

2024年3月期第3四半期決算説明資料

2024年2月2日 株式会社ティーガイア

免責事項

資料中の業績見通し数値は、現時点において入手可能な情報から得られた判断・予想に基づくものですが、リスクや不確実性を含んでいる情報から得られた多くの仮定及び考えに基づきなされたものであります。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら業績見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

実際の業績に影響を与える要素には、事業環境、経済情勢の悪化、法令その他の関連する 規制の動向、訴訟における不利な判決等がありますが、これらに限定されるものではありません。

目次

- 1. 2024年3月期 第3四半期 連結決算概要
- 2. 今後の戦略
- 3. 参考資料

2024年3月期第3四半期連結決算概要

2024月3月期 第3四半期 連結決算概要(累計期間)

累計の回線契約数は減少したものの、モバイル事業の効率化が進み営業増益 連結範囲の変更により売上総利益、販管費のグロスアップあり ソリューション事業において特別損失を計上したことにより、通期業績予想(純利益のみ)は下方修正(80億円→66億円)

(単位:億円)	23/3期 3Q累計	24/3期 3Q累計	前年同期比
売上高	3,283.0	3,289.8	100.2%
売上総利益 (売上総利益率)	519.4 (15.8%)	546.3 (16.6%)	105.2% (+0.8p)
販管費	472.8	495.8	104.9%
営業利益 (営業利益率)	46.5 (1.4%)	50.5 (1.5%)	108.4% (+0.1p)
営業外損益 (カード退蔵益他)	32.3	29.6	91.7%
経常利益	78.9	80.1	101.6%
純利益※	54.9	38.1	69.4%
回線契約数(万回線)	260.7	246.7	94.6%

24/3期 通期業績予想 [※]	進捗率
4,595.0	71.6%
749.0 (16.3%)	72.9%
667.0	74.3%
82.0 (1.8%)	61.6%
42.0	70.5%
124.0	64.6%
66.0	57.7%

※2024年2月2日公表の通期連結業績予想へ差し替えております ※純利益:親会社株主に帰属する四半期純利益

Relay2に係る特別損失の計上について

•出資背景/経緯

当社は、ソリューション事業におけるエッジコンピューティング等を活用した事業領域の拡大を目的として、2019年11月にRelay2,Inc.(以下、「Relay2」といいます。)と資本業務提携、2022年4月に株式を追加取得し、連結子会社化しました。

・現況と当社業績に与える影響

Relay2の主力分野であるエッジコンピューティング事業において、当社の想定した事業計画を下回って推移する見通しとなったことから、将来の回収可能性等を検討した結果、収益化に想定以上の時間を要するとの判断に至りました。

この結果、Relay2に係るのれん等17億9百万円を減損損失として、特別損失に計上しております。 (同時に当該減損損失に係る非支配株主に帰属する四半期純損失として3億10百万円を計上しているため、当社連結業績に与える影響は14億円です。)

2024月3月期 第3四半期 連結決算概要(会計期間)

回線契約数は新機種が好調に推移し、前期実績を上回る 3Q会計期間でも2Qに引き続き1回線あたりの単価改善、店舗の効率化等により営業増益

(単位:億円)	1Q			2Q			3Q		
(半位・1息円)	23/3期	24/3期	前年同期比	23/3期	24/3期	前年同期比	23/3期	24/3期	前年同期比
売上高	1,084.9	964.3	88.9%	1,043.3	1,064.1	102.0%	1,154.8	1,261.3	109.2%
売上総利益 (売上総利益率)	173.3 (16.0%)	171.6 (17.8%)	99.0% (+1.8p)	172.8 (16.6%)	186.4 (17.5%)	107.9% (+0.9p)	173.2 (15.0%)	188.3 (14.9%)	108.7% (△0.1p)
販管費	150.6	161.2	107.0%	159.2	171.0	107.4%	162.9	163.5	100.4%
営業利益 (営業利益率)	22.7 (2.1%)	10.3 (1.1%)	45.8% (△1.0p)	13.6 (1.3%)	15.3 (1.4%)	112.8% (+0.1p)	10.2 (0.9%)	24.7 (2.0%)	241.4% (+1.1p)
営業外損益 (カード退蔵益他)	9.9	8.2	83.2%	10.2	9.5	93.4%	12.1	11.7	97.2%
経常利益	32.6	18.6	57.2%	23.8	24.8	104.5%	22.4	36.5	163.3%
純利益	23.8	11.1	46.8%	17.5	17.2	98.3%	13.5	9.6	71.7%
回線契約数 (万回線)	90.1	76.9	85.3%	84.2	82.4	97.9%	86.2	87.2	101.2%

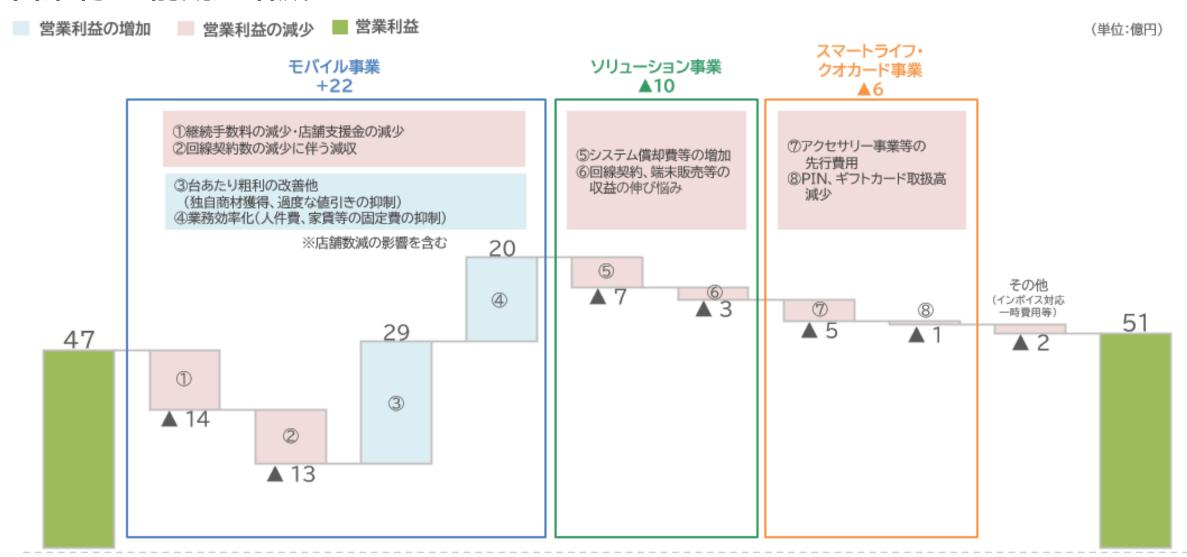
2024年3月期 第3四半期 セグメント別業績

	モバイル事業				ソリューシ	ノヨン事業		スマートライフ・クオカード事業				
(単位:億円)	23/3期	24/3期	前年	進捗率	23/3期	24/3期	前年	進捗率	23/3期	24/3期	前年	進捗率
	3Q累計	3Q累計	同期比	進沙竿	3Q累計	3Q累計	同期比	進沙辛	3Q累計	3Q累計	同期比	<u></u> 连79年
売上高	2,739 [83.5%]	2,766 [84.1%]	101.0%	74.8%	275 [8.4%]	298 [9.1%]	108.1%	55.0%	266 (236) [8.1%]	224 (186) [6.8%]	84.3% (79.0%)	57.8%
営業利益	23.9 [51.4%]	45.9 [91.0%]	192.1%	87.1%	19.8 [42.5%]	9.7 [19.2%]	49.1%	30.8%	1.4 (13.0) [3.1%]	▲ 4.4 (6.0) [▲ 8.8%]	— (43.6%)	_
純利益	16.0 [29.3%]	27.5 [72.2%]	171.1%	89.4%	16.3 [29.7%]	▲ 8.2 [▲ 21.8%]	_	_	20.6 (9.0) [37.7%]	17.8 (5.0) [47.0%]	86.5% (53.3%)	58.1%
回線 契約数 (万回線)	237.0	222.8	94.0%	_	23.6	23.8	100.5%	_	_	_	_	_
事業環境	・回線契約数、来店客数は復調傾向 ・独自商材中心に1回線あたりの単価アップ、 過度な値引きの抑制 ・店舗の効率化も進み、営業増益			・デバイス販売における収益の伸び悩み・営業システム稼働開始にともなう償却費等、システム関連費用が先行・連結範囲の変更(連結子会社3社増)・Relay2ののれん等を減損			・PIN・ギフトカードの取扱高は低調・QUOカード/QUOカードPay発行は前 2Qに自治体大型案件があり発行高減少・モバイルから人員異動により人件費増加・退蔵益は期初想定どおり					

^[] 内の数値はセグメント別構成比、()内の数値:スマートライフ・クオカード事業単体(子会社配当金を除く) 「その他」に該当する金額は僅少であるため本表では記載を省略しております。

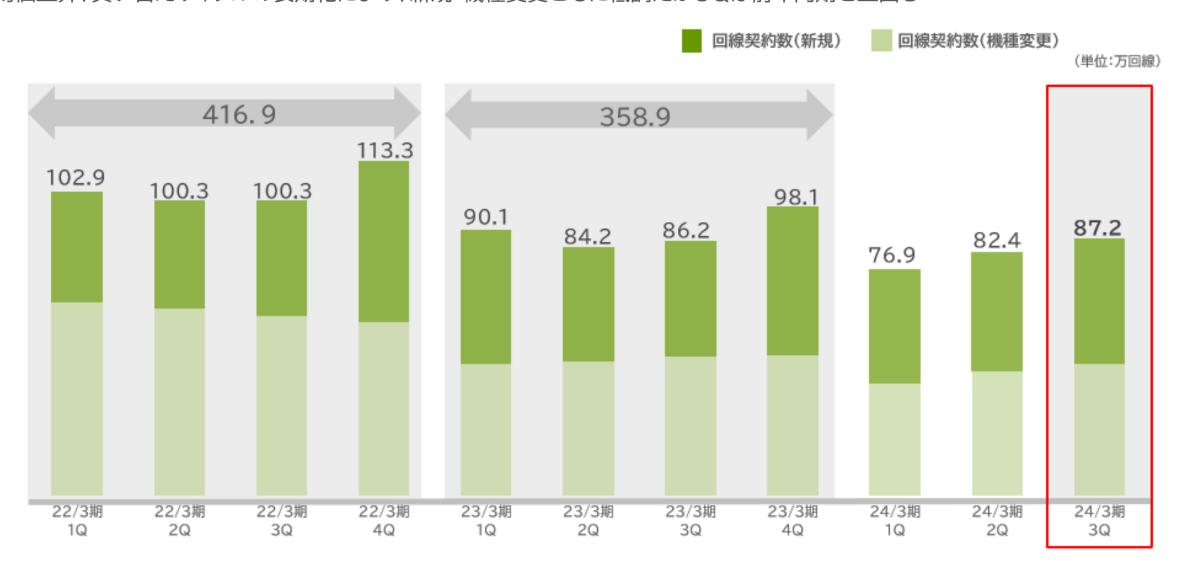
2024年3月期 第3四半期 連結決算概要(増減理由)

営業利益 前期比増減 ※連結影響子会社の増加影響等はNETして表示



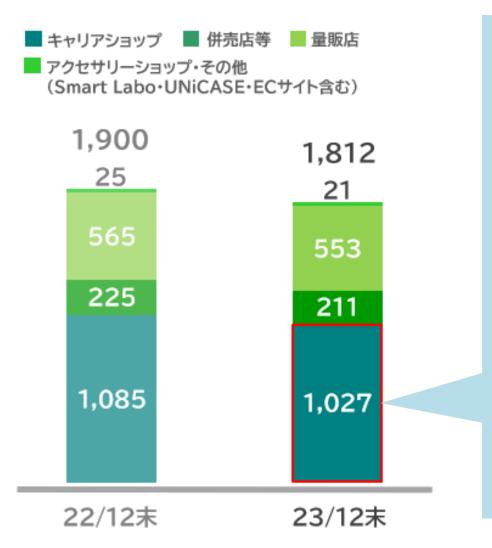
全社回線契約数推移

物価上昇、買い替えサイクルの長期化により、新規・機種変更ともに低調だが3Qは前年同期を上回る



全社販売拠点数推移

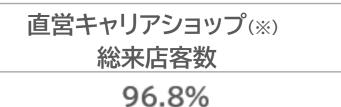
当社判断により、地域ごとの店舗配置の見直し・サブブランド店の統合・不採算店の閉鎖を実施

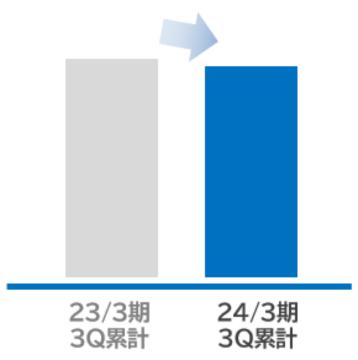


キャリアショップ数推移										
	22/	12末	23/	12末	増減数					
	店舗数	内)直営店	店舗数	内)直営店	店舗数	内)直営店				
ドコモ	371	211	349	203	▲ 22	A 8				
au	328	78	309	78	▲ 19	0				
SB	307	42	297	40	1 0	A 2				
YM	31	4	30	3	1	1				
UQ	13	10	8	5	4 5	A 5				
楽天	35	28	34	27	1	1				
計	1,085	373	1,027	356	▲ 58	▲ 17				

モバイル事業 主要KPI推移

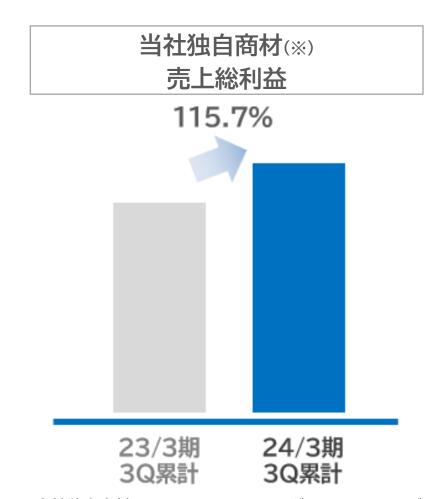
店舗数減の影響により総来店客数は減少一方で、1店舗あたりの来店客数は回復傾向





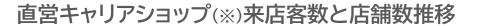
※ドコモ、au、SoftBankショップの合計値 (当社調べ)

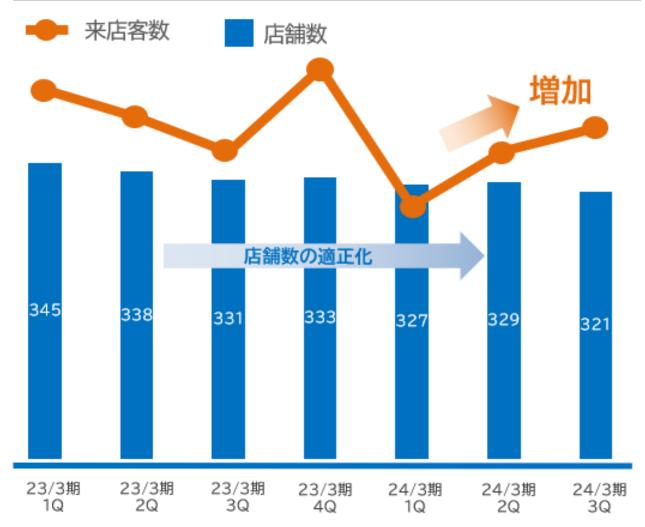
独自商材はセキュリティ商材中心に引き続き好調



※当社独自商材…スマホアクセサリー、ガラスコーティング、 セキュリティ商材など、通信キャリアの回線契約・端末販売 以外のサービス・商材

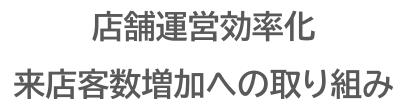
モバイル事業 収益改善の取り組み





※ドコモ、au、SoftBankショップの合計値 (当社調べ)

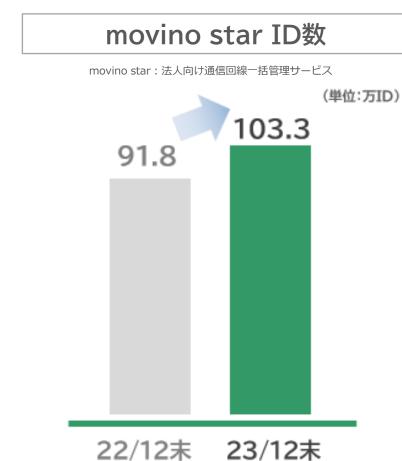
不採算店舗の統廃合





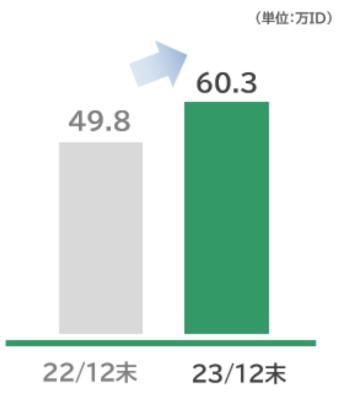
ソリューション事業 主要KPI推移

独自商材は堅調に推移



ヘルプデスク ID数



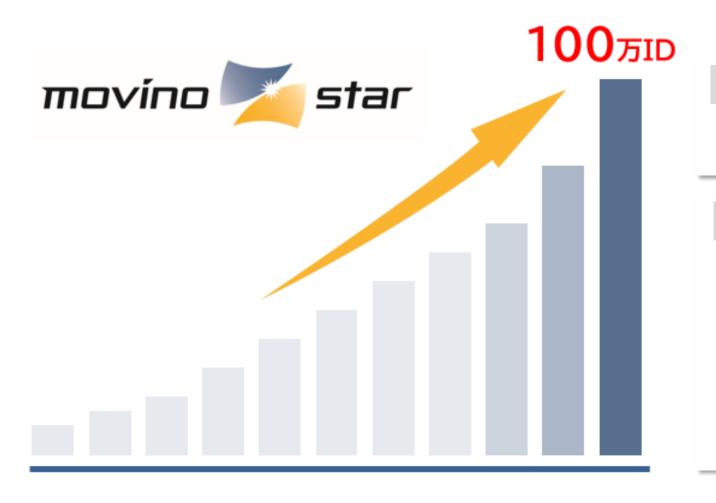


※今年度より、ヘルプデスクに、セキュリティデスク(24時間365日対応)のID数も加えた指標に変更いたしました。 前期実績についても遡及適用しております。 補足資料:四半期実績推移(Excel)もご参照ください。



法人向け通信回線一括管理サービス「movino star」

2023 年 1 月に機能拡張性を持った新システムを導入し、同年 9 月にインボイス対応、同年 10 月には SSO 機能をリリース。 今後も機能拡張予定。



登録ID数

約100万ID

(2023年10月末現在)

利用社数

約2,150社

商品概要

社用スマートフォン・データ通信デバイス・固定電話回線・パソコンなどの資産を一元管理サービス。各種モバイルデバイスから固定電話回線まで一貫した通信回線管理で、利用状況を分析して可視化を実現。通信コストや管理業務の運用コストを削減。

スマートライフ・クオカード事業 主要KPI推移

各種需要の落ち着きにより、低調に推移

PIN・ギフトカード 取扱高

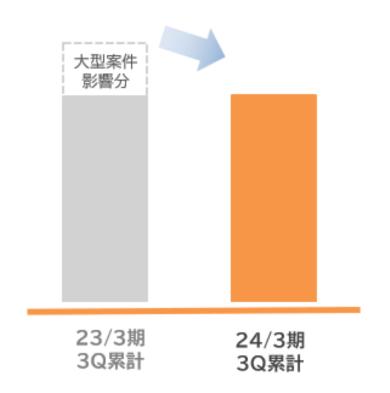
81.0%



前年同期に自治体向けの大型案件あり、減少。 一方でその影響を除くと堅調に推移

> QUOカード・QUOカードPay 発行高

> > 80.0%



スマートライフ事業 既存事業の拡大と新事業展開

OMOなど新たな戦略・技術を取り入れ、お客様の快適なスマートライフ実現を目指す



FEMTECH LABオープン (11月)



農業

TGファーム久留米圃場にて あまおう栽培本格稼働



ヘルスケア、地方創生事業、 オンライン強化・OMO戦略推進 新領域

Appleアクセサリー、再生可能エネルギー、 ICT教育、e-Sports等、事業領域の拡大

海外事業

ChargeSPOT シンガポールでの 事業展開(12月)



決済サービス、スマホアクセサリー、 海外事業、店舗関連にて基盤強化

既存領域

プロダクトアウト

マーケットイン

FEMTECH LAB(フェムテックラボ)

女性が生き生きと人生を謳歌するための課題解決に主眼を置いたサロン型のフェムテックSTOREオープン

商品やサービスの提案



女性活躍の推進

お悩み相談



イベント・セミナー 体験会の実施



<OMO戦略>

リアル(店舗)



順次新店舗を展開予定

デジタル(EC)



店舗とECのデータ共有により顧客サービスの向上を目指す

PMS・月経、妊活、産後ケア、更年期、婦人科系疾患など幅広く女性の健康課題解決を目指した商品の取り扱い

<店舗>

吉 舗 名:FEMTECH LAB アトレ恵比寿店

オープン:2023年11月22日

営業時間:10:00~21:00 定休日:施設休館に準ずる 場所:アトレ恵比寿本館6階

<オンラインショップ>

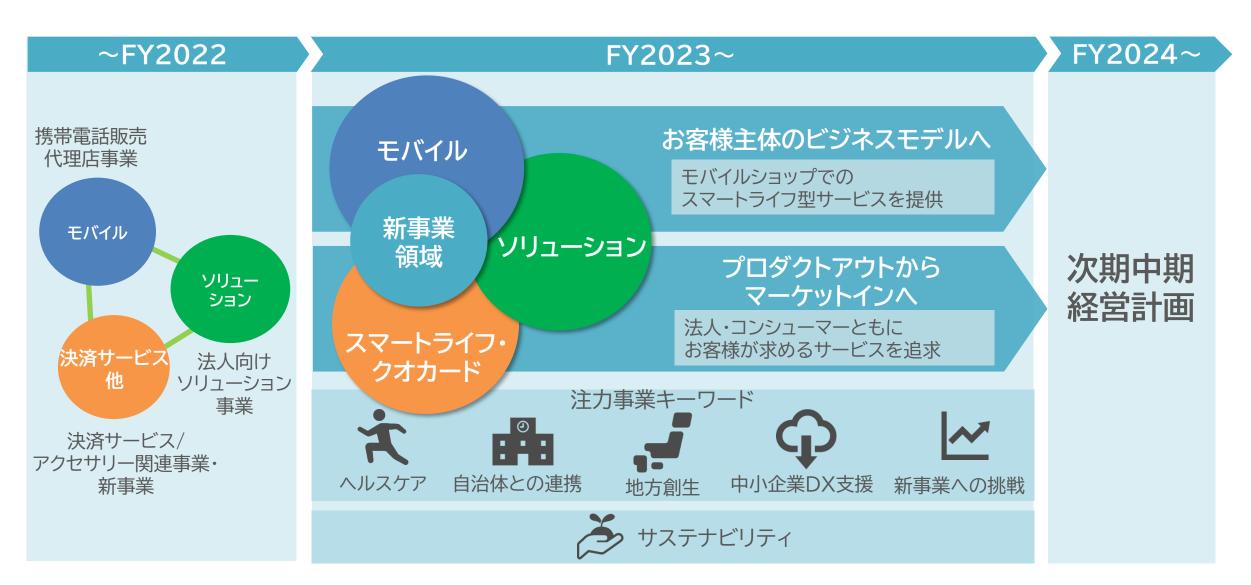
FEMTECH LAB (12月25日オープン) https://femtechlab-online.com/



2. 今後の戦略

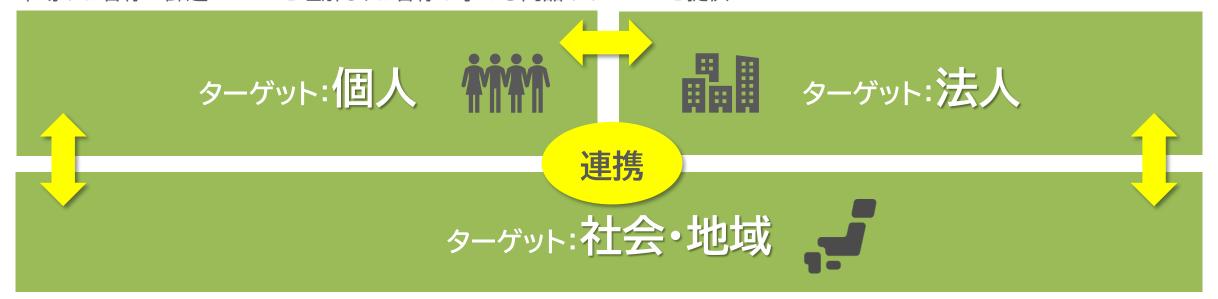
全社連携による事業の拡大と成長

「お客様主体」と「マーケットイン」視点でのサービスを追求し、社会に対する価値提供の拡大を目指す

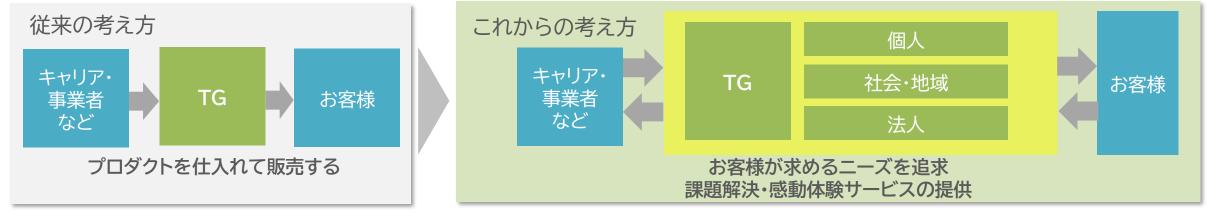


マーケットインの考え方

市場やお客様の課題・ニーズを理解し、お客様が求める商品やサービスを提供



プロダクトアウトからマーケットインへ



3. 参考資料

2024年3月期 全社連結業績予想

売上総利益の増加ならびに生産性の向上により営業増益を見込む 連結範囲の変更(新規連結子会社化4社)の影響含む カード退蔵益は前期同程度を見込む

(単位:億円)	23/3期 通期実績 (A)	24/3期 通期業績予想 (B:修正前)	前期比 (B/A)	24/3期 通期業績予想 [※] (C:修正後)	前期比 (C/A)
売上高	4,536.0	4,595.0	101.3%	4,595.0	101.3%
売上総利益	707.6	749.0	105.8%	749.0	105.8%
販管費	637.7	667.0	104.6%	667.0	104.6%
営業利益	69.9	82.0	117.2%	82.0	117.2%
営業外損益 (カード退蔵益他)	46.4	42.0	90.5%	42.0	90.5%
経常利益	116.3	124.0	106.6%	124.0	106.6%
純利益	79.3	80.0	100.8%	66.0	83.1%

※2024年2月2日発表の「特別損失の計上および通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」のとおり、純利益のみ修正

純利益:親会社株主に帰属する当期純利益

2024年3月期 セグメント別業績予想

		モバイル事業	:	yı	Jューション 事	業	スマートライフ・クオカード事業		
(単位:億円)	23/3期	24/3期	前期比	23/3期	24/3期	前期比	23/3期	24/3期	前期比
	実績	予想	別がたし	実績	予想	日リ共力レし	実績	予想	月1 月 月1日
売上高	3,815	3,699	96.8%	376	542	143.5%	341 (300)	389 (325)	113.4% (108.0%)
営業利益	40.3	52.8	130.8%	25.8	31.6	122.3%	1.2 (16.6)	1.3 (12.8)	106.6% (77.1%)
純利益	25.8	30.8	119.2%	20.3	5.8	28.5%	29.9 (11.8)	30.8 (9.9)	102.7% (83.5%)

※2024年2月2日発表の「特別損失の計上および通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」のとおり、ソリューション事業の純利益のみ修正

2024年3月期より、「決済サービス事業他」は「スマートライフ・クオカード事業」へ名称を変更しました。 ()内の数値:スマートライフ・クオカード事業単体(子会社配当金を除く) 「その他」に該当する金額は僅少であるため本表では記載を省略しております。

株主還元策

24/3期 配当予想

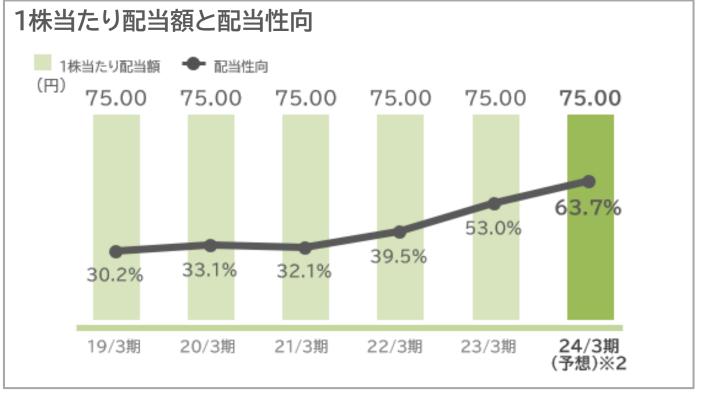
年間配当金: 75円/株

(中間:37.5円/株、期末:37.5円/株)



連結 配当性向 4 0 %を目途※1 長期にわたり安定的かつ 継続的な利益還元を実施





- ※1 23/3期より連結配当性向を「30%以上」から「40%を目途」に変更しております。
- ※2 24/3期(予想)の1株当たり当期純利益および配当性向は、24/3期末における期中平均株式数(予想)に基づき算出。 2024年2月2日発表の「特別損失の計上および通期連結業績予想の修正に関するお知らせ」のとおり、修正後の純利益にて算出。

主要財務指標の推移

通期 (単位:%)	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期
自己資本比率	22.8%	26.1%	30.4%	27.4%	29.2%	30.2%
自己資本当期純利益率 (ROE)	30.9%	33.3%	24.8%	21.9%	15.7%	11.0%
投下資本利益率 (ROIC)※3	21.6%	29.3%	25.0%	18.9 %*1	12.1%	9.2%
売上高営業利益率	2.6%	2.9%	2.9%	3.3%*2	2.2%	1.5%
純資産配当率 (DOE)	9.3%	10.0%	8.2%	7.0%	6.2%	5.8%

^{※1 21/3}期は、新型コロナの影響に備えた資金の確保と大型M&Aのための長期借入により、負債増。 ※2 22/3期から適用となった会計基準の変更を21/3期に遡求適用しております。

^{※3} カード退蔵益を含めて計算しております。

サステナビリティに関わる取り組み

ティーガイアグループサステナビリティ方針

サステナビリティ基本方針

当社グループは、事業活動を通じ、社会の持続的な成長に 貢献します。様々な社会課題の解決に取り組み、豊かな 未来のために価値を創造し続けます。



環境方針

・法令遵守

- ·PDCA
- ·GHG排出量削減
- •情報開示
- ·循環型社会



社会方針

・人権

- ・ワークスタイル
- •健康

·D&I

·地域社会

・人財

·教育



コーポレート・ガバナンス方針

- ・コンプライアンス
- ・リスクマネジメント
- •税務



ティーガイアグループCSR調達方針

- 1.法令を遵守したクリーンな事業活動
- 2.人権の尊重と労働・安全衛生への配慮
- 3.地球環境への配慮
- 4.品質・安全性の確保
- 5.情報セキュリティの対策
- 6.事業継続計画の策定



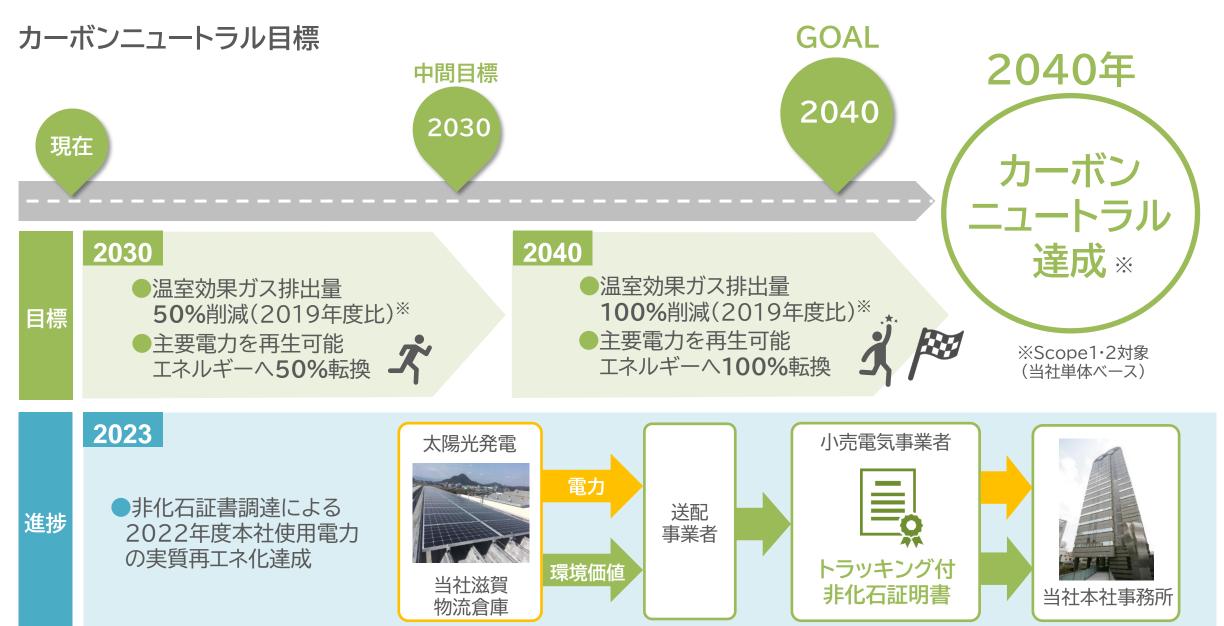
ティーガイアグループ人権方針

- 1.国際規範の尊重
- 2. 適用範囲
- 3.人権デュー・デリジェンス
- 4.救済·是正
- 5.推進体制
- 6.情報開示
- 7. 対話・協議
- 8. 教育·研修
- 9. 法令遵守
- 10. 重点課題



各方針・ガイドラインの内容の詳細は当社コーポレートサイトをご確認ください。 https://www.t-gaia.co.jp/company/csr/philosophy.html

サステナビリティに関わる取り組み



サステナビリティに関わる取り組み

社外への賛同・参加

- ✓ 気候関連財務情報開示タスクフォース
- ✓ TCFDコンソーシアム
- ✓ 気候変動イニシアティブ
- ✓ 国連グローバル・コンパクト
- ✓ 再エネ100宣言RE Action

社外からの評価・賛同

- ✓ プラチナくるみんプラス
- ✓ D&I Award 3年連続最高位認定取得
- ✓ PRIDE指標 3年連続ゴールド受賞
- ✓ スポーツエールカンパニー2024 「ブロンズ認定」
- ✓ えるぼし
- ✓ 健康経営優良法人 5年連続認定
- ✓ Business for Marriage Equality に賛同
- ✓ CDP マネジメントレベル「B-」認定
- ✓ EcoVadis ブロンズ獲得
- ✓ DX認定

































TGビジョン ~わたしたちの目指す姿~

● 新たなコミュニケーションの提案を通じ、お客様に感動・喜び・安心を提供します。

TGミッション ~わたしたちの使命~

- 社員とその家族を大切にし、働く喜びを実感できる企業であり続けます。
- ビジネスパートナー・地域社会・株主と強い信頼関係を築き、ともに発展し続けます。
- リーディングカンパニーとして、変化を先取りし、新たなビジネスに挑戦し続けます。

TGアクション ~わたしたちの行動指針~

- 「ありがとう」を超えるサービスを追求します。
- 情熱とスピード感を持ち、積極果敢に挑戦します。
- コミュニケーションを大切にし、風通しの良い職場をつくります。
- 多様性を尊重し、最高のチームワークを実現します。
- プロフェッショナルとして日々の自己研鑽に努めます。
- いかなるときも高い倫理観に基づき誠実に行動し、コンプライアンスを徹底します。

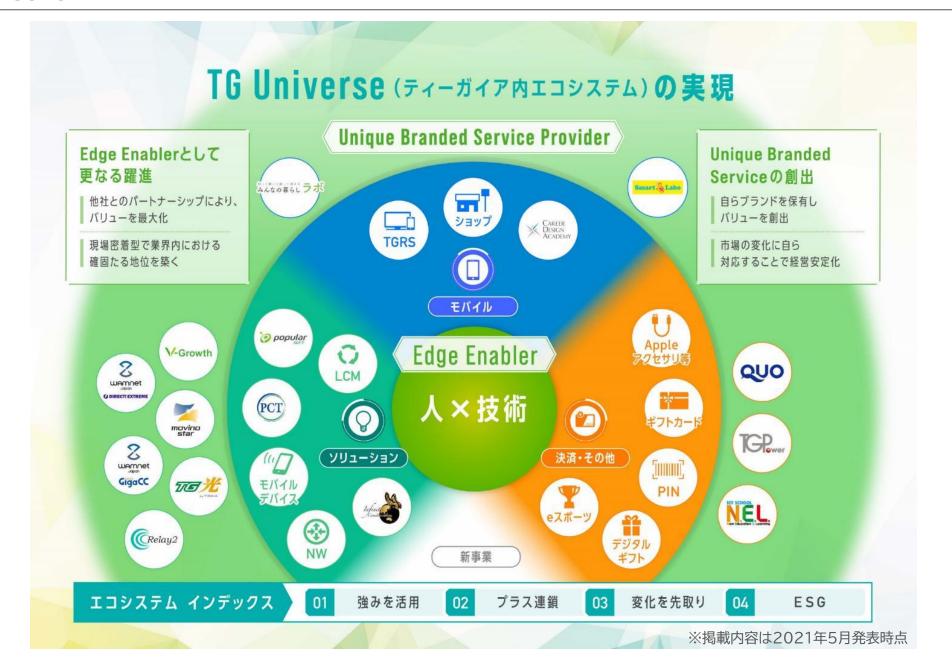


当社のありたい姿

豊かな未来のために 価値を創造し続ける 企業グループへ

~社会に必要とされ、社会に貢献する会社~

人と技術をコアに 事業を通じて社会的課題を解決することで 企業価値を向上する



TG Universeの解説

当社の目指す姿「ICT周辺総合事業会社」

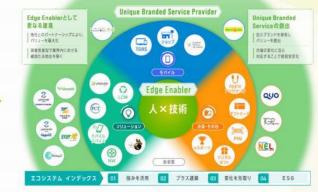


当社のビジネスは、源流をさかのぼると、新電電の長距離・国際回線を法人のお客様にご紹介するところから始まりました。そこから、携帯の法人販売、携帯ショップ運営、コンビニエンスストア向けPIN・ギフトカードビジネス、携帯アクセサリーの販売、スマホを軸とした企業向けモバイルソリューションと、中軸ビジネスは変遷しながら拡大して参りました。共通するのは、「当社名を前面に出さず、法人間や法人と消費者間の境界(エッジ)で、そのギャップを黒子として埋めるビジネス」であることです。

これを「Edge Enabler」ビジネスと呼び、これからも戦略の中核に据えます。全社連携や知見、経験の共有化を進め、既存のEdgeに磨きをかけると同時に、時代が求める新たなEnablerビジネスに積極的に取り組みます。

一方、特にここ数年、Edge Enablerビジネスを足掛かりに、独自のサービス展開に力を入れて参りました。QUOカードやWAMNETといった確立されたブランドや、TG光、TGパワーなど発展途上のものもあります。これらを「Unique Branded Service Provider」ビジネスと呼びます。Enablerビジネスとは異なり、当社が主導権を持つビジネスです。柔軟性を高めるためにも、ここを当社グループの成長ドライバーとします。

TG Universe (ティーカイア内エコシステム)の実現



全体の球は、大きなティーガイア内エコシステム。限りなく拡大するという思いを込めて「TG Universe」と名付けました。Edge Enabler、Unique Branded Service Provider、いずれのビジネスにおいても、期待利益額や資本効率という定量基準に加えて、4つの「エコシステム インデックス」評価で、取り組みの可否を判断します。

「強み、すなわち当社の知見、経験、各種資産を生かせるか」、「グループ内でプラス連鎖が呼べるか」に加え、よりアップサイドが期待できる「変化する分野」か、「ESGに貢献するか」。

TG Universeの中心にあるのは、「人x技術」。当社は設立以来、社員を大切にすることを宣言し続けています。今後も人が一番の中心は変わりませんが、そこに「x技術」を加えました。今やICT技術はプラスアルファではなく、人を生かすための必要条件。特に、差別化できるICT技術は手の内化を目指します。

当社はTG Universeを充実させ、拡大させることで、価値を創造し続け、豊かな未来の 実現に寄与します。



モバイル事業の成長戦略

携帯販売代理店として質・量ともにNo.1を堅持 携帯ショップの存在価値を高める

信頼される 携帯ショップ いつでも 相談できる 安心ショップ 質の高い

全国販売 ネットワーク







通信事業者と 協業を拡充 人財育成と 活躍の場を 提供 地域創生や 地域活性化に 貢献

Excellent shops

質の高いサービスとご要望に沿った利用価値提案により お客様に喜ばれ・信頼されるショップであり続ける

High quality staff

ショップスタッフの応対力と専門性を高め 良質な全国販売ネットワークを構築する

Life enrichment

お客様の暮らしを豊かにするサービスを創出するために 通信事業者との協業を拡充する

Regional revitalization

いつでも相談できるICT拠点として地域に寄り添い地域創生や地域活性化に貢献する

ソリューション事業の成長戦略

LCMサービスの拡充総合ネットワークサービスプロバイダへの進化



決済サービス事業の成長戦略

デジタルギフトの**世界を広げる** お客様の快適なスマートライフを実現



III

デジタルギフト 配信サービスの 拡大

Digital gift

個人間/企業のギフト販促需要に応える デジタルギフト配信サービスの拡大



様々なサービスの 取り扱いと 提供



主要 リテールへの 価値提供

Value enhancement

PIN/ギフトカード/QRコード決済の 取扱商材拡充により 主要リテールへの提供価値を向上する

QUO Card promotion

QUOカードとQUOカードPayの 両サービスの強みを融合した 新時代のギフトサービスを展開する





QUOカードと QUOカードPayの デジタル融合



戦略的 パートナーとの アライアンス

Smart life

様々なデジタルサービスの取り扱いを促進し 全てのお客様に快適なスマートライフを実現する



ワークスタイル

全社員がワクワクしながら働ける環境づくりの実現 社員とその家族を大切にする会社であり続ける

Employee-friendly

社員一人ひとりの 働きがいと働きやすさの追求

プロフェッショナル人財の育成

副業/FA/社内公募制度

コミュニケーション施策の充実

Diversity & Inclusion

ダイバーシティー & インクルージョンの 実現

女性及びハートフル社員の活躍推進

LGBT対応の推進

健康経営に沿った支援制度の充実

Various work-styles

時間と場所を問わない 多様な働き方

ペーパーレス化等による業務改革

テレワーク環境の更なる充実

柔 軟 な 勤 務 形 態 / 環 境 (スーパーフレックス・フリーアドレス など)





















ガバナンス

多様化・複雑化する リスクに対応した リスクマネジメントの 実効性向上

ガバナンスの高度化

業務の適正を 確保するための 内部統制の 充実と強化 信頼される会社で あり続けるための コンプライアンス 順守と徹底

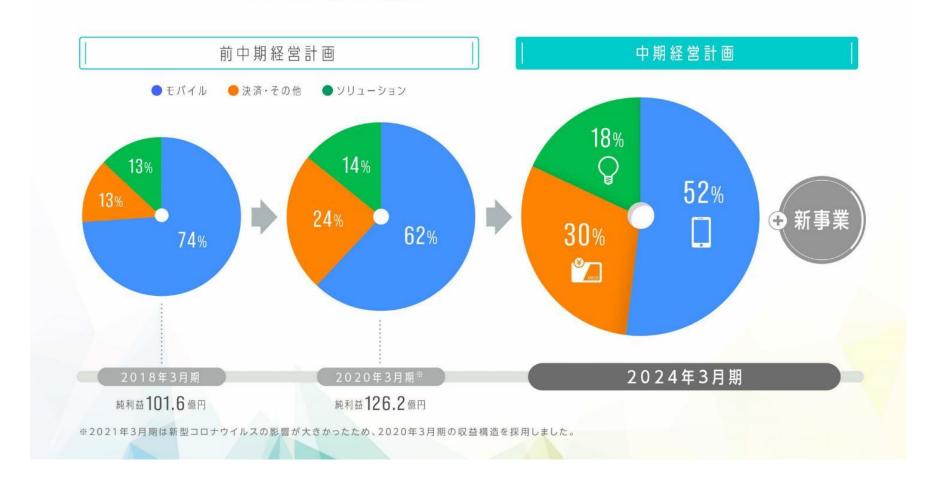
グループ会社に対する方針

グループ会社の自主性を尊重し 規模・特性・成長ステージなどに応じて 経営管理体制の構築をサポートすることで T G グループの価値最大化を目指す

Policy for group companies

事業ポートフォリオの変革イメージ

モバイル事業に依存した収益構造から バランスの良い事業ポートフォリオへ



事業ポートフォリオの変革イメージ

各事業の成長イメージ

Edge Enabler × Unique Branded Service Provider

