

各位

上場会社名 株式会社アマガサ  
 (JASDAQ・コード3070)  
 本社所在地 東京都台東区上野1丁目16番5号  
 代表者 代表取締役社長 早川 良一  
 問合せ先 取締役 市川 裕二  
 電話番号 (03) 3871-0111 (代表)  
 (URL <http://www.amagasa-co.com/>)

### 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、本日グロース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グロース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時価総額については基準を充たしておりません。

当社は、「時価総額」に関し、「中期経営計画(2022年度～2024年度)」の最終年度となる2024年1月期までに、上場維持基準を満たすための各種取組を進めてまいります。

〈参考〉中期経営計画(2022年度～2024年度)

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/3070/ir\\_material2/157759/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/3070/ir_material2/157759/00.pdf)

事業計画及び成長可能性に関する説明資料(本日開示)

	株主数 (人)	流通株式数	流通株式 時価総額	流通 株式比率	1日平均 売買代金	時価総額
当社の状況 (移行基準日時点)	—	17,833 単位	5.4 億円	48.8%	—	12.7 億円
上場維持基準 (グロース市場)	—	1,000 単位	5 億円	25%	—	40 億円
計画書に 記載の項目	—				—	○

※ 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、課題及び取組

グロース市場上場維持基準の充足に向けた「時価総額」の向上にかかる取組の基本方針、取組内容については、下記に記載のとおりです。

当社は、当社の課題である時価総額 40 億円を達成するには、中期経営計画で記載した、

- ①事業施策、
- ②財務施策、加えて、
- ③広報施策の

3つの施策の実施が重要であると考えております。以下3つの施策に関して詳細と追記内容を記載いたします。

### ① 企業収益確立のための事業施策の実施

当社の主力事業である小売事業においては、新型コロナウイルスの影響によるショッピングセンター、百貨店などの一時的な閉鎖及び時短営業等の販売活動が制約を受けたこと、加えて、外出自粛措置の影響による消費者行動が変化したことを受け店舗販売の売上が著しく減少しております。また、当社は、今後も新型コロナウイルスによる社会的な制約と消費者行動の変化が継続されるであろうという判断のもと、以下の対策の継続と更なる実行を進め、次連結会計年度（2023年1月期）までには収支均衡を目標に、企業収益の確立を実現いたします。

#### A. 固定費削減

当期連結会計年度において2回の希望退職者の募集を行い、計22名の人員削減を実施いたしました。一時的に特別退職加算金及び再就職支援費用として合計4,699万円を特別損失にて計上しておりますが、前連結会計年度の人件費との比較において、削減効果は月額約900万円、年間約1億円、人件費に付随するコストを含め総額約1.1億円の削減を実施予定です。加えて、当連結会計年度において、本社移転を実施したことで年間約1,800万円の固定費削減に成功しました。

#### B. 直営店舗の削減

当連結会計年度に直営店8店舗、次連結会計年度において3店舗の合計11店舗の閉鎖を計画しております。その結果、次連結会計年度末段階において、直営店数は18店舗となる見通しです。直営店閉鎖によるコスト削減効果は、月額約1,200万円（人件費約700万円、家賃500万円）、年間約1.5億円と試算しております。

#### C. 事業収益改善

事業収益改善を目的に下記事項の実行及び継続を実施し、売上高・収益向上を図ってまいります。

##### ・在庫一元管理とチャネル連携によるオムニチャネル化体制の構築

小売事業及びEC事業の物流の外部委託を実行し、在庫一元管理が進んだことに伴い、今後は在庫システムと商品データベースの連携をより強化し、自社ECサイト及び店頭での効率的な在庫運用を進めてまいります。当連結会計年度では一般に広く使われているメッセージングアプリ LINE（LINE 株式会社）を利用した Line 連携の導入に取り組み、近く各チャネルの顧客情報の統一と在庫連携の強化サービスをローンチさせる予定です。また小売店の店頭では導線分析システムの導入を視野にいたした POS レジの刷新や機能向上を実施し、蓄積される顧客情報を活用した提案型の顧客サービスを強化し自社ECサイトと店舗間での相互送客を実現するオムニチャネル化体制構築を進めてまいります。小売事業とEC事業の連携強化により、販売ロスの抑制、顧客満足度の向上、売上高の増加・収益向上を図ってまいります。

##### ・ブランド統廃合とチャネル戦略に合わせたブランド展開

当社の主力ブランドである「JELLY BEANS」の営業戦略とマーケティング戦略を明確にしてまいります。「JELLY BEANS」を主幹ブランドとし、派生する新ブランドの確立やコラボレーションラインの開発など、機能性や素材に拘りをもった付加価値の高い商品を提供してまいります。本資料の発表日までにコラボレーションラインの開発として高身長の方や足の大きい方向けのシューズブランドとして「JB AKINO」を展開するなど実施してまいりました。これらの営業戦略及びマーケティング戦略を適正なチャネルで展開することにより、売上高の増加及び収益向上を図ってまいります。

- ・原価率の圧縮と粗利率の向上を実現する仕入施策(海外生産商品の活用)の推進  
マーケット特性や顧客志向に合わせた商品開発を鮮明化し、原価率の低い海外生産商品比率を高めることで、原価率の圧縮を進め売上高の増加・収益向上を図ってまいります。
- ・セグメント毎の収益改善、パフォーマンスに合わせた人員見直し  
セグメント毎の最適人員の見直し等を行い、収益改善を実行いたしました。小売事業では、エリア戦略と販売戦略の観点から直営店、百貨店と分かれていたグループを統合して全社での業務フローの改善を図りました。また、全社的なトレーニングプログラムを設定し、実行していくことにより、店舗のパフォーマンスを向上させ、売上高の増加・収益向上を図ってまいります。

#### D. 成長エンジンとしての EC 事業の強化と収益性の向上

当社主力事業である小売事業の販売方式を見直し、EC サイト販売を重視する方向で諸政策を展開してまいります。コロナウィルスの影響による店舗販売の制約及び消費者行動の変化を受けて、EC サイト販売強化の必要性に迫られております。また、近年当社 EC 事業における販売実績も伸びております。今後より一層の強化を図ると共に販売展開の合理化を進めてまいります。当社は、当社商材を国内・海外のマーケットにて、EC サイトを活用し積極的な販売活動を実施してまいります。

#### E. 日本ブランドを活用したアジア事情への参入 (海外展開)

当社は、台湾、インドネシアにおいて現地法人と業務提携を行い、現地の EC サイトにより当社商材の販売及び将来的な販売を目指しマーケティング調査を実施してきました。現在、インドネシアにおいては、インドネシア法人 PT. EGOGO HUB Indonesia を通じて当社の「JELLY BEANS」ブランドの商品を正式に EC での販売を開始いたしました。また、台湾においては、大手広告代理店博報堂系の株式会社 D & I 社並びに株式会社アジアブリッジとの提携により、いわゆる越境 EC により、「JELLY BEANS」ブランド商品を 2021 年 3 月から販売開始をしております。加えて、他のアジア・東南アジア諸国においても業務提携又は委託販売等による当社ブランド商品及び新商材の販売を模索している状況であります。今後当社は、より多くのアジア市場での展開を進め、日本ブランドとしての商品・新商材の販路拡大と企業価値向上を目指すことで売上高の増加・収益向上を図ってまいります。

#### F. 事業領域拡大事業

当社は、当社の主力事業である小売事業及び卸事業の抜本的な変革を進めてきている中、今後も新型コロナウイルスによる社会的な制約と消費者行動の変化が継続されるであろうという判断の基、更なる抜本的な構造改革が企業存続に必要であると考えております。その中で、既存の主力事業である小売業、卸売事業、EC 事業だけでなく、主力事業に付随する新たな事業の開始及び新規事業を模索・展開していくことで将来的な売上高の増加・収益向上を図ってまいります。

- ・3D スキャナー技術をもつ株式会社 crossDs japan との協業による新ブランド展開  
当社は、株式会社 crossDs japan (以下「CDJ 社」と資本業務提携を行い、オーダーシューズ事業に進出いたしました。CDJ 社が有する 3D 測定技術及び 3D プリンターでの靴製造技術を当社が自社チャネルで活用し、当社のオーダーシューズブランド「Shuui」を立ち上げ、販売展開してまいります。将来的に、スマートフォンでの 3D 測定技術が進化・普及していき、当社のオーダーシューズ事業が新たな売上・収益となることを目指しております。
- ・SDG s 商品販売の開始  
当社は、アッシュ・ペー・フランス株式会社創業者の村松孝尚氏が主宰するクリエイティブディレクションとブランド戦略支援を行う「村松孝尚株式会社」(以下「村松事務所」との業務提携を行いました。当社は、新規事業として、村松事務所のディレクションによる生活関連領域の SDG s 関連商品を主力とした商品の販売を行っております。当社は、村松事務所と協議のうえ、婦人靴以外の小売事業を積極的に拡大すべきとの判断から、生活関連のマーチャндаイズを実行し、小売事業に付随する新商品・新商材の販売として新たな売上・収益となることを目指しております。
- ・美術品の開始  
当社は、「上野アートビレッジ」の屋号をもって、アートをテーマとした新たな事業を開始することといたしました。現代美術家の絵画作品等に投資を行います。主に、新進の現代美術家を中心とした芸術家の育成とそのマネジメント、及び今後取得する美術品の販売

によるキャピタルゲイン獲得を行うことで、当社の収益獲得の機会を得ることを目的としております。作品は上野本社に設営しますギャラリーに常設展示すると同時にECサイトにて販売活動と価格等の情報提供をいたします。

## ② 財務健全化・安定化を目的とする財務施策の実施

### G. 資産の処分と有利子負債の圧縮による財務健全化

本社機能の圧縮及び物流業務の外部委託等に伴い、前連結会計年度において、所有していた余剰不動産を売却し、また、当連結会計年度において、本社ビルの土地と建物を譲渡し有利子負債の圧縮及びキャッシュ・フローの改善を実施してまいりました。このため、移行基準日において、借入残高は、857百万円となり、保有現預金に対して、預金超過の状況を創出することができました。引き続き有利子負債の圧縮及びキャッシュ・フローの改善を図ってまいります。

参考資料

(単位：千円)	第30期 2020年1月末	第31期2Q 2020年7月末	第31期 2021年1月末	第32期2Q 2021年7月末
借入金残高	1,426,911	857,457	857,457	581,397
現金及び預金残高	580,187	924,334	875,114	767,270

### H. 財務基盤の安定化

金融機関からは、借入金の返済期限について条件変更契約を締結する等の支援を受けております。取引金融機関と緊密な関係を維持し、継続的にご支援いただけるよう対応してまいります。また、2020年1月及び2021年4月に第三者割当による新株予約権の発行を行い、権利行使が進む中、資本の充実を図ってまいりました。また、前連結会計年度には既存取引金融機関より、新型コロナウイルス感染症特別貸付制度に基づき新たに運転資金として300百万円の借入を実行いたしました。これら調達資金の有効な活用を行い、企業収益の改善に努め財務基盤の強化と金融機関との取引正常化に取り組んでまいります。

### I. 継続した資金調達の実施

当社は、2020年1月に第1回新株予約権、2021年3月に第2回新株予約権による資金調達を実施しております。現時点における当該資金調達による合計金額は約12億9,800万円となり、運転資金978百万円、不採算店舗の撤退及び店舗改装費用88百万円、事業領域拡大資金26百万円等に充当しております。未行使新株予約権の合計金額は約9億8,800万円となります。当社としては、継続して既存の新株予約権未行使分の行使進捗と当社が必要であると判断した場合追加的な資本増強による資金調達を実施してまいります。

## ③ 積極的な企業認知を目的とする広報施策

当社としては、「広く一般投資家の投資対象になりうる企業としてあるべき姿を形成するため、より高いガバナンス水準を備え、投資家との建設的な対話を中心に据えて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企業」になるべく、企業改革を実施してきました。今後も継続し以下施策を中心に実施してまいります。

### J. 積極的なIR活動

企業改革を実施する中で、積極的なIR・PR活動を含め企業認知を高めることを目的とし活動してまいりました。この結果、時価総額は、2020年1月末との比較では、約3倍となりました。また、その間に、新規株主数も増加し株主数は、2020年1月末対比では、約20倍の株主数となりました。今後も継続して、当社の企業情報を積極的に開示し、企業認知度の向上を図り、事業拡張、株主数の増加、人材確保等につなげてまいります。

### K. 株主還元施策

当社は、2020年3月より株主還元施策として、当社商品等の株主優待を実施してまいりました。当社株主様への還元施策としてだけでなく、当社商品のPRの一環として実施しております。今後も株主優待の継続及び拡充を行い、広く当社の企業認知度向上を実施してまいります。加えて、現時点では当社は再建中であり明確な時期の設定はできておりませんが、将来的には配当実施を行うことを目標に継続して企業改革を実施してまいります。

当社は、上記3つの施策を継続して実施し、収支均衡目標時期を次年度会計年度（2023年1月期）、グロース市場の上場維持基準充足は、「中期経営計画（2022年度～2024年度）」の最終年度（2024年1月期）を目標に進めてまいります。

以 上

参考資料

	第30期 2020年1月末	第31期2Q 2020年7月末	第31期 2021年1月末	第32期2Q 2021年7月末
時価総額 (単位：百万円、 期末日終値計算)	568 (296円/株)	997 (305円/株)	1,150 (315円/株)	1,729 (283円/株)
株主数 (人)	780	5,865	9,944	15,539
発行済株式数 (株)	1,920,000	3,270,000	3,650,000	6,110,000
第1回新株予約権行使株数 (株) (累計)	—	1,350,000	1,730,000	1,850,000
第2回新株予約権行使株数 (株) (累計)	—	—	—	2,340,000

(参考) 第1回新株予約権発行数：3,500,000 第2回新株予約権発行数：4,800,000