

2016年2月期 第2四半期 決算説明会

2015年9月30日



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
・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
・上期の取組み概況①	P16
・上期の取組み概況②	P17

2. 下期及び今期計画

・今期計画の概要	P19
・下期及び通期数値計画	P20
・営業利益推移および今期計画	P21
・今期方針	P22
・上期要因と下期対策	P23
・下期の施策①	P24
・下期の施策②	P25
・アパレル事業 ブランドコンセプト	P26
・雑貨事業 ブランドコンセプト	P27

3. 株主様情報

・株主様構成比	P29
・株主様還元策	P30
・お問合せ先	P32

1. 第2四半期決算の概要

本資料をご覧ください上での留意事項

当社は、平成27年9月29日開示の、「過年度の有価証券報告書の訂正報告書及び、訂正決算短信等の提出に関するお知らせ」にありますように、第28期第1四半期(2012年5月期)以降の有価証券報告書、四半期報告書ならびに決算短信、四半期決算短信についての訂正を行いました。

つきましては、本資料に記載されております過年度との比較数値につきましては、訂正後の数値が反映されておりますので、ご留意下さい。

～Doing it～

(単位: 百万円)

	2015/2期	2016/2期			
	上期実績	上期計画	上期実績	前年同期差	計画差
売上高	16,752	14,880	14,561	▲2,190	▲319
営業利益	▲248	330	255	+504	▲75
経常利益	▲222	350	276	+499	▲74
純利益	▲452	150	71	+523	▲79

売上高前期比 86.9% (既存店売上高前年比 95.4%)
 売上総利益率 54.9% (前年同期差 +1.2%)
 営業費前期比 83.6% (前年同期差 ▲1,514百万円)
 出退店 出店: 4店 退店: 47店 (純減: 43店)

(単位:百万円)

	2015/2期 上期実績	2016/2期		
		上期実績	前年同期差	前年同期比
売上高	16,752	14,561	▲2,190	86.9%
売上総利益 (売上総利益率)	8,998 53.7%	7,987 54.9%	▲1,010 +1.2%	88.8% —
営業経費 (営業経费率)	9,246 55.2%	7,732 53.1%	▲1,514 ▲2.1%	83.6% —
営業利益 (営業利益率)	▲248 ▲1.5%	255 1.8%	+504 +3.2%	— —
経常利益 (経常利益率)	▲222 ▲1.3%	276 1.9%	+499 +3.2%	— —
当期純利益	▲452	71	+523	—

純利益 ▲452 百万円 ⇒ 71 百万円

営業損益 黒字転換 ▲248 百万円 ⇒ 255 百万円

経 常 利 益	▲222 百万円 ⇒ 276 百万円	
特 別 損 失	135 百万円 ⇒ 126 百万円	
減 損 損 失	115 百万円 ⇒ 104 百万円	減損店舗数 32店 ⇒ 31店
除 却 損 失	11 百万円 ⇒ 2 百万円	閉店店舗数 40店 ⇒ 47店 改装店舗数 39店 ⇒ 11店

(単位:百万円)

	2014年8月 期末	2015年2月 期末	2015年8月 期末
総 資 産	15,162	12,705	12,074
商 品	2,965	3,045	2,330
投資その他資産 ※主に保証金	7,141	6,414	5,837
負 債	11,133	10,446	9,937
長 短 借 入 金	4,100	3,500	3,000
純 資 産	4,028	2,258	2,137

純資産 : 2,137百万円 17.7% (当期純利益71百万円)

※退職給付に関する会計基準の計算方法の変更により、期首段階での純資産が192百万円減少

商品 : 店舗数減、在庫コントロールの適正化により減少

長短借入金 : 閉店店舗の差入保証金回収、返済により減少

フリーキャッシュ・フロー 103百万円 ⇒ 655百万円

(単位:百万円)

	2015/2期(上期)	2016/2期(上期)
営業キャッシュ・フロー	9	270
投資キャッシュ・フロー	94	384
財務キャッシュ・フロー	339	▲500
現金及び現金同等物の増減額	443	155

営業CF 税引前当期純利益 ▲348百万円 ⇒ 151百万円

投資CF 差入保証金の回収が資金貢献

財務CF 長期借入金の減少額 600百万円

売上高構成比 アパレル事業 68.9%⇒65.4%(▲3.5%)

雜貨事業 28.6%⇒31.8%(+3.2%)

(単位:百万円、%)

	2015/2期(上期)		2016/2期(上期)		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
アパレル事業	11,535	68.9	9,516	65.4	82.5
雑貨事業	4,789	28.6	4,627	31.8	96.6
その他	427	2.5	418	2.9	97.9
全社	16,752	100.0	14,561	100.0	86.9

既存店売上高前年比 95.4%

第1Q 92.8% 3月期: 昨年消費増税前の駆け込み需要の反動

第2Q 98.1% 8月期: 猛暑の影響により、シーズン商品好調

	3月度	4月度	5月度	第1四半期	
売上高	86.5	94.3	97.4	92.8	
客数	85.8	90.1	91.3	89.1	
客単価	100.9	104.7	106.7	104.1	
	6月度	7月度	8月度	第2四半期	上期
売上高	93.7	96.0	104.0	98.1	95.4
客数	91.4	92.0	95.9	93.4	91.2
客単価	102.6	104.3	108.4	105.1	104.6

(単位: %)

売上総利益率 53.7% ⇒ 54.9%

＜要因＞

アパレル事業：シーズンMD力強化 適正在庫コントロールによる値下削減

前年同期比 +1.2% （第1Q +1.4% 第2Q +0.8%）

	2012/2期	2013/2期	2014/2期	2015/2期	2016/2期
上 期	53.2	53.5	54.5	53.7	54.9
下 期	53.1	54.6	54.0	54.5	—
通 期	53.2	54.0	54.3	54.1	—

（単位：％）

直貿 荒利益率 ギャルフィット 前期 45.4% ⇒ 今期 56.5%
 アパレル事業 全体 前期 49.8% ⇒ 今期 58.6%

前年下期より、コア商品開発に重点を置いた取り組みへシフト ⇒ 荒利益率改善

		2015/2期 上期累計		2016/2期 上期累計	
		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	17.7	45.4	18.4	56.5
	そ の 他	82.3	49.9	81.6	51.0
	合 計	100.0	49.1	100.0	52.0
アパレル事業全体	直 貿	13.2	49.8	12.0	58.6
	そ の 他	86.8	53.5	88.0	54.5
	合 計	100.0	53.0	100.0	55.0

(単位: %)

出店 11店 ⇒ 4店 既存店MD変革に集中

退店 40店 ⇒ 47店 不採算店舗の退店積み増し
(当初の通期見通しは90店舗の退店)

	2014/2期		2015/2期		2016/2期	
	上 期	通 期	上 期	通 期	上 期	通 期 見通し
出 店	29	57	11	14	4	9
退 店	26	63	40	94	47	100
増 減	3	▲6	▲29	▲80	▲43	▲91
期 末 店 舗 数	789	780	751	700	657	609
店 舗 投 資 額	768	1,151	343	523	131	350

(設備投資額単位: 百万円)

不採算店舗を中心に、33店舗を退店 期末431店舗

レギュラー事業部にて、ブランド再構築⇒店舗基盤変革

	出 店	退 店	変 更	増 減	期末店舗
レギュラー事業部	1	30	10	▲19	372
RecHerie	0	1	1	0	31
DOSCH	0	6	▲1	▲7	24
GALFIT, etc	0	13	7	▲6	182
SUZUTAN, etc	1	10	3	▲6	135
ラージサイズ事業部	0	3	▲1	▲4	59
アパレル事業 合計	1	33	9	▲23	431

雑貨事業 出店 3店 退店11店 期末201店舗

	出 店	退 店	変 更	増 減	期末店舗
シーベレット事業部	0	5	1	▲4	93
illusie300	1	4	▲1	▲4	42
INCENSE	0	0	0	0	32
木糸土・Hare no hi	2	2	2	2	34
雑貨事業 合計	3	11	2	▲6	201
複合店(※)	0	3	▲11	▲14	25

(※)複合店は、複数のブランドを併設した店舗です。

1) MDの変革

＜アパレル事業＞

- ① 独自性強化 ⇒ GF事業 : MDの再編集に遅れ、旬の品揃えが不足
SZ事業 : 「エレガンス」を軸にMD精度向上、好調に推移
RJ事業 : 商品鮮度は改善するも、品揃えバランスに課題
- ② コアMD強化 ⇒ 直質によるコアアイテムの計画生産が軌道化、荒利益率改善
- ③ シーズンMD力強化 ⇒ 在庫管理の強化により、値下削減、商品回転日数改善

＜雑貨事業＞

- ① ライフスタイル提案強化 ⇒ 提案力は向上するも、安定供給に課題
- ② オリジナル性強化 ⇒ オリジナル商品への取り組みは拡大、規模拡大へ
- ③ 商品効率改善 ⇒ 売上不足により、商品回転日数は改善せず

2) サービスの変革

① 笑顔と挨拶のサービス戦略

⇒全スタッフ対象とした笑顔の認定制度の取り組みを強化

② メンバーズ会員 & パレモバ会員拡大戦略

⇒メンバーズ会員獲得は、客数減に比例し獲得も減少（前期比既存ベース91.1%）

⇒パレモバ会員獲得は、順調に増加（15/2末時点108千名⇒15/8末176千名）

3) コスト変革

既存店ベースの経費削減が進捗 上期 391百万円の減

⇒賃料減および、ローコストプロジェクトによる取り組みを継続

4) 店舗基盤変革

全店対象に、再度マーケット環境と今後の収益性を精査し、退店店舗を積み増し

⇒今期、100店舗の退店見通しへ（当初は90店舗）。商品効率改善にも寄与

2. 下期及び今期計画

～Doing it～

(単位:百万円)

	2015/2期	2016/2期		2015/2期	2016/2期	
	下期実績	下期計画	前年同期差	通期実績	通期計画	前年同期差
売上高	15,123	12,738	▲2,384	31,875	27,300	▲4,575
営業利益	▲476	▲115	+361	▲725	140	+865
経常利益	▲439	▲106	+333	▲662	170	+832
純利益	▲1,733	▲371	+1,362	▲2,186	▲300	+1,886

売上高前期比見通し

(既存店売上高前期比)

下期:84.2%

(95.0%)

通期:85.6%

(95.2%)

売上総利益率改善

下期: +1.2%

通期: +1.2%

営業経費の改善

下期:82.7%

通期:83.2%

出退店の年間計画

出店: 9店

(前期14店)

退店:100店

(前期:94店、当初予定90店)

(単位:百万円)

	2015/2期	2016/2期			2015/2期	2016/2期		
	下期実績	下期計画	前期差	前期比	通期実績	通期計画	前期差	前期比
売上高 (既存店前年比)	15,123 93.6%	12,738 95.0%	▲2,384 +1.4%	84.2% —	31,875 90.9%	27,300 95.2%	▲4,575 +4.3%	85.6% —
売上総利益 (売上総利益率)	8,235 54.5%	7,092 55.7%	▲1,143 +1.2%	86.1% —	17,233 54.1%	15,080 55.2%	▲2,153 +1.2%	87.5% —
営業経費 (営業経费率)	8,711 57.6%	7,207 56.6%	▲1,504 ▲1.0%	82.7% —	17,958 56.3%	14,940 54.7%	▲3,018 ▲1.6%	83.2% —
営業利益 (営業利益率)	▲476 ▲3.2%	▲115 ▲0.9%	+361 +2.2%	— —	▲725 ▲2.3%	140 0.5%	+865 +2.8%	— —
経常利益 (経常利益率)	▲439 ▲2.9%	▲106 ▲0.8%	+333 +2.1%	— —	▲662 ▲2.1%	170 0.6%	+832 +2.7%	— —
当期純利益	▲1,733	▲371	+1,362	—	▲2,186	▲300	+1,886	—

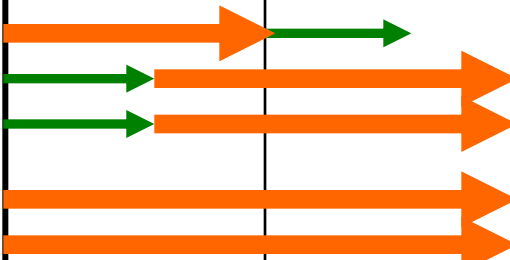
1) 営業利益実績進捗ならびに今期計画

(単位: 百万円)

	第 1 Q		第 2 Q		上 期		下 期		通 期	
	金 額	前期差	金 額	前期差	金 額	前期差	金 額	前期差	金 額	前期差
2014/2期	121	▲157	221	▲16	342	▲173	▲823	▲682	▲481	▲856
2015/2期	▲73	▲194	▲175	▲396	▲248	▲591	▲476	+347	▲725	▲243
2016/2期	120	+194	134	+309	255	+504	▲115	+361	140	+865

※2016/2期下期および通期は計画値

2) 新体制による中期目標進捗

		30 期 2015/2期	31 期(今期) 2016/2期	32 期 2017/2期	33 期 2018/2期	34 期 2019/2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
出退店	出店 退店	14店 94店	9店 90店⇒100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				→ブランド再構築、店舗基盤変革 →ローコスト体質化、安定収益基盤確立 →ブランド独自性の発揮、ポジション確立 →競合NO1のサービス力確立		

＜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. 26. 27をご参照ください

1) 上期要因

- ① 第1四半期の苦戦 3月度既存店売上高前年比 86.5%
⇒ アパレル事業春物が苦戦、昨年消費増税前の駆け込み需要反動減も
- ② 消費環境は改善傾向 同業他社の収益改善が進む中、出遅れ感あり
⇒ ブランド毎の独自性発揮に向けたMD変革の進捗に格差(SZ事業では進捗)
- ③ 適正在庫コントロールの精度向上 アパレル事業で、商品回転日数改善
⇒ アパレル事業において、夏物以降に成果が見られる(猛暑の追い風も貢献)

2) 下期施策の概要

- ① アパレル事業のMD変革を加速
- ② 顧客化及び店舗サービス力の更なる強化
- ③ コスト変革、店舗基盤変革による赤字店舗の削減

※ブランドの略称は、P. 26. 27をご参照ください

1) MD変革の加速化

＜アパレル事業＞

- ① レギュラー事業・・・GF事業、SZ事業を統合（一本化体制下でのリブランディング）
⇒品揃えの柱となるテイストを明確にし、ブランドとしての独自性を追求
- ② 商品調達体制をチームマーチャンドアイジング型へシフト
⇒GF事業、SZ事業の持つ強みを共有し、無駄な仕入れを排除、効率化
- ③ シーズンMD力の強化（継続課題）
⇒OTB適正管理の徹底、消費動向変化に対応したシーズン設定の変更

＜雑貨事業＞

- ① ライフスタイル業態の進化・・・MDの再構築、市場変化へのスピード対応
⇒木糸土・HH・ILへの集中対応（トータル提案型MD）
- ② 商品効率改善・・・在庫活性化への対応を継続、店頭鮮度管理の徹底

※ブランドの略称は、P. 26. 27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 店舗スタッフへの教育を重視した体制への変更（ブロック長による指導）
⇒笑顔のサービスへの取り組み定着、風土化へ
- ② メンバーズ会員、パレモバ会員獲得強化を継続（販促拡大への手段）
⇒メンバーズ会員については、更新顧客のロイヤルカスタマー化を重視

3)コスト変革、店舗基盤変革による赤字店舗の削減

- ① 通期閉店 当初計画90店舗⇒100店舗 不採算店について前倒し対応
前期及び今期の2年間で約200店舗を閉店 店舗基盤の整備へ
- ② 営業費の低減 前期比 上期△1,514百万円 下期計画△1,504百万円
ローコストへの意識は定着。 今後はトップラインの回復を最重視

ブランド	略称	コンセプト
Rechlerie	RC	「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	DC	「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	GF	「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。
Luccica	LU	「大人のエレガンス」をテーマに、ベーシックアイテムを中心にトレンド感をプラスしたクリーンでリラックス感あるスタイルを提案します。
FOREST HEART	FH	ファッションを楽しみたい大人の女性に、スタイリッシュなリラックスカジュアルを提案します。
s u z u t a n	SZ	「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。
SUPURE	SP	「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したラージサイズShopです。
Re-J	RJ	「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。

ブランド	略称	コンセプト
	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	「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。
	IL	「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。
	SB	「毎日、楽しく」をテーマに、話題性あるファンシー雑貨と生活雑貨を提案します。
	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。

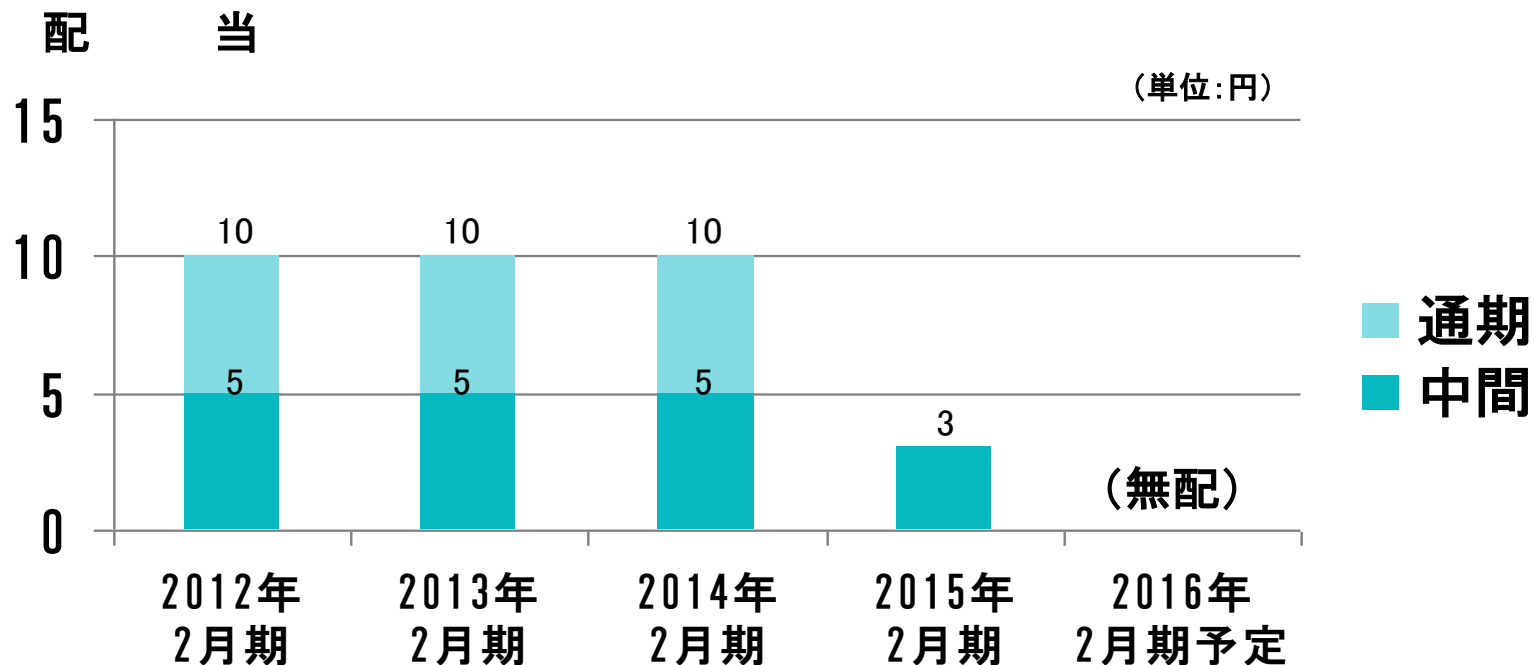
3. 株主様情報

～Doing it～

株主様数 8,906名(2015.2.20現在) ⇒ 7,775名(2015.8.20現在)

ユニーグループ・ホールディングス持株比率 62.17%(2015.8.20現在)

	2014年8月20日			2015年2月20日			2015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	7,882名	96.9%	33.1%	8,661名	97.3%	36.0%	7,532名	96.9%	32.1%
国内法人	204名	2.5%	64.2%	202名	2.3%	62.4%	196名	2.5%	64.2%
機関投資家	30名	0.4%	2.3%	22名	0.2%	1.3%	30名	0.4%	3.6%
外国法人・個人	20名	0.2%	0.4%	21名	0.2%	0.3%	17名	0.2%	0.1%
合計	8,136名	100.0%	100.0%	8,906名	100.0%	100.0%	7,775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 = 3,000円相当のカタログギフト

< 2015年2月20日現在 >

2016年2月期は無配とさせていただきます 利益剰余金 ▲194百万円(16/2期中間)

当期純利益黒字化、安定成長基盤構築を果たし、早期復配を目指してまいります

	2013/2期	2014/2期	2015/2期	2016/2期(予定)
中間配当金	5円	5円	3円	0円
期末配当金	5円	5円	0円	0円
年間配当金	10円	10円	3円	0円

	2013/2期末	2014/2期末	2015/2期末	2016/2期(中間)
資本金	1,229	1,229	1,229	1,229
資本準備金	1,433	1,433	1,433	1,104
利益剰余金	4,244	1,880	▲402	▲194
株主資本	6,906	4,541	2,258	2,137

(単位:百万円)

- ・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。