



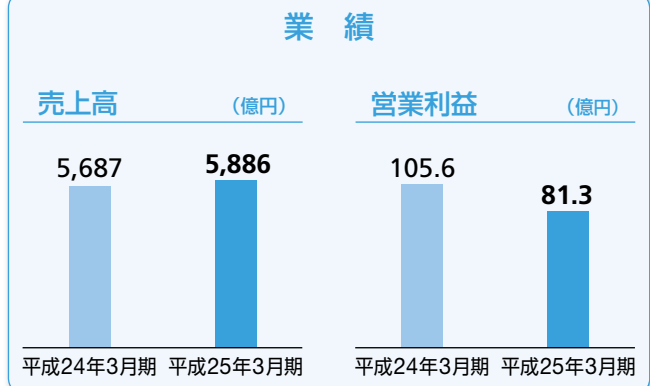
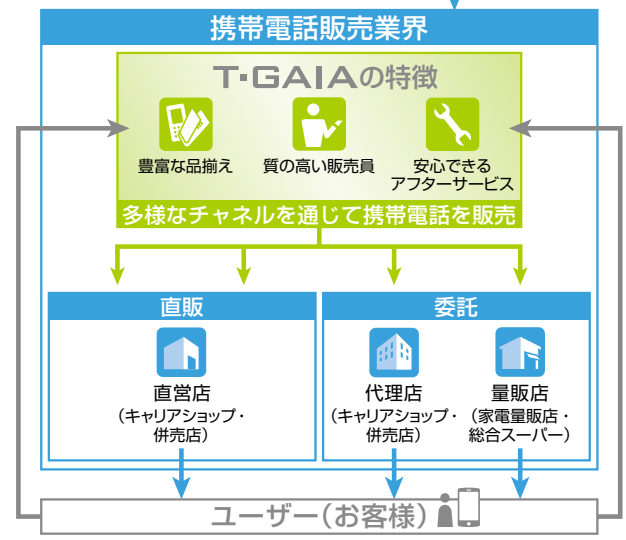
モバイル事業

事業内容 携帯電話等の販売及び代理店業務

営業利益
セグメント別構成比 **68.9%**

業界におけるティーガイアの役割と位置付け

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おり、通信事業者とメーカー、そしてユーザーの橋渡し役として、携帯電話の流通を円滑化しております。



魅力的な新商品の相次ぐ発売やLTEサービスの拡大に伴うスマートフォンの本格的な普及により、販売市場は堅調に推移いたしました。このような状況下、当社グループは、更なるお客様満足度及び販売品質の向上に向けて販売スタッフの教育・研修に注力するとともに、店舗・販売体制の拡充を推進いたしました。また、新たな市場への取り組みとして、スマートフォン向けアクセサリショップ「Smart Labo」の展開も開始いたしました。これらの施策等に基づき、スマートフォンやタブレット型端末の拡販や周辺商材の強化等により収益拡大に取り組んだ結果、売上高は5,886億70百万円となりました。また、各販路の採算改善や新たな収益源確保に向けた組織・人員体制の構築等に取り組む、徐々に効果は表れてきました。しかしながら、通信事業者の手数料体系変更に対応しきれなかったことに加え、スマートフォン拡販に向けた販売拠点の強化や販促活動に費用を投じ、販売スタッフの教育・研修に積極的に取り組んだこと等により、営業利益は81億37百万円となりました。

当社グループキャリアショップ店舗数(直営店・代理店含む)(平成25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	イー・モバイルショップ	ウィルコムショップ	Smart Labo	チャイナユニコムショップ(上海)	合計
282店 (内直営店 167店)	436店 (内直営店 64店)	493店 (内直営店 34店)	5店 (内直営店 1店)	25店	5店 (内直営店 5店)	7店 (内直営店 7店)	1,253店 (内直営店 278店)

平成25年3月期の取り組み

▶ お客様満足度向上を最優先に、先行的に費用を投下

- 1 積極的な店舗への投資
- 2 教育・研修専門機関「TGアカデミー」の設立
- 3 雇用体系の見直し



「TGアカデミー」の様子

▶ 収益性向上に向けた取り組みを推進

- 1 採算改善
- 2 周辺商材の販売強化

▶ 収益源の多様化に向けて

- 1 ショップにおけるスマートフォン向けアクセサリの販売強化・売場面積の拡大
- 2 スマートフォン向けアクセサリショップ「Smart Labo」の展開

・平成24年11月の「Smart Labo広島大通」オープンを皮切りに本年3月末までに5店舗を展開(平成25年4月に6店舗目オープン)

Smart Labo

- SL広島大通(広島県)
- SL松本パルコ(長野県)
- SLゆめタウン三豊(香川県)
- SL心齋橋(大阪府)
- SL街道中央(愛媛県)
- 首都圏初の「Smart Labo千葉パルコ」をオープン(平成25年4月)