



BRIDGE REPORT



 秋本道弘 代表取締役社長兼 CEO	株式会社 テー・オー・ダブリュー(4767)
 村津憲一 代表取締役副社長兼 COO	 「体験価値をコアに、 成果をデザインする」

企業情報

市場	東証1部
業種	サービス業
代表取締役社長兼 CEO	秋本 道弘
代表取締役副社長兼 COO	村津 憲一
所在地	東京都港区虎ノ門 4-3-13 ヒューリック神谷町ビル
決算月	6月
HP	https://www.tow.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(自己株式を控除)		時価総額	ROE(実)	売買単位
343円	44,977,544株		15,427百万円	4.5%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
14.00円	4.1%	13.83円	24.8倍	228.35円	1.5倍

*株価 10/18 終値。発行済株式数は直近四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。DPS、EPS は 22/6 期予想。
数値は四捨五入。

連結業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2018年6月(実)	16,688	1,825	1,873	1,207	26.87	13.50
2019年6月(実)	16,278	1,995	2,017	1,345	29.94	14.50
2020年6月(実)	19,325	2,316	2,332	1,584	35.26	16.75
2021年6月(実)	12,209	655	698	455	10.14	12.90
2022年6月(予)	12,339	967	1,000	622	13.83	14.00

*単位:百万円、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、純利益については同様)。

*2020年4月1日、1株を2株に分割。EPS、DPSは株式分割を反映。

テー・オー・ダブリューの2021年6月期決算と2022年6月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。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
- [2. 事業成長ビジョン](#)
- [3. 2021年6月期決算](#)
- [4. 2022年6月期業績予想](#)
- [5. 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

- 21/6期は前期比36.8%の減収、同70.0%の経常減益。「体験価値」をコアとしたプランニングとプロデュースを駆使して、新規顧客の獲得、既存顧客の育成・活性化に貢献する『TOW 体験デザインモデル』を確立する考え。これを通じ、新たな企業像として『体験価値をコアに、成果をデザインするプロダクション』を目指す。官公庁・団体の大型案件の寄与や、各種オンラインプロモーション施策の引き合いが増加したものの、新型コロナウイルス感染拡大に伴う、リアルイベントの縮小の影響は大きかった。利益面では、売上総利益率は低下したものの、販管費については、業績に応じて適切にコントロールして前期から減少させた。配当は会社予想通り6.80円の期末配当を実施、年間では12.90円。
- 22/6期は1.1%増収、43.1%経常増益を見込む。前期にあった官公庁・団体の大型案件が無く、オンライン領域の伸長とリアルイベントの復調を捉えることで、売上高は微増となる見込み。前期の官公庁・団体の大型案件が減少見込みの中で、通常案件を伸ばすことならびに専門性の高い人材の提供価値のマネタイズの推進等で、売上総利益率の向上を見込む。販管費は、新卒採用に積極的なことや体験デザインエンジンの開発への投資等により増加する見込み。
- 21/6期は大幅減収減益だが、新型コロナの影響を大きく受けながらも、黒字を確保していることをまずは評価したい。これもいち早くオンラインプロモーションに取り組んだ成果の現れといえそう。22/6期はワクチン接種が進行している中、感染の拡大が進みリアルイベントの復調が遅れる可能性はある。ただし、オンラインプロモーションについては、同社は業界で最も先進的な位置付けにあると思われる。コロナ禍の中、財務基盤をより強固なものとしている。黒字かつ財務基盤のしっかりした同社は顧客からの信頼も得てシェアを高める好機となる可能性も指摘できる。

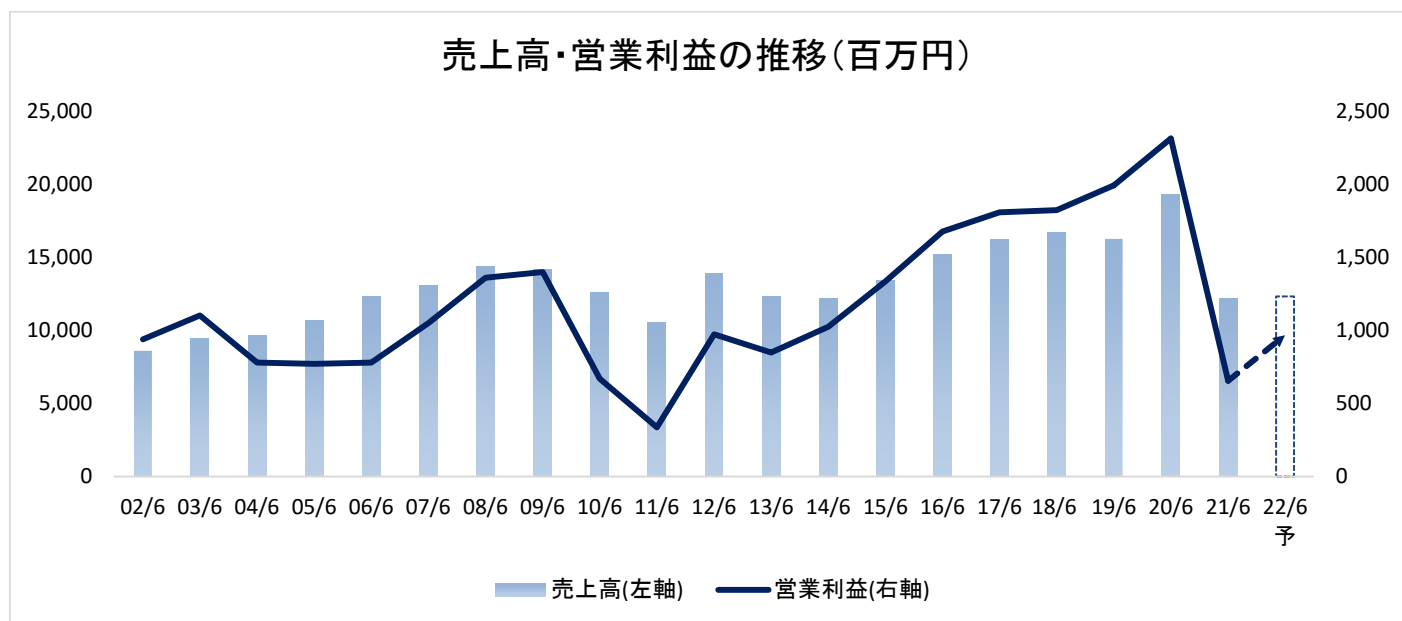
1. 会社概要

広告業界のイベント・プロモーション分野で独立系 No.1、上場市場は東証一部。記者発表会、PR イベント、展示会、文化・スポーツイベントの、企画・制作・運営を強みに事業規模を拡大。リアルで培ったプロデュース力に加え、2000年代初期からデジタル分野に取り組み、オフライン、オンラインを問わず、「体験価値※」をコアにしたプランニング力とプロデュース力を駆使し、「魅力的なコンテンツを創る力」と「プラットフォームを活性化する力」を発揮することで、新規顧客の獲得、既存顧客の育成・活性化につなげることに成功してきた。

顧客の成長に貢献する『TOW 体験デザインモデル』の開発に取り組み、提供価値の拡張とビジネスの成長を実現し、新たな企業像として『体験価値をコアに、成果をデザインするプロダクション』を目指している。

グループは同社の他、イベントの制作・運営・演出及び映像制作、オンライン配信を手掛ける(株)ティー・ツー・クリエイティブ(以下、T2C)の連結子会社1社(21年6月末現在)。

※体験価値:情緒的価値・感性的価値・機能的価値を含めて顧客心理に訴えかける価値



【事業内容】

イベント及びプロモーションの企画から実施まで

イベント及びプロモーションは、主催者や広告主が何らかの目的(対象者に情報を発信したいとの意図)を持った時点で案件が発生する。

同社は、主催者や広告主よりその目的についての説明を受け、分析や調査を経て戦略や企画の作成に入り、その後、幾度かのミーティングを繰り返すことにより、当初の企画から基本計画、実施計画、詳細計画へと段階的に移行し、最終的には手法に応じた成果物となり、各種資料に従って準備を進め、イベント及びプロモーションを実施する。

同社の業務範囲

上述の企画から実施までを受注し、「分析・調査」・「戦略立案・コンセプト策定」・「企画提案」・「実施制作」・「効果検証」並びにそれに付帯する業務を行うが、それぞれの課題に応じて多くの手法がある。

リアルイベント、オンラインイベント、動画制作、SNS キャンペーン、デジタル広告運用、デジタルメディア運用、SNS アカウント運用、デジタルサービス UX 設計、PR、SP 等、それぞれの領域の専門業者を外注先として業務ごとに発注し、プロモーション全体をトータルにプロデュース、ディレクションすることで主催者や広告主の意図することを生活者に伝えることが同社の業務である。

なお、株式会社ティー・ツー・クリエイティブは、このうちイベントの「制作」・「運営」を主として行っている。

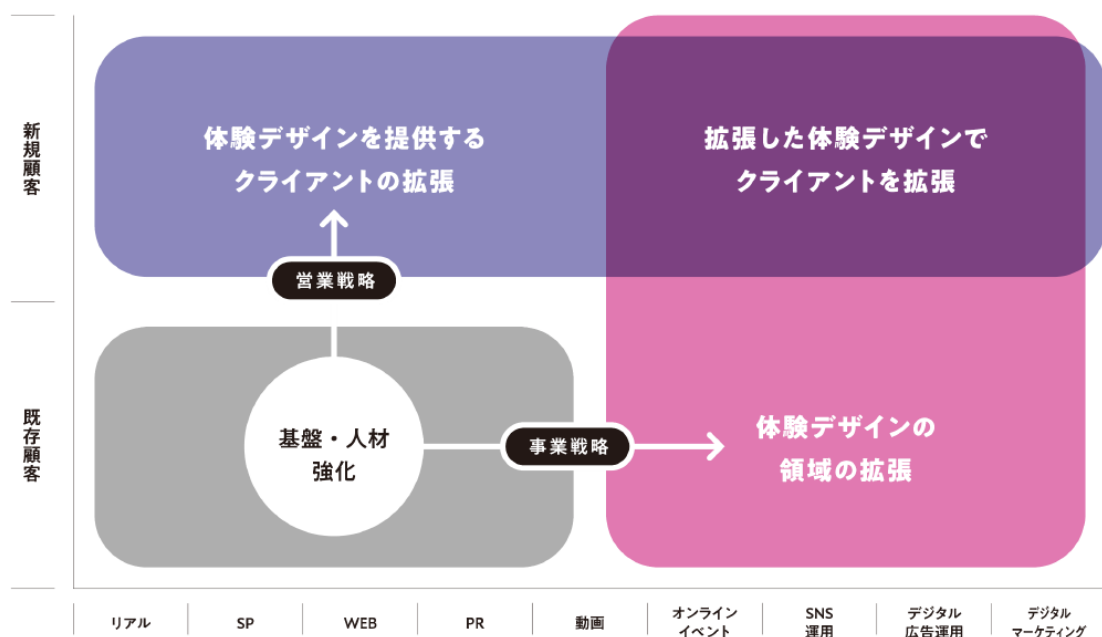
2. 事業成長ビジョン

I. 21/6 期の取り組み

2021年6月期=TOW についての**転換期**

社会・業界の変化がコロナ禍を契機に加速することを見越し
次の時代に相応しい新たな提供価値を確立するための「転換期」と早期に位置付け、
さまざまな改革やソリューション開発に着手。
その先にある成長の方向性を示すべく、本年2月には「TOW 事業成長ビジョン」を策定。
今後の反転攻勢に向けた土台を築いた一年。

◎「2つの拡張」による事業成長の実現



(同社資料より)

体験価値をコアに、成果をデザインするプロダクション

「点×線」の体験デザインで、企業の顧客獲得・顧客育成に貢献する
唯一無二のプロダクションへと成長を目指す。

社会・業界の変化に対応し、オンラインシフトを加速する

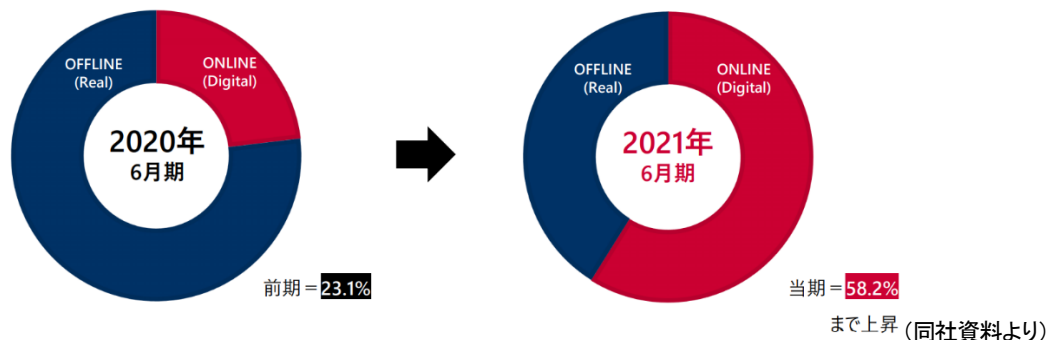
「リアルイベントに強いTOW」から、「リアルにもオンラインにも強いTOW」への変化

「点×線」の体験デザインで、クライアントの成果に貢献する

アライアンスによるシナジーを活かし、体験デザインの領域(提供価値)を拡張

◎オンラインシフトの加速

期初に掲げたオンライン案件の比率(売上総利益ベース)を60%にまで高める目標はおおよそ達成。



オンラインシフトが着実に進み、結果にも結びついてきている。

「点×線」の体験デザインによる業務領域の拡張



(同社資料より)

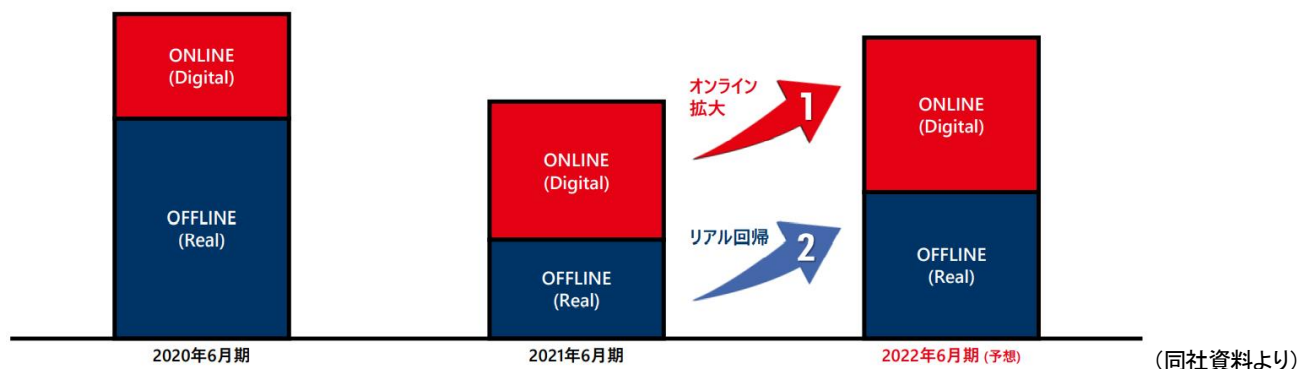
II. 22/6 期アクションプラン

◎社会・業界環境の概観と同社の成長機会

<p>企業の更なる DX 推進とデジタル広告市場の伸長</p> <p>2021 年度も 20%超の伸長を見込む(日経広告研究所)インターネット広告市場の成長と DX による「デジタル体験設計」の需要の高まりを機会と捉え、同社のデジタル成長を加速。</p>	<p>コロナ後を見据えた経済回復と「リアル回帰」への期待</p> <p>国内外の企業・生活者動向に鑑み、“コロナ後”のリアル回帰を期待。直接体験を伴うイベントや実店舗販促、B2Bカンファレンスなど多種多様な「リアル」が活性化することを見込む。</p>
<p>デジタル×リアルの双方で「体験」の活発化・多様化が見込まれる好機</p>	

◎22/6 期方針

1 前期に培ったノウハウを礎にオンラインプロモーションを拡大 × **2** 経済回復・リアル回帰の流れを掴みリアル体験施策の受注を再拡



(同社資料より)

「**二本柱の成長**」を通じ、領域拡大と業績回復を目指す

◎22/6 期アクション(①領域拡張に向けた機能別組織の新設)

IP室「ソーシャルメディアグループ」

SNSアカウント運用

プラットフォーム開発

SNS広告

SNS×オンラインイベント

SNS×動画

SNSキャンペーン

SNSを活用した施策に実績を持つメンバーで構成。
インスタライブやTwitterキャンペーンなど、
活性化するSNS活用型プロモーションにおける
最適な体験設計や、成果を踏まえた運用に対応。

顧客体験マーケティング室

Research
データ分析・調査設計

Strategic Planning
戦略立案

KPI Design
施策の成果目標設計

Analysis / PDCA
体験価値の測定・分析

Digital Marketing
デジタルマーケティング運用

R&D
自社ツール/ネットワーク開発

「体験価値をコアに成果をデザインする」専門部署を新設。
戦略プランナー、データサイエンティスト、デジタルプロデューサー、
プランナーなど多様な職種の人材による複合チーム。
戦略立案・効果測定・PDCA運用を一気通貫で担う。

(同社資料より)

◎22/6 期アクション(②自社オリジナルソリューションの開発)

プロモーションDXパッケージ

プロモーション
PROMOTION DX

トライアル DX
店舗・イベントで実施していた「トライアル体験」をオンライン上で実施

店舗 DX
商品を見ながら接客を受けられる機能をオンライン上で実現

商談 DX
営業マンが目の前の顧客・商談状況をデジタル化し、視覚的に把握

顧客接待 DX
店員の接客スキルを定量化し、業種に横くPDCA運用を実現

つながり DX
ファン層との「つながり」を実現できる機能をオンライン上に構築

接客 DX
接客員の接客スキルを定量化し、接客効果を向上

企業が抱える顧客体験のデジタルトランスフォーメーション(DX)を「顧客接点の最前線」で実現するパッケージの提供を開始。

TOWグループ 神谷町スタジオ

神谷町スタジオ
powered by TOW Group

オンラインイベント需要の高まりを受けコンテンツ制作～配信までを完結する環境づくりの一環として、本社内に配信スタジオを新たに開設。

体験デザインエンジン

体験デザインエンジン

施策データアーカイブ [入力欄]
Algorithm 体験価値アルゴリズム
成果デザイン指標 (KPI) シミュレーター [出力欄]

定量的成果データ / 定性データ

当社が手掛ける体験施策の成果をデータとして蓄積し、独自アルゴリズムで分析することで「体験の最適解」を見出す独自ソリューションを開発。

(同社資料より)

3. 2021年6月期決算

(1) 連結業績

	20/6期	構成比	21/6期	構成比	前期比	会社予想 (21/6/24)	予想比
売上高	19,325	100.0%	12,209	100.0%	-36.8%	12,069	+1.2%
売上総利益	3,239	16.8%	1,470	12.0%	-54.6%	-	-
販管費	922	4.8%	815	6.7%	-11.7%	-	-
営業利益	2,316	12.0%	655	5.4%	-71.7%	558	+17.5%
経常利益	2,332	12.1%	698	5.7%	-70.0%	600	+16.5%
当期純利益	1,584	8.2%	455	3.7%	-71.2%	387	+17.8%

*単位:百万円。

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 36.8%の減収、同 70.0%の経常減益

売上高は前年同期比 36.8%減の 122 億 9 百万円。前述で掲げた通り、「体験価値」をコアとしたプランニングとプロデュースを駆使して、「魅力的なコンテンツを創る力」と「プラットフォームを活性化する力」を発揮することで、新規顧客の獲得、既存顧客の育成・活性化に貢献する『TOW 体験デザインモデル』を確立する考え。これを通じ、同社グループの提供価値の拡張とビジネスの成長を実現し、新たな企業像として『体験価値をコアに、成果をデザインするプロダクション』を目指す。

官公庁・団体の大型案件の寄与や、各種オンラインプロモーション施策の引き合いが増加したものの、新型コロナウイルス感染拡大に伴う、リアルイベントの縮小の影響は大きかった。

営業利益は前年同期比 71.7%減の 6 億 55 百万円。売上総利益率は前期 16.8%から 12.0%に低下したものの、販管費については、業績に応じて適切にコントロールして前期から減少させた。営業外では助成金収入を計上し、経常利益は同 70.0%減の 6 億 98 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 71.2%減の 4 億 55 百万円となった。

売上高、各利益とも会社の予想を上回った。

配当は会社予想通り 6.80 円の期末配当を実施、年間では 12.90 円。

業種別売上高

	20/6期	構成比	21/6期	構成比	前期比
情報・通信	2,783	14.4%	2,297	18.9%	-17.5%
自動車	3,699	19.2%	1,297	10.6%	-64.9%
食品・飲料・嗜好品	1,199	6.2%	930	7.6%	-22.4%
化粧品・トイレタリー・日用品	1,398	7.3%	855	7.0%	-38.9%
官公庁・団体	6,681	34.7%	4,783	39.3%	-28.4%
金融	683	3.5%	585	4.8%	-14.3%
交通・レジャー	841	4.4%	423	3.5%	-49.7%
精密機器その他製造	667	3.5%	414	3.4%	-37.9%
流通・小売	656	3.4%	259	2.1%	-60.4%
その他	659	3.4%	337	2.8%	-48.9%
合計	19,266	100.0%	12,180	100.0%	-36.8%

*企画売上高を除く

*単位:百万円

- 全ての業種の売上高が前期から減少。情報・通信や飲料等は、オンライン案件が多く、比較的減少幅は小さい。
- 自動車は前年同期に大型案件があったことに加えてイベントが多い特色があることから大幅に減少。
- 官公庁・団体は、20年6月期に行政の大型案件があったため減少。
※ 官公庁・団体に、東京 2020 オリンピック・パラリンピック案件一部を含む。

BRIDGE REPORT



価格帯別案件数

	20/6期	構成比	21/6期	構成比
～1,000万円	954件	75.7%	828件	81.2%
1,000万円～2,000万円	146件	11.6%	108件	10.6%
2,000万円～5,000万円	100件	7.9%	58件	5.7%
5,000万円～1億円	34件	2.7%	15件	1.5%
1億円～	26件	2.1%	11件	1.1%
合計	1,260件	100.0%	1,020件	100.0%
案件単価	15,290千円		11,941千円	

*企画売上高を除く

- 1,000万円未満の価格帯の構成比が増加。
- 大型イベント減少により案件単価は減少。
- オンラインイベントは内製化できる範囲も多く、リアルイベントよりも収益性は高い一方、会場施工や映像・音響等の演出装置が少なくなるため規模・案件単価を押し下げ。
- オンラインプロモーションは長期間かつ複合的な「線」の業務で全体の売上規模が大きいものもあるが、基本的に四半期ごとに案件を分割計上し、分割後の価格を案件単価としているため実態より単価は小さくなる。

(2) 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)

財政状態

	20年6月	21年6月		20年6月	21年6月
現預金	5,055	7,580	仕入債務	3,152	1,346
売上債権	6,020	2,631	短期借入金	840	840
未成業務支出金	186	67	未払法人税等	379	21
未収入金	3,066	925	退職給付負債・役員退職慰労金	432	429
前払費用	51	64	負債	5,937	3,099
流動資産	14,439	11,325	純資産	10,256	10,324
投資その他	1,541	1,840	負債・純資産合計	16,194	13,423
固定資産	1,754	2,098	有利子負債合計	840	840

*単位:百万円。未収入金:ファクタリング方式により譲渡した売上債権の未収額

21/6期末の総資産は、前期末比(以下同)27億70百万円減少し、134億23百万円となった。

流動資産は31億14百万円減の113億25百万円となった。これは主に、現預金が25億24百万円増加したが、未収入金が21億41百万円、受取手形及び売掛金が20億71百万円、電子記録債権が13億18百万円減少したこと等によるもの。

固定資産は3億43百万円増の20億98百万円となった。固定資産のうち有形固定資産は40百万円増の2億29百万円となった。これは主に、レイアウト変更等によるもの。無形固定資産は4百万円増の28百万円となった。これは主に、受注管理システムの改修等によるもの。投資その他の資産は2億98百万円増の18億40百万円となった。これは主に、繰延税金資産が62百万円減少したが、投資有価証券が3億61百万円増加したこと等によるもの。

流動負債は29億60百万円減の25億28百万円となった。これは主に、買掛金が18億10百万円、その他が7億16百万円、未払法人税等が3億58百万円減少したこと等によるもの。

固定負債は1億21百万円増の5億70百万円となった。これは主に、繰延税金負債が1億24百万円増加したこと等によるもの。

純資産は67百万円増の103億24百万円となった。これは主に、利益剰余金が2億円減少したが、その他有価証券評価差額金が2億47百万円増加したこと等によるもの。

自己資本比率は前期末比13.4ポイント増の76.5%となった。

BRIDGE REPORT



キャッシュ・フロー

	20/6 期	21/6 期	前期比	
営業キャッシュ・フロー	1,142	3,388	+2,245	+196.4%
投資キャッシュ・フロー	-110	-206	-95	-
フリー・キャッシュ・フロー	1,032	3,182	+2,149	+208.2%
財務キャッシュ・フロー	-731	-657	+73	-
現金及び現金同等物期末残高	5,055	7,580	+2,524	+49.9%

*単位:百万円

21/6 期末の現金及び現金同等物の残高は前期末比 25 億 24 万円増加し、75 億 80 百万円となった。

営業CFは 33 億 88 百万円の収入(前期は 11 億 42 百万円の収入)となった。これは主に、仕入債務の減少額が 18 億 5 百万円あったが、売上債権の減少額が 33 億 89 百万円、未収入金の減少額が 23 億 96 百万円あったこと等によるもの。

投資CFは 2 億 6 百万円の支出(前期は 1 億 10 百万円の支出)となった。これは主に、有形固定資産の取得による支出が 1 億 91 百万円あったこと等によるもの。

財務CFは 6 億 57 百万円の支出(前期は 7 億 31 百万円の支出)となった。これは主に、配当金の支払額が 6 億 56 百万円あったこと等によるもの。

4. 2022 年 6 月期業績予想

連結業績

	21/6 期 実績	構成比	22/6 期 予想	構成比	前期比
売上高	12,209	100.0%	12,339	100.0%	+1.1%
営業利益	655	5.4%	967	7.8%	+47.6%
経常利益	698	5.7%	1,000	8.1%	+43.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	455	3.7%	622	5.0%	+36.5%

*単位:百万円

22/6 期は 1.1%増収、43.1%経常増益を見込む

22/6 期は、売上高は前期比 1.1%増の 123 億 39 百万円、営業利益は同 47.6%増の 9 億 67 百万円、経常利益は同 43.1%増の 10 億円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 36.5%増の 6 億 22 百万円を見込む。緊急事態宣言の延長や対象地域の拡大等により事業を取り巻く環境が依然不透明で業績予想の算定は困難な状況。しかし、直近の受注状況の進捗は前年同期と比較して回復傾向にあるなどの理由から、現時点で入手可能な情報や予測等に基づき業績予想を算定し公表することとした。今後、状況の変化により、必要な場合にはあらためて業績予想の変更を検討し公表する方針。

前期にあった官公庁・団体の大型案件が無く、コロナウイルスの影響が続くものの、オンライン領域の伸長とリアルイベントの復調を捉えることで、売上高は微増となる見込み。前期の官公庁・団体の大型案件が減少見込みの中で、通常案件を伸ばすことならびに専門性の高い人材の提供価値のマネタイズの推進等で、売上総利益率の向上を見込む。販管費については、新卒採用にも積極的に取り組んでいることや成果データベースである体験デザインエンジンの開発への投資等により増加する見込み。これらにより、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期から増加する見通し。

サマリー

デジタル化の進展とリアル回帰、双方の波を成長機会と捉え
「オンラインプロモーション拡大」と「リアル再拡大」の二本柱の成長へ

「点×線の体験デザイン」を実行し、クライアントの成果に貢献。
機能別組織や自社ソリューション開発などのアクションを通じて成果をデザイン

案件拡大・領域拡張・提供価値のマネタイズを通じて業績回復・拡大へ

BRIDGE REPORT



配当については、前期に引き続き連結配当性向換算で50%を上限とするという方針を一時的に撤廃し、決算発表日の前日(21年8月6日)の終値に株価配当利回り4.5%を乗じて算出された14円が最低配当金となる予定。従って、1株につき中間配当金を7.00円、期末配当金を7.00円、年間で14.00円とする予定。

22/6期の進捗

		21/6期(20/8/5現在)	21/6期(21/7/30現在)	前期差
官公庁・団体 以外の案件	受注残高(A・B・松の合計)	2,449	3,865	1,416
	竹・梅の合計	2,002	1,397	-605
官公庁・団体 案件	受注残高(A・B・松の合計)	4,213	685	-3,528
	竹・梅の合計	90	32	-58
合計	受注残高(A・B・松の合計)	6,663	4,550	-2,113
	竹・梅の合計	2,092	1,429	-663

*単位:百万円

A: イベントの規模(金額)、実施時期等が決定している案件
 B: 受注決定だが、金額・実施時期等に不確定要素のある案件
 松: 同社がほぼ受注する見込みにある案件(80%以上の確度)
 竹: 企画・提案案件のうち、同社が受注する確度の高い案件(50%以上の確度)
 梅: 企画・提案中の案件

- 22/6期は前期にあった官公庁・団体の大型案件がないものの、通常案件の受注残高(※)は前年同期と比較して回復傾向。
- 通常案件において、オンライン案件を更に伸ばすとともに、今後のリアルイベントの復調も捉えていく。
 なお、官公庁・団体に、東京2020オリンピック・パラリンピック案件一部を含む。
 (※) 受注残高: 直近の受注状況の進捗のこと

5. 今後の注目点

新型コロナ感染拡大の影響が大きく、21/6期は大幅減収減益となった。ただし、これだけ大きな影響を受け様々な影響を受けた様々な業態で赤字企業も相次ぐ中、黒字を確保していることをまずは評価したい。これもいち早くオンラインプロモーションに取り組んだ成果の現れといえそう。22/6期はワクチン接種が進行している中、感染の拡大が進みリアルイベントの復調が遅れる可能性はある。ただし、オンラインプロモーションについては、同社は業界で最も先進的な位置付けにあると思われる。いずれにしても最悪期ともいえた前期比では増益を確保しそうだ。

コロナ禍の中、21/6期末のフリーCFは前期比208.2%増の31億82百万円、現金及び現金同等物は49.9%増の75億80百万円、自己資本比率は13.4ポイント増の76.5%と、借入金は少なく元々財務基盤は良好であったが、より強固なものとしている。新型コロナの影響で中小企業等では財務基盤が揺らぐ企業も続出すると推測されるが、業界大手で黒字かつ財務基盤のしっかりした同社は顧客からの信頼も得てシェアを高める好機となる可能性も指摘できる。

<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	監査等委員会設置会社
取締役	10名、うち社外4名

◎コーポレート・ガバナンス報告書 更新日: 2021年5月14日

基本的な考え方

同社では、コーポレート・ガバナンスの意味を「企業価値の継続的な向上を目指して、経営層による適正かつ効率的な意思決定と業務執行、並びにステークホルダーに対する迅速な結果報告、及び健全かつ公正で透明性の高い経営を実現する仕組みの構築・運用」と考えている。

株主をはじめ、顧客、従業員その他のステークホルダーに対する責任を果たすとともに、当社の継続的成長と中長期的な企業価値の向上を図ることを目的として、以下の基本方針に則って、実効性あるコーポレート・ガバナンスを実現していく。

1. 株主の権利を尊重し、平等性を確保する。
2. 株主を含むステークホルダーの利益を考慮し、適切に協働する。
3. 会社情報を適切に開示し、透明性を確保する。
4. 取締役会による業務執行に対する監督機能の実効性を向上させる。
5. 中長期的な株主の利益と合致する投資方針を有する株主との間で建設的な対話を行う。

<実施しない主な原則とその理由>

【補充原則 1-2-4 議決権行使プラットフォーム利用、招集通知の英訳】

議決権電子行使プラットフォームの利用や招集通知の英訳については、同社の株主における機関投資家や海外投資家の比率などの動向を踏まえ、導入を検討していく。

【補充原則 3-1-2 英語での情報開示・提供】

同社は英語版の事業報告書を作成するとともに、半年ごとに英語版のアナリストレポートを同社ホームページ等で開示しているが、今後は、同社の株主における機関投資家や海外投資家の比率などの動向を踏まえ、決算説明会資料、招集通知記載内容等についても英語での情報提供を検討していく。

【補充原則 4-1-2 中期経営計画に対するコミットメント】【原則 5-2 経営戦略や経営計画の策定・公表】

同社は、単年度の業績目標の達成を最重要課題としており、中期経営計画の策定は凍結している。持続的な成長を実現していくためにも、中期的な視点に立った経営ビジョンの策定や戦略立案が重要であると考えており、業界環境の動向、施策の効果検証の確信がもてた段階で公表するとしている。

【補充原則 4-10-1 指名・報酬等に関する独立社外取締役の関与・助言】

取締役等の指名・報酬等に係る取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化するために、指名・報酬等の検討に際しては、独立社外取締役との連携を深める等、より公正で、透明性の高い検討と手続きが実施できることを目指した体制整備の検討を進める。なお、任意の諮問委員会については、必要性に応じ検討していく。

<開示している主な原則>

【原則 1-4 政策保有株式】

同社の純投資目的以外の投資を行う際の基本方針は、投資対象会社との業務提携、情報共有等を通じて当社の統合プロモーション事業におけるシナジー効果が期待されることであり、中長期的な視点で価値向上を図るために、取引先との関係強化の観点等を踏まえ、効果が見込まれると判断した場合に限り、必要最小限の上場株式を保有することとしている。

政策保有株式の議決権の行使については、適切な対応を確保するために、議案毎に、保有先企業の中長期的な企業価値の向上、当社及びグループ会社の中長期的な経済的利益の増大等の観点から総合的に判断するものとし、主要な政策保有株式については、議決権行使の状況を取締役に報告する。

【原則 4-9 独立社外取締役の独立性判断基準及び資質】

社外取締役候補者の選任にあたっては、東京証券取引所が定める独立性基準を満たす者としている。

【補充原則 4-11-1 取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性及び規模に関する考え方】

同社は、定款により、取締役の員数を14名以内と定めており、2020年9月25日現在10名(うち社外取締役4名)で取締役会を構成。取締役会を構成するメンバーについては、経験、知見、能力等における多様性に配慮している。

【原則 5-1 株主との建設的な対話に関する方針】

同社は、株主・投資家との双方向の建設的な対話を促進し、これにより同社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向けた実効的なコーポレート・ガバナンスの実現をはかることを、同社の責任を果たす上での最重要課題の1つと位置付けており、このような考えに基づき、以下のような施策を実施する。

1. 株主との対話に関する担当取締役の指定

経営トップ自らが株主との対話に取り組み、管理本部長がIR実務を統括する。

2. 社内部署の有機的な連携のための方策

IR担当部署でもある総務チームが経理チームと日常的に打ち合わせや意見交換を実施しており、開示資料作成に際しても連携し、経営トップを交えて内容の検討を行っている。

3. 個別面談以外の対話の手段の充実に係る取組み

株主総会を株主との重要な対話の場と位置付け、株主総会において、同社事業に関する十分な情報開示の確保をはじめ、株主の皆様からの信認を得られるような運営につとめる。

また、定期的に決算説明会を開催することにより、株主・投資家の皆様とのより緊密なコミュニケーションの実現につとめる。

4. 株主の意見・懸念のフィードバックのための方策

株主・投資家との対話において把握されたご意見や当社に関する懸念を担当部署において取りまとめ、その重要性や性質に応じ、これを定期的に経営陣幹部や取締役会に報告するための体制を整備する。

5. インサイダー情報の管理に関する方策

株主・投資家の実質的な平等性を確保すべく、公平な情報開示につとめることを基本方針とし、当該方針に基づき、当社に関する重要情報については、適時かつ公平にこれを開示することとし、一部の株主・投資家に対してのみこれを提供することがないよう、その情報管理の徹底につとめる。

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

ブリッジレポート(テー・オー・ダブリュー:4767)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。

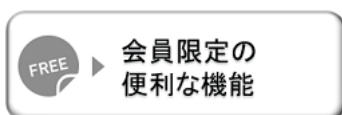
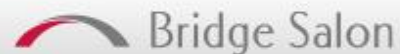


適時開示メール
配信サービス

同社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。

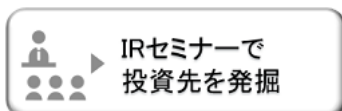
[>> ご登録はこちらから](#)

BRIDGE REPORT



ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)