

Bell-Park

第18期第2四半期 決算説明会

(2010年1月1日～2010年6月30日)

2010年8月2日

株式会社ベルパーク



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

目次

- I. 会社概要
- II. 第2四半期累計期間決算ハイライト
- III. 事業環境見通し
- IV. 中期経営方針
- V. 2010年利益計画

I .会社概要

会社概要

会社名称: 株式会社ベルパーク
業種: 移動体通信機器販売事業 (ソフトバンクモバイル専売)
会社設立: 1993年2月2日
本店所在地: 東京都千代田区平河町1-4-12 KDX平河町ビル
上場: 2000年5月25日 JASDAQ(証券コード:9441) **上場10周年**
時価総額: **109億1千5百万円**(2010年7月29日時点)
店舗数: 178店舗(2010年7月末時点)
従業員数: 984名(正社員 598名 臨時 386名)
当社ショッパー一覧: <http://www.bellpark.co.jp/shop/>

<2009年12月期業績>

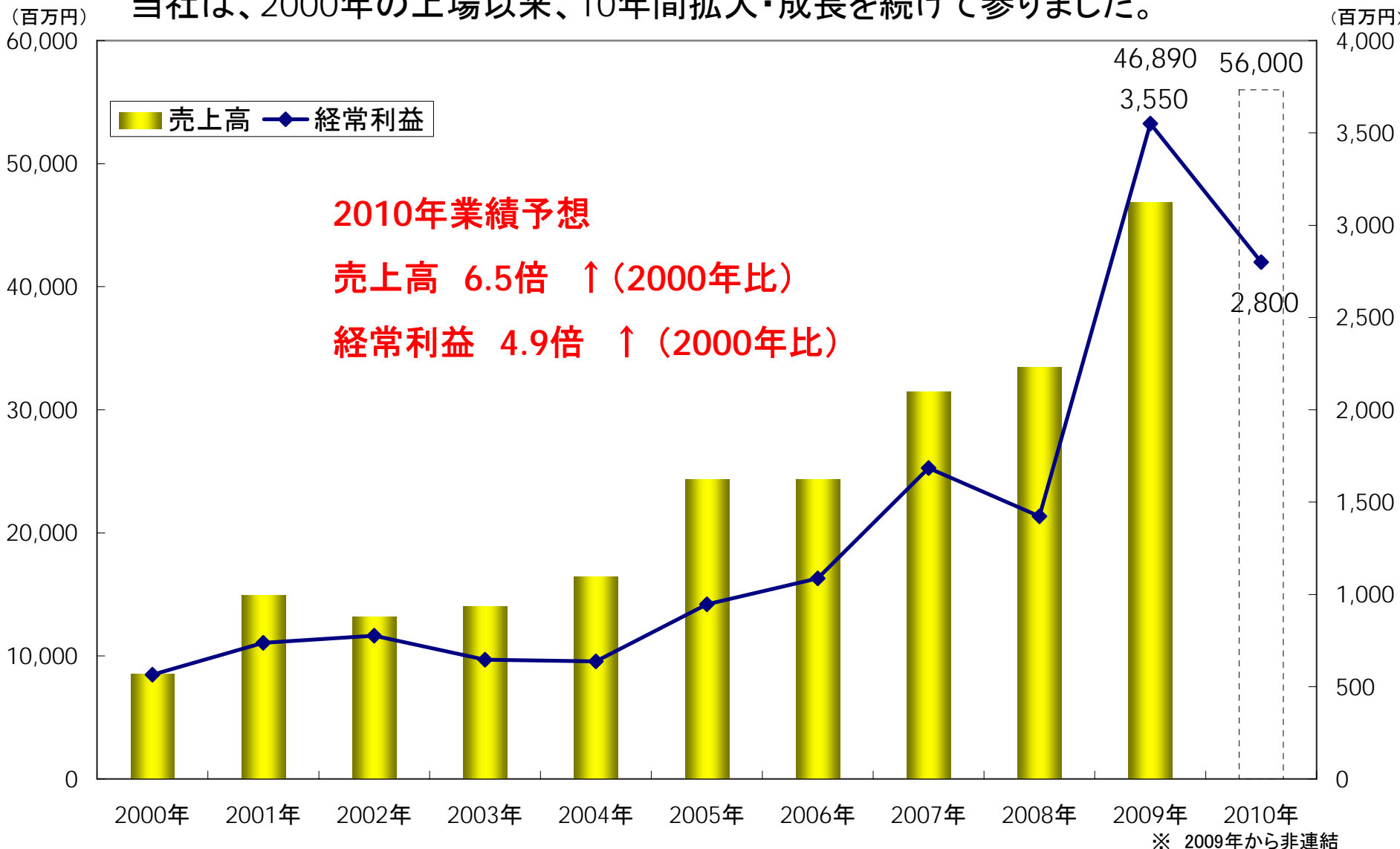
売上高: 468億円9千万円
経常利益: 35億円5千万円
資本金: 11億2千9百万円
(2010年6月時点)
自己資本比率: 48.6%
現金同等物: 57億4千7百万円

<投資指標>

株価:162,800円(2010年7月29日終値)
年初来高値:186,800円(2010年6月21日)
年初来安値:109,700円(2010年3月1日)
10年来高値:257,000円(2007年6月26日)
最低投資単位:1株
2010年予想PER:4.91倍(2010年7月29日終値)
2009年実績PER:3.62倍、PBR:0.97倍

1.業績推移

当社は、2000年の上場以来、10年間拡大・成長を続けて参りました。



2. M&Aで会社規模を拡大！ 過去14回実施

SoftBank shop

計175

+1

計176



1店舗の直営店を新規出店(愛知県・イオンモール新瑞橋)



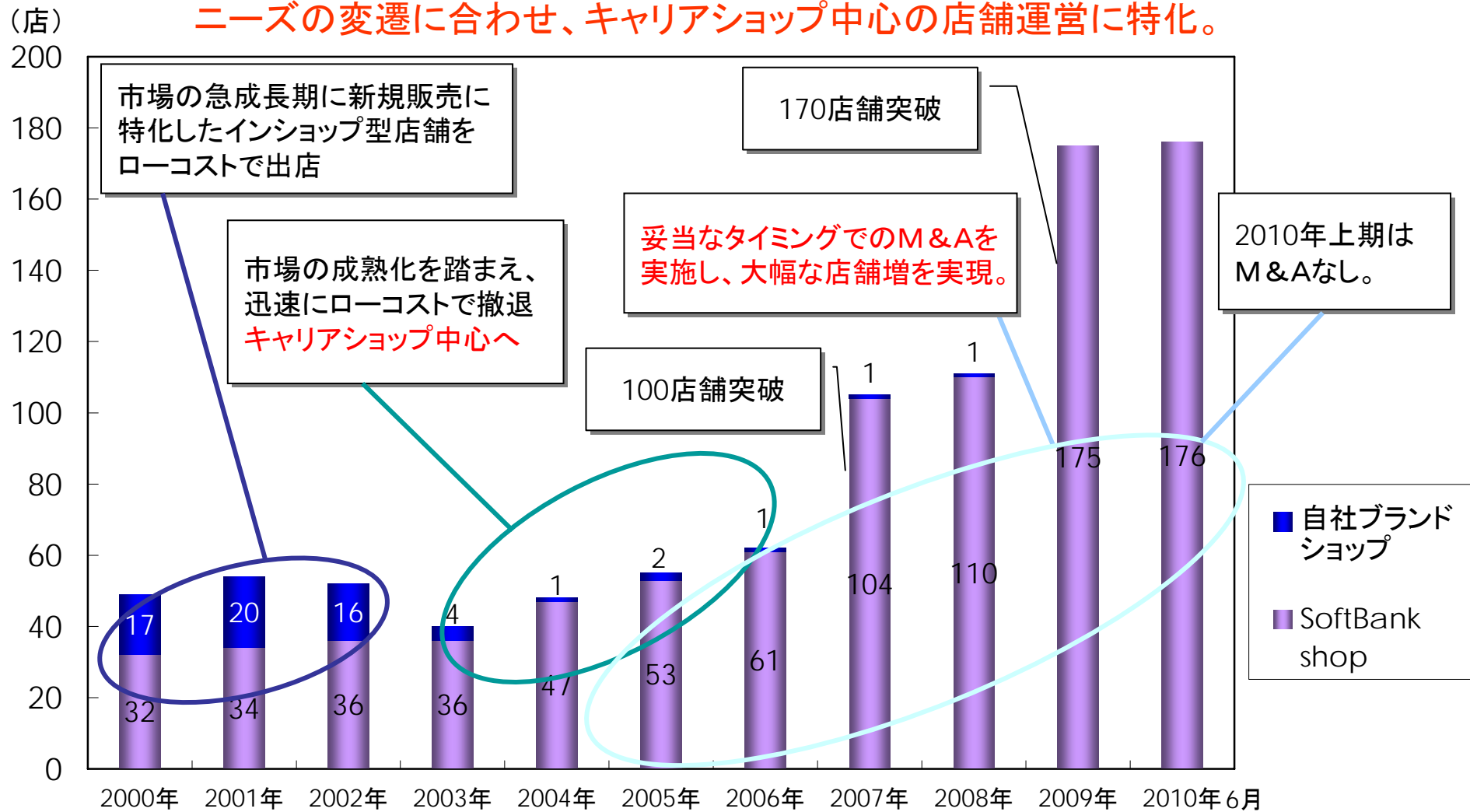
2009.12

2010.6

3.店舗数推移

店舗の拡大とともに業績も拡大して参りました。

ニーズの変遷に合わせ、キャリアショップ中心の店舗運営に特化。

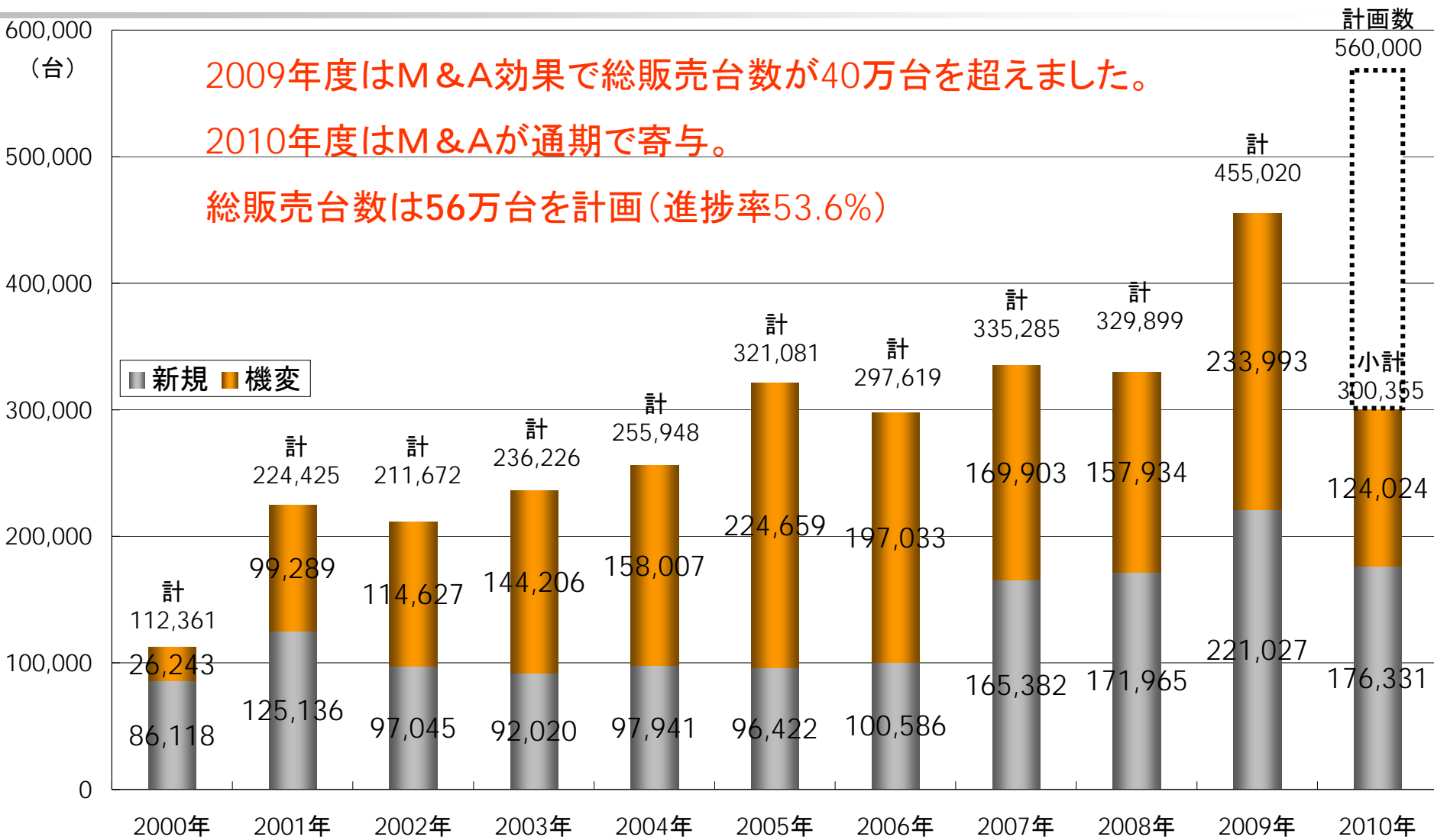


4. 販売台数推移

2009年度はM&A効果で総販売台数が40万台を超えました。

2010年度はM&Aが通期で寄与。

総販売台数は56万台を計画(進捗率53.6%)



新規販売を1とした際の機種変更の指数

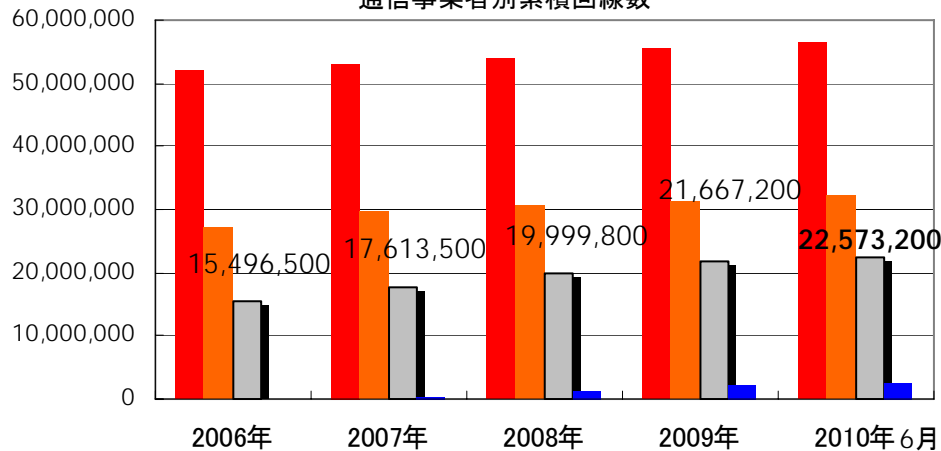
0.30	0.79	1.18	1.57	1.61	2.33	1.96	1.03	0.92	1.06	0.70
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Ⅱ .2010年第2四半期累計期間 決算ハイライト

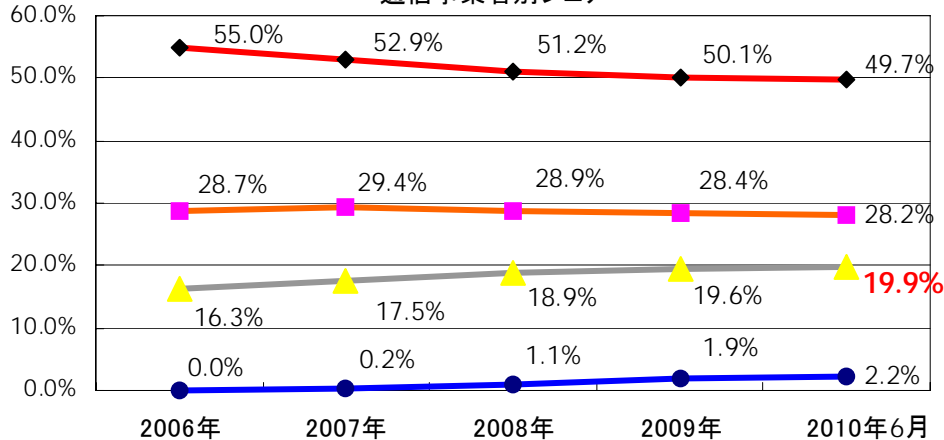
躍進を続けるソフトバンクモバイルを扱う!

当社が販売するソフトバンクモバイルは、2006年の参入時から大幅にシェアを拡大。

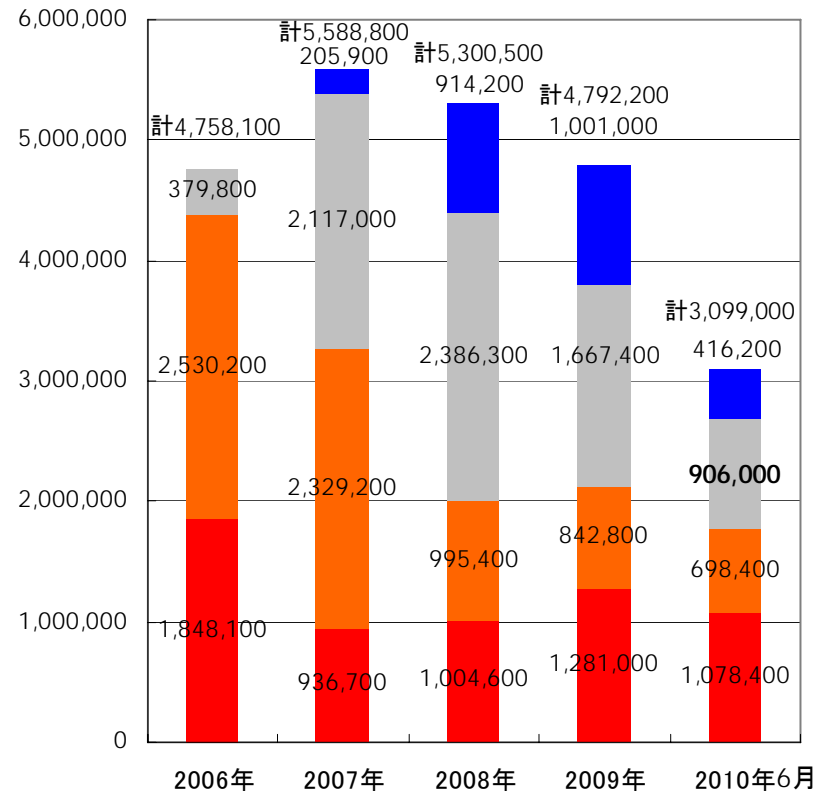
通信事業者別累積回線数



通信事業者別シェア



通信事業者別純増数



■ DoCoMo ■ KDDI (au + ツーカー) ■ SoftBank
■ E-Mobile

(出典: 電気通信事業者協会(TCA)データより当社集計)

2010年第2四半期累計期間決算ハイライト 事業環境

-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電気通信事業者4社の加入者純増数は約309万回線となり、前年同期間の266万回線を**16.3%**上回る結果となりました。

-ソフトバンクモバイルの主な施策と動向

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、2010年3月末の第2世代携帯電話の停波で54万台の解約を受け90万回線となり、前年同期間の95万回線を**5.3%**下回りました。

一方で、CMブランディング評価No.1を獲得し、新たに電波改善宣言を推進する等積極的な施策を展開いたしました。

(出典:電気通信事業者協会(TCA)データより)

(CM総合研究所の発表による。)

《新規契約》

1. 2010年2月に「ホワイト学割with家族2010」の投入。
2. 米国アップル社製の「iPhone3GS」のキャンペーン実施と「iPhone4」の投入。
3. フォトビジョンとデータカードの拡販。

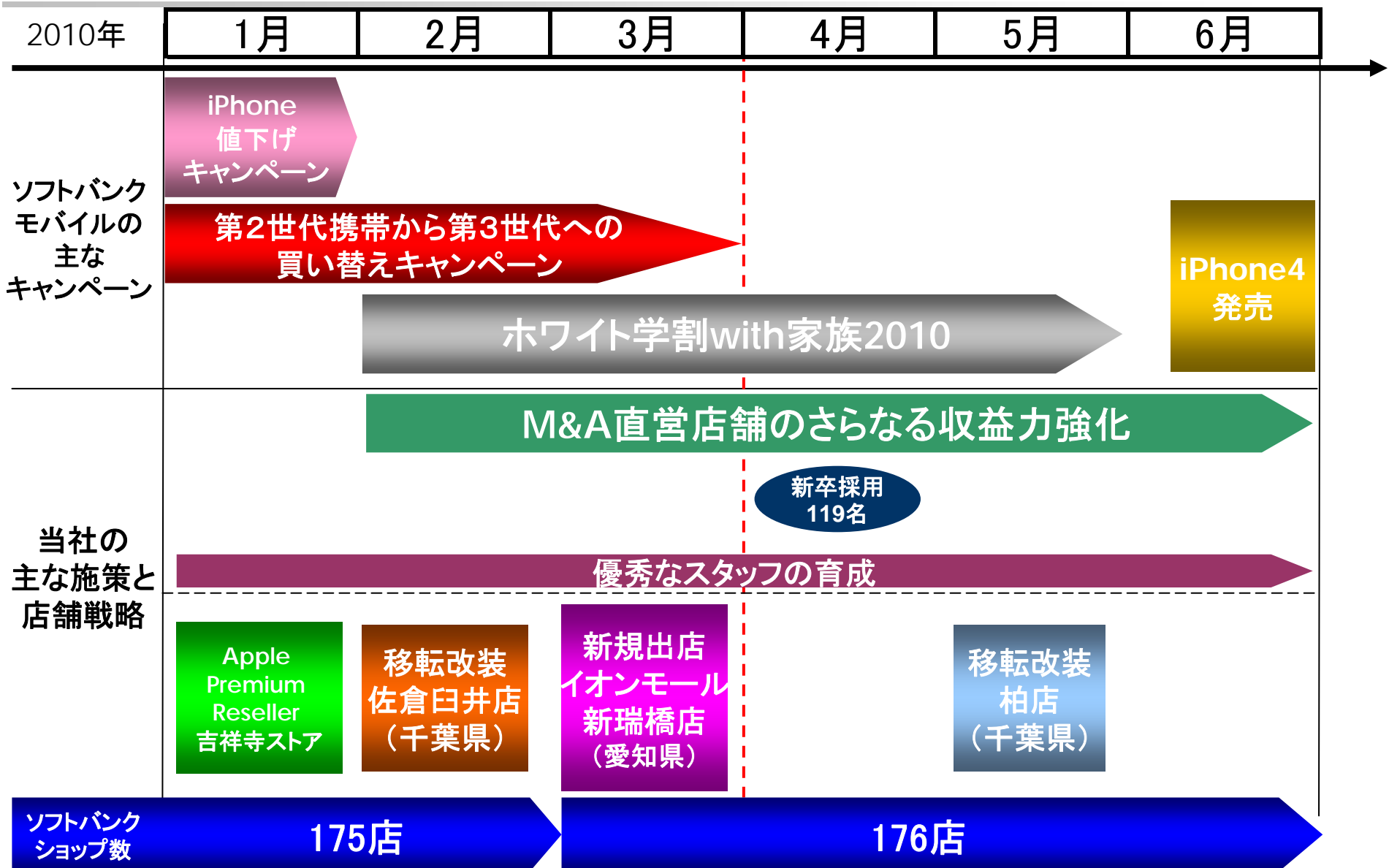
《機種変更》

1. 第2世代携帯電話の停波に伴う第3世代携帯電話への買い替え促進施策の展開。
2. 割賦契約期間を満了したユーザーの獲得。

《ショップへの重点項目》

1. 販売の量及び質の向上。
2. 店舗単位での総合力を評価。
3. CS向上。

2010年第2四半期累計期間決算ハイライト 事業環境



2010年第2四半期累計期間決算ハイライト

◆ 当社の主な事業活動と施策

優秀なスタッフの育成。

→ソフトバンクモバイルがショップスタッフを対象とした第2回個人アワードを実施いたしました。当社のスタッフから多数の受賞者を輩出することができました。
また、関東エリアでは、表彰者TOP10に当社のスタッフ**5名**が占めました。

	ショップ スタッフ数	表彰者数	表彰者割合	うち当社 表彰者数	当社 スタッフ数	当社に 占める 表彰者割合
全国	9,782	246	40人に1人	62	797	12.9人に1人
関東	3,123	82	38人に1人	34	616	18.1人に1人
関東 上位入賞	-	10	312人に1人	5	—	123.2人に1人

2010年第2四半期累計期間決算ハイライト 経営成績(P/L)

(百万円)

	2009年 第2四半期 累計期間	2010年 第2四半期 累計期間	前年 同期間比 (増減率)	2010年上期 当社計画 (2月10日発表)	計画 達成率
売上高	20,270	28,638	+41.3%	30,000	95.5%
営業利益	1,402	1,615	+15.2%	1,500	107.7%
経常利益	1,392	1,615	+16.0%	1,500	107.7%
当期純利益	743	936	+25.9%	800	117.0%

2010年第2四半期累計期間業績(前年同期間比)

(百万円、%)

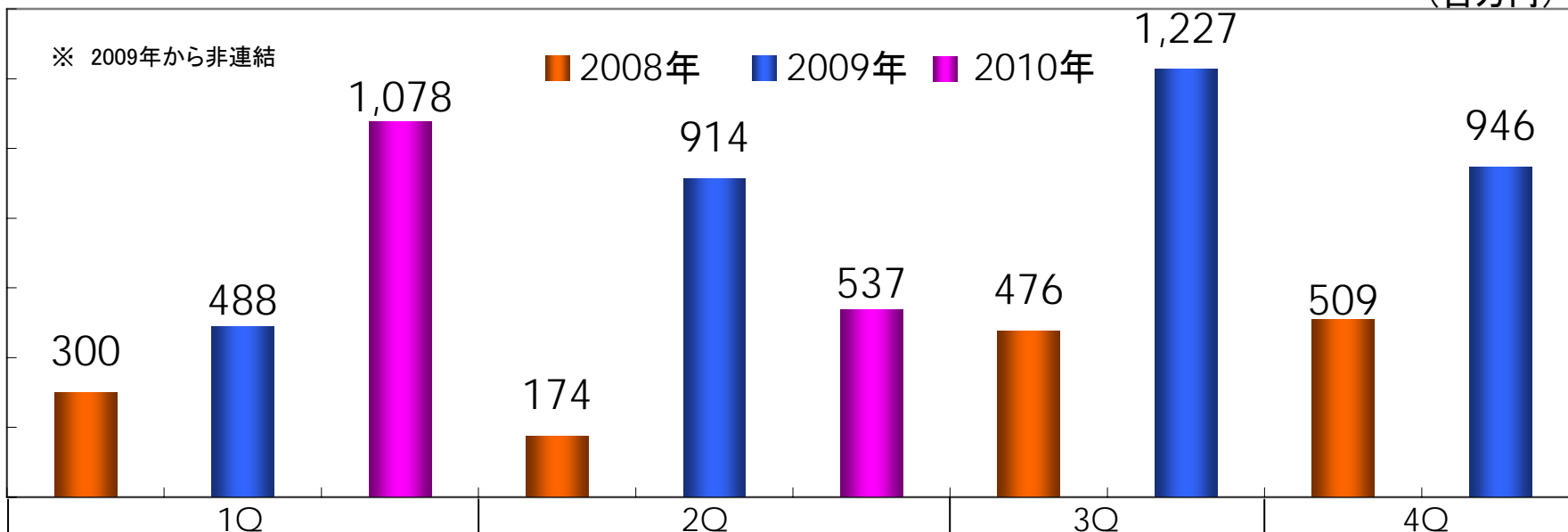
	2009年第2半期累計		2010年第2四半期累計		前年同期間比		増減の主な要因
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
売上高	20,270	100.0	28,638	100.0	+8,367	+41.3	①店舗数増加、iPhone、フォトビジョン(PV)の好調により販売台数が増加。新規+82,800台(09年93,531台)、機変+17,520台(09年106,504台) ②継続手数料の積み上げ+380 ③アフター件数の増加+83等
売上総利益	4,404	21.7	5,390	18.8	+986	+22.4	売上高は増加したものの、利益率の低いPVの構成比増加、手数料条件の悪化で、粗利率低下。
販売費及び一般管理費	3,001	14.8	3,774	13.2	+773	+25.8	店舗数の増加により以下の販管費が増加。 人件費+536、設備等+53、家賃等+46、広宣・販促費+73、業務委託費+8、旅費交通費+23、その他+30
営業利益	1,402	6.9	1,615	5.6	+212	+15.2	上記の結果。
経常利益	1,392	6.9	1,615	5.6	+222	+16.0	上記の結果。
特別利益	0	0.0	56	0.2	+56		関係会社株式売却益+52(JPS)
特別損失	10	0.1	29	0.1	+18		退職給付費用+12、固定資産除却損+4等
税引前当期純利益	1,381	6.8	1,641	5.7	+260	+18.8	上記の結果。
四半期純利益	743	3.7	936	3.3	+192	+25.9	上記の結果

直近3年間の四半期実績推移（営業利益・販売台数）

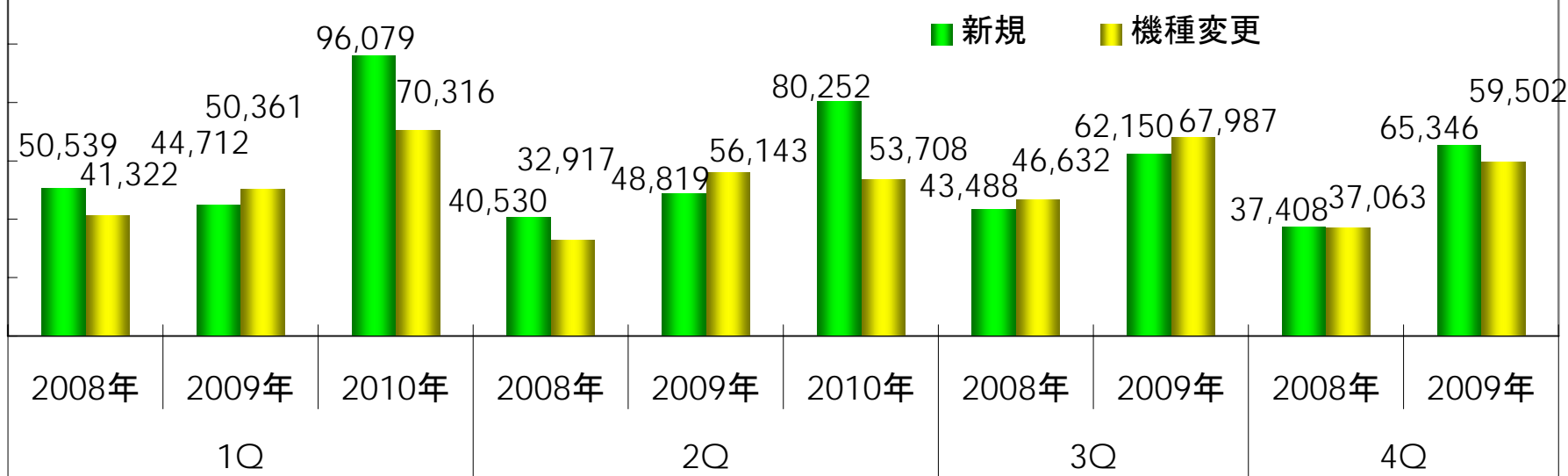
（百万円）

※ 2009年から非連結

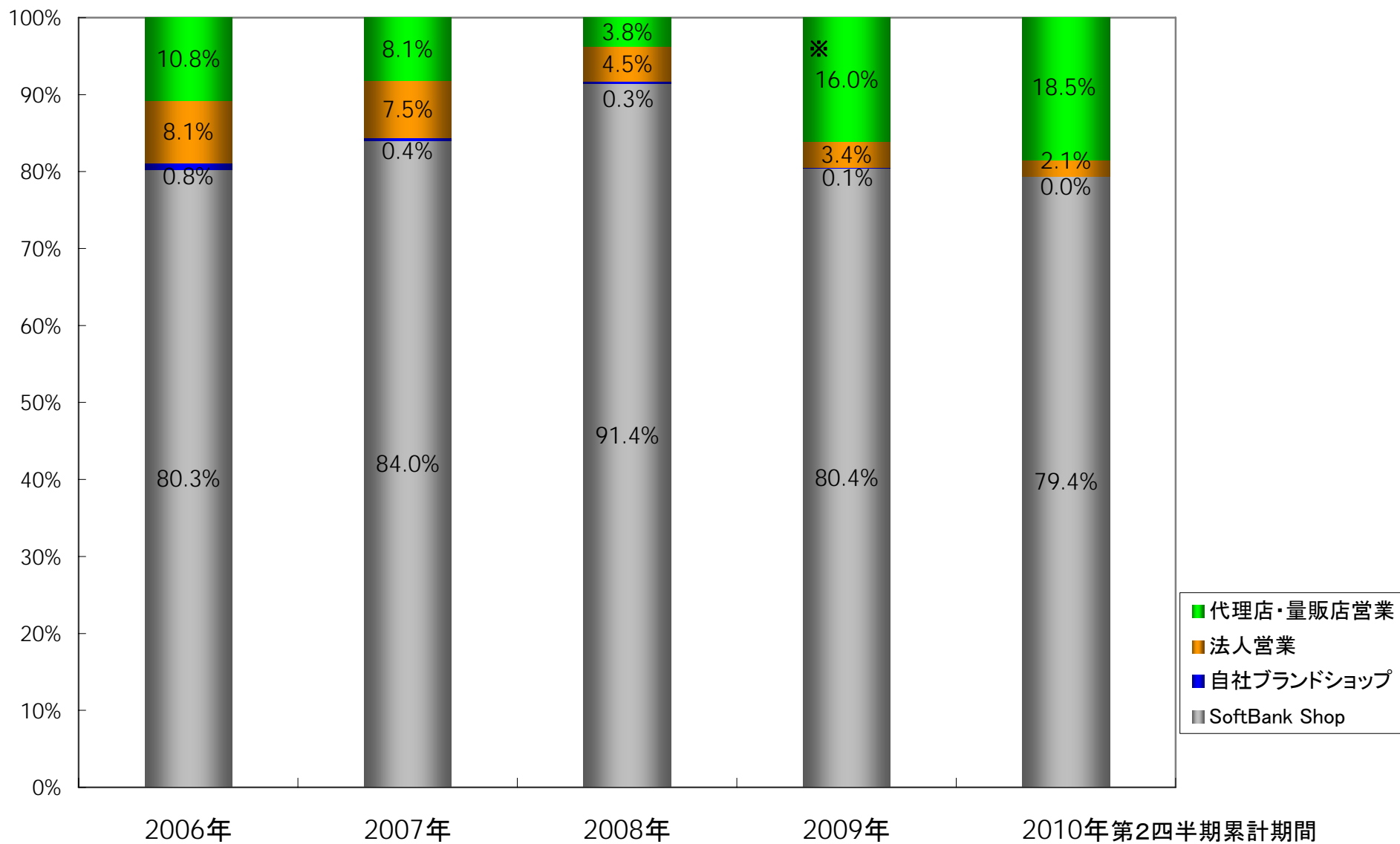
営業利益



販売台数



新規販売台数チャネル構成比推移



* 2008年までFC店の台数をSoftbank Shopに含めておりましたが、2009年より代理店営業に含めております。

2010年第2四半期累計期間決算ハイライト(B/S)

(百万円、%)

	2009年 12月末	2010年 6月末	増減額	構成比	増減の主な要因
総資産	16,978	16,104	△874	100.0	現金及び預金+522、売掛金△1,080、たな卸資産△350、 関係会社株式△67、敷金+98
負債	8,733	7,085	△1,648	44.0	買掛金△781、未払法人税等△707、長期借入金△162
純資産	8,245	9,018	+773	56.0	利益剰余金+936、期末配当金△174

Ⅲ.事業環境見通し

事業環境見通し(1/2)

◆携帯電話市場の環境

国内の端末出荷台数が3,000万台程度で推移する中、フィーチャーフォン(従来型の端末)に加え、スマートフォンという新たなカテゴリーが創出され、主に海外メーカー製の端末が急速に普及しつつあります。

新規販売は、スマートフォンとデータ通信を主体とした端末等がさらに普及していくことが予想されます。

機種変更は、割賦販売の導入前よりも、各キャリアの買い替えサイクルが長期化するとともに、解約率も1%前後で推移している模様です。しかしながら、割賦期間満了とともに、一定のサイクルで買い替えが発生しているものと考えられます。

携帯電話のデバイスの進化により、高い処理能力を持った端末の開発が見込まれます。加えて、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。

(出典:電気通信事業者協会(TCA)データ、各電気通信事業者データより)

◆ソフトバンクモバイルの動き

ソフトバンクモバイルは、モバイルインターネットを軸に加入者純増数を大きく伸ばしており、累積回線数では**2,200万件**を超えております。iPhone4が6月24日に発売を開始し、供給が追いつかないほど予約が殺到しており、今後も依然として高い需要が続くものと考えております。

新規販売の需要動向

景気低迷による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困り込み、革新的なサービスの登場がないことから、フィーチャーフォン(従来型の端末)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、「iPhone4」に代表されるスマートフォンやデータ通信を主体としたデータカード、フォトビジョン等を中心に新たな需要の増加に期待が見込まれます。

機種変更の需要動向

フィーチャーフォン(従来型の端末)やiPhone3Gを利用していたユーザーから、「iPhone4」に代表されるスマートフォンへの新たな機種変更需要の増加が期待されます。

事業環境見通し(2/2)

◆販売代理店の動き

ソフトバンクショップの自然淘汰

ソフトバンクショップは、約2,700店舗まで急増しましたが、店舗間の競争と不透明な経済環境も大きく影響し、採算の厳しい店舗を中心に閉店や、店舗売却により大手販売代理店へ集約される等の結果、2,572店舗にまで減少しました(2010年6月末時点)。経済環境や手数料条件によっては、今後もこういった淘汰と合従連衡は続くと思われます。

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います。キャリアからは、量(新規販売台数)と質(ARPU向上等)に加えて、CS(顧客満足度)向上と各店舗の総合力強化を図るように求められています。

モバイルインターネットの進化とともに販売代理店に求められるものが高度化

販売代理店は、従来モデルからの転換を近い将来求められると予測しております。

モバイルインターネットの進化により、スマートフォンの需要は増加することが期待されます。スマートフォンのデータ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、スマートフォンの特性やユーザビリティを理解した上で販売を行うことが販売代理店に求められています。

また、多様な新商品群を展示するために、より広い店舗への移転が不可欠となり、スタッフも新商品についての際立った説明力が問われると考えております。このため販売代理店には、ハードとしての店舗グレードのUP、優秀な人材の確保、販売現場における意識革命と新たなる教育体制が求められます。

顧客増に伴いショップチャネルの重要性が増大

ソフトバンクモバイルの累積回線数は2,200万件を超えており、同社の顧客数が増大する中でキャリアショップチャネルは、CS(顧客満足度)やブランドイメージの最前線となっており、アフターサービス機能を担うショップの役割は、ますます重要なものとなってくると考えられます。

IV. 中期經營方針

経営の基本方針

企業理念

「私たちは、私たちの可能性を信じ、
チャレンジし続けます。」

企業行動指針

1. **自由闊達な社風を尊重し**、創造性、
チャレンジ精神を大切に
する人間成長企業を目指します。
2. 顧客、株主、取引先などのステークホルダーとの
相互繁栄を目指します。
3. 内外の法令を遵守し、**信用を旨とし浮利を追わず**、
公正かつ透明で**堅実な**経営を目指します。

➤ ソフトバンクモバイル専業

-躍進を続けるソフトバンクを扱う。

➤ 地域集中型の店舗展開

-東名阪に集中・特化した店舗展開。

➤ 優秀な人材（人材への投資）

-「進化するモバイルインターネット×スピード重視のソフトバンクモバイル」に対応するには、これまでの業界標準の人材レベルでは限界がある。従い、新時代基準の人材レベルを目指す人事戦略が不可欠である。

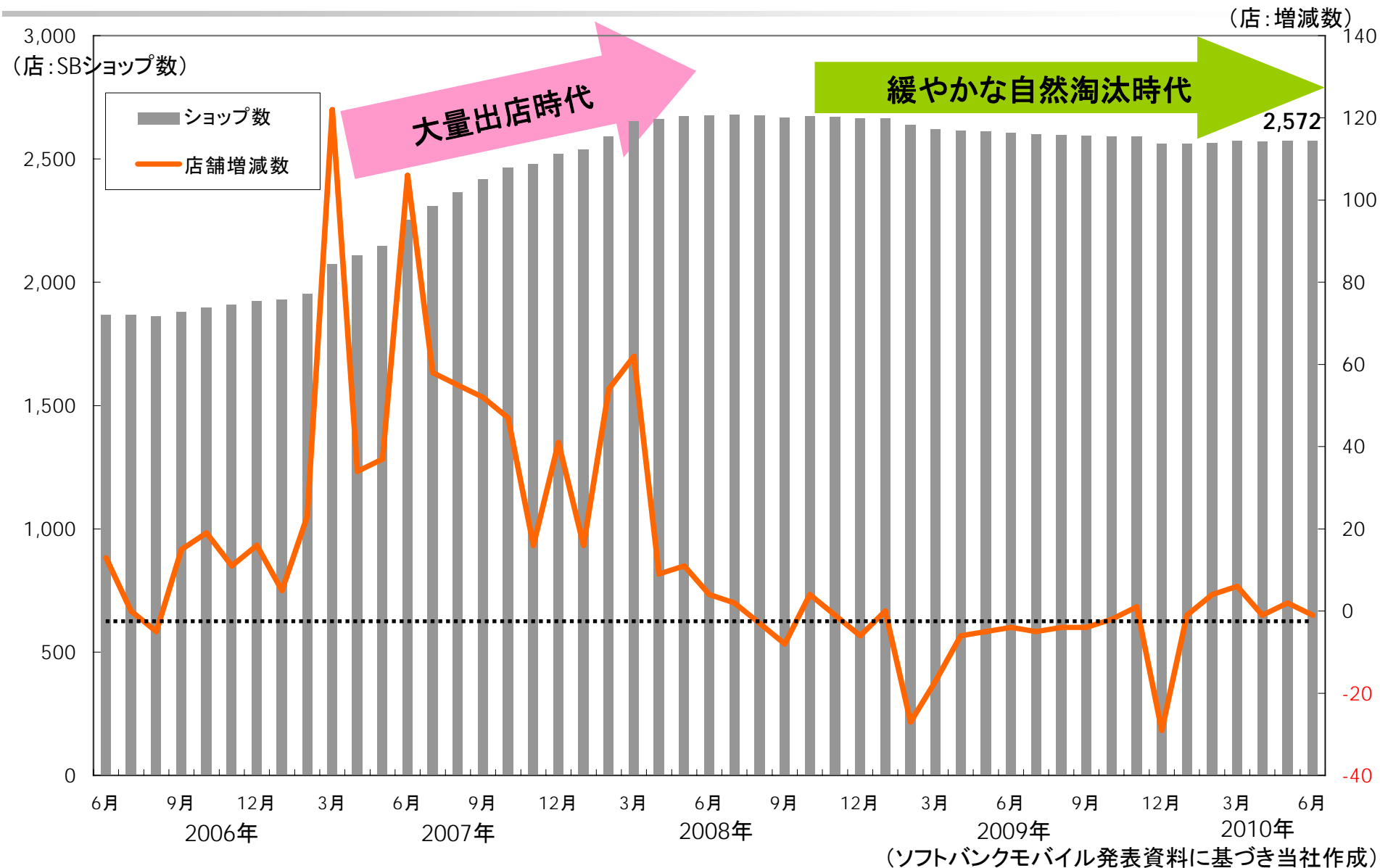
➤ 財務基盤の安定性

-豊富な手元資金に加え、未使用のコミットメントライン契約を保持。

ランチェスターの法則

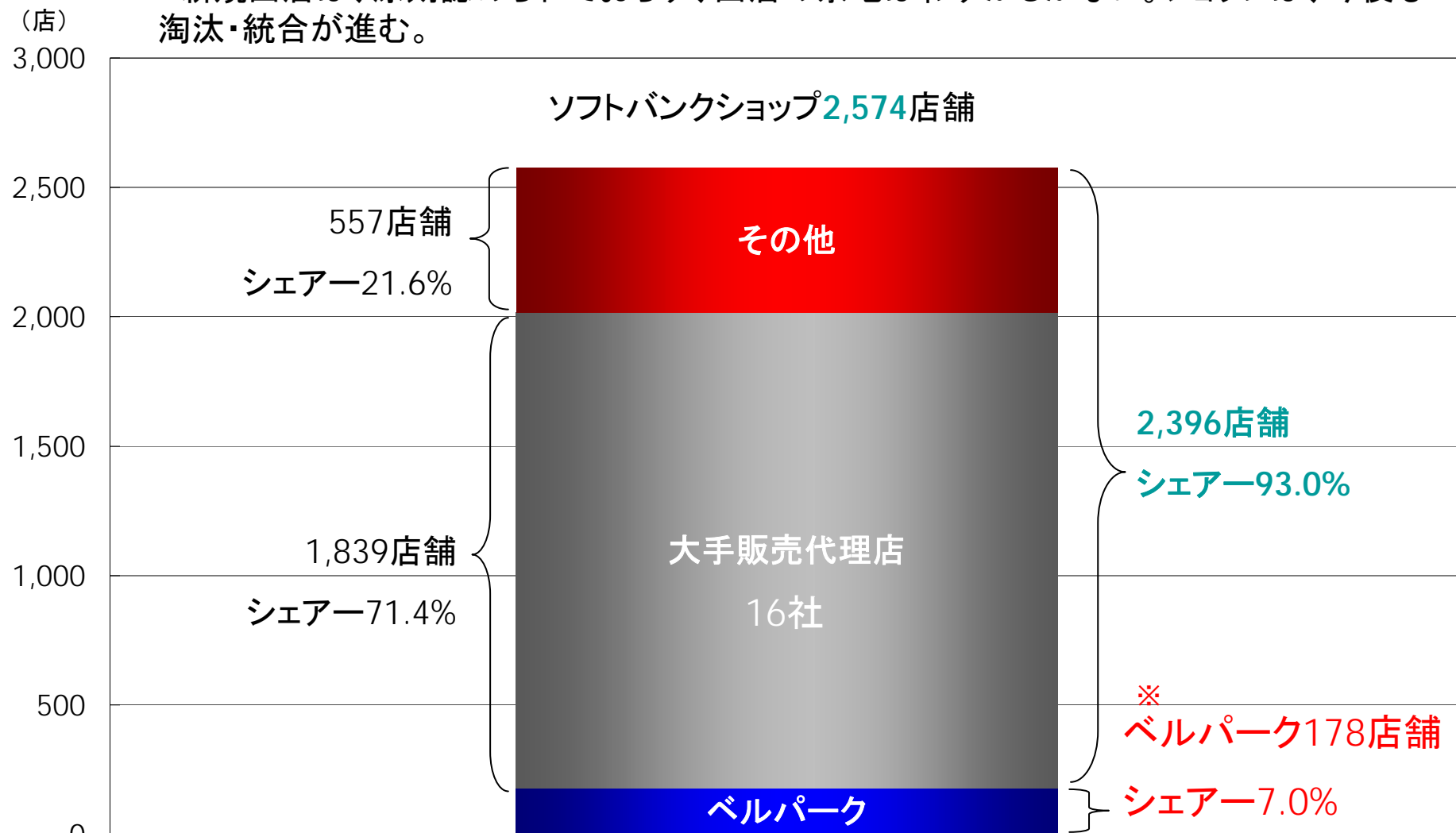
ランチェスターの法則とは、軍事作戦における方程式の一種です。「一騎打ちの法則」、「集中効果の法則」を使って、強者と弱者が取るべき戦略を提唱している理論です。弱者は、1つの分野に特化し、1点に力を集中させ、大企業との競争に立ち向かう。

ソフトバンクショップの全店舗数推移



ソフトバンクショップシェアー

新規出店は、原則認められておらず、出店の余地はわずかしかない。ショップは、今後も淘汰・統合が進む。



当社推計データ

※ 新規出店 7月1日愛知県イオン扶桑SC店、30日東京都新宿店含む。

関東、東海、関西に特化した店舗戦略

ソフトバンクモバイルのみを取り扱うキャリアショップ

である「SoftBank shop」を1都2府18県に178店展開。

東名阪エリアに約90%が集中。(2010年7月末現在)

店舗運営は、直営店中心 直営店71.9%:FC店28.1%

人口の多い関東・東海・関西に集中的に店舗を展開し、収益性の高い店舗網の構築を進めております。



地域別店舗数

店舗数	SoftBank shop		
	直営店	FC店	構成比(%)
東北	2	10	6.7
北陸	1	1	1.1
関東	91	3	52.8
東海	21	18	21.9
関西	10	17	15.2
中国	3	1	2.2
小計	128	50	100.0

90%

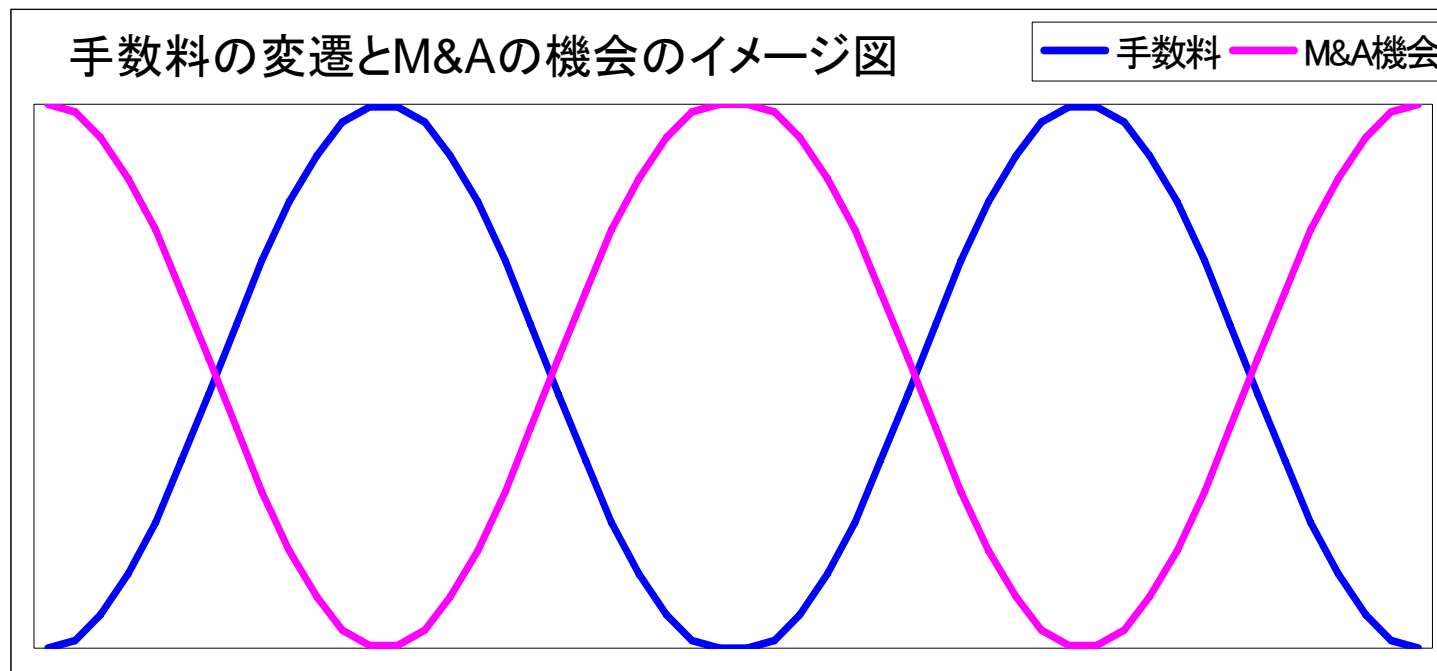
経営方針(1/4)

➤収益性の高い販売網の構築

(1)消費不況の中でのM&A方針

M&A案件の検討にあたっては、

- ①財務の健全性を維持できる範囲に収める。
- ②やみくもに規模の拡大は追わない。
- ③過去の経験から赤字店舗の引き受けは、従業員の士気にかかわる。(消費不況の中では、むしろ閉店がベスト)
- ④近隣自社店舗との補完関係の強弱をベースに**慎重に厳選することを大原則とします。**



経営方針(1/4)

➤収益性の高い販売網の構築

(2)店舗の移転・改装

不経済なM&Aよりも**店舗の大型化を優先いたします**。デフレ等により飲食店等の空き物件が増加したため既存店舗においては、より好立地な場所への移転や店舗改装等による運営効率の改善に取り組んでまいります。 →2010年2月佐倉臼井店、5月柏店

7月成城学園前店、服部、8月河辺

⇒**都心店舗の大型化は、ソフトバンクモバイルのブランドイメージの向上に不可欠**であるため、これからも当社は、都心店舗中心に移転改装を実施してまいります。

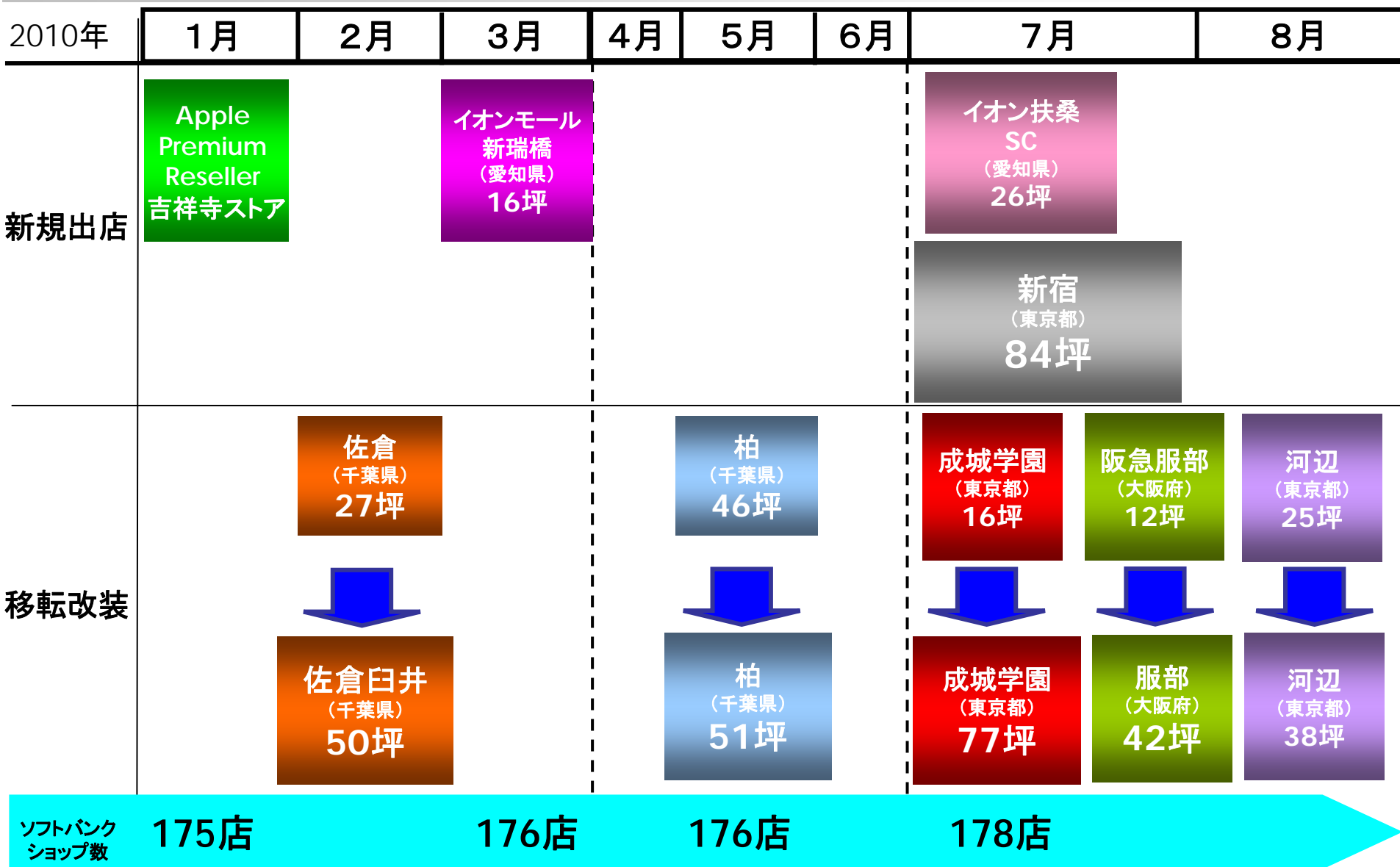
(3)新店の収益力強化

2009年にM&A等により、増加した66店舗の収益力の向上に取り組んでまいります。本年2月から本格的に人事異動を開始したため、直営店舗については、店長クラスの人材を異動させる等、当社の持ち合わせる販売ノウハウを店舗内で共有化し、効率的な販売促進活動を実施することで収益の向上を目指します。

(4)FC店の拡販力強化と拡大

FC店舗に対して、当社の持ち合わせる販売ノウハウ、目標の共有化とソフトバンクモバイルからの情報共有等を実施しました。その結果、FC店運営会社のほとんどは、過去最高益を記録した模様です。今後は、さらにFC店舗のサポート体制を強化してまいります。

収益性の高い販売網の構築



経営方針(2/4)

▶ 販売の質の向上

(1) 提案型販売の確立

新商品・新サービスに迅速に対応し、ソフトバンクモバイルの求める施策を早期に販売現場に徹底させ、提案型の販売によりお客様のニーズを掘り起こすことで、最適なモバイル環境を提供いたします。

(2) お客様のサイドに立った店舗運営(CSの向上)

消費者庁が創設され時代の流れとして、より顧客サイドに立ったサービスが求められるため、顧客視点での店舗運営に全力で取り組む所存です。

(3) 業務効率の改善

店舗レイアウト、業務手順、システムの再構築に全社的に取り組み業務効率を高め、お客様の待ち時間を減少させることを目指します。

経営方針(3/4)

▶人材への投資

(1)不況期は優秀な人材獲得の好機

2010年度の新卒社員は、過去最大の**119名**が4月に入社いたしました。
今年度も新卒は65名程度の採用を予定しており、新卒・中途社員問わず優秀な人材の獲得に努めます。

⇒当社への入社希望者が年々増えてきております。

	大卒求人 倍率	エントリー (A)	説明会 参加者	入社 (B)	倍率 (A÷B)
2009年卒	2.14	1,700	274	37	45.9
2010年卒	1.62	6,700	908	119	56.3
2011年卒	1.28	7,000	1,600	65	107.7

リクルートワークス研究所「ワークス大卒求人倍率調査」

(2)社員教育の充実

教育研修の充実により、高い店舗オペレーションと販売の質を実現してきました。今後も、販売スタッフへの教育研修を拡充いたします。

(3)社内イベントにも工夫

不況の時期だからこそ、900人以上の従業員が一丸となり、明るく前向きに取り組めるよう、社内イベントを工夫し、力を入れる所存です。

経営方針(4/4)

▶ 強固な財務基盤の維持

無借金経営を原則としてきましたが、アメリカ発の経済危機を踏まえ、2008年度末に**資金調達とコミットメントライン契約の設定**を実施。

⇒28億円規模の資金調達を実施。**長期借入金の残高11.3億円**(2010年6月末)。

⇒総額20億円のコミットメントライン契約を締結。(3年間)
現時点では、利用残高ゼロ。

現預金残高は、62億6千9百万円(2010年6月末)。

ネットキャッシュ 51億3千2百万円(有利子負債を除外)

さらに、未払法人税等の7億5百万円を除くと、

実質 44億2千6百万円を保有

V.2010年利益計画

2010年利益計画 下期ポイント

期初
見通し

総販売台数計画は、M&Aでの増店効果を活かし、
2009年(46万台)⇒2010年(56万台)にチャレンジ！

変更点

⇒総販売台数計画を上方修正

期初 56万台+USIM回線1万台=57万台

今回 **60万台**

※当社発表の販売台数と比較の対象を一致させるため今回よりUSIM回線数を計画に含めております。

期初
見通し

2010年4月以降のソフトバンクモバイルの手数料条件は、未だ発表されていないが、2009年比で1台あたりの手数料は、減少を予測

今回
見通し

⇒期初予測以上に、第2四半期は手数料条件が悪化

⇒下期も、期初予測より手数料条件は低く推移する見込み

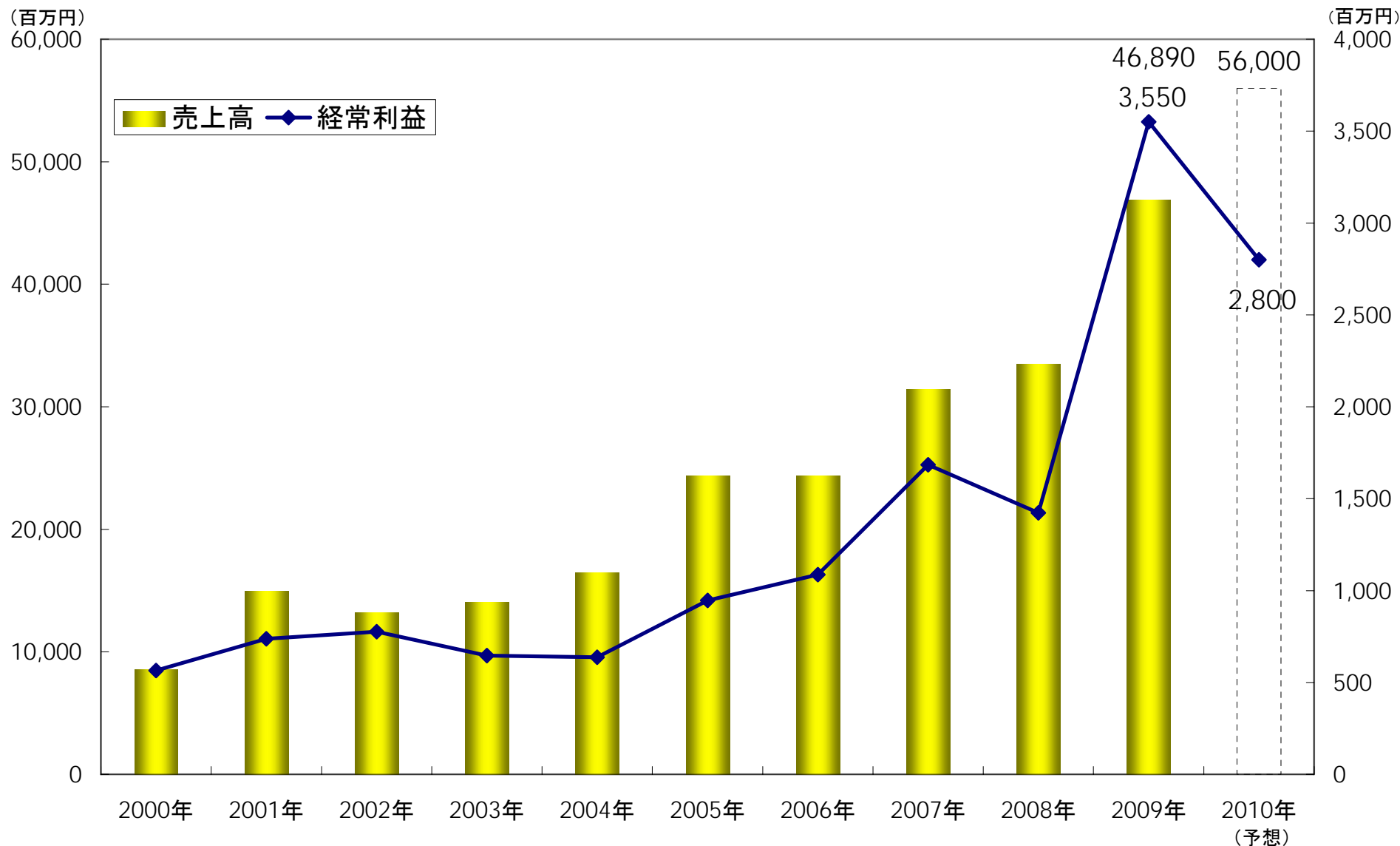
＝総販売台数は上方修正するが、手数料条件を考慮し、
通期業績予想は修正せず

2010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	進捗率 (上期時点)	前期実績	増減率
売上高	30,000	28,638	95.5%	56,000	51.1%	46,890	19.4%
営業利益	1,500	1,615	107.7%	2,800	57.7%	3,576	△21.7%
経常利益	1,500	1,615	107.7%	2,800	57.7%	3,550	△21.1%
純利益 (四半期／当期)	800	936	117.0%	1,500	62.4%	2,046	△26.7%

業績推移と2010年利益予想



Bell-Park

私たちは、私たちの可能性を信じ、
チャレンジし続けます！

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

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。