

第 18 期決算説明会 ご質問と回答

○決算説明会実施日時：2011 年 2 月 15 日（火）10：00～11：30

【質問者 A】

Q1： 今期(2011 年度)の利益計画について上下期で利益が大きく変動するが、増減要因を教えてください。

A1： 上期は増収減益となる。要因としては、前期(2010 年度)は新卒 119 名の採用による前年 4 月以降の人件費増が、今期は 1 月から計上されるため増加要因となる。また、前期に新店 4 店舗、移転改装による大型化に取り組んだ関係で家賃も大きく増加する。販促費についても、販売台数を伸ばすべく投資するため、上期は増収減益を見込んでいる。

下期については、(2012 年 4 月入社予定の)新卒を 10 月以降インターンとして各店舗へ配置することにより人件費が増加する以外は前下期比較で大きな変動がないため、販売台数の増加による粗利増加により、増収増益を見込んでいる。

販売台数について、過去の事実だけ述べると iPhone 3G が発売されたのが 7 月、iPhone 3GS の発売も 7 月、iPhone 4 は昨年 6 月販売スタートだった。今期は果たしてどうなるか確定した発表が何もないので全く分からないが、当社としては計画に当たり過去のトレンドを自主的に織り込んでいる。

Q2： 販管費について、(新卒)採用は 2010 年の 119 名から 2011 年は 56 名予定しているが、人件費の増加ペースは前年より落ち着くのか？また、移転改装の費用は幾ら位を予定しているのか？

A2： 人件費については、正社員は確かに増加するが、契約社員、派遣、アルバイトで調整が可能であるため、それほど大きな利益圧迫の要因とはならないと考えている。

移転改装については、今期も前期と同程度のコストを想定している。

Q3： FC 店の販売が伸びてきていると説明していたが、2011 年度に伸びる余地はあるか？

A3： FC パートナーはそのほとんどが当社とほぼ同じ新規販売のレベルまで伸びてきている。そのため、大幅に伸びる余地があるとまでは言えない。

【質問者 B】

Q1： 40 坪程度の店舗大型化の話があったが、新店の余地はあまりないので移転改装により実施すると思うが、現在 40 坪以上の店舗の割合がどのくらいあり、大型化する余地がどのくらいあるか、どのくらいのペースで行うのか教えてください。

A1： デフレ不況、小売不況の状況で、これまではまず空かなかった人気商店街の路面店が空くことがある。今期 3 月以降では、所沢で 37 坪から 60 坪への移転、他にセンター

北も 60 坪程度の店を出す予定であり、年間トータルで 10 店舗くらいを計画している。40 坪以上の店舗が求められてきているのは都心であり、郊外は元々がコンビニ跡地など 40 坪以上の物件を比較的確保できている。直営 129 店舗のうち、30 坪以上が 78 店舗 (61%)、35 坪以上で 54 店舗 (42%)、40 坪以上は区切りとして集計していないため正確な数値はこの場でお答えすることができない。

(説明会後の補足追記)40 坪以上は 40 店舗 (31%) である。

Q2： キャリアの登録システム(ジニー)と代理店の販売・在庫管理システムの連動という話が以前にあったと思うが、進捗について教えて欲しい。

A2： フェーズを 3 つに分けてソフトバンクモバイルと進めている。第 1 フェーズはテストまで進んでおり、5 月からスタートできると考えている。アクセサリーや在庫などを盛り込んでいくのが第 2、第 3 フェーズ以降で、1 年ごとに進めていきたいと考えている。

追加 Q2-2： 第 1 フェーズの内容について概要を教えて欲しい。

A2-2： 新規、機種変更の販売やアフター業務について、従来はキャリアの登録システムと当社の販売・在庫管理システムに二度手間で行っていたが、キャリアの登録システムに打ち込んだデータを(二度打ちせずに)取り込むというのが第 1 フェーズである。これにより、作業負荷が軽減することになる。

Q3： 配当について、2010 年 12 月期の配当は 3,600 円であった。2011 年 12 月期は記念配当 1,000 円がなくなるが、配当性向は 10%弱なので 3,600 円を維持する可能性はどのくらいあるか？

A3： 会社計画では、記念配当は 10 周年の記念であり、現時点では(2011 年 12 月期の普通配当に更に)1,000 円を加えるという考えはない。その趣旨は自己資本を蓄え次の M&A に備えることにあり、それが中長期的に株主の利益に資すると考えている。

【質問者 C】

Q1： 今期について手数料の改善を期待とあるが、更なる手数料の悪化懸念はあるのか？また、ソフトバンクモバイルは継続手数料についても手を加える可能性はあるのか？可能であれば継続手数料の割合と合わせて教えて欲しい。

A1： ソフトバンクは増収増益であるから、代理店としては手数料の改善を期待したいというのが素直な気持ちである。一方で、ソフトバンクモバイルはウルトラハイスピードや LTE などのインフラ投資に対する資金需要、実質無借金への財務体質改善の 2 点を強い目標として掲げているため、キャリアが増収増益だから単純に手数料の改善とならない点は理解している。そのような状況ではあるが、心情的に何がしかの改善を期待するところだ。改悪については懸念していない。

継続手数料の変更はこれまでもあったが、短期的に若干悪化することはあっても、長期的には改善している。直近の変更では、機種変更の手数料が 5 年で打ち切られていた

のが、機種変更のたびに更新され、ある意味期限の区切りがなくなった。継続手数料の変更についても改悪は起らないと考えている。継続手数料の金額、割合については開示していないため回答を差控えたい。

Q2： iPhone 4については、品不足が断続的に起きていると聞いているが、(商戦期を迎える)2月、3月について深刻な影響を与える可能性があるか教えて欲しい。

A2： 入荷状況について、当社では把握できないためお答えできない。

【質問者 D】

Q1： 店舗の大型化はCS向上には役立つと思うが、採算改善につながるのか？台数の増加やCS向上により収益がいくら改善したかは開示しにくいと思うので、先行して実施した店舗の採算の推移を教えて欲しい。

A1： 極端な例だが、84坪の新宿店では家賃が非常に高額なこともあり、前年度は月平均500万円の赤字であった。ただし、徐々に継続手数料が積み上がっており、1年から1年半後には収支が合ってくる見通しでいる。それ以外の店舗は家賃が新宿ほど高額ではないので、既に売上増で家賃の増加をほぼ吸収しており、今後の継続手数料の積み上がりが期待される。

尚、ソフトバンクの現状のCS評価システムにおいては、店を広げたからといって直接には寄与しない側面もあり、即座にCS評価が上がるわけでない。しかし、余裕を持った店づくりによって、来店客の待ち時間の不満が緩和されつつあると感じている。このため、中長期的には必ずCS向上による生産性の向上につながると考えている。

追加 Q1-1： 店舗の面積が増えると成約・販売件数も伸びるのか？平均値等の数値によるインジケータはあるのか？

A1-1： 店舗面積の増加によって成約・販売件数も伸びている。

阪急服部では、総販売台数で倍、成城学園では、2割くらいは増えている。

尚、成約・販売件数の伸びは、坪数だけでなく、優位なロケーションに移したこともプラスに影響していると考えている。

Q2： 手数料については従来慎重なコメントが多かったが、今回のプレゼンテーション資料では、“手数料の改善を期待！”と書かれている。これは、ソフトバンクから何らかの改善のニュアンスを受け取っているからなのか、それとも、これだけ様々な販売努力しているのに手数料が上がらないのは如何なものかと考えているためなのか、どちらか？

A2： キャリアからは4月以降の手数料に関するコメントもニュアンスも、今のところは一切もらっていない。心情的に何がしかの改善を期待したいという希望の表れである。

【質問者 A】

追加 Q2-2： 今期計画における手数料条件の前提に関して確認だが、決算短信では改善を見込まず前期と同水準で計画を組んでいると読める。一方で、説明会資料では

改善を期待といった文言があり多少は改善を盛り込んで計画したように感じられる。改善を含んでいるのか、それとも、含んでいないのか？

A2-2： 今期計画には手数料の改善は含んでいない。概ね前期と同水準で計画している。

以上