



Harashin Narus
Holdings

原信ナルス ホールディングス

第60期 中間事業報告書

2010年4月1日から2010年9月30日まで



当中間期の概況



当中間期の概況

当中間期のわが国経済は、一部で明るい兆しを感じられるものの、全体の好転には至らず、先行きに対する不安材料も多いことから、長引く低迷からの脱却に糸口がつかめない状況が続いております。

このような状況において、当中間期における当社グループの連結業績は、売上高が615億4百万円(前年同期比3.7%増)、営業利益20億47百万円(前年同期比26.4%増)、経常利益が20億35百万円(前年同期比32.3%増)、四半期純利益が2億77百万円(前年同期比64.1%減)となり、1株当たり四半期純利益は15円41銭となりました。四半期純利益の大幅な減少は、前四半期連結会計期間より「資産除去債務に関する会計基準等」が適用されることになったことに伴い、会計基準適用初年度の移行時差異を、特別損失に「資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額」として13億61百万円計上したことによるものであります。

主要財務指標(連結)

(単位:百万円)

	2007.3		2008.3		2009.3		2010.3		2011.3	
	中間	期末	中間	期末	中間	期末	中間	期末	中間	期末予想
売上高	52,764	104,325	55,856	111,537	58,203	116,219	59,330	118,070	61,504	119,000
売上総利益	14,733	29,305	15,274	30,625	15,580	31,518	15,638	31,590	16,296	
営業利益	2,164	3,794	1,738	3,629	1,432	3,220	1,619	3,295	2,047	3,600
経常利益	2,265	3,747	1,830	3,726	1,373	3,054	1,538	3,166	2,035	3,400
四半期(当期)純利益	723	1,218	504	1,535	579	1,064	772	1,425	277	1,000
純資産	19,808	20,190	20,455	21,242	21,513	21,744	22,409	22,866	22,875	
総資産	44,699	47,627	47,995	48,664	50,100	52,051	51,548	51,138	53,837	
1株当たり配当額(円)	10.00	23.00	10.00	26.00	10.00	22.00	10.00	24.00	10.00	20.00
売上高経常利益率(%)	4.3	3.6	3.3	3.3	2.3	2.6	2.6	2.7	3.3	
総資本経常利益率(%)	10.1	9.2	7.6	7.7	5.4	6.1	5.9	6.1	7.6	
期末店舗数(店)	60	62	63	63	62	63	64	65	65	
期末従業員数(人)	1,114	1,107	1,164	1,172	1,243	1,274	1,315	1,285	1,363	

(注) 1. 記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。 2. 店舗数は、各期末のスーパーマーケットの店舗数です。 3. 従業員数は各期末の従業員数で、パートタイマーを含みません。
4. 1株当たり配当額には、1株当たり中間配当額を含みます。 5. 四半期純利益は、第2四半期累計期間の数値を記載しております。

◎全般

厳しい経済情勢が長期化している昨今、お客様の慎重な消費行動が続いている一方、業種の垣根を超えた企業間競争は従来以上に激化の様相を呈しております。

このような状況において、当社グループは、お客様にご支持いただける強固で優良なリージョナル・チェーンを形成するため、前期に更新した長期経営計画「Advanced Regional Chain」及びこれに基づく中期経営計画の取り組みを、4月より開始しております。

◎販売、商品政策

春先の天候不順から一転、異常な猛暑となりお客様の購買行動に様々な影響が出ました。加えて、7月に競合他社6店舗の出店があり、当社グループの出店地域を取り囲む状況も大きく変化いたしました。このような中で当社グループでは様々な施策を行ってまいりました。

特に、前期より強化してきた週間単位の販売管理の取り組みや、実験店を開設して取り組んだ「ニューコンセプト・パートⅡ」に基づく商品政策の拡大と改装を含む店舗展開は、着実に成果を上げてきております。

またグループ内の食品製造加工子会社や圧倒的な販売力を活かして、おいしく、しかも、毎日低価格で販売できる商品を開

発し、他社との差別化を図りました。

猛暑の影響から特需となりました商品につきましては、商品調達力を活かし、お客様にご迷惑をおかけしないような集荷に努めました。

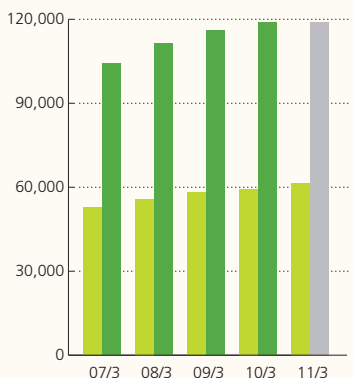
◎コスト・コントロール

チラシ広告の実施方針見直し、消耗品や什器関連に関する調達価格見直しと管理の徹底、作業割当の精度向上による人件費の適正化等に一層の取り組みを行い、諸費用の削減に努め、販売費及び一般管理費の売上高比率は前年同期に比べて0.4ポイント低下しました。しかし、猛暑の影響から、水道光熱費が6.5%、修繕費が17.9%それぞれ前年同期に比べ増加しました。また、ガソリン価格の上昇の影響で、配送費は前年同期に比べ16.3%上昇しました。

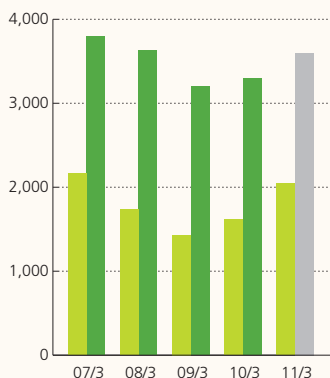
◎出店、退店等

出店につきましては、ナルス上越インター店(9月・新潟県上越市・売場面積2,111㎡)を新規出店いたしました。退店につきましては、ナルス戸野目店(8月・新潟県上越市・売場面積1,574㎡)を退店いたしました。これは近隣にナルス上越インター店を出店したことに伴うものであります。改装につきましては、原信岩上店(6月・新潟県柏崎市・売場面積2,620㎡)を改装いたしました。

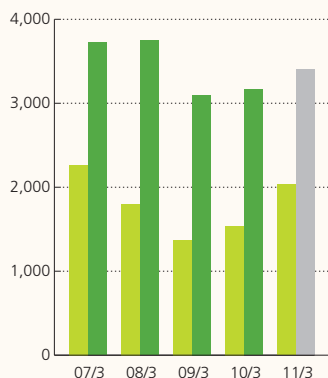
売上高



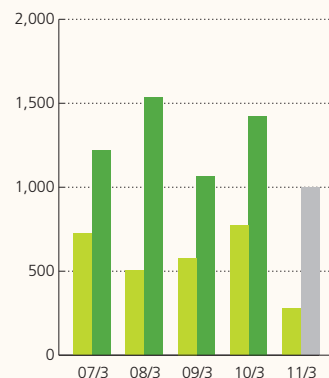
営業利益



経常利益



四半期(当期)純利益



■ 中間期 ■ 期末 ■ 期末予想

単位:百万円



New Concept *Part II*

～「常に革新しながら、さらに強固な
ドミナントエリアを構築していきます」～

Q1 当中間期の業績について教えてください。

当期がスタートした時点では、景気が回復しているのか停滞しているのか方向が読めず、売上高や利益がきちんと確保できるか不安でした。前期に引き続き経費の徹底的な見直しを行うとともに、新たな営業政策として3月に実験を開始した、ニューコンセプトパートIIの検証に努めました。

7月一ヶ月の間に、当社の既存店が多く展開する地域に競合他社が6店舗オープンし、一時は新潟戦争の再来かとも言われました。しかし、これが返って、全社員が危機感を共有するきっか

けになったのだと思います。価格、サービス、品揃えなど全ての面で、全社一丸となって努力しているところに、夏の猛暑が追い風となりました。その意味では、実力以上の数字が出ていると思います。

競合店が近くに出店したから数値が悪化する、というのは分かりやすい話ではありますが、原因の多くは我々にあると思っています。競合対策でやみくもな低価格競争に陥るのではなく、こうした危機的状況にあっても、「判断の基準はお客様」に立ち返り、お客様の望まれる商品やサービスを本当に提供できているか、客観的に見つめ直すチャンスなのだと思います。

Q2

昨年11月に発表された新ビジョン“Advanced Regional Chain”では、新潟県中心のローカルチェーンから脱却し、強固で優良なリージョナルチェーンを目指されるとお聞きしています。そのための具体的な施策など、社長の考えをもう少しお聞かせ願えますか。

新ビジョンの位置付けについて説明を補足させていただきますと、これはSSM※1 200店舗という数値目標を含めて「現在は不可能に見えても時間をかけて実現したい総合的な到達点の目安」であり、激変する環境の中で我々が日々の仕事の方向性を見失わないように、目指すべきところを明確にしたものです。単なる数合わせに終わっては困るので、達成期限は示しておりません。

現状の65店舗という“新潟県中心のローカル”という思考の枠

内で発想すると、200店舗を見据えたリージョナル戦略を考えるのでは自ずから取り組みが違ってくるものと思います。現状では、問題が発生しても各店舗に任せきりで、現場はモグラたたきに追われている。このような体質や組織風土そのままでは、今の店舗数を大きく上回る規模の店舗展開をしていくことは不可能だと考えています。本来、組織というものがきちんと機能していれば、各部署が同じ課題に向けてグループ横断的に取り組むなど、いろんな切り口から解決策を見出していくことができるはずですが、また、個人に仕事が付いて回っているようでは業績も属人的なものになり、失敗したときには誰々が動かなかつたなどと個人の責任になる。改善事例のノウハウが共有化されないので、組織全体として良くなっていかないし、常に人材不足に陥ってしまいます。

そのためにもマネジメントレベルの向上を中心とした改革を

※1 SSM (Super Supermarket): スーパー・スーパーマーケットの略で、売上面積500～800坪のスーパーマーケットのこと。





Something *New*



実行している最中です。例えば、一週間単位での売上高・荒利益額、在庫管理の強化や、そのために必要な計数教育の実施、イントラネットを使用した「改善事例バンク」の立上げなどであり、すでに一定の成果も出てきています。当期は全社的にさらなるステップアップを図る年であり、我々の経営の根幹となるTQM活動^{※2}を中心に、新ビジョン実現に向けて積極的に取り組んでいます。

我々は昨年までに上越物流センターを立ち上げ、それにとまなう情報システムの統合などのインフラを整えた結果、エリア展開として最南端は長野県千曲市、最北端は新潟県村上市に出店することができました。さらに、今後5年間をかけて、現状の抜本的な見直しを行い、効率的な店舗オペレーションを支援でき、かつ、仕入先の効率化にも貢献できる全体最適のロジスティクスを構築していきたいと考えています。

また、地域特性を活かした商品を提供していく必要があると考えています。地域の文化や慣習、お祭りなど季節行事の由来、郷土料理について、我々はまだまだ勉強していかなくてはなりません。特に新しい地域に出店した時に言えることですが、事前調査を一年間に渡って実施しても、その地域のお客様の食生活や季節の行事などについては、十分把握し切れているとは言えません。まだまだ知らないことが多いと謙虚に受け止め、地域の特性を調べる必要があります。そのためには地元のパートナー社員さんから、食生活についての情報、季節行事、お祭りなどの情報を取材するようにしています。地域密着の品揃えと売場提案をエリアごとの重点施策として取り上げていくなど、単なるエリアの拡大ではなく、お客様の生活に質的な豊かさを提供することを目指していきます。

※2 TQM(Total Quality Management):総合的品質管理であり、全社的な品質管理のこと。

Q3

3月に長岡市に、新しいコンセプトの実験店として原信美沢店を開店されました。2km圏内に同じ原信が3店舗、3km圏内に8店舗が入る長岡の中心部への出店は、ともすれば自社競合に陥るリスクもあると思われませんが、この実験店の目的についてお聞かせください。

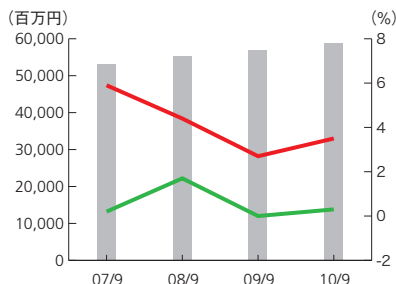
美沢店の場所は、そもそも我々が出店しなければ、競合他社が入ってくる可能性の高い好立地であったということです。長岡はいわば本拠地であり、ドミナント戦略の基盤ですから、たとえ自社競合となろうとも我々が押さえなければならないという特殊事情がありました。とは言え、単純に今までの標準的なスタイルで出店すれば自社競合が避けられないので、商品政策、売場作りともこれまでとは異なる新しいコンセプトで臨みました。

我々は、10年前から“ニューコンセプト”と呼ぶ商品政策を実施してきました。これは、簡単便利をキーワードに、お客様の食事の不便さを解消し、さらに豊かで楽しい食卓を提案しようと、下ごしらえ済

みの商品やお惣菜やサラダ、カットフルーツなどの調理済み商品を充実させるもので、働く主婦の方々からお年を召したお客様、単身でお住まいの方まで、幅広く食卓をサポートする取り組みを進めてきました。しかし、標準化や規格化を進めていく一方で、時代が大きく変わってきているのにこのままでいいのか、マンネリ化してきたのではないか、新しい売方に挑戦しなければならないのではないかと、という思いも募ってきました。新ビジョンを発表した昨年、その取り組みを進化させるべく、“ニューコンセプトパートⅡ”として「洗練されたムダのない売場」というキーワードを追加したのです。

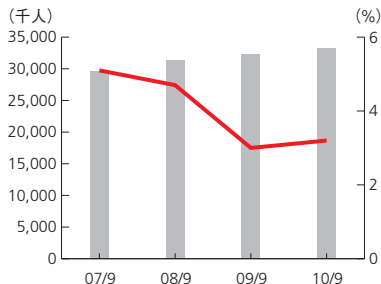
この新しいコンセプトがどのくらいお客様に受け入れられるかを試す絶好の立地として、美沢店を実験店に選びました。商品の値ごろ感はそのままだと、例えば、輸入チーズやオリーブオイル、生パスタなど手頃なものから、普及はしてはなくても是非一度召し上がっていただきたい商品まで、品揃えを充実させています。また外装から内装、商品陳列までビジュアルマーチャンダイジングと呼ばれる手法を導入しています。店内の照明は従来よりも明るさをやや落とすとともに、内装もシックな色合いにし、派手なPOPや値下げの表

店舗売上高の推移



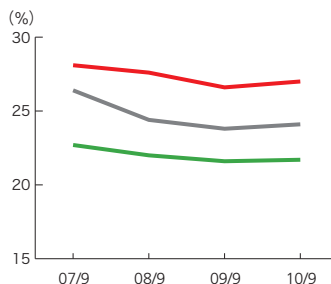
■ 全店売上高
■ 全店売上高伸び率
■ 既存売上高伸び率

客数の推移



■ 客数
■ 全店客数伸び率

主要商品別店舗荒利益率



■ 生鮮食品
■ 一般食品
■ 合計

(注) スーパーマーケット業態の数値です

Something *Unique*



示も極力避け、BGMにはピアノの曲を選ぶなど、落ち着いた雰囲気のなかでお買物を楽しんでいただけるような売場にしています。

加えて、地元の特産品を幅広くそろえました。美沢店では、「酒蔵」と称する陳列台を設け、地元の酒造業者17歳中15歳からご協力いただいて、長岡特産のお酒、中には美沢店でしか手に入らない銘柄を取り揃えました。

幸いにして、美沢店の売上は予想を上回り、しかも商圏内の当社店舗の業績は想定した範囲内の影響で収まっています。これは今まで当社にお越しにならなかったお客様がご来店いただいているということで、美沢店の出店で長岡エリアの占拠率を高めるという戦略から考えると成功だったと思っています。

同様のコンセプトに基づき6月に柏崎に改装出店した原信岩上店も好調です。この店舗は、競合店の出店に対し柏崎エリアとして対応するために、従来より少し広い範囲からお客様から来店いただく必要がありました。今の状況は、我々の新しい提案が受け入れられつつある証拠だと思っています。

美沢店・岩上店を“ニューコンセプトパートⅡ”の店舗展開の皮切りに、9月にナルス上越インター店、10月に原信村上インター店をオープンしています。しかし、美沢店と岩上店での実験結果が全ての店舗へ適用できるものではないとも思っています。立地特性や売上規模から、全ての店舗へ標準化を図るまでにはまだまだ課題が多いのが実情です。

また、生産性の向上という観点からの取り組みが遅れています。特に人時売上高^{*3}の改善のため、社員の動線を徹底的に分析し、従来は建築コスト面から考えられてきた店のレイアウトやバックルーム、マテリアルハンドリングのあり方に抜本的な見直しを行う必要があると考えています。

さらに、作業がしやすく、働き易い職場環境を整備して行く必要があります。生産性が高まり、働きながら自然と笑顔が出る。その結果、お客さまへのサービスが向上するというにも新しいコンセプトで取り組まなくてはなりません。

今後はその検証を進め、改善を加えながら標準店の柱のひとつになるように育て、さらに強固なドミナント展開を行っていきます。

Q4 当中間期、商品戦略やサービス面で何か新しい動きはありますか。

ニューコンセプトパートⅡの一環ですが、社内で「パワーアイテム」と呼ぶ商品の導入をはじめました。例えば、20円のミルクパン、98円のサンドイッチ、68円のおにぎり、29円のコロッケなど、品質・味を落とさず他社が追随できない低価格で毎日販売でき、しかも、適正な利益を確保できる商品を開発しました。これらは、グループ内の製造子会社の機能や、出店地域での圧倒的な販売力を背景としたお取引先様との緊密な関係があればこそ実現できる当社ならではの商品と考えています。今後も、これまで地道に開発し

「Advanced Regional Chain」

I 日本一のサービス

II SSM200店舗

III 信頼構築

てきたプライベートブランドに加え、このパワーアイテムも一品一品、大切に育てていこうと思っています。

サービスの面では、サービスレベル、サービスマインドの向上をグループ年度方針のひとつに掲げています。商品そのものは目に見えますが、サービスは無形のものが多く、この見えづらいものが差別化の決定的要因になることも少なくありません。

例えば、大雨の早朝、開店時刻の10分前に、外でお客様が寒そうにされていたら、ルール通り開店時刻までお待たせするのか、あるいは「今日は雨が降っていて寒いでしょうから、どうぞお入り下さい。まだお買物はできませんが、開店まで休憩コーナーでお待ちください。」と声をかけることが出来るかということです。

このような接客対応について、ひとつひとつマニュアルで表現することは不可能です。「判断の基準はお客様」という理念が社員のひとり一人に浸透し、「自分がお客様だったらどうしてほしいか、どうしたらお客様に喜んでいただけるか」ということを日頃から考え実践することで、即座の対応が可能になり、初めて全体のサービスレベルが上がっていきます。真のリージョナルチェーンとなるためには、マナー以上、マニュアル以上の「サービスマインド」の浸透が不可欠です。これに向けて現在「フラワースマイル賞」という仕組みで、お客様にお褒めいただいた従業員を表彰しながら事例の共有化を図っています。

また、「日本一のサービス」の実現には、広々とした駐車場、楽々とカートショッピングできるフラットな通路の確保、品切れのない売場、お待たせすることがないレジ、ピカピカのトイレなど、全体を通じたサービスによる快適さ、楽しさの提供が大切だと思うのです。原信ナルスのお店でお買物をされたときには気づかなかつたけれども、お客様が他社のお店に行かれたとき、「どうも煩わしいな、違うな」と感じる、やはり原信ナルスでのお買物が「いいよね、快適だね」と感じていただくことが最も大切だと思っています。よく我々の袋詰サービスを取り上げられてお褒めいただくことも多いのですが、セルフレジで速やかにお買物を済ませたいというお客様もいらっしゃる。レジ袋の節減のためにショッピングバッグを持参される方もいらっしゃる。「判断の基準はお客様」を胸に、我々はこうしたお客様の様々な嗜好や意識の変化に対して、真正面から取り組んで、常にサービスの「進化」を図っているところです。ですから、最近は「何かいいよね」「何とっていいかわからないけれど、原信ナルスでのお買物は何かいいよね」と言っていたことが一番の褒め言葉だと思ふようになってきています。

今後も原信ナルスは、優良なリージョナルチェーンを目指し、TQMを中心に全員が努力を惜しまず、日々お客様にご満足いただけるように努めてまいります。

株主・投資家の皆様におかれましては、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

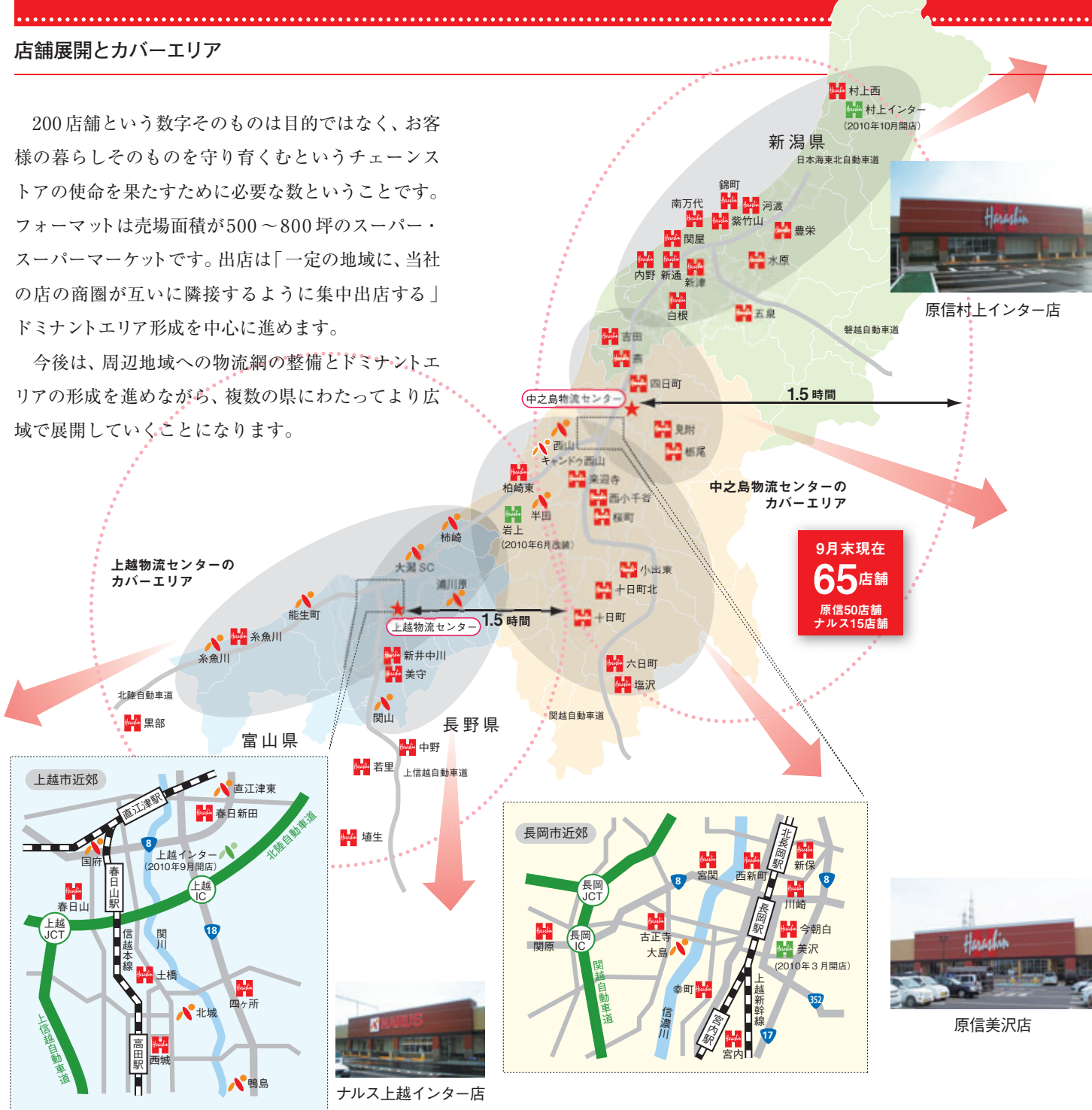
代表取締役社長
原 和彦

※3 人時売上高(にんじゅうりあげだか)：社員一人が1時間当たりどのくらい売上げているかを図る経営指標。

店舗展開とカバーエリア

200店舗という数字そのものは目的ではなく、お客様の暮らしそのものを守り育くむというチェーンストアの使命を果たすために必要な数ということです。フォーマットは売場面積が500～800坪のスーパー・スーパーマーケットです。出店は「一定の地域に、当社の店の商圈が互いに隣接するように集中出店する」ドミナントエリア形成を中心に進めます。

今後は、周辺地域への物流網の整備とドミナントエリアの形成を進めながら、複数の県にわたってより広域で展開していくことになります。



原信村上インター店

昨年の村上西店に引き続き、村上市内2店舗目の店として10月19日にオープンしました。ニューコンセプトパートIIの商品を品揃えする一方で、「村上牛コーナー」や地元岩船・山北の生魚など、多くの地元商品を豊富に取りそろえています。



ナルス上越インター店

ナルスでは最初のニューコンセプトパートIIの店舗として9月に開店しました。店内にお入りいただいて最初に目に入る青果コーナーでは季節感とカラーコントロールを意識してお客様にアピールしています。また、銘店コーナーには地域で欠かせない老舗のコーナーを設置したり、特産品も豊富に品揃えしています。



原信美沢店

ニューコンセプトパートIIの実験店として3月にオープンしました。長岡17歳中15歳のお酒が勢ぞろいした「酒蔵」、ミートデリカ、世界の様々なトマトを用意した「トマトファーム」コーナーなど、商品はもちろん、外観、内装、床まで新しい取り組みが盛り込まれたお店です。長岡エリアのドミナントがさらに強固になりました。



主要財務データ

四半期連結貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

	前連結会計年度 2010年3月31日	当第2四半期会計期間末 2010年9月30日
資産の部		
流動資産	12,009	12,078
固定資産	39,129	41,759
有形固定資産	27,373	29,890
無形固定資産	2,197	1,911
投資その他の資産	9,558	9,957
資産合計	51,138	53,837
負債の部		
流動負債	15,836	17,197
固定負債	12,436	13,765
負債合計	28,272	30,962
純資産の部		
株主資本	22,547	22,573
資本金	3,159	3,159
資本剰余金	6,405	6,405
利益剰余金	12,993	13,018
自己株式	△10	△11
評価・換算差額等	318	302
純資産合計	22,866	22,875
負債純資産合計	51,138	53,837

固定資産

有形固定資産は前連結会計年度末に比べ25億17百万円増加しました。これは主に新規出店、改装店舗に係る設備投資と資産除去債務に関する新たな会計基準の適用によるものです。

投資その他の資産は、3億98百万円増加しました。これは資産除去債務に関する新たな会計基準が適用されたことに伴う繰延税金資産の増加によるものです。

固定負債

固定負債は前連結会計年度末に比べ13億28百万円増加しました。これは資産除去債務に関する会計基準に基づき、22億71百万円を計上したことによるものです。

売上高・売上総利益

売上高は前年同期に比べ3.7%増加し、売上総利益は4.2%増加しました。これは新規出店の効果と既存店売り上げが前年同期に比べ0.3%増加したことと、パワーアイテム商品の導入などにより、適正な利益を確保できたことによるものです。

営業利益

営業利益は前年同期に比べ26.4%増加しました。チラシ広告の見直し、什器関連の調達価格の見直しや作業計画の精度向上による人件費の適正化により、販売費及び一般管理費は前年同期に比べ1.6%増加に抑えることができました。

四半期純利益

四半期純利益は前年同期に比べ64.1%減少しました。これは当期より資産除去債務に関する会計基準を適用し、特別損失に13億61百万円計上したことによるものです。この結果、一株当たり四半期純利益は15円41銭となりました。

純資産

純資産は前連結会計年度末に比べ9百万増加しました。これにより、一株当たり純資産は前連結会計年度に比べ51銭増加し、1,270円68銭となりました。

自己株式の取得を実施しています

機動的な資本政策を遂行するとともに、積極的に株主還元を図る観点から、下記の要領で自己株式の取得を実施しています。

取得し得る株式の総数 50万株(上限)

取得し得る株式の取得価額の総額 6億円(上限)

取得期間 平成22年11月10日から平成23年3月31日まで

四半期連結損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

	前第2四半期連結累計期間 2009年4月1日から 2009年9月30日まで	当第2四半期連結累計期間 2010年4月1日から 2010年9月30日まで
● 売上高	59,330	61,504
● 売上原価	43,691	45,207
● 売上総利益	15,638	16,296
● 販売費及び一般管理費	14,018	14,249
● 営業利益	1,619	2,047
● 営業外収益	96	93
● 営業外費用	177	105
● 経常利益	1,538	2,035
● 特別利益	2	—
● 特別損失	8	1,413
● 税金等調整前四半期純利益	1,532	621
● 法人税等合計	760	343
● 少数株主損益調整 前四半期純利益	772	277
● 四半期純利益	772	277

連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

	前第2四半期連結累計期間 2009年4月1日から 2009年9月30日まで	当第2四半期連結累計期間 2010年4月1日から 2010年9月30日まで
● 営業活動によるキャッシュ・フロー	2,975	3,564
● 投資活動によるキャッシュ・フロー	△674	△2,419
● 財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,156	△721
現金及び現金同等物の増減額	144	423
現金及び現金同等物の期首残高	5,526	4,609
現金及び現金同等物の四半期末残高	5,670	5,032

営業活動によるキャッシュ・フロー

前年同期に比べ5億88百万円増加しました。これは経常利益が増加したことによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー

前年同期に比べ17億45百万円増加しました。新規出店店舗や改装店舗への設備投資により、固定資産取得による支出が増加したことによるものです。

財務活動によるキャッシュ・フロー

前年同期に比べ14億35百万円減少しました。財務活動の結果使用した資金が7億21百万円となったことによるものです。

セグメント情報(要旨)

(単位:百万円)

	スーパーマーケット	その他	合計	調整額	四半期損益計算書計上額
売上高					
外部顧客に対する売上高	61,313	190	61,504	—	61,504
セグメント間の内部売上高又は振替高	26	1,065	1,091	△1,091	—
計	61,340	1,255	62,596	△1,091	61,504
セグメント利益	2,015	79	2,095	△48	2,047

売上高・セグメント利益

スーパーマーケット事業の売上高は、613億40百万円で前年同期に比べ3.6%増加し、セグメント利益は20億15百万円で前年同期に比べ19.2%増加しました。

会社データ

◎ 会社の概要

商号 原信ナルスホールディングス株式会社
設立 1967年(昭和42年)8月
所在地 新潟県長岡市中興野18番地2
Tel:0258-66-6711 Fax:0258-66-6727
資本金 31億5,971万2,610円
上場取引所 東京証券取引所市場第1部
証券コード 8255
従業員数(連結) 1,363人

◎ 主要取引銀行

株式会社第四銀行
株式会社北越銀行
株式会社大光銀行
株式会社八十二銀行
株式会社三井住友銀行
株式会社商工組合中央金庫

◎ 会計監査人

有限責任監査法人 トーマツ

◎ 株式売買単位

100株

◎ 株主メモ

事業年度	4月1日から3月31日まで	(お問合せ先) (郵便物送付先)	〒137-8081
定時株主総会	毎年6月		東京都江東区東砂七丁目10番11号
利益配当基準日	3月31日	(住所変更、単元未満) (株式の買取・買増等) (のお申出先について)	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
中間配当基準日	9月30日		電話 0120-232-711(フリーダイヤル)
株主優待制度	有(年2回)	株主様の口座のある証券会社にお申出ください。なお、証券会社等に口座がないため特別口座が開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である三菱UFJ信託銀行株式会社にお申出ください。	
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社	単元株式数	100株
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部	公告掲載方法	電子広告(ホームページアドレス http://www.hnhd.co.jp/)

◎ 事業の内容

当社グループは、スーパーマーケット事業を主な事業として営んでおります。

◎ 取締役、執行役員および監査役

代表取締役会長 山崎 軍 太 郎
代表取締役社長 原 和 彦
取締役副社長・執行役員 五十嵐 安 夫 (人事・組織・環境統括)
常務取締役・執行役員 小 出 朗 (商品統括)
常務取締役・執行役員 山 岸 豊 後 (経営企画統括)
取締役・執行役員 森 山 仁 (店舗運営統括)
執行役員 関 英 明 (店舗開発統括)
執行役員 丸 山 三 行 (業務システム統括)
執行役員 吉 田 浩 和 (財務経理部長)
執行役員 早 川 仁 (営業企画統括)
執行役員 磯 貝 伸 一 (品質・安全統括)
執行役員 松 田 易 伸 (物流統括)
常勤監査役 高 橋 宏 一 (社外監査役)
常勤監査役 小 山 美 男
監査役 金 子 健 三 (社外監査役)
監査役 細 貝 巖 (社外監査役・独立役員)

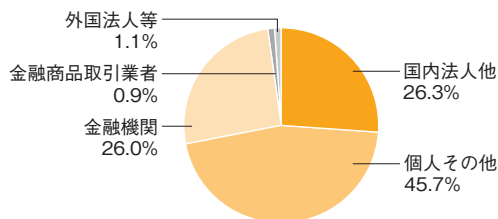
◎株式の状況

発行可能株式総数	38,000,000株
発行済株式総数	18,014,239株
期末自己株式数	11,807株
株主数	7,913名

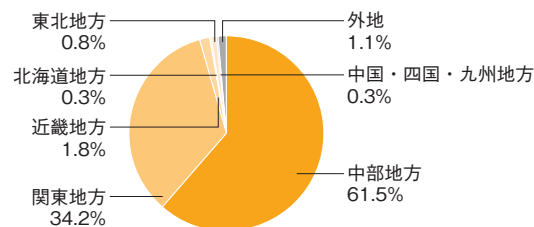
◎大株主(上位10名)

株主名	株式数(千株)	持株比率(%)
原 和彦	1,247	6.9
原 信博	842	4.6
(株)第四銀行	835	4.6
原信ナルスグループ従業員持株会	697	3.8
(株)商工組合中央金庫	540	3.0
(株)三井住友銀行	398	2.2
あいおいニッセイ同和損害保険(株)	368	2.0
原 正樹	368	2.0
原 セツ	320	1.7
ホクト(株)	301	1.6
合計	5,921	32.8

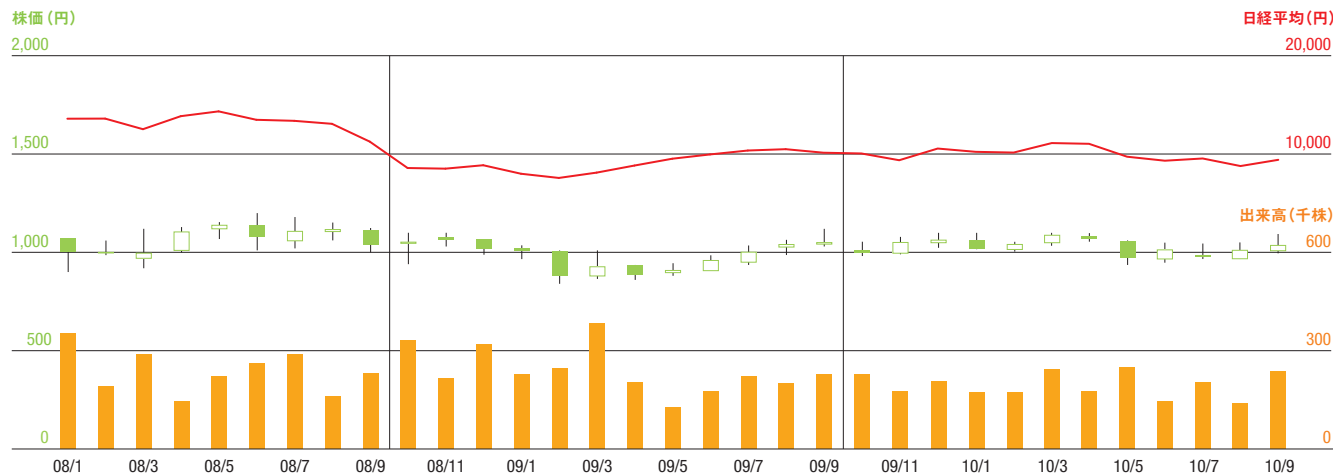
◎所有者別株式の分布状況



◎地域別株式の分布状況



◎株価チャート





Harashin Narus
Holdings

原信ナルス ホールディングス株式会社

新潟県長岡市中興野18番地2 〒954-0193

Tel.(0258)66-6711 Fax.(0258)66-6727

<http://www.hnhd.co.jp/>

ir@hnhd.co.jp

◎株主優待制度

毎年3月31日および9月30日現在の株主名簿に記載または記録された、100株以上を保有される株主の皆様に対して、下記の贈呈基準をもとに、株主優待券(以下「お買い物割引券」と表記します)あるいは株主優待品の中から一点をご選択いただき贈呈いたします。

1. 株主優待制度の内容

- ① 贈 呈 内 容 お買い物割引券または株主優待品のいずれかをお選びいただけます。
各々の贈呈基準は「2. 株主優待制度の贈呈基準」を参照下さい。
(お買い物割引券と優待品の両方を選択することはできません)
- ② 対 象 者 100株以上の株主
- ③ 贈 呈 基 準 3月31日および9月30日現在の株主を対象に年2回実施
- ④ 贈 呈 方 法 対象者に案内書を送付し、案内書に添付された申込書に必要事項をご記入の上ご返送いただき、申込書と引き替えに商品等を贈呈いたします。

2. 株主優待制度の贈呈基準

(1)お買い物割引券 (額面100円)

- | | | | | | | |
|-----------|----------|----------|------|----------|----------|------|
| ① 贈 呈 基 準 | 100株以上 | 500株未満 | 15枚 | 3,000株以上 | 4,000株未満 | 150枚 |
| | 500株以上 | 1,000株未満 | 30枚 | 4,000株以上 | 5,000株未満 | 200枚 |
| | 1,000株以上 | 2,000株未満 | 50枚 | 5,000株以上 | | 250枚 |
| | 2,000株以上 | 3,000株未満 | 100枚 | | | |
- ② 使 用 方 法 一回のお買上金額1,000円以上につき、1,000円ごとに1枚(割引額100円)利用可能
- ③ 使用できる店舗および対象商品 原信、ナルスの直営売場における全商品(ただし専売品・商品券・その他指定商品は除く)
- ④ 有 効 期 限 3月31日現在の株主へのお買い物割引券は、配布日から翌年1月31日まで
9月30日現在の株主へのお買い物割引券は、配布日から翌年7月31日まで

(2)株主優待品の贈呈基準

- | | | | |
|---------|----------|----------|--|
| 贈 呈 基 準 | 100株以上 | 500株未満 | クオカード 1,000円分 |
| | 500株以上 | 1,000株未満 | コシヒカリ 5kg |
| | 1,000株以上 | | 以下の3品より一品お選びいただけます。
コシヒカリ 10kg・米菓セット・洋菓子セット |

