

株式会社ティーガイア 統合報告書

Integrated Report 2023

株式会社ティーガイア

〒150-8575 東京都渋谷区恵比寿4-1-18
恵比寿ネオナート14～18F
URL: <https://www.t-gaia.co.jp/>

Printed in Japan



企業理念

TGビジョン | わたしたちの目指す姿

- 新たなコミュニケーションの提案を通じ、お客様に感動・喜び・安心を提供します。

TGミッション | わたしたちの使命

- 社員とその家族を大切に、働く喜びを実感できる企業であり続けます。
- ビジネスパートナー・地域社会・株主と強い信頼関係を築き、ともに発展し続けます。
- リーディングカンパニーとして、変化を先取りし、新たなビジネスに挑戦し続けます。

TGアクション | わたしたちの行動指針

- 「ありがとう」を超えるサービスを追求します。
- 情熱とスピード感を持ち、積極果敢に挑戦します。
- コミュニケーションを大切に、風通しの良い職場をつくります。
- 多様性を尊重し、最高のチームワークを実現します。
- プロフェッショナルとして日々の自己研鑽に努めます。
- いかなるときも高い倫理観に基づき誠実に行動し、コンプライアンスを徹底します。

企業理念解説

当社の「企業理念」は2014年4月に策定しました。その3年後の2017年度に、「企業理念のエッセンスを変えずに、社員が腹落ちし、社内的により普及しやすい表現に研ぎ澄ます」を目指すプロジェクトを発足。プロジェクトメンバーをはじめ社員一人ひとりがアンケートや職場での討議などで意見を出し合い完成した現在の企業理念は、まさに全社員で議論を重ねてブラッシュアップしたティーガイアの“宝”です。

TGビジョン ～わたしたちの目指す姿～
わたしたちが提案・提供するの、単なるモノにとどまらず、お客様のライフスタイルに合わせた新たな便利さ・楽しさ・豊かさをもたらす、最適なコミュニケーションツールやサービスであり、それらを通して未来をつくっていくことを表現しています。

TGミッション ～わたしたちの使命～
当社の一番の資産である「人財」に対して、社員だけでなくその家族やパートナー、社員を取り巻く環境(＝プライベート)まで大切に、社員が仕事を通じて自己実現や成長を実感できる企業文化をつくります。当社と、当社にとって大切な存在であるすべての関係者が、互いに信頼し合い、Win-Winで持続的に発展することを重視しています。
また、業界No.1として、社会の変化やニーズをいち早く読み取り、自ら時代を切り拓いていくことを表現しています。

TGアクション ～わたしたちの行動指針～
プロフェッショナルとして日々の自己研鑽に努め、今までになかった感動・喜び・安心を感じてもらえるサービスを自ら考え求め続け、それらをお客様へ提供するために熱い想いを持って、失敗を恐れず、諦めず、攻めの姿勢で、機敏に行動し実現します。
また、社員同士の属性にかかわらず互いを尊重し自由に意見を言い合い、高め合える職場を自ら積極的につくりだし、最高のパフォーマンスを発揮することが大切だと考えます。
最後にコンプライアンスについて、ただ法令を守れば良いというものではなく、日々求められる事項が変化しています。仕事やプライベートを問わず、家族や大切な人にも胸をはって説明できるような、良識のある行動が重要であることを表現しています。

プロフィール



ティーガイアは人と技術をコアに新しい時代を支えるための3つの事業（モバイル事業、ソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業）を展開。人と人とのコミュニケーションはもちろん、人と企業、企業と企業まで、グループ企業との連携も強化しながら、新たなソリューションを提案し、豊かな未来のために価値を創造し続ける企業グループへと発展していきます。

社名の由来

社名には、「明日（未来）に向かって誠実に挑戦し、全世界の人々の生命を育む、地球のような雄大な企業を目指す」という意味が込められています。この由来は、当社のキャッチフレーズ「未来を拓く、明日への飛躍」にも反映されています。

TOMORROW + GAIA
「明日」 「ギリシャ神話の大地の女神」を語源とし、「ひとつの巨大な生命体として考えられた地球」を表しています。

CONTENTS

目次

基本情報	37
1 企業理念／プロフィール／目次・編集方針	38
2 ABOUT US	
4 OUR BUSINESS	
6 ティーガイアの歩み	
メッセージ	
8 トップメッセージ	
14 財務担当役員メッセージ	
15 サステナビリティ担当役員メッセージ	
価値創造戦略	
16 価値創造プロセス	
18 マテリアリティ	
21 外部環境認識／リスクと機会	
22 サステナビリティマネジメント	
24 ステークホルダー・エンゲージメント	
事業戦略	
26 全社連携による事業の拡大と成長	
28 中期経営計画	
30 セグメント別報告	

EDITORIAL POLICY

編集方針

すべてのステークホルダーの皆様、当社の中長期的な企業価値向上に向けた取り組みをお伝えすることを目的として、統合報告書を発行しています。
2021年に中期経営計画を掲げ、3年後の今年度を最終年として全体収益を拡大するとともに、モバイル事業の収益を維持しながら、ソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業を伸ばすことで、バランスの良い事業ポートフォリオの構築を目指しています。さらに、既存の3事業に加え、ESG、SDGsに貢献する4本目の柱となる新たな事業創出に向けて、積極果敢に挑戦しています。
当社は「ありたい姿」の実現のため、「人×技術」「サステナビリティ」「未来」をテーマとして中期経営計画を実行し、さらなる成長と企業価値・株主価値の向上を目指しています。
『価値創造戦略』では、6つの資本とアウトカムの関連を明示し、当社グループ独自の強みやビジネスモデルを通じて、社会課題の解決に取り組み、持続的な成長を目指すことを示しました。
『事業戦略』では、中期経営計画を中心として事業全体の計画、各事業セグメント別の取り組みと実績、DX推進の進捗について報告しました。
『事業基盤の強化』では、当社を取り巻く資本への取り組みを示しました。
『コーポレートガバナンス』では、当社の仕組みや体制を、独立社外取締役インタビューによる客観的意見を交えて示しました。

37 子会社情報
38 DXの推進
事業基盤の強化
40 人的資本
42 知的資本
43 社会関係資本・製造資本
46 自然資本
50 財務資本
52 財務ハイライト／非財務ハイライト
54 11か年の財務・非財務サマリー
コーポレートガバナンス
56 コーポレートガバナンス
60 役員一覧
62 独立社外取締役インタビュー
66 Appendix（会社概要ほか）

本報告書には、当社の企業価値向上において特に重要性の高い情報を掲載していますが、より詳細な情報については、当社ウェブサイトをご参照ください。
IR情報
<https://www.t-gaia.co.jp/ir/>
サステナビリティ
<https://www.t-gaia.co.jp/company/csr.html>

参考にしたガイドライン
本報告書の編集にあたっては、IFRS財団の「国際統合報告フレームワーク」を参考にしています。

見通しに関する注意事項
本報告書には、当社の将来の計画や戦略、業績に関する記述が含まれていますが、これらの記述は過去の事実ではなく、当社が現時点で入手可能な情報に基づいた会社の判断によるものです。実際の将来の業績は、経済動向や業界の競争激化、為替レート、税制や諸制度に影響される可能性があります。このような事由により、これらの見通しは潜在的なリスクや不確実性を含んでいることをご承知おきください。

ABOUT US

ティーガイアは、暮らしの様々な場面で、
ICTから農業まで幅広いサービスを提供しています。

● 吹き出しの色は事業セグメントを示しています。

- モバイル事業
- スマートライフ・クオカード事業
- ソリューション事業



スマホアクセサリ卸売り

QUOカードPay (株クオカード)、
デジタルギフト

QUOカード (株クオカード)

PIN・ギフトカード

モバイルバッテリーシェアリングサービス

ヘルプデスク
(PCテクノロジー株)

他にも様々な場所でサービスを提供しています。

〈オフライン〉

- 家電量販店 (携帯電話販売、メーカー販売支援)
- 学校・教育施設 (GIGAスクール構想支援、ICT教育「ICTスクールNEL」)
- 公共施設 (地域のスマホ活用サポート、自治体への通信回線や端末提供)
- 海外決済事業 (T-GAIA Asia Pacific Pte. Ltd.)

〈オンライン〉

- スマホコンテンツ (「みんなの暮らしラボ」)
- eSIM (「VOYAGEESIM」)
- 小学生向けICT教育「ICTスクールNELオンライン」

〈OMO※〉

- スマホアクセサリショップ (「Smart Labo」「UNiCASE」)
- フェムテック (「FEMTECH LAB」)

※Online Merges with Offline

移動携帯ショップ

農産物販売
(株TGファーム)

農園 (株TGファーム)

法人向け中古端末回収「スマート回収」
(PCテクノロジー株)

再生可能エネルギー (株TGパワー)

リモートアクセスソリューション「いえからオフィス」
(インフィニティコミュニケーション株、Relay2, Inc.)

クラウドPBX

法人向け回線一括管理サービス
「movino star」

eスポーツ

ウェアラブルデバイス販売

携帯ショップ運営

スマートオンラインサポート

光回線「TG光」、
ネットワーク構築

スマホアクセサリ販売
(株ユニケース)

法人向けICTソリューション

学校・学習塾向けICT環境構築
(株V-Growth)

ヘルプデスク
(PCテクノロジー株)

OUR BUSINESS

ティーガイアは人と技術をコアに新しい時代を支えるための3つの事業を展開。
人と人とのコミュニケーションはもちろん、人と企業、企業と企業まで、
グループ企業との連携も強化しながら、“想いを届ける”新たなソリューションを提案し、
豊かな未来のために価値を創造し続ける企業グループへと発展していきます。



01 CONSUMER MOBILE BUSINESS モバイル事業

モバイルコミュニケーションの最前線で、
販売を通じて新たな価値を創造する

通信事業者の一次代理店国内最大手として、携帯電話やタブレット、スマートデバイス関連商材およびコンテンツサービスなどを、全国で約1,900店舗の多数の販売チャネルを通じて販売しています。多様な商品やサービスなどの付加価値提案により、お客様のスマートライフをトータルサポートし、より豊かなモバイルコミュニケーション・ライフの実現を目指します。

携帯電話等販売シェア
((株)MM総研調べ)

グループ販売拠点数
(アクセサリショップ含む)

携帯電話等回線契約数
(通信事業者のサブブランド、MVNO等含む)

No.1

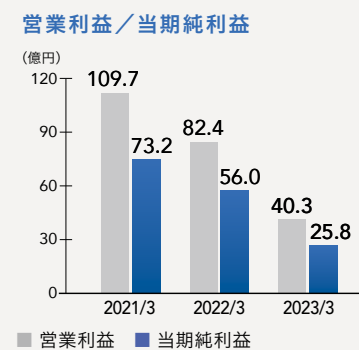
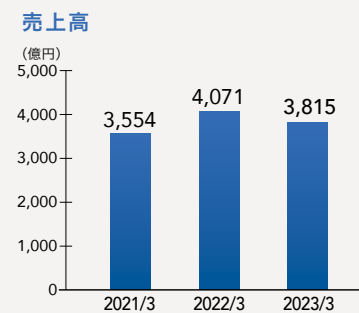
(2023年3月期累計)

1,897 店舗

(2023年3月末時点)

358万 回線

(2023年3月期累計)



02 ENTERPRISE SOLUTIONS BUSINESS ソリューション事業

スマートデバイスを核にしたプラットフォームで、
企業のICT化をワンストップ支援

企業にとってスマートフォンやタブレットなどのスマートデバイスは、極めて重要な情報資産であると同時に、その適切な運用が大きな課題となっています。当社はそれらを効率的に管理・運用するプラットフォームを構築。お客様それぞれのニーズに合わせたソリューションを提供します。

法人顧客数

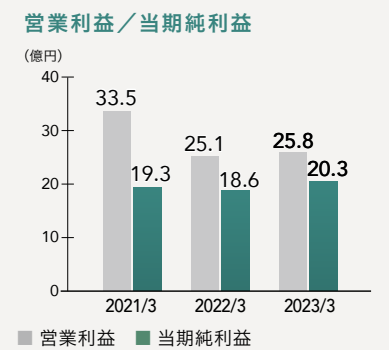
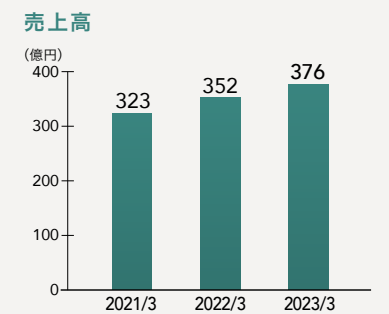
12,000 社

(法人向けソリューション+TG光)
(2023年3月期売上計上企業数)

movino star[※]加入法人顧客数

1,850 社

(2023年3月末時点)
※法人向け通信回線一括管理サービス



03 SMART LIFE & QUO CARD BUSINESS スマートライフ・クオカード事業

デジタルとリアル融合を通じて、
様々な感動体験型サービスを展開
お客様の安心安全で快適なスマートライフを実現

全国のコンビニエンスストアでの販売を中心としたギフトカードやプリペイドコード(PIN)をはじめとするプリペイド関連事業やQUOカードPayなどのデジタルギフトに加え、ウェアラブルデバイス・スマートアクセサリなど様々な事業を展開。これら物販に加えサービスの提供にもさらに注力し、お客様の快適なスマートライフ実現に向けて「デジタルとリアルの融合」をキーワードに、新たなビジネスを創出していきます。

PIN・ギフトカード・アクセサリー
取扱店舗数

60,700 店舗

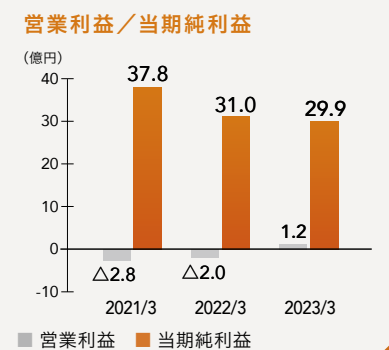
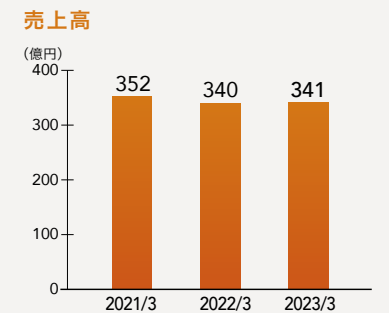
(2023年4月末時点)

QUOカード累計発行枚数

約10億 枚

(2023年3月末時点)

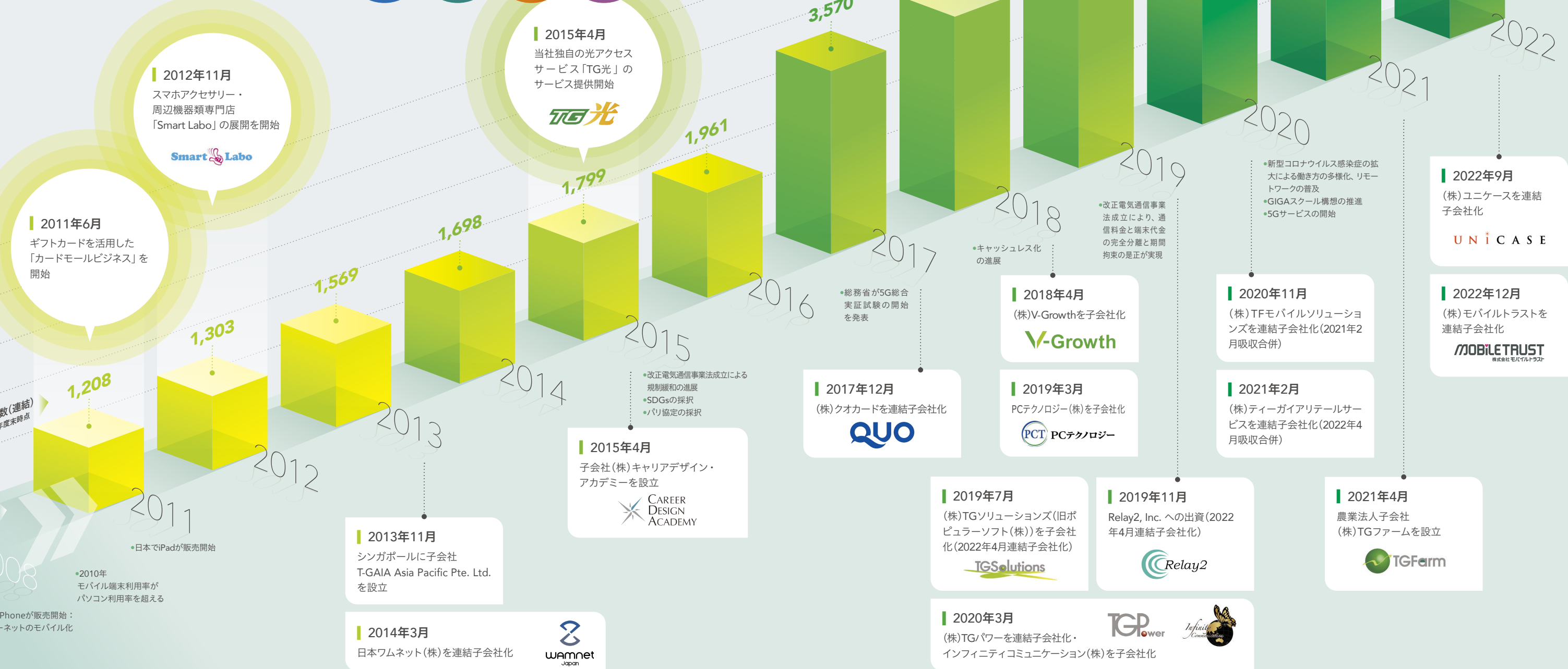
※ 2024年3月期よりセグメント名称を「決済サービス事業他」から「スマートライフ・クオカード事業」に変更しました。



ティーガイアの歩み

当社は2008年に(株)エム・エス・コミュニケーションズと(株)テレパークの対等合併により社名を「(株)ティーガイア」に改め、通信事業者の一次代理店国内最大手として、多数の販売チャネルを通じ、お客様の豊かなスマートライフをサポートしてきました。

法人向け携帯電話販売、個人向け携帯ショップ運営、コンビニエンスストア向けPIN・ギフトカードの販売、携帯アクセサリの販売、法人向けモバイルソリューションと、環境の変化に合わせてコアビジネスを中心に、事業を拡大しています。



トップメッセージ

激動の年を経て、
各々の事業が提供すべき
機能を再定義し
企業価値を高めるべく
大変革に挑戦する

代表取締役社長 執行役員
石田 将人



① 事業環境の変化を自社の大変革のチャンスと捉える

現中期経営計画(P.28)2年目となる2023年3月期は激動の年でした。携帯電話販売・回線契約市場の低迷や通信事業者の一部方針変更により当社を取り巻く環境は厳しさを増し、モバイル事業の収益が大きく減少しました。昨年4月の社長就任時から全社挙げての業務効率化、生産性・人員効率の向上に向けて取り組むとともに、新商材や新事業への取り組みや非モバイル事業の拡大を進めた結果、一部収益を改善することはできましたが、結果的には予算を達成できなかったことに、経営を預かる者として重く責任を感じています。

2022年度からは組織間連携による総合力を発揮すべく全社横断組織をつくり、かつ厳しい環境下での経営幹部の危機感醸成や社員の意識改革も進め、全社一丸となり取り組んできました。

しかしながら事業環境の悪化は予想以上に激しく、講じた施策も後追いになっていたのではと反省しています。言い換えれば、外部環境の悪化を理由に大きな方針転換が遅れた感さえあります。

この反省に基づき当社を変革させるべく、取締役会、経営会議他、各レベルの会議にて時間をかけて議論を尽くしました。同時に全国のショップ店長、次期経営幹部候補など、幾つかのグループで半年を超える意見交換会を実施し、経営陣のみならず現場で働く皆さんの意見を取り入れながら、当社のあるべき姿と各事業の方向性に

ついて議論しています。

具体的には③の項で説明しますが、物売る、回線契約を行うというプロダクトアウトの観点ではなく、法人・コンシューマという顧客の目線、つまりマーケットインの観点から事業への取り組みを見直していきたいと思います。市場環境の改善に期待するのではなく、取り巻く環境が厳しい今こそが会社を大変革させるチャンスと捉えています。

② 2022年度業績と取り組みのレビュー

モバイル事業を取り巻く環境では、2022年度の国内携帯電話販売市場は3,193.3万台と前年比87.2%となりました。円安による端末価格上昇に伴う買い控えに加えて、物価上昇や経済の先行き不安から消費者の携帯関連サービスへの支出が抑えられたことが、市場の減少につながりました。さらに、一部通信事業者による手数料改定、店舗統廃合に加えてオンライン比率の緩やかな上昇などの要因が重なり、携帯販売・回線契約市場は落ち込んでいます。この環境下において、当社では不採算店舗の閉鎖、全社BPR^{※1}プロジェクトの推進、人員効率化、独自商材・サービスの推進を実施し、業績の下支えを図りましたが、モバイル事業の純利益は25.8億円と、前年度比46.1%の大幅減となっています。

ソリューション事業においては顧客層の拡大と商材の拡充を進めています。システム関連費用などの増加を含めて営業利益ベースでは前年度比102.6%の25.8億円、純利益は前年度比109.2%の20.3億円となりました。コールセンター事業を展開する子会社のPCテクノロジー(株)を拡大し、ヘルプデスクの機能を向上させるとともに、BPO^{※2}事業をはじめ顧客に提供できるサービス・商材の拡大を図っています。

スマートライフ事業においては、PIN／ギフトカード収益は微減でしたが、アクセサリなどの事業が好調、また、再生可能エネルギー事業は設立以来初めて黒字転換しています。Google社との関係強化も図り、Fitbit^{※3}の輸入販売を開始、昨期から始めたヘルスケア事業にもつなげたいと思います。

クオカード事業においては自治体からの大型受注が相次ぎ、営業面では順調でしたが、発送費用などの先行費用を計上したため、スマートライフ・クオカード事業全体の純利益ではほぼ予算並みの29.9億円にとどまっています。

現中計の2年目が終わり、コンシューマ向けモバイル市場が低迷したことは誤算であったものの、ソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業、新事業は順調に拡大しており、会社全体の事業ポートフォリオは変わりつつあります。また、企業理念に加えて「TGマテリアリティ」の社員への浸透が進むとともに、後述のとおりサステナビリティ経営に向けての取り組みも進めることができています。

※1 Business Process Re-engineeringの略。業務本来の目的に向かって既存の組織や制度を抜本的に見直し、プロセスの視点で、職務、業務フロー、管理機構、情報システムをデザインしなおすこと。

※2 Business Process Outsourcingの略。業務プロセスの一部を外部企業へ委託すること。

※3 アメリカ発のウェアラブル活動量計。手首に装着することで、様々なアクティビティの計測を可能とする。

■ トップメッセージ

③ 変革のための基本方針と具体策

一方で携帯電話の買い替えサイクルが伸び、かつ高額化していること、緩やかではあるもののオンライン契約の比率が高まってくることを踏まえると、これまでの当社の柱であった携帯電話などデバイスの販売収益への依存度を減らしていくことが必要と考えています。

同時に、当社が全国に持つモバイルショップの役割も変革させていきます。顧客がショップを訪問するのは携帯の購入や新規契約という目的もありますが、故障や使い方がわからないというネガティブな理由での訪問比率も高まっています。このため、お客様にとって訪問したくなるような魅力にあふれたショップに変えていくことを目指します。それにはショップの運営レベルや接客の質を上げていくことはもちろん、ショップでの新たなサービスをどんどん提供していきたいです。また、地方自治体との連携を進め、有能なショップスタッフの活躍の場を全国でつくっていかうとしています。この観点からも当社のモバイル事業とスマートライフ事業を融合させ、ショップスタッフとともにスマートライフ事業で開拓したヘルスケア・教育・eスポーツなどのサービスを提供していくことを目指します。その結果、顧客が感動体験の場として訪問したくなるようなショップづくり、言い換えればUX(ユーザーエクスペリエンス)の場の提供実現につなげたいと考えています。



ティーガイアグループ「ありたい姿」

豊かな未来のために 価値を創造し続ける 企業グループへ

～社会に必要とされ、社会に貢献する会社～

人と技術をコアに
事業を通じて社会的課題を解決することで
企業価値を向上する

ソリューション事業においては、全国の中小企業(SMB^{※1})のお客様が自社でDXを推進するお手伝いをしていくことを、重視しています。このためにCRM^{※2}を高度化させたマーケティングに取り組むとともに、ショップでの法人顧客対応も拡充していきます。並行して新たなDX商材を開拓しBPO事業を拡大していきますが、そのために提供すべき機能をM&A、業務提携などで補っていくことも検討しています。

スマートライフ事業においては前述のモバイルショップ変革に取り組むとともに、これまで取り組んできた教育・太陽光・農業・eスポーツ・OMO事業などの新事業を着実に成長させ、収益化していきます。特に前期から取り組んでいるヘルスケア事業は、早い段階で収益の柱として確立させたいと思います。

また、中核事業であるクオカード事業は次世代に向けての取り組みの検討を進めていきます。

以上のとおり、これまでの物を売るというプロダクトアウトの考え方から、コンシューマ・法人ともに顧客目線での戦略を打ち立て、マーケットインの考えとマインドセットを変えていくことを目指します。

※1 Small and Medium Businessの略。中小企業のこと。

※2 Customer Relationship Managementの略。企業と顧客との関係性やコミュニケーションを管理する経営手法や、それを実現するためのツールやシステムのこと。

■ トップメッセージ

④ 地域社会との共生・地域のICT拠点

TGマテリアリティ(P.18)では「地域社会の一員として共通価値を創造」を重要課題の一つとして掲げています。当社は全国のモバイルショップを通じて、携帯電話回線契約のみならず色々なサービスを提供してきました。2022年度は自治体との連携によりマイナンバーカードの取り扱いを行い、お客様との新たな接点を持つことができました。クオカードでは各地の自治体の施策に採用いただき、自治体との関係強化を先行して進められました。また、全国のショップスタッフを活用した公共機関でのICT教室や、ソリューション事業による自治体のDX支援を行いました。2023年度からは、(株)三菱総合研究所様とともに自治体向けヘルスケア事業にも取り組んでいます。地方での事業においては、当社の重要な二次代理店様との協業に加えて地方銀行様との連携も進めていきます。これらの取り組みを可能にしているのは、全国で働く当社の優秀な社員たちです。サステナビリティの観点からも、ショップが地方創生への貢献を果たすとともに地域のICT拠点になるよう変革させていきます。

⑤ ガバナンス・サステナビリティの高度化

話をガバナンスに移します。当社は、2022年に社外取締役を全体の過半数に増やしました。また、指名諮問委員会・報酬諮問委員会ともに、社外取締役が議長を務めています。

取締役会の実効性評価も毎年行っていますが、取締役会での議論は年々白熱化しています。監査役会も同様です。また、執行においては経営会議を決議機関に変更するなど、執行におけるガバナンスの強化も進めてきました。

サステナビリティへの取り組みにおいては2021年にサステナビリティ委員会を発展させ、続いてサステナビリティ推進部を発足、気候変動や人権問題など多くの課題解決に向けて会社としてのコミットメントを発信してきました。同時に再生可能エネルギー事業や教育事業、前述の地方創生事業など、社会貢献を目指した事業を拡大させて収益の柱をつくりだしていきたいと考えます。

人的資本の価値向上については、人財育成、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)、健康経営を柱として、社員の多様性を尊重し、能力開発を支援する取り組みを行っています。D&Iにおいては、総合的な取り組みに対する評価指標「D&I Award2022」の最高位「Best Workplace for Diversity & Inclusion」などの認定を取得しました。さらに一段上の目標を掲げて、D&Iの実現を推進していきます。また、2022年度から人事制度の改定に取り組んでおり、ジョブ型の要素を入れるとともに社員の活性化を図る仕組みづくりを進めています。かねてより人財育成への投資は積極的に行ってきましたが、さらにデジタル人財研修などの新たな研修制度も開始しています。

DXの推進 P.38 ▶

詳細はウェブサイトをご覧ください。
▶ <https://www.t-gaia.co.jp/common/dx2.pdf>



⑥ 次期中期経営計画に向けて

次期中期経営計画(次期中計)の策定作業に2022年度末より入っています。まずは30年後の社会がどうなっているかという議論から始まり、10年先、5年先とバックキャスト型の議論を進めたうえで次期中計の方向性について検討しています。社会は技術革新により大きく変わろうとしています。生成AIやXR(クロスリアリティ)がもたらす効果と影響についてはまだ世の中で議論されていますが、間違いなく我々の生活や企業の在り方を変えていく要素になると思いますし、さらに新しい技術が次々と現れてくると信じています。現中計では「人×技術」をコアとすることを謳っており、この考えは次期中計でも変わりませんが、新しい技術に対する感度を高くして各事業に取り込んでいきます。

当社を大変革させると冒頭にお話ししました。そのためには各事業を再編成するとともに、当社の事業ポートフォリオも大きく変えていく必要があります。組織についても変革に即した形に変えていきたいと考えますし、前述のとおり我々のマインドセットも変えていくべきと考えます。これらを踏まえ、ステークホルダーの皆様にご評価いただけるような戦略を織り込んだ次期中計を策定していきます。

皆様には引き続きご指導とご支援を賜りたく、よろしくお願い申し上げます。

役員メッセージ

財 務

激動環境下の変革を支える 健全な財務基盤の維持

2022年度の振り返り

円安による携帯電話等の端末値上げ、物価上昇の影響などによる携帯電話サービスへの支出減少により、回線契約数が大幅に減少しました。加えて、一部通信事業者の手数料条件の改定の影響もあり、モバイル事業は大幅な減益となりました。一定の想定はしており、独自商材の拡販、生産性向上に向けた取り組みを実施しましたが、これらの対策が遅れたことを反省しています。

一方、ソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業においては、ポートフォリオの転換という中期経営計画の着実な実行の成果も徐々にあらわれ、増益となりましたが、全社としては計画未達となりました。

中期経営計画・TGマテリアリティと財務の関連性について

このような激動の環境下、当社は中期経営計画の中で「モバイル事業に依存した収益構造からバランスの良い事業ポートフォリオへ」の転換を掲げました。「TGマテ

リティ」においても「新事業に挑戦する企業文化の醸成」を掲げています。これらを実現するには成長のための投資が必要であり、財務面からそれを支えるべく、健全な財務基盤を維持することが最も重要であると考えています。

当社は、過去数年間において新規分野を含む多くの投資案件を実現しました。これらの事業が着実に収益に貢献するよう、グループガバナンスの強化にも取り組んでいます。

株主還元方針・資本配分戦略について

成長のための投資に必要な内部留保と、株主の皆様への配当のバランスを常に念頭に置いています。一昨年に連結配当性向は40%を目途とすることとしました。「長期にわたり安定的かつ継続的な利益還元」を実施するという方針は、変更ありません。

成長のための投資によりさらに利益成長を実現し、結果、皆様への配当を増加させるべく努力をしていきます。

ステークホルダーへのメッセージ

すべてのステークホルダーの皆様の要望に応えていくためには、掲げた目標を着実に遂行していくしかありません。その礎となるのが健全な財務基盤であると考えています。財務基盤を棄損することなく、成長のための投資を実現し、シナジー効果を取り込みながら既存事業を含めさらなる底上げをしていくことが、CFOとしての責務であると考えています。

取締役
副社長執行役員CFO

菅井 博之

サステナビリティ

「ありたい姿」実現のため さらなるサステナビリティの推進へ

2022年度の振り返り

2021年5月より、「ありたい姿：豊かな未来のために価値を創造し続ける企業グループへ～社会に必要とされ、社会に貢献する会社～」を掲げ、この実現のために、「TGマテリアリティ」に対する取り組みを進めています。

2021年12月に策定したサステナビリティ基本方針（環境方針、社会方針、コーポレート・ガバナンス方針）に基づき、2022年度は特に、当社グループを取り巻く社会課題を解決できる体制を整えるべく、活動を推進しました。その一歩としてまず、サプライチェーン全体を対象とする「ティーガイアグループCSR調達方針」と、人権の尊重が企業にとって重要な社会的責任の一つであるという認識のもと「ティーガイアグループ人権方針」を定めました。当社グループは、すべての事業活動においてこれらの方針を遵守し、社会の持続的な成長に貢献していきます。

環境に関する取り組み

2023年1月には、再エネ100%社会を目指す「再エネ100宣言 RE Action」へ参加するとともに、2040年までに主要電力を100%再生可能エネルギーへ転換することを目標に設定しています。本社ビルをはじめ、グループ各社においても、再生可能エネルギーへの転換を進めており、目標達成に向けた取り組みを開始しています。今後も引き続き、脱炭素社会を実現すべく、再生可能エネルギーへの転換を積極的に推進していきます。

今後の課題

当社グループの事業環境は大きな変動期にあります。持続可能な社会の実現と企業価値向上には、中長期的視点に立った変革が急務であると認識しています。昨年度から実施している若手社員によるサステナビリティワークショップでは、30年後を見据え、当社グループの取り組むべき具体的項目を抽出しており、経営に向けた提言を行っています。この提言は、次期中期経営計画のベースになるものでもあり、将来を担う社員の意見を反映した対策を講じていきます。

社会と当社グループの持続的発展において、このような若手社員の意見は重要であると認識し、この活動は今後も継続していきます。

毎期継続議論を重ねることで課題を抽出し、対策を立案し、実行に移すといったPDCAサイクルを確立することで、サステナビリティに対する取り組みを自分事として捉える企業文化の醸成と、当社グループのありたい姿を実現していきます。

上席執行役員
経営企画、サステナビリティ推進担当

林 薫

価値創造プロセス

当社の「ありたい姿」

豊かな未来のために価値を創造し続ける企業グループへ
～社会に必要とされ、社会に貢献する会社～

TGビジョン 新たなコミュニケーションの提案を通じ、お客様に感動・喜び・安心を提供します。

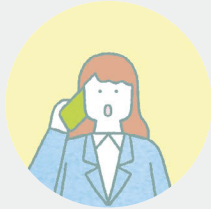
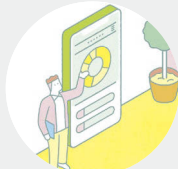
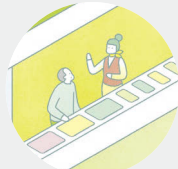
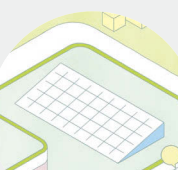
INPUT PROCESS OUTPUT OUTCOME

ティーガイアが
描く未来



マテリアリティ

TGマテリアリティ

01 多様性の尊重と 人財育成の推進	●多様性が生む創造力	中期 ●D&Iの推進による幅広い人財の活用と柔軟な組織体制の構築	●女性管理職比率：11.3% (2025年度目標15%)		  
02 ICTの徹底活用	●多様な価値観に応える人事制度 ●プロフェッショナル人財の育成	中期 ●職種・地域性・個性に応じた柔軟性の高い、新人事制度の検討・導入 短期 ●社員の専門性・ITスキル向上のための研修実施 ●デジタル人財の採用	●障がい者雇用率：2.6% (2022年度目標2.5%) ※2023年4月時点 参照：人的資本 ▶P.40 ●「Digital Hub」の設置 参照：DXの推進 ▶P.38		 
03 Enablerパワーアップ	●ICTの手の内化 ●業務改革による生産性の向上 ●お客様の豊かな暮らしの実現	中長期 ●優位性向上のための技術やソフトウェアの自社開発・保有 短期 ●デジタル技術活用による業務の効率化・自動化 短期 ●利用環境に即したデバイスやソリューションの提案	●DX推進指標スコア(平均値)：2.1 (2022年度目標 2.5) ●社内主要システムのクラウド化：94.4% (2022年度目標 94.4%) ●アプリケーション「movino star」の自社開発 参照：DXの推進 ▶P.38		  
04 新事業に挑戦する 企業文化の醸成	●エコシステムの強化 ●変化を先取りした機能の提供 ●携帯ショップの更なる高度化	短期 ●全社連携や知見・経験の共有化 中期 ●新たなEnabler領域の開拓 短期 ●店舗作業の効率化による顧客対応の充実	●全社連携・横断組織の確立 BPR推進部、コンシューマビジネス推進部の新設 ●移動携帯ショップ 出張回数：67回(342日間稼働) ●「オンライン接客サービス」導入店舗の拡大 参照：モバイル事業 ▶P.30		  
05 顧客・取引先との 協働による 持続的な発展	●挑戦を生み出す組織・制度の構築 ●成長ドメインへの積極的な投資 ●ユニークなブランドの創出	中期 ●新事業やアイデアを創出する組織・制度の構築 中期 ●知見を活かせる成長分野への積極的な投資 中長期 ●エコシステム インデックスに沿った独自ブランドを持つ商品やサービスの創出	●社内新事業アイデアコンテストの開催 ●新事業への投資 参照：スマートライフ・クオカード事業 ▶P.34		 
06 地域社会の一員として 共通価値を創造	●お客様満足度の向上 ●取引先との更なる関係深化 ●課題の傾聴と適切な提案	短期 ●お客様へのより良いサービスや商品の提供 中期 ●知見や資産を活かした価値提供 短期 ●体験価値の提供や仮説提案営業の実践	●マイナンバーカード申請実績：累計15万件超 (当社直営店) ●「OMO型シニア健康づくり」サービスを提供 参照：スマートライフ・クオカード事業 ▶P.34		  
07 環境問題・ 気候変動への 積極的な取り組み	●ビジネスを通じた地域社会との共生 ●ICT教育によるデジタルデバйд解消 ●地域社会での重要なアクセスポイント機能	中長期 ●雇用の維持・創出と地域経済の発展や活性化 短期 ●スマホ教室や、教育現場のICT化支援 短期 ●多様な人々がコミュニケーションを行える場の提供	●e-ネットキャラバン講座回数：54回 ●「利用者向けデジタル支援推進事業(地域連携型)」への参加 参照：社会関係資本・製造資本 ▶P.43		  
08 コーポレート ガバナンスの 高度化	●地球の環境負荷低減に貢献 ●再生可能エネルギー事業の推進 ●当社ネットワークを活用した災害時の支援	短期 ●事業活動におけるリサイクル・リユースの推進 ●エネルギー効率の高い機器の導入を推進 中期 ●太陽光発電事業の拡大 短期 ●災害時における、救援物資手配や電力供給などの支援	●再生可能エネルギー比率：9.1% (2040年度100%) ※当社単体 ●太陽光発電システム「PPAモデル」の拡大 参照：自然資本 ▶P.46		 
	●コンプライアンスの遵守徹底 ●グループガバナンスの強化 ●情報開示の充実	短期 ●継続的な社内啓発による、コンプライアンス違反の防止 中期 ●リスクマネジメントの実効性向上 ●内部統制の高度化 中期 ●非財務情報の積極的な開示と透明性の確保	●コンプライアンスに関する従業員研修受講率：100% ●代理店が運営する店舗の「店舗診断」を実施 参照：社会関係資本・製造資本 ▶P.43		

※「TGマテリアリティ」のKPIについては、議論を重ねて策定を進めています。

マテリアリティ

特定プロセス

中期経営計画は、当社が存在する意義と方向性を社員に理解してもらうため、6つの分科会を設置し、約60名のコアメンバーのほか、事業会社の方々にも適宜参加してもらい、議論を重ねて策定しました。「TGマテリアリティ」は、こうしたボトムアップで定めた中期経営計画と連動して特定しています。

「TGマテリアリティ」の「01 多様性の尊重と人材育成の推進」は、「TG Universe」(P.16～17参照)の中心である「人×技術」のうち前者の「人」を、「02 ICTの徹底活用」は、後者の「技術」を表しています。そして、「03 Enabler/パワーアップ」は、「人×技術」の上部にある「Edge Enabler」のパワーアップ、つまり黒子としての機能を向上させることを示しています。「04 新事業に挑戦する企業文化の醸成」は、「Edge Enabler」と「Unique Branded Service Provider」の双方において、新たなビジネスに挑戦するという決意表明となっています。

POINT 01 共通価値の創造
サステナビリティ経営(社会価値と経済価値の両利き)

POINT 02 当社/事業課題と連動
それぞれの現場で自分事として落とし込めること

POINT 03 全ステークホルダー
株主資本主義からステークホルダー主義

POINT 04 当社なりの言葉
上記を重視し意味のある言葉

「社会が求める優先度」と
「企業としての優先度」の2つの視点から、
8つの重要課題を「TGマテリアリティ」として特定しました。

理解浸透のための取り組み

中期経営計画および「TGマテリアリティ」については、その理解の浸透を図るため、まずは拠点ごとにオンライン説明会を開催し、全国の各拠点でディスカッションの場を設けました。

さらにマテリアリティの理解・浸透を目的に、全社員を対象にしたeラーニングも実施しています。

2021年度には、「TGマテリアリティ」を日々の業務と関連づけ、それらに沿った行動を意識させるために、全社員を対象としたワークアウトセッションを実施しました。

チーム・店舗ごとに、業務に関連する「TGマテリアリティ」を選択し、具体的な行動目標を決め、日々の業務で意識させることを目的としました。

年度末には、特に具体的に活動を行うことができたチーム・店舗を優良事例として社内表彰しました。

2022年度からは、新たに人事評価項目へ「TGマテリアリティ」の項目を追加しました。「TGマテリアリティ」の項目を、社員自らが選択し、その項目に対して、当該年度にどのように取り組むのかを考え、行動目標を立ててもらっています。

「TGマテリアリティ」を解決するためには、社員一人ひとりの活動が重要です。社員一人ひとりが自らの仕事と重ね合わせて向き合うことで、内容に共感し、理解を深められるものと考えています。

全社員が自分事として捉え、一丸となって取り組むことで、中期経営計画の目標達成を目指します。

当社では、事業環境や経営環境の変化に柔軟に対応していくため、これからも定期的にマテリアリティを検証し、サステナビリティ課題に関連した事業上のリスクと機会を整理・把握し経営に反映していきます。

STEP 01 共有 社内説明会

STEP 02 理解・自分事化 ワークアウトセッション

STEP 03 行動 目標設定

外部環境認識

人口減少と高齢化

- 国内人口の減少
- 少子高齢化の進展
- 労働力不足
- ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)に対する意識の高まり
- 情報格差の拡大

取引環境の変化

- 政府の政策変更
- 取引先などの方針・制度の変更
- サプライチェーンの変化

生活様式の変化・多様化

- モノ/コトのデジタル化
- 感染症などによる生活様式の変化
- キャッシュレス化の進展
- 働き方改革(ワークスタイルの変革)、健康経営へのシフト
- 情報格差の拡大 ● D&Iの推進

技術革新

- 新技術の登場
- 次世代通信規格(5G、6G)による技術革新
- AI・ICT・IoTなどの普及によるDXの進展

信頼性への意識

- コンプライアンスへの意識の高まり
- 事業継続性への高い要求(お客様からのものを含む)
- 情報セキュリティ徹底へのニーズの高まり

地球環境

- 地球環境問題の深刻化
- 大規模自然災害対応への要求
- 気候変動、脱炭素社会への関心の高まり

リスク

- 国内人口減少に伴う市場の縮小
- 労働人口減少による採用難

機会

- D&Iに対する積極的な取り組みによるイノベーションの創出
- ICT教育のニーズ増による市場拡大

リスク

- 政府の政策変更によるビジネスモデルへの影響
- 取引先の事業方針変更による既存ビジネスモデルへの影響
- サプライチェーンの変化による調達への影響

機会

- 営業力・販売力を活かし変化に迅速に対応
- 知見や経験を活かせる新事業への挑戦
- 事業環境変化を先取りしたポートフォリオ変革

リスク

- 店舗販売への影響

機会

- オンラインとリアルとの融合
- 生活様式と消費者ニーズの変化
- デジタルデバйд解消手段の提供による事業拡大
- 新たな働き方や健康への配慮から生まれる新事業領域の拡大
- 様々な働き方を提示することによる雇用の創出

リスク

- デジタル人材の不足による技術革新への対応遅れ

機会

- 業務のデジタル化による生産性向上
- 新技術を活用した新たな事業の創出
- デジタルデバイスの更なる普及

リスク

- コンプライアンス違反による社会的信用の低下
- サイバー攻撃などによる情報漏洩のリスクと信用失墜
- サーバーダウンなどによるサービスへの影響

機会

- セキュアなサービスによる安心の提供

リスク

- 大規模自然災害による事業への影響
- 資源の枯渇やエネルギー不足によるサプライチェーンを含めた影響
- 環境対策が不十分な場合の企業価値低下

機会

- 再生可能エネルギーニーズの高まり
- 災害時支援による地域貢献

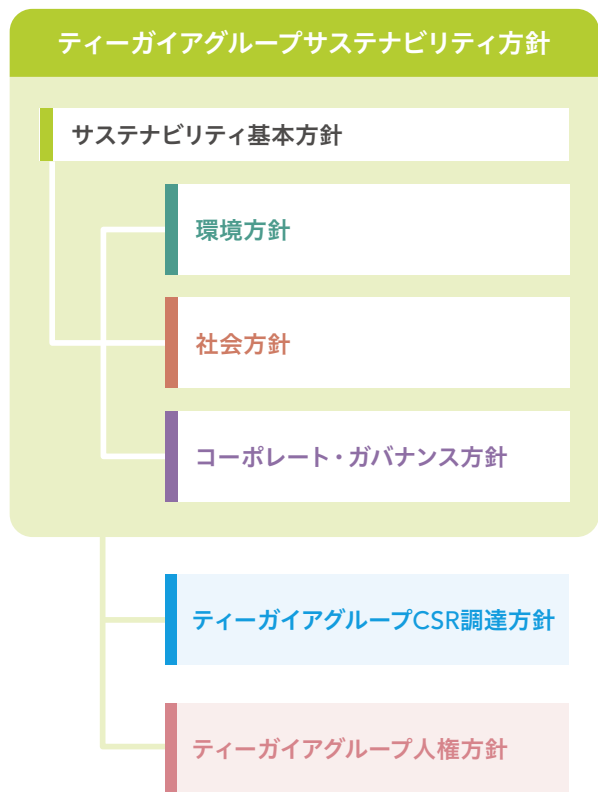
サステナビリティマネジメント

サステナビリティに関する方針

当社グループは2021年12月に、中期経営計画で定めた「ありたい姿：豊かな未来のために価値を創造し続ける企業グループへ～社会に必要とされ、社会に貢献する会社～」の実現に向けて、サステナビリティ基本方針、環境方針、社会方針、コーポレート・ガバナンス方針からなる、「ティーガイアグループサステナビリティ方針」を策定しました。さらに社会の持続的な成長に貢献するためには、法令・環境・人権などに配慮した事業活動が必須だと考え、法令遵守や地球環境保全などの視点からサプライチェーン全体を対象とする「ティーガイアグループ CSR調達方針」ならびに「CSR調達ガイドライン」を策定しました。

また、人権課題への取り組みを強化する「ティーガイアグループ人権方針」もあわせて策定しました。

当社グループは、各方針・ガイドラインに基づく活動を通して、今後も豊かな未来のために価値を創造し続けます。



サステナビリティに関する方針：
<https://www.t-gaia.co.jp/company/csr/philosophy.html>

サステナビリティ推進体制

当社は、社会が持続するためには気候変動・人権・貧困・多様性など、多くの問題に取り組んでいく必要があると考えています。

2021年5月より、経営会議の諮問機関として発足した「サステナビリティ委員会」は、サステナビリティ推進担当役員を委員長とし、営業部門・コーポレート部門の部長で構成されています。サステナビリティ委員会を中心に、「TGマテリアリティ」への対応策や指標の特定を行っています。

また、サステナビリティ経営の実効性を高める組織として、2022年4月には「サステナビリティ推進部」を新設しました。サステナビリティ委員会で定めた方針に対し、計画・実行・評価・改善の役割を担い、サステナビリティ経営の浸透施策や具体的な活動を遂行しています。

国連グローバル・コンパクトへの参加

当社は、2022年4月より国連グローバル・コンパクト(UNGC)へ参加しています。国連グローバル・コンパクトが掲げる「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の4分野・10原則に則り、持続可能な社会の実現に貢献していきます。



サステナビリティワークショップ

サステナビリティワークショップ(以下、サステナビリティWS)は、入社10年未満の若手社員を対象に、当社方針の理解を深めてもらうこと、さらに「30年後のティーガイア」を考えるうえで、パーパスやありたい姿を議論することを目的にメンバーを募り、開催したものです。

参加した社員の声(所属は2023年4月1日時点)

サステナビリティWSは非常に楽しく有意義でした。参加する前は、会社の将来を考えた際の発想が、目の前の業務の延長に偏ってしまっていました。しかし、今回のサステナビリティWSを通して他事業部の社員がお互いにどう考えているのか、多角的な視野で意見を共有することができ、自身の視野もこれまで以上に広げることができました。

モバイル第一事業本部 営業二部
営業第1チーム
ドコモショップステラタウン店
有澤 寛人

今回のサステナビリティWSへの参加を通して立場の違う様々な部署の方と意見を交換し、企業の存在意義や社会に求められること、地球の未来について議論し、SDGsを意識したティーガイアの今後のあるべき姿を考えると同時に、自分自身の気づきや成長にもつながりました。

モバイル第二事業本部 直営統括部
関東・信越・東海直営統括チーム
auショップ渋川
レステリ ローランド

全社を横断するプロジェクトに初めて参加しました。テーマが、会社としても社会的にも重視されている「サステナビリティ」ということもあり、30年後の社会問題を考え、情報収集したことは大変勉強になりました。執行役員会での発表は大変緊張しましたが、約半年間グループメンバーで考えた内容や想いを伝えることに集中し、説明をしました。サステナビリティWSを通してメンバーと意見交換できたことも含め、貴重な経験となりました。

経営企画・サステナビリティ担当
経営企画部
経営戦略チーム
宮里 有美

パーパスは昨今重要視されており、ティーガイアの存在意義を見つめ直す良いきっかけになりました。

答えに至るまで、今後どうあるべきか考え、各々が持つ思いから未来を想像し何ができるかを議論することは、大変有意義に感じました。

また、各チームともそれぞれ素晴らしく、未来を変革していくという思いを感じました。

そして発表の際もお伝えしましたが、ティーガイアなら各チームが考えたパーパスを実現できると信じています。

東海支社
東海営業二部
営業支援チーム
佐藤 久仁実

サステナビリティWSでは、メンバーそれぞれが様々なアイデアを持っており、自分自身気づきの連続で、非常に有意義な時間でした。

また、これから担っていく若手社員だけで現在の会社に対する思いや今後の当社について議論できたことは、とてもいい経験となりました。

発表については緊張しましたが、グループ5で考えた当社の「ありたい姿」を執行役員会という場で伝えることができて良かったです。

西日本支社
西日本コーポレート部
経理チーム
藤木 一彰

私が今回参加した理由は、様々な同世代の社員と当社の将来について考える面白い機会だと思ったためです。実際にサステナビリティWSが始まると、私が想像していた以上の多様な意見が出る熱い議論が行われ、新しい発想や視点を持つことができました。既定のサステナビリティWSの回数では時間が足りず、別途集まって議論を行うこともありました。発表ではすべての意見をお伝えすることはできませんでしたが、半年の集大成を形にすることができて良かったです。

西日本支社
西日本ソリューション営業部
西日本ソリューション営業第1チーム
金邊 紗智子

ステークホルダー・エンゲージメント

当社グループは、企業の持続的成長には、ステークホルダーとの対話が重要であると考えています。

すべてのステークホルダーとの関係において、コミュニケーションを通じて当社グループの責任と課題を明確に把握し、改善の努力を行っています。

当社グループは、ステークホルダーとの対話を通じて得られたご意見やご要望などに真摯に対応しながら、社会課題の解決と企業価値向上を目指していきます。

ステークホルダー・エンゲージメントの目的



主なステークホルダー

主な対話方法・コミュニケーション

 顧客	● 販売現場での接客 ● 営業活動 ● ウェブサイトでの情報発信 ● お問い合わせ窓口 
 株主	● 株主総会 ● 決算説明会 ● 機関投資家との個別対話 ● 個人投資家向けウェブセミナー ● IRサイト ● 統合報告書 
 取引先	● 日常的なコミュニケーション ● eラーニング ● 店舗診断 ● アンケート調査 
 社員	● 社員向け研修 ● キャリアアセスメント ● ストレスチェック ● 社内相談窓口 ● 保健指導(保健師面談) ● 社内報 
 地域社会	● ボランティア参加 ● 地域コミュニティ活動 ● 次世代育成 
 行政機関・各種団体	● 法令・規制への対応 ● 各種調査やアンケートへの協力 ● 社会貢献活動における協働・協賛 

全社連携による事業の拡大と成長

2022年3月期から取り組んでいる中期経営計画は2024年3月期に最終年度を迎えます。この中期経営計画策定時にはすでに当社を取り巻く事業環境の変化は想定しており、モバイル業界の大きな変化への対応、ソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業のさらなる拡大、環境・社会問題を踏まえたサステナビリティ

ティ経営の取り組みは、順調に進んでいます。しかしながら、これらの対応策の効果が追いつかないほどモバイル市場を中心とした環境の変化は激しく、2023年3月期の業績は厳しい結果となりました。このため、当社は変革のスピードを大きく上げる必要があります。

社会課題と事業環境、当社の強み

当社事業に関連する大きな社会課題として、物価上昇による景気悪化、少子高齢化や人口減少に伴う地方創生の必要性、脱炭素社会の実現が挙げられます。これらの解決は、当社のサステナビリティ経営の高度化において必要不可欠となっています。また、当社を取り巻く事業環境として、物価上昇や経済の先行き不安によるモバイル市場の縮小、お客様ニーズの多様化があります。携帯ショップに求められる役割が変わってきていることを受け、その機能を大きく変えていく必要があります。携帯販売・回線契約の場

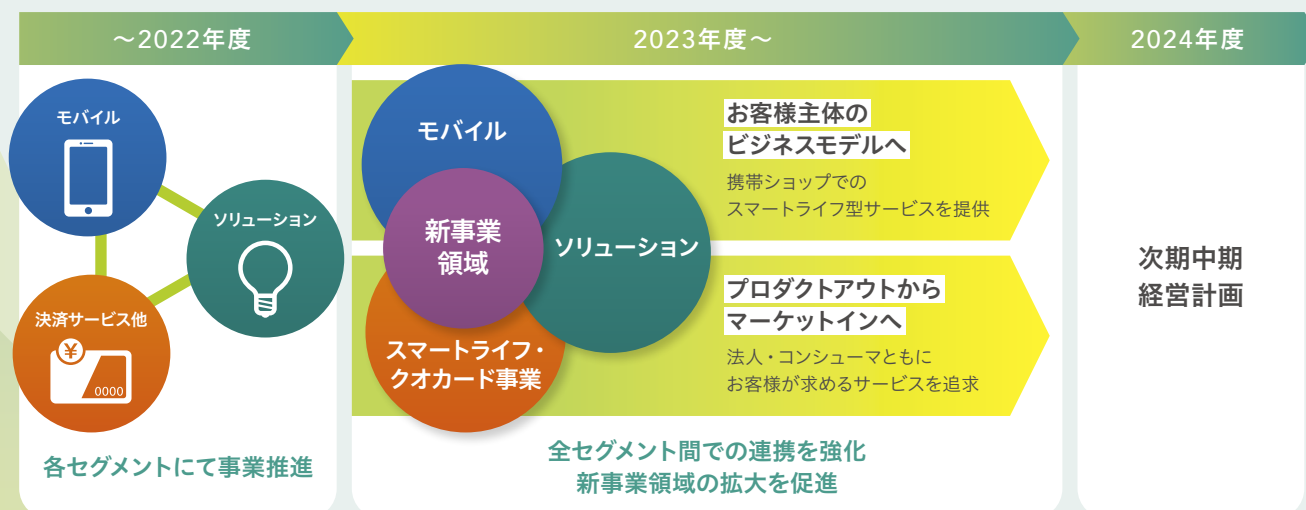
であるだけでなく、お客様が来店したくなるようなサービスを提供し、感動体験型の場に変えていきます。このため当社は、モバイル事業変革のための専任プロジェクトチームを発足させました。法人向けソリューション事業においては、中小企業のDX推進への支援を拡大しており、提供できる機能を高度化させていきます。スマートライフ・クオカード事業ではヘルスケアをはじめ新事業に挑戦しており、これらを確実に収益の柱にするため、他社との差別化を図っていきます。

モバイル事業	● 豊富な販売チャネル ● 全国各地域に根差した店舗 ● 接客スキルの高い人材
ソリューション事業	● マルチキャリア／マルチベンダーの取り扱い ● LCMIによるワンストップソリューションの提供 ● 総合ネットワークサービスプロバイダとしてのグループシナジー ● 企業のDX推進をサポートするデジタル人材
スマートライフ・クオカード事業※ ※2023年4月以降変更	● デジタルギフトを中核としたビジネスアセット ● クオカードをはじめとした多様な事業会社とのビジネス展開 ● 海外事業展開を支えるグローバル人材

全社連携による今後の展望

社会は技術革新により大きく変化し続けており、今後も新しい技術が次々と現れてくることは想像に難くありません。当社の現在の中期経営計画では「人×技術」をコアとしており、この考えは次期中期経営計画にも引き継がれます。新しい技術に対する感度を高め、人材の育成も進めながら積極的に事業拡大に取り組んでいます。全セグメント間での連携を強化し、これまで以上の付加価値を創出したうえで新事業領域への挑戦を続けてい

ます。2023年度からは全社連携に即した組織に変えていき、同時にコスト構造も見直していきます。これまでのプロダクトアウトの視点から、お客様が求めるサービスを追求していくマーケットインの視点にマインドセットも変えていきます。携帯電話という物の販売だけではなく、お客様に感動いただけるサービスを提供する会社へと収益ポートフォリオを変え、価値創出を実現していきます。



全社連携事業

ヘルスケア

健康長寿社会の実現のため、シニア層の積極的な社会参加を促進するヘルスケア事業に注力しています。全国にある携帯ショップというアセットを活用し、「デジタル活用」と「健康づくり」の融合サービスを自治体向けに提供するなど、地域の活性化にもつながるヘルスケアへの取り組みを開始しました。また、健康管理に有効なウェアラブルデバイス(活動量計)の携帯ショップでの販売など、オフラインでの全国販売網の強みを生かしています。さらに女性の健康課題を解決するフェムテック商品・サービスの展開も手掛けていきます。携帯ショップ運営で培った、サービスレベルの高い人材と全国の豊富な販売チャネルを活用し、他社との差別化を図りながら収益の柱へと成長させていきます。

モバイル事業 [P.30 ▶](#)
 スマートライフ・クオカード事業 [P.34 ▶](#)



自治体との連携強化

少子高齢化や人口減少などの社会課題がある自治体への様々な提案を通じて、連携を強化していきます。2022年度は、携帯ショップにおけるマイナンバーカード申請受付を実施し、全国に携帯ショップを持つ当社の強みが発揮されました。またソリューション事業では当社グループ会社とも連携し、自治体サービスの向上、業務効率化などのDX支援を行っています。クオカード事業では、認知度と簡単に安心して使える点が評価され、地方自治体が行う様々な施策への「QUOカード／QUOカードPay」採用事例が拡大しています。今後も自治体との連携を強化し、社会課題の解決に資する事業の展開を進めていきます。

モバイル事業 [P.30 ▶](#)
 ソリューション事業 [P.32 ▶](#)
 スマートライフ・クオカード事業 [P.34 ▶](#)



地方創生への取り組み

当社の重要課題である「TGマテリアリティ」において、「地域社会の一員として共通価値を創造」をマテリアリティの一つとして掲げています。当社グループは全国に広がるアセット(顧客／パートナー／人材／ビジネスモデル)を活用し、環境問題・人口問題解決への取り組みを推進しています。前述のヘルスケア事業の取り組みや自治体との連携に加え、再生可能エネルギー事業や農業事業などの拡大も進め、地域の関係人口の増加・脱炭素に寄与していきます。

モバイル事業 [P.30 ▶](#)
 ソリューション事業 [P.32 ▶](#)
 スマートライフ・クオカード事業 [P.34 ▶](#)



中期経営計画 (2022年3月期～2024年3月期)

計画概要

当社は創業以来、中核事業そのものは変遷しつつも、法人間や法人と消費者間の境界(エッジ)におけるギャップを黒子として埋める「Edge Enabler」ビジネスを柱として、成長・拡大を続けてきました。今後はこれを足掛かりに、自らブランドを掲げて独自のサービスを提供する「Unique Branded Service Provider」ビジネスを成長ドライバーとして、バリュー創出を図ります。モバイル、ソリューション、決済サービス他(現スマートライフ・クオカード事業)の既存事業に、新事業を加えた営業戦略、ならびにこの営業戦略を支えるコーポレート戦略をまとめたものを、当社の成長戦略「TG Universe」としています。成長戦略の中心にあるのは「人×技術」です。当社は社員を大切にすることを宣言し続けており、今後も「人」が最重要であることは変わりませんが、そこに「×技術」を加えました。今やICT技術はプラスアルファではなく、人を活かすための必要条件です。「TG Universe」を拡大させることで、価値を創造し続け、豊かな未来の実現に寄与します。

過去の戦略

2015年11月に前中期経営計画を以下のとおり掲げ、その結果、2021年3月期にはモバイル事業におけるリーディングカンパニーとしてのポジションを堅持するとともに、法人向け事業、決済サービス事業他(現スマートライフ・クオカード事業)、海外事業などを拡大しました。また、配当性向は30%以上を安定的に維持しました。

前中期経営計画

- 中期定性目標 (2015年11月策定)
- 中核の携帯電話代理店事業において、リーディングカンパニーとしてのポジションを堅持する
 - 法人向け事業、決済事業、海外事業などを確固たるコアビジネスとして育成する
 - モバイル、インターネット業界で、新たな事業機会を発掘、開拓する
 - 配当性向30%以上を維持する

- 全社共通戦略
- 「人財」の育成、登用、活用、確保を行い、従業員一人ひとりの成果の最大化、最適化を実現する
 - 戦略的、継続的コストマネジメントを行い、市場の変化に対応したコスト構造に変革をする
 - 組織、制度の最適化を柔軟に行うことで、全社成果の最大化を図る

成長戦略

モバイル事業

- 携帯販売代理店として質・量ともにNo.1を堅持
- 携帯ショップの存在価値を高める

ソリューション事業

- LCMサービスの拡充
- 総合ネットワークサービスプロバイダへの進化

決済サービス事業他(現スマートライフ・クオカード事業)

- デジタルギフトの世界を広げる
- お客様の快適なスマートライフを実現

新事業

- 将来の成長分野への挑戦・投資
- ESG・SDGsに貢献

ワークスタイル

- 全社員がワクワクしながら働ける環境づくりの実現
- 社員とその家族を大切にすることであり続ける

コーポレートガバナンス

- 多様化・複雑化するリスクに対応したリスクマネジメントの実効性向上
- 業務の適正を確保するための内部統制の充実と強化
- 信頼される会社であり続けるためのコンプライアンス遵守と徹底

目標

2022年3月期から開始した中期経営計画は、最終年度を迎えています。当社を取り巻く事業環境については、中計策定時から当社の主力事業分野であるモバイル事業では携帯電話販売代理店の役割、競争環境に大きな変化が起こっています。「TG Universe (ティーガイア内エコシステム)の実現」および「TGマテリアリティ (8つの重要課題)への取り組み」を着実に進めることで、モバイル事業に依存しない事業ポートフォリオへの変革を目指しています。

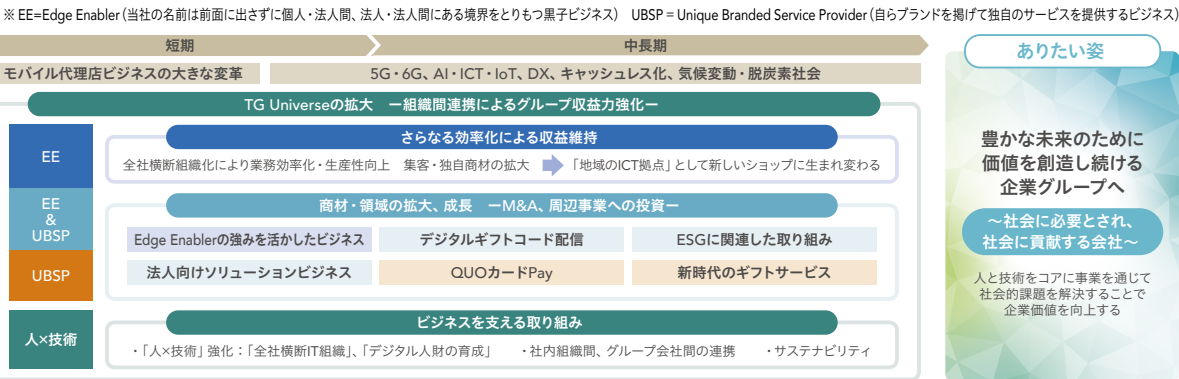
このような事業環境において、Edge Enabler領域では、既存事業における独自商材のさらなる拡販や、店舗業務の生産性向上サポートのための全社横断組織の設置、業務の抜本的な見直し

など、生産性向上に向けた取り組みを実施しています。

また、Unique Branded Service Provider領域では、Edge Enablerビジネスを足掛かりに独自サービス展開に注力することに加え、当社ビジネスの延長線以外にも、社会課題を見据えた新たなビジネスへの積極的な投資を開始しています。

成長戦略の中心にある「人×技術」では、DX戦略「デジタル技術によるビジネス価値創造」を目指し、全社横断的なDX推進組織の設置や、デジタル人材を育成することで、新たなデジタルビジネスの創出、および業務のデジタル化による生産性向上の取り組みを開始しています。

戦略概要

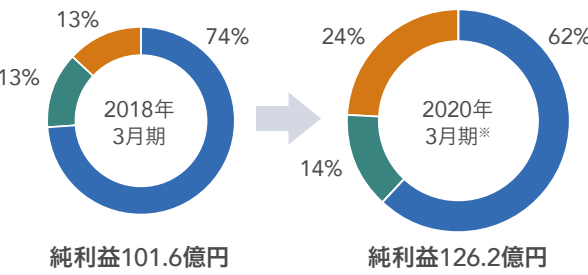


各事業の実績・目標達成度

主な進捗・成果		
モバイル事業	新たな店舗価値追求	・ 店舗における新たな取り組み・独自商材取り扱いを開始(コワーキングスペース・カフェ・eスポーツイベント・体操教室・ガラスコーティングなど) ・ お客様対応品質向上のためのスタッフ教育の充実 ・ 全社横断で店舗運営の効率化、収益の拡大サポートを目的に、「コンシューマビジネス推進部」「BPR推進部」を創設
	地域創生・活性化	・ 出張サポート用の車両を当社独自に制作 ・ 遠隔地でのスマホ教室の開催や、近隣に店舗がないエリアでの出張サポート ・ 全国の自治体においてスマートフォン活用に関する事業の受託
ソリューション事業	LCMサービスの拡充	・ クラウドSIMを使用した海外/国内で利用可能なWi-Fiルーターのレンタルサービスを開始 ・ Microsoft365をはじめとするクラウドサービスへの対応力強化 ・ 今後の機能拡張を見据えた新movino star (通信回線一括管理サービス)の開発 ・ 中古端末を再利用したモバイル端末のレンタルサービスを開始
	総合ネットワークサービスプロバイダへの進化	・ Relay2, Inc.の連結子会社化 ・ 「いえからオフィス」をはじめとしたエッジソリューションの拡充
決済サービス事業他 (現スマートライフ・クオカード事業)	既存ビジネスの質の向上および拡大	・ PIN・ギフトカード事業における動画系・EC系の商材を中心とした商材導入 ・ コンビニエンスストア、量販店、専門店におけるスマホアクセサリなど卸売り(リテールサービス事業)の拡大 ・ QUOカード、QUOカードPayの操作性の良さや金額設定の自由度などが評価され、「自治体」による採用が拡大
	新規ビジネス創出	・ デジタルギフト配信サーバーの機能強化 ・ ICTスクールの拠点拡大とeスポーツイベント運営受託・スポンサーセールスの開始 ・ PPAモデルでの太陽光パネル設置数拡大と(株)TGファームが生産した農作物が、つくば市ふるさと納税の返礼品に採用
	M&A、出資への積極的な取り組みによる事業拡大・強化	・ 車中泊仕様の車のレンタル・スペースシェアサービスを中核事業とするCarstay(株)へ出資 ・ ガラスコーティング剤の製造、販売を中核事業とするハドラスホールディングス(株)へ出資 ・ アクセサリー事業の強化を担いCCCフロンティア(株)(現(株)ユニケース)へ出資 ・ 国内フェムテック業界でいち早く地位を確立しているfermata(株)へ出資

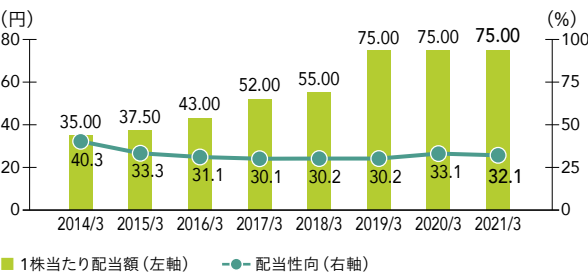
結果と成果

事業ポートフォリオの変革



■ モバイル事業 ■ ソリューション事業
■ 決済サービス事業他 (現スマートライフ・クオカード事業)
※ 2021年3月期は新型コロナウイルスの影響が大きかったため、2020年3月期の収益構造を採用しました。

1株当たりの配当額と配当性向



セグメント別報告

モバイル事業



モバイルコミュニケーションの最前線で、
販売を通じて新たな価値を創造する

- (左) 上席執行役員 モバイル第一事業本部長
武田 敏和
- (中) 上席執行役員 モバイル第二事業本部長
上田 豊
- (右) 上席執行役員 モバイル第三事業本部長
宮本 健一



事業概要

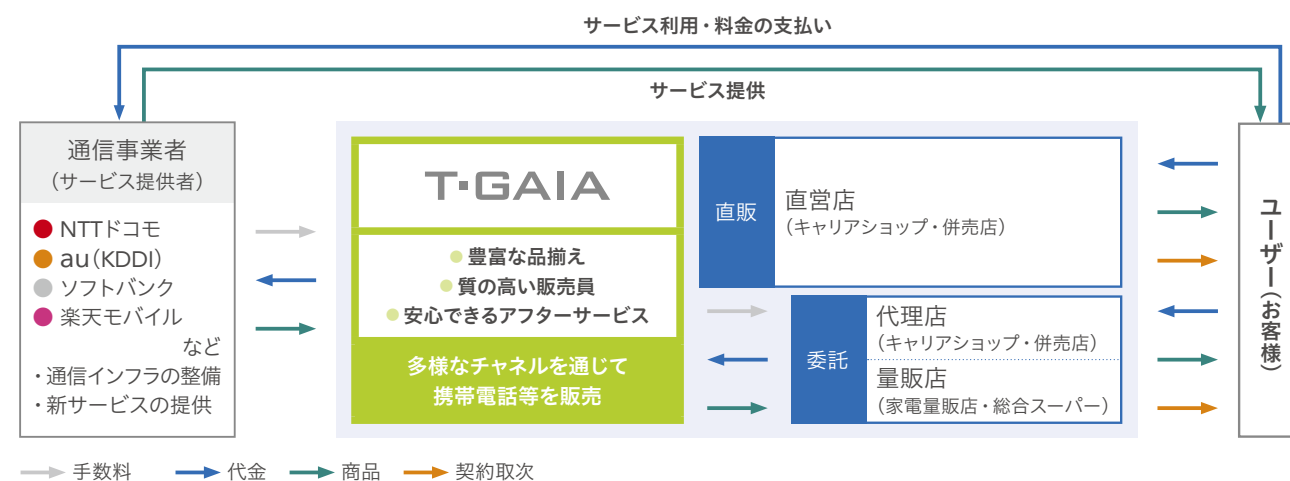
当社は、通信事業者の一次代理店国内最大手として、携帯電話やタブレット、スマートデバイス関連商材およびコンテンツサービスなどを、全国で約1,900店舗の販売チャネルを通じて販売しています。

国内の主要通信事業者と良好な取引関係を築き上げてきた当社は、各事業者からの信頼のもと、柔軟かつ創造性あふれる販売戦略を積極的に推進しています。販売代理店との強固なパートナーシップ体制のもと、地域特性に合わせた店舗運営を実施しています。

また、様々なお客様ニーズにお応えするため、既存の店舗運営の業務支援に加え新たなビジネスの開拓などを目的とする「コン

シューマビジネス推進部」、ビジネスプロセスを抜本的に変革し全社の生産性を向上することを目的とする「BPR推進部」の2つの全社横断組織を創設し、店舗運営の効率化、当社独自商材の販売を拡大しています。

今後もお客様ニーズと地域特性に合わせ、洗練されたインテリアでお客様がいつ訪れてもくつろいで過ごせる空間をつくるとともに、豊かな専門知識を持つスタッフによる丁寧な接客が受けられる付加価値の高い店舗を展開していきます。そして、単なる「販売拠点」でなく、「地域のICT拠点」として、すべてのお客様にとって気軽に相談しやすい場となり、支持される店舗を目指します。



2022年度の取り組み事例

移動携帯ショップ

移動携帯ショップを活用し、自治体施設での高齢者向けスマホ相談会や、店舗がない地域での販売サポートを行うことで、地域のICT拠点としての機能を果たしています。



オンライン接客

従来各店舗で実施していた初期設定業務を、オンラインサポートセンターに集約。店舗ではコスト低減と営業活動時間の増加を進めています。



行政手続きサポート

当社は、スマホ教室講座を通じて、積極的な行政サポートに取り組んでいます。

「マイナンバーカードの活用サポート」では、お客様の個人情報を安全に取り扱い、行政手続きをスムーズに行うサポートを実施しています。さらに、全国各地で展開する「デジタル活用支援講座」では、スマートフォンの効果的な活用方法を提供しています。

社会全体の包括的な発展を促進する使命を果たすため、今後も地域社会のデジタルデバйд解消に向けて様々な活動を進めていきます。



2023年度の事業方針と見通し

モバイル端末は、コミュニケーションツールから進化し、IT社会において必要不可欠な存在となっています。そんな中でモバイル事業を取り巻く環境は、契約形態の多様化に伴い競争が激しいものとなっています。そこで当社モバイル事業においては、すべてのお客様に支持される店舗・販路をつくるのが最重要であり、よりお客様目線を持った取り組みを実施していきます。

・販売力のさらなる向上

店舗来客数に見合った人員を分析し、人員リバランスによるお客様ニーズに合わせた人員配置を実施しています。これにより店舗以外の拠点活用として出張販売・自治体や地域企業連携を促進し、お客様との接点を創出しています。

また、スマホアクセサリ、ガラスコーティング、セキュリティ商材など、多様化するお客様ニーズにお応えする当社独自商材の販売を促進します。

・スタッフ教育の見直しと強化

お客様目線での接客サービスの醸成を図るため、改めて基礎的な内容から社員教育を実施し、すべてのお客様に支持される店舗・販路を目指します。また、多様化するお客様ニーズに合わせた価値提案のさらなる強化を図り、お客様の生活をより豊かにするスマートライフをサポートします。

・固定費の最適化

来客数・収益に見合った店舗サイズの適正化と、備品・消耗品の不断なる見直しを実施します。

また、RPAなどエンドユーザーコンピューティングの活用により、事務所業務の省力化に取り組み人員の適正化を図ります。

・次世代販売手法への取り組み

オンライン販売に積極的に取り組み、ウェブチャネルの充実とデジタルの活用により、お客様一人ひとりの安心と快適をサポートします。また、店舗運営の効率化を目的に、各店舗で受け付けている電話を一元化する受電サポートセンターの構築を検討しています。

セグメント別報告

ソリューション事業

スマートデバイスを核にした
プラットフォームで、
企業のICT化をワンストップ支援

上席執行役員
ソリューション事業本部長
池田 聡



事業概要

LCMサービス

新たなソリューション商材・サービスの提供でICT化推進を支援
スマートフォンやタブレットといったスマートデバイスの急速な普及と、企業のICT化に伴い、それらのデバイスの適切な運用管理が企業にとって大きな課題となっています。そこで当社は、お客様それぞれのニーズや社内環境に合わせたLCM(Life Cycle Management)によるワンストップ・ソリューションを提供。最適なプランの提案からデバイスの調達・導入、運用管理やアップデートまでを一元管理することで、業務効率化を含め総合的にサポートしています。今後本格化するIoTへの対応においても、お客様のICT化推進を支援していきます。



詳細はウェブサイトをご覧ください。▶ <https://www.t-gaia.co.jp/biz/>

企業のネットワーク環境構築を支援

回線提供から運用保守まで幅広いサービスを提供

法人向け光アクセスサービス「TG光」は、NTT「フレッツ光」の卸事業を受け、当社が電気通信事業者としてサービスを提供しています。高品質な光ブロードバンド回線と充実したサービスによって、快適な企業インフラ構築を提案し、お客様の業務効率向上を実現します。さらに、回線提供だけでなく、エッジソリューションや高度なVPNサービスの提供、運用保守など幅広いサービスを、グループ企業と連携しながら提供しています。



詳細はウェブサイトをご覧ください。▶ <https://www.tghikari.com/>

ソリューション事業
イメージ



2022年度の取り組み事例

中期経営計画の成長戦略として掲げる「LCMサービスの拡充」「総合ネットワークサービスプロバイダへの進化」を実現するため、2022年度は主に以下の取り組みを実施しました。

企業のDX推進サポート

・LCMサービスを新たな顧客に提供

飲食店やデリバリーサービス事業者、決済サービス加盟店などに、スマートデバイスの調達、キッティング、端末管理から回収といったLCMサービスを提供し、DX推進をサポート。コロナ禍における非接触・非対面でのサービス提供への対応や、人手不足などの課題解決に貢献しています。



・ネットワーク構築BPOサービスの提供

対応が煩雑な固定回線手配から、Wi-Fi構築・工事手配、回線管理までワンストップで対応。当社グループ会社であるインフィニティコミュニケーション(株)やRelay2, Inc.などとも連携し、総合ネットワークサービスプロバイダとしてネットワーク構築BPOサービスを提供しています。

顧客拡大・商材拡大への対応

2023年4月にバックオフィス業務を集約し、お客様サポート業務や営業支援組織を強化しました。今後ますます複雑化するソリューションサービスにおいて、営業効率化によるご提案品質の向上とスムーズな導入支援、および円滑なお客様サポートの実現を目指します。

2023年度の事業方針と見通し

企業にとってDXは大きな課題ですが、DXを支えるIT技術やサービスは日進月歩で進化しており、ますます複雑化しています。当社は、そうしたITトレンドへいち早く対応すべく、商品・サービス開発や人財育成に引き続き取り組んでいきます。

・新サービスの開発・拡充

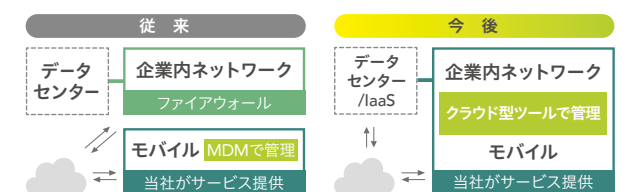
IT化やDXへの課題意識はあるものの、何から始めてよいのかわからない、人材不足により対応ができない、といった企業の課題を解決するため、2023年度より新サービスの開発・拡充に取り組めます。特に中小企業(SMB)様向けDXに貢献する商品・サービスの開発や、商材拡大を支える組織体制・システムの構築、DXに特化した人財育成をさらに加速させていきます。

クラウド化が進む法人向けビジネスへの対応

従来は、社員の携帯電話とPC・システムは別々に管理されるのが一般的でした。しかし近年、携帯電話がスマートフォンやタブレットとなったことで、PCと各種モバイルデバイスを垣根なく管理できるツールが求められるようになり、さらに、セキュリティや利便性を高めたクラウドサービスが登場し、管理ツールの高度化も進みました。

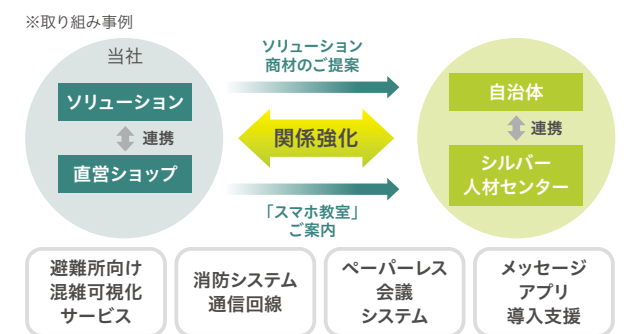
当社はこうした市場環境の変化へ対応し、当社の強みであるモバイルサービスをフックとして、当社グループ各社の特色を生かしながらお客様のDXを支援します。

PCとモバイルの管理が一体化 スマートフォン中心のシステムが標準に



自治体との取り組み

当社直営キャリアショップや当社グループ会社と連携し、自治体に対して、デジタルデバイドをはじめとした地域課題の解決や自治体サービスの向上、業務効率化などにつながる支援を提供しています。



・人財育成

高度化、多様化するお客様の課題を解決すべく、クラウドやネットワーク系資格の取得支援や研修体制を充実し、人財育成を進めています。また、各種サービス知識の習得だけでなく、お客様の課題を見つける「仮説提案力」、見つけた課題に対し最適なソリューションを提案する「コンサルティング力」を養い、課題解決力やノウハウの蓄積と共有を図ります。

当社はお客様の経営課題を解決できる製品とサービスを提供し続け、お客様とともに持続可能な社会の実現に向け取り組んでいきます。

セグメント別報告

スマートライフ・ クオカード事業

デジタルとリアル
の融合を通じて、
様々な感動体験型サービスを展開
お客様の安心安全で快適な
スマートライフを実現

執行役員
スマートライフ事業本部長
池部 勉



事業概要

プリペイドカードやコード(PIN)販売に加え、ギフトカードモデルビジネスを全国のコンビニエンスストア販路を中心に展開。また、QUOカードPayなどデジタルギフト配信サービスの拡大にも取り組んでいます。さらに、お客様の快適なスマートライフ実現に向けて様々な新事業を創出しています。

既存のコンビニエンスストア販路とのつながりを生かしたアクセサリ卸売り販売や、店舗・ECサイトでのヘルスケアデバイスの販売を手がけるリテールビジネス、キャリア店舗を活用したヘルスケアビジネスなど、当社のアセットを最大限に活用した事業を展開しています。ヘルスケアビジネスにおいては、自治体との連携においてシニア層の社会参加を促進。地域社会活性化につながる取り組みを開始しました。アクセサリ販売事業では2022年度に子会社化した(株)ユニケースと既存のSmart Labo



Google Play は Google LLC の商標です。

を基軸に、店舗とECサイト双方がシームレスに連携するOMO (Online Merges with Offline) 戦略を推進しています。また、子ども向けICTスクールの運営、eスポーツ事業のオンラインイベント開催など、様々な社会課題解決に貢献する事業の拡大にも注力しています。連結子会社である(株)TGパワーでは、太陽光発電システムの設置を進め、再生可能エネルギー事業の拡大を図りながら、お客様の気候変動対策を支援しています。農業事業を手がける(株)TGファームでは圃場の拡大と省人化を進め、地域社会や自治体との連携を図り、地域活性化に貢献しています。

2022年度の取り組み事例〈地域との連携〉

再生可能エネルギー事業／農業事業

再生可能エネルギー事業を運営する(株)TGパワーは、工場、倉庫、飲食チェーン店、家電量販店など、様々な企業への太陽光発電システム導入を進めており、設置件数は着実に伸びています。環境負荷削減に加えて、近年の不安定な電力価格を背景として、引き合い件数は増加しています。お客様の課題解決のため、さらに事業を拡大していきます。農業事業の(株)TGファームはつくば市に加え、久留米市にも圃場を開設。デジタル技術を活用した持続可能な農業に取り組むとともに、地域との連携を強化しています。



ICT教室／eスポーツ

子ども向けICT事業として、携帯ショップでの教室開催や、自治体との連携による子ども習い事支援を開始しました。すべての子どもに最適なICT環境と情報活用能力向上の機会を提供することを目指します。

eスポーツ事業では、プロリーグとの連携によるファンのエンゲージメント向上につながる取り組みや、自治体と連携したシニア向けの取り組みを行っています。これらを通じて、当社ならではのビジネスモデルの創出・確立を目指します。



2022年度の取り組み事例〈ヘルスケア、オンライン強化・OMO〉

ヘルスケアデバイス「Fitbit」

2022年12月より、ウェアラブル活動量計「Fitbit」の輸入代理店となり取り扱いを開始しました。ECモールでFitbit公認ショップとしてオンライン販売を行うほか、当社が運営する携帯ショップへの展開を通じて、お客様の健康課題解決に貢献しています。今後もパートナーとの連携を強化し、個人のお客様の健康管理のみならず、法人のお客様の健康経営にも寄与できるソリューションサービスの開発などを進め、すべての人の健康的で豊かな暮らしの実現を目指します。



オンライン強化／OMO戦略

スマホアクセサリ事業において当社直営のSmart Labo、子会社化した(株)ユニケースとのシナジーを最大限に生かし、店舗とECを連携するOMO戦略を加速させます。海外渡航者向けデータ通信用e-SIMの取り扱いも開始。ウェブビジネスにおいてもリアルとデジタルの融合を推進していきます。

Bellezza Calma

Smart Labo

UNICASE



〈ヘルスケア、オンライン強化・OMO：今後につながる取り組み(実証実験)〉

フェムテック～女性の健康課題解決に向けて～

女性の活躍を支援するため、女性特有の健康課題を解決するフェムテック※事業に参入しました。2022年度はPOP UP STORE開設など実証実験を進め、2023年度には店舗出店やECサイトの開設を予定しています。高い接客スキルを持つ当社の人財を生かし、すべての女性の悩み解決につながる事業開発を、より一層進めています。

※FemTech (フェムテック) とは、Female (女性) と Technology (テクノロジー) をかけあわせた造語。女性が抱える健康の課題をテクノロジーで解決できる商品(製品)やサービスのことを指す。

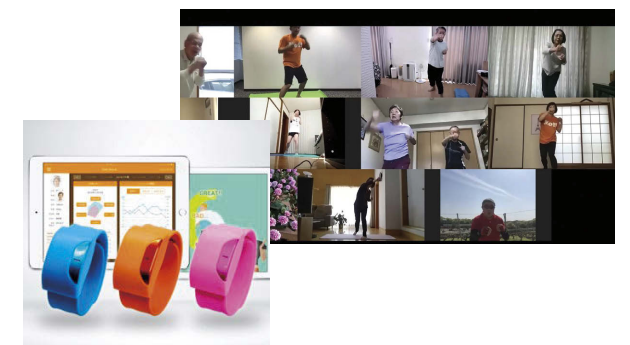


2023年度の事業方針と見通し

スマートライフ事業本部は、「地域との連携」「環境」「OMO」「ヘルスケア事業」をキーワードに既存ビジネスの質の向上と量の拡大を実現し、さらに新たなビジネスを創出することで、スマートライフ事業を当社の収益の柱へと成長させることを目指しています。事業活動が生み出す「感動体験型デジタルサービス」の提供を通じて、地域の人口問題解決と日本の温暖化ガス削減に貢献し続ける社会課題解決型の事業展開を行っていきます。事業を加速させるために、組織間の連携のさらなる強化や、

チャレンジを促す組織文化の醸成に加え、2023年度からは複数の新設チームを組成し、より実行性の高い組織体制への変革を図ります。

お客様の快適なスマートライフ実現に向けて、「デジタルとリアル」の融合をベースとした、オンラインとオフラインの架け橋となる取り組みを推進し、地域社会の活性化を目指します。これらの実現に向け、積極的な人財の活用と地域とのパートナーシップ強化を進め、収益の拡大と社会課題の解決を実現していきます。



セグメント別報告

株式会社クオカード

一般消費者の認知度92.9%※を誇るブランド力を生かした
ユニークなギフトカード発行事業でシェアを拡大

※ 全国4万人を対象に(株)クオカード調べ

事業概要

“もらってうれしい・贈って喜ばれる”定番のギフトカード「QUOカード」と“スマホで使える”デジタルギフト「QUOカードPay」を発行しています。カードとデジタルどちらも、①日本全国の身近なお店で使える、②誰もが“簡単”に“安心”して使える、③オリジナルデザインで気持ちが伝わるギフトとして活用されています。

企業によるキャンペーンなどのインセンティブや挨拶品、上場企業の株主優待品、地方自治体やNPO法人、学校法人等による各種助成などのさまざまな法人ギフトや、個人による謝礼やお祝いといった贈答シーンなど、幅広い場面で用途に合わせて贈ることができます。

主な商品



QUOカード
▶ <https://www.quocard.com/>

全国の身近なお店でいつでも、好きな商品にご利用可能。使い方も簡単だから、どなたにも贈りやすい定番のギフトカードです。



累計発行枚数
約**10**億枚
(2023年3月時点)



QUOカードPay
▶ <https://www.quocard.com/pay/>

スピーディーに贈れて、アプリや個人情報の登録なしですぐに使えます。ギフトカードの喜びはそのままに、贈り方・使い方がよりスマートになったデジタルギフトです。



公式キャラクター
クオ(左)とペイ(右)

採用事例

高い認知度と誰でも簡単に安心して使える点が評価され、全国の地方自治体が行う様々な施策(子どもがいる世帯への「子育て支援」、物価高騰による低所得世帯への「生活支援」、健康増進への取り組み)や「マイナンバーカードの普及促進」などで、「QUOカード」や「QUOカードPay」の採用事例が全国に拡大しています。

パーパス

2022年12月に創立35周年を迎えたのを機に、社員が一丸となって進むための道標となるパーパス「贈る想いに寄り添い、つなぐ。小さな「うれしい」で、笑顔あふれる未来を創る。」を掲げました。

贈る想いに寄り添い、つなぐ。
小さな「うれしい」で、
笑顔あふれる未来を創る。

当社はこれからも人と人、人と会社、人とビジネス、人と社会といった様々なステークホルダーを“つなぐ”という価値を創造し続け、贈る想いを人から人へ、未来へとつないでまいります。

子会社情報

主なグループ会社一覧(事業セグメント別50音順)

株式会社モバイルトラスト

事業内容

- 移動体通信機器の販売・取次業務およびメンテナンス
- コンサルティング事業
- コンテンツ事業

▶ <https://www.mobiletrust.co.jp/>



日本ワムネット株式会社

事業内容

- デジタルコンテンツのネットワーク・マネージメント・サービスプロバイダ
- 企業間ファイル転送・ファイル共有サービス(GigaCC)
- コンテンツ制作・流通向け大容量高速データ共有サービス(DIRECT! EXTREME)
- 通信ネットワークのシステムインテグレーション
- ホスティング、ハウジング
- FAXサーバソフトウェアの開発・販売

▶ <https://www.wamnet.jp/>



株式会社V-Growth

事業内容

- 教育業界を中心としたICT導入コンサルティング、環境構築、運用支援
- 教育関連デジタルコンテンツサービス

▶ <https://www.v-growth.co.jp/>



株式会社キャリアデザイン・アカデミー

事業内容

- 各種教育・研修プログラムの企画、実施
- その他、教育・研修に関する業務
- 人材紹介事業および人材派遣・紹介予定派遣事業
- 販売、店舗運営、営業活動に関する業務受託



T-Gaia Asia Pacific Pte. Ltd.

事業内容

- 東南アジアでのギフトカードの販売をはじめとした決済サービス事業他

株式会社TGファーム

事業内容

- 農業(施設園芸)、野菜・果物の栽培および販売
- IoT機器などを活用したスマート農業のモデルファーム

▶ <https://tgf.co.jp/>



株式会社TGソリューションズ

事業内容

- 情報サービス業務の開発、販売、運用、保守
- 自社製品開発および販売

▶ <https://www.popular-soft.com/>



インフィニティコミュニケーション株式会社

事業内容

- ネットワークシステムのコンサルティングサービス
- ネットワークシステムの設計、構築、導入、保守運用サービス
- クラウドの技術コンサルティング、設計、構築
- 人材派遣事業

▶ <https://www.infinity-c.co.jp/>



PCテクノロジー株式会社

事業内容

- コールセンター事業
- PCのライフサイクルマネジメント事業
- 技術者派遣事業
- セールスサポート事業

▶ <https://www.pct.co.jp/>



Relay2, Inc.

事業内容

- エッジコンピューティング機能を搭載したクラウドWi-Fiソリューションの開発および販売

▶ <https://www.relay2.com/ja/>



株式会社クオカード

事業内容

- QUOカードの発行・精算業務、関連機器の販売ならびに保守業務、カードを媒体とした広告事業
- QUOカードPayの開発、発行・精算などに関する事業

▶ <https://www.quocard.com/>



株式会社TGパワー

事業内容

- 再生可能エネルギー事業の開発、販売、運営
- 電力取次事業、電力コンサルティング

▶ <https://tg-power.co.jp/>



株式会社ユニケース

事業内容

- スマホアクセサリ専門店・ECサイトの運営

▶ <https://www.unicase.co.jp/>



DXの推進

CDOメッセージ

当社はDX戦略として、「業務のデジタル化による生産性向上」と「新たなデジタルビジネスの創出」を目的に、「デジタル共通基盤の構築」「デジタル人材の育成強化」「デジタルトレンド対応」の取り組みを進めています。

取り組みの成果として、2022年度に法人向けASPサービスの大幅な機能刷新を、当社子会社である(株)TGソリューションズを活用して実施し、2023年1月にリリースを完了しました。これにより、「TGマテリアリティ」に掲げる「ICTの手の内化」の第一歩を踏み出すことができました。

全社のデジタルマーケティング戦略についても、ソリューション事業において新たに構築するCRMを基盤としたお客様サポートセンターの設立、受発注システム導入などにより、生産性と業務品質の向上へのプロジェクトを開始しました。

モバイル事業においては、接客業務のデジタル化を推進しており、2022年度から開始したオンライン接客の店舗数を拡大し、初期設定や操作説明をリモートで行うことによって、顧客満足度向上、店舗スタッフの負担軽減を進めています。

また、全国の主要コンビニエンスストアで展開しているスマートライフ・クオカード事業では、PINサーバーや販売システム基盤を強化・最適化することで、お客様の快適なスマートライフ実現を目指しています。

社内業務のデジタル化も推進しており、インボイス制度や電子帳簿保存法への対応とともに、徹底したペーパーレス化を起点とした業務のBPRを進めています。また、事業者や代理店との手数料計算を行うための新精算管理システムの開発に着手するなど、さらなる省力化にも取り組んでいます。

今後は、ICTの手の内化をさらに進め、中小企業のデジタル化に資する商材開発を行い、DXに悩む企業の一助となると同時に、当社の事業領域および収益の拡大を目指します。

また、これらのDX戦略実現に向け必要な人材については、外部からの積極的な採用を継続するとともに、デジタル人材の社内育成プランを新たに策定し、人事制度改定も含めた大きな変革を実施しました。全社員から意欲がある人材を募り、社内でもデジタル人材を増やす計画です。

外向きのDXと内向きのDXの双方を積極的に推進し、デジタルを活用した価値創造で企業価値の向上を目指します。

取締役
副社長執行役員CDO
モバイル管掌、ソリューション管掌
上地 弘祥

2022年度の成果(各種システム開発の手の内化・DX認定)

現中期経営計画のTGマテリアリティに基づき、各種システム開発の「手の内化」を進めています。特に通信サービス一括管理システム「movino star」については社内で開発を行い、2023年1月に大幅に刷新してリリースしました。操作性の改善、画面デザインの向上、料金取り込み処理速度向上を実現し、現場の課題解決に貢献しています。今後は手の内化の強みを発揮し、機能拡大などについても柔軟かつスピーディーに対応を進めます。

このような取り組みと当社の掲げるDX戦略が認められ、2022年11月1日に、経済産業省から「DX認定制度」に基づく「DX認

定事業者」に認定されました。当社を取り巻く事業環境は大きく変化し、また技術革新のスピードも予想以上に速くなっています。当社もDX戦略の推進スピードを上げて取り組むことで、事業を変革し、持続的成長につなげていきます。



2022年度の成果(デジタル人材育成)

デジタル人材育成プランを策定し、運用を開始しています。目標は、ビジネスとデジタル技術に精通し、ビジネス部門において当社ビジネスの創出と変革を推進できる「デジタル活用人材」を育成することです。また、もう一つの目標として、デジタル技術の専門家であり、IT部門においてサービス創造および開発／運用／保守に特化した「エンジニア人材」の育成も目指します。今後はこれらの人材を活用し、多様化するニーズ、ビジネス、テクノロジーへの柔軟な対応を実現します。

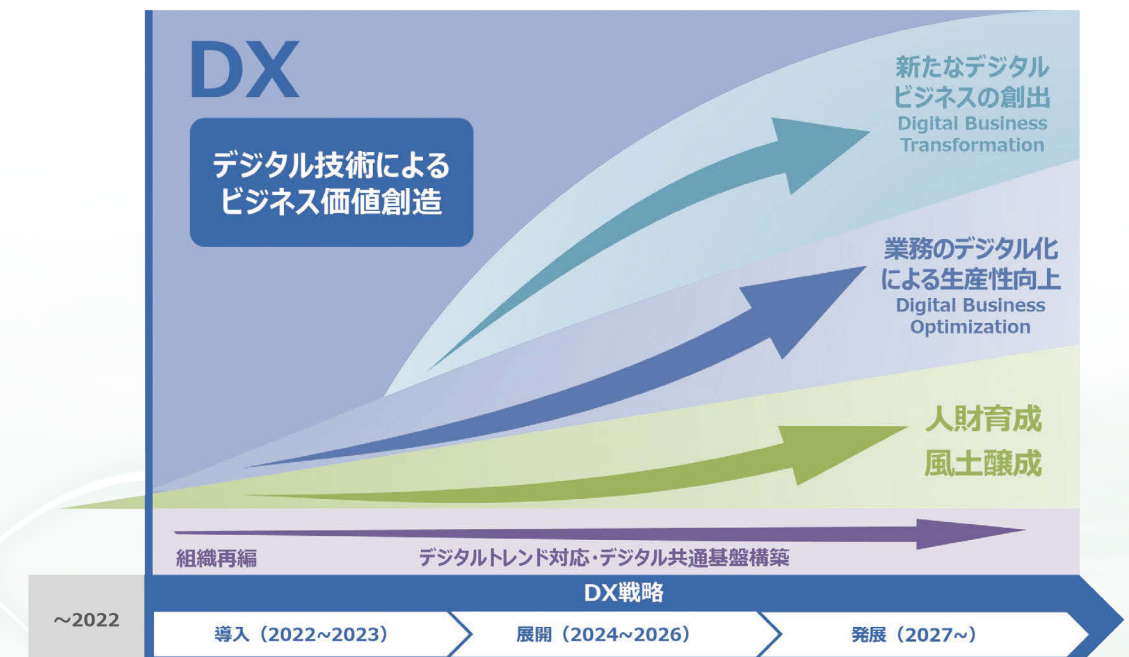
当社独自の研修カリキュラムを活用したデジタル知識習得、OJT、実践などの経験を積み場として、デジタル人材育成・活用機関「Digital Hub：DH」を設置しました。DHでは、デジタル人材を継続的に生み出す仕組みを構築し、常にビジネスとデジタルを連動させた人材育成を行っていきます。



- コアエンジニア研修
- ビジネススペシャリスト研修
- DX人材育成研修
- サービスクリエーション研修
- 全社IT研修

2023年度の取り組み

現在の中期経営計画に基づき、2023年度をDXの導入期と位置づけ、現場の課題解決に主眼を置いた基盤づくりに取り組んでいきます。同時に、次期中期経営計画とも連動して、将来的なDX展開期に向けた次期DXビジョンの策定にも着手していきます。



人的資本

人財戦略

当社のありたい姿を実現させるため、全社員がワクワクしながら働き続けられる環境づくりの実現を目指し、人財戦略の中心に「多様性の尊重と人財育成の促進」「ダイバーシティ&インクルージョンの実現」「健康経営の推進」を掲げ、様々な取り組みを進めています。

当社を取り巻く事業環境は急激に変化しており、事業戦略を実現するために必要となる人財像も大きく変化しています。この変化に対応するため、社員の自律的な学びを促進し成長を支援するとともに、社員一人ひとりが自分らしく活躍できる環境づくりを目指していきます。



イノベーションを創出するダイバーシティ&インクルージョン

多様な背景や価値観などを持つすべての社員が、働く喜びを実感しながら活躍できる職場環境づくりを目指し、ダイバーシティ&インクルージョンの実現と、時間と場所を問わない多様な働き方の促進に取り組んでいきます。

取り組み事例

次世代管理職育成研修や女性活躍推進に資する管理職向け研修等の実施 ● 女性活躍推進 ● 女性管理職比率：11.3%^{※1}	定着支援に向けた定期面談や交流会、PCスキルサポート等の実施 ● 障がい者採用と定着支援 ● 障がい者雇用率：2.6%^{※1}	男性育児休業等の取得促進、不妊治療と仕事の両立サポート、産・育休中社員向け情報交換会の実施 ● 育児・介護・不妊治療等両立社員の支援 ● 男性育児休業等取得率：80.9%^{※2}
シニア人財の働き方の拡充やキャリア選択の支援 ● 副業・兼業制度の運用の柔軟化 ● キャリア&ライフプラン研修の実施	多様なSOGIに対応した設備や制度の整備や、社内啓発活動の実施 ● 社外相談窓口やジェンダーレスな「みんなのトイレ」の設置 ● 「同性パートナーシップ制度」および「社内通称使用の導入」 ● アライセミナー等の実施	働き方の多様性の促進と、労働生産性向上への取り組み ● スーパーフレックスやテレワークの拡充 ● ペーパーレス化の促進 ● RPA・AI等のデジタル活用推進 ● 支社・支店等での駐在勤務の活性化

※1 女性管理職比率、障がい者雇用率はいずれも2023年4月時点

※2 男性育児休業等取得率は、当社独自の休暇制度（「イクメン支援休暇制度」）を含む2022年度の実績

多様な支援・プログラムによる人財育成・活用

社員一人ひとりの自律的な学びを促進し成長を支援するとともに、自分らしく活躍できる環境づくりを目指し、多様な支援・プログラムによる人財育成・活用を継続していきます。

取り組み事例

社員のキャリア開発支援を目的とした挑戦できる機会と環境を整備 ● 社内公募・FA制度 ● 副業許可 ● 事業会社との人財交流	社員の成長を支援する「TGトレーニングプログラム」による役割に応じた知識・スキルの習得 ● 階層別研修 ● ショップスタッフ向け研修	次世代リーダー育成を目的に、体系的なメソッドで全社的な視点や経営スキルを習得 ● ビジネススクール派遣 ● 経営人財育成プログラム
最先端のテクノロジーの知識を活用し、自社や顧客に価値を提供できる人財を育成 ● デジタル人財育成プロジェクト 参照：DXの推進 ▶ P.38	パートナー企業とのコミュニケーション促進と最新のICT情報等を収集 ● 海外トレーニー制度	社員のキャリア自律を促進するとともに、人財の可視化を行い、人財の配置・育成を最適化 ● HRシステムの活用 ● キャリアアセスメント ● 人財活用計画の実施

「ティーガイア 健康宣言」に基づく健康経営の促進

社員とその家族がより健康で、エネルギーに満たされた状態にあることが、当社の事業発展にとって不可欠であると捉え、労働環境の整備をはじめ、社員の「こころ」と「身体」の健康維持・増進を積極的に支援し、一人ひとりがいきいきと仕事に取り組むことができるよう、様々な健康施策を実施していきます。

取り組み事例

定期健診・人間ドックの結果を基にした保健指導の実施や、ストレスチェックの受検推奨等 ● 産業医による職場巡視 ● 保健師面談	カウンセラーによる相談室の設置や、メンタルヘルスリテラシー向上のためのラインケア・セルフケア研修の実施 ● TG-Support Lounge ● メンタルヘルス教育	疲労回復とストレス軽減がもたらす労働生産性の向上を目的とした施策の展開 ● マッサージルームの運営 ● ウォーキングイベントへの参加
がんをはじめとする病気やけがの治療と仕事を両立する社員へのサポート体制の構築 ● 「特定疾病サポート休暇」制度の導入 ● 団体長期障害所得補償保険（GLTD）の整備	感染症の拡大防止に向けた取り組みの強化や、制度の整備 ● 「感染症予防特別休暇」制度の導入 ● 抗原検査キット、PCR検査キットの配備 ● コロナおよびインフルエンザ予防ワクチンの職域接種の実施	社員の禁煙サポートと受動喫煙防止に対する取り組み、社内啓発活動の実施 ● 「吸わんスワン+1 ティーガイア禁煙の日」の制定 ● オンライン禁煙プログラムの無料提供

知的資本

持続的に成長する「人」「企業」となるための改革、効率化

当社は自社の知的資本を「研修・勉強会」や「店舗運営、人材育成のノウハウ」ならびに「BPRのノウハウ、RPA内製研修」にあると考えており、それらを強化していくことで、企業価値を高めていきます。

ICTの手の内化を目的とした研修・勉強会

当社では、以前から店舗運営・人材育成に関する研修や勉強会を人事・総務部主導にて行っており、その数は年間で600回を超えています(詳細「P.40 人的資本」参照)。

また、持続的な成長を達成するために、変化に対して臨機応変な対応ができる「人」「企業」を目指しています。そのために、中期経営計画において、「ICTの手の内化」を掲げており、その実現に向けて、業務改革による生産性向上を目指して、RPA[※]やExcelなどのスキル取得に関する研修や勉強会をデジタル推進部主導にて実施しています。特に、業務効率化に欠かせないツールであるRPAについては、研修から実業務での稼働までをフォローできる専門部署を組成し、社内に広く展開する体制を整えています。また、当社独自の社内資格「RPA社内技術認定資格」を創設し、一定のスキルを有すると認定された社員は、全社視点でのスキル向上に寄与する役割を担っています。

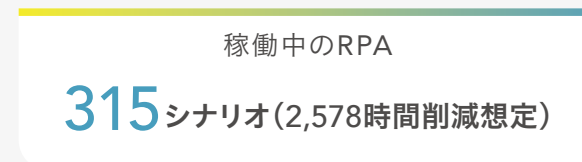
※ RPA：Robotic Process Automation
事務系の定型作業を自動化・代行するツール

BPRへの取り組み

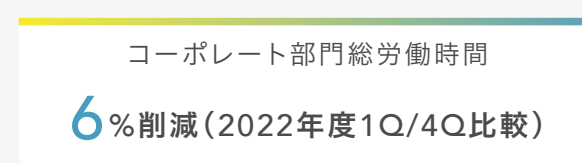
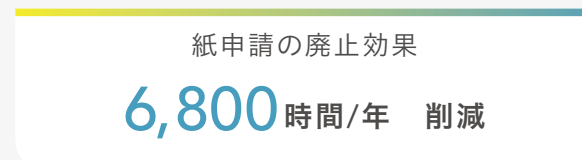
上記研修・勉強会に加え、全社業務や店舗運営のさらなる効率化を目指し、2021年度には、全社横断の取り組みとして「事務所BPR[※]プロジェクト」ならびに「ショップバックオフィス効率化プロジェクト」を実行しました。

さらに、2022年度はBPR専門組織を組成し、前年度に実行した各プロジェクトをベースに、生産性の向上や業務プロセスの改善を可視化するために、KPIや生産性指標を設定しました。これらの取り組みの結果、社員のBPRへの意識向上やノウハウ蓄積が進み、業務効率化や印刷物・物品購入費用の削減などに繋がっています。当社では、今後もBPRへの取り組みを継続し、企業価値の向上に努めています。

※ BPR：Business Process Re-engineering
既存の組織や制度を抜本的に見直すこと



主な取り組み事例と想定効果



※RFID：Radio Frequency Identification
電波で複数のタグをまとめてスキャンする仕組み

社会関係資本・製造資本

顧客に対する取り組み

魅力的な店舗展開を通じて お客様との多様な接点づくりを推進

通信事業者のエリア戦略に合わせ、本社ならびに全国の支社・支店が地域の実情にフィットした的確なエリアマーケティングを実施しながら、各エリア環境に合わせた企画立案・運営をプロデュースしています。直営キャリアショップをはじめとする販売チャネルは約1,900店舗で、全国を網羅しています。これからも「お客様に選ばれる魅力的なショップ」であり続けるために、販売拠点で培われたショップ運営ノウハウを各店舗で共有し、移転・改装・大型化など店舗の拡充や、人材育成や店舗の生産性向上に向けた取り組みを通じ、新しい価値の提案に適した空間づくりを推進しています。

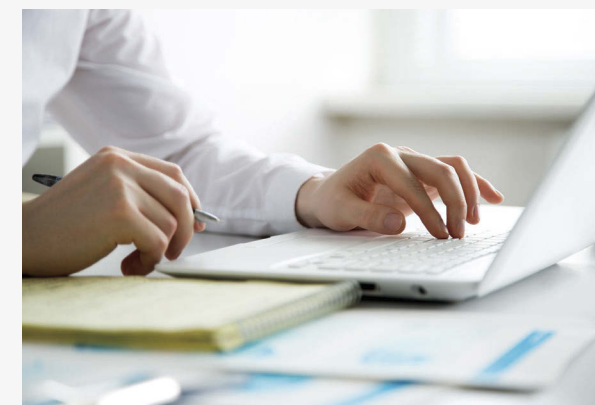


取引先に対する取り組み

コンプライアンスレポートの発行

社内だけでなく代理店や取引先に対しても、コンプライアンスに関する法令や世の中の最新の動向などの情報を発信しています。

「法令遵守」だけにとどまらず、関わる全ての人々が業界全体の健全な慣行や社会的要請、企業倫理や経営倫理に従い、高いコンプライアンス意識を持って業務に取り組んでいます。



販売スタッフ向け研修の実施

販売スタッフに対して、階層や役割に必要なスキルを習得する研修を実施しています。

新人、中堅、副店長、店長、インストラクター・トレーナー(育成担当者)など階層や役割に応じて、ビジネスマナーやクレーム対応、電話対応、提案力向上、コミュニケーションスキル、人材育成、問題解決、マネジメントなど幅広い研修を行っています。様々なスキルを身に付け「お客様にご満足いただけるサービスの提供」や「愛される店づくり」ができる人材を育成します。



当社代理店への取り組み

当社は代理店に対して、年に1度、ルールに則り正しく店舗運営されているかを確認する「店舗診断」を実施しています。

また、販売に携わる従業員様向けに、コンプライアンス意識向上を目的としたeラーニングを提供しています。

これらの取り組みにより、代理店とその従業員様がより安心して店舗運営できる環境の実現を目指しています。



社会関係資本・製造資本

地域社会に対する取り組み

サステナビリティサイトに詳細を掲載しています。
▶ <https://www.t-gaia.co.jp/company/csr.html>

戦略

「TGマテリアリティ」の「06 地域社会の一員として共通価値を創造」では、「ビジネスを通じた地域社会との共生」「ICT教育によるデジタルデバйд解消」「地域社会での重要なアクセスポイント機能」を掲げており、事業活動においては地域課題の解決に貢献しながら企業価値の向上に取り組みます。また、全国各地に広がる営業拠点・販売拠点のそれぞれが、地域社会の皆様と協働し、コミュニティの活性化に取り組んでいます。

地方自治体との協働

当社は通信事業者とともに、デジタルデバйд解消による生活の質向上を目的とした自治体による実証実験に参画しました。本実験では高齢者へスマートフォンを無料で貸し出し、使い方の勉強会や、セキュリティ対策、利用状況の分析に基づく利用促進サポートなどを実施しました。

また、利用者向けデジタル活用支援推進事業(地域連携型)へ参加し、当社のキャリアショップだけでなく、全国の12の自治体の公共施設などで、スマートフォンの基本操作やマイナンバーカードの申請方法などスマートフォンを活用した行政サービスに関する講習会を開催しています。

当社は、これらの取り組みを通じてデジタルデバйд解消を図るとともに、誰もがデジタル化の恩恵を受けられる社会の実現に貢献します。

連携自治体(計 12自治体)	
宮城県	塩竈市、松島町
新潟県	村上市、五泉市、胎内市、関川村
愛知県	江南市
福岡県	宗像市、太宰府市、朝倉市、春日市、那珂川市

次世代を担う子どもたちへの教育

学校や学習塾など、子どもたちの教育の場でタブレットをはじめとするスマートデバイスの導入が進んでいます。当社は、教育現場のICT化を進める文部科学省の「GIGAスクール構想」を、ハードとソフトの面からサポートしています。また、ICT教育に携わる教職員への支援、教育現場での光回線の敷設やWi-Fi構築といった、電子機器の利用を支える通信ネットワークの導入・構築・運用・保守も行っています。

また、子どもたちに迫る危険の実態を正しく知らせ、トラブルを未然に防ぐための啓発活動として、総務省および文部科学省の支援のもと、「e-ネットキャラバン」を継続的に実施しています。

当社には、全国の携帯ショップスタッフを中心に456名(2023年4月末現在)のe-ネットキャラバン認定講師が在籍しており、

保護者、教職員、小学生～高校生を対象としたインターネット・スマートフォンの安心・安全教室活動に参画しています。



e-ネットキャラバン開催風景

2022年度講座実績

講座実施件数(累計)
54回
受講者数(累計)
12,527名

2022年度の講座実施状況(一部抜粋)

所在地	学校名	受講者数
北海道	札幌市立手稲東小学校	児童204名 教職員10名
宮城県	宮城県利府高等学校	生徒780名 教職員20名
東京都	江戸川区立春江中学校	生徒530名 教職員35名
静岡県	学校法人静岡理科大学星陵高等学校	生徒560名 教職員20名
愛媛県	西予市立宇和中学校	生徒487名 教職員20名
福岡県	北九州市立長行小学校	児童 63名 保護者 8名 教職員6名

各拠点での取り組み

本社

「団体献血活動」実施

当社は日本赤十字社を通じて、病気の治療や手術などで輸血を必要としている患者さんの尊いいのちを救うために献血事業に協力しており、年2回、本社ビルにおいて団体献血を実施しています。

コロナ禍においても多くの社員の協力により、活動を継続しました。



本社での団体献血

	2020年度	2021年度	2022年度
参加者数	87名	76名	99名

西日本支社

「関西エコオフィス事業所」登録

西日本支社では、関西地域の府県および政令指定都市から構成される関西広域連合が地球温暖化対策として推進する「関西エコオフィス宣言」に事業所登録しました。

クールビズをはじめとする冷暖房温度の適正な設定や、POP掲示による社員の節電意識向上への取り組みなどを行い、身近な省エネルギー化を推進しています。



「おおさか交通エコチャレンジ宣言事業者」登録

西日本支社では、事業活動に伴う自動車利用に関して、自ら率先して、「公共交通機関利用の推進」「エコカー使用などの推進」「エコドライブの推進」といった環境に配慮した自動車利用を推進するため、「おおさか交通エコチャレンジ宣言事業者」に登録しています。



東海支社

「なごやSDGsグリーンパートナーズ認定エコ事業所」取得

東海支社では、事業者がSDGsを意識しながら、環境に配慮した事業活動を名古屋市が認定し、自発的かつ積極的に行うことを支援する制度である「なごやSDGsグリーンパートナーズ」認定を取得しました。



「愛知県ファミリー・フレンドリー企業」登録

東海支社では、仕事と生活の調和を図ることができる職場環境づくりに積極的に取り組む企業として、「愛知県ファミリー・フレンドリー企業」に登録しました。社員それぞれが仕事の能力を最大限に発揮しつつ、ワークライフバランスが図れるよう推進しています。

九州支社

「特定非営利活動法人フードバンク福岡」賛同

九州支社では、まだ食べられる食品が多く捨てられている現状において、企業や個人から提供される食品を、必要としている福祉施設や個人に届けることで、食品ロスの削減と生活困窮者の支援を行う「特定非営利活動法人フードバンク福岡」に賛同し、食品の寄付を行っています。



「地球の友と歩む会／LIFE」賛同

九州支社では、「水、緑、人」をコンセプトに、インドで水供給、有機農業、農産物販売などの支援、インドネシアでは植林、有機野菜作りの支援などを行い、農村の生活向上支援をしている「特定非営利活動法人地球の友と歩む会／LIFE」に賛同し、使用済みの切手を会社内外で収集し寄贈しています。



環境マネジメント

当社グループは、環境方針に則り、環境関連法規を遵守することはもちろん、事業活動における環境負荷の低減と、事業を通じて環境問題を解決することを目指しています。循環型社会への取り組みとして、携帯電話回収の取り組みやペーパーレス化を積極的に実施するとともに、再生可能エネルギー事業を通じ、自社だけでなく、社会の温室効果ガス排出量を削減していきます。

環境方針

当社グループは、事業活動を通じて発生する環境負荷の低減に努め、持続可能な社会の実現に貢献します。

法令遵守	環境関連法規および同意した協定等を遵守します。
GHG 排出量削減	販売した商品・サービスのライフサイクルにおける温室効果ガス排出量を削減し、環境負荷を低減します。
	再生可能エネルギー事業を通じて温室効果ガス排出量を削減します。
循環型社会	事業活動における廃棄物等の抑制・再使用、資源の再生利用に取り組み、循環型社会の形成に貢献します。
PDCA	環境負荷の低減に関する目的・目標を定め、定期的な見直しを行い、継続的な改善を実施します。
情報開示	この環境方針は広く社員に周知し、社外に開示します。

環境への取り組み

再生可能エネルギー事業の推進

連結子会社の(株)TGパワーにおいて、太陽光発電システムを活用した再生可能エネルギー事業を展開しています。

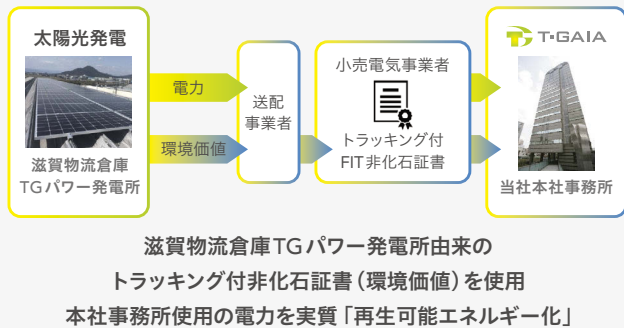
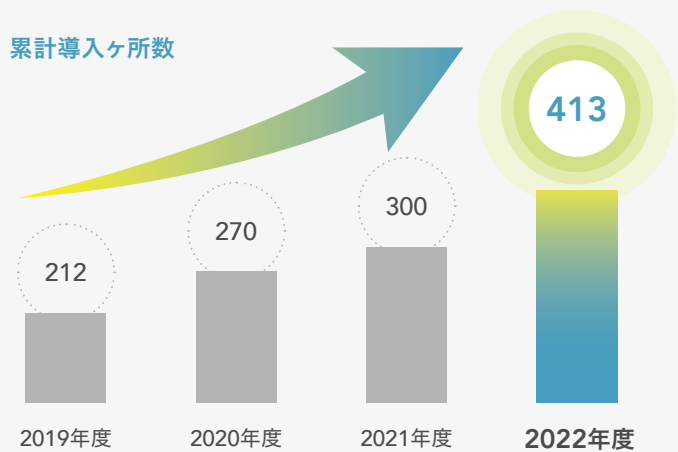
当社直営店舗やパートナーである代理店の運営店舗を中心にスタートし、大手飲食チェーン店や家電量販店への太陽光発電システムの設置を進め、昨今のBCP対策やESG経営のニーズが高まるなか、太陽光を活用した再生可能エネルギー事業は好調に推移しています。

今後も再生可能エネルギー事業の拡大を図りつつ、お客様の気候変動対策にも貢献していきます。

本社で使用する電力の100%を実質的に「再生可能エネルギー化」

2022年度にて、本社で使用した電力量に相当する「滋賀物流倉庫TGパワー発電所」由来のトラッキング付FIT非化石証書を調達し、本社の使用電力に適用することで、実質的に「再生可能エネルギー化」を実現しました。これにより、本社の電力の使用に伴い発生するCO₂約330t分の削減になります。

引き続き、省エネのさらなる推進に加え、再生可能エネルギー由来の電力の導入を進め、温室効果ガス排出量の削減に努めていきます。



気候変動への取り組み



TCFD 提言への対応

気候変動は、経済・社会に甚大な影響を及ぼす重要な社会課題の一つだと考えています。当社は2021年12月にTCFD提言への賛同を表明するとともに、賛同企業や金融機関などが一体となって取り組みを推進する場であるTCFDコンソーシアムに参画しています。

TCFD提言に基づいた気候変動への対応に関する情報開示を推進していきます。

ガバナンス

当社は、気候変動を含む環境課題に関し、全社委員会(サステナビリティ委員会)にて評価・管理を行っています。サステナビリティ委員会は経営会議の諮問機関であり、気候変動に関する課題の解決に向けた方針・戦略・施策などを策定・審議します。委員会討議内容は都度経営会議に報告し、重要な事案については取締役会への付議を進言します。

戦略

当社は、気候変動リスク・機会が当社のビジネス戦略や財務計画へどのような影響を及ぼすかを、TCFD提言に基づき「リスク重要度評価」「シナリオの選択(4℃と1.5℃)」「事業インパクト評価」「対応策の検討」の4つのステップに分けて分析をしています。

● リスクの重要度評価

気候変動を起因とする異常気象の激甚化は、自社店舗の損壊を含むサプライチェーンの寸断等、当社事業に損失を与えるリスク要因です。一方で、再生可能エネルギー事業の需要が高まることにより、当社にとって大きな財務効果が得られる機会を生み出す可能性があるとも認識しています。

主要なリスク

タイプ		リスク項目	主要なリスク	評価
移行	政策・規制	炭素価格（炭素税）	・新たな規制として炭素税の大幅な課税強化や排出権取引の強化	小
		GHG 排出規制への対応	・化石燃料・化石由来の電力価格の上昇	小
		再エネ・省エネ政策	・再エネ電力調達や省エネ対応費用	小
	市場	エネルギーコストの変化	・安価な化石燃料由来電力の需要が高くなり、再エネ電力の需要が伸びしない	小
	評判	投資家の評判変化	・投資家の環境開示要請への対応遅れにより評価低下に伴う株価への影響	大
物理	急性	異常気象の激甚化	・販売拠点の被害/休業による売上減少および、サプライチェーン寸断による商品調達遅延 ・異常気象災害による太陽光発電設備の損害 ・火災保険料の増加	中
	慢性	平均気温の上昇	・冷房コスト増加 ・外出手控えによる実販売拠点の売上減少	小

主要な機会

タイプ		機会項目	主要な機会	評価
移行	政策・規制	排出権取引	・太陽光発電によって削減できた排出権の販売による収益の拡大	小
		再エネ政策	・再エネ電力への需要が増加することにより、PPAの導入増加に伴う売上が増加	中
		省エネ政策	・補助金制度の利用による運用費用の削減	小
	技術	再エネ・省エネ技術の普及	・再エネ技術が進展し、蓄電池の価格が下がることによる、設備投資費の低減	小
		低炭素技術の進展	・高効率太陽電池を導入することで、売上が増加	小
	評判	投資家の評判変化	・投資家の環境開示要請へ積極的に対応し、資金調達コストが低下	大
物理	急性	異常気象の激甚化	・テレワーク商品の売上が増加 ・BCP対策として自家消費型の太陽光発電や無停電ソリューションの需要が高まり、売上が増加	小
	慢性	平均気温の上昇	・移動携帯ショップの普及による出張販売の売上増加	小

評価：大(当期純利益：10%以上)、中(当期純利益10%未満～1%以上)、小(当期純利益：1%未満)

移行リスク・機会：低炭素経済への移行に伴い、GHG排出量の大きい金融資産の再評価によりもたらされるインパクト

物理リスク・機会：洪水、暴風雨等の気象事象によってもたらされる財物損壊等の直接的インパクト、グローバルサプライチェーンの中断や資源枯渇等の間接的インパクト

自然資本

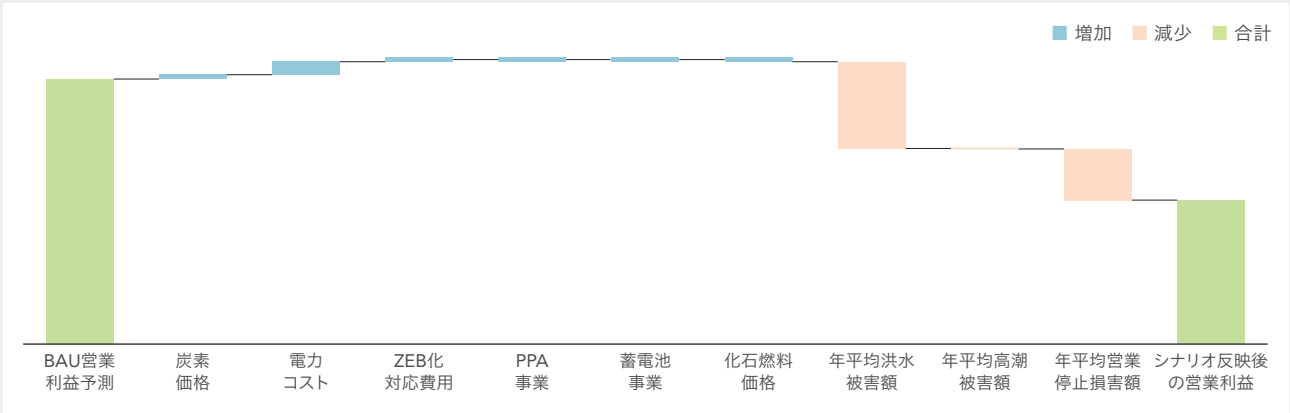
事業インパクト評価

気候変動に係るリスク・機会の定性的な分析を踏まえ、「4℃シナリオ」「1.5℃シナリオ」を利用し、それぞれの事業インパクト評価を行いました。

これら分析の結果を環境方針に反映させ、事業活動を通じて発生する環境負荷の低減に努め、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

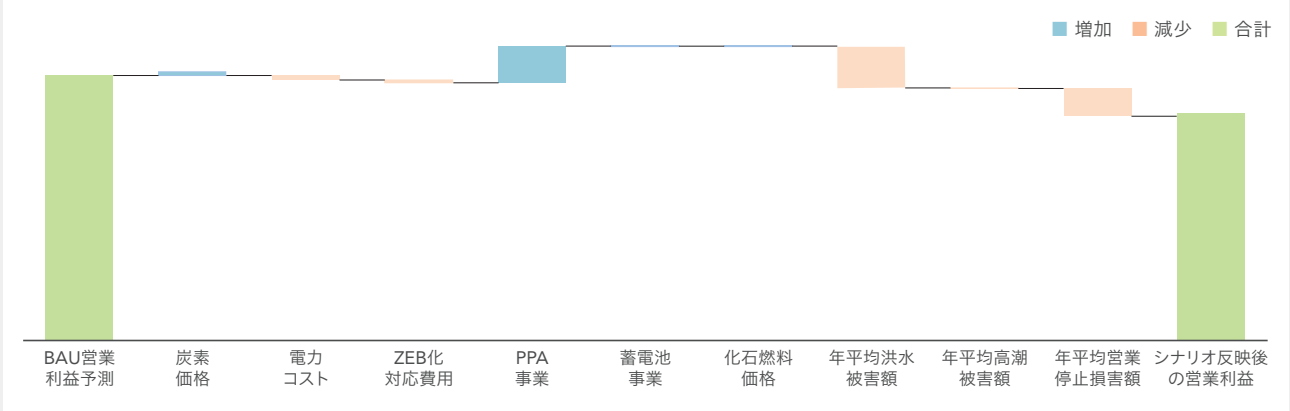
今後も定期的に分析を行い、評価の見直しと環境方針への反映を行い、情報開示の質と量の充実に努めます。

2050年 4℃シナリオ



4℃シナリオでは、異常気象の激甚化による店舗の被害が増加することを想定し、全国約390の直営店舗周辺の洪水、土砂災害リスクをハザードマップで確認し、影響度を中と評価しました。BCP対策を見直し、事業継続に大きな影響が出ないように策を講じています。

2050年 1.5℃シナリオ



1.5℃シナリオでは、脱炭素社会への移行に伴い、炭素税等の政策・規制が強化されることが想定されます。Scope1、2、3の算定結果を踏まえ、再生可能エネルギー由来の電力(以下、再エネ電力)の導入やGHG削減の目標策定をしていますが、その目標を達成した場合、財務上の影響は限定的だと判明しました。また、太陽光発電をはじめとした再エネ電力の需要が増加することが想定されるシナリオのため、当社グループの再生可能エネルギー事業において、事業機会になり得ることも判明しました。事業機会を着実に獲得するために、供給量を今後増加させるとともに、多様な手法で再エネ電力を提供できるよう模索していきます。

リスク管理

「TGマテリアリティ」において、「07 環境問題・気候変動への積極的な取り組み」を重要課題の一つとして認識しています。気候変動を含む当社グループの事業活動に係る様々なリスクに関して、リスク管理委員会にて識別・評価・管理を行っています。また、リスク管理委員会は気候変動関連対応に関する戦略・施策を取り扱うサステナビリティ委員会と連携し、当社グループの気候変動に関する課題への対応にも取り組んでいます。

指標と目標

当社は、自社の事業活動における温室効果ガス排出量(Scope1、2)を2040年までに実質ゼロとする目標(2030年時点の中間目標：2019年度比で50%削減)を設定しました。

また、その実現のために、自社使用電力のうち再エネ電力の比率を2030年度時点で50%、2040年度時点で100%とすることを目指します。

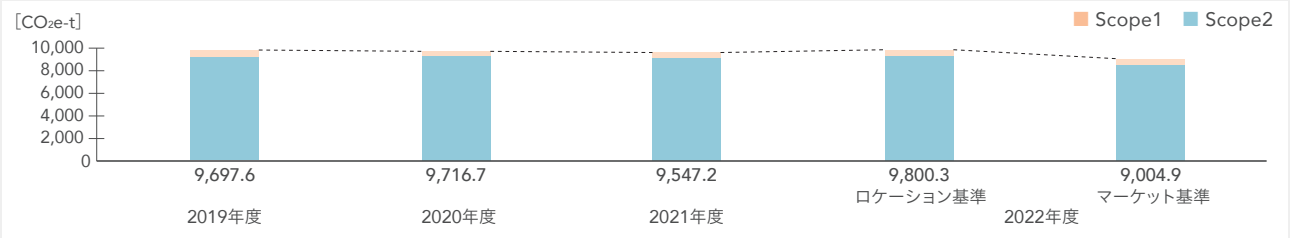
当社グループ全体で、引き続き持続可能な社会の実現に向けた気候変動対策を推進していきます。

カーボンニュートラル目標



温室効果ガス排出量

Scope1+2排出量(当社単体)



<温室効果ガス排出量>

Scope/ カテゴリ		2019年度 単体	2020年度 単体	2021年度 単体	2022年度	
					単体	グループ
Scope2	Scope1	577.7	441.7	507.1	501.4	538.6
	ロケーション基準	9,119.9	9,275.0	9,040.1	9,298.9	9,877.2
	マーケット基準	—	—	—	8,503.5	8,911.9

Scope3			747,810.9	651,089.0	611,297.5	697,612.9	703,140.0
	カテゴリ1	購入した製品・サービス	691,997.7	605,791.8	572,779.3	653,910.4	657,971.5
	カテゴリ2	資本財	6,857.2	12,818.6	7,334.7	11,650.1	11,738.2
	カテゴリ3	Scope1、2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	1,456.2	1,444.7	1,427.7	1,544.6	1,640.9
	カテゴリ4	輸送、配送(上流)	4,672.0	1,958.2	2,251.7	1,736.6	2,761.3
	カテゴリ5	事業から出る廃棄物	560.9	499.7	614.5	530.1	554.5
	カテゴリ6	出張	1,832.2	643.8	1,006.1	1,112.9	1,276.1
	カテゴリ7	雇用者の通勤	3,228.9	2,486.3	1,884.2	2,592.0	2,661.0
	カテゴリ8	リース資産(上流)	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外
	カテゴリ9	輸送、配送(下流)	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外
	カテゴリ10	販売した製品の加工	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外
	カテゴリ11	販売した製品の使用	37,114.4	25,385.6	23,948.0	24,487.8	24,487.8
	カテゴリ12	販売した製品の廃棄	91.4	60.4	51.3	48.5	48.5
	カテゴリ13	リース資産(下流)	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外
	カテゴリ14	フランチャイズ	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外
	カテゴリ15	投資	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外	算定対象外

算定範囲：当社単体、当社グループ
当社グループは、当社単体および国内子会社(22年度中にグループ化した「(株)モバイルトラスト」および「(株)ユニケース」は含めておりません。)

算定方法：「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン(Ver2.3)」(2017年12月環境省、経済産業省)に準拠。

※温室効果ガス排出量の第三者保証は取得しておりません。来期以降の取得を予定しております。

財務資本

変革を支える健全な財務基盤の維持

持続的に企業価値を向上させるためには、強固な財務基盤を構築、維持していくことが最も重要であると考えています。特に昨今、モバイル事業が激動する環境下、大きな変革を実行していくステージにある当社にとっては、中期経営計画で掲げた「モバイル事業に依存した収益基盤からバランスの良いポートフォリオへ」の転換を進めていくこと、即ち、成長するための投資が必要であり、これを支える健全な財務基盤を維持することが重要であると考えています。

当社の自己資本比率は約30%と健全な財務基盤を維持しており、必要な時に積極的に成長ドメインの投資を行うことができます。

2023年3月期においては、P.52に掲載しているキャッシュ・フローのとおり、携帯電話等の端末価格の上昇などによる買い控えなど外部環境が悪化する中、約100億円の営業キャッシュ・フローを創出しました。一時的に運転資本が増加した影響もあり前期比では減少しましたが、採算面で劣後する店舗の統廃合も一段落し、今後、業務効率化をさらに進めることで資金効率を高め、安定的に投資余力を確保していきます。

バランスの良い事業ポートフォリオ構築のための成長投資

当社は、中期経営計画の全社戦略として「TG Universe(ティーガイア内エコシステム)」の実現を掲げています。その中で、安定した営業キャッシュ・フローで得た資金により、人材も含め当社グループに足りない技術やサービスを補うため、大型案件も視野にソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業、新事業などの成長ドメインへ積極的に投資することを検討していきます。下表にこの6年間の主要な投資案件をまとめました。合計8社を子会社化するなど、多数の資本業務提携を実施しました。それにより、モバイル事業への依存度を下げ、バランスの良い事業ポートフォリオを構築していきます。

成長投資を加速すべく、投資の入口である買収前の案件の評価、審査機能の強化、買収後の当社グループ会社としてのガバナンス強化を目的に、2022年4月、オープンイノベーション推進部とポートフォリオマネジメント部という2つの専門組織を設置しました。投資に対する資本効率の定量基準を設けるなどマネジメントを強化しつつ、投資対象のターゲットリストを作成し、新事業、商材開発、M&Aを検討しています。オープンイノベーション推進部は2023年4月にさらに増員しており、これらの取り組みを促進することで、グループ全体の企業価値向上を実現していきます。

年月	セグメント名称	会社名	投資内容
2017年12月	スマートライフ・クオカード ^{※2}	(株)クオカード	全株式取得により子会社化
2019年3月	ソリューション	PCテクノロジー(株)	株式追加取得により子会社化
2020年3月	ソリューション	インフィニティコミュニケーション(株)	全株式取得により子会社化
2020年11月	モバイル	(株)TFモバイルソリューションズ ^{※1}	全株式取得により子会社化
2022年4月	ソリューション	Relay2, Inc.	株式追加取得により子会社化
2022年4月	その他	(株)TGソリューションズ	増資、機能強化(2019年7月子会社化)
2022年9月	スマートライフ・クオカード ^{※2}	(株)ユニケース	全株式取得により子会社化
2022年12月	モバイル	(株)モバイルトラスト	全株式取得により子会社化
2023年4月	スマートライフ・クオカード ^{※2}	T-Gaia Asia Pacific Pte. Ltd.	増資、新事業開始

※1 (株)富士通パーソナルズの携帯電話等販売事業
※2 2023年4月より報告セグメントを変更しています

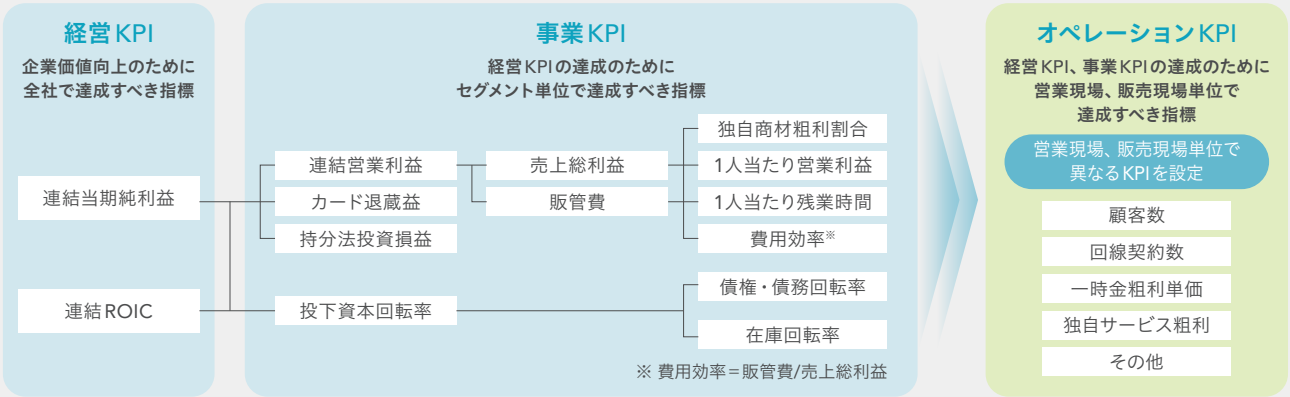
KPI・KAI経営の浸透

当社は、中長期的な企業価値向上のために、「連結当期純利益(規模の拡大)」と「連結ROIC(効率性の向上)」を経営KPIとし、2023年3月期よりモニタリングを開始しました。セグメントごとに設定した経営KPIを、下記のロジックツリーのとおりにオペレーションKPI(営業・販売現場で達成すべき指標)まで落とし込み、さらにはオペレーションKPIを達成するための具体的なKAI^{※3}を特定し、目標設定を行っています。社員一人ひとりがそれぞれのKPIを達成することが、当社グループの規模の拡大と効率性の向上につながることを理解し、数値目標の達成に向けて日々取り組んでいます。

オペレーションKPIは、事業環境の変化などに応じて臨機応変に見直しています。直近ではキャリアショップのお客様数(来客数)、ソリューション事業では売上顧客数(アクティブな法人顧客数)などを重要項目に設定し、お客様との接点を拡大する取り組みに注力しています。また、独自商材・サービスの収益をさらに伸ばすため、これらもKPIに加え、お客様のニーズに応じた提案をすることでKPIの達成を目指します。

※3 KAI：Key Action Indicator(重要活動評価指標)の略。KPIを達成するために必要な活動の指標

KPI管理体系(ロジックツリー)

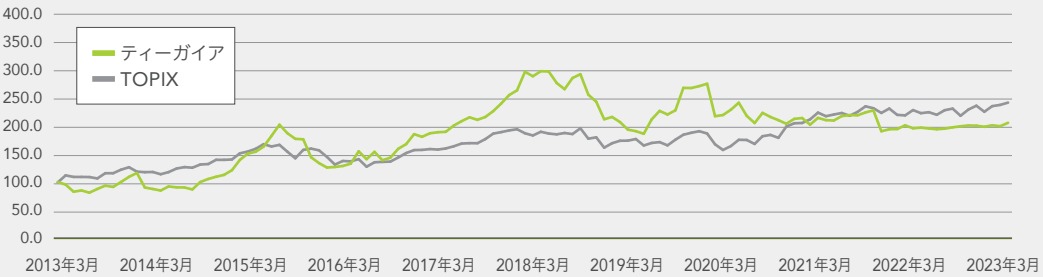


株主還元の充実

当社は、2023年3月期より、配当方針を「将来の事業展開と経営基盤の強化のために必要な内部留保を確保しながら、連結配当性向40%を目標に、長期にわたり安定的かつ継続的な利益還元を実施すること」とし、中期経営計画で定めていた水準「配当性向30%以上」から引き上げました。2023年3月期は外部環境の悪化などにより業績は減益となりましたが、年間の1株当たり配当

金は75円を維持しました。
以下のTSRのグラフのとおり、株価は下がっているものの底堅く推移しています。引き続き株主資本コストを上回るTSRを実現するよう、「TG Universe」の実現、「TGマテリアリティ」の取り組みにより、安定した利益成長を通して企業価値を向上させることで、株主の皆様の期待にお応えしていきます。

株主トータルリターン(TSR)の推移(2013年3月末の終値データ=100)



TSR(年率)

	1年	3年		5年		10年	
		累積	年率	累積	年率	累積	年率
ティーガイア	6.6%	-7.5%	-2.6%	-30.9%	-7.1%	105.6%	7.5%
TOPIX	5.8%	53.4%	15.3%	31.8%	5.7%	142.1%	9.2%

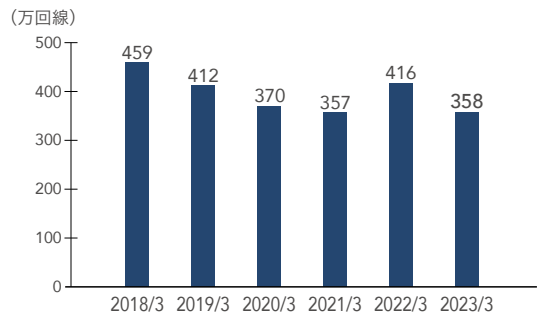
※ Total Shareholder's Return(TSR)：株主総利回り。キャピタルゲインと配当を合わせた総合投資収益率

※ TSRの計算は、当社は累積配当額と株価変動により、TOPIXは配当込の株価指数により算出(JPX月報 株価指数・株価平均データ等により当社作成)

※ グラフの値は、2013年3月末日の終値データを100としてTSRによる時価を指数化したもの(保有期間は2023年3月末まで)

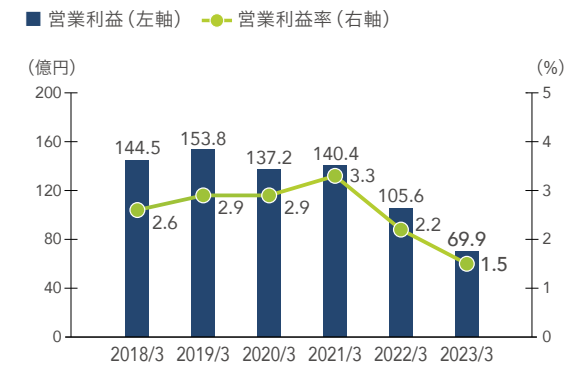
財務ハイライト(連結)

携帯電話等回線契約数



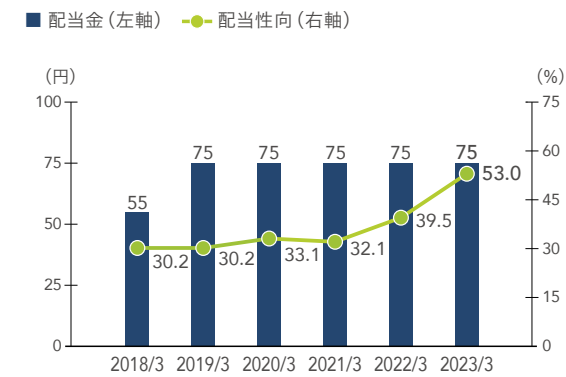
2023年3月期の携帯電話等回線契約数(以下、回線契約数)は、円安による端末価格の値上げなど外部環境悪化の影響を受け358万回線(前期比13.9%減)となり、モバイル事業を中心に前期を大幅に下回りました。ソリューション事業で問題となっていた半導体不足の影響は解消しました。

営業利益／営業利益率



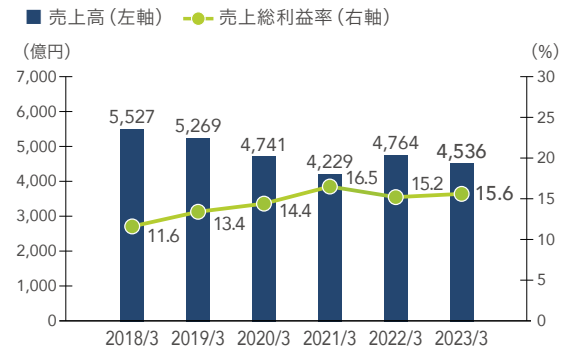
2023年3月期の営業利益は、69億94百万円(前期比33.8%減)と前期を大幅に下回りました。売上高の減収や出張販売に関連した販管費の増加を補うには至りませんでした。不採算店舗の統廃合を進めたほか、業務効率化による生産性向上や、独自商材の拡販の効果は出ており、2024年3月期は増益を見込んでいます。

1株当たり配当金／配当性向



当社は、「将来の事業展開と経営基盤の強化のために必要な内部留保を確保しながら、連結配当性向40%を目途に、長期にわたり安定的かつ継続的な利益還元を実施すること」を基本方針としています。2023年3月期は、親会社株主に帰属する当期純利益が減少したものの、1株当たり配当金は前期と同額の75円を維持しています。

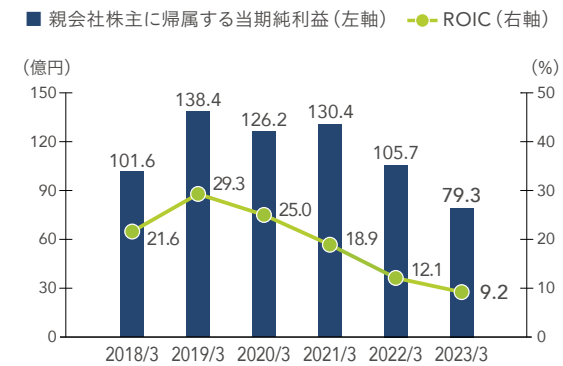
売上高／売上総利益率



2023年3月期の売上高は、回線契約数の減少が響き4,536億4百万円(前期比4.8%減)となりました。売上総利益率は独自商材の拡販等に取り組んだ結果、15.6%と前期を上回っています。今後、独自商材の粗利構成比をさらに伸ばしていく予定です。

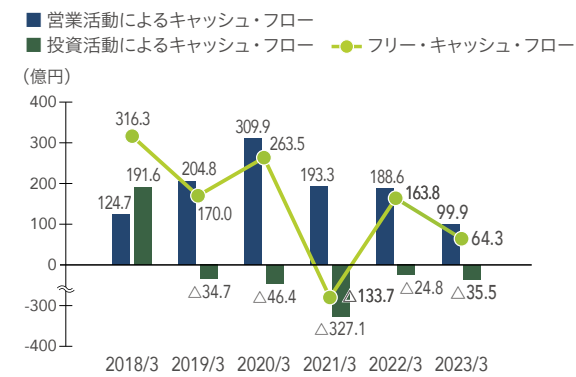
※2022年3月期の期初より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2021年3月期については、当該基準を遡って適用した場合の金額となっています。

親会社株主に帰属する当期純利益／ROIC



2023年3月期の親会社株主に帰属する当期純利益は、79億38百万円(前期比25.0%減)となりました。ROICは親会社株主に帰属する当期純利益の減少に伴い低下していますが、当社はこの2つの指標を「経営KPI」として定め、モニタリングを行っています。

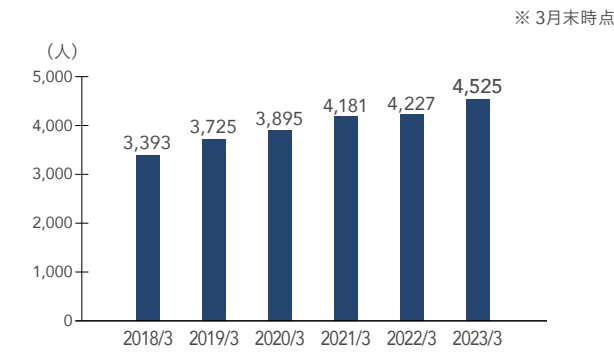
キャッシュ・フロー



2023年3月期の営業活動によるキャッシュ・フローは99億96百万円、投資活動によるキャッシュ・フローは△35億58百万円となり、フリー・キャッシュ・フローは64億38百万円と前期から減少しました。これには一過性の要因も含まれており、引き続き高い水準を維持しています。

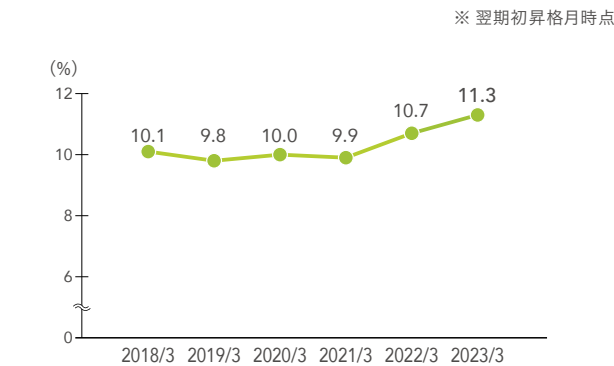
非財務ハイライト(単体)

従業員数



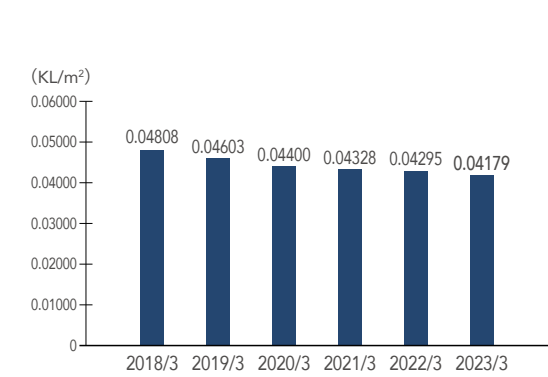
当社は過去から店舗スタッフを中心に正社員化に取り組み、多様なサービスを提供できる人財の確保に努めてきました。2023年3月期は店舗を中心に人員配置を見直すなど、業務効率化を進めてきましたが、期初に(株)ティーガイアリアルサービスを吸収合併した影響で、当社単体の従業員数が増加しています。

女性管理職比率



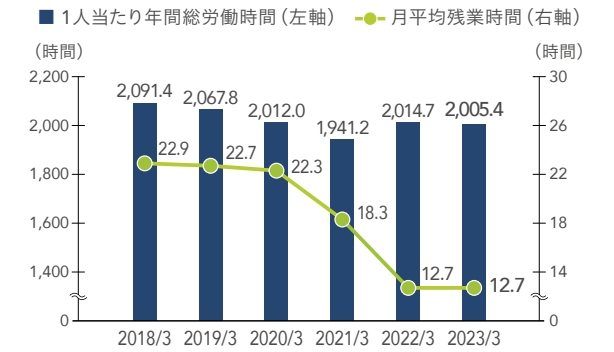
社員がキャリアを積み活躍できる組織を目指し、当社の販売スタッフの約6割を占める女性社員が、その能力を最大限に発揮できる環境整備と人材育成・活躍推進に注力しています。より多くの女性社員が経営の中枢で活躍することを期待し、2026年3月期までに女性管理職比率を15%まで引き上げる目標を設定しています。

エネルギー使用に係る原単位



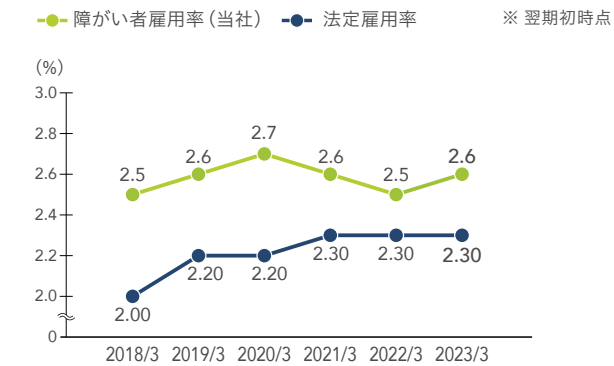
省エネ法で求められている「エネルギー使用に係る原単位：5年平均1%以上削減」の目標について、適正に対応しています。

1人当たり年間総労働時間／月平均残業時間



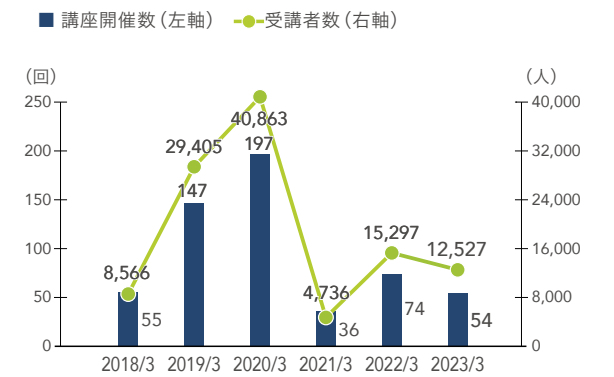
当社は、ワークライフバランスの実現や心身の健康維持・増進、ES(従業員満足度)ならびに生産性向上を目的に、業務改革の推進や「スーパーフレックス制度」「リモートオフィス勤務制度」の導入など、さまざまな取り組みを行っています。なお、2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う店舗の時短営業、休業などの影響が含まれています。

障がい者雇用率



さまざまな障がいのある社員が、能力や適性を生かして、長く勤務できる職場環境の整備等に積極的に取り組んでいます。社員向けマッサージルームでのヘルスキーパーや、全国の事務所で営業・事務職、携帯ショップスタッフなど、職種を問わずに100名以上の社員が活躍しています。

e-ネットキャラバン講座実績



当社は、子どもたちがインターネットやスマートフォンを安心・安全に使うための啓発活動「e-ネットキャラバン」活動に、積極的に参画しています。携帯ショップスタッフを中心とした「e-ネットキャラバン」認定講師が全国各地で講座を開催しており、講座あたりの受講者数は年々増加しています。

11カ年の財務・非財務サマリー

((株)ティーガイアおよび連結子会社)

財務情報

(年度)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
経営状況(百万円)											
売上高	736,850	707,004	642,095	620,074	551,592	552,771	526,929	474,150	422,973	476,464	453,604
営業利益	11,807	12,760	14,306	15,666	14,271	14,457	15,382	13,726	14,042	10,567	6,994
経常利益	11,691	12,665	14,194	15,621	14,284	15,335	20,593	19,194	19,793	15,381	11,637
親会社株主に帰属する当期純利益	6,586	6,835	7,748	9,498	9,694	10,161	13,842	12,628	13,042	10,579	7,938
減価償却費	1,322	1,305	1,371	1,392	1,454	1,554	1,760	1,813	1,805	1,824	2,147
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,698	19,834	21,896	14,628	17,988	12,470	20,483	30,998	19,338	18,864	9,996
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,239	△ 2,223	△ 2,610	△ 1,882	△ 2,126	19,168	△ 3,479	△ 4,642	△ 32,711	△ 2,484	△ 3,558
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,454	△ 16,150	△ 20,738	△ 11,505	△ 17,252	△ 16,696	△ 8,296	△ 8,868	17,849	△ 7,931	△ 17,165
フリー・キャッシュ・フロー	1,459	17,611	19,286	12,746	15,862	31,638	17,004	26,356	△ 13,373	16,380	6,438
財政状況(百万円)											
総資産	201,238	199,631	90,080	85,930	75,282	159,923	178,994	181,378	233,826	241,277	246,068
純資産	28,177	23,713	29,286	36,018	29,389	36,473	46,745	55,102	64,026	70,483	74,887
有利子負債	55,490	50,934	32,551	23,877	23,079	9,377	4,616	17	22,137	18,383	5,710
自己資本	28,177	23,594	29,104	35,817	29,364	36,445	46,730	55,076	63,998	70,448	74,386
1株当たり情報(円)											
当期純利益	82.76	86.74	112.68	138.11	172.62	182.34	248.40	226.59	234.01	189.74	142.31
純資産	356.89	343.41	423.19	520.80	526.92	653.98	838.54	998.23	1,148.26	1,263.30	1,333.28
配当金	35.00	35.00	37.50	43.00	52.00	55.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00
主要な指標(%)											
営業利益率	1.6	1.8	2.2	2.5	2.6	2.6	2.9	2.9	3.3	2.2	1.5
自己資本当期純利益率(ROE)	23.4	26.4	29.4	29.3	29.7	30.9	33.3	24.8	21.9	15.7	11.0
投下資本利益率(ROIC)	9.0	10.0	13.5	17.3	17.7	21.6	29.3	25.0	18.9	12.1	9.2
総資産経常利益率(ROA)	5.7	6.3	14.6	17.8	17.7	13.0	12.2	10.7	9.5	6.5	4.8
配当性向	42.3	40.3	33.3	31.1	30.1	30.2	30.2	33.1	32.1	39.5	53.0
自己資本比率	14.0	11.8	32.3	41.7	39.0	22.8	26.1	30.4	27.4	29.2	30.2

非財務情報

社会											
従業員数(人)(連結 年度末時点)	1,303	1,569	1,698	1,799	1,961	3,570	3,884	4,090	5,088	5,056	4,955
従業員数(人)(単体 年度末時点)	1,234	1,480	1,608	1,683	1,849	3,393	3,725	3,895	4,181	4,227	4,525
月平均残業時間(時間)(単体)	32.2	24.9	25.4	25.0	25.5	22.9	22.7	22.3	18.3	12.7	12.7
女性管理職比率(%) (単体 翌期初昇格月時点)	6.4	7.0	7.6	9.2	10.4	10.1	9.8	10.0	9.9	10.7	11.3
障がい者雇用率(%) (単体 翌期初時点)	2.2	2.1	2.4	2.4	2.3	2.5	2.6	2.7	2.6	2.5	2.6
環境											
CO ₂ 排出量(t-CO ₂)(単体)(Scope1)	－	－	－	－	－	－	－	577.7	441.7	507.1	501.4
CO ₂ 排出量(t-CO ₂)(単体)(Scope2 [ロケーション基準])	－	－	－	－	－	－	－	9,119.9	9,275.0	9,040.1	9,298.9
CO ₂ 排出量(t-CO ₂)(単体)(Scope2 [マーケット基準])	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	8,503.5
CO ₂ 排出量(t-CO ₂)(単体)(Scope3)	－	－	－	－	－	－	－	747,810.9	651,089.0	611,297.5	697,612.9
エネルギー使用に係る原単位(KL /m ²)(単体)	0.05981	0.05916	0.05529	0.05129	0.05110	0.04808	0.04603	0.04400	0.04328	0.04295	0.04179

※ 当社は2012年10月1日付で普通株式1株を200株とする株式分割を行いました。2011年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、「1株当たり情報」を算定しています。

※ 自己資本当期純利益率(ROE) = 親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 自己資本 × 100

※ 総資産経常利益率(ROA) = 経常利益 ÷ 総資産 × 100

※ 2014年度より金融資産と金融負債の相殺表示を行っています。

※ 「収益認識に関する会計基準」等を2021年度の期首から適用しており、2020年度の財務情報については、当該基準を遡って適用した場合の金額および指標となっています。

コーポレートガバナンス

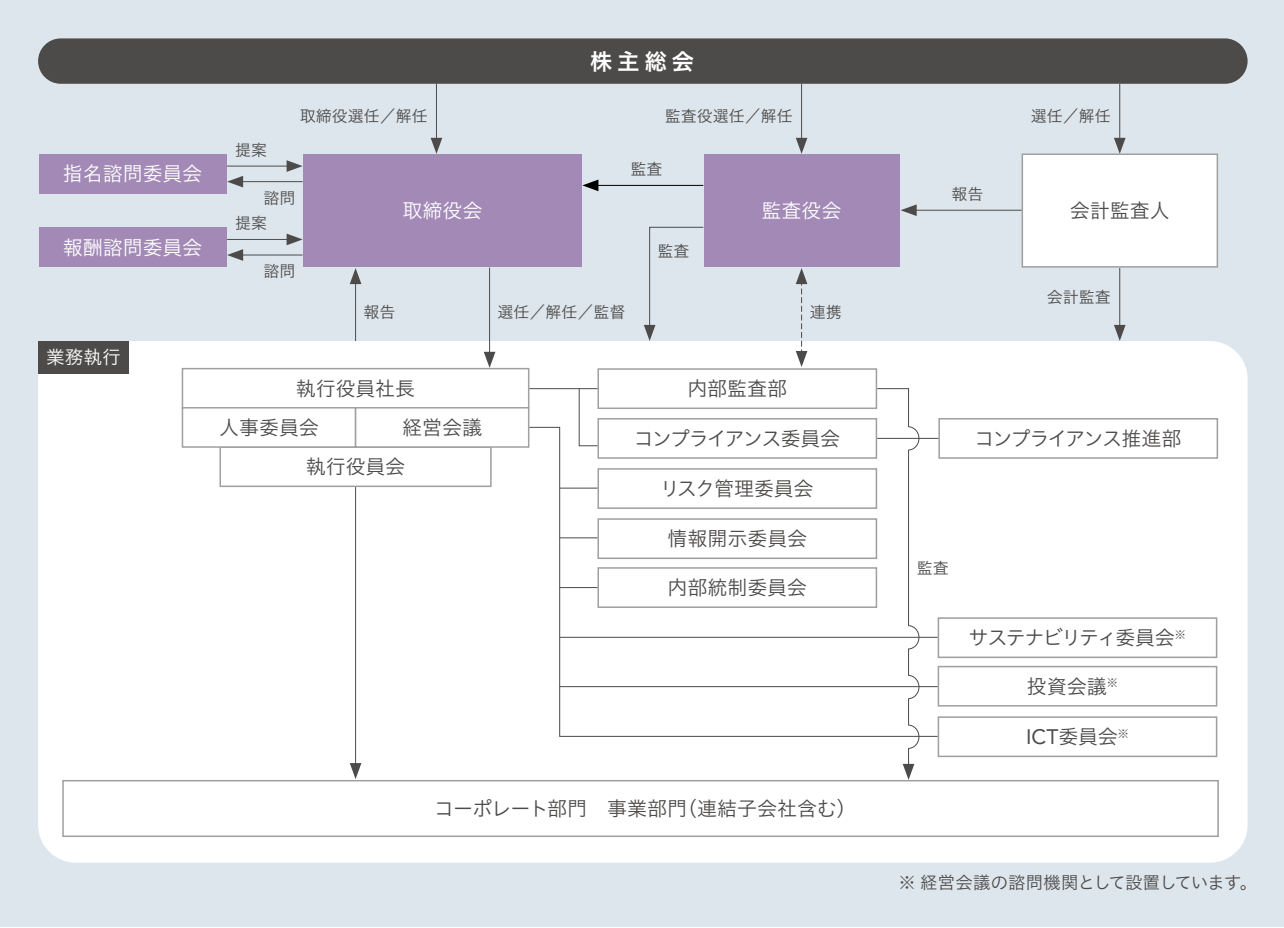
基本方針と取り組み

当社は、すべてのステークホルダーとの円滑な関係を構築し、権利・利益を尊重するために、コーポレートガバナンスを企業活動を律する枠組みとして捉えています。

より良いガバナンス体制を構築・維持しつつ事業活動の遂行に努めることが、企業としての使命であるとの認識のもと、「経営の透明性の確保」および「企業価値の向上」の両面から、制度を整え実効性を向上していきます。

コーポレート・ガバナンス体制

コーポレート・ガバナンス模式図



取締役会

取締役会は、当社グループの持続的成長・発展と中長期的な企業価値の向上のため、会社のありたい姿を確立し、具体的な経営戦略を実行し経営計画を実現するための重要事項を決定するとともに、取締役および常務以上の執行役員の職務執行が効率的かつ適正に行われているかを監督します。取締役会は、取締役および監査役全員で構成し、取締役会の人数は、取締役会において十分な議論を尽くし、迅速かつ合理的な意思決定を行うことができる

範囲とします。員数は定款の定めに従い、取締役は12名以内、監査役は5名以内とし、当社の求める知見・経験を備える取締役(独立社外取締役含む)にて構成しています。取締役9名のうち社外取締役が6名(うち5名が独立役員)を占め、経営の透明性と客観性の確保に努めています。なお、審議の活性化を図るべく、議案の検討に必要な資料は、緊急の場合を除き、前もって取締役および監査役全員に配布しています。

取締役の選任基準

取締役については、TGビジョン「新たなコミュニケーションの提案を通じ、お客様に感動・喜び・安心を提供します」に加え、TGミッションならびにTGアクションからなる企業理念を深く理解し、当社グループの持続的成長・発展と中長期的な企業価値の向上に

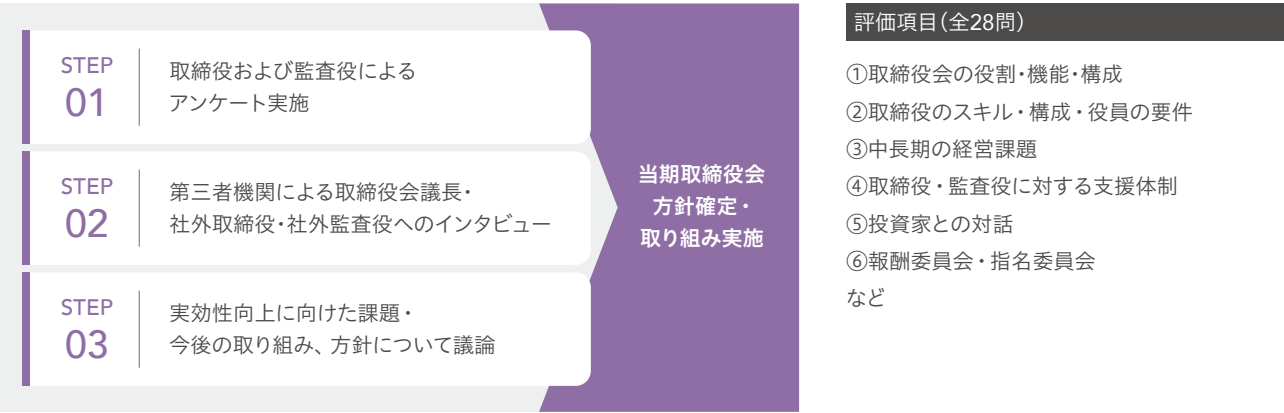
向けた迅速かつ適切な意思決定が行えることを人財の選定基準としています。それに加え、中期経営計画の実現等、経営戦略に照らして、各取締役に対して特に期待する知見・経験をスキルマトリックス表において明確化しています。

取締役会の実効性評価

取締役会全体の実効性について、2016年度より取締役および監査役に対するアンケートを実施し、第三者機関によって客観的な分析を行っています。また、その結果を踏まえ、取締役会メン

バーにてディスカッションを行うことで、取締役会全体の自己評価を実施し、機能向上を図っています。

実効性評価プロセス



2022年度の評価結果と2023年度の対応方針

2022年度 評価結果 および 2023年度 取り組み	当社の取締役会において、議事運営、議論の充実に向けた取り組み、取締役会のモニタリング機能に概ね肯定的な評価が得られており、取締役会全体の実効性については確保されていると判断しています。他方で、当社を取り巻く事業環境が大きく変化する中、経営戦略・ポートフォリオ戦略・人財戦略のさらなる議論時間の確保が必要であるとの課題が共有されました。評価結果を踏まえ、課題解決に向けた下記取り組みを継続的に実施し、企業価値向上を目指して取締役会の実効性の向上を図ります。 ● 成長戦略の議論について、ディスカッションのテーマ(経営計画・ポートフォリオ戦略・人財戦略等)を選定し、議論を深める場を設定します。 ● 中長期的な企業価値向上のため、多様性を踏まえた取締役の選定や、取締役と執行役員の交流の場を設定します。 ● 取締役会資料の構成・内容および事前提供のさらなる充実を図ります。
-----------------------------------	--

コーポレートガバナンス

役員報酬制度

取締役の報酬は、株主総会にて承認された金額の枠内において、報酬諮問委員会の提案を受けて取締役会にて決定します。業績連動報酬の額は、親会社株主に帰属する当期純利益の額ならびに各取締役の業績等に対する貢献度を踏まえ決定しています。なお、2022年3月期における業績連動報酬に係る指標の目標は、親会社株主に帰属する当期純利益を12,000百万円と設定し、実績は10,579百万円となりましたので、業績達成度合い等を勘案して配

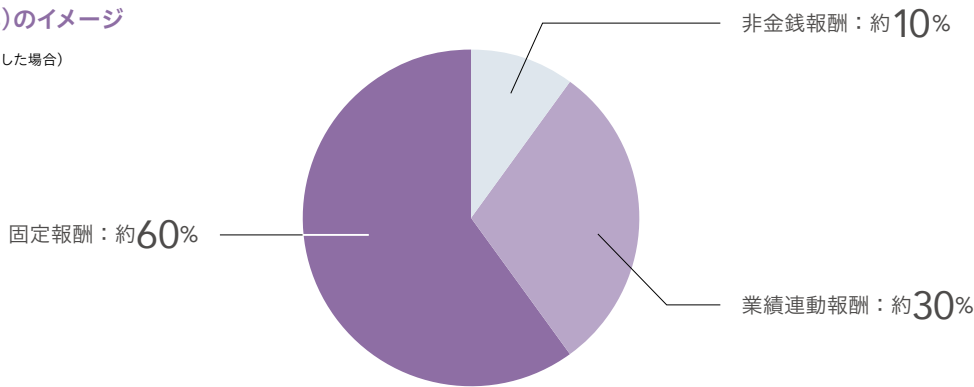
分した結果、2023年3月期における当社の取締役に対する報酬等の総額は156百万円になりました。譲渡制限付株式報酬が支給される条件は、業績連動報酬に係る指標と同様、親会社株主に帰属する当期純利益の目標に対する達成度合いを指標の一つとしていますが、これに加え一定の要件を満たした割当対象となる取締役報酬に対して当社普通株式を付与することとしています。

役員報酬の構成・報酬等の内容に係る決定方針

	取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針
固定報酬	役位に応じた役割期待を踏まえた固定額とする。
業績連動報酬	単年度の業績向上等を意識させる短期インセンティブ 親会社株主に帰属する全社連結当期純利益ならびに担当部門の当期純利益の定量評価と役位に応じた役割・貢献と全社貢献度についての定性評価の両方を総合的に評価し、その達成度に応じて報酬額を決定する。
株式報酬	株主目線の経営を意識させる長期インセンティブ 役位に応じた役割期待を踏まえ役位ごとに一定数の株式を付与する（譲渡制限付株式報酬）。

報酬の割合(%)のイメージ

(業績目標を100%達成した場合)



報酬等の付与対象

役員区分	固定報酬	業績連動報酬	非金銭報酬
取締役	○	○	○
親会社からの派遣取締役※	○	○	
社外取締役	○		

※ 2022年6月22日開催の第31回定時株主総会終結時をもって、住友商事（株）は「親会社」から「その他の関係会社」となっています。

監査役会

監査役4名のうち、社外監査役は3名（うち、独立役員2名）であり、職歴や経験、専門的な知識等を活かして適法性の監査にとどまらず「公正・中立な立場から経営全般に関する助言を行っています。監査役会は、原則として月1回開催され、監査役4名が協議・報告等を行っています。また、監査役は、取締役会等をはじめとする社内

の重要会議に出席し、経営方針の決定状況および取締役の職務執行状況を監視しているほか、内部監査部および会計監査人との連携を適宜図り、意見交換および情報交換を通じて内部統制の強化に努めています。

監査役の選任基準

監査役については、誠実な人格、経営に対する高い識見・経験・能力、業務上の専門知識とマネジメント経験を持ち、当社グループの持続的成長・発展と中長期的な企業価値の向上に資すると判断

される人財を選定し国籍・性別等は問いません。特に独立社外監査役については、法律・会計・企業経営等における高度な専門知識と豊富な経験を有することを選定基準としています。

内部統制

当社グループでは、「経営の有効性と効率性の向上」「財務報告の信頼性の確保」「法令遵守（コンプライアンス）」「資産の保全」の4つの目的を達成するために、全社的なプロセス（内部統制）が有

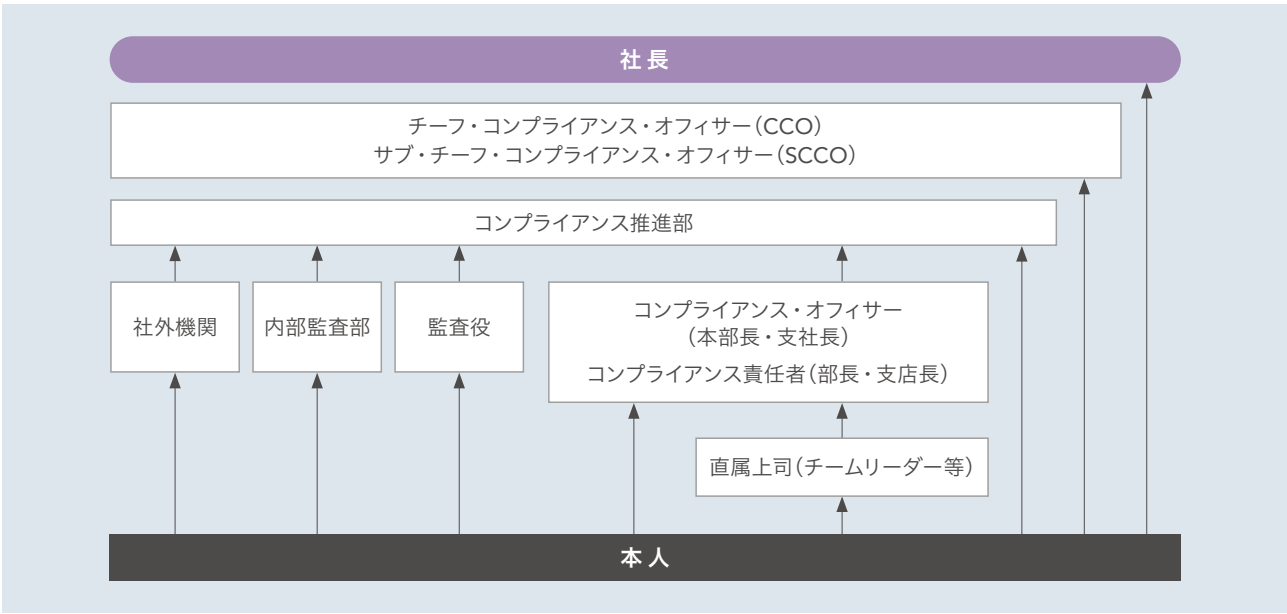
効に機能しているかについて、内部統制委員会において、定期的に確認しています。

コンプライアンス

法令遵守（コンプライアンス）を業務遂行上の最重要課題の一つとして位置付け、通常業務のライン以外に、チーフ・コンプライアンス・オフィサー（CCO）を委員長とし、執行役員等のコンプライアンス委員で構成する「コンプライアンス委員会」において討議し、改善活動につなげています。さらに、常設推進組織として、社長直轄のコンプライアンス推進部を設置し、体制の整備・強化と社内啓発

活動等を通じたコンプライアンス意識の維持・向上を図っています。「コンプライアンス規程」を制定し、「コンプライアンスマニュアル」を配布し教育することで、全役職員に対してコンプライアンスに関する当社の指針を示しています。また、問題およびリスク情報の早期把握のために社員の相談窓口として、社外機関や弁護士も含めた報告・相談ルートを複数設置しています。

報告・相談ルート



その他、ガバナンスに関する情報はウェブサイトに掲載しています。

コーポレートガバナンス	https://www.t-gaia.co.jp/company/governance.html
コンプライアンス	https://www.t-gaia.co.jp/company/compliance/
リスクマネジメント	https://www.t-gaia.co.jp/company/csr/governance_policy.html

役員一覧

取締役

※ 2023年6月22日現在



石田 将人
代表取締役社長
執行役員

1983年 住友商事(株) 入社
2011年 同社 建設機械事業本部長
2015年 同社 執行役員欧阿中東CIS総支配人補佐(アラブ首長国連邦) 兼 中東支配人 兼 中東住友商事会社 社長
2018年 同社 常務執行役員欧阿中東CIS総支配人(英国) 兼 欧州住友商事ホールディング会社 会長
2020年 当社 取締役副社長執行役員CSO
2022年 当社 代表取締役社長執行役員(現任)

所有する当社株式の数 6,400株



菅井 博之
取締役
副社長執行役員CFO

1984年 住友商事(株) 入社
2009年 中国住友商事グループ 財務・経理グループ長(上海)
2013年 住友商事(株)メディア・生活関連経理部長
2019年 同社 執行役員コーポレート部門 財務・経理・リスクマネジメント担当役員補佐(経理担当) 兼 主計部長
2023年 当社 取締役副社長執行役員CFO
コーポレート管掌 兼 主計・財務、営業経理、精算、物流担当(現任)

所有する当社株式の数 1,000株



上地 弘祥
取締役
副社長執行役員CDO

1985年 (株)イトーヨーカ堂 入社
1996年 当社(旧 物産テレコム(株)) 入社
2015年 当社 上席執行役員営業第一本部長
2017年 当社 常務執行役員ソリューション事業本部長
2021年 当社 専務執行役員ソリューション事業本部長
2023年 当社 取締役副社長執行役員CDO
モバイル管掌、ソリューション管掌 兼 コンシューマビジネス担当(現任)

所有する当社株式の数 9,619株



榎木 克哉
社外取締役

1990年 住友商事(株) 入社
2005年 ZAO Prestige Internet(ロシア連邦) Director,Market & Business Development
2012年 CIS 住友商事会社(ロシア連邦) Director,ICT Business Division
2018年 住友商事(株) スマートインフラ事業部長
2020年 同社 スマートプラットフォーム事業本部長(現任)
2020年 当社 取締役
2022年 当社 社外取締役(現任)

所有する当社株式の数 0株



浅羽 登志也
社外取締役(独立)

1989年 (株)リクルート 入社
1999年 (株)インターネットイニシアティブ 取締役Co-CTO
2004年 同社 取締役副社長
2008年 (株)IJインベーションインスティテュート 代表取締役
2015年 ガイアラボ(同)代表社員(現任)
2016年 当社 社外取締役(現任)
2017年 (一社)日本品質管理学会 代表理事副会長
2018年 (株)パロゴン 監査役(現任)

所有する当社株式の数 700株



出口 恭子
社外取締役(独立)

1989年 ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド 入社
2001年 日本GEプラスチック(株)(現SABIC ジャパン(合)) 取締役CFO
2015年 ビジネス・ブレクスルー大学大学院 教授(現任)
2016年 当社 社外取締役(現任)
2020年 Heartseed(株) 社外取締役(現任)
2021年 PHCホールディングス(株) 社外取締役(現任)
2022年 どうやリハビリ整形外科 副院長(現任)

所有する当社株式の数 3,600株



鎌田 淳一
社外取締役(独立)

1978年 日立金属(株)(現(株)プロテリアル) 入社
2000年 Hitachi Metals America(米国) 副社長 兼 CFO
2005年 日立金属(株) 人事総務部長
2008年 同社 事業役員経営企画室長
2011年 同社 事業役員配管機器カンパニープレジデント
2014年 同社 事業役員常務 Hitachi Metals America(米国) 社長 兼 CEO
2015年 同社 取締役
2018年 当社 社外取締役(現任)

所有する当社株式の数 2,700株



諸星 俊男
社外取締役(独立)

1976年 富士通(株) 入社
2005年 同社 経営執行役
2007年 EMCジャパン(株) 代表取締役社長 兼 EMC Corporation(米国) 副社長
2012年 日本NCR(株) 代表取締役社長CEO
2015年 安川情報システム(株)(現(株)YE DIGITAL) 代表取締役社長
2018年 日本ペイントホールディングス(株) 社外取締役(現任)
2018年 ウイングアーク1st(株) 社外取締役
2020年 当社 社外取締役(現任)

所有する当社株式の数 0株



高橋 良定
社外取締役(独立)

1978年 (株)小松製作所 入社
2011年 同社 常務執行役員 生産本部副本部長 兼 大阪工場長
2013年 同社 専務執行役員生産本部長 環境管掌
2017年 同社 副社長執行役員CIO 兼 情報戦略本部長 産機事業管掌
2019年 (株)ティラド 社外取締役(現任)
2019年 (株)小松製作所 顧問(現任)
2019年 石川県 顧問(現任)
2022年 当社 社外取締役(現任)

所有する当社株式の数 0株

監査役

※ 2023年6月22日現在



奥谷 直也
常勤監査役

1983年 住友商事(株) 入社
2013年 同社 環境・CSR部長
2015年 当社 常務執行役員 スマートライフ事業本部長 兼 スマートサービス推進部長
2016年 当社 常勤監査役(現任)

所有する当社株式の数 800株



大山 暢郎
常勤監査役(社外)

1985年 住友商事(株) 入社
2005年 中国住友商事グループ 華東コーポレート部門 上海住友商事会社
2012年 住友商事(株)コーポレート・コーディネーショングループ インベスター リレーションズ部長
2015年 同社 コーポレート部門 資源・化学品経理部長
2020年 住友商事フィナンシャルマネジメント(株) 代表取締役社長
2022年 当社 社外監査役(現任)

所有する当社株式の数 0株



蒲 俊郎
社外監査役

2003年 城山タワー法律事務所代表弁護士(現任)
2006年 ガンホー・オンライン・エンターテイメント(株) 社外監査役(現任)
2013年 当社 社外監査役(現任)
2014年 学校法人桐蔭学園理事
2015年 (株)ピアラ社外監査役(現任)
2015年 (一財)東京都営交通協力会理事(現任)
2021年 桐蔭法務研究支援センター長(現任)
2021年 桐蔭横浜大学・法学研究科客員教授(現任)

所有する当社株式の数 5,000株



北川 哲雄
社外監査役

1985年 青山監査法人 入社
1989年 公認会計士登録
2002年 中央青山監査法人 代表社員
2006年 あらた監査法人(現 PwC あらた有限責任監査法人) 代表社員
2014年 日本公認会計士協会 倫理委員会副委員長
2017年 当社 社外監査役(現任)
2019年 大王製紙(株) 社外取締役
2022年 PHCホールディングス(株) 社外監査役(現任)

所有する当社株式の数 0株

取締役のスキルマトリックス

氏名	独立性	当社が期待する知見・経験					
		企業経営 事業戦略	投資 M&A	ICT デジタル	財務・会計 ファイナンス	法務・人事 コンプライアンス	グローバル経験 国際性
石田 将人		●	●				●
菅井 博之		●			●		●
上地 弘祥		●	●	●			
榎木 克哉 (社外)		●	●	●			●
浅羽 登志也 (社外)	○	●	●	●			●
出口 恭子 (社外)	○	●			●	●	●
鎌田 淳一 (社外)	○	●	●			●	●
諸星 俊男 (社外)	○	●	●	●			●
高橋 良定 (社外)	○	●	●	●			●

※ 上記一覧表は、取締役の有するすべての知識や経験を表すものではありません。
※ 特に優れている知見・経験を最大4つ記載しています。

独立社外取締役インタビュー

ステークホルダーと共創し、 より良い社会づくりへの貢献と企業価値向上を 実現するために



浅羽 登志也

日本のインターネットの立ち上げとサービスの構築に携わり、IT関連企業などでCTOや代表取締役を歴任。2016年6月当社社外取締役に就任。

出口 恭子

多岐にわたる事業法人でファイナンス業務に携わりCFOや代表取締役を務める。ファイナンスのスペシャリストとしての知識・経験を有する。2016年6月当社社外取締役に就任。

鎌田 淳一

日立金属(株)(現(株)プロテリアル)において人事総務部長、経営企画室長、取締役などを歴任し、企業経営に関する豊富な知識・経験を有する。2018年6月当社社外取締役に就任。

諸星 俊男

富士通(株)において海外子会社の社長などを経て経営執行役に就任。その後も多くのIT企業において代表取締役社長を務める。2020年6月当社社外取締役に就任。

高橋 良定

(株)小松製作所において国内および海外子会社の工場長、生産本部長、副社長執行役員CIO兼情報戦略本部長などを歴任。企業におけるICT活用に関する知見を有する。2022年6月当社社外取締役に就任。

インタビュー項目

01. 社外取締役としての役割・取締役会の評価

02. さらなる企業価値向上に向けて

浅羽 登志也

01

私の社外取締役としての役割は、ICTサービス企業のCTOを務めた経験を活かして、当社がこれまで携帯販売を中心としてきた事業構造から、今後、「人×技術」を核としたICTサービスプロバイダへと事業構造の転換を図るうえで、経営陣に必要な戦略的アドバイスを提供することです。取締役会では、そのための新商材の発掘や開発、新たなビジネスモデルの模索、これまで社内になかったスキルを持った人材の育成や採用、必要な組織体制の構築やガバナ

スなどを中心に意見を述べています。幸い経営陣の皆様には、社外からの意見、ともすれば門外漢的な発言にも真摯に耳を傾け、建設的に議論を交わし、当社の実情も鑑みながら、必要と判断されたものについて実行に移していただいています。取締役会の課題としては、当社は非常に守備力の高い会社だと感じていますが、新事業領域開拓の局面においては、もう一步大胆な戦略で新たな取り組みを進められると良いのではと感じています。役員にテクノロジーに明るい人材をもっと登用していくことも必要かと思います。

02

Edge Enablerとして、またUnique Branded Service Providerとして、それぞれの価値向上に向けて、ステークホルダーとの対話を、さらに密接に、そして広範囲に実施



していく必要があると感じます。顧客や社員、ビジネスパートナーや地域社会、株主や投資家と、より強く深い関係性を構築したうえで、新たな価値を提供するために当社に何ができるのか常に模索し、新たなサービスや顧客体験を積極的に提案していくことが重要と考えます。そのために顧客の声、あるいは、店舗・地方拠点の現場社員の声を尊重し、意見やフィードバックを受け入れ、変革や改善の機会を提供し、個々の社員のスキルアップと会社の成長につなげるような企業文化の醸成が必要です。これほど広範囲に店舗を展開し、多様な業種の顧客との接点を持っている会社なので、もっともっと現場を活性化し、現場から新たなサービスがどんどん生まれるような、そんな企業へと成長させていきたいと考えます。

出口 恭子

01

経営陣は、当期予算、中期戦略、人材・後継者育成、サステナビリティなど多くの責務を担っています。その資源配分のメリハリや実行スピードを投資家目線でモニタリングし、助言するのが社外取締役の役割だと考えています。同時に、社員目線で見てもバランスの良い経営指南役を目指しています。そのため、私自身も現場に足を運び執行役員や現場スタッフとの対話を行い、また社外取締役間での情報共有・意見交換を頻回に行っています。社外取締役が過半数を占める取締役会では、各自忌憚なく発言していますが、これは経営トップの多様な意見を尊重する姿勢に依る部

分が大きく、当社の強みであると感じます。監査役との意見交換会を通して現場の温度感の共有のみならず、戦略的な視座から意見交換をすることも貴重な機会となっています。業界のベストプラクティスと言って良いと思います。今後、さらに取締役会での付議事項の絞り込み、社外取締役も巻き込んだポートフォリオ戦略の構築、次世代人財育成の加速化などに注力していきたいと考えます。

02

企業価値とは、「お客様」にとっては信頼できる製品やサービスの提供、「株主・投資家」にとっては収益力、「社員」にとっては働きがい・成長を促す環境など多面的な要素があると考えます。いずれの場合も、新しい事業機会を追求し、迅速に事業化するメンタリティーが肝要です。携帯業界が大きく変容し、法人需要や個人需要におけるDXが進む中、当社は携帯電話などの販売事業に依存しない事業ポートフォリオへの変革を進めていますが、次の柱となるソリューション事業、スマートライフ・クオカード事業などへの積極投資・人材投資を一層進め、軌道に乗せていきたいと考えます。取締役会では健全な討議が行われていますが、今後女性役員の増員や外国籍の役員の登用、またスキルマトリックスに応じた社外取締役の後継者計画を進めることも有効であると感じています。折しも先般、東京証券取引所から「JPXプライム150指数」の発表がありました。資本コスト・株価を意識した経営、投資家との対話の開示、正確な情報開示を要請する内容ですが、当社もROE(将来的にはESGも反映した資本コスト指標)向上の議論や投資家との対話に、社外取締役も積極的に参画する仕組みづくりに取り組んでいきたいと考えています。



■ 独立社外取締役インタビュー

鎌田 淳一

01

社外取締役に求められる役割は、第一に経営をしっかりとチェックすることですが、もう一つ大事なことは、経営陣と一体になって会社の企業価値を高めてすべてのステークホルダーの利益最大化に貢献するための事業戦略を議論し、方向性を示し、助言をすることだと思います。それぞれのメンバーの経験や立場の違いから考え方が異なったり、会社または業界の慣習や常識が理解されないことなどはよく起こるケースですので、「率直な良い議論を誘発して修正したり進むべき方向にガイドする」、例えて言うなら「船長を補佐する航海士」のような立場だと思っています。心がけていることは、「会社はそれぞれの業界での立ち位置があり、その中で社員の皆さんはそれぞれの立場で仕事をしている」ことを理解して会社に愛着を持ち、社員の皆さんをリスペクトすることです。一方では、「会社をしがらみにとらわれず客観的に、冷静に見ること」が大事だと思いますので、空気を読み過ぎず、流されない見識が必要だと思っています。当社の取締役会は、自由で意見の言いやすい雰囲気の中で、豊富な経営経験を持ったメンバーの間で活発な議論が交わされており、非常に充実した会議が運営されていると思っています。

02

当社のブランド力を高めることがさらなる企業価値向上につながると思います。ブランドとは会社の「信頼感」そのものです。

ご承知のように「三方良し」は「売り手良し」「買い手良し」「世間良し」で、ベースにあるのは「信頼感」であり、「相手を満足させないと良い結果は出ない」「信頼を得ることが良い結果に結びつく」という商売、世の中の道理です。当社の



場合には、「買い手」であるお客様やビジネスパートナーからは一緒に仕事がしたい、仕事を頼みたい、当社のお店なら安心だと思われる信頼です。社員からは、社会正義を追求し社会に貢献しているこの会社で働くことは誇りであり、働きがいを感じていることです。そして、学生や求職者からも自分も働いてみたいと思われる会社であることです。株主や社会からは、持続可能性を追求し社会的責任を果たしている会社と評価され、尊敬され投資先として選ばれる会社であることではないでしょうか。優良なお客様やビジネスパートナー、社員、株主をどれだけ多く長期間にわたって惹きつけることができるか、当社のブランド力を磨き信頼感を高めることでさらなる企業価値の向上につなげてほしいと思います。

諸星 俊男

01

社外取締役の役割は株主を代表して会社側の業務執行をモニタリングするとともに、会社の長期ビジョン、戦略を高所から議論し、執行側に有意義なサポートを行うことと理解しています。また少数株主の立場を尊重し、その保護を常に意識するのも重要です。特に当社は住友商事という大株主が存在するので、住友商事グループとのポジティブなシナジーも上手く考えつつ、他の株主の利益も最大化することが肝要です。我々社外取締役はこの趣旨に沿って取締役会やその他の議論の場で発言しています。また社外監査役の方々も従来の監査役の業務にとどまらず、非常に柔軟な考え方で幅広く発言されているのも特筆に値すると思っています。取締役会では社外取締役からの質問、コメントに対しても、必ず執行側からの真摯な回答あるいは議論が行われています。特に当社の中長期的な課題である、単なる通信キャリアの代理店としてのモバイルショップから、DXの推進役として企業向けも含むソリューションプロバイダへの発展について、侃々諤々の議論を行っています。

02

当社の中長期の発展はどこにあるべきかの見極めが重要です。単なる通信キャリアの携帯販売代理店ということでは、ショップをこれだけ抱える意義がありません。インターネットの活用などで、今までほど多くのショップはいらないからです。全国津々浦々、かつ非常に良い立地にあるショッ

プ群の強みを活かし、当社の永続的な発展を可能にするには、やはりソリューションやスマートライフ分野での活



用が不可避です。実は今がチャンスだと思っています。このショップの優秀なメンバーを新しい分野へ積極的にリスクリングしていくことにより、例えば地方の中小企業のDXサービスを行う「町のDX屋さん」を展開できると思います。日本のDXは世界各国と比べかなり遅れています。いまだに給与計算を、電卓をたたいて計算している中小企業は山ほどあります。これは弱みでもあります、逆にしがらみがないので最新の技術やソリューションへ一気に展開しやすいというメリットもあります。当社のショップネットワークと技術力をもってその役割を担えたらと思っています。

高橋 良定

01

社外取締役の役割としては、取締役会に参加し、コーポレートガバナンスの強化・株主と経営陣の橋渡し・経営陣に対して客観的な経営助言を行うことを、主なる3点と思っていますが、プラスして自身の経験を活かしての意義ある議論をする中で、人材育成の役割も果たせると考えています。前述の役割の観点で、取締役会で意見を述べています。特に自身の経験を踏まえた経営助言の意見が多いです。当社の取締役会では自由闊達で建設的な議論・意見がなされていると感じます。各社外取締役の方々も積極的に意見を述べられていますし、意見を聞き入れる雰囲気があると思います。当社の取締役会の課題としては、事業環境が大きく変化する中での新たな(またはローリング)事業戦略について議論をする時間を拡大することと思います。今年から各事業部門別に事業戦略についての個別説明も加わったのでしっかり意見を述べて議論させていただこうと思っています。

02

ガバナンスの実効性を高めるために行うこと・必要なことで2つを上げると、取締役会のスキル多様性を確保することと、社外取締役の機能を発揮させることと考えます。事業環境が変化し新たな事業展開が広がる中、取締役会で各事業を監視するだけでは機能するとは思えません。社内取締役の意思決定に社外取締役のモニタリングの良さを取り入れることが重要です。また社外取締役の機能を発揮させる取り組みとして、各本部との意見交換を行う機会の設置や、より建設的な意見を出せるように事前準備の充実や審議の目線を合わせる機会の設置が重要と思います。当社は、事業環境の変化の中、中期経営計画を(社会に必要とされ、社会に貢献する会社)推進して成長させていくことが重要です。新たなお客様の現場に入り業務を理解し、生産性を格段に上げる提案をするなどにより、絶大な信頼を得る企業になることを期待します。新たな事業で“当社でなくてはダメだ、当社と一緒にやっていきたい”というブランド戦略トップレベル企業を、目指してほしいと思います。



会社概要・株式情報 (2023年3月31日現在)

会社概要	
社名	株式会社ティーガイア (T-Gaia Corporation) 東京証券取引所プライム市場上場 (証券コード3738)
所在地	本社：〒150-8575 東京都渋谷区恵比寿4-1-18 恵比寿ネオナート14～18F
設立	1992年2月
資本金	3,154百万円
事業内容	(1) 携帯電話等の販売および代理店業務 (2) ソリューション、ブロードバンド等通信サービスの販売取次業務 (3) 決済サービスその他新規事業、海外事業
販売地域	日本全国、シンガポール
従業員数	4,955名 (連結)
主要取引銀行	みずほ銀行、三菱UFJ銀行、三井住友銀行、三井住友信託銀行 (※銀行コード順)

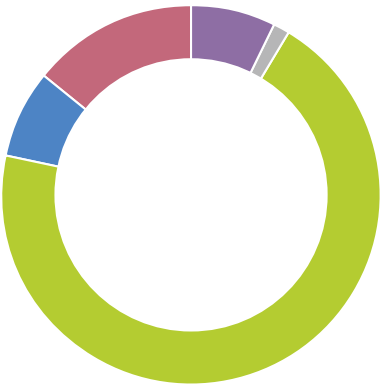
株式情報	
決算日	3月31日
定時株主総会	6月
発行可能株式総数	400,000,000株
発行済株式総数	56,074,000株
株主数	35,415名
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
株式売買単位	100株
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ

大株主 (上位10名)

株主名	持株数	持株比率 (%)
住友商事 (株)	23,345,400	41.84%
(株)UH Partners 2	5,516,500	9.89%
光通信 (株)	4,730,800	8.48%
(株)UH Partners 3	4,184,500	7.50%
日本マスタートラスト信託銀行 (株) (信託口)	2,765,900	4.96%
(株)エスアイエル	1,185,700	2.13%
ティーガイア従業員持株会	1,018,800	1.83%
(株)日本カストディ銀行 (信託口)	950,600	1.70%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140040	365,954	0.66%
SMBC日興証券 (株)	297,000	0.53%

(注) 持株比率は、自己株式282,309株を控除して計算し、小数点第3位以下を四捨五入しています。

所有者別状況



金融機関	7.4%
金融商品取引業者	1.3%
その他の国内法人	69.7%
外国人・外国法人	7.6%
個人その他	14.0%

(注) 所有株式数の割合を、小数点第2位を四捨五入して記載しています。

拠点一覧 (2023年3月31日現在)

キャリアショップ数：1,081
内直営
キャリアショップ数：373
内代理店
キャリアショップ数：708

営業拠点の詳細はウェブサイトをご覧ください。
▶ <https://www.t-gaia.co.jp/company/office.html>

販売拠点の詳細はウェブサイトをご覧ください。
▶ https://www.t-gaia.co.jp/company/sales_net.html



社外からの評価

当社の取り組みに対し、各種機関から高い評価を受けています。



えるぼし

「女性活躍推進法」に基づく女性社員の活躍推進などに向けた取り組みが評価され、2017年度に厚生労働大臣から「えるぼし」の3段階目(最高位)の認定を取得しています。



くるみん

「次世代育成支援対策推進法」に基づく「子育てサポート企業」としての取り組みが評価され、2021年度に厚生労働大臣から「くるみん」の認定を取得しています。



PRIDE指標2022

LGBTなど性的マイノリティに関する取り組みが評価され、任意団体work with Prideが策定した「PRIDE指標」の「ゴールド」(最高位)を2021年度より2年連続で受賞しています。



D&I Award2022

D&Iに対する総合的な取り組みが評価され、「D&I Award」の「Best Workplace for Diversity & Inclusion」(最高位)の認定を2021年度より2年連続で取得しています。



健康経営優良法人2023

「こころ」と「身体」の両面から社員の健康の維持・増進を積極的に図る取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が顕彰する「健康経営優良法人」に2019年度より5年連続で認定されています。



スポーツエールカンパニー2023

社員の健康増進に向けたスポーツ活動促進への積極的な取り組みが評価され、スポーツ庁から「スポーツエールカンパニー」の認定を2020年度より4年連続で取得しています。



EcoVadis「サステナビリティ評価」

企業のサステナビリティパフォーマンスに関する国際的評価機関EcoVadisの評価を受け、全評価対象企業の上位50%にあたるブロンズに認定されています。



CDP「気候変動レポート2022」

気候変動への取り組みを評価する国際的非政府組織CDPに気候変動質問書の回答を提出し、マネジメントレベル「B」に認定されています。