

**USEN-NEXT
HOLDINGS**

2022年8月期 第3四半期決算説明資料

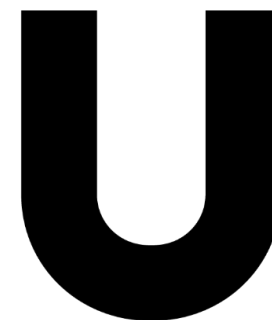
株式会社 USEN-NEXT HOLDINGS
(東証プライム市場 9418)

2022.7.7

I. 2022年8月期 第3四半期連結決算ハイライト

II. 事業セグメント別業績

III. APPENDIX



**USEN-NEXT
HOLDINGS**

参考IR資料

中期経営計画資料 <https://usen-next.co.jp/ir/plan.html>

統合報告書 https://usen-next.co.jp/ir/integrated_report.html

New IRサイト (英) <https://usen-next.co.jp/en/ir/>

I . 2022年8月期 第3四半期 連結決算ハイライト

第3四半期決算サマリー

連結

- ✓ YoYで売上高は13%超、営業利益および経常利益は7%超の増収増益
- ✓ 売上、各段階利益ともに通期計画に対して進捗率概ね8割と順調な進捗

コンテンツ配信

- ✓ 3QはテレビCM等の販促強化施策を行わなかったため、QoQで大幅増益
- ✓ リオープニングの影響も大きく受けず、ユーザー数は純増基調を維持

店舗サービス

- ✓ 総契約数が順調に拡大し、YoY、QoQともに増収
- ✓ 人件費や販促費増加で営業利益はYoY、QoQともに横ばい

通信

- ✓ 法人向けICTの順調な顧客基盤拡大と回線取次の季節性要因による契約数増が寄与し、YoY、QoQともに増収増益

業務用システム

- ✓ ビジネスホテル向けおよび医療向けのイニシャル販売の減少でYoY、QoQともに減収減益になるも、通期利益計画に対しては8割弱まで進捗

エネルギー

- ✓ 顧客数の拡大と燃料調整単価の上振れ等でYoY、QoQともに増収
- ✓ U-POWERの稼働開始に伴う販管費発生でQoQで減益

第3四半期連結決算ハイライト（前年対比）

- ✓ 売上高は13%超、営業利益および経常利益は7%超の増収増益
- ✓ 親会社株主に帰属する当期純利益は特別損益の入り繰りにより微増
- ✓ 前期2Qまで発生した通信事業ののれん償却が無くなったため調整後利益は微減益

（単位：百万円）	2021年8月期 3Q累計実績	2022年8月期 3Q累計実績	増減額	増減率
売上高	153,869	174,712	+20,843	+13.5%
営業利益	12,541	13,530	+988	+7.9%
営業利益率（%）	8.2%	7.7%	—	—
経常利益	11,930	12,810	+879	+7.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	6,694	6,807	+113	+1.7%
親会社株主に帰属する当期純利益 [のれん調整後]	9,242	9,056	▲186	▲2.0%
1株当たり連結当期純利益（円）	111.43	113.31	—	—
1株当たり連結当期純利益 [のれん調整後]（円）	153.85	150.73	—	—
EBITDA	19,070	20,023	+953	+5.0%
EBITDAマージン	12.4%	11.5%	—	—
EBITDA-CAPEX（投融資、コンテンツ前払含む）	11,542	11,889	+346	+3.0%

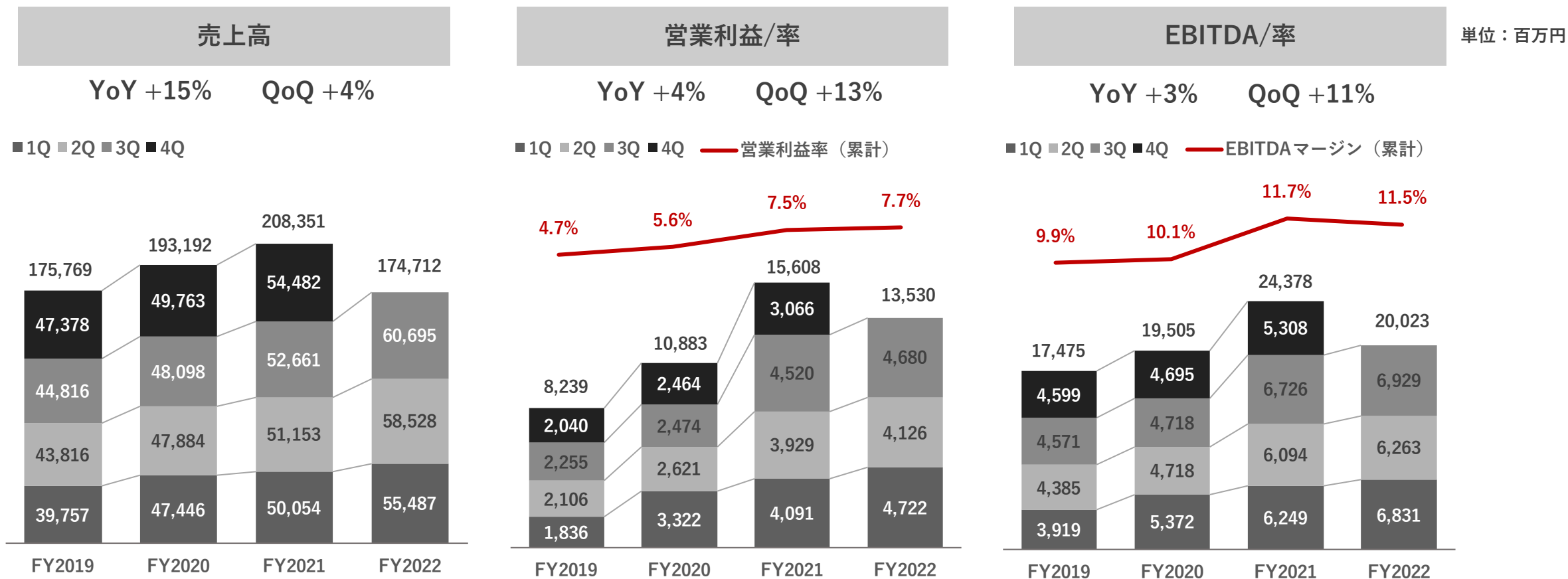
第3四半期連結決算ハイライト（期首予想対比）

✓ 売上、各段階利益ともに計画に対して概ね8割と順調な進捗

（単位：百万円）	2022年8月期 通期予想	2022年8月期 3Q累計実績	進捗
売上高	220,000	174,712	79.4%
営業利益	17,000	13,530	79.6%
営業利益率（%）	7.7%	7.7%	—
経常利益	16,000	12,810	80.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	8,500	6,807	80.1%
親会社株主に帰属する当期純利益 [のれん調整後]	11,500	9,056	78.7%
1株当たり連結当期純利益（円）	141.47	113.31	—
1株当たり連結当期純利益 [のれん調整後]（円）	191.40	150.73	—
EBITDA	26,000	20,023	77.0%
EBITDAマージン	11.8%	11.5%	—
EBITDA-CAPEX（投融資、コンテンツ前払含む）	16,000	11,889	74.3%

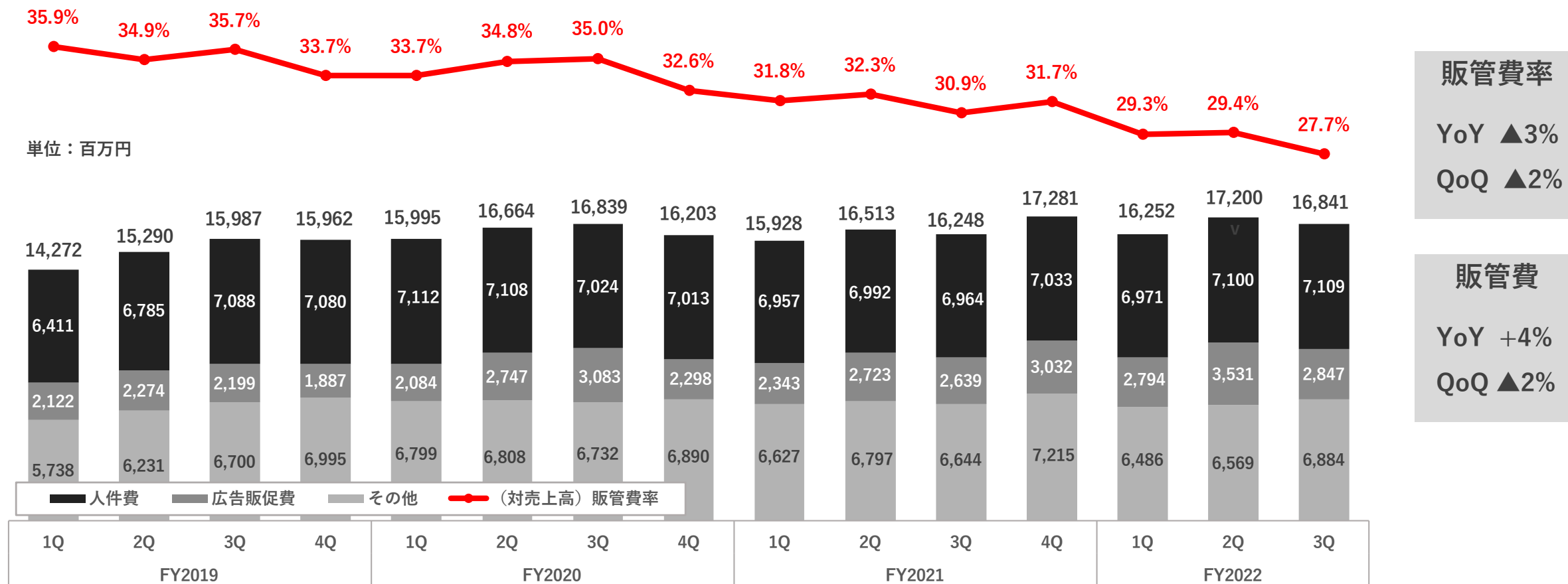
連結売上及び営業利益推移

- ✓ QoQの連結売上高は順調に成長し、四半期ベースでの過去最高を更新
- ✓ 2Qで積極的な販管費投下を実施した反動もあり、営業利益およびEBITDAはQoQで10%超の増益



連結販管費推移

- ✓ 2Qで実施したコンテンツ配信事業への積極投下の反動もあり、QoQの広告販促費は大幅に減少
- ✓ 販管費その他はUレジや自社光回線の契約数拡大に伴うカスタマーサービス業務委託費等の増加で微増

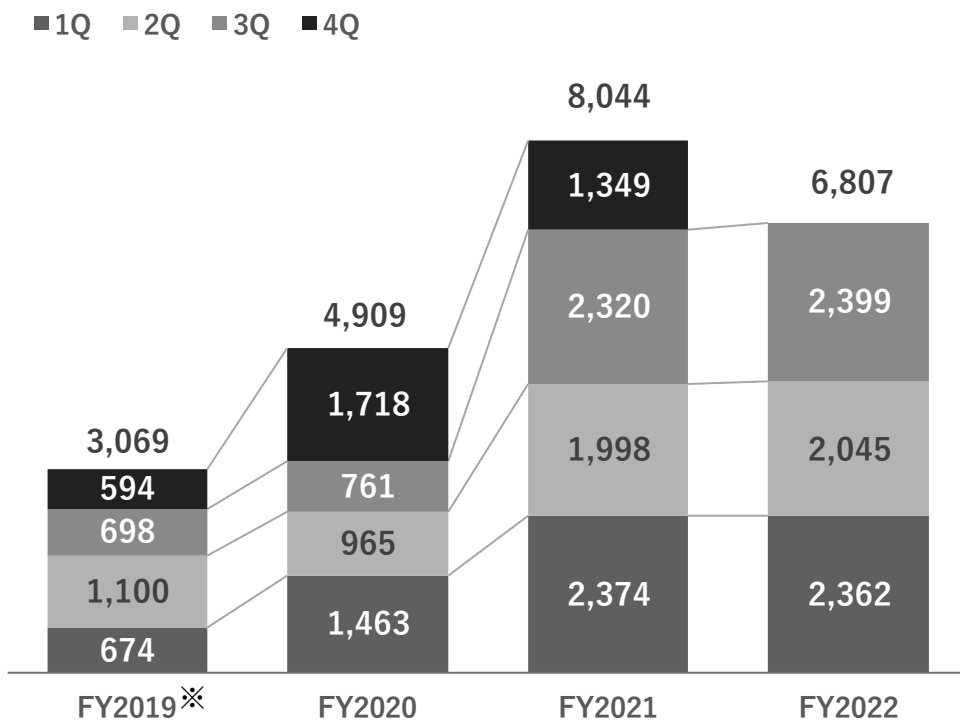


連結当期利益推移

✓ YoYおよびQoQともに営業利益の増加により当期純利益も増加

親会社株主に属する当期純利益

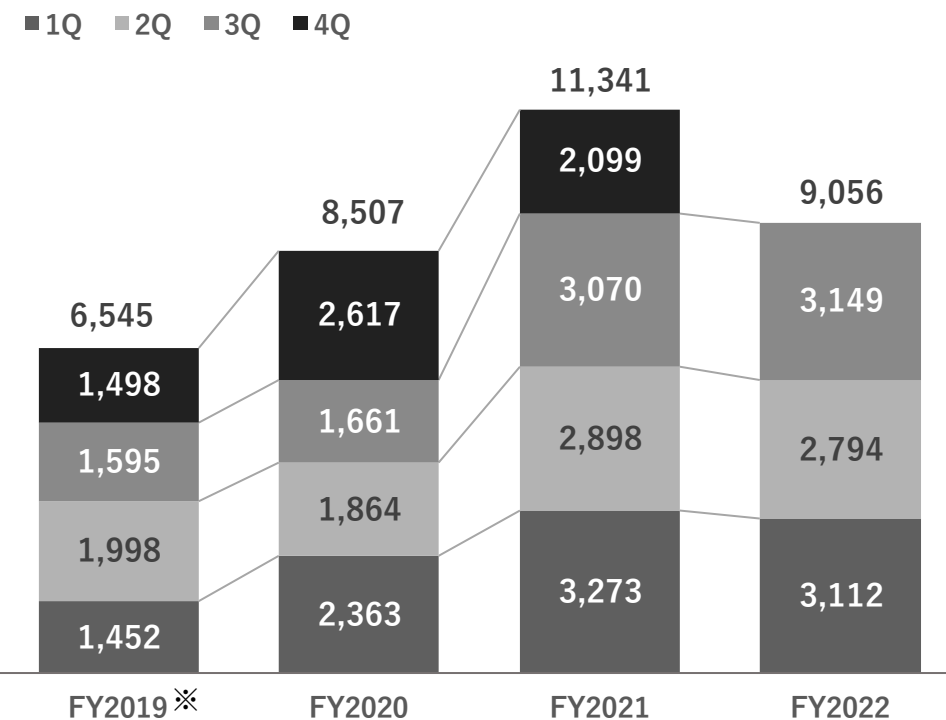
YoY +3% QoQ +17%



親会社株主に関する当期純利益【のれん調整後】

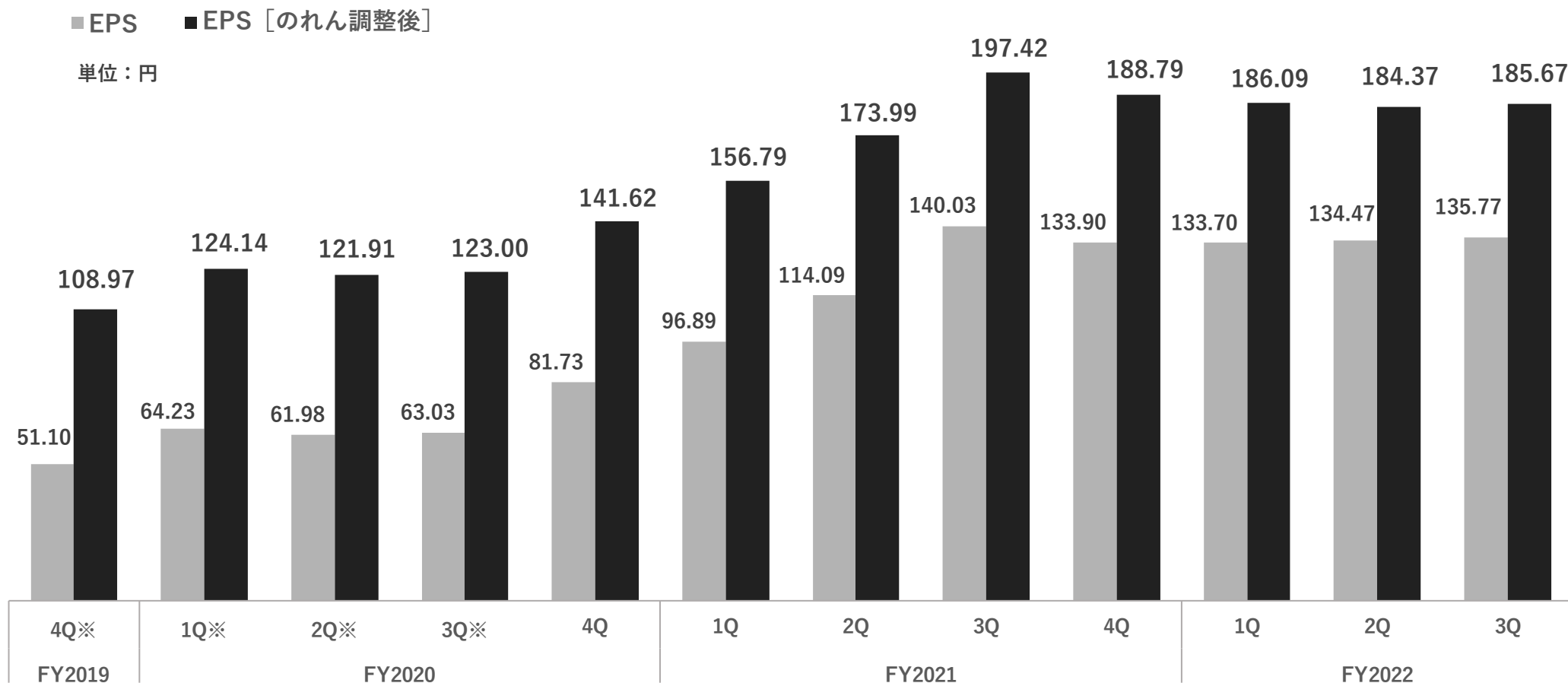
YoY +3% QoQ +13%

単位：百万円



※FY19/08 Q4については資産売却による税効果会計等で発生した30億円の一過性利益増加を控除したプロフォーマベース

✓ LTMベースでのEPSはQoQで微増



調整後EPS

YoY ▲12円

QoQ +1円

EPS

YoY ▲4円

QoQ +1円

※LTM：Last Twelve Month（直近12ヶ月）

※FY2019 4Qに資産売却による税効果会計等で発生した30億円の一過性利益増加を控除したプロフォーマベース

連結貸借対照表

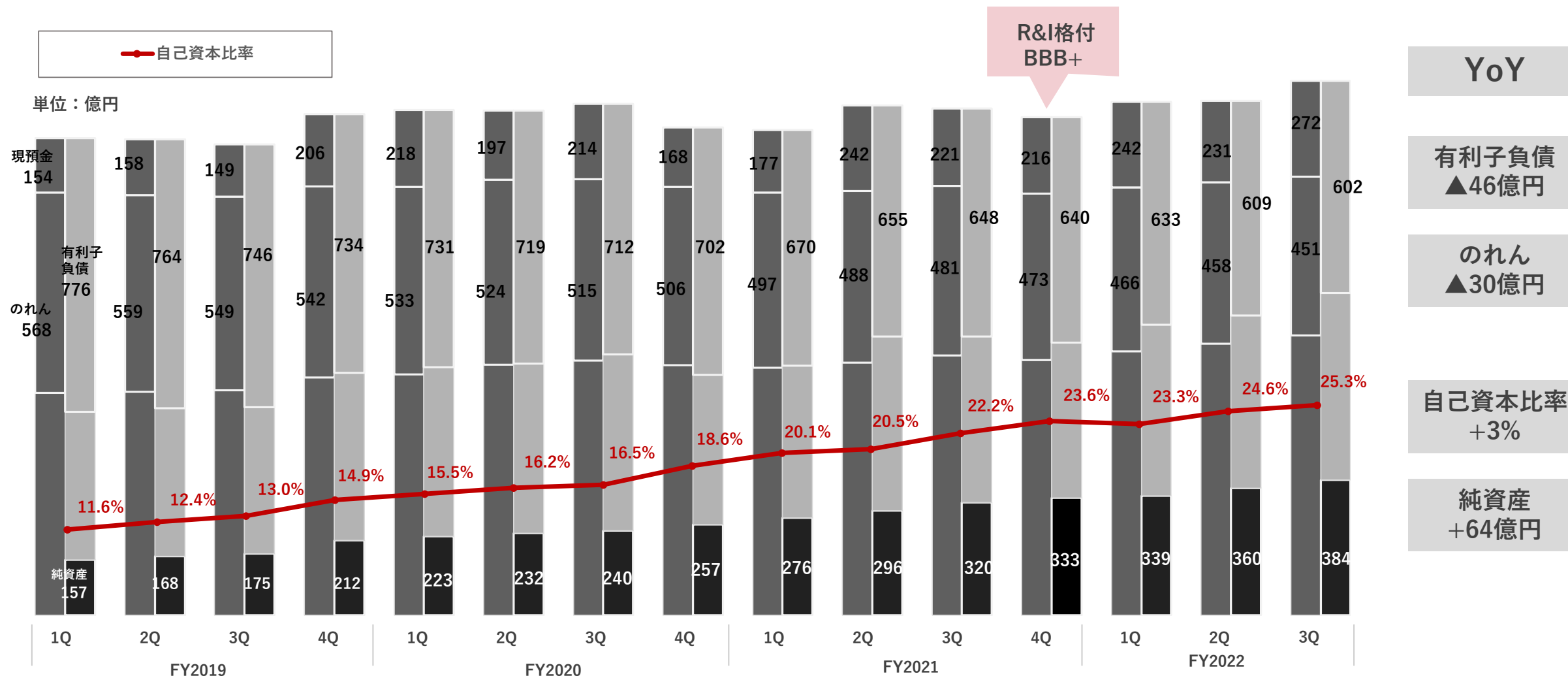
- ✓ 流動資産：前期末対比で現預金が56億円増加、前払費用はコンテンツ調達などにより34億円増加
- ✓ 負債：借入金は上半期で38億円減少。流動負債その他の増加は未払法人税および収益認識基準変更に伴う契約負債（主に期間按分計上する売上の前受入金）が主要因

(単位：百万円)	2021年8月期 期末	2022年8月期 3Q末	増減
(資産の部)			
流動資産	60,692	71,875	+11,183
現金及び預金	21,585	27,199	+5,613
売掛債権	21,516	23,047	+1,531
たな卸資産	6,874	7,995	+1,120
前払費用	9,034	12,405	+3,371
その他	1,680	1,227	▲453
固定資産	80,624	79,766	▲858
有形固定資産	19,197	19,484	+286
無形固定資産	52,425	50,373	▲2,052
のれん	47,322	45,073	▲2,248
その他	5,103	5,300	+196
投資その他の資産	9,000	9,907	+907
資産合計	141,316	151,641	+10,325

(単位：百万円)	2021年8月期 期末	2022年8月期 3Q末	増減
(負債の部)			
流動負債	40,842	48,944	+8,102
仕入債務	19,255	22,422	+3,167
短期借入金	-	-	-
1年以内返済予定の長期借入金	4,580	3,000	▲1,580
その他	17,007	23,522	+6,514
固定負債	67,138	64,335	▲2,803
長期借入金	59,430	57,170	▲2,260
その他	7,708	7,165	▲543
負債合計	107,981	113,279	+5,298
(純資産の部)			
株主資本	33,065	38,072	+5,006
資本金	96	96	+0
資本剰余金	11,091	11,091	+0
利益剰余金	21,877	26,884	+5,006
自己株式	-0	-0	▲0
その他包括利益累計額	266	286	20
非支配株主持分	3	2	▲0
純資産合計	33,334	38,361	+5,026
負債純資産合計	141,316	151,641	+10,325

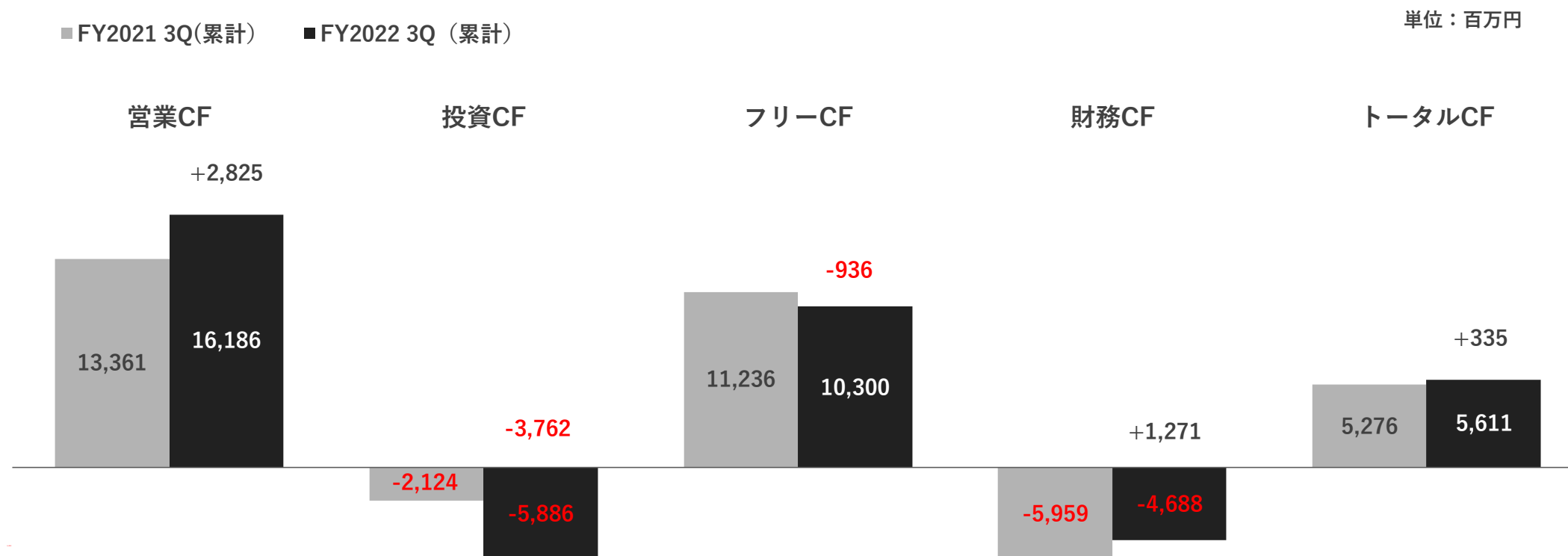
連結貸借対照表推移

✓ 株主資本の増加および有利子負債の減少に伴い自己資本比率は25%超まで改善



連結キャッシュフロー

- ✓ 営業CF：増加の主な要因は、棚卸資産の仕入減少および前期発生した退職給付債務の取り崩しや固定資産売却益が無くなったことによるもの
- ✓ 投資CF：昨年は資産売却による収入が36億発生。今期は大規模な資産売却はなく、通常の事業活動により発生したCF
- ✓ 財務CF：主に借入返済および配当金支払い（前期は資産売却収入の一部を借入返済に充当）



事業セグメント別業績（前年対比）

- ✓ 店舗サービスは1Qと3QにおいてUレジの販促強化を実施したため営業利益はほぼ横ばい
- ✓ その他事業は増収増益を達成

（単位：百万円）		2021年8月期 3Q累計実績	2022年8月期 3Q累計実績	増減	増減率
■コンテンツ配信事業	売上高	44,055	52,929	+8,874	+20.1%
	営業利益	4,723	4,935	+212	+4.5%
■店舗サービス事業	売上高	42,003	43,179	+1,176	+2.8%
	営業利益	7,050	7,034	▲17	▲0.2%
■通信事業	売上高	36,957	38,955	+1,998	+5.4%
	営業利益	3,429	4,319	+891	+26.0%
■業務用システム事業	売上高	13,086	14,300	+1,214	+9.3%
	営業利益	2,011	2,444	+433	+21.5%
■エネルギー事業	売上高	20,242	28,255	+8,013	+39.6%
	営業利益	306	366	+60	+19.6%

※各セグメントに配賦していない全社費用は含まず

事業セグメント別業績（期首予想対比）

- ✓ コンテンツ配信の営業利益は2Qの広告販促費増加で計画を若干下回るが、3Qで未達幅は縮小
- ✓ 業務用システムの売上はマイナタッチを中心に医療向けのイニシャル販売が伸び悩み計画を下回って推移
- ✓ その他事業は売上・営業利益ともに計画を上回って順調に進捗

（単位：百万円）		2022年8月期 通期予想	2022年8月期 3Q累計実績	進捗
■コンテンツ配信事業	売上高	67,000	52,929	79.0%
	営業利益	6,900	4,935	71.5%
■店舗サービス事業	売上高	56,000	43,179	77.1%
	営業利益	8,600	7,034	81.8%
■通信事業	売上高	50,000	38,955	77.9%
	営業利益	5,100	4,319	84.7%
■業務用システム事業	売上高	20,500	14,300	69.8%
	営業利益	3,100	2,444	78.9%
■エネルギー事業	売上高	30,000	28,255	94.2%
	営業利益	400	366	91.7%

マテリアリティの重要指標(KPI)を策定

- ✓ 4つのマテリアリティに沿った重要指標（KPI）を策定し、2025年度までの目標を策定
- ✓ 今後はKPIに沿った取り組みを強化するとともに、毎年実績の管理・開示を行い、更なるサステナビリティ活動を推進

KPI一覧

<https://usen-next.co.jp/newsrelease/2022/06/hd-sustaina-kpi.html>

■4つのマテリアリティ

Environment
環境負荷の低減と循環社会への貢献

Governance
変化・進化をし続ける、健全で透明性の高い経営

Social
イキイキと働ける環境による、すべてのステークホルダーとの共栄

Business
テクノロジーで人々を、街を、社会を幸せに

TCFD 提言に沿った情報開示を開始

- ✓ TCFDの提言に賛同を表明し、TCFD提言が推奨する情報開示項目に基づいた開示を実施
- ✓ TCFD提言の情報開示でも目標の一つとして掲げている1.5°C目標「2030年までのScope1.2のCO2排出量50%削減」達成に向け、再生可能エネルギー由来電力への切り替えや車両のEV・HV化など、排出量削減施策に取り組む

USEN-NEXT
GROUP



TCFD TASK FORCE ON
CLIMATE-RELATED
FINANCIAL
DISCLOSURES

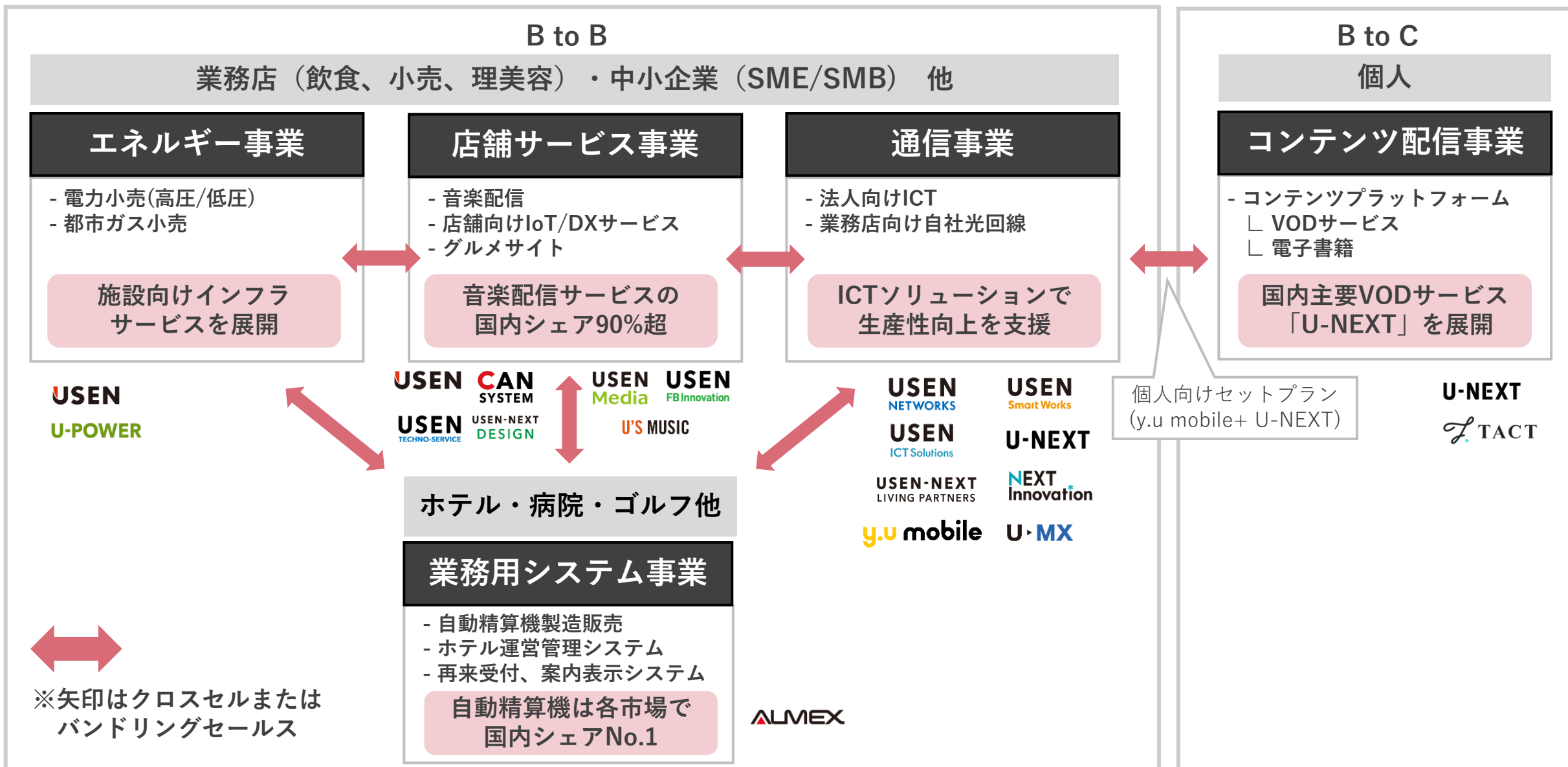


TCFD開示資料

<https://usen-next.co.jp/sustainability/data/tcfid.pdf>

II.事業セグメント別業績

セグメント概要



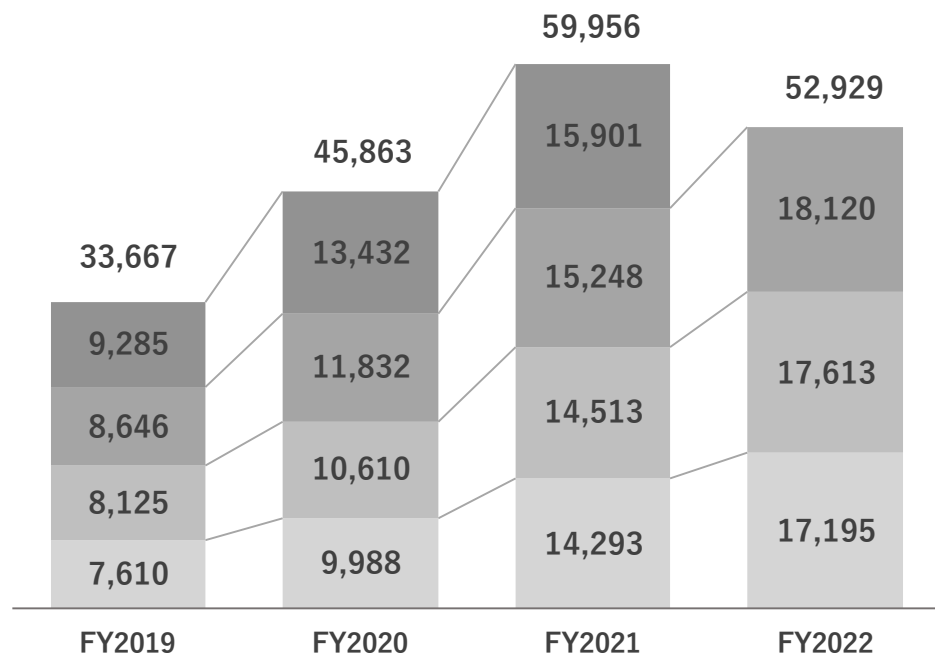
コンテンツ配信事業（業績推移）

- ✓ 売上は課金ユーザーの純増に連動して安定的に増加
- ✓ 3QはテレビCM等の販促強化施策を行わなかったため、QoQで大幅な増益

売上高

YoY +19% QoQ +3%

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

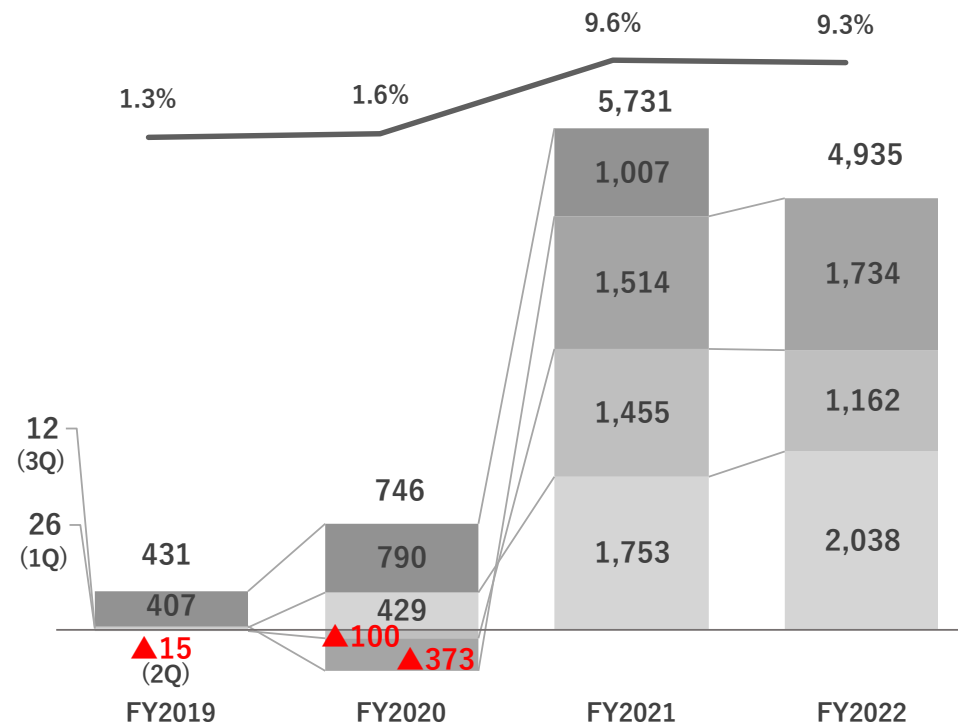


営業利益/率

YoY +15% QoQ +49%

単位：百万円

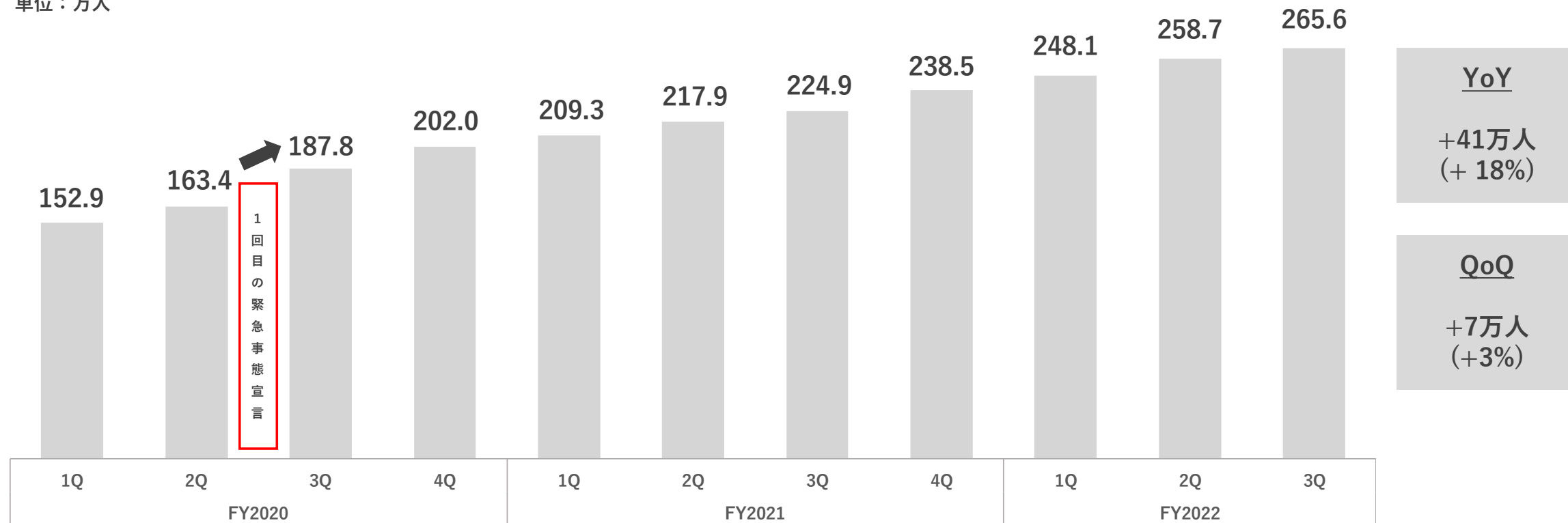
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q — 営業利益率（累計）



コンテンツ配信事業（課金ユーザー推移）

- ✓ 3Qにおける課金ユーザー数は前期比で+41万人、QoQで+7万の純増
- ✓ リオープンによる巣ごもり逆風の影響も大きく受けず、純増基調を維持

単位：万人



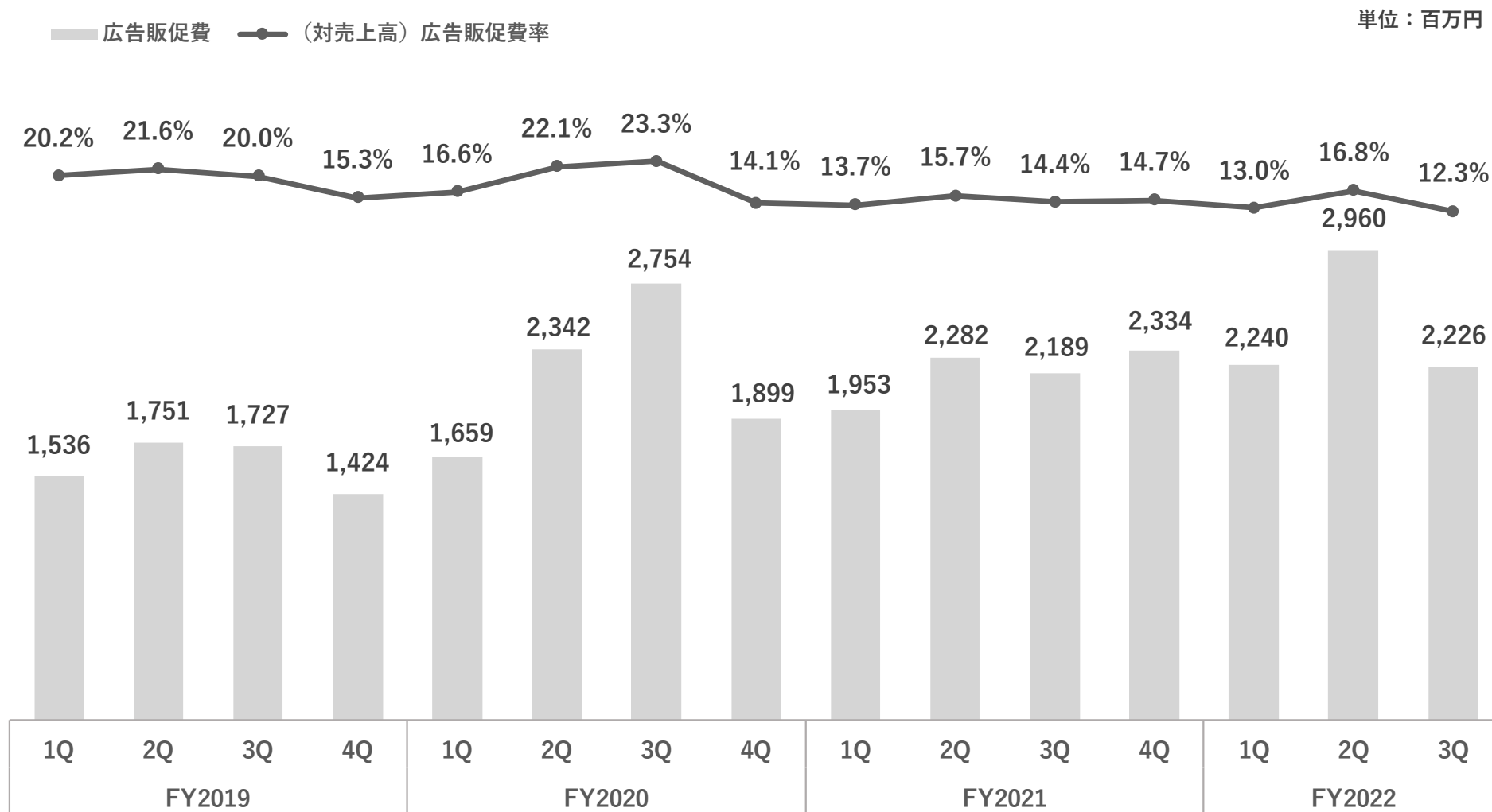
純増数
(QoQ)

	+10.5	+24.4	+14.2	+7.3	+8.6	+7.0	+13.6	+9.5	+10.7	+6.9
--	-------	-------	-------	------	------	------	-------	------	-------	------

※ビジネスアライアンス先を通じた月額ポイントサービス等を含む

コンテンツ配信事業（広告販促費）

✓ 3Qは2Qに実施したスポットのテレビCMやWEBプロモーション強化策を行わなかったため、QoQで減少

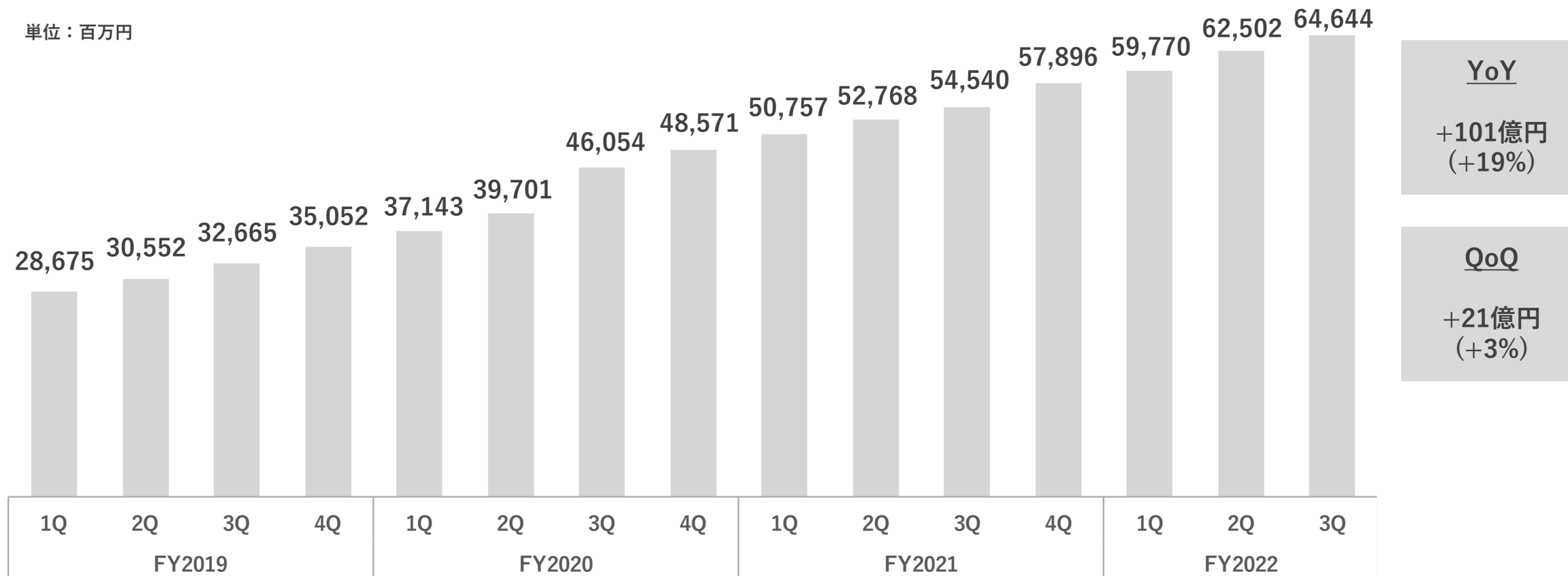


広告販促費
YoY +2%
QoQ ▲25%

広告販促費率
YoY ▲2%
QoQ ▲5%

コンテンツ配信事業 (ARR)

✓ 課金ユーザーに連動してARRも増加、QoQで20億円、YoYで約100億円を積み上げ










※Annual Recurring Revenue：Monthly Recurring Revenue の12倍

※Monthly Recurring Revenue：U-NEXTサービス全体の継続課金売上（PPVなどイニシャル売上を除き、音楽配信など付帯月額サービスを含む）

※各四半期最終月の単月売上ベース

U-NEXTポイントを使ってTOHOシネマズの映画チケット購入が可能に！

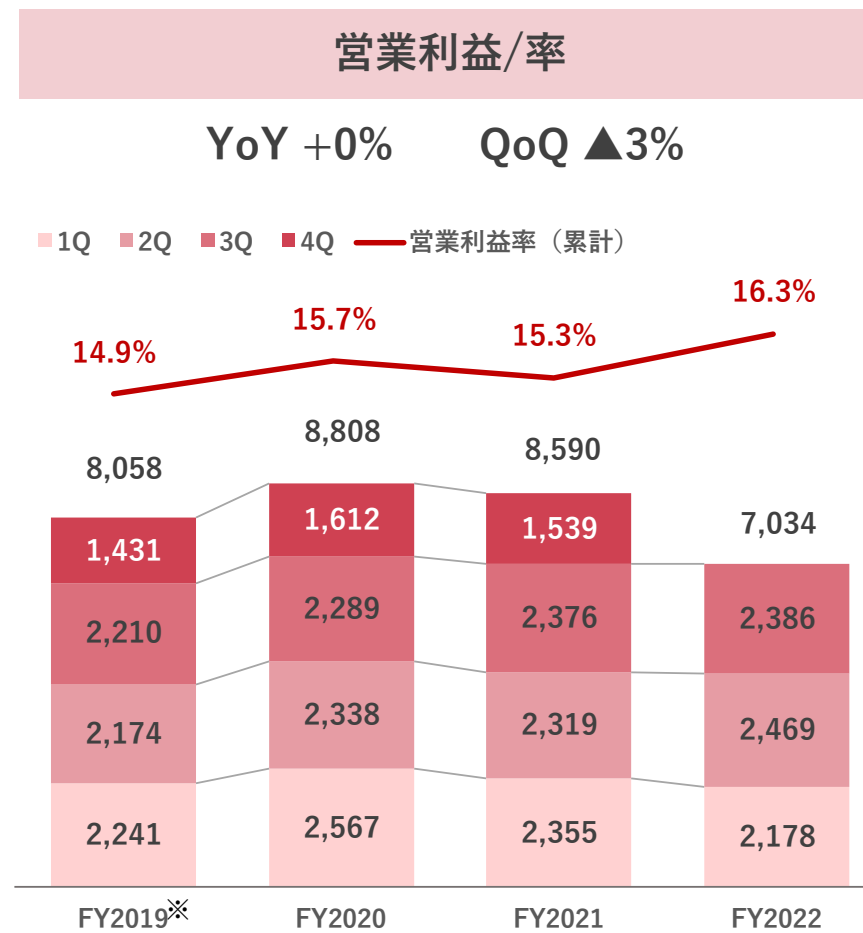
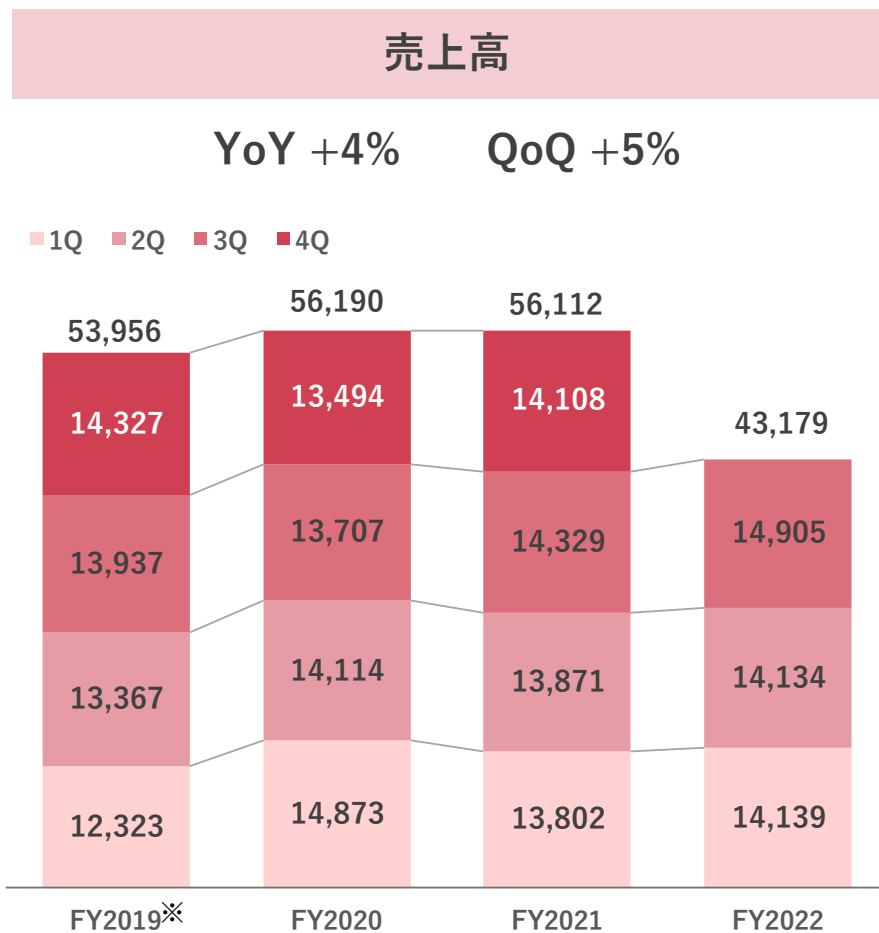
【U-NEXTポイントが使える全国のシネコンチェーン】

 70館 654スクリーン	 95館 815スクリーン	 19館 183スクリーン	 26館 251スクリーン
 40館 388スクリーン	 19館 175スクリーン	 10館 102スクリーン	

- ✓ U-NEXTは「映画館で映画を観る体験」に重きを置き、「映画館に送客できる動画配信サービス」を目指し、様々なシネコンチェーンにおいてU-NEXTポイントで映画チケットを購入できるよう取り組みを進めてきた
- ✓ 2022年4月1日（金）からTOHOシネマズの映画チケット購入にもU-NEXTポイントの利用が可能になったことで、全国のほぼすべてのシネコンチェーンにおいて、U-NEXTポイントが映画チケット購入に活用できるように

店舗サービス事業（業績推移）

- ✓ 売上はPOSレジと配膳ロボットを中心に販売が堅調に推移しYoY、QoQともに増収
- ✓ 営業利益は新卒人件費増加やPOSレジ販促強化等による販管費増加でYoY、QoQともに横ばい

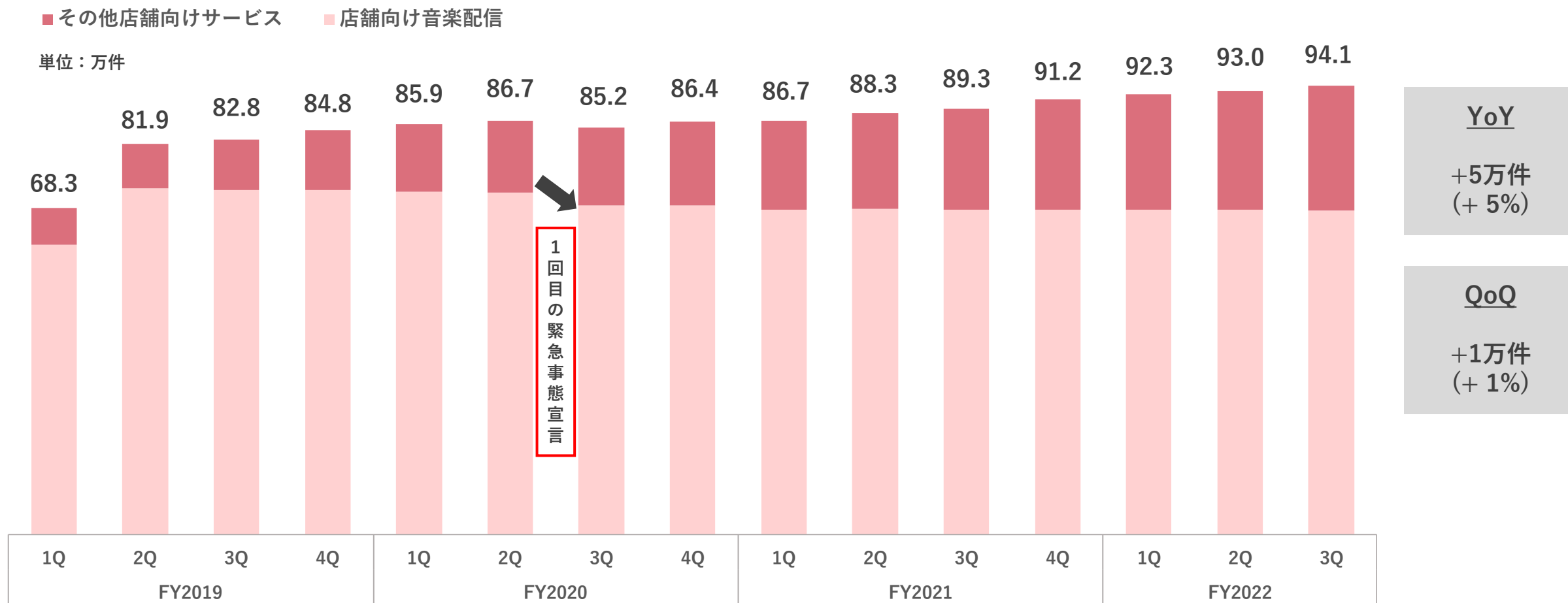


単位：百万円

※FY2019は旧店舗サービス事業と旧メディア事業の単純合算

店舗サービス事業（契約件数推移）

✓ 契約件数はYoYで+4.8万件、QoQでも+1.1万件の純増と着実に顧客基盤を拡大



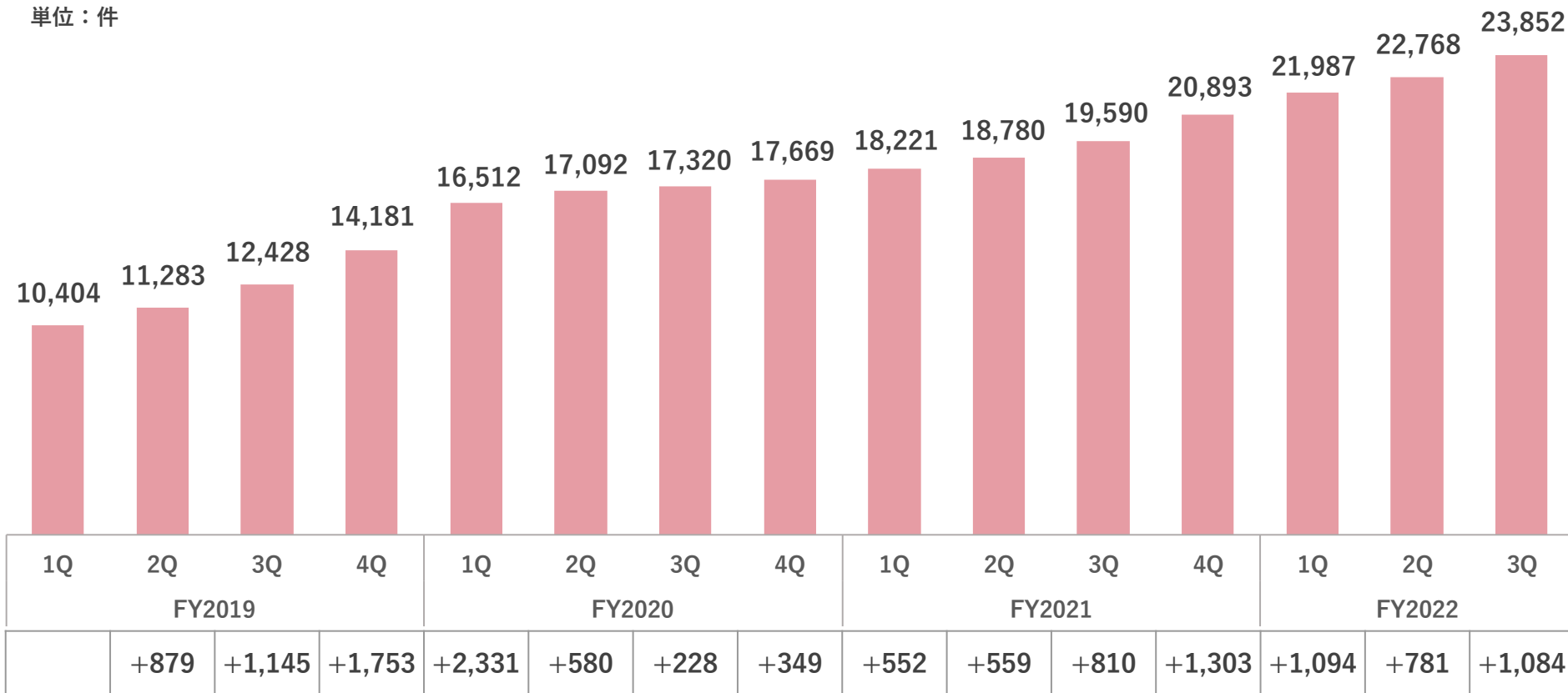
※その他店舗向けサービス：通信回線、POSレジサービス、Wi-Fiサービス、IPカメラサービス、アプリ生成サービス、グルメサイトサービスの合算

※1顧客が複数サービスを契約している場合、サービス毎に1件とカウント

店舗サービス事業（POSレジ期末課金件数）

✓ 1Qに実施したPOSレジの販促強化を3Qも実施し、YoYで +4.3千件、QoQで +1.1千件の純増と着実に拡大

単位：件

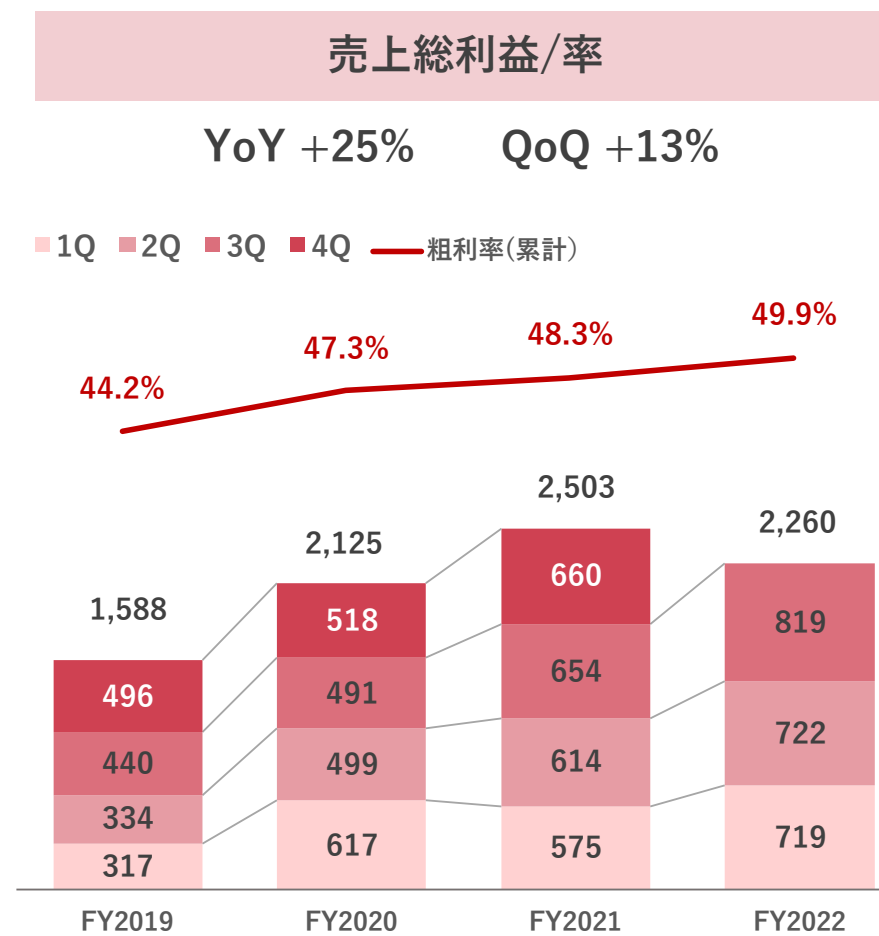
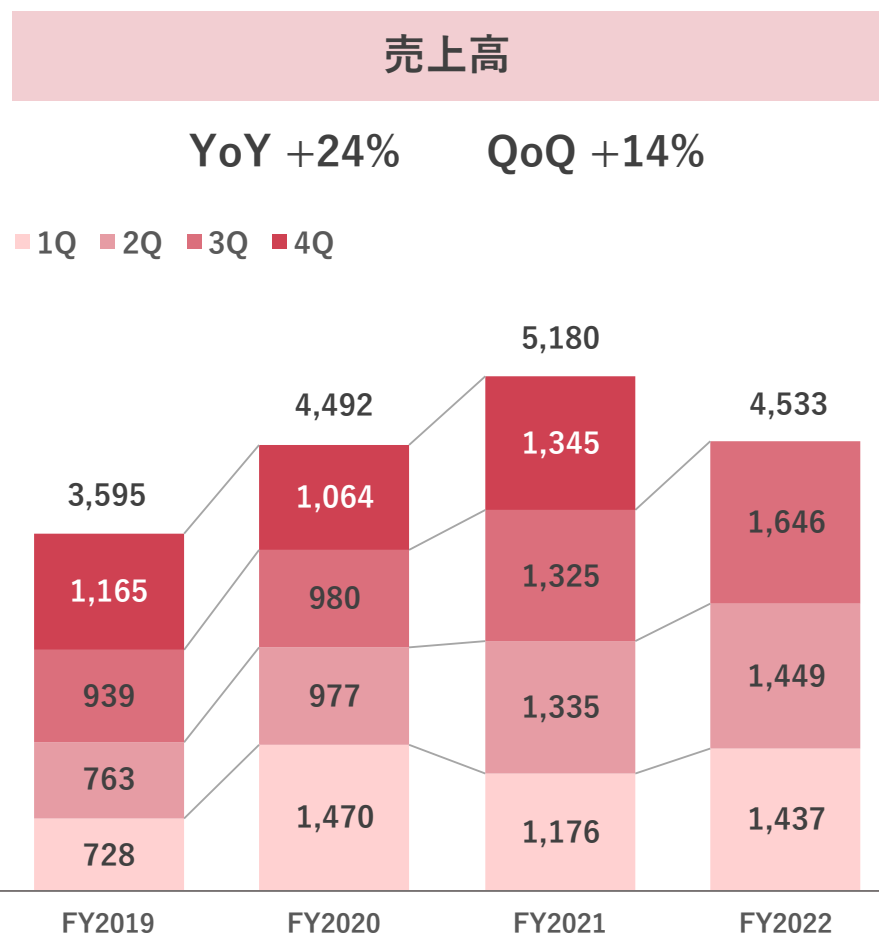


YoY
+4.3千件
(+22%)

QoQ
+1.1千件
(+5%)

店舗サービス事業（POSレジ収益推移）

✓ 顧客基盤の拡大にともない、イニシャル・ランニングともに増収増益基調

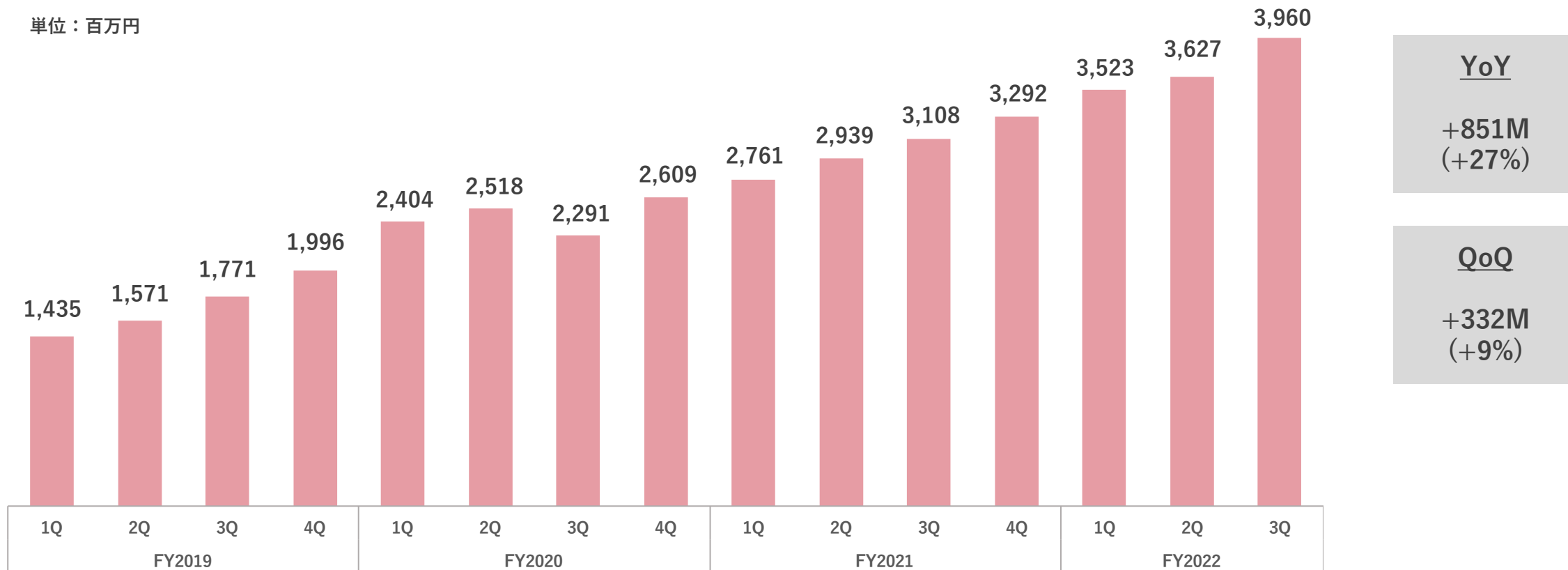


単位：百万円

店舗サービス事業（POSレジARR）

✓ 安定的な顧客純増によりARRも順調に成長

単位：百万円

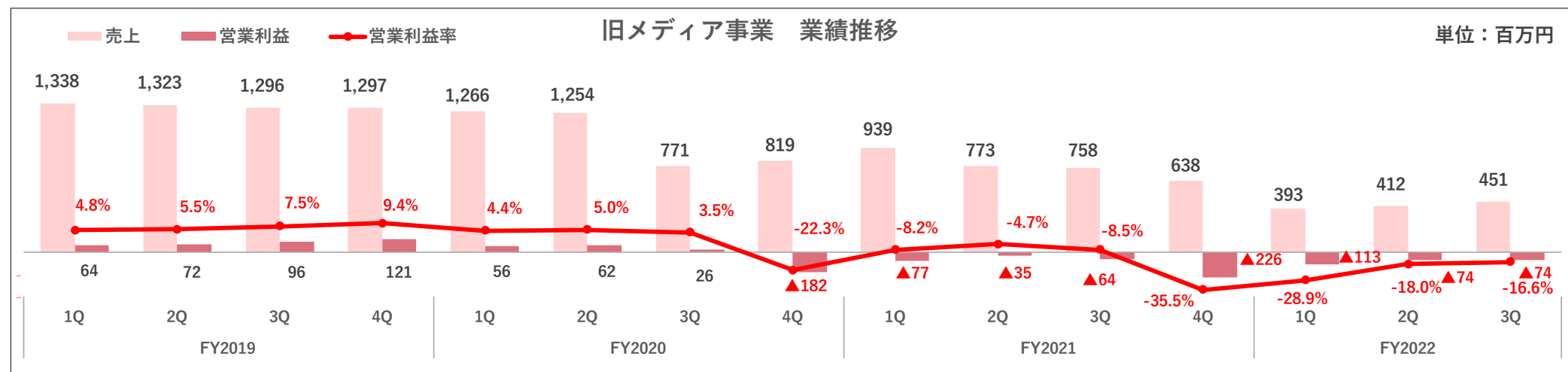
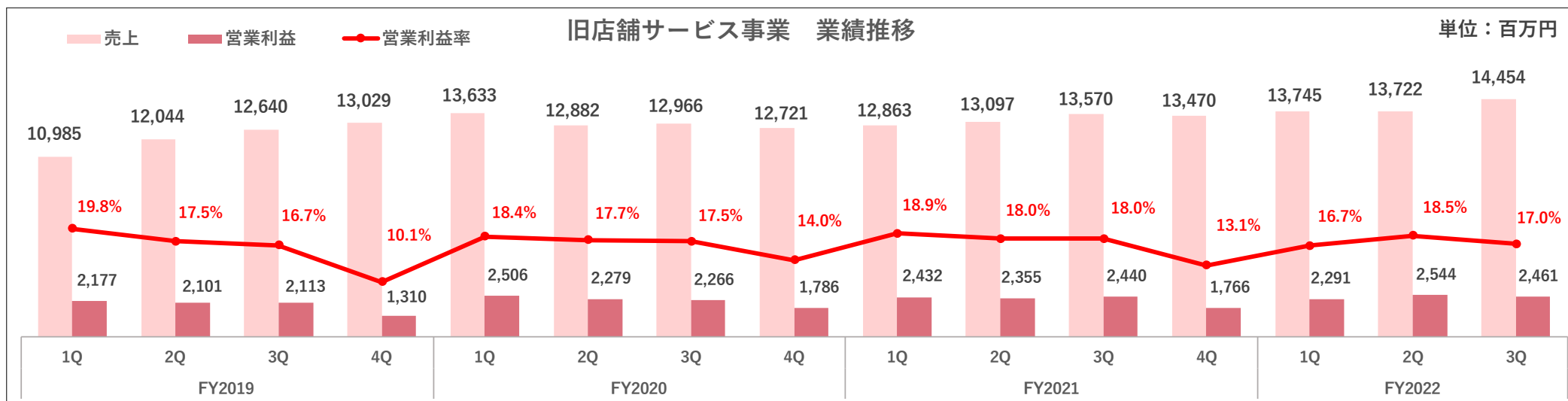


※Annual Recurring Revenue：Monthly Recurring Revenue の12倍

※Monthly Recurring Revenue：POSレジサービス売上における継続課金売上（機器販売や加入金などのイニシャル売上を除く）

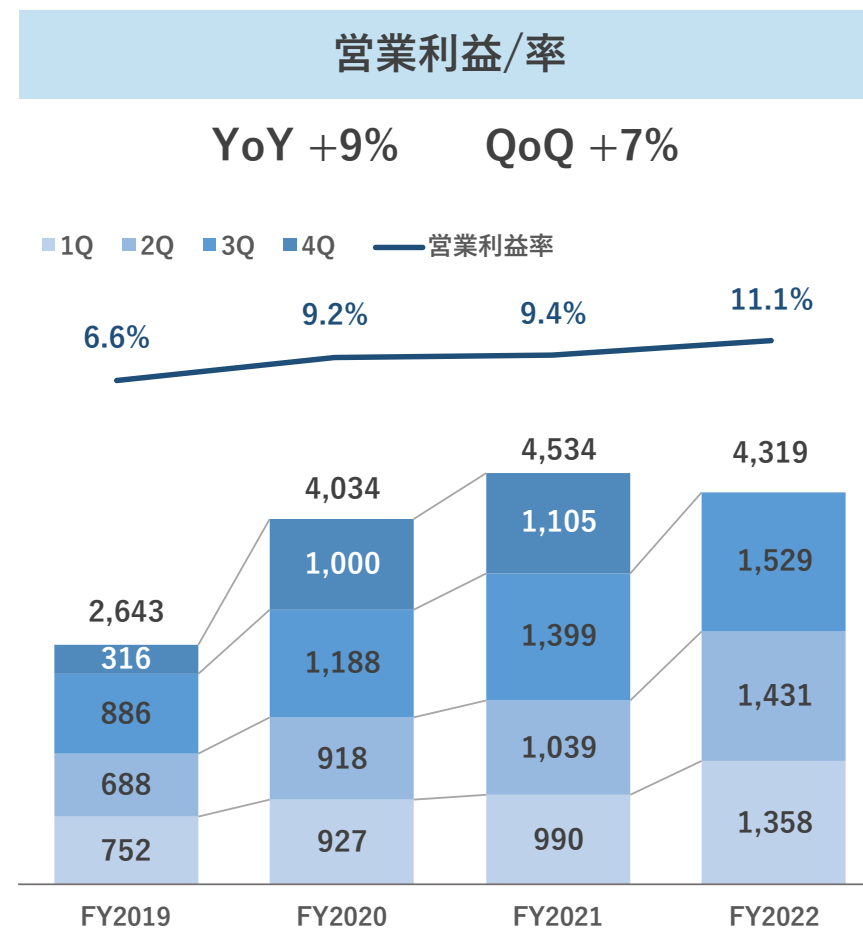
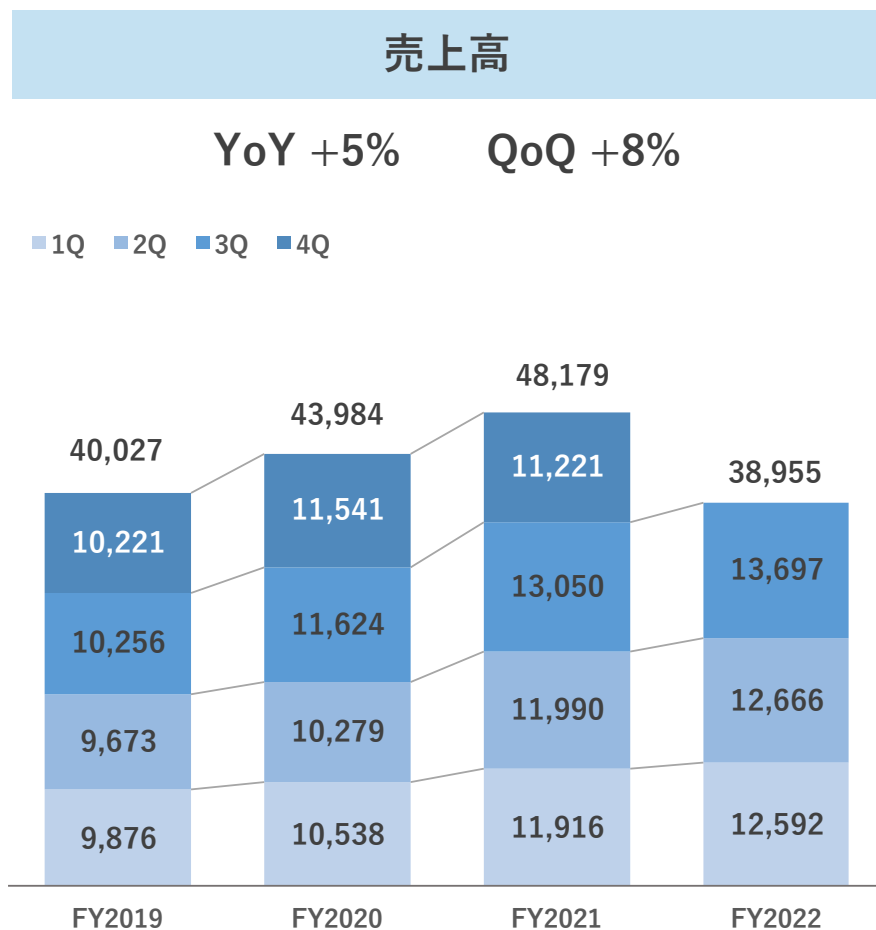
※各四半期最終月の単月売上ベース

店舗サービス事業（旧セグメントプロフォーマ）



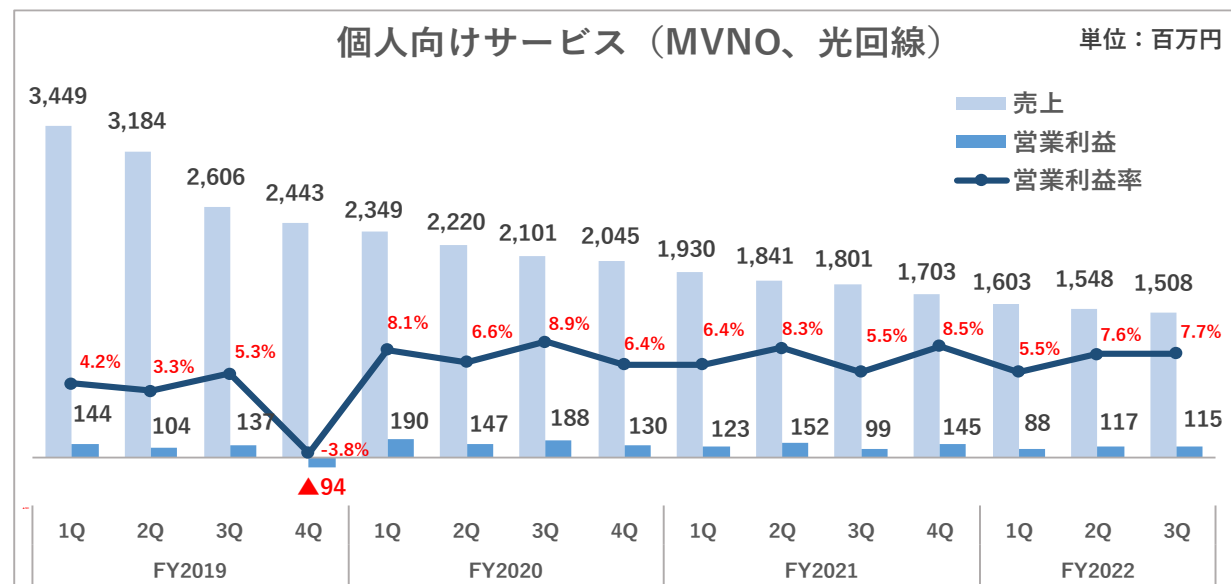
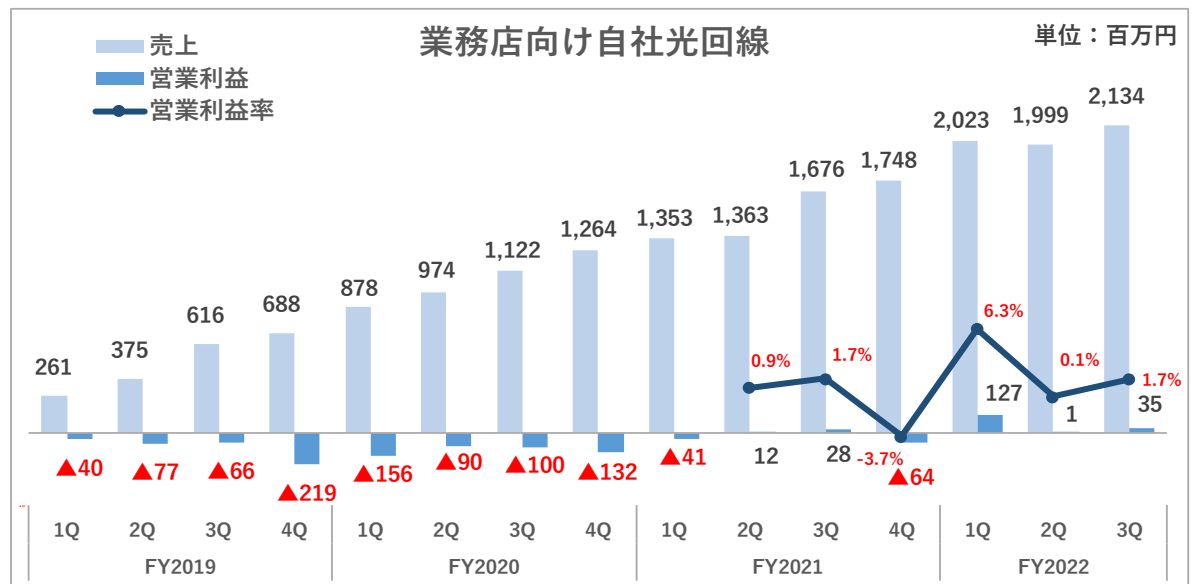
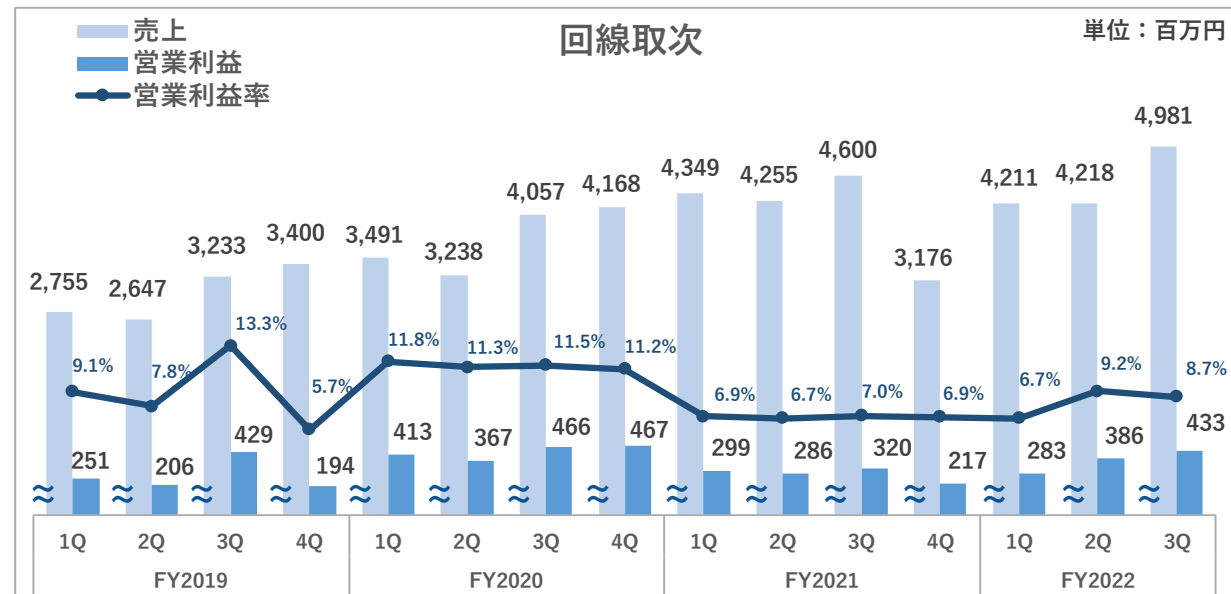
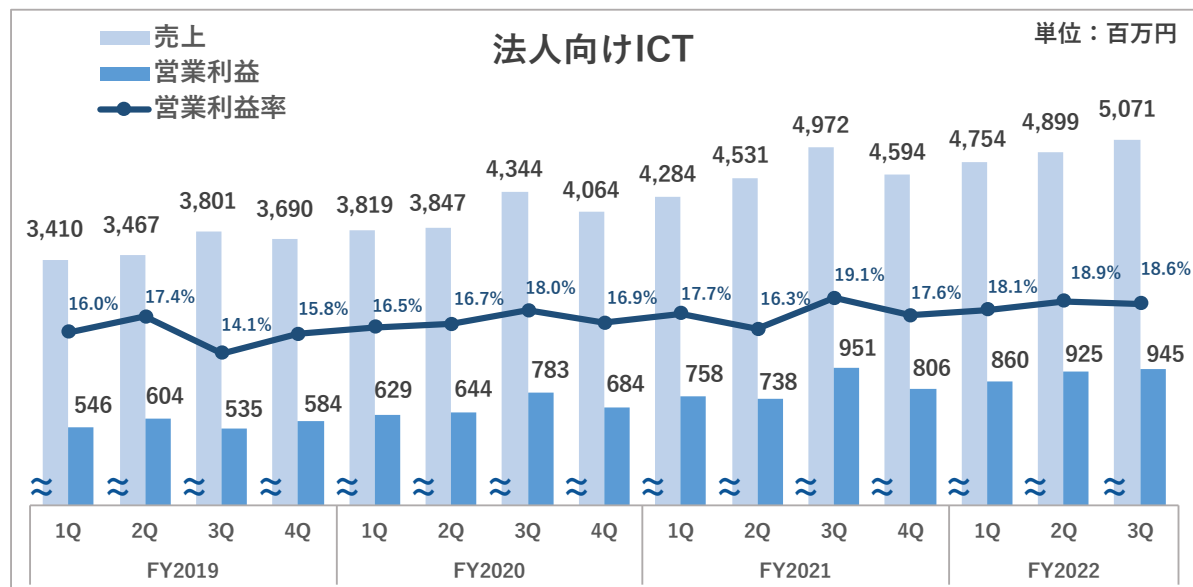
通信事業（業績推移）

- ✓ 法人向けICTは引き続き順調に成長しQoQで増収増益
- ✓ 回線取次では季節要因による契約数増加と一部販売支援金による収入の寄与によりQoQで増収増益
- ✓ 業務店向け自社光回線は2Qに大型顧客の経営破綻による一斉解約が発生したものの、増収増益傾向へ回復



単位：百万円

通信事業（サービス区分別損益）



USEN NETWORKS（通信事業）がU-NEXT（コンテンツ配信事業）の取り扱いをスタート BtoCにおける事業間のクロスセルでグループシナジーを創出

USEN U-NEXT

■「USEN光01」とは

- ✓ NTT東日本・NTT西日本提供のフレッツ光回線の設備を使用して提供する、個人向け光回線サービス
- ✓ コロナ禍でのテレワーク普及を背景に2021年12月からスタート

■仕事も余暇もトータルサポート

- ✓ 「USEN光01」と「U-NEXT」を一緒に新規契約の場合、さらにお得になる「エンタメ割」をスタート
- ✓ 働く時間に加え、余暇時間もさらにお得に楽しめるサービスに

<ファミリータイプ（戸建）の『エンタメ割』適用イメージ>



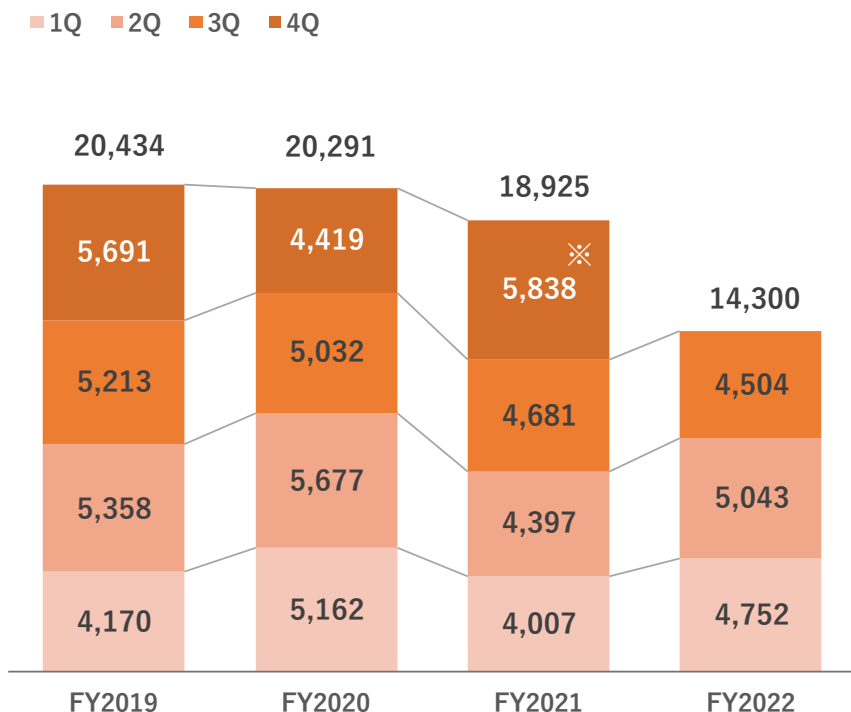
関連リリースURL：<https://usen-next.co.jp/newsrelease/2022/05/unw-unext-usenhikari01.html>

業務用システム事業（業績推移）

- ✓ 観光庁のIT補助金が3月末で終了したことに伴うビジネスホテル向けの機器販売の減少や、医療機関向けのイニシャル販売が減少したことで減収減益
- ✓ リオープニングや入国規制緩和に伴うホテル稼働率向上での本質的な設備投資ニーズの顕在化に期待

売上高

YoY ▲4% QoQ ▲11%

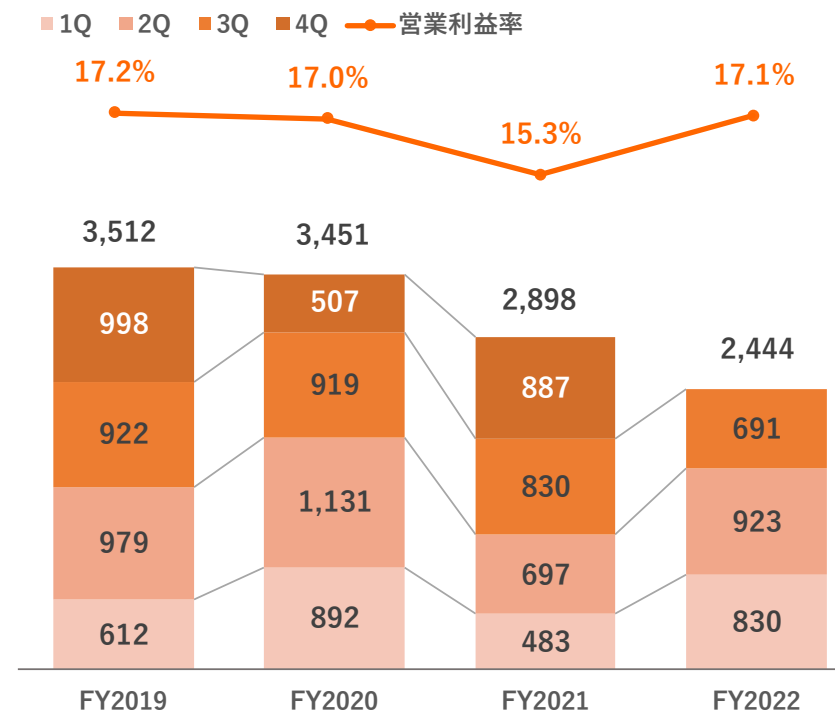


※FY2021 4Qはマイナタッチの機器販売売上 1,170百万円を含む

営業利益/率

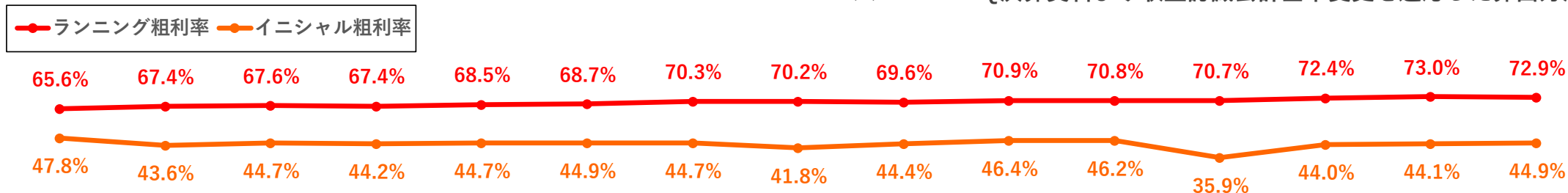
単位：百万円

YoY ▲17% QoQ ▲25%

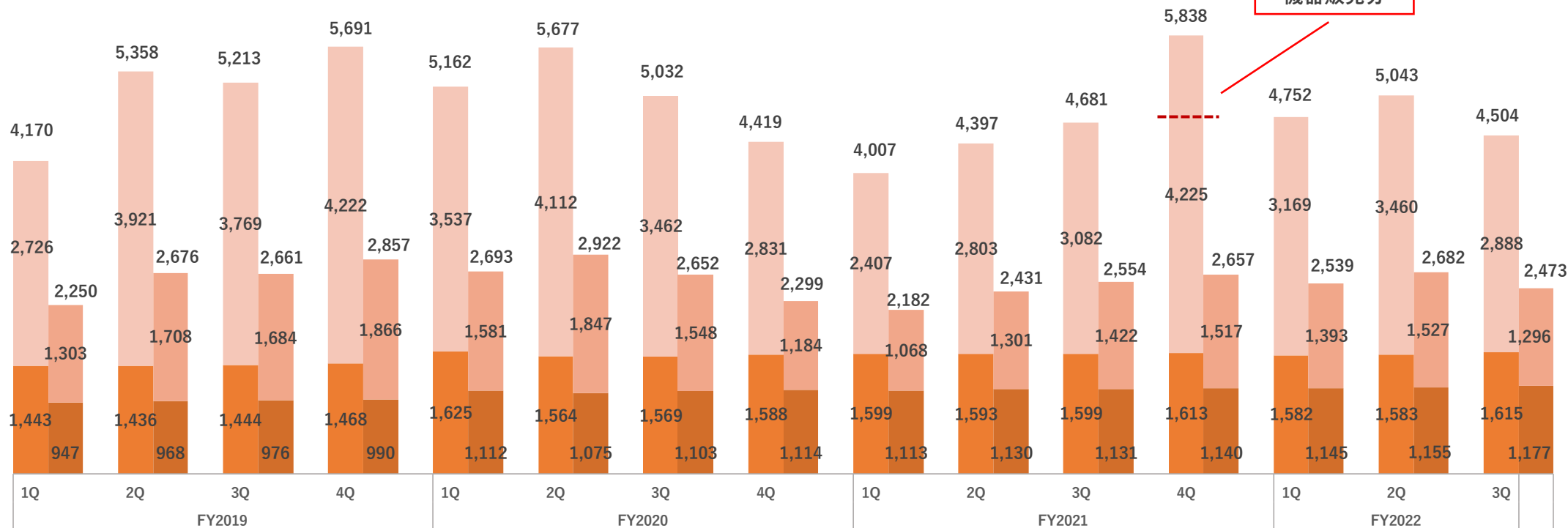


業務用システム事業（イニシャル／ランニング別収益）

※FY2022 2Q決算資料より収益認識会計基準変更を適応した算出方法に変更しております



左：イニシャル売上 右：イニシャル粗利
左下：ランニング売上 右下：ランニング粗利
単位：百万円



マイナタッチ
機器販売分

YoY

イニシャル
売上
▲6%

ランニング
売上
+1%

ランニング
粗利
+4%

業務用システム事業（マイナタッチ受注状況）

- ✓ 今期は市場全体が動いていない状況も、来年4月の医療機関に対するマイナ保険証のシステム導入義務化に伴い、市場活性化の期待値や蓋然性が高まる

■顔認証付きカードリーダー申込数（市場全体）

約135,000施設 / 約230,000施設
(進捗率：59%)

※2022年5月末時点の当社調べ

■アルメックス受注数（2022年5月末時点）

約13,500台

【売上インパクト】

機器販売売上：1,215百万円

ARR：405百万円（本格稼働後の1.5年目以降～）



6代目の病院向け自動再来受付機「APS-NEXT」をリリース



- ✓ 車いすや高齢者の方でも操作しやすいユニバーサルデザインに配慮した最新モデル
- ✓ 1,000件超にのぼる病院の導入実績で培ったノウハウで病院DXを加速

関連リリースURL：<https://usen-next.co.jp/newsrelease/2022/06/almex-apsnext.html>

Tabistと当社グループ（株）アルメックスの宿泊管理システム「innto」（イントゥ）が業務提携

- ✓ Tabistが支援する全国およそ230施設7,000室以上（2022年4月1日現在）に「innto」を提供
- ✓ ホテル業務におけるオペレーションの効率化・最適化・自動化の実現をサポート

宿泊業回復とインバウンド再来を見据え
Tabistとアルメックスの『innto』が業務提携

Tabist × ALMEX

「innto」と連携製品



innto



スマチェ（オプション）



KIOSK（連携製品）

■「innto」とは

- ✓ アルメックスが2018年から提供している宿泊管理システム
- ✓ 宿泊施設の予約や販売価格、残室数、料金といった客室に関する情報を一元管理

■Tabistについて

- ✓ 日本の宿泊施設の魅力をより一層引き出すため、日本の宿泊施設にあった宿泊管理システムや、ダイナミック・プライシングの仕組みを提供することで、観光・宿泊産業のDXを推進

関連リリースURL：<https://usen-next.co.jp/newsrelease/2022/04/almex-tabist-innto.html>

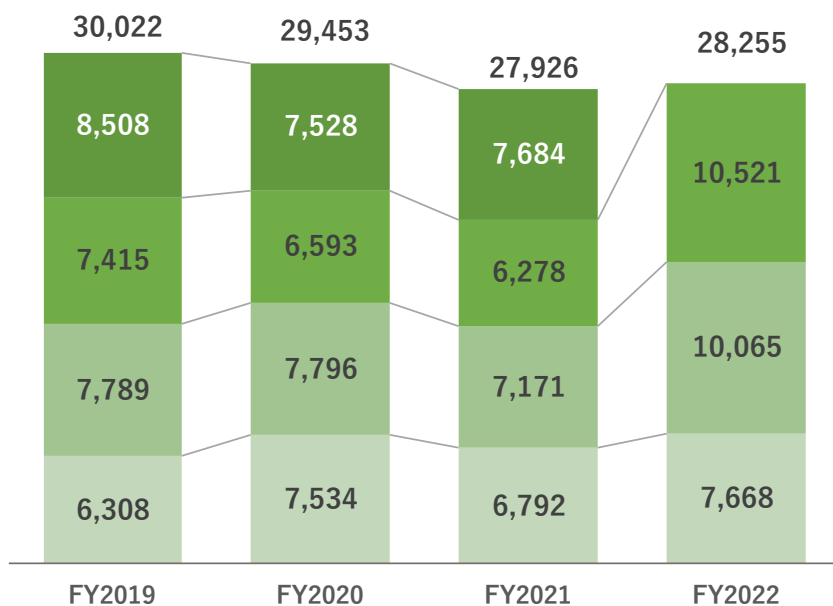
エネルギー事業（業績推移）

- ✓ 顧客基盤の積み上げに加え、季節性の消費電力量増加と燃料調整単価の上振れ等により売上は前期比+68%
- ✓ U-POWERが3Qから稼働を開始したことによる販管費の発生により営業利益はQoQで減少

売上高

YoY +68% QoQ +5%

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

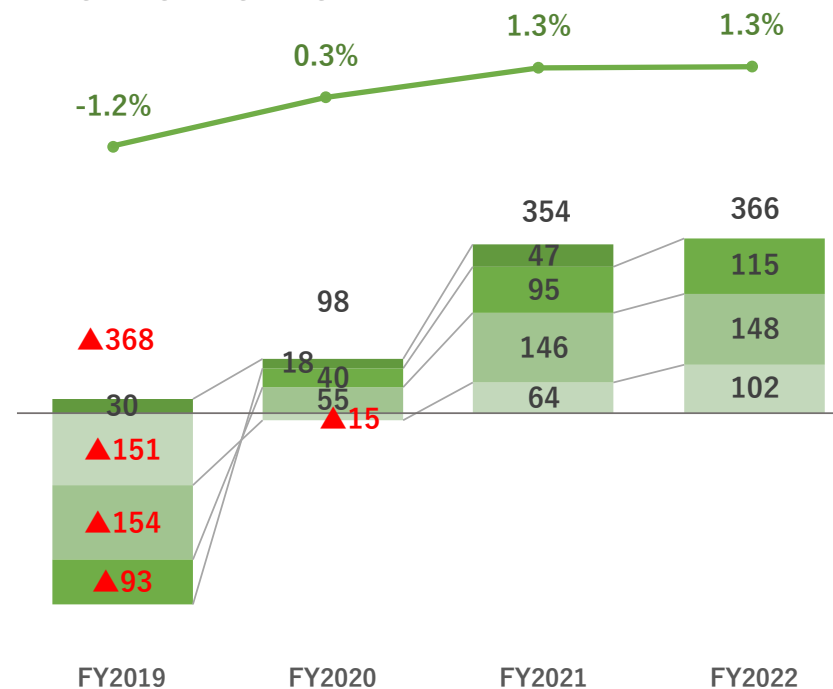


営業利益/率

単位：百万円

YoY +21% QoQ ▲22%

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q ● 営業利益率



(単位：百万円)		USEN エネルギー事業 (取次モデル)	U-POWER (自社調達モデル)	合計
FY2022 3Q (2022年3月～5月)	売上	10,428	93	10,521
	営業利益	162	▲46	115

USEN エネルギー事業（取次モデル）

- ✓ 燃料単価の高騰を受け、高圧顧客に対してリバランス（価格改定）交渉を実施中
- ✓ リバランスによる解約意向の顧客についてはU-POWERを紹介することで、エネルギー事業全体で顧客を維持していく

USEN **でんき**

USEN **GAS**

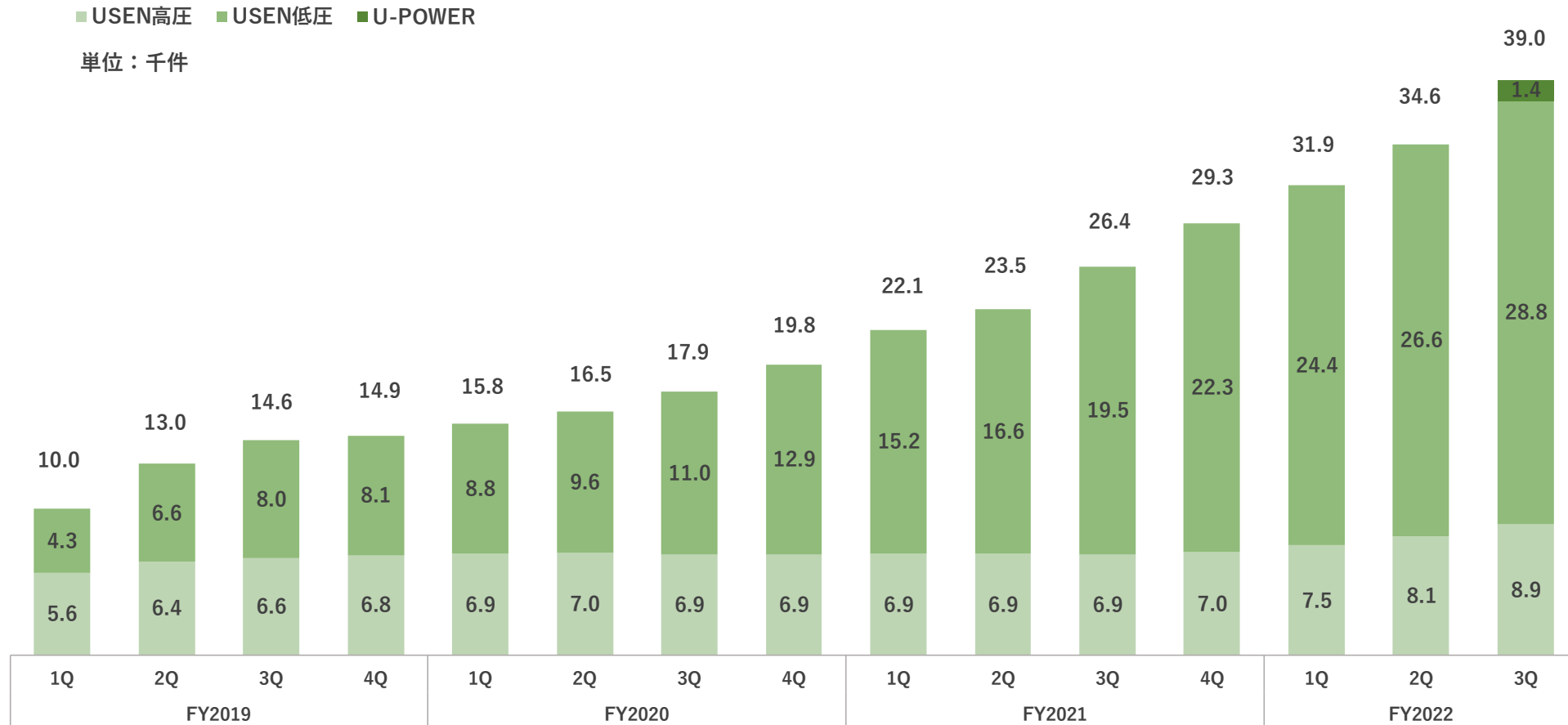
U-POWER（自社調達モデル）

- ✓ 3月から本格稼働
- ✓ 低圧のグリーン電力を提供していたが、USENでんきの解約意向顧客の維持と、ENECHANGE株式会社との提携による顧客拡大を目指し、6月から市場連動型の高圧グリーン電力も提供開始

U-POWER

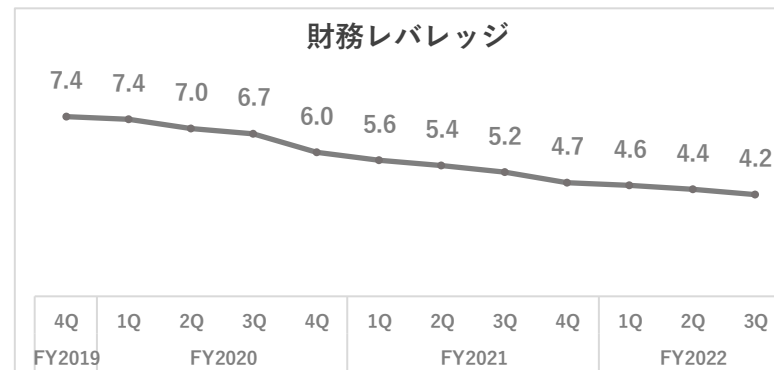
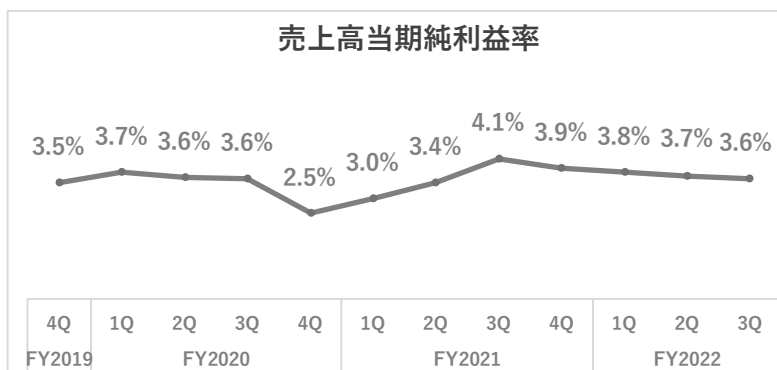
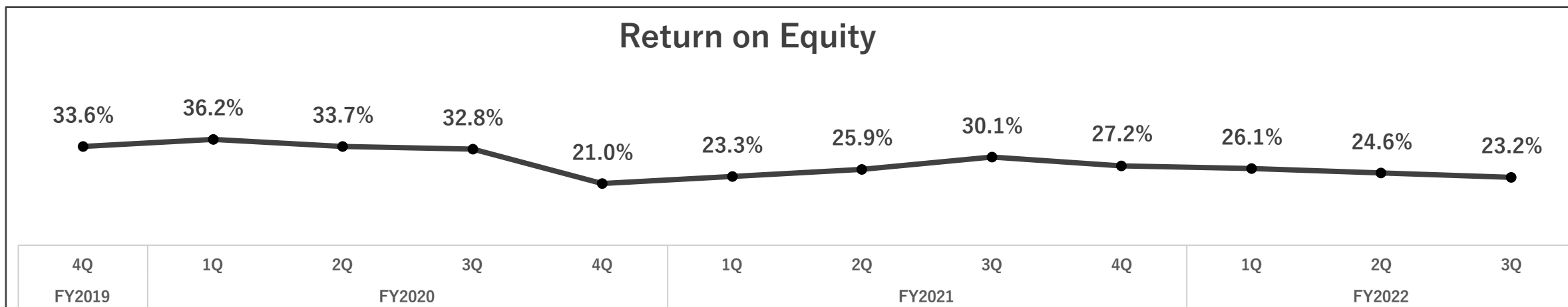
エネルギー事業（顧客件数）

✓ 高圧・低圧ともに顧客件数は安定的に拡大し、3QからはU-POWERの獲得顧客数も加わる



※各期末時点

✓ 財務レバレッジ低下 (財務安定性は向上) もROEは20%超を維持



※LTM：Last Twelve Month (直近12ヶ月)

※Return on Equity (ROE)：売上高当期純利益率 × 総資産回転率 × 財務レバレッジ

※売上高当期純利益率：当期純利益 ÷ 売上高

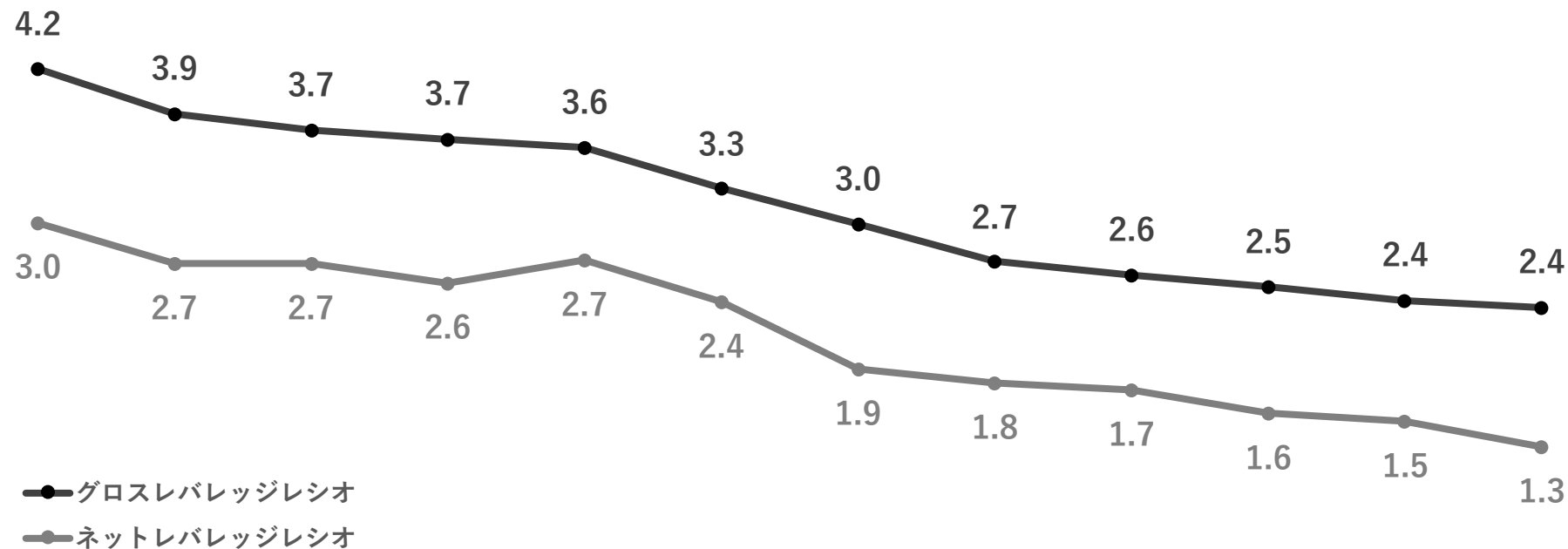
※総資産回転率：売上高 ÷ 総資産 (期中平均)

※財務レバレッジ：総資産 (期中平均) ÷ 自己資本 (期中平均)

※自己資本：純資産 - 新株予約権 - 少数株主持分

経営財務指標（レバレッジレシオ ※LTMベース）

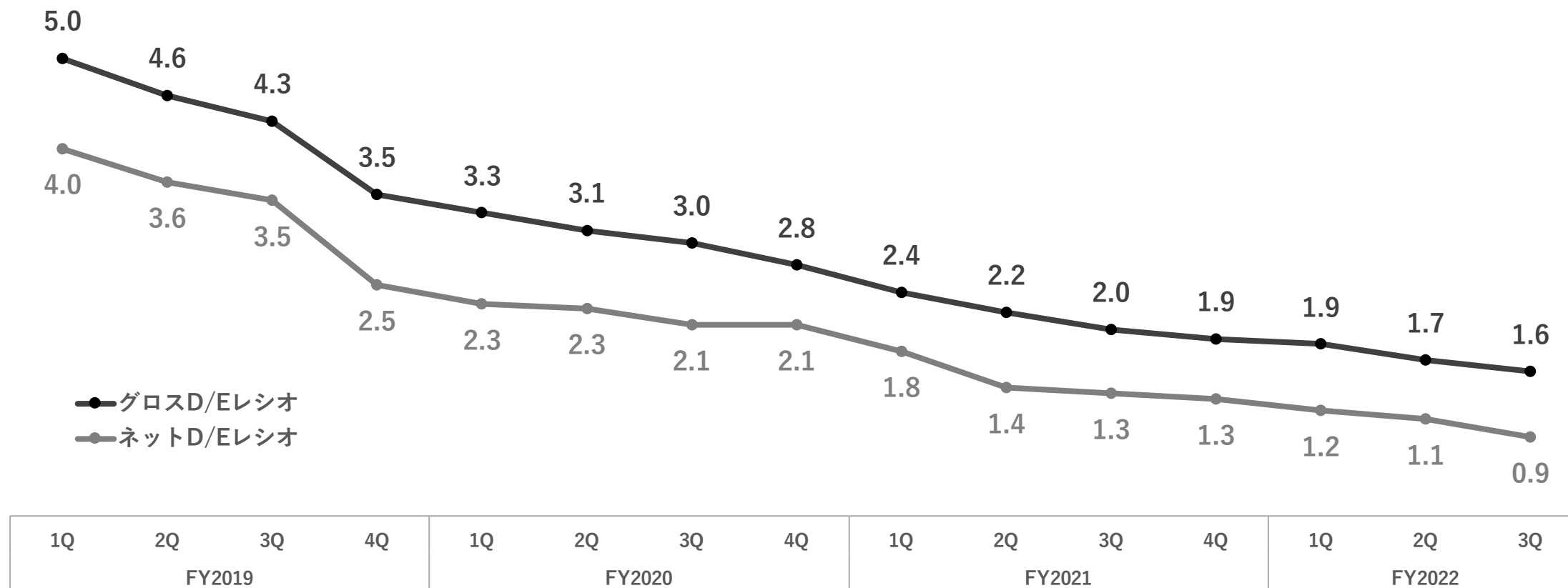
✓ 有利子負債の減少およびEBITDA（LTMベース）の増加により微減



※LTM：Last Twelve Month（直近12ヶ月）
 ※グロスレバレッジレシオ：有利子負債 ÷ EBITDA
 ※ネットレバレッジレシオ：（有利子負債 - 現預金） ÷ EBITDA

経営財務指標 (D/Eレシオ)

✓ 安定した利益計上と有利子負債圧縮により、着実に減少傾向




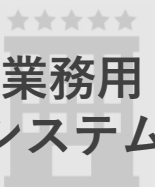



※グロスD/Eレシオ：有利子負債 ÷ 株主資本
 ※ネットD/Eレシオ：(有利子負債 - 現預金) ÷ 株主資本

III. APPENDIX

(再掲資料)

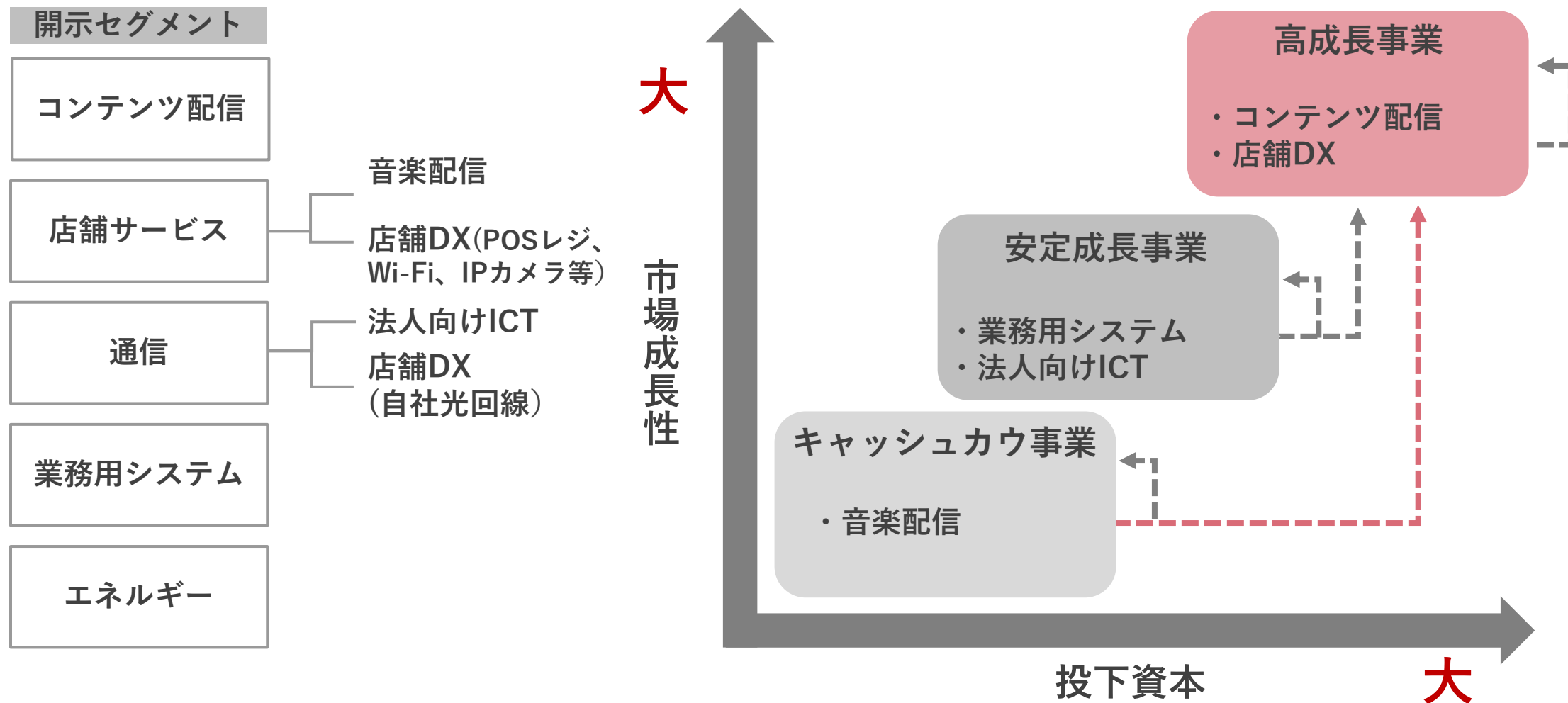
事業セグメント概要

	特徴／競争優位性	成長戦略／注力領域
 <p>コンテンツ 配信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 国内主要VODサービスの一つである「U-NEXT」を展開 ✓ 見放題とポイントのハイブリッドでHigh ARPU実現、売上は業界トップクラス ✓ コンテンツ数は圧倒的No.1（※）、1契約で電子書籍もパッケージ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新規ユーザー獲得に向けた広告販促費は継続して積極投下 ✓ 既存ユーザーのリテンションに向けたコンテンツの更なる充実化 ✓ 音楽配信でのリレーションを活用した音楽ライブ配信の本格化検討
 <p>店舗サービス</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 飲食や小売、理美容など業務店市場で展開 ✓ 国内シェアNo.1の店舗向け音楽配信による安定収益 ✓ 全国2,000名超の直販営業/施工人員が大きな競争優位性の1つ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 通信環境をプラットフォームとしたIoT/DX商材によるアップセル（自社リソースで納品～保守・サポートまで一気通貫に対応） ✓ セット成約率が高い新規OPEN店により注力、既存店閉店→後継店OPENのサイクルで徐々にアップセルを浸透
 <p>通信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 中小企業(SME)、業務店舗、個人向けに通信サービスを展開 ✓ 法人向けICTは直販営業によるマルチベンダー戦略 ✓ 店舗向け(取次、自社回線)は250社の代理店を通じて展開 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 契約取次から自社回線獲得へスイッチングしストック収益へ転換 ✓ 店舗向け自社回線顧客増加でIoT/DX商材アップセル機会創出 ✓ 法人向けICTはニーズに即したラインアップ構築で安定成長を企図
 <p>業務用 システム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ レジャーホテル、ビジネスホテル、大規模医療機関が主力市場 ✓ 自社製造ラインを持たないファブレスメーカーで自動精算機は国内シェアNo.1 ✓ ハード、ソフト・アプリ、エンジニア保守の三位一体価値の提供により差別化 ✓ 売上のフロー/ストック構成比はおおよそ55：45で安定的 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生産年齢人口減少等による効率化ニーズを踏まえたDX化支援 ✓ 販売機器へオプション提供するソフトウェアサービスでストック収益増 ✓ 「マイナタッチ」を起点とした中小規模医療機関への事業領域拡大や観光立国を支えるインバウンド再興によるIT投資需要の回復
 <p>エネルギー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 収益ボラティリティを回避すべく市場調達ではなく東京電力より相対調達 ✓ 直販営業やアウトバウンド、代理店などグループ販売チャネルを最大活用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 東京電力エリア内で一部帯域の電力取り扱い開始 ✓ 対象業種を問わないインフラサービスで施設運用コスト削減に貢献

(※) 2021年8月 GEM Partners調べ

ポートフォリオマネジメント

✓ 各事業で創出した利益を再投資しつつ、高成長事業へ積極投資することで持続的な成長を実現



ウィズコロナ／アフターコロナへの適応

- ✓ 既存事業を環境変化に適応させ、安定成長トレンドを堅持
- ✓ 適切なポートフォリオマネジメント経営、バランスの取れた攻守戦略の継続

新中期経営計画、統合報告書

- ✓ 新中期経営計画及び統合報告書を2月に公表済
- ✓ サステナブル経営の推進（SDGs/ESG/コーポレートガバナンスコードへの対応）

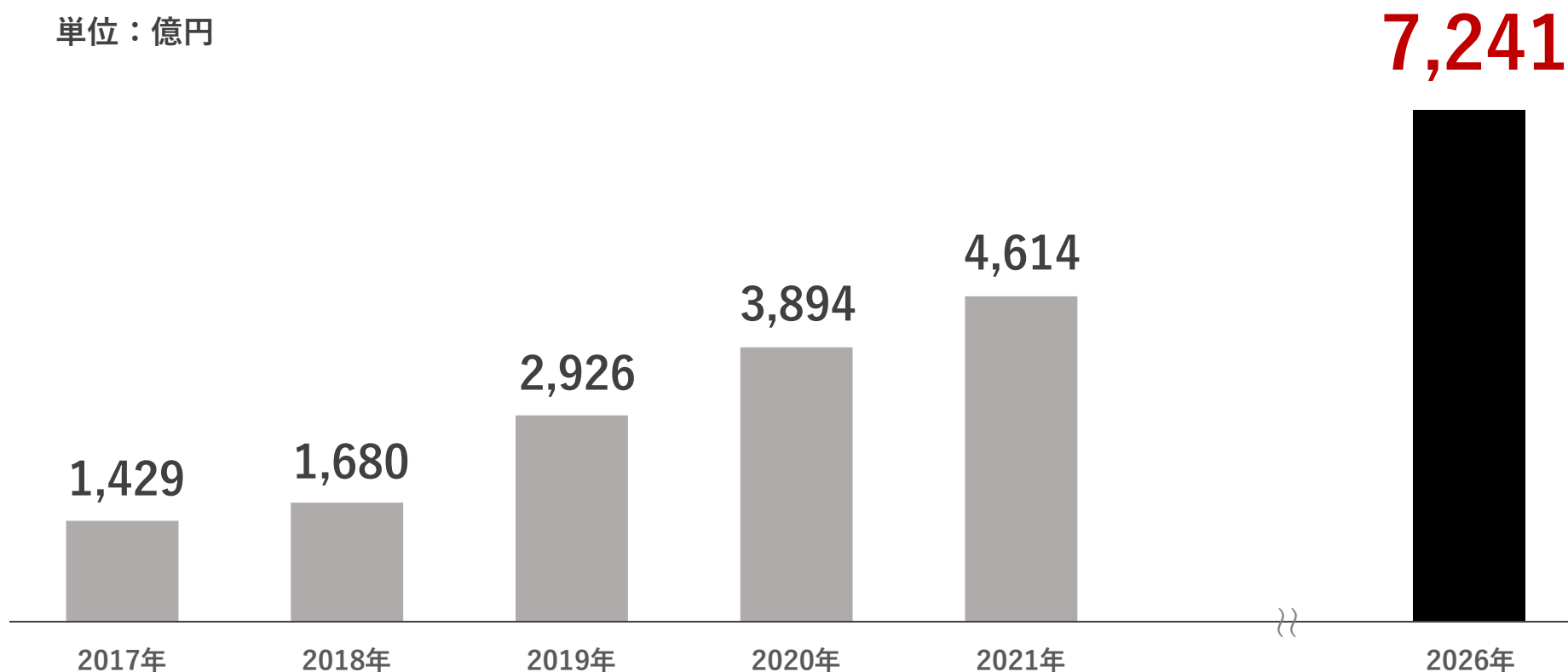
非連続成長への挑戦

- ✓ 内部/外部を問わずグループの成長へ貢献しうる人財を積極活用
- ✓ 財務規律を維持しながらプロアクティブな新事業創出、M&Aなどで成長機会を追求

コンテンツ配信事業（動画配信市場 成長予測）

動画配信市場は年平均約10%で成長を続け、2026年に7,241億円まで拡大が予測される

単位：億円



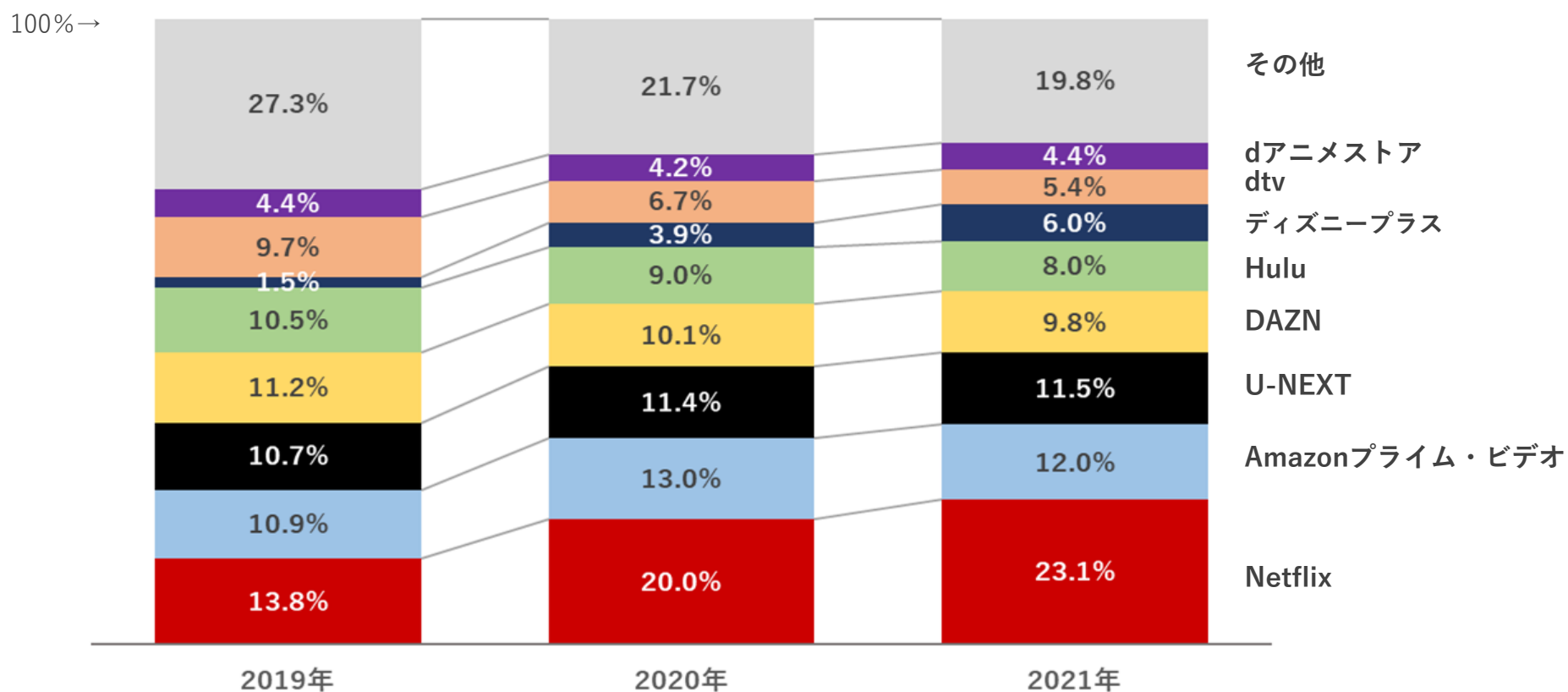
「定額制動画配信（SVOD）」「レンタル型動画配信（TVOD）」「動画配信販売（EST）」を合わせた動画配信市場全体の規模

出典：GEM Partners 動画配信（VOD）市場5年間予測（2022-2026年）レポート、市場5年間予測（2021-2025年）レポートより当社作成

コンテンツ配信事業（定額制動画配信サービス 市場シェア推移）

U-NEXTのシェアは11.5%（前年比+ 0.1pt）、日本勢で最も高いシェアを獲得

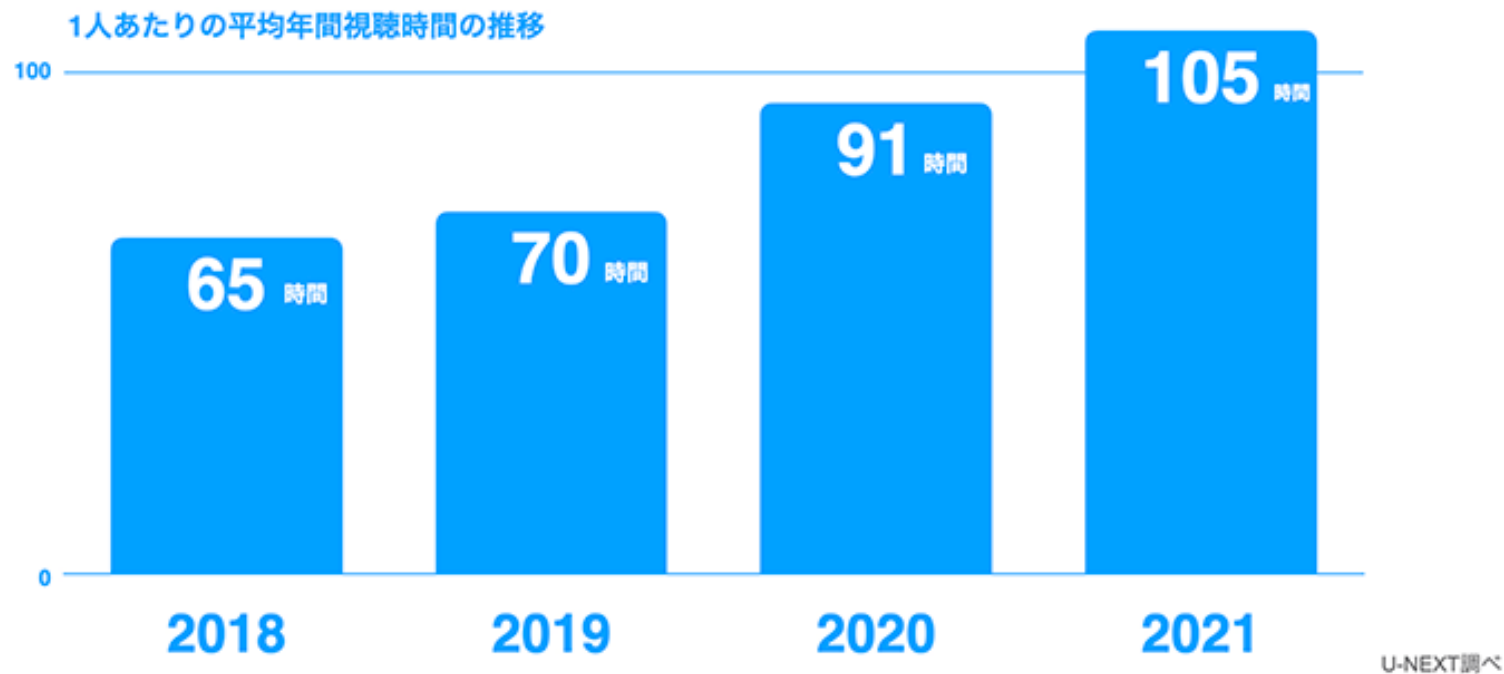
定額制動画配信（SVOD）サービス別 市場シェア推移



出典：GEM Partners 動画配信（VOD）市場5年間予測（2022-2026年）レポート、市場5年間予測（2021-2025年）レポートより当社作成

コンテンツ配信事業（1人あたり年間視聴時間）

コロナ禍による在宅時間の増加を受けて、一人あたりの平均年間視聴時間は大幅に増加



2019年 → 2021年

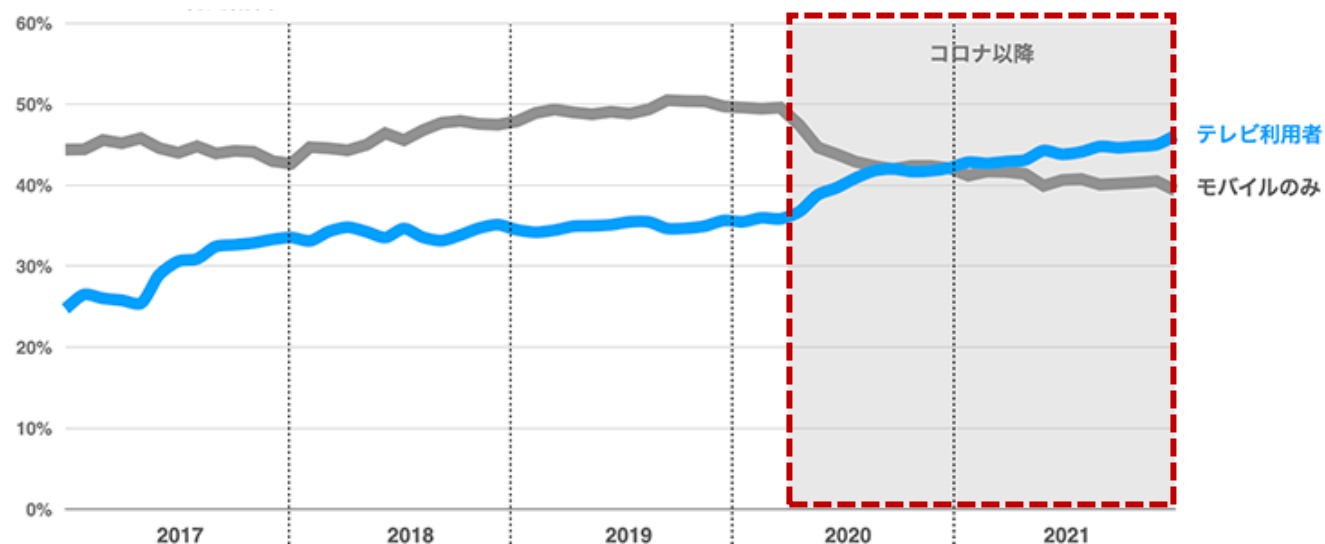
+35時間
(1.5倍)

U-NEXTはラインナップが充実しているため以前から映画ファンやアニメファンのような“ジャンルファン”が多く、他サービスに比べて視聴時間が長い傾向にあるが、在宅時間が増えたことでさらに視聴時間が増加

コンテンツ配信事業（視聴デバイスの推移）

コロナ以降、モバイルだけのユーザーが激減し、テレビ利用が急増

■デバイスの利用割合



U-NEXT調べ

- ✓ テレビ利用者は約5割を占め、うち7割がテレビ+ α の複数デバイスを併用
- ✓ モバイルのみの利用者はコロナを機に激減し4割に移動時間の減少に加え、テレビとの併用利用が大きく影響

■デバイス毎の1人あたり視聴時間TOP3

- 1位 「テレビ+パソコン+モバイル」
- 2位 「テレビ+パソコン」
- 3位 「テレビ+モバイル」

一番視聴時間が短いのは「モバイルのみ」

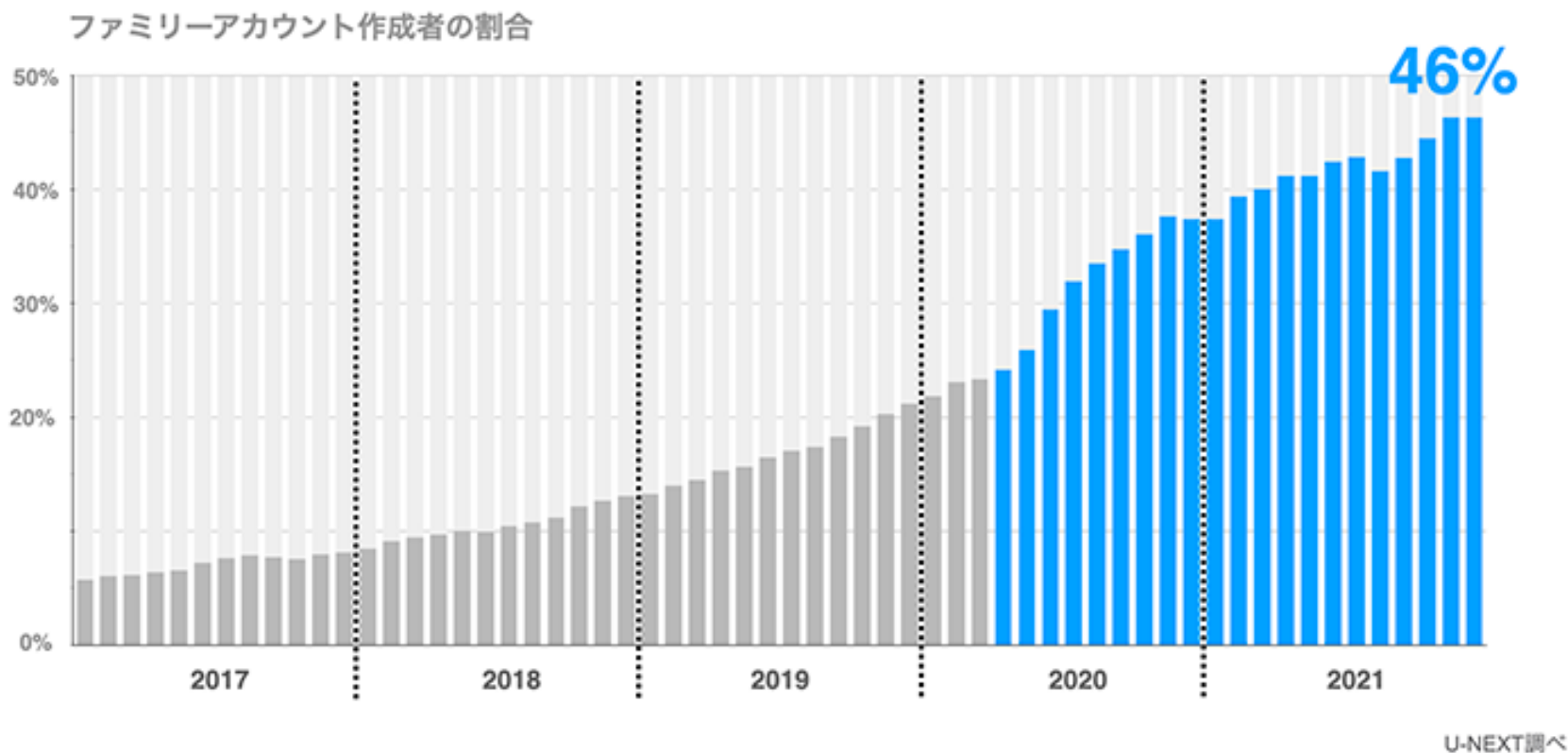
U-NEXT調べ



- ✓ 利用デバイス数が多いほど視聴時間が伸びる
- ✓ 画面サイズが大きいほど視聴時間が伸びる

コンテンツ配信事業（複数アカウントの利用割合）

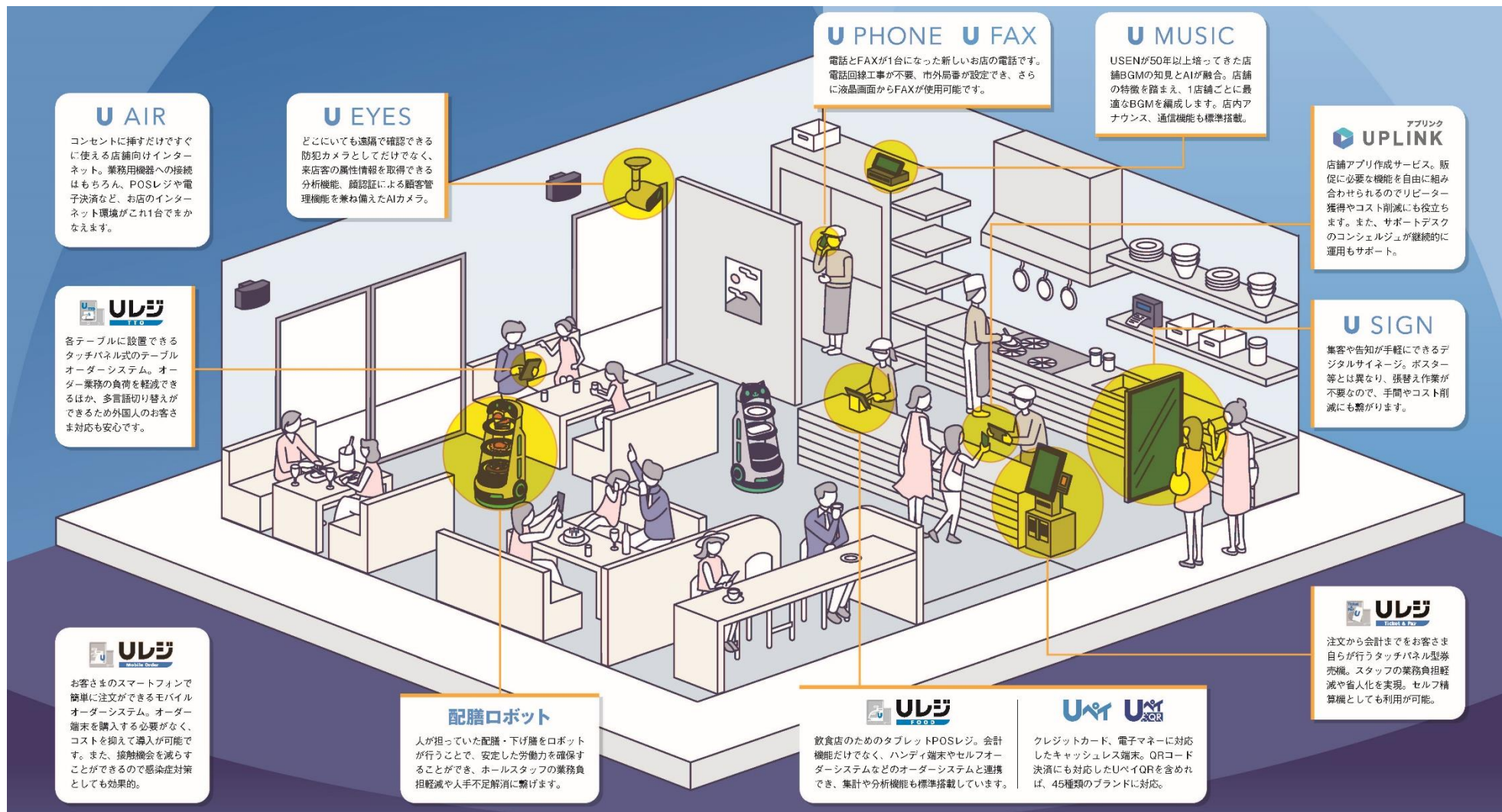
コロナ禍を機に複数アカウントを使用する割合が増加



- ✓ U-NEXTのファミリーアカウントは、1つの契約で、4アカウントまで無料で作成可能
- ✓ 家族で使い分けたい、子ども用にペアレンタルロックのかかったアカウントを使用したい等の理由から、在宅時間が増えた2020年5月頃から利用者割合が増加し、2021年末時点で46%が利用（平均は1.52アカウント）
- ✓ ファミリーアカウントの利用率が高まることで、ユーザーの満足度およびロイヤリティ向上が期待できる

店舗サービス（店舗DX活用イメージ）

入店から注文・会計、伝達、着席、呼び出し／配膳、退店に至るまで、テクノロジーでスマートな店舗運営を実現



現在の事業環境における下期業績影響について（4月開催中間決算説明会資料抜粋）

✓ 各セグメントで主に下記事項が想定されるが、下期における業績影響は限定的と想定

事業セグメント	事象	内容
コンテンツ配信	「まん防」解除に伴う経済活動再開	新規ユーザー増加速度の鈍化（広告販促費は抑制となり利益↑）、 解約ユーザー増加の可能性も上期時点で課金ユーザーは計画を大幅超過して折り返し
	円安進行	原価および販管費における外貨建て支払いの割合は大きくないため影響小
店舗サービス	「まん防」解除に伴う経済活動再開	Go To Eat/Go To Travelによる店舗収支改善でサービス導入機会が増加
	無利子無担保融資の返済負担	閉店増加の可能性も、後継テナントに対するクロスセル機会が発生
	サプライチェーン滞留	今期分の機器在庫は確保できる見通し
通信	—	—
業務用システム	「まん防」解除に伴う経済活動再開	Go To Travelによる宿泊施設の稼働率向上で設備投資需要の回復期待
		コロナ対応小康化による医療DX製品やマイナタッチの導入需要回復期待
	サプライチェーン滞留	先行調達による在庫確保方針も非常に神経質なサプライマネジメント継続
エネルギー	エネルギー価格高騰	USENでんき、U-POWERともに粗利の逆ザヤリスクはないビジネスモデルも 顧客販売価格が上昇することによる被切替解約や新規獲得減少の可能性

将来見通しに対する注記事項

本資料に記載されている意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、リスクや不確実性を含んでいるため、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。