



2023年5月31日

各位

会社名 株式会社 **ラピーヌ**  
代表者名 代表取締役社長 佐々木ベジ  
[コード番号 8143 スタンダード市場]  
問合せ先 代表取締役社長 佐々木ベジ  
(TEL 03-6635-1847)

(スタンダード市場) 上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況及び  
計画書の更新(計画期間の変更)について

当社は、スタンダード市場を選択し、2021年12月21日に「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」を提出し、その内容について開示しております。

2023年2月28日基準日時点における計画の進捗状況等について、下記の通り作成しましたので、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の推移及び計画期間

当社の2023年2月28日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その推移を含め下表のとおりであり、2023年2月28日時点で「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。「流通株式時価総額」に関しては計画期間を当初公表した2024年2月末までから2027年2月末までに変更し、上場維持基準を充たすために、引き続き各種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 及び その推移	2021年6月末 基準日時点	1,992人	10,990単位	413,526千円	42.8%
	2022年2月末 時点	1,979人	11,088単位	371,130千円	43.1%
	2023年2月末 時点	1,883人	11,113単位	360,635千円	43.2%
上場維持基準 スタンダード市場		400人	2,000単位	1,000,000千円	25%
計画期間		—	—	2027年2月末まで	—

※当社の適合状況は、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実施状況及び評価（2022年3月～2023年2月）並びに今後の課題及び取組内容

### (1) 流通株式時価総額について

#### ① 基本方針

2021年12月21日に公表した「新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書」の基本方針を踏まえ、下記の通り更新いたしました。

当社グループの業績は、新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」といいます。）の発生以前から大幅なキャッシュアウトが続き、所有していた不動産を売却することによって資金繰りをしながら、売れ残った製品在庫を財務諸表上、重要な資産として抱える経営を続けておりました。そのような状況の中、2020年3月より世界的なパンデミックとなったコロナの影響を受けて売上は激減し、大きな経営的打撃を受けました。結果として実質上の経営者の交代が成され、新経営陣による財務の健全化に努めてまいりました。その過程において、財務内容の見直し、資産の正確な評価などを行った結果、大きな営業損失を計上しました。その金額は、2021年2月期から2023年2月期の3年間で34億76百万円に上りました。見直しの中身は、商品及び製品在庫と固定資産、備品、預入保証金などが主なものでした。その結果、財務諸表上の資産は大幅な減少を余儀なくされましたが、財務状況は健全になり、キャッシュアウトが続く状態はなくなり、経営基盤は安定してまいりました。しかし財務諸表上の1株当たりの資産価値は減少しましたので、株価は低迷せざるを得ませんでした。結果、流通株式時価総額も上場維持適合基準を満たさない状況に至っております。なお、当社の流通株式数が今後も2023年2月末時点と同水準であると仮定した場合、流通株式時価総額10億円を満たす為の株価は900円が必要であると試算されます。コロナ以前の当社株価は700円台でしたが、当時2019年2月の売上総利益率（粗利益率）46.3%に対し、2023年2月期は60.6%に改善しており、今後、売上高の回復をもって企業価値を高めれば、株式市場で2019年2月末段階よりも高い評価を受けられると存じます。その理由は、現況下、下記②の取組の成果の一部である製造原価の低減、販売費及び一般管理費の圧縮など健全な指標が開示されており、業績を向上させれば、株価は上昇すると考えます。もちろん株価は、市場の市況によって決定されますので、当社単体で約束できるものではありません。

#### ② 取組の実施状況及び評価並びに今後の取組内容

##### a) 卸売・小売事業について

- ・供給するデザインソースの変更や販売価格の見直しによる新規顧客の開拓について
- ・百貨店、直営店売場など店頭VP（ビジュアルプレゼンテーション）で戦略商品をPRして新規顧客の増大を図ることについて

店頭展開時期の半年前に、新作商品を展示会で発表する従来の販売手法から、発表タイミングを店頭展開時期に引付けることにより、最新のトレンドを新作に反映できるようにしております。また、店頭販売価格を従来の富裕層向けの高額価格帯から、2割から3割程度引き下げ、お買い求めやすい価格帯にシフトして幅広い消費者層に対応するとともに、店頭VPによる戦略商品のアピールを継続して新規顧客の開拓に努めた結果、ご購入者に対する新規お客様比率は、2019年度の約30%から2022年度43%へ高まっています。

- ・製造、仕入のコントロールによる在庫リスクの低減について

従来、固定客中心の幅広いオケージョンに対応する少量多品種の展開を改め、新規発表型数を

売れ筋企画に絞り、発表型数を 2019 年時点の 7 分の 1 に抑制して型単位の製造着数を 3 倍に増やすことにより販売機会ロスを低減し、期末在庫を同 7 分の 1 に抑制しロス削減を実現しております。

・製造原価の低減による適正粗利の確保について

国内製造は、自社の富士服飾研究所に集約し、海外生産も外注先を絞り、品質を維持しながら 1 着当たりの製造単価ダウンを図っております。これにより、コロナ前である 2019 年秋冬時点の粗利益率に比べ 2022 年度秋冬時点の粗利益率は約 18% 向上し、68% となりました。

以上の通り、構造改革の取組の成果が発現できていると認識しておりますが、百貨店、専門店卸売ルートの上高の回復が遅れており、営業損益の黒字化が達成できておりませんが、今後の課題は、売上拡大策が必要との認識の下、百貨店などの新売場開拓、専門店新規開拓、EC 販路の再構築などの各種施策を講じて、売上の確保と安定的な利益確保に努めてまいります。

b) 子会社ラピーヌ夢ファームの福祉事業について

2023 年 2 月期において、当期純利益の黒字化を達成できました。しかし営業利益につきましては、赤字幅の減少ができましたが営業赤字が継続しております。

引き続き、野菜の水耕栽培、土耕栽培の生産性向上に努めるとともに作業効率アップに資する施設利用者の教育訓練に努め、2025 年 2 月期から 2027 年 2 月期の期間中に営業利益の創出を実現できる体制を整えてまいります。

当社グループは、上記の取組継続により、企業価値の向上と株価の上昇を図るべく業績目標の達成に向けて努力を続け、その上で、継続企業的前提に関する注記の解除を早期に実現し、当社株式の流通時価総額が、東京証券取引所が示す流通株式時価総額の適合基準をクリアすることにより、スタンダード市場における上場を維持するよう努力してまいり所存であります。

※計画数値（連結業績計画）

	2021 年 2 月期 (実績)	2022 年 2 月期 (実績)	2023 年 2 月期 (実績)	2024 年 2 月期 (目標)	2027 年 2 月期 (目標)
売上高（百万円）	5,227	4,374	3,300	2,700	4,000
営業利益（百万円）	△1,897	△928	△649	△450	100

本資料に記載している業績目標は、2023 年 5 月現在において合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。実際の業績などは様々な要因により異なる可能性があります。

以 上