

Bell-Park

第15期 中間決算説明会

(2007年1月1日～2007年6月30日)

2007年8月10日

株式会社ベルパーク

JASDAQ

(証券コード 9441)

<http://www.bellpark.co.jp/>

目次

- I 中間決算ハイライト
- II 2007年下期経営方針
- III 2007年通期利益計画
- IV 補足資料 「2007年中間期財務実績及び営業実績」

I 中間決算ハイライト

I-1 全社ハイライト

2007年中間決算総括

- ソフトバンクによる魅力的な新端末の発売、斬新な料金プランの導入等により新規販売の需要がふくらみました。
このような環境の中、当社は、関東、東海地域における好立地の店舗展開の強みを生かすとともに、スタッフの確保・育成と販売方針の徹底により、商機の最大限の確保に努めた結果、販売台数を伸ばし、中間期における経常利益ベースで過去最高益を更新しました。
- 当中間期において11店舗の新規出店を実施しました。その結果、07年6月末時点においてソフトバンクショップが70店舗に到達しました。
- 人材サービス事業においては、名古屋に営業所を開設した影響もあり、若干の営業損失（2百万円）を計上する結果となりました。
- その他事業においては、2月に新宿コールセンターを移転し、事業規模を大幅に縮小して効率的な運営に努めた結果、黒字化を達成しました。

以上の結果、連結経常利益は、1,262百万円(前年同期比346.9%)となりました。

2007年中間期連結業績分析

(百万円、%)

	06年上期		07年上期		前年同期比		増減の主な要因
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
売上高	11,610	100.0	15,041	100.0	+3,430	+29.5	①移動体+3,446 ②人材+230 ③その他△246 主に新規販売台数の増加。 派遣者数・拠点の増加。 固定通信回線取次の縮小。
売上総利益	2,443	21.1	3,586	23.8	+1,142	+46.8	①移動体+1,347 ②人材+47 ③その他△252 新規販売台数の増加、粗利単価の上昇。 派遣者数の増加。 固定通信回線取次の縮小。
販売費及び一般管理費	2,086	18.0	2,324	15.4	+237	+11.4	①移動体+507 ②人材△16 ③その他△266 ④管理間接+12 人件費+173、業務委託費+128、地代家賃+42、消耗品費+35、求人募集費+33、その他+96。 人件費△23、業務委託費△6、求人募集費+12、その他+1。 事業縮小に伴う、人件費及び業務委託費の減少。 管理部門人材補強等。
営業利益	356	3.1	1,262	8.4	+905	+253.7	上記の結果。
経常利益	363	3.1	1,262	8.4	+898	+246.9	上記の結果。
特別損益	0.8	0.0	25	0.1	+25	+2807.0	固定資産売却益+12、事業譲渡益+18、投資有価証券売却損△3。
税引前純利益	364	3.1	1,288	8.6	+923	+253.1	上記の結果。
中間純利益	194	1.7	616	4.1	+421	+216.4	上記の結果。

I 中間決算ハイライト

II 2007年下期経営方針

III 2007年通期利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

I 中間決算ハイライト

I-2 事業セグメント別概況

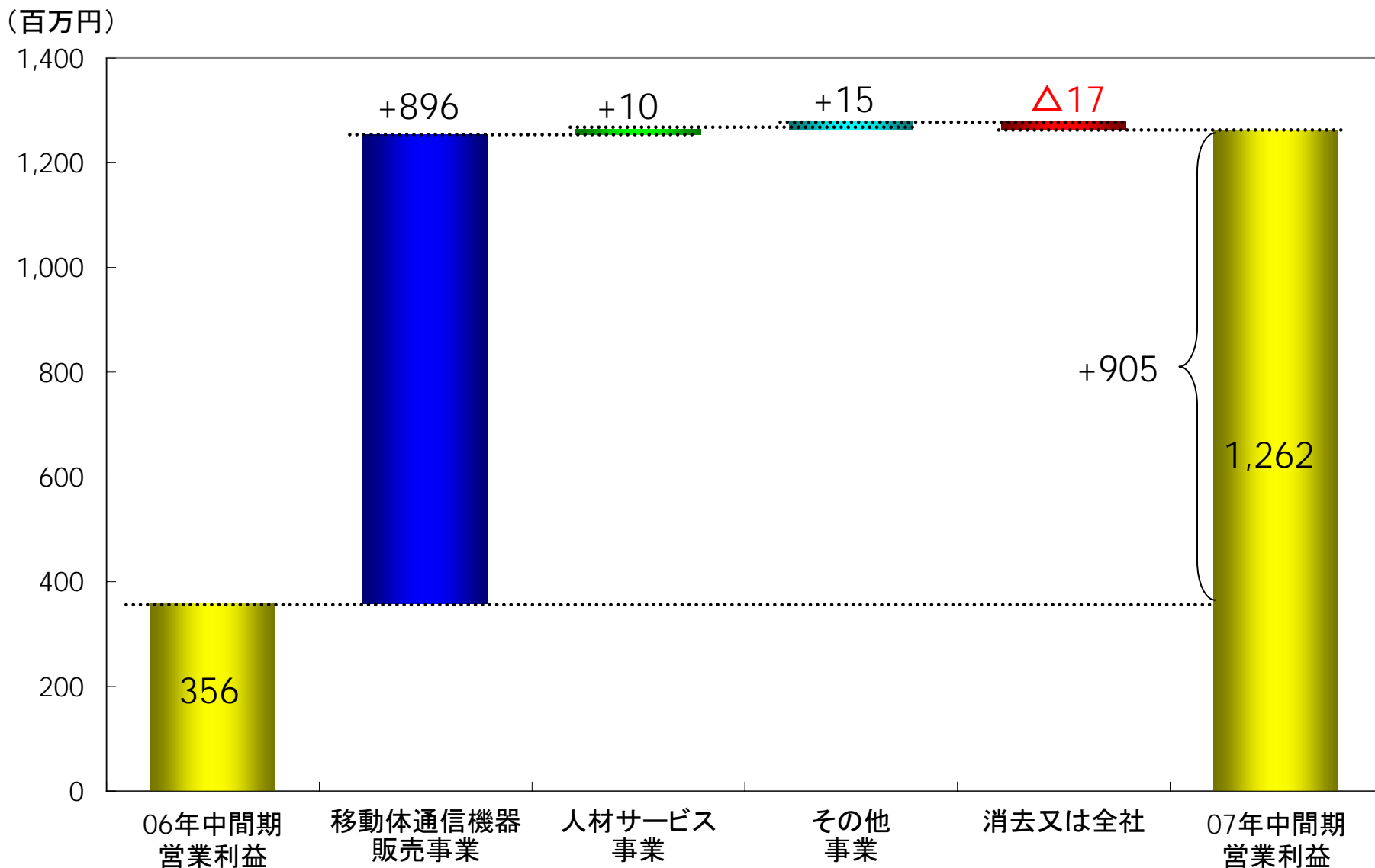
2007年中間期事業セグメント別業績

事業セグメント毎の詳細は、次ページ以降で説明いたします。

(百万円、%)

	2006年上期 実績		2007年上期 実績		対前年同期 増減率		2007年上期 当初計画		計画達成率	
	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益
移動体通信機器 販売事業	10,663	583	14,109	1,480	+32.3	+153.6	12,850	1,080	109.8	137.1
人材サービス 事業	714	△12	889	△2	+24.4	-	900	2	98.8	-
その他 事業	364	△2	117	13	△67.7	-	100	△5	117.5	-
消去又は全社	△131	△212	△75	△229	-	-	△50	△287	-	-
連結	11,610	356	15,041	1,262	+29.5	+253.7	13,800	790	109.0	159.8

セグメント別 営業利益増減要因分析



移動体機器販売事業

移動体通信機器販売事業 概況

(百万円)

	2006年上期 実績	2007年上期 実績	対前年同期 増減率	* 2007年上期 当初計画	計画達成率
売上高	10,663	14,109	+32.3%	12,850	109.8%
営業利益	583	1,480	+153.6%	1,080	137.1%

*第14期決算説明会資料にて
発表した数値になります。

2007年上期の事業環境

- ソフトバンクは、多機種・多色の携帯端末の発売、「ホワイトプラン」や「Wホワイトプラン」といった斬新な料金プランの導入、店舗数の増加等の積極的な施策を展開しました。
その結果、ソフトバンクは5月、6月の加入者純増数で2ヶ月連続トップを獲得しました。

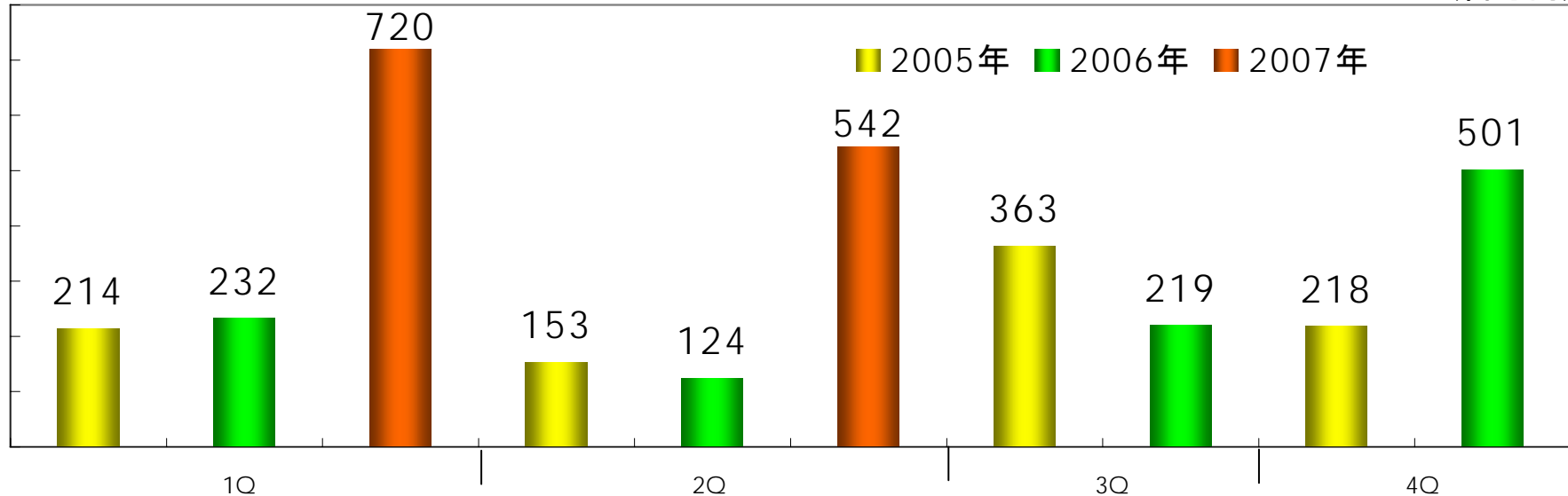
2007年上期の主な施策と業績

- 方針どおり、新規出店(11店舗)、法人営業強化、人材の採用・教育強化に取り組みました。
ソフトバンクの積極的な出店施策に沿い、上期6ヶ月で11店舗(3月・3店舗、4月・1店舗、6月・7店舗)の新規出店を実施しました。また、ソフトバンクから法人顧客を意識した料金プランが導入されたこともあり、成長余地の大きい法人市場において新規顧客の開拓に努めました。引続き人材の採用に注力するとともに、研修担当者を増員し、教育体制の強化を図りました。
- 以上の結果、営業利益1,480百万円(前年同期比153.6%増)となりました。

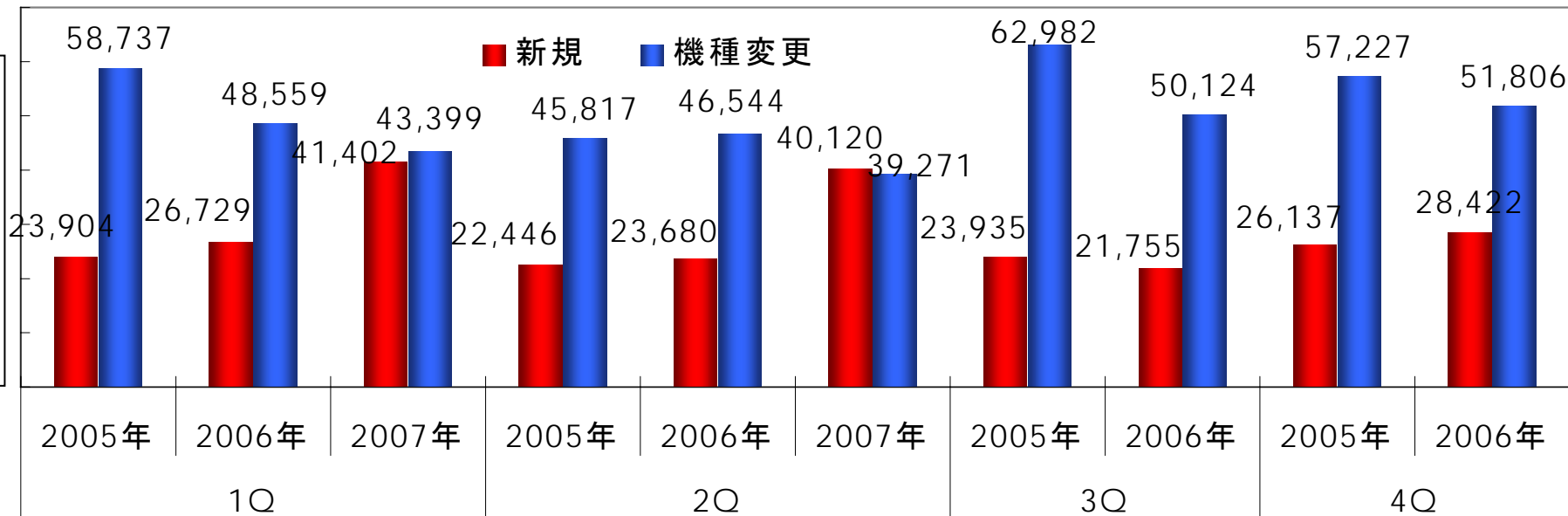
四半期実績推移（営業利益・新規・機種変更）

(百万円)

営業利益(連結)



販売台数



I 中間決算ハイライト

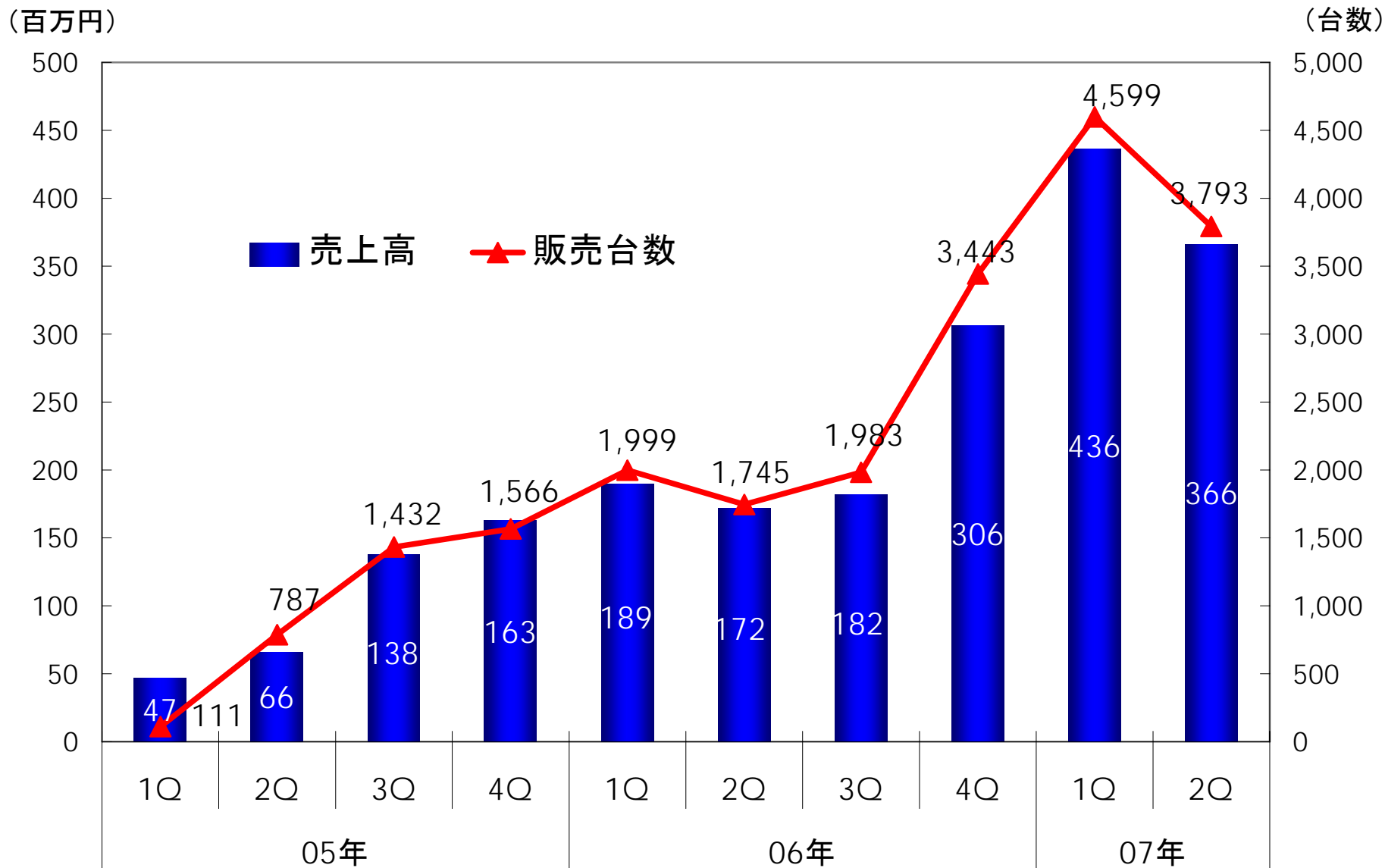
II 2007年下期経営方針

III 2007年通期利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

法人営業 実績推移 (売上高・販売台数)



人材サービス事業

人材サービス事業 概況

(百万円)

	2006年上期 実績	2007年上期 実績	対前年同期 増減率	* 2007年上期 当初計画	計画達成率
売上高	714	889	+24.4%	900	98.8%
営業利益	△12	△2	-	2	-

2007年上期の事業環境

*第14期決算説明会資料にて
発表した数値になります。

- 通信事業者の出店施策の影響もあり、携帯電話販売代理店各社において、人材不足の状況が続き、派遣スタッフへの需要は引続き堅調に推移しました。
しかしながら、労働者にとって雇用環境が好調に推移する中、派遣スタッフの確保が難しい状況となりました。

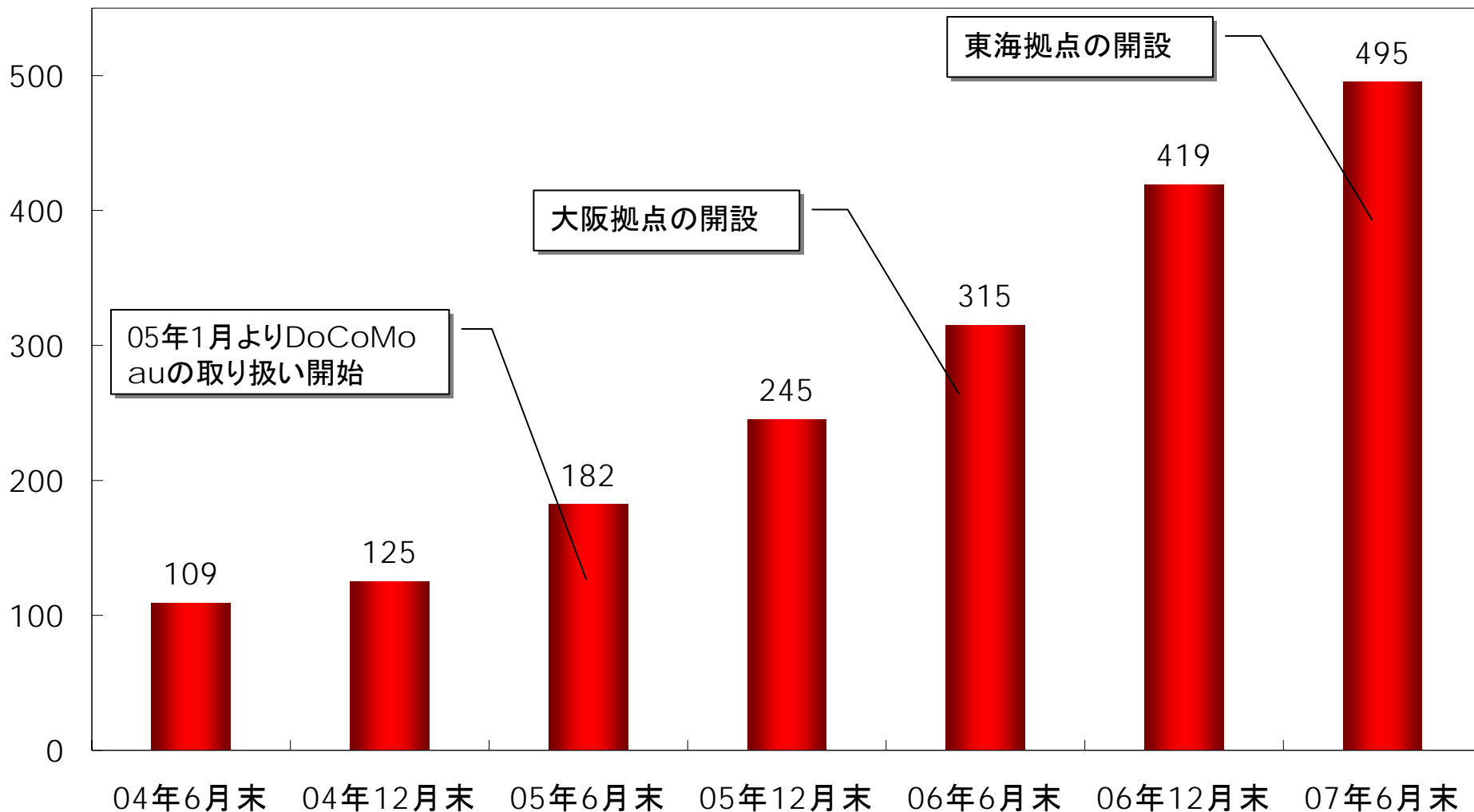
2007年上期の主な施策と業績

- 名古屋に新たに拠点を開設した効果もあり、上期の6ヶ月で派遣人数は76名(18%)増加、売上高も順調に伸長しました(前年同期比24.4%増)。
- 損益面では拠点開設による投資が先行したことから営業損失2百万円(前年同期は営業損失12百万円)となりました。

人材サービス事業 派遣実績推移

当中間期末で前年度末比18%増を達成（06年12月末419名→07年6月末495名）

(人数)



I 中間決算ハイライト

II 2007年下期経営方針

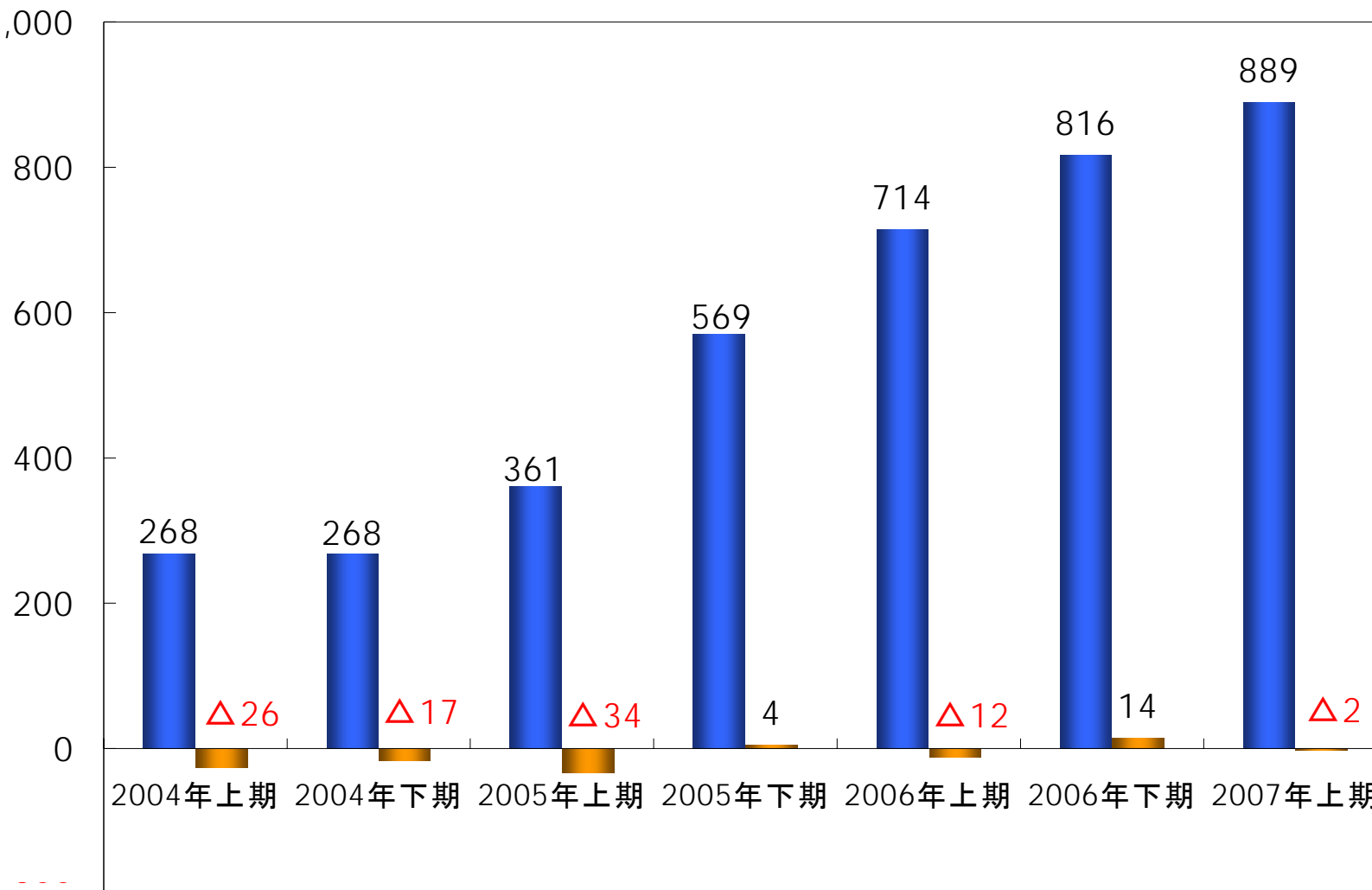
III 2007年通期利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

人材サービス事業 損益推移（半期毎）

(百万円)



I 中間決算ハイライト

II 2007年下期経営方針

III 2007年通期利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

Ⅱ 2007年下期経営方針

2007年下期 事業環境見通し

▶移動体通信業界の動向

下期には、ソフトバンクの「ホワイトプラン」に対抗し、DoCoMoとauが、2年間の継続利用を条件とした低料金プランを導入します。また、端末開発の面でも、今回の夏モデルから各キャリアから薄型端末や独自機能を盛り込んだ端末が投入されるなど競争が激化してきております。こうした流れを受け、年末商戦時に投入される冬モデルにおいては、キャリア間の競争がより一層激しさを増すことが予想されます。

上期は、au一人勝ちの予想が大勢を占める中、ソフトバンクが健闘し、2ヶ月連続で純増1位を獲得しました。しかしながら、下期は、番号ポータビリティ開始から1年が経過し、これから本格的な競争が始まる中で、市場全体にどのような変化が生じるのか見通しを立てにくい状況にあります。

▶ソフトバンクの営業体制強化

ソフトバンクが、量販店での取り扱い強化に加え、ショップ拡充の方針を打ち出しており、下期も当社にとっては新規出店による収益拡大の機会が続くこととなります。一方で、当社運営の既存店舗の近隣地域へ他の代理店が新たに新店を出すケースが出てきており、顧客が他の代理店店舗に流出し、1店あたりの収益が減少する可能性もあります。

▶携帯販売業界全体における人材不足

国内の雇用環境改善による他業界への人材流出に加え、キャリア間の競争激化に伴う販売スタッフ増員により、携帯販売業界における人材不足が一層顕著になることが予想されます。人材不足により、販売機会を逃す場面も出てきており、今後、人材の確保が一層重要になります。

2007年下期 グループ経営方針

中期経営課題と 対策方針

移動体通信機器販売
業界における勝ち残り



・ショップ事業の収益力増強
・法人営業の強化

周辺事業の育成



・人材サービス事業の展開
・ラグジュアリーフォン事業の展開

2007年下期 移動体通信機器 販売事業方針

①新規出店・既存店活性化

②法人市場への注力

③人材の採用・教育強化

2007年下期 人材サービス事業方針

①携帯販売関連派遣強化

②地域拠点における
派遣者数拡大

①新規出店・既存店活性化

ソフトバンクのチャネル政策に沿い、新規出店の機会を積極的にうかがうとともに、既存店舗についてもカウンター数の増加や改装により収益力の拡大を図ります。また、不採算店舗の移転、撤退も検討してまいります。

②法人市場への注力

他代理店との競合が激化してきているものの、今後も大きな成長が期待される法人市場へ引続き注力します。
ソフトバンクから法人市場を意識した料金プランも展開されていることから、最大限に商機を捉えていくべく体制を強化し、販売実績の拡大を図ります。

③人材の採用・教育強化

通信事業者間の競争激化により、販売代理店各社とも人材不足の状況にあります。販売スタッフの充足率とスキルレベルの違いが収益に大きな影響を与えるため、積極的な採用活動を行うとともに、2007年1月に開設した研修センターでの教育を充実させることでスタッフの定着率向上、レベルアップを図ります。

①携帯販売関連派遣強化

販売代理店各社とも人材不足の状況にあり、主力の携帯電話販売スタッフ派遣への需要がふくらむことが予想されます。

一方で景気回復の影響から派遣スタッフの確保が難しくなるため、派遣スタッフ確保に向け採用活動の改善に取り組めます。

②地域拠点における派遣者数の拡大

主力の携帯電話販売スタッフの派遣に注力するとともに、大阪、名古屋に開設した営業所における派遣者数の拡大を図ってまいります。

ラグジュアリー・フォン「VERTU」について

2007年6月にVERTU(ヴェルテュ)とラグジュアリー・フォン(高級携帯電話端末)の日本における独立型店舗に関する販売代理店契約を締結しました。

当社グループは、これまで、移動体通信機器販売事業をグループの収益の柱と定め、ソフトバンクモバイルの専売代理店として大きく成長してまいりました。今後は、新たにラグジュアリー・フォンの販売を手がけることによって、事業規模の多角化及び収益構成の多様化を進めてまいります。

なお、ラグジュアリー・フォンの販売開始は2008年秋を予定しており、当期の業績には影響を与えませんが、当下期においても、来年度の販売開始に向け店舗の確保等の準備を進めてまいります。

「VERTU」について

VERTUは、ノキア・コーポレーション(本社:フィンランド エスポー市、社長兼最高経営責任者:オリペッカ・カラスブオ)のラグジュアリー部門で製造される高級携帯電話端末のブランドで、世界のラグジュアリー・フォン市場におけるNo.1ブランドです。

全てのVERTU製品は、イギリスにある工房においてハンド・クラフト(専門職人の手作業による加工・組み立て)で製造され、世界48カ国で展開されている店舗(VERTUの専門店と370以上の高級時計・宝石店および百貨店内店舗)においてのみ販売されています。

VERTUホームページ <http://www.vertu.com>

Ⅲ 2007年通期利益計画

2007年通期利益計画

(百万円)

	2007年上期 実績		2007年通期 8月修正計画	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益
移動体通信機器 販売事業	14,109	1,480	28,200	2,540
人材サービス 事業	889	△2	2,000	20
その他 事業	117	13	250	20
消去又は全社	△75	△229	△150	△480
連結	15,041	1,262	30,300	2,100

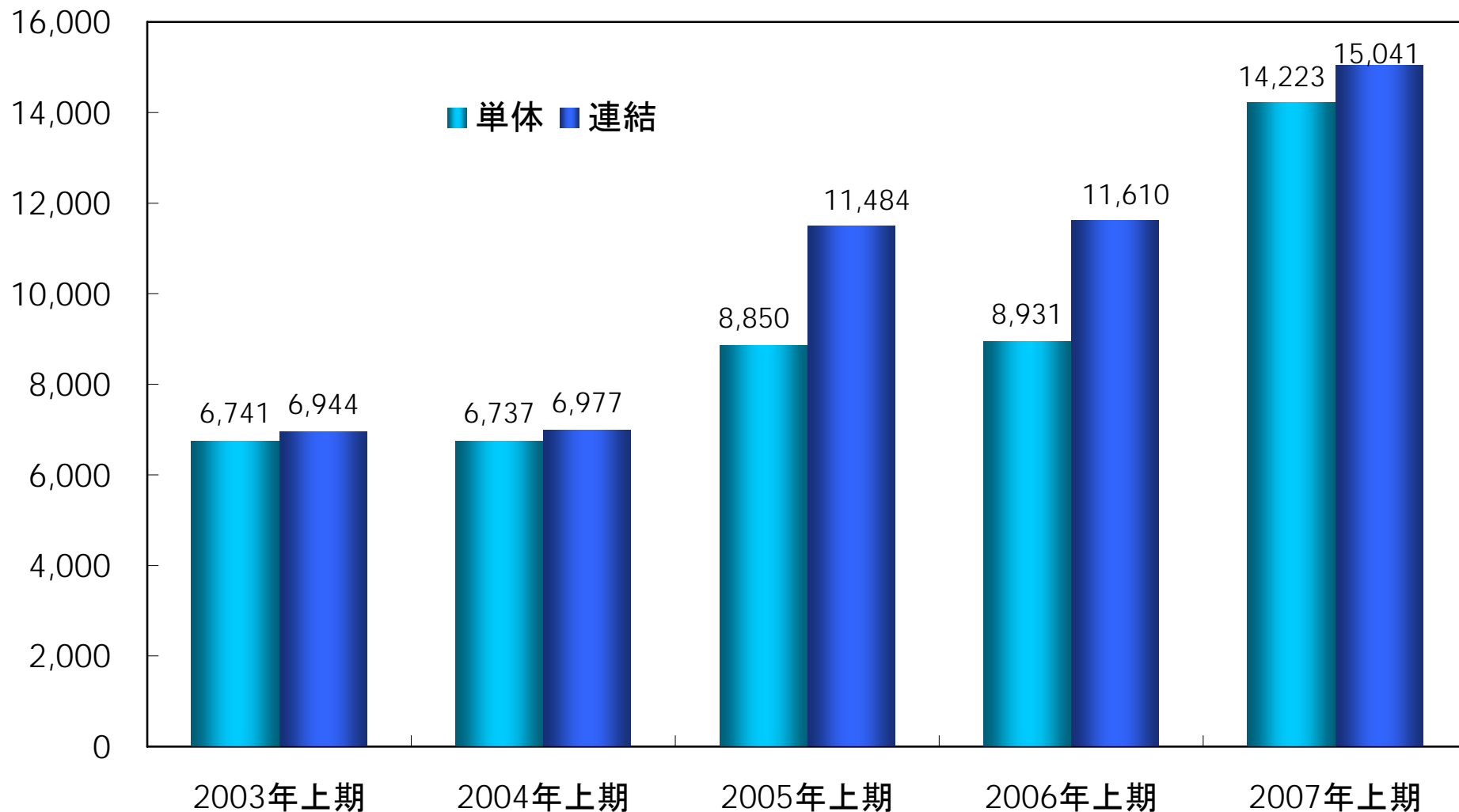
IV 補足資料

IV-1 財務実績

1. 売上高（連結・単体）

連結前年同期比 129.5%
単体前年同期比 159.2%

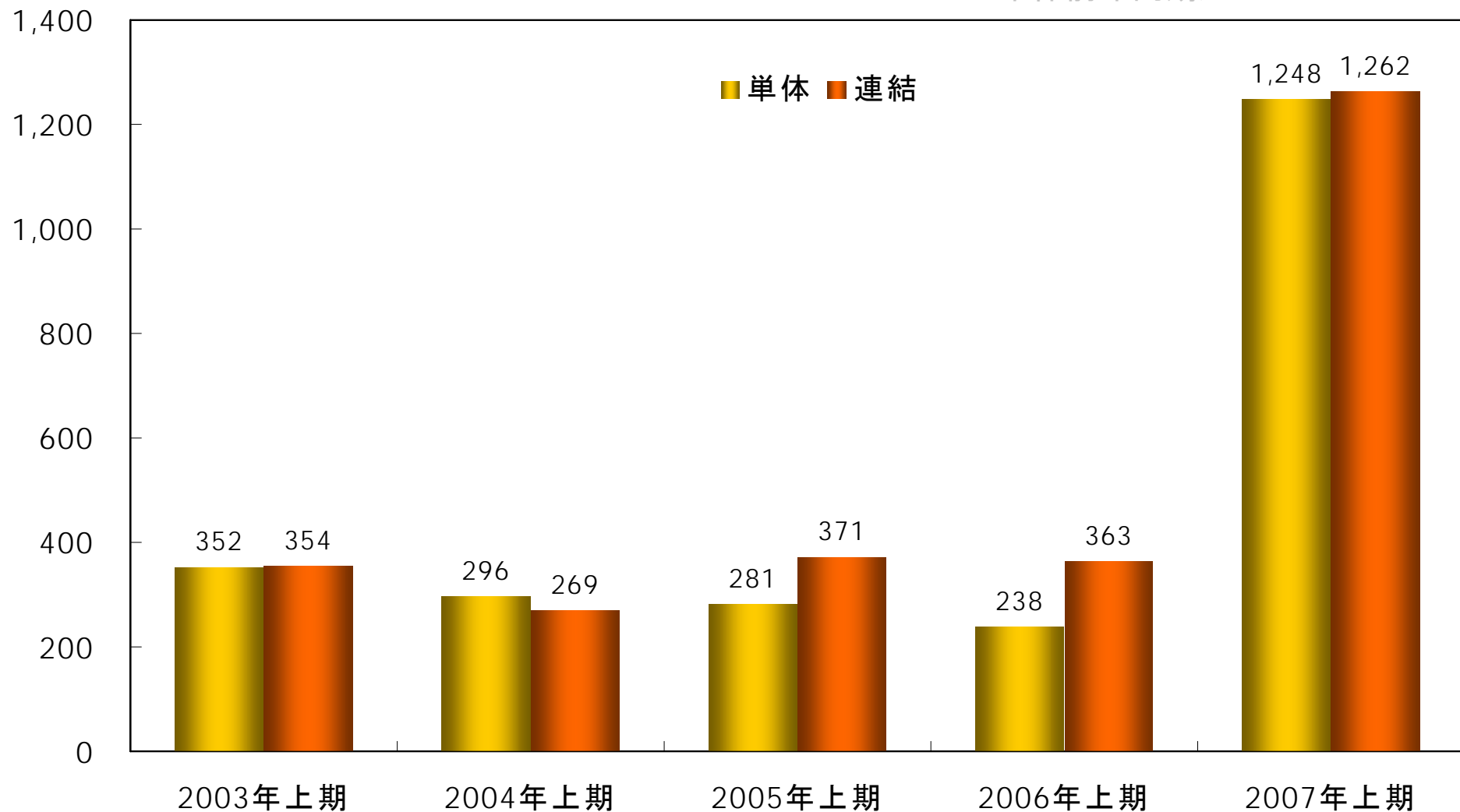
（百万円）



2. 経常利益（連結・単体）

(百万円)

連結前年同期比 346.9%
単体前年同期比 523.9%



I 中間決算ハイライト

II 2007年下期経営方針

III 2007年通期利益計画

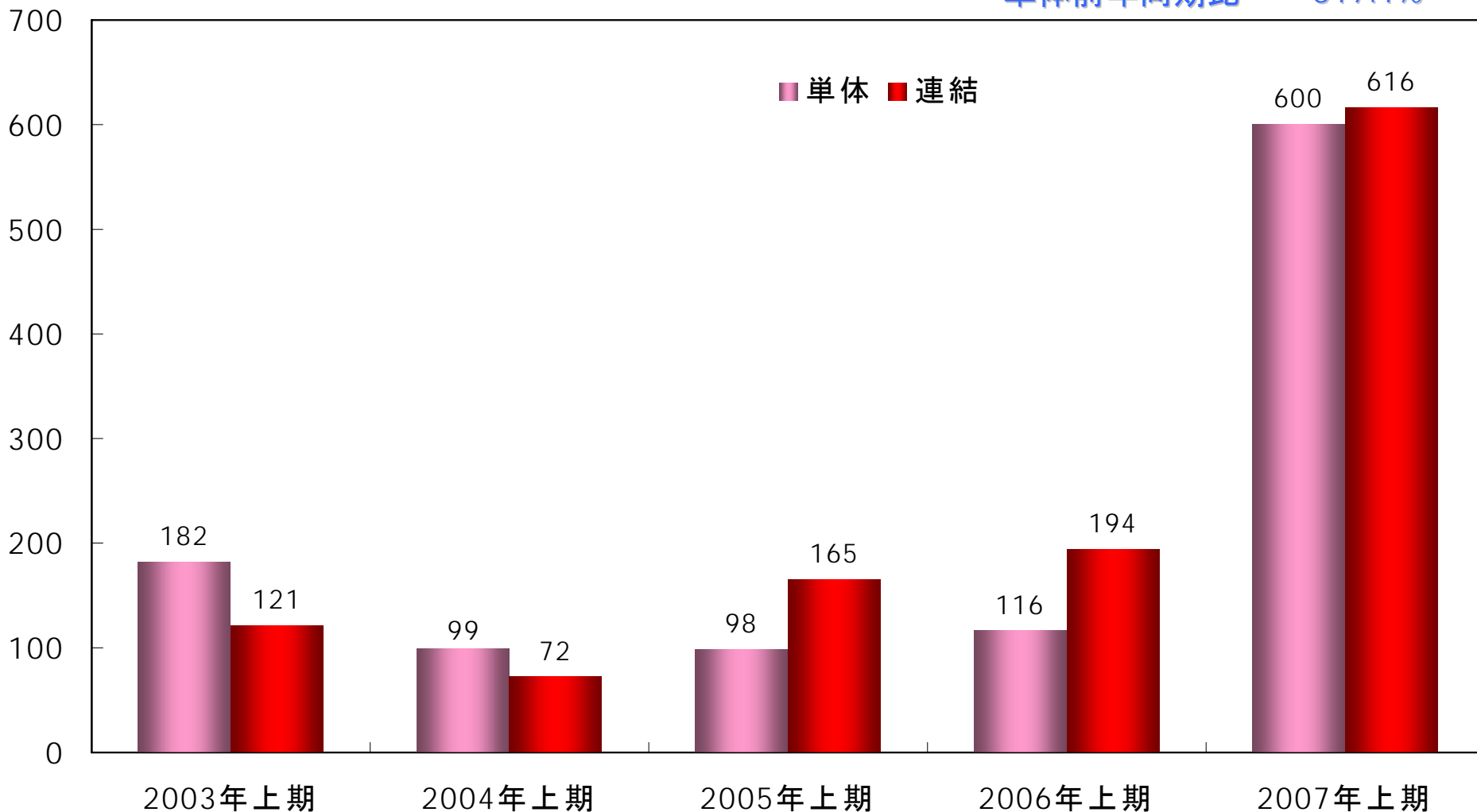
IV 補足資料

Bell-Park

3. 中間純利益（連結・単体）

連結前年同期比 316.4%
単体前年同期比 517.1%

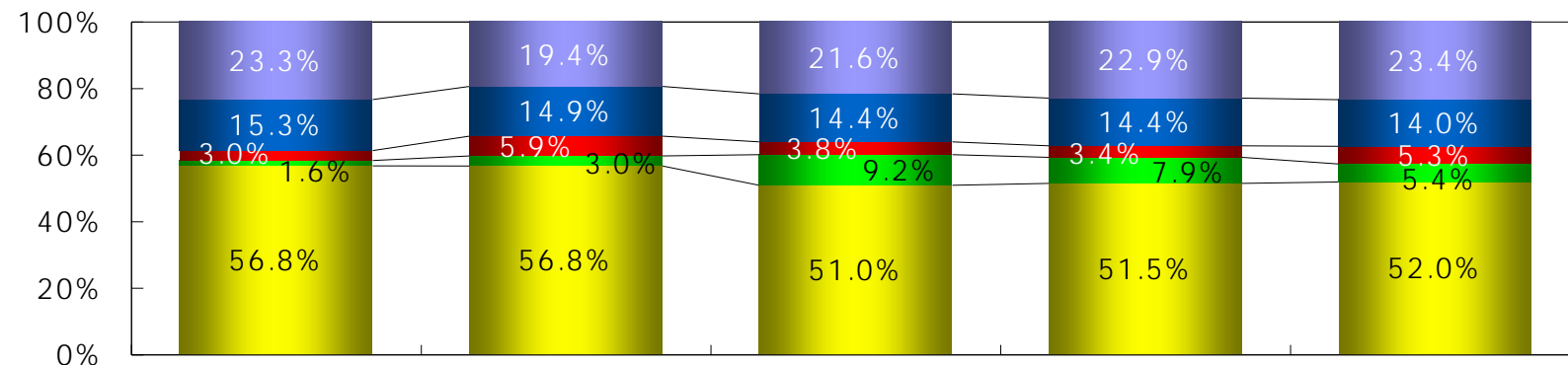
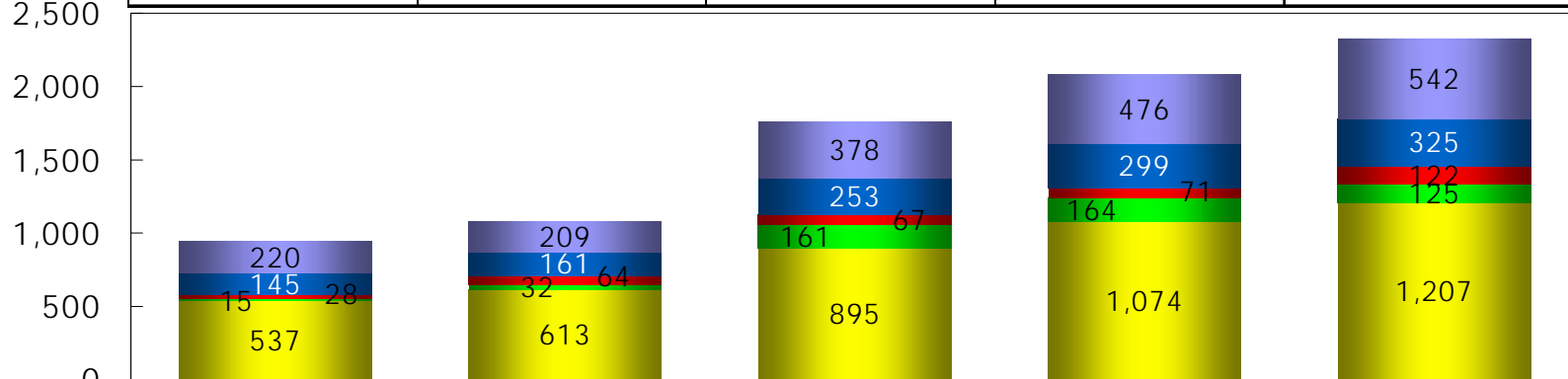
(百万円)



4. 販売管理費（連結）

2003年上期	2004年上期	2005年上期	2006年上期	2007年上期	決算期
1,292	1,339	2,123	2,443	3,586	売上総利益(百万円)
537	613	895	1,074	1,207	人件費(百万円)
946	1,080	1,755	2,086	2,324	販売管理費(百万円)
2.40	2.19	2.37	2.27	2.97	売上総利益 ／人件費
1.37	1.24	1.21	1.17	1.54	売上総利益 ／販売管理費

(百万円)



- その他
- 地代家賃
- 広告宣伝費
- 業務委託費
- 人件費

2003年上期

2004年上期

2005年上期

2006年上期

2007年上期

I 中間決算ハイライト

II 2007年下期経営方針

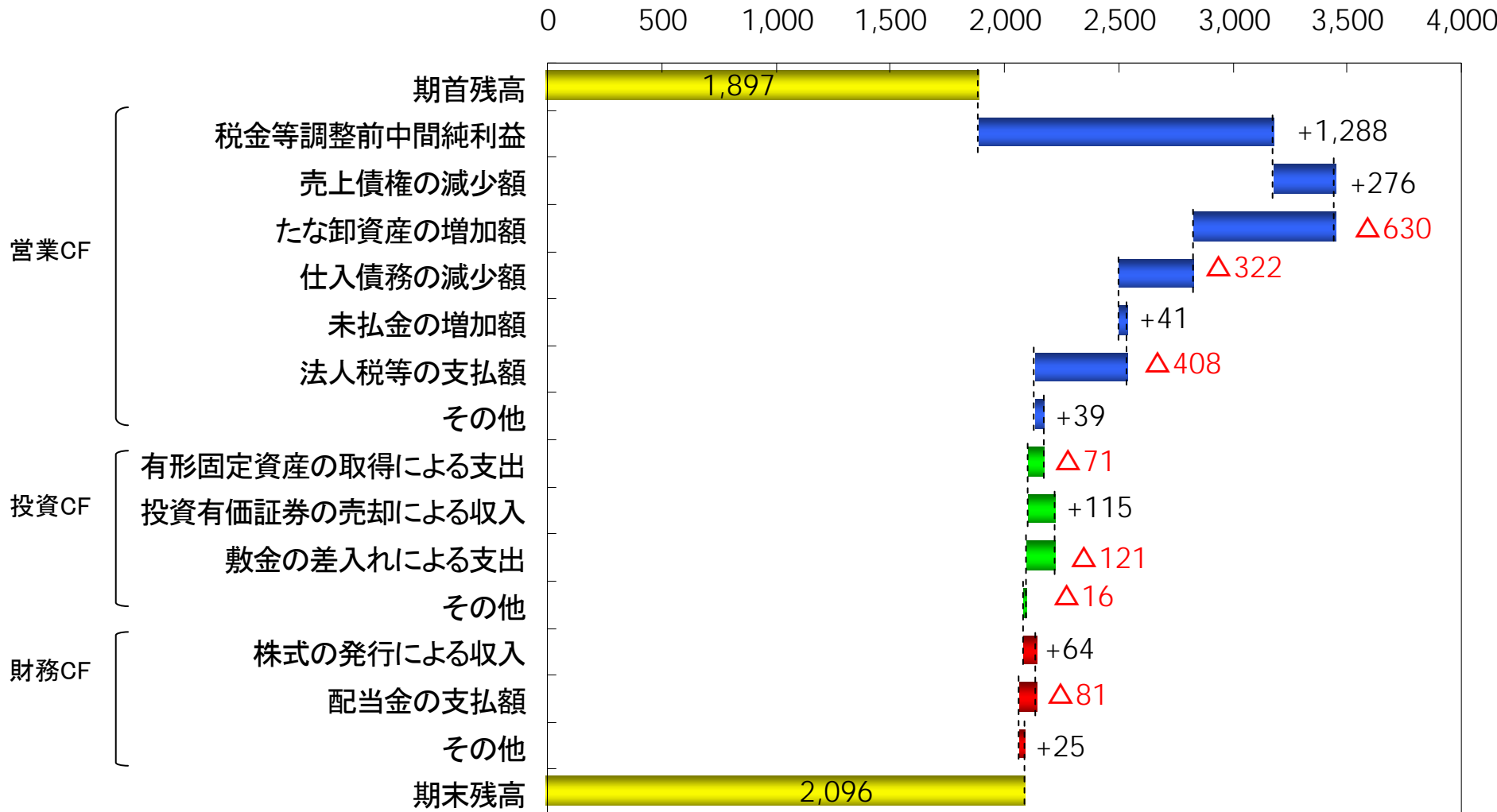
III 2007年通期利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

5. キャッシュ・フロー内訳（連結）

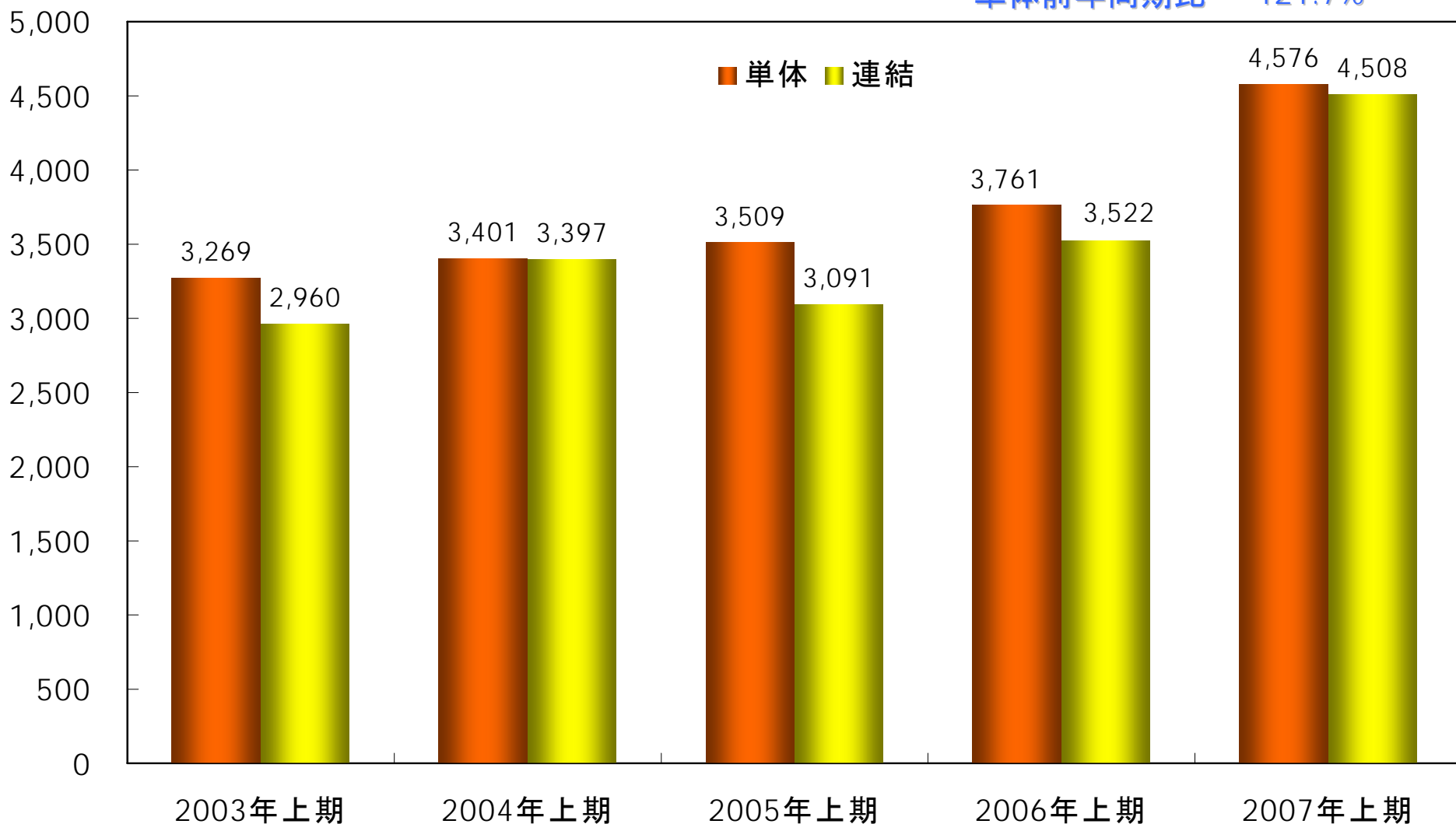
(百万円)



6. 純資産（連結・単体）

(百万円)

連結前年同期比 128.0%
単体前年同期比 121.7%



I 中間決算ハイライト

II 2007年下期経営方針

III 2007年通期利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

7. 財務指標（連結）

		2003年上期	2004年上期	2005年上期	2006年上期	2007年上期
収益性	総資産経常利益率	15.1%	10.2%	11.2%	11.4%	30.9%
	自己資本当期純利益率	8.3%	4.2%	10.8%	11.3%	29.4%
	キャッシュフロー・マージン	2.0%	3.6%	*—	*—	1.9%
	売上高総利益率	18.6%	19.2%	18.5%	21.1%	23.8%
	売上高経常利益率	5.1%	3.9%	3.2%	3.1%	8.4%
効率性	総資産回転率(回/年)	2.97	2.65	3.47	3.65	3.68
	売上債権回転日数(日)	35.2	36.6	34.5	33.8	34.3
	在庫回転日数(日)	11.7	18.2	19.6	21.2	20.7
安全性	自己資本比率	65.2%	67.2%	48.4%	59.6%	52.7%
	流動比率	247.7%	265.4%	158.9%	196.5%	176.9%

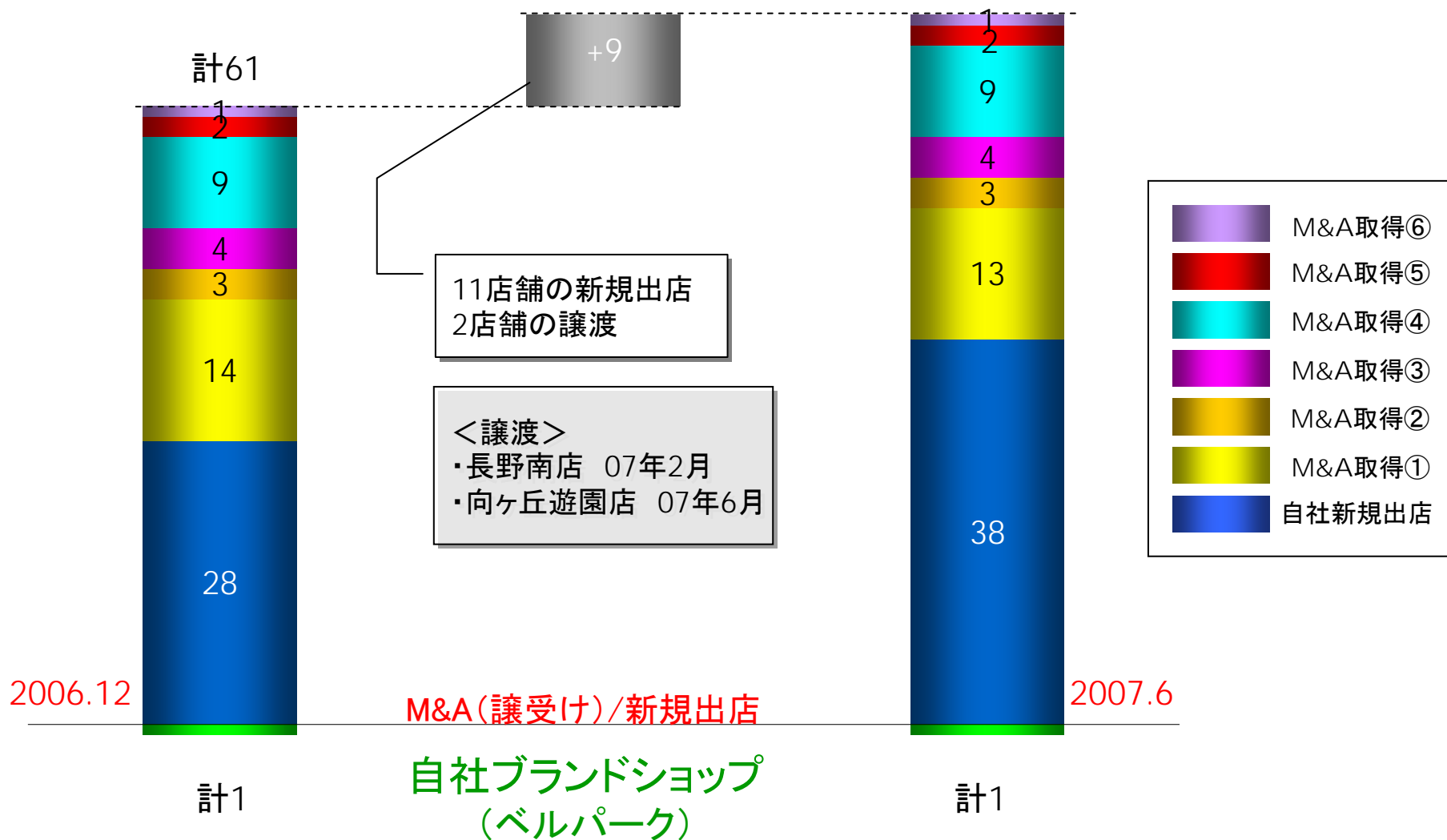
*営業活動によるキャッシュ・フローがマイナスの値であるため、算出しておりません。

IV 補足資料

IV-2 営業実績(移動体通信機器販売事業)

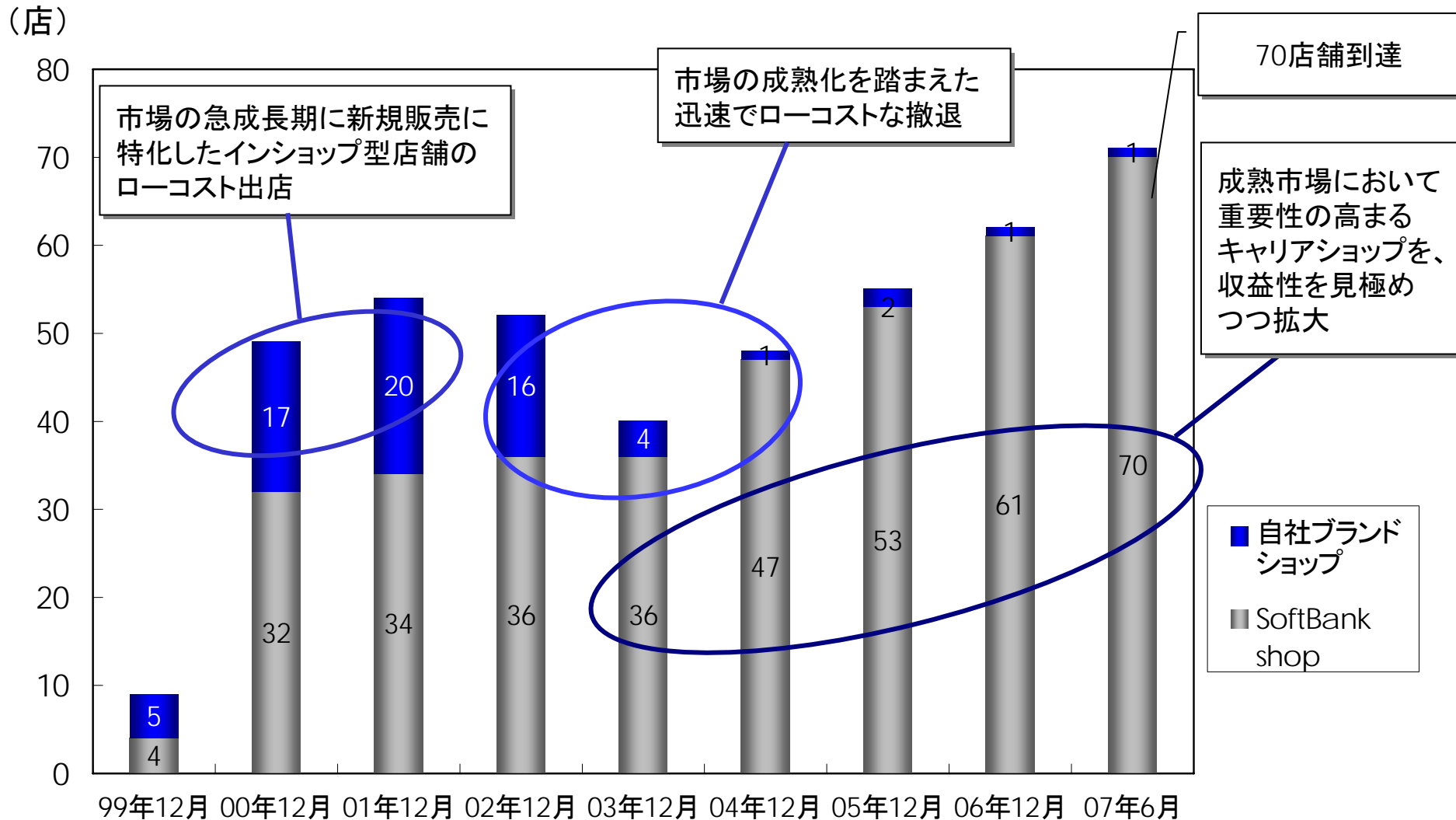
1. 店舗数増減

SoftBank shop



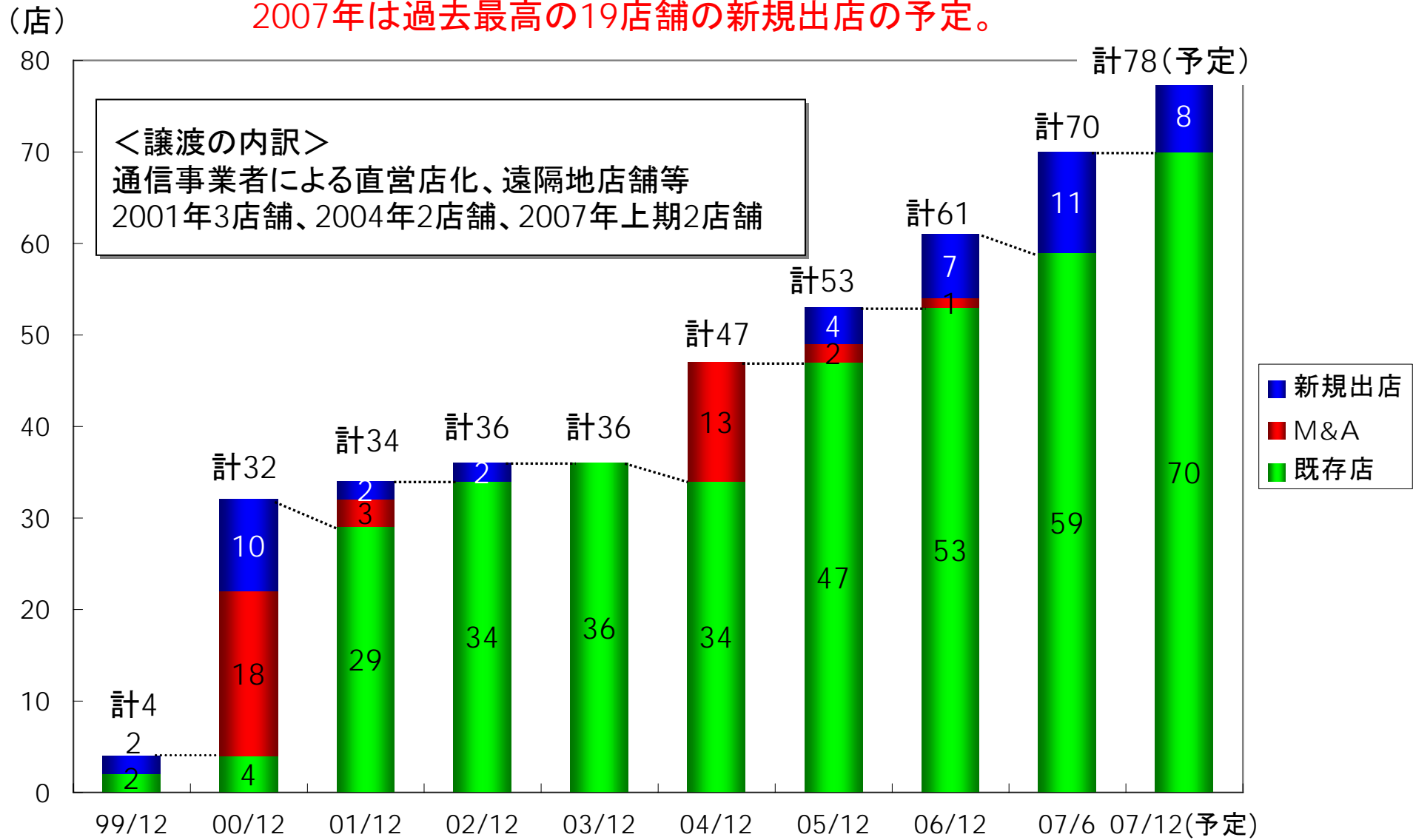
2. 店舗数推移

ニーズの変遷と事業採算を踏まえて、キャリア・ショップに特化へ。



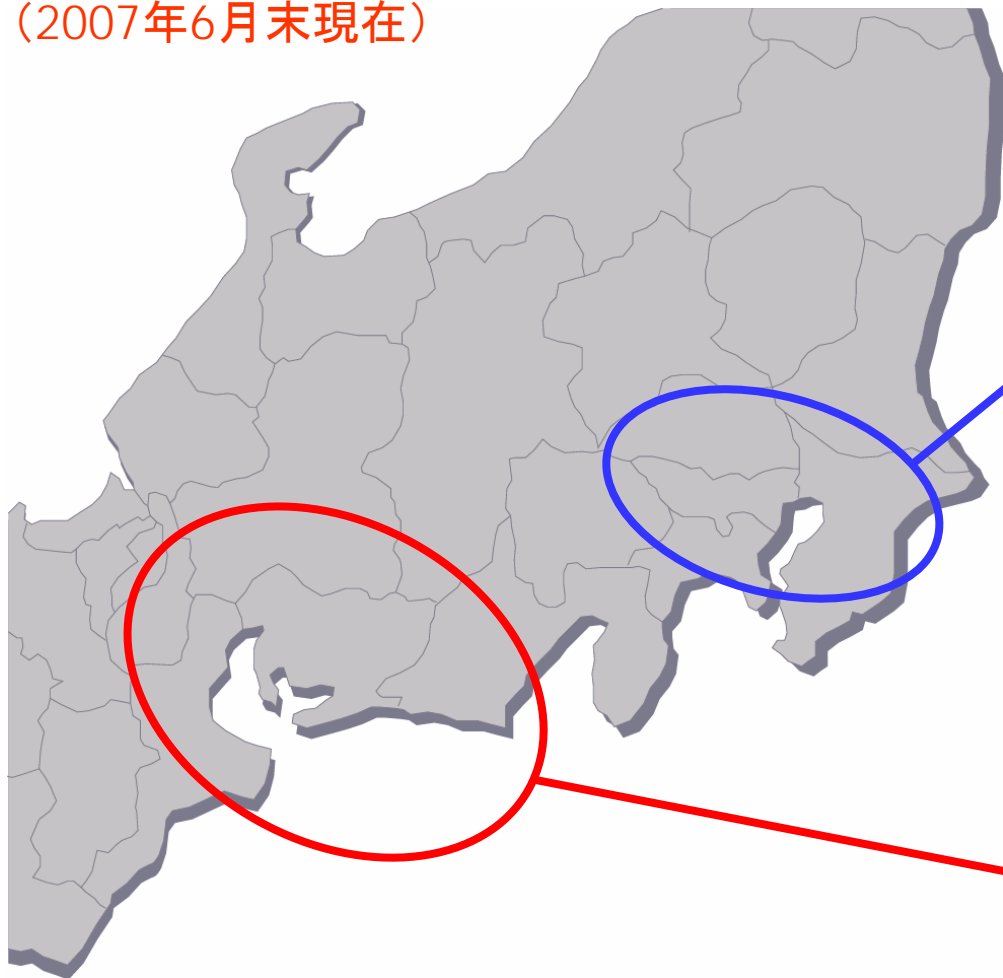
3. SoftBank Shop数推移 (内訳)

2007年は過去最高の19店舗の新規出店の予定。



4. 店舗網

1都7県に「SoftBank shop」を70店、
「自社ブランドショップ」を1店展開。
(2007年6月末現在)



関東圏店舗数

	SoftBank shop	自社ブランドショップ
東京都	36	0
神奈川県	4	0
千葉県	8	0
埼玉県	10	0
小計	58	0

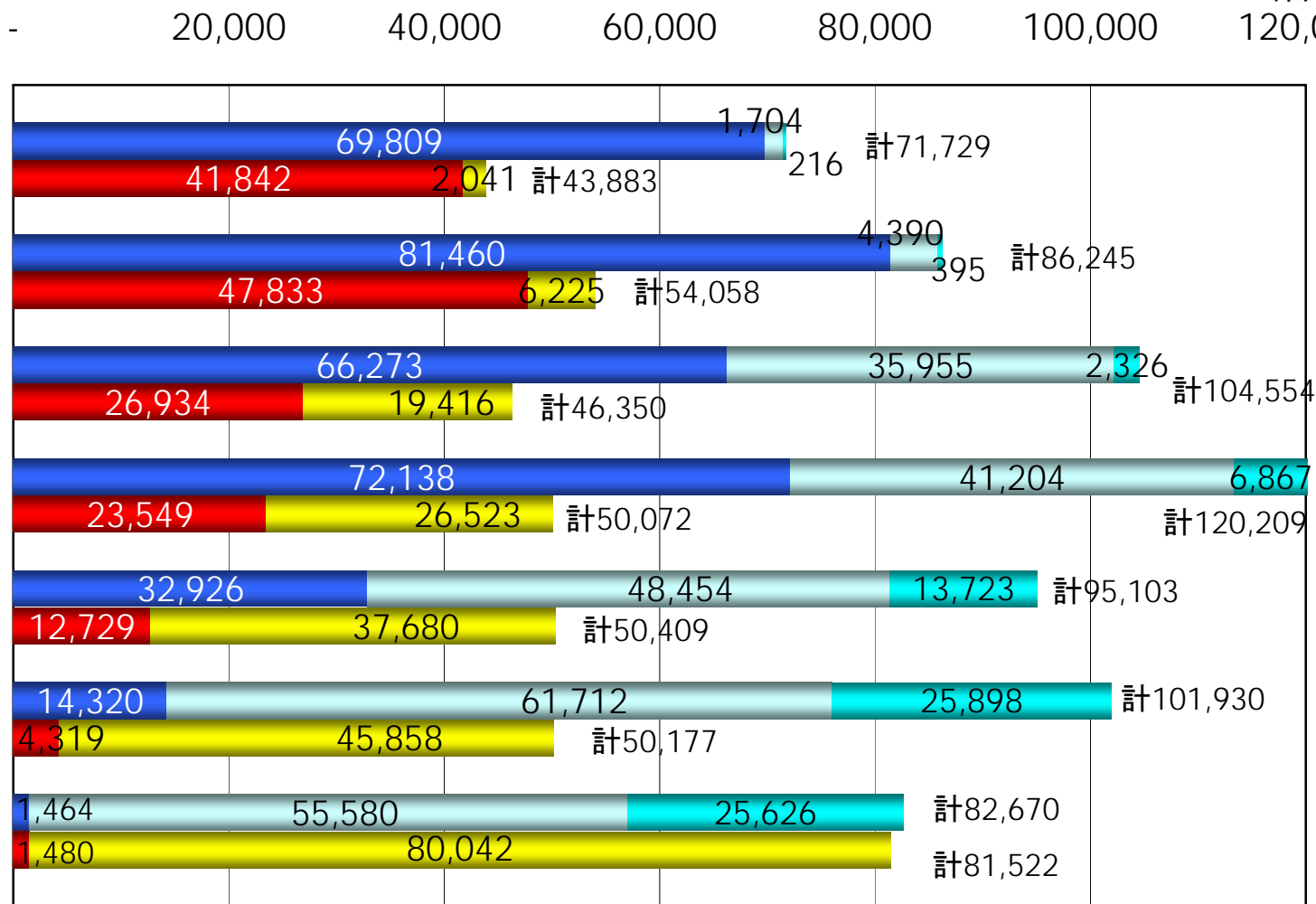
東海圏店舗数

	SoftBank shop	自社ブランドショップ
愛知県	6	1
静岡県	1	0
岐阜県	1	0
三重県	4	0
小計	12	1

5. 販売台数推移

■ 新規販売2G ■ 新規販売3G ■ 機種変更2G ■ 機種変更3G ■ *3G買い増し

新規販売を
(台) 1とした際の機種
変更の指数



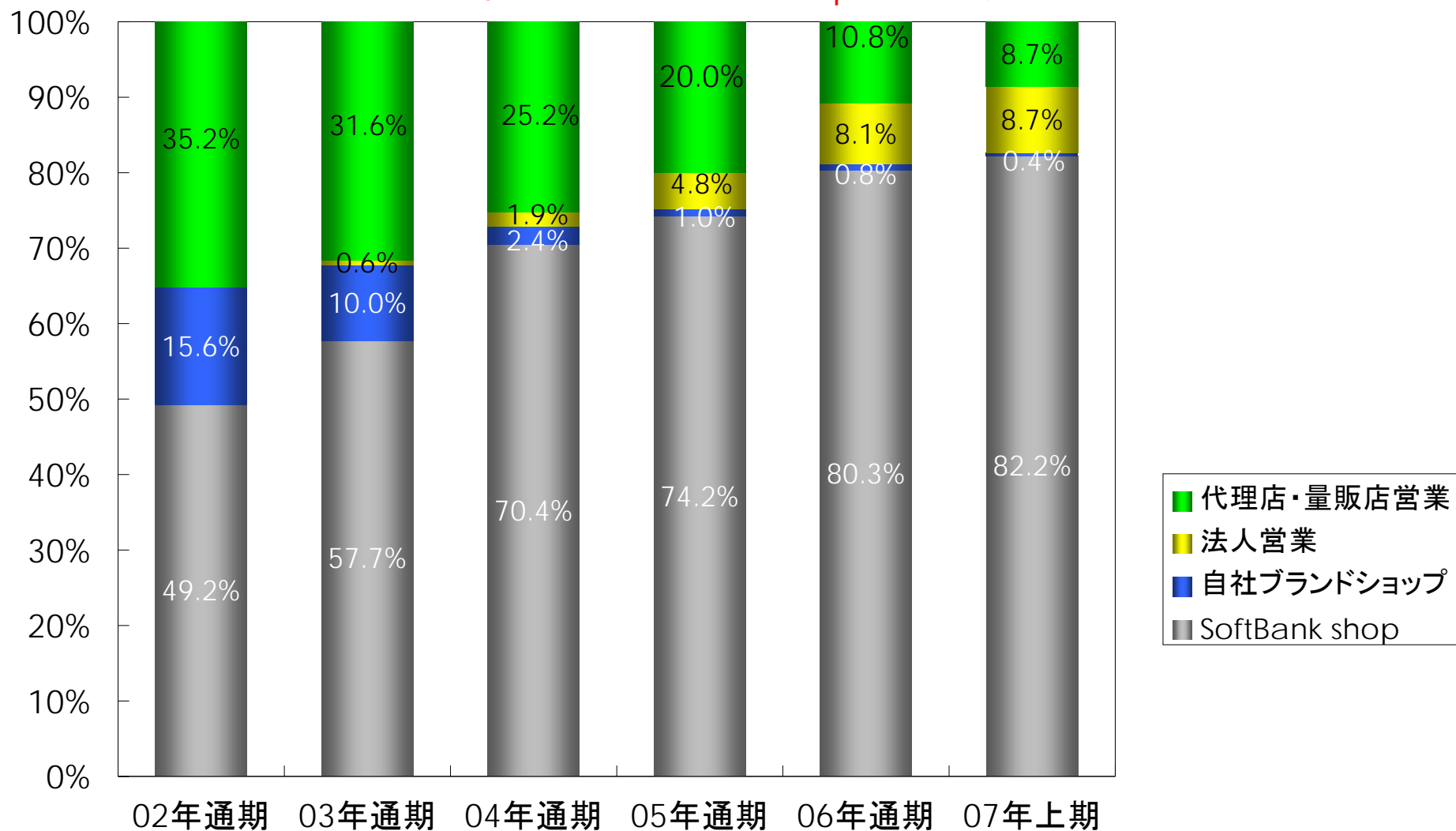
1.63
1.60
2.26
2.40
1.89
2.03
1.01

*3G買増とは、既にソフトバンクの携帯電話を契約されているお客様が、端末だけを追加で購入することを指します。



6. 新規販売台数チャネル構成比推移

法人営業と SoftBank Shop に注力。



7. 人材採用・教育の状況

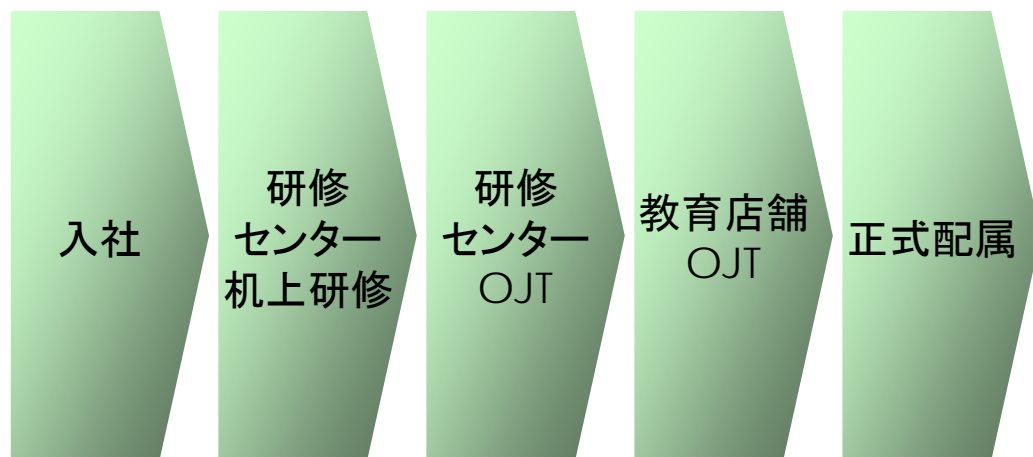
1. 人材の採用状況(ショップ部門)

	06年上期	07年上期
SoftBank shop 店舗数	58店舗	70店舗
採用人数	91名	185名

2. 雇用区分別の採用状況(ショップ部門)

	06年上期	07年上期
正社員	15名	46名
契約社員	16名	29名
アルバイト	60名	110名

3. 人材教育のフロー



(参考: 研修センターでの研修風景)



将来の見通しに対する記述についての注意事項

本プレゼンテーション資料に記載されている計画、戦略、財務的予測のうち、歴史的事実でないものは、将来の見通しに対する記述であり、当社経営陣が現在入手可能な情報に基づき判断したものであるため、環境等の変化により大きく見通しが変動する可能性があります。

We strongly believe in our ability, potential and the possibilities of the future.

Bell-Park