

 分部 至郎 社長	株式会社レイ(4317)
	

企業情報

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	http://www.ray.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
415 円	14,328,976 株		5,947 百万円	13.4%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
-	-	-	-	388.54 円	1.1 倍

*株価は 5/12 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 5/12 終値×発行済株式数、ROE、BPS は 2020 年 2 月期決算短針より。

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
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(実)	11,925	1,035	1,037	721	50.38	5.00
2021年2月(予)	未定	未定	未定	未定	-	未定

*(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 2020 年 2 月期決算の概要と 2021 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

[今回のポイント](#)

[1. 会社概要](#)

[2. 2020年2月期決算](#)

[3. 2021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

- 20/2 期は 4.0%増収、15.5%営業増益。広告ソリューション事業、テクニカルソリューション事業がいずれも秋の繁忙期需要をしっかりと取り込んだ。ただし、テクニカルソリューション事業が 4Q(12-2 月)に失速した。9.5%増収の広告ソリューション事業が 46.1%増益の一方、1.1%減収のテクニカルソリューションが 5.2%減益にとどまった。販管費削減を主因に 2 桁増益を確保した。会社予想との比較では売上は若干下回ったものの、各利益は上回った。配当は 5.0 円の期末配当を実施する。
- 21/2 予想は未定とした。新型コロナウイルスによりイベント・展示会・コンサート・舞台等の業務を行っているSP・イベント部門・映像機器レンタル部門を中心に足元の業績に大きな影響を受けている。新型コロナウイルスの収束が見通せないこと、及び東京オリンピック・パラリンピックの延期に伴う影響についても現時点では合理的に算定することが困難なことから未定とした。
- 20/2 期は 4Q(12-2 月)に失速した印象。新型コロナウイルスの影響も若干あったと推測される。21/2 期は期初から厳しい状況となる。こうした中、ポストコロナを見ていきたい。東京オリンピックは 1 年延期となったが、今後関連するコロナ収束後には様々なイベントが復活するだろう。目先の資金繰りに窮することはなく、ポストコロナに備えたい。株価はコロナ禍を織り込み低迷、PBRは 1.1 倍であるが新型コロナウイルスの収束が見えてくれば見直し余地は大きいと考える。

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、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6%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。

20/2期の売上構成比は、それぞれ50.2%、49.8%。連結調整前利益の構成比は、それぞれ39.4%、60.6%。

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 TYO Holdingsを挙げる事ができる。

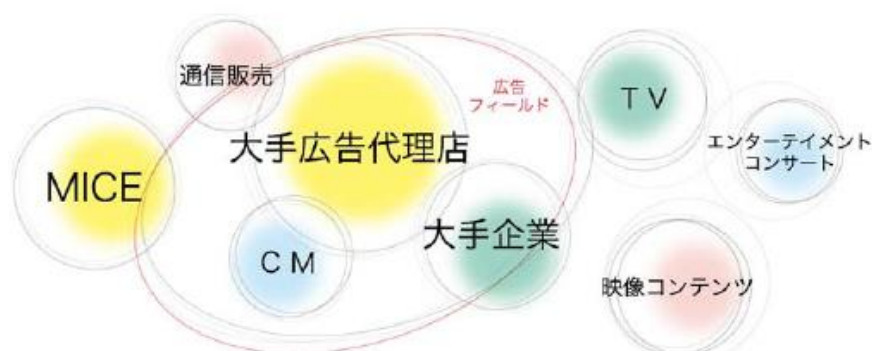
SP・イベント部門(コミュニケーションデザイン事業本部)	TVCM部門(クリエイティブ・デザイン事業本部)
<ul style="list-style-type: none"> 各種プロモーション、イベント等の企画制作 展示会、博覧会、ショールーム等の企画制作 印刷物、デザイン、プレミアム商品等の企画制作 Web等のデジタルプロモーションの企画制作 	<ul style="list-style-type: none"> TVコマーシャル等の企画制作 通販番組を含むダイレクト広告の企画制作 ミュージックPV等の企画制作 イベント、ショールーム等の映像の企画制作

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"> MICE等での大型映像機器のレンタル、オペレーション 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 ライブ中継、撮影、ネットワーク配信 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 	<ul style="list-style-type: none"> CM、TV番組等の映像デジタル編集、MA制作 CM等の撮影、デジタルアーカイブ CG、各種映像制作の技術サポート Blu-ray / DVDのオーサリング、制作全般

【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(広告代理店との取引は大手広告代理店のみ)、売上高の過半には届いておらず、エンターテインメントやMICE関連等の売上が過半を超えている。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MICE関連ビジネスの売上構成比を引き上げていく考え。

【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. 2020年2月期決算

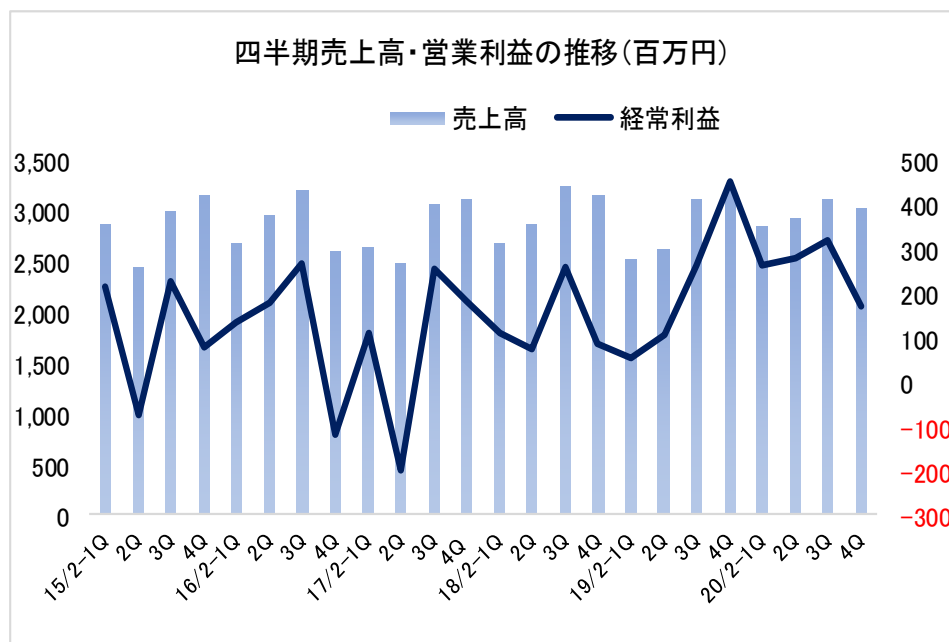
(1)通期(3-2月)連結業績

	19/2期	構成比	20/2期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	11,471	100.0%	11,925	100.0%	+4.0%	12,000	-0.6%
売上総利益	3,711	32.4%	3,790	31.8%	+2.1%	-	-
販管費	2,814	24.5%	2,755	23.1%	-2.1%	-	-
営業利益	896	7.8%	1,035	8.7%	+15.5%	950	+9.0%
経常利益	882	7.7%	1,037	8.7%	+17.5%	950	+9.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	609	5.3%	721	6.1%	+18.4%	630	+14.6%

(単位:百万円)。*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)

前期比4.0%の増収、同15.5%の営業増益

売上高は前期比4.0%増の119億25百万円。広告ソリューション事業、テクニカルソリューション事業がいずれも秋の繁忙期需要をしっかりと取り込んだ。ただし、テクニカルソリューション事業が4Q(12-2月)に失速した。営業利益は同15.5%増の10億35百万円。9.5%増収の広告ソリューション事業が46.1%増益の一方、1.1%減収のテクニカルソリューションが5.2%減益にとどまった。売上総利益率が前期32.4%から31.8%に低下したものの、販管費は前期比2.1%減の27億55百万円に抑え、2桁増益を確保した。税負担の増加はあったものの有価証券売却益を特別利益に計上したことなどにより、親会社株主に帰属する当期純利益は同18.4%増の7億21百万円となった。会社予想との比較では売上は若干下回ったものの、各利益は上回った。配当は5.0円の期末配当を実施する。



(2)セグメント別動向

	19/2 期	構成比	20/2 期	構成比	前期比
広告ソリューション	5,464	47.6%	5,982	50.2%	+9.5%
テクニカルソリューション	6,007	52.4%	5,942	49.8%	-1.1%
連結売上高	11,471	100.0%	11,925	100.0%	+4.0%
広告ソリューション	444	29.7%	649	39.4%	+46.1%
テクニカルソリューション	1,054	70.3%	999	60.6%	-5.2%
調整額	-601	-	-613	-	-
連結営業利益	896	100.0%	1,035	100.0%	+15.5%

(単位:百万円)

広告ソリューション事業

売上高 59 億 82 百万円(前期比 9.5%増)、営業利益 6 億 49 百万円(同 46.1%増)。

SP・イベント部門については、通期にわたり受注が堅調に推移し、特に 3Q(9~11 月)のイベントや展示会が多く開催される繁忙期における受注も好調に推移したことから業績を伸ばすことができた。TVCM部門については、受注における競争環境が厳しさを増しており、コストコントロールの徹底等の施策を断続的に行っているが、前期の業績を上回るには至らなかった。

テクニカルソリューション事業

売上高 59 億 42 百万円(前期比 1.1%減)、営業利益 9 億 99 百万円(同 5.2%減)。

ポストプロダクション部門については、TVCM編集スタジオは通期にわたり堅調に稼働しており、番組編集やDVD制作の業務も堅調だったこと等により業績は堅調に推移した。映像機器レンタル部門については、前期にあった収益性高い案件が減少したこと等により、前期の業績を下回る結果となった。

BRIDGE REPORT



(3) 財政状態及びキャッシュ・フロー

財政状態

	19年2月	20年2月		19年2月	20年2月
現預金	1,675	2,052	仕入債務	1,065	1,223
売上債権	3,051	3,129	未払法人税・消費税等	319	292
たな卸資産	364	263	未払金・未払費用	270	347
流動資産	5,398	5,731	賞与引当金	242	243
有形固定資産	2,798	2,972	有利子負債(うちリース債務)	1,833(813)	1,479(559)
無形固定資産	81	79	負債	3,884	3,765
投資その他	586	549	純資産	4,981	5,567
固定資産	3,467	3,601	負債・純資産合計	8,865	9,332

(単位:百万円)

20/2 期末の総資産は前期末比 4 億 67 百万円増加し 93 億 32 百万円となった。流動資産は 3 億 32 百万円増加し、57 億 31 百万円となった。主な要因は、現預金の増加 3 億 77 百万円、電子記録債権(売上債権の一部)の増加 1 億 16 百万円、たな卸資産の減少 1 億円によるもの。固定資産は同 1 億 34 百万円増加し 36 億 1 百万円となった。主な要因は、有形固定資産の増加 1 億 73 百万円によるもの。

負債合計は前期末比 1 億 18 百万円減少し、37 億 65 百万円となった。流動負債は 28 百万円増加し、33 億 28 百万円となった。主な要因は、買掛金の増加 1 億 57 百万円、短期借入金の減少 1 億円、リース債務の減少 1 億 1 百万円、未払金の増加 73 百万円、未払法人税等の増加 62 百万円、未払法人税等の 89 百万円によるもの。固定負債は 1 億 47 百万円減少し、4 億 37 百万円となった。主な要因は、リース債務の減少 1 億 52 百万円によるもの。

純資産は前期末比 5 億 86 百万円増加し、55 億 67 百万円となった。主な要因は、利益剰余金の増加 6 億 7 百万円によるもの。自己資本比率は 59.7%となった(前期末 56.2%)。

キャッシュ・フロー(CF)

	19/2 期	20/2 期	前期比	
営業キャッシュ・フロー(A)	2,001	1,430	-571	-28.5%
投資キャッシュ・フロー(B)	-301	-478	-176	-
フリーキャッシュ・フロー(A+B)	1,700	952	-747	-44.0%
財務キャッシュ・フロー	-1,173	-574	+599	-
現金及び現金同等物期末残高	1,675	2,052	+377	+22.6%

(単位:百万円)

20/2 期末の現金及び現金同等物は前期末比 3 億 77 百万円増の 20 億 52 百万円となった。

営業 CF は前期比 5 億 71 百万円収入が減少し 14 億 30 百万円の収入となった。主な増加要因は、税金等調整前当期純利益の計上 10 億 78 百万円、減価償却費の計上 6 億 7 百万円、たな卸資産の減少 1 億円、仕入債務の増加 1 億 57 百万円。主な減少要因は、売上債権の増加 77 百万円、法人税等の支払額 4 億 39 百万円によるもの。

投資 CF は前期比 1 億 76 百万円支出が増加し 4 億 78 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 50 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 5 億 1 百万円によるもの。

フリーCF は前期比 7 億 47 百万円収入が減少し 9 億 52 百万円の収入となった。

財務 CF は同 5 億 99 百万円支出が減少し 5 億 74 百万円の支出となった。主な要因は、短期借入金の返済額(純額)1 億円、リース債務の返済による支出 3 億 60 百万円、配当金の支払額 1 億 14 百万円によるもの。

3. 2021年2月期業績予想

連結業績

	20/2期実績	構成比	21/2期予想	構成比	前期比
売上高	11,925	100.0%	未定	-	-
営業利益	1,035	8.7%	未定	-	-
経常利益	1,037	8.7%	未定	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	721	6.1%	未定	-	-

(単位:百万円)

21/2期予想は未定とした。新型コロナウイルスの影響により、イベント・展示会・コンサート・舞台等の自粛が相次いでおり、イベント・展示会・コンサート・舞台等の業務を行っているSP・イベント部門・映像機器レンタル部門を中心に足元の業績に大きな影響を受けている。新型コロナウイルスの収束が見通せない中、自粛期間も同様に見通せないこと、及び東京オリンピック・パラリンピックの延期に伴う影響についても現時点では合理的に算定することが困難なことから未定とした。

配当についても未定としている。

4. 今後の注目点

20/2期は4.0%増収、15.5%営業増益ながら、3Q累計の7.7%増収、98.2%営業増益から4Q(12-2月)に失速した印象。新型コロナウイルスの影響も若干あったと推測される。21/2期は期初から厳しい状況となる。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による、利益率の改善が顕著に現れていただけに残念なところ。

こうした中、ポストコロナを見ていきたい。東京オリンピックは1年延期となったが、今後コロナ収束後には関連する様々なイベントが復活するだろう。自己資本比率は59.7%、期末の現預金は20億円超と目先の資金繰りに窮することはない。「将来を見据え、しっかりとした土台を作る期」と位置付けた20/2だったが、21/9期もその体制を持続させ、ポストコロナに備えたい。

株価はコロナ禍を織り込み低迷、PBRは1.1倍であるが、新型コロナウイルスの収束が見えてくれば見直し余地は大きいと考える。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役会設置会社
取締役	5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:2019年06月10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) 2020 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/ でご覧になれます。



▶ 適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

>> [ご登録はこちらから](#)



▶ 会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

>> [詳細はこちらから](#)



▶ アンケート回答で
ポイント獲得

Web上でブリッジレポートのアンケートに回答頂くと、各種商品に交換可能なポイントがレポート毎に獲得できます。

>> [詳細はこちらから](#)