

パレモ・ホールディングス株式会社 2026年2月期 中間期 決算説明会

2025年9月30日



1. 中間期決算の概要

・ 損益計算書の概要	P 4
・ 四半期業績の概要	P 5
・ 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
・ 既存店売上高前年比の状況	P 9
・ 事業別の状況	P10
・ ブランド別店舗数の状況	P11
・ 上期の取り組み概況①	P12
・ 上期の取り組み概況②	P13

2. 下期及び通期の計画

・ 下期数値計画	P15
・ 通期数値計画	P16
・ 下期施策①	P17
・ 下期施策②	P18

3. 株主様情報

・ 株主様構成比	P20
・ 株主様還元策	P21
・ お問い合わせ先	P22

1. 中間期決算の概要

	25/2期 上期		26/2期 上期			
	実 績	売 上 比	計 画	実 績	売 上 比	前 期 比 減
売 上 高	7,834	100.0%	7,500	7,174	100.0%	91.6%
売 上 総 利 益	4,133	52.8%	3,950	3,820	53.3%	92.4%
営 業 経 費	3,870	49.4%	3,660	3,639	50.7%	94.0%
営 業 利 益	262	3.3%	290	181	2.5%	▲81
経 常 利 益	249	3.2%	285	175	2.4%	▲74
純 利 益	105	1.3%	250	113	1.6%	+7

既存店売上高前期比 計画： 101.7% ⇒ 実績： 98.1%

売 上 総 利 益 率 計画： 52.7% ⇒ 実績： 53.3%

営 業 経 費 率 計画： 48.8% ⇒ 実績： 50.7%

出 退 店 出店：7 店 退店：17 店（純減：10店）

損益計算書について、

売上高は前期比8.4%減の71億74百万円、営業利益は前期比31.0%減の1億81百万円、経常利益は前期比29.9%減の1億75百万円、親会社株主に帰属する中間期純利益は、7.5%増の1億13百万円と減収増益となりました。

売上高では、既存店売上高前年比が上期トータルで98.1%にとどまったことに加え、店舗数が期首段階で前年277店舗に対し、今年は244店舗のスタートとなり、上期末は前年264店舗あったのに対し今年は234店舗まで減少したことが、減収の大きな要因となっています。

売上総利益率は前年に対し0.5%高くなり、計画からも0.6%上回りましたが、営業経費のところで人件費や販売費を中心に上昇し、売上高経費率が前年の49.4%から、今年は50.7%にまで上昇し、営業利益、経常利益ともに減益となりました。

出退店に関しましては、出店が7店舗に対し退店は17店舗となり、上期末の店舗数は234店舗で、期首からは10店舗減少する結果となりました。

(百万円)

	第1四半期				第2四半期			
	24/2期	25/2期	26/2期	前期比 増減	24/2期	25/2期	26/2期	前期比 増減
売 上 高	4,050	3,803	3,385	89.0%	4,362	4,031	3,788	94.0%
売上総利益	2,128	2,009	1,808	90.0%	2,273	2,123	2,012	94.8%
(売上総利益率)	52.6%	52.8%	53.4%	0.6%	52.1%	52.7%	53.1%	0.4%
営 業 経 費	1,940	1,931	1,822	94.3%	2,008	1,939	1,817	93.7%
営 業 利 益	188	78	▲ 14	▲ 92	265	184	195	11

第1四半期（概況）

- ・寒暖差のある低温傾向が続き季節後ろズレ
春物消化は進んだが、初夏物立ち上がり鈍い
- ・既存店売上高前年比96.6%
営業店舗数31店舗減の影響による減収
- ・売上総利益率改善、売上減による経費率悪化

第2四半期（概況）

- ・空梅雨と猛暑により夏物販売は拡大するも
大雨など不安定な天候もあり客数伸び悩む
- ・既存店売上高前年比99.5%となるも
営業店舗数30店舗減も影響し減収
- ・売上総利益率改善、経費率微減で増益

Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

5

パレモ・ホールディングス株式会社

四半期単位の概況について、

第1四半期は減益ながら、第2四半期は増益となりました。

第1四半期は、営業店舗数の減少による影響と春先に低温傾向が続き、既存店売上高前年比が96.6%とマイナスした影響が強く減益となりました。

第2四半期は、空梅雨と猛暑により売上改善しましたが、大雨が続くなどの影響もあり既存店の前年売上高には届きませんでした。しかしながら、荒利益率の改善と経費率の減により増益となりました。

荒利益率については、両四半期ともに前年より改善傾向にありますが、これはベンダー構成の再構築などの取り組みにより、仕入れ値入率が改善されたことと、値下げでの販売が抑制されたことによるものです。

(百万円)

	25/2期 上期	26/2期 上期	増減
営業利益	262	181	▲ 81
営業外収益	6	6	▲ 0
営業外費用	19	11	▲ 7
支払利息	19	11	▲ 7
経常利益	249	175	▲ 74
特別利益	2	0	▲ 2
特別損失	162	40	▲ 121
固定資産処分損	6	26	20
賃貸借解約損	12	5	▲ 6
減損損失	143	8	▲ 135
法人税等	▲ 15	21	36
純利益	105	113	7

■営業外費用

リファイナンスにより金利負担減少

■特別損失

固定資産処分損：前期比+20百万円
既存店舗の改装(ブランド変更)増に伴う固定資産処分損発生

退店違約金：前期比▲6百万円
不採算店舗の退店減少

減損損失：前期比▲1億35百万円
前期に不採算店舗の減損を処理

純利益の状況について、

営業利益は前期に対し81百万円の減益となりましたが、営業外費用のところで、昨年実施したリファイナンスにより金利負担が減少しましたので、経常利益段階で前期に対し74百万円の減益となりました。

特別損失については、今期に入りアパレルを中心に既存店舗の改装、ブランド変更を積極的に進めており、固定資産の処分損が前期に比べ増加しています。苦戦が続いた雑貨の店舗における減損損失については、前期に概ね処理が済んでいますので、今期は大幅に減少しています。

営業利益段階で減益となりましたが、特別損失が大幅に減りましたので、今期中間期純利益は7百万円の増益となりました。

(百万円)

	22/2期末	23/2期末	24/2期末	25/2期末	25/8期末	期首増減
総 資 産	9,218	8,769	8,426	6,988	7,030	41
現金及び預金	2,209	3,044	2,945	2,044	1,857	▲ 186
商 品	1,808	1,455	1,648	1,470	1,471	1
有形固定資産	1,064	927	773	580	623	42
差入保証金	3,152	2,251	2,035	1,863	1,755	▲ 108
負 債	8,799	7,523	6,783	5,408	5,351	▲ 57
短期借入金	2,787	3,487	2,917	285	285	0
長期借入金	700	0	0	1,642	1,500	▲ 142
純 資 産	418	1,245	1,642	1,580	1,679	98
自己資本比率	4.2%	14.1%	19.3%	22.4%	23.7%	1.3%

(負債) 有利子負債25/2期末19億28百万円 → 25/8期末17億85百万円(約定弁済)

(資産) 新規出店・改装店投資に伴い固定資産増加

(純資産) 前期末対比 98百万円増加 ※自己資本比率 前期末 22.4% ⇒ 23.7%

バランスシートの推移について、

総資産は70億30百万円で、期首からは41百万円増加しています。

内訳は、負債で57百万円減少、純資産で98百万円の増加となっています。

負債の減少は、有利子負債が期首段階で19億28百万円ありましたが、

約定弁済1億42百万円を行った結果、コロナ禍の22/2月期には

34億87百万円にまで増えていた有利子負債が、4年を経過した

この中間期末には約半分の17億85百万円まで圧縮されました。

純資産は期首から98百万円増え16億79百万円となり、自己資本比率は、

前期末22.4%から、23.7%に上昇しています。

(百万円)

	23/2期 上期	24/2期 上期	25/2期 上期	26/2期 上期
営業キャッシュ・フロー	▲253	415	88	99
投資キャッシュ・フロー	302	▲48	▲27	▲129
財務キャッシュ・フロー	265	▲584	▲499	▲157
現金及び現金同等物の増減額	314	▲217	▲438	▲186

投資CF 新店・改装店の設備投資、基幹システム関連費用等 1億29百万円

財務CF 借入金の返済1億42百万円、優先株配当14百万円

キャッシュ・フローの状況について、

営業キャッシュ・フローは99百万円と、前年に比べ11百万円増加しました。

投資キャッシュ・フローはマイナス1億29百万円となり、フリーキャッシュ・フローはマイナスの30百万円という状況です。投資キャッシュ・フローに関しては、新規出店が7店舗と前期に比べ5店舗増加し、今期も改装投資を進めていることから、前期に比べ1億29百万円のマイナスとなりました。

財務キャッシュ・フローのマイナス1億57百万円は、金融機関への借入金の返済1億42百万円に加え、A種優先株式の配当金の支出によるものです。

結果、現金及び現金同等物は、1億86百万円の減少となりました。

上期 既存店売上高前年比 98.1%

上期 既存店客単価前年比 107.4%

(%)

	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	94.3	95.9	99.2	96.6	100.5	102.4	95.9	99.5	98.1
客数	87.4	88.9	91.7	89.5	93.8	95.4	90.4	93.1	91.4
客単価	107.9	107.8	108.2	108.0	107.2	107.4	106.1	106.9	107.4

第1四半期 売上高 96.6%、客単価 108.0%

第2四半期 売上高99.5%、客単価 106.9%

3月 ブラウス、アウターなどの春物は稼働。寒気の影響から、初夏物の立ち上がりに苦戦

6月 平年より早い梅雨入りでしたが、全国的に空梅雨となり夏物の動きが活発となりました

4月 カットソー、ブラウスなどの春物中心に販売は順調に推移。寒暖差のある不安定な天候が続いたことで、初夏物の動きが鈍い傾向

7月 平年よりも早い梅雨明けに伴い猛暑となったことから、夏物、盛夏物の冷感や紫外線防止などの機能性商品が好調に推移

5月 前半は雨天が続き、低気温で推移したため、軽羽織などの春物消化が進んだ。気温の上昇に伴い初夏物、夏物の販売が伸びた

8月 夏物セール商品の販売は伸びたが、前半はダブル高気圧による酷暑、後半は大雨の影響もあったことから、全体的に客足が伸び悩んだ

既存店売上高前年比の推移について、

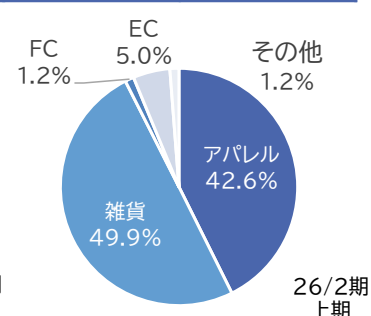
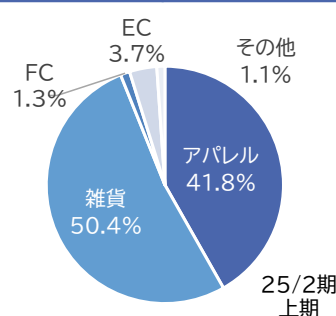
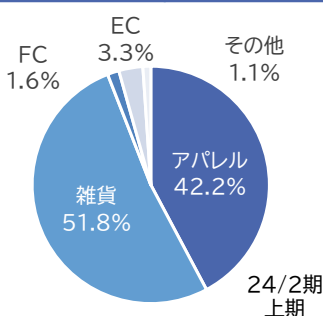
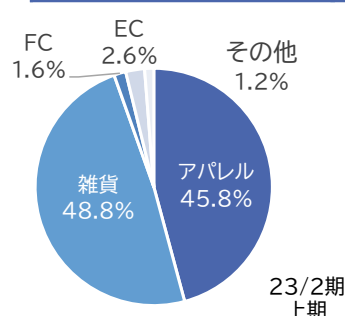
上期は、空梅雨から猛暑となった6月・7月を除いて、既存店売上高前年比は100%に届かない状況が続きました。また、客数は前年割れが続いている状況です。

客単価は上昇しているものの、客数の減少を補うまでには至らず、全体感としてアパレルはほぼ前年並みの状況のなか、雑貨の苦戦がこのような結果につながっています。

事業別売上高推移

(百万円)

	24/2期		25/2期		26/2期	
	上期	通期	上期	通期	上期	前期比
小 売 事 業	8,322	15,779	7,748	14,875	7,086	91.5%
店 舗	7,912	14,948	7,357	14,004	6,637	90.2%
ア パ レ ル	3,551	6,757	3,273	6,416	3,058	93.5%
雑 貨	4,361	8,190	4,084	7,587	3,578	87.6%
F C	134	261	100	210	86	86.6%
E C	275	569	290	661	361	124.4%
そ の 他	90	161	86	164	88	102.1%
合 計	8,412	15,941	7,834	15,040	7,174	91.6%



Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

パレモ・ホールディングス株式会社

事業別の状況について、

中間期は、小売事業トータルで前年比91.5%という状況のなか、既存店売上高前年比は98.1%でしたので、営業店舗数のマイナスによる影響が大きかったことになります。内訳では、アパレルは既存店ベースでは健闘したものの店舗数のマイナス影響が大きく、アパレルの店舗は前年比93.5%という結果となりました。雑貨の店舗については、店舗数の減少影響に加え既存店の減収影響が大きく、前年比87.6%という状況でした。

事業別の構成比変動は、それほど大きくありませんが、ECを含むアパレルの構成比が47.7%と、前年より2.2%上昇しています。ECについては年々伸長しており、この上期も前年比124.4%と伸ばしているものの、リアル店舗への依存度が高い状況なので、さらにECを強化していかなければならないと考えています。

新規出店 ⇒ アパレル 5店舗、雑貨 2店舗

既存店改装 ⇒ アパレル 5店舗、雑貨 3店舗

(店)

ブランド別店舗数の状況	出 店	退 店	変 更	増 減	上期末
レギュラー店舗	4	6	0	▲ 2	91
PALEMO STORE	2	0	1	3	4
LUDIC PARK / Lilou de chouchou / DAISY MERRY	1	3	1	▲ 1	38
RecHerie / DOSCH / GAL FIT / SUZUTAN etc	0	3	▲ 2	▲ 5	42
木糸土・Hare no hi	1	0	0	1	5
NOEMIE	0	0	0	0	2
ラージサイズ店舗	1	0	0	1	11
アパレル 合計	5	6	0	▲ 1	102
illusie300	2	10	0	▲ 8	122
INCENSE	0	0	0	0	9
雑貨 合計	2	10	0	▲ 8	131
複合店（複数のブランドを併設した店舗）	0	1	0	▲ 1	1
合 計	7	17	0	▲ 10	234

ブランド別店舗数の状況について、

当期は、新規出店が7店舗にとどまりました。

内訳は、アパレルで5店舗、雑貨で2店舗となります。

当期は、アパレルの中でのブランド変更を積極的に進めていますが、レギュラー店舗のブランドでは、前期より取り組んでおります「PALEMO STORE」を新規出店と改装で3店舗増やし、合計4店舗としています。

アパレルでは出店が5店舗に対し、6店舗が退店するなど期首からは1店舗減少し、中間期末では102店舗となりました。雑貨では2店舗の出店にとどまるなか退店は10店舗となり、中間期末では131店舗と期首からは8店舗減少する結果となりました。

(1)成長戦略

① 新規出店及び既存店改装

アパレル：主力5ブランドへの集約推進 「PALEMO STORE」3店舗、「LUDIC PARK」2店舗、「Re-J & SUPURE」2店舗、「Hare no hi」1店舗を増やし、「NOEMIE」は展開店舗増で進捗
雑貨：新規出店2店舗+催事出店3店舗、改装3店舗進捗 新内装・什器標準化のテスト展開実施

② ブランディング/MD政策強化

アパレル：ECと店頭のOMO連携強化 → POSレジ・CRMツールの検討、基幹システム連携検証
雑貨：「illusie300」の他社差別化を意識した品揃え改善 → 価値訴求型商品展開のテスト実施

③ EC強化

集客施策(SEO対策の上位表示広告、AIレコメンドツール等) → 運用開始し順調に推移
「NOEMIE」ブランドの最強化 → 自社サイト+ZOZO展開軌道化+越境EC、コラボ企画など進捗



PALEMO STORE エスパル郡山店



Illusie300 豊田メグリア店 新内装テスト展開

Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

12

パレモ・ホールディングス株式会社

上期の取り組み概況について、

「成長戦略」についてアパレルでは、主力の5ブランドへの集約を新規出店と改装にて進める計画で、下の左側の写真にあるように、「PALEMO STORE」3店舗、「LUDIC PARK」2店舗、「Re-J & SUPURE」2店舗、「Hare no hi」1店舗を増やすなど、少しずつではありますが進捗しています。

雑貨の「illusie300」に関しては、新規出店2店舗、催事出店3店舗に加え、改装を3店舗するなど既存店舗の活性化に注力しています。また、新内装、什器標準化については、下の右側の写真の豊田メグリア店で、これまでのオレンジからブルーへ、ファサードのイメージを変更し、デジタルサイネージを配置するなど、顧客目線での新しい取り組みを進めています。

ブランディングについては、主力5ブランドへの集約と並行して今後のEC連携に向けて、各ブランドのMDのブラッシュアップはもとより、POSシステムやCRM(顧客関係管理)ツールの選定など進めています。

そして成長期待のかかるECについては、集客施策の安定運用をはじめ、「NOEMIE」ブランドでは、サンリオとのコラボ企画販売やアジア向け越境ECへの取り組みを強化しています。

(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継続強化 → 月次仕入れ管理体制継続
アパレル：トップライン向上に必要な在庫水準と回転率の両立を意識した運用継続
雑貨：「illusie300」生活雑貨の品揃え是正(差別化)を継続、仕入体制(ベンダー構成)の再構築は順調に進捗、物流を活用した処分(アウトレット店設置)をテスト実施
- ② 店舗採算の管理
店舗採算のモニタリングにより経費面の管理を強化 → 収益改善による退店回避継続
出店、改装拡大に伴うモニタリングの充実 → 売上推移、設備投資、人員体制等の検証継続

(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おける将来対応型設計の具体化進捗 → 基本設計完了
CRM(顧客情報管理)を活用した売上向上への取り組み → 次期POS・ツールの検討継続
HD・事業会社のホームページを分割・刷新し情報発信力を強化 → 8/21より移行
- ② AI活用 アパレル商品企画、EC対応に特化した画像生成AIシステムの導入
企画デザイン案、サンプル商品を使ったEC掲載画像の生成など運用開始
- ③ 人材確保・教育・活用
2026年新卒採用、中途採用の推進 → 計画通りに進捗、EC関連など中途採用進行
Division組織、店舗サポート部設置 → アパレルブランド単位の品種バランス最適化など進行

その他、取り組み概況について、

「ガバナンス強化」についてアパレルでは、ECでの販売拡大に加え、新規出店拡大に向けたトップラインの向上に取り組むなかで、適正な在庫水準と回転率の両立を課題として取り組みを進めています。

雑貨の「illusie300」については、品揃えの是正に不可欠であるベンダー構成の見直しに最優先で取り組みを進めており、ようやく形になって来つつありますが、手を緩めずに更に進化させたいと考えています。また、一部の店舗をアウトレット店舗として設定し、当社の子会社である納品代行会社を使い、店舗への再配分を積極的に行うなど、在庫活性化のための体制づくりを進めています。

「社内インフラ、人材確保」については、来年9月から新基幹システムの稼働を控えていますので、そこに向けて様々な取り組みを進めているところです。今後のOMOへの取り組みの入口となる当社HPを、先月の8/21よりリニューアルしており、これまでなかった事業会社パレモのHPも稼働していますので、皆様にも一度ご覧いただければと思います。また、最近話題となっているAIの活用については、新たにアパレルの商品企画やEC画像の掲載スピードアップのため、企画デザイン案やEC画像を生成する分野での活用を始めています。

2. 下期及び通期の計画

(百万円)

	23/2期 下期実績	24/2期 下期実績	25/2期 下期実績	下期修正計画	26/2期	
					前年増減	前期比
売上高 (既存店前年比)	8,258 104.1%	7,528 93.9%	7,206 101.0%	6,985 102.9%	▲220 1.9%	96.9% —
売上総利益 (売上総利益率)	4,221 51.1%	3,874 51.5%	3,762 52.2%	3,679 52.7%	▲83 0.5%	97.8% —
営業経費 (営業経費率)	4,117 49.9%	3,966 52.7%	3,810 52.9%	3,630 52.0%	▲179 ▲0.9%	95.3% —
営業利益 (営業利益率)	104 1.3%	▲91 ▲1.2%	▲47 ▲0.7%	48 0.7%	96 1.4%	— —
経常利益 (経常利益率)	94 1.1%	▲101 ▲1.3%	▲86 ▲1.2%	44 0.6%	131 1.8%	— —
四半期純利益	100	▲97	▲152	16	169	—

Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

15

パレモ・ホールディングス株式会社

下期の数値計画について、

売上高は、3.1%減の69億85百万円を計画しています。既存店売上高前年比は、102.9%の見通しとなります。期初に見込んでいた下期の売上高は76億円としていましたので、当初見通しからは6億15百万円減少する見通しですが、これは営業店舗数の減少に伴う修正となります。

売上総利益率は前年からは0.5%改善の52.7%を見込み、営業経費は前年に比べ金額にして1億79百万円の削減を見込んでいます。結果、営業利益の見通しは、前期は47百万円の赤字でしたが、この下期は、48百万円の黒字、経常利益は44百万円、純利益は16百万円と、各利益段階で黒字化を見込んでいます。前期は主に雑貨の苦戦から営業赤字となりましたが、今期の下期は上期に続き黒字基調に戻したいと考えています。

(百万円)

	23/2期 通期実績	24/2期 通期実績	25/2期 通期実績	通期修正計画	26/2期	
					前年増減	前期比
売上高 (既存店前年比)	17,513 109.1%	15,941 97.5%	15,040 98.4%	14,160 100.4%	▲880 2.0%	94.1% —
売上総利益 (売上総利益率)	9,141 52.2%	8,277 51.9%	7,896 52.5%	7,500 53.0%	▲396 0.5%	95.0% —
営業経費 (営業経費率)	8,614 49.2%	7,915 49.7%	7,681 51.1%	7,270 51.3%	▲411 0.3%	94.6% —
営業利益 (営業利益率)	527 3.0%	362 2.3%	214 1.4%	230 1.6%	15 0.2%	107.0% —
経常利益 (経常利益率)	580 3.3%	336 2.1%	162 1.1%	220 1.6%	57 0.5%	135.1% —
当期純利益	562	411	▲47	130	177	—

Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

16

パレモ・ホールディングス株式会社

上期実績に下期計画を加えた通期見通しについて、

売上高は、前期比5.9%減の141億60百万円となる見通しです。

通期の既存店売上高前年比としては100.4%で見通しています。売上総利益率は修正前の当初計画より0.7%増の53.0%を見通しています。上期と同様に値下げの抑制や、ベンダー構成の再構築により、継続して売上総利益率の改善を図ります。

営業経費の部分では、想定以上の店舗数減による売上減少に加え、最低賃金の改定を含めた人件費の上昇もあり、経費の削減は進めるものの、営業経費率は当初の計画で50.0%の見通しでしたが、今回修正した見通しでは51.3%となります。

結果、通期の営業利益は2億30百万円、経常利益は2億20百万円と、当初の計画からは、営業利益、経常利益で1億20百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で1億30百万円下振れするものの、営業利益、経常利益ともに増益で、当期純利益は黒字化を予定しています。

(1)成長戦略

① 新規出店及び既存店改装

アパレル：新規出店、既存店改装による主力5ブランドへの集約推進、NOEMIE派生ブランド開発
「PALEMO STORE」「LUDIC PARK」「Re-J & SUPURE」「Hare no hi」「NOEMIE」
雑貨：既存店活性化対応に注力、スクラップ&ビルド、店舗改装による標準化をさらに進める

② ブランディング/MD政策強化

アパレル：ECと店頭のOMO連携強化(CRMツール選定)、ブランド毎強みを発揮できるMD構築推進
雑貨：「illusie300」市場分析の精度向上による品揃え改善と、価値訴求型商品展開の推進

③ EC強化

集客施策(上位表示広告、AIレコメンドツール等)の稼働本格化、ささげ業務効率化(生成AI活用)による掲載スピードの迅速化、「NOEMIE」最強化(ZOZO、越境EC、コラボ企画等の充実) → 収益拡大



Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

17

パレモ・ホールディングス株式会社

下期の取り組み施策について、

「成長戦略」についてアパレルでは、引き続き主力の5ブランドへの集約を新規出店と改装にて進めていきます。下の写真になりますが、下期の新店として、「NOEMIE」単独3号店を大阪の天王寺ミオにOPENしています。

雑貨の「illusie300」では、引き続き既存店舗の活性化に注力し、スクラップ&ビルド、店舗改装による標準化を進めていく考えです。

また、MD政策の強化については、特に雑貨の「illusie300」で、店頭陳列を想定したMD構築を進めるため、これまで以上にマーケットや売れ筋要素の分析に力を入れ、品揃え改善に取り組んでいきます。SNS戦略の強化と併せて、業績向上につながるよう進めていく考えです。

ECの強化については、「NOEMIE」ブランドに最も力を入れて取り組みを進めます。上期より進めている「ZOZOTOWN」で認知度向上を図るとともに、コラボ商品やアジア地域への越境ECによる販売拡大を行います。また、ささげ業務の効率化や掲載スピードの迅速化など、自社ECの課題も明確になっておりますので、人材確保を含め取り組みの最強化を図ります。

(2)ガバナンス強化

- ① 仕入・在庫管理：売上連動型管理手法の構築を継続強化
 アパレル：安定的な売上確保のための適正在庫投入と回転率の両立を意識して取り組む
 雑貨：「illusie300」生活雑貨の品揃え是正(差別化)を継続、仕入体制(ベンダー構成)の再構築継続、物流を活用した商品処分体制(アウトレット店設置)による鮮度改善
- ② 店舗採算の管理
 店舗採算のモニタリングによる退店回避 → 経費抑制の個店対策を最強化(週次管理)
 出店、改装に伴うモニタリングの充実 → 売上推移、設備投資、人員体制等の状況確認

(3)社内インフラ/労働環境の改善

- ① 2026年秋の基幹システムリプレイスに向けた将来対応型の全体設計の具体化継続
 商品(再成長に必要な商品マスタ整備)、仕入・発注(在庫運用、売上最大化の仕組みづくり)
 顧客情報管理の整備(OMOプロジェクト推進、CRM体制構築と次期POSの検討継続)
- ② AI活用 アパレル商品の画像生成AIシステムの活用(企画デザイン案の作成など)
 サンプル商品を使ったEC掲載画像の生成、EC掲載スピードの迅速化など運用軌道化
- ③ 人材確保・教育
 2027年新卒採用の推進、EC人材の中途採用強化、デジタルツールによる教育の継続強化

その他、取り組み施策について、

「ガバナンス強化」についてアパレルでは、これまで進めてきた、仕入れ・在庫の管理手法を進化させる形で、在庫水準と回転率の両立を図り、売上向上につなげる考えです。

雑貨の「illusie300」では、品揃えの改善及び適正化に必要なベンダー構成の再構築について、新規ベンダーとの取り組みにより、売上・荒利の改善を図ります。

また、アウトレット店舗による在庫活性化についても、荒利益を毀損しない売価設定の検証や、納品代行会社を使った店舗への再配分方法など、さらなる効率化を進めます。

「社内インフラ、人材確保」については、新たにアパレルで商品デザイン案の画像生成などAI活用に取り組んでおりますが、今期からの取り組みになりますので、早期に軌道化を進める考えです。そして、来年9月から新基幹システムの稼働を控えていますので、最大限効果を発揮できるよう、様々な取り組みを着実に進めて行く考えです。

3. 株 主 様 情 報

株主様数 9,390 名（2025.2.20現在）⇒ 9,099 名（2025.8.20現在）

	24年8月20日			25年2月20日			25年8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	7,938	97.0	59.4	9,126	97.2	61.4	8,836	97.1	63.0
国内法人	165	2.0	28.2	177	1.9	25.0	177	1.9	21.9
機関 投資家	32	0.4	10.1	31	0.3	12.4	29	0.3	9.4
外国 法人・個人	52	0.6	2.3	56	0.6	1.3	57	0.6	5.6
合 計	8,187	100.0	100.0	9,390	100.0	100.0	9,099	100.0	100.0

※この他、「A種優先株式」265株は、当社の筆頭株主である(株)西松屋チェーンが保有しております。

株主様構成比について、

株主様数は前期末の9,390名から、中間期末では9,099名に減少しています。
その多くは、個人株主の減少によるものです。また、普通株式以外のところで、
欄外に記載しているとおり、「A種優先株式」全265株については、普通株式の
筆頭株主でもある、株式会社西松屋チェーンが保有されています。

配当	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期 ~24/2期	25/2期	26/2期 (予定)
中間配当金	3円	6円	0円	0円	0円	0円
期末配当金	6円	6円	0円	0円	0円	0円
年間配当金	9円	12円	0円	0円	0円	0円

(百万円)

	19/2期末	20/2期末	21/2期末	25/2期	26/2期 (中間)
資本金	100	100	100	100	100
資本剰余金	1,979	1,979	1,979	2,220	2,205
利益剰余金他	1,430	1,673	▲280	▲747	▲634
株主資本	3,506	3,749	1,769	1,567	1,669

< 株主優待 >

株式数	店舗でご利用頂ける優待券
300 株以上 500 株未満	2,000 円分
500 株以上 1,000 株未満	4,000 円分
1,000 株以上	10,000 円分

(注)継続保有期間「1 年以上」とは、毎年2月20 日とその前年の2月20 日及び8月20 日のすべての基準日において、当社株主名簿に同一株主番号で普通株式3 単位(300 株)以上の保有が記載または記録されていることといたします。

Copyright © Palemo Holdings Co.,Ltd.

21

パレモ・ホールディングス株式会社

株主様還元策について、

当社の利益配分の基本方針は、「将来の事業拡大のための投資」と、「経営体質強化のための内部留保の確保」とのバランスを総合的に判断し、より機動的な配当政策を実施することとしています。

2020年2月期の期末配当を最後に、コロナの影響を受け利益剰余金がマイナスとなり、それ以来、無配が続いています。

今期の配当につきましても、現時点では利益剰余金がまだマイナスの状況であり、引き続き無配の予定としています。

早期の復配を目指し、今期の数値計画をやり抜きたいと考えています。

株主優待については、2025年2月20日より再開しており、今年度からは1年以上の保有を条件に、店舗で利用できるお買い物優待券を配布する制度としております。

- ・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
- ・担当者 <IR担当役員>
取締役 管理担当 笹野 信行
Mail : n-sasano@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。