

Bell-Park

第17期第2四半期決算説明会

(2009年1月1日～2009年6月30日)

2009年7月31日

株式会社ベルパーク



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

目次

- I. 2009年第2四半期累計期間決算ハイライト
- II. 2009年下期経営方針
- III. 2009年利益計画

I .2009年第2四半期累計期間決算 ハイライト

2009年第2四半期累計期間業績

(百万円、%)

	08年第2四半期累計		09年第2四半期累計		前年同期間比		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	15,940	100.0	20,270	100.0	+4,330	+27.2	主に販売台数の増加による。新規+3,094台(09年94,163台)、機変+32,265台(09年106,504台)継続手数料の積み上げにより+172 アフター一件数の増加により+73
売上総利益	3,369	21.1	4,404	21.7	+1,034	+30.7	上記による粗利の増加に加え、販売の質に対する手数料の増加。
販売費及び一般管理費	2,912	18.3	3,001	14.8	+89	+3.1	店舗数の増加により以下の販管費が増加。人件費+39、地代家賃+37、水道光熱費+7、支払保険料+5、求人募集費+5 広宣・販促費△7、その他+3
営業利益	457	2.9	1,402	6.9	+945	+206.8	上記の結果。
経常利益	464	2.9	1,392	6.9	+927	+199.8	上記の結果。
特別利益	192	1.2	0	0.0	△192	△100.0	関係会社株式売却益△157(JPS)、投資損失引当金戻入△35(JPS)
特別損失	8	0.1	10	0.1	+2	+23.6	店舗撤退費用+2
税引前四半期純利益	648	4.1	1,381	6.8	+732	+113.0	上記の結果。
四半期純利益	360	2.3	743	3.7	+383	+106.3	上記の結果

2009年第2四半期累計期間決算ハイライト(1/3)

-携帯電話業界全体の動向

当第2四半期累計期間における通信事業者4社は、商戦期において新たな携帯電話端末を発売したほか、新しいサービス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266万回線となり、前年同期間の312万回線を14.7%下回る結果となりました。

-ソフトバンクモバイルの動向

当第2四半期累計期間におけるソフトバンクモバイルの加入者純増数は95万回線となり、前年同期間の149万回線を36.2%下回る結果となりました。

《新規契約》

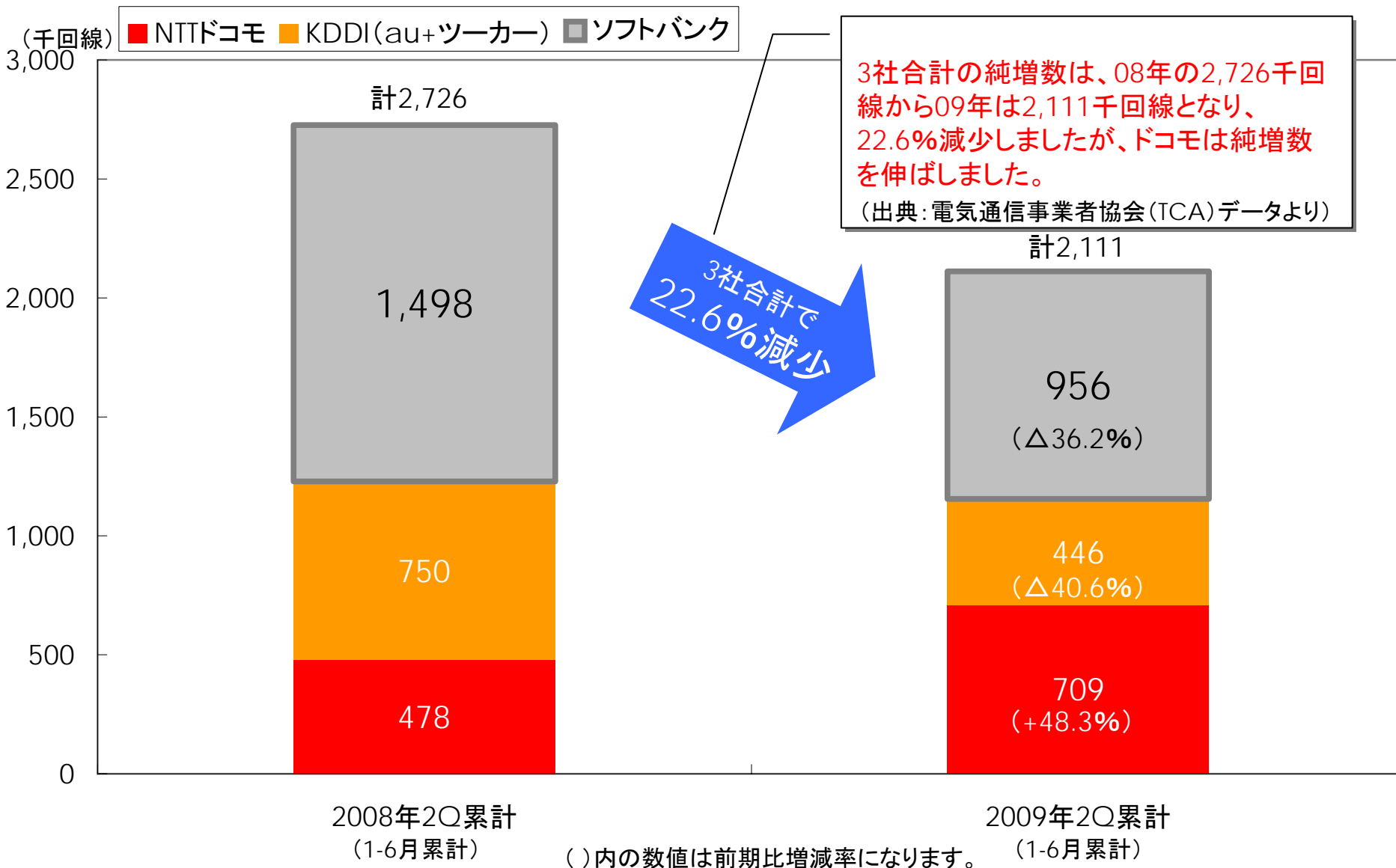
当社が主力として取り扱うソフトバンクモバイルは、2009年2月に「ホワイト学割with家族」の投入、米国アップル社製の「iPhone™3G」の端末購入価格の値下げ及び同端末利用者のパケット通信料定額サービスの上限料金の引き下げを実施しました。一方、販売の質の向上にも力を入れ、悪意の不良顧客の流入防止と短期解約率の改善に向けて、手数料体系の見直しを行いました。

《機種変更》

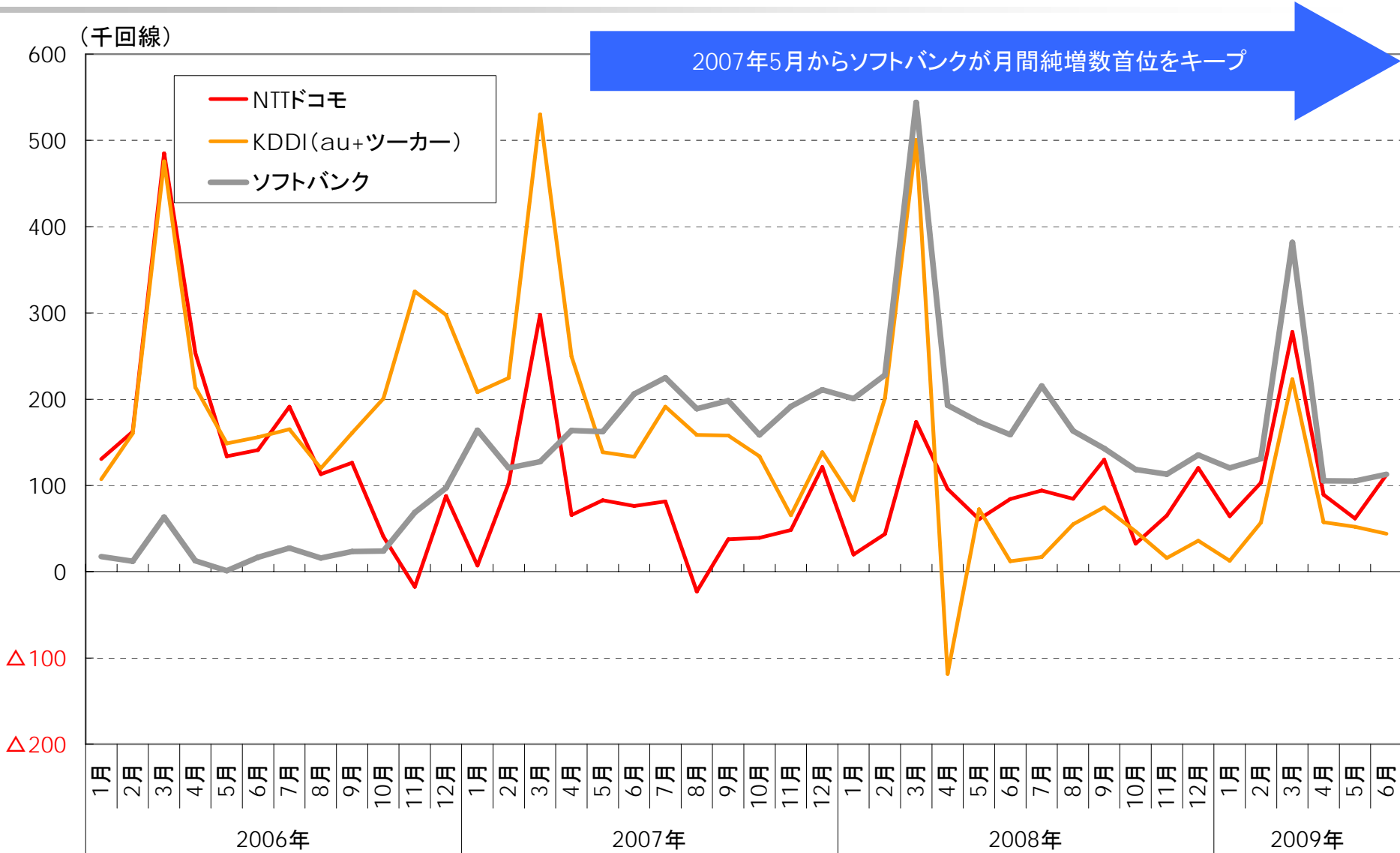
第2世代携帯電話から第3世代携帯電話への買い替え促進施策の展開に加え、割賦販売契約の契約者が割賦契約期間を満了し再度契約する等の機種変更需要も増加いたしました。

上記に加え、好感度の高いCMを継続的に放映する等積極的な施策を展開し、加入者純増数では2007年5月から**26ヶ月**連続で首位となりました。

主要通信事業者純増数比較



主要通信事業者純増数推移

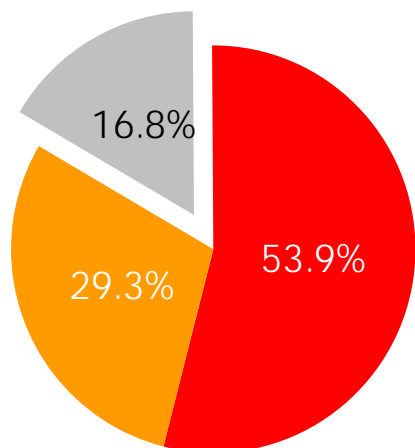


(出典:電気通信事業者協会(TCA)データより)

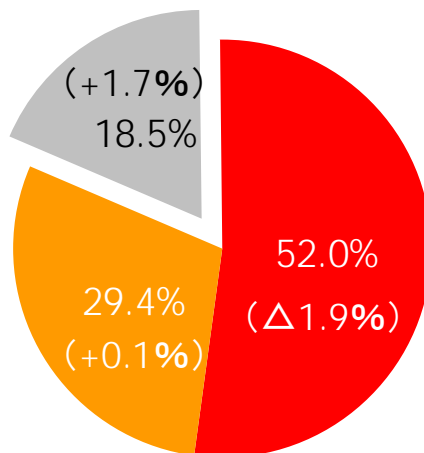
主要通信事業者累積回線シェア比較

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。

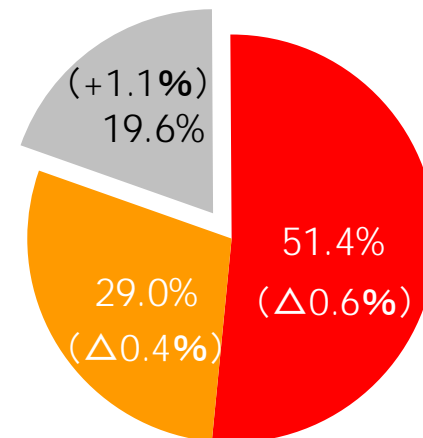
2007年6月末時点



2008年6月末時点



2009年6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)

2009年第2四半期累計期間決算ハイライト(2/3)

◆ リーマンショック後の当社の動き

08年9月のリーマンショックから世界経済が悪化し日本にも波及。

当社は、財務基盤の強化と来たるべきM&Aのチャンスを見据え、昨年度末に慎重かつ大胆に大規模な借入れとコミットメントラインの設定に動きました。

事業の見直しを行った企業が店舗売却の動きを加速。

予想通り09年に入りM&Aのチャンスが到来。

資金調達を行い財務基盤の安定している当社は、数々の案件の中で厳選して下記の62店舗を取得しました。

3月 A社より4店舗(直営2店舗、FC2店舗)

4月 B社より3店舗(直営)

5月 C社より3店舗(直営)

6月 パナソニックテレコム社より52店舗(直営22店舗、FC30店舗)

2009年第2四半期累計期間決算ハイライト(3/3)

◆当社の主な施策

販売台数を増加させるべく、販売網を拡大

当第2四半期累計期間においてソフトバンクショップをM&A等により63店舗を拡大し、直営123店舗、フランチャイズ50店舗となり合計173店舗と大幅に店舗を増加させ販売網の拡大に取り組みました。

その結果、新規販売台数は94,163台(前年同期間比3.4%増)、機種変更は第2世代携帯電話のサービス終了に伴う第3世代携帯電話への買い替え需要並びに、割賦契約期間満了のお客様の需要増加を捉え106,504台(同43.5%増)となり、新規販売と機種変更を合算した総販売台数は200,667台(同21.4%増)となりました。

店舗の販売の質の向上

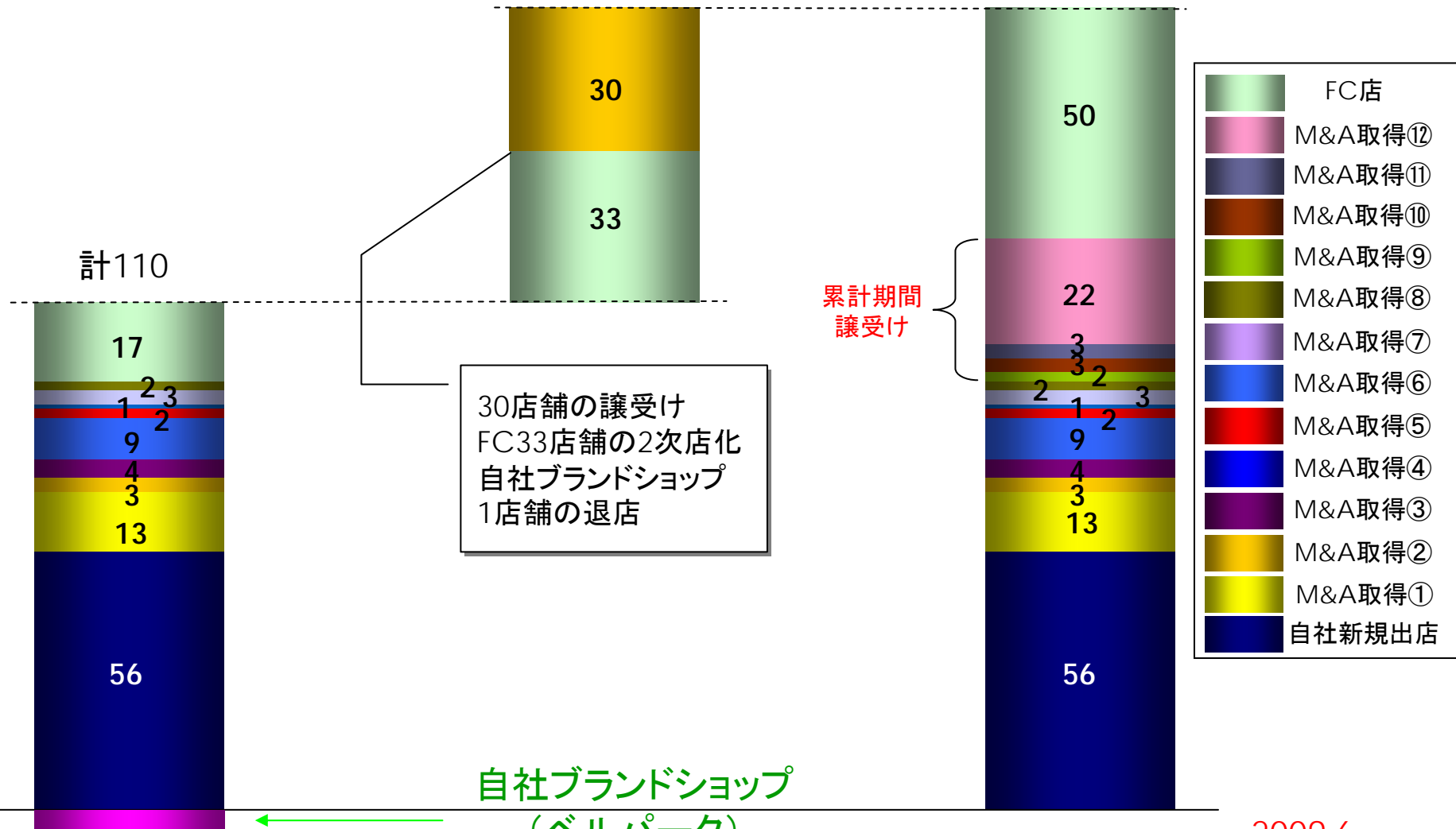
ソフトバンクモバイルの手数料体系が短期解約の防止や顧客のニーズに応じた新サービスの推奨を求めるものとなってきており、これらの方向性に沿った柔軟な接客が販売現場において重要であることから、各店舗のスタッフへの徹底を行いました。その結果、販売の質に対する手数料を高水準で獲得することができました。

店舗数増減

SoftBank shop

+63

計173



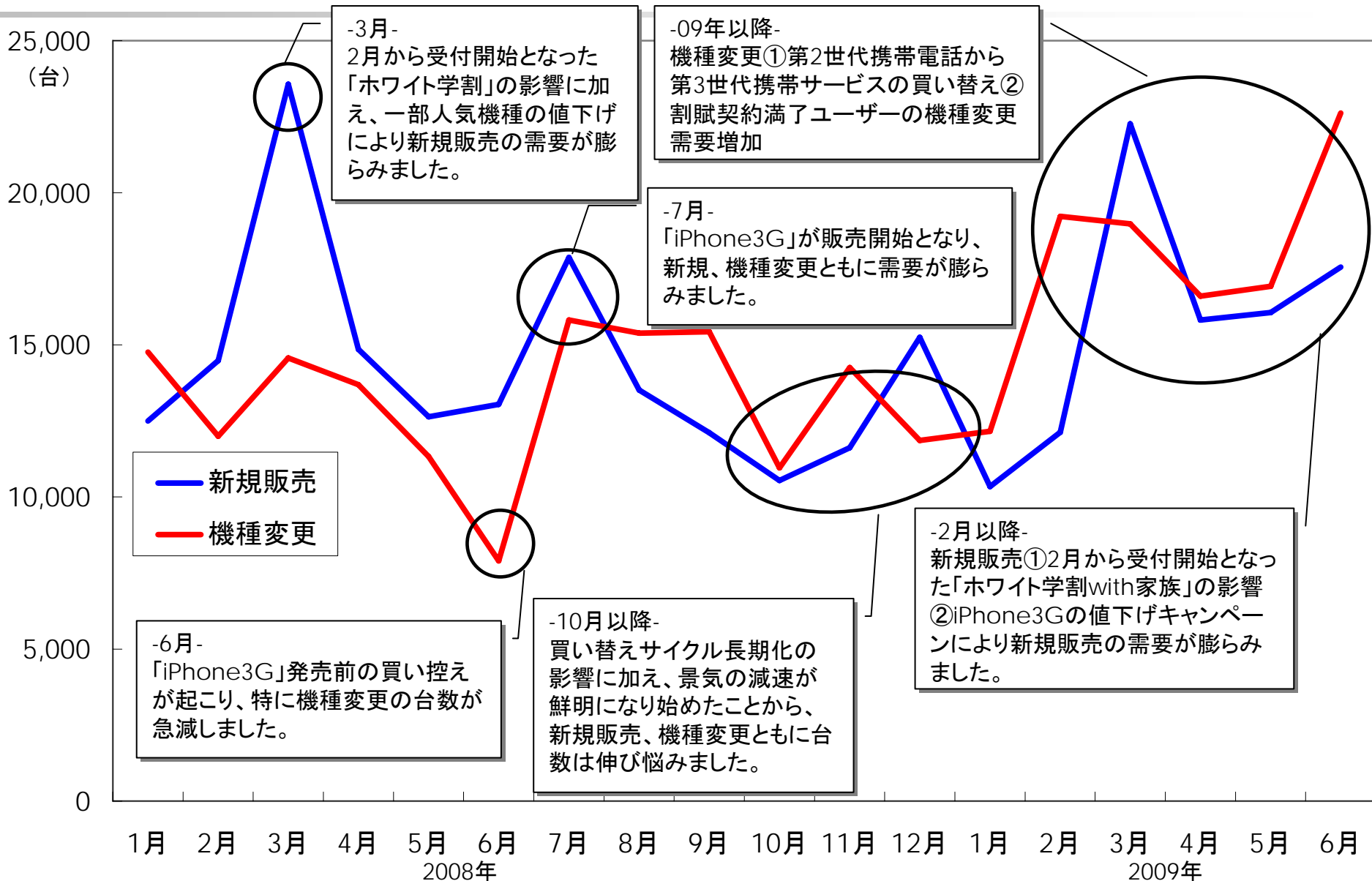
自社ブランドショップ
(ベルパーク)

※自社ブランドショップは5月31日に閉店

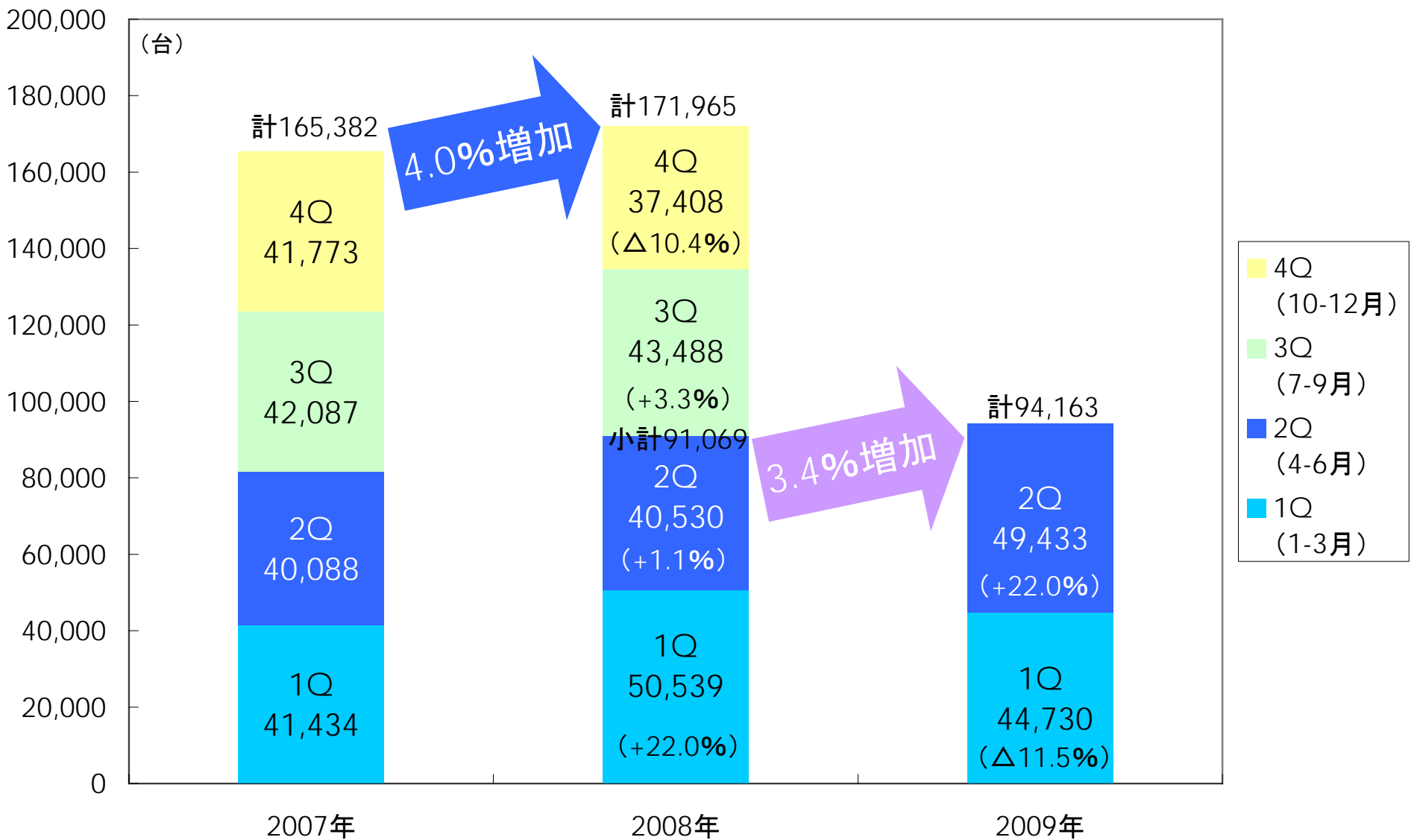
2009.6

2008.12 計1

販売台数推移（2008年～2009年6月）

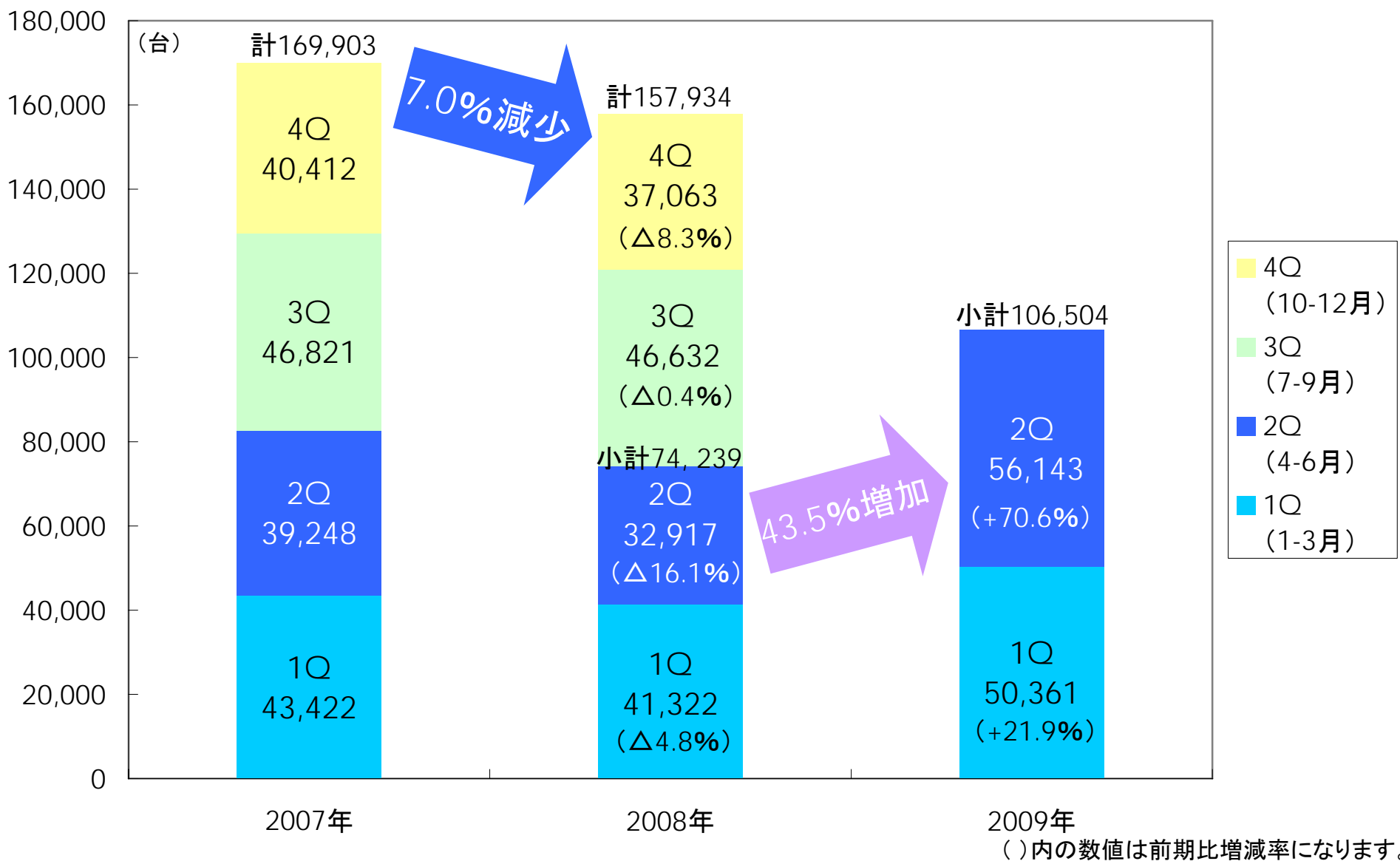


当社販売台数比較（新規販売）

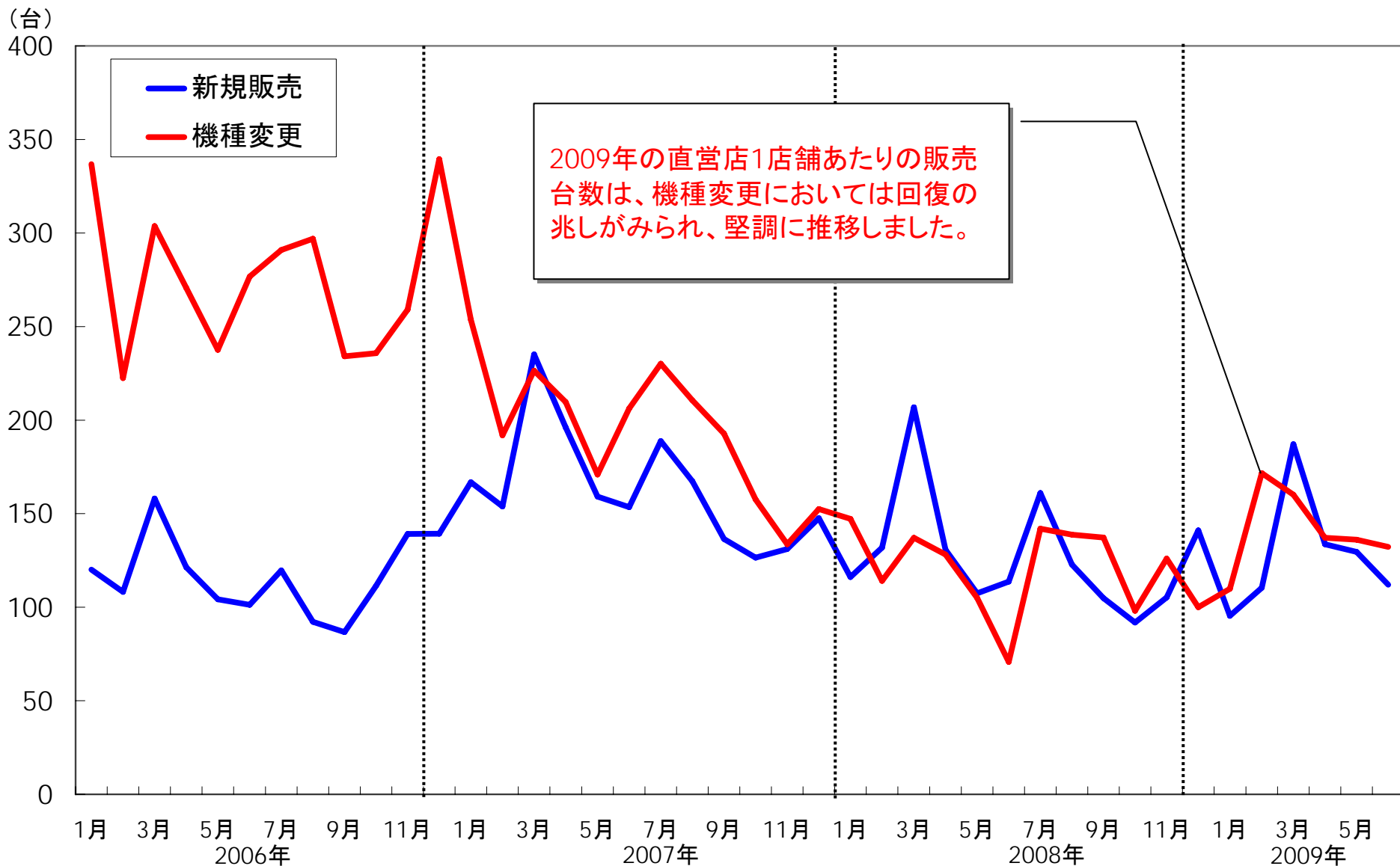


()内の数値は前期比増減率になります。

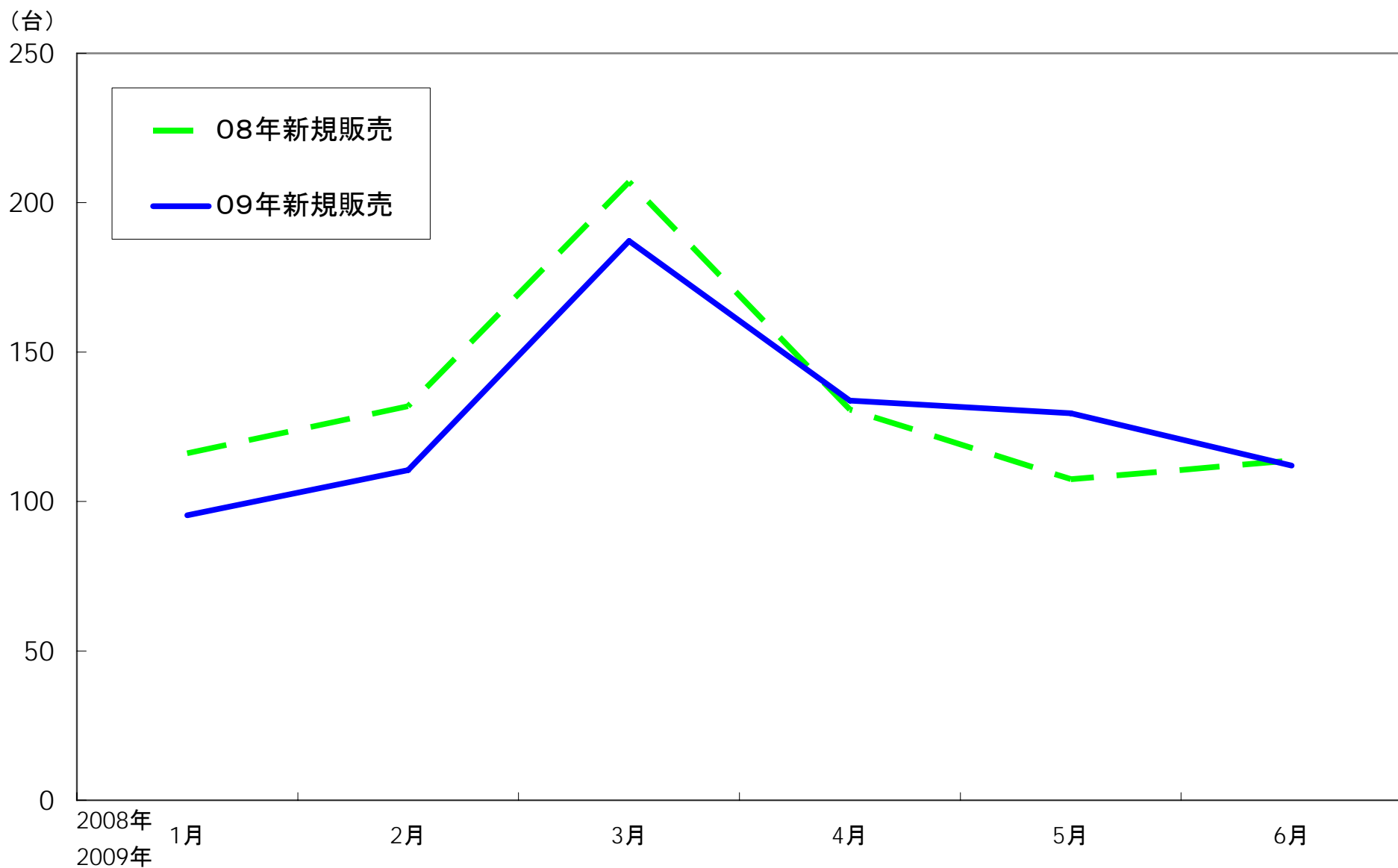
当社販売台数比較（機種変更）



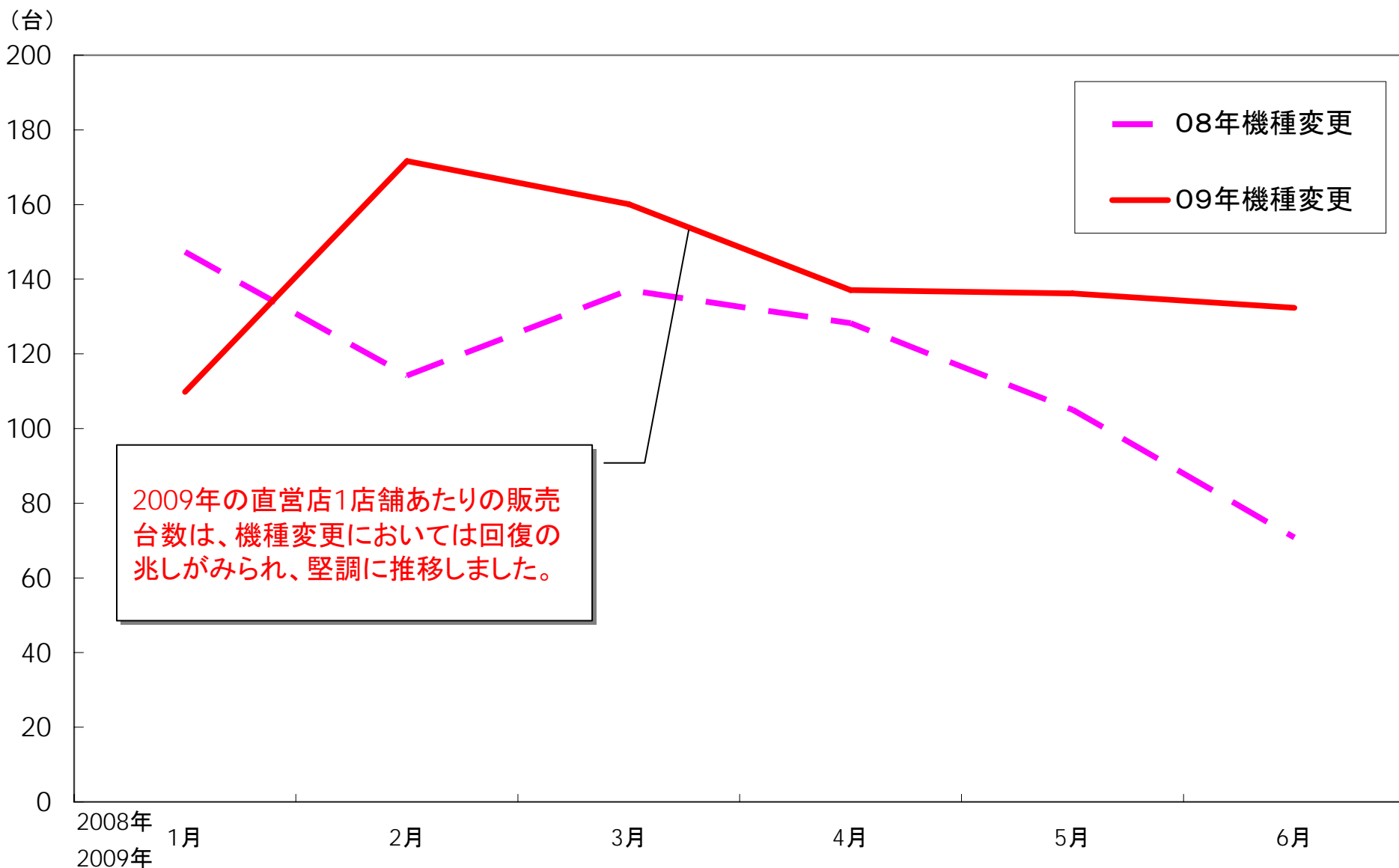
当社直営店1店舗あたり販売台数推移（2006年～2009年6月）



当社直営店1店舗あたりの新規販売台数推移（08年VS09年同期間比較）

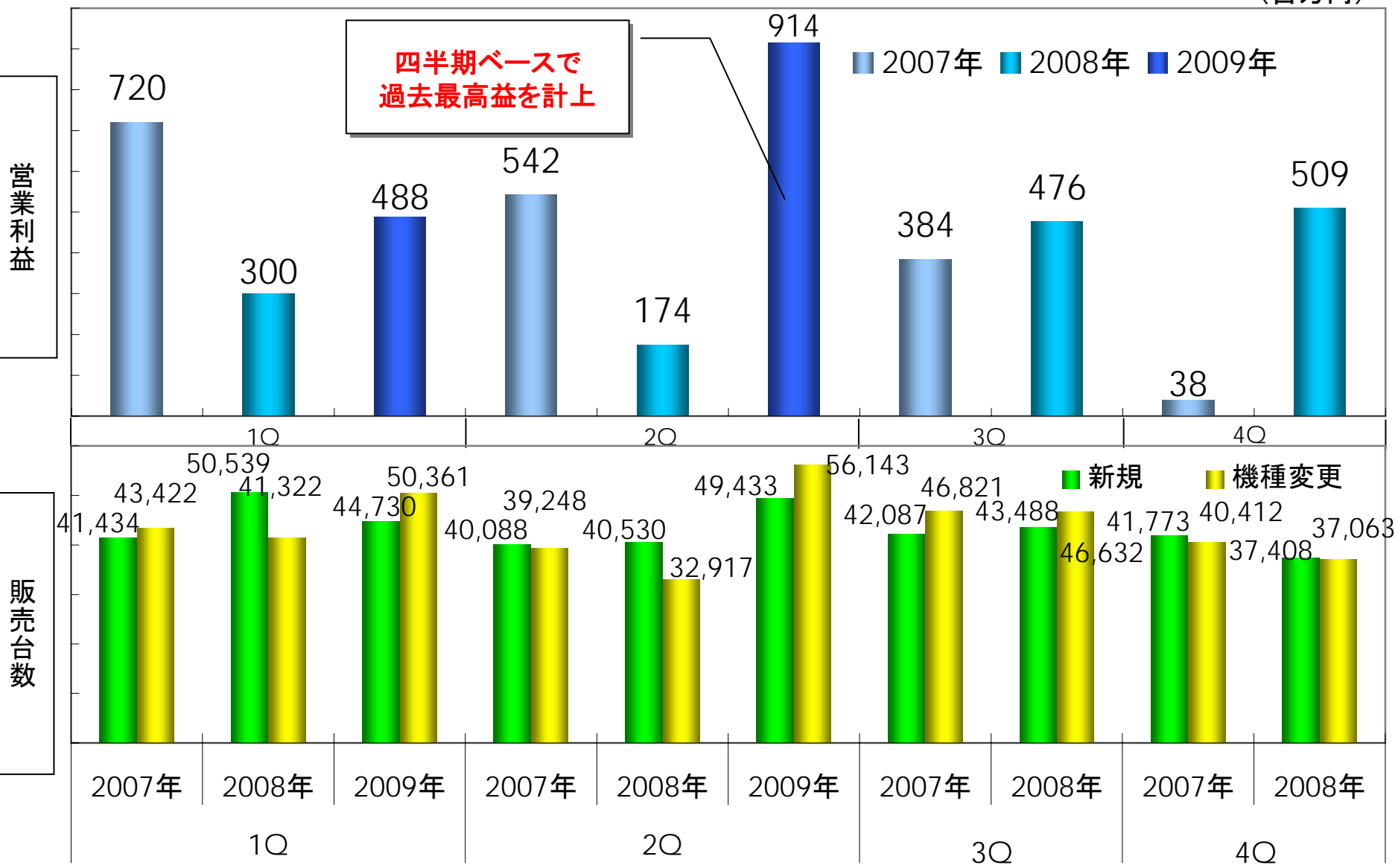


当社直営店1店舗あたりの機種変更台数推移（08年VS09年同期間比較）



四半期実績推移（営業利益・販売台数）

（百万円）



Ⅱ .2009年下期経営方針

下期以降の事業環境見通し

◆携帯電話市場の動き

携帯電話市場における08年度(4月～09年3月)の出荷台数は**3,585万台**(前期比30.7%減)となり、足元でも前年同月比の割り込みが続き、下期以降もこのような傾向が続くものと思われます。一方で中期の新規販売は、「iPhone™3G」シリーズのようなオープン型携帯電話とPCのデータカードがさらに普及していくことが予想されます。機種変更は、各キャリアが割賦販売を導入したことにより、買い替えサイクルが長期化しております。しかしながら、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モバイルは、割賦契約満了の顧客が再契約を行うなど需要回復の傾向が見られており、他キャリアにおいても一定のサイクルで買い替えが発生するものと考えております。また携帯電話の通信技術の発達により、通信速度がより速い第3世代携帯以降の端末への買い替え特需が起こることが予想されます。

出荷台数 出典:JEITA(社団法人 電子情報技術産業協会)データより

◆ソフトバンクモバイルの動き

ソフトバンクモバイルは、2007年5月以来26ヶ月連続純増No.1となり、累積回線数では**2,100万件**を超えようとしております。そのような環境の中、アフターサービスや販売の質の向上が顧客の増加によってさらに重要になってくるものと考えられます。

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引き続き厳しい状況が続くと予想されます。そのような環境の中で、09年6月に「iPhone™3G S」の発売が行われ、全キャリアの端末販売ランキングにおいて同シリーズは、上位を維持しており新規販売台数の増加に期待が見込まれます。

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モバイルは、約26ヶ月の契約期間を満了したユーザーの買い替え需要の発生に加え、第2世代携帯電話ユーザーの第3世代携帯電話への切り替え需要がサービス終了の10年3月末まで続き、機種変更の需要は一定規模膨らむことが予想されます。

下期以降の事業環境見通し

◆販売代理店の動き

大量出店後のショップの自然淘汰

07年からのソフトバンクショップの大量出店により、同年以降の出店店舗を中心に、採算の厳しい店舗が顕在化し、店舗の売却のほか閉店する店舗もあり、店舗数は微減傾向にあります。今後も、収益性や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続くと見られます。

販売手数料動向

販売代理店は、キャリアから次々と出される営業施策について、迅速かつ柔軟に対応して行くことが求められております。キャリアからは、量(新規販売台数)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」の要素もより重要になってくると思われれます。

米国アップル社製の「iPhone™3G」シリーズに代表される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高度化

オープン型端末のデータ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教育体制が求められます。

顧客増に伴いショップにおけるアフターサービスの重要性が増大

ソフトバンクモバイルは、2007年5月以降純増No.1を継続し、累積回線数では2,100万件を超えようとしております。同社の顧客数が増大する中でアフターサービス機能を担っており、顧客満足度(CS)向上の最前線となるショップの役割は、ますます重要なものとなってくると思われれます。

2009年 下期経営方針(1/3)

1 収益性の高い店舗網の構築

(1)財務の健全性を維持する中での慎重な店舗網の拡大

景気は引き続き厳しい状況にあり、財務体質の弱い代理店の淘汰が引き続き進み、店舗譲受けの機会が増えることが予想されます。譲受けの際には当社の総販売台数への寄与、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勘案し、財務の健全性を維持できる範囲の中で慎重な姿勢で検討してまいります。従い、案件は厳選することが大原則で不採算な物件は勇気を持って見送りたいと考えております。また既存店舗においても将来収益が見込めない店舗については、移転もしくは閉鎖を実行し経営効率を高めていきたいと考えます。

(2)新店の収益力強化

09年第2四半期累計期間にM&A等により取得した63店舗の収益の向上に取り組んでまいります。具体的には、直営店舗については当社の社員を派遣する等、当社の持ち合わせの販売ノウハウを店舗内で早期に共有化し、効率的な販売促進活動を実施し収益の向上を目指します。

2 販売の質の向上と販売スタッフのスキル向上

(1) 販売の質のさらなる向上

ソフトバンクモバイルは、販売代理店に対して短期解約の防止や顧客のニーズに応じた新サービスの推奨を求めてきており、販売現場においては、顧客満足度(CS)を向上させつつ、これらキャリアの求める方向性に沿った接客体制の確立に取り組んでまいります。

(2) 販売スタッフのスキル向上

販売スタッフは、キャリアの営業施策に対して迅速かつ柔軟な対応がより求められるようになってきております。景気の低迷および雇用情勢の悪化に伴い、当社に応募してくる人材はこれまでにない質の人材が集まってきております。人材で勝負する当社にとっては、大きなチャンスと捉えております。既存人材に加えて、こうした新規の人材についても、営業施策に沿った販売スキルを持ち合わせるスタッフへの育成、研修、教育に取り組めます。このようなスキルを持ち合わせたスタッフをいかに多く育成できるかが、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。

2009年 下期経営方針(3/3)

3 財務基盤の強化について

▶コミットメントラインの設定について

効率的な運転資金の調達と財務基盤の安定性を目的として、
08年12月に総額20億円のコミットメントライン契約(3年間)を
主要3行(みずほ銀行、三菱東京UFJ銀行、三井住友銀行)と締結。
⇒財務基盤をさらに強固なものへ

※なお、09年6月末時点においてコミットメントライン契約に基づく借入れは実施しておりません。

▶銀行借入金の状況について

設立以来、無借金経営を原則としてきましたが、昨今の経済情勢を踏まえ、
財務基盤をさらに強固なものにするために銀行借入れを08年度に実施。

⇒長期短期借入により28億6千万円を調達。
当第2四半期累計期間において14億6千万円返済。
借入金残高14億円。
期末現預金残高は、31億4千2百万円に(09年6月末)

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 利益計画達成状況			通期 利益計画		
	計画	実績	達成率	計画	前期実績 (単体)	増減率
売上高	19,800	20,270	102.4%	42,000	32,437	29.5%
営業利益	1,260	1,402	111.3%	2,120	1,409	50.4%
経常利益	1,250	1,392	111.4%	2,100	1,395	50.5%
純利益 (四半期／当期)	620	743	119.9%	1,050	1,122	△6.4%

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。