

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 >>>](#)

2018年3月22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. 2017年12月期は期初計画を上回り、2ケタ増収増益を達成 | 01 |
| 2. 2018年12月期業績も2ケタ増収増益続く | 01 |
| 3. 顧客基盤を生かして旅行関連サービスプラットフォームを育成中 | 01 |
| 4. 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 | 02 |
| ■ 会社概要 | 03 |
| 1. 概要 | 03 |
| 2. 沿革 | 03 |
| 3. 事業内容 | 05 |
| 4. 強みとリスク | 08 |
| ■ 業績動向 | 10 |
| 1. 2017年12月期の業績概要 | 10 |
| 2. 事業セグメント別動向 | 11 |
| 3. 財務内容とキャッシュ・フローの状況 | 14 |
| ■ 今後の見通し | 15 |
| 1. 2018年12月期の業績見通し | 15 |
| 2. 事業別の取り組み施策 | 17 |
| 3. 今後の成長戦略について | 19 |
| ■ 株主還元策 | 22 |
| ■ 情報セキュリティ対策 | 22 |

■ 要約

グローバル WiFi 事業をけん引役に業績は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 つの事業を軸に展開する。

1. 2017 年 12 月期は期初計画を上回り、2 ケタ増収増益を達成

2017 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 18.3% 増の 17,554 百万円、営業利益で同 38.6% 増の 1,788 百万円と連続で過去最高業績を更新、期初会社計画（売上高 16,713 百万円、営業利益 1,606 百万円）を上回って着地した。主力のグローバル WiFi サービスが注力している法人だけでなく個人旅行者での普及も進み、レンタル利用件数で前期比 44% 増と大幅伸長し、売上高が前期比 31.8% 増の 10,392 百万円と好調に推移したことに加え、セグメント利益もクラウド WiFi 対応ルーターの導入効果等でオペレーション効率が改善し、同 39.7% 増の 1,593 百万円と大幅増益となったことが主因だ。また、情報通信サービス事業も新設法人やベンチャー企業等の新規顧客獲得が進んだほか、アップセル / クロスセルによる顧客当たり収益の拡大に取り組んだことにより、売上高で前期比 2.2% 増の 7,104 百万円、セグメント利益で同 14.4% 増の 1,172 百万円と堅調に推移した。

2. 2018 年 12 月期業績も 2 ケタ増収増益続く

2018 年 12 月期は重点施策として、事業の拡大と周辺ビジネスの収益化で差別化を図り、業界圧倒的 No.1（生産性、シェア、利益）の実現を目指していく。連結業績は、売上高で前期比 17.3% 増の 20,599 百万円、営業利益で同 25.9% 増の 2,252 百万円と 2 ケタ増収増益が続く見通しだ。グローバル WiFi 事業は販売チャネルの拡大（販売委託契約、法人契約増等）やサービス向上に伴う利用件数の増加に伴い、売上高で前期比 24.6% 増、セグメント利益で同 22.2% 増を見込む。利益率が若干低下する想定だが、クラウド WiFi ルーターの導入率が前期末の約 50% からさらに上昇するほか、オペレーションコストが低減される法人向け常時貸し出しサービス「グローバル WiFi for Biz」の拡販を進めるなど、収益性向上に向けた取り組みも進めていく。一方、情報通信事業は売上高で前期比 5.6% 増、セグメント利益で同 12.5% 増を見込む。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）」上での集客強化や、得意としているアップセル / クロスセルを促進していくほか、自社開発して社内でも利用している業務支援ソフト（ワークフロー、SFA 等）の外販も進めていく予定にしている。

3. 顧客基盤を生かして旅行関連サービスプラットフォームを育成中

同社は、中期的な成長戦略としてグローバル WiFi 事業の更なる拡大と、ストック型ビジネスである情報通信事業の安定成長に加えて、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に注力している。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いる。特に、広告メディアサービスについては費用対効果が高いとの評価を得ており、受注案件も増加している。業績に与える影響はまだ軽微だが今後は事業を拡大していくものと見られ、成長ポテンシャルは高い。

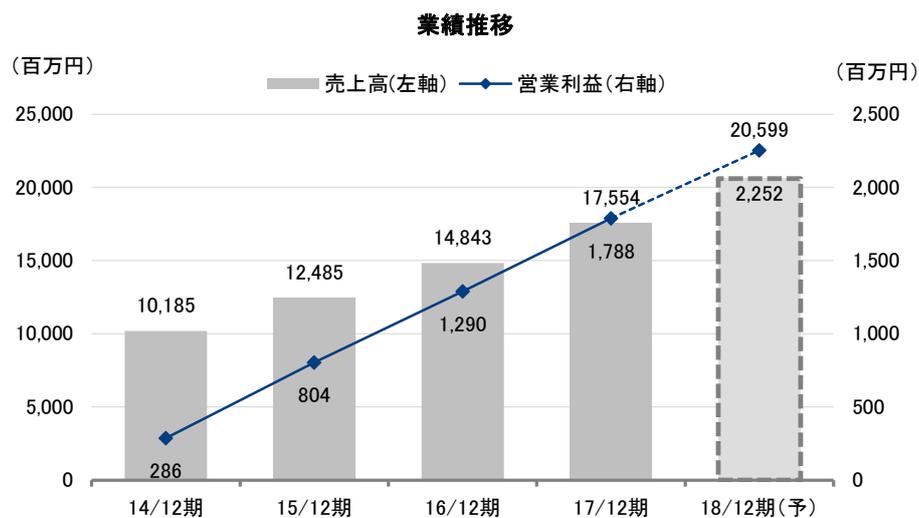
要約

4. 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

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。なお、2017年8月に自社株買い（上限21.7万株、取得増額5億円、取得期間2018年8月16日まで）を発表しており、2018年1月末時点で700株を1.6百万円で取得している。

Key Points

- ・個人での利用浸透が進み、2017年12月期のグローバルWiFi事業は前期比30%以上の大幅増収増益に
- ・既存事業の拡大と周辺ビジネスの収益化で差別化を図り、2018年12月期も2ケタ増収増益を目指す
- ・旅行関連サービスプラットフォームを新たな収益柱として育成し、成長を加速化していく方針



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. 概要

同社はモバイルインターネット環境を提供する WiFi 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 機器の販売までの幅広いサービスを提供している。「More vision, More success. (より先見性のある選択で、より多くの成功を。)」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」「よくわからない」「これなんかならない」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。2017年12月末の連結子会社は、(株)メンバーズネット、ベストリンク(株)など国内2社と海外12社の合計14社、連結従業員数は国内555名、海外78名の合計633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)、ビジフォンドットコム(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し、また、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)を相次いで設立し、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WiFi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WiFi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WiFi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

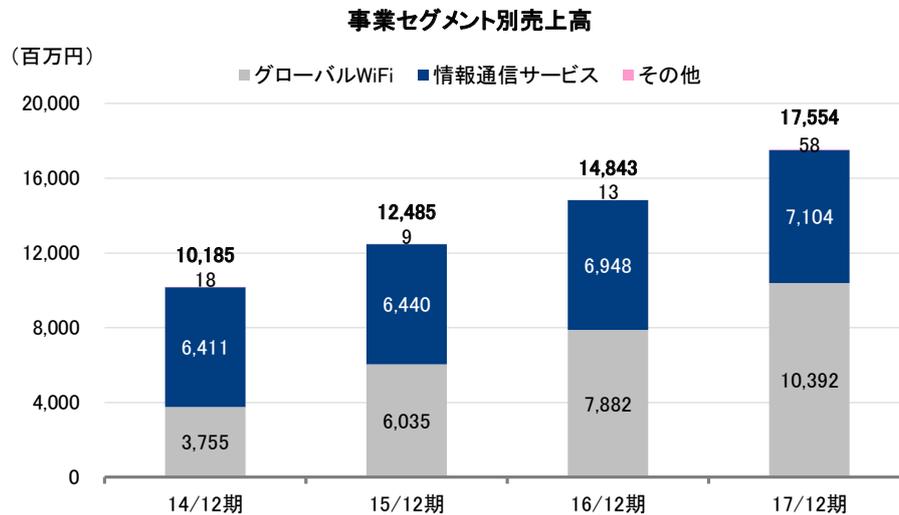
| 年 | 月 | 概要 |
|------|----|---|
| 1995 | 6 | 国際電話サービスの加入取次ぎを目的に有限会社ビジョンを設立 |
| 1996 | 4 | 事業拡大及び発展を目的として株式会社に組織変更 |
| 1997 | 8 | 一般第二種電気通信事業許可取得 |
| 2001 | 12 | 東京都渋谷区にOA機器販売を目的に子会社、株式会社ビジョン・ビジネス・ソリューションズを設立 |
| 2002 | 4 | 本社を東京都渋谷区から東京都新宿区に移転 |
| 2003 | 12 | インターネット広告事業（インターネットメディア事業）を開始 |
| 2004 | 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

手掛ける事業は、国内外で WiFi 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 つが主力事業となっている。また、事業セグメントではその他として、カタログ販売事業やメディア事業等が含まれている。2014 年 12 月期以降の 4 期間のセグメント別売上推移を見ると、グローバル Wi-Fi 事業が 2014 年 12 月期の 3,755 百万円（売上構成比 36.9%）から 2017 年 12 月期は 10,392 百万円（同 59.2%）と年々、構成比が上昇しており、収益成長のけん引役となっていることがわかる。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(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や法人向けにモバイル WiFi 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。

販売チャネルは、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、空港カウンターでも直接、WiFi ルーターを受取返却できるカウンターを設置しており、その数は業界最多で国内 15 ヶ所の空港及び 1 港（2017 年 12 月現在）となっている。また、海外でも提携先拠点として中国、韓国、東南アジア等で 45 ヶ所の空港カウンターで取り扱っている。サポート体制についても 24 時間 365 日、世界 51 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）。なお、海外ではアジア、欧州、米国など 11 ヶ国で子会社を展開し、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、事業の構造、流れは同一である。

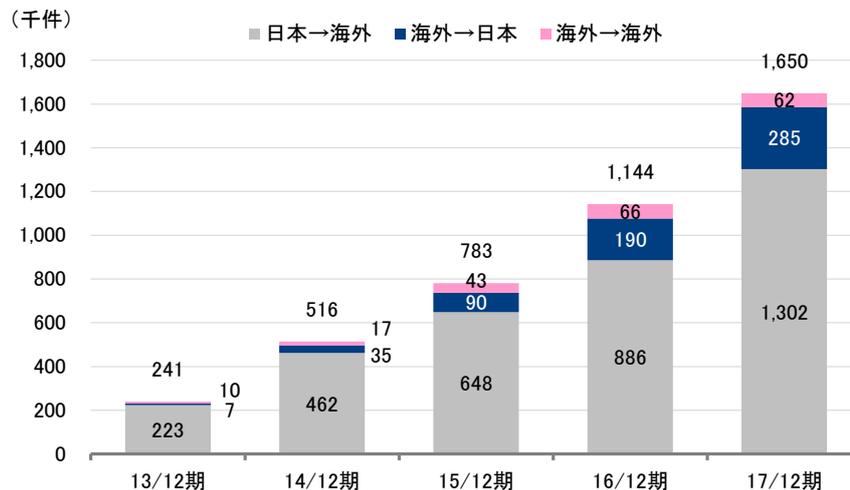
会社概要

1日当たりのWiFi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も行っている。顧客平均単価は約7,000円(平均渡航日数で約7日間)とここ数年横ばいで推移している。なお、2017年5月から新たにウェアラブル翻訳デバイス「ili(イリー)」(500円/日)のレンタルサービスを開始している。現在、日本語から英語、中国語、韓国語の3ヶ国語への自動翻訳に対応している。今後の期待商材として注目される。

WiFiルーターの総利用件数(海外→日本、海外→海外含む)は2017年12月期で年間165万件、前期比44%増となり、ここ数年で急成長を遂げている。海外渡航者(日本→海外)については年間約1,700万人程度と横ばい水準で推移しているが、スマートフォンの普及により海外渡航中でもモバイルデータ通信のニーズが拡大していること、また、そのなかで手軽に申込みや返却ができ、サービス料金も国内携帯電話事業者と比較して大幅に割安※な同社サービスの利用が拡大していることが急成長の要因となっている。また、情報通信サービス事業で培ったノウハウを生かして法人顧客数の開拓を進めてきたことも高成長の要因となっている。2017年12月期における法人ユーザーの比率は件数ベースで43.6%だが、金額ベースでは50.9%となっている。金額ベースの比率が高いのは、より高額な平均利用単価(平均渡航日数、利用するプラン、オプション選択による)が個人と比較して長いことによる。

※ 国内携帯電話会社の定額割引サービスとの比較において、地域によっては最大89.9%のコストメリットがある。

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

会社概要

a) 海外事業

日本から海外、及び進出国（台湾、韓国、米国ロサンゼルス）における海外から海外への渡航者に、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WiFi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86エリア（2018年2月23日現在）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。

日本からの海外渡航者の場合、ルーターの受取返却場所は国内の主要空港と港の合計16ヶ所（うち、1ヶ所は返却のみ）となっている。ハワイ、韓国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。事前にWeb予約申込を行うことで、スマートフォンを用いて空港内に設置された無人ロッカーからWiFi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となる。ここ最近では、利用者数の増加によって空港カウンターでの待ち時間も長くなっており、同サービスは顧客満足度の向上とリピート率の上昇に寄与している。また、有人カウンター要員が当日申込者からの受注対応を増やせる狙いもある。2017年末時点で羽田空港、成田空港、大阪国際空港（伊丹空港）、関西国際空港の4ヶ所にロッカーが設置されているが、今後もほかの空港でも設置場所が確保でき次第、導入していく予定となっている。

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WiFi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WiFi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、滞在先の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、法人需要のステージニーズに合わせて各種通信サービスの加入取次ぎ、移動体通信機器や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。

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の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。

会社概要

顧客開拓の主要ターゲットはスタートアップ、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。年間の新設法人登記件数が11.4万件（2016年）であることから、新設法人の7社に1社は同社のユーザーになっていることがわかる。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機器などのアップセル、クロスセルで需要を取り込む継続型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。

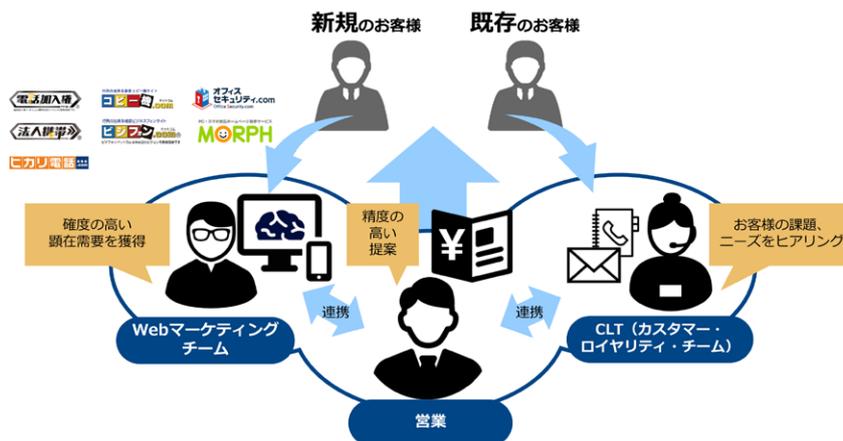
情報通信サービス事業は、 Webマーケティング×営業×CLTの三位一体が強みの源泉

4. 強みとリスク

(1) 強み

同社の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精度の高い提案を行い、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。

高生産性モデル・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）



出所：決算説明資料より掲載

さらに、事業部間で顧客の紹介を積極的に行う体制となっ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と考えられる。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は、同社の大きな特徴となっている。

会社概要

グローバル WiFi 事業においては、価格面での優位性もあるが、Web マーケティングによる集客力、通信品質やサービスに秀でている評価をもとに積み上げている顧客基盤にある。スピーディーな海外展開によって業界最多クラスとなる 200 以上の国と地域にサービスエリアを広げ、また、高速通信規格 4G-LTE サービスの対応国や 1 日当たり 500MB または 1GB という大容量プランを利用可能な国と地域も業界最多としていること、加えて 24 時間 365 日のサポート体制の確立や空港カウンターの設置数も業界最多とするなど、サービスの品質と利便性の向上を追求してきたことが顧客支持を集め、シェアの拡大につながった要因と考えられる。

(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クムグローバル(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 WiFi レンタルサービスに関して同社は後発ながら、現在の業界シェアは約 5 割とトップシェアの地位を確立していると思われる。なお、競合他社が夏季や年末にテレビ CM を積極的に展開したが、同社ではテレビ CM の費用対効果は低いと見ており、現在は行う予定はないとしている。また、テレビ CM 後の影響についても特にマイナスとなるようなことはなく、逆に利用件数は増加していると言う。WiFi レンタルサービスの認知度が上昇し、関心を持ったユーザーが比較サイトで調べた結果、同社のサービスを選択すると言ったケースが出ているものと思われる。なお、同社サービスの利用件数のうちリピート率は全体の 5 割を超えており、高い顧客満足度を獲得していることがうかがえる。

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、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できているところはほとんどなく、こうした観点からすれば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、取引量が拡大しているなかで条件が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

2017年12月期は主力事業の好調により過去最高業績を連続で更新

1. 2017年12月期の業績概要

2017年12月期の連結業績は、売上高で前期比18.3%増の17,554百万円、営業利益で同38.6%増の1,788百万円、経常利益で同38.3%増の1,795百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同48.5%増の1,208百万円と2ケタ増収増益となり連続で過去最高を更新、期初会社計画に対してもすべての項目で上回って着地した。

売上原価率は販売構成比の変化によって前期比0.2ポイント上昇したものの、増収効果や販売効率の向上、AIやRPA、IoT技術などを積極的に業務に取り入れたことによる生産性向上により、販管費率は同1.7ポイント低下した結果、営業利益率は同1.5ポイント上昇の10.2%となり、同社として初めて10%台に乗せた。会社計画は保守的に見積もっていたが、グローバルWiFi事業で利用件数が想定以上に好調に推移したことや、クラウドWiFiルーターの導入に伴うオペレーション効率の向上が収益の上振れ要因になったと見られる。

2017年12月期連結業績

(単位：百万円)

| | 16/12期 | | 期初計画 | 実績 | 17/12期 | | |
|---------------------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 実績 | 対売上比 | | | 対売上比 | 前期比 | 計画比 |
| 売上高 | 14,843 | - | 16,713 | 17,554 | - | +18.3% | +5.0% |
| 売上原価 | 6,221 | 41.9% | 6,888 | 7,393 | 42.1% | +18.8% | +7.3% |
| 販管費 | 7,332 | 49.4% | 8,219 | 8,372 | 47.7% | +14.2% | +1.9% |
| 営業利益 | 1,290 | 8.7% | 1,606 | 1,788 | 10.2% | +38.6% | +11.4% |
| 経常利益 | 1,298 | 8.7% | 1,609 | 1,795 | 10.2% | +38.3% | +11.6% |
| 特別損益 | -52 | - | - | -40 | - | - | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 813 | 5.5% | 1,045 | 1,208 | 6.9% | +48.5% | +15.7% |
| 1株当たり 当期純利益(円) | 50.12 | | 64.28 | 74.30 | | | |

注：2017年6月末に1：2の株式分割を実施。16/12期の一株当たり利益は分割後の数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

個人での利用浸透が進み、 グローバルWiFi事業は前期比30%以上の大幅増収増益に

2. 事業セグメント別動向

(1) グローバルWiFi事業

2017年12月期の売上高は前期比31.8%増の10,392百万円、セグメント利益は同39.7%増の1,593百万円と大幅増収増益となった。同期間における海外渡航者数は前期比4.5%増の1,788万人^{※1}と堅調に推移したほか、訪日外国人旅行者数も同19.3%増の2,869万人^{※2}と引き続き好調に推移するなど市場環境が良好だったことに加え、WiFiレンタルサービスの認知度向上に伴い、個人旅行者やインバウンド需要の取り込みが進んだこと、また、季節変動の少ない法人需要の開拓や、顧客満足度向上につながるサービス施策に取り組んだことで、リピート利用者の積み上げを図れたことが大幅増収につながった。

※1 出入国管理統計をもとに算出。

※2 日本政府観光局(JNTO)統計。

2017年12月期のレンタル件数は前期比44.3%増の165.0万件となり、うち日本からの海外利用(日本→海外)は同46.9%増の130.2万件、日本利用(海外→日本)は同49.8%増の28.5万件、海外進出先での利用者(海外→海外、日本利用を除く)は同5.9%減の6.2万件となった。海外→海外のみ減少したが、これは海外拠点の新設がなかったことや訪日外国人向けの需要が引き続き拡大していることによるもので、利用件数そのものも少なく影響はほとんどない。

ARPU(1回当たりの顧客平均単価)は前期比で8.6%減となったが、これは一部サービス料金の値下げを実施したことに加えて、平均単価の低い個人向けの比率(件数ベース)が前期の49.2%から56.4%に上昇したことが主因となっている。

セグメント利益率は前期の14.5%から15.3%と0.8ポイント上昇した。利益率の改善要因としては、各国通信キャリアからのデータ通信サービスの仕入条件についてボリュームディスカウント等による改善を進めたことに加えて、2017年3月よりクラウド上でSIMを管理するクラウドWiFiサービスを開始し、クラウドWiFiルーターの導入を進めたことや販売効率の向上に向け各種施策に取り組んだことが寄与した。

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、物理的なSIMカードの差し替えが不要になるといった特徴がある。従来は、ユーザーから返却されたWiFiルーターは一度、出荷センターでSIMの容量チェックや差し替えを行う必要があったが、クラウドサービスではこうした作業が不要となり、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た。また、従来は空港カウンター等に返却されたルーターはチェックのため一度、出荷センターまで戻す必要があったが、クラウドWiFiルーターでは、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。

業績動向

クラウドWiFiルーターは既存品と比較して、電池の持ち時間が最大14時間と約2倍長くなっており、ユーザーの利便性向上にもつながっている。端末コストは既存品と同程度のため、出荷オペレーションコストの低減や販売効率の向上によって利益率が高まることになる。2017年12月末時点では出荷したルーターのうち、約50%がクラウドWiFiルーターに切り替わっている(2017年6月末時点では約20%)。同社では償却期間(2年間)が終わった端末から順次、切り替えていく方針となっており、2018年中には大半がクラウドWiFiルーターに切り替わっているものと予想される。ただ、クラウドサービスに対応していない国と地域もあること等の理由で、全てがクラウド対応品に切り替わるわけではない。

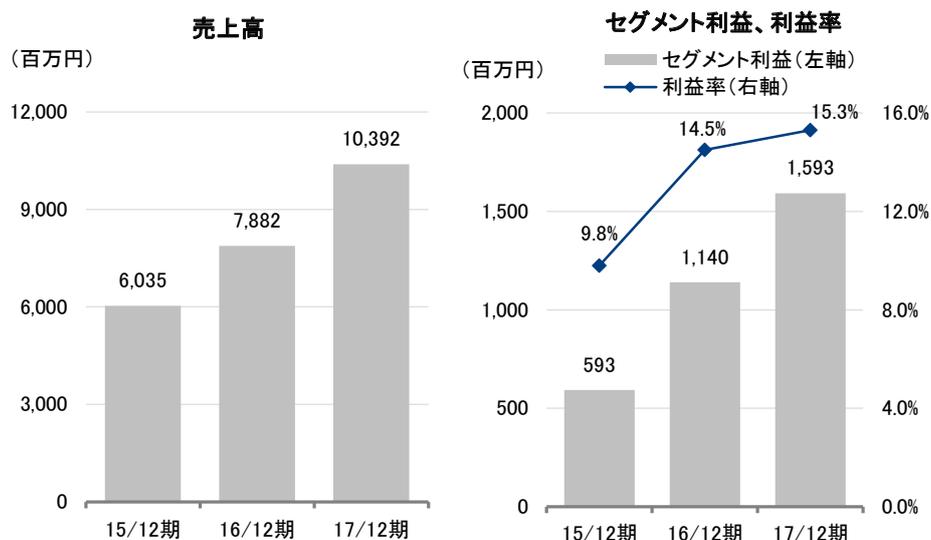
また、販売効率の向上や顧客満足度の向上施策として、AI活用型FAQやチャットシステムを導入し、コールセンターの人員費抑制に取り組んだほか、空港カウンターでの自動受け取りロッカー「スマートピックアップ」の増設(羽田空港や関西国際空港等)や、訪日外国人客向けサービス「NINJA WiFi®」の当日申込みを簡便にするセルフレジKIOSK 端末「スマートエントリー」の増設などを行った。

法人需要の取り込み施策としては、クラウドWiFiに対応したサービス「グローバルWiFi for Biz」※を2017年7月より開始した。SIMをクラウド上で管理できる特徴を生かして、都度のレンタル手続や受取り返却を不要にし、ユーザーが社内で常備できるサービスで、海外出張が頻繁にある法人ユーザーにとっては利便性の高いサービスとなり、2017年12月末で1千件以上の契約件数になっていると見られる。利用に応じた課金モデルとなるが、月額課金収入も伴うため、同社にとっては安定した収益源になる取り組みとして期待される。

※ 実際に利用した日数分のレンタル料金が使用データ容量に応じて課金(670~1,270円/日)。利用には、レンタル料金月額970円が必要。

なお、四半期ベースで見ると当第4四半期(2017年10月-12月)は、売上高で前年同期比27.1%増の2,636百万円、セグメント利益で同8.7%減の224百万円と増収減益となり収益性が低下したように見えるが、これは業績が当初計画を上回って推移したこともあり、2018年12月期以降の更なる成長を見据えた投資を前倒しで実施したことが主因となっており、一時的なものとも見ることができる。

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

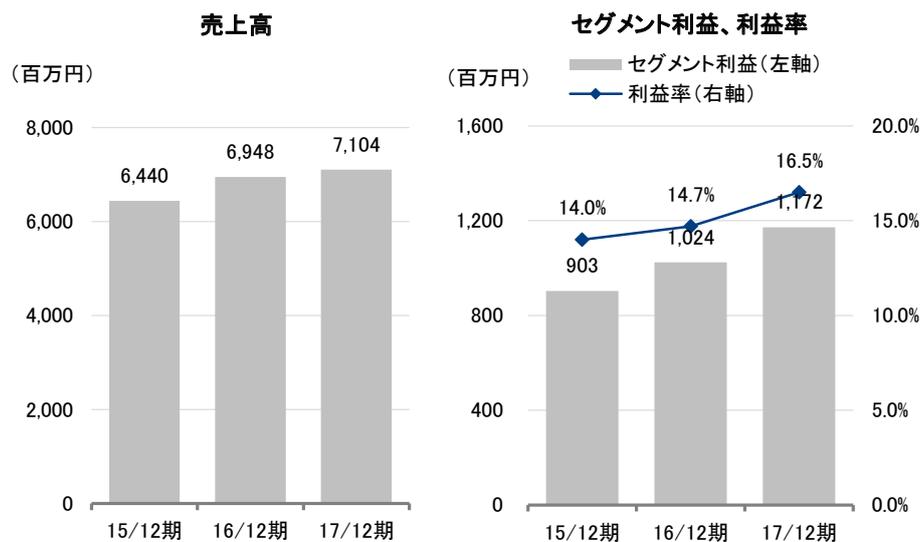
業績動向

(2) 情報通信サービス事業

2017年12月期の売上高は前期比2.2%増の7,104百万円、セグメント利益は同14.4%増の1,172百万円と増収増益となった。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引き続き好調に推移したほか、CRMによる継続取引の積み上げと、アップセル/クロスセル戦略が順調に進んだことにより、セグメント利益率も前期の14.7%から16.5%と1.8ポイント上昇した。商材としては、主力の通信サービス関連に加えて、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伸長した。

なお、四半期ベースで見ると当第4四半期は売上高で前年同期比0.3%減の1,725百万円、セグメント利益で同30.1%増の285百万円となり、売上高で微減収となっている。これは売上単価の大きい携帯電話サービスの比率が低下した影響による。法人向け携帯電話サービスについては、手数料ビジネスではなく端末1台当たりのコストを売上、仕入の両方に計上しているため売上げへの影響が大きくなる。ただ、利益面では他の主要商材と影響度は変わらないため、携帯電話サービスの売上構成比が低下すれば利益率は上昇することになる。

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

財務内容は良好、潤沢な手元キャッシュは新規事業への投資やM&A 資金、自己株式取得などに活用していく意向

3. 財務内容とキャッシュ・フローの状況

2017年12月期末における総資産は前期末比1,548百万円増加の11,483百万円となった。このうち、流動資産は同865百万円増加した。受取手形及び売掛金が256百万円増加したほか、繰延税金資産が21百万円、現預金が14百万円増加した。そのほか570百万円ほど増加したが、このうち約2億円は自己株式取得用の預け金となっており、残りの大半は未出荷分のWiFiルーターの増加※によるものとなっている。また、固定資産は同683百万円増加した。賃貸していたコールセンターの建物を購入したことで建物が142百万円増加したほか、レンタル資産が217百万円、ソフトウェアが167百万円、投資有価証券が97百万円それぞれ増加した。

※ WiFi ルーターに関しては、出荷後はレンタル資産として有形固定資産（2年償却）に計上される。

負債合計は前期末比274百万円増加の2,897百万円となった。このうち、流動負債は294百万円の増加となっている。支払手形及び買掛金が196百万円、未払金が42百万円、未払法人税等が44百万円、賞与引当金が53百万円、それぞれ増加したことによる。また、有利子負債は10百万円減少し、実質無借金経営となっている。一方、純資産は前期末比1,274百万円増加の8,586百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益1,208百万円の計上で利益剰余金が増加したことが主因となっている。

キャッシュ・フローの状況を見ると、2017年12月期末における現金及び現金同等物は前期末比212百万円増加の6,452百万円となった。各キャッシュ・フローについて見ると、営業キャッシュ・フローは1,617百万円のプラスとなった。主な増減要因を見ると、法人税等の支払で531百万円、売上債権の増加で253百万円のマイナス要因があったものの、税金等調整前当期純利益1,754百万円、減価償却費478百万円の計上、仕入債務の増加で192百万円のプラスとなった。一方、投資キャッシュ・フローは1,415百万円のマイナスとなった。主として固定資産の取得で1,252百万円、投資有価証券の取得で152百万円の支出があったことによる。また、財務キャッシュ・フローについては8百万円のマイナスとなった。ストック・オプションの行使20百万円、新株予約権の発行21百万円の収入があった一方で、借入金の返済10百万円、リース債務の返済24百万円、上場関連費用の支出13百万円があったことによる。

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収益が順調に拡大していることもあって、74.6%と引き続き高水準を維持している。また、有利子負債比率も0.0%と実質無借金経営となっており、財務内容は良好な状態と言える。収益性に関して見ると、売上高営業利益率が年々上昇し、2017年12月期は初めて10%台に乗せたほか、ROAやROEについても10%以上を維持しており、高い収益性を維持しながら収益を拡大し続けていることがうかがえる。

既存事業について見ると、大きな設備投資需要がないことから、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。

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 | 増減額 |
|----------------|--------|--------|--------|-------|
| 流動資産 | 7,403 | 8,129 | 8,995 | 865 |
| (現預金) | 5,774 | 6,241 | 6,256 | 14 |
| (売上債権) | 1,144 | 1,228 | 1,485 | 256 |
| 固定資産 | 1,124 | 1,805 | 2,488 | 683 |
| 総資産 | 8,528 | 9,935 | 11,483 | 1,548 |
| 負債合計 | 2,031 | 2,623 | 2,897 | 274 |
| (有利子負債) | 39 | 12 | 2 | -10 |
| 純資産合計 | 6,496 | 7,312 | 8,586 | 1,274 |
| (安全性) | | | | |
| 流動比率 | 366.7% | 312.7% | 310.7% | |
| 自己資本比率 | 76.2% | 73.6% | 74.6% | |
| 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% | |
| ROE (自己資本利益率) | 13.9% | 11.8% | 15.2% | |
| 売上高営業利益率 | 6.4% | 8.7% | 10.2% | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フローの内訳

(単位：百万円)

| | 15/12期 | 16/12期 | 17/12期 |
|------------------|--------|--------|--------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 799 | 1,492 | 1,617 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | -628 | -472 | -1,415 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 3,666 | -37 | -8 |
| 現金及び現金等価物の期末残高 | 5,272 | 6,239 | 6,452 |

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

既存事業の拡大と周辺ビジネスの収益化で差別化を図り、 2018年12月期も2ケタ増収増益を目指す

1. 2018年12月期の業績見通し

2018年12月期の連結業績は、売上高で前期比17.3%増の20,599百万円、営業利益で同25.9%増の2,252百万円、経常利益で同25.6%増の2,254百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同25.8%増の1,520百万円と売上高、利益ともに20%以上の成長を見込んでいる。売上高営業利益率も10.9%と前期からさらに0.7ポイント上昇する見通しだ。2018年12月期は「進化への挑戦」をテーマとして掲げ、既存事業の拡大と周辺ビジネスの収益化で差別化を図り、業界圧倒的 No.1 (生産性、シェア、利益) の実現を目指していく方針を打ち出している。

今後の見通し

2018年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

| | 17/12期 | | 18/12期 | | | | |
|---------------------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | 通期実績 | 対売上比 | 上期計画 | 前年同期比 | 通期計画 | 対売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 17,554 | - | 9,761 | +16.9% | 20,599 | - | +17.3% |
| 売上原価 | 7,393 | 42.1% | - | | 8,496 | 41.2% | +14.9% |
| 販管費 | 8,372 | 47.7% | - | | 9,851 | 47.8% | +17.7% |
| 営業利益 | 1,788 | 10.2% | 989 | +16.3% | 2,252 | 10.9% | +25.9% |
| 経常利益 | 1,795 | 10.2% | 991 | +16.5% | 2,254 | 10.9% | +25.6% |
| 特別損益 | -40 | - | - | - | - | - | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,208 | 6.9% | 667 | +16.7% | 1,520 | 7.4% | +25.8% |
| 1株当たり 当期純利益(円) | 74.30 | | 41.03 | | 93.42 | | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別では、グローバルWiFi事業の売上高が前期比24.6%増の12,951百万円、セグメント利益が同22.2%増の1,946百万円と高成長が続くほか、情報通信サービス事業も売上高が前期比5.6%増の7,504百万円、セグメント利益が同12.5%増の1,319百万円と安定成長が続く見通し。また、旅行関連サービスプラットフォーム事業などの新規事業が含まれるその他の売上高も前期比144.9%増の142百万円と着実に成長し、セグメント損失も11百万円まで縮小すると見込んでいる。

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(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 | 12,951 | +24.6% |
| 情報通信サービス | 6,440 | 6,948 | 7,104 | 7,504 | +5.6% |
| その他 | 9 | 13 | 58 | 142 | +144.9% |
| 合計 | 12,485 | 14,843 | 17,554 | 20,599 | +17.3% |
| セグメント別営業利益 | | | | | |
| グローバルWiFi | 593 | 1,140 | 1,593 | 1,946 | +22.2% |
| 情報通信サービス | 903 | 1,024 | 1,172 | 1,319 | +12.5% |
| その他 | -11 | -54 | -102 | -11 | - |
| 調整額 | -680 | -820 | -874 | -1,002 | - |
| 合計 | 804 | 1,290 | 1,788 | 2,252 | +25.9% |
| セグメント別営業利益率(%) | | | | | |
| グローバルWiFi | 9.8% | 14.5% | 15.3% | 15.0% | |
| 情報通信サービス | 14.0% | 14.7% | 16.5% | 17.6% | |
| その他 | - | - | - | - | |
| 合計 | 6.4% | 8.7% | 10.2% | 10.9% | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

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 事業に関しては、法人・個人ともに海外渡航者向けの利用件数拡大、及び増加傾向が続く訪日外国人向けの需要取り込みにより利用件数の拡大を図ると同時に、オペレーション効率の改善や収益性向上施策などに継続的に取り組んでいくことで、収益性を維持しながら高成長を継続していく方針となっている。

利用件数の拡大施策としては、販売チャネルの拡大と顧客サービスの向上によるリピート率の維持向上に取り組んでいく。販売チャネルの拡大では、2018 年 1 月よりエポラブルアジア <6191> 向けに OEM 提供を開始した。これまでも、クレジット会社の会員サービスの 1 つとしてサービス提供や、航空会社や他企業の顧客への優遇提供等を実施してきている。今後も自社のチャネル以外でもこうした外部チャネルを活用して、顧客数の拡大を図っていく。また、法人向けサービスでは引き続き「グローバル WiFi for Biz」の拡販を推進していくほか、Web プロモーション施策によって海外の法人需要も掘り起こしていく計画となっている。

顧客サービスの向上施策としては、「スマートピックアップ」や「スマートエントリー」などの増設を進め、利便性の向上を図っていく。顧客サポート体制で他社との差別化を図ることで、リピート率も上昇すると考えられ、利用件数の拡大につながっていくものと予想される。

サービス料金では競合先や大手携帯キャリアとの競争激化が進むと予想されるため、ARPU で前期比数 % の低下を想定している。同事業セグメントの利益率を 15.0% と前期比で若干低下すると見ているのもそのためだ。ただ、前期と同様、仕入条件の見直しによる原価低減が進む可能性があるほか、クラウド WiFi ルーターの比率上昇による出荷オペレーションコストの更なる低減やチャットボット導入によるコールセンターの人件費抑制等も進むと予想され、会社計画はやや保守的と弊社では考えている。佐賀のコールセンターの人件費は、2017 年 12 月期に前期比若干増でとどまったが、今期も若干増にとどまる見通しとなっている。2018 年夏以降に AI を活用したチャットボットを導入し、オペレーターの増員を抑制する。

(2) 情報通信サービス事業

情報通信サービス事業では、顧客流入チャネルの拡大を目的に 2017 年 10 月に企業総合支援サイト「ビマケ」をオープンしており、同サイトからの新規顧客獲得、並びに既存顧客のアップセル / クロスセルの取り組みを推進していく。

同事業は、顧客企業の成長ステージに合わせて最適なソリューションを提供していくことで、顧客当たり売上高を積み上げていくストック型のビジネスモデルとなっている。同社の高生産性モデルである「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)」を強みとして、2018 年 12 月期も安定成長が続く見通しだ。

(3) 顧客基盤を活用した新ビジネス

また、既存事業における顧客基盤を活用した新事業についても注力していく。グローバル WiFi 事業においては Wi-Fi ルーター利用者向けのお役立ちサービス (ウェアラブル翻訳デバイス、各種レンタルサービス、予約受付サービス等)、あるいは利用者をターゲットとした広告メディアサービス等の旅行関連サービスプラットフォーム事業を強化していく。

今後の見通し

同社のサービスを利用する旅行者数は2017年の実績で約269万人、宿泊数で1,883万泊となっており、1回の旅行で約7日間滞在していることになる。この旅行期間において生じる困りごとや役立つ情報・サービスなどを提供していくことで収益化を図っていく。



出所：決算説明資料より掲載

現時点では広告メディアサービスが費用対効果の高いプロモーション施策として顧客企業からも高く評価されており、受注件数が増加している。ターゲット顧客の旅マエ/旅ナカ/旅アトと各ポイントで最適なプロモーション施策を提供できることが強みとなっている。旅マエではメールや動画配信、Wi-Fi ルーターを送付する際にチラシを同梱するなどでき、旅ナカではメールや動画配信に加えて、空港でのフリーペーパーやサンプルの手渡しなど、旅アトでは旅行後のフォローアップメール、あるいはアンケート実施による顧客分析などが可能となる。まだ売上規模が小さいため、業績への影響は軽微だが2019年12月期以降は黒字化するものと予想される。

一方、情報通信サービス事業では新たに自社開発した業務支援ソフトの外販を既存顧客向け中心に開始する。ワークフローやSFAなど自社で活用するために、ベトナムの子会社で開発したソフトとなるが、試験販売した顧客からの評価も高かったことから本格的に販売を開始することにした。SFAに関しては営業マンの位置情報を30分ごとに把握できるため、新規顧客開拓の際には効率的な訪問活動が可能となっている。

その他、全社的な収益性向上施策として、AI、RPA、IoTの積極的活用等による生産性向上にも取り組んでいく方針となっている。

旅行関連サービスプラットフォームを新たな収益柱として育成し、成長を加速化していく方針

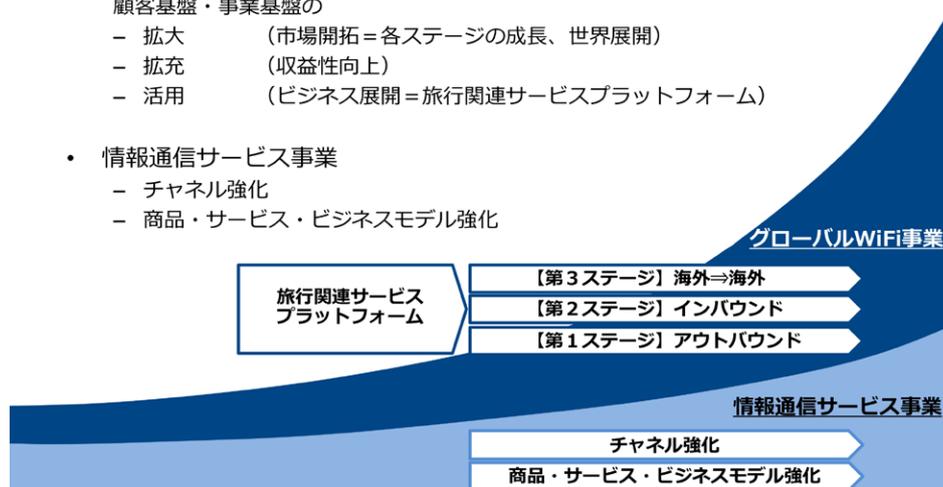
3. 今後の成長戦略について

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する」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することにより、持続的な成長を目指している。特に、グローバルWiFi事業においては、Wi-Fiルーターのレンタルサービスの高成長が当面続きそうなほか、その顧客基盤を活用した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、中期的な利益成長を加速化していく戦略となっている。

中期的な利益成長イメージ

セグメント毎の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

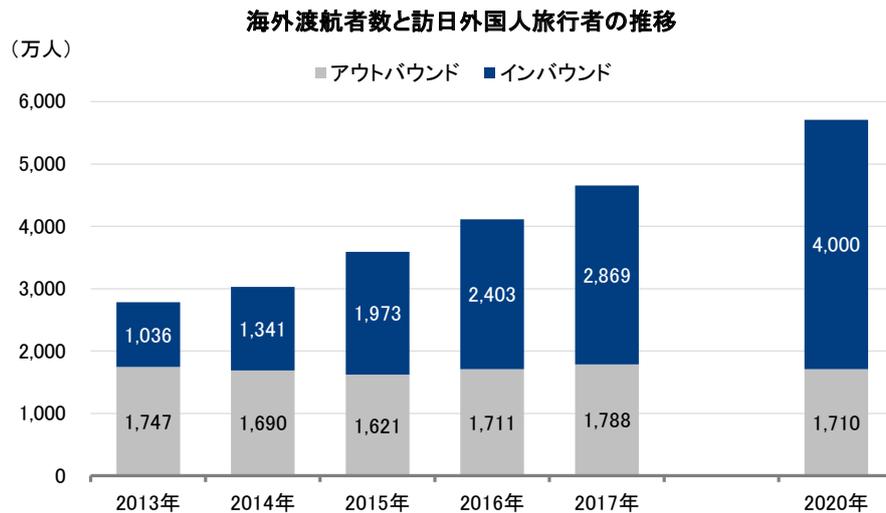
グローバルWiFi事業では、市場を第1ステージ：アウトバウンド（日本から海外へ渡航する人）の展開、第2ステージ：インバウンド（海外から日本へ渡航する人）の展開、第3ステージ：海外から海外へ渡航する人の展開、の3つのステージに区分し、各ステージに応じたサービス展開を進め事業規模を拡大していく考えだ。

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年間1,700万人程度で今後も安定的に推移していく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である訪日外国人旅行者数は2017年で2,800万人を超え、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。最後に、第3ステージであ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。

今後の見通し

同社の顧客平均単価をもとに算出した各ステージにおける2017年時点での潜在市場規模は、第1ステージで約1,251億円、第2ステージで約2,008億円、第3ステージで約9兆円超となっており、現在主力のアウトバウンド市場だけでみても依然、成長余地は大きいと言える。2017年のグローバルWiFi事業のうち、アウトバウンド全体に占めるサービス利用率は11.7%と年々上昇傾向にある。市場シェアが約5割としてWiFiレンタルサービス全体の普及率はまだ全体の2割強にとどまっており、こうした観点からも成長余地は大きいと言える。

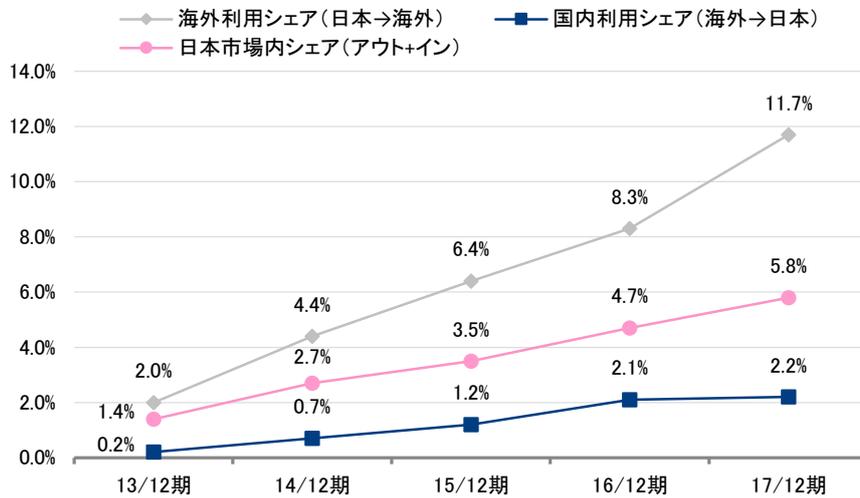
また、インバウンド需要に対する利用率は2017年で2.2%にとどまっている。同社では、タッチポイントや「スマートエントリー」の増設など利便性の向上を図ることで顧客獲得を目指していく戦略だ。一方、第3ステージに関しては、既存進出先である韓国、台湾、米国等で現地需要の取り込みを進めていく方針となっている。最大市場である中国市場に関しては価格競争が激しく、採算性の面から同社は参入を見送っている。また、欧米市場についてはWiFiルーターをレンタルする文化がまだ根付いておらず、競合事業者もほとんどないため、当面はWebプロモーション施策によって需要の掘り起こしを進めていく方針となっている。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

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

一方、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、安定成長を目指す方針となっている。同社の主要ターゲットとなるスタートアップ、ベンチャー企業は政策による追い風もあって今後も年間で10万件を超える企業が新設されていくものと予想され、同社にとってはこれら新規顧客を確実に取り込むことによって、事業を拡大していく戦略となる。

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、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。

自己株式取得に関しては2017年8月に発表している。取得期間は2018年8月16日までで、取得株数の上限は21.7万株（発行済株数の1.3%）、取得金額の上限は5億円としている。2018年1月末時点で700株を1.6百万円で取得しており、今後も株価状況を勘案しながら自己株式の取得を進めていくものと思われる。

また、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月末の株主に対して保有株数に応じて、海外用WiFi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はオプション料金として「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 (申込有効期間：到着日から翌年8月末まで) | 3,000円分2枚 (申込有効期間：到着日から翌年3月末まで) |
| 300株以上 | | 3,000円分3枚 |

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