

Vision Integrated Report 2025

株式会社ビジョン 統合報告書



目次・編集方針

目次・編集方針 1

About Us

会社概要	2
沿革・売上高推移	3
At a Glance	4

CEOメッセージ 5



CFOメッセージ 11

COOメッセージ 13

ビジネスモデルと強み

グローバルWiFi事業	17
情報通信サービス事業	21
グランピング・ツーリズム事業	25
特集) DX戦略の取り組み	27

ESG・サステナビリティ

サステナビリティ経営の全体像	29
ESG・サステナビリティ委員会委員長メッセージ	30
特集) 気候変動に関する戦略	32
特集) 人的資本に対する戦略	33

コーポレート・ガバナンス

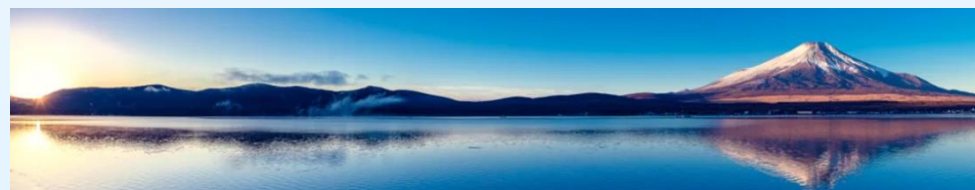
コーポレート・ガバナンスの状況	34
役員紹介	38
指名報酬委員会委員長メッセージ	40
社外取締役対談	41

ビジネスリスク

ビジネスリスク一覧	46
-----------	----

Data

財務非財務ハイライト	48
財務サマリー	49
コーポレートデータ	50



編集方針

本報告書は、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様へ、当社の中長期的な企業価値向上に焦点をあて、総合的な価値創造ストーリーをお伝えすることを目的に発行するものです。

対象組織	株式会社ビジョン(2024年12月31日時点)
対象期間	2024年度(2024年1月1日から2024年12月31日)を基準とし、2025年1月以降に開始した一部の開示事項や事業活動の内容を含みます。
参考ガイドライン	経済産業省 価値協創ガイダンス
見通しに関する注意事項	業績予想等は、現時点で入手可能な情報と、合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々なリスクや不確定な要素等の要因により、異なる可能性があります。

会社概要

商号	株式会社ビジョン（Vision Inc.）
証券コード	9416（東京証券取引所プライム市場）
設立年月日	2001年12月4日（創業1995年6月1日）
本社所在地	東京都新宿区新宿六丁目27番30号 新宿イーストサイドスクエア8階
事業内容	グローバルWiFi事業 情報通信サービス事業 グランピング・ツーリズム事業
連結従業員数 （内、平均臨時雇用人員）	971(164)名 国内 860(156)名 海外 111（8）名

経営理念

世の中の情報通信産業革命に貢献します。



国内	海外
株式会社ビジョン	Vision Mobile Korea Inc.
ベストリンク株式会社	Vision Mobile Hawaii Inc.
株式会社アルファテクノ	Vision Mobile Hong Kong Limited
株式会社BOS	GLOBAL WIFI.COM PTE. LTD.
株式会社あどばる	無限全球通移動通信股份有限公司（台湾）
こしかの温泉株式会社	GLOBAL WIFI.UK LTD
ZORSE株式会社	VISION VIETNAM ONE MEMBER LIMITED LIABILITY COMPANY
株式会社Vision Works	上海高效通信科技有限公司
株式会社Vision Link	
株式会社ビジョンライズ	

- 事業拠点、調達/オペレーション拠点
- 調達/オペレーション拠点
- システム開発拠点(オフショア)

Global WiFi France SAS
Vision Mobile Italia S.r.l.
VISION MOBILE USA CORP.
VISION USA CORP.
VISION MOBILE NEW CALEDONIA

国内

連結子会社 9社
国内営業所 17拠点

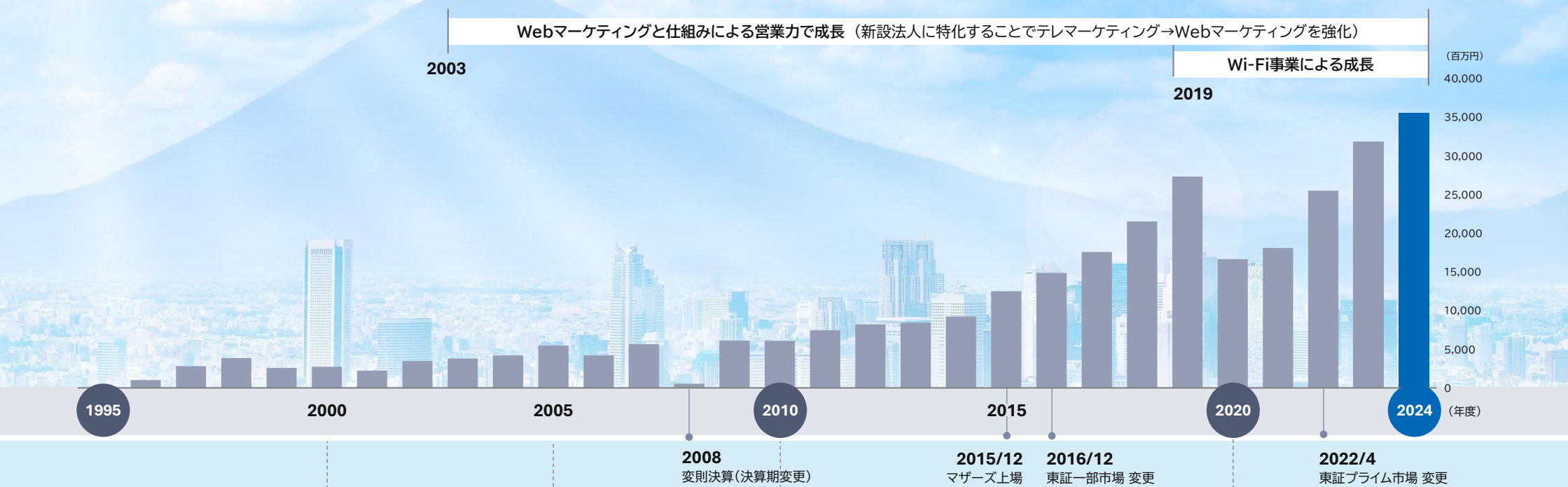
海外

連結子会社 13社

韓国、米国（ハワイ）、香港、シンガポール、台湾、英国、ベトナム、中国（上海）、フランス、イタリア、米国（ニューヨーク、カリフォルニア）、ニューカレドニア

※2025年6月30日時点

沿革・売上高推移



VOC (Voice Of Customer) による成長ストーリー

1995
在日南米人向け国際電話サービス
「ファミリーラインサービス」を通信
キャリアに提案し、販売開始

1995 静岡 富士宮で起業

2003 インターネット
広告事業開始

2004 行列の出来る格安コピー機サイト
ドットコム
コピー機.com

2008
日本国内でiPhone発売
法人携帯で販売開始

2005 電話加入権

行列の出来る格安ビジネスフォンサイト
ドットコム
ビジフォン.com

2007 法人携帯
法人携帯ドットコムは株式会社ビジョンの関連会社です
移動体通信
事業開始

2008 ヒカリ電話
ブロードバンド
事業開始

2010
ケイタイホンボでiPhone販売開始
ローミングショック
海外利用時の「パケ死」が社会問題

2010 日本全国どこでも
インターネット e-ca
国内Wi-Fiレンタル
事業開始

2012 GLOBAL WiFi
グローバルWiFi
事業開始

2015 NINJA WiFi
Powered by GLOBAL WiFi

2012
海外旅行時の「パケ死」回避
サービスとして
グローバルWiFi事業開始

2020
新型コロナウイルス
感染症により、
海外旅行者減

2022
「グローバルWiFi®」
ユーザーへ非日常体験
として、グランピング・
ツーリズム事業開始

2022 VISION GLAMPING
Resort & Spa
グランピング・
ツーリズム事業開始

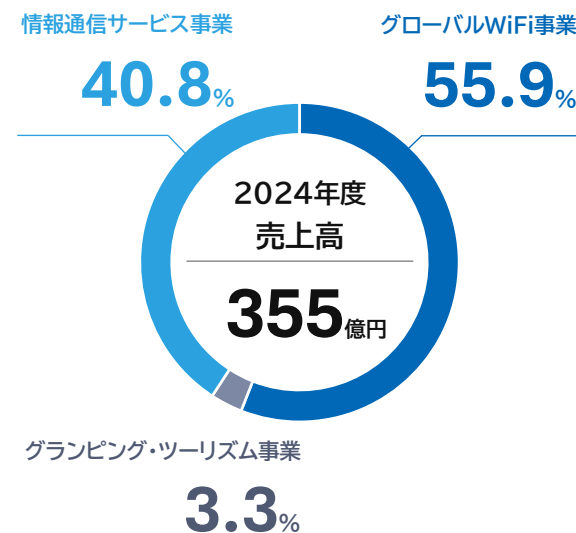
2023 eSIM World eSIM

At a Glance

▶ 主な事業



▶ 売上高



▶ 全社ストック総利益

21.8億円

前期比 **25%**増

▶ 拠点数

※2025年6月30日時点

22社

国内

9社

海外

13社

▶ 従業員数

※2025年6月30日時点

971名

国内

860名

海外

111名

▶ 年間利用件数 | グローバルWiFi事業



▶ 法人利用

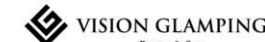
法人専用フォームをご利用の法人
一括請求申込み登録社数

約**63,000**社

グローバルWiFi for Biz
登録社数

約**10,000**社

▶ 主な自社サービス



CEOメッセージ



代表取締役会長 CEO

佐野 健一

More vision, More success.

情報通信技術が目まぐるしく進化していく時代は、ビジネスとコミュニケーションのチャンスに溢れています。

私たちが情報通信サービスのあらゆる分野においてNo.1ディストリビュータの地位を継続できたのも、徹底したお客様視点に立ち、最良の価値を提供できたからだと自負しています。

情報通信の未来を、すべての人たちの未来のために。

私たちは自らが新しいサービスの創り手となって、お客様がもっと安心して、もっと便利に、もっと効率良くご利用できるようにすることで、たくさんの夢の実現を応援します。

より先見性のある選択で、より多くの成功を。

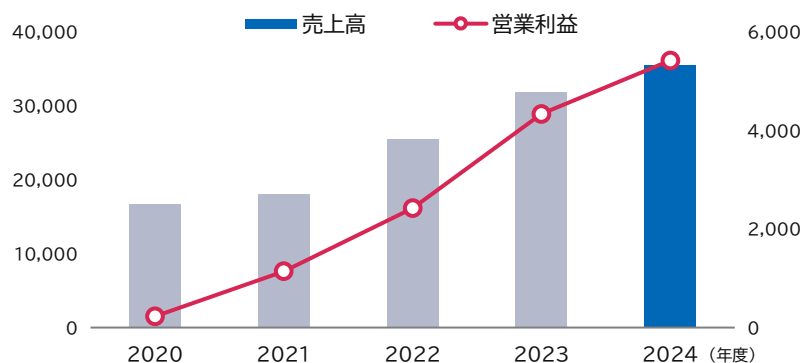
CEOメッセージ

2024年度の振り返り

2024年度は、売上高355億円、営業利益53億円と、2023年3月期に比べて2桁の伸びを示し、過去最高の業績を記録することができました。グローバルWiFi事業、情報通信サービス事業ともに過去最高の実績を記録しています。

アウトバウンドがコロナ禍前と比べて回復していない環境の中で両事業とも過去最高の業績を記録した理由は、法人向けのサービスを獲得し続けてきたからです。「グローバルWiFi®」でも法人向けの売上が全体の半分以上を占めています。コロナ禍でも休まず法人のお客様を獲得してきた成果が、2024年度の業績へしっかりと現れたと思います。

売上高と営業利益の推移（百万円）



業績は非常に良かったわけですが、株主優待の実施に伴い想定外に費用が高んだ点は反省しています。ただし、これをきっかけに、配当性向はどうあるべきなのか、中期経営計画を作るうえで、生み出したキャッシュフローからどう投資に回していくのか、どのように株主の皆様へ還元していくのかということを明確に決めることができました。

eSIMの利用自体は着実に伸びていますが、当社で提供する「グローバルWiFi®」と「World eSIM®」のそれぞれの役割や品質の違いについて、明確になりつつあります。



例えば、法人利用や複数人での利用には「グローバルWiFi®」が適しており、今までSIMカードを差し替えて利用されていた方は「World eSIM®」が適しています。また、広範囲でハイスピードで利用されたい方は「グローバルWiFi®」、都市部であまりネットを利用しない人は「World eSIM®」という使い分けが認知されていくことで、今までリーチできていなかったマーケットを新たに獲得できるチャンスが増えます。今後は、徹底したマーケット分析を実施し、さらなるマーケットシェアの拡大を目指していきたいと思います。

中期成長イメージと中期経営計画

中期経営計画の発表については、これまで社内でも何度も議論してきました。しかし、コロナ禍の影響により、一旦見送っていました。当時は将来の見通しが立てにくく、アウトバウンド・インバウンドの需要がどの程度回復するかも不透明だったためです。そのような状況が落ち着いてきたことで、「アウトバウンドが完全に回復してから発表すべきか」という議論もありました。

CEOメッセージ

しかし、実際には、コロナ禍前と比べてアウトバウンドはまだ65%程度の回復にとどまっている一方で、当社の営業利益はすでに倍増しており、既存事業の強化と進化によって確かな成果が出ています。このような実績と手応えを踏まえ、中期経営計画を策定・発表するに至りました。

まず、グローバルWiFi事業では、今後「グローバルWiFi®」や「World eSIM®」に関してはマーケットのシェア拡大と登録法人社数を増やしていく取り組みを引き続き強化していきます。加えて、様々な付帯サービスを強化し、グローバルインフラサービスとしてクロスセルを強化してまいります。さらに、ニューヨーク拠点を中心に日本のアウトバウンド市場の7倍以上の規模を持つアメリカのマーケットシェア拡大にも注力してまいります。

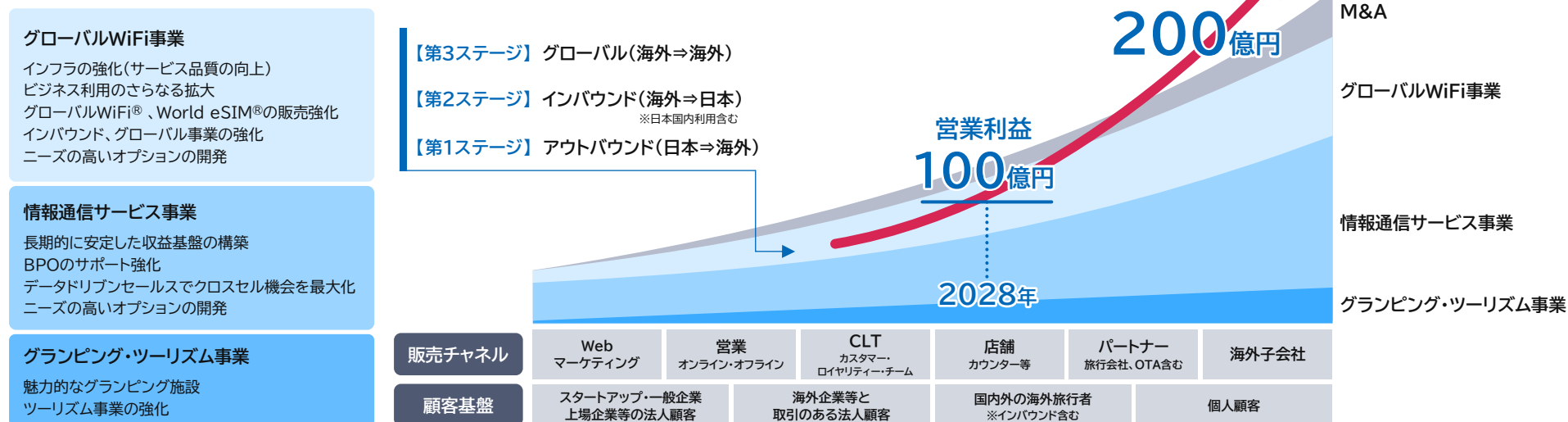
また、eSIMに関しては、「グローバルWiFi®」で進出していない国へのネット販売を強化することで、世界へ展開していきます。

情報通信サービス事業でも、ここから「Vision 3.0」というテーマで、私たちの中では革命的に業績が伸びる源泉になると思っているのですが、その挑戦に対する投資を2025年、2026年と実行していきます。

ビジネスについては、私たちは自信をもって挑戦していますが、それと同時に、投資も実行していくという姿勢を正確に発信していく必要があると判断しました。特に、2025年と2026年の2か年は躍り場として、将来に向けた投資を先行させます。このタイミングで中期経営計画として公表したのは、2027年、2028年で大きく業績を伸ばしていく見通しを、投資家の皆様にしっかりとお伝えしたいと考えたためです。これから当社がどのような姿を目指しているか、当社に何を期待していただけるのかを明確にすることで、投資判断のひとつとしていただきたいという思いがあります。

投資家の皆様に正確かつ公平に情報をお伝えするためには、中期経営計画として発表するのが最も適切だと判断しました。

— 中期成長イメージ



CEOメッセージ

■ グローバルWiFi事業への期待

グローバルWiFi事業では法人売上の獲得、「World eSIM®」の販売、グローバル展開に特に注力していきます。まず、日本はこれから少子高齢化もそうですし、人口が減少していく時代に入っていますので、法人の方々はビジネスのマーケットを海外に求めていく確率がよりいっそう上がってくることになります。為替が円安へ触れていることも、成長を海外へ求める企業が増える後押しとなるでしょう。ですから、法人向けの売上により注力し、しっかり伸ばしていきます。

「World eSIM®」に注力している理由は、これまで当社のサービスを利用していなかった層、すなわち、現地でSIMカードを購入していた人たちが切り替わっていくと想定しているためです。これまで、自分でSIMカードを購入して、入れ替えていた人たちを、より利便性の高いデジタルサービスに移行させていくことは、当社にとって大きなチャレンジになると思っています。



一方で、デジタルやオンラインで対応できるようになったということは、日本人だけをターゲットにする必要がなく、全世界の人たちが対象になり得ることを意味します。インバウンドの効果もあって「NINJA WiFi®」は普及してきていますし、世界中の人がWi-Fiに慣れてきています。そのため、複数人で使うならWi-Fiルーター、一人なら「World eSIM®」といった棲み分けを、海外の人たちにも伝えていきます。

グローバル展開については、まずは立ち上げたニューヨークの拠点を起点にサービスを広げていきます。米国はアウトバウンド市場だけでも約1億人規模であり、日本の約1,300万人と比べても非常に大きなマーケットになります。ここで、しっかりと伸ばすことで、グローバルブランドとしての地位を確立し、今後はアウトバウンド需要の高い欧州地域等へも広げていく予定です。

■ 情報通信サービス事業への期待

情報通信サービス事業では、これまでも売上高を伸ばしてきましたが、「Vision 3.0」の取り組み、お客様との関係をより強固なものに変えていく、ビジネスモデルのアップデート、この3点で成長を加速できると考えています。ビジネスモデルのアップデートがあるからこそ、他2点が実現され、成長が加速すると見込んでいます。一言でまとめますと、我々は新しく、「データドリブンマーケティング」に取り組んでいます。

人口が減り採用が難しくなる環境にあって、中途も採用コストがどんどん上がり、かつ、スタートアップ企業では経理だけの専門を雇うことは難しい状況になってきています。こちらをまるごとアウトソーシングすることができれば、お客様は売上を伸ばすために本業へ注力できます。

私たちとしては、常にお客様から許諾をいただいたうえで、お客様が使っているサービスを把握し、データを基に最適な商品やサービスを提案できることになります。お客様としては、バックヤード業務に人的リソースを割けませんし、ビジネスを進めるうえで何が適正かわからないケースもあり、「ビジョンさんチェックしておいて」という必要があります。

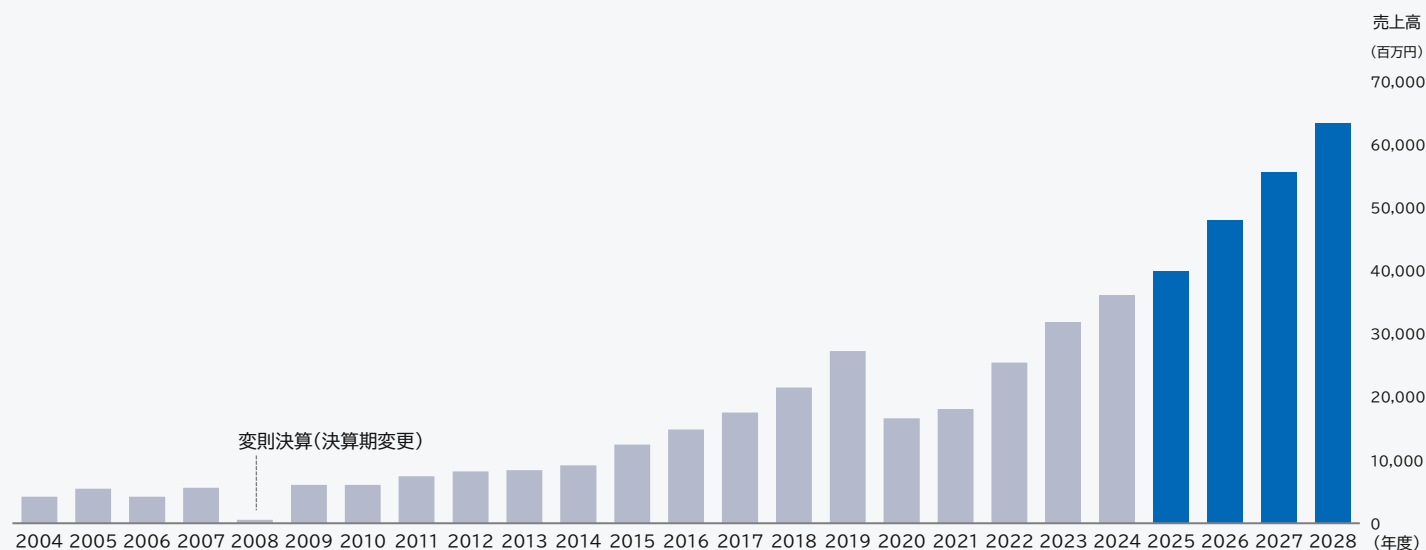
経理というのは一例であって、他にもその企業様が自社の成長に関わる部分に集中していただくため、ノンコア業務の部分については、我々が代行していくことを考えています。

CEOメッセージ

「こちらからいかがですか」と提案するよりも、顧客のニーズを深く理解した上で最適な提案を行ない、そして信頼関係が築けていければ、これに勝るものはないと思います。ビジョンも、上場企業の道を歩む中で、自分たちで経理や人事をはじめとした様々な挑戦と失敗を重ねて作り上げてきたものがありますから、これを一部移植してあげられる面もあります。

何か新しいものをやるというわけではなく、すでに社内でやっていることを切り出して、お客様のために、もっと簡単に導入できる仕組みを作っていきます。実は去年からテストマーケティングを進めていたのですが、お客様の反応は非常に良く、こちらを一気に伸ばしていくというのが、「Vision 3.0」の入り口になります。

中期経営計画 Vision 3.0



Vision 3.0

Vision 3.0

戦略的なデータドリブンセールス

戦略的なデータドリブンセールスを推進し、全事業の営業活動の効率化と成果の最大化を目指し、既存顧客との関係強化、新規顧客の獲得、さらにはストック型収益の拡大に寄与し、持続可能な成長を実現します。

■ 営業利益200億円へ向けて

営業利益200億円については、これまでにお話した100億円までのプロジェクトを貫徹できれば、早期に達成できるのではないかと考えています。2025年、2026年は投資を行い、軸ができて上がっていれば、あとは延長線上になります。中期経営計画の数字にはM&Aの数値は入れておらず、何か新しいものを積み上げるわけでもありません。

2027年、2028年からの変化率がさらに加速すると考えると、4年はかからないとも感じます。ただ、これは確約ではありませんし、市場環境がどうなるかもわかりません。目安として想定していますが、決して難易度の高いものではないと考えております。

CEOメッセージ

私が社内で「100億円を超えると加速するから」と話していますが、ビジネスに対する様々な精度が上がりますし、ビジョンという会社や自社のサービスに対するブランド価値が上がっているはずなので、一気に加速すると考えています。すでにニューヨークに拠点を立ち上げてサービスの展開を始めているわけですが、ニューヨーク市場は、日本と同等の規模を持つ大きなマーケットであり、日本と同じサービスを展開できるだけで、営業利益のさらなる拡大が見込めると考えています。

■ 新規事業への取り組みについて

先ほどの繰り返しになりますが、何か新しいことをたくさん取り組んでいくというよりは、今のビジネスモデルのアップデートを繰り返しながら、ユーザビリティをどのように追求し続けていくのか、永久にお客様に選んでもらえる取り組みをアップデートし続けていくかが重要なテーマだと認識しています。ぜひこの点に注目していただきたいです。

自社ニーズにフィットしないサービスは契約が打ち切られる可能性があるのも事実です。そのため、一歩先を見据え、動向を先取りしてまいります。

やめるべきものはやめ、伸ばすべきものは伸ばすという姿勢をきちんと繰り返し実行しながら、従業員にも常に危機意識を持ち、お客様のためにという視点を大切に行動してほしいです。お客様が、「ビジョンだったらこうしてくれるだろう」という期待感を持ち続けていただくことが、当社の成長にとって重要な課題だと思います。

■ M&Aについて

M&Aでは、常に事業シナジーが最も重要な要素であると考えています。まず、情報通信サービス事業に関しては、商品ラインナップを増やせる方法として、自社で新たに開発するか、もしくはM&Aで外部から取り入れる方が良いかが判断材料と考えています。商品でなくても、ある分野で広い顧客層がある、または特殊なノウハウを持っている企業なら、マーケット獲得のために勝負しようとすることもあるかもしれません。ただ、そうした魅力ある企業が必ずしも希望の条件でM&Aできるわけではない、というのが現実です。ですから、私たちはM&Aするというより、一緒に仲間として取り組み、顧客資産を活用して売上を伸ばしていきたい

という、そのようなニーズのある企業と組みたいと考えています。

一方で、近年はIPOが厳しくなり、出口戦略の選択肢が絞られてきている中で、事業売却を検討する企業が出てくると思います。そういったケースでは、そんなに割高な条件でなくても、売却したい意向があり、買収が可能なケースもあると思いますので、そうしたM&Aの候補もリストアップしながら、慎重かつ前向きに機会をうかがっていきます。

投資家の皆様へ

初めて中期経営計画を公表し、当社として、このような方向性で成長していくという見通しを打ち出しました。まず、その計画に対してしっかりと責任をもって、通過点として達成させていきます。数字が独り歩きしているというよりは、当社はどのように達成するのかということを考えて策定しています。夢や希望ということではなく、より現実を見たかたちの中で、我々が集計・分析し作り上げた計画ですので、そこは期待を寄せていただきたいです。

国内外問わず、もちろん私もアクティブに活動しており、IRチームも強化してIR活動に取り組んでいます。

やはり、投資においては、十分に理解していない銘柄には慎重になるものですので、ビジョンという会社を、地球上の投資先の中で、様々な投資家の方々から興味をもっていただける会社になりたいです。そのための軸のひとつが業績、成長性になると思います。既存の株主の皆様へはもちろんきちんとアプローチするとともに、新しい機関投資家や個人投資家の方々にも、今までの知見を活かしながら、積極的にアプローチしていきたいと考えています。

投資家の皆様に「なるほど」とご理解いただき、投資の判断をいただけるよう、今後も情報をより多く、タイムリーかつ的確に開示していくことを心掛けてまいります。

逆に、公開可能な範囲で、できる限り多くの情報をお届けしたいと考えておりますので、「もっとこういった情報が知りたい」といったご要望やご質問がございましたら、ぜひお気軽にお寄せいただけますと幸いです。

積極的にIR活動を行い、ビジョンという会社をより多くの方々に知っていただけるよう活動していきますので、これからも応援いただけると嬉しいです。

CFOメッセージ

中期経営計画

成長ストーリーの確立と、 成長投資・株主還元の両立へ

取締役 CFO 中本 新一



■ 過去の業績の振り返り

2024年は、自社ストック収益が前年比125%と大きく成長しており、2023年の17.4億円から21.8億円へと伸びています。こうした点に注目されている投資家の方も多く、特に長年お付き合いのある機関投資家の皆様からは、非常にポジティブに受け止めていただいています。

グローバルWiFi事業においては、アウトバウンドの動向が業績に大きく影響する点は、今も変わりありません。2023年の日本人出国者数は2019年比で約65%の回復にとどまりましたが、当社の実績は71%と、それを上回る水準で回復しています。市場全体の回復が緩やかな中であっても、当社は着実に成果を伸ばしています。

■ 新しい目標と戦略

当社では、現在のビジネスの延長線上で各事業の成長を見据えた中期経営計画を策定しており、2028年度に営業利益

100億円の達成を目標としています。

各事業において持続的な成長を図る一方で、eSIMやBPOをはじめとする重点領域には先行投資を行っていく計画であり、今後数年間は一定の費用が先行する見込みです。

財務面では、株主還元の強化にも取り組んでおり、配当については当面の2年間で配当性向50%以上を目標としています。

また、資本効率の観点からもROEについては引き続き高水準の維持を重視し、収益性と成長性のバランスを取りながら、企業価値の最大化を目指してまいります。eSIM及びBPO関連事業については、現在、先行投資が大きくなっています。特にeSIMに関しては、日本市場だけでは市場規模に限界があるため、グローバルでの販売展開が不可欠です。

そのため、海外市場向けのマーケティング費用を大きく計上しています。今後も積極的に投資を拡大していく予定であり、eSIMでは来年に5億円、再来年には8億円規模の投資を見込んでいます。

こうした費用をあらかじめ織り込んだ上での現在の利益率であり、正直なところ、将来的にはこの利益率を上回ることも十分に可能であると見ています。

連結業績

	実績	予想	計画		
(百万円)	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
売上高	35,528	40,002	48,000	55,600	63,400
営業利益	5,365	6,439	7,500	8,700	10,000
営業利益率	15.1%	16.1%	15.7%	15.7%	15.9%
当期純利益	3,375	4,382	5,100	5,900	6,800

CFOメッセージ

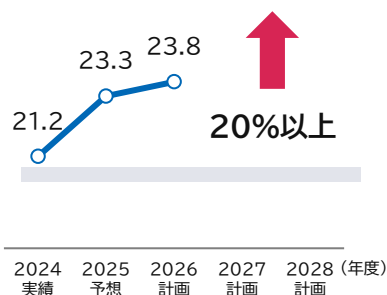
■ 見通し

中期経営計画の推進にあたり、2025年度は一定の先行投資を見込んでいますが、その多くはマーケティング費用であり、バランスシートに与える影響は限定的です。主な投資対象は、グローバルWiFi事業におけるeSIMと、情報通信サービス事業における経理BPOサービスです。特に経理BPOに関しては、2025年度第1四半期に事務所設立に関わる費用が集中し、それ以降は投資額が減少傾向となると予想しています。一方で、グローバルWiFi事業のeSIMについては、非常に高いリピート率が確認されており、年度内に投資分の回収も見込める可能性があります。

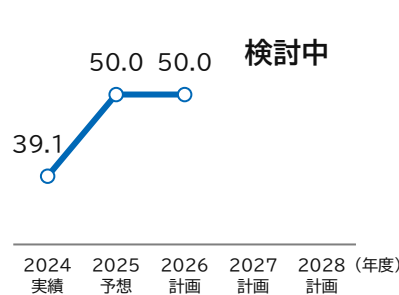
また、経理BPOでは、売上向上施策やコスト削減提案が顧客から高く評価されており、引き合いも非常に強く、手応えを感じています。現時点では単独での採算性は投資段階にありますが、今後は他サービスへのクロスセルの広がりも期待され、2025年度中に一定のリターンが見込まれる可能性もあります。

情報通信サービス事業の次なる成長ドライバーとして位置づけている経理BPOは、「Vision 3.0」の中核を担う領域であり、今後はKPIの開示を進めることで、投資家の皆様にとって同事業の成長性がより明確に見えるようにしていきたいと考えています。

ROEの推移 (%)



配当性向 (%)



■ 株主還元

中期経営計画における株主還元については、1～2年目において配当性向は50%とし、3～4年目については未定としています。今後の成長投資や市場環境の変化を慎重に見極めたうえで、見通しが明確になり次第、速やかに開示します。グランピング・ツーリズム事業における施設整備は、残る1施設をもって完了する見込みであり、今後は大規模な資本的支出(CAPEX)が発生する予定はありません。当社は、基本的に大きな資産を必要としないビジネスモデルであり、自己資本比率の大幅な低下リスクは限定的と考えています。一方で、3年目以降にはM&Aの実行を視野に入れており、機動的な資本活用にも備えていく方針です。

また、パンデミックのような不測の事態にも耐える経営体制の確保を重視しており、2～3年分の運転資金に相当するキャッシュを手元に確保しておくことも重要な財務戦略の一環と位置づけています。

こうした成長投資、事業リスク、株主還元のバランスを踏まえつつも、当社のバランスシートは依然として強固であり、現在の業績進捗を見ても、成長に必要な費用を投じながら、持続的な成長と高い株主還元の両立は十分に実現可能であると判断しています。今後も、ROEのさらなる向上を図りつつ、企業価値の継続的な向上に努めてまいります。

コラム：IRメールマガジンのお知らせ

当社では、株主・投資家との対話をより深める取り組みの一環として、昨年よりIRメールマガジンを開始しました。形式的な情報発信にとどまらず、決算発表後に寄せられるご質問やIR面談での対話をもとに、投資家の皆様の関心やご意見を踏まえた「本音ベース」の内容を発信しています。実際に多くのご返信や反響をいただいております。「読んだよ」「解説がわかりやすかった」等の声を通じて、投資家とのコミュニケーションがより双方向かつ円滑になっていることを実感しています。今後も皆様との対話を、さらに深めていきたいと考えておりますので、ぜひご一読ください。

[Link](#) IRメールマガジン



COOメッセージ



代表取締役社長 COO

大田 健司

営業利益100億円へのコミットメント

2023年4月に社長へ就任するにあたり、前月の3月に部長以上の約30人を集めて会議を開催しました。その際、私が社長に就任する限り、営業利益100億円を目指したいと話をしました。そして、その実現に向けて、どのような施策や戦略が必要かを検討するため、1か月ほど会議を重ね、具体的な案を練ってきました。その検討にあたっては、M&Aなどの外的要因はあえて除外し、あくまでも今取り組んでいるビジネスにプラスアルファの工夫を加えた場合に、どこまで成長可能かを積み上げていきました。

その結果、営業利益100億円以上という規模になりました。もちろん試算の精度は粗い部分もありますが、当社には予算を自らあげていくベンチャースピリットが文化として根付いており、達成のために必要な人材の採用費等の投資を織り込んでも、100億円の目標は実現可能と判断した経緯があります。

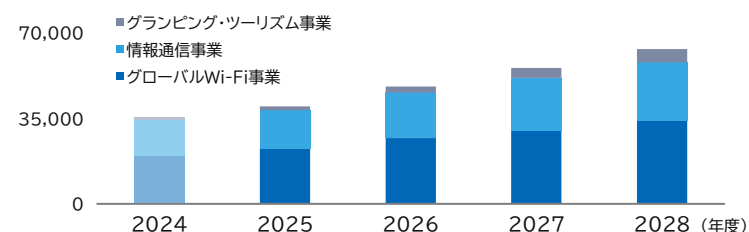
2023年の社長就任当初に、営業利益100億円の達成が現実的な目標としてみえたことが、自信につながった感覚でした。それから2年経過し、今ではかなりの自信をもって、2028年に100億円を達成するという目標を発表したことになります。

投資家の皆様へ

「グローバルWiFi®」=「ビジョンの成長」と思われているように感じられるのですが、ビジョンはBtoBといわれる、法人向けの情報通信サービスに強い会社です。お客様のお困りごとを解決することで、過去最高益を出し続けています。お取引いただいている法人のお客様の数や、グローバルWiFi事業の法人比率等、その結果として積みあがっているストックの収益にご注目いただければ幸いです。

業績計画

売上高【連結】(百万円)



COOメッセージ

中期経営計画メッセージ

実は、特段我々の中で新しい取り組みというのではなく、以前から「こういうことをやれたら良いね」や、「こういうことをもっとやるべきだね」という議論は常にありました。

しかし、いよいよ「営業利益100億円達成だ！」となったときに、今までは「こうできたら良いね」というレベルだったものを、明確な期間を設け、コミットしていく段階にきたと判断し、その取り組みを公表しました。

中期経営計画 2025～2028年

- ・ 持続的な成長を支えるための基盤を構築
- ・ 当社に任せてもらえる究極のCRM体制を確立し、顧客満足度とロイヤリティの向上
- ・ 事業活動を通じて、社会的存在価値の向上
- ・ オプションサービスの充実によるニーズ拡大と単価の向上を実現
- ・ 顧客ニーズに応じた新商品・新サービスを開発し、マーケットリーダーシップの強化
- ・ バックオフィス業務の効率化による生産性の最大化
- ・ インフレや世界情勢等のリスクを考慮したポートフォリオバランス戦略
- ・ ジョブローテーションを実施し、個々のスキル拡大と組織全体の競争力強化

■ グローバルWiFi事業の戦略

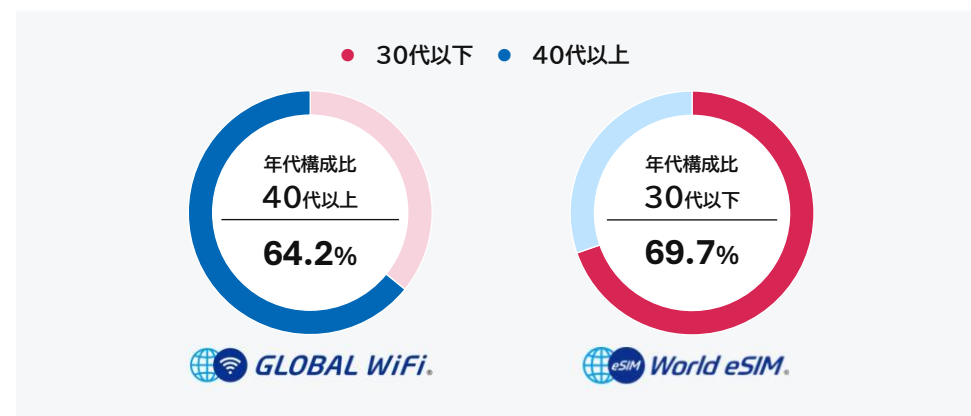
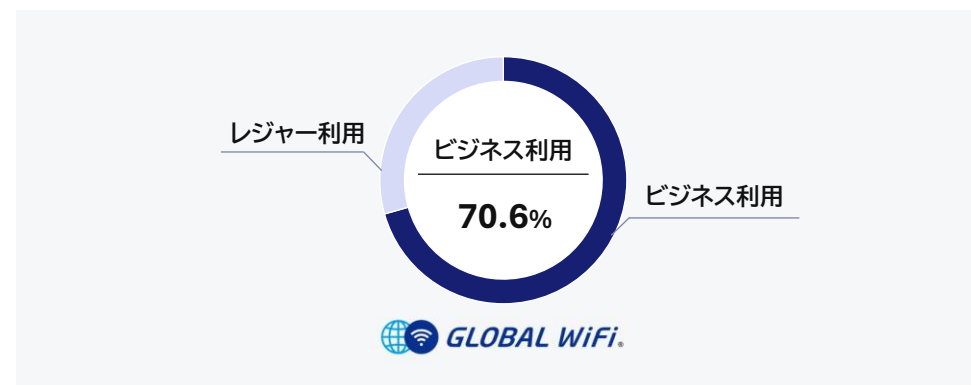
「グローバルWiFi®」は後発で参入しましたが、先行企業の取り組みを拝見すると、当社としてはより高い品質を目指す余地があると感じました。そこで、品質ファーストで地道にビジネスの基盤を作り始めました。

立ち上げ当初は、プロモーション費用等の先行投資がかさみ、3～4年は赤字で進めてきましたが、ビジョンのサービス品質の評判が高まり継続利用が増えてきました。その結果、プロモーションにかかる費用も徐々に減少し、着実に利益を生み出せる体制へと移行してきました。

利益が出れば出るほど大量に仕入れられるので、価格交渉力もつき、気が付けば1強状態になったのが「グローバルWiFi®」です。

新しくeSIMと呼ばれるサービスが出てきて、参入障壁も低いことから、自社サービス内でのカニバリゼーションや、他社のWi-Fiサービスと競合しないのかとご質問をいただくこともあるのですが、我々は競合するものではないと考えています。

まず、需要別でみると「グローバルWiFi®」は70%近くが法人需要です。対して「World eSIM®」は個人利用が約90%と、用途や目的の違いが見受けられます。また、「グローバルWiFi®」は60%強が40歳以上であるのに対して、「World eSIM®」は約70%が20～30代と年齢別の違いも見受けられます。



COOメッセージ

このように、当社としては、「グローバルWiFi®」と「World eSIM®」は棲み分けが可能なビジネスであり、「World eSIM®」は、これまで獲得していない顧客層の獲得に結び付くと判断しております。

当社の調査によると、今まで海外渡航する日本人のうち、Wi-Fiルーターを持参する方は約30%で、残りの約70%は現地でSIMを購入するのではなく、国際ローミングを利用している傾向がうかがえます。当社では、Wi-Fiルーターをもっていく30%の層ではなく、国際ローミングを利用している70%の層がeSIMへ切り替わっていくと予想しています。

今回、ニューヨークへ拠点を展開し、「グローバルWiFi®」に加え「World eSIM®」を世界規模で本格化させていく中で、日本の7倍以上の海外渡航者数を抱えるアメリカのマーケットに対し、ニューヨーク拠点を通じて、しっかりと海外の売上を伸ばしていきます。

■ 情報通信サービス事業の戦略

当社の成長を支える基盤は、情報通信サービスの提供で、スタートアップから始まり成長していくお客様をどこまで支援していけるかにあります。現在、国内のスタートアップ企業の10社に1社へ当社のサービスを提供していることが強みであり、こちらは変わらず注力して取り組み、引き続きお客様へのサポートのため、CRM体制をしっかり構築していきます。

スタートアップ企業に限らず、既存のお客様を含めて、広く接点を持つための工夫が、常に大切だと考えています。当社がこれからも成長を続けていくためには、これまでのように商材をそろえて、お客様の成長ステージに応じたサービスを提供するだけでなく、より一層、お客様の課題解決が重要となります。

当社がお客様の悩みを調べたところ、経理回りでご苦労なさっている中小企業の方々が非常に多いことがわかりました。倒産していく会社についても調べたところ、結局本業以外のところに時間を取られてしまった企業の方々が、実に多いのです。

そこで、我々が売上支援、バックオフィス業務のサポートをさせていただくことで社長は本業に集中していただこうと考えています。

商材を増やし、お客様の成長ステージに応じてサービス展開するビジネスモデルは、継続しようとすると営業人員の増加に依存しがちです。しかし、お客様が困っていること、望んでいるものをきちんと把握することで、従業員一人あたりの生産性向上へ結びつけていきます。



この取り組みが進むことでストック収益も増加し、お客様、当社、そして投資家の皆様の3者すべてに利益をもたらすことになるでしょう。

■ グランピング・ツーリズム事業の戦略

グランピング・ツーリズム事業にはグランピングとツーリズムがあります。同事業はツーリズムが伸びることによって業績の成長を見込みます。グランピング事業は、コロナ禍を受けて立ち上げたものですが、現在は感染症の収束により環境が変化しています。このような状況を踏まえ、今後は新たに1施設を建設するのみで、既存施設の運営を中心に事業を継続していく見込みです。そのため業績においては、大きく伸びるとは想定しておりません。

ツーリズムについては、旅行会社と連絡を取りつつ、インバウンドのお客様を対象に規模が拡大する見込みです。グローバルWiFi事業で培ったビジョンのブランドが、販売実績に結びついてきています。

COOメッセージ

■ 従業員とのリレーション

従業員を増やして売上を作りに行くのではなく、一人あたりの獲得件数や、一人あたりの生産性をあげることを重視しています。採用は、一人あたりの生産性が上がったところで実行するイメージになります。しっかりと一人あたりの生産性についてKPIをもっており、そのKPIをどうするのか、が先決課題になります。

当社では、10年ほど前から現場会議を継続的に実施しています。この会議は、進捗会議でも、私へのアピールの場でもなく、お客様の声を反映したサービスや商品の企画を現場の社員が主体的に発表する場として位置付けています。我々経営者よりも、日々お客様と向き合っている現場の方が、リアリティで実効性のあるアイデアを持っています。

これまで、現場会議を通じて生まれたアイデアには、成功事例もあれば失敗事例もあります。失敗した場合は何が原因であったのかを議論してきました。その結果、成功したサービスが多岐にわたり、社員一人ひとりの意識の向上と、次の成功への素地となり、業績の拡大へ寄与してきたと判断しています。

前年度の統合報告書でも述べましたが、権限移譲を進め、ひとつの事業で営業利益10億円を作ることができれば、それを担う人材が10人いれば100億円、20人いれば200億円の規模になります。自発的に動ける人材の育成を支えることが、我々経営者の役目です。事業部長として一定の成果を上げつつあるものの、今後はより一層、資金調達力やバランスシートに対する理解、事業リスクに対する責任の取り方、長期的な視点での意思決定力等、経営者として求められる感覚やスキルを身につけてもらいたいと考えています。営業利益100億円という目標を達成するプロセスを通じて、当社のさらなる成長をけん引するとともに、次代の経営を託せる人材の育成に取り組んでまいります。

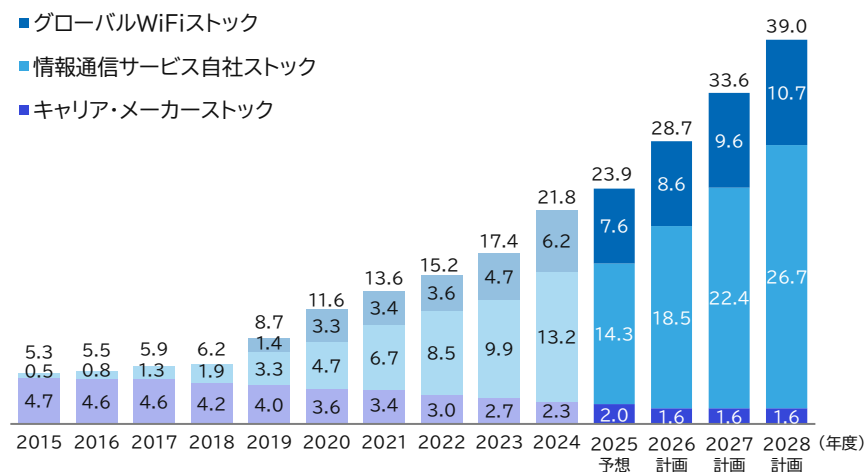
■ ストック収益

ストック収益が伸び続けている要因は顧客数の増加にあります。お客様の数という分母が拡大し、提供する商材が積み重なっていく構図です。重要なのは解約率の抑制であり、お客様にとって必要とされる商材を提供することが肝心です。ストック収益の中には役務を提供するものとしのないものがあります。

役務を提供しないストック収益とは、付帯サービスのようなものや、オプションでお付けしている商材等になります。こちらはお客様にとって必要な商材を提供し続けることで、安定した成長が続いています。

役務を提供するストックとは、例えば記帳代行サービスのように、単なる商材ではなく、お客様へ継続的に提供するサービスとなります。毎月我々の提出した成果物をお客様が判断されるため、相対的に解約率も高まりやすい側面もあります。それでも、情報通信サービス事業で述べたように商機があるとみて、我々はもっと業績を伸ばすべく挑戦していくつもりです。営業利益100億円を達成する際には、ストック収益は50億円ほど積みあがっている見通しであり、財務の安定へも寄与すると考えています。

全社ストック収益 売上総利益推移予測（億円）



グローバルWiFi事業

GLOBAL WiFi

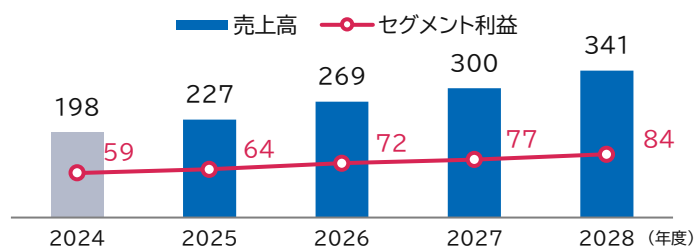


事業概要

グローバルWiFi事業は、主に海外渡航者や訪日外国人客向けに対して、「モバイルWi-Fiルーター」や「eSIM」を提供する当社の主力事業のひとつです。

個人・法人を問わず、世界200以上の国・地域で快適なインターネット接続を実現するサービスを展開しており、特に「グローバルWiFi®」ブランドは高い認知度を有しています。最近ではスマートフォン1台ですぐに使える「World eSIM®」を展開しており、海外の現地から申込み可能で利便性と拡張性をさらに高めています。

グローバルWiFi事業（億円）



中期経営計画

中期経営計画では、以下のような戦略軸で拡大していくことを掲げています。

・ 売上・利益の持続的成長

国内外の渡航需要の回復とビジネス利用のさらなる拡大、インフラ強化やニーズの高いオプションの開発で安定した成長軌道を描く。

・ eSIMの事業拡大

デジタルサービスとしてのeSIMは空港や現地での受け取り不要で、オンラインで即時に利用できる利便性を活かし、渡航前の手配や現地到着後の通信環境の確保をスムーズに実現する。デジタルならではの手軽さで、グローバル市場をターゲットに展開。

・ 海外拠点の拡充

ニューヨークに開設した拠点を起点に、欧州やアジア主要都市にも展開を検討、グローバルブランドの確立を図る。

・ アウトバウンド市場のさらなる開拓

日本人海外渡航者だけでなく、全世界の渡航者をターゲットにすることで、サービス対象を拡大する。

・ サービス住み分けの浸透

「複数人で使うならWi-Fiルーター」、「1人で使うならeSIM」という利用シーンに応じた提案を進め、国内外のユーザーへの訴求を強化。

・ 法人向けの需要拡大

海外出張時やイベントでの利用提案を強化することで、安定的な収益基盤を構築。

事業のポテンシャル

米国市場はアウトバウンド人口だけで約1億人と、日本の7倍以上の規模を誇る巨大市場です。まずはニューヨーク拠点から着実にシェアを拡大し、将来的には欧州やアジアにも展開していきます。eSIMは世界中での利用が可能であり、提供のコストも低いいため、高収益モデルとして成長の軸となります。

インバウンド需要も回復基調にあり、2025年以降の大型国際イベント開催も認知度向上につながる見通しです。

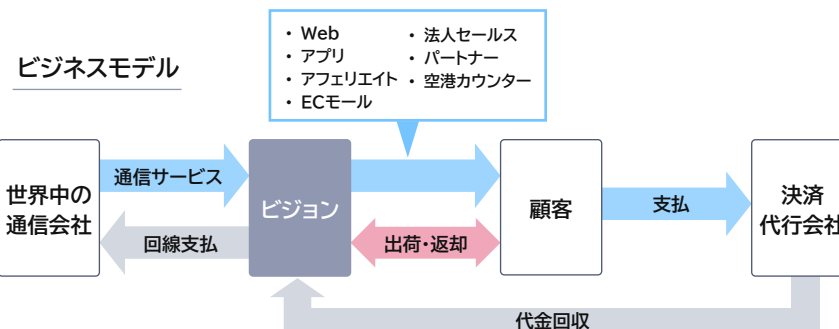
グローバルWiFi事業

GLOBAL WiFi

顧客ターゲット

当社のグローバルWiFi事業の顧客は、海外及び国内出張が多い日本の法人と個人旅行者（アウトバウンド）、訪日外国人（インバウンド）、海外で利用される外国人（グローバル）に分類されます。世界的に海外渡航の正常化が進み、日本においても観光・ビジネス双方のアウトバウンド需要は緩やかな回復傾向です。

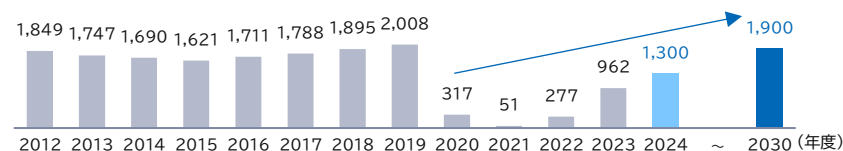
一方で、eSIMの普及やキャリア各社の海外ローミングサービス強化等、競合環境も進展しており、価格競争や差別化戦略の必要性が高まっています。



1. アウトバウンド

出国日本人数（アウトバウンド）は、1980年代後半からの円高の影響もあり急速に増加し、2000年に1,780万人に達しました。2000年代に入ってから1,700万人前後のレベルで上下していましたが、2019年には、初めて2,000万人を超えました。新型コロナウイルス感染症の影響により、2021年は51万人まで大幅に減少しましたが、世界各国の入国制限の緩和や撤廃により、2023年は962万人、2024年は1,300万人と緩やかに回復しています。

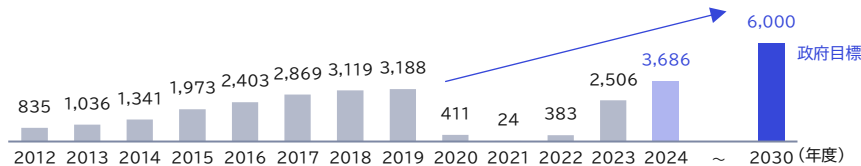
アウトバウンド【日本から海外への渡航者】（万人）



2. インバウンド

海外から日本への訪日外客数（インバウンド）は、2012年末からアベノミクスによる円安が進むと、2013年に1,000万人を超えました。2015年には1,974万人を記録し、45年ぶりに出国日本人数を訪日外客数が上回りました。これを受けて第3次安倍内閣は2016年に従来の訪日外客数の目標を改め、2020年に年間4,000万人、2030年に年間6,000万人を目指すことにしました。2021年には新型コロナウイルス感染症の影響により24万人まで大幅に減少したものの、2024年には3,686万人と過去最高を記録しています。

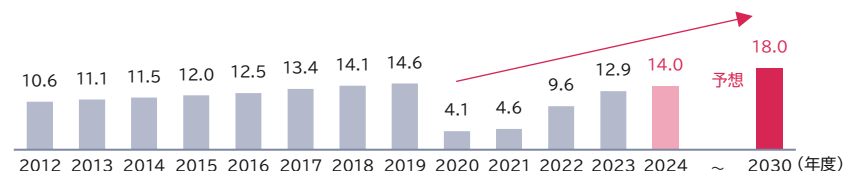
インバウンド【訪日外国人旅行者】（万人）



3. グローバル

海外と海外の国境を越える渡航者（グローバル）は、国連世界観光機関（UNWTO）によると、国際観光客到着数は2019年で約15億人に達しましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、アジア圏を中心に大きく減少しました。しかしながら、2024年には約14億人まで回復してきており、2030年では18億人と予想されている大きなマーケットといえます。

世界の海外渡航者【国際観光客到着数】（億人）



日本政府観光局（JNTO）資料、観光白書、国連世界観光機関（UNWTO）公表資料より当社作成

グローバルWiFi事業

GLOBAL WiFi

競争優位性

1. グローバルWiFi®

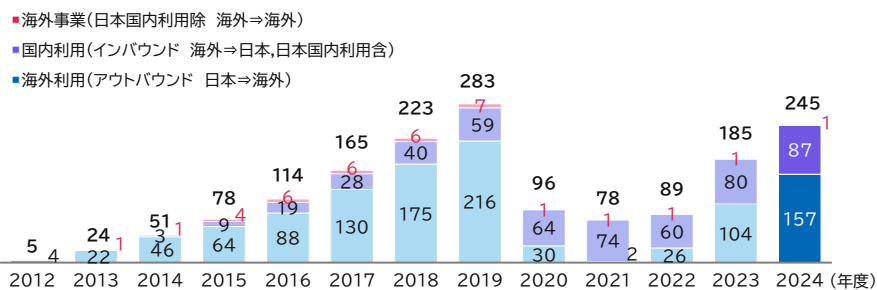
当社が展開する「グローバルWiFi®」は、海外用Wi-Fiルーター市場においてシェアNo.1(※1)の実績を有しており、安定した通信品質とサポート体制により、旅行者・ビジネスユーザーの双方から高い支持を得ております。

※1「2016年～2023年海外用レンタルWi-Fiサービス(国内→海外)」のベニュー数、売上高調査(東京商工リサーチ、2017年～2024年各年調査)

利用件数は、コロナ禍の影響を受け一時的に大幅に減少しましたが、2023年以降は渡航再開とともに回復傾向を示しており、2023年度の売上はパンデミック前の水準を超えています。

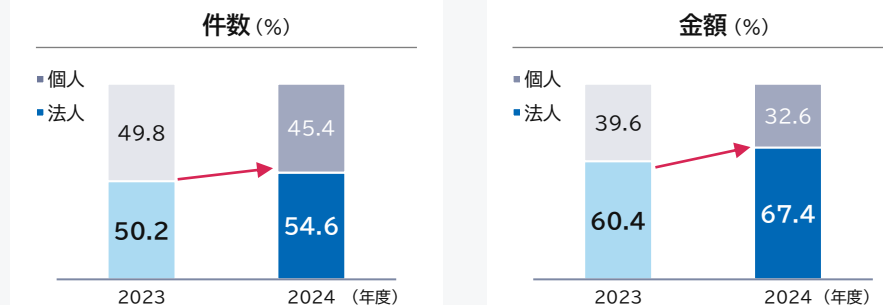


年間利用件数(万件)



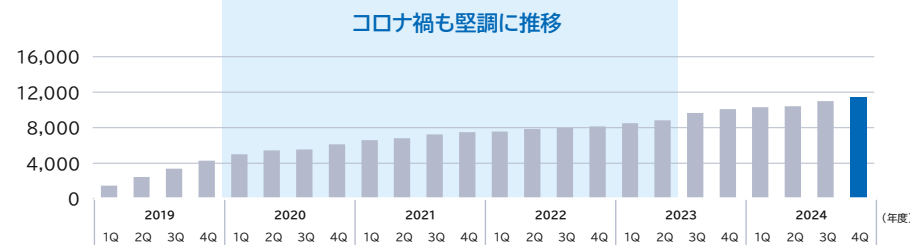
当社は、グローバルWiFi事業の安定成長を支える柱として、法人顧客基盤の拡大に注力してまいりました。法人顧客は、①年次・月次での渡航予定が立てやすく、継続的な利用契約につながる②複数台契約によるスケールメリットがある③セキュリティリスクへの意識が高い等の理由があげられます。

グローバルWiFi事業顧客属性



法人顧客においては、社内常備型Wi-Fiルーターである「グローバルWiFi for Biz」は出張用途の法人ニーズに強く、契約社数は着実に増加中です。リピート率も高く、当社の信頼性を示しています。200以上の国・地域をカバーするサービス網に加え、主要空港でのカウンター運営、国内外のカスタマーサポート等、自社で運用を行う体制が競合に対する大きな強みとなっています。

グローバルWiFi for Biz 登録社数(社数)



グローバルWiFi事業

GLOBAL WiFi

国内は、引き続き法人需要の取り込みを強化しつつ、インバウンド・グローバルは、「グローバルWiFi®」に加えて、デジタル完結型や即時開通の利便性のある「World eSIM®」も展開していきます。アウトバウンドに対しては、付帯サービスをさらに増やし、利便性を高めることで、アップセル戦略を強化してまいります。

2. World eSIM®

「World eSIM®」の販売は好調に推移しており、SIMカードの入れ替えが不要な利便性から、リピーター比率も高く、個人旅行者からの支持も拡大しています。eSIMは、従来の物理SIMやWiFiルーターとは異なり、SIMカードの入れ替えやWi-Fiルーターの受け取りが不要という利便性の高さから、普及が進んできています。「グローバルWiFi®」ではカバーしきれなかったSIMカードの入れ替えをされる方やミニマリスト志向の若年層にリーチ可能であり、デジタル完結型により、海外展開が容易である点において、力を入れています。

eSIMは30歳未満の方の利用が70%であり、Wi-Fiルーターは40歳以上の方の利用が65%と顧客属性(年代)に違いがあります。双方の特徴等は下図のとおりです。

	 200以上の国と地域でご利用いただけます	 180以上の国と地域でご利用いただけます
おすすめのシーン	- 複数人でのご利用や複数デバイスの接続に便利 5Gプランを選択することで、5G非対応のスマホでも5G通信の速度でご利用が可能	一人旅や1台のみでの接続に最適
特徴	- 無制限プランを128の国と地域で提供 - スマホ以外にもPC、ゲーム機等の接続が可能 - 通信トラブルの際に、復旧までの時間が短い - 各国で複数の通信会社の電波網を利用可能 - ビジネスシーンや家族旅行のご利用が多い - 複数人での等分利用により、お得にご利用 - キャリアアグリゲーションによる安定した通信が可能	- 申込み～ご利用開始までが簡単 - eSIM対応スマホが必須 - デザリングにより、スマホ以外のデバイスの通信も可能 - 若年層のご利用が拡大している - 利用状況に応じて、追加容量の購入が発生 5G非対応スマホの場合、4G通信となる
対象エリア	クラウド型Wi-Fiの採用により、各国で複数の通信会社の電波が使用できるため、利用可能エリアは広い	各国で1つの通信会社との契約となるため、「グローバルWiFi®」との比較では利用可能エリアは狭まる

(※) キャリアアグリゲーション: 複数の周波数帯を同時に使用することで、通信速度の向上や、安定した高速通信を実現する技術です

ニューヨーク拠点を起点とした海外での展開強化も進めており、現地法人を主なターゲットに、「グローバルWiFi®」及び「World eSIM®」を展開中です。今後は、米国市場での収益基盤確立を進めるとともに、アウトバウンド需要の高い欧州地域への展開も視野に入れています。

コラム：利便性及び利益率の向上

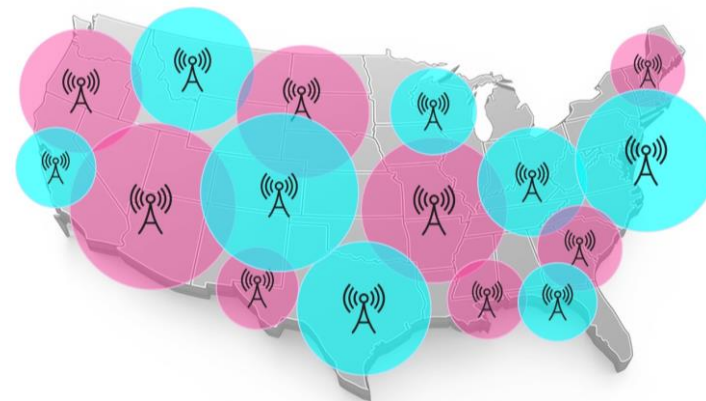
グローバルWiFi事業では、以下の2点によって1か国で複数の通信会社と契約することが可能となっています。お客様の利便性が向上するとともにコストの削減も可能となり、更なる利益率の向上を目指しています。

1) 広範囲の安定した通信により利便性が向上

エリアに応じて、電波が強い通信会社のSIMに自動で切り替わることにより、常に快適な通信環境を実現

2) SIMの容量を使い切ることにより利益率が向上

SIMが自動で切り替わることにより、SIMの容量を余すことなく利用し使い切ることが可能。



- 通信会社A
- 通信会社B

情報通信サービス事業

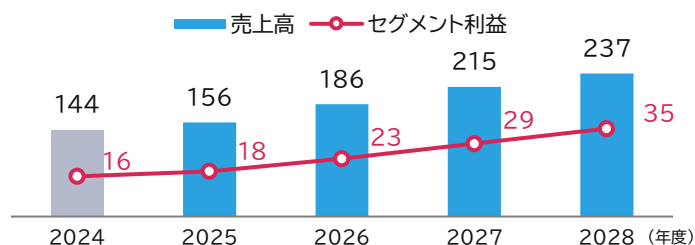
INFORMATION AND COMMUNICATIONS



事業概要/商品サービス概要

情報通信サービス事業では、主に法人顧客を対象に、通信インフラや移動体通信・OA機器の販売・保守に加え、ホームページ制作、クラウドサービス、セキュリティ関連サービス等、企業活動を支えるITソリューションをワンストップで提供しています。従来はPush型の営業手法を中心に展開してきましたが、直近では経理BPO(記帳代行)等のサービス提供を通じて顧客の経営課題を把握し、解決策を提案するPull型のビジネスモデルへの転換も進めています。これにより、バックオフィス領域にまで支援の幅を広げ、顧客企業の成長ステージに応じた多面的なサポート体制を構築しています。

情報通信サービス事業 (億円)



顧客ターゲット

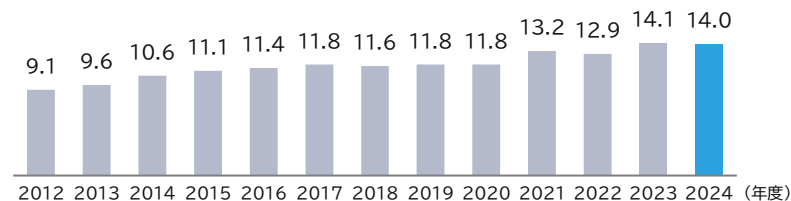
当社の情報通信サービス事業の顧客はほぼ100%が法人顧客で構成されており、中小企業から大手企業に加え、スタートアップ企業、新設法人、みなし法人も含まれています。2024年に国内で新たに設立された法人は140,475件であり、政府の創業・開業支援により高水準で推移していますが、当社はこの新設法人の約10社に1社とお取引がある状況です。多くの競合他社が倒産リスクを懸念するスタートアップ企業に対しても、当社は成長の可能性に着目し積極的に支援しています。

ただし、登記数の増加がそのまま販売件数の増加に直結するわけではありません。新設法人すべてが設備投資やITインフラ導入を即時に行うとは限らず、設立直後は最小限の体制で運営されることも多いためです。

当社では、単に「件数」に目を向けるのではなく、1件あたりの複数契約を戦略的に獲得することへ注力しています。これはLTV(顧客生涯価値)の最大化にもつながる重要な指標です。

また、WebマーケティングやCLT(カスタマー・ロイヤリティ・チーム)によるニーズの深掘りを通じて、設立直後から中長期的な関係を築ける体制を整えています。外部環境の変化に左右されず、安定した収益を確保するためにも、顧客1社ごとの深度ある取引を戦略の軸としています。

設立登記数 (万件) 総数:140,475件



情報通信サービス事業

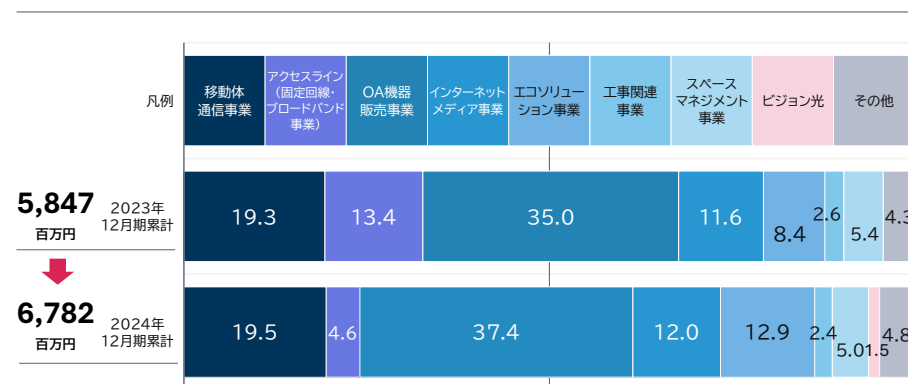
INFORMATION AND COMMUNICATIONS

特に経理BPOのターゲット層は、スタートアップ企業や新設法人を含む幅広い企業に対応しています。経理業務のアウトソーシングを通じて経営資源の最適化を図りたいというニーズに応え、さまざまな業界の多様な顧客へサービスを提供しています。

当社は複数の事業や販売チャネルを有効に活用し、外部環境の変化に柔軟に対応しながら粗利益を着実に伸ばしています。顧客企業の成長ステージに応じて、無理なく導入していただける価格のOA機器や、自社で開発した企業のDX化を促進サービス等、多様な商品ラインナップを用意し、顧客企業の成長を総合的に支援しています。

また、法人顧客に満足度の高いサービスを提供することで、長期にわたる継続取引を実現しています。そのため、当社の顧客企業の倒産率は市場に比べて低い傾向にあります。これは、徹底したお客様視点に立ち、最良の価値提供と導入しやすい価格帯のサービスを追求してきた結果です。これまで多くのスタートアップやベンチャー企業の事業活動を通じて支援、応援してきた経緯もあり、2023年5月には経済産業省が推進するスタートアップ企業の育成支援プログラム「J-Startup」にサポーター企業として認定されました。当社のサービスはスタートアップ企業のみならず、コスト意識の高い幅広い法人企業からも高い評価をいただいています。

売上総利益額の変化（％）



ビジネスモデル

当社は、新設法人の創業・開業に必要な初期費用を軽減するため、OA機器等の販売において、導入しやすい価格設定を行っています。具体的には、新品だけでなく中古品も取り揃えることで、お客様の予算やニーズに柔軟に対応できる体制を整えています。また、顧客企業の成長ステージに合わせて、事業環境に適したサービスの数や種類を拡充することで、一顧客あたりの収益を着実に伸ばしています。

さらに、長期的に安定した収益基盤となるストック収益の強化のため、継続的な月額収入を得られる自社サービスのウェイトを重視しています。2018年12月期にはストック収益に占める自社サービス比率は30.6%でしたが、2019年12月期から自社サービスの獲得を強化し、2021年12月期には65.6%まで上昇し、ストック収益の総額は10億円に到達しました。さらに、2024年度にはストック収益が15.5億円、自社サービス比率は85.1%と、順調に推移しています。このような安定的なストックモデルの構築は、当社の強固な財務基盤形成に大きく貢献しており、持続的な成長と経営の安定性を支える重要な柱となっています。

競争優位性

当社の情報通信サービス事業では、「Webマーケティング」×「営業」×「CLT（カスタマー・ロイヤリティ・チーム）」の三位一体で連携した体制により、高効率なマーケティングと営業活動を実現しています。

まず、「Webマーケティング」では、AIをはじめとする先進的なITツールを活用し、顕在化した顧客ニーズを高い精度で抽出。検索ワード分析等を通じて獲得した見込み顧客を効率よく営業プロセスに取り込んでいます。

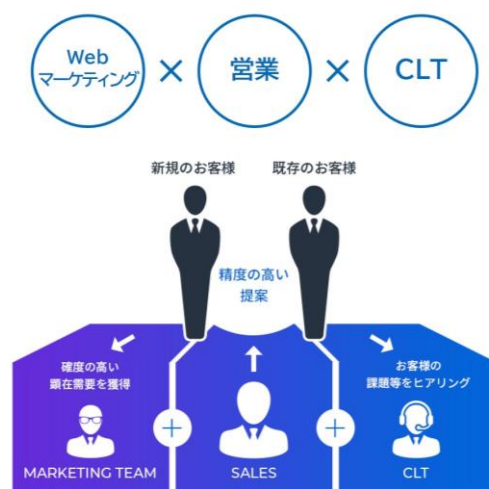
次に、「CLT」は、カスタマーサポート機能を超えて、既存顧客との継続的なコミュニケーションを通じて、潜在ニーズや課題を的確に把握。顧客の成長ステージに合わせた最適な提案へとつなげる役割を果たしています。この二つのチャネルで獲得した有望顧客やニーズに対して、「営業」の確かな提案力で最適なソリューションを提供しています。

情報通信サービス事業

INFORMATION AND COMMUNICATIONS

当社は顧客企業を「営業」に紐づけるのではなく、当社全体の顧客として位置づけ、顧客企業のニーズに全社一体で対応しています。最適なソリューションを提供するため、「営業」の専門性を重視し、サービスごとに「営業」同士が顧客企業を紹介し合うことを、当社では「エスカレーション(エスカ)」と呼んでいます。この「エスカレーション」により社内連携が促進され、自部門の利益にこだわりながらも常に全社視点でシームレスに仕事をする組織カルチャーが浸透しており、当社グループ全体の業績向上につながっています。

三位一体の“高効率”マーケティング



1. Webマーケティング

当社は、2003年よりWebサイトを活用したマーケティングに本格的に取り組んでおり、現在では専属のチームがサイトの運営・改善にあたっています。その結果として、高い集客率(SEO実績)を実現しています。

ユーザーは、単一のキーワードではなく、複数の語句を組み合わせで検索することが主流です。

こうした多様なニーズに対応するため、当社では幅広いキーワードを網羅し、費用対効果を分析し、試行錯誤を重ねることで、着実にWebサイト経由のユーザー流入を増やすことに成功しています。

当社では、コピー機、電話回線、通信端末、Wi-Fiルーター等の取次・レンタル・販売に加え、クラウド型の営業支援システム等も自社開発し、「VWSシリーズ」としてブランド化し、専用Webサイトを展開しています。これらのサービスは、「CLT:カスタマー・ロイヤリティ・チーム(後述)」を通じて法人企業向けにクロスセルを行うことで、Webマーケティングから受け取ったリードを着実に収益に結びつける仕組みを構築しています。

2. CLT

当社では顧客満足度を追求するため、「CLT(カスタマー・ロイヤリティ・チーム)」を設置し、顧客企業にご満足いただけるサービスやオペレーションを提供しています。「CLT」は単なるカスタマーセンター機能にとどまらず、顧客企業に常に寄り添いながら、要望に真摯に耳を傾け、サービスの仕組みを継続的に改善。他社の追随を許さないレベルにまでサービスレベルのクオリティを高めることを目指しています。

「CLT」は、顧客企業と密接にコミュニケーションをとりながらアフターサポートを担当することで、顧客企業を「営業」に紐づけるのではなく、「当社全体のお客様」として認識。全社一体で顧客ニーズに対応できる体制を整えています。

さらに、「CLT」は顧客企業のコンシェルジュの役割を果たすことで、迅速な対応を可能とし、適切に対処することでサービスレベルを引き上げつつ、顧客企業からヒアリングしたニーズや課題を「営業」と共有し、提案機会の増加につなげています。

こうした取り組みにより、「CLT」は当社の売上に間接的に貢献する間接部門としての機能だけにとどまらず、売上に直結する直接部門としての役割も担っています。

自社サービスの拡充により、対面ではなくWebで申込み可能なサービスが増加し、「CLT」を通じてヒアリングからサービス導入手続きまでを一貫して完結できるようになり、生産性が向上しました。「CLT」は当社のエンジンとして、重要な役割を担っているといえます。

情報通信サービス事業

INFORMATION AND COMMUNICATIONS

また、「Webマーケティング」とシステム開発部門が連携し、IT ツールの戦略的な活用により、加速度的に増加する顧客企業数と業務量に対して、少数精鋭で十分対応できる仕組みを構築しています。その効果は価格競争力にも反映され、当社の強みになっています。また、徹底したお客様視点にたった当社の顧客満足度の追求は、「CRMベストプラクティス賞」を通算13回受賞する等、外部からも高い評価を得ています。

3. 営業

法人企業と取引をする情報通信サービス事業では、契約は一般的に対面で締結されるのが主流です。そのため、営業活動における人件費や交通費等のコストの抑制、限られたリソースの中でいかに効率的に訪問営業を行なうかが重要です。このような課題に対応するため、当社ではWebサイトを活用した「Webマーケティング」を推進し、潜在ニーズの高い顧客に焦点を絞った訪問営業を行っています。Web経由での問い合わせに絞って営業を行うことで、契約率の高い効率的な営業体制を構築しています。検索から流入したユーザーはすでにニーズを有しているため、契約への転換率が非常に高いのが特徴です。

さらに、マテリアリティ(重要課題)として定めた「脱炭素社会の実現と環境保護への取り組み」の一環として、自社サービスの契約についてはWebで完結できるフォームを導入し、ペーパーレス化を推進しています。これにより、訪問にかかる時間やコストを大幅に削減し、高い営業効率を実現しています。また、「CLT」が顧客企業とのコミュニケーションで引き出したニーズをもとに、「営業」が成長ステージに合わせたサービスの提案を行い「アップセル(追加購入)」を促進しています。さらに、「エスカレーション制度」による「営業」同士の紹介を通して、顧客企業に別のサービスも導入してもらう「クロスセル」により、事業シナジーの最大化を図り、相乗効果で売上を伸ばしています。こうした取り組みによって、営業の生産性は飛躍的に向上し、同時に販売ノウハウの蓄積も進む等、成長を支える好循環が確立されつつあります。

コラム：経理BPO

当社の経理BPO事業は、スタートアップ企業や中小企業等、経理部門の専任人材を持たない法人を中心に、記帳代行・証憑整理・帳簿作成等の経理業務を一括して支援するサービスです。

証憑類をお預かりし、仕訳入力から帳簿整備までをワンストップで代行することで、クライアント企業が本業に集中できる環境を提供しています。税理士法人との連携により、品質面でも安心してご利用いただける体制を構築しています。本事業は、従来のPush型営業から、企業の経営課題に寄り添うPull型営業への転換を進めるうえで、重要なドアノック商材となっています。経理業務を入口とすることで、顧客のバックオフィス全体の課題把握が可能となり、他サービスへのクロスセルにもつながっています。

今期においては、経理BPO単体で見ればまだ先行投資フェーズにありますが、当該事業からのクロスセル効果も相まって、グループ全体としては通年で黒字化の可能性も出てくるほど、出足は非常に好調です。特に、経営課題の分析やコスト削減、収益性向上に寄与するご提案は高い評価をいただいております。顧客からの信頼を獲得する大きなきっかけとなっています。

今後も、企業の成長ステージに寄り添った柔軟なサポートと、バックオフィス業務における最適解の提供を通じて、顧客との中長期的な関係性を築き、事業全体の収益基盤強化に寄与してまいります。

経理BPOサービス

記帳代行ドットコム

国内最安宣言
低価格

税理士法人が
監修

会計ソフト対応
クラウド
会計

メインターゲット

年商 1 億円未満

決算に必要な記帳業務を代行するサービス



01 当社既存ユーザーとの相性◎

情報通信サービス事業のユーザーは年商1億円未満の企業が大半。記帳代行ドットコムのターゲット層で、社長自ら仕訳をしている企業との親和性が高い。

02 既存サービスの販売チャネルに

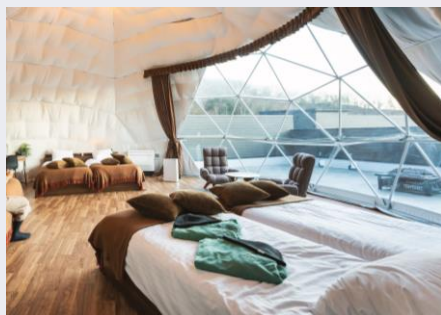
記帳代行ドットコムを通じて、収益や経費周りの把握ができるため、情報通信サービス事業の商材を顧客の成長に合わせて提案が可能に。

お客様のニーズに合わせて様々なプランをご用意しております。	月額 50仕訳～	売上・経費 のデータ 納品	伝送専用の データ受取 対応	クラウド会計 ソフト アカウント提供	クラウド会計 ソフト 導入支援	月次 チェック サービス	紙書類の スキャン・ データ化	部門・品 目付け 仕訳
シンプルプラン	4,400円(税込)～	○	—	—	—	—	—	—
人気 No.1 バリュープラン	7,700円(税込)～	○	○	○	○	○	—	—
プレミアムプラン	19,800円(税込)～	○	○	○	○	○	○	○

詳しくは、<https://kicho-daikou.com/> をご確認ください。

グランピング・ツーリズム事業

GLAMPING AND TOURISM



事業説明

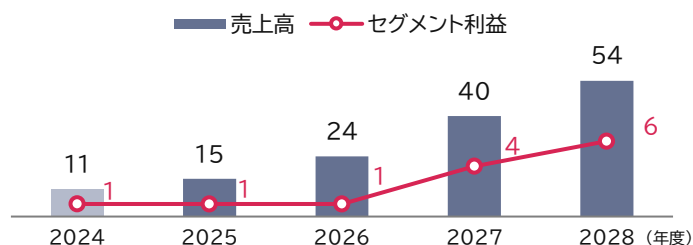
当社は、インバウンド需要の拡大と国内観光ニーズの多様化に対応するため、「グランピング事業」と「ツーリズム事業」の2軸による観光領域の事業展開を行っています。

中期経営計画における位置づけ

中期経営計画において、当社は観光領域を「通信 × 観光 × 地域体験」のクロスセルを実現する重要な基盤と位置付けています。現在建設中の淡路島施設の開業をもって、新規施設整備はいったん一区切りを迎える予定です。その後は、運営体制の安定化に注力し、観光領域における成長の主軸はツーリズム事業へとシフトします。ツーリズム事業では、訪日観光客を対象とした体験型旅行商品や地域観光サービスの造成・販売をさらに強化し、人的・企画的リソースの重点投下を継続してまいります。

また、資産効率を意識した展開を徹底するとともに、通信事業とのシナジーによって利益の最大化を図る方針です。グランピング事業による施設整備は一巡し、今後、バランスシート上の有形固定資産が大幅に増加する可能性は限定的であると考えています。今後の事業成長は、大規模な設備投資を伴わずとも拡大可能なツーリズム領域を中心に推進してまいります。

グランピング・ツーリズム事業（億円）



グランピング事業

当社が展開するグランピング施設(※)は、完全なプライベート空間を確保した全天候型ラグジュアリー施設として設計されています。アウトドアならではの開放感に加え、ホテルクラスの快適性と上質なサービスを両立。自然との調和と快適性を同時に楽しめる、非日常的な宿泊体験を提供しています。

全客室には、専用露天風呂・テントサウナ・水風呂を標準装備しており、ゆったりとした時間と深くつろぎをお楽しみいただけます。

また、各種IoT技術を活用し、お客様のプライバシーを最大限に尊重。チェックイン・チェックアウト等の手続きも非対面・非接触で完結できる仕組みを整備しています。これにより、プライベートを重視されるお客様にとっても、快適かつ安心な滞在環境を実現しています。



VISION GLAMPING
Resort & Spa



(※)拠点: VISION GLAMPING Resort & Spa こしかの温泉
VISION GLAMPING Resort & Spa 山中湖
VISION GLAMPING Resort & Spa 淡路島(建設中)

グランピング・ツーリズム事業

GLAMPING AND TOURISM

当社の成長エンジンであるグローバルWiFi事業とは、「旅を楽しむ」という価値観を共有しており、グランピング事業はその延長線上にある親和性の高い横展開事業として位置付けています。このため、既存の顧客基盤を活用したクロスセルを積極的に行い、相乗効果による事業成長を目指しています。特にインバウンドのお客様に対しては、グランピングの宿泊に加え、Wi-Fiルーターレンタル「NINJA WiFi®」もあわせてご案内することで、旅全体の満足度向上と当社サービスの多面的な利用促進を図っています。

ツーリズム事業

当社の旅行ブランド「Japan Destinations」は、訪日外国人旅行者（インバウンド）を対象とした観光に特化したサービスです。本サービスでは、従来のランドオペレーティング機能に加え、海外セールス・情報発信・商品企画の体制を強化し、世界中の旅行代理店やツアーオペレーターと連携を進めています。

これにより、インバウンド顧客の多様なニーズに応える柔軟で広範な受け入れ体制を実現しています。さらに、当社が提供するツーリズム事業は、単なる手配型サービスではなく、地域体験を軸とした高付加価値型ツーリズムの提供を通じて、訪日観光の質的拡大にも貢献しています。

今後は、プロフェッショナルなDMC (Destination Management Company) 機能の高度化を図り、教育旅行・MICE・医療・文化・ビジネス渡航等、多様な訪日目的に対応していきます。

Day 1 "Edomae" Sushi before traveling

On your first day in Japan, you will relax at your hotel to prepare for your trip during the next day. For dinner, we will use a long-established sushi restaurant where you can enjoy "Edomae Sushi", which is essential to learn about Japanese sushi culture.

- Accommodation : Royal Park Hotel
- Included Meals : Dinner

●Included With Trip

1. Visit a historic sushi restaurant
Edomae, located in a town that still retains the customs of the Edo period (1603-1868), is a famous restaurant where you can experience the authentic style of sushi.

●Optional Experience

Enjoy the time
For those who prefer sightseeing, we will take you to "Edomae" sightseeing in Group after dinner.



Day 2 Learn about Japan's history

Tokugawa Iyeyasu, the shogun who once established peace for more than 250 years, established his castle in Edo. That is the current base of Tokyo. It is no longer Edo, but it is the Imperial Palace where the Emperor resides. You can visit the Tokyo National Museum in the Ueno Park to learn about the old Edo Castle, and then take a walk around the Imperial Palace to learn from a guide about the era in which SHOGUN lived. Then in the evening we will have Tokyo for the territory of the warrior who opposed loyalty during the Warring States period.

- Accommodation : Tokugawa Iyeyasu Station
- Included Meals : Breakfast / Lunch / Dinner

●Included With Trip

1. Tokyo National Museum Guided Tour
Guides will provide commentary at a location suitable for learning about Edo Castle and Japanese history and culture in general.

2. Walking around the Imperial Palace
On the grounds of the Imperial Palace, there remain many architectural structures that retain the atmosphere of Edo Castle. We will give a once explanation while looking at them.

3. Experience the atmosphere of an Edo town
After visiting the Imperial Palace, visitors will enjoy the atmosphere of an Edo period town.



Day 3 Visit "The Invincible Castle"

This first castle we will visit is Odawara Castle, once called "The Invincible Castle". The Higashiyama, which ruled this area during the Warring States period, built the largest castle then in Japan at the time. After visiting them, we will move again to Shizuoka, which was the domain of the young shoguns, to enjoy the spectacular view of Mt. Fuji and Japanese tea.

- Accommodation : Nishiyama Hotel
- Included Meals : Breakfast / Lunch / Dinner

●Included With Trip

1. Odawara Castle Guided Tour
Your guide will explain how the castle was defended against numerous enemies and how the trip was developed for the city.

2. Local Lunch in Odawara
Facing the Pacific Ocean, Odawara is a place where food of seafood is brought from there and there. In addition, this time, we will enjoy local food at an old restaurant popular among the local.

3. Fuji and Japanese tea experience
Enjoy the local specialty, Japanese green tea, with a spectacular view of the tea fields and Mount Fuji spread out before you.

●Optional Experience

Extended stay in historical Odawara
Odawara Castle was not only a place that was a favorite of famous warriors. It is located just a short distance from Odawara. It is possible to change the length of your stay and stay at historical Odawara.

また、当社の主力事業であるグローバルWiFi事業とのクロスセルも活用し、旅行の前・中・後にわたる一貫したサポート体制を通じて、顧客満足度の向上とともに、LTV(顧客生涯価値)の最大化を目指します。

コラム：インバウンド消費動向調査からみるグランピング・ツーリズム事業の成長戦略

2024年の訪日外国人旅行消費額は総額8兆1,257億円と推計され、過去最高水準となっています。政府が掲げる2030年の訪日客6,000万人・消費額15兆円という目標に向け、今後もインバウンド市場は大きな成長余地を残す分野といえます。

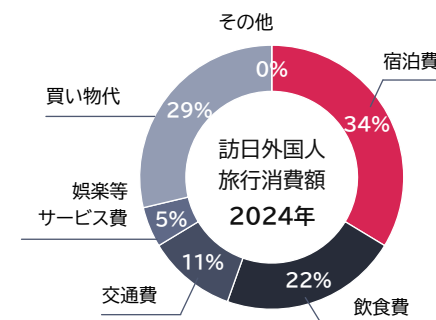
費目別にみると、宿泊費(33.8%)・買物代(29.1%)・飲食費(21.6%)の3項目で約85%を占めています。また、2024年の一般訪日客1人あたり旅行支出は22.7万円と推計され、その内訳は宿泊費7.7万円、買物代6.6万円、飲食費4.9万円と、高付加価値サービスへの需要の高さがうかがえます。こうしたインバウンド消費の構造変化を的確に捉え、当社では今後、以下の施策を通じて持続的な成長を図ってまいります。

まず、「グローバルWiFi®」「NINJA WiFi®」「World eSIM®」といった当社の通信サービスを通じて培ってきた利用者基盤を活かし、体験型観光商品のクロスセルを強化します。これにより、旅行前の通信準備から旅先での体験までをシームレスにつなぐ価値提供を実現します。

次に、地域密着かつ多言語対応によるツーリズム展開を推進し、訪日外国人旅行者に向けた高付加価値サービスの拡充を図ります。さらに、旅の前・中・後を一貫して支援する「通信×観光」の統合サービスにより、利用者満足度の向上とリピート促進を進め、LTV(顧客生涯価値)の最大化を目指してまいります。

訪日外国人消費動向

<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001884192.pdf>



特集) DX戦略の取り組み

自社DXの推進と実績

1995年の創業以来、当社は顧客企業の成長ステージにあわせた最適なソリューションの提供を行ってまいりました。経済のグローバル化が進展する中で、企業が国際市場で競争力を維持・強化するためには、デジタル技術を駆使した効率的な会社運営と新たな価値創出が常に求められています。

また、近年のデジタル化進展の背景には、2019年12月に起きた新型コロナウイルス感染症拡大による技術の急速な発展があります。働き方改革が後押しし、あらゆる業界・業種においてデジタル化が推進されています。AI、クラウドコンピューティング、ビッグデータ等の技術が急速に進化し、ビジネス環境は大きく変化しています。このような状況の中で、デジタルトランスフォーメーション化の推進は、企業にとって不可欠となっております。

当社は、2023年5月に経済産業省が定めるデジタルトランスフォーメーション(以下「DX」)認定制度に基づき、「DX認定事業者」に認定されました。この認定を機に、当社はさらなる自社DXの推進に注力しています。



— 情報活用のDX

従前課題であった事業部間でのデータのサイロ化から脱却し、顧客情報や購買データ等の統合により部門横断的なデータ活用を可能にした自社CRMシステムを構築しました。これにより、より精度の高い顧客分析と戦略立案が可能になっています。

— AIを用いたセキュリティ強化

従業員個々のAI利活用度と情報リテラシー向上が、組織全体の競争力向上に直結する課題と捉え、2025年には全従業員に生成AI利用環境を提供し、「AIが一部のエキスパートの道具」だったフェーズから、「社員全員のあたり前」へと移行中です。

社内コミュニケーションツール「JANDI」では、AI翻訳機能「SPRINKLER」により外国人従業員との円滑なコミュニケーションを実現しています。また、名刺電子化システム「mソナー」では、APIを活用した企業情報の自動取得により営業活動の効率化を図っています。

— コールセンターでのAI活用

コールセンターでは、お客様との音声解析やオペレータの教育研修にAIを用いていましたが、現在はAIエージェントを用いたお客様からの受電・問い合わせ業務の自動化を進め、応答品質の均一化と生産性の向上を実現しています。

— AI・RPA等を活用した業務効率化と生産性向上

当社は2016年からRPAを導入し、デジタル技術を活用した業務効率化に取り組んできました。2021年には全従業員が利用できる自社開発のRPAシステムを構築し、稼働件数は2023年度の488体から2024年度には731体に増加しました。この結果、年間削減時間は約83%増加し、月間で4,703時間の削減を達成しています。

情報システム部門はバックオフィス部門と連携し、データのサイロ化を解消するために業務フローの詳細分析を行いました。自社CRMシステムの構築を通じて、従来見過ごされていた非効率な作業プロセスや重複業務を特定したことでバックオフィス部門の業務改善意識が高まり、AIやRPAを積極的に活用する社内文化が醸成されました。現在、RPAが24時間365日稼働し単調な作業を自動化することで、従業員はより付加価値の高い業務へ集中することができています。さらに、RPA基盤に加えて、AI技術を複数の領域で戦略的に活用しています。

自然言語によるボット設計やナレッジ検索の高度化を通じて、「AI×RPA」の組み合わせによる処理品質の向上とリードタイムの短縮が期待されます。これらの取り組みにより、従業員の生産性向上、コスト削減、働き方改革を実現し、組織全体のデジタルリテラシーと競争力向上に寄与する成果を上げていきます。従業員へより創造的で戦略的な業務に集中できる環境を整備することで、企業全体のイノベーション創出基盤を強化して参ります。このように、当社はデジタル技術を駆使して業務の効率化と生産性向上を図り、競争力を高める取り組みを続けています。

特集) DX戦略の取り組み

AI・RPAを用いた業務効率化

DX加速: AI・RPA活用で実現する生産性向上

生産性・品質の向上



顧客体験の向上



人的リソース・コスト削減



意思決定支援



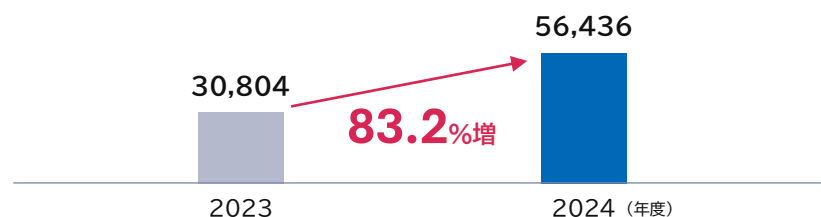
残業時間の削減



AI・RPAの利活用

- ・ 反復的で時間のかかる単調な作業を自動化
- ・ 24時間365日稼働可能な業務プロセスの実現
- ・ AIのデータ分析による意思決定の支援
- ・ 組織内の見える化、平準化
- ・ 新しいビジネスモデルやサービスの創出

年間削除時間 (時間)



情報システム部門

- ・ バックオフィスの課題を発見し、ロボットの作成やAIを活用した開発
- ・ 簡単なロボットやAIを作成できるようにトレーニング・サポート

回答
AI/RPA作成



トレーニング

バックオフィス部門

改善に関する
問い合わせ



簡単な
ロボット作成

- ・ RPA・生成AIの利用スキルが身につく
- ・ ロボットを自分で作り活用できる
- ・ AI等を活用した業務改善の意識が高まり、積極的な自動化により業務効率改善が進む

顧客企業のDX化支援とサービス展開

自社で長年活用しているシステムと、お客様の声に耳を傾け、お困りごとを解決するために自社開発したサービスの多くは、クラウドコンピューティングを用いることで、インターネットに接続できればどこにいても利用することができます。

電子契約システム「リーガルサイン」は、2023年から2025年の2年間で利用顧客数が237社から1,370社へと578%増加し、電子帳保存法に準拠したデータ保管サービス「リーガルボックス」は2024年6月のリリース後1年間で415社の新規顧客を獲得しました。

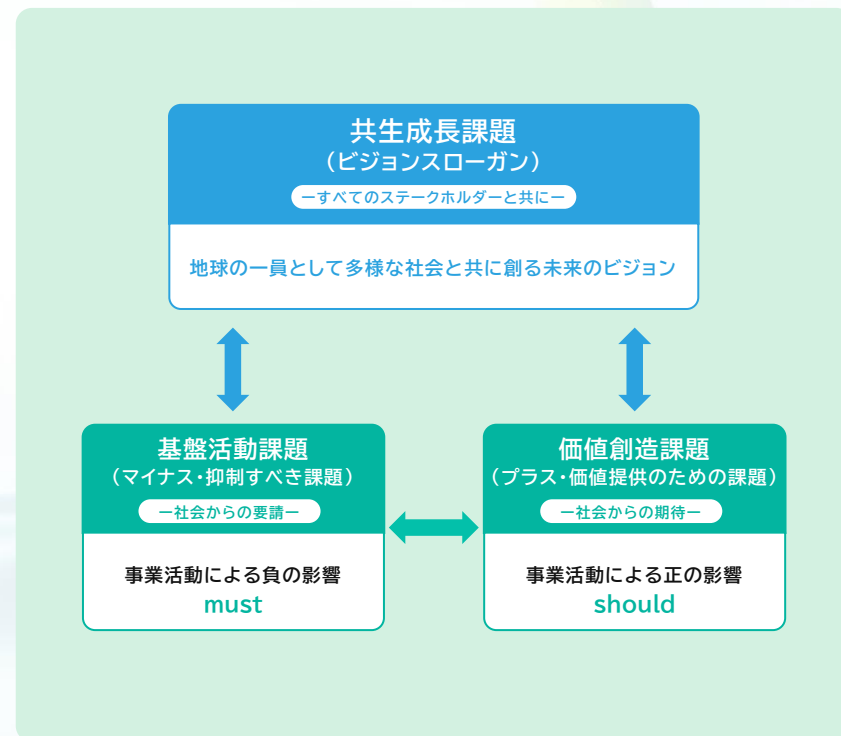
また、勤怠管理システム「VWS勤怠」は同期間で利用顧客数が652社から1,328社へと203%増加する等、着実な成長を遂げています。記帳代行事業では、機械学習を用いて業態や取引先から勘定科目を自動特定することで、大量の顧客の経費精算を少ない人員で効率的に運用しています。これらの実績は、ちょうど良い機能を低価格でご提供できるコストパフォーマンスの高い商品設計によるもので、顧客企業のDX化推進に大きく貢献しています。

サステナビリティ経営の全体像

「ビジョングループ・サステナビリティ基本方針」

私たちビジョングループは、『世の中の情報通信産業革命に貢献します。』を経営理念に掲げており、この理念の下、サステナビリティへの取り組みを重要な経営課題と位置付け、サステナビリティを重視した経営を行います。

具体的には、地球環境への貢献、持続可能な社会と経済成長の実現を目指し、「持続可能な成長」という人類普遍の理念に対し、事業を通じて貢献します。



(1) ガバナンス

当社グループは、サステナビリティ経営を推進するため、『サステナビリティ委員会』を設置しております。当委員会では、気候変動を含むサステナビリティに関連する課題を抽出し、対応策の検討、取り組み状況の把握・分析を行い、定期的に代表取締役社長が取締役会へ報告を行っております。

『サステナビリティ委員会』は、代表取締役社長を委員長とし、経営幹部及び各部門の責任者で構成されており、オブザーバーとして社外取締役、監査役が参加しております。さらに、公正で的確な検討が行えるよう、必要に応じて外部有識者の助言も取り入れるよう努めております。

(2) 戦略

当社グループは、「地球の一員として多様な社会と共に創る未来のビジョン」を共生成長課題(ビジョンスローガン)とし、すべての事業活動の最重要指針としています。このスローガンに基づき、『基盤活動価値』と『価値創造課題』を設定し、それぞれに具体的な取り組みを記しています。

また、国連で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」を考慮し、「マテリアリティの策定」を行い、サステナビリティ経営を推進しております。

ESG・サステナビリティ委員会委員長メッセージ

代表取締役社長 COO
ESG・サステナビリティ委員会委員長

大田 健司

サステナビリティ経営の考え方

我々は地球の一員として、サステナビリティという言葉があろうがなかろうが、やるべきことはやるのが大事だと考えています。当社の事業活動だけでなく、社会全体として、地球が存続するために必要なことを積極的に取り組む人が、どれだけ多くいるかが大切です。

当社では、従来からこうした考え方をもとに活動してきましたが、SDGsやESGといった概念が出てきたことによって、より行動しやすくなったと捉えています。現在、当社がSDGsやESGで求めることにに対し具体的にできること、各事業部門でできることを皆で積極的に議論し、一歩ずつ実現に向けた行動を進めています。

サステナビリティ委員会の活動

サステナビリティ委員会の活動としては、SBTとCDPの認定を取得することに対し、議論を重ねた1年でした。

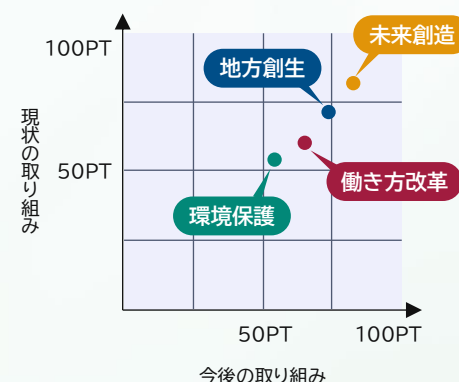
我々の企業活動が地球や世界にどれだけ貢献しているのだろうかと考えたときに、数値で取り組みを表すことはできますが、それを証明するために第三者による称号や認証はあったほうが良いだろうとの方針のもと、議論を重ねてきました。この認定取得をもと、従業員への理念浸透、そして次のフェーズへどのようなマインドで臨めば良いのか、議論を始めています。

マテリアリティの特定プロセス

2022年に、ビジョンにとってのSDGsとは何かを考えるにあたり、従業員を集めてCSRのセミナーを実施しました。そのうえで、ESGの視点で経営を進めることが社会から求められる時代になると考え、マテリアリティの策定のため経営会議でESG経営を推進する会プロジェクトを発足し、全社員及び各事業部からメンバーを募り、最終的に21名のメンバーとともに議論を重ねました。

マテリアリティの策定にあたっては、社会やステークホルダーにとってどうなのかを問う必要があります。社内でも協議を重ねた上で、ステークホルダーである取引先102社へご協力いただきアンケートを実施しました。その結果、4つのマテリアリティとして、環境保護、働き方改革、地方創生、未来創造を特定しました。

マテリアリティのステークホルダー評価



4つのマテリアリティ



環境保護



働き方改革



地方創生



未来創造

各マテリアリティへの取り組み

環境保護に対する取り組み

事業の特性上、当社の事業活動や収益等に直接影響を与えるような気候変動に関わる重大なリスク等は大きくないものと理解しております。

しかしながら、地球の存続に向けて、また地球の一員であるということから、脱炭素社会の実現と環境保護への取り組みは重要であると考えております。当社では本年にSBTの認定を取得し、CDPのB判定も取得しました。当社のCO₂排出量はScope1、2（自社が直接使用するエネルギーで発生する排出量）に比べて、Scope3（サプライチェーン全体における原材料の調達や製品の使用、廃棄等、企業が直接管理できない範囲で発生する排出量）が圧倒的に多く、Scope1～3総量の約85%を占めています。当社は工場やトレードできるアイテムを保有しているわけではありません。そのため、Scope3までの対応は非常に難しい領域です。だからといって諦めるのではなく、できることから取り組むことが大切だと考えています。

地方創生に対する取り組み

地方自治体との取り組みを進めており、SNSの運用サポート等を行っています。例えばグループ会社のZORSEで、ある市を盛り上げるためのプロモーション等、人を呼び込むためのプロモーション等を手掛けています。

働き方改革に対する取り組み

2024年には、当社で初めて女性が部長職に就任いたしました。課長職でも複数の女性が新たに増えており、今後、当社でも女性管理職比率が上昇していくのではないかと感じています。

また、2024年後半より人事評価制度を刷新しており、営業成績やお客様からの評価といった定量的な成果に加え、昇進後に組織や事業に与える影響等も総合的に踏まえた、公正な評価が可能となる仕組みの構築を進めております。今回部長職に就任された女性社員は『自らがロールモデルになりたい』との考えを示しており、こうした取り組みを通じて、女性が

経営幹部を目指しやすく、また目指したいと思える職場環境になってきていると感じています。賃金についてはベースアップも考えていますが、当社はベンチャースピリットを重視した実力主義の風土を大切にしています。賃金格差には配慮しつつも、従業員があげた成果に対して適正な報酬が支払われる制度へと整備していくことが不可欠だと考えています。

「どうすればもっと偉くなれるか」、「どうすればもっと給料が増やせるのか」という、従業員のもやもやした気持ちを解消するためには、報酬制度を具現化した方が良く、今回の人事制度の変更は、従業員が納得感を持って働ける環境の実現につながると判断しています。

当社にとって、女性や若い人達の意見は絶対必要だと判断しており、新しい知見を得られることも多いです。今後、外部から外国人の方も幹部になれるような仕組みは作るべきだと考え、人事制度の改善を進めていきます。



未来創造に対する取り組み

未来を創造するということを考えた時に、当社、事業展開もですが、新しいテクノロジーや新しい取り組み、仕組みというものに対して、アンテナは高く取り入れていくべきだと考えています。

特集）気候変動に関する戦略

シナリオ分析の概要

当社グループでは、将来の気候変動に関する1.5℃シナリオ、4.0℃シナリオを用いて、バリューチェーン上のステークホルダーごとに想定されるリスク・機会を抽出し、以降リスクと物理リスクの各観点から検討しました。

移行リスクは、国際エネルギー機関のうち、平均気温上昇をパリ協定で定めた2.0℃より十分低く保ち1.5℃に抑える努力をする持続可能な開発シナリオと、2050年に排出量ネットゼロを達成するNet Zero Emissions2050のシナリオを使用しました。

物理リスクは国連気候変動に関する政府間パネル8.5シナリオを使用しました。

想定される時間軸は、短期：3年以内、中期：4-10年以内、長期：11年以上先、です。
想定される事業/財務（営業利益）への影響度の大きさは次のとおりです。

評価	影響の大きさ	事業/財務（営業利益）への影響度
大	全社的に重大な影響	10億円以上
中	全社的な被害	1億円以上
小	全社レベルには至らない被害	1億円未満

リスクと機会

リスクと機会項目		シナリオ	リスクの内容	時間軸	事業/財務（営業利益）への影響度	対応策
移行リスク	政策・法規制	1.5℃	・炭素税が導入され、その価格転嫁による高騰	短期	小	・脱炭素施策に向けた取り組みの推進
	技術・市場		・生産時に水を使用する半導体の価格高騰によるコストの増加 ・半導体の価格高騰により事業利益が圧迫された場合、新たな利益を出す新たな事業の増設コストの増加 ・エネルギー価格高騰に伴うコストの増加	中期	大	・取引先とのコミュニケーションによる市場動向の把握 ・提供商品の見直し ・調達基準等の見直し
	評判		・サステナビリティに取り組めていない企業と評価され、ステークホルダーからの信頼を失い、事業機会の逸失、企業価値の低下	長期	中	・サステナビリティに関する開示の強化
物理リスク	急性	4℃	・自然災害の激甚化により、事業継続対応策のコストが増加	短期	大	・防災対策の推進 ・災害時のBCP（事業継続計画）対応力の強化
	慢性		・気温の上昇により、各拠点の電力等のコストが増加 ・熱中症等従業員の健康リスクが増大	中期	小	・省エネの推進 ・徹底した熱中症対策、DX推進等による業務効率の確保・向上
機会			・環境に配慮した付加価値を提供することにより、市場から評価され、顧客ロイヤリティの向上に繋げる ・省エネ・少資源の推進による収益の向上	長期	中	・環境に配慮した新規事業の立上に向けた社内体制の整備 ・省エネ型の製品の販売強化等

特集） 人的資本に対する戦略

人材の多様性の確保を含む人材育成に関する方針

当社グループの「経営理念：世の中の情報通信産業革命に貢献します。」を実現するために、会社の「人材育成」に関する考え方である教育方針を策定しました。

(a)教育方針：「社員(人財)は会社の重要な資産であり、社員のエンゲージメント向上が会社に対するロイヤリティの向上につながり、その結果として会社の持続的成長に結びつく」。

そのために会社として大切なことは、社員一人ひとりが自己実現をかなえるために教育の場を提供することです。

(b)教育制度を通じて実行していくこと：教育方針を実現するための教育プログラムとして、階層別研修、課題別研修及びeラーニング研修等を実施しております。また、上場企業の社員として必要なリテラシーを強化し、個々のスキルアップを支援します。これらの教育研修を通じて、持続可能な企業価値の向上を目指してまいります。

社内環境整備に関する方針

当社グループでは、全従業員を重要なステークホルダーとして捉え、多様な働き方を認め、安心して働くことができる環境を目指しております。

そのために従業員に向けても人権を尊重するという方針を示す意味も含め、人権の尊重が当社グループにおけるすべての事業活動の基盤であると考え、「ビジョングループ人権方針」を策定いたしました。

社内環境の整備のために毎月「組織サーベイ」を実施し、従業員からの意見を集めており、働きやすい職場環境の整備を行っております。

さらに、社員の全社統一的な評価制度を新たに導入して、賃金や待遇面により反映されるように見直しをいたしました。人事評価の基準を明確にすることで、社員の目指す方向性が定まり、社員の納得度が高まる制度を導入しております。

指標と目標

区分	目標	実績	実績	目標
		2023年度	2024年度	2026年度
女性管理職比率	8.0%以上	8.5%	10.0%	12.0%以上
男性育児休業	10%以上	61.5%	25.0%	40%以上を維持
年次有給休暇	推進	66.8%	79.8%	継続推進
所定外労働時間	削減	19.58時間	19.02時間	継続削減

「組織サーベイ」を通じた具体的な取り組み

当社は、従業員のエンゲージメントや職場環境に対する意識の可視化を通じて、人的資本経営の実効性を高めるため、組織サーベイの運用とキャリア支援の施策を連携させた取り組みを推進しています。

サーベイを全社員に対し毎月任意で実施し、回答結果を人事部門が集計・分析し、職場環境やマネジメントに関する改善提案を各部署にフィードバックしています。加えて、設定した基準スコアにより従業員をランダムに抽出し、四半期ごとにキャリア面談を実施しています。

ポジティブ・ネガティブ両分布の従業員とも面談を行い、意識の差異やモチベーションの要因を分析し、経営層へ報告しています。この取り組みにより、人的資本の可視化と戦略的活用を目指します。

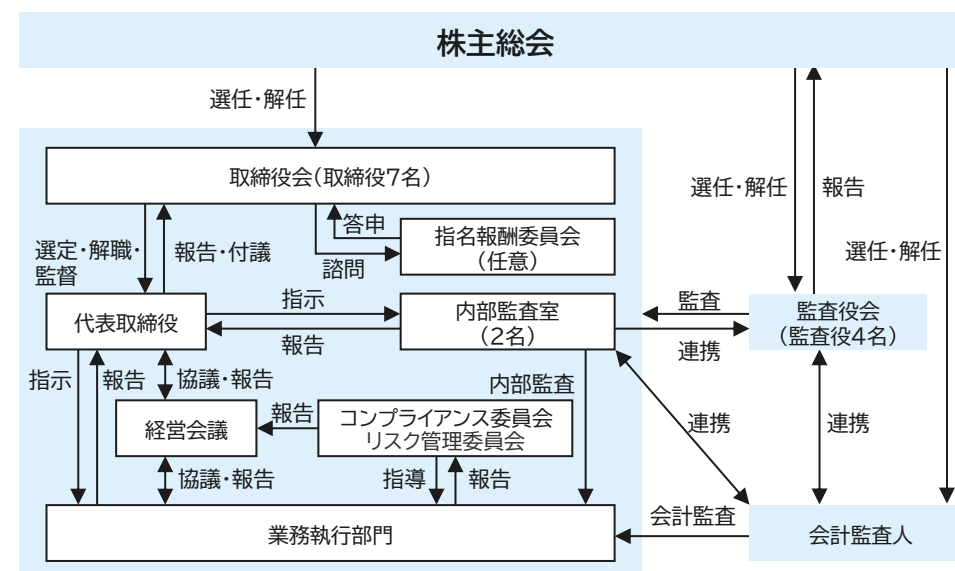


コーポレート・ガバナンスの状況

基本的な考え方

当社グループは、お客様の期待を感動に変えるため、常に自らを磨き、理想を実現させるべく、ためらうことなく変革への挑戦を続け、常に多くの人々（ステークホルダー）に支えられていることに感謝し、謙虚な気持ちで事業活動を行っております。この行動規範に従って、法令、社内規則、方針を遵守し誠実に取り組み、最適なコーポレート・ガバナンスの構築に努めております。

コーポレート・ガバナンス体制



コーポレート・ガバナンス強化のあゆみ

当社は、コーポレート・ガバナンスの一層の強化を目的として、2023年12月に指名報酬委員会を設置いたしました。同委員会は、取締役会の決議により選定された取締役3名以上で構成されており、その過半数を独立社外取締役が占めています。委員長は、社外取締役の委員の中から委員会の決議により選任されます。取締役の候補者の指名や報酬等の決定に際しては、合理性・客観性・透明性を確保することを基本方針としており、必要に応じて随時委員会を開催し、審議結果を取締役会へ答申しています。

取締役の構成

当社の取締役会は、各人の知識、経験、能力等のバランスに配慮しつつ、建設的な議論を確保するために必要かつ適切な人数で構成することを基本的な考え方としております。取締役候補者を決定するに際しては、取締役会が指名報酬委員会へ諮問を行い、その答申内容を基に選任しております。

	～2023年3月	2023年4月～
機関設計	監査役設置会社	
取締役会議長	代表取締役社長CEO	代表取締役会長CEO
コーポレート・ガバナンス体制	2016年 独立社外取締役の選任 2017年 女性社外取締役の選任 2018年 取締役会の実効性評価の開始 2023年 指名・報酬委員会の設置	2024年 取締役の任期を2年から1年に短縮
報酬制度		2024年 業績連動型株式報酬制度の導入

コーポレート・ガバナンスの状況

独立社外取締役

当社の取締役会は、社内取締役3名、社外取締役4名の計7名で構成されており、独立社外取締役の比率は57%となっています。2025年6月末時点では、社内・社外取締役の構成は適切なバランスにあると考えておりますが、今後も当社を取り巻く経営環境の変化や、取締役に求められるスキル・マトリックスを踏まえ、十分な人数の確保及び社内取締役との最適なバランスについて継続的に検討してまいります。

取締役の指名方針・手続き

取締役候補者を決定するに際しては、取締役会が指名報酬委員会へ諮問を行い、その答申内容を基に選任しております。取締役が提案する監査役候補に関しても、社外監査役が半数以上を占める監査役会の審議と同意を経て取締役会で決議し、株主総会に付議することとしております。また、社外取締役の選定には、会社法上の社外性要件に加え、東京証券取引所の定める独立役員の資格を充たし、一般の株主と利益相反の生じる恐れがないと判断される基準に基づき選定を行っております。取締役の解任にあたっては、法令や定款に違反がある場合や任務遂行に困難な事情が生じた場合、客観性及び透明性を高めるために指名報酬委員会の審議及び助言・提言を踏まえ、取締役会により決定いたします。

後継者育成のプロセス

当社では、経営幹部候補者の育成及び選定を目的として、取締役会において、執行役員等の将来の経営幹部候補者が、事業報告や議案の説明を補足する機会を設けております。

また、経営幹部候補者層の人事昇格についても、取締役会で承認を行っております。これにより、取締役会は候補者の資質や適性を把握し、後継者計画の監督に資する体制を構築しております。なお、次世代育成の一環として、代表取締役社長兼COOを選定し、複数の代表取締役が共同で経営に当たる体制としております。

役員報酬制度の基本方針

当社は、取締役の個人別報酬に関する決定方針を、2024年2月21日開催の取締役会において決議いたしました。本方針では、取締役の役割と責務に見合った水準とするとともに、

業績や企業価値の向上に対する動機付けとなること、さらに株主利益と連動した報酬体系とすることを基本としています。

なお、本決議にあたっては、事前に指名報酬委員会へ諮問を行い、同委員会からの答申を受けたうえで取締役会にて決定しています。指名報酬委員会は、社外取締役である内藤真一郎氏を委員長とし、委員の過半数を社外取締役が占める構成となっており、客観性・透明性の高い体制を確保しています。

取締役の報酬体系

役員報酬の実績

当社は2024年2月21日の取締役会において、取締役の個人別報酬に関する決定方針を決議しました。報酬体系は、各取締役の役割と責務に相応しい水準としつつ、業績や企業価値の向上への動機付け、及び株主利益との連動を基本方針としています。

社外取締役を除く取締役に、株価上昇のメリットのみならず、株価下落リスクも株主の皆様と共有し、中長期的な業績向上と企業価値向上を促すため、業績連動型株式報酬制度「株式給付信託(BBT-RS=Board Benefit Trust-Restricted Stock)」を導入しています。この制度では、役位に応じて毎年ポイントが付与され、そのポイント数に相当する当社の譲渡制限付株式が交付される仕組みとなっています。また、社外取締役についても、株主とのリスク共有の観点から、役員持株会を通じた株式取得の仕組みを設けています。当事業年度の個人別報酬は、指名報酬委員会の審議・答申を踏まえ、取締役会にて決定されており、決定内容は方針に沿ったものとなっています。

取締役は年額3億円以内(うち1億円は社外取締役分。また、使用人兼務取締役の使用人給与は含まれない。)、監査役は年額4千万円以内とすることが決議されております。

取締役 (社外取締役を除く)	109,576 (千円)
社外役員	51,050 (千円)

コーポレート・ガバナンスの状況

役員報酬の決定手続き

当事業年度における取締役の個人別報酬は、指名報酬委員会による審議及び答申内容を踏まえ、取締役会にて決定しています。これにより、報酬内容は当社が定める報酬決定方針に則したものであると判断しております。

また、株式報酬についても同様に、指名報酬委員会の答申を踏まえて、取締役会で定めた「役員株式給付規程」に基づきポイントを算出しております。こちらも、報酬決定方針に基づいた適切な手続きであると認識しています。

取締役会の実効性評価

評価方法

当社では、全取締役及び監査役を対象に、主要な評価項目に関する5段階評価のアンケートを実施し、「理由・改善点」の自由記述欄も設けて建設的な意見を収集しました。その結果を集計・評価しています。

評価項目		
①	取締役会の構成	設問7問
②	取締役会の運営	設問10問
③	取締役会の議題	設問12問
④	指名報酬委員会※委員のみ回答	設問8問
⑤	サステナビリティ等を巡る課題	設問3問
⑥	取締役会を支える体制	設問2問
⑦	株主との関係	設問5問

評価結果の概要

(1)取締役会の構成

当社の取締役会は、専門知識や経験等のバックグラウンドが異なる多様な取締役及び監査役の11名で構成されており、適切であるとの評価結果となりました。

(2)取締役会の運営

取締役会の「年間スケジュール」「開催頻度」、社外取締役及び監査役が自由に発言できる雰囲気もあることから、適切であるという評価結果となりました。一方で、審議により時間を要する可能性のある議案については、優先的に議論を進めるべきとの意見がありました。

(3)取締役会の議題

「企業戦略」「議題の選定」「審議時間」「経営幹部の選任・解任」「リスク管理」及び「取締役の報酬」に関しては、適切に審議されているとの評価結果となりました。

(4)指名報酬委員会

指名報酬委員会については、「メンバー構成」「開催頻度」「審議内容」が適切であり、また「選任・解任のプロセス」「選定基準(スキルマトリックス等)」「役員報酬の決定プロセス」についても、公正性及び透明性が確保されているとの評価結果となりました。

(5)サステナビリティ等を巡る課題

中長期的な企業価値の向上の観点から、自社のサステナビリティ(ESG・SDGs含む)に関する取り組みや関連リスクについては、議論できているとの評価結果となりました。一方で、一定の議論はなされているものの、どこまで踏み込んで対応するかは、改めて別途議論の場を設ける必要があるとの意見がありました。

(6)取締役会を支える体制

外部の専門家から助言を得る機会や会社の事業・財務・組織等に関する必要な知識を習得する機会が与えられている点については、肯定的な評価結果となりました。

一方で、参加する機会はあるものの、その頻度は少ないとの意見がありました。

(7)株主との関係

外国人投資家を配慮した情報開示、英文情報の拡充や株主への利益還元方針についての対話等は適切に行われているとの評価結果となりました。一方で、過去実施していた株主総会後の(個人株主等に対する)事業説明会の再開については、検討課題であるとの意見がありました。

全評価		4.6
①	取締役会の構成	4.8
②	取締役会の運営	4.7
③	取締役会の議題	4.5
④	指名報酬委員会	5.0
⑤	サステナビリティ等を巡る課題	4.2
⑥	取締役会を支える体制	4.4
⑦	株主との関係	4.5

上記の評価結果から、当社の取締役会は概ね適切に機能し、取締役会の実効性は確保されていることを確認いたしました。一方で、「サステナビリティ等を巡る課題」に関する取り組みにつきましては、継続的な議論が必要であることを確認しました。

今後の取り組み

当社取締役会は、今回の評価結果に基づき十分な議論を重ね、課題を解決することにより取締役会の実効性を高め、さらなる企業価値向上に努めてまいります。

コーポレート・ガバナンスの状況

コンプライアンス

取締役、使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

- (a) 取締役及び使用人の業務執行が、法令・定款及び当社の経営理念を遵守することが企業経営における最優先事項と位置づけ、「コンプライアンス規程」を定めます。
- (b) コンプライアンス活動を徹底させるため、社長を担当役員とするコンプライアンス委員会を設置し、全社的な取り組みを行います。
- (c) 内部監査室を設置し、代表取締役が承認した監査計画に基づき、業務執行部門の活動全般に関して内部監査を実施し、監査結果を代表取締役に報告するとともに監査役に報告します。

- (d) 違反行為や疑義のある行為等を役員及び使用人が直接通報できる手段を確保するものとし、その一つとして役員及び使用人が社外に直接通報できるコンプライアンス通報・相談窓口を設置し運営します。
この場合、通報者の承諾がない限り通報者の氏名を開示しない（匿名性の保障）ことと通報者に不利益がないことを確保します。
- (e) 取締役会は、適正な財務報告書を作成することが社会的信用の維持・向上のために極めて重要であることを認識し、財務報告の適正性を確保するため、財務報告書の作成過程において虚偽記載並びに誤謬等が生じないよう実効性のある内部統制を構築します。

取締役のスキルマトリックス			企業経営	営業 マーケティング	財務 ファイナンス	ITデジタル DX	人事 労務 人材 開発	法務リスク マネジメント	グローバル経営 多様性	ESG サステナビリティ	投資M&A
代表取締役会長 CEO	佐野 健一		●	●	●	●				●	●
代表取締役社長 COO	大田 健司		●	●		●				●	●
取締役 CFO	中本 新一		●	●	●		●	●			●
社外取締役	内藤 真一郎	独立 社外	●	●		●	●				●
社外取締役	原田 静織	独立 社外	●	●		●			●	●	
社外取締役	那珂 通雅	独立 社外	●	●	●				●		●
社外取締役	森 詩絵里	独立 社外					●	●	●	●	●
常勤監査役	丹羽 哲也						●	●			●
監査役	茂田井 純一	独立 社外	●		●	●		●			●
監査役	梅原 和彦	独立 社外	●		●			●	●		●
監査役	竇角 淳	独立 社外	●		●	●		●			●

(注)上記の一覧表は各氏の経験等を踏まえて、より専門性を発揮できる領域を記載しており、有するすべての知見を示すものではありません。

役員紹介



代表取締役会長 CEO

佐野 健一 Kenichi Sano

1995年 有限会社ビジョン 設立 代表取締役社長
1996年 旧株式会社ビジョン 設立 代表取締役社長
2001年 当社 設立 取締役
2004年 当社 代表取締役社長
2023年 当社 代表取締役会長CEO(現任)



代表取締役社長 COO

大田 健司 Kenji Ota

1997年 旧株式会社ビジョン 入社
2008年 当社 取締役執行役員
2015年 当社 取締役営業本部長
2019年 当社 取締役常務執行役員
2023年 当社 代表取締役社長COO(現任)



取締役 CFO

中本 新一 Shinichi Nakamoto

1995年 有限会社ビジョン 入社
1996年 旧株式会社ビジョン 取締役
2004年 当社 取締役
2015年 当社 取締役管理本部長
2023年 当社 取締役CFO(現任)



社外取締役

内藤 真一郎 Shinichiro Naito

1991年 株式会社リクルート人材センター (現 株式会社リクルート) 入社
1994年 株式会社日本リモデル 入社
1995年 ベルソン・アンド・ベルソンエンターテインメント有限会社(現 株式会社ベルソン)設立 取締役
1996年 株式会社アレスト(現 株式会社ファインドスター)設立 取締役
1998年 同社 代表取締役(現任)
2009年 ターゲットメディア株式会社 (現 TMH) 取締役
2009年 株式会社MDK 代表取締役(現任)
2010年 株式会社ディ・ポップス (現 株式会社ディ・ポップスグループ) 取締役(現任)
2011年 株式会社スタートライズ 取締役
2012年 スタークス株式会社 取締役
2012年 株式会社Shift 取締役(現任)
2015年 株式会社ワンスター 監査役
2015年 スターアセットコンサルティング株式会社 代表取締役
2015年 株式会社ファインドスターグループ 設立 代表取締役(現任)
2016年 当社 取締役(現任)
2018年 テモナ株式会社 取締役(現任)



社外取締役

原田 静織 Shiori Harada

2001年 ソフトバンクコマース(現 ソフトバンク株式会社) 入社
2003年 デル株式会社 入社 ビジネスデベロップメントマネージャー
2006年 トレンドマイクロ株式会社 入社 グローバルマーケティングディレクター
2013年 TripAdvisor株式会社 代表取締役
2015年 株式会社ランドリーム 設立 代表取締役(現任)
2016年 WILLER株式会社 取締役
2017年 当社 取締役(現任)
2019年 上海健趣文化傳媒有限公司 法定代表人(現任)
2020年 TOUCH GROUP株式会社 代表取締役(現任)



社外取締役

那珂 通雅 Michimasa Naka

1989年 ソロモン・ブラザーズ・アジア証券会社 (現シティグループ証券株式会社) 入社
2004年 日興シティグループ証券株式会社 (現 シティグループ証券株式会社) 常務執行役員債権本部共同本部長
2008年 同社 常務執行役員市場営業本部長
2009年 シティグループ証券株式会社 取締役
2009年 同社 取締役副社長
2010年 ストームハーバー証券株式会社 設立 代表取締役社長
2011年 GLM株式会社 監査役
2014年 あすかアセットマネジメント株式会社 取締役
2014年 株式会社eWell 取締役
2014年 株式会社アイスタイル 取締役(現任)
2014年 ストームハーバー証券株式会社 取締役会長
2014年 株式会社ジーニー 取締役
2015年 プリバント少額短期保険株式会社 (現 ミカタ少額短期保険株式会社) 取締役(現任)
2016年 ボードウォーク・キャピタル株式会社 設立 代表取締役社長(現任)
2017年 株式会社アクセルレーター 設立 代表取締役社長(現任)
2018年 ボードウォーク・トレーディング株式会社 取締役(現任)
2019年 当社 取締役(現任)
2020年 株式会社ベクトル 取締役(現任)
2021年 寶結株式会社 取締役(現任)
2022年 HRクラウド株式会社 取締役(現任)



社外取締役

森 詩絵里 Shieri Mori

2015年 弁護士登録(東京弁護士会)
2015年 馬場・澤田法律事務所 入所
2017年 K&L Gates外国法共同事業法律事務所 入所
2018年 インテグラル法律事務所 パートナー弁護士(現任)
2024年 当社 取締役(現任)
2024年 LiME株式会社 社外監査役(現任)
2024年 ユーソナー株式会社 社外取締役(現任)
2025年 株式会社網屋 社外取締役(監査等委員)(現任)
2025年 株式会社Warranty technology 社外監査役(現任)

役員紹介



常勤監査役

丹羽 哲也 Tetsuya Niwa

1996年 株式会社フルキャスト
(現 株式会社フルキャストホールディングス) 入社
2004年 同社 法務室部長
2007年 同社 コンプライアンス推進部長
2010年 同社 取締役
2011年 株式会社角川春樹事務所 入社
2014年 当社 入社 法務部長
2016年 当社 法務部 統轄
2019年 当社 人事総務・法務管掌
執行役員
2022年 武蔵精密工業株式会社 入社
2022年 当社 顧問
2023年 当社 常勤監査役 (現任)



監査役

茂田井 純一 Junichi Motai

1996年 朝日監査法人 (現 有限責任あずさ監査法人) 入所
2005年 クリフィックス税理士法人 入所
2006年 株式会社スタートトゥデイ (現 株式会社ZOZO) 監査役 (現任)
2008年 株式会社アカウンティング・アシスト 設立、代表取締役 (現任)
2009年 株式会社ECナビ (現 株式会社CARTA HOLDINGS) 監査役
当社 監査役 (現任)
2015年
2016年 サイバーエリアサーチ株式会社 (現 株式会社Geolocation technology) 監査役 (現任)
2017年 株式会社音楽館 監査役 (現任)
2018年 フィーチャ株式会社 取締役
2018年 株式会社スポカレ 監査役 (現任)
2020年 株式会社レックスアドバイザーズ 監査役 (現任)
2020年 株式会社JUNTENBIO 監査役 (現任)
2021年 gooddaysホールディングス 株式会社 取締役
2024年 クックパッド株式会社 取締役 (現任)



監査役

梅原 和彦 Kazuhiko Umehara

1975年 東洋信託銀行株式会社 (現 三菱UFJ信託銀行株式会社) 入社
2006年 エム・ユー・トラスト流動化サービス株式会社 常務取締役
2008年 三菱UFJキャピタル株式会社 常勤監査役
2015年 同社 顧問
2016年 当社 常勤監査役
2025年 当社 監査役 (現任)



監査役

寶角 淳 Jun Houzumi

2004年 監査法人トーマツ (有限責任監査法人トーマツ) 入所
2007年 株式会社リガバパートナーズ 入社
2010年 株式会社ストリーム 代表取締役副社長 (現任)
2012年 監査法人シエルパートナーズ 代表社員
2014年 株式会社ファーストロジック (現 楽待株式会社) 監査役 (現任)
2014年 株式会社・ライフオート 監査役
2018年 当社 監査役 (現任)



執行役員
営業本部長

渡部 洋平 Yohei Watabe

2003年 当社 入社
2006年 当社 営業本部 部長
2013年 当社 営業本部 統轄
2019年 当社 執行役員 グローバルWiFi&プロダクショングループ
2023年 当社 執行役員 グローバルWiFi兼グランピング・ツーリズム事業本部長
2024年 当社 執行役員 営業本部長 (現任)



執行役員
管理本部長

堀 洋祐 Yosuke Hori

2003年 当社 入社
2006年 当社 営業本部 部長
2013年 当社 営業本部 統轄
2019年 当社 執行役員 オフィスソリューション&セールスグループ
2023年 当社 執行役員 情報通信サービス事業本部長
2024年 当社 執行役員 管理本部長 (現任)



執行役員

マーケティング事業本部長

四条 理 Satoru Shijo

2005年 当社 入社
2008年 当社 営業本部 部長
2015年 当社 営業本部 統轄
2019年 当社 執行役員 コミュニケーション&マーケティンググループ
2023年 当社 執行役員 マーケティング事業本部長 (現任)

指名報酬委員会委員長メッセージ



社外取締役 指名報酬委員会委員長
内藤 真一郎

コーポレート・ガバナンスの強化について

前回もお話ししましたが、当社の取締役会は質疑応答も活発です。私と那珂さん、原田さんは経営者出身ですが、森さんが新しく加わり、法務視点での意見もしくは質問をされますので多様な議論になり、ガバナンスはかなり向上しています。参加人数が増える中で、全員が納得するまで議論を重ねた結果、予定時間を多少超過することもあります。それは健全な議論の過程であると捉えております。皆さんが要点を簡潔に発言されますので、無駄に時間が延びるようなことはありません。それから、取締役の任期がこれまでの2年から1年に変わりましたが、もともと全員が強い責任感を持って取り組んでいます。任期が1年となったことで、毎年の株主総会で信任を得る必要が出てきたのは、良い意味で意識を高めるきっかけになると考えています。ただ、だからといって発言の内容や姿勢に変化があったわけではなく、これまでどおりの真剣な姿勢で職務にあたっています。

また、現在は独立社外取締役が過半数を占めており、ガバナンス体制としても先進的であると自負しています。今後もこの体制を維持・発展させていければと考えています。

役員報酬について

新任社外役員は主に佐野会長から提案があり、金融や法務、ダイバーシティを考慮して選任されています。役員報酬の決定プロセスは、実績と期待値はもちろんですが、客観的な視点

から「労政時報」等の文献を参考にした同規模企業の役員報酬相場感の2軸で議論しています。1回1時間程度の委員会を3回開催し、指名報酬委員会から取締役会へ答申し、決定しました。社内取締役の報酬体系は、基本報酬の他に、株主の皆様とWin-Winの関係になるよう、業績連動型株式報酬制度「株式給付信託BBT-RS (= Board Benefit Trust-Restricted Stock)」を導入しています。取締役が株価上昇によるメリットだけでなく、株価下落リスクも株主の皆様と共有していますので、中長期的な業績の向上や企業価値の増大に貢献する意識は高まっていると言えます。

社外取締役は固定報酬ですが、役員持株会制度を利用できます。他の社外取締役を含め、この制度を活用して株式を保有し、株主の皆様と価値観を共有しています。

後継者育成プランについて

私が就任中に佐野社長が会長になり、大田社長が誕生しました。その次の世代となる社内取締役候補者にどんな方がいるのか、多少接点はあっても基本的にはわからない面がありました。そのため、指名報酬委員会で議論を行い、取締役会において各事業の報告を事業部長にさせていただくようにしました。事業部長級が経営成績を発表することでコミットメントが養われており、社外取締役としても候補者を把握できるようになったことで、とても前進したと思います。経営幹部の方の離職はほぼなく、会社へのエンゲージメントはかなり高いです。社員が働きやすい環境を作るという議論は定期的に行われていますので、素晴らしいと思います。私も役員持株会経由の株主ですが、業績コミットメントも非常に高く、頼もしく感じます。

投資家へのメッセージ

社外取締役が過半数を占め、ガバナンスはかなり向上しており、今の運営体制で良いと思います。特に重要視しているのが、長期的な株価です。企業価値を中長期的に高めることが本質であるため、株主の皆様と同じ目線・立場として、Win-Winの関係となるよう株式報酬の設計をさらに強化すべきだと考えています。

先ほどの後継者育成の件もそうですし、これからも様々な課題に取り組みながら、当社を進化させていきたいと思っています。

社外取締役対談



社外取締役
内藤 真一郎

社外取締役
森 詩絵里

社外取締役
原田 静織

社外取締役
那珂 通雅

ビジョン取締役会の雰囲気

森： 役員の中で弁護士資格を持っているのが私一人です。法務の観点から指摘すべきポイントは毎回意見するようにしてきました。もちろん、法務以外の観点でも、気づいたことがあれば率直に意見を伝えてきました。

全体として感じるのは、役員の皆さんが「どうすれば会社の価値をもっと高められるか」を心から考えており、質疑応答や意見交換も活発で、とても前向きな雰囲気だと感じています。

原田： 森さんが取締役に加わったことで、取締役会全体の平均年齢が下がり、女性比率も上がりましたね。特に森さんの法律やコンプライアンスに関する専門知識は頼もしくて、体制が強化されたと感じています。また、森さんのような若い世代の視点が入ったことで、どうしても自分たちの世代に偏りがちだった議論が、より広い視野で、客観的に議論できるようになったと思います。

内藤： 取締役会では、毎回議案に対する質疑応答も活発です。森さんは法務の視点から意見や質問をされることが多く、それが多様な議論になっていると感じています。その結果、取締役会全体の議論の質が高まり、ガバナンスもかなり強化されてきたと思います。

原田： 取締役会そのものは、私にとって非常に有意義な時間で、あっという間に終わることが多かったです。ときには反対意見も多くて、資料を2～3回作り直すこともありましたが、そういうプロセスを経て、結果的にビジョンがより良い方向へ進んでいると実感しています。

社外取締役対談

取締役会の実効性

那珂： 取締役会はすごく活発で、社外取締役としてもしっかり発言の機会があります。佐野会長が議長を務めていて、ビジネスの部分は、大田社長が説明するようになり、それぞれの責任も明確になってきたと感じています。

社外取締役は男女2名ずつで、それぞれバックグラウンドも得意分野も違いますが、佐野会長がしっかり発言の機会を与えてくれるので、とても議論しやすく、私は非常に活発な取締役会だと評価しています。



内藤： そうですね。佐野会長が意識的に発言を拾おうとしてくれるので取締役会全体に発言しやすい雰囲気ができて

います。

たまに時間をオーバーすることもあります。皆さんが要点を押さえて質疑応答しているので、効果的な議論ができていると思います。それから、取締役の任期を2年から1年に変更しましたが、皆さん責任感を持っているので、これまでと変わらず真摯に取り組んでいる印象です。

原田： 取締役会で配られる資料もかなり充実してきました。事前にしっかり準備資料をレビューして、当日はきちんと議論の時間も確保されるようになってきました。それぞれの意見をしっかり聞いて、誰かの発言に対して補足があったり、そこからさらに議論が深まったりする場面もよく見られ、取締役会としての対話の質が高まってきている印象です。

森： スピード感については、少し課題を感じる場面もありました。たとえば、子会社のとある事業に関する決議事項では、資料が十分に整っていなかったことで議論が止まってしまうことがありました。これらの点については、今後「投資委員会」を立ち上げ、事前により深く議論するとともに、取締役会ではスピーディーに判断できる体制にしていく方向です。

那珂： そのための投資準備委員会は、中本CFOを中心に構成されていて、社外取締役では内藤さんと私、そして監査役の方もメンバーに入っています。佐野会長と大田社長は委員に入っていませんが、投資準備委員会でしっかり議論した上で、最終的に取締役会で決議する流れになっています。

案件に対してのリスクがどの程度あるのかも、しっかりフォローできる体制になってきて、以前に比べて意思決定の精度も確実に高まっていると感じています。



社外取締役への研修機会、勉強機会

原田： 必要な情報にはすぐアクセスできますし、誰に何を聞けば良いかも、すぐにわかる環境が整っています。社内のビジネスチャットツール「JANDI」にも参加していますので、経営メンバーグループや取締役会グループでの投稿もチェックしています。また、個別メールをいただくこともありますので、情報共有の機会は十分あると思います。取締役会が早く終わったときは、ちょっとした近況報告や新しい方向性についての共有なんかをしています。

那珂： 緊急の課題が発生した場合は、すぐに連絡が来る体制ができています。オフィシャルな勉強会はそれほど多くないですが、社内の交流イベントも結構多くて、毎回お誘いいただいています。

社外取締役対談

そうした場で部長や課長クラスの方とも直接話す機会があるので、現場の情報を得ることができます。

森：勉強の機会という点では、ビジョン内部の方が外部の勉強会に参加し取得された資料のうち、常勤監査役の方が法務の観点から必要と考えられた資料を、ピックアップして私にも共有してくださるので、非常に助かっています。



内藤：取締役会以外でも、社内とのコミュニケーションは多いです。私自身の会社がマーケティング事業をしていることもあって、こちらから社内の皆さんに向けて、勉強会を開くこともあります。とてもインタラクティブな関係が築けています。

2024年度の業績

那珂：ひとことで言えば、順調な1年でした。売上も営業利益も伸びていて、全体的に見てもどの事業も概ね順調です。

グローバルWiFi事業に関しては、アウトバウンド需要がコロナ禍前の70%にとどまっているのはやや残念ですが、逆に言えば、ここは今後のアップサイドだと思っています。それでも過去最高の売上と営業利益を出しているのは、法人向けの展開が進んで、基盤が強くなったと結果だと感じています。

インバウンドについては、まだまだ伸びしろがあると思っていますし、ニューヨークの子会社設立を通じて、海外市場でもシェア拡大が期待できるのは楽しみです。

情報通信サービス事業も取り扱う商材が増えて、クロスセルの機会が広がっていて、こちらもまだまだ成長の余地がありそうです。毎月の取締役会で経営成績の報告は受けていますが、各事業のKPIを見ていると、現場は頑張っているというのが率直な感想です。

内藤：業績自体は非常に好調です。ただし、グローバルWiFi事業への依存度がまだ高い状態ですので、情報通信サービス事業がもう少し比肩するぐらいに営業利益を伸ばしていくことが、今後の重要なポイントだと感じています。加えて、第3や第4の柱となるような事業を育てていくことも、引き続き意識して取り組むべきテーマです。グローバルWiFi事業に関しては、今後のグローバル展開をどう進めていくか、社内でも様々議論がされています。

一方、情報通信サービス事業は、スタートアップ企業への

販売に強みがあり、マーケットとしても、まだまだ伸ばせる余地は大きいと思っています。



原田：業績自体は良かったです。グローバルWiFi事業については、在庫リスク等の懸念は多少ありますが、ビジョンにはビジネスモデル設計の段階で、そうしたリスクを最小限に抑える仕組みがきちんと整っているので、臨機応変に対応できる安心感があります。海外展開にも積極的に取り組んでいて、私自身の知見を活かしながら、リスク提起や問題回避のサポートができたケースもありました。

那珂：グローバルWiFi事業に関しては、業界をリードするポジションをしっかりと取っていたと思いますが、最近はこちらにその差が広がっている実感がありますし、サービスをご利用

社外取締役対談

いただいているお客様からの評価が高いと感じています。

成長ビジョンと中期経営計画について

内藤：2028年の営業利益100億円については、多少ストレッチがかかっている印象はありますが、十分現実的なラインだと思っています。新しい取り組みを進め、受注件数を増やしていく考え等、佐野会長の経営方針にも納得感がありますし、業績目標自体も妥当だと思います。

情報通信サービス事業ではクロスセルやアップセルの伸びに期待していますし、スタートアップ企業のシェアや法人への営業力は明確な強みです。

グローバルWiFi事業に関しても個人より法人の方はかなり強いですし、今後グローバル展開していくと認識しています。国内においては、スタートアップやグローバルに活躍している企業の分厚い顧客基盤がありますので、ビジョンの大きな強みであり、大きな可能性です。

リスクとしては、パンデミックのようなことが起きたら大打撃を受けますので、そのためには新たな収益の柱となる事業を立ち上げる必要はあると思います。あと、社員の方々と話していても、数字に対するコミットメントの高さをすごく感じます。

原田：ビジョンとは関わっている期間も長くなりましたので、企業文化についてもよく理解しているつもりです。目標設定としてはアグレッシブだなと感じる部分もありますが、それこそがビジョンらしさだと思っています。

今回、2028年に営業利益100億円を掲げたことは、「全社

一丸となって取り組んでいくんだ」という意気込みを感じました。それぞれの事業セグメントごとにしっかり成長戦略が立てられていて、その内容も妥当だと思います。

全体としては、新しいチャレンジに対してはチャレンジングに、既存ビジネスでシュリンクする要素があるところはコンサバティブにと、バランスのとれた設定をされていると思っています。

那珂：私は2019年に社外取締役に就任してから、ビジョンが順調に成長している姿を見てきましたが、その中でパンデミックが起こり、一気に業績が落ち込んだ期間も経験しました。2020年は、かろうじて営業利益が黒字となり、それ以降の回復力は明らかにパンデミック前よりも強くなっていると感じています。

佐野会長と大田社長が営業利益100億円を一つに基準として設定し、その達成に向けた体制も順調に整ってきていると感じています。営業利益100億円、時価総額1,000億円以上というのは、ビジョンとして目指していくべき目標だと思います。

また、中期経営計画における1～2年目において、配当性向50%を目指すというのは、素晴らしい目標です。機関投資家からの評価を高めるだけでなく、外国人投資家を増やすことにもつながると思います。

森：2024年度も素晴らしい結果だと思います。これは、小さな努力を一つひとつ地道に積み上げてきた結果だろうと思います。

たとえば、グローバルWiFi事業では、無制限プランの提供国やオプションをニーズに合わせて増やす等、細かな

努力を惜しまない会社だと思います。

また、先を見据えた事業への投資も行っています。データドリブンセールスを推進するといった既存事業のさらなる強化や、新たな事業の柱を増やす努力を重ねることで、営業利益100億円という目標を成し遂げられることを期待しています。

サステナビリティに関する取り組み

森：サステナビリティ委員会に参加していますが、現場の皆さんはまだ少し戸惑っているところもあるように見受けられます。たとえば、取引先の労働環境をどう把握し、どこまで踏み込んでいくべきか等は、手探りの状態でもあります。とはいえ、ビジョンはしっかり方針を打ち出しており、上場企業として果たすべき責任を全うする努力は行っていると思います。まだ発展途上ではありますので、引き続き勉強を継続することが必要と感じています。

原田：会社設立当初から、佐野会長や中本CFOのサステナビリティに対する意識はかなり高いと感じています。ただ一方で、サステナビリティについては、自然体で取り組んでいる部分もあり、まだまだ明文化は課題だと思っています。株主の皆さんにどう伝えるかという点では、改善の余地があると感じます。

社会貢献と会社としての成果をどう結びつけていくか、その設計をしっかりと整え、もう少し具体的な目標設定ができると思います。そこはこれから期待していますし、会社としても整理していく必要があるポイントだと感じています。

社外取締役対談

今後のビジョンに対する期待や改善策

森： 今の社内取締役のバランスはとても良いと感じています。上場企業としては、トップが変わっても会社が継続していくことが重要ですが、佐野さんから大田さんに社長が交代しても、そのバランスは良く安心感があります。

また、昇進人事のタイミングで部長以上の候補者の方が取締役会に顔を出す機会があるのですが、「会社の層が厚い」と感じます。経営の中枢を担う人材がしっかり育ってきている印象を受けますし、これからも人材育成に力を入れていけば、良い経営が続いていくのではないかと期待しています。

内藤： これまでの業績を見ても、十分に成果を出してきた企業だと思いますし、足元ではストックビジネスが順調に伸びていることから、顧客にしっかりと価値を提供できているビジネスモデルだと感じています。今後はその顧客基盤に新たな商材やサービスを重ねていくことで、さらに業績拡大も期待できていると思っています。

一方で、大きな成長を目指すうえでの課題もあります。それは、非連続的成長をどう実現していくか、大きなM&Aをどう進めていくという点です。

既存事業を伸ばしていくことも重要ですが、ビジョンの持つ営業力・組織力・企業文化を活かして、シナジーのある大きなM&Aを実行できるかどうか、次の成長フェーズのカギになると考えています。ただ、これまでの実績や組織の柔軟性を見ると、ビジョンならそれが可能だと思っていますし、期待もしています。

最後に、ガバナンス面での透明性の高さは評価できますし、

成長性という意味でも、企業文化やビジネスモデルそのものが大きな強みになっていると実感しています。今のマーケット環境であれば、もっと評価されるべき成長企業ではと思っています。

原田： 株主総会に出席して強く感じたのは、株主の皆さんがビジョンに対して期待を持って、応援してくださっていることでした。株主と会社がしっかりと同じ方向を向いていることが伝わってきて、私にはとても印象的でした。

数字やKPIに対してのコミットメント体制も明確で、営業力の強さとなっています。これはビジョンの強みを支える武器だと思います。ただ一方で、強い営業力に依存している面があるとすれば、それは弱みもあると感じています。これからは、マーケティングやブランディングにもっと注力して、PUSH型だけでなく、よりPULL型のセールスも展開できる会社になってほしいと願っています。私自身メーカーとしてのバックグラウンドを持っていますので、その視点でも、自分の知見を少しでも活かしていけたらと考えています。

もう一つ大切だと思っているのは、ダイバーシティへの対応です。ビジョンはすでに多様性を尊重するカルチャーがある会社だと感じています。今後の海外進出を見据えると、さらに外国人雇用や女性活躍を推進していくことが、グローバル企業への進化につながっていると思っています。

今後、国内企業から世界で戦うグローバル企業へと飛躍していくビジョンを楽しみにしています。

那珂： 繰り返しになりますが、ビジョンは本当に営業力が強いですし、ビジョンに任せれば何でも売れるのではと感じるほどです。しかも、通信分野においては、商品開発の面でも、

業界のリーダー的な存在になりつつあると思っています。

今後も通信分野に軸足を置いた会社であり続けたいと思いますし、個人的には、グローバル企業になってほしいという期待も込めています。グローバルWiFi事業と情報通信サービス事業は、これからさらにより強固になっていくはずですよ。

既存事業については、大田社長を中心にさらに伸ばしていくと思います。大田社長は生粋の営業パーソンという印象です。現場感も非常に強い。一方で、佐野会長はアイデアパーソンとして、他の企業との接点も豊富です。お二人のバランスはとても良いと感じており、株主価値を大切にしながら、コンプライアンスもしっかり守りつつ、今後も通信分野でリーダーシップを発揮し続けてくれると期待しています。個人的には、既存事業の強化に加えて、新しいビジネスの創出にも大いに期待し、楽しみにしています。

課題としては、社内の女性幹部の登用です。私自身と原田さんは外資系の出身なので、ダイバーシティの重要性を実感しています。現在、女性の部長が1名ですが、私が社外取締役を務めている間に、女性の執行役員や取締役が誕生する、そんな環境をぜひ実現したいと思っています。

ビジネスリスク一覧

事業等のリスク

(1) 事業内容に関するリスクについて

① グローバルWiFi事業におけるリスク

a.	通信キャリア等からの仕入条件について	当社グループは、世界各国の通信キャリア等から通信サービスを仕入れておりますが、当社グループが、従前と同様の仕入条件で更新できるという保証はありません。さらに、各通信キャリア等の事業方針の変更により、当社グループが従前より不利な仕入条件への変更を余儀なくされる可能性もあります。当社グループの各通信キャリア等からの仕入条件が悪化した場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
b.	為替レートの変動について	当社グループは、外貨建の取引を行っております。これに伴い外貨建の収益・費用及び資産・負債が発生しております。為替レートの変動による影響を軽減すべく為替予約等によりリスクヘッジを行っておりますが、急激な為替変動があった場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
c.	競合他社の影響について	当社グループと同様に、国内外への渡航者向けにモバイルWi-Fiルーターのレンタル事業を営んでいる競合企業が存在しております。当社グループは、提供エリア数、サービス提供価格、通信速度及び通信品質、付加サービス等の差別化等の取り組みを行っており、今後もさらにサービスの向上、ブランド力の強化を図ってまいります。 しかしながら、異業種からの新規参入者等を含め競合他社との競争激化による収益力の低下や、広告宣伝費の増加等により当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
d.	提携・協力関係について	当社グループは国際的な競争力を強化するために、販売代理店、協力企業等のビジネスパートナーと様々な提携・協力を行っており、それらを通じて商品やサービスの開発、販売・サービス体制の整備・拡充の展開を図っております。提出日現在においてビジネスパートナーとの関係性は良好であります。期待する効果が得られない場合や何らかの事情により提携・協力関係が解消された場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

e.	Wi-Fiルーターについて	当社グループは、世界各国の通信キャリア及びメーカーからWi-Fiルーターを仕入れております。Wi-Fiルーターの使用年数は、電池劣化、基盤劣化及び筐体劣化により平均2年程度※でありレンタル資産として計上し償却を行っております。仕入れたWi-Fiルーターの劣化速度が早まった場合や技術革新等によりWi-Fiルーターの開発サイクルが短期化された場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 また、適切な販売予測に従い仕入を増加し、品切れによる販売機会のロスと過剰在庫の防止を図っておりますが、在庫の増加に伴う管理の煩雑化により、適切な管理に支障をきたす可能性がございます。 ※ 電池交換が可能なWi-Fiルーターは2年以上使用できる場合もありますが、傷が多くなる等レンタル商品として見合わない状態になることもあるため2年間程度の使用としております。
f.	その他、事業を取り巻くリスク	上記の他、事業を取り巻くリスクとして、テロや戦争等世界情勢の変化や地震・台風等自然災害による渡航インフラへの被害等が発生し、海外渡航に対する意欲の急激な減退が生じた場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 なお、ウクライナ情勢、中東情勢、米中間での政治的・経済的な対立、台湾・中国問題、北朝鮮によるミサイル試射等、地政学的リスクの高まりについて特に注視してまいります。

② 情報通信サービス事業におけるリスク

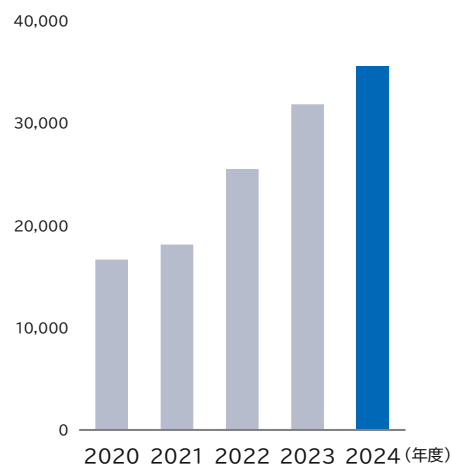
a.	通信キャリア等からの受け取り手数料について	当社グループは、通信キャリアが提供する通信サービスへの加入契約の取次ぎ等を行うことにより、当該サービスを提供する通信キャリアまたは一次代理店より、契約取次ぎの対価として手数料を収受しております。受取手数料の取引条件は、通信キャリアによって異なっており、通信キャリアの経営方針の変更等により、大幅な取引条件の変更が生じた場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
b.	情報通信機器の仕入条件について	複合機、ビジネスフォン、ネットワーク機器等の情報通信機器において、仕入先の状況により、製品の遅延や欠品等の影響が生じた場合、顧客への納品遅延やキャンセル等が発生する可能性が考えられます。 調達先を一つに依存せず多様化し、代替製品を含めた複数サービスを取り扱う強みを生かし、外部環境の変化に柔軟に対応しておりますが、競争激化に伴う仕入単価の増加等が想定以上に悪化した場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

ビジネスリスク一覧

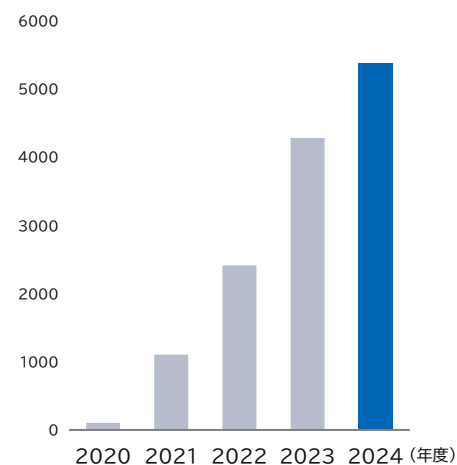
③ グランピング・ツーリズム事業におけるリスク		
a.	施設の毀損、劣化について	当社グループは、想定が必要と考えられる事態に対し、事業活動への影響を最小限に抑えるための体制を整えております。しかし、台風や地震等の天災に関しては、想定を超える事態が発生する可能性が考えられます。そのため、こうした事態が発生した際には、当社グループの経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
b.	食中毒について	食材の提供を行っており、新たな病原菌や食品衛生管理の瑕疵等により食中毒事案が発生した場合、ブランドイメージの失墜により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。これらの事案発生を未然に防ぐべく、指導や社員教育を定期的に実施し、食品管理意識の向上を図っております。
④ 売上債権等の貸倒リスク		当社グループでは、国内外の多くのお客様にサービス提供を行っており、業績の拡大、その中でもOA機器の割賦販売に伴う売上債権が増加する傾向にありますが、十分に与信管理を行うとともに、売上債権等に一定の貸倒引当金を計上することで、債権の貸倒れによる損失に備えております。 しかしながら、債務者の状況の変化によって、貸倒損失の発生や貸倒引当金の積み増しを行う場合は、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
⑤ 業務提携、M&Aに関するリスク		当社グループは、業務提携やM&Aを事業の早期拡大の有効な手段の一つと考えております。実施に際しては、対象企業や事業の財務・法務・ビジネス等について綿密なデューデリジェンスを行い、十分に投資対効果やリスクの把握に努めておりますが、事業環境の変化等で計画どおりに事業が進まない場合や、デューデリジェンスで認識していない問題等が発覚した場合、のれんの減損損失や評価損が発生し、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
⑥ システム障害に係るリスク		当社グループの事業におきましては、サービスの基盤をインターネット通信網に依存しております。そのため、データベース及び販売用WEBサイトの利用が妨げられるようなシステム障害の発生やサイバー攻撃によるシステムダウン等を回避すべく、稼働状況の監視等により未然防止対策を実施しております。 また、プログラム上の欠陥等偶発的な障害が起こらないよう最善は期しておりますが、万一の場合に備えて迅速なリカバリー対策を構築し、完全オフライン対応が可能な体制を整備しております。 しかしながら、このような対応にもかかわらず大規模なシステム障害が発生した場合には、サービスの提供に支障をきたし、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
⑦ 人材の確保及び育成に係るリスク		当社グループの更なる販売活動強化及び事業拡大を図るため、新卒者・専門知識保有者・グローバル事業推進のための語学力を有する人材の採用活動の強化に加え、社員の階層に応じた研修を実施する等人的資源の活性化に引き続き注力する方針であります。また、教育体制を強化し、評価の透明化・公平化に努め、専門家と連携して通報・相談窓口を設け、退職の防止に努めております。しかしながら、上記方針に基づく採用計画や人材育成が計画どおり進まない場合、または予測を超えて退職者が増加した場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
⑧ 法的規制に係るリスク		当社グループの事業におきましては、「不当景品類及び不当表示防止法」「特定商取引に関する法律」「電気通信事業法」「食品衛生法」「旅館業法」等の法的規制を受けております。また、グローバルWiFi事業においては、世界各国の現地通信キャリア等から通信サービスの仕入を行っており、各国の法律等の規制を受けております。今後、これらの法令や規則等の予測不可能な変更あるいは新設が、当社グループの事業活動の制限や法的規制の遵守のための費用の増大等につながり、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
⑨ 個人情報保護について		当社グループでは、個人情報を保有しておりますが、個人情報漏洩防止に関して個人情報保護に関する法令を遵守するとともに、個人情報保護方針を定め、個人情報の取り扱いには細心の注意を払っております。しかしながら、何らかの原因により大規模な個人情報漏洩事故が発生した場合、当社グループの信用失墜や、損害賠償費用が発生する可能性があります、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
⑩ 訴訟等について		当社グループでは、行動規範を定め、コンプライアンスの推進により、誠実な事業活動に努めております。しかしながら、当社グループの役員、従業員の法令違反等の有無にかかわらず、利用者、取引先、その他第三者との不測のトラブル、訴訟等の発生のリスクがあるものと考えております。 訴訟の内容及び結果によっては、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
(2) その他		
新株予約権の行使による株式価値の希薄化について		当社グループは、業績向上への意欲を高めることを目的として、当社グループの役員及び従業員に対して、ストック・オプションによる新株予約権の発行を行っております。2024年12月31日現在、新株予約権の目的となる株式数は、「第4 提出会社の状況 1 株式等の状況 (2) 新株予約権等の状況」に記載のとおりですが、これらの新株予約権が行使された場合、発行済株式総数が増加し、1株あたりの株式価値が希薄化する可能性があります。

財務非財務ハイライト

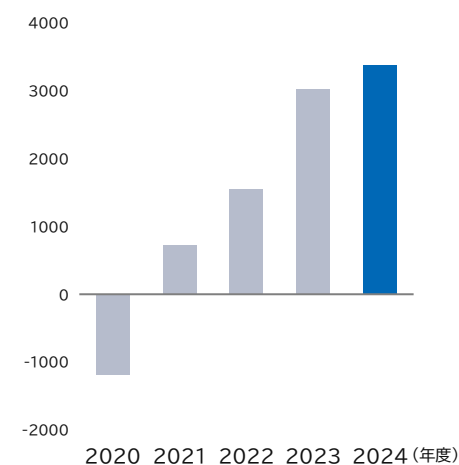
売上高 (百万円)



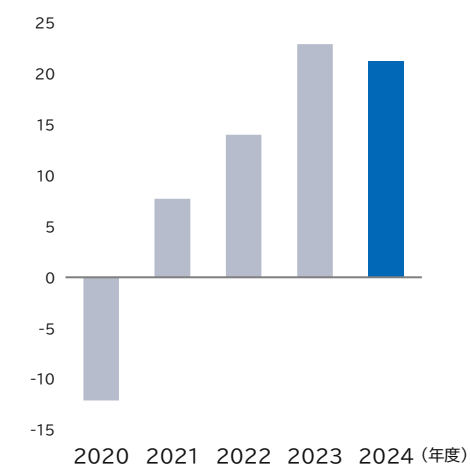
営業利益 (百万円)



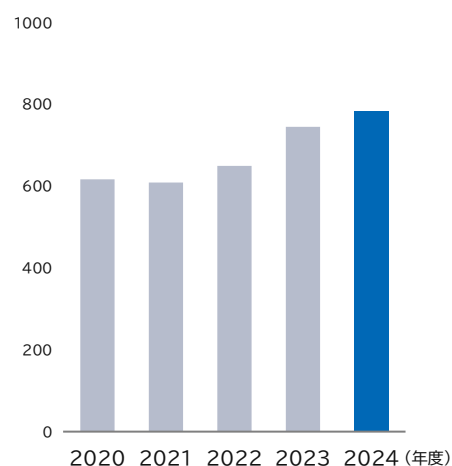
当期純利益 (百万円)



ROE (%)

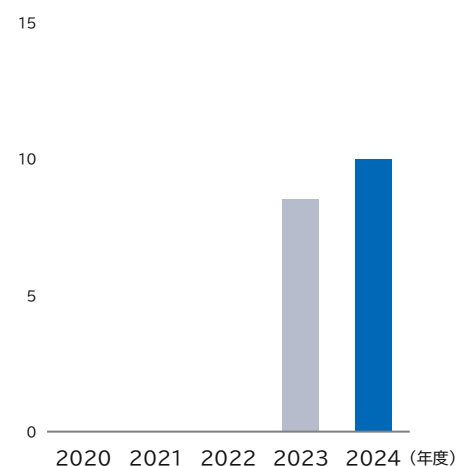


連結グループ従業員数 (名)



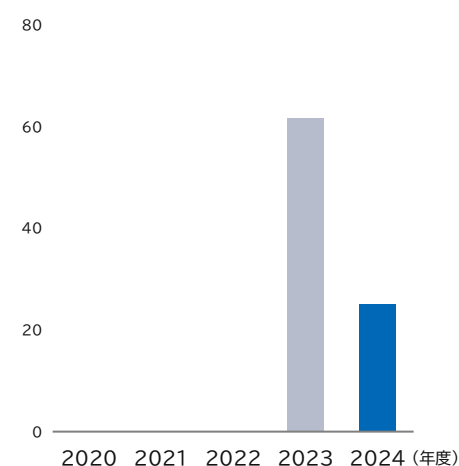
(注) 平均臨時雇用人員は除く

女性管理職比率 (%)



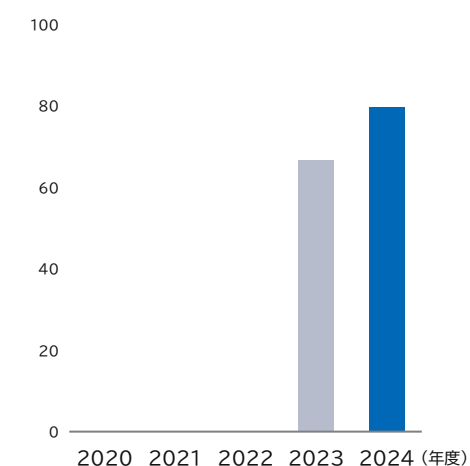
(注) 2020年～2022年は非公表

男性育児休暇取得率 (%)



(注) 2020年～2022年は非公表

年次有給休暇取得率 (%)



(注) 2020年～2022年は非公表

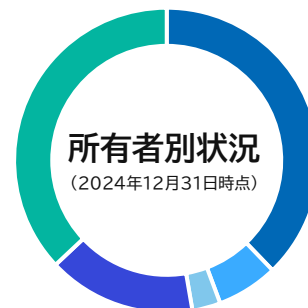
財務サマリー

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
売上高	(百万円)	16,654	18,100	25,487	31,807	35,528
売上総利益	(百万円)	8,793	9,008	12,330	17,802	20,570
売上高総利益率	(%)	52.8	49.8	48.4	56.0	57.9
販売費及び一般管理費	(百万円)	8,689	7,903	9,916	13,521	15,205
営業利益	(百万円)	103	1,105	2,414	4,280	5,365
売上高営業利益率	(%)	0.6	6.1	9.5	13.5	15.1
経常利益	(百万円)	227	1,143	2,422	4,337	5,422
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	△1,183	729	1,548	3,025	3,375
総資産	(百万円)	11,313	14,932	17,951	21,366	25,261
自己資本	(百万円)	8,746	10,113	12,022	14,389	17,467
純資産	(百万円)	8,769	10,122	12,039	14,607	17,890
有利子負債	(百万円)	46	902	981	723	599
1株あたり当期純利益	(円)	△25.07	15.47	31.96	61.87	69.75
1株あたり純資産	(円)	185.79	212.52	245.75	297.72	358.97
1株あたり配当金	(円)	-	-	-	-	27
ROE	(%)	△12.1	7.7	14	22.9	21.2
営業活動によるキャッシュフロー	(百万円)	△395	1,412	1,539	5,054	3,116
投資活動によるキャッシュフロー	(百万円)	△375	△554	△1,200	△1,840	△1,163
財務活動によるキャッシュフロー	(百万円)	△1,035	30	137	△1,040	△478

コーポレートデータ

会社概要

会社名	株式会社ビジョン
設立	2001年12月4日（創業1995年6月1日）
本店所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿六丁目27番30号 新宿イーストサイドスクエア8階
URL	https://www.vision-net.co.jp/
連結従業員数	945名
資本金	2,713,443,000円



区分	所有株式数 (千株)	所有割合 (%)
政府公共団体	0	0.00
金融機関	190,418	37.78
金融商品取引業者	32,835	6.51
その他法人	15,297	3.03
外国法人等	79,165	15.71
個人その他	186,361	36.97

(注)1 自己株式1,578,235株は、「個人その他」に15,782単元、「単元未満株式の状況」に35株含まれております。

(注)2 上記「金融機関」には、株式給付信託の財産として株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する株式183,500株(1,835単元)が含まれております。

株式基本情報 (2024年12月31日時点)

証券コード	9416
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
決算期	12月
基準日	12月31日
単元株式数	100株
定時株主総会	事業年度末日の翌日から3か月以内
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社
広告掲載方法	電子公告により行います。
広告掲載URL	https://www.vision-net.co.jp/ やむを得ない事由により電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います
発行済株式総数	50,422,000株(2024年12月31日時点)
株主数	33,823名

大株主の状況

株主名	所有株式数(千株)	所有比率(%)
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	5,764	11.80
みずほ信託銀行株式会社有価証券管理信託 (佐野 健一口0730078号)	4,051	8.29
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	3,736	7.65
佐野 健一	2,611	5.35
みずほ信託銀行株式会社有価証券管理信託 (佐野 健一口0730079号)	1,350	2.76

※所有比率は自己株式を控除して計算しております。

サステナビリティに関する評価



B





お問い合わせ

株式会社ビジョン

〒160-0022
東京都新宿区新宿六丁目27番30号
新宿イーストサイドスクエア8階

<https://www.vision-net.co.jp/>

TEL 0120-322-440