

2012年12月期決算説明会ご質問と回答

○決算説明会実施日時：2013年2月14日（木）10：00～11：00

【質問者 A】

Q1: B-5について、今期予想26億円から営業利益50億円に向けていくつかのシナリオがあると思うが、どのように考えているか教えて欲しい。2013年の人材に先行投資することの効果は来期からしっかり出るのか合わせて教えて欲しい。

A1: 色々な選択肢が選べると思う。自己資本を積み上げてきたので、一つはM&Aという手があると思う。二つ目はマルチキャリア取り扱いによる成長も考えられる。また、2011年と2012年と店舗数を伸ばしてきているため、人材を徹底して鍛え上げ、通話料があまり発生しない端末比率の改善を図ることでのオーガニックな成長も考えられる。これらの組み合わせで、営業利益50億円を何としても達成していこうと考えている。

Q1-1: もう1年、2年コストをかけないといけないのか、営業利益26億円の次の年のイメージなど、もう少し踏み込んだ話が聞きたい。

A1-1: 昨日の役員会で社外取締役から、退職率が上がっていくことについてベルパークとして具体的な対策を打つべき、連休を取らせなければならぬと指摘された。退職者の多くは若い女性社員であるが、現状は公休を全部取ることができ、長時間労働となっているが残業代をしっかりと支払うことはできている。それでも退職していく理由について分析した一つの結論が、5日程度の連休の取得であった。連休をしっかりと取らせるために必要な人数手当はいくらか計算した結果が、50名2億円である。人材定着の好循環が作れば、2014年には大きな費用が発生することはないと考えている。2014年には営業利益は30億を超える感覚である。

Q2: 2013年計画は、人件費増加の前提がどのようになっているのか、償却負担の増加、投資負担が重くコスト増の要因となるところを中心に詳しく教えて欲しい。

A2: 人件費は前年比で約10億円増加を見込んでいる。2012年増店分、102名の新卒採用、既存のスタッフに加え休暇促進のためショップスタッフ50名の増員、金額として2億円規模などでトータル約10億となっている。また、販売管理システムの償却負担については約1億円である。すでに投資している金額含め約3億円の投資であるが、初年度の一括償却など含めたトータルで約1億円と見ている。そのほか、地代家賃、販促費に関しては、売上高の伸びと比例したイメージで増加する見込みである。

Q3: 減益が続いた場合、人材採用に影響しないのか。

A3: 最終面接に全て立ち会っているが、福利厚生・退職率・休暇取得のしやすさ、社内の雰囲気等が内定受諾に至る大きなポイントであると感じている。減益であることがそこまで影響するとは感じていない。もちろん、業績自体が赤字で悪い場合や、いわゆるブラックな企業であれば採用に影響はあるだろう。

【質問者 B】

Q1: KDDI との代理店契約締結について、新規出店の予定があるか、買収獲得の地ならしとしての意味合いがあるのか、ドコモについてはどう考えているのか教えて欲しい。

A1: au ショップの出店に関しては全く未定である。二つ目のM&Aの地ならしとなるのではないかという質問に対しては、結果として地ならしとなる可能性はある。M&Aによって、いきなり取扱い始めることは、キャリアも戸惑う。ドコモに関しては、今のところ予定はない。

Q1-2: KDDI との代理店契約締結日はいつになるか教えて欲しい。

A1-2: リリースに2月中旬と記載させていただいているが、今週から来週（2月15日から22日）には契約締結を予定している。

Q2: 販売代理店全体が採用難の状況で採用枠を広げると、人材の質が落ちる懸念があるのではないかと。また、大量採用でふるいにかけて優秀な人材を残す方法を考えているのかどうか教えて欲しい。

A4: 新卒は、まだ日本経済が回復途上にあり、上場しているメリットもあるため採用できる。新卒は応募倍率が高いため、優秀な人材を獲得できると見込んでいる。一方で中途採用は、販売代理店業界の労働環境の悪さが世の中に知れ渡っているため、思うような人材が採用しにくい状況となっている。同じくきつい労働環境、飲食、アパレルや量販店スタッフからの応募が多い状況にある。私はたくさん集めて、人材をふるいにかけるというのは業界イメージを悪くすると考えている。若者を使い捨てにする産業に絶対してはいけない。将来景気が回復したときに、誰も応募してくれない産業になってしまう。

【質問者 C】

Q1: 説明会資料 25 ページ（ベンチャー Again 新たな挑戦）に記載されている、「知らず知らずの内に狭くなった視野を打破」の内容を具体的に説明して欲しい。

A1: 一例として、他キャリアの方とお話ししていると、Low ARPU 商材について、重視しておられなかった。我々にとっては、たいへん新鮮であり、ショックだった。今回のプレゼンテーションで説明したが、通信事業者にも販売構成比は大きな影響を与えると考えるようになった。販売代理店の良識として、通信事業者にお話しする中で、お客様の事を思い、業界全体の発展に貢献できるような代理店になっていきたい。

Q2: KDDI との代理店契約締結によって、ソフトバンクモバイルとの関係性に変化はないのか。

A2: ソフトバンクとの関係性に全く変化はない。我々は1つのキャリアで成長してきた。その恩義を感じているため、誠実に丁寧に何度も確認を重ねて、話を進めてきた。したがって、変化は全くない。

Q3: 本日の説明会で、創立当初にはソニーやホンダのようになりたいと考えていたと話していたが、代理店事業を中心に今後も続けられるのか。社外取締役を高須武男氏を迎えることで、コンテンツ分野へ進出する展望もありうるのか教えて欲しい。

A3: ソニーやホンダのようになりたいというのは、想いだけではないかと言われるとそうかも知れない。将来、チャンスがあればコンテンツ分野へ進出することは選択肢の一つであることは間違いないが、今まで販売代理店事業だけしか経験がないため、踏み込み切れるか分からないが、ベンチャーとして機会があるならトライしたい。