

## BRIDGE REPORT



分部 至郎 社長

## 株式会社 レイ (4317)



## 会社情報

|         |                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------|
| 市場      | JASDAQ                                                      |
| 業種      | サービス業                                                       |
| 代表取締役社長 | 分部 至郎                                                       |
| 所在地     | 東京都港区六本木 6-15-21                                            |
| 決算月     | 2月                                                          |
| HP      | <a href="https://www.ray.co.jp/">https://www.ray.co.jp/</a> |

## 株式情報

| 株価     | 発行済株式数       |         | 時価総額      | ROE(実)   | 売買単位   |
|--------|--------------|---------|-----------|----------|--------|
| 349 円  | 14,328,976 株 |         | 5,001 百万円 | 12.9%    | 100 株  |
| DPS(予) | 配当利回り(予)     | EPS(予)  | PER(予)    | BPS(実)   | PBR(実) |
| 6.00 円 | 1.7%         | 32.10 円 | 10.倍      | 347.64 円 | 1.0 倍  |

\*株価は 5/15 終値。発行済株式数は直近短信記載の発行済株式数(自己株式を含む)、時価総額は 4/26 終値 × 発行済株式数。

## 連結業績推移

| 決算期           | 売上高    | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 | EPS   | DPS  |
|---------------|--------|------|------|-------|-------|------|
| 2015 年 2 月(実) | 11,471 | 501  | 449  | 304   | 23.84 | 5.00 |
| 2016 年 2 月(実) | 11,456 | 468  | 463  | 356   | 27.67 | 6.00 |
| 2017 年 2 月(実) | 11,314 | 363  | 353  | 217   | 16.89 | 6.00 |
| 2018 年 2 月(実) | 11,959 | 576  | 533  | 374   | 28.42 | 6.00 |
| 2019 年 2 月(実) | 11,471 | 896  | 882  | 609   | 42.54 | 8.00 |
| 2020 年 2 月(予) | 12,000 | 655  | 650  | 460   | 32.10 | 6.00 |

\*単位:百万円、円

\* 予想は会社予想。2017 年 2 月期より当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益(以下、純利益については同様)。

レイの 2019 年 2 月期決算の概要と 2020 年 2 月期の見通しについて、ブリッジレポートにてご報告致します。

## 目次

- [1. 会社概要](#)
  - [2. 2019 年 2 月期決算](#)
  - [3. 2020 年 2 月期業績予想](#)
  - [4. 今後の注目点](#)
- [＜参考:コーポレートガバナンスについて＞](#)

## 今回のポイント

- 19/2 期は前期比 4.1%減収、55.5%営業増益。テクニカルソリューション事業において 4Qに採算性の高いコンサート・舞台案件等で売上計上し大幅増益を牽引した。全社的に取り組んだ適正利益の確保、コスト管理の徹底、経費削減等の施策の効果も生じ、売上総利益率が大幅改善、各利益は期初の会社予想も大きく上回った。配当は 2 円増配し 8.0 円の期末配当。
- 20/2 期は 4.6%増収、26.9%営業減益を計画する。厳しい経営環境を同社では予想している。19/2 期の業績が低調だった広告ソリューション事業においては、営業力強化等の成果が表れてくるものと見込む。しかし、19/2 期にあった大型のコンサート案件等の受注が現状では見込めていない。利益面では、成長のための投資も積極的に行っていく方針で人件費等が増加する見通し。
- 3Q累計では盛り上がりに欠ける印象もあったが、4Qに一気に浮上した。20/2 期が減益予想となるのは大型のコンサート案件等の受注が現状では見込めていないことが主因だが、今後の受注動向次第では大きく変わる可能性もある。年号が「令和」となり新たなイベント等で受注を得る可能性も、6 月には大阪でG20 サミットが開催、下期にはラグビーワールドカップもあり、外部環境は悪くはなさそうだ。21/2 期には東京オリンピック・パラリンピックも控える。「令和」は「レイ」にとって好スタートを切れそうだ。

## 1. 会社概要

セールスプロモーション(SP)やテレビコマーシャル(TVCM)等の、企画、制作、プロモーション、更にはイベントまでをカバー。ポストプロダクション(編集スタジオ)機能や映像機器を保有し、実制作部隊を備える事で、顧客ニーズに合った総合的な提案やサービスができる事が強み。グループは、同社と(株)クレイ、(株)マックレイの連結子会社 2 社。

### 【経営理念】

- ・ 会社はステージ、社員をアクター、経営者を演出家、そしてお客様と株主の皆様を観客と、置き換えることができると考えております。
- ・ 最先端のステージ(会社)で、アクター(社員)、演出家(経営者)全員が、それぞれプロ意識に徹し、十分にその実力を発揮し、多くの観客(お客様と株主の皆様)から拍手をいただくことは大変素晴らしく、当社グループの理想とするところです。
- ・ 当社グループは、その理想の下、常に会社組織、投資機材の一層の拡充、最先端化と全社員の絶え間ない質的向上を経営の基本方針としております。

同社は、小さなベンチャー企業から発展し、広告、プロモーションや番組等の映像制作ビジネスを立ち上げてきた。その発展を支えてきたのは上記の経営理念である。この経営理念の下、強みであるデジタル映像制作加工技術及びデジタル映像演出技術を活かせる市場機会への俊敏な取り組み、そして市場より得られたリターンをデジタル技術に再投資する事で能力を高め、その高められた能力を基に新たな市場機会に挑戦する、という不断のイノベーションを経営戦略として推進している。

### 【経営方針】

同社は現在の立ち位置を、次の 30 年に向けた第二の創業と位置付けており、キーワードとして「100 億をベースにさらなる躍進」を掲げている。現在、大手広告代理店からの直接・間接(制作会社経由)の受注が全体の 50%を占めており、残りの 50%は直接取引によるもの。次の 30 年に向けた企業創造では、深耕と領域拡大で大手広告代理店向けビジネスの拡大を図りつつ、エンターテインメントや MICE 関連の売上構成比を引き上げていく(広告主からの直接受注や学会関連のビジネスの拡大)。また、業界再編を顧客フィールドの拡大につなげるべく M&A の可能性も探っていく。

### 【事業セグメント】

事業は、SP や TVCM 等の企画制作を行う広告ソリューション事業と保有する各種映像インフラを活用した実制作やデジタル映像機材のレンタルを行うテクニカルソリューション事業に分かれる。同社グループは、企画制作領域と実制作領域をカバーする事で一貫したサービスを提供できる事が強みだ。テクニカルソリューション事業の全売上高の 0.7%が広告ソリューション事業向けの内部売上であり、94%が顧客向けの売上である。

19/2 期の売上構成比は、それぞれ 47.6%、52.4%。連結調整前利益の構成比は、それぞれ 29.7%、70.3%。

## BRIDGE REPORT



## 広告ソリューション事業

広告代理店や一般企業の広告部門を主な取引先とする。企業の SP、キャンペーン、イベント、展示会、ショールーム等の企画制作・運営を手掛ける SP・イベント部門と TVCM の企画制作を行う TVCM 部門に分かれ、(株)レイと(株)クレイが事業を手掛けている。

尚、広告の制作は、クライアント及び広告代理店が方向性や戦略を決定し、戦略に基づいて企画・制作会社が詳細な実施計画を立案し、実制作作業を各種業者に発注する。上場同業者としては、SP・イベント部門でテー・オー・ダブリュー、TVCM 部門で AOI Pro.、TYO を挙げる事ができる。

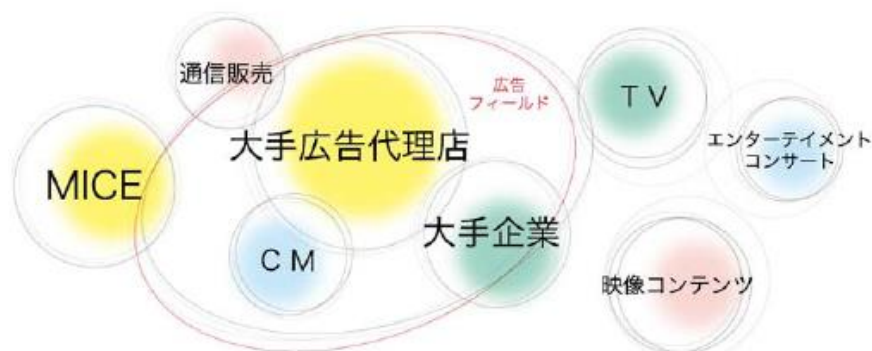
| SP・イベント部門(コミュニケーションデザイン事業本部)                                                                                                                                             | TVCM 部門(クリエイティブ・デザイン事業本部)                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・各種プロモーション、イベント等の企画制作</li> <li>・展示会、博覧会、ショールーム等の企画制作</li> <li>・印刷物、デザイン、プレミアム商品等の企画制作</li> <li>・Web 等のデジタルプロモーションの企画制作</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・TV コマーシャル等の企画制作</li> <li>・通販番組を含むダイレクト広告の企画制作</li> <li>・ミュージック PV 等の企画制作</li> <li>・イベント、ショールーム等の映像の企画制作</li> </ul> |

## テクニカルソリューション事業

各種制作プロダクションやエンターテインメントの主催者等を主な取引先とする。広告ソリューション事業が提案する企画制作を実現する事業だが、現在、グループ外への売上が全体の 94%を占め、広告ソリューション事業向けの社内売上は 6%にとどまる。イベント、展示会、コンサート、学会、会議等で使われる映像システム、特殊演出システム、ビジネスプレゼンテーション機器等のレンタル・オペレーションサービスを行う映像機器レンタル部門と、デジタル映像を中心に各種映像(テレビコマーシャル・番組等)の編集及びDVD・ブルーレイディスク・CG制作等を行うポストプロダクション部門に分かれている。広告ソリューション事業と同じく請負事業で、主に制作会社から受注しているが、設備の償却負担がコストに占める割合が大きく、各種機材の稼働率が利益面での課題となる。上場同業者としては、映像機器レンタル部門でヒビノ、ポストプロダクション部門でイマジカを挙げる事ができる。

| 映像機器レンタル部門(イベント事業本部)                                                                                                                                                                  | ポストプロダクション部門(マックレイ事業本部)                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE 等での大型映像機器のレンタル、オペレーション</li> <li>・コンサート等の大型映像機器のレンタル、オペレーション</li> <li>・ライブ中継、撮影、ネットワーク配信</li> <li>・会議施設、ショールーム等への映像機器販売、運営サポート</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・CM、TV 番組等の映像デジタル編集、MA 制作</li> <li>・CM 等の撮影、デジタルアーカイブ</li> <li>・CG、各種映像制作の技術サポート</li> <li>・Blu-ray / DVD のオーサリング、制作全般</li> </ul> |

## 【顧客フィールド】



※ MICE

企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨(Incentive)、国際機関・団体、学会が行う国際会議(Convention)、及び展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字をとったもの。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。

(同社資料より)

広告フィールドに軸足を置いて事業を展開しているため、大手広告代理店向けの売上(直接及び制作会社経由の間接)が多いものの、売上高の過半には届いておらず、直接取引等が売上の過半を超えている。深耕と領域拡大で大手広告代理店向けビジネスを拡大させつつ、一般企業等の広告主からの直接受注やエンターテインメント、MICE 関連ビジネスの売上構成比を引き上げていく考え。

## BRIDGE REPORT



## 【強み ワンパッケージサービス】

同社の強みは、制作領域と技術領域を持つ事で、映像、イベント、クリエイティブ、そしてプロモーションという4つの異なる領域をカバーし、顧客ニーズに合った総合的な提案ができる事。広告ソリューションで培ってきた企画制作力と、IT・デジタル・映像を強みとしたテクニカルソリューションを駆使して、顧客の様々なニーズに、どの立ち位置からでも、どの段階からでも柔軟にサポートしていく。

## 2. 2019年2月期決算

## (1) 連結業績

|                     | 18/2 期 | 構成比    | 19/2 期 | 構成比    | 前期比    | 期初予想   | 予想比    |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高                 | 11,959 | 100.0% | 11,471 | 100.0% | -4.1%  | 12,500 | -8.2%  |
| 売上総利益               | 3,381  | 28.3%  | 3,711  | 32.4%  | +9.8%  | -      | -      |
| 販管費                 | 2,804  | 23.5%  | 2,814  | 24.5%  | +0.4%  | -      | -      |
| 営業利益                | 576    | 4.8%   | 896    | 7.8%   | +55.5% | 620    | +44.6% |
| 経常利益                | 533    | 4.5%   | 882    | 7.7%   | +65.4% | 600    | +47.1% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 374    | 3.1%   | 609    | 5.3%   | +62.8% | 390    | +56.3% |

※数値には(株)インベストメントブリッジが参考値として算出した数値が含まれており、実際の数値と誤差が生じている場合があります(以下同じ)。

※単位: 百万円

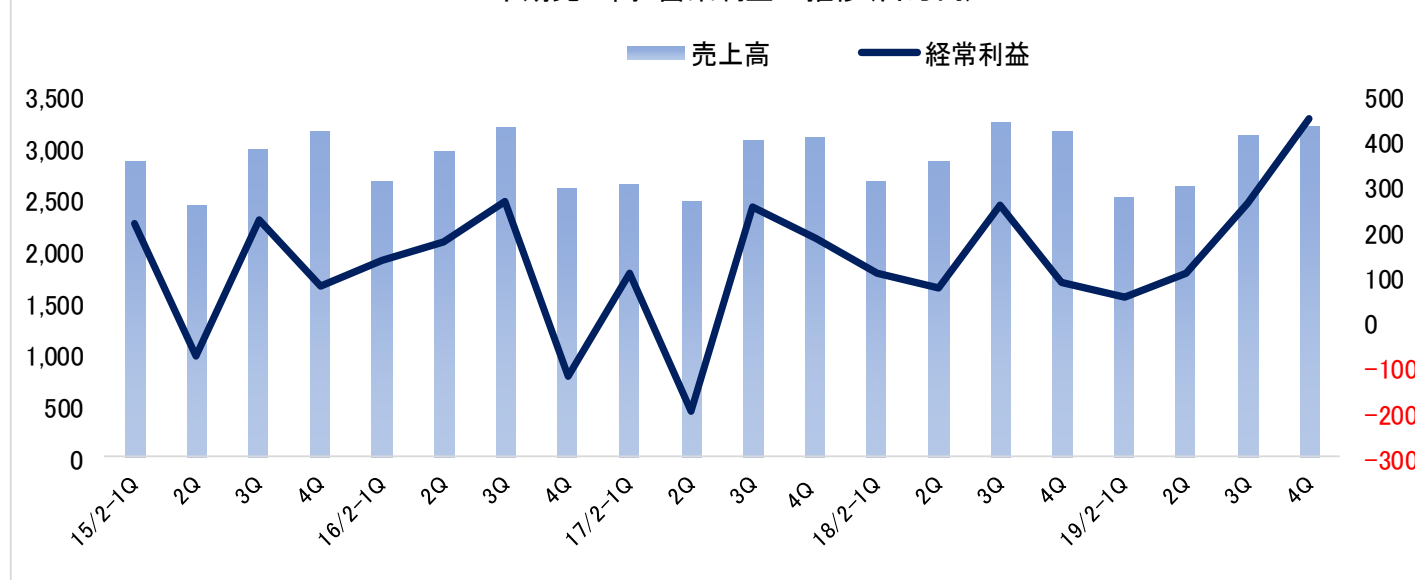
## 前期比 4.1%の減収、同 55.5%の営業増益

同社の主要市場である広告業界では、18年の国内総広告費は前年比 2.2%増の 6 兆 5,300 億円(電通発表による)となり、戦後最長といわれる景気拡大に伴って増加し、7 年連続で前年実績を上回る状況となっている。同社の主要市場である広告業界は、前年並みの水準に留まっており、国内経済の状況に比して厳しい状況となっている。

売上高は前期比 4.1%減の 114 億 71 百万円。テクニカルソリューション事業は 6.5%増収となったものの、広告ソリューション事業において受注が伸び悩み 13.5%減収と苦戦した。営業利益は同 55.5%増の 8 億 96 百万円。全社的に取り組んだ適正利益の確保、コスト管理の徹底、経費削減等の施策の効果が生じた。テクニカルソリューション事業が 56.1%増益と好調だったことにより大幅な増益となった。売上総利益率が前期 28.3%から 32.4%へ大幅に改善している。営業外では、出資金運用損益が前期損失から利益に転じたことや支払利息の減少もあり経常利益は同 65.4%増の 8 億 82 百万円。税負担の増加はあったものの、有価証券売却益を計上し親会社株主に帰属する当期純利益は同 62.8%増の 6 億 9 百万円となった。

同社は例年、秋にイベント等が多いことから 3Q(9~11 月)に売上・利益が偏る傾向にある。19/2 期は 3Q累計では前年同期比 5.5%減益であったが、特に利益面で 4Qに大きく伸ばした。

四半期売上高・営業利益の推移(百万円)





## BRIDGE REPORT



## (2)セグメント別動向

|              | 18/2 期 | 構成比    | 19/2 期 | 構成比    | 前期比    |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 広告ソリューション    | 6,319  | 52.8%  | 5,464  | 47.6%  | -13.5% |
| テクニカルソリューション | 5,639  | 47.2%  | 6,007  | 52.4%  | +6.5%  |
| 連結売上高        | 11,959 | 100.0% | 11,471 | 100.0% | -4.1%  |
| 広告ソリューション    | 502    | 42.7%  | 444    | 29.7%  | -11.6% |
| テクニカルソリューション | 675    | 57.3%  | 1,054  | 70.3%  | +56.1% |
| 調整額          | -601   | -      | -601   | -      | -      |
| 連結営業利益       | 576    | 100.0% | 896    | 100.0% | +55.5% |

※単位:百万円

## 広告ソリューション事業

売上高 54 億 64 百万円(前期比 13.5%減)、営業利益 4 億 44 百万円(同 11.6%減)。

SP・イベント部門については、大型案件が減少したことや全体的に受注が伸び悩んだこと等により低調な結果となった。TV CM部門については、前期の様な特需的な受注案件がなく、売上、営業利益共に前年実績には至らないものの、業績は期初見込を上回り堅調に推移した。

## テクニカルソリューション事業

売上高 60 億 7 百万円(前期比 6.5%増)、営業利益 10 億 54 百万円(同 56.1%増)。

映像機器レンタル部門は、3Q(3~11月)までの業績は低調に推移していた。しかし、4Q(12~2月)に収益性の高いコンサート・舞台案件等の売上が計上されたこと等により前期を上回る結果となった。ポストプロダクション部門においても、TVCM編集スタジオは堅調に稼働しており、番組編集やDVD制作の業務も堅調であったことから通期にわたって好調に推移した。

## (2)財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

## 財政状態

|        | 18 年 2 月 | 19 年 2 月 |                | 18 年 2 月   | 19 年 2 月   |
|--------|----------|----------|----------------|------------|------------|
| 現預金    | 1,148    | 1,675    | 仕入債務           | 1,150      | 1,065      |
| 売上債権   | 3,524    | 3,051    | 未払法人税・消費税等     | 175        | 319        |
| たな卸資産  | 310      | 364      | 未払金・未払費用       | 249        | 270        |
| 流動資産   | 5,510    | 5,513    | 賞与引当金          | 205        | 242        |
| 有形固定資産 | 2,696    | 2,798    | 有利子負債(うちリース債務) | 2,375(722) | 1,833(813) |
| 無形固定資産 | 96       | 81       | 負債             | 4,314      | 3,897      |
| 投資その他  | 498      | 485      | 純資産            | 4,487      | 4,981      |
| 固定資産   | 3,291    | 3,365    | 負債・純資産合計       | 8,802      | 8,878      |

※単位:百万円

19/2 期末の総資産は前期末比 76 百万円増の 88 億 78 百万円となった。流動資産は同 2 百万円増の 55 億 13 百万円。主に現預金の増加 5 億 26 百万円、電子記録債権の減少 4 億 43 百万円によるもの。固定資産は同 73 百万円増の 33 億 65 百万円。主に有形固定資産の増加 1 億 2 百万円によるもの。

負債合計は前期末比 4 億 17 百万円減の 38 億 97 百万円となった。流動負債は同 2 億 5 百万円減の 32 億 99 百万円。主に短期借入金の減少 2 億 20 百万円、1 年内返済予定の長期借入金の減少 1 億 10 百万円によるもの。固定負債は同 2 億 12 百万円減の 5 億 98 百万円。主に長期借入金の減少 3 億 2 百万円、リース債務の増加 1 億 4 百万円によるもの。

純資産合計は前期末比 4 億 93 百万円増の 49 億 81 百万円となった。主要因は、利益剰余金の増加 5 億 23 百万円によるもの。

自己資本比率は 56.1%となった(前期末 51.0%)。

## BRIDGE REPORT



## キャッシュ・フロー(CF)

|                   | 18/2 期 | 19/2 期 | 前期比    |         |
|-------------------|--------|--------|--------|---------|
| 営業キャッシュ・フロー(A)    | 558    | 2,001  | +1,443 | +258.5% |
| 投資キャッシュ・フロー(B)    | -240   | -301   | -61    | -       |
| フリーキャッシュ・フロー(A+B) | 318    | 1,700  | +1,381 | +434.4% |
| 財務キャッシュ・フロー       | -356   | -1,173 | -817   | -       |
| 現金及び現金同等物期末残高     | 1,148  | 1,675  | +526   | +45.8%  |

※単位:百万円

19/2 期末の現金及び現金同等物は前期末比 5 億 26 百万円増の 16 億 75 百万円となった。

営業 CF は前期比 14 億 43 百万円増の 20 億 1 百万円。主な増加要因は、税金等調整前当期純利益の計上 8 億 90 百万円、減価償却費の計上 5 億 80 百万円、売上債権の減少 4 億 72 百万円。主な減少要因は、仕入債務の減少 84 百万円、法人税等の支払額 1 億 54 百万円によるもの。

投資 CF は前期比 61 百万円支出が増加し 3 億 1 百万円の支出となった。主な支出減少要因は投資有価証券の売却による収入 66 百万円、主な支出増加要因は有形固定資産の取得による支出 2 億 78 百万円によるもの。

フリーCF は前期比 13 億 81 百万円増加し 17 億円となった。

財務 CF は同 6 億 17 百万円支出が増加し 11 億 73 百万円の支出となった。主な要因は、長短借入金の返済額(純額)6 億 32 百万円、リース債務の返済による支出 4 億 53 百万円、長期借入金の返済による支出 4 億 12 百万円、配当金の支払額 85 百万円によるもの。

## 3. 2020 年 2 月期業績予想

## (1)連結業績

|                     | 19/2 期 実績 | 構成比    | 20/2 期 予想 | 構成比    | 前期比    |
|---------------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| 売上高                 | 11,471    | 100.0% | 12,000    | 100.0% | +4.6%  |
| 営業利益                | 896       | 7.8%   | 655       | 5.5%   | -26.9% |
| 経常利益                | 882       | 7.7%   | 650       | 5.4%   | -26.4% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 609       | 5.3%   | 460       | 3.8%   | -24.5% |

※単位:百万円

## 20/2 期は前期比 4.6%の増収、同 26.9%の営業減益予想

20/2 期は売上高が前期比 4.6%増の 120 億円、営業利益は同 26.9%減の 6 億 55 百万円を計画する。

国内景気は緩やかな回復が続いており、総広告費においても前年を上回る状況が継続している。しかし、景気後退の懸念が強まっており、景気動向と密接な関係にある広告業界においても、厳しい経営環境を同社では予想している。こうした中、19/2 期の業績が低調だった広告ソリューション事業においては、営業力強化等の成果が表れてくるものと見込む。しかし、景気の後退懸念が更に強まれば広告主のコスト削減も予想される。また、19/2 期にあった大型のコンサート案件等の受注が現状では見込めていない。加えて、TVCM業界において、オンライン送稿の更なる普及によるプリント業務売上の減少が同社業績にも一定程度の影響を与えるものと予想している。利益面では、成長のための機材投資、人材の採用と育成への投資も積極的に行っていく方針であり、機材関連の経費や人件費が増加するものと見込んでいる。1Qに株式の売却益が発生する予定であるが、同社業績は、イベント・展示会等が多く開催される秋季期間に業務が多くなるといった季節要因等があることから、上期までの業績は低調になると見込んでいる。

配当は、1 株当たり 6 円の期末配当を予定している(予想配当性向 18.7%)。

## BRIDGE REPORT



## (2) 上期業績

|                     | 19/2 期 実績 | 構成比    | 20/2 期 予想 | 構成比    | 前期比    |
|---------------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| 売上高                 | 5,138     | 100.0% | 5,500     | 100.0% | +7.0%  |
| 営業利益                | 178       | 3.5%   | 160       | 2.9%   | -10.4% |
| 経常利益                | 164       | 3.2%   | 150       | 2.7%   | -8.9%  |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 92        | 1.8%   | 130       | 2.4%   | +40.3% |

※単位:百万円

## (3) 方針

20/2 期を「将来を見据え、しっかりと土台を作る期」と位置付け、確実にジャンプ(インフレーション的飛躍)を実現するため、方針や足腰、組織的環境をしっかりと整えていく考え。

各部門のキーワード

## OSP・イベント部門

- ① 売上拡大(得意先の拡充、プロデューサーの拡充等)
- ② 人材育成(労務環境への関与、外部セミナーの活用等)
- ③ 世代交代(自主提案の支援等)

## OTVCM部門

19/2 期からの継続

「変わる」「変える」「笑える」環境に

## 映像機器レンタル部門

営業力強化

コンサート・エンターテインメント・スポーツ(eSPORTを含む)JOBを拡大する

## ポストプロダクション部門

マックレイ事業本部の数年先の将来

映像制作全般を支える業界トップクラスの技術会社を目指す

## 4. 今後の注目点

3Q累計では6.2%減収、5.5%減益、通期予想に対する進捗率も前期比で遅れており、盛り上がり欠ける印象もあったが、4Qに一気に浮上した。採算性の良いコンサート・舞台案件等で売上計上したこともあるが、これまで唱えてきた適正利益の確保、コスト管理の徹底、経費削減等の施策の効果も生じた。自己資本比率は16/2期末の42.2%から19/2期末には56.1%に増加しており、M&Aなどを含めた今後の投資戦略にも注目したい。

20/2 期が減益予想となるのは大型のコンサート案件等の受注が現状では見込めていないことが主因のようだが、今後の受注動向次第では大きく変わる可能性もありそう。年号が「令和」となり新たなイベント等が舞い込む可能性もありそう。また、6月には大阪でG20サミットが開催される。例年低調な上期だが意外と伸びる可能性を秘めている。下期にはラグビーワールドカップもあり、同社は外部環境を慎重に見ているものの悪くはなさそう。また、来21/2期には東京オリンピック・パラリンピックも控えており、当面の受注環境は良さそうである。「令和」は「レイ」にとって好スタートを切れそう。

## 参考:コーポレート・ガバナンスについて

### ◎組織形態及び取締役、監査役の構成

|      |           |
|------|-----------|
| 組織形態 | 監査役会設置会社  |
| 取締役  | 6名、うち社外1名 |
| 監査役  | 3名、うち社外2名 |

### ◎コーポレート・ガバナンス報告書 更新日:2018年06月01日

#### 基本的な考え方

当社は、株主をはじめとした全てのステークホルダーの皆様の信頼に応え、継続的な企業価値の向上と健全で透明性が高く、環境の変化に柔軟に対応できる経営を重要な課題と位置付け、経営効率の更なる向上を図りつつ、業務遂行の意思決定機関である取締役会の充実、コンプライアンス遵守等、コーポレート・ガバナンスの強化に向けた取組みを推進しております。また、企業活動の展開にあたり、法令を遵守し、社会倫理に従って行動するという観点から、当社グループの役員及び従業員の基本的な行動の規範を定めた「レイグループ行動規範」を策定し、役員、従業員に遵守、徹底を図っております。

#### ＜実施しない原則とその理由＞

当社は、コーポレートガバナンス・コードの基本原則を全て実施しております。

東証コーポレート・ガバナンス情報サービス: <http://www2.tse.or.jp/tseHpFront/CGK010010Action.do?Show=Show>

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2019 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(レイ:4317)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、[www.bridge-salon.jp/](http://www.bridge-salon.jp/) でご覧になれます。