



Cover Story

# ソフトバンクの挑戦

## 革新的なサービスを次々と生み出し、 日本の通信サービスの発展をリード

当社は2001年、「スピードはほぼ2倍、価格はほぼ半額」という設定で、ADSLを使った高速ブロードバンドサービス「Yahoo! BB」の提供を開始。日本にインターネットを普及させるとともに、日本の通信インフラを大きく変革しました。

さらにボーダフォン日本法人を買収してモバイル通信事業に参入し、「ソフトバンク」同士なら特定の時間帯に通話無料となる「ホワイトプラン」の提供を開始。また、スマートフォンの普及を見据えて、日本で初めてiPhoneを販売しました。多様化するお客さまのニーズに応えるため、他社に先駆けて、MNO\*1の高い通信品質をMVNO\*2に近い価格帯で提供する新ブランド「ワイモバイル」を展開しました。そして2015年に通信事業4社を統合し、現在のソフトバンクが誕生して以降も革新的なサービスを次々と生み出し、日本の通信サービスの発展をリードしています。

\*1 移動体通信事業者。Mobile Network Operatorの略称

\*2 仮想移動体通信事業者。Mobile Virtual Network Operatorの略称

2001

高速ブロードバンド  
Yahoo! BB  
提供開始

2006

モバイル通信事業に  
参入

2007

ホワイトプラン  
提供開始

2008

iPhone  
独占販売開始

2014

ワイモバイル  
提供開始

2015

通信4社\*合併

\*ソフトバンクモバイル(株)、ソフトバンクBB(株)、ソフトバンクテレコム(株)、ワイモバイル(株)の4社を指します。

2016

大容量データ  
定額プラン提供開始

## ソフトバンクの挑戦

# コーポレート・ガバナンスの強化を図りながら、 高還元と高成長の両立を宣言

2018 12

## ソフトバンク上場

2018年12月、親会社であるソフトバンクグループ(株)が戦略的  
持株会社としてグローバルな投資を加速するなか、当社は日本に  
おける中心的な事業会社として、東京証券取引所市場第1部に上  
場しました。

通信事業を軸とし、ソフトバンクグループ(株)およびその投資先  
との協働により投資効率の高い事業展開を行うことで、株主還元  
と成長投資の両立を目指すことを宣言しました。公開企業となり  
市場の評価を直接受けながら、自律的かつ透明性の高い、迅速  
な意思決定に基づく経営を行うことを目指し、上場前後のタイミ  
ングで、指名・報酬委員会の設置、取締役会の独立社外取締役比  
率の3割以上への引き上げ、役員への業績連動報酬の導入など  
を実施しました。



## 日本有数のインターネット企業を次々と子会社化

2019 06

Zホールディングス子会社化

2019 11

Zホールディングスが  
ZOZOを子会社化

2021 03

ZホールディングスとLINEの  
経営統合



### Zホールディングスを子会社化し、 非通信サービスの展開を加速

当社は、日本最大級のポータルサイト「Yahoo! JAPAN」を運営するZホールディングス(旧ヤフー)を子会社化し、通信サービスとのシナジーを高めるとともに、互いのサービス群、顧客基盤、ビッグデータ等を活用し、非通信サービスの展開を加速しています。



### 日本最大級のファッションECサイト 「ZOZOTOWN」を獲得

Zホールディングスは、日本最大級のファッションECサイト「ZOZOTOWN」を運営する(株)ZOZOを子会社化し、「物販eコマース取扱高(国内)No.1」を目指しています。従前からのeコマース事業とは、取り扱い商品および顧客層の点において補完関係にあり、事業が大きく飛躍しました。



### 日本最大級の コミュニケーションサービスを獲得

ZホールディングスはLINEとの経営統合により、「情報」「決済」「コミュニケーション」という日常生活に欠かせない顧客とのタッチポイントを持つ、日本最大規模のインターネットサービスを提供する企業グループとなりました。

#### 上場子会社を有する意義と少数株主利益の保護

当社は、Zホールディングスをはじめ、複数の上場子会社を有しています。当社は、各上場子会社が、株式市場での評価を受けながら事業に取り組むとともに、少数株主の利益に配慮した自律的な経営を行うことが各社の成長に資するものと考えています。なお、子会社における重要な意思決定等に関して、当社への事前承認または報告を求めています。上場子会社については独立性の観点から、「契約当事者とならないソフトバンクグループ(株)ならびにその子会社および関連会社を拘束する条項(競業禁止を含む)を含む契約の締結」のみに限定し、当社が各社の意思決定を不当に拘束することがないように配慮しています。

## 圧倒的なシェアを誇る キャッシュレス決済サービスPayPayを子会社化

2022 10

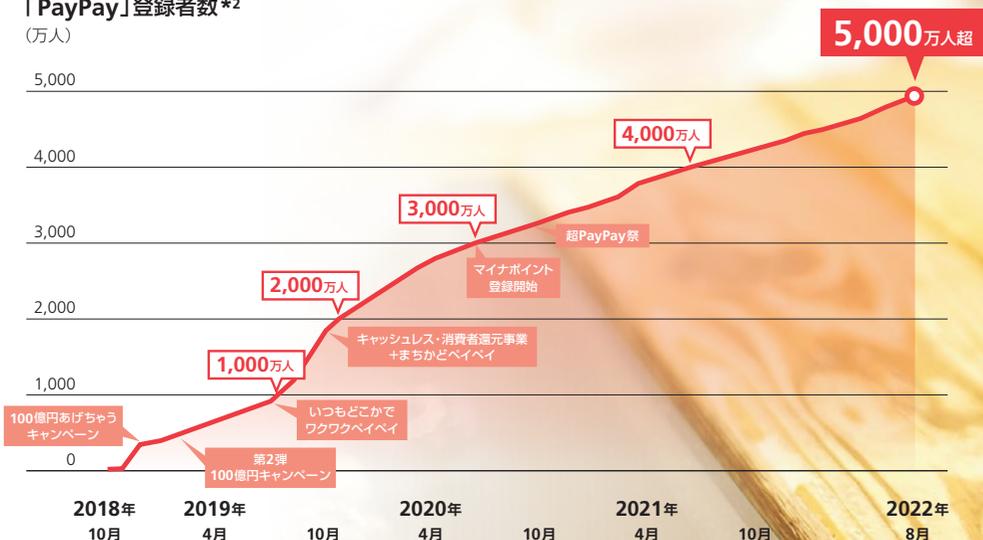
### PayPayを子会社化

キャッシュレス決済サービス「PayPay」は、サービス開始から約3年10カ月で登録者数5,000万人超、コード決済国内市場シェア67%\*1と、社会インフラとして急速な成長を遂げています。2022年10月に当社およびZホールディングスの連結子会社となり、PayPayは「LINE」をはじめとするZホールディングスのサービスと連携することで収益機会の拡大を図ります。また、「PayPay」ポイントを軸とした経済圏の拡大を図り、さまざまな既存サービスへの波及効果によりグループ全体の企業価値向上を目指します。

\*1 コード決済市場の店舗利用総額に占めるPayPay決済取扱高の割合。一般社団法人キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査 2022年6月5日公表」をもとに当社が算出しました。

#### 「PayPay」登録者数\*2

(万人)



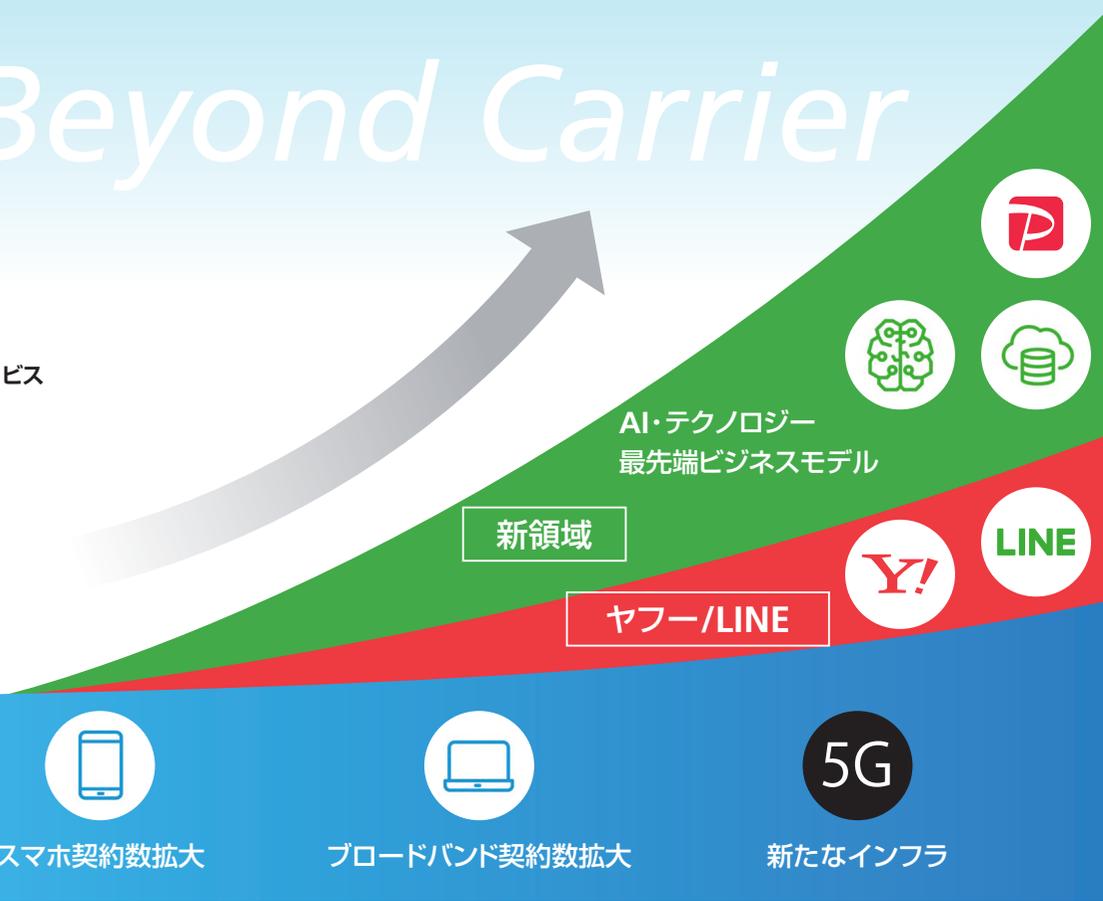
\*2 アカウント登録を行ったユーザー数の累計



## 日本トップクラスのICTサービスを提供する 総合デジタルプラットフォーマー

当社は「Beyond Carrier」を成長戦略として掲げ、通信事業の安定的な成長のもと、Zホールディングスの子会社化やPayPayの立ち上げにより、SNS、決済、メディア、eコマースなどへ事業領域を拡大しています。また、法人向けにはネットワーク構築から、データセンター、クラウド、セキュリティ、AI・IoT、デジタルマーケティング等に至る多様なソリューションを提供しており、当社は日本でトップクラスのICT（情報通信技術）サービスを提供する総合デジタルプラットフォーマーへと進化を続けています。

# Beyond Carrier



\*1 モバイル累計契約数(主要回線)(2022年3月時点)  
\*2 売上高1,000億円以上の上場企業のうち当社と取引を有する企業の割合の概数(2022年3月期)  
\*3 2022年3月期実績。eコマース取扱高は物販取扱高、サービス・デジタル取扱高の合計値を指す  
\*4 出所 ニールセン TOPS OF 2021: DIGITAL IN JAPAN  
\*5 「LINE」= 月間利用者数(2022年3月時点)

通信事業

スマホ契約数拡大

ブロードバンド契約数拡大

新たなインフラ