モバイル事業
Mobile Telecommunication Business

事業内容
- 携帯電話等の販売および取次ぎ
- 携帯電話等にかかわる保守・メンテナンス

営業利益 セグメント別構成比 11,534 百万円 [75.9%]

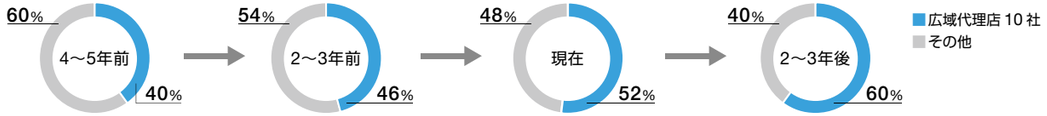
市場環境

携帯電話の保有台数は約1億1千万台を超え、通信事業者の割賦販売方式の浸透等により、買い替え期間が従来の2年余りから約3年に延びたと言われています。その一方で、販売価格が安定し、アフターサービス件数が増加しています。

また、その市場環境において、当社を含む10社の広域代理店の取扱いが市場販売台数ベースで約52%となっておりますが、今後の業界における競争激化に伴い、数年以内には60%を超えると予想されています。

当社の想定するマーケットシェアの変化（市場販売台数ベース）

市場再編の更なる加速



事業展開　M&Aやグルーピングによるシェアアップと事業効率の向上

2台目需要の開拓

- ユーザーのニーズに応える多彩な機種等の登場
  〔スマートフォンタイプ〕〔データ通信カード〕
  〔デジタルフォトフレーム〕
- 気軽に利用できる魅力的な通信料金プランの登場

販売チャネルの最適化

- 直営店、代理店では、効率的な運営により収益性が向上
- 直営店については採算性を重視し、販路の最適化を実施

法人営業の強化　成長する法人市場

個人情報保護法対応、内部統制強化等が追い風
〜数年で2,000万台規模の市場へ〜

- 人員増強　現在約260名
- 各企業のニーズに応じて最適ソリューション（サービス・プラン等）を提案する「コンサルティング営業」を実施※
- 3大商社グループを始めとする顧客基盤の拡大
- スマートフォンタイプの端末ニーズにも対応
- ASPサービスを統合し、より魅力的な法人向けソリューション「movino star」を提供

movino star

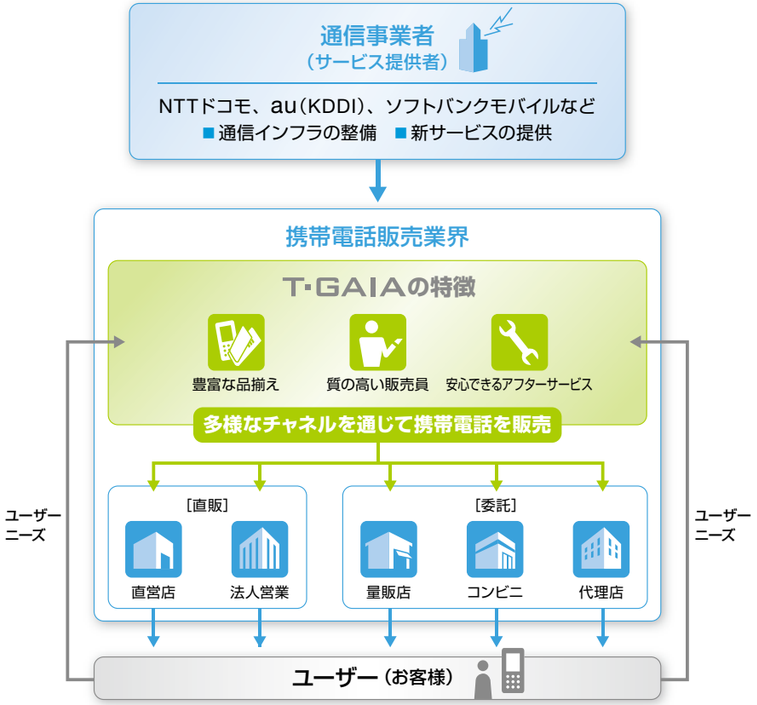
※取扱いキャリア：NTTドコモ、au（KDDI）、ソフトバンクモバイル、ウィルコム、イー・モバイル

ZOOM UP ズームアップ

業界におけるティーガイアの役割と位置付けについて

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いるため、販売代理店の専門スタッフからの的確なアドバイスが益々求められています。また、通信事業者にとって販売代理店は、日々多くのユーザー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、そしてユーザーの橋渡しをし、携帯電話の流通を円滑化することです。

通信事業者とメーカー、そしてユーザー双方のニーズにいかに応えるかが重要！



直営キャリアショップ数（平成22年3月末現在）

ドコモショップ	au ショップ	ソフトバンクショップ	合計
172店	118店	73店	363店