

BRIDGE REPORT



 村津憲一 代表取締役社長	株式会社 テー・オー・ダブリュー(4767)
	 「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	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		時価総額	ROE(実)	売買単位
311円	44,977,544株		13,988百万円	4.5%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
14.00円	4.5%	13.83円	22.5倍	225.36円	1.4倍

*株価は1/4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。ROEは前期実績。
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
2016年6月(実)	15,230	1,678	1,682	1,083	24.17	11.00
2017年6月(実)	16,251	1,811	1,823	1,206	26.87	13.00
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。2016年3月期より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2022年6月期第1四半期決算と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. 2022年6月期第1四半期決算](#)

[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

- 22/6期1Qは前年同期比38.0%の減収、同91.5%の経常増益。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、東京2020オリンピック・パラリンピック案件も寄与した。しかし、前年に受注した官公庁・団体の大型案件がなかったため、減収となった。利益面では採算性の低い官公庁・団体の大型案件の影響がなかったことに加え、「専門性の高い人材の提供価値のマネタイズ」、「制作管理部門の機能強化による適正収益の確保」、「制作業務の内製化による収益性の向上」を引き続き推進したことにより大幅増益となった。売上総利益率は前年同期 8.1%から 18.1%に上昇、販管費が減少したことにより、営業利益率は前年同期 3.6%から 11.0%に大きく改善した。
- 通期予想に修正はなく、22/6期は 1.1%増収、43.1%の経常増益を見込む。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、微増収となる見込み。前期の官公庁・団体の大型案件が減少見込みの中、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。
- 1Qは前年同期の大型案件の反動で減収となったが、その案件の採算性が低かったことにより各段階利益は大幅増益となった。コロナ禍前20/6期1Qとの比較では17.8%減収、37.0%減益だが、その前の年19/6期1Qとの比較では5.4%増収、15.9%増益と相当の水準には戻っているといえそうだ。1Qを終えた10/1には各地で緊急事態宣言が解除となり、新型コロナウイルスの新規感染者や重症者は大幅に減少している。リアルイベントが本格的に動き始めることを考慮すると22/6期通期予想はかなり保守的なものといえるだろう。まずは北京2022冬季オリンピックに関連した動向に注目したい。

1. 会社概要

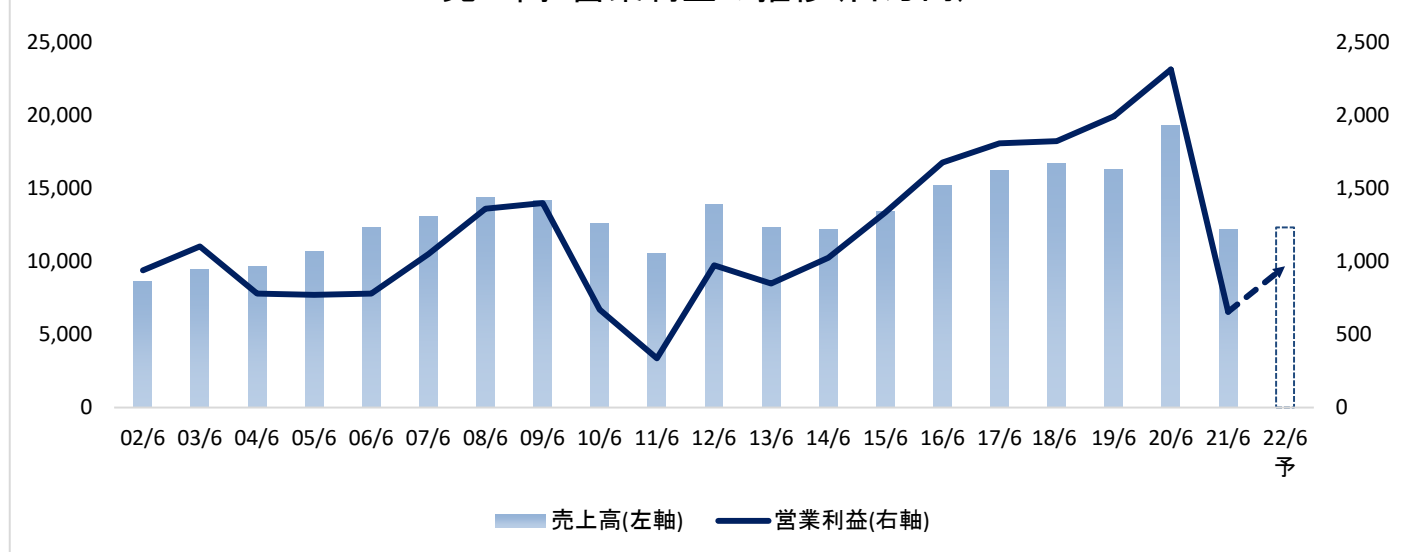
広告業界のイベント・プロモーション分野で独立系 No.1、上場市場は東証一部。記者発表会、PR イベント、展示会、文化・スポーツイベントの、企画・制作・運営を強みに事業規模を拡大。リアルで培ったプロデュース力に加え、2000年代初期からデジタル分野に取り組み、オフライン、オンラインを問わず、「体験価値※」をコアにしたプランニング力とプロデュース力を駆使し、「魅力的なコンテンツを創る力」と「プラットフォームを活性化する力」を発揮することで、新規顧客の獲得、既存顧客の育成・活性化につなげることに成功してきた。

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9月末現在)。

尚、「インタラクティブ・プロモーション(IP)」とは、デジタル技術とアイデアで感動体験を創りだし、その体験を情報拡散・共感させるプロモーションである。

売上高・営業利益の推移(百万円)



【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。

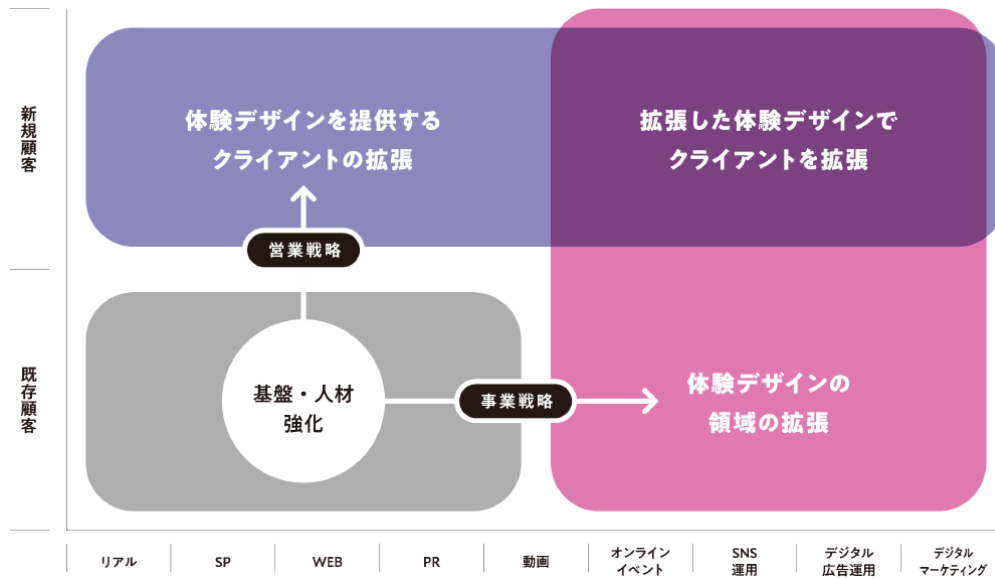
2. 事業成長ビジョン

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

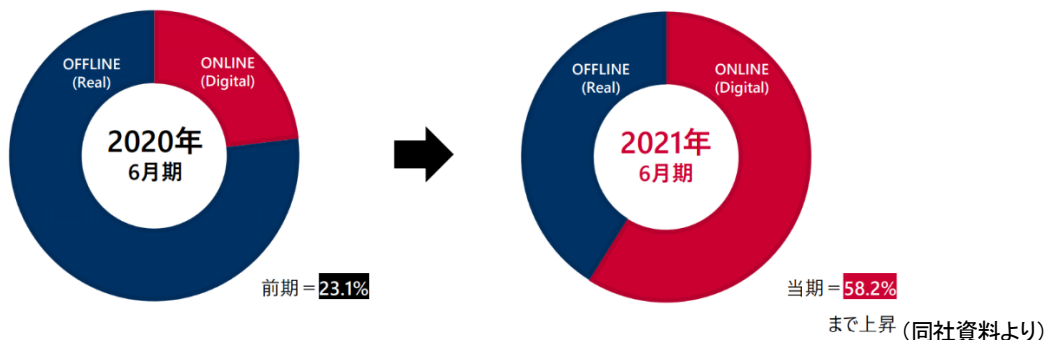
「リアルイベントに強いTOW」から、「リアルにもオンラインにも強いTOW」への変化

「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)

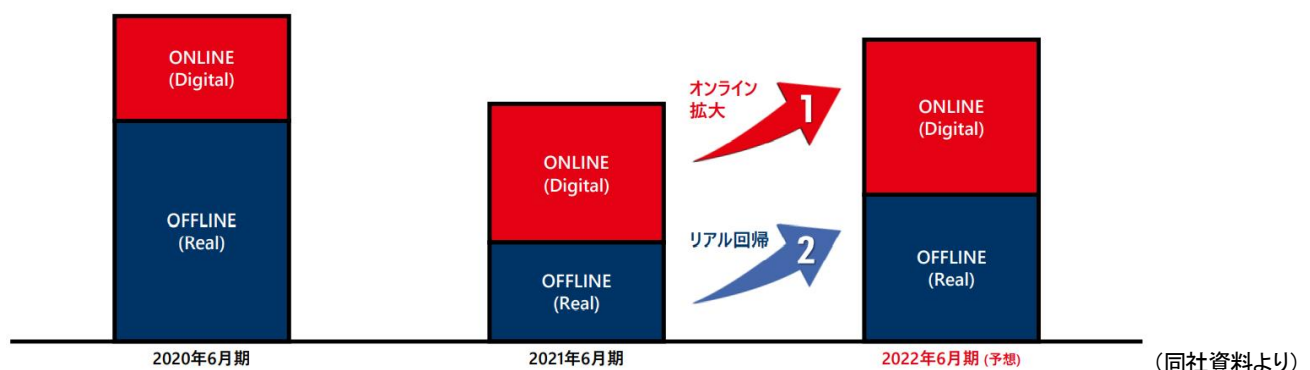
II. 22/6 期アクションプラン

◎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



「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)

<h3>IP室「ソーシャルメディアグループ」</h3> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>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。</p>	<h3>顧客体験マーケティング室</h3> <table border="1"> <tr> <td>Research データ分析・調査設計</td> <td>Strategic Planning 戦略立案</td> </tr> <tr> <td>KPI Design 施策の成果目標設計</td> <td>Analysis / PDCA 体験価値の測定・分析</td> </tr> <tr> <td>Digital Marketing デジタルマーケティング運用</td> <td>R&D 自社ツール/ネットワーク開発</td> </tr> </table> <p>「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。</p>	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
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						

(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)

<h3>プロモーションDXパッケージ</h3> <p>プロモーション PROMOTION DX</p> <table border="1"> <tr> <td>トライアル DX 試着・イベントで体験していた「トライアル体験」をオンライン上で実現</td> <td>店舗 DX 商品販売から接客も受け手帳もオンライン上で実現</td> <td>商談 DX 営業マンの目の中 接客・商談履歴をデジタル化した視覚化</td> </tr> <tr> <td>顧客接待 DX 来店したお客様を認識し、店員にPDCA運用を実現</td> <td>つながり DX ファン層の「つながり」を繋ぎ得る接客をオンライン上に演出</td> <td>接客 DX 接客員の接客スキルを向上し、接客体験を向上</td> </tr> </table> <p>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。</p>	トライアル DX 試着・イベントで体験していた「トライアル体験」をオンライン上で実現	店舗 DX 商品販売から接客も受け手帳もオンライン上で実現	商談 DX 営業マンの目の中 接客・商談履歴をデジタル化した視覚化	顧客接待 DX 来店したお客様を認識し、店員にPDCA運用を実現	つながり DX ファン層の「つながり」を繋ぎ得る接客をオンライン上に演出	接客 DX 接客員の接客スキルを向上し、接客体験を向上	<h3>TOWグループ 神谷町スタジオ</h3> <p>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。</p>	<h3>体験デザインエンジン</h3> <p>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。</p>
トライアル DX 試着・イベントで体験していた「トライアル体験」をオンライン上で実現	店舗 DX 商品販売から接客も受け手帳もオンライン上で実現	商談 DX 営業マンの目の中 接客・商談履歴をデジタル化した視覚化						
顧客接待 DX 来店したお客様を認識し、店員にPDCA運用を実現	つながり DX ファン層の「つながり」を繋ぎ得る接客をオンライン上に演出	接客 DX 接客員の接客スキルを向上し、接客体験を向上						

(同社資料より)

3. 2022年6月期第1四半期決算

(1) 連結業績

	21/6期 1Q	構成比	22/6期 1Q	構成比	前年同期比
売上高	4,991	100.0%	3,096	100.0%	-38.0%
売上総利益	404	8.1%	561	18.1%	+38.8%
販管費	227	4.5%	220	7.1%	-2.7%
営業利益	177	3.6%	340	11.0%	+91.9%
経常利益	188	3.8%	361	11.7%	+91.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	112	2.2%	232	7.5%	+107.0%

*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 38.0%の減収、同 91.5%の経常増益

売上高は前年同期比 38.0%減の 30 億 96 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。

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、東京 2020 オリンピック・パラリンピック案件も寄与した。しかし、前年に受注した官公庁・団体の大型案件がなかったため、減収となった。

営業利益は前年同期比 91.9%増の 3 億 40 百万円。採算性が低い官公庁・団体の大型案件の影響がなかったことに加え、「専門性の高い人材の提供価値のマネタイズ」、「制作管理部門の機能強化による適正収益の確保」、「制作業務の内製化による収益性の向上」を引き続き推進したことにより大幅増益となった。売上総利益率は前年同期 8.1%から 18.1%に上昇、販管費は減少したことにより、営業利益率が前年同期 3.6%から 11.0%に大きく改善した。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。営業外では受入配当金が増加、経常利益は同 91.5%増の 3 億 61 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同 107.0%増の 2 億 32 百万円となった。

(2) 財政状態

財政状態

	21年6月	21年9月		21年6月	21年9月
現預金	7,580	7,047	仕入債務	1,346	1,592
売上債権	2,631	2,785	短期借入金	840	840
未成業務支出金	67	180	未払法人税等	21	135
未収入金	925	1,590	退職給付負債・役員退職慰労金	429	433
前払費用	64	72	負債	3,099	3,543
流動資産	11,325	11,727	純資産	10,324	10,191
投資その他	1,840	1,759	負債・純資産合計	13,423	13,734
固定資産	2,098	2,007	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

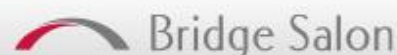
22/6期 1Q 末の総資産は、前期末比(以下同)3 億 11 百万円増加し、137 億 34 百万円となった。

流動資産は、4 億 2 百万円増の 117 億 27 百万円、現預金が 5 億 32 百万円減少したものの、未収入金が 6 億 64 百万円、受取手形、売掛金及び契約資産(売上債権の一部)が 2 億 12 百万円、未成業務支出金が 1 億 13 百万円増加したこと等によるもの。

固定資産は、90 百万円減の 20 億 7 百万円。固定資産のうち有形固定資産は、9 百万円減の 2 億 20 百万円、主に減価償却等によるもの。無形固定資産は、ほぼ同額の 27 百万円となった。投資その他の資産は、80 百万円減の 17 億 59 百万円、繰延税金資産が 6 百万円増加したが、投資有価証券が 86 百万円減少したこと等によるもの。

流動負債は、4 億 64 百万円増の 29 億 92 百万円となった。これは主に、買掛金(仕入債務の一部)が 2 億 30 百万円、未払法

BRIDGE REPORT



人税等が1億14百万円、賞与引当金が55百万円増加したこと等によるもの。

固定負債は、20百万円減の5億50百万円、主に繰延税金負債が23百万円減少したこと等によるもの。

純資産は、1億32百万円減の101億91百万円、利益剰余金が73百万円、その他有価証券評価差額金が60百万円減少したこと等によるもの。

自己資本比率は前期末比2.7ポイント減の73.8%となった。

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

通期予想に修正はなく、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。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、親会社に帰属する当期純利益は、前年同期から増加する見通し。

配当予想も修正なし。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。

上期予想は以下の通り

上期連結業績

	21/6期 上期実績	構成比	22/6期 上期予想	構成比	前年同期比
売上高	7,920	100.0%	6,570	100.0%	-17.0%
営業利益	423	5.4%	592	9.0%	+39.8%
経常利益	447	5.6%	611	9.3%	+36.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	301	3.8%	387	5.9%	+28.4%

*単位:百万円。

期初における戦略サマリー

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

尚、22年1月1日付で現代表取締役副社長兼 COO である村津憲一氏が代表取締役社長に就任した。
秋本社長兼 CEO は取締役副会長に就任。

5. 今後の注目点

1Q は前年同期の大型案件の反動で減収となったが、その案件の採算性が低かったことにより各段階利益は大幅増益となった。コロナ禍前 20/6 期 1Q との比較では 17.8%減収、37.0%減益だが、その前の年 19/6 期 1Q との比較では 5.4%増収、15.9%増益と相当の水準には戻っているといえそうだ。1Q を終えた 10/1 には各地で緊急事態宣言が解除となり、新型コロナの新規感染者や重症者は大幅に減少している。リアルイベントが本格的に動き始めることを考慮すると 22/6 期通期予想はかなり保守的なものといえるだろう。繁忙期にあたる秋のイベントは本格再開には至らなかったようだが、まずは北京 2022 冬季オリンピックに関連した動向に注目したい。オンラインプロモーションについても、同社は業界で最も先進的な位置付けにあると思われる。財務基盤は良好であり、業界大手の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(独立社外取締役3名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書 更新日: 2021年12月22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 2-4-1 中核人材の登用等における多様性の確保】

同社は、多様性を確保するため、中途採用者等を積極的に中核人材として登用している。また、女性社員の管理職への登用に関しては、2021年6月末現在で12名、全管理職の13.6%。多様性の確保についての方針、目標、環境整備については、今後検討を進めていく。

【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 3-1-3 サステナビリティについての取組み】

【補充原則 4-2-2 サステナビリティを巡る取組みに関する方針の策定】

同社のサステナビリティに関する方針、取組みについて、気候変動に係るリスク及び収益機会が自社の事業活動や収益等に与える影響の開示については、会社の適正規模を踏まえ業界動向に鑑み、TCFD またはそれと同等の枠組みに基づき実施できるよう、取締役会を中心として必要に応じて今後の検討を進めていく。

【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、また事業環境の不連続性から中期経営計画の策定は現在凍結しているが、2021年6月期 第2四半期決算説明会において事業成長ビジョンを策定、公表している。なお、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中期経営計画を公表する。

【原則 4-8 独立社外取締役の有効な活用】

同社の取締役の構成は、2021年定時株主総会終了時点で、取締役10名(監査等委員である取締役3名を含む)のうち、3名の独立社外取締役を含む社外取締役4名で監督する体制となっている。独立社外取締役を含む取締役を選任するにあたっては取締役会が全体として保有する、企業経営、財務会計、法務・リスク管理、業界の知見等の知識のバランスを考慮し取締役の構成を検討していく。

【補充原則 4-10-1 任意の諮問委員会設置による独立社外取締役の適切な関与・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。

【原則 4-11 取締役会・監査役会の実効性確保のための前提条件】

同社では、取締役は、経営・リスク管理・営業・デジタル等の各分野において専門的知識と豊富な経験を有した者で構成されており、取締役会としての役割・責務を実効的に果たすための適正規模で構成していると認識している。また、同社の監査等委員は財務・会計、法務に関する豊富な経験と高い知見を有している。ジェンダーや国際性の面を含む多様性については、適正規模を考慮した上で構成されるよう努めていく。

<開示している主な原則>**【補充原則 1-2-4 議決権の電子行使対応等】**

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、第 46 期定時株主総会に向けて、電子投票制度および議決権電子行使プラットフォームの導入を進めていく。

【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 2-3 社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題】

同社の取締役会は、社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題への対応を重要な経営課題であると認識し、環境管理委員会をはじめとする各委員会でこれらの課題に積極的に取り組んでいる。特に環境課題については 2000 年から取り組みを継続しており、同社ホームページにも情報を開示している。

<https://tow.co.jp/iso/>

【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、2021 年 9 月 24 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。スキルマトリックスは、株主総会招集通知にも開示している。

【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関する取組み

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が、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](#)



会員限定の
便利な機能

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](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

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](#)