

2021年12月16日

各位

会社名 セーラー広告株式会社  
代表者 代表取締役社長 村上 義憲  
(コード 2156 東証 JASDAQ)  
問合せ先 総務局長 西分 太郎  
(電話 087-825-1156)

### 新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

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、本日スタンダード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および計画期間

当社の移行基準日時点におけるスタンダード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、流通株式時価総額については基準を充たしておりません。当社は、流通株式時価総額に関しては2025年3月期までに上場維持基準を充たすために各種取組を進めてまいります。

|                      | 株主数<br>(人) | 流通株式数<br>(単位) | 流通株式<br>時価総額<br>(億円) | 流通株式<br>比率<br>(%) | 1日平均<br>売買代金<br>(億円) | 時価総額<br>(億円) |
|----------------------|------------|---------------|----------------------|-------------------|----------------------|--------------|
| 当社の適合状況<br>(移行基準日時点) | 717人       | 21,325単位      | 6.3億円                | 35.0%             | —                    | —            |
| 上場維持基準               | 400人以上     | 2,000単位<br>以上 | 10億円<br>以上           | 25%<br>以上         | —                    | —            |
| 計画書に記載<br>の項目        | —          | —             | ○                    | —                 | —                    | —            |

※当社の適合状況は、株式会社東京証券取引所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、課題および取組内容

当社グループの業績は2020年3月期、2021年3月期と2期連続で減益となっており、2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあって各利益ともに損失を計上する結果となりました。こうした業績の不振が株価低迷の一要因となり、この度の「流通株式時価総額」不適合へと繋がったと認識しております。

当社におきましては、まずはグループ全体の業績を向上させることを重要な課題とし、当社が基準を充たせていない「流通株式時価総額」の構成要素は「時価総額」および「流通株式比率」でありますので、これらを向上することが上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針であり、当社は2023年3月期から2025年3月期までの3ヶ年を企業価値向上期間と位置づけ、次のような取り組みを進めてまいります。

### (1) 時価総額向上に向けた取り組み

当社グループが事業を営む広告業界におきましては、インターネット広告の伸長が目覚ましく、既存メディアを活用した広告は減少傾向にあります。さらに、新型コロナウイルス感染症拡大の影響も重なり、既存メディアからインターネットを活用した広告へのシフトがこれまで以上に顕著となっております。新型コロナウイルス感染症拡大の影響は広告業界だけではなく、多くの業界に影響を及ぼしており、在宅勤務やオンライン会議、時差出勤、社員の分散化など、生活者に対して生活様式の変化をもたらすと同時に、インターネットや動画視聴などメディア接触時間の増加と変化をもたらしました。今後、広告業界におきましては、こうしたニューノーマルな時代に対応した広告提案が求められることは避けられない時代となりました。当社グループは、こうした経営環境を踏まえ、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を目指し、「既存事業の収益改善」と「新しい事業領域の開発」に取り組むことが不可欠であると考え、時価総額の向上を図るため、以下に取り組んでまいります。

#### ①既存事業の事業基盤の再構築

当社グループを取り巻く環境は、デジタル化の進展や少子高齢化の進行によって、お客さまの課題はますます高度化しており、常にお客さまに対して新しいサービスを提供し続けることが重要となっております。当社グループにおきましては、付加価値の高いサービスの提供に努め、受注案件の利益率向上を図っておりますが、当社グループが持続的な成長を遂げるためには、既存事業に関して業務の効率化を図り、コスト削減を含めて既存事業の収益の改善を図ることが必要であると考えております。併せて、新しい事業領域へ経営資源を配分することが必要であると考えております。そのためには、組織体系や人材育成を含めた事業基盤の再構築が欠かせないと考えており、当社グループにおきましては、こうした取り組みによる構造改革を速やかに実行してまいります。

## ②デジタルメディア提案力の強化

当社グループ商勢圏におきましてもデジタル化の波が着実に押し寄せるなか、コロナ禍において、各企業におけるマーケティング活動のデジタル領域へのシフトは一層加速いたしました。当社グループにおきましては、質の高いサービスの提供だけでは競争に勝つことはできず、事業領域を広げ、お客さまの事業や商品についてお客さまとともに考え、お客さまの成長に貢献できる真のパートナーになることが不可欠となっております。当社グループにおきましては、デジタルメディア提案力の強化をより一層深化させるため、2021年4月からデジタルデザイン室を設置しました。今後、インターネット広告のほかSNSやCRMなどのデジタル商材を活用した企画立案の強化に取り組むとともに、デジタルデザイン室が中心となって、お客さまのデジタル化支援策、すなわち、デジタル技術を活用した新たな事業価値や顧客体験の創造につながるサービスの開発に取り組んでまいります。

## ③地域創生の推進

当社グループは、地域密着主義で培ったきめ細かな対応と、四国中国エリアに福岡、東京を加えた拠点ネットワーク、70年の実績に基づくノウハウによってお客さまの様々なニーズに応え、時代に即した提案活動によって質の高いコミュニケーション効果の創造に努めてまいりました。前述したような広告業界の転換期にあっては、急速な変化に対応したマーケティング戦略の立案が求められております。当社グループにおきましては、グループ内に蓄積された地域情報のほか、地元密着した広告会社としての力を最大限に活用し、商品開発、地域産品や観光資源のブランディング、地域産品の販路拡大などに取り組み、地域創生事業を推進してまいります。

## ④課題解決型営業の推進

当社グループは、四国エリア（香川・愛媛・徳島・高知）、中国エリア（岡山・広島）、福岡・東京に拠点を配し、多様化するお客さまのニーズにお応えし、質の高いコミュニケーションサービスの提供に努めてまいりました。前述したように、デジタル化へのシフトが加速している中にあっては、当社グループ商勢圏におきましても、体験や感性などデジタル化できない付加価値を提供するサービスは存続する一方で、デジタル化できることはデジタル化されていく傾向が顕著になると予想されます。当社グループにおきましては、お客さまの経営課題の解決策をお客さまとともに考える課題解決型営業をこれまで以上に推進することはもちろんのこと、その解決策にデジタル領域も加えることによって、より具体的で高度化した提案活動に取り組んでまいります。

## ⑤その他

当社は、経済情勢や業績の変動に動じない経営体質を確立するため、配当金と内部留保のバランスを勘案し、安定した配当の継続を基本としております。内部留保につきましては、新規事業への投資のほか、職場環境の改善や老朽化した資産の修繕など、将来の事業展開に向けた競争力強化のための投資に対して財務体質の維持に留意しつつ充当する方針であります。当社におきましては、上記①～④の取組を推進するほか、M&Aなども視野に入れ、業績の向上を図り、配当額の増加なども検討してまいります。

## (2) 流通株式比率向上に向けた取り組み

当社の流通株式比率につきましてはスタンダード市場の上場維持基準を充たしておりますが、流通株式比率は時価総額の向上に影響を与える要素であることを踏まえ、上記(1)の取組を補完する策として、流通株式比率 40%を目標として、以下に取り組んでまいります。

### ①事業法人等所有株式の縮減

2021年9月末現在の当社株主構成におきましては、一般法人株主が38社あります。政策保有株式につきましては、営業推進上事業基盤となる取引先等の株式に限り最低限の銘柄を保有しております。各政策保有株式を保有することによる便益が、当社が獲得した売上高や利益にどれだけ寄与したのかを取引の内容や中長期的な観点から精査し、政策保有の意義および保有の合理性を検討した結果、保有目的が希薄となった株式については、取引先との関係、資金需要や市場への影響などを勘案し、売却を進めてまいります。また、政策保有株式以外の一般法人株主につきましては、過去の安定株主確保に関する企業活動において株主となっていた企業が多数あります。当該株主に対しては、対話をとおして保有目的等を確認し、縮減を図ってまいります。

### ②取得済み自己株式の処分

当社は、2011年に実行した自己株式の公開買付けによって2,150,000株を取得したことを主な要因として、2021年9月30日現在、自己株式を2,300,328株所有しております。公開買付け当時、取得した自己株式については機動的な資本政策に活かすことを目的としておりましたが、その後、当社グループを取り巻く経営環境が厳しさを増し、自己株式の処分コストを吸収するだけの利益を確保することができなかったこともあって、当該自己株式の処分方法は検討するものの実行には至りませんでした。上記(1)に記載した取組の進捗状況を確認しながら、自己株式の処分について改めて検討を重ね、流動株式比率の増加に繋げてまいります。

### ③ I R活動の推進、情報発信の充実

当社では、総務局をI R担当部署として、ホームページや事業報告などを活用し、株主や投資家に対して適時・適切な情報開示に取り組んでおります。また、株主との対話は総務局長が担当し、総務局長は取締役会をはじめ総務局内各部署との連携を図ることによって株主との対話から得られる意見を経営に活かすよう努めております。ただし、当社におきましては、これまで、株主・投資家向けの説明会は実施しておらず、中期経営計画や株主総会情報の掲載などにつきまして十分な発信ができておりませんでした。今後、会社法改正による株主総会資料の電子提供制度の創設などとあわせて、より充実したI R情報の提供に努めるため、ホームページのリニューアル等にも取り組み、株主や投資家に対して充実した情報開示に努めてまいります。

以上