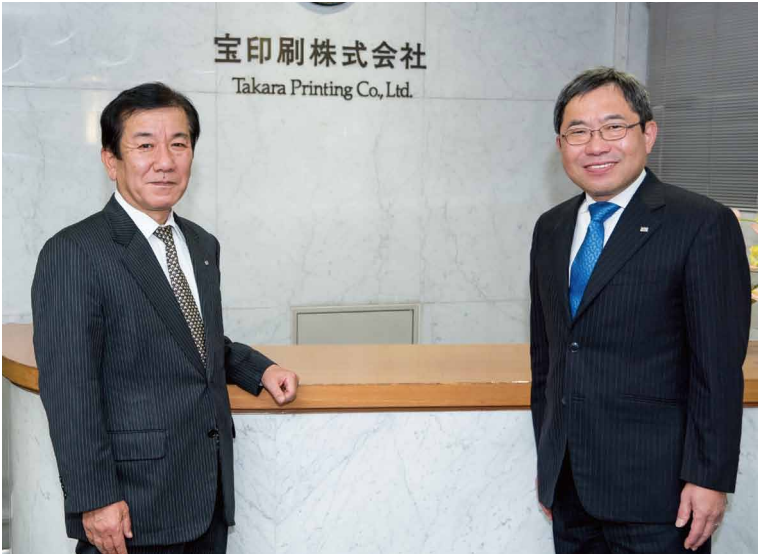


ディスクロージャー支援事業のパイオニアが 地方企業育成に参戦！



宝印刷 株式会社

堆 誠一郎
代表取締役社長

田村 義則
取締役 常務執行役員

ディスクロージャー支援事業のパイオニア、宝印刷がJ-Adviserに名乗りをあげました。宝印刷は、上場企業の生命線である有価証券報告書、事業報告書、招集通知およびIR関連の制作支援を行う、上場企業にとって必須のパートナーです。その延べクライアント数は全上場企業の50%以上、約2,000社を誇っています。宝印刷の強みを活かした上場支援について、堆誠一郎代表取締役社長、J-Adviser担当役員である田村義則取締役にお伺いしました。

J-Adviser に名乗りをあげた理由

まず、宝印刷さんの事業の特徴からお話いただけますか。

田村 私どもは戦後間もない1952年創業で、開示業務一筋で65年間続けてきました。開示業務というのは、有価証券報告書、有価証券届出書、招集通知などの「法定開示書類」と、年次報告書などIR関連ツールと呼ばれる「任意開示書類」のコンサルティング、制作、印刷です。

書類の印刷だけでしたら、どの印刷会社でもできますが、弊社の強みは、その様式と中身までアドバイスができることです。金融庁や東証が定める開示規則や様式は年々改定されますので、上場企業がそれらをぜんぶ把握するのは大変です。そこで私どもは改訂された内容を分かりやすくお伝えしたり、間違っているところや不足している内容をチェックするコンサルタント業務も行っており、この部分が非常に専門性の高いサービスとなっています。

特に近年、監査の厳格化が求められて、訂正報告を出すケースが増えたり、監査法人は企業にアドバイスをしてはいけないという流れになっていますので、開示に関しては私どもが責任を持って並走するスタイルになってきました。クライアントは上場企業2,000社を超えていますので、上場企業の

パートナーとして、日本のディスクロージャーのインフラを担っていると自負しています。

そのディスクロージャーのパイオニアがJ-Adviser に名乗りをあげたのはどういう理由ですか。

田村 我々の業務には、ディスクロージャー業務の他に、上場企業の発掘・支援業務があります。上場支援はもう四半世紀以上行っており、社内規程作成、業務フローチャート作成、内部統制構築など社内の組織づくりから中期経営計画作成、上場審査質問対応までワンストップで提供しています。過去5年でIPOを果たした新規上場企業の約5割を弊社でサポートしており、このIPO関係のニーズが、近年大きく伸びてきました。

そのような状況の中、東証が地方銀行と提携して上場支援をスタートしたことを伺いました。地方銀行は私どもにとっては、開示業務のお客様です。私どもは、上場している地方銀行にどのようなサービスが提供できるかと考えておりましたので、J-Adviserになって、地方銀行のお客様である地元企業の上場支援ができれば、これはすごく良いサポートになるのではないかと考えたのです。地方企業が活性化すると、地



堆代表取締役社長

方銀行にとっても地元にとってもいいですよ。もちろん私どもも上場支援に厚みができて可能性が広がっていきます。

政府が地方創生を進めていますので、その流れとも合致していますね。

堆 日本経済は都市に集中していますので、もっと地方企業が活性化していくことが必要だと思います。地方の上場予定企業に何うと、こんなに良い会社があったのかと驚くことがよくあります。ですから、私どもはJ-Adviser になってさらに地元企業を強くしていきたい。弊社はIPO発掘部隊、金融法人営業部隊が全国的に整備されていますので、東証と地方銀行の提携に私どもはアドバイザーとして参画させていただいて、一緒に企業支援をさせていただきたいと思っています。

2,000社を超える上場企業とのコネクションを活かして

宝印刷さんがJ-Adviser になったときの会社側のメリットをお話いただけますか。

田村 私どもは2,000社を超える上場企業の開示をお手伝いしていますので、これ自体が我々の財産であり強みであると言えます。

というのは、開示サービスは公表前のデータを扱いますから、信頼関係がないと安心して任せていただけません。つまり私どもは2,000社を超える上場企業と信頼関係を構築しているということです。この信用力が一番で、まず会社の将来を語り合うパートナーとして信用していただくことができます。私どもとしては、この信用力を武器として、事業承継やM&Aも含めて企業のビジョンを本音でお話いただける関係を築きたいと思っています。

クライアントが上場企業2,000社というのはすごいですね。そのコネクションを活用することもできるのでしょうか。

堆 たとえばM&Aや工場用地誘致などの希望があった場合、私どものお客様とつないでいくことも考えています。M&Aにおいては、実は買い手はたくさんいるんですよ。しかし、売り手の情報はなかなか出てきません。周囲に動揺が広がるのでクローズにされているのです。そういう情報は地方銀行が持っているらしいので、地方銀行と弊社が連携することで地方企業と上場企業のマッチングが進められるのではないかと考えています。

御社は開示情報を作るプロフェッショナルですが、上場に向けて実際の組織づくりにおいてはどのようなサポートになりますか。

田村 弊社にはIPO支援の専門部署がありますので、上場の考え方から組織づくり、開示書類づくりまで一貫してサポートしていきます。上場に向けて、私たちが重要視するのは「適切な開示が可能な体制であるか」、「利益の源泉が確保されているか」、「株主の利益を第一と考える企業であるか」ということです。これをブレイクダウンすると、ガバナンス及び内部管理体制の整備、合理的な事業計画の策定を行うこととなりますが、これらは東証での上場審査の際に求められるものでもあります。私どもはこの上場要件に従って、体系的かつ個々の会社に合わせたアドバイスを提供し、スムーズかつスピーディな上場準備をサポートしていきます。

開示する情報の質も重要だと思いますが、ここも宝印刷さんの得意分野ですね。

田村 IR情報は、この数年で非常に充実してきました。それは個人投資家を意識したIRに変わってきたからだと思います。個人投資家が増えてきたことによって、もっと分かりやすくという要望が強くなり、各社とも表現方法を工夫するようになってきました。やはり情報開示は「信用を得る」ことが目的ですから、開示する情報は分かりやすく見せていくことがとても大切です。この数年で株主にお送りする事業報告書もカラフ

ルになって、その会社が何に力を入れているのかなどきちんと訴求する内容になってきました。この株主に対するコミュニケーションをSR「シェアホルダー・リレーションズ」と名付けたのは弊社で、IR、SRともに、より効果的なコミュニケーションが

できるように各社に提案しています。特に最近のトレンドとして、WEBサイトの充実とスマートフォン対応があります。弊社グループにはWEBサイト制作の専門会社がありますので、上場支援部隊と連動してサポートしていきます。

海外進出を考える企業のサポートも可能

TOKYO PRO Market は英語での開示が認められています。御社の英語での情報開示支援やアジア証券市場との取り組みが TOKYO PRO Market において、どのように活かされると考えられますか。

堆 まず英語での情報開示は非常に専門性の高い分野です。英文財務諸表をはじめ招集通知、決算説明会資料などの英語版は、数値や部署名の正しい表記、分かりやすい英訳、すべての情報の日英の突き合わせなどが発生し、通常の翻訳会社から弊社に切り替える会社も多くあります。東証がコーポレートガバナンス・コードにおいて英語版での情報開示を推奨していることもあり、ディスクロージャーの翻訳は実は急成長している分野なのです。

いま弊社では、英語の翻訳に力を入れるとともにアジア証

券市場との関係構築を進めています。フィリピン、インドネシアの証券取引所とは業務提携を結び、現地法人の上場支援、英語での情報開示サポートを行っています。

このような取り組みを踏まえ、TOKYO PRO Market の活用法として、例えば、地方でも海外進出を行っている会社は、英語でのディスクロージャーに挑戦してみてもはどうでしょうか。グローバルで信頼性が得られれば、たとえばアジアに進出するときに出店がしやすかったり、業務提携がスムーズにいくという大きなメリットがあると思います。

また海外の企業が、日本での信用をつけたいときに TOKYO PRO Market に上場するという展開もあると思います。IFRS ベースでの開示になろうかと思いますが、弊社には豊富な経験がありますので十分対応が可能です。

企業成長の触媒としての TOKYO PRO Market の可能性

TOKYO PRO Market の可能性はどのように見られていますか。

堆 地方創生の中心は地方企業ですよね。地方企業が活性化すれば雇用も生まれ、地方が元気になっていきます。そこで地方企業をいかに育成するかを考えたとき、キーになってくるのはその地元の富裕層ではないかと考えています。つまりその地元の銀行と富裕層が一緒になって地元企業を応援していく。この仕組みをつくる触媒として TOKYO PRO Market が活用できるのではないかと考えています。

地元の銀行と富裕層と企業の連携ということですね。

田村 アメリカでは、財務諸表に監査証明がついていれば、これは信頼できるものだということで銀行の信用がついて、そこに投資家が入ってくるという流れがあります。たとえばシリコンバレーは、スタンフォード大学があって起業家を取り巻く「エンジェルネットワーク」が確立されて一大産業を生み出しています。

しかし日本では非上場企業の多くは、監査を受けていませ

んから、投資家はその企業への投資判断が困難となります。金融庁は地方活性化のために、企業の将来性を見て貸し出



田村取締役

すように勧告していますが、銀行としては目利きの難しさがあるのだと思います。そこで、企業が TOKYO PRO Market に上場し、銀行が目利きのツールの一つとして TOKYO PRO Market を活用するのは、とても良い方法だと思います。

御社も J-Adviser として目利きの役割を果たすということですね。

堆 私どもの IPO 発掘部隊は、銀行とは異なる視点から企業の可能性を見つけ出すことができると思いますので、私どもが目利きして企業を見定め、サポートしながら情報開示することによって、銀行もリスクを取って貸し出しができるようにな

るでしょう。そしてもう一つのキーが、地元の富裕層の参画です。地元の富裕層は地方銀行が顧客として把握していますので、仕組みさえできれば TOKYO PRO Market 上場企業への投資を促していくことも可能ではないかと思います。こうして地元関係者が地元の企業を応援する仕組みができると、地方創生の大きな力になっていきますね。TOKYO PRO Market 自体も活性化して、機関投資家やエンジェルがもっと売買するようになっていくのではないのでしょうか。そうするとさらに企業は成長し、東証マザーズや一部に上場するというストーリーも描かれていくのではないかと思います。

TOKYO PRO Market が地方企業を効果的に成長させる触媒となる。弊社がその一助となれば大変嬉しく思います。

宝印刷の主な歩み

1952年	株式会社宝商会創業(港区桜田町)	
1960年	宝印刷株式会社設立	
1986年	株式会社店頭登録(株式公開)	
1998年	東京証券取引所市場第二部に上場	
2001年	EDINET対応「TAKARA.DIC-NETシステム」が稼働	
2003年	東京証券取引所市場第一部銘柄指定を受ける	
2006年	上場支援専門会社(株)タスクを子会社化	
2007年	子会社ディスクロージャー・イノベーション(株)設立 総合ディスクロージャー研究所開設、「個人投資家のための会社説明会」スタート	
2009年	金融法人営業部の発足	
2012年	IR向けコミュニケーションサービス「e-AURORA XIRCLE」を開始	
2013年	グローバルソリューション部の発足 開示会計システム会社、(株)スリー・シー・コンサルティングを子会社化	
2015年	TAKARA International(Hong Kong)Limitedを設立	
2016年	(株)ディスクロージャー&IR総合研究所を設立	
2017年	Web制作会社、(株)イー・ツーを子会社化	
2017年	J-Adviser 室の発足	
		改革が進む日本の開示制度
		1996年 金融ビッグバン/IPO意欲の高まりにより、東証マザーズ、大証ヘラクレス等、新興市場が誕生
		2001年 有報の電子開示(EDINET)スタート
		2006年 会社法施行/内部統制、コーポレートガバナンス確保義務付け
		2007年 金融商品取引法施行/四半期開示・XBRL開示・内部統制報告監査開始
		2014年 新EDINETで開示書類の電子データ利用が促進
		2015年 金融庁及び東証/コーポレートガバナンス・コード公表



宝印刷株式会社

1952年、前身の「株式会社宝商会」設立。1960年、宝印刷株式会社設立。証券取引法・会社法関連の開示書類の作成支援および印刷を行う。1998年東証二部に上場。2003年第一部銘柄指定を受ける。この頃からIPO関連のコンサルティングやIR支援に力を入れ、さらに株主向けのコミュニケーション活動をSR(シェアホルダーリレーションズ)と名付けてサービスを展開。「単純な印刷会社」ではなく「情報を加工する会社」としてシステム開発、WEBサイト制作など幅広く上場企業をサポートしている。