



各 位

2022年3月29日

会 社 名 パレモ・ホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長 吉田 馨
(コード番号 2778 東証・名証第2部)
問合せ先 取締役管理担当 福井正弘
電話番号 052-581-6800

中期経営計画（事業再構築計画）策定のお知らせ

当社グループは、事業環境の大幅な変化を踏まえ、2023年2月期を初年度とする中期経営計画（事業再構築計画）を策定しましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

1. 計画策定の背景

当社グループは、2020年より続いている新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、2021年2月期に引き続き、本日発表しました2022年2月期連結決算におきましても、営業損失7億9百万円、親会社株主に帰属する当期純損失13億93百万円を計上し、当連結貸借対照表の純資産額は4億18百万円、自己資本比率4.2%となりました。当社グループとしましては、このような厳しい局面を乗り切るため、業績の早期回復を実現するとともに、収益体質の抜本的な改革を目的とした、「事業再構築計画」を策定いたしました。

2. 事業再構築計画

(1) 計画の骨子

新型コロナウイルス感染症発生以前における、アパレル事業に依存した当社グループのビジネスモデルから脱却し、事業ポートフォリオの再構築による黒字化への足場固めを早期に行い、強いアパレルの再構築とコロナ禍においても好調に推移しております雑貨事業を更に拡大することにより、収益の2本柱体制を確立してまいります。

また、当面は新型コロナウイルス感染症の影響を受け続けることが予測されることから、ガバナンスを効かせた仕入と在庫コントロールを適切に行い、事業規模に見合った本部・本社体制へと変革してまいります。

(2) 重点施策

・事業構造改革の推進

「不採算店舗の退店（収益力のある店舗に注力）」

「アパレル業態から雑貨業態（300円ショップ）への変更推進」

「コスト削減（店舗経費効率化、本部・本社コストの削減）」

・ガバナンス体制の強化

「仕入、在庫コントロール最適化に向けた仕組みの構築」

「適正管理のための組織改編」

・成長戦略

「illusie300の出店強化（業態変更含む）」

「ネット通販の拡大（コロナ禍で変化した消費者ニーズへの対応）」

(3) 計画期間

2025年2月期まで

(4) 数値目標

2025年2月期（最終年度）において、売上高200億円、営業利益9億円を目指すとともに、有利子負債の圧縮と、純資産の回復を実現してまいります。

中期経営計画（事業再構築計画）の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

パレモ・ホールディングス株式会社

中期経営計画 (事業再構築計画)

2023年2月期～2025年2月期

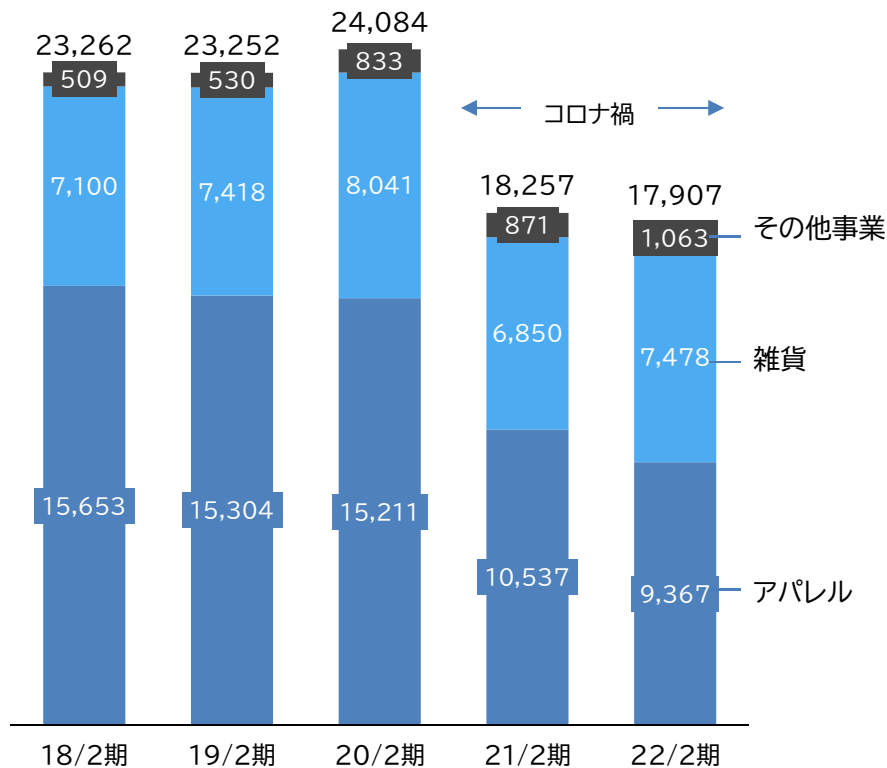
～変わり続けることが変わらぬパレモ～

2022年3月29日

売上高は雑貨店舗の新店出店もあり順調に拡大してきたが、21/2期にコロナ影響を受けアパレル中心に急減

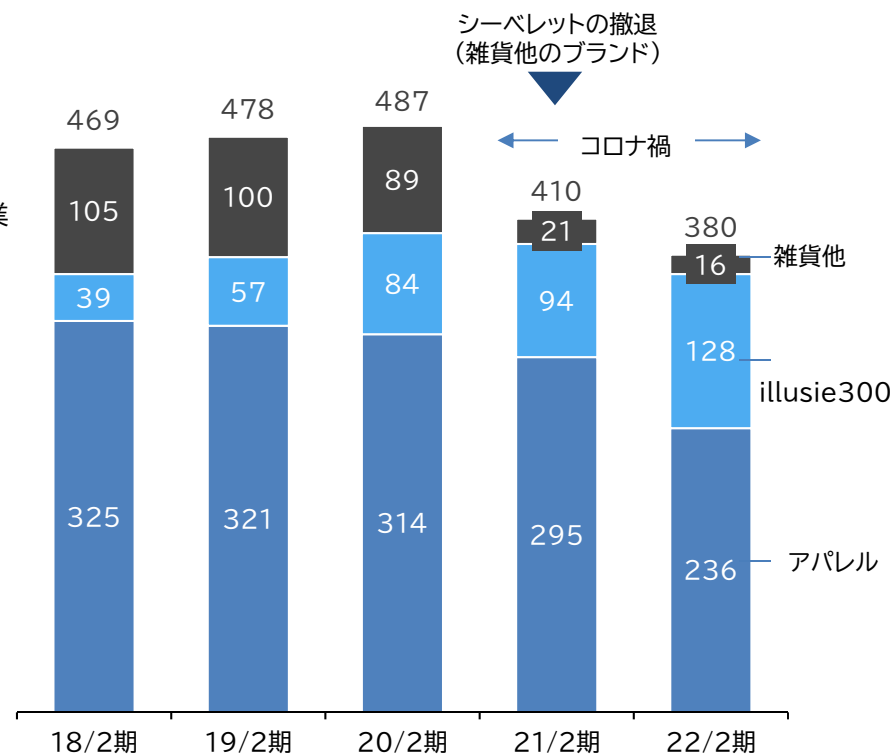
アパレルは、コロナ影響を受けた不採算店舗の見直しを進め、雑貨他は21/2期のシーベレット撤退を受けて減少、illusie300については積極的に出店拡大

連結 売上高 (百万円)



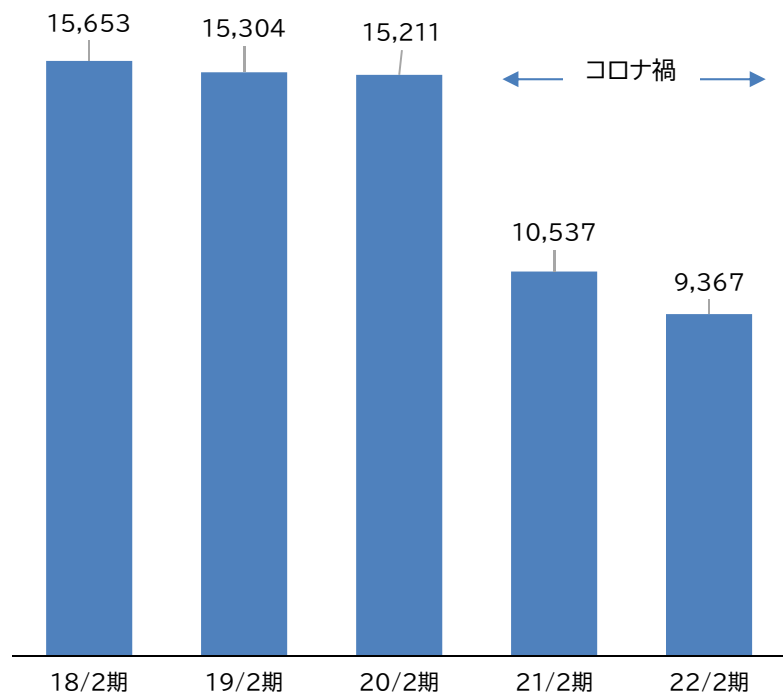
期末時点の店舗数の推移 (実績)

※正規出店店舗のみ、複合店はアパレルとしてカウント

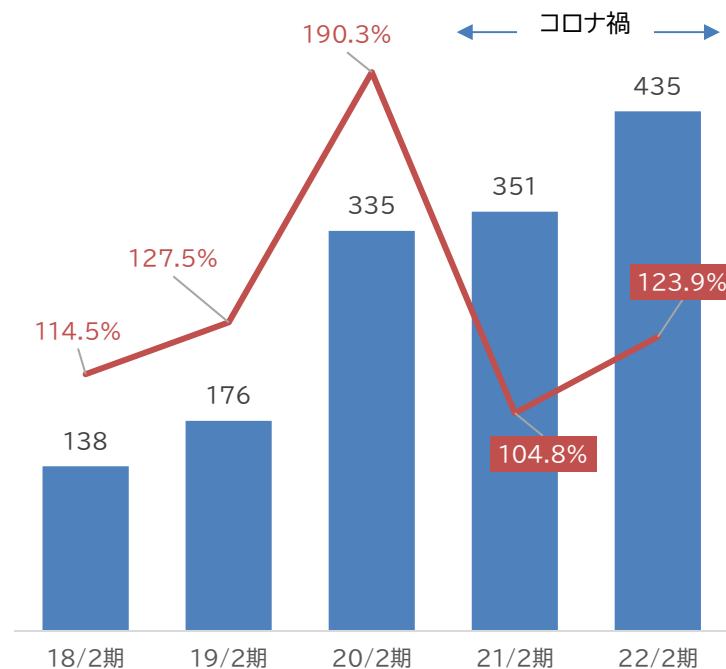


21/2期以降 コロナ影響を受け、外出着需要の縮小からアパレル事業の売上が急減
一方、ラージサイズアパレル中心のEC(ネット通販)はコロナ禍でも順調に売上を伸ばす

アパレル 売上高 (百万円)



EC売上高 (百万円) 前年比 (%)

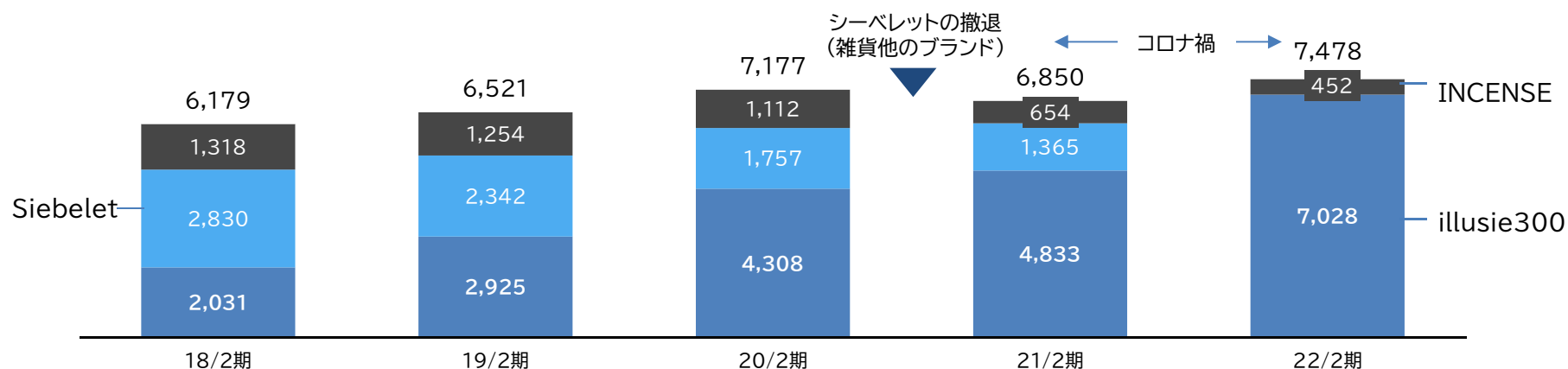


アパレル	店舗数増減	▲ 13	▲ 4	▲ 7	▲ 19	▲ 59
	期末店舗数	325	321	314	295	236
		18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期

※正規出店店舗のみ、複合店はアパレルとしてカウント

300円均一雑貨のillusie300は積極的な出店拡大により、売上高70億円規模に拡大
 バリエティ雑貨のSiebeletは21/2期にブランド廃止で、雑貨全体の売上低下も再浮上

雑貨 ブランド別 売上高 (百万円)

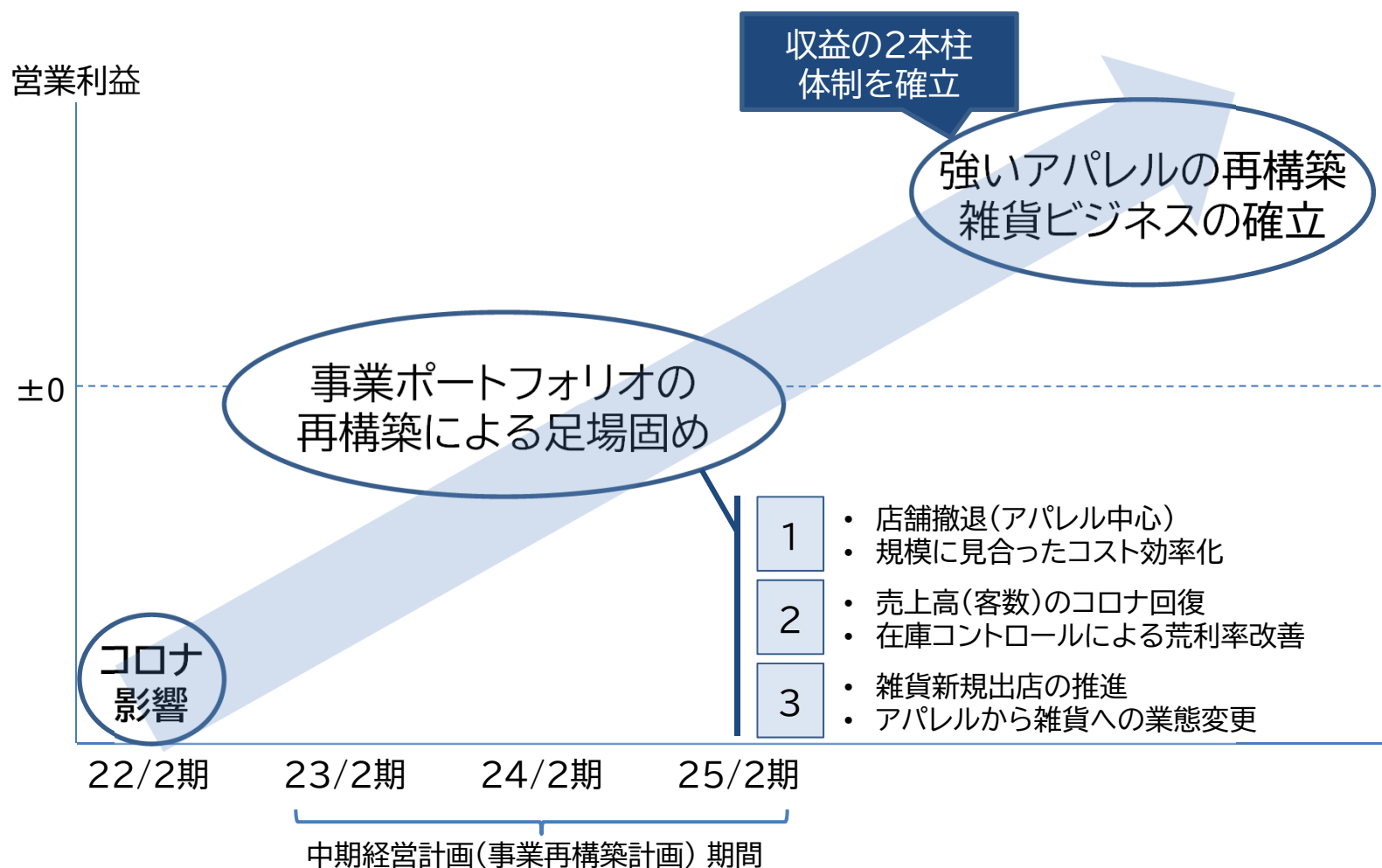


※ 20/2期以前に雑貨に分類していた木糸土・ハレノヒの実績は除く

期末時点の店舗数の推移(実績)

Brand	店舗数増減	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期
		期末店舗数	31	32	29	15
Siebelet	店舗数増減	▲ 13	▲ 6	▲ 12	▲ 36	▲ 4
	期末店舗数	60	54	42	6	2
illusie300	店舗数増減	2	18	27	10	34
	期末店舗数	39	57	84	94	128

中長期的にアパレル・雑貨の2本柱を確立し収益を上げていくために、中期経営計画期間の3年間は事業ポートフォリオの再構築による足場固めの期間と位置付ける



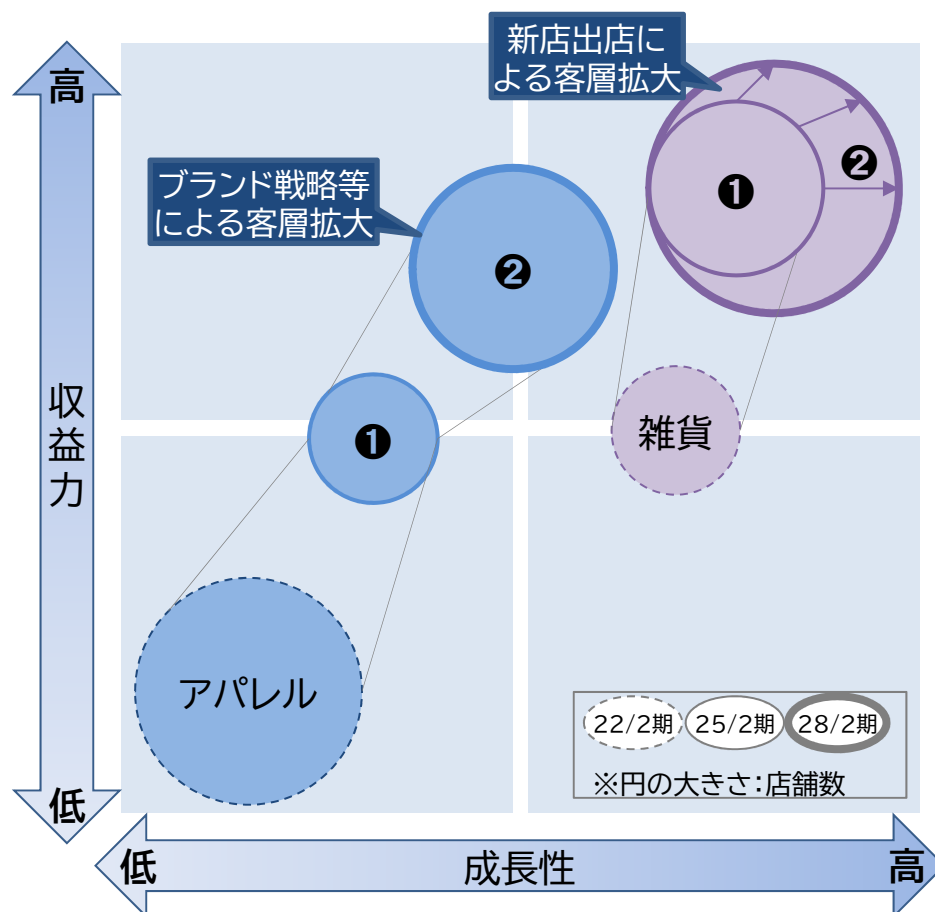
「事業構造改革の推進」「ガバナンス体制の強化」「成長戦略」が本計画の骨子

計画の骨子

事業構造改革の 推進	店舗撤退	<ul style="list-style-type: none"> • アパレル店舗を中心とした不採算店舗の退店(収益力のあるアパレル店舗に注力)
	業態変更	<ul style="list-style-type: none"> • アパレル店舗から雑貨店舗への業態変更の推進(雑貨事業へのシフト)
	コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> • 店舗経費の効率化 • 事業規模に見合った本部/本社費の削減
ガバナンス体制の強化		<ul style="list-style-type: none"> • 仕入れ・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
成長戦略	新店出店	<ul style="list-style-type: none"> • illusie300の出店強化 • アパレルから雑貨への業態変更
	営業戦略	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ禍で変化した消費者ニーズへの対応(EC強化)

事業構造改革/成長戦略により、各事業の収益力を改善。各事業の価値向上の結果、パレモとしての企業価値を向上する二本柱のポートフォリオに変革

構造改革によるポートフォリオの変革



二本柱体制のポイント

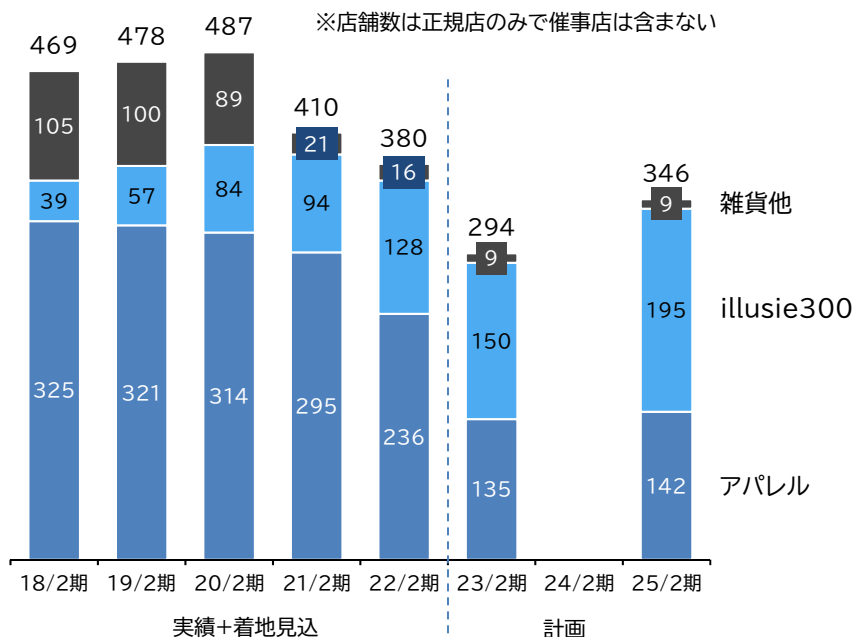
各事業の価値向上	アパレル	<ul style="list-style-type: none"> ① 収益性を見極めによる店舗数縮小 ② 強みのラージ商品の強化 オケージョン・イベント商品の強化 新ブランドによる新規顧客層の拡大
	雑貨	<ul style="list-style-type: none"> ① ファッション性生活雑貨の強化 ② 新規出店の加速 業態変更の推進(アパレル→雑貨)
企業価値向上		<ul style="list-style-type: none"> ・ リスク分散での対応力向上 (コロナ禍では雑貨が好調) ・ キャラクターライセンスの共同利用など商品調達力の向上 ・ アパレル・雑貨双方の出店に対応可能な商品・売場の柔軟性の高さ (館目線での存在価値)

閉店・業態変更によって事業ポートフォリオの転換を図るとともに、コスト削減を推進することで、より効率的に事業を運営できる体制を構築する

店舗撤退・業態変更

- アパレル中心の店舗撤退、illusie300の新規出店、アパレルからillusie300への業態変更により、ポートフォリオの転換を図る

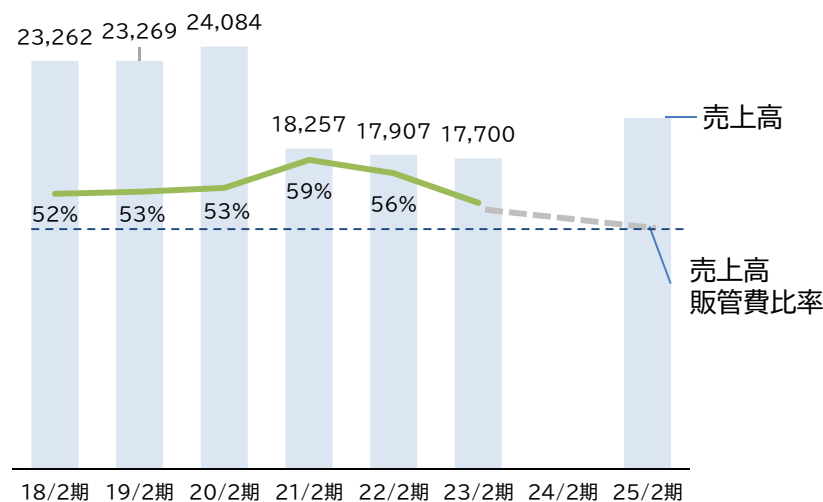
期末時点の店舗数の推移 (実績～計画)



コスト削減

- 店舗人員効率の見直し、賃料共益費等の交渉・削減、本部本社人件費の抑制、その他経費の削減等により、コロナ以前の効率性を目指す

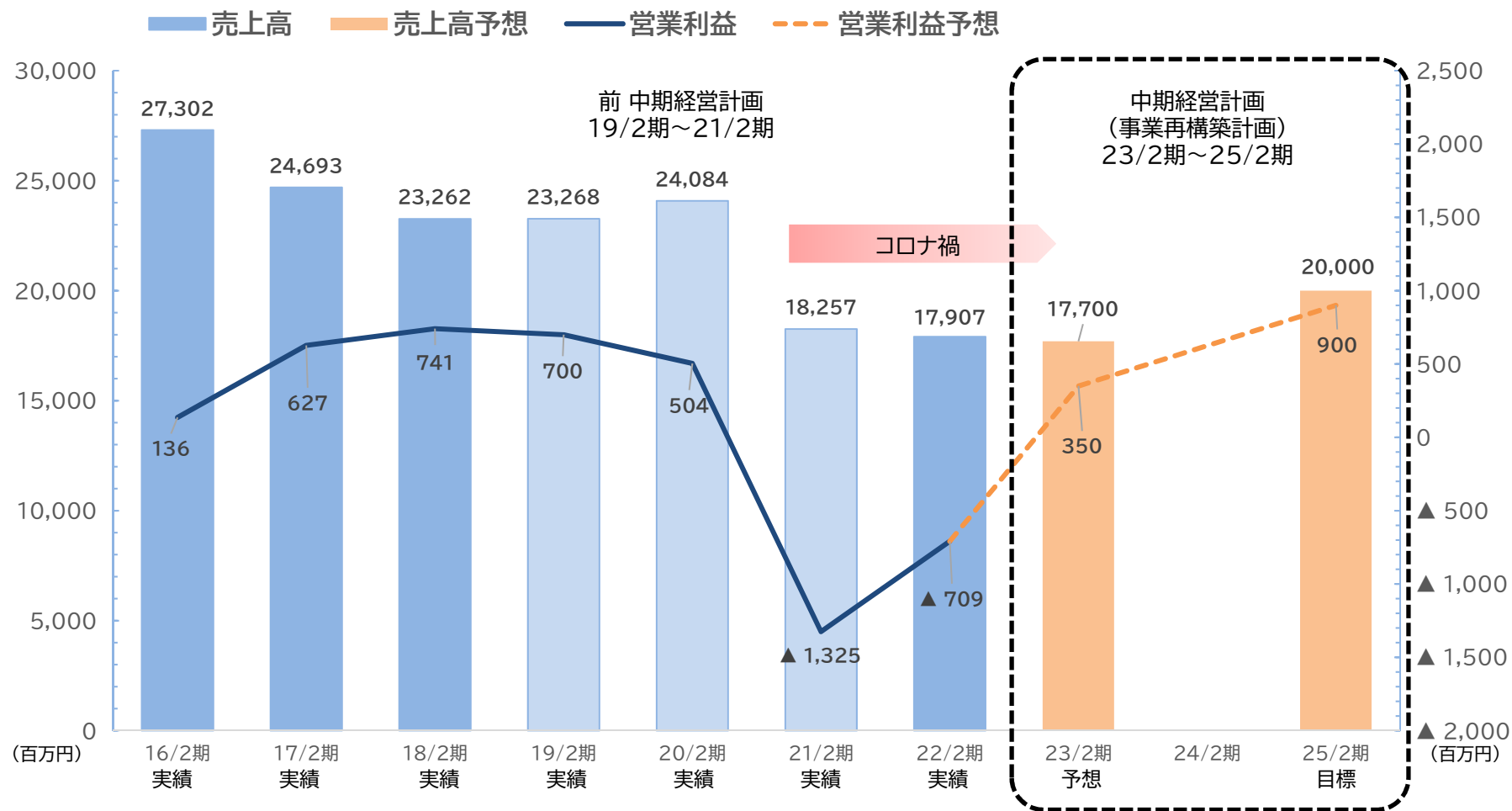
売上高 販管費比率の推移(実績～計画)



illusie300の出店拡大、EC強化、商品政策の見直しにより再成長への土台を作る

営業戦略	注力領域	取組み概要
新規出店	300円均一雑貨「illusie300」の出店拡大	<ul style="list-style-type: none"> 出店を積極拡大、アパレルからの業態変更を加速し、売上高100億体制へ（3カ年で54店舗出店を計画） 店舗大型化による扱い品目の拡大 物流体制の整備、取引先拡充、EC販売の安定化
EC強化	雑貨の拡充とLサイズモール構想の具体化	<ul style="list-style-type: none"> 市場におけるEC需要の高まりに対応し、雑貨販売を拡充 ラージサイズを集積したLサイズモールの確立を目指す アパレル全般としては新ブランドの認知向上に取り組む
商品政策の見直し	消費者目線での付加価値向上とマス・オケージョン商品のでこ入れ	<ul style="list-style-type: none"> QR生産の拡大で商品企画をトレンド品/売れ筋に引き付け リーズナブルな価格設定にすることで、消費者にとってのジャストシーズン品の付加価値向上を図る（品質は維持） コロナによるニーズ変化に対応し、マストrendのMD・商品企画を強化 徐々に回復が見込まれる季節イベント、オケージョン対応商材の再構築

事業構造改革による収益構造の改革で、2023/2期に営業利益黒字化
最終2025/2期に売上高200億円、営業利益9億円を目指す



2025/02期(最終年度) ⇒ 売上高200億円、営業利益 9億円
有利子負債の圧縮と純資産の回復を目指す

(百万円)

	中期経営計画（事業再構築計画）期間			
	22/02期	23/02期		25/02期
	実績	予想		目標
売上高	17,907	17,700	—	20,000
営業利益	▲709	350	—	900
(営業利益率)	▲4.0%	2.0%	—	4.5%
EBITDA	▲446	590	—	1,200
設備投資	379	262	—	746
期末店舗数	380	294	—	346

<免責事項>

本資料には、当社グループの将来についての計画や戦略、業績に関する予測数値の記述が含まれ、これらは現在入手可能な情報から得られた判断に基づいております。
実際の業績等につきましては、様々な要素により異なる結果となる可能性があります。