



2024年度

個人投資家様向け説明会

2024年7月24日

コーナン商事株式会社

(証券コード：7516 東証プライム)



1. コーナン商事の概要	P.3
2. 第3次中期経営計画と成長戦略	P.19
3. 企業価値向上への取組み	P.30
4. 株主還元の方針	P.39

1

コーナン商事の概要

会社概要

会社名	コーナン商事株式会社
代表者	代表取締役社長 疋田 直太郎（ひきだ なおたろう）
設立年月日	1978年9月20日
資本金	176億58百万円
事業内容	ホームセンター事業、建築職人向け小売業および 会員制建築資材卸売業
本社所在地	大阪市淀川区西宮原2丁目2番17号
上場	東証プライム/証券コード：7516
単元株式数	100株
格付情報 (2023/8/7)	BBB ⁺ （ポジティブ） / 格付機関：日本格付研究所（JCR）



代表取締役社長 疋田 直太郎

<参考指標> ※2024年7月18日15:00時点

時価総額	139,422百万円
発行済株式数	34,682,113株
配当利回り	2.49%

沿革①

1978年度 コーナン商事株式会社設立、第1号店「泉北店」オープン

1996年度 大阪証券取引所第二部に上場

2000年度 海外商品直輸入を開始

「コーナンPRO」第1号店を「東淀川菅原店」に別館併設

大阪証券取引所第一部に上場

2001年度 東京証券取引所第一部に上場

2003年度 関東に初出店（「保土ヶ谷星川店」、「本羽田萩中店」）

2013年度 疋田 直太郎が代表取締役社長に就任

2015年度 第1次中期経営計画を策定

2016年度 海外に初出店（「コーナンベトナム ビンタン店」）

2017年度 「株式会社ビーバートザン」を子会社化



HC1号店 泉北店



PRO1号店 PRO東淀川菅原店



海外1号店 コーナンベトナム ビンタン店

沿革②

2018年度 第2次中期経営計画を策定
「株式会社ホームインプルーブメントひろせ」と資本業務提携

2019年度 長期ビジョン「New Stage 2025」を策定
「株式会社建デポ」を子会社化

「ドイト株式会社」のホームセンター事業及びリフォーム事業を承継

2020年度 本社を新大阪に移転
「CAMP DEPOT」第1号店オープン

2021年度 第3次中期経営計画を策定
コーナングループ500店舗を達成
「JPX日経インデックス400」構成銘柄へ採用

2022年度 新市場区分「プライム市場」へ移行
カンボジアに初出店（「コーナンカンボジア センソックシティ店」）

2023年度 子会社である株式会社ビーバートザンを吸収合併
株式会社ホームインプルーブメントひろせを子会社化

2024年度 コーナングループ600店舗を達成



建デポ 川口芝店



カンボジア1号店 センソックシティ店



業態戦略（コーナン）

お客様の幅広いニーズに応える、コーナンの業態戦略

ホームセンター



DIY用品、ガーデニング用品など幅広い品揃えで、お客様の生活に必要な商品をお届けする住まいと暮らしの専門店です。

PRO



プロのお客様の厳しい目に応える専門性の高い資材、工具、塗料、作業用品などを幅広く品揃えするプロ向け専門店です。

グループ会社（国内）

グループ会社においても、多様な業態でお客様の「住まいと暮らし」を応援

建デポ

業態：PRO（会員制卸売業）



80店舗

首都圏を中心に展開する、プロ顧客向け会員制建築資材卸売業です。2019年6月に当社のグループ会社となりました。

ホームインプルーブメントひろせ

業態：ホームセンター+食品+PRO



32店舗

九州地方においてホームセンター、プロ及び食品事業を展開しております。2023年6月に当社のグループ会社となりました。

グループ会社（海外）

海外（東南アジア）においても、積極的に事業展開中

KOHNAN VIETNAM CO.,LTD.

業態：ホームセンター



13店舗

2016年7月ベトナム社会主義共和国へ日本のホームセンター企業として、初めて出店。海外でも必要とされるホームセンター企業を目指し、事業を展開中。

KOHNAN (CAMBODIA) CO.,LTD.

業態：ホームセンター



3店舗

海外事業の更なる強化の一環として、2022年7月カンボジア王国のプノンペンに出店。現在、3店舗営業中。

コーナングループ売上高

<連結>

社名	売上高 (百万円)
コーナン商事株式会社	456,345

<会社別>

	社名	業態	売上高 (百万円)
国内	コーナン商事株式会社	ホームセンター PRO CAMP DEPOT	   392,101
	株式会社建デポ	PRO (会員制卸売業)	 47,170
	株式会社ホームインプルーブメントひろせ	ホームセンター、食品、 PRO	    17,748※1
海外	KOHNAN VIETNAM CO.,LTD.	ホームセンター	 KOHNAN VIETNAM CO.,LTD. 3,757
	KOHNAN CAMBODIA CO.,LTD. (非連結)	ホームセンター	 KOHNAN (CAMBODIA) CO.,LTD. —

※1 ホームインプルーブメントひろせの実績は2023年6月～2024年2月までの9か月間で記載しております。

(2024年2月末時点)

店舗数（2024年5月末時点）

■ 2024年5月末時点：店舗数計 606店舗（2Q以降出店計画：国内35店舗/海外2店舗）

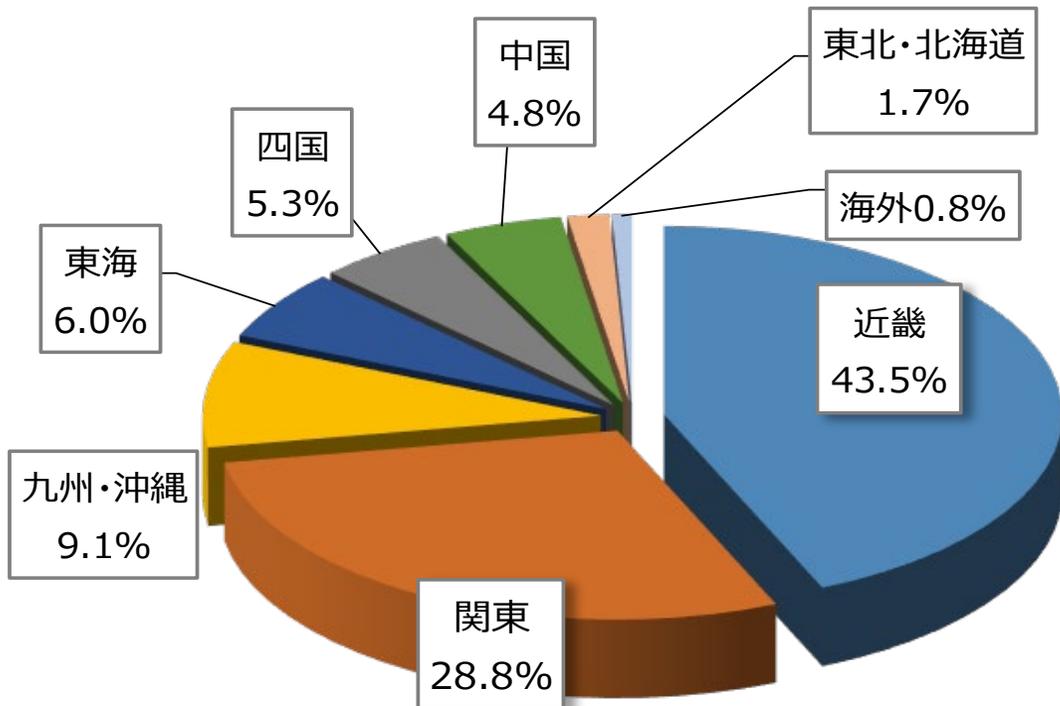
	店舗数	ホームセンター	PRO		ホームセンター+食品+PRO
国内	590				
		345※1	133	80（うちFC3）	32（うちPRO1）
	2Q以降出店計画：35	16（内居抜き10）	11	8	0
	店舗数	ホームセンター			
海外	16				
		13※2		3	
	2Q以降出店計画：2	2		0	

※1 CAMP DEPOTの店舗数9店舗を含んでおります。

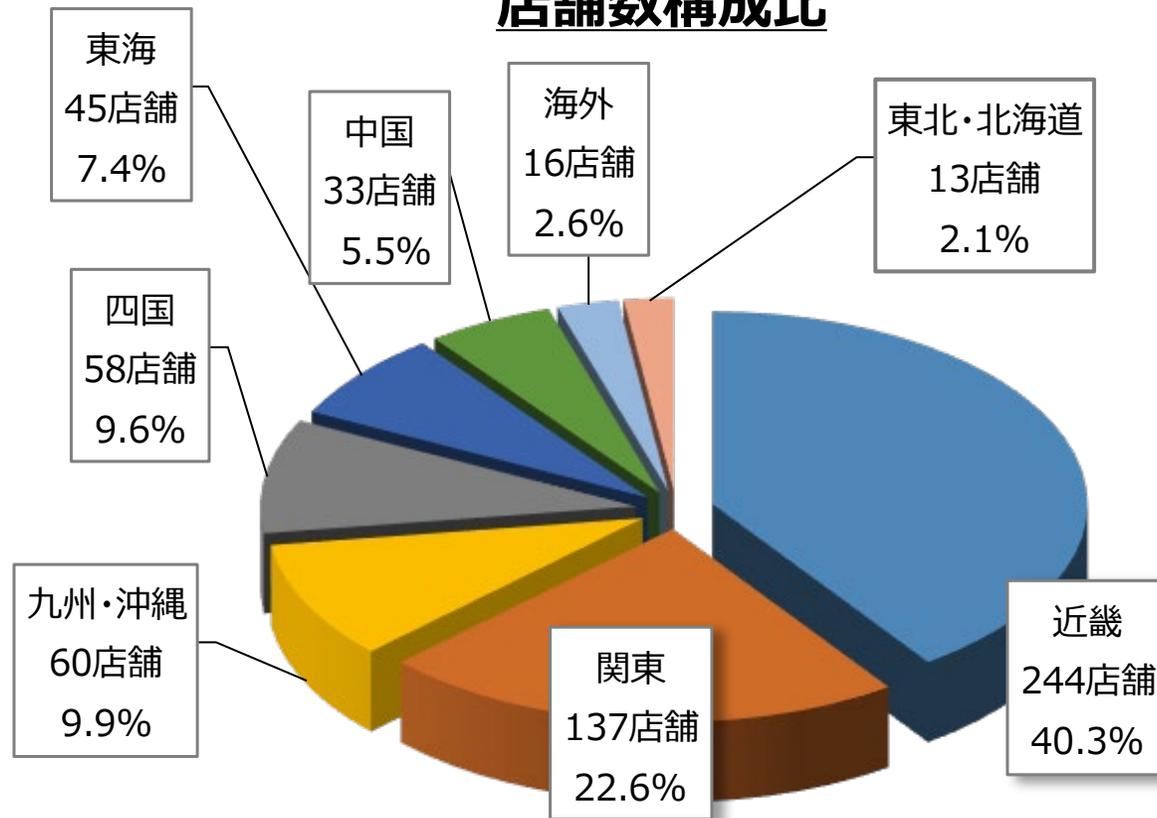
※2 店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）内に出店した店舗を表示しております。

地域別売上高・店舗数実績（2024年3月～5月）

売上高構成比



店舗数構成比



総店舗数：606店舗
(2024年5月末)

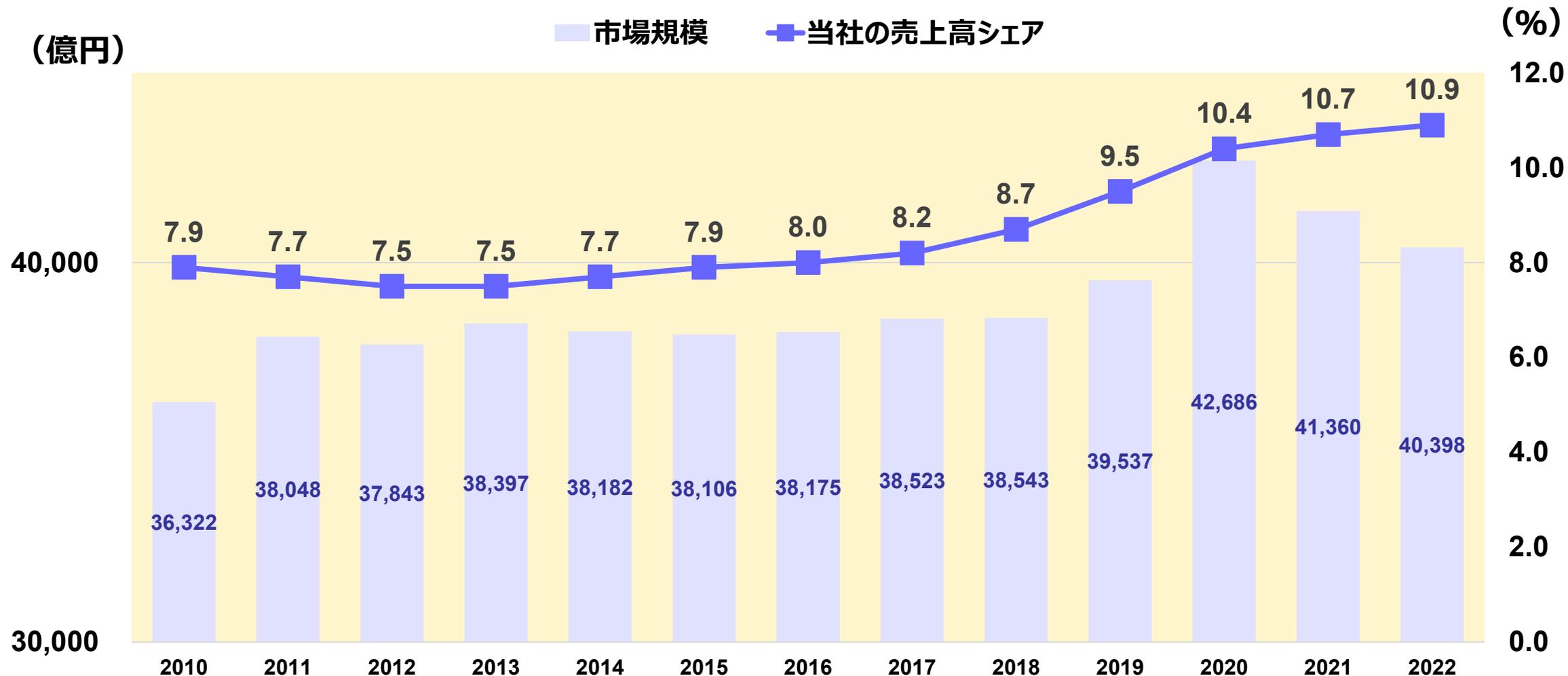
業界ランキング

2022年度

順位	会社名	営業収益（億円）	店舗数	本社所在地	株式公開市場
1	カインズ	5,158	328	埼玉県	—
2	DCMホールディングス	4,768	675	東京都	東証プライム
3	コーナン商事	4,390	539	大阪府	東証プライム
4	コメリ	3,794	1,214	新潟県	東証プライム
5	アークランズ	3,134	145	新潟県	東証プライム
6	ナフコ	2,022	359	福岡県	東証スタンダード
7	アレンザホールディングス	1,491	290	福島県	東証プライム
8	島忠	1,319	53	埼玉県	-
9	ジョイフル本田	1,290	22	茨城県	東証プライム
10	ロイヤルホームセンター	956	61	大阪府	-

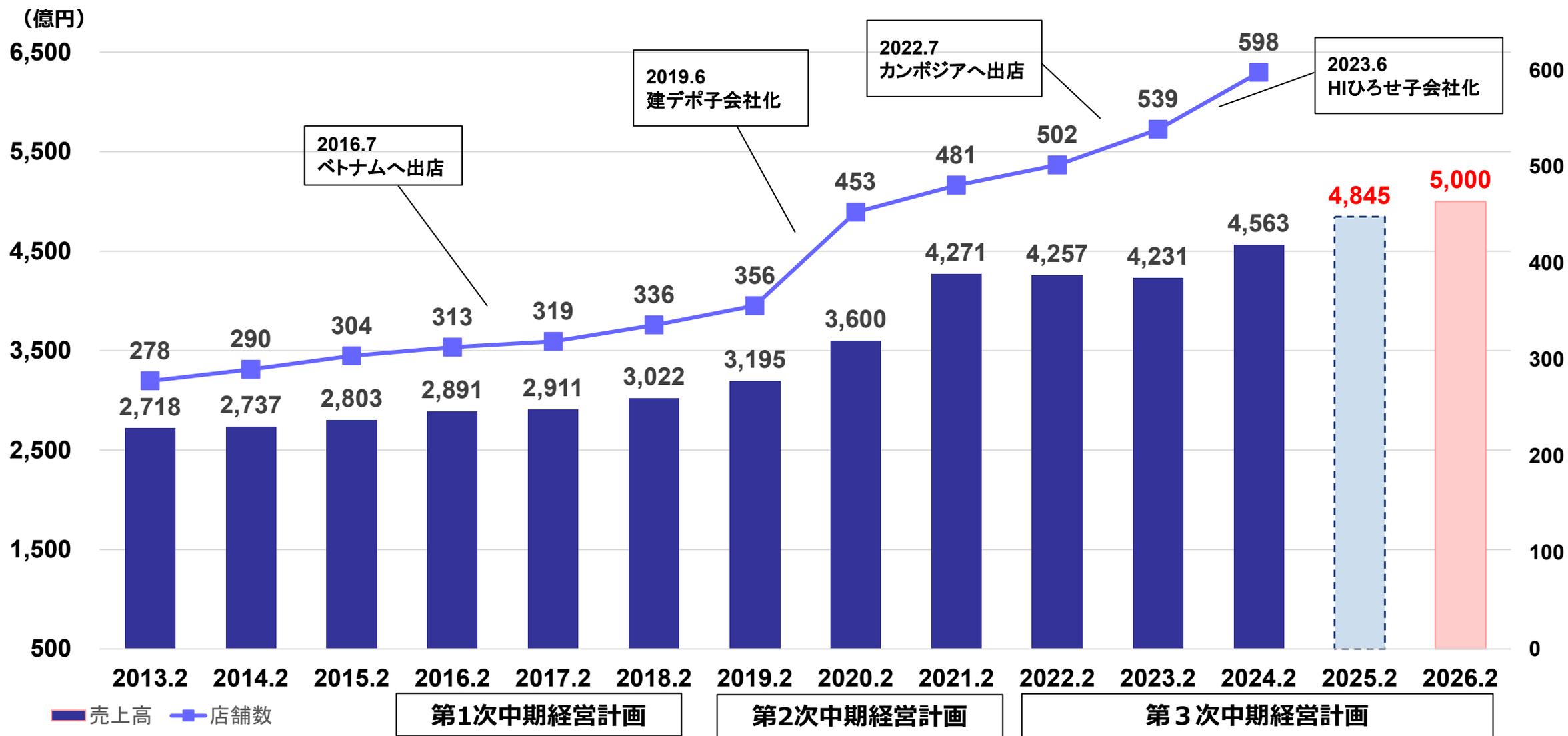
2023年8月発行の「DIAMOND HOMECENTER」の資料をもとに作成しております。

ホームセンター市場規模



2023年8月発行の「DIAMOND HOMECENTER」の資料をもとに作成しております。

売上高と店舗数の推移（2013年2月～2024年2月）



経常利益の推移（2013年2月～2024年2月）



株価の推移（2024年2月期）



専門誌・新聞への掲載

- 「会社四季報プロ500 24年夏厳選500銘柄」の「本命銘柄50」として掲載
- 「株主手帳 2024年8月号」に注目株としてトップインタビューと成長戦略を掲載



「会社四季報プロ500 24年夏厳選500銘柄」



「株主手帳 2024年8月号」



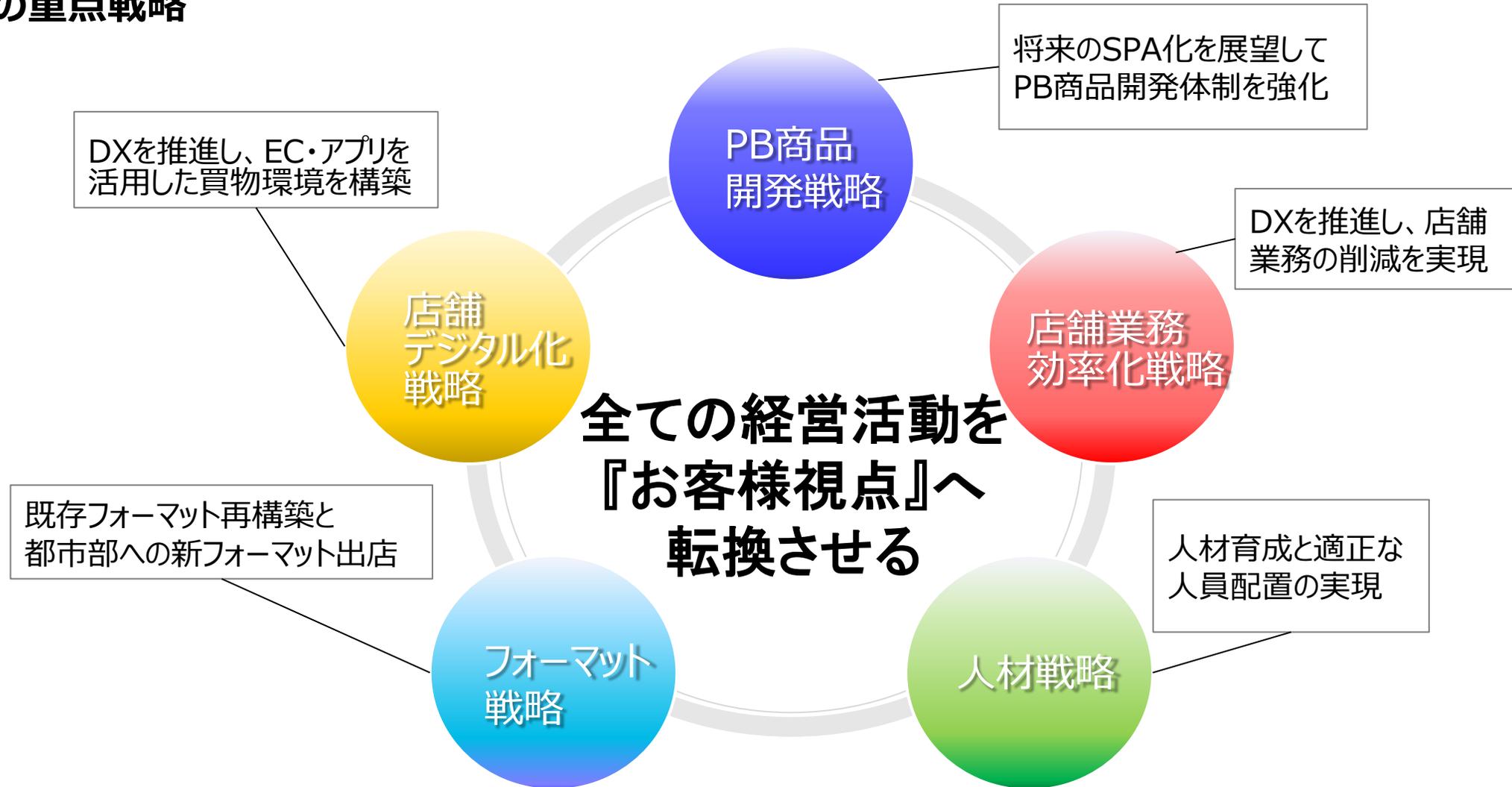
「日本経済新聞 全国版 2024年6月29日掲載」

2

第3次中期経営計画と 成長戦略

第3次中期経営計画（2021-2025）の概要

■ 5つの重点戦略



第3次中期経営計画の進捗状況

➤ 2026年2月期の目標値達成に向け、5つの重点戦略と新たな成長戦略に取り組む

	2022年2月期	2023年2月期※	2024年2月期
売上高	4,257億円	4,231億円	4,563億円
経常利益	242億円	207億円	225億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	155億円	132億円	140億円
ROE (自己資本利益率)	11.3%	9.1%	9.2%
EPS (一株当たり純利益)	489円	431円	473円
ROIC (投下資本利益率)	6.0%	4.9%	4.8%
総還元性向	14.3%	51.2%	41.3%
DOE (株主資本配当率)	1.62%	1.90%	1.85%



2026年2月期 (目標値)	
売上高	5,000億円
経常利益	310億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	195億円
ROE (自己資本利益率)	10.0%
EPS (一株当たり純利益)	575円
ROIC (投下資本利益率)	6.5%
総還元性向	30%以上
DOE (株主資本配当率)	2.0%

※2023年2月期より収益認識に関する会計基準等を適用しております。

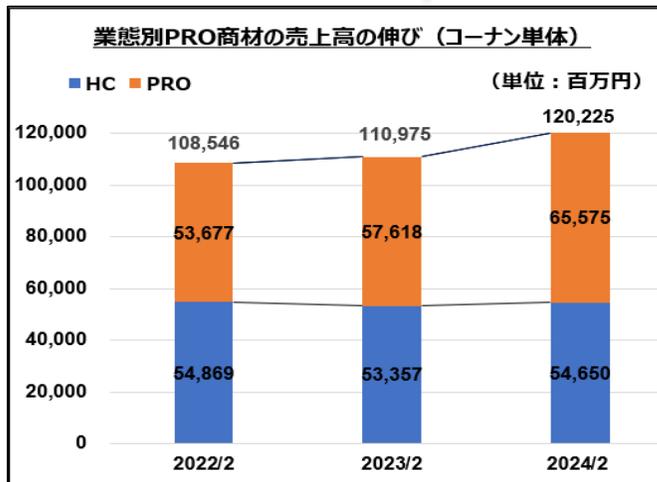
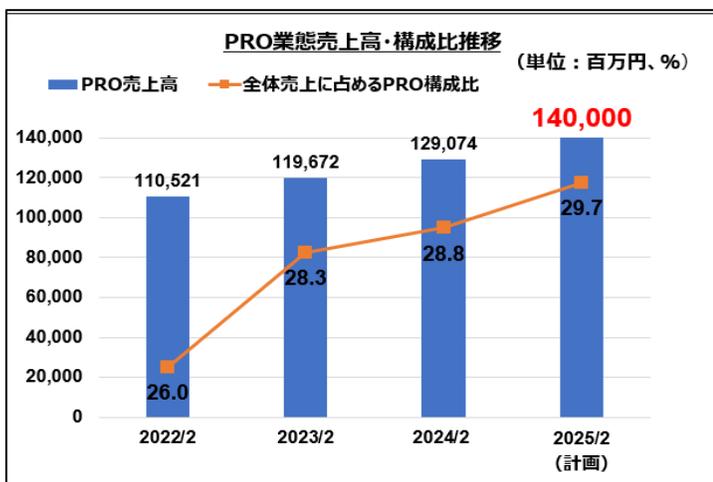
成長戦略：PRO市場における需要の更なる取り込み

PRO市場における当社の特徴

- 建築需要の多い関東・関西・九州地区で圧倒的なPRO業態店舗網
(PRO業態店舗のないエリアは、HCのHI売場/ハイブリッド店舗でドミナントを補足)
- PRO業態売上は全売上の約1/3
→ 一般顧客に比べ来店後の粘着性が高い上、日常消費動向に左右されにくく、安定的

PRO需要を取り込んできた強み

- 永年の営業ノウハウ蓄積による品揃え(特に資材)、値ごろ感、顧客ニーズへの対応力の充実
→ 職人の皆様との対話重視/PRO固有の人材育成
- 建築需要の多いエリア近くでのリアル店舗展開
→ 職人の皆様が保管スペース不要で無駄なく部材や工具の購入が可能
(ネット注文・店舗取り置きにも対応)



店舗数	関東	関西	九州
	33	65	9
	44	2	16
計	77	67	25

成長戦略：M&A戦略

M&Aを通じてグループインした会社の業績は急回復

<建デポ> 2019年6月グループイン

	グループイン前3年平均
売上高	340億円
粗利益率	28.54%
営業利益	▲9億円

<ビーバートザン> 2017年6月グループイン・2023年3月合併

売上高	80億円
粗利益率	29.83%
営業利益	▲0.2億円

※ 通期決算となってから3年間

	グループイン後3年平均
売上高	420億円
粗利益率	30.09%
営業利益	20億円

売上高	65億円
粗利益率	33.95%
営業利益	3億円

【改善のポイント】

以下のグループシナジーの発揮

- 帳合先の統一による値入改善
- コーナン棚割りへの変更
- PB商品の導入
- 物流の共同化
- 不採算店の統廃合(ビーバートザン)

<HIひろせ> 2023年6月グループイン

	2024/2期(9ヶ月間)
売上高	177億円
営業利益	1.3億円

【改善のポイント（ホームセンター）】

- ・コーナンPB商品のシェア拡大（粗利率向上）
⇒ PB商品売上構成比早期25%へ
- ・商品仕入・物流体制共有化による価格競争力/効率性強化
⇒ PB商品拡大・仕入原価見直しで粗利益率1.5%UPへ
- ・コーナンの棚割り・販促導入による販売力強化

【改善のポイント（食品）】

- ・食品部門の集客を活用したHC商材とのクロスマーチャンダイジングの強化
- ・コーナン本体へのインストア導入の検討

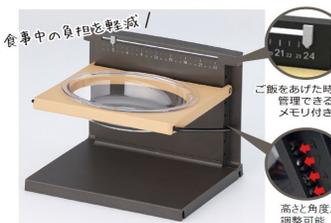
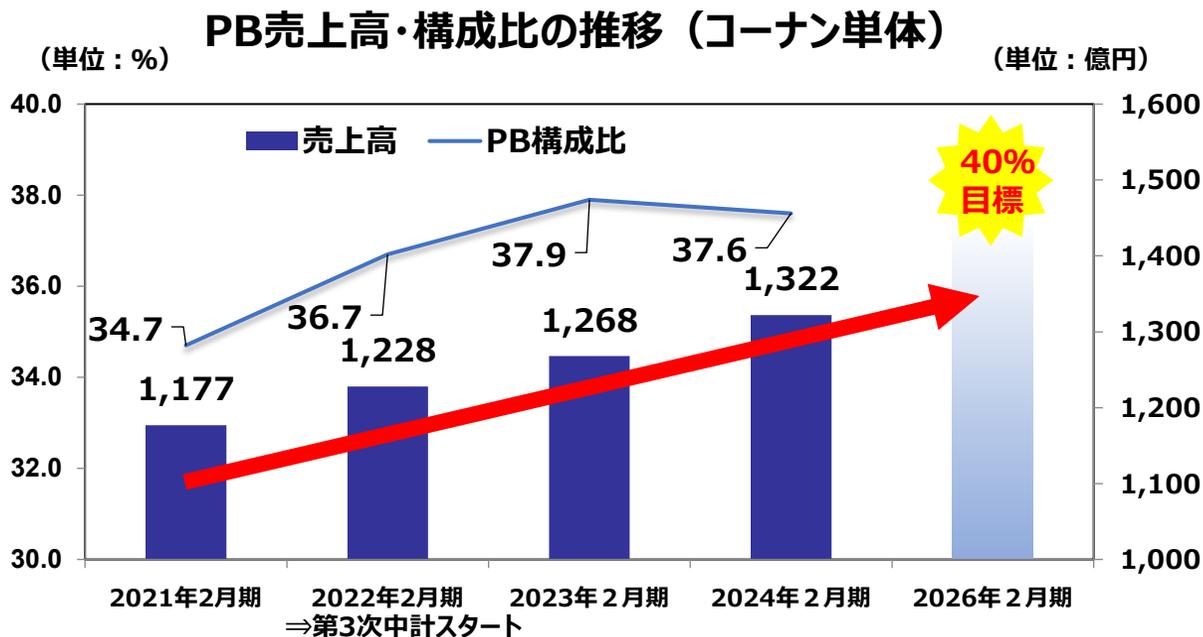
成長戦略：PB商品開発の強化

- 重点強化カテゴリー：ペット・園芸・レジャー・PRO商材 + 新たな分野の開発への挑戦
- 円安水準を考慮した原価引下げ/値入改善・値ごろ感ある商品の供給
- ワークショップを活用した独自性のある商品開発の推進（知財登録/実用新案取得の拡大）



<ワークショップの風景>

※ 自社HP「商品情報」(新発売や一押しのPB商品を紹介)
[\(https://www.hc-kohnan.com/news/products/\)](https://www.hc-kohnan.com/news/products/)



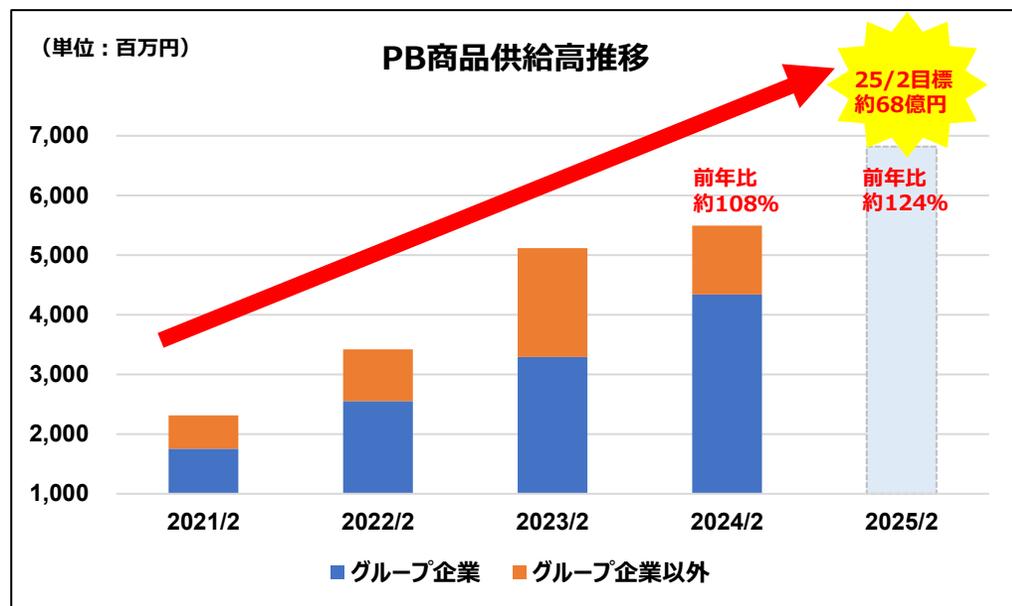
<高さや角度が変えられる猫用食器台>



<洗濯バサミのない新しい形状の洗濯ハンガー>

成長戦略：PB商品供給先の拡大

- グループ会社及び商品供給先とのシナジー最大化のため、供給量・供給先拡大に伴うマスメリット活用により、利益率改善と物流面での効率化を狙う
- 2024年2月～ ホームセンターみつわ様への商品供給開始（当社未出店エリアである、福井県のHC）



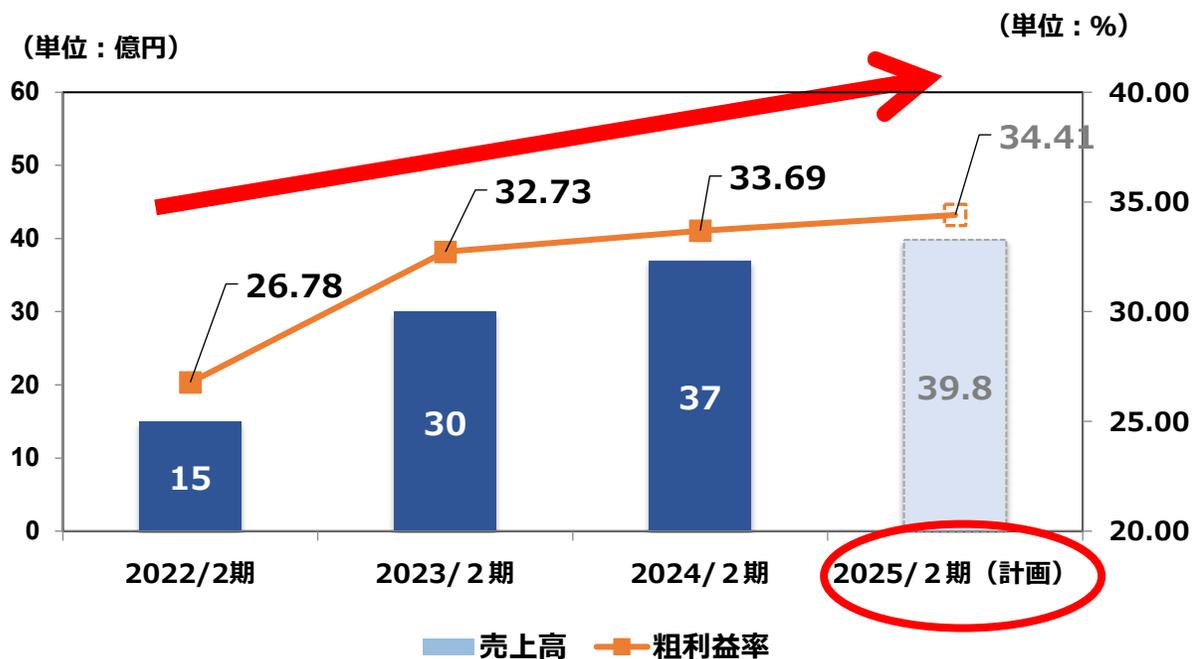
※ HIヒロセは2024年2月期にグループインした為、「グループ企業以外」→「グループ企業」へシフト

＜主なPB商品供給先＞ ※商品供給先は合計11社



成長戦略：海外戦略の強化

- 2025/2期計画：
 - 売上高39.8億円(前年比106%)
 - 粗利益率 34.41% (同+0.72pt)
- ベトナム市場での景気後退下、ヘルスケア・インテリアに加えDIY商材強化により売上・利益率の向上に注力



成長戦略

<新規出店・既存店改装>



今期はベトナムに2店舗出店予定
今後、既存店改装を進めパンチングボード等DIY要素のある品揃えに注力

<商品戦略>



現地の生活様式に合わせ、海外店舗限定サイズのPB商品展開
(写真左はベトナムのベッドサイズ専用の寝具) SB商品の品揃え充実

※ PB：プライベートブランド、SB：ローカルストアブランド

成長戦略：関西・関東（2大商圏）での新プロジェクト

関西

新・都市型コンセプト店舗 【gardens umekita】



- JR大阪駅前の大規模複合開発うめきたプロジェクトの2期開発地区「グラングリーン大阪」へ出店
- 「植物とアクアリウム」を中心とした、新・都市型コンセプト店舗を2024年9月6日オープン予定
- インテリアグリーン関連の家庭・法人向け提案営業機能やeショップご注文商品の受け取りBOXも設置



<グラングリーン大阪 外観鳥瞰図>



<gardens umekita店 売場イメージ図>

関東

敷地面積1.4万坪超のメガモール 【京葉船橋インター店】

- 首都圏のメガモールとしては、10年ぶりの大型投資・出店
- 千葉県船橋市海神町に今夏オープン予定
- 売場面積 コーナン：約4,400坪
テナント：約3,200坪（14社～）
の複合商業施設



<京葉船橋インター店 鳥瞰図>

成長戦略：物流2024年問題への取組み

2024/2期実績

【コスト削減対応】

- コーナン・建デポで物流業務の共同化（九州地区） ⇒ ▲13百万円/年



建デポ福岡センターにて業務委託先を統一し、共同配送

- 川崎倉庫の保管容積拡大による大阪発関東納品便の削減 ⇒ ▲80百万円/年

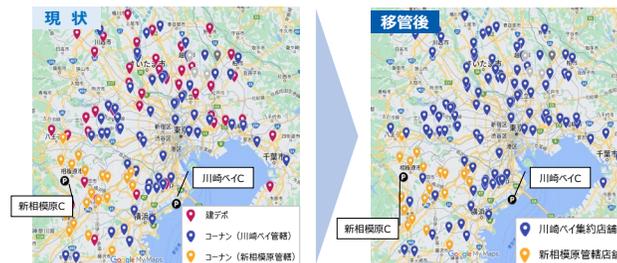
【人員不足対応】

- 遠距離間の配送方法の変更によるドライバーの業務時間及び作業時間の削減
 - ・一部を中継輸送へ
 - ・一部の納品形態を「バラ積み降ろし」から「パレット積み降ろし」に変更
- 一部長距離便へW連結トラックの運用

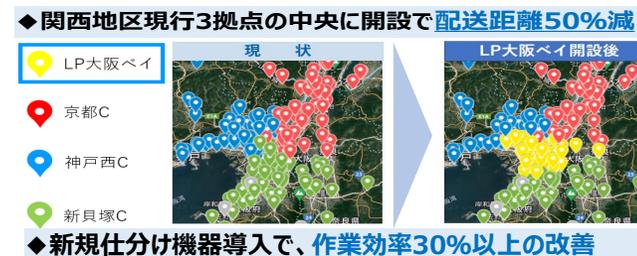


2025/2期計画

- コーナン・建デポで物流業務の共同化（関東地区） ⇒ ▲179百万円/年



- 大阪の保管倉庫の一部を流通センター化 ⇒ ▲300百万円/年



- 流通センターへの自動作業機器の導入



デバニングロボット（輸入コンテナから商品搬出作業）
⇒ 作業人員▲70%



無人搬送車（大型商品の仕分け）
⇒ 作業人員▲30%

直近決算の概況（連結：2025年2月期 第1四半期 3/1～5/31）

➤ 上期計画を若干下回る水準ながら、計画の変更はなし

項目 (百万円)	2025年2月期 第1四半期	前年 同期比	上期計画 進捗率	上期計画	前年 同期比	通期計画	前年 同期比
営業収益	125,505	109.1%	49.7%	252,400	106.0%	501,300	106.1%
売上高	121,345	109.2%	49.7%	244,000	106.0%	484,500	106.2%
(内 既存店売上高)	-	101.6%	-	-	101.2%	-	101.2%
売上総利益	45,224	106.3%	49.2%	92,000	105.9%	181,200	106.1%
営業収入	4,160	104.2%	49.5%	8,400	103.7%	16,800	103.0%
販売管理費	41,557	108.3%	49.6%	83,800	105.6%	172,100*	105.6%
営業利益	7,827	95.5%	47.2%	16,600	106.2%	25,900	107.5%
経常利益	7,290	94.6%	46.4%	15,700	105.0%	24,000	106.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,764	86.3%	44.9%	10,600	103.4%	14,800	105.3%

※通期 販売管理費におきましては、誤植により前回（2024年4月10日）公表値より修正しております。
（誤172,180百万円→正172,100百万円）

既存店前年比（連結）

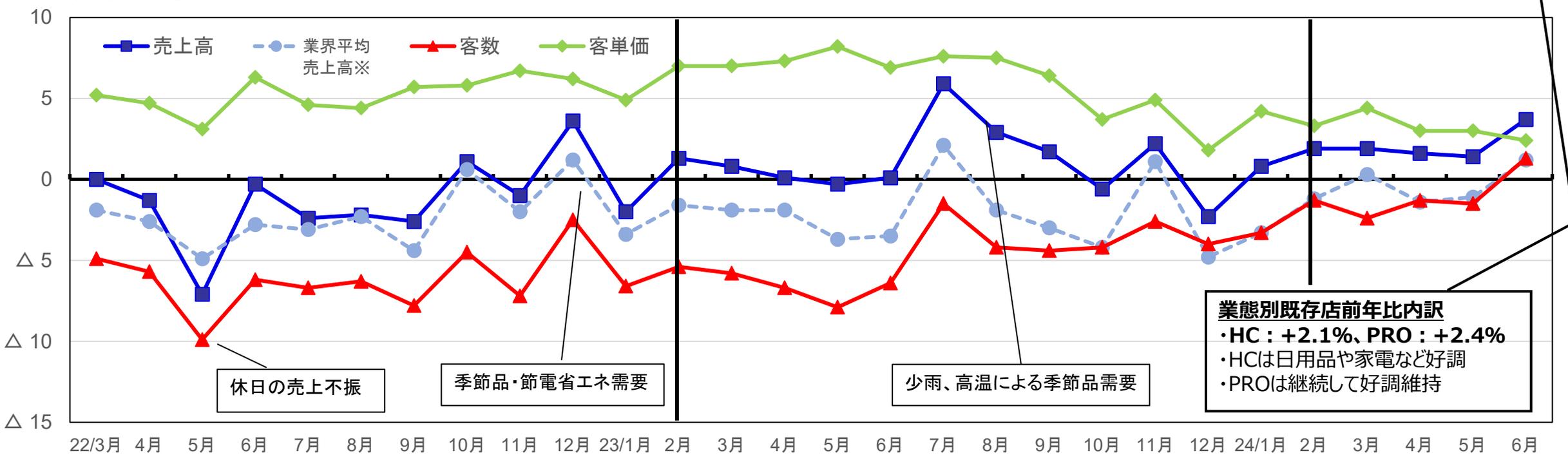
2024年6月 売上高・客数・客単価

- 既存店売上高の前年比は、累計で+2.1%となり、業界平均値△0.2%を大きく上回る
- 客数は、600店舗達成記念セール（期間：3月～6月中旬）の効果もあり、回復傾向
- 客単価は、集客対策として一部商品の価格を抑えたこともあり、上昇幅は縮小傾向

24年6月累計前年同期比

- ・売上高： **+2.1%**
- （業界平均※ △0.2%）
- ・客数： △1.0%
- ・客単価： +3.2%

（単位：%） 既存店売上高・客数・客単価 前年同期比推移（連結）



業態別既存店前年比内訳

- ・HC：+2.1%、PRO：+2.4%
- ・HCは日用品や家電など好調
- ・PROは継続して好調維持

※ 業界平均は上場HCの既存店売上高9社平均

3

企業価値向上への取組み

企業価値向上へ向けた取組み

現
状
認
識

- **PBR**：足許0.8程度で1.0倍を下回っている状況
- **株主資本コスト**：CAPMを用いた算定方式で概ね6～7%程度
- **ROE**：24/2期 9.2%で株主資本コストは上回っている

課
題
対
策

PBR(株価純資産倍率)

- **成長戦略への投資推進**

||

ROE(自己資本利益率)

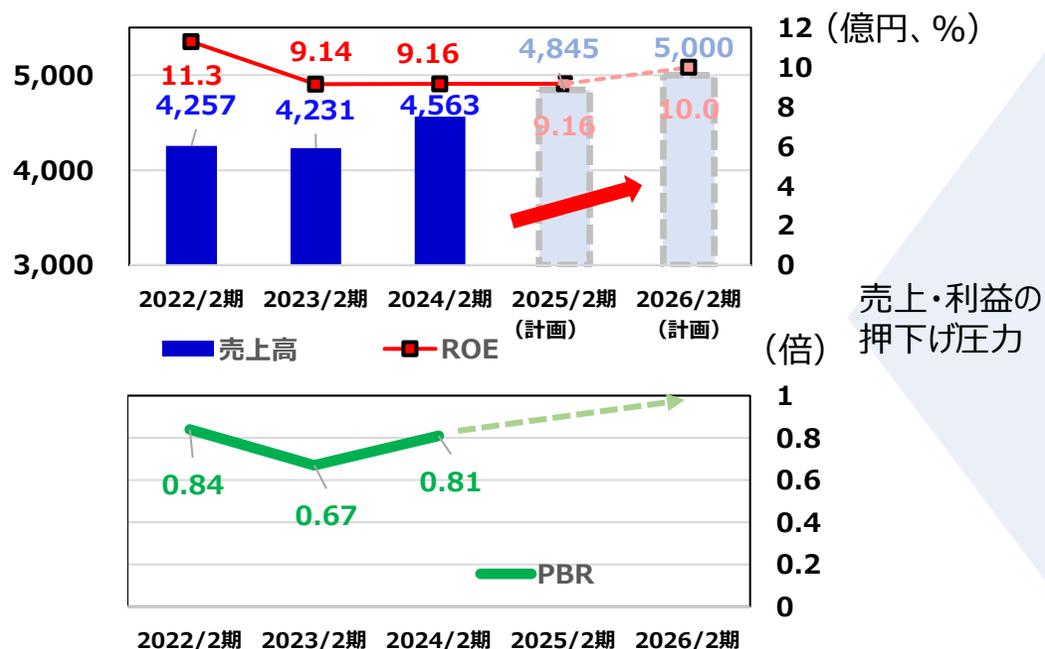
- **収益性・効率性の向上**
(2026/2期：ROE10%以上)

×

PER(株価収益率)

- **IRの強化**

< 中期経営計画期間中の売上高・PBR・ROEの推移(実績/計画) >



現時点における外部環境の変化

- **想定外の円安の進行**
 - ・中期経営計画設定時1ドル110円→直近140-150円
 - 2024/2期平均決済レートベースで粗利率▲2.0%程度低下
- **人件費・水道光熱費・物流費の高騰 (ベア/燃料高騰/2024年問題)**
- **2023/2より「収益認識に関する会計基準」の適用**
 - ・「代理人取引」(コンセ事業)、「他社ポイント」が売上計上対象外
 - 相応分の売上▲約100億円(HIヒロセ合併後は▲約150億円)
- **2023/6にHIヒロセを吸収合併**
 - ・2024/2期売上：約170億円(合併後の9ヶ月分)追加
 - ・2024/2期粗利率：連結ベースで▲0.3%押し下げ (同社は食品構成比が高く、粗利率は29%)

企業価値向上へ向けた取組み

- 成長戦略への取組みを通じたROE改善 ⇒ 中計最終年度(2026/2期)ROE10%以上を目標とし、PBR1倍超過を展望

ROE	=	当期純利益	×	売上高	×	総資産
		売上高		総資産		自己資本
(自己資本利益率)		(当期純利益率)		(総資産回転率)		(財務レバレッジ)
【2024/2期】 9.16%		3.08%		1.02		2.91
【2025/2期】 9.16% (計画)		3.05%		1.03		2.93

売上高 ↑

当期純利益 ↑

- 出店戦略/ドミナント強化 : 新規出店により年度売上 80~100億円上積み
- 都市店舗展開の地の利や永年の販売ノウハウを生かしたPRO・HC HI部門の更なる強化 : PRO業態の売上比率30%以上
- 日用品・ペット・園芸・PRO消耗品など利用頻度の高い商品にフォーカスした品揃えや売り場づくり徹底
- 値ごろ感のあるPB商品開発推進
- 顧客情報データを活用した有効な販促活動推進による集客UP
- オンラインと店舗の融合による、時間や場所に拘らない購買機会の創出
- M&Aを活用した事業規模拡大

企業価値向上へ向けた取組み

当期純利益 ↑

- 粗利率改善
 - ・PB商品の売上構成比(含む子会社) UP : PB売上構成比40%以上
 - ・**原価改善推進 (値入改善/仕入先・取扱商品のグループ統一化によるシナジー効果など)** : 2024/2期値入改善実績 +1.1%
- 一般販管費コントロール
 - ・店舗業務効率化(営業支援端末の機能性UP)を通じた人件費上昇の抑制・労働生産性UP
 - ・物流コスト削減

総資産 ↓

- 有利子負債の圧縮 : DER目標 1.1 (2024/2期実績 1.26) → 1.0以下を目指す
- 適正在庫コントロール : 在庫回転率目標 3.0 (2024/2期実績 2.5)

自己資本 ↓

- 自社株買いなどの活用

企業価値向上へ向けた取組み

● 成長投資に向けたキャッシュアロケーション



● IR強化／開示内容の充実

- 個別投資家様向けIR (含むオンライン)の件数を大幅に増やし、投資家様との接点・対話を強化
- 今年度より開示内容の充実を企図
 - ・人的資本への取組み内容を充実化
 - ・英訳版決算説明資料の開示開始

	実施回数		説明者
	2023/2期	2024/2期	
決算説明会	4	4	社長・常務取締役ほか
個人投資家様向け説明会	1	1	常務取締役ほか
個別IR説明	77	117	上席執行役員IR広報室長ほか

人的資本経営への取組み

<人材育成方針>

コーナングループは、「チャレンジ精神」や「自律性」を持った人材を育成するため、中長期的かつ計画的に社員の成長を支援し、企業の成長と連動した人材の育成を行います。

<社内環境整備方針>

コーナングループは、社員一人ひとりが最大限にパフォーマンスを発揮し、安心・安全に働き続けることができる社内環境を整備します。特に、心身の健康の保持、増進を目的とした健康経営、多様な人材の活躍を推進するダイバーシティ、仕事と私生活の両立を支援する育児・介護制度に積極的に取り組みます。

<人的資本に関する開示>

- ・男女間賃金格差※1 ⇒ 77.2%
- ・女性管理職比率※1 ⇒ 5.3%
- ・男性育児休業取得率※1 ⇒ 44.0%

※1 当社発表数値はすべて2024年3月末時点のもので、正社員対象、期間は直近1年間、コーナン単体数値です

・新卒採用に占める女性比率の向上

	第1次中計期間 (2015~17)	第2次中計期間 (2018~20)	第3次中計期間 (2021~)
女性比率	25.9%	34.4%	40.5%

・社内有資格者数（2024年3月末時点）

- ・DIYアドバイザー 1,177名
- ・第2種衛生管理者 1,229名
- ・危険物取扱主任者（乙4）1,502名
- ・販売士2級 1,031名

企業価値向上へ向けた取組み

非財務戦略 <人的資本>

<人材育成方針に基づく教育体系>

各役職に応じた階層別研修を通じて、「チャレンジ精神」や「自律性」を持った人材を育成するため、中長期的かつ計画的に社員の成長を支援

NEW <デジタル人材育成研修>

- ・各部門の若手を中心に選抜し6ヶ月研修を実施
 - ・研修内容：AI、クラウド、DX、WEBマーケティング、アプリ開発など
- ※デジタルを利用し課題解決できる人材を育成

役職	階層別研修	その他研修	自己啓発
部長 マネージャー	経営幹部候補養成研修 ペガサスクラブセミナー・FUDAI経営者養成特修塾		
店長 バイヤー チームリーダー	マイスター店長資格認定研修 シニア店長資格認定研修 店長研修Ⅰ～Ⅲ マーチャンダイザー資格認定研修	資格取得支援研修 NEW デジタル人材育成研修 海外研修	グロービス マネジメント スクール Eラーニング 通信教育講座 自己啓発サポートプログラム
主任	店長資格認定研修 バイヤー資格認定研修 リーダー資格認定研修 新任主任研修		
チーフ	新任チーフ研修 若手社員選抜研修		
一般社員	キャリアデザイン研修 フォローアップ研修Ⅲ～Ⅳ		
新入社員	フォローアップ研修Ⅰ～Ⅱ 導入研修		

<社内環境整備に向けた取組み>

【健康経営優良法人2024認定】

健康診断受診率100%、喫煙対策、女性の健康、食事と栄養などの取組みを通じ
健康経営優良法人2024に3年連続で認定



【従業員エンゲージメントの向上】

J-E S O P（従業員向け株式給付信託）の導入、従業員持株会の奨励金UP、新人事制度の導入、
従業員アンケートの実施などを通じ、会社への帰属意識と働きがいを醸成

【多様な人材の活躍を推進】

女性社員のキャリアデザイン研修の実施、社内報での育児・介護支援の啓蒙、
社員個人のキャリア志向に合わせた社内公募の実施など、多様な人材が活躍
できる環境を整備



<女性社員向けキャリアデザイン研修>

企業価値向上へ向けた取組み

非財務戦略 <サステナビリティ>

● CO2排出量削減に向けた取組み状況

【自家消費型太陽光発電設備導入（店舗屋上）】

2024/2期は2店舗で導入。累計5店舗で **▲781 t /年削減**



<広島/石内バイパス店>



<東京/ぐりーんうぉーく多摩店>

【ダブル連結トラックを使った運行】



2022/10より運行開始。一部の長距離便にて従前に比べて **約▲22%削減**

【EV(電気自動車)用急速充電器の設置】



2024/2期は20店舗で導入。累計33店舗で充電時間は計2.7万時間

<埼玉/ドイト戸田店>

● 災害対策に絡む地域貢献への取組み状況

【2024年以降の主な防災協定締結】



<京都府>



<東京都江東区>



<相模原市>

【防災訓練・イベントへの協力】



<高知県総合防災訓練>



<はびきの防災運動会>

【能登地震における自衛隊への物資供給】



<Mitaka防災フェスタ>



<芦屋市防災訓練>



4

株主還元の方針

株主還元

- 株主還元は重要な経営課題と認識し、以下の方針のもと、株主の皆様へ利益還元を行います

■ 基本方針

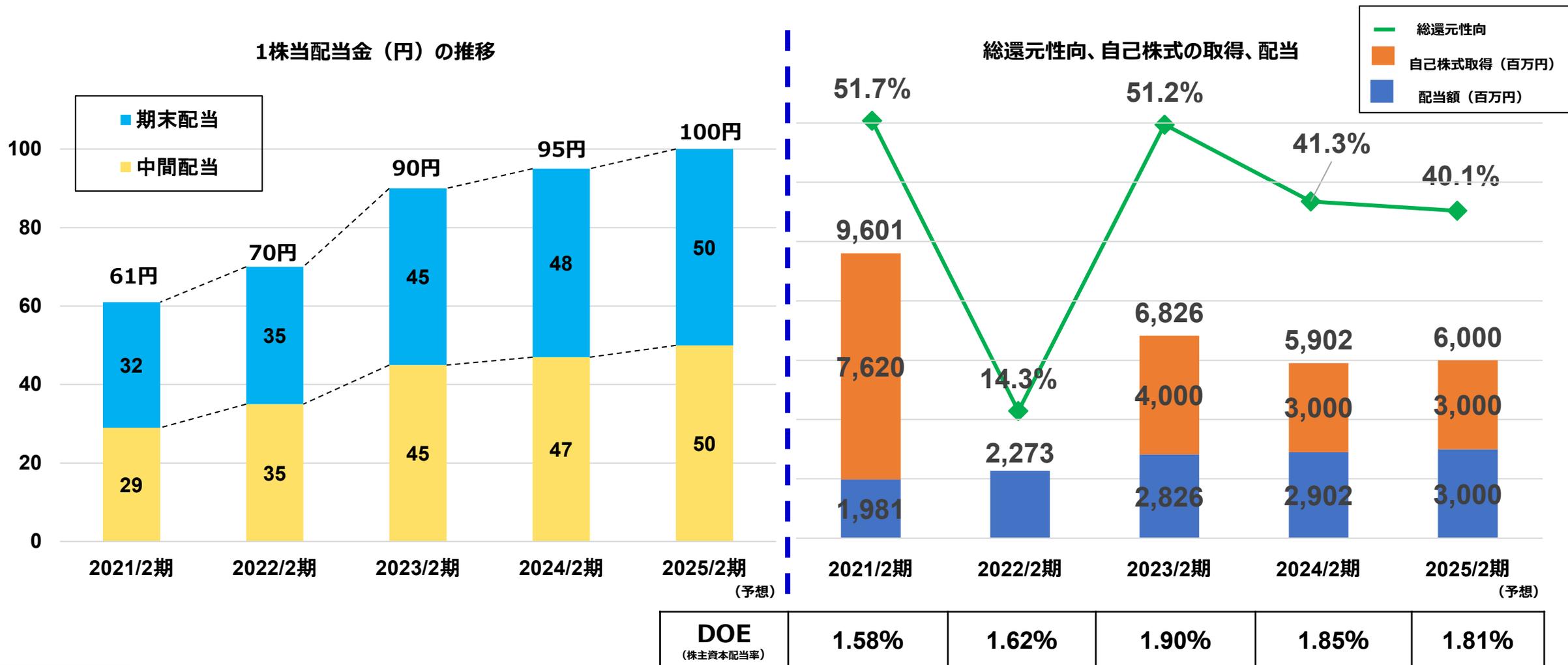
- ・株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施する
- ・自己株式の取得についても業績ならびに株価水準等に応じ、適宜検討を行う

＜目標＞ 第3次中期経営計画期間中（2021－2025）

- ・総還元性向：30%以上
- ・DOE（株主資本配当率）：2.0%

株主還元：配当と自己株式の取得

➤ 2025年2月期 ⇒ 配当は11期連続増配を見込み、自己株式の取得も継続



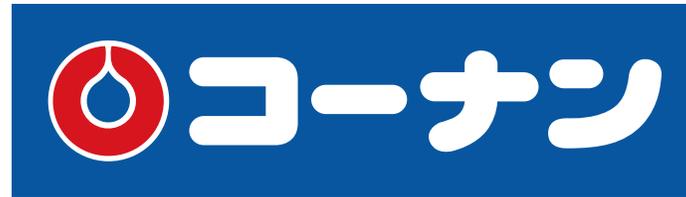
株主優待について

- 当社は毎年1回、5月末に株主様に対し株主優待として100株につき1,000円分の当社商品券（10枚上限）を贈呈しております（基準日：2月末）
- 長期保有株主様への優待の充実のため、300株以上かつ3年以上継続して保有頂いている株主様に対しては、お贈りする商品券枚数を加算しております。



コーナン店舗で利用可能です。
有効期限はございません。

保有株式数	商品券枚数	長期保有株主様に対する優待拡充内容 (3年以上継続保有：株主名簿への記録が連続3年以上)	
		100株以上 300株未満	100株につき 1,000円分を1枚 (10枚上限)
300株以上 1,000株未満	300株以上 1,000株未満	1枚加算	
1,000株以上	1,000株以上	3枚加算	



【見通しに関する注意事項】

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する記述が含まれている場合があります。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定に基づくほか、様々なリスクや不確定・不確実性を含んでおります。したがって、現実の業績は当社の見込みとは異なる可能性があります。