

|| 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 >>>](#)

2019 年 7 月 2 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. 2019年3月期は販売台数減少ながら営業増益を確保。 当期純利益は7期連続増益を達成	01
2. 2020年3月期の業績予想の開示は延期。 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	07
1. 2019年3月期の業績概要	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	12
1. 中期経営計画「コネクシオプラン2020」の基本方針	12
2. 5つの事業戦略	12
3. 2020年3月期の業績予想は、現時点では開示はなし	13
■ 株主還元策	14

■ 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。 2019 年 3 月期は、当期純利益 7 期連続増益を達成

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 月期は販売台数減少ながら営業増益を確保。当期純利益は 7 期連続増益を達成

2019 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 0.4% 減の 263,925 百万円、営業利益が同 0.7% 増の 10,277 百万円、経常利益が同 2.4% 増の 10,539 百万円、当期純利益が同 2.7% 増の 6,921 百万円となった。販売台数が一部販路の商流変更により前期比で 7.4% 減少したことなどから減収となったが、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売上総利益は前期比 3.0% 増の増益を確保した。スマホ教室の講師確保や法人向けモバイル BPO サービスの体制強化等の新たな収益確保に向けた投資による販管費増を吸収して、営業利益は増益を確保し、当期純利益は 7 期連続増益を達成した。

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

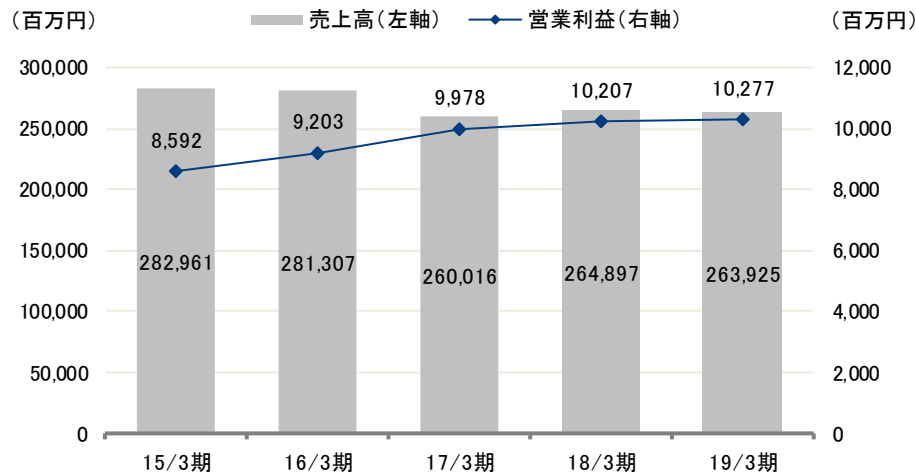
2019 年 5 月に電気通信事業法が改正され、今秋より通信料金と端末代金の完全分離が予定されている。これにより、通信料金の値下げや端末価格の上昇が見込まれる。これが同社の業績に与える影響は不明瞭であることから、進行中の 2020 年 3 月期の業績予想については、合理的に算出でき次第、速やかに開示するとしている。なお、2018 年 5 月に発表された中期経営計画「コネクシオプラン 2020」は継続とし、5G 時代を見据えた 5 つの事業戦略 (P.12 に詳細後述) を推し進める方針だ。

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
- ・2019年3月期は、当期純利益7期連続増益を達成
- ・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435店舗（2019年3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、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）イトム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お客様ニーズに応えリレーションを強化するための同社独自サービス「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同社独自のサービス

a) キャリア認定ショップ

2019年3月末における運営店舗数は全国で435店舗※、そのうち289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238店舗、運営委託126店舗）、au（KDDI<9433>）は47店舗（直営27店舗（UQスポット2店舗を含む）、運営委託20店舗）、ソフトバンク<9434>は直営のみの6店舗、その他（直営）18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146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%）、プリペイドカード情報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itting（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。また、2019年3月期第2四半期にモバイルBPOセンターを移転・増床し、キittingの処理能力と品質を大幅に向上させたことが、キitting処理件数の増加に寄与している。

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」の受注を開始している。

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。

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2月）や「健康経営優良法人2019～ホワイト500～」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、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。

受賞歴一覧（直近2期～現在）

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11月	「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）
2019年 1月	「東京都女性活躍推進大賞」にて「大賞」を受賞（東京都）
2019年 2月	3年連続「健康経営優良法人2019～ホワイト500～」に認定（経済産業省、日本健康会議）

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、2019年5月に「電気通信事業法」が改正され、今秋より通信料金と端末代金の完全分離が予定されている。

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

スマートフォン向け独自サービスの拡充等で売上総利益は増益確保、人件費等の経費増を吸収し営業利益は過去最高を更新

1. 2019年3月期の業績概要

2019年3月期の業績は、売上高が前期比0.4%減の263,925百万円、営業利益が同0.7%増の10,277百万円、経常利益が同2.4%増の10,539百万円、当期純利益が同2.7%増の6,921百万円となった。

販売台数は、スマートフォンの販売は堅調に推移したものの、一部販路の商流変更の影響などにより前期比7.4%減の251.6万台となった。その結果、減収となったが、端末価格の見直しやスマートフォン向け独自サービスの拡充により売上総利益は同3.0%増の増益を確保した。経費面では、スマホ教室講師の確保や法人向けモバイルBPOサービスの強化等による人件費を中心に販管費が同3.6%増となったが、売上総利益の増加により営業利益は前期比で増益となり過去最高益を更新した。

2019年3月期業績の概要

(単位：百万円)

	18/3期		19/3期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	金額、台数	率
販売台数(万台)	271.7	-	251.6	-	-20.1	-7.4%
売上高	264,897	100.0%	263,925	100.0%	-972	-0.4%
売上総利益	50,347	19.0%	51,880	19.7%	1,533	3.0%
販管費	40,139	15.2%	41,602	15.8%	1,463	3.6%
営業利益	10,207	3.9%	10,277	3.9%	70	0.7%
経常利益	10,293	3.9%	10,539	4.0%	246	2.4%
当期純利益	6,738	2.5%	6,921	2.6%	183	2.7%
EBITDA	12,515	4.7%	12,601	4.8%	86	0.7%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2. 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)

	18/3期		19/3期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	金額	率
売上高	264,897	100.0%	263,925	100.0%	-972	-0.4%
コンシューマ事業	245,534	92.7%	244,587	92.7%	-947	-0.4%
商品売上高	183,032	69.1%	178,432	67.6%	-4,600	-2.5%
手数料収入	62,501	23.6%	66,154	25.1%	3,653	5.8%
法人事業	19,362	7.3%	19,337	7.3%	-25	-0.1%
商品売上高	6,365	2.4%	6,526	2.5%	161	2.5%
手数料収入	8,496	3.2%	8,853	3.4%	357	4.2%
プリペイドカード情報	4,500	1.7%	3,956	1.5%	-544	-12.1%
営業利益	10,207	3.9%	10,277	3.9%	70	0.7%
コンシューマ事業	12,625	-	13,566	-	941	7.5%
法人事業	1,591	-	977	-	-614	-38.6%
(内部消去)	-4,009	-	-4,266	-	-257	-

出所：決算短信、データシートよりフィスコ作成

(1) コンシューマ事業

一部販路の商流変更により販売台数は241.1万台(前期比7.7%減)となったが、一部端末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、商品売上高は前期比2.5%減の178,432百万円、手数料収入は同5.8%増の66,154百万円となった。その結果、セグメント売上高は同0.4%減の244,587百万円となった。スマホ教室の講師確保による人件費増などがあったが、セグメント利益は同7.5%増の13,566百万円となった。減収にもかかわらず増益を確保したのは、以前から掲げてきた以下のような施策の効果が現れ始めたことによる。

a) スマホ教室の開催

顧客ニーズに合わせた講座を開発、さらに開催数を増加、その結果年間参加人数は約39万人と前期から2.2倍に増加した。

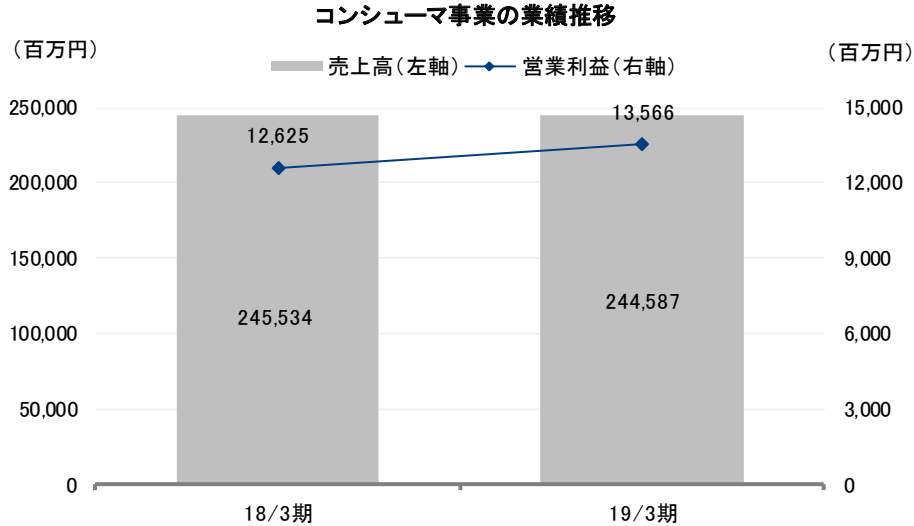
b) 来店予約制の導入

「お待たせしない店舗」を目指し、「来店予約制」の導入店舗を拡大、さらに予約枠の拡大に着手した。

c) 独自サービス「nexiplus」の充実及び周辺商材の拡充

「nexiplus」では、会員限定チケットの販売、地域密着クーポンなどの新コンテンツの追加に加えてiOS版アプリリリース。さらに、周辺商材としてウイルスバスターの取扱いを開始。

業績動向



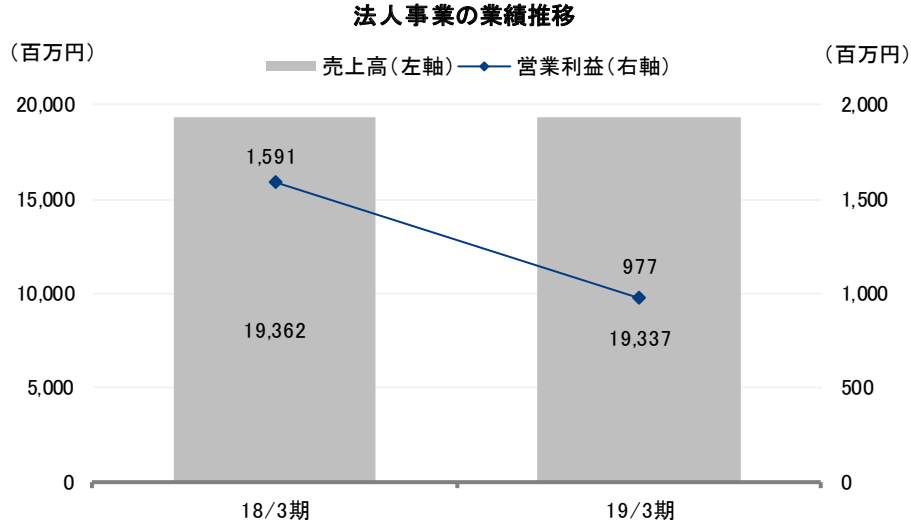
出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) 法人事業

売上高は前期比 0.1% 減の 19,337 百万円となった。内訳では、商品売上高が同 2.5% 増の 6,526 百万円、手数料収入が同 4.2% 増の 8,853 百万円、プリペイドカード情報が同 12.1% 減の 3,956 百万円となった。モバイル BPO センターの移転や増床などの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 38.6% 減の 977 百万円となった。

通期では減益となったが、プリペイドカード販売の取引条件見直しの影響は第 3 四半期半ばまでに終息しており、第 4 四半期からは回復が見られている。さらに今後の収益性を高めるために、モバイル BPO サービスの体制強化（モバイル BPO センターの移転・増床、キッティング処理能力と品質の向上）、新型プリペイドカード仕器の導入、IoT ソリューションの拡充などを行った。

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

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)

	18/3 期末	19/3 期末	増減額
現金及び預金	7,606	11,086	3,480
受取手形及び売掛金	48,934	49,285	351
未収入金	12,188	12,914	725
流動資産計	78,694	82,594	3,900
有形固定資産	4,368	4,804	435
無形固定資産	11,626	10,839	-787
投資その他の資産	4,717	5,267	550
固定資産計	20,713	20,911	198
資産合計	99,407	103,506	4,098
買掛金	22,441	20,275	-2,165
未払代理店手数料	9,673	11,607	1,933
未払金	12,100	12,387	286
流動負債計	55,640	55,264	-375
退職給付引当金	4,888	5,252	364
固定負債計	5,592	6,135	542
負債合計	61,233	61,400	167
純資産合計	38,174	42,106	3,931
負債・純資産合計	99,407	103,506	4,098

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2019年3月期末の総資産は103,506百万円となり前期末比4,098百万円増加した。流動資産は同3,900百万円増加したが、主に現金及び預金の増加3,480百万円、受取手形及び売掛金の増加351百万円、未収入金の増加725百万円などによる。一方、固定資産は同198百万円増加したが、主に有形固定資産の増加435百万円、無形固定資産（主にキャリアショップ運営権）の減少787百万円、投資その他の資産の増加550百万円による。

負債合計は前期末比167百万円増の61,400百万円となった。流動負債は同375百万円減少したが、主に買掛金の減少2,165百万円、未払代理店手数料の増加1,933百万円、未払金の増加286百万円などによる。固定負債は同542百万円増加したが、主に退職給付引当金の増加364百万円などによる。

純資産は前期末比3,931百万円増の42,106百万円となったが、主に当期純利益の計上による利益剰余金の増加4,013百万円などによる。

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	19/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,574	8,558
税引前当期純利益	10,076	10,302
売上債権の増減額（-は増加）	-3,593	-351
未収入金の増減額（-は増加）	1,132	-725
仕入債務の増減額（-は減少）	-560	-231
投資活動によるキャッシュ・フロー	-2,079	-2,108
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,685	-2,909
現金及び現金同等物の増減	2,807	3,538
現金及び現金同等物の期末残高	7,821	11,360

出所：決算短信よりフィスコ作成

2019年3月期の営業活動によるキャッシュ・フローは、8,558百万円の収入となった。主な収入は税引前当期純利益10,302百万円、減価償却費2,086百万円などで、一方で主な支出は、売上債権の増加351百万円、未収入金の増加725百万円、仕入債務の減少231百万円等であった。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1,462百万円などにより2,108百万円の支出となった。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2,909百万円の支出となった。

この結果、同期間の現金及び現金同等物は3,538百万円の増加となり、現金及び現金同等物の期末残高は11,360百万円となった。

■ 今後の見通し

中期経営計画「コネクシオプラン 2020」の 2 年目 / 5 つの事業戦略を推進する

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 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 つの事業戦略に取り組んでおり、2 年目である 2019 年 3 月期は以下の活動を推進する。

(1) お客様との長期的な関係構築（コンシューマ事業）

リアルな顧客接点としてのショップの付加価値を高めて「お客様に長く愛される地域一番店」を目指す。そのために、利用継続を重視した商品・サービス提案の推進、スマホ教室の講座拡充と参加者層の拡大、「nexiplus」のパーソナライズによる顧客ニーズと居住地域に合わせたサービス提供に注力する。

(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（さらなる店舗導入と予約枠の拡大）、接客プロセスの見直しによる応対時間の短縮、IT 化推進による店舗オペレーションの効率化（来店予約システムの機能向上、店舗内事務作業や在庫管理業務の見直し）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）

多様化する顧客ニーズを捉えたサービスの提供と更なる業務効率の改善を図り、モバイル BPO サービスの収益力を強化する。さらに、働き方改革やテレワーク導入を支援するモバイルソリューションを中心に、モバイルソリューションの取扱いをさらに充実し、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)

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」を自社開発し、2019 年 6 月 5 日に受注を開始した。この「エッジコンピューティング・ゲートウェイ」を、同社 IoT ソリューションの中核デバイスと位置づけ、ファクトリーオートメーションや特殊車両などの新たな市場への参入を試みる。さらに「エッジコンピューティング・ゲートウェイ」の 5G 化の開発を進め、新たな市場に向けて、エッジコンピューティングを軸としたソリューションサービスを展開することで、エッジコンピューティングを中核とした 5G ソリューションの創出を目指す。

(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。

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とともに、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などの成長投資を実施する。

c) 人事戦略

これまで店舗販売員の正社員化や「働き方改善」、従業員のワーク・ライフ・バランスの充実に取り組んできたが、店舗販売員の処遇改善を含む人事制度の見直しや定着率の向上など、さらなる人材投資を進める。

d) ESG/CSR 経営

ステークホルダーの期待に応えるべく、環境 (Environment) ・社会 (Social) ・ガバナンス (Governance) それぞれの充実に向けて取り組む。環境においては、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。ガバナンスにおいては、コンプライアンス・情報セキュリティについては、CSR の最重要課題との認識のもと、より効果的な牽制体制を構築し、従業員への教育・研修の拡充を継続する。コーポレート・ガバナンスについては、取締役会の監督機能の更なる強化と、取締役・執行役員に対して中期経営計画の達成を条件とした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。

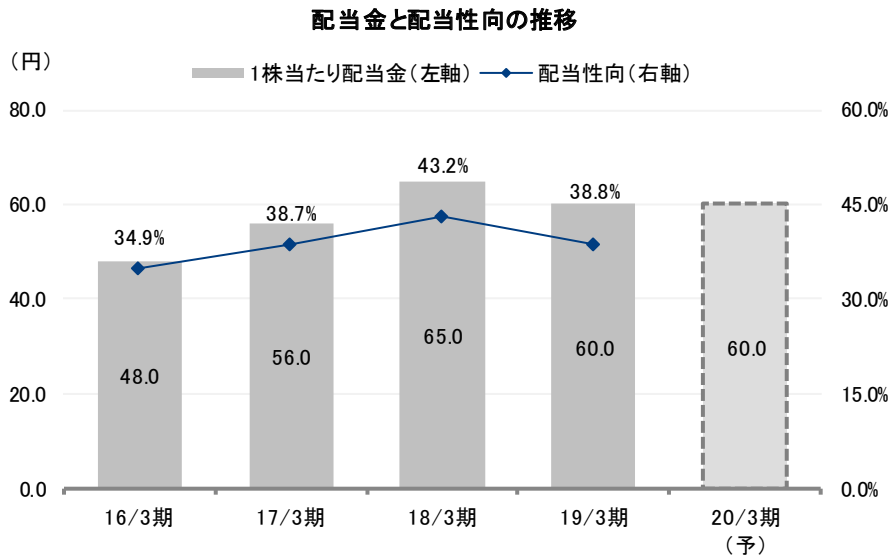
3. 2020 年 3 月期の業績予想は、現時点では開示はなし

2019 年 5 月に電気通信事業法が改正され、今秋通信料金と端末代金の完全分離が予定されている。これにより、通信料金の値下げや端末価格の上昇が見込まれる。これが同社の業績に与える影響は不明瞭であることから、進行中の 2020 年 3 月期の業績予想については、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(配当性向38.8%)円を行った。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。



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、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