盤の整備及び経費体質の継続強化

⇒来期以降、成長を果たす基盤を確立

2) 下期施策の概要

- ① 主力事業の収益回復に向けたMD変革
- ② 顧客化及び店舗サービス力の更なる強化
- ③ 不採算店閉店による赤字額削減及び営業費低減の継続強化
- ④ ライフスタイル提案型(木系土・HH及びIL)の成長基盤育成

※ブランドの略称は、P. 28. 29をご参照ください

1) 主力事業の収益回復に向けたMD変革

ターゲットをヤング中心から、ヤング及び大人のショップへ転換
競合とのファッションの差別化を明確化し、顧客化できるショップへ転換

- ①GF事業・・・フェミニン＆キュートをテーマにMD変更 独自性、顧客化MD強化
- ②SZ事業・・・エレガンシー＆フェミニンをテーマにMD変更 独自性、顧客化MD強化
- ③RJ事業・・・ヤングの大きいサイズとしてのファッション性、独自性強化
- ④SB事業・・・母と子ターゲットに再定義後、堅調に推移 更にブラッシュアップ

※他 商品の質、ファッション性重視 直質活用によるコア商品取り組み
在庫低減運営、シーズンMD強化、提案力強化によるVP強化
RC、DCは都心、モール立地でヤングターゲットで継続MD強化
LMは大人、上質、コンフォータブルでリブランディング

※ブランドの略称は、P. 28. 29をご参照ください

2)顧客化及び店舗サービス力の更なる強化

- ① メンバーズ会員獲得強化継続 既存店ベース110%
- ② スマイルスタッフのステップアップキャンペーン実施、集合教育実施
- ③ O2O強化 ウェブサイト及びリアル店舗とのマルチ送客
- ④ 営業力強化ミーティングを実施 成功事例の横展開強化

3)不採算店閉店による赤字削減及び営業費低減の継続強化

- ① 下期閉店 当初計画40店舗⇒50店舗 出店抑制し既存店舗に注力
前期及び今期の2年間で153店舗の閉店整備 全体の約2割
- ② 営業費の低減 前期比 上期△918百万円 下期計画△1,203百万円
ローコストプロジェクトの推進強化、あらゆる経費の見直し強化

※ブランドの略称は、P. 28. 29をご参照ください

4) ライフスタイル提案型(木系土・HH及びIL)の成長基盤育成

① 木系土・HHの独自性ある商品の最強化

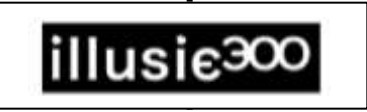
既存店売上の伸長、出店拡大により店舗数は30店舗

商品ロット拡大により、オリジナル商品拡大及び新たな雑貨発信

② IL300のブランドMD強化

300円プライス価値から、300円でのライフスタイル提案型MD強化

出店フォーマット			略称	コンセプト
都 心	モール	GMS		
Recherie			RC	フェミニンな大人のカジュアルスタイルを、今年らしいベーシックアイテムで提案します
DOSCH			DC	流行に敏感でキュートな女性へ、最旬トレンドファッションを提案します
Li Meduo			LM	「Comfortable」を基本コンセプトとして、トレンドだけでなく質感やシルエットにこだわった、着てみて更に満足できる上質な大人服をトータルで提案します
	GAL FIT		GF	「フェミニン&キュート」をコンセプトに、今年らしいベーシックアイテムと最旬トレンドファッションをバランス良くMIXした等身大のスタイリングを提案します。
	SUZUTAN		SZ	「エレガンシー&フェミニン」をコンセプトに最新のファッションと着まわしのきくベーシックアイテムをスタイリングで提案します
Re-J			RJ	ヤングレディスのラージサイズブランド。トレンドとベーシックをバランス良く取り揃え、いつも新しいファッションを着まわしのきくコーディネートで提案します。

出店フォーマット			略称	コンセプト
都 心	モール	GMS		
			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。
			IL	家で過ごす時間を大切にしたい女性に、「RELAX and HAPPY☆」をテーマに300円でライフスタイル提案します。
			SB	毎日を楽しくさせる、トータル提案型雑貨SHOPで、親子で、ワクワク楽しく過ごせる空間を提案します。
			IC	「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。

3. 株主様情報

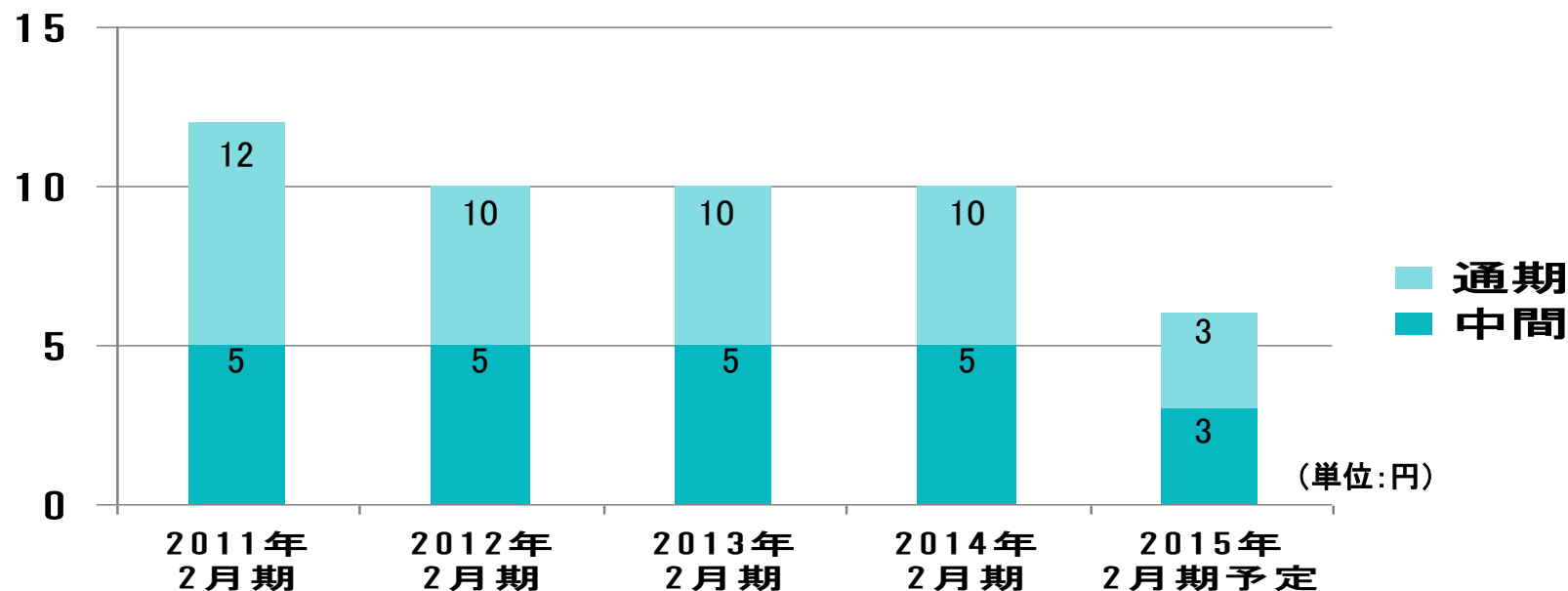
～Doing it～

株主様数 8,620名(2014.2.20現在) ⇒ 8,136名(2014.8.20現在)

ユニーグループ・ホールディングス持株比率 62.18%(2014.8.20現在)

	2013年8月20日			2014年2月20日			2014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	7,421名	96.6%	30.9%	8,364名	97.0%	33.5%	7,882名	96.9%	33.1%
国内法人	209名	2.7%	64.2%	209名	2.4%	63.1%	204名	2.5%	64.2%
機関投資家	33名	0.4%	4.4%	24名	0.3%	2.9%	30名	0.4%	2.3%
外国法人・個人	23名	0.3%	0.5%	23名	0.3%	0.5%	20名	0.2%	0.4%
合 計	7,686名	100.0%	100.0%	8,620名	100.0%	100.0%	8,136名	100.0%	100.0%

配 当



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

< 2014年2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。