

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ビジョン

9416 東証1部

[企業情報はこちら >>>](#)

2019年4月11日(木)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

| | |
|--------------------|----|
| ■ 要約 | 01 |
| 1. 2018年12月期の業績概要 | 01 |
| 2. 2019年12月期の業績見通し | 01 |
| 3. 成長戦略 | 02 |
| 4. 株主還元策 | 02 |
| ■ 会社概要 | 03 |
| 1. 会社概要 | 03 |
| 2. 沿革 | 03 |
| 3. 事業内容 | 05 |
| 4. 強みとリスク | 10 |
| ■ 業績動向 | 12 |
| 1. 2018年12月期の業績概要 | 12 |
| 2. 事業セグメント別動向 | 13 |
| 3. 財務状況 | 17 |
| ■ 今後の見通し | 18 |
| 1. 2019年12月期の業績見通し | 18 |
| 2. 事業別の取り組み施策 | 20 |
| 3. 今後の成長戦略について | 21 |
| ■ 株主還元策 | 24 |
| ■ 情報セキュリティ対策 | 24 |

■ 要約

大型連休による海外旅行者数拡大等を追い風に、 2019年12月期も高成長が続く見通し

ビジョン<9416>は、モバイルインターネット環境を提供するWi-Fiルーターのレンタルサービスを国内外で行うグローバルWiFi事業と、スタートアップ、ベンチャー企業向けを中心に各種通信サービスの加入取次ぎ、情報通信機器の販売、ホームページ制作等のサービスを行う情報通信サービス事業の2つの事業を主軸に展開する。

1. 2018年12月期の業績概要

2018年12月期の連結業績は、売上高で前期比22.5%増の21,503百万円、営業利益で同38.9%増の2,484百万円と2ケタ増収増益となり、過去最高業績を連続更新した。主力のグローバルWiFi事業の需要が個人、法人問わず旺盛で、売上高で同30.0%増の13,505百万円と高成長が続いたことに加え、利益面では、増収効果に加えてボリュームディスカウントによる通信原価の低減や、クラウドWi-Fiルーター※の比率向上（2017年12月51%→2018年12月88%）並びに空港でのスマートピックアップ（自動受渡しロッカー）増設などによるオペレーションコスト低減が増益要因となった。また、情報通信サービス事業もアップセル/クロスセル戦略により着実に成長しており、なかでも電力サービス「ハルエネでんき」の加入取次ぎが好調で利益増に貢献した。なお、2018年夏から首都圏でサービスを開始した「ProDrivers（プロドラ）」（ハイヤータイムシェアリングサービス事業）については、先行投資段階であるものの、不動産会社やテレビ局など当初想定していたターゲット以外からの引き合いが増えており、今後の展開が期待できる滑り出しとなっている。

※クラウド上でSIMを管理する次世代型の通信技術搭載Wi-Fiルーターで、2017年3月より投入を開始。SIMの物理的な交換作業が不要となるため、オペレーションコストが改善するほか、通信回線の使用効率も向上するなど収益性向上に寄与している。

2. 2019年12月期の業績見通し

2019年12月期は売上高で前期比13.8%増の24,470百万円、営業利益で同21.2%増の3,012百万円と2ケタ増収増益が続く見通し。引き続きグローバルWiFi事業が売上高で同15.3%増、セグメント利益で同10.3%増とけん引役となる。利益率が若干低下する見込みとなっているが保守的な印象が強い。クラウドWi-Fiルーターの比率は9割程度とほぼ上限に達しているものの、前期は平均で7～8割の水準であり引き続きオペレーションコストの抑制効果が期待でき、通信原価もボリュームディスカウントが見込めるためだ。売上高についても2019年はゴールデンウィークが10連休と大型連休となるため、海外渡航者数増加により計画を上回る可能性が高いと弊社では見ている。ストック型ビジネスモデルである情報通信サービス事業は増収増益が続くほか、「ProDrivers」についても下期からの収益貢献を見込んでいる。

要約

3. 成長戦略

同社は中期的な成長戦略として、グローバルWiFi事業で業界圧倒的 No.1（生産性、シェア、利益）を維持し更なる成長を目指していくほか、ストック型ビジネスである情報通信サービス事業はクロスセル / アップセル戦略による着実な成長に取り組んでいく。これら既存事業に加えて成長を加速していくため、顧客基盤を生かした旅行関連サービスプラットフォーム事業の育成を推進していく。海外渡航者の課題解決に役立つ情報・サービスの提供、訪日外国人をターゲットにした広告メディアサービスなどに取り組んでおり、なかでも「ProDrivers」の成長が期待される。グローバルWiFi事業の顧客だけでなく情報通信サービス事業の20万社を超える顧客企業が見込み顧客となるだけに潜在需要は大きい。現在はドライバーの採用と育成に注力しており、先行投資段階であるものの、想定していなかった顧客層からの引き合いも増えている。今後は事業会社でもカーシェアリングが普及していくことを考えれば同事業の成長ポテンシャルは大きいと見られ、今後の展開が注目される。

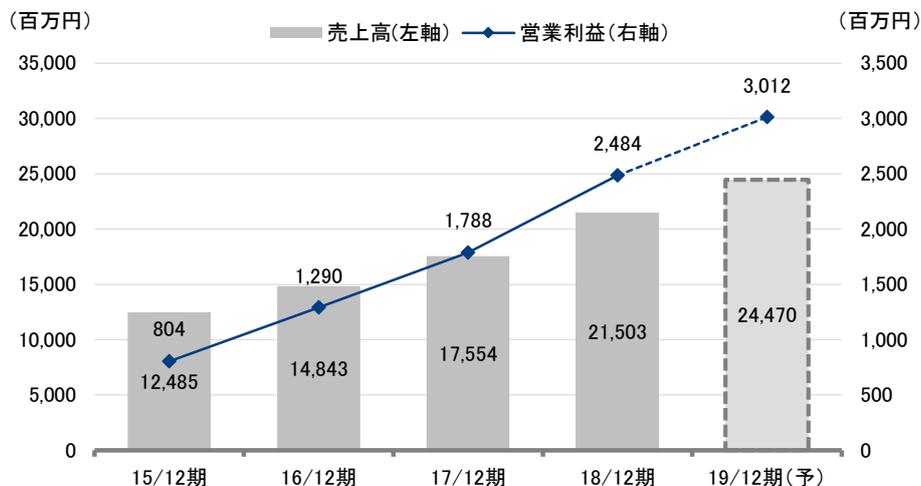
4. 株主還元策

株主還元については、事業の成長期にあるとの判断から財務体質の強化と事業拡大のための投資を優先し、更なる企業価値の向上を目指すことが株主に対する最大の利益還元につながると考えている。このため、配当に関しては当面無配を継続する可能性が高く、収益成長に伴う株価上昇や自社株買い等で株主に報いていく方針としている。

Key Points

- ・法人顧客の開拓や「スマートピックアップ」の増設等、利便性向上施策の強化により更なる成長を目指す
- ・主力2事業の拡大に加えて新たな旅行関連サービスプラットフォームを育成することで、成長を加速していく方針

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

世の中の情報通信産業革命に貢献する企業として事業を展開

1. 会社概要

同社はモバイルインターネット環境を提供する Wi-Fi ルーターの国内外でのレンタルと、スタートアップ、ベンチャー企業向けを中心に各種通信サービスや電力の加入取次ぎ、コピー機、ビジネスフォン等の OA 機器の販売まで幅広いサービスを提供している。「More vision, More success. ー情報通信の未来をすべての人たちの未来のために。ー」をコーポレートスローガンとして、企業や個人が感じている「めんどくさい」「よく分からない」「これなんとかならない?」といった“不”をどうしたら解決できるかを考え、情報通信技術の力で世界の人々のライフスタイルをより豊かに、世の中に新しい価値を創造していくという志のもと事業活動を展開する。2018 年 12 月末時点の連結子会社は、(株)メンバーズネット、ベストリンク(株)など国内 6 社と海外 12 社の合計 18 社、連結従業員数は国内 623 名、海外 85 名の合計 708 名(うち、平均臨時雇用人員 145 名)となっている。

2. 沿革

同社の前身は、在日南米人向けの国際電話サービスの加入取次ぎ(固定通信事業)を目的に代表取締役社長の佐野健一(さのけんいち)氏により 1995 年 6 月に設立された有限会社ビジョン(本社:静岡県富士宮市)で、1996 年 4 月に事業拡大及び発展を目的として株式会社に組織変更した。2001 年 12 月に子会社(株)ビジョン・ビジネス・ソリューションズ(本社:東京都渋谷区)を設立し、法人向けの OA 機器販売事業に参入。2004 年 11 月にビジョン・ビジネス・ソリューションズが旧(株)ビジョンを吸収合併し、社名を株式会社ビジョンに変更、事業領域を個人向けから法人向けへとシフトした。

以降、顧客ニーズに対応する格好でコピー機ドットコム(2004 年)、電話加入権ドットコム(2005 年)、ビジョンドットコム(2006 年)、法人携帯ドットコム(2007 年)などの法人向け Web マーケティング(インターネットメディア)のラインナップを拡充しながら事業規模を拡大するとともに、2008 年 1 月にメンバーズネット、同年 7 月には(株)ベストコミュニケーションズ(現ベストリンク)を相次いで設立、ブロードバンド事業を開始した。さらに、2010 年には現在の主力事業の原型となる国内出張及び旅行者向けモバイル Wi-Fi ルーターレンタルサービス「e-ca」を開始している。

2011 年に入ると、10 月に韓国、米国(ハワイ)、12 月に中国(香港)に相次いで子会社を設立し海外拠点の整備に着手、2012 年 2 月には日本人海外渡航者向けにグローバル Wi-Fi ルーターレンタルサービス「グローバル WiFi」を開始した。加えて、2015 年 3 月には訪日外国人向けに日本用 Wi-Fi レンタルサービス「NINJA WiFi」を開始し、現在の事業基盤が整う。

2015 年 12 月に同社並びに同社サービスに対する認知度の向上と、世界市場への展開をにらんだ事業拡大のための投資資金の調達を目的に東京証券取引所マザーズ市場へ上場し、1 年後の 2016 年 12 月には東証第 1 部市場に市場変更を果たしている。

会社概要

沿革

| 年 | 月 | 概要 |
|------|----|---|
| 1995 | 6 | 国際電話サービスの加入取次ぎを目的に有限会社ビジョンを設立 |
| 1996 | 4 | 事業拡大及び発展を目的として株式会社に組織変更 |
| 1997 | 8 | 一般第二種電気通信事業許可取得 |
| 2001 | 12 | 東京都渋谷区にOA機器販売を目的に子会社、株式会社ビジョン・ビジネス・ソリューションズを設立 |
| 2002 | 4 | 本社を東京都渋谷区から東京都新宿区に移転 |
| 2003 | 12 | インターネット広告事業（インターネットメディア事業）を開始 |
| 2004 | 11 | 株式会社ビジョン・ビジネス・ソリューションズが旧株式会社ビジョンを吸収合併し、商号を株式会社ビジョンに変更 |
| 2007 | 2 | 法人携帯電話事業（移動体通信事業）を開始 |
| 2008 | 1 | 東京都新宿区に子会社、株式会社メンバーズネット（現連結子会社）を設立 |
| 2008 | 7 | 東京都新宿区に子会社、株式会社ベストコミュニケーションズ（現連結子会社）を設立（2012年12月に商号をベストリンク株式会社に変更） |
| 2010 | 1 | 国内出張及び旅行者向けWiFiレンタル事業「e-ca」を開始 |
| 2011 | 6 | 国内出張及び旅行者向け高速大容量WiFiレンタル事業「Vision WiMAX」を開始 |
| 2011 | 7 | 佐賀県佐賀市にお客様サポートデスクとしてコールセンター「ビジョン・フューチャー・ビジネスセンター（VFBC）」を開設 |
| 2011 | 10 | 韓国に子会社、Vision Mobile Korea Inc.（現連結子会社）を設立 |
| 2011 | 10 | 米国（ハワイ）に子会社、Vision Mobile Hawaii Inc.（現連結子会社）を設立 |
| 2011 | 12 | 中国（香港）に子会社、Vision Mobile Hong Kong Limited（現連結子会社）を設立 |
| 2012 | 1 | シンガポールに子会社、GLOBAL WIFI.COM PTE. LTD.（現連結子会社）を設立 |
| 2012 | 2 | 中国（台湾）に子会社、無限全球通移動通信股份有限公司（現連結子会社）を設立 |
| 2012 | 2 | 海外渡航者向けWiFiレンタル事業「グローバルWiFi」を開始 |
| 2012 | 4 | 英国に子会社、GLOBAL WIFI.UK LTD（現連結子会社）を設立 |
| 2012 | 4 | Find Japan 株式会社を株式交換により買収 |
| 2012 | 12 | 国内出張及び旅行者向け短期利用可能なサービス「WIFI-HIRE」を開始 |
| 2013 | 10 | ベストリンク株式会社のブロードバンド事業のうちコンシューマー向け事業を事業譲渡 |
| 2013 | 12 | 国内出張及び旅行者向けMVNO（仮想移動体通信事業者）事業を開始 |
| 2014 | 3 | ベトナムに子会社、VISION VIETNAM ONE MEMBER LIMITED LIABILITY COMPANY（現連結子会社）を設立 |
| 2014 | 4 | 中国（上海）に子会社、上海高效通信科技有限公司（現連結子会社）を設立 |
| 2014 | 11 | フランスに子会社、Global WiFi France SAS（現連結子会社）を設立 |
| 2014 | 12 | イタリアに子会社、Vision Mobile Italia S.r.l.（現連結子会社）を設立 |
| 2015 | 2 | Find Japan 株式会社の株式売却に伴い、同社を連結子会社から除外 |
| 2015 | 3 | 訪日外国人向け日本用WiFiレンタル「NINJA WiFi」を開始（「WIFI-HIRE」を結合） |
| 2015 | 12 | 東京証券取引所マザーズ市場へ上場 |
| 2016 | 7 | 米国（カリフォルニア）に子会社、VISION MOBILE USA CORP.（現連結子会社）を設立 |
| 2016 | 8 | ニューカレドニアに子会社、Vision Mobile New Caledonia Sas（現連結子会社）を設立 |
| 2016 | 12 | 東京証券取引所第1部へ市場変更 |

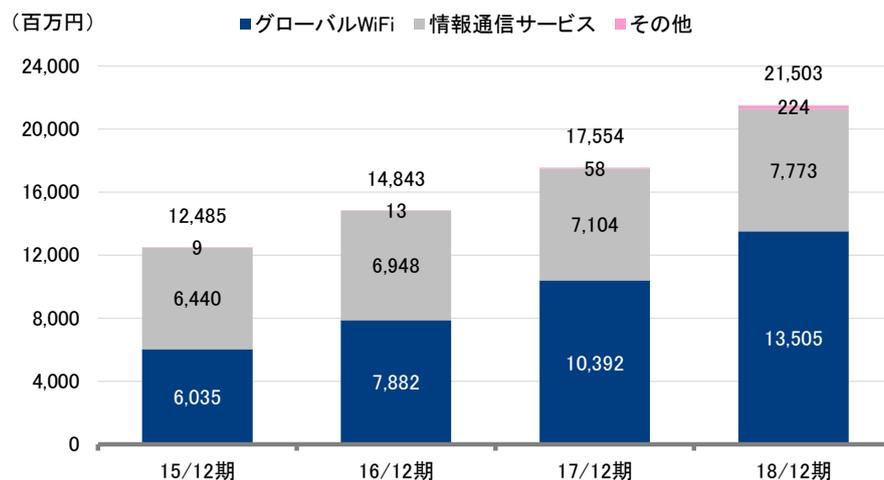
出所：有価証券報告書及びホームページよりフィスコ作成

グローバル WiFi 事業と情報通信サービス事業が 2 本柱

3. 事業内容

同社の事業は、国内外で Wi-Fi ルーターのレンタルサービスを行うグローバル WiFi 事業と、各種通信サービスの加入取次ぎや移動体通信機器・OA 機器の販売、ホームページ制作等のサービス提供を行う情報通信サービス事業の 2 つが主力となっており、その他に「ProDrivers」(ハイヤータイムシェアリングサービス事業) や、広告メディア事業、カタログ販売事業及び新規事業の探索・育成などを行っている。2014 年 12 月期以降の 5 期間のセグメント別売上推移を見ると主要 2 事業ともに右肩上がりの成長が続いており、なかでもグローバル WiFi 事業については 2014 年 12 月期の 3,755 百万円から 2018 年 12 月期は 13,505 百万円と 3.6 倍に急成長している。

事業セグメント別売上高



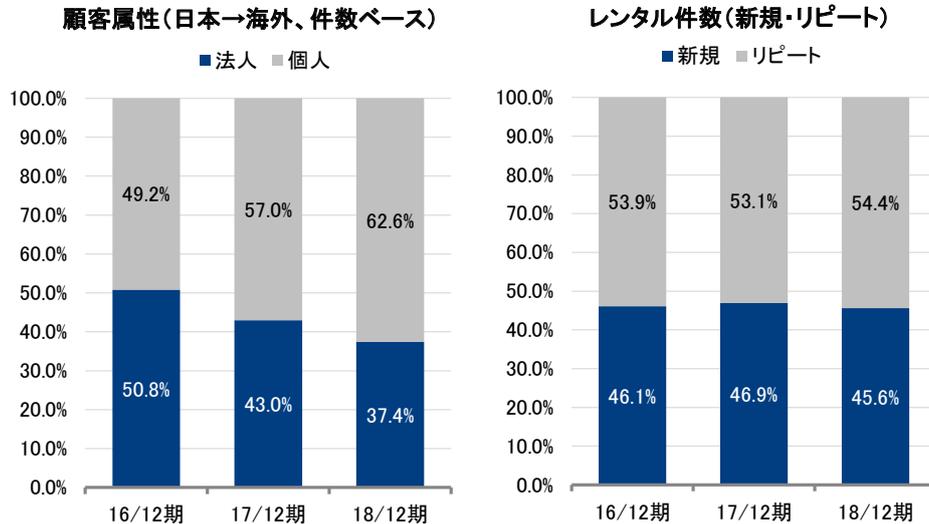
出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) グローバル WiFi 事業

グローバル WiFi 事業は、業界最多クラスとなる世界 200 ヶ国以上の国と地域をサービスエリアとし、世界各国の通信キャリア(通信事業者)と直接連携することでローカルネットワーク(データ通信サービス)を仕入れ、各地域に出張や旅行などで渡航する個人及び法人向けにモバイル Wi-Fi ルーター等をレンタルすることによって収益を得るサービスとなる。

Web サイトやスマートフォン用アプリ、アフィリエイト、法人セールス、パートナー企業(各代理店)等を介してレンタルの申込受付を行っているほか、空港にも直接 Wi-Fi ルーターを受取返却できるカウンターを設置しており、その数は国内 15 ヶ所(2018 年 12 月現在)で業界最多となっている。2018 年 12 月期の顧客属性(件数ベース)を見ると個人向けが 62.6%、法人向けが 37.4% となっており、個人向けの比率が上昇傾向にある。法人向けも年率 2 ヶタ増ペースが続いているが、それを上回るペースで個人の利用件数が伸びているためだ。また、リピートと新規の比率を見るとリピートが 54.4%、新規が 45.6% となっており、リピート率が安定して過半を占めていることが特徴となっている。

会社概要



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

1日当たりのWi-Fiルーターのレンタル料金は、各国の通信事業者から仕入れる回線使用料によって変わるほか、通信データの使用可能容量や通信スピード(3G/4G LTE)によってサービスプランが異なり、おおむね670円～1,970円の範囲で設定されている。また、オプションサービスとして安心補償パック(200～500円/日)のほか、モバイルバッテリー(200円/日)やマルチ変換プラグ(50円/日)等の周辺機器のレンタルサービスも行っている。1回当たりの顧客平均単価は7千円前後となっている。サポート体制は24時間365日、世界47の拠点で対応している(国内では佐賀県にコールセンターを設置)。また、海外では欧米、アジア等11ヶ国で子会社12社を展開し、現地でレンタルサービスを行っている。サービス提供エリアの違いにより海外事業と国内事業に区分しているが、ビジネスモデルは同一である。

同事業の収益構造を見ると、Wi-Fiルーターのレンタル利用料やオプションサービス料が売上高となり、売上原価として各国の通信キャリアから仕入れる通信回線の利用料や、Wi-Fiルーターの仕入コスト(レンタル資産として計上、2年償却)、外注費(代理店等への支払料等)など、販管費として人件費や広告宣伝費のほか、Wi-Fiルーターの出荷センターや空港カウンター、カスタマーセンター等の運営コストなどが含まれる。

会社概要

グローバルWiFi事業の収益構造

| | |
|--------------|--|
| 売上高 | ①1日当たり利用料金×利用日数 ※平均：1日1,000円、平均利用日数：7日 ※保障サービス、モバイルバッテリー等のオプション ②月額費用+使用データ通信料×利用日数 |
| 売上原価 | ・通信料（世界各国の通信キャリア） ・端末代金（モバイルWi-Fiルーター） ※レンタル資産計上（2年間の減価償却計上） ・外注費（代理店等への支払手数料）等 |
| 販売管理費 | ・人件費 ・広告宣伝費 ・出荷センター、空港カウンター、カスタマーセンター等の運営および地代家賃 ・その他販管費等 |

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

a) 海外事業

日本から海外、及び海外から海外への渡航者へ海外の各通信キャリア等から仕入れた回線をセットしたモバイルWi-Fiルーター（グローバルWiFi）をレンタルしている。サービスの内容は、世界200以上の国と地域で使えるパケット定額制となり、日本と同じ高速通信規格4G-LTEに対応している国と地域の数も87エリア（2018年12月現在）と業界最多クラス、1日当たり500MBまたは1GBという大容量を利用できるプランの提供国も同様に業界最多となっている。

日本人海外渡航者の場合、ルーターの受取返却場所は国内の主要空港15ヶ所（うち、1ヶ所は返却のみ）となっている。ハワイ、韓国、台湾等では現地でも受取返却できるカウンターを設けているほか、空港で受け取れない場合には宅配での受取返却も可能となっている。また、空港カウンターでの受け渡しの待ち時間を解消するサービスとして、2016年から一部の空港で「スマートピックアップ」を導入している。これは、事前にWeb予約申込を行うことで、空港内に設置された専用の無人ロッカーからWi-Fiルーターを利用者自身で取り出すことができるサービス（スマートフォンで認証）で、業界では同社が先駆けて導入した*。「スマートピックアップ」を設置し待ち時間の問題を解消することで、顧客満足度の向上とリピート率の上昇、競合会社への顧客流出防止につなげている。専用ロッカーは2018年12月末時点で羽田空港、成田空港等の国内主要5空港、合計18機の設置が進んでおり、今後も設置場所が確保でき次第、他の空港でも導入していく予定となっている。

* 2018年に入って競合1社が関西国際空港に1ヶ所設置した。

その他、法人向けのサービスとして、海外渡航時の申込・受取返却手続きが不要な常時貸切サービス「グローバルWiFi for Biz」を提供している。2017年7月より2千台限定でスタートし、顧客ニーズに応えるため2018年8月にサービス内容を大幅に拡充して本格的に営業展開を開始している。具体的には、国内でのWi-Fiサービスの利用を可能としたほか、付加サービスとして「緊急位置情報サービス」の提供（無料）を開始した。「緊急位置情報サービス」とは、海外渡航中の利用者の安否確認が取れない際に、直前までの位置情報と接続時間をWi-Fiルーターの利用状況から確認することで、迅速な消息情報を提供するサービスとなる。「グローバルWiFi for Biz」の料金体系は、月額基本料金1,970円に海外渡航時に使用した日数分の定額利用料金、及び国内サービス利用時の月額オプション料金（月額3GBまで無料、3GB超は従量課金）を加算した金額となる。

会社概要

b) 国内事業

海外から日本への渡航者である訪日外国人及び国内旅行、出張者に対して、国内の各通信キャリアから仕入れた通信回線をセットしたモバイル Wi-Fi ルーターをレンタルしている。主力サービスは 2015 年 3 月にサービスを開始した訪日外国人向け Wi-Fi ルーターレンタルサービス「NINJA WiFi®」で、グローバル WiFi で培ったノウハウを生かし、日本ならではの細やかな体制でサービスを提供する。受取返却場所はグローバル WiFi を扱う空港のほか、滞在先ホテルへの宅配サービスや新宿オフィスでの受取りも可能となっている。日本語、英語、簡体字、繁体字、韓国語の 5 言語に対応している。

(2) 情報通信サービス事業

同社とメンバーズネット、ベストリンクを中心に、スタートアップ、ベンチャー企業、及びその他一般企業向けに、法人のステージニーズに合わせて各種通信サービスや電力サービスの加入取次ぎ、移動体通信機器や OA 機器、LED 照明機器の販売、ホームページ制作等のサービスを提供している。

ユーザーニーズを的確に捉え、最適な製品やサービスを最適なタイミングで提供するために、独自の Web マーケティングを活用した集客を行い、コールセンターによる案内※と、情報通信サービス事業を展開している全国 7ヶ所の営業所及びパートナー企業との連携による訪問営業を組み合わせにより、効率的な事業運営を行っている。

※ 佐賀市にあるビジョン・フューチャー・ビジネスセンターの専属コールセンター CLT（カスタマー・ロイヤリティ・チーム）が顧客との契約継続をフォローする CRM 活動を行っている。

顧客開拓の主要ターゲットは、スタートアップやベンチャー企業等となり、年間約 1.7 万社の新設法人※をコンスタントに獲得している。年間の法人登記件数が 11.8 万件（2017 年）であることから、新設法人の 6～7 社に 1 社が同社の顧客になっていることが分かる。同社では CRM の活用により常に頼れるパートナーとしてこれらの企業との関係を維持し、顧客企業の成長に合わせて電話回線の追加やコピー機といった OA 機器、電力サービスなどのアップセル / クロスセルに取り組むなど、継続型のストックビジネスモデルとして事業を展開している。

※ 同社と新規取引を開始した設立後 6 ヶ月以内の企業合計。

同事業の収益構造を見ると、売上高は商材によって業務受託手数料（取次手数料）や継続手数料、販売代金や保守サービス料等を計上している。売上原価は携帯電話や OA 機器の販売であれば仕入代金を計上し、そのほか外注費（代理店への支払手数料等）が含まれる。また、販管費としては人件費、広告宣伝費、コールセンターの運営コスト等が含まれる。

会社概要

情報通信サービス事業の収益構造

| | 固定通信、モバイル、電力 | OA 機器、ホームページ、セキュリティ |
|------|--|---|
| 売上高 | <ul style="list-style-type: none"> ・業務受託手数料（取次手数料） ・継続手数料（顧客利用状況に応じ） ※通信キャリア、一次代理店より入金 | <ul style="list-style-type: none"> ・販売代金 ※リース会社、クレジット会社より入金 ・保守費用 ※メーカーより入金およびファクタリング（ホームページ保守） |
| 売上原価 | <ul style="list-style-type: none"> ・端末代金（携帯電話） ※固定通信、電力は売上原価なし ※通信キャリア、一次代理店へ支払 ・外注費（代理店等への支払手数料）等 | <ul style="list-style-type: none"> ・機器代金（OA 機器、セキュリティ） ※メーカーへ支払い ・外注費（代理店等への支払手数料）等 |
| 販管費 | <ul style="list-style-type: none"> ・人件費 ・広告宣伝費（WEB サイト等） ・コールセンター等地代家賃 ・その他販管費等 | |

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) その他

ProDrivers 事業とはハイヤーの時間貸しサービスのことで、空港までの送迎や観光利用から役員送迎等のビジネス用途に至るまで様々な移動シーンでの利用が可能で、グローバル WiFi 事業や情報通信サービス事業の顧客基盤を活用できることから、2018 年春より開始した新規事業となる。都内からサービスを開始しており、今後はパートナー展開も進めながら、全国主要都市に順次展開していく予定となっている。また、海外では資本業務提携先であるディーエルジービー（株）が運営するサービス「SmartRyde」（主要 150 ヶ国、500 都市に対応）に利用希望の顧客を送客している。

ハイヤーは 2 時間単位での時間貸しとなり、車種はアルファード（最大搭乗人員 6 名）のほかグループでも利用可能なハイエース（同 9 名）などをそろえている。ドライバーは未経験者を採用して、資格取得からマナー講習まで研修を行った上で現場に配属する。売上高はレンタル利用料のほか、パートナー企業や海外提携企業への送客に関しては送客手数料を計上することになる。

また、広告メディア事業では訪日外国人に対して、日本滞在時に役立つ情報を現地の有力ポータルサイトなどを使って紹介するサービスを提供している。顧客はインバウンド需要を取り込みたい国内の的外食企業や小売企業などになる。

グローバル WiFi サービスの業界シェアは約 5 割とトップシェアを確立

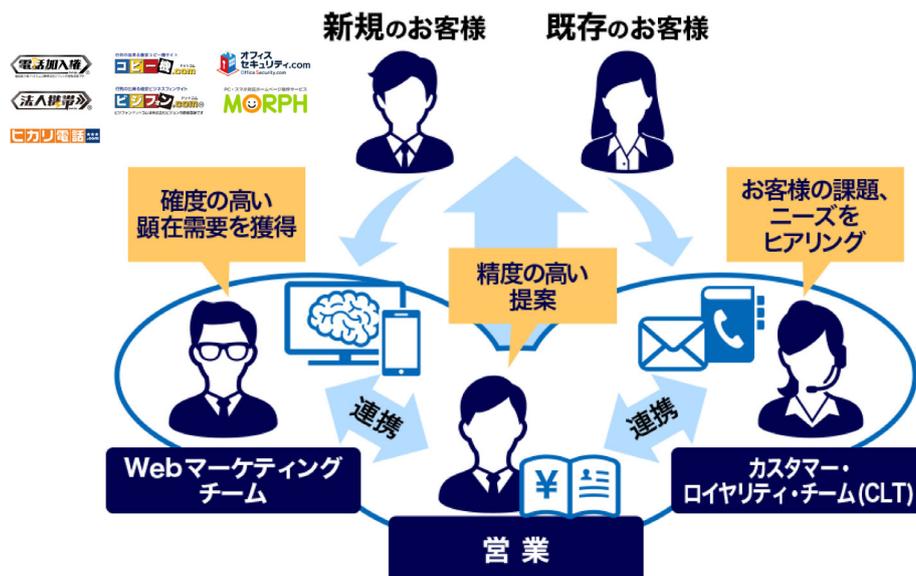
4. 強みとリスク

(1) 強み

グローバル WiFi 事業における強みは、業界最多クラスとなるサービスエリアで高品質・高速大容量の通信サービスを、各国の通信キャリア（通信事業者）と直接連携することでリーズナブルな料金で提供していること、また、利便性の面においても業界最多クラスとなる 15 空港で引き渡しカウンターを設置しているほか、待ち時間ゼロを実現した「スマートピックアップ」を 5 空港で導入するなど、手軽にサービスを利用できる環境を業界に先駆けて整備していることが強みと言える。同社の利用ユーザーの過半がリピート顧客で占められるのも、こうしたサービス面での充実が要因と考えられ、高成長につながっている。

一方、情報通信サービス事業における強みは、「Web マーケティング」×「営業」×「CLT（カスタマー・ロイヤリティ・チーム）」による三位一体の体制を構築し、高い営業効率を誇っていることが挙げられる。Web マーケティングにより確度の高い顕在需要を獲得し、CLT（テレマーケティング）によって顧客のニーズや課題を抽出、これらの情報を営業部隊と共有することで、営業部隊は直接訪問時において最適な提案を行い、成約率を高めることを可能としている。結果として、業界水準より高い販売量、高い獲得手数料というポジティブなスパイラルを生み出している。また、事業部間で顧客紹介を積極的に行う体制を構築していることも強みで、市場の成熟化と競争激化が進む環境下で競争力を維持する原動力になっている。加えて、メインターゲットがスタートアップ企業で、これら企業の成長に合わせて受注を積み上げていく継続型ストックビジネスモデルであることが、同事業の安定的な成長につながっている。

Web マーケティング×営業× CLT 三位一体の“高効率”マーケティング



出所：決算説明資料より掲載

会社概要

(2) 競合

グローバルWiFi事業に関しては、携帯電話レンタル事業も手掛けているエクスコムグローバル(株)や(株)テレコムスクエアなどが競合企業として挙げられる。海外向けWi-Fiレンタルサービスに関して同社は後発ながら、現在トップシェアの地位を確立していると思われる。なお、競合他社がテレビCMを積極的に展開しているが、同社はテレビCMの費用対効果は低いと見ており行う予定はない。ただ、2018年秋よりANAの国際線旅客機内でCMを試験的に放映している。視聴者すべてが潜在ユーザーとなるためだ。今後、費用対効果を検証して効果があると判断すれば続ける可能性がある。

なお、海外でのインターネット接続手段はグローバルWiFi(Wi-Fiルーターレンタル)だけでなく、携帯キャリアが提供する国際ローミングサービスや現地でのプリペイドSIM調達、フリーWi-Fiスポットでの利用が選択肢として挙げられるが、価格や利用範囲、通信速度、管理、セキュリティなどいずれかの面で劣っており、現状ですべてのニーズを満たせるサービスはグローバルWiFiのほかには見当たらない。

海外渡航先インターネット接続手段比較

| 接続方法 | 価格 | 利用範囲 | 通信速度 | 管理 | セキュリティ |
|---|----|------|------|----|--------|
| グローバルWiFi | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 現地の高品質回線を提携の上調達。現地最速、安心価格、安全、簡単。 | | | | | |
| 国際ローミング (携帯電話事業者) | × | △ | △ | ○ | ○ |
| 料金、品質面で課題あり。(1日1,980円~2,980円と高額、高額請求となる可能性あり) | | | | | |
| プリペイドSIM (現地調達) | △ | △ | ○ | × | ○ |
| 知識が必要。手間がかかる。(現地購入、容量に課題、定期的にチャージが必要等) | | | | | |
| フリー Wi-Fiスポット | ○ | × | △ | ○ | × |
| 場所が限定。接続回線や接続人数により速度が遅いことがある。セキュリティに不安。 | | | | | |

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

一方、情報通信サービス事業における競合は多く、上場企業では大塚商会<4768>、光通信<9435>、フォーバル<8275>などが挙げられる。ただ、同社のように主な顧客ターゲットをスタートアップ及びベンチャー企業に絞り、Webマーケティング、テレマーケティングと直接訪問営業のハイブリッドによる事業展開を実現しているところはほとんどなく、こうした観点では直接競合する企業はない。

(3) 事業リスク

事業リスクについて見ると、グローバルWiFi事業では予期せぬテロ、自然災害、疫病等により、特定の国・地域への渡航の動きが一時的に停滞するようになった場合に、業績にマイナス影響を受ける可能性がある。また、世界各国の通信キャリア等からデータ通信サービスを仕入れているため、通信キャリア等の事業方針の変更により、同社グループが従前より不利な仕入条件に変更を余儀なくされる可能性があることもリスクとして想定される。ただ、取引量が拡大するなかでボリュームディスカウントなど仕入条件が有利になることはあっても、不利になる可能性は極めて低いと言える。

情報通信サービス事業では、通信サービスへの加入契約の取次ぎ等において、光通信のグループ子会社である(株)メンバーズモバイルなどを一次代理店とした契約形態となっている。光通信グループへの依存度は、ここ数年低下傾向になっているとはいえ、依然一定水準以上となっていることから、光通信グループの経営施策が変更になった場合に影響を受ける可能性がある。

業績動向

グローバル WiFi 事業の高成長が継続し、 2018年12月期は過去最高業績を連続更新

1. 2018年12月期の業績概要

2018年12月期の連結業績は、売上高で前期比22.5%増の21,503百万円、営業利益で同38.9%増の2,484百万円、経常利益で同39.3%増の2,499百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同26.5%増の1,529百万円といずれも期初計画を上回る2ケタ成長となり、連続で過去最高を更新した。主力のグローバル WiFi 事業が引き続き好調に推移し、売上高で前期比30.0%増、セグメント利益で同51.5%増と大幅伸長したことが主因だ。親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が若干低かったが、これは特別損失として投資有価証券評価損309百万円を計上したことによる。

売上高営業利益率が11.6%と前期比で1.4ポイント上昇したが、これはグローバル WiFi 事業の収益性が向上したことが主因となっている。主な要因としては、ボリュームディスカウントによりデータ通信回線の調達コストを抑制できたこと、クラウド Wi-Fi ルーターの出荷比率上昇により通信原価およびオペレーションコストの低減が図れたこと、省力化施策の推進により人件費率が低下したことの3点が挙げられる。

2018年12月期連結業績

(単位：百万円)

| | 17/12期 | | 期初計画 | 実績 | 18/12期 | | |
|---------------------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|
| | 実績 | 対売上比 | | | 対売上比 | 前期比 | 計画比 |
| 売上高 | 17,554 | - | 20,599 | 21,503 | - | 22.5% | 4.4% |
| 売上原価 | 7,393 | 42.1% | 8,496 | 8,853 | 41.2% | 19.7% | 4.2% |
| 販管費 | 8,372 | 47.7% | 9,851 | 10,165 | 47.3% | 21.4% | 3.2% |
| 営業利益 | 1,788 | 10.2% | 2,252 | 2,484 | 11.6% | 38.9% | 10.3% |
| 経常利益 | 1,795 | 10.2% | 2,254 | 2,499 | 11.6% | 39.3% | 10.9% |
| 特別損益 | -40 | - | - | -307 | - | - | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,208 | 6.9% | 1,520 | 1,529 | 7.1% | 26.5% | 0.6% |
| 1株当たり当期純利益 (円) | 74.30 | | 93.42 | 94.20 | | | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

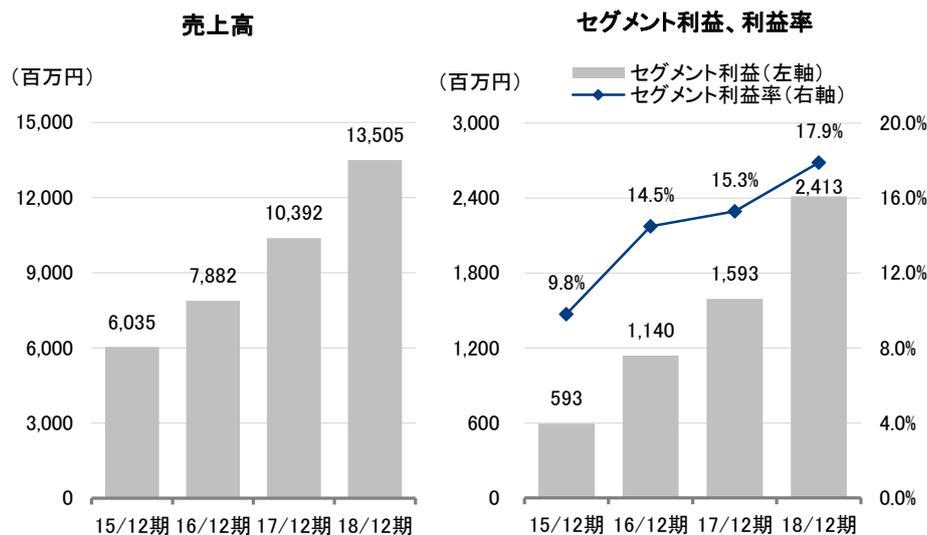
グローバル WiFi 事業は個人向け、法人向けともに利用件数の 2 ケタ成長が続く

2. 事業セグメント別動向

(1) グローバル WiFi 事業

グローバル WiFi 事業の売上高は前期比 30.0% 増の 13,505 百万円、セグメント利益は同 51.5% 増の 2,413 百万円と大幅増収増益となり、セグメント利益率も同 2.6 ポイント上昇の 17.9% と過去最高水準を更新した。また、レンタル利用件数は前期比 35.2% 増の 223.1 万件となっている。平均顧客単価が下がったように見えるが、これは平均単価の低い個人向けの構成比率が前期の 57.0% から 62.6% に上昇したことによる。個人向け、法人向けと属性ごとに分けて見ると、平均単価はほぼ横ばい水準であった。

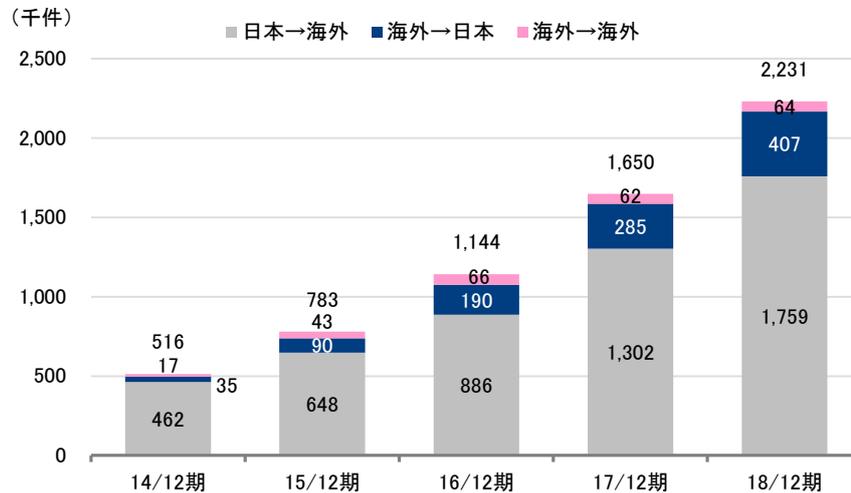
グローバル WiFi 事業の売上高とセグメント利益



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

ルーターレンタル件数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

レンタル利用件数のうち、海外利用（日本→海外）は前期比 35.1% 増の 175.9 万件、国内利用（海外→日本）は同 42.6% 増の 40.7 万件、海外事業（海外→海外）は同 3.4% 増の 6.4 万件となった。同期間における海外渡航者数は前期比 6.0% 増の 1,895 万人^{※1}、訪日外国人旅行者数も同 8.7% 増の 3,119 万人^{※2} となっており、同社サービスはこれらを大きく上回る成長が続いている。

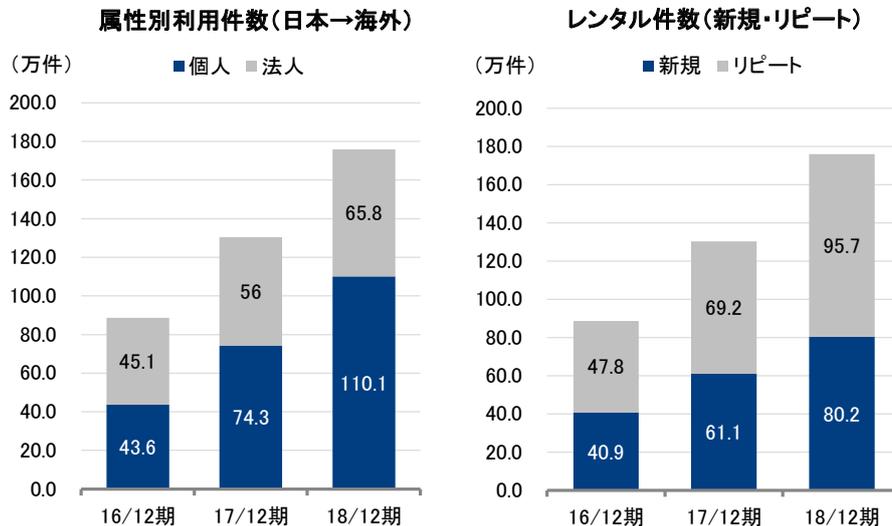
※1 出入国管理統計。

※2 日本政府観光局（JNTO）統計。

このうち、海外利用を属性別で見ると個人が前期比 48.3% 増の 110.1 万件、法人が同 17.5% 増の 65.8 万件となり、個人での利用が大きく伸張した格好となっている。Wi-Fi レンタルサービスの認知度が向上したほか、旅行シーズンにおいて効果的なキャンペーン施策を打ったこと、第 4 四半期に入ってから集客経路の 1 つであるインターネットの比較サイトにおいて、顧客評価の高い順に表示されるようになったことも寄与したと見られる。また、新規とリピートの利用状況を見ると、新規利用件数が同 31.3% 増、リピート利用件数が同 38.4% 増となり、法人だけでなく個人のリピートユーザーも増やしつつ、新規顧客も伸ばす理想的な成長循環になっていると言える。

業績動向

属性別利用件数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

セグメント利益率の上昇要因は、前述したとおり通信回線調達コストの抑制とクラウド Wi-Fi ルーターの導入によるオペレーションコストの低減が大きく寄与している。通常、通信キャリアが提供するデータ通信サービスはボリュームディスカウントが効きやすいため、高成長が続く同社にとって仕入条件の改善につながるようになる。

また、クラウド Wi-Fi ルーターの出荷比率は 2018 年 12 月時点で約 88% と、前年同期の約 51% から大きく上昇した。クラウド WiFi サービスでは、クラウド上で SIM を管理するため通信回線の効率的な利用が可能となるほか、物理的な SIM (個人識別 ID) カードの差し替えが不要になるといったメリットがある。従来であれば、ユーザーから返却された Wi-Fi ルーターは、一担出荷センターに収集して SIM の容量チェックや差し替えを行う必要があったが、クラウド WiFi サービスではこうした作業が一切不要なため、出荷センターにおけるオペレーションコストの低減につながっている。また、クラウド Wi-Fi ルーターは空港カウンターでそのまま保管できるため、回転率の上昇や物流コストの低減にも寄与している。2018 年 9 月に台風の影響で関西国際空港が閉鎖した際に、海外渡航者は他の空港からの振替え出発を余儀なくされたが、クラウド Wi-Fi ルーターでは他の空港でもスムーズに受渡しを行うことが可能なため、利用機会を逸失することなくその強みが生かされる格好となった。なお、クラウド Wi-Fi ルーターの出荷比率は 9 割程度が上限と見られる。クラウドサービスに対応していない国と地域が一部あるためだ。

また、省力化施策としては、各種問合せに対して AI・RPA ツールを導入 (FAQ やチャットボット対応) することで、コールセンターの人員増の抑制に取り組んだほか、Wi-Fi ルーターの受渡業務でも、空港での自動受渡しロッカー「スマートピックアップ」を新たに中部国際空港にも新設し (合計 5 空港に導入)、合計で前期末の 8 機から 18 機に増設したこと、法人向け備え置きプラン「グローバル WiFi for Biz」の拡販に取り組んだ。このうち、「スマートピックアップ」の増設については、空港カウンターで発生していた長い行列の待ち時間を解消し、当日利用客の他社流出を防ぐ効果もあったと見られる。

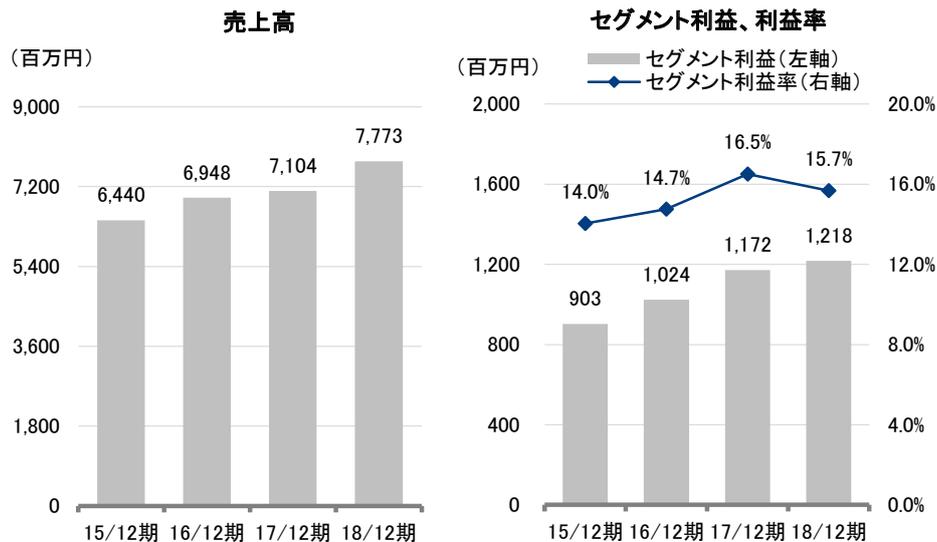
業績動向

(2) 情報通信サービス事業

情報通信サービス事業の売上高は前期比 9.4% 増の 7,773 百万円、セグメント利益は同 3.9% 増の 1,218 百万円と増収増益基調が続いた。主要ターゲットであるスタートアップ、ベンチャー企業の取り込みが順調に推移したほか、CRM による継続取引の積み上げ及びアップセル / クロスセル戦略が順調に進んだことが増収増益要因となった。商材別では、携帯電話販売が減少したものの 2016 年 6 月より取扱いを開始した電力サービス「ハルエネでんき」がコストメリットの大きい飲食店向けを中心に好調に推移した。電力サービスはクロスセルによる獲得であり収益性が高く、増収増益に貢献している。

セグメント利益率が前期の 16.5% から 15.7% に低下したが、これは第 4 四半期から LED 照明の販売方法を売り切り方式からレンタル方式に変更したことに伴い、仕入原価の先出し計上を実施した一時的な要因による(2019 年 12 月期よりレンタル資産として 3 年間の減価償却へ変更)。第 3 四半期累計では前年同期の 16.5% に対して 17.3% と利益率も上昇傾向にあった。

情報通信サービス事業の売上高とセグメント利益



出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) その他

その他の売上高は前期比 283.8% 増の 224 百万円、セグメント損失は 194 百万円（前年同期は 102 百万円の損失）となった。広告メディア事業が順調に伸びたほか、2018 年春よりサービスを開始した「ProDrivers」が売上増に寄与した。ただ、いずれも先行投資段階にあり損失拡大要因となった。

業績動向

「ProDrivers」に関しては、都内でハイヤーの予約・送迎サービスを開始したほか、海外でも提携先企業が運営する空港送迎予約サービスの取次ぎを開始した。自社サービスに関しては期末でハイヤー30台、ドライバー30人体制となり、着実に売上を伸ばしている。利用者の属性は法人6割、個人4割となっており、法人では不動産会社やテレビ局など当初想定していなかった利用方法での需要が増えている。不動産会社では、顧客と物件を見に行く際の移動手段としてだけでなく、車内での商談も行うことが可能なため利用件数が伸びている。また、テレビ局では取材、撮影等に出かける際に、現場での駐車場の確保が課題となっていたが、同社サービスを利用することで課題を解消している。

無借金経営で好調な業績を背景に手元キャッシュも積み上がる

3. 財務状況

2018年12月期末の総資産は前期末比2,068百万円増加の13,552百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現金及び預金が1,307百万円増加し、固定資産ではレンタル資産を中心に有形固定資産が212百万円増加したほか、繰延税金資産が220百万円増加した。また、OA機器販売会社等の株式を取得、子会社化したことにより、のれんを113百万円計上している。

負債合計は前期末比851百万円増加の3,748百万円となった。未払金が445百万円、未払法人税等が199百万円それぞれ増加したことによる。なお、前期まで僅かに残っていた有利子負債を全額返済し、無借金経営となっている。一方、純資産合計は前期末比1,216百万円増加の9,803百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益1,529百万円を計上した一方で、自己株式の取得309百万円が減少要因となっている。

経営指標について見ると、財務の健全性を示す自己資本比率は前期末の74.6%から72.2%と若干低下したものの、無借金経営であり手元キャッシュも70億円以上あることから、財務内容は良好な状態と言える。既存事業に関して大きな設備投資需要がないため、今後も収益拡大に伴って手元キャッシュが積み上がっていく可能性が高い。同社ではこうしたキャッシュを更なる成長に向けた新規事業への投資やM&A等に投下していくほか、状況によっては自己株式取得による株主価値の向上などにも使っていく意向を示している。また、収益性に関して見ればROA、ROE、営業利益率ともに前期から上昇し、いずれも過去最高水準を更新している。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

| | 15/12期 | 16/12期 | 17/12期 | 18/12期 | 増減 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 流動資産 | 7,403 | 8,129 | 8,995 | 10,455 | 1,459 |
| (現金及び預金) | 5,774 | 6,241 | 6,256 | 7,563 | 1,307 |
| 固定資産 | 1,124 | 1,805 | 2,488 | 3,096 | 608 |
| (有形固定資産) | 281 | 480 | 859 | 1,071 | 212 |
| 総資産 | 8,528 | 9,935 | 11,483 | 13,552 | 2,068 |
| 負債合計 | 2,031 | 2,623 | 2,897 | 3,748 | 851 |
| (有利子負債) | 39 | 12 | 2 | - | -2 |
| 純資産合計 | 6,496 | 7,312 | 8,586 | 9,803 | 1,216 |
| (安全性) | | | | | |
| 自己資本比率 | 76.2% | 73.6% | 74.6% | 72.2% | -2.4pt |
| 有利子負債比率 | 0.6% | 0.2% | 0.0% | - | - |
| (収益性) | | | | | |
| ROA (総資産経常利益率) | 13.0% | 14.1% | 16.8% | 20.0% | 3.2pt |
| ROE (自己資本利益率) | 13.9% | 11.8% | 15.2% | 16.7% | 1.5pt |
| 売上高営業利益率 | 6.4% | 8.7% | 10.2% | 11.6% | 1.4pt |

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019年12月期の会社計画は保守的で上振れ余地あり

1. 2019年12月期の業績見通し

2019年12月期の連結業績予想は、売上高で前期比13.8%増の24,470百万円、営業利益で同21.2%増の3,012百万円、経常利益で同20.6%増の3,013百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同31.0%増の2,003百万円と2ケタ増収増益が続く見通しだ。

事業セグメント別の計画を見ると、グローバルWiFi事業の売上高は前期比15.3%増の15,579百万円、セグメント利益は同10.3%増の2,662百万円、情報通信サービス事業の売上高は同3.4%増の8,036百万円、セグメント利益が同16.7%増の1,422百万円、その他の売上高は同281.6%増の855百万円、セグメント利益は62百万円(前期は194百万円の損失)となり、すべてのセグメントで増収を見込んでいることになる。このうち、グローバルWiFi事業については利益率が低下する見込みとなっているが、特段の低下要因は見当たらないことから2019年12月期も前期並みの水準は維持可能と見られる。また、足元の販売状況も好調を維持していること、2019年はゴールデンウィークが10連休となり、海外旅行者数の増加が期待できることなどから、売上高も計画を上回る可能性があるとして弊社では見ている。

今後の見通し

2019年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

| | 18/12期 | | 19/12期 | | |
|---------------------|--------|-------|--------|-------|-------|
| | 実績 | 対売上比 | 計画 | 対売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 21,503 | - | 24,470 | - | 13.8% |
| 売上原価 | 8,853 | 41.2% | 9,830 | 40.2% | 11.0% |
| 販管費 | 10,165 | 47.3% | 11,628 | 47.5% | 14.4% |
| 営業利益 | 2,484 | 11.6% | 3,012 | 12.3% | 21.2% |
| 経常利益 | 2,499 | 11.6% | 3,013 | 12.3% | 20.6% |
| 特別損益 | -307 | - | - | - | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,529 | 7.1% | 2,003 | 8.2% | 31.0% |
| 1株当たり当期純利益(円) | 94.20 | | 123.49 | | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別業績

(単位：百万円)

| | 15/12期 | 16/12期 | 17/12期 | 18/12期 | 19/12期予 | 前期比 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
| セグメント別売上高 | | | | | | |
| グローバルWiFi | 6,035 | 7,882 | 10,392 | 13,505 | 15,579 | 15.3% |
| 情報通信サービス | 6,440 | 6,948 | 7,104 | 7,773 | 8,036 | 3.4% |
| その他 | 9 | 13 | 58 | 224 | 855 | 281.6% |
| 合計 | 12,485 | 14,843 | 17,554 | 21,503 | 24,470 | 13.8% |
| セグメント別営業利益 | | | | | | |
| グローバルWiFi | 593 | 1,140 | 1,593 | 2,413 | 2,662 | 10.3% |
| 情報通信サービス | 903 | 1,024 | 1,172 | 1,218 | 1,422 | 16.7% |
| その他 | -11 | -54 | -102 | -194 | 62 | - |
| 調整額 | -680 | -820 | -874 | -954 | -1,135 | - |
| 合計 | 804 | 1,290 | 1,788 | 2,484 | 3,012 | 21.2% |
| セグメント別営業利益率 | | | | | | |
| グローバルWiFi | 9.8% | 14.5% | 15.3% | 17.9% | 17.1% | |
| 情報通信サービス | 14.0% | 14.7% | 16.5% | 15.7% | 17.7% | |
| その他 | - | - | - | - | 7.3% | |
| 合計 | 6.4% | 8.7% | 10.2% | 11.6% | 12.3% | |

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

法人顧客の開拓や「スマートピックアップ」の増設等、 利便性向上施策の強化により更なる成長を目指す

2. 事業別の取り組み施策

(1) グローバル WiFi 事業

グローバル WiFi 事業では、顧客件数の拡大施策として SNS などを活用した自社チャネルによる集客力強化を継続していくほか、空港カウンターの在庫拡充による出発当日客へのサービス提供体制強化、「スマートピックアップ」や「スマートエントリー」*の増設によって利用件数の拡大を目指していく。また、法人向け常時貸切サービス「グローバル WiFi for Biz」の拡販や、旅行会社との連携（海外旅行商品プランへの組み込み）などにも注力していく方針だ。

* 訪日外国人客向け Wi-Fi レンタルサービスの申込み・決済機能用セルフレジ KIOSK 端末。

収益性の向上施策としては、引き続きクラウド Wi-Fi ルーターの導入によるコスト削減効果（通信回線利用効率向上による原価率低減、出荷工程やコールセンターでの省力化による人件費率低下）が期待できる。クラウド Wi-Fi ルーターの比率は 2018 年 12 月で約 88% と上限に近付いているが、2018 年 12 月期の全出荷端末に占める比率は平均で 70% 台だったと見られ、2019 年 12 月期は 90% 前後で推移することで更なる改善効果が見込めることになる。また、利用件数の拡大が続けばオペレーションコストの比率は低減傾向が続くため、2020 年 12 月期以降についても売上成長とともに利益率がさらに上昇していくものと予想される。

(2) 情報通信サービス事業

情報通信サービス事業では、引き続きアップセル / クロスセル戦略によって収益性の高い商材の拡販に注力し、増収増益と利益率の向上を目指す。利益率についてはレンタル販売に切り替えた LED 照明の仕入原価が 3 年間の減価償却に切り替えることや収益性の高い「ハルエネでんき」の拡大によって 17.7% と過去最高水準を更新する見込みとなっている。

また、販売チャネルの強化を目的に 2017 年 10 月にオープンした企業総合支援サイト「ビマケ (Vision Business Market)」では、スタートアップ企業やベンチャー企業向け、起業を検討している人向けに、日々の業務での課題を解決するお役立ち情報を充実させるとともに、同社サービスやタイアップパートナーの商材を掲載することで、販売機会を拡大している。そのほか、2018 年よりサービス提供を開始した業務支援システム「VWS WEB CALL SYSTEM (テレアポ事業支援トータルソリューション)」の拡販も期待される。従来、社内での活用を目的に開発したシステムで、クラウドサービスのため固定費負担も少なく、小規模事業者でも導入が可能となっている。同社にとっては利益率の高いサービスとなる。

(3) その他

その他の売上高が大きく伸びる計画となっているが、主に「ProDrivers」事業と広告メディア事業の伸びを見込んでいる。特に「ProDrivers」については既存事業の顧客向けへのプロモーション活動のほか、リピート率向上施策や法人契約の仕組みづくりに着手している。また、Uber 等の配車サービスを手掛けるプラットフォームとの連携により顧客を相互送客することなどで、売上を拡大し 2019 年後半からの利益貢献を目指している。売上高としては 20 ～ 30 億円が当面の目標となりそうだ。

主力2事業の拡大に加えて新たな旅行関連サービスプラットフォームを育成することで、成長を加速していく方針

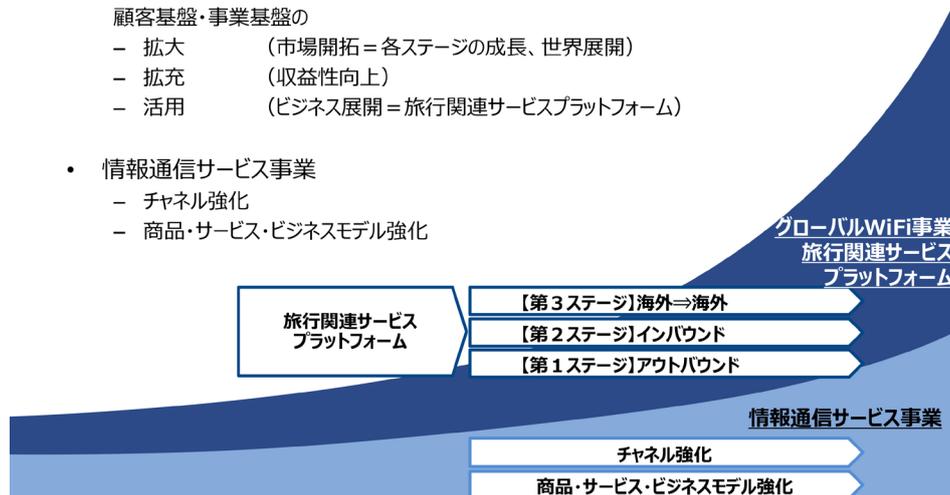
3. 今後の成長戦略について

同社は、中期経営計画・目標は公表していないが、「世の中の情報通信産業革命に貢献します。」という経営理念に沿って主要2事業の成長戦略を着実に実行し、また、両事業の顧客基盤を生かして新たな旅行関連サービスプラットフォーム事業を育成していくことで成長を加速していく戦略となっている。

中期的な成長イメージ

成長戦略を着実に実行。

- グローバルWiFi事業
 - 顧客基盤・事業基盤の
 - 拡大 (市場開拓 = 各ステージの成長、世界展開)
 - 拡充 (収益性向上)
 - 活用 (ビジネス展開 = 旅行関連サービスプラットフォーム)
- 情報通信サービス事業
 - チャンネル強化
 - 商品・サービス・ビジネスモデル強化



出所：決算説明資料より掲載

グローバルWiFi事業では、市場を第1ステージ：アウトバウンド（日本から海外へ渡航する人）の展開、第2ステージ：インバウンド（海外から日本へ渡航する人）の展開、第3ステージ：海外から海外へ渡航する人の展開、の3つのステージに区分し、各ステージに応じたサービス展開を進め事業規模を拡大していく考えだ。

それぞれの市場規模について見ると、現在の主力となっている第1ステージのアウトバウンド市場については、日本人の海外旅行者数が2018年で1,895万人となり、今後も安定した水準で推移することが見込まれている。一方、第2ステージのインバウンド市場となる訪日外国人旅行者数は2018年で3,119万人となり、政府目標である2020年の4,000万人に向け順調に拡大している。また、第3ステージとなる世界の海外渡航者数の市場規模は2017年で年間13億人規模の巨大市場となっている。同社の顧客平均単価を基に算出した各ステージにおける2018年時点での潜在市場規模は、第1ステージで約1,326億円、第2ステージで約2,183億円、第3ステージで約9兆円超となり、現在主力のアウトバウンド市場だけで見ても、依然、成長余地が大きいと言える。

今後の見通し



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

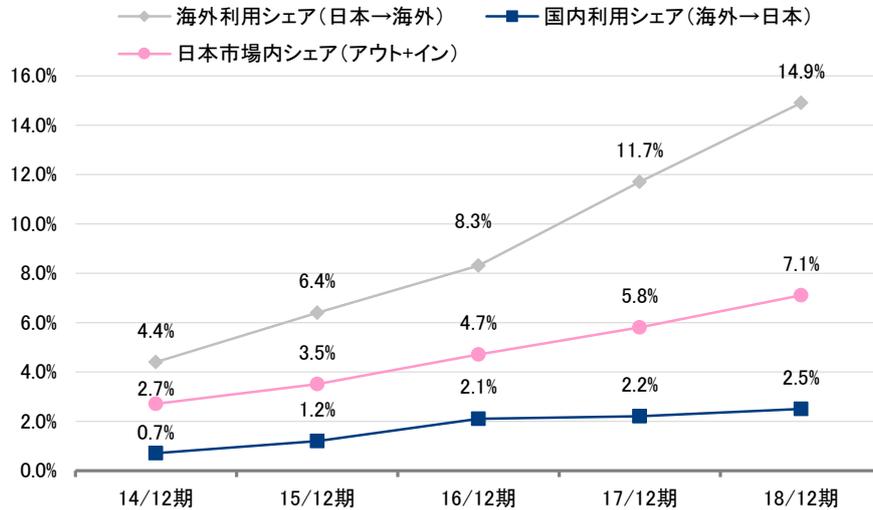
2018年12月期のグローバルWiFi事業のうち、アウトバウンド全体に占める同社サービスの利用率は14.9%と年々上昇傾向にある。同社の市場シェアが約5割とするとWiFiレンタルサービス全体の普及率はアウトバウンド全体の3割にとどまっておらず、こうした観点からも成長余地は大きいと言える。同社の調べによると、海外渡航者に関してはWi-Fiルーター1台を平均1.6人で利用しているため、利用率の上限値は全体の6割程度と想定される。このため、同社のシェアが現状を維持した場合の上限値は30%程度となり、現在の2倍までは拡大できる計算となる。

また、インバウンド需要（訪日外国人客）に対する利用率は2018年12月期で2.5%とまだ低水準にとどまっている。同社では、タッチポイントや「スマートエントリー」の増設など利便性の向上に取り組むだけでなく、国ごとに効果的な販売プロモーション施策を打つことで需要を掘り起こしていく戦略だ。例えば、旅行者が出国前に利用する有力ポータルサイト（旅行サイトや鉄道サイト等）とタイアップして広告を打つほか、現地のクレジットカード会社と連携し、付加サービスとしてWi-Fiレンタルサービスを組み込んでもらうケースなどを想定している。

一方、第3ステージに関しては、既存進出先である韓国、台湾、米国等で現地需要の取り込みを進めていく方針となっている。最大市場である中国市場に関しては価格競争が激しく、採算性の面から同社は参入を見送っている。また、欧米市場についてはWi-Fiルーターをレンタルする文化が根付いておらず、競合事業者もほとんどないため、当面はWebプロモーション施策によって需要の掘り起こしを進めていく方針となっている。

今後の見通し

グローバルWi-Fiレンタルサービス利用浸透率(日本)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

情報通信サービス事業に関しては、顧客企業の成長ステージに合わせ最適なサービスを最適なタイミングで提供するストック型ビジネスモデルを強化していくという従来の方針を継続していくことで、安定成長を目指していく方針となっている。同社の主要ターゲットとなるスタートアップ、ベンチャー企業は今後も年間で10万件を超える企業が新設されるものと予想され、同社にとってはこれら新規顧客を確実に取り込むことで、事業の拡大を目指す。

そのほか、グローバルWiFi事業の顧客基盤を生かした旅行関連サービスプラットフォーム事業についても、前述した「ProDriver」サービスなど、新規サービスを今後も提供していく予定にしており、これら新規事業の収益化によって更なる成長に結び付けていく考えだ。

旅行関連サービスプラットフォーム

顧客基盤を活用し、海外渡航中の課題解決に役立つ情報・サービスを提供。



出所：決算説明資料より掲載

株主還元策

株主還元は自社株買いや企業価値向上により報いる方針

同社では株主に対する利益還元に関して経営の重要課題であると認識しているが、足元はビジネスの成長期であることから財務体質の強化と事業拡大のための投資を優先していく方針としている。これら投資によって収益を拡大し、企業価値の更なる向上を目指すことが株主に対する最大の利益還元につながると考えているためだ。このため、配当に関しては無配を継続し、当面は業績拡大に伴う株価上昇や自己株式取得に伴う1株当たり株主価値の向上により株主に報いていく方針を示している。

また、同社は株主優待制度も導入している。具体的な内容は、毎年6月末、12月末の株主に対し、保有株数に応じて海外用Wi-Fiルーターレンタルサービス「グローバルWiFi」の利用券を贈呈するというもの。また、ウェアラブル翻訳デバイス「ili」についても無料※で利用可能としている。

※ 現在、「グローバルWiFi」サービス利用のユーザーにオプションサービスとして「ili」を500円/日で提供している。

株主優待の内容

・「グローバルWiFi」利用券

| 保有株式数 | 基準日（毎年6月末） | 基準日（毎年12月末） |
|------------------|-----------------------|-------------|
| 100株以上 200株未満 | | 3,000円分2枚 |
| 200株以上 300株未満 | 3,000円分3枚 | 3,000円分2枚 |
| 300株以上 | (申込有効期間：到着日から翌年8月末まで) | 3,000円分3枚 |

(申込有効期間：到着日から翌年3月末まで)

注：1回の申込みにつき1枚のみ利用可。通信料からの値引きとなる。

出所：会社資料よりフィスコ作成

情報セキュリティ対策

同社グループの事業では、サービスの基盤をインターネット通信網に依存していることから、情報セキュリティ対策や個人情報の管理に関しては経営の重要課題と位置付け、その対策に取り組んでいる。情報セキュリティ対策では外部からの不正アクセス遮断のためのファイアウォール構築やマルウェア対策などを行っている。個人情報管理については、個人情報保護法を遵守するとともに個人情報保護方針を定め、その取扱いに細心の注意を払っている。

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ