

価値創造を実現する成長戦略

トップメッセージ

業界のリーディングカンパニーとして「最高」の水準を示し、前進していきます。

代表取締役社長

三宅 卓

当社グループは、成長軌道への回帰を果たすべく中期経営目標を再設定し、その達成に向けて新たな取り組みをスタートしました。ここでは、パーパス制定からの動きを振り返りながら、現在の課題認識と今後の事業展開についてご説明いたします。

パーパスの共有・浸透とフィロソフィーの制定

全社員の意見を反映し、作り上げたパーパス

当社グループは2022年6月、自社の存在意義を表すパーパス「最高のM&Aをより身近に」を掲げ、2023年1月には、このパーパスの実現に向けて企業としての信条や社員の行動規範・判断基準となる「フィロソフィー」を公表しました。まずは、パーパスの制定から公表後の動き、社内におけるパーパスの

共有・浸透状況までの振り返りを述べさせていただきます。

2021年に創業30周年を迎えた私たちは、「第二創業」というキーワードのもと、全員が創業者という気概で新たな取り組みを進めてまいりました。パーパス制定もその一つで、2022年1月には、全社員研修の場でパーパスに関する勉強会を実施するなど、会社と部署と社員一人一人が各々のパーパスを持ち、それぞれのパーパスが重なる部分を見いだしていく重

要性について、社員に伝える場を設けました。

そうした中で当社グループは、四半期決算において売上を前倒し計上する不適切な社内処理が発生したこと及び私を含む役員の処分を同年2月に対外的に公表し、3月には本件に関連した社員の処分を決定しました。この不祥事や処分内容をめぐり、社員の間で価値観や見解の相違が表出し、会社としての「気持ちの一体感」が失われる状況となりました。

約1,000名のグループ社員の気持ちをもう一度まとめていく上でも、パーパスの必要性が一層高まってきました。そしてこのパーパスは経営陣が決めるのではなく、社員が主体性を持ち、全員で作りに上げるべきと考え、全社員を対象にアンケートを実施。これからも残していきたい当社の価値観、想いや、新たに加えたいキーワードを募り、集まった約1,200件の意見をもとに経営会議で検討しました。

こうして制定した「最高のM&Aをより身近に」というパーパスを全社員が理解し、自分事として考え、これからの私たちのDNAとして受け継いでいくために、パーパスに関するワークショップの開催や、社内での個人パーパス対談冊子の公開、ポスター掲示など、さまざまな取り組みを行ってまいりました。

「Teach-in」とパーパス制定による一体感の回復

パーパス制定の動きと並行して、不祥事以降の社内分断を解消し、社員の連帯を取り戻すべく、私自身が全社員と直接話し合う「Teach-in」を実施しました。2022年4月から5月にかけて、20名を1グループとして50回、一人一人と率直に向き合う時間を設けました。

社員の「気持ちの一体感」が失われた背景として、コロナ禍で社内のコミュニケーションがWebミーティング中心となり、不祥事の経緯や処分内容の説明においても、誤解・曲解が生じて増幅しやすい状況になっていたことが挙げられると思います。1回2時間の対面での「Teach-in」で、不祥事に関する話だけでなく、会社のビジョンや成長戦略、私自身の人生観など多くの質問に答え、丁寧に対話を重ねていく中で、社内の雰囲気が次第に良くなっていく手応えを感じました。

私の感覚としては「Teach-in」によって50%ほど回復し、パーパスの制定を経て、現在では85%くらいまでは社内の一体感が取り戻せたように思います。

さらに一体感を高めるためには、「楽しい会社」にする必要があります。2022年度は不祥事の再発防止が中心テーマであり、社員は「楽しい会社生活」を送っていません。そこで、今年は社内の部活動を多く発足させ、「楽しい会社」を目指しています。

また、「未来を託せる会社」にすることも大切です。

成長戦略が中断した中で、社員は未来への展望やビジョンが見えにくくなっています。明確な会社のビジョンの元に、社員の未来の展望が明るく開ける会社にする必要があります。これらの取り組みで、社員の一体感を不祥事前よりも高い水準に持っていきます。

「最高」という言葉が伝える意思と価値観

私たちのパーパスは、「最高」という言葉に想いを込め、最高のコンプライアンス、最高のお客さま満足、最高の業務品質から成る「3つの最高」を掲げています。

当社グループは、数年前より「世界No.1のM&A総合企業」を志向し、成約数・顧客満足・業務品質・カバー力・総合力・イノベーション力・株式時価総額・従業員満足の8項目で世界一を目指しています。

中堅・中小企業の後継者不在問題を解決し、企業のさらなる成長に寄与するM&Aは、これからの日本及びアジアにとってますます重要性が高まり、必要不可欠な社会インフラとなるでしょう。業界におけるリーディングカンパニーを自負する当社グループは、自らの責務として業界全体のレベルを引き上げるためにも、「最高」の水準を高め続けていかなければならないと考えています。

私たちは、そうした意思と価値観を「最高」という言葉に託し、パーパスのキーワードとしました。

分かりやすく簡素な言葉で行動規範を示す

パーパスを実現していくためには何が必要か、そして不祥事の再発を今後どのように防ぐか。具体的にどんなDNAを残し、何を变えていくのか。私たちは、社員の行動規範や判断基準をあらためて明確にする必要性を認識し、3か月にわたって議論を重ね、新たに8項目の指針からなる「フィロソフィー」を定めました。社内では、2023年1月の全社員研修において制定内容を発表しました。

次世代に向けた言葉であることを意識し、私自身は多くの意見を述べることなく、経営陣が中心となって情熱を込め、皆でこれを作り上げてくれました。

今、社内では「フィロソフィー」の理解、浸透に向けて社員が携帯する冊子の作成や自発的なグループワークが開催されています。今期の採用面接では、共感するフィロソフィーの項目に則って当社でどんな仕事をしたいかレポートを書いてもらっています。求職者と会社がお互いの価値観を知り、理解を深める上でも「フィロソフィー」が機能しています。

2022年度の評価と今後に向けた対応

増収ながら計画未達、下期に大きく巻き返し

2022年度の連結業績は、M&Aの成約件数が1,050件に達し、売上高は413億円を超えて13期連続で増収を遂げ、いずれも過去最高を更新しました。しかし期初に掲げた計画数値には届かず、各段階利益において減益となりました。計画の未達について、株主・投資家の皆さまにお詫び申し上げます。

未達の要因として、この2022年度は不祥事の影響により実質的に営業活動のスタートが2か月遅れてしまったことが挙げられます。不満や自己矛盾を感じた社員の離職が続いたことでも上期は大きな痛手を受けました。特に、ミッドキャップ企業（売上10億円以上または利益5,000万円以上の企業）を対象とする高単価案件の担当部署で離職者が多く、また不祥事発覚を受けてミッドキャップ企業向けの企画を中断し、案件獲得が進んでいなかったことから、単価及び利益率の低下を招き、固定費の増加をカバーできず減益となりました。

しかしこうした状況下で、不祥事の再発防止を図りつつ、社内一体感を徐々に取り戻し、増収まで持ってきた点は、一定の評価ができると考えています。下期からの改善施策の奏功により巻き返し、第4四半期には、成約件数・売上高・経常利益がいずれも四半期実績の過去最高を更新しました。このうち経常利益は、前年の第4四半期と比較して3.6倍増という異例の大幅増益となっています。成約件数は、「社員の情熱の証」と言える指標であり、それが第4四半期に大きく伸びたことで、社内が再び一丸となってきたことを示していると感じています。

中期経営目標の見直しと新たな成長戦略

従来計画を2年遅れで追い、成長軌道復帰へ

これまで当社グループは、2021年度から2026年度までの第4期中期経営目標を設定し、2026年度連結業績における「売上高780億円」「経常利益350億円」の達成を目指してきました。しかし今回、2022年度において計画未達となったことを踏まえ、この目標を見直し、2023年度から2026年度までの計画数値を下方修正するとともに、2027年度連結業績における「売上高762億円」「経常利益305億円」を新たに設定しました。従来の計画を概ね2年後ろ倒しにする形で、成長軌道を取り戻していく考えです。

目標見直しの前提として、外部環境については、引き続き中堅・中小企業を中心とするM&Aニーズが拡大しており、中長期

ミッドキャップ企業向けカンファレンスを開始

業績改善にはミッドキャップ案件の獲得を再拡大するための対応が不可欠であり、2022年11月より企画を再開しました。現在は、企画内容をアップグレードし、積極展開を図りつつ、全社を挙げた「ミッドキャップ戦略会議」を毎月定例で開催しています。

新たに2023年度からは、米国のM&A業界を視察して参考にしたカンファレンス形式の企画を開始しました。厳選したミッドキャップ企業の経営者を招き、長時間にわたり語り合うアプローチで、確かな手応えを感じています。

2023年度下期には、これらの取り組みによる効果が現れてくるものと見込んでいます。

可視化された課題に対処し、企業体質を改善

不祥事による停滞で、これまで順調に業績を拡大してきた当社グループにとってあまり見えていなかった課題も可視化されました。

例えば近年の当社グループは、間接部門の人員増加により、直間比率の低下を招いている状況が見えてきました。また、各部門において業務プロセスの無駄や過剰品質が生じ、案件成約に至るまでのリードタイムが長くなり、生産効率が悪化していることもわかったのです。

課題の洗い出しや見直しを図る時間を得て、次の飛躍のための態勢を整える機会が得られた点に関しては前向きに捉えています。

的な市場成長が見込める状況にあります。M&A業界の競争は年々激しさを増しているものの、それ以上にM&Aのニーズは高まっており、今のところ外部環境の悪化傾向は見られません。

一方、当社グループの内部要因としては、不祥事の影響を受け、成長戦略に2年の遅れが生じたことと認識しています。当初設定した計画数値に対し、2021年度は経常利益が未達、2022年度は売上高及び経常利益が未達となっており、今回の目標見直しは私たちにとって「三度目の正直」です。確実に達成できる計画を立てなければなりません。2022年度実績を新たな発射台と捉え、まず2023年度に間違いなく実現できる数値として「売上高440億円」「経常利益170億円」を定め、そこから2027年度までの計画数値を設定していきました。

成長軌道を取り戻していくためには
生産性の向上が不可欠。
「人材成長の加速」と
「DX戦略の推進」により実現します。



2022年度下期、特に第4四半期は、一体感を取り戻した社員の情熱が業績に表れ、成約件数・売上高・経常利益ともかつてない成果を上げました。ただし、私たち役員も現場に入り、期末へのラストスパートを支えるなど、全社的な盛り上がりの中で達成したものであり、まだ巡航速度における実力ではないと考えています。

社内では、不祥事の処分を受けて部長職の人数が減少し、一人当たりのマネジメント対象の部下が増えたことから部長職の負担が大きく増加しました。しかしこの2年間、課長クラスの社員を対象とする「グループリーダー研修」を毎月実施してきた結果、2023年度を迎えるころには部長職に適した人材が育成できており、適正配置の維持が可能となりました。もちろん新任部長ですので、実力をフルに発揮するまでには少し時間がかかると見込んでいますが、2023年度業績には、下期から本格的に寄与するものと想定しています。

人材成長の加速とともに離職の抑止に注力

見直した中期経営目標を達成し、今後5年間で成長軌道を取り戻していくためには、生産性の向上が不可欠です。その具体的な施策として、当社グループは「人材成長の加速」と「DX戦略の推進」を図ります。

人材成長の加速は、前述のグループリーダー研修による部長職の輩出に見るように、教育研修を通じた早期育成と次世代リーダー層の強化が重要なテーマです。加速と言っても、M&A業務の複雑さや難しさを考えれば、やはり時間のかかる取り組みですので、社員のレイヤーに応じた育成プランを拡充しつつ、着実に進めていきます。

教育と並行し、生産性の向上に資する人材施策として私たちが注力するのは離職の抑止です。当社グループでは、将来的に離職率を半減させたいと考えています。M&A業務に携わる社員は、入社後の3年間で能力を大きく高め、成果が飛躍的に拡大することから、その離職を抑止することが生産性向上のカギとなります。

取り組みの一例を挙げますと、新人社員と先輩社員が二人一組で仕事し、早期に受託・成約を経験させるとともに、相互に成長

していく「2 in 1」制度を導入しています。同時に採用活動も人数の確保から人材の質をより重視する方針へ転換し、私自身も中途採用のセッションに参加して求職者に思いを伝えたり、質問に答えたりすることで、当社グループの採用にかける「本気度」を示すとともに、ミスマッチの防止にも取り組んでいます。

また、数年前から社員エンゲージメントの調査を毎年実施し、その結果を人材施策にフィードバックしています。近年は、自分自身の成長実感や会社全体の一体感についての問題意識を持つ社員が増えたことを踏まえ、「人材ファースト」や「楽しい会社にする」をテーマとする施策を実施し、社員エンゲージメントの向上を図っています。

[人材の取り組みについて ⇒ p.37](#)

DXでM&Aプロセスを効率化し、生産性を向上

生産性の向上については、一人当たり年間成約件数をKPIとして効果測定をしています。2022年度の一人当たり成約件数は2.4件にとどまっていますが、今後5年間で3.1件まで高めていく考えです。成約件数は、譲渡案件の受託からマッチングまでのリードタイムにも左右されるため、この期間をできるだけ短縮しつつ、歩留まりを高める必要があります。そこで効果を発揮するのが、M&Aプロセスの効率化に向けた「DX戦略の推進」です。

当社グループでは、業界最多の成約実績を活用し、取引事例法という評価手法を用いた未上場企業の株式価値試算から、リスク把握や論点整理を自動化したプレデューデリジェンス、業界屈指のデータベースに基づき譲受け候補企業のリストアップを行うマッチング、最終締結における契約書及びクローリングパッケージの作成・管理に至るまで、デジタルをフルに活用した先進的なシステムを開発・導入しています。

引き続きDX戦略への積極的な投資を実行し、生産性の向上につなげていきます。

金融機関との提携を深め、M&Aニーズに対応

ネットワーク戦略として、地方銀行との提携を深め、動きを

トップメッセージ

活発化させていきます。特に地方都市では、過疎化による経済衰退を背景に、中堅・中小企業のM&Aニーズがますます高まり、金融機関に求められる役割が広がっています。そうしたニーズに対応すべく、当社は2023年7月、株式会社十六フィナンシャルグループとの合併会社を設立し、岐阜・愛知を主とする地域の事業者に向けてM&Aアドバイザー業務の提供を開始しました。

また先ほどDX戦略の例に挙げた、取引事例法を用いる未上場企業の株式価値算定システム(V-Compass)を地方銀行に導入し、勘定系システムに連動させて活用してもらう展開を進めています。当社グループは、この導入を通じて地方銀行との連携を強化し、M&A需要の取り込みにつなげていきます。

ダイレクト戦略では今後、ネットワークを持たない競合先との競争が一層激しさを増していくと見えています。その中で当社グループは、サテライトオフィスを含め全国に18拠点(2023年6月現在)を展開するエリアカバー力と、業種別に蓄積した対応ノウハウの強みを活かし、シェア拡大を目指します。エリア展開は、将来的に全都道府県に拠点を設置し、業種の強みと掛け合わせたアプローチを強化していく考えです。

ESG課題への対応を通じて実現するもの

マテリアリティの見直しとESG課題への対応

当社グループは2022年、自社及びステークホルダーに影響のあるESG課題を抽出し、18項目から成るマテリアリ

海外M&AとBATONZ事業のさらなる拡大へ

海外事業については、ASEAN地域5か国(シンガポール、ベトナム、マレーシア、インドネシア、タイ)に拠点を設け、日本企業との海外M&Aを推進しており、これからさらに成長が加速していく見込みです。現地でマッチング可能な譲渡案件を着実に積み上げており、IN-OUT案件(日本企業による外国企業の譲受け)の実績も増えてきました。

ASEANの譲渡案件を武器に今後は中国だけでなく、米国及び欧州の譲受け候補企業にアプローチし、海外M&Aを拡大していきます。

また、グループ事業の中でこの10年間、順調に成長し続けているM&A総合支援プラットフォーム「BATONZ(バトンズ)」は、M&A支援機関がカバーしきれない規模の零細企業や個人商店の事業承継を取り残すことなくサポートし、地域の文化や味、また、インフラとなっている生活周辺サービスなどを維持する役割を果たしています。

現在、月に約100件のM&Aを成約させており、世の中の期待に応える価値を提供しています。中堅・中小企業のM&Aニーズと比べて、市場の裾野は桁違いに広く、これからも間違いなく広がり続けると見込んでいます。

ティ(重要課題)を特定しました。このマテリアリティについては、固定的なものにとせず、社会環境と会社の変化に合わせて毎年見直すべきと考えています。今回は、抽出した課題について認識を深め、内容を練り直し、より明解なマテリア



コンプライアンスと
永続的成長、利益還元の
三つを高度なバランスで
維持します。

リティとすべく再特定しました。

[マテリアリティについて](#) ⇒ p.27

最重要なマテリアリティに関して、不祥事からの立ち直りを目指している当社にとって「コンプライアンスとガバナンス」は最低条件となるものです。

私は「優秀な人材を採用・育成し、組織を活性化する」を最重要と考えています。

採用・育成・活性化で業績は回復し、成長路線が復活、そして社員は自信と展望が持てるようになります。

その過程で必要なものが「パーパス・フィロソフィー」であり、その結果としてエンゲージメントが高くなると信じています。

私たちにESG課題やサステナビリティへの対応は、企業として果たすべき責務であると同時に、成長の機会をもたらすものであり、また世の中に存続するための条件でもあると捉えています。

環境(E)では、事業活動に伴うGHG排出量の削減や省資源への取り組みにとどまらず、M&Aプロセスにおける企業評価に環境指標等のESG要素を取り入れ、サプライチェーンのニーズ等に応える形で、私たちの価値提供をより一歩社会的に役立つものにしていく計画です。

社会(S)については、もちろん事業承継のサポートが地域の活性化を促し、企業の生産性向上を通じて、日本やアジアの経済成長に寄与していることが重要ですが、それだけではなく、多様な人材が活躍できる雇用の機会を提供し、ベンチャーやスタートアップ企業の出口戦略としてM&Aを活用できることによって、イノベーションの創出を支える役割も果たしています。

ガバナンス(G)は、コンプライアンスやリスクマネジメント、情報セキュリティも含め、当社グループ事業の継続性を担

保する取り組みと言えます。株主・投資家の皆さまに安心してご支援いただける企業を実現することで、新たな価値創造への投資が可能となり、企業価値をさらに高める拡大再生産の流れが生まれます。

また、リーディングカンパニーとして当社のガバナンスの知見を提供することにより、業界の健全な発展にも寄与したいと願っています。

私たちは、グループを挙げてESG課題やサステナビリティへの対応に取り組み、継続的な企業価値の向上を目指すとともに、社会の持続的発展に貢献してまいります。

グループ経営組織の中に
2つの会議体を新設

2023年度は、グループ経営組織の中心となる「経営会議」の下に、新たな会議体としてM&A領域の事業会社を統括する「M&Aストラテジック会議」とファンド領域の事業会社を統括する「フィナンシャルストラテジック会議」を設置しました。2つの会議体は、グループ経営組織の中で中間持株会社的な役割を担い、それぞれの領域において戦略面の連携を図り、事業会社の枠を超えてシナジーを発揮していく狙いです。ファンド領域では今後、ベンチャーキャピタル、ASEAN、カーボンニュートラルといった投資テーマを担う事業会社を立ち上げ、裾野を広げていきます。

持株会社化から1年半が経過し、経営会議を中心とする体制は、不祥事発覚後の立て直しにおいて真価を発揮し、ガバナンスの強化を果たしてきました。引き続き経営会議の主導により、グループ全体の成長を促進しつつ、将来のグループを率いる次世代経営陣の形成に向けてサクセッションプランを進めていきます。

ステークホルダーの皆さまに伝えたいこと

創業30周年の節目に「第二創業」のスタートを掲げ、持株会社化により新たな飛躍を目指した私たちは、不祥事の発生を機に企業風土から経営体制、財務体質、人材施策、事業戦略、業務プロセスに至るまで、グループ全体をあらゆる面で見直してきました。そこで捉えた課題を早期に解決し、筋肉質で生産性が高く、成長性のある会社を実現し

ていきます。

そしてコンプライアンスと永続的成長、利益還元の3つを高度なバランスで維持し、ステークホルダーの皆さまに満足していただけるよう努力してまいります。

これからも長きにわたり当社グループ事業へのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

中期経営目標

コロナ禍を乗り越えた当社グループは2021年度より第4期中期経営目標を設定し、さらなる成長に向け取り組んでまいりましたが、現在の社内外における経営環境を勘案し、中期経営目標を見直しました。従来計画を概ね2年後ろ倒しし、成長軌道を取り戻すことを目標としています。また、目標達成のためのKPIを新たに設定することで着実に取り組んでいきます。

第4期中期経営目標

「Exceed 30」

2027年度

経常利益目標 **305** 億円 成約件数 **2,400** 件

重点的取り組み事項

- ① 純粋持株会社化による経営スピードの向上
- ② DX戦略の推進による営業機会の拡大と生産性の向上
- ③ 人材の積極的採用と育成による業容の拡大
- ④ ESG経営による社会的課題への貢献

売上高予算を持つコンサルタント職数

一気通貫の採用～育成～活躍支援により
早期育成と次世代層の強化を実現へ

2022年度期末 **433**名 → 2027年度期末(計画) **766**名

受託件数

ダイレクト戦略を見直し、より友好的・
戦略的なアプローチへ

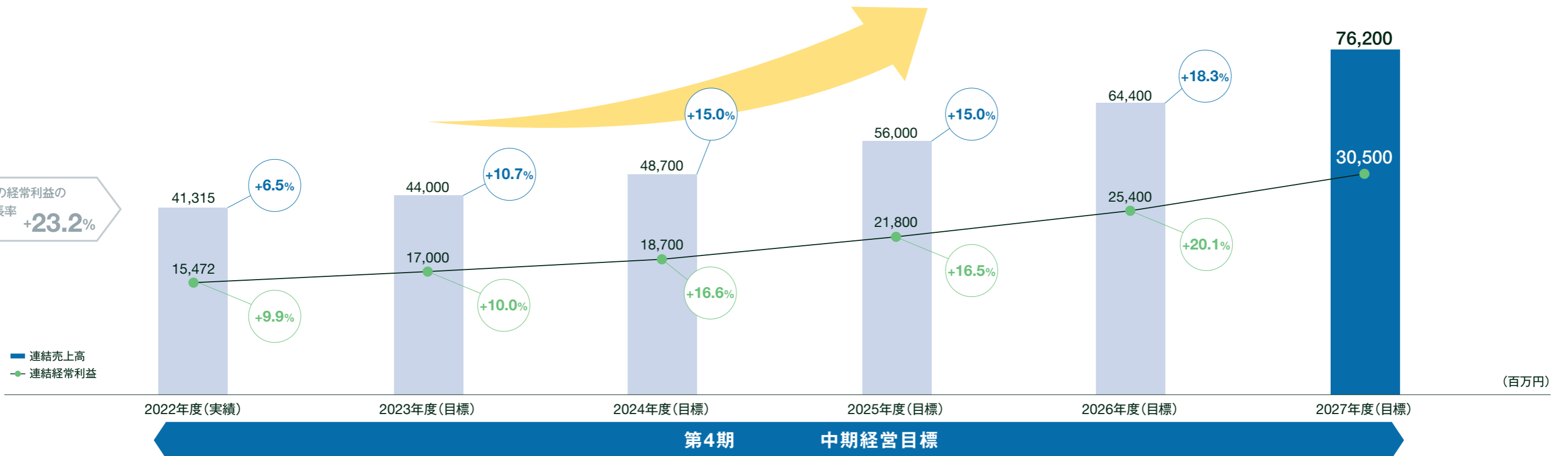
2022年度(実績) 譲渡 **1,184**件 → 2027年度(目標) 譲渡 **2,800**件

成約件数

DXの活用などによる効率性向上に
よりさらなる成約件数の拡大へ

2022年度(実績) 成約件数 **1,050**件 → 2027年度(目標) 成約件数 **2,400**件

過去13期の経常利益の
年平均成長率 **+23.2%**



財務戦略



**費用構造改革を推進し、
利益率を高める取り組みに
最善を尽くしていきます。**

専務取締役
楠木 孝磨

利益率をコロナ禍以前の水準まで高めるため社員へコスト意識を徹底

2022年度の当社の連結業績は売上高413億円、年間成約件数1,050件と過去最高を更新したものの、経常利益は154億円となり、前連結会計年度と比べて減益となりました。この減益要因については、一人当たり売上高の減少といった収益構造上の課題と旅費交通費等の費用構造の課題によるものであります。このような状況下で私が管理本部管掌取締役として課せられた課題は費用構造改革にあると考えており、早急にコロナ禍以前の水準にまで利益率を高める取り組みに最善を尽くしてまいります。

まず最優先に取り組むのはコンサルタントの出張等による旅費交通費の削減です。コロナ禍においてはコンサルタ

ントの感染対策のみならず、お客さまへ感染させてしまうリスクを極力排除すべく、オンライン面談を推奨するとともに近距離でのタクシー利用や新幹線等の利用も大幅に緩和しておりました。ただ現在は一頃より落ち着きを取り戻してきたため、引き続き感染には十分注意を払いつつ、厳格に出張費基準を再整備するとともに改めて全社員へコスト意識を徹底させるよう図ってまいります。

人件費は増加するも グループの成長に寄与する人員配置を実現

次いで人件費についての考え方をお示しします。当社グループのM&Aコンサルティング事業は収益全体の90%以上

を占める主要事業です。その収益稼得の柱がコンサルタントであり、それを支える専門家集団としてスタッフ系の人員が充実しております。ただし、2022年度においては収益の増加率以上にコンサルタント以外の人員が増加し、結果として人件費が収益を圧迫することになりましたが、一方で当社グループの成長余力を考えると将来を見越した人員配置が既に整っているとも考えております。例えばDXを最大限に活用して譲渡企業と譲受け企業のマッチング業務を推進しているだけでなく、社内の顧客情報管理・共有システムであるSalesforceを活用した業務効率化の事例を発表し競い合うイベントを開催するなど、部署間の垣根を越えて全社業務の効率化を図っています。これらは一例ですが、今後はさらにコンサルタントの採用を積極化しても業務を滞りなく行うことが可能となっております。なお、今年度中に全社員に占めるコンサルタントの割合を60%以上にすることを目標としています。

継続的な経費コントロールにより ROEを25%に

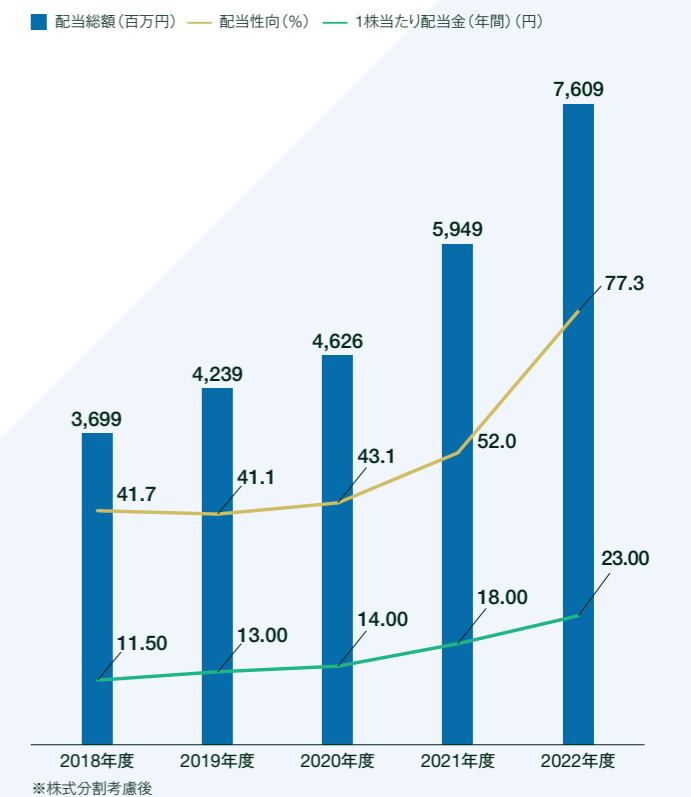
また、ROEについては中期経営目標期間の2027年度までに25%とすることを目標としています。この目標を実現するには目標期間までに売上高を現在の1.5倍となる760億円、経常利益を現在の2倍となる300億円以上まで会社を成長させる必要があります。そのためには上記のコンサルタント数を十分に確保すること、離職率を10%程度で推移させること、継続的に経費コントロールを行うことが必要になります。

積極的な株主還元の実施とともに、 新規事業への投資を実行

最後に当社の現預金の使途についての考え方を。当社は財務体質と経営基盤の強化を図るとともに、株主の皆さまに対する長期的な利益還元を経営の最重要課題と認識しています。この認識のもと、2027年度までの中期経営目標期間においては配当性向をこれまでの40%以上から60%以上へと引き上げました。2023年度においては配当性向目標を69.2%としたことに加え、2023年5月には自己株式を70億円取得し、日頃ご支援いただいている株主の皆さまへの還元を強化してまいりました。

今後もこの収益還元方針を継続するとともに、新規事業への投資等を積極的に行ってまいります。

配当総額と配当性向推移



マテリアリティ(重要課題)

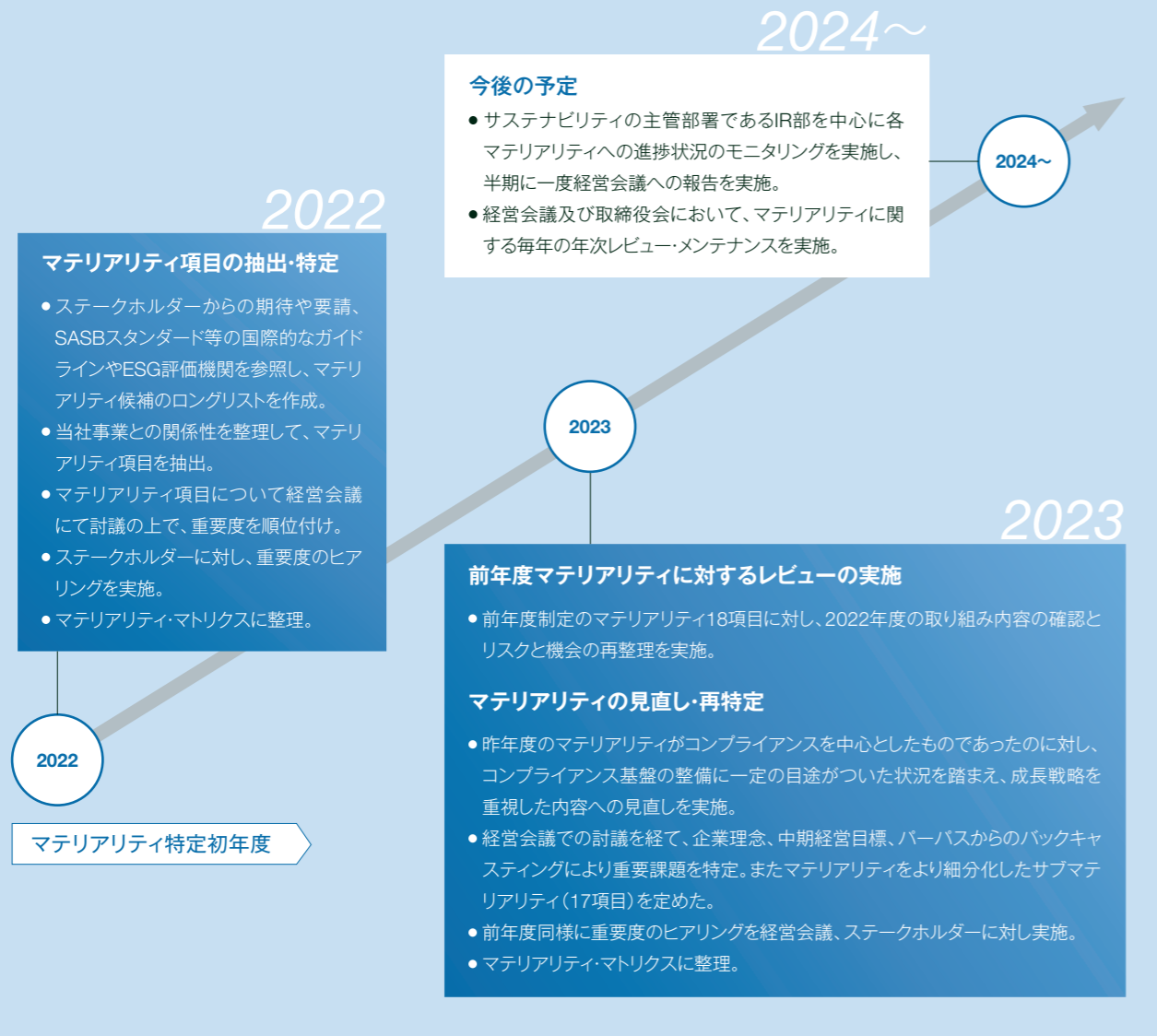
日本M&Aセンターグループは社会課題を事業テーマとし、事業活動で社会課題を解決することによって価値創造を行います。現在、多くの社会課題がある中でそれらの課題が社会や当社グループに与える影響をリスクと機会の観点にて分類し、その解決や対応に向けて重点的に取り組むべきテーマを昨年初めて「マテリアリティ(重要課題)」として特定。また、昨年1年間の取り組み状況を鑑み、「マテリアリティ(重要課題)」の再評価を行いました。

再評価した「マテリアリティ(重要課題)」を基盤として、事業活動を通じて社会課題の解決に貢献し、ステークホルダーへの影響が良好なものであるよう取り組むことで、「継続的な企業価値の向上」と「社会の持続的発展」を目指します。

マテリアリティの特定プロセス

マテリアリティ(重要課題)については、サステナビリティの考え方や当社グループの事業活動の在り方を踏まえ、下記のようなステップで当社グループとステークホルダーにとって影響のあるESG課題を抽出しました。また、定期的なレビューにより各指標の進捗の確認や課題の検討を行い、改善が必要な指標は修正することとしています。

特定したマテリアリティは取締役会での審議を経て承認を得ています。



新マテリアリティ案

1	M&A総合企業としてのさらなる発展	1-1	国内外あらゆる企業へサービスが提供できる体制
		1-2	ファンドビジネスの社会インフラ化の推進
2	イノベーション	2-1	市場変化(含む、経営者の意識の変化)への対応
		2-2	DX活用による生産性アップ/マーケティング推進
3	安心安全なM&A	3-1	業務品質の維持・向上
		3-2	顧客・提携先・株主とのエンゲージメント
4	社会への貢献	4-1	M&A総合企業としてのさらなる発展による地方創生
		4-2	業界トップ企業としての業界の健全な発展・育成
		4-3	公的機関、教育機関等との連携
5	人的資本経営の推進	5-1	優秀な人材を採用・育成し、組織を活性化
		5-2	M&A総合企業にふさわしい多様な人材の活躍
6	情報管理の強化	6-1	情報セキュリティとサイバーセキュリティ対策
		7-1	コンプライアンス重視のコーポレートガバナンスの構築
7	ガバナンス基盤の強化	7-2	リスクマップによるリスクマネジメント高度化
		7-3	バーパス・フィロソフィー経営の徹底
		7-4	トップマネジメントのサクセッションプラン
		7-5	顧客への高付加価値の提供による財務基盤の拡充
		7-5	顧客への高付加価値の提供による財務基盤の拡充

マテリアリティマトリクス



価値創造を実現する成長戦略

2022年度の取り組み内容と新マテリアリティとの関連性

従来マテリアリティ項目 (2022年度)	2022年度の主な取り組み	新規マテリアリティ項目 (2023年度以降)
情報セキュリティとサイバーセキュリティ対策	<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) の国際標準規格ISO27001認証の維持 情報セキュリティ方針の策定及び全社周知の徹底 情報セキュリティマネジメントシステム、情報セキュリティルールの継続的な整備 各種情報セキュリティ研修や訓練の実施 次世代型ウイルス対策ソフト (EDR) の導入 クラウドストレージ「Box」の導入 サーバー環境の移行 セキュリティルール違反の定期的監査 	6-1 情報セキュリティとサイバーセキュリティ対策
取引慣行の維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> 神戸大学大学院経営学研究科との包括的な産学連携推進に関する協定締結 公的機関との連携 	4-2 業界トップ企業としての業界の健全な発展・育成
リスクマネジメントの高度化	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンスプロジェクトの発足 ガバナンスやリスクマネジメントに関する週次会議の実施 (社外弁護士も交え、合計38回) コンプライアンス基本指針、危機管理規程、リスクマネジメント規程、コンプライアンス規程の改定 リスク発生時の対応フローの明確化 リスクマネジメント委員会の機能及び委員会メンバーのリニューアル (委員長はCCO) 	7-2 リスクマップによるリスクマネジメントの高度化
コーポレート・ガバナンスの高度化	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンス統括部の新設、CCO及び内部監査室長を外部から採用 相談・通報窓口の周知強化及び相談・通報窓口対応者の拡充等による窓口機能の強化 (相談・通報62件) 売上計上要件の厳格化 顧客向け相談・通報窓口の明記 コンプライアンス基本指針、危機管理規定、リスクマネジメント規程、コンプライアンス規程の改定 リスクマネジメント委員会の機能及び委員会メンバーのリニューアル (委員長はCCO) リスク分類と管掌の明確化によるリスクマネジメントの網羅性と質の向上 	7-1 コンプライアンス重視のコーポレートガバナンスの構築
倫理観重視の文化への変革と浸透	<ul style="list-style-type: none"> バーパス、フィロソフィーの制定と浸透策の実施 コンプライアンス統括部の新設、CCO及び内部監査室長を外部から採用 倫理観を評価軸に盛り込んだ新人事制度の運用開始 コンプライアンス基本指針、危機管理規定、リスクマネジメント規程、コンプライアンス規程の改定 「コンプライアンスハンドブック」、携行用冊子「MAstyle」の全社員への配布 各四半期毎に全社員向け・管理職向けのコンプライアンス研修を継続的に実施 主要子会社のキーパーソンとの面談・ディスカッション実施による倫理観向上 相談・通報窓口の周知強化、相談・通報に対する信頼度向上 (相談・通報実績62件) コンプライアンスに関する社員サーベイの実施 	7-1 コンプライアンス重視のコーポレートガバナンスの構築 7-3 バーパス・フィロソフィー経営の徹底
ステークホルダー・エンゲージメント	<ul style="list-style-type: none"> 顧客、提携先向け広報誌のリニューアル 日本郵政グループと「あつぎ探し」の支援サービスの開始 会計事務所向け書籍の発刊 M&A支援に力を入れている提携先の表彰式の開催 FC今治とのエグゼクティブパートナー契約の更新 個人投資家向け会社説明会の開催 統合報告書の新規発行 国連グローバル・コンパクトへの署名 早稲田大学での寄付講座の開講 (3年連続) 神戸大学大学院経営学研究科との包括的な産学連携推進に関する協定締結 	3-2 顧客・提携先・株主とのエンゲージメント 4-3 公的機関、教育機関等との連携
次世代経営人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> 経営会議の新設 	7-4 トップマネジメントのサクセッションプラン
ダイバーシティ&インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> 女性社員同士の交流イベントの実施 女性管理職向け研修の実施 社内部活動 (MA6) の活性化 社員の家族向け施策の活性化 全社会議への海外拠点ナショナルスタッフ招聘 海外拠点ナショナルスタッフとの定期交流 (研修、オンラインランチ会など) 	5-2 M&A総合企業にふさわしい多様な人材の活躍
タレントマネジメント (人材の採用・育成・定着)	<ul style="list-style-type: none"> 社員サーベイの実施 (年1回) 教育体系の整備 (階層別研修制度の充実、資格取得補助制度等) 「3KM」*の推進 ※3KMとは、「個人」「家庭」「会社」の「三つのK」について、「意欲 (Motivation)」を高め、「目標 (Mark)」による「管理 (Management)」(「三つのM」) していくこと 社員同士のコミュニケーションの促進 (MA6、決起会の実施、MVP表彰の実施等) インセンティブ制度の運用 働き方の多様化への対応 (フレックス勤務制度、子が小学4年生になるまでの時短勤務制度等) 採用コンテンツの強化 (役員登壇の採用イベント企画、YouTube配信等) コーポレート・スタッフ社員向け研修制度の新設 若手コンサルタント向けメンター制度「2in1 (ニコイチ) 制度」の導入 倫理観を評価軸に盛り込んだ新人事制度の運用開始 役員もしくは事業部長と社員との「ビジョン面談」の実施 	5-1 優秀な人材を採用・育成し、組織を活性化

従来マテリアリティ項目 (2022年度)	2022年度の主な取り組み	新規マテリアリティ項目 (2023年度以降)
気候変動への対応	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素関連ベンチャーキャピタルファンドへのESG投資 CDP (カーボン・ディスクロージャー・プロダクト) への回答 	
地方創生に資する事業の推進	<ul style="list-style-type: none"> 2022年度に当社支援で成約したM&Aによる経済損失回避効果は単年3,468億円、雇用損失回避効果は2万8,805人 (矢野経済研究所による試算) 医療介護専門のM&A部署による、年間30件近くのM&A成約 地域のM&Aの担い手を育成すべく、全国の地方銀行や会計事務所等から常時30名以上を outward として受け入れ 関連会社 日本投資ファンドによる、地域のスター企業を育てるための投資事業 TPM事業部による、東京証券取引所の「TOKYO PRO Market」への上場支援事業 関連会社 サーチファンド・ジャパンによる、経営人材の育成支援 (2号ファンド設立、専任サーチャー5名) 	4-1 M&A総合企業としてのさらなる発展による地方創生
ビジネスモデルのレジリエンス (復元力)	<ul style="list-style-type: none"> リスクマネジメント委員会の機能及び委員会メンバーのリニューアル (委員長はCCO) CMを用いた企業イメージの創出、喚起 バーパス、フィロソフィーの制定と浸透策の実施 教育体系の整備 (階層別研修制度の充実、資格取得補助制度等) 品質本部、業務管理統括部の新設 	7-2 リスクマップによるリスクマネジメントの高度化
デジタル技術の活用・DXの推進	<ul style="list-style-type: none"> Salesforceの活用による営業活動の効率化、情報の共有化・資産化、Salesforceの運用改善 AIを活用した初期マッチング活動の効率化 M&A業務システム (「V-Compass」「D-Compass」「M-Compass」) 開発・実装によるM&Aプロセスの業務効率化・標準化 企業価値算定システム「V-Compass」の地方銀行への導入 (5行導入) 子会社 バトンスによる、オンラインM&Aマッチングサイト「BATONZ」の展開 オンラインセミナーの実施 子会社 ZUUM-AIによる、経営者向けアウトメディア「THE OWNER」の運営 コーポレートサイト上での譲渡希望案件情報の掲載 (228件→359件) コーポレートサイト上のコンテンツ「M&Aマガジン」を通じた情報配信 Salesforceの社内資格制度の運用 (MDD20名、MDA231名、MDS296名) クラウドストレージ「Box」を活用した顧客とのデータ共有の効率化 音声解析を活用した非数値データのデータベース化 デジタルマーケティングを活用したリードの獲得 デジタルマーケティングを活用した認知向上の取り組み 全国テレビCMの開始 	2-2 DX活用による生産性アップ / マーケティング推進
財務健全性の維持	<ul style="list-style-type: none"> 2022年度に稼いだ現金を株主配当と投資のバランスを考慮しつつ、DX化の推進やファンド運営ノウハウの取得などに有効活用 自己資本利益率 (ROE) : 18.7% (2023年3月末) 自己資本比率: 82.8% (2023年3月末) 	7-5 顧客への高付加価値の提供による財務基盤の拡充
持続的な成長に向けた新たな付加価値の創出	<ul style="list-style-type: none"> TOKYO PRO Market 上場企業経営者の会「BELLS」設立 サーチファンド・ジャパン、事業モデルにつき「2022年グッドデザイン賞」を受賞 MOON-Xへの出資を通じてM&Aとテクノロジーの力で地方創生を支援 日本郵政グループと「あつぎ探し」の支援サービスを開始 	1-1 国内外あらゆる企業へサービスが提供できる体制 1-2 ファンドビジネスの社会インフラ化の推進 2-1 市場変化 (含む、経営者の意識の変化) への対応
顧客満足度の向上	<ul style="list-style-type: none"> 「M&Aセレモニスト」によるM&A成約式の実施 成約後顧客アンケートの実施 譲渡企業、譲渡企業経営者の歴史を綴った冊子「THE WAY」の無料制作 (1年間で64冊が完成) 関連会社 ネクストナビによる、事業承継及び財産承継コンサルティング 関連会社 日本PMIコンサルティングによる、PMI (M&A成約後の統合) コンサルティングの提供 	2-1 市場変化 (含む、経営者の意識の変化) への対応 3-2 顧客・提携先・株主とのエンゲージメント
業務品質の維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> 神戸大学大学院経営学研究科との包括的な産学連携推進に関する協定締結 企業価値算定システム「V-Compass」のリニューアル 業務品質維持のための継続的な社員教育 	3-1 業務品質の維持・向上
安全で公正なM&Aの提供	<ul style="list-style-type: none"> 子会社 企業評価総合研究所による、中立的で透明性のあるM&A取引参考価格の算定 子会社 日本PMIコンサルティングによる、PMI (M&A成約後の統合) コンサルティングの提供 各種セミナー開催によるM&Aリテラシー向上の取り組み 「M&A仲介協会」創設・参画による業界の健全な発展への取り組み 品質本部、業務管理統括部の新設 神戸大学大学院経営学研究科との包括的な産学連携推進に関する協定締結 	3-1 業務品質の維持・向上 4-2 業界トップ企業としての業界の健全な発展・育成

マテリアリティ(重要課題)に関する取り組み

1 M&A総合企業としてのさらなる発展

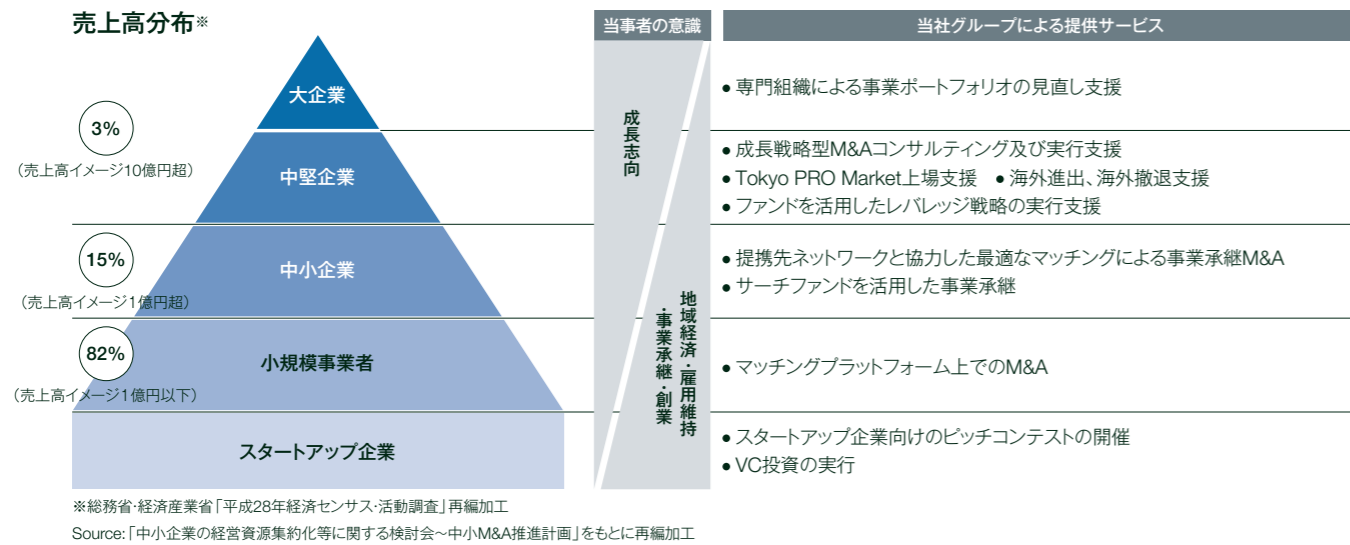
M&Aビジネスとファンドビジネスの二軸を展開することで、M&A総合企業としてのさらなる発展を図ります。

1-1 国内外あらゆる企業へサービスが提供できる体制

日本における約380万社の企業群に対して、経営戦略としてのM&Aサービスを提供します。

規模別

それぞれの企業規模、企業ステージ、抱える課題等のニーズに合わせたソリューションを提供します。



業種別

M&Aが活発な業種や分野の支援チームを設置。専門的知見・ノウハウに基づいてアドバイスします。



地域別

日本M&Aセンターでは全国に7拠点を構えるほか、全国各地に18か所のサテライトオフィスを設置しています。2023年度より地域特化マーケティング戦略をスタート。第1弾は新潟県を主力地域とし、新潟専門の相談窓口「にいがた経営相談窓口」を開設しました。テレビCMやセミナー開催など県内に特化したコンテンツを提供するマーケティング戦略を展開中。

中堅・中小企業の海外M&A支援

ASEAN主要国に5拠点を構えています。海外企業とのM&Aのご相談、支援件数は増加傾向にあります。2022年度は欧米案件3組を含め14組の海外案件の成約を支援しました。現地スタッフとともに、海外進出・海外撤退・日本市場参入を支援しています。



1-2 ファンドビジネスの社会インフラ化の推進

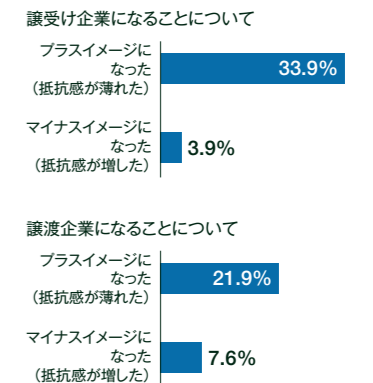
中堅・中小企業M&A仲介業界は活況です。当社の年間成約件数は1,050件(2022年度実績)、M&A支援機関として約3,000件の事業者の登録があり、上場する中堅・中小企業M&A仲介会社も増加傾向です。そのような状況の中、かつて成約がゴールだった中堅・中小企業M&Aは、いまやM&A後の成功がゴールになっています。しかしながらM&A仲介会社単体で支援できるのは、良いお相手とマッチングし、スムーズな成約を実現するまでに留まってしまいます。当社はファンド事業を加速することで、エクイティの力でM&A成約のその先の成長を支援します。

2 イノベーション

国内のM&A件数は大企業、中堅・中小企業ともに増加傾向にあります。中小企業庁の管轄する事業承継・引継ぎセンターが手掛けた成約件数も10年間で約5倍になるなど、事業承継の手段としてのM&Aの認知度は急上昇しているといえます。このような増加の背景には、経営者側の意識の変化があるといわれています。中小企業庁のデータによると、10年前と比較した経営者にとってのM&Aのイメージは譲渡企業、譲受け企業ともに向上しています。また、M&Aを検討し始めた際の相談先として、金融機関に次いで専門の支援機関を選ぶ経営者が多く、経営者自ら支援機関を探索し、ダイレクトにコンタクトするようになっています。

このように以前まで潜在的なM&Aニーズに対し支援機関が啓発し、開拓していた市場環境から、顕在化したM&Aニーズに対し経営者自身が探索し、依頼先を選ぶ状況になっています。経営者に選ばれる支援機関として、当社グループは経営者の顕在的、潜在的ニーズに引き合い、コンサルタントが介在するからこそ生み出せる付加価値の創出に取り組んでいます。

中堅・中小企業の10年前と比較したM&Aのイメージ



2-1 市場変化(含む、経営者の意識の変化)への対応

デジタルマーケティングを活用した認知度向上に取り組んでいます。テレビCMの放映を開始するとともに、webマーケティングも強化しています。



2-2 DX活用による生産性アップ / マーケティング推進

デジタルを活用し、M&Aプロセスの生産性向上に取り組むことで、1社でも多くの成約を目指します。

情報管理クラウドサービスの活用

日本M&Aセンターでは社内の情報管理・共有システムとして2014年からSalesforceのクラウドサービスを導入しています。M&A案件や顧客情報等の一元管理を実現し、M&Aにおける企業と企業の最適なマッチングを支援するツールとして全社員が利用しています。

2022年9月に開催されたセールフォース・ジャパン主催の大会(Salesforce導入企業の担当者が自社の活用事例のプレゼンテーションを行い、「技術」「業務改善」「定着化」の3つの観点で競う大会)「SFUG CUP 2022 第10回Salesforce 全国活用チャンピオン大会」では、社内に定着させる仕組みづくりなどのオリジナリティが高く評価され、大企業部門で優勝することができました。

Salesforce活用に関する社内資格制度

業務のDX化と社員のリスキリングを目的に、2021年12月からSalesforce活用に関する独自の社内資格制度の運用を開始しました。500名超が資格を取得しており、各部署での業務改善が大きく進んでいます。

また5月には社内資格を取得した社員が各部署で取り組んだ活用事例を全社員に発信する社内大会「日本M&AセンターグループSalesforce CUP」を開催しました。マッチングや提携先とのリレーション、インサイドセールス等幅広い部署からSalesforceを活用した自部署での生産性改善の事例が発表されました。

マテリアリティ(重要課題)に関する取り組み

M&Aプロセスのリードタイム短縮化

M&Aプロセスのデジタル化及び効率化を推進し、リードタイムを短縮しています。効率性の継続的な改善と人が担うべき業務の品質強化の両立を追求しています。企業価値算定システム「V-Compass」は、成約実績のデータベースから業種・地域・財務が類似した企業の実際の売買価格をもとに株式価値を試算する「取引事例法」という手法を用いて企業評価を行うシステムです。提携先の金融機関や会計事務所での導入も開始しています。相談を受けた顧客の企業価値を簡易的に試算し、実態に即した企業価値の目安を知ることにより、経営者はM&Aの実施をより検討しやすくなります。候補先企業探しの前段階では、受託案件の事前のリスク把握や論点整理を自動化するシステムとして「D-Compass」を開発・導入しているほか、マッチング段階においては、8,000件超の成約事例と10,000社を超える買い手候補の買収ニーズに基づき譲受け企業候補をリストアップするシステム「M-Compass」を開発・導入しました。より精度の高いマッチングシステムの構築のため、日々データの蓄積とシステムの改修を積み重ねています。

直近では商談の音声解析システムの導入も開始し、商談データを可視化し、蓄積することで顧客の顕在ニーズのみならず潜在ニーズを発見し、より顧客に寄り添った提案活動を行うべく取り組んでいます。また譲受け企業においては、今秋に譲受け企業専用のマッチングプラットフォームシステムのトライアルリリースを予定しています。

上記以外にも、顧客とのデータ共有においては社内同様のクラウドストレージ「Box」を導入しており、VDRシステムの実現によるスムーズかつセキュアな商談環境を可能にするなど、DXを活用したリードタイムの短縮化を図る施策の検討・実装・改善を推進しています。



3 安心安全なM&A

当社は中堅・中小企業のM&Aに安心安全を提供し、事業承継や積極的な事業展開を支援することで社会課題の解決につなげていきます。

3-1 業務品質の維持・向上

1件でも多くの受託案件を安全安心に成約に導くため、専門家によるサポート体制やコンサルタントの教育の充実、ナレッジマネジメント等に取り組んでいます。

プロフェッショナルサポート

日本M&Aセンターでは、弁護士や公認会計士・税理士等、法務・会計・税務・財務に精通したCA(コーポレートアドバイザー)が約40名所属しています。経営課題や成長戦略、想いに寄り添い、案件ごとに最適な支援チームを組成し、コンサルタントと一丸になってM&Aの一連の手続きをフルサポートします。安心してM&Aに臨んでいただける体制と、高品質なサービスをご提供します。

教育

コンサルタント教育体制を継続的に拡充しています(詳細は⇒p.37)。また全ての研修を動画コンテンツとして収録し、全社員が必要なタイミングで閲覧できるようにしています。



ナレッジマネジメント

ミス・トラブルの未然防止に取り組み、万が一発生した場合も速やかな対応ができるよう専門のフォロー部署を設けています。また、発生事例はヒヤリハットとして社内にも共有し、再発防止の啓発に当たっています。

表明保証保険を自動付帯

2021年、東京海上日動火災保険株式会社と業務提携を行いました。M&A後に起こり得る、表明保証違反による想定外の損失を東京海上日動が保証します。日本M&Aセンターが仲介するM&A案件であれば、保険料支払いなし、東京海上日動の審査なしでご加入いただけます。

3-2 顧客・提携先・株主とのエンゲージメント

M&Aは安全安心な手段であるとお客さまに実感していただけるよう、当社グループではM&Aプロセスの品質維持・向上だけでなく、M&A成約後も含めた顧客満足度の追求に取り組んでいます。

成約式の取り組み

日本M&Aセンターでは顧客満足(CS)専門の部署を設け、M&Aの成約式の演出構想、準備、会場設営等の企画から運営まで全てを執り行う「M&Aセレモニスト」と呼ばれる専任のスタッフが在籍しています。M&Aの成約は、両者がともに成長するスタート地点。スムーズな統合の第一歩に向けて、成約案件ごとに企業間の相互文化理解につながるサービスを提案します。プライダル業界や航空業界など一流のサービスの世界で研鑽を積んできた経験・ノウハウを生かして細部にわたりプロデュースしています。門出をしっかりと祝うことで、成約を成功に導く後押しをします。2022年度は成約案件のうち84.5%で成約式を実施しました。



成約後顧客アンケートの実施

成約後に譲渡企業・譲受け企業のそれぞれを対象に顧客アンケートを実施しています。顧客の満足度を適切に把握し、業務プロセスの改善や新規サービスの提供、コンサルタントの育成プロセスの見直し等につなげています。2022年度は40%超のお客さまにご回答いただきました。アンケートではM&Aの各プロセスや担当者対応についての満足度のほか、譲渡理由やM&Aで重視した点等をお伺いしています。譲渡企業のうち約80%のお客さまから「当社を紹介したい」と回答いただきました。

譲渡企業経営者の自伝「THE WAY」の制作

M&A成約後の譲渡企業経営者へのインタビューを掲載した冊子「THE WAY」を無料で制作しています。「THE WAY」ではM&Aの体験記や経営者としての功績だけでなく、生き様や想い、培った人生哲学といった目に見えない価値を残すことを目的としています。また、M&Aを実行した経営者の創業からのリアルな体験記を、課題や悩みを抱える他の経営者の課題解決のヒントとしても活かしていくことができます。

PMI(M&A成約後の統合)コンサルティング

株式会社日本PMIコンサルティングでは、PMIコンサルティングを提供しています。譲渡企業・譲受け企業の両社が、ともに成長を実現するパートナーとなるために、両社のビジョンや思いについての共通認識を構築するサポートを行います。会計や決算などの定量テーマ、経営ビジョンや業務フローなどの定性テーマを両面から支援します。

成約後の譲渡企業経営者の第二の人生をサポート

財産承継のコンサルティングを提供しています。日本M&Aセンターで成約した譲渡企業経営者に対しては、財産診断や経営ノウハウを生かした第二のキャリアのサポートなどアフターコンサルティングを実施します。

価値創造を実現する成長戦略

マテリアリティ(重要課題)に関する取り組み

日本M&Aセンターでは、全国の会計事務所、地域金融機関(地方銀行・信用金庫)、大手金融機関(都市銀行、証券会社)等と提携しています。当社の成約案件の約6割は提携先経由の紹介案件です。提携先に当社のナレッジやシステムを共有することで、協働を促進し、安心安全なM&Aを広めます。

提携先

- 提携先向け勉強会・セミナーの実施 ● 提携先向け広報誌の発行
- 提携先会計事務所の理事会員向け総会の実施 ● 提携先地方銀行向け「M&Aバンクオブザイヤー」表彰制度
- 提携先地方銀行への「V-Compass」の導入 ● 提携先からのトレーニー受け入れ、地方銀行との相互出向制度
- 十六フィナンシャルグループとの合併事業の開始 ● M&A資格取得制度

株主

- 株主総会 ● 機関投資家向け決算説明会の実施及び動画の掲載 ● 個人投資家向けIR説明会の実施
- IR取材(個別/グループ) ● 海外でのIRロードショー ● 統合報告書の充実 ● ホームページの拡充

4 社会への貢献

リーディングカンパニーとして自社のみの成長だけでなく、業界全体の健全な発展に取り組めます。日本企業の抱える課題に対して解決策を提案する中堅・中小企業M&A仲介業界の健全な発展は社会全体への貢献になると考えています。

4-1 M&A総合企業としてのさらなる発展による地方創生

当社グループは、国内7拠点で全国をカバーして、事業承継やM&Aに関してのご相談を随時受け付けております。また、M&A情報ネットワーク戦略として、全国の会計事務所、地域金融機関、大手金融機関等と強固な関係を築いています。業界に詳しい専門のコンサルタントによる業種特化戦略、全国での事業承継に関するセミナー開催等とあわせて、M&Aを全国に広げていきます。

加えて、当社グループは、東京証券取引所のプロ投資家向け株式市場であるTOKYO PRO Market (TPM) への中堅・中小企業の上場支援事業を行っております。TPM への上場支援を通じて、中堅・中小企業の事業承継と、成長戦略を促進していきます。全国に「スター企業」を創出することで、地域経済の活性化や雇用創出といった真の地方創生の実現に貢献してまいります。

また、中堅・中小企業の事業承継や成長戦略を支えるファンド事業として、当社グループ内に3つの関連会社(株式会社日本投資ファンド、株式会社日本プライベートエクイティ、株式会社サーチファンド・ジャパン)があります。2020年10月にスタートしたサーチファンド・ジャパンは、経営者としてのポテンシャルがある人材に対し、M&A / ファイナンスの専門知識のサポート、情報 / ネットワークの提供、共有インフラの提供、信用補完、サーチ活動及び(運用するファンドを通じての)M&A資金の提供、M&A後の経営サポート等を行うことで、サーチファンド形式での中堅・中小企業M&Aの拡大と経営者の輩出を通じて、地域の発展に貢献することを目指しています。

4-2 業界トップ企業としての業界の健全な発展・育成

中小企業M&A仲介業界において、従業員が10名に満たない業者による新規参入が急増しています。中小企業庁はM&A支援機関に係る登録制度を創設しており、現在の登録数は約3,000件(うち成約実績のある登録機関は3割未満)です。

当社は、リーディングカンパニーとして、M&A仲介業界の健全な発展に取り組んでいます。公正・円滑な取引の促進、人材の育成サ



ポートによるレベルアップなどのために、上場他社と連携し、自主規制団体を立ち上げました。スキルアップのためのコンテンツ提供や、ガイドラインの啓発活動を行っています。

4-3 公的機関、教育機関等との連携

経済産業省・中小企業庁は、後継者不在により、中小企業の貴重な経営資源が失われることを危惧しています。中小企業の貴重な経営資源を将来につないでいくことを目的に「中小M&A推進計画」として中小企業M&Aの意義や、その円滑化についてまとめました。また、後継者不在の中小企業に向けては、「中小M&Aハンドブック」を策定し、事業承継の一つの選択肢としてM&Aのポイントを解説しています。当社も問題意識をともにしており、中小M&Aに関するさまざまな施策に対して、積極的に協力しています。

また、中小M&A研究・教育促進、オープンイノベーションの推進のために、学術機関との連携も行っています。神戸大学大学院経営学研究科との産学連携、早稲田大学商学部での寄附講座が一例で、小中学生向けのキャリア教育読本への協賛や全国の高校への出張授業も行っており、幅広い年齢層に向けた活動を行っています。



2022年度の寄附講座



「おしごと年鑑2023」(朝日新聞社・朝日学生新聞社発行)

5 人的資本経営の推進

5-1 優秀な人材を採用・育成し、組織を活性化

5-2 M&A総合企業にふさわしい多様な人材の活躍

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.37 ▶

6 情報管理の強化

6-1 情報セキュリティとサイバーセキュリティ対策

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.58 ▶

7 ガバナンス基盤の強化

7-1 コンプライアンス重視のコーポレートガバナンスの構築

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.52 ▶

7-4 トップマネジメントのサクセッションプラン

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.54 ▶

7-2 リスクマップによるリスクマネジメント高度化

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.57 ▶

7-5 顧客への高付加価値の提供による財務基盤の拡充

7-3 パーパス・フィロソフィー経営の徹底

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.38 ▶

取り組み内容については、詳細は ⇒ p.25 ▶