

2022年11月9日

コネクシオ株式会社

問合せ先 経営企画部

TEL. 03-5408-3105

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



コネクシオ株式会社

2023年3月期 第2四半期 決算説明会

書き起こし・質疑応答

開催日：2022年11月1日

イベント概要

| | | | |
|----------|--|-------|---------|
| [企業名] | コネクシオ株式会社 | | |
| [企業 ID] | 9422 | | |
| [イベント言語] | JPN | | |
| [イベント種類] | 決算説明会 | | |
| [イベント名] | 2023 年 3 月期 第 2 四半期 決算説明会 | | |
| [決算期] | 2022 年度 第 2 四半期 | | |
| [日程] | 2022 年 11 月 1 日 | | |
| [ページ数] | 25 | | |
| [時間] | 13:00 – 13:39 (合計：39 分、登壇：16 分、質疑応答：23 分) | | |
| [開催場所] | インターネット配信 | | |
| [会場面積] | | | |
| [出席人数] | | | |
| [登壇者] | 2 名 | | |
| | 代表取締役社長 | 直田 宏 | (以下、直田) |
| | 取締役専務執行役員 管理本部長 | 中田 伸治 | (以下、中田) |

サマリー

| | | |
|--------------------------------|--|---|
| 23/3期 2Q累計 全社業績 | 売上高： 89,465 百万円 (+ 0.3%) 営業利益： 1,392 百万円 (▲59.2%) 四半期純利益： 811 百万円 (▲67.9%) | キャリア代理店ビジネス収益の減少を 独自ビジネス収益や販売管理費削減で 補えずに大幅減益 |
| コンシューマ 事業 | 売上高： 82,030 百万円 (▲ 0.0%) 営業利益： 2,268 百万円 (▲48.9%) | 販売台数の落ち込み (▲19.3%) と、 前年2Qからの手数料体系変更の影響に より、キャリア代理店ビジネス収益が 減少し減益 |
| 法人事業 | 売上高： 7,435 百万円 (+3.4%) 営業利益： 1,291 百万円 (+8.0%) | Mobile WorkPlace 等の独自ビジネス収 益、キャリア代理店ビジネス収益が共 に伸長し増益 |

直田：皆様、本日は決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

初めに、上期の決算概要についてご説明いたします。

全社業績はご覧の通り、大変厳しい決算となりました。売上高は 0.3%増加の 894 億 6,500 万円、営業利益は 59.2%減少の 13 億 9,200 万円、四半期純利益は 67.9%減少の 8 億 1,100 万円となりました。

セグメント別では、コンシューマ事業の営業利益が 48.9%減少、法人事業が営業利益 8.0%の増加となりました。

営業利益の増減要因（第2四半期累計期間）

- 売上総利益は、販売台数の減少、販売台数非連動収益の減益（期初想定通り）により10.1%減少
- 販売管理費は、通信キャリアからの支援金減少（期初想定通り）を店舗人員の最適化やオペレーション改革による人件費削減で補い2.8%減少



CONEXIO Corporation

4

次に、営業利益の増減要因について、階段チャートでご説明いたします。左半分が売上総利益、右半分が販売管理費の増減要因となります。

売上総利益については、26億5,000万円の減少となりました。キャリア代理店ビジネスは、MNP契約獲得に重点を置いた営業施策の反動により、機種変更の販売台数が減少したことで、販売台数連動収益が減少し、また昨年からの手数料体系変更により、販売台数非連動収益についても減少いたしました。

独自ビジネスの伸長や、オペレーション改革による人件費13.2億円の削減は実現しましたが、営業利益は20億1,800万円減少の13億9,200万円となりました。

決算ハイライト（第2四半期累計期間）

- 販売台数は18.6%減少したものの、売上高は商品売上単価の上昇により前年同期並み
- 四半期純利益は、営業利益の減少に加え、前年同期に退職給付制度改定益等の特別利益を計上した影響もあり67.9%減少

| [単位：万台/百万円] | 22/3期 1-2Q | 23/3期 1-2Q | 増減率 B/A | 23/3期予想 | 進捗率 B/C |
|---------------|------------|------------|---------|---------|---------|
| | A | B | | C | |
| 販売台数 | 89.7 | 73.0 | ▲18.6% | 184.0 | 39.7% |
| 売上高 | 89,224 | 89,465 | +0.3% | 200,000 | 44.7% |
| 売上総利益 | 26,143 | 23,493 | ▲10.1% | — | — |
| キャリア代理店ビジネス収益 | 19,047 | 16,211 | ▲14.9% | — | — |
| 独自ビジネス収益 | 7,096 | 7,281 | +2.6% | — | — |
| 販売管理費 | 22,732 | 22,100 | ▲2.8% | — | — |
| 営業利益 | 3,410 | 1,392 | ▲59.2% | 8,600 | 16.2% |
| コンシューマ事業 | 4,442 | 2,268 | ▲48.9% | 10,000 | 22.7% |
| 法人事業 | 1,195 | 1,291 | +8.0% | 3,300 | 39.1% |
| 経常利益 | 3,472 | 1,469 | ▲57.7% | 8,700 | 16.9% |
| 税引前四半期純利益 | 3,793 | 1,315 | ▲65.3% | — | — |
| 四半期純利益 | 2,526 | 811 | ▲67.9% | 5,700 | 14.2% |

続きまして、上期の決算ハイライトです。左側が前期実績、中央が今期実績、右側が今期の業績予想となります。

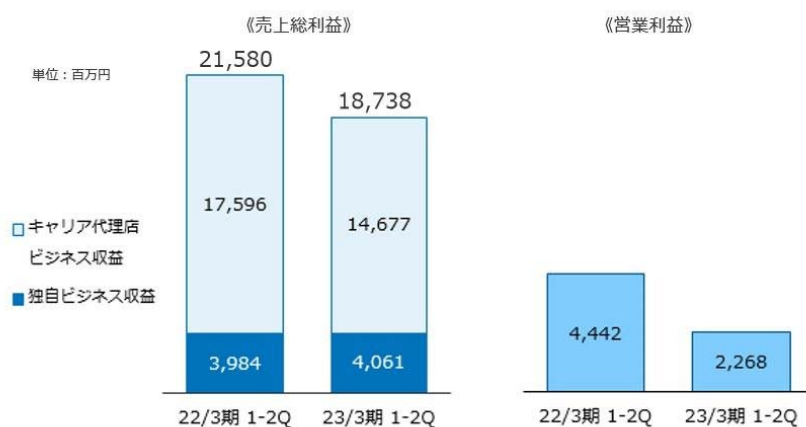
販売台数は、コロナによる来店客数の減少影響もありまして18.6%減少したものの、売上高は商品売上単価の上昇によりまして、前年同期並みとなりました。

営業利益は、前のページで説明した要因によりまして、59.2%減少いたしました。

四半期純利益は、営業利益の減少に加え、前年同期に退職給付制度改定益等の特別利益を計上した影響もありまして、67.9%減少いたしました。

コンシューマ事業

- 売上総利益は、取替販売台数の落ち込み、販売台数非連動収益の減益によりキャリア代理店ビジネス収益が減少し13.2%減少
- 販売管理費は、店舗人員の最適化やオペレーション改革推進の結果、キャリア支援金減少を補い3.9%削減



CONEXIO Corporation

6

続きまして、セグメント別の業績について説明いたします。

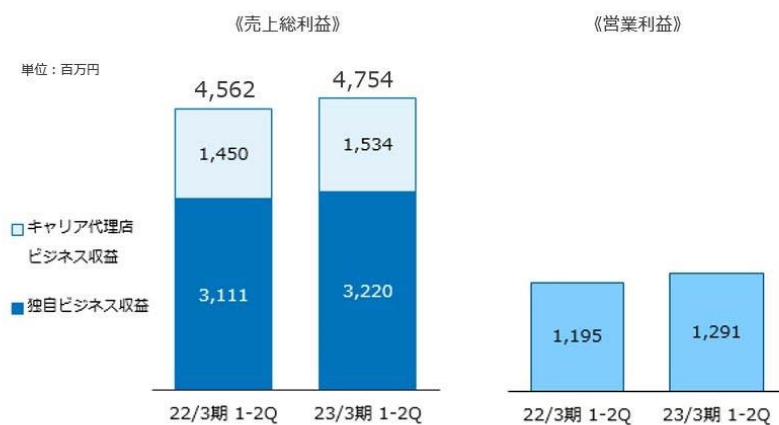
コンシューマ事業の業績につきまして、売上総利益は取替販売台数の落ち込みや、キャリア手数料体系の変更による手数料減少により、キャリア代理店ビジネス収益が落ち込み、13.2%減少しました。

販売管理費は、店舗人員の最適化やオペレーション改革を推進し、キャリア支援金の減少を補い、3.9%削減しました。

この結果、営業利益は48.9%減少しました。

法人事業

- 独自ビジネス収益は、Mobile WorkPlace（モバイルワークプレイス）等が堅調に推移し3.5%増加
- キャリア代理店ビジネス収益は、KDDIの施策により伸長し5.8%増加



CONEXIO Corporation

7

法人事業につきまして、独自ビジネス収益は、Mobile WorkPlace 等が堅調に推移しまして、3.5%増加いたしました。

キャリア代理店ビジネス収益は、KDDIの施策等によりまして伸長し、5.8%増加いたしました。

この結果、営業利益は8.0%の増加となりました。

決算ハイライト（第2四半期会計期間）

- 売上総利益は販売粗利単価の改善が見られたものの、手数料体系変更の影響が大きく7.4%減少
- 販売管理費はオペレーション改革が進み3.4%削減したものの、売上総利益の減少を補えず四半期純利益は49.5%減少

| [単位：万台/百万円] | 22/3期 2Q A | 23/3期 2Q B | 増減率 B/A | 23/3期 1Q |
|---------------|---------------|---------------|---------|----------|
| 販売台数 | 44.1 | 35.7 | ▲19.1% | 37.2 |
| 売上高 | 43,197 | 44,017 | +1.9% | 45,448 |
| 売上総利益 | 12,855 | 11,903 | ▲7.4% | 11,589 |
| キャリア代理店ビジネス収益 | 9,187 | 8,155 | ▲11.2% | 8,056 |
| 独自ビジネス収益 | 3,668 | 3,748 | +2.2% | 3,533 |
| 販売管理費 | 11,336 | 10,948 | ▲3.4% | 11,151 |
| 営業利益 | 1,519 | 954 | ▲37.2% | 437 |
| コンシューマ事業 | 1,928 | 1,278 | ▲33.7% | 990 |
| 法人事業 | 721 | 753 | +4.4% | 537 |
| 経常利益 | 1,564 | 966 | ▲38.2% | 503 |
| 税引前四半期純利益 | 1,573 | 829 | ▲47.3% | 486 |
| 四半期純利益 | 1,039 | 525 | ▲49.5% | 286 |

CONEXIO Corporation

8

続きまして、第2四半期会計期間の決算ハイライトです。

前年比での台数減少と減益の傾向は、先ほど説明いたしました、累計期間の内容とほぼ同じでありますけれども、第1四半期から収益性の改善がございました。

開示しておりますデータシートを見ていただくと、第1四半期との差がわかるかと思えます。販売台数は第1四半期と比べまして、微減ではありましたが、売総の増加が実現し、販管費の減少もあり、営業利益で約5億円の改善となりました。

これは、新規と取替台数比率における、取替比率の増加によりまして、台当たりの粗利が改善したこと。それから独自ビジネスの積み上がりによる売総の増加、それからオペレーション効率化による人件費の削減による利益率の向上であります。

下半期もこの傾向を着実なものにしていきたいと考えております。

コンシューマ事業 ～事業環境変化とキャリア代理店ビジネスの取組み～

- 通信キャリアの新規偏重施策を背景とした過度な価格競争は沈静化しつつあり、販売粗利単価は持ち直しの傾向
- 来店予約枠の拡大や集客力のある複合施設への出店により販売台数を増加させ業績回復に努める

| 課題 | 対策 | 現状と下期の取組み | 効果 |
|---------------------------|---|---|-------------------------------|
| 1 販売強化 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 集客力の向上 ・ 出張販売の強化 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗稼働の効率化による来店予約枠の拡大 ・ 出張販売専任チームの組織化と集客力のある複合施設での積極的な営業活動展開 | 販売台数増加・ キャリア指標向上 による収益増 |
| 2 店舗網の再構築 (店舗戦略見直し) | <ul style="list-style-type: none"> ・ 最適配置、統廃合 ・ ダウンサイジング | <ul style="list-style-type: none"> ・ エリア内最適化を鑑み、不採算店舗を中心に統廃合を推進（今年度中に10店舗程度予定） ・ 立地と客層を考慮し営業時間を店舗毎に最適化 | 筋肉質な 収益体制の構築 (コスト削減) |
| 3 オペレーション改革 | <ul style="list-style-type: none"> ・ コンタクトセンター機能拡充 ・ 店舗とリモート接客との連携（オンラインセンター） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通業務の集約化により店舗稼働の効率化を推進 ・ コンタクトセンターは受付業務の拡充を推進 ・ オンラインセンターでのリモート接客は、直営65店舗から対象店舗を拡大し、質の高いノウハウを構築 | |

続きまして、セグメント別の取組みについてご説明いたします。

まず、コンシューマ事業の事業環境変化とキャリア代理店ビジネスの取組みについてご説明いたします。

事業環境としましては、通信キャリアの新規、あるいはMNP偏重施策を背景としました過度な価格競争、これは沈静化しつつありまして、販売粗利単価は持ち直しの傾向にあります。

取組みについては、まずはショップ運営の効率化をさらに進めて、販売管理費を削減していきます。

また、来店予約枠の拡大や集客力のある複合施設への出店によりまして、販売台数を増加させ、業績回復に努めてまいります。

コンシューマ事業 ～リアルショップのサービス領域拡大～

- 当社直営のキャリア認定ショップは、従来のショップ業務の効率化によりキャパシティを拡大
- 暮らしのスマホ教室や自治体と連携してのスマホ活用講座を展開し、独自ビジネス拡大を推進



続きまして、リアルショップのサービス領域拡大についてご説明いたします。

当社直営のキャリア認定ショップは、従来のショップ業務の効率化によるキャパシティを広げること。これによりまして、地域のリアル接客拠点としてのサービス拡大と、価値向上をしてみたいと思います。

具体的には、当社独自のスマホ教室である、暮らしのスマホ教室や、自治体と連携してのスマホ活用講座を展開し、独自ビジネスを拡大してまいります。

コンシューマ事業 ～独自ビジネスにおける新商材の展開～

- スマホ関連商材を中心に自社企画開発商品の展開を開始、第一弾のスマートフォン用保護フィルム「LUMIERA（ルミエラ）」は、当社直営店にて販売好調
- nexiパッケージは、クラウドサービス「AOSBOX Home」の取り扱いを開始

特殊反射防止フィルム「LUMIERA」



「nexiパッケージ」のサービス拡大



次に、コンシューマ事業の独自ビジネスについてですが、スマホ関連商材を中心に、自社企画開発商品を展開していきたいと考えております。

第1弾のスマートフォン用保護フィルム、これはLUMIERAという名称で呼んでおりますが、当社直営店にて販売を開始しておりまして、大変ご好評をいただいております。今後の展開としては、オンラインでの販売を行うこととか、あるいは国内、海外への販路拡大を検討してまいりたいと思っております。

また、nexiパッケージにつきましては、クラウドサービス、AOSBOX Homeという名称の商材の取り扱いを開始いたしました。

引き続き、お客様ニーズの高い商材を開拓し、独自ビジネスを伸長させてまいります。

コンシューマ事業 ～新たな取組みとして暮らしの相談窓口を展開～

- コネクシオは「ほけんの窓口」とともに、「暮らしの相談窓口」の展開をスタート
- 保険の相談はもちろん、スマホの料金相談や資産運用、生活を豊かにするための情報提供が受けられる新概念ショップ

暮らしの相談窓口 海老名ビナガーデンズパーチ店

「暮らしの相談窓口」では「ほけんの窓口」「スマホの窓口」2つのサービスを提供

ほけんの窓口

専門資格を持ったプロが、保険や家計のご相談に対応、ご加入後も継続的にサポート

スマホの窓口

・スマホ料金相談
・スマホでまなびの窓口
最新のテーマを扱った講座や個別相談会を毎日開催



【参考】プレスリリース 22/10/6 コネクシオと「ほけんの窓口」が新概念ショップ「暮らしの相談窓口」をオープン

次に、新たな取組みについてご説明いたします。

2年半前から開始いたしました、保険代理店事業では、「ほけんの窓口」グループとともに、私どもは、「暮らしの相談窓口」という、新しいコンセプトのリアルショップの展開をスタートいたしました。

「暮らしの相談窓口」は、保険の相談はもちろんですが、日常生活に欠かすことができないスマホの料金相談とか、あるいは資産運用等、お金に関することとか、生活を豊かにするための生活を豊かにするための情報提供が受けられる、新しいコンセプトの相談窓口であり、「ほけんの窓口」との相乗効果を狙っていきたいと考えております。

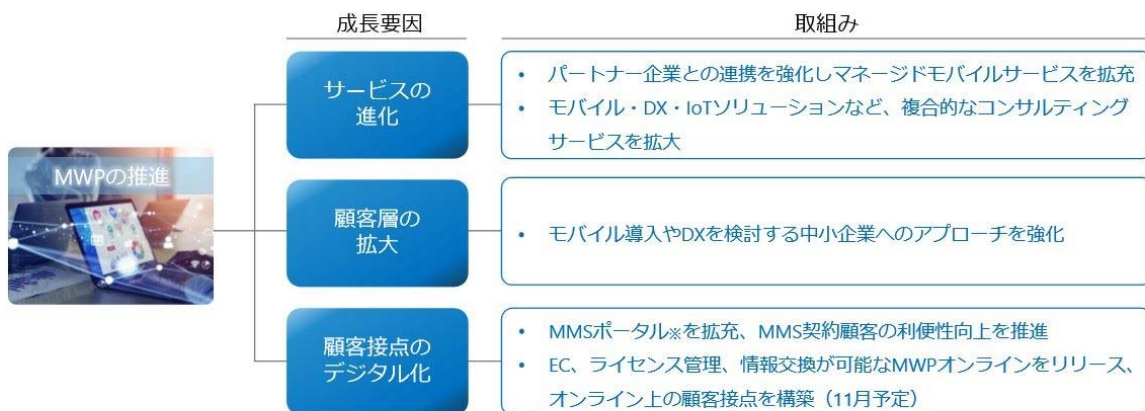
第1号店として、「暮らしの相談窓口 海老名ビナガーデンズパーチ店」というのがオープンしております。保険とスマホを軸にしたサービスを提供する、地域に根ざした居心地の良い店舗を展開してまいります。

法人事業 ～Mobile WorkPlace の概要と取組み～



モバイルとクラウドサービスにより、いつでも・どこでも・誰でも仕事ができる環境基盤の提供
(職場環境のデジタルシフトを支援)

- Mobile WorkPlaceを推進するための3つの成長要因とそれぞれの取組み



※ MMS (マネージドモバイルサービス) ポータル: お問合せや申請・注文が可能な会員顧客向けポータルサイト

CONEXIO Corporation

14

続いて、法人事業についてご説明いたします。まずは、法人事業の柱となる、Mobile WorkPlaceの概要と取組みの説明をいたします。

Mobile WorkPlaceとは、モバイルとクラウドのサービスによりまして、いつでもどこでも誰でも仕事ができる、そういう環境基盤であります。職場環境をデジタルシフトするDX推進には、必要不可欠な取組みであると考えております。

Mobile WorkPlaceを推進するために、三つの成長要素を拡大する取組みをしております。

まず1点目は、サービスの進化であります。これまでの端末回線のマネージドモバイルサービスに加えまして、特定のアプリや、あるいは最近ニーズの高い社内電話をモバイル化するという、FMC管理のサービスマネジメントを、パートナー企業様と連携しまして、マネージドサービスを拡充すること、それから複合的なコンサルティングサービスを拡大することに取り組んでいきます。

2点目は、顧客層の拡大です。モバイルの導入やDXを検討する中小企業へ積極的にアプローチしまして、中小企業のDXに検討したいと考えております。

3点目は、顧客接点のデジタル化です。1点目のサービスの進化、それから二つ目の顧客層の拡大に加えまして、さらなる顧客接点の拡大を可能にするのが、この11月にリリースする予定のMobile WorkPlaceオンラインです。

オンラインでの注文、あるいは提供するライセンスの管理、情報交換ができて、複雑なサービスから定型的なサービスまで、オンラインで管理、提供してまいる所存です。

法人事業 ～マネージドモバイルサービスの成長～

- コネクシオが持つノウハウと、専門性を有した各分野のパートナー企業様との強固なパートナーシップにより、従来のビジネスの枠を超え、各種通信デバイスとクラウドソリューションの領域を拡大
- マネージドモバイルサービスを中心としたモバイルワークプレイスの推進により独自ビジネスは拡大、法人事業の成長を牽引



CONEXIO Corporation

15

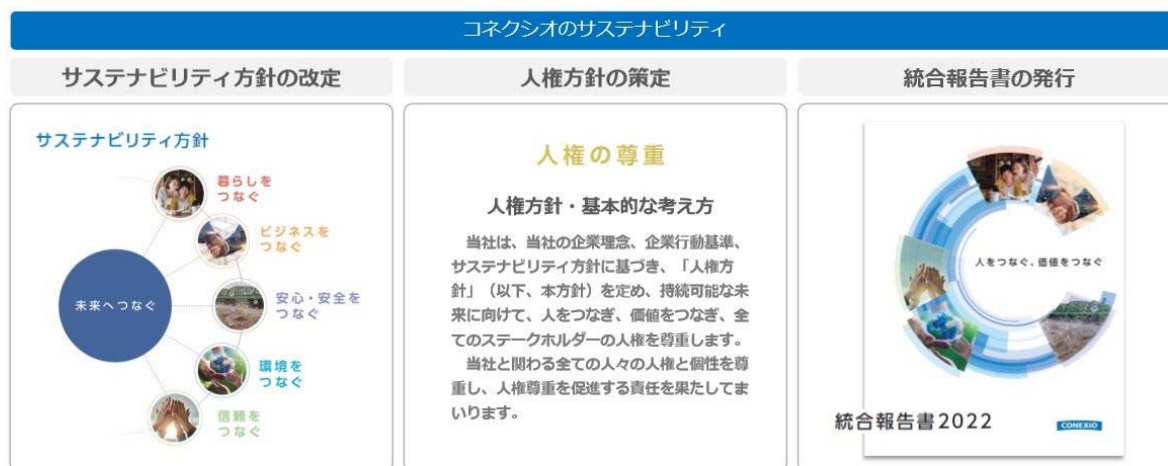
続いて、マネージドモバイルサービスの実績推移をお示しします。

マネージドモバイルサービスは、こちらに記載の売上高、それから ARR、回線数のグラフが示す通り、継続的な固定収益が年々拡大し、法人事業の増益に貢献しております。

コネクシオが持つノウハウと、専門性を有した各分野のパートナー企業様とのパートナーシップによりまして、従来のビジネスの枠を超えて、各種通信デバイスとクラウドソリューションの領域を拡大してまいります。

サステナビリティの取組み

- 企業理念である「人をつなぐ、価値をつなぐ」の実現に向け、当社を取り巻く外部環境の変化に柔軟に対応、事業と一体となったサステナビリティへの取組みにより経済社会全体の活性化に貢献



最後に、サステナビリティの取組みをご紹介します。

当社は、サステナビリティ方針を改定いたしまして、人権方針を策定、統合報告書を発行いたしました。

企業理念である「人をつなぐ、価値をつなぐ」の実現に向けまして、当社を取り巻く外部環境の変化に柔軟に対応しまして、事業と一体となったサステナビリティへの取組みにより、経済社会全体の活性化に貢献できるよう、努めてまいります。

2023/3期 業績予想

- キャリア代理店ビジネス収益の落ち込みにより業績の進捗状況は厳しいものの、販売粗利単価増加に向けての取組みやコスト削減により業績回復に努める
- 現段階で2022年4月27日に発表した通期の業績予想に変更はない
- 今後何らかの変化がある場合には、適切に開示を予定

| [単位：万台/百万円] | 22/3期 実績 A | 23/3期 予想 B | 増減率 B/A |
|-------------|---------------|---------------|---------|
| 売上高 | 193,247 | 200,000 | +3.5% |
| 営業利益 | 8,072 | 8,600 | +6.5% |
| コンシューマ事業 | 9,568 | 10,000 | +4.5% |
| 法人事業 | 3,100 | 3,300 | +6.4% |
| 経常利益 | 8,202 | 8,700 | +6.1% |
| 当期純利益 | 5,618 | 5,700 | +1.5% |

最後に、2023年3月期の業績予想、配当予想についてご説明いたします。

まず、業績予想についてです。

キャリア代理店ビジネス収益の落ち込みにより、業績の進捗状況は厳しいものの、販売粗利単価増加に向けての取組みやコスト削減によりまして、業績回復に努めてまいります。

現段階で、2022年4月27日に発表しました、通期の業績予想は変更ございません。今後、何らかの変化がある場合には、適切に開示してまいります。

配当方針・配当予想

| 配当方針 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 配当性向40%を目処とし、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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|---|----------|---------|----------|---------|-------|------|---|-------|-------|------|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|-------|----|---|-------|
| 配当予想 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 23/3期 年間配当金：70円（中間35円、期末35円） ▶ 厳しい経営環境ではあるが、株主への安定配当は継続可能であり、中間配当同様、期末配当35円も堅持する方針 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 配当金の推移 | <table border="1"> <caption>配当金の推移 (FY13 - FY23)</caption> <thead> <tr> <th>期</th> <th>配当金(円)</th> <th>記念配当金(円)</th> <th>配当性向(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>13/3期</td><td>26.5</td><td>0</td><td>43.1%</td></tr> <tr><td>14/3期</td><td>31.5</td><td>0</td><td>38.3%</td></tr> <tr><td>15/3期</td><td>40</td><td>0</td><td>35.7%</td></tr> <tr><td>16/3期</td><td>48</td><td>0</td><td>34.9%</td></tr> <tr><td>17/3期</td><td>56</td><td>0</td><td>38.7%</td></tr> <tr><td>18/3期</td><td>60</td><td>5</td><td>43.2%</td></tr> <tr><td>19/3期</td><td>60</td><td>0</td><td>38.8%</td></tr> <tr><td>20/3期</td><td>60</td><td>0</td><td>38.3%</td></tr> <tr><td>21/3期</td><td>65</td><td>0</td><td>38.6%</td></tr> <tr><td>22/3期</td><td>70</td><td>0</td><td>55.7%</td></tr> <tr><td>23/3期</td><td>70</td><td>0</td><td>54.9%</td></tr> </tbody> </table> | 期 | 配当金(円) | 記念配当金(円) | 配当性向(%) | 13/3期 | 26.5 | 0 | 43.1% | 14/3期 | 31.5 | 0 | 38.3% | 15/3期 | 40 | 0 | 35.7% | 16/3期 | 48 | 0 | 34.9% | 17/3期 | 56 | 0 | 38.7% | 18/3期 | 60 | 5 | 43.2% | 19/3期 | 60 | 0 | 38.8% | 20/3期 | 60 | 0 | 38.3% | 21/3期 | 65 | 0 | 38.6% | 22/3期 | 70 | 0 | 55.7% | 23/3期 | 70 | 0 | 54.9% |
| 期 | 配当金(円) | 記念配当金(円) | 配当性向(%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13/3期 | 26.5 | 0 | 43.1% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14/3期 | 31.5 | 0 | 38.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15/3期 | 40 | 0 | 35.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16/3期 | 48 | 0 | 34.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17/3期 | 56 | 0 | 38.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18/3期 | 60 | 5 | 43.2% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19/3期 | 60 | 0 | 38.8% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20/3期 | 60 | 0 | 38.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21/3期 | 65 | 0 | 38.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22/3期 | 70 | 0 | 55.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23/3期 | 70 | 0 | 54.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

最後に、今期の配当予想についてです。

中間配当金は、期初予想通り 35 円とさせていただきました。厳しい経営環境ではありますが、株主への安定配当は継続可能でありまして、中間配当同様、期末配当 35 円も堅持する方針であります。

以上でご説明を終わります。ご清聴ありがとうございました。

司会：ご説明ありがとうございました。

質疑応答

司会 [Q]：それでは、これより質疑応答に移ります。

改めまして、Zoom ウェビナーからのご質問については、QA 欄に御社名、お名前、ご質問内容をご記入ください。

それでは、最初に、事前にいただいたご質問について回答させていただきます。

上期営利進捗 16%の状況で、通期見通しを修正しない理由をご説明ください、です。

では、直田社長、ご回答お願いいたします。

直田 [A]：まず、キャリア施策によりまして、大きく左右されるこの代理店ビジネスでは、特に第 4 四半期の施策によるぶれが、かなり大きくなりますので、半年先の着地見通しを今想定するのは、難しい面があります。

今後の MNP 偏重の環境変化による収益面へのフォローの影響、あるいは第 2 四半期からの利益率の改善兆しもありまして、今後一定の収益改善は織り込んでおります。また、想定を仮に下回る場合であっても、業績連動賞与の戻りというのが、当社の場合発生いたしますので、軽微基準の範囲に収まるだろうと考えております。

もし修正する必要がある場合には、昨年同様に第 4 四半期が見える、この第 3 四半期の業績開示の際に行うのが、一つのタイミングと想定しております。

以上です。

司会 [Q]：回答ありがとうございました。

それでは、二つ目のご質問です。来期以降の業績はどのようになると見ているのか、でございます。

直田社長、回答をお願いいたします。

直田 [A]：来期以降につきましては、当社の現在主軸のこの代理店ビジネスに関しましては、まだ微減という傾向と考えております。

ただ、これまでのこの代理店手数料の削減と、あるいは店舗数の削減、縮小という傾向も、ある時点では底打ちになるであろうと考えておりまして、来年度、あるいは遅くとも再来年度には、キャ

リアの通信収入も、ある程度底打ちということが起こると期待しておりますので、それによりまして、今のこの減少傾向は一定の歯止めがかかるのではないかと考えております。

来年度に関しましては、まだ微小ながらも減少するということに対しては、当社が今力を入れております、独自ビジネスの増益でカバーすることで、少しでも増益にもっていくということを、現在考えているところでございます。

以上です。

司会 [Q]：ご回答ありがとうございます。

それでは、続いてのご質問です。店舗数の見通しについて、キャリアとの交渉状況をご説明ください、です。

直田社長、ご回答お願いいたします。

直田 [A]：ドコモさんから、今年度始まる前にこの方針が打ち出されまして、原則としては、一方的にここを閉鎖してくれということではなくて、代理店との合意によって、合理的に閉鎖あるいは統合していくということであります。

この上半期、当社といたしましては、収益性の低いところ、あるいはなかなか来年度以降も十分な収益が見込めないような店を優先的にピックアップして、それを中心に、今ドコモさんと交渉を重ねているところでありまして、前回もお答えしましたが、今年度に関しては、10店舗前後の閉鎖ないし統合ということ、原則は見込んでいるところでございます。

来年度以降については、現在白紙の状況であります。以上です。

司会 [Q]：ご回答ありがとうございます。今の質問で、追加の質問でございしますが、今期と来期では、どちらのほう店舗統合のペースが加速しそうか、ということでございます。

直田 [A]：ドコモさんから、まだ来年度以降の統廃合の方針、あるいは規模感については、具体的にはまだ出てきておりません。今のところ、今年度だけは、全体的に100店舗とはなっておりますが、来年度以降については、まだ聞いておりませんので、どうなるかについては、今のところ、まだ予測しがたい状況であります。以上です。

司会 [Q]：ご回答ありがとうございます。それでは続いてのご質問でございます。独自ビジネスの成長率見通しを教えてください。また、デジタル活用支援推進事業のような、明るい話についても教えていただければ、幸いですということです。

直田 [A]：まず、数少ない明るい話の中の一つとしましては、この独自ビジネスが堅調に推移しているということは間違いございません。

特に、法人事業のほうはかなり伸びしろが、まだまだございますので、やりようによっては、これまで以上の成長率が期待できると考えております。実際、この下期も、この上期の前年比以上の成長率を、今織り込んでおりますので、先ほど説明いたしました新たな施策をもって、法人ビジネスはこの独自ビジネスのドライバー役として、牽引してもらえらると思っております。

それから、コンシューマのほうは、今独自ビジネスの一番大きな塊に実はなっています、独自で企画しました付属品とか、あるいはアプリを、まだいくつか加えることを現在検討しております、先ほどご紹介しました、LUMIERA というフィルム、これ以外の商材をいくつか新たにリリースすることで、この今の独自ビジネスの大きな塊の付属品の部分を大きくしていくということ。

あとは今仕込んでおります、暮らしのスマホ教室、あるいは自治体ビジネス、この辺りの新しい収益源をこれまで以上のスピード感で育てていくということで、この収益源を大きくしていくということを、コンシューマのもう一つの課題として、今取り組んでいるところであります。

自治体関連につきましては、去年受注いたしました自治体の数は 22 でしたが、今年度は一応 33 ということで、増やしております。これは総務省が各自治体につける予算の中で推進しているものですが、今また各自治体におきまして、独自の予算によるマイナカードを中心とした、いろいろな行政サービスの展開を企画している自治体も、どんどん増えてきておりますので、この 33 の自治体を皮切りに、深掘りをしていくことを、現在楽しみにしているところです。

今は、その各自治体で住民を集めていただいて、そこにわれわれからスマホの講師を派遣して、スマホの使い方、あるいはマイナカードの使い方をお教えするというところに協力させていただいているわけですが、やはり行政サービスへの連携ということになっていくと、当然当社の法人部隊の連携というものも出てまいりますので、自治体に対しては、コンシューマおよび法人が一体となって、新しい案件を作っていくという、今時代が出てきたかなと考えているところです。以上です。

司会 [Q]：ご回答ありがとうございます。独自ビジネス関連で、関連する質問でございますが、外部から独自ビジネスの増益に弾みがついていないように見えると。課題があれば、課題についてもご説明くださいということです。

直田 [A]：はい。ご指摘通り、本当はもう少し、独自ビジネスに上期伸びてもらいたかった部分はありますが、先ほど少し触れました、この独自ビジネスの売総の、まだ一番大きな塊である、付属品とかアプリですが、これは販売台数にどうしても連動する部分がございます、ここがやはり、販売台数 18%の減少ということに比例して、十分な伸びには至らなかったと考えております。

販売台数の減少通りの減り方ではなくて、よりご購入いただく比率は高くなってはおりますが、ここをもう少し、下期に頑張りまして、この販売台数の減少を上回る伸びにしていきたいと思っています。

それから、暮らしのスマホ教室につきましても、5月から全店舗で開催して、まだ売総の寄与は、上期はかなり小さいレベルでありましたが、下期はもう少し増やしていけるということで、下期に期待をしています。

以上です。

司会 [Q]：ご回答ありがとうございます。

それでは、続いての質問ですが、いくつか類似する質問がございますので、まとめてさせていただきます。

2クォーター累計期間、販売台数がだいぶ減っているということと、同じく2クォーター会計期間の、期初想定からの乖離状況について、今一度ご説明いただきたいということでございます。

期初予想と、今回の決算数値との乖離の要因と、2クォーターまでの販売状況について、いま一度ご説明くださいということでございます。

直田 [A]：販売台数に関しては、やはりこれは残念ながら想定を大きく下回る結果となっております。この上期の減益の中で、販売台数の減少というのが、当社にとりまして想定していなかった要因による、一番大きな減益要因だったと思います。

それ以外の部分も、昨年度から続いております、手数料の体系変更に伴う手数料あるいは支援金の減少。これは、昨年度に比べまして、先ほどの階段チャートでもお示ししましたように、かなりの減益の要因にはなっております。期初の想定には、ほぼはまっております、従いまして、販売台数に連動する収益が悪化したということが、一番の要因であります。

この販売台数が減少した要因ですが、これは特定することは難しいのですが、やはり一つは、なかなか新製品の魅力が、昔に比べると相対的に低くなっているということと、新製品は価格が上がっていることから、買い替えサイクルが長引いていることが、一つあるかと思えます。

それから、コロナの影響というのも一定程度、影響したと思っております。特に、第2四半期第7波の影響は、一定程度、販売減少の影響に関係したと考えております。

それから、もう一つのオンライン販売です。キャリアさんのオンライン販売に食われるという部分ですが、ここにつきましては、上期に関してはそれほど大きな影響は、全般的には受けておりませんが、やはり都心部、特に首都圏については、ややその兆候は出てきたと感じております。

従いまして、今後、大幅な販売台数の増加が見込めるかと言いますと、そこはなかなか難しい面があるかと思いますが、この下期のコロナの状況や、それからキャリアさんの MNP 施策から、やはり買い替え、機種変更へのシフトということも出てくるかと期待しておりますので、もう少し、この上期以上の販売台数の増加にはつながると考えております。

それから、今年度期初に開示しました、今年度の見通しとの比較ですが、やはり進捗率が十数パーセントということで、低いレベルで留まっております。これは先ほど来、説明している要因が主体になっていますが、下期につきましては、販売台数がもう少し改善する。

それから、われわれの1台当たりの粗利単価も改善する。それから、オペレーションの効率化ということでの販管費の削減も進むということから、収益は上期に比べて大きく改善すると期待しております。できるだけ期初公表しました数字に近づくように、頑張っていきたいと考えております。

以上です。

司会 [Q]：ご回答ありがとうございます。

続いてのご質問でございます。販売台数非連動収益ですが、1クォーターよりも2クォーターのほうが、昨対でマイナス幅が拡大しているように見えます。その要因を教えてください、でございます。

直田 [A]：昨対との比較による減少というところは、どうでしょうか。特に、販売非連動の代理店手数料の大きく占める項目といたしましては、キャリアさんから設定される、いろんな指標の評価、それをどこまで、われわれがパフォーマンスを出したかということによる、評価によるいろいろなインセンティブが出るわけですけれども、これが営業活動支援とか、あるいはLTVインセンティブと、このような名称で呼ばれておりますが、これは、昨年度からやはり一定の額が減少することは、体系変更の中で組み入れられたものでありまして、その範囲の中で収まっていると考えております。

今のところで、ご説明になっているかと思えます。以上です。

司会 [Q]：回答ありがとうございます。

質問についてですが、あと二つ、お受けさせていただきたいと思えます。

一つ目ですが、法人事業について質問が来ております。法人事業をまとめさせていただきますが、この上期にあったKDDIの施策とはどのようなものでしょうか、というのが一つ。

あと、今後の法人好調というのは、ストックビジネスの増加による利益率の向上か、もしくは売上が上がっていくイメージか、という質問でございます。

直田 [A]：KDDIさんの施策というのは、特にものすごく大きな施策、変わった施策が出たというものではありませんで、機種変更とか、あるいは他のキャリアさんからの変更を促すような施策が、相対的にこれまでよりも強く出たということで、その手数料施策にわれわれも乗っかって、結果を出せたということです。

それから、法人事業のこれからの成長の柱になるものですが、やはりキャリア代理店ビジネスに関しましては、獲得系、どれだけ取れるかによって決まるものだと思います。従って、できるだけ、販売台数、取り扱いの回線数を伸ばすかが、キャリア代理店ビジネスでは重要なファクターと。

もう一方の、われわれの独自ビジネス収益のほうは、これは基本的に1年契約とか、あるいは数年契約の長期契約に基づく売上の積み上げという、ストックが主体になっておりますので、これまで積み上げた獲得がストックでどんどん積み上がっていくことによる収益の増加になります。

以上です。

司会 [Q]：ありがとうございます。

それでは、最後のご質問でございます。株主への安定配当は継続可能とありますが、こちらは来期以降も含んだコメントと考えてよろしいのでしょうか。来期以降の株主還元の方針を含めて、教えてください、でございます。

直田 [A]：これにつきましては、来年度以降については、もう一度改めて、当社内でしっかりと内容を議論、検討しまして、方針を固めたいと思っております。

やはり、配当政策等に加えまして、やっぱり自社株の購入ということも含めた株主還元方針を、新たに考える必要があるかと思っておりますので、配当方針については、来年度以降改めて公表させていただきたいと思っております。

以上です。

司会 [M]：ご回答ありがとうございました。

以上で質疑応答を終わります。この他にも質問がございましたら、IR 担当までご連絡いただければ幸いです。また、本日より取り上げきれなかった質問に対しても、IR 担当よりご回答を差し上げたいと思います。

それでは、以上で 2023 年 3 月期第 2 四半期決算説明会を終了いたします。ご視聴いただき、誠にありがとうございました。

直田 [M]：ありがとうございました。