

第19期決算説明会ご質問と回答

○決算説明会実施日時：2012年2月15日（水）10：00～11：00

【質問者 A】

Q1: 今期以降の事業環境見通し（決算説明会資料 P23）で8つのキーワードを掲げていたがそれぞれの利益計画への影響を教えてください。

A1: キーワード別に回答すると、

① 【時代はさらにスマートフォンへ】

スマートフォンブームはすでに起こっており、計画へ影響という話ではないと思う。

② 【プラチナバンド旋風】

織り込んでいない。もしソフトバンクモバイルがプラチナバンドを獲得したら、積極的なキャンペーンを実施するのではないだろうか。そのメインのお客さまは地方に実家のある東名阪在住者も含まれていると考えている。

③ 【高速インフラ「合せ技」競争】

織り込んでいない。データ量の増大による逼迫は、キャリア共通の問題と認識している。ウィルコム利用した高速データ通信サービスは効果を発揮しているが、織り込んでいない。

④ 【国産スマートフォンの高完成度】

織り込んでいない。今年度 Android の反撃があると思う。スマートフォン中核機種と Android のデータ定額料金は、スマートフォン中核機種の方が安く設定されていた。しかし、今春の学割キャンペーンでは、学生向けにデータ通信料をスマートフォン中核機種と同水準に揃えている。こうした施策により、Android が売りやすくなると予想されるが、織り込んでいない。

⑤ 【アップル】、⑥ 【機種変更先食いの影響】

新型スマートフォン中核機種の発売については全く情報がないが、当社の計画上は、新型の発売時期を例年通りの7月で勝手に想定しており、発売時期が4Qにずれ込めば影響があるだろう。新型スマートフォン中核機種が発売された場合には、（機種変更の対象となる）一昨年前のスマートフォン中核機種のユーザー数は膨大であるため、機種変更が大きく増えるのではないか。昨年10月からの機種変更の先食いは、新型発売と打消し合うか少し上回っていると思う。

⑦ 【王者の反撃】

織り込んでいない。その影響はソフトバンクの対抗キャンペーン次第であり、非常に不透明である。もし大きなインパクトがあるのであれば我々は変化対応しなければならぬ。

Q2: KDDI の 3M 戦略（マルチデバイス、マルチユース、マルチネットワーク）に対応した固定回線と携帯電話をセットにしたプランの販売開始の影響はどう考えているか。また、ソフトバンクモバイルが対抗プランを発表した場合、業績への影響を教えてください。

A2: KDDI さんの 3M 販売は我々には想像がつかない。我々の体験では、ソフトバンクショップでの固定ブロードバンドの販売は容易なことではなかった。ショップは、携帯についての接客時間が長時間化してきており、店頭の接客時間は限られているため、ひととおり説明が終わった後に更にデータカード、アクセサリ、FON ルーターと時間がとられ、ブロードバンドに割くことができる時間は少ない。ブロードバンドは、お客さまの説得にキラーセールストークが必要と感じており、また、理解しやすいパッケージにして店員が説明しやすいサービス内容にしないと厳しい感触がある。従い、当社の業績への影響は少ないと考えている。

Q3: 12 月頃にスマートフォン中核機種機種変更需要がピークアウトしたと見ているが、例年以上に上期の利益が落ち、下期で回収する見込みか教えてください。

A3: 新型スマートフォン中核機種が下半期に発売されれば下半期に業績は偏重する。しかし、昨年 10 月発売のスマートフォン中核機種は発売からまだ 4 ヶ月目であり、第 1 四半期は引き続き強く、一方、第 2 四半期は例年通り落ち着いた動きになると見ている。

計画について慎重と見るかどうかだが、今年度は非常に不透明である。現行の 2 キャリア以外からも新型スマートフォン中核機種が発売された場合、当社の今年の業績にプラスとなるかマイナスとなるか影響が分からない。昨年、au さんからスマートフォン中核機種が発売され想定よりも新規販売台数は伸びなかったが、ソフトバンクの対抗キャンペーンにより機種変更で 4Q の業績は救われた。しかし、今年度は予測がつかない。

Q4: 4Q はスマートフォン中核機種機種変更中心で販売促進費がそれほどはかからなかったと説明していたが、そもそも販売促進費のかかる新規販売はそれでも機種変更より儲かるのか教えてください。

A4: 販売促進費を含めても、新規販売の方が利益に貢献する。

【質問者 B】

Q1: 付属品の売上実績・計画と利益インパクトを教えてください。

A1: 売上総平均単価はここ 2 年で伸びており、2011 年度の売上総平均単価は約 4,000 円となった。今期は 5,000 円を目指す。粗利単価については、詳細はコメントを差し控えるが、売上単価に比例して伸びている。今期も注力していきたい。

【質問者 C】

Q1: 今期のソフトバンクショップの出店計画について教えてください。

A1: 2011 年当初、ソフトバンクモバイルの出店は原則として積極的姿勢でなかったと理解している。2011 年の出店は、大型ショッピングモールや数少ない空白商圈について店舗を増設することが出来た結果と考えている。2012 年は、出店基準がより厳しくなりそう

であり、出店のチャンスは非常に厳しいものとなるのではないかと感じている。ソフトバンクモバイルの店舗戦略は、増店よりもむしろ大型化の推進ではないかと解釈している。

Q2: 店舗の大型化は、収益化が難しいと過去に説明していたと記憶しているが、大型化でも収益化する手法が出来たのか、あるいはソフトバンクモバイルからのサポートによる恩恵はあるのか教えて欲しい。

A2: 当社が店舗の大型化についてリードしていくことを、キャリアに期待されていると思う。今のところ当社が大型化した店舗は家賃の安い郊外が多い。都心での大型化もトライしたが、現状のサポート（家賃補助）では、採算面で厳しいのが正直なところだ。

Q3: FC店の改善は、ベルパークの収益につながるのか教えて欲しい。

A3: FC部門の収支は、赤字ではないが、当社収益への貢献はそもそも期待していない。従い、FC店の販売台数の増加がリニアにベルパークの収益に直結するわけではない。一緒にソフトバンクブランドの向上を図ること、販売台数のスケールを拡大することにより、代理店としての存在感を高めてFCさんに還元する事を目指している。引き続きFC店との信頼関係強化をソフトバンクモバイルと一緒に図っていきたい。

Q4: 株主還元について、クオカード2,000円分を配当金に回す予定はないか教えて欲しい。

A4: クオカードについては、機関投資家からの意見も十分理解しているが、ご家族で名義を分けて当社株をお持ちになるなどクオカードを楽しみにしている個人投資家も多く、続けるつもりである。

【質問者 D】

Q1: 2012年の売上高営業利益率が、2011年に比べ下がっているが、販売促進費の増加など想定している要因を教えて欲しい。

A1: 総販売台数の内訳を示していないが、2011年との比較では機種変更の比率が高まることを想定しており、新規と機種変更の粗利益の差で粗利率が下がることが要因の一つである。また、2011年下期の新店群は、継続手数料が積み上がっていない状態であり、一定期間は赤字が続く。これらが要因となっている。

Q2: 今後スマートフォンの稼働台数に占める比率は半分くらいまで上がることが想定されるが、その時販売業界の収益性はどうか考えを聞きたい。

A2: 現場での販売比率はすでに5割を超えており、累積のシェアでも5割を超える時代は確実に来る。その時どうなるか考えてみると、通信キャリアにとっては、インフラ投資がかさむ一方、データ収入は直近で実際に増加しているところだが、どう相殺されるかは、販売店の立場では分からない。販売店にとっては、説明時間の長期化と人件費の増加が現場ではすでに発生しているが、買い替え需要はこれからも伸びる。

スマートフォンの稼働台数増加がチャンスか、ネガティブかと言えば、全体としてみれば販売業界にもポジティブと捉えている。

以上