

第 9 回

IRグッドビジュアル賞 受賞事例



(掲載は証券コード順)

2022年4月
IRグッドビジュアル賞 実行委員会

受賞会社

- 4186 東京応化工業株式会社 初受賞
- 4204 積水化学工業株式会社 初受賞
- 4927 株式会社ポーラ・オルビスHD 2年ぶり4回目
- 6361 株式会社荏原製作所 6年ぶり2回目
- 6857 株式会社アドバンテスト 初受賞
- 7095 株式会社Macbee Planet 初受賞
- 7438 コンドーテック株式会社 初受賞
- 9201 日本航空株式会社 2年連続2回目

以上8社

(証券コード順であり賞の優劣なし。応募社数65社)

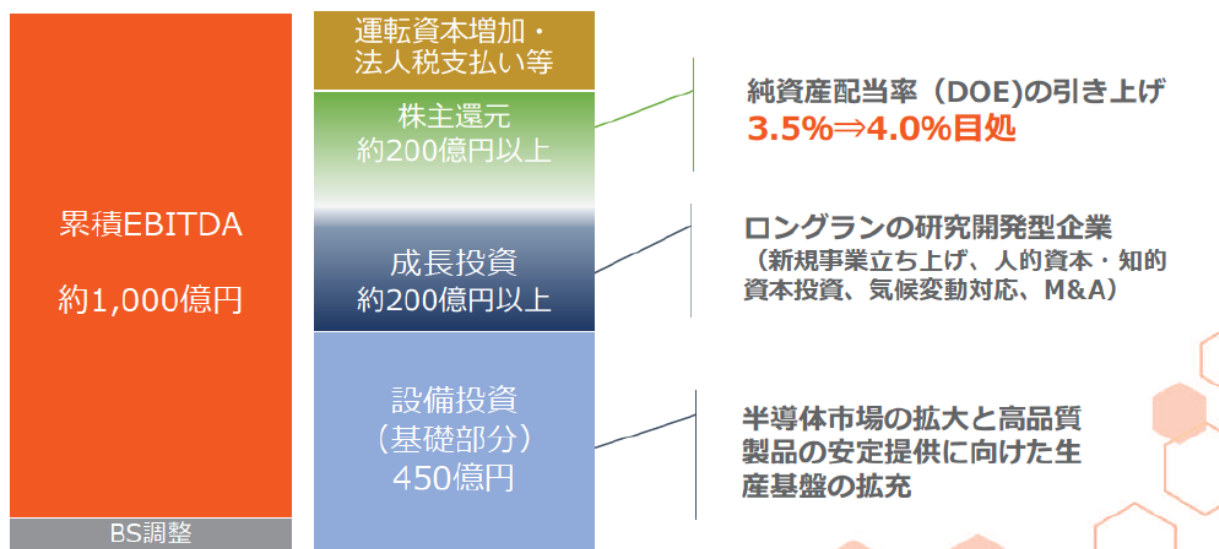


経営基盤強化（BSマネジメント推進）

21

半導体材料の伸長により創出したEBITDAは、
優先的に成長投資に投下した上で株主還元を機動的に配分

3カ年キャッシュ・フロー計画（イメージ）



tok

© 2022 TOKYO OHKA KOGYO CO., LTD.

<審査員コメントより>

- これは今後3カ年の計画としては完成しているスライド。ビジュアル的にもわかりやすい。必要な要素を入れている。
- 今後の3年間のキャッシュの使い道として詳細にDOEまで言及しているのはいい。
- 複数年のCFの計画は良い。多くの会社がこのようなメッセージを出してくれるといいと思う。
- 投資家の関心が高いCFの使途について端的にパワフルに伝えている。グラデーションで曖昧さを表現するトライも良い。
- これまでの実績(前中計等)と比較してbefore、afterを示してくれると変化がわかり、メッセージ性が強くなるのではないかと。



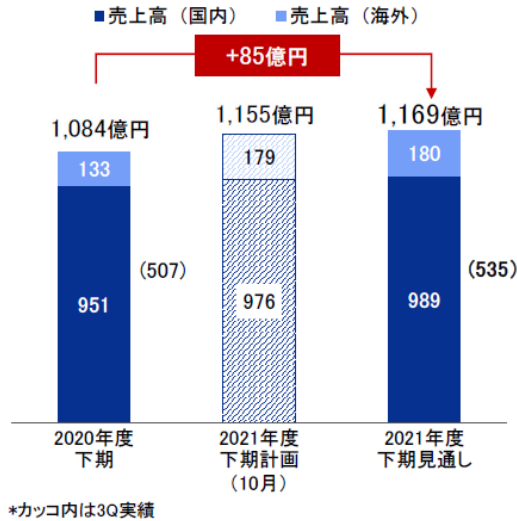
環境・ライフラインカンパニー 下期業績見通し

環境・
ライフライン

■ 一段の原料高騰影響を、「売値改善」「固定費減」でカバーし、計画(10月)通り増益の見通し。
住宅・非住宅市況ともに一定の回復を見込む

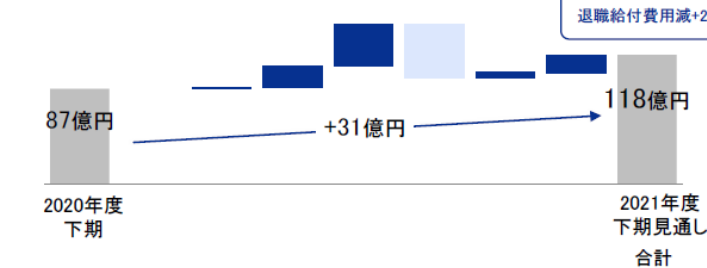
- ・ 国内：売値改善、重点拡大製品拡販に注力
- ・ 海外：COVID-19影響により一部工事物件が遅延も、需要は回復傾向

売上高



営業利益増減要因分析

	連結増減	為替	数量・構成	売値	原料	CR等	固定費	合計
下期計画 (10月)	0	0	+34	+29	▲30	0	▲2	+31
下期増減見通し	0	+1	+20	+38	▲49	+5	+18	+31



3Q増減	0	0	+5	+12	▲19	+1	+1	▲1
4Q増減	0	+1	+15	+26	▲30	+3	+17	+32

<審査員コメントより>

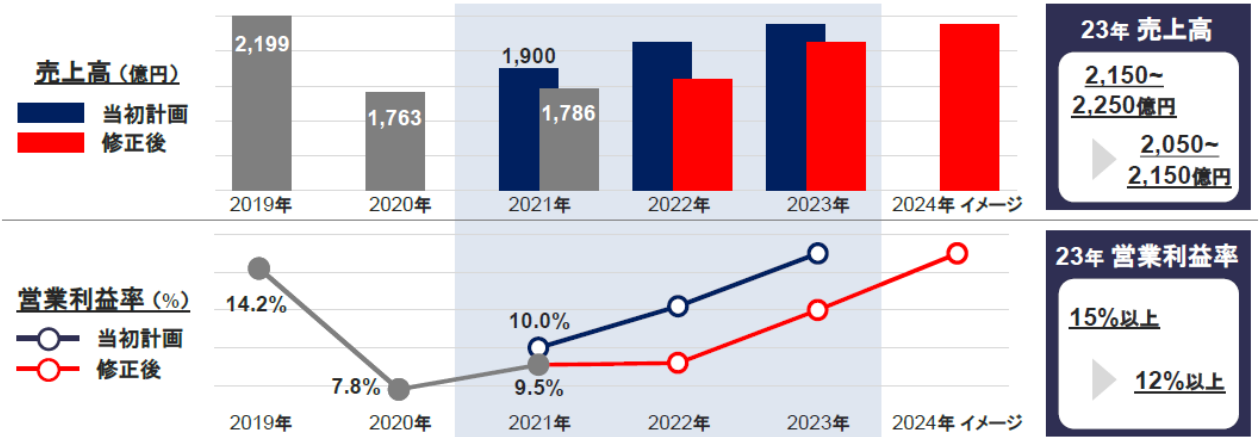
- セルサイドアナリストとの対話のポイントを盛り込んでいる、この一枚で業績コメントが書けてしまう、アナリストには有難い一枚。
- 面白味は無いかもしれないが、万人に伝わり、誰でも効率的に有益な情報が取れていい資料。
- まっとうに普通のことを伝えている資料ではあるが、他社よりも細かいところに気を配ってうまく伝えている。
- 右側のグラフは滝チャートに表を合わせたり、3Qと4Qの違いを見せたりコメントに対応する数値を示したりと工夫を重ねている。
- 右側のグラフは例えば増益分は増益分でまとめるとか、グラフならではのさらに見やすい工夫もありだと思ふ。



2021-2023年 中期経営計画 経営指標について

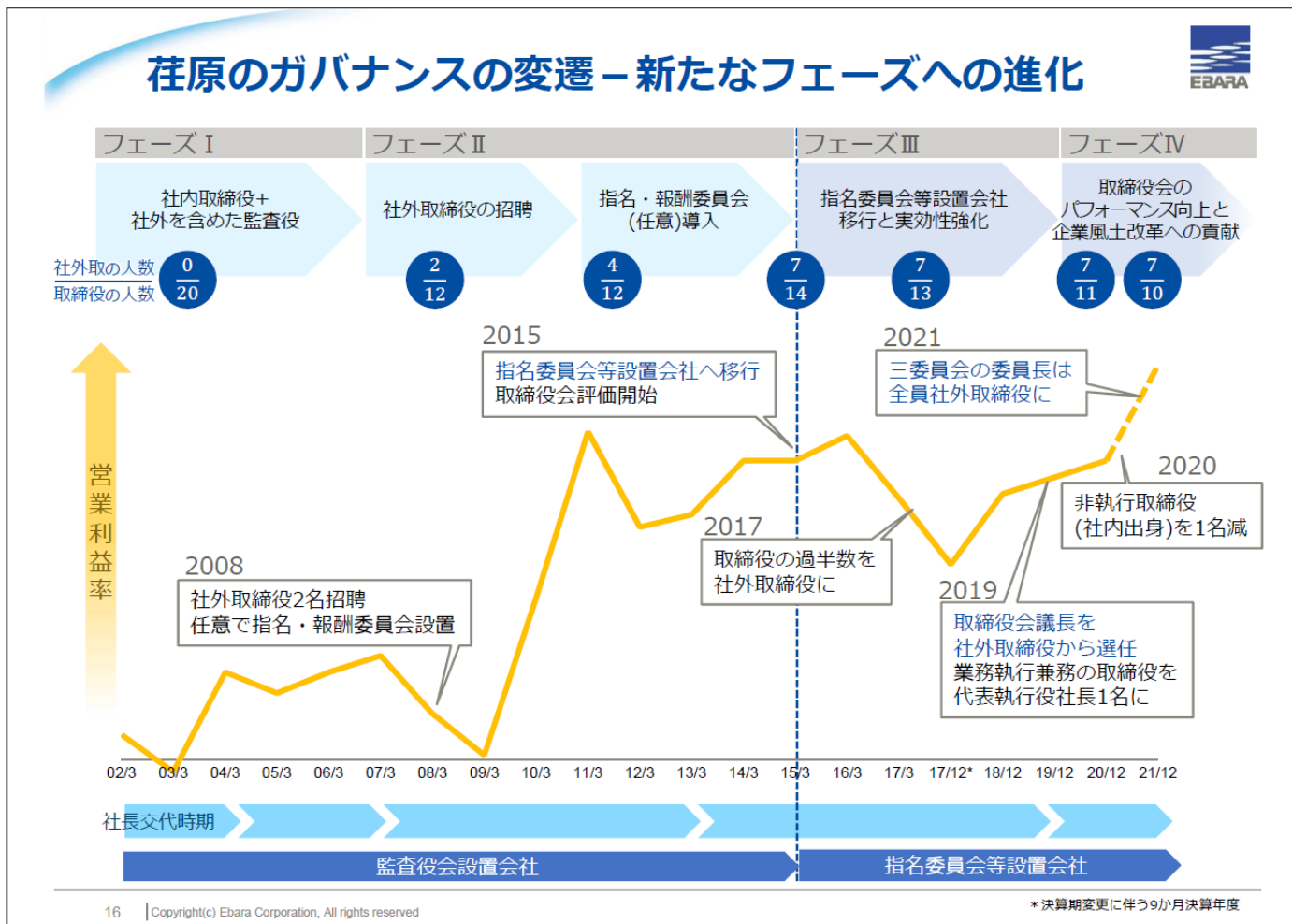
現中期経営計画発表時点の前提条件に変化が生じていることから、現時点における目標値にアップデート（1年程度後ろ倒し）

■ 現中期経営計画発表時点からの前提条件・状況の変化	
■ インバウンド戻り予測の変更	22年：19年比約30% 23年：19年比約60% ▶ 22年：戻りの想定無し 23年
■ グローバルブランディング強化	市場価格適正化に向けてCtoC市場への流通を抑制（韓国免税売上高縮小影響）
■ 国内化粧品事業の進捗状況	中期経営計画初年度は計画を下回り、進捗に遅れ



<審査員コメントより>

- デザインはシンプルで、数字を伴って伝えている。色使いが良い。フォーカスするべきポイントがしっかり立っている。
- 下方修正を素直に伝えていることに好感が持てる。軌道修正のように思える。
- このように伝えられると、下方修正といわず1年ずれただけと、前向きなイメージとしている。上手な見せ方。
- 下方修正でなく、前提条件を見直した結果、目標到達が一年遅れるだけという適時な連絡と捉えることができる。
- この作りは他社の参考になる。計画が達成できなかった時の開示の見本のようなスライド。



<審査員コメントより>

- 昨年と同じテーマだが、審査員のコメントをうまく受け入れてくださり、昨年よりずっと良くなった。
- ESG説明会の資料とのことだが、決算説明会資料にも入れてほしいページ。ガバナンスの改善が収益性の改善に結びついている。
- 投資家としては会社と対話をする際のトピックスとして素晴らしい。いいディスカッションができそう。
- 営業利益率については単年度の数値もいいがそれぞれのフェーズでの平均利益を入れると短期に惑わされず長期の動きがわかる。
- 取締役の人数と社外取締役の人数の比率は大きなポイントだが目立たないので、もっと数字を大きくしてもよい。



資本政策、キャピタル・アロケーション

財務健全性を維持しつつ創出したキャッシュ・フローを成長投資と株主還元に分け、資本効率向上

営業キャッシュ・フロー見通し

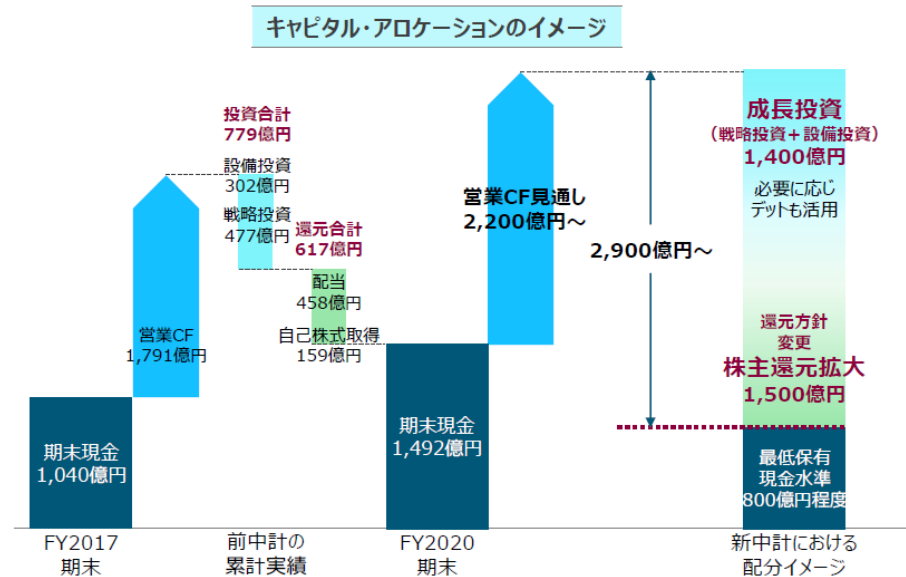
- 今後3年累計で2,200億円以上を見込む
(前中計実績 約1,800億円)

最低保有現金水準

- 平時の事業環境においては800億円程度を想定
- 超過分は、機動的に還元拡大を検討

バランスシートKPI：成長と株主還元の土台

- 財務健全性：株主資本比率50%以上
- 資本効率：ROE 20%以上
- ROICベースの事業・投資管理



<審査員コメントより>

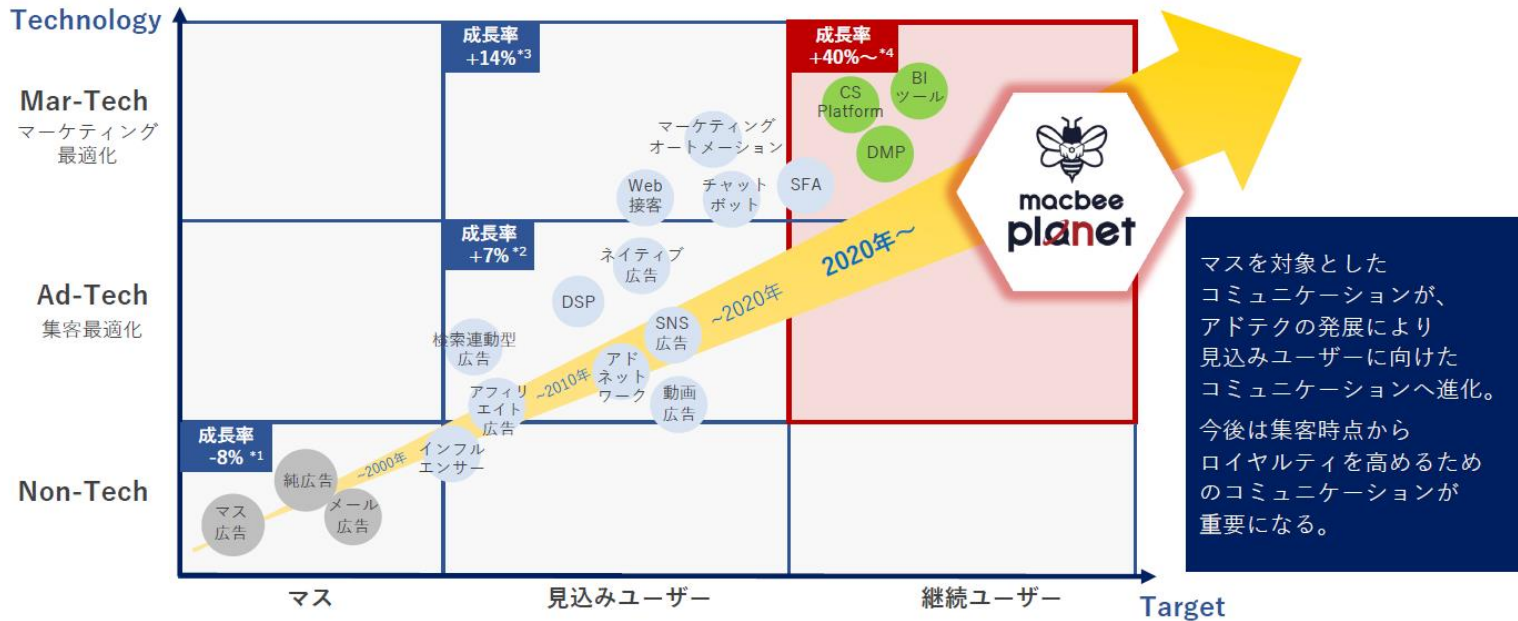
- 左側の文章部分と右側のグラフ部分が、量的にも質的にもバランスが取れている。
- 文章は簡潔でフォント・行間まで考えられていて読みやすい。ただ、B/SのKPI目標数値は直近の数値も出してくれると比較しやすい。
- 一番いいのは、前中計の結果が載っていて、それが新中計ではこのように変わると両方が載っている構成がいい。
- 独自性は少ないが、知りたい情報が詰まっており、これ一枚あれば十分な議論ができる。
- 滝チャートは多くの会社が採用しているが、当社のようにプラスの場合は上向きの矢印のようにするとデザイン的にわかりやすい。



ポジショニング



継続（高LTV）ユーザーを集客・育成することに着目し、データとテクノロジーにより独自のポジションを築き、“高い成長率”を実現。



*1 日本の広告費（電通）の2020年のマスコミ四媒体広告費

*2 ミック経済研究所のマーケティング市場の現状と展望2019年度版<Advertising & Promotion編>

*3 ITRのWeb接客市場規模推移及び予測 矢野経済研究所のDMP/MA市場に関する調査（2020年）

*4 当社 2018年4月期～2021年4月期の売上CAGR

<審査員コメントより>

- 自社のポジショニングがわかるのは大切なこと、それも成長マーケットにいるということがわかる。
- 自分たちは他と違うんだということをしっかりアピールしている。強い思いを感じる。ロゴと社名も効果的に配している。
- 業界分析及び自社のポジショニングを踏まえてどのように成長するのが明確。株価を上げたいという気持ちが伝わってくる。
- 成長率にフォーカスしているが、その成長率の出所をしっかりと明示してマトリックスを作成しており独自性がある。
- LTVが高いということと成長性の関係性をまずコメントし、企業価値に結び付け、マトリックスで証明してみせている。いい構成。



<審査員コメントより>

- 機関投資家向けではないが、個人投資家向け説明会の表紙としてはとてもいい。とつきやすい。元気が出る。
- 個人向けは「わかりやすく」にこだわって「成長」が見えない資料が多いが、これは面白いだけでなくリアルにキッチリと書かれている。
- 表紙はタイトルと社名で終わってしまう会社は多いが、表紙でまず自分たちが言いたいことを言って引き付けることは必要。
- 個人投資家向け資料の表紙であることがポイント。会社側の気持ちが伝わるアプローチ。
- 個人投資家向け資料の作りの手本となる一枚。

黒字化イメージ



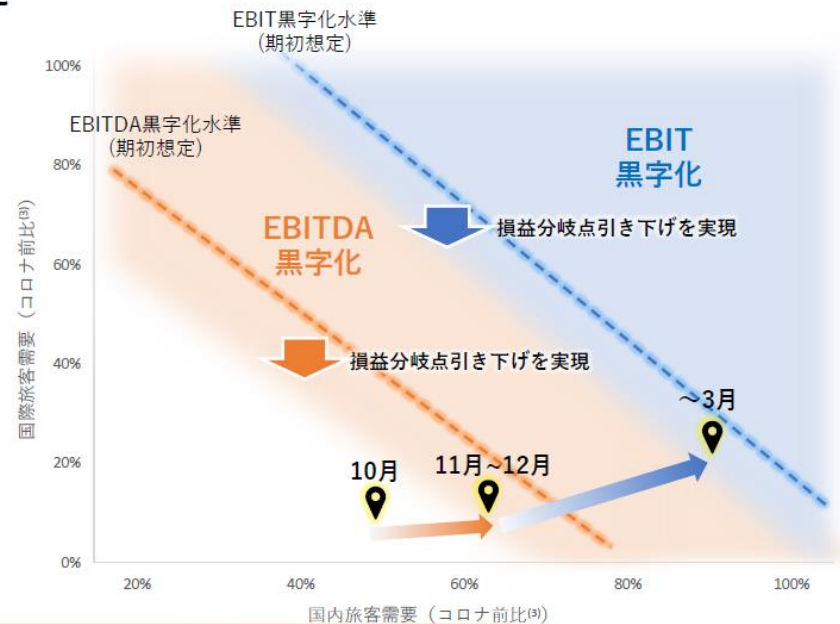
- ✓ EBIT・EBITDA⁽¹⁾の黒字化の目安となる旅客需要のイメージ⁽²⁾を以下の通りに更新
- ✓ 期初想定から、好調な貨物事業・更なる固定費削減により、損益分岐点の引き下げを実現
- ✓ 損益分岐点の引き下げによって第3四半期中に月次EBITDA黒字化、第4四半期中に月次EBIT黒字化が視野に

【黒字化イメージ⁽²⁾】

(1) EBITDA = EBIT + 減価償却費

(2) 当該イメージは旅客需要回復動向が不透明な中、一定の条件の下で試算した参考情報であり、需要水準が右記となった場合でも、旅客需要以外の前提の変動により各範囲に収まらない可能性があります。

(3) 2019年度比。但し、1-3月はFY19Q3決算発表時に開示した業績予想値の前提となる需要予想値



<審査員コメントより>

- とてもいい資料。わかりやすい。2軸で伝えようとしているところがいい。他社もやってほしい。
- 投資家が知りたいがっていることをビジュアルにクリエイティブな図解で説明しようとしている姿勢がいい。
- わかりやすく面白い結果を出している。誰に何を伝える資料なのかを重視した作りになっている。
- 2軸で作る意味のある資料。数字が入っていて、2軸で伝えることのパワーを感じる一枚。
- 単に概念を伝える2軸ではなく、IR資料だからこそ数字も欲しいと思うのだが、縦軸・横軸とも具体的な数字を据えて応えている。