

Integrated Report 2024



想像力が 創造力になる

見えないところにも、未来を変える新たな価値がある。

もっと目を凝らせば、人が喜ぶより豊かな社会へ続く発見がある。

つねに視点を動かし、発想を変え、今までになかった新しい価値を提供する。

それが、トーン・アップの想像力と創造力です。

当社の100年を超える歴史は、

コミュニケーションビジネスを通して、さまざまな課題解決に取り組み続けた歴史でした。

これから、企業に求められる社会的な役割と責任が、ますます大きなものになっていくなか、

当社の新たな挑戦となる2030年・2050年の「あるべき姿」は、

独自の想像力と創造力を投入しESG経営(P.5)でウェルビーイングを広めること。

社員やお客様、取引企業様をはじめとしたすべてのステークホルダーへ、そして社会へ、

新たな「価値」を絶えず提供し、人が喜ぶより豊かな社会を想像し、創造し続けます。

トーン・アップの「あるべき姿」を、この統合報告書をご覧ください。



企業理念

『Visualize Value 人が喜ぶ 「もの・こと・とき」を創造し伝える』

「想像力」と「創造力」の バックボーン。

企業の存在意義は社会に必要とされる価値を創り出し、持続的な成長を続けることにあります。時代が変わり社会そのものも変貌するなかで、必要とされる価値は変わり続けています。当社は創業以来、社員一人ひとりの想像力と創造力に支えられ、新たな価値を生み出し、これまで時を重ねてくることができました。一方で、事業において「価値」を「伝える」という変わらない軸を大切にしています。トーン・アップは「価値」を『人が喜ぶ「もの・こと・とき」』と定義し、

企業理念に込めました。この理念は、人々が求める顕在化した「価値」を伝えるだけでなく、まだ見えぬ潜在的価値をも創造し伝えることです。まだ誰も知らない、より大きな価値を想像し創造するために、トーン・アップはこれからも挑戦を続けます。

SDGsともつながる 企業理念の実現に向け、 ESG経営を導入しMVVを再構築。

企業理念に込められた思考をESG経営のもとで推進するために、MVV(Mission:企業使命／Vision:

目指す姿／Value:行動指針)を再構築し、経営の本質と意義をさらに整理しました。企業の成長と社会課題の解決を共創する「より大きな価値創造に挑戦を続け、成長し飛躍する集団」に向けて、社員一人ひとりが意識を高め、求められる行動への理解を促進し、全社一丸で歩み続けます。

(目指す姿)

Vision2030

Co-create Value with SDGs
SDGs活動と企業成長の共創

(企業使命)

Mission

Visualize ESG Management
ESG経営を創造し伝える

(行動指針)

Value

分析力・リーダーシップ・主体力・
情報共有力・フォローシップを磨き、
潜在的価値をも
顕在化させる

Visualize Value

ESG経営の推進について

富田 梅原さんは、トーン・アップが提供する「ESG経営講座」で講師を務め、「ESG経営コンサルティング」などでもご活躍いただいておりますが、本年5月より当社の取締役ESG経営担当としてESG経営推進やガバナンス強化にもご尽力いただいております。梅原さん、ESG経営や役割などについてお話しいただけますか。

梅原 ESG経営とは「企業にとってSDGsを事業目標に組み入れ、E(環境)・S(社会)・G(ガバナンス)の視点で事業投資する経営」です。その結果、一番の

ステークホルダーである全社員の負荷が減り「幸せになる」ことと、社会の要請に応えつつ、企業の高収益・持続的成長とが両立できる経営を実現します。そのような重要な役割を果たすためにも、「実質的ガバナンス体制強化」は当然のことです。

さらに「ESG経営」導入にあたっては、まず、企業価値を左右する非財務情報に含まれる5つの経営資本を明確にしたうえで積極的に投資することにより、最終的な企業価値を高めることが求められています。その基本的なシナリオでもある「統合報告書」を

投資家との建設的な対話を通じて創り上げていきます。これからさらに、取締役ESG経営担当として、当社の顧客をはじめとしたすべてのステークホルダーに対して、ESG経営の浸透を図ることに務めていきたいと思っています。

富田 当社のESG経営を推進させるキーパーソンとして、今後よろしくお願いいたします。

代表取締役

富田 和伸

取締役
ESG経営担当

梅原 潤一

CONTENTS

P.01-02	プロローグ	P.21-26	経営資本
P.03-04	企業理念	P.27-28	B/S(貸借対照表)
P.05-06	ESG経営	P.29-30	インパクト
P.07-16	トップメッセージ	P.31-38	事業紹介
P.17-18	価値創造プロセス	P.39-40	企業情報
P.19-20	マテリアリティ	P.41-42	エビローク



代表取締役
富田 和伸

『Visualize Value 人が喜ぶ「もの・こと・とき」を 創造し伝える』ために 3つの事業領域を成長させ ESG経営伴走企業として 次の飛躍を目指す

SDGsソリューション
事業

ナレッジ
事業

コミュニケーション
事業

第二創業、そして 「ESG経営伴走企業」としての成長へ。

2023年8月、トーン・アップ初の統合報告書において、私たちは第二創業を宣言するとともに、コミュニケーションコンテンツ制作会社からESG経営伴走企業への移行を掲げました。当社の理念を追求しビジョンを実現するために、創業からのコミュニケーション事業と、ナレッジ事業、SDGsソリューション事業の3つの事業領域を展開。コミュニケーションコンテンツ制作会社としての独創的な想像力と創造力を基盤に据えながら、人的資本強化に熱心な企業様、ESG経営を導入されている企業様や、SDGs活動を推進している企業様の伴走者として、社会に貢献できる企業としての歩みを始めました。

コミュニケーション事業の ノウハウを活用しESG経営を伴走。

コミュニケーションコンテンツ制作会社であるトーン・アップが、ESG経営の伴走者を目指す理由、それは、当社のコミュニケーション事業で培った表現力やノウハウを用いて、企業様が創造するさまざまな価値を、誰にでも分かりやすく表現し伝え、サステナビリティ・コミュニケーションそのものの質を高めていけると判断したからにほかなりません。『サステナビリティ・コミュニケーション』とは、ESG経営で生み出される価値をあらゆる人へ伝え、共感・協力をいただくために、株主をはじめとするステークホルダーの皆様との建設的な対話を重ねることであり、トーン・アップはとくに重視しています。当社の企業理念『Visualize Value』と照らして、企業様のサステナビリティ・コミュニケーションの現状を見ていきますと、Visualizeできる余地がまだ大きくあると考えました。

2015年の国連総会でSDGs「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、2023年に国際

サステナビリティ基準審議会(ISSB)から、気候変動の取り組みを皮切りに非財務情報報告のグローバルスタンダードが発行されました。バリューチェーンを構成する企業では、規模の大小を問わず、なんらかのサステナビリティ開示が不可欠なものとなりつつあります。一方で、現在各企業が提供している統合報告書やホームページのサステナビリティサイトなどは、誰にでも分かりやすく表現されていると言えるでしょうか。ESGデータやサステナビリティテーマを画一的に発信しているだけではないでしょうか。企業が発信するサステナブルコミュニケーションには、より多くの人々が企業を理解し、共感し、協働しはじめるきっかけとなるような力があると、私たちは考えています。この可能性をさらに追求し、顧客企業様がESG経営を通じて生み出す価値をVisualizeし、ステークホルダーとの信頼関係を醸成するコミュニケーションを後押ししていくことが当社の使命です。これまで培ったノウハウを活かし、SDGsソリューション事業、ナレッジ事業、コミュニケーション事業の3事業で、企業のサステナブルコミュニケーションを支援していきます。



トーン・アップが 3事業で目指す サステナブルな「あるべき姿」

3事業の「あるべき姿」

トーン・アップはESG経営の伴走者として、ESG経営の導入からステークホルダーとのサステナブルコミュニケーションまで、企業様の取り組みを強力にバックアップします。

また、国内外のESG経営企業様と協業しながら、SDGs達成に向けた商品・サービスの企画・開発・販促を通じて、持続可能な社会貢献と企業成長を果たしていきます。

この当社ビジョンの「あるべき姿」を実現するために、SDGsソリューション事業、ナレッジ事業、コミュニケーション事業の3つをコアに「あるべき事業」を構築するとともに、3事業を有機的に組み合わせてさまざまなビジネスを創造します。

SDGsソリューション事業

ESG経営推進

世界中のESG経営導入企業様と協業しSDGs達成へ、商品・サービスの企画・開発・販促などを行い持続可能な社会に貢献する。

コミュニケーション活性化

世界中のより良い製品・サービスを創造する企業と人々のコミュニケーションを活性化する。

コミュニケーション事業

人財醸成とDX活用

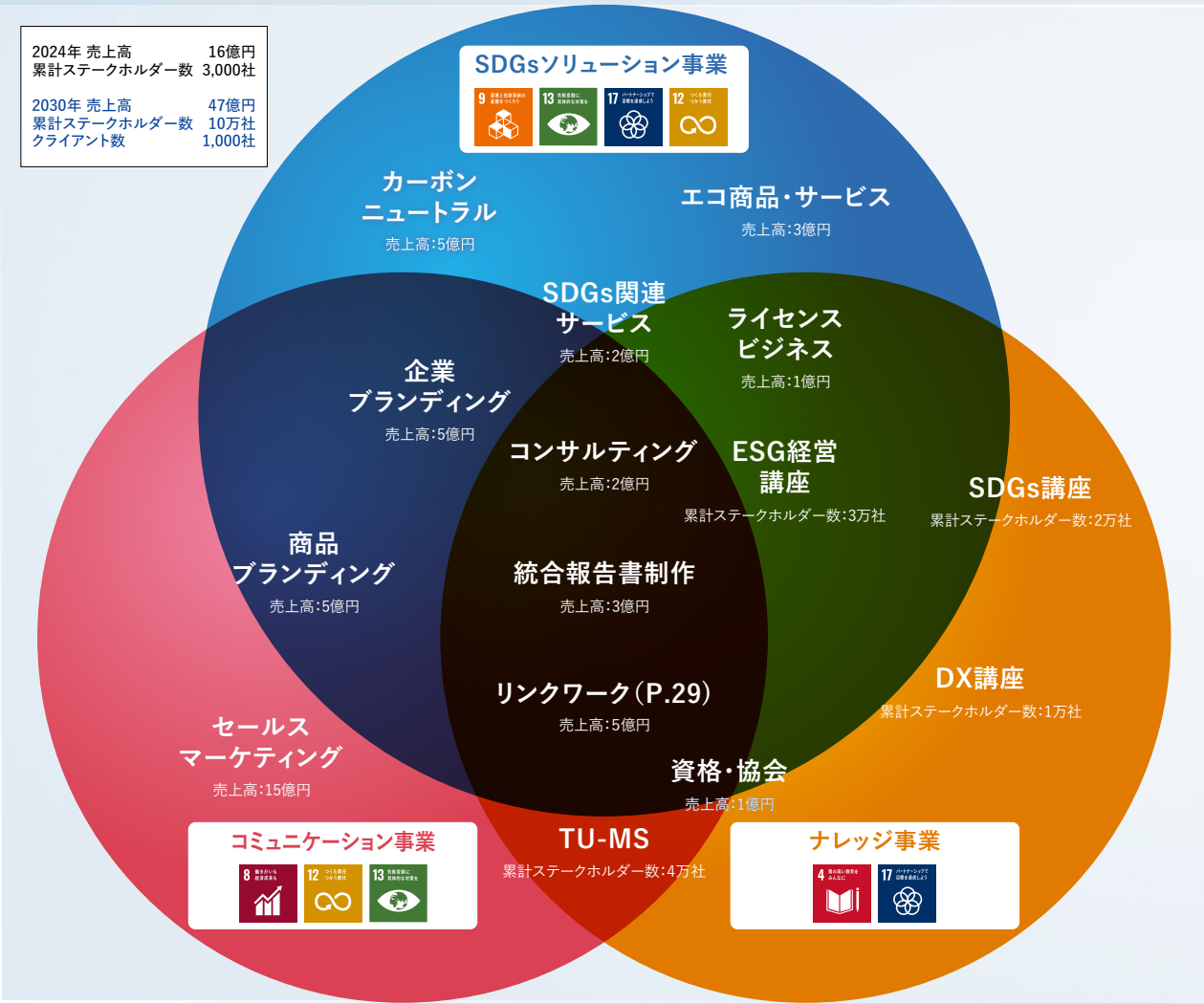
より多くの人々へ、リスキリング提供とデジタル推進により、想像・創造的な人材の変革を醸成する。

ナレッジ事業

3事業で実現するトーン・アップの中・長期ビジョン「あるべき姿」

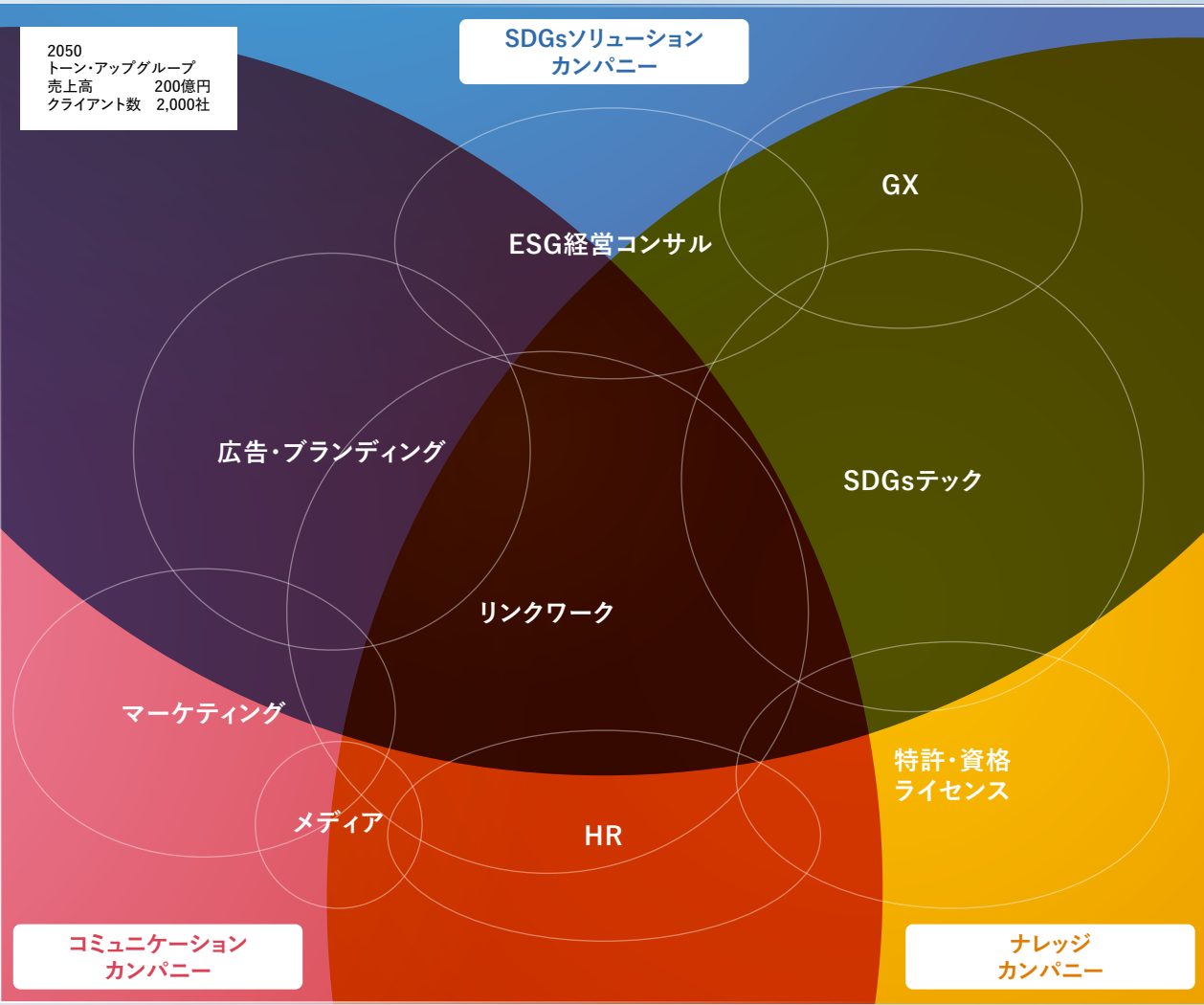
2030年の中期目標

コミュニケーション事業では、ブランディングやPRを強化し、社会貢献を果たす企業様やその商品・サービスの価値向上を強力に支援します。また、SDGsソリューション事業では、GXの取り組みとしてまず、カーボンニュートラルを推進します。カーボンニュートラルに関わりのある企業様と協業も行いながらビジネスを開発します。ナレッジ事業では、コミュニケーション事業やSDGsソリューション事業などの知見を画一的に整理し、特許その他知的財産権のライセンス、講座やワークショップなどを企業様へ提供するサービスを展開し、人的資本や知的資本の強化に貢献します。さらに、この3事業のビジネスをコアに、国内外の企業様と協業しながらビジネスを促進し、全事業で売上高47億円、クライアント数1,000社、SDGs達成を目指します。



2050年の長期ビジョン

中期ビジョンV2030を、さらに進化させたビジョンがV2050です。3事業を法人化し、当社グループとなる3カンパニーのシナジーを存分に発揮し、さまざまなビジネスを生み出し日本のみならず海外においても貢献を果たします。3カンパニーの中核となるビジネスとして、経営コンサルティング、GX、SDGs テック、HR、特許・資格ライセンス、リンクワーク、広告・ブランディング、マーケティング、メディア、この9つに関連するビジネスを推進します。未来におけるリスクと機会ともなる地政学や自然環境・人口激変・AIなどの動向に対し、当社グループはこのビジネスポートフォリオで社会貢献を果たします。



長期のビジョン「あるべき姿」へ導く組織の構築

2024-2026

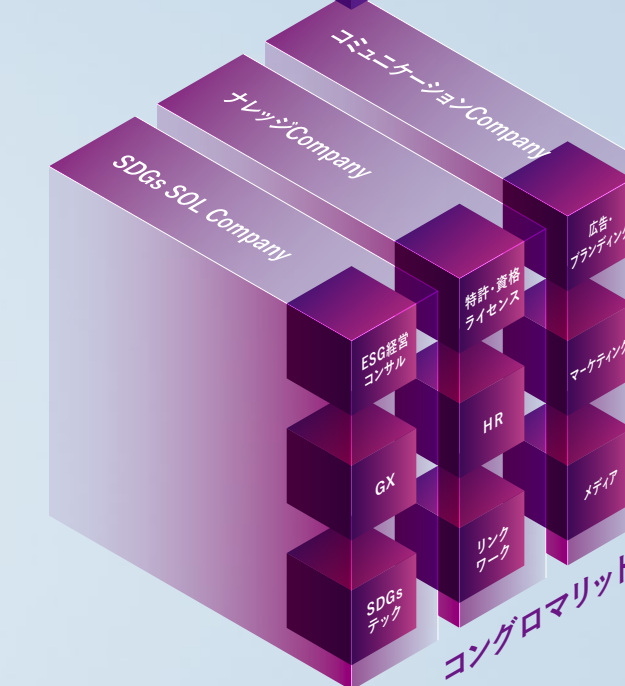
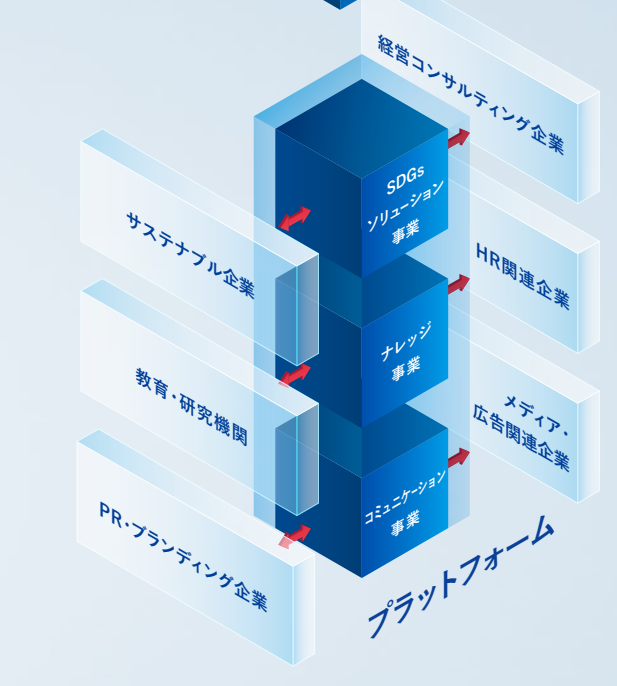
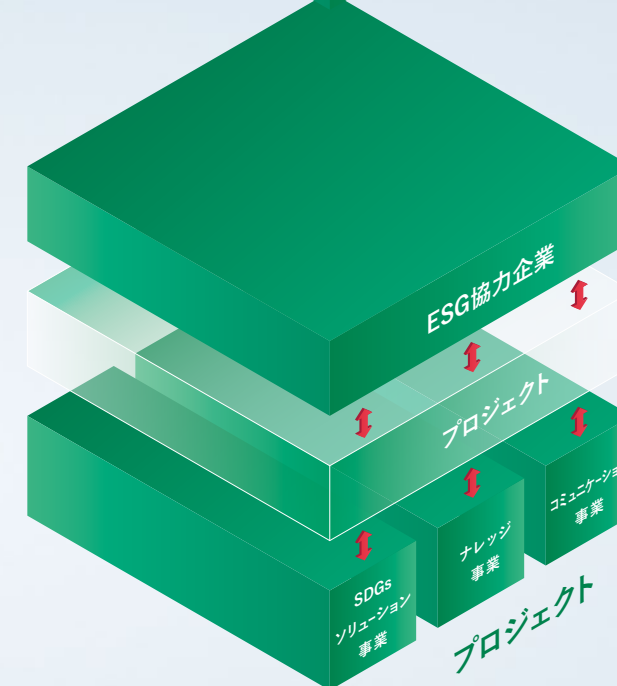
トーン・アップは、ESG経営の取り組みを推進し、経営およびサステナブルビジネスを構築し、社会貢献と企業成長を果たします。まず社内リソースを駆使し、3つの基幹事業であるSDGsソリューション事業、ナレッジ事業、コミュニケーション事業の構築を進めるとともに、3事業に関わる企業様などと協業し、サステナブルなビジネス開発を行うプロジェクトを構築します。さまざまなプロジェクトを具現化するために、協業企業様とバリューチェーンを構築します。

2030

V2030の「あるべき姿」を具現化するために、3事業に関わるバリューチェーンとのプロジェクトを発展させ、サステナブルビジネスや経営コンサルティング、教育研究機関、人材開発、ブランディング、広告メディアに関する企業様と、協業しながら新たなサービスやソリューションのバリューを提供するプラットフォームを、当社の3事業がコアとなり構築します。そして、これら連携企業様とSDGs達成へ、サステナブルなコミュニケーション、人財醸成の活性化、ESG経営企業の強力な推進など、さまざまなビジネスを開発します。

2050

パリ協定の目標年である2050年を長期ビジョンに設定。3事業をカンパニーとする当社グループのコングロマリットを形成しESG経営をさらなるステージへ昇華します。コミュニケーションカンパニーは、広告・ブランディング、マーケティング、メディアのビジネスを中心に強化し、サステナブルなコミュニケーションの活性化を図ります。ナレッジカンパニーは、HR、特許・資格ライセンス、リンクワークに関わるビジネスの開発を推進し、人財醸成とワークライフバランスの向上を図ります。SDGsソリューションカンパニーは、ESG経営を推進するコンサルティングやGX、SDGsテックなどの開発を推進。当社グループは、グループ成長と社会貢献へ、より大きな価値創造に貢献します。



トーン・アップがつくる「統合報告書」のコンセプト

「新たなブランドbook」としての 統合報告書の提案。

統合報告書はESG経営におけるサステナブルコミュニケーションの最重要ツールです。トーン・アップでは、自社の強みであるクリエイティブ力を最大限に活用し、統合報告書を幅広いステークホルダーとの信頼関係を醸成する「新たなブランドbook」としてVisualize Valueします。さまざまな読者に分かりやすいグラフィカルな絵や図、理解しやすいコピー、一貫した価値創造ストーリーにこだわり、誰もが手に取り読みたくなる。そして、企業活動に対する価値が

理解でき共感・期待・応援したくなるブック、これがトーン・アップが制作し提供する「新たなブランドbook」です。この「新たなブランドbook」により、企業価値向上につながる企業様のブランディングを支援していきます。

ESG経営を導入する ブランディングとは。

そもそも企業ブランディングとは、企業様やその製品・サービスの「Identity(独自性)」を確立し、その企業様や製品・サービスに抱く人々の「Reputation(評判)」を

形成することです。この「Identity」「Reputation」を増幅させる活動が「Promotion(信頼関係醸成)」です。ESG経営で言い換えると、企業様の「Identity」は、5つの経営資本。全世界の人々に共通する「Reputation」がSDGs。この要素を社内外へのサステナブルコミュニケーションで、ロスや誤解、ウォッシュなく行うことが「Promotion」です。当社はこの一連の要素を統合報告書で十二分に表現するとともに、3事業によるさまざまな活動で強力に支援します。



「あるべき姿」へ 3事業構築にすべての経営資本を投入

5つの経営資本に対する 効率的な投資を推進。

トーン・アップの3事業の「あるべき姿」を構築するために、5つの経営資本の効率的な投資を推進します。まず、最も重要な取り組みとして、社員に関する投資と取り組みを推進し、人的資本の充実をつねに図ります。例えばエポックメイキングなプロジェクトを顕彰し、社員のモチベーションを高める「トーン・アップ賞」や、企画力やクリエイティブ力の向上に貢献する「TUCC(トーン・アップ・クリエイティブ・クラブ)」

社内共有会、社内異業種交流などを行い、3事業に対する人財醸成を含むウェルビーイング投資を推進します。また、当社の個性豊かな人的資本をメタ情報として、整合性のある知的資本へ昇華します。この重要な役割を担うナレッジ事業は協業企業様とともに連携し、当社の知的資本として特許ライセンスや講座、セミナーに利活用します。さらに社会関係資本の拡大にも大いに貢献することとなります。そして、3事業でサステナブルに関わるさまざまなビジネスを創造する製造資本を構成します。これらを推進するための課題としては、マテリアリティにも関わる

「クリエイティブの質と量の強化」「カスタマーサクセス人材の増員」「ニーズあるリスクリング講座の開発」「ESG経営コンサルティングの質と増員」「SDGs協業企業様との連携」「AIの活用」などであり、いずれも投資を強化し推進を図ります。また自然資本でも、CO₂排出の測定および削減、B Corpの導入などによる環境に対する現状リスクの把握、そして環境に配慮した企画・商材・什器などを積極的に採用し、自然資本向上に努めます。

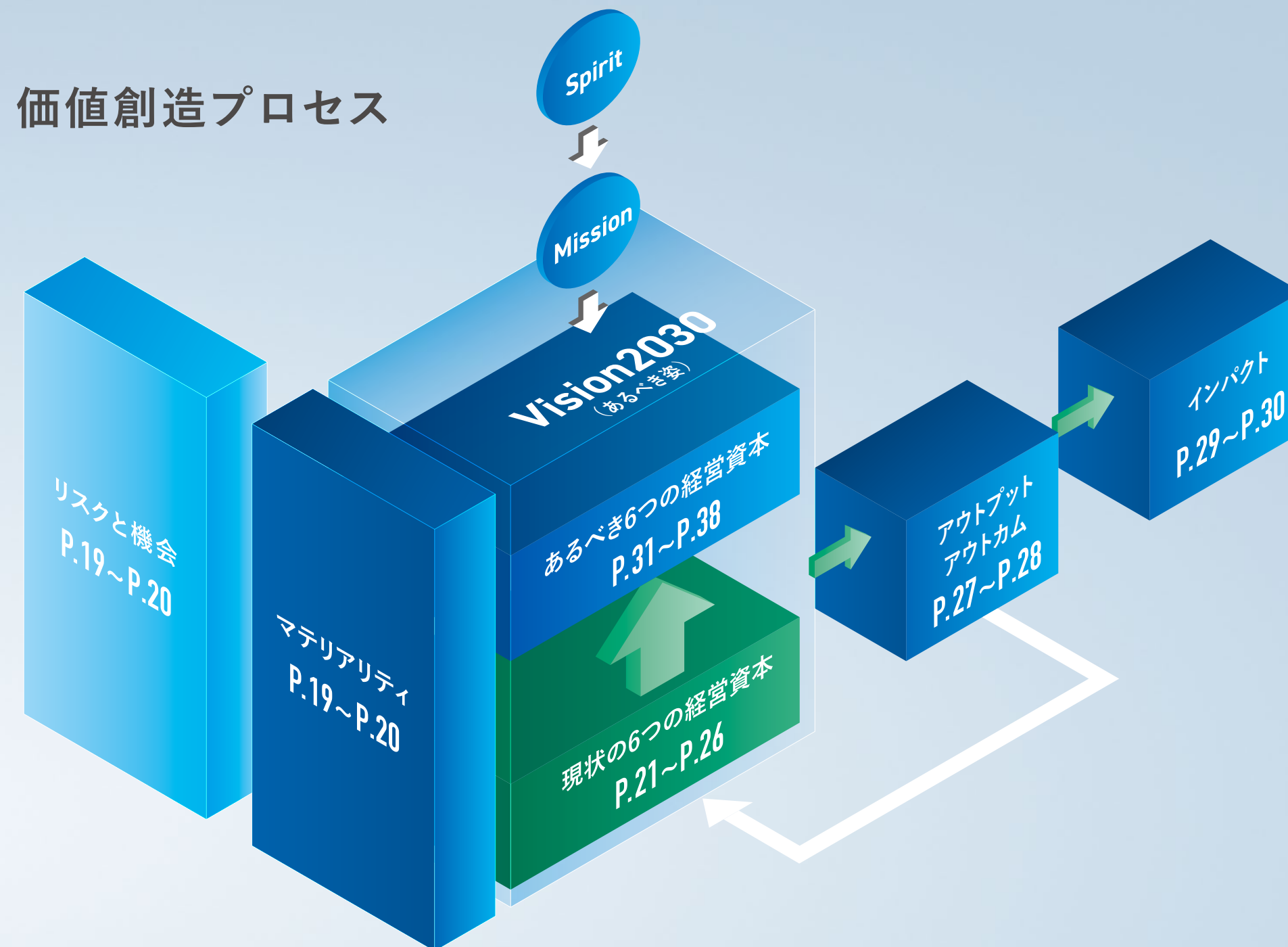


あるべき姿： Co-creative Value with SDGsへ 「あるべき経営資本」を具現化する トーン・アップの価値創造プロセス

トーン・アップは、「Mission:企業使命」を「Visualize ESG Management/ESG経営を創造し伝える」「Vision:あるべき姿」を「Co-create value with SDGs/SDGs活動と企業成長の共創」(企業とは他企業様の成長を含む)と定めてSDGsを事業目標に組み入れ、E(環境)・S(社会)・G(ガバナンス)の視点で事業投資する経営に取り組めます。よって、トーン・アップのビジョンはSDGsを盛り込んでおりESG経営でいえば「あるべき姿」そのものです。この当社ビジョンでもある「あるべき姿」を実現するために、当社独自の考え方である「あるべき6つの経営資本[※]」を設定。インプットとなる「現状の6つの経営資本」と「あるべき6つの経営資本」のギャップを埋めるための「アクションプラン」を構築することで、具体的で計画的な価値創造プロセスの継続的運用を行います。またさらに、3事業に対しても「あるべき事業」を定め、事業部ごとの「あるべき経営資本」を具現化する「アクションプラン」を構築しています。

※6つの経営資本とは、非財務資本となる5つの経営資本(人的・知的・社会関係・製造・自然の資本)と財務資本を示します。

価値創造プロセス



企業理念

ESG経営

トップメッセージ

価値創造プロセス

マテリアリティ

経営資本

B/S(貸借対照表)

インパクト

事業紹介

企業情報

トーン・アップのマテリアリティ

トーン・アップは、「マテリアリティ」(優先的に取り組むべき重要課題)の特定をステークホルダーの期待や社会的要請、外部環境の変化、当社の事業戦略や持続可能性におよぼす影響を総合的に考慮し整理しました。そして、当社の3つの事業の戦略やアクションプランに取り組むことで、持続可能な社会貢献と企業成長へ、価値創造の基盤をより一層強固にしています。

3事業のシナジー

AIの活用

SDGs協業ビジネス部門確立

ESGコンサルティング部門確立

知的資本強化推進部門確立

クリエイティブエージェンシー確立

企業理念

ESG経営

トップメッセージ

価値創造プロセス

マテリアリティ

経営資本

B/S(貸借対照表)

インパクト

事業紹介

企業情報

リスクと機会

マテリアリティ

アクションプラン

リスク

● エマージングカントリーの環境課題への取り組みの遅れや戦争・紛争などによる地政学リスク。

● スタグフレーションによる急激な物価高と人口減少による市場縮小のための消費低迷。

● 社員の高齢化および少子高齢化などの社会構造の変化に伴う人材不足。

● 地震や台風、頻発する局地的豪雨など自然災害による社会および生産インフラの毀損。

● 温暖化など地球環境の急速な変化への対応、対策。

● 広告掲載や広告主に関連する規制強化など事業環境に関連する法規制・制度の変化や強化による影響。

● 機密情報の外部漏洩や不正利用など事故による社会的信用の低下。

機会

● AIやDX推進などデジタル技術革新による生産性の向上とビジネスモデルの変革。

● 世界的な貧困や経済格差の拡大がもたらす、教育・育成格差の改善の機運。

● SDGs関連や二酸化炭素の排出削減などによる環境ビジネスの発展。

● 働き方改革やライフワークバランス定着による自分時間やリスクリングの時間拡大。

● インバウンド増加に伴うさまざまなサービスの供給不足。

● 社員のウェルビーイングの充実による多様な人材の獲得。

● ガバナンス強化による経営の安定と社会的信頼の向上。

3事業のシナジーによる価値創造

3つの事業が有する資本と強みを結集。相互にシナジーを発揮することで新たな価値創造を実現。

SDGs協業ビジネス部門確立

● SDGs関連事業の商品・サービス開発に特化した人材の強化。

● 協業企業様の増強。

ESGコンサルティング部門確立

● ESGコンサルティング人材の拡充。

● 統合報告書をはじめとするコーポレートコミュニケーションツールの制作強化。

知的資本強化推進部門確立

● 講座・セミナーの集客プロモーションの強化。

● カスタマーサクセスを実践する人材の強化。

クリエイティブ エージェンシー確立

● 社会貢献、環境問題に対するビジネスへの組み込みが急務。

● 生成AIやデジタルメディア時代に対応する体制構築。

生成AIを活用した業務への実用化

● デジタル化による業務効率化・生産性向上の実現。

3つの事業間での連携を強化

各部門の資本や強みを最大限に活かすための施策を推進。技術・ノウハウの共有、共同開発プロジェクトの実施を通じて事業シナジーを創出し、持続可能な事業モデルを確立。

● SDGs関連の商品・サービスの開発

● 協業企業様の開拓と産学連携による関係構築

● コンサルティング人材とサステナブルコミュニケーションメニューの拡充

● デジタルマーケティング人材と社会ニーズに適した講座の拡充

● 幅広い分野の講師や有識者との人脈構築

● アカунト部門の人材育成

● SDGs関連企業様との関係構築

● デジタル技術やメディアの開発

● デジタル人材の育成と拡充

20

6つの経営資本で生み出される3事業の成長

トーン・アップは、6つの経営資本(人的資本・知的資本・社会関係資本・製造資本・自然資本・財務資本)を強化し、3つの事業(SDGsソリューション事業・ナレッジ事業・コミュニケーション事業)を推進することで社会貢献と企業成長を具現化します。

当社のすべての資本の源となる人的資本は、3事業に関わるクリエイティブやプロダクツ、マーケティング、戦略、講座やワークショップの講師、ESGコンサルタントなど、個性あふれる人財のキャリアや経験、能力などを保有する資本です。この多彩な人的資本を情報へと整理・集約し知的資本へ昇華

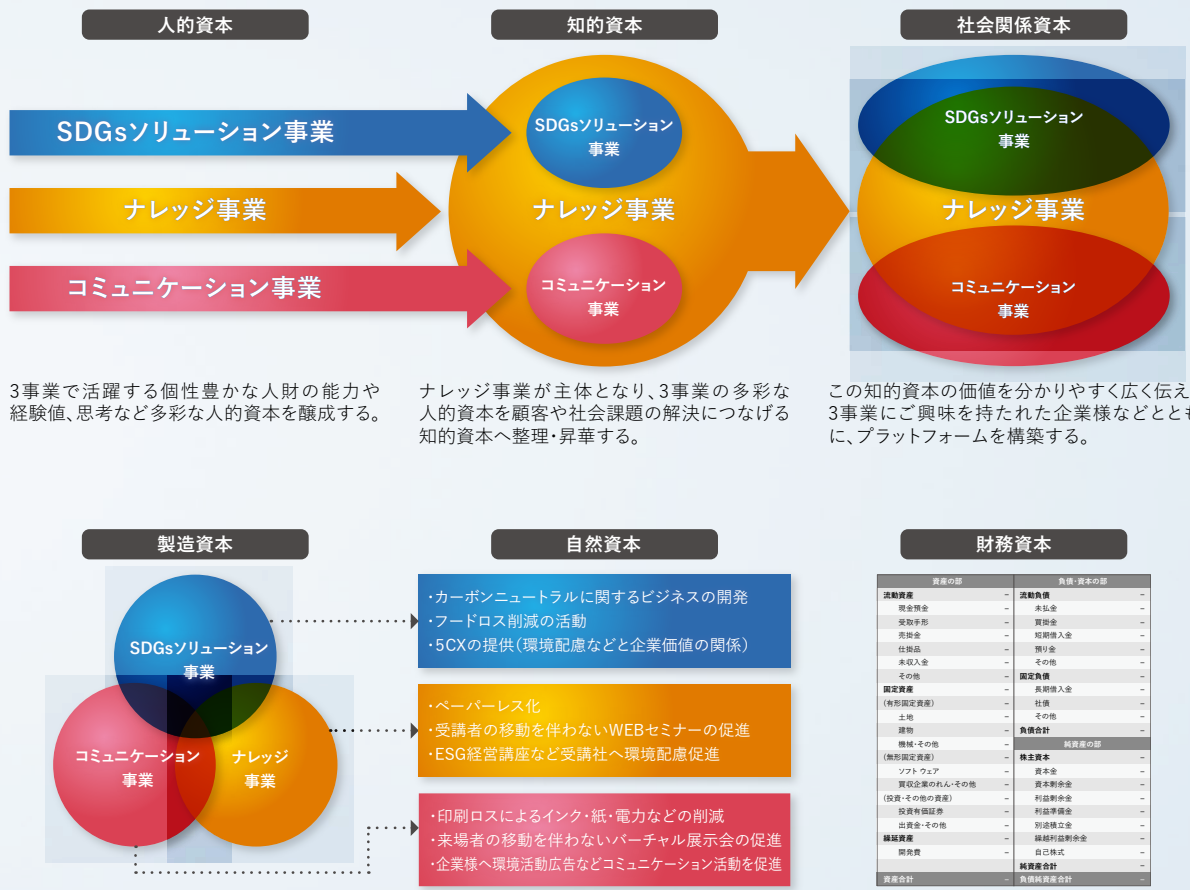
することをナレッジ事業が主体として行います。

この知的資本で社会関係資本を構築するため、SDGsソリューション事業とコミュニケーション事業の構築強化はもとより、ナレッジ事業ではこの知的資本の価値をさらに整理。SDGsやESG経営、人材育成、企業コミュニケーションなど3事業に関わる領域のノウハウやスキルをコンテンツ整理しセミナーやワークショップなどを開催するなど、3事業に関わるステークホルダーや3事業に興味ある企業様などとの社会関係資本を強化しプラットフォームを構築します。

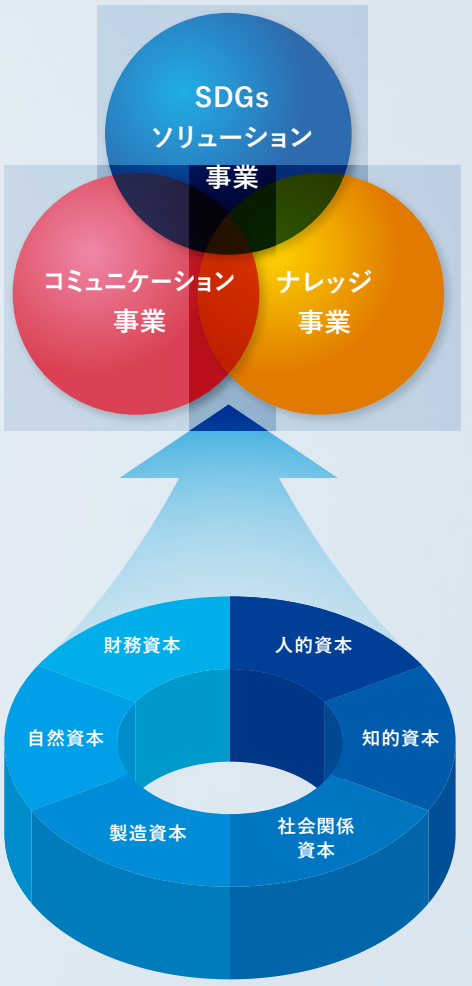
そして製造資本では、3事業が織りなす多くのビジネスを開発し、顧客ニーズや社会課題の解決につなげる多彩な価値を創造するとともに、環境配慮に関わるCO₂排出の測定および削減、サプライヤー様との協力によるエコ素材や原料の調達、製造工程の見直し、ISOやEcoVadis、B Corpなどを取り入れて、自然資本の強化へKPIの検証に取り組みます。

これら5つの経営資本を強化しながら3事業を推進しビジネスを拡大することで、資金循環による財務資本も向上し、社会貢献と企業成長が伴う当社の「あるべき姿」を達成します。

■人的資本を源泉とする6つの経営資本と3事業の関わり



■3事業成長図



すべての経営資本の強化へ

6つの経営資本（2024年）

人的資本

- 社員のモチベーション向上を目的としたトーン・アップ賞の実施
- コミュニケーション事業のクリエイティブ部署を対象とした「企画力・クリエイティブ力向上」「TUCC(トーン・アップ・クリエイティブ・クラブ)」の実施
- 内製化されたクリエイティブ全工程により、お客様のニーズに合わせたコンセプト作成や効率的なプロジェクト管理を実現
- 環境に配慮した素材（ペーパーボード）を使用した什器や展示物の企画提案

社会関係資本

- 映像制作ワークショップによる小学生に対する職業体験を通じた社会貢献とPR活動
- ソーシャルサービスとして動画制作講座・ESG経営講座を学校・企業、法人・個人に提供、また積極的なメディアへの露出による認知度向上
- EcoVadis社のサステナビリティ評価にて「ブロンズメダル」を取得
- 一般社団法人 日本動画制作協会の運営により動画産業の振興と発展に貢献

自然資本

- 環境に配慮した素材（ペーパーボード）を使用した什器や展示物の企画提案手法
- 3R【リデュース、リユース、リサイクル】活動の取り組みを通じた廃棄物削減と資源循環推進マニュアル
- NSAC活用による新聞広告製版校正および送稿の印刷ロスに関し、紙・インク・溶剤などの原材料や設備稼働の電気量などの削減で環境配慮に貢献

知的資本

- 5つの経営資本の「見える化」とKGI／KPIとの関係のシステム化
- 顧客提案力・業務改善力アップを目的とした全部門参加の情報共有会の実施
- 「ESG経営」のコンサルティング手法と各種テンプレート・ツールの作成
- 顧客情報、個人情報などのリスク管理強化による安全確保（ISO27001）
- 当社独自の「売上管理シート」による売上データ収集・分析、進捗管理システムを構築「売上ロジックツリー」として営業手法を集約し、知識・ノウハウの蓄積と共有に活用

製造資本

- 東京・大阪を製造拠点に広告・プロモーションコンテンツ制作のワンストップサービスを展開
- レタッチと製版の一貫した制作フローによる効率的手法
- 新聞・雑誌広告フローの効率化および標準化に資するTAC値調整手法
- 新聞カラー広告の色基準「NSAC」のリファレンスキット製作により日本の新聞広告の品質を牽引
- 品質の安定化を通じた顧客満足向上を実現させるオペレーター教育マニュアル

財務資本

非上場企業のため非公開

※NSACとは日本新聞協会が発表した新聞輪転機による印刷物の測定値から作成された色見本基準

すべての経営資本の源となる人的資本に関する活動

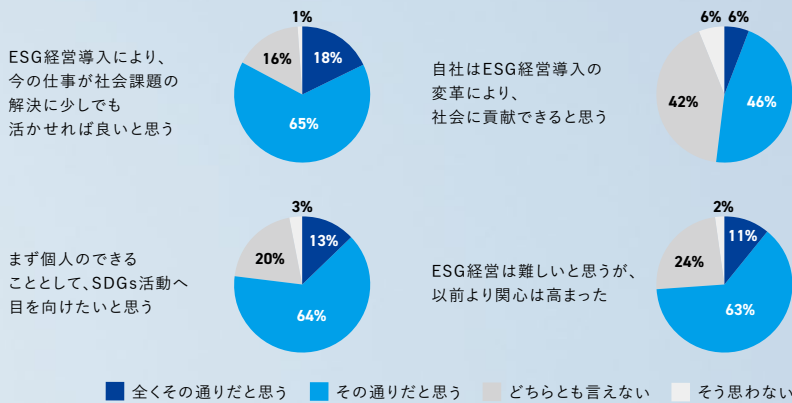
すべての取り組みにおいて、社員一人ひとりの理解を大切にします。

ESG経営を推進するためには、何よりも社員の理解と創造的な協力が不可欠です。企業理念の理解はもとより、ESG経営を念頭においたMVV（Mission：使命・Vision：あるべき姿・Value：行動指針）、「トーン・アップ・ミッション・グレード・システム（TMG）：役割等級制度」、それら諸活動とSDGsとの関係性など、トーン・アップのビジョンや目標を一人ひとりが認識・共感したうえで、取り組みを進めることが重要です。そこで、会社トップによる趣意説明、決算期ごとの方針発表、評価制度におけるMVVと連動した行動指針の導入、ESG経営講座や当社統合報告書の共有、情報共有ツールの活用など、きめ細かな社内コミュニケーションを展開し、理解・浸透に努めています。社内アンケートの結果、このような取り組みから昨年より意識の高まり、社員エンゲージメントの向上効果が確認できました。

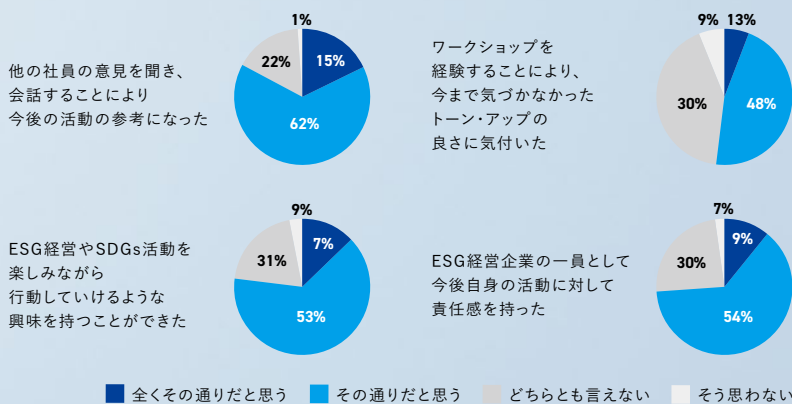
ウェルビーイングの向上やナレッジを共有する「人的資本ワークショップ」を開催。

ESG経営企業として、トーン・アップはとくに人的資本のアウトカムに力を入れています。生産性を高めるためには社員のウェルビーイングの向上と知識の共有が不可欠です。そのため、今年度より全社員を対象とした「人的資本ワークショップ」を開催しています。西村顧問のファシリテーションにより潜在意識を深掘りし、本来のありたい姿を顕在化させ、業務の意義・役割、会社・社会とのかかわり方を再認識するとともに、ディスカッション・発表を通じて、各々の暗黙知を共有しました。「人的資本ワークショップ」による社員の意識の変化は、社内アンケートにも表れています。

ESG経営の導入に関するアンケート（2024年9月、社員100名に調査）



人的資本ワークショップに関するアンケート（2024年9月、社員100名に調査）



人的資本の強化に関する対応と制度

01 リーダーシップ 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・Value研修 ・チームやプロジェクトへ、主体的メンバーに選出する人事制度 ・年2回のTMGの評価面談 ・TMGの行動評価項目であるリーダーシップを年2回、評価点数で昇給・昇格する ・年に一度のValue賞で賞金と賞賛 ・研修時間と回数 ・プロジェクトを含むリーダーの人数/全社員の24%
02 育成 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・Value研修 その他 ・マーケティング、ESG経営、ビジョンWS ・年2回のTMGのValue評価面談 ・年1回のハラスメント研修 ・ISO情報管理の監査と研修 ・TMGのValue項目を年2回、等級昇格や昇給 ・年に一度のValue賞で賞金と賞賛 ・SDGs導入会社など社外見学 ・研修の回数 ・SDGsの導入項目数
03 スキル / 経験 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・TU-MS動画制作研修 ・JOB情報共有会 ・日本動画制作協会の動画検定 ・DXリスキリング ・社員のキャリアアップや希望部署のヒアリング実施 ・年2回TMGによるスキル・実績の評価による指導、および適正等級や業務責務を判断 ・TMGの成果項目を年2回TMG評価により点数化、および等級昇格や昇給 ・年に一度のトーン・アップ賞で賞金と賞賛 ・研修の回数 ・その他検定試験
04 エンゲージメント 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・レクリエーション制度 ・社内の飲み会(残暑払い) ・TUCC 自己PRの場 ・全社方針・総括の発表 ・年2回TMGによるスキル・実績の評価による指導、および適正等級や業務責務を判断 ・TMGの成果項目を年2回TMG評価により点数化、および等級昇格や昇給 ・研修の回数 ・その他検定試験
05 採用 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・社員からの紹介制度 ・2年毎に採用条件(給与・副業、福利厚生など)の向上 ・統合報告書など企業情報の公開 ・Value適性診断 ・新卒2名採用(隔年) ・海外勤務制度 ・応募者と採用人数
06 維持 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・多彩な働き方改革 ・チャレンジ機会の向上 ・TMGによる個人目標の支援 ・年に一度のサーベイ社員の満足度調査 ・労働環境条件(在宅・オフィス・時間・役割、期間契約など)の柔軟性 ・労働時間超過の定期的な管理 ・日本、EU、北米の時差を活用した24時間リレーションシステムによる残業0労働 ・離職率の比較
07 サクセッション(後継者育成計画) 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・引継ぎマニュアルの作成 ・事業部制、子会社化など経営者のOJT ・TMGによる人材開発 ・プロジェクト事業による育成制度
08 ダイバーシティ 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・65歳までの雇用 ・障害者雇用率の目標値 ・ダイバーシティ研修 ・女性管理職を20% ・ダイバーシティの窓口、委員会設置 ・内部通報・告発者の権利保護に関する規定制定 ・ダイバーシティ推進の方針 ・障害者雇用率 ・女性管理職比率
09 非差別 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・年1回のハラスメント研修 ・ハラスメント相談窓口、および査問会の設置 ・内部通報・告発者の権利保護に関する規定制定 ・サーベイ調査
10 育児休暇 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・男女育児休暇推進の研修 ・育児休暇期間の雇用および福利厚生の保証 ・男女育児休暇の公表 ・育児休暇相談窓口の設置 ・男女の育児休業取得者の人数
11 精神的健康 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・代休・有給休暇の取得推奨 ・夏休み期間の撤廃 ・労働時間超過の定期的な管理 ・残業時間削減の研修 ・健康経営宣言 ・希望者による月1度の産業医面談 ・労務管理表による残業時間の管理徹底 ・ティール組織運営(セルフマネジメント・ホールディング・S-MVV共有) ・メンタルヘルス休職者数
12 身体的健康 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・代休・有給休暇の取得推奨 ・夏休み期間の撤廃 ・労働時間超過の定期的な管理 ・残業時間削減の研修 ・健康経営宣言 ・希望者による月1度の産業医面談 ・労務管理表による残業時間の管理徹底 ・ティール組織運営(セルフマネジメント・ホールディング・S-MVV共有) ・メンタルヘルス休職者数
13 安全 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・全メンバー向け防災グッズの設置 ・安全確認マニュアル作成(ISO) ・災害時の安否確認システム ・安全確認(ISO)による監査 ・年に1回のビル火災訓練日に安否確認、および災害グッズの更新を行う ・労働災害度数率
14 労働慣行 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・出社・在宅、スーパーフレックス ・TMGによる、行動・成果の管理
15 児童労働 / 強制労働 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・児童労働および強制労働を就業規則で禁止 ・自社の事業活動およびサプライチェーン上で児童労働および強制労働などの人権侵害への加担を排除
16 賃金の公正性 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・TMGによる役割別の給与の公開 ・全執行役員による評価バランスチェック ・サーベイ調査 ・事業部別・セクション別・等級別の比較検討を3回以上実施し決定 ・TMGのValue項目を年2回、等級昇格や昇給 ・年に一度のValue賞で賞金と賞賛
17 福利厚生 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・レクリエーション制度 ・フードロス「Kuradashi」の活用 ・レポートによる活動報告と成果発表会開催 ・2セクション以上で5名以上の集団でのレクリエーション申請 ・福利厚生アンケート調査の実施
18 組合との関係 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	現在、当社に労働組合は存在しません。
19 コンプライアンス / 倫理 価値向上 リスク管理 独自性 比較可能性	・全メンバー向け決算報告 ・ISO情報管理の運営 ・発生した労働問題の開示 ・人権尊重などの取り組み ・年間総労働時間・残業の開示 ・有給休暇取得率の開示 ・株主総会・役員会の運営 ・ISO情報管理の監査 ・社外取締役の設置 ・内部通報・告発窓口(社内・社外)設置および監査委員会設置 ・内部通報・告発件数の開示

経営資本の強化活動

人的資本

■トーン・アップ賞の選考

年に一度、顕著な業績や会社組織への貢献を残した個人・グループを顕彰し、賞金を授与することで、社員のモチベーションを高め、スキルアップへのきっかけとしています。



■トーン・アップ・クリエイティブ・クラブ(TUCC)の開催

経験豊富で高いスキルを持つスタッフが講師となり、技術やノウハウを伝えます。今年より、個々の業務のプレゼンテーションを実施し、社内横断的な人材やスキルの共有の場としても機能しています。



知的資本

■企業の持続的成長を支援する新たなサービス「5CX Pilot」™を開発

「5CX Pilot」™とは、トーン・アップが開発した5つの経営資本(Capital)を戦略的に活用することで企業革新(X:Transformation)を実行し、成長性を担保する水先案内人(Pilot)となるためのアプリケーションソフト(国際特許出願中)並びにそのサービスの商標です。これにより、ESG経営による企業価値向上が、システムチックに実践できます。



青字:導入済 赤字:2025年導入予定・導入検討案件

※TMG:トーン・アップ・ミッション・グレード・システム／役割等級制度
※TU-MS:企業向け動画担当者養成講座

社会関係資本

■一般社団法人 日本動画制作協会を運営

団体・個人へ動画の活用や制作の知識、技能の向上を支援し、動画産業の振興と発展に貢献する団体。当社は幹事会社として活動しています。



■体験型出前授業「映像のお仕事」を実施

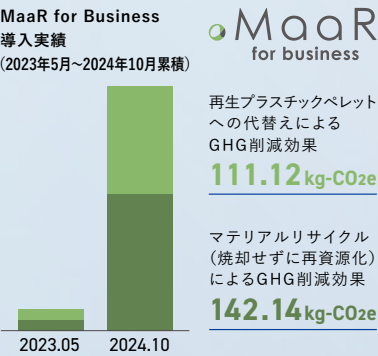
2023年11月に当社企画による出前授業を堺市立家原寺小学校で実施。子どもたちが映像制作の魅力や社会的意義を知る機会となりました。動画スクール「TU-MS」で培った教育ノウハウも活用し、クオリティの高い出前授業を提供しました。



自然資本

■環境負荷削減への取り組み

3R(リデュース、リユース、リサイクル)の取り組みの一つとして、オフィスの使用済みプラスチック製品の資源循環サービス「MaaR for Business(マールフォービジネス)」を導入。温室効果ガスの削減を可視化し、社員のサステナビリティ意識の向上にも役立てています。取り組みから約1年半が経過し、累積GHG削減効果は二酸化炭素(CO2)換算数値で253.26kg-CO2eとなりました。



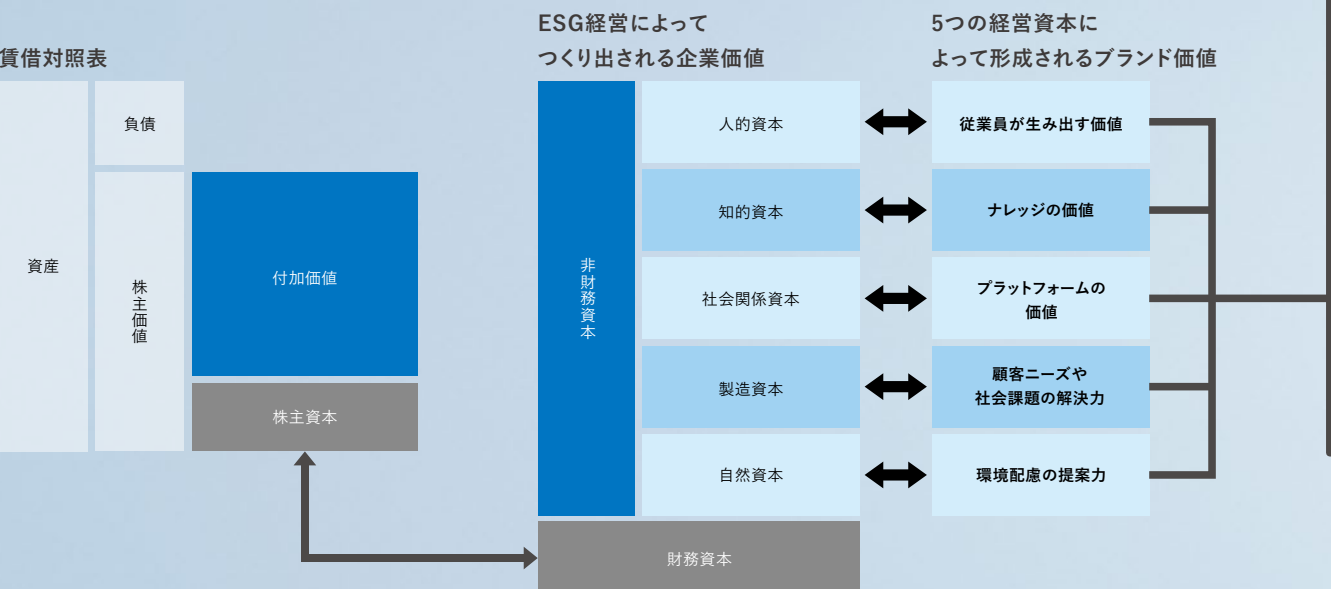
トーン・アップが導入するESG経営B/S

5つの経営資本が生み出すブランド価値、そして企業価値をESG経営B/Sへ

トーン・アップは、つねにPBR（株価純資産倍率）を意識するため、従来の貸借対照表における資産の部を企業価値に置き換え、5つの経営資本を加えたESG経営B/S（貸借対照表）を構築し、定量的に分析することを推奨します。持続可能な経済システムを目指して、国際統合報告評議会（IIRC）が提唱した6つの経営資本のフレームワークのなかで、人的資本、知的資本、社会関係資本、製造資本、自然資本の5つの非財務資本は、企業の独自性を生み出し企業価値に多大な影響をおよぼすブランド価値を創造

する源です。当社は「非財務資本の資本・負債・差額」を定量化、またその資産となるブランド価値を「従業員が生み出す価値、ナレッジの価値、プラットフォームの価値、顧客ニーズや社会課題の解決力、環境配慮の提案力」からなる5つの要素で定量化し可視化することで、ESG（環境・社会・ガバナンス）の観点から企業の持続可能な価値創造を分析し、非財務資本の向上を図りながらブランド価値を高め、資金循環のなかで財務資本を向上させ、企業価値への貢献度を明らかにしていくことを目指しています。

■ ESG経営およびブランド価値モデル



ESG経営 B/S(案)			
資産の部		負債・資本の部	
流動資産	-	流動負債	-
現金預金	-	未払金	-
受取手形	-	買掛金	-
売掛金	-	短期借入金	-
仕掛品	-	預り金	-
未収入金	-	その他	-
その他	-	固定負債	-
固定資産	-	長期借入金	-
(有形固定資産)	-	社債	-
土地	-	その他	-
建物	-	負債合計	-
機械・その他	-		
(無形固定資産)	-	純資産の部	
ソフトウェア	-	株主資本	-
買収企業のれん・その他	-	資本金	-
(投資・その他の資産)	-	資本剰余金	-
投資有価証券	-	利益剰余金	-
出資金・その他	-	利益準備金	-
繰延資産	-	別途積立金	-
開発費	-	繰越利益剰余金	-
		自己株式	-
		純資産合計	-
資産合計	-	負債純資産合計	-

ブランド価値の部			5つの経営資本の部		
従業員が生み出す価値			人的資本	00,000	
	00,000		人的負債	00,000	
	00,000		差額	00,000	
ナレッジの価値			知的資本	00,000	
	00,000		知的負債	00,000	
	00,000		差額	00,000	
プラットフォームの価値			社会関係資本	00,000	
	00,000		社会関係負債	00,000	
	00,000		差額	00,000	
顧客ニーズや社会課題の解決力			製造資本	00,000	
	00,000		製造負債	00,000	
	00,000		差額	00,000	
環境配慮の提案力			自然資本	00,000	
	00,000		自然負債	00,000	
	00,000		差額	00,000	
ブランド価値合計	0,000,000		5つの経営資本合計	0,000,000	
ESG経営資産合計	0,000,000		ESG経営資本合計	0,000,000	



V2030「あるべき姿」のインパクト

SDGsソリューション事業 主体

環境配慮および改善に関し、まずはカーボンニュートラルに向け、当社による温室効果ガス排出量の測定や削減の実行をパートナー企業様と実行。またカーボンクレジットなどのオフセットビジネス、カーボンネガティブに向けた商品の企画・提案・製造・販売など、さまざまなソリューションを開発。さらに、それらのノウハウから企業様へ、さまざまなソリューションを提案・提供します。



コミュニケーション事業 主体

自然環境に関し、企業様の統合報告書やサステナビリティレポートはもちろんのこと、企業・商品ブランディングなどあらゆるコミュニケーション活動に、環境配慮や気候変動の緩和対策などの提案を促進します。新聞広告校正印刷など紙媒体に関わる業務に関し、日本新聞協会より委託を受けNSAC(新聞カラー広告の色見本基準)の基準印刷物を作成。NSACの普及とともに全国の新聞カラー広告品質の向上や広告製版製作期間の短縮、また校正印刷工数の削減および労働生産性の向上などに貢献。さらに、校正印刷ロスの軽減により原材料の紙やインク、溶剤、そして電力消費を軽減します。



ナレッジ事業 主体

人財醸成に関し、当社3事業や協業企業様とのノウハウやスキル、知見などを知的資本として画一的に整理し、企業様の人的資本強化に向けリスキリングの講座やセミナー(TU-MS、ESG経営講座、デジタルマーケティングeラーニング講座)などを行い、技術的・職業的スキルの向上で、働きがいのある役割や雇用の機会を増やします。また、企業様向けだけではなく、学生や脆弱層などすべての人々が質の高い技術教育・職業教育などを受けられるよう講座プログラムの開発を続けます。



オペレーション・リンクワーク

当社3事業に関わる業務のオペレーション拠点に関し、日本以外にEUや北米など海外パートナー企業様と協業拠点を設置。オペレーションを各国の現地時間の日中に各々8時間作業で委託する地球の時差を活用したリンクワークスキームを構築。このスキームにより、24時間シームレスなオペレーションによる短納期や高付加価値の実現、また労働集約の分散、残業労働の削減、そして海外勤務による多様な文化や環境に触れながらワークライフバランスの創造。さらに次のステップとして、世界中の受託可能なオペレーション業務の受注を拡大し、先進国との同一労働同一賃金を達成し、ウェルビーイングとともに産業と技術革新の基盤づくりに取り組みます。



SDGsソリューション事業

ESG経営を推進し広めることを使命に、
持続可能な事業と社会貢献を目指す。

トーン・アップは長きにわたり広告制作のトータル
プロデュースを提供してきました。言い換えれば
コミュニケーション活動を通じて価値を提供し
続けてきたと自負しています。そして、広告制作
のみならず、動画制作のノウハウを提供する「企業
向け動画担当者養成講座TU-MS」を開講しました。
多くの企業様にナレッジを提供し、ビジネスを成功
に導く一助になればという想いではや二年が経ち
ました。さらに、新たな価値創造に挑むべく、
SDGsソリューション事業を立ち上げ、企業様の
経営支援を専門に、ESG経営の伴走者として、
新しい価値を創造する事業を始動しました。その
根底には企業の存在意義・本質は何なのか、持続
可能な企業にとって未来に何が必要なのか、どう
すればビジネスを通じてより良い社会を作り出せる
のか、といった私たち自身への問いかけがあります。
その一つの答えとして、我々がESG経営を導入し
推進すること、さらにはESG経営を多くの企業様
に広めること、それこそがトーン・アップの使命
であることに辿り着きました。

ブランディングツールとしての新たな
統合報告書を提供し、ESG経営に伴走。

私たちはESG経営の伴走者として「企業様の経営
支援」を進めるために、社内外のリソースを活用
し新たな価値創造を提供します。具体的には、
コーポレートコミュニケーションツールの制作を
通じて、あらゆるステークホルダーから信頼と支持
を受けられるよう企業ブランディングの向上に貢献
することです。その最たるツールが統合報告書です。
私たちには一貫した価値創造ストーリーを紡ぎ
あげ、わかりやすく、読みやすい、そして、わくわく感
のある統合報告書を創り上げるクリエイティブ力
があります。「ESG経営伴走企業」として、持続的
な企業成長に欠かせないツールを世に送り出す
ことが私たちの役目だと認識しています。また、
あらゆるステークホルダーの皆様に適切な情報
を届けるサステナブルコミュニケーションの活動
にも力を入れていきます。そのためにもコミュニ
ケーション事業の強みであるクリエイティブの力は
原動力となります。ナレッジ事業の講座やセミナー
を通じた発信力も事業を支えてくれます。ESG
コンサルタントの人材登用にも力を入れ、万全の
体制を構築しています。

トーン・アップがハブとなり社内外との
協業・共創で社会に貢献する未来へ。

そして、事業を強化するうえで社外の協力は欠かせ
ないものだと考えています。ステークホルダーの
皆様と共創し、成長し合えるパートナーシップを
築くことも2030年に向けての重要な取り組みと
認識しています。中期事業計画として、統合報告書
をはじめとするコーポレートコミュニケーション
ツールの制作と適切な情報開示を推進するサス
テナブルコミュニケーションの実現を「ESGコン
サルティング部門」と位置づけ、企業価値の向上
を実現できるよう体制を強固なものにしていき
ます。加えて、多くのステークホルダーや大学など
との協業による新たな商品・サービス開発を
「SDGs協業ビジネス部門」が推進し、カーボン
ニュートラルやパテントのビジネスなど幅広い
取り組みを展開します。SDGsソリューション事業
がハブとなり、多くの企業様にとってプラットフォーム
の役割を果たすことでインパクトの最大化を図り、
社会に貢献し続けます。

企業理念

ESG経営

トップメッセージ

価値創造プロセス

マテリアリティ

経営資本

B/S(貸借対照表)

インパクト

事業紹介

企業情報

中期事業計画2030

2024

- ESG経営伴走企業として、ESG経営講座による社内浸透
やサステナビリティ情報の開示支援などコンサルティング
による経営支援。
- 統合報告書をはじめとする各種レポート、コーポレート
コミュニケーションツールの制作を提供。広報活動として
サステナブルコミュニケーションの取り組みを支援し企業
ブランディングに貢献。

- 事業メンバー
- アカウント 2名
- ESG経営支援コンサルタント 1名
- サポートメンバー 1名

- 社外ブレン
- ESGコンサルタント 1名
- サステナブルコミュニケーション担当 1名
- コピーライター 2名

- 【サービス】
- ESG経営講座 動画版の監修・制作
- 統合報告書・コーポレートコミュニケーションツールの制作
- サステナビリティ開示支援などのESGコンサルティング

アウトプット

64期 売上高70万円

インプット

人的資本

知的資本

社会関係資本

製造資本

自然資本

財務資本

ギャップを埋める アクションプラン

- 事業メンバーの拡充のため、プラン
ナー、ライターを外部から採用。

- 社内プランナー育成。

- サステナブルコミュニケーション
および制作ブレン開拓。

- 非財務資本に関する特許取得と
ビジネスモデル構築。

- 協業企業様の開拓
およびサービス開発で連携を
図る大学との関係性構築。

- カーボンクレジット創出支援の
メニュー開発。

2030

あるべき姿

① SDGs協業ビジネス部門の確立

多くの企業様と協業し、SDGs関連のビジネスモデルを創出。産学連携に
も注力しハブの役割割りとしてパートナーシップ強化を図る。

② ESGコンサルティング部門の確立

ESG経営の導入・運営における伴走企業として、統合報告書をはじめ
とするコーポレートコミュニケーションツールの制作や広報活動を支援。

- 事業メンバー
- アカウント 2名
- ブランナー 3名
- ライター 1名
- ESG経営支援コンサルタント 1名
- 社外ブレン
- ESGコンサルタント 1名
- サステナブルコミュニケーション担当 2名
- コンテンツ企画、メディアブレン 3社

- ライセンスビジネスの構築
- カーボンクレジットの
ビジネススキーム構築
- SDGs関連サービスの開発
- 大学教育・研究機関 2校
- 協業クライアント 3社

アウトカム

人的資本

知的資本

社会関係資本

製造資本

自然資本

財務資本

売上高16億円

執行役員
目黒 功

ナレッジ事業

動画コンテンツを事業の入り口に、
企業様のニーズやお悩みに向き合う。

ナレッジ事業は2022年に「企業向け動画担当者養成講座TU-MS」の開講からはじまり、動画コンテンツ需要の高まりも後押しし、多くの企業様に受講いただいています。そして、受講後もコンテンツ制作のサポートを通じてパートナーシップを構築してきました。近年、広告動画はCMなどのマスメディアからインストリーム広告やオウンドメディア活用に移行しつつあります。メディアの変化に伴い、動画の制作方法や表現も変わり、運用コストや社内体制など、新たな対応と課題を抱える企業様が増加傾向にあります。そのニーズや課題を解決するために講座も拡充させ、さらには一般社団法人日本動画制作協会を設立し、動画産業の振興と発展に貢献できるよう取り組んでいます。

3事業が連携し多彩な知識と経験をもとに
企業の現場で役立つ“ナレッジ”を提供。

ナレッジ事業はその名の通り、多くの企業様に「知識」を提供することを起点にしています。そしてリスクリングや企業のターニングポイントのきっかけづくりに寄与してきました。顧客との接点も多く、さまざまなニーズや課題が寄せられますが、SDGsソリューション事業やコミュニケーション事業との連携を図ることでこれらを解決に導いてきました。ナレッジ事業から提供する「知識」が企業の現場で役立つためには、「知識を活かす経験」を合わせて知ることが有効です。このような「知識と経験」を有するブレインがナレッジ事業には充実しています。多くのブレインとともに、今まで以上に企業様との強固な信頼関係を築き、イノベーションに貢献することを役目として、それぞれの課題に合わせた研修・セミナーの提供を実現

させていただきます。トーン・アップは3事業のシナジーで新たなVisualize Valueを創造していきます。

2030年のプラットフォーム化に向けて、その起点の役割りを果たせるよう、経営・営業支援、販促支援など幅広いカテゴリーの講座提供を、対面式やオンライン、eラーニングといったさまざまなスタイルで実現していきます。また、資格認定講座や資格取得も見据えた取り組みにも力を入れます。

そのためには企業様に最適ナリスキリング研修や経営セミナーを充実させ、企業価値の向上に貢献します。

中期事業計画2030

2024

●企業向け動画編集講座をはじめ、企業様のニーズに沿ったデジタル領域の講座を拡充。マーケティングや販促の内製強化を支援。

●講座の受講だけではなく、グラフィック制作や展示会ブースのプロデュース、SNSやWeb広告の運用など多岐にわたるアフターサポートで企業様との信頼関係を構築。

●小学校への出前授業を開催。小学生に学びと体験の場を提供し社会貢献にも注力。

■事業メンバー

- 講座設計・運営メンバー 3名
- アカウント 2名
- サポートメンバー 3名

■社外ブレン

- マーケティングからWeb広告運用、動画制作など、デジタル領域を専門とした講師 計7名

■累計受講社数(2024年10月現在) 102社

【サービス】

- 動画編集基礎講座・広告発注基礎講座・動画企画基礎講座、その他企業様に合わせたカスタム講座を展開。
- ESG経営講座 動画版の配信提供。

インプット

人的資本

知的資本

社会関係資本

製造資本

自然資本

財務資本

ギャップを埋めるアクションプラン

●事業メンバーの拡充のため、デジタルマーケティング、研修プログラムに特化した人材の採用。

●SDGsソリューション事業との連携による、コンサルタントや大学教授、有識者との人脈構築。

●講座・セミナーの集客をデジタル運用するためのシステム導入。

●講座運営会社とのアライアンス。

●ノウハウやシステムの知的財産への昇華。

アウトプット

64期 売上高2,600万円

2030

あるべき姿

① 知的資本強化推進部門の確立

多くのステークホルダーに企業支援として経営から販促や専門職まで幅広い講座、セミナーを提供し、知識やスキル、ノウハウの習得を図っていただく。

また、企業様に応じた研修プログラムを設計し経営や営業、販促など、幅広いリスクリングに対応。資格認定講座や資格取得も支援し、企業価値の向上に努める。

アウトカム

人的資本

独自のリスクリング研修のプランニング

知的資本

講座集客のデジタル運用確立

社会関係資本

多種多様なナレッジ提供に対応できる講師陣

製造資本

SDGsソリューション事業とコミュニケーション事業との連携によるサービス提供

自然資本

環境をテーマにしたセミナー開催

アウトプット

売上高6億円

■事業メンバー

- 講座・セミナー運営メンバー 5名
- アカウント 3名
- リスクリング(資格取得):プランナー 1名

■社外ブレン

- デジタル領域にかかわらず、経営や専門職など幅広い講師陣との関係構築 15名

■累計受講社数

リスクリング研修実施企業様 10社

その他販促、経営支援など 1,000社

●講座・セミナー開発

●カスタマーサクセスメニューの充実



コミュニケーション事業

顕在化している課題だけでなく
潜在的な課題も抽出し解決できる
存在へ。

現在、広告業界のあり方は大きく変化しています。とくに、広告媒体が紙からデジタルへと移行していることがその顕著な例です。デジタル広告は、ターゲットを絞った効果的なアプローチが可能であり、企業のメッセージを瞬時に広める力を持っています。また、企業が社会的責任を求められるなか、環境問題や社会貢献を意識した広告内容がますます重要になってきており、広告の目的や課題は以前とは大きく異なってきています。私たちトーン・アップは、100年以上にわたり、クライアント様が求めるビジュアルをイメージ通りに具現化する事を実現してきました。その実績は私たちの誇りであり、信頼の証です。そしていま、クライアント様に求められる社会的責任を理解し、創造される価値を具現化することが求められる時代において、私たちも進化する必要があります。今までは、クライアント様のご要望に応えることが主な目的でしたが、これからはそのご要望の根底にある課題を抽出し、他にはない視点で解決策を提案することが求められています。

クライアント様の真のニーズを
理解することこそ適切かつ効果的な
解決策への唯一の道。

そのためには、まずクライアント様のニーズを深く理解することが重要です。業界の最新トレンドや、社会課題、情勢の変化をつねに意識し、提案に盛り込むことで、クライアント様にとっての最適な解決策を導き出すことができます。このアプローチにより、私たちはより効果的で価値のある広告を提供できると確信しています。たとえば重要産業の一つである医療分野では、クライアント様の社会的責任を理解しなければなりません。医療系広告は、正確さや信頼性が求められるため、慎重なアプローチが必要です。私たちは、医療機関や製薬会社と連携し、最新の医療情報や治療法を分かりやすく伝える広告を制作しています。具体的には、患者様向けに病気の予防や健康維持に関する情報の発信や、医療機関のサービスを広めるためのプロモーションなど、多岐にわたる活動を行っていきたいと考えます。私たちは環境、社会、医療、教育、健康といった多様な分野に関わる機会を持っており、多様なクライアント様が創造される価値を表現し、持続可能な社会の実現に

向けた役割を果たしていきます。さらに、企業成長を支援できるようSDGsソリューション事業とナレッジ事業との連携サービスやメディア、ブランディングにおけるプラットフォームの確立を目指します。社内では、社員一人ひとりが高い専門性と責任感を持って業務に取り組むことを心がけています。これにより、全社員が共通の目標に向かって力を合わせ、クライアント様に対して最良のサービスを提供できるよう日々邁進しています。

今までのクリエイティブになかった
新たなソリューションとインパクトへ。

私たちの使命は、単なる成長支援ではありません。革新的なSDGsソリューションと深い知識の共有を通じて、社会的なインパクトを最大化することです。ナレッジ事業とソリューション事業を連携させ、時代をリードするプラットフォームを構築し、企業の成長と世界の持続可能性を同時に追求します。そして、私たちは2030年に向けて、新たなクリエイティブの形をつくり出すことを目指しています。クライアント様に寄り添い、創造される価値を表現しながら、ともに成長するためのパートナーであり続けたいと考えています。

企業理念

ESG経営

トップメッセージ

価値創造プロセス

マテリアリティ

経営資本

B/S(貸借対照表)

インパクト

事業紹介

企業情報

中期事業計画2030

2024

- クリエイティブ部門の強化、アカウントのスキルアップを推進し、受注型の事業から提案型の事業へシフト。
- 長年の経験を基に培ったイベント企画やノベルティ制作の知識と技術を活かし、魅力的なプロモーションを提供。お客様のニーズに応じたアイデアを具現化し、イベントの成功をサポート。さらに、最新のトレンドや技術に対応し、斬新で効果的なノベルティを通じて、ブランドの認知度向上に貢献。
- 長年の実績で培った製版技術や知識を活かし、印刷ハイクオリティを提供。デジタル印刷機の操作や保守、最新技術、デジタル化に対応し、業界で信頼を得る。

- 事業メンバー
- アカウント(内:医療業務対応可能アカウント3名) 計19名
 - クリエイティブ(内:医療業務対応可能CR AD1名、D6名) 計42名
 - 製版事業 計33名
 - 広告製版アカウント 3名
 - 広告製版オペレーター 14名
 - グラフィックP・大判出力・印刷 16名

- 社外ブレン
- 全国各地撮影会社 3社
 - MAスタジオ 3社
 - 印刷会社 8社
 - キャスティング会社 3社
 - イベント会社 3社

アウトプット

64期 売上高15億7,330万円

インプット

人的資本

知的資本

社会関係資本

製造資本

自然資本

財務資本

ギャップを埋める アクションプラン

- 提案型の営業スキルを強化しクリエイティブに対する深い理解を持つ人材を育成する。
- SDGs関連の専門知識や市場動向に基づいた提案力を強化するための知識体系を整備。
- SDGsを軸にした企業間ネットワークを拡大し他社との差別化を図るための社会的信頼を構築。
- 製造部門を活用しつつ、デジタル技術や新しいメディアへの対応力を高める。
- クリエイティブ部門の強化に伴い製版部門プロセスも効率化・デジタル化を進める。

2030

あるべき姿

アウトプットを意識したクリエイティブエージェンシーの確立

① クリエイティブの確立

クライアントの根本的な課題を見つけ出し、他社にはない視点から社会問題への取り組みを含めた解決策を提案することで、企業の社会的責任を果たしながら価値を高める。そして、他の会社と差別化された、社会貢献に重きを置くエージェンシーを目指す。

② デジタルを含むメディアの開発

デジタル案件の対応力を強化し、デジタル分野での競争力を高める。印刷広告の需要が縮小しているなか、新たな収益源としてデジタル広告・コンテンツ制作・SNS運用などを展開。

- 事業メンバー
- アカウントプロデューサー部門 計15名
 - コンシューマーセクション 6名
 - 医療専門セクション 6名
 - イベントセクション 3名
 - 映像ディレクター 5名
 - プロダクションマネージャー 2名
 - レタッチャー/CG 8名
 - 広告製版部門 計8名
 - 営業兼製版オペレーター 8名

- クリエイティブ部門 計54名
- クリエイティブディレクター 3名
- アートディレクター 6名
- デザイナー 18名
- コピーライター 3名
- メディカルライター 2名
- ストラテジックプランナー 3名
- デジタルプランナー 2名
- 社外ブレン
- 全国各地撮影会社 5社
- 撮影スタジオ 5社
- MAスタジオ 5社
- 印刷会社 3社
- キャスティング会社 5社

アウトカム

人的資本

知的資本

社会関係資本

製造資本

自然資本

財務資本

アウトプット

売上高25億円

クリエイティブについて

クライアントの想いとともに 社会にも貢献する 新たなクリエイティブの姿へ。

トーン・アップが目指すクリエイティブとは、クライアントの「想い」を社会から共感されるよう見える化し、従来の広告にとらわれないブランドの世界を構築することです。今までのような媒体広告だけでなく、ビジネスの基盤づくりにも関わるクリエイティブを目指し、社内の人材育成はもとより、社外の協力メンバーとも目指す方向性を明確にして構築していきます。媒体やツールはここ数年で大きく変化しました。しかし、人々の幸せを中心に考えた時に、大切にすべきことの根幹は変わりません。従来の「表現」に加え、新しい「仕組み」や「サービス」を構築したり、新しい「ベネフィット」や「価値観」

「体験」を創造することもより重要になります。企業様が向き合う社会課題が増え、複雑化するなかで、ポジティブな方向性をいかに示せるかが求められています。ブランドだけが成長するのではなく、環境問題の解決に向けた活動や暮らしやすい社会が同時に叶えられるようなアイデアが必要とされています。クライアント様がクリエイティブに求める期待も、「広告をつくること」ではなく、「抱えている課題を解決する提案」をすることにあると思います。私たちはクライアント様がどうありたいのかを汲み取り、社会がそのブランドに何を求めているのかを探求し、発信すべきメッセージを新しい視点で企業や、社会にとってより意義のある存在として「見える化」します。これこそが私たちの使命、まさにVisualize Valueだと考えています。2030年のビジョン達成に欠かすことのできない社内の

クリエイティブを成長させるために、独自の教育プログラム「TUCC(トーン・アップ・クリエイティブ・クラブ)」や専門講師を招いたセミナーを開催。また、課題に応じて専門領域を持つ協力企業様とのチームを編成し、プロジェクトの経験を積むことで社員の成長に役立てます。このように、各々の目標へ自主的に向かって行ける環境をつくることで、クライアント様に対しても責任のある良質なクリエイティブを提供できると考えています。さらに、さまざまなバックグラウンドを持つ社員が加わりながら、最適なアウトプットを構築します。時代に合わせて進化するためには、一人ひとりの多様性を尊重しながらまだ見たことのない新しい未来価値を創造できる人材を、組織全体で育成しなくてはなりません。それを着実に実行し、自分たちが望む姿へと変化していくため取り組み続けます。



クリエイティブ統括 兼
クリエイティブディレクター
佐藤 哲

ブランディングで企業様の価値を 向上させる。私たちトーン・アップの 最も得意とするサービスです。

Brand + ing = Identity + Reputation + Promotion
Visualize Valueで推進する

どんな企業様も成長したい。しかし、思うようにいかない。成長を阻むいくつかの要因を発見し、解決していきます。

Identity 自分理解

人的資本を核とした五つの資本。多くの企業様は他社の研究はするものの、自らの理解を忘れています。自分たちの会社の価値とは何か。組織を構成する従業員たちの想いを起点にします。想いが



顧問 マーケティング担当
西村 康朗

言語化できると、企業様に詰まった多くの才能が見えてきます。その才能を企業の価値に変換します。

未来起点で考える。

自らのありたい姿を描く。どうなっていたら、幸福なのか。その幸福の価値を理解推進するために、言語化、見える化を推進し、人々に伝わるIdentityを確立します。ありたい姿を起点に現実を見ると、見えなかったものが見えてきます。それが本当に変えていくべき現実です。未来と現実のギャップを明確にし、進むべき工程をつくっていきます。

Reputation 意思疎通

従業員だけでなく、顧客や社会などさまざまなステークホルダーとの相互誓いされた未来共有をしていきます。伝達だけではなく、双方向の心の共振。

Identityへの賛同者を拡大するために、コミュニケーションをつくっていきます。評判、社会での語られ方が、価値向上のための推進力になります。社会で注目される活動体としてのブランドができていきます。

Promotion 成長のための進化

つねにブランドが成長するために、価値向上の実行者になっていきます。その実行は社会的でなければならない。自己主張以上にいつも時代の動きを尊重する柔軟な態度を持つ。真の実行者は、主張を押し通すのではなく、変化する時代を見抜き、古い解釈や知識を捨て去り新しい自分をつくり続ける努力を続ける者であるはずです。次に必要な価値を見せる。Visualize Valueは、今日過去になる現在ではなく、明日必要になる未来をつくる装置でありつづけたい私たちの活動です。

企業情報

■役員一覧



富田 和伸
YASUNOBU TOMITA
代表取締役
一般社団法人日本動画制作協会
理事長



梅原 潤一
JUNICHI UMEHARA
取締役 ESG経営担当



目黒 功
KOU MEGURO
執行役員



石黒 義昭
YOSHIAKI ISHIGURO
執行役員



佐藤 哲
TETSU SATO
クリエイティブ統括 兼
クリエイティブディレクター



西村 康朗
YASURO NISHIMURA
顧問 マーケティング担当

沿革

1919年	先々代富田厳により大阪市南区に富田製作所を創業
1961年	株式会社大阪製版所として法人化、先代富田進吉が代表取締役社長に就任
1963年	東京都中央区築地に広告製版会社、株式会社東京トーンを設立
1989年	株式会社大阪製版所と株式会社東京トーンが合併し、株式会社トーン・アップを設立
2000年	株式会社イメージ・ラボを設立、広告画像制作を強化
2007年	株式会社イメージ・アップを設立、サイネージ、展示会、SPツールの制作業務を強化
2011年	株式会社ポイント・セットを設立、プロモーション及びコンテンツ企画事業を強化
2017年	グループ5社の統合
2019年	創業100周年を迎える
2022年	「企業向け動画担当者養成講座TU-MS」・「ESG経営講座」を開講
2023年	価値創造のための新たなミッション・ビジョン・バリューを策定、第二の創業をスタート

会社概要

社名	株式会社トーン・アップ
事務所	東京本社 東京都中央区銀座7-13-20 銀座THビル 2F 大阪本店 大阪府大阪市西区土佐堀1-3-7 肥後橋シミズビル 7F 新虎スーパーラボ 東京都港区新橋5-20-4 新虎サウスビル B1F
創業	1919年(大正8年)5月5日
認証	JIS Q 27001:2014(ISO/IEC 27001:2013)登録番号 J0476 Japan Colorプルーフ運用認証 デジタルセンドクリエイティブパートナーズ認証 東京都屋外広告業登録 登録番号 都広 第3930号 労働者派遣事業許可証 派27-302914
加盟団体	日本新聞広告製版会 公益社団法人 日本広告写真家協会(APA) 公益社団法人 ACジャパン 一般社団法人 日本動画制作協会

さまざまなバックグラウンドをもつ 人々と企業との共創で未来の可能性を広げていく

SDGsが目指す、人と社会の豊かな未来。

不確実性が高く、先を見通すことが難しい時代だからこそ、

SDGsが示す未来は、揺るぎない到達地点として私たちの目に映ります。

歩く速度を上げ目的地へ向かうESG経営企業の伴走者であるために、トーン・アップも歩みを共にすべく走り始めています。

当社の伴走支援は、コミュニケーションコンテンツを通じた企業の想いや

価値の見える化(Visualize)とブランディングではありません。

社会課題の解決につながる新たなサービスの提供も含まれています。

100年を超える当社の事業は社員一人ひとりの想像力と創造力に支えられてきました。

今後は、企業や地域、事業の枠も超えた共創で、当社自身の伴走力を高め、よりよい未来づくりへ貢献していきます。

**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS**

株式会社トーン・アップでは、SDGs活動やESG経営に関わる、さまざまな形態のパートナーを募集しています。
詳細をご希望の方は、株式会社トーン・アップSDGsソリューション事業担当 (info@esg-toneup.com) へお気軽にご連絡ください。

Visualize Value

