

BRIDGE REPORT



竹内 一弘 社長

TOA 株式会社(6809)



企業情報

市場	東証 1 部
業種	電気機器(製造業)
代表取締役社長執行役員	竹内 一弘
所在地	兵庫県神戸市中央区港島中町 7-2-1
決算月	3 月末日
HP	https://www.toa.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
1,309 円	34,536,635 株		45,208 百万円	5.8%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
20.00 円	1.5%	72.35 円	18.1 倍	1,275.99 円	1.0 倍

*株価は 6/27 終値。発行済株式数、BPS は前期末実績、ROE は前期実績。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	EPS	DPS
2015 年 3 月(実)	45,152	4,239	4,725	2,947	87.03	31.00
2016 年 3 月(実)	45,840	3,638	3,623	2,093	61.83	22.00
2017 年 3 月(実)	42,504	2,935	3,040	1,750	51.70	22.00
2018 年 3 月(実)	44,180	3,510	3,561	2,138	63.16	23.00
2019 年 3 月(実)	46,338	3,903	4,099	2,504	73.97	26.00
2020 年 3 月(予)	49,000	4,000	4,100	2,450	72.35	20.00

*単位:円、百万円。予想は会社予想。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下同様。

TOA の 2019 年 3 月期決算概要、中期経営基本計画の進捗などをお伝えします。

—目次—

1. 会社概要

2. 2019 年 3 月期決算概要

3. 2020 年 3 月期業績見通し

4. 中期経営基本計画の進捗

5. 今後の注目点

<参考 1: 中期経営基本計画>

<参考 2: コーポレート・ガバナンスについて>

今回のポイント

- 避難誘導や案内放送を行う非常用業務用放送設備、快適な空間を創造する音響システム、監視カメラを含めた防犯システムなど、音響機器、映像機器の製造販売を行う専門メーカー。非常用放送設備でトップシェア。豊富な採用実績、「音」のプロフェッショナルとしての知見・ノウハウ、ラインアップの幅広さと地域密着型の営業体制も強み。世界 120 か国以上で営業を展開。
- 19 年 3 月期の売上高は前期比 4.9%増の 463 億円。アメリカ以外全セグメントで増収。分野別でも全分野増収。プロダクトミックスで粗利率は 0.2 ポイント改善し、粗利額も同 5.3%増加。営業利益は同 11.2%増の 39 億円。更なる成長を目指し引き続き積極的な投資を実施しているため販管費も同 4.0%増加したが吸収した。計画に対して売上は未達だったものの、利益率の改善が寄与し利益は計画を上回った。好調な決算を反映して期末配当を当初予定の安定配当 10 円／株に 6 円／株の業績連動配当を加えた 16 円／株に修正した。中間配当 10 円／株と合わせ、年間配当は 26 円／株で配当性向は 35.1%。
- 20 年 3 月期の売上高は前期比 5.7%増の 490 億円、営業利益は同 2.5%増の 40 億円を予想。配当は現時点では中間・期末ともに 10 円／株の合計 20 円／株の予定。予想配当性向は 27.6%。前述通り、最低額を 20 円／株とした安定配当をベースに連結配当性向 35%を目安とした業績連動配当を実施することを基本方針としている。
- 中期計画初年度は微増収・増益で過去最高売上を更新しての着地となった。株価も堅調に戻り基調となっている。
- ただ、売上高が期初計画に届かなかった点はやや気になるところである。今回の中計ではこれまで以上に積極的な投資を実行している点が特徴の一つであり、足元は利益水準や利益率よりもトップライン拡大の勢いに期待したい投資家も多いであろう。増収率は、前期 4.9%、今期予想 5.7%を受け、中計目標達成には来期 8.2%が必要となる。
- 中計達成の確度を高めるためにも、2 年目の今期、重点地域と位置付けているアジア・パシフィックと欧州・中東・アフリカ両市場の開拓をどれだけ加速させることができるのか、前期末達に終わった日本でどれだけ巻き返していくのかを注目したい。

1. 会社概要

避難誘導や案内放送を行う非常用業務用放送設備、快適な空間を創造する音響システム、監視カメラを含めた防犯システムなど、音響機器、映像機器の製造販売を行う専門メーカー。非常用放送設備でトップシェア。豊富な採用実績、「音」のプロフェッショナルとしての知見・ノウハウ、ラインアップの幅広さと地域密着型の営業体制も強み。アジア・パシフィック、欧州などを中心に世界 120 か国以上で営業を展開。

【1-1 沿革】

1934 年、マイクロホン作りに強い関心を抱いた中谷常太郎氏が東亞特殊電機製作所を創業し、トランペットスピーカーやマイクロホン等の製造販売を開始。マイクロホン、アンプ、スピーカーなどを一貫して自家生産し民需、軍需を取り込み成長する。第 2 次世界大戦終戦後の 1947 年には日本で初めて軽量・小型・取り付けが容易かつ性能に優れたレフレックス型トランペッ

トスピーカーを開発し、「トランペットのトーア」とのブランドが定着していった。



レフレックス型の
トランペットホーンスピーカー

(同社 WEBSITE より)

1949 年、法人組織に改組し、東亞特殊電機株式会社を設立。

その後も、音響の専門メーカーとして技術開発・製品開発を進め、世界初の電気メガホン EM-202(1954 年)、日本初のトランジスターメガホン ER-57(1957 年)等、新製品を相次いで投入。1962 年には音をより遠くまで届けるために超巨大 PA(※)実験を実施。最長到達距離は 12km を記録した。

1964 年の東京オリンピックでは放送設備が 31 カ所の競技場で公式採用されたほか、1971 年に京成電鉄成田駅で採用された「自動案内放送システム」はその後、駅・空港などへの導入が拡大。音響機器・システム分野における同社の存在価値はますます高まっていった。

※PA=Public Address の略。拡声放送、構内放送の意

そうした中 1968 年に兵庫県・有馬温泉の旅館で 30 名が死亡する火災事故が発生。同社は音響を中心とした固有技術を生かして 1969 年に日本で初めて非常用放送設備を開発し、生産・販売を開始した。その後、消防法改正によりホテルや大規模施設での非常用放送設備の設置が義務化され、折からの高度成長の波にも乗り、同社の中心的な事業に成長していった。



ホテル向け非常用放送設備

カタログ (同社 WEBSITE より)

一方、1973 年に西ドイツ(現・ドイツ)に初の海外法人を設立したのを始め、アメリカ子会社設立(1974 年)、1973 年に駐在所を開設し「ホーンスピーカー」において 90%以上のシェアを獲得していたインドネシアに現地生産合弁会社(現・連結子会社)を設立(1975 年)して海外生産を開始するなど、積極的に海外事業を展開。その後もヨーロッパ、アジア、アフリカでも販売子会社や生産拠点を構築し、グローバルネットワークを構築していく。

業容の拡大に伴い、更なる事業基盤の強化を図るため 1977 年に大証 2 部に上場したのを皮切りに、1997 年には東証・大証 1 部指定、2013 年、東証・大証の市場統合に伴い東証 1 部に上場した。

【1-2 企業理念】

企業価値を「Smiles for the Public -人々が笑顔になれる社会をつくる-」と定めた。人々の集まりである「Public(社会)」に対し、「音の報せる力」を通じて「安心・信頼・感動」という価値を提供することで、人々の「Smiles(笑顔)」を実現することを目指している。

Smiles for the Public

(同社 WEBSITE より)

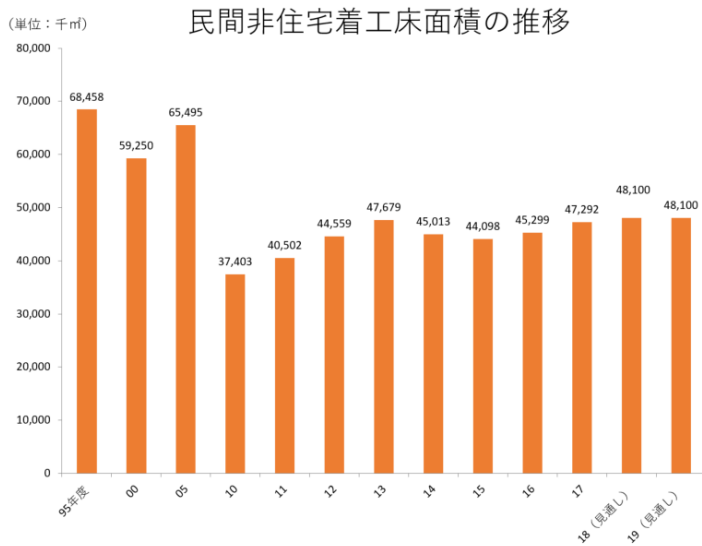
同社では「機器ではなく、音を買っていただく」という考え方が浸透しており、いかにいい音を届けるかに軸足を置いて企業活動を展開している。

【1-3 市場環境と競合状況】

◎市場環境

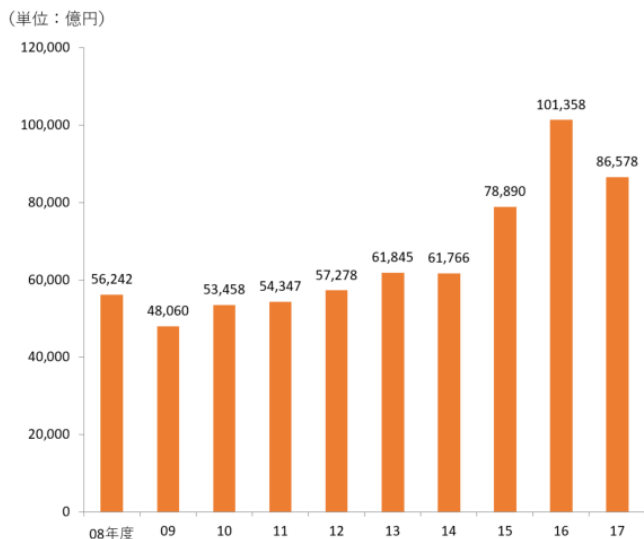
建設経済研究所の調査によれば、民間非住宅分野の建築着工床面積はリーマンショックによる落ち込みからは回復してきたものの、ショック以前の水準まで回復することは望みにくい。

一方、国土交通省の調べによると、非住宅を対象としたリニューアル市場の 2017 年度の市場規模は約 8.7 兆円。傾向的には増加基調にあり、建設バブル期の新築施設に納入した機器やシステムのリニューアル需要は今後も着実に発生するものと思われる。



(建設経済研究所「建設経済モデルによる建設投資の見通し (2018年10月)」より弊社作成)

非住宅建築物リフォーム・リニューアル工事受注高推移



(国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査報告」より、弊社作成)

こうしたいわば「飽和」状態にある市場環境の下、同社では機器の販売にとどまらず、ユーザーの満足度をより高いレベルで実現させるための「システム」や「ソリューション」を提供し、より収益性の高いビジネスを展開していく考えである。

◎競合状況

同社の主力製品である非常用放送設備を手がけているのは同社の他、国内では Panasonic、JVC ケンウッド、海外では BOSCH(ボッシュ)があるが、業務用音響・映像メーカーとして専門性を追求している同社は国内では約 5 割のシェアを握っている。海外全体のシェアはまだ低いものの、いち早く進出したインドネシアなどでは高いシェアを有している。

【1-4 事業内容】

避難誘導や案内放送を行う非常用業務用放送設備、快適な空間を創造する音響システム、監視カメラを含めた防犯システムなど、主として多くの人々が集まる公共空間において使用される音響機器、映像機器の製造販売を行っている。

納入先は、地方自治体、官公庁舎施設、商業施設、複合施設、スポーツ施設、交通施設、教育施設、宗教施設など多岐にわたり、以下のような有名施設にも多数納入されている。

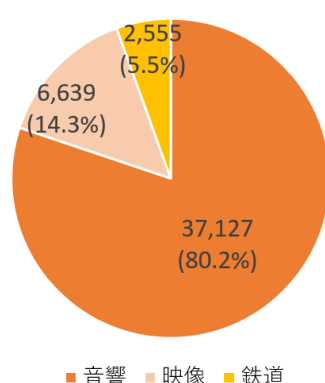
分類	主な納入先
地方自治体	東京都江東区、名古屋市、神戸市、仙台市、倉敷市など
官公庁舎施設	東京都庁舎、神戸市庁舎など
商業施設	ION オーチャード(シンガポール)、国内大型商業施設など
複合施設	東京スカイツリータウン、マリーナベイ・ファイナンシャルセンター・タワー(シンガポール)など
スポーツ施設	ウィンブルドン・テニスコート(英国)、ZOZO マリンスタジアム、阪神甲子園球場など
交通施設	成田国際空港、羽田空港、関西国際空港など
宗教施設	イスティクル・モスク(インドネシア:東南アジア最大のモスク)、世界各国の教会など

(1)商品分野

同社では取扱商品を、「音響」、「映像」、「鉄道」の 3 分野に分類し売上高を開示している。

この中では「音響」が約 8 割を占めている。

商品分野別売上高構成比



* 19年3月期。単位：百万円

商品分野	主な商品
音響分野 (音響システム)	非常用放送設備、業務用放送設備、ワイヤレスシステム、ネットワーク PA システム、インターカムシステム、サウンドシステム、拡声放送機器
映像分野 (セキュリティシステム)	ネットワークカメラシステム、フル HD 同軸カメラシステム、アナログカメラシステム
鉄道分野 (鉄道車両関連システム)	車両内放送設備、カメラシステム、電光表示器

(2)事業領域

「安心・信頼・感動」の 3 つの価値を軸とした事業領域において独自性の高い製品・システム・ソリューションを開発・販売している。

領域①『安心:Public Safety』

人々が日常を安心して過ごすことができるように、自然災害や犯罪・事故等の危険から少しでも多くの人々を守り、社会の安全・安心を実現するソリューションを提供している。

(具体的なソリューション)

◎屋外防災放送ソリューション

安心領域における中心的なソリューションが防災関連の各種機器やシステムである。

特に、同社のコアコンピタンスである「音の報せる力」の面から、従来の課題を克服して、災害発生時に住民のより安全・安心な環境を創り出すスピーカーを中心とした屋外防災放送ソリューションは、高く評価されている。

<日本を取り巻く状況と防災行政無線の課題>

日本は狭い国土に世界第 4 位(2017 年現在)の 110 に及ぶ活火山を有し、世界の活火山の 7%を占める火山大国であり、加えて、日本列島周辺では 4 枚のプレート(地殻)が分かれ、プレート同士がぶつかり合っている「日本海溝」、「南海トラフ」はプレートが下に沈み込んでいるため古来より多くの地震被害を受けてきた。

さらに、日本は中山間地の中小河川の奥地にも集落があり、古くから崩壊・地すべり・土石流の被害を受けてきた。さらに近年、集中豪雨や台風などによる洪水、土砂災害はその頻度及び規模が大きくなっている点も大変気がかりであり、「防災・減災」への取り組みは国民が強く望むものとなっている。

災害発生時には、自治体が運営する防災行政無線が、住民への情報提供・避難誘導において重要な役割を担っており、政府が最重要施策の一つと掲げている「国土強靱化基本計画」においても、2018 年 12 月に閣議決定された「国土強靱化基本計画の変更」、「防災・減災、国土強靱化のための 3 か年緊急対策」では、防災行政無線のデジタル化の推進や災害時における多言語音声翻訳システムの高度化のための緊急対策などが重要な取り組みの一つとして挙げられている。

ただ、2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災後の調査「東日本大震災時の津波・避難情報の入手に関する調査(内閣府)」によると、震災時に津波警報や避難の呼びかけを入手した先は、テレビ・ラジオを上回り、「防災行政無線」が約 5 割でトップであったにもかかわらず、防災行政無線を聞いた人の中でも「はっきりと聞き取ることができた。」のは約 56%にとどまっており、防災行政無線の有効性という観点からは、改善・対策は喫緊の課題となっている。

屋外での放送が聞き取りにくい主な原因として以下のような点が挙げられる。

- ①屋外スピーカーの音の届く距離が足りない
- ②周囲の騒音が大きく、放送の音がかき消される
- ③近接した屋外スピーカーからの音が重なり合う
- ④周囲の地形や建物により音の通りが遮られる



(同社資料より)

加えて、津波や浸水による屋外スピーカーの倒壊や機器の故障、大雨における騒音の増加による聞き取りの阻害といった点も、防災行政無線を有効に機能させるために克服すべき重要なポイントである。

<TOA が行う明瞭な屋外防災放送のための総合提案>

上記のような課題に対し、同社では明瞭に聞き取ることのできる屋外防災放送実現のための総合提案を行っている。

「明瞭な音」を実現するためには、音の入り口である音源から、出口であるスピーカーまで、システム全体を考慮したエンジニアリング力が必要であり、単にスピーカーを設置するだけではスピーカー本来の性能が発揮することは困難である。そこで音のプロフェッショナルである同社は自治体担当者からのヒアリングを元に、豊富なラインアップの中からその地域に最適下次世代型防災用スピーカーの配置選定を行い、コンピュータ・ソフトによるシミュレーション、実際に音を発生させる屋外鳴動試験などを行った上で再配置設計を実施し、最終的に住民が明瞭に放送を聴取できるように調整を行う。

このように、同社は創業以来培ってきた「商品力」と「エンジニアリング力」により、次世代型防災用スピーカーによる明瞭な聴取を可能とする防災行政無線システムの構築が可能である。



(同社資料より)

* 次世代型防災用スピーカー

従来型スピーカーの音の到達距離はおおむね約 200~400m 程度で、価格は次世代型防災用スピーカーよりも安価だが、スピーカーの増設や放送音量を上げることで音達エリアを拡げる際は設置場所付近の住民への配慮が必要である。

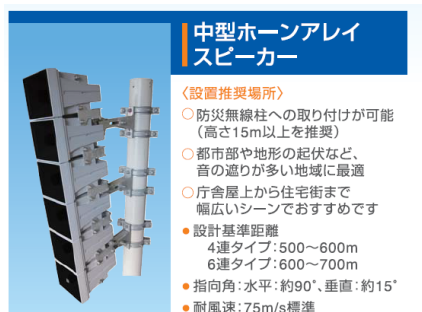
これに対し同社の次世代型防災用スピーカーは、以下のような特長を有している。

- * 1995 年 1 月 17 日に発生した兵庫南部地震(阪神・淡路大震災)で多くの従業員が被災し、テレビやラジオ、電話もつながらない状況で「もっと広範囲に防災放送が届けば役に立った」との思いから研究が始まり、開発された。
- * 均一で明瞭な音を伝えることに優れたラインアレイ技術(複数のスピーカーユニットを垂直方向に連結し、線状の音源を構成する技術)を採用。
- * 従来型スピーカーと比べて、距離による音の減衰が少なく、従来型の 2~3 倍の距離まで均一で明瞭な音声を伝えることができる。
- * また、垂直方向への音の拡がり小さく、スピーカー直下でも音量が抑えられるため、近くで「やさしく」、遠くで「はっきり」と聞こえる。
- * 同社独自の音の空気減衰量を考慮した補正機能を搭載しており、遠くの距離でもより明瞭に音声が聞こえるように音質調整している。

同社では次世代型防災スピーカーとしてそれぞれ特長のある3タイプを揃えており、案件ごとこれらを組み合わせ、最適な防災行政無線システムを提案する。

近年の自治体側の防災・減災意識の向上もあり、18年3月末時点で全国累計220以上の自治体で採用されている。

タイプ	概要
ホーンアレイスピーカー	* 8連タイプで800mから1,000m(設計基準距離)と、従来型の2-3倍の距離までクリアな音声を届ける最上級の音の遠達性。子局数を減らすことで音の重なりを軽減できることに加え、ランニングコストの低減にもつながる。 * 優れた低域再生能力により地形の起伏や建物など音の遮りのある地域に効果的である。 * 庁舎や学校など防災拠点に設置することで津波や洪水による子局の倒壊を避けることができる。
中型ホーンアレイスピーカー	* ホーンアレイスピーカー同様、従来型を上回る音の遠達性。音の重なりも軽減。 * 軽量・コンパクトで防災無線柱への取り付けが可能。 * 防水、耐塩で耐久性に優れる。
防災用スリムスピーカー	* 遠達性も兼ね備えた軽量モデル。 * 環境に合わせて設置構成をカスタマイズすることで更なる遠達性の向上を実現。



(注) 音達距離表示は自由空間(風や空気吸収等を考慮しない)での性能値です。

実際の地形・建造物反射・気象条件・周囲騒音・設置高などにより、可聴範囲は異なります。

(同社資料より)

また、次世代型防災スピーカーに適した信号処理機能(レベル調整、イコライザー)を標準搭載した次世代型防災スピーカー用アンプ「防災用 DSP アンプ」は、明瞭性の高い防災放送の実現に重要な役割を果たすとともに、IP 告知ユニットを使い、防

災行政無線放送と IP 告知放送を併用することで、緊急時にどちらか一方の放送手段が途切れても、もう一方の放送手段が使えるように放送伝送路の冗長化が可能である。

このほか、独自のネットワーク音声伝送技術「パケットオーディオ」を搭載した市庁舎などの拠点から各施設へと一斉に放送を届ける「IP 告知放送システム」、緊急地震速報受信端末に連動した緊急地震放送が可能で、設定により四ヶ国語(日本語、英語、中国語、韓国語)の音声警報を流すこともできる「ラック型非常用放送設備」など、災害時、緊急時に安全・安心を提供する幅広い製品ラインアップを有している。

領域②『信頼:Public Communication』

日々の暮らしの中で人と人との信頼を築くために、時間や空間の隔たり、言語や年齢など多様性を乗り越え、便利で快適な社会のコミュニケーションを実現するソリューションを提供している。

(具体的なソリューション)

◎空港内旅客案内放送システム

大規模な空港ターミナルにおいて緊急情報やフライト情報などのアナウンスを多様な言語で伝え、安心して利用できる空港運営に貢献している。日本の空港市場における同社シェアは約 90%と圧倒的である。

* 羽田空港国際線旅客ターミナル

4ヶ国語による放送や直感的に操作できる操作卓など、ユニバーサルデザインを追求した非常用放送設備と旅客案内放送設備が導入されている。



(同社 WEBSITE より)

* 成田国際空港・第1旅客ターミナル

空港内のインフォメーションシステムを全面的にサポートし、建築美を損なうことなく配置された約 5,000 個のスピーカーが、多彩な情報を自動制御によって確実かつスピーディーに伝えている。

◎車両内放送設備

ディスプレイや車内外の行先案内など電光表示器の他、運転席からのアナウンスを各車両へと届ける車両内放送設備、車両内の安全確保のための防犯カメラシステム等、乗客により安全で快適なサービスを提供している。

領域③『感動:Public Space Design』

人々の心を揺さぶる感動のために、日常のささやかな楽しみから、非日常の特別な体験まで、人々の心をより豊かにする空間演出を実現するソリューションを提供している。

(具体的なソリューション)

◎スポーツ施設音響システム

来場者がスポーツを快適に観戦したり、コンサートなどのイベントを楽しんだりできるような音響空間を創造している。精緻な音場シミュレーションやデジタル計測テクノロジーなど、蓄積されたデータとノウハウを駆使して最適な音を届けることで、国際的な大型スポーツイベントの誘致や開催をバックアップしている。

BRIDGE REPORT



* ゲロラ・ブン・カルノ・スタジアム(インドネシア)

2018 年に開催されたアジア大会の主要会場となった最大約 9 万人を収容する同スタジアムにおいて、新型ドライバーを搭載したホーンアレイスピーカーをはじめとする音響システムを納入した。

熱狂する大観衆の歓声にかき消されない明瞭で迫力のある音響システムを構築。その高品位な音質により今後開催される音楽イベントなどのライブパフォーマンスでの活用も期待されている。

インドネシアで長年活動を続け、当地での評価も高い同社ならではの案件である。



(同社 WEBSITE より)

* 京セラドーム大阪

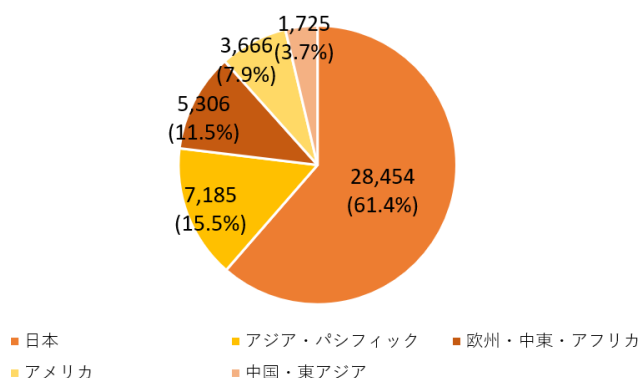
綿密な音響シミュレーションの結果、同社が提案したセンタークラスターラインアレイスピーカーを核とした音響システムが採用された。合計 76 台のスピーカーユニットは、残響音の多い条件下でも音声聞き取りやすく、カバーエリアの全ての客席へもクリアで迫力のある音を届けることができ、「大歓声の中でも音声ダイレクトに聞こえて心地よい」と評価されている。またグラウンド上においても、キャッチャー方向からセンター方向にかけ、180 度途切れなく連なるスピーカーユニットによって、均質な音空間を構築している。

操作面においては、野球運営用など、あらかじめプリセットした音響設定を呼び出すだけで、すぐに使用できるほか、スピーカー駆動用のアンプには高出力、高音質のデジタルアンプを採用して消費電力を大幅に抑えるなど、環境面での配慮も採用のポイントとなった。その他、イベント時での放送においても使いやすく、十分な音量でアナウンスできる点も好評である。

(3) セグメント

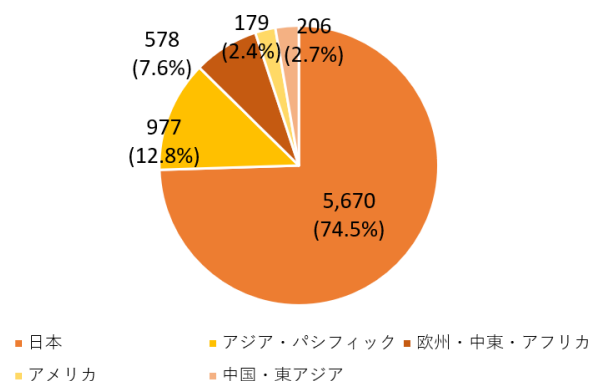
報告セグメントは地域別に、「日本」、「アジア・パシフィック」、「欧州・中東・アフリカ」、「アメリカ」、「中国・東アジア」の 5 つ。グローバルブランドの確立を目指して、積極的な海外販売戦略を推進。現在、世界 120 ヶ国以上で販売活動を行っている。各エリアで最適な生産体制と販売体制を実現し、求められる世界品質を、求める市場にスムーズに提供している。現地法人である海外販社と TOA 本体の海外営業部門によって、全ての情報を統括し、市場の変化に対し素早く対応している。

セグメント別売上高構成比



* 外部顧客への売上高。19年3月期、単位：百万円

セグメント別営業利益構成比



* 調整前合計額に対する構成比。19年3月期、単位：百万円

BRIDGE REPORT

**(4)研究開発体制**

グループの開発拠点である宝塚事業場に、基礎技術の研究開発部門に加え、商品開発、品質保証、デザイン等、開発に関する部門を集約している。

同事業場敷地内には 2020 年 12 月完成予定の「ナレッジスクエア」を建設中で、研究開発機能をより強化するとともに、すべてのステークホルダーとの「つながりの場」を創出することで、共に新しい価値を創りだすことを目指している。

海外ではインドネシアに「アジア・パシフィック・R&D センター」を、台湾に「得洋電子工業股份有限公司 R&D 事務所」を有し、世界各地の生産拠点と連携しその地域のニーズを具現化した商品を創出している。

拠点ごとの独立運営を確保しつつ、情報は IT ネットワークでリンクしているため技術共有や部品の集中調達も可能であり、自由な発想による地域商品の開発体制を維持すると同時に、グループ全体の効率性向上も実現している。

(5)グループ・ネットワーク**◎国内**

同社ほか、グループ会社 5 社がエンジニアリングサポート、ソフト企画、ホール管理・運営、生産を手がけている。全国約 30 の営業所により地域密着のきめ細かいサービスを提供している。

◎海外

生産拠点はインドネシア、ベトナム、台湾、中国の 4 カ所。アメリカ、ヨーロッパ、中東、アジアに約 40 か所の営業拠点を展開している。

【1-5 特長と強み】**(1)「豊富な採用実績と高いシェア」とその源泉である「音」のプロフェッショナルとしての知見・ノウハウ**

同社製品及びシステムは国内外の様々な施設に多数採用されており、非常用放送設備の国内シェアは約 50%でトップ、空港内旅客案内放送システムの国内空港市場におけるシェアは約 90%、防災行政無線における次世代型防災スピーカーの採用実績 240 件以上など、圧倒的な存在感を示している。

こうした実績の源泉が、「音」のプロフェッショナルとして、「機器ではなく、音を買っていただく」という考え方の下、いかにいい音を届けるかを追求した結果 1934 年の創業以来、蓄積してきた経験、知見、ノウハウである。

防災行政無線システムを例にとれば、同社のような音の遠達性を実現できるスピーカーを製造できる企業は同社以外にはほとんどない。

また、単に機器を提案・納入するのではなく、パソコンによるシミュレーションや屋外鳴動試験などを行った上で配置設計を実施し、最終的に住民が明瞭に放送を聴取できるように調整を行うといった「前工程」を重視した総合提案を可能としているのも、同社の優れた商品力とエンジニアリング力、そして「届けるのは機器ではなく、音」という理念であり、これがユーザーからの信頼感や満足度の向上に繋がっている。



(同社資料より)

(2) 専門メーカーとしてのラインアップの幅広さと地域密着型営業体制

同社の取扱製品ラインアップは、単品のマイク、スピーカー、メガホンから、会議システム、非常用放送設備、防災行政無線システムなど、「音」に関する機材・システムを幅広くカバーしている。

専門メーカーとしてのラインアップの広さは顧客のあらゆるニーズに対応し、課題解決のソリューションを提供できるという点で同社の強力な競争優位性となっている。

また、全国に広がる営業拠点をベースに、地域密着で機動的な営業活動を展開していることから、顧客との結びつきも強く、安定的な高シェア維持に繋がっている。

【1-6 ROE 分析・配当政策など】

	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期	19/3 期
ROE(%)	8.0	8.0	7.9	5.3	4.4	5.1	5.8
売上高当期純利益率(%)	6.56	6.35	6.53	4.57	4.12	4.84	5.40
総資産回転率(回)	0.90	0.93	0.89	0.85	0.79	0.79	0.80
レバレッジ(倍)	1.35	1.36	1.36	1.37	1.35	1.34	1.33

数期前 8% 近辺にあった ROE は足元低下しているが、これは今後の成長に向けた研究開発や人材の獲得など積極的な投資を行っていることが要因。会社側は資本効率の重要性を認識しつつも、現在は売上および利益の絶対額を増大させることが企業価値向上に繋がると考えている。

配当については、持続的な成長を可能とする内部留保とのバランスを勘案しながら、最低額を 20 円/株とした安定配当をベースに連結配当性向 35% を目安とした業績連動配当を実施することを基本方針としている。

内部留保資金の用途については、長期的に安定した経営基盤の確保と積極的な研究開発投資のバランスを考慮して決定する。競争力向上と財務体質強化を通じて企業価値向上に努める方針だ。

【1-7 ESG への取り組み】

<E:環境>

「TOA の環境理念」を元に、全社をあげ環境保全へ取り組んでいる。

後述するビジネス創造の新たな拠点「ナレッジスクエア」においても、自然光を活用した照明設備や断熱対策による冷暖房の効率化、ソーラーパネルの活用や雨水の再利用等、地球環境保全に配慮した設備を導入する予定である。

<S:社会>

事業活動において社会の安全・安心に貢献し、社会貢献活動で、防災士養成の支援や、子ども達の減災・防災意識の向上に寄与する。

2018 年 3 月期より労使協調による働き方改革プロジェクトを発足させ活動をスタートさせた。今期からスタートした中期経営基本計画においても、引き続き「多様性を力に変えるチームプレイ」や「無駄の徹底的な削減」などをテーマに、より働きやすい、働きがいのある職場環境づくりを推進する。

<G:ガバナンス>

2015 年 6 月に独立社外取締役を選任。18 年 6 月には社外取締役をさらに 1 名招聘し、複数体制とした。

機関投資家、個人投資家、証券アナリストとの対話を充実させる。

自己株式の取得・消却や株式報酬制度など自己株式の活用を検討している。

BRIDGE REPORT



2. 2019 年 3 月期決算概要

(1) 連結業績

	18/3 月期	構成比	19/3 月期	構成比	前期比	予想比
売上高	44,180	100.0%	46,338	100.0%	+4.9%	-1.4%
売上総利益	19,173	43.4%	20,185	43.6%	+5.3%	-
販管費	15,663	35.5%	16,282	35.1%	+4.0%	-
営業利益	3,510	7.9%	3,903	8.4%	+11.2%	+14.8%
経常利益	3,561	8.1%	4,099	8.8%	+15.1%	+17.1%
当期純利益	2,138	4.8%	2,504	5.4%	+17.1%	+16.5%

* 単位: 百万円。

増収・増益。利益は予想を上回る。

売上高は前期比 4.9%増の 463 億円。アメリカ以外全セグメントで増収。分野別でも全分野増収。

プロダクトミックスで粗利率は 0.2 ポイント改善し、粗利額も同 5.3%増加。

営業利益は同 11.2%増の 39 億円。更なる成長を目指し引き続き積極的な投資を実施しているため販管費も同 4.0%増加したが吸収した。

計画に対して売上は未達だったものの、販売子会社の原価率改善、採用・人件費が計画を下回ったことなどから利益は計画を上回った。

好調な決算を反映して期末配当を当初予定の安定配当 10 円/株に 6 円/株の業績連動配当を加えた 16 円/株に修正した。中間配当 10 円/株と合わせ、年間配当は 26 円/株で配当性向は 35.1%。

(2) セグメント別動向

	18/3 期	構成比	19/3 期	構成比	前期比	予想比
売上高						
日本	27,299	61.8%	28,454	61.4%	+4.2%	-1.9%
アジア・パシフィック	6,725	15.2%	7,185	15.5%	+6.8%	+2.2%
欧州・中東・アフリカ	4,796	10.9%	5,306	11.5%	+10.6%	+1.1%
アメリカ	3,856	8.7%	3,666	7.9%	-4.9%	-11.0%
中国・東アジア	1,502	3.4%	1,725	3.7%	+14.8%	+7.8%
合計	44,180	100.0%	46,338	100.0%	+4.9%	-1.4%
セグメント利益						
日本	5,384	19.7%	5,670	19.9%	+5.3%	-
アジア・パシフィック	858	12.8%	977	13.6%	+13.9%	-
欧州・中東・アフリカ	425	8.9%	578	10.9%	+36.0%	-
アメリカ	158	4.1%	179	4.9%	+13.3%	-
中国・東アジア	216	14.4%	206	11.9%	-4.6%	-
調整額	-3,532	-	-3,709	-	-	-
合計	3,510	7.9%	3,903	8.4%	+11.2%	+14.8%

* 単位: 百万円。外部顧客への売上高。

(日本)

前期比増収増益。売上は計画未達。

インバウンド需要を受け、交通インフラ市場、オフィス・テナントビル市場、ホテル・宿泊施設市場が好調。

セキュリティ需要の増加により、業務用映像機器は AHD シリーズ、ネットワークカメラシリーズ等新商品の売上が拡大した。

減災・防災市場の売上は、防災無線整備需要の谷間にあり、伸び悩んだ。

(アジア・パシフィック)

前期比増収増益。売上は計画を上回る。

BRIDGE REPORT



開発・生産・販売の機能を域内に持つことを強みに、インドネシアを始めとした地産地消ビジネスが加速した。タイでの交通インフラ市場への仕様化活動に成功した。高品位な音響商品「良い音 PA」の売上が拡大した。安定した経済成長により増収。

(欧州・中東・アフリカ)

前期比増収増益。売上は計画を上回る。

ネットワークを活用して柔軟なシステム構築が可能な放送システム VX-3000 の販売が欧州などで堅調だった。セキュリティ市場へのインターカムシステム提案活動による売上伸長に成功した。販路拡大に向け、サブサハラ地域を中心とした新規流通開拓と人員増など積極投資を実施した。

(アメリカ)

前期比減収増益。売上は計画未達。

アメリカにおける鉄道車両向け、および市販向け商品の販売が低調だった。カナダでの主力商材である赤外線ワイヤレスの販売が低迷した。遠隔地との WEB 会議の運営に貢献する新型マイクシステムを発売した。

原価率は改善した。

(中国・東アジア)

前期比増収減益。売上は計画を上回る。

中国の二級・三級都市を対象とした新規流通開拓により、売上拡大に成功した。同社独自のネットワーク型放送設備で、大規模空港などの大型案件を受注した。台湾で非常用放送設備の販売が堅調に推移した。

営業費用が増加し、減益。

(3)分野別売上動向

	18/3 期	構成比	19/3 期	構成比	前期比	予想比
音響	36,186	81.9%	37,127	80.2%	+2.6%	-2.6%
映像	5,636	12.8%	6,639	14.3%	+17.8%	+7.1%
鉄道	2,341	5.3%	2,555	5.5%	+9.1%	-5.4%
合計	44,180	100.0%	46,338	100.0%	+4.9%	-1.4%

* 単位: 百万円。

全分野で増収。日本地域における防災無線需要低調の影響で音響は計画を下回る。

(4)財務状態とキャッシュ・フロー**◎主要BS**

	18 年 3 月末	19 年 3 月末		18 年 3 月末	19 年 3 月末
流動資産	40,875	41,423	流動負債	7,663	8,073
現預金	16,958	17,014	仕入債務	3,906	4,066
売掛金	10,759	10,305	短期借入金	852	934
たな卸資産	9,083	10,015	固定負債	4,374	3,979
固定資産	16,949	16,319	退職給付に係る負債	2,704	2,625
有形固定資産	6,519	7,747	負債合計	12,037	12,053
無形固定資産	1,635	1,703	純資産	45,786	45,689
投資その他の資産	8,794	6,869	利益剰余金	27,324	29,050
資産合計	57,824	57,742	負債純資産合計	57,824	57,742

*単位: 百万円

たな卸資産の増加で流動資産は前期末比 5 億円増加。投資有価証券の減少などで固定資産は同 6 億円減少し、資産合計は同 82 百万円減少の 577 億円となった。負債合計は同 16 百万円増加の 120 億円。

利益剰余金は増加したが、その他有価証券評価差額金の減少で純資産は同 97 百万円減少。

自己資本比率は前期末の 75.2%から 0.4 ポイント低下し、74.8%となった。

BRIDGE REPORT



◎キャッシュ・フロー

	18/3 期	19/3 期	増減
営業 CF	2,760	3,261	+501
投資 CF	-1,158	-2,025	-867
フリーCF	1,602	1,236	-366
財務 CF	-1,393	-865	+528
現金同等物残高	19,670	19,660	-10

* 単位: 百万円。

税金等調整前当期純利益の増加で営業 CF は増加。有形固定資産の取得が増加し投資 CF のマイナス幅は拡大したため、フリーCF は縮小。短期借入金が増加したため財務 CF のマイナス幅は拡大。キャッシュポジションは変わらず。

3. 2020 年 3 月期業績見通し

(1) 連結業績予想

	19/3 月期	構成比	20/3 月期(予)	構成比	前期比
売上高	46,338	100.0%	49,000	100.0%	+5.7%
営業利益	3,903	8.4%	4,000	8.2%	+2.5%
経常利益	4,099	8.8%	4,100	8.4%	+0.0%
当期純利益	2,504	5.4%	2,450	5.0%	-2.2%

* 単位: 百万円

増収増益を予想

売上高は前期比 5.7%増の 490 億円、営業利益は同 2.5%増の 40 億円を予想。

配当は現時点では中間・期末ともに 10 円／株の合計 20 円／株の予定。予想配当性向は 27.6%。前述通り、最低額を 20 円／株とした安定配当をベースに連結配当性向 35%を目安とした業績連動配当を実施することを基本方針としている。

セグメント別の今期以降の主要な取り組みは以下の通り。

(2) セグメント別動向

	19/3 期	構成比	20/3 期(予)	構成比	前期比
売上高					
日本	28,454	61.4%	30,600	62.4%	+7.5%
アジア・パシフィック	7,185	15.5%	7,700	15.7%	+7.2%
欧州・中東・アフリカ	5,306	11.5%	5,300	10.8%	-0.1%
アメリカ	3,666	7.9%	3,700	7.6%	+0.9%
中国・東アジア	1,725	3.7%	1,700	3.5%	-1.4%
合計	46,338	100.0%	49,000	100.0%	+5.7%

* 単位: 百万円。外部顧客への売上高。

(日本)

交通・インフラ市場へのソリューション提案に注力する。

前期提案活動を行った案件を中心に、減災・防災案件の確実な受注を図る。

映像センシングシステムの導入を進める。

(アジア・パシフィック)

更なる地域商品の市場投入を推進する。

交通インフラ市場での仕様化活動に注力する。

同社が強みとするエンジニアリング力を最大限に生かし、高品位な音響システムの販売拡大を狙う。

BRIDGE REPORT

**(欧州・中東・アフリカ)**

積極的な人員増強により、サブサハラ地域、及び中東地域等の重点地域で販売網の拡充を図る。

2019 年 6 月に運用を開始するオランダ物流拠点を活用し、顧客サービスの向上を図る。

(アメリカ)

主力商品の拡販を目指す。

新型マイクシステムをメイン商材とし、新規市場開拓に注力する。

一部商品の生産移管による、原価低減を図る。

(中国・東アジア)

現地企業との連携・協業によるネットワーク型放送設備の拡販を図る。

引続き流通の新規開拓に取り組む。

ICT を活用した顧客管理システムの導入や、地域商品の拡充により、販売体制を強化する。

(3) 分野別売上動向

	19/3 期	構成比	20/3 期(予)	構成比	前期比
音響	37,127	80.2%	39,700	81.0%	+6.9%
映像	6,639	14.3%	6,600	13.5%	-0.6%
鉄道	2,555	5.5%	2,700	5.5%	+5.7%
合計	46,338	100.0%	49,000	100.0%	+5.7%

* 単位: 百万円。

映像は前期並みだが、音響、鉄道は堅調な伸長を見込んでいる。

4. 中期経営計画の進捗

中期経営計画初年度であった 19 年 3 月期の成果は以下の通り。

(1) 大型施設に対応できる大規模システムの提案・納入

ネットワーク型放送システムが欧州、中国などの大型案件で採用された。

同システムはネットワーク接続による分散配置が可能でかつ柔軟な設計が可能な放送システムであり、その点が顧客に評価されている。

今期以降も世界 5 地域で展開し、更なるシェア拡大を目指していく。

(2) 映像センシング技術の活用 に 注力

防犯用途以外の課題解決に向け、AI、IoT、クラウドを活用した新技術を搭載したカメラシステムを提案している。

例えば、工場設備の状態監視のためのアナログ計器センシングを開発した。メーターなどアナログ計器を人手に代わってカメラがセンシングするもので、24 時間対応可能なことなどから、事故や故障の低減、省力化・省人化に貢献している。

また、カメラが白杖の動く様子を撮影。白杖使用者に対して自動で音声情報を伝達し、白杖者が安心して歩行できるようにサポートする白杖使用者向け音声誘導システムを開発し、現在は実証実験を続けている。

(3) グローバル戦略

世界のどこでも安心して利用できる製品・サービスの提供を目指している。

そのためには、地域に密着したマーケティング機能の強化と、市場ニーズに応えた商品開発を継続するとともに、グローバルな展開を図る企業に対して、組織的な動きで、地域を超えて顧客ごとの標準仕様品を開発することも必要であるとの判断から新たにトランスナショナル戦略部を立ち上げた。

地域密着ビジネスとグローバルビジネスを掛け合わせ、顧客への提案・販売活動を加速させる。

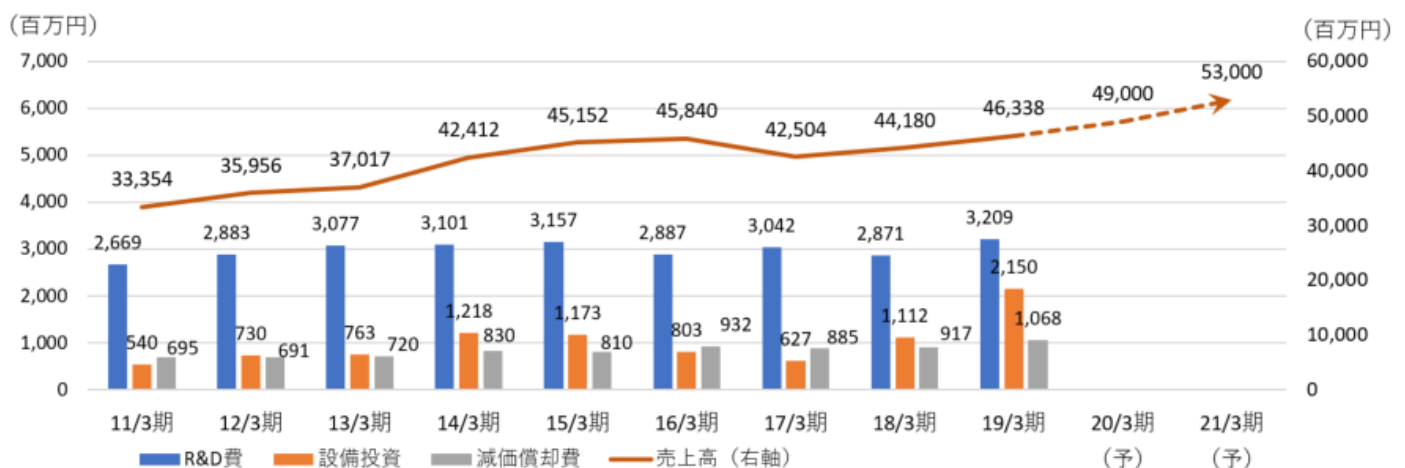
5. 今後の注目点

中期計画初年度は微増収・増益で過去最高売上を更新しての着地となった。株価も堅調に戻り基調となっている。ただ、売上高が期初計画に届かなかった点はやや気になる点である。

下のグラフでもわかるように、今回の中計ではこれまで以上に積極的な投資を実行している点が特徴の一つであり、足元は利益水準や利益率よりもトップライン拡大の勢いに期待したい投資家も多いであろう。

増収率は、前期 4.9%、今期予想 5.7%を受け、中計目標達成には来期 8.2%が必要となる。

中計達成の確度を高めるためにも、2 年目の今期、重点地域と位置付けているアジア・パシフィックと欧州・中東・アフリカ両市場の開拓をどれだけ加速させることができるのか、前期末達に終わった日本でどれだけ巻き返していくのかを注目したい。



大きな成長が期待しにくい国内市場ではあるが、圧倒的なシェアを活かし防災行政無線システム等、同社が強力な競争優位性を有する分野でどれだけスピーディーに市場を開拓していくのか、また、今回の中計においてアジア・パシフィックと欧州・中東・アフリカに軸を置いた海外市場開拓がどのように進むのかを期待したい。

また竹内社長が最大のミッションと位置付ける、新たなマーケットを自ら作り出していくビジネスデザイン力の強化の進捗も注目される。

<参考 1: 中期経営基本計画>

さらなる成長と持続的な企業価値の向上を目指し、2019 年 3 月期を初年度とし、2021 年 3 月期を最終年度とする「中期経営基本計画」を策定し推進中である。

(1) 中期経営基本計画の概要

前中期計画(2015 年 4 月から 2018 年 3 月)では、グローバル展開において世界を 5 つの地域に分け、地域ごとに地産地消のビジネスを推進することにより、それぞれが事業としての自立を見据えた「世界に 5 つの TOA」を目指してきた。また、ビジネスのあり方として「ハードからサービスへ」の変革を掲げ、製品の供給に留まらず、付帯するソフトウェアやサービスなどを付加したソリューション型ビジネスを強化し、顧客に新しい価値の創造・提供が可能なビジネスモデルへの変革を推進してきた。

今回の中期計画においては、「世界に 5 つの TOA」と「ハードからサービスへの変革」に加え、「お客さまにとっての Only 1」を目指すとともに、「お客さまとのつながり」をより一層強め、各地域・市場ごとに異なる顧客の様々な課題を、「音の報せる力」を強みとする専門メーカーである同社ならではの視点で「安心」、「信頼」、「感動」の価値へと変えることを目指している。

◎具体的な取り組み

これまで進めてきた「ハードからサービスへ」の変革の成果を、商品の IoT 対応と顧客に密着した営業およびエンジニアリング体制を通じて、モノ・ヒト両面で顧客とのつながりを実現する。

建築市場全般での大きな成長が期待しにくい中、顧客に対して同社ならではの付加価値を提供し、価格競争からは一線を引いた収益性の高いビジネス展開を目指している。

加えて商品を継続的に安心して使用できる環境を整備するとともに、顧客の運用に応じて、常に最適なソリューションの創

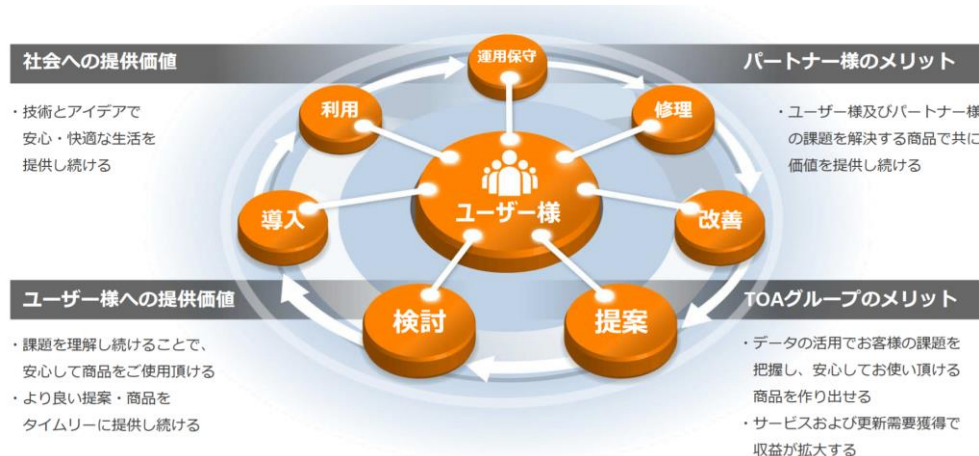
BRIDGE REPORT



造・提供が可能なビジネスの展開を進める。

また、各地域でのマーケティング機能を強化させ、それぞれの市場ニーズに応えた商品開発の更なる加速と販路の拡充により、それぞれが事業体として自立した「世界に5つのTOA」を実現する。

(目指す姿)



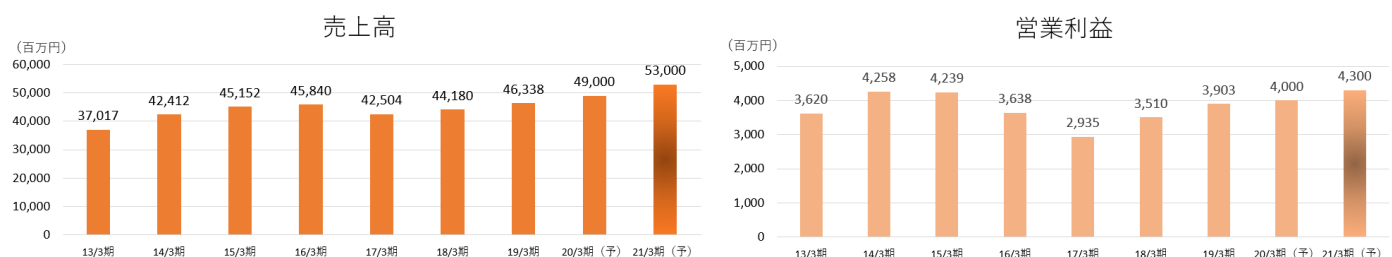
(同社資料より)

(2)中期計画数値目標

数値目標は以下の通り。

項目	18 年 3 月期 実績	19 年 3 月期 実績	20 年 3 月期 予想	21 年 3 月期 予想	中計期間伸び率 (年率)
売上高	44,180	46,338	49,000	53,000	+6.3%
営業利益	3,510	3,903	4,000	4,300	+7.0%
経常利益	3,561	4,099	4,100	4,400	+7.3%
当期純利益	2,138	2,504	2,450	2,700	+8.1%

* 単位: 百万円。中計期間伸び率は 18/3 期実績から 21/3 期予想までの年平均成長率。



積極的な投資を実施しながら以下に示す地域別および分野別事業戦略を遂行し、過去最高の売上・利益更新を目指している。

(3)事業戦略

①地域戦略

<日本地域>

顧客に密着した営業およびエンジニアリング体制を構築し、つながるビジネスモデルで利益を生み出す仕組みを目指す。多言語放送サービスや避難誘導システムなど新商品の投入により商品ラインアップを拡充し、多様なニーズに対応するシステムを実現する。

また、自社商品に人工知能や機械学習能力を搭載し、高度なデータ分析で多様化するニーズに対応する。

具体的には、Google Cloud Platform と連携し、同社のカメラやレコーダーに、人の目や脳の代わりになる新たな機能の搭載を

BRIDGE REPORT



目指している。加えて、カメラやレコーダーに人工知能や機械学習能力を搭載し映像によるセンシング技術の活用にも取り組む。工場や遠隔地設備の事前自動検知や河川の水位上昇の自動警戒などを想定している。

＜アジア・パシフィック地域＞

開発、生産、販売の機能を持つ強みを活かし、地域商品を軸とした地産地消ビジネスを加速する。同地域においては、イスラム教礼拝堂「モスク」での放送設備シェアが高く、毎年安定的な売上が確保できている。交通インフラ市場への仕様活動を進める他、地域商品の拡販に注力する。アジア大会の実績によりブランド力が大幅に向上し、同様のスタジアム案件の受注も進んでいる。

＜欧州・中東・アフリカ地域＞

非常用放送システムの販売が好調で、アフリカのサブサハラ地域の販路拡大も進んでいる。今後はドイツ、フランスを中心に IP インターカムや非常用放送システムの拡販に取り組んでいく。

＜アメリカ地域＞

市場調査活動から生まれた新マイクシステムを新規開拓市場へ提案している。ターゲット市場である会議システム、商業施設・店舗の BGM システム、教育市場に対し新商品を継続的に投入するほか、交通インフラ市場においては受注した案件の確実な納入とアフターマーケット需要の獲得に注力する。

＜中国・東アジア地域＞

新規流通開拓が順調に推移し販売が拡大している。交通インフラ市場や学校市場への開拓・拡大を進めるとともに、Web を活用した販売や価格的な流通戦略、販促活動を実行していく。

(地域別売上目標)

地域	18 年 3 月期 実績	19 年 3 月期 実績	21 年 3 月期 予想	中計期間伸び率 (年率)
日本	27,299	28,454	33,100	+6.6%
アジア・パシフィック	6,725	7,185	8,100	+6.4%
欧州・中東・アフリカ	4,796	5,306	5,750	+6.2%
アメリカ	3,856	3,666	4,200	+2.9%
中国・東アジア	1,502	1,725	1,850	+7.2%
合計	44,180	46,338	53,000	+6.3%

* 単位: 百万円。中計期間伸び率は 18/3 期実績から 21/3 期予想までの年平均成長率。

主要市場である日本市場では収益性向上を目指してビジネスの「サービス化」を進める。海外はスケールアップを第一義に、「アジア・パシフィック地域」、「欧州・中東・アフリカ地域」を重視して営業活動を進めていく。

②分野別戦略

(分野別売上目標)

分野	18 年 3 月期 実績	19 年 3 月期 実績	20 年 3 月期 予想	21 年 3 月期 予想	中計期間伸び率 (年率)
音響	36,186	37,127	39,700	42,300	+5.3%
映像	5,636	6,639	6,600	7,200	+8.5%
鉄道	2,341	2,555	2,700	3,500	+14.3%
合計	44,180	46,338	49,000	53,000	+6.3%

* 単位: 百万円。中計期間伸び率は 18/3 期実績から 21/3 期予想までの年平均成長率。

音響分野は世界 5 地域の全てで、映像分野は防犯システムなど安全・安心ソリューションを中心に日本で展開。鉄道分野では、鉄道車両の音響および映像システムを全世界で展開。鉄道分野においては、受注案件の確実な納入と、グループ内資産の共有・活用により利益拡大を目指す。新規の車両製造に対するシステム提案から、アフターマーケット売上の獲得で収益基盤を固める。

③投資

新たな価値を生み出していくための投資を積極的に実施する。

「IT インフラの構築」

ソリューション型ビジネスに対応した情報システムの基盤整備など、IT インフラの構築を進める。

なかでも、AI テクノロジーを導入したマネジメントセンターを構築し、駅、ショッピングモール、スタジアム、病院、ホームセンターなどの公共空間における「AIによる自動の2wayコミュニケーション」、「多言語・聴覚視覚障害者に対応」、「犯罪抑止」に貢献する究極の2wayコミュニケーションの実現を目指している。

また、ネットワークカメラ、火災受信機、非常用放送設備、総合操作盤などのデバイスを AI の適切な状況判断の下、IoT で連動させる高度避難誘導システムを構築し、社会の安全を実現することも重要な役割であると考えている。

「生産性の向上」

生産設備の増強やロボットの活用など、生産性の向上を図る。

「新たな価値共創の場を建設」

研究開発拠点である「宝塚事業場」(兵庫県宝塚市)を再開発し、約 2 万 1 千 m²の敷地内に研究開発棟を新設し、ビジネス創造の新たな拠点となる「ナレッジスクエア」の建設に着手した。研究開発機能をより強化するとともに、すべてのステークホルダーとの「つながりの場」を創出することで、共に新しい価値を創りだすことが目的である。

加えて、ワークスタイルを変革することで従業員の生き生きとした活動を促し同社が注力する「働き方改革」にも寄与すると考えている。「ナレッジスクエア」では、自然光を活用した照明設備や断熱対策による冷暖房の効率化、ソーラーパネルの活用や雨水の再利用等、地球環境保全に配慮している。

2020 年 12 月の完成予定で、オープンイノベーションやアライアンスを通じた新たな価値の創造に取り組み、グループの成長を牽引するものと期待している。

「グローバル開発本部の設置」

世の中の流れをいち早く捉え、グローバルな視点で新たな市場価値や文化の創造を推進する。

「人材育成」

持続的な企業価値の向上を実現していくためには、その趣旨を従業員に浸透させることで、自らビジョンを考え、主体性をもって行動できる人材を育成していくことが重要と考えている。

そのため「人材育成」に重点投資を行い、企業価値へ共感する人材の積極的採用、従業員が自身のキャリアを描くことのできる複線型人事制度の導入、多様性を活かす評価制度への取組みなどを推進する。



(同社資料より)

<参考 2:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役会設置会社
取締役	7 名、うち社外 2 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

最終更新日:2018 年 11 月 15 日

<基本的な考え方>

当社では、株主・顧客・取引先・従業員等のステークホルダーに対して、遵法性が確保された健全かつ透明性の高い企業経営を実践することにより、長期的・継続的に企業価値を増大させることを経営上のもっとも重要で恒久的な課題のひとつとして位置づけています。コーポレート・ガバナンスの更なる強化のため、各ステークホルダーへのアカウンタビリティ(説明責任)の重視と充実、迅速かつ適切なディスクロージャー(情報開示)等の実践に積極的に取り組んでまいります。

<実施しない主な原則とその理由>

原則	実施しない理由
【原則 1-2. 株主総会における権利行使】 補充原則 1-2-4. 議決権電子行使を可能とするための環境作り・招集通知の英訳	当社は、議決権行使状況、外国法人等の機関投資家の比率、費用に鑑み、議決権の電子行使制度の導入について、引き続き検討を継続します。 なお、当社は、海外投資家の議決権行使に係る適切な環境整備の一環として、株主総会招集通知に関し、いわゆる狭義の招集通知に加えて、議決権行使の判断資料である株主総会参考書類に関しても英訳を実施し、当社ホームページ(https://www.toa.co.jp/ir/stockinfo/memo.htm)に早期掲載しております。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示>

原則	開示内容
【原則 1-4 政策保有株式】	当社は、取引・協業関係の維持・拡充のための手段として、他社の株式を取得・保有する場合があります。 当該保有に関しては、企業連携が高まり、企業価値向上につながることを政策保有方針の基本とし、以下の諸点を総合的に判断しております。 (1)発行会社と当社事業における中長期の協力関係の維持・強化、取引関係等の円滑化に資するか (2)資金調達等の円滑化に資するか (3)事業機会の創出・発展に資する可能性を有するか なお、政策保有株式の縮減に関しては、上記の政策保有方針に合致しない場合には、上場株式を保有しないことを基本方針としており、現在の保有株式は、当社として、既に縮減した結果になっております。 さらに、当社は、今後も政策保有方針に合致しない上場株式を新たに保有する意思はありません。 政策保有株式の議決権の行使については、発行会社が当社の政策保有方針に合う目的・事業を有していること、発行会社の経営陣が適切な人材であること、企業活動の適時かつ適切な情報開示を行っていること、

BRIDGE REPORT



	持続的な成長につながる事業基盤を有し、将来の株主価値の向上が見込まれること などを総合的に勘案し、議案の内容が中長期的な企業価値の向上に資するか否かという視点から、「権限規程」に定める然るべき決裁者が賛否を判断しております。
【原則5－1 株主との建設的な対話に関する方針】	(1)IR 活動を所管する役員・その他担当部門等 当社は、経営企画担当部門を所管する役員がIR 活動を統括し、広報担当部門とIR 活動に関して適宜連携しております。さらに、経営企画担当部門・経理担当部門・法務担当部門が有機的に連携し、株主との対話促進に努めております。 (2)IR ポリシーの作成・公表 当社は、業績、財務状況、将来ビジョンについて、公平、迅速かつ解りやすい情報開示に努めており、IR の基本方針と姿勢をIR ポリシーとして公表しております。 当社ホームページのIR ポリシー (http://www.toa.co.jp/ir/message/policy.htm)をご参照ください。 (3)株主との対話促進 当社は、企業説明会であるIR 企業研究会等を開催しております。 (4)インサイダー情報の管理 当社は、「内部情報管理およびインサイダー取引防止規程」を定めており、株主・投資家との対話に際しては、IR ポリシーに則り、インサイダー情報を管理しております。

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) 2019 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.