



2022年5月13日

各 位

会社名 株式会社 理 経
代表者名 代表取締役社長 猪坂 哲
(コード番号 8226 東証スタンダード市場)
問合せ先 執行役員役員室長 山岸行人
(TEL. 03 -3345 -2199)

中期経営計画の結果に関するお知らせ (2020年3月期～2022年3月期)

2020年3月期から2022年3月期までの3年間を対象期間として推進してまいりました中期経営計画〔2019年5月20日付「理経グループ中期経営計画(2020年3月期～2022年3月期)について」において開示〕につき、最終年度である2022年3月期の結果についてお知らせいたします。

記

当社グループは、中期経営計画(2020年3月期～2022年3月期)に基づき、2022年3月期において連結売上高125億円、営業利益2億5千万円を達成することを目標としておりましたが、2020年に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により市場環境が当初想定から変化し、事業計画の遂行が予定通り進んでいないこと等を要因として、2021年5月に売上高及び営業利益の目標数値を下方修正いたしました。結果は下記の数値となりました。

(単位:百万円)	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期		
	計画	実績	計画	実績	当初計画	修正計画	結果
売上高	10,000	10,275	11,020	10,139	12,500	11,000	10,862
営業利益	60	54	123	216	250	220	248

本日開示致しましたように、連結売上高は108億6千2百万円、営業利益は2億4千8百万円となり、2021年5月13日に発表した目標数値に対し、連結売上高は若干下回りましたが、営業利益は上回る結果となりました。

セグメント別では、システムソリューションにおいては主としてIoT関連ビジネス、3次元画像撮影・解析システムにつき、当初、修正計画に予定されていた案件がコロナ禍で予算凍結や見直しが行われたことにより売上高が伸び悩みました。

ネットワークソリューションにおきましては、当初、修正計画に見込んでいた衛星通信案件の予算執行遅れや、放送局、CATVにおける設備投資の予算削減等により、売上高、利益とも未達となりました。

電子部品及び機器につきましては、産業用ロボティクス、半導体製造装置の市場が好調で、位置制御用LED製品が大きく伸びました。また、コロナ禍の長期化により、非接触カードで使用される導電性接着剤も好調に推移しました。防衛省向けビジネスにおいては、関連会社であるエアロパートナーズ社の航空機部材、保守点検ビジネスにつき、コロナ禍の影響を大きく受けず、業績を大きく伸ばしました。

この結果を踏まえ、再度現在の経営環境を見極め、新たな経営指標を設定することといたしました。新たな中期経営計画につきましては2022年6月中旬に開示いたします。

当社グループは、デジタル技術が進化し産業構造が大変革を遂げつつあるデジタルネットワーク時代において、「最先端」技術に基づく「尖った」製品を市場に提供するIT及びエレクトロニクス分野のオンリーワン・ソリューションベンダーを目指しております。

2019年5月に開示した中期経営計画（2020年3月期～2022年3月期）においては、以下の項目を基本方針として掲げました。

- ①事業基盤の強化と安定化
- ②組織の再編成と経費の最適化
- ③人材育成と職場環境の改善
- ④認知度向上と社会貢献

その遂行結果は次のとおりとなりました。

①事業基盤の強化と安定化

旧来の枠にとらわれずに新たな事業領域への取り組みや、取り扱い製品の見直しを進め、ビジネスモデルの再構築を図りました。連結での売上規模で常時100億円台、また営業利益も2億円台のステージにあがり、事業基盤の強化と安定化の基礎ができました。

注力事業として掲げたVRにつきましては、自動車の自動運転化に向けての開発環境の提供（VR空間でのシミュレーション応用）や、消防、防災の訓練体験型シミュレーションでの活用が広がり、次の中期経営計画で大きく飛躍が見込めるソリューションとしての土台作りができました。

②組織の再編成と経費の最適化

市場環境の変化に応じ、事業の選択、集中、効率化を行ってまいりました。コロナ禍でビジネスモデルも大きく変化しており、更なる効率化で、各事業部間、グループ間の組織再編成が次の中期経営計画の課題となっております。

また、当面Withコロナ環境が続く想定で、勤務形態を本社およびテレワークによるハイブリッド化、サテライトオフィスの活用を進めながら、2021年5月に本社移転を行い、経費削減を図りました。

③人材育成と職場環境の改善

次世代の管理職育成のため、業務執行体制につき取締役から執行役員に移行を行いました。職場環境におきましては、新型コロナウイルス感染拡大を機に、書類等の電子化の加速、社内決裁の電子化を実行いたしました。また、社内及びグループ企業の業務のデジタル化とインフラの共通化を推進いたしました。

加えて、本社オフィスの移転で、グループ企業を同じオフィスに集約することで、社員のモチベーション向上およびコミュニケーションの活性化を図り、新たな価値やビジネスの創出につながる環境を整えました。

④認知度向上と社会貢献

業容がBtoB（企業間取引）であるため、世間一般からの認知度が低い面を指摘されております。そのため、2021年4月に、認知度向上と情報発信の強化を目的としてIR推進室を新設しま

した。

各商材のニュースリリースでの照会回数増や、VR に関しては、メディア等にも数多く取り上げて頂き、知名度向上の環境が少しずつ現れてまいりました。

当社グループを取り巻く環境は、文教市場の少子化問題やクラウドサービスへの移行によりインフラ投資の減少、中小製造業市場の低迷、インターネット配信の台頭による通信・放送市場での競争激化など、依然として厳しい状況が続くと予想されます。

このような状況下ではありますが、当社グループは、「事業基盤の強化と人財強化」、「事業再編による相乗効果と既存ビジネスの強化」、「業績向上と認知度改善による企業価値の向上」及び「多様性、サステナビリティへの対応による社会貢献」を目指すとともに、引き続き経営基盤の安定化を図るべく邁進いたします。

以 上