

2009/3期 第2四半期決算説明会

株式会社 **フォーバル**

2008. 11. 20

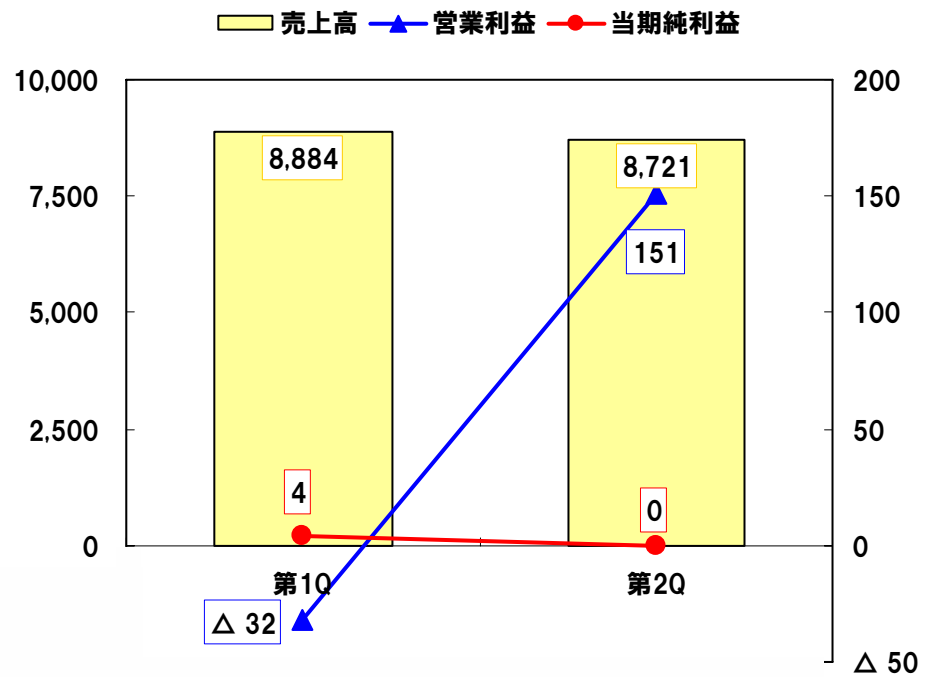
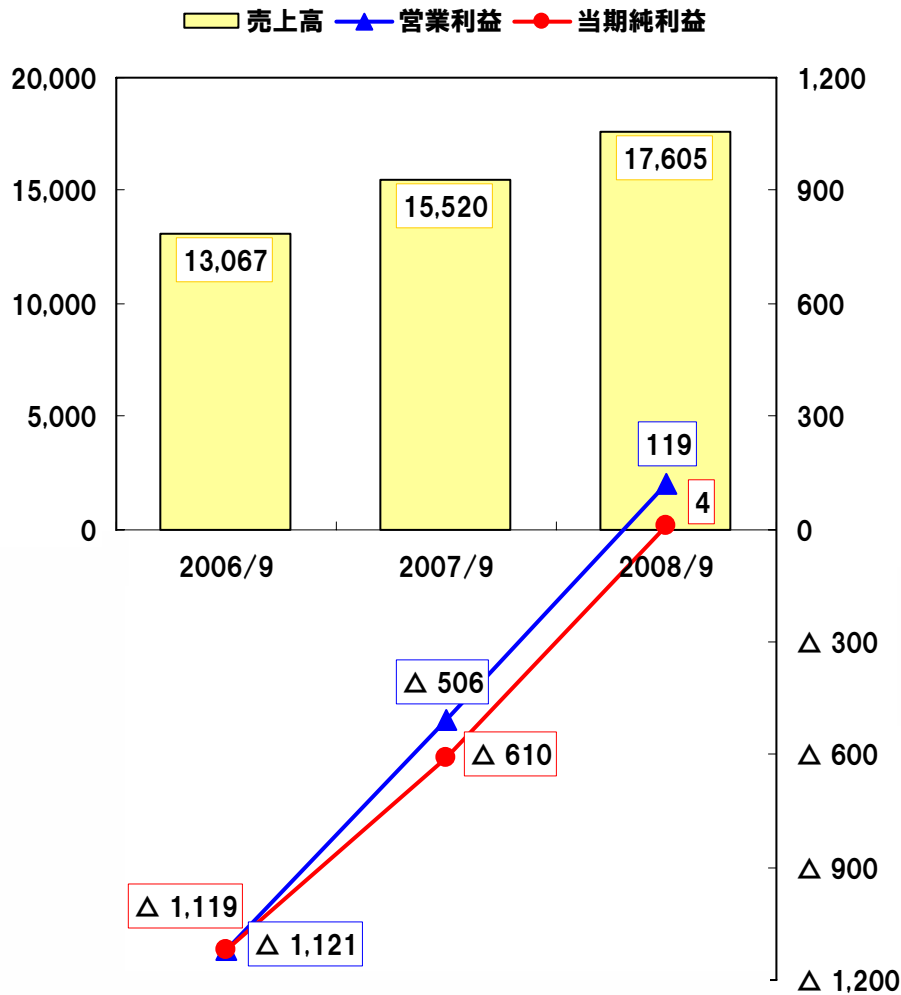
第2四半期連結決算概要

ITを核とした総合経営コンサルティングサービス
「アイコン」
を通じた顧客リレーションの強化

営業効率の向上
(時間管理の徹底によるアイドルタイムの削減)

オフィスの統廃合等による更なる固定費の圧縮

利益が大幅に改善



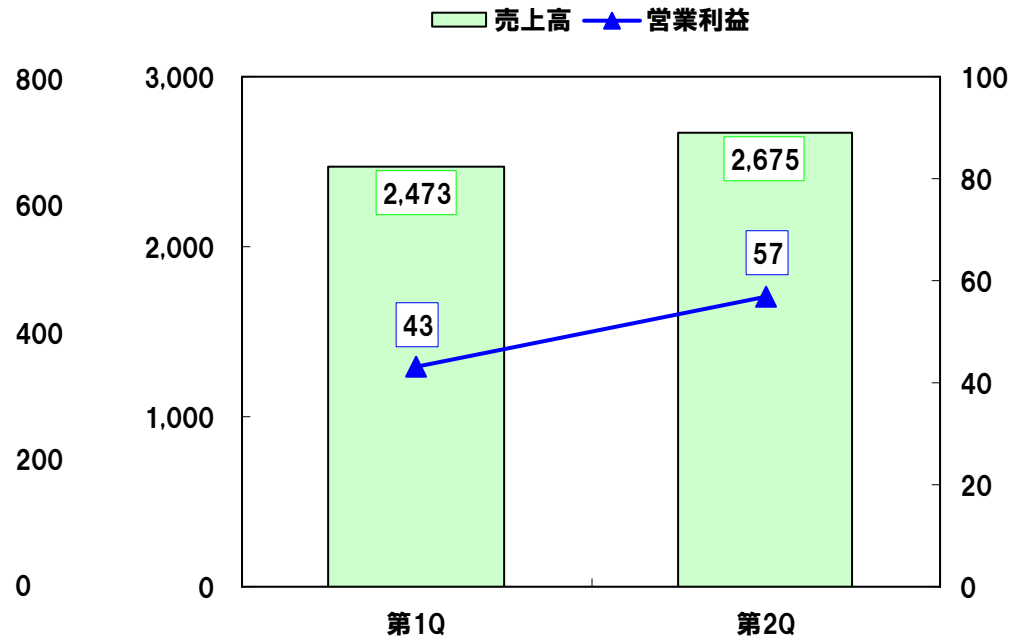
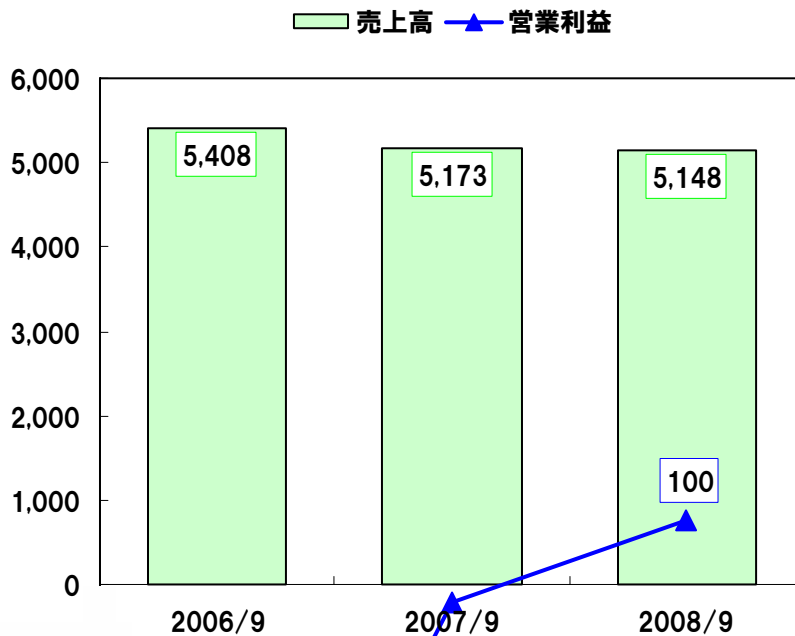
単位: 100万円

FORVAL 連結決算概要

	2008/9				2007/9		2008/9	
	実績	売上比	前期比	期初予想比	実績	売上比	期初予想	売上比
売上高	17,605	100.0%	2,084 【13.4%】	805 【4.8%】	15,520	100.0%	16,800	100.0%
売上総利益	4,581	26.0%	242 【5.6%】		4,338	28.0%		
販管費	4,461	25.3%	△382 【△7.9%】		4,844	31.2%		
営業利益	119	0.7%	625 【-】	△30 【△20.4%】	△506	△3.2%	150	0.9%
経常利益	105	0.6%	745 【-】	5 【5.6%】	△640	△4.1%	100	0.6%
特別損益	△225		△192 【-】		△32			
当期純利益	4	0.0%	614 【-】	△95 【△95.3%】	△610	△3.9%	100	0.6%

単位：100万円

FORVAL セグメント別概況(機器関連事業)

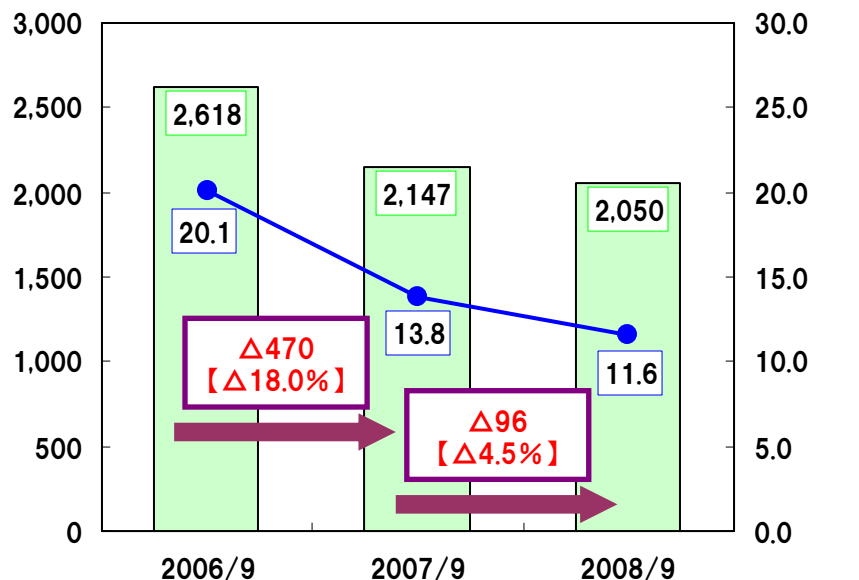


	2006/9	2007/9	2008/9
売上高成長率(前期比)	△25.8%	△4.3%	△0.5%
売上高構成比	41.4%	33.3%	29.2%
売上高営業利益率	△13.8%	△0.6%	2.0%

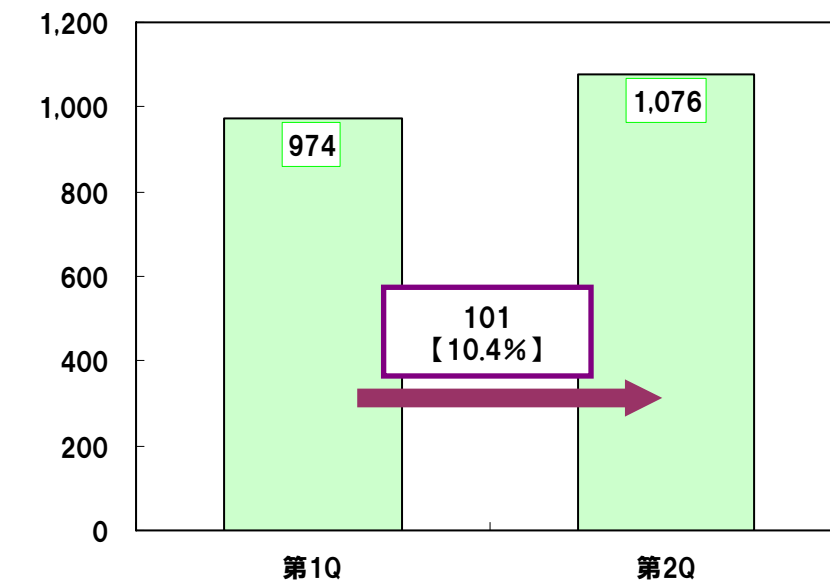
単位: 100万円

電話機

売上高:100万円 □ 売上高 ● 構成比



構成比:% □ 売上高



ポイント

4-9月累計では、セット数は堅調に推移したが比較的低価格商品の比率が高く、金額ベースでは4.5%減少した。

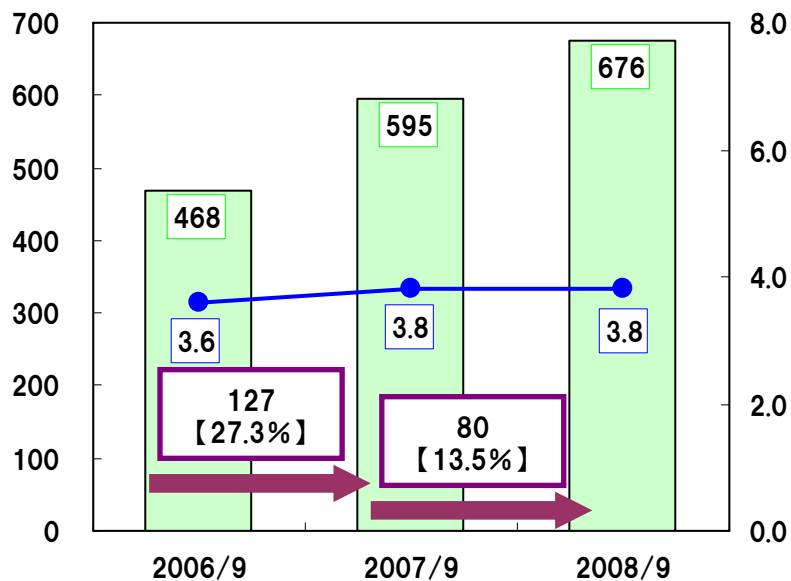
第2四半期は「FTフォン」に注力し、第1四半期に比べ10.4%増加した。

パソコン

売上高:100万円

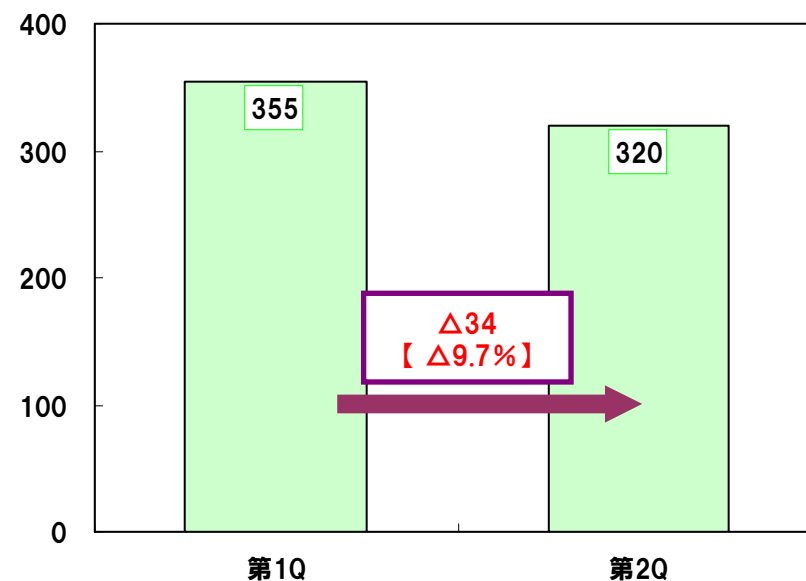
■ 売上高 ● 構成比

構成比:%



売上高:100万円

■ 売上高



ポイント

4-9月累計では、サーバーの販売が好調に推移したことで13.5%増加した。

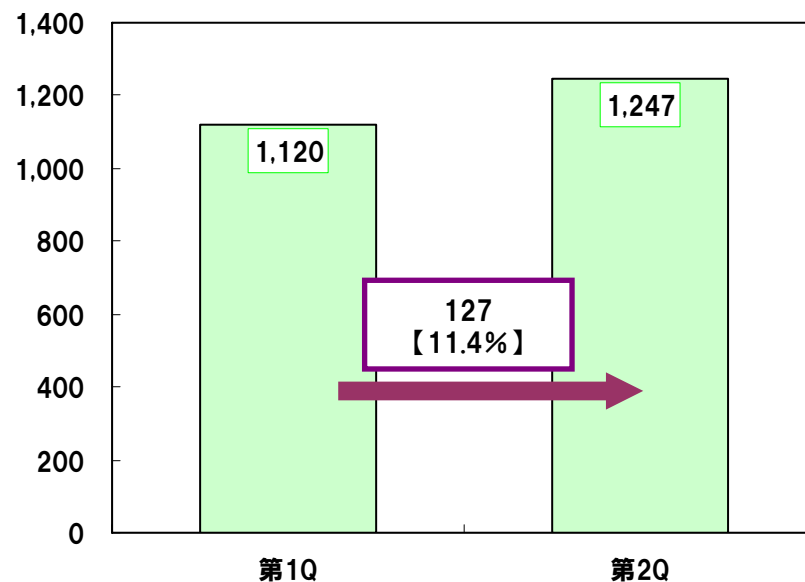
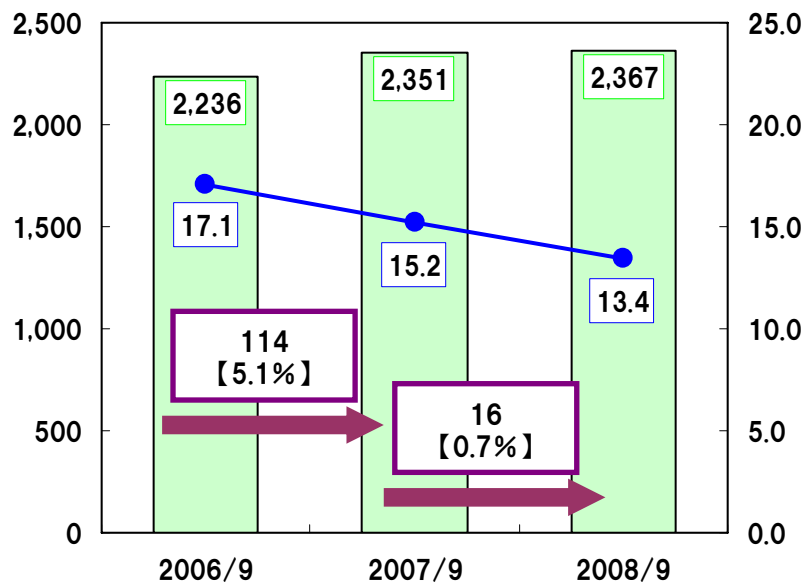
第2四半期はサーバーは好調に推移したがパソコンの販売が伸びず、第1四半期に比べ9.7%減少した。

複写機等

売上高:100万円 □ 売上高 ● 構成比

構成比:%

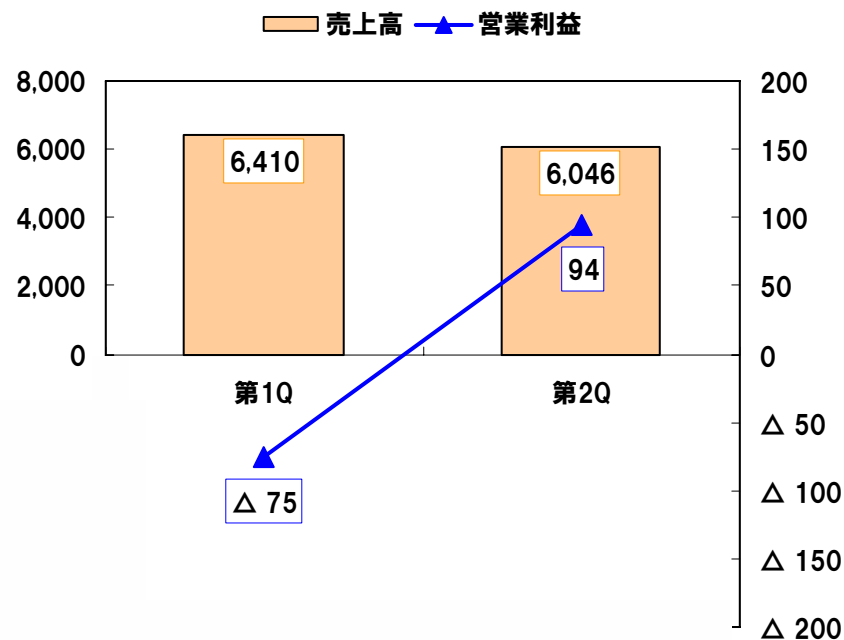
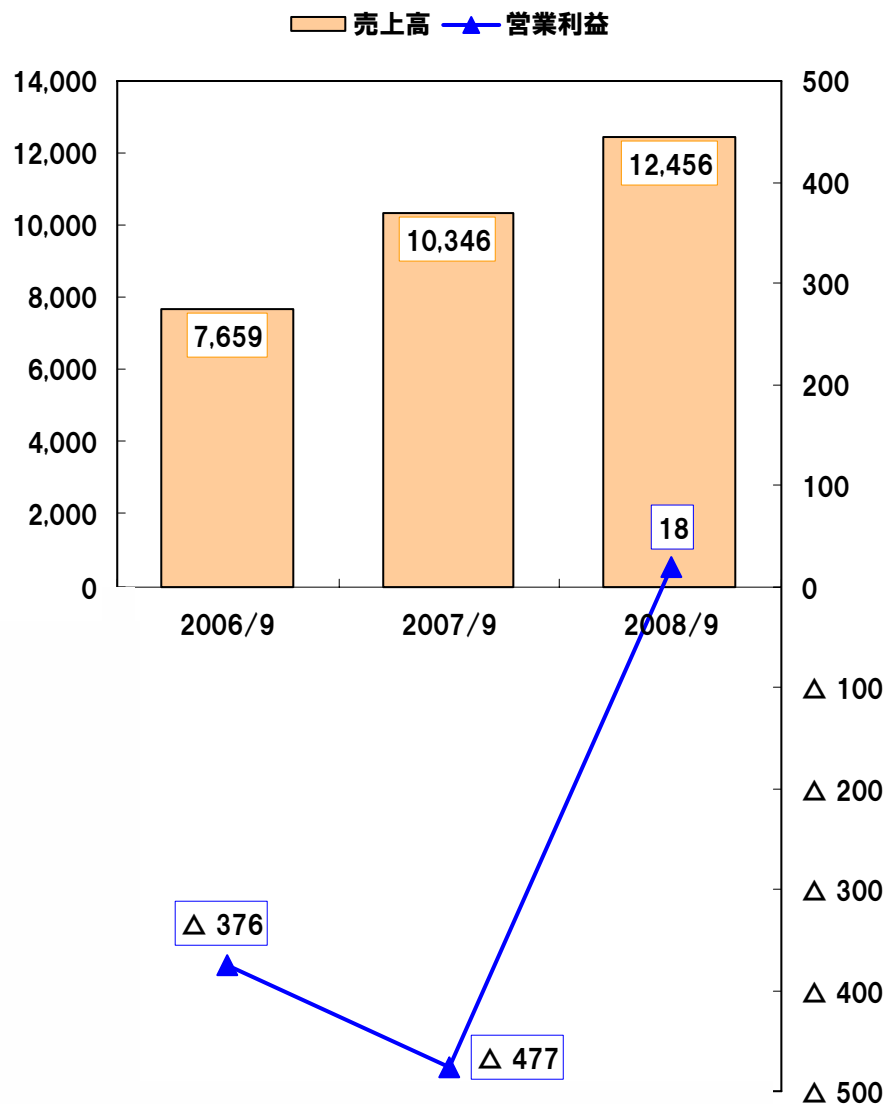
売上高:100万円 □ 売上高



ポイント

4-9月累計では、業界全体が大きく落ち込む中で、比較的堅調に推移しているカラー機について、業界トップクラスの販売比率を維持し、前年同期並みの売上を確保した。

第2四半期はドキュメントの強化日を設けるなど積極的な販売促進策を実施したことで、第1四半期に比べ11.4%増加した。



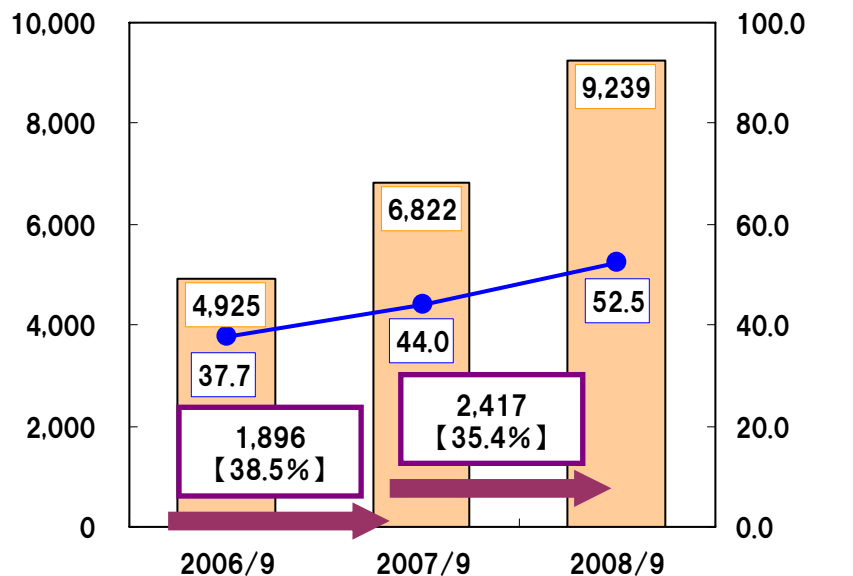
	2006/9	2007/9	2008/9
売上高成長率(前期比)	2.9%	35.1%	20.4%
売上高構成比	58.6%	66.7%	70.8%
売上高営業利益率	△4.9%	△4.6%	0.2%

単位: 100万円

通信ネットワーク

売上高:100万円

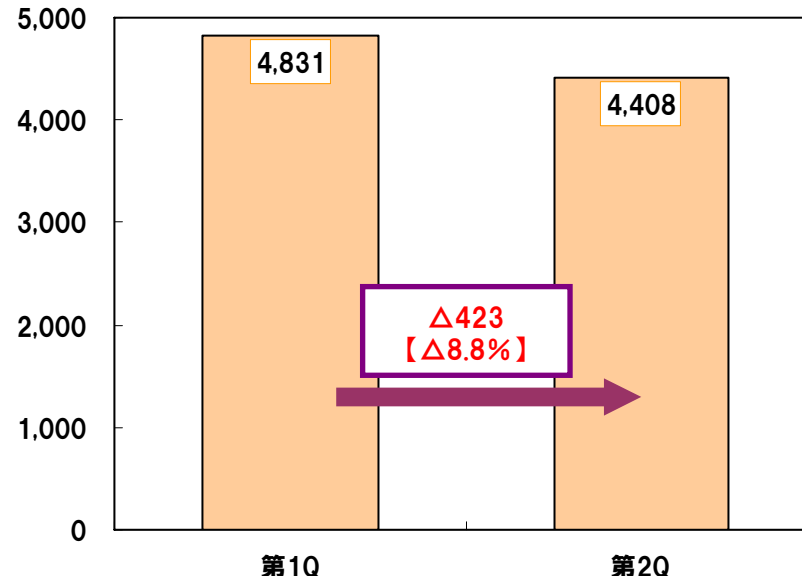
売上高 構成比



構成比:%

売上高:100万円

売上高



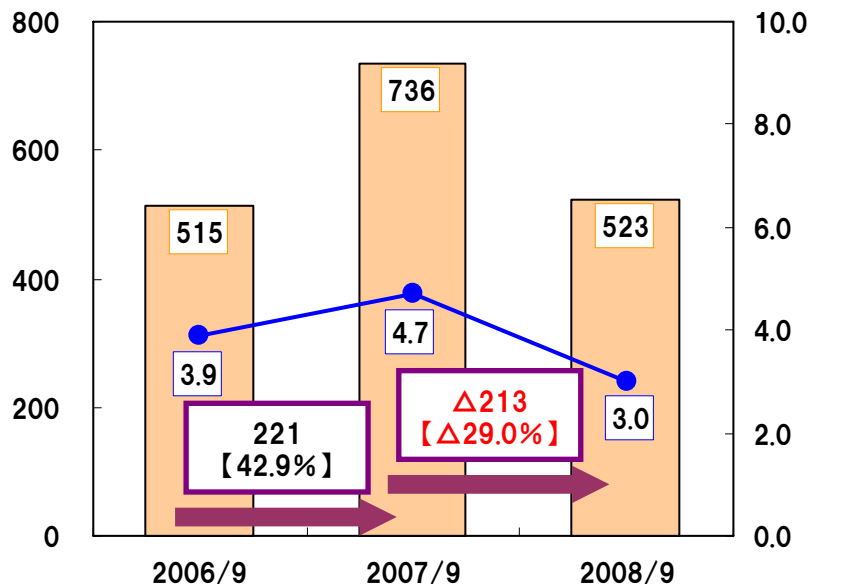
ポイント

4-9月累計では、2007年7月に子会社化したリンクアップがフルに寄与したことや、フォーバルテレコムの新通信サービス事業が好調に推移し35.4%増加した。

リンクアップの携帯販売事業は、4月が新入生・新入社員向けの販売で好調であるという季節要因の反動もあり、第2四半期は第1四半期に比べ8.8%減少した。

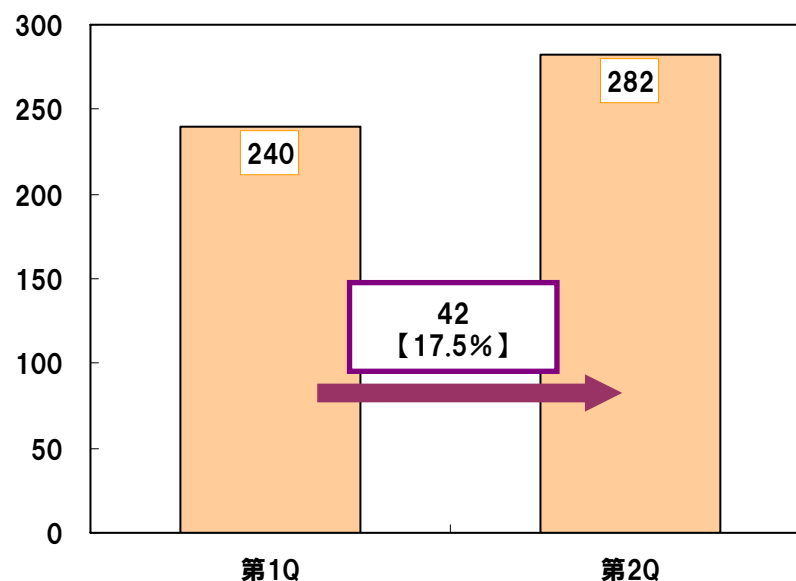
Web関連

売上高:100万円 売上高 構成比



構成比:% 売上高:100万円

売上高



ポイント

今期はWeb専任人員を減少させたことが影響し、4-9月累計では29.0%減少した。
 第2四半期はリスティング広告を活用した販売策を講じた結果、第1四半期に比べ17.5%増加した。

セキュリティ関連

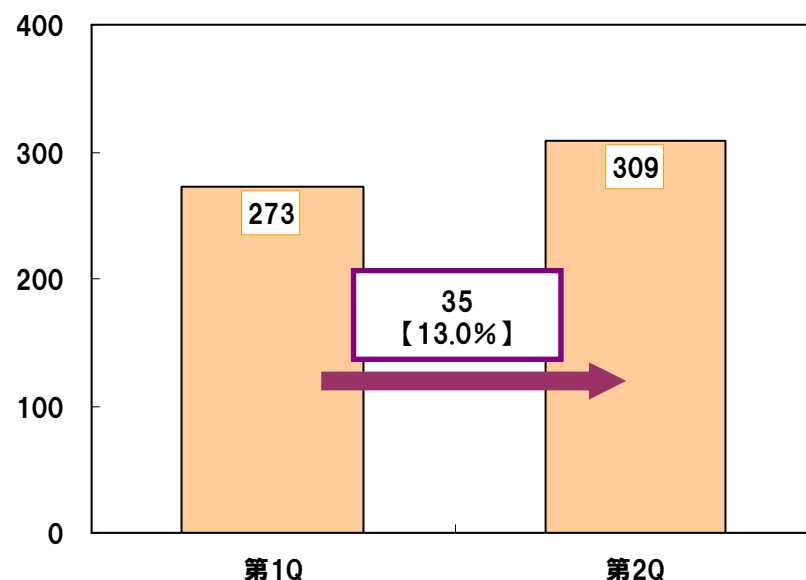
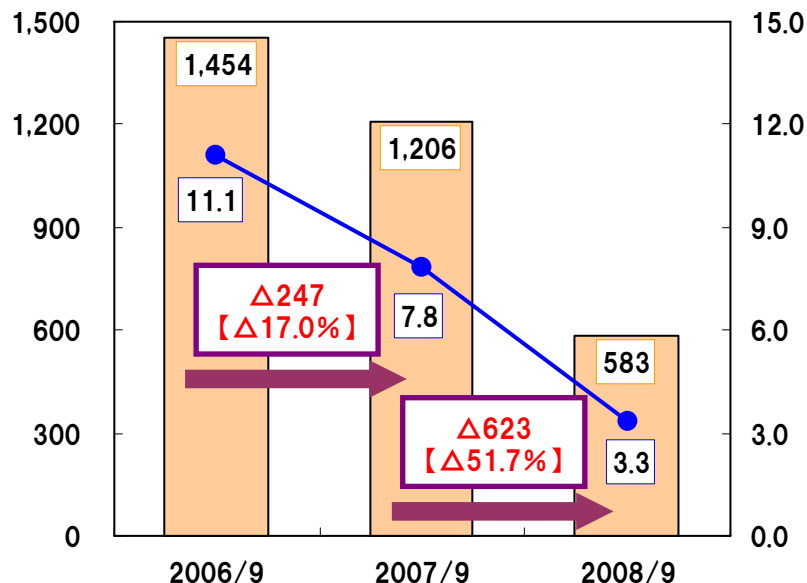
売上高:100万円

売上高 構成比

構成比:%

売上高:100万円

売上高



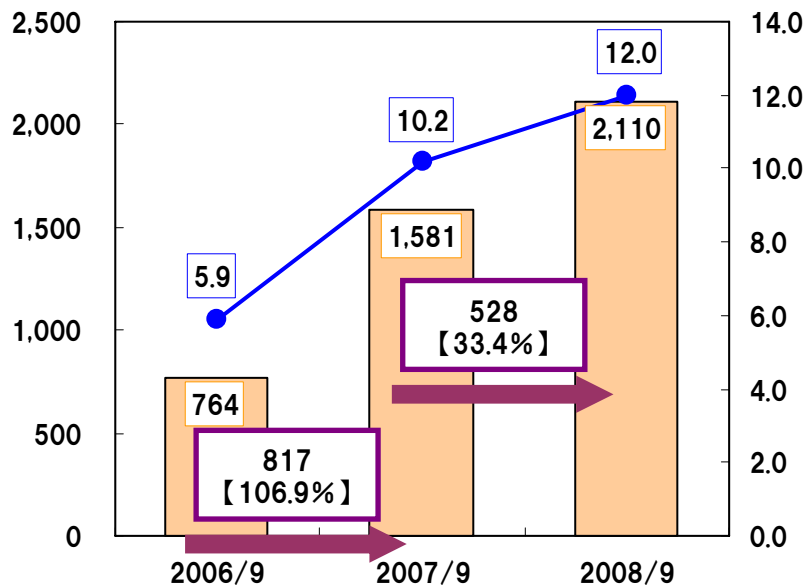
ポイント

4-9月累計では、フォーバルクリエイティブ(現 インスパイアー)の連結除外に伴い51.7%減少した。

第2四半期はスパムメール対策を切り口とした販売促進策を実施し、第1四半期に比べ13.0%増加した。

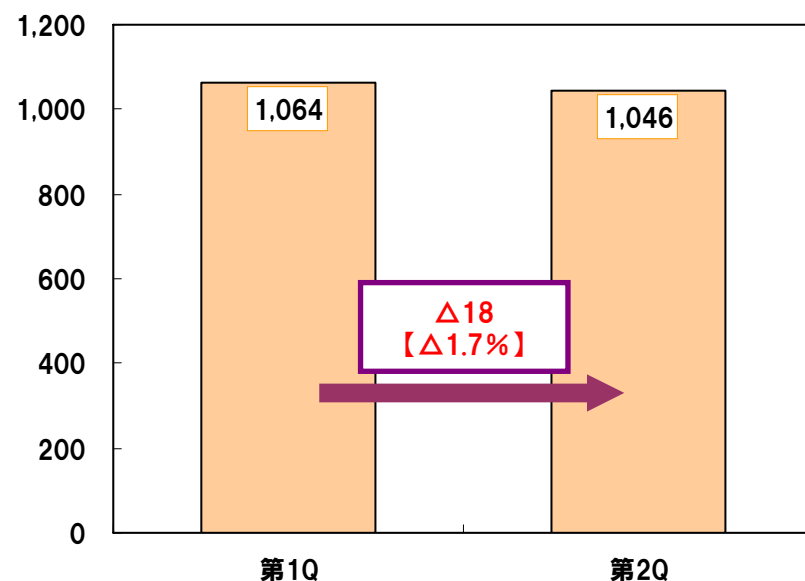
その他

売上高:100万円 売上高 構成比



構成比:% 売上高:100万円

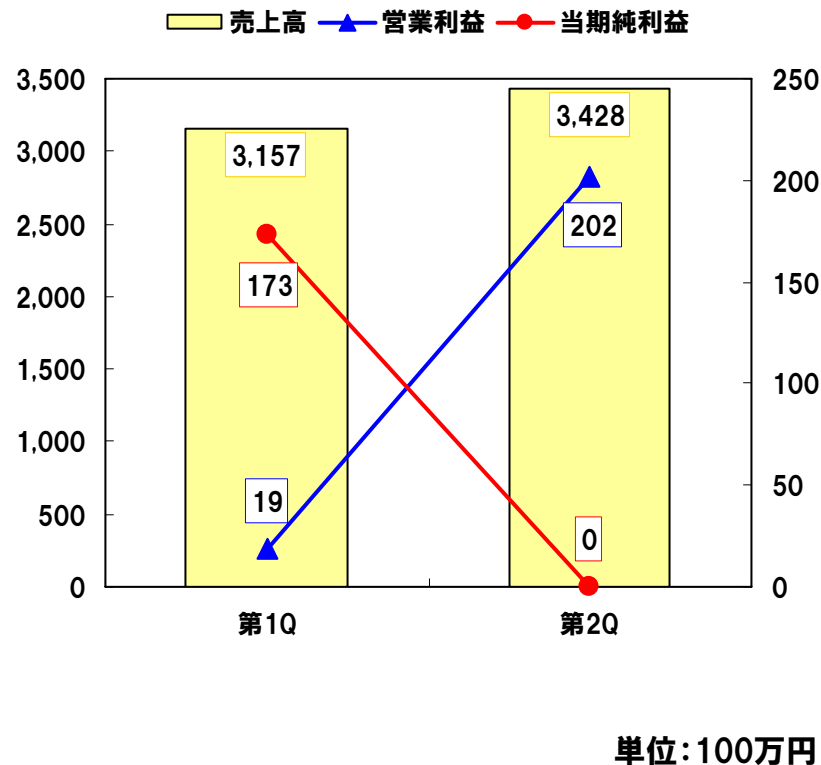
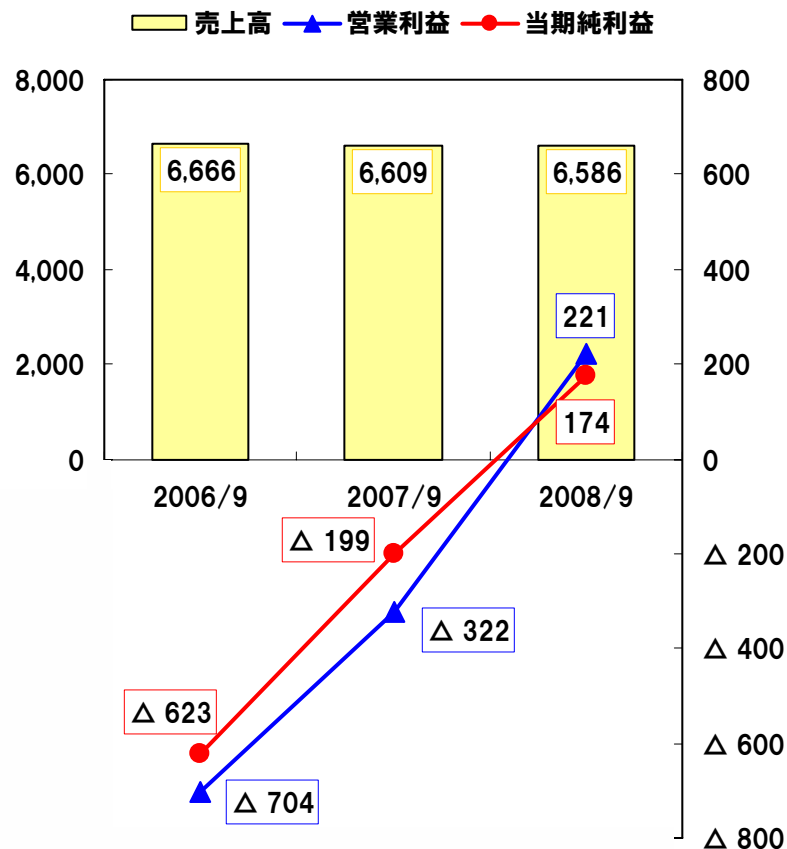
売上高



ポイント

4-9月累計では、2008年4月に子会社化したタクトシステムが寄与し33.4%増加した。

フォーバル単体

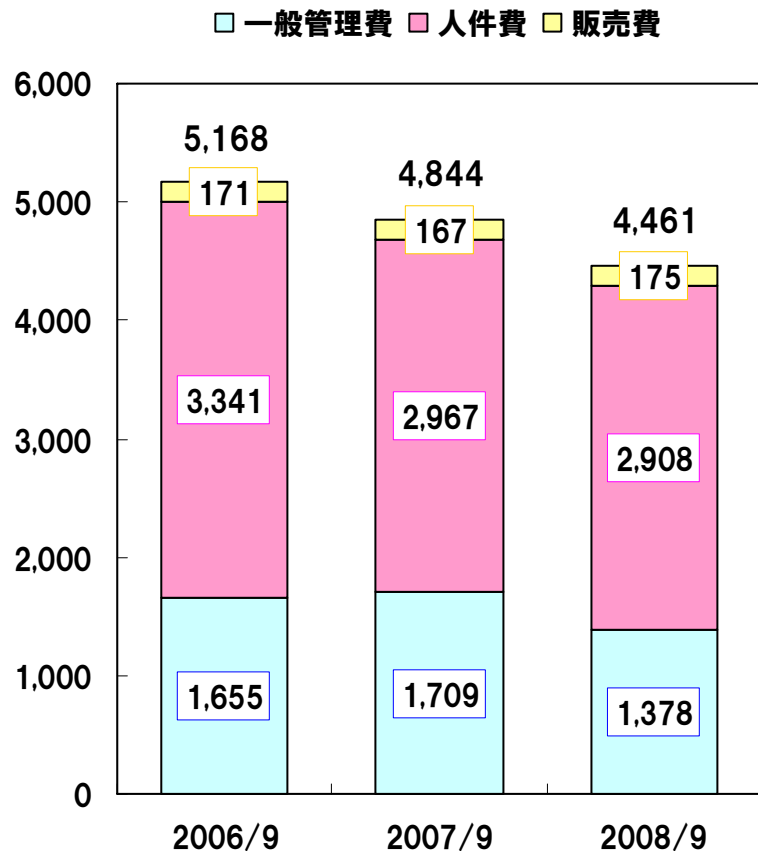


ポイント

利益が大幅に改善

第2四半期の売上・営業利益
は第1四半期から更に改善

前々年同期比13.7%削減



単位:100万円

前年同期比7.9%削減

販売費

前年同期比 7【4.2%】

人件費

前年同期比 $\Delta 59$ 【 $\Delta 2.0\%$ 】

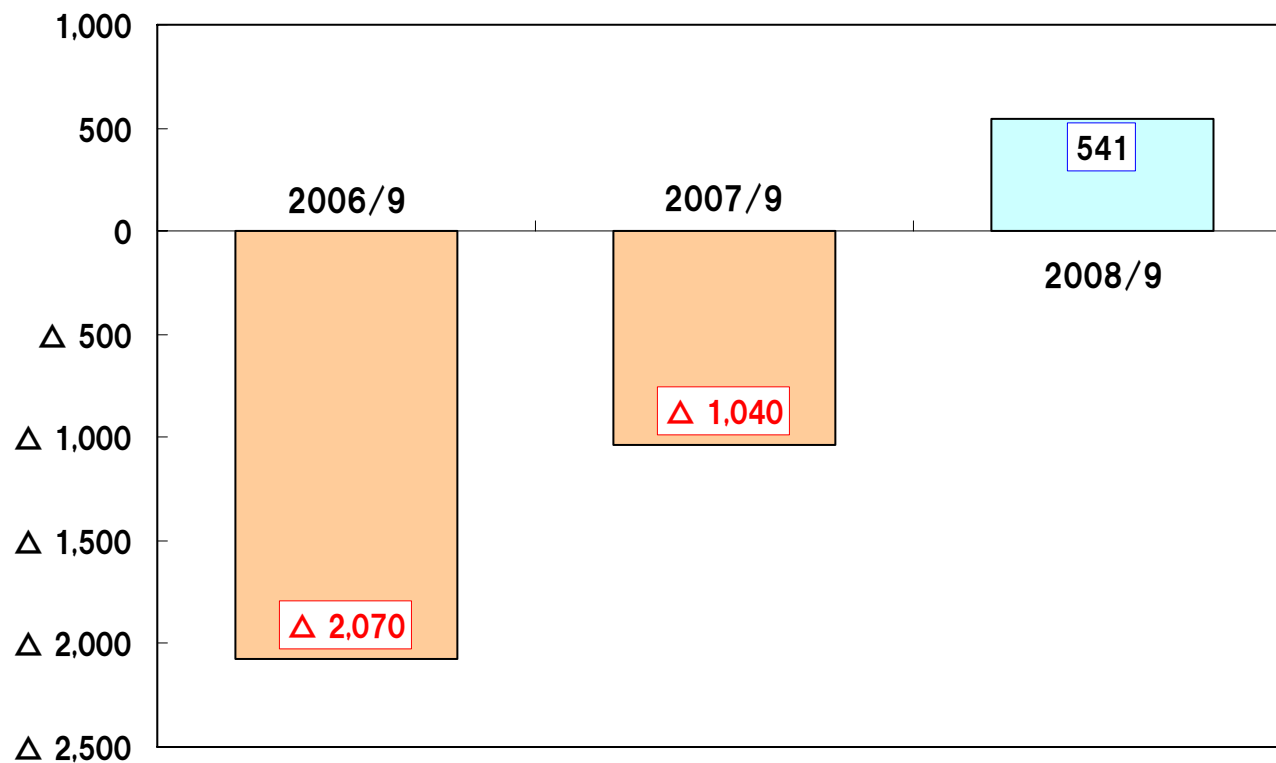
一般管理費

前年同期比 $\Delta 330$ 【 $\Delta 19.3\%$ 】

旅費交通費や賃借料等の削減

フリー・キャッシュ・フローは大幅に改善

フリー・キャッシュ・フロー

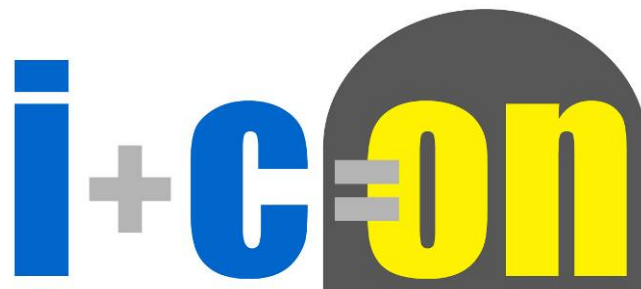


単位:100万円

	2009/3期予想				2008/3期		
	通期予想	売上比	前期比	期初予想	売上比	実績	売上比
売上高	35,000	100.0%	676 【2.0%】	36,000	100.0%	34,323	100.0%
営業利益	450	1.3%	1,420 【-】	450	1.3%	△970	△2.8%
経常利益	400	1.1%	1,663 【-】	400	1.1%	△1,263	△3.7%
当期純利益	300	0.9%	830 【-】	300	0.8%	△530	△1.5%

単位：100万円

フォーバルグループの今後の展開

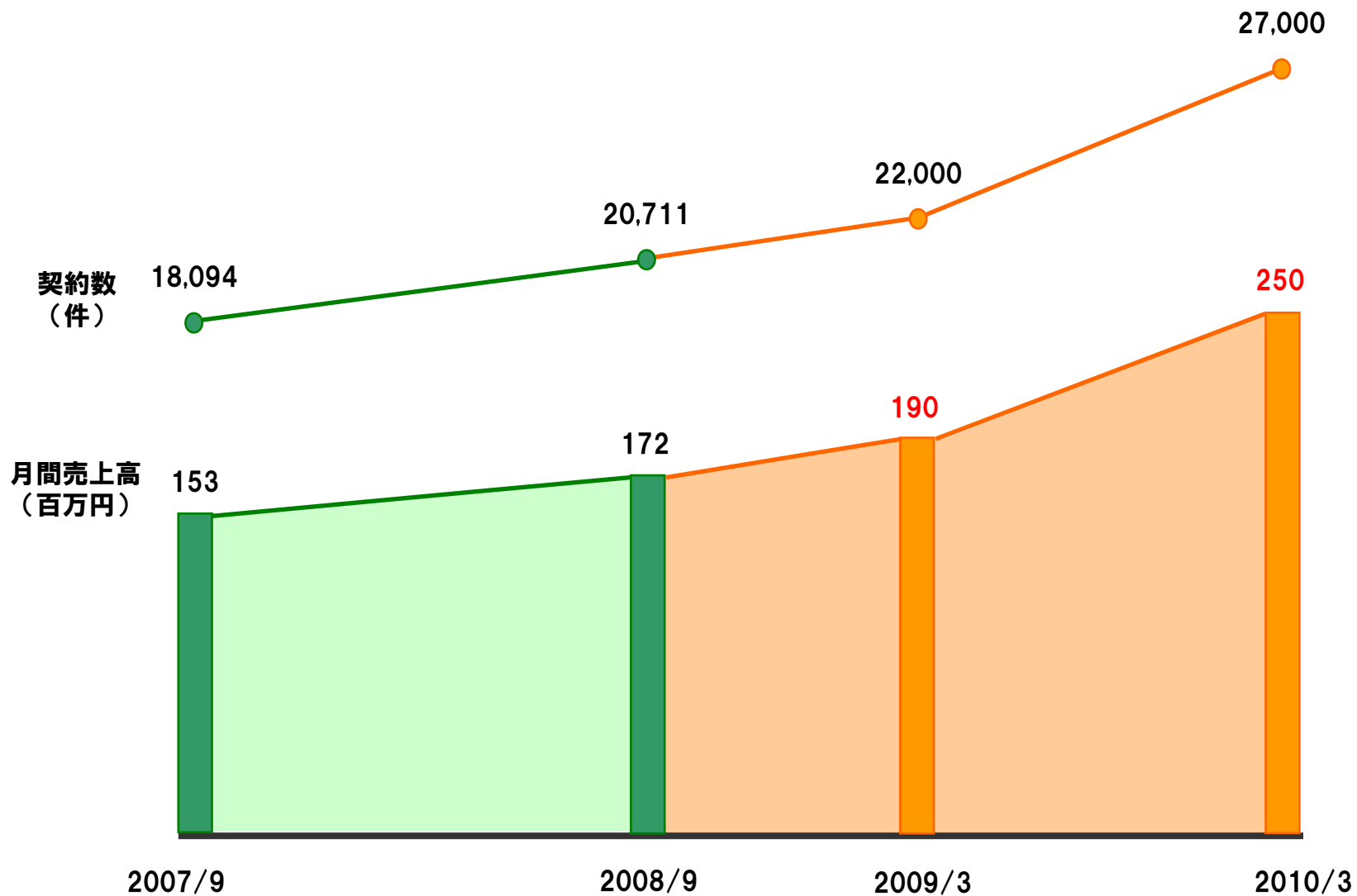


定期訪問付き「アイコン」サービス

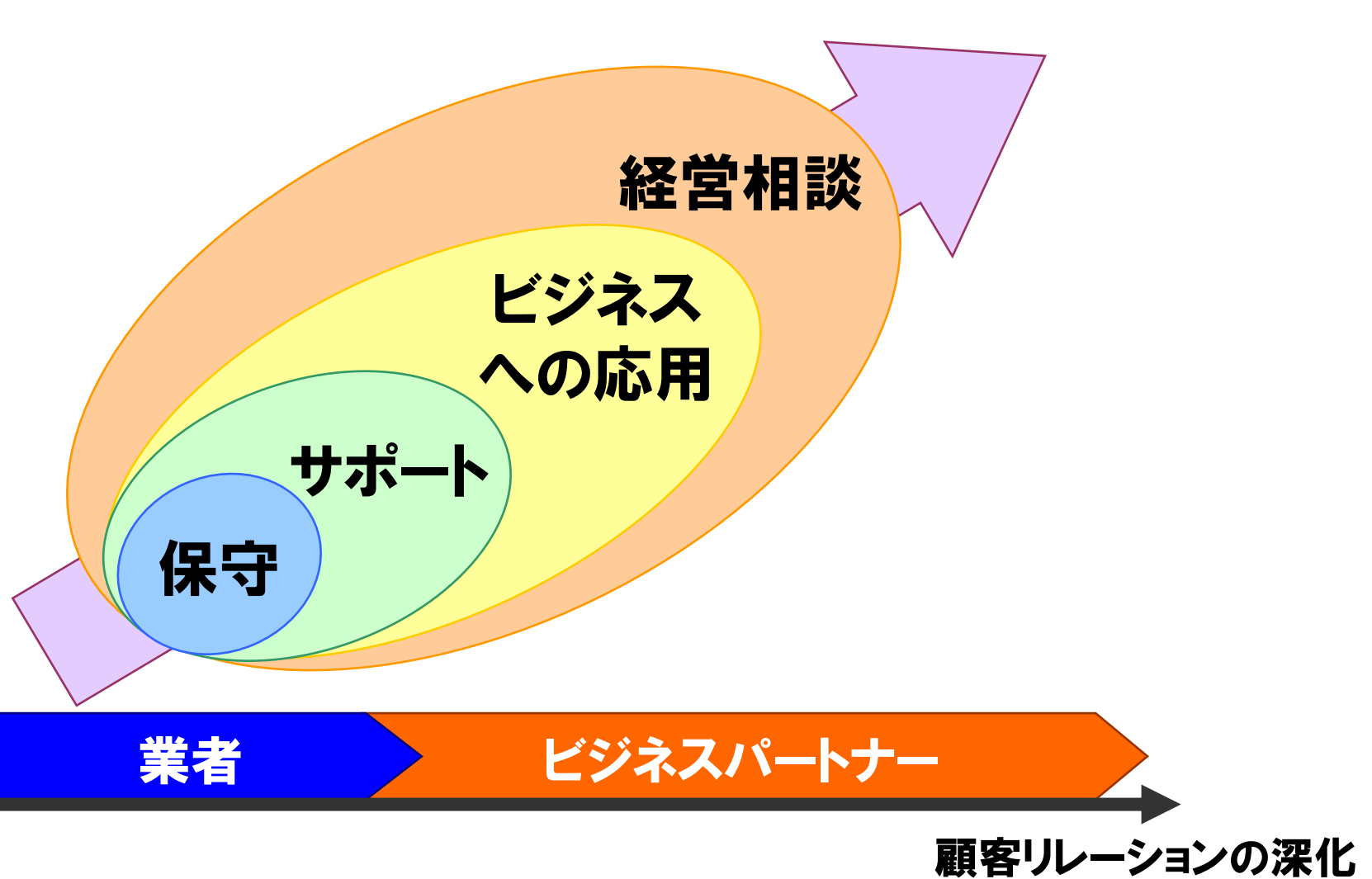
「アイコン」サービス

定期訪問を通じて、お客様が抱える様々な経営・ビジネス上の課題(保守・サポートを含む)を、外部パートナーの協力も得ながら、専門家の視点で診断・助言・支援を行う、ITを核とした総合経営コンサルティングサービス

FORVAL 「アイコン」サービスの推移・計画



単価UP



フェーズⅠ
～2008.3

フェーズⅡ
2008.4～2011.3

フェーズⅢ
2011.4～

赤字部門・グループ会社
の整理・再編

黒字体質の基盤確立

「アイコン」サービスの浸透

2009年3月末
「アイコン」サービス契約数
22,000件

2010年3月末
「アイコン」サービス契約数
27,000件

ストック型の収益構造へ転換

自ら作った
業界ルールの変革

リースに替わる
新たなスキームの構築

ハードもストック型に変化
「アイコン」サービスが進化し
安定した成長トレンドへ

新生
フォーバルの躍進

将来の見通しに関する記述についてのご注意

本プレゼンテーション資料に掲載されている弊社の計画、目標、方針、戦略、判断、財務的予測、将来の数値・金額などのうち、歴史的事実でないものは弊社に関わる将来の見通しに関する記述であり、弊社の経営陣が現在入手可能な情報に基づく予測、想定、認識、評価、判断、前提(仮定)等を基礎としています。これらの実現については、様々な要素の潜在的リスクや不確実性を含んでいます。

なお、本プレゼンテーション資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われますようお願い申し上げます。