

決算説明資料



1. 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
・既存店売上高前期比の状況	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
・アパレル事業ブランド別の状況	P14
・雑貨事業ブランド別の状況	P15
・当期の取組み概況①	P16
・当期の取組み概況②	P17

2. 今期の計画

・今期計画の概要	P19
・上期及び通期数値計画	P20
・当期業績推移と今期計画	P21
・新体制による中期目標	P22
・今期方針	P23
・今期の施策①	P24
・今期の施策②	P25
・今期の施策③	P26
・アパレル事業 ブランドコンセプト	P27
・雑貨事業 ブランドコンセプト	P28

3. 株主様情報

・株主様構成比	P30
・株主様還元策	P31
・お問合せ先	P32

1. 決算の概要

～ Doing it ～

	前 期	当 期	前期比増減
売 上 高	36,292	31,875	87.8%
営 業 利 益	▲479	▲679	▲200
経 常 利 益	▲433	▲619	▲186
純 利 益	▲2,254	▲2,146	107

※前期：繰延税金資産全額 1,277百万円を取り崩し

(単位:百万円)

既存店売上高前期比 90.9%

売上総利益率 54.1%(前期比▲0.2%)

出退店 出店14店 退店94店

営業経費率 56.2%(前期比+0.6%)

当期の主な特殊要因

資産除去債務の見直し

減価償却費 117百万円、減損損失 203百万円

共用資産等の減損損失

減損損失 717百万円

	前 期 金 額	前 期 売 上 比	金 額	売 上 比	前 期 比
売 上 高	36,292	100.0	31,875	100.0	87.8
売 上 総 利 益	19,695	54.3	17,235	54.1	87.5
営 業 費	20,175	55.6	17,915	56.2	88.8
営 業 利 益	▲479	▲1.3	▲679	▲2.1	—
経 常 利 益	▲433	▲1.2	▲619	▲1.9	—
純 利 益	▲2,254	▲6.2	▲2,146	▲6.7	—

(単位:百万円、%)

純利益 ▲2,254 百万円 ⇒ ▲2,146 百万円

前期：繰延税金資産取り崩しにより、法人税等調整額1,316百万円計上

当期：資産除去債務の見直し、共用資産等の減損損失920百万円追加計上

営 業 利 益	▲479 百万円 ⇒ ▲679百万円	
経 常 利 益	▲433百万円 ⇒ ▲619百万円	
特 別 損 失	293百万円 ⇒ 1,298百万円	
減 損 損 失	238百万円⇒ 1,242百万円 (うち共用資産等減損717百万円)	減損店舗数 96店 ⇒ 112店 資産除去債務減損店⇒145店
除 却 損 失	39 百万円 ⇒ 24 百万円	閉店店舗数 63店 ⇒ 94店 改装店舗数 50店 ⇒ 58店

純 資 産 前期4,575百万円 ⇒ 2,331百万円 18.4%

長短借入金 前期3,700百万円 ⇒ 3,500百万円 27.6%

商 品 前期3,498百万円 ⇒ 3,045百万円 24.0%

	2014年2月期	2015年2月期	増 減
総 資 産	15,179	12,702	▲2,476
商 品	3,498	3,045	▲453
投資その他資産 ※主に保証金	7,707	6,414	▲1,292
負 債	10,604	10,371	▲233
長 短 借 入 金	3,700	3,500	▲200
純 資 産	4,575	2,331	▲2,243

(単位:百万円)

フリーキャッシュ・フロー ▲1,165百万円 ⇒ 242百万円

営業CF たな卸資産の減少額 440百万円

投資CF 差入保証金の回収額 1,099百万円

	前 期	当 期
営 業 キャッシュ・フロー	▲658	39
投 資 キャッシュ・フロー	▲506	203
財 務 キャッシュフロー	1,079	▲296
現金及び現金同等物の増減額	▲85	▲53

(単位:百万円)

売上高構成比 アパレル事業66.4% 雑貨事業 30.2%
その他 3.4%

雜貨事業增收 前期比104.9%

	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	25,960	71.5	21,172	66.4	81.6
雑貨事業	9,161	25.2	9,612	30.2	104.9
その他	1,171	3.2	1,090	3.4	93.0
全社	36,292	100.0	31,875	100.0	87.8

(単位:百万円、%)

第1Q:91.9% 第2Q:85.2% 第3Q:92.6% 第4Q:94.5%

雑貨事業 インセンス好調に推移 年間101.7%

	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	92.0	93.2	90.1	91.9	85.8	82.8	87.0	85.2	88.5	
客 数	89.6	97.2	92.5	93.2	87.7	83.9	87.5	86.4	89.7	
客 単 価	102.7	95.9	97.4	98.6	97.8	98.7	99.5	98.7	98.6	
	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	94.7	92.2	91.0	92.6	93.5	93.9	97.6	94.5	93.6	90.9
客 数	93.1	87.7	89.1	89.9	94.0	93.7	97.1	94.5	92.2	90.8
客 単 価	101.7	105.2	102.2	103.0	99.5	100.2	100.5	100.0	101.5	100.1

(単位: %)

売上総利益率 54.3% ⇒ 54.1%

<要因>

上期 消費税増税後における販売不振による値下販売拡大

下期 シーズンMD精度向上、在庫適正コントロールによる商品鮮度改善

	2011年 2月期	2012年 2月期	2013年 2月期	2014年 2月期	2015年 2月期
上 期	53.5	53.2	53.5	54.6	53.7
下 期	53.4	53.1	54.6	53.9	54.5
通 期	53.4	53.2	54.0	54.3	54.1

(単位: %)

アパレル事業全体 売上構成比 前期 15.5% ⇒ 当期 12.3%
 荒利益率 上期 49.8% 下期 57.1%

下期より、コア商品開発に重点を置いた取り組みへシフト

		ギャルフィット					アパレル事業全体				
		荒利益率			構成比		荒利益率			構成比	
		直賃	その他	合計	直賃	その他	直賃	その他	合計	直賃	その他
当期	上期	45.4	49.9	49.1	17.7	82.3	49.8	53.5	53.0	13.2	86.8
	下期	53.7	49.2	50.0	16.5	83.5	57.1	52.6	53.1	11.3	88.7
	通期	49.3	49.6	49.5	17.1	82.9	52.9	53.1	53.1	12.3	87.7
前期	上期	52.6	52.2	52.3	19.5	80.5	54.7	54.5	54.5	13.2	86.8
	下期	49.9	48.5	48.8	22.6	77.4	55.0	51.6	52.2	18.2	81.8
	通期	51.3	50.6	50.7	21.0	79.0	54.9	53.2	53.5	15.5	84.5

(単位: %)

出店 57店 ⇒ 14店 ・既存店に注力、店舗基盤再構築

退店 63店 ⇒ 94店 ・不採算店舗の閉店拡大

2014年2月期末 780店 ⇒ 2016年2月期末(予定) 620店 (約2割減予定)

※2013年2月期の期首で、合併により232店舗増となっています

	2012年 2月期	2013年 2月期	2014年 2月期	2015年 2月期	2016年 2月期予定
出 店	40	31	57	14	10
退 店	32	61	63	94	90
純 増	8	▲30	▲6	▲80	▲80
期 末 店 舗 数	584	786	780	700	620
店 舗 投 資 額	646	728	1,151	523	400

(単位: 店数、百万円)

リシェリエ ブランド転換(改装)を5店舗実施
 リジェイ ブランド転換(改装)を4店舗実施

	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	44	3	▲39	232
リシェリエ	0	1	5	4	31
ド ス チ	0	5	1	▲4	31
ギャルフィット他	2	38	▲3	▲39	170
スズタン事業部	1	29	▲7	▲35	141
リジェイ事業部	2	8	4	▲2	63
リメディオD	0	2	▲2	▲4	18
アパレル事業合計	5	83	▲2	▲80	454
複 合 店	0	1	▲2	▲3	39

※ D:ディビジョン

(単位:店)

木糸土・ハレノヒ 出店6店舗 アパレルからのブランド転換3店舗

イルーシー300D アパレルからのブランド転換6店舗

	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	6	▲5	▲10	97
イルーシー300D	0	2	6	4	46
インセンスD	2	1	0	1	32
木糸土・ハレノヒD	6	1	3	8	32
雑貨事業合計	9	10	4	3	207

※ D:ディビジョン

(単位:店)

※ブランドの略称は、P. 27. 28をご参照ください

1) 事業基盤の再構築 ＜計画通り実行＞

4事業部体制による、収益基盤の明確化と人材の集中化実施

事業部基幹ブランドへ注力、苦戦ブランドの集約と再編

ライフスタイル提案型ブランド(木糸土ハレノヒ、イルーシー300)育成

2) 主力事業のMD変革 ＜検証・修正＞

＜MDの変更＞ 独自性強化、大人化、ターゲット再定義

GF事業: フェミニン & キュートをテーマにMD変更 ⇒ 人的体制強化中

SZ事業: エレガンス & フェミニンをテーマにMD変更 ⇒ 後半上昇傾向

RJ事業: ヤングの大きいサイズとしてファッション性強化 ⇒ 再修正

SB事業: 母と子にターゲットを再定義及び品揃えの楽しさ追求 ⇒ 順調に推移

＜商品効率改善＞

第4Qの商品回転日数前期比較 アパレル事業▲6日 雑貨事業▲5日

3)顧客化及び店舗サービス力の強化 <進行 競合優位性未達>

メンバーズ会員 588千名獲得（前期538千名） 既存ベース114%

パレモバ会員 当期末時点会員数 108千名（純増会員数 61千名）

店舗における笑顔と挨拶への取り組み強化 OJT教育機会拡充

自社通販サイトの立上げ 本格化、軌道化は31期より

4)不採算店閉店による赤字削減と営業費の低減 <計画以上実施>

閉店 期首予定60～80店舗に対し 下期に積み増し 年間94店舗実施

営業費の低減 人件費低減、既存店賃料低減などあらゆるコスト見直し

第4Qの営業費前期比 83.8% ※当期特殊要因(減価償却費追加計上分)除く

(同期間の売上高単純前期比 88.0% 既存店売上高前期比 94.5%)

2. 今期の計画

～Doing it～

	前 期	通期計画	前 期 比
売 上 高	31,875	28,300	88.8
営 業 利 益	▲679	140	—
経 常 利 益	▲619	170	—
純 利 益	▲2,146	▲230	—

(単位:百万円)

既存店売上高前期比 上 期 98.0% 年 間 96.5%

売上総利益率改善 上 期 1.4% 年 間 1.1%

出退店の年間計画 出 店 10店 退 店 90店

	前年上期 実績	上期 計画	前期比	前年通期 実績	通期 計画	前期比
売上高 (既存店前期比)	16,752 88.5	14,880 98.0	88.8	31,875 90.9	28,300 96.5	88.8
売上総利益 (売上比)	8,992 53.7	8,200 55.1	91.2	17,235 54.1	15,630 55.2	90.7
営業費 (売上比)	9,216 55.0	7,870 52.9	85.4	17,915 56.2	15,490 54.7	86.5
営業利益 (売上比)	▲224 ▲1.3	330 2.2	—	▲679 ▲2.1	140 0.5	—
経常利益 (売上比)	▲192 ▲1.2	350 2.4	—	▲619 ▲1.9	170 0.6	—
当期純利益 (売上比)	▲422 ▲2.5	150 1.0	—	▲2,146 ▲6.7	▲230 ▲0.8	—

(単位:百万円、%)

1) 当期業績推移 (営業利益)

	上期	第3Q	第4Q	下期	通期
前期⇒当期 (29期) (30期)	353⇒▲224	▲490⇒▲395	▲342⇒▲60	▲833⇒▲455	▲479⇒▲679
第4Q 資産除去債務見直しによる減価償却費 追加計上分(当期の特殊要因)を除いた営業利益			▲342⇒57	▲833⇒▲338	▲479⇒▲562

※下期より体質改善効果により、赤字減少傾向

(単位:百万円)

2) 今期計画 (営業利益)

営業利益	上期	第3Q	第4Q	下期	通期
当期⇒今期 (30期) (31期)	▲224⇒330	—	—	▲455⇒▲190	▲679⇒140

※既存店売上高前期比 29期:93.5%、30期:90.9% 31期計画:96.5%

(単位:百万円)

今期(31期)は、コスト変革及び、店舗基盤変革を継続強化するとともに、「MDの変革」
「サービスの変革」を徹底追求し、既存店売上高前期比96.5%の計画達成を見込む

		30期 2015年2月期	31期(今期) 2016年2月期	32期 2017年2月期	33期 2018年2月期	34期 2019年2月期
収益改善目標			営業利益 黒字化	当期純利益 黒字化	微減収 増益	増収増益
1株当たり 当期純利益見込み					20円程度	30円程度
出退店	出店 退店	14店 94店	10店 90店	20店 40店	30店 30店	50店 30店
<基盤変革> ブランドの選択と集中 不採算店舗削減 コスト低減		 				
<収益性強化> MDの変革 サービスの変革		 		→SPA化、ライフスタイル提案型 →競合NO1のサービス力確立		
<成長性強化> 木糸土・ハレノヒ イルーシー300		売上15億円 売上20億円		 		売上50億円前後 売上50億円前後

「MDの変革」と「サービスの変革」の徹底追求により、「独自性」と「ロイヤルティ」を確立し、ライフスタイルの提案が出来るブランド企業を目指す

＜今期方針＞

営業黒字の必達と安定成長基盤の再構築

4つの変革の徹底遂行と拡大成長基盤の育成

＜抜本施策の概要＞

1) 黒字化に向けたトップラインの回復向上

「MD変革」と「サービス変革」の徹底追求

2) 安定成長基盤構築に向けた体質改善

「コスト変革」と「店舗基盤変革」の完全実行

3) 永続的安定成長に向けた成長基盤の構築

雑貨の成長ブランド育成による拡大基盤の構築

※ブランドの略称は、P. 27. 28をご参照ください

1)MDの変革

＜アパレル事業＞

① 独自性強化 ブランドごとの独自性ある世界観の確立

GF事業:フェミニン&キュートをテーマに独自性強化 ボトム、服飾雑貨強化

SZ事業:エレガンシー&フェミニンをテーマに独自性強化 服飾雑貨強化

RJ事業:ヤングの大きいサイズとしての独自性強化を基本に客層拡大対応の強化

② コアMD強化 ブランドごとの世界観の中で、独自の売り筋商品の開発強化

③ シーズンMD力強化 在庫適正化コントロール強化による値下削減、荒利益率向上

＜雑貨事業＞

① ライフスタイル提案強化 トータル提案型MDの推進と売場VP力の向上

② オリジナル性強化 ブランドごとの独自性を表現するオリジナル商品強化

③ 商品効率改善 計画的な在庫活性化の実施 単品フォロー力強化

2) サービスの変革

① 笑顔と挨拶のサービス戦略 競合優位性の武器 競合NO. 1化を目指す

アパレル営業		当期(30期)		今期(31期)
	グッドスマイルスタッフ	546名(24%)	⇒	1130名(50%)
	ベストスマイルスタッフ	19名(0.8%)	⇒	120名(5%)
雑貨営業		当期(30期)		今期(31期)
	スマイルリーダー	818名(90.3%)	⇒	900名(100%)
	スマイルリーダーレベル②	146名(16%)	⇒	900名(100%)
	スマイルリーダーレベル③	0名	⇒	100名(10%)

② メンバーズ会員 & パレモバ会員拡大戦略 顧客数拡大とO2O戦略強化

	会員獲得数 30期実績⇒31期計画	獲得数(1店舗あたり) 30期実績⇒31期計画	期末会員数 30期末⇒31期末
メンバーズカード会員	588千名⇒590千名	810名⇒880名	588千名⇒590千名
パレモバ(ネット)会員	61千名⇒100千名	74名⇒150名	108千名⇒200千名

3)コスト変革

既存店ベースの経費削減 前期比7億円減

人件費減、賃料減及びローコストプロジェクトによる販売管理費減

本社本部の適正規模化は当期末及び今期期首に実施済み

4)店舗基盤変革

アパレル店舗中心に不採算店舗ならびに低効率店舗を90店舗閉店

店舗赤字額の削減及び商品効率の改善

5)成長基盤育成

「木糸土・Hare no hi」のライフスタイル提案強化

当期30期 売上15億円 ⇒ 34期50億円前後 ⇒ 将来100億円

「イルーシー300」をライフスタイル提案型へ

当期30期 売上20億円 ⇒ 34期50億円前後 ⇒ 将来100億円

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。
	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	「エレガンス & 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。
SUPURE			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。
Re-J			RJ	ヤングレディー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～

発行済み株式数 1,205万株(2014.2.20現在)⇒1,205万株(2015.2.20現在)

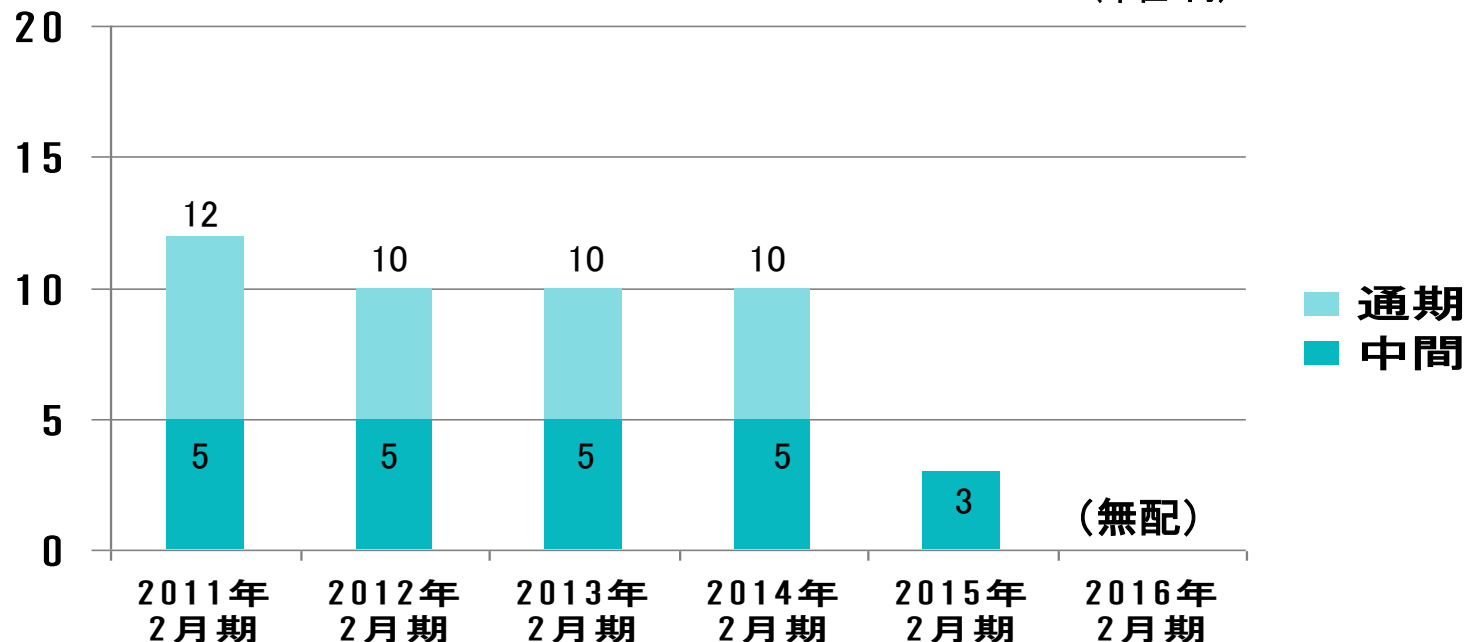
株主様数 8,620名(2014.2.20現在) ⇒ 8,906名(2015.2.20現在)

ユニーグループHD持株比率 61.01%(2014.2.20現在) ⇒ 60.33%(2015.2.20現在)

	2014年2月20日			2014年8月20日			2015年2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	8,364名	97.0%	33.5%	7,882名	96.9%	33.1%	8,661名	97.3%	36.0%
国内法人	209名	2.4%	63.1%	204名	2.5%	64.2%	202名	2.3%	62.4%
機関投資家	24名	0.3%	2.9%	30名	0.4%	2.3%	22名	0.2%	1.3%
外国法人・個人	23名	0.3%	0.5%	20名	0.2%	0.4%	21名	0.2%	0.3%
合計	8,620名	100.0%	100.0%	8,136名	100.0%	100.0%	8,906名	100.0%	100.0%

配 当

(単位:円)



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atalogギフト

< 2015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。