



2021年12月22日

各位

会社名 株式会社ショーエイコーポレーション
代表者名 代表取締役社長 芝原英司
(コード番号:9385 東証第一部)
問合せ先 取締役執行役員管理・企画担当 有村芳文
兼経営企画部長
電話番号 06-6233-2636

新市場区分におけるプライム市場選択の決定 及び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、プライム市場を選択することを同取引所に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、プライム市場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

1. 当社の上場維持基準の適合状況について

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、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。しかしながら、当社がプライム市場に移行することは、当社の目指している中長期的な企業価値向上の実現において重要であり、広く投資家の皆様に対しても訴求していけるものと考えております。不適合である流通株式時価総額に関しては、業績の改善及び資本市場との継続的かつ丁寧なコミュニケーションを通じて中期経営計画を進める上で2025年3月期までに上場維持基準充たすために各種の施策を進めてまいります。

	上場維持基準	一次判定結果 (6月30日)	適合・不適合
株主数	800人以上	14,976人	○
流通株式数	20,000単位以上	50,054単位	○
流通株式時価総額	100億円以上	50.58億円	×
流通株式比率	35%以上	63.7%	○
1日平均売買代金	20百万円	49.3百万円	○

※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をもとに算出したものです。

2. 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び具体的内容

上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び具体的内容については、添付の「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」をご参照ください。

以上



証券コード:9385

株式会社ショーエイコーポレーション

新市場区分の上場維持基準の適合に 向けた計画書

2021年12月22日

目次

上場維持基準適合に向けた基本方針	P. 3
プライム市場上場維持に向けての中期経営計画	P.16
中期経営計画への取り組み(経営戦略)	P.22
(経営戦略) 事業戦略	P.24
(経営戦略) 財務・資本戦略	P.28
(経営戦略) I R・P R戦略	P.33
(経営戦略) コーポレートガバナンス戦略	P.36

上場維持基準適合に向けた基本方針

当社のプライム市場基準の適合状況

プライム市場上場維持基準の適合状況について、当社グループの移行基準日(2021年6月30日)においては以下のとおり、「流通株式時価総額」のみ基準を満たしていない状況でした。

当社グループとしましては、2025年3月までには基準を満たせるように実行してまいります。

上場維持基準		プライム市場上場維持基準 一次判定結果 (6月30日)	適合状況
株主数	800人以上	14,976人	○
流通株式数	20,000単位以上	50,054単位	○
流通株式時価総額	100億円以上	50.58億円	×
流通株式比率	35%以上	63.7%	○
1日平均売買代金	20百万円	49.3百万円	○

※「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」(東証より2021年7月9日に受領)。

当社のプライム市場基準を満たすための基本方針

基本方針

当社グループの企業価値を向上させることによって、2025年3月末までに「流通株式時価総額基準」の充足を実現させます。

(12月10日時点)
※当社による算出

$$\text{流通時価総額} = \text{時価総額} \times \text{流通株式比率}$$

35.2億円		55億円		63.8%
--------	--	------	--	-------

現時点で、当社グループの企業価値を表しているのは株価であります。株価がどのような評価を得ているかを投資家・アナリストの代表的な株式投資の評価指標によって分析し、2025年3月までの基準充足の取り組みを提示したいと思います。

$$\text{株価} \times \text{発行済み株数 - 自己株数}$$

714円		7,850千株 - 121千株
------	--	-----------------

- P E Rアプローチ
- P B Rアプローチ
- D C F法アプローチ

当社グループの株価を構成

資本構成	
時価総額(百万円)	5,518
発行済み株式数(株)	7,850,000
自己株式(株)	121,736
D/E	48.25%
株価(円) 12/10終値	714

直近3年 平均 P E R ・ P B R	
平均 P E R (倍)	11.3
平均 P B R (倍)	2.0
ROE	18.17

(単位 百万円)	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2025年3月期 (計画)
売上高	14,728	16,167	17,807	19,116	20,507	30,200
営業利益	551	571	532	628	1,216	1,980
経常利益	484	541	501	633	1,071	1,890
親会社株主に帰属する当期純利益	326	359	318	406	675	1,210
純資産合計	2,071	2,425	2,607	2,696	4,734	-
負債合計	5,414	6,019	6,352	6,342	5,554	-
有利子負債	2,561	2,951	3,224	4,232	3,155	-

PERアプローチ

PER(株価収益率)は、時価総額を純利益で割ったもので、次のPBRと同様に個人投資家を中心に上場会社の株式投資では広く使われている代表的な指標であります。2025年3月期当期純利益予想に基づいて算出した場合、以下のとおりとなります。

当期純利益 (2022年3月期 予想)	594百万円
当期純利益 (2025年3月期 予想)	1,210百万円

当社グループの現在のPER	11.3倍 ※直近3年平均	12.1億円×11.3倍 = 136億円
東証一部PER (2021年11月時点)	24.9倍	12.1億円×24.9倍 = 301億円
包装・梱包資材業界 平均PER (出所：日経バリューサーチ)	12.2倍	12.1億円×12.2倍 = 147億円
営業・販売支援業界 平均PER (出所：日経バリューサーチ)	25.7倍	12.1億円×25.7倍 = 310億円

PBRアプローチ

PBR(株価純資産倍率)は、時価総額を純資産で割ったもので、PERと同様に個人投資家を中心に上場会社の株式投資では広く使われている代表的な指標であります。2025年3月期純資産予想に基づいて算出した場合、以下のとおりとなります。

純資産 (2021年3月期)	4,733百万円
純資産 (2025年3月期 予想)	8,002百万円

当社グループの現在のPER	2.0倍 ※直近3年平均	80.0億円×2.0倍 = 160億円
東証一部PBR (2021年11月時点)	1.2倍	80.0億円×1.2倍 = 96億円
包装・梱包資材業界 平均PBR (出所：日経バリューサーチ)	1.0倍	80.0億円×1.0倍 = 80億円
営業・販売支援業界 平均PBR (出所：日経バリューサーチ)	3.9倍	80.0億円×3.9倍 = 312億円

DCF法アプローチ

ROE

ROE(自己資本利益率)は、株主が出資した資本でどれだけの利益を獲得したかを示す指標であります。伊藤レポートで「8%を上回ることを最低ラインとし、より高い水準を目指すべき」と具体的な目標数値が示されております。

ROIC

ROIC(投下資本利益率)は、事業活動のために投じた資金を使ってどれだけの利益を稼いだかを示す指標であります。調達面での分母は「自己資本+有利子負債」である一方、運用面では「固定資産+運転資本」で構成されております。

DCF法

DCF法(Discounted cashflow Method)は、企業価値評価の代表的な手法の一つであります。ある資産や事業が将来にわたって生み出すキャッシュフローを割引率によって「現在」の価値に割り戻して算定するものです。

WACC(加重平均資本コスト)と言われる割引率は株主資本コスト(CAPM)と負債コストの2つから構成されており、株主資本コストはROEと比較する指標であり、WACCはROICと比較する指標であります。

ROE

>

CAPM

ROIC

>

WACC

DCF法アプローチ(付加価値の創造)

当社グループのWACCとROICは以下のとおりです。ROICがWACCを大きく上回っており、付加価値が創造され、実現していきます。

投下資産利益率

ROIC **15.20%**

(2021年3月期)



加重平均資本コスト

WACC **5.63%**

(2021年12月9日時点)

- 投資が抑制されるのを防ぐため、每期改善を求めるのではなく、中長期的なROIC向上を目指す
- 全ての事業にROICの改善を求めるのではなく、成長段階にある事業は売上高成長率などのKPIを設定したい
- ROICツリーを活用。全てのドライバーの改善を目指すのではなく、特定のドライバーを集中的に改善したい
- CCC（キャッシュコンバージョンサイクル）の改善
- 経営陣と事業担当者が一体となって、ROICの目標水準や改善の方向性について認識を一致させたい

- 適切な資本構成を採用し、WACCを低下させたい
- 積極的なIR活動を実施し、投資家のリスク認識を低下させたい

DCF法アプローチ(最適レバレッジ)

ROEがCAPMを上回っており、株主が要求するリターン以上にROEは稼げており、今後も最適なレバレッジを目指していきます。

自己資本利益率

ROE **18.17%**

(2021年3月期)



株主資本コスト

CAPM **7.31%**

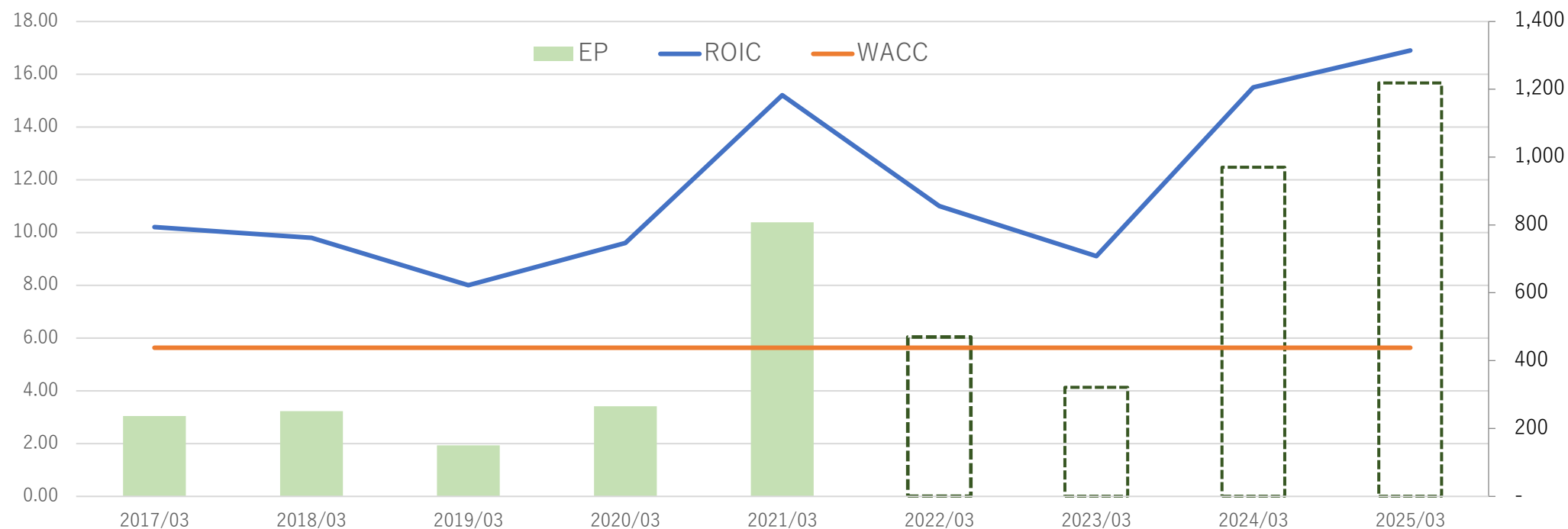
(2021年12月9日時点)

- 最適なレバレッジをかけてROEを向上させたい。
- 資金が必要な場合は、有利子負債にて調達したい。
- 余剰現金は、負債の返済ではなく、積極的に配当又は自社株買いに活用したい。
- 中長期的に目指すべき資本構成を考慮して、レバレッジを検討したい。
- ROEが常に8%を上回るように事業運営を遂行したい。
- リスクフリーレートは、現在の低金利下の利率をより保守的に捉え、1%のリスクフリーレートを採用している。
- 積極的なIR活動を実施し、 β を安定化させたい。
- 過度なレバレッジにより倒産リスクが高まり、CAPMが上昇しないようレバレッジを注視したい。

ROICとWACCの比較

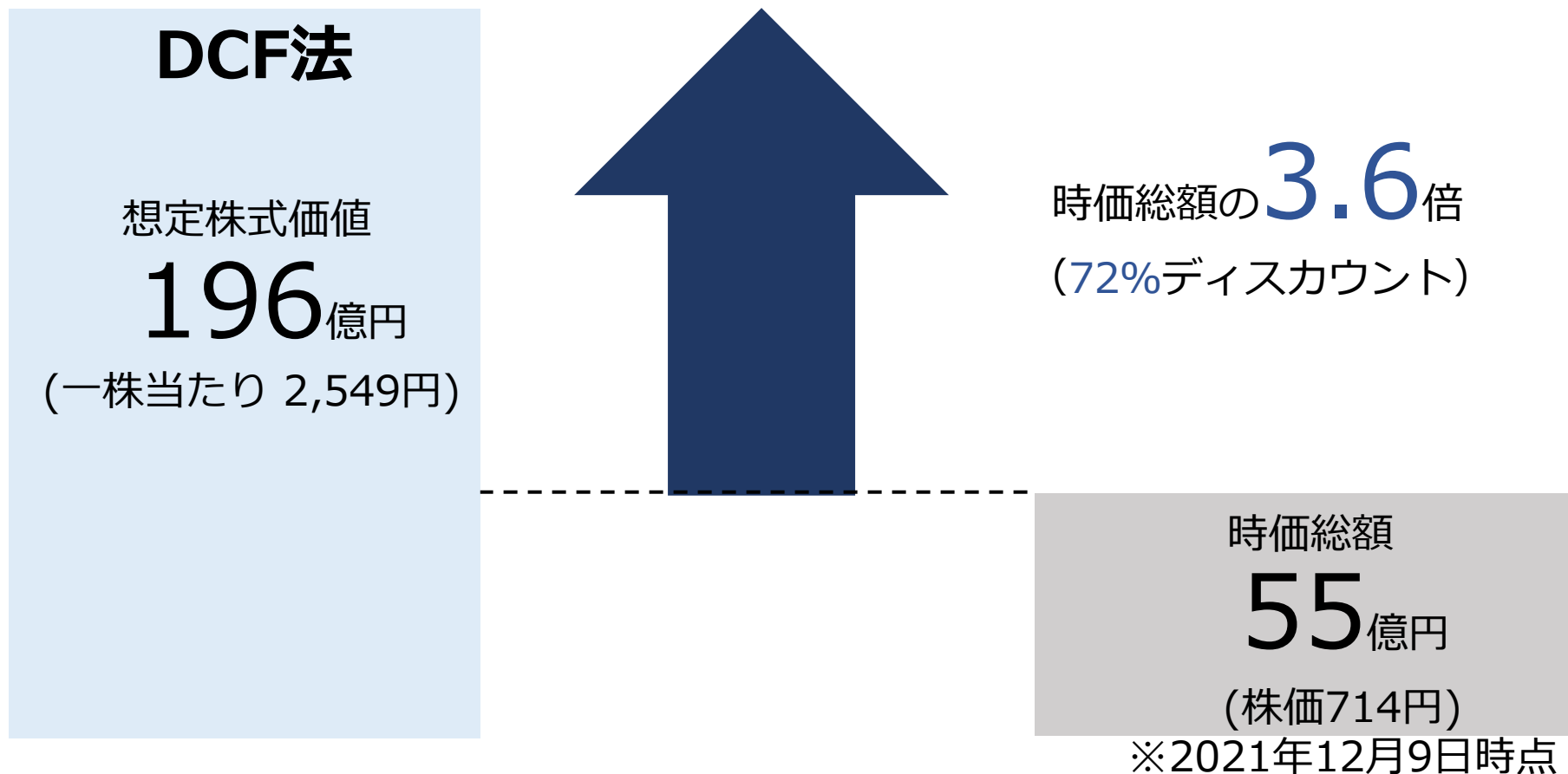
過去5年及び将来計画4年において、ROICは常にWACCを上回っており付加価値を創出しています。

		2017/03	2018/03	2019/03	2020/03	2021/03	2022/03	2023/03	2024/03	2025/03
	単位	実績 連結	実績 連結	実績 連結	実績 連結	実績 連結	計画 連結	計画 連結	計画 連結	計画 連結
ROIC	%	10.20	9.80	8.00	9.60	15.20	11.00	14.30	15.00	16.50
WACC	%	5.63	5.63	5.63	5.63	5.63	5.63	5.63	5.63	5.63
Spread	%	4.57	4.17	2.37	3.97	9.57	5.37	8.67	9.37	10.87
投下資産	百万円	5,176	6,017	6,346	6,687	8,443	8,756	9,261	9,836	10,817
EP(経済的・ポイント)	百万円	236	251	150	265	808	470	803	921	1,175



DCF法アプローチによる想定株価

以上、DCF法に基づいて、「付加価値の創造」「最適レバレッジ」の観点から当社グループの想定株式価値を算出すると196億円となりました。これは現在の時価総額 55億円（2021年12月9日現在）の3.6倍となっています（現在の時価総額は想定株式価値の72%ディスカウント）。



※中期経営計画（4年分）、前提条件：永久成長率ゼロ、WACC 5.63%

当社グループの株価に対する考察1

当社グループは2019年4月より事業セグメントを「営業促進支援事業」と「商品販売事業」に再編し、ビジネスコアも従来の「資材調達」から「メーカー機能を持った企画制作会社」に転化しつつあります。営業・販売支援業界に属する会社としてはP E R、P B Rとも「流通時価総額基準」は充足できたものであります。

また資本コストから見た場合も、想定株式価値としては「流通時価総額基準」は充足できたものであります。今後はM&Aや設備投資を進めるに当たって資本効率を高め、超過利潤を生み企業価値の向上を図る資本コストを意識した経営の実践を進めていきたいと考えております。

	当期純利益	(21年3月期) 6.75億円	(22年3月期) 6.04億円	(23年3月期) 8.56億円	(24年3月期) 9.67億円	(25年3月期) 12.10億円
営業・販売支援業界 平均PER (出所：日経バリューサーチ)	25.7倍	173億円	155億円	219億円	248億円	310億円
	純資産	47.33億円	52.03億円	59.68億円	66.54億円	80.02億円
営業・販売支援業界 平均PBR (出所：日経バリューサーチ)	3.9倍	184億円	202億円	232億円	259億円	312億円

想定株式価値

196億円

当社グループの株価に対する考察2

P E R、P B R、資本コストから見た想定株式価値を通して、当社グループの株価は以下のとおりと算定されます。

理論上の想定時価総額

155億円～312億円

理論上の想定株価

2,005円～4,036円

当社グループは、まずは **株価 2,500円** を目指して企業価値の向上に取り組んでまいります。

プライム市場上場維持に向けての中期経営計画

プライム市場上場維持のための中期経営戦略1

前述しましたとおり、当社グループは「流通時価総額基準」を充足させる基盤はできているものの、まだ市場からは適切な評価はいただけておりません。その評価をいただけていない原因としては、業容変更を進めつつある当社グループの収益基盤の安定性が認知されていないこと、財務・資本戦略が資本コストを意識した経営となっていないこと、しかし一方、I R・P R戦略において当社グループの時価総額が100億円に満たないために機関投資家の対象とならず、開示等を含めてI R効果が出しにくい状況になっており、また個人投資家においても買い増しの対象になかなかないこともあります。

当社グループは、上場している以上、多くの株主、投資家、ステークホルダーに喜んでもらえる会社でありたいと考えております。当社グループの株式に投資していて本当に良かったと思っていただければと考えております。そのためにこの度の新市場区分においては流通株式時価総額が充足していないものの、プライム市場を選択するに至りました。当社としては企業価値の向上に努め、その成果を株主、投資家、ステークホルダーの皆さんに評価していただき、享受していただきたいと考えております。

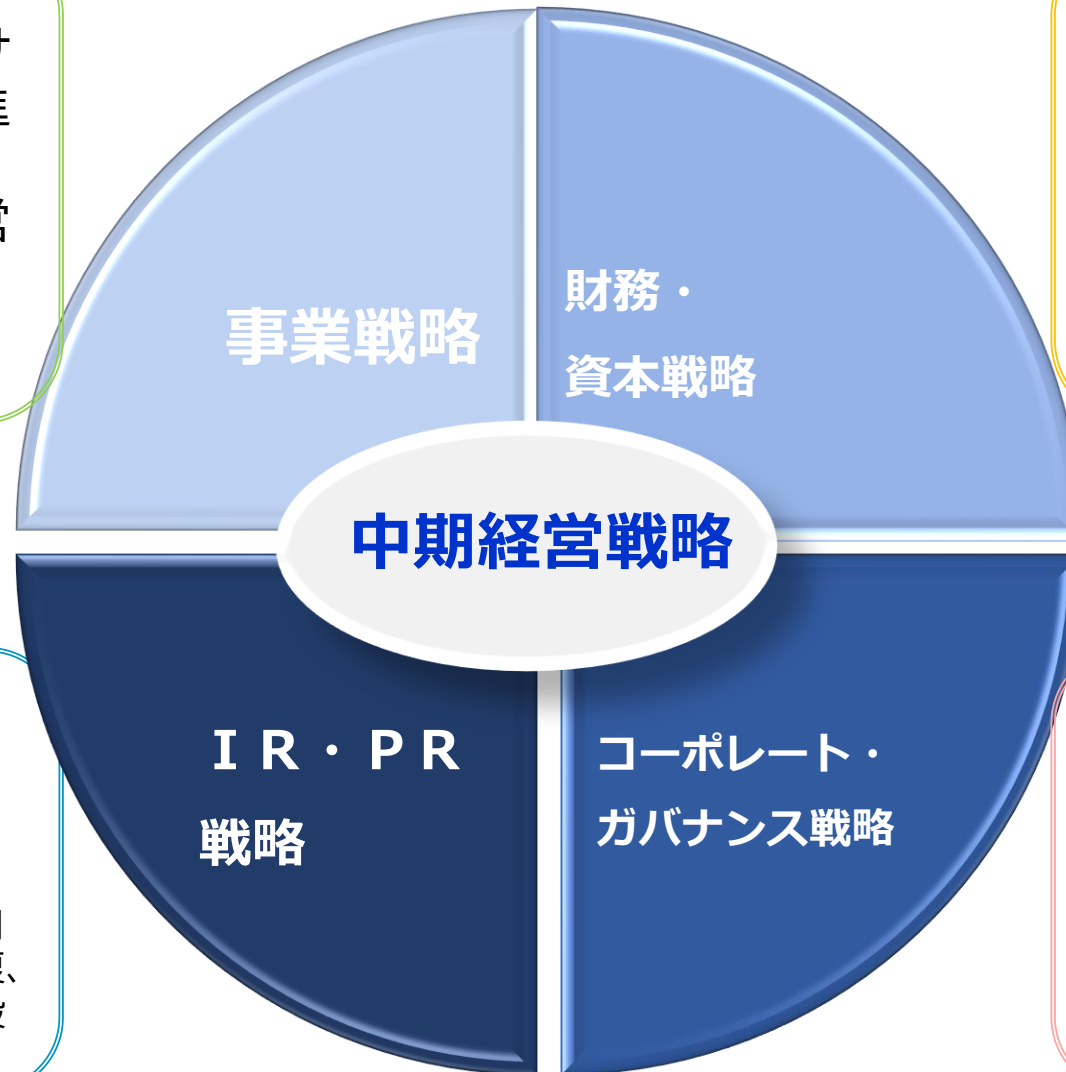
現状を打開するために、中期経営計画の実行であり、その計画をやり抜くための経営戦略として、①事業戦略、②財務・資本戦略、③I R・P R戦略、④コーポレートガバナンス戦略を立てております。

どの戦略も難しくはあるものの実現性の高い戦略であります。

今回からは特に資本コストを意識した経営の実践を加えております。当社グループの持続的な成長と企業価値向上に向けて実行あるのみであります。

プライム市場上場維持のための中期経営戦略2

- ✓ **プロモーション・マーケティングの拡大**・・・コンサルタント営業への転換と推進
- ✓ **新規事業、M&A等**・・・新たな環境関連事業分野に経営資源を配分し成長力を確保



- ✓ **資本コストを意識した経営の実践**・・・ROEやROIC等により経営の収益性や効率性を判断
- ✓ **株主資本還元政策**・・・業績拡大に応じた配当による利益還元を実現

- ✓ **株主、投資家との対話の充実**・・・決算説明会、アナリストレポート、ESG関連資料
- ✓ **Twitterの活用**・・・情報発信の機会の拡大
- ✓ **資本政策とインセンティブ**・・・自社株の活用、経営陣持株比率の回復、経営幹部の中計をやり抜く意欲を投資家に届ける

- ✓ **CGコードへの対応**・・・プライム市場に要求される水準の充足
- ✓ **ESG、SDGs関連施策**・・・具体的な目標の設定および開示

2025年3月期 経営目標

連結売上高

302億円

連結営業利益

19.8億円

時価総額

200億円以上

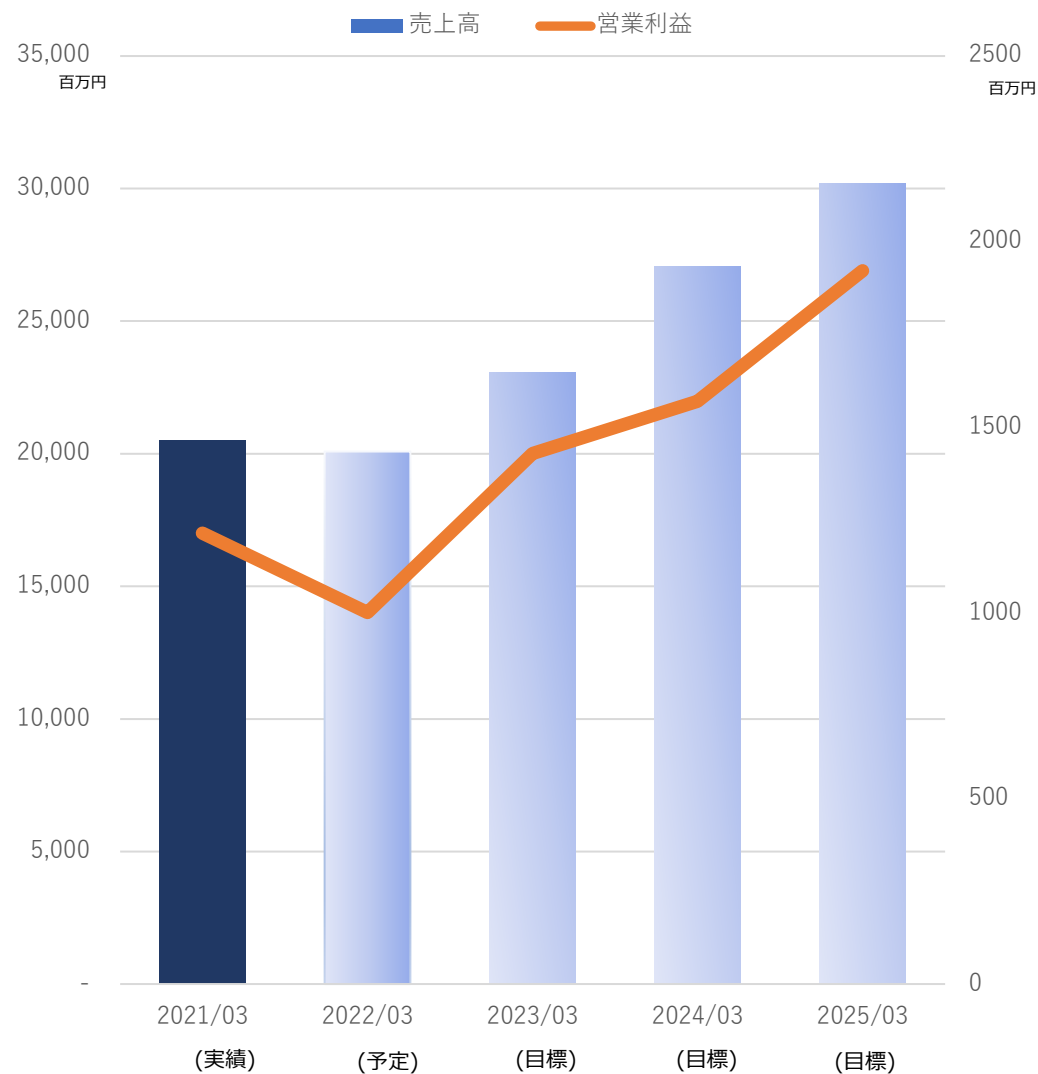
流通時価総額

140億円以上

ROE

16.67%

連結売上高・連結営業利益推移



今期及び中期経営目標 — 連結業績見通し —

	2022年3月期(予)		2023年3月期(目標)		2024年3月期(目標)		2025年3月期(目標)	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
売上高	20,086	100.0	23,064	100.0	27,064	100.0	30,200	100.0
売上原価	15,636	77.9	17,946	77.8	21,186	78.3	23,539	77.9
売上総利益	4,449	22.2	5,118	22.2	5,878	21.7	6,661	22.1
販売管理費	3,448	17.2	3,690	16.0	4,276	15.8	4,681	15.5
営業利益	1,000	5.0	1,428	6.2	1,601	5.9	1,980	6.6
経常利益	912	4.5	1,338	5.8	1,511	5.6	1,890	6.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	604	3.0	856	3.7	967	3.6	1,210	4.0
R O E	11.96		15.92		15.75		17.12	

※百万円未満切り捨て

今期及び中期経営目標 – セグメント別 –

	2022年3月期(予)		2023年3月期(目標)		2024年3月期(目標)		2025年3月期(目標)	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
売上高	20,086	100.0	23,064	100.0	27,064	100.0	30,200	100.0
営業促進支援事業	9,607	47.8	12,525	54.3	16,208	59.9	19,018	63.0
商品販売事業	10,454	52.1	10,559	45.8	10,875	40.2	11,202	37.1
セグメント間の内部売上高	△0	△0.0	△20	△0.1	△20	△0.1	△20	△0.1
売上総利益	4,449	22.2	5,118	22.2	5,878	21.7	6,661	22.1
セグメント利益	1,000	5.0	1,428	6.2	1,610	5.9	1,980	6.6

※百万円未満切り捨て

※各事業の売上高にはセグメント間の内部売上高を含んでおります

中期経営計画への取り組み(経営戦略)

プロモーション・マーケティングの拡大・・・コンサルタント営業への転換と推進

新規事業、M&A等・・・新たな環境関連事業分野に経営資源を配分し成長力を確保

資本コストを意識した経営の実践・・・ROEやROIC等により経営の収益性や効率性を判断

株主資本還元政策・・・業績拡大に応じた配当による利益還元を実現

CGコードへの対応・・・プライム市場に要求される水準の充足

ESG、SDGs関連施策・・・具体的な目標の設定および開示

株主、投資家との対話の充実・・・決算説明会、アナリストレポート、ESG関連資料

Twitterの活用・・・情報発信の機会の拡大

資本政策とインセンティブ・・・自社株の活用、経営陣持株比率の増強、経営幹部が中期経営計画をやり抜く意欲を投資家に届ける

事業戦略

財務・資本
戦略

コーポレートガ
バナンス戦略

IR・PR
戦略

(経営戦略) 事業戦略

事業戦略1

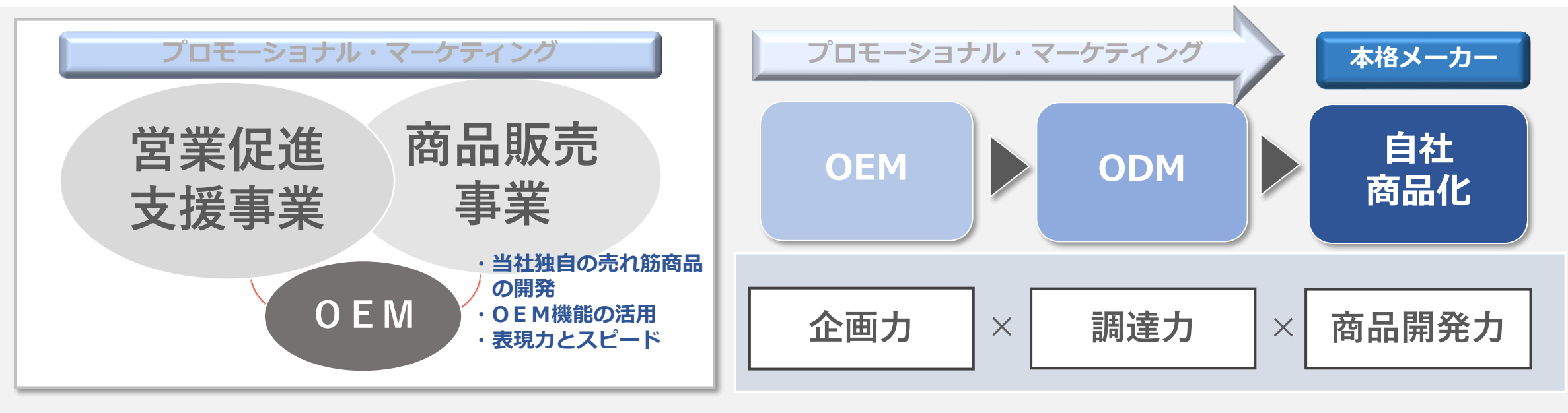
プロモーション・マーケティングの拡大・・・「メーカー機能を持った企画制作会社」に転化
「コンサルタント営業」への転換と推進

新規事業、M&A等・・・新たな環境関連事業分野に経営資源を配分し成長力を確保

経営理念 **社会の進歩発展に貢献する**

経営ビジョン

「おどろき！の快適」を追究し包想する、
感動創出メーカーになる



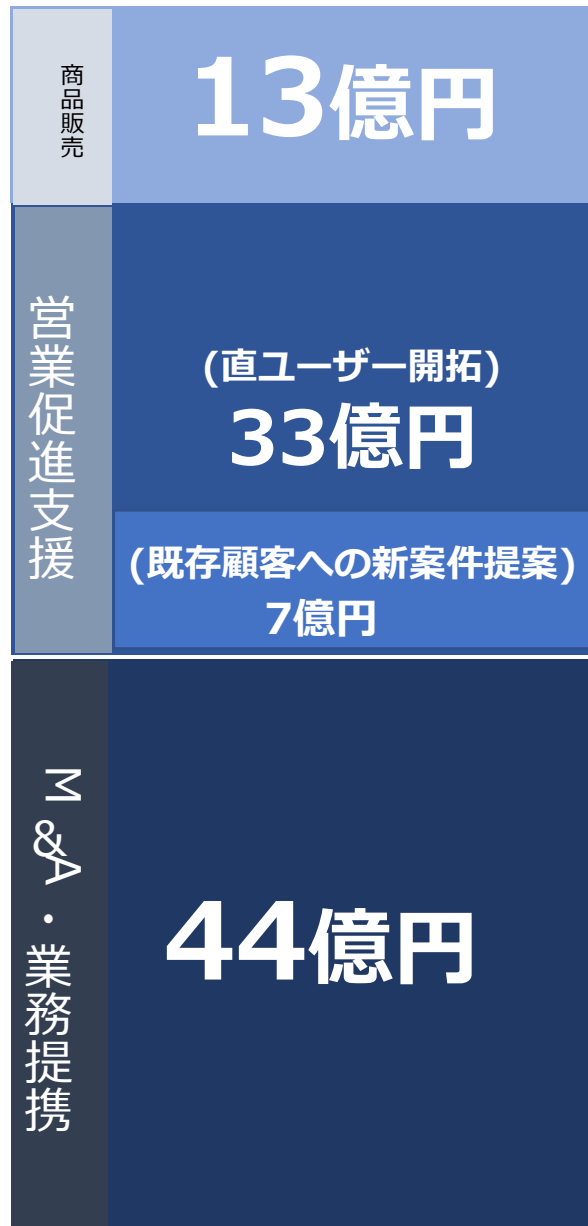
販売支援活動の中核とした事業展開

今後

- 当社の立ち位置のレイヤーを上げる(メーカー機能を持った企画制作会社に転身する)
- 首都圏3倍化計画の実現(19/3期の首都圏売上を3倍にする)
- 首都圏営業部門の人員拡充
- インサイドセールスの組織作り
- 販売促進予算の根こそぎ奪取化
- 将来の自社ブランド化を見据えた、化粧品等OEMの完全構築
- 量販店開拓と得意販売品目の構築
- ITとダイレクトチャネルの構築
- WEB広告や顧客分析などのマーケティングの構築
- 研究開発組織の整備と拡充(自社商品開発の基盤作り)
- 生産拠点の整備及び設備投資
- 外部ブレインの活用
- M&Aの推進



年間売上増強
97億円



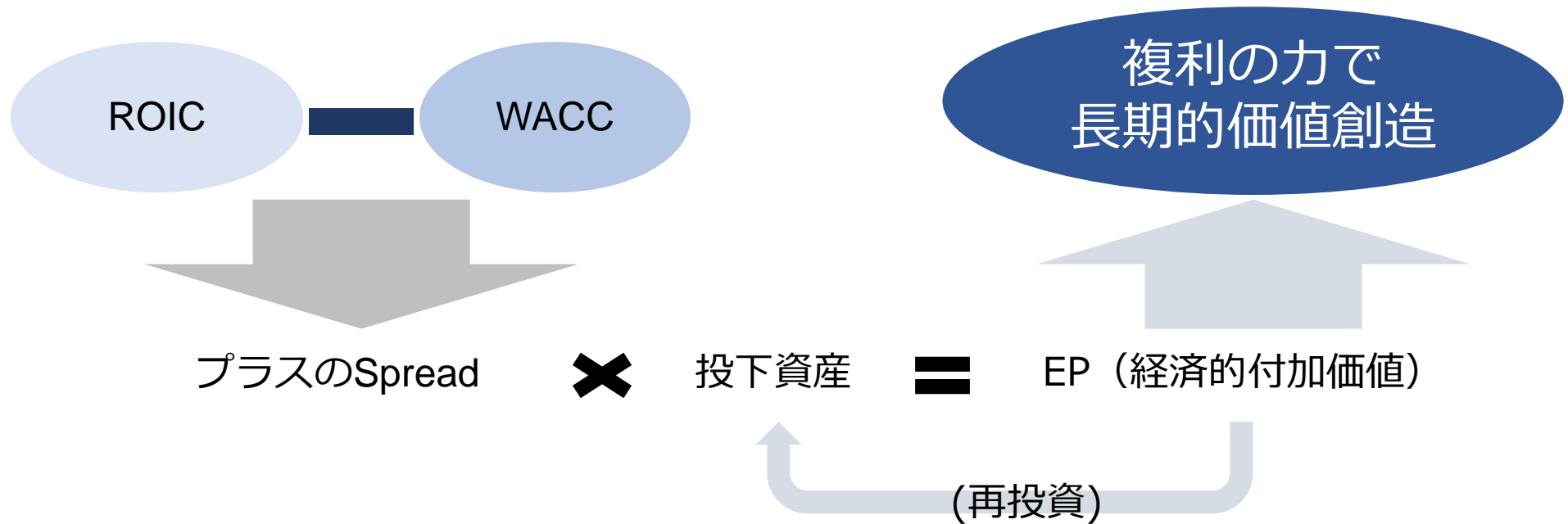
- 地方ドラッグストア・ホームセンターの開拓
- 大手量販店の開拓
- 高額商品の開発と開拓・在庫、運賃等の経費改善
- プロモーション・マーケティングの確立
- 首都圏での営業担当の拡充
- インサイドセールスの組織作り…営業企画
- 直ユーザー開拓…収益の柱
- 休眠顧客の再開拓

- ファインケメティックス社 24億円
- ジェイ・エスコムとの業務提携
- 新規M&A案件(M&A会社からも持ち込みが増えております)
 - ・化粧品企画会社・包装材メーカー
 - ・販促企画・Web企画 他

(經營戰略) 財務・資本戰略

資本コストを意識した経営の実践・・・ROEやROIC等により経営の収益性や効率性を判断

株主資本還元政策・・・業績拡大に応じた配当による利益還元を実現



従来の「額」や「率」を重視する経営から、「利回り」を重視する経営への転換を図ります。
さらに、創造された経済的付加価値を再投資し、複利で長期的な価値を創造させていきます。

①付加価値の創造

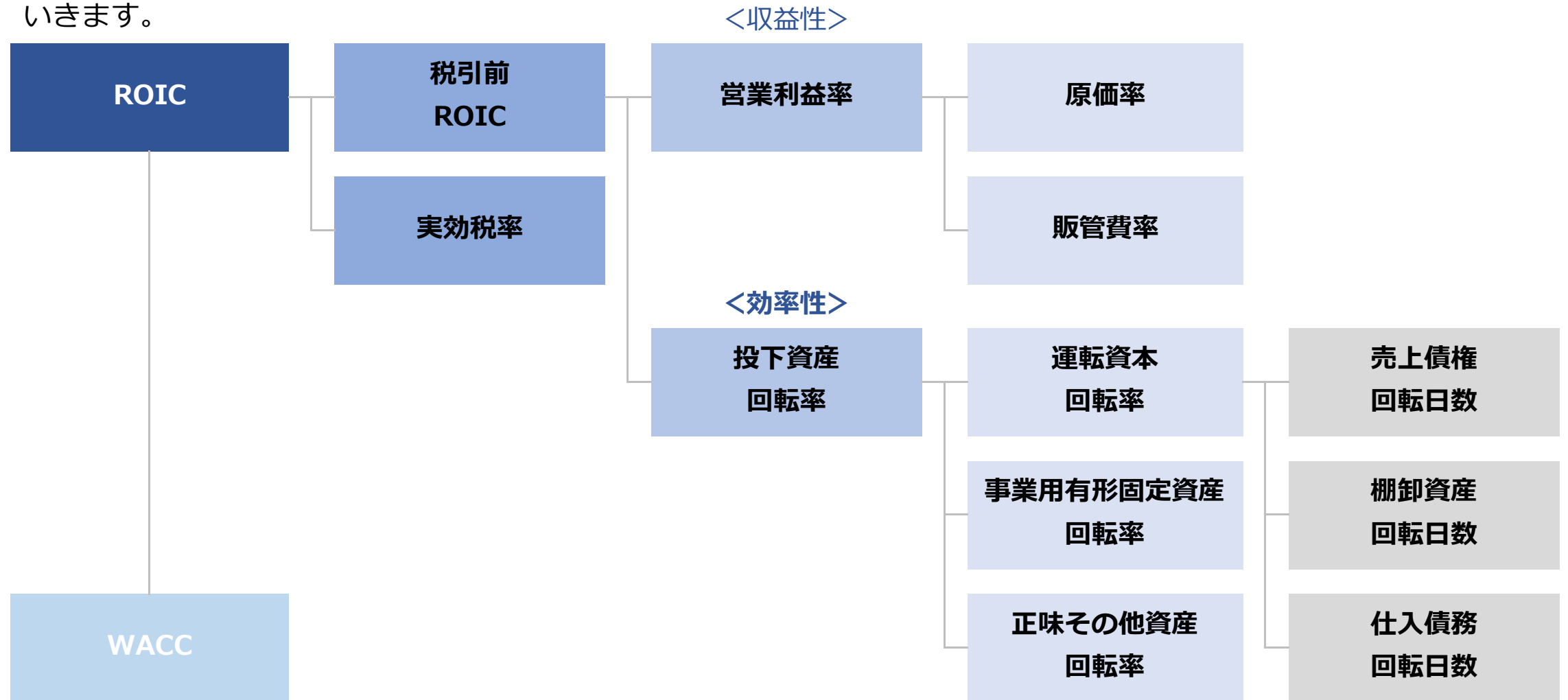
ROIC > WACC

②最適レバレッジ

ROE > CAPM

財務・資本戦略2 (ROICツリーの活用)

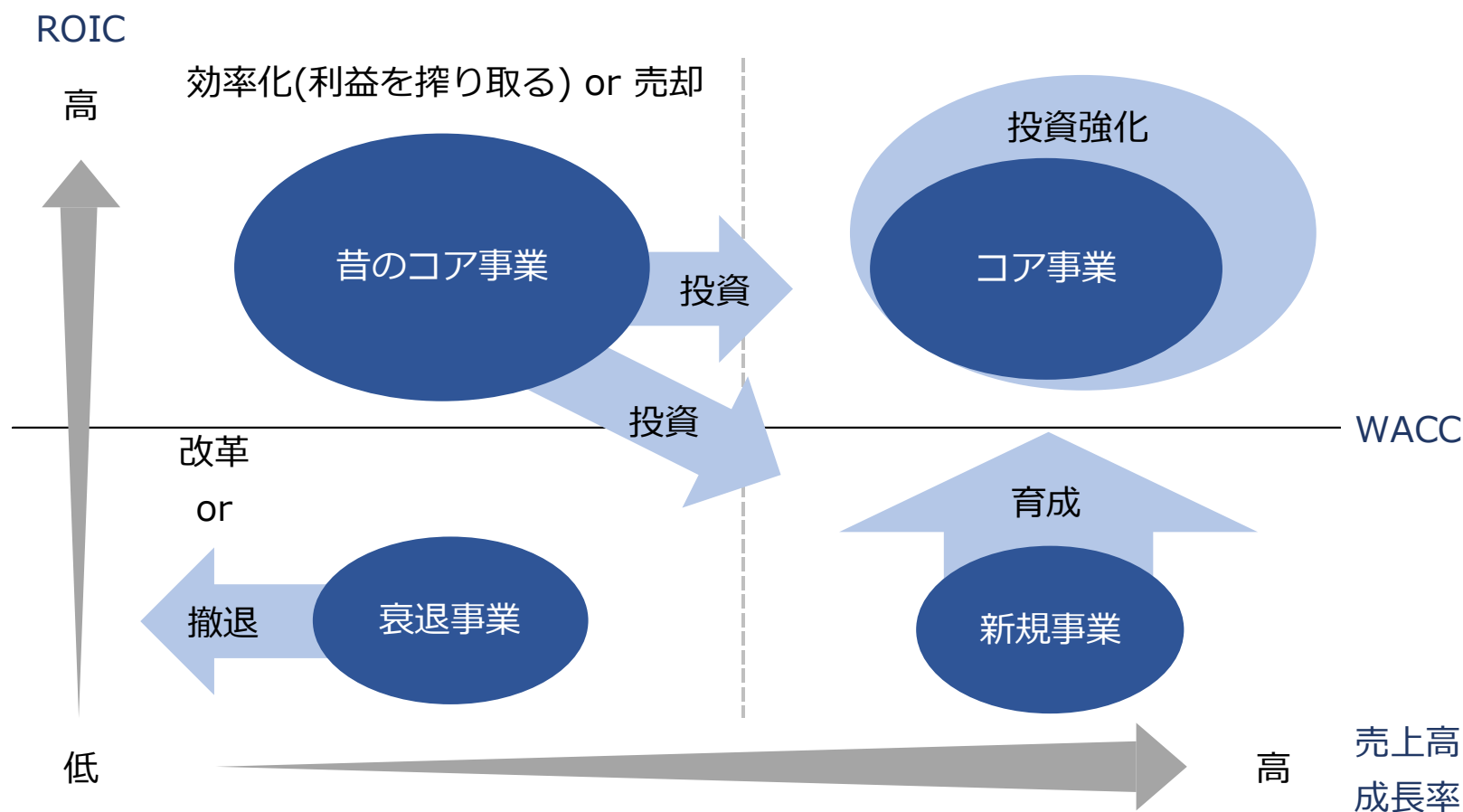
ROICツリーを活用し、全てのドライバーの改善を目指すのではなく、特定のドライバーを集中的に改善させていきます。



財務・資本戦略3 (ROICを活用した事業ポートフォリオマネジメント)

ROICを活用して事業ポートフォリオマネジメントを実施します。単年度のROICではなく、過去3年平均又は今期来期の平均など平準化したもので判断します。

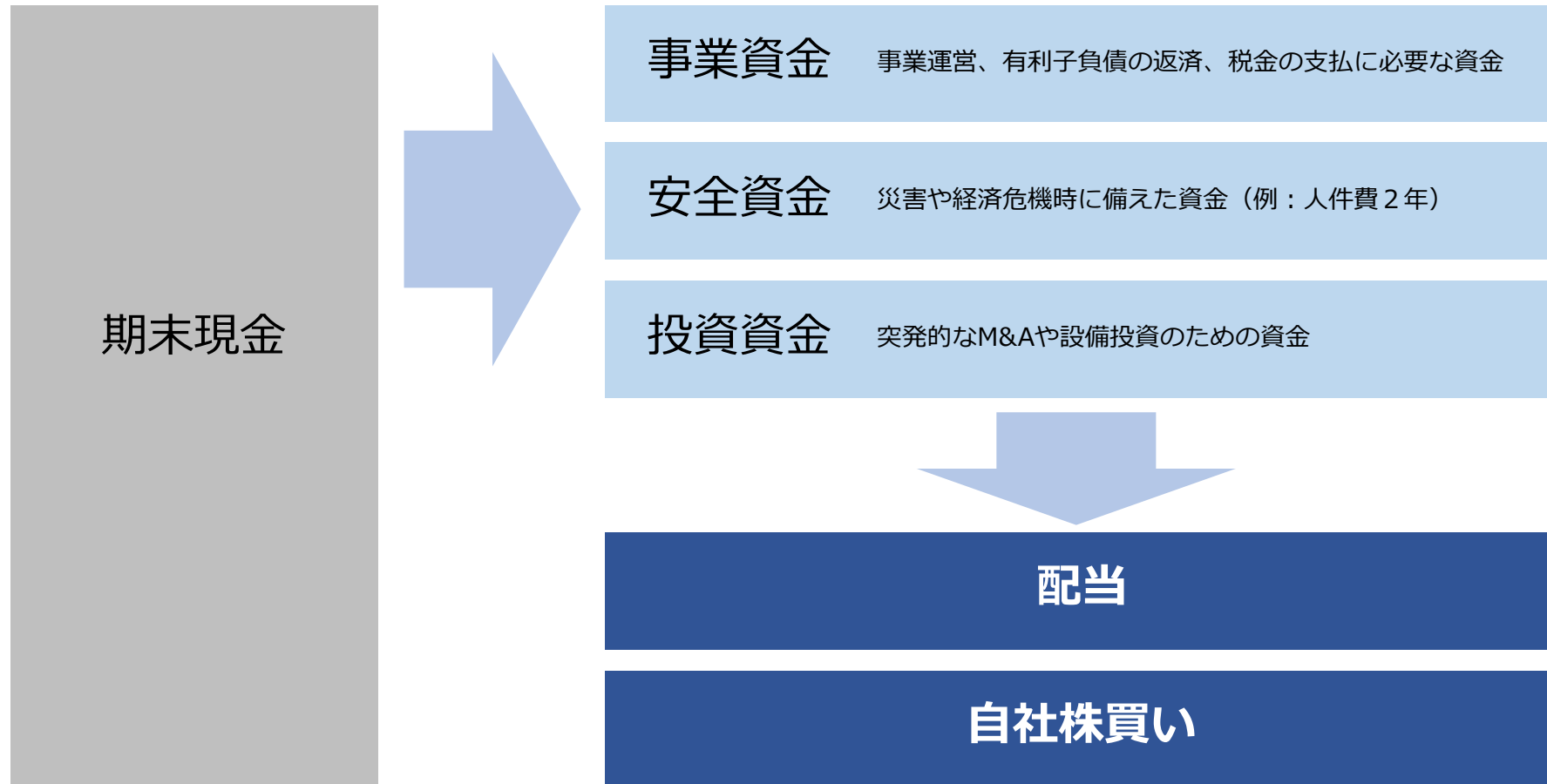
企業活動の目的は、ROICの上昇ではなく付加価値の創造です。個別投資案件の検討は、例えIRRが現状のROICを下回っていても、IRRがWACCを上回っていれば投資を実行します。



※衰退事業は、黒字の事業であっても低成長かつROICがWACCを下回っていれば該当します。

財務・資本戦略4 (余剰現金の配分)

基本的には、期末現金から事業資金・安全資金・投資資金の3つの資金を控除した残りを配当又は自社株買いに活用する方針であります。



(経営戦略) IR・PR戦略

株主、投資家との対話の充実・・・決算説明会、アナリストレポート、ESG関連資料

Twitterの活用・・・情報発信の機会の拡大

資本政策とインセンティブ・・・自社株の活用、経営陣持株比率の増強、経営幹部が中期経営計画をやり抜く意欲を投資家に届ける

理論上想定しました当社株の価値を多くの方々と議論していくために、積極的なIR活動を実施していきたいと考えております。その結果として、想定株式価値と時価総額の差を埋めていきます。I R ・ P R 戦略については以下の基本事項を粘り強く進める一方で、次ページの記載しております売買代金、出来高の増強に取り組んでいきたいと考えております。

そしてSNSの活用です。現在進めているTwitter活用によって情報発信機会を拡大してまいります。

- IR情報の改善
 - ・タイムリーな情報発信
 - ・情報の継続性
 - ・有価証券報告書のブラッシュアップ
 - ・業績サプライズを失くす
- IR対応の改善
 - ・積極的な取材対応
 - ・経営陣とのディスカッション機会の設定
- 機関投資家に対しての継続的情報開示
- 中期経営計画の公表

時価総額の増強のために必要なポイント

- ① **売買高を増やして機関投資家が入りやすい状況を作る**
 - ・ 1日平均出来高・1日平均売買代金の増強
 - ・ 株主優待制度の改定…投資パフォーマンスの最適の投資機会を提供する
- ② **若年層株主（30代～50代）が参加しやすい環境を作る**
 - ・ シニア層株主に加えて若年層株主を意識した継続的かつ建設的で機動的な株主対話を構築する
- ③ **個人投資家への情報発信の強化**
 - ・ インターネットやYoutube、SNS等で企業情報を得る投資家への対応策を構築する
- ④ **機関投資家、個人投資家それぞれに応じたIR戦略を徹底していく**
- ⑤ **資本政策とインセンティブ**
 - ・ 自社株の活用
 - ・ 経営陣持株比率の増強
 - ・ 経営幹部が中期経営計画をやり抜く意欲を投資家に届ける仕組みの制度化
 - ストックオプション等のインセンティブの活用、役員定年制の導入等

(経営戦略) コーポレートガバナンス戦略

CGコードへの対応・・・プライム市場に要求される水準の充足

ESG、SDGs関連施策・・・具体的な目標の設定および開示

この度、改訂CGコードが6月に公表され、市場区分の見直しに伴う市場選択手続きを経て、21年12月末までに改訂内容に沿ったコーポレートガバナンス報告書の提出が求められておりますが、当社グループは先般提出した報告書で対応しております。

今回の改訂においては、プライム市場に上場する企業には、より厳しいガバナンス水準が求められており、E（環境）S（社会）要素を含む対応強化のために多岐にわたる項目で改訂・補充原則の新設がなされております。当社グループは現在、アップサイクルボードプロジェクトという環境リサイクル問題に取り組んでおり、来期より協力企業とともに事業化していく計画であります。

一方今回の改訂では自然災害による損失リスクや対応策をわかりやすく発信することを目的に、TCFD等の枠組みに基づく気候変動リスクの開示も求められております。気候変動問題に対しては、当社グループとしても今後検討していかなければならない課題であると認識しております。

また今回の改訂では上場会社側と機関投資家側との対話において「中長期的な視点に立った建設的な対話」を目指す内容が入っておりますが、時価総額が300億円に満たない当社グループとしてはまず一日出来高及び売買代金を機関投資家に安心していただける水準にしていくことが一番と考えております。そのための施策を立て継続的に実行していく計画であります。

コーポレート・ガバナンス戦略2（C Gコードの改訂点への対応）

【コーポレートガバナンス・コード原則4-8】

独立社外取締役は会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与するように役割・責務を果たすべきであり、プライム市場上場会社はそのような資質を十分に備えた独立社外取締役を少なくとも**3分の1（その他の市場の上場会社においては2名）**以上選任すべきである。また、**上記にかかわらず**、業種・規模・事業特性・機関設計・会社をとりまく環境等を総合的に勘案して、**過半数**の独立社外取締役を選任することが必要と考える**プライム市場上場会社（その他の市場の上場会社においては少なくとも3分の1以上の独立社外取締役を選任することが必要と考える上場会社）**は、十分な人数の独立社外取締役を選任すべきである。

(当社グループ対応)
対応しております。

（新設）【コーポレートガバナンス・コード補充原則4-8③】

支配株主を有する上場会社は、取締役会において支配株主からの独立性を有する独立社外取締役を少なくとも**3分の1以上（プライム市場上場会社においては過半数）**選任するか、または支配株主と少数株主との利益が相反する重要な取引・行為について審議・検討を行う、**独立社外取締役を含む独立性を有する者で構成された特別委員会を設置すべきである。**

(当社グループ対応)
対応しております。

【コーポレートガバナンス・コード補充原則4-11①】

取締役会は、**経営戦略に照らして自らが備えるべきスキル等を特定した上で**、取締役会の全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模に関する考え方を定め、**各取締役の知識・経験・能力等を一覧化したいわゆるスキル・マトリックスをはじめ**、経営環境や事業特性等に応じた適切な形で取締役の有する**スキル等の組み合わせ**を取締役の選任に関する方針・手続と併せて開示すべきである。その際、独立社外取締役には、**他社での経営経験を有する者を含めるべきである。**

(当社グループ対応)
対応しております。

（新設）【投資家と企業の対話ガイドライン4-4-1】

株主との面談の対応者について、株主の希望と面談の主な関心事項に対応できるよう、例えば、「**筆頭独立社外取締役**」の設置など、適切に取組みを行っているか。

(当社グループ対応)
以前より対応しております。

コーポレート・ガバナンス戦略3 (C Gコードの改訂点への対応)

(新設) 【コーポレートガバナンス・コード補充原則2-4①】

上場会社は、女性・外国人・中途採用者の管理職への登用等、中核人材の登用等における**多様性の確保についての考え方と自主的かつ測定可能な目標を示すとともに、その状況を開示すべき**である。

また、中長期的な企業価値の向上に向けた人材戦略の重要性に鑑み、多様性の確保に向けた人材育成方針と社内環境整備方針をその実施状況と併せて開示すべきである。

(当社グループ対応)

最低限の対応はしております。人材育成方針、整備方針等が整備されておらず、具体的な開示には及んでおりません。

(新設) 【コーポレートガバナンス・コード補充原則3-1③】

上場会社は、経営戦略の開示に当たって、自社のサステナビリティについての取組みを適切に開示すべきである。また、人的資本や知的財産への投資等についても、自社の経営戦略・経営課題との整合性を意識しつつ分かりやすく具体的に情報を開示・提供すべきである。

特に、**プライム市場上場会社**は、気候変動に係るリスク及び収益機会が自社の事業活動や収益等に与える影響について、必要なデータの収集と分析を行い、国際的に確立された開示の枠組みである**TCFDまたはそれと同等の枠組みに基づく開示の質と量の充実を進めるべき**である。

(当社グループ対応)

サステナブルについてはアップサイクルボードプロジェクトの事業化を進めております。協力会社との関係もありますが、社会性の伴うテーマでもあり、情報の開示・提供については積極的に対処していきたいと考えております。気候変動リスクであるTCFDについては必要データの収集をはじめ対応していきたいと考えております。

(新設) 【投資家と企業の対話ガイドライン1-3】

ESGやSDGsに対する社会的要請・関心の高まりやデジタルトランスフォーメーションの進展、サイバーセキュリティ対応の必要性、サプライチェーン全体での公正・適正な取引の必要性等の事業を取り巻く環境の変化が、経営戦略・経営計画等において適切に反映されているか。

また、**例えば、取締役会の下または経営陣の側に、サステナビリティに関する委員会を設置**するなど、サステナビリティに関する取組みを**全社的に検討・推進するための枠組みを整備**しているか。

(当社グループ対応)

サステナブルについてはアップサイクルボードプロジェクトの事業化を進めております。協力会社との関係もありますが、社会性の伴うテーマでもあり、情報の開示・提供については積極的に対処していきたいと考えております。来期からは事業化していくためにプロジェクト的な組織作りを含め、具体的な対応を行う計画であります。

コーポレート・ガバナンス戦略4（C Gコードの改訂点への対応）

（新設）【コーポレートガバナンス・コード補充原則5-2①】

上場会社は、経営戦略等の策定・公表に当たっては、取締役会において決定された事業ポートフォリオに関する基本的な方針や事業ポートフォリオの見直しの状況について分かりやすく示すべきである。

（当社グループ対応）

プライム市場上場維持を進めていく中で「資本コスト」の観点に基づく経営を積極的に活用していきたいと考えております。M&Aや設備投資を進める上で不可欠な考え方であると考えております。

（新設）【コーポレートガバナンス・コード補充原則3-1②】

上場会社は、自社の株主における海外投資家等の比率も踏まえ、合理的な範囲において、英語での情報の開示・提供を進めるべきである。

特に、プライム市場上場会社は、開示書類のうち必要とされる情報について、英語での開示・提供を行うべきである。

（当社グループ対応）

現在、株主の海外投資家比率は相対的に低いと考えているため、現時点では決算説明会資料、株主総会招集通知等の英訳は実施しておりません。しかし機関投資家、海外投資家をはじめ、すべての株主が議決権を行使しやすい環境づくりの必要性を認識しておりますので、今後海外投資家の比率の増加にあわせて対応したいと考えております。

（新設）【投資家と企業の対話ガイドライン4-1-1】

株主総会において可決には至ったものの相当数の反対票が投じられた会社提案議案に関して、株主と対話をする際には、反対の理由や反対票が多くなった原因の分析結果、対応の検討結果が、可能な範囲で分かりやすく説明されているか。

（当社グループ対応）

現在、経営に株主との対話を活かしていくために、株主総会の動画配信、議決権通知書の電子化、株主総会の事前質問の受付対応等を行っておりますが、株主総会の議案の賛否要因の分析も株主の意思把握には重要だと考えており、今後はこの点も取り入れていきたいと考えております。

ESG・SDGs (アップサイクルボード)1

当社グループは、2018年より『アップサイクル事業』(アップサイクルボード®/UpcycleBoard® 商標登録番号 第6095102号)を事業展開してまいりました。

アップサイクルとは廃棄物を新たな素材に変化させ、更にそこへデザイン性を取り入れることで、実用性と利用価値を高めて活用しようという考え方に基づいたリサイクルサービスであります。

現在、国内の繊維類廃棄物だけで年間100万トンを超え、リサイクル率は4分の1程度と言われております。衣料品に関しては、素材の多様化と流行の移り変わりが非常に早くなっていることもあり、中々効率的にリサイクルできていない現状が、消費者へ認知されることは非常に少なく、そもそも消費者は自分が破棄した衣類の行き先を知る機会がありません。当社グループのアップサイクルのメリットは、消費者へ向けて、【見えるリサイクル】が可能なことであります。廃棄された衣類などが形を変え、新しい使用用途(価値)をもって再度消費者の元で愛用してもらう、または豊かな生活のサポートをしてくれるということが、身近なところで見えることで、資源の大切さとリサイクルの価値を感じることができ、世の中への影響力も非常に高いものと考えております。

アップサイクルボードの素材は、従来より自動車の内装材として利用されているリサイクルフェルトを圧縮し硬質のボードにした成型製品です。環境、耐久、燃焼といった車の防音材や家具の緩衝材としての厳しい基準テストを得た上で、さらにエアレイド製法によって多方向から圧力をかけており、「型崩れしにくい」「緩衝性が高い」「水に強い」商品であり、人にも環境にも優しい商品であります。

当社グループは、このアップサイクルボードを協力会社とともに来期より事業化していく計画であります。SDGsはこれまでの私たちの価値観をトランスフォーメーションするものです。協力会社、地方公共団体、行政、地域コミュニティなど関心を持っていただける一人でも多くの皆様と切磋琢磨しながら成長させていきたいと考えております。

循環型リサイクルサービス

サービス名:アップサイクルボード®

(商標登録番号 第6095102号)



当社のアップサイクルボード事業とは、廃棄物を新たな素材に変化させ、**再利用することで、ごみゼロに少しでも貢献する**という考え方のリサイクルです。

当社が着目した素材は、以前より自動車の製造部品として使用されている繊維類廃棄物を、再利用した**フェルト状のシート**です。フェルトシートは特許技術によって、様々な加工に適した、**万能な繊維ボードへのプレス成形**を実現しました。

* アップサイクルボードとは、繊維ボードの加工サービスの商標です。



循環スキーム



産廃物を世の中に、新たな価値で「アップサイクルボード®」化する事で、
社会課題であるCircular Economyに貢献していきます。

繊維ボードの硬度を調節する事で、建材として各種店舗や什器、店頭ツールや雑貨・ノベルティなどに
応用する可能性を広げることができました。

<ご案内>

- ・本資料に記載された見解、見通し、ならびに予測等は、資料作成時点での当社の判断であります。市場環境等の様々な要因により、実際の業績はこれら見解、見通し、ならびに予測等と大きく異なる結果となり得ることをご了承下さい。
- ・当社では、株価に影響を及ぼす情報の漏洩を防ぎ、公平性を確保するため、決算期日の2週間前から決算発表日までの一定期間を沈黙期間としています。この期間は決算に関するコメントや質問に対する回答は控えさせていただきますのでご了承下さい。ただし、同期間中に業績予想が大きく変動する見込みが生じた場合には、適宜、情報開示を行います。

株式会社 ショーエイコーポレーション

お問合せ先：経営企画部

T E L : 06-6233-2636 F A X : 06-6233-2615

ホームページU R L : <http://www.shoei-corp.co.jp/>