

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

コネクシオ

9422 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2018 年 12 月 27 日 (木)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2019年3月期第2四半期は増収ながら法人事業の先行投資で微減益	01
2. 新たな中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の目標は変わらず	01
3. 株主還元にも積極的。2019年3月期の予想配当性向は39.8%	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
■ 事業概要	03
1. 主力は個人向け携帯電話販売事業（コンシューマ事業）だが、法人事業も積極的に展開	03
2. 同社の強み、特色	05
3. 事業等のリスク	06
■ 業績動向	07
1. 2019年3月期第2四半期の業績概要	07
2. セグメント別状況	08
3. 財務状況	10
4. キャッシュ・フローの状況	11
■ 今後の見通し	11
1. 新中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の基本方針	11
2. 5つの事業戦略	12
3. 2019年3月期の業績見通し	13
4. 最近のトピックス	14
5. 2021年3月期の到達イメージ	15
■ 株主還元策	16

要約

伊藤忠商事系の大手携帯電話販売代理店、NTT ドコモで No.1 新中期経営計画で 2021 年 3 月期に「営業利益 100 億円」を目指す

コネクシオ <9422> は、伊藤忠商事 <8001> 系の大手携帯電話販売代理店で、総販売台数で業界第 2 位、NTT ドコモ <9437> では No.1 の代理店である。携帯電話端末の販売にとどまらず、法人向けにスマートフォンを利用したモバイル BPO サービスの提供やコンビニエンスストアへのプリペイドカード販売などに加えて、IoT ゲートウェイ端末など自社独自の製品・商品、IoT ソリューションの提供も手掛けている。

1. 2019 年 3 月期第 2 四半期は増収ながら法人事業の先行投資で微減益

2019 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高が前年同期比 6.7% 増の 124,083 百万円、営業利益が同 4.7% 減の 4,226 百万円、経常利益が同 2.1% 減の 4,388 百万円、四半期純利益が同 2.7% 減の 2,866 百万円となった。一部の端末価格見直しやスマートフォン向け独自サービスの拡充等により収益向上に努めたが、プリペイドカード販売の取引条件変更による減収に加え、キャリア認定ショップでの人員増や法人事業の体制強化等により販売管理費が増加し、営業利益はわずかだが減益となった。ただし全体的には想定内の結果であった。

2. 新たな中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の目標は変わらず

進行中の 2019 年 3 月期の業績予想は、売上高が前期比 1.9% 増の 270,000 百万円と増収予想ながら、プリペイドカードの減益や生産性向上に向けたシステム投資などにより営業利益、経常利益、当期純利益はそれぞれ前期比横ばいの 10,210 百万円、10,295 百万円、6,740 百万円と予想されている。また発表されている中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の目標（2021 年 3 月期の営業利益 110 億円）は変わっていない。

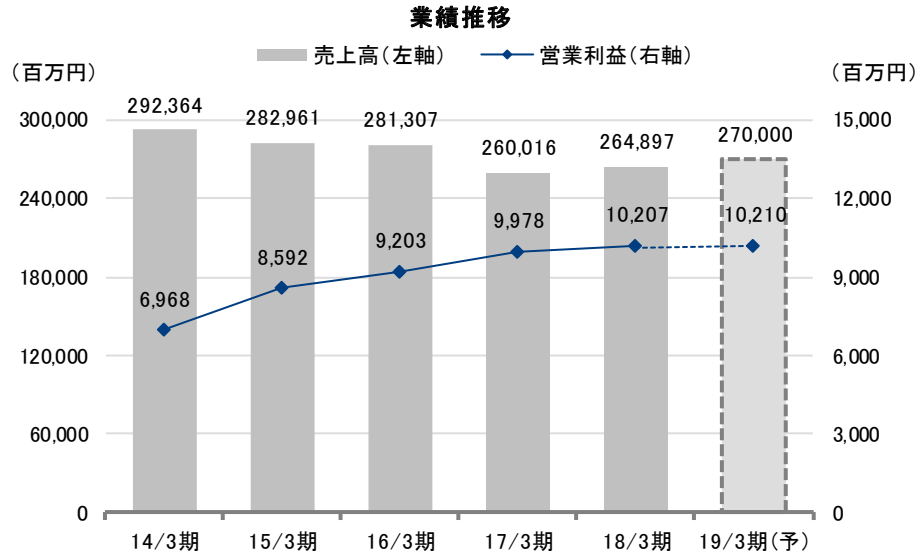
3. 株主還元にも積極的。2019 年 3 月期の予想配当性向は 39.8%

同社は配当性向 40% を目途として、安定的な配当を継続して行えるよう業績の向上に努めることを利益配分に関する基本方針としており、2018 年 3 月期には設立 20 周年記念配当 5 円を含めて、年間配当を 65 円（配当性向 43.2%）とし、5 期連続で増配を行った。2019 年の年間配当は 60.0 円の予想で配当性向は 39.8% となっている。2017 年 7 月には保有する自己株式 11,185,062 株（発行済株式総数の 20%）をすべて消却した。このような同社の積極的な株主還元の姿勢は大いに評価に値するだろう。

Key Points

- ・大手携帯電話販売代理店、NTT ドコモで No.1
- ・新中期経営計画で 2021 年 3 月期に「営業利益 110 億円」を目指す
- ・株主還元も積極的：2019 年 3 月期の予想配当性向は 39.8% で業績によっては増配の可能性も

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

伊藤忠商事系の大手携帯電話販売代理店、NTT ドコモで No.1

1. 会社概要

伊藤忠商事系の大手携帯電話販売代理店で、総販売台数で業界第2位、NTT ドコモでは No.1 の代理店である。手掛ける事業は、携帯電話端末の卸売・販売にとどまらず、法人向けにスマートフォンを利用したモバイル BPO サービスの提供や、コンビニエンスストアへのプリペイドカードの販売、IoT ソリューションの提供など幅広い。「人をつなぐ、価値をつなぐ」という理念ステートメントのもと、「コミュニケーション・ネットワークの世界でお客様一人ひとりの想いを先取りしたサービスを創出し最も頼りになるパートナーとなる」という10年ビジョンを掲げ、「顧客に選ばれる」付加価値の高いショップづくりを推進する。2019年3月期第2四半期累計の販売台数は123.0万台で、キャリア認定ショップの運営店舗数は428店舗(2018年9月末)となっている。

会社概要

2. 沿革

同社は1997年8月に、伊藤忠商事の通信関連事業の業務受託会社、アイ・ティー・シーネットワーク株式会社として設立された。2002年4月に伊藤忠商事からの会社分割により、携帯電話販売に関わる一次代理店としての地位を承継し[※]、携帯電話販売会社としての事業基盤が整う。携帯電話の本格的な普及を背景に成長を遂げ、2006年3月に東京証券取引所市場第2部へ株式を上場した（2007年12月に市場第1部へ指定替え）。

[※] 伊藤忠商事は1991年に携帯電話販売事業に着手し、1992年10月にドコモショップ八王子店（全国ドコモショップ第1号店）をオープンするなど、携帯電話の本格的な普及時期以前から携帯電話販売事業を展開してきた実績を有する。

株式上場後は積極的なM&Aを展開し事業基盤と事業規模を拡大した。2006年8月に（株）イドムコココミュニケーションズを買収（2007年4月に吸収合併）したのを皮切りに、2008年7月に（株）日立モバイル（現（株）日立オートパーツ & サービス）の移動体通信事業を同社の100%出資子会社ITCモバイル（株）が譲受した上で、ITCモバイルを吸収合併した。さらに、2012年10月にはパナソニックモバイルコミュニケーションズ（株）の子会社だったパナソニックテレコム（株）を吸収合併し、事業基盤・規模を飛躍的に拡大させ、業界3強の一角の地位を確立するに至る。2013年10月に社名をコネクシオ株式会社[※]へ変更している。

[※] コネクシオ（CONEXIO）は、ラテン語の絆を語源とする。コネクシオという社名には、「私たちが、お客様一人ひとりの想いを大切につなぐとともに、つながるすべての人々へよるこびの輪をひろげ、信頼の絆を深めていく」という願いと熱き決意が込められている。

事業概要

主力は個人向け携帯電話販売事業（コンシューマ事業）だが、法人事業も積極的に展開

1. 主力は個人向け携帯電話販売事業（コンシューマ事業）だが、法人事業も積極的に展開

携帯電話等の通信サービスの契約取次[※]、契約者へのアフターサービスの提供及び携帯電話端末等の販売を行う、販売代理店事業を基幹事業として展開する。手掛ける事業は、個人向けのコンシューマ事業と法人向けの法人事業に分かれる。2019年3月期第2四半期におけるセグメント別売上構成は、コンシューマ事業93.3%、法人事業6.7%であった。

[※] 通信キャリアとの間の代理店契約に基づき、個人及び法人顧客に対し、通信キャリアが提供する電気通信サービス等の契約取次を行うもので、契約成立時及びその後の一定期間において、通信キャリアから手数料を収受する。

事業概要

(1) コンシューマ事業

キャリア認定ショップ（ドコモショップ、auショップ、ソフトバンクショップ）の運営を行うほか、大手カメラ／家電量販店への携帯電話の卸売や販売支援も行う。また、同社が独自開発したポータルサイト「nexi（ネクシィ）」「nexiplus（ネクシィプラス）」※の運営も行っている。コンシューマ事業の売上高は、携帯電話、スマートフォンなどの端末及びその携帯周辺商材の商品売上高と通信キャリア等からの手数料収入からなる。2019年第2四半期3月期における商品売上高は85,149百万円（コンシューマ事業売上高に占めるウエイト73.6%）、手数料収入は30,616百万円（同26.4%）。

※天気／運勢など生活に密着した情報の表示をはじめ、スマートフォンを便利に利用できるサービス。有料プランの「nexiplus」では、会員特典（クーポン）や無料の電話相談（弁護士相談、恋愛相談など）、会員向けチケット販売などの生活に役立つコンテンツを提供している。

a) キャリア認定ショップ

2018年9月末における運営店舗数は全国で428店舗※、そのうち281店舗が同社の直営。内訳を通信キャリア別に見ると、NTTドコモが364店舗（直営237店舗、運営委託127店舗）、au（KDDI<9433>）は47店舗（直営27店舗、運営委託20店舗）、ソフトバンク（ソフトバンクグループ<9984>）は直営のみの5店舗、その他（直営）12店舗となっている。最多のドコモショップに関しては、店舗数及び販売台数のいずれもNTTドコモ代理店でNo.1となっている。

※同社の直営店に加えて、2次代理店に運営を委託している147店舗を含む。

同社では“顧客に選ばれる”付加価値の高いショップの実現を目指しており、全国の直営店でのスマホ教室の展開や消費者一人ひとりのライフスタイルに合わせた提案、タブレット端末を活用した顧客の動線の見直しに取り組み、付加価値の高いショップづくりを推進している。加えて、移転による店舗大型化を進め、フロアスペースや体験コーナーの拡大、アクセサリ等の携帯周辺商材のラインナップ充実、来店予約制度の導入などの様々な施策を、店舗ごとに展開している。なお、2019年3月期第2四半期累計のキャリア認定ショップでの販売台数は97.3万台（全社販売台数に占めるシェアは79.1%）であった。

b) 大手カメラ／家電量販店

同社は大手カメラ／家電量販店に対して携帯電話の卸売販売を行うとともに、店頭での販売支援も行う。加えて店内に「サービスコーナー」を設け、料金の支払い受付や端末の修理、各種相談等、アフターサービスも行っている。なお、2019年3月期第2四半期累計の大手カメラ／家電量販店における販売台数は20.7万台（全社販売台数に占めるシェアは16.8%）。

さらに、それを支える物流・開通センターは、高い処理能力を誇る。具体的には、物流センターは徹底した携帯電話の入出荷及び在庫の集中管理で、各店舗に人気商品や新商品をタイムリーに供給し販売機会のロスを防ぐ。一方、開通センターは、顧客が購入した携帯電話の回線開通業務や機種変更に伴う各種手続き等を迅速に行うことで、顧客満足度向上をサポートしている。

(2) 法人事業

法人顧客に対する携帯電話等の通信サービスの契約取次、アフターサービスの提供、携帯電話端末等の販売のほか、様々なソリューションサービスを販売する。加えて、コンビニエンスストアへのプリペイドカード等の商品販売及びIoTソリューションの販売も手掛ける。

事業概要

法人事業は、携帯電話端末及び携帯周辺商材の販売からなる商品売上高のほか、通信キャリア等からの手数料料やソリューションサービスの売上からなる手数料収入、そしてプリペイドカード販売のプリペイドカード情報の3つの売上高で構成される。2019年3月期第2四半期における商品売上高は2,490百万円（法人事業売上高に占めるウエイト29.9%）、手数料収入3,978百万円（同47.8%）、プリペイドカード情報1,847百万円（同22.2%）。なお、2019年3月期第2四半期累計の法人事業における販売台数は5.0万台（全販売台数に占めるシェア4.0%）であった。

a) 法人向けの様々なソリューションサービス

法人企業向けに、スマートフォンやタブレット端末の端末設定サービス（キッティング）やモバイルヘルプデスク等を提供するモバイルBPOサービス（運用管理業務受託サービス）のほか、スマートフォンをビジネスに活用するための各種ソリューションサービスをワンストップで提供するモバイル・ビズ・スイート（mbs）を提供している。このうち、モバイル運用の強みを生かし、スマートフォンを導入した企業に対して多機能なスマートフォンを使いこなすために必要なサポートを24時間365日体制で提供する「モバイルヘルプデスク」が順調に拡大する傾向にある。同サービスは、主にセキュリティを重視する金融機関、保険会社からの利用が多い。さらに、2018年9月にはモバイルBPOセンターを移転・増床し、キッティングの処理能力と品質を大幅に向上させている。

b) プリペイドカード販売

全国のファミリーマートをはじめ、ポプラ<7601>などのコンビニエンスストアチェーンにおいてプリペイドカードを販売する。加えて、全国の小売店・Webサービス会社に対するプリペイドカードの発行支援※も行っている。

※ 具体的な導入事例として、オイシックスギフトカード（安心・安全でおいしい食材を宅配するネットスーパー・オイシックス（オイシックス・ラ・大地<3182>）の食材と交換ができるギフトカード）、OPTiMカード（IoTプラットフォーム企業のオプティム<3694>が提供する人気雑誌の読み放題サービス「タブホ」が利用可能なプリペイドカード）などが挙げられる。

c) IoTソリューション

作業機械や車両等、様々な機器から遠隔でビッグデータの収集を実現する、企業のIoT導入に必要なソリューション（各種デバイスや通信回線、プラットフォーム、導入支援等）を提供している。また、同社の強みである携帯電話の販売代理店としての通信に関する豊富な知識や通信機能組込み技術を生かしたIoTモジュール製品の開発にも注力している。直近では、IoTシステム構築を迅速化・容易化する新サービス「Smart Ready IoTソリューションテンプレート」の販売開始（2018年5月24日）を皮切りに、パートナー企業との連携強化、新サービスの開発・提供を進めている。

2. 同社の強み、特色

(1) 携帯電話販売・取次ぎでの長い歴史

同社の強みは、携帯電話の黎明期から携帯電話販売市場へ参入し、全国規模のキャリア認定ショップの基盤を構築・保有していることである。さらに、NTTドコモと営業戦略を共有し、NTTドコモの代理店No.1となっていることが同社の収益性の高さの源泉となっており、強みの1つとして挙げられる。

事業概要

(2) 働きやすい職場環境

同社の主力事業であるキャリア認定ショップでの販売においては、従業員の確保・定着が重要な要素となるが、同社では従業員の定着率向上や人材採用の強化を推進するために、様々な職場環境の整備、すなわち「働き方改革」を積極的に推し進めている。

例えば、キャリア認定ショップでの月1回の定休日や営業時間の短縮、一部会社負担のベビーシッター制度やフレックスタイム制の導入、在宅勤務のトライアルの導入、男性社員の育児休暇取得の支援、女性リーダーの発掘・育成を目的とした各種研修会の実施等々である。この結果、同社は以下のような様々な認定や表彰を受けている。これにより多くの人材を集めやすくなっていると思われる、これも目に見えない同社の特色であり強みと言えるだろう。

2016年10月	「イクボスアワード2016」特別奨励賞を受賞（厚生労働省）
2016年10月	女性活躍推進マーク「えるぼし」の最高位を取得（厚生労働省）
2016年11月	「第9回ワークライフバランス大賞」優秀賞を受賞（日本生産性本部）
2017年2月	新宿区「ワーク・ライフ・“ベスト”バランス賞」を受賞（東京都新宿区） 「健康経営優良法人2017～ホワイト500～」に認定（経済産業省、日本健康会議）
2017年10月	LGBTの取組指標「PRIDE指標2017」シルバーを受賞（work with Pride）
2018年2月	新宿区「ワーク・ライフ・バランス推進優良企業」として表彰（東京都新宿区） 第3回ホワイト企業アワード「育児支援部門」「イクボス部門」ダブル受賞 （一般財団法人日本次世代企業普及機構） 第8回「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞「厚生労働大臣賞」を受賞 （人を大切にする経営学会、法政大学大学院 中小企業研究所） 2年連続「健康経営優良法人2018～ホワイト500～」に認定 （経済産業省、日本健康会議）
2018年7月	優良な「子育てサポート企業」として認定され、「プラチナくるみん」を取得（厚生労働省）
2018年10月	従業員の自律的なキャリア形成支援について模範となる企業として「グッドキャリア企業アワード2018」イノベーション賞を受賞（厚生労働省）

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. 事業等のリスク

事業等のリスクとして、同社のビジネスの中核がキャリア認定ショップ運営であり、その収益が通信キャリアからの手数料に依存していること、キャリア認定ショップは通信キャリアによりその運営主体が選定されること、通信キャリアの営業政策等の経営判断の影響を受けやすい体制であることなどを挙げるができる。

電気通信事業法などの関連する法令の改正等による影響を通信キャリアと同様に受けることもリスクである。足元では、総務省は2018年2月に「青少年インターネット環境整備法」（青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律）及び「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」を改訂している。

また、通信キャリアのうちNTTドコモに対する依存度が同業他社に比べ高いことは、強みであると同時に事業リスクでもある。通信キャリア間の競争激化によりNTTドコモの事業基盤が極端に縮小する事態が生じる場合、同社の業績に多大な影響を与える可能性がある。

業績動向

端末価格見直し等で増収を確保したが 法人事業での先行投資等により微減益 ただし、おおむね想定内の結果

1. 2019年3月期第2四半期の業績概要

2019年3月期第2四半期の業績は、売上高が前年同期比6.7%増の124,083百万円、営業利益が同4.7%減の4,226百万円、経常利益が同2.1%減の4,388百万円、四半期純利益が同2.7%減の2,866百万円となった。一部の端末価格見直しやスマートフォン向け独自サービスの拡充等により収益向上に努めたが、プリペイドカード販売の取引条件変更による減収に加え、キャリア認定ショップでの人員増や法人事業の体制強化等により販売管理費が増加し、営業利益はわずかだが減益となった。ただし全体的には想定内の結果であった。

2019年3月期第2四半期業績の概要

(単位：百万円)

	18/3期2Q		19/3期2Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	金額、台数	率
販売台数(万台)	125.1	-	123.0	-	-2.1	-1.7%
売上高	116,302	-	124,083	-	7,781	6.7%
売上総利益	23,966	20.6%	24,633	19.9%	667	2.8%
販売費及び一般管理費	19,532	16.8%	20,407	16.4%	875	4.5%
営業利益	4,434	3.8%	4,226	3.4%	-208	-4.7%
経常利益	4,480	3.9%	4,388	3.5%	-92	-2.1%
四半期純利益	2,945	2.5%	2,866	2.3%	-79	-2.7%
EBITDA	5,580	4.8%	5,362	4.3%	-218	-3.9%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

従来型の携帯電話(いわゆるガラケー)からスマートフォンへの乗換え及び買替えやタブレットの販売が一服したこと、大手量販店向け商流変更があったことなどから販売台数は前年同期の125.1万台から123.0万台へ1.7%減少した。売上面では、コンビニ向けプリペイドカード販売において、2017年11月から取引条件の見直しがあったことなどから法人事業は減収となったが、一部の端末価格の見直し、スマートフォン向け周辺商材・同社の独自サービスの拡充等により、コンシューマ事業の売上高は8.2%増となった。その結果、全体では6.7%の増収となった。

ただし、プリペイドカード販売の条件変更の影響などから売上総利益率は前年同期比0.7ポイント減の19.9%となり、売上総利益額は同2.8%増の24,633百万円にとどまった。一方、店舗の移転改装や法人向けサービス体制強化のためにモバイルBPOセンターの移転・増床を行ったことなどから、販売費及び一般管理費は同4.5%増の20,407百万円となった。この結果、営業利益率は3.4%と同0.4ポイント低下し、営業利益は4,226百万円(同4.7%減)とわずかではあるが減益となった。しかし後述する中期経営計画の目標達成のための投資も含まれており、おおむね想定内の結果であったと言える。

業績動向

2. セグメント別状況

セグメント別業績

(単位：百万円)

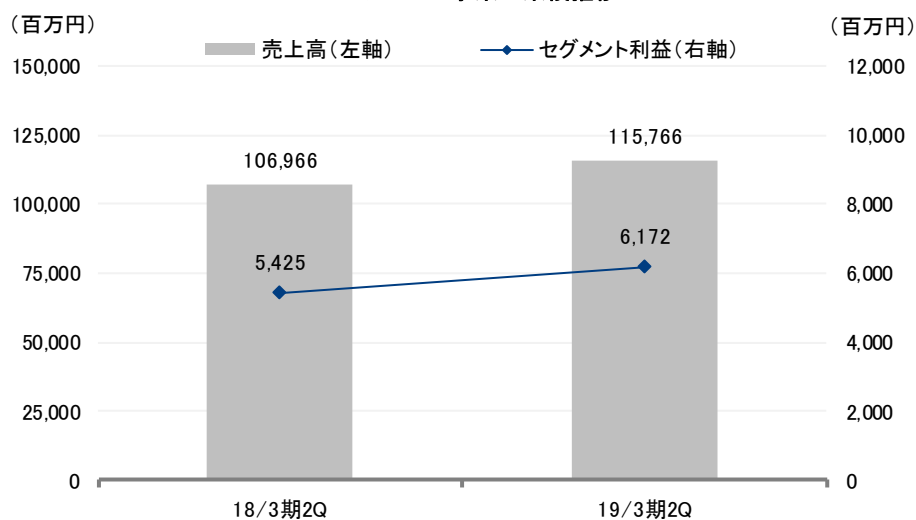
	18/3期2Q		19/3期2Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	金額	率
売上高	116,302	-	124,083	-	7,781	6.7%
コンシューマ事業	106,966	92.0%	115,766	93.3%	8,800	8.2%
商品売上高	78,019	67.1%	85,149	68.6%	7,130	9.1%
手数料収入	28,946	24.9%	30,616	24.7%	1,670	5.8%
法人事業	9,336	8.0%	8,317	6.7%	-1,019	-10.9%
商品売上高	3,002	2.6%	2,490	2.0%	-512	-17.1%
手数料収入	3,821	3.3%	3,978	3.2%	157	4.1%
プリペイドカード情報	2,512	2.2%	1,847	1.5%	-665	-26.5%
営業利益	4,434	3.8%	4,226	3.4%	-208	-4.7%
コンシューマ事業	5,425	-	6,172	-	747	13.8%
法人事業	928	-	171	-	-757	-81.6%
(内部消去)	-1,919	-	-2,117	-	-198	-

出所：決算短信、決算説明会資料、データシートよりフィスコ作成

(1) コンシューマ事業

タブレットの販売や従来型の携帯電話からスマートフォンへの乗換え及び買替えの促進が一服したことや一部量販店向けの商流変更があったことなどから販売台数は118.0万台（前年同期比1.6%減）となったが、一部商品で価格の見直しを行ったこと、スマートフォン向け周辺商材や同社独自サービスの拡充に努めたことなどから、商品売上高は同9.1%増の85,149百万円、手数料収入は同5.8%増の30,616百万円となり、売上高は前年同期比8.2%増の115,766百万円となった。スマートフォン教室の講師確保による人員増などがあったが、増収によりこれらを吸収してセグメント利益は同13.8%増の6,172百万円となった。

コンシューマ事業の業績推移

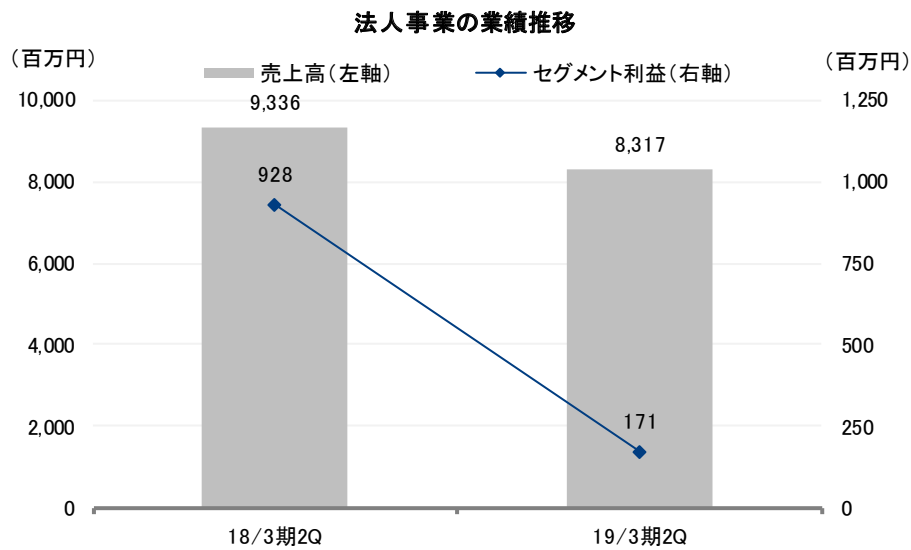


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) 法人事業

プリペイドカード販売の取引条件見直し等の影響もあり、売上高は前年同期比 10.9% 減の 8,317 百万円となった。内訳では、商品売上高が同 17.1% 減の 2,490 百万円、手数料収入が同 4.1% 増の 3,978 百万円、プリペイドカード情報が同 26.5% 減の 1,847 百万円となった。減収に加え、モバイル BPO センターの移転や増床など先行投資を行ったことや、2017 年 11 月からのプリペイドカード販売の取引条件見直し等により、セグメント利益は同 81.5% 減の 171 百万円となった。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

短期借入金の完済で無借金経営。財務体質は堅固

3. 財務状況

貸借対照表

(単位：百万円)

	18/3 期末	19/3 期 2Q 末	増減額
現金及び預金	7,606	8,534	928
受取手形及び売掛金	48,934	42,860	-6,074
未収入金	12,188	10,318	-1,869
流動資産計	78,694	70,437	-8,257
有形固定資産	4,368	4,681	312
無形固定資産	11,626	11,170	-456
投資その他の資産	4,717	4,929	212
固定資産計	20,713	20,780	67
資産合計	99,407	91,218	-8,189
買掛金	22,441	16,740	-5,701
未払代理店手数料	9,673	9,608	-65
未払金	12,100	9,856	-2,244
流動負債計	55,640	45,731	-9,909
退職給付引当金	4,888	5,127	239
固定負債計	5,592	6,026	434
負債合計	61,233	51,758	-9,475
純資産合計	38,174	39,460	1,286
負債・純資産合計	99,407	91,218	-8,189

出所：決算短信よりフィスコ作成

2019年3月期第2四半期末の総資産は91,218百万円となり前期末比8,189百万円減少した。流動資産は同8,257百万円減少したが、主に現金及び預金の増加928百万円、受取手形及び売掛金の減少6,074百万円、未収入金の減少1,869百万円などによる。一方、固定資産は同67百万円増加したが、主に有形固定資産の増加312百万円、無形固定資産（主にキャリアショップ運営権）の減少456百万円等による。

負債合計は前期末比9,475百万円減の51,758百万円となった。流動負債は同9,908百万円減少したが、主に買掛金の減少5,701百万円、未払金の減少2,244百万円、未払法人税等の減少810百万円などによる。固定負債は同433百万円増加したが、主に退職給付引当金の増加239百万円等による。

純資産は前期末比1,285百万円増の39,460百万円となったが、主に四半期純利益の計上による利益剰余金の増加2,866百万円などによる。

業績動向

4. キャッシュ・フローの状況

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	18/3 期 2Q	19/3 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,598	3,355
税引前四半期純利益	4,425	4,291
仕入債務の増減額 (- 減少)	-8,723	-5,766
売上債権の増減額 (- 増加)	6,689	6,075
投資活動によるキャッシュ・フロー	-1,028	-770
財務活動によるキャッシュ・フロー	-1,342	-1,566
現金及び現金同等物の増減	1,227	1,020
現金及び現金同等物の四半期末残高	6,241	8,841

出所：決算短信よりフィスコ作成

2019年3月期第2四半期の営業活動によるキャッシュ・フローは、3,355百万円の収入となった。主な収入は税引前四半期純利益4,291百万円、減価償却費1,041百万円、売上債権の減少6,075百万円などで、一方で主な支出は、仕入債務の減少5,766百万円等であった。投資活動によるキャッシュ・フローは、主に有形固定資産の取得による支出600百万円などにより770百万円の支出となった。また、財務活動によるキャッシュ・フローは、主に配当金の支払などにより1,566百万円の支出となった。

この結果、同期間のキャッシュ・フローは1,020百万円の収入となり、四半期末の資金残高は8,841百万円となった。

■ 今後の見通し

新中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の目標は変わらず。 2021年3月期営業利益110億円を目指す

1. 新中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の基本方針

同社は2019年3月期を初年度、2021年3月期を最終年度とする中期経営計画「コネクシオプラン 2020」を発表している。基本方針として「5Gが拓くスマート社会へ向け お客様接点の深耕と生産性の向上」を掲げている。

(1) お客様接点の深耕

顧客にしっかりと寄り添い、ベストパートナーとして、5G時代へ向け、より安心して快適なサービスの提供に貢献する。

(2) 生産性の向上

雇用環境が一段と厳しくなるなかで、既存事業の見直しを行い、ITシステムの積極導入と人財投資により、生産性の向上を図る。

2.5つの事業戦略

「コネクシオプラン 2020」の基本方針の実現のために同社では、以下の5つの事業戦略を推進する。

(1) 顧客との長期的な関係構築（コンシューマ事業）

リアル店舗の付加価値を高めて「顧客に長く愛される地域一番店」を目指す。具体的な施策としては、利用継続を重視したサービス提案、フロアでの体験接客、子供連れ顧客のサポートなどを行っていくとともに、出張販売や「スマホ教室」の開催、SNSの利用、フォローコールの実施などにより顧客との新たな接点を構築する。さらに、同社の独自スマートフォン向けポータルサイトである「nexiplus」を通して継続的な関係を深耕する。

(2) 生産性の高い店舗オペレーションの実現（コンシューマ事業）

顧客を待たせないショップを目指してオペレーションを進化させる。具体的には、来店予約サービスの強化（予約枠の拡大、待ち時間の改善等）、フロア接客の進化（顧客一人ひとりへ最適な提案）、「スマホ教室」の開催による利用者層の拡大や継続利用の推進、バックヤード業務の省力化投資（ITシステム投資、業務効率化）などを積極的に推進する。

(3) モバイル・ソリューション・プロバイダーへ進化（法人事業）

第1のステップとしてモバイル BPO サービスの運用基盤を確立する。そのために業務の効率化、システム投資、規模の拡大、人財養成などを進める。第2のステップとしては、企業のモバイル活用を促すアプリ・セキュリティ・システムを統合したソリューションを提供することで、モバイル・ソリューション・プロバイダーとしての付加価値を高める。

(4) IoT/5Gソリューションの拡充（法人事業）

今後はクラウドサービス領域を拡大する。デバイスでは次世代 IoT ゲートウェイ端末を開発、回線・ネットワークでは IoT システム導入支援「Smart Ready IoT（スマートレディ IoT）」サービスを拡充、さらにこれらを垂直統合することでクラウドサービスを展開し、ストック型ビジネスモデルを創出する。

(5) 経営基盤の強化（経営全般）

また全社的な戦略としては、以下の4つを推進する。

a) 資本戦略

配当性向 40% を目途として安定的な配当を行えるような業績の向上に務める。ROE は 15% を目標とする。

b) 投資戦略

将来の成長につながる戦略的投資を着実に実行する。戦略的投資としては、コンシューマ事業では M&A などによりマーケットシェアの拡大を目指す。法人事業では法人向けソリューション・IoT 事業領域の機能補完のための M&A や取引関係強化のための資本提携も視野に入れる。

成長投資としては、顧客満足度が高い地域一番店を目指した直営ショップへの投資や店舗の生産性向上・省力化につながる IT システムの機能増強を行う。

c) 人事戦略

同社を支える人財投資を強化する。今までの店舗販売員の正社員化、「働き方改善」への継続的な取組み、従業員のワーク・ライフ・バランスの充実に加えて、今後は更なるモチベーション向上を目指した人財への積極的な投資（店舗販売員の処遇改善を含む人事制度の見直し、定着率の向上など）を行う。また人財育成の強化として、従業員の能力開発や女性活躍（管理職比率 10%、監督職比率 25% 目標）を推進していく。

d) ESG/CSR 経営

環境（Environment）においては、事業プロセスにおける環境負荷の低減（使用済み携帯電話の回収・電気使用量の削減等）を進める。社会（Social）においては、顧客が心から満足する質の高いサービスの提供、インターネットの安心・安全な利用に向けた啓発活動を継続して行っていく。ガバナンス（Governance）においては、コンプライアンス・情報セキュリティの徹底、取締役会の監督機能の更なる強化と、取締役・執行役員の中長期インセンティブを導入し中長期の企業価値向上にコミットする。

3. 2019年3月期の業績見通し

2019年3月期は新中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の初年度であり、通期の業績は、販売台数は減少が予想され 265 万台（前期比 2.5% 減）、売上高で前期比 1.9% 増の 270,000 百万円、営業利益で同 0.0% 増の 10,210 百万円、経常利益で同 0.0% 増の 10,295 百万円、当期純利益で同 0.0% 増の 6,740 百万円と増収ながら各利益は横ばいが予想されている。これらの予想は期初の予想と変わっていない。

2019年3月期の業績見通し

（単位：百万円）

	18/3 期		19/3 期（予）		前期比	
	実績	売上比	金額	売上比	金額、台数	率
販売台数（万台）	271.7	-	265.0	-	-6.7	-2.5%
売上高	264,897	100.0%	270,000	100.0%	5,103	1.9%
営業利益	10,207	3.9%	10,210	3.8%	3	0.0%
コンシューマ事業	12,625	-	13,350	-	725	5.7%
法人事業	1,591	-	1,000	-	-591	-37.2%
(全社消去)	-4,009	-	-4,140	-	-	-
経常利益	10,293	3.9%	10,295	3.8%	2	0.0%
当期純利益	6,738	2.5%	6,740	2.5%	2	0.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

既存事業では販売台数の減少が見込まれるが、端末価格の見直しによる収益改善や利用継続を重視したサービス提案、「nexiplus」の伸長による増収を見込んでいる。ただ、法人セグメントにおけるプリペイドカードの減益や、生産性向上に向けたシステム投資による全社費用の増加が見込まれることから営業利益は横ばいが予想されている。セグメント別では、コンシューマ事業のセグメント利益は 13,350 百万円（前期比 5.7% 増）と増益、法人事業ではセグメント利益 1,000 百万円（同 37.2% 減）と減益が見込まれている。

4. 最近のトピックス

(1) IoT 事業分野において (株) ケイ・オプティコムと提携

ケイ・オプティコムでは「ワンストップ IoT ソリューション」を開始したが、これにより IoT 導入による効果検証 (PoC サービス) だけでなく、本格的な IoT 導入から運用まで、トータルサポートが可能となった。この「ワンストップ IoT ソリューション」におけるセンサー・デバイスのラインナップの一つとして、同社の「Smart Ready IoT ソリューションテンプレート」が採用され、両社は営業・開発の双方で連携することに合意し、業務提携を行った。

(2) 同社製品が NTT コミュニケーションズの「Things Cloud®」の推奨デバイスに選定

同社が提供する「Armadillo-IoT ゲートウェイ G3L with ミスター省エネ」が、NTT コミュニケーションズが提供する IoT Platform 「Things Cloud®」の推奨デバイスに選定された。これにより、顧客は「Armadillo-IoT ゲートウェイ G3L with ミスター省エネ」と「Things Cloud®」を用いた IoT 環境を構築することが可能となった。

(3) 「Smart Ready IoT ソリューションテンプレート」に新メニュー「メーター読み取り」が追加

工場などに設置されている機器メーター類からデータを取得・可視化する「メーター読み取り」を開発し、提供を開始した。ガス・石油プラントなどの広大な施設や僻地・危険区域に存在する設備の巡回監視、点検業務などの効率化が期待される。

(4) 「Smart Ready IoT セキュアパック」を販売開始

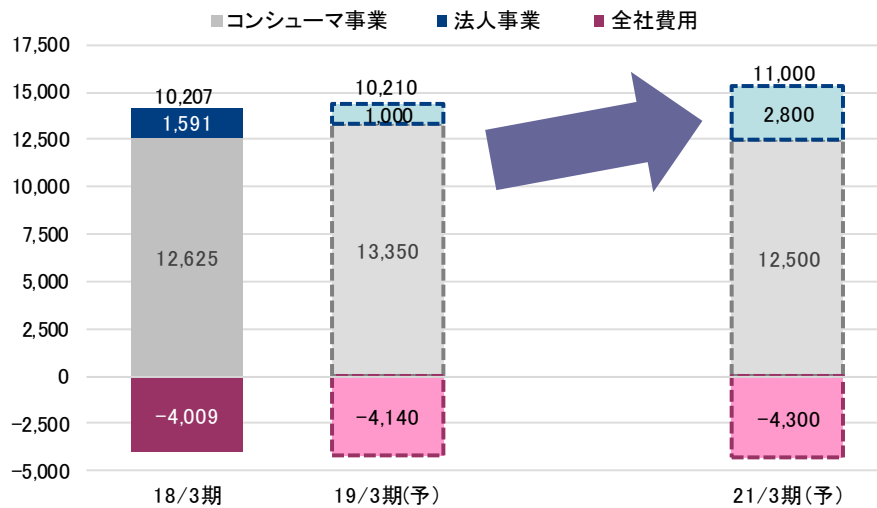
IoT セキュリティ機能を強化する「Smart Ready IoT セキュアパック」を販売開始した。IoT ゲートウェイに対する攻撃・不正アクセスを防止し、内部挙動を監視するとともに、異常時には管理者へ通知することが可能になる。

IoT 機器の乗っ取りやデータ漏洩・盗聴だけでなく、接続されている機器（カメラ、設備、車両、スマートロックなど）を勝手に操作されるといった「被害リスク」、自社の IoT 機器が勝手に他者への攻撃の踏み台に使われ、政府や他社の重要システムへの攻撃に加担してしまう「加害リスク」の 2 つのリスクから IoT 機器を守る。

5. 2021年3月期の到達イメージ

「コネクシオプラン2020」の最終年度である2020年（2021年3月期）には、営業利益11,000百万円の達成を目指す。販売台数は270万台（2018年3月期比0.1%減）の前提だが、施策面では長期利用の顧客拡大、モバイルソリューションの強化、IoT/5Gソリューション強化、生産性向上の実現、人事制度の見直し（人件費は増加）等が推進されることを前提としている。この結果、セグメント利益は、コンシューマ事業が12,500百万円、法人事業が2,800百万円、全社費用4,300百万円を目標としており、主に人件費の増加等によりコンシューマ事業は減益、法人向けソリューション事業の拡大等により法人事業は増益を見込んでいる。

セグメント別営業利益推移



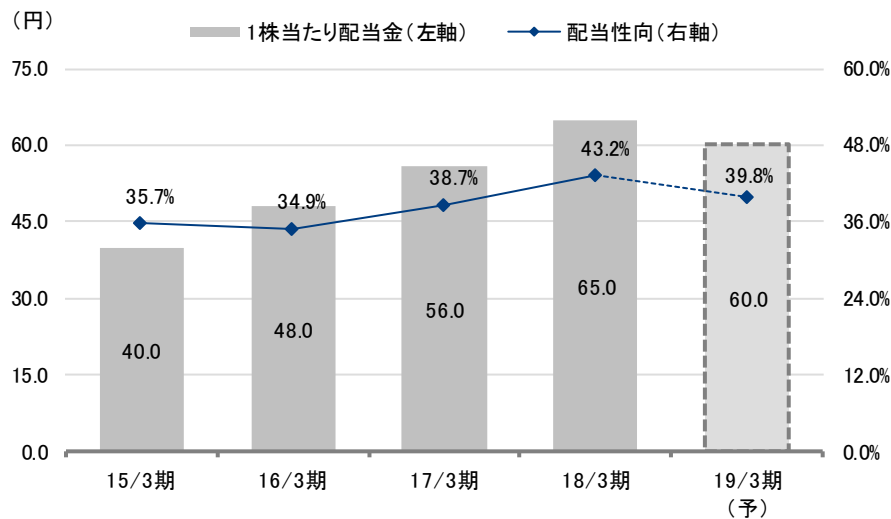
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 株主還元策

2019年3月期予想配当性向は39.8%、 今後の業績によっては増配余地

同社は株主還元策として、「配当性向40%を目途として安定的な配当を継続して行えるよう業績の向上に努めること」を基本方針として掲げている。これに基づき、2018年3月期は設立20周年記念配当5円を加えて年間配当を65円としたが、2019年3月期は现阶段では通常の年間配当60円、配当性向39.8%が予想されている。僅かだが配当性向が40%を割っていることなどから、今後の業績によっては増配の可能性もありそうだ。

配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

さらに同社は、2017年3月末現在で保有していた自己株式11,185,062株を2017年7月3日にすべて消却した。これにより、2018年9月末現在の発行済み株式数は、2017年3月末比20%減の44,737,938株となった。結果として、既存株主の持分はそれだけ濃縮化されたことになる。このように同社は、株主還元に対して積極的であり、この点は大いに評価に値すると思われる。

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