



2021年12月28日

各 位

会社名 株式会社ヒマラヤ  
代表者名 代表取締役会長兼社長 小森 裕作  
(コード番号 7514 東証・名証第1部)  
問合せ先 取締役管理本部長 三井 宣明  
(TEL 058-271-6622 (代表))

**新市場区分「プライム市場」選択申請及び  
上場維持基準の適合に向けた計画書の提出についてのお知らせ**

当社は、2022年4月に予定されている株式会社東京証券取引所（以下、東京証券取引所といいます。）の市場区分の見直しに関して、本日プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。また、当社は、移行基準日時点（2021年6月30日）において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点（2021年6月30日）におけるプライム市場の上場維持基準の適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出した、「株主数」「流通株式数」「流通株式比率」「1日平均売買代金」は適合しておりますが、「流通株式時価総額」については、49.8億円と適合しておりません。

しかしながら、当社がプライム市場に移行することは、当社の事業価値を向上させ、持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現のために必須と考えているため、「流通株式時価総額」に関し、上場維持基準を充たすための施策に取り組んでまいります。

なお、計画期間については、当社の中長期経営戦略目標に基づく『5ヵ年中期計画』（2022年8月期～2026年8月期）、及び当該期間の2024年8月期までの3ヵ年部分に相当する『中期経営計画』（2021年9月28日公表）により構成される『中期経営計画等』の達成結果の反映時期を踏まえ、2026年8月期末までといたしました。

2. 上場維持基準適合に向けた基本方針、課題及び取り組み

プライム市場上場維持基準の充足に向けた当社株式の時価総額、及び流動性の向上にかかる当社の具体的な取り組みについては、添付の『新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書』に記載のとおりです。

以 上

# 新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

2021年12月28日

株式会社ヒマラヤ

(証券コード：7514)

**HIMARAYA**

## アジェンダ

- 上場維持基準の適合状況 3 ページ
- 上場維持基準適合に向けた基本方針及び計画期間 4 ページ
- 流通株式時価総額の向上に向けた取り組み 5 ページ
  - 中期経営計画等の目標利益の達成 6 ページ
  - 流通株式時価総額と中期経営計画等の目標利益との相関 7 ページ
  - 参考：中期経営計画の進捗状況（2022年8月第1四半期） 9 ページ
  - 資本効率を重視した経営管理 13 ページ
  - 改訂CGコードに対応したコーポレートガバナンスの強化 14 ページ
  - 株主還元策の検討 15 ページ
  - 流動性向上のための取組 17 ページ
- ご参考：2022年8月期～2024年8月期中期経営計画（抜粋） 19 ページ

## 1. 上場維持基準の適合状況

当社の移行基準日（2021年6月30日）におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況

	プライム市場 上場維持基準	当社の状況 <sup>※1</sup>	判定	最新の状況 (当社試算 <sup>※2</sup> )
流通株式 時価総額	100億円以上	<b>49.8億円</b>	×	<b>63.0億円</b>
株主数	800人以上	11,036人	○	—
流通株式数	20,000単位以上	49,435単位	○	—
売買代金	1日平均 0.2億円以上	0.28億円	○	—
流通株式 比率	35%以上	40.1%	○	47.1%

※1. 「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」（株式会社東京証券取引所より、2021年7月9日付 受領）

※2. 流通株式時価総額は、2021年9月13日～12月10日の当社株価の平均値と2021年12月10日時点の流通株式比率を基にした当社試算値です。

なお、流通株式比率は、2021年8月末時点の当社の株券等の分布状況等を基に、政策保有株主等から個別に報告を受けた保有状況の変更事項を反映の上、算出しているため、株式会社東京証券取引所の確認未了の内容が含まれております。

## 2. 上場維持基準適合に向けた基本方針及び計画期間

当社は、中長期経営戦略目標に基づき、2026年8月期を最終年度とする「5ヵ年中期計画」を策定し、当該期間のうち2024年8月期までの3ヵ年に相当する「中期経営計画」を公表しております。

(以降、これらを「中期経営計画等」といいます。)

これらの「中期経営計画等」の5ヵ年計画をベースに、基本方針及び計画期間を設定し、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画（以降、「本計画」といいます。）を策定いたしました。

### ◆ 計画期間

「中期経営計画等」の達成結果の反映時期を踏まえ、**2026年8月期末まで**といたしました。

### ◆ 基本方針

①当期純利益、②PERの2つの観点より時価総額の向上を図ります。

③当社株式の流動性向上についても十分に配慮を行いながら、流通株式時価総額の向上を図ります。

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; background-color: #003366; color: white; padding: 10px; width: 150px; margin: 0 auto;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">①</p> <p style="text-align: center; margin: 0;">当期純利益</p> </div>	×	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; background-color: #003366; color: white; padding: 10px; width: 150px; margin: 0 auto;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">②</p> <p style="text-align: center; margin: 0;">PER (株価収益率)</p> </div>	×	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; background-color: #003366; color: white; padding: 10px; width: 150px; margin: 0 auto;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">③</p> <p style="text-align: center; margin: 0;">流通株式比率</p> </div>	=	<p style="margin: 0;">流通株式 時価総額 (上場維持基準 100億円)</p>
<p style="margin: 0;"><b>計画</b></p> <p style="margin: 0;"><b>17.5</b>億円(2024年8月期) ×</p> <p style="margin: 0;">計画期間末：20.0億円(2026年8月期)</p>		<p style="margin: 0;"><b>想定</b></p> <p style="margin: 0;"><b>12.2</b>倍 ×</p>		<p style="margin: 0;"><b>当社試算値</b></p> <p style="margin: 0;"><b>47.1%</b> =</p> <p style="margin: 0;">2021年12月10日時点の当社試算値</p>		<p style="margin: 0;"><b>目標※</b></p> <p style="margin: 0;"><b>100</b>億円以上</p>

※2024年8月期の当期純利益17.5億円の達成と2021年6～8月末までの予想PERの平均値12.2倍により適合可能と考えております。

また、本計画期間末(2026年8月期)の当期純利益20億円の達成により、同期間の予想PERの最低値10.4倍でも適合可能と考えております。

### 3. 流通株式時価総額の向上に向けた取り組み

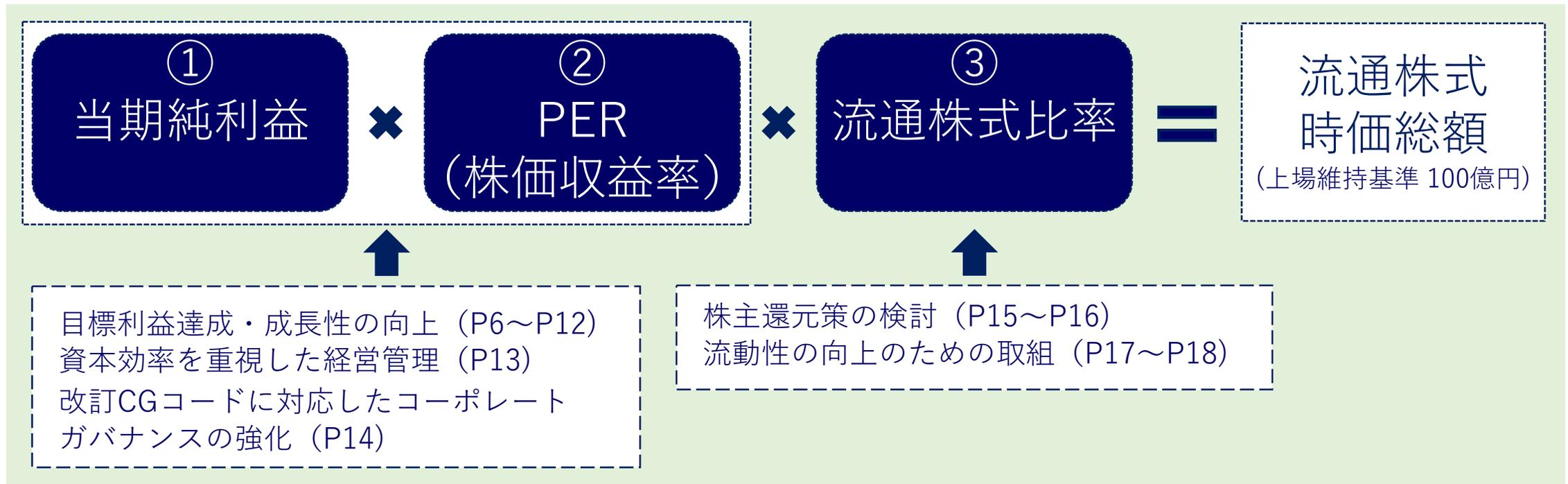
#### ◆ 時価総額向上に向けた課題及び取り組み

当社株式の時価総額向上のためには、『**中期経営計画等の目標利益の達成**』と、『**企業価値を向上させるための取り組み**』が必須の課題と捉えております。

当該課題を解決するため、①**当期純利益**と②**PER（株価収益率）**の2つの観点から取り組んでまいります。

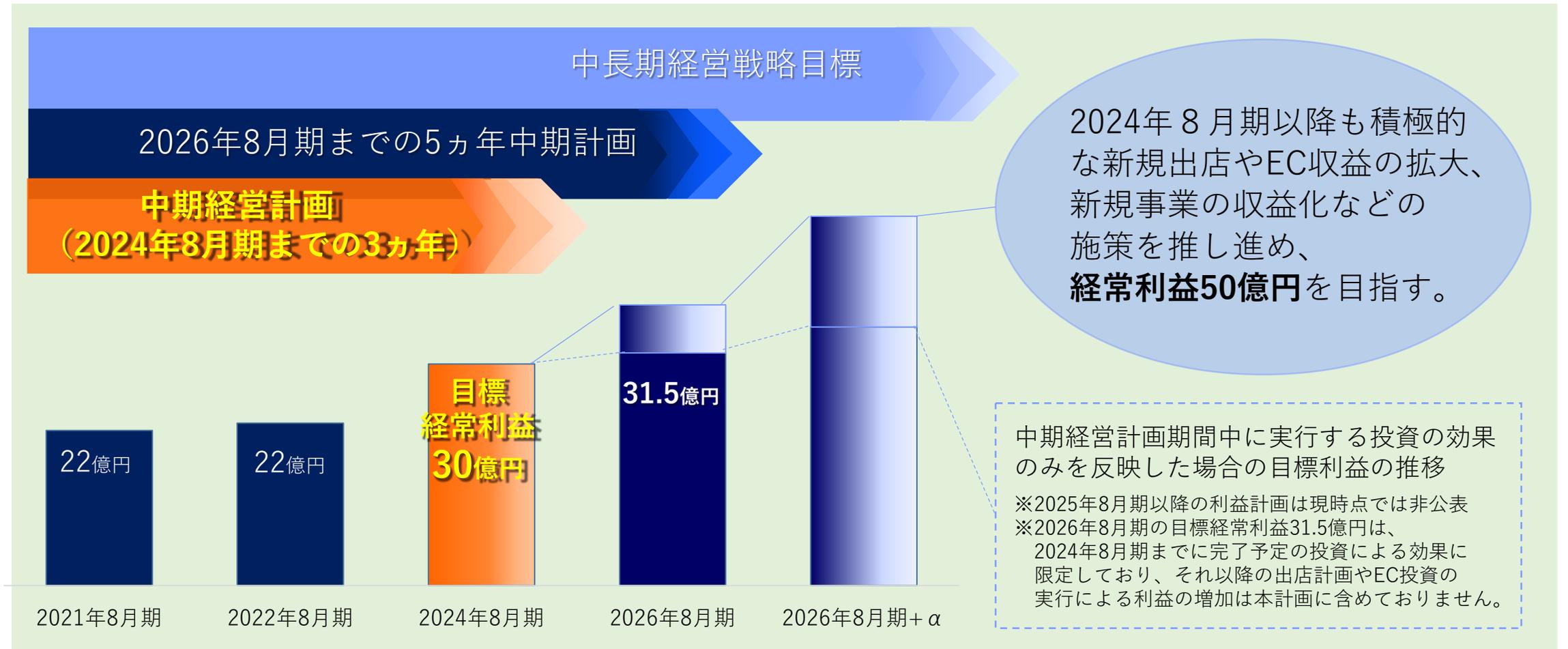
#### ◆ 流動性向上に向けた課題及び取り組み

当社株式の③**流動性**を向上させるために、**株主還元策を始めとする施策**に取り組んでまいります。また、政策保有株主等が保有する**非流通株式に関する対応方針**を明確にしてまいります。



## 4. 中期経営計画等の目標利益の達成

当社は、中長期経営戦略目標として経常利益50億円を掲げており、2026年8月期までの販売計画・投資計画等に基づく「5ヵ年中期計画」等を、その実現にむけたロードマップとして位置付けております。本計画では、これらを「中期経営計画等」とし、2026年8月期の経常利益目標を31.5億円に補正しております。



## 5. 流通株式時価総額と中期経営計画等の目標利益との相関

①「中期経営計画等」の目標利益、②想定PER及び③現状の流通株式比率（当社試算）を基に算定した本計画上の流通株式時価総額（①×②×③）の試算値は、下表のとおりです。

- 2024年8月期の当期純利益17.5億円の達成により、上場維持基準への適合可能と考えております。
- 加えて、PERの向上を図ることにより、上場維持基準適合までの期間短縮に努めてまいります。
- また、株式市況の動向や社会情勢等の外部要因による当社PERの一時的な低下を想定しても、本計画の最終年度である2026年8月期の当期純利益20億円の達成により適合可能と考えております。

◆ PER12.2倍（2021年6月～8月末での予想PERの平均値）を基に算定した試算値

単位:百万円

年度	経常利益	① 当期純利益	② PER(倍)	①×② 時価総額	③ 流通株式比率 <sup>※1</sup>	①×②×③ 流通株式時価総額 <sup>※2</sup>
2021年8月期（実績）	2,215	1,412	—	15,462	40.1%	6,200
2022年8月期（計画）	2,250	1,440	12.2	17,568	47.1%	8,275
2024年8月期（計画）	3,000	1,750	12.2	21,350	47.1%	10,056
2026年8月期（計画）	3,150	2,000	12.2	24,400	47.1%	11,492

※1. 流通株式比率は2021年8月期は移行基準日（2021年6月30日）の通知書の値、2022年8月期以降は12月10日時点の当社試算（47.1%）により算定しております。

※2. 2026年8月期の当期純利益20億円の達成により、2021年6月～8月の予想PERの最低値10.4倍を想定しても、

20億円（当期純利益）×10.4（想定PER）×47.1%（当社試算の流通株式比率）=約100億円により、流通時価総額100億円への適合可能と考えております。

※3. 2021年6月から8月の3か月間の予想PERの最高値14.4倍に2024年8月期の当期純利益17.5億円を乗じた約250億円が中期経営計画上の目標時価総額となります。

## 5. 流通株式時価総額と中期経営計画等の目標利益との相関

### 【本計画の想定PERの考え方】

本計画における想定PER（12.2倍）は、2021年9月28日公表の「中期経営計画」策定時の前提条件、流通時価総額の算定期間等を勘案し、2021年6月から8月の3か月間の予想PERの平均値としました。また、同期間の最低値（10.4倍）を用いることにより、保守的な観点での試算も行っております。その他、当社の収益力を図るにあたり参考となると考えられるPERを以下のとおり例示いたします。これらとの比較においても、本計画における想定PERは合理的な範囲内にあるものと考えております。

### 本計画上の参考PER

<b>当社予想PER①</b> （2021年6月～12月10日の平均、当社試算）	<b>11.0倍</b>
<b>同業他社予想PER</b> （上記と同期間、当社試算）	<b>14.7倍</b>
<b>当社予想PER②</b> （2018年12月～2021年12月10日の3年間の平均、当社試算）	<b>22.3倍</b>
<b>東証一部小売業平均PER</b> （2021年11月、株式会社東京証券取引所公表資料より）	<b>42.8倍</b>

## 6. 参考：中期経営計画の進捗状況（2022年8月第1四半期）

### 売上高

-実績- / -予想-  
**13,232** / **59,500**  
 進捗22.2%(47.3%)

### 営業利益

-実績- / -予想-  
**475** / **2,100**  
 進捗22.6%(95.1%)

### 経常利益

-実績- / -予想-  
**548** / **2,250**  
 進捗24.4%(99.7%)

### 当期純利益

-実績- / -予想-  
**338** / **1,440**  
 進捗23.5%(94.1%)

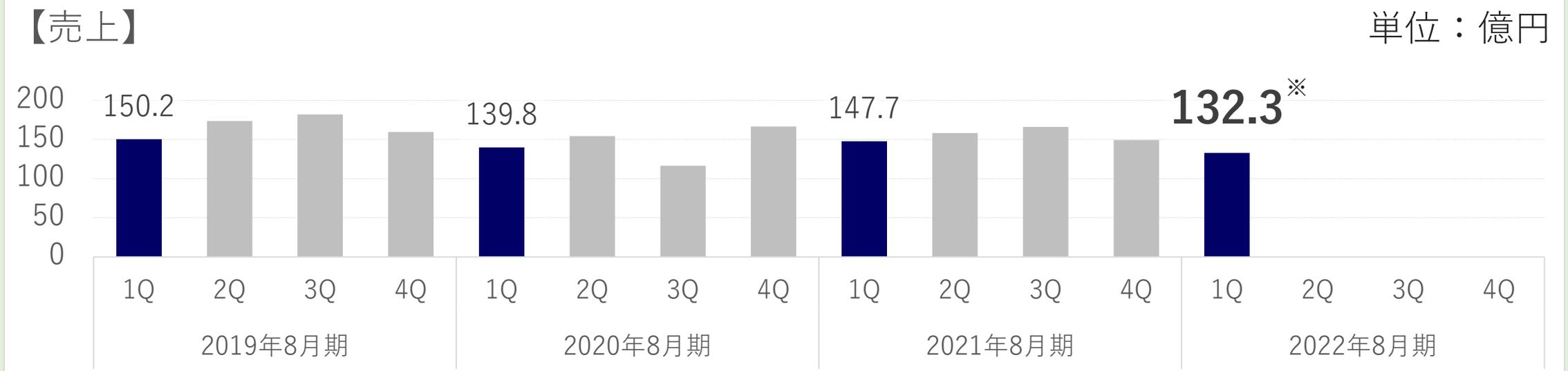
**黒字**… 2022年8月期通期の業績予想

**赤字**… 2022年8月期第1四半期の実績

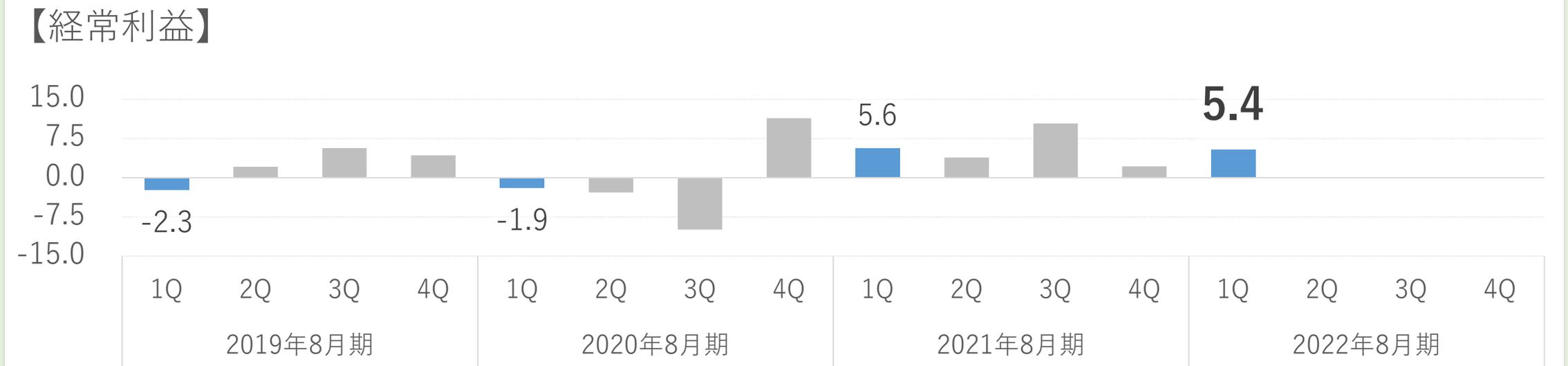
進捗… 通期の業績予想に対する当第1四半期時点の進捗率

( ) … 2022年8月期上期の業績予想に対する当第1四半期時点の進捗率

## 6. 参考：中期経営計画の進捗状況（2022年8月第1四半期）



※ 当第1四半期より収益認識基準を適用しております。2021年8月期以前の数値は本基準適用前の数値となります。



## 6. 参考：中期経営計画の進捗状況（2022年8月第1四半期）

### TOPIC1 (業績の状況)

中期経営計画初年度の第1四半期決算は堅調な滑り出しとなりました。

- 9月度は緊急事態宣言等により売上が落ち込んだものの、実績は**売上高132.32億円、経常利益5.48億円（前期比97.7%）、四半期純利益3.38億円（同112.3%）**
- **EC売上は前期比108%**（社内管理数値ベース）と概ね計画どおりの順調な推移
- オペレーション強化の奏功により、価格競争を回避し**粗利率が改善**

### TOPIC2 (IRの強化等)

- プライム市場に関する適合計画書の提出（2021年12月28日公表）
- 株主アンケートと記念優待による株主との対話と還元への取り組みの拡充（同上）
- 決算説明資料を当期より毎四半期ごとに開示（同上）

### TOPIC3 (ガバナンス強化)

- 社外取締役として女性役員を登用
- 取締役、次世代経営層の従業員を対象に譲渡制限付株式報酬制度を導入
- サステナビリティ委員会によりTCFDの取り組みに向けての検討開始

## 6. 参考：中期経営計画の進捗状況（2022年8月期上期施策の進捗状況）

### 【店舗関連】

店舗環境戦略  
出店戦略

- 2022年春、関東地方に大規模店の新規出店決定
- 2021年11月26日に名古屋市大須地区に新業態を出店
- 主力店舗を中心に大規模リニューアルを計画中
- 新規事業開発関連の取り組みは継続進行中

### 【販売（商品）】

MD戦略

- オペレーションの強化により粗利率が改善
- PBのブランディングや新規開発についても進行中
- 専門業態開発に向けた新規MDを開発中
- デジタルマーケティングとMD施策が連動した企画の実行

### 【販売（EC）】

DIGITAL/EC戦略

- EC売上が前期比108%（社内管理数値ベース）と引き続き順調に推移
- メンバーシップアプリのプログラムへの投資を実行
- SNS等へのデジタルマーケティング活動の開始

## 7. 資本効率を重視した経営管理

### ◆ ROE

中期経営計画上の投資実行による費用の先行計上の影響を受けるものの、現状水準の維持に努めます。

### ◆ ROIC

現時点においては、新規出店等に伴う投資実行・緊急事態宣言の発令等による不測の資金需要を想定し、手許資金の確保を優先しているものの、ROEと同様に重要指標と捉えており、最適な資金調達方法を模索しながら適宜改善を図ってまいります。

	実績			中期経営計画		
	2019年 8月期	2020年 8月期	2021年 8月期	2022年 8月期	—	2024年 8月期
当期純利益（百万円）	587	-789	1,412	1,440	—	1,750
純資産（百万円）	14,777	13,909	15,119	16,313	—	19,160
ROIC（%）	2.8	-1.4	5.2	5.8	—	7.5
ROE（%）	4.0	-5.5	9.7	9.2	—	9.5
期末時価総額（百万円）	9,770	10,953	15,462	—	—	—

## 8. 改訂CGコードに対応したコーポレートガバナンスの強化

当社は、改訂CGコード※等に対応して以下の取り組みを行っております。

- 機関投資家向けに議決権行使プラットフォームを利用可能とする
- 海外投資家に向けた英文での情報開示・提供
- サステナビリティ委員会によりTCFDに向けた取り組みの開始
- 独立社外取締役を3分の1以上選任の上、女性取締役を登用
- 譲渡制限付株式報酬制度を取締役と従業員（室長・部長職以上）に導入

【参考】プライム市場の上場企業のみを対象とする原則・補充原則

- 1 - 2 ④ : 少なくとも機関投資家向けに議決権行使プラットフォームを利用可能とすべき
- 3 - 1 ② : 開示書類のうち必要とされる情報について、英語での開示・提供を行うべき
- 3 - 1 ③ : TCFD又は同等の枠組みに基づく開示の質と量の充実を進めるべき
- 4 - 8 : 取締役会において独立社外取締役3分の1以上を選任すべき
- 4 - 1 0 ① : 指名委員会・報酬委員会について独立社外取締役過半数を基本とし、独立性に関する考え方・権限・役割等を明らかにすべき

※改訂コーポレートガバナンス・コードの略称

## 9. 株主還元策の検討 ▶ 配当政策・株主優待制度

### 配当政策

株主の皆様への利益還元を経営上の重要課題の一つと考え、以下の施策を行っております。

- 業績の伸長に合わせ、配当性向・経営基盤強化のための内部留保等を総合的に勘案の上、長期的な視点に立ち、安定的かつ継続的な利益還元を行うこと
- 年2回（中間配当と期末配当）の剰余金の配当を行うこと

### 株主優待制度

当社の株式を100株以上ご所有の株主様に対し、ご優待値引券を年2回発行しております。

<ご優待値引券発行基準>

保有株式数	ご優待値引券
100株以上 ～ 500株未満	一律1,000円値引券 × 1枚
500株以上 ～ 2,000株未満	一律1,000円値引券 × 3枚
2,000株以上 ～ 5,000株未満	一律1,000円値引券 × 6枚
5,000株以上 ～ 10,000株未満	一律1,000円値引券 × 15枚
10,000株以上	一律1,000円値引券 × 30枚

基準日及び贈呈時有効期限

8月31日現在の株主様に対しては、11月下旬に発送（有効期限 翌年11月30日）

2月末日現在の株主様に対しては、5月下旬に発送（有効期限 翌年5月31日）

## 9. 株主還元策の検討・配当・株主優待実績

### 配当・株主優待実績

	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期 (予想)
1株当たり当期純利益 (円)	47.7	-64.1	114.7	116.9
1株当たり年間配当金 (円)	20.0	15.0	25.0	20.0
うち中間配当金 (円)	10.0	10.0	10.0	10.0
期末配当金 (円)	10.0	5.0	15.0	10.0
配当性向 (%)	42.0	—	21.8	17.1
配当利回り (%)	2.5	1.7	2.0	2.1
優待利回り (%)	2.5	2.2	1.6	2.1
配当 + 優待利回り (%)	5.0	3.9	3.6	4.2

※配当利回り・優待利回りは各年度末の株価で算出（2022年8月期については2021年12月10日終値で算出）  
優待利回りは1単元保有を前提に算出

### 追加還元施策

#### 【東証一部上場10周年の記念優待（2021年12月28日公表）】 2022年2月末日時点の株主名簿上の株主様にご優待値引券を贈呈

- ・ 200株以上～600株未満：1,000円値引券×1枚
- ・ 600株以上：1,000円値引券×3枚

※本記念優待はP15に記載の株主優待に上乗せして贈呈いたします。

## 10. 流動性向上のための取組

### IRの取組強化

#### ◆ 機関投資家

議決権の電子行使を採用しており、機関投資家向けには議決権電子行使プラットフォームを利用可能にしております。

また、現在実施している1 on 1の面談に加えて、スモールミーティング形式による機関投資家との対話を推進してまいります。

#### ◆ 個人株主

株主様とのコミュニケーションの活性化のために、2022年2月末時点の株主名簿上の株主様を対象として、株主アンケートを実施する予定です。

この結果を基に、今後の株主還元やIR施策の参考とさせていただきます。

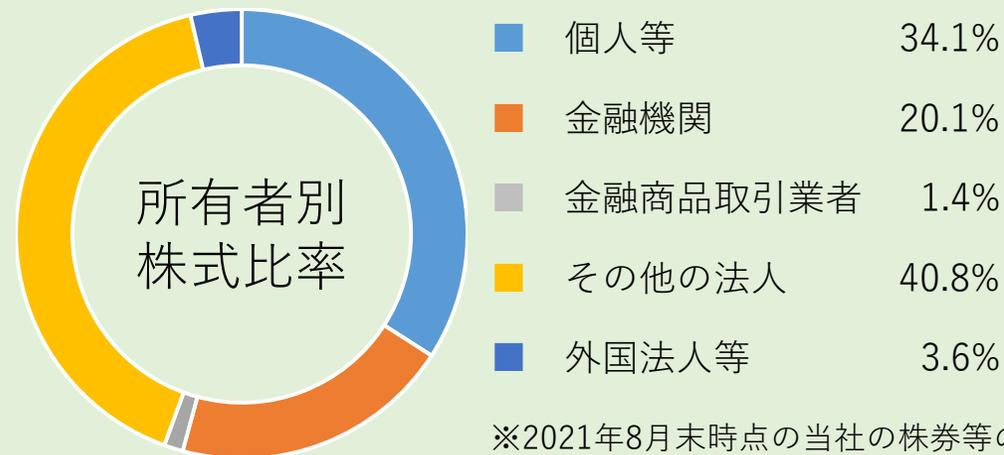
また、個人投資家向けの説明会にも積極的に参加するほか、決算説明等の開示資料の充実を図ってまいります。

## 10. 流動性向上のための取組

### ◆ 当社の非流通株式に関する考え方

2021年12月10日時点の当社株式の流通株式と非流通株式の当社試算値による比率は、それぞれ47.1%、52.9%（創業者一族・当社役員・自己株式44.4%、政策保有株式等8.5%）となっております。

現在、東証の市場再編等により、持合い株などの政策保有株式を縮減する動きが上場企業で進んでおりますが、当社株式の保有を削減・解消する決定がなされた場合においても、当社株価や既存株主の利益への影響を十分配慮の上、実行されるよう努めてまいります。



ご参考

# 2022年8月期～2024年8月期中期経営計画

(2021年9月28日公表資料の抜粋)

## 中期経営計画の骨子（2022/8期～2024/8期の3カ年の経営目標）

### ①中期経営計画の 目標と戦略

- **EC及び既存店の販売力の強化と新規出店**による規模の成長
- 長期経営方針の実現のための**新規事業の開発と収益化**

### ②プライム市場上場

- プライム市場上場維持基準適合への取組

### ③人事戦略

- 次世代経営層を始めとする人の育成

### ④サステナビリティ

- **すべての従業員が活躍できる組織の実現**と業績貢献に対する還元強化
- SDGs達成への貢献に向けた重要課題への取組

今後3年間で安定的に経常利益30億円を獲得できる体制を築き、  
売上高1000億円、経常利益50億円に向けた長期成長への道筋を作る。

# 中期経営目標の全体像



Core Performance

スポーツを通じた『ヒトの力』の熟成  
«14charters»

# 中長期経営戦略目標（概ね5年後 + aでの達成目標）

売上高：1,000億円 経常利益：50億

## 1.SUSTAINABILITY

Sustainable Sporting Life  
の実現

スポーツをする**機会**の創出

スポーツすることを**楽しむ**  
関連**コンテンツ**の提供

スポーツを**続けられる**  
**サポート**や**サービス**の提供

## 2.DIGITAL/MEMBERSHIP

デジタル戦略に連動した  
**継続的な投資**

利便性/価値が高い  
**メンバーシッププログラム**

自社アプリや自社サイト  
が高いサービスレベルを  
維持及び向上

リアル店舗とECの融合  
**O2Oの実現**

## 3.店舗業態開発

店舗の**質向上**と**新規出店**  
による**規模成長**

**NEWコンセプト**による  
新規出店・改装

**パフォーマンス専門業態**  
の**新規出店**

**スタッフ強化**の**推進**

2021年4月公表の長期経営方針に基づき、概ね5年 + aでの達成を想定した収益計画と5年間の投資計画を策定。  
2022/8～2024/8の3年間については、より具体化した中計経営計画を策定の上、今回の公表対象としている。

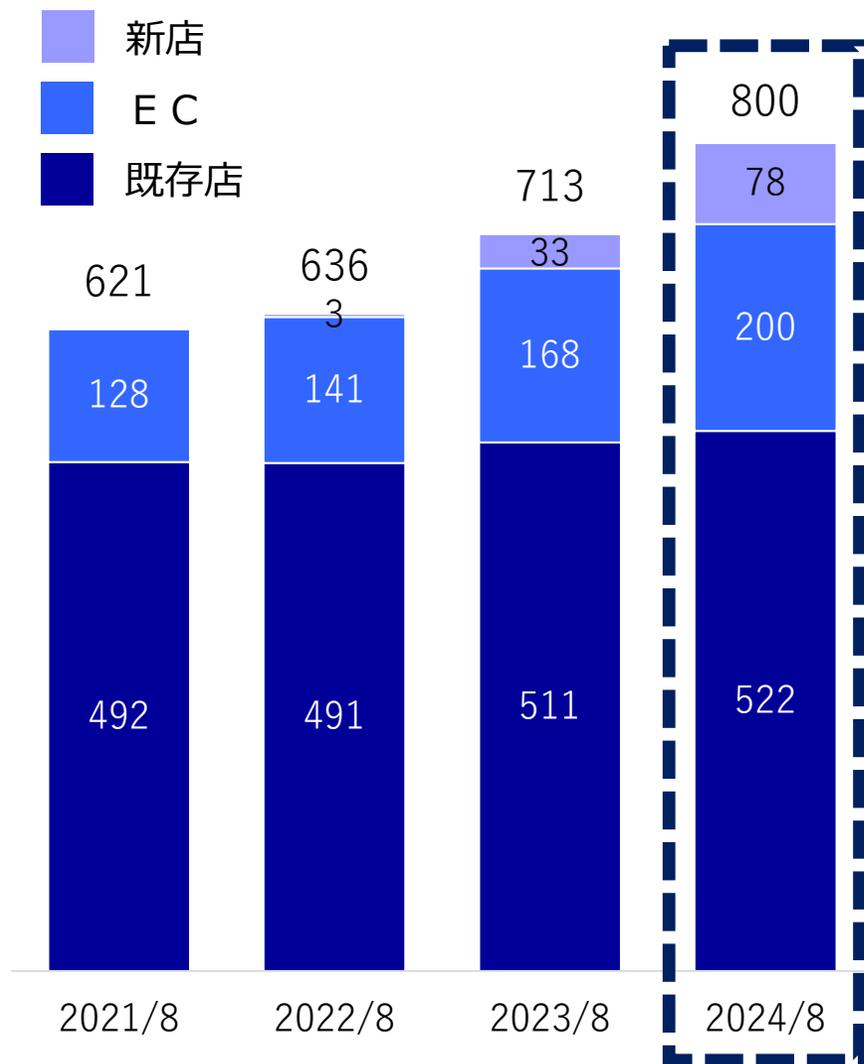
## 業績計画（連結）

単位：百万円

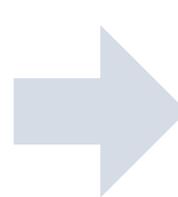
	2021/8 <sub>(実績)</sub>	2022/8	...	2024/8	CAGR
売上高※	58,650	59,500		75,000	8.5%
EBITDA	2,641	2,747		3,646	11.4%
経常利益	2,215	2,250		3,000	10.6%
純利益	1,412	1,440		1,750	7.4%
※収益認識基準適用後の数値（21/8は社内管理用の参考値）適用前の数値は下記の通り （2021/8）62,133 （2022/8）63,682 （2024/8）80,000					
純資産	15,119	16,313		19,145	8.2%
ROE	9.7%	9.2%		9.5%	—
ROIC	5.2%	5.8%		7.5%	—
WACC	5.1%	—		—	—

当中期経営計画最終年度の利益目標の達成を最重要指標と位置づけながらも、積極的な投資による成長性の確保と、ROEやROICを主要KPIとする資本効率を重視した経営管理を行う。

# 業績計画 ▶ 【参考】売上計画（収益認識基準適用前）



単位：億円



売上高

**800億円**

CAGR

**8.8%**

(年平均成長率)

内訳

既存店

EC

新店

売上高 **522**億円

売上高 **200**億円

売上高 **78**億円

CAGR **2.0%**

CAGR **15.8%**

CAGR **—**

構成比 **65.2%**

構成比 **25.0%**

構成比 **9.8%**

収益認識基準適用前の数値（新規事業については不透明性が高いため含めず）

## 戦略概要

### 戦略方針

- 既存事業での収益性向上を第一とし、中長期の投資活動により盤石な経営基盤を築く
- 長期経営方針の実現に向けて新規事業の開発と収益化を推し進める

### 戦略目標

- デジタル-EC及び人材投資によるお客様体験レベルの向上
- 新規出店及び専門業態開発による規模の成長
- 経営資源確保の安定化による持続成長可能な組織体制の構築

### 重点戦略

#### 【店舗関連】

- 店舗環境戦略
- 出店戦略

#### 【販売（商品/EC）】

- MD戦略
- DIGITAL／EC戦略

## 重点戦略 ▶ 基本方針

### 【全社共通】

- コロナ禍において好調なEC事業やアウトドア、ゴルフ等のカテゴリーを推進力として、アフターコロナに向けて主力の一般スポーツ強化に向けた施策を実行する。
- 将来の成長に向けて既存店、新規出店、EC等に関する最大5カ年分の積極的な投資計画を設定しており、中期経営計画最終年度の利益目標の達成を最優先事項と位置づけながらも、コロナ禍を始めとする社会・経済環境の変化に応じて柔軟に投資を実行し長期成長への道筋を築く。
- SSLデザイン事業部や連結子会社コアブレインと連携しながら、長期経営方針の実現に向けた新規事業の開発を進める。

店舗関連	店舗環境戦略	<p>高付加価値なサービスの向上を目指し、人材、デジタルインフラ、店舗改修のための積極的な投資を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 『ヒト』への投資による企業力の底上げ</li> <li>・ デジタルインフラ整備による働き方改革</li> <li>・ 店舗運営力と商品知識力⇒お客様対応力の向上に向けた土台作り</li> <li>・ 自由闊達な意見、建設的な議論が能動的に行える風土改革</li> </ul>
	出店戦略	<p>新規出店についても一般スポーツの強化、高付加価値化を目指し、大都市圏の大型店舗や専門業態を中心に展開していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新店フォーマットの確立</li> <li>・ 専門業態新規事業での出店開始</li> <li>・ ALL SPORTSで大規模商圏への出店開始</li> </ul>

販売 (商品/EC)	MD戦略	<p>MD担当者の専門性を高め、メーカーや他部門等の社内外との連携強化を図りながら商品構成の適正化を図る。</p> <p>VISION PEAKSを中心に現状好調なPB商品のブランド価値を高めながら規模の拡大を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品構成における専門性の強化と、カテゴリー専門業態の開発</li> <li>・ Eコマースでの販売強化とデジタルツールの活用推進</li> <li>・ NEWモデル販売構成比向上に向けたプロモーション体制の強化</li> <li>・ PB規模拡大に向けた専任部署の設立と生産管理体制の強化</li> </ul>
	DIGITAL EC戦略	<p>将来の成長ステージに応じた人材の育成、マーケティング戦略、物流機能の拡張計画を設定し、コアブレインと連携を行いながら、適切なタイミングでの段階的な投資実行により、ECの規模拡大と収益性向上の両立を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自社サイトの独自性と利便性向上による売上拡大</li> <li>・ DIGITALマーケティングの再構築とMD戦略との連携強化</li> <li>・ ヒマラヤメンバーズのプログラム開発とロイヤリティの向上</li> <li>・ EC倉庫運営強化によるEC倉庫出荷比率の拡大</li> </ul>

## 重点戦略 ▶ 店舗関連 ▶ 出店戦略

◆新フォーマットを確立し、新規出店による規模成長を追求

### 年度別出店計画

	BIG	REGULAR	専門業態	合計
2022/8	1 店	—	—	1 店
2023/8	1 店	3 店	2 店	6 店
2024/8	1 店	3 店	4 店	8 店

### 店舗モデル



#### BIG ALL SPORTS

総坪数：1,000坪  
大規模商圈  
ロードサイド



#### REGULAR ALL SPORTS

総坪数：500～700坪  
中規模商圈  
S.C.形態



#### 専門業態

総坪数：350～500坪  
専門業態出店

DIGITAL  
戦略

## DIGITAL戦略実行のための投資

- ・ 今後10年を見越した投資の再設計・外部との適切な戦略提携

## メンバーシッププログラム開発とロイヤリティ化

- ・ メンバー価値の再定義・情報の収益化・アプリ開発

## HIMARAYA自社ECサイトの売上最大化

- ・ メンバーシップとの融合・O2O体験の向上・SNSとの連動

## 『ヒト』への投資による企業力の底上げ

- ・ 絶対的なデジタルリソース確保・デジタル経験値と判断力向上

## サステナビリティ

### SDGsの達成のための貢献活動

- ◆ 地域貢献活動等を通じた「Sustainable Sporting Life」（サステナブル・スポーツ・ライフ）の浸透
- ◆ 気候変動対応等を通じた既存事業の地球環境との共生
- ◆ 全従業員活躍の実現と多様性の尊重
- ◆ サステナビリティ委員会の運営によるガバナンスの強化

### 「Sustainable Sporting Life」による持続可能な社会の実現への取組について

- 『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ツ・ライフ」）として定義。  
中長期の基本方針として、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。

## サステナビリティ・3つの重点課題

- ◆ 「Sustainable Sporting Life」(「サステナブルスポーツライフ」)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を発信する。
  - ✓ スポーツイベントや施設運営などを通しての「Sustainable Sporting Life」(サステナブルスポーツライフ)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
- ◆ 既存事業の地球環境との共生  
事業を構成する様々な要素の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繋げる。
  - ✓ レジ袋を地球環境に優しい素材へ変更
  - ✓ 本部、店舗における省エネ推進 (LED 照明への切替)
  - ✓ 廃棄予定商品の削減や再利用の推進 (スポーツ補助食品の無償提供など)
  - 自社ブランド商品の簡易包装化
  - 物流の効率化による排気ガスの減少 (店舗配送網の整備)
  - DIGITAL 化推進によるペーパーレス化 (お客様注文対応社内オペレーション)
- ◆ 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」を作っていく。
  - ✓ 努力が報われる評価 (新人事評価制度 (名称 : HIMARAYA 3.0) の運用開始)
  - ✓ 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 (チャレンジできる機会の提供)
  - ✓ ジェンダー格差のない活躍推進 (公正な採用登用)
  - ✓ スポーツ参加環境整備による健康増進 (社内イベントの企画立案運営)
  - ワークライフバランスの実現 (安心して働き続けられる環境)
- ✓ . . . 着手済

「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」  
に対して、6つの目標の達成に貢献



— その他のとりくみ —

SDGsに関連したイベントへの  
協賛・協力



## 将来見通しに関する注意事項

本資料には将来の見通しに関する内容が含まれておりますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

本資料に記載された将来の見通しと実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新又は改訂を行う義務を負うものではありません。