

# 2009年3月期 第2四半期決算説明会

2008年10月29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。

※当期より四半期会計基準を採用しており、前年同期比については、参考となります。

※「FOMA/フォーマ」「ファミ割MAX」は株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモの登録商標です。

※「誰でも割」はKDDI株式会社の商標です。

※「ホワイトプラン」「スーパーボーナス」はソフトバンクモバイル株式会社の登録商標です。

※「iPhone」はApple Inc.の登録商標です。

※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. 2009年3月期 第2四半期(4-9月)決算概要

事業環境

第2四半期(4-9月)業績概要

第2四半期(4-9月)セグメント別業績

## 2. 2009年3月期 通期事業展開

通期事業環境

通期業績予想

事業戦略

# 1. 2009年3月期 第2四半期(4-9月)決算概要

# 事業環境

# 事業環境

## 端末販売動向

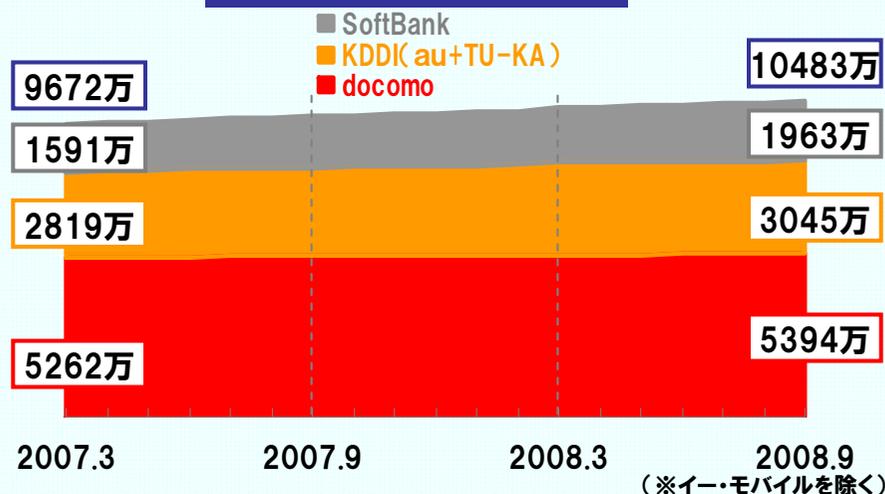
### 新販売方式の本格導入の影響



端末販売数は約2割減(前年同期比)

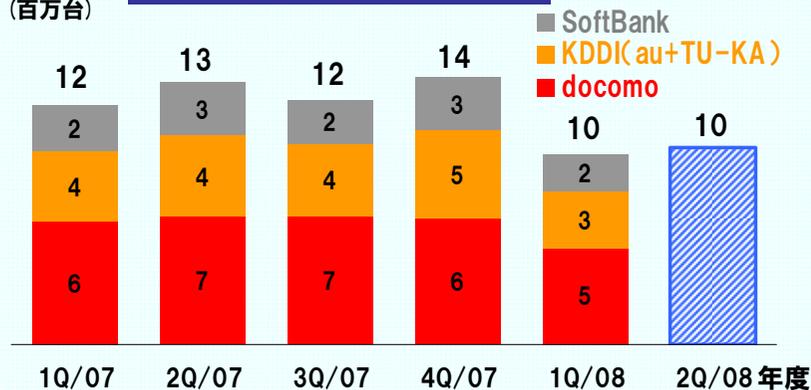
純増数も19%減少

## 携帯電話総加入者数



## 携帯電話販売台数

(百万台)

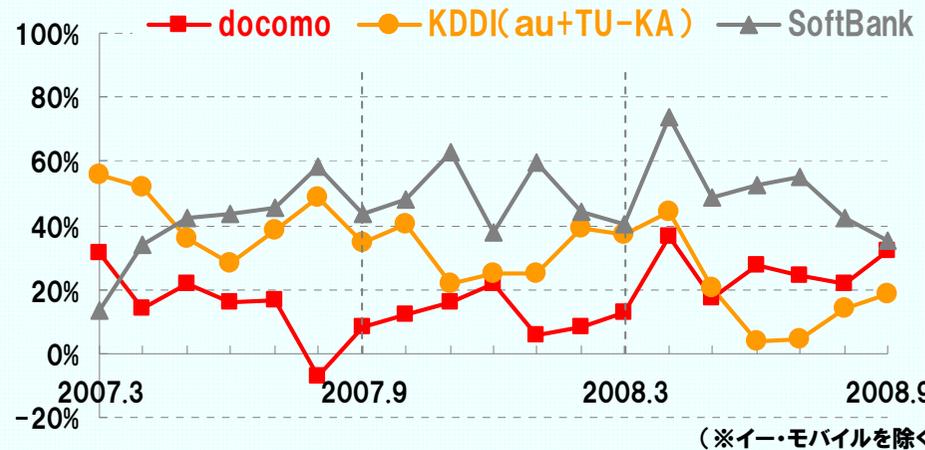


端末買替え  
サイクル

2.0年 1.9年 2.0年 1.9年 **2.7年**

端末買替えサイクル = 全加入者数 ÷ 端末販売台数 ÷ 4 (Q/年)

## 携帯電話純増数シェア



(出所:TCA、各社IR資料、当社予想)

# 第2四半期(4-9月)業績概要

## 第2四半期業績概要 ①全般的概況

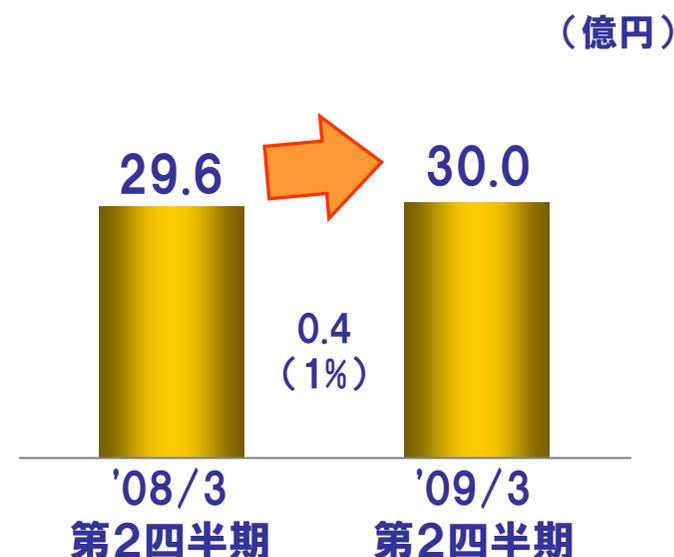
### 売上高

- ・ 端末販売台数の減少
- ・ 分離プランによる販売価格の上昇
- ・ 移動通信事業者向け基地局整備の一巡による関連需要減少
- ・ 端末保守サービス需要の増加



### 営業利益

- ・ 端末販売台数の減少があったものの、経営効率の改善、保守サービス需要増により、前年同期比微増



## 第2四半期業績概要 ②経営成績

単位：億円、%、人

	2009/3 第2四半期予想 (5/14公表)	2009/3 第2四半期予想 (9/26公表)	2009/3 第2四半期実績	2008/3 第2四半期実績 (前年実績)	前年同期比
売上高	737	605	599	602	▲1%
営業利益 (利益率%)	27.5 (3.7%)	29.0 (4.8%)	30.0 (5.0%)	29.6 (4.9%)	+1% —
経常利益 (利益率%)	28.0 (3.8%)	30.0 (5.0%)	31.6 (5.3%)	30.4 (5.1%)	+4% —
四半期純利益 (利益率%)	16.2 (2.2%)	17.0 (2.8%)	18.4 (3.1%)	17.5 (2.9%)	+5% —
ROE (%)	—	—	12.4%	12.8%	
フリー・キャッシュ・フロー	—	—	23.9	-1.1	
一株当り中間配当金	—	—	30.00円	27.50円	
期末従業員数(人)	—	—	1,017人	1,034人	

※ 当期より四半期会計基準を採用しております。

# 第2四半期(4-9月)セグメント別業績

## 第2四半期セグメント別業績 ①売上高・営業利益

単位:億円、%

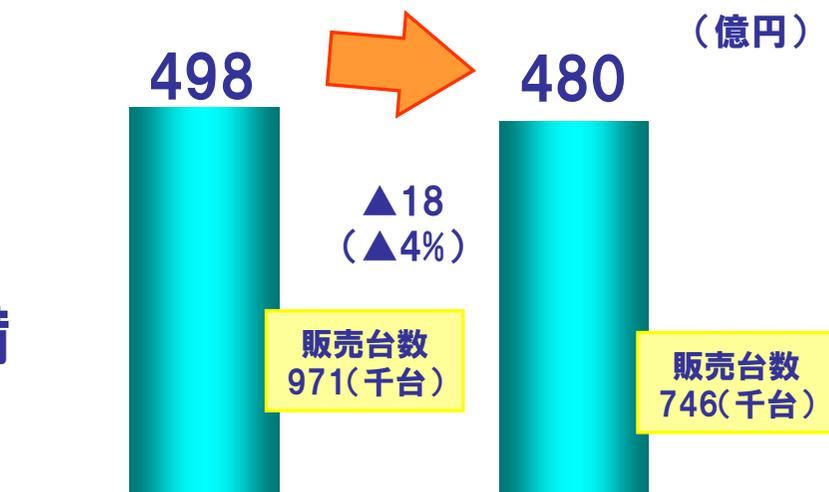
	2008/3 第2四半期実績 (参考:組替後)	2009/3 第2四半期実績	前年同期比	
			▲ 3	▲ 1%
<b>売上高</b>	<b>602</b>	<b>599</b>	<b>▲ 3</b>	<b>▲ 1%</b>
モバイルセールス	498	480	▲ 18	▲ 4%
モバイルサービス	104	119	15	+15%
<b>営業利益</b>	<b>29.6</b>	<b>30.0</b>	<b>0.4</b>	<b>+1%</b>
(利益率%)	(4.9%)	(5.0%)	—	—
モバイルセールス	13.5	11.3	▲ 2.2	▲ 17%
(%)	(2.7%)	(2.4%)	—	—
モバイルサービス	16.1	18.7	2.6	+16%
(%)	(15.5%)	(15.7%)	—	—

※ 2009/3月期より事業区分を「モバイルセールス事業」と「モバイルサービス事業」に変更いたしました。  
 前期まで「モバイルセールス事業」に含めておりました携帯電話向けASPサービスなどのモバイルソリューションサービスにつきましては、  
 当社の事業内容をより適切に反映させるため、「モバイルサービス事業」に含めることといたしました。

## 第2四半期セグメント別業績 ②モバイルセールス事業

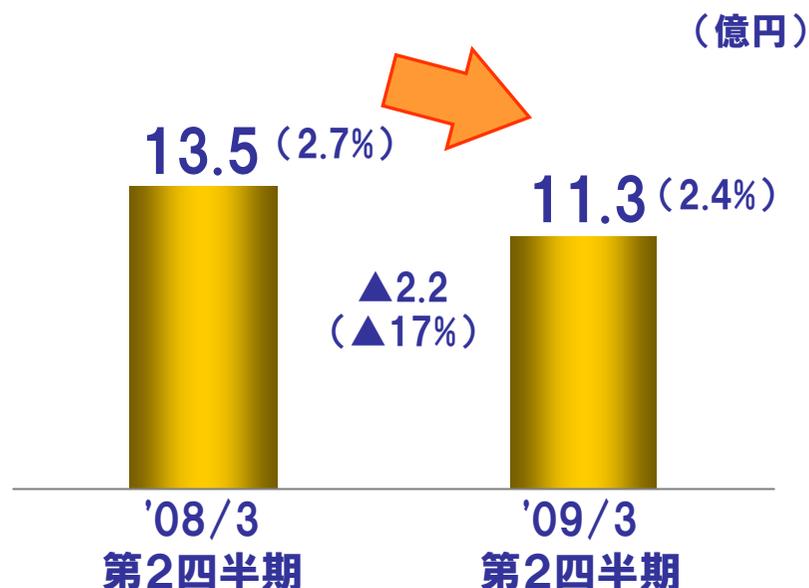
### 売上高

- ・ 分離プラン導入後の販売価格上昇により端末需要は低調に推移
- ・ パートナー化推進／積極的な店舗整備
  - － パートナー化：5社
  - － 新規：5店舗、移転・改装・昇格：8店舗



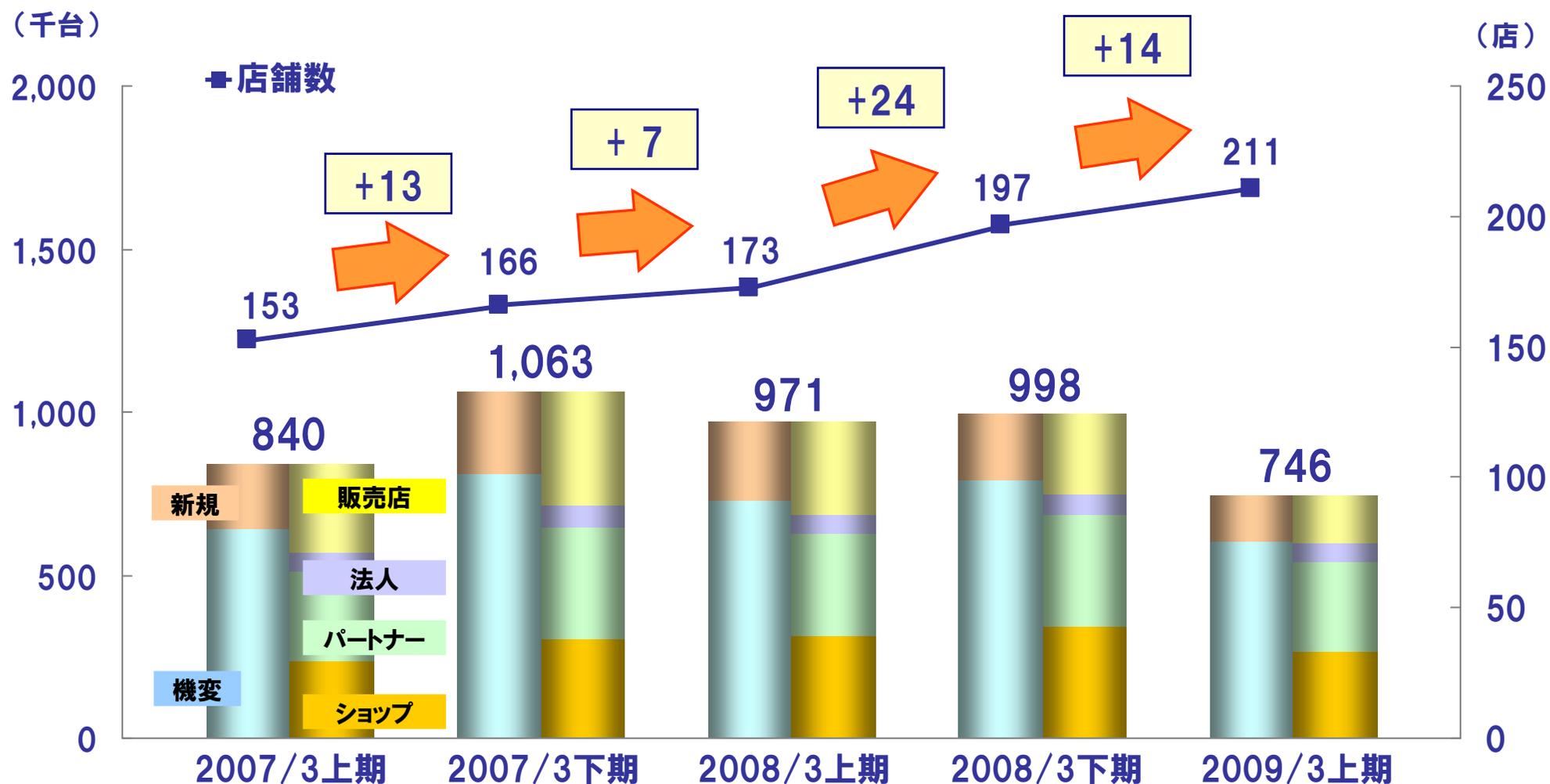
### 営業利益

- ・ 販売台数の減少の影響
- ・ 経営効率の改善



## 第2四半期セグメント別業績 ②モバイルセールス事業

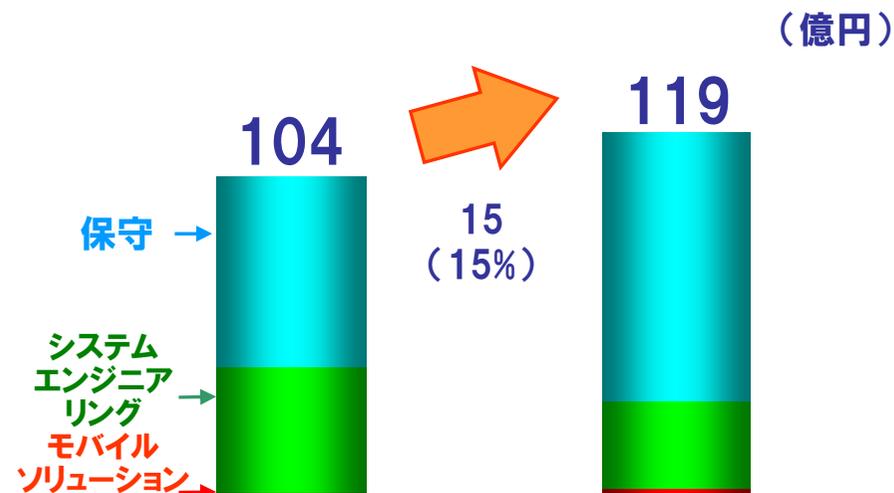
### 当社店舗数及び半期別携帯電話販売台数推移



## 第2四半期セグメント別業績 ③モバイルサービス事業

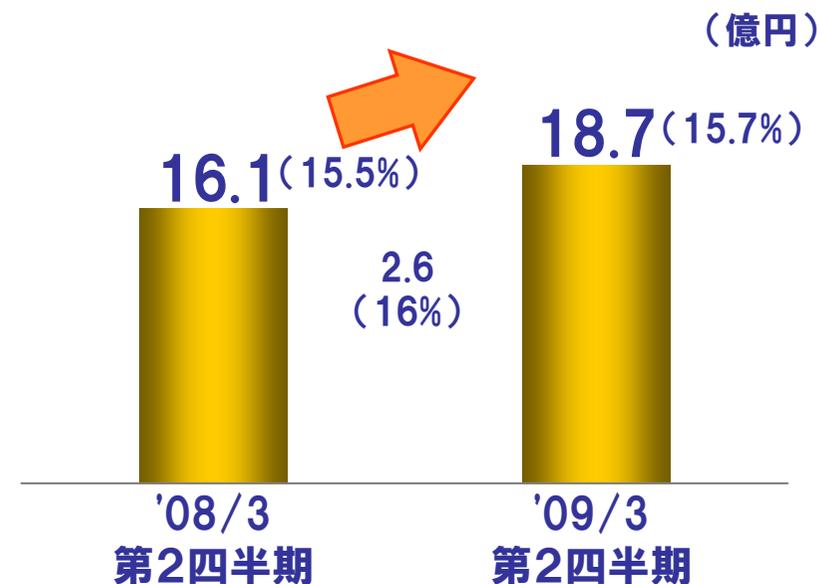
### 売上高

- ・ 携帯電話端末の保守サービス需要の増加
- ・ 事業者向けの基地局整備関連の需要の減少



### 営業利益

- ・ 経営効率の改善や売上高の増加



## 2. 2009年3月期 通期事業展開

# 通期事業環境

## 通期事業環境 ①全般的概況

### ■ 端末販売市場は低迷が続くも、ユーザーの流動性は上昇傾向

- **docomo** : 冬モデルラインナップ/PDC-FOMA巻取り強化
- **KDDI/au** : 新販売方式(割賦)への移行推進が本格化
- **SoftBank** : スーパーボーナス開始後2年経過⇒ユーザー流動化

### ■ チャネル構造の変化

- 広域代理店への集中が進む
- キャリアショップ、大手量販店への二極化の進展

### ■ ドコモ一社化の影響

- 地域外への在庫移動の自由化
- 手数料、販売施策の全国統一化

# 通期事業環境 ②事業者の動向

## 顧客囲い込み戦略の進展

- KDDI/auがMNP転入超トップ
- SoftBankが純増トップに

- SoftBankが純増トップを継続
- MNP利用は低調
- 各社解約率が低下

2G (PDC) ⇒ 3G (W-CDMA/FOMA) 巻取り  
割賦販売初期ユーザーの流動化  
冬モデルラインナップの拡充

	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
	★MNP開始			
		★分離プランの推奨(総務省)	★フェムトセル運用開始	
docomo		★ファミ割MAX	★分離プラン(割賦制)	
			★春モデル 分離型が過半に	★冬モデル
KDDI/au		★誰でも割	★分離プラン(割賦なし)	
			★分離プラン(割賦あり)	
			★シンプル980	★端末ラインナップ(7機種)
SoftBank	★SBM割賦制(スーパーボーナス)			
	★ホワイトプラン		★iPhone	★3年目に突入
				★フェムトセル
				★冬モデル

# 通期事業環境 ③モバイルネットワーク／モバイルブロードバンドの動向

## ■ モバイルネットワーク

	2006	2007	2008	2009	2010	2011～
<b>docomo</b>	W-CDMA	HSDPA	HSUPA	HSUPA	HSUPA	Super 3G(LTE)
			★08/06一般向け無線LANデュアル端末(906iL)			
<b>KDDI/au</b>	EV-DO Rev.0 CDMA2000 1x		EV-DO Rev.A	EV-DO Rev.A	(EV-DO Rev.B)	UMB/LTE
				☆09/02:モバイルWiMAX商用化一部試験サービス開始(UQコミュニケーションズ)		
<b>SoftBank</b>	W-CDMA	HSDPA	HSUPA	HSUPA	HSPA+	LTE
			★08/06:フェムトセル、システム構築・実験		☆09/1:フェムトセル、商用サービス	
<b>イー・モバイル</b>		HSDPA	HSDPA	HSUPA	HSPA+	LTE
		★2008/3/28:イー・モバイル 音声通信(NTTドコモとローミング)				

## ■ モバイルブロードバンド

	2007	2008
<b>フェムトセル</b>		

- ◆ 高層ビルや地下街などの不感エリアの解消に有効
- ◆ 映像を蓄積して端末にダウンロードするような新サービス等への期待
- ◆ 固定と携帯の融合(FMC)サービスの実現

# 通期業績予想

## 通期業績予想 ① 全社

単位：億円、%、人

	2008/3 通期実績	2009/3 通期予想	期初予想 (5/14) 差異	前期比
売上高	1,290	1,250	▲ 310	▲ 3%
営業利益 (利益率%)	57.4 (4.4%)	57.5 (4.6%)	0.0 —	+0% —
経常利益 (利益率%)	58.5 (4.5%)	58.5 (4.7%)	0.0 —	+0% —
当期純利益 (利益率%)	33.9 (2.6%)	34.0 (2.7%)	0.0 —	+0% —
ROE(%)	12.2%	11.2%		
フリー・キャッシュ・フロー	2.2	18.0		
一株当り年間配当金	55.00円	60.00円		
期末従業員数(人)	1,057人	1,030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、%

	2008/3 通期実績	2009/3 通期予想	前期比
<b>売上高</b>	1,290	1,250	▲ 3%
モバイルセールス	1,080	1,007	▲ 7%
モバイルサービス	210	243	+15%
<b>営業利益</b>	57.4	57.5	+0%
(利益率 %)	(4.4%)	(4.6%)	—
モバイルセールス	24.8	23.2	▲ 7%
(%)	(2.3%)	(2.3%)	—
モバイルサービス	32.6	34.3	+5%
(%)	(15.5%)	(14.1%)	—

# 事業戦略

### “FMC時代に向けて光り輝く企業へ”

#### ■ 既存事業の拡大と収益性改善

- 市場変化に対応した体制整備
  - 端末販売チャネルの最適化
  - 端末修理需要変動への対応
- プロセス改革の更なる推進

#### ■ 新しいビジネスの創造と育成

- FMCへ向けた新しいサービスへの取組み
- 周辺市場の掘り起こし

## 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」

### ■ 事業規模の拡大と事業体質の強化

- 積極的な出店・移転・改装による店頭販売力の強化
- パートナー化の推進によるトータル・スケールの維持・拡大
- 構造改革の推進

### ■ 店頭、法人営業の販売力強化

- NECグループ企業、取引先を中心とした個人・法人需要の掘り起こし

### ■ 顧客満足の追求

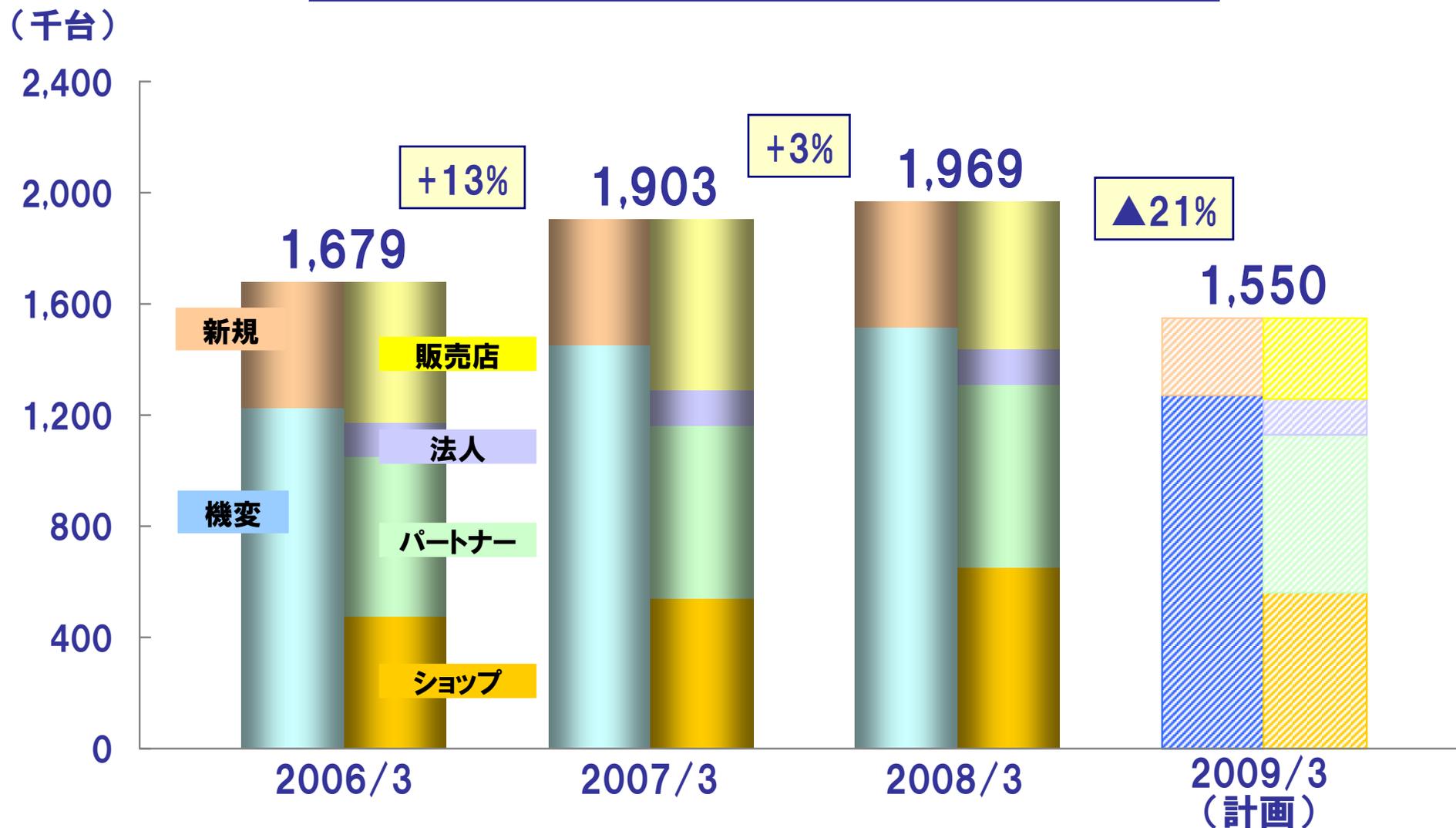
- ホスピタリティの追求
- コンサルティング力の向上

### ■ FMC新事業の創出と事業化

- ワンストップショッピング環境の充実

# 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」

## 当社携帯電話販売台数計画



## 事業戦略 ③セグメント別重点施策「モバイルサービス事業」

### 保守

- 修理台数変動に対応した体制整備
- 効率化の推進

### システムエンジニアリング

- 新たな市場の開拓
- 更なる費用構造改革、プロセス改善による収益体質強化

### モバイルソリューション／その他新規事業

- モバイルソリューション事業の採算性改善
- 新規分野への積極的取組み

**END**