



2021年11月30日

各位

会社名 ナカバヤシ株式会社  
代表者名 代表取締役社長執行役員 湯本 秀昭  
(コード：7987 東証第一部)  
問合せ先 常務執行役員管理統括本部長 作田 一成  
(TEL 06-6943-5555)

**新市場区分における「プライム市場」選択及び  
上場維持基準の適合に向けた計画書についてのお知らせ**

当社は、2022年4月に予定される株式会社東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、本日プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。当社は、移行基準日時点（2021年6月30日）において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

記

○ 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、以下のとおりとなっております。1日平均売買代金については基準を充たしておりません。しかしながら、当社がプライム市場に移行することは、当社の事業価値を向上させ、持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現において、必須であるとの考えから当社は、1日平均売買代金に関し、上場維持基準を充たすための施策に取り組んでまいります。

なお、計画期間については、当社の中期経営計画「add+venture70」（2022年3月期～2024年3月期：2021年5月14日公表）の計画期間に合わせ2024年3月期までといたします。

	株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)	1日平均 売買代金 (億円)
当社の状況 (移行基準日時点)	7,006人	165,398単位	100億円	57.4%	0.13億円
上場維持基準	800人	20,000単位	100億円	35%	0.2億円
計画書に記載の項目	—				○

※ 当社の適合状況は、東証が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

## ○上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び取組内容

当社は、2021年5月に第3次中期経営計画（2021年4月1日～2024年3月31日）「add+venture70」（アドベンチャー70）を策定し、グループ全体として経営資源の最適配分、事業セグメント間やグループ会社間のシナジー創出に取り組んでおります。

しかしながら、新規事業やM&Aにより事業領域が拡大していることに加え、ポストコロナにおけるナカバヤシグループの目指すべき姿が見えにくくなっているという課題を認識しております。

このような課題に対しまして、下記の施策を実行し企業価値の向上を図ることにより、上場維持基準の未達項目である1日平均売買代金0.2億円を達成させていきたいと考えております。

### 1. 企業価値向上施策

#### (1) 目指すべき姿の明確化

《目指すべき姿》 「生命関連産業」のリーディングカンパニー

※「生命関連産業」とは、日常に根差した「生活」の豊かさや「幸福」を求める志向に基づいた産業で、京都大学の広井良典教授が提唱している概念

「生命関連産業」5つの分野に該当する当社グループ既存事業

既存事業内容	「生命関連産業」分野
図書館運営・特殊製本・古文書修復・アルバム	文化
ステーションナリー・PC周辺機器・チャイルドシート・ぬいぐるみ・オフィス家具・BPO・人材派遣・試験運営受託	生活・福祉
電子カルテワゴン・点滴スタンド	健康・医療
木質バイオマス発電・太陽光発電・紙器包材・古紙リサイクル	環境 (再生可能エネルギーを含む)
水耕栽培・にんにく栽培・食品加工	農業

#### ① 「生命関連産業」のリーディングカンパニーを目指す理由

「生命関連産業」説明資料をご参照願います。

[https://www.nakabayashi.co.jp/\\_files/News/0/866/file/20211110\\_2.pdf](https://www.nakabayashi.co.jp/_files/News/0/866/file/20211110_2.pdf)

#### ② 「生命関連産業」のリーディングカンパニーになるために

- ・ 「生命関連産業」を前面に打ち出した企業ブランドを確立してまいります。
- ・ 「生命関連産業」のコンセプトを軸とした新規事業の創造に取り組み、事業領域の拡大や多角化を図ってまいります。
- ・ 既存事業での生命関連産業分野とDX・新しい技術を組み合わせることにより、単なる労働集約型事業と異なった新商品やサービスを提供してまいります。
- ・ 「生命関連産業」を実現させる力を評価軸に取り入れた新人事制度を確立してまいります。

(2) 連結子会社である国際チャート株式会社の完全子会社化の実施

2021年11月30日付「ナカバヤシ株式会社による国際チャート株式会社の完全子会社化に関する株式交換契約締結（簡易株式交換）のお知らせ」で公表しましたとおり、2022年3月1日を効力発生日として株式交換を行うことを予定しています。完全子会社化することによる効果は以下の通りです。

① 生産体制の効率化

第二次中期経営計画（2019年3月期～2021年3月期）より推進してまいりましたナカバヤシグループ会社間のシナジー強化に関して、グループ全体としての経営資源の最適配分、事業セグメント間やグループ会社間のシナジー創出について加速度をもって取り組んでまいります。更なるコスト効率化や生産設備の効率的運用並びに生産体制の最適化、効率化を図ってまいりたいと考えております。DXやニューノーマルの流れを汲み、ナカバヤシグループとしても更なる効率化を図ることが可能になると考えております。

② 既存領域の強化

国際チャートが経営課題の一つとして掲げているEコマースの強化をナカバヤシグループとしてより一層取り組んでまいります。昨今、市場の縮小を受け、販路の開拓の余地は狭まっておりますが、ナカバヤシとしましても認知度向上や企業ブランドの確立という観点から、Eコマースは一つの有効な手段であると認識しており、両社のリソースを最大限活用し、より効率的に展開していくことも可能であると考えております。加えて、ナカバヤシグループの持つB to BやB to Cに対するシステムの強みを取り込んで事業展開を図っていくと同時に、国際チャート独自システムの開発にこだわらず、グループ共同でシステム開発していくことも可能であると考えております。

③ 新製品の開発

ニューノーマルの時代に沿った新製品の開発は、両社にとって今後取り組んでいく課題の一つであります。デジタル化や環境への配慮等、ナカバヤシグループ一体となることで、よりスピーディーに取り組んでいくことができると考えております。具体的には、環境に配慮したライナーレスラベル(注1)の生産体制を構築することにより、ライナーレスラベルを切り口としてナカバヤシグループの環境対応商品を拡大していきたいと考えております。

(注1)「ライナーレスラベル」とは、台紙や裏紙のない粘着性ラベルです。ゴミの減量化、資源保護と同時に廃棄処理・焼却の手間が省けるため、環境にやさしい商品です。

④ 人的資源の活用

従来よりナカバヤシ連結子会社である日本通信紙との人的資源の交流、技術ノウハウの共有を行ってきましたが、ナカバヤシとの交流にも積極的に取り組み、両社間の人材交流を活発化させることで、両社の相互連携を強め、また、多様で幅広い業務経験の機会とし、人材育成にもつながるものと考えております。

⑤ 意思決定の迅速化および上場維持コストの削減

親子上場の解消という形式的な課題の解決のみならず、少数株主との利益

相反が解消されることで、短期的な利益にとらわれることなく、長期的な視野でグループ経営に取り組むことができ、抜本的な改革も可能になると考えております。また、上場会社として必要となる管理部門の維持のための費用その他のコスト等、上場維持によるその他の経営負担が解消され、事業成長への経営資源の有効活用を図ることが可能となり、国際チャートの企業価値の向上に資すると考えております。

- (3) 第3次中期経営計画「add+venture70」(アドベンチャー70)の確実な実行
  - ① 3年間で企業価値を高める70の新しいことに挑戦
  - ② 2023年3月期の売上高700億円、経常利益率5.5%
  - ③ ROE8.0%
  - ④ 配当性向30~40%台の堅持
  - ⑤ 新しい人事評価制度を確立することによる多様な働き方の更なる高度化
  - ⑥ ニューノーマルに対応した事業展開とDXを用いたバックオフィスの効率化
  - ⑦ 積極的な社会貢献活動の推進

## 2. IR施策

当社への理解を深めていただくために、資本市場参加者(株主、投資家、証券アナリスト等)に対し、経営戦略や事業方針について明確かつ受け手の要請に充分応える情報を提供しなければならないと考えております。そのため、以下の施策に取り組んでまいります。

- (1) 代表取締役自らが、証券会社主催の投資家セミナーへの参加や機関投資家等との個別面談を通して、直接対話をしていく場を充実させてまいります。
- (2) Webサイト等を活用して、決算及び中期経営計画の進捗を投資家へ積極的に開示してまいります。
- (3) 自社コーポレートサイトを通じて、事業内容、経営戦略、財務内容、その他の重要な経営情報を公平に分かりやすく伝えてまいります。またIRカレンダーを作成し、計画に則って投資家との対話をしてまいります。
- (4) SNS等を活用して、グループ全体のブランド強化を図ってまいります。

以上