

パレモ・ホールディングス株式会社  
2024年2月期  
決算説明会

2024年4月2日



## 1. 決算の概要

- ・ 損益計算書の概要 P 4
- ・ 四半期業績の概要 P 5
- ・ 既存店売上高前年比の状況 P 6
- ・ 純利益の状況 P 7
- ・ 資産、負債及び純資産の状況 P 8
- ・ キャッシュ・フローの状況 P 9

## 2. 前中期経営計画の進捗

- ・ 前中期経営計画の概要 P11
- ・ (1)事業構造改革 P12～P14
- ・ (2)ガバナンス体制の強化 P14
- ・ (3)成長戦略 P14

## 3. 新中期経営計画について

- ・ 過年度業績の振り返り P16～P18
- ・ 今後の将来像 P19
- ・ 計画の骨子 P20～P22
- ・ 数値計画 P23～P24

## 4. 今期の計画

- ・ 今期計画の概要 P26
- ・ 通期数値計画 P27
- ・ 上期数値計画 P28
- ・ 今期施策 P29～P30
- ・ 今期施策 成長戦略 P31～P34

## 5. 株主様情報

- ・ 株主様構成比 P36
- ・ 株主様還元策 P37
- ・ お問い合わせ先 P38

---

# 1. 決算の概要

---

(百万円)

	23/2期		24/2期			
	実績	売上比	計画	実績	売上比	前期比 増減
売上高	17,513	100.0%	16,700	15,941	100.0%	91.0%
売上総利益	9,141	52.2%	8,650	8,277	51.9%	90.6%
営業経費	8,614	49.2%	8,000	7,915	49.7%	91.9%
営業利益	527	3.0%	650	362	2.3%	▲164
経常利益	580	3.3%	620	336	2.1%	▲243
純利益	562	3.2%	750	411	2.6%	▲150

※「収益認識に関する会計基準」等を前連結会計期間の期首から適用しております

売上高前期比 91.0 % (既存店売上高前年比 97.5 %)

売上総利益率 51.9 % (前年増減 ▲ 0.3 %)

営業経費率 49.7 % (前年増減 + 0.5 %)

出退店 出店：17店 退店：23店 (純減：6店)

(百万円)

	第3四半期				第4四半期			
	22/2期	23/2期	24/2期	前期比 増減	22/2期	23/2期	24/2期	前期比 増減
売上高	4,373	4,025	3,611	89.7%	4,936	4,232	3,917	92.5%
売上総利益	2,159	2,080	1,889	90.8%	2,575	2,140	1,984	92.7%
(売上総利益率)	49.4%	51.7%	52.3%	+0.6%	52.2%	50.6%	50.7%	+0.1%
営業経費	2,529	2,061	1,944	94.3%	2,603	2,056	2,022	98.4%
営業利益	▲370	19	▲54	▲73	▲27	84	▲37	▲122

## 第3四半期 (概況)

- ・ 営業店舗数の減少、厳しい残暑の影響  
既存店売上高前年比は92.8%
- ・ 残暑により夏物消化は順調(処分損減少)  
価格転嫁も進み売上総利益率は安定傾向
- ・ 人件費上昇の影響もあり、経費率は上昇

## 第4四半期 (概況)

- ・ 営業店舗数の減少影響は縮小、雑貨事業の  
苦戦が響き、既存店売上高前年比は95.0%
- ・ 12月気温高く冬物苦戦するも、1月以降は  
気温低下により、冬物好調推移。処分損減少
- ・ 人件費上昇の影響もあり、経費率上昇継続

既存店売上高前年比 97.5%      既存店客数前年比 87.1%

上期 売上高 100.9% 客数 88.9%    コロナ5類移行外出需要拡大、猛暑で夏物好調

下期 売上高 93.9% 客数 85.0%    コロナ禍の家ナカ需要の反動により雑貨苦戦

	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	106.1	97.4	97.3	99.8	93.6	100.1	112.4	102.0	100.9
客数	97.0	84.9	83.0	87.7	83.6	86.9	99.9	90.1	88.9
客単価	109.4	114.7	117.3	113.8	111.9	115.2	112.5	113.2	113.5

	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	97.0	89.4	92.5	92.8	94.6	93.8	97.3	95.0	93.9	97.5
客数	89.8	79.0	82.6	83.5	88.4	84.0	87.4	86.4	85.0	87.1
客単価	108.0	113.1	112.0	111.1	107.0	111.6	111.3	109.9	110.5	112.0

(百万円)

	23/2期	24/2期	増減
営業利益	527	362	▲165
営業外収益	104	21	▲83
貸倒引当金戻入	78	0	▲78
営業外費用	50	47	▲3
支払利息	45	41	▲4
経常利益	580	336	▲244
特別利益	17	256	239
受取補償金	0	256	256
賃貸借解約損戻入	15	0	▲15
特別損失	132	142	10
賃貸借解約損	16	11	▲5
減損損失	89	121	32
法人税等	▲96	37	133
純利益	562	411	▲151

## ■営業外収益

前期:貸倒引当金戻入 78百万円計上  
返還懸念の退店店舗敷金が全額返還

## ■営業外費用

支払利息 4百万円減少

借入金返済による負担減

## ■特別利益

前期:賃貸借契約解約損戻入15百万円

当期:受取補償金 商業施設の建替えに伴う営業補償等として256百万円

## ■特別損失

当期は計画外の退店が増加

コロナ禍

(百万円)

	21/2 期末	22/2 期末	23/2 期末	24/2 期末	前年増減
総 資 産	9,992	9,218	8,769	8,426	▲343
現金及び預金	2,135	2,209	3,044	2,945	▲99
商 品	1,608	1,808	1,455	1,648	193
有形固定資産	1,319	1,064	927	773	▲154
差入保証金	3,740	3,152	2,251	2,035	▲216
負 債	8,184	8,799	7,523	6,783	▲740
長短借入金	3,350	3,487	3,487	2,917	▲570
純 資 産	1,808	418	1,245	1,642	397
自己資本比率	17.7%	4.2%	14.1%	19.3%	5.2%

流動資産 5,631百万円、流動負債 6,246百万円、流動比率 90.2%(前期 80.6%)

(資産) 営業店舗数減少に伴い差入保証金216百万円減少

(負債) 長短借入金 570百万円減少

(純資産) 親会社株主に帰属する当期純利益の計上などにより397百万円増加

(百万円)

	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期
営業キャッシュ・フロー	▲1,155	▲158	207	565
投資キャッシュ・フロー	76	107	362	▲80
財務キャッシュ・フロー	970	125	264	▲584
現金及び現金同等物の増減額	▲108	74	835	▲99

営業CF 税引前当期純利益 449百万円、減価償却費 234百万円、  
受取補償金 256百万円等により資金増加

投資CF 退店店舗の原状回復によるキャッシュアウト含む

財務CF 長短期借入金の返済による減少額570百万円

---

## 2. 前中期経営計画の進捗

---

## 中期経営計画 数値計画

コロナ禍

(百万円)	コロナ前	コロナ1年目	コロナ2年目	中期経営計画(事業再構築計画)		
	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期	25/2期
	実績	実績	実績	実績	実績	当初計画
売上高	24,084	18,257	17,907	17,513	15,941	20,000
営業利益	504	▲1,325	▲709	527	362	900
(営業利益率%)	2.1%	▲7.3%	▲4.0%	3.0%	2.3%	4.5%
E B I T D A	735	▲1,065	▲446	747	596	1,200
出店(店)	44	14	19	6	17	—
退店(店)	35	91	49	103	23	—
期末店舗数(店)	487	410	380	283	277	346
店舗投資額(百万円)	838	312	378	179	210	—

## 前中期経営計画 骨子

### (1) 事業構造改革の推進

- ・ アパレルを中心とした不採算店舗の退店
- ・ イルシー300への経営資源シフト
- ・ 店舗経費の効率化、本社本部費の削減

### (2) ガバナンス体制の強化

- ・ 仕入在庫管理の仕組み構築
- ・ 適正管理のための組織改編
- ・ 業績モニタリング体制の構築

### (3) 成長戦略

- ・ イルシー300の出店強化
- ・ アパレルから雑貨への業態変更
- ・ EC強化(変化したニーズへの対応)

## (1)事業構造改革（出退店の状況）

■ 契約満了・不採算店舗の退店 ⇒ アパレル 13店舗、雑貨 9店舗、複合店 1店舗

■ イルシー300出店強化継続 ⇒ 出店15店舗、業態変更1店舗

(店)

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	0	12	▲ 1	▲ 13	105
Ludic Park / Lilou de chou chou / DAISY MERRY	0	2	1	▲ 1	37
RecHerie / DOSCH / 木糸土・Hare no hi	0	5	0	▲ 5	24
GAL FIT / SUZUTAN etc	0	5	▲ 2	▲ 7	43
NOEMIE	0	0	0	0	1
ラージサイズ店舗	1	1	0	0	9
アパレル事業 合計	1	13	▲ 1	▲ 13	114
Illusie300 (Siebelet1店舗含む)	15	9	1	7	152
INCENSE	1	0	0	1	9
雑貨事業 合計	16	9	1	8	161
複合店（複数のブランドを併設した店舗）	0	1	0	▲ 1	2
合計	17	23	0	▲ 6	277

## (1)事業構造改革（事業別の売上状況）

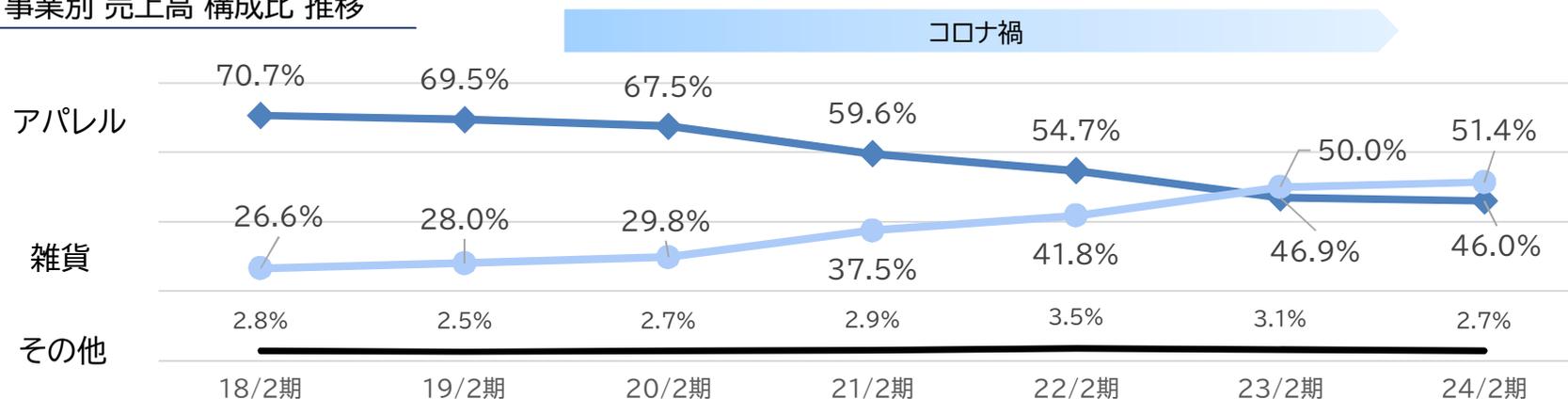
■事業ポートフォリオの転換が進捗 ⇒ アパレル・雑貨の二本柱体制へ

事業別 売上高 推移

(百万円)	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期
アパレル	16,439	16,167	16,256	10,879	9,800	8,214	7,327
雑貨	6,178	6,520	7,176	6,852	7,479	8,759	8,190
その他	643	580	650	525	627	539	423
全社	23,262	23,268	24,084	18,257	17,907	17,513	15,941

※「収益認識に関する会計基準」等を23/2期より適用しております

事業別 売上高 構成比 推移



## (1)事業構造改革の推進

安定的な収益の2本柱(アパレル・雑貨)体制の確立

- ①アパレル(抜本的MD改革) → 原価高騰に対応した価格転嫁が奏功し、客単価上昇  
外出需要(通勤・旅行・イベントなど)への対応が効果的
- ②雑貨(既存店活性化) → 家ナカ需要の縮小と、外出需要対応の遅れから品揃えバランス悪化

## (2)ガバナンス体制の強化(変化対応力の強化による業績安定化)

- ・ 仕入・在庫管理: 安定売上確保のための管理強化
  - アパレルは、回転率重視の管理手法で過剰仕掛り抑制し、正価販売進み処分費圧縮
  - 雑貨は、外出需要への行き過ぎた抑制対応から、生活雑貨商品が過少在庫となった

## (3)成長戦略

- ①300円均一雑貨「イルーシー300」の拡大
  - 新規出店 → 新規15+催事7+業態変更1、TOTAL 151+催事15=166店舗
  - 派生業態への挑戦 → 外出需要対応(アパレル・ソックスなど付加)MDのテスト展開継続中
- ②EC事業
  - アパレル レギュラー: 「NOEMIE」リアル2号店(ハップファイブ)OPEN、EC連動が進行
  - アパレル ラージサイズ: 販促施策実施するも、店舗減の影響もありEC拡大は足踏み

---

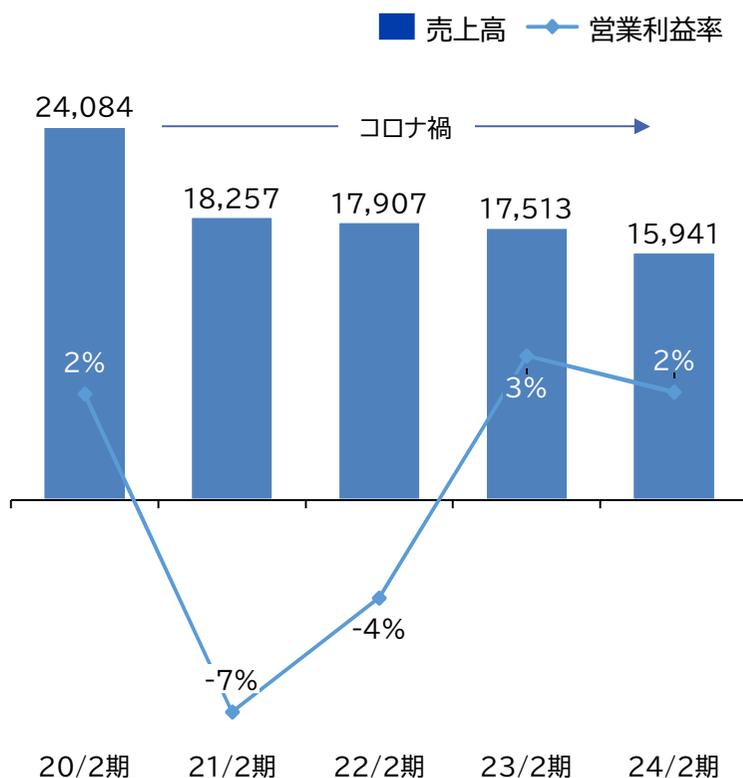
# 3. 新中期経営計画について

---

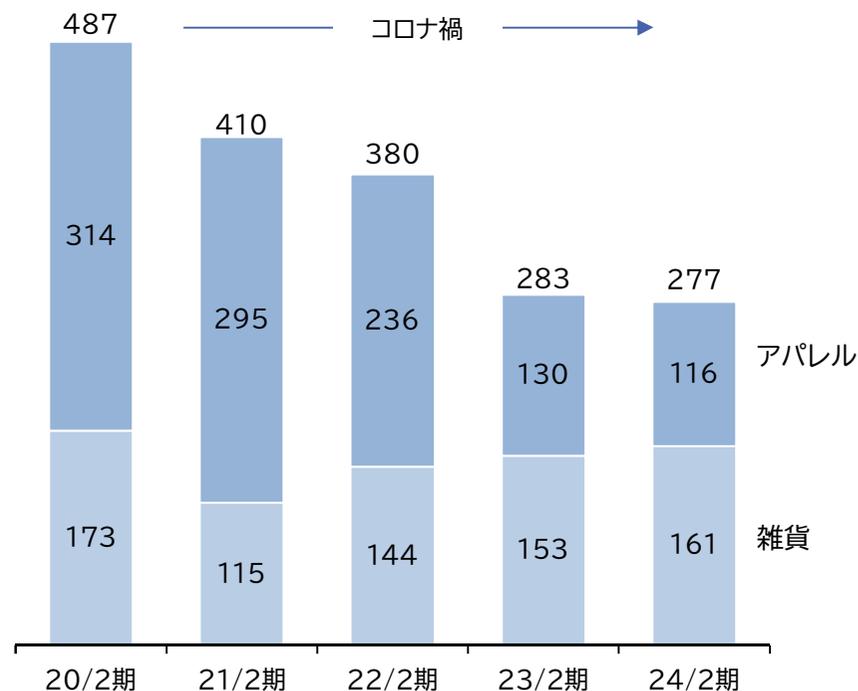
コロナの影響を大きく受けたアパレルの早期回復により24/2期に黒字への復帰を実現

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・%)



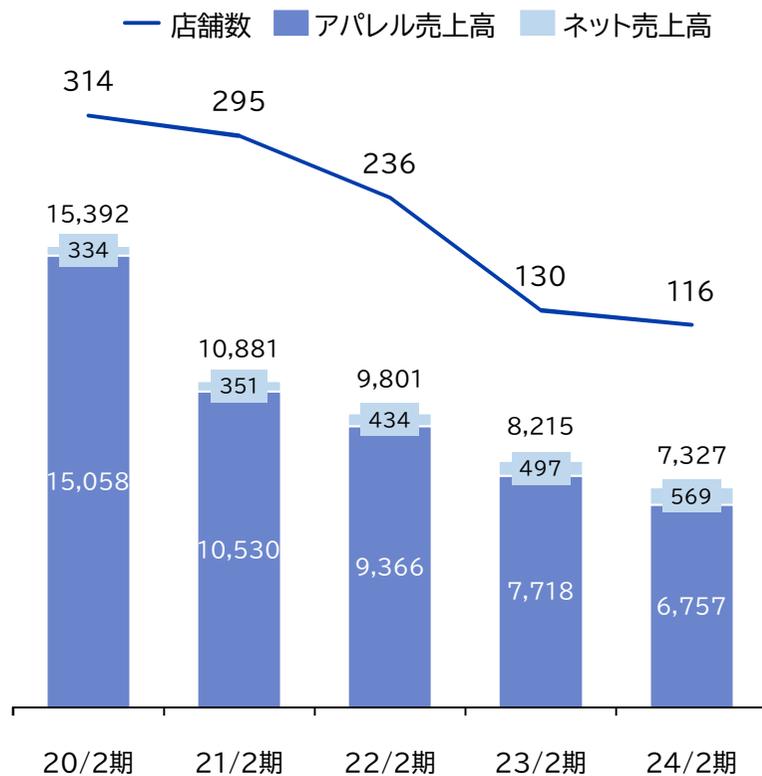
期末時点の店舗数の推移(店)



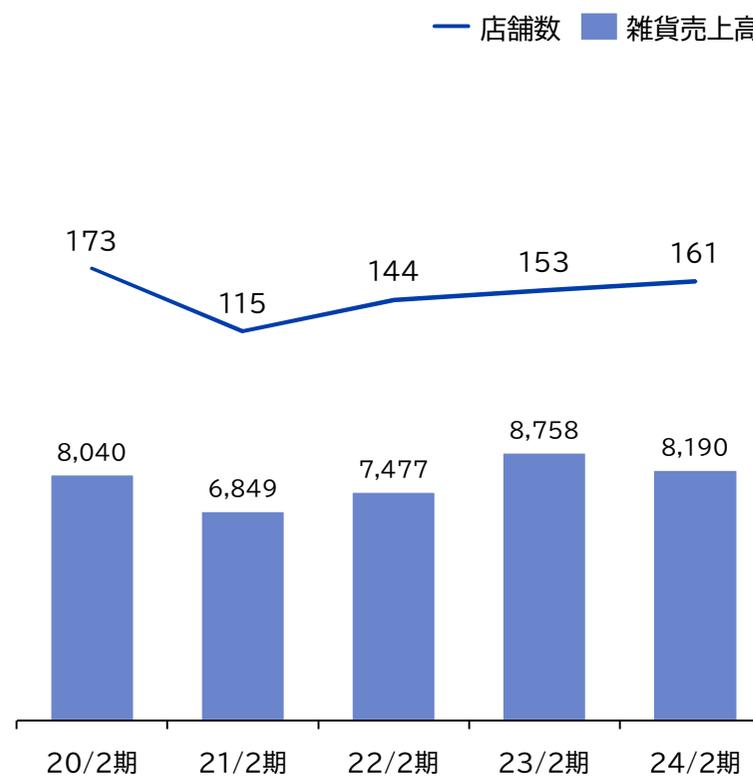
不採算店舗の撤退により売上規模は縮小するも収益力は改善、コロナからの早期回復もあり黒字化を実現

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

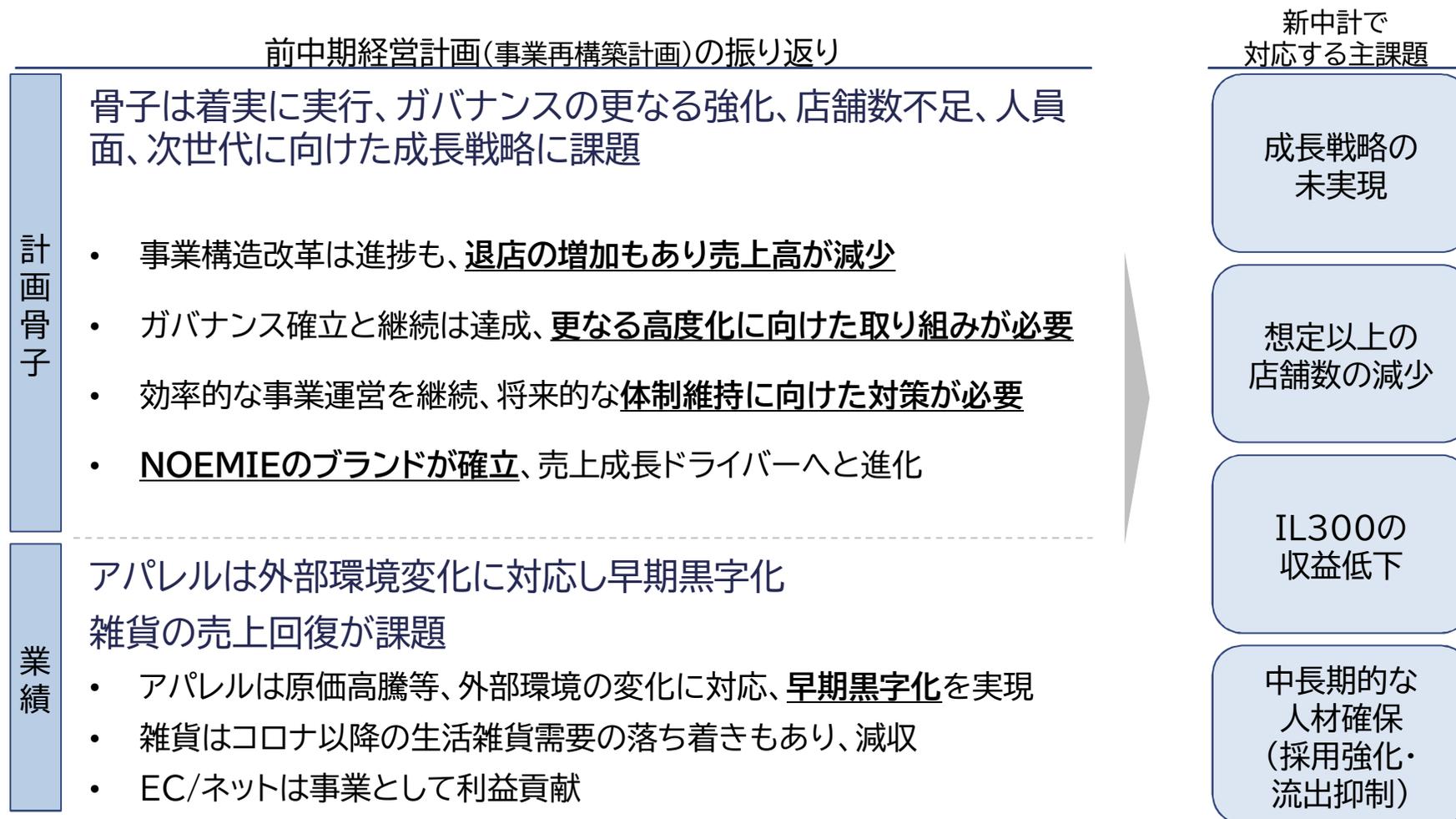
アパレル/EC 売上高(百万円)・店舗数(店)



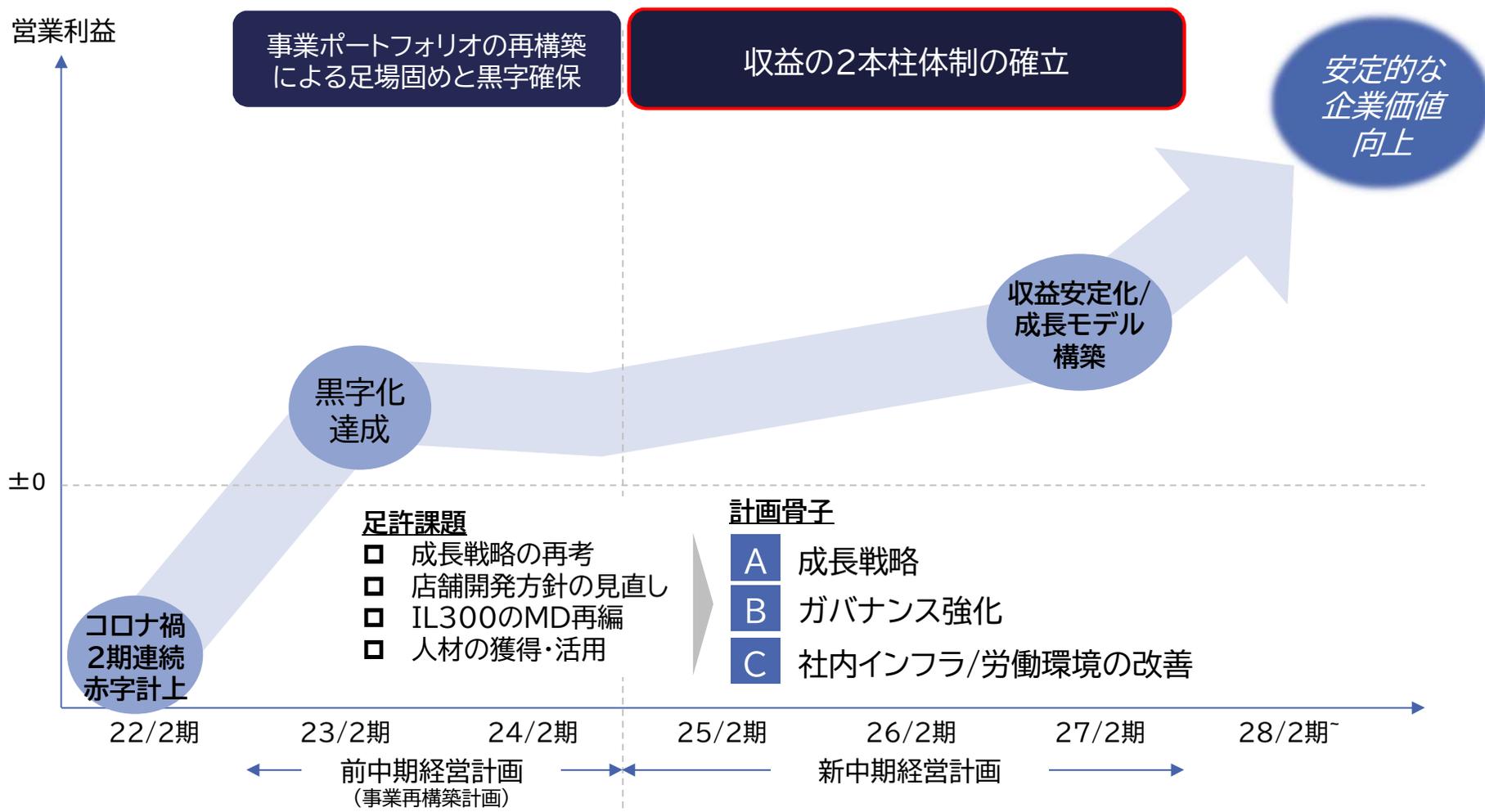
雑貨 売上高(百万円)・店舗数(店)



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



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



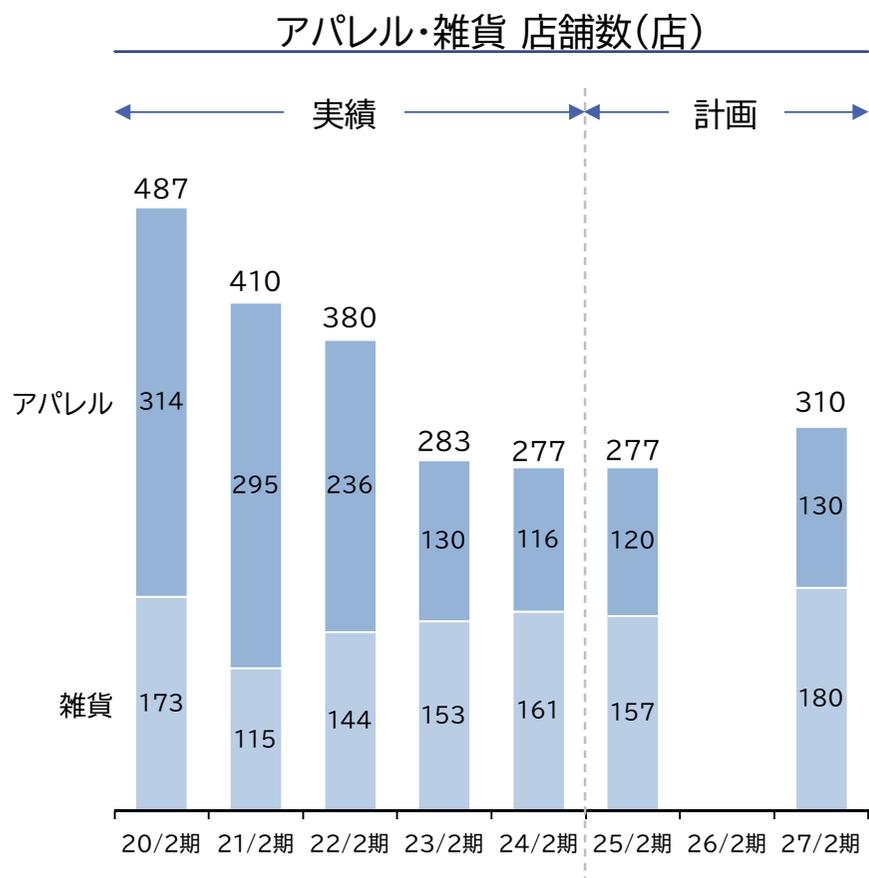
収益の2本柱体制の確立に向け

「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	<ul style="list-style-type: none"> <li>継続的な出店による事業規模の拡大</li> <li>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</li> </ul>
	既存店改装	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存店の活性化に向けた改装投資の推進</li> <li>収益店舗の契約満了退店を回避</li> </ul>
	ブランディング/MD政策強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランドの特徴/強みの見直しによる競合との差別化</li> <li>販促強化による認知度の向上</li> </ul>
ガバナンス強化	仕入管理体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕入先ポートフォリオの再構築</li> <li>モニタリングの強化による仕入の適正化</li> </ul>
	店舗採算の管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗採算性を見極めによる不採算店舗の撤退</li> </ul>
社内インフラ/労働環境の改善		<ul style="list-style-type: none"> <li>システム整備による管理効率の改善</li> <li>人材流出の抑制と、新規採用・育成の強化</li> </ul>

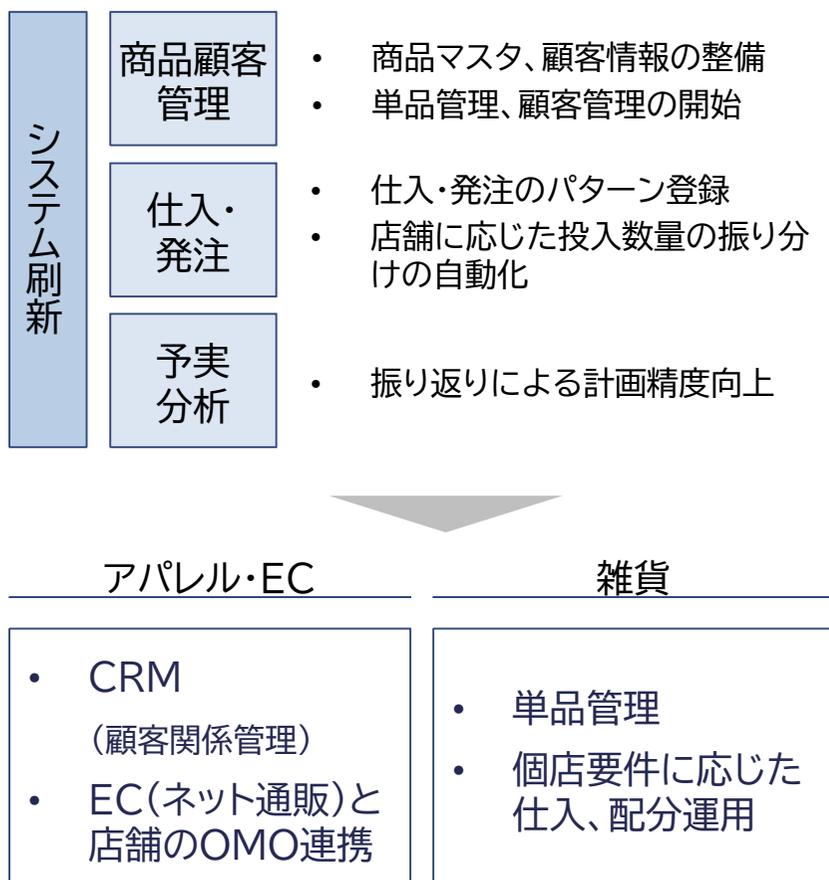
アパレル・雑貨ともに事業規模の拡大と収益力の向上を見込む  
 新規出店に加え、既存店活性化に向けた改装投資も実施



		取り組み
アパレル	新規出店	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	既存店改装	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	ブランディング/MD政策強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド集約による「Palemo」認知の向上</li> <li>ECと店頭のOMO連携の強化</li> </ul>
雑貨	新規出店	<ul style="list-style-type: none"> <li>出店立地や規模に応じたMD展開による出店の継続</li> </ul>
	既存店改装	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	ブランディング/MD政策強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランドの再定義による差別化方針の明確化</li> </ul>

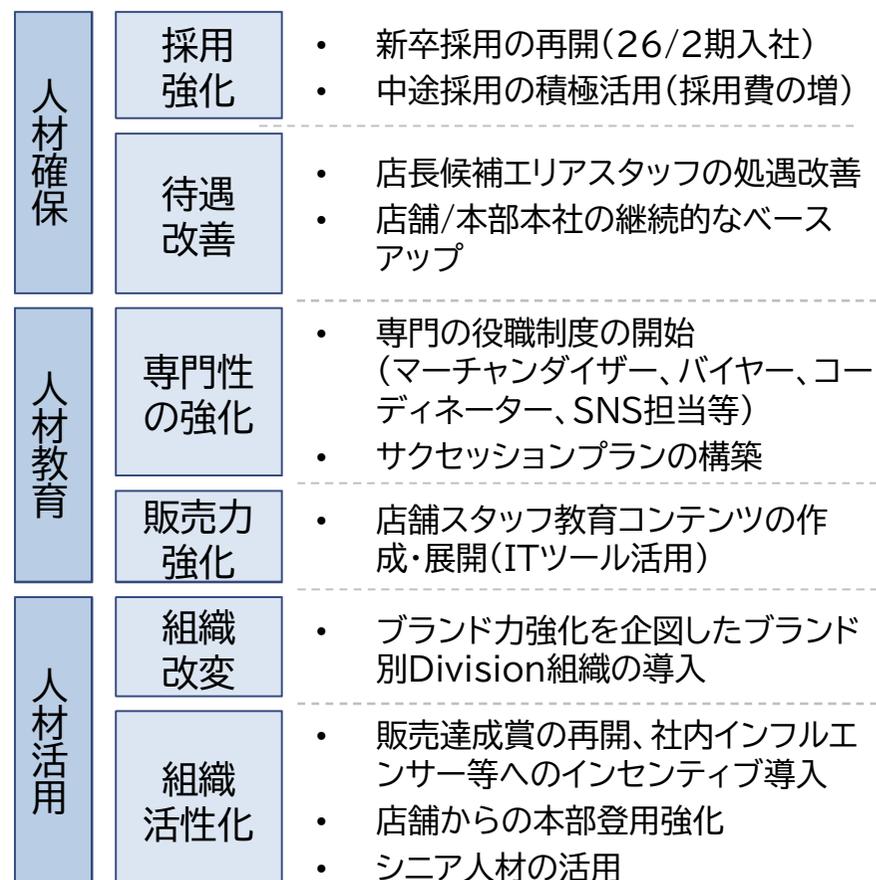
## 社内インフラの改善と人材の確保・育成・活用により、持続的な安定成長の基盤を構築

### 社内インフラの改善と仕組みの導入



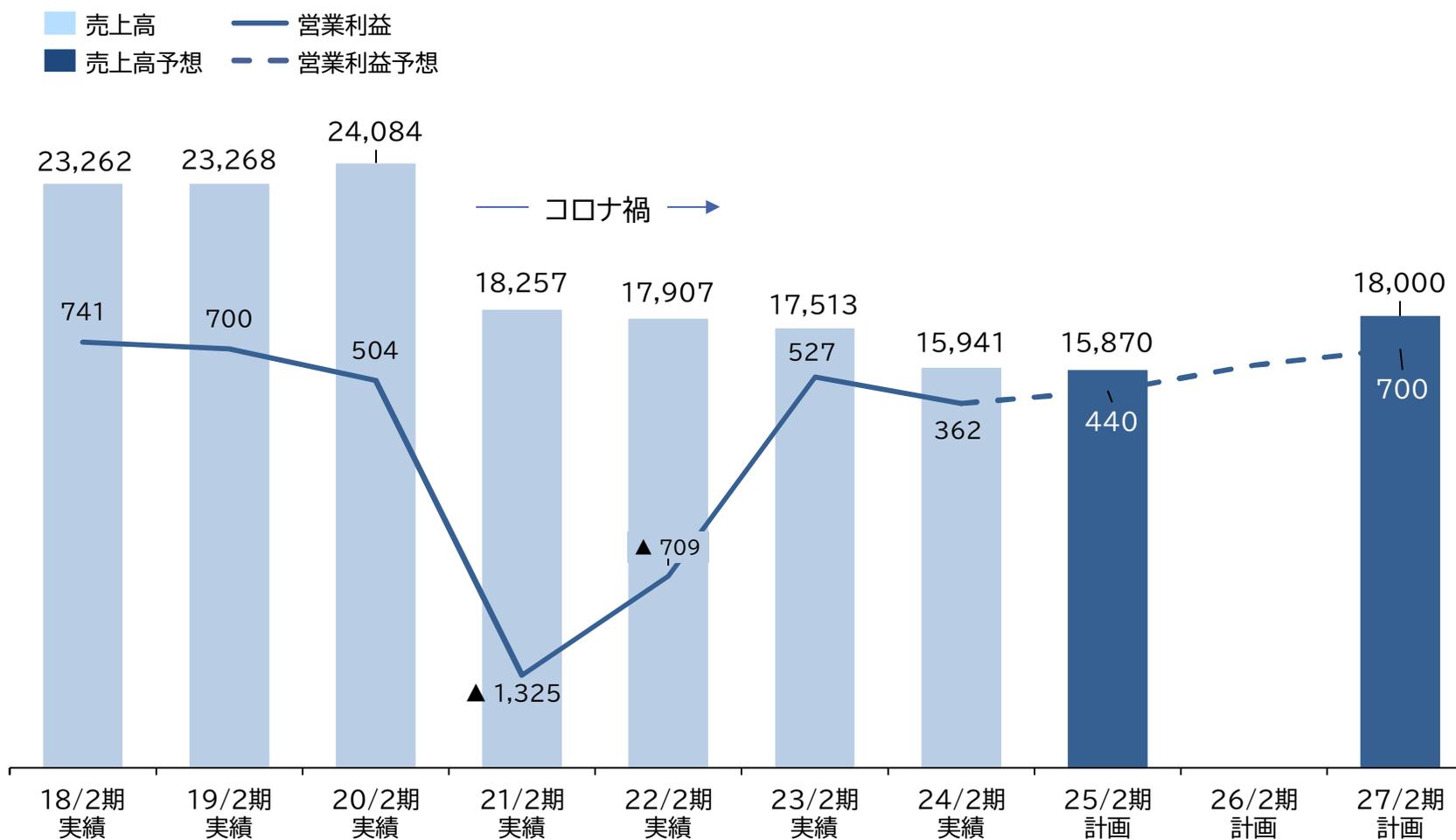
※ OMOは「Online Merges with Offline」を略した言葉で、一般的に「オンラインとオフラインの融合」を意味します

### 労働環境の改善に向けた取り組み



※ 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

期間	現 中期経営計画		新 中期経営計画		
	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

---

# 4. 今期の計画

---

(百万円)

	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期	25/2期		25/2期 当初計画
	実績	実績	実績	実績	計画	前年比	
売上高	18,257	17,907	17,513	15,941	15,870	99.6%	20,000
営業利益	▲1,325	▲709	527	362	440	121.4%	900
経常利益	▲1,321	▲674	580	336	415	123.4%	—
純利益	▲1,880	▲1,393	562	411	420	102.0%	—

### < 25/2期 計画修正の要因について >

- ・ 予想以上の店舗減 2年間での退店計画96店に対し126店、出店計画36店に対し23店
- ・ 雑貨事業の業績後退 コロナ禍の家ナカ需要が消失したことで、生活雑貨・衛生商品中心に苦戦
- ・ 雑貨事業の競争激化 コロナ禍で商業施設からアパレルの撤退が相次ぎ、雑貨専門店が拡大
- ・ 円安、原価高騰、エネルギー高によるインフレの進行 物価上昇による消費マインドの低下

売上高前期比見通し	上期:	96.0 %	通期:	99.6 %
(既存店売上高前年比)		(97.6 %)		(101.1 %)
出退店の年間計画	出店:	15 店	退店:	15 店
	(前期:	17 店)	(前期:	23 店)

(百万円)

	22/2期 通期実績	23/2期 通期実績	24/2期 通期実績	25/2期 通期計画	25/2期	
					前年増減	前期比
売上高 (既存店前年比)	17,907 101.1%	17,513 109.1%	15,941 97.5%	15,870 101.1%	▲71 3.6%	99.6% —
売上総利益 (売上総利益率)	9,354 52.2%	9,141 52.2%	8,277 51.9%	8,290 52.2%	13 0.3%	100.2% —
営業経費 (営業経费率)	10,063 56.2%	8,614 49.2%	7,915 49.7%	7,850 49.5%	▲65 ▲0.2%	99.2% —
営業利益 (営業利益率)	▲709 ▲4.0%	527 3.0%	362 2.3%	440 2.8%	78 0.5%	121.4% —
経常利益 (経常利益率)	▲674 ▲3.8%	580 3.3%	336 2.1%	415 2.6%	79 0.5%	123.4% —
当期純利益	▲1,393	562	411	420	9	102.0%

(百万円)

	22/2期	23/2期	24/2期	25/2期 上期計画	25/2期	
	上期実績	上期実績	上期実績		前年増減	前期比
売上高 (既存店前年比)	8,597 110.0%	9,254 114.4%	8,412 100.9%	8,080 97.6%	▲332 ▲3.3%	96.0% —
売上総利益 (売上総利益率)	4,619 53.7%	4,919 53.2%	4,402 52.3%	4,230 52.4%	▲172 0.1%	96.1% —
営業経費 (営業経費率)	4,930 57.4%	4,497 48.6%	3,948 46.9%	3,910 48.4%	▲38 1.5%	99.0% —
営業利益 (営業利益率)	▲311 ▲3.6%	422 4.6%	454 5.4%	320 4.0%	▲134 ▲1.4%	70.5% —
経常利益 (経常利益率)	▲317 ▲3.7%	486 5.3%	437 5.2%	310 3.8%	▲127 ▲1.4%	70.9% —
四半期純利益	▲506	461	508	305	▲203	59.9%

## (1)成長戦略

### ① 新規出店

アパレル：大都市圏中心にレギュラー・ラージサイズの出店再開、NOEMIEも出店継続

雑貨：300円均一業態はMD改善と併せ出店継続し、派生業態のテスト展開を推進

### ② 既存店改装

アパレル：旗艦店中心に新型店舗への改装による活性化実施、標準化モデルの構築推進

雑貨：既存店活性化対応の改装実施、統一什器による標準化と価値訴求型スペースの確保

### ③ ブランディング/MD政策強化

アパレル：ブランド集約「LUDIC PARK」「Re-J&SUPURE」と、EC連携強化

雑貨：「illusie300」のコンセプト再定義による品揃え改善と、価値訴求型商品展開の推進

## (2) ガバナンス強化

### ① 仕入・在庫管理：安定的な売上確保のため管理を強化

アパレルは、

回転率注視し、商品鮮度維持による過剰在庫の抑制を継続して運用

雑貨は、

イルーシー300の生活雑貨の品揃え是正を優先、自社企画による他社差別化を図る  
在庫状況に応じた柔軟な仕入が可能となるような仕入れ体制の構築に取り組む

### ② 店舗採算の管理

店舗採算のモニタリングにより個店対策や店舗撤退を判断

月次・四半期での継続したガバナンスを実施

## (3) 社内インフラ/労働環境の改善

### ① 基幹システムリプレイスに向けた将来対応型の全体デザインに着手

→ プロジェクト運用実施(顧客管理、商品管理、仕入・発注、予実分析など)

→ CRM(顧客関係管理)、ECと店舗のOMO(オンラインとオフラインの融合)を想定

### ② 人材確保

→ 新卒採用の再開準備、デジタルツールによる教育強化、インセンティブの実施など

# NOÉMIE



普段も特別な日も可愛くいたい  
扉を開くたびに ときめきを感じる  
お洋服でクローゼットをいっぱいになりたい  
そんなあなたの願いに寄り添えるように  
愛らしくて愛嬌のある魅力的な女の子をテーマに  
お砂糖菓子みたいな甘さと  
ちょっぴりダークでかわいらしさのある  
お洋服をあなたに提案します

愛嬌のある、魅力のある、愛らしい

ガーリー、量産型・地雷系・闇属性、参戦服、  
双子コーデ、ゆめかわいい



# NOÉMIE

量産型・地雷系ファッションに特化したEC発の  
Z世代向けアパレルブランド「NOEMIE」  
23年6月にリアル2号店の大阪ハップファイブ店、  
24年3月に3号店の横浜ビブレ店をOPENしました。



# Re-J & SUPURE

「デイリー&リラックス」な”大人カジュアル”を提案する『Re-J』と、「フェミニン&カジュアル」な上品さと着心地を大切にした『SUPURE』の2ブランドをミックス展開するラージサイズSHOPです。



Re-J & SUPURE  
palemoba.com



川崎アゼリア店



イオンモール名古屋茶屋店



川崎アゼリア店

# LUDIC PARK PALEMO STORE



イオンモール  
幕張新都心店



アパレルのレギュラーサイズ業態は、  
今後数年かけて「LUDIC PARK」に  
ブランド集約を図り、  
EC(ネット通販)との連携を強化し、  
OMO(オンラインとオフラインの融合)を推進



札幌ポールタウン店

---

# 5. 株主様情報

---

株主様数 8,804 名 (2023.8.20現在) ⇒ 8,453 名 (2024.2.20現在)

	23年2月20日			23年8月20日			24年2月20日		
	株主数		株式数	株主数		株式数	株主数		株式数
	人数(名)	比率(%)	比率(%)	人数(名)	比率(%)	比率(%)	人数(名)	比率(%)	比率(%)
個人株主 他	9,091	97.4	54.8	8,559	97.2	56.9	8,210	97.1	58.8
国内法人	170	1.8	22.5	171	1.9	25.2	169	2.0	29.2
機 関 投 資 家	32	0.3	10.8	34	0.4	13.8	31	0.4	9.9
外 国 法人・個人	46	0.5	11.9	40	0.5	4.1	43	0.5	2.1
合 計	9,339	100.0	100.0	8,804	100.0	100.0	8,453	100.0	100.0

※ この他、第三者割当によりA種優先株式を近畿中部広域復興支援投資事業有限責任組合に割当 (22/6/30)

(百万円)

配当	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期	25/2期 (予定)
中間配当金	6円	0円	0円	0円	0円	0円
期末配当金	6円	0円	0円	0円	0円	0円
年間配当金	12円	0円	0円	0円	0円	0円

	20/2期末	21/2期末	22/2期末	23/2期末	24/2期末
資本金	100	100	100	100	100
資本剰余金	1,979	1,979	1,981	2,249	2,234
利益剰余金他	1,673	▲280	▲1,673	▲1,111	▲700
株主資本	3,749	1,769	382	1,232	1,629

## < 株主優待 >

2023年2月20日を基準とする株主優待より休止としております。  
 今後も株主の皆様への利益還元につきましては、経営の重要政策と認識しておりますが、当面は将来の成長投資に耐えうる財務状況へと改善することを最優先課題と考え、株主優待の休止としております。

- ・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>  
取締役 管理担当 太田 直人  
Mail : n-ohta@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。