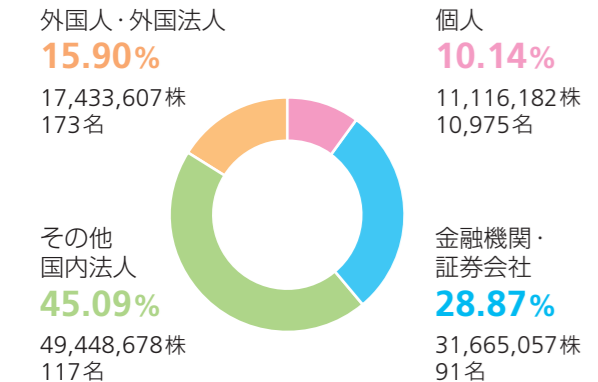


● 株式の状況 (2015年9月30日現在)

発行済株式総数 109,663,524株

株主総数 11,356名

所有者別分布状況



大株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
大日本印刷株式会社	20,727	18.90
三井物産株式会社	9,798	8.93
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	7,758	7.07
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	5,544	5.05
農林中央金庫	4,653	4.24
CMBL S.A. RE MUTUAL FUNDS	4,120	3.75
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)	3,205	2.92
日本ユニシス従業員持株会	2,498	2.27
ANAホールディングス株式会社	1,794	1.63
野村信託銀行株式会社 (投信口)	1,577	1.43

\* 上記の他、当社は自己株式15,583,444株(持株比率14.21%)を保有しています。

● 株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
基準日	定時株主総会および期末配当金 毎年3月31日 中間配当金 毎年9月30日 その他必要があるときは、あらかじめ公告いたします。
株主名簿管理人 および特別口座の 口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話お問い合わせ先	0120-782-031 (フリーダイヤル) 受付時間 9:00~17:00 (土日祝日を除く)
単元株式数	100株
公告方法	電子公告 http://www.unisys.co.jp/com/notification ただし、事故その他やむを得ない事由によって 電子公告による公告をすることができない場合は、 日本経済新聞に掲載して行います。
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部 (証券コード8056)

- 証券会社に口座を開設されている株主様が、ご住所等の変更や単元未済株式の買取その他の各種お手続きを希望される場合は、口座をお持ちの証券会社にお申し出ください。
- 特別口座で管理されている株式についての各種お手続きにつきましては、三井住友信託銀行にお申し出ください。

Copyright © 2015 Nihon Unisys, Ltd. All rights reserved.

ミックス 責任ある水資源管理を使用した紙 FSC® C002318

印刷時に、VOC(揮発性有機化合物)などを含む湿し水が不要となる水なし印刷を採用し、大気保全に配慮しています。

石油系溶剤の一部を植物油に置き換えたベジタブルインキを使用し、VOC(揮発性有機化合物)を削減し、大気保全に配慮しています。

ユニバーサルデザイン(UD)の考え方に基づき、より多くの人に見やすく読みまちがえにくいデザインの文字を採用しています。

UNISYS 日本ユニシス株式会社

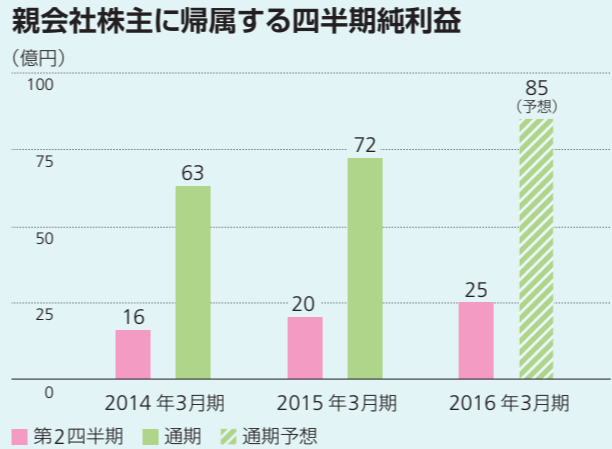
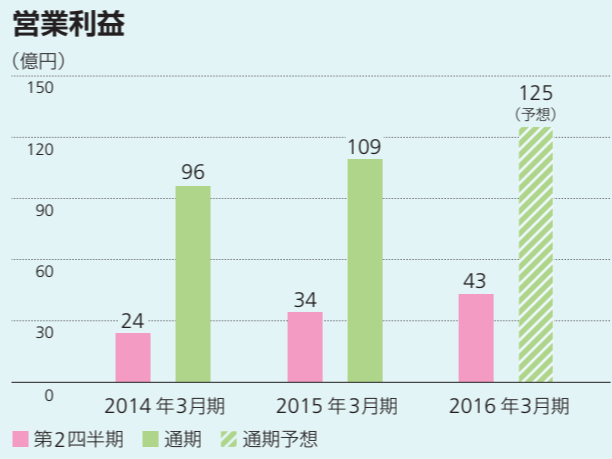
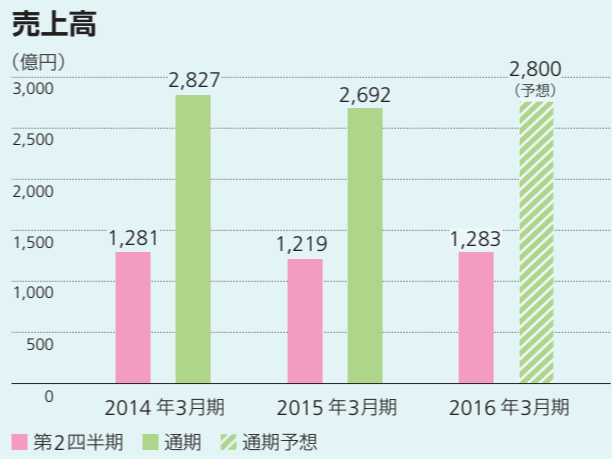
# 株主通信

## 第72期 中間報告書

2015年4月1日～2015年9月30日

Foresight in sight

● 業績ハイライト



● ごあいさつ  
チャレンジと変革の実行に向けて



株主のみなさまにおかれましては、平素より格別のご支援を賜り厚く御礼申し上げます。

当社を取り巻く事業環境は、国内サービス市場で全体的にソフトウェア投資の増加が見込まれており、緩やかな回復の軌道に戻ることが期待されています。この環境下、当社の2016年3月期第2四半期の業績は、売上高1,283億円(前年同期比5.3%増)、営業利益43億円(同27.6%増)、四半期純利益25億円(同27.2%増)の増収増益となりました。

日本ユニシスグループは、当期より前中期経営計画の成果を踏まえ、新中期経営計画「Innovative Challenge Plan」をスタートいたしました。

新中期経営計画では、市場のニーズを予見し、ビジネスを繋ぐことで、新たな価値を創造すること

を目指しております。このため、2つのチャレンジ領域として「デジタルイノベーション」「ライフイノベーション」、1つの変革領域として「ビジネスICTプラットフォーム」を重点戦略に掲げ、成長に向けた様々な施策を実行しております。

また、これらを支える「企業風土・人財改革」「投資戦略」について新たな施策を打ち出し、今後3年間の成長に向け始動しております。

日本ユニシスグループは新中期経営計画達成に向け、ICTを活用した今までにないサービスでお客様と社会を取り巻く課題の解決に挑みます。

さらに、当社は配当性向30%を目処に株主還元を強化していくことを目指しております。この方針にもとづき、2016年3月期の配当は、期初予想から変更なく、年間で1株当たり10円増額の30円を予定しております。

今後も事業を通じて社会と株主のみなさまに貢献し、長期的な企業価値向上に取り組んでいきたいと考えておりますので、株主のみなさまには末永くご支援賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2015年12月  
代表取締役社長

黒川 茂

## ● 2016年3月期第2四半期 連結決算のポイント

### 業績のポイント

2016年3月期第2四半期の売上高はハードウェア、ソフトウェア、およびシステムサービス売上が堅調に推移した結果、1,283億円（前年同期比5.3%増）となりました。

利益面は、販売費及び一般管理費の抑制などコスト削減に努めたこと等により、営業利益は43億円（同27.6%増）、四半期純利益は25億円（同27.2%増）となりました。

### 財務のポイント

総資産は、売掛金の減少等により、前期末比79億円減少の1,919億円となりました。負債は買掛金の減少等により、同73億円減少の1,105億円、純資産は、814億円となり、自己資本比率は42.0%となりました。

### 2016年3月期 業績予想

2016年3月期の通期予想は、期初時点からの変更はありません。

\*業績ハイライトをご参照ください。

### 配当予想

当期の中間配当金は期初予想通り、1株当たり5円増額の15円とさせていただきます。年間配当金の見通しも、1株当たり10円増額の年間30円から変更していません。

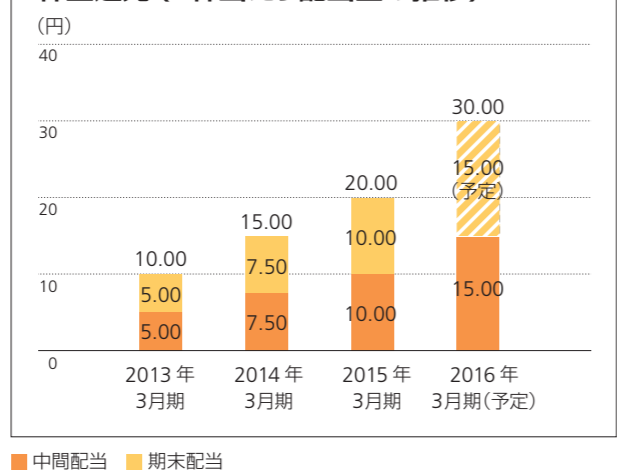
### 業績の推移

	2015年3月期 (第2四半期)	2016年3月期 (第2四半期)
売上高	121,899	128,308
売上総利益	29,995	29,663
販売費及び一般管理費	26,639	25,379
営業利益	3,355	4,283
経常利益	3,485	3,724
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,962	2,495

### 財務の推移

	2015年3月期末	2016年3月期 (第2四半期末)
流動資産	122,573	115,772
固定資産	77,198	76,144
資産合計	199,772	191,917
流動負債	77,648	90,213
固定負債	40,148	20,262
負債合計	117,796	110,476
純資産合計	81,975	81,441
負債純資産合計	199,772	191,917

### 株主還元（1株当たり配当金の推移）



## 株主通信 トピックス

# 中期経営計画「Innovative Challenge Plan」スタート

新中期経営計画では、2つのチャレンジ領域と1つの変革領域を成長戦略としています。

2つのチャレンジ領域のうち、「デジタルイノベーション」では、お客様のデジタルビジネスを最速・最適に提供するサービスとプラットフォームの運営を拡大することで新たな価値を創造していきます。「ライフイノベーション」では、社会課題の解決に役立つ新たなサービスの創造を目指していきます。

また、変革領域では、進化のスピードが速いお客様のビジネスに対して、迅速かつ最適なアプリケーション資産や知財を提供する「ビジネスICTプラットフォーム」の強化を図っていきます。

このトピックスでは、2つのチャレンジから、成長に向けた取り組みを紹介いたします。

## ライフイノベーション

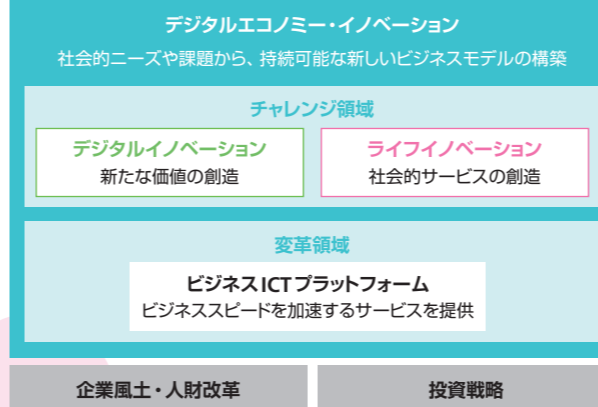
### クラウド型保育支援サービス 「ChiReaff Space®」を全国の保育所に提供

女性の社会進出、待機児童問題を背景に、保育の受け皿拡大を目的とした新制度が内閣府より2015年4月に施行されました。業界が大きく変化するなか、保育現場で働く保育士人材の確保、保護者が安心して子どもを預けることができる環境づくりが求められています。

日本ユニシスは、出欠管理、シフト管理といった事務効率化の実現に加え、全国40,000人の園児のデータをもとに、保育業務の中心となる記録と計画の質を高める工夫がなされた保育支援サービス「ChiReaff

### 中期経営計画「Innovative Challenge Plan」

ビジネスをつなぎ、サービスを動かす。ICTを刺激し、未来をつくり出そう。



Space®（チャイルリースペース）」を開発し、2015年7月より全国の保育所に向けてサービスの販売を開始しました。今後5年間で1,000園への導入を目指します。



## デジタルイノベーション

### 決済連動マーケティング分野での取り組み

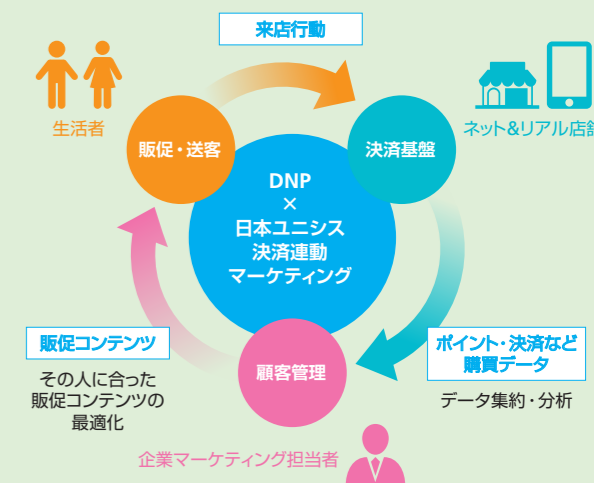
決済連動マーケティングとは、①店舗での「決済基盤」、②バックオフィスでの「顧客管理」、③店舗へ生活者を誘導する「販促・送客」を有機的に連動させるビジネスプラットフォームです（右図参照）。生活者の情報と、お買いものなどの決済情報を組み合わせて分析することで、効率的な販促と送客を実現します。

「決済基盤」の一環として、大日本印刷（DNP）と協業し、国際ブランド\*1プリペイドのサービス導入・運用のためのプラットフォームの共同開発とカード発行会社向けのクラウドサービス提供を開始しました。国際ブランドプリペイドカードは、全世界の加盟店で使用でき、入会審査不要のため、誰でも気軽に利用できる注目のサービスです。カード製造・発行から、決済管理、BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）、マーケティングまでをワンストップで提供する国内初の試みです。

また、「顧客管理」「販促・送客」の手段として、クレジットカードやプリペイドカードなど様々な決済手段に連動したCLO（Card Linked Offer）\*2サービスのプラットフォームをDNPと共同で開発します。このサービスを利用することで、従来困難だったメーカーのCRM（Customer Relationship Management）も容易に実現できるようになります。

\*1 国際ブランド：VISA、MasterCard、JCBなどの国際決済カードブランド。

\*2 CLO（Card Linked Offer）：カード発行会社の会員の属性情報や決済履歴などのビッグデータをもとにクーポン、キャッシュバックなどの特典対象者を抽出し、対象者がカード決済したときに特典を提供するサービス。



### 国内初のCLOサービスを活用した、 新たなキャンペーン手法を試行

イズミ、DNPと日本ユニシスは、カード会員に特典情報を配信するCLOサービスを活用した新たなキャンペーン手法の試行として、イズミが、中国・四国・九州地域で展開する「ゆめタウン」と「ゆめマート」の113店舗で「ゆめタウンアプリ ら・ら・ら お得にチャレンジ！キャンペーン」を、2015年10月に開始しました。

本キャンペーンでは、クレジットカードや会員サービスと連携し、特定店舗での購入を促進する一般的なCLOサービスだけでなく、DNPと日本ユニシスのCLOサービスの特徴である、商品単位で特典を提供するサービスも実現しています。