

2026年2月25日

各位

会社名 株式会社ファイバーゲート
代表者名 代表取締役社長執行役員 猪又將哲
(コード番号：9450 東証スタンダード 札証)
問合せ先 経営企画本部長 木村洋輔
(TEL.011-204-6121)

2026年6月期2Q決算説明会 アーカイブ動画および書き起こし公開のお知らせ

当社は、2026年6月期2Q決算説明会を2026年2月13日に実施いたしました。
決算説明会に関するアーカイブ動画および説明会の全文書き起こしを公開いたしましたのでお知らせいたします。

当社は、株主・投資家の皆様をはじめとするステークホルダーの皆様に、より分かりやすく、タイムリーな情報開示を行うことを目的に、決算説明会の内容を動画とテキスト双方でご覧いただける形で提供いたします。

- [2026年6月期2Q 決算短信](#)
- [2026年6月期2Q 決算説明資料](#)
- [2026年6月期2Q 決算説明会アーカイブ動画](#)

説明会名称 2026年6月期2Q 決算説明会
実施日時 2026年2月13日(金)16:00～
開催場所 Web配信
スピーカー 代表取締役 社長執行役員 猪又將哲

猪又)：皆さんこんにちは。ファイバーゲート、猪又でございます。今日は大変お忙しい中、ご視聴を賜っておりますことを深く御礼申し上げます。それでは早速ですが、決算説明に移りたいと思います。ちょっと身内の話で恐縮ですけれども、今日は東京の晴海からお送りしております、社内研修の最中、時間を割いてやっております。私の前には20名ぐらいの社員がいて、皆黙っておくようにということですが、ときおり物音とか咳の音がするかもしれません。どうかご了承いただければと思います。

2 新スローガン：Lead The 'Telecomenergy'



従来スローガン



新スローガン

Telecomenergy(テレコメナジー)

Telecommunications (通信) と Energy solutions (エネルギー) を融合させた当社の造語
当社提案の独自の差別化戦略により、社会に新たな「未来の価値」創造する試みと定義

新スローガンの狙い：当社の役割は「通信をつなぐ」から、「通信を起点とした新たな価値を創出する」フェーズへの進化に対応
目指す戦略：通信とエネルギーのシナジーを最大化し、独自の差別化戦略を推進
目指す価値：ロケーションオーナー様の資産価値向上、および利用者の利便性と経済性の両立

通信とエネルギーを一体のインフラとして捉え、持続可能な社会に貢献する「未来の価値」を創造していく決意表明

©Fibergate Inc. all rights reserved.

さて、まず決算の数字等々の説明に行く前に、新しいスローガンをこの1月に発表いたしました。「Lead The 'Telecomenergy'」ということです。これは「テレコメナジー」でして、「テレコム・エナジー」じゃないんですね。造語です。当社独自の造語で、今IP含めて著作権というか、商標なんかも登録している最中ですが、ちょっとここで時間を割きたいんですけども、今までは「Wi-Fi, Anywhere」というスローガンを掲げて事業を進めてまいりました。Wi-Fi, AnywhereですからどこでもWi-Fiがつながるよというスローガンだったわけですが、これは上場してもうすぐ8年がたつわけですが、Wi-Fiが非常にコモディティ化してきてしまったと。当社は日本で初めてWi-Fiというカテゴリーで上場したわけですが、8年の時を経てコモディティ化してしまったということと、当時、8年前はWi-Fiという言葉も本当にあまねく浸透はしていなくて、非常に珍しいとマーケットには受け止められていたと思うんですね。これが、株価が下落していった、PERが下落していった原因も、Wi-Fiのコモディティ化とともにそうってしまったと僕は思っていて、ここで新しいスローガンを打ち出して、マーケットに対する発信をしていかなければいけないと考えていました。それで出てきた、発案したというか、それがこれです。

このスローガン自体が僕は差別化になると思っていて、新しい戦略ですね、事業戦略といえますか。Telecomenergyということで、読んだとおりTelecommunicationsとEnergy solutionsを組み合わせた造語ですが、通信だけではなくてエネルギーも、従前からエネルギーをやっているんだ、再生エネルギーをやっているんだということを申し上げていますが、これをくっつけた言葉です。これも前から申し上げているとおり、通信とエネルギーとは非常に似通っている部分がありまして、親和性が高いと思っています。そういう中でこれをくっつけて、まさに通信とエネルギーを一体化させて構内インフラ・インテグレーターを目指すんだということですね。物件の価値の最大化ということもありますけど、同時にこれはカーボンニュートラルな世界を目指すとか、そういうことにもちゃんと貢献していきたいという思いから、こういうことを新しいスローガンにしようということです。

各通信キャリアとか商社さんなんかも、通信とエネルギーを盛んにやっているわけですが、そういう人たちにはできないようなマーケットを相手にして、できないようなとか、あまり対象にしないようなマーケット、僕ら独自の今まで開拓してきたマーケットを、そういうニーズ掘り起こして新しい価値を創造するんだという、強い思いを持ってこのスローガンをつくりました。どんどんこれを発信していきたいと思いますので、ぜひ皆様ご承知おきいただければと考えております。

2026/6期2Q実績

全社動向	全社動向	ホームユース事業	ビジネスユース事業
経常利益率 15%回復	FCF 4半期 連続黒字	クロスセル売上比率* 19.3% (過去最高)	営業利益率 27.6% (前年実績19.2%)

2026/6期見通し

全社動向	全社動向	ホームユース事業	ビジネスユース事業
売上・利益とも 従来想定 据置き	スローガン 刷新	B2C向けサービス 先行投資	ターゲット3領域を軸に 売上加速

*ホームユース事業フロー売上に占めるクロスセルフロー売上の割合

©Fibergate Inc. all rights reserved.

さて、具体的な数字をご説明していきたいと思えます。全社動向としてはご覧のとおりです。経常利益等々についても、回復の兆しがあります。ただ、進捗という意味では後ほどご説明しますが、まだまだスピードアップをしていかなければいけない状態です。見通しについてもまた後ほどご説明しますが、従来期の初期の目標については据え置くということです。

- 2026/6期2Q累計業績は前年比3%増収、6%経常減益。不動産/再生可能エネルギー他は減収となるも、通信領域の増収で吸収
- 一方、経常利益の前年比減少は6四半期連続。経常利益率は13.4%と、半期ベースでは2019/6期上期以降では最低水準を更新
- セグメント別には、主力のホームユースが増収減益。機器売切方式の販売比率上昇に伴う利益率低下の影響はまだ残る。不動産/再生可能エネルギーも売上伸び悩みから営業赤字を計上

(百万円) 百万円未満切り捨て 0.1%未満四捨五入	2024/6期 2Q実績	2025/6期 2Q実績	2026/6期2Q			2026/6期通期	
			実績	前年差異	前年比	見通し	進捗率
売上高	5,806	6,556	6,774	+217	+3.3%	14,050	48.2%
ホームユース	5,086	5,285	5,563	+278	+5.3%	11,600	48.0%
ビジネスユース	683	816	833	+17	+2.1%	1,810	46.0%
不動産/再生可能エネルギー/他	36	455	377	▲77	▲17.1%	640	58.9%
営業利益	1,098	979	919	▲59	▲6.1%	2,000	46.0%
ホームユース	1,482	1,331	1,286	▲45	▲3.4%	2,910	44.2%
ビジネスユース	154	151	204	+53	+35.3%	400	51.2%
不動産/再生可能エネルギー/他	10	65	▲64	▲129	赤字転落	90	-
調整	▲548	▲569	▲507	+61	+10.8%	▲1,400	36.3%
経常利益	1,117	969	908	▲60	▲6.3%	2,000	45.4%
経常利益率	19.2%	14.8%	13.4%	▲1.4pp	-	14.2%	-
親会社当期純利益	731	654	622	▲31	▲4.8%	1,270	49.0%

©Fibergate Inc. all rights reserved.

具体的にということですが、まず2Q、上半期の決算ですが、売り上げは微増でして、残念ながら経常利益、営業利益ともに微減となります。いろいろ理由はあるんですけども、今期は若干下半期偏重型にあるのかなということがなんとなく分かっていたので、これは想定より若干下ぶれてはいるものの、そこそこ想定どおりです。

7 連結決算概要 四半期別推移

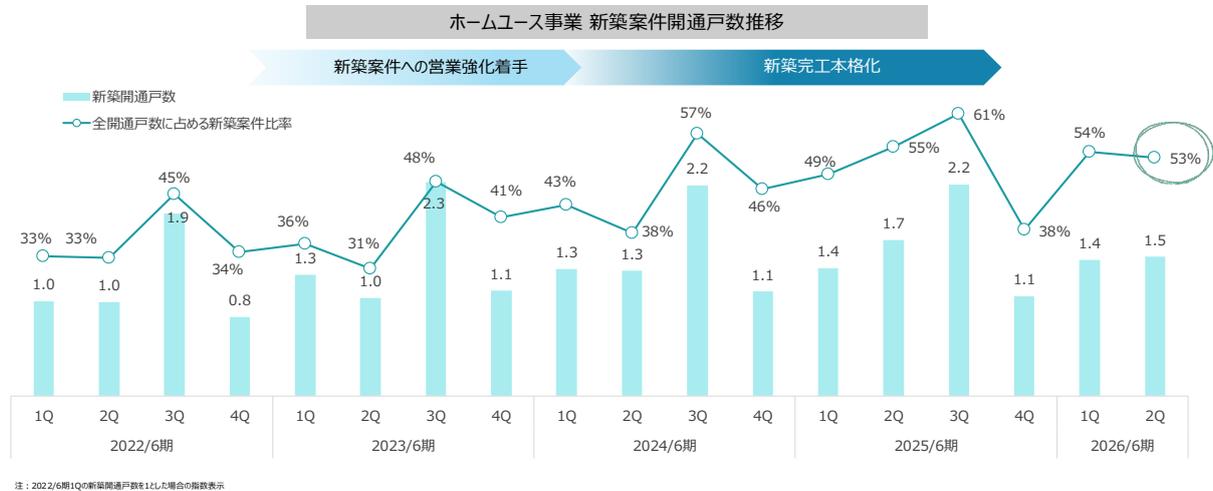
- 対1Qでは減収増益。ただし、案件の少なかった不動産/再生可能エネルギーの減収影響を除けば、通信領域は若干の増収
- 損益的には通信の好調が貢献。不動産/再生可能エネルギーの減益影響を吸収し、利益率も15%回復となった。これまで利益率は低下基調にあったものの、その傾向に歯止めがかかってきたと認識

(百万円) 百万円未満切り捨て 0.1%未満四捨五入	2024/6期				2025/6期				2026/6期		1Q/2Q 比較	前年 2Q比較
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q		
売上高	2,852	2,953	3,731	3,075	3,054	3,502	3,265	3,248	3,456	3,317	▲139	▲185
ホームユース	2,521	2,565	2,729	2,569	2,643	2,642	2,835	2,743	2,752	2,811	+58	+168
ビジネスユース	327	356	490	501	405	410	415	452	389	444	+54	+33
不動産/再生可能エネルギー/他	4	31	511	4	4	450	14	51	315	62	▲252	▲388
営業利益	525	573	783	504	463	515	542	436	412	507	+95	▲8
ホームユース	714	767	817	610	668	662	665	640	591	695	+104	+32
ビジネスユース	56	98	163	162	72	78	89	86	82	122	+40	+43
不動産/再生可能エネルギー/他	▲4	14	63	▲9	▲8	73	0	1	▲16	▲47	▲31	▲121
調整	▲241	▲307	▲260	▲259	▲269	▲299	▲212	▲292	▲245	▲262	▲17	+36
経常利益	548	569	778	499	458	510	542	431	407	501	+93	▲9
経常利益率	19.2%	19.3%	20.9%	16.3%	15.0%	14.6%	16.6%	13.3%	11.8%	15.1%	+3.3p	+0.5p
親会社当期純利益	370	361	524	310	310	344	369	295	286	335	+48	▲8

©Fibergate Inc. all rights reserved.

四半期推移としてはご覧のとおりです。売り上げについては1Qより若干負けましたけれども、とはいえこれも全然挽回できる数字だと思っていますのでいいですが、経常利益率等々については1Qより3.3ポイントほどアップをしているということですね。前期の2Qに比べても、経常利益率はアップしているところです。

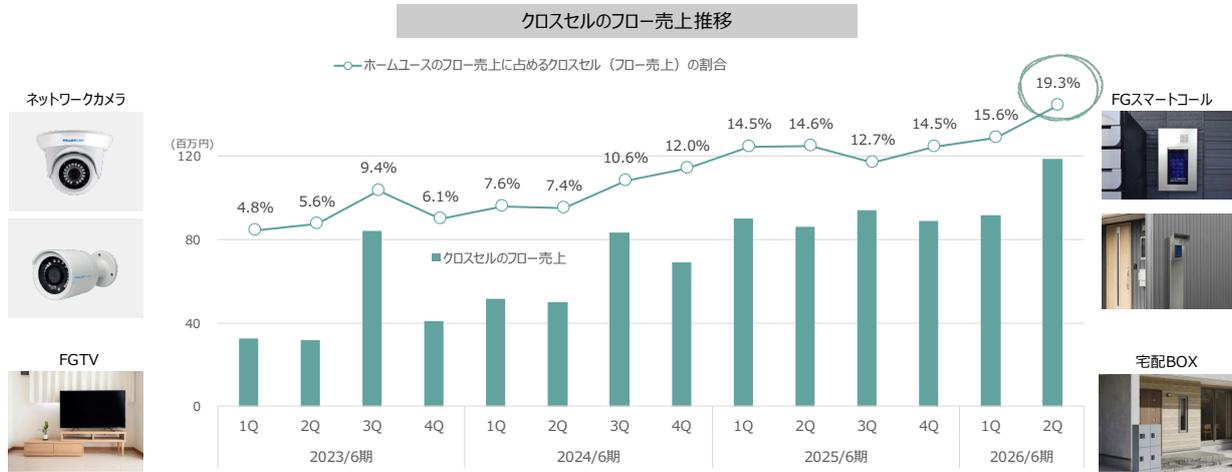
- 2026/6期2Qの新築案件開通戸数は前年比10%の減少。全開通戸数に占める新築案件比率は53%
- 新築案件の獲得を進めてきたが、直近2年ほどは新築案件と既築案件の全開通戸数における割合はほぼ1:1で推移。新築案件はまだアップサイドがあるとの認識ながら、足の長い新築案件に投入できる人員量が制約となっている模様



©Fibergate Inc. all rights reserved.

事業別に見ていきます。ホームユースです。ホームユースは、新築案件の開通戸数は前年比10%ほど減少しました。しかしながら全開通戸数に占める新築の割合が53%まで上昇していき、今後新築がどうなっていくかというのは、金利が上昇していくとか建築費が上がっていく状態でどうなっていくかよくわからないところですが、今後も新築の案件の比率は大体50%ぐらいで推移していく。従前申し上げているとおり、もともと既築の小規模物件が得意なところでしたけれども、最近は既築の導入率の割合が高まっている中で新築に非常に着目していて、そこに注力しているところです。ただ、新築ばかりやっても受注残は積み上がりますが、当該進行期に当たる利益インパクトは限定的になりますので、足の早い既築も狙っていかなければいけないということで、営業マンも含めて頑張っているところです。

- ホームユース事業の成長ドライバーと位置付けるクロスセルは、事業の先行指標となるフロー売上が2Qで1.2億円。クロスセルに注力を開始以降、初めて四半期で1億円を超過。特にネットワークカメラの導入が急伸となった
- 2Qのホームユース事業フロー売上に占めるクロスセル比率も19.3%と大きく上昇。一気にクロスセルの浸透に弾みがついた

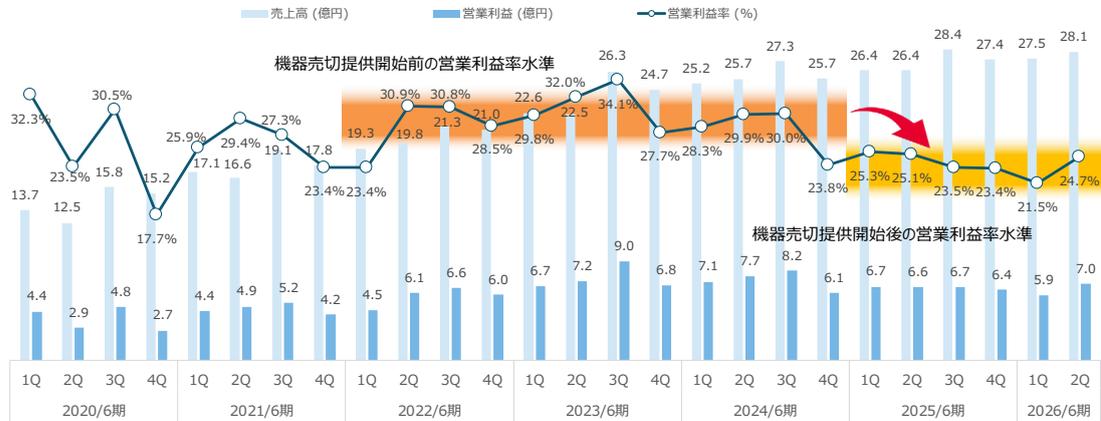


©Fibergate Inc. all rights reserved.

次にクロスセルの状況です。クロスセルをここ数年ずっと注力してきました。ネットワークカメラであるとか、宅配ボックスであるとか、いろいろ注力してきましたけれども、この割合がここに来て上がってきていると。過去最高の、フロー売上に占めるクロスセルのフロー売上の割合が19.3%まで上がってきた。これをより強化すると同時に、こればかりやっていると新規が疎かになってくる可能性もありますので、クロスセルに注力しながらも新しい物件、新規も追いかけていくということをやっていきたいと思います。だんだん全社的にクロスセルをやらなければいけない、それからクロスセルによって、オーナーさんというよりも、物件の付加価値が上がっていく、もしくはテナントリテンションを高めて、入居者さん、もしくは入居者さんだけじゃないですね、これは管理会社さんとか、オーナーさんにとっても、非常にメリットのあるものだというのが浸透し始めていると思いますのでここまで来ていると思います。これが業界的、一般的に、カメラを中心にして一般的なものになる可能性が非常に高いと思いますので、クロスセルにもさらに、カメラだけではなくて例えばインターホンであるとか、そういったことも注力していきたいと考えています。

- 2Qの営業利益率は25%に上昇。直近一年半は営業利益率水準の低下が目立っていたが、ここに来てやや底打ちの兆しが発現
- 利益率低下の原因はホームユース機器売切方式契約の本格化。しかし、本格化から1年を超え、その影響が徐々に緩和。さらに、クロスセルによる付加価値引上げ策強化の取組効果も浸透してきたものと期待
- ただし、売切方式は新築案件と高親和性にある以上、新築完工の集中時期はある程度の揺り戻しは十分あり得ると認識

ホームユース事業 営業利益推移



©Fibergate Inc. all rights reserved.

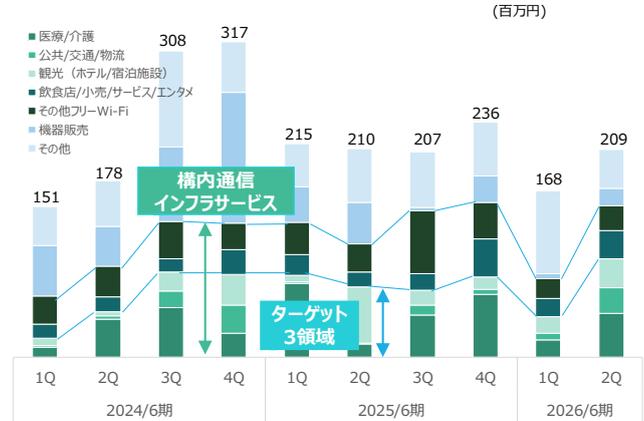
ホームユースの営業利益率です。この1年半は、設備投資から売り切りに切りかえている影響も若干あると思いますけれども、営業利益率の水準の低下が目立っていましたが、ここに来て若干底を打ったんじゃないかなという気がしています。先ほど申し上げましたように、利益率低下の原因はホームユースの機器売り切り方式の本格化になるわけですが、原価が非常に高くなる、そのかわり減価償却がその後なくなりますので、ストックの粗利率には寄与することになるわけですが、一方で固定資産化しなくて済みますので、長期にわたる固定資産税の回避というか、減免というか、そういうことにも寄与する。中長期にわたっては、キャッシュフローにも大きく寄与することかなと思っています。これが本格化から1年を超えてきて、その影響が徐々に緩和している、平準化してきているということですね。さらに、先ほど申し上げましたようにクロスセルのフロー売上に対する割合が高くなっていることもあって、営業利益率が復活してきているということです。「ただし」と書いてありますけれども、売り切り方式は新築案件と高い親和性を持っている以上、新築完工の集中時期、春であるとか、最近は1年通して新築というのは建っていて、昔と違って春とか秋に集中することはないんですけれども、そういう意味で集中期には売り切りが増えることもあって粗利率が低下、イコール営業利益率、セグメント利益が若干悪化することも考えられないことはない。そういうことは申し上げておきたいと思います。

- ビジネスユース事業の2Q営業利益率は28%。利益率は久々にこれまでの経験的なレンジを上回り、高採算案件の集中した2024/6期以来の水準を回復。共用オフィスでのフリーWi-Fiや医療/介護向け工事案件など、利益率の高い案件を計上
- 先行指標たるフロー売上も回復。ターゲット3領域が医療/介護向けを中心に押し並べて好調に推移し、それらにフリーWi-Fiなどを加えた構内通信インフラサービス関連売上も前年比・前期比で増収。医療/介護向けでは工事売上計上となり、採算向上に寄与

ビジネスユース事業 営業利益率の推移



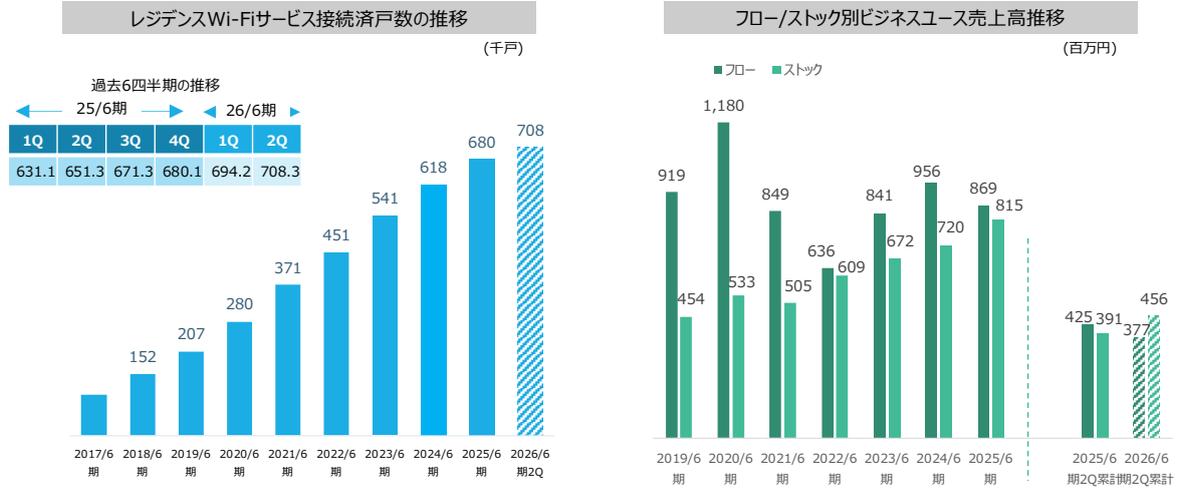
ビジネスユース事業 フロー売上の内訳推移



©Fibergate Inc. all rights reserved.

次にビジネスユースです。ビジネスユース事業の上半期、2Qの営業利益率は28%に回復しました。久々に、ここに書いてある緑色がついたレンジというのが一般的なレンジだと思いますけれども、前々期の3Q、4Qは非常に高採算案件があったものですから、30%を超えるセグメント利益を出したわけですが、去年はそういったものがなかったものですからこの緑色のレンジにはまっていたと。2Qは高採算物件もそこそこあったこともあって、この2Qについては28%ぐらいの営業利益率で推移したということです。共用オフィス、レンタルオフィスのフリーWi-Fiの案件であるとか、医療、介護向けの工事案件等々がとれた、それが納品できたということです。先行指標に当たるフロー売上も回復してきています。医療、介護、観光等々のターゲット3領域が押し並べて好調に推移しましたということと、従前のフリーWi-Fiなどを加えたインフラサービスも前期比では増収しました。そういったことが相まって、こういった利益率になったところですよ。

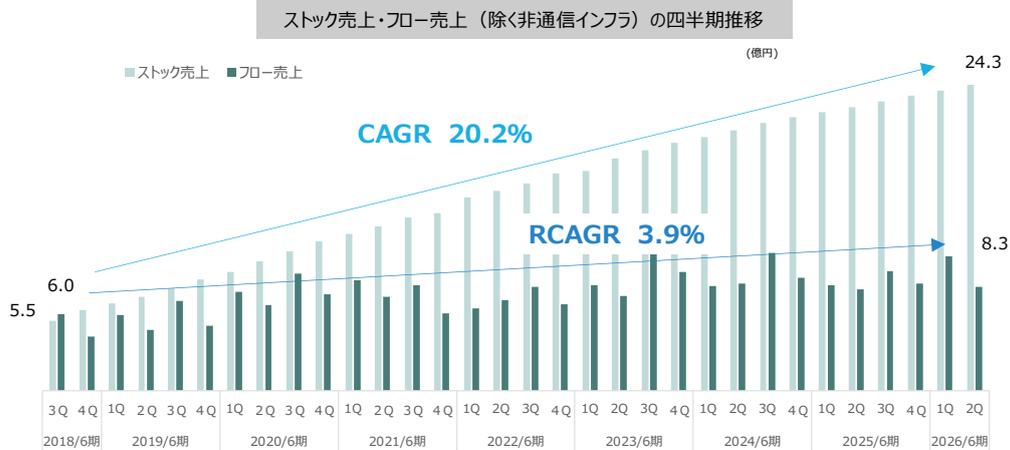
- レジデンスWi-Fiの2Q接続済戸数は約71万戸。接続済戸数増加ピッチは1.4万戸/四半期と通常ペースが継続
- ビジネスユースにおいては、ストックビジネス売上が引き続き順調。その先行指標となるフロービジネスの売上は前年比減とやや勢いに欠ける



©Fibergate Inc. all rights reserved.

主要指標、KPIの推移です。これはホームユース、ビジネスユース事業どちらもですが、ホームユースについては1Qに対して1万4,000戸増加ですので、通常ペースの堅調な推移をしているということです。ビジネスユースについては、ストックの売り上げが引き続き堅調に推移しています。先ほど申し上げたとおり、フローのビジネスユースの売り上げも、前期に比べるとやや勢いに欠けるものの、僕らの中では下期に向けての受注が堅調に推移したこともあって、「勢いに欠ける」とは書いてありますが、下期に期待というところですね。フロー売上も決して悪くはなかったと思います。ただ、予想とか計画に比べると若干下回ったというのが現実にはあります。

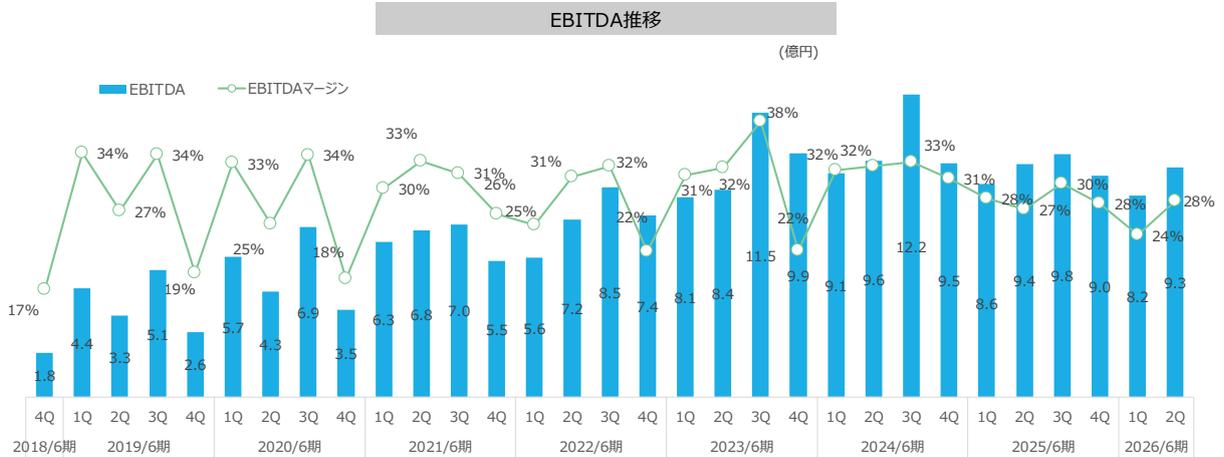
- ストック売上は順調に積上げ。上場来31四半期連続で増加し、それでもなおCAGRは20%超を継続。接続済戸数の増加ペースも安定
- フロー売上は一進一退の傾向に変化なし。ただし、上場来ほぼ一定のレンジ内での推移であることも確か。ストック売上引上げに向けて、レンジの上限打破が必要と認識



©Fibergate Inc. all rights reserved.

続きましてストック売上、フロー売上の推移です。分母がどんどん増えてきているのもあって、いわゆる成長率、CAGRについては、昔ほどの急激な勢いは鈍化していますが、それでも20%超を継続しているところです。フロー売上は一進一退というよりもそんなにぶれないということなんですが、冒頭申し上げたとおり、今期はやや下期に偏重するかなという兆しもあったものですから、そういう意味ではレンジ内で推移はしているものの下期に期待というところです。「レンジの上限打破が必要と認識」ということになりますけれども、1回集中して営業して受注すると、集中して納品しなければいけないというのがあって、非常に峠というか、山あり谷ありということになるのが普通ですが、特にこのビジネスユースではそうですが、これは集中して納品するのが下期に偏重していく可能性が非常に高いなと思っていますので、下期にフローが上がってくるのではないかなと考えています。

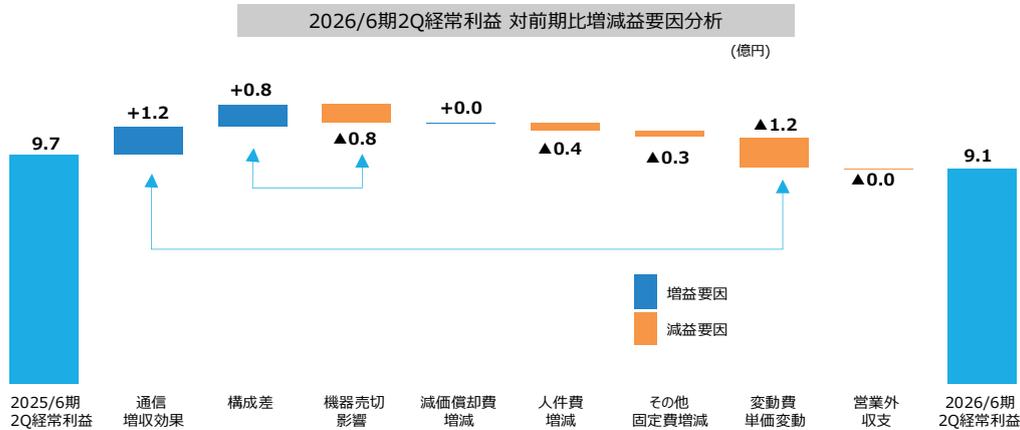
- 2QのEBITDAは9.3億円。EBITDAマージンは28%。実額・マージンとも3四半期ぶりの増加・上昇に転換
- これこれまでの漸減基調が終了したと見るにはまだ早いですが、これまでマージンの重石となっていた機器売切方式の加速やビジネスユースの伸び悩みといった影響は着実に緩和



©Fibergate Inc. all rights reserved.

EBITDAの推移です。2QのEBITDAは9億3,000万円ほどになりました。EBITDAマージンは28%というところで、若干落ちていましたけれどもここに来て増加、上昇に転換しております。これまで何回か申し上げていますが、マージンの重石となっていたホームユースの機器売り切り方式の加速やビジネスユースの伸び悩みといった影響は、着実に緩和しているかなと思っています。これが落ちついてくるとフロー売上がよりきいてきて、EBITDAマージンは上がってくるんじゃないかなと考えています。もちろん高採算というか高粗利の物件をとっていかなければいけないんですけども、とはいえストックが同時に積み上がってくるというのがありますから、そういう意味ではEBITDAマージンは、確実にそういったストックがきいてきて寄与はしていきたくらいだと思いますが、どちらにせよフローの高採算の粗利をとっていかなければいけないというのありまして、その辺を注力していかねばいけないのがテーマではあります。

- 経常減益となった要因は、機器売切影響、変動費単価の上昇、固定費の上昇の3つ。ただし、これまで重石となっていた機器売切影響は、売上構成改善効果により遂に吸収。クロスセルなどの付加価値向上が収益に貢献できるだけの地力がついてきたと認識
- 一方、変動費単価ではその主体となる回線使用料増に加え、一部サービス向け材料負担増、B2Cサービス向け回線切替先行費用計上が影響。これも増収効果でほぼ相殺できたが、唯一、人件費などの固定費上昇までは吸収しきれなかった



©Fibergate Inc. all rights reserved.

経常利益の増減益要因分析はご覧のとおりです。この表は、前から申し上げているんですが、あまり分析が得意じゃなくて。ご覧いただければわかるということですが、売り上げの伸びを、他の原価の上昇であるとか経費の上昇であるとか、全てを補えなかったというのが減益になっている要因ではあるんですけども、それも若干なので、今後、より原価を下げる工夫であるとか、努力であるとか、経費を効率的に使っていくことによって、経費効率というか、利益効率を上げていくことが重要だと思います。

ここで1つ先行投資をしている原因がありまして、前も申し上げましたとおり、ホームユース事業において昨年の4月にソニーさんと提携をさせていただいたと発表させていただいたんですけども、いよいよこの春ぐらいからいわゆるB2Cビジネスが本格化というか、本格始動と言ったほうがいいですね、それをしていく予定です。それに向けていろいろな準備が必要でして、大もとのホームユースにかかる回線をソニーさんと一緒にやったり、それによってストックの原価が上昇したりとかいろいろあるんですけども、これも近い将来のために、この半年間投資をしてきました。今から回収をしていくというところなんです。そういったことも含めて原価、特にストックの原価がちょっと上がっているというのがありまして、これを今後回収していく、そして大きな利益の伸びにつなげていくことが重要です。それが若干の減益要因にも、これはあるのかなと分析しています。

- 総資産は6%拡大。売上に伴う運転資産増に加え、不動産関連在庫も増加。1Qにあった連結子会社向けブリッジローンの影響は消失
- 期末自己資本比率は52.7%。ブリッジローンの影響消失で、再び50%超の水準を回復

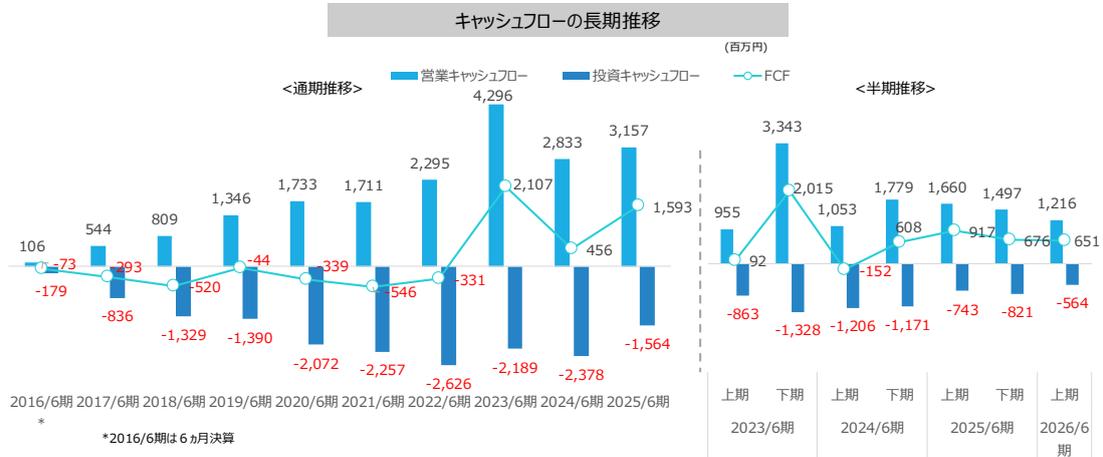
(百万円)	2024/6期	2025/6期	2026/6期 2Q	2025/6期比 増減	
流動資産	5,339	4,707	5,622	+914	売上拡大に伴う増加
現預金	2,120	1,853	2,079	+226	
売掛金	1,772	1,809	1,978	+169	機器在庫の一時的増加 前期末が低水準過ぎた ことの反動増の影響も
棚卸資産（通信）	666	578	732	+153	
棚卸資産（不動産・電力）	489	212	564	+352	不動産関連の仕込み増
固定資産	7,736	7,436	7,273	▲163	
有形固定資産	7,200	6,998	6,865	▲133	機器売却方式増により 固定資産は漸減
総資産	13,076	12,144	12,896	+751	
負債	7,240	5,641	6,087	+446	
有利子負債	4,442	3,245	3,633	+387	ブリッジローン影響消失も、 売上増で運転資金増
契約負債	1,317	987	835	▲152	
純資産	5,836	6,502	6,808	+305	
負債純資産合計	13,076	12,144	12,896	+751	自己資本比率52.7%

注：百万円未満切捨て、0.1%未満四捨五入

©Fibergate Inc. all rights reserved.

バランスシート、総資産については6%の拡大、売り上げに伴う売掛金の増加なんかもありますけれども、あとは不動産関連在庫も若干増加しています。これは今期下期というか、具体的には来期以降になりますが、在庫がなくなって売り上げに、要はちゃんと売れる商品をつくっていますので、そういった在庫が増加していることも一因にあるのかなと思います。1Qにあった連結子会社向けの、8月末にPDIという会社をM&Aしましたけれども、そのブリッジローンの影響は、ブリッジローンがなくなっていますので、これはなくなっています。それがバランスシートにも若干影響しているということですね。これは悪い方ではなくて、いい方に影響しているということですね。上期末の自己資本比率は52.7%まで上昇しました。これはブリッジローンの影響がなくなったこともあって、資産が若干、1Qよりは圧縮したということもあって50%の水準を回復しています。

- 2026/6期2QのFCFは6.5億円の黒字を計上。これでFCFは4半期連続で黒字を計上。安定的にFCFが稼げる状況を確認
- ただし、利益率の低下と歩調を併せ、営業CFは3半期連続で縮小。ホームユース向けWi-Fi機器の売切方式導入に伴う投資CFの抑制がFCFを下支える構図にある
- なお、営業CF、投資CFともに縮小傾向にあるが、ビジネスのダイナミズムという観点からはこれは決して好ましくないと認識



©Fibergate Inc. all rights reserved.

キャッシュフローの推移です。フリー・キャッシュフローは、6億5,000万の黒字を計上しました。これでフリー・キャッシュフローは、4四半期連続で黒字を計上しております。上場当初、これは8年、7年ぐらいになりましたけれども、設備投資を先行してずっとしてきましたので、フリー・キャッシュフローは赤だったんですね。これが最近になって、これは売り切りということもあります、売り切りですから営業キャッシュフローは上がるんですけども投資キャッシュフローはなくなるものですから、それで結果的にフリー・キャッシュフローが上がるという構図になるわけですが、そういうことも寄与しましてフリー・キャッシュフローがずっと黒字になっていると。そういうことで、ここに来てようやく、フリー・キャッシュフローが安定的に黒字になってくる体制が確立を、しつつあるというのか、したのではないかなと思っています。ただし利益率の低下に合わせて、営業キャッシュフローは3四半期連続で縮小しています。特にホームユース向けの、Wi-Fi機器の売り切り方式導入に伴う投資キャッシュフローの抑制は黒に寄与しているんですけども、利益率の低下によって絶対的な営業利益が足りていないんですね。したがって、営業キャッシュフローは3四半期連続でこれは縮小している。これは回復してかなければいけない課題ですね。なお、営業キャッシュフロー、投資キャッシュフローとも縮小傾向にありますけれども、これはどこかで壁を打ち破っていかないといけない。言ってみれば先ほども申し上げたようなB2Cのビジネスの拡大であるとか、高採算のビジネスユース事業の案件獲得、納品等々、これを突破していかないといけないのは課題ですね。

- 2026/6期見通しは従来想定を据置き、8%増収3%経常増益を予想。減益局面からの早々の脱却を実現する見通し
- 半期別に見ると、下期は対上期で増収増益を想定。下期の経常利益率は15.0%と上期をボトムに改善に転じると予想
- セグメント別には、対上期でホームユースはストック案件積上げで堅調に推移。ビジネスユースはターゲット3領域を軸に半期ベースでは過去最高売上水準を想定も、高採算案件は減少を見込む。不動産/再生可能エネルギー関連では赤字工事減などから黒字反転へ

(百万円)	2023/6期 実績	2024/6期 実績	2025/6期 実績	2026/6期			対前年比較	
				上期実績	下期見通し	通期見通し	差異	変化率
売上高	12,795	12,613	13,070	6,774	7,275	14,050	+979	+7.5%
ホームユース	9,600	10,386	10,864	5,563	6,036	11,600	+735	+6.8%
ビジネスユース	1,512	1,675	1,684	833	976	1,810	+125	+7.5%
不動産/再生エネルギー/他	1,682	551	520	377	262	640	+119	+22.8%
営業利益	2,320	2,387	1,958	919	1,080	2,000	+41	+2.1%
ホームユース	2,970	2,910	2,638	1,286	1,623	2,910	+271	+10.3%
ビジネスユース	289	480	326	204	195	400	+73	+22.4%
不動産/再生エネルギー/他	138	64	67	▲64	154	90	+22	+34.2%
調整	▲1,078	▲1,068	▲1,073	▲507	▲892	▲1,400	▲326	▲30.4%
経常利益	2,290	2,395	1,943	908	1,091	2,000	+56	+2.9%
経常利益率	17.9%	19.0%	14.9%	13.4%	15.0%	14.2%	▲0.6pp	-
親会社当期純利益	1,482	1,567	1,319	622	647	1,270	▲49	▲3.7%

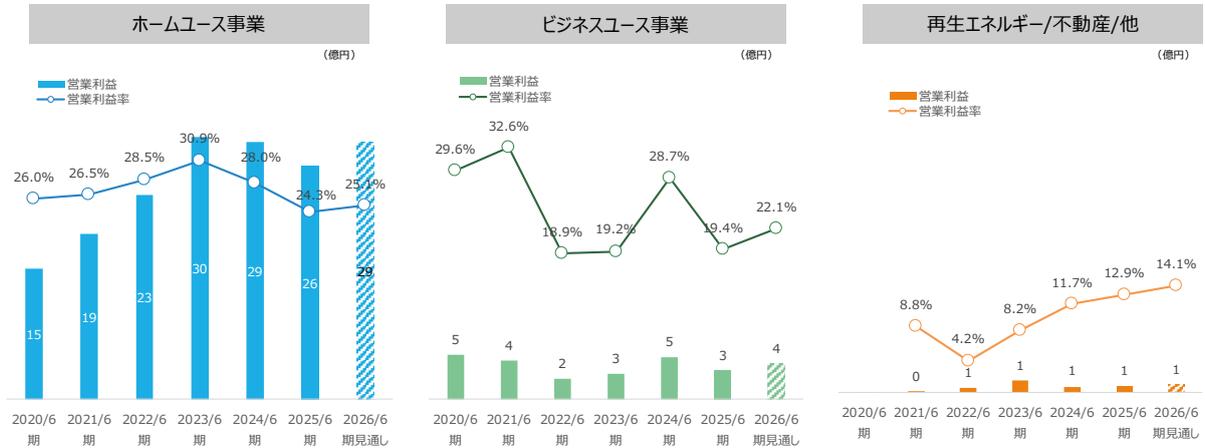
注：百万円未満切捨て、0.1%未満四捨五入

©Fibergate Inc. all rights reserved.

通期の見通しです。従来想定を据え置きました。8%増収、3%の経常増益を予想しています。これを見ていただくとご覧のとおりでして、24年6月期から25年6月期は増収減益になりました。これが今期は、24年6月期をまだ突破できていないんですね。これを近々のうちに最高益を出していかなければいけないと当然考えていまして、今期はちょっと厳しいんですけど、仕込みの最中ですね。いろんな仕込みの最中ですが、来期以降に最高益を計上できるような、そんな絵を描きながら全社で頑張っている最中です。

セグメント別には、対上期でもホームユースはストック関係の積み上げ、堅調には推移しています。ビジネスユースについては、ターゲット3領域を軸に半期ベースでは過去最高売り上げ水準を想定するも、高採算案件は減少というか、若干の減少ですけれども、今からもありますので下期若干偏重になりますが、高採算案件の納品を見込んでいますので、何とか突破をしていきたいと思っています。また、通信以外のセグメントである不動産、再生エネルギーについては赤字工事減と書いていますけれども、黒字反転を狙っているというよりも、不動産は来期以降の利益にヒットしてくると思いますのでちょっとおいといて、再生エネルギーについては下期から、あまり開示していないので、あまり深くは言えませんが、受注が、新築案件が再生エネルギー多いんですね。だから受注残は積み上がっているんですが、既存の案件、納品までの足の早い案件がまだ積み上がっていないということで、何とかエネルギー事業のセグメント利益を黒転しようと全社で頑張っていますので、ここはこれから5カ月弱しかありませんけれども、何とか頑張りたいなと思っています。受注残が堅調に積み上がっているということは、ご理解いただければと思います。これは再生エネルギーの話ですね。

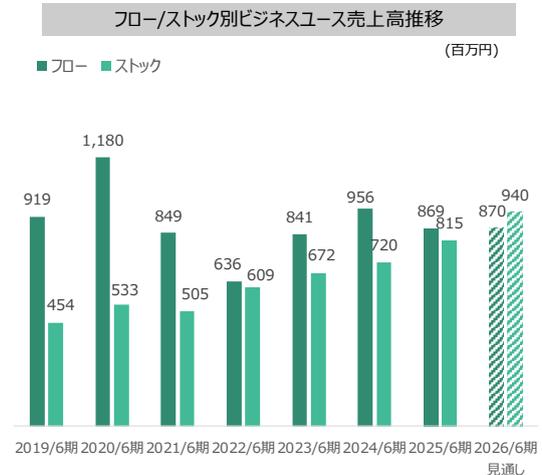
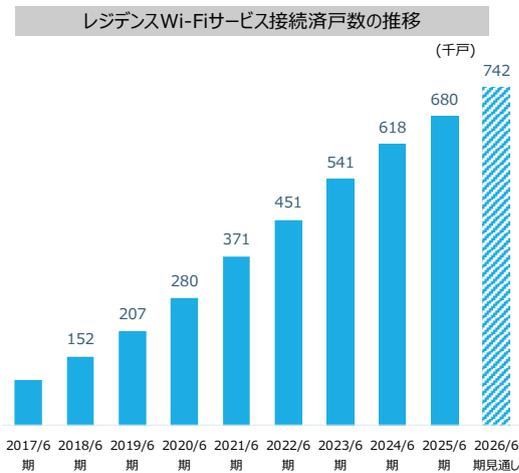
- ホームユースは増益転換を想定。営業利益は過去最高水準に接近。機器売切が定常状態となり、付加価値増が利益率の改善に直結
- ビジネスユースも増益反転。売上は7.5%増と再加速し、利益率も上昇を想定
- 非通信領域では、不動産で特に案件増は見込まないものの、再生エネルギー関連での貢献を想定



©Fibergate Inc. all rights reserved.

セグメント別の見通しです。ホームユースは、増益転換を想定しています。営業利益は過去最高水準に接近するということですが、機器の売り切り方式が定常状態となって、付加価値増が利益率の改善に直結ということになりますが、これは主にクロスセルを想定していますが、ここからどこまで頑張れるかということと、もう1つは、新築案件は足が長いものですから、ここから既築案件をどれだけとっていけるかが重要なポイントになってくると思います。ビジネスユースも増益の反転ですね、売り上げは7.5%増と、再加速というところです。利益率も、高採算案件を今からの納品も想定されていますので、これは上昇を想定しています。再生エネルギーは先ほど申し上げたとおり、今からが重要ですね。下期が、ちょっと想定より既築案件が積み上がっていないということと、M&AしたPDIという会社の下期の売り上げが想定どおりいけばいいんですが、期ずれる可能性もありますので、ぎりぎり納品を見込んでいますものから、何とか今期に納品をして黒字にしたいと思っていますけれども、そこが結構ポイントになってくるかなと思います。

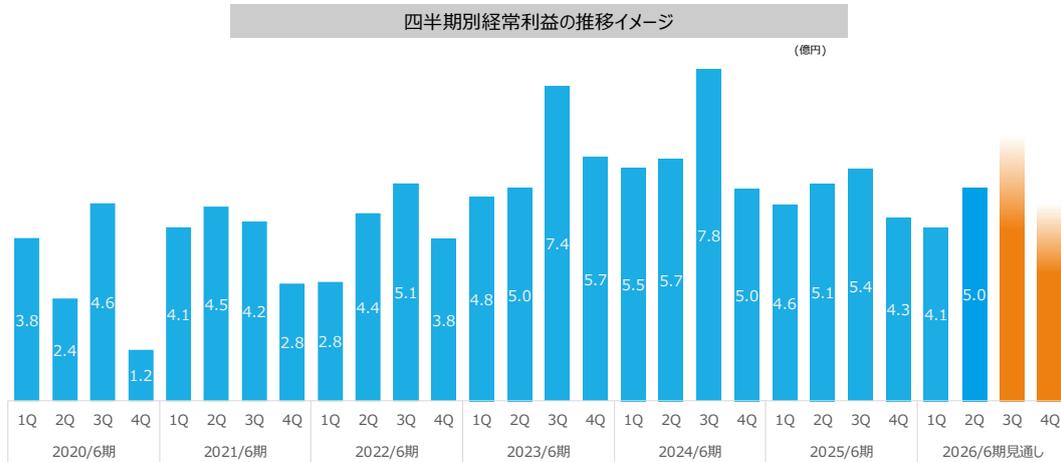
- レジデンスWi-Fiサービス期末接続済戸数前提は74万戸。増加ピッチはやや減速の6万戸/年となるが、既築案件の更なる積み上げを急ぐ
- ビジネスユースでは事業拡大の先行指標となるフロー売上は8.7億円と横ばい水準を想定。フロー売上加速への対応策を急ぐも、その効果発現には要時間。主たるターゲットは引続き医療/介護、公共/交通/物流、観光の3領域。ストック売上は順調に積み上げへ



©Fibergate Inc. all rights reserved.

主要前提、KPIですね。ホームユース、レジデンスWi-Fiについては累計で74万2,000戸を想定しています。「増加ピッチはやや減速」と書いてありますが先ほどから申し上げているとおり、既築案件のさらなる積み上げを急ぐところです。ビジネスユースでは先行指標となるフロー売上を8億7,000万と、横ばい水準を想定しています。まあまあ、ここからということですね。ただ、ストックはだんだん積み上がってきていますので、昨年より、特にコロナのときに非常に苦しみましたので、ビジネスユースはそれを打破して市場最高の売り上げを期待しているところです。

- 2Q経常利益は1Q時点の四半期別イメージを上回る水準に。機器売切要因一巡により、想定を上回って利益率が改善が
- 3Qは新築完工の集中時期。引き続き、期中で最大の利益を計上する四半期になるとの見通しを継続



©Fibergate Inc. all rights reserved.

四半期別のイメージです。今期は前期と比べて若干の下期偏重にあることは再三申し上げていますが、当社の場合このグラフから見ていただくとおり、ホームユースの繁忙期の観点から第3四半期がその進行期のうちの最高益になることが多いですけれども、だんだん平準化してきています。とはいえまだホームユースの繁忙期の影響もあり、ビジネスユースも第3四半期が納品は多く予想されているものですから、今期については第3Qが四半期別で言うと営業利益が一番高いんじゃないかなと考えています。

再生可能エネルギー事業、太陽光発電サービスでフレキシブルパネルの活用を推進

⇒当社が注力している既存の集合住宅や都市部の施設への導入において有効的

■メリット

1. 耐荷重のクリア

通常のパネルの設置には強固な架台が必要。
フレキシブルパネルは従来の1/3～1/5程度の軽さであるため、これまで耐荷重の関係で諦めていた場所にも設置が可能。



※陸屋根設置例（架台付き）



※フレキシブルパネルの設置例

2. 特殊な形状への対応

平面以外（曲がった屋根や壁面など）にも設置できるため比較的柔軟に設置が可能。



※フレキシブルパネルの柔軟性参考画像

3. 都市部での景観・環境への配慮

表面に防眩加工（反射を抑える加工）を施したものが多く、近隣住民への反射光のリスクを抑えられる。
都市部の景観を損なわないスタイリッシュな導入が可能。



※フレキシブルパネルの設置例

©Fibergate Inc. all rights reserved.

トピックスです。再生エネルギー事業のフレキシブルパネルの活用ということで、従前というか、皆さん多分ご存じのとおり、一番左のあれですね、これは多分札幌の物件だと思いますけれども、こういった架台があって、それに非常に重くてかたいパネルというのが今まである意味常識でした。これは技術的なイノベーションも含めて、まだ将来のペロブスカイトというフィルム型の、非常に薄型の日本発の技術とまではいっていませんけれども、軽量で発電効率も全然悪くなくて、若干コストが高いんですが、それで今まで置けなかった屋根、荷重があって重いから置けないとか、それから非常にかたいパネルだといろいろなところに配置しにくい、こういったものをクリアするような商品が昨今出てきました。フレキシブルパネルというわけですが、こういったものを活用して今まで置けなかった陸屋根にパネルを設置して発電するということが出てきました。これはパネル自体の単価は高いんですけど、架台がそんなに要らないのでトータルコストとしてはそんなに変わらないということで、結構好評をいただいております。ただ、若干施工のコストがかかることもあって、施工のコストも落として競争力のある商品にしていきたいところです。これは特殊な形状への対応であるとか、それからいろんな反射を抑える技術。これは光害ともいえますけれども、特に都市部、僕は前から再三言っているように、今後の太陽光はメガソーラーではなくて都市化していくと思うんですね。都市化していくと何が起るかということ、光害の影響が非常に大きくなると思うんです。こういったものを抑制していくような塗料であるとかも開発されていますので、こういったものをアグレッシブに取り入れながら、再生エネルギーとか太陽光の都市化に対応していくような、受注から設計、施工、それから納品、もちろん工事も一気通貫でやっていくのにこういったことは非常に重要であると考えています。積極的に、これも採用していきたいと思っています。

2026/1～ 北海道中央バスが運行する高速バス約200台に対し「Wi-Fi BUS®」の提供を開始



■ポイント

- ・北海道地方各地を結ぶ都市間バスにて実機を用いた通信速度試験を実施
- ・国土交通省の「交通サービス利便向上促進事業（交通DX・GXによる経営改善支援事業）」を活用
→導入コストを大幅に圧縮しながら通信品質を改善

■バス車内広告も活用



※「交通DX・GXによる経営改善支援事業」…国土交通省が主導する支援体制で、地域公共交通（バス・タクシー・旅客船等）や物流事業者が抱える深刻な人手不足と燃料高騰・脱炭素対応という2大課題をテクノロジーの力で解決することを目的にした制度。

■北海道中央バス株式会社

会社名：北海道中央バス株式会社【英語表記：Hokkaido Chuo Bus】

代表者：代表取締役社長 二階堂 恭仁

本社：〒047-8601 小樽市色内1丁目8番6号

証券コード：9085（札証）

事業内容：倉庫・運輸関連業

©Fibergate Inc. all rights reserved.

それからこれは通信の方ですけども、北海道に中央バスさんという地元では非常に大きなバス会社があります。この高速バスの約200台に、当社のWi-Fiが導入されました。今後200台の社内にこういった、チラシというかポスターですね、広告宣伝も兼ねたこういったものも掲示をさせていただいて、知名度の向上に貢献できればと思っています。ポイントとしてここに書いてあるように、バスの話は今までもいろいろなところでしてきたんですけども、かなりの全国のマーケットシェアを僕らはバスについては持っていると思っています。誰も調べていないので何%とはちょっと申し上げられないですが、今後インバウンドを中心にして観光系の、特に高速バスですね。市内を走るものよりもむしろいわゆる都市間バス、もしくは観光バスにはWi-Fiが必須になってくると思います。ある程度Wi-Fi必須になってきているところもあるんですよ。リプレースの時期を迎えていまして、バス会社さんからもっと速度の速いものが欲しいとか、品質がいいのが欲しいとか、お声が上がっています。これに応えたものです。国交省、国としてもMaaSを中心にしてバス、もしくはハイヤーであるとか、そういったこともサービスの利便性を向上しようということを打ち出しています。ここに中央バスさんもお採用されて、当社を導入していただいたという経緯になります。今後、こういった観光に係る交通関係も注力していきたいと思っています。

ファイバークラウドグループ パーパス

構内インフラ・インテグレーターとしての業態を確立し、
 三方良しの精神をもって、
 新たな経済価値を創造することにより、
 豊かな社会の発展に貢献します。



通信とエネルギーの最大効率化を図り、構内インフラ・インテグレーターとしての業態を確立させます。

当社グループは、お客様に幸せ（利便性、快適さ）を提供し、取引先と共に経済活動を活性化させることで三方良しの構図をつくり、豊かな社会の発展に貢献することを目指します。

©Fibergate Inc. all rights reserved.

パーパスを去年から盛んに言っていますが、僕が申し上げているのは、今後AIが発達していく、日々ものすごいスピードで進化しているAIの時代です。こういう時代には哲学が必要だと思っていて、フィロソフィーであるとかパーパスを確立とか、これをすごく重要視をしています。AIにはできないこと、イコール人間にしかできないことをやっていくべきであって、そういった、例えばSaaSの死なんて話が最近出ていますが、業務効率を上げるというのはAIがかなり今後貢献してくるのだろうと思います。重要なことはこういった哲学を、フィロソフィーだったり、パーパスだったり、全社員に浸透させて、当社ならではの非常にアナログではありますが心のこもった、お客様に寄り添うサービスをしていかなければいけない。三方良しということであったりとか、利は元にあるとか、ありがたを集めるとか、こういったことが重要であると思っています。こういったことをやはり1つの、さっきのTelecomenergyのスローガンもそうですが、こういったパーパスを企業として社会に発信していくのがすごく大事だと思っています。あくまでも数字は結果であるので、結果はもちろん重要ですが、結果をつくっていくためにはこういうアナログな精神が僕は大事だと思っていて、これも積極機能的に発信をしていきたいと思っています。

これから先はご覧いただければということで、従前のビジネスモデルであったり、今第5ステージですよ、第6ステージに行くまでに突破しなきゃいけないことがありますよ。1回しゃがまなきゃいけないこともあります。例えば新しいシステムですね、基幹システムの刷新であったり、こういったことにもお金を使っていかなければいけない。第6ステージに向かったとき、第6ステージが29年か30年ごろ迎えると思っていますので、爆発的な成長力を戻すために第5ステージは、緩やかかもしれないけれども、仕込みの時期だと思っていますので。とはいえ、成長はしていきます。パーパス、フィロソフィーをもとに、次なる爆発的な成長力を手にするために第5ステージがあると思っています。第5ステージで構内インフラ・インテグレーターという業態を確立させることを大きな目標にしていますので、ここは皆さんもご注目いただければと思います。

あとは従前のご説明のとおりですので、資料で割愛をさせていただきたいと思っています。ということで、ちょっと端折りましたが上期の説明については以上のとおりです。ご清聴ありがとうございました。

● 質疑応答

Q1: ホームユース事業の市場全体について、成長度合いに変化を感じていることはありますでしょうか。また、サービス導入先である集合住宅のマーケットに対して、動向の変化を感じることはありますでしょうか。

猪又): 2つ質問があるということですね。まずホームユース事業の市場全体について、成長度合いに変化を感じていることはあるかというご質問をいただきました。まずマーケット全体のことを考えないといけないと思います。僕らは賃貸住宅市場を、主に今まで市場開拓してまいりました。では民間賃貸どのぐらいあるのかというと、国交省の最近の調査によると大体1,600万戸弱が民間の賃貸住宅。そのうちいろいろな、例えば民間の賃貸住宅以外に何があるかということ、例えば県営住宅とか公営住宅ですね、こういったものを中心にしてあるわけですが、民間の賃貸住宅が1,560万とかいう発表もありましたが、それから例えば一戸建てとか、分譲リースで1部屋しか貸していないなんていうところを除くと、大体1,200万~1,300万戸が、国内で言うと僕らのターゲットになると思います。これはいろいろな、MM総研さんとかシンクタンクさんが発表していますが、本当にどのぐらい実数があるかというのは、肌感覚で言うのでしょうか、賃貸住宅では420万~430万はいつているのでしょうか。450万ぐらいいつているかもしれません。全体のマーケット1,200万~1,300万戸が普及可能数とすると、これで言うと半分だと650万ということになります。今450万いつているということはあと200万戸となりますので、恐らくピークアウトはしたと僕は思います、これははっきり言います。ピークアウトというのは、多分2年ぐらい前に来たんだろうなと思います。これは、うちのKPIでもそうです。10万戸ぐらい純増していたんですね。これが今6万戸になっているということは、これは恐らくうちだけではありません。ピークアウトしていると思います、マーケット全体として。それが成長度合いに変化を感じているという、マーケット全体での僕の肌感です。

ところが今後は何が起きてくるかということ、だんだんブルーオーシャンからレッドオーシャンになって、今度は、市場が飽和状態に近くなってくると何が起きるかということ、業者数、いわゆるそこにかかわる会社の数はシュリンクしてくるはずですね。ですから僕らはシュリンクをして食われる方じゃなくて、食っていく方にならなくてははいけない。だからM&Aという話も、昔はなかったんです。最近、同業者のM&Aの話が来ます。なので業者数は確実にシュリンクしていくでしょうね。ここで何が起きるかということ、ホームユースはリプレースが起こります。リプレースの争いなんですよね、今後。でもリプレースもただ値段だけではだめなので、いろいろな付加価値を上げていかなければいけない。これはクロスセルであったり、もしくはB2Cですね。間違いなく、例えば20戸のマンションとすると何人か、2割ぐらいは、今でも僕思いますけど、今の段階でも2割ぐらいは、インターネット無料でいいんだけど、お金を払ってもいいから高品質な回線が欲しいという人はいるんですよ。ここをとりになければいけないと思っています。そういったハイブリッドな商品であるとか提案をして、オーナー様というか物件の付加価値向上とテナントリテンションを上げつつ、オーナー様のご期待にそえるような販売もしていかなければいけない、提案もしていかなければいけないと思います。

次のご質問ですね、サービス導入先である集合住宅のマーケットに対して動向の変化を感じることがあるかということですが、1つの答えにして言っちゃったんですけど、そういうことだと思います。だからニーズがだんだん全体のニーズから、これは世の中みんなそうだと思いますが、一律的なニーズから個別具体的なニーズに変わりつつあるんですね。もう変わっていると思います。うまくマーケットを僕らは押さえてきたわけですから、押さえてと言ったらお取引先に対して大変失礼な言葉になりますけど、マーケットは一生懸命開拓してきたわけですから、個別具体的な要望にお応えして、三方良しの精神で収益をちゃんと上げていくという。そういった形にしなきゃいけないということが望まれるのかなと思います。

もう1つ言うと、賃貸住宅だけでなく分譲住宅、集合住宅全体そうですけれども、セキュリティの問題ですね、これは非常に大きくなっていると思います。セキュリティというのは、いろいろなセキュリティがあります。アナログで、データのセキュリティというのは個別にやればい、企業と違って個別でやればいと思うんですけど、マンション全体ごとデータセキュリティを担保するというサービスもありますが、意外と高額なのでなかなか、分譲であればちょっと違うと思

ますけれども賃貸住宅では対応しにくいのかなと思いますが、セキュリティというのは、1つは監視カメラも必須になると思いますね。これは入居者も見たいでしょうし、管理会社も例えば共用部分であるとか、ごみの捨て場がちゃんとなっているのかとか、汚くなっていないかとか、あと不審者がいないかとか、そういうセキュリティは非常に重要だと思います。こういったニーズが上がってくると思います。もう1つは、例えばセキュリティといってもいろいろなセキュリティがあると思いますけど、やはり日本は置き配が、なかなかアメリカみたいに新聞を庭先にぶん投げてこれで終わりだとはならないんですよ。だからやはりIoT的な宅配ボックスであるとか、そういったものが今後入居の条件、というよりも人気ランキングが上がってくると思いますね。これもセキュリティの1つです。物がとられないとか、誰かに住所を見られないとか、荷札とか伝票で分かっちゃうわけですから、こういったことも僕らの付加価値のサービスとして取り入れていかなければいけないと思いますね。

Q2: 次のご質問です。金利上昇に対する影響度合いや対策は行っているのでしょうか。為替に対しても、どのように考えているのかを教えてください。

猪又): 金利上昇に対する影響度合い、これは不動産全体に大きな影響を与えます。でも金利よりも、僕は今建築費の方がでかいと思います。建築費が急上昇していますよね。金利の上昇どころじゃないですね。ですけど細かく言うと、集合住宅というのは収益物件ですから金融商品なんですよ。金融商品で、表面利回りで言うと4%とか5%とかの中で金利が1%でも上がってくると、これは大きな馬力になります。とはいえ岩盤物価であった家賃が都市部を中心に、首都圏中心というか、都市部と言ってもいいでしょう、札幌なんかも上がってきていますけれども、これがようやく上がってきたと。なのでオーナーさんの実質利回りは金利上昇においても、物件によりますが、もしかしたらそんなに変わらないのかもしれない。そういうことを、マーケット全体では言えると思います。ただ、建築費の上昇は金利よりももっとでかくて、オーナーさんの表面利回りを思い切り食うわけですね。分譲の土地はもう仕込んであるんだけど、分譲をもうつくれる、高過ぎて売れない。だから賃貸に転換するとか、そんな話も東京で聞きますので。そんな影響もあるんじゃないかなと思いますね。

対策を行っているのかということですが、対策は正直言うと僕らはマーケット金利には勝てません。なので対策は打てません。打てませんが結果論として、例えばホームユースの売り切り案件は投資をしたときに売るわけですから、キャッシュインが早いんですね。ですから借り入れが減っています。ですから今までと同じビジネスをやっているのであれば、金利負担は減ってくると思います。金利は上昇しますが、僕らはそうではなくて、例えばM&Aとかを中心にしているいろいろなことを、投資をしてもっと高い成長率を生む。成長額というかな、成長を取り戻さなきゃいけないんですよ。なので大事なことは金利対策というよりも、金利を上回るビジネスモデルが描けるかどうかですよ。ずっと重要です。だから対策は、それは打てないです。どんな会社だって金利は上がれば上がるわけですから、正直言うと金利対策なんか打てないですね。打てませんが、何度も言いますが、大事なことは高い成長率を取り戻して、さらに成長を加速していく。経常利益50億とか100億を目指していくために、金利より高い事業利回りのある事業をつくって、それにチャレンジし続けることが一番重要だと思いますね。

あとは為替。為替はドル建てでやっているのがあまり少ないので、前はドル建てでやっていましたけど、どっちにしても、円で取引しても結局仕入れはドルにはね返るので、ベンダーさんとか商社とか、メーカーさんが結局ドルで物を考えているので、僕ら払うのは円かもしれないけれども、影響はありますよね。あるんですけど、全体から言うと影響は限定的だと思います。というのは、当初、民主党時代の話になって恐縮ですけど、円が80円台のときとかも僕らは物をつくっていたんですよ。そのときはよかったんです。これがいきなり自民党の政権になり、さらにアメリカの政権とかがかわり、急上昇しました。言ってみればウクライナという問題もあったりして急上昇したわけですけど、そこに対しての為替耐性はつけてきたつもりです。ただ、やはりこれ以上上がっていくと輸入コストが大きくなるので。これは、でも他社も一緒ですね。

僕が思うのはそういう耐性をつけるというか、為替も大事なんですけど、もっと大事なことが1

つあって、何かというとお客様に対して為替がどう影響するかなんですよ。例えば今円安だからいいですけど、急に円高に振れたりしていますが、例えば観光という視点からすると、インバウンドの方々を訪日されることは円安の影響がものすごく大きいわけですよ。円高になると、やはり訪日客に対しての影響が大きいんですね。ではどちらがいいかという、例えばホテル、旅館とかの通信、もしくは再生エネルギーなんかをとっていこうとすると、お客様がいっぱいホテルに来てくれた方がホテルは利益が出るわけですよ。そちらの方が、僕らにとってはいいですよ。僕らが機械をどうするとか輸入コストをどうするよりも、お客様が円安になって、これは観光に限りますけどね。観光の側面で言うと円安になって、インバウンドがいっぱい来てくれて、旅館、ホテルとかがもうかってきて、会議もいっぱいしてくれて、うちのホテルのWi-Fiが導入され、国際会議のイベントでWi-Fiが使われ、補助金も含めて、じゃあホテルもGXやっていかなきゃいけない、DXもやっていかなきゃいけない。再生エネルギーが導入され、その方が僕らはいいですよ。だから自分たちというよりも、お客様に対して為替はどういう影響があるのか。金利も含めてですけれども、そういうふう考えた方が、三方良しという精神で言うと僕らは正解じゃないかなと思います。

Q3:ホームユースの、利益率の下落は下げ止まった認識なのでしょうか。今後、30%の水準に戻す方向なのでしょうか。現状の25%程度の推移に落ちつくのかを知りたいです。

猪又): これは2つ考え方があって、下げ止まった感はあります。感はあるんですけども、残念ながらまだ業界、僕は業界団体の理事もやっているのいろいろな理事の方とも話すんですけど、同業者の方とか話んですけど、やはりまだ価格転嫁がしにくい業界なんです。通信全体は菅総理のときから官製の値下げというのがありました。これ、実はモバイルに限ってなんですよ。固定回線は全然上がっていないんです。モバイルに限っては、キャリアさんのセカンドブランドから、もう含めてだんだん値上げの方向に入ってきました。固定回線というのは、今後値上げしてくると思います。NTTさんの接続料が上がったり、発表されましたけど、している中で上がってくると思うんですけど、とはいえじゃあ僕らの業界で、いわゆるレジデンス、マンションISP業界で価格転嫁ができるか、まだしにくいんですよ。これだと、原価がぼんぼん上がっている状態なんです。トラフィックが上がり、工事費が上がり、人件費が上がりとなっているので、ものすごく原価が上がって粗利を圧迫しているんですね。これは回避しなきゃいけないんですけど、まだまだ競争が激しいというところで、価格転嫁がしにくい。いずれ価格転嫁が、岩盤物価である家賃が上がってきたので、ようやく僕らも単価も上げれる、言ってみれば月額単価を上げれるフェーズに入ってきたんですけど、岩盤物価である家賃よりも僕らの方がまだ岩盤物価なんだ。これは現実としてお伝えしておきます。いずれなるんでしょうけど、今はまだその段階にない。

ではこれ、利益率回復するためには何が必要かという、1つはクロスセルです。クロスセルをちゃんともっと積み上げていくこと。19.7%、19.6%かな、これを25%ぐらいまで持つていくこと。もう1つは、やはり個別回線の獲得ですね。これはニーズに応えることになるので、お金を払ってもいいから高品質な回線が欲しいという人はいるんですよ。必ず、たくさんいるですよ。これをちゃんと逃さず獲得して、例えば今約70万戸あるわけですから、入居率も考えれば6万戸ぐらいですね。入居率が90%ちょっととすると、僕らの回線を利用している人は70万に対して60万ちょっといるわけですよ。ここに対して1割をとっていく。1割とれば、ホームユースの利益率は30%に回復します。で、いずれ値上げも現実のものになっていくかもしれない。そういうことも含めてホームユースというのは、マーケット全体が飽和状態に近づいているので何かお先真っ暗みたいな感じに思っている方もいらっしゃると思うので、決してそうではなくて、やり方によっては明るい未来が見えるんだということを申し上げたいと思います。なのでやり方によっては利益率が、過去より上がる可能性は高いと思います。ただ、これはちょっと時間がかかります。回線とか設備投資も若干必要になりますので、ここの時間的余裕であるとかタイムラグは必ず生じるので、ここはちょっとご猶予をいただきたいなと思いますが、ご質問のとおり、従来の利益率より上がるビジネスモデルを再度つくり直すことが重要だと思います。