

第 17 期決算説明会 ご質問と回答

○決算説明会実施日時：2010 年 2 月 12 日（金）10：00～11：30

【質問者 A】

Q1：決算短信に記載のあった手数料条件について、減益要因と言うが、代理店全体が今回の手数料改定でマイナスとなるのか？それともベルパークだけが影響を受けてマイナスとなるのか？

A1：当社は、ソフトバンクと会計年度が異なり、2月に業績予想を発表しなくてはならないため、毎年試行錯誤しながら期初の業績予想を発表している。ソフトバンクモバイルの手数料体系が出揃うのは、3月頃のため現段階の会社予想は、汲み取れたニュアンスを業績予想に反映している。ニュアンスとは、新規販売とモバイルインターネットの説明がしっかり行える代理店には、手数料を厚くつけるのではないかという方向性と他にも細かい動きはあるようだ。

Q2：むしろベルパークはダメージを受けにくいと感じたが、そういう理解でよいか？ベルパークにとってはさらに業界の中で存在感を高めることにつながると思うがいかがか？

A2：中長期的には、新手数料体系について来られない代理店が出る可能性あり、チャンスは拡大すると考えている。

Q3：2009年に増店した66店は、採算性にまだ伸びる余地があるとのことだが、どのように考えているのか？

A3：直営店の利益面の寄与は、昨年度年間で全社営業利益の5～6%程度に留まっている。今後は約15%へ引き上げることを目処と考えている。一方、2次代理店（フランチャイズ：FC店）の役割は、直接の利益貢献ではなく数量効果を出すこと。FC店の販売台数が増えることで当社への量の貢献による全体の押し上げ効果を重視している。昨年は、FC店と当社直営店とで試行錯誤を繰り返して新規販売が大きく伸びた。この結果、FC店の概ね8割で昨年度過去最高益となった。

Q3：コスト面で店舗の改装や移転にどの程度見込んでいるのか？

A3：計画ベースで2億程度を見込んでいる。

**【質問者 B】**

Q1：業績予想の中でソフトバンクモバイルの単価引き下げと言うコメントがあるが、本当に単純な引き下げなのか？他キャリアでも、数量に対する手数料は下げられているが、クオリティの高い店舗に対する手数料は増額傾向にある。また、ソフトバンクモバイルも同様にCSやクレーム撲滅に向けて動きだしている。ソフトバンクモバイルが業績低迷しているのなら仕方がないが、過去最高益更新を続けている状況下で、クオリティが最高レベルのベルパークが減益予想となるのは理解しがたい。今回の減益予想は、まだソフトバンクモバイルの手数料体系見直しが最終確定していないために、まだ未確定なポジティブ要素を盛り込まずに、ネガティブの要素だけを計画に盛り込んで、保守的に作成したのか？

A1：4月以降の未確定な部分は、コンサバティブに見通し、ネガティブな手数料条件を盛り込んだ予想である。毎年4月以降の手数料が見えない中で業績予想を作成している。昨年も、期初には、経常利益10億円の予想で発表したが結局は35億円強で着地した。ソフトバンクモバイルは他のキャリアより、「汗を一生懸命かく」代理店には手厚く報いる傾向があり、そういった手数料条件が出てくると思っている。新しい手数料条件が判明次第当社の自助努力により新たな手数料の獲得の機会があるのではないと思う。

追加Q：単なる販売に対する手数料は、減らされていると思うが、過去にも増額されてきたクオリティに対しては見えていないので織り込んでないと思うが、販売に対する手数料はどのように変わってくるのか？

A：販売に対する手数料はまだ正式には何も知らされていないのでわからない。

**【質問者 C】**

Q1：今期計画の中のスマートフォンの割合と見込みはどの程度か iPhone の次世代機やアンドロイド携帯の発売があると思うがベルパークの計画値は？

A1：スマートフォンも通常端末も手数料が変わらないのでその点を意識して計画を策定してない。また、スマートフォンの販売の中心は、現状 iPhone であるため iPhone の販売台数は守秘義務の観点からコメントは出来ない。ただ、足元の iPhone の販売状況は、ソフトバンクモバイルも言っているように非常に好調である。iPhone for everybody キャンペーン等の効果が非常に出ている。

Q2: 下期は iPhone3G の発売から2年を迎え、買い替えのユーザが出てくると想定されるが、買い替えへの対応策がソフトバンクモバイルから出ているのか？またベルパーク独自で何か考えているのか？

A2：iPhone3G と iPhone3GS でスピードの差がある。仮にソフトバンクモバイルから、より

進化した新端末が発売された場合 iPhone3G のお客様が買い換えるだろうから、よく売れると思う iPhone は、買い替えサイクルの早い商品と認識している。

Q3：秋冬モデルで Wi-Fi への展開が発表され、対応端末が出たが、店頭での取り組みやソフトバンクモバイルから何か指針が出ているのか？

A3：まだスタートしたばかりなので試行錯誤の段階である。Wi-Fi は、単なる 3G や LTE (3.9G) の補完としての役割でなく、準主役の位置づけになってくるのではないかと考えている。今後の端末は、大容量データのやり取りが多くなり、3G や LTE のインフラだけでは、十分な能力を発揮できなくなるので Wi-Fi が必要となるであろう。

#### 【質問者 D】

Q1：業績予想は、上期増益で下期減益となった要因はなんでしょうか？

A1：2G の停波が 3 月にあるので、2G⇒3G の機種変更需要の膨らみと 4 月以降の手数料を慎重に踏んでいることが要因である。

Q2：以前、大型店舗は収益が上がらないと西川社長から聞いた記憶があるが、店舗の大型化を目指すのは、単に賃料が下がったからであるのか？商品ラインナップや顧客の動向が変わって採算が取れるようになったのか？

A2：中核店舗は、顧客が殺到してパンク状態であるため需給関係と採算性を勘案して、賃料が下がったこともあり、より好立地な場所へ移転し大型化を実施していく。これなくして、混雑した店舗では CS は有り得ないと思う。また、商品ラインナップが充実してきたので、ある程度は店舗のスペースが必要と感じている。

Q3：iPhone とローエンド端末が売れて 2 極化が進んでいると思うが、これが進むと商品に起因した差別化が出来なくなり、キャリアショップの位置づけが変わるのでは？

A3：当社の販売構成は、必ずしも 2 極化ではなく、従来端末のハイエンド端末も非常に売れている。ローエンドユーザーに値ごろな価格になった少し前のハイエンド端末を機種変更の際に勧めている。機能を十分に説明した上で販売している。お客の満足度も高く、ARPU も上がりやすい。差別化については、短期的には出来ないが長期的にはスタッフ力が物を言うと思っている。

#### 【質問者 E】

Q1：販売台数からすると 4Q の利益がもう少し出てもいいと思ったが、何か手数料面で改定があったのか？

A1：10 月からオプションに関わる部分の手数料が下がった。これは、新規、機変ともに適用されるため影響があった。4Q が低いというよりも 3Q に iPhone3GS の発売があったた

め、収益に大きなインパクトがあった。3Q はかつてないほど繁忙期であったのも事実である。

Q2 : CS の向上とクレームの撲滅に重点をおいているようだが、具体的にはどのようなことがあるのか？

A2 : ソフトバンクモバイルの営業本部と情報交換を密にして即時に対応するよう努力している。クレームの内容は、オプションの加入に関わる部分が多い。例えば、お年寄りの方に販売を行った際にクレームにつながるケースがある。例としては、来店されたお年寄りの方にご説明を行い納得して頂いた上で、加入されているけれども、後日同居の家族から必要ないとクレームが寄せられるケースがある。他方では、ショップ店員の知識の習熟度に起因したケースもある。現在のショップスタッフには、幅広い知識が求められるため未習熟なスタッフは、間違った説明をしてしまうケースなどがある。

以上