



Bridge Report レイ (4317)

 分部 至郎 社長	会社名	株式会社 レイ	
	証券コード	4317	
	市場	JASDAQ	
	業種	サービス業	
	社長	分部 至郎	
	所在地	東京都港区六本木 6-15-21	
	事業内容	セールスプロモーション・TVCMの企画・制作、及びコンテンツの企画販売	
	決算期	2月	
	HP	https://www.ray.co.jp/	

－ 株式情報 －

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
380円	14,328,976株		5,445百万円	9.1%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
6.00円	1.6%	27.22円	14.0倍	313.04円	1.2倍

*株価は10/17終値。発行済株式数は直近短信記載の発行済株式数(自己株式を含む)、時価総額は10/17終値×発行済株式数、ROE、BPSは前期末実績。数値は四捨五入。

－ 連結業績推移 －

(単位:百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2015年2月(実)	11,471	501	449	304	23.84	5.00
2016年2月(実)	11,456	468	463	356	27.67	6.00
2017年2月(実)	11,314	363	353	217	16.89	6.00
2018年2月(実)	11,959	576	533	374	28.42	6.00
2019年2月(予)	12,500	620	600	390	27.22	6.00

* 予想は会社予想。2017年2月期より当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益(以下、純利益については同様)。

レイの2019年2月期上期決算の概要と通期の見通しについて、ブリッジレポートにてご報告致します。

1. 会社概要

2. 2019年2月期上期決算

3. 2019年2月期業績予想

4. 今後の注目点

<参考:コーポレートガバナンスについて>

今回のポイント

・19/2期上期は前年同期比7.5%減収、4.8%営業減益。イベント・展示会等の分野を主に事業領域とするSP・イベント部門、映像機器レンタル部門の業績が振るわなかった。セグメント別には、広告ソリューション事業が2桁減収減益と苦戦するも、テクニカルソリューション事業が増収、2桁増益と健闘した。会社予想との比較では売上は11%の未達となったものの営業利益は概ね予想通り。

・通期予想に変更はなく、前期比4.5%の増収、同7.5%の営業増益計画。イベント・展示会等が多く開催される秋季期間は繁忙期にあたるものの、社外リソースも多く活用する時期でもあることから、コスト管理や経費削減等の施策は継続する。TVCM業界では、従来のテープや光ディスク等によるプリント納品が、配信による納品に変更されはじめている状況はある。しかし、その影響を軽減すべくコストコントロールの徹底等の施策も引き続き行う。1株当たり6円の期末配当を予定(予想配当性向22.0%)。

・通期予想に対する進捗率は、売上高41.1%(実績ベースの前年同期46.5%)、営業利益28.8%(同32.5%)であり、前年同期よりも進捗が遅れている。SP・イベント部門と映像機器レンタル部門の苦戦が原因と思われるが、SP・イベント部門は、秋以降に実施が予定されている受注案件が多い模様。下期以降のペースアップに期待したい。

1. 会社概要

セールスプロモーション(SP)やテレビコマーシャル(TVCM)等の、企画、制作、プロモーション、更にはイベントまでをカバー。ポストプロダクション(編集スタジオ)機能や映像機器を保有し、実制作部隊を備える事で、顧客ニーズに合った総合的な提案やサービスができる事が強み。グループは、同社と(株)クレイ、(株)マックレイの連結子会社2社。

【経営理念】

- ・ 会社はステージ、社員をアクター、経営者を演出家、そしてお客様と株主の皆様を観客と、置き換えることができると考えております。
- ・ 最先端のステージ(会社)で、アクター(社員)、演出家(経営者)全員が、それぞれプロ意識に徹し、十分にその実力を発揮し、多くの観客(お客様と株主の皆様)から拍手をいただくことは大変素晴らしく、当社グループの理想とするところです。
- ・ 当社グループは、その理想の下、常に会社組織、投資機材の一層の拡充、最先端化と全社員の絶え間ない質的向上を経営の基本方針としております。

同社は、小さなベンチャー企業から発展し、広告、プロモーションや番組等の映像制作ビジネスを立ち上げてきた。その発展を支えてきたのは上記の経営理念である。この経営理念の下、強みであるデジタル映像制作加工技術及びデジタル映像演出技術を活かせる市場機会への俊敏な取り組み、そして市場より得られたリターンをデジタル技術に再投資する事で能力を高め、その高められた能力を基に新たな市場機会に挑戦する、という不断のイノベーションを経営戦略として推進している。

【経営方針】

同社は現在の立ち位置を、次の30年に向けた第二の創業と位置付けており、キーワードとして「100億をベースにさらなる躍進」を掲げている。現在、大手広告代理店からの直接・間接(制作会社経由)の受注が全体の50%を占めており、残りの50%は直接取引によるもの。次の30年に向けた企業創造では、深耕と領域拡大で大手広告代理店向けビジネスの拡大を図りつつ、エンターテインメントやMICE(後述、当レポート【顧客フィールド】参照)関連の売上構成比を引き上げていく他、一般企業等の広告主からの直接受注や学会関連のビジネスの拡大も図る。また、業界再編を顧客フィールドの拡大につなげるべくM&Aの可能性も探っていく。

【事業セグメント】

事業は、SPやTVCM等の企画制作を行う広告ソリューション事業と保有する各種映像インフラを活用した実制作やデジタル映像機材のレンタルを行うテクニカルソリューション事業に分かれる。同社グループは、企画制作領域と実制作領域をカバーする事で一貫したサービスを提供できる事が強みだ。テクニカルソリューション事業の全売上高の4%が広告ソリューション事業向けの内部売上であり、96%が顧客向けの売上である。

18/2期の売上構成比は、それぞれ52.8%、47.2%。連結調整前利益の構成比は、それぞれ42.7%、57.3%。

広告ソリューション事業

広告代理店や一般企業の広告部門を主な取引先とする。企業の SP、キャンペーン、イベント、展示会、ショールーム等の企画制作・運営を手掛ける SP・イベント部門と TVCM の企画制作を行う TVCM 部門に分かれ、(株)レイと(株)クレイが事業を手掛けている。尚、広告の制作は、クライアント及び広告代理店が方向性や戦略を決定し、戦略に基づいて企画・制作会社が詳細な実施計画を立案し、実制作作業を各種業者に発注する。上場同業者としては、SP・イベント部門で(株)テー・オー・ダブリュー、TVCM 部門で AOI TYO Holdings(株)を挙げる事ができる。

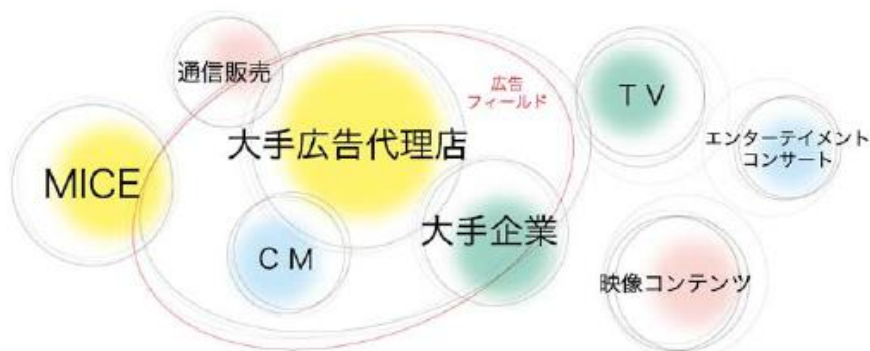
SP・イベント部門(コミュニケーションデザイン事業本部)	TVCM 部門(クリエイティブ・デザイン事業本部)
<ul style="list-style-type: none"> ・各種プロモーション、イベント等の企画制作 ・展示会、博覧会、ショールーム等の企画制作 ・印刷物、デザイン、プレミアム商品等の企画制作 ・Web 等のデジタルプロモーションの企画制作 	<ul style="list-style-type: none"> ・TV コマーシャル等の企画制作 ・通販番組を含むダイレクト広告の企画制作 ・ミュージック PV 等の企画制作 ・イベント、ショールーム等の映像の企画制作

テクニカルソリューション事業

各種制作プロダクションやエンターテインメントの主催者等を主な取引先とする。広告ソリューション事業が提案する企画制作を実現する事業だが、現在、グループ外への売上が全体の 96%を占め、広告ソリューション事業向けの社内売上は 4%にとどまる。イベント、展示会、コンサート、学会、会議等で使われる映像システム、特殊演出システム、ビジネスプレゼンテーション機器等のレンタル・オペレーションサービスを行う映像機器レンタル部門と、デジタル映像を中心に各種映像(テレビコマーシャル・番組等)の編集及びD VD・ブルーレイディスク・CG制作等を行うポストプロダクション部門に分かれている。広告ソリューション事業と同じく請負事業で、主に制作会社から受注しているが、設備の償却負担がコストに占める割合が大きく、各種機材の稼働率が利益面での課題となる。上場同業者としては、映像機器レンタル部門でヒビノ、ポストプロダクション部門でイマジカを挙げる事ができる。

映像機器レンタル部門(イベント事業本部)	ポストプロダクション部門(マックレイ事業本部)
<ul style="list-style-type: none"> ・MICE 等での大型映像機器のレンタル、オペレーション ・コンサート等の大型映像機器のレンタル、オペレーション ・ライブ中継、撮影、ネットワーク配信 ・会議施設、ショールーム等への映像機器販売、運営サポート 	<ul style="list-style-type: none"> ・CM、TV 番組等の映像デジタル編集、MA 制作 ・CM 等の撮影、デジタルアーカイブ ・CG、各種映像制作の技術サポート ・Blu-ray / DVD のオーサリング、制作全般

【顧客フィールド】



※ MICE

企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨(Incentive)、国際機関・団体、学会が行う国際会議(Convention)、及び展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字をとったもの。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。

(同社資料より)

広告フィールドに軸足を置いて事業を展開しているため、大手広告代理店向けの売上(直接及び制作会社経由の間接)が多いものの、売上高の過半には届いておらず、直接取引等が売上の過半を超えている。深耕と領域拡大で大手広告代理店向けビジネスを拡大させつつ、一般企業等の広告主からの直接受注やエンターテインメント、MICE 関連ビジネスの売上構成比を引き上げていく考え。

【強み ワンパッケージサービス】

同社の強みは、制作領域と技術領域を持つ事で、映像、イベント、クリエイティブ、そしてプロモーションという4つの異なる領域をカバーし、顧客ニーズに合った総合的な提案ができる事。広告ソリューションで培ってきた企画制作力と、IT・デジタル・映像を強みとしたテクニカルソリューションを駆使して、顧客の様々なニーズに、どの立ち位置からでも、どの段階からでも柔軟にサポートしていく。

2. 2019年2月期上期決算

(1) 上期(3-8月)連結業績

(単位:百万円)

	18/2期 上期	構成比	19/2期 上期	構成比	前年同期比	期初予想	予想比
売上高	5,556	100.0%	5,138	100.0%	-7.5%	5,800	-11.4%
売上総利益	1,556	28.0%	1,579	30.7%	+1.5%	-	-
販管費	1,368	24.6%	1,400	27.3%	+2.3%	-	-
営業利益	187	3.4%	178	3.5%	-4.8%	180	-0.8%
経常利益	185	3.3%	164	3.2%	-11.1%	170	-3.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	136	2.5%	92	1.8%	-32.0%	110	-15.8%

※数値には(株)インベストメントブリッジが参考値として算出した数値が含まれており、実際の数値と誤差が生じている場合があります(以下同じ)。

前年同期比 7.5%の減収、同 4.8%の営業減益

売上高は前年同期比 7.5%減の 51 億 38 百万円。イベント・展示会等の分野を主に事業領域とするSP(セールスプロモーション)・イベント部門、映像機器レンタル部門の業績が振るわなかった。広告ソリューション事業が同 14.3%減と苦戦したが、テクニカルソリューション事業が微増と1Qの減収から増収に転じた。営業利益は同 4.8%減の 1 億 78 百万円。コストコントロールや経費削減等の施策の徹底を図ったものの減益となった。広告ソリューション事業が同 13.4%減だが、テクニカルソリューション事業が同 17.5%増と挽回。会社予想との比較では売上は 11%の未達となったものの営業利益は概ね予想通り。持分法による投資損失(営業外費用)などにより経常利益は同 11.1%減の 1 億 64 百万円、税費用の増加に伴い親会社株主に帰属する四半期純利益は同 32.0%減の 92 百万円となった。

(2) セグメント別動向

(単位:百万円)

	18/2期 上期	構成比	19/2期 上期	構成比	前年同期比
広告ソリューション	2,929	52.7%	2,510	48.9%	-14.3%
テクニカルソリューション	2,626	47.3%	2,627	51.1%	+0.0%
連結売上高	5,556	100.0%	5,138	100.0%	-7.5%
広告ソリューション	202	43.8%	175	36.5%	-13.4%
テクニカルソリューション	259	56.2%	305	63.5%	+17.5%
調整額	-275	-	-302	-	-
連結営業利益	187	100.0%	178	100.0%	-4.8%

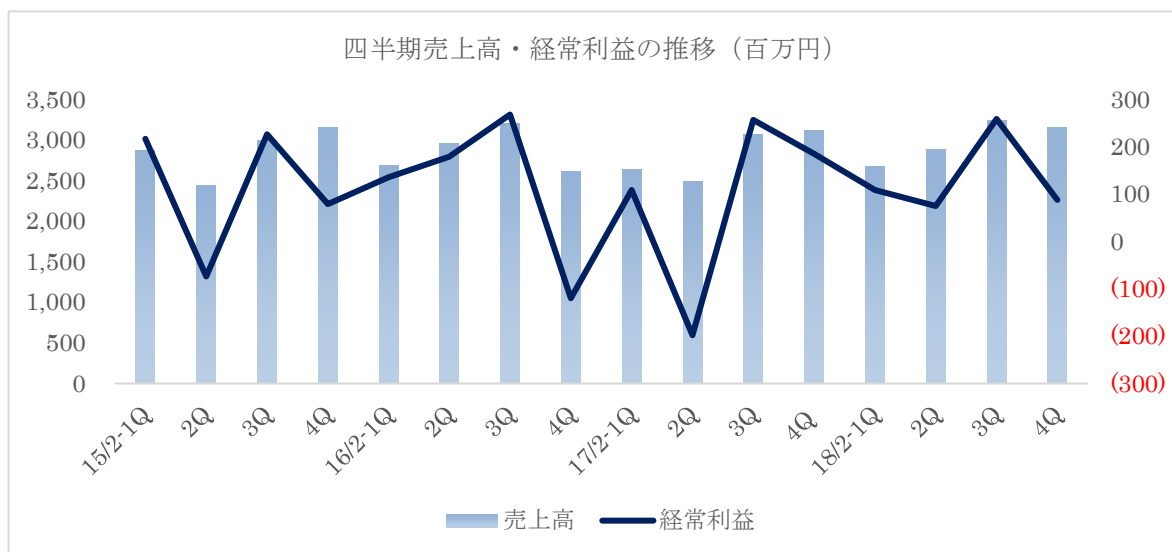
広告ソリューション事業

売上高 25 億 10 百万円(前年同期比 14.3%減)、営業利益 1 億 75 百万円(同 13.4%減)。SP・イベント部門については、イベント・展示会等が多く開催される秋季期間に大きく業績を伸ばすといった季節要因が大きい部門だが、上期は低調な結果となった。尚、TVCM部門については、業績は堅調に推移した。

テクニカルソリューション事業

売上高 26 億 27 百万円(前年同期比 0.0%増)、営業利益 3 億 5 百万円(同 17.5%増)。

映像機器レンタル部門は低調な結果となった。例年上期までの業績は、SP・イベント部門と同様に低めに推移し、秋のイベント・展示会等が多く開催される時期以降の受注が多い傾向がある。ポストプロダクション部門は、編集スタジオの稼働は1Qに続き堅調であり、受注環境の改善にも取り組み、TVCM部門同様プリント納品から配信による納品への影響も現状では大きく影響がなかったことから、業績は好調に推移した。



(3) 財政状態及びキャッシュ・フロー

財政状態

(単位: 百万円)

	18年2月	18年8月		18年2月	18年8月
現預金	1,148	1,845	仕入債務	1,150	867
売上債権	3,524	2,198	短期有利子負債(うちリース債務)	1,707(357)	1,645(405)
たな卸資産	310	358	流動負債	3,504	2,995
流動資産	5,510	4,623	長期有利子負債(うちリース債務)	668(365)	-(579)
有形固定資産	2,696	2,971	資産除去債務	116	118
無形固定資産	96	91	固定負債	4,314	3,713
投資その他	498	505	純資産	4,487	4,478
固定資産	3,291	3,569	負債・純資産合計	8,802	8,192

上期末の総資産は前期末比6億10百万円減の81億92百万円となった。流動資産は同8億87百万円減の46億23百万円。主な要因は、現預金の増加6億96百万円、電子記録債権の減少7億43百万円、売掛金の減少6億5百万円によるもの。固定資産は同2億77百万円増の35億69百万円。主な要因は、有形固定資産の増加2億75百万円によるもの。

負債合計は前期末比6億1百万円減の37億13百万円となった。流動負債は同5億8百万円減の29億95百万円。主な要因は、買掛金の減少2億82百万円、1年内返済予定の長期借入金の減少1億10百万円、未払法人税等の減少62百万円によるもの。固定負債は同92百万円減の7億18百万円。主な要因は、長期借入金の減少3億2百万円、リース債務の増加2億13百万円によるもの。

純資産合計は前期末比9百万円減の44億78百万円となった。主な要因は、その他有価証券評価差額金の減少13百万円によるもの。

自己資本比率は54.6%となり前期末比3.6ポイント改善した。

キャッシュ・フロー(CF)

(単位: 百万円)

	18/2期 上期	19/2期 上期	前年同期比	
営業キャッシュ・フロー(A)	602	1,583	+981	+162.9%
投資キャッシュ・フロー(B)	-81	-152	-70	-
フリーキャッシュ・フロー(A+B)	520	1,430	+910	+174.9%
財務キャッシュ・フロー	-369	-734	-364	-
現金及び現金同等物期末残高	1,338	1,845	+507	+37.9%

上期末の現金及び現金同等物は前年同期比 5 億 5 百万円増の 18 億 45 百万円となった。

営業 CF は前年同期比 9 億 81 百万円増の 15 億 83 百万円。主な増加要因は、税金等調整前四半期純利益の計上 1 億 64 百万円、減価償却費の計上 2 億 95 百万円、売上債権の減少 13 億 25 百万円。主な減少要因は、仕入債務の減少額 2 億 82 百万円、法人税等の支払額 88 百万円によるもの。

投資 CF は前年同期比 70 百万円支出が増加し 1 億 52 百万円の支出となった。主な要因は、有形固定資産の取得による支出 1 億 2 百万円によるもの。

財務 CF は同 3 億 64 百万円支出が増加し 7 億 34 百万円の支出となった。主な要因は、リース債務の返済による支出 2 億 36 百万円、長期借入金の返済による支出 4 億 12 百万円、配当金の支払額 85 百万円によるもの。

3. 2019年2月期業績予想

(1) 連結業績

(単位:百万円)

	18/2期 実績	構成比	19/2期 予想	構成比	前期比
売上高	11,959	100.0%	12,500	100.0%	+4.5%
営業利益	576	4.8%	620	5.0%	+7.5%
経常利益	533	4.5%	600	4.8%	+12.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	374	3.1%	390	3.1%	+4.1%

通期予想に変更はなく、前期比 4.5%の増収、同 7.5%の営業増益予想

通期予想に修正はなく、売上高は前期比 4.5%増の 125 億円、営業利益は同 7.5%増の 6 億 20 百万円を計画する。

同社にとって主要市場である広告業界は、景気動向と密接に連動し、その影響を早々に受けやすい業界環境にあることから、不透明感のある経済動向の影響により、先行きについては十分留意する考え。

イベント・展示会等が多く開催される秋季期間は繁忙期にあたるものの、社外リソースも多く活用する時期でもあることから、コスト管理や経費削減等の施策は継続する。

TVCM 業界では、従来のテープや光ディスク等によるプリント納品が、配信による納品に変更されはじめている状況はある。しかし、その影響を軽減すべくコストコントロールの徹底等の施策も引き続き行う。

配当は、1 株当たり 6 円の期末配当を予定している(予想配当性向 22.0%)。

4. 今後の注目点

上期実績は減収減益ながら営業利益率は向上しており、コストコントロール徹底の成果と見てもよいだろう。通期予想に対する進捗率は、売上高 41.1%(実績ベースの前年同期 46.5%)、営業利益 28.8%(同 32.5%)、経常利益 27.4%(同 34.7%)、当期純利益 23.8%(同 36.4%)。前年同期よりも進捗が遅れている。SP・イベント部門と映像機器レンタル部門の苦戦が原因と思われるが、SP・イベント部門は、秋以降に実施が予定されている受注案件が多く入っている模様。SP・イベント部門の実施案件が増加すれば、映像機器レンタル部門にも波及してくるだろう。また、映像機器レンタル部門については、限界利益率が高く売上増による利益へのインパクトも大きい。下期以降のペースアップに期待したい。

参考:コーポレート・ガバナンスについて

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

組織形態	監査役会設置会社
取締役	6名、うち社外1名
監査役	3名、うち社外2名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

更新日:2018年06月01日

基本的な考え方

当社は、株主をはじめとした全てのステークホルダーの皆様への信頼に応え、継続的な企業価値の向上と健全で透明性が高く、環境の変化に柔軟に対応できる経営を重要な課題と位置付け、経営効率の更なる向上を図りつつ、業務遂行の意思決定機関である取締役会の充実、コンプライアンス遵守等、コーポレート・ガバナンスの強化に向けた取組みを推進しております。また、企業活動の展開にあたり、法令を遵守し、社会倫理に従って行動するという観点から、当社グループの役員及び従業員の基本的な行動の規範を定めた「レイグループ行動規範」を策定し、役員、従業員に遵守、徹底を図っております。

<実施しない原則とその理由>

当社は、コーポレートガバナンス・コードの基本原則を全て実施しております。

東証コーポレート・ガバナンス情報サービス: <http://www2.tse.or.jp/tseHpFront/CGK010010Action.do?Show=Show>

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2018 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

▶ アラート申込み

レイの適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

▶ 登録データ変更

既にご登録済みの方で、登録内容に変更がある場合や登録解除の方は、こちらよりご変更ください。



ブリッジサロン
公式 twitter アカウント

(株)インベストメントブリッジの発行するブリッジレポートや投資家向け会社説明会の映像情報をつぶやいています。

ブリッジレポート(レイ:4317)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。