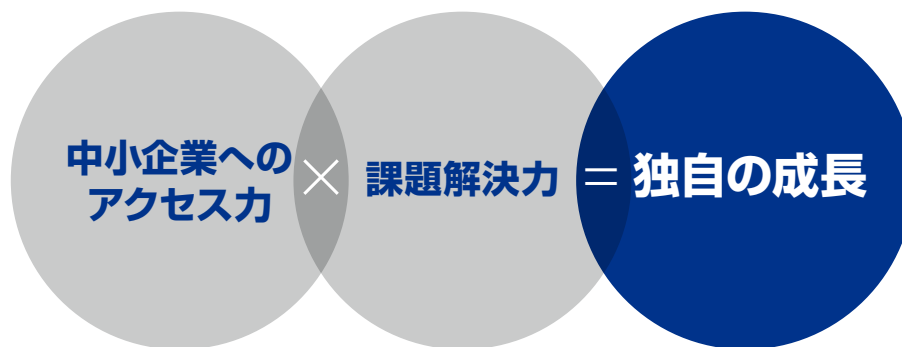




成長可能性に関する 説明資料

ミッション



中小企業の 課題を解決する パートナーへ

中小企業を豊かにし、日本のより良い社会創りに貢献します

私たちは、中小企業・個人事業主の皆様の様々な経営課題解決のお手伝いをしております。

日本の企業382万社のうち99.7%を占める中小企業。地方活性をはじめ、今後の日本経済の担い手として、中小企業は成長が必要不可欠であると考えます。しかし中小企業はつねに課題や悩みを抱えており、素晴らしい「アイデア」を持ちながらも業務に追われ、形にしきれていないケースが

多いことを私たちは目の当たりにしてきました。

そんな中小企業が可能性を広げるためのパートナーとして、ITや通信をはじめとするライフラインを駆使し、中小企業が本業に専念できるための環境整備を行うことで、**当社グループは中小企業を豊かにし、日本のより良い社会作りに貢献してまいります。**

経営理念 (Philosophy)

お客様に感動と満足を提供し続けます。

目次

1 会社概要

会社概要	4
沿革	5

2 事業概要

事業概要	7
中小企業の抱える4つの課題	9
中小企業の抱える課題の解決	10
連結売上高・営業利益推移	11
セグメント別連結売上高・営業利益推移	12
ビジネスモデル	13
ストック収入モデル	14
ストック売上比率の推移	15
ビジネスモデル転換前後の業績推移	16
オフィス光 119 の契約保有回線数	17

3 当社の強み

6つの強み	19
①100万契約の顧客基盤	20
②高い継続性	21
③コールセンターによるデータ蓄積力	22
④自社顧客10万契約へのCRM	23
⑤顧客ニーズに応えたサービス開発	24
⑥工事業者の全国ネットワーク	25

4 市場動向

市場動向（光コラボレーション事業者の推移）	27
市場動向（NTT光回線市場）	28
市場動向（電力小売・宅配水市場）	29
法人設立登記数と当社ターゲット層の割合	30

5 成長戦略

3つの成長戦略	32
①100万契約顧客へのクロスセル戦略	33
②顧客ファン化構想	34
③新規パートナー開拓による 販売チャネルの拡大	35
中長期成長イメージ	36

会社概要

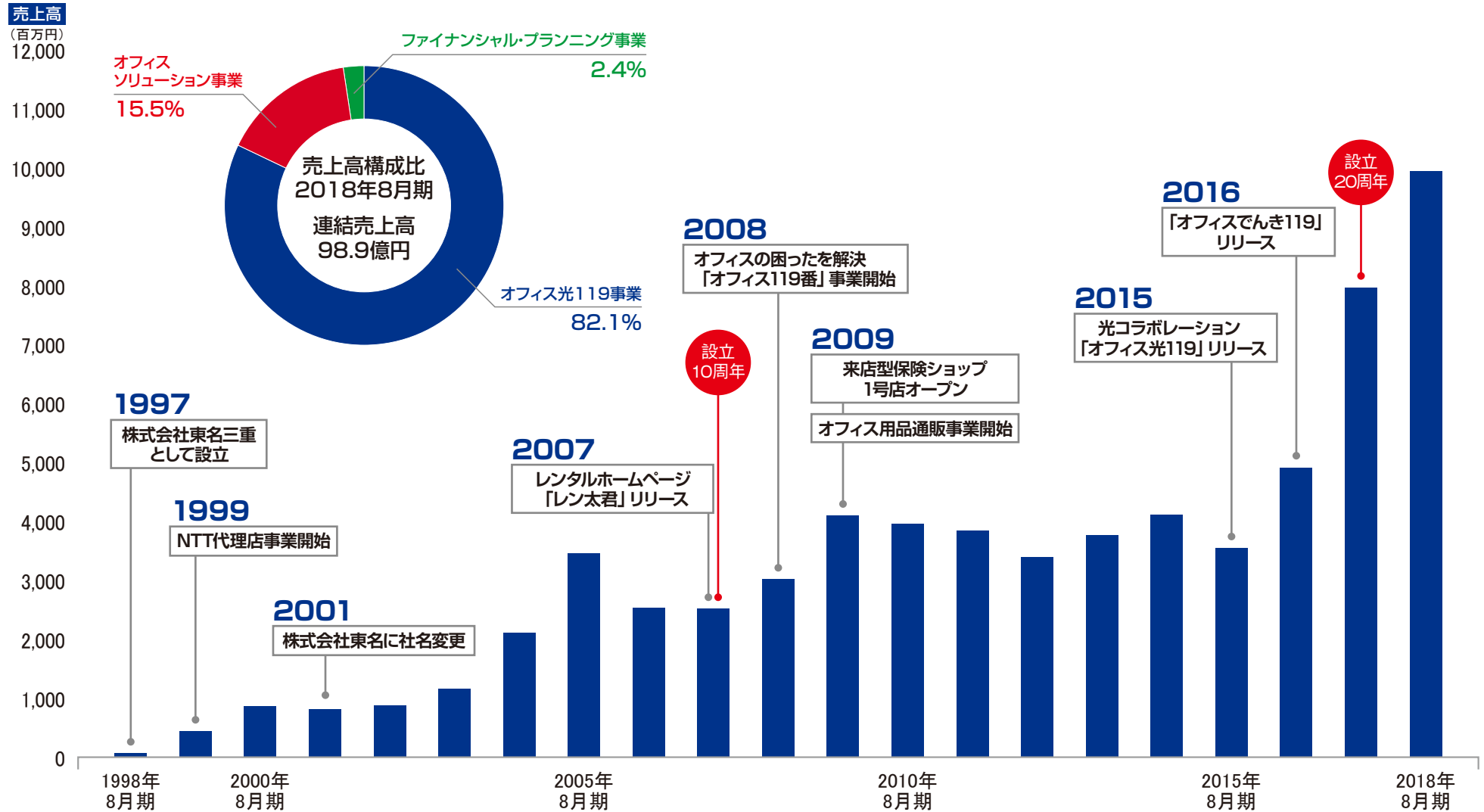
会社名	株式会社東名
本社所在地	三重県四日市市八田二丁目1番39号
代表者	代表取締役社長 山本文彦
設立日	1997年12月12日
決算期	8月
資本金	65,972千円 ※2018年11月30日現在
役員	代表取締役社長 山本文彦 常務取締役 日比野直人(営業本部長) 取締役 直井慎一(ES事業部担当) 取締役 関山誠(管理本部長) 社外取締役 伊東正晴(弁護士) 社外監査役(常勤) 志水義彦 社外監査役 渡邊誠人(公認会計士・税理士) 社外監査役 葉山憲夫(特定社会保険労務士)
従業員数(連結)	305名(他、臨時雇用者180名) ※2018年11月30日現在
子会社	株式会社岐阜レカム 株式会社コムズ
拠点(当社)	本社、札幌コールセンタ、新宿支店、名古屋支店、広島営業所、福岡営業所

事業内容	■オフィス光119事業 中小企業向け光コラボレーション「オフィス光119」の提供 インターネットサービス及びコンテンツ、サポートサービスの提供 ■オフィスソリューション事業 電力小売取次サービス エコソリューション Webソリューション 情報端末機器販売・セキュリティ オフィス用品通販 ■ファイナンシャル・プランニング事業 来店型ショップによる保険代理店
情報管理	プライバシーマーク 第19000686(04)号

経営理念	お客様に感動と満足を提供し続けます。
経営ビジョン	私達は、商品とお客様とを繋ぐことを使命とし、 お客様に満足を提供し続けます。
行動指針	我々は、常にお客様の満足の為に行動すること。 我々は、常に変化をチャンスと捉え行動すること。 我々は、常に新しい可能性を目指して行動すること。 我々は、常に社会に必要とされる会社を目指して行動すること。

沿革

変化の激しい通信業界で、時代に合わせ成長を遂げた。





事業概要

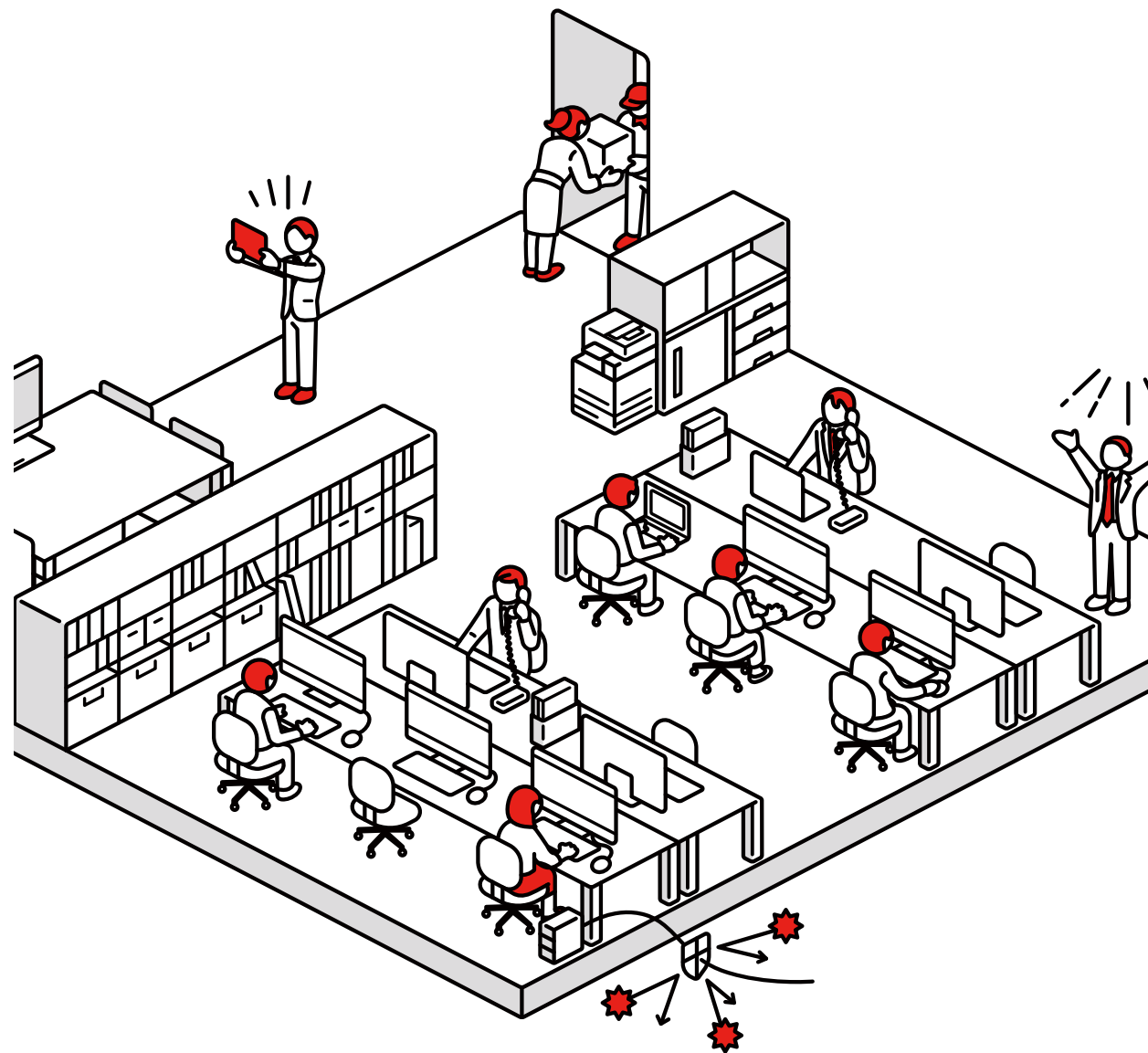
Business summary



中小企業の 課題を解決する パートナーへ

当社グループでは、オフィスに関するあらゆる課題をワンストップで解決し、お客様のニーズに応じて最適なお提案をさせていただきます。インフラであるインターネットの環境構築をはじめ、オフィスの電気・ガス等のコスト削減で、ライフラインの最適化をいたします。企業PRには欠かせない、ホームページの作成と運用、ニーズの高まるセキュリティ対策UTM※、情報端末導入やサポートを承っております。お客様の頼れるビジネスパートナーとして、オフィスのトータルサポートをいたします。

※UTMとは、Unified Threat Managementの略で、「統合脅威管理」の意味。複数のセキュリティ機能を1つに集約して運用するネットワークセキュリティ対策のこと。



事業概要

中小企業の課題解決をする3つの事業

オフィス光119事業

オフィスに快適なインターネット環境の実現を目指し課題を解決する事業

サービス内容

コストダウン

IT化促進

- ・中小企業向け光コラボレーション「オフィス光119」の提供
- ・高速プロバイダサービス「オフィスBB119」の提供
- ・インターネットサービス及び、コンテンツ、サポートサービスの提供

オフィス光
オフィス119

中小企業向け光回線サービス

オフィスBB
オフィスBB119

インターネット接続プロバイダ

Direct Service
ダイレクトサービス

オプションサービス

オフィスソリューション事業

エコロジー商材や、ライフラインサービスを通じ中小企業の課題を解決へ導くソリューション事業

サービス内容

エコソリューション

コストダウン

- ・LED照明を始めとするエコソリューション
- ・エネルギーコスト削減の電力小売取次

オフィスでんき。

電力小売取次サービス

LED蛍光灯

LED 照明

オフィスソリューション

IT化促進

利便性

- ・オフィスに必要なモノをお届けするオフィス用品通販

オフィス119番。

オフィスのお困りごと解決

たのめーる
Partner

オフィス用品通販

Webソリューション

IT化促進

営業支援

- ・レンタルホームページ「レン太君」を運営するWebソリューション

homepage
RENTAKUN

レンタルホームページサービス

ファイナンシャル・プランニング事業

お客様にあった保険を「来店型保険ショップ」にてアドバイスするプランニング事業

サービス内容

リスク管理

貯蓄性

事業継承

- ・来店型保険ショップ「みつばちほけん」を愛知県を中心に運営
 - ・保険会社18社の保険代理店
- ※「みつばち保険ファーム」6店舗 「みつばちほけん」1店舗（2018年11月現在）



あなたの保険を選べます

みつばち保険ファーム

保険えらび
といたら!

みつばちほけん

来店型ショップによる保険代理店

中小企業の抱える4つの課題

中小企業では様々な課題を抱えているが、リソースが少ないために手が回らず課題解決が進まない。

コストの課題

- 通信コスト
- ライフラインコスト
- ランニングコスト

営業力の課題

- 新規開拓力
- Web集客
- 営業の効率化

IT化遅れの課題

- IT知識の不足
- 電子化の未整備
- 自社ホームページの未開設

人材の課題

- 業務の効率化
- 人材育成
- 採用の課題



他社のリソースを頼りたいが、大手は中小企業を対象としていない場合が多い

▶ 中小企業の課題が解決されない

■出所:株式会社日本政策金融公庫総合研究所「2018年の中小企業の景況見通し」/中小企業庁「2018年版 中小企業白書」を元に当社作成。

中小企業の抱える課題の解決

中小企業にある様々な課題に対する解決策を提案。
顧客ニーズに適した商材ラインナップは初期費用をおさえ、ローコストで運用が可能。



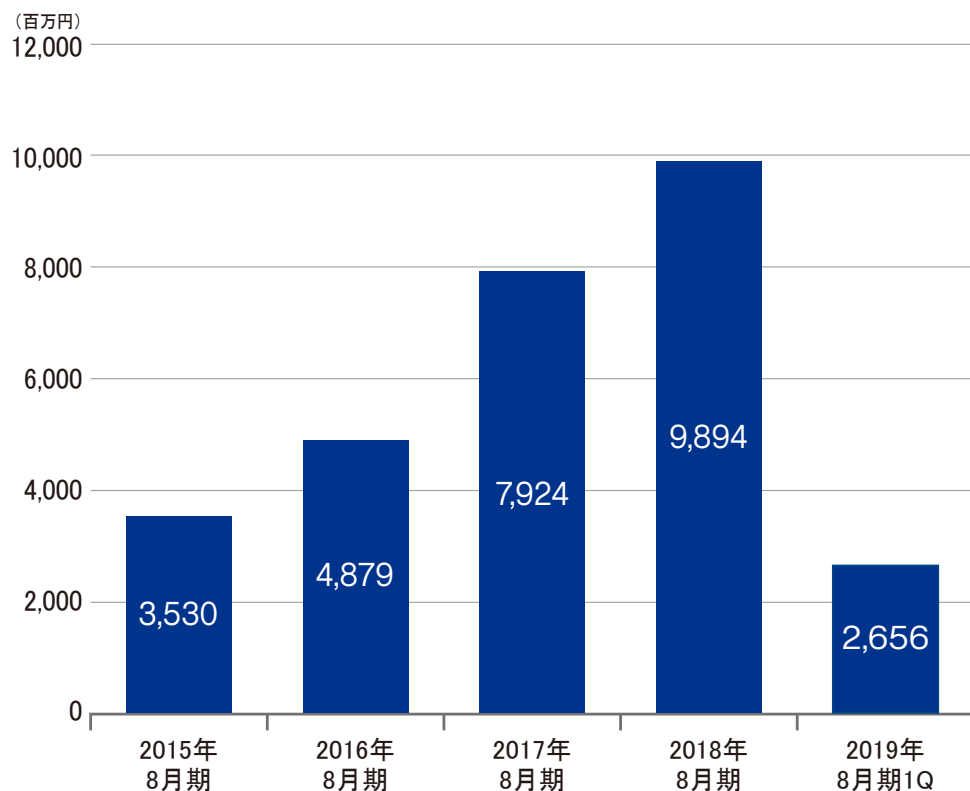
ライフラインを中心とした中小企業のサポートが強み → 中小企業は本業に専念できる

※MFPとは、多機能周辺装置(Multifunction Peripheral/Printer/Product)の略で主にプリンター複合機をさします。

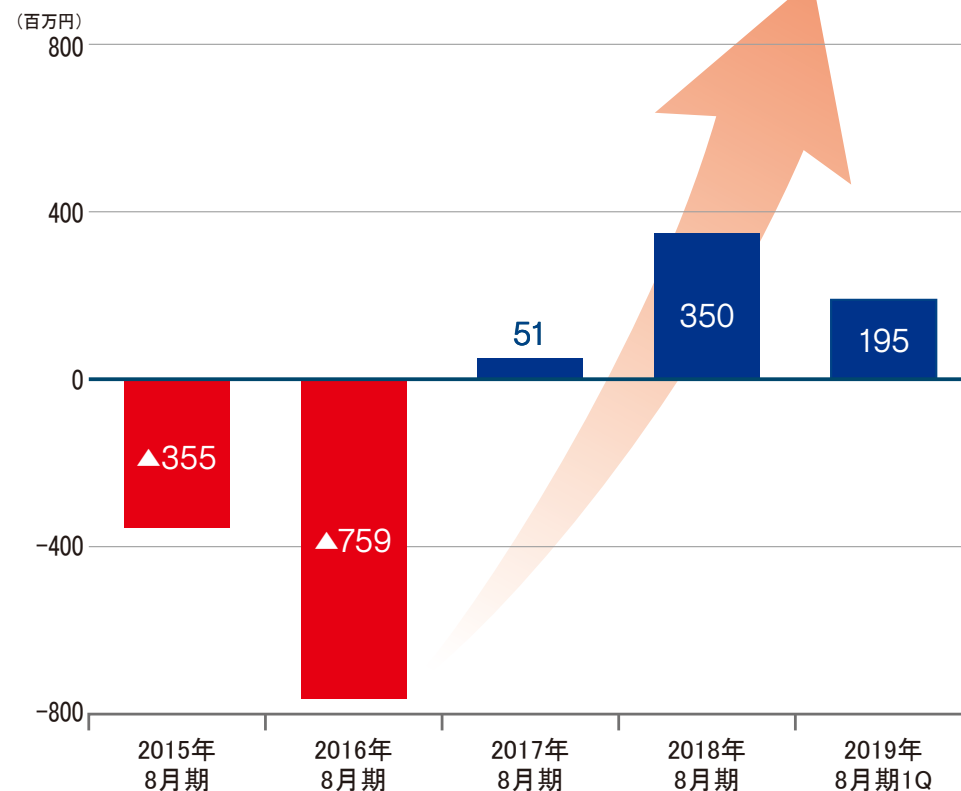
連結売上高・営業利益推移

成長フェーズに入り、売上・営業利益ともに順調に増加。

【売上高】



【営業利益】



投資フェーズ

成長フェーズ

投資フェーズ

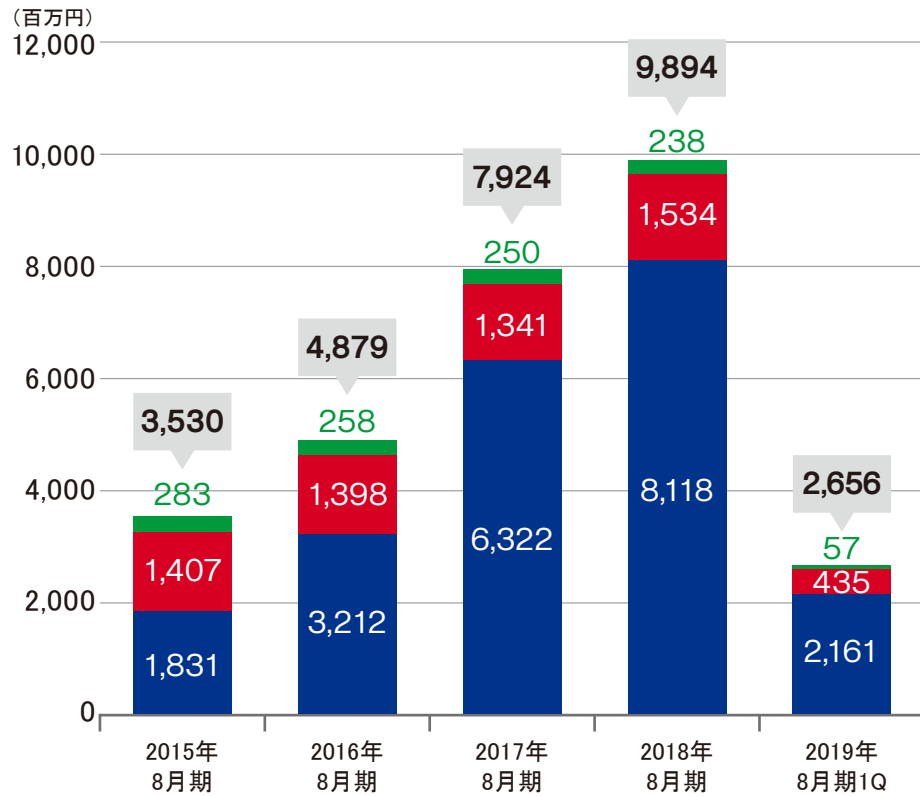
成長フェーズ

セグメント別連結売上高・営業利益推移

「オフィス光119事業」が全体の8割を占め、順調に売上拡大。
 今後は自社顧客に対して「オフィスソリューション事業」によるクロスセルを展開。

■ オフィス光119事業 ■ オフィスソリューション事業 ■ ファイナンシャル・プランニング事業

【売上高】



※売上高には、その他売上高および調整額を表示していません。

【営業利益】

(百万円)

セグメント別	2015年 8月期	2016年 8月期	2017年 8月期	2018年 8月期	2019年 8月期1Q
■ オフィス光119	▲56	▲588	106	398	125
■ オフィスソリューション	1	105	147	298	163
■ ファイナンシャル・プランニング	30	83	79	39	7
その他	5	6	6	6	2
調整額	▲336	▲365	▲287	▲393	▲104
合計	▲355	▲759	51	350	195

ビジネスモデル

NTT東日本・西日本から回線提供を受けて、主に中小企業向けに光回線サービスを提供。この顧客を基盤とし、ライフラインを軸としたサービスをクロスセル展開し、収益を拡大。



※売上比率は、2018年8月期の売上を元に算出しています。

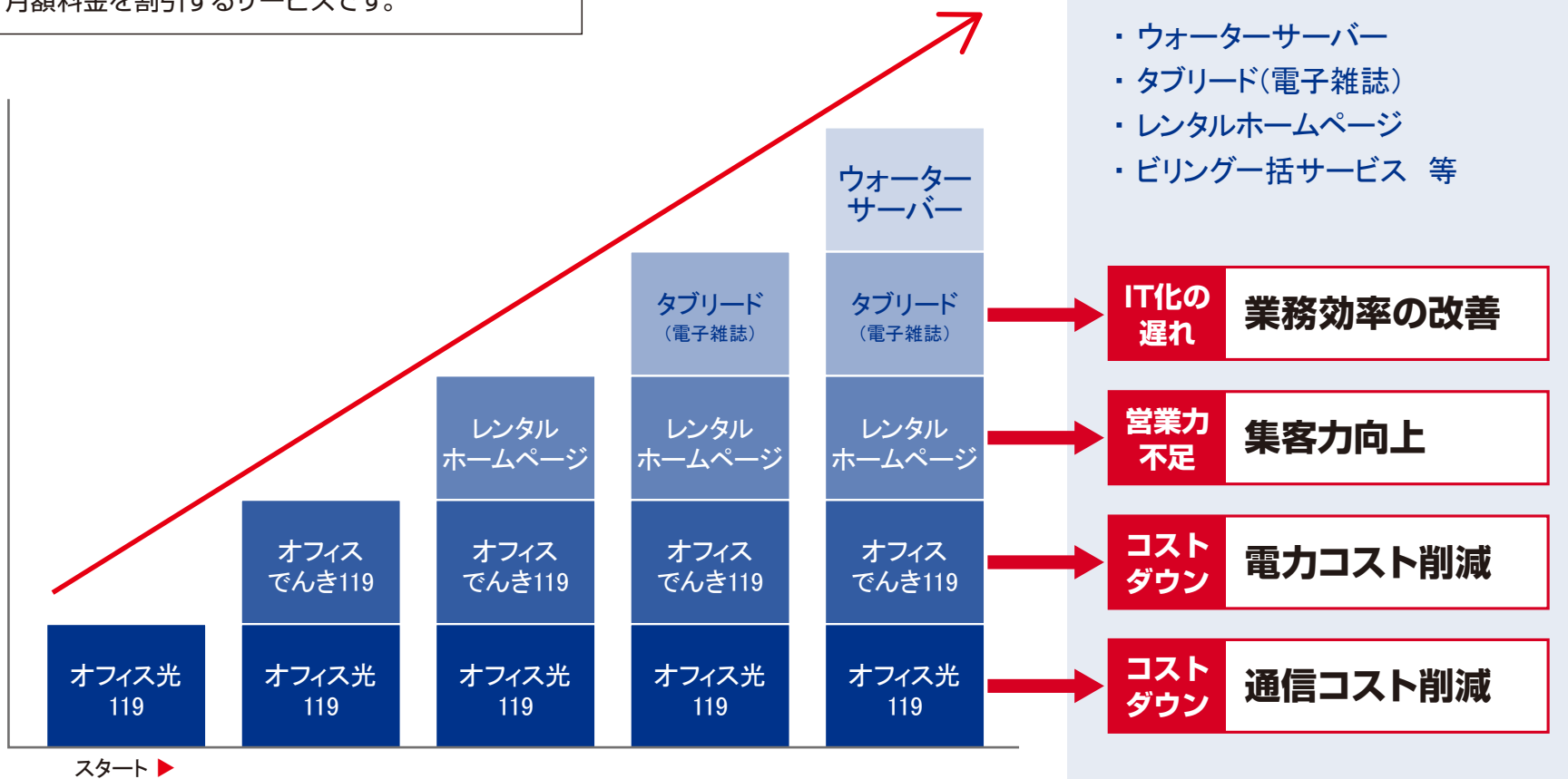
ストック収入モデル

顧客の課題解決ができる商材が多数あるため、ライフラインとのセット割とリテンション活動※により複数のストック商材が積み上がる。

セット割とは

オフィス光119と他サービスをセット加入すると月額料金を割引するサービスです。

契約サービス数



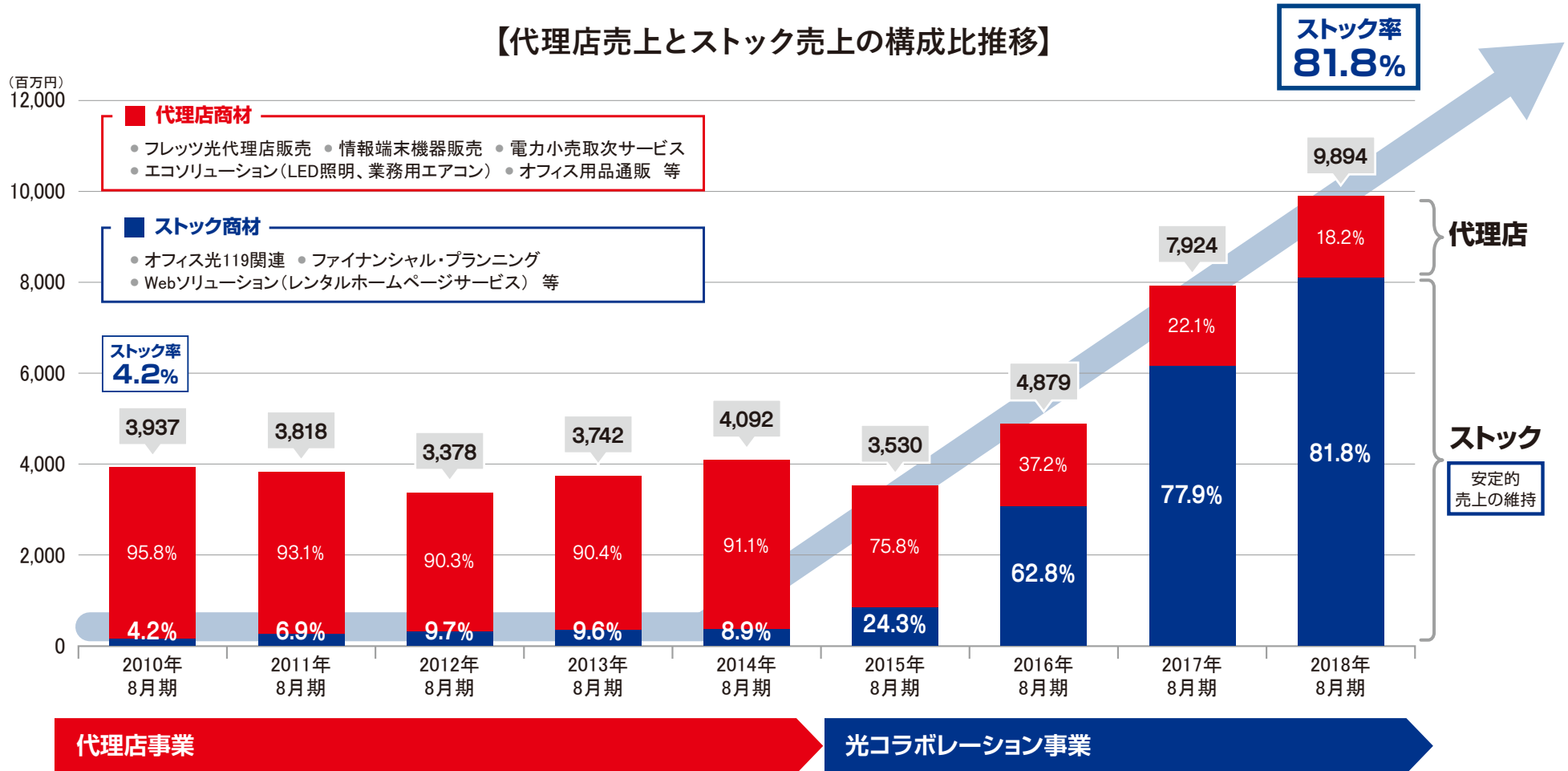
顧客の継続利用

※リテンション活動とは、既存顧客との関係を維持していくためのマーケティング活動のこと。

ストック売上比率の推移

2015年よりストック型ビジネスに移行。2017年8月期には売上全体の約8割がストック売上に。また売上も代理店事業に比べ増加し、引き続き安定成長が見込める。

【代理店売上とストック売上の構成比推移】

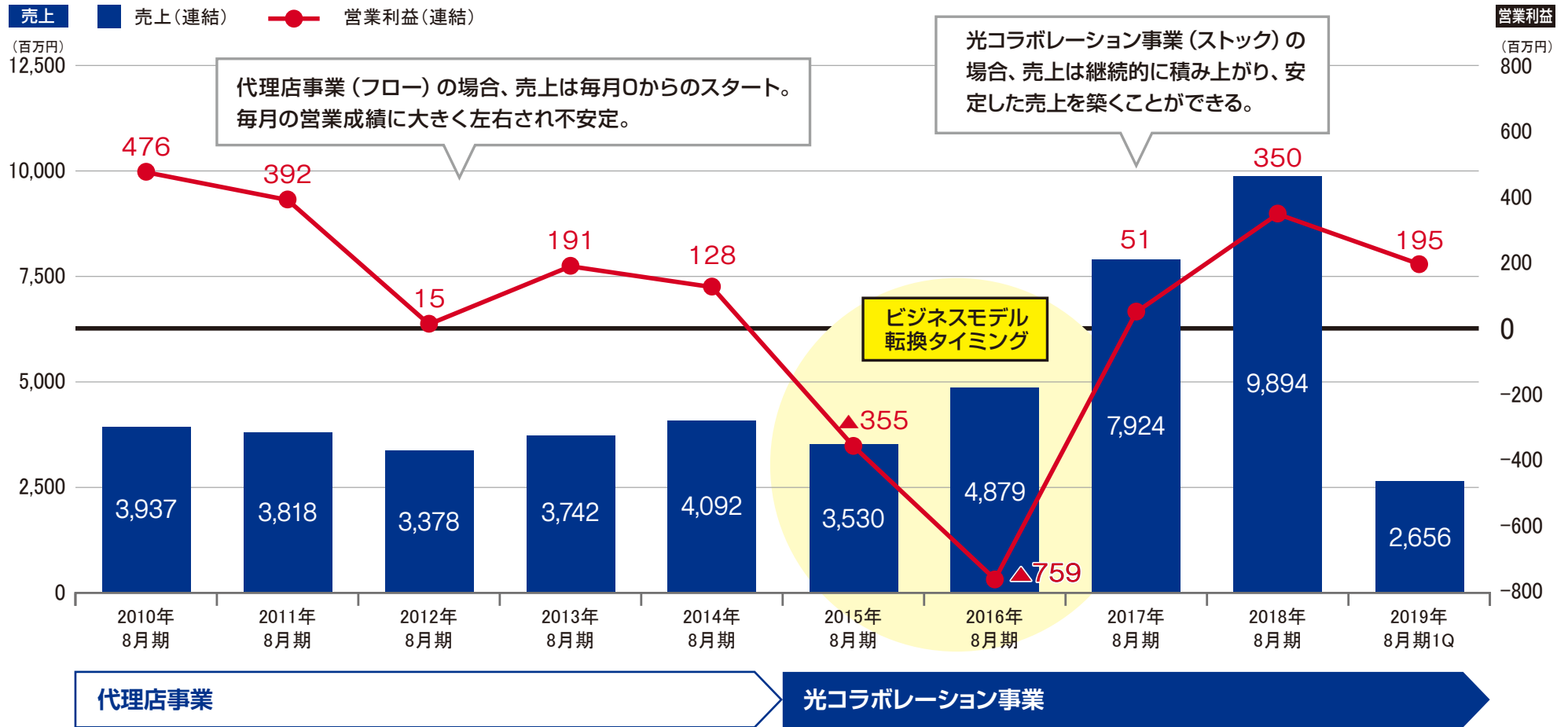


※グラフには調整額を表示していません。

ビジネスモデル転換前後の業績推移

将来を見据えてビジネスモデルの転換を図り一時的に利益減となったが、転換後2年で黒字化に成功し、安定成長を維持。

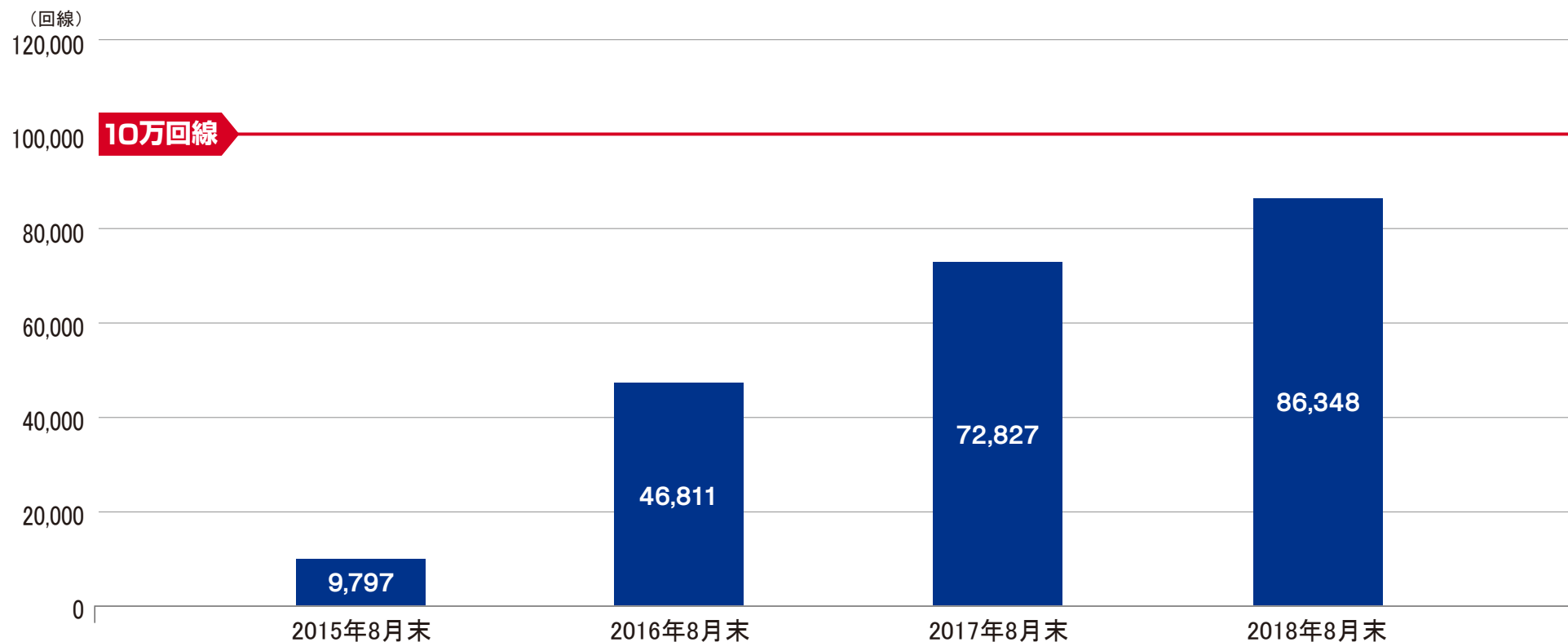
【転換前後の業績推移】



オフィス光119の契約保有回線数

2015年4月「オフィス光119」サービス開始から、安定的に契約保有回線数が増加。
今後も新規獲得と継続率の向上を図り、10万回線に迫る勢い。

【契約保有回線数】





当社の強み

Unique selling proposition



6つの強み

強み ①

100万契約の顧客基盤

強み ②

高い継続性

強み ③

コールセンターによるデータ蓄積力

強み ④

自社顧客^{※1}10万契約へのCRM^{※2}

強み ⑤

顧客ニーズに応えたサービス開発

強み ⑥

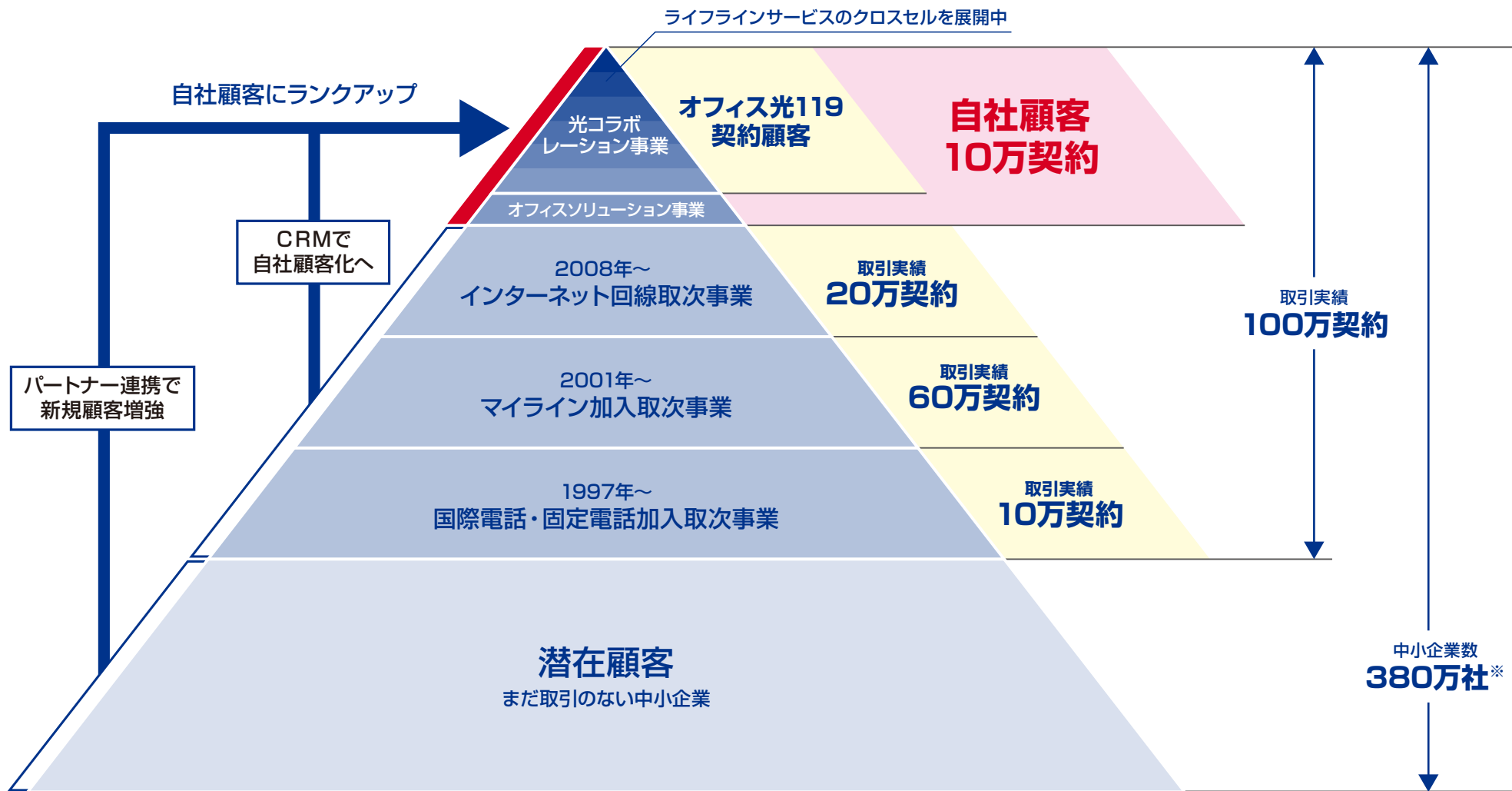
工事業者の全国ネットワーク

※1 自社顧客:ストック商材の利用または、情報端末導入の顧客。

※2 CRMとは、Customer Relationship Managementの略。顧客や市場からのさまざまな情報を取り込み、取り込んだ情報を多様な目的で分析・利用できるようデータベース化して、企業の経営戦略に活用する手法。

強み① 100万契約の顧客基盤

設立以来積み上げた中小企業との取引実績が100万契約。



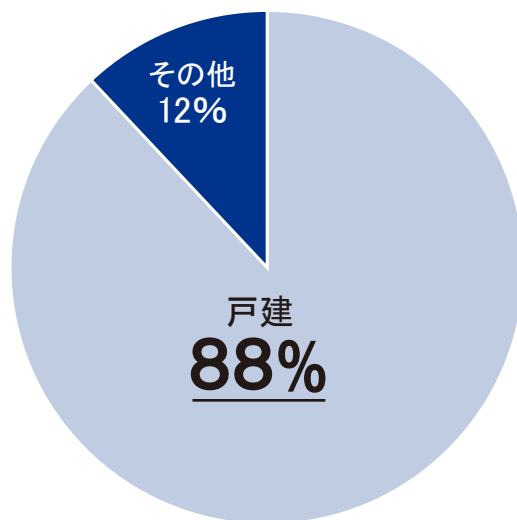
※出所: 中小企業庁 中小企業・小規模事業者の数等(2014年7月時点)の集計結果

強み② 高い継続性

大半の顧客が長期利用に適した環境かつ複数のサービスを利用し、高い利用継続率を実現。

長期利用に適した環境

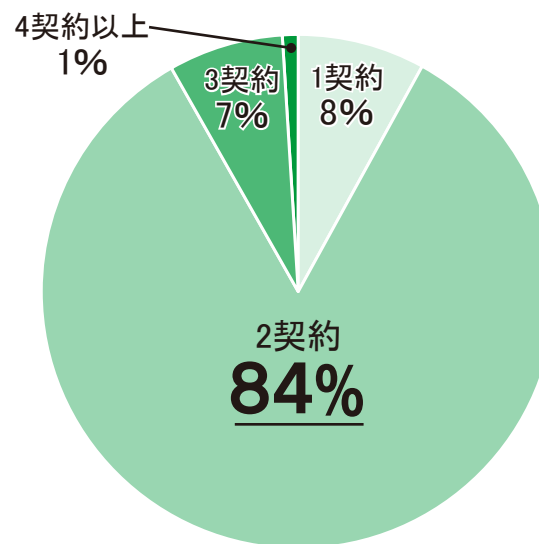
【建物別シェア率】



契約数の88%が戸建プランを利用。戸建は自己所有が多く移転が少ないため、長期利用が見込める。

複数契約による定着化

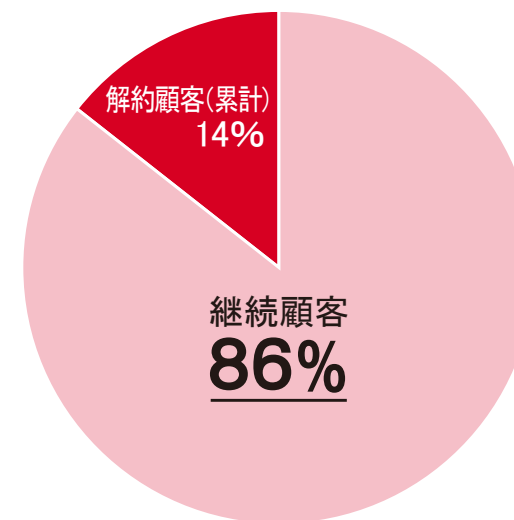
【契約サービス数構成比】



オフィス光119をはじめとした、2契約以上の顧客は92%。顧客との良好な関係が構築され複数契約に繋がっている。

高い継続率

【顧客継続率】※1

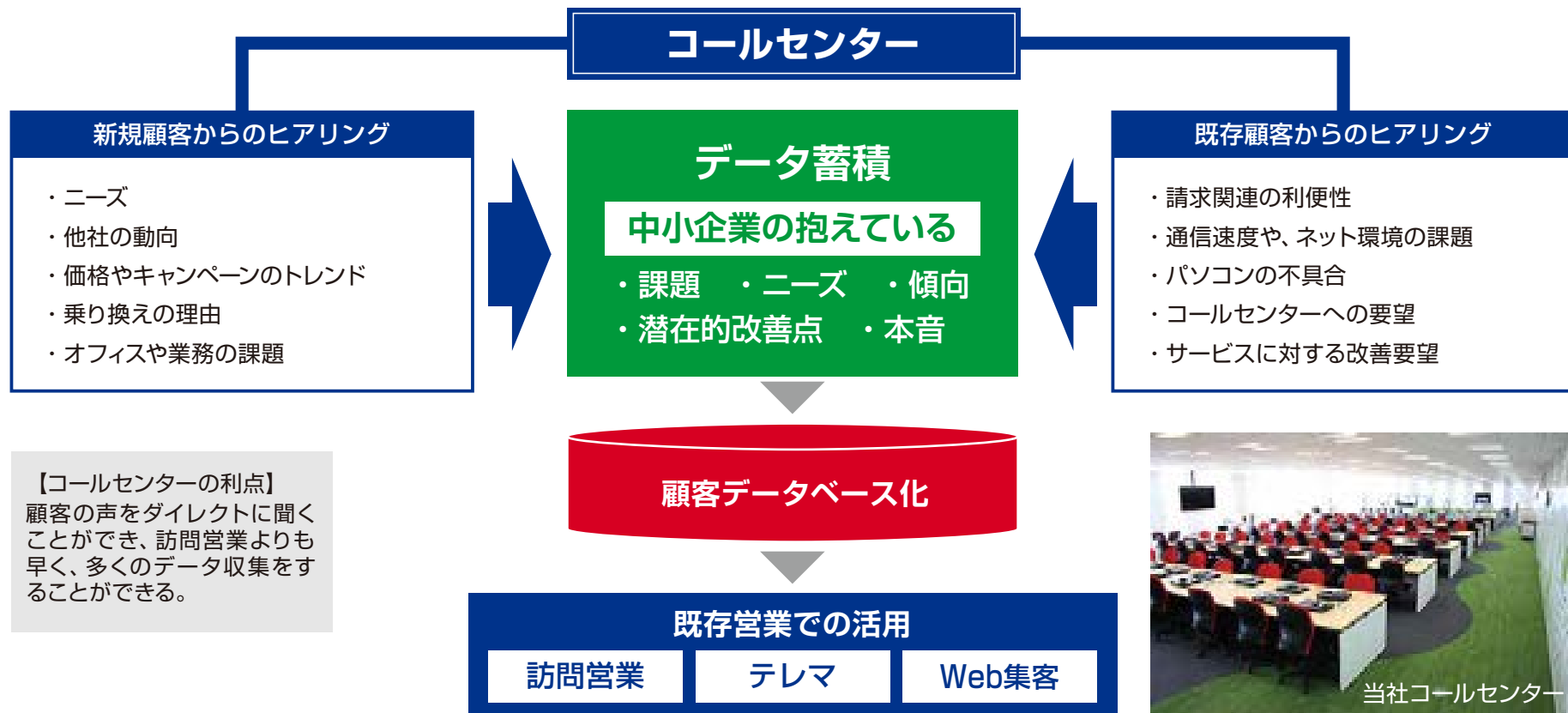


オフィス光119は継続率が86%。また、月次の解約率は0.7%と安定しており、継続利用に繋がっている。

※1 ■継続率=保有件数÷累計獲得件数 ■解約率=該当月の解約数÷該当月の保有件数
※ データは全て2018年10月時点

強み③ コールセンターによるデータ蓄積力

自社運営のコールセンターにて、顧客の課題を即時にキャッチアップ。
顧客データを蓄積・更新し、クロスセルに展開。

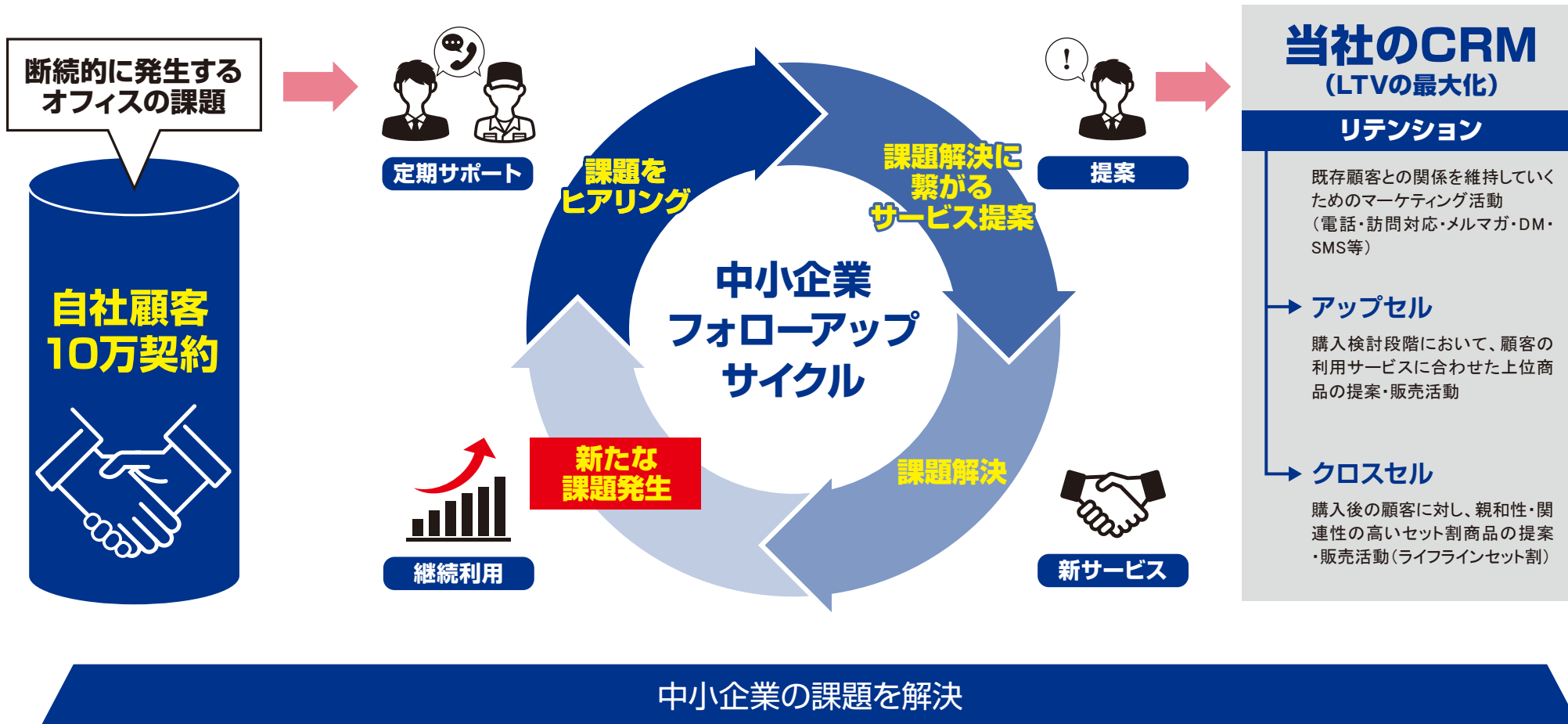


コールセンターで「顧客データが蓄積される」ことが大きな強み

強み④ 自社顧客10万契約へのCRM

3 当社の強み

自社顧客10万契約のデータベースを活用し、定期的なサポート・ヒアリングで関係を強化。
中小企業の課題解決に向けたCRMで、LTV*を最大化。



※ LTVとは、Life Time Value(ライフ タイム バリュー)。一人または一社の取引先が、取引開始から終了までのトータル期間中に企業に対してもたらす総利益。

強み⑤ 顧客ニーズに応えたサービス開発

顧客からの課題やニーズをもとに、ユーザビリティの高いサービスを開発。
課題解決に伴う、顧客との関係強化により継続利用を実現。

自社サービス「タブリード」開発の場合

タブリードとは 「タブレット」×「電子雑誌」

商用利用可能なタブレット版電子雑誌 月額読み放題のレンタルサービス



<p>潜在ニーズの追求</p> <p>悩み</p> <p>接客業の待合スペースは雑誌の課題が多数</p>	<p>多様な雑誌コストがかかる…</p> <p>雑誌が多く置き場がない…</p> <p>毎月新刊購入するのが手間…</p>	<p>コスト削減で利益創出</p> <p>ペーパーレスで空間の有効活用</p> <p>自動更新で効率化</p>	<p>企画にマッチングした アライアンス先選定</p> <p>機能を連想させる サービス名決定</p> <p>充実したラインナップを揃える</p>	<p>サービス完成</p>	<p>顧客へ提供</p>	<p>課題解決し満足度向上</p>
--	---	---	---	----------------------	---------------------	-------------------

※タブリード：1,000冊以上が1契約で閲覧可能な、タブレット版電子雑誌読み放題サービス

強み⑥ 工事業者の全国ネットワーク

3 当社の強み

100社超の工事業者ネットワークにより、インターネットや接続機器に関するトラブルに全国で対応が可能。



47都道府県に技術者を派遣

全国展開

100社を超える工事業者ネットワーク。*

即日対応可

各地方に工事業者の拠点があり、即日対応が可能。

端末機器への広い対応力

ビジネスホンのトラブル対応実績多数あり。ほぼ全てのメーカー製品に対応可。

業務改善サイクル

技術者からのフィードバックによるデータ蓄積と、迅速な社内改善サイクルでトラブルを未然に防止。

*当社拠点のある関東エリア・東海エリア・広島・福岡・北海道では、当社スタッフが直接訪問対応が可能。その他エリアについても提携工事業者が迅速に対応。



市場動向

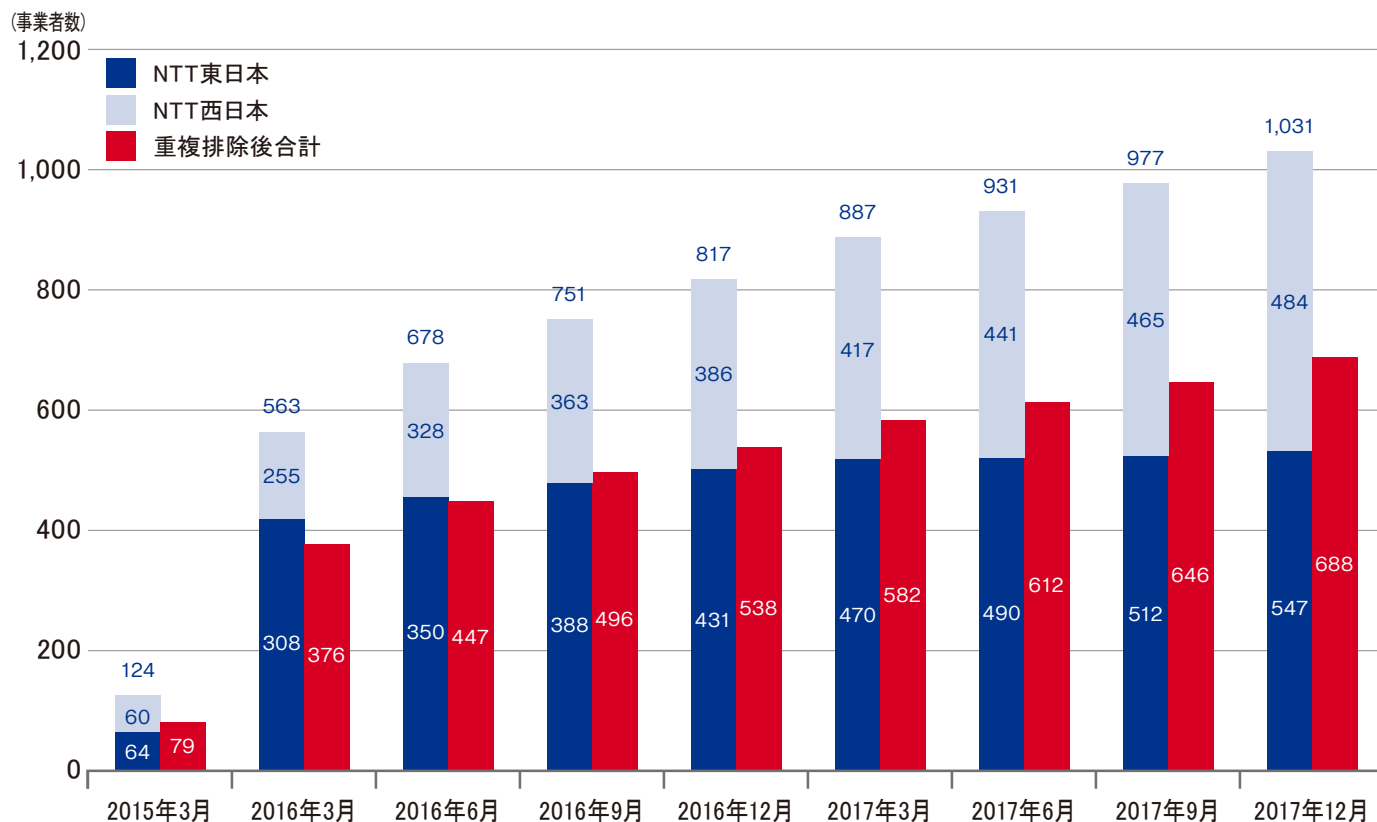
Market trend



市場動向 (光コラボレーション事業者の推移)

光コラボレーション事業者数は年々増加しているが、上位18事業者で全体の9割以上の契約数シェアを占めており、新規参入事業者が増えたとしても影響は少ない。

【サービス卸の卸先事業者数】



■ 出所: 総務省総合通信基盤局「平成30年度版 NTT東日本・西日本による光回線の卸売サービスの事業者変更について」

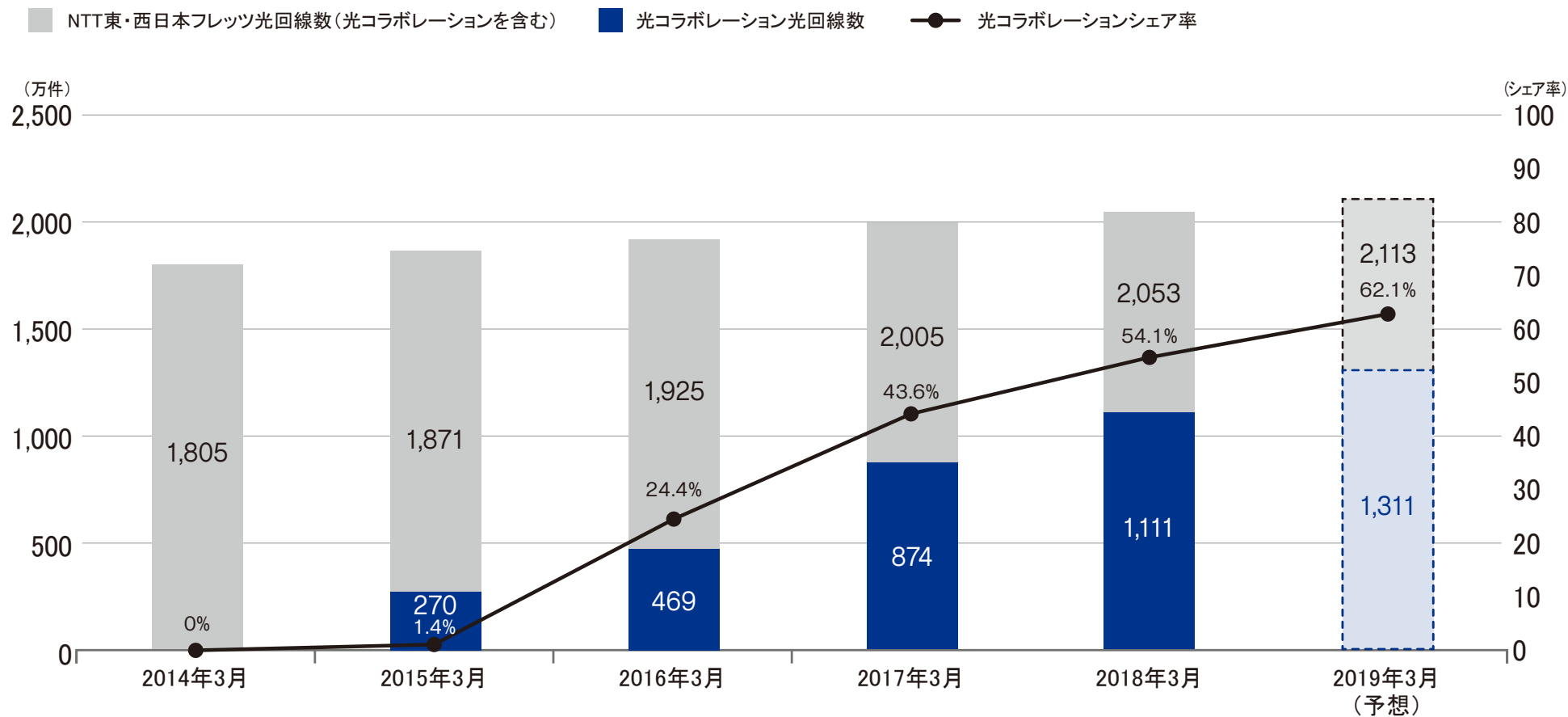
上位18事業者^{※1}
で卸契約数全体の
90%以上
を占めている^{※2}

※1 上位18事業者は保有契約数が3万以上の事業者
※2 電気通信事業報告規則に基づくNTT東日本・西日本からの報告

市場動向 (NTT光回線市場)

光コラボレーション契約数は堅調に推移。

【光コラボレーション契約数の推移】

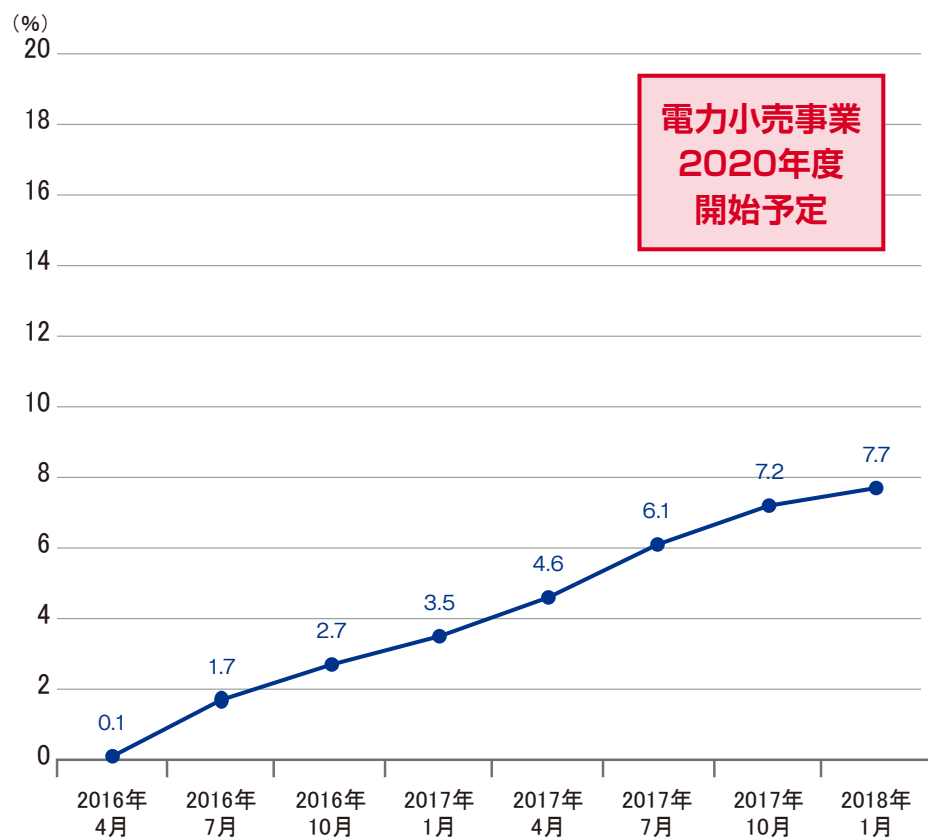


■ 出所: 2014~2018 日本電信電話「財務概要」/2019 日本電信電話「2018年度第1四半期決算補足資料」

市場動向 (電力小売・宅配水市場)

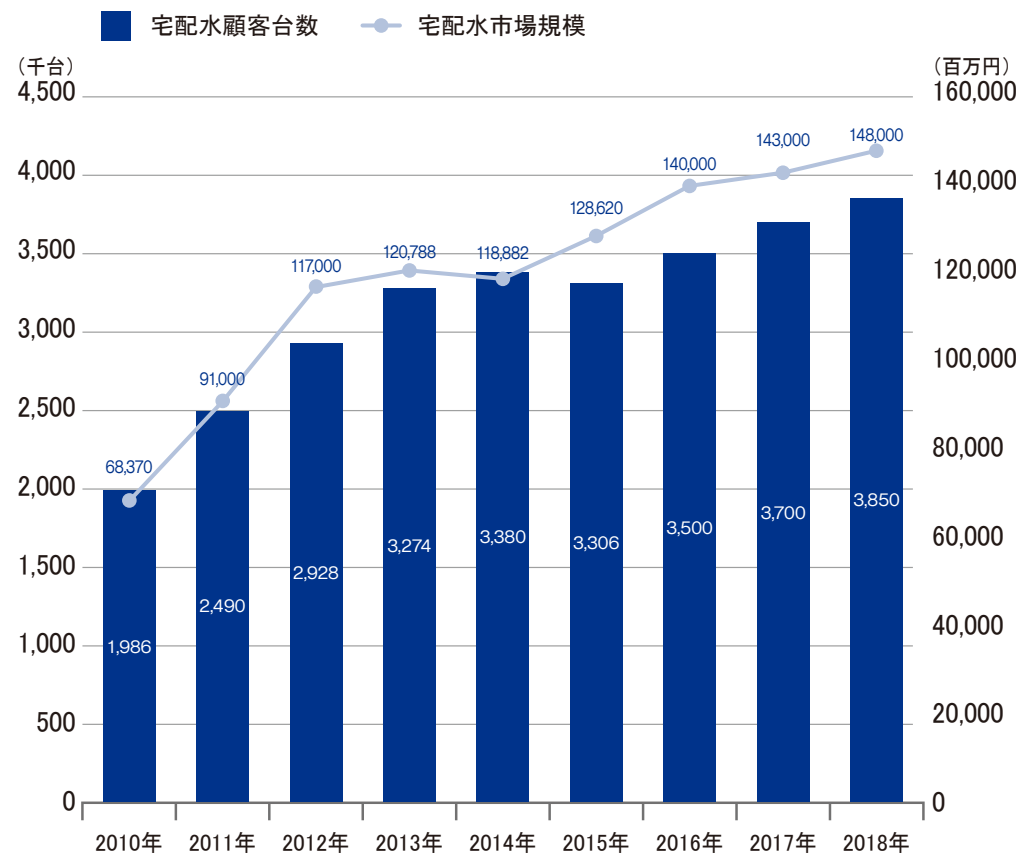
電力自由化開始から市場は拡大傾向。宅配水は今後も需要の伸びが見込める。

【新電力のシェア推移】



■ 出所: 経済産業省「2018年7月 電力小売全面自由化の進捗状況について」

【宅配水顧客台数・市場規模推移】

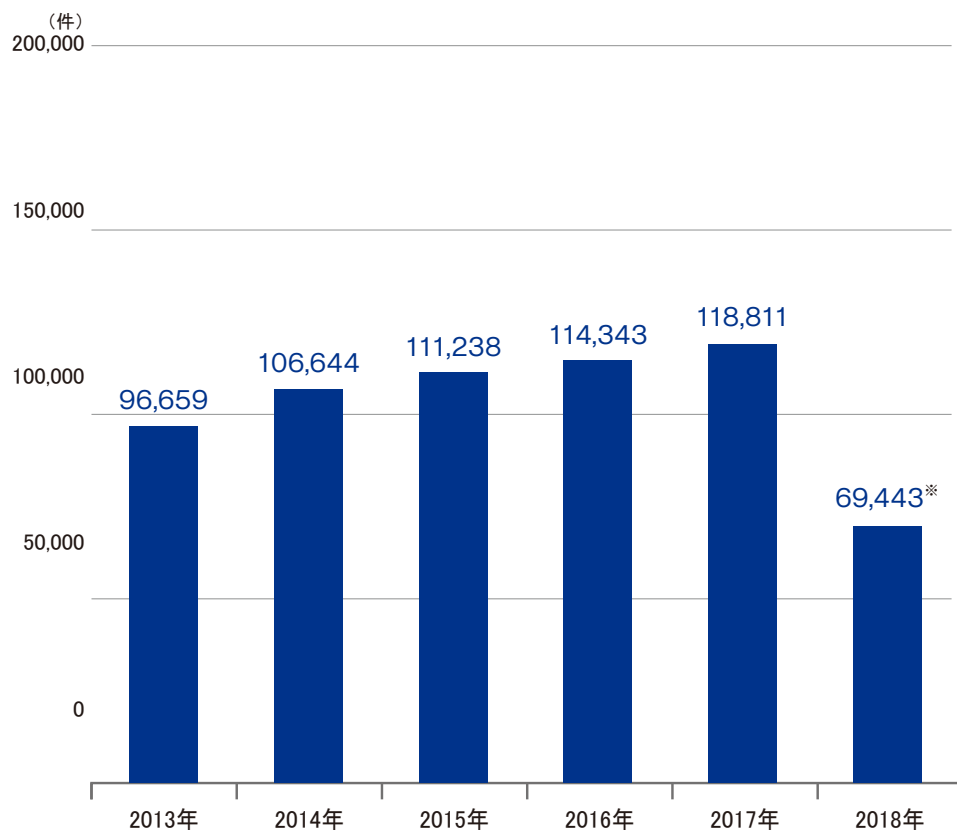


■ 出所: 日本宅配水&サーバー協会「日本市場の宅配水業界推定規模」

法人設立登記数と当社ターゲット層の割合

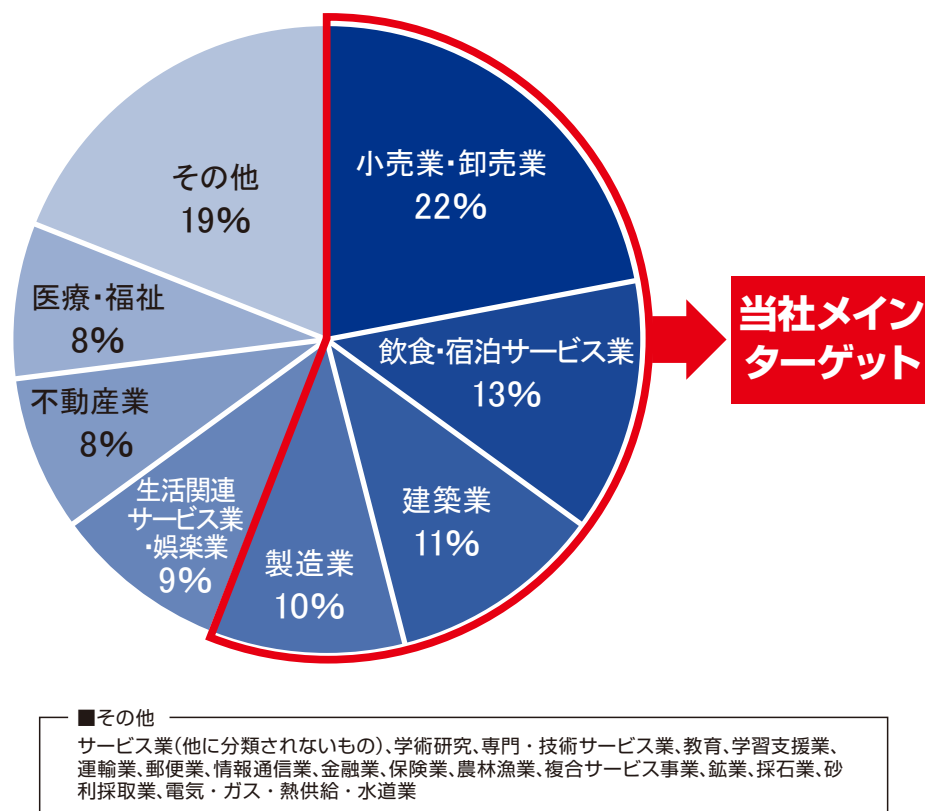
日本の法人設立数は毎年増加傾向。
 当社のメインターゲットは全体の約56%を占めているため、潜在顧客の裾野が広い。

【法人設立件数推移】



■ 出所: 法人設立数登記数 法務省「2017年度版 登記統計 統計表」
 ※2018年度は1~7月までのデータ

【業種別企業数の割合】



■ 出所: 業種別企業数の割合 政府統計の総合窓口(e-Stat)「平成28年度版 経済センサス活動調査」
 ※全法人に対する業種別割合



成長戦略

Growth strategy



3つの成長戦略

成長戦略 ①

100万契約顧客へのクロスセル戦略

成長戦略 ②

顧客ファン化構想

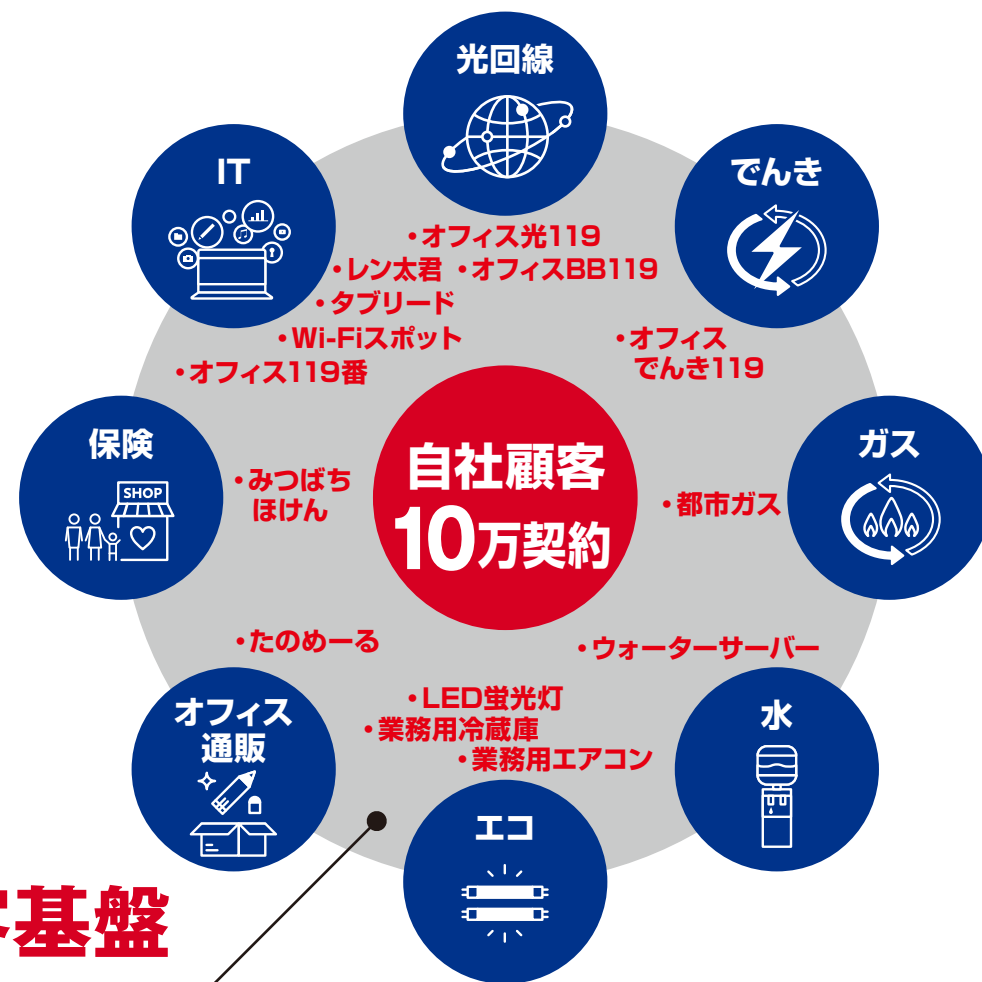
成長戦略 ③

新規パートナー開拓による
販売チャネルの拡大

成長戦略① 100万契約顧客へのクロスセル戦略

100万契約の顧客に対し、コスト削減が見込める、光回線をはじめとしたライフラインサービスを拡充。親和性の高いサービスを展開することで効率的なクロスセルが可能。

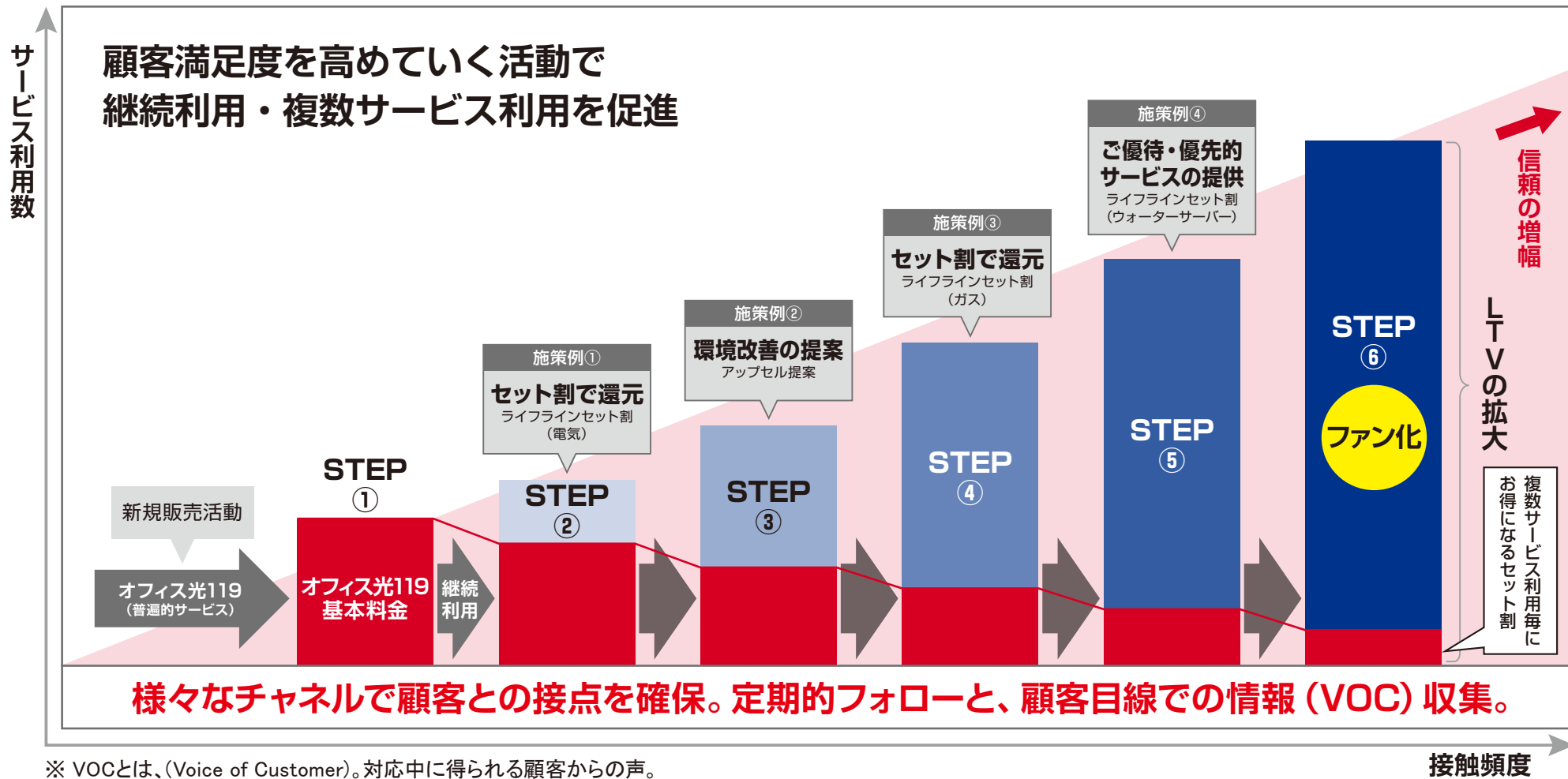
中小企業の課題解決に繋がる
サービスのクロスセルで
自社顧客数の増加を図る



100万契約の顧客基盤

成長戦略② 顧客ファン化構想

顧客に寄り添ったCRMで、長期的な関係を構築。
サービス利用数・接触頻度を増やすことで、顧客のファン化を図る。



成長戦略③ 新規パートナー開拓による販売チャネルの拡大

販売チャネルを拡大することで、土台となるオフィス光119の顧客数を増やし、ストック収入増加に繋げる。

販売チャネルの拡大

×

営業リソースの増強

=

ストック収入の増加
(顧客数の増加)

多くのパートナーを開拓・拡大することで「**加速的な成長**」を実現する



ビジネスパートナー
(販売代理店)

Web集客

当社リソース

現在

社外
リソースの
拡大

社内リソースの
強化・拡充

アライアンス (再卸)
パートナーの開始

ビジネスパートナー
(販売代理店)
の拡大

Web集客拡大

+ 商材強化

+ 採用強化

+ 社員教育強化

当社リソース

将来

・セールスサポート体制
・ノウハウの提供

リソースの拡大・利益の共有
ビジネスの共有

異業種とのアライアンスを構築
(不動産業、地元の名士、等)

パートナーブランドとして提案

良質な外部パートナーとの
タッグで継続的な事業拡大

当社ブランドを提案

チャネルと人員の拡大

当社ブランドを提案

契約顧客

アライアンス
パートナー
顧客

ビジネス
パートナー
顧客

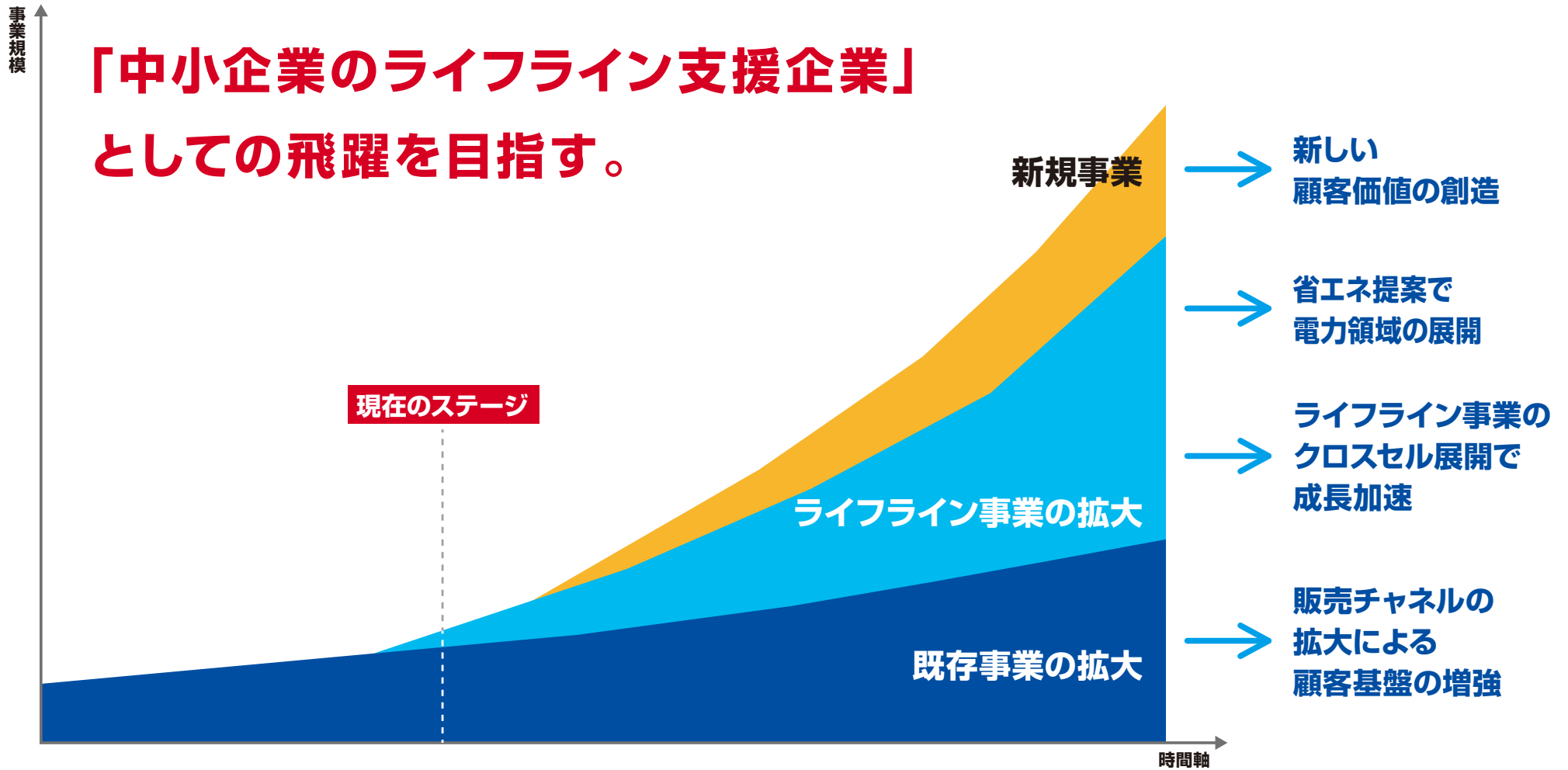
当社顧客

安定したストック収入を確立

中長期成長イメージ

既存事業の顧客基盤を土台にライフライン事業を拡大し、安定成長をつづける。

**「中小企業のライフライン支援企業」
としての飛躍を目指す。**





中小企業の課題を解決するパートナーへ



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

