

2013年12月期第2四半期 決算説明会ご質問と回答

○決算説明会実施日時：2013年8月1日（木）10：00～11：00

【質問者 A】

Q1: ドコモのツートップ戦略はベルパークの販売に影響を与えたか。

A1: 第2四半期末（6月）までは、ソフトバンクショップを運営する立場から見ると、ツートップ戦略よりもKDDIのiPhone攻勢の方が厳しかった。一方、auショップを運営する立場から見るとソフトバンクの攻勢の方がきつかった。ただ、それはドコモが6月に顧客還元のための手数料作戦の手を緩めたことが影響したのかもしれない。7月以降ツートップ戦略について楽観視することはできないと気を引き締めている。今後について、「ドコモはiPhoneを販売するのでは」という記事をよく見るが、もしドコモがiPhoneを発売したら大変な脅威になると思う。

【質問者 B】

Q1-1: 音声端末・のりかえを重視した手数料体系への変化について、もう少し詳しく経緯を教えてください。それに伴い、「みまもりケータイ」などの販売を止めたのか、教えてください。

A1-1: ソフトバンクは純増NO.1を一つの目標としてきたこともあり、この3月までは「みまもりケータイ」「フォトビジョン」などの商材もしっかり販売することを意識して、当社もこの路線にしっかりついていった。しかし、他キャリアの施策に接して、キャリア毎に違いがあること、代理店としてしっかりとしたARPUを積み上げていく事の重要性にあらためて気付いた。

4月以降は、手数料収入を多少ロスすることになっても、1人のお客様に多品目の商材を勧めていくアプローチではなく、お客様の家族をご紹介いただき、iPhoneやAndroidなどの音声端末を勧めることに努めた。その結果、あれもこれも追及する多項目の負担が軽減され、ES（従業員満足度）が高まり、同時にCS（顧客満足度）も高まるという現象が起きている。

Q1-2: 4月からソフトバンクの方針も同じ方向に変わったのか。

A1-2: ソフトバンクの手数料条件もその後、音声端末重視に変わったが、これは当社がたまたま先行して動いていたにすぎないと思う。

Q2: au ショップの手応えについて教えてほしい。

A2: au ショップについては、同じキャリアショップというカテゴリーだが、ソフトバンクショップとニュアンスが似ているようで違う部分があると感じている。6月末にau ショップを浦安にオープンしたが、当社としては慣れないながらも、健闘していると思う。

【質問者 C】

Q1: 決算説明会資料 24 ページ「買い手としてキャリアの承認を得られること」についてもう少し踏み込んで教えてほしい。また、資金調達面から、買い手は上場企業ということになるのか。それを踏まえて、ベルパークは買い手として必要な条件をクリアすることができるのか教えてほしい。

A1: 各キャリアは、それぞれの戦略に合った代理店のポートフォリオの理想像を感覚としてお持ちと思う。例えば、あるキャリア内ですでに十分大きな代理店がさらに大きくなるケース等は、もしかしたら敬遠されることがあるかもしれない。大きなM&Aなら、キャリアのポートフォリオを痛めず、むしろ旧来の代理店を買うことで大きく改善するような納得性のある提案でないと承認していただけないと思う。

また、過去の例では、大きなM&AはITXで500億強、NECモバイリングで約800億と巨額の資金調達が必要であった。巨額の資金を調達するにあたり、上場・非上場かは関係ないが、金融機関からのご協力有無や調達に長けているかが問われるのだろう。

当社が2つの条件をクリアできるかは案件次第であると思う。手元資金をもとにして、買収後の収益改善計画を提示し、金融機関にご協力いただけるかだと思う。これができるれば、後はキャリアの承認次第である。回答としては不十分かもしれないが、条件をクリアできるかは案件次第ということになる。