

|| 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 >>>](#)

2020 年 1 月 14 日 (火)

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. 2020年3月期第2四半期の販売台数は14.9%減ながら粗利率改善で営業利益は過去最高… | 01 |
| 2. 現時点での2020年3月期の業績予想の開示はなし。 中期経営計画「コネクシオプラン2020」は継続 | 01 |
| 3. 株主還元にも積極的。2020年3月期も年間60円配当を宣言 | 01 |
| ■ 会社概要 | 02 |
| 1. 会社概要 | 02 |
| 2. 沿革 | 03 |
| ■ 事業概要 | 03 |
| 1. 携帯電話の販売代理店事業を軸に、コンシューマ事業と法人事業を展開 | 03 |
| 2. 同社の強み、特色 | 05 |
| 3. 事業等のリスク | 06 |
| ■ 業績動向 | 06 |
| 1. 2020年3月期第2四半期の業績概要 | 06 |
| 2. セグメント別状況 | 07 |
| 3. 財務状況 | 08 |
| 4. キャッシュ・フローの状況 | 09 |
| ■ 今後の見通し | 09 |
| 1. 中期経営計画「コネクシオプラン2020」の基本方針 | 09 |
| 2. 2020年3月期下期の主な取り組み（コンシューマ事業） | 10 |
| 3. 2020年3月期下期の主な取り組み（法人事業） | 10 |
| 4. 2020年3月期の業績予想は、現時点では開示はなし | 11 |
| ■ 株主還元策 | 11 |

■ 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。 2020 年 3 月期第 2 四半期は、販売台数減だが営業利益は過去最高

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. 2020 年 3 月期第 2 四半期の販売台数は 14.9% 減ながら粗利率改善で営業利益は過去最高

2020 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高が前年同期比 14.6% 減の 105,980 百万円、営業利益が同 26.0% 増の 5,323 百万円、経常利益が同 24.6% 増の 5,466 百万円、四半期純利益が同 30.9% 増の 3,752 百万円となった。販売台数は、昨年の一部販路の商流変更や 2019 年 6 月からの NTT ドコモの分離プラン移行に伴い前年同期比 14.9% 減の 104.7 万台となったが、販売台数に連動しない手数料収入の増加やスマートフォン向け周辺商材の販売強化、法人向け BPO サービスの伸長により売上総利益は 25,630 百万円 (同 4.0% 増) となった。加えて販管費を前年同期比 0.5% 減の 20,306 百万円に抑制したことから、営業利益以下は大幅増益となり、いずれも過去最高益を更新した。

2. 現時点での 2020 年 3 月期の業績予想の開示はなし。中期経営計画「コネクシオプラン 2020」は継続

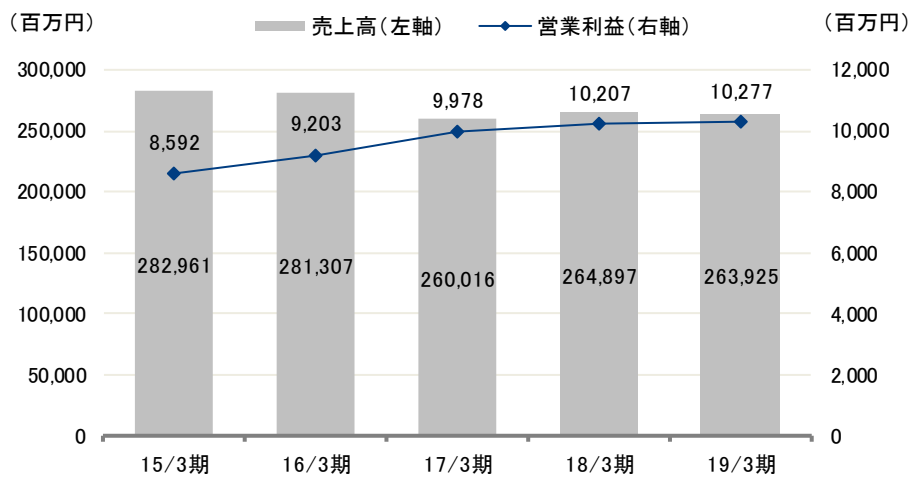
2019 年 10 月の改正「電気通信事業法」の施行による影響（通信料金と端末代金の完全分離、期間拘束などの行き過ぎた囲い込みの是正、販売代理店の届出制の導入等）によりモバイル市場環境は大きな変革の時期を迎えている。端末購入補助の適正化により端末価格が上昇したことに加え、消費税増税も重なり同社の端末販売台数に大きな影響を与えている。下期以降もその影響が不明瞭であることから、進行中の 2020 年 3 月期の通期業績予想は現時点では開示されていない。同社では、「合理的に算出でき次第、速やかに開示する」としている。なお、2018 年 5 月に発表された中期経営計画「コネクシオプラン 2020」は粛々と継続しており、5G 時代を見据えた 5 つの事業戦略を推し進める方針だ。

3. 株主還元にも積極的。2020 年 3 月期も年間 60 円配当を宣言

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いる。この方針に沿って、2019 年 3 月期は年間配当 60.0 円 (配当性向 38.8%) を行った。2020 年 3 月期については、最低でも年間 60 円配当を堅持することを宣言している。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%) をすべて消却しており、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
- ・2020年3月期第2四半期（上期累計）は、販売台数減ながら営業利益・経常利益・四半期純利益は過去最高を達成
- ・株主還元も積極的：2020年3月期も年間60円配当を宣言

業績推移


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月期の販売台数は251.6万台で、キャリア認定ショップの運営店舗数は437店舗（2019年9月末）となっている。

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、2007年12月には市場第1部へ指定替えとなった。

[※] 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、法人事業も今後の収益拡大に向けた取り組みを積極的に展開

1. 携帯電話の販売代理店事業を軸に、コンシューマ事業と法人事業を展開

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月期におけるセグメント別売上構成は、コンシューマ事業92.7%、法人事業7.3%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、スマートフォン利用の顧客ニーズに応えリレーションを強化するための自社独自サービス「nexiplus（ネクシプラス）」※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3月期における商品売上高は178,432百万円（コンシューマ事業売上高に占めるウエイト73.0%）、手数料収入66,154百万円（同27.0%）。

※「nexiplus」は、会員特典（クーポン）や電話による健康・恋愛の相談、会員向けチケット販売など便利でお得なコンテンツを提供する自社独自のサービス。

a) キャリア認定ショップ

2019年9月末における運営店舗数は全国で437店舗※、そのうち294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363店舗（直営238店舗、運営委託125店舗）、au（KDDI<9433>）は46店舗（直営28店舗（UQスポット2店舗を含む）、運営委託18店舗）、ソフトバンク<9434>は直営のみの6店舗、楽天モバイル（直営）22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143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開催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と予約枠の拡大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月期のキャリア認定ショップでの販売台数は199.3万台（全社販売台数に占めるシェア79.2%）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月期の大手カメラ／家電量販店における販売台数は41.8万台（全社販売台数に占めるシェア16.6%）であった。

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等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 IoT 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 3 つの売上高で構成される。2019 年 3 月期における商品売上高は 6,526 百万円（法人事業売上高に占めるウエイト 33.7%）、手数料収入 8,853 百万円（同 45.8%）、プリペイドカード販売 3,956 百万円（同 20.5%）。なお、2019 年 3 月期の法人事業における販売台数は 10.5 万台（全社販売台数に占めるシェア 4.2%）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キッティング（端末設定サービス）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している。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。

b) プリペイドカード販売

全国のファミリーマート<8028>を始め、ポプラ<7601>などのコンビニエンスストアチェーン等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）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み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。2019 年 3 月期には、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」の販売開始を皮切りに、IoT 機器向けセキュリティ機能やメーター読み取り機能をリリースした。直近では、海外利用可能かつ車載可能な耐衝撃 / 耐振動性を備え、AI 連携を想定した高性能「エッジコンピューティング・ゲートウェイ CONEXIOBlackBear」およびパートナー企業が提供する AR ソリューションと同社の IoT サービスを連携した「AR 設備保全ソリューション」の提供を開始した。

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「東京都女性活躍推進大賞」の「大賞」（2019年1月）や、3年連続で「健康経営優良法人2019～ホワイト500～」(同2月)に選ばれるなど、様々な賞や認定を受けている。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。

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事ができる。

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、2019年10月に改正「電気通信事業法」が施行され、通信料金と端末代金の完全分離が義務化された。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

**分離プラン移行で販売台数減だが、
手数料収入増などで売上総利益は増益。
販管費を抑制したことから営業利益は過去最高を更新**

1. 2020年3月期第2四半期の業績概要

2020年3月期第2四半期の業績は、売上高が前年同期比14.6%減の105,980百万円、営業利益が同26.0%増の5,323百万円、経常利益が同24.6%増の5,466百万円、四半期純利益が同30.9%増の3,752百万円となった。

コネクシオ | 2020年1月14日(火)
 9422 東証1部 | <https://www.conexio.co.jp/ir/>

業績動向

販売台数は、2019年6月からのNTTドコモの分離プラン移行の影響で前年同期比14.9%減の104.7万台となり、その結果、売上高は減収となった。一方で販売台数に連動しない手数料収入の獲得やスマホ向け周辺商材の販売強化、法人向けモバイルBPOサービスの伸長により売上総利益は25,630百万円(同4.0%増)となった。売上総利益の内訳は、キャリアビジネスに関連していない独自収益が前年同期比で約20%増加しており、これらが売上総利益を押し上げた。同社独自サービスや法人向けモバイルBPOサービス、その他のモバイルソリューション、IoTソリューション等を含む同社独自の収益の比率が着実に上がってきていると言える。加えて販管費を前年同期比0.5%減の20,306百万円に抑えたことから、営業利益以下は大幅増益となり、いずれも過去最高益を更新した。

2020年3月期第2四半期業績の概要

(単位：百万円)

| | 19/3期2Q | | 20/3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) | 123.0 | - | 104.7 | - | -18.3 | -14.9% |
| 売上高 | 124,083 | 100.0% | 105,980 | 100.0% | -18,103 | -14.6% |
| 売上総利益 | 24,633 | 19.9% | 25,630 | 24.2% | 997 | 4.0% |
| 販管費 | 20,407 | 16.4% | 20,306 | 19.2% | -101 | -0.5% |
| 営業利益 | 4,226 | 3.4% | 5,323 | 5.0% | 1,097 | 26.0% |
| 経常利益 | 4,388 | 3.5% | 5,466 | 5.2% | 1,078 | 24.6% |
| 四半期純利益 | 2,866 | 2.3% | 3,752 | 3.5% | 886 | 30.9% |
| EBITDA | 5,362 | 4.3% | 6,485 | 6.1% | 1,123 | 20.9% |

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. セグメント別状況

セグメント別業績

(単位：百万円)

| | 19/3期2Q | | 20/3期2Q | | 前年同期比 | |
|-----------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | 金額 | 率 |
| 売上高 | 124,083 | 100.0% | 105,980 | 100.0% | -18,103 | -14.6% |
| コンシューマ事業 | 115,766 | 93.3% | 97,559 | 92.1% | -18,207 | -15.7% |
| 商品売上高 | 85,149 | 68.6% | 68,101 | 64.3% | -17,048 | -20.0% |
| 手数料収入 | 30,616 | 24.7% | 29,458 | 27.8% | -1,158 | -3.8% |
| 法人事業 | 8,317 | 6.7% | 8,420 | 7.9% | 103 | 1.2% |
| 商品売上高 | 2,490 | 2.0% | 2,287 | 2.2% | -203 | -8.2% |
| 手数料収入 | 3,978 | 3.2% | 4,259 | 4.0% | 281 | 7.1% |
| プリペイドカード販売 | 1,847 | 1.5% | 1,873 | 1.8% | 26 | 1.4% |
| 営業利益 | 4,226 | 3.4% | 5,323 | 5.0% | 1,097 | 26.0% |
| コンシューマ事業 | 6,172 | - | 6,653 | - | 481 | 7.8% |
| 法人事業 | 171 | - | 826 | - | 655 | 382.2% |
| (内部消去) | -2,117 | - | -2,156 | - | -39 | - |

出所：決算短信、決算説明資料、データシートよりフィスコ作成

業績動向

(1) コンシューマ事業

分離プラン移行の影響を受け、販売台数が前年同期比 14.8% 減の 100.5 万台となったことなどから、セグメント売上高は 97,559 百万円(同 15.7% 減)となった。内訳としては、商品販売が 68,101 百万円(同 20.0% 減)であったが、手数料収入は 29,458 百万円(同 3.8% 減)にとどまった。

一方でスマートフォン向け周辺商材(nexiplus、nexi パッケージ等)の販売を強化したこと、販売台数に連動しない手数料を獲得したこと、分離プランへの移行に伴い端末価格が安定したこと(値引きが抑制されたこと)などから利益率が大きく改善し、セグメント利益は 6,653 百万円(同 7.8% 増)と増益を確保した。

(2) 法人事業

売上高は前年同期比 1.2% 増の 8,420 百万円となった。販売台数が 4.2 万台(同 16.0% 減)と減少したことなどから、商品売上高は同 8.2% 減の 2,287 百万円となったが、モバイル BPO サービスの伸長などから手数料収入は同 7.1% 増の 4,259 百万円となった。プリペイドカード販売は 1,873 百万円(同 1.4% 増)となった。ヘルプデスクをはじめとするモバイル BPO サービスが引き続き伸長したこと、第 1 四半期にワンストップソリューションの大型案件を獲得したことなどから利益率が大きく改善し、セグメント利益は同 3.8 倍の 826 百万円となった。

無借金経営で、財務体質は堅固

3. 財務状況

貸借対照表

(単位：百万円)

| | 19/3 期末 | 20/3 期 2Q 末 | 増減額 |
|-----------|---------|-------------|---------|
| 現金及び預金 | 11,086 | 17,235 | 6,148 |
| 受取手形及び売掛金 | 49,285 | 37,992 | -11,292 |
| 未収入金 | 12,914 | 8,955 | -3,959 |
| 流動資産計 | 82,594 | 69,177 | -13,417 |
| 有形固定資産 | 4,804 | 4,733 | -70 |
| 無形固定資産 | 10,839 | 10,464 | -375 |
| 投資その他の資産 | 5,267 | 5,296 | 29 |
| 固定資産計 | 20,911 | 20,494 | -416 |
| 資産合計 | 103,506 | 89,671 | -13,834 |
| 買掛金 | 20,275 | 13,055 | -7,220 |
| 未払代理店手数料 | 11,607 | 9,049 | -2,557 |
| 未払金 | 12,387 | 6,988 | -5,399 |
| 流動負債計 | 55,264 | 38,920 | -16,344 |
| 退職給付引当金 | 5,252 | 5,488 | 235 |
| 固定負債計 | 6,135 | 6,369 | 234 |
| 負債合計 | 61,400 | 45,290 | -16,109 |
| 純資産合計 | 42,106 | 44,381 | 2,275 |
| 負債・純資産合計 | 103,506 | 89,671 | -13,835 |

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2020 年 3 月期第 2 四半期末の総資産は 89,671 百万円となり前期末比 13,834 百万円減少した。流動資産は同 13,417 百万円減少したが、主に現金及び預金の増加 6,148 百万円、受取手形及び売掛金の減少 11,292 百万円、未収入金の減少 3,959 百万円などによる。一方、固定資産は同 416 百万円減少したが、主に有形固定資産の減少 70 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 375 百万円、投資その他の資産の増加 29 百万円による。

負債合計は前期末比 16,109 百万円減の 45,290 百万円となった。流動負債は同 16,344 百万円減少したが、主に買掛金の減少 7,220 百万円、未払代理店手数料の減少 2,557 百万円、未払金の減少 5,399 百万円などによる。固定負債は同 234 百万円増加したが、主に退職給付引当金の増加 235 百万円などによる。また、純資産は前期末比 2,275 百万円増の 44,381 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 2,410 百万円などによる。

4. キャッシュ・フローの状況

2020 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、8,160 百万円の収入となった。主な収入は税引前四半期純利益 5,573 百万円、売上債権の減少 11,296 百万円、未収入金の減少 3,959 百万円などで、一方で主な支出は、仕入債務の減少 9,778 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 559 百万円などにより 772 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、主に配当金の支払額により 1,342 百万円の支出となった。この結果、同期間の現金及び現金同等物は 6,045 百万円の増加となり、現金及び現金同等物の期末残高は 17,405 百万円となった。

■ 今後の見通し

中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の事業戦略を継続する

1. 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」に取り組んでおり、その基本方針として「5G が拓くスマート社会へ向け顧客接点の深耕と生産性の向上」を掲げている。この方針は変わらず、今期も継続して推進している。具体的には、顧客にしっかりと寄り添い、ベストパートナーとして、5G 時代へ向けて、より安心して快適なサービスの提供に貢献するという「顧客接点の深耕」と、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を行うことでの「生産性の向上」の 2 点である。

2. 2020 年 3 月期下期の主な取り組み (コンシューマ事業)

(1) スマートフォン教室の価値向上と顧客接点の強化

リアルな顧客接点としてのショップの付加価値を高めるため、スマホ教室の講座拡充と参加者層の拡大を推進しているが、この上期 (2020 年 3 月期第 2 四半期) は、1 ヶ月平均で約 5 万人 (前年同期比 1.8 倍) が参加した。今後も積極的に参加者の増加を図る。また 2019 年 9 月には、「学びの空間」をコンセプトとした新しいタイプの店舗「d school 府中 R20 店」をオープンした。この新店舗の特色は、メルカリ講座など他社とのコラボ企画を開催するほか、子供向けプログラミング講座を提供するなど、多様化するニーズを見据えた新たなサービスを展開する。

(2) ショップオペレーションを改善し、顧客満足度の向上と業務効率化を進める

来店予約枠を拡大しつつ、来店予約制の運用ノウハウを確立することで、これらの水平展開を図る。また、近隣の広い施設で出張スマートフォン教室を開催し、より多くの顧客の参加を可能にする。待ち時間のさらなる短縮と顧客満足度の向上を図り、継続的に来店してもらええる店づくりを進めていく。

(3) ショップオペレーションを効率化するシステムを導入

来店予約状況とスタッフのシフト・業務をリアルタイムで一元管理し、店舗マネジメントを効率化する「予約管理ツール」と、接客数や成約数の管理作業をデジタル化し、スタッフ間で実績進捗を共有する「受付集計ツール」、シフト作成業務を簡略化し、業務時間を削減する「シフト作成支援ツール」などを導入し、店舗運営の生産性向上を図る。

3. 2020 年 3 月期下期の主な取り組み (法人事業)

(1) モバイル BPO サービスの更なる拡大に加え、モバイルを活用したソリューションの充実を図る

この上期でヘルプデスクの導入社数は前年同期比で約 20% 増となったが、引き続き導入社数の増加を図る。一方で、企業の「働き方改革」を推進するモバイルソリューションを積極的に展開する。例としては、LINE WORKS (ビジネス版 LINE)、SmartVisca (Salesforce 一体型名刺コンタクトアプリ)、Lookout (マルウェア・ウイルス検知)、CLOMO (マルチ OS のリモート一括管理) などである。これらを活用してモバイル・ソリューション・プロバイダーとしての付加価値を向上させる。

(2) エッジコンピューティングを軸とした IoT/5G ソリューションの展開を推進する

次世代通信規格「5G」時代の到来に先駆けて、従来の「IoT ゲートウェイ」を進化させた IoT 対応エッジコンピューティング・ゲートウェイとして同社が自社開発した「CONEXIOBlackBear」を中心に、IoT/5G ソリューションを積極的に展開する。既に「AR 設備保全」や「メーター読み取り」などのソリューションをリリースしているが、今後は製造業 (工場設備の IoT 化)、建設業 (特殊車両 = 大型ブルドーザー等への搭載) へのソリューションを展開するとともに、導入実績の積上げ・販売パートナーの開拓を進めソリューション販売チャネルを構築していく。

(3) (株) サンプリッジとの資本業務提携

2019 年 9 月にサンプリッジが行った第三者割当増資を引き受け、資本業務提携を発表した。サンプリッジは Salesforce<CRM> のプラチナコンサルティングパートナーであり、コンタクト管理アプリ「SmartVisca」などを販売する IoT 企業で、名刺管理やクラウドソリューションを得意としている。一方で同社は、モバイルソリューションを得意としており、今後は両社が協業することで「モバイル×クラウド×IoT」統合型サービス事業の基盤構築を目指す。

4. 2020年3月期の業績予想は、現時点では開示はなし

2019年10月の改正「電気通信事業法」施行の影響によりモバイル市場環境は大きな変革の時期を迎えており、端末購入補助の適正化による端末価格の上昇や消費税増税の影響で同社の端末販売台数は依然として大きく変動している状況にある。これらが同社の業績に与える影響は不明瞭であることから、現時点で2020年3月期の業績予想は開示されていない。同社は、「今後、合理的に算出でき次第、速やかに開示する」としている。

■ 株主還元策

2020年3月期も年間60円配当を宣言

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いる。この方針に沿って、2019年3月期は年間配当60.0円(配当性向38.8%)を行った。2020年3月期については、最低でも年間60円配当を堅持することを宣言している。

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、2019年3月末現在の発行済株式数は、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、株主還元に対しても積極的であり、この点は大いに評価に値すると思われる。

免責事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp