



2022年10月26日

各位

会社名 株式会社シルバーライフ  
代表者名 代表取締役社長 清水貴久  
(コード番号：9262 東証プライム市場)  
問合せ先 取締役管理部長 増山弘和  
(TEL. 03-6300-5629)

## 上場維持基準の適合に向けた計画

当社は、2022年7月31日時点において、東証プライム市場における上場維持基準に適合しない状態となりました。下記のとおり、上場維持の適合に向けた計画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及び計画期間

当社の2022年7月31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に適合していません。当社は下表のとおり、流通株式時価総額に関しては、2025年7月末までに上場維持基準に適合するために、次のとおり各種取り組みを進めてまいります。

	株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の状況 (基準日時点)	5,599人	43,638単位	64億円	40.4%
上場維持基準	800人	20,000単位	100億円	35%
計画期間	—	—	2025年7月末	—

※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分布状況をもとに算出を行ったものであります。

#### 2. 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針

当社は、「我々は、食の観点から誰もが安心して歳を重ねていく社会を作ります」を経営理念として掲げ、食のインフラとして安心安全に配慮した食事を安定的に供給するため、強固な経営基盤と継続的な成長を目指しております。そのためにも、ガバナンスの強化、成長性の加速を追求し、経営に適度な緊張感を持つためには、投資家との建設的な対話も必要と考えております。

その中でも、プライム市場が求める高いガバナンス水準、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上にコミットする姿勢を持ち続けることは、当社として目指すべきところであり、当該市場への上場維持は当社の成長を継続させていくためにも必要と考えております。そのため、プライム市場の流通株式時価総額の向上による上場維持基準への適合を目指してまいります。

#### 3. 上場維持基準に適合していない項目ごとの課題と取組内容

上場維持基準に適合していない項目は、流通株式時価総額であり、基準日時点での状況は、流通株式時価総額64億円で、基準まで36億円未達となっております。

流通株式時価総額については、(1) 中期経営計画で掲げる数値計画の達成

([https://www.silver-life.co.jp/ir/management/mid\\_term/index](https://www.silver-life.co.jp/ir/management/mid_term/index)) (2) ESGへの取り組み

(3) IR活動の強化を通じて、企業価値を向上させ、基準の達成を目指してまいります。

具体的には以下を重点事項として取り組みを行います。

- ① SV 増員による FC 店舗の新規出店の加速及び、既存店の活性化  
SV によるきめ細やかな店舗指導を行い、FC 店舗及び売上の底上げを図る。
- ② マーケティング強化による効率的な広告展開の実施  
効果的な広告展開を実施し、冷凍弁当の新規・定期顧客の獲得を図る。
- ③ 原価低減  
自社工場の稼働率向上、製造人員の更なる熟練度の向上、廃棄量・エネルギー使用量の削減等により、利益貢献につなげる。
- ④ サステナビリティ施策の推進  
廃棄量・エネルギー使用量の削減等による CO2 排出量の削減につなげる。  
ダイバーシティ、人的資本経営の推進による組織体制の強化を図る。
- ⑤ IR 活動の強化  
コーポレートガバナンスの強化、情報開示の充実による当社への理解と認知向上を図る。
- ⑥ 株主還元の充実  
業績進捗及び投資計画進捗状況を勘案し、安定した配当の維持継続及び機動的な株主還元を実施する。

取り組みの具体的な内容や実施時期などの詳細については、添付資料「プライム市場上場維持基準の適合に向けた計画書」をご覧ください。

以 上

# プライム市場 上場維持基準の適合に向けた計画書

株式会社シルバーライフ(9262)

## 【当社のプライム市場上場基準適合状況】

基準項目	プライム市場基準	当社の状況	適合状況
流動株式時価総額	100億円以上	64億円	×
株主数	800人以上	5,599名	○
流通株式数	20,000単位以上	43,638単位	○
流通株式比率	35%以上	40.4%	○

上記の通り、移行基準日（2022年7月31日）現在において、流通株式時価総額基準を満たしておりません。

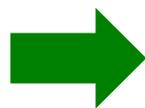
## 【基本方針】

### 企業価値を向上させ、流通株式時価総額基準の充足を目指す

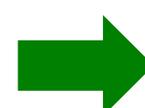
「長期的な企業価値向上のための土台構築期」と位置付けた中期経営計画期間（～2025年7月期）において、各施策を着実に進め業績拡大による経営基盤の強化を図ります。

加えて、持続的な社会の実現に向けESG等への取り組みを推進し、企業価値の向上を目指します。

- 1) 中期経営計画で掲げる  
数値計画の達成
- 2) ESG等への取り組み
- 3) IR活動の強化



企業価値  
向上



流通株式  
時価総額  
向上

## 【計画期間】

上場維持基準（流通株式時価総額基準）を充足するための計画期間を中期経営計画の最終事業年度となる「2025年7月期末」までといたします。

## 【2025年7月期数値計画】

売上高 : 168億円

営業利益 : 17億円

## 【当社の課題】

基本方針	課題
業績拡大による 経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"><li>・ FC部門の成長不足</li><li>・ 新商品、新サービスの認知不足</li><li>・ マーケティング知見不足</li><li>・ インフレ局面での原価維持～低減</li></ul>
持続可能な社会の実現に 向けた取組み	<ul style="list-style-type: none"><li>・ サステナビリティ施策の推進 (食材廃棄、CO2排出量、人的資本等)</li><li>・ コーポレートガバナンス・情報開示の充実</li></ul>

様々な施策を実施し、全販売区分において売上拡大を図る

## FC加盟店

2025年から団塊の世代が  
後期高齢者へ  
→このまま穏やかに成長を  
続ける



## 高齢者施設

●冷蔵商材  
「ぴったりプラン」導入  
端数パックが復活、以前の  
サービスレベルを維持



おてがる  
シェフ

●冷凍商材  
格安の冷凍食材ブランド  
「おてがるシェフ」開始  
中価格ブランド  
「こだわりシェフ」も継続

## 直販

①マーケティング強化の取り組み  
→広告分析ツールの積極的導入  
マーケティング経験者の採用  
②若者・女性向け新ブランド投入  
→ 2023年3月頃、冷凍弁当の新ブランド  
「ライフミール」「小さな幸せ」を開始



## OEM・倉庫業

●OEM  
新規取引先は順調に増加。今  
後も積極営業で新規取引先を  
獲得する予定

●倉庫業  
2022年7月から積極営業開始



「コーポレートガバナンス・コード」の諸原則の趣旨を十分に理解するとともに、今後、更なる向上に向けて対応してまいります（プライム市場向け内容を抽出）。

原則	コード（概要）	当社の対応
<b>取締役会の機能発揮</b>		
原則 4-8	プライム市場上場会社は取締役会において独立社外取締役3分の1以上（必要な場合は過半数）を選任すべき	独立社外取締役3分の1以上選任済
補充原則 4-10①	プライム市場上場会社は、任意の指名委員会・報酬委員会について独立社外取締役過半数を基本とし、独立性に関する考え方・権限・役割等を明らかにすべき	2022年7月に任意の指名・報酬委員会を設置
<b>サステナビリティを巡る課題への取組み</b>		
補充原則 3-1③	プライム市場上場会社は、TCFD又は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	2022年12月末を目途にTCFD開示を行う予定

原則	コード（概要）	当社の対応
<b>その他主な課題</b>		
補充原則 1-2④	プライム市場上場会社は、少なくとも機関投資家向けに議決権電子行使プラットフォームを利用可能とすべき	2021年より議決権電子行使プラットフォーム利用済
補充原則 3-1②	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	決算短信、説明会資料等英語での開示済み。今後四半期決算補足資料の英訳等、英語開示の充実を図る
補充原則 4-8③	支配株主を有する場合、独立社外取締役3分の1以上（プライム市場上場会社は過半数）または利益が相反する重要な取引・行為について特別委員会を設置すべき	現在は非対応。今後はガバナンスを高めるため、独立社外取締役過半数の選任を検討

## 【重点取組み事項】

- ①SV増員によるFC店舗の新規出店の加速及び、既存店の活性化  
SVによるきめ細かな店舗運営指導を行い、FC店舗及び売上の底上げを図る
- ②マーケティング強化による効率的な広告展開の実施  
効果的な広告展開を実施し、冷凍弁当の新規・定期顧客の獲得を図る
- ③原価低減  
自社工場の稼働率向上、製造人員の更なる熟練度の向上、廃棄量・エネルギーコストの削減等により、利益貢献につなげる
- ④サステナビリティ施策の推進  
廃棄量・エネルギーコストの削減等によるCO2排出量の削減につなげる  
ダイバーシティ、人的資本経営の推進による組織体制の強化を図る
- ⑤IR活動の強化  
コーポレートガバナンスの強化、情報開示の充実による当社への理解と認知向上を図る
- ⑥株主還元の充実  
業績進捗及び投資計画進捗状況を勘案し、安定した配当の維持継続及び機動的な株主還元を実施する

# 重点取組み事項の目標値と達成時期

2022年7月期実績

売上高 : 112億円  
営業利益 : 5億円



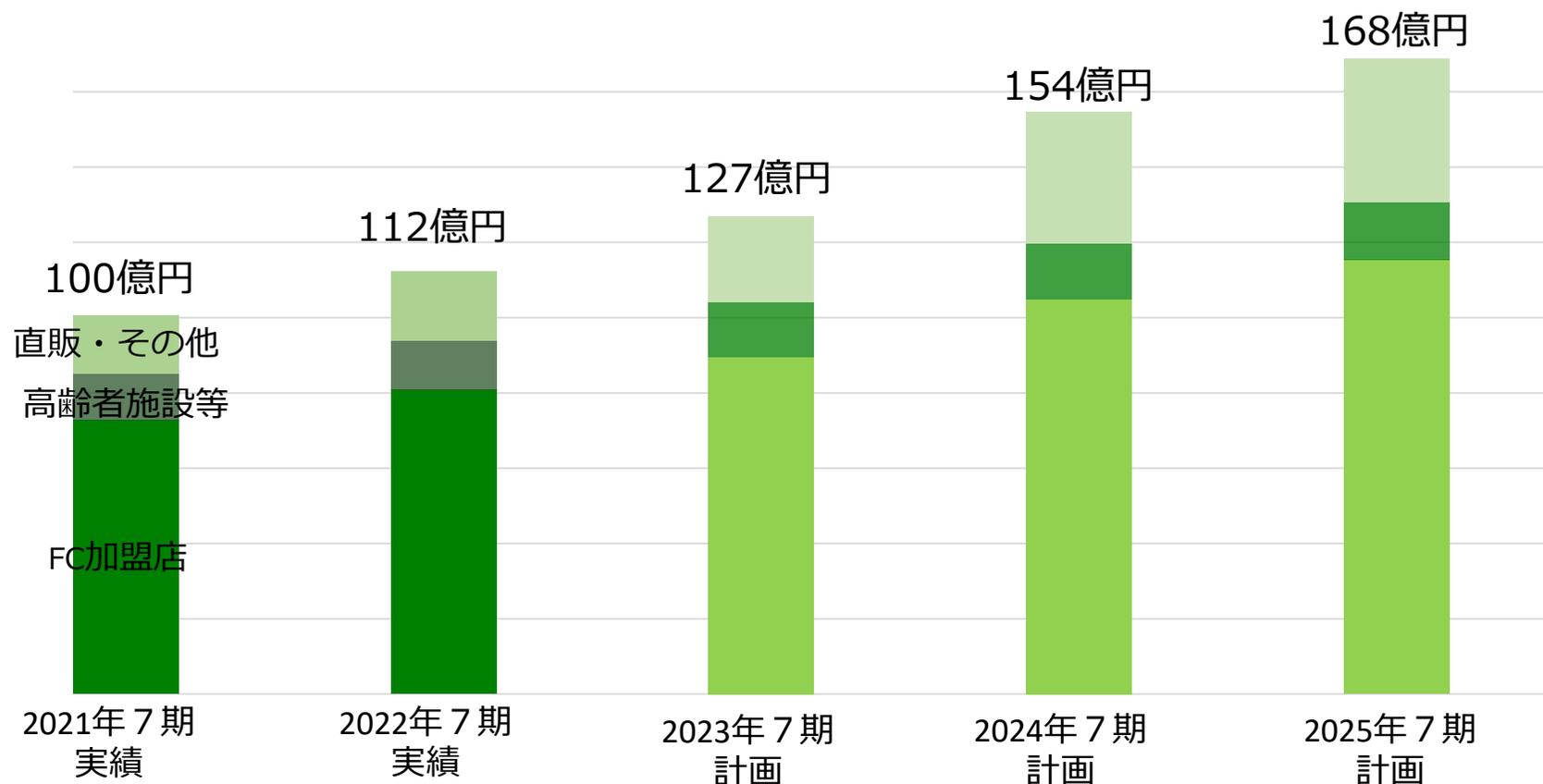
2025年7月期

売上高 : 168億円  
営業利益 : 17億円

重点取組み事項	現在 (2022/7期)	目標値	達成時期
①SV増員によるFC店舗の新規出店の加速及び既存店の活性化	部門売上80億円 FC店舗990店	部門売上100億円 FC店舗1200店体制	2025年 7月期 (可能な限り前倒し達成を目指す)
②マーケティング強化による効率的な広告展開の実施	直販売上12億円	直販売上30億円 (現状の2.5倍)	
③原価低減	※対製造量の各比率 食材廃棄量比率7.7% 電気使用量比率2.9%	※対製造量の各比率 食材廃棄量比率3.85% (食材廃棄量比率 <b>50%減</b> ) 電気使用量比率2.75% (電気使用量比率 <b>5%減</b> )	
④サステナビリティ施策の推進	食材廃棄量253.3t (製造量 3,286 t) 女性管理職比率26.7%	食材廃棄量252.6t (製造量 6,560 t) (対製造廃棄比率 <b>50%減</b> ) 女性管理職比率35.0%	
⑤IR活動の強化	海外投資家比率3.0%	海外投資家比率6.0%	
⑥株主還元の充実	なし	配当性向30%を目途	

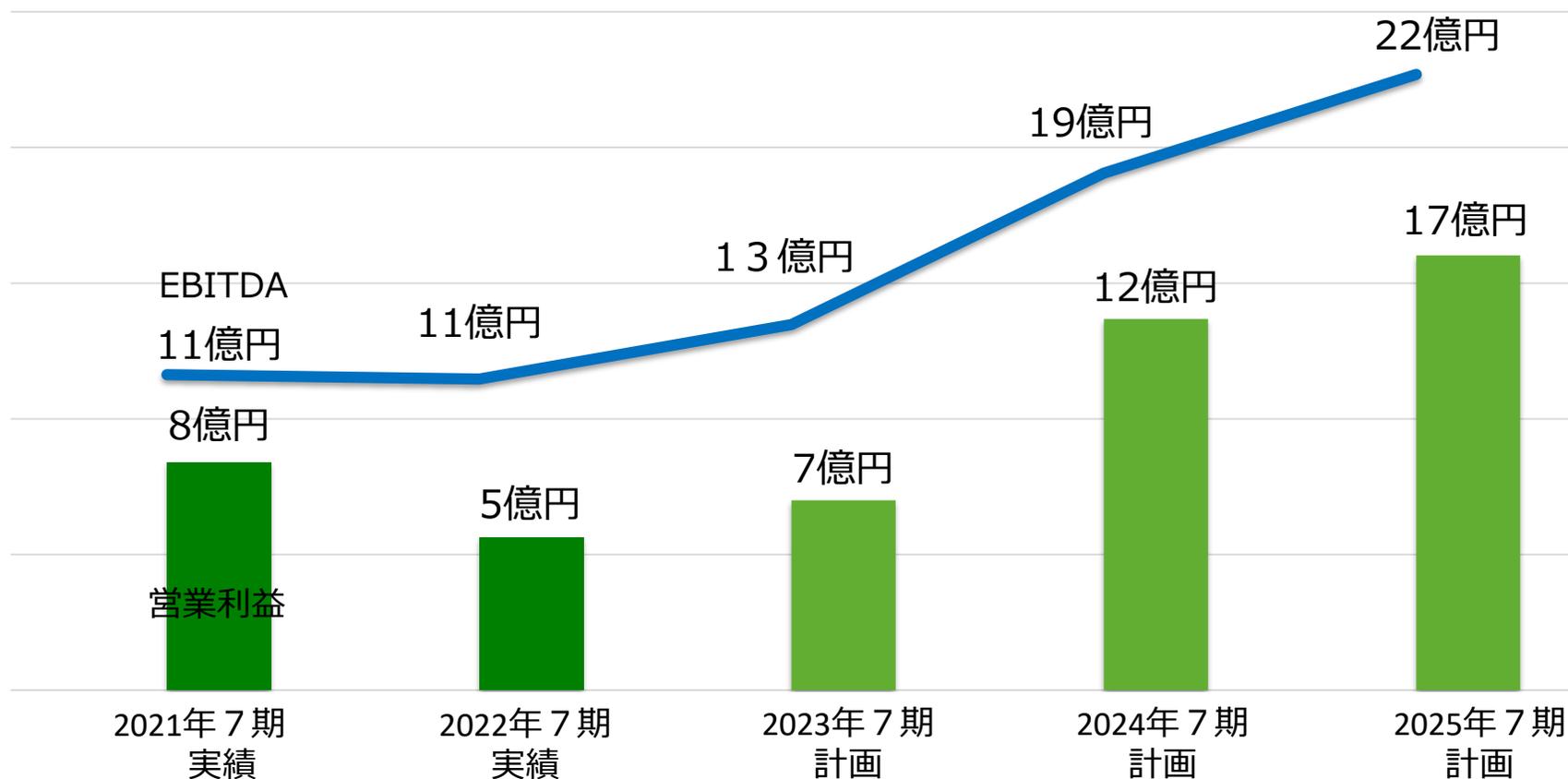
## <売上高計画>

- ・「FC加盟店」は団塊の世代が、徐々に後期高齢者になることから大幅な需要増が見込まれる
- ・「高齢者施設等」「直販・その他」も市場の拡大を背景にして、売上強化を見込む。特に近年、冷凍弁当市場が急激に拡大しており、現状の設備では不十分だったため、製造設備を強化、また物流センターの稼働により、売上機会の最大化で万全な体制を整える



## <営業利益計画>

- ・今後の大幅な需要増に対応できる生産体制を構築するために、2021年、2022年に大型投資を行い、製造能力、保管能力を大幅に強化
- ・大型投資により、一時的に利益は圧迫されたが、投資一巡化で、2024年以降は利益拡大期へ



- 本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性等がありますことを、予めご了承ください。
- 本資料は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。
- 本資料に掲載されている情報に関して、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によりデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、事由の如何を問わずに一切責任を負うものではありません。

## 【IRに関するお問い合わせ先】

株式会社シルバーライフ  
経営企画課

TEL : 03-6300-5629  
FAX : 03-6300-5626  
Web : <https://www.silver-life.co.jp/>  
Mail : [ir\\_info@silver-life.jp](mailto:ir_info@silver-life.jp)