

事前質問へのご回答

報告事項および決議事項につきお寄せいただいたご質問の中から、会議の目的事項に関連する、多くの株主様のご関心の高い事項について、次のとおりご回答申し上げます。

1. 配当について

まず、もっとも多くの株主様よりご質問いただきました、配当について、ご回答いたします。

当社は、業績に応じた配当を基本方針として、安定的、継続的な利益配分に努めるとともに、株主還元につきましては配当性向を指標として掲げております。

2021 年 3 月期の期末配当は、本総会の第 1 号議案のとおり、1 株につき 35 円といたしたく存じます。2020 年 12 月に中間配当として 35 円をお支払いしておりますので、年間配当は 1 株につき 70 円、配当性向は 41.1%となります。

また、今年度の配当につきましては、事業発展のための内部資金の確保に留意しつつ、経営環境等を総合的に勘案して決定したいと考えており、現時点では、昨年と同水準となる、中間配当 35 円、期末配当 35 円、年間の配当性向は 40.2%となる見込みです。

なお、今後新しいビジネスにシフトしていくための投資も考慮し、向こう 3 カ年の新しい経営方針の下におきましては、引き続き、配当性向 40%を目途とすることを、目標として掲げております。

ご参考) 近年の配当実績

	18.3 期	19.3 期	20.3 期	21.3 期	22.3 期 (予想)
1 株当たり当期純利益	119 円	142 円	181 円	170 円	174 円
1 株当たり配当金	40 円	55 円	70 円	70 円	70 円
配当性向	33.6%	38.8%	38.6%	41.1%	40.2%

2. 株価・業績について

次に多かったのが、株価・業績に関するご質問でした。

株価につきましては、当社経営に対する株式市場の評価であると真摯に受け止めており、今後も、目標達成に向けた戦略を立案し、各年度の業績予想を着実に達成していくことで、結果を出し、株式市場からの評価向上に繋がっていきたいと考えております。

2022 年 3 月期の業績予想としましては、デジタルトランスフォーメーション関連案件の増加や、サービス型ビジネスを中心としたアウトソーシングサービスの拡大により、今年度

より国際財務報告基準、通称 IFRS を適用することに伴い、IFRS 基準で売上収益 3,200 億円、営業利益 260 億円、当期利益 175 億円を想定しております。なお、調整後営業利益では、265 億円の見通しとなっております。

また向こう 3 カ年の経営方針の最終年度である 2024 年 3 月期の連結数値目標につきましては、IFRS の適用に伴い、最重要指標を従来の日本基準の営業利益率に代えて、調整後営業利益率とし、その 10%以上を目指したいと考えております。この指標は、ステークホルダーの皆様が、当社の経常的な業績や将来の見通しを継続的に把握する上で、有用な情報であると考えます。

2024 年 3 月期の連結売上につきましては、3,400 億円を目標としております。また、持続的成長のため、サービス型ビジネスにさらに比重を移していくことを重視し、その指標として、アウトソーシングの売上収益を 1,000 億円に伸ばすことを目指しています。

資本効率とは、自己資本利益率、いわゆる ROE15%を目途とし、配当性向につきましても、先ほど申し上げたとおり、配当性向 40%を目途に業績に応じた配当を基本方針として、安定的、継続的な利益配分に努めてまいりたいと存じます。

なお、従来、役員報酬として採用してございましたストックオプションに代え、新たな株式報酬制度を本日の第 6 号議案に上程しており、その一部として、株価の上昇と配当を考慮した TSR、Total Shareholder Return、株主総利回りまたは TSR と呼ばれている指標も採用しておりますので、原案通り承認可決いただけた場合、株主の皆様との一層の価値共有が進むと考えております。

3. 経営方針、経営戦略について

3 番目に多かったのが、経営方針、経営戦略に関するご質問です。個別の事業に関するご質問への回答は時間の制約もありますので控えますが、わたしたちは、志や共感をベースにし、テクノロジーの可能性を引き出すことで、持続可能な社会を実現したいと考えており、そのために、さまざまなサービス、プロダクト、企業、利用者をマッチングできるビジネスエコシステムやプラットフォームを、社会の共有財であるデジタルコモンズとして創造し、提供したいと考えています。

持続可能な社会の実現に際しては、レジリエンス、リジェネラティブ、ゼロエミッションの 3 つの社会インパクトが道しるべになると考えます。

レジリエンスとはしなやかな回復力を意味する言葉で、自然災害や感染症に強い持続可能な社会を「レジリエントな社会」と記載しているものを最近よく見かけます。

またリジェネラティブとは、元々は「再生」などの意味合いを持つ言葉ですが、ダメージを受けた環境や土壌、経済システムなどを、元の姿に戻す取り組みを指します。

ゼロエミッションは、廃棄物を一切出さない資源循環型の社会システム等と訳されてい

ますが、当社グループは、デジタルを活用した環境貢献や環境負荷の軽減を、実現してまいりたいと考えています。

これら 3 つの社会インパクトに対して、ビジネスエコシステムのパートナーと共に様々な業界、業種、マーケットの視点から貢献していくことが、今後の新たな価値やマーケットの創出に繋がっていくものと信じています。

また、2030 年度に向けて策定した Vision2030 の実現に向けた基本方針として、お客様の持続的成長に貢献するお客様向けデジタルトランスフォーメーションの推進「For Customer」と、様々な業種業界のお客様、パートナーと共に社会課題の解決を進める社会デジタルトランスフォーメーションの推進「For Society」を定めています。

私たちは、長年にわたり ICT インフラやシステムサービスの提供を通じて、お客様の信頼を獲得してきました。さらに、クラウドや AI など日々進化するテクノロジーを用いて、新しいサービスやソリューションを生み出し、お客様のデジタルトランスフォーメーションに貢献してまいりました。

For Customer の視点からは、様々なお客様のシステムインテグレーションの実践で貯めることができた知財と、様々な業種業界、海外のベストプラクティスなどのオープンイノベーションによる組み合わせをさらに強化し、お客様のビジネスモデル変革を実現してまいります。

For Society の視点では、社会課題を解決するために、地域社会や産業バリューチェーンを「社会システム」として捉え、経済的価値に加え、社会的価値を創出してまいります。

例えば、当社のお客様にはメーカー、小売、物流といった食品流通全体のサプライチェーンを構成するお客様が多数おられます。これらのお客様を巻き込み、サプライチェーン全体で、AI やデータの活用により必要な時に必要な量を提供することで、食品廃棄ロスの削減や配送の最適化による CO2 の削減などを実現することができると考えています。

このような形で、サービス型ビジネスの比重を高めていくことを私たちは重視しており、その指標として、2023 年度までに、アウトソーシングの売上収益を 1,000 億円に伸ばすことを目指していきたいと考えます。

また、デジタルコモンズの実現に向けて、先端テクノロジーの獲得・強化やアウトソーシングやサービス型ビジネスの強化を図り、風土改革、構造改革に必要な人財への投資や、社内 IT 投資も引き続き進めてまいります。

4. 商号・商標変更について

続きまして、本総会の第 2 号議案として上程しております、社名変更の件について、ご回答申し上げます。

まず、変更の理由からご説明させていただきます。

近年、ビジネスがボーダレスになってきたことで、商号・ロゴの使用で制約を受ける場面が増えてまいりました。今後、国内外の様々な業種・業界の企業とともにビジネスエコシステムを構築していくにあたり、ボーダレスに使えるブランド名が欲しいとの思いが、今回、商号変更を本総会に上程することを決断した理由の 1 つです。

理由の 2 つ目は、私たち自身の意識変革です。

私たちは、設立当初より日本国内の情報サービス産業の形成・発展に貢献してきましたが、社会が変化し、持続可能な社会の実現に向け、企業に対する期待が変化していく中で、この先、いかに私たちが成長し、社会に貢献できる存在となり得るのか、議論を重ねてきました。

その結果、社会変化に対する先見性・洞察力、ICT を核としたテクノロジー、そして様々なビジネスパートナーとのビジネスエコシステムの形成を掛け合わせ、ICT サービスの提供に留まることなく、近年取り組んできた新しい価値の創造と社会課題解決に向けた取り組みを加速させ、社会的な価値を創出する企業に変革していく必要があるとの結論に達しました。

日本ユニシスのままでは、どうしても IT ベンダーというイメージが強く、また、「日本の中でビジネスをしている」という枠を自分でつくってしまう面があります。社名を変えることで、このようなイメージを壊したい。発想の原点を変え、自分達で新しい歴史を作っていく、という思いを含め、新たな Purpose に掲げた決意、覚悟とともに、今回商号を変更することといたしました。

ボーダレスな視座で社会的価値を創出する唯一無二のブランドとなり、多種多様な人々へと働きかけビジネスエコシステムを形成し、持続可能な社会実現へ取り組んでまいりたいと思います。

BIPROGY の名称も、複数の候補の中から繰り返し議論を行い、「当社がこれまで培ってきた価値を体現しているか？」「今後の目指すべき方向を具現化しているか？」という観点で案を絞り込んだ上で、最終的に取締役会での議論を経て、取締役の全員一致で決定しております。

また、米国ユニシスとの関係でございますが、商号・商標変更後も、当社は米国ユニシス製品の日本での独占販売権を持った販売会社として、同社製品の販売・サポートを継続いたします。

5 月 7 日の発表後、お客様へのご説明等も行っておりますが、皆様から沢山の応援のお声をいただいております。

本総会で社名変更につき、株主の皆様のご承認をいただけましたら、2022 年 4 月 1 日の商号・商標変更に向け、新社名の浸透のための様々な施策を展開してまいります。

以 上