

2007年3月期 決算説明会

2007年5月14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、歴史的事実でないために、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。

「FOMA/フォーマ」「mova/ムーバ」「プレミアクラブ」は株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモの商標または登録商標です。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おりません。

目次

1. 2007年3月期 決算概要

事業環境

業績概要

セグメント別業績

主要成果

2. 2008年3月期 事業展開

事業環境

業績予想

事業戦略

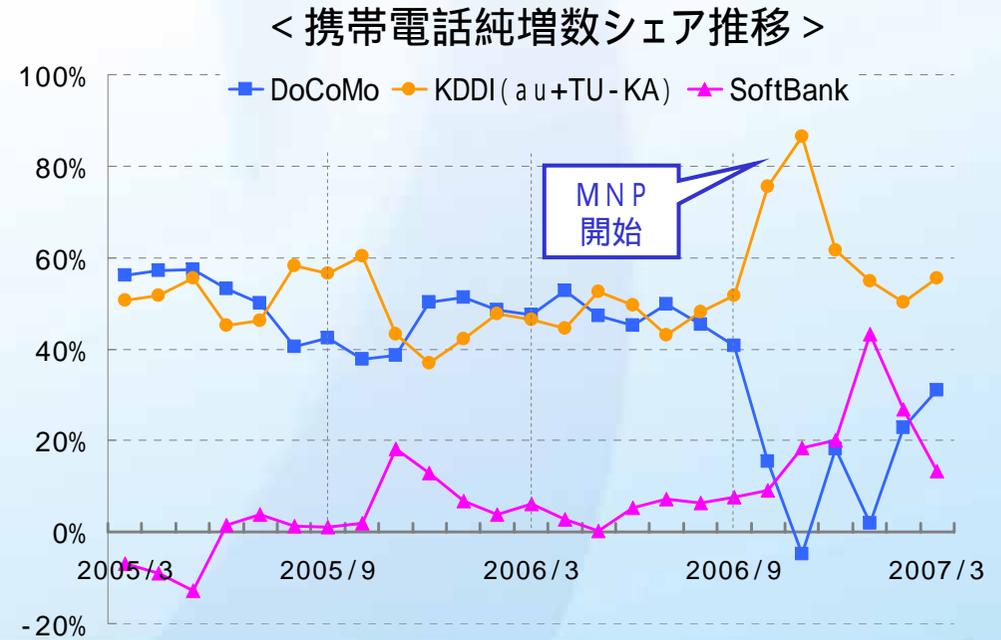
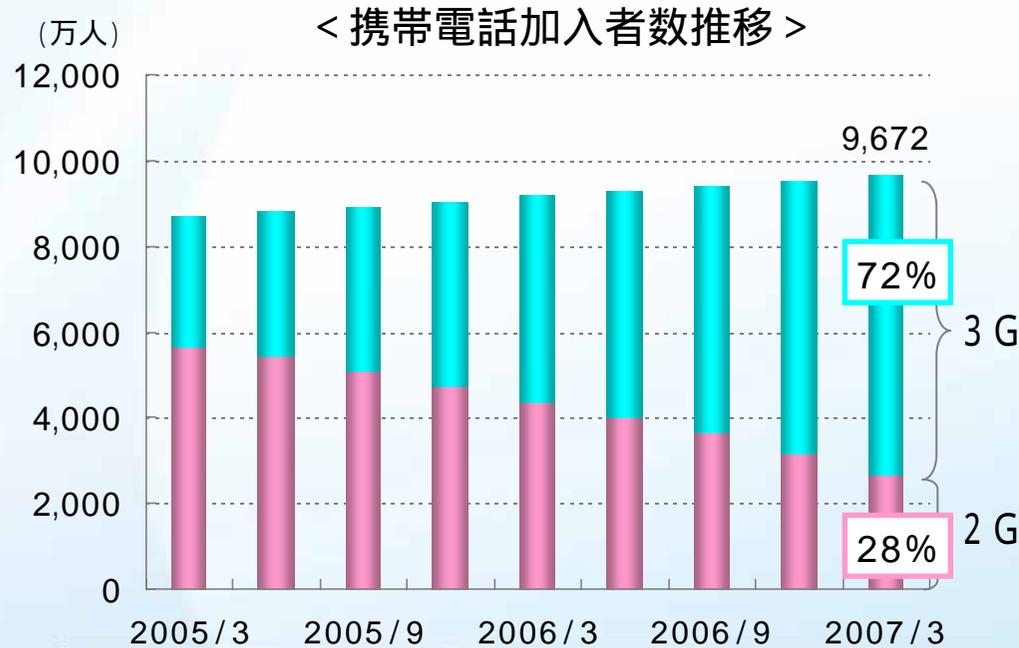
3. 中期経営計画

1. 2007年3月期 決算概要

事業環境

事業環境 - 加入者動向

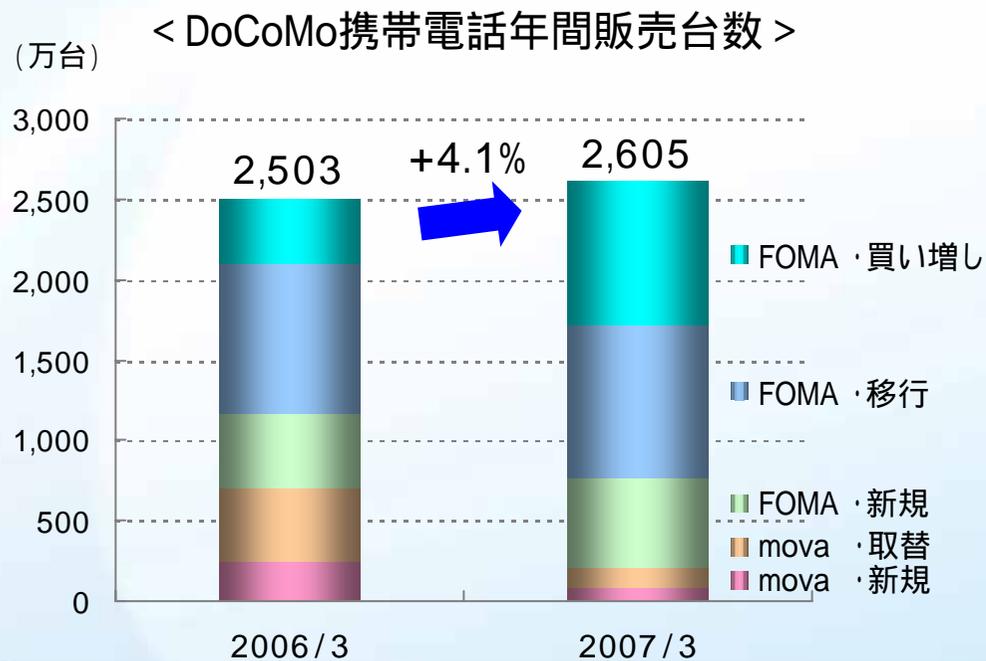
- 3Gシステムへの切替が更に浸透 [2006/3 : 53% 2007/3 : 72%]
- MNP導入により、純増シェアは大きく変動
- ソフトバンクは新料金プラン、割賦販売の導入により純増シェアを回復



(出典: TCA)

事業環境 - 携帯電話端末販売動向

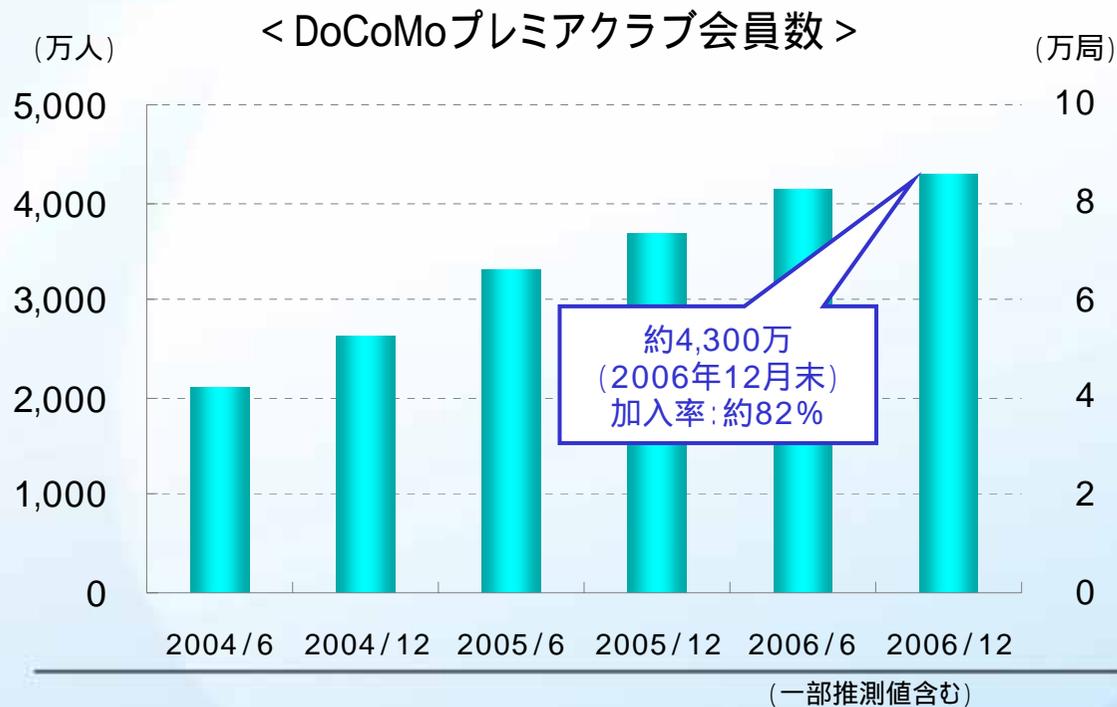
- MNPによる需要喚起により、端末販売台数は増加し、年間純増数も前年比プラスへ



(出典: 各社IR資料、TCA)

事業環境 - キャリアCS動向

- 顧客維持に向けたアフターサービスの強化
- 3G切替促進に向けて、ネットワークのエリア品質の改善を加速



(出典: 各社IR資料)

業績概要

業績概要

単位:億円、%、人

	2006/3	2007/3	前期比	
売上高	1,276	1,303	27	+2%
営業利益	41.9	56.1	14.2	+34%
(利益率%)	(3.3%)	(4.3%)	-	-
経常利益	40.8	56.4	15.6	+38%
(利益率%)	(3.2%)	(4.3%)	-	-
当期純利益	21.2	32.2	11.0	+52%
(利益率%)	(1.7%)	(2.5%)	-	-
ROE (%)	9.1%	12.7%		
フリー・キャッシュ・フロー	23.8	42.8		
一株当たり年間配当金	45.00円	47.50円		
期末従業員数(人)	1,169人	1,121人		

売上高

- MNP需要の取り込み、販売チャネルの拡大
- 事業者向け基地局整備関連事業の増加

営業利益

- 基地局整備関連事業およびショップ事業における売上増
- 生産革新、プロセス改善による原価低減、費用効率化

業績概要 - 業績予想との差異

<当初予想(1/25)と修正予想(4/19)>

単位:億円、%

	実績	修正予想(4/19)		当初予想(1/25)	
			差異		差異
売上高	1,303	1,300	+3	1,276	+27
			+0%		+2%
経常利益	56.4	56.0	+0.4	49.0	+7.4
			+1%		+15%
当期純利益	32.2	32.0	+0.2	25.4	+6.8
			+1%		+27%

業績概要 - フリー・キャッシュ・フロー概要

単位:億円

	2007/3	前期比
営業活動によるキャッシュフロー		
税前利益	56.3	16.9
減価償却費	6.7	3.1
売上債権(増)減	8.7	29.8
棚卸資産(増)減	-1.1	8.1
未収入金(増)減	-20.3	9.3
仕入債務増(減)	2.6	22.3
未払費用増(減)	26.1	22.8
法人税の支払	-23.7	10.6
その他	0.5	3.5
小計	55.8	12.6
投資活動によるキャッシュフロー		
固定資産取得	-15.2	6.3
投資有価証券取得	0.0	10.1
営業譲渡に伴う収入	2.3	2.3
その他	-0.1	0.3
小計	-13.0	6.4
合計	42.8	19.0

セグメント別業績

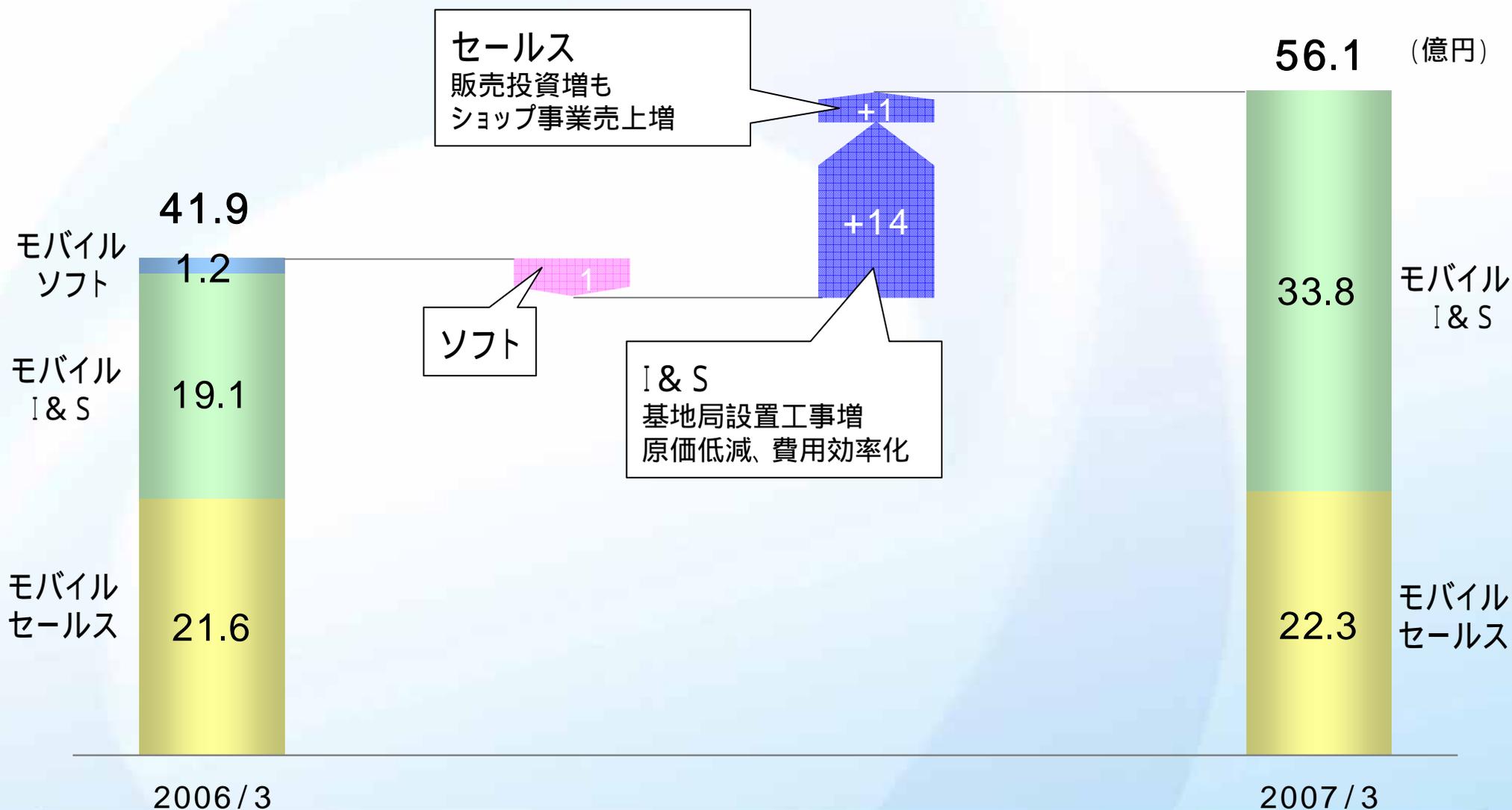
セグメント別業績 売上高・営業利益

単位：億円、%

	2006/3		2007/3		前期比	
		前期比		前期比		
売上高		1,276	126	1,303	27	+2%
	モバイルセールス	931	72	1,048	117	+13%
	モバイルI&S	248	18	255	7	+3%
	モバイルソフトウェア	97	36			
営業利益 (利益率%)		41.9	3.0	56.1	14.2	+34%
	モバイルセールス	21.6	2.0	22.3	0.7	+3%
	(%)	(2.3%)	-	(2.1%)	-	-
	モバイルI&S	19.1	4.3	33.8	14.7	+77%
(%)	(7.7%)	-	(13.2%)	-	-	
モバイルソフトウェア	1.2	5.3				
(%)	(1.2%)	-				

セグメント別業績

営業利益増減要因 ('06/3対'07/3)



セグメント別業績 モバイルセールス事業

売上高

- MNP需要および、ワンセグ等高機能端末拡充による買替え需要の取り込み
- 販売チャネルの強化
- 新事業への積極的な取組み

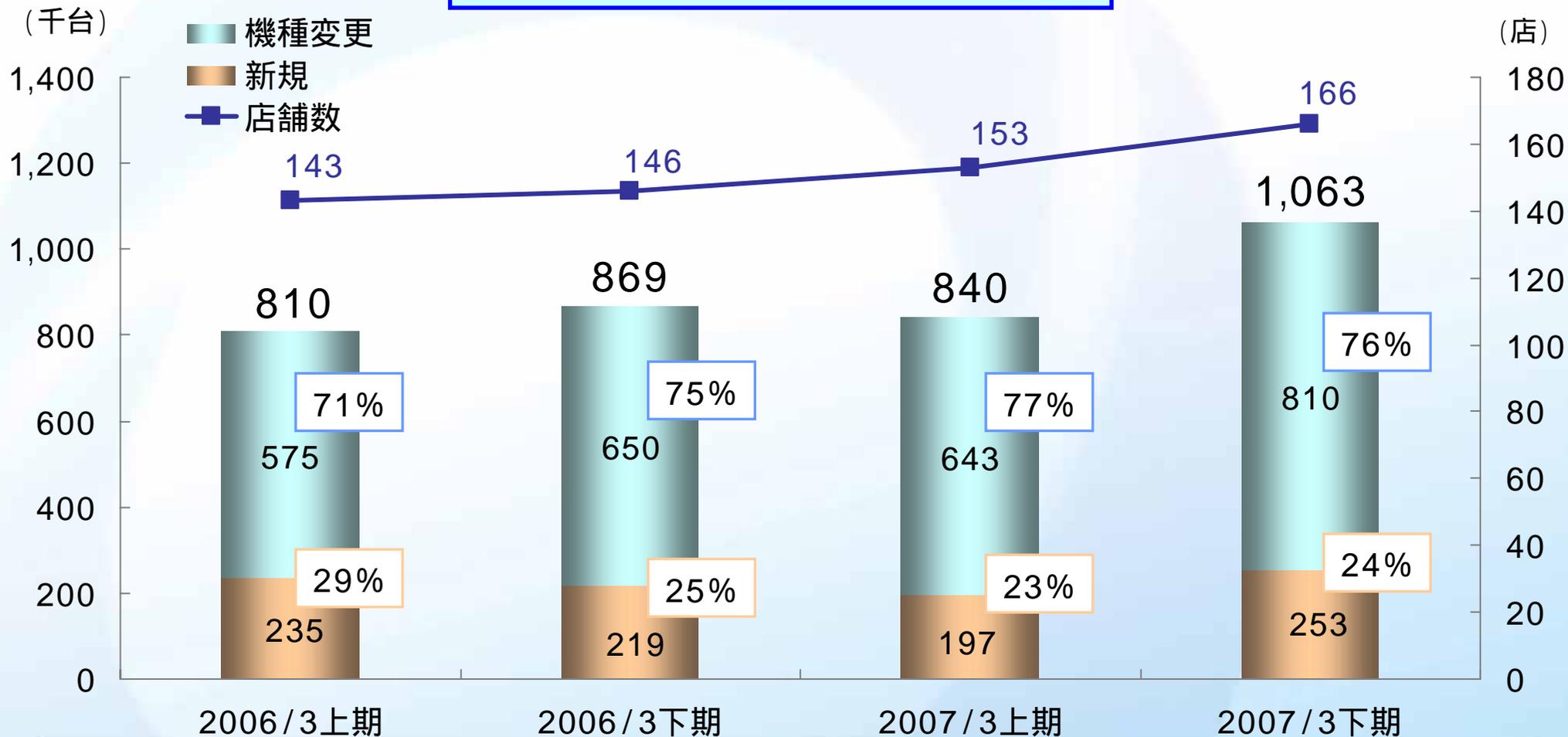


営業利益

- 販売チャネルの拡大や新規出店・改装など積極的な販売投資の増加



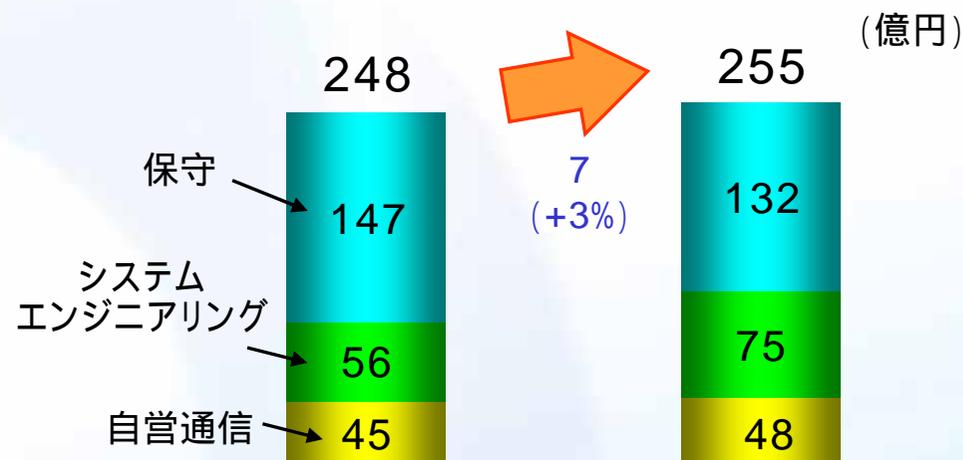
当社携帯電話販売台数推移



セグメント別業績 モバイルI & S事業

売上高

- 基地局整備関連事業の増加
- 携帯電話端末の修理台数の低下



営業利益

- 基地局整備関連事業の売上増
- 生産革新、プロセス改善による原価低減
- デジタル化に係わる開発投資費用の減少



主要成果

■ 事業構造改革の推進

- モバイルソフトウェア事業の事業譲渡(2006年4月)
- 公共モバイル事業を事業譲渡(2007年4月)
 - 事業発展の為には『より大規模なレベル』でのリソース管理、リスクテイクなデジタル開発投資が不可避
 - NECネットワーク・センサ(株)と統合し、公共モバイル事業(自営通信システム事業)の発展を図る
- 全社スタッフ部門、ソリューション開発本部の再編(2007年4月)
 - 全社スタッフ組織および販売事業本部スタッフ組織を再編し、事業ライン支援体制の強化および機能の最適化・効率化を図る
 - ソリューション開発本部を販売事業本部へ編入し、ソリューション開発部に改称

主要成果 トピックス

■ MNP需要の取り込み

- シェアの増加

■ 販売網の拡充

- 店舗整備の推進 [新規:17店舗、 移転:10店舗、 改装:6店舗]
(携帯電話ショップ 直営店のみ)

■ 新事業への取り組み

- GROBKIDS [新規オープン(7店舗)により9店舗へ拡大]
- サーティワンアイスクリーム [新規オープン(4店舗)により累計7店舗へ]
- V1-Generate [販売代理店への提供開始(11月)]
- ケータイサラダ [BIGLOBE法人向けサービスのラインナップとして拡販開始(11月)]
- itsmoSaver [法人市場開拓]

2 . 2 0 0 8 年 3 月 期 事 業 展 開

事業環境

■ 市場環境の変化

– 行政による競争政策の推進

- 新規事業者サービス開始、MVNO推進、FMC (固定網と移動網の融合)サービスの検討

– 通信事業の競争基盤の変化

- ブロードバンド普及の進展で、FMCへの動きが加速
 - 固定: FTT800万加入突破、オールIP化加速 (NGNトライアル開始)
 - 移動: 高速データサービス開始 (HSDPA、EV-DO Rev.A)

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
	3G	3.5G	
DoCoMo	HSDPA (3.6Mbps)	全国主要都市のエリア化完了 全国カバー率約70%達成	全国カバー率約90%以上を予定
		SUPER3G 開発開始	
KDDI/au	EV-DO Rev.A(1.8Mbps)		ウルトラ3G(KDDI、固定網との融合)
イー・モバイル		HSDPA データ通信(東名阪) <3/31> <3/1:予約販売開始>	HSDPA 音声通信(NTTドコモとローミング) <2008/3>
		東名阪及びその他主要都市を中心にエリアを展開	NTTドコモ通信エリア 自前での全国エリア展開に向けたネットワークの拡大
アイピーモバイル		TD-CDMA データ通信[事業計画を見直し中]	

事業環境 - FMC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予測

- 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

事業環境 - モバイルビジネス研究会

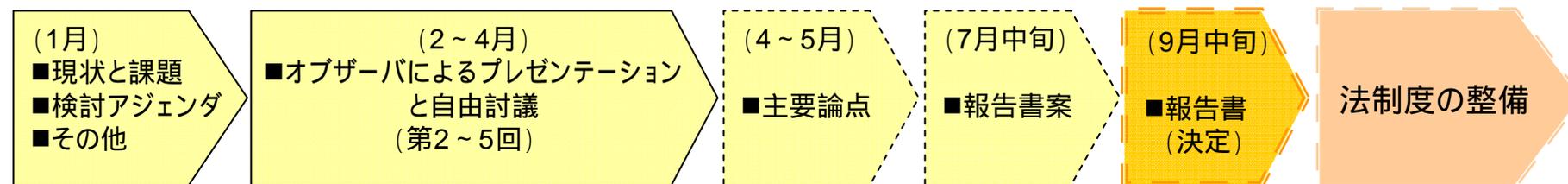
主要検討項目

- (1) 市場環境(ネットワーク・市場構造)の変化を促す要素の検証
- (2) モバイルビジネスの活性化を通じた新市場創出策の検討
- (3) 市場環境の変化やモバイルビジネスの活性化を通じた新市場創出効果の検証

ポイント

- (1) 販売奨励金制度の廃止
- (2) SIMロックの解除
- (3) MVNOの普及促進

検討スケジュール



事業者動向

料金体系選択制や割賦制の導入を検討開始

業績予想

業績予想 経営目標

単位:億円、%、人

	2007/3	前期比	2008/3	前期比	
	売上高	1,303	27	1,255	48
営業利益	56.1	14.2	53.0	3.1	5%
(利益率%)	(4.3%)	-	(4.2%)	-	-
経常利益	56.4	15.6	54.0	2.4	4%
(利益率%)	(4.3%)	-	(4.3%)	-	-
当期純利益	32.2	11.0	30.5	1.7	5%
(利益率%)	(2.5%)	-	(2.4%)	-	-
ROE (%)	12.7%	-	11.0%		
フリー・キャッシュ・フロー	42.8	19.0	8.0		
一株当たり年間配当金	47.50円	-	55.00円		
期末従業員数(人)	1,121人	-	1,070人		

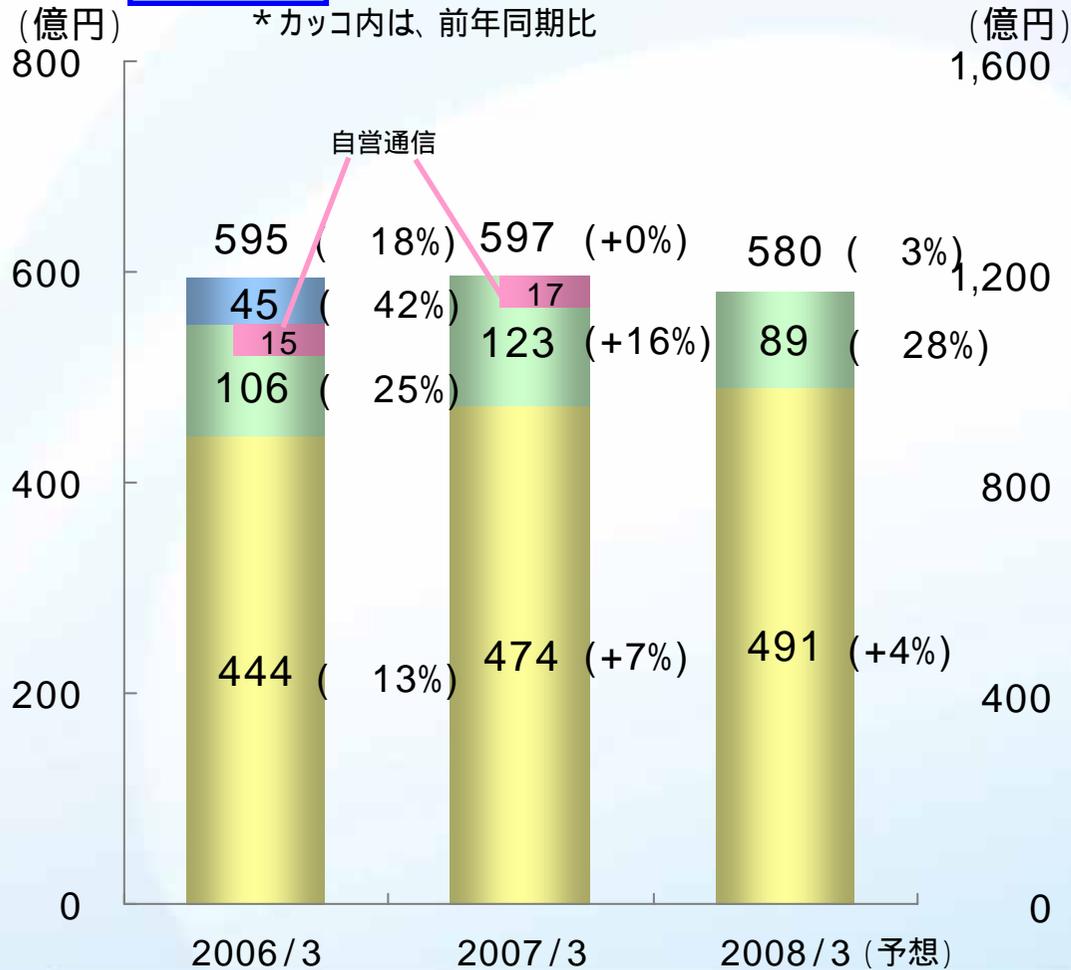
業績予想 セグメント別売上高・営業利益

単位：億円、%

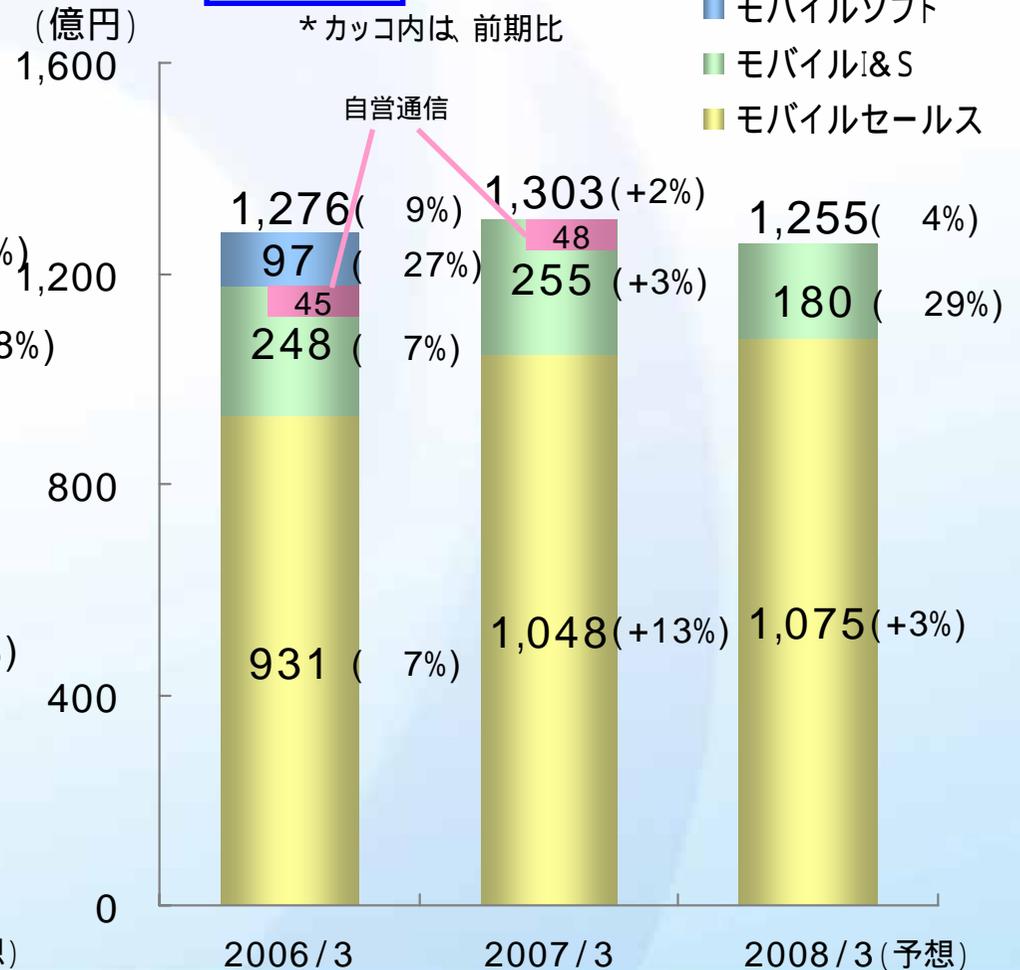
	2007/3		2008/3		
		前期比		前期比	
売上高	1,303	+2%	1,255	48	4%
モバイルセールス	1,048	+13%	1,075	27	+3%
モバイルI&S	255	+3%	180	75	29%
営業利益	56.1	+34%	53.0	3.1	5%
(利益率%)					
モバイルセールス	22.3	+3%	24.2	1.9	+9%
(%)	(2.1%)	-	(2.3%)	-	-
モバイルI&S	33.8	+77%	28.8	5.0	15%
(%)	(13.2%)	-	(16.0%)	-	-

業績予想 セグメント別売上高推移

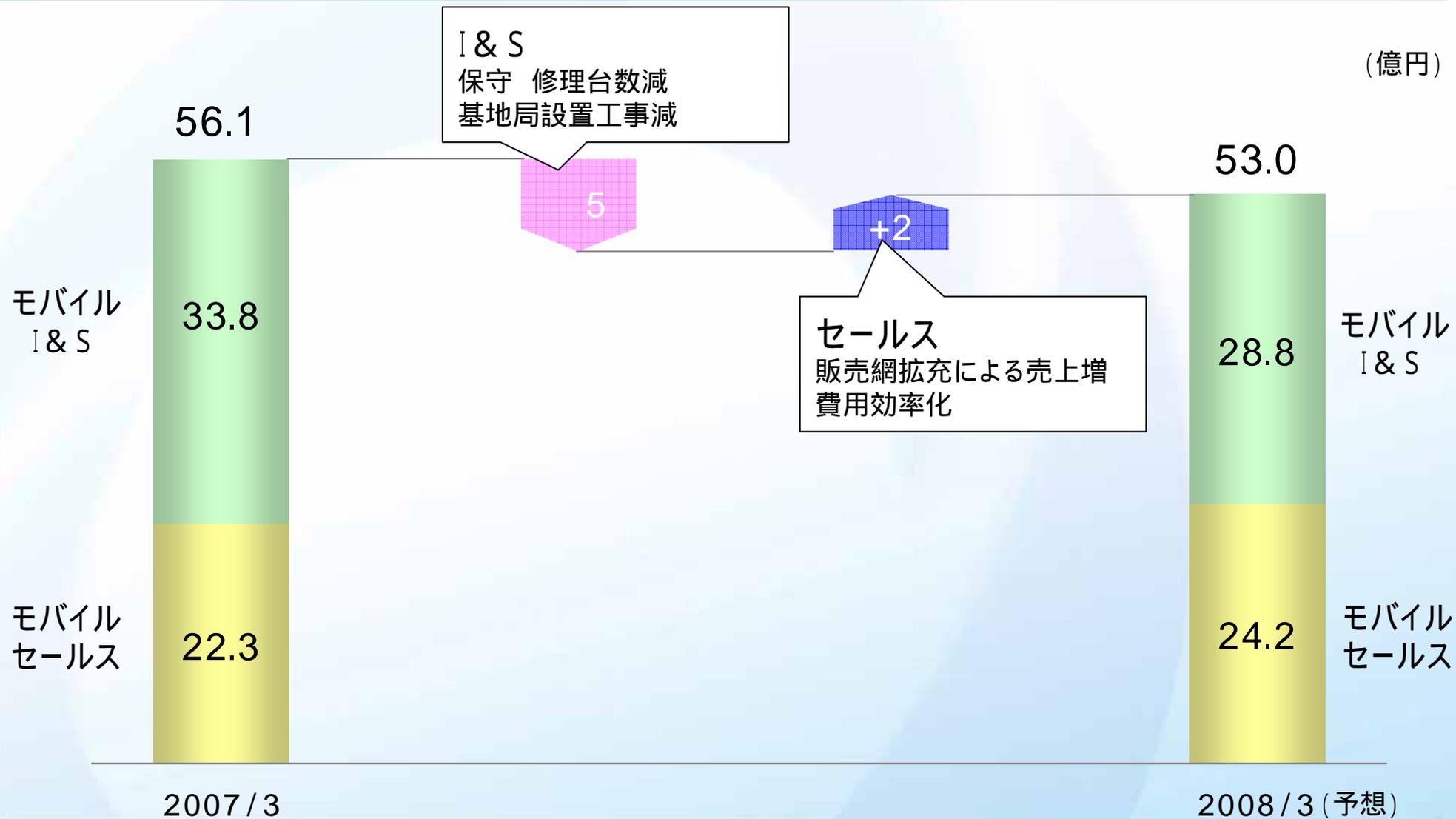
上期



年間



業績予想 営業利益増減要因 ('07/3対'08/3)



事業戦略

F M C が引き起こす市場変化にプロアクティブに対応

■ F M C 元年

- シェア拡大で事業基盤を強化

■ 新しい収益源の確立

- V1 - Generate、GROBKIDS、ケータイサービス

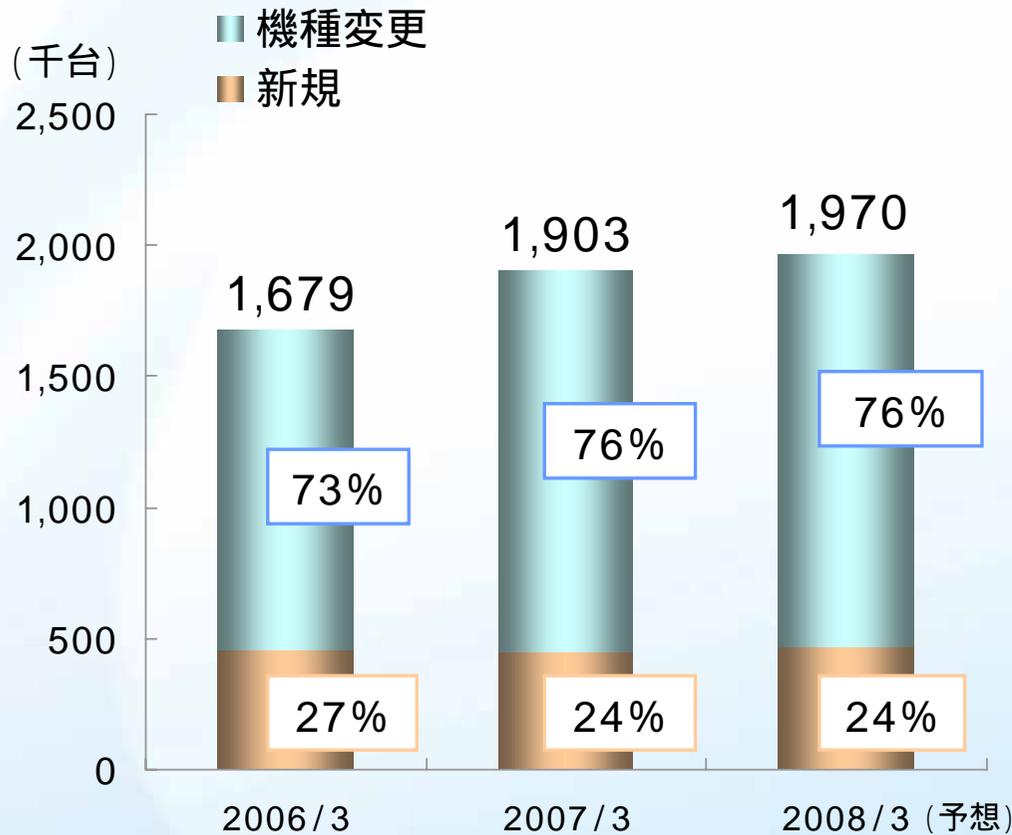
■ プロセス改革の推進

- 見える化、PDCAサイクルの確立で収益性の改善

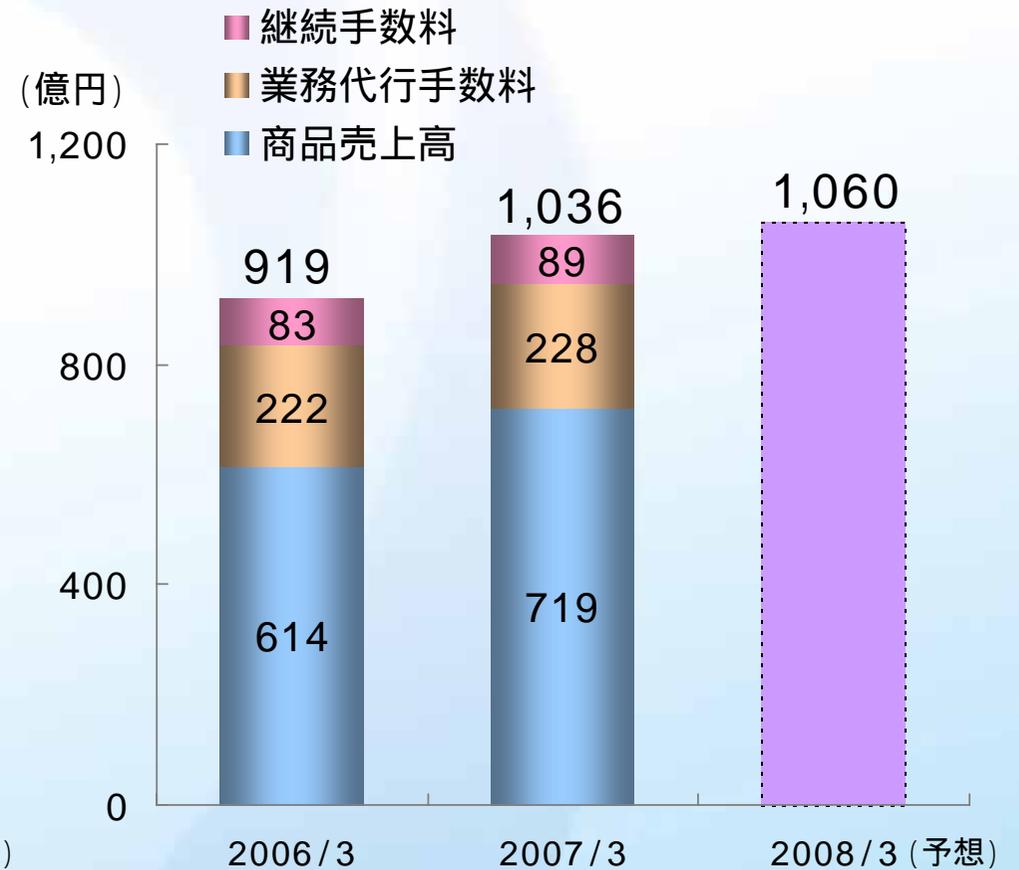
- シェア拡大
- モバイルソリューション事業の展開
 - ケータイサービスを中心としたASPサービスの拡大
- 新事業
 - FMC市場に向けた新事業開拓
 - コラボレーション系及びクロスセルなどの事業拡大
- 法人向け端末販売の強化
- 業務プロセス改革の実行

事業戦略 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

- 生産革新の追求
- 新規事業の開拓

■ システムエンジニアリング事業

- 更なるプロセス改善による収益体質強化
- モバイルセントレックスを始めとしたIP関連業務の事業化
- 新規事業の開拓

3 . 中期経営計画

～ F M C 時代における飛躍に向けて～

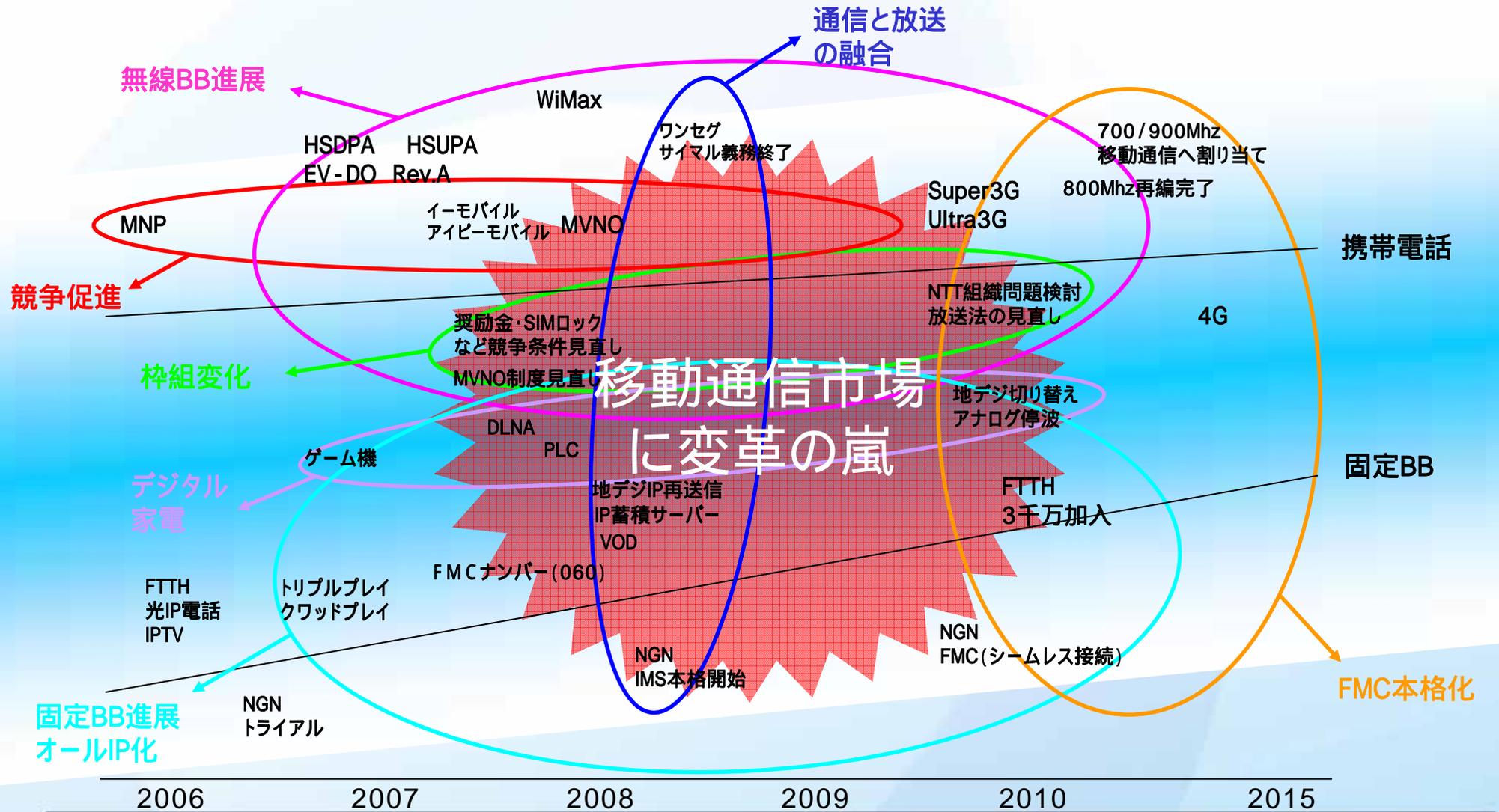
■ 社会のICT環境が変わる

- NGNで通信インフラが世代交代
- 競争原理への通信政策の傾斜
- FMCで、移動通信市場が一変する

■ FMC時代に向けて成長戦略を遂行

- 既存事業の収益力の徹底強化
 - 変革の為の時間と資金を獲得
- FMCを軸とした成長戦略の実行
 - FMCに先行する市場の獲得
 - FMCで活性化する市場の獲得
 - FMC時代のセールス、サービス事業の拡大

ICT市場変化のマイルストーン



F M C 時代に向けて光輝く企業へ発展

■ 通信市場の環境変化に対応

- 固定と移動の融合の発展の中で事業ドメインを拡大
- 販売力、保守・サービス・技術力を発揮

■ F M C 時代に開花する新しい商品・サービス市場への挑戦

- コンサルテーションニーズの取り込み

目標とする業績と課題

新中期経営計画の経営目標

2009年度目標

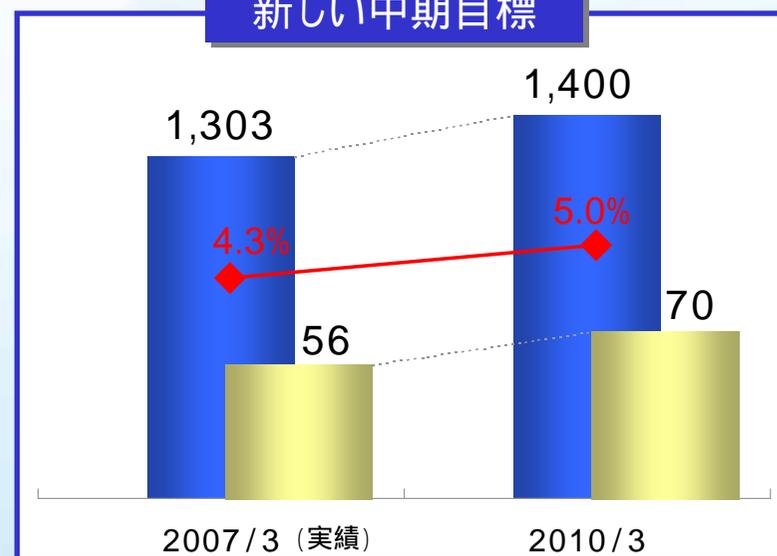
売上高 1,400億円
営業利益 70億円

■ 売上高(億円)
■ 営業利益(億円)
◆ 利益率

前回の中期目標



新しい中期目標



利益増加要因

事業構造改革

- 事業の集中と選択
- 間接部門効率化
- 生産革新、プロセス改革

56

コア事業強化

新規事業開発

70

(億円)

モバイル
I&S

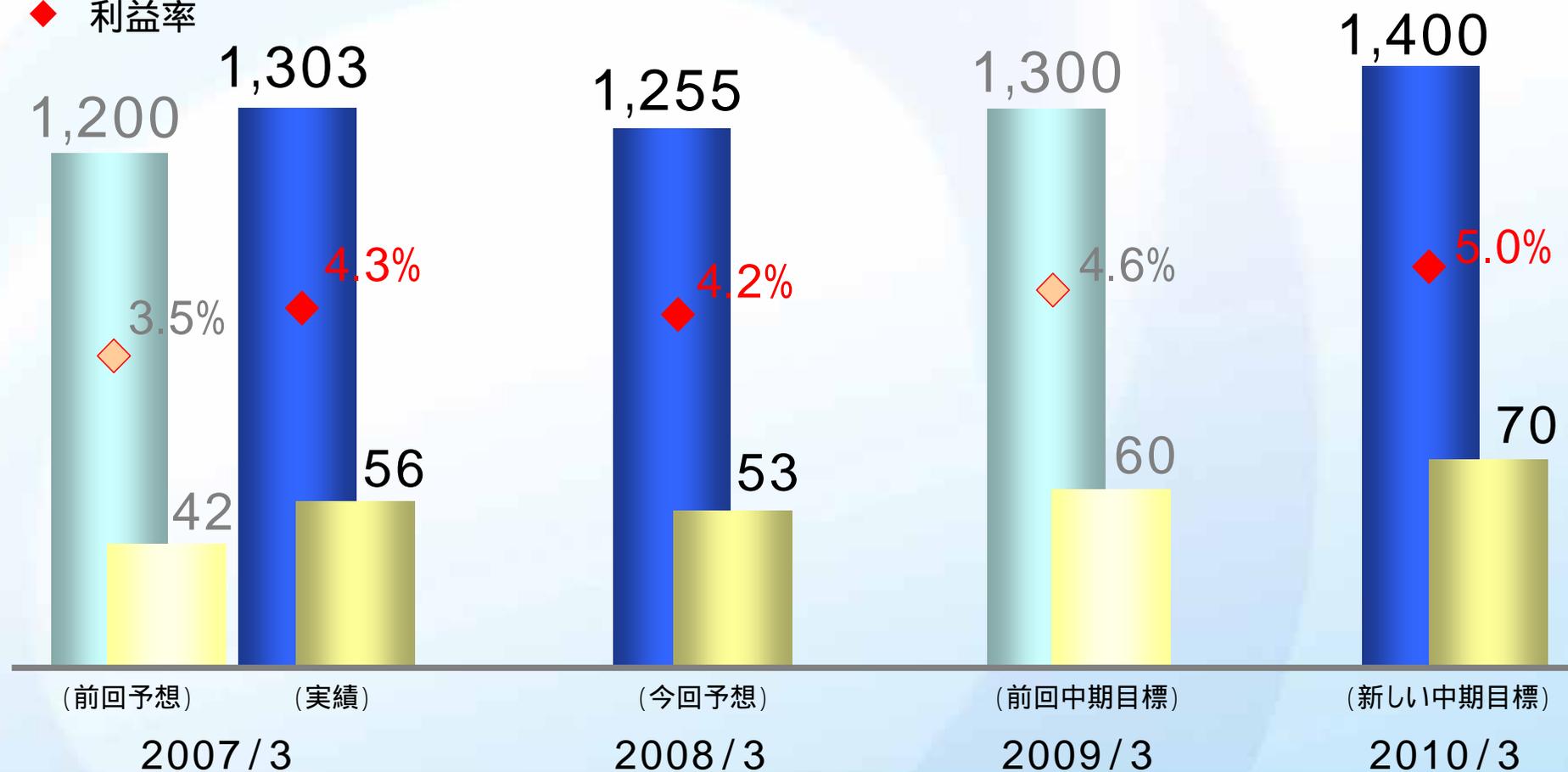
モバイル
セールス

2007/3

2010/3 (目標)

中期業績目標 - 前回発表[2006.4.26]との対比

- 売上高 (億円)
- 営業利益 (億円)
- ◆ 利益率



重点施策

1. 経営改革
2. 顧客接点の強化
3. 新ビジネスモデルの開拓・育成
4. CSR重視の経営

- 経営改革 -

■ 狙い

- 効率化の追求による既存コア事業の収益性改善
- 成長分野へのリソース強化による事業拡大

■ 事業の選択と集中

- 組込ソフト、自営通信事業を分離
- FMC時代に拡大する販売、保守、エンジニアリングサービスにリソースを集中

■ プロセス改革の推進

- プロセス改善、生産革新活動の継続

■ 間接部門の効率化

- 業務プロセスの見直しと組織の再編
- 効率化の徹底追求

F M C 時代到来に向けて コアリソースを強化

■ 顧客接点の強化

- 販売チャネルの強化
- 真のリテラーとしての販売力強化
- 法人営業の強化

■ 技術力、保守力、エンジニアリングサービスの研鑽

- 生産革新、プロセス改善によるコスト競争力強化
- N G N、F M C に伴う新しい技術の習得
- ソリューション提供能力の獲得

当社のコアである販売力、技術力、サポート力を活かし、
新しい成長領域を自らのものとする

■ 既存事業の幅出し

- クロスセル
- エンジニアリングソリューション

■ モバイルソリューション事業

- 顧客のモバイル価値を高めるサービスの開発
- ケータイサービスの立上げ

■ FMCに向けた新事業の開拓・育成

- あるべきセールスフロントへの転換
- 新しい商材、販売方法、ビジネスモデルの開拓

企業の社会的責任を果たす

■ 基本的な考え方

- 顧客接点と技術力を活かし、顧客に高いモバイル価値を提供することで、FMC時代の到来を支援し、社会に貢献する

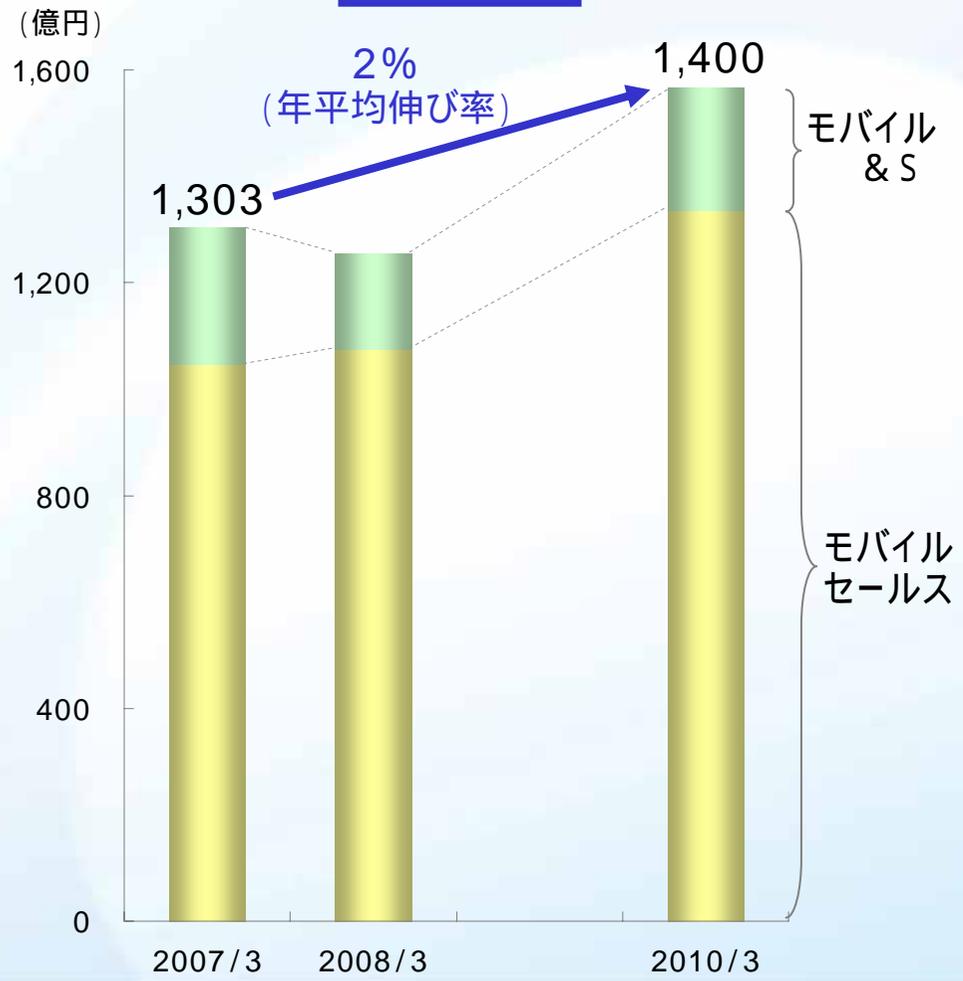
■ 方針

- 社会正義を旨とし、コンプライアンスを徹底追求
- 業務を通じて社員の可能性を発揮
- 高い業績水準の実現による企業価値の向上

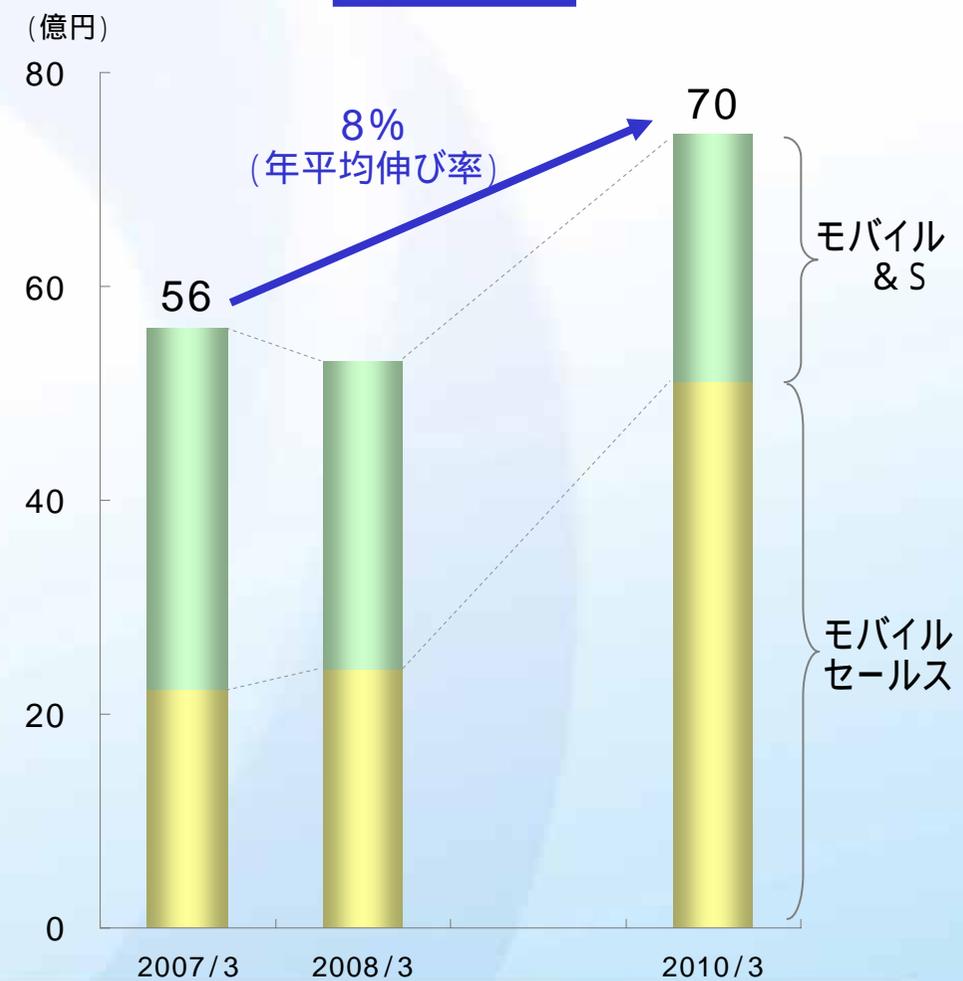
セグメント別重点計画

セグメント別売上高・営業利益目標

売上計画



利益計画



市場変化の中で生み出される新しいビジネスチャンスに向け、
アグレッシブな攻めの戦略と着実な業績改善を図る

■ ドコモシェア 2 桁への挑戦

- 代理店間競争を勝ち抜く

■ 利益率 5 % の追求

- 効率化の徹底追求
- 高付加価値新事業の立上げ

■ F M C 時代のビジネスモデルの早期確立

市場環境の変化にも迅速に対応できる事業体制と、付加価値の高い事業展開で、より高い利益を出せる体質・組織を目指す

■ 既存事業の強化と新しい事業基盤の確立

- － 保守、システムエンジニアリングをコア事業として強化
- － 新事業の開拓
 - VoIP、ソリューション事業の展開/確立
 - 端末修理保守周辺業務への取組み

■ 費用構造の改革

- － 適正な固定費と限界利益率の向上

END