



2021年11月24日

各 位

会 社 名 株式会社セイヒョー
代表者名 代表取締役社長 飯塚 周一
(コード番号 2872 東証第2部)
問合せ先 取締役経営企画室長 田辺 俊秋
TEL 025-386-9988

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

1. 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。当社は後述の施策を実施することで流通株式時価総額に関し、上場維持基準を充たす所存です。

なお、計画期間は中期経営計画「Creative2024(対象期間:2022年2月期~2024年2月期)」の達成結果が株価に反映する2025年2月期といたします。

	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 (移行基準日時点)	984人	2,484単位	8.1億円	57.5%
上場維持基準	400人	2,000単位	10億円	25%
計画書に記載の項目			●	

※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。

2. 上場維持基準の適合に向けた取組の基本方針、課題及び取り組み内容

(1) 基本方針

当社は、上場維持基準を充たしていない流通株式時価総額の適合に向けて、①政策保有株主による政策保有株式の縮減（流通株式比率の向上）、及び②中期経営計画の達成による収益体質の強化（時価総額の向上）に取り組むことを基本方針としております。

(2) 課題

当社は、2018年2月期、2020年2月期に営業損失を計上しており、業績の不安定な推移が株価低迷を招いている大きな要因であると認識しております。上場維持基準を満たすためには収益力の回復が急務であり、まずは中期経営計画の達成に注力してまいります。

また、当社株式は出来高が少なく、投資家が積極的に売買できる環境にないことから、流通株式比率の向上が必要であると認識しております。

(3) 取組内容

① 政策保有株主による政策保有株式の縮減（流通株式比率の向上）

当社におきましては、過去の企業活動における安定株主の確保により、当社第20位以内の株主に国内の普通銀行、保険会社、事業法人等（以下、「事業法人等」）は10社あり、その保有割合は34.1%（2021年2月末時点）となっております。

このうち政策保有株式につきましては、政策保有株主と保有意義に関して協議を行い、縮減を図ってまいります。

また、政策保有株主を除く第20位以内の事業法人等が保有する当社株式については、2022年2月までに株式保有目的の検証に着手いたします。この検証は書面での確認を想定しており、その返送後、検証した上で、事業法人等と保有目的の確認及び対話を行い、可能な限り適宜縮減をお願いする所存であります。

流通株式数が増加し、流通株式比率が向上することにより、上場維持基準で充たしていない項目である流通株式時価総額の適合を図ってまいります。

【目標水準】

	2021年2月末	2025年2月末
・流通株式数	248,465株	290,582株
・流通株式数比率	57.5%	67.3%

② 中期経営計画の達成による収益体質の強化（時価総額の向上）

当社は、夏季に集中して需要が発生するアイスクリームの製造販売が主であるため、夏季期間の業績が通期業績に大きく影響を及ぼす業態となっております。

この状況を踏まえ、2022年2月期から2024年2月期までの3カ年を実施期間とした中期経営計画「Creative2024」を策定いたしました。当社が継続的に安定した利益を計上するための分析及び業務改善を行い、当社の目指す将来像を具体的に示し、業績向上を果たすための6つの重点施策を実行することで数値目標の達成を目指してまいります。また、同計画ではアイスクリームの製造販売以外に新事業の開拓を進めており、業績寄与を通じて企業価値の向上を図ってまいります。

(参考) 中期経営計画「Creative2024」における、当社が目指す将来像、重点施策及び具体的な行動について

【重点施策】

- ① 製品開発力の強化
 - ・製品開発室の活性化
 - ・新製品に対する具体的販売目標の設定と進捗管理
- ② 自社製品の販売強化
 - ・組織運営の見直し及び営業体制の強化
 - ・営業活動管理の徹底
 - ・もも太郎ブランドの積極的投入（CM・SNS等の積極的活用）
 - ・秋冬（年間）展開商品の販売強化（新製品の積極的開発投入）
- ③ 生産工場の生産性向上
 - ・生産管理業務の構築と改善
 - ・機械の更新、メンテナンスの計画的実行
 - ・製品トラブルの撲滅とロスの削減
 - ・5S、改善活動の推進
 - ・労働生産性の改善
- ④ 品質管理体制の強化
 - ・クレーム、製品トラブルの撲滅
 - ・品質管理のマネジメント強化
 - ・ISO22000システムの有効活用
- ⑤ 物流体制の強化
 - ・在庫管理の徹底
 - ・物流ネットワークの構築
 - ・安全衛生の向上と環境整備
- ⑥ 新規事業の開拓
 - ・三条工場の有効活用
 - ・秋冬事業の拡大
 - ・アンテナショップ「もも太郎ハウス」のリニューアル及び販売強化
 - ・WEB販売事業の強化

【数値目標】

	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
売上高 (千円)	3,800,000	3,900,000	4,000,000
売上総利益 (千円)	600,000	620,000	670,000
営業利益 (千円)	60,000	80,000	100,000
営業利益率 (%)	1.5	2.0	2.5

※中期経営計画「Creative2024」につきましては、2021年4月9日に公表いたしました。

URL: https://www.seihyo.co.jp/wp-content/uploads/2021/04/20210409_chukikeieikeikakusakutei.pdf

以上