

第19期第2四半期決算説明会ご質問と回答

○決算説明会実施日時：2011年8月1日（月）10：00～11：00

【質問者A】

Q1： 下期の店舗移転・大型化・改装計画について、予定店舗数と費用の計画を教えてください。

A1： ソフトバンクモバイルは、キャリアショップの新規出店に関し、原則、大規模ショッピングモール以外は認めていない。従い、下期においては、移転・改装・大型化をターゲットに10店舗以上計画している。改装費と什器の入れ替えによる設備費が、下期の販管費増加のうち1.5億円である。

Q2： ウィルコムプラザを10店舗、実験的に出店すると記憶しているが、今期中に全て出店するのか。また、ソフトバンクショップと比べた採算性について教えてください。

A2： ウィルコムプラザは、現在7店舗であり、今期中に合計10店舗まで出店する予定である。採算性に関しては、全体として月間で300万円から500万円の赤字である。新規出店を見越した余剰人員の確保が主な要因である。ただし、ウィルコムプラザは、ソフトバンクショップのように手数料獲得の評価が多項目でなく、販売台数のみであるため、正社員比率を低めに抑えている。採算をとるのに苦労しており、現時点ではウィルコムショップを拡大するかどうかは判断しかねている。

【質問者B】

Q1： 2011年利益計画の変更点と要因に「期待したレベルの手数料改善がなかった」と表現されている（決算説明会資料33ページ参照）が、手数料のどの部分が要因で上期未達となったのか、また、下期業績へのインパクトについて詳しく教えてください。

A1： ソフトバンクモバイルの手数料の詳細については、守秘義務があり申し上げられない。イメージでしか申し上げられないが、ソフトバンクモバイルの業績が好調ということもあり、CS向上等で努力する代理店に対しては、厚めの支援策があると期待していたが実際には期待したレベルまでの改善はなかったということだ。当初計画には元々手数料の改善期待を織り込んでいないため、手数料の改善がなかったことによる直接のインパクトはない。しかし、接客の長時間化への対応、総販売台数を維持するための人件費増、販売促進費等の販管費の増加が主な利益圧迫要因である。

追加Q1-1: スマートフォン中核機種 of 投入時期のズレ込みは、上期業績に影響が無いと考えていいのか。また、当初計画でスマートフォン中核機種の販売による台数上乗せを第3四半期以降に期待していたが、発売時期のズレ込みにより、上乗せが第4四半期以降にズレ込み、通年での総販売台数計画が減少するのか。それとも、スマートフォン中核機種の発売時期が不明なため、上乗せ分を総販売台数計画に入れていないのか教えて欲しい。

追加A1-1: スマートフォン中核機種の販売時期は、過去も現在も事前には一切知らされたことはない。そのような中で、過去の発売時期から当社があくまで独自に計画した。過去数年の発売時期は7月前後だったので、当初計画も7月に発売を織り込んでいた。仮に、スマートフォン中核機種の投入が秋口だとすると、それまでは現行モデルで対応していかざるを得ないと見ている。なお、スマートフォン中核機種は、発売に関する確度の高い噂が流れた後に、いったん買い控えが起き、発売後に爆発的に売れて品薄状態になり、比較的 to 販促費を使わなくても新規契約が取れる状況がしばらく続くという動きを予想している。

Q2: 上期の計画未達が1億円であるのに対し、下期の業績予想修正は5億円引き下げられているが、上期と比べて下期の下げ幅が大きい要因を教えて欲しい。

A2: 人件費の増加約2億円、設備費1.5億円、広告宣伝・販売促進費用0.5億円を内訳とした約4億円の販管費の増加が、下げ幅の要因となっている。

【質問者C】

Q1: 他代理店ではスマートフォンの増加に伴い、周辺アクセサリーの収益が伸びているが、ベルパークの周辺アクセサリー販売の実績・計画・利益を教えて欲しい。

A1: 具体的な計画・粗利の内訳は公表していないので、コメントできない。周辺アクセサリー販売は、継続手数料とともに全体の手数料の落ち込みを一部カバーしている。スマートフォンのケースカバー・保護シートや、ポータブル充電器等が売れ筋となっており、今は販売にさらに力を入れている。割賦で販売できるので、付加商材として提案しやすい。周辺アクセサリーの売上高は前年比で倍に伸びており、今年度は10億円を超える売上高を見込んでいる。

以上