

2008年3月期 中間決算説明会

2007年10月26日
NECモバイルリング株式会社

本資料についての注意:

本資料に記載されているNECモバイリング株式会社の現在の戦略、計画、認識などのうち、将来の業績等に関する見通しは、リスクや不確定な要因を含んでおります。

実際の業績はさまざまな要因により、見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知ください。

実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、当社の事業領域を取り巻く経済情勢・社会的動向、当社の提供する製品やサービスに対する需要動向や競争激化による価格下落圧力、顧客の求めに応じることの出来る技術能力などです。

なお、業績に影響を与えうる要因はこれらに限定されるものではありません。

※「ファミ割MAX50」「ひとりでも割50」「オフィス割MAX50」は株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモの商標です。

※「誰でも割」はKDDI株式会社の商標です。

※「ブループラン」「オレンジプラン」「スーパーボーナス」はソフトバンクモバイル株式会社の商標です。

※その他全てのブランド名、製品名および会社名等は各社の商標または登録商標です。本文中には「TM」、「R」などのマークは記載していません。

目次

1. 2008年3月期 中間期決算概要

事業環境

主要成果

中間期業績概要

中間期セグメント別業績

2. 2008年3月期 事業展開

通期事業環境

通期業績予想

事業戦略

1. 2008年3月期 中間期決算概要

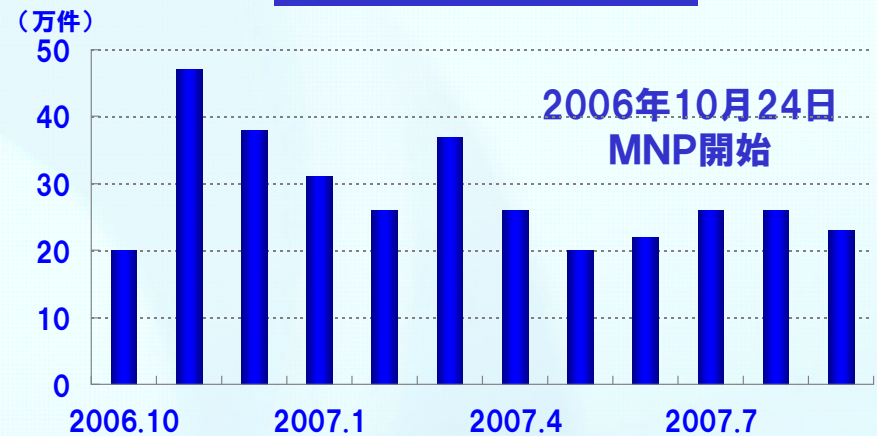
事業環境

事業環境 ①MNP導入による市場変化

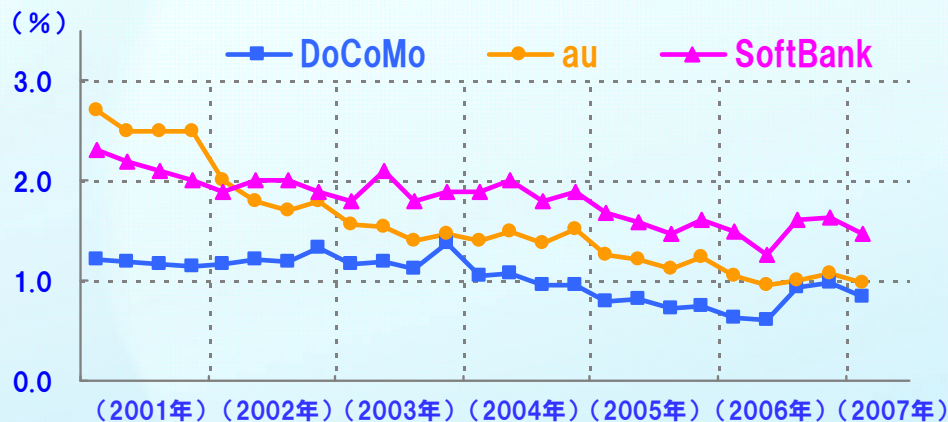
市場動向

- MNP利用者数は導入時に比べ減少するも、一定の需要を維持
- 解約率は再び減少傾向へ
- 事業者シェアはKDDI・ソフトバンクが躍進し、ドコモは漸減傾向が継続
- 純増シェアではソフトバンクが直近5ヶ月連続でNo.1を獲得するなど大きく変動

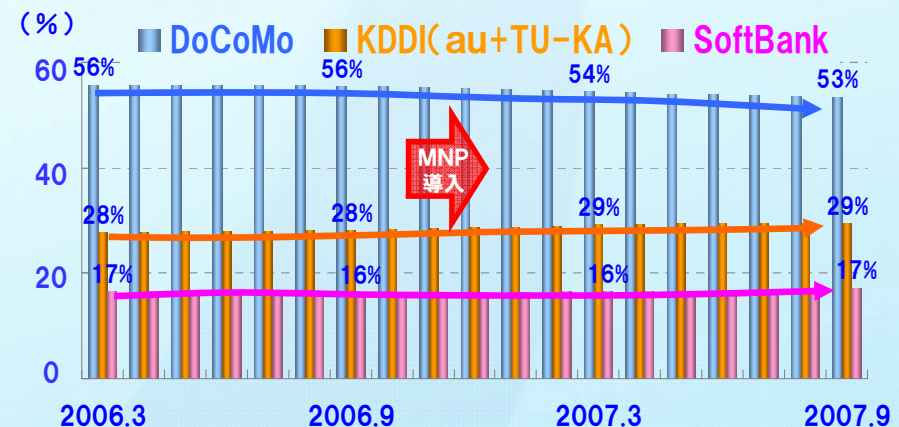
MNP利用件数



携帯電話解約率



携帯電話契約数シェア



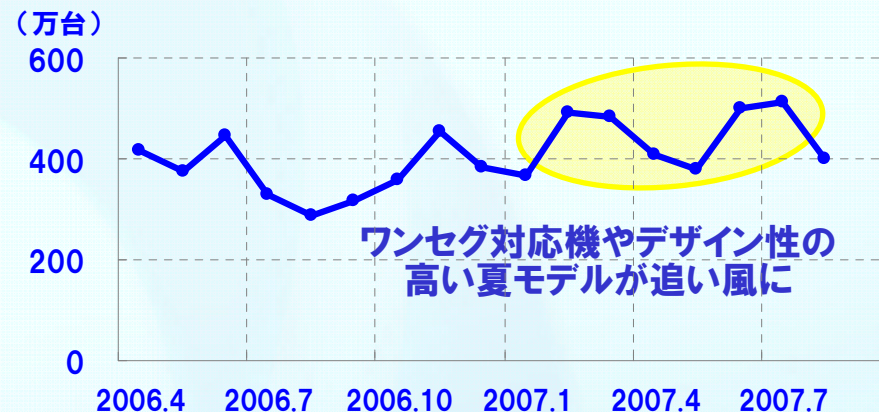
(出典:TCA [イー・モバイルを除く]、各社IR資料 他)

事業環境 ②事業者による市場の活性化

市場動向

- 魅力的な端末投入による出荷台数及び販売台数の増加
- 事業者による期間拘束型料金プラン導入で料金プラン変更需要が増加

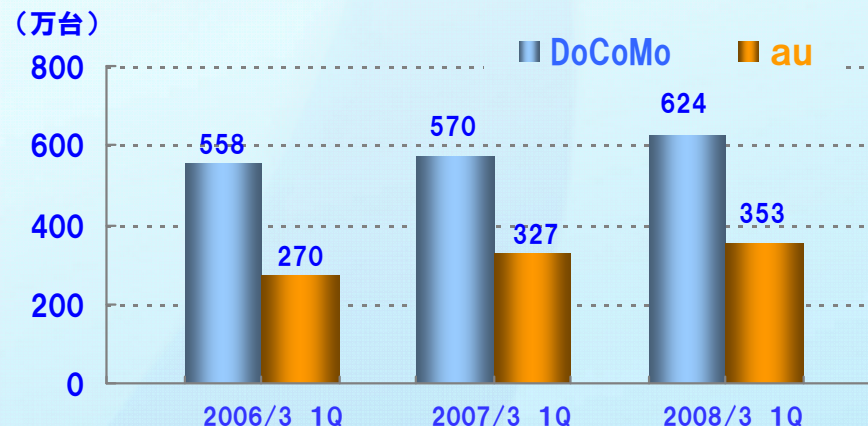
携帯電話出荷台数



新料金サービスの導入

- 2年契約で基本使用料半額へ
 - DoCoMo : 「ファミ割MAX50」
「ひとりでも割50」
「オフィス割MAX50」
 - au : 「誰でも割」
 - SoftBank: ブルー/オレンジプランで上記と同様のプランを導入

携帯電話販売台数



(出典: JEITA、各社IR資料)

主要成果

主要成果

- 前年同期比増収増益を達成
- 事業構造改革の推進
 - － 公共モバイル事業を事業譲渡(4月1日)
- 次世代育成支援対策の取組み
 - － 神奈川県で次世代育成支援に取り組む企業第1号に認定(5月7日)
 - ・ 次世代育成支援対策推進法に基づく「認定」マークを取得



主要成果

■ モバイルセールス事業の基盤強化

- 販売チャネルの拡充
 - ・ 九州地区での広域販売店事業の着実な拡大
- 店舗整備の推進（新規:6店舗、移転:2店舗、改装:4店舗*）
- ショップ事業と他業種とのコラボレーション推進

■ 業容拡大、新事業への積極的取組み

- 法人市場の開拓
 - ・ itsmoSaver（契約数:177社）、モバイルセントレックス
- ASP事業ケータイサラダの堅調な伸び（契約数:797件）
- V1-Generateシステムの拡大（販売件数 前年同期比+38%）
- GROBKIDSの10号店目をオープン（9月）



ドコモスポット河辺とうきゅう店
サーティワンアイスクリーム河辺とうきゅう店

（※携帯電話ショップ 直営店のみ）

mobiling
NECモバイルリング

中間期業績概要

中間期業績概要 ①全般的概況

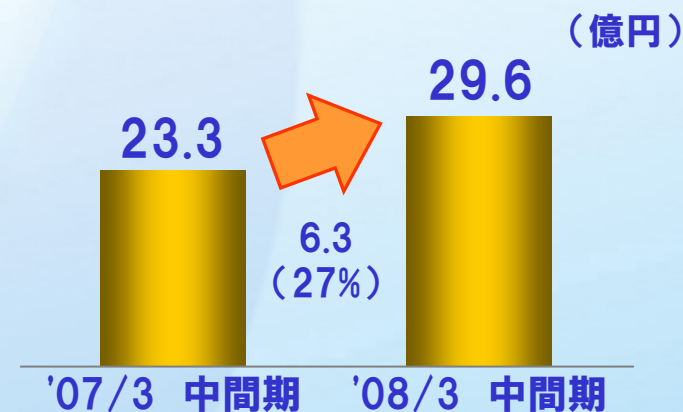
売上高

- ・ 販売チャネルの拡充、新料金プラン変更需要の取り込み
- ・ 公共モバイル事業の事業譲渡による減少
- ・ 前年同期比増収を達成(継続事業ベースでは実質4%の増加)



営業利益

- ・ ショップ事業および基地局整備関連売上の増加
- ・ 業務プロセス改善による原価低減、費用効率化



中間期業績概要 ②経営成績

単位：億円、%、人

	2007/3 中間期実績	2008/3 中間期前回 予想(10/15)	2008/3 中間期実績	前回予想 (10/15) 差異	前年同期比
売上高	597	602	602	0	+1%
営業利益 (利益率%)	23.3 (3.9%)	29.0 (4.8%)	29.6 (4.9%)	0.6 —	+27% —
経常利益 (利益率%)	23.0 (3.8%)	30.0 (5.0%)	30.4 (5.1%)	0.4 —	+32% —
中間純利益 (利益率%)	13.1 (2.2%)	17.4 (2.9%)	17.5 (2.9%)	0.1 —	+33% —
ROE (%)	10.7%	—	12.8%		
フリー・キャッシュ・フロー	24.2	—	-1.1		
一株当り中間配当金	22.50円	—	27.50円		
期末従業員数(人)	1,125人	—	1,034人		

中間期業績概要 ③業績予想との差異

< 当初予想(5/14)と修正予想(10/15) >

単位:億円、%

	実績	修正予想(10/15)		当初予想(5/14)	
			差異		差異
売上高	602	602	+0	580	+22
			+0%		+4%
営業利益	29.6	29.0	+0.6	24.0	+5.6
			+2%		+24%
経常利益	30.4	30.0	+0.4	24.5	+5.9
			+1%		+24%
中間純利益	17.5	17.4	+0.1	13.8	+3.7
			+0%		+27%

中間期業績概要 ④フリー・キャッシュ・フロー

	2008/3 中間期実績	前年同期比
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税前利益	30.4	7.4
減価償却費	3.9	0.5
売上債権(増)減	63.5	8.9
棚卸資産(増)減	3.5	4.9
未収入金(増)減	40.4	22.1
仕入債務増(減)	-66.9	-18.0
未払費用増(減)	-35.2	-29.6
法人税の支払	-16.8	-2.4
その他	1.0	4.2
小計	23.8	-2.0
投資活動によるキャッシュ・フロー		
固定資産取得	-5.6	-1.8
投資有価証券取得	-20.1	-20.1
営業譲渡に伴う収入	0.9	-1.4
その他	-0.1	0.1
小計	-24.9	-23.2
フリー・キャッシュ・フロー	-1.1	-25.2

単位:億円

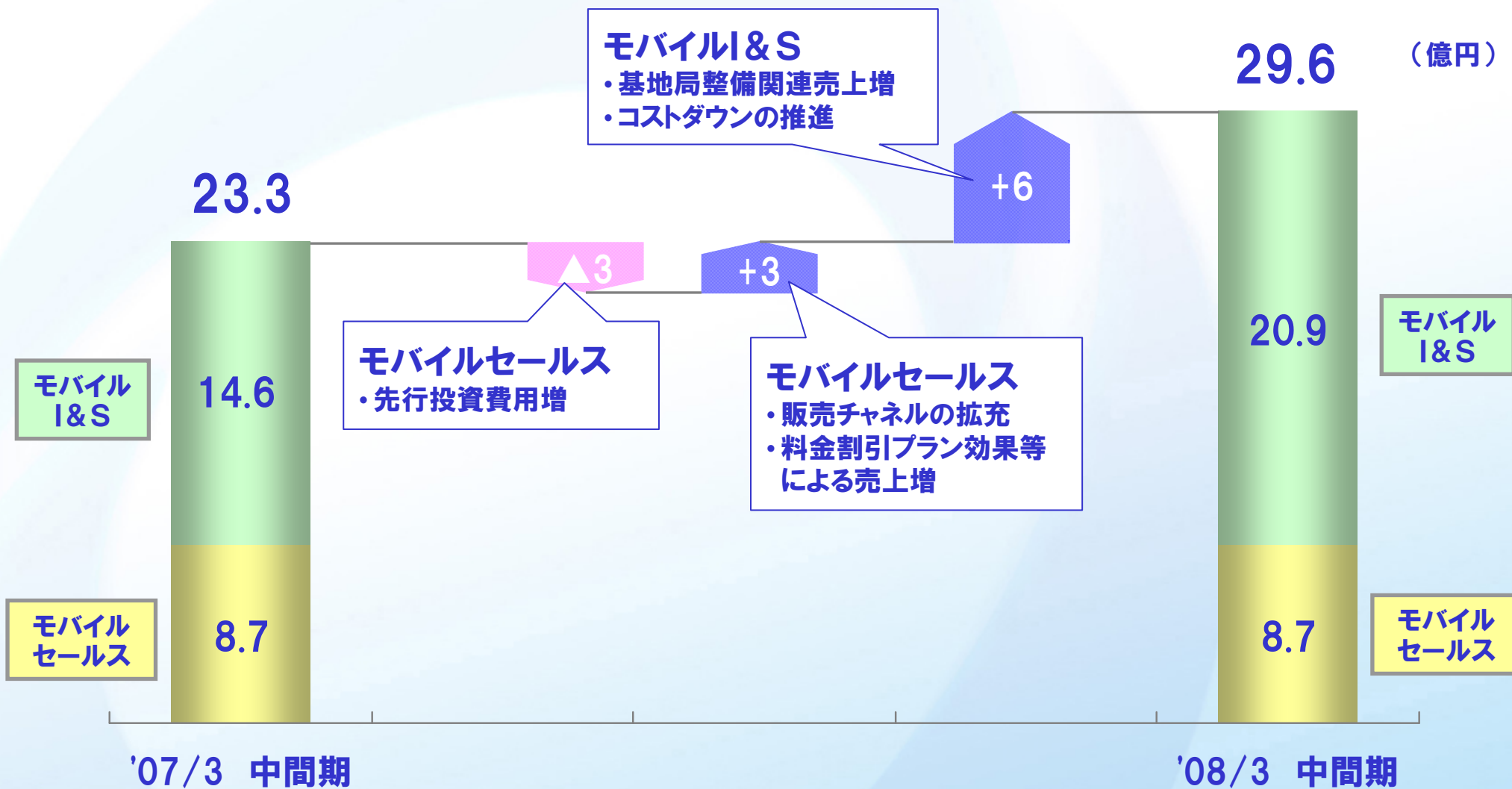
中間期セグメント別業績

中間期セグメント別業績 ①売上高・営業利益

単位:億円、%

	2007/3 中間期実績	2008/3 中間期実績	前年同期比	
			2007/3 前年同期実績	増減率
売上	597	602	5	+1%
モバイルセールス	474	499	25	+5%
モバイルI&S	123	103	▲ 20	▲17%
営業利益	23.3	29.6	6.3	+27%
(利益率%)	(3.9%)	(4.9%)	—	—
モバイルセールス	8.7	8.7	0.0	+0%
(%)	(1.8%)	(1.7%)	—	—
モバイルI&S	14.6	20.9	6.3	+43%
(%)	(11.9%)	(20.3%)	—	—

中間期セグメント別業績 ②営業利益増減要因



中間期セグメント別業績 ③モバイルセールス事業

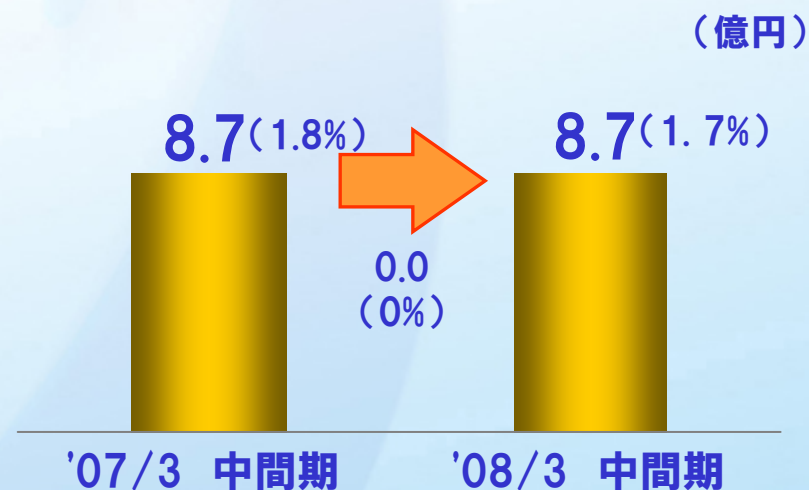
売上高

- ・ 販売チャネルの拡充など積極的な携帯電話の拡販
- ・ 事業者の新料金プラン導入によるプラン変更需要の取込み
- ・ コンテンツ販売など新事業への積極的な取組み



営業利益

- ・ 将来の成長に向けた先行投資費用の増加
- ・ 売上高の増加や事業効率の改善



中間期セグメント別業績 ③モバイルセールス事業

携帯電話販売台数推移



売上高推移(ショップ事業のみ)



(※携帯電話販売以外のショップ事業も含む)

中間期セグメント別業績 ④モバイル&S事業

売上高

(億円)

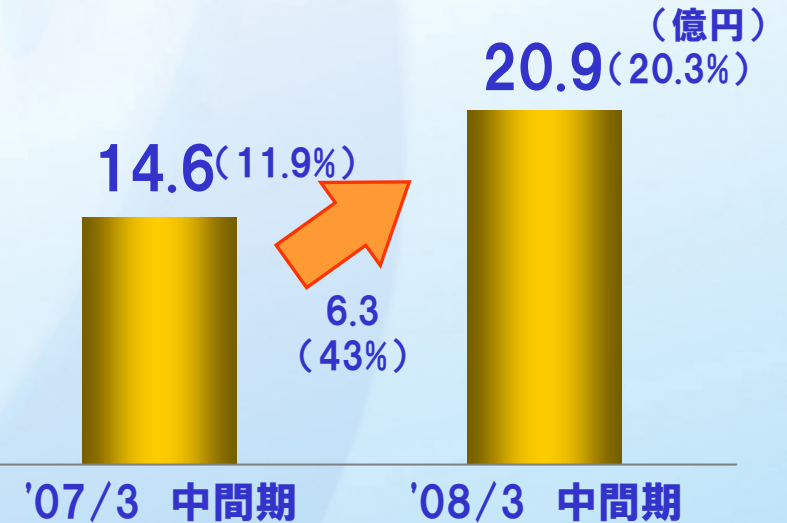
- ・ 通話品質改善に向けた基地局整備
関連事業の増加
- ・ 公共モバイル事業の譲渡による減少



営業利益

(億円)

- ・ 基地局整備関連事業の売上増
- ・ 業務プロセス改善や生産革新の強化
などによるコストダウンの推進



2. 2008年3月期 事業展開

通期事業環境

■ モバイルビジネス活性化プランの影響

- 端末流通制度変更は、2010年に向け穏やかに進む
 - ・ 2007年下期に各事業者が分離プラン導入の見込み

■ モバイルブロードバンドの進展

- HSDPAのエリアの充実及び対応端末の本格普及

通期事業環境 ②モバイルネットワーク動向

モバイルのブロードバンド化が進展

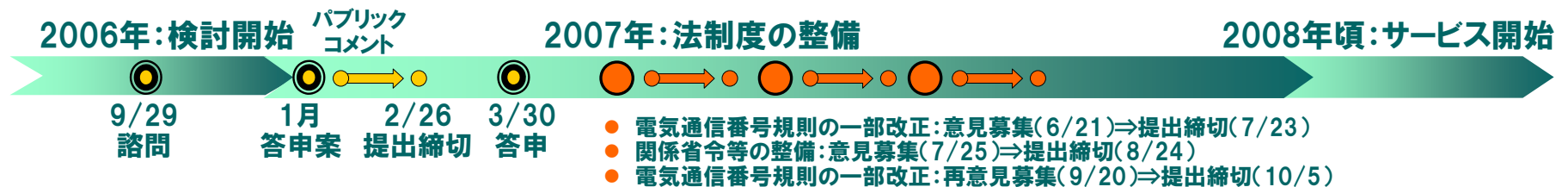
	2006年度	2007年度	2008年度
	<div style="text-align: center;"> 3G → 3.5G </div>		
DoCoMo	<ul style="list-style-type: none"> ★HSDPA (3.6Mbps) 	<ul style="list-style-type: none"> ★全国主要都市のエリア化完了全国カバー率約70%達成 	<ul style="list-style-type: none"> ★全国カバー率約80% ☆全国カバー率約90%以上を予定
		<ul style="list-style-type: none"> ★PC向けパケット定額プランの提供<10月> ☆秋冬端末:HSDPA、ワンセグ、国際ローミング(3G/GSM)標準搭載 	<ul style="list-style-type: none"> ☆HSPA ☆冬端末:HSPA
		<ul style="list-style-type: none"> ★SUPER3G 開発開始..... 	
KDDI/au	<ul style="list-style-type: none"> ★EV-DO Rev.A (1.8Mbps) 	<ul style="list-style-type: none"> ★「au one」ポータル提供 	<ul style="list-style-type: none"> ☆ウルトラ3G (KDDI、固定網との融合)
SoftBank	<ul style="list-style-type: none"> ★HSDPA 	<ul style="list-style-type: none"> ★Femto Cellを使用した通信システムの無線実証実験中<2007年6月~12月> 	
EMOBILE		<ul style="list-style-type: none"> ★HSDPA データ通信 (東名阪及び北海道・東北・中国・九州地域の一部でサービス提供中) 	<ul style="list-style-type: none"> ☆HSDPA 音声通信 (NTTドコモとローミング) <2008年3月>
		<ul style="list-style-type: none"> ★モバイルIP電話を公式に採用 	

通期事業環境 ③FMCサービス導入に向けて

対象とするFMCサービス(総務省答申)

「網形態、通話料金、通話品質などを問わず、既存番号の指定を受けている移動網や固定網を複数組み合わせ、1ナンバーでかつ1コールで提供されるサービス(ただし、電話として最低限の通話品質は確保していることが必要。)」とすることが適当。

具体的な検討スケジュール(総務省)



具体的なサービスイメージと事業者の取り組み

無線LANデュアル、Femto Cellなどを活用したブロードバンド・固定電話と携帯電話の融合したサービス

DoCoMo :コンシューマー向け無線LAN端末を提供予定

:Femto Cell基地局を開発、2007年秋より商用開始

au :固定と携帯の一体化サービスを「au one」のブランドとしてFMCの体制を強化

SoftBank :Femto Cellを使用した通信システムの無線実証実験中(2007年6月～12月)
⇒2008年春に商用化

通期事業環境 ④事業者動向

新販売手法導入とHSDPAの進展による需要の喚起

端末流通制度の変更

- 総務省は端末価格と通信料金の明確化を要請
- 具体的な実現方法は各事業者の判断

新販売手法

DoCoMo : 905iシリーズの発売から新販売モデルを導入予定(11月下旬以降)

au : 現行モデルに加え分離モデルを導入予定
「au買い方セレクト」(11/12)

SoftBank : 割賦販売導入済み(約90%が選択)
「新スーパーボーナス」
他社新サービス発表を受け、24時間以内に対抗サービス導入

新端末の充実

DoCoMo : HSDPA・ワンセグ・国際ローミング(3G/GSM)が標準搭載

au : CDMA 1X WIN・ワンセグ
音楽機能の充実(高音質実現)
[秋冬モデル:8機種]

SoftBank : HSDPA・ワンセグ
[冬モデル:10機種]

ネットワークの拡充・整備

DoCoMo : 3G基地局整備の一巡
(2007年度末:基地局5.7万局を計画)
HSDPAエリア人口カバー率の拡大
(2007年度末:90%予定)

SoftBank : 3Gネットワークの強化

通期業績予想

通期業績予想 ① 経営目標

単位：億円、%、人

	2007/3 通期実績	2008/3 通期前回予想 (5/14)	2008/3 通期予想	前回予想 (5/14) 差異	前期比
売上高	1,303	1,255	1,255	0	▲4%
営業利益 (利益率%)	56.1 (4.3%)	53.0 (4.2%)	53.0 (4.2%)	0.0 —	▲5%
経常利益 (利益率%)	56.4 (4.3%)	54.0 (4.3%)	54.0 (4.3%)	0.0 —	▲4% —
当期純利益 (利益率%)	32.2 (2.5%)	30.5 (2.4%)	30.5 (2.4%)	0.0 —	▲5% —
ROE(%)	12.7%	11.0%	11.0%		
フリー・キャッシュ・フロー	42.8	8.0	8.0		
一株当り年間配当金	47.50円	55.00円	55.00円		
期末従業員数(人)	1,121人	1,070人	1,070人		

通期業績予想 ②セグメント別売上高・営業利益

単位:億円、%

	2007/3 通期実績	2008/3 通期前回予想 (5/14)	2008/3 通期予想	前回予想 (5/14) 差異	前期比
売上	1,303	1,255	1,255	0	▲ 4%
モバイルセールス	1,048	1,075	1,070	▲ 5	+2%
モバイルI&S	255	180	185	5	▲ 27%
営業利益	56.1	53.0	53.0	0.0	▲ 5%
(利益率 %)	(4.3%)	(4.2%)	(4.2%)	—	—
モバイルセールス	22.3	24.2	17.9	▲ 6.3	▲ 20%
(%)	(2.1%)	(2.3%)	(1.7%)	—	—
モバイルI&S	33.8	28.8	35.1	6.3	+4%
(%)	(13.2%)	(16.0%)	(19.0%)	—	—

通期業績予想 ③セグメント別売上高推移

(億円)



事業戦略

ビジネスモデルの変化にプロアクティブに対応

モバイルビジネス研究会の影響

- 販売モデルの変化と新しいモバイルビジネスの活性化に期待

販売代理店網の再編

- 中堅・中小販売代理店の再編により上位集中化が進展



- 変わりゆくビジネスモデルに向けた新しいショップ事業の構築
- 新事業の開拓強化、ソリューション事業の立ち上げ加速
- プロセス改革の推進

事業戦略 ②セグメント別重点施策「モバイルセールス事業」

変わりゆくビジネスモデルに向けた新しいショップ事業の構築

- 新料金プランとHSDPA対応端末の本格普及による需要の取り込み
 - 新しい端末流通モデルの見極めと迅速な対策立案
- 「次」を目指した新事業の立ち上げ
 - FMCに備えた新事業・販売形態の試行
 - コンテンツ、ショップを拠点とした「クロスセル」の充実
- 既存領域での勝ち残り・利益の確保
 - 市場シェアアップ
 - ・ 二次店化、M&A等による販売網増加、量販店対応
 - コスト削減を含めた効率経営の徹底
 - 法人向け販売の強化

事業戦略 ②セグメント別重点施策「モバイルセールス事業」

携帯電話販売台数計画



売上高計画(ショップ事業のみ)



(※携帯電話販売以外のショップ事業も含む)

■ 保守事業

- － 生産革新活動の推進
- － 全社における新規事業の推進エンジンとしての体制構築

■ システムエンジニアリング事業

- － 新事業領域へのチャレンジと事業化への展開
- － プロセス改善推進により、より高い利益を生み出せる体質強化

END