

ソフトバンク株式会社

2019年3月期第3四半期決算説明会 主な質疑応答

日時 2019年2月5日(火) 午後4時～5時30分

登壇者 宮内代表取締役社長執行役員兼 CEO、榛葉代表取締役副社長執行役員兼 COO、
今井代表取締役副社長執行役員兼 COO、宮川代表取締役副社長執行役員兼 CTO、
藤原取締役 専務執行役員兼 CFO

- Q1 2018年度第3四半期業績について、利益が伸びた要因を教えてください。
- A1 スマートフォン契約数が増加していることが大きな要因。「ソフトバンク」ブランドと「ワイモバイル」ブランドそれぞれのマーケティングが上手くいって、ARPUも伸び、解約率も落ちついてきている。ブロードバンド契約数も増加し、携帯とのセット割引の効果が出ている。
- Q2 RPA（Robotic Process Automation：ソフトウェアロボットによる業務自動化）などによるコストの効率化も2018年度第3四半期の増益要因のひとつか。
- A2 「成長戦略」と「構造改革」の両輪の追求が経営上重要と考えており、「構造改革」についても「Half & Twice」をスローガンとして、以前から取り組んでいる。
- Q3 他社の携帯電話通話料金の値下げなどが想定されるが、「ソフトバンク」ブランドの価格戦略を教えてください。
- A3 当社では現在3つのブランドを展開しているが、大容量プランへの対抗は「ソフトバンク」ブランド、低価格プランへの対抗は「ワイモバイル」ブランドでバランスをとって対応していく。
- Q4 携帯電話端末代金と通話料金との分離後の端末販売の方針を教えてください。
- A4 端末の利益を確保しながら販売するのが基本。安いものが欲しいという人もいれば、高くても良いものが欲しいという人もいますので、それぞれのニーズに適應したマーケティングを行っていく。
- Q5 ドコモの料金値下げに対してはサブブランドの「ワイモバイル」ブランドで対抗するのか。
- A5 当社内にメインブランドとサブブランドという位置づけはない。様々なユーザーのニーズに合わせて対応していきたい。

- Q6 「ソフトバンク」ブランドユーザーで通信利用が少ないシニアなどのユーザーは「ワイモバイル」ブランドへ促すのか。
- A6 シニア世代でも、利用方法さえわかればスマートフォンをもっと使っていきたいと思っているユーザーは多くいる。一度スマートフォンの魅力がわかると、「ソフトバンク」ブランドに移行するユーザーが増えると考ええる。
- Q7 政府からの値下げ要請に対してどのように考えているのか。
- A7 低価格を望む人は「ワイモバイル」ブランドを、4Kや8Kなどの高度な映像の視聴や、高性能端末を希望するユーザーは「ソフトバンク」ブランドというような形で利用を分けられる。超格安の「LINE モバイル」も提供しており、一律で値下げをすることは考えていない。
- Q8 非通信分野の PayPay(株)や WeWork Japan 合同会社の営業利益の状況を教えてほしい。将来的には株式上場を考えているか。
- A8 PayPay は現時点では創業赤字の状況にあり、上場については現時点では未検討。決済サービスはスマートフォンの価値を上げるのに役に立ち、ヤフーとソフトバンク両社のビジネスに大きく貢献するサービスだと考えている。決済サービスだけでなく、ここから多くのビジネスが生まれていくことを期待している。WeWork は十数万円のデスクでもすぐに売り切れる状況であり、ビジネスの状況に合わせて拠点を容易に変えられるメリットがある。10万デスクになれば、売上としては1000億円レベル、黒字化も可能と考える。株式上場の可能性にも期待したい。
- Q9 通信障害について、エリクソン社と賠償についての協議の状況を教えてほしい。
- A9 回答を差し控える。
- Q10 解約率はまだ高い印象を受けるが、解約が多いのはどのようなユーザーか。
- A10 主要回線解約率は1.03%で、解約率が悪いのはデータカードやタブレット。スマートフォン解約率は0.79%と前年同期比で0.06%改善している。
- Q11 スマートフォン契約数について、「ソフトバンク」ブランドと「ワイモバイル」ブランドの数字の内訳を教えてほしい。
- A11 「ワイモバイル」ブランドは約2割を占めている。

Q12 4年割賦のアップグレードプログラムの方向性と、その影響をどのように考えているか教えてほしい。

A12 4年割賦を導入した理由は、高価な端末を買いやすくする意図だった。端末と料金分離になっても買いやすさは提供していくべきと考えているので、2年割賦や4年割賦を継続し、お客さまにとってのご不便をできるだけなくせるように検討中。

Q13 ファーウェイ社製機器についてどのように考えているか教えてほしい。

A13 基本的に中国製の4G機器の交換は考えていない。5Gに関してはネットワークの安全性や技術の優位性を勘案して、様々なベンダーを検討している。安全、信頼性の基準と国のIT調達方針などを考慮して総合的に判断したいと考えている。

Q14 4G・5Gも含め、ファーウェイ社から他のベンダーに切り替える場合、どのくらいの費用負担があると見込んでいるか。

A14 ファーウェイ社製機器は基地局や一部部品で使用している。数十億円程度に相当する機器の入替については実施することを決定したが、恐らくその程度で終わっている。

Q15 「ワイモバイル」ブランドと「ソフトバンク」ブランドを一体化しない理由を教えてください。

A15 「ワイモバイル」ブランドとしてのブランド価値ができています。ユーザーにとっては使いやすく料金シンプルということでご好評をいただいている。

Q16 楽天では仮想化ネットワークを利用したサービス提供が予想されるが、ソフトバンクはコアネットワークでどのように対応するのか。

A16 当社でもコアネットワークについては仮想化が進んでいる。

Q17 総務省の緊急提言にある端末代金と通信料金との完全分離について、「ウルトラギガ モンスター+(プラス)」の料金プランの設計を見直す必要性は感じているのか教えてください。

A17 現時点で大きな変更は考えていない。

Q18 「ワイモバイル」ブランドでの端末分離型料金プランの導入時期や値下げ幅について教えてください。

A18 2019年度上半期中に対応予定。どのようなプランがユーザーから支持いただけるのか、検討・判断するためにお時間を頂きたい。

Q19 上場して変わったことを教えてほしい。

A19 上場する準備の段階から変化があった。社外取締役が4人加わり、役員会のスタイルも変わり、役員としての監督責任など心理的な面も含めて変わった。

90万人と想定される株主の方に対して、業績をきちんと伸ばし、次の成長戦略をきちんと株主の方にお見せしていくことが重要であり、株式公開前よりさらに経営陣がそれを意識するようになった。

Q20 現在の株価とアナリストの目標株価との差はどのように考えているか教えてほしい。成長戦略がどのように受け止められていると感じているか。

A20 時間をかけて、当社の成長戦略をきちんと説明し、業績を上げていくことが重要であると考えている。これからさらに多くのJVを展開し、ユーザーのスマートフォン利用シーンを拡大し、ユーザーの便益を増やすということに取り組んでいく。今後5~10年のITの進化を見ると、我々は大きく事業を伸ばしていくことができると自信を持っている。業績を伸ばし、信頼を獲得していくことで、目標の株価を達成することができると思う。