

コネクシオ

9422 東証 1 部

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

2016 年 3 月 7 日 (月)

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
森本 展正

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 伊藤忠商事系の携帯電話販売会社。NTT ドコモ No.1 代理店の強みを生かし安定成長を続ける

コネクシオ <9422> は、伊藤忠商事 <8001> 系の大手携帯販売会社で、ティーガイア <3738>、ITX(株)とともに携帯電話販売代理店業界 3 強の一角を形成。携帯電話の端末販売にとどまらず、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提供やコンビニでのプリペイドカードの販売など幅広い事業を展開する。積極的な M&A を展開し、全国へ事業基盤を拡大。足元の総販売台数は 300 万台規模で業界第 2 位、また、ドコモショップの運営店舗数は 371 店舗を数え、店舗数、東名阪販売台数及び全国販売台数ともに NTT ドコモ <9437>No.1 代理店の地位を不動のものにしている。

1 月 29 日に発表された 2016 年 3 月期第 3 四半期累計 (2015 年 4 月 - 12 月) 業績は、売上高が 202,974 百万円 (前年同期比 1.2% 減)、営業利益は 6,240 百万円 (同 6.6% 減)、四半期純利益は 3,927 百万円 (同 4.1% 減) となった。アクセサリやコンテンツの販売、及びコスト削減効果がプラス要因として働いたものの、販売台数の減少や通信キャリアからの手数料の減少があったことが主要因。なお、会社計画 (売上高 285,000 百万円、営業利益 8,150 百万円) に対する売上高の進捗率は 71.2%、営業利益の進捗率は 76.6% であった。

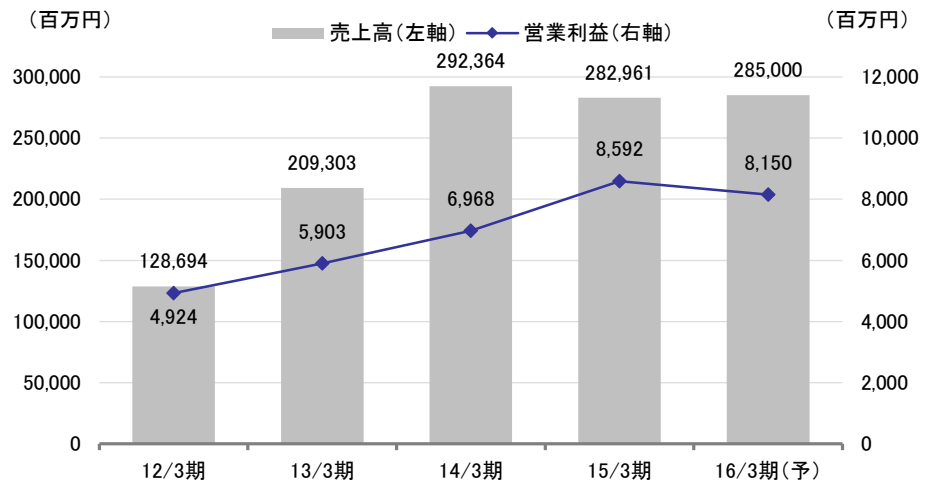
2016 年 3 月期は、同社では第 3 四半期業績がおおむね計画どおりに進捗していると判断し、会社計画を据え置いた。弊社では、第 3 四半期までの販売状況を踏まえると、年間の販売台数目標 300 万台の達成は厳しく、売上高の達成はややハードルが高いと考える。しかし、1) 携帯電話の需要期である 3 月を控えている、2) 昨年「今年 2 月以降携帯端末『実質 0 円』禁止」と報道されたことを受けた駆け込み需要により 1 月の販売が好調に推移した、3) 今年 2 月以降、買替ユーザー向けの端末価格が下がっていることにより、買替ユーザーに動きが見られるようになっている、などを考慮すると、利益に関しては順調に進捗していると見ている。

株主還元策としては、配当性向 40% をめどとして、安定配当を継続することを基本方針として公表している。この方針に基づいて 2016 年 3 月期の配当金は、1 株当たり前期比 5 円の増配となる 45 円 (中間 22.5 円、期末予想 22.5 円、配当性向は 40.0%) と、3 期連続の増配を予定している。

■ Check Point

- ・16/3 期 3Q 累計携帯販売台数は 207 万台と微減 (前年同期比 6 万台減) だが、キャリア認定ショップの販売台数は 163 万台 (同 1 万台増) へ増加
- ・通期会社計画 (営業利益 8,150 百万円) に対する営業利益の進捗率は 76.6% と順調
- ・16/3 期は 3 期連続の増配予定

業績推移



出所：同社決算短信をもとに FISCO 作成

■ 会社の概要・沿革

伊藤忠商事系の携帯電話販売会社。積極的な M&A を展開し業界 3 強の一角を形成

(1) 会社の概要

伊藤忠商事系の携帯電話販売会社大手で、ティーガイア、ITX とともに携帯電話販売代理店業界 3 強の一角を形成する。手掛ける事業は、携帯電話の卸売・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、コンビニで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」という企業理念のもと、「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、顧客から「来店したいと思われる」キャリア認定ショップになることを目指した店舗戦略を展開している。足元の総販売台数は 300 万台規模で業界第 2 位、また、ドコモショップの運営店舗数は 371 店舗を数え NTT ドコモ No.1 代理店の地位を不動のものにしている。

(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 1 次代理店としての地位を承継^{※1}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 (2007 年 12 月に市場第 1 部へ指定替え)。

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。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) の移動体通信販売事業を同社の 100% 出資子会社 ITC モバイル (株) が譲受した上で、ITC モバイル (株) を吸収合併。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^{※2}へ変更している。

※1 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。

※2 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、「同社が、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。



コネクシオ

9422 東証 1 部

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

2016 年 3 月 7 日 (月)

沿革

概要	
1997年 8月	東京都港区北青山に伊藤忠商事株式会社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式会社を設立
1999年11月	本社を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	伊藤忠商事株式会社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式会社を設立
2002年 7月	東海ネットワーク株式会社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二部へ株式を上場
2006年 7月	アイ・ティー・シーネットワークサービス株式会社を吸収合併により統合
2006年 8月	株式会社イトムコミュニケーションズを全額出資子会社化
2007年 4月	株式会社イトム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一部銘柄に指定
2008年 7月	同社全額出資子会社である ITC モバイル株式会社が、株式会社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 モバイル株式会社を吸収合併により統合
2012年10月	パナソニック テレコム株式会社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
2016年 3月	住宅ソリューション事業を株式会社ファミリーネット・ジャパンへ譲渡する予定

■事業内容

個人向けのキャリア認定ショップの運営が主体だが、法人向けは新規事業の拡大に注力

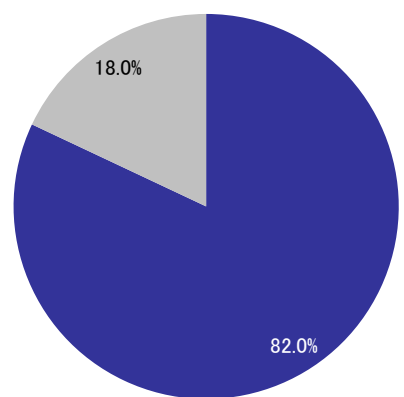
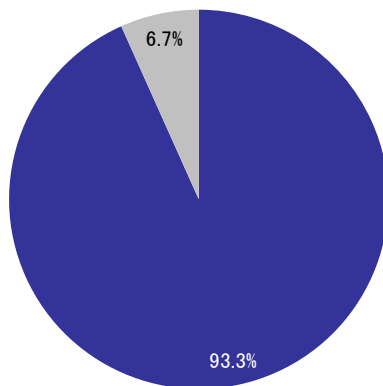
携帯電話等の通信サービスの契約取次※、契約者へのアフターサービスの提供及び携帯電話端末等の販売を行う、いわゆる携帯電話の1次代理店を基幹事業として展開する。手掛ける事業は、コンシューマ事業と法人事業に分かれる。2015年3月期におけるセグメント別の売上高構成比は、コンシューマ事業 93.3% (セグメント利益構成比 82.0%)、法人事業 6.7% (同 18.0%) であった。

※ 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收受する。

セグメント別売上構成比(15/3期)

セグメント別利益構成(15/3期)

■コンシューマ事業 ■法人事業



出所：同社決算短信をもとに FISCO 作成



コネクシオ

9422 東証 1 部

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

2016 年 3 月 7 日 (月)

※1 スマートフォンをより使いやすくするポータルサイト。

※2 物流センターは、携帯電話の入出荷及び在庫を集中管理。徹底した在庫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行う。日本最大数の開通業務端末を配置している。

※3 POSA カードとは、「Point of Sales Activation」の略称で、インコム・ジャパン(株)の登録商標。POSA (ボサ) カードは、レジでの支払いが確定した時点で初めて、対象のカードが使用可能となる(有効化される)カード。

(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、同社の独自開発したポータルサイト「nexi (ネクシイ)」※1の運営も行っている。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からの手数料からなる。2015 年 3 月期の商品売上高は 198,499 百万円(コンシューマ事業売上高に占めるウエイト 75.2%)、手数料収入 65,494 百万円(同 24.8%)。

・キャリア認定ショップ

2015 年末時点におけるキャリア認定ショップ数は全国で 421 店舗(内訳は、NTTドコモ 371 店舗、au45 店舗、ソフトバンク 5 店舗)。うち、ドコモショップの店舗数は 371 店舗(直営 241 店舗、運営 130 店舗)を数え、店舗数、東名阪販売台数及び全国販売台数ともにドコモ代理店で No.1 となっている。同社では顧客から「来店したいと思われる」キャリア認定ショップになることを目指しており、新商品発売に併せ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、シニア層向けの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する。なお、2015 年 3 月期におけるキャリア認定ショップの販売台数は約 224 万台(全販売台数に占めるシェア約 76%)。

・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。さらに、それを支える物流・開通センター※2は業界最大規模で、流通における高い処理能力を誇る。なお、2015 年 3 月期における販売台数は約 54 万台(全販売台数に占めるシェア約 18%)。

(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を中心に、様々なソリューションサービスを提供する。加えて、コンビニエンスストアでのプリペイドカード等の商品販売及び M2M/IoT ソリューションの提供も行う。法人事業の売上高は、端末販売のほか、ソリューションサービスなどの売上高を商品売上高として計上するほか、通信キャリアからの手数料収入及びプリペイドカード販売をプリペイドカード情報として計上。2015 年 3 月期の商品売上高 6,461 百万円(法人事業に占める売上ウエイト 34.1%)、手数料収入 9,252 百万円(同 48.8%)、プリペイドカード情報 3,253 百万円(同 17.2%)。なお、2015 年 3 月期の販売台数は約 17 万台(全販売台数に占めるシェア約 6%)。

・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。

・プリペイドカード(POSA)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>)、ファミリーマートが買収したココストアグループ)においてプリペイドカード(以下、「POSA カード」※3)を販売する。

2016 年 3 月 7 日 (月)

※1 共同住宅におけるインターネット業界では他の生活インフラとの協業戦略が重要になると予想され、同社単独ではユーザー満足度の高い成長戦略の実行が困難で、高付加価値サービスを強みとしているファミリーネット・ジャパンへ事業譲渡することでより質の高いサービスの提供が可能になると同時に、合計供給戸数で業界トップクラスのシェアを有するリーディングカンパニーになることが可能と判断したため。

※2 Mobile Virtual Network Operator (仮想移動体通信事業者) の略。携帯電話などの無線通信インフラ (携帯電話やスマートフォンに電波を送るための基盤のこと) を他社から借り受けてサービスを提供する事業者。

■ 事業内容

・ 集合住宅向けインターネット接続サービス

住宅ソリューション事業として、賃貸住宅向けインターネットサービス i のぞみネット事業を展開しているが、(株)ファミリーネット・ジャパンに 2016 年 3 月末に譲渡することを決定※1 した。

・ M2M/IoT ソリューション

既存の機器に「通信モジュール」や「ワイヤレス通信ユニット」を搭載し、機器からリアルタイムでデータを収集、遠隔操作を可能とするマシン・コミュニケーション事業を展開している。

■ 強みと事業リスク

全国規模のキャリア認定ショップ網を構築・保有

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、都市部から郊外、地方に至るまでの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。加えて、NTTドコモと営業戦略を共有し、ドコモ代理店 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いることも強みの 1 つ。

さらに、量販店、特に駅前立地の大手カメラ店との強固な関係を構築していることと、そのビジネスを支える業界最大規模の物流・開通センターは高い処理能力を誇る。加えて、大手から中小まで業界トップクラスの法人顧客基盤を持つことも強みと考えられる。

事業のリスクは、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、など、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。

また、通信キャリアのうち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当てる可能性がある。ちなみに、2015 年 3 月期における売上高に占める手数料収入の割合は 27.0%。また、手数料収入に占めるドコモの割合は 77.7%、商品仕入高に占めるドコモの割合は 89.8% となっている。

加えて、近年見られる MVNO※2 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。

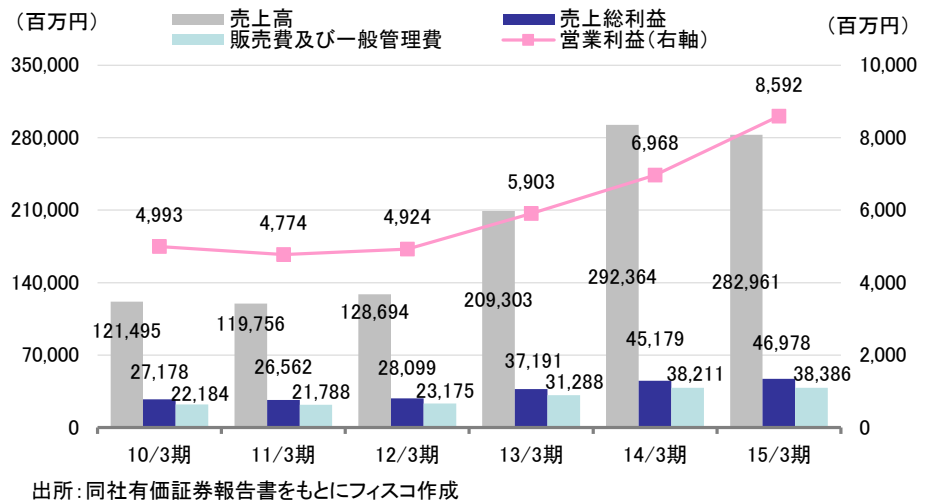
■業績動向

●過去の業績動向

パナソニック テレコム合併による効果で事業規模、企業業績が大きく躍進

2012 年 10 月にパナソニック テレコムを吸収合併した 2013 年 3 月期以降、業績は順調に拡大している。これは、1) パナソニック テレコムを合併したことにより、それまでの大都市圏集中の店舗構成から大都市圏から地方までをカバーするバランスの整った店舗構成となった、2) ショップでの働き方改善施策によるコスト削減効果が顕在化した、などがプラスに働いたことによる。合併前の 2012 年 3 月期は販売台数 181 万台、売上高 128,694 百万円、営業利益 4,924 百万円であったが、2015 年 3 月期には販売台数 298 万台、売上高 282,961 百万円、営業利益 8,592 百万円となった。

過去業績の推移(2010/3期～15/3期)



●2016 年 3 月期業績動向

2016 年 3 月期営業利益計画達成に向けて順調に進捗

(1) 2016 年 3 月期の会社予想と経営方針

2016 年 3 月期は、売上高 285,000 百万円 (前期比 0.7% 増)、営業利益 8,150 百万円 (同 5.1% 減) と増収ながら営業減益を見込む会社計画だ。増収を見込むのは、販売台数が携帯電話の買替サイクル、光回線セット販売などにより前期比 0.6% 増の 300 万台と増加を見込むことが主要因。一方、減益を予想するのは、通信キャリアからの手数料削減を見込むことによる。

同社では 2016 年 3 月期の経営方針として、1) 既存事業の収益向上、2) 伸長市場／新規事業への注力、3) 人材の育成／環境整備、の 3 点を挙げ、買替サイクルの長期化や通信キャリアからの手数料削減などのマイナス影響に既存事業の収益率の向上や新規事業に注力することで対応する計画だ。

2016 年 3 月 7 日 (月)

具体的には、既存事業の収益向上策として、コンシューマ事業では、ショップスタッフ一人ひとりが販売意識を高め、携帯周辺商材、光回線とのセット販売やコンテンツ販売に注力し顧客 1 人当たりの販売単価を向上させる。法人事業ではクラウドサービスなどの販売強化により 1 社当たりの収益拡大を図る。一方、伸長市場／新規事業への注力としては、プリペイドカード事業では店舗網の拡大や券種ラインナップの増加を促進させるほか、M2M/IoT サービスなどの新規事業では、テレマティクスサービスなどの新たなサービスの開発に取り組む方針。また、人材の教育／環境整備に関しては 2015 年 4 月にコネクシオカレッジを立上げ、社員教育を体系的に整理しプロフェッショナル人材の育成を目指すことにしている。

(2) 2016 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要

2016 年 3 月期第 3 四半期累計業績は、売上高が 202,974 百万円（前年同期比 1.2% 減）、営業利益は 6,240 百万円（同 6.6% 減）、四半期純利益は 3,927 百万円（同 4.1% 減）となった。なお会社計画（売上高 285,000 百万円、営業利益 8,150 百万円）に対する売上高の進捗率は 71.2%、営業利益の進捗率は 76.6% であった。

2016 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要

(単位：百万円)

	15/3 月期 3Q 累計		16/3 月期 3Q 累計			16/3 月期	
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	会社予想	進捗率
販売台数 (万台)	213	—	207	—	-3.0%	300	69.0%
売上高	205,529	—	202,974	—	-1.2%	285,000	71.2%
売上総利益	33,936	16.5%	33,147	16.3%	-2.3%	—	—
販売費及び一般管理費	27,254	13.3%	26,906	13.3%	-1.3%	—	—
営業利益	6,682	3.3%	6,240	3.1%	-6.6%	8,150	76.6%
経常利益	6,766	3.3%	6,313	3.1%	-6.7%	8,250	76.5%
税引前四半期 (当期) 純利益	6,630	3.2%	6,153	3.0%	-7.2%	—	—
四半期 (当期) 純利益	4,093	2.0%	3,927	1.9%	-4.1%	5,030	78.1%
EBITDA	8,309	4.0%	7,875	3.9%	-5.2%	—	—

出所：同社決算説明会資料をもとにフィスコ作成

売上高が微減になったのは、2 台目需要としてのタブレット端末を始めとした新規販売は伸長したもの、取替ユーザーへの販売価格が割高であることに起因した取替サイクルの長期化傾向にあることなどから総販売台数が前年同期比で 3.0% 減の 207 万台へ減少したことが主要因。また、通信キャリアからの手数料が減少したこともマイナス影響として働いたために、売上総利益は 33,147 百万円（同 2.3% 減）と微減益となり、売上総利益率も 16.3% と前年同期に比べ 0.2 ポイント悪化した。なお、一方、販管費はコスト抑制に注力したことで 26,906 百万円（同 1.3% 減）と減少したものの、販売台数の減少や手数料の減少をカバーするには至らず、営業利益は減益を余儀なくされた。

(3) 事業別動向

○コンシューマ事業

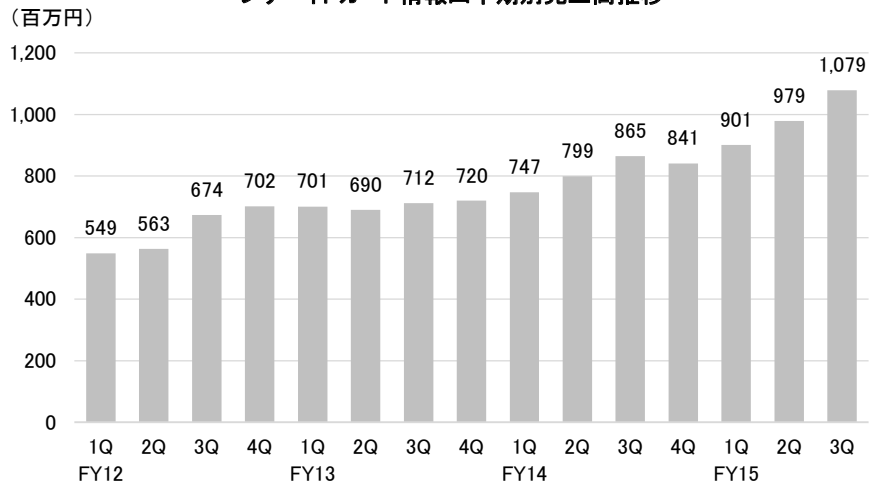
コンシューマ事業は売上高 190,852 百万円（前年同期比 0.7% 減）、営業利益は 7,157 百万円（同 6.9% 減）となった。アクセサリ等の携帯周辺商材や各種コンテンツ販売、「nexi (ネクシイ)」の販売は堅調に推移したものの、販売台数の減少と通信キャリアからの手数料減少のマイナス要因をカバーできなかったことが主要因。

販売台数を見ると、198 万台（前年同期 201 万台）へ減少したが、量販店での販売台数が 35 万台（同 39 万台）へ減少したことが要因。対照的に、キャリア認定ショップにおいては、タブレット端末や光回線の販売強化を進めたことに加えて、顧客が快適に過ごせる店舗づくりを行った効果が顕在化したことなどから、販売台数は 163 万台（同 162 万台）へ増加するという、明るさもうかがえる内容となった。この結果、商品売上高は前年同期比 0.8% 減の 145,003 百万円、手数料収入は同 0.6% 減の 45,848 百万円となった。

○法人事業

法人事業も、売上高 12,121 百万円(同 8.5% 減)、営業利益 1,524 百万円(同 6.4% 減)と減収・営業減益となった。大型案件の減少もあり販売台数が 9 万台(同 12 万台)へ減少したことと、通信キャリアからの手数料減少が減収・減益要因となった。売上高の内訳を見ると、商品売上高が前年同期比 7.9% 減の 3,867 百万円、手数料収入は同 20.2% 減の 5,294 百万円へ減少した。対照的に、プリペイドカード情報は同 22.7% 増の 2,959 百万円と拡大トレンドが持続する好調な内容となった。

プリペイドカード情報四半期別売上高推移



出所: 同社決算説明資料データシートをもとにフィスコ作成

(4) 財務状態

自己資本比率が改善

2015 年 12 月末の総資産は 95,609 百万円と前期末比 6,794 百万円減少した。売掛金の減少 4,998 百万円、未収入金の減少 3,493 百万円、現金及び預金の減少 1,981 百万円等が要因だ。

負債合計は前期末に比べ 8,692 百万円減少し 67,980 百万円となった。買掛金の減少 3,299 百万円、未払金の減少 3,113 百万円、1 年以内の長期借入金の減少 3,000 百万円、賞与引当金の減少 3,324 百万円等が減少要因となった。対照的に、純資産は、配当金の支払いによる減少 1,990 百万円があったが、四半期純利益の計上による増加 3,927 百万円でカバーし、同 1,898 百万円増加した。

この結果、安全性を表す流動比率、自己資本比率は前期末に比べそれぞれ改善した。

貸借対照表とキャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期 3Q	増減額	備考
流動資産	75,322	80,041	73,702	-6,338	現金・預金 -1,981 売掛金 -4,998 未収入金 -3,493
固定資産	22,823	22,362	21,907	-455	
総資産	98,146	102,404	95,609	-6,794	
流動負債	67,621	70,339	60,661	-9,678	賞与引当金 -3,324 買掛金 -3,299 未払金 -3,113
固定負債	9,081	6,332	7,319	986	退職給付引当金 +367 その他 +584
負債合計	76,703	76,672	67,980	-8,692	
純資産	21,443	25,731	27,629	1,897	四半期純利益計上 +3,927 配当金 -1,990
負債純資産合計	98,146	102,404	95,609	-6,795	
営業キャッシュ・フロー	12,012	7,266			
投資キャッシュ・フロー	-1,178	-1,911			
財務キャッシュ・フロー	-8,542	-5,509			
現金及び現金同等物残高	4,151	3,997			
安全性					
流動比率	111.4%	113.8%	121.5%		
自己資本比率	21.8%	25.1%	28.9%		
収益性					
ROE	16.1%	21.3%	-		
ROA	7.6%	8.7%	-		
営業利益率	2.4%	3.0%	3.1%		

出所：同社決算短信、有価証券報告書をもとにフィスコ作成

(5) 2016 年 3 月期の見通し

2016 年 3 月期業績について、同社では第 3 四半期業績がおおむね計画どおりに進捗していると判断し期初会社計画を据え置いた。

第 3 四半期までの販売状況を踏まえると、年間の販売台数目標 300 万台の達成は厳しいと見られることから、売上高の達成はややハードルが高いと考えられる。しかし、1) 携帯電話の需要期である 3 月を控えていること、2) 昨年からの各種報道で「携帯端末『実質 0 円』禁止」などと報道された※ことを受けた駆け込み需要により 1 月の販売が好調に推移した、3) 今年 2 月以降、買替ユーザー向けの端末価格が下がっている、4) コンシューマ事業で携帯周辺商材や各種コンテンツの販売を強化・注力していることや、法人事業で新たな付加価値サービス(verifycloud:2015 年 12 月、E-PORTER+:2016 年 2 月)を開始した効果が期待できる、5) 販管費削減努力の継続がプラス要因として働くと考えられる、などを考慮すると、利益に関しては順調に進捗していると弊社では見ている。

※安倍晋三首相が 2015 年 9 月 11 日の経済財政諮問会議で、携帯電話料金引き下げ策の検討を指示したことがきっかけ。その後、総務省により携帯電話料金の料金その他の提供条件に関するタスクフォースが開催され、その内容等に関する一連の報道。

■ 中期成長戦略

2018 年 3 月期までに営業利益 100 億円の達成が目標

2015 年 3 月決算発表時に 2018 年 3 月期までに営業利益 100 億円を達成することを中期目標として掲げた。既存資産を基盤とし、携帯周辺事業や新規事業の構成比を高めることによる新たな収益確保に注力することで目標達成を目指している。

具体的には、1) 携帯電話販売ビジネスの収益率向上（コスト構造改革を継続し、既存事業の収益率を高める）、2) 成長事業や新規事業への投資を推進する、3) 売上総利益における周辺（新規）ビジネス※の構成比を30%以上に高める、という戦略。

今後については、今年5月に予定されている「電気通信事業法改正に伴う消費者保護ルールの整備」で、説明義務・書面交付義務・代理店に対する指導等の措置義務等が課せられたため、その影響について一部不透明要因がある。しかし、足元の状況を見る限り、既存事業の収益改善施策は着実に成果を上げつつあるほか、新規事業への投資に関しても順調に進捗していると考えられる。このため、弊社では今後の既存事業における収益改善の具体的な効果や法人事業における新規事業の動向に注目している。

コネクシオ

9422 東証1部

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

2016年3月7日（月）

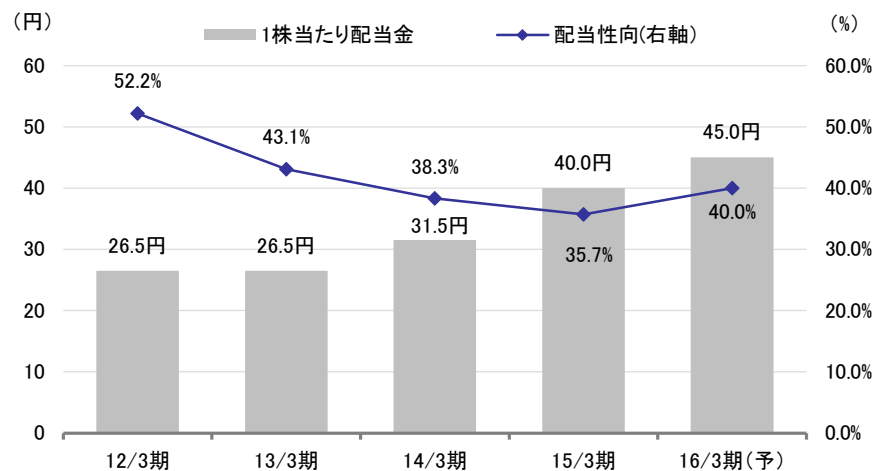
※ 周辺（新規）ビジネスの代表的なサービスとしては、コンシューマ事業では携帯周辺商材（アクセサリー）、「nexi」コンテンツ。法人事業ではマネージドサービス、モバイル・ビズ・スイート（mbs）、成長事業やプリペイドカード、M2M/IoT。

■ 株主還元

配当性向 40% をめどとする安定配当を継続が基本方針

株主還元策として、配当性向 40% をめどとして、安定配当を継続することを基本方針として公表している。この方針に基づいて 2016 年 3 月期の配当金は、1 株当たり前期比 5 円の増配となる 45 円（中間 22.5 円、期末予想 22.5 円）、配当性向は 40.0% を予定している。なお、増配は 2014 年 3 月期以来 3 期連続となる。

1株当たり配当金・配当性向の推移



出所：同社決算短信をもとにフィスコ作成

ディスクレームー（免責条項）

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・表示したのですが、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・加工することは強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・譲渡することは強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