

2024年6月27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 東証スタンダード市場)  
問合せ先 執行役員総務局長 西分 太郎  
(電話 087-825-1156)

### 上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について

当社は、2021年12月16日に「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」を東京証券取引所に提出し、その内容について開示しております。2024年3月31日時点における計画の進捗状況について、下記のとおり作成いたしましたので、お知らせいたします。

#### 記

##### 1. 当社の上場維持基準への適合状況の推移および計画期間

当社の2024年3月31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その推移を含め、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、2025年3月期までに流通株式時価総額に関する上場維持基準を充たせるよう、引き続き各取組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
当社の適合状況およびその推移	2021年6月30日時点移行基準日(※1)	717人	21,325単位	6.3億円	35.0%
	2023年3月31日時点(※2)	694人	21,090単位	6.1億円	34.7%
	2024年3月31日時点(※2)	801人	25,861単位	7.9億円	42.5%
スタンダード市場上場維持基準		400人以上	2,000単位以上	10億円以上	25%以上
当初の計画に記載した計画期間		—	—	2025年3月期	—
スタンダード市場上場維持基準への適合状況		適合	適合	不適合	適合

※1 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。

※2 適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社提出の「株券等の分布状況等」をもとに判定を行ったもので、流通株式時価総額は、流通株式数に、事業年度の末日以前3ヶ月間の日々の終値の平均値を乗じて算出しております。

## 2. 上場維持基準の適合に向けた取り組みの実施状況および評価

新市場区分への移行時点におきましては、当社グループの新型コロナウイルス感染症拡大の影響も含めた業績の不振が株価低迷の一要因となり、「流通株式時価総額」不適合へと繋がったと認識し、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て、「流通株式時価総額」の構成要素である「時価総額」および「流通株式比率」を向上させるべく、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おります。

### (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、コロナ禍によって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加速いたしました。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、以下に取り組んでおります。

#### ① 既存事業の事業基盤の再構築

当社グループの外注費を除く諸費用は変動が少なく固定的であるため、当社グループにおきましては、売上総利益の確保が営業利益および経常利益の獲得に大きく影響するという事業特性があります。従いまして、営業の成果である総売上高と連動した収益性の指標として、売上総利益および売上総利益率(=売上総利益/総売上高)を重要な経営指標とし、日々の行動管理・業績管理・人事評価等に連動させ、目標の達成に向けて取り組んでおります。

また、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、お客さまの課題が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。

2024年3月期の当社グループにおきましては、外出機会の増加による旅行や催事に関連したプロモーション活動のほか、昨年10月下旬に愛媛県で開催された『第35回全国健康福祉祭えひめ大会～ねんりんピック愛顔のえひめ2023』の運営関連、JR高松駅周辺の再開発に関するプロモーション活動、地元への就職・転職支援フェアの開催などが当社グループの売上高に貢献いたしました。そのほか、地元コンテンツを意識したビジネスや視覚学習教材の販売支援など新たなビジネスにも挑戦しており、今後につきましても、グループ内に蓄積された地域情報のほか、地元に着目した広告会社としてのノウハウを最大限に活用し、既存事業の事業基盤の再構築を進めてまいります。

#### ② デジタルメディア提案力の強化

2023年の国内広告業界のインターネット広告売上高は1兆4,861億円(前年比3.4%増)となり(経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」、当社グループ商勢圏におきましても、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が加速したこともあって、当社グループのデジタル領域の売上高は引き続き前年を上回る結果となりました。

このような中で、当社グループは、デジタル領域全般の受注拡大をより加速させる

ため、2022年4月1日付でデジタルデザイン局を設置し、デジタルマーケティング分野の提案強化やデジタル技術を活かした新規事業の企画提案に取り組んでまいりました。こうした取り組みから、デジタルマーケティング分野の受注を安定して獲得でき、さらに、行政自治体向け観光マーケティング支援サービスの提供に繋がりました。また、動画広告やSEO・MEO対策などデジタル領域の提案を切り口とした新規開拓に努め、マーケティング分野へのデータ活用を積極的に提案したことから、インターネット広告の売上高は順調な伸びとなっております。

当社におきましては、デジタル化の波に遅れを取ることなく、着実にDXを推進していくため、2023年1月1日付で経済産業省が定めるDX認定制度に基づいた「DX認定事業者」の認定を取得し、社内DXの推進にも取り組んでおります。引き続き、デジタル化によるコミュニケーション活動の変化に対応した提案に努め、お客さまの成長に貢献できる真のパートナーを目指してまいります。

### 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様の様々なニーズに応え、時代に即した提案活動によって、より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。

前述したように、当社グループにおきましては、変化の激しい経営環境を乗り越えていくためには、「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ており、新しい事業への取組みの一環として、地域の魅力ある商品やサービスをECサイトなどで紹介し販売していくことを目的として、2022年12月1日付で株式会社MD&アソシエイツを設立し、ECサイト「LOCOMERU(ロコメル)」を昨年2月11日にオープンいたしました。また、昨年7月に事業を譲り受け、昨年8月から再開した徳島県および香川県の物産販売店舗『徳島・香川トモニ市場～ふるさと物産館～』の運営をとおして地域商品の販路拡大に取り組んでおり、同店舗におきましては、購入者数も順調に増え、百貨店や大型量販店での展示販売にも挑戦いたしました。そのほか、地元コンテンツを意識したビジネスや視覚学習教材の販売支援など新たなビジネスのほか、地元の大学とともに新規事業構想プロジェクトとしてビジネスコンペを開催しております。さらに、2021年からは新規事業の1つとして、四国の酒蔵と88カ所の寺を結ぶ日本酒の販売事業に関して企画・販売も実施しており、2023年5月には同企画の第2弾を開始し、2024年6月には「遍路国往還記」の復刻版を発売いたしました。今後につきましても、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ノウハウを最大限に活用し、こうした事業を通じて、当社グループの企業価値向上と地域や経済の活性化に取り組んでまいります。

### 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ご要望にお応えし、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。デジタル化へのシフトが加速している中においては、当社グループ商勢圏におきましても、デジタル技術が非接触・非対面的手段を提供し、デジタル化できることはデジタル化されていく一方で、デジタルには替えられないリアルの価値が再認識されていくと考えております。

当社グループにおきましては、「無から有を生み出す」というクリエイティビティ

の原点に立ち戻り、新しいものを生み出す「創造力」や独自の発想で何かを作り出す「独創力」を兼ね備えた人材を育成すべく、クリエイティブスタッフの高付加価値化に取り組んでおり、SNSによる情報発信事業やデジタルスタンプラリーのようなデジタル技術を活用したもののほか、SDGsへの取り組みや自然食材のブランディング、子宮けいがん予防啓発ウェブ漫画、地方市シティプロモーションに至るまで、数多くの個性豊かなクオリティの高い作品を創出することができました。

当社グループにおきましては、このようなリアルの価値にデジタル技術を融合したより具体的で高度化した提案活動に取り組み、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引き続き推進してまいります。

## 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。当方針のもと、安定配当を維持しながら中長期的な視点で利益還元の充実を図ってまいりたいとの考えから、2024年3月期につきましては、従業員に対する譲渡制限付株式としての自己株式の処分による自己資本比率の改善等を踏まえ、利益成長に向けた新規投資と安定した株主還元の最適なバランスを検討した結果、2024年3月期の期末配当金につきましては、2023年5月12日に1株当たり5円00銭と発表しておりましたが、1株当たり6円00銭とすることといたしました。

## (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%を目標に取り組み、2024年3月期におきましては42.5%を達成いたしました。引き続き、当水準を維持できるよう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

政策保有株式ならびに政策保有株式以外の一般法人株につきましては、株式の保有の意義および保有の合理性、株主との関係、資金需要や市場への影響などを勘案し、株主様との対話をとおして縮減を検討しております。その結果、金融機関などをはじめ数社から純投資目的株式への振替を承諾いただきました。

今後につきましても、上記(1)の取組を補完する策であることを念頭にしつつ株主様との対話をとおして縮減について検討してまいります。

### 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、2023年3月31日現在、自己株式を2,300,328株所有しております。当社におきましては、これまで、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には至りませんでした。当社の従業員

を対象に当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主の皆様との一層の価値共有を図ることを目的として、譲渡制限付株式付与制度を新たに導入することを決議し、2024年3月15日に払込手続きが完了いたしました。これによって、2024年3月31日現在の自己株式は1,900,328株となり、流通株式比率が大きく改善する結果となりました。引き続き、機動的な資本政策に活かすことなどを目的に、自己株式の処分について検討を重ねてまいります。

### ③ IR活動の推進、情報発信の充実

当社では、総務局をIR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。

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ので、まずは、グループ各企業を含め情報発信できる取り組みについては発信していくよう努め、中期経営方針やDXの取り組み、株主総会サイト、サステナビリティサイトの構築のほか、採用サイトのリニューアル等にも取り組み、ステークホルダーに対する情報発信に努めてまいりました。引き続き、様々な情報を発信し、ステークホルダーの皆さまに当社グループの方針や取り組みを理解いただけるように努めてまいります。

なお、株主・投資家向けの説明会の開催につきましては、他社の動向、コスト面などを含め引き続き検討を進めてまいります。

## 3. 上場基準に適合していない項目の今後の課題と取組内容

当社グループの業績は2020年3月期、2021年3月期と2期連続で減益となり、2021年3月期につきましては、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、市場区分移行時点における「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。

当社グループにおきましては、前述した取組の推進によって、2022年3月期から2023年3月期にかけて業績は着実に改善しております（2024年3月期の業績につきましては今後の発表をご確認ください）。まずは本業の立て直しを図り、株価の向上から流通株式時価総額の改善ならびにPBR指標の改善に繋げていくため、日々事業活動に邁進してまいります。

以上