

2023年5月25日

各位

会社名	アレンザホールディングス株式会社
代表者名	代表取締役会長兼 CEO 浅倉 俊一 (コード：3546 東証プライム市場)
問合せ先	常務取締役経営戦略室長 三瓶 善明 (TEL：024-563-6818)

上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について

当社は2021年11月18日に、プライム市場の上場維持基準への適合に向けた計画を提出し、その内容について開示しております。2023年2月末時点における計画の進捗状況等について、下記のとおり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の推移及び計画期間

当社は移行基準日（2021年6月末）において、流通株式比率がプライム市場の上場維持基準を充たしておりませんでした。計画に基づく取組を進めたことにより、2023年2月末時点で流通株式比率は改善しておりますが、基準を充たしていません。

今後も当社の1日平均の出来高を考慮し、市場へのインパクトを最小限にするため、2025年2月末までに上場維持基準を充たすための各種取組を進めてまいります。

		流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)	1日平均 売買代金 (億円)
当社の適合状況 及びその推移	2021年6月末時点※1	100,111	126	33.1	1.5
	2022年2月末時点※2	101,776	108	33.7	0.8
	2023年2月末時点※1	104,648	105	34.6	0.4
上場維持基準		20,000	100	35.0	0.2
2023年2月末時点適合状況(当社試算)		適合	適合	不適合	適合
計画期間				2025年2月末	

※1 当社の適合状況は、東証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を行ったものです。

※2 2021年6月末の東証による算出方法に合わせて、当社が2022年2月末時点の株券等の分布状況等をもとに試算を行ったものです。

2. 上場維持基準への適合に向けた取組の実施状況及び評価（2022年3月～2023年2月）

(1) 流通株式比率について

① 取組の実施状況

当社株式を保有していただいている取引先（既存株主）4社との対話を行い、当社株式の売却を促しました。当社の1日平均の出来高を考慮し、市場へのインパクトを最小限にしつつ売却を行って頂いた結果、4社、合計500,000株程度（流通株式比率約1.6%）の売却が完了していることを確認しております。

② 取組に対する評価

流通株式比率は2022年2月末時点で33.7%でありましたが、2023年2月末時点では34.6%となり、0.9ポイント改善しております。

3. 上場維持基準への適合に向けた今後の課題と取組内容

(1) 流通株式比率について

① 今後の課題

当社株式の株主構成は、法人の比率が高いことが課題であります。

上場維持基準である流通株式比率35.0%までは、0.4ポイントの改善が必要となります。（株式数で120,000株程度）

② 取組内容

引き続き、当社株式を保有していただいている取引先（既存株主）との対話を行うことにより、当社株式の売却を促し、株主構成を変化させることにより、当社の1日平均の出来高を考慮し、市場へのインパクトを最小限にしつつ、2025年2月末までに流通株式比率を35.0%以上へ改善してまいります。（国内の普通銀行、保険会社、事業法人等が所有する株式を機関投資家、個人投資家への移行を進めてまいります。）

具体的には、当社株式を保有していただいている取引先（既存株主）のうち、30,000株以上保有していただいている取引先は19社、合計1,100,000株程度であります。当社の1日平均の出来高を考慮し、市場へのインパクトを最小限にしつつ、2025年2月末までにそのうち400,000株（流通株式比率約1.3%）程度の売却を目標に取組んでまいります。

また、当社株式を保有していただいている取引先（既存株主）のうち、10,000株以上30,000株未満を保有していただいている取引先は26社、合計500,000株程度ありますので、上場維持基準の流通株式比率35.0%達成後も流通株式比率の向上に取組んでまいります。

※ 支配株主について

当社の親会社である株式会社バローホールディングスは、2023年2月28日現在、当社の株式を15,277千株保有しており、議決権比率は50.7%であります。

親会社の企業グループ中での当社の位置付けは、主にホームセンター事業を担当しており、事業活動を行う上での経営判断については、当社の責任の下で業務執行を図っているため、親会社からの自主独立性は確保されていると認識しております。

また、当社とバローホールディングスは、シナジー効果の創出として、プライベートブランド商品開発の推進、物流センターの共同利用、店舗開発情報の共有、M&Aの推進強化等に取り組んでおり、当社にとって事業上、大きなメリットがあるものと判断しております。

以上