

Bell-Park

第15期 決算説明会

(2007年1月1日～2007年12月31日)

2008年2月15日

株式会社ベルパーク



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

目次

- I 決算ハイライト
- II 2008年経営方針
- III 2008年利益計画
- IV 補足資料 「2007年財務実績及び営業実績」

I 決算ハイライト

I-1 全社ハイライト

2007年 決算ハイライト

- 受取手数料条件の低下、市場全体のソフトバンクショップ数の大幅増加による1店舗あたりの販売台数低下、割賦販売の影響による機種変更需要の急ブレーキ、新規出店による費用増等により、第4四半期こそ業績は低調にとどまったものの、通期では、ソフトバンクの好調さを受けた新規販売台数の大きな伸びにより、**経常利益ベースで過去最高益を3期連続で更新**しました。
- 24店舗の出店（新規店21店、譲受3店）を実施。また、関西系の販売代理店2社と代理店契約を結び、関西地域への進出も果たし、2006年末の61店舗（直営60店舗、FC1店舗）から2007年末には一気に104店舗（直営82店舗、FC22店舗）まで事業規模を拡大させました。
また、中長期的には、人材の確保・育成が業界における勝ち残りの条件になるとの判断から、積極的な採用活動及び研修等の人材育成に注力しました。

以上の結果、連結経常利益は、1,685百万円（前期比54.9%増）となりました。

2007年連結業績総括

(百万円、%)

	2006年		2007年		前期比		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	24,356	100.0	31,453	100.0	+7,096	+29.1	①移動体 +6,819 主に店舗数の増加に伴う新規販売台数の増加。 ②人材 +521 拠点の拡大等による派遣者数の増加。 ③その他 △244 固定通信回線取次の縮小。
売上総利益	5,196	21.3	6,886	21.9	+1,689	+32.5	①移動体 +1,874 新規販売台数の増加、粗利単価の上昇。 ②人材 +66 派遣者数の増加。 ③その他 △251 固定通信回線取次の縮小。
販売費及び一般管理費	4,120	16.9	5,202	16.5	+1,081	+26.3	①移動体 +1,426 人件費+513、業務委託費+263、 広宣・販促費+220、地代家賃+140、 消耗品費+101、その他+187。 ②人材 △3 人件費△25、求人募集費+21、 その他+1。 ③その他 △395 事業縮小に伴う人件費及び業務委託費 の減少。 ④管理間接 +53 管理部門人材補強等。
営業利益	1,076	4.4	1,684	5.4	+608	+56.5	上記の結果。
経常利益	1,087	4.5	1,685	5.4	+597	+54.9	上記の結果。
特別損益	△41	△0.2	47	0.2	+89	+214.6	事務所立退料+39、事業譲渡益+18。
税引前純利益	1,046	4.3	1,733	5.5	+687	+65.7	上記の結果。
当期純利益	557	2.3	840	2.7	+283	+50.8	上記の結果。

I 決算ハイライト

I-2 事業セグメント別概況

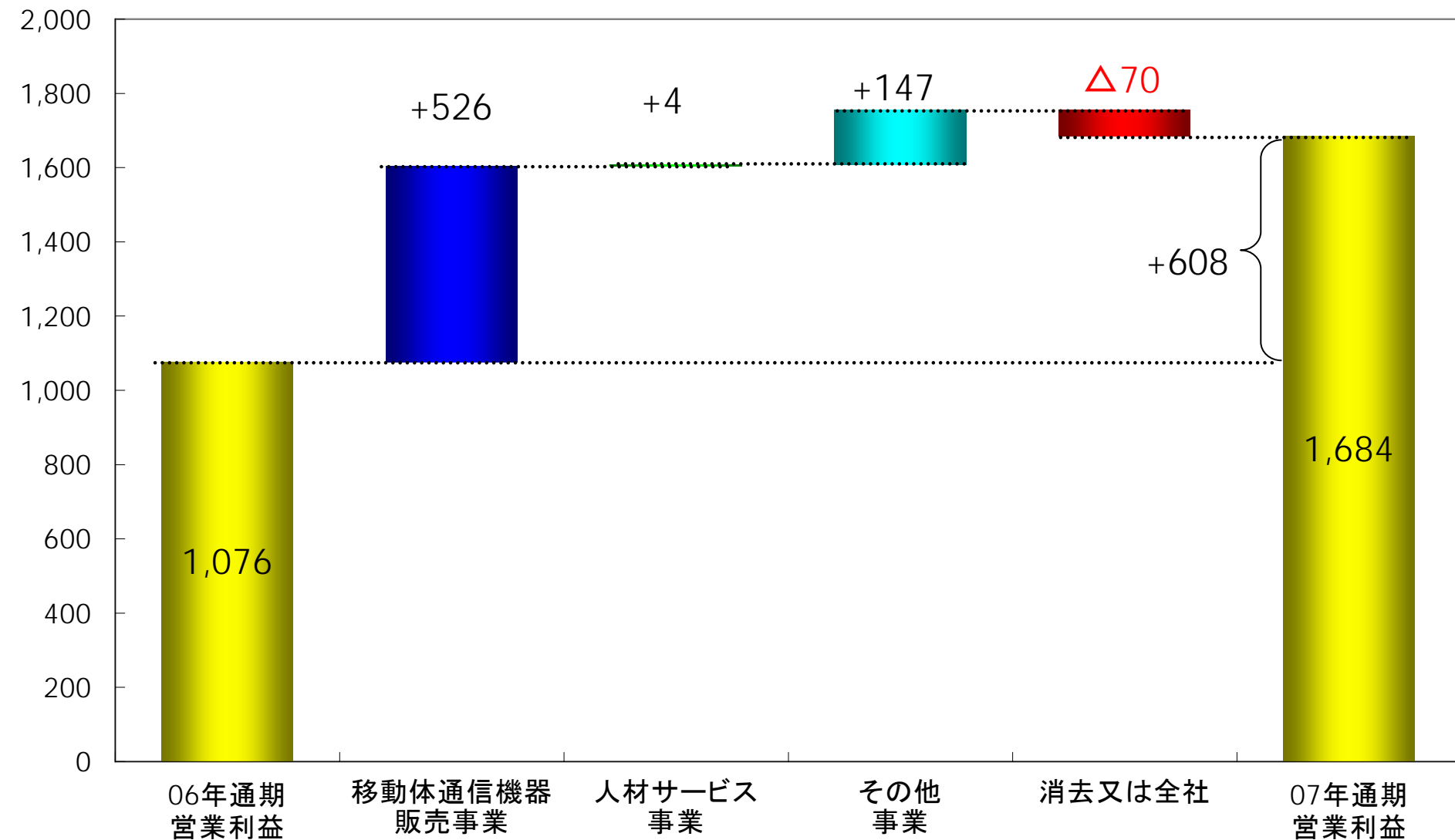
2007年事業セグメント別業績分析

(百万円、%)

	2006年実績		2007年実績		対前期増減率	
	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	22,579	1,603	29,401	2,129	+30.2	+32.8
人材サービス 事業	1,531	1	1,986	6	+29.8	+216.3
その他 事業	466	△120	222	27	△52.3	+122.7
消去又は全社	△220	△408	△157	△478	-	-
連結	24,356	1,076	31,453	1,684	+29.1	+56.5

セグメント別 営業利益増減要因分析

(百万円)



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

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年通期 実績	2007年通期 実績	対前期 増減率
売上高	22,579	29,401	+30.2%
営業利益	1,603	2,129	+32.8%

2007年の事業環境

- 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」「Wホワイトプラン」「ホワイト家族24」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、加入者純増数で5月から8ヶ月連続の首位となりました。

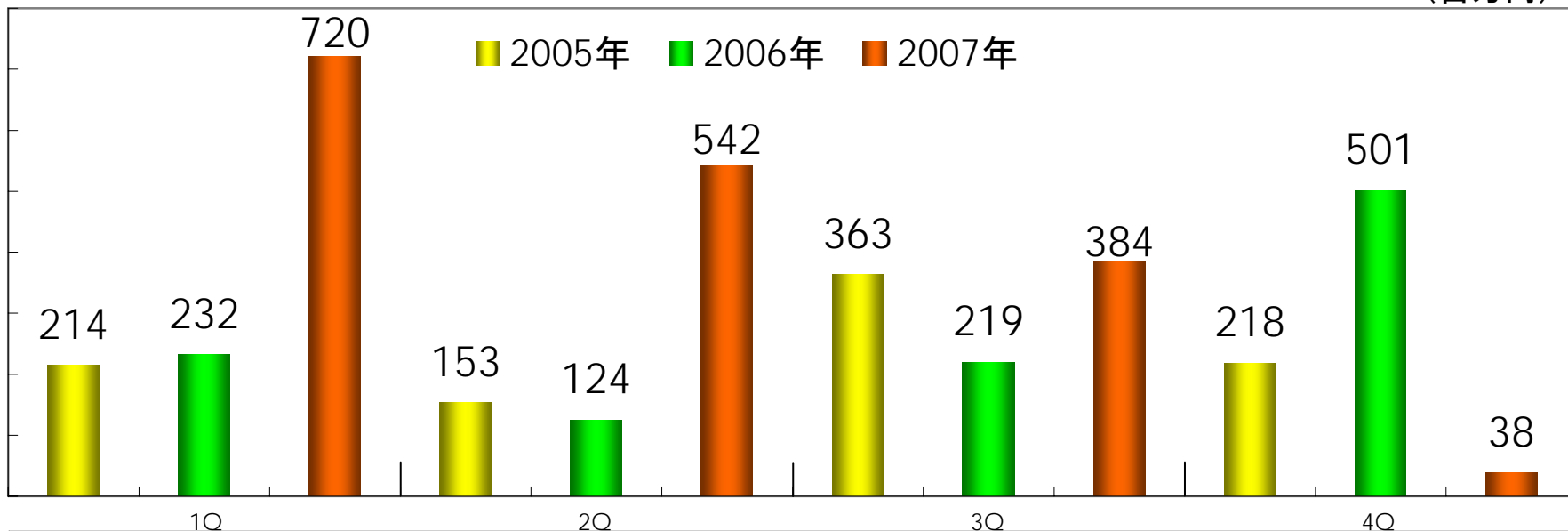
2007年の当社の主な施策と業績

- ソフトバンクの積極的な出店施策に沿い、24店舗の出店(新規店21店、譲受3店)を実施しました。また、関西系の販売代理店2社と代理店契約を結び、関西地域への進出を果たしました。これらの施策により、ソフトバンクショップの数は06年末の61店舗から07年末には104店舗まで増加いたしました。
- 法人向けの事業においては、ソフトバンクが法人顧客を意識した料金プランを導入したこともあり、営業人員の増員等の体制強化を図り、積極的に新規顧客の開拓に努めました。
- 以上の結果、営業利益2,129百万円(前期比32.8%増)となりました。

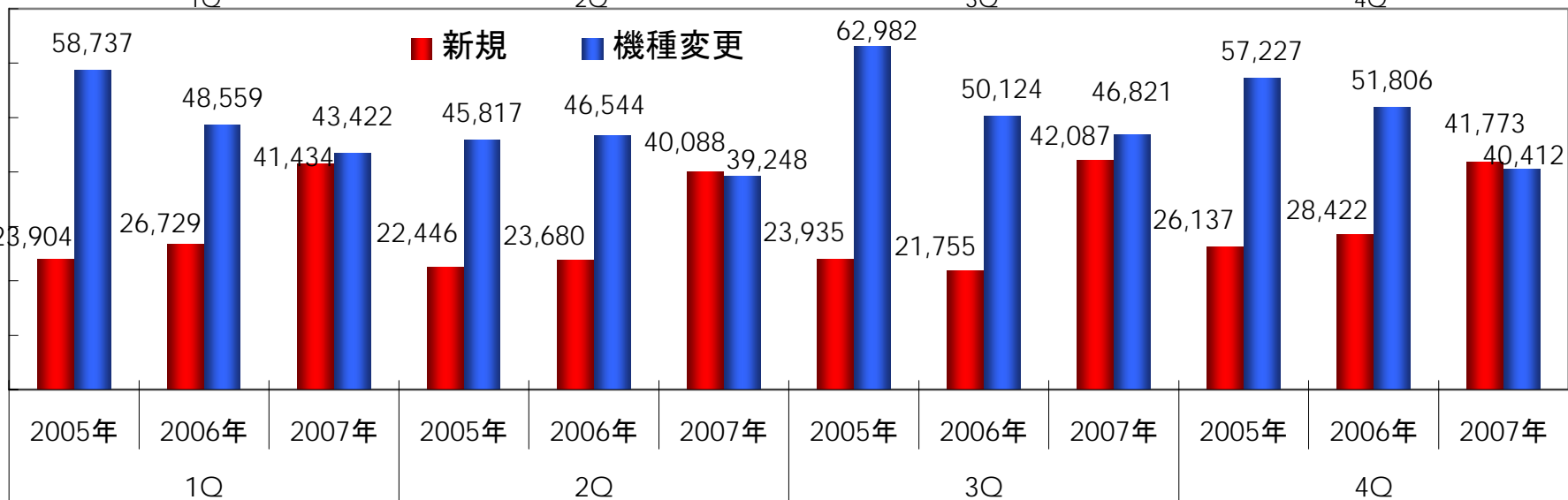
四半期実績推移（営業利益・新規・機種変更）

（百万円）

営業利益（連結）



販売台数



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

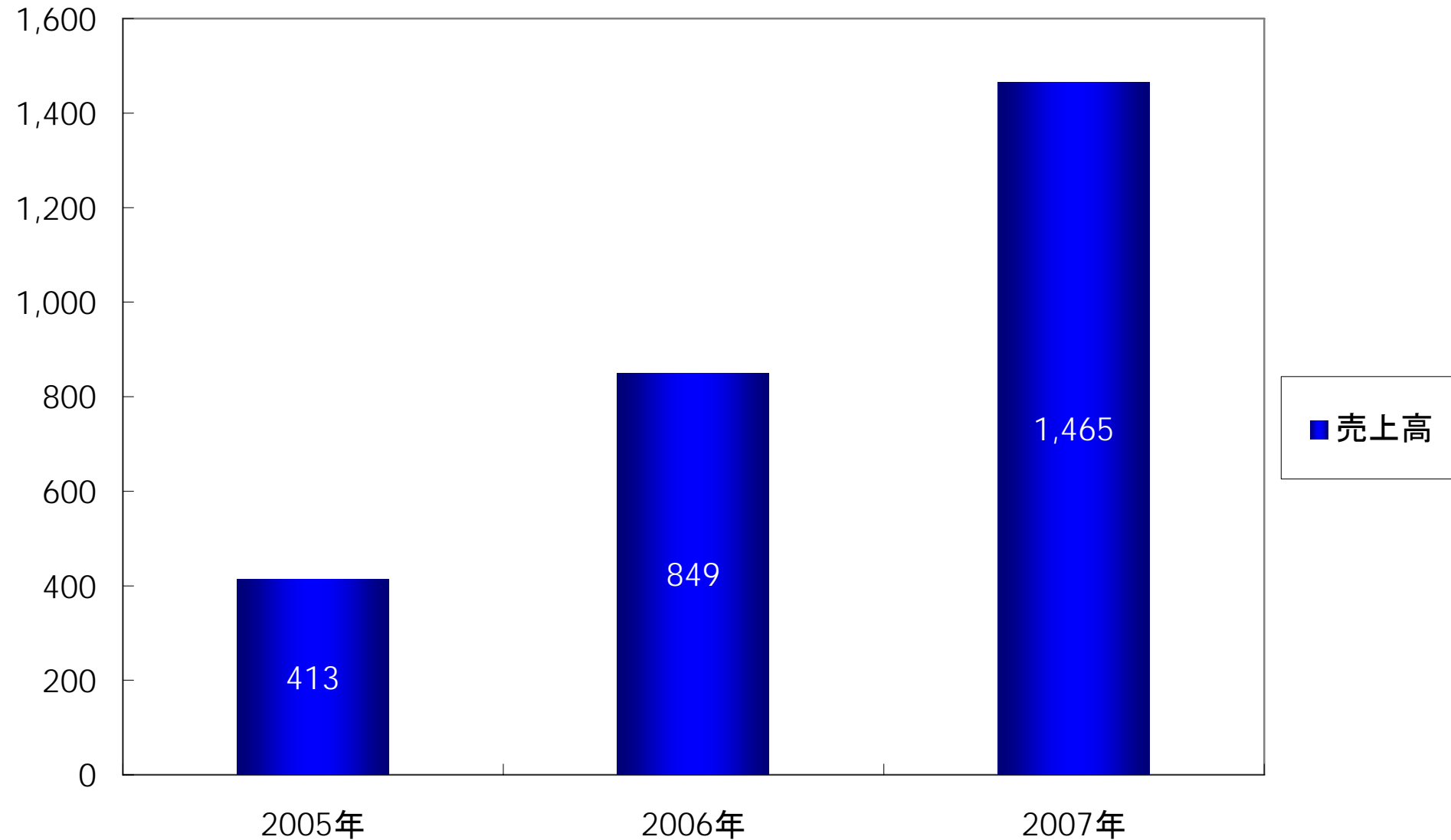
III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

法人営業 売上高推移

(百万円)



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

人材サービス事業

人材サービス事業 概況

(百万円)

	2006年通期 実績	2007年通期 実績	対前期 増減率
売上高	1,531	1,986	+29.8%
営業利益	1.9	6.1	+216.3%

2007年の事業環境

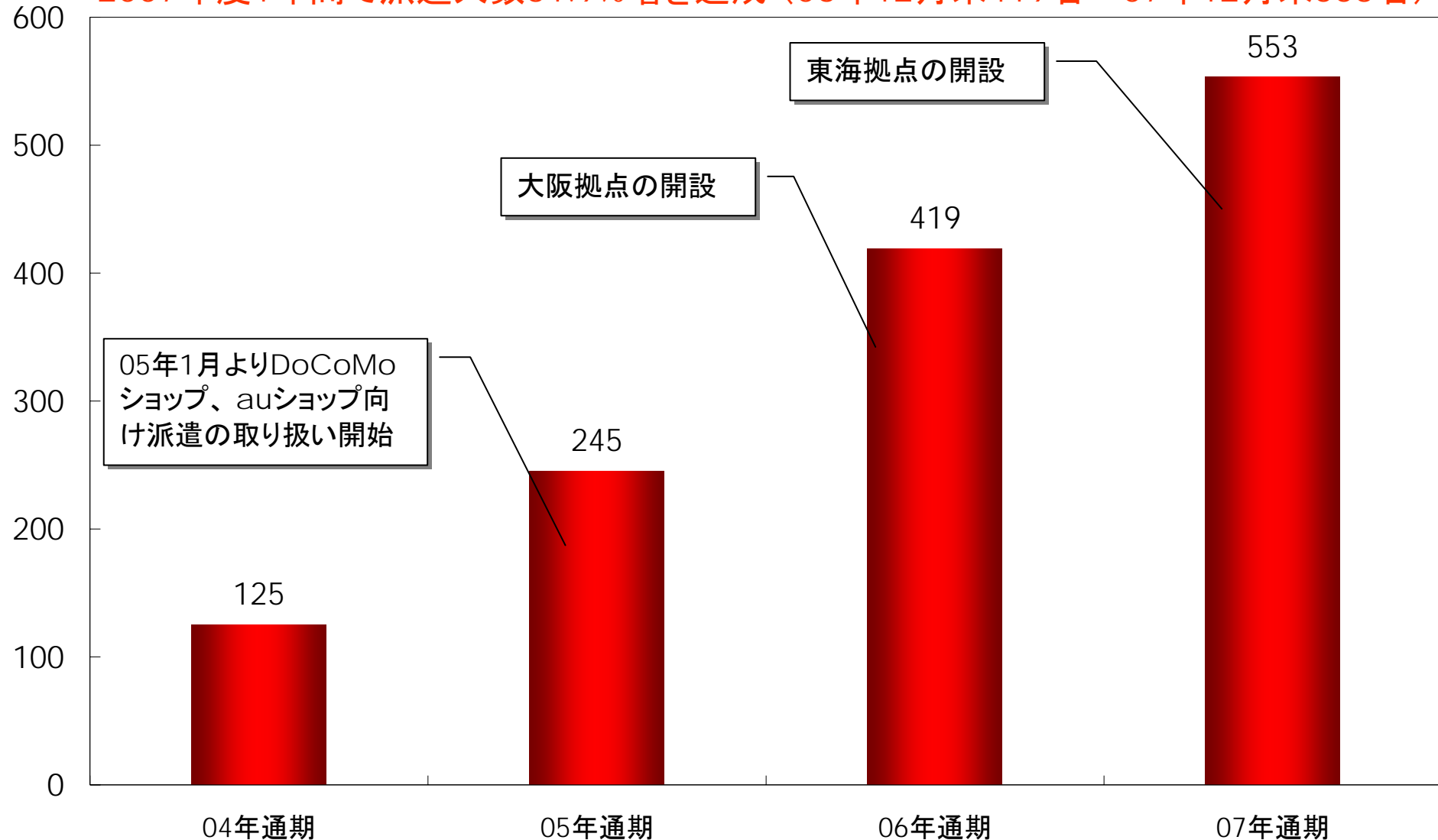
- 通信事業者の出店施策の影響もあり、携帯電話販売代理店各社において、人材不足の状況が続き、派遣スタッフへの需要は引き続き堅調に推移しました。
しかしながら、労働者にとって雇用環境が好調に推移する中、派遣スタッフの確保が難しい状況となりました。

2007年の当社の主な施策と業績

- 需要の見込める名古屋に営業所を開設した効果もあり、期末の派遣人数は前期末の419名から553名へと、134名(31.9%)増加しました。
- 以上の結果、売上高は順調に増加し、営業利益も前期を上回る6百万円(前期比216.3%増)となりました。

人材サービス事業 期末派遣実績推移

(人数) 2007年度1年間で派遣人数31.9%増を達成 (06年12月末419名→07年12月末553名)



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

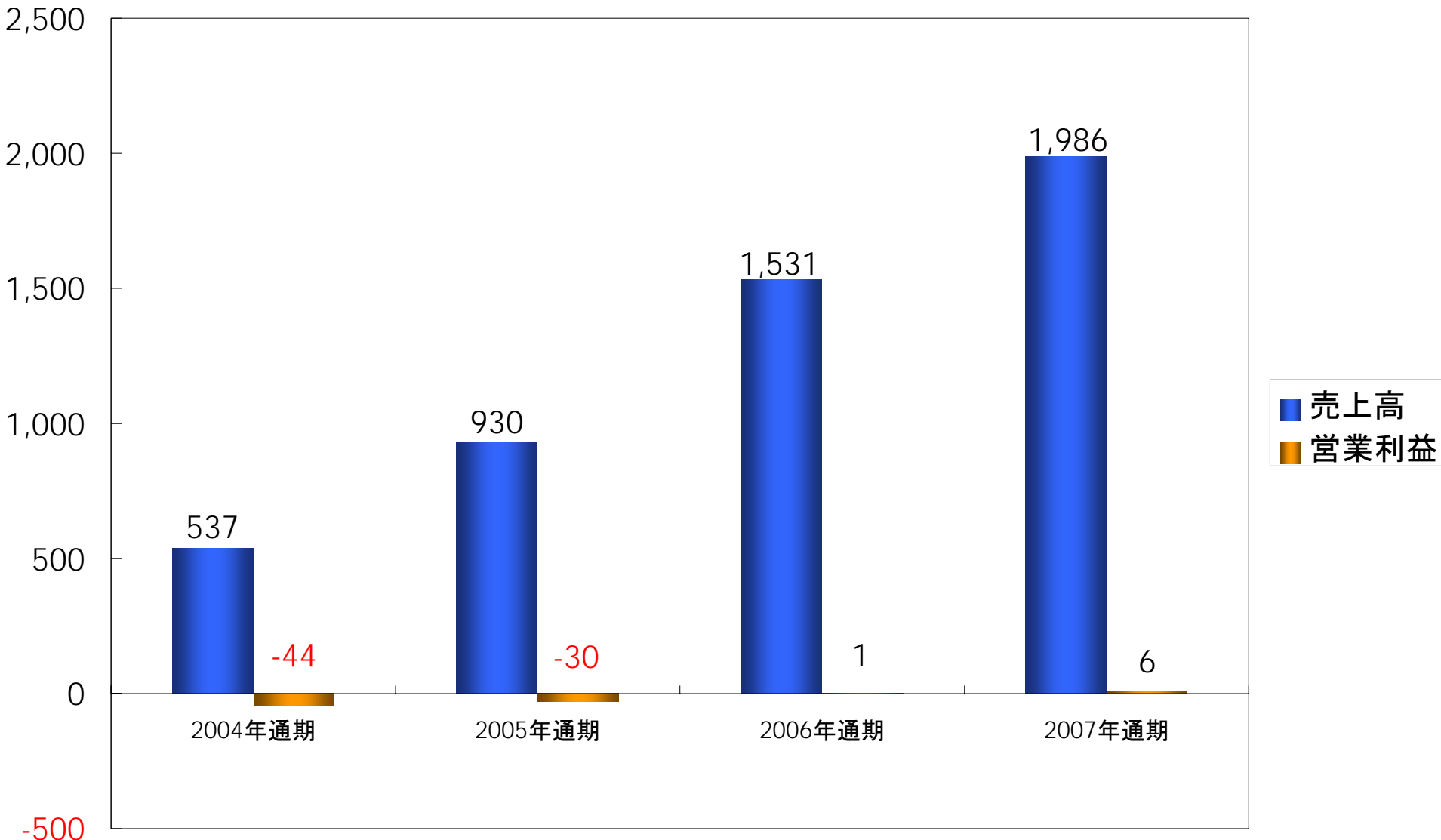
III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

人材サービス事業 損益推移

(百万円)



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

Ⅱ 2008年経営方針

2008年 事業環境見通し

▶ 新規販売の需要動向

ソフトバンクには、昨年5月から9ヶ月連続の加入者純増数首位、春の商戦期必勝を目論む「ホワイト学割」の開始、ディズニー携帯の発売、16機種57色（ディズニー携帯含む）という他キャリアに負けない端末品揃えなど、年度前半は明るい材料が揃っています。一方、年度後半の戦略はまだ開示されていないこともあり、通年での見通しは立てにくい状況にあります。

▶ 販売手数料動向

番号ポータビリティ開始後、07年第1四半期までは、他のキャリアへの流出を食い止めるため高水準となっておりましたが、その後、徐々に削減・調整されてきております。今後は、キャリア自身の1契約あたりの収入（ARPU）の減少に伴い、業界全体の手数料水準はゆるやかに低下していく可能性があります。

▶ ソフトバンクショップ間の競争激化

ソフトバンクの07年の積極的な出店の結果、ソフトバンクショップ数は06年末の1,925店舗から、07年末には2,521店舗にまで拡大しました。この約3割もの店舗数の増加に伴い、ショップ間の競争が激化し、店舗あたりの販売数低下が生じております。

▶ 端末買い替え期間の長期化

07年の第4四半期には、機種変更台数の減速が顕著となりました。この主な要因は、上述のショップ間競争の激化に加え、ソフトバンクが06年10月から導入した割賦販売の影響による端末買い替え期間の長期化にあるものと考えられます。08年は、この影響により、機種変更の需要が大きく低下する可能性があります。

2008年 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強化
・法人営業の強化

周辺事業の育成による
事業リスク低減



・人材サービス事業の展開
・ラグジュアリー・フォン販売

2008年 移動体通信機器 販売事業方針

①店舗の収益性向上

②受取手数料条件の改善

③法人市場への注力

④ラグジュアリー・フォン販売開始

2008年 人材サービス事業方針

①携帯販売関連派遣強化

②新設拠点の早期収益化

①店舗の収益性向上

ソフトバンクショップ間の競争激化を受けて低下した1店あたりの収益性を向上させることが重要な課題となっていることから、店舗における販売力の強化に取り組んでまいります。具体的には、店舗への来客数を増加させる効果的な販売促進活動の展開、来店されたお客様に対する提案力を高めるための人材育成、販売単価を高めるための商材開発に注力いたします。

また、ソフトバンクショップの数が100店舗を超えるレベルまで事業規模が拡大してきていることから、組織の再編、情報システムの活用等により、規模のメリットが働くような効率的な運営体制の構築を図ってまいります。

②受取手数料条件の改善

上述の施策等を通じて販売台数を増加させつつ、ソフトバンクモバイルとの交渉により受取手数料条件の改善を図ってまいります。

また、受取手数料の体系につきましても、ソフトバンクモバイル社のパートナーとして安定的な事業運営が可能となるよう、ソフトバンクモバイル社との交渉に取り組んでまいります。

③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き続き注力します。ソフトバンクから法人顧客を意識した料金プランも展開されており、最大限に商機を捉えていくべく、営業人員を増員し、体制を強化することで販売実績の拡大を図ります。

④ラグジュアリー・フォン販売開始

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、成熟した携帯電話市場におけるニーズの多様化の動きを捉え、新たにラグジュアリー・フォン(高級携帯電話端末)の販売を手がけてまいります。具体的には、2007年6月に販売代理店契約を締結したVERTU(ヴァーチュ)を、2008年秋から販売開始する予定です。これにより、事業規模の拡大及び収益構成の多様化を進めてまいります。

なお、2008年は、事業展開規模及び店舗運営期間が限定されることから、業績への影響は軽微なものとなると予想しております。

(参考) ラグジュアリー・フォン「VERTU」について

「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>

①携帯販売関連派遣強化

販売代理店各社とも引き続きショップスタッフの定着率改善が重要な課題となっていることに加え、昨年秋にキャリア各社が割賦販売を導入したことや、ソフトバンクモバイルが新プラン「ホワイト学割」を導入したことから、今年も販売代理店各社の積極的な販売促進活動の展開による旺盛な需要が見込まれます。

これらの需要を最大限捉えるべく人材確保に努め、主力の携帯電話販売スタッフの派遣に加え、量販店向けのヘルパー派遣等、関連職種の派遣実績を拡大してまいります。

②新設拠点の早期収益化

昨年開設した名古屋営業所における派遣実績の拡大を図ることで、東名阪の3拠点体制の確立に努めます。

主力の携帯電話販売スタッフの派遣に注力し、収益に貢献できる体制を早期に構築することを目指します。

Ⅲ 2008年利益計画

2008年利益計画

(百万円)

	中間期		通期	
	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	16,600	760	34,400	1,560
人材サービス 事業	1,260	0	2,600	20
その他 事業	100	15	200	20
消去又は全社	△60	△315	△100	△600
連結	17,900	460	37,100	1,000

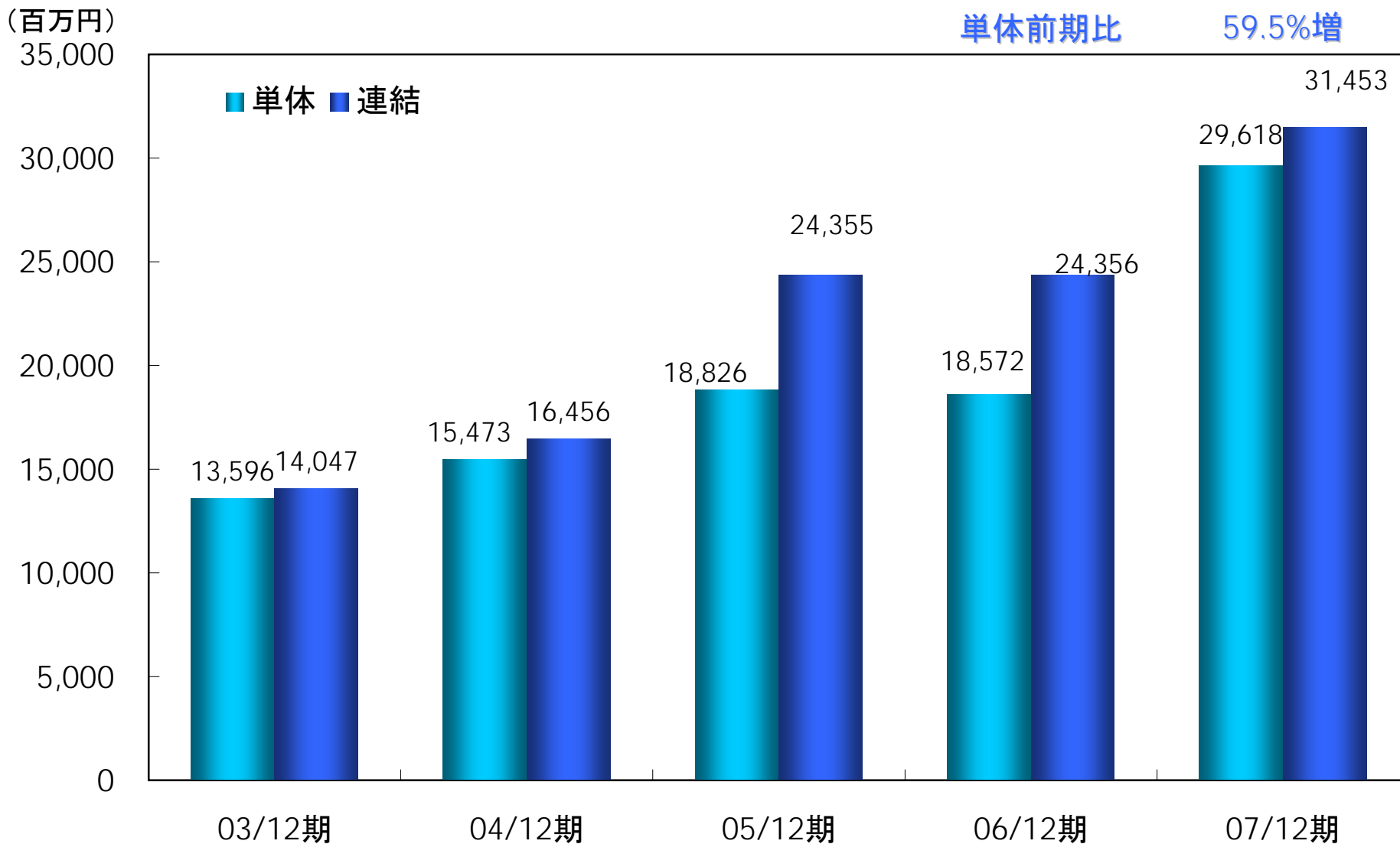
IV 補足資料

IV-1 財務実績

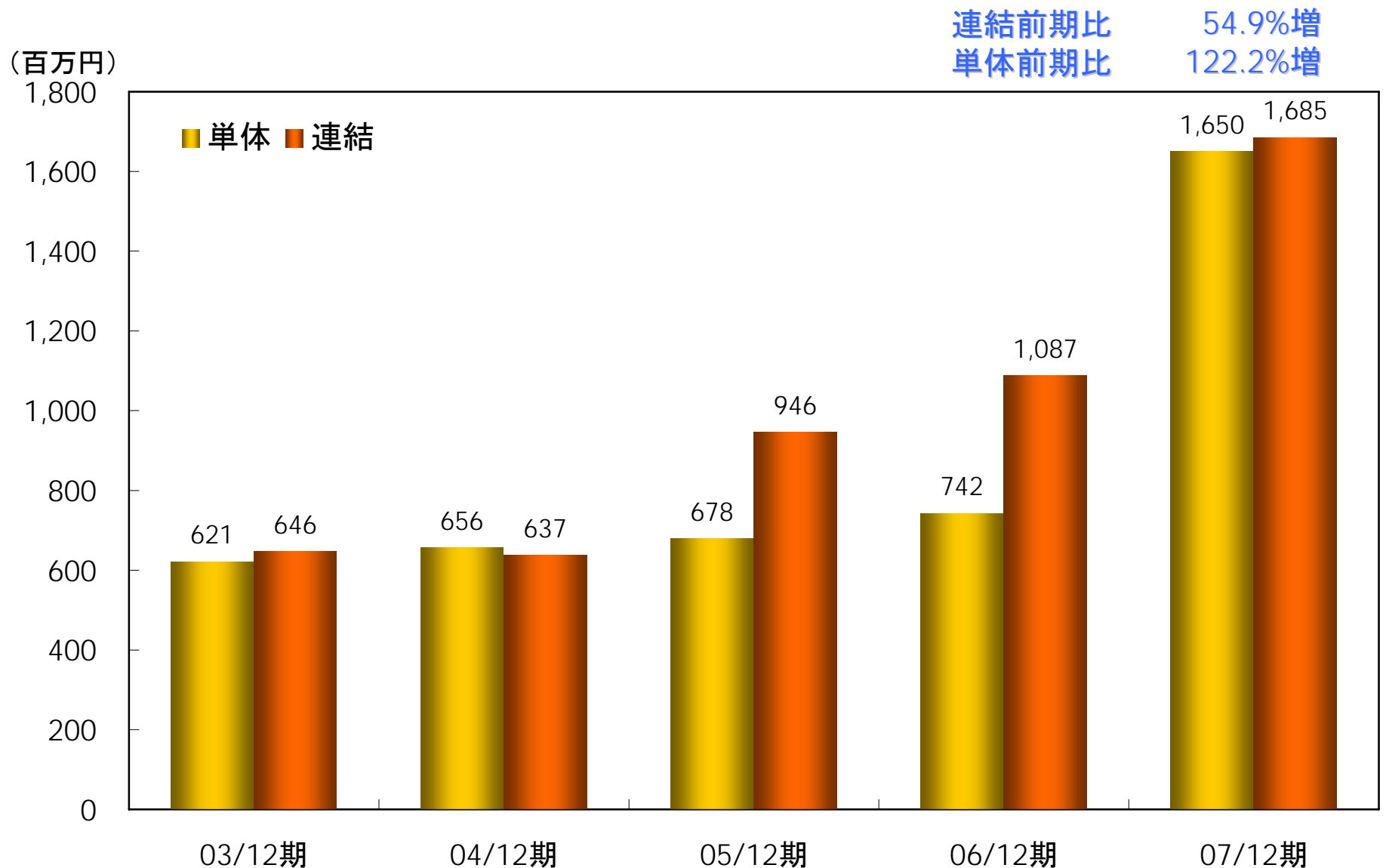
1. 売上高（連結・単体）

連結前期比
単体前期比

29.1%増
59.5%増



2. 経常利益（連結・単体）



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

3. 当期純利益（連結・単体）

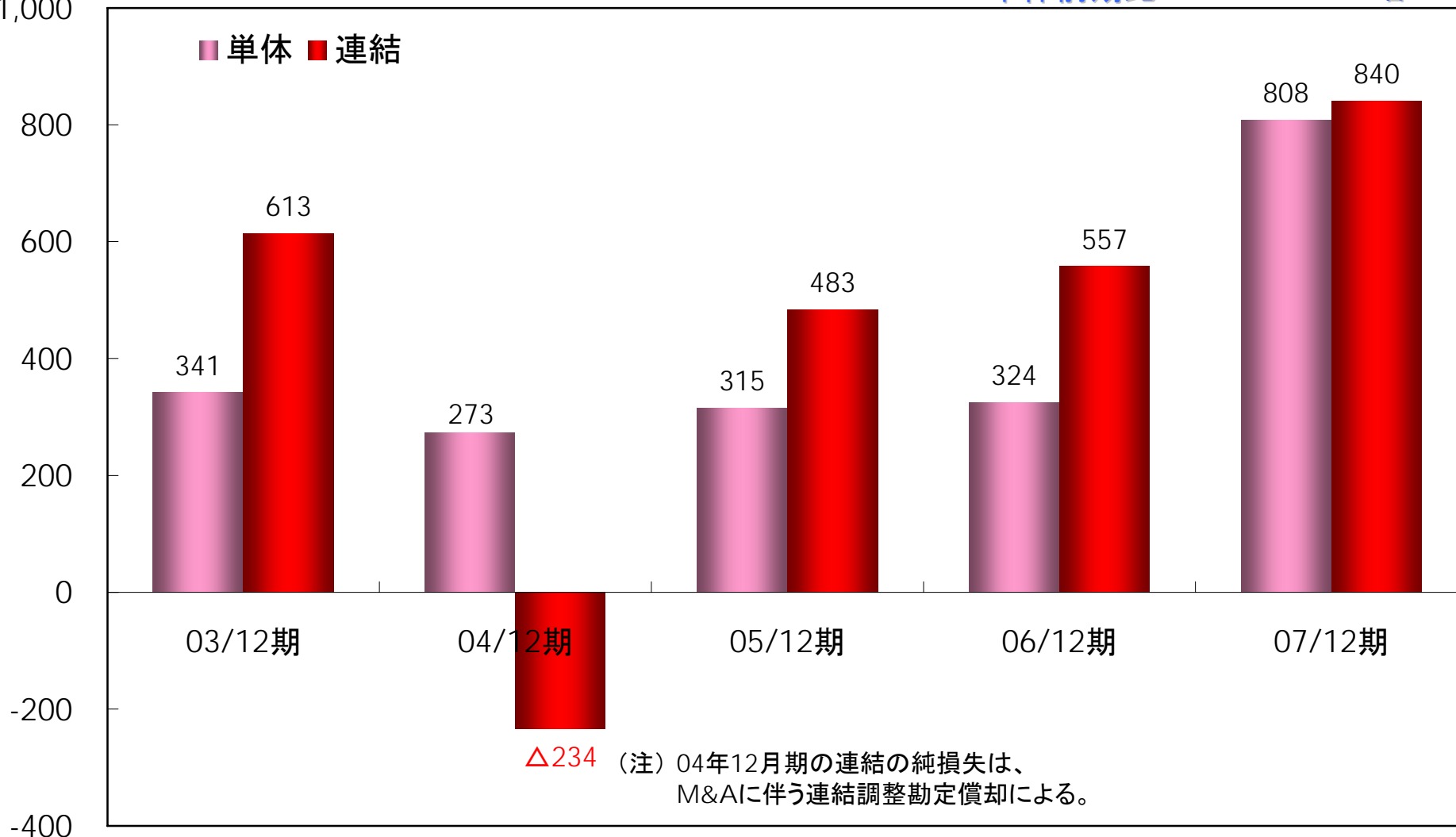
連結前期比

50.8%増

単体前期比

149.4%増

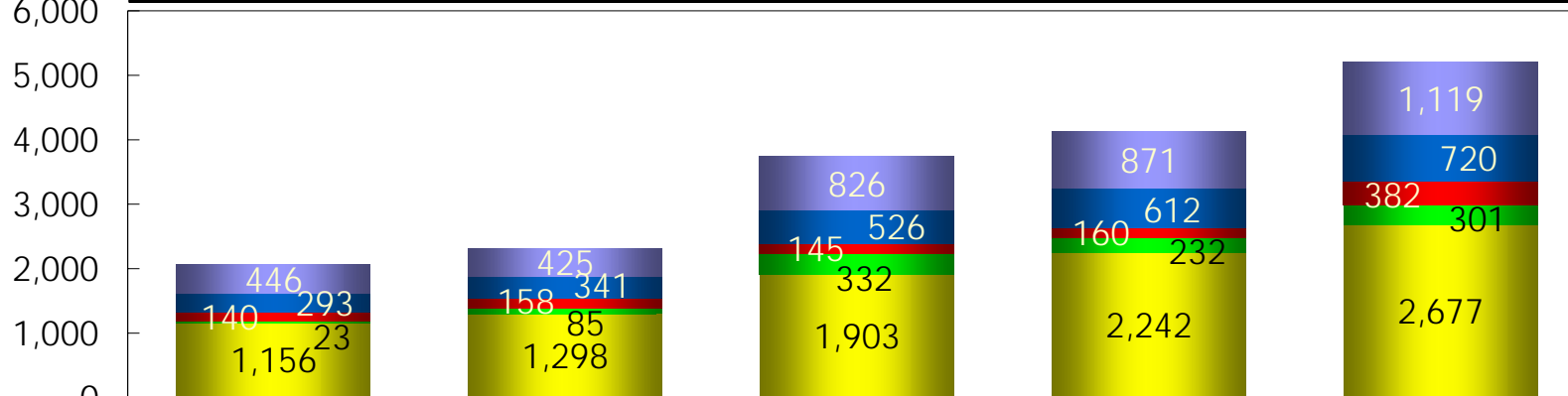
(百万円)
1,000



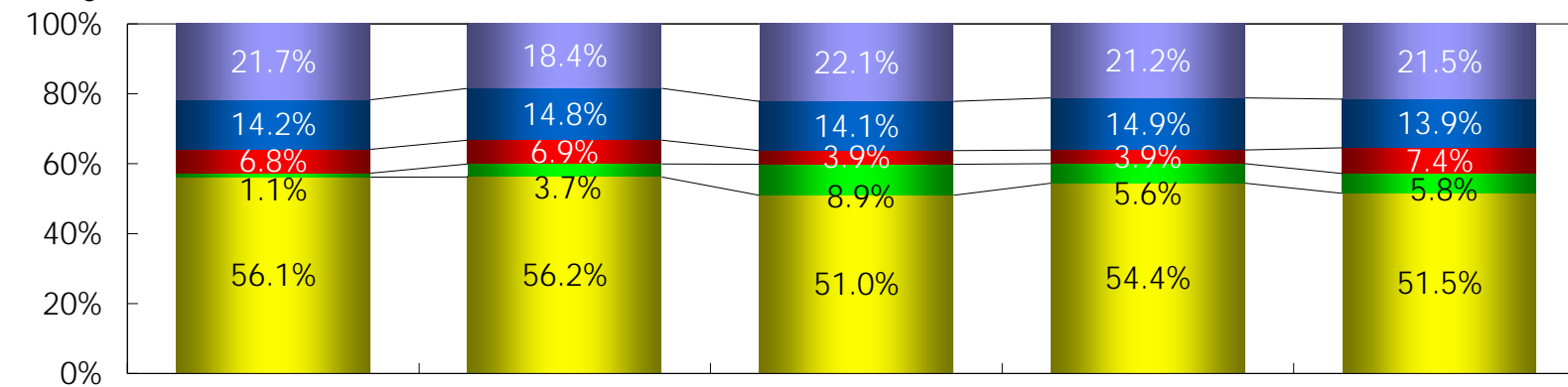
4. 販売管理費（連結）

03/12期	04/12期	05/12期	06/12期	07/12期	決算期
2,705	2,940	4,684	5,196	6,886	売上総利益(百万円)
1,156	1,298	1,903	2,242	2,677	人件費(百万円)
2,058	2,309	3,735	4,120	5,202	販売管理費(百万円)
2.34	2.26	2.46	2.32	2.57	売上総利益 ／人件費
1.31	1.27	1.25	1.26	1.32	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・販売促進費
- 業務委託費
- 人件費



03/12期

04/12期

05/12期

06/12期

07/12期

I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

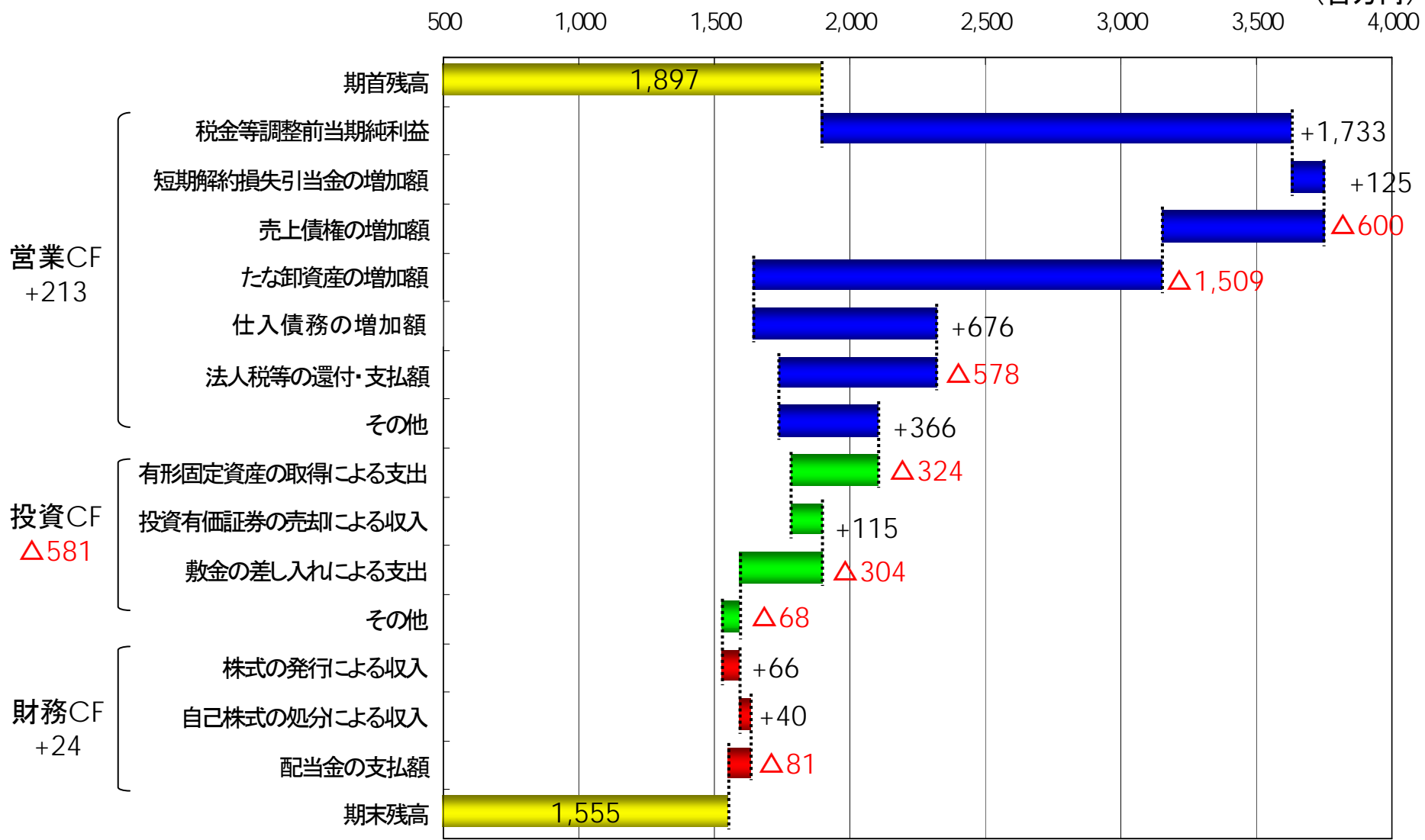
III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

5. キャッシュ・フロー内訳（連結）

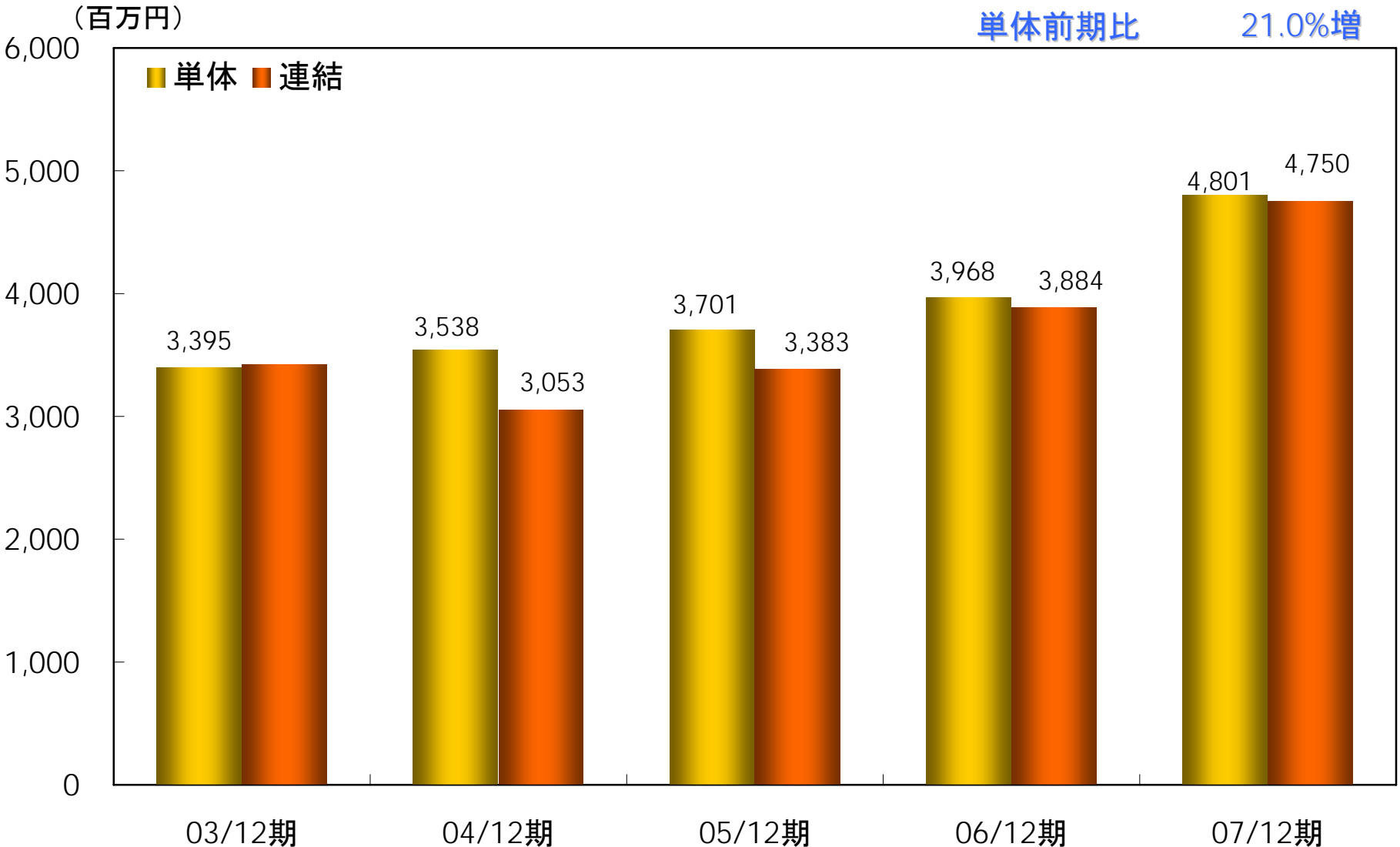
(百万円)



6. 純資産（連結・単体）

連結前期比
単体前期比

22.3%増
21.0%増



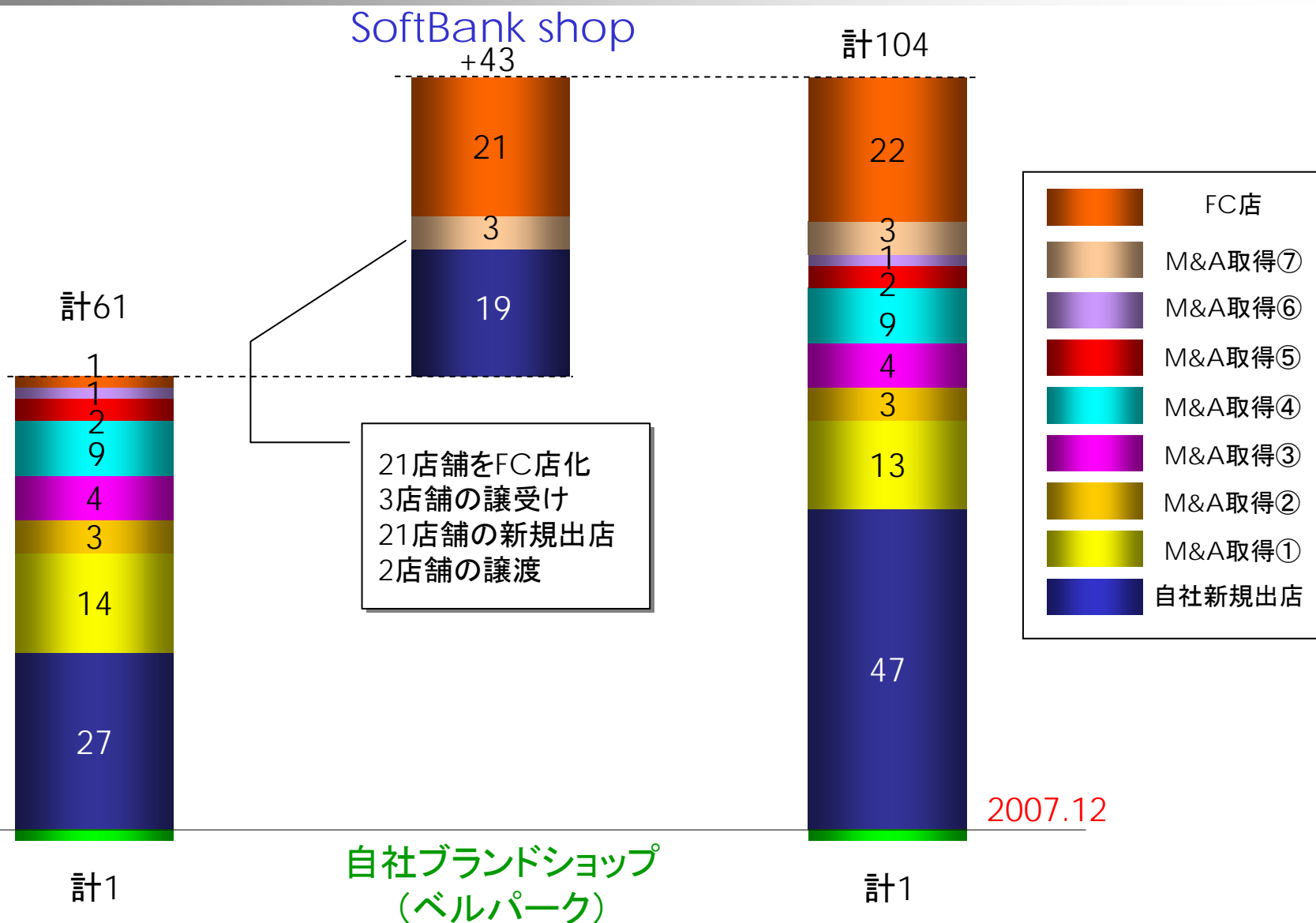
7. 財務指標（連結）

		03/12期	04/12期	05/12期	06/12期	07/12期
収益性	総資産経常利益率	12.6%	10.4%	13.9%	14.9%	18.7%
	自己資本当期純利益率	19.4%	-7.2%	15.0%	15.3%	19.5%
	キャッシュフローマージン	2.5%	5.7%	-	2.3%	0.7%
	売上高総利益率	19.3%	17.9%	19.2%	21.3%	21.9%
	売上高経常利益率	4.6%	3.9%	3.9%	4.5%	5.4%
効率性	総資産回転率(回/年)	2.73	2.68	3.57	3.34	3.49
	売上債権回転日数(日)	38.8	40.7	34.5	40.2	37.9
	在庫回転日数(日)	15.2	20.6	17.6	20.1	24.9
安全性	自己資本比率	62.6%	44.7%	49.7%	49.9%	46.4%
	流動比率	236.5%	156.5%	165.8%	167.7%	155.4%

IV 補足資料

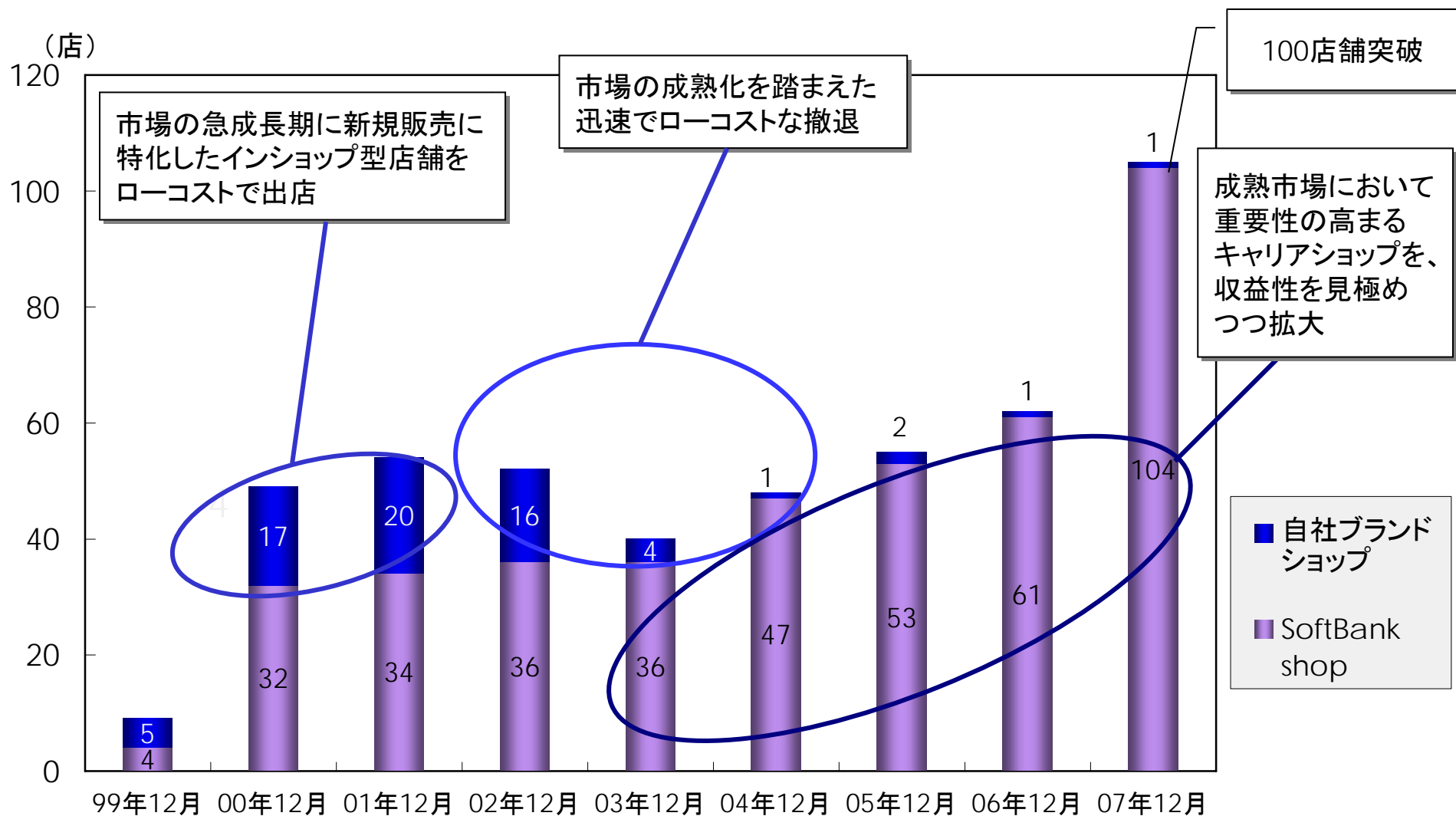
IV-2 営業実績(移動体通信機器販売事業)

1. 店舗数増減



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



I 決算ハイライト

II 2008年経営方針

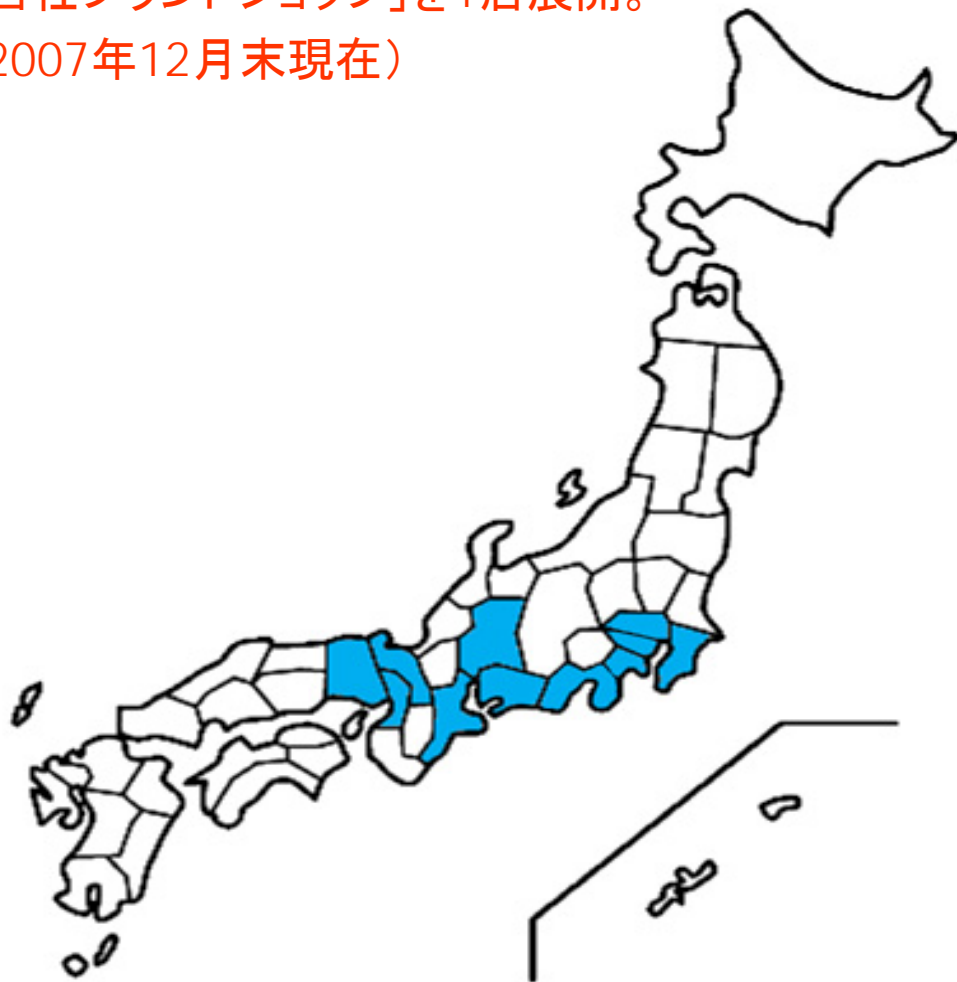
III 2008年利益計画

IV 補足資料

Bell-Park

3. 店舗網

1都2府8県に「SoftBank shop」を104店、
「自社ブランドショップ」を1店展開。
(2007年12月末現在)



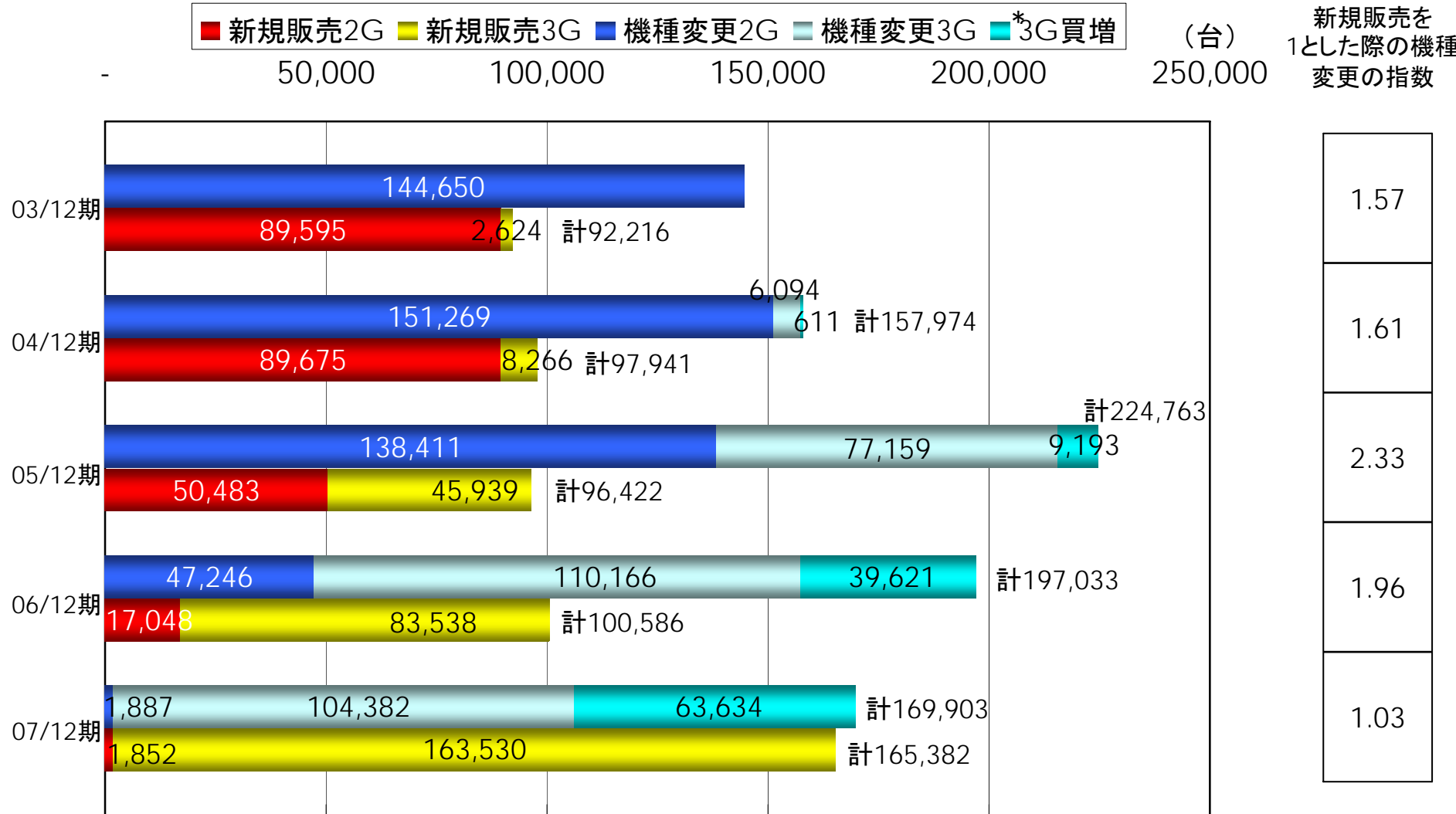
関東圏店舗数

店 舗 数	SoftBank shop		自社ブランド ショップ
	直営店	FC店	
東 京 都	39	1	0
神 奈 川 県	6	0	0
千 葉 県	10	0	0
埼 玉 県	13	0	0
小 計	68	1	0

東海・関西圏店舗数

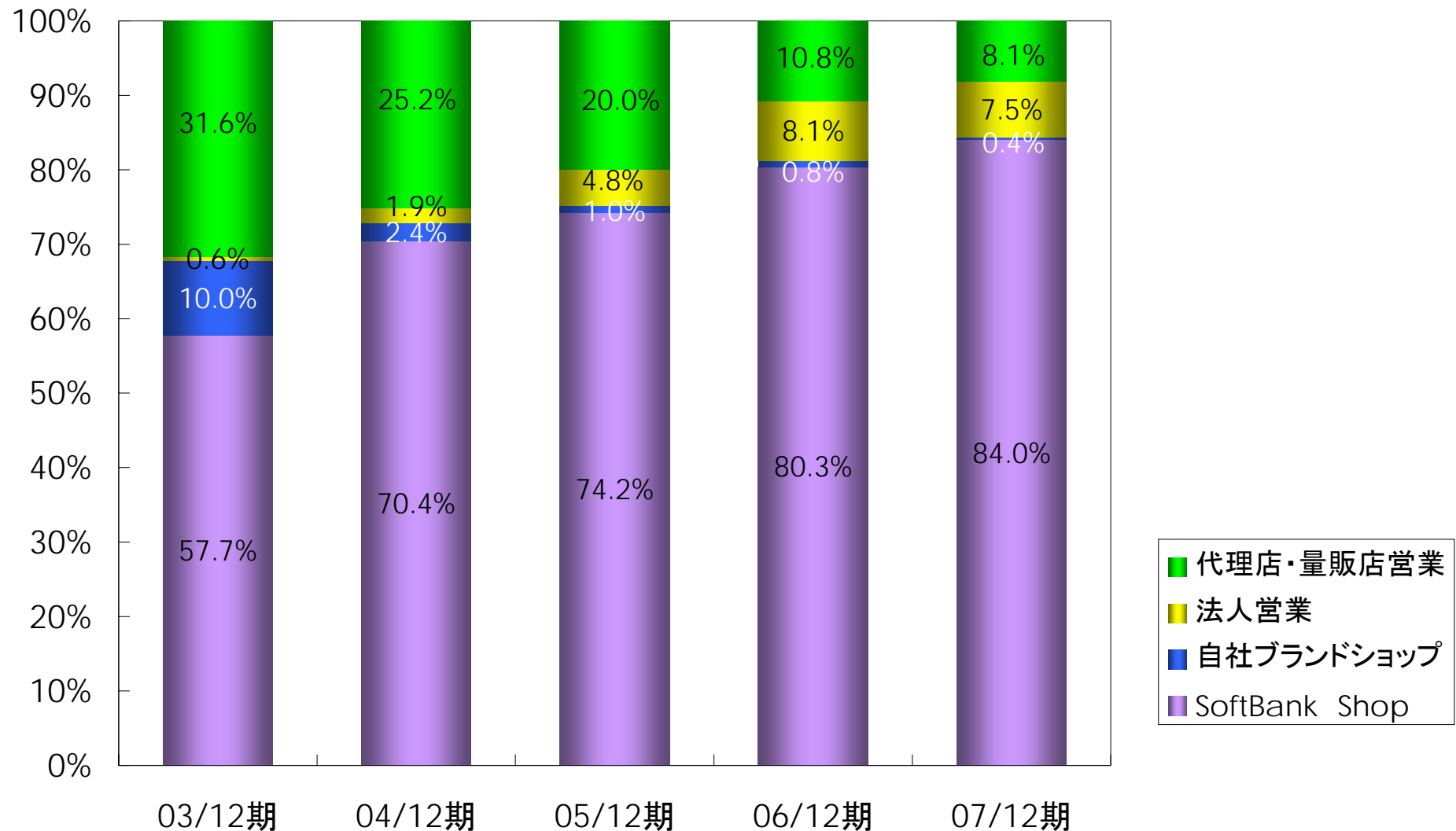
店 舗 数	SoftBank shop		自社ブランド ショップ
	直営店	FC店	
愛 知 県	7	0	1
静 岡 県	1	0	0
岐 阜 県	1	0	0
三 重 県	4	0	0
大 阪 府	1	5	0
京 都 府	0	3	0
兵 庫 県	0	13	0
小 計	14	21	1

4. 販売台数推移



*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。

5. 新規販売台数チャネル構成比推移



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