

吉岡 伸一郎 (ヨシオカ シンイチロウ)

アルファグループ株式会社社長



公開費用を吸収して増収増益、 新規事業として「おとくライン」の販売を開始

◆公開費用を吸収して増収増益

当社は平成6年に創業し、企業のマーケティングを総合的に支援する戦略的アウトソーシング企業として成長してきた。平成17年3月期の中間実績は、売上高37億50百万円（前年同期比6.7%増）、売上総利益9億円（同18.7%増）、営業利益3億円（同17.3%増）、経常利益2億76百万円（同8.7%増）、中間純利益1億50百万円（同2.7%増）である。公開費用を吸収し、増収増益を達成することができた。セグメント別売上高では、ビジネスパートナー事業が25億69百万円（同4.5%増）、人材サポート事業が11億80百万円（同12%増）となっている。

ビジネスパートナー事業のカウネット部門は、売上高19億51百万円（同19.7%増）、売上総利益1億27百万円（同23.6%増）、営業利益55百万円（同17.2%増）となった。登録顧客については、7千事業所増加して61万6千事業所となった。また、エージェント（代理店）については9社増加して55社となっている。これまでは新規顧客開拓を優先して行っていたが、今上期は既存顧客への再フォローに力を入れ、14万8千事業所に対して新カタログの送付を行った。カウネット社側の取り組みとしては、業界初のクレジットカード決済を開始し、また、CD-ROMカタログ「ペラパ」を加えることで、約2万3千品番の品ぞろえとしている。

◆モバイル販売台数が28.1%増加

モバイルビジネス部門については、売上高5億10百万円（前年同期比36.4%減）、売上総利益3億70百万円（同17.4%増）、営業利益2億28百万円（同14.1%増）となった。前中間期に比べ販売台数は3万2,663台増加して14万9,090台、店舗数は代理店が52店舗増加して234店舗、受託店は7店舗で前期から変わっていない。代理店のうち、委託店店舗数は20店舗増加して36店舗となっている。代理店数については、競争の激化により淘汰が進み、9社減少の95社となった。

モバイルビジネス部門で売上が減少した要因としては、ドコモが機種変更時に通話量に応じたポイント値引きを実施したことが挙げられる。また、auの巻き返しが強く、ドコモがFOMAにインセンティブを付けたことも要因となっている。売上高は減少しているが、台数が順調に伸びたことにより、利益は増加している。キャリア別の販売台数は、NTTドコモ（PDC）が7万9,368台、同（FOMA）が4万4,783台、auが2万177台、vodafoneが4,434台、TU-KAが234台、その他（PHSなど）が94台となり、合計で前年同期比28.1%の増加となった。なお、モバイルビジネス部門の売上高は、同業他社と異なり、機器販売代金と支払手数料の差引金額を計上している。同業他社と同様の計上方法とした場合、今上期の売上高は126億29百万円（前上期94億13百万円）となる。

スタッフサービス部門については、売上高10億52百万円（同22.2%増）、売上総利益3億10百万円（同14.7%増）、営業利益97百万円（同5.4%減）となった。受注延べ人数は前中間期に比べ1万6千人工増加して8万1千人工となり、新たに春日部と藤沢に営業所を出店した。ジャンル別の人工は、建築が1万4,365人工（同26.5%増）、物流が3万7,811人工（同25.5%増）、キャンペーンが2万9,438人工（同25.1%増）となっている。営業利益が減少しているのは、新規事業の日本テレコム「おとくライン」事業に伴い、コールセンターのスタッフの人員費が増加した要因によるものである。

◆日本テレコム「おとくライン」の販売事業を開始

当社では、9月より日本テレコム「おとくライン」の販売事業を開始した。カウネット顧客獲得で培ったアウトバンド・コールのノウハウ、スタッフサービスでの安定したスタッフ供給力を有効活用し、カウネット法人顧客に対する二次的な収益、将来的には携帯店舗網でのIP携帯の販売につなげていきたい。現在、渋谷、新宿、横浜、和歌山にコールセンターを開設し、380ブースで獲得事業を展開している。今中間期（9月単月）の実績は、売上高90百万円、売上総利益47百万円、営業利益41百万円となった。通期では1,000ブースを目

標にしており、売上高は10億63百万円、売上総利益は3億89百万円、営業利益は2億円を計画している。

スタッフサービス部門では、9月にアルファテクノロジー(株)を設立し、今後伸びていく製造業技術者派遣の分野に参入した。現在、経験者を採用しており、トライアルを行いながら来期以降の収益につなげていきたい。今期は先行投資を行うため、売上高42百万円、営業利益マイナス15百万円を計画しており、今期末には単月で黒字を計画している。

◆平成17年3月期通期計画

通期の計画については、前回の発表から若干修正を行っている。売上高は94億40百万円（前回計画比1.7%増）、売上総利益は21億94百万円（同15.5%増）、営業利益は6億90百万円（同17.9%増）、経常利益は7億5百万円（同17.5%増）、当期純利益は3億96百万円（同17.5%増）を見込んでいる。

カウネット部門については、前回計画どおりの数値となっており、下期は新規顧客開拓を行い、売上・利益を達成したいと考えている。登録顧客数は、72万1千事業所の予定である。

モバイルビジネス部門については、売上高10億83百万円（同45.6%減）、売上総利益7億54百万円、営業利益4億44百万円を見込んでいる。販売台数は30万台を突破する見込みであり、店舗数は270店舗（同23店舗増）を予定している。受託店舗数は9店舗（同2店舗増）、代理店店舗数は261店舗（同21店舗増）、うち委託店舗数は50店舗となる予定である。なお、台数は伸びる見込みとなっているが、利益は前回計画どおりとした。来期以降の販売体制を確立するため、店舗を拡大する代理店に対してインセンティブを出し、余剰利益を有効活用したいと考えている。

スタッフサービス部門については、売上高が前回計画どおりの23億80百万円、売上総利益は6億72百万円（同10.6%減）、営業利益は2億1百万円（同32.1%減）を見込んでいる。売上総利益については、前述の日本テレコム「おとくライン」の人件費計上によるものであり、これを除くとほぼ計画どおりの数字となる。また、営業利益については、当初の計画になかったアルファテクノロジー(株)のマイナス分が含まれている。出店については、藤沢営業所を支店化し、新たに上野、池袋に支店を開設する予定である。

◆今後の成長について

当社では、ビジネスパートナー事業とのシナジー効果を出しながら、収益性の高いモバイルビジネス、オフィスサプライ（カウネット）、おとくライン等、今後も成長性の高い商材を扱っていく予定である。当社の強みは、既存事業に縛られない有望な商材の選定、スピーディーな展開力である。また、在庫を持たず、販売店舗の固定経費をエージェント（代理店）に分散できることから、低リスクであることも強みとなっている。商材だけを提供する企業と異なり、事業コンサルティングをエージェント（代理店）とともに行うことで、マーケットの拡大を図ることができると考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

既存事業の中で、今後2～3年で特に伸びを期待している事業は何か伺いたい。

モバイルビジネスに関しては、新規参入が少なくなっており、店舗網が順調に拡大している。今後はナンバー・ポータビリティやIP携帯を含め、当社のようにエージェントネットワークを生かした強い営業力を持っていることが重要になるとみており、平成19年3月期には営業利益8億円を達成したい。カウネットについては、個人顧客の獲得により、「おとくライン」等で二次収益化を図っていく。19年3月期には営業利益2億50百万円を目標としている。

「おとくライン」の競合状況を伺いたい。

平成電電、KDDI、NTTが本格的に参入してくるため、競争は激化するとみているが、さまざまな施策により、今期の獲得は順調に進むと考えている。

日本テレコム「おとくライン」のブースを急増させた後、新規商材でブースを活用できるのか。

ソフトバンクからの継続的な業務に加え、当社独自に新たな商材を補てんしていく。増加させるブースについては、当社がすべてのリスクを負うわけではなく、4割程度は代理店にシフトして展開していきたい。

（平成16年12月7日・東京）