



KOMERI REPORT

[KOMERI 統合報告書]

2019

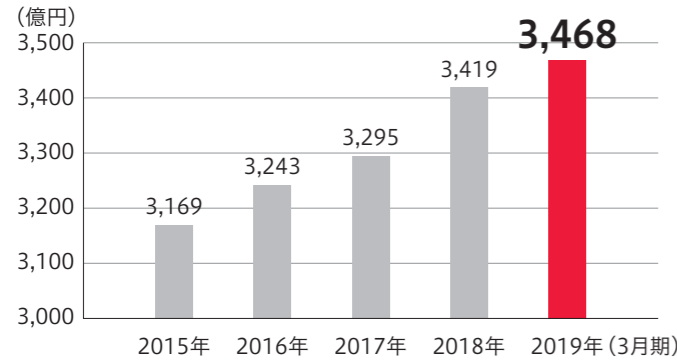


株式会社コメリ

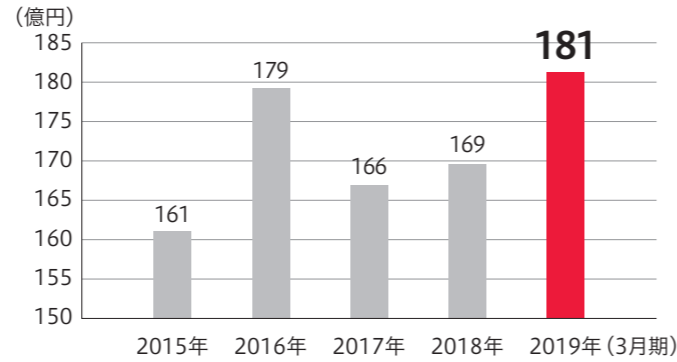
〒950-1492
新潟県新潟市南区清水4501-1
TEL.025-371-4111(代)
FAX.025-371-4141
www.komeri.bit.or.jp
©2019 KOMERI Co.,Ltd

財務・非財務ハイライト

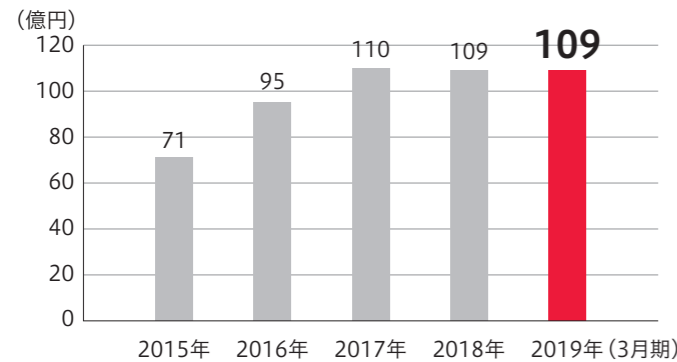
営業収益



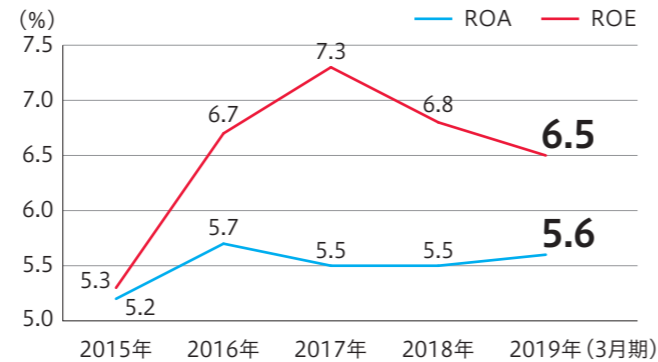
営業利益



親会社株主に帰属する当期純利益



ROA・ROE



店舗数

1,192店舗 業界最多の店舗を出店
(2019年3月末時点)

カード会員数

330万人 コメリカードやアクアカード等、カードの総会員数
(2019年3月末時点)

PB商品売上構成比率

42% PB(自社開発)商品を多数販売
(2019年3月末時点)

マイスター取得者数

6,049人 金物・工具や園芸・農業等専門分野の社内資格を整備
(2019年8月末時点)

経営理念

私たちは、「商いは人々の幸せのために奉仕する仕事」
 いわば聖職であると考えており、「綱領」「ねがい」「経営要諦」を柱に、
 尊い仕事にまごころを持って取り組んでいます。



コメリグループ綱領

- 一、 店は神聖なる殿堂である。愛と真実とまごころをもって世の中の人々に奉仕する。
- 二、 優れた先人の業績を謙虚に学び、創意を尊びつつ真理の探求を目指す。
- 三、 仕事は正面から取り組み、正々堂々と根性を据えてかかれば、必ず道は開ける。
- 四、 寸暇をおしんで自己の研鑽につとめ、己の仕事が常に業界の第一人者であることを目指す。
- 五、 己を大切にすることは、他を大切にすることだ。人も物も金も、天が与えた不思議な出会いである。
- 六、 経営を単純化、標準化、専門化して、最も低い経費で運営する。
- 七、 商品から目をはなすな。原材料、加工、運搬、販売、消費、商品こそ吾等の魂である。
- 八、 正しい経営理念と誠実な営業活動の中から必ず適正な利潤が生れる。欠損は罪悪である。
- 九、 自らの任務を完遂し、会社の方針のもとに一致団結、使命達成に力関する。
- 十、 店の発展は社会の幸福であることを信じ、至誠をつくして、和親協力をする。

コメリのねがい

世の中の人々の幸せのために
この仕事がありますように

ここに集う人々の幸せのために
この仕事がありますように

この企業に縁ある人々の幸せのために
この仕事がありますように

コメリ経営要諦

天 の時をいただき
機会をのがさず新しい世界に挑戦しよう

地 球規模でものを考え
時代に遅れている産業を革新しよう

人 は事業の最も大切な柱である
相集い知恵と力を合わせて前進しよう

INDEX

コメリの想い

- 経営理念 01
- トップメッセージ 02

コメリの強みと成長戦略

- 成長のあゆみ 06
- 遅れた分野の流通近代化 08
- 事業内容 10

ESGの取り組み

- 環境 12
- 社会 13
- コーポレート・ガバナンス 16

財務・企業データ

- ESGデータ 19
- 役員紹介 20
- 財務要約データ(10年間) 22
- 開示媒体の紹介 24
- 会社概要・株式情報等 25



トップメッセージ

コメリグループは ステークホルダーの皆様とともに 世の中の豊かな暮らしの実現を目指して 持続的な成長を続けてまいります

「平成」が幕を閉じ、「令和」の時代がスタートしました。コメリグループは平成の30年間で、売上高は約15倍、店舗数は約17倍と、大きく成長させていただきました。これもひとえに、店舗をご利用くださっているお客様、株主・投資家・金融機関の皆様、

店創りにご協力いただいているお取引先様や地域の皆様、コメリのロマンに共感し、日々仕事に励んでいる従業員等、すべてのステークホルダーの皆様のご支援の賜物と、心から感謝申し上げます。

コメリの役割、コメリのロマン

創業の地である新潟県三条市は、金物・工具の産地として発展してきました。また、新潟県は日本有数の農業地帯でもあります。そのため金物・工具、園芸・農業用品は、私どもに縁が深く、とても身近な存在です。しかし、これらの商品は他の商品と比べて、その流通が大変遅れています。遅れた分野の流通の近代化を通して世の中やお客様に貢献していくこと。これこそがコメリのミッションだと考えております。

コメリが核カテゴリーと位置付けている資材・建材、金物・工具、園芸・農業用品の分野は、お客様のお手元に商品やサービスが届くまでの商流や物流の近代化がまだ図られておらず、従来型の業種店を主体とした構造が散見されております。これらの遅れた流通分野をチェーンストアの仕組みで近代化していくことは、社会的にも大きな意義があると考えております。

「より良い商品をより安く、世界のベストソースから」を合言葉に、標準化された1,200の店舗の力、物流・情報システム、オリジナル商品創り、そしてローコストオペレーションを通して、住まいの分野においてお客様の豊かな暮らしの実現を目指してまいります。



代表取締役社長

捧 雄一郎

TOP MESSAGE

4つの店舗ブランド名称に変更

お客様にとって、より分かりやすく、より買いやすい売場を実現するために、2019年4月1日より、「ホームセンター」を「ハード&グリーン」に統合し、「パワー」「ハード&グリーン」「PRO」「アテナ」での店舗展開を開始しました。

毎日保証された低価格と圧倒的な品揃えの「パワー」、近さと買いやすさ等の利便性を追求する「ハード&グリーン」、資材・建材・金物・工具の専門店「PRO」、インテリア用品の専門店「アテナ」の4つの店舗ブランドの違いを明確にしております。

今後は、ますます業種業態の垣根を超えた競争が厳しくなっております。その中で生き残っていくためには「〇〇ならコメリ」と、取り扱いカテゴリーをより明確にした店創りが必要です。コメリは特に資材・建材、金物・工具、園芸・農業用品の分野において、お客様に貢献できる店を目指しております。一人でも多くのお客様に喜んでいただけるように、新たな品揃えや売場創りに果敢にチャレンジしてまいります。



少子高齢化社会に向けて

現在、日本が直面している人口減少による少子高齢化の波は「住まい」を大きく変えていきます。世帯年齢構成が大きく変わり、これまでとは異なる商品やサービスを取り揃える必要があります。この役割を担うのがホームセンターです。リフォーム事業を展開している理由もここにあります。

近い将来、世帯数の減少が始まります。世帯数の減少が社会・地域経済に与えるインパクトはとて大きく、私どもが経験したことのないような変化がこれから起こるに違いありません。平均世帯人員の減少や単独世帯の増加により、「住まい」に必要とされる商品やサービスも大きく変化することが予想されます。

住まいの分野において、空き家対策や一戸建ての改修ニーズの増加、中古住宅市場の拡大、およびそれに伴うリフォームニーズの増大等、少子高齢化によりさまざまな「社会課題」が出てきています。コメリ

はそのような課題に正面から向き合い、解決の一助となる取り組みを行ってまいります。

また、少子高齢化は住まいに関する影響にとどまらず、私どもの核カテゴリーの1つである農業にも影響します。農業者の高齢化、農業就業人口の減少等、日本の農業の「社会課題」は非常に大きく、解決に困難を極めることが予想されます。「もうからない農業」ではなく、「稼げる農業」「農業の産業化・大規模化」へと挑戦してまいります。農作物の生産から販売までをトータルプロデュースできる、農業支援のインフラ構築をすすめてまいります。その1つとして、上伊那農業協同組合（JA上伊那）様との協業の取り組みがあります。

このように、コメリグループは、今後もホームセンター事業を通じて、「社会課題」の解決と中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

人材育成と生産性の向上

「人は事業の最も大切な柱である」

これは、コメリ経営要諦の一節です。企業は1つの目標を達成するために、それぞれの役割を果たす集団であり、その最も大切な柱が人であることは言うまでもありません。

小売業においても、少子高齢化による人手不足という「社会課題」に直面しております。全国に多店舗展開しているコメリにとって、多様な人材がより能力を発揮し活躍できる環境を整備し、生産性の向上に結び付けていくことが重要であると考えています。

コメリは創業以来、より良い商品をより安くお客様に提供するために、一貫してローコストオペレーションを維持する仕組みを構築してきました。「無駄なコストは1円たりともお客様にご負担させない」を合言葉に、特に店舗の従業員が接客と売場創りに専念できるよう作業改善に注力してまいりました。この結果、損益分岐点を下げ、業界内でも損益分岐点の低さがコメリの強みとなっております。業

種業態の垣根を超えた大競争時代においては、損益分岐点の高い店から“退場”を余儀なくされます。今後は徹底したローコストオペレーションの仕組みにIoTやAI等の概念を取り入れ、店舗ならびにストアサポートセンターのさらなる作業改善をすすめ、損益分岐点の低さや生産性の向上に磨きをかけるとともに、従業員の労働環境の改善等の環境整備を行ってまいります。

また、従業員一人ひとりのライフスタイルが大きく異なっていることを理解し合い、柔軟な働き方ができるような体制を整備するとともに、女性をはじめ多様な人材が活躍でき、「働きがい」を感じられるような公平・公正な組織づくり・制度づくりに、より一層注力してまいります。これらの取り組みによりお客様のお困りごとの解決のために、お客様のニーズの変化や社会環境の変化に対応できる『人財』を育成してまいります。

ESGへの取り組み

持続的な企業価値の向上にあたり、ESG(環境・社会・ガバナンス)を踏まえた経営が重要となります。コメリグループは、ホームセンター事業そのものが農業支援やグリーン市場の拡大等、「環境課題」や「社会課題」の解決に貢献できるという考えの

もと、ホームセンター事業を展開しております。それと同時に、経営の透明性を高め、迅速な経営判断ができ、より実効性の高いガバナンス機能を発揮できる体制を整備してまいります。

中期経営計画について

コメリグループでは、2020年3月期から2022年3月期の3年間ににおける中期経営計画を策定いたしました。コメリグループを取り巻く環境は、業種業態の垣根を超えた販売競争の激化、天候不順、人件費をはじめとした費用の増加等、厳しい経営環境となっております。

このような状況の中ではありますが、「住まい」と「農業」に重点を置き、お客様のライフスタイルに合わせた商品やサービスの提供を通じ、引き続き

店舗が地域のインフラとしての役割を担えるよう、出店および既存店の改装をすすめてまいります。また、海外への出店につきましては、タイ王国への出店の準備を引き続きすすめてまいります。

農業分野につきましては、地域の農業者の利便性の向上を目指してJA上伊那様との協業の取り組みをすすめ、特にハード&グリーンが地域の農業者のインフラとなるような、新たな農業支援モデルを構築してまいります。また、この取り組みにより構築し

TOP MESSAGE

たモデルを水平展開することも検討しております。パワーにおきましては、引き続き工務店等のプロの皆様にも十分ご満足いただけるよう、利便性の向上に努めてまいります。

さらに、企業規模が拡大してもコメリグループの理念やビジョンが失われないように、将来のM&Aや

協業の取り組みにも対応できる準備をすすめてまいります。

コメリグループは、今後も中長期のビジョン達成に向けた成長戦略を着実に実行し、中期経営計画の目標達成を目指してまいります。

【2020年3月期-2022年3月期中期経営計画】

2019年3月期 (実績)		2022年3月期 (目標)	
営業収益	3,468億円	営業収益	3,820億円
営業利益	181億円	営業利益	250億円
ROA	5.6%	ROA	7.1%
ROE	6.5%	ROE	7.5%

「コメリのねがい」実現のために

企業は社会の公器であり、決して個人のものではありません。

そのため、いかに世の中に貢献できる企業を創っていくかが大切です。

コメリのDNAであるコメリのねがいのもと、

中長期的な企業価値の向上と持続的な成長の実現を目指します。

もっと良い商品、もっと良い店、もっと良い企業を創り、

コメリが世の中から必要とされる企業であり続けられるよう努めてまいります。

ステークホルダーの皆様には、

引き続きコメリグループへのご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

成長のあゆみ

コメリは当初、米穀商として「米利商店」を創業。

その後、燃料販売事業を始めますが、

1973年の第1次石油危機をきっかけに、ホームセンター事業へと舵を切りました。

さらに、物流事業や情報処理事業、インターネット事業、リフォーム事業、カード事業など、

時流に合わせて事業を展開してまいりました。

CIの変遷



1962年-
株式会社米利商店
設立時に作成



1973年-
永遠に変わらない真理と、
躍動し成長発展する姿を象徴



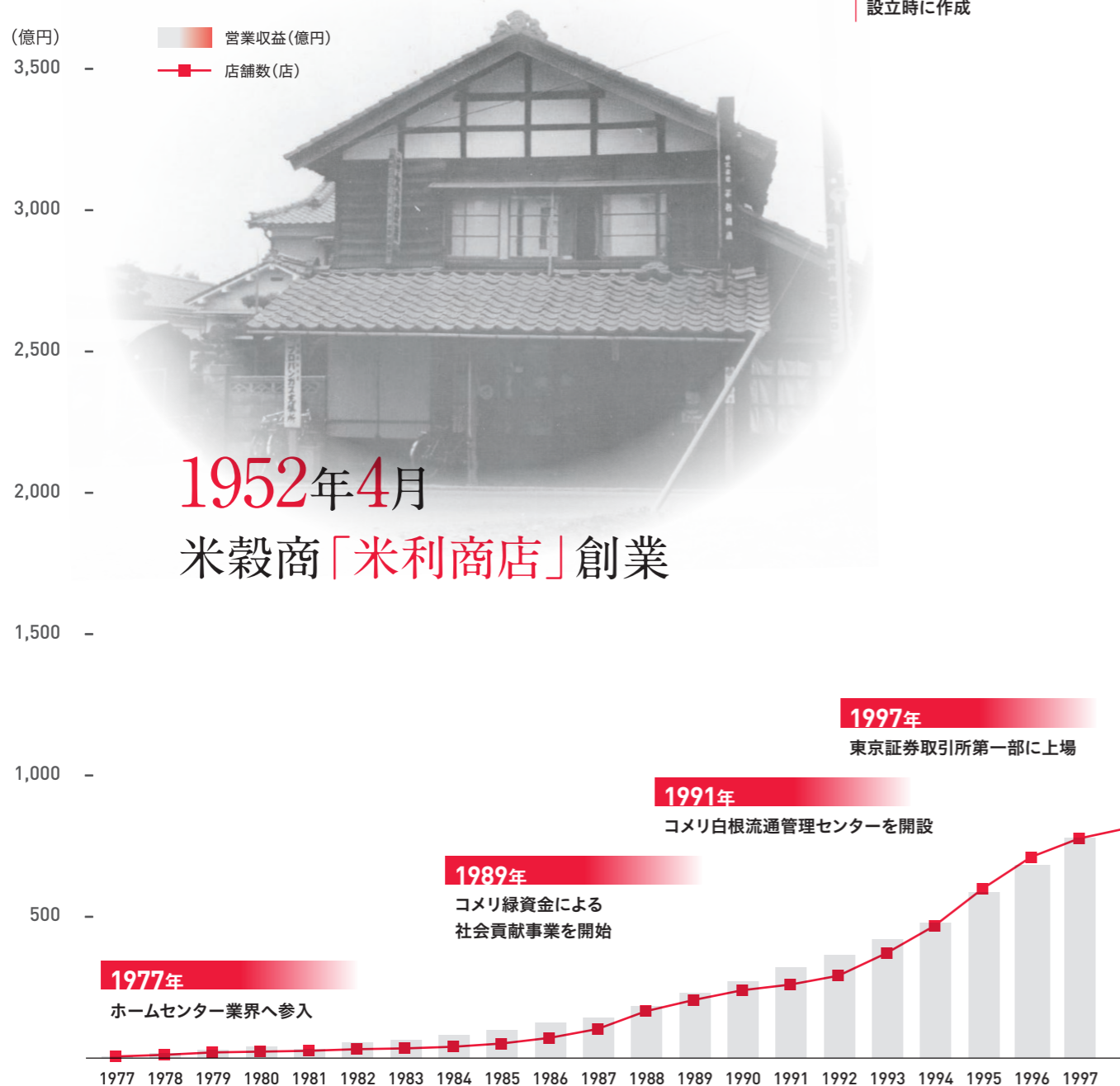
1977年-
コメリホームセンターの
シンボルマーク



1984年

夜明けの大地から昇る太陽とニワトリのマーク
自然の流れの中で常に企業の存在を検証し、
未来に向かって挑戦する企業姿勢を象徴

(億円) 営業収益(億円)
店舗数(店)



1952年4月
米穀商「米利商店」創業

1997年
東京証券取引所第一部に上場

1991年
コメリ白根流通管理センターを開設

1989年
コメリ緑資金による
社会貢献事業を開始

1977年
ホームセンター業界へ参入

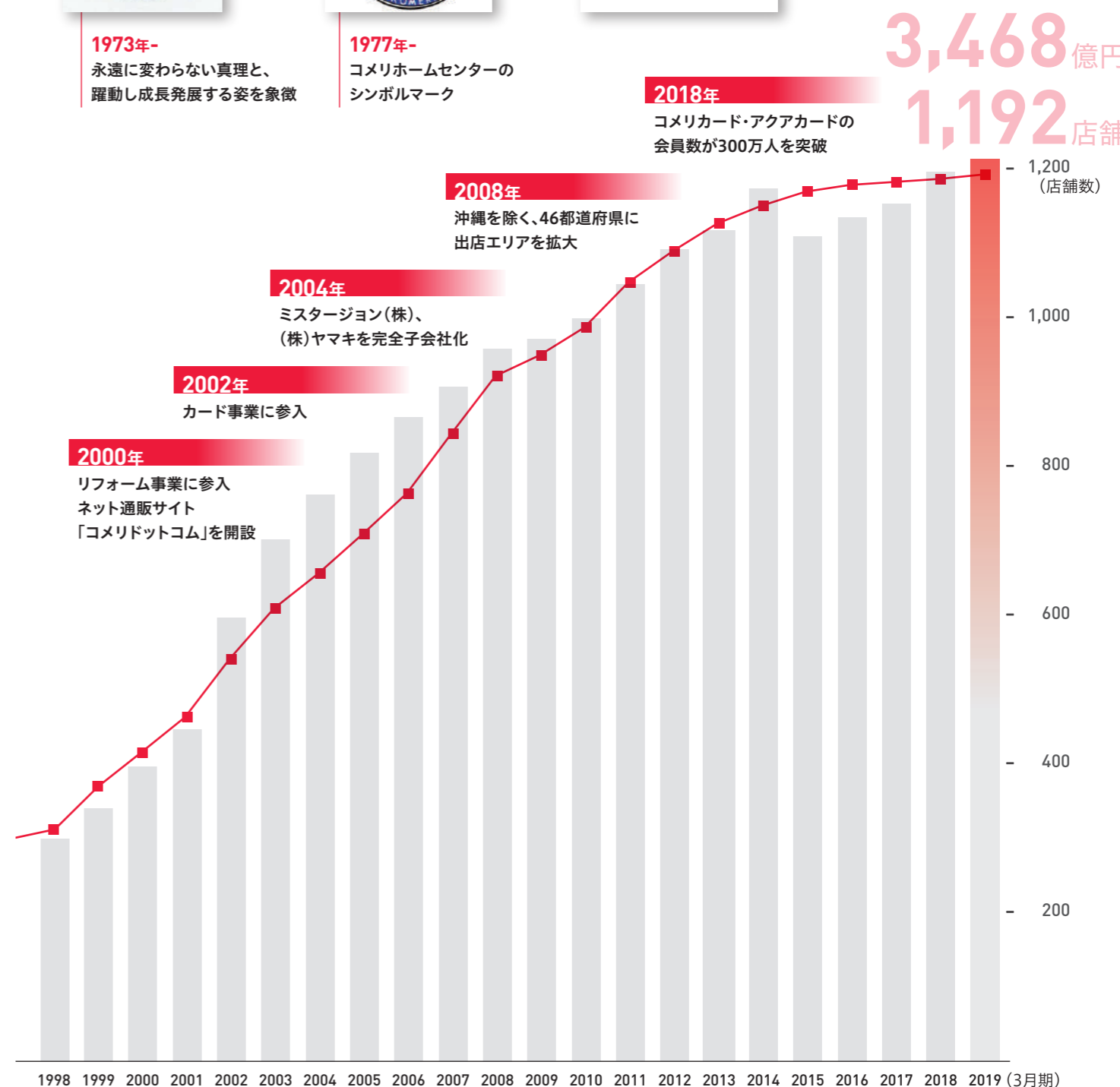
1977年4月
ホームセンター1号を新潟県三条市に開店



1983年9月
初のハード&グリーンとして
ハード&グリーン新発田店を開店



1991年12月
総店舗数100店舗達成



1994年10月
パワー1号店を新潟県上越市に開店



2010年7月
日本のホームセンター業界で唯一
1,000店舗を達成



2014年7月
PRO 1号店を
三重県津市に開店



遅れた分野の流通近代化

縁ある人々の幸せのために、
身近で頼れる企業であり続けます
「いつもそばに、ずっと」

経営理念

企業とは人々の幸せのために
存在すべきものであり、それでこそ
社会から支持され、存続することができる

目指すべき 方向性

資材・建材、金物・工具、園芸・農業といった、
遅れている流通の仕組みを近代化し、
住まい・農業の分野で世の中に貢献する

環境変化 社会課題

日本的商慣行
(業界慣習
多段階流通構造)

少子高齢化

労働力不足

情報化・
デジタル化

地球温暖化

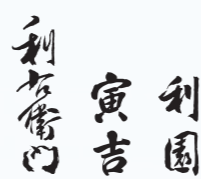
コメリグループの強み

ローコストオペレーション

商品企画 原材料調達 製造生産 流通

マス・マーチャンダイジングシステム

商品力 PB商品売上構成比率 42%



海外混載基地 6カ所

海外バイイングオフィス 7カ所

物流



物流拠点
10カ所

IT事業
子会社

人材(接客力・提案力)

コーポレート・ガバナンス

販売

ネットワーク・情報システム



カード会員数
330万人



農家支援
農業アドバイザー 114名
PB農業 25SKU



従業員数(連結) 12,473人

提供する価値内容

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

楽しい住まいの
お手伝い



農業産業化の支援



働き方改革・
多様性の尊重



気候変動への
対応



環境への配慮
エネルギー使用量の削減



廃棄物の排出削減



お客様のお困りごとと解決

より良い商品を
より安く

お客様に
無駄なコストを
1円たりとも
負担させない

事業内容

店舗戦略

4つの店舗ブランド

コメリの店舗ブランドには、毎日保証された低価格と圧倒的な品揃えを提供する「パワー」と、近さと買いやすさ等の利便性を追求する「ハード&グリーン」、資材・建材・金物・工具の専門店「PRO」、インテリア用品の専門店「アテナ」の4つがあり、地域特性やニーズに合わせた店舗展開を行っております。

いつも安い、なんでも頼れる



「パワー」ホームページ
(<https://www.komeri.bit.or.jp/pw/>)



身近な暮らしのパートナー

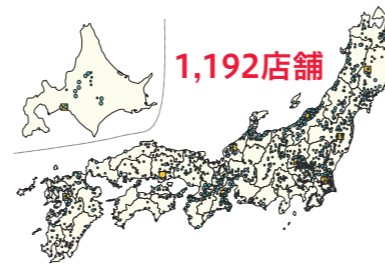


「ハード&グリーン」ホームページ
(<https://www.komeri.bit.or.jp/hg/>)



出店戦略

中心となる市街地に「パワー」を出店し、小商圈を「ハード&グリーン」で埋め尽くすという船団方式での出店により、高密度ドミナントエリアによる出店を行っております。地域の商圈人口に合わせて各店舗ブランドを全国くまなく出店することで、お客様のお買い物の利便性向上に努めております。



既存商勢圏の盤石化

既存店舗の活性化は、当社の重要課題の1つです。定期的な既存店舗の改装により、出店地域や店舗立地の特性に合わせた商品構成を採用し、地域商材の導入を積極的に進めております。

サービス戦略

Eコマース

全国にある約1,200の店舗数の強みを生かして、「ネットで注文、店舗で受け取り」ができ、配送料のかからない商品置きサービスを推進しており、ネットから店舗へのお客様の来店につながっております。また、各店舗にある商品の在庫状況をお客様が来店前に確認できることから、必要数量の多い商品のお買い物時間が短縮でき、利便性の向上につながっております。

カード戦略

キャッシュレスへの対応

お客様の多様な決済ニーズにお応えするために、「コメリカード」「アクアカード」「ビジネスカード」「アグリカード」「官公庁カード」を発行し、子会社の株式会社コメリキャピタルがカード事業を運営しております。

リフォーム

ビルトインコンロや暖房便座の交換等の簡易リフォームから、ハウスクリーニングや庭木の手入れ、害虫駆除等を行う急急番サービス、そして本格的なリフォームまで、お客様の「住まいのお困りごと」を解決するリフォームサービスを提供しております。大型店舗内に専門カウンターや専用端末を設置し、お客様が安心して気軽にご利用いただける体制づくりを進めております。



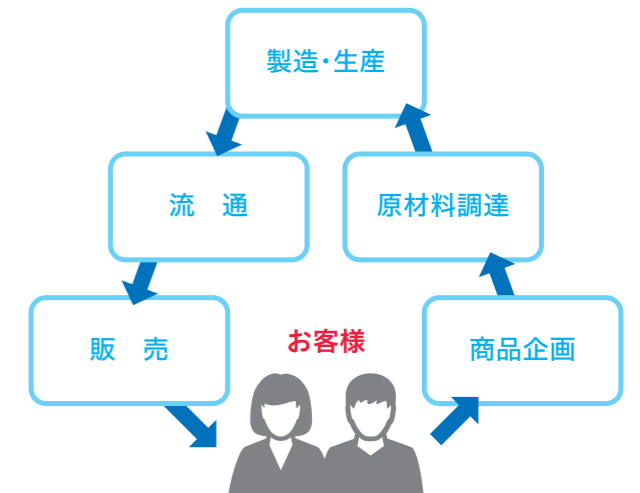
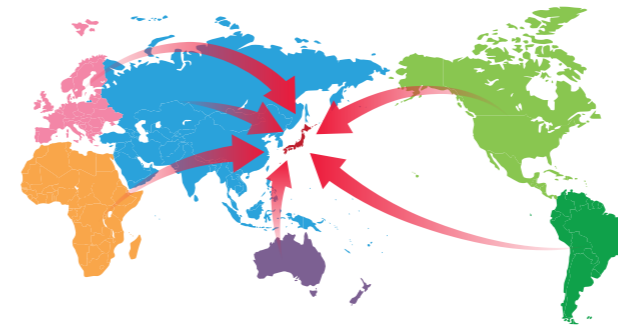
固定客づくり

2014年4月より、当社グループでの年間ご利用金額に応じて、翌1年間分のポイント率を優遇するFSP（フリークエント・ショッパーズ・プログラム）制度を導入し、固定客づくりを進めております。また、POSデータやカードデータをもとに店舗ごとに客層と商品需要の特徴を捉えることで、お客様の要望に合致した売場提案や既存店舗の改装に役立てております。

さらに、各種データの活用とお客様の声や店舗従業員の声を反映することで、「使う立場」「買う立場」からの商品の企画・開発を行っております。

商品開発

商品調達においては、お客様に無駄なコストを1円たりとも負担させてはならないという考えのもと、原材料の段階から加工・運搬・販売・消費に至るまでの過程を総合的に考え、ローコストな商品供給に努めております。



当社グループでは、世界のベストソースから、「より良いものをより安く」という方針を実現すべく、海外6カ所に設置している混載基地(台湾、青島、上海、深圳、ホーチミン、ハノイ)を活用し、海外からの商品調達をローコストで効率的に行える物流体制を構築しております。

農業の産業化への取り組み

日本農業の高コスト体質を変革し、ローコストに資材や肥料等を提供できる体制構築を積極的に行っております。2013年には、業界初のプロ向け農業「カミオンMX」を開発、販売を開始し、その後も商品開発を進めております。

また、農家をサポートするため100名を超える農業アドバイザーを全国に配置し、営農指導、商品に関するアドバイス等を行っております。さらに農家様より農産物の集荷・販売も行っており、一部のコメリ店舗内に「旬や米利」の名称で農産物の販売コーナーを設置し、旬の野菜や果物等を販売しております。その他、スマート農業等による農業のIT支援も同時に進めてまいります。



環境

地球温暖化による気候変動は、現在、国内のみならず世界共通の問題と認識されております。特に近年では、猛暑や寒波、大雨、大雪といった気候変動による自然災害が頻発しており、住環境や農作物への深刻な被害が発生しております。そこで当社グループでは、環境の各種課題に対応すべく、さまざまな取り組みを行っております。

1 気候変動対応

当社グループでは、晴雨や気温、湿度等の天候の変化を意識した店舗運営を行っております。天候の予測に応じて短期的または中長期的に商品運営や売場展開を行い、常にお客様のニーズに沿った商品を、タイムリーに提供できるよう努めております。住まいや農業関連分野の商品を多数取り扱っているため、気候変動の影響を大きく受けることになります。

また、全国に店舗展開を行っていることで、多くの自然災害にも直面しております。

このように気候変動は、当社グループの事業活動においてさまざまなリスク要因と関係が深く、迅速な対応が必要となるため、ホームセンター事業を通して気候変動に対応する取

組みを行うことが持続的な企業価値向上につながると認識しております。



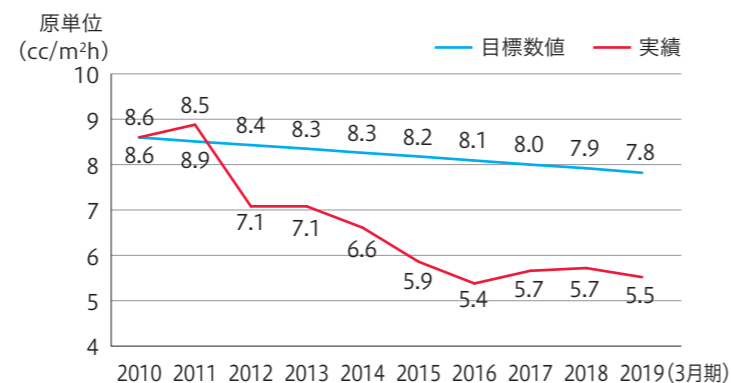
西日本豪雨災害(平成30年7月豪雨)では、店舗駐車場で商品を販売し商品供給に努めました。

2 エネルギー使用量の削減

当社グループではエネルギー使用の効率化を進めており、2009年より毎年1%のエネルギー使用量の削減を目標に取り組んでおります。

なお、改正省エネ法に基づいて提出した定期報告書により行われる事業者クラス分け評価制度(SABC評価制度)において、2016年3月期から2019年3月期まで4期連続5クラスの評価を受けました。これは、当社が設定するエネルギー使用量削減の努力目標を達成したことを省エネの取り組みが進んでいる優良事業者として評価されたものです。

エネルギー使用量の推移



① 店舗での取り組み

省エネ型の照明器具(LED照明)や空調設備を積極的に導入することで、エネルギー使用量の削減に努めております。

② 物流での取り組み

商品配送の際、全国10カ所の流通センターに取引先より商品を集約し、店舗ごとに仕分けをして配送を行っております。その結果、取引先から直接店舗に配送を行う場合と比べてトラックの走行距離が大幅に削減されるため、CO₂排出量の削減につながっております。



3 廃棄物の削減

当社グループでは、限りある資源を有効的に活用するため、廃棄物の発生を抑制する取り組みを行っております。

例えば、店舗レジでの精算時にはレジ袋の使用量を減らすお声掛けやマイバッグの利用促進を継続して行い、さらに廃棄物の分別も積極的に行っております。

また、配送時に使用する容器を再利用可能な通い箱・パレットを活用し、梱包資材や段ボールの使用量を削減しております。

さらに、段ボールやビニール等の資源ごみを集約する施設として、新潟、花巻、高崎、茨城、三重、岡山の6つの流通センター内に「環境ステーション」を設置しております。各流通センター

や店舗で発生する資源ごみをここで集約することで、廃棄物の排出量を削減し、環境負荷の低減に寄与しております。



環境ステーション



エココンテナを利用し包装資材を削減

4 屋上空間を利用した太陽光発電事業

当社グループでは、現在、パワー13店舗および流通センター4カ所で、建物屋上空間にソーラーパネルを設置し、環境に優しい太陽光発電事業を行っております。



流通センター屋上のソーラーパネル



パワー店舗屋上のソーラーパネル

社会

日本は現在、少子高齢化や労働力不足など、数多くの課題に直面しております。当社グループでは、ホームセンターという事業そのものが、社会貢献活動であるという考えに基づき、多様な課題解決や地域社会への貢献に取り組んでおります。

本業を通じた取り組み

1 農業分野の取り組み

農産物の生産から販売までをトータルコーディネートできる体制の構築を目的として「ローコストな生産資材供給」「農業アドバイザーによる営農指導」「農産物流通支援」「IT支援」「金融支援」を行っております。これらを通じ、農業振興および地域振興に寄与し、日本の農業の産業化を目指しております。



2 地域のインフラとしての店舗の役割



当社が全国に展開している約1,200の店舗網は、「住まい」や「農業」に関する商品を供給するうえで重要なインフラとしての役割を担っています。2011年3月に発生した東日本大震災におきましては、生活必需品、建築資材といった当社が扱う商品群が品薄となる中、お客様が求める商品を国内外問わずグローバルに調達することで、お客様のニーズに対して供給責任を果たすべく取り組みました。



東日本大震災発生直後、店頭に仮設販売所を設置し、お客様に商品を供給しました。(ハード&グリーン大船渡店)

3 農家雇用の推進



ハード&グリーンは当社独自の店舗フォーマットです。ハード&グリーンは性質上、農家様が多い地域に立地しているため、積極的に農家様の雇用を進めております。これは農業従事者の安定的な就業機会の確保につながるとともに、農家様の所

得向上にもつながっております。

なお、2006年から2019年3月末までの農家雇用に関する協定の締結数は27件となっております。

4 お取引先様とともに



コメリグループは、お取引先様との平等かつ対等な関係を築き、信頼される企業となれるよう、公正かつ透明性のある取引の実現に取り組んでおります。また、お取引先様とのあるべき姿をまとめた「お取引にあたってのお約束」を本社の商談室等に掲げております。

また、商品・サービス等のお取引先様向けに、定期的に営業方針等の説明会を開催しております。その1つとして毎年開催しているコメリココ会総会は、当社経営陣とお取引先様とのパートナーシップを深めるコミュニケーションの場となっております。



5 従業員とともに



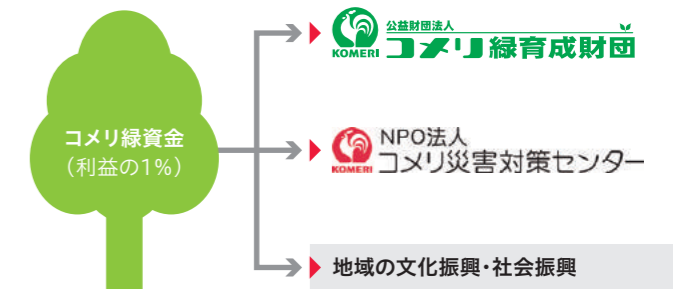
変化のスピードが早い競争社会においては、人材の育成と確保が重要であるという考えのもと、社内資格制度「マイスター制度」や各種研修コース等の教育体制の充実を図ることにより、多様な人材が能力を発揮し、成長・活躍できる環境の整備を進めております。

また、毎年年初に定める重点方針に基づいた取り組みや実績を基準に社員を表彰する「社員表彰」も実施しており、従業員のモチベーションアップや団結力の強化につながっております。



地域社会への取り組み

当社は、1990年にコメリ緑資金を設立し、以来29年間にわたり、毎年利益の1%相当額を原資として、地域の緑化活動や農業振興および災害時における物資の安定供給の基盤整備、ならびに地域の文化振興・社会振興への支援を継続して行っております。その結果、1990年からの29年間の累計拠出額は、20億9千7百万円に達しております。



1 公益財団法人コメリ緑育成財団



コメリ緑資金からの助成を受けて活動を行っており、設立以来20年以上にわたり、地域の緑化活動、自然環境保全活動への助成やコメリ緑資金ボランティア等の活動を行っております。

ボランティア活動は、幼稚園や保育園、小中学校などの校内緑化活動にコメリ従業員がボランティアで参加・協力し、子どもたちと一緒に花苗等を植える活動です。1999年から始まり、これまでに延べ2万人近くのコメリ従業員がボランティア活動を実施しております。なお、2018年度のコメリ緑資金ボランティア活動件数は387件となっております。



2 NPO法人コメリ災害対策センター



2006年9月、コメリ緑資金からの助成を受けて設立し、その後もコメリ緑資金からの助成を受けて活動を行っております。活動内容は、全国の各自治体、当社グループおよび協力企業が一体となってネットワークを構築し、災害発生時に必要な物資供給を迅速かつ円滑に行っております。



3 公益財団法人雪梁舎美術館



1994年の開館以来、若手芸術家の育成・支援等を行っております。その中でも「雪梁舎フィレンツェ賞展」は、芸術文化の振興と若手芸術家の育成を目的として開催しており、大賞受賞者には、イタリア、フィレンツェへの留学を支援することで、創作活動の後押しをしております。1999年に第1回を開催してから現在まで20年間にわたり、毎年継続して行っております。



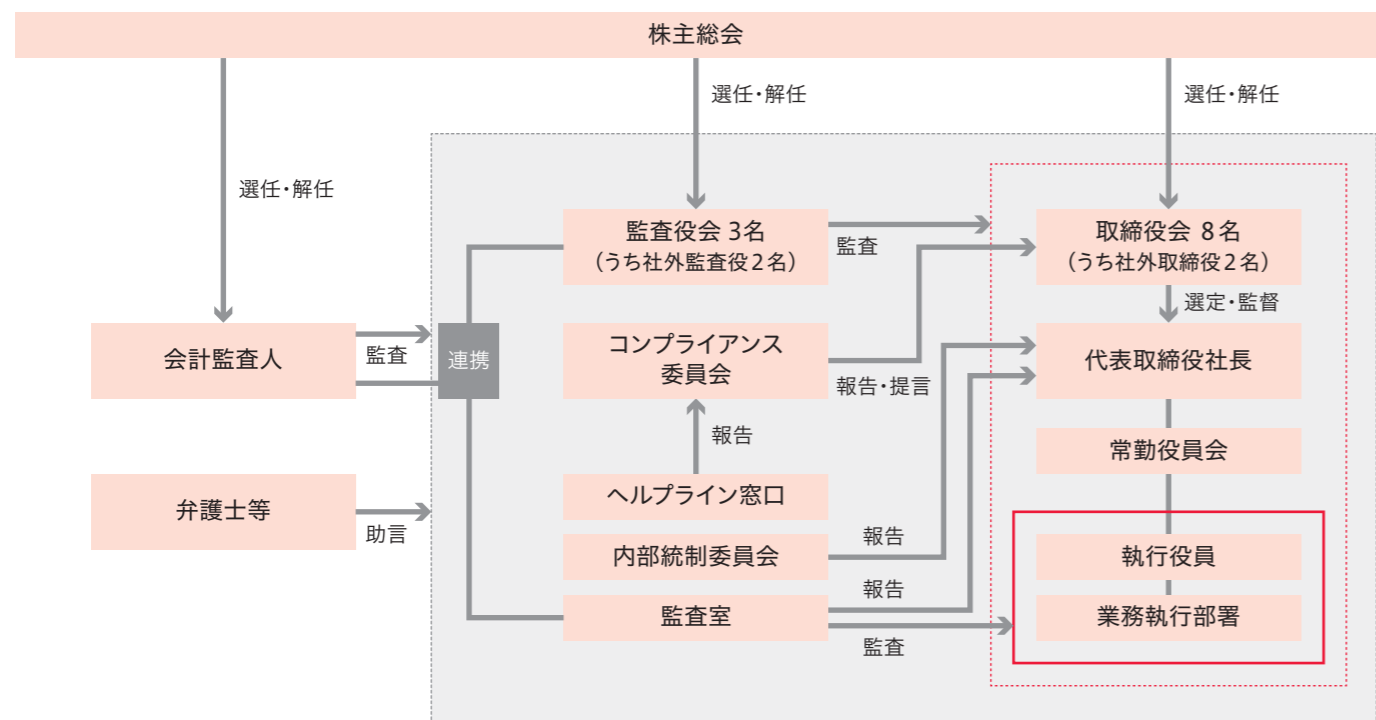
コーポレート・ガバナンス

当社は、「企業は社会の公器である」との基本理念に基づき、当社とご縁のあるすべてのステークホルダーに対して責任ある経営を行うことで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指しております。そのような考えのもと、当社では経営の透明性を高めるとともに、戦略的意思決定の迅速化とコンプライアンスの強化を図り、コーポレート・ガバナンスの強化・充実に向けた社内体制の整備を進めております。

コーポレート・ガバナンス充実に向けた取り組み

	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	
取締役会	取締役の任期(年)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	
	取締役の員数(名)	7	7	7	8	7	7	8	8	8	9	8	10	9	9	8	8	
	代表取締役の員数(名)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	
	社外取締役の員数(名)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	
取締役会の運営等	取締役会の実効性の評価																	
役員報酬	退職慰労金	廃止																
	株式報酬型ストック・オプション	導入																
	業績連動型株式報酬制度(BBT)	導入																
買収防衛策	導入																	
中期経営計画	'16~'18																	
経営と執行の分離	執行役員制																	
組織運営	本部制	導入																
	担当制	廃止																
コンプライアンス	コンプライアンス委員会 設置																	
内部統制	内部統制構築委員会 設置 (2008年より内部統制委員会)																	
方針・指針等	コメリ経営要諦(2007年制定)																	
	コメリグループ行動指針(2005年制定)																	

コーポレート・ガバナンス体制

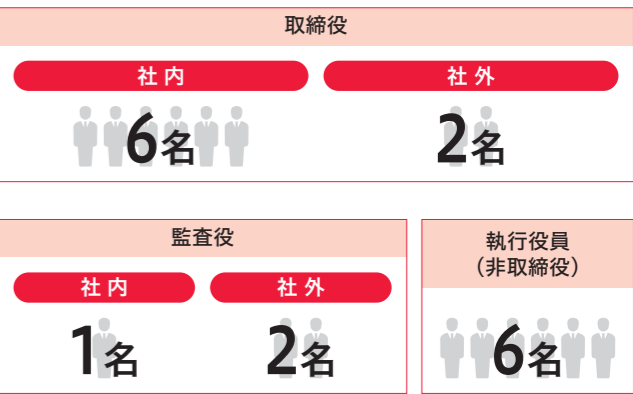


執行役員制度導入により経営監督機能と業務執行機能を分離

当社の取締役会は8名の取締役(うち2名は社外取締役)で構成されており、監査役出席のもと月1回開催しております。

また、当社は経営環境の急激な変化に迅速に対応できるよう、2003年6月から執行役員制度を導入し、取締役会の経営監督機能と執行役員の業務執行機能を分離し、業務遂行責任の明確化と組織の活性化を図っており、取締役を兼務しない執行役員は6名で構成されております。

なお、当社は取締役および執行役員の任期を1年としております。



現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

当社は、「執行役員制度」「取締役の任期1年」「取締役および執行役員の担当制」を採用し、独立性が高い社外取締役2名、社外監査役2名を株主総会で選任しております。その結果、業務執行機能が分離された取締役会は、少数の取締役で

の運営となり、戦略的意思決定とコンプライアンスの強化が図れるとともに、経営環境の急激な変化に対応できる体制が構築されていると判断し、現体制を採用しております。

取締役会の実効性の評価

当社取締役会は原則として年1回、取締役会の審議状況やコーポレート・ガバナンス、ステークホルダーの対応等について、取締役会の実効性の評価を行っております。評価結果は、コーポレート・ガバナンス報告書にて開示しております。

【取締役会の実効性に関する評価結果の概要】

- ・取締役会の運営は適切に行われており、審議内容、時間も適切であり、当社の取締役会の実効性は確保されていると評価。
- ・中長期的戦略について議論をさらに深めること、ESGに関するさらなる情報発信、多様性の確保が必要である。

社外役員の選任状況

当社は、コーポレート・ガバナンス体制の強化・充実を目的として、独立性を確保できる社外役員4名(社外取締役2名、社外監査役2名)を選任しております。これにより、取締役会出席者11名のうち4名が社外役員となり、その構成比は、

36.3%となっております。
また、社外役員4名は全員、一般株主と利益相反の生じおそれのない独立役員として、株式会社東京証券取引所に届け出ております。

氏名(役職)	出席状況	選任理由
松田 修一 (独立役員)	取締役会12回のうち9回に出席	長きにわたる大学教授としての専門知識と、幅広い視野および他社における社外役員としての豊富な経験を生かして、当社の経営上の監督等に十分な役割を果たしていただけるものと判断し、社外取締役として選任しております。
木内 政雄 (独立役員)	取締役会12回のすべてに出席	企業経営者としての幅広い視野と豊富な経験を当社の経営に生かしていただけるものと判断し、社外取締役として選任しております。
藤田 善六 (独立役員)	取締役会12回のうち11回に出席 / 監査役会13回のうち12回に出席	弁護士としての法的な専門知識と経験を当社の監査に反映していただけるものと判断し、社外監査役として選任しております。
田久保 武志 (独立役員)	取締役会12回のすべてに出席 / 監査役会13回のすべてに出席	公認会計士としての豊富な実務経験に基づく財務および会計に関する幅広い見識を当社の監査に反映していただけるものと判断し、社外監査役として選任しております。

役員報酬

当社の取締役の報酬等は、株主総会で決議された報酬枠の範囲内で、取締役会決議に基づいて一任された代表取締役が決定しております。監査役の報酬は、株主総会で決議された報酬枠の範囲内で、監査役の協議によって決定しております。

なお、退職慰労金制度につきましては、2010年6月29日開催の第49回定時株主総会の終結の時をもって廃止しており

ます。取締役(社外取締役を除く)を対象とする株式報酬型ストック・オプション制度につきましては、2019年6月21日開催の第58回定時株主総会決議に基づき、新たな業績連動型株式報酬制度を導入することにより廃止いたしました。

なお、社外取締役および監査役につきましては、月額報酬のみとしております。

取締役(社外取締役を除く)報酬体系

- ① 月額報酬と業績連動報酬(賞与および業績連動型株式報酬)を基本とし、使用人兼務取締役の使用人分としての給与は含まないものとしております。
- ② 固定報酬と業績連動報酬の構成割合は、基準報酬額であることを前提として、固定報酬部分70%、業績連動部分30%を基本とし、業績の達成度合いに応じて業績連動部分を変動させることとしております。
- ③ 報酬の決定方法

報酬の種類	概要
固定報酬	担当職務、役位、業務執行状況等に基づく職責に応じて決定します。
賞与	「課題の達成度」や「業績貢献度」等を勘案し、当社が定めた一定の評価基準に基づき決定します。
業績連動型株式報酬	本制度は、当社が拠出する金銭を原資として当社株式が信託(以下、本制度に基づき設定される信託を「本信託」といいます)を通じて取得され、取締役に対して、当社が定める役員株式給付規程に従って、当社株式および当社株式を時価で換算した金額相当の金銭(以下「当社株式等」といいます)が本信託を通じて給付される業績連動型株式報酬制度です。 なお、当社株式の給付を受ける時期は、原則として、取締役の退任時となります。 また、役員給付規程に基づき、取締役に対し、信託期間中の毎年所定の時期に、役位および業績達成度に応じてポイントを付与します。取締役に給付される当社株式の数は、当該取締役に付与されたポイントに1を乗じた数とします。 【報酬枠】3事業年度/2億円を上限(当初3事業年度/4億円を上限(株式報酬型ストック・オプションからの移行分を含む))

④ 2019年3月期の役員報酬等の額の決定過程における取締役会の活動内容

固定報酬および賞与につきましては、各取締役(社外取締役を除く)の自己評価を踏まえ、当社が定めた一定の基準に基づき、株主総会で決議された報酬枠の範囲内で、取締役会決議に基づき代表取締役に一任し、決定いたしました。また、株式報酬型ストック・オプションにつきましては、株式報酬型ストック・オプション規程に基づき、取締役会で決議いたしました。

⑤ 2019年3月期の役員報酬

役員区分	員数	報酬等の種類別総額		
		基本報酬	賞与	ストック・オプション
取締役 (うち社外取締役)	8名 (2名)	110百万円 (14百万円)	15百万円	25百万円
監査役 (うち社外監査役)	3名 (2名)	26百万円 (11百万円)	-	-
合計 (うち社外役員)	11名 (4名)	137百万円 (25百万円)	15百万円	25百万円

(注) 1. 上記の他、使用人兼務取締役の使用人部分の給与相当額は、総額33百万円であります。
2. 株主総会の決議による取締役の報酬限度額は、年額400百万円であります。(2006年6月29日開催の第45回定時株主総会決議)
3. 株主総会の決議による監査役の報酬限度額は、年額60百万円であります。(2006年6月29日開催の第45回定時株主総会決議)
4. 株主総会の決議による取締役(社外取締役を除く)のストック・オプション報酬限度額は、年額150百万円であります。(2011年6月24日開催の第50回定時株主総会決議)

ESGデータ

項目		2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期
平均勤続年数(正社員)	男性 女性 平均	10年4カ月 6年2カ月 9年11カ月	10年9カ月 6年1カ月 10年4カ月	11年2カ月 6年0カ月 10年8カ月
新卒入社員数(正社員)	男性 女性 合計	179人 65人 244人	165人 64人 229人	166人 78人 244人
入社3年後までの新入社員離職率(正社員)		34.4%	31.8%	38.7%
中途入社員数(正社員)	男性 女性 合計	193人 23人 216人	183人 15人 198人	210人 39人 249人
外国人社員数(正社員・永住者含む)	男性 女性 合計	- - -	20人 11人 31人	19人 6人 25人
離職者数(正社員)	男性 女性 合計	399人 68人 407人	342人 71人 401人	422人 98人 506人
定年退職者再雇用者数(率)(正社員)		-	12人(80.0%)	14人(82.4%)
女性比率(正社員)		8.4%	8.6%	9.5%
女性バイヤー・ディストリビューター比率(正社員)		14.4%	12.6%	11.6%
障がい者雇用率(正社員・嘱託社員・準社員)		2.2%	2.1%	2.3%
1人あたり年間総労働時間(管理監督者を除く正社員)		-	-	2,381時間
1人あたり月平均時間外労働時間(管理監督者を除く正社員)		-	-	27.4時間
年次有給休暇取得(正社員・嘱託社員・準社員)	付与日数 取得日数 取得率	16.6日 5.3日 32.0%	16.6日 5.5日 32.9%	16.7日 5.9日 35.7%
産前・産後休業取得者数(正社員・嘱託社員・準社員)		89人	59人	56人
育児休業取得者数(正社員・嘱託社員・準社員)	男性 女性 合計	0人 106人 106人	1人 84人 85人	1人 56人 57人
育児短時間勤務者数(正社員・嘱託社員)	男性 女性 合計	- - -	- - -	0人 10人 10人
メンタルヘルス休職者数(正社員)		-	-	24人
労働災害発生率(正社員・嘱託社員)		-	-	3.4%

項目		2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期
カード会員数		230万人	290万人	330万人
農業アドバイザー数		106人	104人	114人
PB商品売上構成比率		40.4%	41.6%	42.0%
期末店舗数		1,182店	1,186店	1,192店
新規出店数		17店	17店	14店
改装店舗数		-	156店	171店
閉店数(業態転換含む)		13店	16店	12店
コメリ緑資金拠出額		7,500万円	7,700万円	8,600万円
コメリ緑資金ボランティア件数		368件	350件	387件
NPO法人コメリ災害対策センター協定締結数(累計)		738件	804件	858件

項目		実績 前年比	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期
コメリ	原単位	5.662	5.721	5.519	96.5%
	店舗・本社排出量(t-CO ₂)	105.3%	101,658	107,653	114,860
エネルギー使用量	店舗配送車両排出量(t-CO ₂)	116.6%	15,899	17,558	14,083
	【原単位計算式】 原単位 = 延べ床面積 × 営業時間	118.3%	117,557	125,211	128,943
内訳	排出量合計(t-CO ₂)	116.8%	116.8%	106.5%	103.0%
	電気	(GJ)	1,735,304	1,863,044	1,825,327
	LPG	(GJ)	284,637	284,582	214,884
	LNG	(GJ)	25,590	25,590	16,493
	ガソリン	(GJ)	12,439	13,286	13,069
	灯油	(GJ)	1,055	2,496	5,026
太陽光発電量(グループ合計)			12,505MWh	13,684MWh	13,970MWh

取締役、監査役および執行役員（2019年8月31日現在）



ささげ ゆういちろう
捧 雄一郎

代表取締役社長
最高経営責任者 (CEO)
兼 最高執行責任者 (COO)

略歴、当社における地位、担当

1988年4月 当社入社
1992年6月 当社取締役
1996年3月 当社常務取締役
1997年6月 当社専務取締役
2002年6月 当社取締役副社長
2003年6月 当社代表取締役社長・COO
2014年6月 当社代表取締役社長・CEO兼COO(現任)



いしがわ のぼる
石澤 登

常務取締役
常務執行役員

略歴、当社における地位、担当

1980年3月 当社入社
2003年6月 当社執行役員
2007年6月 当社取締役執行役員
2015年6月 当社常務取締役常務執行役員
2018年1月 当社常務取締役常務執行役員リフォーム部
ゼネラルマネジャー(現任)



たなべ ただし
田邊 正

常務取締役
常務執行役員

略歴、当社における地位、担当

1981年3月 当社入社
2009年6月 当社執行役員
2012年6月 当社取締役執行役員
2018年5月 当社常務取締役常務執行役員
2018年9月 当社常務取締役常務執行役員オペレーション担当
兼 海外事業統括 兼 コンプライアンス担当(現任)



まつだ しゅういち
松田 修一

社外取締役
(独立役員)

略歴、当社における地位、担当

1986年4月 早稲田大学システム科学研究所助教授
1991年4月 早稲田大学システム科学研究所教授
1997年4月 早稲田大学大学院アジア太平洋研究科
MBA担当教授
2000年6月 当社社外取締役(現任)
2007年4月 早稲田大学大学院商学研究科MOT担当教授
2012年4月 早稲田大学名誉教授(現任)



きうち まさお
木内 政雄

社外取締役
(独立役員)

略歴、当社における地位、担当

1968年4月 株式会社西友ストアー(現合同会社西友)入社
1993年3月 株式会社良品計画代表取締役社長
1997年8月 同社取締役会長(2005年5月退任)
株式会社西友代表取締役副社長
2001年2月 同社代表取締役社長
2003年5月 同社取締役 兼 代表執行役CEO(2005年12月取締役退任)
2007年7月 株式会社U.P.n.P代表取締役(現任)
2011年6月 当社社外監査役
2015年6月 当社社外取締役(現任)



はやかわ ひろし
早川 博

取締役
執行役員

略歴、当社における地位、担当

1985年8月 当社入社
2011年1月 当社執行役員
2012年6月 当社取締役執行役員
2018年5月 当社取締役執行役員
経営企画室ゼネラルマネジャー
兼 関係会社統括室ゼネラルマネジャー
兼 広報担当(現任)



すずき かつし
鈴木 勝志

取締役
執行役員

略歴、当社における地位、担当

1988年3月 当社入社
2012年6月 当社執行役員
2014年6月 当社取締役執行役員
2019年5月 当社取締役執行役員 新事業推進室ゼネラルマネジャー
兼 ニューリテール事業部ゼネラルマネジャー
兼 チェーンストア・オペレーションシステム改革
推進部担当(現任)



ほさか なおし
保坂 直志

取締役
執行役員

略歴、当社における地位、担当

1994年3月 当社入社
2012年6月 当社執行役員
2014年6月 当社取締役執行役員
店舗企画部ゼネラルマネジャー(現任)



すみよし しゅうじろう
住吉 正二郎

常勤監査役

略歴、当社における地位、担当

2002年6月 当社入社
2002年6月 当社取締役
2003年6月 当社執行役員
2009年6月 当社取締役
2012年6月 当社常勤監査役(現任)



ふじた ぜんろく
藤田 善六

社外監査役
(独立役員)

略歴、当社における地位、担当

1980年4月 弁護士登録
1985年6月 藤田法律事務所開設(現在に至る)
1990年4月 新潟県弁護士会副会長
2000年6月 当社社外監査役(現任)
2003年4月 新潟県弁護士会副会長
2007年4月 新潟県弁護士会会長
2011年4月 日本弁護士連合会副会長
2015年4月 関東弁護士会連合会理事長



たくほ たけし
田久保 武志

社外監査役
(独立役員)

略歴、当社における地位、担当

1978年10月 プライスウォーターハウス会計事務所入所
1984年8月 公認会計士登録
1984年8月 田久保会計事務所開設(現在に至る)
2010年6月 当社社外監査役(現任)

執行役員

さとう ともかず 佐藤 智和 / すさ ゆきお 諏佐 幸夫 / はせべ くにとし 長谷部 邦俊 / もり しげゆき 森 茂行 / さとう やすし 佐藤 泰 / おおいし かずのり 大石 一範

Performance

財務要約データ(10年間)

(単位:百万円)

	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期
連結損益計算書項目				
営業収益	285,479	298,594	312,017	319,245
営業総利益	92,682	97,698	106,408	108,096
販売費及び一般管理費	77,610	81,829	86,181	88,917
営業利益	15,071	15,869	20,226	19,178
経常利益	14,431	15,361	19,617	18,570
税金等調整前当期純利益	12,473	10,347	18,820	17,183
親会社株主に帰属する当期純利益	6,460	5,698	9,687	10,000
連結貸借対照表項目				
総資産額	239,832	247,688	257,609	272,073
有形固定資産合計	119,879	121,792	127,445	135,240
固定資産合計	139,265	143,509	149,196	158,544
負債合計	134,703	139,190	140,822	146,641
純資産額	105,128	108,498	116,787	125,432
連結キャッシュ・フロー項目				
営業活動によるキャッシュ・フロー	19,928	20,535	17,620	17,511
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,317	△9,975	△17,480	△17,913
財務活動によるキャッシュ・フロー	△12,238	△7,829	△6,306	△544
現金及び現金同等物の期末残高	7,410	10,141	3,974	3,027
その他データ				
店舗数(店)	986	1,047	1,089	1,126
従業員数(人)	3,974	4,137	4,295	4,542
(外、平均準社員数)	3,801	4,024	4,265	4,390
株式データ				
1株当たり当期純利益(円)	126.39	111.86	190.78	196.94
1株当たり純資産額(円)	2,058.10	2,136.72	2,299.33	2,467.89
1株当たり配当金(円)	34	34	35	36
配当性向(%)	26.9	30.4	18.3	18.3
期末発行済株式数(株)	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168
経営指標				
ROA(%)	6.0	6.3	7.8	7.0
ROE(%)	6.3	5.3	8.6	8.3
自己資本比率(%)	43.8	43.8	45.3	46.1
総資産回転率(%)	1.18	1.22	1.23	1.21
営業総利益率(%)	32.5	32.7	34.1	33.9
営業収益営業利益率(%)	5.3	5.3	6.5	6.0

	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期
	335,567	316,969	324,343	329,588	341,956	346,863
	112,381	109,747	111,846	112,379	116,277	119,109
	92,134	93,638	93,917	95,690	99,313	100,986
	20,246	16,108	17,928	16,689	16,964	18,123
	19,626	15,515	17,409	16,811	17,087	18,237
	18,027	12,049	15,229	16,129	16,506	16,537
	10,573	7,171	9,585	11,017	10,907	10,935
	296,811	301,128	305,496	306,562	319,771	326,435
	139,969	142,869	141,112	144,066	155,038	160,694
	163,540	167,280	167,082	170,369	181,531	188,629
	162,988	161,990	159,896	151,321	154,813	152,466
	133,822	139,137	145,599	155,241	164,958	173,968
	22,293	14,900	21,834	26,719	22,400	23,336
	△18,149	△17,088	△12,875	△13,923	△16,914	△20,280
	5,543	△1,539	△8,311	△14,854	△6,229	△6,170
	12,715	8,996	9,628	7,568	6,819	3,710
	1,150	1,169	1,178	1,182	1,186	1,192
	4,528	4,547	4,560	4,633	4,588	4,646
	4,639	4,680	4,930	4,710	4,842	4,777
	208.22	141.44	189.33	217.54	215.35	215.90
	2,631.93	2,746.54	2,873.00	3,062.98	3,254.23	3,431.62
	36	36	36	38	39	40
	17.3	25.5	19.0	17.5	18.1	18.5
	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168
	6.9	5.2	5.7	5.5	5.5	5.6
	8.2	5.3	6.7	7.3	6.8	6.5
	45.0	46.1	47.6	50.6	51.5	53.2
	1.18	1.06	1.07	1.08	1.09	1.07
	33.5	34.6	34.5	34.1	34.0	34.3
	6.0	5.1	5.5	5.1	5.0	5.2

※各期の数値は、その時点の会計基準に基づいたものであり、最新の会計基準を適用した遡及修正は行っていません。

開示媒体の紹介

IR活動・情報開示による対話

当社の持続的な成長と企業価値の向上のためには、株主・投資家の皆様との信頼関係の構築が重要であると考え、適切・公正な情報開示により質の高い対話を行えるよう、次のような取り組みを行っております。

< 主な取り組み >



決算説明会(2019年4月25日、コメリ東京情報センター)

株主総会およびIR活動

株主・投資家の皆様との透明性の高い対話を行うため、株主総会の他、決算説明会やIRミーティング、電話会議等のIR活動を実施しております。

2019年3月期実績(決算説明会を除く)

IRミーティング 74回
アナリスト、投資家との対話人数 124名



統合報告書(年1回発行)

財務情報、事業内容、ESGの取り組み等、当社グループが長期的に企業価値向上を実現する道筋をお伝えするために、2019年より発行を開始いたしました。



広報誌「かざみどり」(原則年4回発行)

当社グループが取り組んでいる事業内容や決算情報の概要を掲載し、2019年3月期は3月(春号)・6月(夏号)・9月(秋号)・11月(冬号)の4回、株主の皆様へ送付いたしました。



WEBサイト

すべてのステークホルダーの皆様に対し、即時に公平な情報開示を行うことができるように、WEBサイトにて各種情報開示を行っております。

- 公式ホームページ (<https://www.komeri.bit.or.jp/>)
- ネット通販サイト「コメリドットコム」(<https://www.komeri.com/>)

会社概要・株式情報等 (2019年3月31日時点)

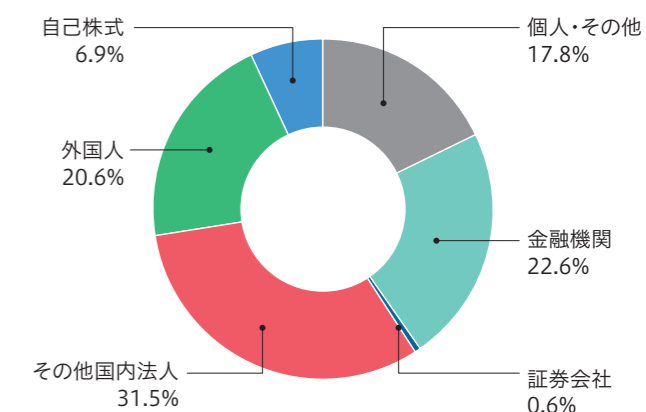
会社概要

社名	株式会社 コメリ
創業	1952年4月
設立	1962年7月2日
資本金	188億213万7,500円
本社所在地	新潟市南区清水4501番地1
ホームページアドレス	https://www.komeri.bit.or.jp/
連結従業員数	4,646名(他にパートタイマー 4,777名) (注)パートタイマー員数は1日8時間換算による月平均人員で算出しております。
連結子会社	株式会社ライフコメリ、北星産業株式会社、株式会社ムービータイム、株式会社ビット・エイ、株式会社コメリキャピタル

株式情報

上場証券取引所	東京証券取引所第一部
証券コード	8218
発行可能株式総数	131,000,000株
発行済株式総数	54,409,168株
株主数	9,255名

所有者別株式分布の状況 (株式数比率)



大株主 (上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社米利	13,734,642	27.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,822,000	5.6
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,838,700	3.6
捧 雄一郎	1,800,121	3.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	1,560,900	3.1
みずほ信託銀行株式会社退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 資産管理サービス信託銀行株式会社	1,500,000	3.0
株式会社第四銀行	1,325,373	2.6
有限会社ささげ	1,300,647	2.6
GOVERNMENT OF NORWAY	1,277,014	2.5
公益財団法人雪梁舎美術館	1,213,592	2.4

(注)当社は、自己株式(3,756,762株)を保有しておりますが、上記大株主から除外しております。なお、持株比率は自己株式を除いて計算しております。