

第 10 回  
IRグッドビジュアル賞  
受賞事例



(掲載は証券コード順)

2023年4月  
IRグッドビジュアル賞 実行委員会

## 受賞会社

- 3176 三洋貿易株式会社 初受賞
- 4428 株式会社シノプス 初受賞
- 4927 株式会社ポーラ・オルビスHD 2年連続5回目受賞
- 5301 東海カーボン株式会社 5年ぶり2回目受賞
- 7012 川崎重工業株式会社 初受賞
- 8111 株式会社ゴールドウイン 初受賞
- 9279 株式会社ギフトホールディングス 初受賞

以上、7社

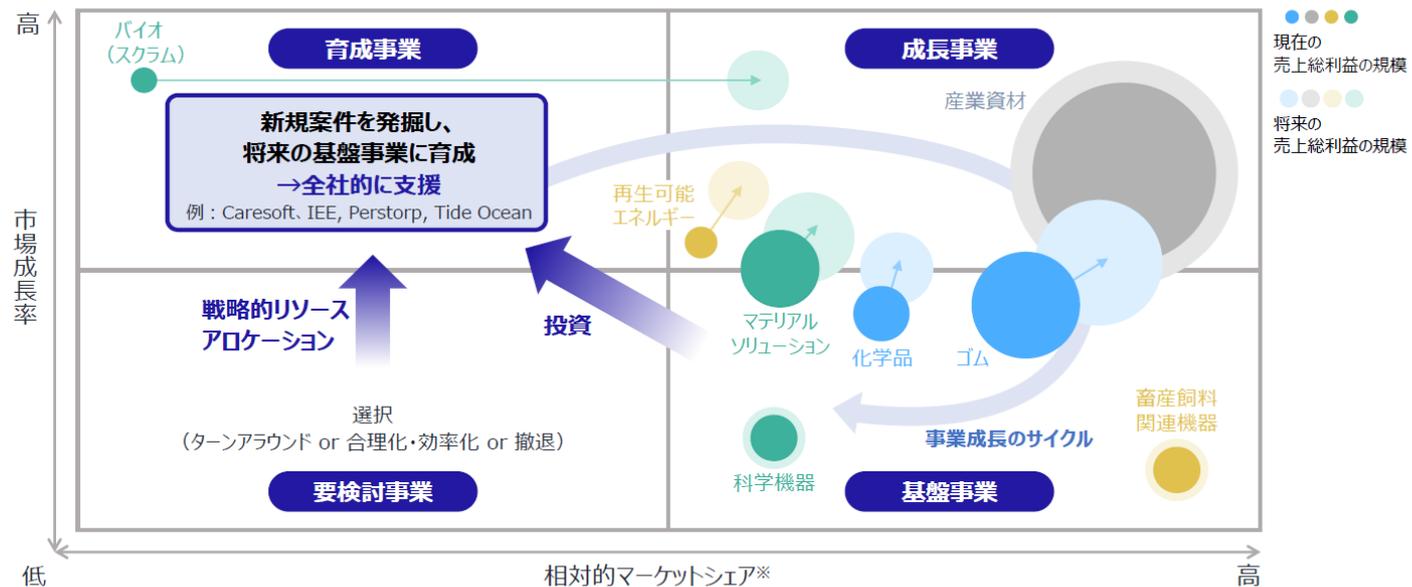
(証券コード順であり賞の優劣なし。応募社数69社)



## 事業PFの最適化によるリソースアロケーションを通じた成長



- 将来の収益の柱として期待される事業の発掘・育成を推進、次期長期経営計画に向けた布石を打つ
- 経営リソース（特にヒト・カネ）を育成事業に傾斜配分し、成長を加速



※ 相対的マーケットシェア：同一マーケットにおけるトップシェア企業に対する自社のシェアの割合

Copyright© 2022 SANYO TRADING CO.,LTD All Rights Reserved.

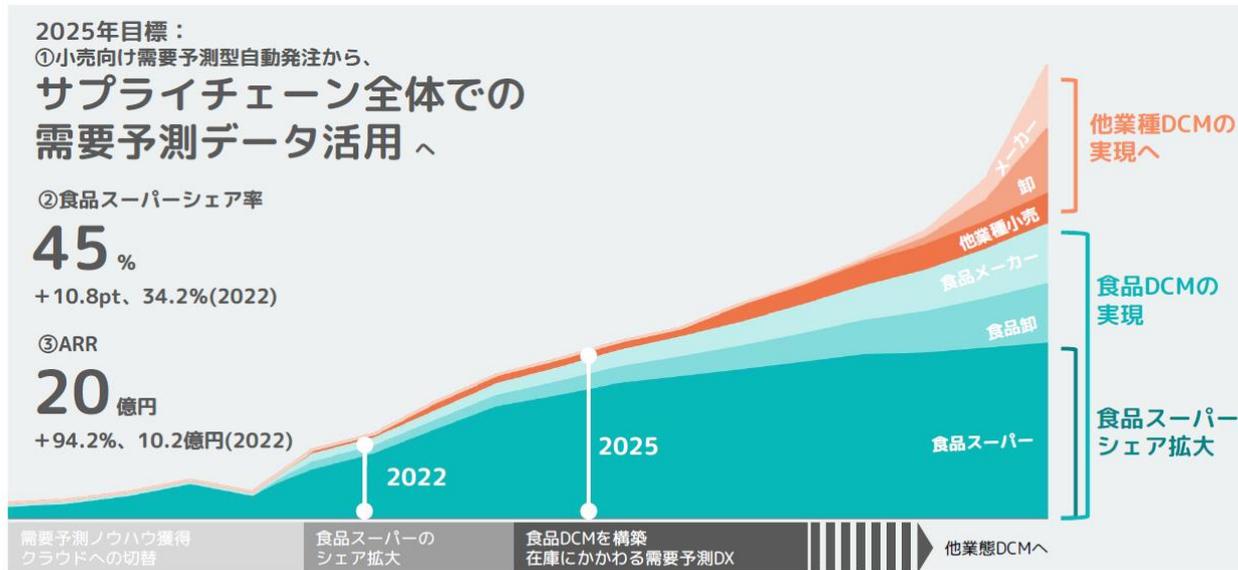
### <審査員コメントより>

- 事業ポートフォリオを理解する上で良い1枚。複数事業を抱えている企業は資料の中に入れてほしい。現在と将来の変化があるのが良い。
- それぞれの事業が向かうべき方向性がわかりやすいです。数字とセットにするとより理解が深まると思いました。
- 現在と将来の姿について部門毎にまとめられ、戦略も上手く図示されていて分かりやすい。数字が無いのは改善の余地がある。
- ポートフォリオマネジメントをする意思・方向性が明確。IR担当者が各事業と協議を重ねた苦労が見える。
- 方針は伝わるので、さらにリソースアロケーションの現状と将来、投資基準等がわかると良いと思います。



## クラウドビジネスがシェア拡大を牽引。食品DCMの実現へ

- ・ 事業目標であるデマンドチェーンマネジメント(DCM)構築に向けて、まずは①食品スーパーのDCMを構築しています。
- ・ DCM構築には、②食品スーパーのシェア拡大が必須であり、③クラウドサービスへの移行がシェア拡大を促進しています。



### <審査員コメントより>

- よく見るスライドの印象だが、長期の成長の道筋を語っている。他の企業も対話のためにこういうスライドは用意したほうがいいと思う。
- 強弱がしっかりとついていてシンプルでもわかりやすいデザイン。多数の色を使わず濃淡で処理する等、洗練されている。
- ありがちな図のようだが、将来に向けた動きをうまくビジュアル化している。現在と今後推進するビジネス等が整理して表現されている。
- ARR20億円は魅力的だが、スーパー向け拡大シナリオのロジックがあればもっと良い。
- ビジュアル的に美しく経営のフェーズも示されているのでメッセージ性が濃い。シェア拡大に伴う付加価値増大を目指すことが伝わる。



# POLA

## ブランド別分析 (1) ポーラ委託販売売上高 増減分析

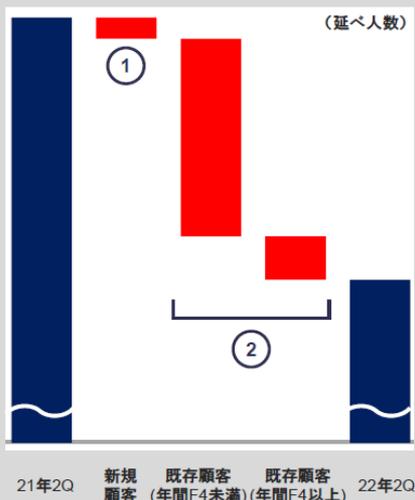
売上高
前年同期比：△13.9%



主なKPI	
購入単価 ↑	顧客数 ↓
前年同期比：+16.2%	前年同期比：△25.1%

- ✓ 既存顧客の購入単価が上昇、LTVの高い顧客基盤を維持
- ✓ 高単価のスキンケア比率増加

### 委託販売チャネル 顧客数の推移

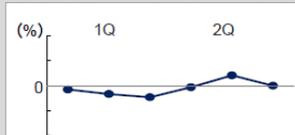


- ① 新規顧客
  - ✓ 獲得数が前年を下回る状況が継続
- ② 既存顧客
  - ✓ リピート率はコロナ禍前と同等水準で推移も、新規獲得減により翌年顧客の積み上がりが減少、購入歴が浅い顧客数減
  - ✓ 年間F4以上のうち購入頻度が高い顧客数は前年超過、高い顧客エンゲージメントは強みとして継続

### <下期の取り組み>

- ✓ 各店舗アカウントによるInstagram、LINEの発信強化、デジタル接点拡大
- ✓ 顧客リスト活用し、顧客属性に応じた商品提案、リアルイベントで来店促進
- ✓ 新商品のB.Aアイゾークリームでの顧客獲得、クロスセル

(参考)トライアルエステの顧客獲得数前年比



顧客数は3月をボトムに徐々に回復傾向

顧客基盤の減少により回復ペースは緩やかなものとなるが、顧客数は上期を底に改善傾向へと転じさせる

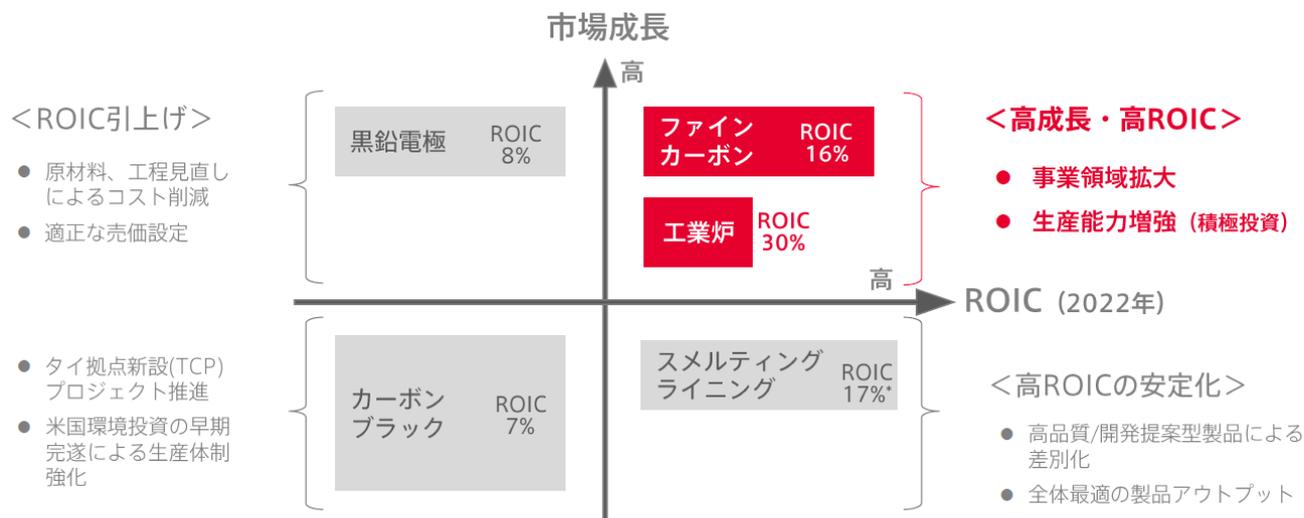
### <審査員コメントより>

- 増減要因の分解がわかりやすい。細かすぎず対話の範囲で適度にまとめられている。
- 顧客減少要因がストーリーでわかりやすい。減少理由をもう少し明確にして、打破できるのかが明確になると取り組みへの期待感が出てさらに良くなる。
- かなりの情報量をポイントを押さえて分かりやすく説明しており納得できる。ビジュアル的にも整理されていて見やすい。
- 自社の課題をしっかり把握している。
- 顧客属性別に状況を示し、それぞれに対する対策を提示していることで、投資家とのコミュニケーションが促進されるように感じた。



## T-2025期間におけるセグメント別ROIC施策の方向性

高成長・高ROICセグメントでの設備増強。黒鉛電極、スマルティング&ライニングは設備投資と収益拡大のバランスを慎重に検討。カーボンブラックは顧客需要に安定的に応えることで収益性向上



\*セグメントの枠サイズはおおよその売上規模をイメージ (2022年実績)

\*スマルティング&ライニング事業のROICは、Tokai COBEXグループの実績にてプロット

### <審査員コメントより>

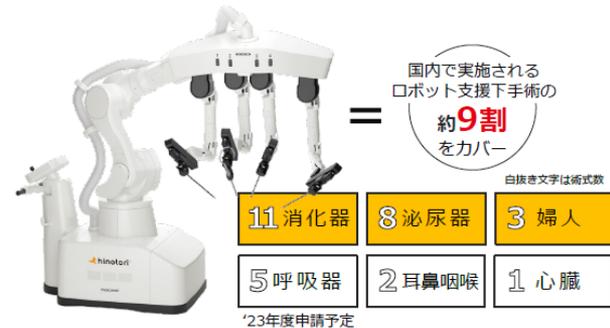
- 良い。ROICだけではなく事業ごとのWACCの数値を示し、カーボンブラックは撤退する事業ではないと言えるようになることさらに良い。
- スペースが確保されていて、シンプルながら目立たせたい箇所が限定されて、見やすく洗練されたデザイン。説明も2軸を使っていてわかりやすい。
- 事業規模、収益性、市場成長率を上手く整理し表現している。図形のサイズで事業の規模を表現している。
- 重要な数値やストーリーが明確。左下の米国の環境投資を赤くしておくこと、ESG投資家へもアピールできる。
- 収益性に配慮した投資方針が伝わる。事業ポートフォリオの区分などを表示したスライドの中では最も良い。



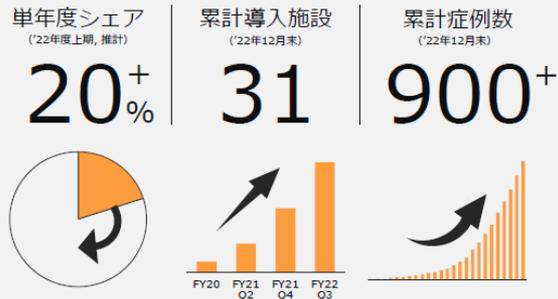
## 4 プロジェクトトピックス

### hinotori™ サージカルロボットシステムの事業進捗と今後の展開【再報】

- 2022年10月 消化器外科および婦人科への適応拡大について承認を取得
- 国内でロボット支援下手術が保険適用されている30術式のうち、22術式について保険下での使用が可能に



### hinotori™の実績



関連リリースのURL  
[https://www.medicaroid.com/release/pdf/20221013-1\\_ja.pdf](https://www.medicaroid.com/release/pdf/20221013-1_ja.pdf)



第9回「ものづくり日本大賞」  
 総理大臣賞 受賞  
<https://www.meti.go.jp/press/2022/01/20220110003/20230110003.html>

### グローバル展開の状況

#### 米国

FDA※1プレサブミッションミーティング(事前相談制度)により薬事申請方針を決定  
 方針に基づいたデータ取得の準備を開始

#### 欧州

MDR(欧州医療機器規則)対応に向け、認証機関との協議開始  
 欧州トレーニング拠点として、ORSIアカデミー※2への設置に向け協議

#### アジア・パシフィック

シンガポールを活動拠点とし、順次拡大  
 2023年度の市場導入に向け、シンガポールの認証機関と協議

※1 アメリカ食品医薬品局 (Food and Drug Administration) の略称  
 ※2 欧州2大ロボット手術トレーニングセンターのうちの1つ

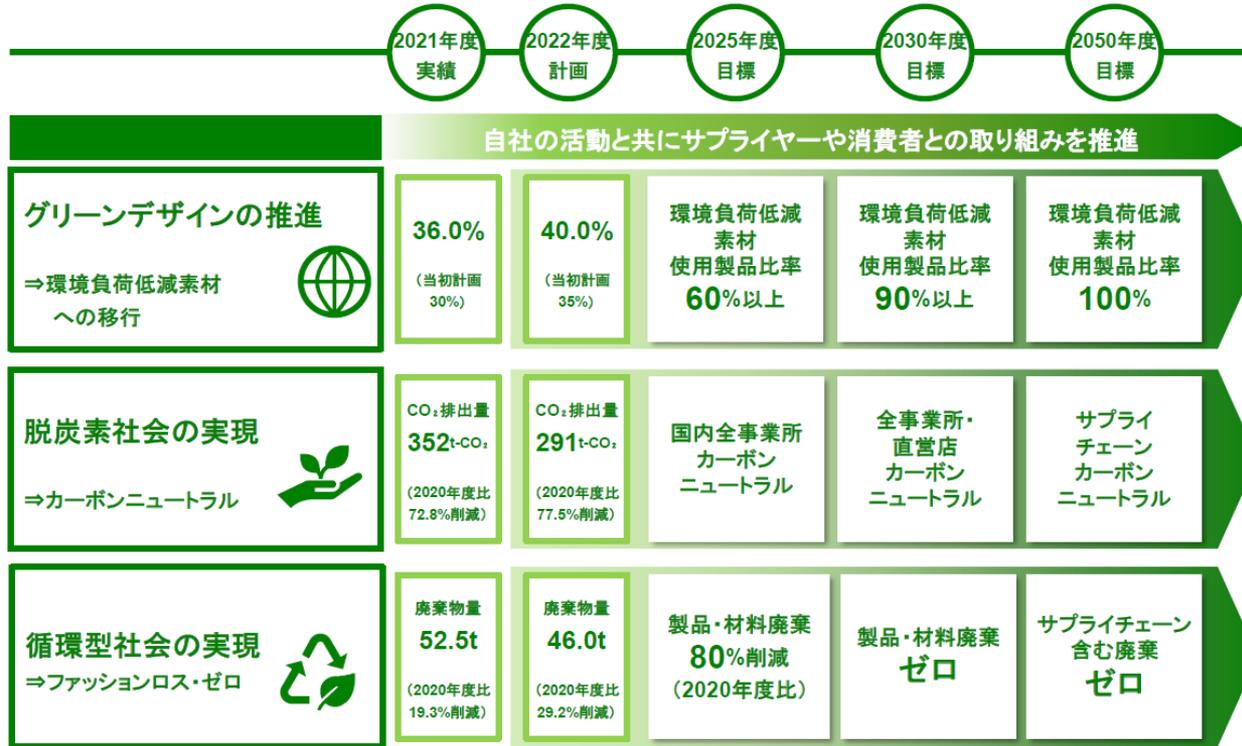
### <審査員コメントより>

- シンプル。数字も含まれていてトレンドもあり、写真があって良いスライド。トピックスは企業価値とのつながりが見えるように。
- 差し色の使い方、レイアウトのバランス、デザインのレベルはとても高いと思います。
- アイコンを上手く使ってキャッチーなイメージを出している。関連リリースのURLを掲載し、興味のある人の誘導を図っていることも良い。
- 本事業が既存事業または業績全体にどう影響を与えるのかが明確になればもっと良い。トピックのうちの一つとなってしまうように。
- デザインが良くて読みたくなるビジュアルと感じた。今後も継続的に進捗を更新していくと思うので、ロードマップのようなものがあると良さそう。



サステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)の取り組み **GOLDWIN**

2050年度の目標達成に向けて着実な前進を遂げるとともに、さらなる挑戦を続ける



Copyright © GOLDWIN INC. All Rights.

＜審査員コメントより＞

- 計画の目標、取組、進捗等が一目でわかる。時間軸が長いのもいい。
- 当初計画があるのでそれを超えてきた実績、より厳しい目標に対応してきたことが理解できる。全体ではなく差し色を緑にするというやり方もある。
- 環境配慮への取組みを上手く説明するスライド。会社がかなり意欲的に取り組んで現実的に実行していくという気持ちが伝わる。
- 右列の最終着地の「100%」「ゼロ」に経営の意思を感じた。当社は時代の最先端の人たちに触れており、彼らの視点が経営に反映されていると思う。
- ESG、サステナビリティをビジネスと合わせたスライドが割と少なかった。当社はその中の一社。もっとあってもいいのでは。

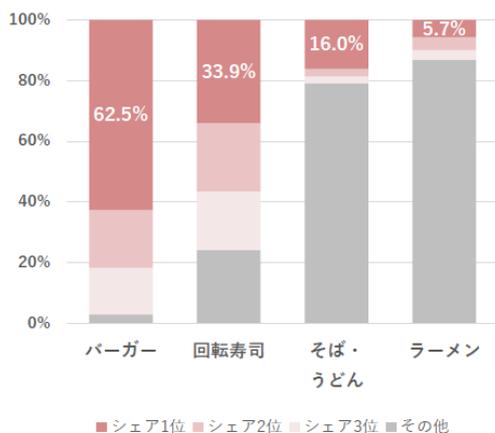


## 主な外食産業と国内ラーメン市場の特徴

大手企業への需要集約が顕著にみられるバーガー、回転寿司、そば・うどんなどの成熟したマーケットと異なり、ラーメン市場は小規模な店が乱立し、シェア拡大のポテンシャルが豊富な発展途上のマーケットといえる。

### 成熟したマーケット

主な外食産業の上位企業シェア割合



出典情報:総務省「経済構造実態調査」をもとに当社で集計

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

### 発展途上マーケット

ラーメン市場の上位企業シェア割合



「個人店の魅力」と「標準化・単純化」

により、シェアを拡大していく

### <審査員コメントより>

- シンプルに力強くポテンシャルを表現している。漠然と感じていたことを数字で表してくれる。ぜひ他の企業もこういうアピールを。
- わかりやすいアプローチ。成長余地や自分たちの狙いどころが明確。自分たちのドメインがわかりやすい。
- IPOから成長させたいということが伝わる資料。左右のグラフで比較する市場が異なることがちょっと気になる。
- 市場の可能性を端的に表現している。カップ麺と競合するのか、コラボするのか等の情報を加えるとストーリーがさらに明確になる。
- 数字やグラフで成長の余地を表している。ただ供給側の理論で語られているので、需要側（客）の視点も加わるとなお良い資料になると思う。