

日本一から 世界一へ

ゼンショーサポーターズクラブ
会員募集中

特典

- ① 会員情報誌の送付(年2回)
- ② 会員限定通販でのお得なお買い物
- ③ お得な特別お試し券
- ④ 決算概要の送付(年4回)

会費

入会金 年会費
500円 + 1,000円

入会をご希望の方は、同封の「入会案内
申込はがき」をご返送ください。
ご返送いただいた方には、入会案内と
専用払込用紙をお送りいたします。
(入会は任意です)

お問合せ/ZSC事務局 TEL:03-6833-1630(平日 9:00~11:30、13:00~17:00)

-----切り取り線✂-----

郵便はがき

料金受取人払郵便

1 0 8 - 8 7 9 0

6 1 2

高輪支店
承認

7085

(受取人)
東京都港区港南2-18-1
JR品川イーストビル

ゼンショーホールディングス
株主様アンケート係 行

差出有効期間
平成24年12月
31日まで
(切手不要)

7550
(登録コード)



株主名義 ①個人 ②政府公共団体 ③金融機関
④証券会社 ⑤その他法人 ⑥外国法人

上で「①個人」とご回答いただいた方は、お差し支えなければ下記の項目もご記入ください。

性別	①男性 ②女性
お住まい	() ※都道府県名のみご記入ください。
年齢	①~20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70代 ⑦80代~
ご職業	①会社員 ②会社役員 ③公務員 ④自営業 ⑤主夫・主婦 ⑥無職 ⑦学生 ⑧退職・年金生活 ⑨その他
株式投資歴	①1年未満 ②1年~5年未満 ③5年~10年未満 ④10年~20年未満 ⑤20年以上
投資方針	①短期売買 ②長期保有 ③どちらでもない
運用スタイル	①株価値上り ②配当利回り ③①②両方 ④どちらでもない
保有銘柄数	①1銘柄 ②2~5銘柄 ③6~10銘柄 ④11銘柄以上
保有株式資産総額	①100万円未満 ②100万円~500万円未満 ③500万円~2,500万円未満 ④2,500万円~5,000万円未満 ⑤5,000万円~1億円未満 ⑥1億円以上

このアンケートは、株主様のご意見・ご要望をおうかがいし、今後の各種施策の参考とさせていただきます。実施の目的としております。ご回答いただいた情報は、個人が特定されないよう統計的な扱いに限定して利用します。

証券コード：7550

株式会社ゼンショーホールディングス

2012年3月期
事業報告書

2011年4月1日~2012年3月31日

株主通信

売上高、営業・経常利益で
過去最高を達成

写真：「すき家のすきすきセット」のオリジナルおもちゃ。お客様から好評いただいています。

※掲載のおもちゃは終了しました。これからも新しいオリジナルおもちゃをご提案します。ご期待ください。

すき家のすきすきセット



©株式会社ゼンショー/川口重彦・フジエス・FUTABA・NAS・BY SCARPOON CO., LTD. 2010, 2011. ALL RIGHTS RESERVED. ©DENSHU INC. ©1996, 2012 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No.05920980 ©Rose Onihall Kewpie International

ZENSHO



世界のすき家
タイ
(Seacon Square店)

バンコクに2011年5月にオープンした「すき家」1号店。
高い天井にガラス張りという解放感あふれるスタイリッシュなお店で、
カフェのようなおしゃれな雰囲気。若い女性にも人気です。



我々のビジョンと MMD

(マス・マーチャンダイジング・システム)

株式会社ゼンショーホールディングス
代表取締役会長兼社長兼CEO

小川 賢太郎

2012年3月期 ゼンショーグループサマリー

- ◆322店舗の新規出店。グループ店舗数は4,314店舗。
- ◆連結業績は売上高、営業・経常利益で過去最高を達成。
売上高 4,029億円 (前期比+8.7%)
営業利益 210億円 (同 +18.9%)
経常利益 193億円 (同 +22.2%)
当期純利益 30億円 (同 △35.2%)
- ◆レストランカテゴリー、前年対比で+24億円の営業利益改善。
- ◆米国カタリーナ社ののれん代減損により、特別損失20億円を計上。

目次

Contents

トップメッセージ	2
財務レポート	7
カテゴリー別レビュー	13
株主優待制度	17

ゼンショーの強みであるMMD

当期連結業績は売上高、営業利益、経常利益とも前年度に続き過去最高となりました。このような安定的な業績を生み出す我々の強みは、ゼンショーがマーチャンダイジング会社であるということです。皆様が目玉にされるのは「すき家」などの店舗ですが、産地での原材料の調達からお店で商品を提供するまでのプロセス全体をゼンショーの本業だと考えています。

そのプロセスを担うのがゼンショーのビジネスモデルである、MMD(マス・マーチャンダイジング・システム)です。

MMDとは、原材料の調達から製造、加工、物流、店舗での販売までを一貫して企画・設計し、運営する、ゼンショー独自の仕組みです。我々は、「世界から飢餓と貧困を撲滅する」というビジョンを実現するために、創業時よりMMDを構築してきました。そしてMMD構築のために、農産物、畜産物、水産物を品目別に加工する体制を作り上げ、物流、販売のシステムを設計し、自ら作り、自らオペレーションを行う、という仕組みづくりに取り組んできました。

このMMDによって、原材料から最終商品まで、安全性と品質に責任を持つことができ、また、お客様に手頃な価格で提供することを実現しています。

現在は原材料の仕入から自社で行っていますが、将来は農業から、さらにはDNAレベルから取り組んでいきたいと考えています。

海外でもMMDを構築する

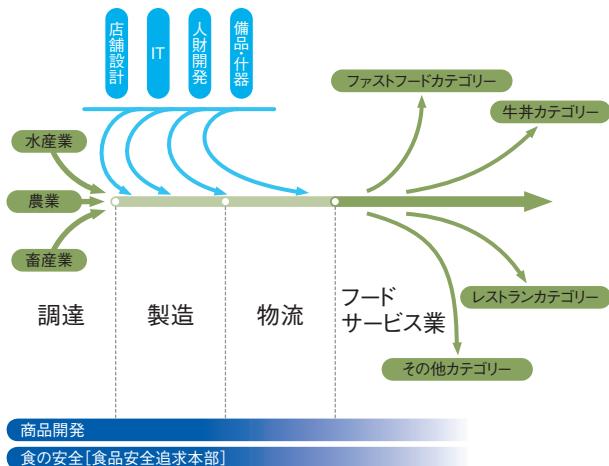
現在海外では、中国、ブラジル、タイの3カ国に「すき家」を展開しており、MMDの構築も進めています。

海外展開は、自社の収益拡大のためだけに行うのではなく、相手国にも利益のあるかたちで行わなければならないと考えています。世界中に安全でおいしい食を手頃な価格で提供するために、MMDを世界中に広めていくこと、特に、食のインフラが整っていない地域においては、MMDを構築することによって、安全・安心な食をきちんと提供して社会インフラを作っていくことが我々の役割であると考えています。

また、MMDの一環として、コーヒー、紅茶のフェアトレードを行っています。ゼンショーのフェアトレードは、生産者への技術指導から、日本の店舗で提供するところまで一貫して行い、安定的な取引を実現しています。さらに、ケニアとのフェアトレードを通じた繋がりから、ソマリア難民支援の取組みも進めています。

■ゼンショーのMMD

「食」に関するすべてをマネジメント



コモディティとしての牛丼

我々が提供したい食とは、誰もが手軽に、日常食として食べられる食事です。牛丼をメインビジネスとして選んだ理由は、それを実現できるものと考えたからです。

「すき家」で販売している牛丼は並盛280円ですが、我々はこの価格が、消費者の求める適正価格であると考えています。280円という価格は、価格競争による単純な値下げではなく、MMDの拡充などによって、誰もが気軽に食べられる価格を実現したものです。

手軽に買えるコモディティ(日用品)は、人々の生活を豊かにしてきました。食のコモディティを提案していくことが、我々のやるべきことであり、社会貢献であると考えています。

今後の国内・海外戦略

今後も中国・ブラジル・タイのみならず世界各国に出店をしていきます。それも30～40年先の話ではなく、10～20年で実現させます。

そのために現在、人財の教育や、システムの整備を進めているところです。引き続き直営店の出店を軸に成長していきます。この5年間、毎年250～400店程度の出店を行い、これが成長の柱となってきました。これからも国内外に年間300店程度の直営店の出店を継続して、成長を続けてまいります。

■連結期末店舗数・出店数



MMDの実践の上に立つ ゼンショーのフェアトレード

MMDの取組みの延長線上に生産があります。単に生産者から適正価格で買うというだけでなく消費者に直接責任を負っている我々企業が、生産地でも直接安全性、品質、コスト、生産環境、さらには生産者の生活環境といったものの向上を、MMDでやってきた我々の考え方と実践のうに、生産者と一緒にフェアトレードの仕組みを作ってきました。

我々のフェアトレードでは、生産者が手間暇かけて大切に育てたコーヒーや紅茶、カカオをゼンショーのMMDのシステムに載せ、責任をもってお店に届け、心をこめてお客様に提供しています。



タンザニア・コーヒー生産者団体の総会。ゼンショーフェアトレードによって増加した収入の使途を決めます。この生産者団体では「母子健康プログラム」の指導員育成の資金にあてています。

フェアトレードプレミアム活用の考え方

フェアトレードにおいて我々は商品にプレミアムをのせて購入しています。そのフェアトレードプレミアムの使い道は、ゼンショーと生産者が話し合い、決めています。

基本的な考え方は、現地社会の次世代を担う子どもたちの教育、衛生環境の改善です。その方向性のもとに、各地の事情に合わせて、水道設備や診療所を設置するなどしています。

それに加え、ゼンショーでは生産性向上のための指導もしています。これにより、現地に技術が蓄積され、安定生産の基盤ができ、生活環境の改善により、生産環境も改善されます。地域社会の安定と、安定生産をもたらす技術の結合により商品の質が上がり、それを日本やアメリカの我々

のお店で販売することによって、消費者からも高い評価を得られ、商品の価値が上がってくる。そして販売数量の増加に結びつくという好循環が生まれる。これが我々のやっているゼンショーフェアトレードの考え方です。



ケニアのカンガイタでは紅茶生産者のための託児所を修繕しました。標高が高く寒い地域ですが、暖かい建物で子どもたちが遊べるようになりました。



ルワンダのチングワ生産者組合では水道設備を建設中です。地域住民6,000人のうち5,000人以上の人が、身近で水を得ることができるようになります。

生産チャネルと販売チャネルのマッチング

ゼンショーフェアトレードの歴史は2007年に東ティモールでNGOと提携したことから始まりました。世界でのフェアトレード生産チャネルを拡大していくこととマッチングさせ、販売のチャネルも拡大しており、現在国内外で4,300店を展開しています。このマッチングができることが我々のフェアトレードの取組みを持続可能なものにし、強固な基盤を形成しています。



ココス定番のプレミアムドリンクバーのココアと、冬のデザートメニュー「苺のチョコフォンデュ」のチョコソースはペルーとのフェアトレードココアパウダーを100%使っています。



すき家では東ティモールのコーヒーを店内で提供しています。
(2012年4月末現在で、964店舗で提供しています。)

2012年3月期 実績

2012年3月期は売上高、営業利益、経常利益で過去最高

■連結損益計算書(要旨)

(億円・切り捨て)

	2011年 3月期	2012年 3月期		2013年 3月期(予想)	
	実績	実績	前年差	予想	前年差
1 売上高	3,707	4,029	+321	4,361	+331
売上原価	1,264	1,413	+149	1,529	+116
販売費及び一般管理費	2,266	2,406	+139	2,558	+151
2 営業利益	176	210	+33	273	+63
経常利益	157	193	+35	247	+54
3 当期純利益	47	30	△16	123	+92

■売上高・店舗数



■営業利益



POINT 1 29期連続増収

売上高については、322店舗の新規出店などの寄与により、4,029億円(前期比+8.7%)と321億円の増収となりました。

POINT 2 過去最高益の達成

営業利益については、出店効果や連結の既存店売上高前年比が101.2%と堅調に推移したこと、コストコントロールを推進した等により210億円(同+18.9%)と、過去最高益を達成しました。

POINT 3 経常利益と当期利益の差異要因

経常利益193億円に対し、当期純利益が30億円と大きく差異が出た要因といたしましては、特別損失として米国カタリーナ社ののれん代の減損損失を20億円計上したこと及び過年度法人税27億円を計上したためです。

(億円・切り捨て)

	2011年 3月期	2012年 3月期	増減	
経常利益	157	193	+35	
特別利益	1	12	+11	シカゴピザ社の株式売却 +11億円
特別損失	25	45	△20	カタリーナ社ののれん代の減損など △20億円
税前純利益	133	160	+26	
法人税等	90	119	△29	
少数株主利益	5	10	△15	過年度法人税の支払い △27億円
当期純利益	47	30	△16	

■連結貸借対照表(要旨)

(億円・切り捨て)

	前期末 (2011年3月31日)	当期末 (2012年3月31日)	増減
資産の部			
流動資産	422	443	+20
現金及び預金	205	185	△19
その他	217	257	+39
固定資産	1,888	1,915	+26
有形固定資産	1,079	1,116	+37
無形固定資産	218	183	△35
投資その他の資産	590	615	+24
資産合計	2,311	2,359	+47

負債の部

1 有利子負債	1,354	1,334	△20
短期借入金	16	53	+37
長期借入金・社債	1,338	1,280	△58
その他負債	498	534	+36
負債合計	1,853	1,869	+16

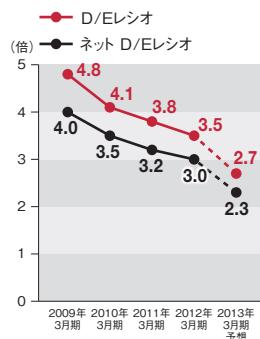
純資産の部

株主資本	421	434	+12
資本金・資本剰余金	207	207	+0
1 利益剰余金	214	226	+12
評価・換算差額等	△61	△51	+11
少数株主持分	99	107	+8
純資産合計	458	490	+31
負債純資産合計	2,311	2,359	+47

■純資産比率



■D/Eレシオ



■連結キャッシュ・フロー(要旨)

(億円・切り捨て)

	2011年 3月期	2012年 3月期	2013年 3月期
	実績	実績	予想
現金及び現金同等物の期首残高	213	205	185
営業キャッシュ・フロー	263	240	347
投資キャッシュ・フロー	△177	△193	△256
財務キャッシュ・フロー	△91	△65	△86
現金及び現金同等物に係る換算差額	△2	0	0
現金及び現金同等物の期末残高	205	185	192
2 フリー・キャッシュ・フロー	+86	+47	+91

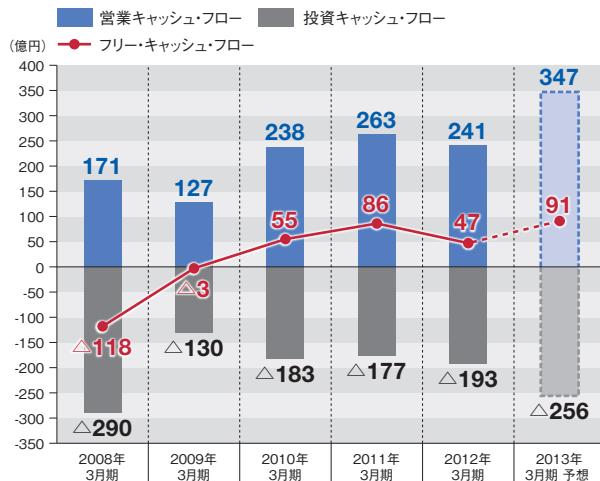
POINT 1 純資産比率が20%台に

有利子負債の減少及び利益剰余金の増加により、2012年3月期末で純資産比率20%台となりました。また、有利子負債の減少によりD/Eレシオも低減しております。

POINT 2 フリー・キャッシュ・フローが引き続きプラスに

設備投資額を上回る営業キャッシュ・フローがあり、フリー・キャッシュ・フローは47億円となりました。来期は91億円を見込んでおり、4期連続のプラスになる見込みです。

■フリー・キャッシュ・フロー



2013年3月期 連結業績予想

2013年3月期 国内外で成長 再加速のステージへ

すき家高速出店、レストラン収益改善、海外展開加速

POINT 1 「すき家」を中心とした積極出店

2013年3月期は、グループ全体で361店舗の出店を予定しております。なかでも、すき家は200店舗と引き続き積極的な出店を行ってまいります。

POINT 2 レストランの収益改善

レストランは、ココス、サンデーサンが引き続き堅調に推移する見込みであります。さらに、ハンバーグ&ステーキのビッグボーイでは、2012年4月19日より全店でメニューの大幅な改定を行い、お客様にご好評いただいております。今後の収益改善に繋げてまいります。

POINT 3 海外展開の加速によりさらなる成長へ

海外のすき家は、2012年3月期に28店舗を出店し、期末で43店舗となりました。2013年3月期は、中国を中心に70店舗の出店を予定しております。当社の海外展開は、拡大期に入っており、新たな国々での展開も含め、加速させてまいります。

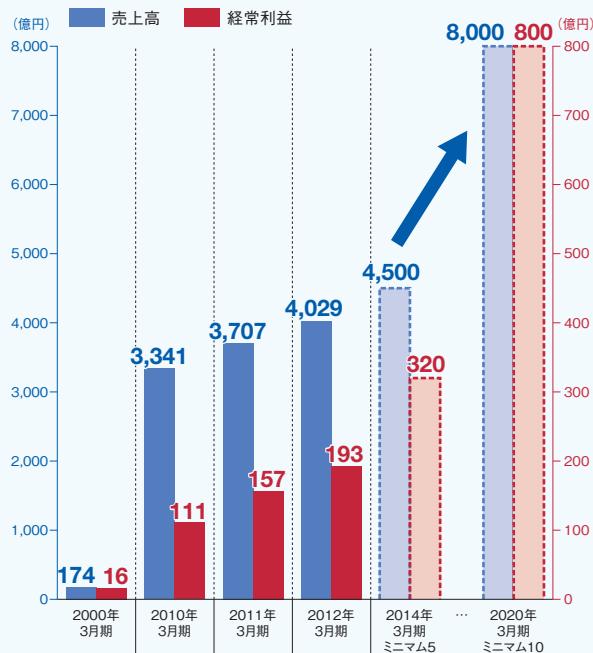
■連結損益計算書(要旨)

(億円・切り捨て)

	2011年 3月期		2012年3月期		2013年3月期	
	実績	実績	前年差	予想	前年差	
売上高	3,707	4,029	+321	4,361	+331	
売上原価	1,264	1,413	+149	1,529	+116	
販売費及び一般管理費	2,266	2,406	+139	2,558	+151	
営業利益	176	210	+33	273	+63	
経常利益	157	193	+35	247	+54	
当期純利益	47	30	△16	123	+92	

2013年3月期の連結業績予想は、売上高4,361億円(前期比+8.2%)、営業利益273億円(同+30.1%)、経常利益247億円(同+28.2%)、当期純利益123億円(同302.0%)と、増収増益を見込んでおります。

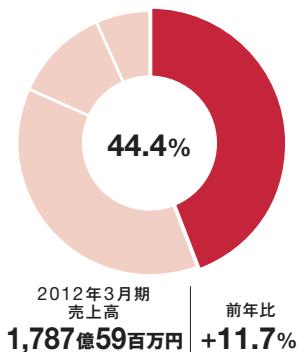
長期目標 『ミニマム10』



『ミニマム10』とは、2020年3月期に売上高8,000億円、経常利益800億円、経常利益率10%を目指す目標数値であり、最終期における海外売上高の比率を約30%にすることを目指しております。今後を加速ステージと位置付け、国内外で積極的な投資を行い、世界中に安全でおいしい食を行き渡らせ、「世界から飢餓と貧困を撲滅する」というビジョンの達成に取り組んでまいります。

1 牛丼カテゴリー

「すき家」新提案で堅調に推移



2012年3月期における牛丼カテゴリーの出店数は255店舗と、前年度に引き続き積極的な店舗展開を行ってまいりました。

主力業態の「すき家」においては、2012年1月に牛丼の新提案と題して、並盛よりもご飯が少なく、肉の量が6割多い「中盛」サイズを導入しました。中盛は、主食よりもおかずを好む現代の食スタイルに合わせた

商品で、多くのお客様からご支持をいただいております。

また、季節に合わせた、期間限定商品を定期的に導入し、牛丼の新しい食べ方を提案してきました。

さらに2012年2月からは、「すき家」の豊富なメニューに触れていただくきっかけをご提供するため、月替わりで3種類の商品をお得な価格でご利用いただける「得すき」を開始しました。

このような新しい取組みにより、多くのお客様にご来店いただ

得すき 第3弾
3品全サイズ **30円引き**

ねぎ玉牛丼
350円 (原価 300円) **350円**

牛あいがけカレー
450円 (原価 400円) **450円**

餅しようが焼き定食
550円 (原価 500円) **550円**



▲すき家の新提案「中盛」。肉が並の6割増しだが、ごはんは少なめで、大盛よりも低カロリーのため女性にも人気。

◀毎回お得な商品が変わる得すき。すき家のバリエーション豊かな商品をお得な価格で楽しめる新キャンペーン。

※得すき第3弾は終了いたしました。

いた結果、2011年3月期の既存店売上高前年比が117.4%と高い水準ではありましたが、2012年3月期既存店売上高前年比は100.8%と、堅調に推移いたしました。

今期においては、「楽しいすき家」をコンセプトとして、お客様に楽しんでお食事いただけるよう、新しい取組みを積極的に行ってまいります。

「すき家」 海外出店を加速

2012年3月期の海外での取組みとしましては、「すき家」の海外出店の3カ国目として、2011年5月にタイに1号店をオープンしました。また、すでに出店している中国とブラジルにおいても、出店を加速し、通期で合計28店舗の出店を行いました。海外の店舗数は2012年5月末時点で、中国に35店舗、ブラジルに8店舗、タイに5店舗の合計48店舗となりました。

海外の「すき家」では、現地の食文化を取り入れながらも、日本での高いクオリティとサービス水準を維持すべく、現地クルーの教育を行っています。今後も、世界中で安全でおいしい食を提供できるよう、海外出店を進めてまいります。



ブラジルのすき家店内の様子

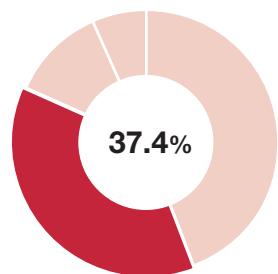
なか卯 和風牛丼を軸に

和風牛丼・京風うどんの「なか卯」においては、商品のクオリティアップに努め、定番となった「和風牛丼」や、季節限定商品として、「鴨つけうどん」などの新商品を導入し、商品のクオリティアップに努めてまいりました。その結果、多くのお客様にご利用いただき、既存店売上高・入客数前年比ともに100%を上回りました。

今後も、オリジナリティを出しながら、クオリティ強化に努めてまいります。

2 レストランカテゴリー

主力業態の売上と収益構造の改善が奏功



2012年3月期
売上高
1,505億36百万円

前年比
+0.6%

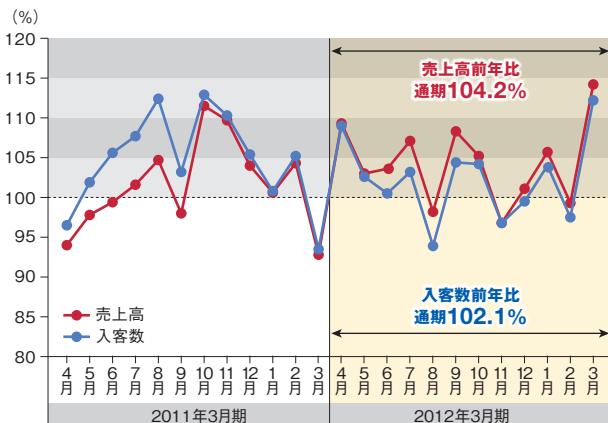
2012年3月期におけるレストランカテゴリーの期末の店舗数は1,577店舗となりました。レストランカテゴリーにおいては、売上は堅調に推移し、販促費等のコストコントロールによる収益構造の改善に取り組んだ結果、大幅な利益改善を実現できました。

主力業態のココスでは、下期においても高い既存店前年比を維持することができ、通期で売上

高は104.2%、入客数は102.1%となりました。また、パスタ専門店のジョリーパスタにおきましては、季節商品の積極的な投入、効率的なプロモーションの実施により、増収増益となりました。

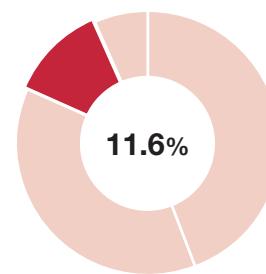
2013年3月期においては、全業態においてサービス水準の向上や、商品戦略による入客数増加に取り組み、増収増益を達成できるよう努めてまいります。

■ ココス既存店前年比



3 ファストフードカテゴリー

成長分野として積極的な出店を継続



2012年3月期
売上高
468億56百万円

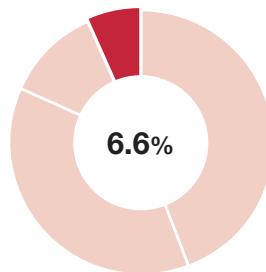
前年比
+30.5%

2012年3月期におけるファストフードカテゴリーの出店数は65店舗で、全体の店舗数は420店舗となりました。店舗数の増加、及び既存店の好調な売上により、増収増益を達成しました。

今後も成長分野として、積極的な出店を行っていくとともに、店舗水準を向上させ、お客様にご満足いただけるお店づくりを努めてまいります。

4 その他カテゴリー

MMDの基盤として強化



2012年3月期
売上高
265億45百万円

前年比
+5.0%

その他カテゴリーは、ピザ製造・販売メーカーであるトロナジャパンをはじめとする製造メーカーや、仕入、物流などを担う機能会社です。

オペレーション会社のサポートにとどまらず、社外への商品販売、サービスの提供も行っています。調達、製造、物流部門は、ゼンシヨのマス・マーチャндаイジング・システムの根幹であり、店舗で安全でおいしい食事を提供するために欠かせない存在です。

今後も引き続き、MMDの基盤として強化してまいります。

株主優待制度

当社では皆様の日頃のご厚情に感謝し、100株以上保有の株主の方に、当社グループでお使いいただける「株主様お食事ご優待券」をお届けしています。



100株以上300株未満	1,000円分×年2回
300株以上500株未満	3,000円分×年2回
500株以上1,000株未満	6,000円分×年2回
1,000株以上5,000株未満	12,000円分×年2回
5,000株以上	30,000円分×年2回

代替品も準備しています。詳しくは株主優待券と同封の「代替品のご案内」をご覧ください。

株式の状況 (2012年3月末現在)

■発行可能株式総数	■発行済株式の総数	■株主数
432,000,000株	121,100,000株	157,273名

大株主 (上位10名)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社 日本クリエイト	41,834	34.55
小川 賢太郎	3,632	3.00
小川 一政	3,631	3.00
小川 洋平	3,631	3.00
ゼンショーグループ社員持株会	2,473	2.04
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,137	0.94
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,109	0.92
NOMURA ASSET MANAGEMENT U.K. LIMITED SUB A/C EVERGREEN NOMINEES LTD.	670	0.55
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口1)	588	0.49
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口6)	566	0.47

(注) 持株比率は自己株式 (23,395株) を控除して計算しております。

株主メモ

事業年度：毎年4月1日から翌年3月31日までの1年
 配当金受領株主確定日：3月31日および9月30日
 定時株主総会：毎年6月開催
 基準日：3月31日
 その他必要があるときは、あらかじめ公告して一定の日を定めます。
 株主名簿管理人：東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 三井住友信託銀行株式会社
 郵便物送付先：〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
 電話照会先：0120-782-031 (フリーダイヤル)
 単元株式数：100株
 公告方法：原則として当社ホームページにて行います。電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行います。

近頃のお店は「ゼンショーグループ店舗検索サイト」でご確認ください

パソコンから

ゼンショー さがす

検索

<http://www.zensho.co.jp/jp/shop/>

携帯から

QRコードを読み取ってください。



<http://www.zensho.co.jp/jp/s/>

ご優待券をご利用いただけるお店



切り取り線 ✂

株主の皆様へアンケートのお願い

株主の皆様のご意見などをお伺いし、当社の今後の取組みの参考とさせていただきます。お手数ですが、該当する箇所にご印をお付けください。

- 1 当社株式を保有された理由は何ですか？ (いくつでも)
 1. 経営理念 2. 店舗をよく利用するため 3. 食の安全についての取組み
 4. 株価の上昇期待・割安感 5. 株主還元 (配当・株主優待)
 6. 事業内容 7. 財務内容 8. 収益性 9. 信頼性 10. 業界の成長性
 11. 証券会社のすすめ 12. マスコミ等の推奨
 13. 当社の取引関係・(元)社員 14. 相続 15. その他 ()
- 2 当社株式の保有歴はどのくらいですか？ (1つだけ)
 1. 半年未満 2. 半年以上1年未満 3. 1年以上3年未満
 4. 西暦()年頃から 5. 上場時から(1997年)
- 3 当社株式の保有数はどのくらいですか？
 1. ()株 2. 今は保有していない
- 4 今後の当社株式についてどのような方針をお持ちですか？ (1つだけ)
 1. 買い増し 2. 継続保有 3. 売却
- 5 普段、株式購入時に参考にされるものは何ですか？ (いくつでも)
 1. 当社ホームページ 2. 四季報・会社情報 3. 新聞・雑誌 4. 証券会社
 5. インターネット 6. 投資家向け説明会 7. 口コミ 8. その他
- 6 当社へ望まれる情報提供の手段は何ですか？ (いくつでも)
 1. 当社ホームページ 2. 電子メール 3. 郵送による印刷物
 4. 事業報告書への記載 5. IR広告 6. 投資家向け説明会
 7. その他 ()
- 7 株主様として当社の事業活動への評価はいかがですか？ (1つだけ)
 1. 満足 2. まあまあ満足 3. どちらでもない 4. やや不満 5. 不満
- 8 「株主通信」で最も興味があるページはどこですか？ (1つだけ)
 1. トップメッセージ 2. ゼンショーフェアトレードの考え方 3. 財務レポート
 4. カテゴリー別レビュー 5. 株主優待制度
- 9 当社のホームページについてお伺いします。
 (1) 当社ホームページ内で関心のあるページはどれですか？
 1. 企業情報 2. フェアトレードの取組み 3. 食の安全へのこだわり
 4. グループ業態紹介 5. IR情報 6. その他 7. 特に無し
 (2) (1)で7を選択された方にお聞きします。
 その理由は何か？
 1. 興味がない 2. ゼンショーのホームページを知らない 3. ほしい情報がない
 4. インターネットを使用しない 5. その他 ()

切り取り線 ✂