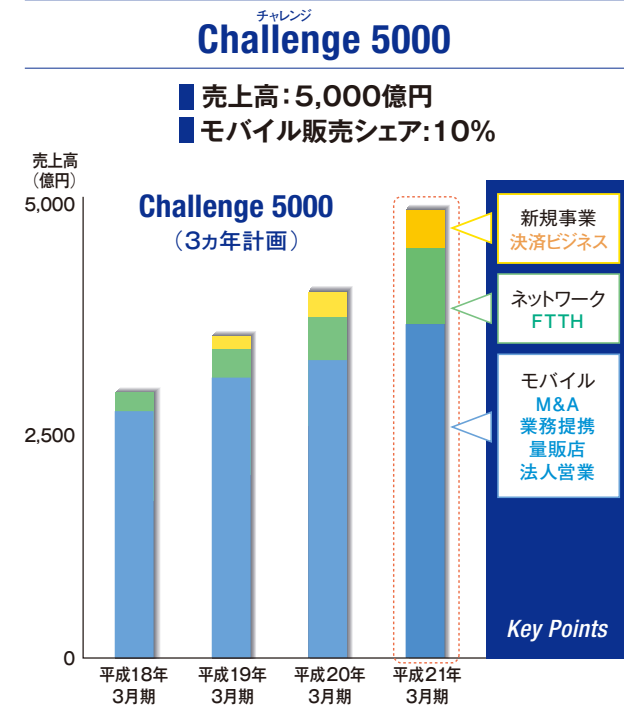


経営戦略

人口普及率からすれば携帯電話は成熟商品とされていますが、引き続き新機種や新たな料金プランが導入され、市場の活性化に寄与しています。

テレパークは、コアビジネスであるモバイル事業(携帯電話販売)とネットワーク事業(固定回線取り次ぎ)に加え、決済サービスを始めとする新規事業にも経営資源を投入し、事業の拡大と企業価値の最大化を目指してまいります。

平成21年3月期へ向けた中期経営目標



中期経営目標

中期経営目標「Challenge 5000」では、目標年度平成21年3月期に売上高5,000億円(モバイル・ネットワーク・新規事業含む)、携帯電話販売シェア10%(500万台)獲得を目指しています。

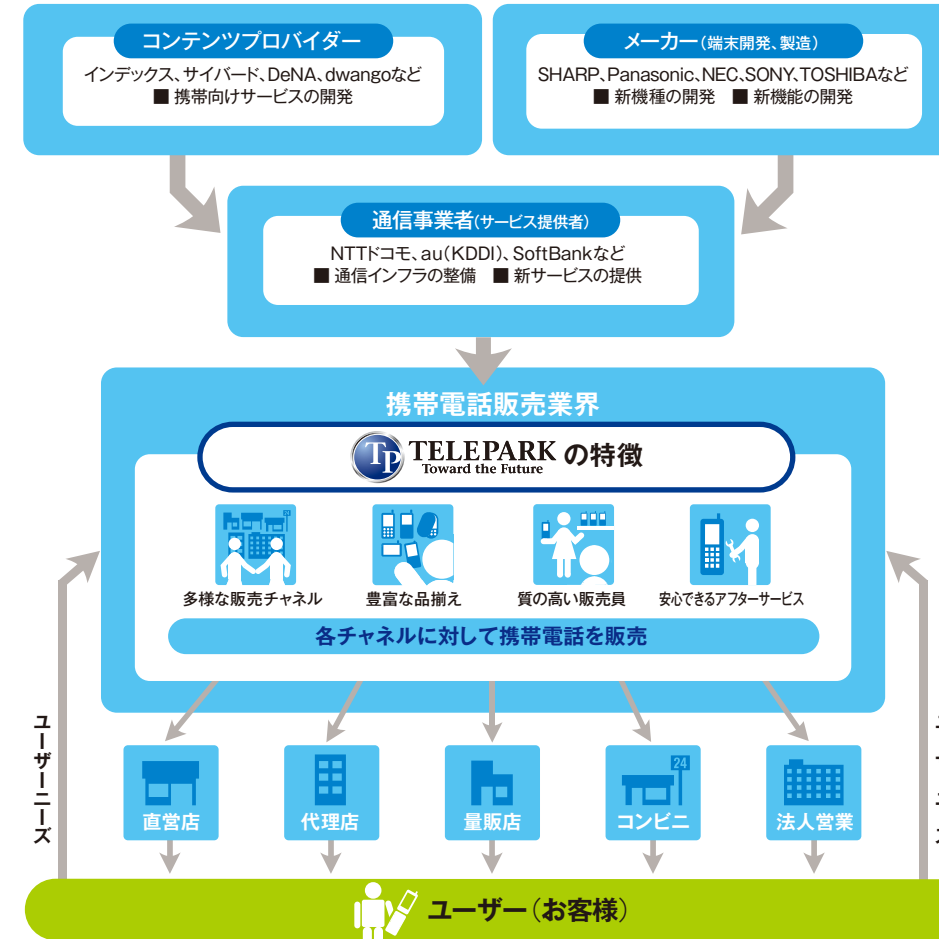
平成20年度3月期は、3カ年計画の2年目に当たりましたが、(株)テレコムパーク[旧テレコム三洋(株)]子会社化により、売上・シェア共に目標達成に向けて大きく前進することができました。

最終年度の平成21年3月期においては、10月1日に予定している(株)エム・エス・コミュニケーションズとの合併効果等もあり、中期経営目標を達成する見込みです。

テレパークの位置付けと役割

携帯電話販売のしくみ

■ 当社は、あらゆるお客様に様々なチャネルを通して携帯電話を販売しています。



テレパークが携帯電話市場でどんな役割を果たしているか、ホームページで活躍中のドクトルモバイルくんが回答します!

Q 販売代理店はどんな役割を果たしていますか?

A 携帯電話端末の高機能化や料金プランの多様化に伴い、ユーザー(お客様)は自分に適した携帯端末や料金プランを選択することが難しくなっており、販売代理店の専門スタッフの的確なアドバイスの必要性が高まっています。また、メーカーや通信事業者にとって販売代理店は、日々多くのユーザー(お客様)と接する販売チャネルとして機能しています。このように販売代理店の役割は、通信事業者とメーカー、そしてユーザー(お客様)の橋渡しをし、携帯電話の流通を円滑化することです。

Q 販売代理店にとって重要なことは何ですか?

A 通信事業者とメーカー、そしてユーザー(お客様)双方のニーズに、いかに応えるかが重要です。そのためには、優秀な販売員を揃え、多くの商品を仕入れるための資金力も必要で、それらを兼ね備えた総合的な販売力が販売代理店にとって重要な要素になります。