



分部 至郎 社長

株式会社レイ(4317)



企業情報

市場	東証スタンダード市場
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	https://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
336円	14,328,976株		4,814百万円	10.2%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
未定	-	-	-	390.67円	0.9倍

*株価は5/20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5/2終値×発行済株式数。ROE、BPS、PBRは2022年2月期決算短信より算出。数値は四捨五入。

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
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(実)	7,045	-707	-496	-367	-25.68	5.00
2022年2月(実)	11,051	730	837	544	38.01	10.00
2023年2月(予)	未定	未定	未定	未定	-	未定

*単位:百万円。予想は会社予想。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2022年2月期決算の概要と2023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. 2022年2月期決算](#)
- [3. 2023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

- 22/2期は前期比56.9%増収、営業利益7億30百万円(前期は7億7百万円の損失)。それぞれ会社予想を上回った。同社の主要市場である広告業界における国内総広告費は大きく改善した。同社の主要事業分野の一つであるプロモーションメディア広告費は、一部では厳しい事業環境が継続した。こうした中、広告ソリューション事業においてオンラインイベント、事務局・施設等の運営関連の大型案件が受注できた。利益面では売上総利益率は前期22.2%から31.2%へ大幅に向上、売上総利益は前期比119.9%増の34億47百万円へ大幅に増加した。販管費は増加したものの、営業損益は大幅に改善した。配当は前期比5.00円増配となる10.00円/株の期末配当を実施する。
- 23/2期予想は未定。未だに新型コロナウイルス感染症の影響が継続しており、第7波も予測されている状況。政府のイベント開催制限・行動制限等の施策によって同社の主要事業分野はその影響を大きく受ける。その施策内容も予測できないことから、同社業績に与える影響は不透明であり、現時点では業績予想を合理的に算定することが困難なため未定としている。また、配当予想についても、業績予想が未定であることから、未定としている。
- 21/2期2Q(6-8月)を底に既に回復基調ではあった。22/2期を四半期毎に見ると、4Qは売上高・営業利益ともコロナ前を凌駕する水準にジャンプアップした。大口案件もあった模様で一時的なものか、23/2期の状況も見極める必要はあるが、数字上は既にアフターコロナに差し掛かっている。会社予想は未定だが、まん延防止等重点措置等は解除され、足元は新型コロナ新規感染者数も減少している。引き続き回復基調が続くそうだが、同社は、新型コロナ感染拡大前には構造改革を進め、19/2期から20/2期にかけて利益率を改善させており、今後は高い利益率を実現できることにも期待したい。株価は新型コロナ感染拡大前の半値水準にあり、実績に対するPERは低位、株価の見直し余地は大きい。

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。

BRIDGE REPORT



【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11%が広告ソリューション事業向けの内部売上であり、89%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%。新型コロナ感染拡大の影響を特にテクニカルソリューション事業で大きく受けている。このため、売上構成比は21/2期にそれぞれ59.2%、40.8%となり、22/2期にはそれぞれ62.5%、37.5%となった。

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部門で東北新社を挙げる事ができる。

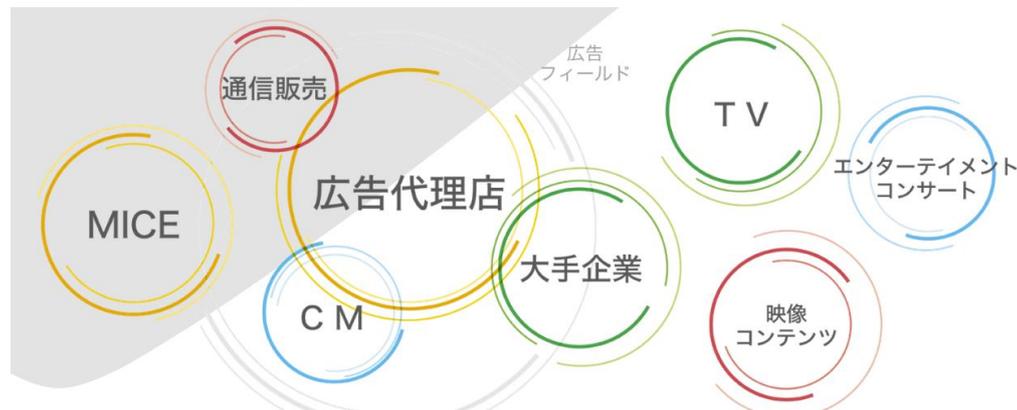
SP・イベント部門(コミュニケーションデザイン事業本部)	TVCM部門(クリエイティブ・デザイン事業本部)
<ul style="list-style-type: none"> 各種プロモーション、イベント等の企画制作 展示会、博覧会、ショールーム等の企画制作 印刷物、デザイン、プレミアム商品等の企画制作 Web等のデジタルプロモーションの企画制作 	<ul style="list-style-type: none"> TVコマーシャル等の企画制作 通販番組を含むダイレクト広告の企画制作 ミュージックPV等の企画制作 イベント、ショールーム等の映像の企画制作

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89%を占め、広告ソリューション事業向けの社内売上は11%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IMAGICA GROUP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

【おもなビジネスフィールド】



(同社 HP より)

※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。

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. 2022年2月期決算

(1)22/2期(3-2月)連結業績

	21/2期	構成比	22/2期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	7,045	100.0%	11,051	100.0%	+56.9%	10,900	+1.4%
売上総利益	1,567	22.2%	3,447	31.2%	+119.9%	-	-
販管費	2,274	32.3%	2,716	24.6%	+19.4%	-	-
営業利益	-707	-	730	6.6%	-	670	+9.0%
経常利益	-496	-	837	7.6%	-	770	+8.7%
当期純利益	-367	-	544	4.9%	-	470	+15.9%

*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)

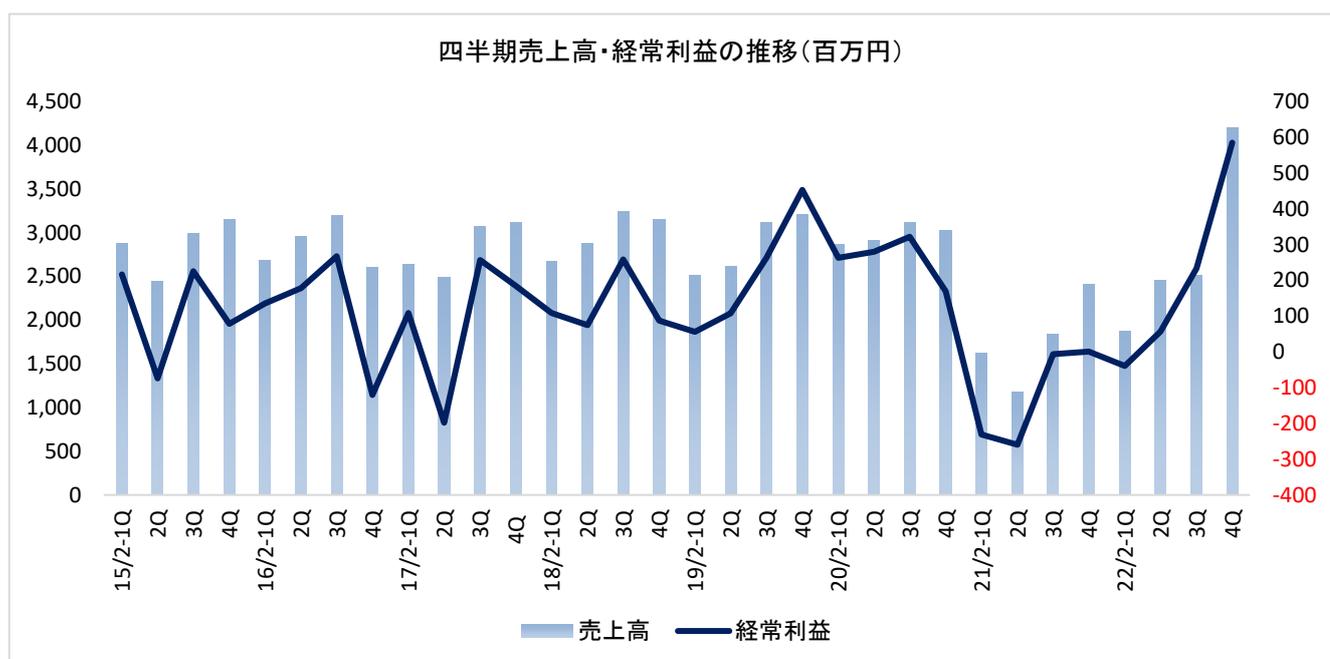
前年同期比 56.9%の増収、7億30百万円の営業利益

売上高は前年同期比 56.9%増の 110 億 51 百万円。国内経済では、新型コロナウイルス感染症による厳しい状況が残る中で、一部に弱さが見られる。同社の主要市場である広告業界においては、21年の国内総広告費は前年比 10.4%増の 6 兆 7,998 億円となり、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和したことなどにより大きく改善した。一方、同社の主要事業分野の一つであるプロモーションメディア広告費は、イベント、従来型の広告販促キャンペーンも徐々に再開されたが、同分野では新型コロナウイルス感染症の影響が大きく前年比で減少となる等、一部では厳しい事業環境が継続した。こうした中、広告ソリューション事業においてオンラインイベント、事務局・施設等の運営関連の大型案件が受注できた。

営業利益は 7 億 30 百万円(前年同期は 7 億 7 百万円の損失)。売上総利益率は前期 22.2%から 31.2%へ大幅に向上、売上総利益は前期比 119.9%増の 34 億 47 百万円へ大幅に増加した。販管費は増加したものの、営業損益は大幅に改善した。営業外収益では、雇用調整助成金が減少、営業外費用では持分法による投資損失や出資金運用損の減少があり、経常利益は 8 億 37 百万円(前期は 4 億 96 百万円の損失)、当期純利益は 5 億 44 百万円(前期は 3 億 67 百万円の損失)となった。

売上高、各利益は会社予想を上回った。

配当は前期比 5.00 円増配となる 10.00 円/株の期末配当を実施する。



BRIDGE REPORT



(2)セグメント別動向

	21/2期	構成比	22/2期	構成比	前期比
広告ソリューション	4,169	59.2%	6,908	62.5%	+65.7%
テクニカルソリューション	2,875	40.8%	4,143	37.5%	+44.1%
連結売上高	7,045	100.0%	11,051	100.0%	+56.9%
広告ソリューション	228	-	913	73.5%	+300.0%
テクニカルソリューション	-430	-	329	26.5%	-
調整額	-505	-	-512	-	-
連結営業利益	-707	100.0%	730	100.0%	-

*単位:百万円

広告ソリューション事業

売上高 69 億 8 百万円(前期比 65.7%増)、営業利益 9 億 13 百万円(同 300.0%増)。

SP・イベント部門は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、従来のリアルイベント・展示会等の需要は減少したものの、オンラインイベント、展示会・施設等の運営関連の大型案件が受注できたこと等により、業績を伸ばすことができた。

TVCM部門は、受注が堅調だったことから、業績も堅調に推移した。

テクニカルソリューション事業

売上高 41 億 43 百万円(前期比 44.1%増)、営業利益 3 億 29 百万円(前年同期は 4 億 30 百万円の損失)。

映像機器レンタル部門は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた部門であり、厳しい事業環境が継続した。昨年 10 月以降に行動制限が緩和され、リアルイベント・展示会・コンサート・舞台等が再開されはじめたこと等により、前期との比較では業績は回復したものの、低調な結果となった。

ポストプロダクション部門は、TVCM編集業務を中心に編集業務の需要が回復したこと等により、業績も堅調に推移した。

(3)財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

財政状態

	21年2月	22年2月		21年2月	22年2月
現預金	3,016	3,607	仕入債務	690	997
売上債権	1,630	2,798	未払法人税・消費税等	68	575
たな卸資産	218	242	未払金・未払費用	249	225
流動資産	5,290	6,762	賞与引当金	146	227
有形固定資産	2,790	2,568	有利子負債(うちリース債務)	2,180(610)	2,052(507)
無形固定資産	52	40	負債	3,518	4,196
投資その他	514	422	純資産	5,130	5,597
固定資産	3,358	3,031	負債・純資産合計	8,648	9,794

*(単位:百万円)

22/2 期末の総資産は前期末比 11 億 46 百万円増加し 97 億 94 百万円となった。

流動資産は同 14 億 72 百万円増加し、67 億 62 百万円となった。主な要因は、現預金の増加 5 億 90 百万円、電子記録債権(売上債権の一部)の増加 85 百万円、売掛金(同)の増加 11 億 8 百万円によるもの。

固定資産は同 3 億 26 百万円減少し 30 億 31 百万円となった。主な要因は、有形固定資産の減少 2 億 22 百万円、敷金及び保証金の減少 60 百万円によるもの。

負債合計は前期末比 6 億 78 百万円増加し、41 億 96 百万円となった。

流動負債は同 8 億 7 百万円増加し、38 億 23 百万円となった。主な要因は、買掛金(仕入債務)の増加 3 億 7 百万円、未払金の減少 50 百万円、未払消費税等の増加 1 億 86 百万円、未払法人税等の増加 3 億 20 百万円、賞与引当金の増加 81 百万円によるもの。

固定負債は前期末比 1 億 28 百万円減少し、3 億 73 百万円となった。主な要因は、長期借入金の減少 50 百万円、長期リース債務の減少 92 百万円によるもの。

純資産は前期末比 4 億 67 百万円増加し、55 億 97 万円となった。主な要因は、利益剰余金の増加 4 億 72 百万円によるもの。

BRIDGE REPORT



自己資本比率は 57.2%となった(前期末 59.3%)。

キャッシュ・フロー

	21/2 期	22/2 期	前期比	
営業キャッシュ・フロー	849	1,028	+178	+21.0%
投資キャッシュ・フロー	-149	-49	+100	-
フリー・キャッシュ・フロー	700	979	+278	+39.8%
財務キャッシュ・フロー	263	-388	-651	-
現金及び現金同等物期末残高	3,016	3,607	+590	+19.6%

*単位:百万円

22/2 期末の現金及び現金同等物は前期末比 5 億 90 百万円増の 36 億 7 百万円となった。

営業 CF は 10 億 28 百万円の収入となった。主な収入要因は、税金等調整前当期純利益の計上 8 億 36 百万円、減価償却費の計上 5 億 14 百万円、賞与引当金の増加 81 百万円、仕入債務の増加 3 億 7 百万円、雇用調整助成金の受取額 1 億 34 百万円、法人税等の還付額 2 億 31 百万円。主な支出要因は、雇用調整助成金の計上 1 億 23 百万円、売上債権の増加 11 億 76 百万円によるもの。

投資 CF は 49 百万円の支出となった。主な収入要因は、敷金及び保証金の回収による収入 60 百万円。主な支出要因は、有形固定資産の取得による支出 86 百万円によるもの。

財務 CF は 3 億 88 百万円の支出となった。主な支出要因はリース債務の返済による支出 2 億 92 百万円、配当金の支払額 71 百万円によるもの。

3. 2023年2月期業績予想

連結業績

	22/2期実績	構成比	23/2期予想	構成比	前期比
売上高	11,051	100.0%	未定	-	-
営業利益	730	6.6%	未定	-	-
経常利益	837	7.6%	未定	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	544	4.9%	未定	-	-

*単位:百万円

23/2期予想は未定。未だに新型コロナウイルス感染症の影響が継続しており、第7波も予測されている状況。政府のイベント開催制限・行動制限等の施策によって同社の主要事業分野はその影響を大きく受ける。その施策内容も予測できないことから、同社業績に与える影響は不透明であり、現時点では業績予想を合理的に算定することが困難なため未定としている。また、配当予想についても、業績予想が未定であることから、未定としている。

4. 今後の注目点

21/2期2Q(6-8月)を底に既に回復基調ではあった。22/2期を四半期毎に見ると、売上高が1Q(3-5月)18億74百万円→2Q(6-8月)24億57百万円→3Q(9-11月)25億20百万円→4Q(12-2月)41億99百万円、同期間営業損益は、-39百万円→57百万円→2億34百万円→5億85百万円。4Qは売上高・営業利益ともコロナ前を凌駕する水準にジャンプアップした。大口案件もあった模様で一時的なものか、23/2期の状況も見極める必要はあるが、数字上は既にアフターコロナに差し掛かっている。新型コロナの影響を考慮し、会社予想は未定。しかし、まん延防止等重点措置等は解除され、足元は新型コロナ新規感染者数も減少している。大型案件受注の反動は考えられるが引き続き回復基調になりそうだ。売上が軌道に乗ってくるに当たり、より注目したいポイントは、同社は新型コロナ感染拡大前には構造改革を進め、19/2期から20/2期にかけて利益率を改善させていたことである。新型コロナ感染拡大による混乱を経てより高い利益率の実現できることに期待したい。株価は新型コロナ感染拡大前の半値水準にあり、22/2期実績(EPS38.01円)に対するPERは低位にある。実績における4Qのジャンプアップやコロナ前を上回る利益水準が期待できることも考慮すると株価の見直し余地は大きい。

<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:2021年11月22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。

<実施しないおもな原則とその理由>

【補充原則 1-2-4. 議決権の電子公使のための環境作り、招集通知の英訳】

インターネットによる議決権行使は、当社は株主数が多くないため、郵送、出席により十分な議決権行使が行われていると判断しており、他社の状況を踏まえ、今後検討していきます。

また、招集通知の英訳については海外投資家比率及び総株主数等を踏まえて現時点では実施しておりません。今後は、海外投資家・機関投資家比率に留意しつつ、必要に応じて株主の皆様の利便性に配慮した対応を検討してまいります。

【補充原則 2-4-1. 管理職への登用等における多様性の確保の考え方と自主的かつ測定可能な目標】

当社では、従業員が当社の成長を支える重要な存在であるとの認識にたち、多様な人材が仕事と家庭を両立し、最大限の能力を発揮できる職場環境や企業風土の醸成に取り組んでおります。

上記の考えのもと当社では、管理職への登用等に当たっては、年齢、性別や社歴等では区分せず、意欲と能力のある従業員が平等に機会を得られるよう環境を整備しております。そのため、当社グループの発展に貢献できる人材の採用に注力しております。

現在では、測定可能な目標はございませんが、今後検討してまいります。

【補充原則 3-1-3. サステナビリティについての取組みの開示】

当社は、社会・環境問題をはじめとするサステナビリティ(持続可能性)を巡る課題について、「レイグループ 行動規範」を定め、適切な対応を行っております。

なお、当社では市場動向が不透明等の理由により中期的な業績予想等を公表することは、必ずしもステークホルダーの適切な判断に資するものではないと考えていることから中期経営計画を開示しておりません。そのため、人的資本や知的財産への投資等についても開示しておりません。

今後につきましても、情報の有用性を十分に検討したうえで、中期経営計画の開示要否と合わせ、人的資本や知的財産への投資等についての開示要否を検討してまいります。

また、当社は、ホームページに社長挨拶として、優れたデジタル映像演出技術および最先端のデジタル映像制作技術をもとに、それが活かせる市場機会の発見と俊敏な取り組みを行い、市場から得られたリターンを再び高度な目利きをもって最新技術に投資をすることを記載(<https://www.ray.co.jp/about/greeting/>)しており、このような取り組みを通じ、SDGsの一つである、「目標8経済成長と雇用」への対応を進めてまいります。

【補充原則 4-1-2. 中長期経営計画の実現への努力と未達時対応】

当社は、中期経営計画を策定し、随時その進捗状況を確認し、目標達成に向け取り組んでおります。また、中期経営計画の見直しを毎年行うローリング方式を採用しております。ローリングを行う際の初年度の単年度利益計画は、各部門の詳細な積上げにより策定しており、月別に管理し、月次決算に基づいて統制しております。

しかしながら、当社は市場動向が不透明等の理由により中期的な業績予想等を公表することは、必ずしもステークホルダーの適切な判断に資するものではないと考えております。このため、中期的な数値目標等は公開しておりません。

【補充原則 4-1-3. 最高経営責任者等の後継者計画の監督】

当社の取締役会は、現在、代表取締役社長の後継者の計画については、具体的な監督は実施しておりません。また、社歴や代表取締役の年齢等を踏まえ、喫緊の課題として後継者の育成計画について取締役会で具体的な議論は行っておりませんが、今後、その具体的なあり方について検討してまいります。なお、最高責任者である代表取締役については、人格・知識・経験・能力を勘案し、その時々当社を取り巻く状況や対処すべき課題に応じて、最適と考える人物を取締役会で選定することとしております。

【原則 4-8. 独立社外取締役の有効な活用】

当社では、社外監査役1名を独立役員として登録しております。独立社外取締役の選任につきましては、当社の規模、当社取締役会の規模、適切な候補者の確保の困難性等の諸事情に鑑み、現時点では選任しておりません。今後当社を取り巻く環境の変化により、独立社外取締役を増員する必要性が発生した場合には、候補者の選定を検討してまいります。

【補充原則 4-10-1. 任意の諮問委員会の設置による指名・報酬などに関する独立社外取締役の関与・助言】

当社は、独立取締役は選任しておりませんが、社外取締役は1名選任しており、当社事業領域に関する知見を活かして、取締役会や各取締役へ意見を述べるとともに、必要に応じて助言を行っております。

任意の諮問機関としての委員会は設置しておりませんが、現時点では、取締役会の場において、社外取締役から適切な関与・助言を得られていると考えております。

【原則 5-2. 経営戦略や経営計画の策定・公表】

当社は、中期経営計画を公表しておりません。しかし、株主総会等を通じて、株主に対して、当社の資本コストを的確に把握した上で、収益計画や資本政策の基本的な方針を示すとともに、収益力・資本効率等に関する基本的方針および目標達成に向けた事業ポートフォリオの見直しや、設備投資・人材投資等を含む具体的な施策を説明しております。

また、事業計画については、当社の業績、社会情勢および経済情勢の変化等を踏まえ、当該計画に変更が生じた際には、株主総会等において株主に説明を行うこととしております。

なお、中期経営計画も株主に対するコミットメントの一つであるとの認識に立ち、取締役会において、引き続き中期経営計画の公表について検討してまいります。

【補充原則 5-2-1. 事業ポートフォリオに関する基本的な方針や見直しの状況】

当社では、事業内容や経営戦略、経営方針等について有価証券報告書に記載しておりますが、原則 5-2 に記載の通り中期経営計画は公表しておらず、事業ポートフォリオの基本方針等についても説明は行っておりません。

現在、経営環境等も慎重に見極めながら、経営方針や事業ポートフォリオの見直し等について取締役会で協議・検討を重ねており、当社としての方針を明確に示せるタイミングで、中期経営計画の公表についても検討してまいります。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づくおもな開示>

【原則 1-4. いわゆる政策保有株式】

当社は、事業提携や取引関係の強化、情報収集の観点から、当社の中長期的な企業価値の向上に資すると判断する企業の株式を保有しております。

保有の合理性の検証にあたっては、保有目的の適正性、保有先企業との取引関係等を確認しております。

また、同株式に係る議決権の行使は、議案が保有方針に適合するかを総合的に勘案して判断します。

【原則 2-6. 企業年金のアセットオーナーとしての機能発揮】

当社は、確定拠出年金制度を導入しており、アセットオーナーとして企業年金の積立金の運用に関与しておりませんが、制度の運営担当部門においては、委託先運営管理機関である証券会社や信託銀行等から情報を入手し、運用商品の選定や従業員に対する資産運用に関する教育実施等を行ってまいります。

【補充原則 4-1-1. 取締役会から業務執行取締役に対する委任範囲の概要】

当社は、「取締役会規程」を制定し、法令等に準拠して取締役会で審議する内容を取締役会に付議すべき事項として定めております。また、「職務権限規程」を定め、経営陣が執行できる範囲を明確にしており、組織変更等に応じて、常に見直しが行われる仕組みを構築しております。

取締役会は原則毎月1回開催し、会社の重要な業務執行の決定を行うとともに業績の進捗についても論議し対策等を検討しております。

【原則 5-1. 株主との建設的な対話に関する方針】

当社の株主との対話については、総務部が対応して、タイムリーに情報を開示すると共に、投資家との面談の実施やメールなどによる株主・投資家からの問い合わせに対応するなどの様々な機会を通じて株主等との建設的な対話の機会を持つように努めております。

当社経営方針、企業の成長戦略にかかる取組みについて理解を得るよう努めるとともに、株主等の声に耳を傾け、資本提供者等の目線からの経営分析や意見を吸収及び反映し、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値向上に取り組んでおります。

東証コーポレート・ガバナンス情報サービス：<https://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、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、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。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても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、当社に帰属します。なお、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) 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](#)



▶ IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)