

2021年2月期 決算説明会

2021年4月1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(上期)	P10
・ 既存店売上高前年比の状況(下期)	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①	P15
・ 当期の取り組み概況②	P16
・ 当期の取り組み概況③	P17

2. 中期経営計画について

・ 中期経営計画の状況	P19
・ 中期経営計画の進捗①	P20
・ 中期経営計画の進捗②	P21

3. 今期の計画

・ 今期計画の概要	P23
・ 上期数値計画	P24
・ 通期数値計画	P25
・ 今期の施策	P26
・ ブランドコンセプト	P27

4. 株主様情報

・ 株主様構成比	P29
・ 株主様還元策	P30
・ お問い合わせ先	P31

1. 決算の概要

(単位:百万円)

	2020/2期		2021/2期		
	実 績	売 上 比	実 績	売 上 比	前期比/増減
売 上 高	24,084	100.0%	18,257	100.0%	75.8%
売 上 総 利 益	13,370	55.5%	9,394	51.5%	70.3%
営 業 経 費	12,865	53.4%	10,719	58.7%	83.3%
営 業 利 益	504	2.1%	▲1,325	▲7.3%	▲1,830
経 常 利 益	494	2.1%	▲1,321	▲7.2%	▲1,816
税引前純利益	383	1.6%	▲1,807	▲9.9%	▲2,191
純 利 益	350	1.5%	▲1,880	▲10.3%	▲2,231

売 上 高 前 期 比 75.8 % (既存店売上高前年比 75.0 %)

売 上 総 利 益 率 51.5 % (前年増減 ▲4.0 %)

営 業 経 費 率 58.7 % (前年増減 5.3 %)

出 退 店 出店:14 店 退店:91 店 (純減:77 店)

純利益の状況

(単位:百万円)

	前期	当期	増減
経常利益	494	▲1,321	▲1,816
特別利益	1	346	344
雇用調整 助成金		153	153
特別損失	112	832	719
休業手当		160	160
除却損 ペナルティ	20	36	16
事業整理損失		131	131
有価証券 評価損		307	307
減損損失	92	188	95
法人税等	33	73	39
純利益	350	▲1,880	▲2,231

■特別利益

SC閉鎖時の営業補償 193百万円

雇用調整助成金申請 153百万円

■特別損失

休業対象の人件費を特損計上

閉店店舗数 35店 → 91店

バラエティ雑貨業態ブランド廃止

投資有価証券の減損損失計上

減損店舗数 46店 → 53店

改装店舗数 16店 → 9店

資産、負債及び純資産の状況

(単位:百万円)

	2020/2期末	2021/2期末	前 年 増 減
総 資 産	11,677	9,992	▲1,684
商 品	1,949	1,608	▲340
有形固定資産	1,486	1,319	▲167
差入保証金	4,296	3,740	▲556
負 債	7,902	8,184	282
長短借入金	2,275	3,350	1,075
純 資 産	3,775	1,808	▲1,966

商品：期首対比 ▲340百万円（店舗数減、バラエティ雑貨商品処分）

有利子負債：期首対比 +1,075百万円（短期借入金増）

純資産：3,775百万円 ⇒ 1,808百万円

自己資本比率：32.1% ⇒ 17.7%

(単位:百万円)

	2019/2期	2020/2期	2021/2期
営業キャッシュ・フロー	901	619	▲1,155
投資キャッシュ・フロー	▲847	▲808	76
財務キャッシュ・フロー	197	▲118	970
現金及び現金同等物の増減額	251	▲306	▲108

営業CF 税引前純利益 383百万円 ⇒ ▲1,807百万円

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 長期借入金 275百万円増、短期借入金期末800百万円

配当金支払 71百万円、自己株式取得 26百万円

四半期業績の概要

(単位: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	5,563	5,187	93.2%	6,013	4,697	78.1%
売上総利益	3,072	2,696	87.8%	3,319	2,327	70.1%
(売上総利益率)	55.2%	52.0%	▲3.2%	55.2%	49.5%	▲5.7%
営 業 経 費	3,263	2,822	86.5%	3,258	2,755	84.6%
営 業 利 益	▲191	▲126	65	61	▲428	▲490

＜第3四半期の状況＞ 8/21～11/20 既存店売上高前年比 92.7%

- ①コロナ第2波の縮小傾向と共に、客数が回復するも節約志向から十分な回復に至らず
- ②暖冬気候が続き、アパレルのニット・アウターの在庫が滞留。雑貨は家ナカ需要で堅調

＜第4四半期の状況＞ 11/21～2/20 既存店売上高前年比 80.7%

- ①年末年始繁忙期に緊急事態宣言発出、外出自粛の影響で都心中心に客数大幅減
- ②雑貨事業の衛生関連商品(マスク・消毒液)と家ナカ対応商品、エコバッグは好調持続。

(単位:百万円、%)

	2019/2期		2020/2期		2021/2期		
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
アパレル事業	16,167	69.5	16,256	67.5	10,879	59.6	66.9
雑貨事業	6,520	28.0	7,176	29.8	6,852	37.5	95.5
その他	580	2.5	650	2.7	525	2.9	80.8
全社	23,268	100.0	24,084	100.0	18,257	100.0	75.8

※当期より「木糸土・ハレノヒ」業態はアパレル事業に含んでおり、前期以前の実績も修正して表示しております

売上構成比 アパレル事業 69.5% ⇒ 67.5% ⇒ 59.6%
 雑貨事業 28.0% ⇒ 29.8% ⇒ 37.5%

※ 当期においては、営業自粛により、アパレル事業はシーズン商品中心に売上大幅減。
 雑貨事業は衛生関連商品(マスク・消毒液)、冷感・温感商品、エコバッグ(レジ袋有料化
 対応)が好調に推移し、売上構成比が上昇。(前期の上昇は新規出店増によるもの)

既存店売上高前年比の状況（上期）

（単位：%）

	売上高	客数	客単価	概況
3 月 度	67.0	73.3	91.3	コロナの影響による外出自粛が徐々に浸透
4 月 度	46.2	52.3	88.3	緊急事態宣言発出、臨時休業の店舗が徐々に拡大
5 月 度	25.2	29.3	86.1	休業店舗がピークに。最大で6割の店舗が休業
第1四半期	45.1	50.9	88.6	春休み、GWといった売上ピーク時に大きな打撃
6 月 期	84.6	94.8	89.2	緊急事態宣言が解除になり、一時的に客数回復
7 月 期	93.1	105.8	88.0	後半より再び感染者増加の予兆があり売上減少
8 月 期	83.2	93.3	89.1	新規感染者急増、特に関東都心部では客数激減
第2四半期	86.7	97.7	88.8	水着、浴衣、盛夏ファッション需要が極端に低下
上 期	64.0	72.2	88.7	期間を通してアパレル大苦戦、雑貨健闘

既存店売上高前年比の状況（下期）

（単位：%）

	売上高	客数	客単価	概況
9 月 度	87.3	99.7	87.6	外出自粛により都心部で売上減、残暑も影響
1 0 月 度	95.7	110.3	86.7	前年消費増税の駆け込み反動減。GOTO東京付加
1 1 月 度	94.5	106.5	88.7	暖冬傾向からアパレル苦戦、雑貨家ナカ関連好調
第3四半期	92.7	105.7	87.7	GOTO効果により客数戻る兆しもアパレル不調
1 2 月 期	84.6	97.7	86.6	コロナ第3波到来、気温の低下と共に感染者急増
1 月 期	77.1	92.3	83.5	緊急事態宣言再発出、年末年始客数・売上の大幅減
2 月 期	80.4	97.1	82.8	緊急事態宣言延長。首都圏中心に客数減少継続
第4四半期	80.7	95.7	84.4	暖冬傾向でアパレル冬物全般苦戦も、雑貨堅調推移
下 期	86.4	100.5	86.0	外出自粛常態化。消費マインド低下でアパレル苦戦

売上総利益率 55.5% ⇒ 51.5%

<要因>

前年同期比 ▲4.0% (上期 ▲3.6% 下期 ▲4.4%)

下期:暖冬傾向からアパレルのニット、アウター等のシーズン商品が不調

(単位:%)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期
上 期	55.4	55.7	55.9	55.8	52.2
下 期	55.8	55.2	55.5	55.2	50.8
通 期	55.6	55.5	55.7	55.5	51.5

アパレル事業：54.4%(▲2.9%) 緊急事態宣言と暖冬傾向でシーズン商品不調

雑貨事業：44.7%(▲6.2%) バラエティ雑貨ブランド廃止に伴う値下販売増

出店 44店 ⇒ 14店 コロナ禍を受けて出店抑制するも、300円均一業態は出店6店、業態変更9店で94店舗に拡大

退店 35店 ⇒ 91店 コロナ禍による営業自粛の影響もあり、不採算店舗を前倒しで退店し、固定費削減を断行

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期
出 店	27	38	44	14
退 店	53	29	35	91
増 減	▲26	9	9	▲77
期 末 店 舗 数	469	478	487	410
店 舗 投 資 額	560	758	838	312

(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	8	38	2	▲28	255
Ludic Park,9SQUARE	6	1	0	5	44
Lilou de chouchou	0	1	0	▲1	8
DAISY MERRY	0	0	0	0	4
RecHerie, DOSCH	2	1	0	1	38
木糸土・Hare no hi	0	2	0	▲2	16
GAL FIT,SUZUTAN,etc	0	33	2	▲31	145
ラージサイズ店舗	0	2	0	▲2	34
アパレル事業 合計	8	40	2	▲30	289
illusie300	6	5	9	10	94
Siebelet	0	28	▲8	▲36	6
INCENSE	0	13	▲1	▲14	15
雑貨事業 合計	6	46	0	▲40	115
複合店(※)	0	5	▲2	▲7	6
合 計	14	91	0	▲77	410

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

1) 基幹事業の競争力向上

■アパレル事業(レギュラー・ラージサイズ業態)

- ①カテゴリー・シーズン別MDの精度向上 ⇒ 営業自粛により売上減、在庫内容・鮮度悪化
- ②修正能力の向上 ⇒ シーズン商品(夏浴衣水着、冬アウター)の売上減対応、鮮度改善出来ず

■雑貨事業 (バラエティ雑貨業態)

- ①立地・客層対応の抜本的MD改革 ⇒ 売上減による商品鮮度悪化に対し、衛生商品で補完
- ②少子化の進行に伴う市場環境の悪化から、バラエティ雑貨業態を廃止(300円均一に集中)

2) 出店拡大の加速とEC販売強化

■アパレル事業

- ①新規ブランドでの出店と改装の拡大 ⇒ ルディックパーク新店6店舗、拡大進まず
- ②ラージサイズ市場でのシェア拡大 ⇒ カテゴリー別品種別のバランスが崩れ、足踏み

■雑貨事業

- ・イルーシー300中心に出店 ⇒ 出店継続(新店6店・変更9店・閉店5)、合計94店舗に

■ 新型コロナウイルス対策

- ① 店舗の感染対策 マスク着用、検温、手指消毒、飛沫防止シート設置、清掃徹底
- ② 営業自粛 出店先施設の休業・時短営業に合わせ、当社店舗も休業・時短営業
- ③ GW期間 全体の約6割の店舗が休業。(単独店は4/8～5/20 営業自粛休業)
- ④ 従業員対応 マスク、消毒液を独自輸入調達し配布。本社テレワークの実施
- ⑤ 対策本部の設置 感染防止対策の指針徹底、感染者状況の掌握、発生時対応

■ 営業施策

- ① 商品在庫の調整 調達抑制、水着・浴衣販売の大幅縮小、春物在庫処分
- ② 衛生商品の販売強化 マスク、マスクバンド、消毒液など調達拡大
- ③ 巣ごもり需要対応強化 家ナカ対応商品の強化(キッチン、ホームウェア)
- ④ コロナ禍での季節対応 小型扇風機、小型加湿器、冷感・温感グッズ、日傘など
- ⑤ レジ袋有料化対応強化 各種エコバッグの品揃え強化

■ 緊急事態への対応

- ① 各種助成金、補助金等の申請 雇用調整助成金、持続化給付金、自治体支援等
- ② 緊急資金確保 コミットメントライン20億円(三菱UFJ銀行)ほか追加確保
- ③ 人件費削減 役員報酬減額(10ヶ月間)、役員賞与(固定部分)不支給
- ④ 各種経費削減 時短営業下での残業代、光熱費削減。出張旅費、消耗品費等

■ 次期黒字化に向けた対応

- ① 閉店店舗の積み増し 当初計画30店⇒91店(次期以降の固定費削減)
- ② 賃料減額交渉 客数回復までの短期協力要請を含む交渉(賃料比率上昇抑制)
- ③ バラエティ雑貨の撤退 イルシー300への変更、不採算店閉店、在庫処分完了
- ④ アパレル事業の在庫適正化 秋冬在庫の前倒し処分、コロナでの滞留在庫一掃
- ⑤ バッグ業態の規模縮小 店舗数半減、15店舗に(トラベル等の需要縮小長期化)

2. 中期経営計画について

■ 2021年2月期(最終年度)計画を修正 (3/31開示)

※ 前年実施の消費増税並びに新型コロナウイルス感染拡大の影響

■ 2021年2月期(最終年度)業績予想を「未定」に修正 (4/21開示)

■ 現行の中期経営計画を取り下げ (8/11開示)

※ 第2四半期見通し並びに、新型コロナウイルス感染症再拡大の懸念

(単位:百万円)

	2019/2期 実績	2020/2期 実績	2021/2期 当初計画	2021/2期 修正計画 (9/29開示)		2021/2期 実績
売上高	23,268	24,084	26,200	19,000		18,257
営業利益	700	504	1,000	▲950		▲1,325
EBITDA	896	735	1,380	▲660		▲1,065
設備投資	800	987	1,150	368		317
期末店舗数	478店	487店	530店	410店		410店

<中期経営計画進捗の総括>

- ・ 現行の中計については、コロナ感染症の拡大により想定外の状況となり取下げ(8/11開示)
- ・ 成長戦略については、アパレル事業で足踏みするも、雑貨事業の300円均一、ECは拡大継続
- ・ 次期中期経営計画については、コロナ感染症終息後を見据え、策定中

<アパレル事業>

基幹事業の競争力向上

- ①カテゴリー別MDの最適化 ⇒ 新しい生活様式への変化により最適化が後退
- ②品揃えの最適化 ⇒ 大規模な営業自粛によりシーズン在庫、品種バランスが崩壊
- ③大きいサイズの事業拡大 ⇒ カテゴリー別MDの構築が進まず、在庫バランスが悪化

成長エンジンの創出

アパレル新規ブランド



2021/2末現在 店舗数:56店舗 年商:約21億円

育成
拡大

2021/2月期
当初目標

店舗数
100店舗以上

年商
60億円以上

- ・ ルディックパークで6店舗出店するも、コロナウイルス感染症拡大もあり足踏み状態

<雑貨事業>

成長エンジンの創出

雑貨事業好調業態



2021/2末現在
店舗数:94店舗
年商:約47億円
(前年対比15.2%増)

拡大

2021/2月期
当初目標に到達

店舗数
70店舗以上
年商
40億円以上

・ イルシー300の出店拡大が着実に進行 引き続き170店舗 100億を目指す。

<EC(NET通販)事業>

EC(NET通販)



2020/2期
年商334百万円
前年比190.3%
EC化率1.4%

大きいサイズ内の
EC化率7.8%

体制刷新

2021/2月期 実績

売上高 350百万
前年比 104.7%
EC化率1.9%

大きいサイズ内の
EC化率12.3%

拡大

2021/2月期
当初目標

年商
5億円以上

EC比率
2%以上
大きいサイズ内の
EC化率12%以上

- ①EC拡大に向けた体制整備 ⇒ 販路拡大(マルイweb、SHOPLIST、Alinoma)による客流入強化
- ②自社ECサイトの再構築 ⇒ 利益体質への転換。レギュラーサイズ取扱開始、リアル店舗との相互送客強化
- ③自社アプリ運用、販促手法の拡大 ⇒ ラージサイズの販促対応強化(インスタLIVE配信 継続実施)

3. 今期の計画

今期計画の概要

(単位:百万円)

	2020/2期 実績	2021/2期 実績	2022/2期		
			計画	前々年 増減	前年 増減
売 上 高	24,084	18,257	20,500	▲3,584	2,242
営 業 利 益	504	▲1,325	400	▲104	1,725
経 常 利 益	494	▲1,321	400	▲94	1,721
純 利 益	350	▲1,880	100	▲250	1,980

売上高前期比見通し

上期: 124.2%

通期: 112.3%

(既存店売上高前年比)

(139.5%)

(122.5%)

(既存店売上高前々年比)

(86.4%)

(88.7%)

売上総利益率前年増減

上期: 3.3%

通期: 3.6%

営業経費の前期比

上期: 106.4%

通期: 101.7%

出退店の年間計画

出店: 20 店

退店: 30 店

(前期: 14店)

(前期: 91店)

(単位:百万円)

	2020/2期 上期実績	2021/2期 上期実績	2022/2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)	12,506 98.8%	8,371 64.0%	10,400 139.5%	▲2,106 40.7%	2,028 75.5%	124.2% —
売上総利益 (売上総利益率)	6,977 55.8%	4,370 52.2%	5,770 55.5%	▲1,207 ▲0.3%	1,399 3.3%	132.0% —
営業経費 (営業経费率)	6,343 50.7%	5,141 61.4%	5,470 52.6%	▲873 1.9%	328 ▲8.8%	106.4% —
営業利益 (営業利益率)	634 5.1%	▲771 ▲9.2%	300 2.9%	▲334 ▲2.2%	1,071 12.1%	— —
経常利益 (経常利益率)	625 5.0%	▲766 ▲9.2%	300 2.9%	▲325 ▲2.1%	1,066 12.1%	— —
当期純利益	532	▲947	150	▲382	1,103	—

(単位:百万円)

	2020/2期 通期実績	2021/2期 通期実績	2022/2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)	24,084 97.0%	18,257 75.0%	20,500 122.5%	▲3,584 25.7%	2,242 47.5%	112.3% —
売上総利益 (売上総利益率)	13,370 55.5%	9,394 51.5%	11,300 55.1%	▲2,007 ▲0.4%	1,969 3.6%	120.3% —
営業経費 (営業経费率)	12,865 53.4%	10,719 58.7%	10,900 53.2%	▲1,965 ▲0.2%	180 ▲5.5%	101.7% —
営業利益 (営業利益率)	504 2.1%	▲1,325 ▲7.3%	400 2.0%	▲104 ▲0.1%	1,725 9.3%	— —
経常利益 (経常利益率)	494 2.1%	▲1,321 ▲7.2%	400 2.0%	▲94 ▲0.1%	1,721 9.2%	— —
当期純利益	350	▲1,880	100	▲250	1,980	—

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：在庫適正化、シーズン別在庫バランスの修復、QR生産対応強化
- ②アパレル・ラージサイズ業態：シーズン別、品種別在庫バランスの修復、ECでの販売強化

2) 成長施策（出店戦略、EC販売強化）

- ①アパレル事業：新規出店は当面抑制するも、ローコストタイプの出店に対応
- ②雑貨事業：イルーシー300の出店は積極的拡大。派生ブランドの起ち上げ
- ③EC事業：アパレル 新規ブランドの起ち上げ、ラージサイズ ランファン展開強化
SNSなど販路拡大と自社サイト+SHOPLIST、マルイweb、Alinomaの強化

3) コスト削減、人財戦略

- ①不採算店舗の閉店による固定費削減（今期30店舗を閉店予定）
- ②賃料減額交渉の継続（減少した売上に見合った賃料へ）
- ③本社・本部人員の見直し（適材適所、規模に見合ったスリムな体制へ）
- ④将来幹部候補の育成、新規採用は継続（採用規模は見直し）

	ブランド	コンセプト
アパレル事業	Ludic Park	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
	DAISY MERRY	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
	Rechlerie	「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
	s u z u t a n	「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
	木糸土 mekughida	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
	Hare no hi hare no hi	「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
	SUPURE LARGE SIZE	「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
雑貨事業	illusie300	「「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
	Siebelet	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
	INCENSE	「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

株主様数 **10,074**名 (2020.8.20現在) ⇒ **12,569**名 (2021.2.20現在)
 エンデバー・ユナイテッド社 持株比率 23.7% (2021.2.20現在)

	2020年2月20日			2020年8月20日			2021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	10,150	97.7	55.6	9,829	97.6	51.3	12,305	97.9	66.4
国内法人	186	1.8	39.5	185	1.8	38.8	200	1.6	28.7
機関投資家	25	0.2	3.7	27	0.3	7.9	24	0.2	2.9
外国法人・個人	28	0.3	1.2	33	0.3	2.0	40	0.3	2.0
合 計	10,389	100.0	100.0	10,074	100.0	100.0	12,569	100.0	100.0

発行済み株式数 **1,205万株** (2021.2.20現在)

配 当

(単位:百万円)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2022/2期 (予定)
中間配当金	0円	0円	3円	6円	0円	0円
期末配当金	0円	3円	※ 3+3円	6円	0円	未定
年間配当金	0円	3円	9円	12円	0円	未定

	2017/2期末	2018/2期末	2019/2期末	2020/2期末	2021/2期末
資 本 金	1,229	100	100	100	100
資 本 剩 余 金	1,104	1,979	1,979	1,979	1,979
利益剰余金他	▲256	946	1,430	1,673	▲280
株 主 資 本	2,076	3,025	3,506	3,749	1,769

※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atalogギフト

＜2021年2月20日現在＞

- ・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>
専務取締役 管理担当 永井 隆司
MAIL t-nagai@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。