

HIMARAYA

第48期

報告書

2022年9月1日～2023年8月31日



ひだ白川郷 合掌造り集落(岐阜県大野郡白川村)

株式会社 **ヒマラヤ**

[証券コード 7514]

株主の皆さまへ



株式会社ヒマラヤ
代表取締役社長兼CEO
小田 学

私たちヒマラヤは、「スポーツと健康を通じて、世界中の人々の豊かなライフスタイルに貢献する」というビジョンを掲げ、業界大手の一角を担うスポーツ小売業として、当社にしかできない商品とサービスの創造に日夜取り組んでいます。

日常生活におけるスポーツの位置づけや定義が多様化していく中で、当社の事業領域もさらに広げていけると感じており、中期経営計画では、さまざまな成長機会を当社として具現化するための戦略と施策をまとめました。

ヒマラヤはこれからも、創業以来の精神である「お客さま第一主義」で、「目指そう、頂点を!」を社内スローガンに掲げ、持続的な成長を目指してまいります。

ステークホルダー皆さまのために、経営陣一同、品位と情熱をもって経営戦略を推進してまいりますので、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社グループ2023年8月期(当社第48期2022年9月1日～2023年8月31日)の決算を行いましたので、ここにご報告させていただきます。

1 | 当期の日本経済の動きについて

当連結会計年度(2022年9月1日～2023年8月31日)における我が国の経済は、行動制限や海外渡航制限の緩和が進んだことにより、社会活動に改善が見られました。一方、不安定な海外情勢の継続、世界的な金融引き締めに伴う為替の変動などにより、物品・サービスの値上げの傾向が顕著となり、今後の国内経済の先行きは依然として不透明な状況にあります。

当社グループが属しておりますスポーツ用品販売業界におきましては、さまざまな制限を受けていたスポーツ活動が正常化しております。天候面におきましては、冬場の気温の変動幅が大きく、春先以降の気温上昇が急激であったものの、記録的な猛暑を記録した夏場にかけてはアパレル系商品やスイムウェアへの需要の追い風となる面もありました。

このような状況のもと、当社グループで

は、新規出店、主力の既存店舗のリニューアルなど、中長期的な視点に立ったリアル店舗の販売基盤の強化に取り組んでまいりました。本社所在地の岐阜市江添は、国内最大級の規模の体験型スポーツショップエリアとなり、また、西日本エリアにおける旗艦店の八幡西店(福岡県北九州市)においても、全面リニューアルやゴルフ専門店の出店を実施し、既存の収益基盤のさらなる強化に努めてまいりました。また、中期経営計画上の出店戦略についても、計画通りとなる6店舗を出店いたしました。

デジタル領域強化やEC事業拡大のための施策につきましても、ヒマラヤアプリと自社ポイントサービス「ヒマラヤポイント」のリリースをはじめとして、優先順位を高めて注力しております。

売上高は改装店、新店ともに順調な滑り出しとなり、既存店も堅調に推移し、EC事業においても、販売力強化に努めたことにより、前期を上回る結果となりました。

2 | 出退店の状況について

出退店の状況については6店舗を出店し4店舗を退店いたしました。2023年8月末時点で当社グループの店舗数は全国で97店舗、売場面積は214,304㎡、前期比で店舗数は2店舗増、売場面積は7,345㎡増となりました。

3 | 当期の業績について

商品別の売上動向としては、一般スポーツ用品は、部活動をはじめとするさまざまなスポーツ活動の正常化による市場回復が進んだこと、スキー・スノーボード用品は降雪に恵まれたシーズンとなったことから好調な推移となりました。ゴルフ用品、アウトドアのキャンプ用品は、コロナ影響下の需要の一巡により減少したものの、アウトドアアパレルやトレッキング需要については、夏場の猛暑の影響もあり、引き続き好調に推移いたしました。

売上総利益率は、冬場の気温動向の影響

を受けたアパレルの販売や、アウトドアカテゴリにおけるキャンペーン商品のマーケット環境の変化に即応し、同カテゴリの在庫正常化を最優先課題として対応したことにより、大幅に低下(前期比△1.9ポイント)した結果、営業利益の主たる減少要因となりました。

販売費及び一般管理費については、新規出店、既存店舗の大規模リニューアルに関連する費用負担に加えて、リアル店舗の光熱費をはじめとするコスト上昇の影響を受けながらも、経費の削減活動に努めてまいりました。

以上の結果、当連結会計年度における連結業績は売上高60,156百万円(前期比2.1%増)、営業利益968百万円(前期比52.5%減)、経常利益1,125百万円(前期比52.4%減)、親会社株主に帰属する当期純利益589百万円(前期比58.9%減)となりました。

4 | 次期の見通しについて

国内経済は新型コロナウイルス感染症の影響の低減により、経済社会活動の正常化が進み、景気の持ち直しが進んでいるものの、円安や原材料価格の高騰を背景にした企業物価、消費者物価上昇により、先行きは不透明な状況にあります。また、従来からの少子高齢化による国内のオーバーストア化・DX化などの技術革新によるお客様の購買行動の変化も重要な課題であります。

これらの対処すべき課題に対して、当社グループでは、2024年8月期を初年度とする新中期経営計画を策定し、以下の取り組みを行ってまいります。

①本質的な競争力の強化

新中期経営計画の重点戦略目標として、ユニファイドコマースによる既存店の収益力向上とEC事業拡大の加速を通じて、目標利益の達成を目指すとともに、持続的な成長に向けて出店力の強化を図ってまいります。また、中長期的な成長余地の拡大に向けて、独自商品の開発力強化と新業態の開発を通じた新事業領域の開拓を推し進めてまいります。

②店舗販売力の強化

リアル店舗の強化に向けた店舗運営戦略(※ユニファイドコマース)においては、当社の強みであるヒマラヤの人材と、お客さまを起点としたデジタルとの融合により、高付加価値なお買い物体験の提供と店舗収益の強化を図ってまいります。店舗及びオンラインを通じて、顧客一人ひとりにあった価値ある購入体験を提供することを目指すとともに、店舗のスリム化及び効率化を通じた店舗運営における生産性の改善により収益性の向上を図りながら、新規事業などの重点分野への人材投資、システム改修への投資を行ってまいります。

※ユニファイドコマース:顧客のさまざまな情報を統合し、顧客に対してパーソナライズされたサービスや体験を提供する取り組み

③商品力の強化

担当者の専門性を高め、仕入先企業との密なコミュニケーションを通して、市場のトレンド変化に適切適切に対応し、お客さま起点の最適な商品構成を目指します。

PB(プライベートブランド)については、専任部署の設置と生産管理体制の強化を行い、ブランド価値を高めながら規模の拡大を図ってまいります。

加えて、粗利率の改善に向けた在庫管理の強化に努めてまいります。

④EC販売力の強化

EC事業の規模拡大と収益性の向上の両立に向けて、店舗・ECのシームレス化の促進と自社アプリと連動した体験サービスの向上に取り組むとともに、EC売上300億円の体制構築に向けて、EC専売品の拡充及び新規カテゴリの開拓、新EC専用物流センターによる運用体制への早期の移行を目指してまいります。

⑤人材の強化

当社では、全従業員の活躍の実現と多様性の尊重を目指した人事戦略(HIMARAYA3.0)に基づき、人材の育成、多様な人材の確保、組織を支える施策の3つの視点を中心に取

り組みを行っております。

全ての従業員をスキルとマインドの両面から公正に評価し、各人の能力発揮の機会の提供と、教育・研修制度の充実によって人の育成を図ることを基本方針として取り組むとともに、東京事務所体制を軸に多様な高度専門人材の確保と育成に努めております。

さらに、これらを支える制度・インフラの整備、およびキャリアパスの多様化への対応に努めるとともに、さまざまな視点での多様性の実現に向けた各人の個性を尊重した社風の醸成に取り組んでまいります。

⑥新規事業の開発及び収益化

当社グループでは、スポーツ領域、ライフスタイル領域、健康領域の3領域において、お客さま、当社スタッフをはじめとするすべての人々のウェルビーイングに向けた事業活動を行っていくことを目指しております。現状のスポーツ用品事業を含むスポーツ領域、ライフスタイル領域、健康領域への積極的な投資を行い、新たな成長シナリオの構築に努めてまいります。

⑦気候変動問題に対する取り組み (カーボンニュートラル宣言)

当社グループは、全世界で加速する温室効果ガス削減などの社会課題解決に向け、以下のとおりカーボンニュートラルを目指した取り組みを実施して、自社グループの温室効果ガス排出量を、2050年までにネットゼロにすることを宣言し、事業活動を通じて温室効果ガスの削減活動に取り組んでまいります。

⑧目標とする経営指標

当社グループは、中期経営計画期間の最終年度である2026年8月期の連結業績目標を売上高690.7億円、経常利益30億円、当期純利益18.2億円、ROE9.4%と定めております。

また、翌連結会計年度の目標値として、売上高611.4億円、経常利益14億円、当期純利益7.8億円、ROE4.6%を見込んでおります。

連結財務ハイライト

詳しくは当社ホームページ
「IRデータ」をご覧ください。

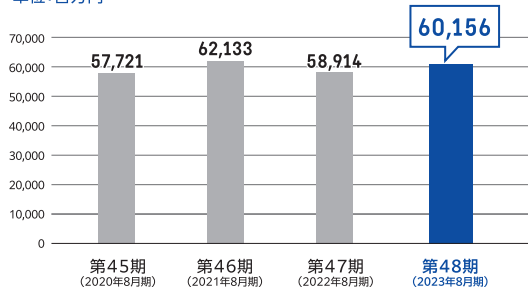


売上高

60,156百万円

前年
増減率 2.1%

単位:百万円

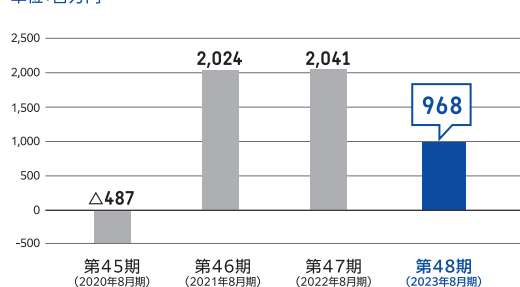


営業利益または営業損失(△)

968百万円

前年
増減率 $\Delta 52.5\%$

単位:百万円

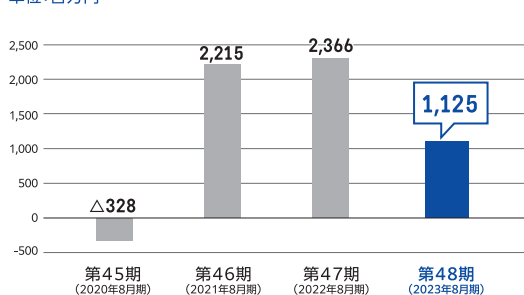


経常利益または経常損失(△)

1,125百万円

前年
増減率 $\Delta 52.4\%$

単位:百万円

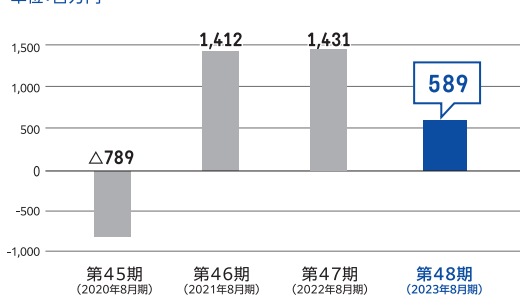


親会社株主に帰属する当期純利益 または当期純損失(△)

589百万円

前年
増減率 $\Delta 58.9\%$

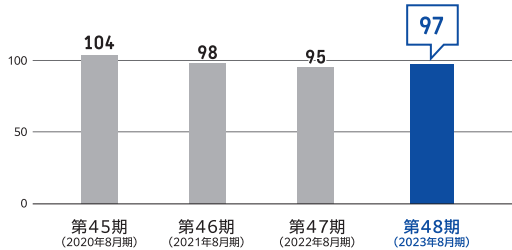
単位:百万円



店舗網 (2023年8月31日現在)

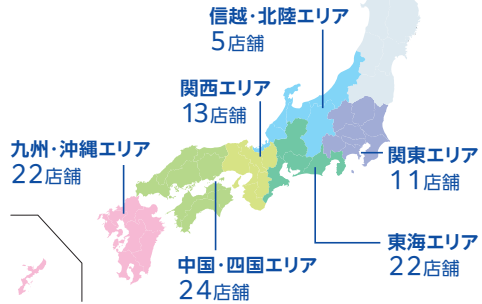
■ 店舗数の推移

単位:店舗



最新の店舗網は
当社ホームページをご覧ください。

97店舗



■ 新規出店案内

イオンタウン松原店



2023年9月21日(木) グランドOPEN

大阪府内5店舗目、松原市には初出店となります。約2,480㎡の広い売場に、キャンプとトレッキング用品を中心として冬にはウインタースポーツも取り扱うアウトドアコーナーと、チームスポーツ、ラケットスポーツ、ランニング、フィットネスなどスポーツ全般を取り扱うスポーツコーナーを展開しております。部活生や社会人アスリートから、ジュニア、ファミリー、シニア層まで、さまざまなお客様に満足いただけるブランドやアイテムをご用意いたしました。

また、ランニングシューズ・テニス・サッカー・野球・バスケットボール・バレーボールなどを中心に、販売はもちろんのこと、修理・加工・各種ユニフォームのオーダーなどにも対応し、皆様に愛される地域一番店を目指します。スタッフ一同、ご来店を心よりお待ちしております。

〒580-0015 大阪府松原市新堂4-1154 イオンタウン松原2階 TEL:072-337-5610

ヒマラヤの新しいビジョン

スポーツと健康を通じて
世界中の人々の豊かなライフスタイルに貢献する

HIMARAYA

これからのヒマラヤがなすべきこと

スポーツとウェルビーイングをデザインする

48年前、岐阜で開店したたった8坪のスキー専門店
それがわたしたちヒマラヤのスタートでした

スポーツを愛するお客さまと、スポーツを愛するスタッフ一人ひとりに支えられ、
ヒマラヤは人々とスポーツが交わる場所であり続けてきました

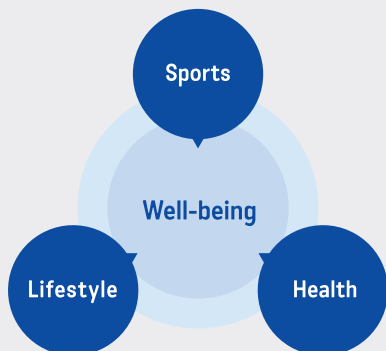
今、人々が日々楽しみ、成長し、自分らしく健やかに過ごす、
あらゆる場面にスポーツがあります

そして今、わたしたちは、そのあらゆる場面でスポーツを通じて
世界中の人々の人生を豊かにする存在になりたいと願っています

そのために、私たちがお客さま、ヒマラヤスタッフ、そして社会のすべての人に対して、
すべきことを考えました

ヒマラヤの目指すウェルビーイング

ヒマラヤでは、【スポーツ領域】【ライフスタイル領域】【健康領域】の3領域において、お客さま、当社スタッフをはじめとするすべての人々のウェルビーイングに向けた事業活動を行ってまいります。



スポーツ領域	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ用品販売事業の持続的な成長 ・店舗・店舗外イベントの開催 ・オリジナル商品の企画・開発
ライフスタイル領域	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ用品販売事業における顧客層の嗜好変化に対応した取扱商品拡大 ・オリジナル商品の企画・開発 ・新業態の開発
健康領域	<ul style="list-style-type: none"> ・当社トレーナーを活用した健康促進サポート ・健康を意識した飲食の提供・提案 ・新商品、新サービスの開発

これまでの取り組み

・スポーツ領域

- ・当社の強みである接客力の強化に加え、高い加工技術やトレーナー資格者、元プロ選手など付加価値の高い人材の確保と育成
- ・体験型の店舗や店舗内外のイベントの企画・開催などを通じたお客さま、地域社会とのエンゲージメント強化

・ライフスタイル領域

- ・当社アウトドアブランドにおいて、フルラインナップで商品展開を実現したことで蓄積したモノづくりとマーケティングのノウハウをさらに強化
- ・アパレルブランドの開発強化を通じ、ライフスタイルファッションへ事業領域を拡大

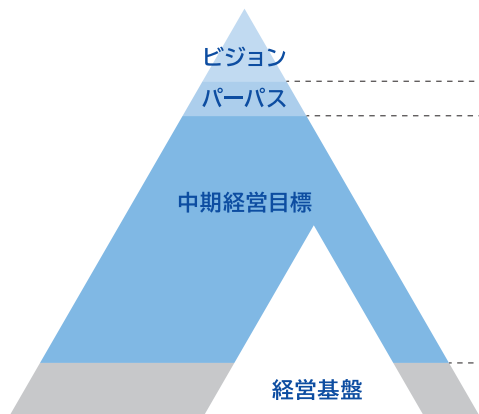
・健康領域

- ・社内でトレーナー資格者11名を育成し、店舗でお客さまの身体バランスに着目した健康促進提案、トレーニングサービスなどを実施
- ・社員向け健康経営プログラム開発を通じたノウハウの蓄積
- ・栄養補助食品などの食に関する企画と販売

今後は上記に加え、『**スポーツ×ライフスタイル×健康**』を軸とした次の領域にも取り組んでまいります。

- ・国内：EC専売や新業態（小型店など）の開発、飲食や健康美をテーマとした商品・サービスの開発及び提供など
- ・海外：自社ブランド商品の輸出や越境EC等を通じた海外への販路拡大など

新中期経営目標の全体像



スポーツと健康を通じて
世界中の人々の豊かなライフスタイルに貢献する

スポーツとウェルビーイングをデザインする

企業価値の向上(目標時価総額250億円)に向けた取り組み

- ・ROIC、ROEの経営目標数値の達成と成長を確保してPBR1.0倍超を目指す
- ・資本コストの最適化を図る資本構成の実現
- ・成長投資とのバランスを考慮した安定的な配当政策

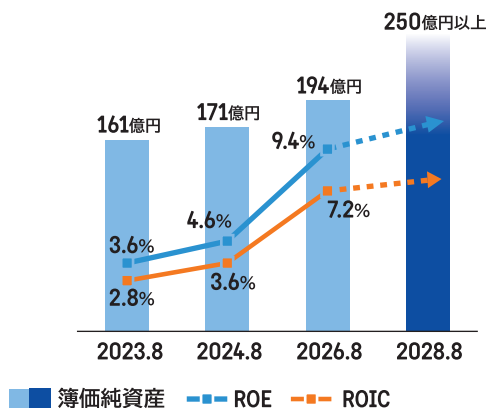
中期経営計画の目標と戦略(目標経常利益30億円)

- ・ユニファイドコマースによる既存店の収益力向上とEC事業拡大の加速を通じて、中期経営計画の目標利益の達成を目指すとともに、持続的な成長のために出店力強化を図る
- ・独自商品の開発力強化と新事業開発を通じて新事業領域の開拓を推し進める

人的資本・ガバナンス・サステナビリティ

2028年8月期に向けた中長期事業成長イメージ

中期経営計画のKPI達成を通じPBR1.0倍超を目指すことにより、持続的に企業価値の向上を図る。



中長期ターゲット

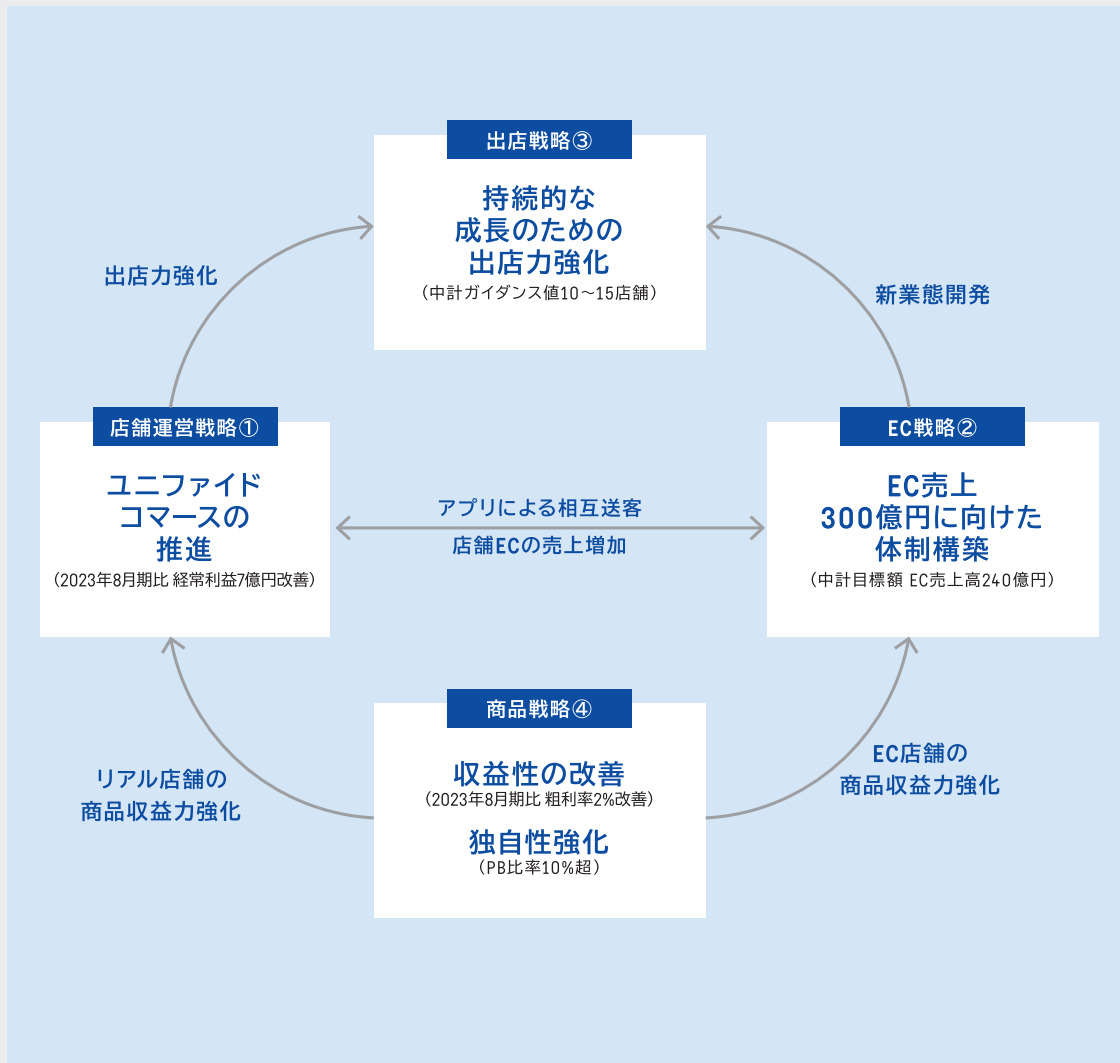
簿価純資産 **250**億円以上

ROE **9.5%**以上

ROIC **7.5%**以上

新中期経営計画の重点戦略

店舗収益力の向上①・EC事業拡大②を主軸に中計目標利益（経常利益30億円）を目指すとともに、将来の持続的な成長のために出店力強化③および独自商品の開発力強化④を図る。



ヒマラヤの持続可能な社会実現への取り組み

当社は『地球環境の改善と保全を意識した生活をする。そして、そのなかでスポーツが持つポジティブな価値を楽しみ、活用していくことが、豊かな生活の実現につながる』という考え方に基づくライフスタイルを「Sustainable Sporting Life」（「サステナブル・スポーティング・ライフ」）として定義しています。

この広がりをサポートし、豊かな社会と地球環境の創造に貢献していくことで、持続的な成長を目指すことを中長期の基本方針としております。

当社のサステナビリティに関する3つの重要課題 IMPORTANT ISSUES

当社では、これまでの社会や環境に対する貢献活動をベースに、当社の事業活動、およびこれを取り巻く環境、ステークホルダーの観点から分析・検討を行い、コーポレートガバナンスの強化とともに、今後、取り組んで行くべき3つの重要課題を設定しました。

重要課題 01 「Sustainable Sporting Life」の浸透

地球環境の改善と保全を意識した生活とスポーツを融合させた豊かなライフスタイルの発信を行っていきます。

- スポーツイベントや施設運営などを通して「Sustainable Sporting Life」（「サステナブル・スポーティング・ライフ」）の発信
- 遊休施設の再利用など、環境に配慮したスポーツ、アウトドア施設の企画・運営

重要課題 02 既存事業の地球環境との共生

事業を構成するさまざまな要素について改善可能性を追求し、自然との調和、環境へのストレス低減へつなげていきます。

- レジ袋を地球環境に優しい素材へ変更
- 自社ブランド商品の簡易包装化
- 本部、店舗における省エネ推進
- 物流の効率化による排気ガスの減少
- 廃棄予定商品の削減や再利用の推進
- DIGITAL化推進によるペーパーレス化

重要課題 03 全従業員活躍の実現と多様性の尊重

すべての人が目標に向かって、その個性を発揮できる「はたらく場」を作っていきます。

- 努力が報われる評価
- 次世代経営層を始めとするすべての従業員の教育・育成
- 主体性の促進
- ジェンダー格差のない活躍推進
- ワーク・ライフ・バランスの実現
- スポーツ参加環境整備による健康増進

当社は下記の6つの項目をSDGsの目標達成の重点項目として取り組んでおります。



経営管理 ▶ サステナビリティ

今後のさらなる成長ステージの実現に向け積極的な成長投資を計画



経営管理 ▶ 人的資本経営

多様な人材の確保

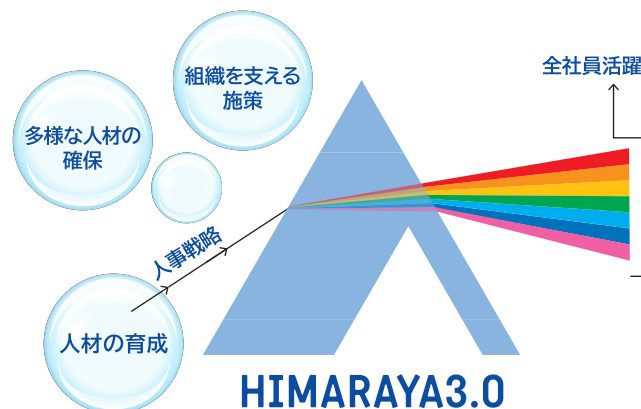
- ・東京事務所体制を軸とした高度専門人材の育成と確保

中核人材の育成

- ・核人材、管理職、若手の3階層に分類し、マインドとスキルの両面からの育成
- ・経営人材育成、専門人材育成のためのプログラムの構築と教育支援
- ・多様な人材の活躍を後押しする人事制度の見直し、リモートワークの拡充

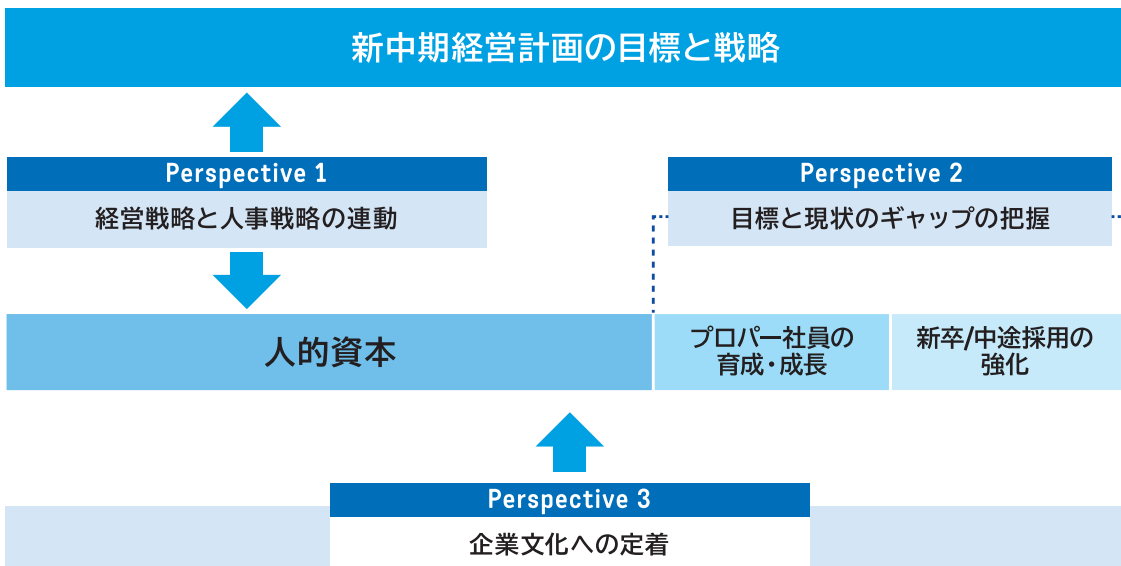
スポーツを活用した従業員のウェルビーイングの増進 (健康経営)

- ・「健康経営優良法人」認定を目指す
- ・トレーナー資格者を活用した独自の健康増進メソッドの開発
- ・社員のメンタルヘルスのための保健衛生組織の設立



ヒマラヤの人的資本経営

■ 人的資本経営に必要な3つの視点 (3P) ※3P[Perspectives]



■ 5つの要素の強化のための環境整備 (5F)

Factor① 動的な人材ポートフォリオ

(個人と組織の活性化)

Factor② 知・経験のD&I

Factor③ リスキル・学び直し

Factor④ 従業員エンゲージメント

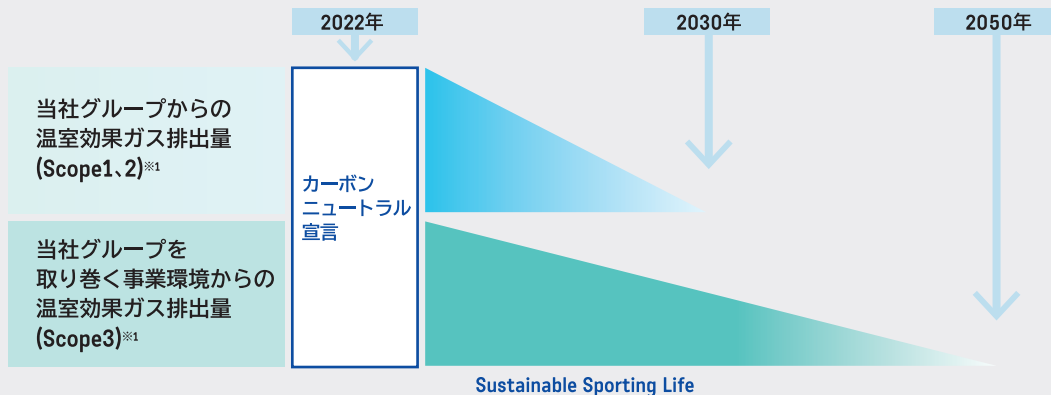
Factor⑤ 時間や場所にとらわれない働き方

- ▶ 人材の見える化 (タレントマネジメント)
- ▶ 多様な人材の育成 (専門人材、マネジメントなど)
- ▶ 目標管理・評価制度の浸透と成果に応じた報酬配分
- ▶ 人事コース、キャリアプランの多様化と多様な人材の登用
- ▶ リモートの拡充に向けた環境整備

カーボンニュートラルを目指した取り組み

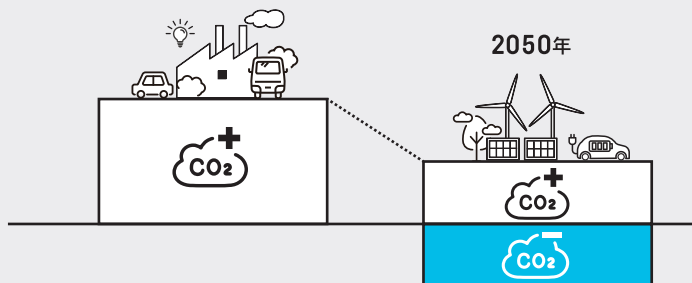
2050年までに温室効果ガスの排出量を全体としてゼロにする、カーボンニュートラルを目指す政府の宣言を受け、当社グループもスケジュールを策定し取り組んでいます。

カーボンニュートラル宣言実現に向けたスケジュール



※1：国際的な組織であるGHGプロトコルイニシアティブが策定したGHG(温室効果ガス)排出量算定および報告基準であるGHGプロトコルの定義

2050年までに温室効果ガスの排出量を全体としてゼロにする、カーボンニュートラルのイメージ^{※2}



※2：「排出量を全体としてゼロ」というのは、二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの『排出量』から、植林、森林管理などによる『吸収量』を差し引いて、合計を実質的にゼロにすることを意味しています。



第9回ピッチング&スイングコンテスト

ピッチング(球速)とスイングスピードの数値を可視化し、合計数で競うイベントとして、全国57店舗で開催いたしました。定期開催により、選手の成長を数値で確認できるイベントとして保護者の皆さんからも高い評価をいただいております。今大会からソフトバンクジュニア1次選考会を兼ねて実施することで、参加者数も17,323名の参加者にご来店いただき、過去最高のイベントとして盛り上がるイベントとなりました。また6年生イベント上位者はソフトバンクジュニア最終選考会を勝ち抜き代表に選ばれました。これからもイベントを通じて、野球の楽しさ・感動を伝えられる活動を継続してまいります。



子ども体力測定 in 第13回スポーツフェスティバル

2023年7月8日 会場:朝日大学

提携する「ぎふ瑞穂スポーツガーデン」と「朝日大学」が毎年子ども対象に開催するスポーツフェスティバルに当社も「子ども体力測定イベント」で参加しました。子どもたちの体を動かす機会が減少していると言われる中、体を動かすことの楽しさや大切さに触れる機会を増やすことは、我々に課せられた大切な使命であると考えています。

子どもたちは一生懸命走ったり、ボールを投げたり、鉄棒にぶら下がったりして体を動かしました。子どもたちの笑顔はやがて保護者や運営するスタッフにも波及し、気持ちが爽やかになるイベントになりました。

これからもヒマラヤは、子どもたちの夢、夢をかなえるための挑戦、そしてその先にある笑顔を応援し続けます。



元中日ドラゴンズ 井端弘和氏トークショー&井端塾

2023年7月8日 会場:ヒマラヤ本社及び本館

元中日ドラゴンズでご活躍された井端弘和氏をお招きし、同じく中日ドラゴンズOBでヒマラヤ野球アドバイザーの山北茂利とトークショーを開催しました。現役時代の面白い話や現状の野球界のことなど参加者にとって興味深いお話を聞くことができました。

またトークショーの後は小学生の野球を頑張っている子どもたちに、野球のレッスンをしていただきました。特に現役時代、数々の芸術的な守備でファンを唸らせた井端氏による守備指導を、参加者だけでなく周りで見ている来場者も真剣に見ていました。

これからも世界一のスポーツの伝道者として、スポーツの楽しさと夢と感動を伝えられるイベントを継続してまいります。



①Recycle～リサイクルへの取り組み

HIMARAYA OUTDOOR GIFU



「体験」をテーマに屋外に芝生エリアを併設した大型アウトドア専門店であるHIMARAYA OUTDOOR GIFUでは、アウトドアやキャンプとの親和性が高い「木」をメインで使うことをコンセプトに、売場装飾を行いました。目で見ても、臭いで、触れても、木の魅力、木の温もりを十分に感じることができる売場になっています。また、木材は【ぎふ証明材】の認定を受けた岐阜県産の間伐材を使用しており、地域貢献の一助となる活動も行っています。



②Reuse～リユースへの取り組み

エルエルタウン岡崎店



2023年度新規出店の「ヒマラヤエルエルタウン岡崎店」では、リサイクル活動の取り組みとして、店舗で使用しているマネキンの100%をリユースマネキンを採用しています。ヒマラヤ各店で古くて不要になったり、破損して使えなくなったマネキンを回収。提携の修理工場で補修修理、再塗装をして活用。この取り組みでは資材の廃棄ロスを減らし、リユースできる循環サイクルを確立するとともに、将来的にはヒマラヤ全店に波及できるような取り組みにつなげていきます。



③Reduce～リデュースへの取り組み

本館、スポーツ八幡西店、コムボックス大分店ほか



2022年11月に改装した「本館」「スポーツ八幡西店」、2023年4月に新規出店した「コムボックス大分店」「ゴルフ福岡粕屋店」「エルエルタウン岡崎店」においては、環境配慮型の省メンテナンスの床材を使用しています。床材メーカーが認定した長寿命、省メンテナンスの床材を使用することで環境負荷を低減することにつなげる取り組みを行っています。また、新規出店において照明計画を策定することで、消費電力および年間のCO₂排出量を10～20%削減する取り組みを行い、環境配慮型の出店を行っております。



■ 会社データ

商号 株式会社ヒマラヤ
(HIMARAYA Co.,Ltd.)
代表取締役社長兼CEO 小田 学
証券コード 7514
(東京証券取引所スタンダード市場および
名古屋証券取引所プレミアム市場上場)
本店所在地 〒500-8630
岐阜県岐阜市江添1丁目1番1号
TEL 058-271-6622(代表)
ホームページ <https://www.hmry.jp/>
設立 1991年
資本金 2,544百万円
従業員数 742人(単体)

取締役(2023年11月29日現在)
代表取締役社長兼CEO 小田 学
取締役管理本部長兼CFO 三井 宣明
取締役 後藤 達也
取締役 小森 一輝
取締役 今井 美香(社外)
取締役(常勤監査等委員) 川村 祥之
取締役(監査等委員) 都筑 直隆(社外)
取締役(監査等委員) 鈴木 友美(社外)

■ グループ企業の状況

会社名 コアブレイン株式会社
資本金 100百万円
当社の議決権比率 100%
主要な事業内容 フルフィルメント事業

■ 株主メモ

株式の状況 発行可能株式総数 40,000,000株
発行済株式総数 12,320,787株
株主数(2023年8月31日現在) 14,835名
単元株式数 100株
事業年度 毎年9月1日から翌年8月31日まで
定時株主総会 毎年11月開催
基準日 定時株主総会 毎年8月31日
期末配当金 毎年8月31日
中間配当金 毎年2月末日
そのほか必要があるときは、あらかじめ公告して定めの日
公告の方法 公告の方法は電子公告であります。ただし、やむを得ない
事由により電子公告をすることができない場合は日本
経済新聞に掲載いたします。
(ホームページアドレス <https://www.hmry.jp/>)

株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関
東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人 愛知県名古屋市中区栄三丁目15番33号
事務取扱場所 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先 0120-782-031(フリーダイヤル)
インターネット <https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/>
ホームページURL

【株式に関する住所変更等のお届出および照会について】

証券会社に口座を開設されている株主様は、住所変更等のお届出および照会は、口座のある証券会社宛にお願いいたします。証券会社に口座を開設されていない株主様は、上記の電話照会先にご連絡ください。

【特別口座について】

株券電子化前に「ほふり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていなかった株主様には、株主名簿管理人である上記の三井住友信託銀行株式会社に口座(特別口座といいます。)を開設しております。特別口座についてのご照会は、上記の電話照会先をお願いいたします。

HIMARAYA



ユニバーサルデザイン(UD)の考えに基づいた
見やすいデザインの文字を採用しています。



この報告書は石灰石から生まれた
新素材 LIMEXでつくられており、
水資源の利用を抑えています



環境に配慮した植物油
インキを使用しています。