

**株式会社ワコールホールディングス**

**第76期定時株主総会**

# 報告事項・決議事項

## 報告事項

- 第76期事業報告の内容、連結計算書類の内容並びに会計監査人及び監査役会の連結計算書類監査結果報告の件
- 第76期計算書類の内容報告の件

## 決議事項

- |       |                                              |
|-------|----------------------------------------------|
| 第1号議案 | 取締役8名選任の件                                    |
| 第2号議案 | 監査役1名選任の件                                    |
| 第3号議案 | 取締役（社外取締役を除く。）に対する業績連動型譲渡制限付株式の割当てのための報酬決定の件 |

# 監查報告

## 第76期（2023年4月1日～2024年3月31日）

- **事業報告の内容、連結計算書類の内容報告の件**
- **計算書類の内容報告の件**

# 営業の概況および連結損益計算書〈指定国際会計基準（IFRS）〉

売上収益

1,872億 8百万円

前期比

0.7% 減 

- ・ 国内は、高価格帯のブランドは堅調に推移するも、中価格帯商品の販売が苦戦
- ・ 米国は個人消費は安定的に成長するも得意先からの仕入抑制が継続
- ・ 欧州は物価上昇に伴い個人消費が減速、低調に推移
- ・ 中国は、景況感の悪化を受けた個人消費が伸び悩む

事業利益

35億 10百万円

前期比


14.4% 減 

- ・ 前期にワコールで実施した、フレックス定年制度の改定による一時的な利益の裏返しなどが影響

営業損失

95億 3百万円

前期比

— % 

- ・ IO社※の事業撤退および会社清算に伴う減損損失などの計上（78億円）
  - ・ ワコールを中心とした構造改革費用の計上（60億円）
- ※インティメイツ・オンライン社

# 営業の概況および連結損益計算書〈指定国際会計基準（IFRS）〉

税引前  
損失

82億90百万円

前期比

— %



- ・ 営業損失の影響が大きく、大幅減益

親会社の  
所有者に  
帰属する  
当期損失

86億32百万円

前期比

— %



基本的  
一株当たり  
当期損失

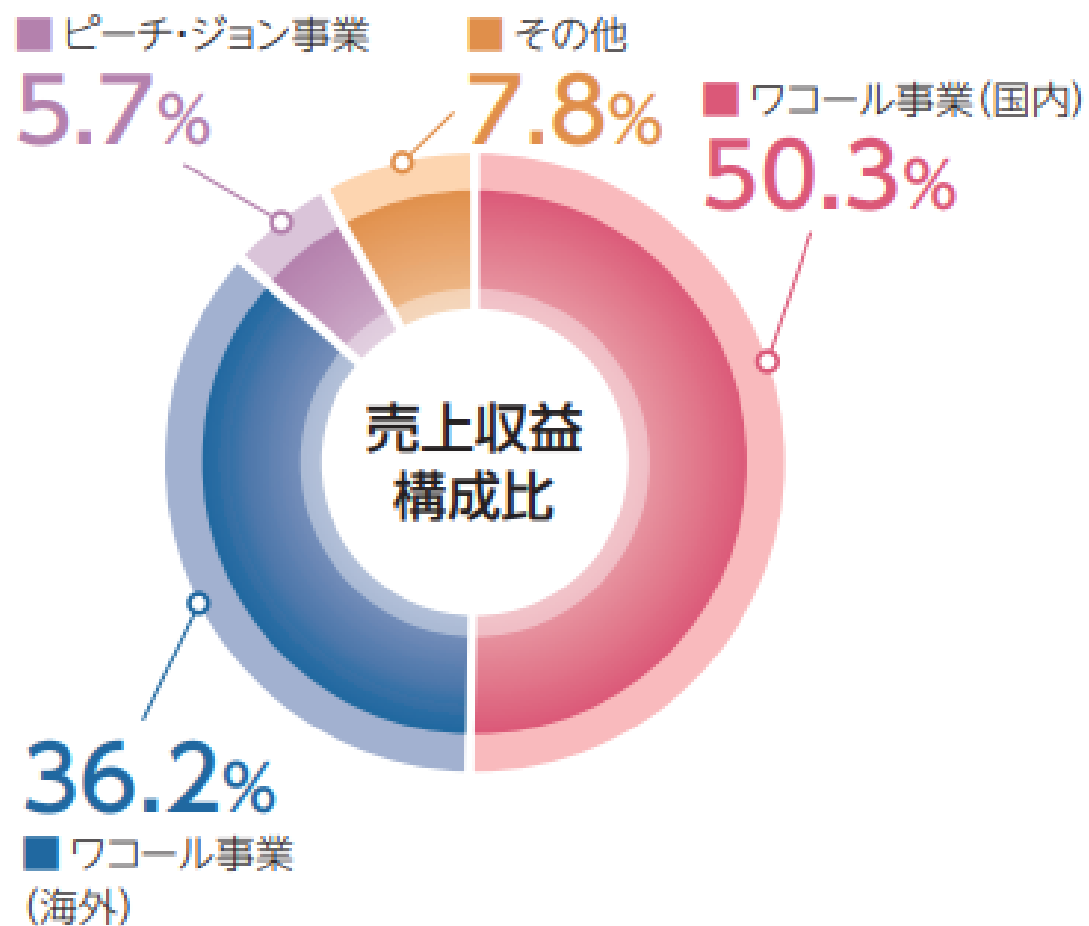
151円62銭

前期比

124円18銭減



# 報告セグメントの実績



## ▶ 報告セグメント情報

	売上収益 (百万円)	前期比 (%)
ワコール事業(国内)	94,198	97.4
ワコール事業(海外)	67,757	101.5
ピーチ・ジョン事業	10,741	90.1
その他	14,512	110.0
計	187,208	99.3

(注) セグメント情報は、国際財務報告基準第8号「事業セグメント」を適用しております。

# 報告セグメントの実績

## ワコール事業（国内）

売上収益

941億98百万円

前期比

2.6% 減



ブランドやチャネルごとに動向が異なり、強弱が入り混じる結果に

- ・ 高価格帯ブランド、メンズインナーウェアは堅調に推移、一方、主に中価格帯商品を展開する主カブランドについては苦戦
- ・ 直営店は、若年層をターゲットとする店舗は苦戦したものの、ファクトリーストアなどの堅調な販売が寄与し前期並み
- ・ 自社EC・他社ECは好調を維持

営業損失

41億93百万円

前期比

－ % 減



人件費削減、広告費抑制に努めたものの、営業損失

- ・ 売上利益率の低下
- ・ 構造改革費用の計上（55.2億円）
- ・ 前期に計上した固定資産売却益（30.2億円）の裏返し

# 報告セグメントの実績

## ワコール事業（海外）

売上収益

677億57百万円

前期比

1.5% 増



欧米中とともに現地通貨ベースでは減収も、  
主要通貨が円安に推移したことで増収

- ・ 事業撤退が決定しているIO社の大幅な減収
- ・ 米国ワコールは、実店舗・自社ECは好調に推移したものの、他社ECの売上が苦戦
- ・ ワコールヨーロッパは、主要エリアである英国・欧州については前期並みの売り上げ水準を維持したものの、その他のエリアでの販売が低調に推移
- ・ 中国ワコールは、実店舗への来店客数が想定を下回ったことに加え、ECも苦戦

営業損失

51億45百万円

前期比

- % 増



IO社の事業撤退・清算に伴う  
のれんの減損損失などの計上（78億円）が  
影響

# 報告セグメントの実績

## ピーチ・ジョン事業

売上収益

107億41百万円

前期比

9.9% 減 

営業損失

2億39百万円

前期比

- % 

直営店・自社ECともに苦戦、経費増により、減収減益

- ・ 国内事業において、広告活動やコラボレーション企画が振るわず、直営店・自社ECとも苦戦
- ・ 円安に伴う原価上昇、ECシステムの更改による経費増
- ・ 中国子会社の清算に伴う損失

## その他事業

売上収益

145億12百万円

前期比

10.0% 増 

営業利益

74百万円

前期比

43.1% 減 

売上収益は増加したが、七彩・ルシアン収益性悪化

Ai

- ・ 旅行関連需要の回復を受けて店舗・自社ECともに好調

七彩

- ・ 物販事業と内装工事事業が堅調に推移

ルシアン

- ・ 大手衣料品チェーン向けのPB商品が低調に推移

# 連結財政状態計算書

〈指定国際会計基準（IFRS）〉

## 資産合計

2,940億29百万円（↑83億70百万円）

- 政策保有株式の時価評価上昇に伴う「金融資産」の増加

## 負債合計

788億87百万円（↑67億10百万円）

- 保有株式の評価上昇に伴う繰り延べ税金負債の増加など

親会社の所有者に帰属する持分

2,118億29百万円（↑16億32百万円）

- その他の資本の構成要素の増加など

一株当たりの親会社所有者帰属持分

3,846円66銭（↑223円37銭）

**設備投資総額 33億 81百万円**

- 子会社における情報システム投資
- 所有不動産の維持補修工事

## 配当金についてのご案内

# 第76期の期末配当

**1株あたりの配当金 50円**

(1株あたりの年間配当金 100円)

**配当お受け取り開始日 6月6日**

## 役員賞与について

**業績等を勘案し、当期に係る役員賞与はありません**

# 第76期

事業報告

連結計算書類

単体計算書類

ご説明を終わらせていただきます



# ワコールグループの2025年3月期の取り組みについて

# はじめに

## 収益力悪化の原因

想定以上の外部環境の変化の早さに、自社のサプライチェーンマネジメントの弱みが顕在化

## 中期経営計画（リバイズ）の方針

“VISION2030”の達成確度の向上に向けて、  
まずはキャッシュを着実に創出できる体質への転換をおこなう

1.  
ビジネスモデル改革(サプライチェーンマネジメント改革、  
コスト構造改革)を実行し、基礎収益力を回復

2.  
デジタルの力と自社の強みを活用した“ブランド戦略”と  
“顧客戦略”を遂行し、次の成長へ繋げる

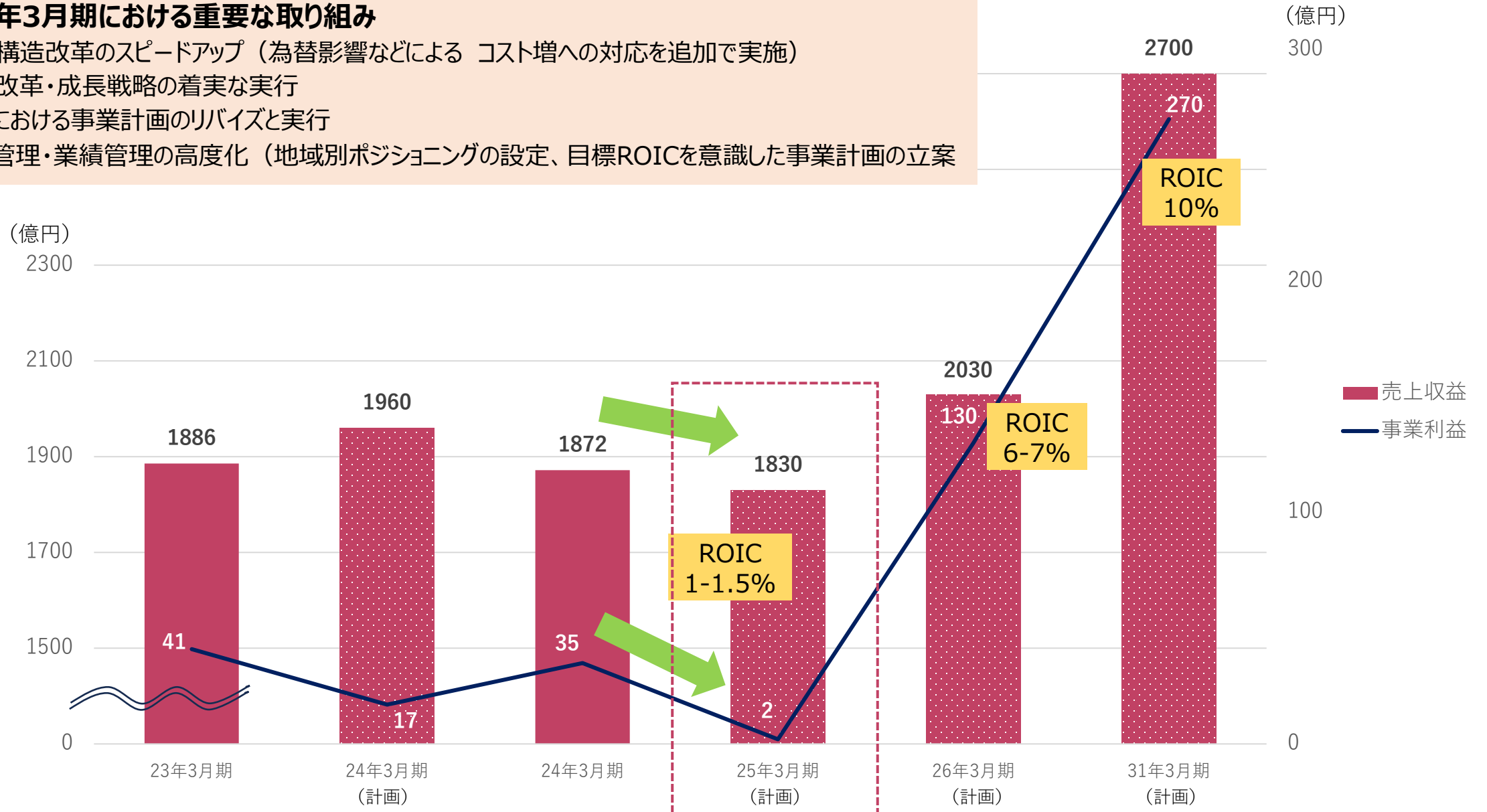
3.  
収益力や戦略の実効性を高めるための施策を支える  
経営管理基盤として、ROICマネジメントを導入

4.  
棚卸資産（在庫）の圧縮や、政策保有株式の縮減、  
保有不動産の整理を進め、資本効率を改善

# 2025年3月期の位置づけ

## 2025年3月期における重要な取り組み

- コスト構造改革のスピードアップ（為替影響などによるコスト増への対応を追加で実施）
- SCM改革・成長戦略の着実な実行
- 中国における事業計画のリバイズと実行
- 予算管理・業績管理の高度化（地域別ポジショニングの設定、目標ROICを意識した事業計画の立案）



# 中期経営計画（リバイズ）の方向性

## 1 収益力の改善に向けた ビジネスモデル改革

- サプライチェーンマネジメントの見直し
- コスト構造改革
- 不採算事業の対処

## 2 “VISION2030”達成に向けた 成長戦略

- ブランド戦略の見直し
- 成長市場への注力
- 企業価値向上に向けた人材育成  
・組織開発

収益力と  
資本効率の  
改善

成長投資と  
ステークホルダー  
への還元

## 3 ROICマネジメント導入

- 収益力や戦略の実効性をモニタリング
- 事業ポートフォリオマネジメント

## 4 アセットライト化の推進

- 棚卸資産（在庫）の圧縮
- 政策保有株式の縮減
- 保有不動産の整理

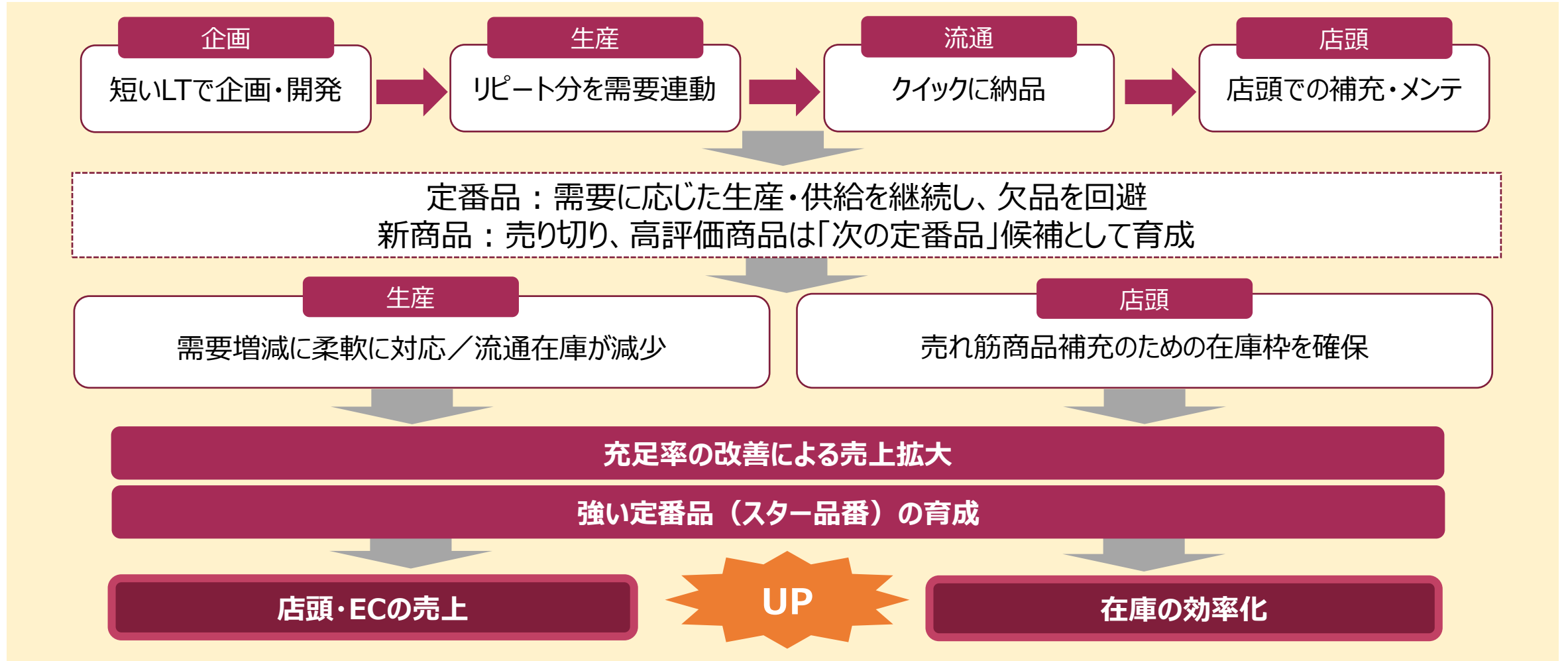


3

4

# (株)ワコールにおける サプライチェーンマネジメント改革 (SCM改革)

無駄の少ない販売オペレーションや、顧客ニーズや市場環境の変化に迅速に対応できる企画・生産体制の構築  
顧客ニーズにあう商品を短いリードタイムで開発・提供するとともに、欠品などの機会ロスを低減し、収益改善につなげる



# (株)ワコールにおける サプライチェーンマネジメント改革 (SCM改革)

## 2024年3月期の取り組み

**需要連動型ビジネスモデルの効果と可能性についての検討を開始**（企画～生産～物流～店頭が連携するプロジェクトチームを発足）



2023年10月～

**量販店の一部店舗での実証実験を開始**

- 欠品補充が店頭販売における機会ロスの改善に寄与することを確認
- 継続的に欠品補充をおこなうための営業体制の不備が判明

2024年3月～

**実験店舗を70店へ拡大し、効果検証中**

## 2025年3月期の取り組み

**需要連動型のSCMの早期構築に向けて、実証実験店舗の効果を検証するとともに、展開を加速**

1. **店頭・ECにおける充足率改善と商品構成の最適化**
  - 量販店（セルフ店）を中心に自動発注運用を正常化
  - 定番品比率を上げながら、各チャネルの売上構成に応じて商品構成を最適化
2. **在庫低減に向けた高効率な事業運営**
  - 既存パターン活用や開発会議等の管理プロセス見直しによる、企画・生産LTの短縮
  - 店頭需要状況に合わせた生産方式への変更による、在庫適正化と過剰在庫抑制

# (株)ワコールにおける コスト構造改革

為替影響や原材料の高騰もあり価格改定や原価低減などの追加アクションを検討・実施

中計リバイズの実施項目	2025年3月期の具体的な取り組み	備考
ブランドの集中と選択	<ul style="list-style-type: none"><li>● 品番集約等による返品・値引き損削減（構成ライン約4割、品番数1割超の削減）</li><li>● 販売価格設定の見直し</li></ul>	構成ラインの集約については2024年秋冬から開始し、2025年3月期中に完了
製造コストの低減	<ul style="list-style-type: none"><li>● 検査工程の効率化</li><li>● 品番集約による工数削減など</li></ul>	2025年3月期までに完了
生産や材料のコストダウン	<ul style="list-style-type: none"><li>● 生産体制の見直し</li><li>● 資材やマスターカラーの集約</li></ul>	2025年3月期までに完了
店舗損益の改善	<ul style="list-style-type: none"><li>● 得意先との取引条件の見直し</li><li>● 赤字店舗の撤退（最大32店舗）</li><li>● 生産性改善に向けた人員の適正化</li></ul>	2024年3月期中に、赤字店舗及び取引条件の改定が見込めない店舗の撤退検討
希望退職の募集	<ul style="list-style-type: none"><li>● 生産性改善に向けた人員の適正化</li></ul>	2024年3月期までに完了
その他販促費などの適正化	<ul style="list-style-type: none"><li>● IT費用の適正化</li><li>● 広告販促費の適正化</li></ul>	2025年3月期までに完了
流通コストの低減ほか	<ul style="list-style-type: none"><li>● 流通事業収益性改善</li></ul>	2025年3月期までに完了

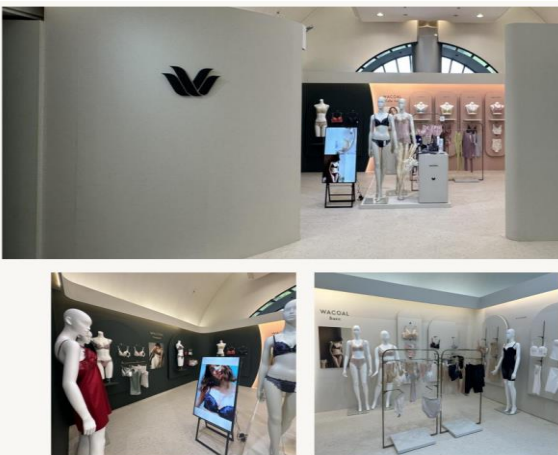
# (株)ワコールにおける 成長戦略 (1) ブランド戦略

## 2024年3月期の取り組み

魅力あるブランドの育成と顧客ニーズに応える商品の開発、  
若年層・ハイプレミアム層・シニア層などを軸とした顧客層の拡大へ挑戦

- 各セグメントの市場魅力度を分析し、市場セグメントを設定したうえで、強化セグメントにあわせて、ブランド戦略を構築
- 成長戦略における8つの強化領域設定するとともに、ブランドポートフォリオを設定
- 中核ブランド「Wacoal」のリブランドを決定（2024年秋冬シーズンから）

		年齢層					
		15~19歳	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60歳~
価格帯	ハイプレミアム		ハイプレミアム				
	プレミアム	若年層	Wacoal (リブランド)				シニア層
	ベター						
	モデレート						
	アフォーダブル	アフォーダブル					
	コストセービング						



## 「美・快適・健康」事業の拡大

- 3D計測サービス「SCANBE」へのリブランド
- 新サービス「わたしを知る骨格診断」  
ストレート・ウェーブ・ナチュラルの3タイプからなる骨格診断が可能



# (株)ワコールにおける 成長戦略 (1) ブランド戦略

## 2025年3月期の取り組み

- ・ブランドマネジメント体制を導入し、顧客起点でのブランド育成とコミュニケーション方針の組み直しに着手
- ・強化セグメントである若年層・ハイプレミアム層・シニア層の拡大に向けて、事業戦略を構築するディレクターを任命

### ■ブランドマネージャーを配置 (2024年4月～)



WACOAL



Wing



AMPHI



Salute



Yue



WACOAL SIZE ORDER



CWX



WACOAL MEN



←成長戦略  
ディレクター

## 「美・快適・健康」事業の拡大

- 人間科学研究開発センターの知見や、3D計測サービス「SCANBE」の進化による新価値提案
- 「CW-X」ブランドの成長実現に向けた戦略構築

# (株)ワコールにおける 成長戦略 (2) 顧客戦略

2024年3月期の取り組み

## デジタルの活用による、最適な顧客体験を通じた成長回帰の実現

- ID-POS分析より、「既存継続（二年連続購買者）」を高める目標を設定
- 既存顧客の継続購買に対する特性を特定（自社ECサイトと店舗との併用傾向）
- 顧客行動特性を背景に、ロイヤリティプログラムを再設計
- 自社アプリ「ワコールカルネ」の累計ダウンロード数400万DL突破

## オンライン（EC）をベースとしたデジタルコミュニケーションの強化

- ウェブストア上での店頭販売員によるレビューの開始

「スタッフレビュー」→

## 顧客サービスの進化

- 実店舗での取り置き・取り寄せサービスの開始



2025年3月期の取り組み

## デジタルの活用による最適な顧客体験を通じた成長回帰の実現

- ① **ポイントキャンペーンの見直し**
- ② **WEBで商品を予約し店頭で試着・確認できる「取り置き取り寄せ」強化**
- ③ **店頭販売員によるレビュー「スタッフレビュー」の活用**
- ④ **ロイヤリティプログラムや自社アプリを活用した購買率の向上**
- ⑤ **自社HPのコンテンツの効率的な運用による購買率の向上**
- ⑥ **デジタルコミュニケーションの継続的な強化**

景気低迷の影響と、消費者ニーズや消費行動の変化への対応の遅れにより、収益の回復が遅れる事業の選択と集中に取り組むことで成長軌道への回帰を実現すると同時に、コスト構造改革を実施

## 2025年3月期の取り組み

- ・ 赤字脱却を優先して、販売チャネルの選択と集中に着手
- ・ 販売・広告戦略と連動した商品MDを構築

## 2025年3月期 計画

売上収益 **101億円** 営業利益 **0.4億円**  
(前期比 ▲3%) (前期は赤字)

### 販売戦略

#### チャネルの選択と集中をおこない売上・利益を回復

- 店舗損益ベースの利益率が高い「百貨店※」へ注力 ※店舗は選別
- 赤字の主要因である「モール」への出店は縮小
- 滞留在庫の消化と売上獲得を両立する「アウトレット」へ注力
- 他社ECも選択と集中を実施し、資源を集中することで収益拡大

### 商品戦略

#### 販売・広告戦略と連動した商品MDの構築とブランドイメージ刷新

- 出退店や売場展開を、広告施策と商品構成と連動して計画
- EC得意先ごとの商品構成を明確化
- 日本ワコールのリブランドと連動した売場づくり

# ROICマネジメント導入/アセットライト化

## 資本効率性を高め、筋肉質な企業体質を実現するためにROICマネジメントを導入

### ■ ROICマネジメントの事業部門への導入プロセス

KPI : 2026年3月期 ROIC 6~7%

対象会社	浸透プロセス		
	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
HD	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC導入検討</li><li>● ROIC数値を把握するため、シミュレーション実施</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC経営開始</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 報酬との連動</li></ul>
(株)ワコール	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC経営導入方針の共有</li><li>● ROIC勉強会</li><li>● 事業活動への組み込み (ROICツリーの構築)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC経営開始</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 役員報酬との連動</li><li>● 報酬との連動</li></ul>
国内外子会社	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC経営導入方針の共有</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC勉強会</li><li>● 事業活動への組み込み (ROICツリーの構築)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● ROIC経営開始</li><li>● 報酬との連動</li></ul>

## 企業価値向上に寄与しない資産については売却することを基本方針とする

### ■ アセットライト化に向けた実施項目

#### ① 棚卸資産（在庫）の圧縮

2026年3月期の在庫回転率2.5回転  
を目標とする

#### ② 政策保有株式の縮減

2024年3月期～2026年3月期までの期間で  
約300億円の政策保有株式を売却  
(2026年3月期までに対純資産比10%未満に  
縮減)

#### ③ 保有不動産の整理

企業価値向上に寄与しない不動産については  
売却を基本方針に検討を進める

# サステナビリティへの取り組み

重要課題として掲げる「気候変動」「資源循環」「責任のある調達活動」「人権尊重」への取り組みを継続

推進体制と各部会の目的		2025年3月期の取り組み
サ ス テ ナ ビ リ テ ィ 委 員 会	カーボンニュートラル部会 脱炭素社会の実現（環境負荷の低い事業活動）	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 環境活動に関する基本方針（環境マネジメント）の見直し</li><li>▶ 国内スコープ1 &amp; 2：削減ロードマップに沿った活動の実施</li><li>▶ 国内スコープ3：仕入先からの一次データの取得に向けたヒアリング実施、二次データの精緻化（重量などの把握）を推進</li><li>▶ 海外スコープ1 &amp; 2：エネルギーデータの取得・排出係数の取得方法について検討。また、対象工場を設定し、削減計画の立案に向けた研究活動を開始</li></ul>
	資源循環部会 資源循環型社会の実現と廃棄物削減の推進	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 環境配慮型素材の使用比率目標の達成に向けて、引き続き、 ①環境配慮型素材の使用率の向上、②製品廃棄の削減、 ③工場・仕入先における残材料の廃棄削減の取り組みを継続</li></ul>
	CSR調達部会 CSR調達活動の推進（責任のある調達活動）	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 原材料調達先及び染色工場のモニタリング推進（継続）</li><li>▶ 人権デュー・ディリジェンス開始に向けたインパクトアセスメントのパイロット調査の実施</li><li>▶ CSR調達活動の推進体制の見直し</li></ul>
	人権・DE & I部会 人権尊重・DE & Iの推進	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 人権デュー・ディリジェンス開始に向けたインパクトアセスメントのパイロット調査の実施</li><li>▶ 職場の従業員や店頭の販売員における職場環境の改善、消費者の人権と多様性の尊重に向けた取り組みを実施</li><li>▶ 人権教育の実施</li><li>▶ 人的資本強化に向けたアンコンシャスバイアスの解消、DEI、経営理念浸透の取り組み強化</li></ul>

# 2025年3月期 通期計画

売上収益

**1,830**億円

<前期差> ▲42億円 (▲2%)

**(株)ワコールにおける構造改革の影響や七彩の株式譲渡により、減収を計画**

- (株)ワコールにおける構造改革（ブランドの選択と集中や赤字店舗の撤退）に伴う減収や一時的な返品計上ならびに取引先の減少・売場縮小リスクを考慮
- 七彩は、株式譲渡に伴って2Q以降連結範囲から除外（業績見込みに反映済み）

事業利益

**2**億円

<前期差> ▲33億円 (▲94%)

**構造改革は進展も為替などによる原価率の悪化をカバーできず、大幅減益**

- (株)ワコールは、コスト構造改革が進展も、減収に伴う利益減少に加え、為替影響や原材料コストアップなどによる原価率の悪化、ITインフラ整備に伴う一時的な経費計上から大幅な減益
- IO社の事業撤退、中国の構造改革の取り組みにより、海外事業は増益見込み

営業利益

**20**億円

<前期差> +115億円

**2024年3月期の構造改革経費の計上、米国の減損損失の裏返しなどから黒字回復見込み**

# 2025年3月期 資本政策と株主還元

## 政策保有株式の縮減

- 政策保有株式の縮減は、継続実施
- 2025年3月期は約200億円の政策保有株式の売却を予定

## 自己株式取得

資本効率の向上に向けて、250億円の自己株式の取得を計画

## 年間配当予想

2024年3月期同様に、1株当たり年間100円  
(中間配当、期末配当ともに1株当たり50円)

	1株当たりの配当金			配当金総額 (百万円)	実質ベースの 配当性向
	中間	期末	通期		
2024年3月期	50円	50円	100円	5,601	763.1%
<b>2025年3月期</b>	<b>50円</b>	<b>50円</b>	<b>100円</b>	—	<b>172.1%</b>

## 決議事項の上程

# 決議事項

## ■ 第1号議案

### 取締役8名選任の件

1	矢島	昌明	5	山内	千鶴
2	宮城	晃	6	佐藤	久恵
3	川西	啓介	7	日戸	興史
4	岩井	恒彦	8	原田	哲郎

# 決議事項

## ■ 第2号議案

### 監査役1名選任の件

**1 北川 真一**

# 決議事項

## ■ 第3号議案

**取締役（社外取締役を除く。）に対する  
業績連動型譲渡制限付株式の割当てのための  
報酬決定の件**

# 決議事項

## ■ 第3号議案

### 導入目的

**当社の取締役**（社外取締役を除く。以下、「対象取締役」という。）の報酬と会社業績及び当社の株式価値との連動性をより明確化することなどにより、対象取締役に当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主の皆様との一層の価値共有を進めるため、「業績連動型譲渡制限付株式」を割り当てる

※ 現状の「譲渡制限付株式報酬」と別枠として設定する

# 決議事項

## ■ 第3号議案

### 報酬額および株式数の上限

報酬額の上限：

**年額7,000万円以内とする**

株式数の上限：

**各事業年度において28,000株以内とする**

# 決議事項

## ■ 第3号議案

### 各対象取締役に対する交付株式数の算出方法

**個人別基本報酬額（※1）×業績支給率（※2）**

**1 株当たりの業績連動型譲渡制限付株式の価格（※3）**

※1 個人別基本報酬額 = 基本報酬月額 × 役位別係数

※2 対象期間の業績指標の数値目標等の達成率に応じ、0～100%の範囲で  
当社取締役会において決定

※3 発行等にかかる取締役会決議の日の前営業日の東京証券取引所における当社普通株式の終値  
を基礎とする

# 決議事項

## ■ 第3号議案

### 初回の対象期間における業績評価指標および業績指標率

初回の対象期間：2024年4月1日～2025年3月31日

業績評価指標①		業績評価指標②	
連結ROE（7%）	業績支給率	連結事業利益（130億）	業績支給率
達成率100%以上	50%	達成率100%以上	50%
達成率100%未満	0%	達成率100%未満	0%

※ 事業利益 = 売上収益 - (売上原価 + 販売費及び一般管理費)

※ 初回以降、対象期間・業績評価指標・業績支給率は取締役会にて決定する

招集ご通知 16～19ページ

# 決議事項

## ■ 第3号議案

### 交付要件

対象期間が終了し、以下の交付要件を満たした場合に、各対象取締役に対して金銭報酬債権を支給し、当該金銭報酬債権の全部を現物出資させることで各対象取締役に業績連動型譲渡制限付株式を交付する

- ① **対象期間中に対象取締役が継続して当社又は当社取締役会が定める当社子会社の取締役、監査役および執行役員の内いずれかの地位にあったこと**
- ② **当社取締役会で定める一定の非違行為がなかったこと**
- ③ **当社取締役会が定めるその他必要と認められる要件を充足すること**

# 決議事項

## ■ 第3号議案

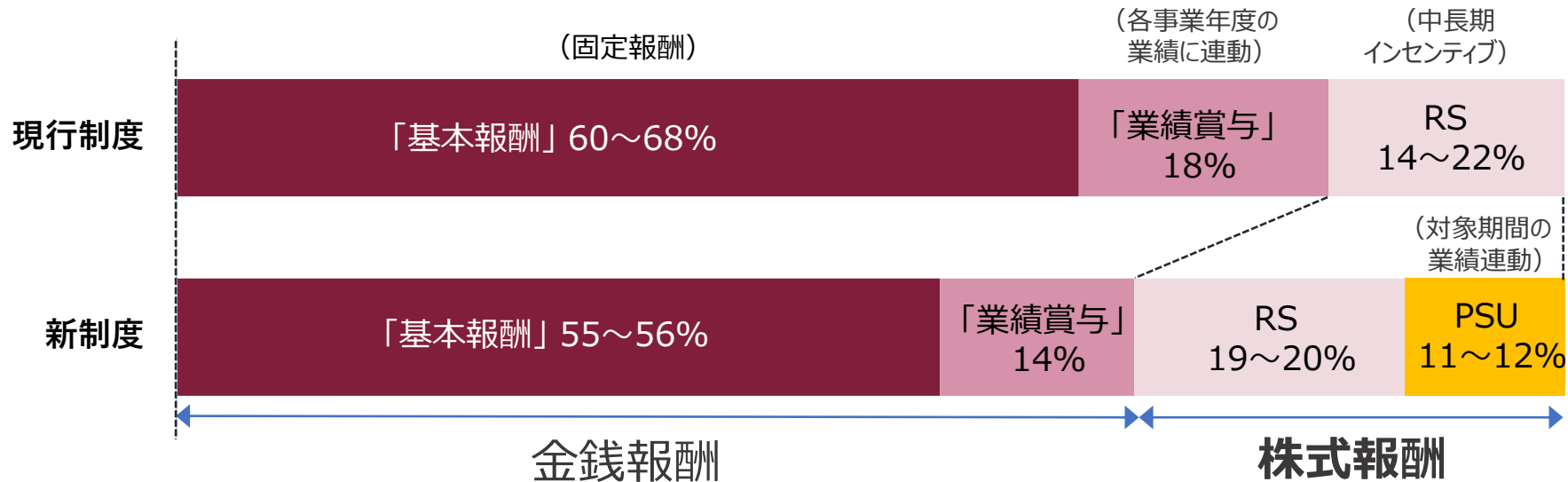
### 譲渡制限期間および譲渡制限の内容

当社及び当社取締役会が定める当社子会社の取締役、監査役および執行役員**のいずれの地位からも退任する日までの期間**、第三者に対して譲渡、質権の設定、譲渡担保権の設定、生前贈与、遺贈その他**一切の処分行為**をすることができない

# 決議事項

## ■ 第3号議案

### 本議案を原案通りご承認いただいた場合の役員報酬制度



※ 記載の割合はいずれも、業績賞与の算定結果が基準値どおりの状況

**RS :**  
譲渡制限付株式

**PSU :**  
業績連動型譲渡制限付株式