

*Bell-Park*

# 第16期決算説明会

(2008年1月1日～2008年12月31日)

2009年2月13日

株式会社ベルパーク



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

# 目次

---

はじめに セグメント情報について

- I. 決算ハイライト
- II. 2009年経営方針
- III. 2009年利益計画
- IV. 補足資料

# セグメント情報について

---

株式会社ジャパンプロスタッフが当社の持分法適用関連会社になったこと、並びに移動体通信機器販売部門の売上高、営業利益及び資産の金額が全セグメントの売上高、営業利益及び資産の金額の合計額に占める割合がいずれも90%を超えているため、当連結会計年度より事業の種類別セグメント情報の記載を省略しております。

# I .決算ハイライト

# 2008年通期連結業績

(百万円、%)

	07年通期		08年通期		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	31,453	100.0	33,457	100.0	+2,004	+6.4	主に店舗数の増加に伴う新規販売台数の増加及び売上単価の上昇。 6店舗増加(07年12月末104店舗⇒08年12月末110店舗) 新規販売台数+6,583台(07年165,382台⇒08年171,965台)
売上総利益	6,886	21.9	7,408	22.1	+522	+7.6	新規販売台数が増加したことに加え、粗利単価の高い機種の販売に注力した結果、増加。
販売費及び一般管理費	5,202	16.5	5,948	17.7	+745	+14.3	店舗数の増加、販売促進活動の強化等により以下の販管費が増加。 人件費+368、広宣・販促費+232、地代家賃+247、減価償却費+62、消耗備品費△111、その他△53
営業利益	1,684	5.4	1,460	4.4	△223	△13.3	上記の結果。
経常利益	1,685	5.4	1,423	4.3	△261	△15.5	上記の結果。
特別利益	70	0.2	173	0.5	+102	+144.9	関係会社株式売却益+173
特別損失	23	0.1	28	0.1	+5	+23.6	会員権評価損12、店舗撤退費用5、その他9
税引前純利益	1,733	5.5	1,568	4.7	△164	△9.5	上記の結果。
当期純利益	840	2.7	1,143	3.4	+302	+36.0	子会社有償減資により法人税等が317減少。

# 2008年決算ハイライト(1/2)

## 事業環境

### -業界全体の動向

- 当連結会計年度において主要通信事業者は、各商戦期において新たな携帯電話端末を発売したほか、新しい料金プランを導入するなど様々な施策を展開しました。しかしながら、加入者純増数は530万回線となり、前期の558万回線を下回る結果となりました。  
また、割賦販売導入による買い替えサイクル長期化の影響から3社合計の総販売台数(※)は前期比**19.1%減少**した模様です。  
(※3社合計の総販売台数は各社公表資料より当社推計)

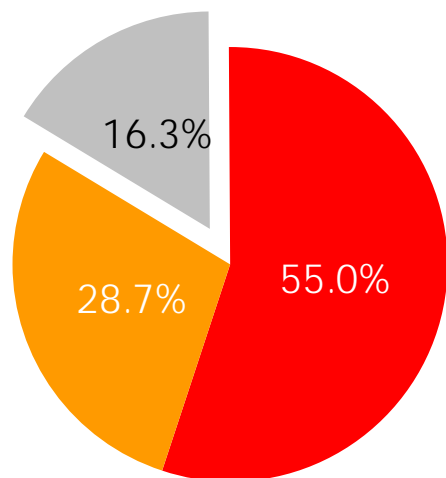
### -ソフトバンクの動向

- 当社が主力として取り扱うソフトバンクは、2008年2月に「ホワイト学割」の投入、7月に米国アップル社製の「iPhone™3G」の販売を開始するなど積極的な施策を展開しました。その結果、加入者純増数では2007年5月から20ヶ月連続で首位となりました。
- 当連結会計年度におけるソフトバンクの販売台数(※)は、新規販売が4,694千台(前期比4.9%減少)、機種変更が3,864千台(同17.8%減少)、新規販売と機種変更を合算した総販売台数が8,558千台(同11.2%減少)となった模様です。  
(※ソフトバンクの販売台数は、同社公表資料より当社推計)

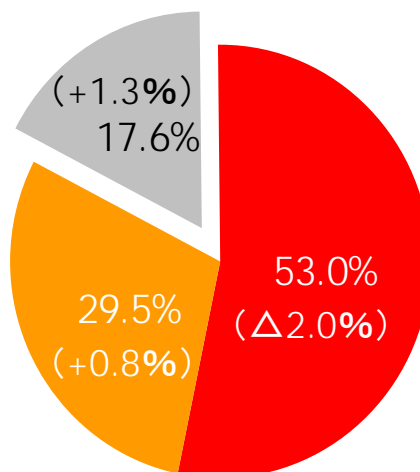
# 主要通信事業者累積回線数比較

ソフトバンクの累積回線数シェアは順調に伸びていますが、一方でドコモ、KDDIはソフトバンクにシェアを奪われる格好になっております。

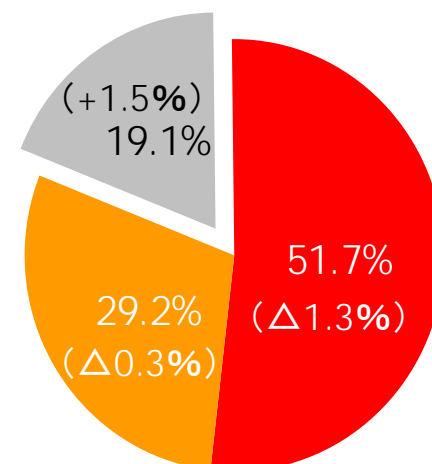
2006年12月末時点



2007年12月末時点



2008年12月末時点

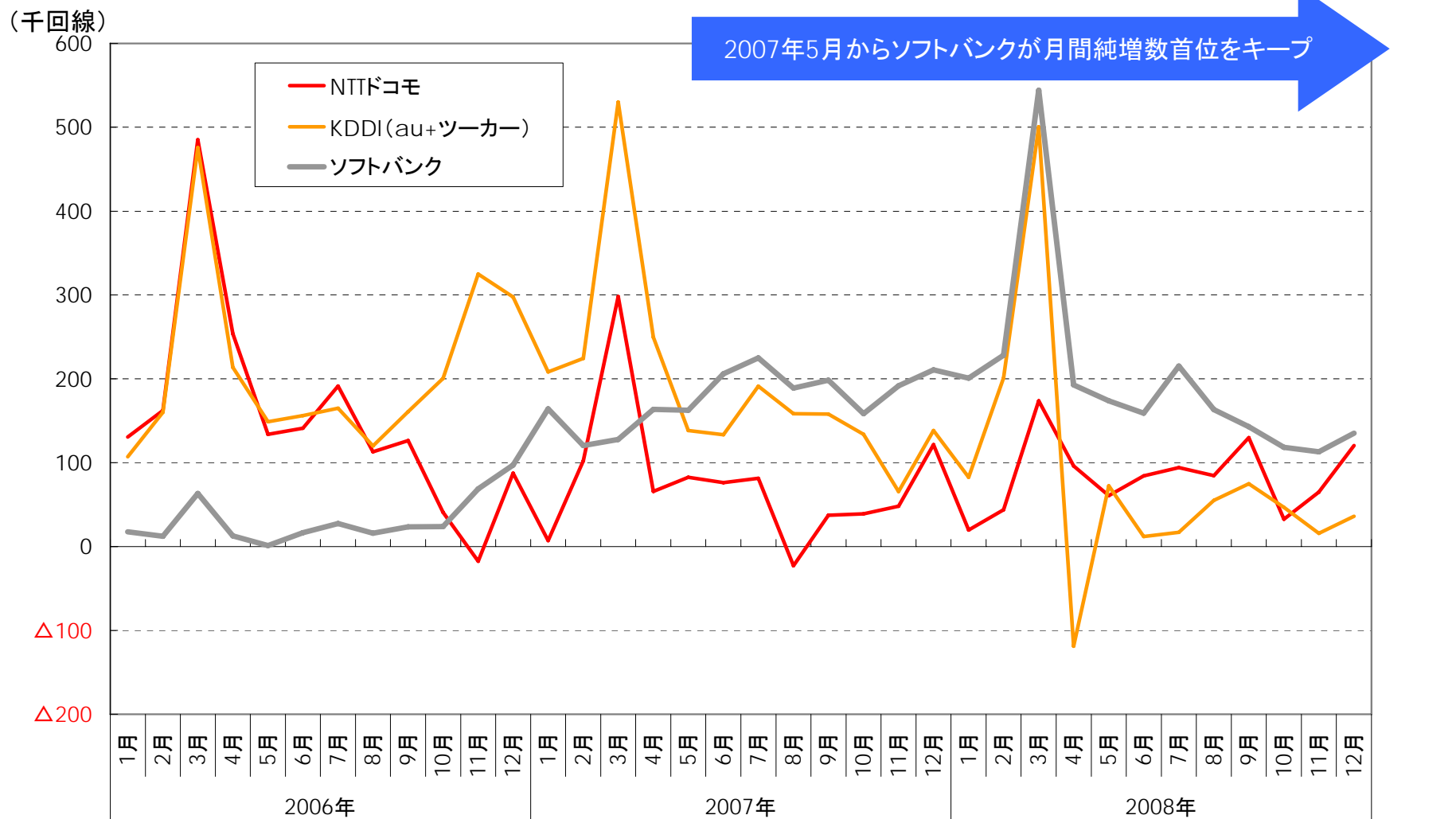


( )内の数値は前年との差になります。

- NTT ドコモ
- KDDI (au + ツーカー)
- ソフトバンク

(出典: 電気通信事業者協会 (TCA) データより)

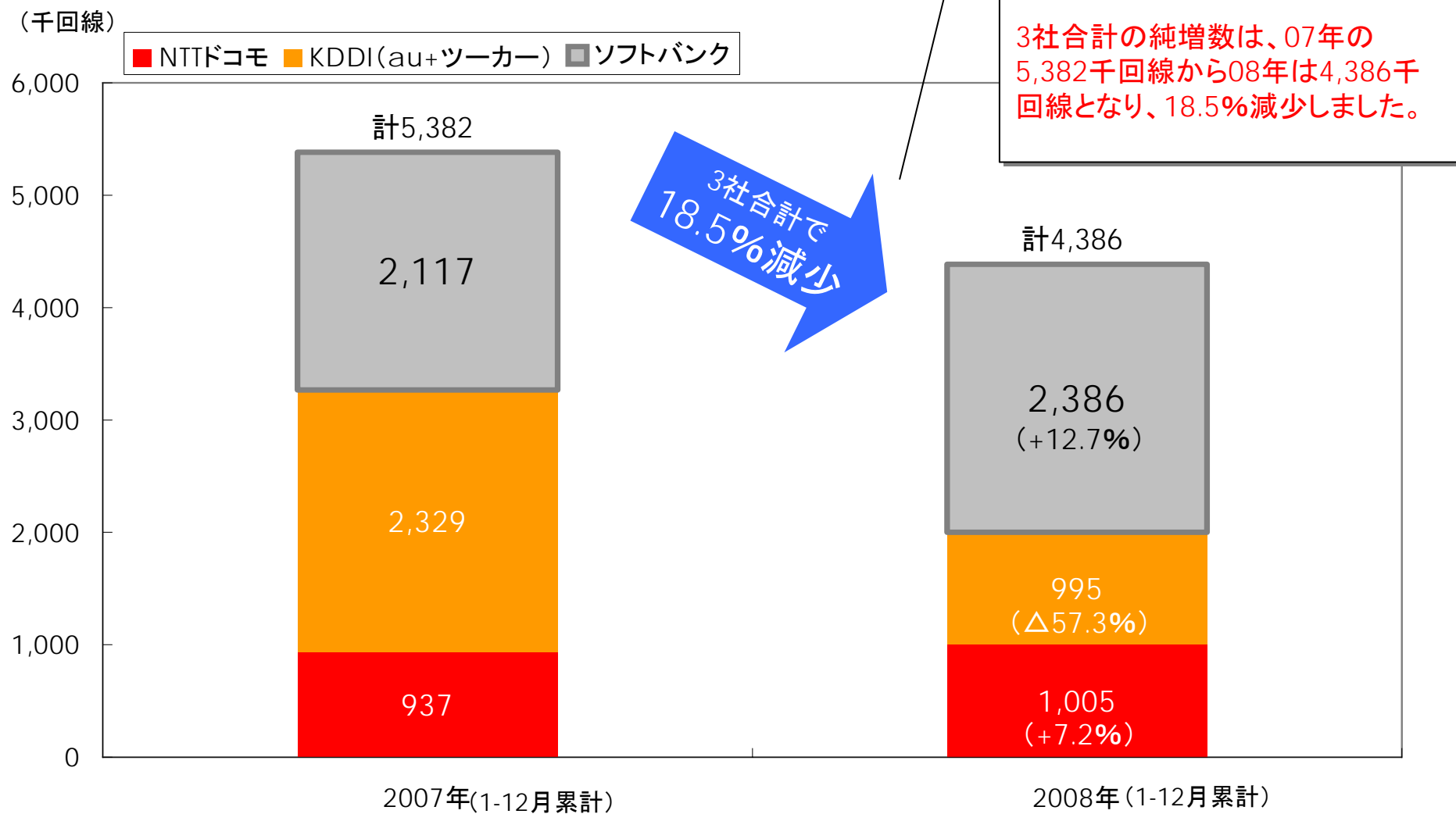
# 主要通信事業者純増数推移



(出典: 電気通信事業者協会 (TCA) データより)

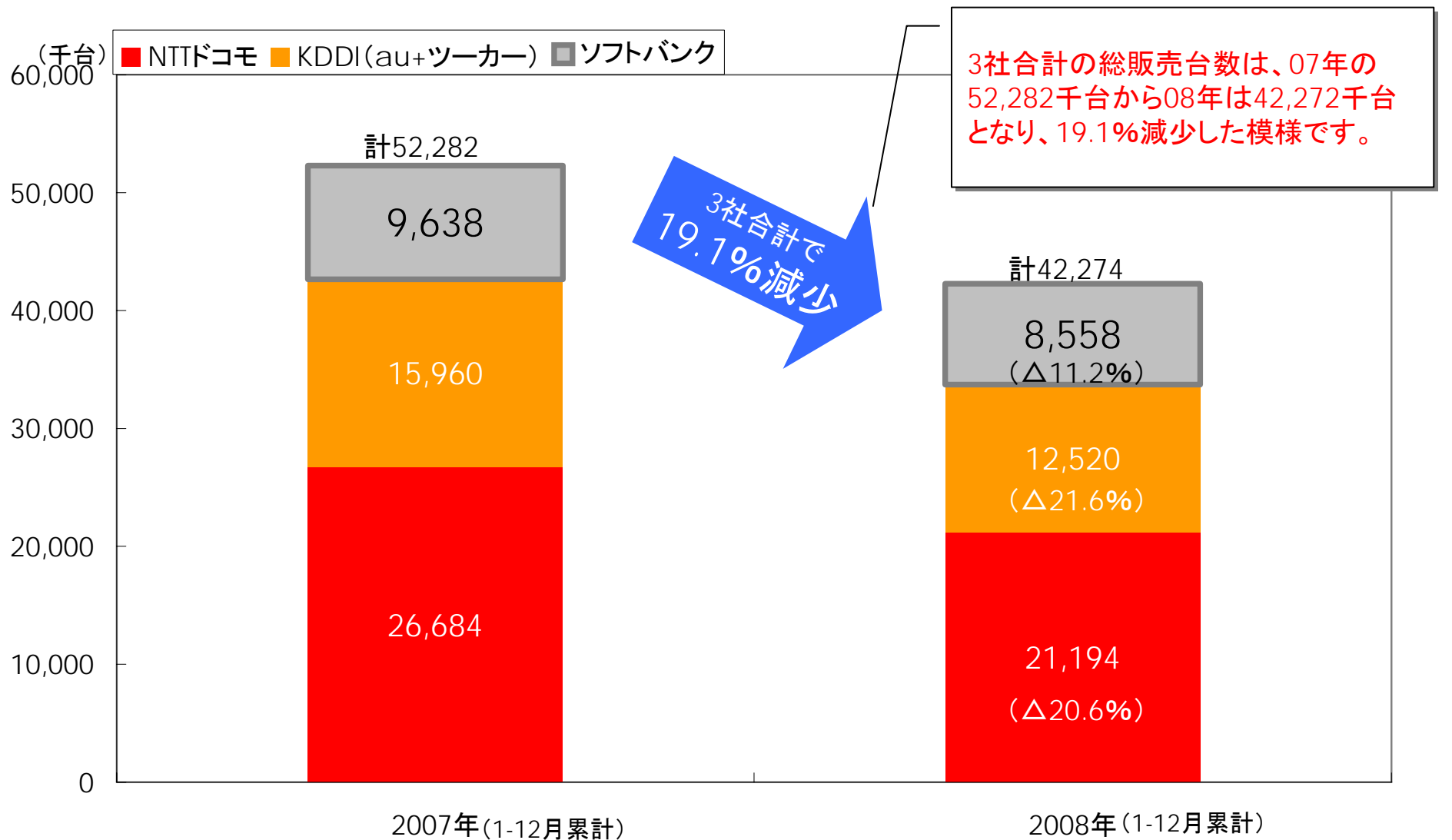


# 主要通信事業者純増数比較



( )内の数値は前期比増減率になります。  
(出典:電気通信事業者協会(TCA)データより)

# 主要通信事業者総販売台数比較（当社推計数値）

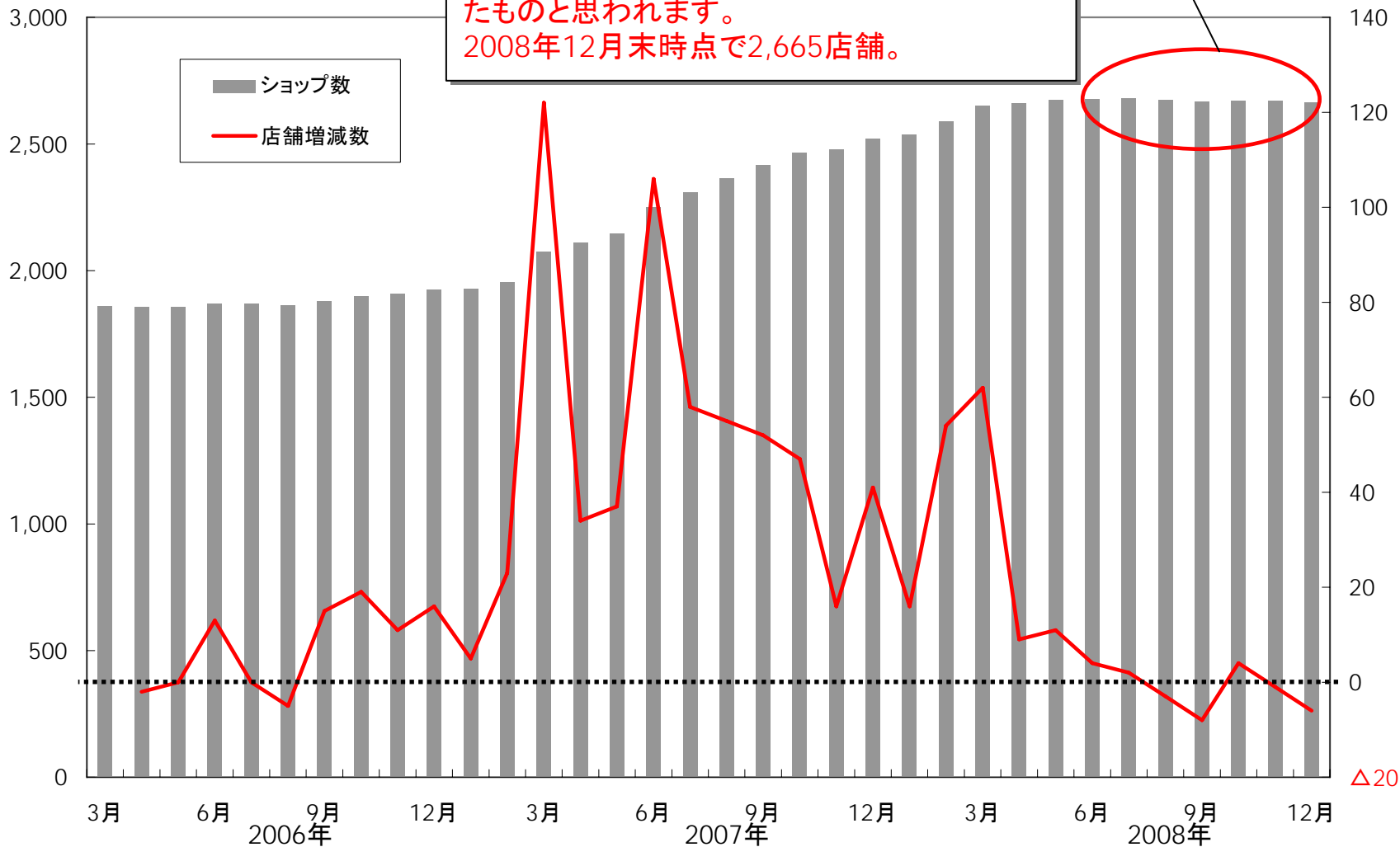


( )内の数値は前期比増減率になります。  
(出典:各社公表資料に基づき当社作成)

# ソフトバンクショップの全店舗数推移

07年から08年前半にかけて、ソフトバンクは大量に出店を行い、店舗数はほぼ目標を達成したと思われます。  
2008年12月末時点で2,665店舗。

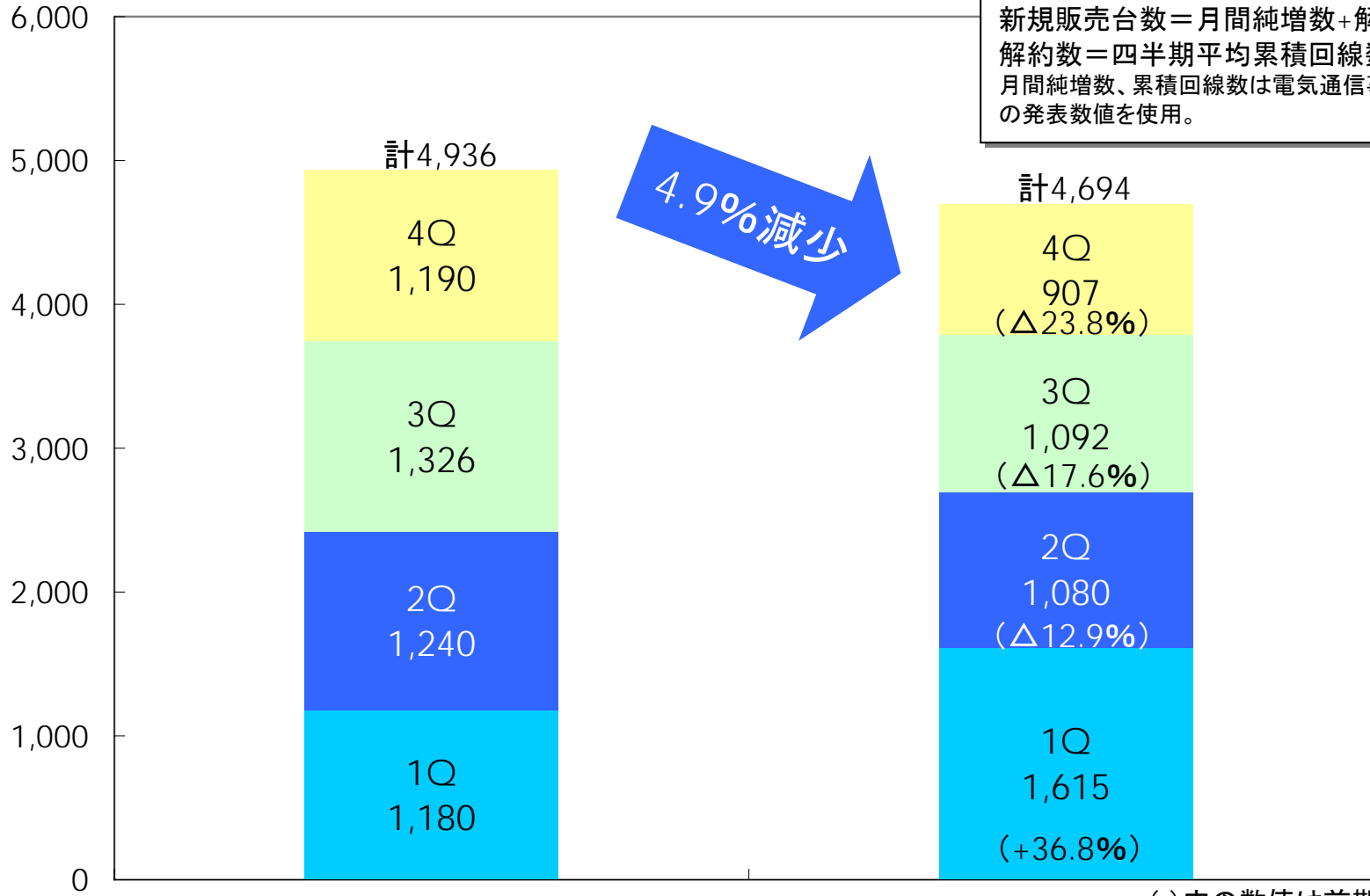
(店:SBショップ数)



(ソフトバンクモバイル発表資料に基づき当社作成)

# ソフトバンク新規販売台数比較（当社推計数値）

（SB全体新規台数：千台）

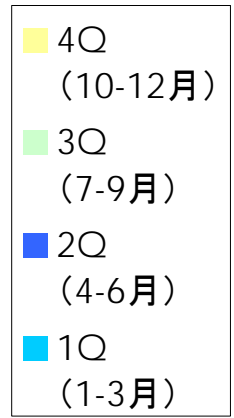


<計算式>

新規販売台数 = 月間純増数 + 解約数

解約数 = 四半期平均累積回線数 × 四半期解約率

月間純増数、累積回線数は電気通信事業者協会の発表数値を使用。



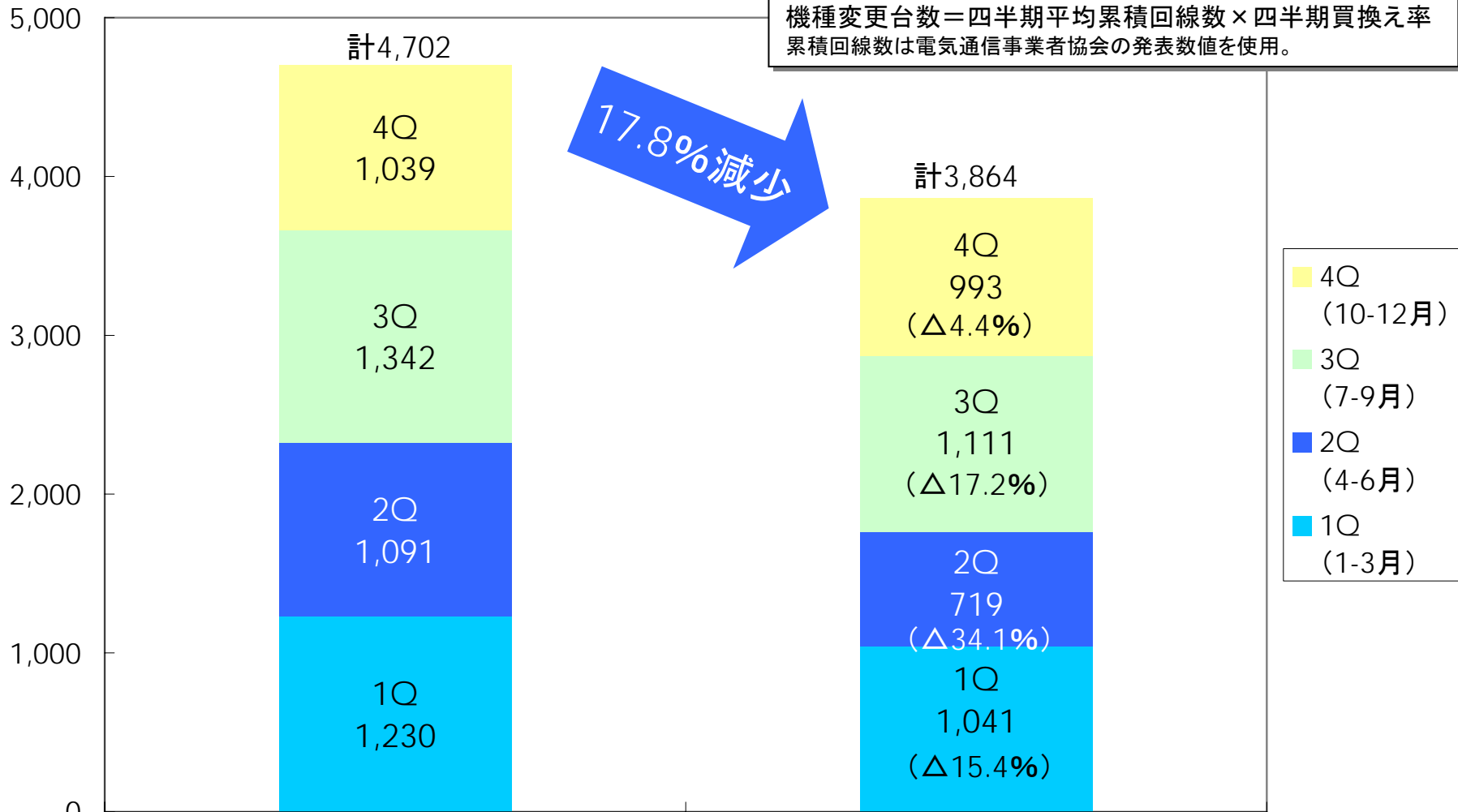
2007年(1-12月累計)

( )内の数値は前期比増減率になります。  
2008年(1-12月累計)

(ソフトバンクモバイル発表資料に基づき当社作成)

# ソフトバンク機種変更台数（当社推計数値）

(SB全体機種変更台数:千台)



<計算式>

機種変更台数 = 四半期平均累積回線数 × 四半期買換え率  
 累積回線数は電気通信事業者協会の発表数値を使用。

- 4Q (10-12月)
- 3Q (7-9月)
- 2Q (4-6月)
- 1Q (1-3月)

( )内の数値は前期比増減率になります。

2008年(1-12月累計)

(ソフトバンクモバイル発表資料に基づき当社作成)

# 2008年決算ハイライト(2/2)

## 当社の主な施策

### ➤店舗の収益性向上

割賦販売の影響から端末の買い替えサイクルが長期化していることに加え、量販店を含めた店舗間の競争が激化しており、1店舗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、店舗への来店客数を増やすための効果的な販売促進活動の展開、店舗における販売力を強化するためのスタッフ育成、効率的な人員配置等の施策を実施しました。また、粗利単価の高い機種の販売、アクセサリ等の付加商材の販売に注力し、お客様への提案力を強化し、1顧客あたりの販売収益の向上に努めました。

### ➤販売網の拡大

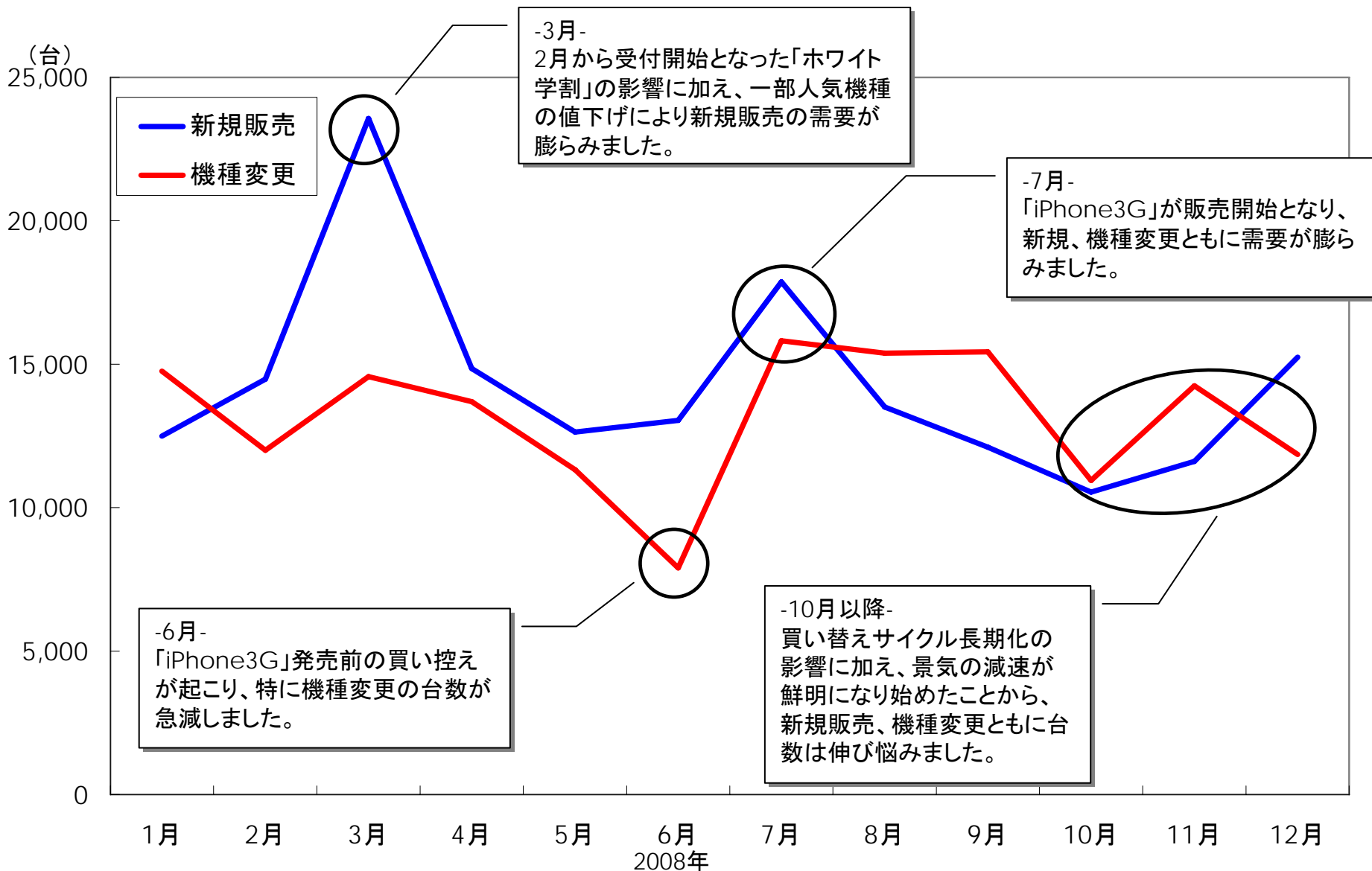
当期において直営店8店舗の新規出店、2店舗のM&Aを実施し、販売網の拡大に取り組みました。12月末の店舗数は111店舗(直営店・93店舗、FC店・17店舗、直営独自店・1店舗)となりました。

その結果、新規販売台数は171,965台(前期比4.0%増)、機種変更は買い替えサイクル長期化の影響もあり157,934台(同7.0%減)となりました。

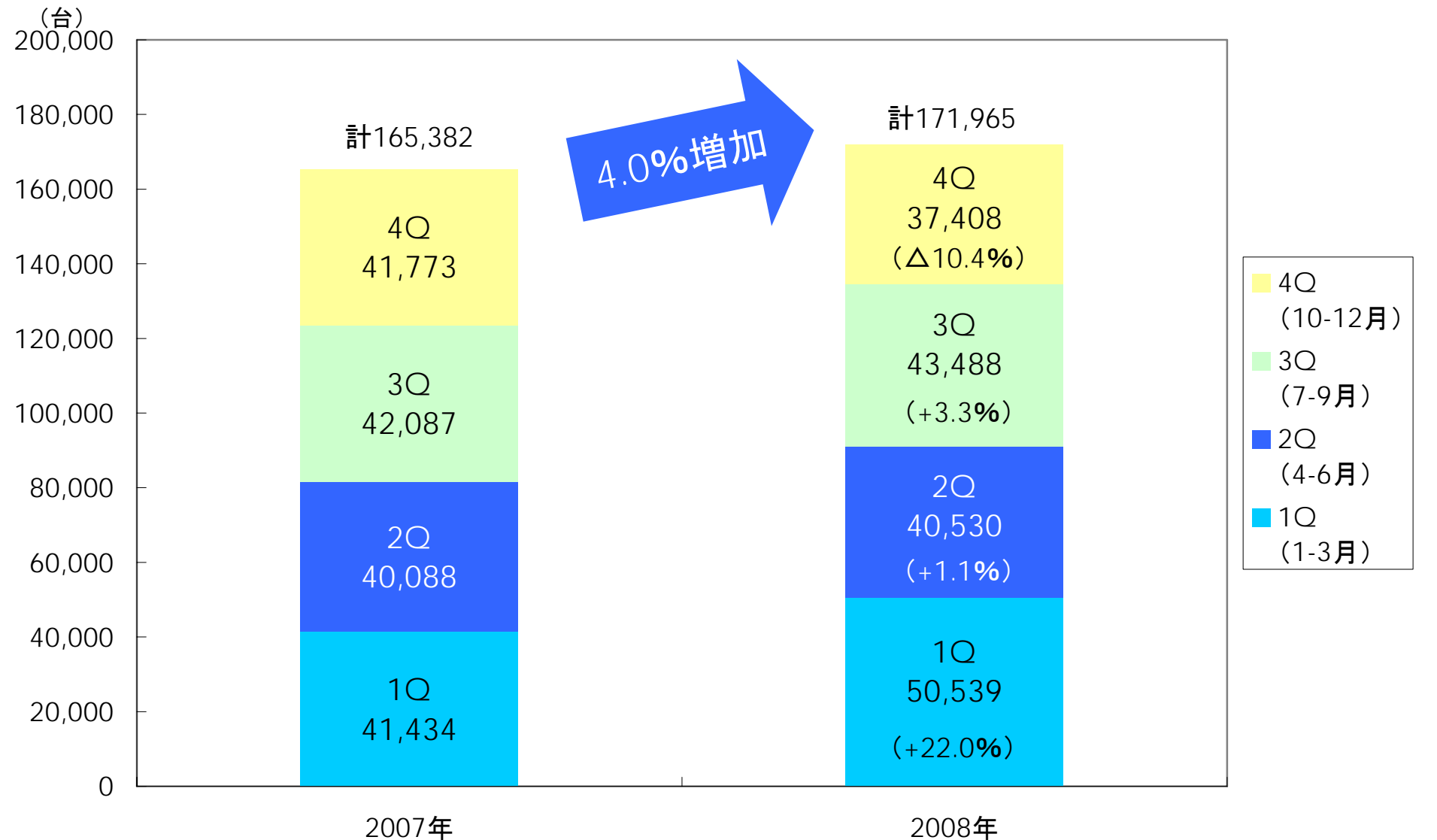
### ➤周辺事業について

6月に当社の完全子会社で人材サービス事業を展開する株式会社ジャパンプロスタッフの株式の50%を株式会社ピーアンドピーに譲渡いたしました。これに伴い特別利益173百万円を計上しております。また、12月に当社の完全子会社である株式会社ニッカの有償減資を実施した結果法人税等が317百万円減少いたしました。

# 2008年度 販売台数推移

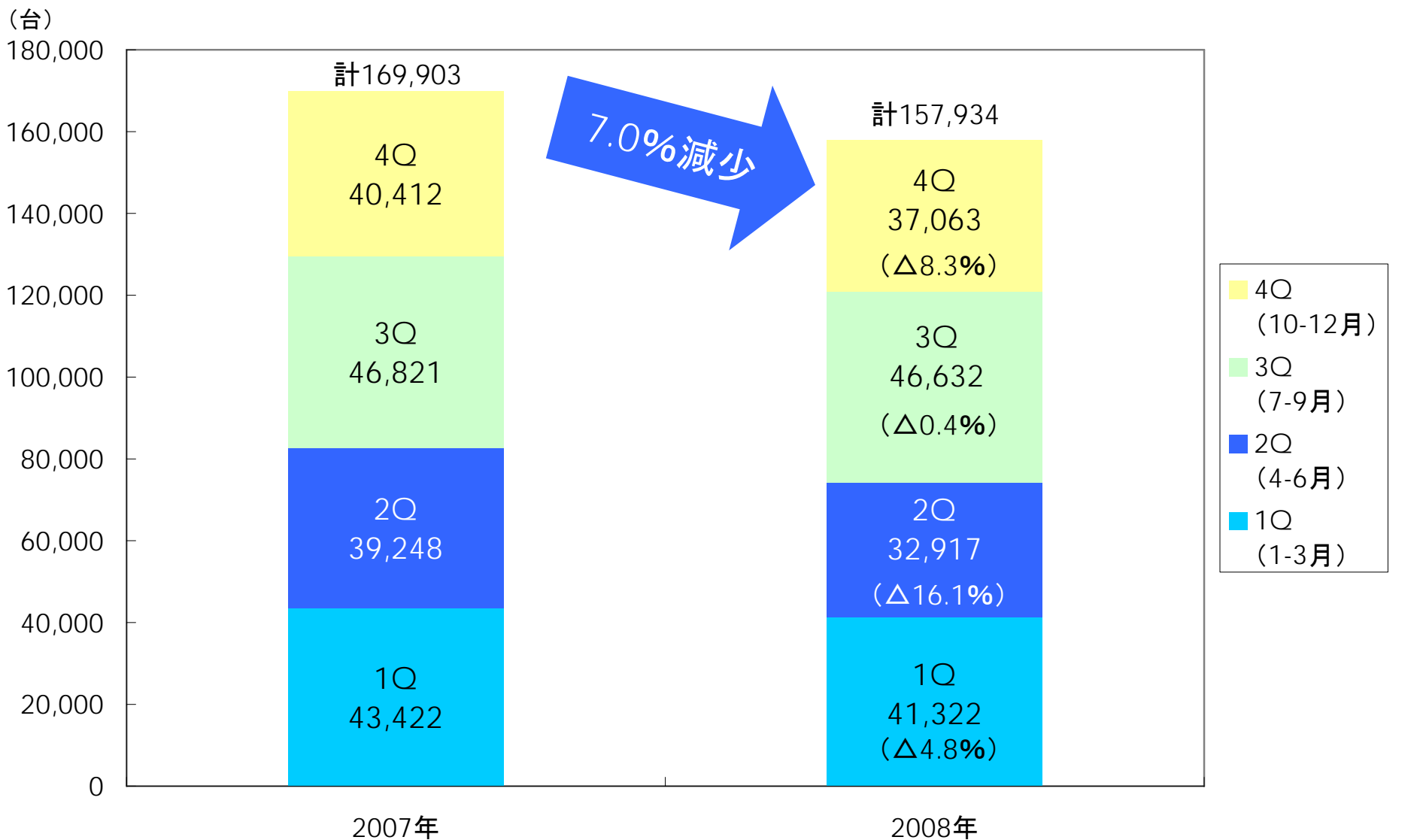


# 販売台数比較（新規販売）

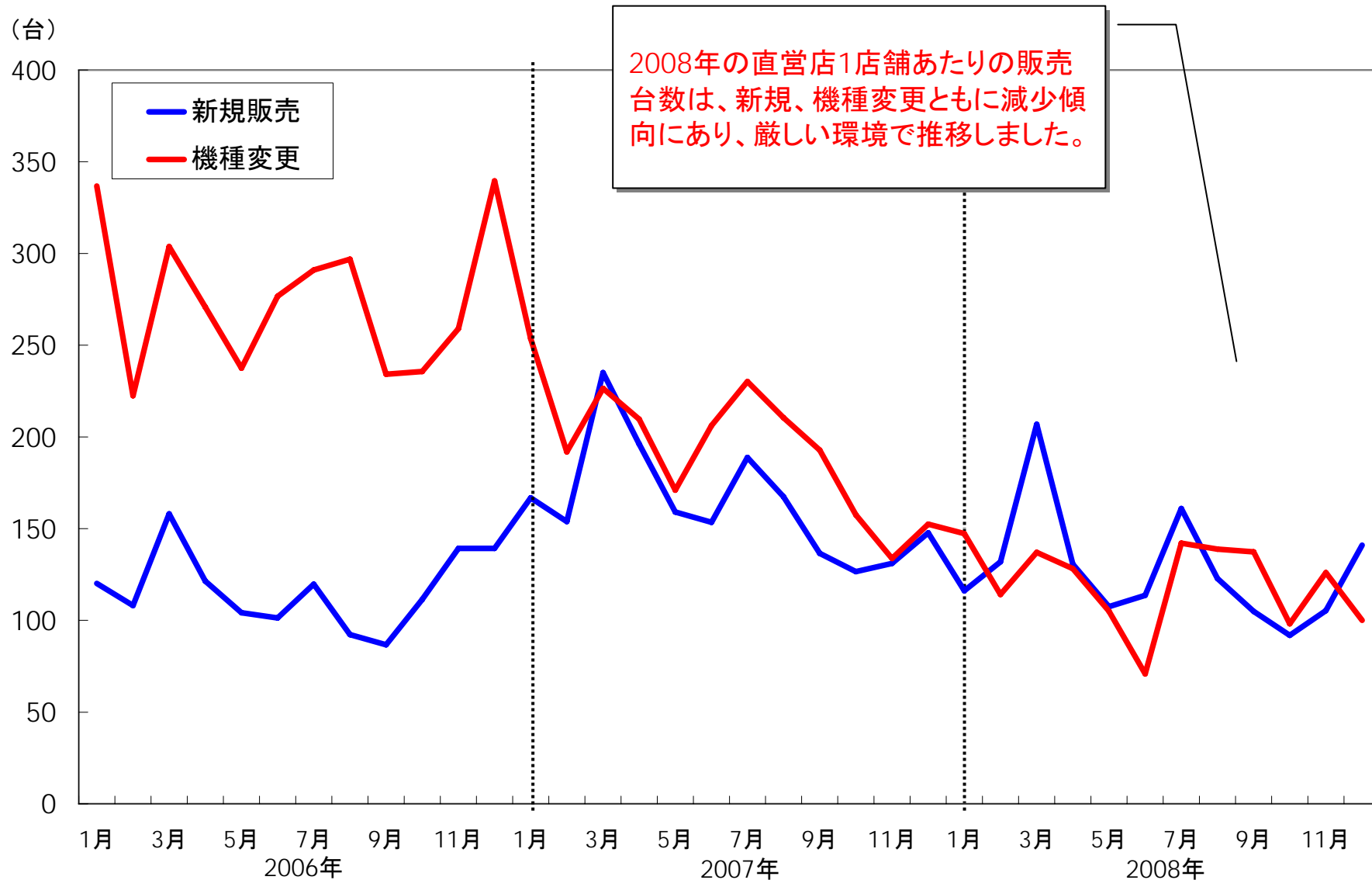




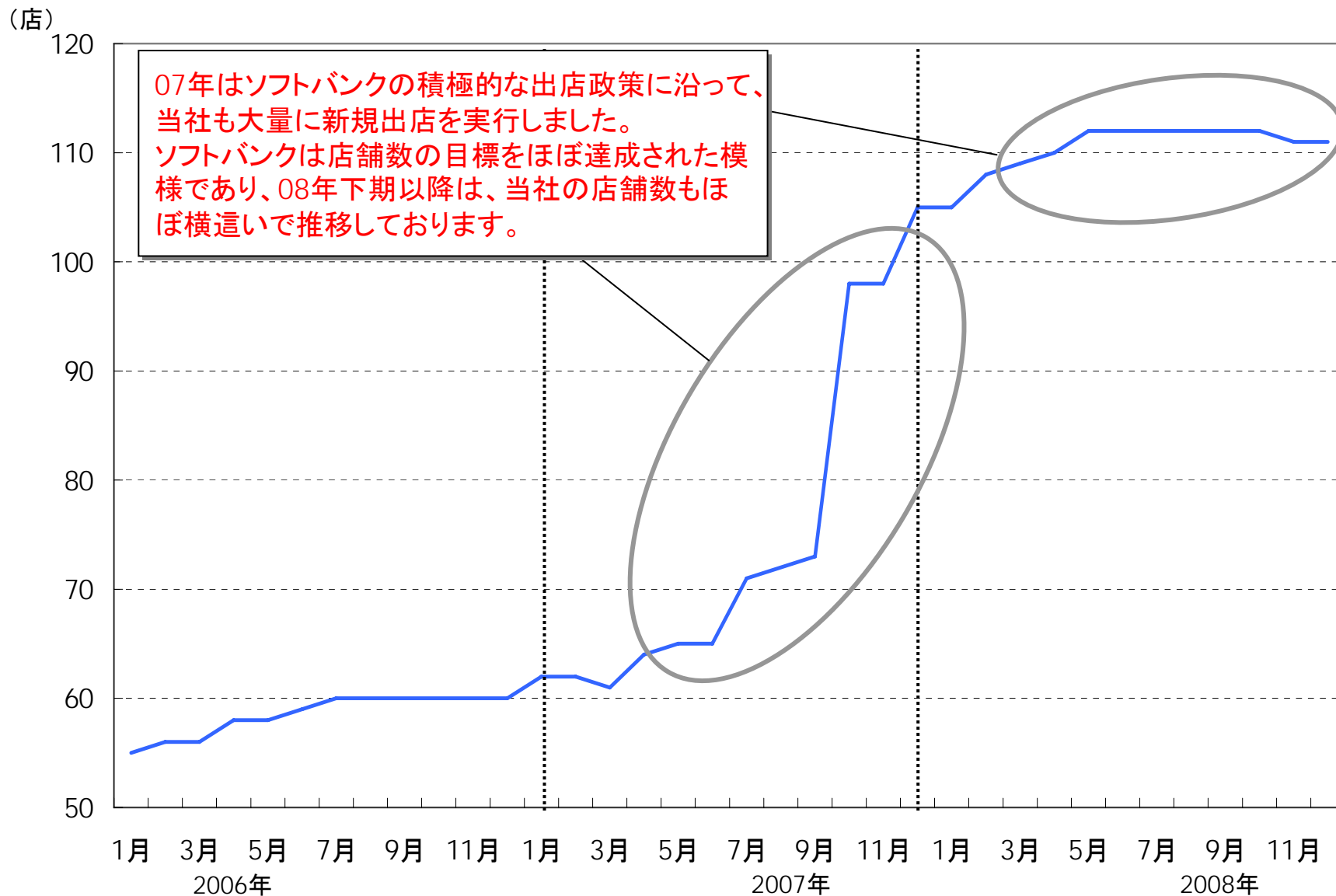
# 販売台数比較（機種変更）



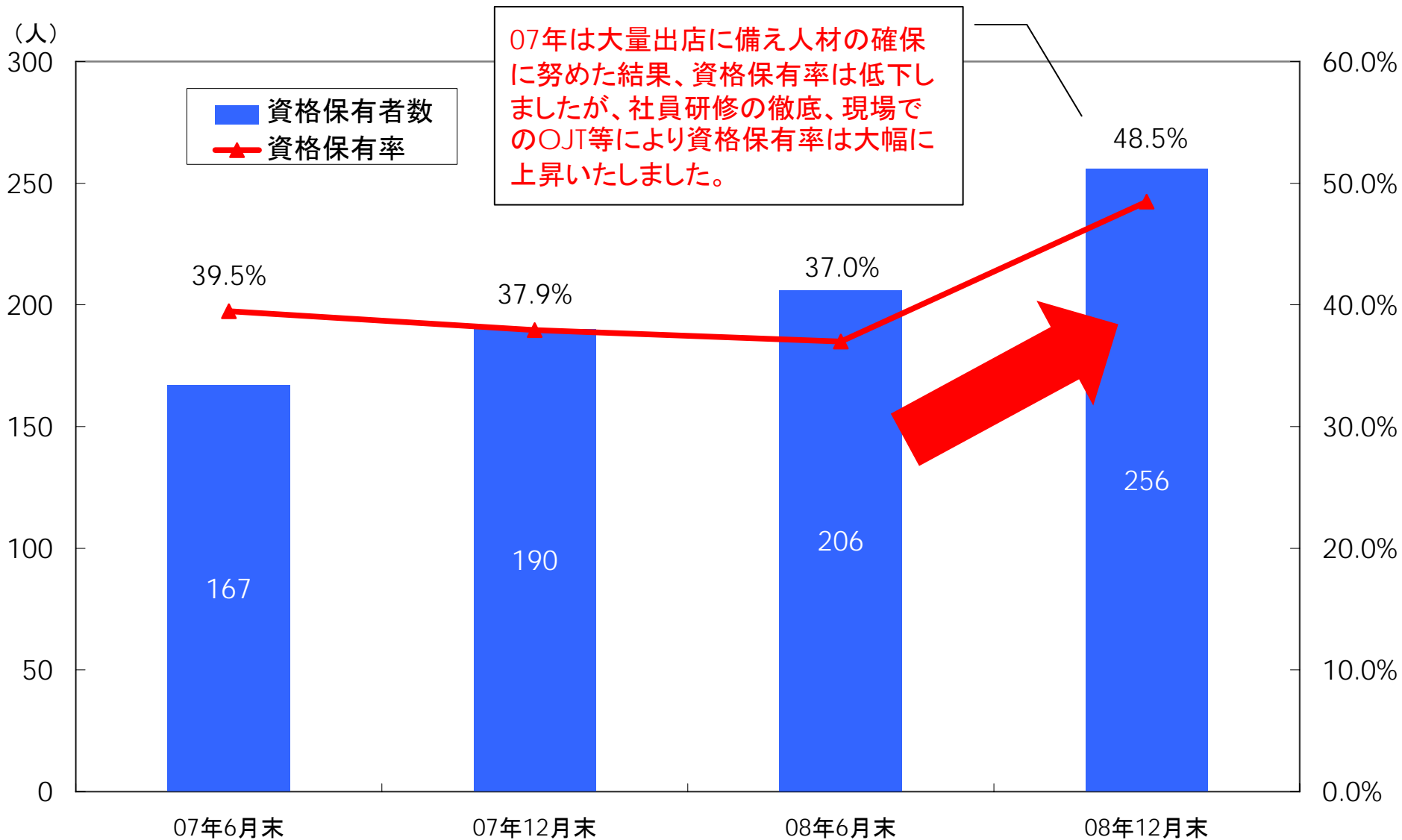
# 直営店1店舗あたり販売台数推移（2006年～2008年）



# 店舗数推移



# ソフトバンク認定資格保有者数推移

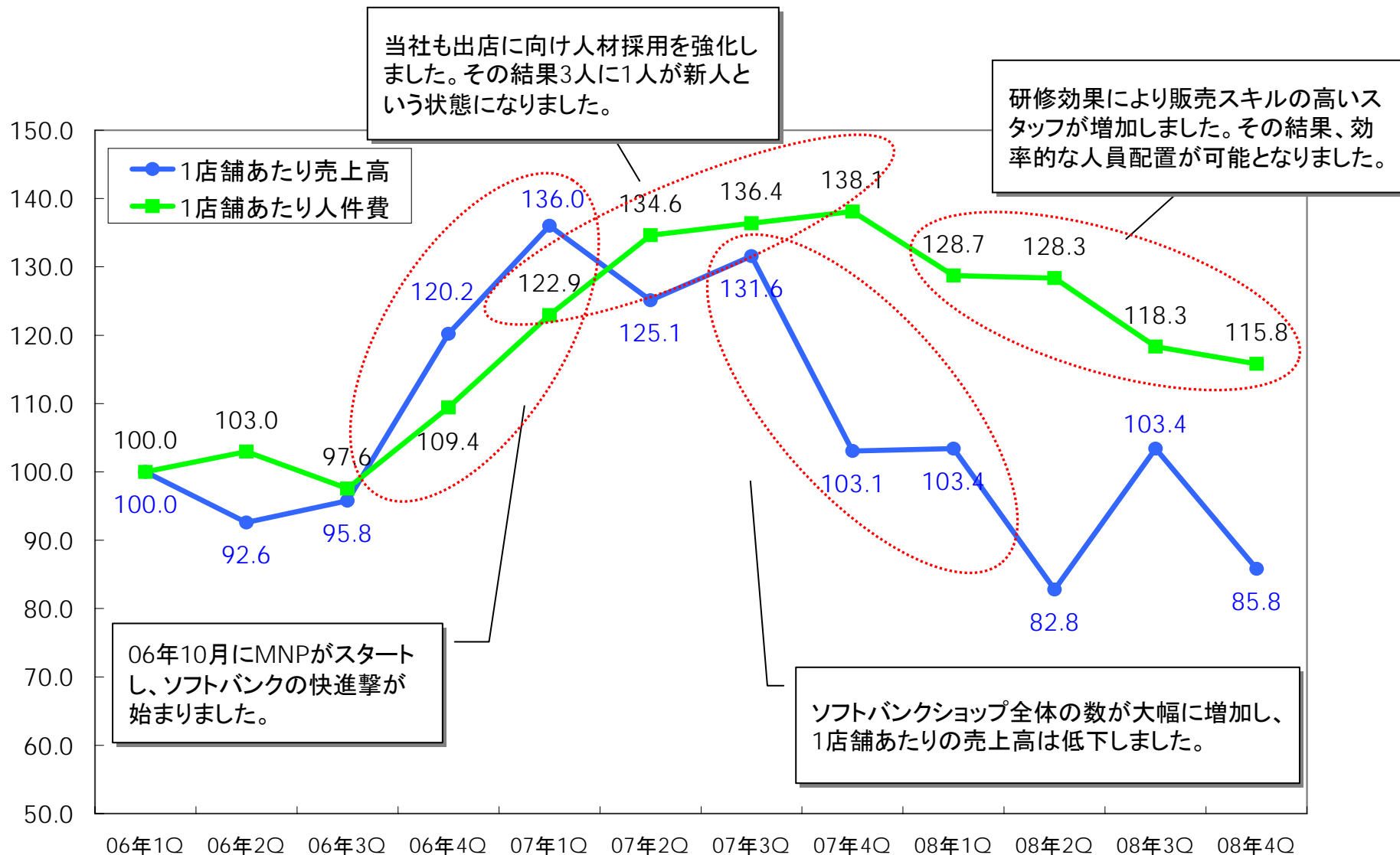


※資格保有率はショップスタッフ数に占める資格保有者数の比率です。

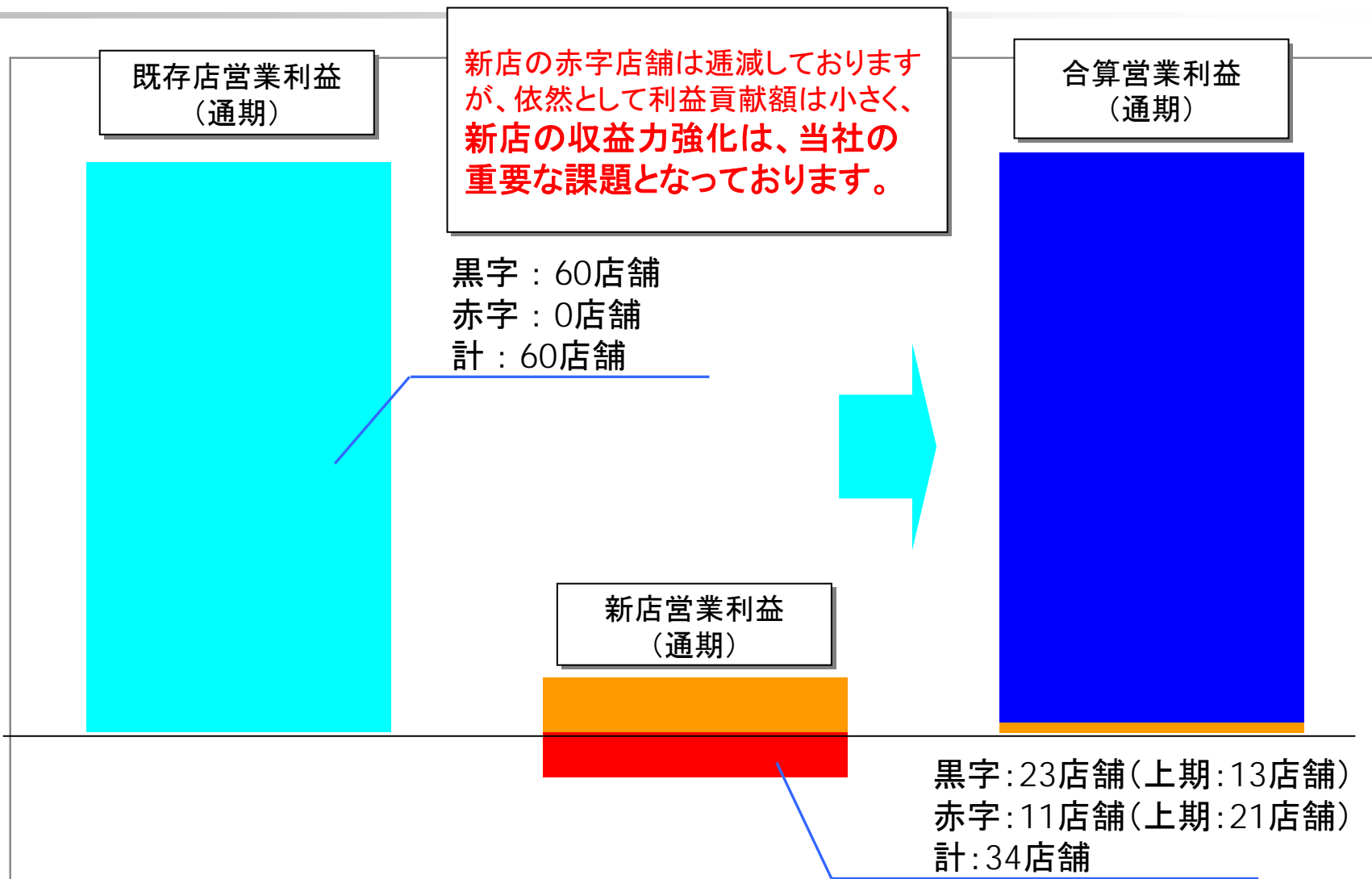
# 効率的な店舗運営に向けた改善努力

～当社直営店1店あたりの売上高・人件費の推移～

06年1Qを100としたときの各四半期における売上高・人件費の推移を指数化しております。



# 直営ショップ収益状況



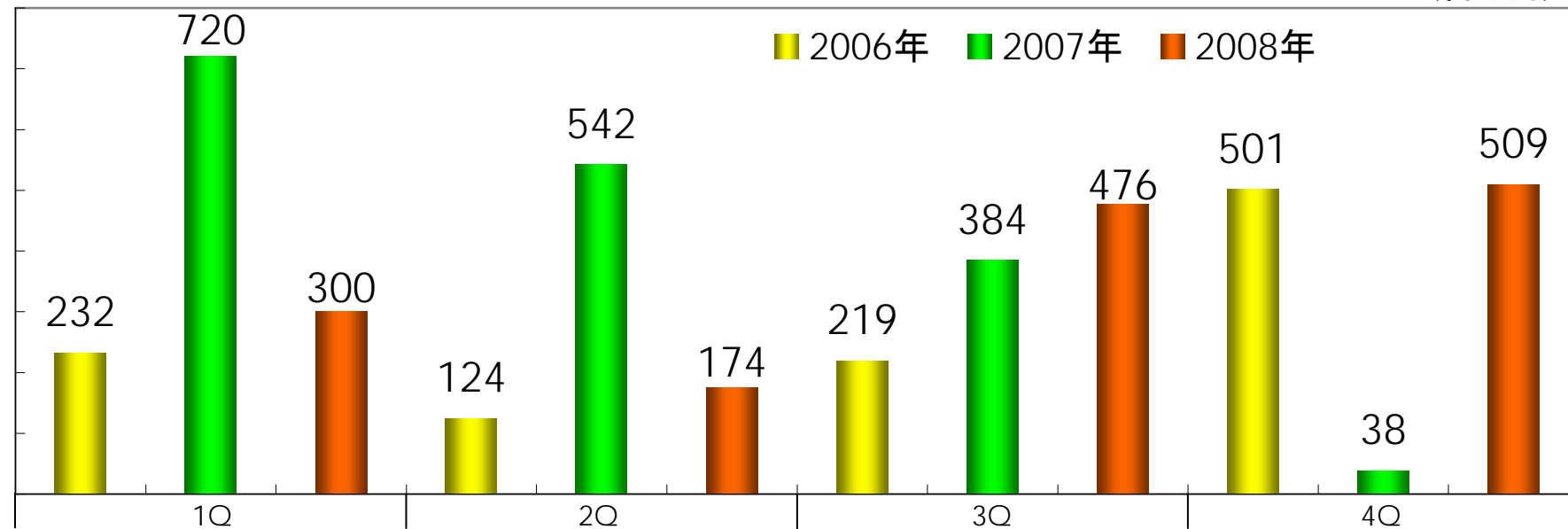
※新店の定義

07年以降に出店した店舗を新店と定義しております。

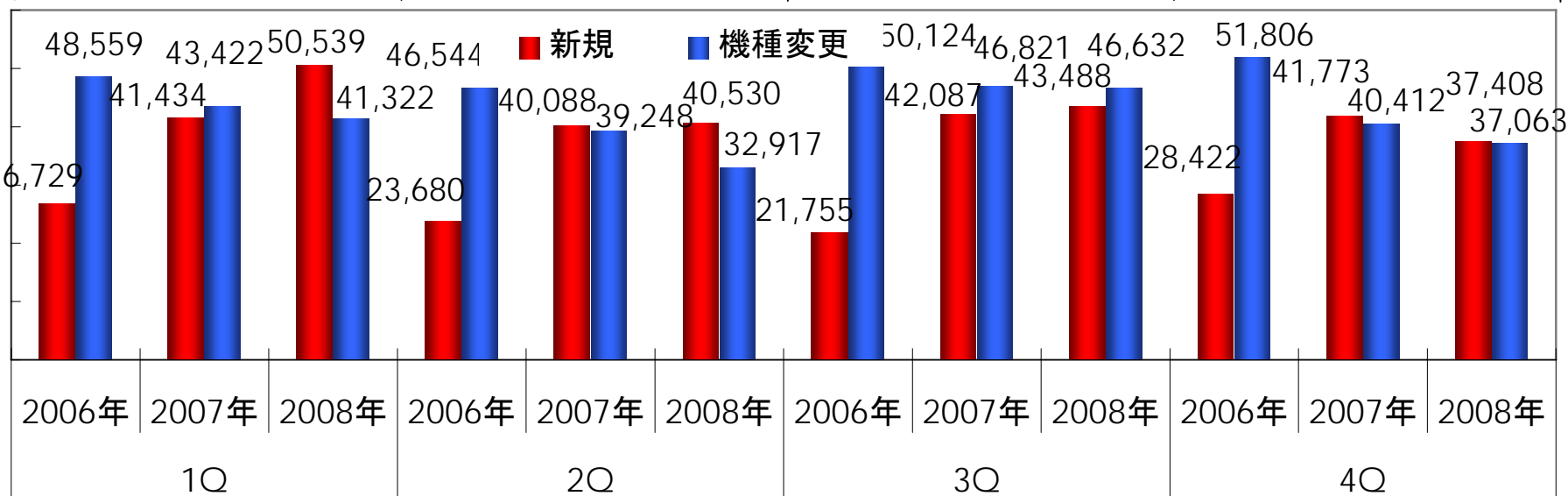
# 四半期実績推移 (営業利益・販売台数)

(百万円)

営業利益(連結)



販売台数



## Ⅱ .2009年經營方針



# 中期事業環境見通し

## ▶オーバーストアの解消に向けたショップの整理・統合

NTTドコモおよびauでも割賦販売が導入されたことにより、今後、業界全体で機種変更需要が低下していく可能性が高いと認識しております。また、キャリアの解約率の一層の低下は、新規販売数の減少にもつながるなど、販売代理店にとっては、厳しい環境を迎えます。一方、06年からのキャリアショップ数の大幅な増加により、オーバーストアの状況を呈しており、06年度以降の出店店舗を中心に、採算の厳しい店舗が相当数出ているのが現状です。今後、財務内容が厳しい販売代理店から、店舗の売却や閉店の動きが出る可能性があります。

## ▶オープン型端末の普及により販売代理店に求められるものが変化

今後、インターネットとの接続が容易で、アプリケーションを自由に追加できるPCに近いオープン型携帯端末がさらに普及していくことが予想されます。オープン型端末のARPUは高いと考えられ、キャリア・販売代理店双方にとって収益向上のメリットは大きく、「オープン型端末の販売をストレスなくこなせる事」が、次の時代の必要条件になると考えております。このため販売代理店は、ショップでの意識革命と新たなる教育体制が求められます。

# 2009年 事業環境見通し

## ▶ 新規販売の需要動向

景気低迷により個人消費の落ち込み、携帯電話の高い普及率に加え、割賦販売の導入によるユーザーの囲い込みが進んでいることから、新規販売については更に厳しい状況が続くと予想されます。

## ▶ 機種変更の需要動向

他社に先行して06年10月に割賦販売を導入したソフトバンクについては、26ヶ月の契約期間が明けたユーザーの買い替え需要の発生に加え、2Gユーザーの3Gへの切り替え需要の発生により、機種変更の需要は一定規模膨らむことが予想されます。一方、景気低迷による個人消費の落ち込みがどの程度影響するかは不透明な状況であり、見通しの立てにくい状況にあります。

## ▶ 販売手数料動向

販売代理店にはキャリアの営業施策に対する迅速かつ柔軟な対応が求められるようになっております。

今後は量（販売台数）に加えて、質（**不良顧客の加入防止による短期解約数の低下、ARPU向上**）に対する期待が寄せられていることから、今後、手数料については「販売の質」の要素がより大きくなるものと思われれます。

## ①収益性の高い販売網の再構築

### ➤店舗網の立地改善

販売台数が減少する中、採算の悪化している店舗の採算改善が重要な課題になっております。特に07年以降に大量に出店した新店舗の一部については、立地の見直しが必要なものもあり、実体経済の悪化に伴い、空き物件も相当数出てくると見込まれ、移転を含めた対策を検討してまいります。

### ➤店舗網の拡大は慎重な姿勢で

財務体質の弱い代理店の淘汰が進むことが予想されるため、営業譲受け等の機会が増えることが予想されます。譲受けの際には立地の良さ、当社が運営することによる収益改善余地の大きさを重視し、慎重な姿勢を堅持してまいります。

## ②販売力の強化

### ▶店長・店長候補の重点育成

人材の質が競争を勝ち抜く上で非常に重要であると認識しております。特に、力のあるエリアマネージャー、店長を育成していくことが、競争に勝ち抜き、業績を向上させていく上での重要な鍵になるものと考えております。そこで、業績改善余地の大きい店舗、成長余地の大きい店長・店長候補の重点育成を図るべく、きめ細かな指導が可能な体制の確立に取り組めます。

### ▶提案力・コンサルティング力の強化

1顧客あたりの販売収益を向上させるために、お客様のニーズを的確に聞き出し、最適な商品(端末・料金プラン・オプションサービス)を提供できる「提案力」「コンサルティング力」の強化に取り組んでまいります。

## Ⅲ.2009年利益計画

# 2009年利益計画

(百万円)

	第2四半期 累計期間			通期		
	計画	前期実績 (単体)	増減率	計画	前期実績 (単体)	増減率
売上高	15,000	15,940	△5.9%	30,000	32,437	△7.5%
営業利益	440	457	△3.8%	1,040	1,409	△26.2%
経常利益	420	464	△9.6%	1,000	1,395	△28.3%
当期 純利益	220	360	△39.0%	510	1,122	△54.6%

# 非連結決算を行うことについて

➤ 当社グループは、前連結会計年度まで当社及び連結子会社5社で構成されておりましたが、平成20年6月に連結子会社でありました株式会社ジャパンプロスタッフの株式の50%を株式会社ピーアンドピーに譲渡し、同社を持分法適用関連会社といたしました。

また、連結子会社でありました株式会社アップワード・モビリティ及び株式会社モバイルタイガーは、平成20年9月開催の臨時株主総会において解散を決議し、平成20年12月に清算終了いたしました。さらに、連結子会社であります株式会社オプトパワーは、平成21年12月期からその事業を廃止し休眠会社となり、現在休眠中の連結子会社であります株式会社ニッカも含め、これら休眠会社二社の資産等から見て、当社企業集団の財政状態及び経営成績に関する合理的な判断を誤らせない程度に重要性が乏しいものと判断し、連結財務諸表の作成はしないことといたします。

従って、平成21年12月期からは非連結の決算を行うことといたします。

## IV.補足資料

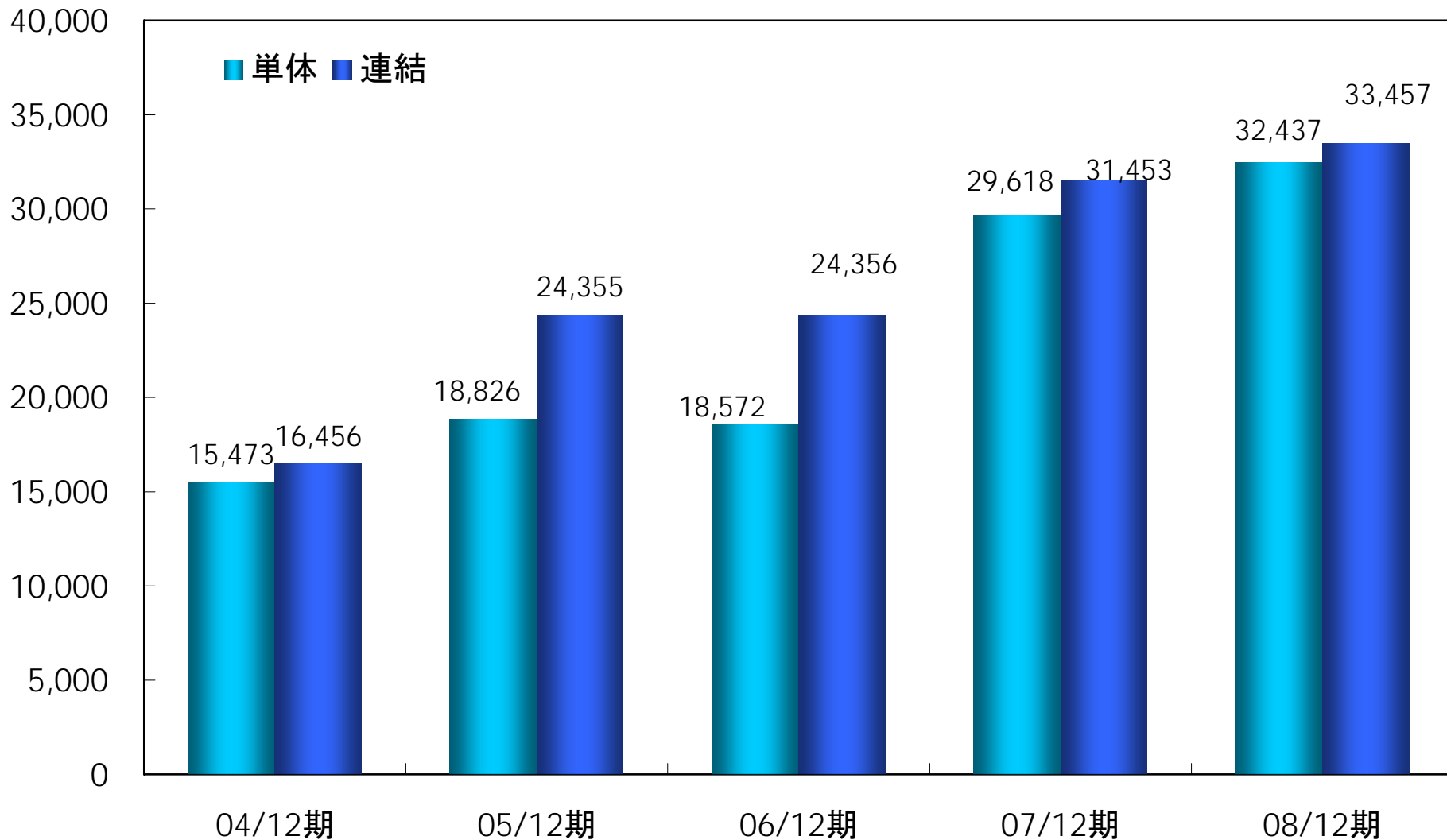
### IV-1 財務実績



# 1. 売上高(連結・単体)

連結前期比 6.4%増  
単体前期比 9.5%増

(百万円)

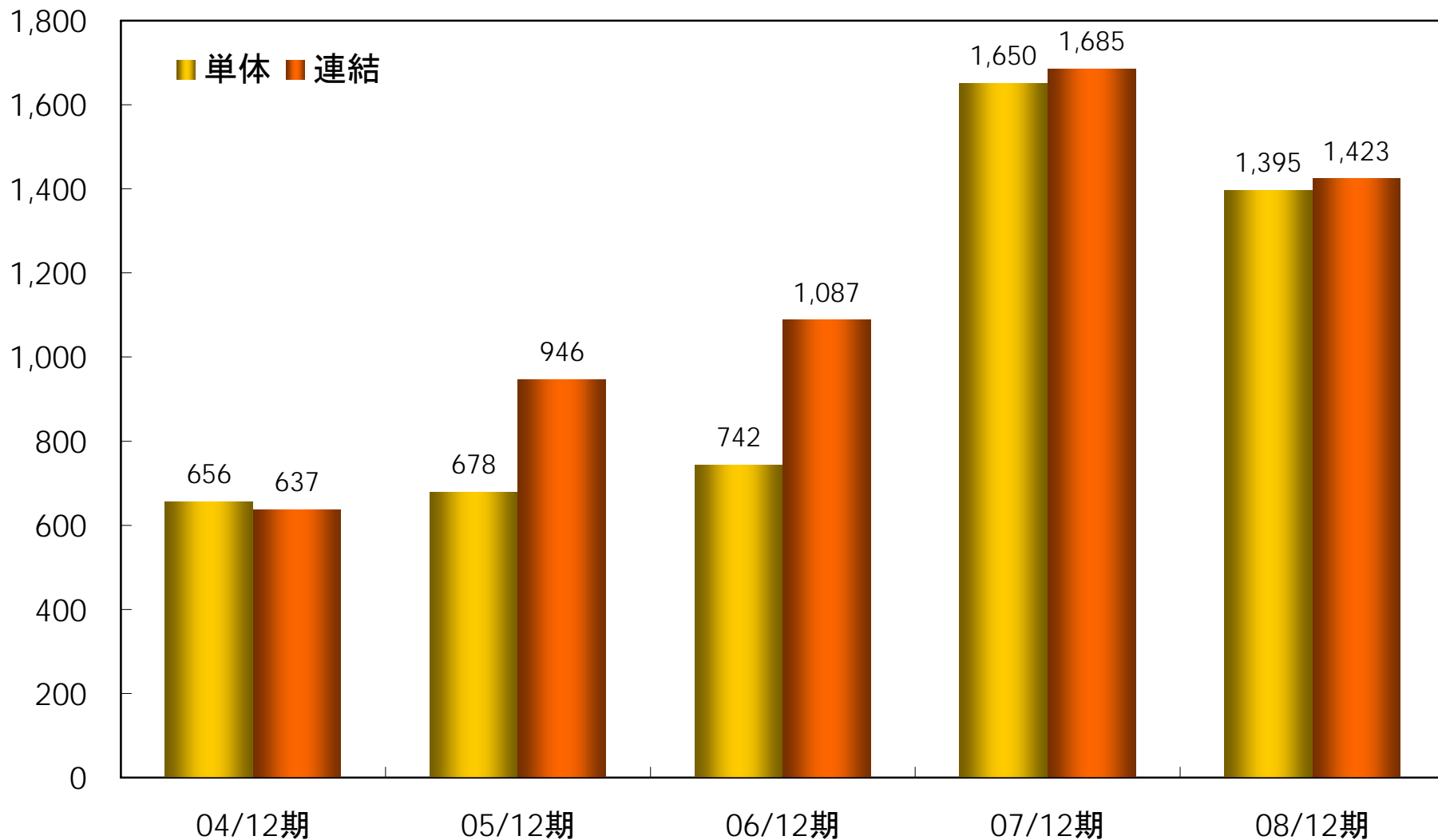


## 2. 經常利益(連結・単体)

(百万円)

連結前期比  
単体前期比

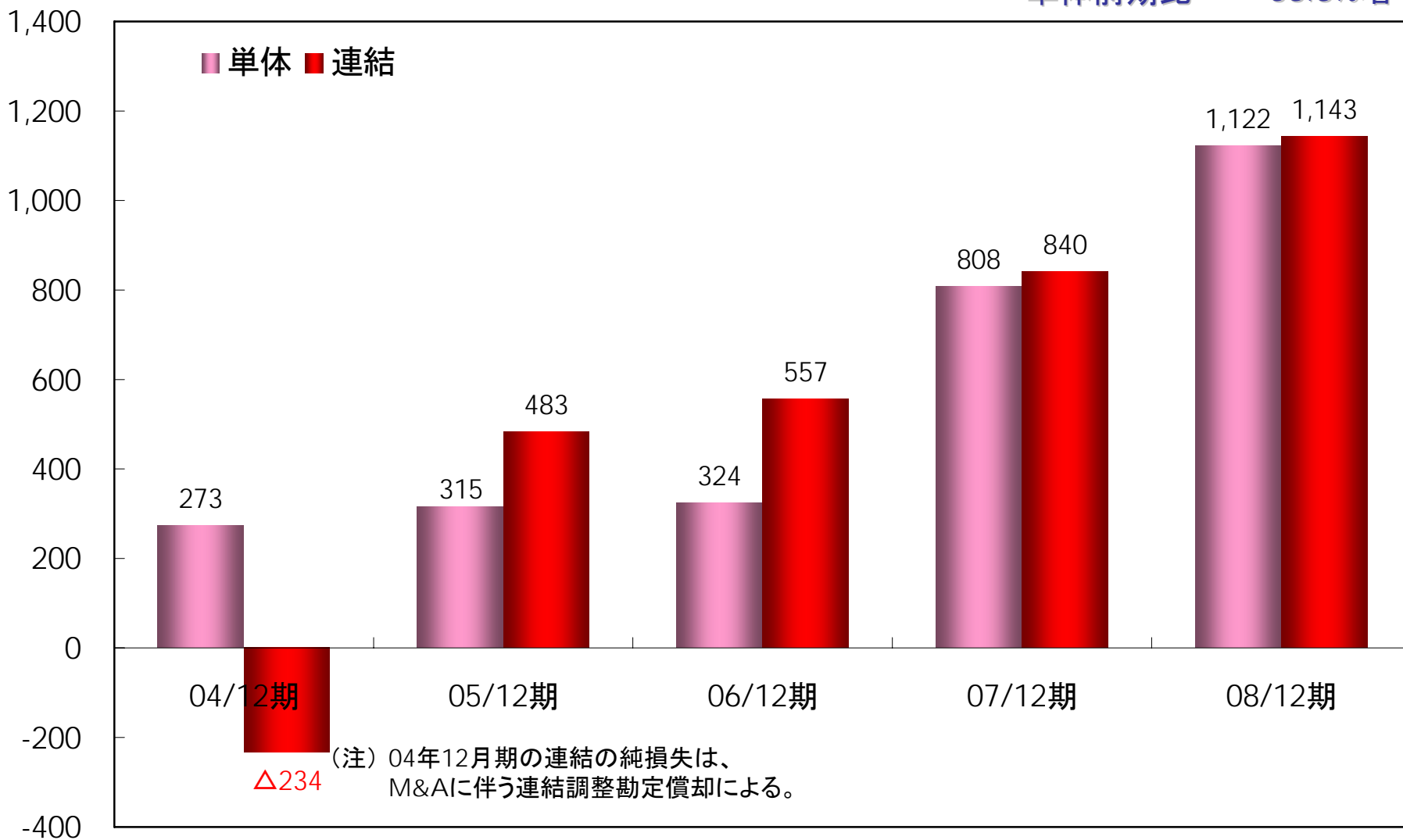
15.5%減  
15.5%減



### 3. 当期純利益(連結・単体)

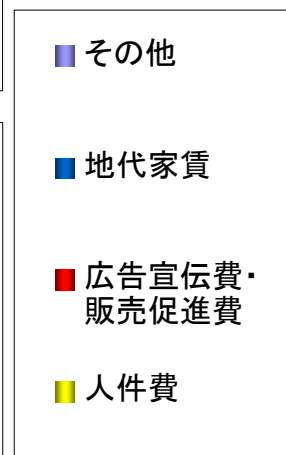
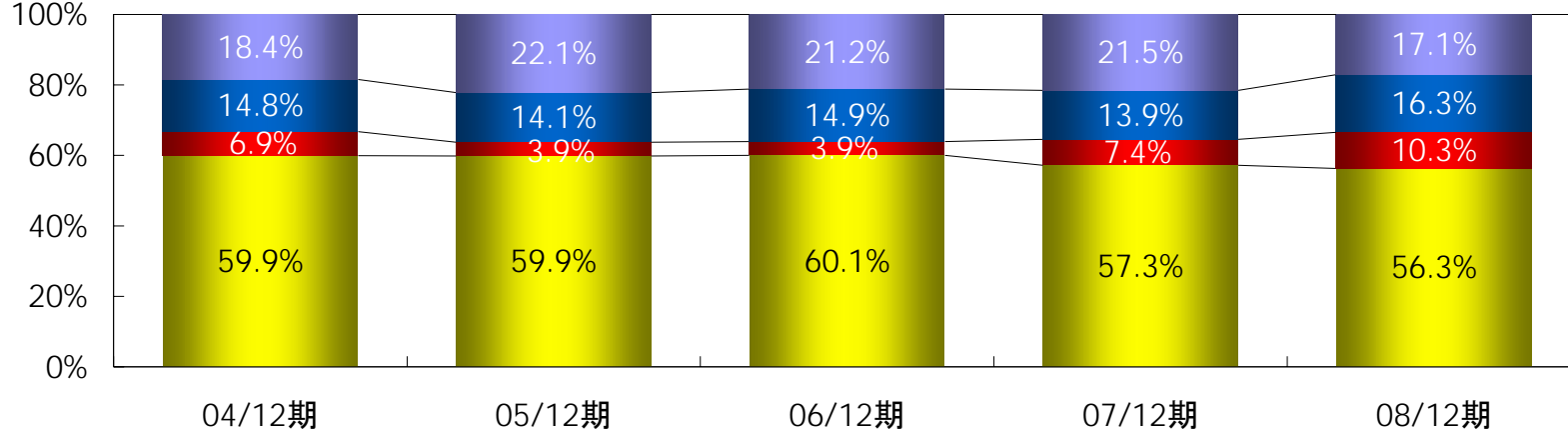
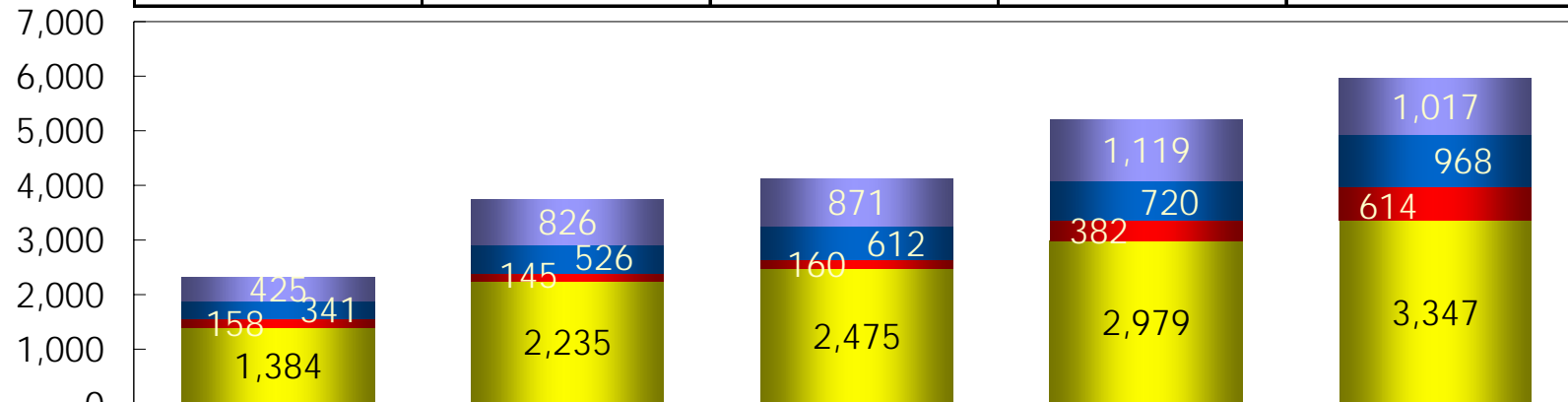
連結前期比 36.0%増  
単体前期比 38.8%増

(百万円)



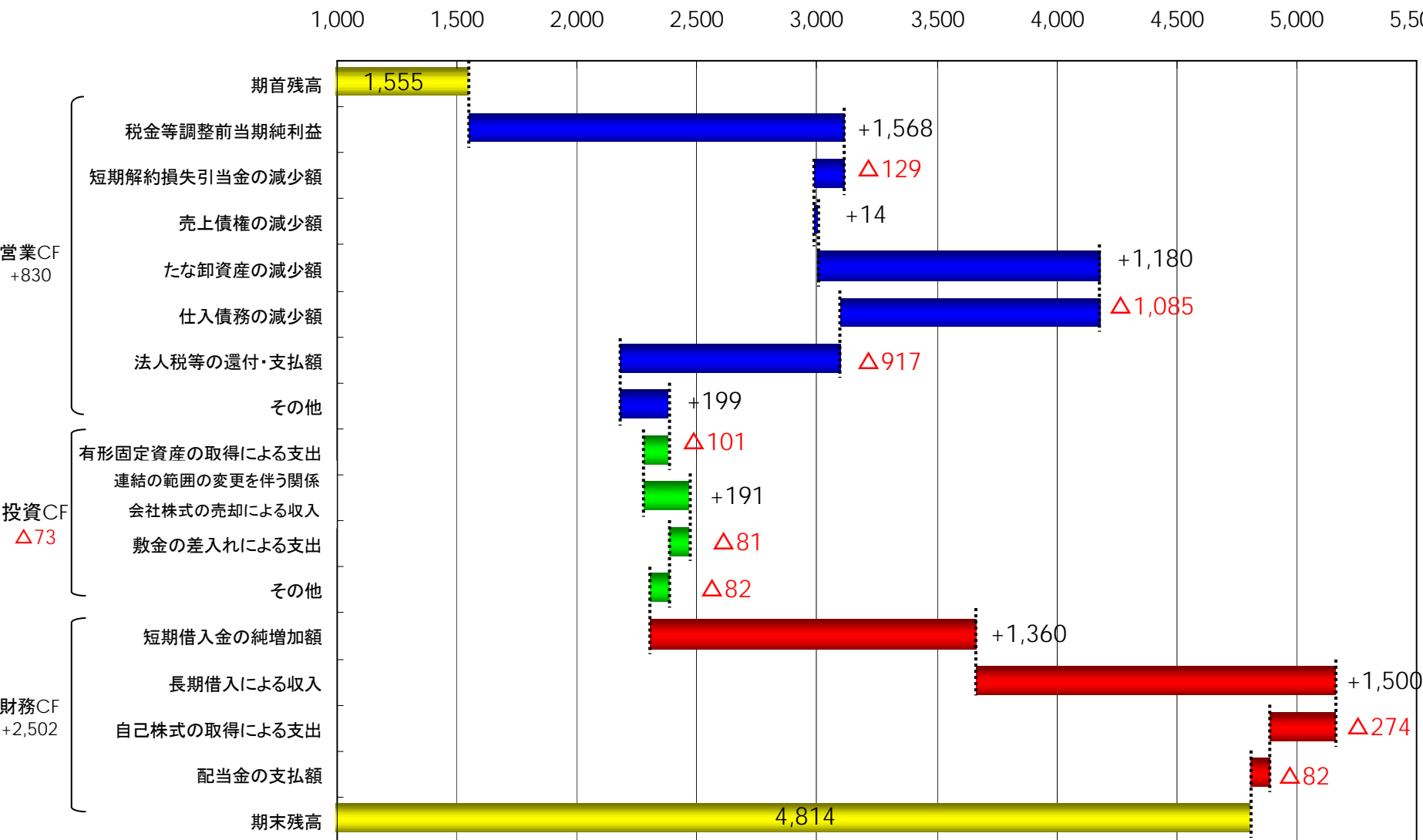
## 4. 販売管理費(連結)

	04/12期	05/12期	06/12期	07/12期	08/12期	決算期
	2,940	4,684	5,196	6,886	7,408	売上総利益(百万円)
	1,384	2,235	2,475	2,979	3,347	人件費(百万円)
	2,309	3,735	4,120	5,202	5,948	販売管理費(百万円)
	2.12	2.09	2.10	2.31	2.21	売上総利益 ／人件費
(百万円)	1.27	1.25	1.26	1.32	1.25	売上総利益 ／販売管理費

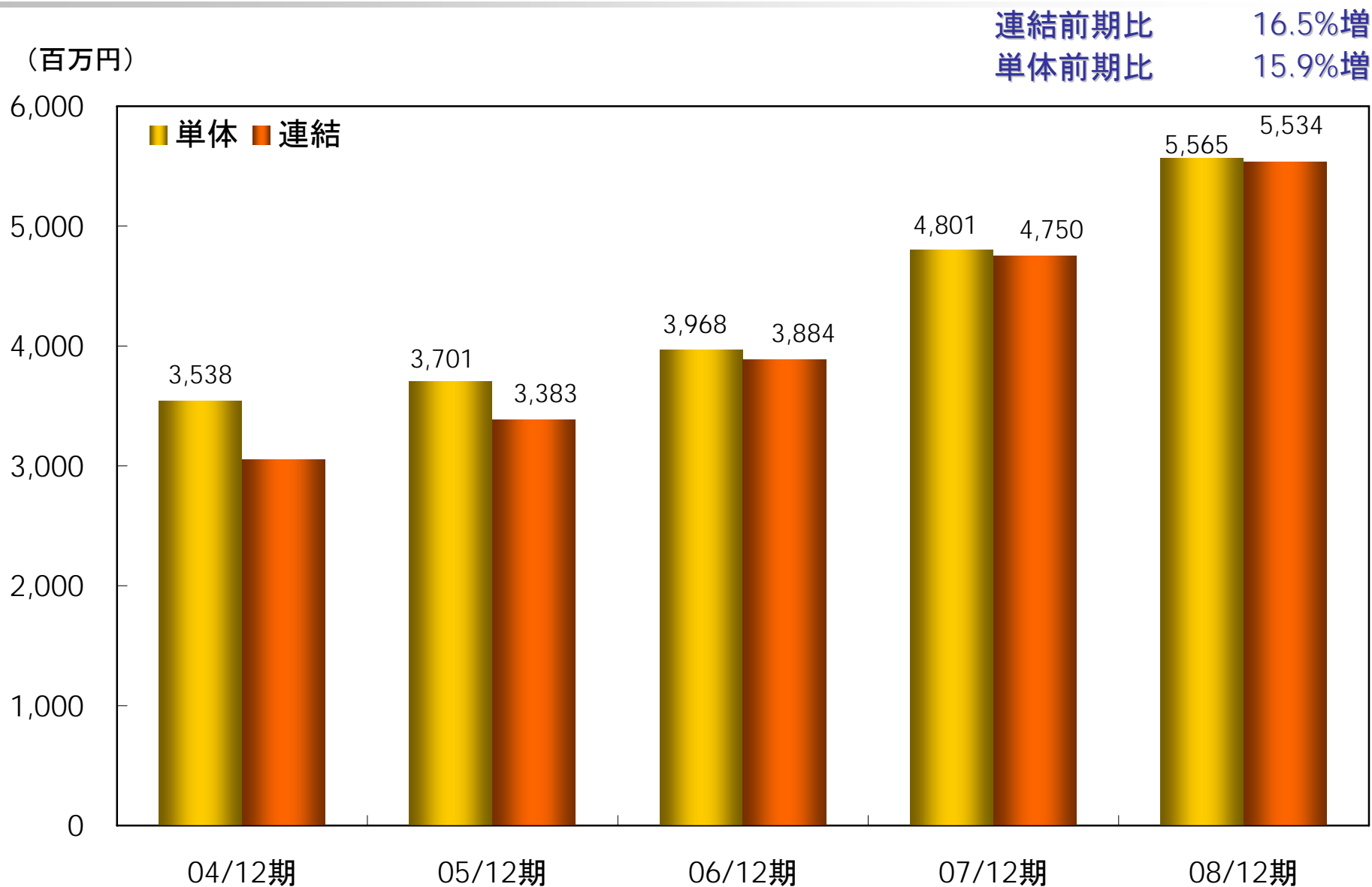


# 5. キャッシュ・フロー内訳(連結)

(百万円)



## 6. 純資産(連結・単体)



## 7. 財務指標(連結)

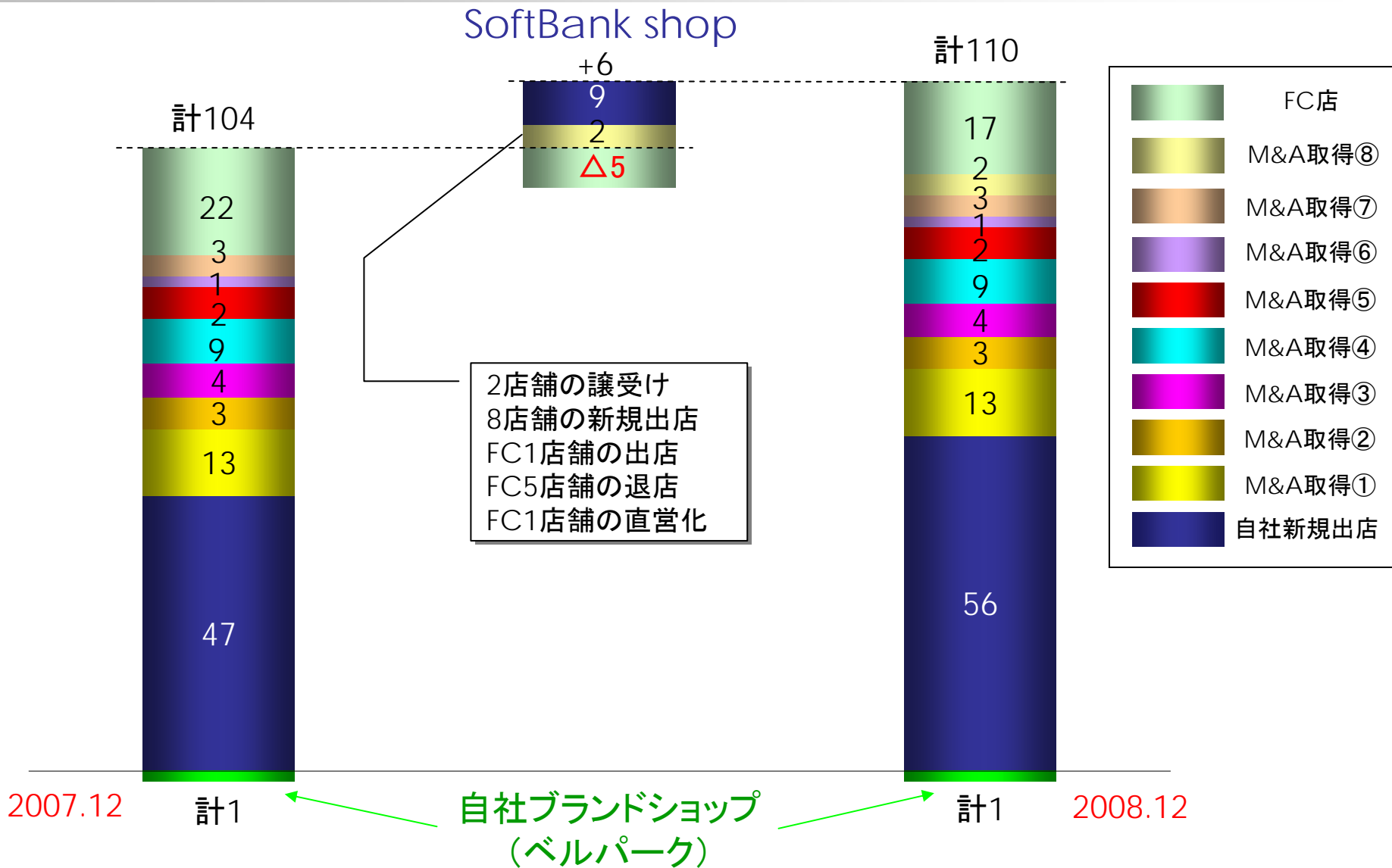
		04/12期	05/12期	06/12期	07/12期	08/12期
収益性	総資産経常利益率	10.4%	13.9%	14.9%	18.7%	12.8%
	自己資本当期純利益率	-7.2%	15.0%	15.3%	19.5%	22.2%
	キャッシュフローマージン	5.7%	-	-	0.7%	2.5%
	売上高総利益率	17.9%	19.2%	21.3%	21.8%	22.1%
	売上高経常利益率	3.9%	3.9%	4.5%	5.4%	4.3%
効率性	総資産回転率	2.68	3.57	3.34	3.49	3.00
	売上債権回転日数	40.7	34.5	40.2	37.9	37.8
	在庫回転日数	20.6	17.6	20.1	24.9	25.3
安全性	自己資本比率	44.7%	49.7%	49.9%	46.4%	45.8%
	流動比率	156.5%	165.8%	167.7%	155.4%	198.9%

## IV.補足資料

### IV-1 營業実績(移動体通信機器販売事業)

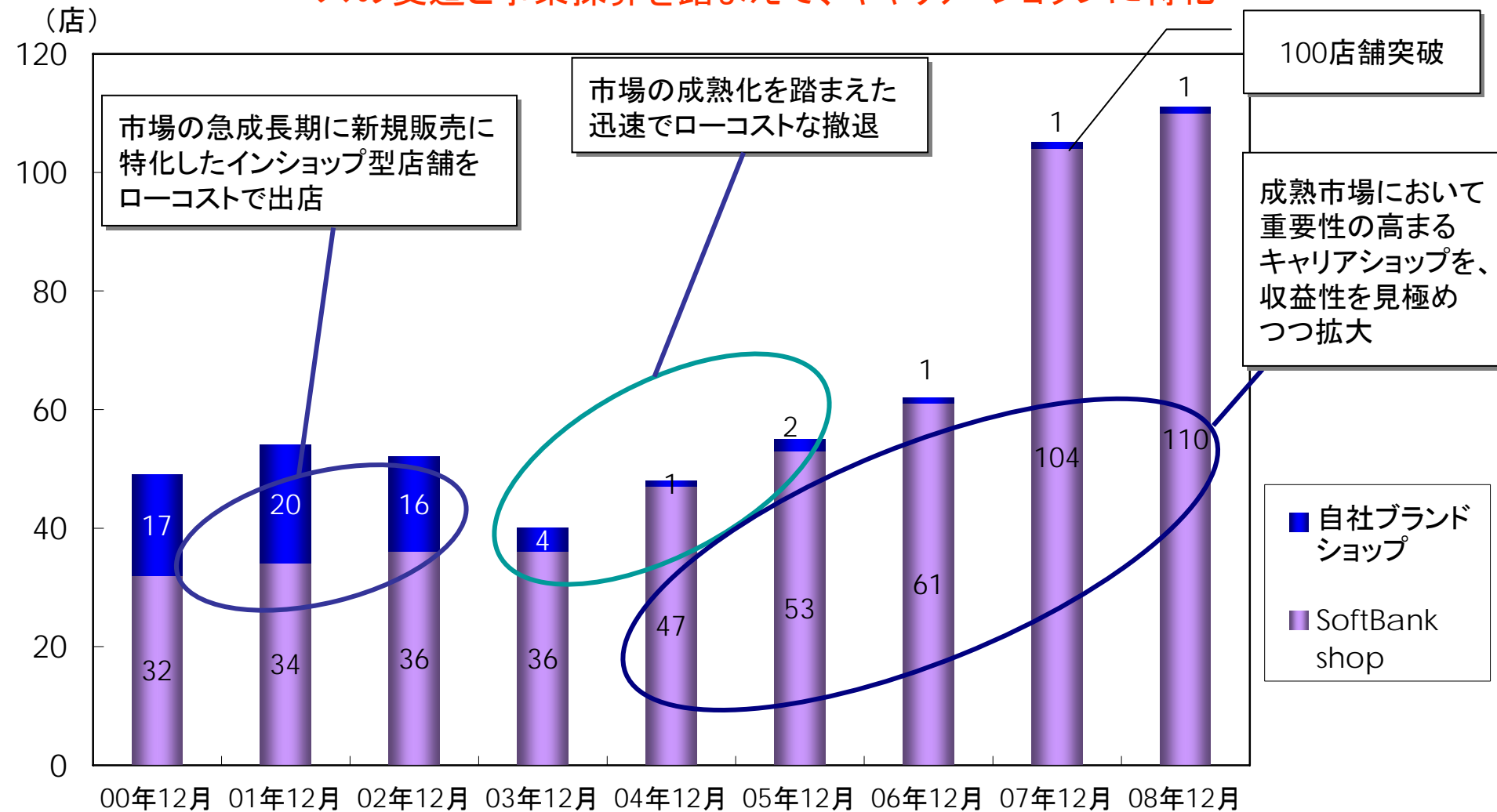


# 1. 店舗数増減



## 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



### 3. 店舗網

1都2府8県に「SoftBank shop」を110店、  
「自社ブランドショップ」を1店展開。  
(2008年12月末現在)



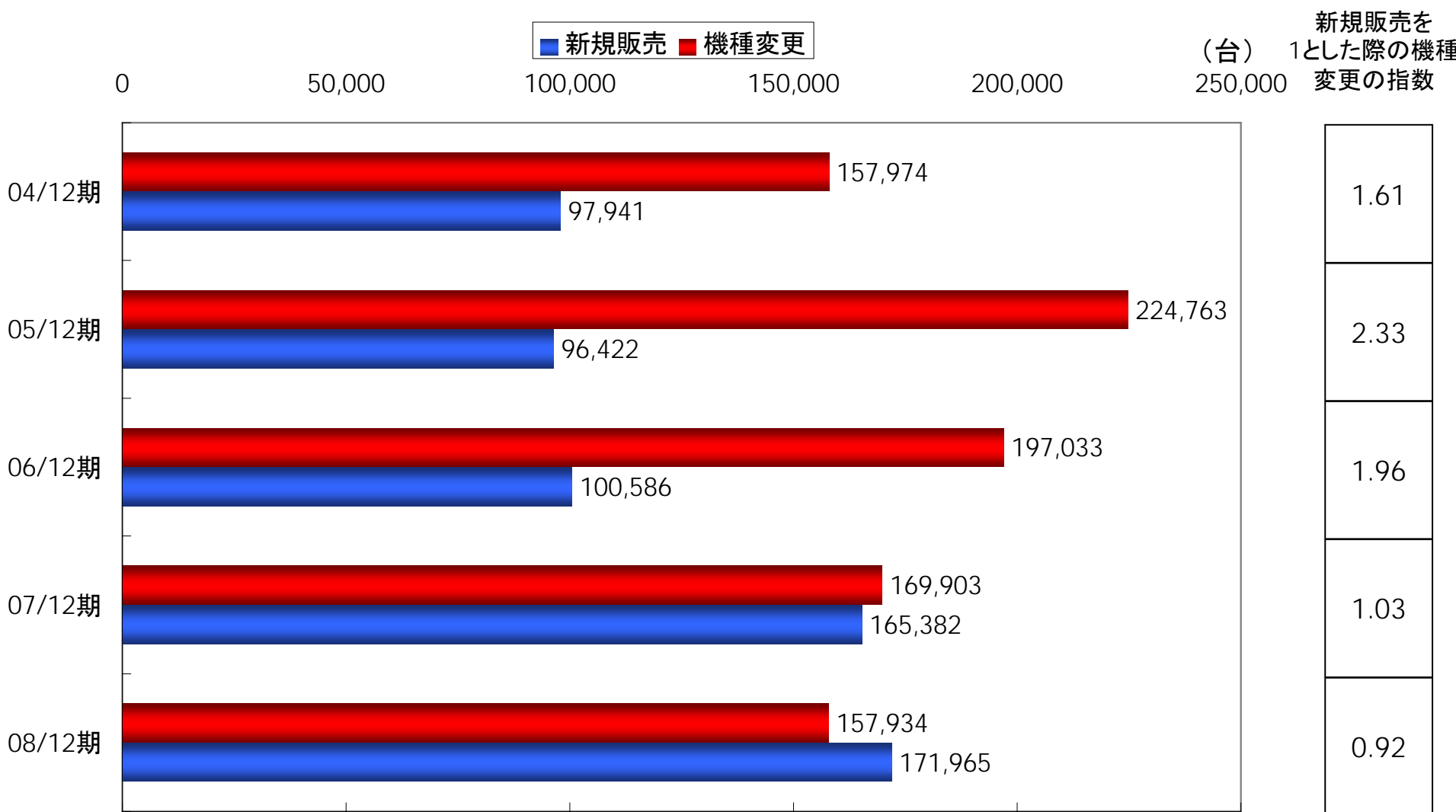
関東圏店舗数

店 舗 数	SoftBank shop		自社ブランド ショップ
	直営店	FC店	
東 京 都	44	0	0
神 奈 川 県	7	0	0
千 葉 県	11	0	0
埼 玉 県	14	0	0
小 計	76	0	0

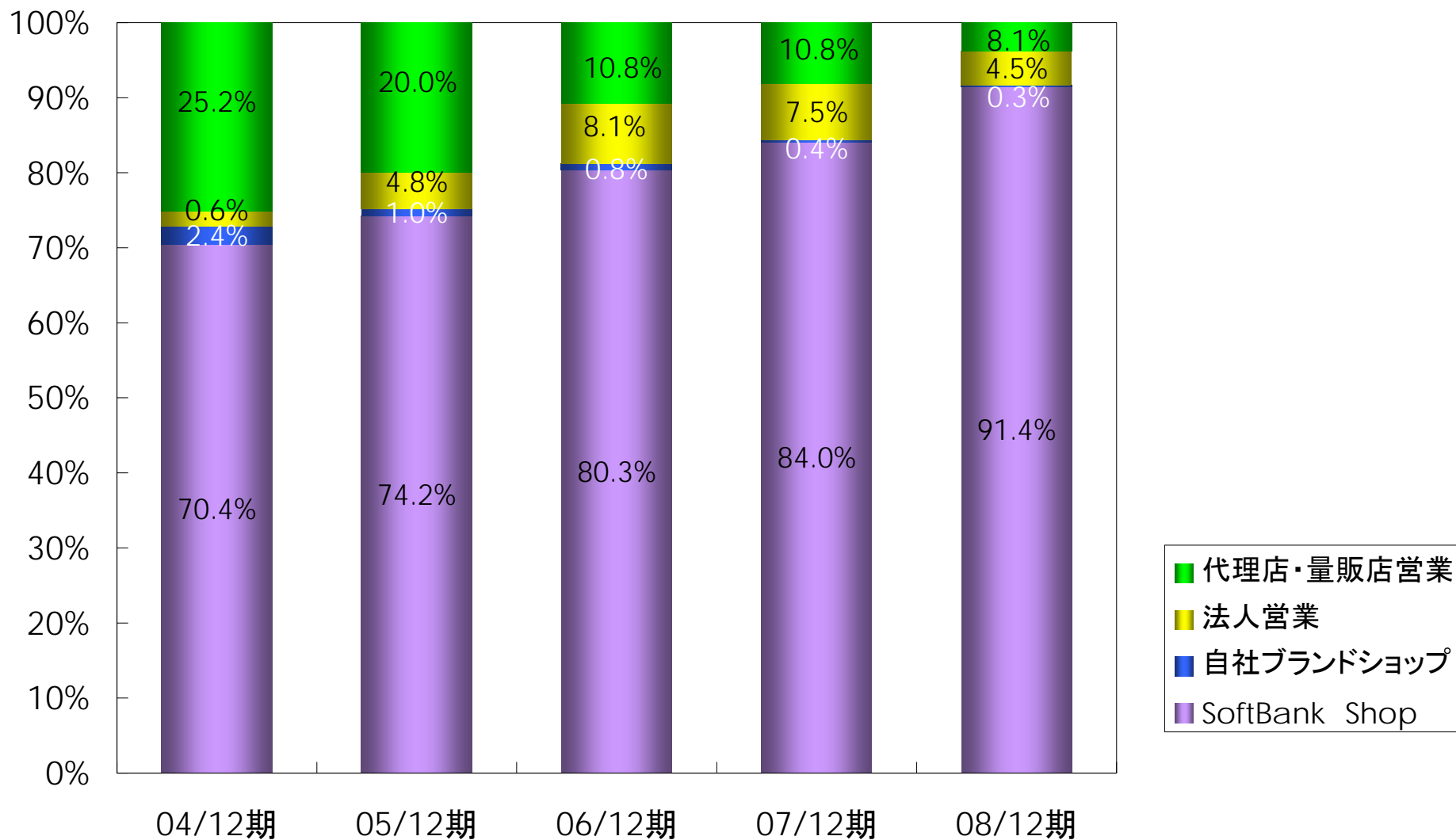
東海・関西圏店舗数

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	4	3	0
京 都 府	0	3	0
兵 庫 県	0	11	0
小 計	17	17	1

## 4. 販売台数推移



## 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の変動する可能性があります。