

|| 企業調査レポート ||

USEN-NEXT HOLDINGS

9418 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年5月13日(金)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 前中期経営計画「NEXT for 2024」の利益目標は統合の成果などにより 3年前倒しで達成	01
2. 2022年8月期は営業増益見込みだが、さらなる上振れも	01
3. 企業としての強みは音楽配信などで培った厚い顧客基盤と営業力	01
4. 新中期経営計画で2025年8月期に営業利益220億円～250億円を目指す	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業概要	04
■ 中期経営計画	08
1. 前中期経営計画「NEXT for 2024」の成果	08
2. パーパス（社会的・経済的存在価値）	10
3. 新中期経営計画「Road to 2025」	10
4. セグメント別成長戦略	12
■ 業績動向	15
1. 2022年8月期第2四半期の業績動向	15
2. 2022年8月期第2四半期のセグメント別業績動向	16
3. 2022年8月期の業績見通し	18
■ 株主還元策	21
1. 配当政策	21
2. 株主優待制度	21
■ 情報セキュリティ	22

要約

新中期経営計画「Road to 2025」で成長を加速

1. 前中期経営計画「NEXT for 2024」の利益目標は統合の成果などにより3年前倒しで達成

USEN-NEXT HOLDINGS<9418>は、飲食や小売、理美容などの業務店をはじめホテル、病院、オフィスなどの各種施設へ向け、音楽配信を中心に、店舗・施設運営やDXに必要な各種機器・ソリューションを提供している。個人向けには、定額制コンテンツ配信サービス「U-NEXT」を提供している。2017年12月に(株)USENと(株)U-NEXTが再統合し、持株会社として同社が設立された。統合の目的は、キャッシュカウな音楽配信から、コンテンツ配信事業など成長事業へと資金を還流し成長を促すことにある。また、グループ各社の持つ強みや販売チャネルを緊密に連携し、主力商品をクロスセルすることでシナジーを創出することも目的である。このように戦略的な統合が成功し、2021年8月期には最終年度2024年8月期とする前中期経営計画の利益目標を3年前倒しで達成した。

2. 2022年8月期は営業増益見込みだが、さらなる上振れも

2022年8月期第2四半期の業績は、売上高114,016百万円(前年同期比12.7%増※)、営業利益8,849百万円(同10.3%増)となった。店舗DXとライフスタイルDXを着実に推進し、顧客のニーズに答えてきた結果、先行的なコストやキャンペーンを投入したにもかかわらず2ケタ増収増益と好業績となった。財務体質も引き続き改善した。

※「収益認識に関する会計基準」等を2022年8月期期首から適用しており、増減率は適用前の前年同期の連結業績を基に計算している。

2022年8月期の業績見通しは、売上高220,000百万円(前期比5.6%増)、営業利益17,000百万円(同8.9%増)と見込んでいる。ただし、社会・生活におけるDXの加速や第2四半期の好進捗、先行コストがなくなることなどを考慮すると、やや保守的な印象であると弊社は考えている。

3. 企業としての強みは音楽配信などで培った厚い顧客基盤と営業力

同社は5つの事業を展開している。1) コンテンツ配信事業では、個人向けに動画や電子書籍などのデジタルコンテンツを配信している。2) 店舗サービス事業では、業務店・商業施設などに向けた音楽配信や音楽著作権管理を行っているほか、IoT商材や周辺サービスなど店舗DXに関わるあらゆるソリューションサービスを提供している。3) 通信事業では、法人向けICTや業務店向け自社光回線の販売・サービスなどを行っている。4) 業務用システム事業では、ホテルや病院などに向けて自動精算機や業務管理システムなどの販売・保守を行っている。5) エネルギー事業では、店舗サービス事業を支援する商材として電力・ガスの販売を行っている。各事業ともそれぞれ強みを持つほか、企業全体としても音楽配信などで培った厚い顧客基盤と営業力といった強みを持つ。

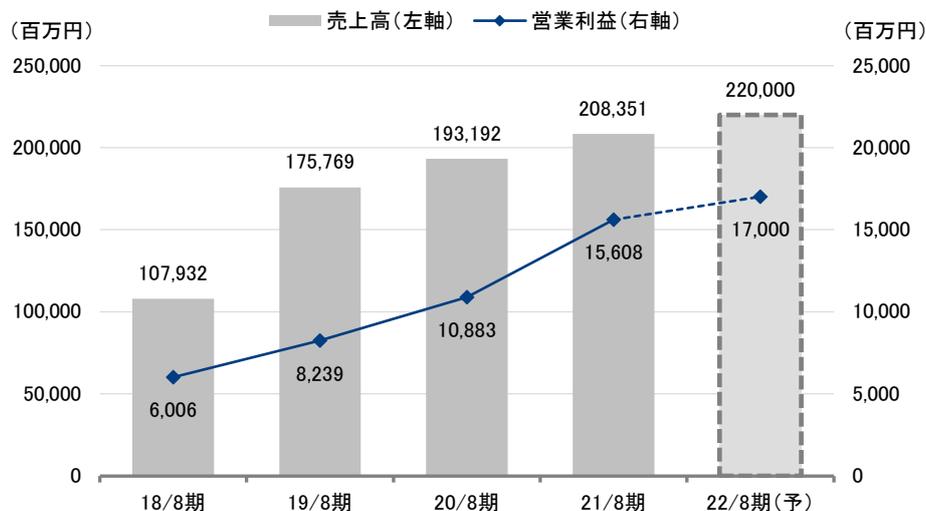
要約

4. 新中期経営計画で2025年8月期に営業利益220億円～250億円を目指す

同社は「未来を今に近づけるソーシャル DX カンパニー」として、店舗・施設 DX やライフスタイル DX を推進することで社会に役立ち、社会的・経済的価値を創出していくことをパーパスとしている。これを具体的に表したのが中期経営計画「Road to 2025」で、2025年8月期に営業利益220億円～250億円を目指す。また、利益成長と的確な財務戦略により4年で800億円超の営業キャッシュ・フローを創出する計画で、これを事業投資や借入返済、配当金などに充てる計画となっている。特筆すべきは M&A など成長投資に160億円以上の資金（借入余力が増しているため、さらに大きな額になる可能性もある）を投入する計画となっていることである。大部分を M&A に充てるとすれば、かなり大型のものになりそうだ。

Key Points

- ・ コロナ禍においてコンテンツ配信事業が急成長、店舗サービス事業と通信事業も強みを発揮
- ・ 新中期経営計画では、2025年8月期に営業利益220億円～250億円を目指す
- ・ 2022年8月期は営業増益見込みだが、進捗を考慮するとやや保守的

業績推移


注：2018年8月期は8ヶ月の変則決算。なお、USENについては2018年8月期が12月～8月の9ヶ月間の取り込み。2022年8月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

コーポレートスローガン「必要とされる次へ。」を真直に実践

1. 会社概要

同社は、持株会社として傘下のグループ企業を通じて、飲食・小売といった業務店やホテル・病院・オフィスなど各種施設向けに、祖業の音楽配信を主軸に、店舗・施設の運営やDXを支援するための機器・ソリューションなどを提供している。また一般個人に対しては、動画や電子書籍などのデジタルコンテンツを定額制で配信するサービスを行っている。業務店など93万件的顧客基盤、250万人を超える動画配信サービスの会員数、業務店支援ノウハウ、ネットワークインフラ、直販体制・テレマーケティング・代理店網といった営業力など、グループ企業がそれぞれに持つ強みを生かし、各社の商品・サービスをクロスセルすることでシナジーを創出している。また、5GやIoT、AIといった次世代技術を積極的に取り込みながら、機動的な成長戦略も推進している。このように同社は、社会が必要とするサービスを提供し、社会から期待され必要とされる企業グループになるため、コーポレートスローガンである「必要とされる次へ。」を真直に実践している。

再統合後に強固な収益基盤を構築

2. 沿革

同社は、宇野元忠（うのもとただ）氏が1961年に創業し、その後は（株）大阪有線放送社となり、全国を網羅する有線放送網を構築した。1998年に宇野康秀（うのやすひで）氏が社長に就任すると、有線放送で培った顧客基盤・インフラを活用して、店舗支援サービスやブロードバンドサービス、動画配信サービスなど多角化とデジタル化へ舵を切った。そのなかで、ブロードバンド事業を展開していた（株）U'sブロードコミュニケーションズ（のちのU-NEXT）が、2010年12月にUSENからテレビ向け有料動画配信サービス事業と個人向け光回線などの販売代理店事業を承継して独立した。しかし2017年12月、USENとU-NEXTは、それぞれ保有する顧客基盤など経営資源を生かすため再統合した。そして再統合を機にグループ共通機能を集約化する一方、グループシナジーによる効率化と業容拡大を同時に実現した。現在は成長性の高い強固な収益基盤を構築している。

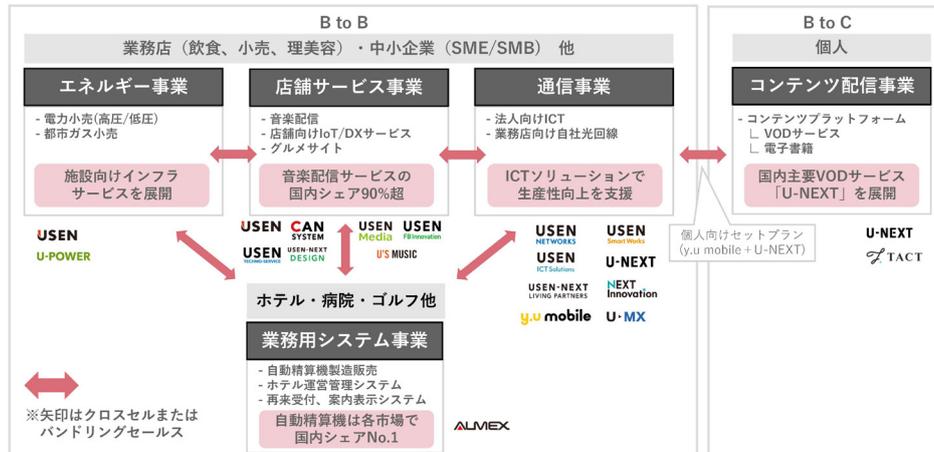
会社概要

個人向け1事業、法人向け4事業を展開

3. 事業概要

事業セグメントは、コンテンツ配信事業、店舗サービス事業、通信事業、業務用システム事業、エネルギー事業の5つである。コンテンツ配信事業では、個人向けに動画や電子書籍といったデジタルコンテンツを配信している。その他の4事業は、法人や個人事業主による業務店など中小事業所向け、各種施設向けのビジネスがメインとなっている。店舗サービス事業では、飲食・小売といった業務店や各種施設に対して、音楽配信サービスの提供や音響機器の販売・施工、音楽著作権の管理、IoT機器の販売といった店舗経営のためのソリューションサービスを提供している。そして、キャッシュカウな音楽配信と高成長の店舗DX（POSレジやWiFiなど）に細分される。通信事業では、法人向けICT商材や業務店向け自社光回線などを販売している。通信事業も、安定成長の法人向けICTと高成長の店舗DX（自社光回線）に大きく分けられる。業務用システム事業は、ホテルや病院などに向けて自動精算機やフロント業務管理システムなどの機器販売や保守サービスを行っている。エネルギー事業は、店舗サービス事業や通信事業の顧客などに対して、低価格の電力・ガスの販売を行っている。なお、事業間でクロスセルをするなどシナジーを追求すると同時に、販売時のワンショット収益から月次利用料を収受する安定継続的なランニング収益を増やすことで収益体質の改善も進めている。

セグメント概要



出所：決算説明資料、中期経営計画資料より掲載

会社概要

(1) コンテンツ配信事業

個人向けコンテンツ配信サービス「U-NEXT」は、映画やテレビといった動画から電子書籍や音楽を、インターネットを通じてテレビやPC、スマートフォンなど数多くのデバイスで視聴することができる月額課金型の有料サービスである。動画配信市場は、DVDなどパッケージメディアからのシフト、3G通信サービス停止によるスマホユーザーの増加、TV番組のネット同時配信の普及などを背景に、コロナ禍の巣ごもり需要で急拡大し、引き続き利用者は増加傾向にある。国内の個人向け動画配信サービスの市場規模は、2020年末の2,630万人から2023年末に4,000万人に増加するという予測のほか、動画配信サービスの1ユーザー当たり平均利用数がアメリカの3.1に対して日本は1.7と低いことから、今後、複数利用が急拡大すると同社は見ている。日本の動画配信市場は伸びしろの大きい成長市場と言えるが、競争の激しい市場とも言える。他社の動画配信サービスDAZNとHuluは勢いを失っており、中小事業者も総じてシェアを落としている。一方、「U-NEXT」及びNetflix、ディズニープラスの3社はシェアを伸ばしている。

同社以外の外資大手3社は、巨額資金を背景に制作したオリジナル作品に圧倒的な強みがある。これに対抗する「U-NEXT」の特長が、業界トップと言われるコンテンツラインナップである。22万本以上の見放題作品に加え、ヒット作からニッチ分野、映画から音楽ライブ・格闘技ライブまで国内外のコンテンツを網羅的にラインアップしており、新作の配信も早い。加えて68万冊以上の電子書籍や音楽配信もパッケージされているため、1契約で「視聴」「読書」の複数のコンテンツサービスを利用することができる。また、同社サービスの月額利用料は2,189円(税込み)と一見高く見えるが、毎月1,200円分のポイントが付与されるため実質989円(税込み)になること(ポイントで劇場観賞用クーポンも取得できる)、1アカウントで4人まで視聴可能なことなどを考え合わせれば、決して高い金額ではないだろう。また、作品内容でも同社は差別化を図っている。NetflixやAmazonプライムビデオに対抗している海外のコンテンツホルダーと相次いで大型の独占契約を締結しているほか、独占配信を強化する「ONLY ON」戦略や、音楽配信でのリレーションを生かした音楽ライブ配信の展開を進めている。さらに、大手では唯一成人向け作品の配信を手掛けている。レンタルビデオの成長期にTSUTAYAが米国大手のブロックバスターを圧倒した例から見ても、成人向け作品も需要拡大の一因になると考えられる。このように外資大手3社と明確に差別化された戦略を展開しているため、ユーザーが動画配信サービスを複数利用する際に「U-NEXT」が選択されることが多いもようだ。

(2) 店舗サービス事業

店舗サービス事業は、グループの主軸で祖業でもある音楽配信サービスと、店舗のDXを支援するサービスを行っている。対象は飲食店、小売店、理美容店、医療機関、オフィスなど全国に約300万件ある業務店である。チェーン店も全国チェーンから地域密着チェーンまで幅広い。このうち70万件に対して、同社は音楽配信サービスを提供している(音楽配信シェア約90%)。音楽配信は60年以上の歴史を有し、全国の店舗や施設へ向けて、J-POPや洋楽などの専門チャンネルからリクエストチャンネルまで音楽や各種情報を放送する「U-MUSIC」サービスを提供している。楽曲数は1,000万曲程度あり、AIによってどのような業種・業態にも適したプレイリストを作成できるほか、来店客向けや従業員向けなど約1,000種類の店内アナウンスも標準搭載している。

会社概要

店舗 DX は、音楽配信サービスの周辺事業として展開している。近年は省人化・省力化に向けたデジタル支援の需要が急増している。中小事業者が独力で IoT や DX など推進するのはハードルが高いため、同社が代わってワンストップで導入サポートを行っている。これを「USEN IoT PLATFORM」と呼び、音楽配信「U MUSIC」を軸に、POS レジ「U レジ」や業務用 WiFi「U AIR」、来店客属性分析ができる AI カメラ「U EYES」、配膳ロボットなどの商品・サービスが一体となった店舗運営支援サービスとなっている。コロナ禍により店舗 DX の顧客件数は 2019 年 8 月期の 10 万件程度から足元の 20 万件以上へと急増した。またメニューが豊富になったことを背景に、店舗 DX のパッケージサービス「USEN まるっと店舗 DX」を開発し、セット成約率の高い新店など新規顧客向けに営業を推進している。音楽配信を加えると 93 万件という規模になる顧客基盤は、同社にとって最大の経営資源と言える。

同事業の強みは、こうした顧客基盤のほか、グループで全国 140 の拠点、1,200 人の直販営業と 900 人の施工 / 保守人員を擁する強力なサポート体制にある。加えて、音楽配信、店舗 DX ともに機器の設置施工からアフターケア、面倒な著作権処理まで万全の態勢をとっていることにある。音楽配信の市場は安定的で、新店（新規契約）と閉店（契約解除）が拮抗している状態だが、収益性が高くキャッシュカウであるため、グループの成長戦略を資金面で支える事業となっている。一方、店舗 DX は、既存顧客に個人店や中小チェーン店が多くデジタル化が進んでいないため、店舗 DX を導入する余地が非常に大きく高成長事業とすることができる。また、コロナ禍によって労働人口が減少し企業経営の喫緊の課題として様々な施設で省人化・省力化が浮上してきたことも、成長を押し上げる要因になると考えられる。

(3) 通信事業

通信事業では、ブロードバンドインターネット回線の販売代理、オフィスの ICT (Information and Communication Technology) 環境構築の提案・販売、MVNO サービス「y.u mobile (ワイユームバイル)」の提供、個人向けブロードバンドインターネット回線の提供・販売を行っている。ICT 環境の構築では、Google やサイボウズ <4776> などのクラウドサービスやモバイルサービス、データセンターサービスといった SaaS に連なる ICT 商材やソリューションサービスを法人向けに提供している。

変化の激しい ICT 業界で安定成長を続ける同社法人向け ICT 事業の強みは、マルチベンダー戦略によるサービスラインアップの幅広さと、1 つの窓口ですべて対応できる利便性の高い直販営業にある。また、ブロードバンドインターネット回線では、契約取次から好採算の業務店向け自社光回線サービスへのスイッチを進めるとともに、業務店やオフィス向けに IoT/DX 商材のアップセルを強化しており、施設の DX を支える高成長サービスとなっている。競争激化や顧客企業の拠点縮小といったリスクもあるが、働き方改革やコロナ禍を通じて、企業や業務店がデジタル化や業務効率化、セキュリティ対策へのニーズを強めており、需要にも勢いがあると言える。こうした通信事業における店舗 DX の強みは、店舗サービス事業とのシナジーや 250 社にのぼる代理店による販売促進にある。不動産業界とのネットワークも強みで、大手賃貸住宅では入居者向け通信回線を一括提供している。

会社概要

(4) 業務用システム事業

業務用システム事業は子会社の(株)アルメックスが行っている。一般ホテルやレジャーホテル、総合病院、ゴルフ場向けに自動精算機やフロント業務管理システム、飲食店向けにはオーダー端末やオペレーティングシステムなどの省人化・省力化に対応する機器を販売するほか、ランニング収益となる保守/メンテナンスやソフトウェアサービスも行っている。国内の全対象施設における納入実績は、同社によるとレジャーホテル83%、一般ホテル60%、総合病院38%、クリニック・歯科・調剤7%、ゴルフ場20%と、クリニックなどを除き高い割合となっており、その中でも自動精算機については各有効市場でトップシェアを誇る。同事業の強みは、ファブレスメーカーとして機器やシステムの開発から販売、メンテナンスまでを独自で行っていることにある。

市場の成長性に関しては、患者の待ち時間の長い医療業界や観光立国へ向けて再び動き出すことが期待されるホテル業界においてDXによる省人化・省力化投資の意欲が高まっている。また、ゴルフ場や小売、ペットクリニックなど隣接市場では同社機器の親和性が高いことから需要は強いと考えられており、中長期的な成長性は比較的高いと判断できる。短期的には、コロナ禍の苦戦から脱しつつあるホテルやマイナンバーカードの保険証への適用をにらむ病院で、政府補助金などをテコに設備投資需要が回復してきている。なかでも総合病院向けの「Sma-pa マイナタッチ」は、オンライン資格確認対応の顔認証付きカードリーダーで、非接触フレームや公費医療券などカードベースの各種証明書の読み取りが可能な独自機能を搭載するため好評で、同社にとって未開拓といえる中小規模クリニックなどを開拓する有効なツールとなる見込みである。

(5) エネルギー事業

エネルギー事業は2016年の電力販売の自由化を受けて立ち上げた事業で、業務提携している東京電力ホールディングス<9501>(以下、東京電力)から相対で仕入れた高圧・低圧の電力及び都市ガスを、東京電力エリア外にある同社顧客などに販売している。省エネなどのコンサルティングやサービスも同時に提供しており、店舗サービス事業における新規顧客の獲得やクロスセルのきっかけとなる商材としても機能している。

近年は新電力や既存地域電力との競争が激化している。そのなかで同社は、企業や店舗のSDGs対応や環境保全意識の高まりを受け、「非化石証書付グリーン電気」などのメニューも開発した。電力卸価格高騰時には顧客に価格転嫁可能のため、粗利の逆ざやリスクは低く、自社調達のため取次モデルより収益性が高いという特長がある。ただし、昨今のエネルギー価格の高騰は、価格転嫁のタイミングや需要減などのリスクを孕んでいる。

■ 中期経営計画

前倒しだけでなく成果も大きかった前中期経営計画

1. 前中期経営計画「NEXT for 2024」の成果

同社は、2024年8月期の営業利益130億円などを目標とする中期経営計画「NEXT for 2024」を2019年8月期より進めてきたが、収益性が大きく改善したため、営業利益やEBITDAなど収益力目標に関してはすべて2021年8月期に3年前倒しで達成した。

セグメント別の収益では、業務用システム事業がコロナ禍に足を引っ張られた格好となった。通信事業とエネルギー事業は計画どおりの進捗となった。店舗サービス事業とコンテンツ配信事業が計画を上回って進捗し、特にコンテンツ事業の営業利益は計画を3倍近く超える大幅な伸びとなり、連結収益をけん引した。

前中期経営計画の進捗状況

(単位：億円)

	前中期経営計画		21/8期	
	19/8期 実績	24/8期 計画	実績	進捗率
売上高	1,758	2,700	2,084	77.2%
営業利益	82	130	156	120.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	61	65	80	123.1%
EBITDA	175	235	244	103.8%
EBITDA-CAPEX (投融資含む)	100	135	138	102.2%
ROE	33.6%	15.0%	27.2%	12.2pt

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

セグメント別営業利益

(単位：億円)

	前中期経営計画		21/8期	
	19/8期 実績	24/8期 計画	実績	進捗率
店舗サービス事業 (旧メディア事業を含む)	81	77	86	111.7%
通信事業	26	60	45	75.0%
業務用システム事業	35	40	29	72.5%
コンテンツ配信事業	4	20	57	285.0%
エネルギー事業	-4	10	4	40.0%

注：各セグメントに配分していない全社費用は含めていない

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

中期経営計画

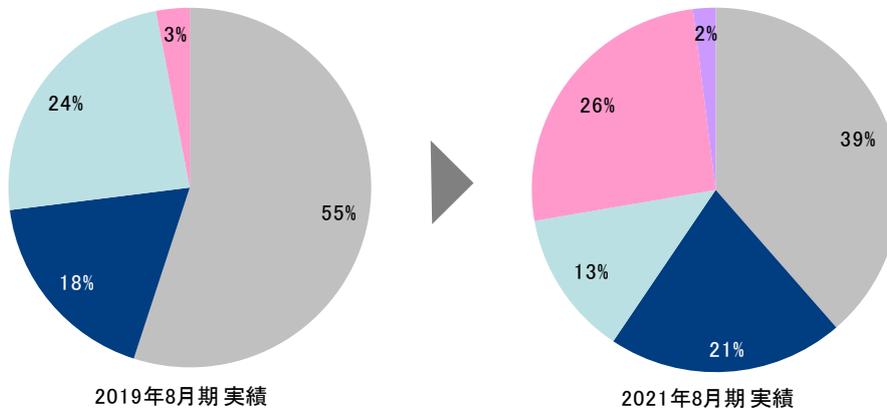
また、収益構造や顧客基盤、組織力の面でも一定の成果があった。収益構造では、成長に弾みをつけるイニシャル収益だけでなく、安定した成長基盤となるランニング収益も拡大し、成長性と安定性のバランスが取れた状態となった。また、店舗サービス事業の収益が安定的に成長するなかで、店舗サービス事業以外の利益貢献が高まったことで、事業ポートフォリオのバランスが改善した。

顧客基盤においては、コロナ禍の巣ごもり需要をいち早く捉えて社会環境や顧客ニーズの変化に迅速に対応したことで、契約数が2019年8月期の257万から2021年8月期の362万へと41%増加した。顧客基盤の内訳は、通信回線やPOSレジなどのニーズを取り込んだ業務店が同期間で86万件から94万件、法人向けICTやマイナタッチの販売促進により中小企業やホテル・病院などが2万件から3万件、動画配信サービスU-NEXTの急成長などにより個人が169万人から265万件へと拡大した。

組織力の面では、働き方改革「Work Style Innovation」を通じて社員の意識や働き方を変革するとともに、自律的で生産性の高い人材や組織を育成してきた結果、2019年8月期と2021年8月期の比較で、従業員一人当たり売上高が3,600万円から4,300万円、売上総利益が1,400万円から1,700万円へと向上した。

事業ポートフォリオの改善

- 店舗サービス事業(旧メディア事業を含む)
- 通信事業
- 業務用システム事業
- コンテンツ配信事業
- エネルギー事業



2019年8月期実績

2021年8月期実績

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

未来を今に近づける「ソーシャル DX カンパニー」

2. パーパス（社会的・経済的存在価値）

同社は、顧客基盤やネットワークインフラ、日本最大の音楽配信ネットワーク、人材力・組織力、1万社以上の代理店・パートナー企業など60年以上培ってきた経営資産を生かし、営業・販促～契約・利用～フォロー・メンテナンス、さらにニーズの補足・課題のフィードバックといった同社の価値創造プロセスをより高度化していく考えである。そうして、人が集う店や街を変える店舗・施設DXや暮らしに喜びや感動を増やすライフスタイルDXを推進することで、社会に役立つことを目指していく。また、既存事業の収益力強化、M&Aなどを活用した非連続成長、規律を維持した柔軟な財務戦略、安定・継続的な株主還元を推し進めることで、利益成長を継続していくことを目指している。同社はこのように、社会的・経済的に存在価値の高い「ソーシャル DX カンパニー」へと進化していくことをパーパスとした。こうしたパーパスを具体的に表したのが、新中期経営計画「Road to 2025」である。

同社パーパスの概念図



出所：中期経営計画資料より掲載

2025年8月期営業利益 220億円～250億円を目指す

3. 新中期経営計画「Road to 2025」

新中期経営計画「Road to 2025」では、コロナ禍やウクライナ情勢などによる外部環境の変動を考慮し、下限目標のベースケースと達成目標のアップサイドケースという2つのシナリオに分けている。どちらのシナリオにおいても、営業利益2ケタ成長（4年平均成長率で9.0%～12.5%）を目指し、2025年8月期には連結営業利益で220億円～250億円を達成する計画である。同社の場合、セグメントごとに市場特性や成長性が異なるため、セグメント別の戦略が重要なポイントとなるが、基本的には従来の延長上でバージョンアップされた戦略となる見込みである。

中期経営計画

中期経営計画の目標値

(単位：億円)

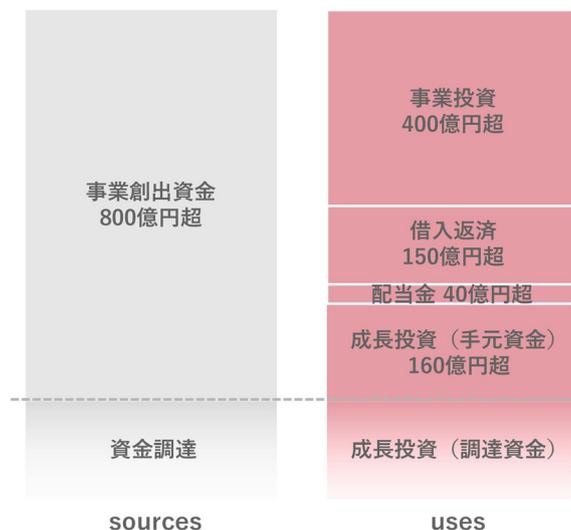
	21/8 期 実績	25/8 期計画 (ベースケース)		25/8 期計画 (アップサイドケース)	
		目標	4ヶ年成長率	目標	4ヶ年成長率
売上高	2,084	2,740	31.5%	2,860	37.2%
営業利益	156	220	41.0%	250	60.3%
営業利益率	7.5%	8.0%	0.5%	8.7%	1.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	80	120	50.0%	135	68.8%
EBITDA	244	330	35.2%	360	47.5%
EBITDA-CAPEX (投融资、コンテンツ前払い含む)	138	165	19.6%	195	41.3%

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

営業キャッシュ・フローに関しては、着実な利益成長と的確な財務戦略により、現状の157億円から最終年度には210億円～240億円へと引き上げる計画である。4年累計で800億円超の営業キャッシュ・フローが創出されることになるが、これを事業投資に400億円超、借入返済に150億円超、配当金に40億円超投入する計画で、残りの160億円超に関しては成長投資に使う意向である（バッファーを除く）。使い道として想定されるのは大型のM&Aや新規事業開発で、「ソーシャルDXカンパニー」として店舗・施設のDXや日本の生産性改善をバックアップする事業や、エンターテインメント分野のデジタル化に関連する事業になると考えられる。対象は既存事業周辺の案件に限り、異業種・異分野のものは扱わない方針である。

財務目標として、レバレッジを活用した効率的な経営を継続し、ROE20%程度を維持しながら自己資本比率を30%～40%へと改善する計画である。また、レバレッジ・レシオやD/Eレシオの圧縮を継続し、十分な資金調達余力を確保する考えである。これにより、さらに大きな成長投資にも機動的に対応できるようになるだろう。なお、同社はサステナビリティ戦略も推進する予定で、マテリアリティに基づいたアクションプランとKPIを策定中であると言う。

キャピタルアロケーション（4年累計）



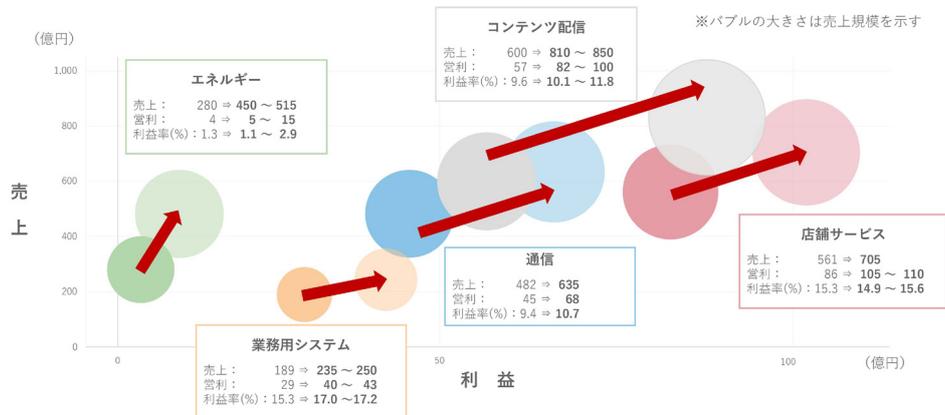
出所：中期経営計画資料より掲載

コンテンツ配信事業と店舗 DX が成長をけん引

4. セグメント別成長戦略

同社は、キャッシュカウ事業、安定成長事業、高成長事業に分類して事業ポートフォリオマネジメントを行っており、キャッシュカウ事業から高成長事業へ成長資金を還流するという従来からの方針に変わりない。なお、キャッシュカウ事業は店舗サービス事業を構成し祖業でもある音楽配信で、安定成長事業は業務用システム事業と通信事業（うち法人向け ICT）、高成長事業はコンテンツ配信事業と店舗 DX（店舗サービス事業のうち POS レジや WiFi、IP カメラなど及び通信事業のうち業務店向け自社光回線）に分類され、新中期経営計画においてもコンテンツ配信事業と店舗 DX が成長を牽引する計画となっている。そして各セグメントの 2025 年 8 月期営業利益は、コンテンツ配信事業が 82 億円～ 100 億円、店舗サービス事業が 105 億円～ 110 億円、通信事業が 68 億円、業務用システム事業が 40 億円～ 43 億円、エネルギー事業が 5 億円～ 15 億円を目指すことになる。各事業でベースケースとアップサイドケースに分けて考えているが、全社コストも、アップサイドケースではベースケースから上振れた収益を原資に、グループの成長力と環境適応力をより強化するため、人材開発教育やリスキリング研修、コーポレートブランディング、福利厚生充実などに追加的に投入することを想定している。

セグメントの成長イメージ



出所：中期経営計画資料より掲載

(1) コンテンツ配信事業

動画配信市場は成長市場であり競争が激しいため、映像における圧倒的コンテンツ数などの競争優位性をさらに磨くとともに、映像や書籍、音楽、ライブを1つのアプリで楽しめるオールインワン・エンタテインメントを強化する方針である。映像以外のコンテンツを幅広く扱っている事業者は多くないことから、特に音楽配信サービスでのリレーションを生かした音楽ライブや音楽コンテンツの配信を本格化することで差別化を図る。また、NETFLIXやAmazonプライムビデオ、ディズニーチャンネルのような巨大資本によるPB作品に対抗して、「U-NEXT」でしか観られない作品を提供する「ONLY ON戦略」も一層強化する。ただし、同社が制作機能というリスクを持つわけではなく、定額制動画配信における世界各国の大手配信サービス会社との独占配信契約や、韓国の大手芸能事務所CUBEエンターテインメントとの業務提携によりONLYな作品を増やしていく計画である。また、漫画や小説などのオリジナル電子書籍を起点に、IP(Intellectual Property)開発を進め、人気が出たIPを映像化などによってマネタイズしていく。このようなIP開発は、映像開発と比較してターゲット層が幅広く低コストという利点がある。

これらにより、2025年8月期の課金ユーザー数は310万人～350万人(4年平均成長率7%～10%)、ランニング売上だけで723億円～767億円(4年平均成長率6%程度)を達成し、82億円～100億円の営業利益を狙う。ただし、同事業は同社の中で最もベースケースとアップサイドケースの差が大きくなっている。これは、ニューノーマルにおいて消費動向や成長市場の拡大ピッチが予想しづらくなったことが要因と思われる。ちなみに、ベースケースでは巣ごもり需要の反動で一時的に成長鈍化を想定しているが、アップサイドケースでは、デジタルエンターテインメントコンテンツの持続的な需要拡大、書籍や音楽などサービスの充実による顧客満足度の向上、それによる課金ユーザー数の一段の増加などが想定されている。足下の動向を考慮すると、アップサイドケースとなる可能性が高いだろうと弊社は見ている。

(2) 店舗サービス事業

高成長を見込む店舗DXを中心とした戦略となっている。まずWiFiなど通信環境構築やPOSレジといったスマートデバイスなどによって、店舗のフロントからバックオフィスまでの業務をトータルで支援していく方針である。また、販売～納品～保守をグループで一貫して対応することでアップセルも推進していく。店舗の開業・準備段階が最大の商材販売タイミングと見て、成約率も高い新規開業店への直販営業を強化する。1万社のパートナーネットワークを構築することで年間10万件に及ぶ新規開業情報を取得し、新規開業店に対する敏速な営業活動につなげる。開業済み店舗は、既存顧客も未開拓顧客も営業効率が相対的に低くなるため、代理店やテレマーケティングなど非直販チャネルを活用する。こうした施策により、契約件数を2021年8月期末の91.2万件から2025年8月期末には105.2万件に拡大する方針である。また、代表的なスマートデバイスであるPOSレジの課金件数を2.1万件から4.1万件に増やす計画である。

(3) 通信事業

2025年8月期の業績は、法人向けICT/SaaSが売上高259億円(4年平均成長率9%)、営業利益42億円(同7%)、業務店向け自社光回線が売上高117億円(同18%)、営業利益6億円(黒字安定化)を目指していく。法人向けICT/SaaSでは、複雑化するセキュリティ対策の支援や、BCP対策としてのクラウド/データセンターの保守運用受託などのクロスセルに注力する。拡大するSaaS/IaaS需要に対してはサービスラインナップの拡充、BGMなどによるオフィス環境改善には新サービスの開発で対応する。

中期経営計画

営業面では、Web 上での認知度を向上、デジタルマーケティングへの費用投下により新たな見込み顧客を創出する一方、オンライン商談やインサイドセールスなど時代に即した新たな営業手法を確立する。業務店向け自社光回線は、契約取次から好採算の自社回線獲得へのスイッチングを一層強化するとともに、増加している業務店向け自社回線の顧客に対して IoT/DX 商材のアップセルを加速する。また、業務店にとどまらず、オフィス環境を改善したい企業のニーズにも応えていく。

(4) 業務用システム事業

2025年8月期の売上高はホテルで131億円(4年平均成長率3%)、総合病院で75億円(同10%)、ゴルフ場や小売、外食、ペットクリニック、観光施設などの隣接市場で44億円(同19%)を目指す。既存主要顧客であるホテルや総合病院に対して、非対面・非接触や省人化・効率化といったニーズを踏まえてDX支援を強化する。特にホテルについてはヘルスケア立国や観光立国という日本の成長戦略の再来も、同社は想定している。精算機でトップシェアというレベルから、施設DXのソリューションをテコに、顧客にとってビジョナリーパートナーという一段上の存在を目指していく。

隣接市場に対しては、市場の深掘りとプロダクツ開発という2軸で開拓を進める。例えば、小規模クリニックや歯科、調剤薬局など中小医療機関に対しては、マイナタッチを起点にクロスセルする製品やサービスを拡充する。プロダクツ面では、AIや生体認証(顔認証)、キャッシュレス・後払い決済など最新技術を盛り込んだ製品・サービスを開発していく。

(5) エネルギー事業

取次モデルの「USEN エネルギー」では、業務店に対するコスト削減提案を継続するとともに、コスト削減後の同社サービスの追加導入などを提案する。オフィス向けでは、環境BGMやクラウドカメラなどのセットサービスを切り口に、総合的な提案ができる体制を構築する。2022年3月にスタートした自社電源調達モデルの「U-POWER」は、取次モデルより収益性を高めることができるため一層強化していく意向である。また、「非化石証書付グリーン電気」などSDGs対応のメニュー展開をしているため、他社サービスより競争力の強い商品となっている。この結果、2025年8月期の顧客件数は、「USEN エネルギー」の低圧が5万口(4年平均成長率22%)に増加する一方、高圧が0.7万口~0.8万口(同横ばい)とあまり増えない見込みになっている。「U-POWER」の顧客件数は4.1万口~6.2万口(2021年8月期はゼロ)と大きく拡大することを目指している。

業績動向

コロナ禍再拡大など想定外の状況下、2ケタ営業増益を継続

1. 2022年8月期第2四半期の業績動向

2022年8月期第2四半期の業績は、売上高 114,016 百万円（前年同期比 12.7% 増）、営業利益 8,849 百万円（同 10.3% 増）、経常利益 8,432 百万円（同 10.5% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益 4,408 百万円（同 0.8% 増）となった。新型コロナウイルス感染症の再拡大により、休業や時短営業を余儀なくされたり、必要な従業員数を確保できなかったりする業務店も多く、事業活動に影響が生じた。さらに、世界情勢の変化や天候不順を背景に、世界的な原材料・燃料高やサプライチェーンの混乱が生じ、挙げ句は急速な円安もあって日本経済全体が大きな影響を受けた。このように想定外の激変とも言える状況が続いたが、同社は店舗 DX とライフスタイル DX を着実に推進し、業務店やサービス利用者など顧客のニーズに応えた。その結果、2ケタ増収増益を達成（親会社株主に帰属する四半期純利益は、前期発生した固定資産売却益などが大幅減となったため微増益にとどまった）、進捗率も前年同期より高い状況となった。また、自己資本比率が改善して 25% に近づく一方、ROE で 20% 超を維持するなど財務体質も引き続き改善した。なお、「収益認識に関する会計基準」等を 2022 年 8 月期期首から適用しており、増減率は適用前の前年同期の連結業績を基に計算している。

2022年8月期第2四半期の業績

(単位：百万円)

	21/8 期 2Q			22/8 期 2Q			
	実績	売上比	進捗率	実績	売上比	前年同期比	進捗率
売上高	101,207	100.0%	49.6%	114,016	100.0%	12.7%	51.8%
売上総利益	40,463	40.0%	-	42,302	37.1%	4.5%	-
販管費	32,441	32.1%	-	33,452	29.3%	3.1%	-
営業利益	8,021	7.9%	51.7%	8,849	7.8%	10.3%	52.1%
経常利益	7,632	7.5%	52.6%	8,432	7.4%	10.5%	52.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,373	4.3%	58.3%	4,408	3.9%	0.8%	51.9%

注：「収益認識に関する会計基準」等を 2022 年 8 月期期首から適用しており、前年同期比は適用前の前期連結業績を基に計算

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

全セグメントで増収基調を維持

2. 2022年8月期第2四半期のセグメント別業績動向

2022年8月期第2四半期のセグメント別の業績は、コンテンツ配信事業が売上高34,808百万円（前年同期比20.8%増）、営業利益3,200百万円（同0.3%減）、店舗サービス事業が売上高28,273百万円（同2.2%増）、営業利益4,648百万円（同0.6%減）、通信事業が売上高25,258百万円（同5.7%増）、営業利益2,790百万円（同37.5%増）、業務用システム事業が売上高9,796百万円（同16.6%増）、営業利益1,753百万円（同48.4%増）、エネルギー事業が売上高17,733百万円（同27.0%増）、営業利益251百万円（同19.0%増）となった。コロナ禍は各セグメントの業績にプラスマイナス問わず影響を与えたが、コンテンツ配信事業と店舗サービス事業において広告販促費の積極投下を実施したこともあり、セグメントごとにパラツキのある業績となった。しかしながら、全セグメントで増収基調を維持した。連結営業利益が順調に拡大したのは、グループ経営によるシナジーと事業ポートフォリオの効果だと弊社は考えている。

2022年8月期第2四半期のセグメント別業績（調整前）

（単位：百万円）

【売上高】	21/8期2Q		22/8期2Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
コンテンツ配信事業	28,806	28.0%	34,808	30.0%	20.8%
店舗サービス事業	27,674	26.9%	28,273	24.4%	2.2%
通信事業	23,907	23.3%	25,258	21.8%	5.7%
業務用システム事業	8,404	8.2%	9,796	8.5%	16.6%
エネルギー事業	13,963	13.6%	17,733	15.3%	27.0%

【営業利益】	21/8期2Q		22/8期2Q		前年同期比
	実績	利益率	実績	利益率	
コンテンツ配信事業	3,209	11.1%	3,200	9.2%	-0.3%
店舗サービス事業	4,674	16.9%	4,648	16.4%	-0.6%
通信事業	2,029	8.5%	2,790	11.0%	37.5%
業務用システム事業	1,181	14.1%	1,753	17.9%	48.4%
エネルギー事業	211	1.5%	251	1.4%	19.0%

注1：「収益認識に関する会計基準」等を2022年8月期期首から適用しており、前年同期比は適用前の前期連結業績を基に計算

注2：旧メディア事業は店舗サービス事業に取り込み済み

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) コンテンツ配信事業

定額課金内で見られる作品の本数を拡大する「カバレッジ戦略」を継続するとともに、「ONLY ON 戦略」で新作・話題作、音楽や格闘技のライブを独占配信した。なかでも、世界最高峰の規模を誇る総合格闘技の1つ「BELLATOR（ベラトル）」の国内配信パートナーとして、大会を継続的に見放題ライブ配信して好評を博したと言う。このほか、TVCMなど広告販促の積極投入、MVNOサービス「y.u mobile」と「U-NEXT」のセットプランの開始、映画「花束みたいな恋をした」のように劇場などで注目された作品の早期配信といった施策も奏功した。

業績動向

このため2022年8月期第2四半期末の課金ユーザー数が258.7万人(前年同期比18.7%増)と大きく増え、連結売上高の増加をけん引した。しかし、TVCMやアフィリエイトなどの広告販促費が先行的に増加したため、営業利益は微減益にとどまった。ちなみに、当社では劇場と連携し新規ユーザーに映画館のクーポンをプレゼントする画期的なプロモーションにも取り組んでおり、ネット(当社)とリアル(劇場)が組んだ他社に例のないプロモーションは、相互送客の効果もあるようで、顧客とリアルとネットの三方良しとなっているもようである。

(2) 店舗サービス事業

安定的な推移を見せる音楽配信の一方で、飲食など業務店はコロナ禍の長期化で厳しい経営環境となった。このため当社は、グループシナジーを生かして店舗DXへの対応を強化した。「USEN IoT PLATFORM」を軸に「Uレジ」など業務店のあらゆるオペレーションのDXをパッケージ化した「USEN まるっと店舗DX」の提供を進め、業務効率化や省人化、非接触化の推進など新たな視点に立った店舗経営を提案した。また、コロナ禍で課題となった人手不足解消に向けて求人検索エンジン「Indeed」の取り扱いを開始、「Uペイ」において資金繰りについても一定条件を満たすことで翌日入金が可能となるサービスをリリース、配膳ロボットなどの新規商材も開発するなど顧客向け支援を強化した。

この結果、2022年8月期第2四半期末の契約件数は、店舗DXに牽引されて93.0万件(前年同期比5.3%増)と順調に拡大した。店舗DXの代表的な商材である「Uレジ」も、第1四半期に初期費用無料キャンペーンを実施したこともあり、課金件数が22,768件(同21.2%増)と大きく増加した。この結果、同事業の安定的なランニング売上が拡大して増収を確保、採算も高水準を維持したが、キャンペーン費用の発生などにより営業利益は微減益となった。

(3) 通信事業

テレワークなどオフィス環境の変化に合わせた施策を展開しており、大手の手の届かない中小零細企業のDXなど通信インフラや働き方の変化を支えた。業務店向け自社光回線「USEN 光 plus」では、大型既存顧客の経営破綻による一斉解約が第2四半期に発生したものの、新規顧客の獲得が順調に推移、販売手数料を得るワンショット型から安定継続したランニング型の収益モデルへのシフトが図られた。光回線「USEN 光 plus」では、企業が契約して従業員がリモートワークなどで利用する「BtoBtoXモデル」が競合他社との差別化商材となった。オフィスのICT環境構築においては引き続き、「USEN GATE 02」ブランドでネットワーク関連サービスなどを展開、BGMサービスの「Sound Design for OFFICE」も併せて提案することで業務環境の改善を提案した。そのほかニューノーマルに向けて様々なサービス・ツールなどを提案した結果、営業利益は大幅な増加となった。なかでも長年かけて顧客を積み上げてきた業務店向け自社光回線が、解約のあった第2四半期3ヶ月においても黒字を確保するなど体質強化が進んだ。

業績動向

(4) 業務用システム事業

コロナ禍の長期化で苦戦を続けてきたホテル業界において、ビジネスホテルでは投資意欲が少しずつ回復、非対面・非接触や省人・省力化などに対する政府助成金・補助金もあって、自動精算機などの販売が順調に推移した。病院向けでは、顔認証付きカードリーダー「Sma-pa マイナタッチ」を販売している。病院は導入のための補助金は出ているものの、マイナンバーカードの普及が遅れているため医療機関の取り組みもスローペースとなっている。ゴルフ場やそのほかの施設では、自動精算機など省人化・省力化機器を新たに必要とする施設が増えており、同社も積極的な営業展開を開始した。ホテルの業況が本格的に戻ったわけではなく、インハウンドの戻りも当面不透明のなか、前年同期が非常に厳しい環境だった反動だったこともあって2ケタ増収増益を達成した。

(5) エネルギー事業

顧客の店舗や商業施設などの電気消費量も、コロナ禍の長期化によって十分な回復基調に戻っていない。しかし、グループシナジーを生かした他事業の商材とコラボレーションすることで、エネルギーコスト削減の提案を強化した。この結果、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などにより、大幅な増収増益となった。なお、持続可能な社会の実現に向けて再生可能エネルギー普及に貢献するため、2021年12月に(株)U-POWERを設立した。

2022年8月期の業績は期初予想を据え置く

3. 2022年8月期の業績見通し

同社は2022年8月期の業績見通しを、売上高220,000百万円(前期比5.6%増)、営業利益17,000百万円(同8.9%増)、経常利益16,000百万円(同8.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益8,500百万円(同5.7%増)と見込んでいる。期初予想のままだが、第2四半期の売上高の進捗率が51.8%(前年同期49.6%)で、各セグメントで費用が発生しながら営業利益の進捗率が52.1%(同51.7%)であったことを考えると、期初予想のままということ自体が保守的な印象であると弊社は考えている。日本経済に発生している円安や半導体供給不足といったリスクに関しては、コンテンツ配信での海外調達や店舗サービスと業務用システムの機器に使用される半導体でリスクはあるが、影響は今のところ小さそうだ。

2022年8月期の業績見通し

(単位:百万円)

	21/8期		22/8期(予)		前期比
	実績	売上比	金額	売上比	
売上高	208,351	100.0%	220,000	100.0%	5.6%
売上総利益	81,579	39.2%	-	-	-
販管費	65,971	31.7%	-	-	-
営業利益	15,608	7.5%	17,000	7.7%	8.9%
経常利益	14,768	7.1%	16,000	7.3%	8.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,044	3.9%	8,500	3.9%	5.7%

注:「収益認識に関する会計基準」等を2022年8月期期首から適用しており、前期比は適用前の前期連結業績を基に計算

出所:決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2022年8月期のグループ経営方針について、同社は、1) ウィズコロナ/アフターコロナの環境変化への対応と成長トレンドの堅持、2) 前倒し達成した前中期経営計画に替わる新中期経営計画や統合報告書の策定、3) 人材や従来慎重だったM&Aの強化による非連続成長への挑戦、を掲げていた。1) は、適切な事業ポートフォリオマネジメントを通じてバランスの取れた攻守戦略を継続し、既存事業を環境変化に適応させることで成長トレンドを堅持する考えだが、第2四半期の段階では着実に進捗したと考えている。2) は、新中期経営計画「Road to 2025」と統合報告書を公表済みで、今後はサステナブル戦略につなげていく考えである。3) は、社長発掘プログラム「CEO's GATE」や内部人材の強化を進めている。M&Aについては新中期経営計画のなかで方向性や資金調達に関して言及されており、これも順調に進捗していると言えるだろう。

2022年8月期のセグメント別の業績見通しも期初予想を据え置いている。コンテンツ配信事業が売上高67,000百万円(前期比11.7%増)、営業利益6,900百万円(同20.4%増)、店舗サービス事業が売上高56,000百万円(同0.2%減)、営業利益8,600百万円(同0.1%増)、通信事業が売上高50,000百万円(同3.8%増)、営業利益5,100百万円(同12.5%増)、業務用システム事業が売上高20,500百万円(同8.3%増)、営業利益3,100百万円(同7.0%増)、エネルギー事業が売上高30,000百万円(同7.4%増)、営業利益400百万円(同13.0%増)となっている。

2022年8月期のセグメント別業績見通し(調整前)

(単位:百万円)

【売上高】	21/8期		22/8期(予)		
	実績	売上比	金額	売上比	前期比
コンテンツ配信事業	59,956	28.8%	67,000	30.5%	11.7%
店舗サービス事業	56,112	26.9%	56,000	25.5%	-0.2%
通信事業	48,179	23.1%	50,000	22.7%	3.8%
業務用システム事業	18,925	9.1%	20,500	9.3%	8.3%
エネルギー事業	27,926	13.4%	30,000	13.6%	7.4%

【営業利益】	21/8期		22/8期(予)		
	実績	利益率	金額	利益率	前期比
コンテンツ配信事業	5,731	9.6%	6,900	10.3%	20.4%
店舗サービス事業	8,590	15.3%	8,600	15.4%	0.1%
通信事業	4,534	9.4%	5,100	10.2%	12.5%
業務用システム事業	2,898	15.3%	3,100	15.1%	7.0%
エネルギー事業	354	1.3%	400	1.3%	13.0%

注:「収益認識に関する会計基準」等を2022年8月期期首から適用しており、前期比は適用前の前期連結業績を基に計算

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

コンテンツ配信事業は、まん延防止等重点措置が2022年3月に18都道府県で解除され対象地域がなくなったことから、新規ユーザーの増加率が鈍化するなど下期はやや逆風になりそうだ。しかし、これに伴ってアフィリエイト向けの費用が縮小すること、第2四半期の微減益の要因となったTVCMの予定がないこと、第2四半期で大幅に積み上がったユーザーの収益がフル寄与することなどから、利益は確保しやすくなると見られる。また、市場の拡大傾向が継続していることから、鈍化も一時的で済むという見方もできる。新たな差別化作品の調達を検討していることもあり、期初予想のままではやや保守的かもしれない。

業績動向

店舗サービス事業では、まん延防止等重点措置の解除は顧客にとって基本的にプラスであるが、協力金や助成金がなくなること、無利子無担保融資の返済期に入ることから、かえって経営悪化が進む業務店が出てくる可能性がある。ただし、そうした業務店が撤退した後、新たな業務店が入居することが多く、そうした場合は、新店に向けて複数サービス導入の営業を展開する考えであり、わずかながら増益を見込んでいる。

通信事業は、業務店向け自社光回線の拡大を軸に、安定した利益成長によってグループの成長をけん引する見込みである。ただし、通信回線の充足がニューノーマル下の社会・生活の基盤となるため、中小零細のみならず、中小企業向けにも業容が広がっているようで、現在の会社計画ではやや保守的な感がする。

業務用システム事業では、リオープニングと政府の景気対策を背景にホテルの回復ピッチが早まる可能性がある。また、マイナンバーカードリーダーの導入が遅れている病院も、補助金対象事業の完了期限が2023年3月のため、年度末に向けて導入数が急速に増える可能性がある。したがって、通期計画の達成確率は高いと考える。

エネルギー事業でも市場の正常化を背景に増収増益の計画になっているが、足下で燃料調整単価が急上昇していることから、売上が大きく伸びる一方、顧客数の拡大に齟齬が生じる可能性もあり、不透明な状況となってきた。ただし、リスクの低いビジネスのため、連結業績の足を大きく引っ張る可能性は小さいと考えられる。

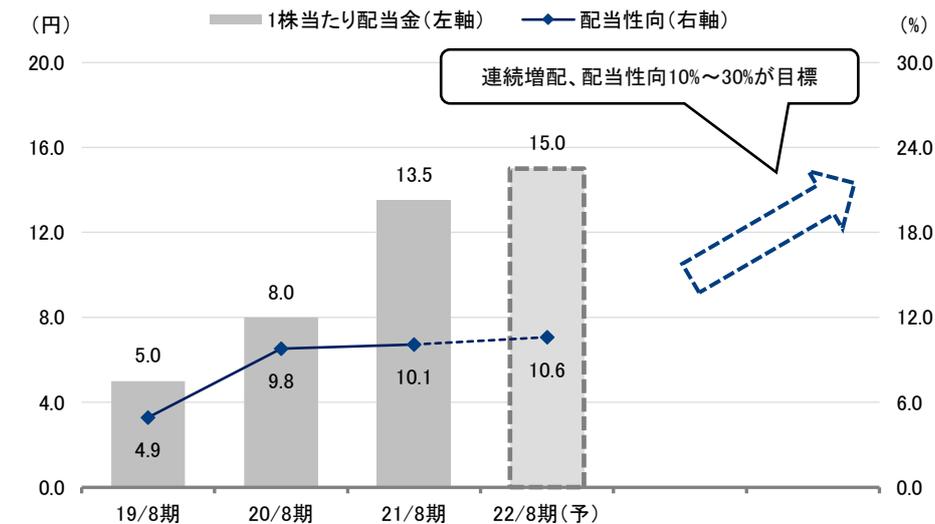
株主還元策

新中期経営計画でも配当性向 10% ~ 30% を目標に増配継続の方針

1. 配当政策

同社は配当金について、財政状態、利益の状況、新規投資計画等を総合的に勘案して業績に基づき、年1回、期末において剰余金の配分を行うことを基本方針とし、この剰余金の配当の決定機関は株主総会としている。同社は、株主に対する利益還元を経営の重要政策の1つに位置付けており、基本方針に則り業績等を総合的に勘案した結果、2022年8月期の年間配当については、1株当たり15.0円とすることを予定している。なお、同社は、中期的に10~30%を配当性向の目標として増配を継続していく方針としている。

1株当たり配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

優待は U-NEXT の視聴と「プレミアム優待倶楽部」の商品贈呈

2. 株主優待制度

同社は、株主の日頃の支援に感謝するとともに、同社グループのサービスを利用することで事業内容について理解を深めてもらい、同社株式に対する投資魅力を高め、長期的に保有してもらうことを目的として株主優待制度を導入している。現在導入している優待内容は、コンテンツ配信サービス「U-NEXT」と「プレミアム優待倶楽部」で、いずれの優待も受けることができる。コンテンツ配信サービス「U-NEXT」では、100~999株を保有する株主に90日間分の利用料と1,000円分のポイントを贈呈し、1,000株以上を保有する株主には1年分の利用料と毎月1,800円分のポイントを贈呈することとなっている。

株主還元策

「プレミアム優待倶楽部」では、500株以上を保有する株主を対象に、保有する株式数に応じて株主優待ポイントを贈呈し、株主限定特設サイト「USEN-NEXTHOLDINGS プレミアム優待倶楽部」にて、食品や電化製品、ギフト、旅行・体験など5,000種類以上の優待商品に交換することができる。株主優待ポイントは保有株式数によって細かく設定されており、1年以上株式を保有するとポイントは初年度の1.1倍になる。株主優待の対象は、毎年2月末日時点で同社株主名簿に記載され、かつ、基準日の前年3月1日から当年2月末日までの間で同社が任意に設定する日の株主名簿においても同一の株主番号で同社株式5単元（500株）以上の保有が記載されている株主となる。

ポイント贈呈時期は、毎年4月上旬を予定している。ポイントの贈呈にあたって、特設Webサイト「USEN-NEXTHOLDINGS プレミアム優待倶楽部」にて株主自らが登録と申し込みをする必要がある。贈呈ポイントの有効期間は次年度まで繰り越すことが可能で、有効期間は最大2年間となる。また株主優待ポイントを共通株主優待コイン「WILLsCoin」と交換することができる。「WILLsCoin」は個人株主向け会員制サイト「プレミアム優待倶楽部 PORTAL」で優待商品と交換することができる。

■ 情報セキュリティ

グループ全体でセキュリティリスクを減らす

同社は個人情報保護の体制強化と教育を継続して実施しているが、完全な保護を保証できるものではなく、外部からの不正アクセスやシステム不具合、内部犯行、人的ミス、預託先や提供先の管理ミスなどによる個人情報漏えいのリスクは常に存在している。このため同社は、より積極的な情報セキュリティ対策として、情報システムをデータセンター内で管理し、ファイアウォールの構築とWebアプリケーションの脆弱性診断を継続して実施している。また、働き方改革の一環として個人にノートパソコンとスマートフォンを配布しているが、ノートパソコンはセキュリティチップ（TPM）を搭載したものを使用、スマートフォンはモバイル端末管理（MDM）を利用している。さらに、安全・安心に利用できるサービスを提供するため、同社を中心に「Usirt（ユーサート）」を設立し、計画的に外部による監査を実施することで、グループ全体でセキュリティリスクを減らしている。

重要事項（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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp