

|| 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 >>>](#)

2017 年 12 月 19 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. 2018年3月期第2四半期は、上期最高益を達成	01
2. 2018年3月期は7期連続営業増益、過去最高益更新を見込む	01
3. 株主還元にも積極的。2018年3月期の予想配当性向は44.7%	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
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	04
2. 同社の強み、特色	06
3. 事業等のリスク	06
■ 業績動向	07
1. 2018年3月期第2四半期の業績概要	07
2. 四半期毎の推移	08
3. セグメント別状況	09
4. 財務状況	11
5. キャッシュ・フローの状況	12
■ 今後の見通し	13
1. 2018年3月期の業績見通し	13
2. 中期目標（営業利益100億円）達成に向けての施策	14
■ 株主還元策	15

■ 要約

伊藤忠商事系の大手携帯電話販売代理店、NTT ドコモ系で No.1。 2018年3月期は増益予想、営業利益は100億円乗せへ

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ソリューション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同社独自の製品・商品、IoT ソリューションの提供も手掛けている。

1. 2018年3月期第2四半期は、上期最高益を達成

2018年3月期第2四半期の業績は、売上高が前年同期比3.3%減の116,302百万円、営業利益が同17.9%増の4,434百万円、経常利益が同17.7%増の4,480百万円、四半期純利益が同18.6%増の2,945百万円と減収増益となった。販売台数は堅調に推移したが、低価格機種の商品構成比率上昇により減収となった。しかし、一部の端末価格の見直し、法人向けソリューションサービスの販売好調により営業増益を達成した。店舗改装や法人向けモバイルヘルプデスクの増強など設備や人材への投資を継続した。

2. 2018年3月期は7期連続営業増益、過去最高益更新を見込む

進行中の2018年3月期の業績は、売上高が前期比2.9%減の252,500百万円と減収予想ながら、営業利益は同0.2%増の10,000百万円、経常利益は同0.5%増の10,100百万円、当期純利益は同0.5%増の6,500百万円と予想されており、期初予想から変更はない。上期の実績から判断すると、この予想は保守的であり上方修正される可能性があると思われる。

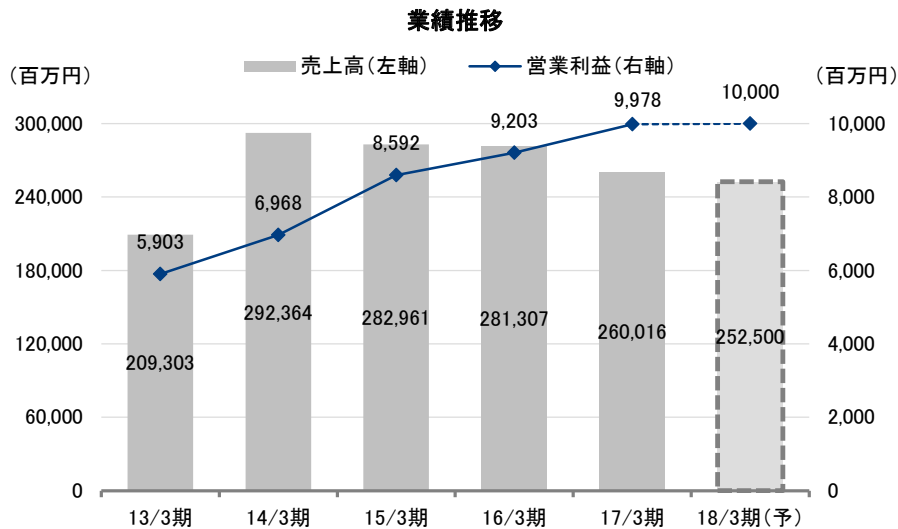
3. 株主還元にも積極的。2018年3月期の予想配当性向は44.7%

また同社は、配当性向40%を目処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、2017年3月期には年間配当を56円(前期48円)へ増配し、さらに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65円(予想配当性向44.7%)、5期連続の増配を予定している。さらに保有する自己株式11,185,062株(発行済株式総数の20%)を2017年7月にすべて売却した。このような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 ドコモ系で No.1
- ・ 2018年3月期は7期連続営業増益予想、営業利益は100億円乗せへ
- ・ 株主還元も積極的：2018年3月期の予想配当性向は44.7%、20%の自己株式売却を実施済み

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 ドコモ系で 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ソリューションサービスの提供や、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、顧客が「また来たくなる」魅力あるキャリア認定ショップの実現を目指し、付加価値の高いショップづくりを推進する。2017年3月期の総販売台数は267万台で、キャリア認定ショップの運営店舗数は421店舗(2017年3月末)となっている。

コネクシオ | 2017年12月19日(火)
 9422 東証1部 | <https://www.conexio.co.jp/ir/>

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。

沿革表

概要	
1997年 8月	東京都港区北青山に伊藤忠商事（株）の業務受託会社としてアイ・ティー・シーネットワーク株式会社を設立
1997年10月	同社全額出資子会社として東海ネットワーク（株）を設立
1999年11月	本社を東京都新宿区上落合に移転
2000年10月	首都圏の物流拠点を集約
2002年 4月	伊藤忠商事（株）より一次代理店としての地位を承継
2002年 5月	本社を東京都目黒区上目黒に移転
2002年 5月	同社全額出資子会社としてアイ・ティー・シーネットワークサービス（株）を設立
2002年 7月	東海ネットワーク（株）を吸収合併により統合
2004年 8月	モバイル流通・販売業界初の「ISMS 適合性評価制度 Ver.2.0」認証を取得
2005年 2月	本社を東京都渋谷区恵比寿に移転
2006年 3月	東京証券取引所市場第2部へ株式を上場
2006年 7月	アイ・ティー・シーネットワークサービス（株）を吸収合併により統合
2006年 8月	（株）イドムコココミュニケーションズを全額出資子会社化
2007年 4月	（株）イドムコココミュニケーションズを吸収合併により統合
2007年12月	東京証券取引所市場第1部銘柄に指定
2008年 7月	同社全額出資子会社であるITCモバイル（株）が、（株）日立モバイルの移動体通信事業を会社分割により承継
2008年 7月	ITCモバイル（株）を吸収合併により統合
2012年10月	パナソニックテレコム（株）を吸収合併により統合
2013年10月	社名をコネクシオ株式会社へ変更
2014年 7月	本社を東京都新宿区西新宿に移転
2014年12月	一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会の設立に参画し、副会長幹事会社となる

出所：ホームページよりフィスコ作成

■ 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。2018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 92.0%（調整前セグメント利益構成比 85.4%）、法人事業 8.0%（同 14.6%）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。

(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）」※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。2018年3月期第2四半期における商品売上高は78,019百万円（コンシューマ事業売上高に占めるウエイト72.9%）、手数料収入28,946百万円（同27.1%）。

※ 天気/運勢/検索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

a) キャリア認定ショップ

2017年9月末における運営店舗数は全国で426店舗※、そのうち278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367店舗（直営239店舗、運営128店舗）、au（KDDI<9433>）は47店舗（直営27店舗、運営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）7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148店舗を含む。

同社では顧客から「また来たくなる」魅力あるキャリア認定ショップを実現することを目指しており、直近では積極的な店舗の移転や改装によるリニューアルを行っており、付加価値の高いショップづくりを推進している。加えて、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、シニア層向けスマートフォン教室の開催など、店舗ごとに様々な施策を展開している。なお、2018年3月期第2四半期のキャリア認定ショップでの販売台数は101.3万台（全社販売台数に占めるシェア81.0%）であった。

事業概要

b) 大手カメラ／家電量販店

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、2018年3月期第2四半期の大手カメラ／家電量販店における販売台数は18.6万台（全社販売台数に占めるシェア14.9%）。

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。

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、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及び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。2018年3月期第2四半期における商品売上高は3,002百万円（法人事業売上高に占めるウエイト32.2%）、手数料収入3,821百万円（同40.9%）、プリペイドカード情報2,512百万円（同26.9%）。なお、2017年3月期第2四半期の法人事業における販売台数は5.2万台（全販売台数に占めるシェア4.2%）。

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、スマートフォンの運用管理業務受託サービス（初期設定代行、ヘルプデスク等のBPOサービス）を提供するマネージドサービスのほか、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24時間365日体制で、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提供するヘルプデスクサービス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。同サービスのコールセンターはオペレーター数で150規模体制となっている。

b) プリペイドカード販売

全国のファミリーマート<8028>を始め、複数のコンビニチェーン（スリーエフ<7544>、ポプラ<7601>）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サービス会社に対して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（オイシックスドット大地<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。

事業概要

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。直近では、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。

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。

(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賞している。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、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 9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）

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、総務省は2017年1月に「モバイルサービスの提供条件・端末に関するガイドライン」を策定したほか、「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」を改正している。

事業概要

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。ちなみに、2017年3月期における売上高に占める手数料収入の割合は27.9%（2016年3月期26.1%）。また、手数料収入に占める NTT ドコモの割合は76.7%（同76.2%）、商品仕入高に占めるドコモの割合は89.6%（同90.2%）となっている。

さらに、近年見られる MVNO による格安スマートフォンの出現、普及が、同社の販売台数に影響を与える可能性があることもリスクとして挙げることができる。加えて、スマートフォンやタブレット等の機能の高度化に加えて、通信キャリアがポイントサービスの強化や電気・保険など通信サービス以外のサービスの提供も取り組み始めたことから、ショップにおいて高度な対応が求められるようになっており、人材の確保が難しくなってきたこともリスクとなっている。

業績動向

低価格機種構成比アップで減収となるも、収益性改善で営業利益は増益を確保

1. 2018年3月期第2四半期の業績概要

2018年3月期第2四半期の業績は、売上高が前年同期比3.3%減の116,302百万円、営業利益が同17.9%増の4,434百万円、経常利益が同17.7%増の4,480百万円、四半期純利益が同18.6%増の2,945百万円と減収増益となった。

2018年3月期第2四半期累計業績の概要

（単位：百万円）

	17/3期2Q累計		18/3期2Q累計		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）	122.2	-	125.1	-	2.9	2.4%
売上高	120,235	100.0%	116,302	100.0%	-3,933	-3.3%
売上総利益	22,285	18.5%	23,966	20.6%	1,681	7.5%
販管費	18,522	15.4%	19,532	16.8%	1,010	5.5%
営業利益	3,762	3.1%	4,434	3.8%	672	17.9%
経常利益	3,808	3.2%	4,480	3.9%	672	17.7%
四半期純利益	2,483	2.1%	2,945	2.5%	462	18.6%
EBITDA	4,879	4.1%	5,580	4.8%	701	14.4%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

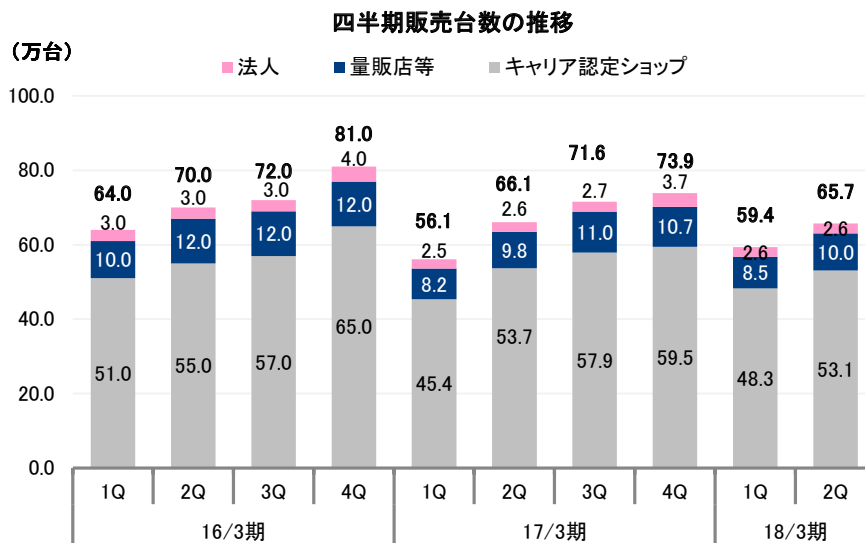
従来型の携帯電話（いわゆるガラケー）からスマートフォンへの乗換えを積極的に推進したことなどから販売台数は前年同期の122.2万台から125.1万台へ2.4%増加した。しかし、低価格機種種の構成比が上昇したことにより売上高は116,302百万円（前年同期比3.3%減）と減収となった。

しかし、一部の端末価格の見直しを行ったこと、法人向けソリューションサービスの販売が好調だったことなどから、売上総利益率は前年同期比2.1ポイント上昇の20.6%となり、売上総利益も同7.5%増の23,966百万円と増益を確保した。一方、店舗改装や法人向けモバイルデスクなどへの設備投資や人員を強化したことから、販管費は、同5.5%増の19,532百万円となり、販管費率も16.8%と前年同期比1.4ポイント上昇したが、ほぼ予算の範囲内であった。この結果、営業利益率は3.8%と同0.7ポイント改善し、営業利益は4,434百万円（同17.9%増）と増益を確保した。

2. 四半期毎の推移

(1) 販売台数の推移

2018年3月期第2四半期単独の販売台数は、65.7万台（前年同期比0.7%減）とほぼ横ばいとなった。2017年3月期は、2016年3月期に実質購入価格上昇前の駆け込み需要があったことから、その反動で販売台数は全四半期で前年同期比マイナスであったが、マイナス傾向は止まったと言えそうだ。

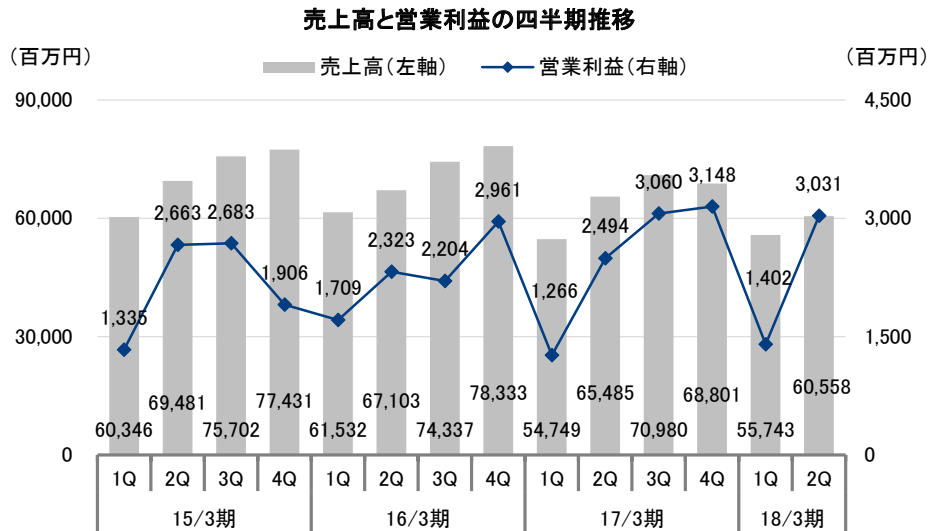


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) 売上高と営業利益の推移

一方、売上高と営業利益の推移は低価格品の構成比率上昇によって売上高は前年同期比では減収となったが、収益性の改善により営業利益は前年同期比で増益となった。第2四半期として過去最高の営業利益(3,031百万円)を更新した。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. セグメント別状況

各セグメントの状況は以下のようであった。

セグメント別業績

(単位：百万円)

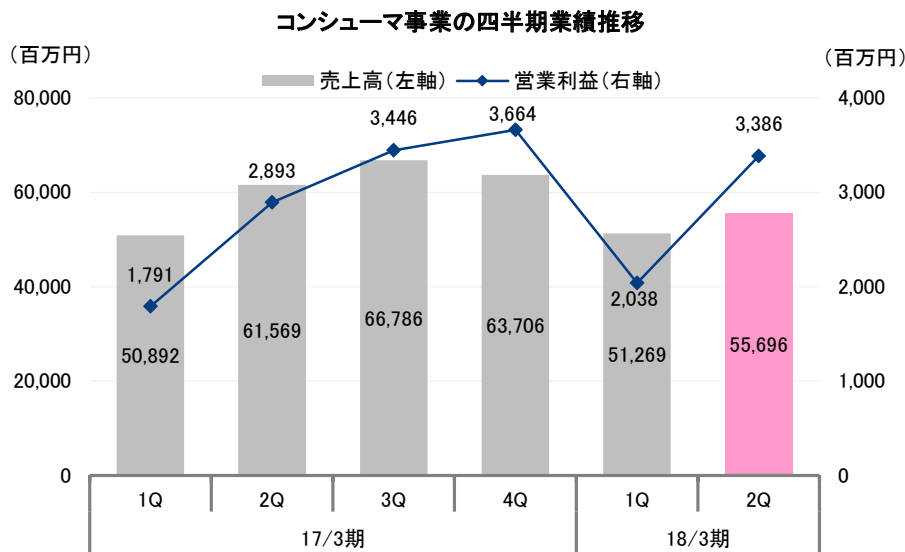
	17/3 期 2Q 累計		18/3 期 2Q 累計		前年同期比	
	実績	構成比	実績	構成比	金額	率
売上高	120,235	100.0%	116,302	100.0%	-3,933	-3.3%
コンシューマ事業	112,461	93.5%	106,966	92.0%	-5,495	-4.9%
商品売上高	84,716	70.5%	78,019	67.1%	-6,697	-7.9%
手数料収入	27,745	23.1%	28,946	24.9%	1,201	4.3%
法人事業	7,773	6.5%	9,336	8.0%	1,563	20.1%
商品売上高	2,204	1.8%	3,002	2.6%	798	36.2%
手数料収入	3,365	2.8%	3,821	3.3%	456	13.5%
プリペイドカード情報	2,203	1.8%	2,512	2.2%	309	14.0%
営業利益	3,762	100.0%	4,434	100.0%	672	17.9%
コンシューマ事業	4,684	-	5,425	-	741	15.8%
法人事業	868	-	928	-	60	6.9%
(内部消去)	-1,790	-	-1,919	-	-129	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(1) コンシューマ事業

売上高は前年同期比 4.9% 減の 106,966 百万円となった。内訳では、商品売上高は低価格品の構成比率アップ等により同 7.9% 減の 78,019 百万円となったが手数料収入は同 4.3% 増の 28,946 百万円となった。その一方で、タブレットや光回線の販売強化、従来型の携帯電話からスマートフォンへの買替え促進、「スマホ教室」開催などによる顧客満足度の向上等の営業努力によって顧客 1 人当たりの収益が向上し、結果として営業利益率が改善し、セグメント営業利益は前期比 15.8% 増の 5,425 百万円となった。

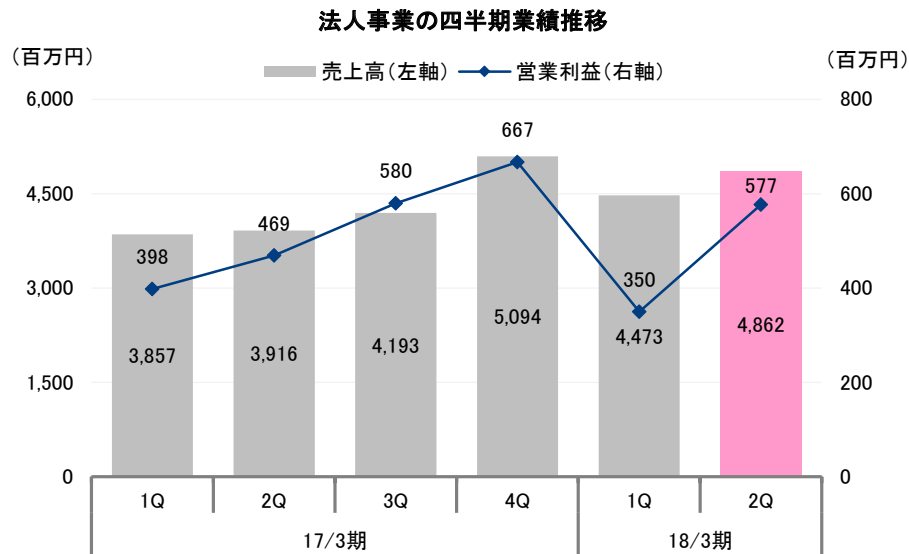


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) 法人事業

売上高は前年同期比 20.1% 増の 9,336 百万円となった。内訳では、商品売上高が同 36.2% 増の 3,002 百万円、手数料収入が同 13.5% 増の 3,821 百万円、プリペイドカード情報が同 14.0% 増の 2,512 百万円となった。企業のスマートフォン導入が広がり始め、モバイルヘルプデスクやキitting等の法人向けソリューションサービスの獲得が伸長したことなどから全体の収益性が改善し、営業利益は同 6.9% 増の 928 百万円となった。

業績動向



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

4. 財務状況

貸借対照表

(単位：百万円)

	17/3 期末	18/3 期 2Q 末	増減額
現金及び預金	4,879	6,036	1,157
受取手形及び売掛金	45,343	38,655	-6,688
未収入金	13,325	10,729	-2,596
流動資産計	74,275	64,678	-9,596
有形固定資産	4,170	4,300	130
無形固定資産	12,472	12,077	-395
投資その他の資産	4,335	4,456	121
固定資産計	20,978	20,834	-144
資産合計	95,254	85,513	-9,740
買掛金	24,280	15,164	-9,115
未払代理店手数料	8,395	8,788	393
未払金	11,558	9,281	-2,277
流動負債計	54,322	42,810	-11,512
退職給付引当金	4,554	4,777	222
固定負債計	6,914	7,044	130
負債合計	61,237	49,855	-11,382
純資産合計	34,016	35,658	1,641
負債・純資産合計	95,254	85,513	-9,740

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2018年3月期第2四半期末の総資産は85,513百万円となり前期末比9,740百万円減少した。流動資産は同9,596百万円減少したが、主に受取手形及び売掛金の減少6,688百万円、未収入金の減少2,596百万円、商品及び製品の減少1,662百万円などによる。一方、固定資産は同144百万円減少したが、主にキャリアショップ運営権の減少333百万円等による。

負債合計は前期末比11,382百万円減の49,885百万円となった。流動負債は前期末比11,512百万円減少したが、主に買掛金の減少9,115百万円、未払金の減少2,277百万円などによる。固定負債は前期末比130百万円増加したが、主に退職給付引当金の増加222百万円等による。なお、2017年3月期に短期借入金の返済により有利子負債はゼロとなっている。

純資産は前期末比1,641百万円増の35,658百万円となったが、主に四半期純利益の計上による利益剰余金の増加1,603百万円などによる。

5. 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)

	17/3期2Q累計	18/3期2Q累計
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,825	3,598
税引前四半期純利益	3,767	4,425
仕入債務の増減額 (- 減少)	-7,796	-8,723
売上債権の増減額 (- 増加)	9,576	6,689
投資活動によるキャッシュ・フロー	-997	-1,028
財務活動によるキャッシュ・フロー	-3,640	-1,342
現金及び現金同等物の増減額	187	1,227
現金及び現金同等物の期末残高	3,276	6,241

出所: 決算短信よりフィスコ作成

2018年3月期第2四半期の営業キャッシュ・フローは、3,598百万円の収入となった。主な収入は税引前四半期純利益4,425百万円、減価償却費1,002百万円、売上債権の減少6,689百万円などで、一方で主な支出は、仕入債務の減少8,723百万円等であった。投資キャッシュ・フローは、主に有形固定資産の取得による支出667百万円などにより1,028百万円の支出となった。また、財務キャッシュ・フローは、配当金の支払いによる支出により、1,342百万円の支出となった。

この結果、同期間のキャッシュ・フローは1,227百万円の収入となり、期末の資金残高は6,241百万円となった。

■ 今後の見通し

中期目標（営業利益 100 億円）の達成が射程圏内

1. 2018年3月期の業績見通し

2018年3月期通期の連結業績は、販売台数は引き続き減少が予想され260万台（前期比2.9%減）、売上高で前期比2.9%減の252,500百万円、営業利益で同0.2%増の10,000百万円、経常利益で同0.5%増の10,100百万円、当期純利益で同0.5%増の6,500百万円と減収微増益の見通しで、これは期初予想から変更はない。

2018年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	17/3期		18/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	金額 / 台数	率
販売台数 (万台)	267.7	-	260.0	-	-7.7	-2.9%
売上高	260,016	100.0%	252,500	100.0	-7,516	-2.9%
営業利益	9,978	3.3%	10,000	4.0	22	0.2%
経常利益	10,046	3.3%	10,100	4.0	54	0.5%
当期純利益	6,469	2.2%	6,500	2.6	31	0.5%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

既存事業では引き続き販売台数の減少が見込まれるが、販売単価の上昇（利益率の改善）により増益を確保、また法人向けソリューションサービスの拡販でも増益を見込む。さらに新たな収益軸の構築（新たな小売事業展開、IoTソリューションの拡販）でも利益増を目指す。その一方で、次のステップに向けた先行投資（主に法人向けソリューションサービスや新たな収益軸の構築）を行うこと、さらに働き方改革による人件費増が見込まれることから営業利益は微増が予想されている。上期の実績から考えると、控え目な予想であり上方修正される可能性があると思われる。

将来に向けた「成長の足掛かり」の施策を継続

2. 中期目標（営業利益 100 億円）達成に向けての施策

同社では中期経営計画の目標として 2018 年 3 月期に営業利益 100 億円を掲げてきたが、その目標達成が射程圏内に入ってきた。同時に、今後の事業環境の変化に備え、2018 年 3 月期を将来に向けた「成長の足掛かりの年」と位置付け、以下のような施策・先行投資を積極的に行う方針だ。

(1) 環境変化に対応した利益の追求

a) コンシューマ事業

「また来たくなる」魅力あるショップ実現のためにショップオペレーション品質の高位平準化を目指す。具体的な施策としては、「スマホ教室」の開催を通じた顧客満足度の向上、ショップオペレーションの改善及び店舗改装を進める。

b) 法人事業

企業のスマートフォン活用範囲の拡大を支援するために、法人向けソリューションサービスを積極展開する。具体的な施策としては、モバイルヘルプデスクの継続的な顧客開拓、パートナー企業との連携強化などを進める。

(2) 新たな収益源の構築

以下のような施策を実行していく方針だ。

- a) スマートフォン向けポータルサイト「nexi」をリニューアルし、キャリア認定ショップの来店予約機能やより魅力的なサービスを加えた「nexi plus」を 2017 年 4 月 1 日よりスタートさせた。
- b) 新たな小売事業の展開を加速し、戦略的な売場の獲得を行う。
- c) 実証実験を重ねている IoT ゲートウェイは着実に量産受注に結び付ける。

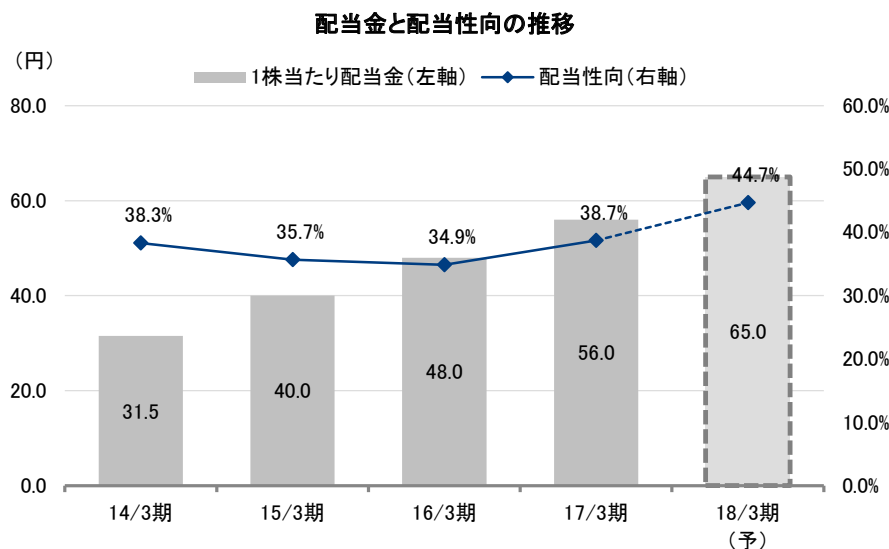
(2) 人材の確保、統制の強化

引き続き、従業員の定着率向上・人材採用の強化、人材の育成、統制強化を推し進める。

株主還元策

2018年3月期予想配当性向は44.7%、 20%の自己株式消却を実施済み

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、2017年3月期の年間配当を期初予想より4円増配の56円（前期比8円増）とした。進行中の2018年3月期は、設立20周年記念配当5円を期末に実施することを予定し、年間配当を65円（同9円増）とすると発表している。これにより、5期連続の増配となり、予想配当性向は44.7%に達する見込みだ。



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、2017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