



2021年12月期 通期
決算説明資料

株式会社ワイヤレスゲート
(証券コード：9419)



- 1 当社について**
- 2 通期連結決算の概要**
- 3 2022年度の成長戦略及び取り組み状況**
- 4 2022年12月期 通期連結業績予想**
- 5 参考資料**



1

当社について

WIRELESS GATE

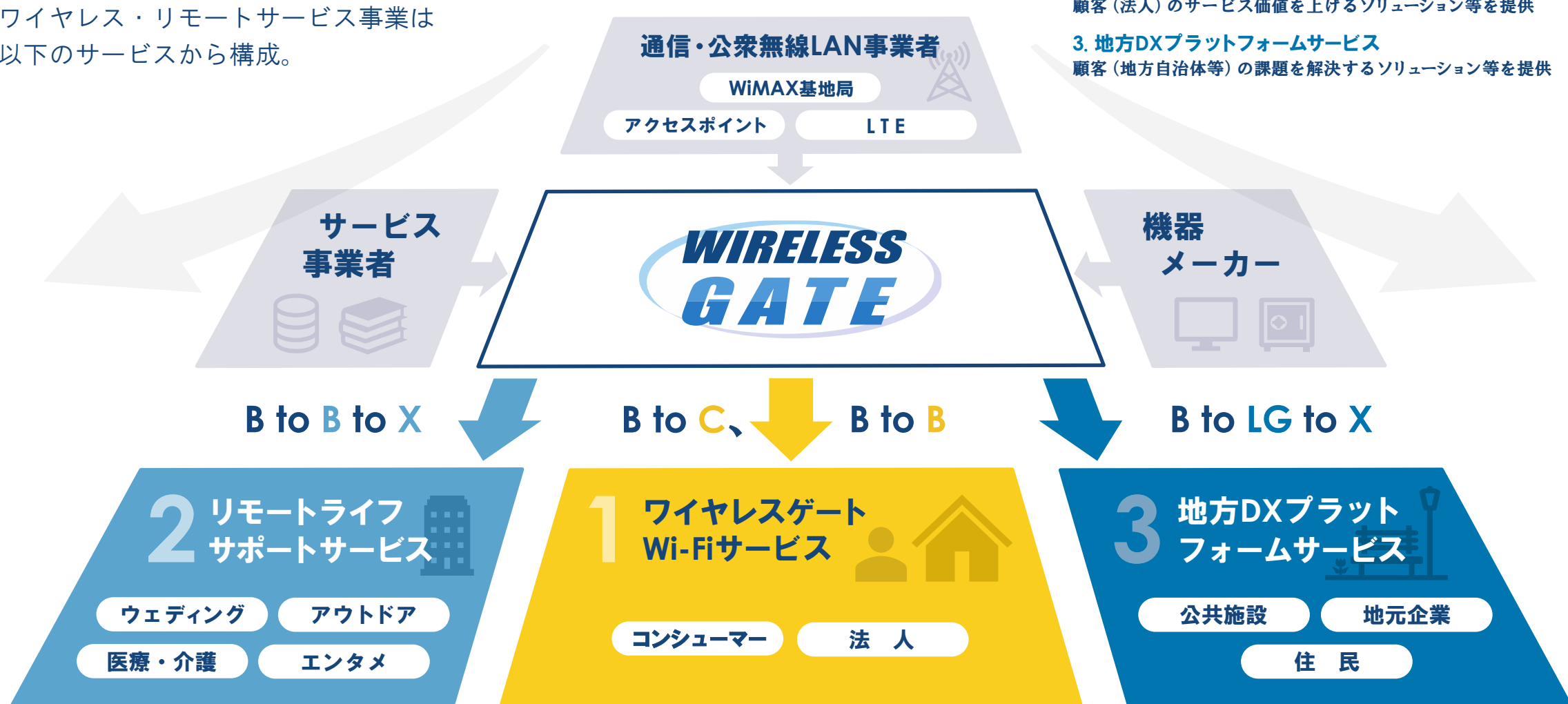
ワイヤレス・ブロードバンドサービスを通じて
より**創造性あふれる社会**の実現を目指す



リモートライフ時代の
ソリューション・ディストリビューターになる

ワイヤレス・リモートサービス事業の構成

ワイヤレス・リモートサービス事業は以下のサービスから構成。



1. ワイヤレスゲートWi-Fiサービス

通信サービス等を顧客（個人・法人）に直販・代理店等を通じて提供

2. リモートライフサポートサービス

顧客（法人）のサービス価値を上げるソリューション等を提供

3. 地方DXプラットフォームサービス

顧客（地方自治体等）の課題を解決するソリューション等を提供



2

通期連結決算の概要

エグゼクティブ・サマリー

- ① 2021年3月に発足した新経営体制の下、**原価改善施策**及び**新商品開発**による**プロダクトミックス改善**により、売上総利益増加など事業変革を進めました。
- ② 更には、積年課題だった新規販路においても、**EC販路**、**法人販路**、**自治体販路**などの**販路開拓**を進め、成長戦略への足がかりを築きました。
- ③ 一方、第4四半期のフォン・ジャパン株式会社（FON社）の私的整理のおそれに伴う一時的費用計上等により、親会社に帰属する当期純損失388百万円となりましたが、成長戦略実行により来期は**回復見込**です。

通期連結決算 業績概要

売上高、営業利益、経常利益、親会社に帰属する当期純利益は未達。一方、売上総利益は前年比増加。

(単位：百万円) ※百万円未満、0.1%未満は切り捨て	2020/12期 通期実績	2021/12期 通期実績	前年同期比較		2021/12期 通期	
			増減額	増減率	通期予想	達成率
売上高	10,745	9,776	△969	△9.0%	10,313	94.8%
売上総利益	3,462	3,664	202	5.8%	-	-
売上総利益率	32.2%	37.5%	-	-	-	-
営業利益	71	△283	△355	-	46	-
経常利益	61	△337	△399	-	44	-
親会社に帰属する 当期純利益	△139	△388	△249	-	55	-

通期連結決算 ハイライト

原価改善と商品開発で
「収益基盤」を強化 P.10

- 1 売上総利益率が前年比で+5.3%の大幅改善
37.5% (前期売上総利益率 32.2%)
- 2 周辺商品（高粗利率）が売上高に貢献
 - ウィルスバスター
 - ワイヤレスゲート Wi-Fi+ スマホ保険付き
 - ピカプロDX

FON社の私的整理に伴い
最終赤字 P.15

- 1 フォン・ジャパン株式会社（FON社）業績不振に伴う私的整理のおそれに伴う一時費用331百万円計上等により
388百万円の親会社に帰属する当期純損失

通期連結決算 ハイライト

原価改善と商品開発で
「収益基盤」を強化 P.10

- 1 売上総利益率が前年比で+5.3%の大幅改善

37.5 % (前期売上総利益率 32.2%)

- 2 周辺商品（高粗利率）が売上高に貢献

- ウィルスバスター
- ワイヤレスゲート Wi-Fi+ スマホ保険付き
- ピカプロDX

FON社の私的整理に伴い
最終赤字 P.15

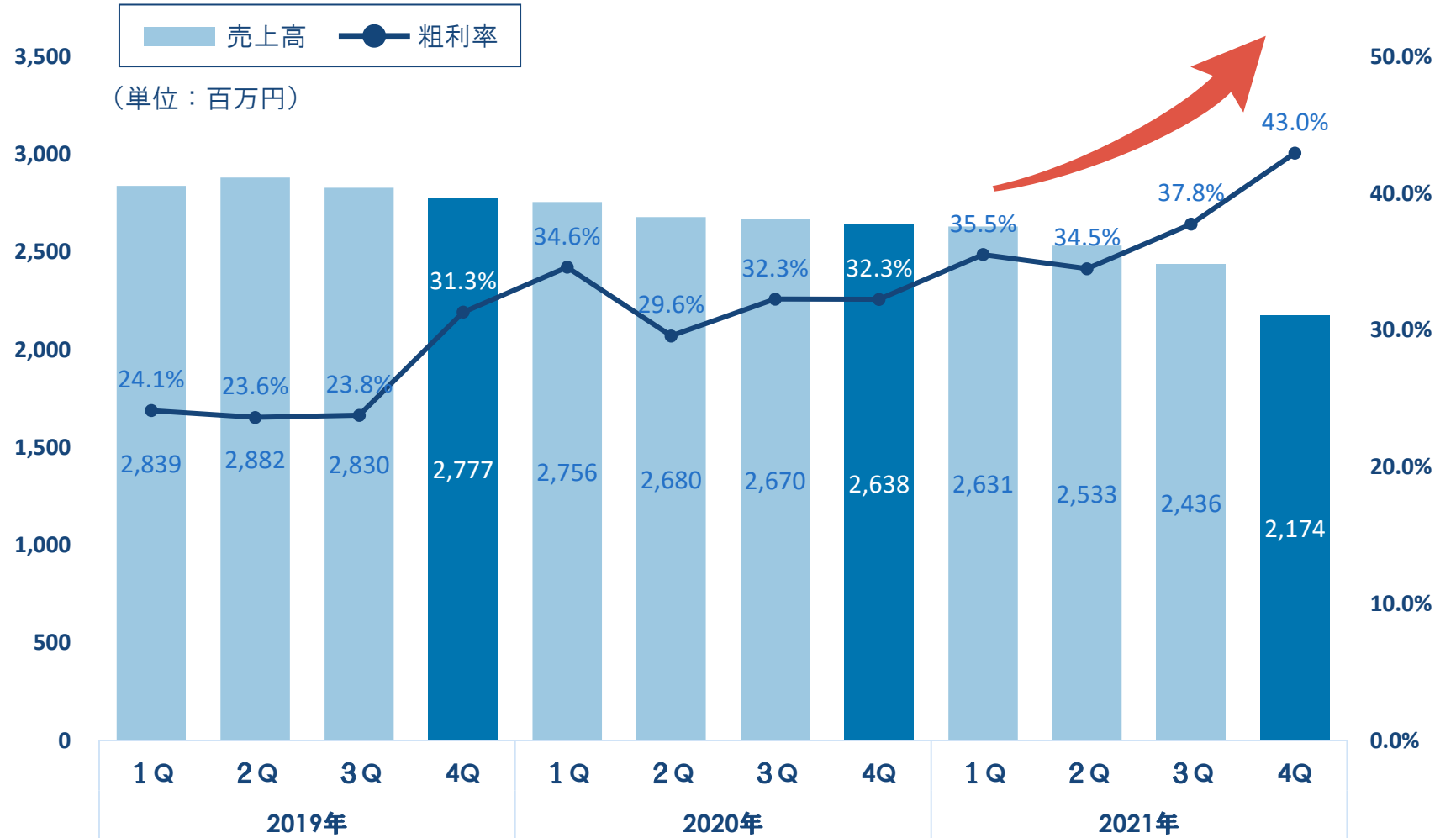
- 1 フォン・ジャパン株式会社（FON社）業績不振に伴う私的整理のおそれに伴う一時費用331百万円計上等により

388百万円の親会社に帰属する当期純損失

売上高（連結） 四半期推移

第4四半期の売上低迷要因はWiMAX会員減少とFON社の影響。

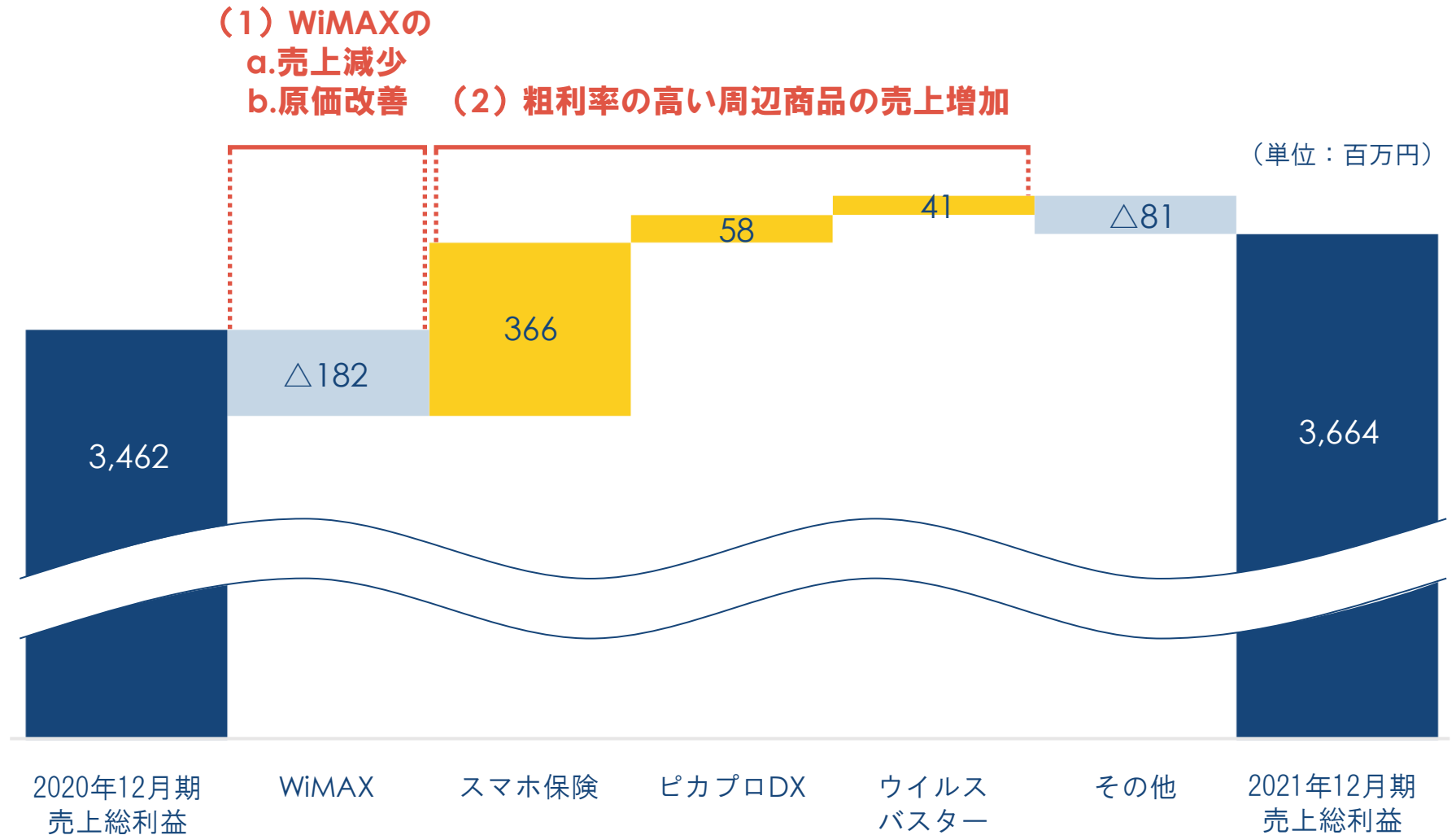
一方、第4四半期の売上総利益率（粗利率）上昇の要因は粗利率の高い商品の売上比率を高めたこと等のため。



売上総利益（連結） 増減要因

前年比で売上高が減少した一方、売上総利益が増加した理由は、

(1)主力商品WiMAXの（原価改善施策に関わらず）売上減少に伴い売上総利益は減少したものの、(2)粗利率の高い周辺商品の売上拡大により、売上総利益を押し上げたため。



売上総利益（連結） 増減要因

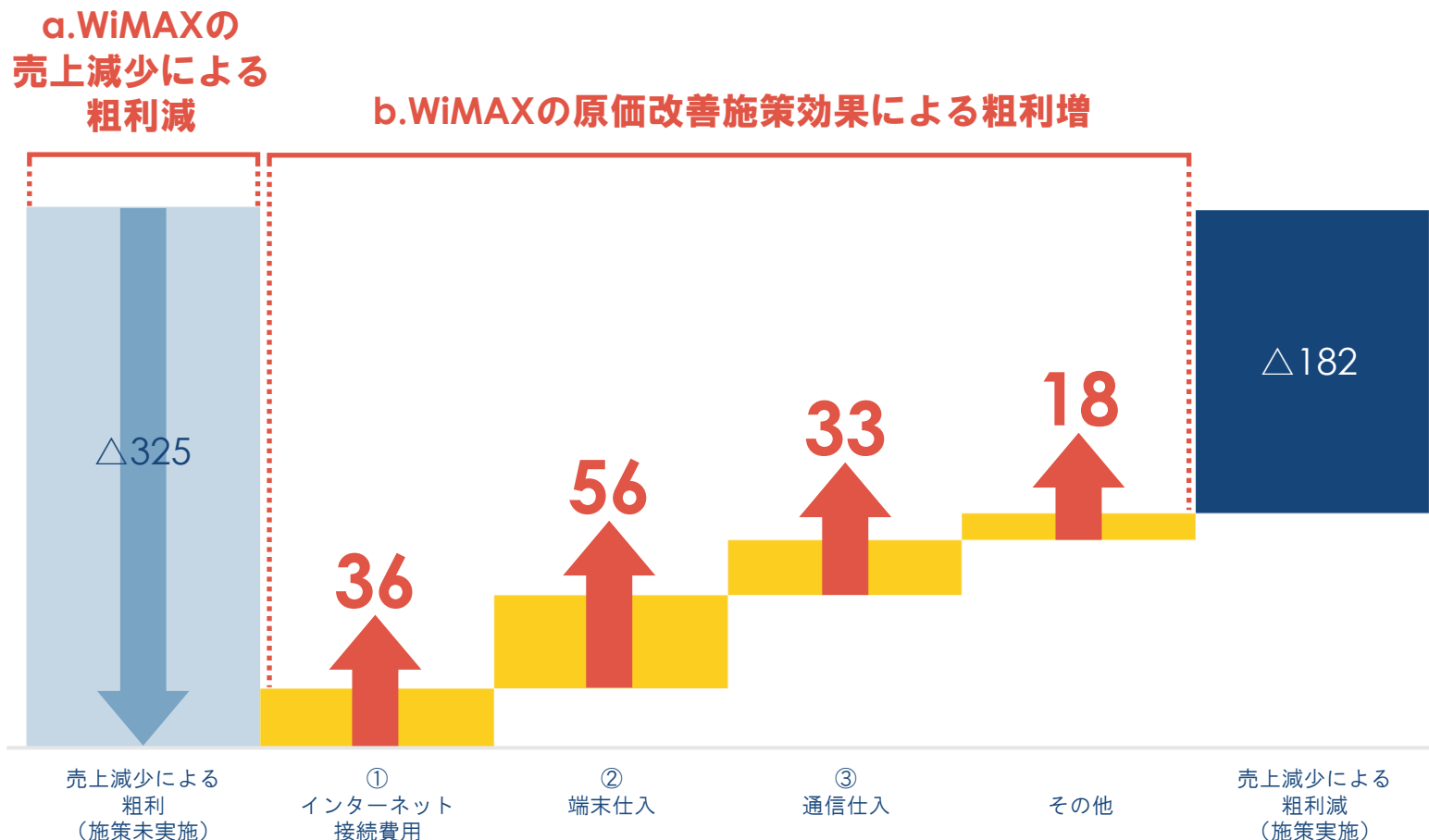
(1) WiMAXのa.売上減少、b.原価改善

WiMAXの売上減少による売上総利益の減少額は、原価改善施策によって182百万円となった。（原価改善施策未実施の場合、減少額は325百万円）。

主な原価改善施策：

- ①インターネット接続費用削減：
恒常的な原価削減効果
- ②端末仕入削減：
売上に変動する原価の削減効果
- ③通信仕入削減：
獲得件数拡大へ通信キャリアの取組に連動する原価削減
(時期によって変動)

WiMAXの原価率は良化し、
収益基盤は改善しつつある。



売上総利益（連結） 増減要因

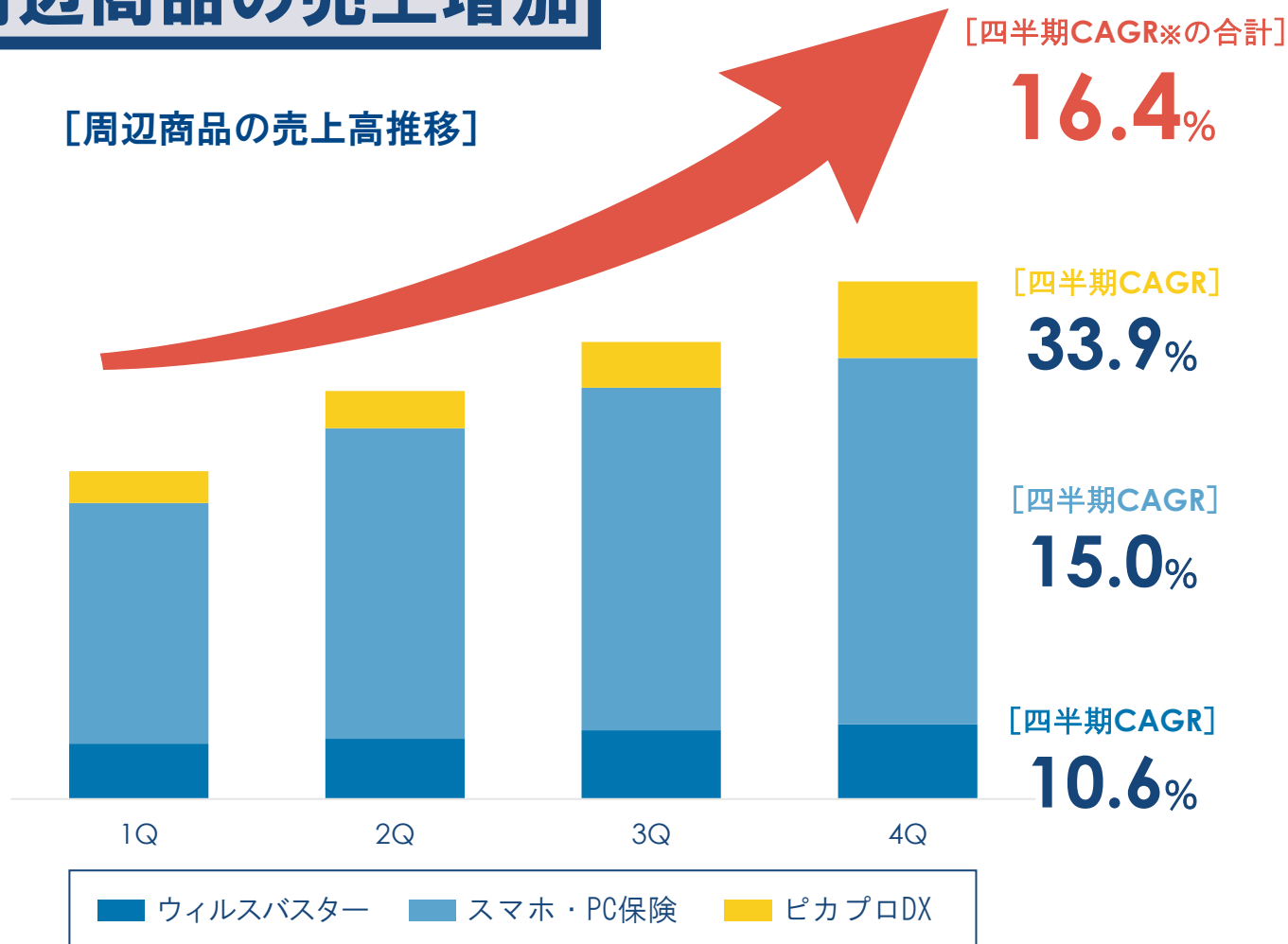
(2) 粗利率の高い周辺商品の売上増加

2021年度は、粗利率の高い周辺商品が売上高に貢献。期を追うごとに堅調に売上高を拡大している。

今後も通信商材と親和性の高い周辺商品の調達活動を広めるとともに、販路拡大によって、更なる業績向上効果を狙う。

粗利率の高い新商品開発によるプロダクトミックス改善により、売上総利益の増加。

[周辺商品の売上高推移]



▼ 店舗向け POPイメージ



※四半期CAGR：第1四半期を起点として、各四半期を1年とみなしてCAGRの計算方法に基づいて算出した指標

通期連結決算 ハイライト

原価改善と商品開発で
「収益基盤」を強化 P.10

- 1 売上総利益率が前年比で+5.3%の大幅改善

37.5 % (前期売上総利益率 32.2%)

- 2 周辺商品（高粗利率）が売上高に貢献
 - ウィルスバスター
 - ワイヤレスゲート Wi-Fi+ スマホ保険付き
 - ピカプロDX

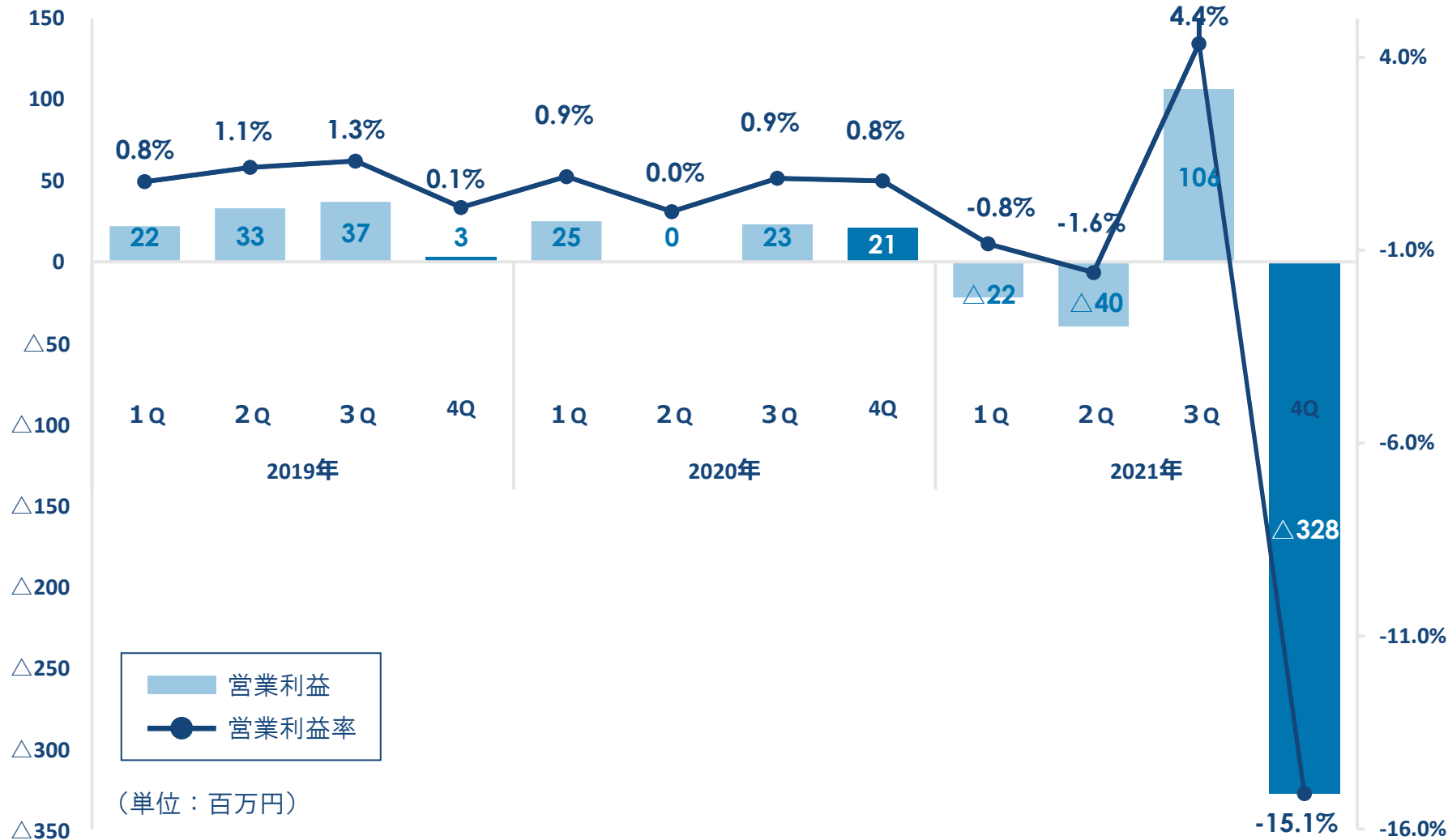
FON社の私的整理に伴い
最終赤字 P.15

- 1 フォン・ジャパン株式会社（FON社）業績不振に伴う私的整理のおそれに伴う一時費用331百万円計上等により

388百万円の親会社に帰属する当期純損失

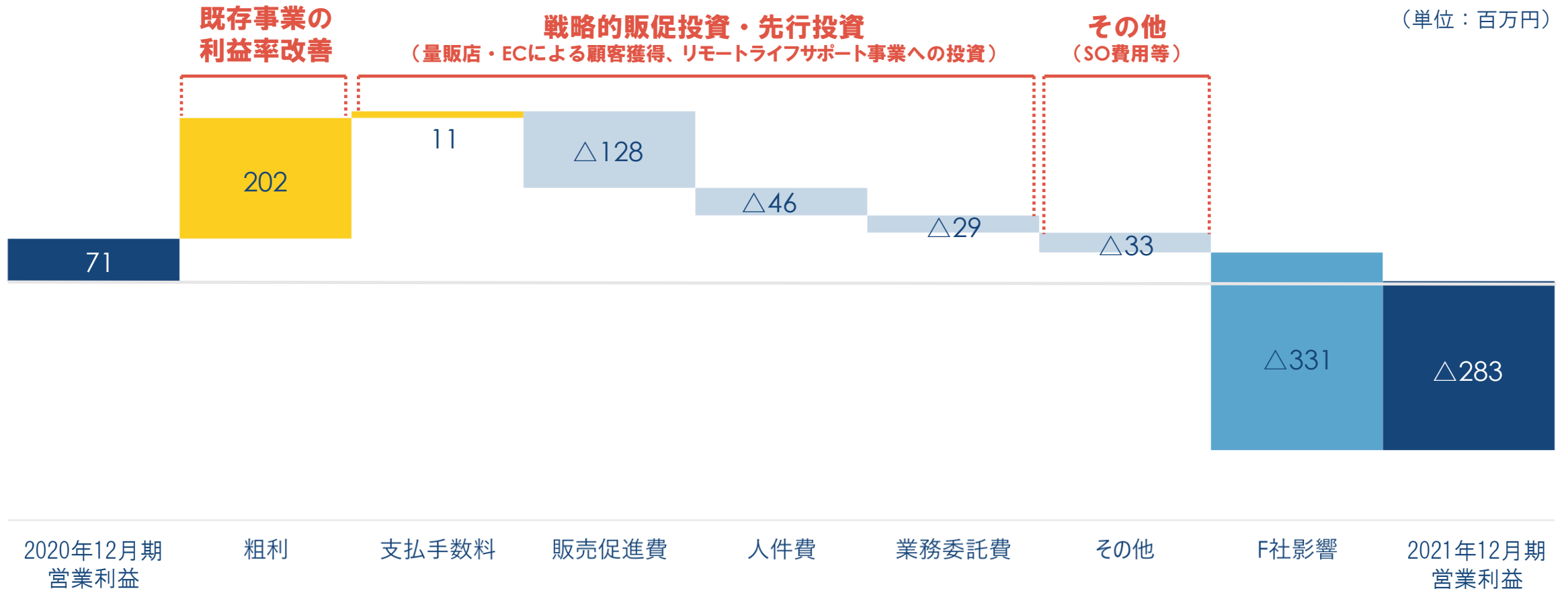
営業利益（連結） 四半期推移

FON社との取引減少（事業機会の減少）及び一時費用計上のため第4四半期は328百万円の営業赤字。



営業利益（連結） 増減要因

営業赤字の要因はF0N社の影響（一時的な費用計上）。既存事業の利益率改善による効果は出ており、今後は成長戦略に基づく販売力強化によって業績改善を進めていく。





3

2022年度の成長戦略及び取り組み状況

2021年度の振り返り

成果

- ワイヤレスゲートWi-Fiサービスと、リモートライフサポートサービスについて粗利率の高い商材の拡大
 - エンタープライズ等含む法人販売の開始
 - 自治体業務のDXサービス実証実験の実行
- 成長要素は揃いつつある**

こども食堂応援Wi-Fi



ピカプロDX



SIM内蔵タブレット



スマホ保険



課題

主力販路（ヨドバシカメラ店舗）の伸び悩みを補う規模の販路が未構築

▶▶ 成長戦略で目指す姿



「Wi-Fi」を造る会社から、
最適な「つながり」を創る会社に進化する

成長戦略の三本の矢

»» 1 →

ホームルーター
需要獲得への
全国販売網構築

P.22

»» 2 →

販売パートナー
協業深化への
スマイルカーブ構築

P.29

»» 3 →

地域需要獲得への
地域エコシステム
構築

P.34

成長戦略の三本の矢

1

ホームルーター
需要獲得への
全国販売網構築

P.22

2

販売パートナー
協業深化への
スマイルカーブ構築

P.29

3

地域需要獲得への
地域エコシステム
構築

P.34

成長戦略 ➡➡➡ 1➡

当社を取り巻く環境①

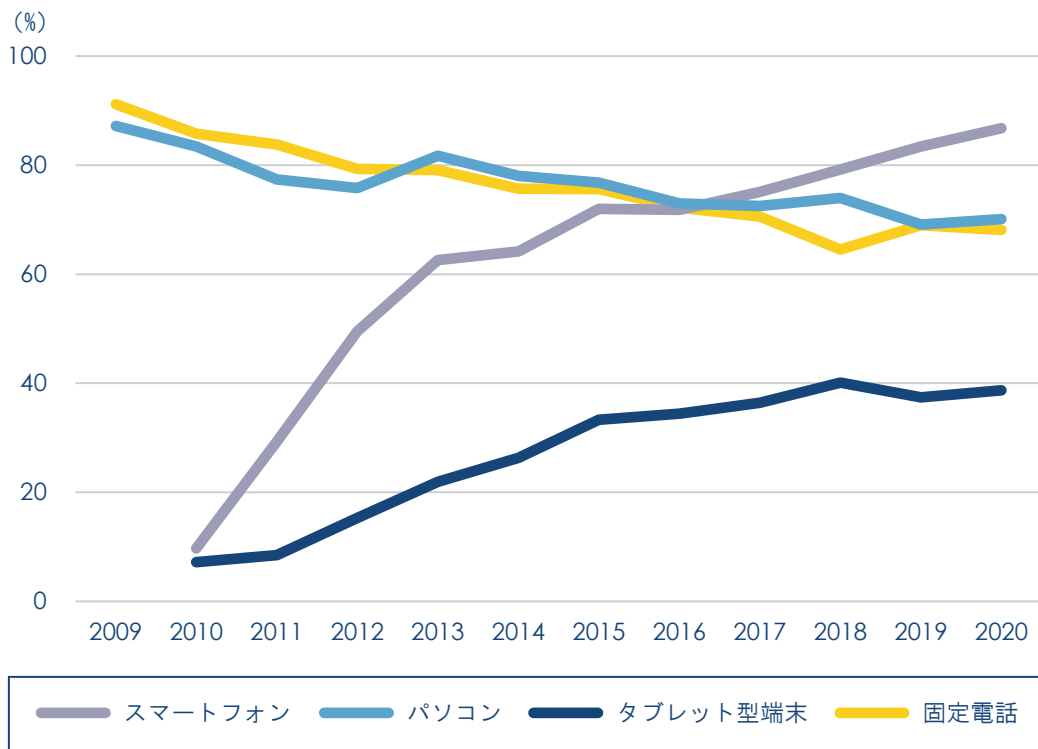
固定電話（光回線等）の世帯保有率は過去10年で20%以上（約977万世帯）が減少。

代替サービスが拡大（ホームルーターは、2021年度に急拡大（販売台数ベースで4月を100とすると9月は245））しており、今後もこのトレンドは継続すると予想。

※2020年の一般世帯総数は4,885万世帯（国立社会保障・人口問題研究所）

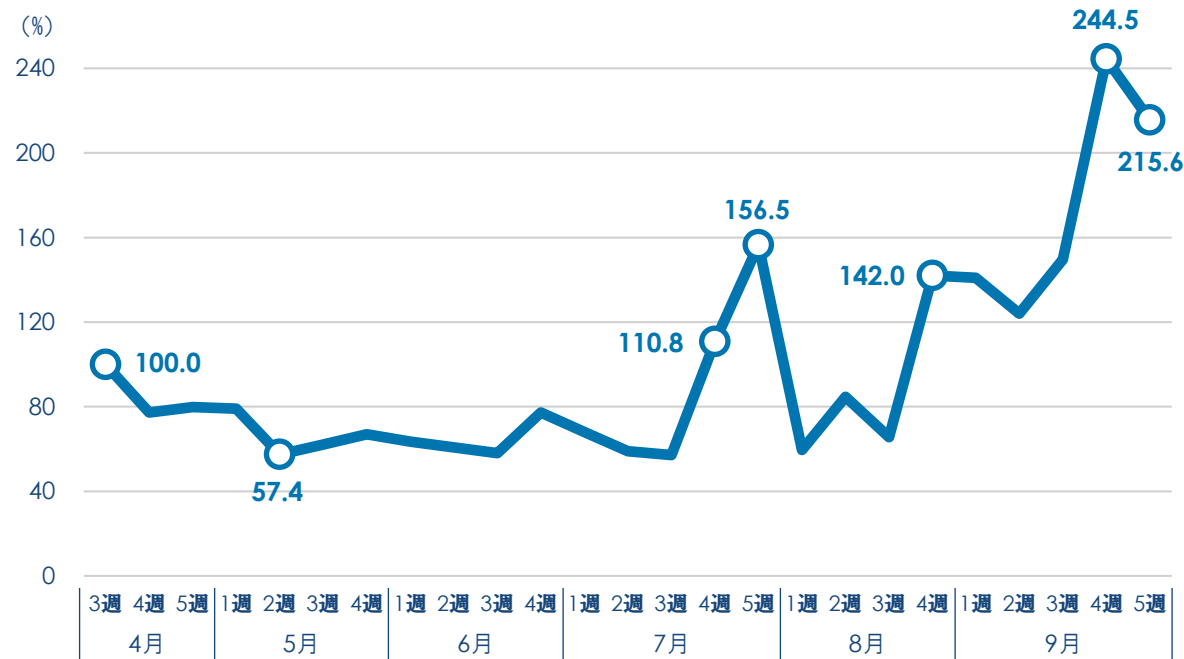
【情報通信機器の世帯保有率】

「総務省 令和3年版情報通信白書」より



【ホームルーター販売台数指数】

「BCNランキング（2021/10/7）」より

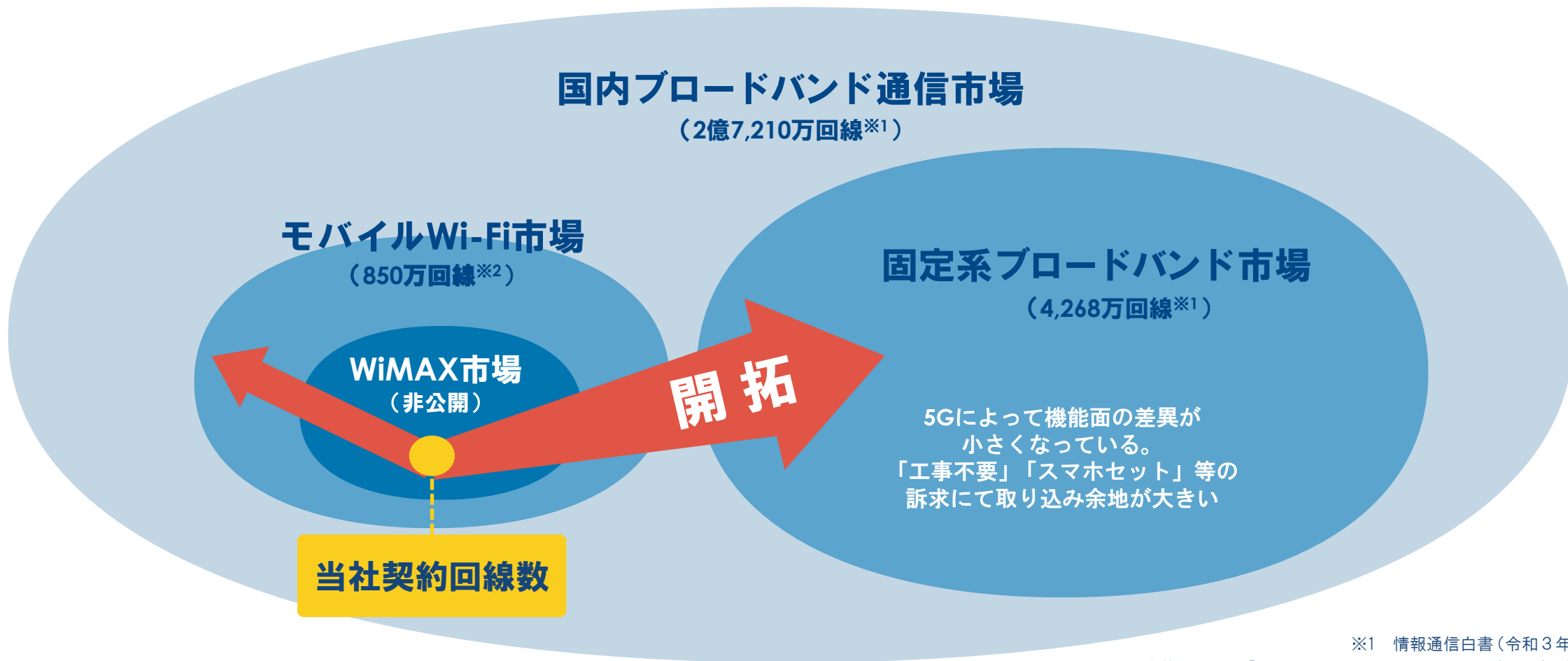


※指数：21年4月3週（4/12～4/18）の販売台数を「100.0」として算出

成長戦略 ➡➡➡ 1 →

当社を取り巻く環境①

当社開拓可能な商機はWiMAX含むモバイルWi-Fi市場850万回線に留まらず、固定系ブロードバンド市場含む5,118万回線に拡大している。



※1 情報通信白書(令和3年版)

※2 日本総研による「モバイルWiFiルーター市場予測(2019/11/5)」

成長戦略 ▶▶▶ 1 →

ホームルーター需要獲得への

全国販売網構築

主力販路のヨドバシカメラ店舗は、主要都市に点在。
ヘビーユーザ層へのモバイルルーター獲得に奏功している。



成長戦略 ➡➡ 1➡

ホームルーター需要獲得への

全国販売網構築

新たに全国各地に販売ネットワーク（ディストリビューション網）を拡大。
各地のホームルーター需要獲得を目指す。

WiMAX+5Gの通信速度制限緩和（2022/2/1～）により
ホームルーター利用のお客様への利便性が更に高くなった。



成長戦略 ➡➡➡ 1 →

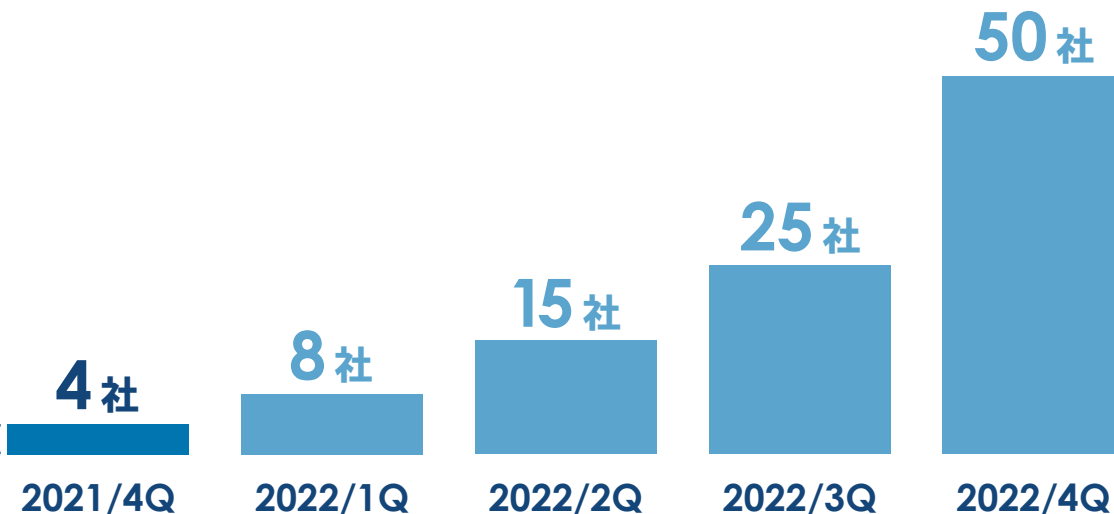
成長戦略 1 の進捗

全国約16,000社の通信販売代理店に対して21年度は新たに4社と提携開始した。今年は累計50社との提携を目指して取り組んでいく。

[販売代理店の市場規模と、当社提携の累計販売代理店の挑戦目標]



※通信販売代理店市場について
 電気通信事業の販売代理店届出は66,529件（総務省：令和元年10月1日から令和3年9月30日までに届出が行われた販売代理店）あり、そのうち電気通信事業者を除くと法人16,000社。
 販売代理店届け出制度のリスト66,529件のうち、株式会社13,610 有限会社2,510 合同会社634→合計16,754に基づく試算。

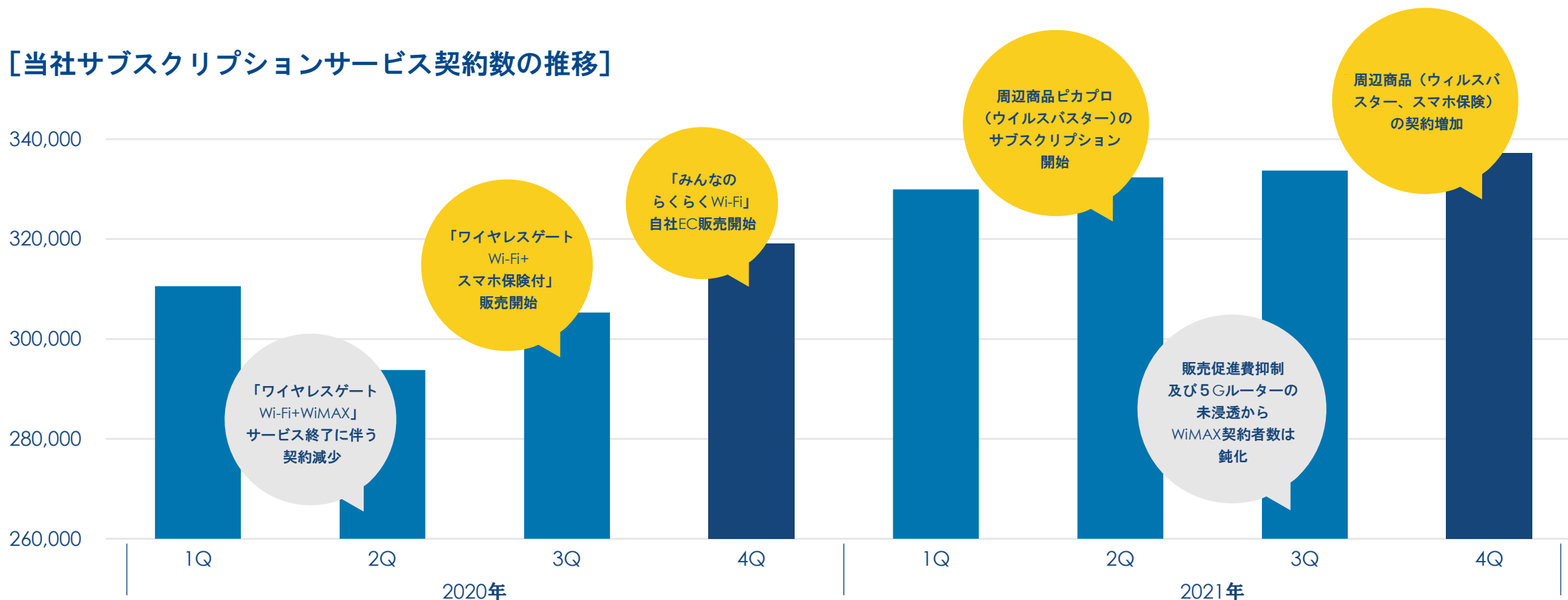


成長戦略 ➡➡➡ 1➡

サブスクリプション契約数の推移

主力WiMAX契約者数は鈍化している一方で、周辺商品の契約数が増加しており、引き続き純増で推移。今後は全国販売網構築によって主力WiMAX契約者数の拡大も目指していく。

[当社サブスクリプションサービス契約数の推移]



成長戦略の三本の矢

»» 1 →

ホームルーター
需要獲得への
全国販売網構築

P.22

»» 2 →

販売パートナー
協業深化への
スマイルカーブ構築

P.29

»» 3 →

地域需要獲得への
地域エコシステム
構築

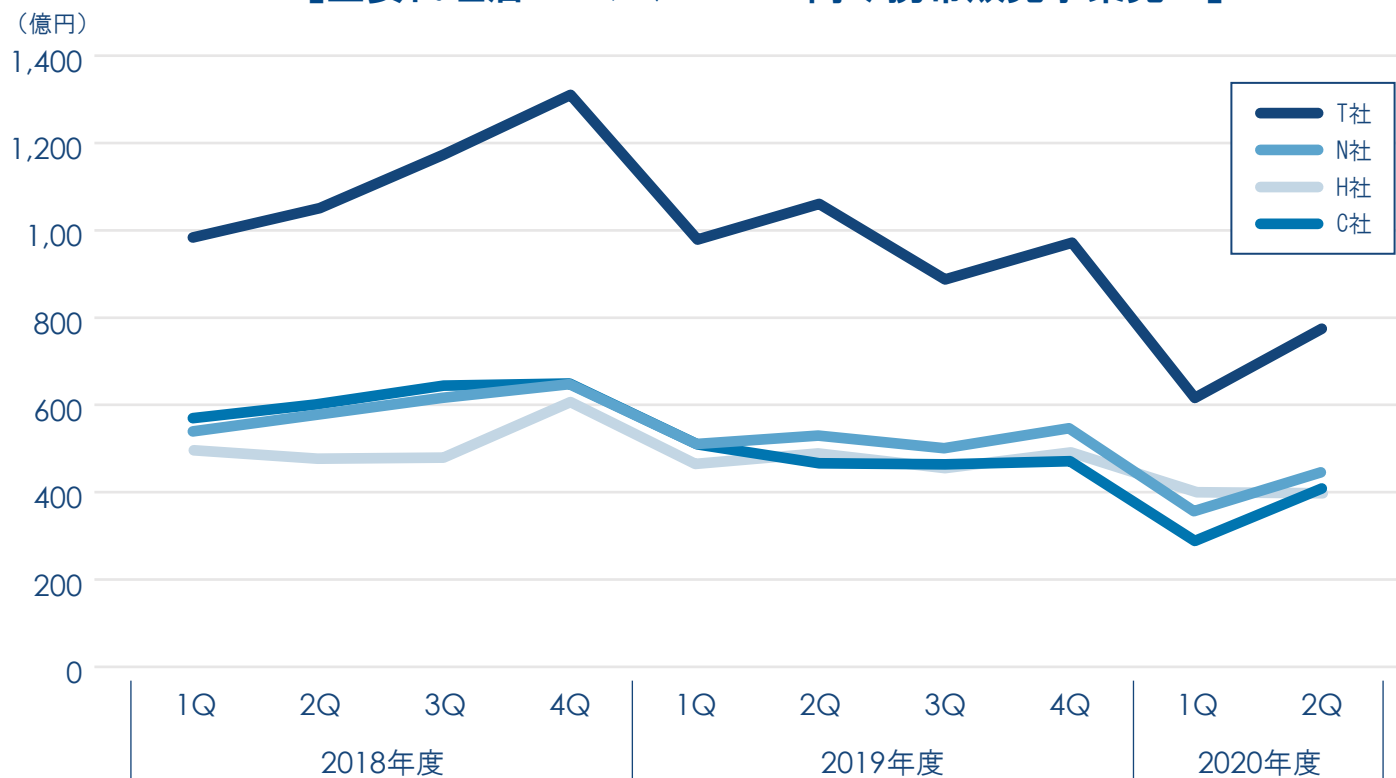
P.34

成長戦略 ➡➡➡ 2 ➡

当社を取り巻く環境②

通信商材の販売数縮小により、大手通信キャリアからのインセンティブを収益源にしていた通信回線販売代理事業者は業績苦戦。大手の業界再編が加速。一方で、販売代理店事業者16,000社のうち、特に地方の中小規模の販売代理店事業者は事業存続への模索が続いている。

[主要代理店 コンシューマ向け携帯販売事業売上]



※ケータイWatchを元に当社作成

成長戦略 ➡➡➡ 2 ➡

販売パートナー協業深化へのスマイルカーブ構築

販売代理店の業務を網羅的に支援（調達機能と課金機能は提供済、今後も通信サービスとの親和性の高い商材調達は強化）。

全国の販売代理店との共創関係による持続的な販売力を構築。販売力を元に様々なコンテンツを好条件で調達し、クロスセルを実現。

競争力



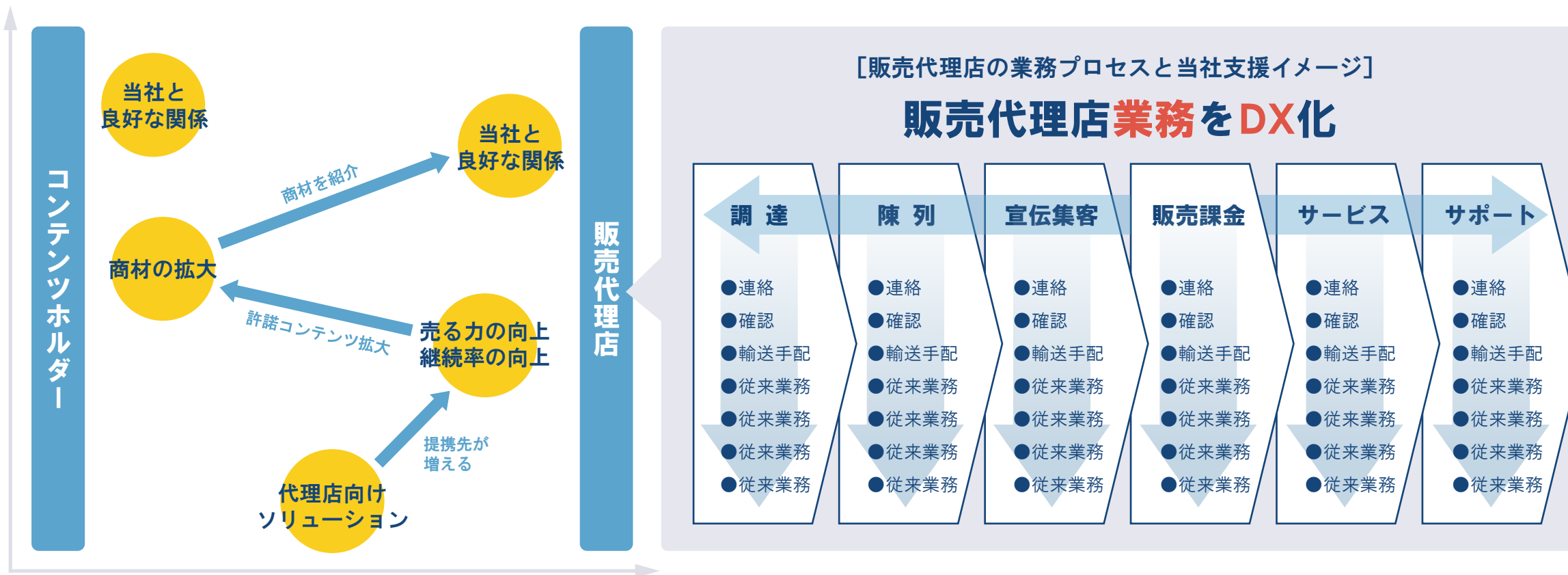
成長戦略 ➡➡➡ 2 ➡

販売パートナー協業深化へのスマイルカーブ構築

販売代理店の業務を網羅的に支援（調達機能と課金機能は提供済、今後も通信サービスとの親和性の高い商材調達は強化）。

全国の販売代理店との共創関係による持続的な販売力を構築。販売力を元に様々なコンテンツを好条件で調達し、クロスセルを実現。

競争力



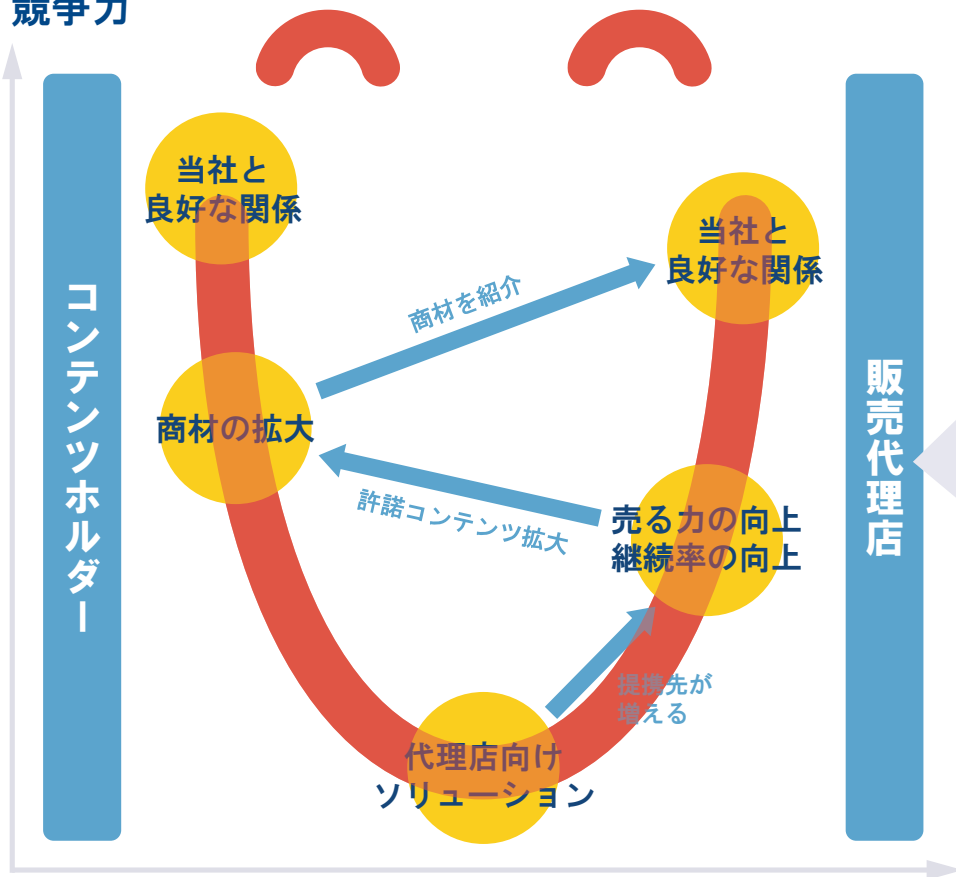
成長戦略 ➡➡➡ 2 ➡

販売パートナー協業深化へのスマイルカーブ構築

販売代理店の業務を網羅的に支援（調達機能と課金機能は提供済、今後も通信サービスとの親和性の高い商材調達は強化）。

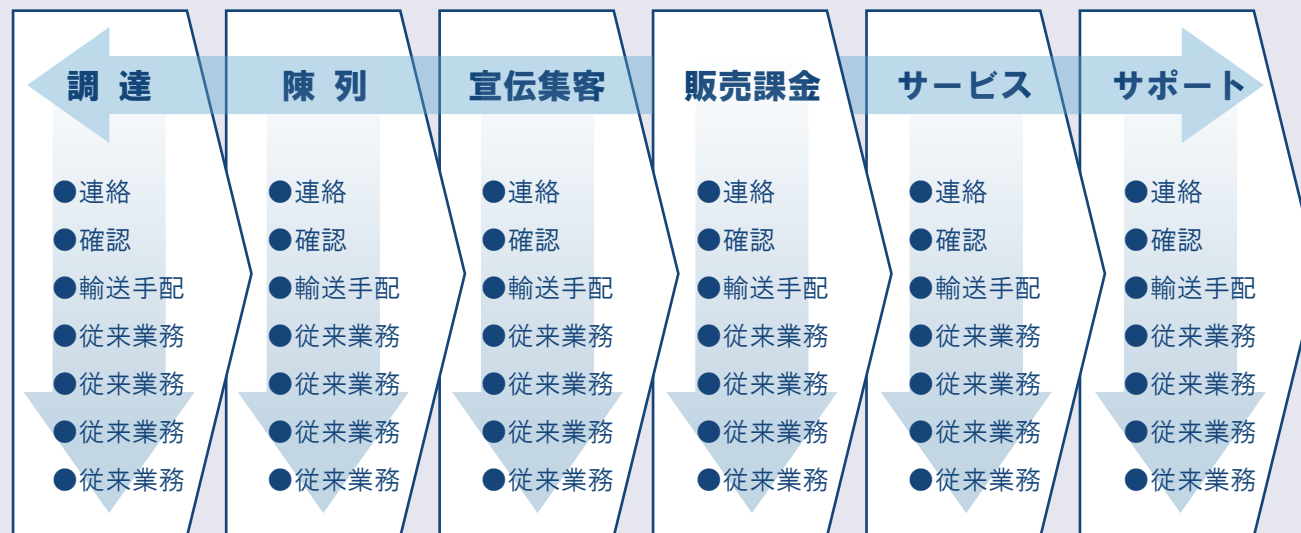
全国の販売代理店との共創関係による持続的な販売力を構築。販売力を元に様々なコンテンツを好条件で調達し、クロスセルを実現。

競争力



[販売代理店の業務プロセスと当社支援イメージ]

販売代理店業務をDX化



成長戦略の三本の矢

»» 1 →

ホームルーター
需要獲得への
全国販売網構築

P.22

»» 2 →

販売パートナー
協業深化への
スマイルカーブ構築

P.29

»» 3 →

地域需要獲得への
地域エコシステム
構築

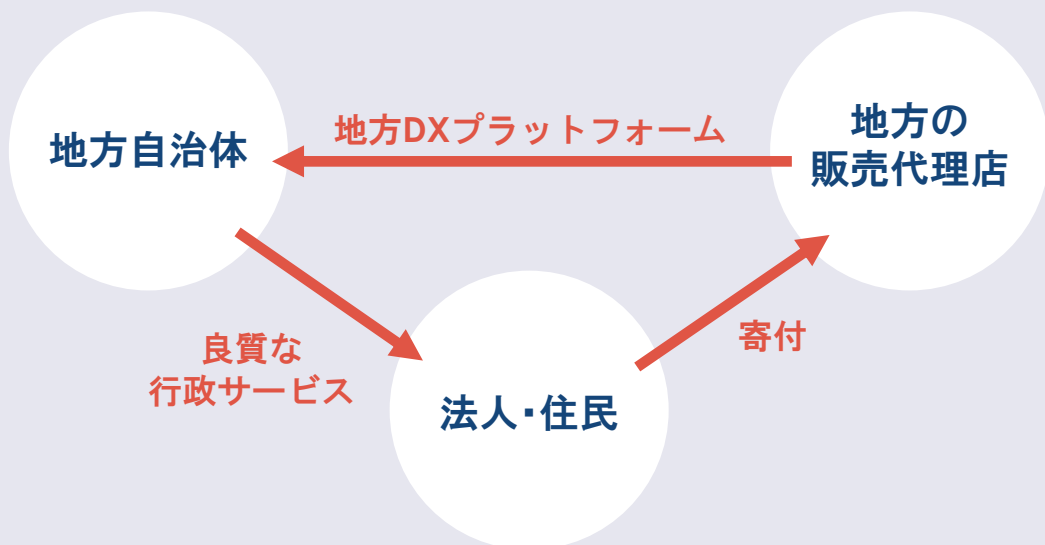
P.34

成長戦略 ➡➡➡ 3 →

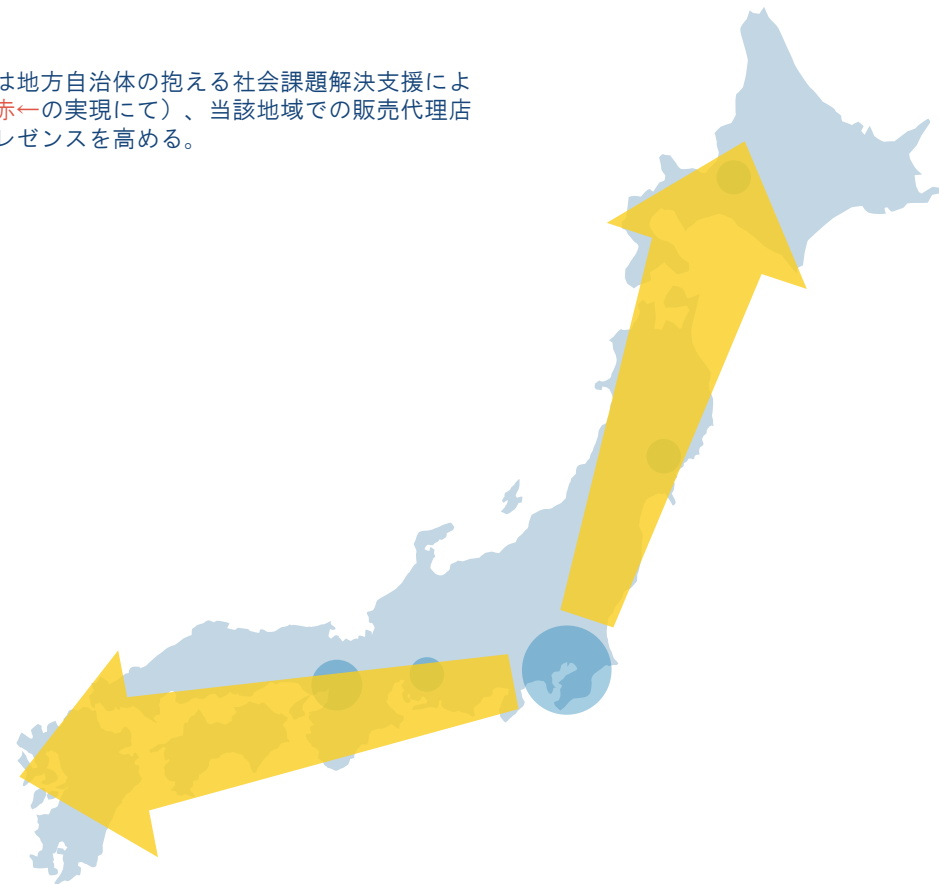
地域需要獲得への地域エコシステム構築

地域社会の課題解決支援の貢献をしつつ、当該地域での事業機会を獲得。雇用創出と税収拡大においても地域社会への貢献を目指す。販売代理店含む三方良しの実現に繋がる地産地消型の地域エコシステムを目指す。

[地域エコシステムのイメージ]



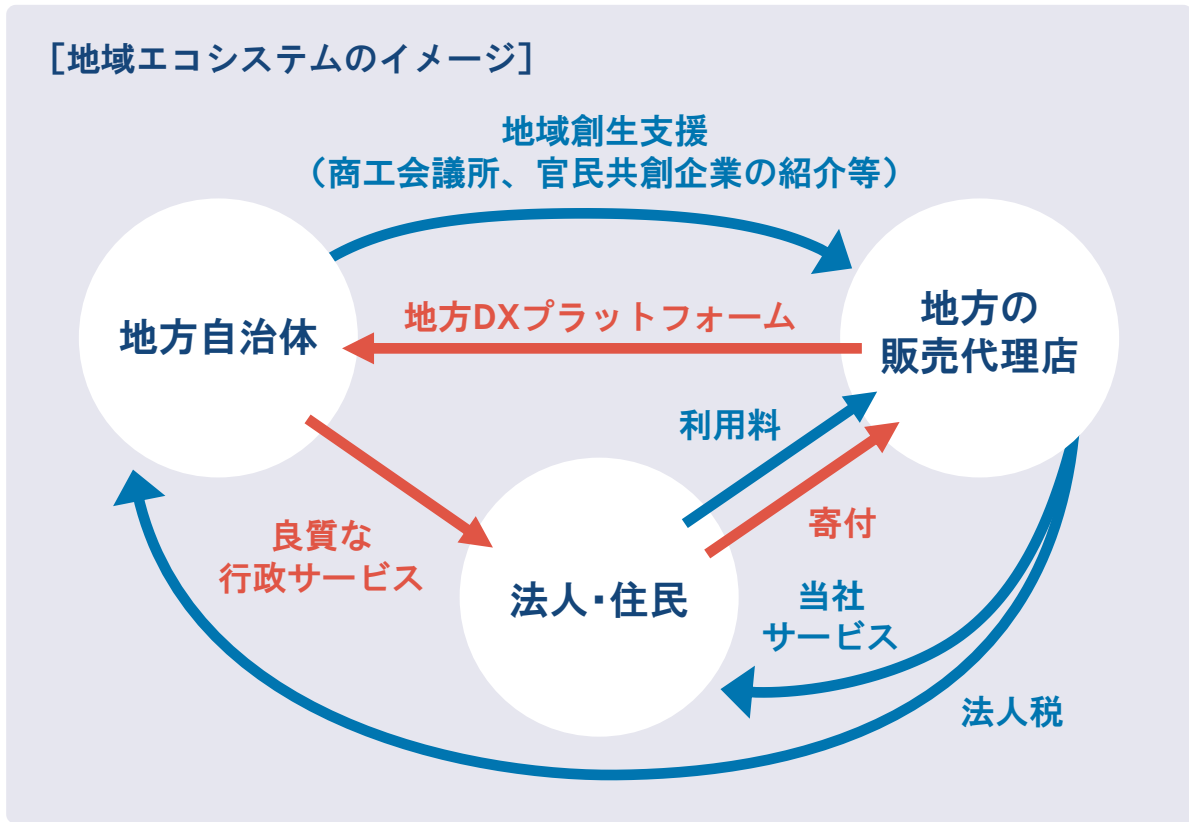
まずは地方自治体の抱える社会課題解決支援により（赤←の実現にて）、当該地域での販売代理店のプレゼンスを高める。



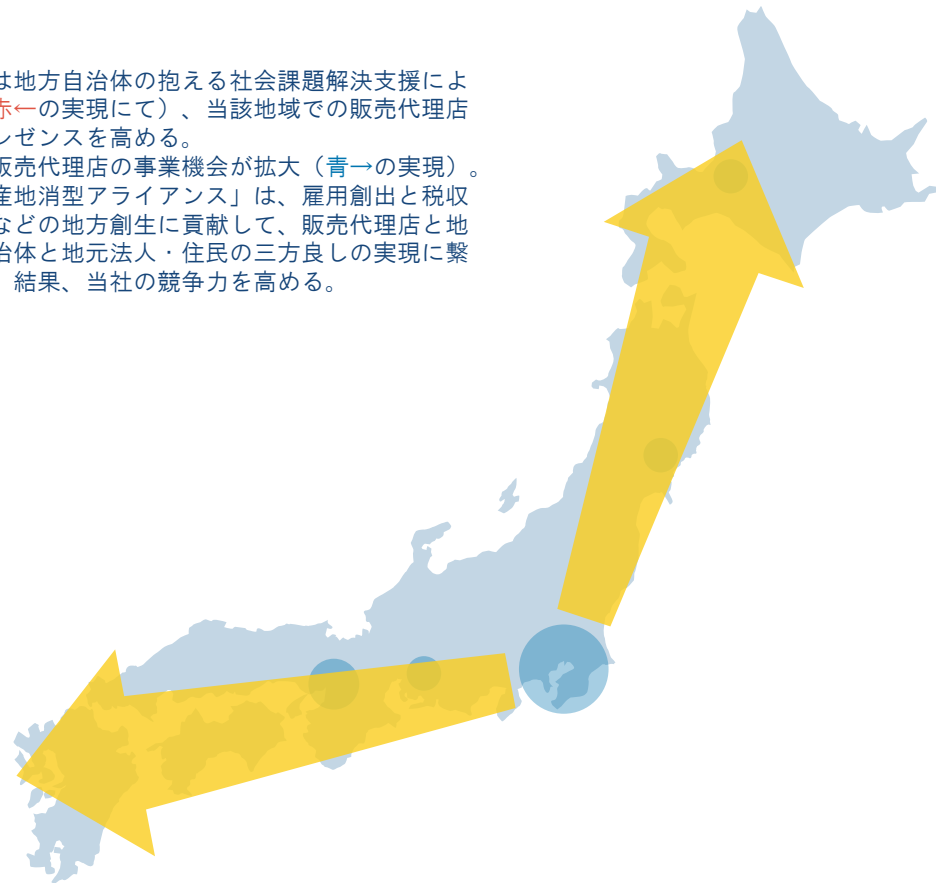
成長戦略 ➡➡➡ 3 ➡

地域需要獲得への地域エコシステム構築

地域社会の課題解決支援の貢献をしつつ、当該地域での事業機会を獲得。雇用創出と税収拡大においても地域社会への貢献を目指す。販売代理店含む三方良しの実現に繋がる地産地消型の地域エコシステムを目指す。



まずは地方自治体の抱える社会課題解決支援により（赤←の実現にて）、当該地域での販売代理店のプレゼンスを高める。
次に販売代理店の事業機会が拡大（青→の実現）。
「地産地消型アライアンス」は、雇用創出と税収拡大などの地方創生に貢献して、販売代理店と地方自治体と地元法人・住民の三方良しの実現に繋がり、結果、当社の競争力を高める。



成長戦略 ➡➡➡ 3 ➡

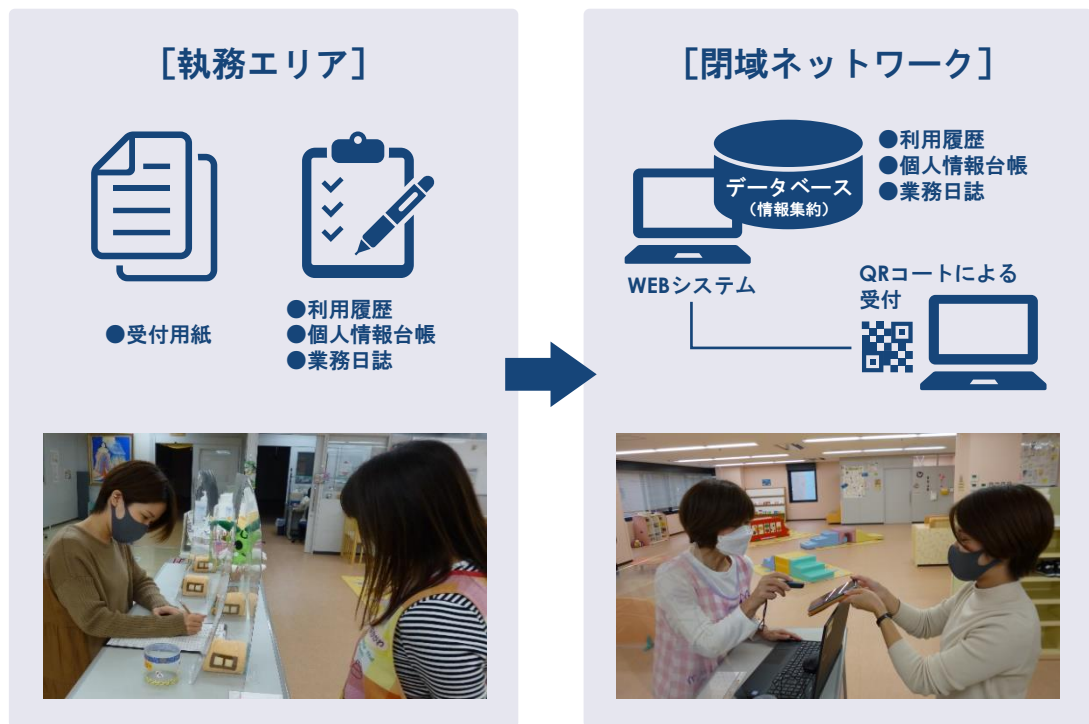
成長戦略3の進捗

生駒市と枚方市にて自治体業務のDX化（地方DXプラットフォーム）の実証実験。従来の手作業・紙業務から自動化・デジタル化に向けて官民連携を推進中。



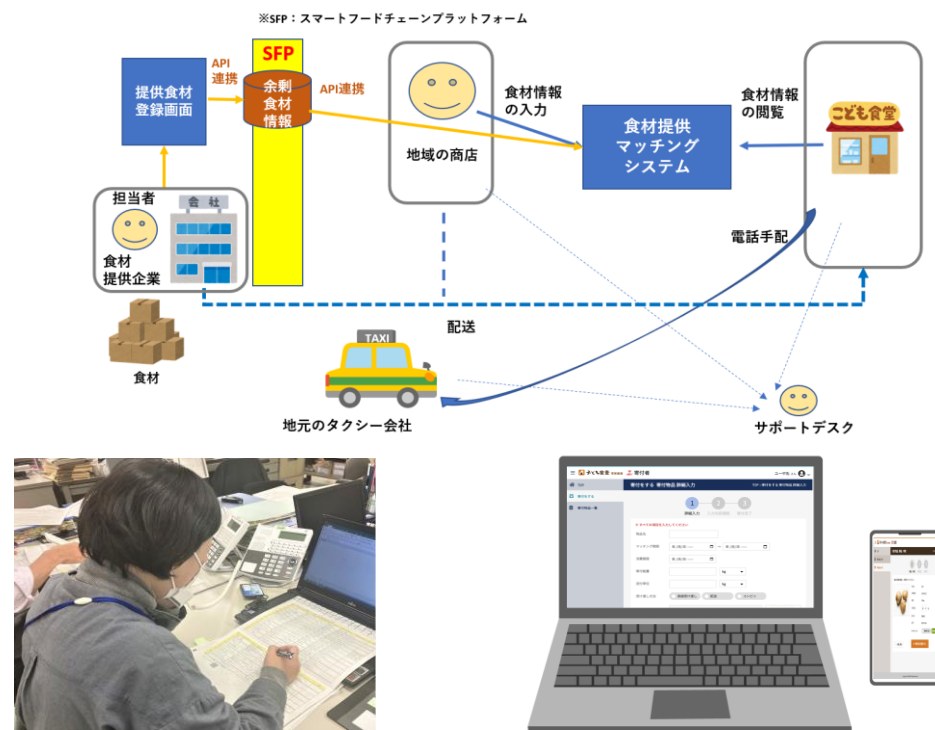
子育て支援事業のDX化

生駒市のみっきランド（子育てサロン）にて、2021年12月13日～2022年1月20日にて実施。



子ども食堂支援事業のDX化

枚方市の子ども食堂にて、2022年2月3日～2022年3月31日にて実施。

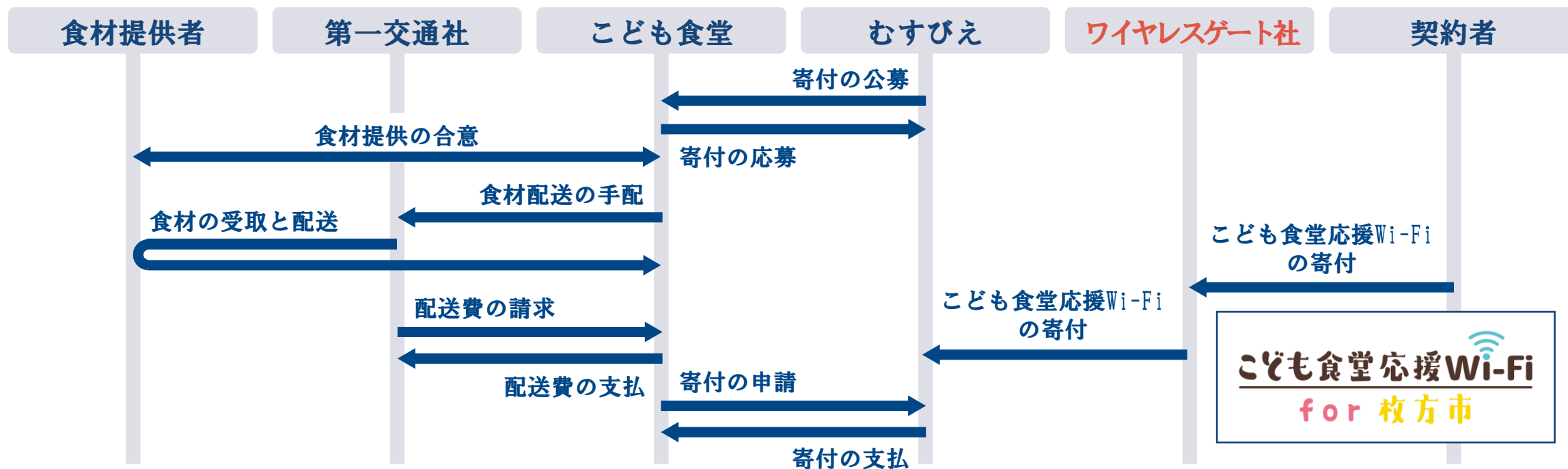


成長戦略 ➡➡➡ 3 ➡

成長戦略3の進捗

枚方市において「こども食堂応援Wi-Fi for枚方市」を通じて地産地消型の地域エコシステム構築の取り組みを開始しております。個人の生活や法人の仕事の必需品のWi-Fiルーターの利用を通じて、地元地域の社会課題解決に貢献することができます。

▶▶▶ 枚方市のこども食堂支援事業DX化の流れ



枚方市のこども食堂支援を目的にした「こども食堂応援Wi-Fi for 枚方市」のサブブランド展開。
枚方市（人口は40万人、本社を構える企業が1,500社以上）の中核都市にて、地産地消アライアンスを開始。



4

2022年12月期 通期連結業績予想

2022年12月期 通期連結業績予想

営業利益率の改善による収益基盤の上で、成長戦略を実行することによって着実に売上と営業利益を獲得する。
一方、持ち分法による投資損失が経常損失に計上されるものの、親会社に帰属する当期純利益は黒字に転換見込み。

(単位：百万円) <small>※百万円未満、0.1%未満は切り捨て</small>	2021/12期 実績	2022/12期 予算	増減額	増減比
売上高	9,776	9,004	$\Delta 771$	$\Delta 7.9\%$
売上総利益	3,664	-	-	-
営業利益	$\Delta 283$	200	483	-
経常利益	$\Delta 337$	50	388	-
親会社に帰属する 当期純利益	$\Delta 388$	9	397	-

5

參考資料



第4四半期連結決算 B/S

(単位：百万円) ※百万円未満、0.1%未満は切り捨て	2020年 12月末	2021年 12月末	増減
流動資産	2,891	2,410	△480
固定資産	861	626	△235
有形固定資産	93	54	△38
無形固定資産	114	6	△108
投資その他資産	652	564	△87
資産合計	3,752	3,036	△715
流動負債	2,740	2,042	△697
固定負債	210	101	△108
負債合計	2,950	2,144	△805
純資産合計	802	892	90
負債純資産合計	3,752	3,036	△715

第4四半期連結決算 C/F

(単位：百万円) ※百万円未満、0.1%未満は切り捨て	2020/12期 4Q実績	2021/12期 4Q実績	増減
営業活動によるCF・・・(A)	239	297	57
税引前利益	△218	△422	△204
減価償却費	84	42	△42
売掛債権の増減額	△20	251	271
仕入債務の増減額	△97	△323	△225
その他	491	748	257
投資活動によるCF・・・(B)	△107	234	342
フリーキャッシュフロー (A+B)	132	531	399
財務活動によるCF	△270	657	928
現金及び現金同等物の増減	△138	212	351
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	—	△976	△976
現金及び現金同等物の期末残高	1,148	1,360	212

マネジメントチーム

▶▶ 異なるバックグラウンドで培った強みを補完しあうマネジメントチーム



代表取締役社長CEO

濱 暢宏

Nobuhiro Hama

1998年 東北大学工学部情報工学科卒業
 1998年 シャープ株式会社入社
 2014年 日本交通株式会社 総務財務部長
 2016年 Japan Taxi株式会社 取締役COO
 2018年 大国自動車交通株式会社 代表取締役社長
 2019年 株式会社フォーキャスト 経営企画GM
 2020年 当社 執行役員新規事業本部長
 2021年 当社 代表取締役社長CEO

取締役CAO

原田 実 *Minoru Harada*

1990年 マニファクチュラース・ハノーバー銀行入行
 1997年 株式会社NEC総研 EC担当専任研究員
 1998年 ライコスジャパン株式会社 WEBプロデューサー
 1999年 株式会社ライブドア コンテンツ担当ディレクター
 2000年 株式会社シープロド 専務取締役COO
 2004年 当社設立 取締役COO

取締役執行役員

成田 徹 *Toru Narita*

1998年 DDIポケット株式会社入社
 2010年 当社入社
 2014年 当社 営業本部長
 2015年 当社 執行役員営業本部長
 2020年 当社 取締役執行役員営業本部長
 2021年 当社 新規事業本部長 兼任

社外役員

▶▶▶ 経験と実績豊かな社外取締役、監査役によるコーポレートガバナンス

取締役（社外・監査等委員）

西 康宏 *Yasuhiro Nishi*

元 株式会社インターネットイニシアティブ 取締役CFO
元 日本ベリサイン株式会社 取締役副社長兼CFO

取締役（社外・監査等委員）

渡邊龍男 *Tatsuo Watanabe*

株式会社オールアバウト 常勤監査役
株式会社インターネットインフィニティ 監査役
株式会社セルム 社外取締役
HRソリューションズ株式会社 監査役

取締役（社外・監査等委員）

江口真理恵 *Marie Eguchi*

祝田法律事務所（弁護士）

ESGへの取り組み

▶▶ ESGに関する課題に積極的に対応し、社会貢献と共に持続的な成長を目指す。

E - 環境 -
Environment

- 当社創業以来、ワイヤレス通信サービスの提供を通じて、有線ケーブルの消費を減らし、環境負荷の軽減を目指します。
- リモートワーク環境の推進により、公共交通機関の利用を減らし、地球環境保護につとめています。

S - 社会 -
Society

- 当社創業以来、残業のない職場を目指す取り組みを続けています。
- ワイヤレス通信社会の実現により時間の有効活用を進め、ゆとりある生活を築きます。

G - ガバナンス -
Governance

- 「監査等委員会設置会社」へ移行しております。
- 「指名・報酬委員会」を設置しております。
(※代表取締役は同委員会の委員ではありません)

SDGsへの取り組みについて

ESGとの表裏関係としてのSDGsへの貢献は企業としての使命であり、社会的責任であると捉え、本業を通じてSDGsの達成に貢献していく。

当社事業と関連SDGs



8 働きがいも経済成長も
当社はワークライフバランス改善を推進します。リモートワーク環境の推進を強化していきます。



9 産業と技術革新の基盤をつくろう
当社はリモートライフ時代の通信環境を含め、ニューノーマルな社会基盤を支えて参ります。



11 住み続けられるまちづくりを
当社は創造性あふれるまちづくりを目指し、DXを活用した地方創生に貢献します。



17 パートナシップで目標を達成しよう
すべてのステークホルダーを尊重し、コミュニケーションを重視し、社会的価値創造に努めます。

ESG 投資と SDGs の関係

社会的な課題解決が事業機会と投資機会を生む



(出所) 国連等よりGPIF作成

本資料の取り扱いについて

- 本説明会及び資料に記載された業績見通し等に関する記述は、発表日時点での当社の判断に基づくもので、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績と異なる可能性があることをご了承ください。
- これらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及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あっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。