



2022年12月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社ワイヤレスゲート
(証券コード：9419)



- 1 当社について**
- 2 第2四半期連結決算の概要**
- 3 2022年度の成長戦略及び取り組み状況**
- 4 株主還元について**
- 5 サステナビリティについて**
- 6 参考資料**



1

当社について

▶▶▶ 当社ミッション



ワイヤレス・ブロードバンドサービスを通じて
より**創造性あふれる社会**の実現を目指す



リモートライフ時代の
ソリューション・ディストリビューターになる

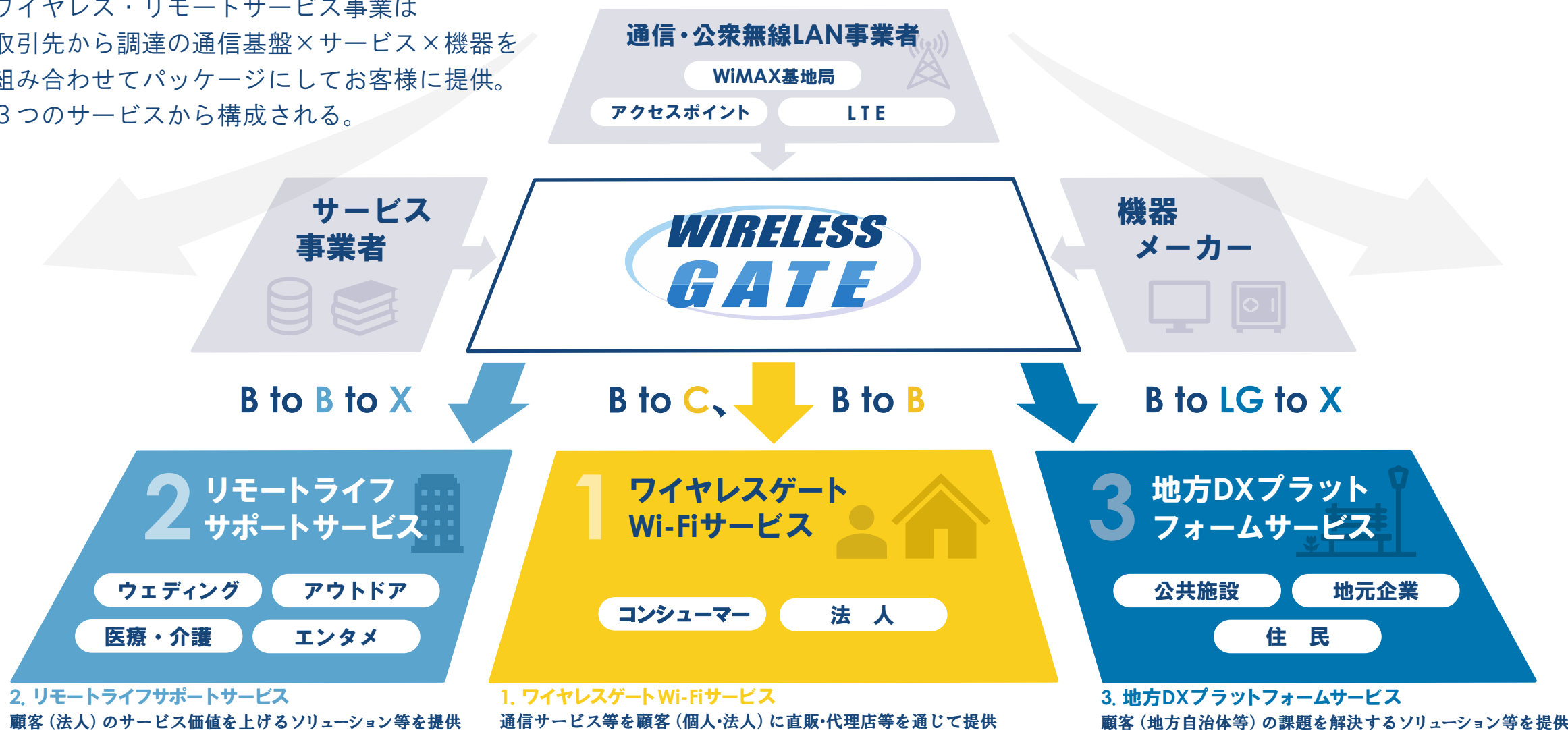
▶▶▶ 成長戦略で目指す姿



「Wi-Fi」を造る会社から、
最適な「つながり」を創る会社に進化する

ワイヤレス・リモートサービス事業の構成

ワイヤレス・リモートサービス事業は
取引先から調達の通信基盤×サービス×機器を
組み合わせてパッケージにしてお客様に提供。
3つのサービスから構成される。



2. リモートライフサポートサービス

顧客（法人）のサービス価値を上げるソリューション等を提供

1. ワイヤレスゲートWi-Fiサービス

通信サービス等を顧客（個人・法人）に直販・代理店等を通じて提供

3. 地方DXプラットフォームサービス

顧客（地方自治体等）の課題を解決するソリューション等を提供

ワイヤレスゲートWi-Fiサービスの商品

(1) WiMAX

商品名	WiMAX
商品概要	工事不要、即日開通。固定回線と比べて面倒な工事や手続きが不要なインターネット接続サービス
小売価格（税込） （ヨドバシカメラ店舗）	月額：4,268円（はじめる割25ヶ月間）
調達戦略	20社程度のMVNO事業者としてUQコミュニケーションズ社と直接取引
販売戦略	・店舗でのスマホ等購入のセット商品として訴求、au・UQモバイルとセットなら、更にスマホの割引 ・大都市圏のヨドバシカメラ24店舗等の実店舗販売、自社ECに加えて、販売代理店による対面販売等
特長	① 利用住所登録不要で、電源さしてすぐに使える ② WiMAX、au 4G LTE、au 5Gの3つのネットワークを利用して、安心してつながります ③ 全国約4万箇所の公衆無線WiFiも利用可能



ヨドバシカメラ限定 WiMAX+5G 2022年5月31日まで

ヨドバシカメラ店舗限定キャンペーン

Galaxy 5G Mobile Wi-Fi

ギガ放題プラス 期間条件なしにご加入で

31,779円 還元

※下記キャンペーン2点の合計金額とさせていただきます。

キャンペーン1 本体代 21,780円

キャンペーン2 月額料 10,000円

WiMAX+5G ギガ放題プラス 期間条件なし

WiMAX+5Gはじめての割 (月々682円×25ヶ月間適用)

4,268円 (税込)

※26ヶ月目以降は4,950円

Wi-Fiルーター本体価格 **21,780円**

※本体価格に本体代金3,000円(税込)が別途加算されます。詳しくは店頭でご確認ください。

ヨドバシカメラ

ワイヤレスゲートWi-Fiサービスの商品

(2) Wi-Fi+スマホ・PC保険

商品名	Wi-Fi+スマホ・PC保険付き
商品概要	スマホやPCの破損や水没への備えが安心
小売価格（税込） （ヨドバシカメラ店舗）	月額：790円～
調達戦略	保険会社との提携により直接サービス設計可能
販売戦略	・店舗でのスマホ等ご購入のお客様に訴求 ・お客様ご使用中のスマホ等においても、対応が可能なプランもあります
特長	① 月額料金のためお財布に優しい ② 修理店舗が自由に選択 ③ 保証期間は永年継続可能

WIRELESS GATE

ワイヤレスゲートWi-Fi +スマホ保険付き ネクスト

ヨドバシカメラでご購入の全ての新品端末が対象!

 **Wi-Fi
スポット**

ワイヤレスゲートWi-Fi
全国約**40,000**カ所



+

特典



**通信端末
修理費用保険**
(商品付帯型)



修理費用保険
年間2回まで

上限
最大20万円

※別途免状金が発生する場合がございます

月額 **790** 円~

さらに

「データ復旧サービス」を割引価格でご利用いただけます!

スマホ、PC、USBメモリなどのデータ復旧

※全て消費税10%込みの金額です。

ヨドバシカメラ

yodobashi.com



[illegible]

ワイヤレスゲートWi-Fiサービスの商品

(3) ピカプロDX

商品名	ピカプロDX
商品概要	端末の画面割れ及び本体破損を防ぐコーティングと抗菌・抗ウイルス機能
小売価格（税込） （ヨドバシカメラ店舗）	4,980円～
調達戦略	メーカーからの直接調達
販売戦略	・店舗でのスマホ等ご購入のお客様に訴求 ・お客様ご使用中のスマホ等においてもご使用可能
特長	① 硬度が9H ② ウィルス不活性化をSIAA（公的機関）の認証済み ③ 抗菌耐久年数は1年

登録商品番号
JP0112747A0001Y (抗菌)
JP0612747X0001J (抗ウイルス2022年4月登録)

世界基準の試験方法で
効果と安全性を確認!

ウイルス不活性化
抗菌・抗ウイルス
ガラスコート
ピカプロDX
安心・安全人体に無害の素材を使用
有害物質ジブチルエーテル不使用。
お子様が触ったり、舐めてしまっても安心です。

抗菌・抗ウイルス加工
菌の増加を抑えて
ウィルスを不活性化!
※施工面の菌は24Hで消滅していきます。

耐衝撃
最大硬度9Hで
割れにくい
※機種や塗装時の環境により異なる場合があります。

抗菌耐久年数
約1年
※直接貼りの場合、その他の場合は使用環境により異なります。

施工料金
お手持ちのスマホ・タブレットをその場で施工いたします。
他店で購入されたものでも受付いたします。

スマートフォン …… 両面 **4,980円**
※画面サイズ:7インチ以上のスマートフォンは両面5,980円となります。

タブレット …… 両面 **5,980円**

※全て消費税10%込みの金額です。※詳しくはお近くの販売員までお尋ねください。

ヨドバシカメラ
www.yodobashi.com

顧客の課題

ワイヤレス・ブロードバンドサービス利用の顧客は、屋外（スマホなど）、屋内（光回線など）のいずれの利用環境においても課題を抱えている。

屋外での顧客課題

バッテリー
消費が速い



テザリングするとスマホのバッテリーは始業から終業まではもたない（30分で10%を消費）

通信が遅い



Bluetoothのテザリングは通信速度が1Mbps程度。（LTEの1/100）

通信料が高い



平均1.8万円であり、家庭内の月額サービスでは一番高い。1世帯当たり支出の6.5%相当。

屋内での顧客課題

工事が必要



平均1.5ヶ月待ちで、工事の初期費用は3万円程度

破損や水漏れ



子供のいる家庭のスマホやタブレット利用における悩みの上位

顧客課題を解決する当社商品

「ワイヤレスゲートWiMAX」は工事不要のお得価格で、十分なバッテリーと高速通信環境をご提供。「周辺サービス」は破損や水漏れなど万一の事態のサポートをご提供。

屋外での顧客課題を解決する当社商品

屋内での顧客課題を解決する当社商品

← モバイルルータータイプ →

← ホームルータータイプ → 付帯保険、ピカプロDX

WiMAX



WiMAX



WiMAX



WiMAX



周辺商品



バッテリー
十分

通信が速い

通信料は
お得な価格

工事不要

万一に安心

連続通信時間で約16時間（機種による違いあり）

高速通信（下り最大1.2GbpsはLTEの10倍程度）

月額：4,268円（はじめる割25ヶ月間）～。
セット割で更にお得。

工事不要、即日開通。
面倒な工事や手続きがいりません。

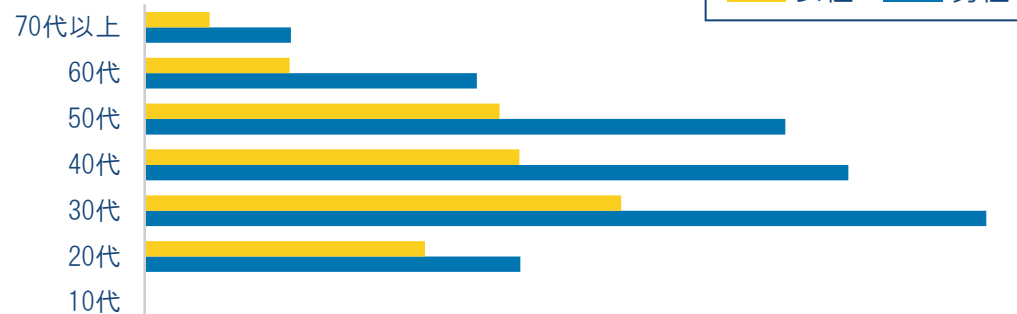
破損や水漏れに備える
付帯保険と、画面コーティングで万一も安心

ターゲット顧客

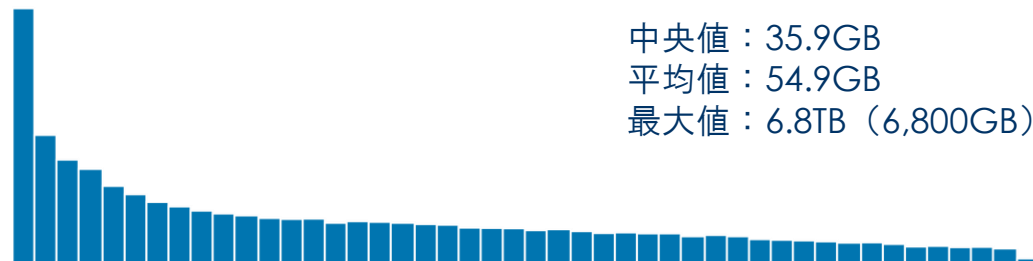
「ワイヤレスゲートWiMAX」の顧客属性は30-50代の利用者が多い。毎月の通信利用量が多いヘビーユーザ層が多いことが特長。

顧客属性

[年代]



[通信利用量の分布 (2022/3)]



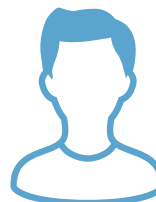
顧客イメージ



40代の男性、通勤中はニュース動画と娯楽動画視聴。週末はドライブ中に子供に動画を見せる通信ヘビーユーザなので、お得なセット割でモバイルルーターを利用している。



30代の女性、テレワークにて1日カフェで仕事をするとスマホのバッテリーがすぐに切れるので、モバイルルータを選択。1日3,4回のオンライン会議も快適に参加している。



30代の男性、新婚後の引っ越し先で光回線敷設に2ヶ月かかると言われたので、工事不要のホームルーターを選択した。

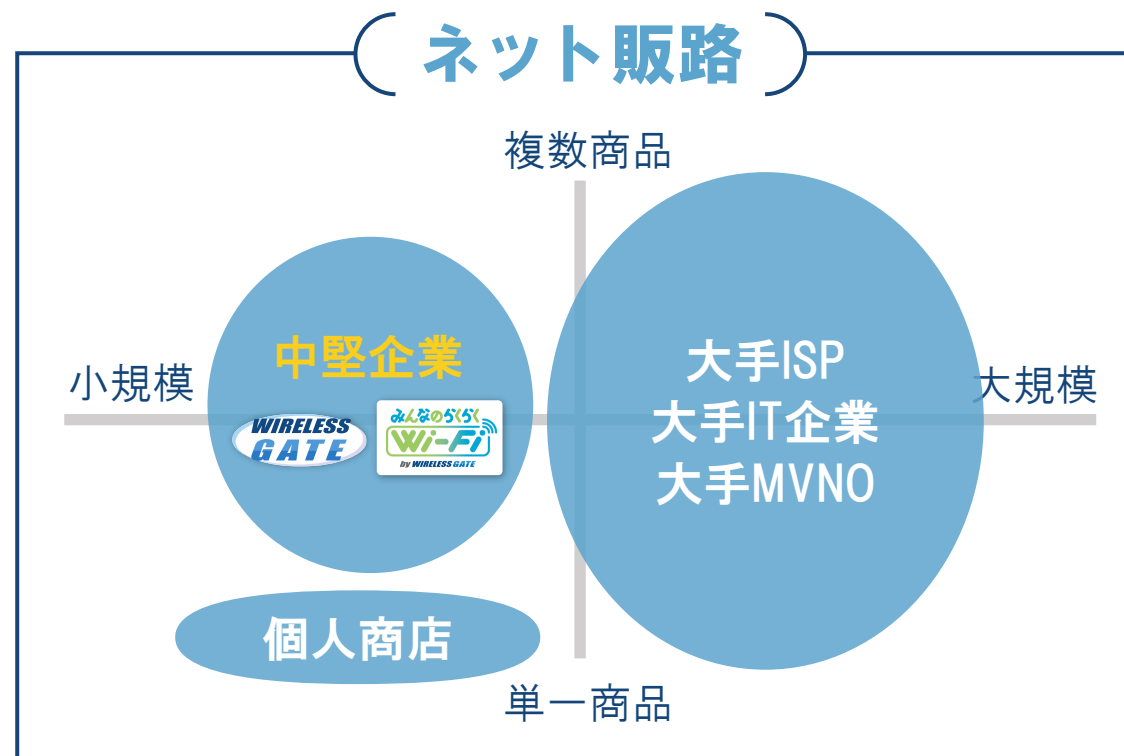
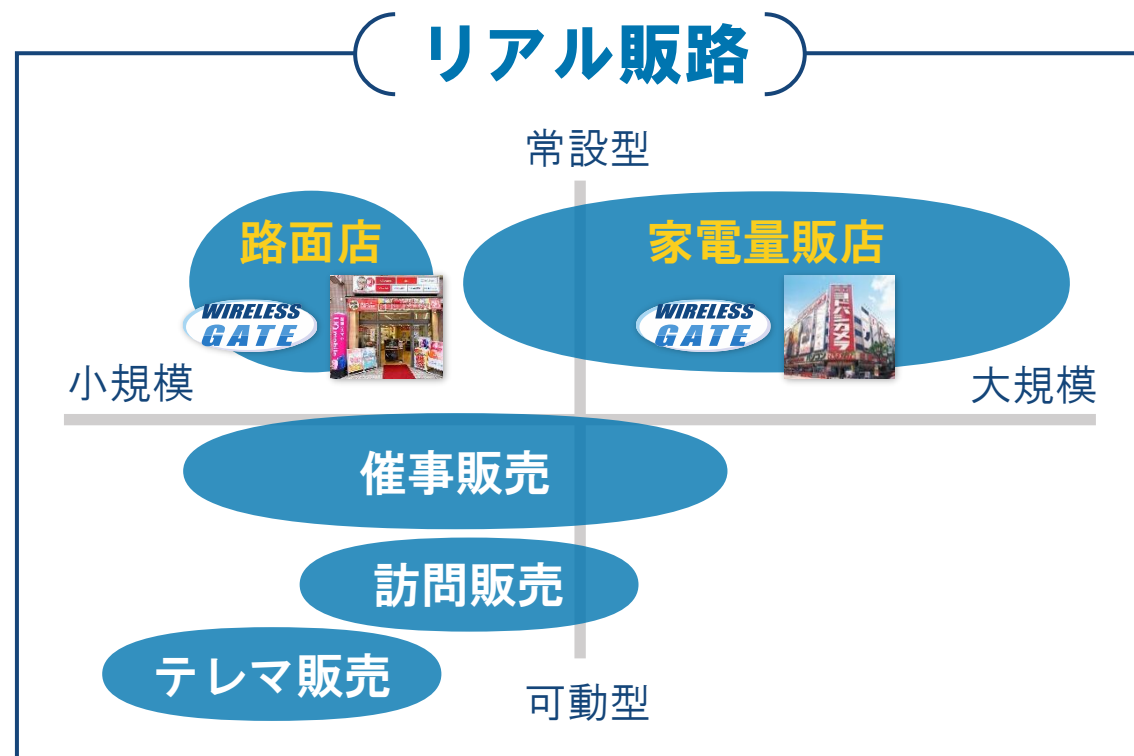
事業モデル

当社は通信キャリアから通信サービスを直接調達し、機器やサービスと組み合わせたパッケージを24店舗のヨドバシカメラ、34店舗のTOP1等にて販売している。



競争環境

WiMAXは商品や価格の差異が小さいため販促を含む販路展開が重要。リアル販路とネット販路が主要販路。当社は家電量販店、路面店、ネット販路にて展開。





2

第2四半期連結決算の概要

エグゼクティブ・サマリー

**稼ぐ力が定着して大幅増益。減収も、成長戦略は堅調で重要業績
評価指標は拡大しており、売上拡大基調への基盤構築は順調に推移。**

- 1 前年度実行の「原価改善」と「プロダクトミックス」等による持続可能な収益構造改革によって売上総利益と営業利益は第2四半期も好調を継続。**
- 2 成長戦略は計画通り堅調に推移。新規販路拡大の結果、通信販売代理店との提携は25社を突破。主力商品WiMAX契約数は、単月純増が常態化。**
- 3 原材料価格高騰など経営環境の不確定要素が多く、業績予想は据え置き。**

第2四半期連結決算 業績概要

887百万円の減収、194百万円の増益。売上高は通期予想達成率47.5%と底堅く推移。売上総利益が牽引し、営業利益は通期予想達成率65.8%など、経常利益、親会社に帰属する当期純利益も計画を大きく上回る進捗で推移。

(単位：百万円) ※百万円未満、0.1%未満は切り捨て	2021/12期 2Q実績 (前期)	2022/12期 2Q実績 (今期)	前年同期比較		2022/12期 通期	
			増減額	増減率	通期予想	達成率
売上高	5,165	4,277	△887	△17.2%	9,004	47.5%
売上総利益	1,809	2,236	426	23.6%	-	-
売上総利益率	35.0%	52.3%	-	-	-	-
営業利益	△62	131	194	-	200	65.8%
経常利益	△69	79	148	-	50	156.8%
親会社に帰属する 当期純利益	△37	48	86	-	9	499.3%

第2四半期連結決算 ハイライト

売上高は想定通りの推移、
売上総利益は
大幅改善 P.19

- ① 第2四半期は成長戦略に基づく販路構築に注力。
通期予想の進捗率

47.5%は想定通り

- ② 売上総利益率が前年比で+17.3%の大幅改善

52.3%（前期売上総利益率 35.0%）

「稼ぐ力」は底上げされ
営業利益は好調 P.22

- ① 営業利益は前年比で大幅回復

193百万円の増加（今期営業利益131百万円）

第2四半期連結決算 ハイライト

売上高は想定通りの推移、
売上総利益は
大幅改善 P.19

- ① 第2四半期は成長戦略に基づく販路構築に注力。
通期予想の進捗率

47.5%は想定通り

- ② 売上総利益率が前年比で+17.3%の大幅改善

52.3%（前期売上総利益率 35.0%）

「稼ぐ力」は底上げされ
営業利益は好調 P.22

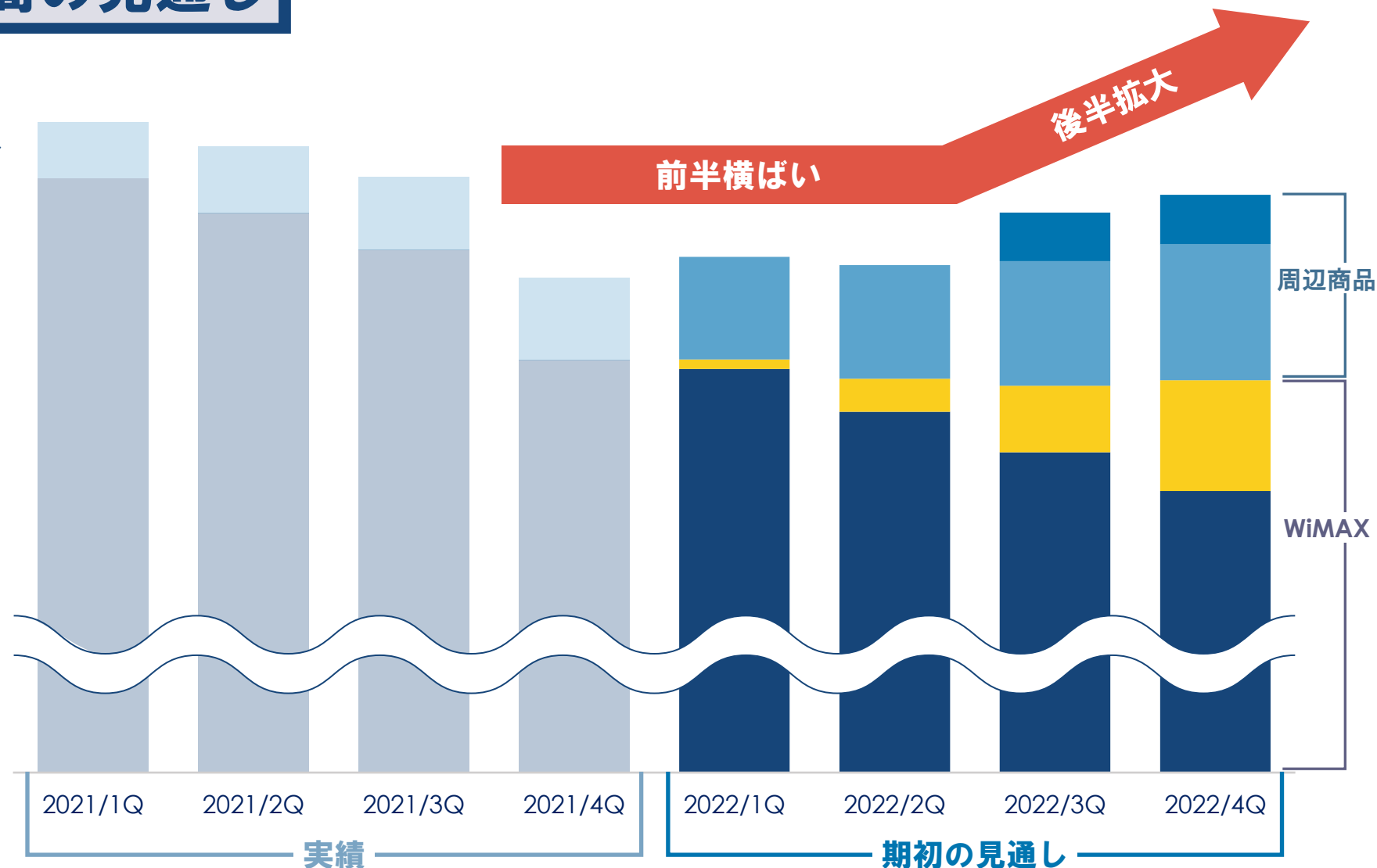
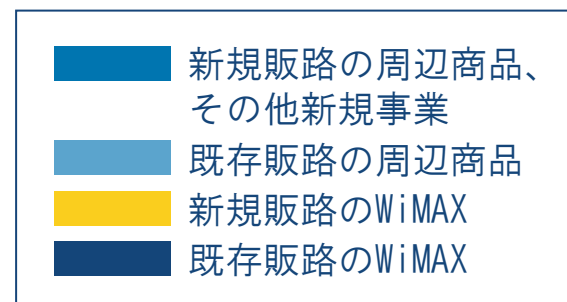
- ① 営業利益は前年比で大幅回復

193百万円の増加（今期営業利益131百万円）

2022年度の売上高の見通し

2021年12月期の四半期ごとの売上高の実績（販路×商品の内訳）と、2022年12月期の見通し。

2022年度第2四半期まで成長戦略に基づく販路基盤構築に注力するため、売上高は横ばいを想定。第3四半期から販路拡大効果の発現により売上拡大基調に転じる見込み。



売上高・粗利率の四半期推移

<売上高>

売上高は前年第4四半期から想定通り横ばい傾向。

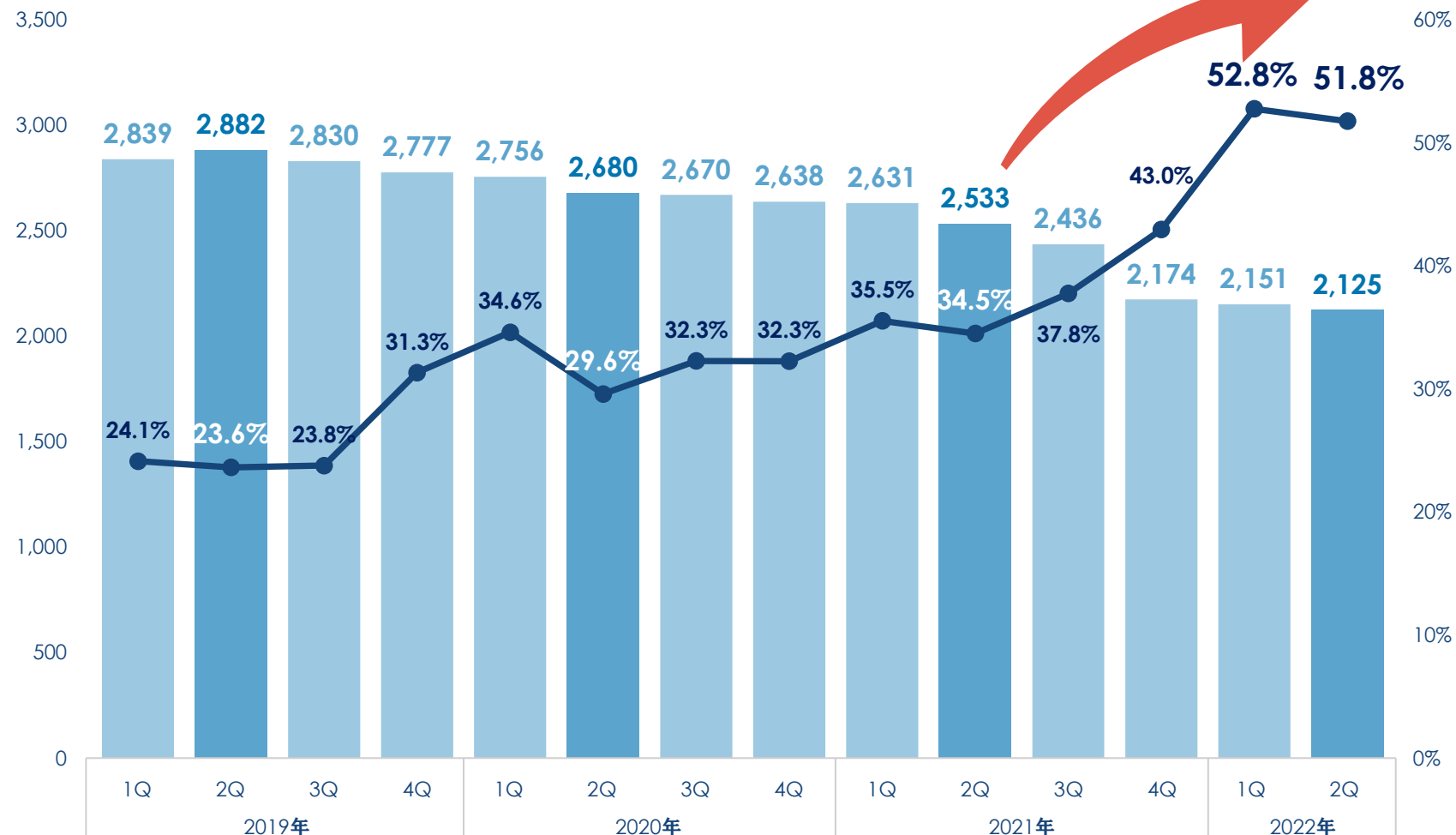
ただ、主力商品WiMAX契約数は、第1四半期（2022年3月）から増加に転じており、売上拡大に向けて堅調に推移。

<粗利率>

売上総利益率（粗利率）は大幅な改善を継続。

粗利率の高い周辺商品の売上貢献に加え、WiMAXの獲得件数拡大への通信キャリア取組に連動した一時的な原価削減効果が継続しているため。

（単位：百万円）



第2四半期連結決算 ハイライト

売上高は想定通りの推移、
売上総利益は
大幅改善 P.19

- ① 第2四半期は成長戦略に基づく販路構築に注力。
通期予想の進捗率

47.5%は想定通り

- ② 売上総利益率が前年比で+17.3%の大幅改善

52.3%（前期売上総利益率 35.0%）

「稼ぐ力」は底上げされ
営業利益は好調 P.22

- ① 営業利益は前年比で大幅回復

193百万円の増加（今期営業利益131百万円）

営業利益・営業利益率の四半期推移

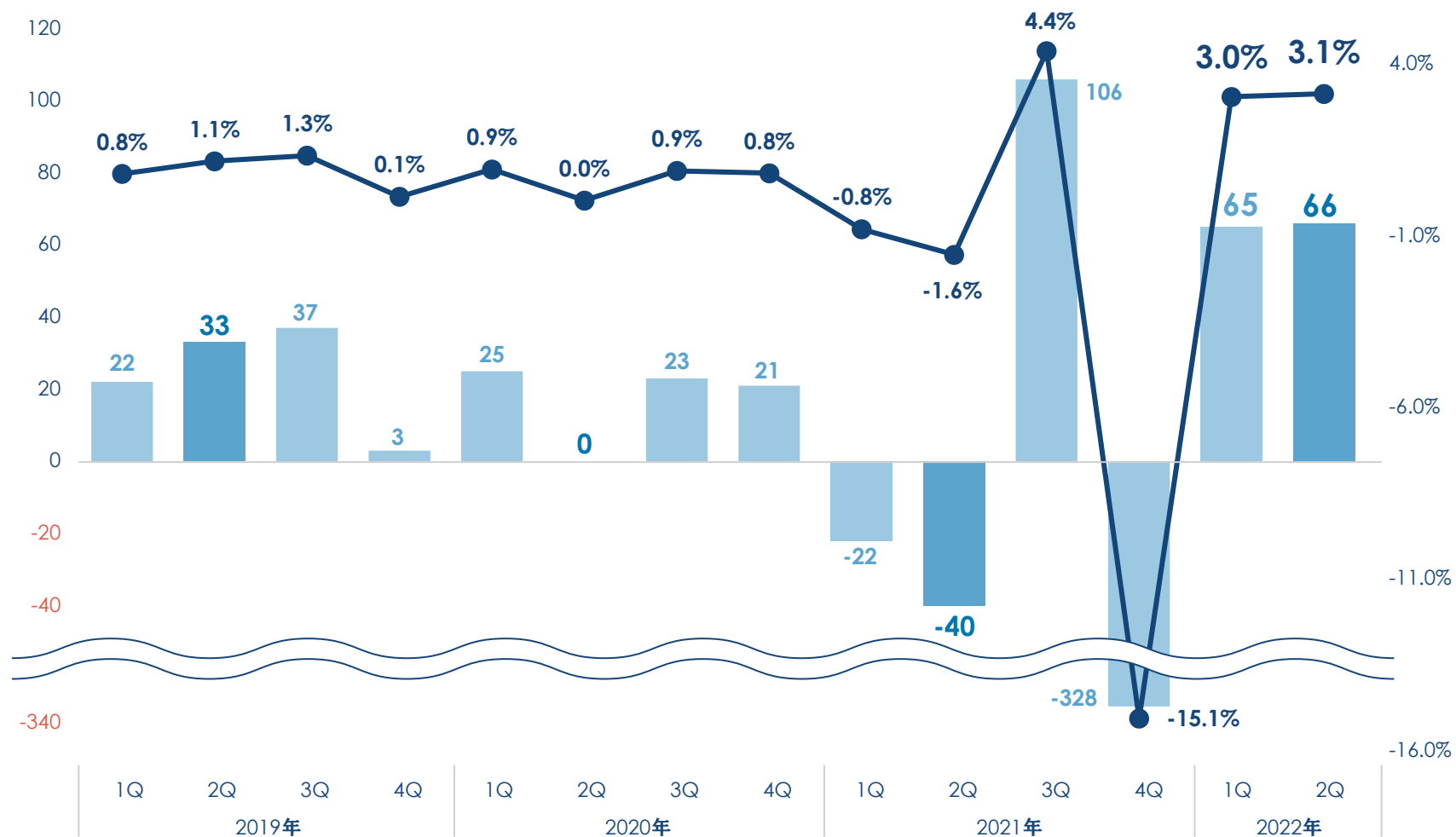
<営業利益・営業利益率>

第2四半期単体の営業利益66百万円で前年同期比106百万円増額、営業利益率は3.1%に拡大。

直近3年の第2四半期比で売上高は減少も営業利益は増加。前年から取り組んだ既存事業の利益改善施策等による「稼ぐ力」が継続していることに拠る。今後も継続の見通し。

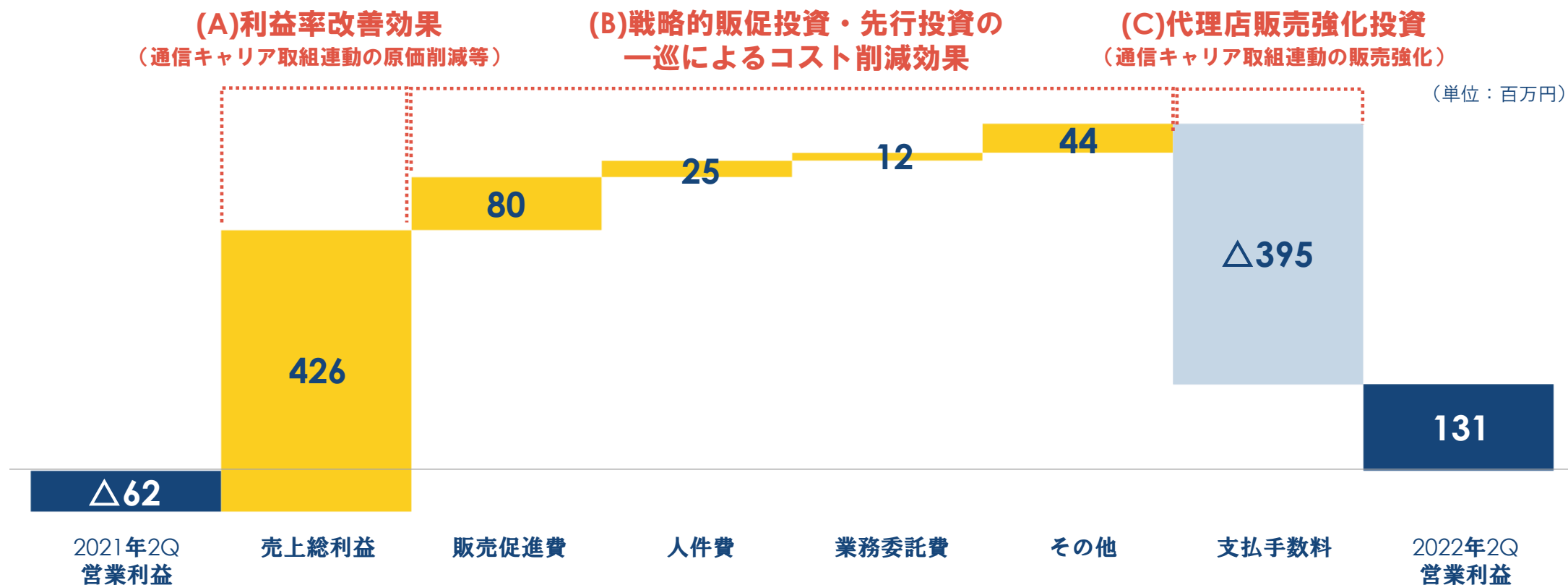
今後の売上増加基調にて営業利益の更なる増加を目指す。

(単位：百万円)



営業利益の増減要因

第1四半期から営業利益増加傾向を継続。前年の戦略的販促投資・先行投資の一巡によるコスト削減効果(B)が営業利益を底上げ。売上減少にもかかわらず通信キャリア取組連動等による原価削減効果(A)によって粗利は増加。通信キャリア取組連動の代理店販売強化投資(C)にて、WiMAX顧客獲得は単月純増に転じ、今後の売上基盤を構築。





3

2022年度の成長戦略及び取り組み状況

当社を取り巻く事業機会

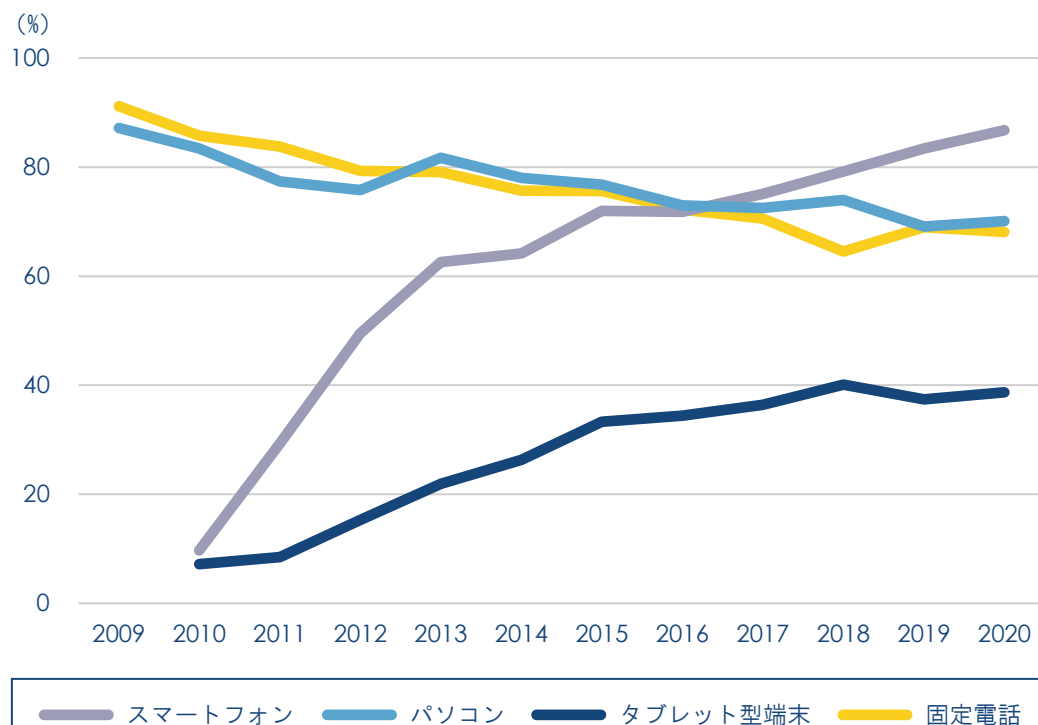
固定電話（光回線等）の世帯保有率は過去10年で20%以上（約977万世帯）が減少。

代替サービス、特にホームルーター等のWi-Fiルーターが拡大しており、今後もこのトレンドは継続すると予想。

※2020年の一般世帯総数は4,885万世帯（国立社会保障・人口問題研究所）

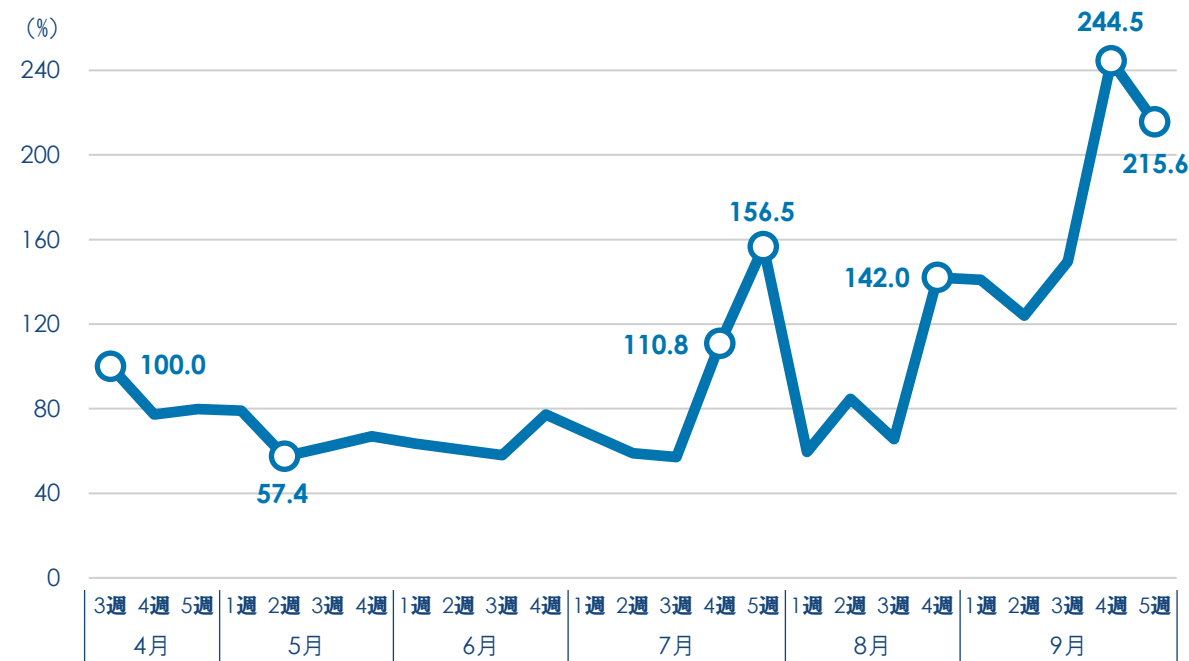
【情報通信機器の世帯保有率】

「総務省 令和3年版情報通信白書」より



【ホームルーター販売台数指数（2021年）】

「BCNランキング（2021/10/7）」より



※指数：21年4月3週（4/12～4/18）の販売台数を「100.0」として算出

当社を取り巻く事業機会

WiMAXなどのモバイルWi-Fi市場850万回線に留まらず、固定系ブロードバンド市場4,268万回線を含む5,000万回線を超える市場が当社開拓ターゲットであり、事業機会は拡大している。



※¹ 情報通信白書(令和3年版)

※² 日本総研による「モバイルWiFiルーター市場予測(2019/11/5)」

市場規模

電気通信事業市場（固定通信、移動通信、他）の売上高は14-15兆円で横ばいも、5Gの進展もあり、Wi-Fiルーター市場は、ホームルーターが牽引しては2021年度から拡大。2025年度には1.1兆円の市場規模になると予測。

総市場（TAM）

電気通信事業

14.9 兆円 ※1

ターゲット市場（SAM）

Wi-Fiルーター（モバイルルーター／ホームルーター）市場

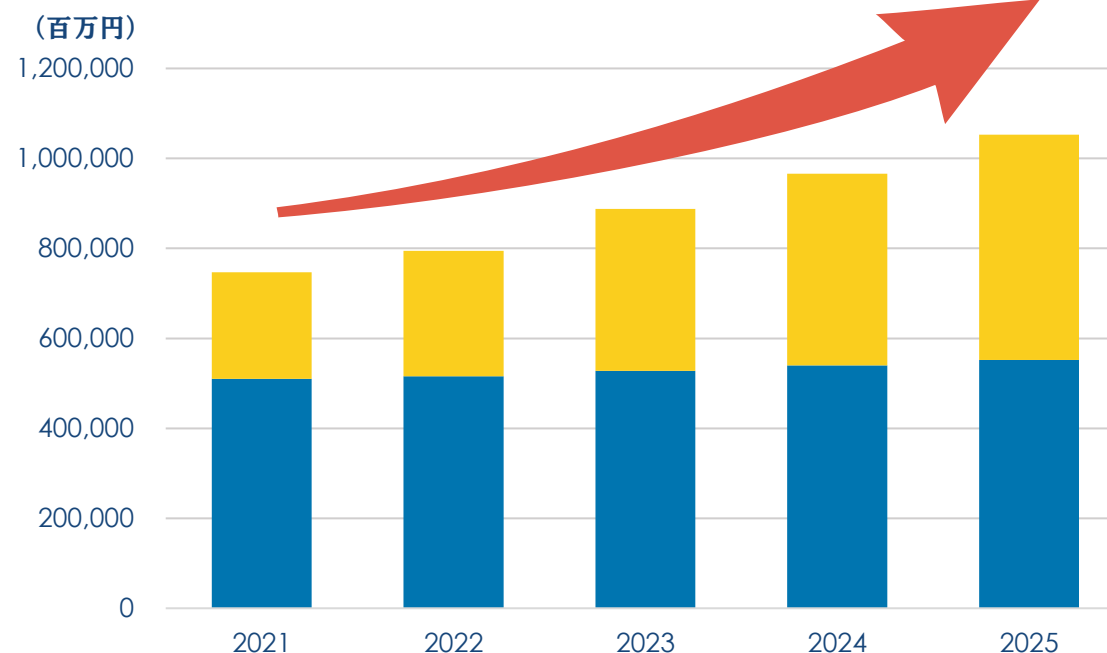
1.1 兆円 ※2

コアターゲット市場（SOM）

ワイヤレスゲートWiMAX市場

3,000 億円 ※3

【ターゲット市場（Wi-Fiルーター市場）の当社予測】



※1 情報通信白書（令和3年版）

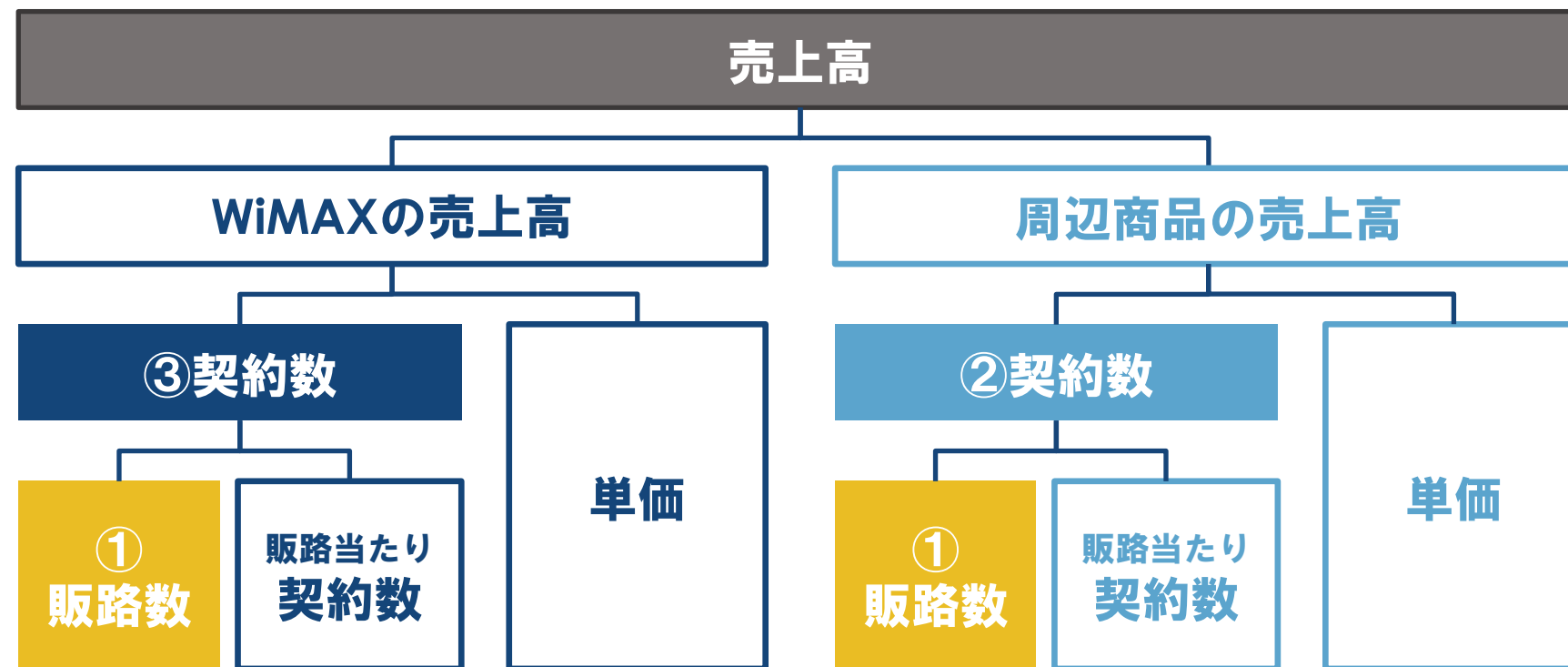
※2 日本総研「モバイルWi-Fiルーター市場予測（2019/11/5）」とMM総研「ブロードバンド回線事業者の加入件数調査（2021年3月末時点）」から当社作成

※3 2021年3月末の総務省調査におけるKDDIのシェア（27.1%）からSOMを算出

■ モバイルルーター
■ ホームルーター

売上高の構成要素

WiMAXと周辺商品は、月額サブスクリプションサービスであり、契約数は重要指標。また、既存販路への依存が大きいことが課題なので販路数も重要指標である。一方、WiMAXや周辺商品の単価決定は外部要因が大きいため重要指標からは除外。



<事業KPI>

①販路数

②周辺商品の契約数

③WiMAXの契約数

事業KPI

2022年12月期の売上高90億円を達成に向けた事業KPIは、①販路数、②周辺商品の契約数、③WiMAXの契約数。

事業KPIの①販路数、②周辺商品の契約数、③WiMAX契約数の拡大に取り組むことによって売上高90億円の達成を目指していく。

2021年12月時点

提携する代理店数
(①販路数)

4社



2022年12月時点

50社



②周辺商品
契約数

20.2万人



22.3万人



③WiMAX
契約者数

13.5万人



13.8万人



成長戦略の三本の矢

2022年度の成長戦略※実行によって事業KPIの拡大を実現して、売上高の拡大を目指していく。

第一の矢【ホームルーター全国販売網構築】では、①**販路数**の拡大を目指していく。

第二の矢【販売パートナーとの協業深化】では、②**周辺商品契約数**の拡大を目指していく。

第三の矢【地域需要の獲得】では、③**WiMAX契約数**の拡大を目指していく。

➡➡➡**1**➡

【KPI①：販路数】

ホームルーター
全国販売網構築

➡➡➡**2**➡

【KPI②：周辺商品契約数】

販売パートナー
との協業深化

➡➡➡**3**➡

【KPI③：WiMAX契約数】

地域需要の獲得

成長戦略の三本の矢

➤➤➤ **1** ➡

【KPI①：販路数】

ホームルーター
全国販売網構築

➤➤➤ **2** ➡

【KPI②：周辺商品契約数】

販売パートナー
との協業深化

➤➤➤ **3** ➡

【KPI③：WiMAX契約数】

地域需要の獲得

成長戦略 ➡➡➡ 1 ➡

ホームルーター全国販売網構築

新規販路開拓にて、ヨドバシカメラ全店舗等の既存販路に加えた販路基盤を全国に構築。テレマ販売、訪問販売、催事販売などの新規販路を全国に拡げる。

[従来の当社販路]



[成長戦略実行後の当社販路]

●テレマ販売



●訪問販売



●催事販売

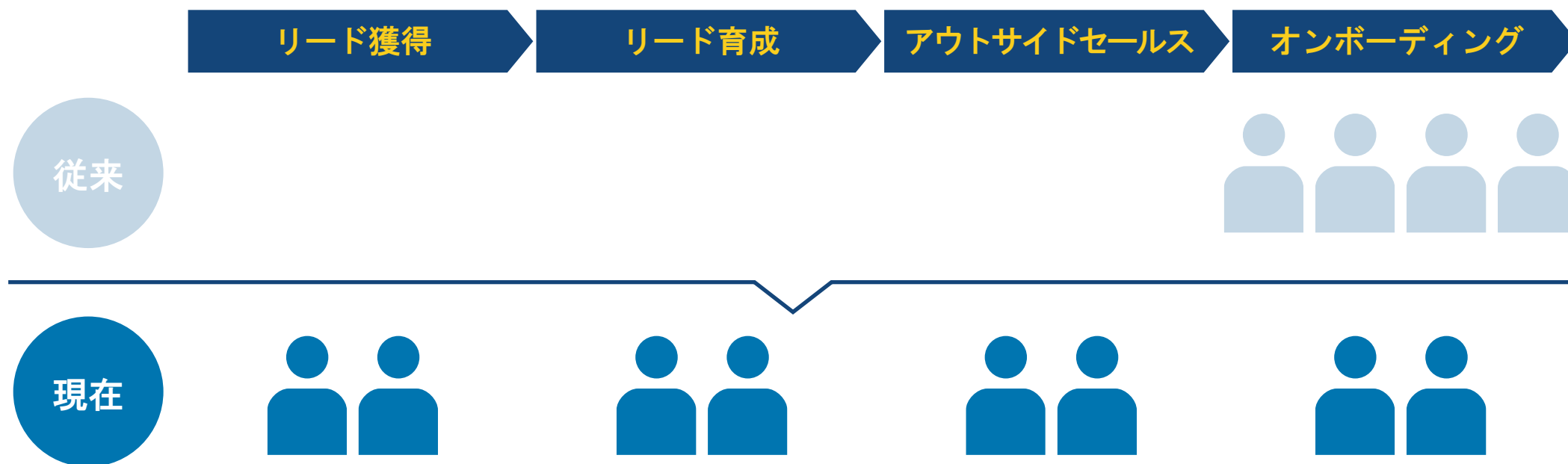


成長戦略 ➡➡➡ 1→

新規販路開拓の戦術

全国の販売代理店との提携強化のための業務プロセスと体制構築を実施。

従来は4名体制でヨドバシカメラ等の既存販路の販売支援を重視。現在は、新たに4名を増員及び配置転換にて、8名体制にて新規販路開拓業務プロセス全体をカバーした営業活動を実行しており、計画通りに進捗している。

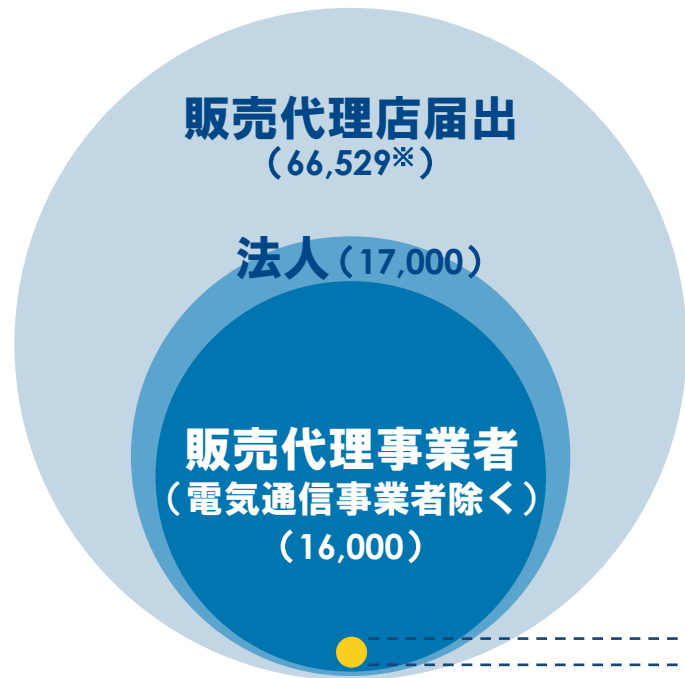


成長戦略 ➡➡➡ 1 →

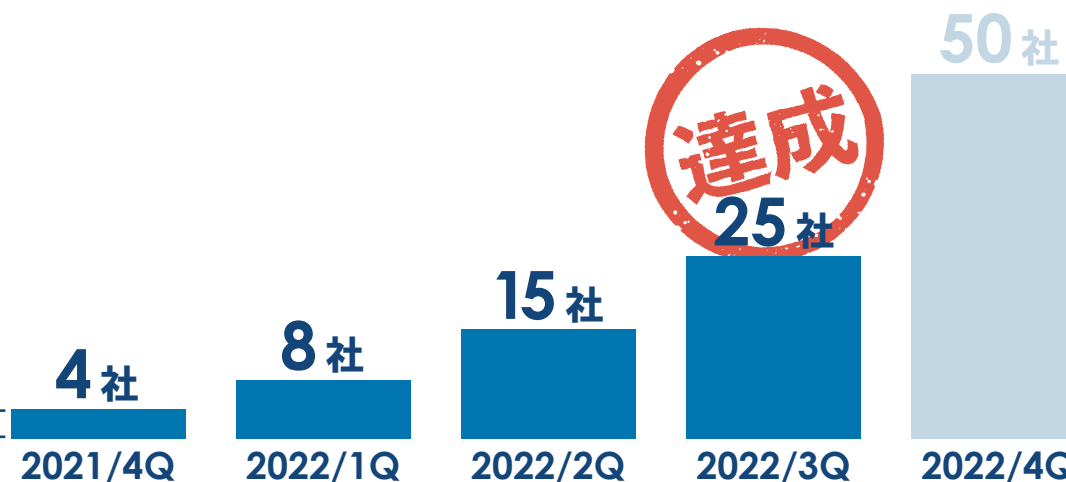
事業KPI①：提携代理店数の進捗

約16,000社の通信販売代理店に対して2022年度中に50社との提携の挑戦目標を掲げた。第3四半期にて25社との提携を達成。

[販売代理店の市場規模]



[提携代理店数（事業KPI①）の目標と進捗]



※通信販売代理店市場について

電気通信事業の販売代理店届出は66,529件（総務省：令和元年10月1日から令和3年9月30日までに届出が行われた販売代理店）あり、そのうち電気通信事業者を除くと法人16,000社。

販売代理店届け出制度のリスト66,529件のうち、株式会社13,610 有限会社2,510 合同会社634→合計16,754に基づく試算。

成長戦略の三本の矢

»»1→

【KPI①：販路数】

ホームルーター
全国販売網構築

»»2→

【KPI②：周辺商品契約数】

販売パートナー
との協業深化

»»3→

【KPI③：WiMAX契約数】

地域需要の獲得

成長戦略 ➡➡2➡

周辺商品の業績効果

周辺商品は顧客単価が上がることによる業績効果に加え、顧客と当社の契約期間を伸ばすことによる顧客生涯価値（LTV）拡大の業績効果を期待することができる。

当社周辺商品は、顧客のリモートライフにおける不満や不安などのマイナスを減らす商品（付帯保険、ウィルスバスター等）が中心だが、今後はリモートライフを豊かにするようなプラスを増やす商品（映像、書籍等）の調達・開発も強化していく。その上で、協業深化した販売パートナーと共に周辺商品の拡販に努めることで、業績拡大を実現していく。

[周辺商品の業績効果イメージ]



成長戦略 ➡➡2➡

販売パートナーとの協業深化

当社は、販売代理店DXシステムの提供により、販売代理店の増収増益に貢献する。

販売代理店DXシステムでは、手作業や、アナログ作業となることが多い業務を支援する機能を提供。更に、周辺商品等の好条件での商材調達も支援。

その結果、当社周辺商品の契約数は拡大していく。



成長戦略 ➡➡ 2 ➡

販売代理店DXシステムの提供

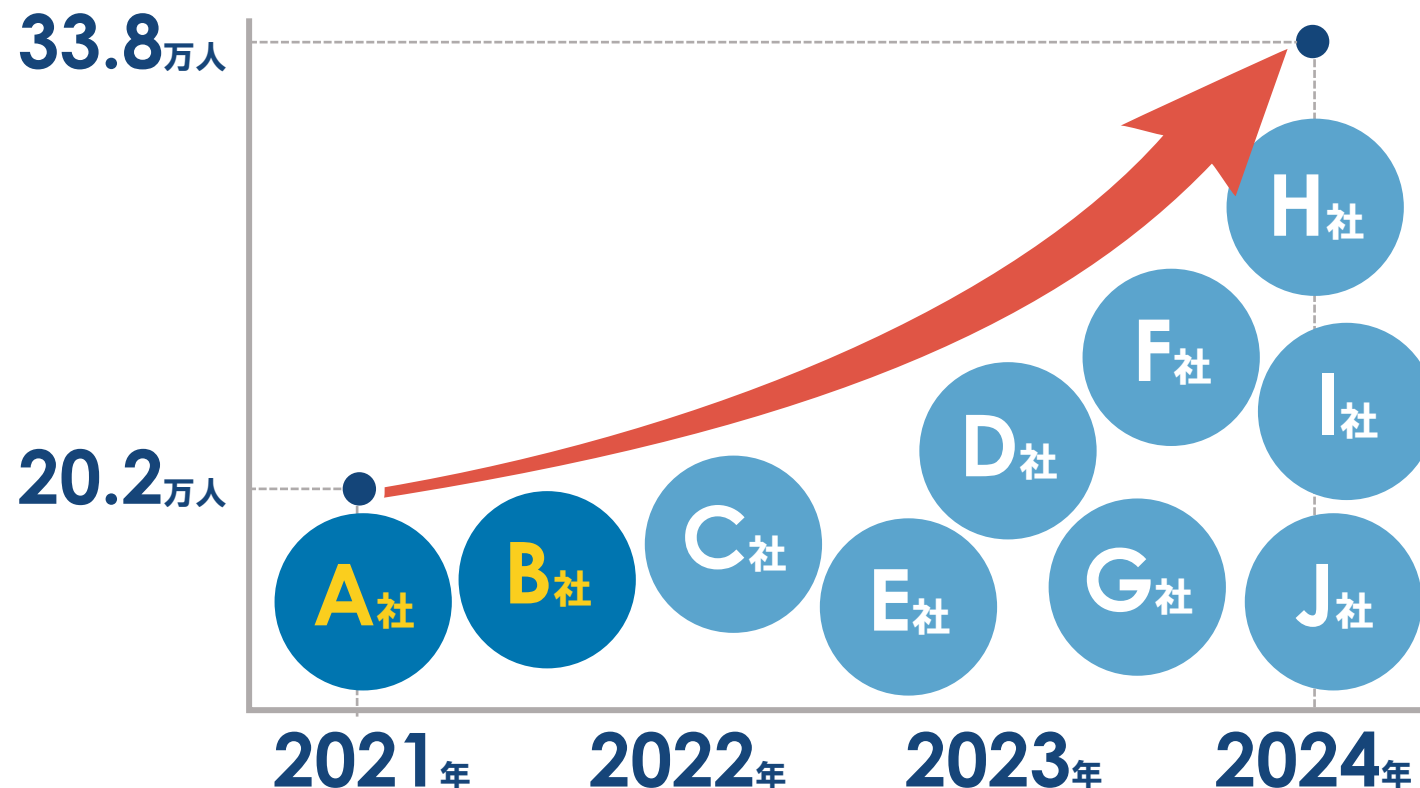
販売代理店DXシステムは2社に導入済。導入代理店の増加に伴って当社周辺商品契約数を拡大していき、2024年度に33.8万人の契約数獲得を目指していく。

[販売代理店DXシステム導入事例]

A社 自社でサブスク事業ができなかったことが課題（大手キャリアの営業代行に特化していたため）。当社の顧客管理機能と決済機能を活用し、自社商材のサブスク販売開始。今後は、取扱商材の拡大を検討していく。

B社 A社と同様の課題。訪問販売にて、B社独自商材を販売開始した。

[導入代理店と周辺商品契約数の拡大イメージ]

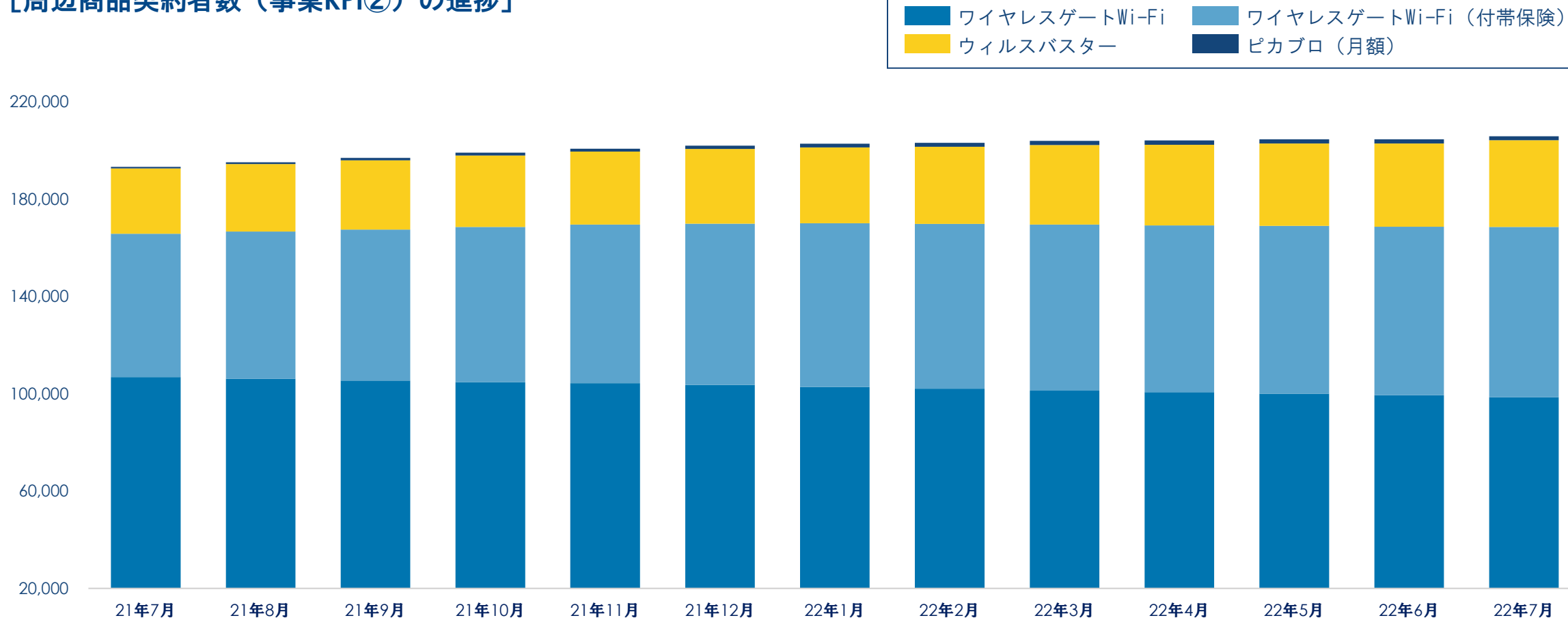


成長戦略 ➡➡➡ 2 ➡

周辺商品契約数（事業KPI②）の進捗

周辺商品の契約数は、単月純増を継続し、2022年7月時点で20.6万件。

[周辺商品契約者数（事業KPI②）の進捗]



成長戦略の三本の矢

»»1→

【KPI①：販路数】

ホームルーター
全国販売網構築

»»2→

【KPI②：周辺商品契約数】

販売パートナー
との協業深化

»»3→

【KPI③：WiMAX契約数】

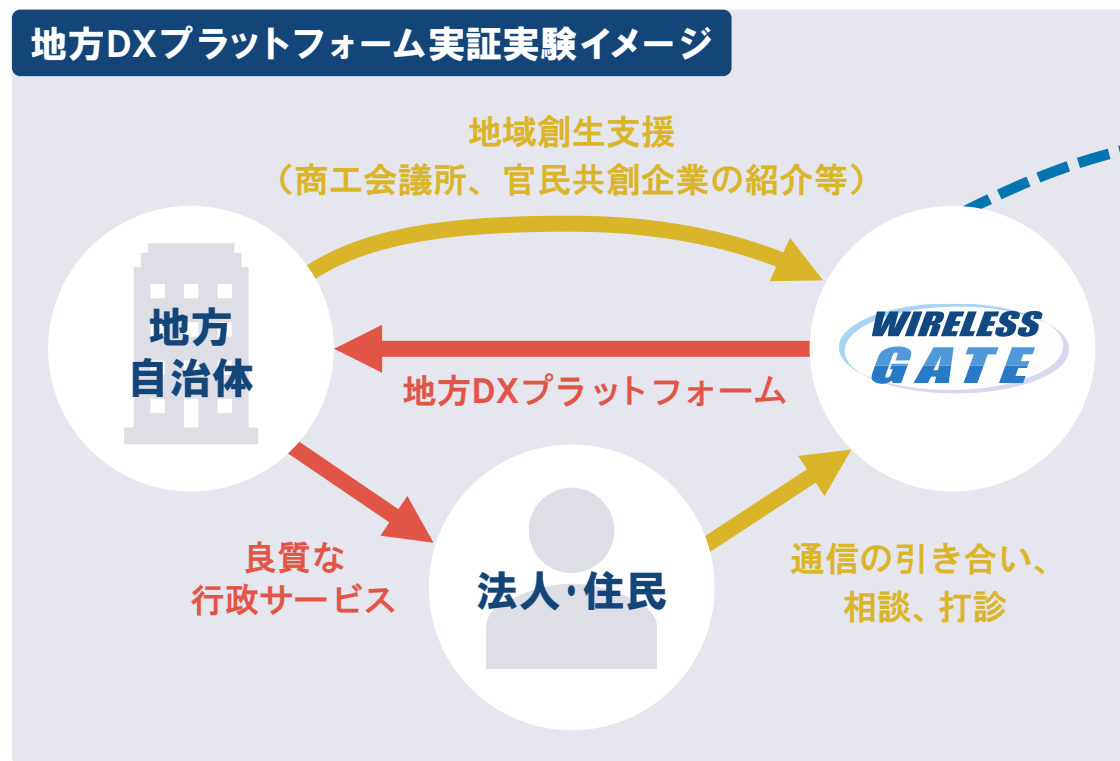
地域需要の獲得

成長戦略 ➡➡➡ 3 ➡

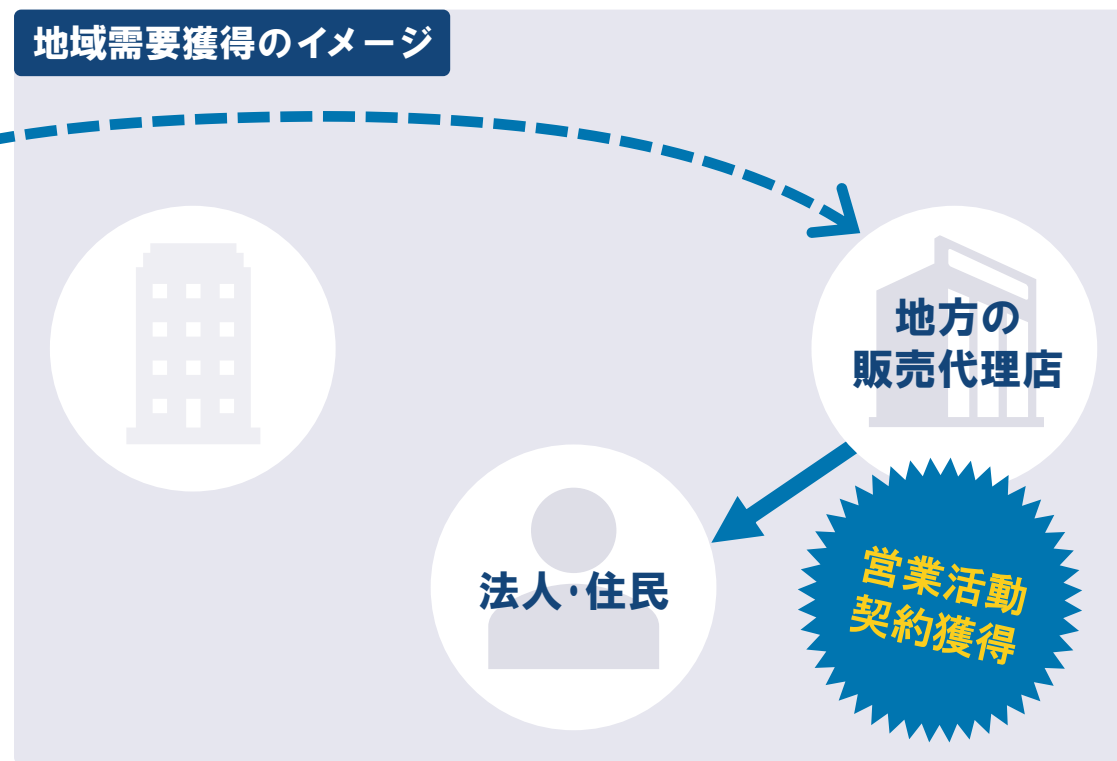
地域需要の獲得

地方自治体と地方DXプラットフォーム実証実験等において獲得したWiMAX需要を、地方の提携販売代理店にて獲得。提携代理店とは異なる需要開拓によってWiMAX契約数の上乗せを図る。

地方DXプラットフォーム実証実験イメージ



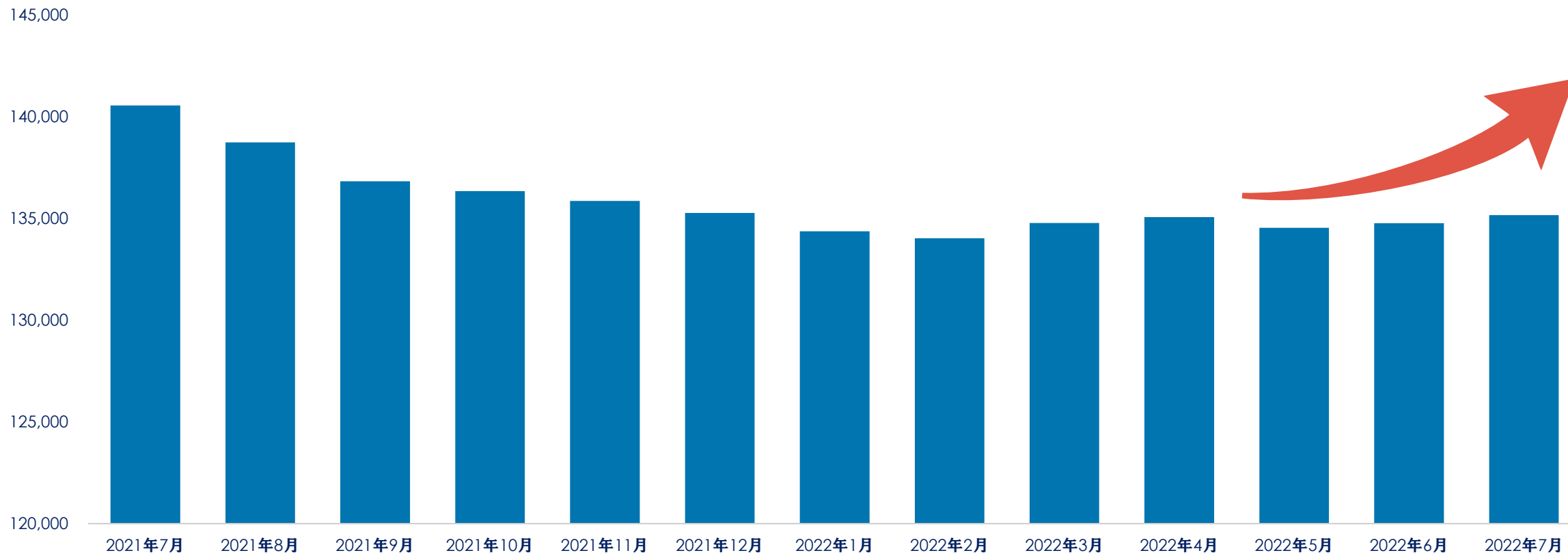
地域需要獲得のイメージ



WiMAX 契約数（事業KPI③）の進捗

WiMAXの契約数は3月度は単月純増に好転。その後、4、6、7月と単月純増を達成し、2022年7月時点で13.5万件。単月純増が常態化。販売代理店との提携が順調に進捗しており、販売代理店の販売力強化に取り組むことで契約数は更に拡大基調で推移していく見通し。

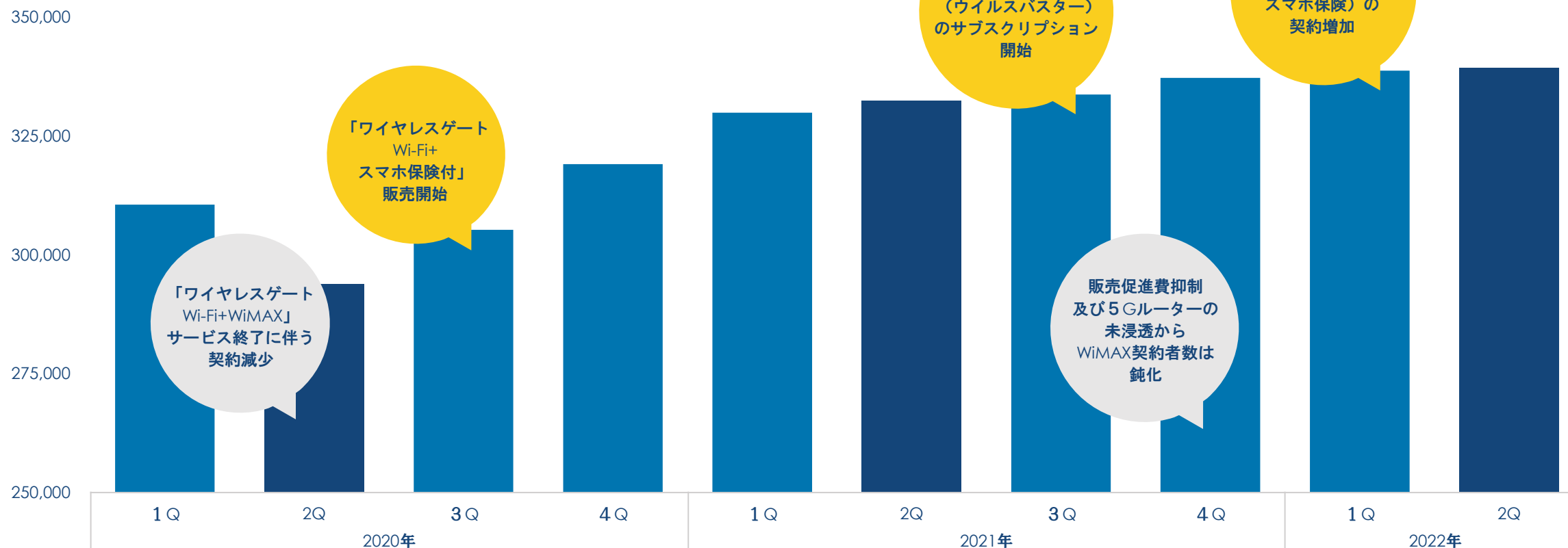
[WiMAX契約者数（事業KPI③）の進捗]



サブスクリプション契約数の進捗

主力WiMAXの契約数（事業KPI③）が増加に転じ、周辺商品の契約数（事業KPI②）も増加傾向を継続しており、当社のサブスクリプション契約数は2020年第2四半期以降の純増で推移。

【当社サブスクリプションサービス契約数の推移】





4

株主還元について

株主還元に対する考え方

株主への利益還元は重要な経営課題と認識しています。一方、当面は分配原資確保のための業績改善を最優先し、持続的な株主還元に向けた財務体質強化に努めます。

財務体質の改善

- 成長戦略実行のために必要な投資（有能な社員の採用、通信代理店の開拓と育成、通信代理店DXの開発）は、本業からの利益によって捻出。
- 成長戦略に伴う事業拡大をしつつ、財務体質強化（利益剰余金改善）に努めます。

株主還元の考え方

- 株主還元は重要課題と捉えています。
- 株主還元の財務体質強化の見通しが立つところに当社の株主還元方針を開示します。



5

サステナビリティについて

ESGへの取り組み

▶▶▶ ESGに関する課題に積極的に対応し、社会貢献と共に持続的な成長を目指す。

— 環境 —
Environment

- 当社創業以来、ワイヤレス通信サービスの提供を通じて、有線ケーブルの消費を減らし、環境負荷の軽減を目指します。
- リモートワーク環境の推進により、公共交通機関の利用を減らし、地球環境保護につとめています。

— 社会 —
Society

- 当社創業以来、残業のない職場を目指す取り組みを続けています。
- ワイヤレス通信社会の実現により時間の有効活用を進め、ゆとりある生活を築きます。
- こども食堂支援を通じた社会課題解決の取り組みを続けています。

— ガバナンス —
Governance

- 「監査等委員会設置会社」へ移行しております。
- 「指名・報酬委員会」を設置しております。
（代表取締役は同委員会の委員ではありません）
- 社外取締役の比率：50%（3名/6名）
- 取締役のダイバーシティ（創業メンバーの他、女性、会社経営者）

SDGsへの取り組みについて

ESGとの表裏関係としてのSDGsへの貢献は企業としての使命であり、社会的責任であると捉え、本業を通じてSDGsの達成に貢献していく。

当社事業と関連SDGs



当社はワークライフバランス改善を推進します。リモートワーク環境の推進を強化していきます。



当社はリモートライフ時代の通信環境を含め、ニューノーマルな社会基盤を支えて参ります。



当社は創造性あふれるまちづくりを目指し、DXを活用した地方創生に貢献します。



すべてのステークホルダーを尊重し、コミュニケーションを重視し、社会的価値創造に努めます。

ESG 投資と SDGs の関係

社会的な課題解決が事業機会と投資機会を生む



(出所) 国連等より GPIF 作成

SDGsへの取り組みについて

SDGs事業認定証とは、一般社団法人日本SDGs協会が、企業等の事業をSDGsのどのゴールに向かって推進しているか、今後どのように目指していくのかを明確にするとともに、SDGsを推進していることを対外的に保証する有効な手立てとなるよう開始した認定制度です。

当社「こども食堂応援Wi-Fi」が、SDGsの7つの目標に貢献する事業であることの公式認定を取得しました。

当社が取得した7つの目標

- 目標1：貧困をなくそう
- 目標2：飢餓をゼロに
- 目標3：すべての人に健康と福祉を
- 目標10：人や国の不平等をなくそう
- 目標11：住み続けられるまちづくりを
- 目標12：つくる責任 つかう責任
- 目標17：パートナーシップで目標を達成しよう

こども食堂応援Wi-Fi



●「こども食堂応援Wi-Fi」がSDGs事業認定



サステナビリティの取り組みについて

当社は、企業活動を通じて社会問題の解決に取り組むことにより、社会利益と経済利益の最大化という持続可能な世界の実現を目指していきます。

そのための取り組みを強化していくために、サステナビリティ推進室を設置しました。

当社サステナビリティ基本方針に沿って、当社が考える重要な課題についての具体的な施策を立案して実行して参ります。



サステナビリティ

私たちは、企業活動を通じて
様々な社会問題の解決に取り組み、
持続可能な社会の発展に貢献していくことを
目指します。

基本方針

株式会社ワイヤレスゲートは、「より創造性のあふれる社会の実現を目指す」を企業理念として掲げ創業いたしました。当社は、企業活動を通じ情報格差のない社会作りを目指し、持続可能な社会の実現に向けて貢献いたします。

更に社会の一員としてサステナビリティの重要性を認識し、この実現を重要な経営課題として捉え、全員一丸となってサステナビリティに取り組めます。



6

参考資料

マネジメントチーム

▶▶ 異なるバックグラウンドで培った強みを補完しあうマネジメントチーム



代表取締役社長CEO

濱 暢宏

Nobuhiro Hama

1998年 東北大学工学部情報工学科卒業
1998年 シャープ株式会社入社
2014年 日本交通株式会社 総務財務部長
2016年 Japan Taxi株式会社 取締役COO
2018年 大国自動車交通株式会社 代表取締役社長
2019年 株式会社フォーキャスト 経営企画GM
2020年 当社 執行役員新規事業本部長
2021年 当社 代表取締役社長CEO

取締役CFO兼CAO

原田 実 *Minoru Harada*

1990年 マニファクチュラース・ハノーバー銀行入行
1997年 株式会社NEC総研 EC担当専任研究員
1998年 ライコスジャパン株式会社 WEBプロデューサー
1999年 株式会社ライブドア コンテンツ担当ディレクター
2000年 株式会社シープロド 専務取締役COO
2004年 当社設立 取締役COO

取締役執行役員

成田 徹 *Toru Narita*

1998年 DDIポケット株式会社入社
2010年 当社入社
2014年 当社 営業本部長
2015年 当社 執行役員営業本部長
2020年 当社 取締役執行役員営業本部長
2021年 当社 新規事業本部長 兼任

社外役員

▶▶ 経験と実績豊かな社外取締役、監査等委員によるコーポレートガバナンス

取締役（社外・監査等委員）

西 康宏 Yasuhiro Nishi

元 株式会社インターネットイニシアティブ 取締役CFO

元 日本ベリサイン株式会社 取締役副社長兼CFO

取締役（社外・監査等委員）

渡邊龍男 Tatsuo Watanabe

株式会社オールアバウト 常勤監査役

株式会社インターネットインフィニティ 監査役

株式会社セルム 社外取締役

HRソリューションズ株式会社 監査役

取締役（社外・監査等委員）

江口真理恵 Marie Eguchi

祝田法律事務所（弁護士）

本資料の取り扱いについて

- 本説明会及び資料に記載された業績見通し等に関する記述は、発表日時点での当社の判断に基づくもので、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績と異なる可能性があることをご了承ください。
- これらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

