

株主優待のお知らせ

今回、株主優待対象の株主さまのみ、株主優待のご案内と株主優待申込はがきを同封しております。株主優待は当社株式100株以上を継続的に保有している株主さまが対象となります。

継続保有については、毎年4月1日から9月30日までの任意の日および9月30日に株主名簿を確認いたします。

会社情報 (2020年9月30日現在)

会社概要

会社名	綿半ホールディングス株式会社
本店	長野県飯田市北方1023-1
本社	東京都新宿区四谷1-4 綿半野原ビル 03-3341-2766 (代表)
設立	1949年2月18日 (創業1598年)
資本金	10億139万5,812円
従業員数	連結4,499名 (臨時雇用者3,269名含む)

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
基準日	毎年3月31日
配当金受領株主確定日	期末配当金 毎年3月31日
定時株主総会	毎年6月
公告掲載方法	電子公告により行います。 ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。
公告掲載URL	https://watahan.co.jp/e_public_notice/
単元株式数	100株
株主名簿管理人 特別口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
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
連絡先・ 郵便物送付先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 東京都府中市日鋼町1-1 電話 0120-232-711 (フリーダイヤル) 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

株式情報 (2020年9月30日現在)

株式状況

発行可能株式総数	50,000,000株
発行済株式の総数	9,908,037株
株主数	9,285名

所有者別株式分布状況



大株主の状況

	所有株式数 (株)	持株比率 (%)
綿半グループ従業員持株会	939,500	9.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	442,000	4.46
株式会社八十二銀行	400,000	4.03
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	391,400	3.95
昭和商事株式会社	306,000	3.08
元旦ビューティ工業株式会社	300,000	3.02
株式会社綿屋半三郎	295,000	2.97
野原ホールディングス株式会社	291,300	2.94
野原 勇	251,874	2.54
株式会社ヤマウラ	250,000	2.52

※持株比率は自己株式(148株)を控除して計算しております。

綿半ホールディングス株式会社

東京都新宿区四谷1-4 綿半野原ビル
TEL:03-3341-2766 (代表)
<https://watahan.co.jp/>



Watahan Report

綿半レポート

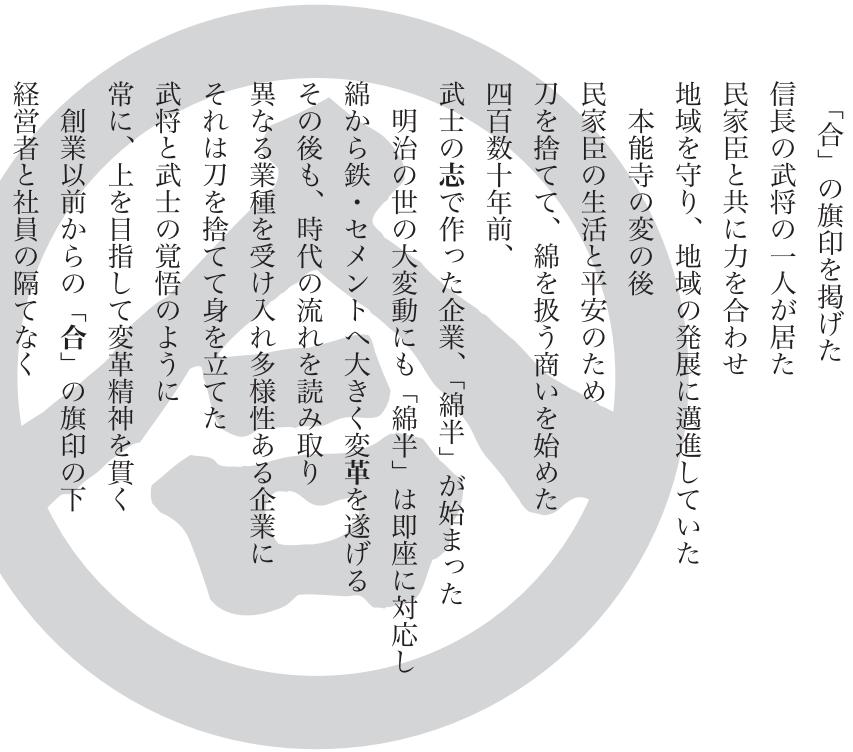
2021年3月期 中間報告書
2020年4月1日 ▶ 2020年9月30日

力を合わせ、分かち合い、響き合う。
「合才の精神」
綿半グループ



力を合わせ、分かち合い、響き合う。 「合才の精神」

「合才の精神」で
力を合わせ、分かち合い、響き合う
社員全員による企業を目指す
経営者と社員の隔てなく
創業以前からの「合」の旗印の下
常に、上を目指して変革精神を貫く
地域社会の活性化と
人々のより良い生活環境構築のために進む
世の平安のために



綿半ブランディング・ストーリー「しかくがっさい志革合才」

「合」の旗印を掲げた

信長の武将の一人が居た
民家臣と共に力を合わせ

地域を守り、地域の発展に邁進していた

本能寺の変の後

民家臣の生活と平安のため

刀を捨てて、綿を扱う商いを始めた

四百数十年前、

武士の志で作った企業、「綿半」が始まった

明治の世の大変動にも「綿半」は即座に対応し

綿から鉄・セメントへ大きく変革を遂げる

その後も、時代の流れを読み取り

異なる業種を受け入れ多様性ある企業に

それは刀を捨てて身を立てた

武将と武士の覚悟のように

常に、上を目指して変革精神を貫く

創業以前からの「合」の旗印の下

経営者と社員の隔てなく

社員全員による企業を目指す

力を合わせ、分かち合い、響き合う

「合才の精神」で

地域社会の活性化と

人々のより良い生活環境構築のために進む

世の平安のために

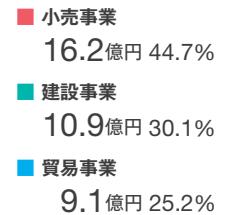
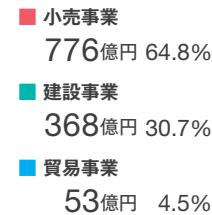
綿半

綿半グループの事業

綿半グループは1598年の創業以来、常に変革を
続け業容を拡大してきました。
現在は持株会社「綿半ホールディングス株式会社」
を中核とし、グループ会社がそれぞれの高い専門性
を活かして、小売事業、建設事業、貿易事業を展開
しています。



事業別構成比





綿半ホールディングス
代表取締役社長
野原 勇

「合才」の精神で、新たな価値を生み続ける企業に。

決算のポイント

	売上高	営業利益／経常利益
2021/3 上期	<ul style="list-style-type: none"> ● 巣ごもり需要や、猛暑下での冷房用品の伸長等が寄与し増収 	<ul style="list-style-type: none"> ● 高利益率商品の好調な推移 ● チラシ・出張費等の経費が減少し増益
2021/3 通期予想	<ul style="list-style-type: none"> ● 改装による一時休業 ● 工期の遅れや受注の減少等が見込まれるため減収 	<ul style="list-style-type: none"> ● 建設事業は減益となるものの、巣ごもり需要による利益率の向上、販管費の削減により増益

地域社会の活性化のため、人々に寄添う企業でありたい

綿半グループの歴史は遡ること1598年、織田信長の武将の一人が本能寺の変の後、刀を捨てて起こした綿商いから始まりました。その後、400年超という長きにわたって、多くのお客さまが必要とさせていただいたのは、経営者と社員の隔てなく、社員全員が力を合わせ、分かち合い、響き合う「合才の精神」を経営理念に、皆さまからの「信頼」に対して貢献をもって応える」経営を続けてきたからです。

2020年は、人も企業も大きな変化を強いられた一年となりましたが、綿半グループはこれまでと変わらず、「世の中の暮らしをよくする」という想いのもと、「合」の旗印を掲げて、地域社会の活性化のために人々の生活に寄添う企業として尽力してまいります。

リアル店舗の存在価値を高め、安定した事業構造に

中期経営計画の2年目にあたる2021年3月期は、引き続き、時代の変化に対応し、景気に左右されない安定・成長性ある事業構造を創り上げていく考えです。

まず、主力の小売事業では、業種・業態を超えた販売競争が激化しており、店舗の強みをより明確にして、リアル店舗の存在価値をより高めることが必要だと考えています。そのため、継続的に行っている店舗の改装では、店内に「いけす」を設けたり、市場から直接魚や野菜を仕入れたりするなど、一層の鮮度向上を図っています。また、店舗のオリジナル総菜の開発を行うなど、店舗それぞれでお客さまの声を拾いながら、地域のお客さまに寄添う「一店舗一経営」の店づくりを強化中です。

さらに4月から、お客さまの利便性を向上させるために、一部店舗で導入したチャージ式プリペイドカード「goca」は、従来のお買物の翌日以降に反映されるポイント還元と比べ、その場で2%値引きされることでお客さまからの評価も高く、固定客獲得の施策として全店舗に導入しました。



方針

時代の変化に対応し、
景気に左右されない
安定・成長性のある事業構造を
創り上げる



事業ポートフォリオの革新
自社の強みを最大限に活かし、
新たな価値を生む事業構造
の構築と事業収益の安定化



デジタル化のさらなる
推進による事業価値の向上



グループ経営管理体制の
整備・強化を継続

**積極的なM&Aが
シナジー効果を発揮し、成長を促す**

業種にとらわれないM&Aも、当社グループの成長をさらに促す施策のひとつです。2018年にグループ入りした綿半ドットコム(旧 アベルネット)が運営する通販サイト「PCボンバー」の販売ノウハウを活用し、グループ全体のインターネット通販への取組みが大きく前進しました。また、ホームセンター商材に限らず、「PCボンバーPRO ショップ」として専門性を高めることで、建設関係者等にも販路を拡大しています。

この10月にはリグナを新たにグループに迎えました。家具・インテリアのオンラインショップ、空間デザイン事業、CG事業を展開するリグナは、これまでの当社グループにない新たな文化を持つ企業です。家具で「世界にときめく空間をつくる」という考えは、2019年に加わったサイエンスホームの木の質感を大事にした家を作るという考えとも相性がよく、早期のシナジー効果が期待できます。

これからも、様々な事業や能力を持つ人が集まり、新しいものを造り上げていく文化を持つ企業を、積極的にグループ内に取り込んでいく方針です。

**建設事業は、景気に左右されない
高収益体制に**

建設事業はもともと景気に左右されやすい事業であるため、当社グループでは、ここ数年間、「メーカー化による高収益体制の追求と提案力の強化」を戦略に掲げ、様々な施策を進めてきました。

また、大型物件については、物件ごとにプロジェクトチームをつくり、工程や原価管理を徹底し、採算性向上に努めていきます。

**貿易事業は、医薬品の安定供給で
患者様に安心を**

貿易事業は、政府が薬価改定において大幅な薬価引下げを行うなど、市場全体を抑制する施策が推進されているなか、収益性向上のために新たな取扱商品を増やすとともに、販路も拡大する必要があると考えています。そこで、「既存の顧客・取引先リレーションを活かした事業の垂直・水平拡大」を戦略に掲げて、施策を進めています。

**積極的な地域貢献と、
継続的かつ安定的な株主還元を実行**

当社は長野県の一企業として、地域の皆さまのお役に立つことがあれば率先して行うべきと常に考えています。今回のコロナ禍においても、非常に大きな影響を受けられた地域の旅館・ホテルや飲食店のお料理を当社グループ店舗にてテイクアウトで販売したり、セルフレジの増設や、インターネット通販で注文した商品の店舗受取りサービス「わたピック・わたドラ^{※1}」の開始など、微力ながら私たちにできることから進めてきました。

株主還元につきましては、期末配当を2021年3月期上期の業績が当初の予想を上回り、堅調に推移していることから、従来予想の1株当たり17円から1円増額し、18円の予定としました。引き続き、安定配当を基本に、業績と連動して増配していきたいと考えています。

綿半グループは、長い歴史の中で着実に歩みを進めてきました。今後も安定的に成長し、社会や環境の変化に左右されない、独自の経営手法で一步一步着実に進んでいく所存です。

株主の皆さまには今後とも引き続きご支援賜りますよう、よろしくお願いいたします。



※1 綿半オンラインショップでお買い上げいただいた商品を、ご希望の綿半スーパーセンターのサービスカウンターで受け取る「わたピック」、駐車場でご乗車のまま受け取る「わたドラ」の2種類のサービスです。

2021年3月期配当金(予定)

1株当たり年間18円



※2 2020年10月1日付けで普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施いたしました。2016年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、年間配当金を算定しております。

小売事業

当上期の概況

巣ごもり需要によりDIY用品、インテリア用品、園芸用品等が好調に推移したことや、猛暑下での冷房用品の伸長などが寄与し、売上高は消費税増税前の特需があった前年同四半期を上回る408億66百万円(3.6%増)となりました。また、DIY用品や園芸用品など、利益率の高い商品の売れ行きが好調であったことに加え、仕入ルート開拓による原価低減や、チラシの削減等が寄与し、セグメント利益は17億27百万円(96.9%増)となりました。



成長戦略

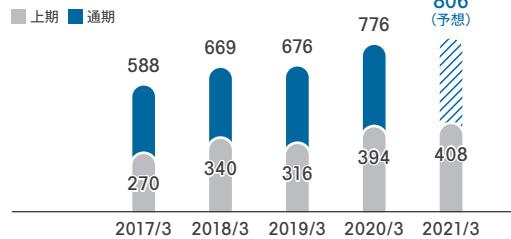
リアル店舗の存在価値向上

店内へのいけす導入や、市場から直接魚や野菜等を仕入れる体制を強化して、一層の鮮度向上を図っています。また、「一店舗一経営」を掲げ、寺子屋教室や寄せ植え教室等の開催、店舗オリジナル総菜の開発を行うなど、店舗それぞれがお客様の声を拾い、地域特性を活かした店舗づくりを展開しています。

インターネット通販の強化

綿半ドットCOMの通販サイト「PCボンバー」の販売ノウハウを活用した、プロ向け建設資材の販売を行っています。また、戸建木造住宅を展開するサイエンスホームとも連携し、仕入を共有化することで住宅建材の品揃えを増やし、販売網を拡大しています。新しくインターネット通販でデザイン性の高い家具を販売するリグナも加わり、一層の販売網拡大を進めていきます。

売上高(億円)



※一部セグメントの振替有

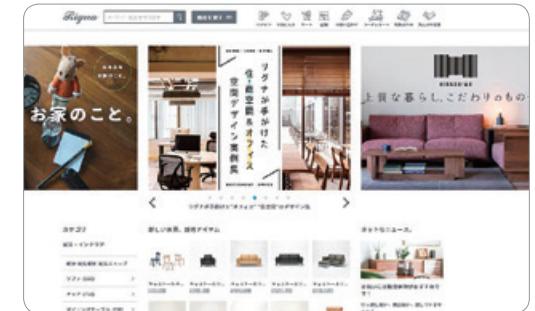
セグメント利益(億円)



TOPICS

2020年10月 リグナ株式会社が綿半グループ入り

リグナは、家具・インテリアのオンラインショップ・自社店舗を通じた販売事業、空間デザイン事業、CG事業などを行っています。2003年に設立され、『世界にときめく空間をつくる』というミッションのもとに家具、インテリア領域において確固たる地位を築いてきました。特にオンラインショップであり、ブランドでもある【Rigna】は高い知名度を有し、ドラマ、映画等の各メディアからのご依頼も多く、お客さまに愛されています。



オンラインショップ「Rigna」

今後は、両社の長年培った経営資源や強みを相互活用することにより、取扱商品の拡充、仕入機能の強化、インターネット通販のノウハウやシステム基盤の共有を図り、綿半グループの更なる企業価値向上を図ります。

おこし 綿半フレッシュマーケット起店 10月17日オープン

愛知県一宮市にスーパーマーケット業態として14年ぶりの新規出店をいたしました。

当店は、シェフが経営するお店です。市場から直接仕入れた新鮮な食材を、シェフ考案の店舗オリジナルレシピで調理し、四季折々の旬なお総菜をお客さまにお届けします。また、子どもたちが来なくなるお店づくりをコンセプトに、鮮魚売場ではマグロの装飾や「いけす」で活魚を販売するなど、楽しみながらお買物ができる空間を提供



します。

今後も綿半グループのシナジーを活かし、店舗展開を加速させていきます。

建設事業

当上期の概況

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、営業活動が制限されたことで受注高が前年同四半期比55%減少したうえ、工事の延期が発生したことにより、売上高は146億43百万円(11.0%減)となりました。

利益面では、前年同四半期に比べ工事の採算性が改善したことやリモート会議の活用により交通費等の経費を大幅に削減したことで、セグメント利益は5億18百万円(759.5%増)となりました。



成長戦略

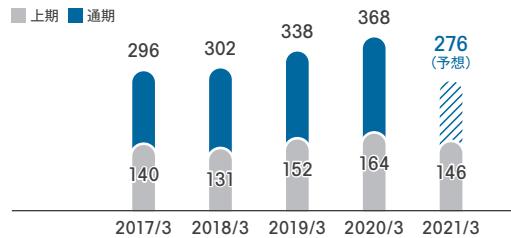
メーカー建設業への変革

岐阜に技術センターを設置し、自走式立体駐車場や、屋根改修の新工法、アルミ大型断熱サッシの新商品「GLAMO」等、価格競争力のある商品の開発を推進しています。

工場の自動化による生産性の向上

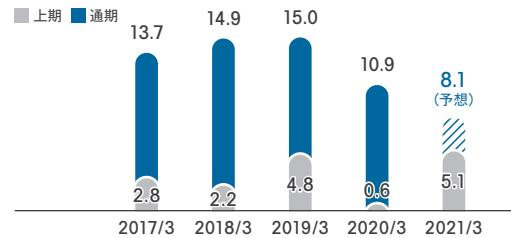
将来の人手不足に対応し、鉄構工場に梁鉄骨の組立・溶接を自動で行うロボットを導入し、自走式立体駐車場の内製化を進めるなど、収益性の向上に努めています。また、ミャンマーに設置したCADセンターとの連携を強化し、設計から製造まで効率的な物件管理を行うことで生産性の向上を図っています。

売上高(億円)



※一部セグメントの振替有

セグメント利益(億円)



貿易事業

当上期の概況

世界的な新型コロナウイルス感染拡大や中国の豪雨災害が続く中、海外からの仕入リスクが高まる中、「取扱原薬数を倍にする体制整備」「自然派・オーガニック商品の拡販」「海外仕入先の拡大」を重点施策として推進するとともに、海外仕入先からの原料確保と原薬製造の安定化・高品質化に取組み、収益確保に努めてまいりました。当第2四半期連結累計期間における業績は、在庫の確保に注力したことや販売先からの前倒し出荷要請により、売上高は32億43百万円(15.0%増)、セグメント利益は5億92百万円(12.3%増)となりました。



成長戦略

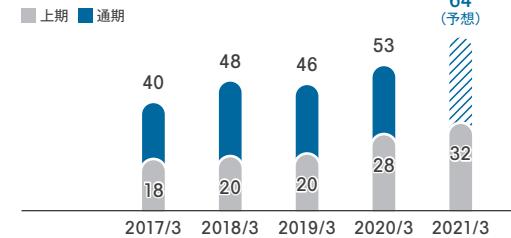
原薬製造の安定化・高品質化

主力商品であるヒト尿由来の不妊治療薬は、安定的に高品質な原料を精製する事で販路を拡大し、市場シェア率100%を目指しています。

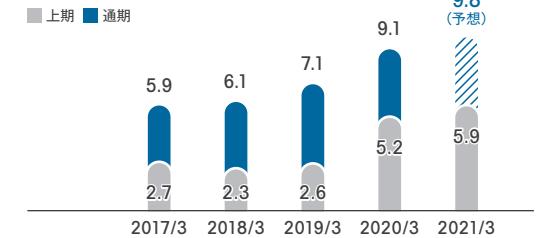
自然派オーガニック商品の拡販

新商品の販売には許認可の取得に長期の時間を要するため、化成品だけでなく食品にも幅を広げて継続的に自然派オーガニック商品の開拓を進めています。

売上高(億円)



セグメント利益(億円)

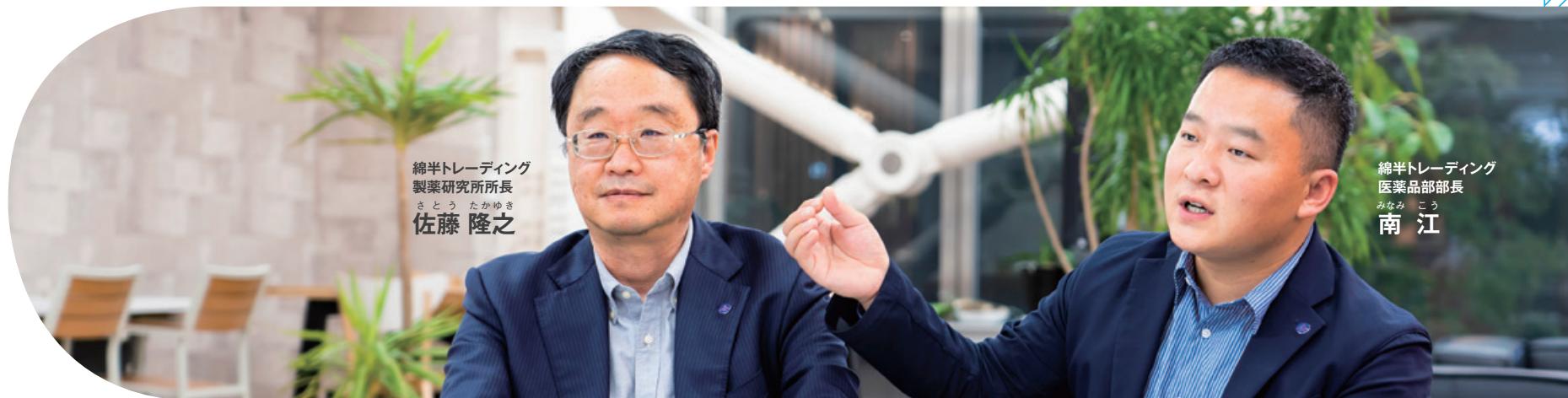


CLOSE UP

不妊などに悩む方々に 安心・安全な医薬品を提供し続けます

貿易事業

綿半トレーディング株式会社



綿半トレーディング
製薬研究所長
さとう たかゆき
佐藤 隆之

綿半トレーディング
医薬品部長
みなみ こう
南 江

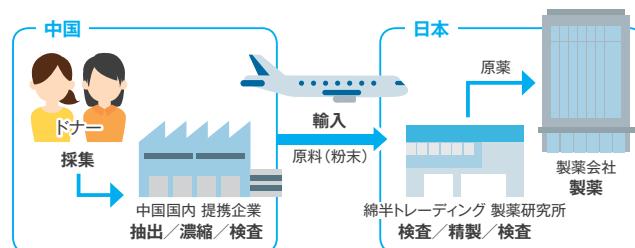
不妊治療薬に使用する 自然由来のホルモン原料で高シェア

佐藤 当社製薬研究所では、医薬品原薬の製造と、輸入した原薬や化成品原料の品質試験を業務としており、当社取扱商品の有効性や安全性を担保しています。医薬品原薬としては、不妊治療において卵胞を成長させるホルモン剤の原料である、ヒト下垂体性腺刺激ホルモン(HMG)・精製下垂体性腺刺激ホルモン(FSH)、ヒト絨毛性腺刺激ホルモン(HCG)を製造しています。

HMGとFSHは閉経期の婦人尿を原料とするため、人口が多く、管理ができる環境が整っていることが必要です。また、自然由来の原料のため高温による劣化が早いことから、適した気候である中国で集尿し、濃縮、溶媒抽出した粉末を輸入しています。また、成長した卵胞の排卵を誘発させるホルモン原料であるHCGは、妊婦尿から抽出するため、これも中国から輸入しています。

南 尿を提供してくださるドナーは、中国の企業を通じて募集し、健康状態をしっかりと管理した上で、毎年、契約更新しています。そのドナーから毎日尿を回収し、各集尿ステーションで1日あたり約30トンの尿を吸着剤に吸着させて濃縮したものを、中国の工場アルコールを使って溶媒抽出してさらに濃縮します。1カ月分の原料も、当社に届くときにはわずか1kg程度の粉末になっているという、希少なものといえます。

佐藤 さらに製薬研究所において、出発原料から7,000万～50,000万分の1の量まで精製を行い、純度の高い原薬を製造しています。中国の工場に加えて、国内の製薬研究所



でも、肝炎ウイルスやHIVウイルス等が混じっていないかを再検査した上で、製薬会社で製剤化され、不妊治療薬に使われています。

南 不妊治療に使われるホルモン剤は、当社が提供している自然由来のもののほか、遺伝子組み換え製剤と輸入製剤があります。国内の自然由来製剤のうち約7、8割を当社の製造原薬が占めており、当社がこの市場の大半を担っています。

不妊に悩む方々に向けて、安定供給を

南 菅政権が不妊治療にも保険適用を進める方針を表明し、今後治療を希望される方が増える可能性は考えられます。しかしながらすぐに製造量を大幅に増やすことは、当社の製造能力だけの問題ではなく、自然由来であることや、気候的にも採取が秋口から翌年の初夏までに限られることもあって、簡単ではありません。

佐藤 人口、原料の管理体制や衛生面などから考えても、中国以外から調達することは今のところ現実的ではありません。欧州の同様の企業でも、中国から原料を調達しています。その一方で、遺伝子組み換えによる製剤への抵抗感根強いものがあり、価格が高いことから、自然由来のものがより求められていると考えています。そこで、製薬研究所では新規の製造方法の研究開発を進め、より少ない原料から多くの原薬を製造する製法を追究しています。

南 不妊に悩まれているご夫婦が増加している中、この分野に携わってきた第一人者として、安定供給を続ける責任を強く感じています。また、当社は他にも競争力の高い製品を扱っており、現在注力している後発医薬品とともに、将来的には、製剤の輸入や受託製造も視野に準備を進めている最中です。ニッチな市場において安全、安心な品質にこだわりながら、新規の取引先を獲得し、持続的な成長を目指していく方針です。

社外取締役の視点

地域にしっかりした根っ子を持ち 人の心や、力を束ねる

綿半ホールディングス 社外取締役
萩本 範文

飯田に「根っ子」を持ち 地域に根付いて人々を育む企業になるために

2018年から社外取締役に就任しましたがその少し前、野原社長と会う機会がつけられました。

「企業には根っ子が必要で、その根っ子は、それを育んだ場所にある。自分は飯田には縁が少ない。しかし、綿半のルーツは飯田にあり、飯田に根っ子を持つ社長になりたい。飯田のことをよく知り、飯田で長く経営に携わった人から、それを学びたい。」

その言葉に私は感動し、取締役になることを決意しました。飯田という町には、昭和初期に大変な不況に見舞われる悲惨な歴史がありました。それは、地域に産業力、経済力



がなかったからでした。私の前職場（多摩川精機株式会社）は、そうした地域の窮状を救おうと志した人の創った会社でした。私はその会社に50年ばかり勤め、そのうちの20年ばかり社長、副会長など、企業経営の先頭に立ちましたが、バブル崩壊、金融危機、超円高、リーマンショックがあり、決して順風満帆の時代ではありませんでした。

綿半の400年を超える歴史に比べれば、ほんの一瞬のような気はしますが、それでも、戦後経済の中ではとても大変な時代を企業経営の先頭に立ち、私はいつも考えていました。企業とは詰まるところ、人の集団であること。企業という、固い存在があるのではなく、常に変化する柔らかい人の集まりだ、ということでした。企業は大きくなると、

企業そのものが存在であるように錯覚しますが、実は毎日変化する人の集まりなのです。

人には心があり、暮らしがあります、根っ子があるのです。企業は生まれたところに、生まれた理由があり、それを育む土があり、育てられる力があるものだと思います。

苦境下で人の心や力を束ねる「合才」の精神

企業も歴史が長くなれば、栄枯盛衰、いろいろな場面に遭遇します。でもその時、その苦難を乗り越える力は、人の心であり、人の力であり、それを束ねることのできる企業の理念だと思います。今、野原社長は「合才」という言葉を、経営理念として蘇らせました。それこそが、私の思う「人の心や、力を束ねること」だと思います。

今、戦後最大の苦難とも言われ始めたコロナ禍で大変な時代にありますが、これとて400有余年の歴史の中には幾度となくあったことで、それを乗り越えてきた精神は、まさに「合才」だったのだと思います。

こうした事態をまるで予感していたかのように、新たな綿半の挑戦が始まっています。こんな会社のお役に立てることを誇りに思いますし、精一杯の力を発揮したいと思います。

「町一番」を目指してほしい

綿半には、ぜひ「町一番の小売店」を目指してほしいと思っています。海外の古いことわざに、こんな話があります。ある時、ある町を訪れると三軒の床屋があった。「世界一を目指す」と言う床屋、「国一番を目指す」と言う床屋。そして、「この町一番を目指す」と言っている床屋。しばらく

して、再びその町を訪れたら、「町一番を目指す」と言っていた、その床屋だけが残っていた。

それは、顧客・消費者に寄り添い、肌の温度までも感じとり、町中の誰からも愛され、信頼される床屋だったからだ。というお話ですが、綿半の歴史もまた、まさにそうであったし、これからもそうあってほしいと思います。

外部からこそその視点を 綿半の目指すバランス感覚に活かす

ただ、社外取締役は、余り日常的なことに入り込みすぎないように、少々スタンスを取って、日常業務を見守りたいと思っています。余りに日常的になりすぎますと、近視眼的になり、遠くが見えにくくなります。

時代の変化、人の心の変化、それが綿半の事業にどうかかわるだろうか。綿半の経営者が将来のどこに焦点を当て何をしたらいいか、地域の人々の心に何が響くか。飯田に身を置き、地域と一体になって生きる人間の感覚を伝えたいと思います。

これまでずっと、日本は東京へと一極集中してしまい、有為な若者までもがどんどん上京し、地方から離れてしまっています。これで日本の繁栄につながるのだろうか、私は心配しています。過密と過疎がいきすぎた、いびつな社会にはその先に限界が来るような気がしています。

綿半の目指す、バランス感覚こそ新しい時代に相応しいものと確信し、日常的でない新しい経営の在り方について、取締役の皆さんと論議していきたいと思っています。

どうぞご縁をいただき、多くの皆さまのご支援をこれからもお願いいたします。