三谷産業株式会社

2025 年 6 月 25 日

第 100 期定時株主総会の開催にあたり頂戴したご意見ご質問へのご回答

2025 年 6 月 17 日（火）の当社第 100 期定時株主総会の開催にあたり頂戴した主なご意見ご質問につきまして、下記のとおりご案内いたします。

Q１：第 100 期の連結損益計算書「営業外費用 - 投資事業組合運用損」とはなにか。またどのくらいのエクスポージャー（保有する資産について、リスクにさらされている規模・比率）を見込んでいるか

当社グループと北國フィナンシャルホールディングスさまとで、ベンチャー投資ファンドである「北陸地域ベンチャーファンド」を共同で運用しております。本ファンドは、この会社さまが有望だなと思えたタイミングで投資しておりますが、投資先の事業進捗に鑑みて、現時点における投資先評価が 50％を下回る場合には、未実現であっても財務上いったん評価損として処理するものです。

今のところ、本ファンドの規模はそれほど大きくありません。また将来的にどのくらいのエクスポージャーが見込まれるかについては、個々の投資先に対する期待のほか、投資先における資金調達など資本政策に影響を及ぼすおそれがありますので、回答を差し控えさせていただきます。

ご参考：北陸地域ベンチャーファンド https://hrv.co.jp/

Q２：第 100 期の連結損益計算書「特別利益 - 投資有価証券売却益」の含み益について

ご郵送した招集ご通知 36 ページ、「純資産の部 - その他の包括利益累計額」の直下に「その他有価証券評価差額金」という項目があります。これは、当社が社外の株式を取得してから現在に至るまでの累計の含み損益（税関係考慮後）を示しております。ゆえに、含み益が 100 億円を超えた状態ではありますが、これは時価評価の含み益を意味しているものであって、実現益ではないことにご留意ください。

社会的には、株式持ち合いを解消する動きがあるのは承知しております。会社さまとお付き合いするにあたり、互恵関係をつくる手段として株式を保有させていただくケースがあります。お互いにお付き合いの年数が増え、事業が伸長してきますと含み益が高まってきます。現時点において、すべての株式を売却することは考えておりませんが、株式を売却してもお互いのビジネスは強固に結ばれていると判断できるケースについては、売却の選択を採る場合があります。

Q３：グループにおける AI の利活用状況は

昨年の株主総会においても AI について言及させていただきましたが、当社グループは、2023 年度から AI の取り組みや利活用に関するアイデアを社内募集するとともに、ワークショップも実施してまいりました。2 年前と現在とを比較しますと、アイデアや利活用の質が高まっているように感じます。

利活用の例として、たとえば、樹脂・エレクトロニクス関連事業における「AI 外観検査」があります。当事業は主に自動車に搭載される樹脂成形品を製造しておりますが、その製品における良品・不良品を AI に判断させることで、目視によるチェックの時間を減少するという取り組みです。この取り組みは製品のお納め先であるお客さまより高いご評価をいただいており、非常に誇らしい例です。この「AI 外観検査」は、今年度から製品製造の量産工程に適用できないかと考えております。

また、住宅設備機器関連事業では、システムキッチンやバス・洗面化粧台といった水回り品を設計・販売するインフィルという子会社において、たとえばお客さまとオリジナルキッチンの設計を検討する会話のなかで、お客さまの属性や家族構成、趣味といった情報を AI にも分析させることで、「お客さま、このデザインはお好みでしょうか？」とその場でイメージ画像をご提供する取り組みも行っております。

その他、当社グループはベトナムでも事業を展開していることから、多言語でのコミュニケーション

も必要で、翻訳ツールとしても活用しております。これらを含め、今では AI 利活用の例がグループ累計で 100 件弱あります。今後もワークショップなども通じて AI の利活用をしっかり進めてまいります。

もし社内において AI の利活用が進まないとすれば、「人間の作業を 100％に近い精度で AI に代替させようと考えているから」ではないでしょうか。多くの会社において、一度は、人事や業務に関する問い合わせ業務を AI に代替させようと考えたことがあると思いますが、私たちは、その精度をきわめて高くする必要はなく、「人間と AI とが協調し合う関係でビジネスをすれば良い」との考えでおります。たとえば業務の 6 割については AI が非常に精度高く行い、残りの 4 割を人間が行う。この時点で業務の 6 割を効率化できているわけです。AI の利活用に際しては「幻滅（AI に対しての期待値が高まりすぎて、そのギャップに苦しむさま）との闘い」と考えております。学習が十分になされていない AI であっても使える余地があることは、社長である三谷自身、ジェネラリスト検定（AI・ディープラーニングの活用リテラシーを習得するための検定試験。G 検定）などを通じて学んできたことです。当社グループにおいては、国内連結 6 割・当社単体の 7 割強の社員が G 検定に合格しております。多くの社員が AI との付き合い方について心得ていることが、他社よりも一歩進んでいる優位性であると考えております。

なお、AI の利活用例については、当社グループの取り組みをウェブで公開しております。

ご参考：三谷プロトタイピングポートフォリオ https://www.mitani.co.jp/jyosys/ai-portfolio/

Q４：日本における女性の社会進出が課題となっているが、グループにおける女性管理職の割合は

女性管理職について、当社単体では 12 名／7.8%※、国内グループ全体は 14 名／8.6%で、まだ多くはありません。また、社員採用数は結果として男性が多くなっており、管理職も男性が多い状況です。一方で、当社はベトナムでも事業を展開しておりますが、ベトナムにおけるグループ 8 社で勤務する女性管理職の割合は 50.4%と非常に高くなっております。結果、グループ全体では 27.8%という状況です。

女性管理職をどのように増やしていくかですが、たとえば、男女間でそもそも機会の差を設けないこと、さらに女性活躍の機会を促進していくということは、過去数年の議論を経て取り組んでおります。女性管理職の増加には時期を要すると考えますが、管理職になりたい社員が増えていってほしいと期待しております。

※本株主総会中では最新の比率をお伝えしたものであり、2025 年 6 月 16 日に開示の第 100 期有価証券報告書では、2025 年 3 月までの実績として管理職に占める女性社員の割合を 7.4%と記載しております

Q５：公益活動に取り組むグループとして、金沢を東洋一の芸術の都にするべく一層注力しては

金沢を規模ではなく小粒でも光り輝く街にしたい。当社も法人でありながら金沢市民ですので、そのような想いがあります。いち企業が街づくりに意見を申すのはおこがましいですが、金沢で展開される芸術と当社が関わる例をご紹介いたします。

オーケストラ・アンサンブル金沢（OEK）については、当社創業者である三谷進三の時代から長年にわたり協力関係にあり、当社新入社員入社式後の歓迎会にて演奏いただく社内向けイベントをはじめさまざまな関わりをもっております。金沢美術工芸大学については、金沢市内の古い町家をリノベーションのうえ海外からアーティストを招聘、クリエイティブな発想で作品を創作いただく活動でコラボレーションしております。そのほか、金沢 21 世紀美術館には当社化学品関連事業のビジネスプロセスを芸術に昇華させた作品を展示したり、2020 年 6 月に開館した現代アート美術館である KAMU kanazawa とは旗を媒体にするプロジェクトで協働し、当社金沢本社にフラッグアートを掲揚する取り組みを展開しております。

一方で当社は一貫して、高名な芸術作品やオーケストラを所有することはこれまでになく、金沢の街や市民に溶け込むような施策をとってまいりました。先ほどご紹介した「旗」というのは、帰属意識や慶弔、意思の表明であると考えるとともに、三谷産業の社旗も当然ですが意味を込めた帰属意識そのも

のです。当社が、フラッグをメディアにしアートのステージに表現することも、「金沢の街をアートにしていくその一員になるぞ」という意思表明に他なりません。
　今後も当社グループは、サイエンスとアートというバランスのとれた経営にビジネスを融合しながら公益活動に取り組んでまいります。

ご参考：
オーケストラ・アンサンブル金沢 https://www.oek.jp/
金沢の古い町家にアーティストを招聘し作品づくりを行う「Artist in 金澤町家」https://mitani-pcap.jp/project/02/
金沢 21 世紀美術館 https://www.kanazawa21.jp/
回遊型現代アート美術館「KAMU kanazawa」https://www.ka-mu.com/

Q６：三谷産業データセンターの運営について。データセンターのウェブサイトをみると、注力しているように感じられない

　情報システム関連事業のひとつとして、子会社のコンフィデンシャルサービスが「三谷産業データセンター」を運営しております。「注力しているように感じられない」というご指摘に対しましては、当センターのウェブサイトのプロモーションに課題があると受け止め、改善してまいります。
　一方で、当センターの運営自体には力を入れております。たとえば昨年１月の震災時、ほどなくしてデータセンターに社員が駆け付けて状況をチェック、当センターを設置している土地は地盤が固く建屋も揺れにくい構造になっているため、お客さまからお預かりしているデータには何ら問題はありませんでした。また近年ではセキュリティが社会課題になっておりますが、当センターは国家国防機密レベルも扱える国内最高クラスの情報セキュリティを保持しており、一般社団法人日本セキュリティ格付機構（JaSRO）から最高クラスの情報セキュリティ格付け「AAAis」を 14 年連続で更新・維持しております。
　このように、物理的またセキュリティ的にも安心・安全性が高いことから、当センターをご利用したいお客さまからの引き合いは多く、このことに伴ってコンフィデンシャルサービスの業績も成長しております。今後も、他社さまが運営するデータセンターとも協力して広くサービスを展開したり、価格競争力や堅牢性もアピールしながらしっかりと利益を積み上げてまいります。

ご参考：
三谷産業データセンター（コンフィデンシャルサービス運営） https://www.mitani.co.jp/idc/
一般社団法人日本セキュリティ格付機構 2025 年 6 月 9 日ニュースリリース「三谷産業が提供するデータセンター・アウトソーシングサービス情報セキュリティ格付け最高位『AAAis』を維持 https://www.jasro.org/news/pdf/JaSRO_NewsRelease_20250609.pdf

Q７：「G 検定」について全社員が合格を目指す必要があるのか

　「G 検定」の合格率を当社の非財務的経営指標「Company Well-being Index（CWI）」にも設定しておりますのは、AI・ディープラーニングに関する全社的な理解度の向上が、当社グループの業務効率化だけでなくビジネスを推進させるとともに、お客さまにより高品質かつ付加価値の高いサービスをご提供できると確信しているためです。
　ご承知のように、近年、さまざまな AI サービスが登場していることで、ビジネス・プライベートを問わず世界中で利活用がすすんでおります。ビジネスの領域においては、AI サービスの利活用はいわば競争的な状況になりつつあるとも考えております。このことは今後、「基礎教養として AI を学んでいない人や AI を自分ごととして捉えられない人はマイノリティになる社会」になっていくと予想します。AI の基礎教養を身に着け、語れ、業務にも活用している社員がマジョリティになっている職場は、きっと新たな価値を創出する基盤を築けていると考えます。また、業務やビジネス推進において「人間にしかできないこと」を増加することは、社員の働きがいにも直結する重要なことと考えます。

2024 年度における「G 検定」の合格率および AI の利活用の状況については、上記Q３へご回答のとおりです。

ご参考：

当社の非財務的経営指標「Company Well-being Index（CWI）」https://www.mitani.co.jp/company/cwi

一般社団法人日本ディープラーニング協会 2025 年 1 月 22 日付 AI 活用に関する社長三谷へのインタビュー

（前編）https://www.jdla.org/topic/case-hr11-1/ （後編）https://www.jdla.org/topic/case-hr11-2/

Q８：住宅設備機器関連事業は営業赤字が継続しており、2025 年度は営業赤字が拡大する予想になっている。当事業における今後の対応と営業黒字への転換時期は

まずは、辛抱強くお待ちいただいている株主の皆さまへ、住宅設備機器事業の営業赤字が継続していることをお詫び申しあげます。

当事業における業績が伸長しにくい背景として、当社グループの建設業における立ち位置が「請け」であり、主に物品・資材や人件費など価格競争が意識されやすい事業環境にさらされていることがあります。当社グループがこのような事業環境に左右されない自律的なビジネスの確立を目指し、現在、中・高級ゾーンをターゲットとしたオリジナルブランドの展開に注力しております。新規ブランドの市場浸透を図るため先行投資を継続していることから、現時点では営業赤字を計上する結果となっております。

この「先行投資」は、主にブランドの認知化のためのプロモーション活動のことを指しております。プロモーション活動の成果の例としまして、用途・空間に応じて自由に組み合わせを変更できるモジュールシステムのオフィス家具『Tesera』は、京都西陣織の老舗である「細尾」さまとコラボレーションして製作した茶室が、ルイ・ヴィトンで著名なフランス LVMH のショールームで展示されました。また、高級浴槽『HIDEO（ハイデオ）』のバスタブが、権威あるドイツのデザインアワードにて３年連続で受賞し、これまで製品７モデルが受賞することができました。

現時点において営業黒字となる時期は回答を控えさせていただきますが、この間は他の複数の事業が住宅設備機器関連事業の業績をカバーし、そのうちに、オリジナルブランド品の価値を市場へ売り込むビジネススタイルを確立し、少しでも早く営業黒字となれる体制をつくってまいります。

※Q７およびＱ８は、オンラインから本株主総会をご視聴の株主さまより頂戴したご質問です。

以上