

Bell-Park

日経IRフェア2007
会社説明会

2007年8月31日

株式会社ベルパーク

JASDAQ

(証券コード 9441)

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

目次

- I 会社情報
- II 中間決算ハイライト
- III 2007年下期経営方針
- IV 2007年通期利益計画
- V 補足資料「2007年中間期財務実績及び営業実績」

I 会社情報

社長プロフィール

氏名： 西川 猛（にしかわ たける）

年齢： 50歳（1956年生まれ）

出身： 兵庫県

学歴： 79年3月 東京大学法学部公法学科卒業。

職歴： 79年4月 住友商事株式会社に入社。

主に自動車の輸出業務に携わる。

前半8年間は中近東（主にリビア）向け、後半の3年間はアメリカ向け。

91年2月 同社を退社。

その後、事業開発支援の会社に参加し、以下のような案件に従事。

- ・ 海底油田の利権獲得
- ・ ヴェトナムのホテルの経営改善
- ・ 不動産開発

93年2月 株式会社ベルパーク設立時に監査役就任。

95年4月 株式会社ベルパーク代表取締役副社長に就任。

96年2月 同社をMBOで買い取り代表取締役社長に就任する。

Bell-Park

会社概要

業種：	携帯電話の販売会社（ソフトバンクモバイル専売）
上場：	2000年5月 JASDAQ（証券コード：9441）
時価総額：	125.8億円（2007年8月30日時点）
有利子負債：	0円
店舗数：	73店舗（2007年8月末時点）
主な子会社：	(株)ジャパンプロスタッフ 売上高15億円 経常利益1百万円（2006年12月期実績）

<2006年12月期連結業績>

連結売上高：	243億円
連結経常利益：	10.8億円
資本金：	1,089百万円
自己資本比率：	49.7%
現金同等物：	1,897百万円
従業員数：	515名（正社員 300名 臨時 215名）

Bell-Park

会社の特長

・無借金経営

創業来、一貫して無借金経営を継続。

・同業者のM&A

IPOでの調達 18.5億円（2000年5月）

M&Aに使用した資金 21.4億円

→いずれも同業他社のM&Aであり、本業に注力して拡大。

テレック(株)	2000年12月	11.8億円
(株)東日本キャリア	2001年11月	1.2億円
(株)田中通商	2004年 3月	0.7億円
(株)ニッカ	2004年12月	7.0億円
内外無線電機工業(株)	2005年 2月	0.2億円
(株)Rユビテック	2006年 3月	0.2億円

・社員の若さ

平均年齢 29.0歳

・教育研修の重視

従業員のスキルアップのために継続的に教育投資を実施。

今年1月には研修センターを立ち上げ、販売スタッフの更なるスキルアップを図っています。

Ⅱ 中間決算ハイライト

2007年中間決算総括

- ソフトバンクによる魅力的な新端末の発売、斬新な料金プランの導入等により新規販売の需要がふくらみました。

このような環境の中、当社は、関東、東海地域における好立地の店舗展開の強みを生かすとともに、スタッフの確保・育成と販売方針の徹底により、商機の最大限の確保に努めた結果、販売台数を伸ばし、中間期における経常利益ベースで過去最高益を更新しました。

- 当中間期において11店舗の新規出店を実施しました。その結果、07年6月末時点においてソフトバンクショップが70店舗に到達しました。
- 人材サービス事業においては、名古屋に営業所を開設した影響もあり、若干の営業損失（2百万円）を計上する結果となりました。
- その他事業においては、2月に新宿コールセンターを移転し、事業規模を大幅に縮小して効率的な運営に努めた結果、黒字化を達成しました。

以上の結果、連結経常利益は、1,262百万円(前年同期比346.9%)となりました。

Bell-Park

2007年中間期事業セグメント別業績

事業セグメント毎の詳細は、次ページ以降で説明いたします。

(百万円、%)

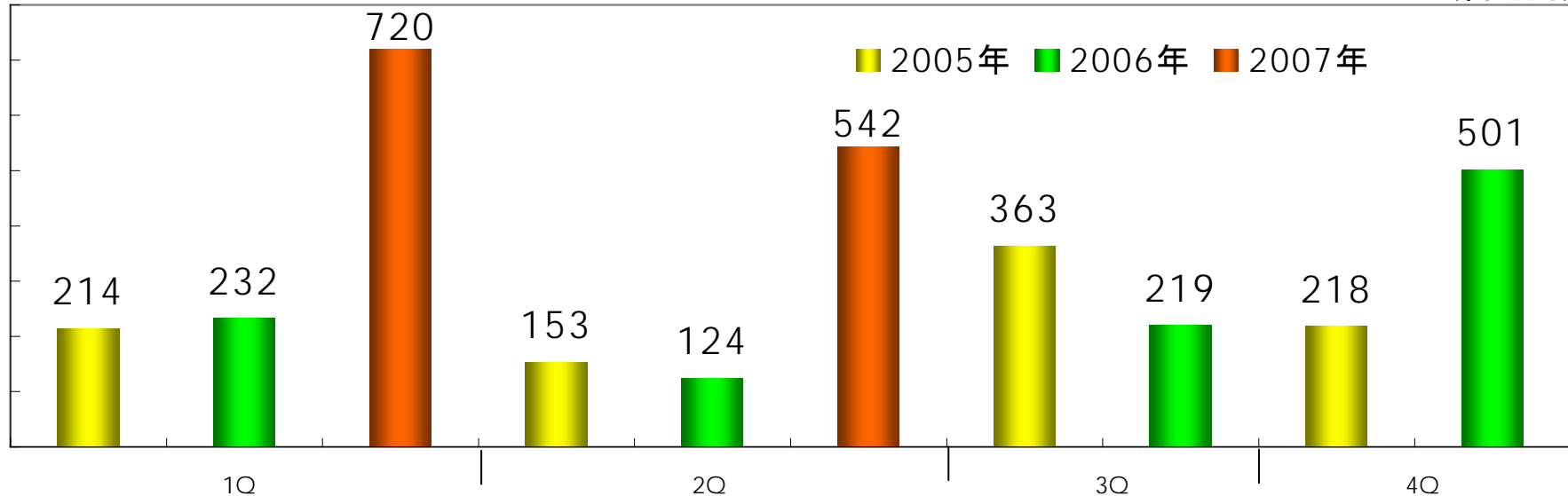
	2006年上期 実績		2007年上期 実績		対前年同期 増減率		2007年上期 当初計画		計画達成率	
	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益	売上 高	営業 利益
移動体通信機器 販売事業	10,663	583	14,109	1,480	+32.3	+153.6	12,850	1,080	109.8	137.1
人材サービス 事業	714	△12	889	△2	+24.4	-	900	2	98.8	-
その他 事業	364	△2	117	13	△67.7	-	100	△5	117.5	-
消去又は全社	△131	△212	△75	△229	-	-	△50	△287	-	-
連結	11,610	356	15,041	1,262	+29.5	+253.7	13,800	790	109.0	159.8

Bell-Park

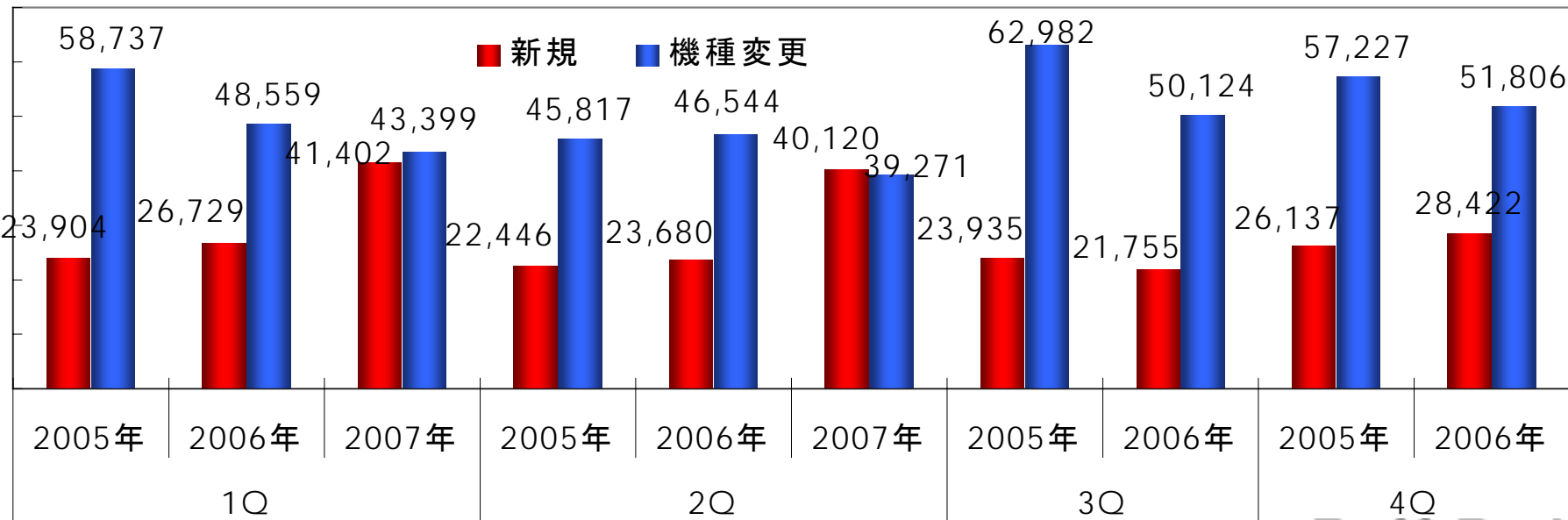
四半期実績推移（営業利益・新規・機種変更）

(百万円)

営業利益(連結)



販売台数

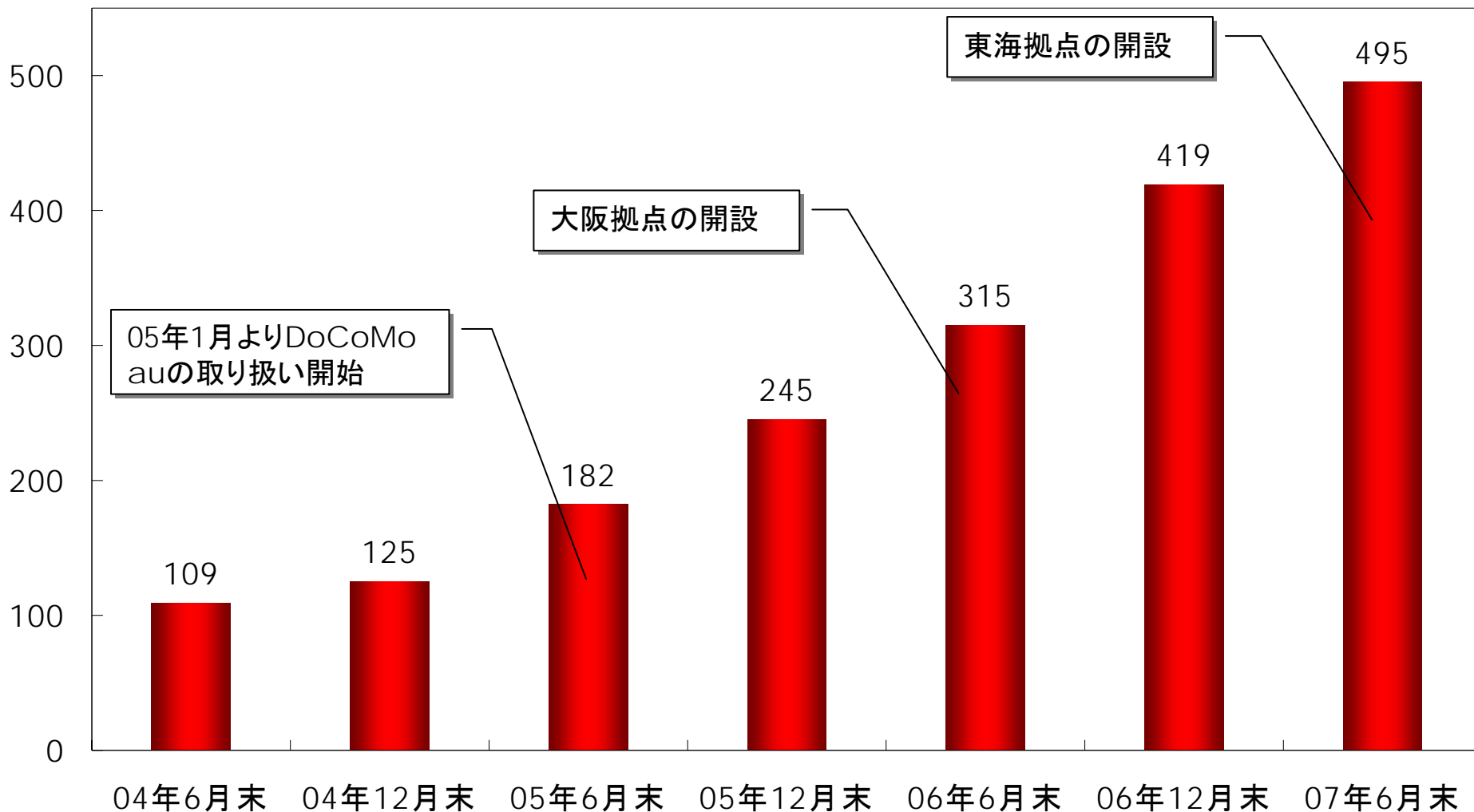


Bell-Park

人材サービス事業 派遣実績推移

当中間期末で前年度末比18%増を達成（06年12月末419名→07年6月末495名）

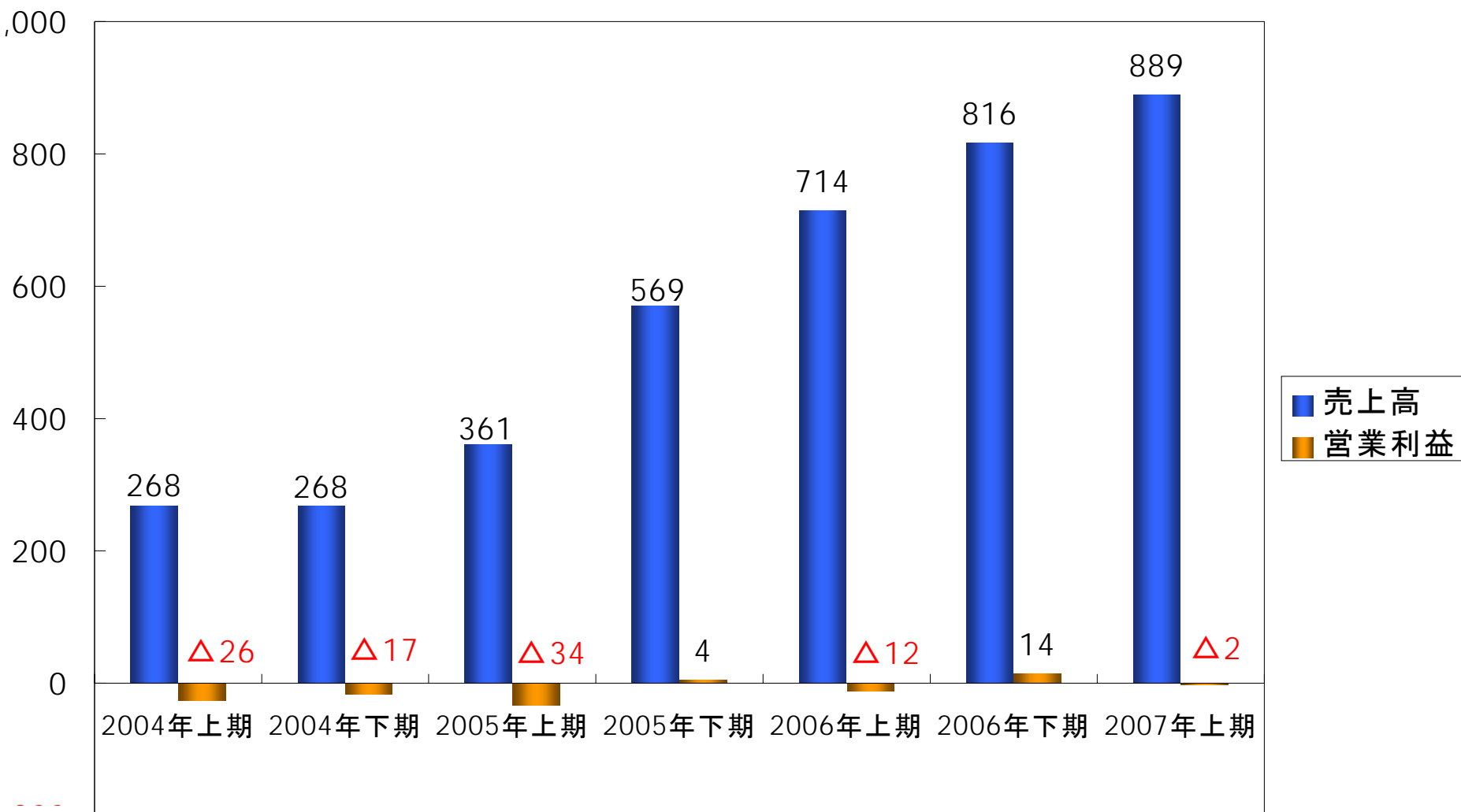
(人数)



Bell-Park

人材サービス事業 損益推移（半期毎）

(百万円)



Bell-Park

Ⅲ 2007年下期経営方針

2007年下期 事業環境見通し

▶移動体通信業界の動向

下期には、ソフトバンクの「ホワイトプラン」に対抗し、DoCoMoとauが、2年間の継続利用を条件とした低料金プランを導入します。また、端末開発の面でも、今回の夏モデルから各キャリアから薄型端末や独自機能を盛り込んだ端末が投入されるなど競争が激化してきております。こうした流れを受け、年末商戦時に投入される冬モデルにおいては、キャリア間の競争がより一層激しさを増すことが予想されます。

上期は、au一人勝ちの予想が大勢を占める中、ソフトバンクが健闘し、2ヶ月連続で純増1位を獲得しました。しかしながら、下期は、番号ポータビリティ開始から1年が経過し、これから本格的な競争が始まる中で、市場全体にどのような変化が生じるのか見通しを立てにくい状況にあります。

▶ソフトバンクの営業体制強化

ソフトバンクが、量販店での取り扱い強化に加え、ショップ拡充の方針を打ち出しており、下期も当社にとっては新規出店による収益拡大の機会が続くこととなります。一方で、当社運営の既存店舗の近隣地域へ他の代理店が新たに新店を出すケースが出てきており、顧客が他の代理店店舗に流出し、1店あたりの収益が減少する可能性もあります。

▶携帯販売業界全体における人材不足

国内の雇用環境改善による他業界への人材流出に加え、キャリア間の競争激化に伴う販売スタッフ増員により、携帯販売業界における人材不足が一層顕著になることが予想されます。人材不足により、販売機会を逃す場面も出てきており、今後、人材の確保が一層重要になります。

Bell-Park

2007年下期事業方針

新規出店

ソフトバンクのチャネル政策に沿い、新規出店の機会を積極的にうかがうとともに、既存店舗についてもカウンター数の増加等により収益力の拡大を図ります。また、不採算店舗の移転、撤退も検討してまいります。

61店舗(06/12末時点) → 79店舗(07/12末予定)

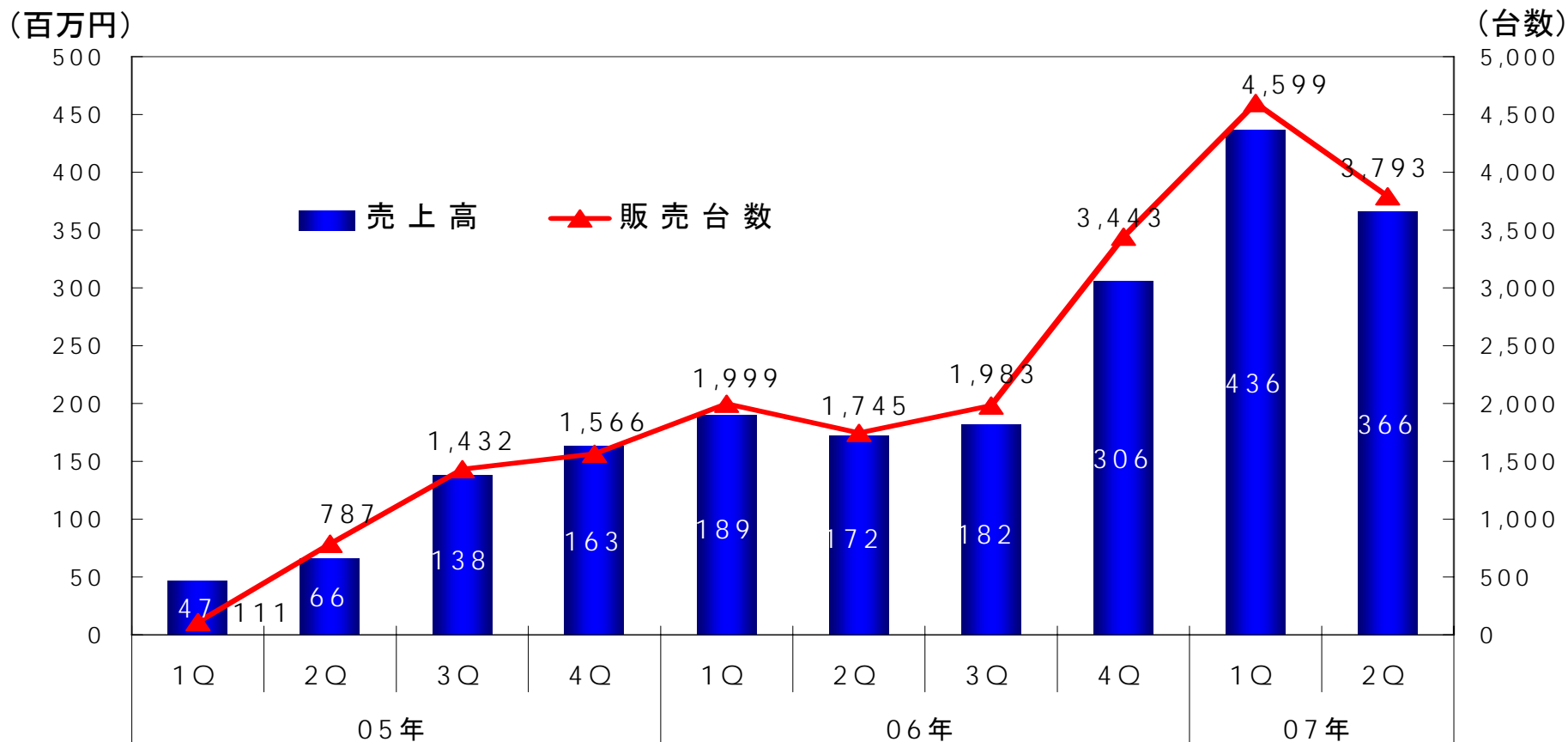


Bell-Park

2007年下期事業方針

法人市場への注力

他代理店との競争が激化してきているものの、今後も大きな成長が期待される法人市場へ引き続き注力します。ソフトバンクから法人市場を意識した料金プランも展開されていることから、最大限に商機を捉えていくべく体制を強化し、販売実績の拡大を図ります。



Bell-Park

2007年下期事業方針

人材の採用・教育強化

通信事業者間の競争激化により、販売代理店各社とも人材不足の状況にあります。販売スタッフの充足率とスキルレベルの違いが収益に大きな影響を与えるため、積極的な採用活動を行うとともに、2007年1月に開設した研修センターでの教育を充実させることでスタッフの定着率向上、レベルアップを図ります。

<研修センターでの講義風景>



Bell-Park

ラグジュアリー・フォン「VERTU」について

2007年6月にVERTU(ヴェルテュ)とラグジュアリー・フォン(高級携帯電話端末)の日本における独立型店舗に関する販売代理店契約を締結しました。

当社グループは、これまで、移動体通信機器販売事業をグループの収益の柱と定め、ソフトバンクモバイルの専売代理店として大きく成長してまいりました。今後は、新たにラグジュアリー・フォンの販売を手がけることによって、事業規模の多角化及び収益構成の多様化を進めてまいります。

なお、ラグジュアリー・フォンの販売開始は2008年秋を予定しており、当期の業績には影響を与えませんが、当下期においても、来年度の販売開始に向け店舗の確保等の準備を進めてまいります。

「VERTU」について

VERTUは、ノキア・コーポレーション(本社:フィンランド エスポー市、社長兼最高経営責任者:オリペッカ・カラスブオ)のラグジュアリー部門で製造される高級携帯電話端末のブランドで、世界のラグジュアリー・フォン市場におけるNo.1ブランドです。

全てのVERTU製品は、イギリスにある工房においてハンド・クラフト(専門職人の手作業による加工・組み立て)で製造され、世界48カ国で展開されている店舗(VERTUの専門店と370以上の高級時計・宝石店および百貨店内店舗)においてのみ販売されています。

VERTUホームページ <http://www.vertu.com>

Bell-Park

IV 2007年通期利益計画

2007年通期利益計画

(百万円)

	2007年上期 実績		2007年通期 8月修正計画	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益
移動体通信機器 販売事業	14,109	1,480	28,200	2,540
人材サービス 事業	889	△2	2,000	20
その他 事業	117	13	250	20
消去又は全社	△75	△229	△150	△480
連結	15,041	1,262	30,300	2,100

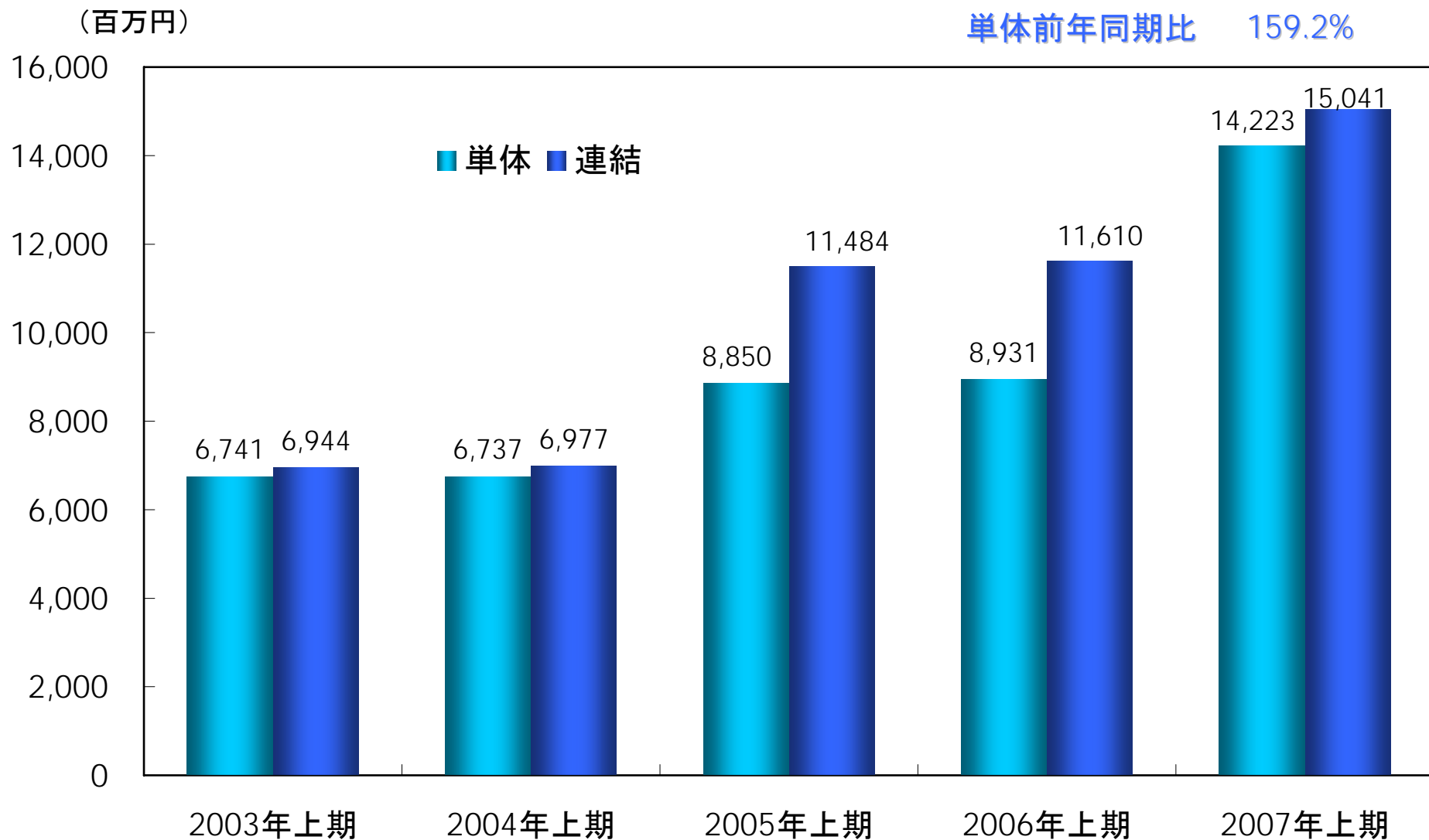
Bell-Park

IV 補足資料

IV-1 財務実績

1. 売上高（連結・単体）

連結前年同期比 129.5%
単体前年同期比 159.2%

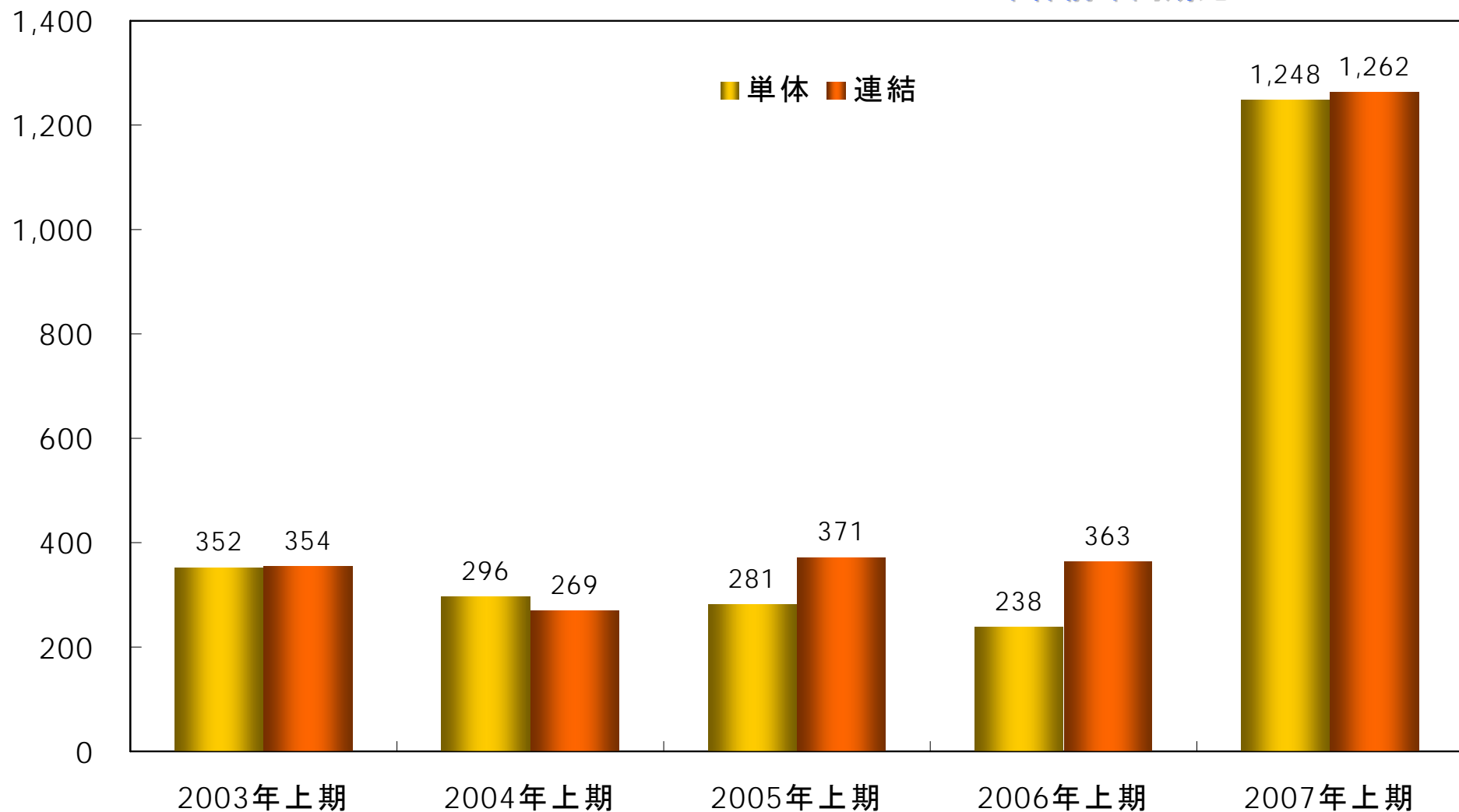


Bell-Park

2. 經常利益（連結・単体）

(百万円)

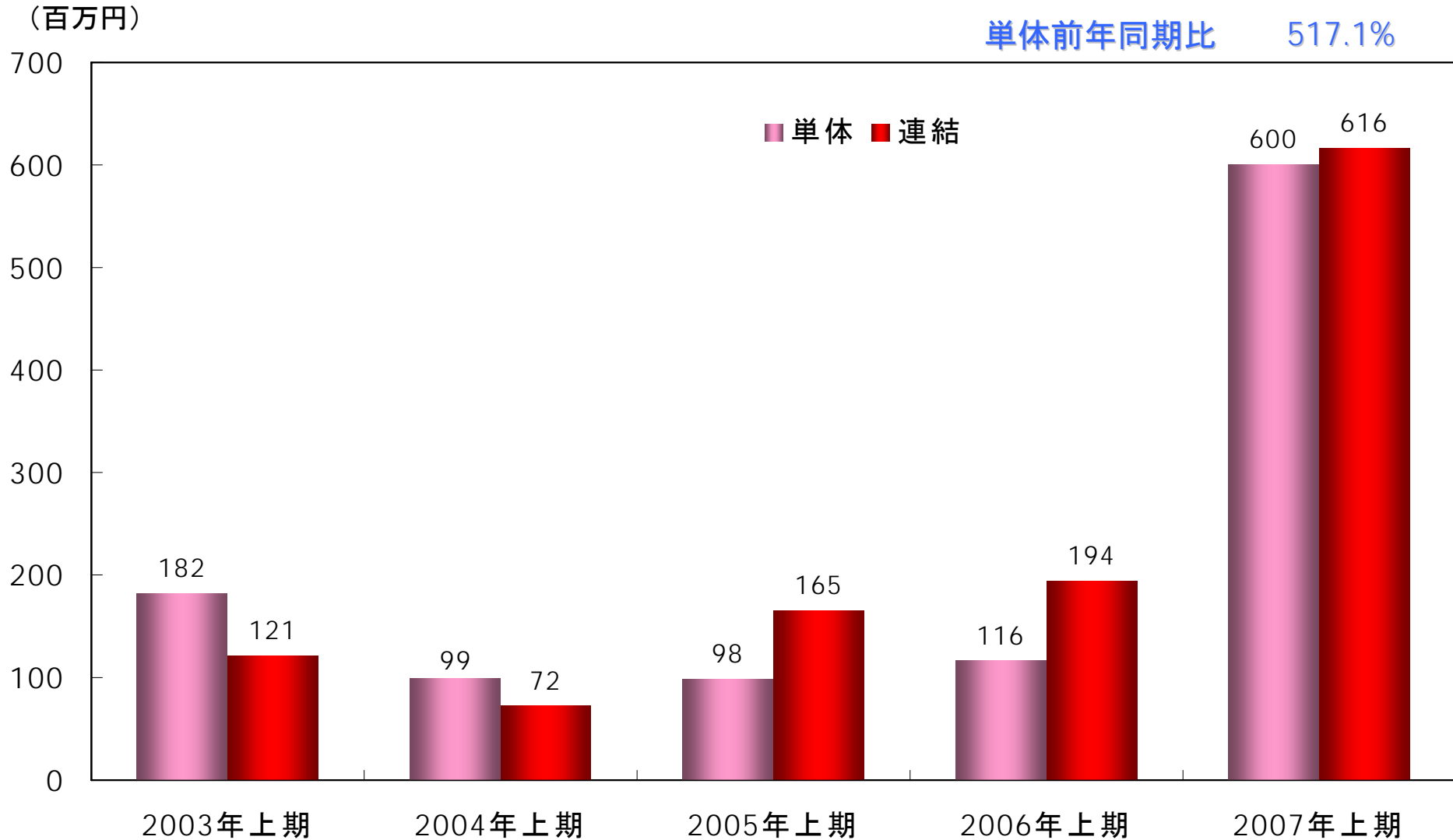
連結前年同期比 346.9%
単体前年同期比 523.9%



Bell-Park

3. 中間純利益（連結・単体）

連結前年同期比 316.4%
単体前年同期比 517.1%

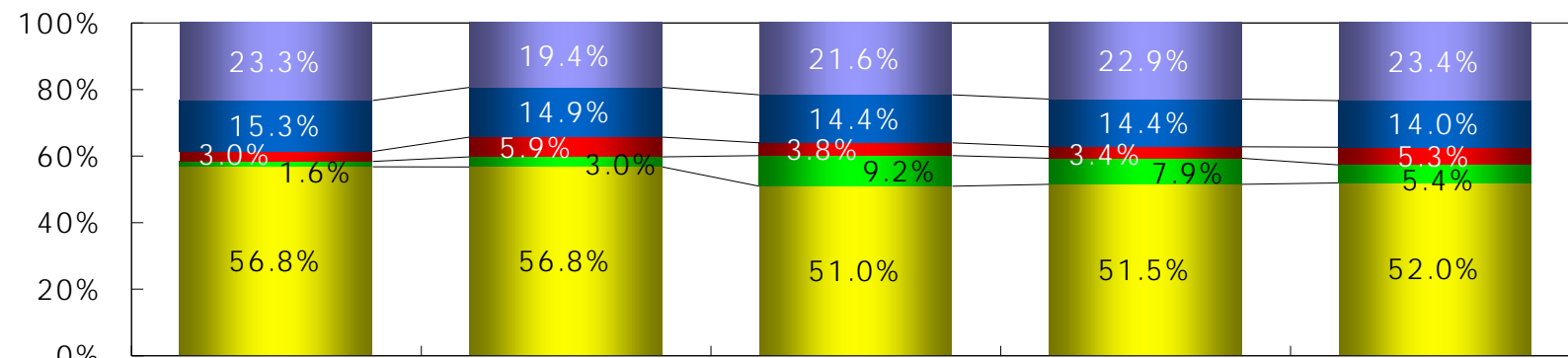
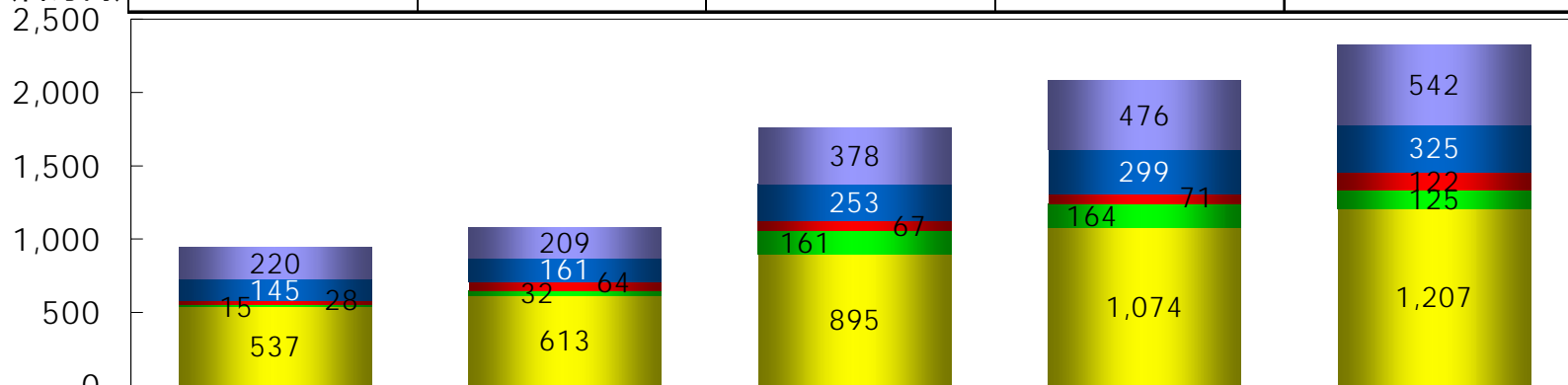


Bell-Park

4. 販売管理費（連結）

2003年上期	2004年上期	2005年上期	2006年上期	2007年上期	決算期
1,292	1,339	2,123	2,443	3,586	売上総利益(百万円)
537	613	895	1,074	1,207	人件費(百万円)
946	1,080	1,755	2,086	2,324	販売管理費(百万円)
2.40	2.19	2.37	2.27	2.97	売上総利益 ／人件費
1.37	1.24	1.21	1.17	1.54	売上総利益 ／販売管理費

(百万円)

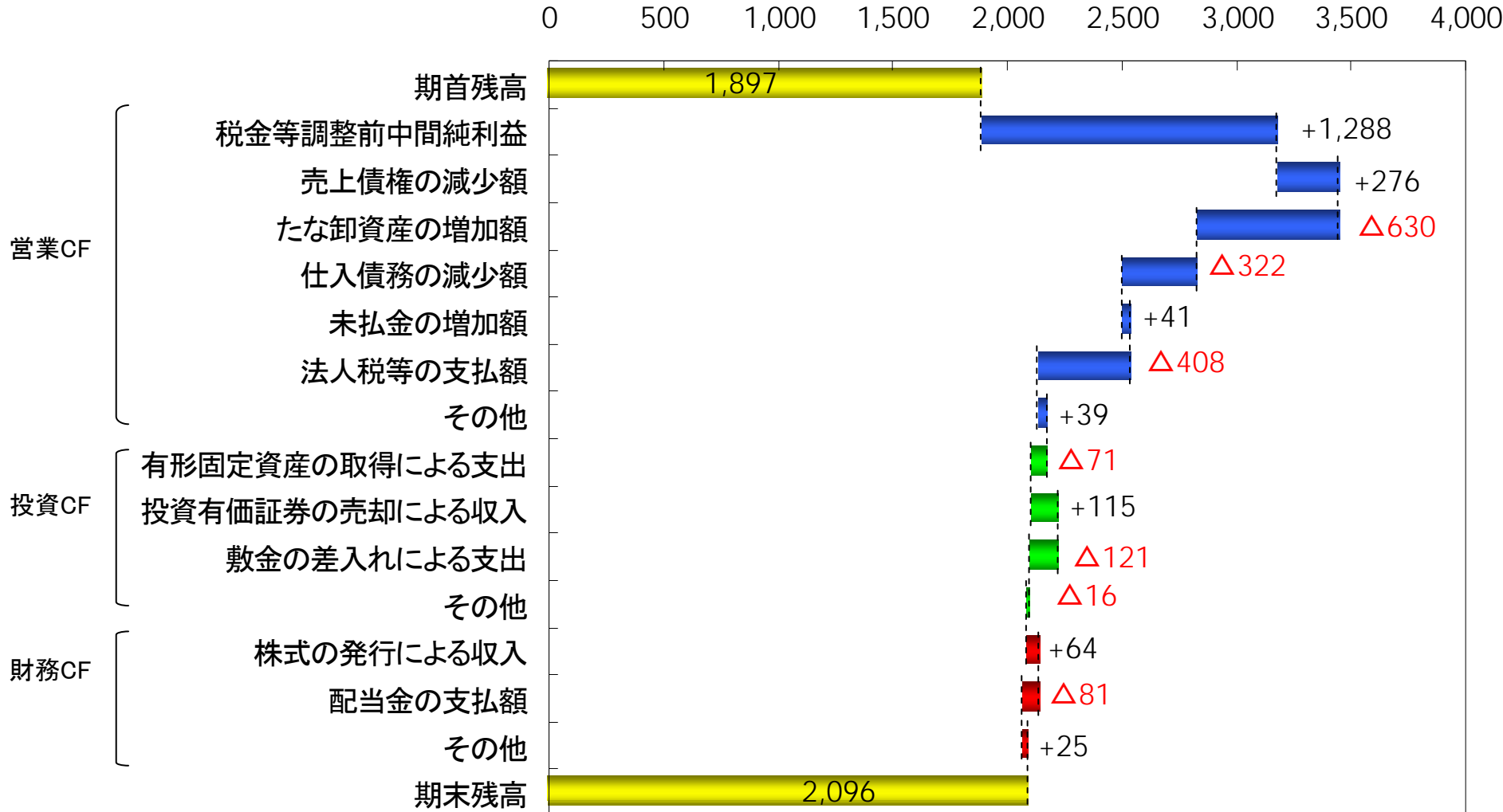


- その他
- 地代家賃
- 広告宣伝費
- 業務委託費
- 人件費

Bell-Park

5. キャッシュ・フロー内訳（連結）

(百万円)

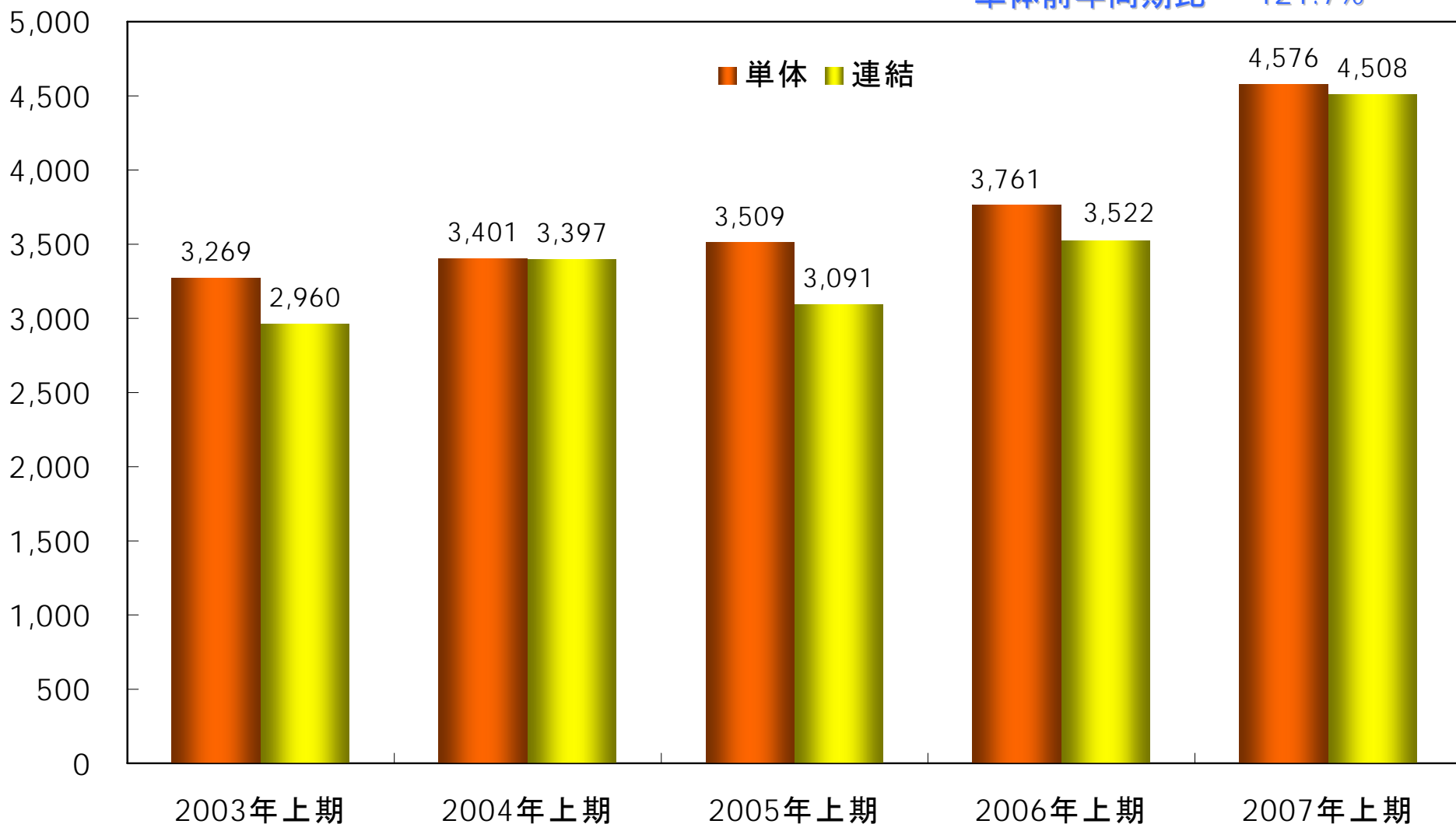


Bell-Park

6. 純資産（連結・単体）

(百万円)

連結前年同期比 128.0%
単体前年同期比 121.7%



Bell-Park

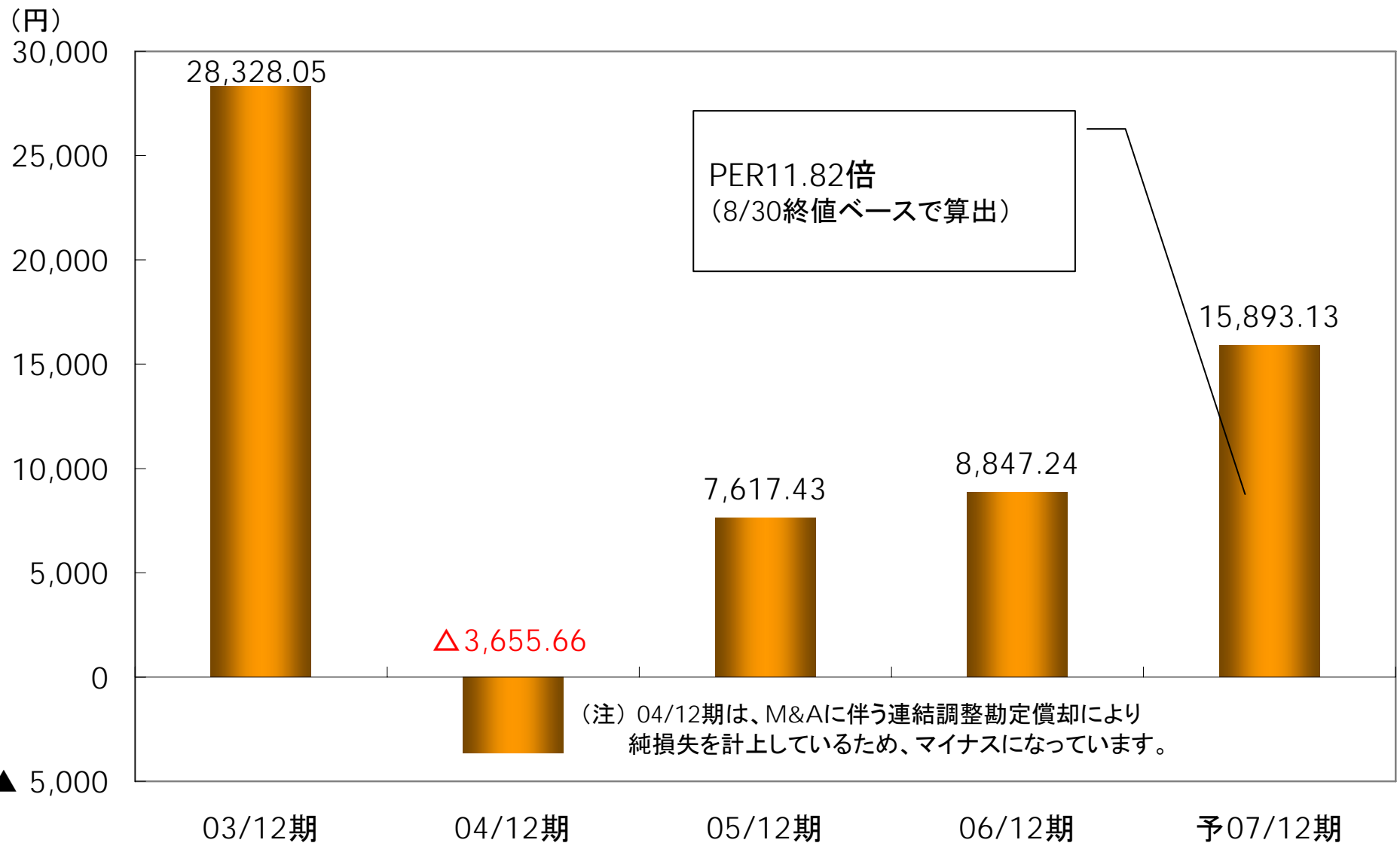
7. 財務指標（連結）

		2003年上期	2004年上期	2005年上期	2006年上期	2007年上期
収益性	総資産経常利益率	15.1%	10.2%	11.2%	11.4%	30.9%
	自己資本当期純利益率	8.3%	4.2%	10.8%	11.3%	29.4%
	キャッシュフロー・マージン	2.0%	3.6%	*—	*—	1.9%
	売上高総利益率	18.6%	19.2%	18.5%	21.1%	23.8%
	売上高経常利益率	5.1%	3.9%	3.2%	3.1%	8.4%
効率性	総資産回転率(回/年)	2.97	2.65	3.47	3.65	3.68
	売上債権回転日数(日)	35.2	36.6	34.5	33.8	34.3
	在庫回転日数(日)	11.7	18.2	19.6	21.2	20.7
安全性	自己資本比率	65.2%	67.2%	48.4%	59.6%	52.7%
	流動比率	247.7%	265.4%	158.9%	196.5%	176.9%

*営業活動によるキャッシュ・フローがマイナスの値であるため、算出しておりません。

Bell-Park

8. 1株当り当期純利益推移

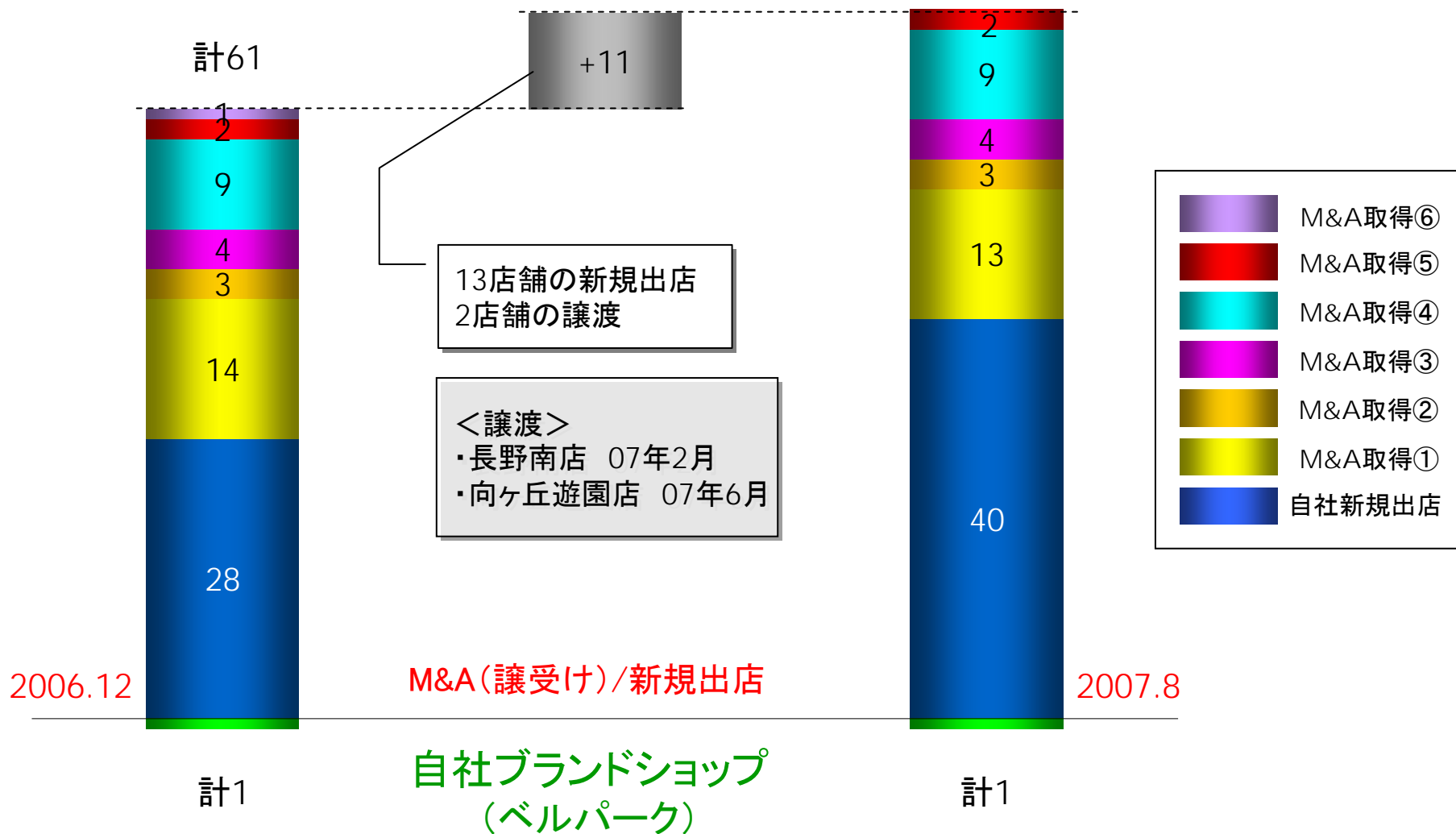


V 補足資料

V-2 營業実績(移動体通信機器販売事業)

1. 店舗数増減

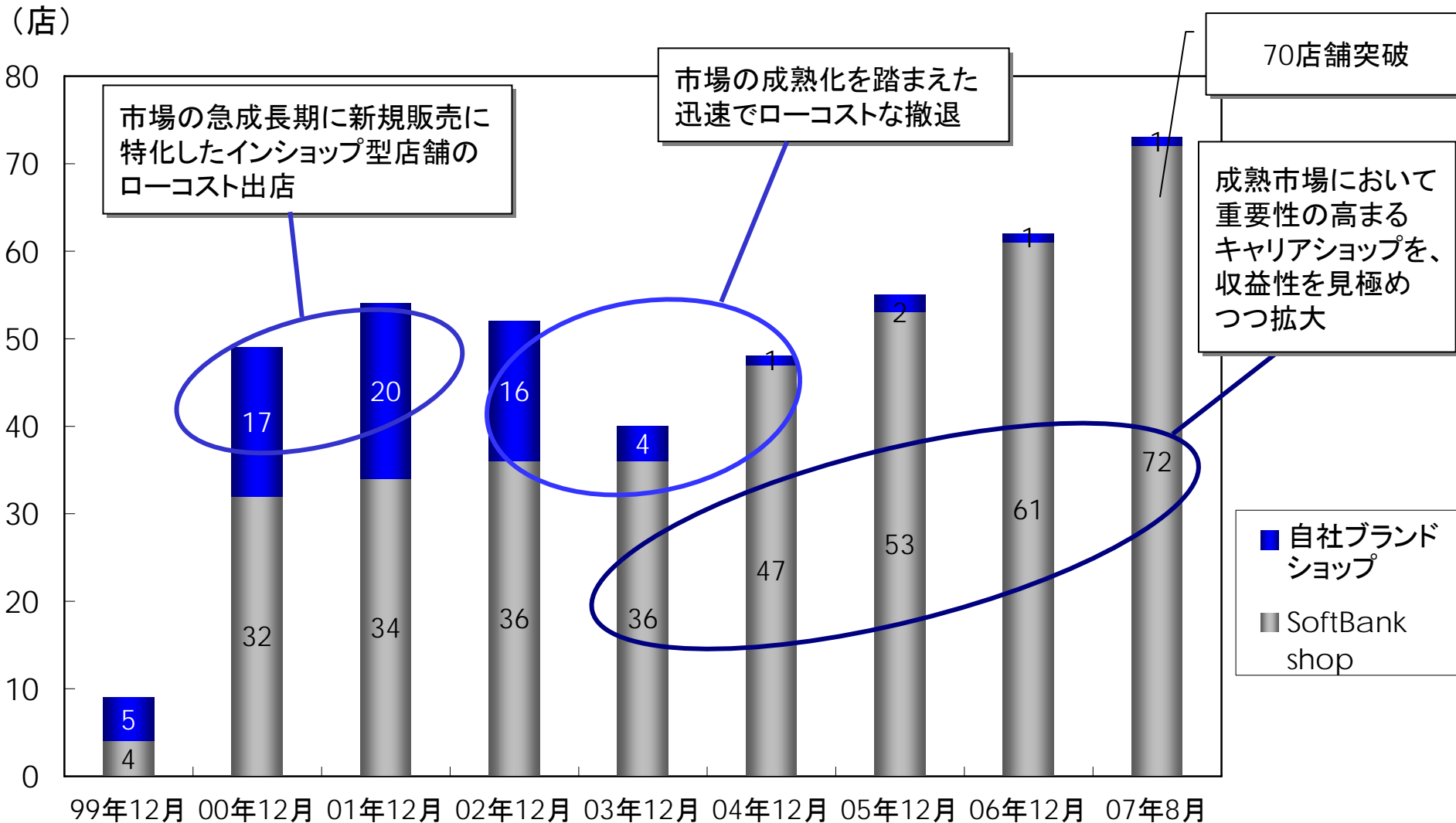
SoftBank shop



Bell-Park

2. 店舗数推移

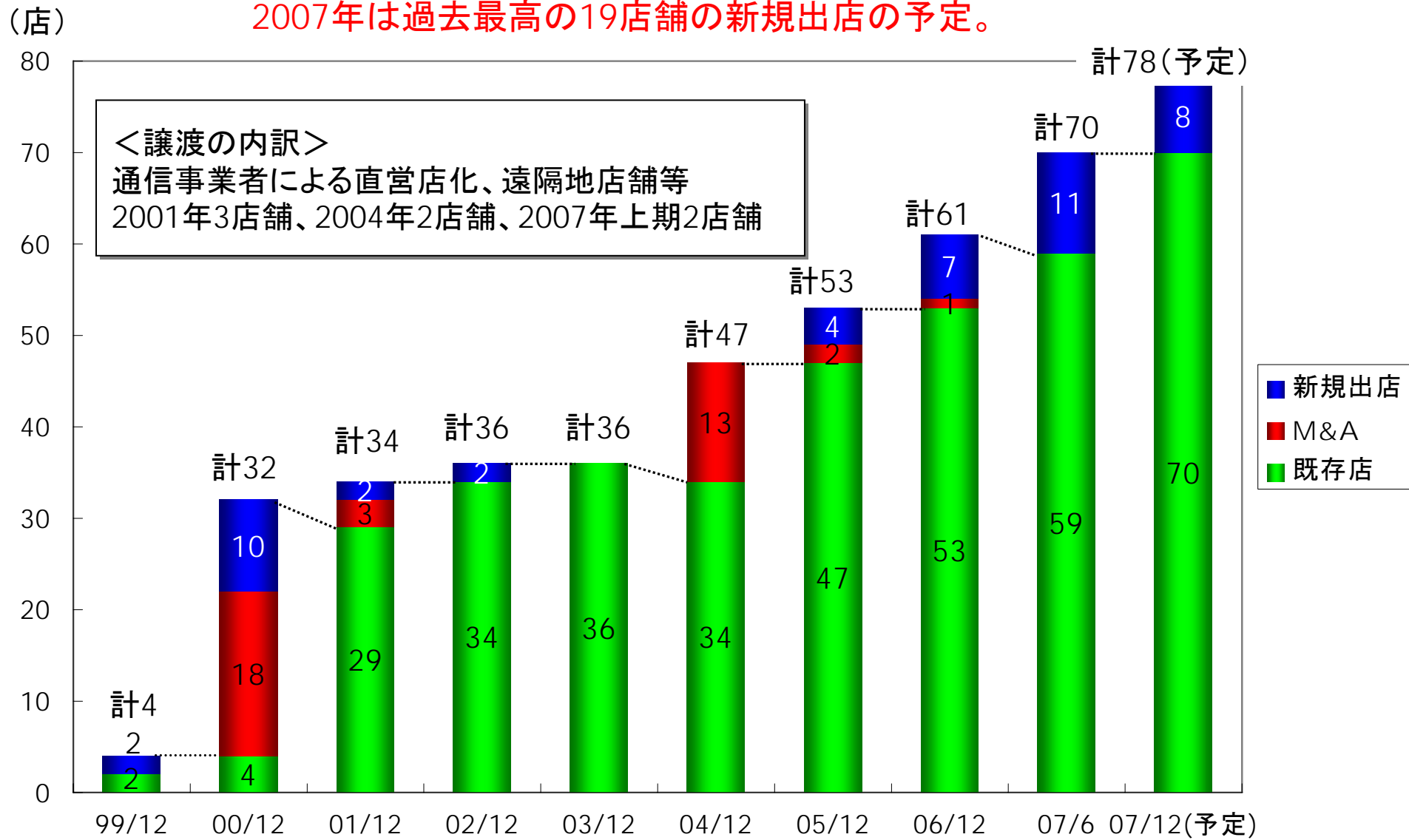
ニーズの変遷と事業採算を踏まえて、キャリア・ショップに特化へ。



Bell-Park

3. SoftBank Shop数推移 (内訳)

2007年は過去最高の19店舗の新規出店の予定。



4. 店舗網

1都7県に「SoftBank shop」を72店、
「自社ブランドショップ」を1店展開。
(2007年8月末現在)



関東圏店舗数

	SoftBank shop	自社ブランドショップ
東京都	37	0
神奈川県	4	0
千葉県	9	0
埼玉県	10	0
小計	60	0

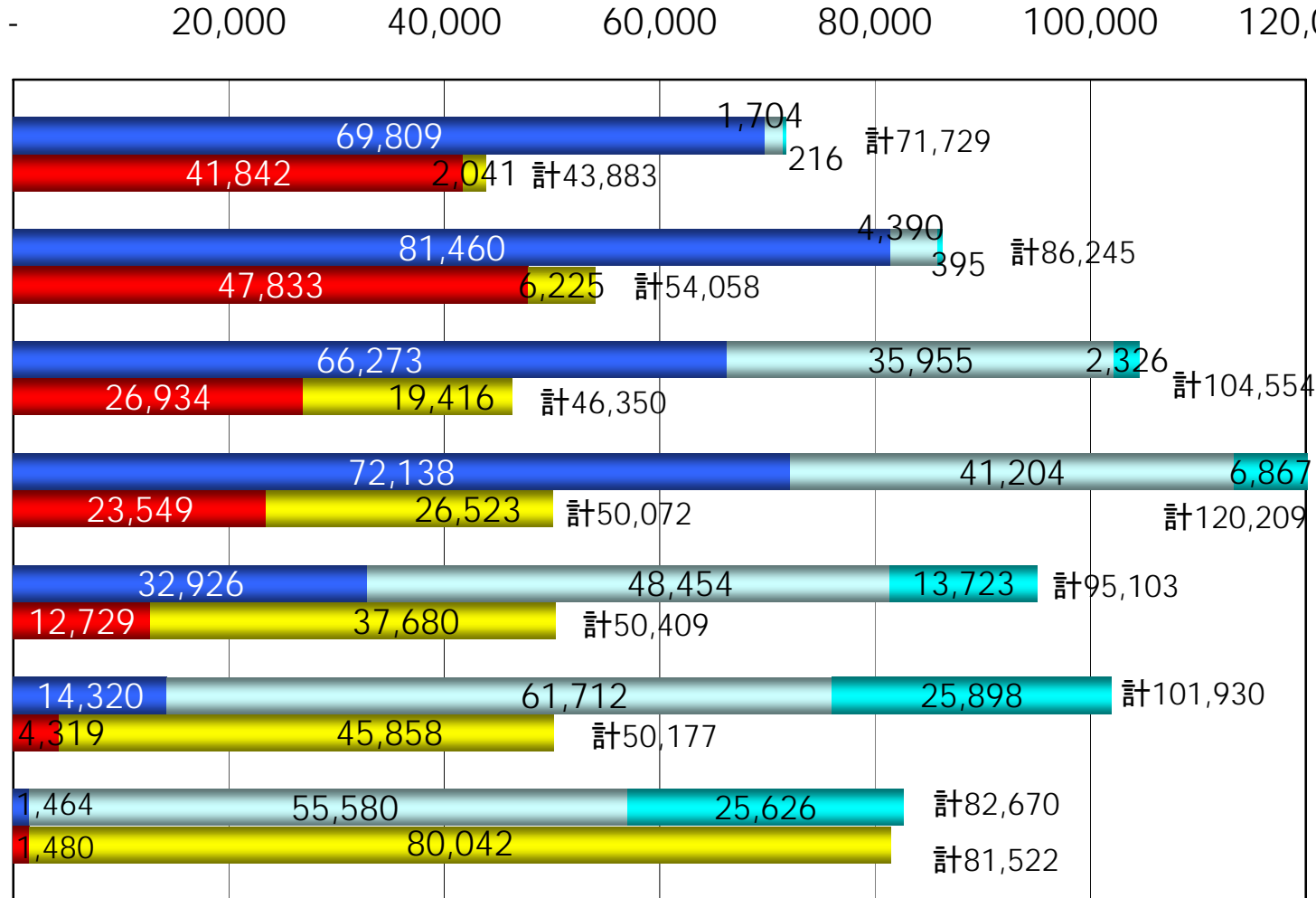
東海圏店舗数

	SoftBank shop	自社ブランドショップ
愛知県	6	1
静岡県	1	0
岐阜県	1	0
三重県	4	0
小計	12	1

5. 販売台数推移

■ 新規販売2G ■ 新規販売3G ■ 機種変更2G ■ 機種変更3G ■ *3G買い増し

新規販売を
(台) 1とした際の機種
変更の指数

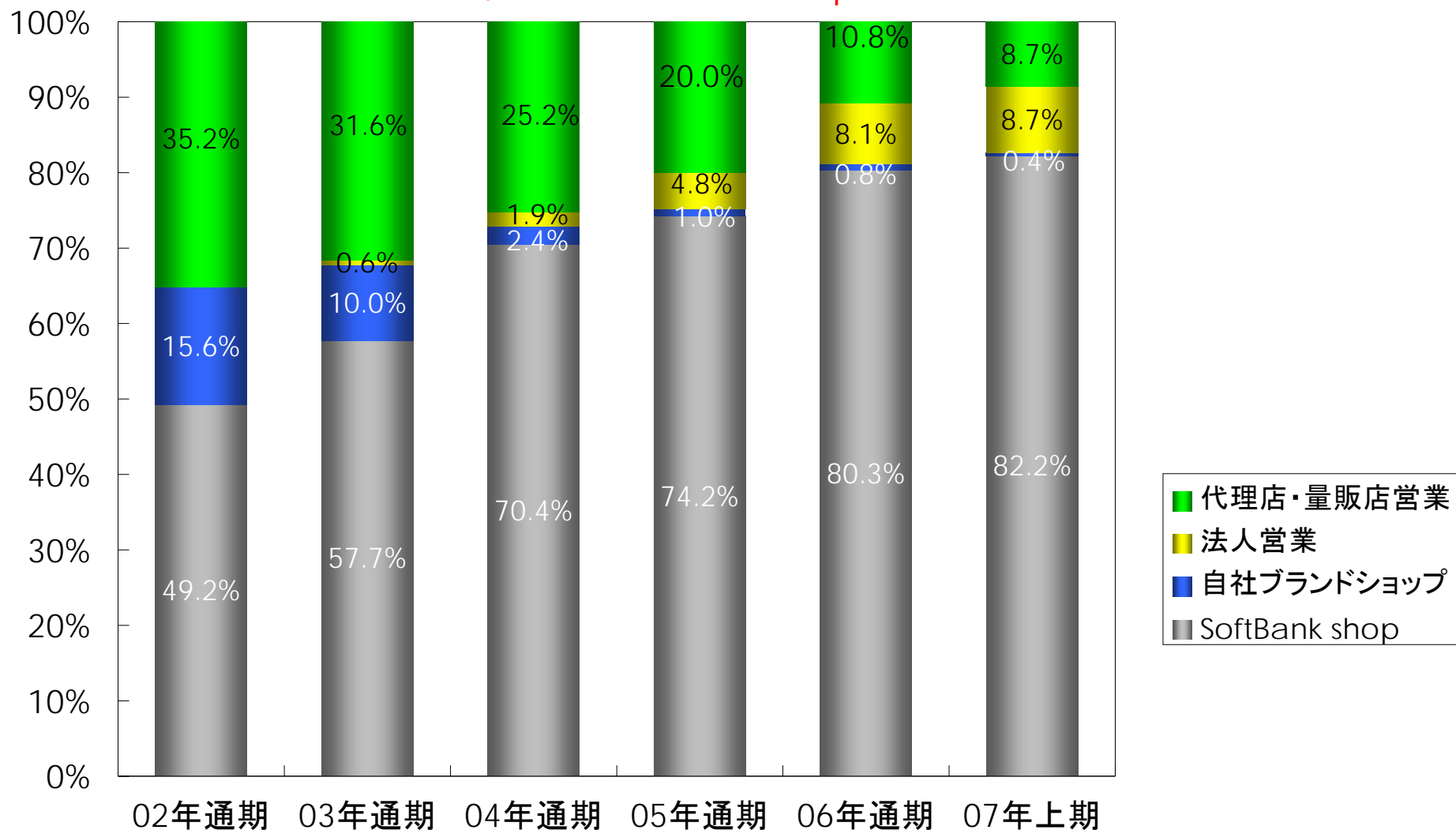


*3G買増とは、既にソフトバンクの携帯電話を契約されているお客様が、端末だけを追加で購入することを指します。

Bell-Park

6. 新規販売台数チャネル構成比推移

法人営業と SoftBank Shop に注力。



7. 人材採用・教育の状況

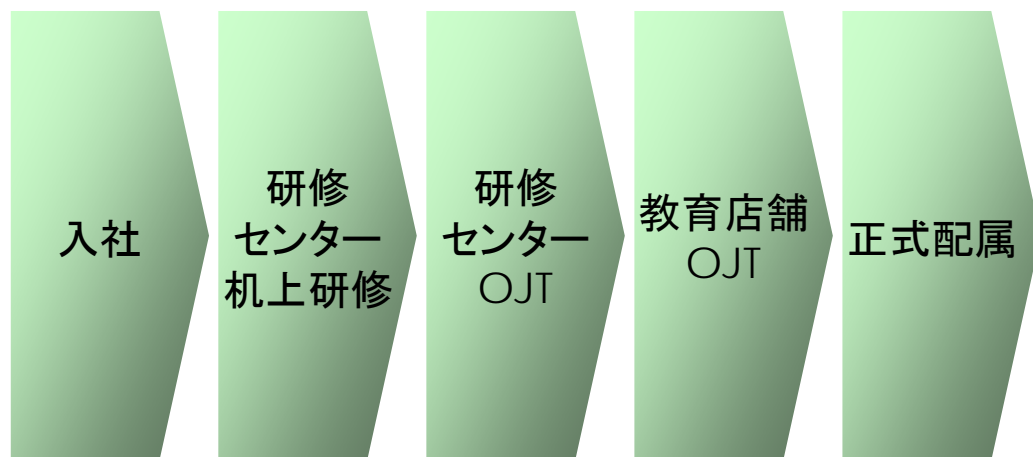
1. 人材の採用状況(ショップ部門)

	06年上期	07年上期
SoftBank shop 店舗数	58店舗	70店舗
採用人数	91名	185名

2. 雇用区分別の採用状況(ショップ部門)

	06年上期	07年上期
正社員	15名	46名
契約社員	16名	29名
アルバイト	60名	110名

3. 人材教育のフロー



(参考: 研修センターでの研修風景)



Bell-Park

➤ 決算発表

第3四半期 : 2007年 10月31日(水)
 通期 : 2008年 2月14日(木)

➤ ベルパークの月間販売台数速報値

毎月10営業日までに前月の販売実績を以下のサイトで発表しております。

<http://www.bellpark.co.jp/ir/salesdata.php>

月次販売実績

| [2007](#) | [2006](#) | [2005](#) | [2004](#) | [2003](#) | [2002](#) | [2001](#) |

株式会社ベルパークにおけるソフトバンク携帯電話(*)の販売実績台数(速報値)です。

※ 速報値は、原則第10営業日までに更新します。販売台数については正確な数値が判明次第、修正されることがあります。あらかじめご了承ください。

2007 年度	新規契約					機種交換				
	販売台数(台)			前期比	累積前 年比	販売台数(台)			前期比	累積前 年比
	2G	3G	合計	(%)	(%)	2G	3G	合計	(%)	(%)
1月	358	11,995	12,353	153.3	-	515	16,169	16,684	89.7	-
2月	325	11,314	11,639	158.7	-	312	12,102	12,414	97.5	-
3月	252	17,190	17,442	153.8	155.0	170	14,324	14,494	84.1	89.8
4月	243	14,973	15,216	178.9	-	207	13,630	13,837	87.3	-
5月	200	12,388	12,588	167.6	-	145	11,322	11,467	81.4	-
6月	102	12,182	12,284	160.3	161.7	115	13,829	13,944	84.0	87.1
7月	111	16,158	16,269	189.5	-	185	16,583	16,768	94.8	-

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が変動する可能性があります。

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

Bell-Park