株式会社ティーガイア　2017 年 3 月期第 2 四半期　決算説明会　説明概要

【表紙】
皆様、本日は当社の決算説明会にお越しいただきまして、誠にありがとうございます。
社長の澁谷でございます。

【免責事項】（P.2）
それでは私の方から、17 年 3 月期の上期連結決算概要、今期の業績予想および今後の取組み等について、ご説明させていただきます。
よろしくお願いいたします。

【2017 年 3 月期上期　連結決算概要】（P.3）
・決算概要につきましては、濃いグリーンでハイライトした部分が今上期の実績値です。
・詳しい数値はご覧の通りです。売上高は前上期比 10%減少し、2,563 億 5 千万円となりました。
・これは主に、モバイル端末の販売台数減少や決済サービス事業における商品構成の変化によるものです。
・しかしながら、売上総利益は 291 億 6 千万円と前上期比 2.2%の微減となりました。
これは、モバイル事業における台当たり粗利の増加や決済サービス事業でのギフトカードの取扱高伸長に伴う、売上総利益率の上昇によるものです。
・販管費につきましては、同 0.6%減の 231 億 7 千万と、ほぼ前期並みで推移いたしました。
・この結果、営業利益は前上期比 8.1%減の 59 億 8 千万円、経常利益が同 7.7%減の 60 億 1 千万円。法人税率の変更等もあり、親会社株主に帰属する四半期純利益は同 5.1%増の 40 億円となりました。
・また、通期計画に対する進捗率が若干低く見えておりますが、当業界の需要期である年末や年度末が下期に集中していることから、今期もかなり下重の計画となっており、上期の業績は社内計画通りに推移しております。

【全社売上高・営業利益】（P.4）
・全社売上高と営業利益のセグメント別内訳は、ご覧の通りです。
・売上高につきましては、先程申し上げた理由により、減収傾向となっております。
・一方、営業利益につきましては、ソリューション事業セグメントにおける固定回線系ビジネスの主力商材であるフレッツが卸売りモデルに移行し、大きな転換期を迎えております。そのため従来型光回線サービスの販売が減少し、セグメント利益が大幅減となりました。
・そのため全社では前年上期比で減益となりましたが、主力のモバイル事業セグメントの利益においては、前上期を上回る水準を維持しております。

【全社販売台数】（P.5）
・今上期の全社販売台数は、前上期比 12 万台（5.5%）減の 204 万台となりました。
・一方でスマホおよびタブレット比率は、4.1 ポイントアップし 78%超まで上昇。2Q 会計期間では 80%近くに達しており、モバイル販売市場におけるスマートデバイスの普及が、引き続き加速していると考えております。
・右側のグラフは、四半期毎の推移を示しております。
・総務省が公表した「スマートフォンの端末購入補助の適正化に関するガイドライン」の影響等により顧客獲得競争が沈静化しております。そのため今上期は新規を中心に、前上期比で販売台数が減少いたしました。
・2Q 会計期間においては人気機種の発売や話題のゲームアプリ配信開始に伴う一定の需要喚起はあったものの、市場は総じて軟調に推移しております。

【タブレット販売台数・関連商材販売動向】（P.6）
・左側のグラフは、タブレット販売台数と販売比率の推移を示しております。
タブレット販売につきましては、お客様のご利用シーンに合わせた活用法を提案するなど、当社の直営キャリアショップに加えて、パートナー代理店運営のショップにおいても引き続き取り組みを強化しております。
・その結果、前上期比で販売台数が増加すると共に、全社の総販売台数に占める比率も、前上期の 11.4%から 13.8%へと 2.4 ポイント上昇いたしました。
・昨今は各通信キャリアが大容量のデータプランを積極的に提供しており、動画を始めとするリッチコンテンツを快適に楽しめる環境がより一層整いつつあります。このような環境も、タブレット販売の追い風となっております。
・一方、関連商材につきましても、セキュリティ系コンテンツのラインナップを拡充し、お客様のニーズに即したコンテンツのご提案に努めました。
・また、販売台数が前上期比で減少したにもかかわらず、アクセサリー販売は堅調に推移しております。

【モバイル事業】（P.7）
・モバイル事業セグメントの販売台数につきましては、販売市場が総じて弱含みに推移したことにより、前上期比で 4.8%減少して 197 万台となり、セグメント売上高も 8.8%減の 2,137 億円となりました。
・引き続きお客様のスマートライフ充実に向けて、タブレットや光回線等の販売を強化いたしました。アクセサリー等の関連商材販売においても付加価値提案力を高めることで、ＣＳおよび収益性向上に取り組みました。
・更に、過度な販売競争の沈静化に伴い、販売価格が安定したことから、台当たりの粗利が増加いたしました。その結果、セグメント営業利益は 0.6%増加し、44 億 6 千万円となりました。

【販売拠点数】（P.8）
・販売拠点数につきましては、採算性を重視した販路最適化の影響等もあって、前上期並びに前期末対比で総数は減少いたしました。
・しかしながら、当セグメントの収益性は着実に向上しております。

【戦略的投資①】（P.9）
・前期末の決算説明会でも申し上げたように、事業環境の激変期においては、変化をいち早く捉え、将来に向けた戦略的な投資を推進することが必要不可欠です。従って今期は、各事業セグメントにおいて積極的な戦略投資を加速させております。
・その一環としてモバイル事業では、「お客様に選ばれ勝ち残るショップ」作りを目指し、出店・移転・大型化などキャリアショップの拡充を実施しております。
・ここではハード面での戦略投資の代表例として、7 月末に長崎県にオープンした「au ショップ長与」と「ドコモショップ海老名西口店」をご紹介させていただきます。
・ご覧のように全面ガラス張りの「au ショップ長与」は、約 71 坪と au ショップでは九州屈指の大型店舗となっております。

【戦略的投資②】（P.10）
・一方、当社にとって神奈川県内での初出店となった「DS 海老名西口店」も、約 165 坪の占有面積と 25 台分の駐車スペースを誇る関東有数の大型ショップです。フィーチャーフォンやスマホの販売については言うまでもなく、タブレットや光回線など各々の商材・サービスに精通した多数のスタッフを、新規出店に合わせて全国から集めております。

【MVNO への取り組み】（P.11）
・当社の企業理念「TG ミッション」の一つに、「リーディングカンパニーとして時代の変化を先取りし、既存事業の強化に加え、新たな市場を開拓します。」という一節がございます。
・MVNO については総務省もその普及を後押ししており、2016 年に契約者全体の 10%に相当する 1,500 万件まで MVNO を拡大させる目標を掲げております。
（2016 年 6 月末時点：契約数 1,269 万件、7.8%相当）
・昨今は通信コストに敏感なユーザーを中心に、益々MVNO に注目が集まっております。従って、MVNO 市場への進出は新たなビジネスチャンスの一つであると考えております。
・このような環境下、当社としては、先ずはプレーヤーとしてこの新たな市場に身を置いてみようと考えており、Smart Labo での MVNO の取り扱い拡充や楽天モバイルショップの出店を行ってまいります。

【アクセサリーショップ】（P.12）
・アクセサリーショップにつきましては「Smart Labo Online」に加えて、10 月末現在、全国の主要都市において、自社ブランド Smart Labo のリアルショップを 14 店舗運営しております。
・先月 20 日には名古屋市内の繁華街で初の本格出店となる「Smart Labo 栄地下」をオープンしました。また、同じく 28 日には「池袋サンシャインシティアルパ」をオープンしております。おかげ様で両店舗とも、多数のお客様に来店いただいております。
・更に、明日 11 月 16 日には北千住のマルイ 2 階にも出店を予定しております。
今後は既存の Smart Labo の強化・拡充を図りつつ、新規出店も引き続き加速させてまいります。

【ソリューション事業】（P.13）
・次に、法人向けモバイル事業と固定回線系のネットワーク事業で構成されます、ソリューション事業セグメントについてご説明いたします。
・法人向けモバイル事業におきましては、前年に比べて端末の大口需要が少なく、セグメント販売台数は前上期比で 26.8%減少し 7 万 1 千台にとどまりました。しかしながら、スマートデバイス導入やご利用時のサポート業務を含めて、法人顧客が抱える問題を解決するために最適な提案を行う、「ソリューション」ビジネスの展開を推進いたしました。その結果、収益は底堅く推移いたしました。
・一方、ネットワーク事業においては、主力商材であるフレッツが卸売りモデルに移行するなどビジネスモデルが大きな転換期を迎えております。その影響で従来型の光回線サービスの販売が（想定どおり）大幅に減少し、セグメント売上高は前上期比約 23%減の 104 億円となりました。
・また、将来の成長に向けての人員体制強化やシステム投資を推進した結果、セグメント利益は約 40%減の 8.2 億円となりました。

【ソリューション事業　ストック型ビジネス】（P.14）
・movino star につきましては、昨年 11 月のリニュアルを機に機能を拡充し、既存の顧客基盤の更なる拡大と新規顧客の開拓を推進しております。
・加入 ID 数は前上期比で 6.5%増の 44 万 2 千となりました。
・法人向けモバイル事業においては、スマートデバイス導入や活用をサポートする、セキュリティデスクやヘルプデスク等の需要が高まっております。そのため、端末販売に紐づかないソリューションサービスを、単独で提供する案件が増えてきております。
・一方、ネットワーク事業では、本年 1 月の再卸販売開始を契機に、独自ブランドの光アクセスサービス「TG 光」の累計回線数が右肩上がりに増加しており、法人顧客向けソリューション商材と合わせて、安定的なストック型ビジネスモデルの確立を目指しております。

【決済サービス事業他】（P.15）
・決済サービス事業他のセグメントについてご説明いたします。
・国内の決済サービス事業において、取扱高（券面額）全体を売上高として計上する
PIN 商材から、受取手数料のみを計上するギフトカードへと商品構成が変化しております。
そのため、セグメント売上高は前上期比 13.2%減の 321 億円となりました。
・しかしながら、ギフトカードの取扱高が約 30%増加したことに伴い、PIN とギフトカードを合わせた全体の取扱高も約 7.6%増加し、売上総利益も増加いたしました。
・一方で、キャンペーンの実施等に伴い販促費が増加し、セグメント営業利益は
前上期と同水準の 6 億 9 千万円となりました。

【決済サービス事業他】（P.16）
・また、国内の決済サービス事業においては、コンビニエンスストアを中心とした既存の販売チャネルに加え、新販路の開拓に努めております。
・その結果、PIN とギフトカード商材を合わせた取扱店舗数は、前上期末から約 2,200 店増加いたしました。

【決済サービス事業他（海外事業）】（P.17）
・次に、決済サービス事業セグメントに含まれている海外事業について
ご説明させていただきます。
・シンガポールの決済サービス事業においては、大手コンビニエンスストア等の販路において、ギフトカードの販売を推進しております。
・ギフトカードの販売単価も高水準で、取扱高は引き続き伸長しており、利益面でも
堅調です。
・決済サービスの水平展開を視野に入れ、東南アジアの他の国でも市場調査を開始
しております。
・中国での携帯販売事業につきましては、上海市内で 7 店舗のチャイナユニコムショップを運営しております。（日本式の丁寧で高品質なサービスを提供することで、競合店との差別化を図っております。）

【中期訂正目標】（P.18）
・続きまして、今期の連結業績予想と今後の取組みについてご説明申し上げます。
・当社は 2020 年度に向けて、ご覧のような中期定性目標を掲げております。
・企業理念に基づき本目標を達成することで、持続的成長を実現し、すべてのステークホルダーの期待に応えること目指しております。

【企業理念】（P.19）
・企業理念は、当社グループが持続的成長を実現するための重要な基盤であり、全社の拠り所と位置付けております。
・この企業理念の浸透・活用を促進するべく、社内横断的なプロジェクトを立ち上げました。現場を始めとする営業部門と管理部門、そしてマネジメントが一丸となって、本プロジェクトを全社的に推進してまいります。

【販売環境の変化】（P.20）
・昨今の通信業界は劇的な転換期を迎えており、販売環境も急激に変化しております。
・本年 5 月の電気通信事業法の改正に伴い、新たなルールに則した対応が急務となっております。また、スマホの過度な値引きに関するガイドラインを受けて、販売価格は上昇傾向にあります。
・このような事業環境において今後の販売競争は、価格ではなくまさに販売品質による勝負、すなわち「価格訴求」から「価値提案」へとシフトしていくと確信しております。

【将来のための戦略的投資】（P.21）
・従って、当社としてはこのような変化を先取りし、将来のための戦略的投資を推進することで、スピーディかつ的確に対応してまいります。
・先ほどご説明させていただきましたようにモバイル事業では、「お客様に選ばれ勝ち残るショップ」作りを目指し、これまで以上にキャリアショップやアクセサリーショップを拡充いたします。一方で、販売品質と CS 向上のため、ソフト面での人財投資も強化いたします。
・更に、ソリューション事業と決済サービス事業におきましても、将来の成長に向けた人財やシステムへの戦略的投資を、引き続き積極的に行う計画です。

【2017 年 3 月期　全社連結業績予想】（P.22）
・今期の全社連結業績予想はご覧の通りです。
・先程も申し上げた通り、上期はほぼ計画通り推移いたしましたので、現時点で業績予想に変更はございません。

【2017 年 3 月期　セグメント別連結業績予想】（P.23）
・こちらは今期のセグメント別業績予想となりますが、全社同様、変更はございません。

【今後の取組み】（P.24）
・本ページには、今後の取組みについて記載しております。
・上期に引き続き各セグメントにおいて、ご覧のようなアクションプランを強化・推進することによって、今期の通期計画の達成を実現し、将来的な当社の成長・発展に繋げていきたいと考えております。

【人財教育】（P.25）
・ここで、モバイル事業における取組みの一つをご紹介いたします。
・当社は、2015 年 4 月に社内教育・研修機関「TG アカデミー」を進化・発展させ、「キャリア・デザイン・アカデミー（CDA）」を立ち上げました。
・商材・サービスの多様化・複雑化や消費者保護ルールの整備等に伴い、キャリアショップや販売スタッフの担う役割が益々重要性を増しております。このような環境下、CDA を活用した人財投資を積極的に推進してまいります。
・ちなみに、CDA ではモバイル業界で培ったノウハウを活用して、外販も行っております。モバイル販売業界にとどまらず、リテールビジネスに携わる幅広い
企業顧客に対しても教育・研修プログラムを提供しております。

【業界対応型ソリューション事業】（P.26）
・ソリューションセグメントにおいては、業界対応型のソリューション事業も強化していきたいと考えております。
・このような取組みの一環として、本年 3 月 31 日付で出資した株式会社 SRJ と共同で、端末、回線、コンテンツ等をパッケージ化した「教育ソリューション」事業を推進しております。
・また、ヘルスケア業界への取組みとして、米国の Diary 社と 11 月 14 日（昨日）付けで独占販売代理店契約を締結いたしました。 Diary 社は、今後の市場拡大が見込める予防医療分野において、スマートデバイスを活用し、医療・介護関係者の連携を高めることができるサービスを展開しているプロバイダーです。
・具体的な事例では、既に慶応大学病院で、Apple 社の全面的な協力のもと、Apple Watch と iPhone を使った実証実験を開始しております。
・当社としては、Diary 社と協業することにより、医療・介護分野への知見を深め、業界対応型のソリューション事業の拡大を図ってまいります。

【ROE・営業利益　推移】（P.27）
・おかげ様で当社は設立以来、高水準の ROE と営業利益を維持しており、今期においても 29.6%の ROE を予想しております。
・このような実績が評価された結果、「JPX 日経インデックス 400」にも継続採用されているものと考えております。今後も資本効率を重視しながら、収益力強化を図ってまいります。

【株主還元策】（P.28）
・配当につきまして、今期は前期比 9 円増配の 1 株当たり 52 円を予想し、3 期連続の増配となる見込みです。
・ちなみに 11 月 8 日付で、中間配当を 26 円とすることを公表させていただきました。
期末配当も同額を予定しております。
・更に、本年 4 月には 128 億円規模の自己株式取得を実施しており、EPS や ROE など資本効率の向上にも寄与したと考えております。
・今後も 30%以上の配当性向を維持しつつ、株主の皆様への利益還元を実施してまいります。引き続きご支援の程をよろしくお願い申し上げます。

【CSR 活動】（P.29）
・ご参考までにこちらには、当社の CSR 活動について記載しております。
・本社周辺の清掃や献血活動など、「社員参加型」のボランティア活動も積極的に実施しております。

【一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会】（P.30）
・2014 年 12 月に設立された全国携帯電話販売代理店協会（全携協）は、携帯電話業界全体に対する苦情や相談への適切な対応を目的としております。
当社顧問の竹岡が、協会でも会長の重責を担っております。
・本年 10 月 20 日現在、正会員数は 131 社。キャリアショップシェアは約 83%に達しております。
・また、各種メディアでも報道されているように、来年より「あんしんショップ認定制度」の開始が予定されております。
・1 月から順次当該ショップにおいて、ご覧のような「あんしんショップ認定マーク」が掲出されることになっております。この制度を通じて、業界全体の更なる健全化に寄与できるものと期待しております。
・本日はご清聴いただきまして、誠にありがとうございました。