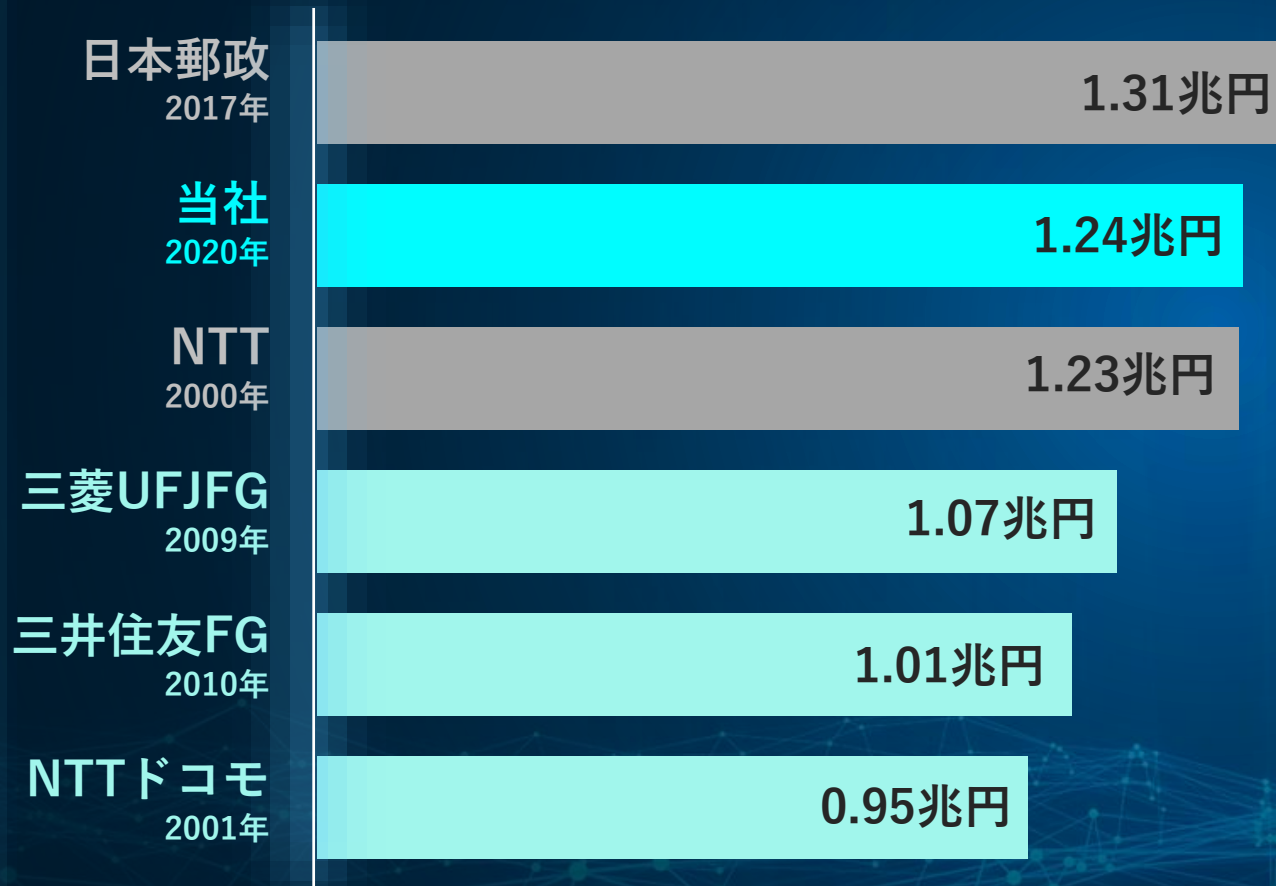


2020年9月

ソフトバンクグループ(株)が
当社株式を10億株売出し

(注) 売出人はソフトバンクグループ株式会社の子会社であるソフトバンクグループジャパン株式会社です。

売出総額



2000年以降で民営化案件を除き
最大規模の売出し
1.2兆円

(注) 各社の開示資料および財務省ウェブサイトを基に当社で作成しました。

株主数

売出し前 (2019年度末)			売出し後	
1	みずほFG	99万人	みずほFG	99万人
2	イオン	79万人	ソフトバンク	91万人 (2020年9月)
3	第一生命	75万人	イオン	79万人
4	三菱UFJFG	72万人	第一生命	75万人
5	ソフトバンク	70万人	三菱UFJFG	72万人
6	NTT	64万人	NTT	64万人

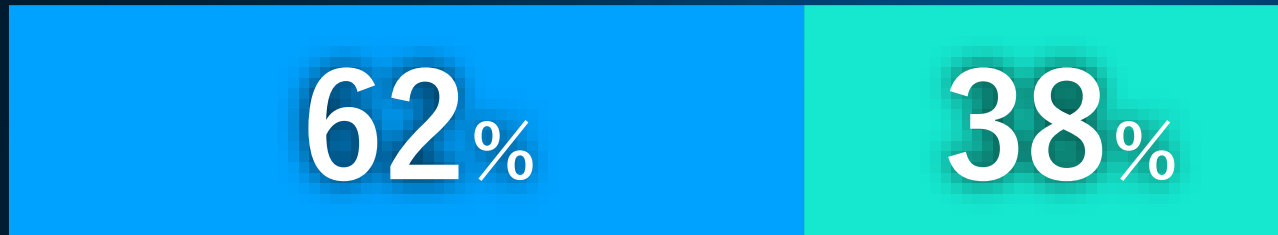
株主数
日本最大級
91万人

(注) 株主数は東京証券取引所発表の「会社別単元株主数順位 (上位120社) (2019年度)」を基に当社で作成しました。当社以外の企業の株主数は2019年度末時点、当社の株主数は売出し前が2020年3月時点、売出し後は2020年9月時点です。

株主構成

ソフトバンクグループ^{*1} 一般株主

売出し前



売出し後



個人株主・機関投資家などの

**一般株主が
過半数に**

一般株主のうち半数近くが個人投資家

(*1) 当社の親会社であるソフトバンクグループ株式会社は、ソフトバンクグループジャパン株式会社を介して当社株式を実質保有しています。
(注) 所有割合は、当社発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合です。(売出し前：2020年6月30日時点、売出し後：2020年9月30日時点)

Q 上場時と何が変わった？



携帯会社から脱皮し 事業が「多様化」した



非通信領域の強化

2018年12月

2019年6月

11月

12月

2020年7月

上場



Zホールディングス
子会社化



Zホールディングス
ZHDによる
ZOZO子会社化



Zホールディングス
ZHDとLINE
経営統合発表



PayPayユーザー数
3,000万人突破



経営統合の完了は2021年3月頃を予定



ニールセン 2020年4月「Monthly Totalレポート」
トータルデジタル利用者数



(株)ZOZO開示情報を基に
当社推計*1



ニールセン 2019年12月「TOPS OF 2019: DIGITAL IN JAPAN」
日本におけるスマートフォンアプリアクティブリーチ



インテージ 2020年6月「SCI Payment
(ハイブリッド版)」コード決済金額シェア

(*1) ZOZOが従来ターゲットとしてきたプレミアムラグジュアリー、アクセシブルラグジュアリー、アッパーミドル、ローワーミドルのセグメントにおける市場シェア 6

収益源の多様化

売上高内訳

2019年度

モバイル通信料

モバイル通信料以外

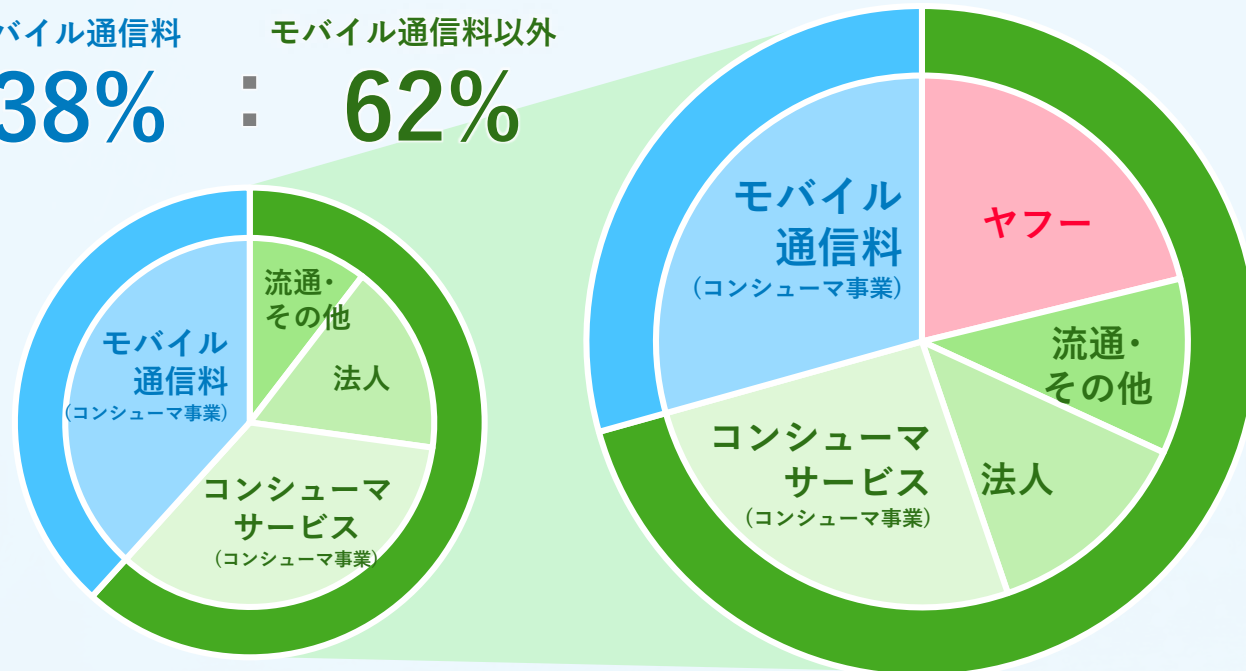
29% : 71%

2017年度

モバイル通信料

モバイル通信料以外

38% : 62%



モバイル通信料は
売上高の29%

収益源の多様化

営業利益内訳

2019年度

モバイル通信料

38%

モバイル通信料以外

62%

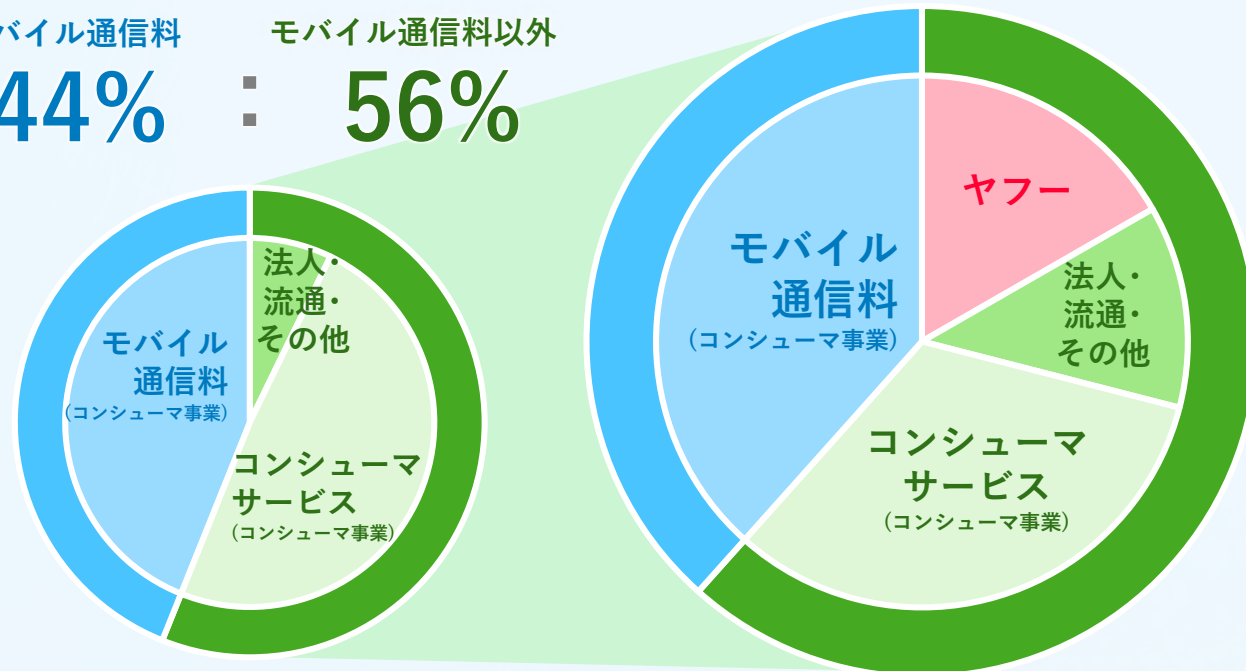
2017年度

モバイル通信料

44%

モバイル通信料以外

56%

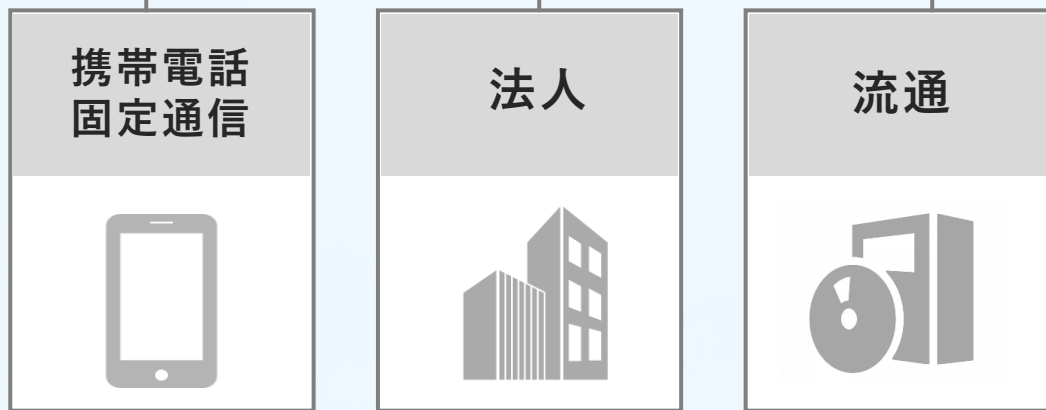


モバイル通信料は
営業利益の38%

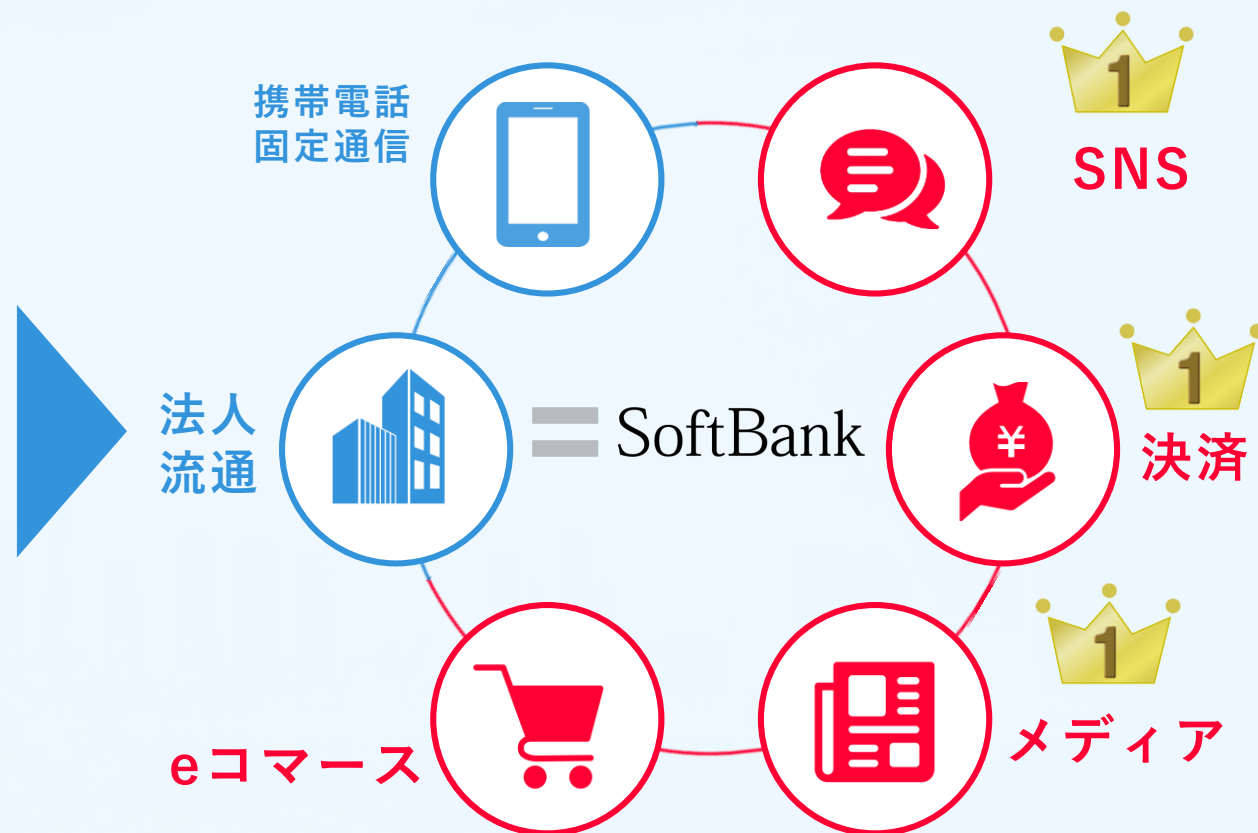
ICTトップ企業の集合体に

上場時の姿

SoftBank



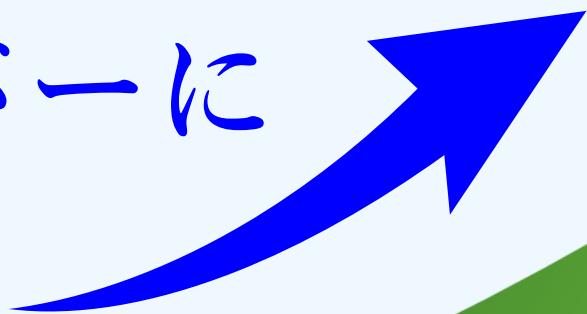
現在のソフトバンク



(注) SNSについて、Zホールディングス株式会社とLINE株式会社の経営統合の完了は2021年3月頃を予定しています。

成長戦略 Beyond Carrier

非通信が
成長ドライバーに



通信事業



新領域

ヤフー/LINE



2021年3月期 第2四半期 決算説明会

ソフトバンク株式会社

2020年11月4日

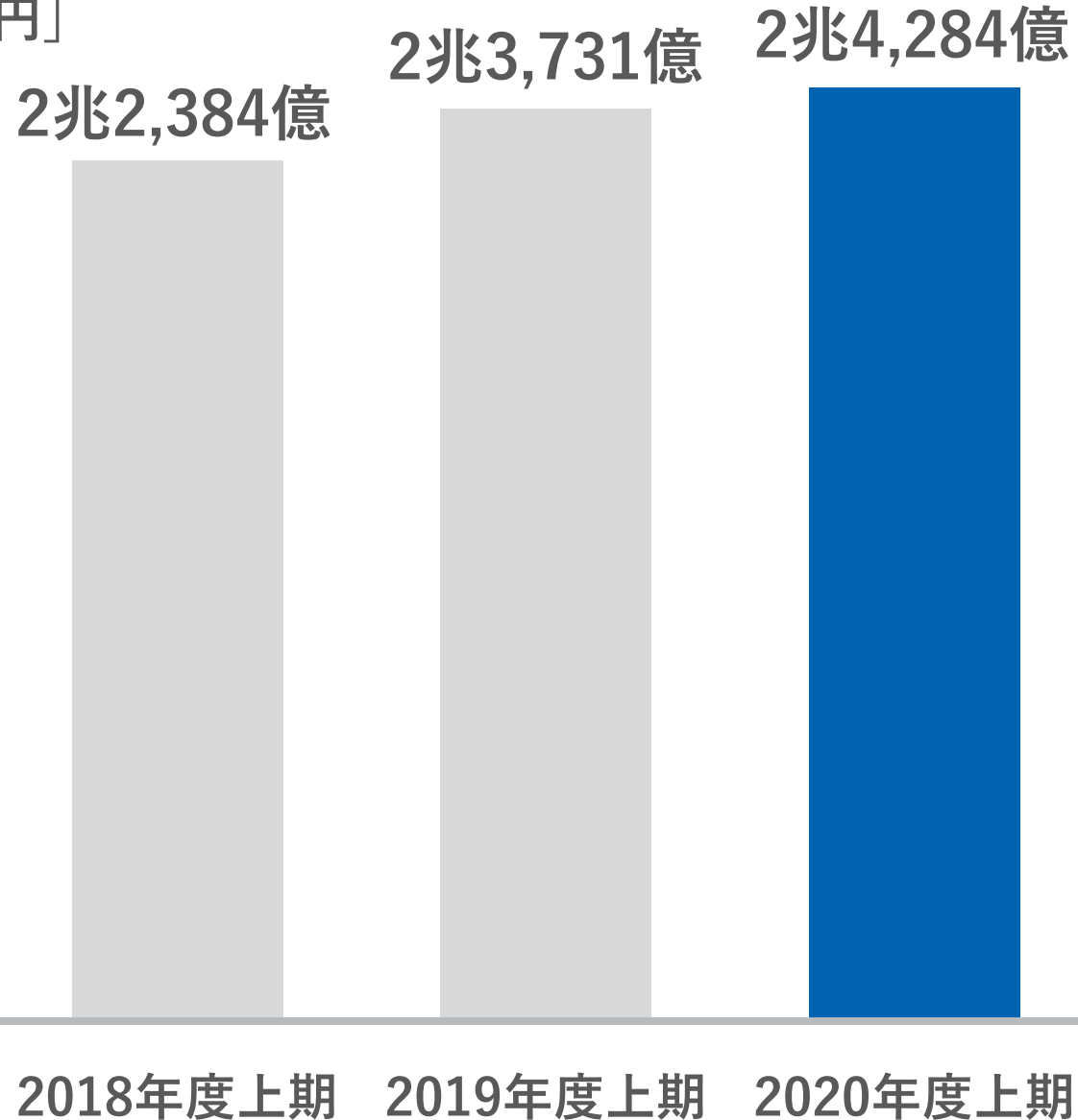
免責事項

本資料に含まれる計画、見通し、戦略その他の将来に関する記述は、本資料作成日時点において当社が入手している情報および合理的であると判断している一定の前提に基づいており、さまざまなリスクおよび不確実性が内在しています。実際の業績などは、経営環境の変動などにより、当該記述と大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている当社および当社グループ以外の企業などにかかわる情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

2021年3月期 第2四半期 連結業績

売上高

[円]



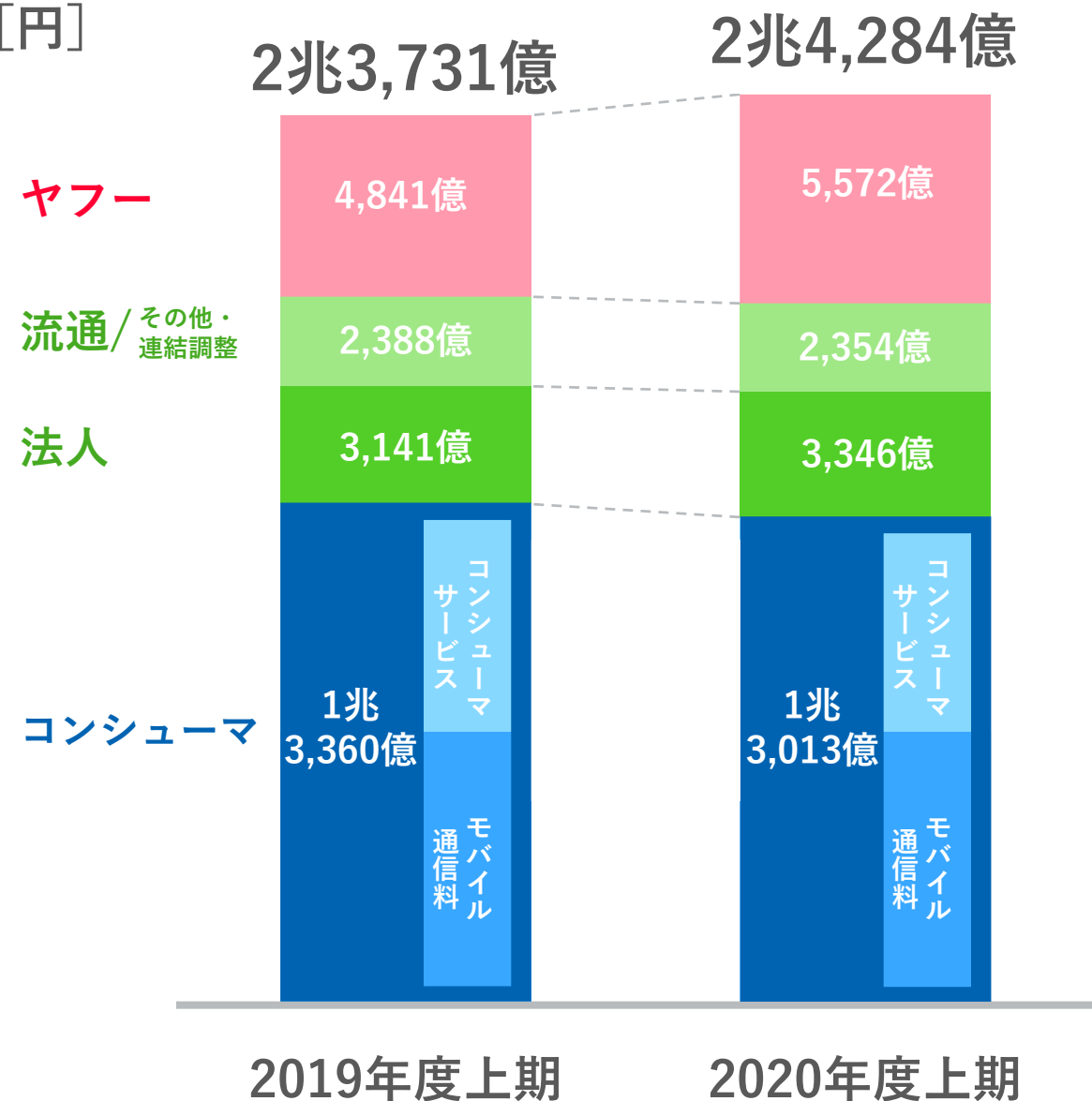
コロナ禍でも 増収継続

(注) 2018年度実績は、Zホールディングス株式会社(旧ヤフー株式会社)を連結子会社化した影響の遡及修正を実施しています。

(注) 本資料では、Zホールディングス株式会社を便宜上「ZHD」と表記する場合があります。また、当社開示におけるセグメント名は「ヤフー」となります。

売上高 セグメント別

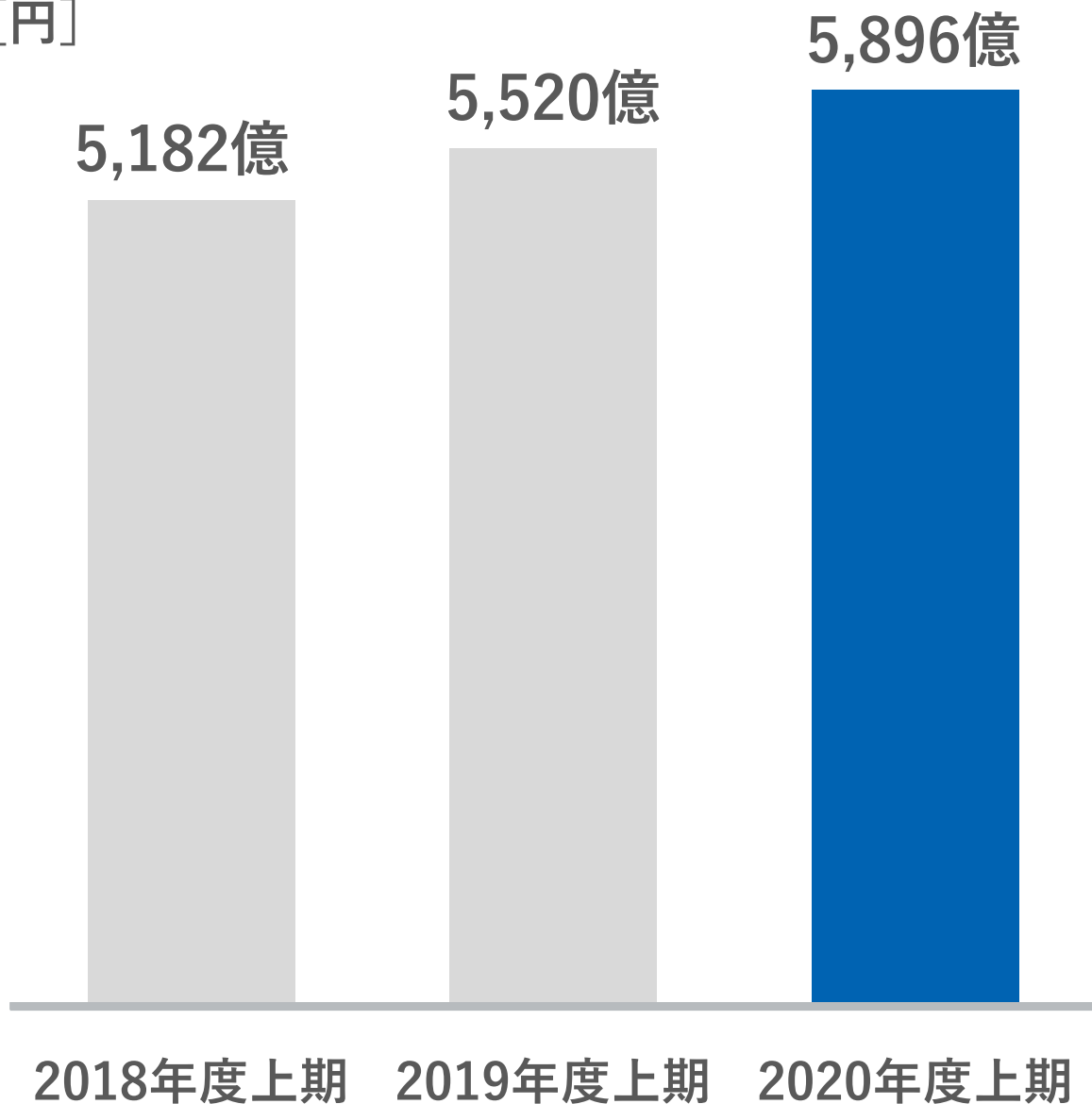
[円]



コンシューマは減収も
ヤフー・法人が増収

営業利益

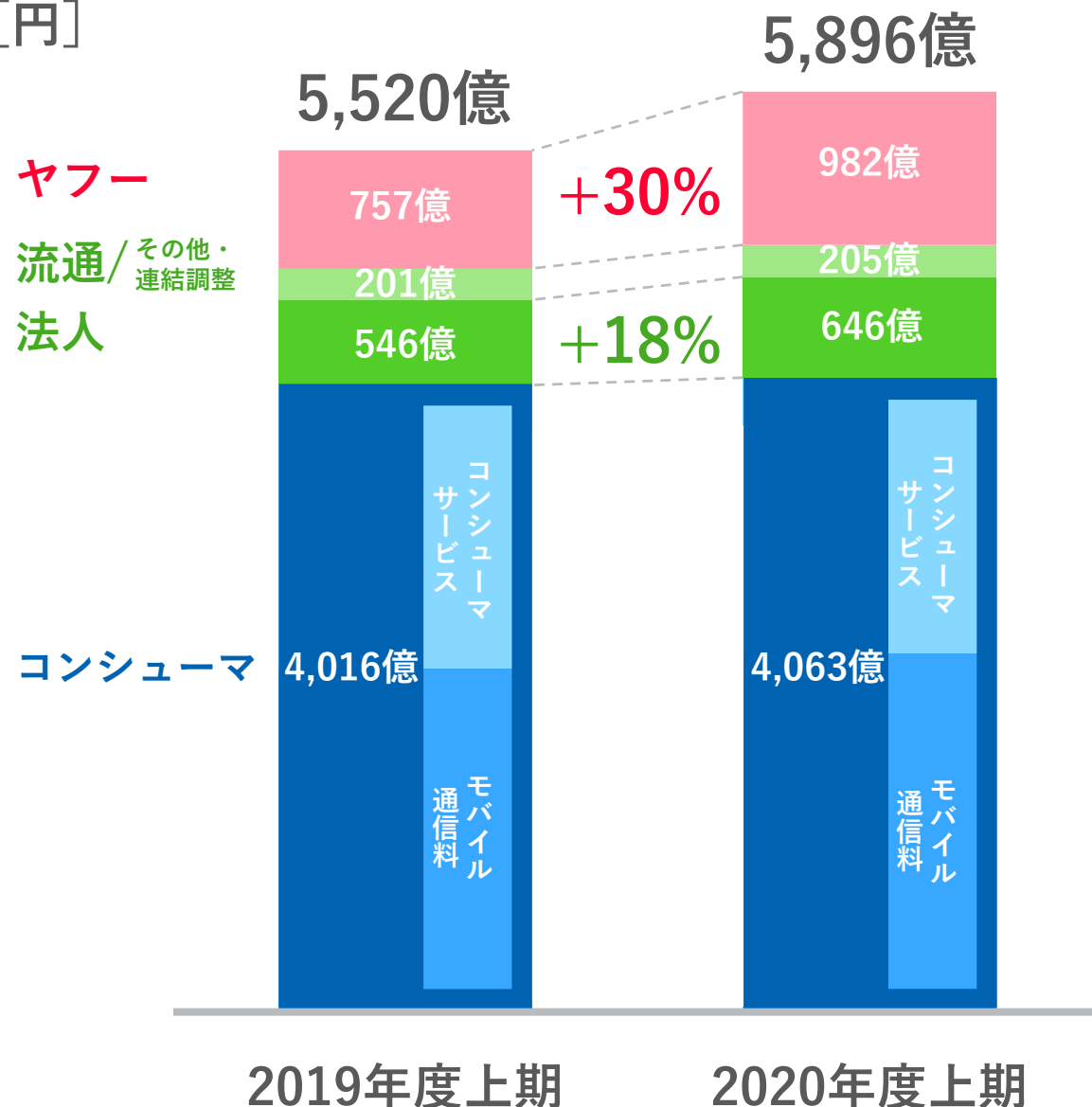
[円]



7%増益

営業利益 セグメント別

[円]



ヤフー・法人が
2~3割の大幅増益

純利益

[円]

3,146億

3,274億

3,151億

評価減などの一時的要因により減益も

通期は増益予定

2018年度上期

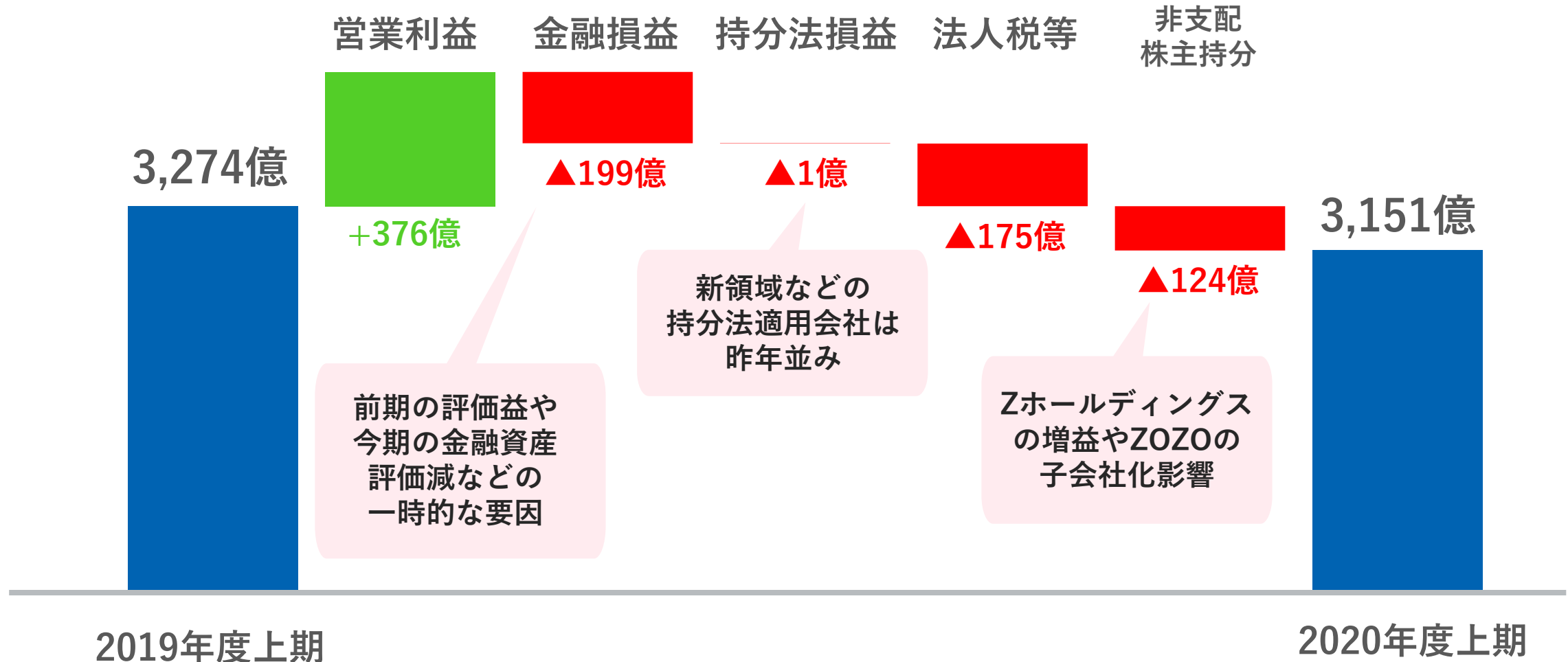
2019年度上期

2020年度上期

純利益 増減分析

[円]

総じてビジネスは順調に推移



2020年度上期 連結業績

[円]

	2019年度 上期	2020年度 上期	増減	増減率
売上高	2兆3,731億	2兆4,284億	+553億	+2%
営業利益	5,520億	5,896億	+376億	+7%
純利益	3,274億	3,151億	▲123億	▲4%

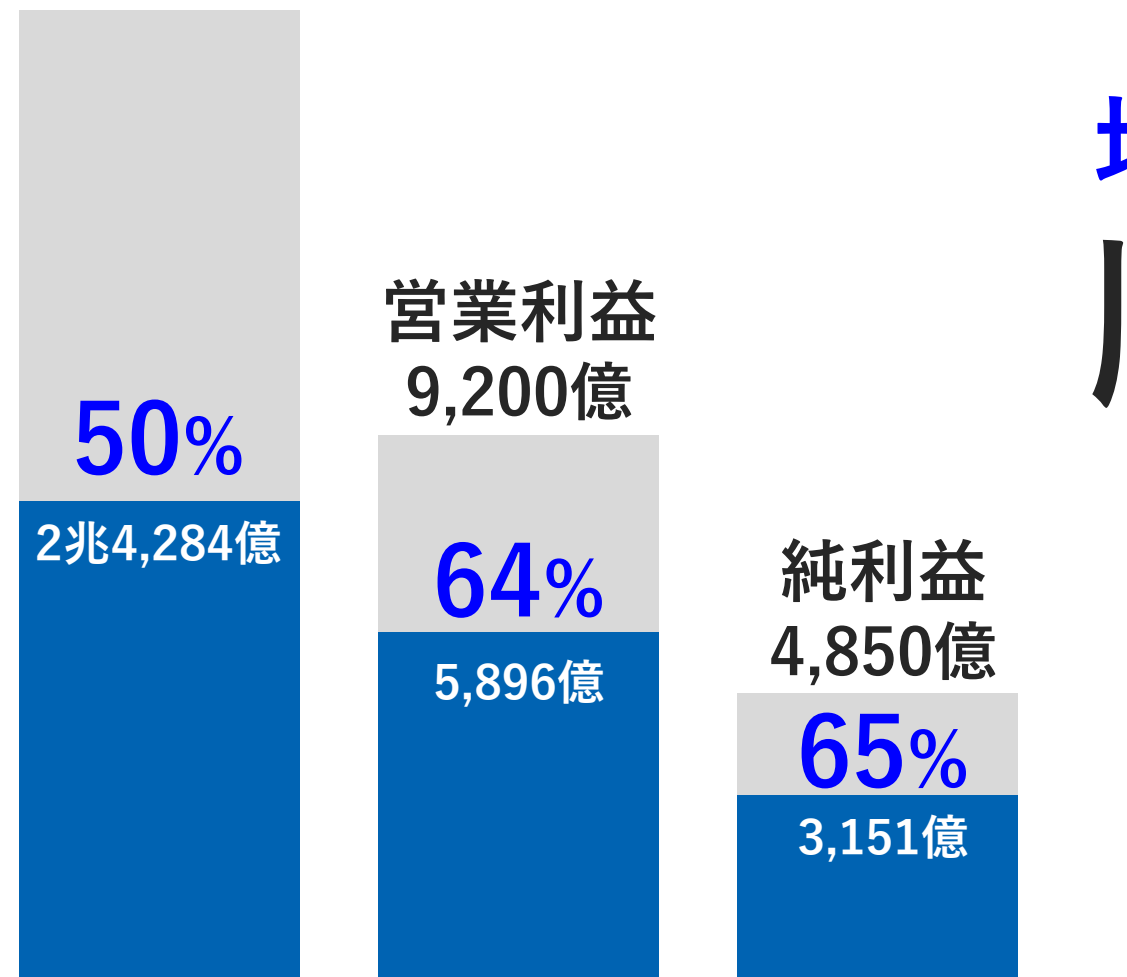
計画対比 進捗率

[円]

2020年度
通期計画 売上高
4兆9000億

進捗率

上期実績



増収・増益に向けて
順調に進捗

ソフトバンクの成長戦略

非通信の拡大

Synergy

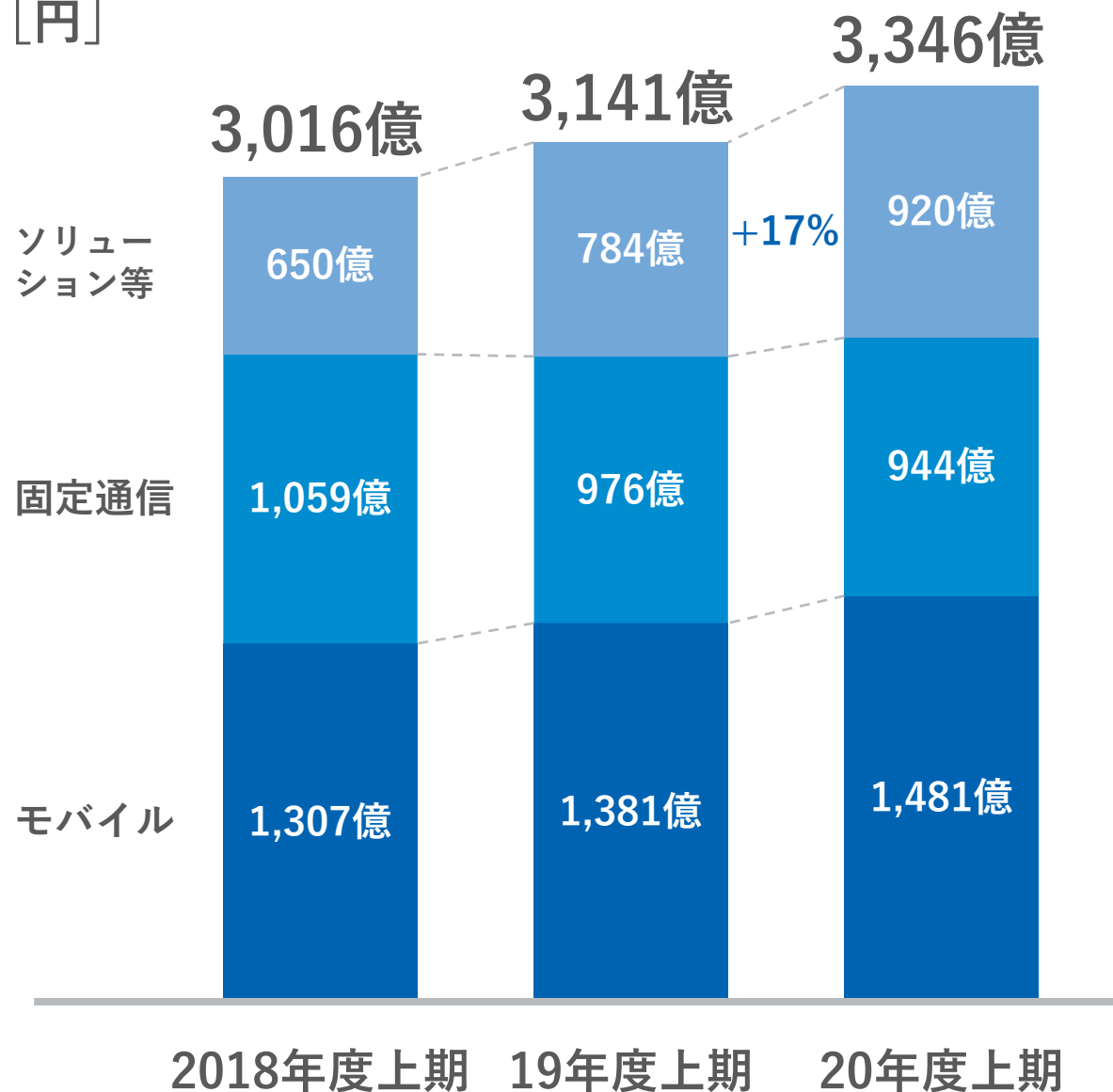
通信の堅実な成長



法人事業

法人事業 売上高

[円]



7%増収

ソリューション等の
17%増収がけん引



法人事業 営業利益

[円]

646億

546億

507億

テレワーク需要により

18%増益

2018年度上期 2019年度上期 2020年度上期

コロナ禍で高まるデジタル化需要に対応し売上拡大

クラウド領域

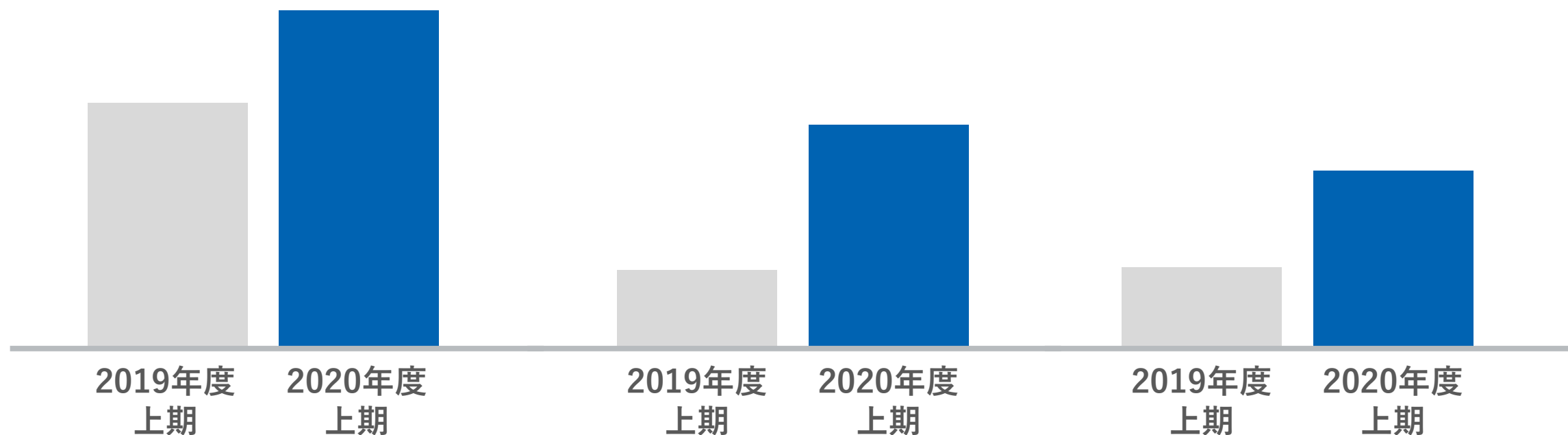
1年で1.4倍

IoT領域

1年で2.9倍

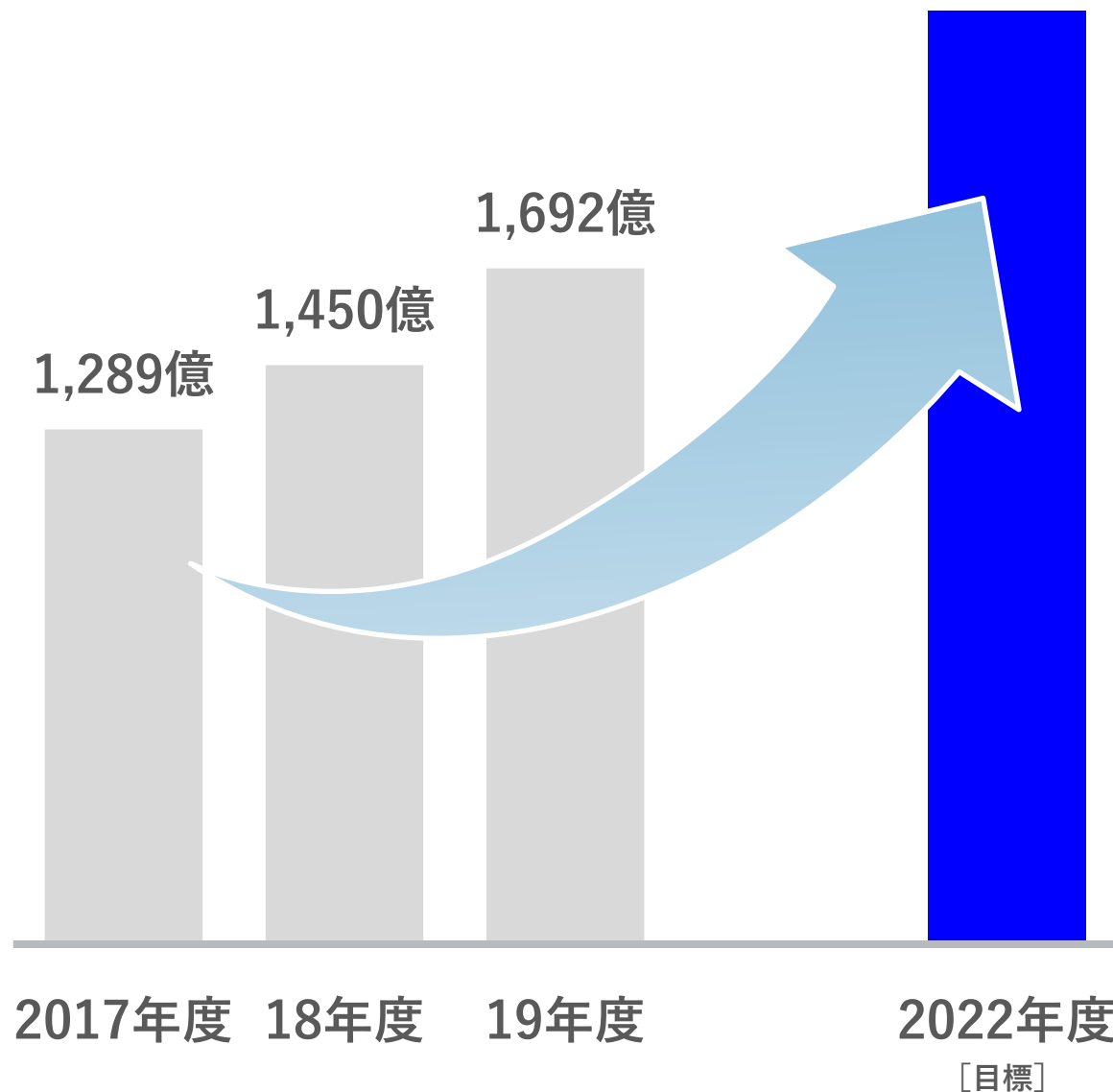
セキュリティ領域

1年で2.2倍

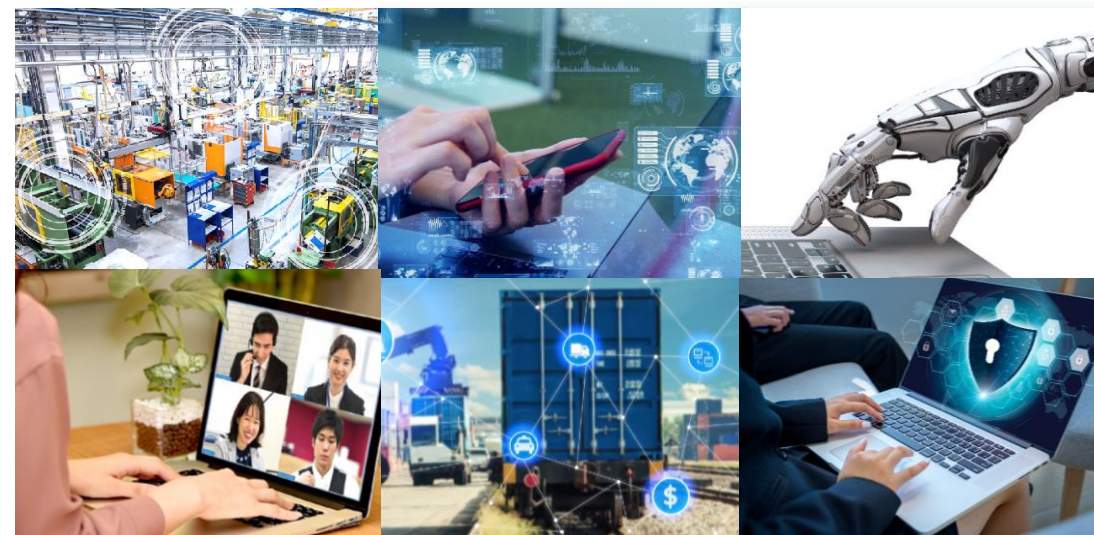


法人事業 ソリューション等売上高

[円]



2ケタ増収を維持し さらなる収益拡大へ



オンラインとオフラインを融合した「ハイブリッド営業」へ



オフライン
(従来)

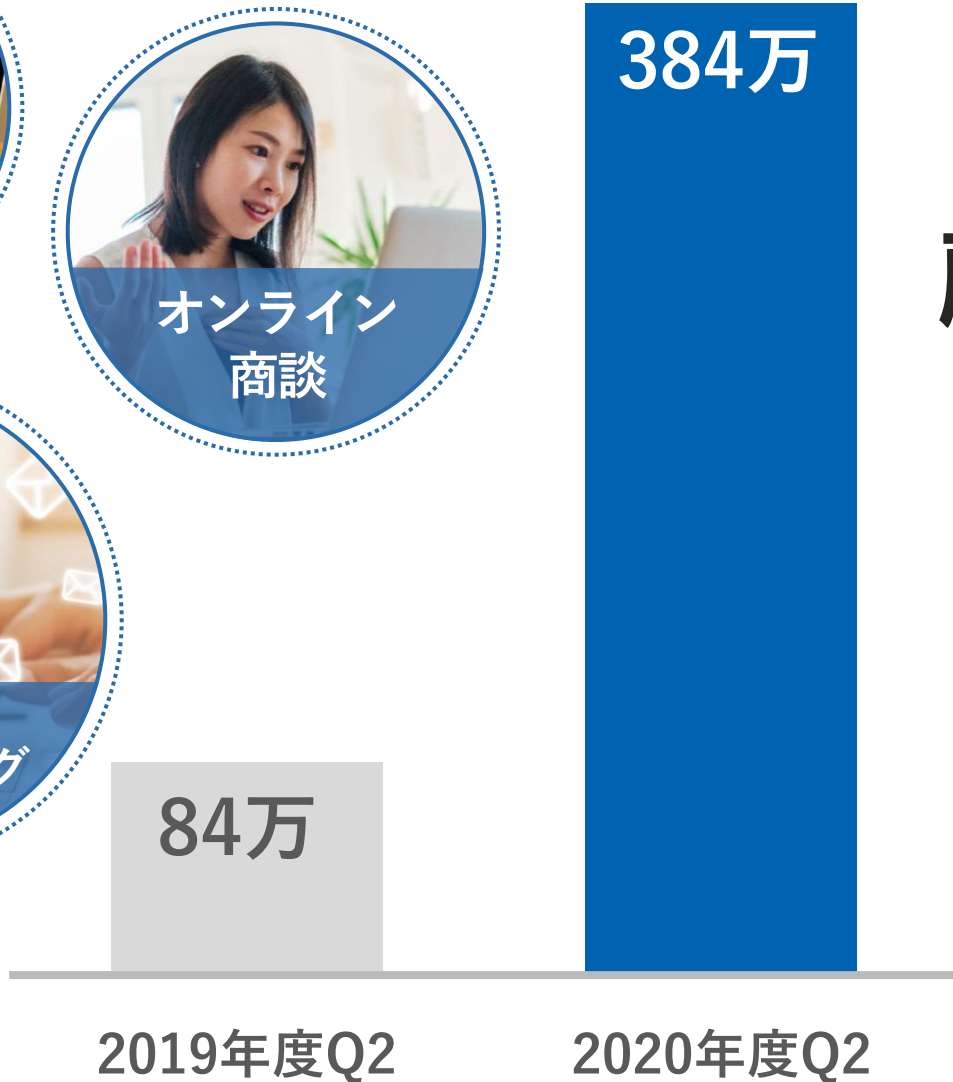


オンライン
(新常態)



マーケティングからセールスのデジタルライゼーション

法人事業の成長戦略



デジタル化によって
顧客コンタクト数
前年同期比
5倍

デジタル三大革命

デジタル コミュニケーション



デジタル オートメーション



デジタル マーケティング



SoftBank World 2020

初の完全オンライン開催での実施



 NVIDIA.

 Microsoft

 IBM

 Google Cloud

 Adobe

 zoom

 slack

世界をけん引する企業のCEOが大集結

2020年10月29日・30日開催

SoftBank World 2020 実績 (2日間)

累計登録者数

4.4万人

昨対比118%

ユニーク視聴者数

3.0万人

昨対比314%

総視聴者数

のべ 11.9万人

昨対比682%

1人当たりの視聴講演数

平均 4.0講演／人

昨年：1.7講演／人 (昨対比235%)

1セッション当たりの視聴者数

平均 1,038人／セッション

昨年：164人／セッション (昨対比633%)

(定義)累計登録者数：SoftBank World 2020 オンラインの講演やイベントブースに参加するため登録された人数

ユニーク視聴者数：Day1、Day2においてオンラインイベント会場へ来場した人数（同一人物かつ複数講演を視聴した場合は重複削除）

総視聴者数：Day1、Day2においてオンライン講演を視聴したのべ人数（同一人物かつ複数講演を視聴した場合は重複カウント）

1セッション当たりの視聴者数：基調講演および特別プログラムを除くすべてのセッション（ソフトバンクおよび協賛社の69セッションが対象）

昨対比に関しては、すべてリアル会場での実績で比較しています。

デジタル革命を推進する当社のサービス基盤

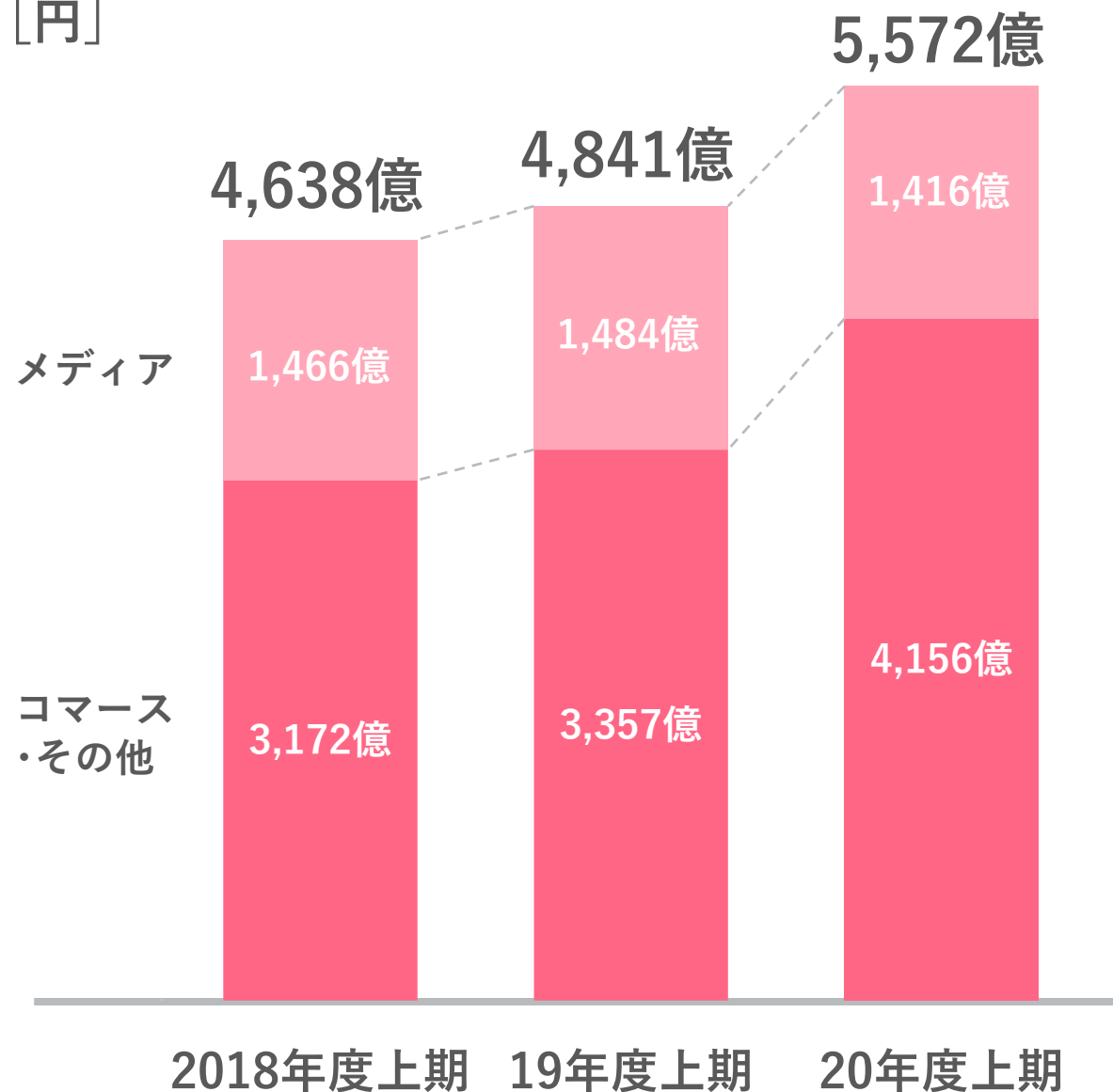


YAHOO! JAPAN



ヤフー事業 売上高

[円]



コマースの伸長により

15%増収

(注) 2020年4月に一部のサービスおよび子会社を「コマース」から「メディア」へ移管したことに伴い、2019年度に遡って修正を反映しています。

ヤフー事業 営業利益

[円]

982億

780億

757億

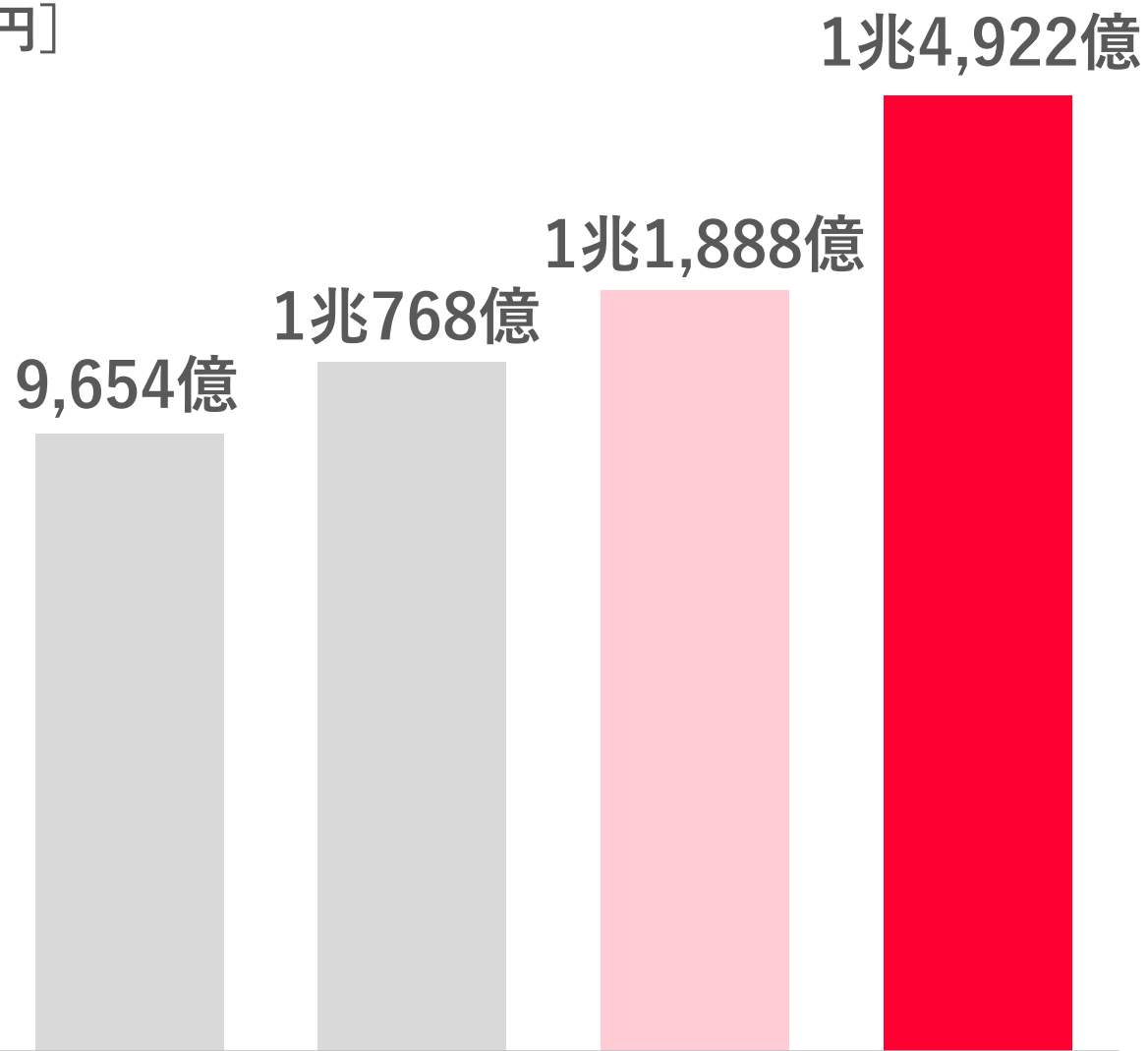
30%増益

ZOZO連結影響を除いても12%増益

2018年度上期 2019年度上期 2020年度上期

ヤフー事業 eコマース取扱高

[円]



eコマース取扱高

26%増

ZOZOの子会社化影響に加え
コロナ禍によりEC需要が増加

2017年度上期 18年度上期 19年度上期 20年度上期

11/15~
条件を満たすと最大

グランドフィナーレ
11/14 0:00 ~
11/16 1:59

25%相当
戻ってくる!!

さらに条件クリアで
44%相当
戻ってくる

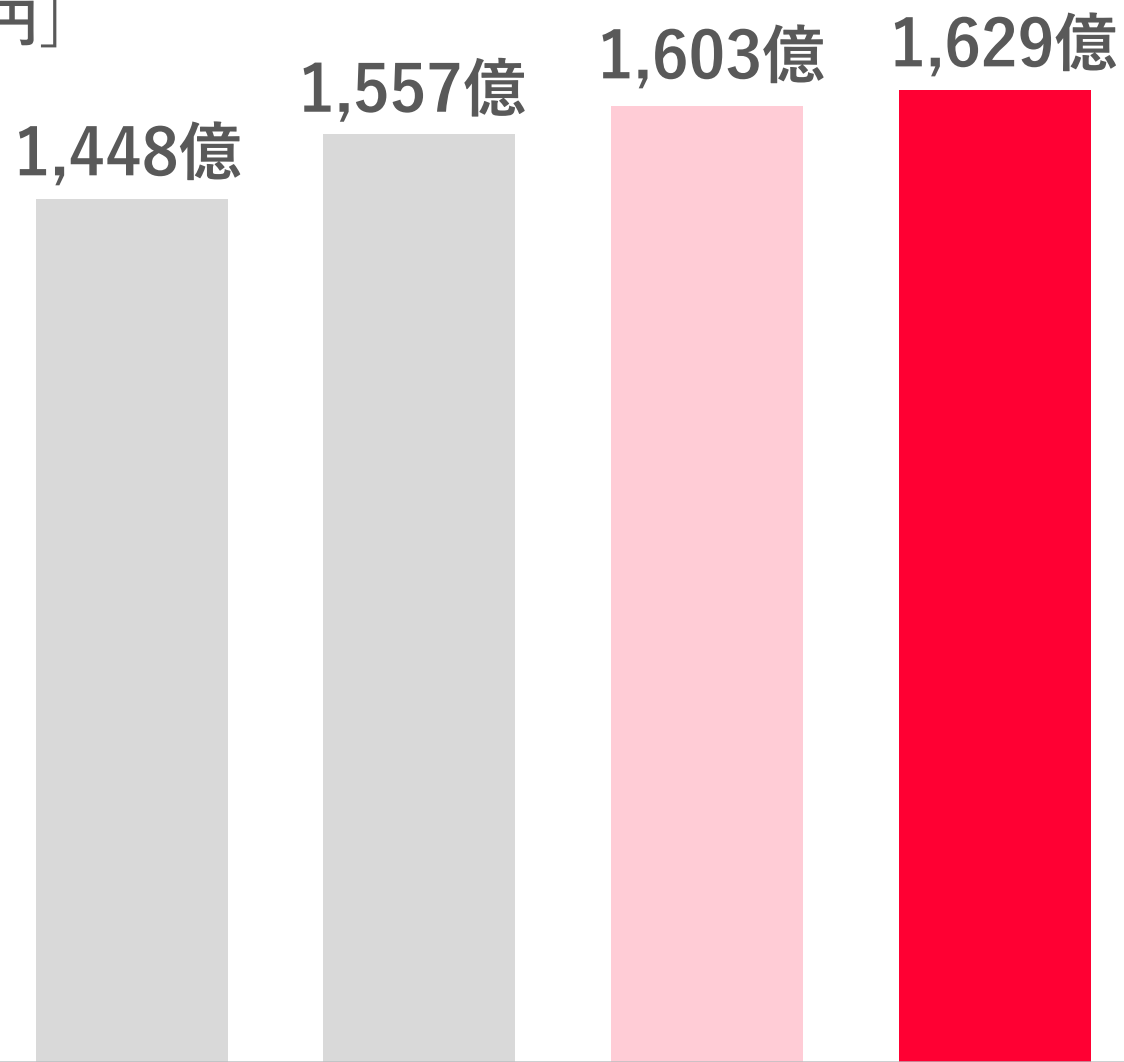
超D祭

20年度下期は コマース投資を強化

20年代
前半に eコマース取扱高 国内No.1へ
(物販)

ヤフー事業 広告関連売上収益

[円]



2017年度上期 18年度上期 19年度上期 20年度上期

広告関連売上収益

2%増

コロナ禍により広告出稿が減少も
メディアサービスのアクセス増で
連動する運用型広告が好調

ヤフー事業 メディア領域ソフトバンクシナジー

ソフトバンク経由の広告出稿額

[円]

68億

44億

2019年6月
ソフトバンクによる
連結子会社化

ヤフー広告出稿額における
ソフトバンクとの連携効果

前期比 **1.5倍**

19年度上期

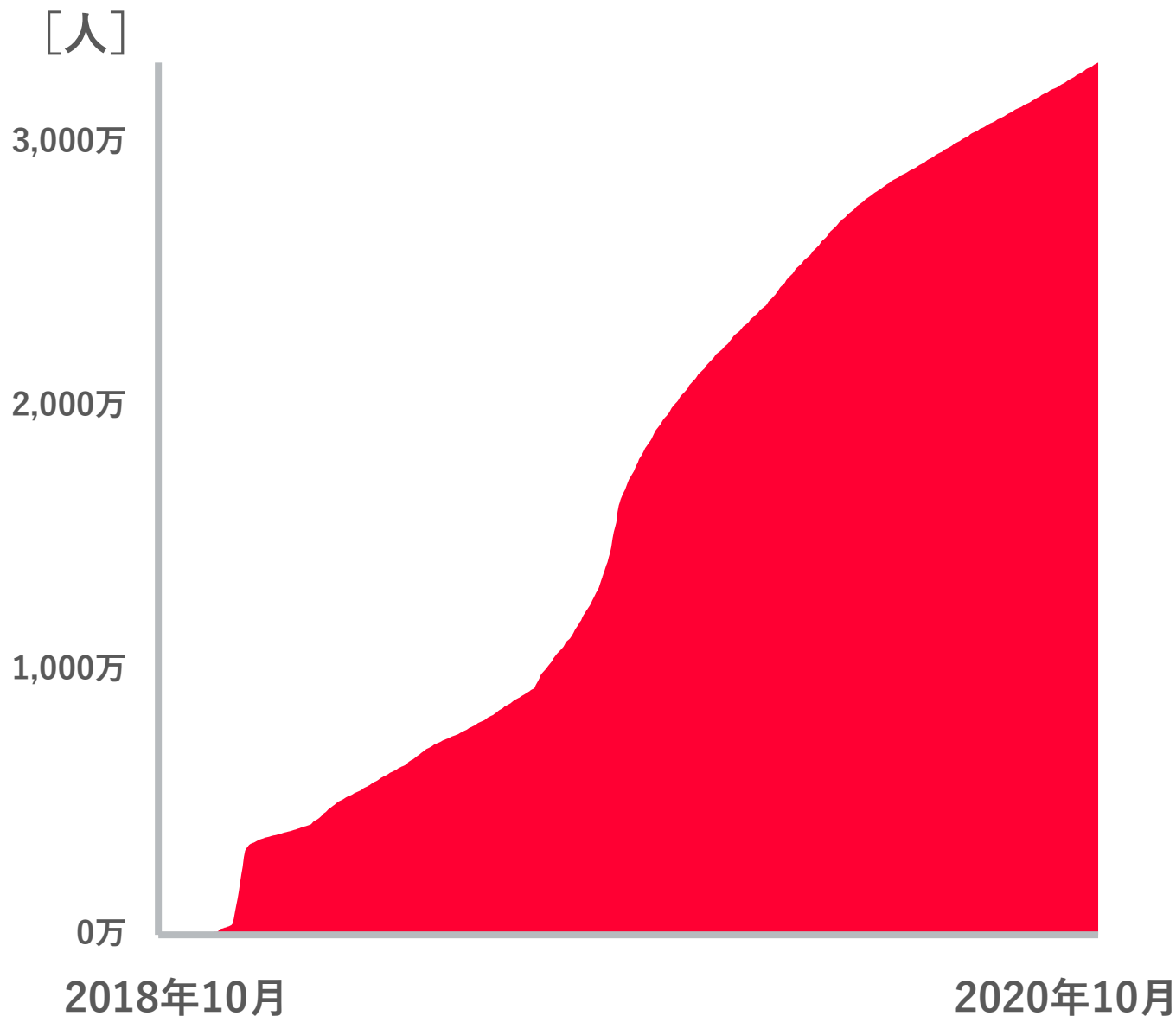
19年度下期

20年度上期



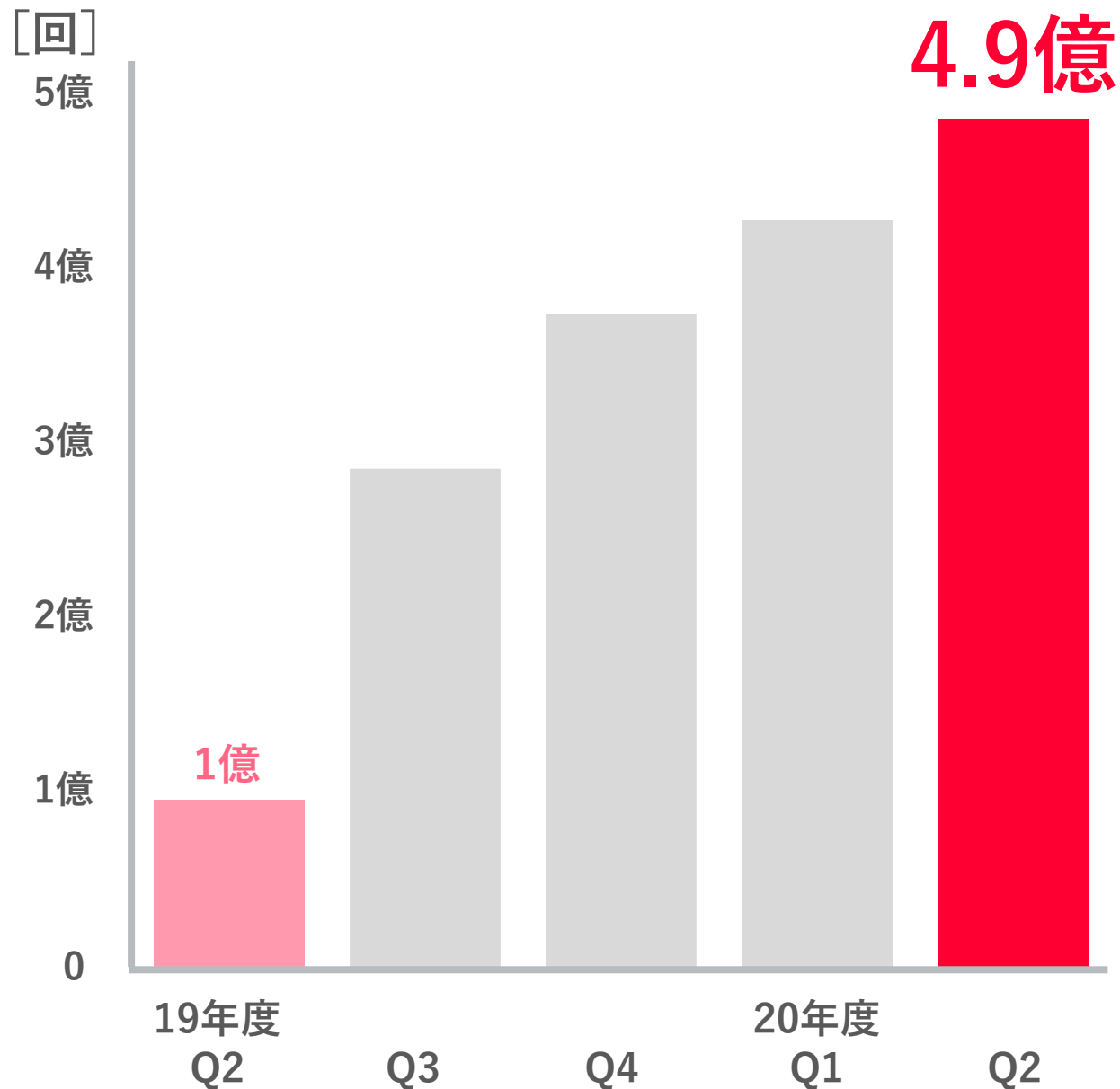
スマホ決済サービス 「PayPay」

「PayPay」登録ユーザー数 (累計)



ユーザー数
3,300万人突破
(2020年10月)

「PayPay」決済回数 (四半期累計)



1年間で決済回数

5倍

PayPayを軸に事業シナジーを追求

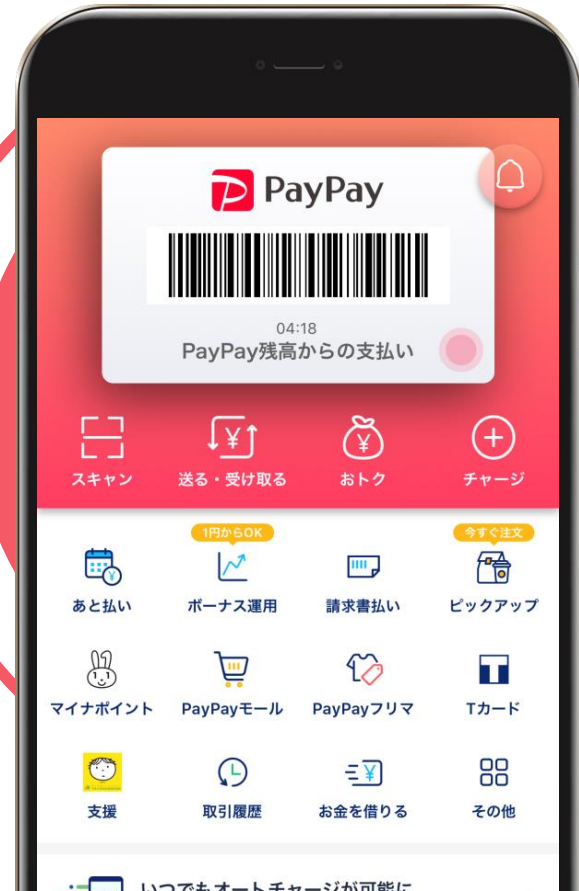
No1の強み

ユーザー数
3,300万人超

店舗数
260万カ所超

認知度NO.1

アプリアップデート
60回/年



シナジー事業




(定義) 店舗数：店舗やタクシーなど「PayPay」への登録カ所数
(出所) ユーザー数、店舗数：PayPay株式会社、2020年10月19日時点
(出所) 認知度：SBペイメントサービス「キャッシュレス決済の利用状況に関する調査」2020年7月10日～7月16日、20～80代の男女2,057人

「PayPay」× コマース・モバイル

ロイヤリティプログラム導入でシナジー強化

¥

ヤフーIDと連携する



ボーナス付与率
+2%

¥

ヤフーサービスを利用する



[対象サービス3つ以上利用で]
ボーナス付与率
+2%

¥

クレジットカードを利用する



ボーナス付与率
+2%

¥

ヤフー
プレミアム会員なら



ボーナス付与率
+2%

¥

ソフトバンクの
スマホユーザーなら



[毎週日曜に]
ボーナス付与率
+10%

¥

当社サービス利用で
おトクに買い物



PayPayモールで
最大 20%相当
戻ってくる

PayPayモール、Yahoo!ショッピング
などのお買い物時に付与率がアップする

ロイヤリティプログラム「PayPay STEP」

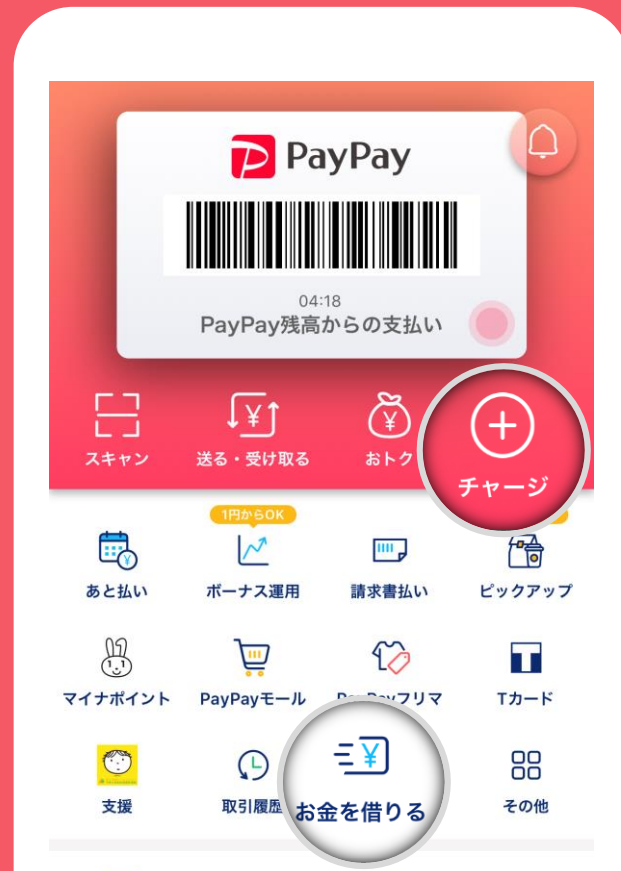
+α

(注) 2020年10月時点の内容です。記載しているボーナス付与率はPayPayモールにおける付与率です。各キャンペーン、特典は、それぞれ付与上限があります。「最大20%」には、記載されているキャンペーンに加え「PayPay残高でのお支払い+1%」「ストアポイント+1%(Tポイント)」が含まれます。プログラムの詳細はウェブサイトをご確認ください。

「PayPay銀行」(現・(株)ジャパンネット銀行)

PayPayリリース当初からサービス連携

QRコード決済No.1
PayPay



連携は年々強化



✓ 残高チャージ連携

✓ お金を借りるミニアプリ

日本初のインターネット専門銀行
ジャパンネット銀行

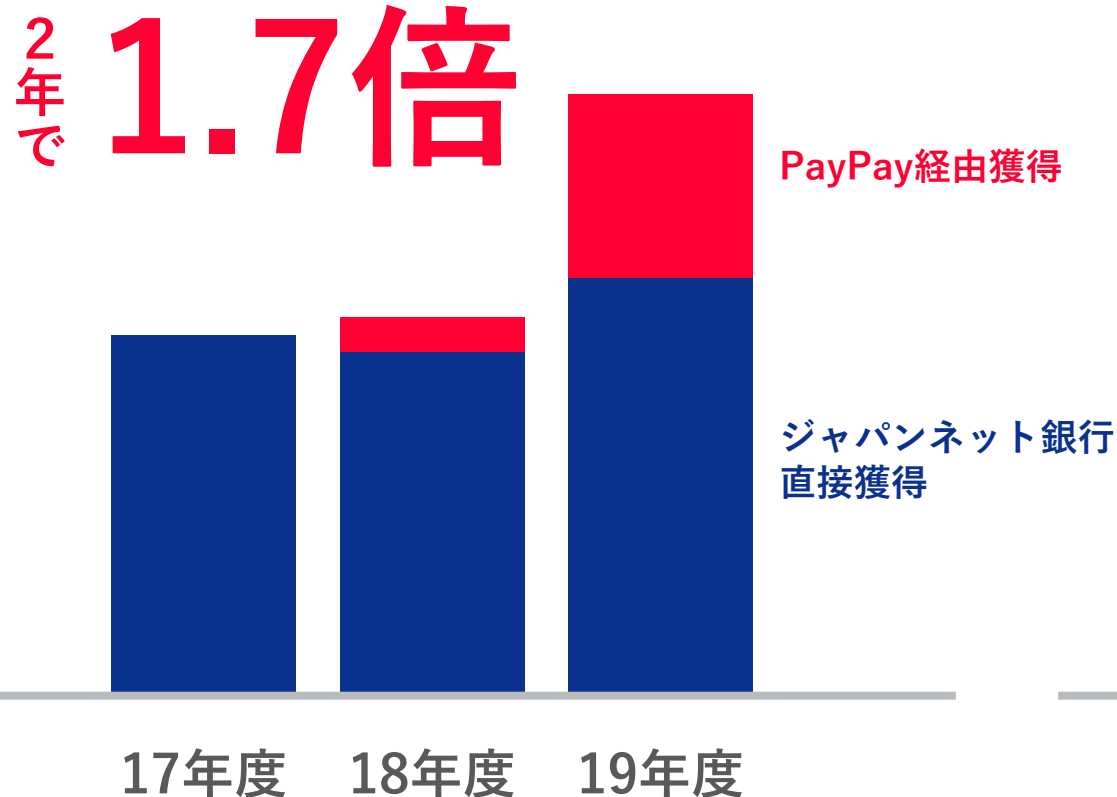


(注) PayPay銀行への商号変更は2021年4月を予定しています。

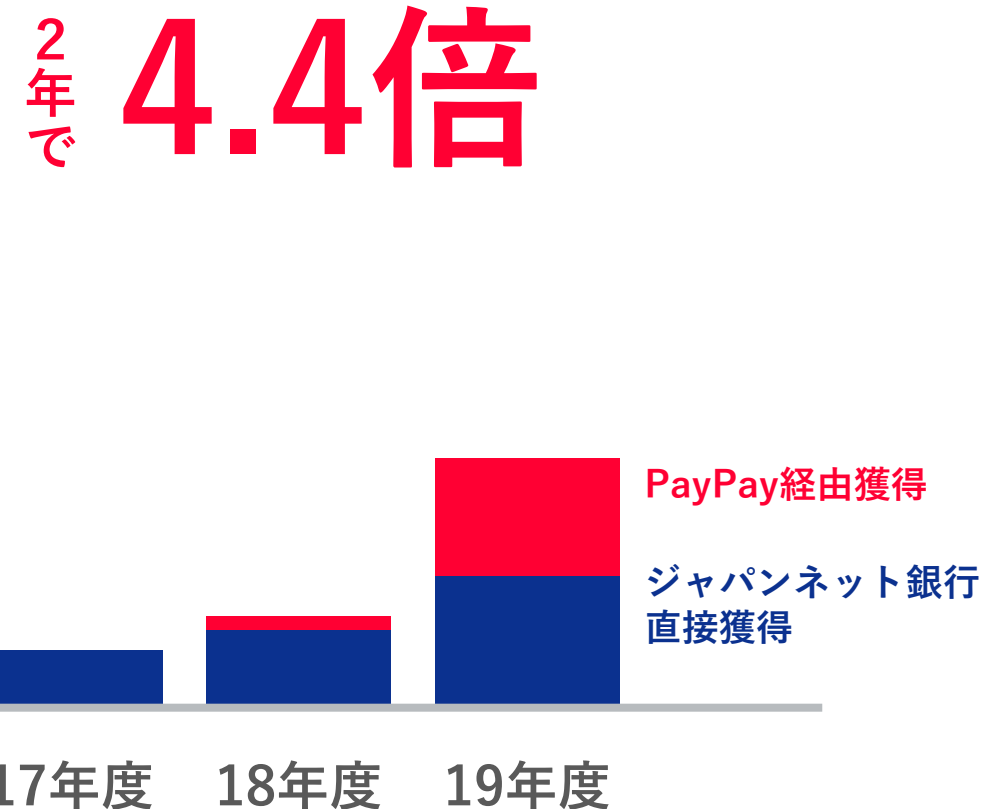
「PayPay銀行」(現・(株)ジャパンネット銀行)

PayPayと連携した2年で急成長

個人口座 獲得数



法人口座 獲得数



「PayPay証券」(現・ワンタップバイ(株))

PayPayと連携した運用体験サービスを開始

QRコード決済No.1
PayPay



PayPayボーナスを運用できる
「ボーナス運用」



2020年4月開始

スマホ証券
One Tap BUY

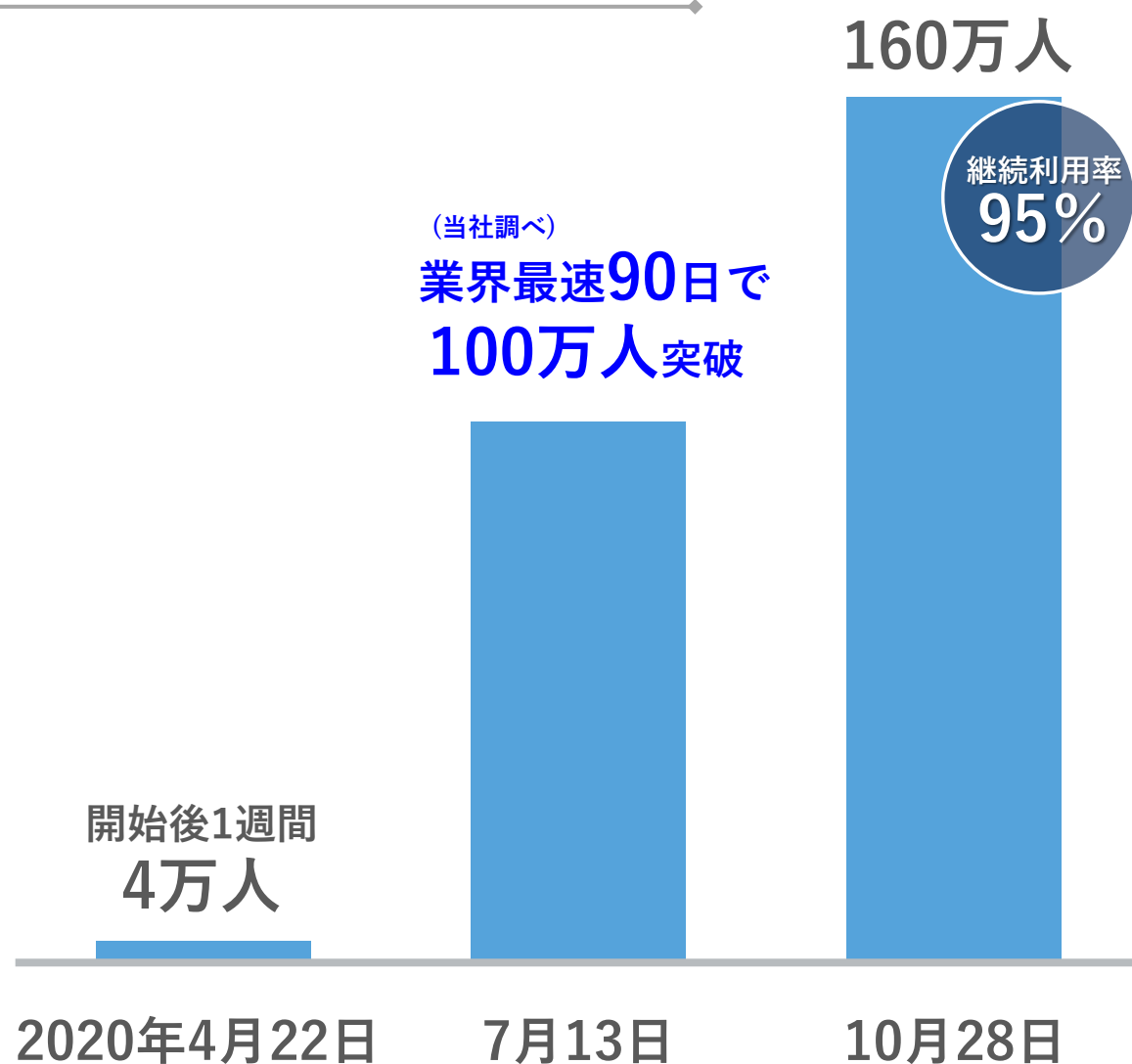
当社の
連結子会社



(注) PayPay証券への商号変更は
2021年1月を予定しています。

「PayPay証券」(現・ワンタップバイ(株))

ボーナス運用 累積利用者数



累計利用者数
160万人

過半数が
30代以下

今後は**資産運用サービス**の
実装を目指す

(定義)継続利用率 = 現在の運用者数 ÷ 累計運用者数

(注) PayPay証券への商号変更は2021年1月を予定しています。なお商号変更は、関係各社において、当該事業を行う上で法律上必要な登録や関係する監督官庁からの承認等の取得等が条件となり、法令の遵守および準拠を前提に検討しています。

PayPayを中心とした 金融エコシステムの形成を目指す



ソフトバンクの成長戦略

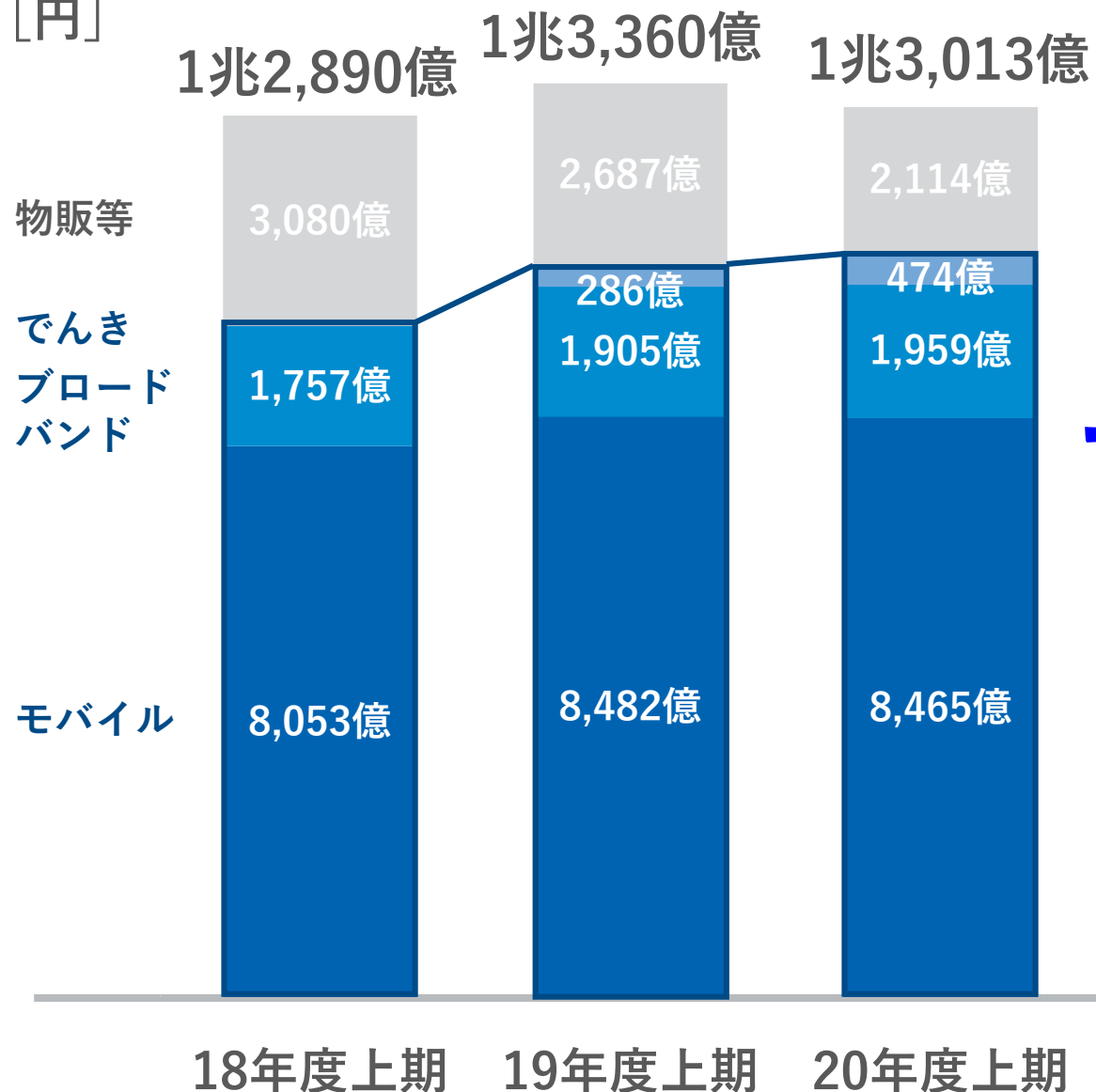
非通信の拡大

Synergy

通信の堅実な成長

コンシューマ事業 売上高

[円]

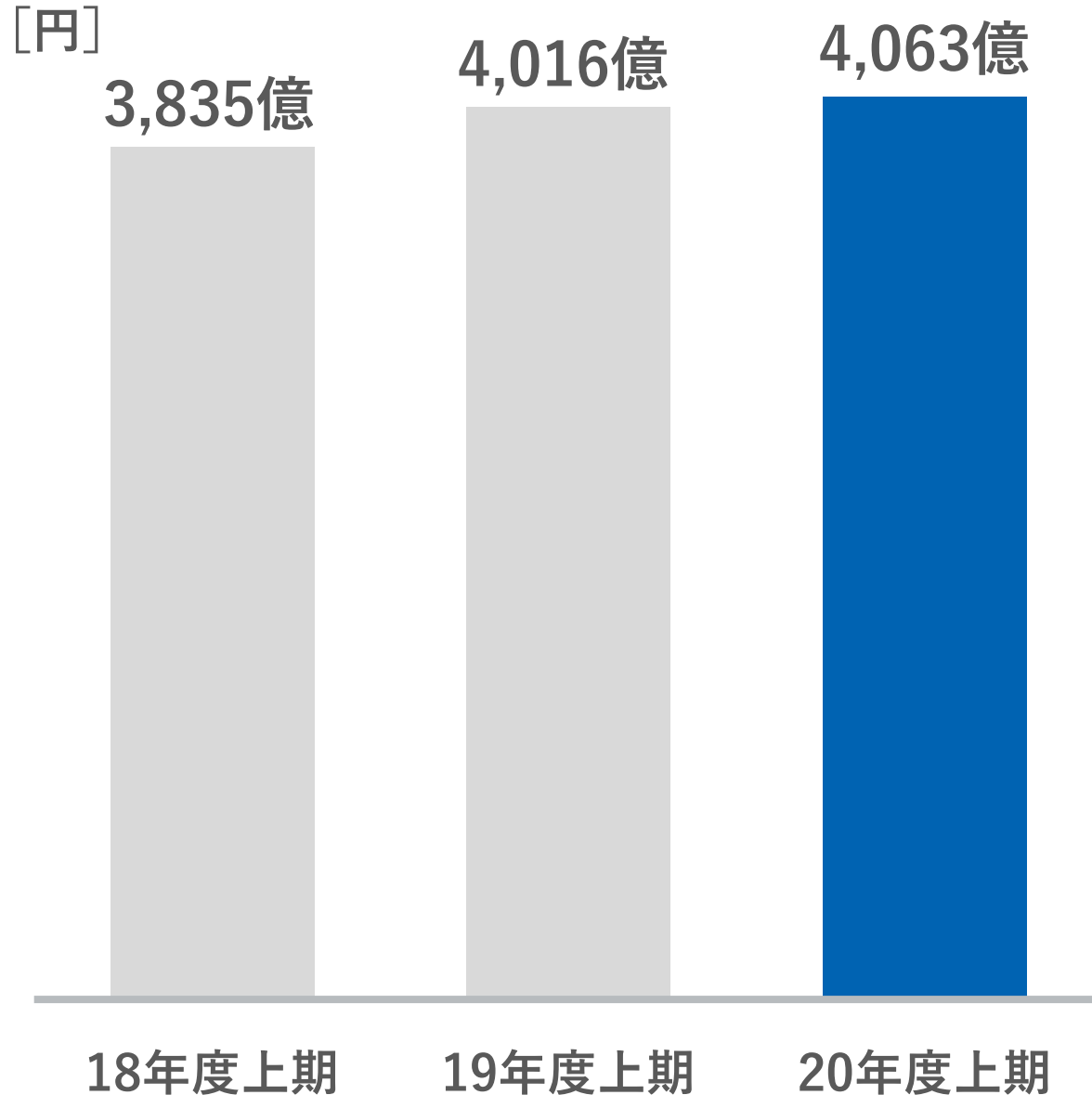


端末販売は減少も
サービス売上は増加
(モバイル+ブロードバンド+でんき)

(定義)サービス売上：モバイル売上、ブロードバンド売上、でんき売上の合計
(注) 2020年度より「物販等売上」に含めていた「でんき」を別掲したことに伴い、
2019年度に遡って修正を反映しています。

コンシューマ事業 営業利益

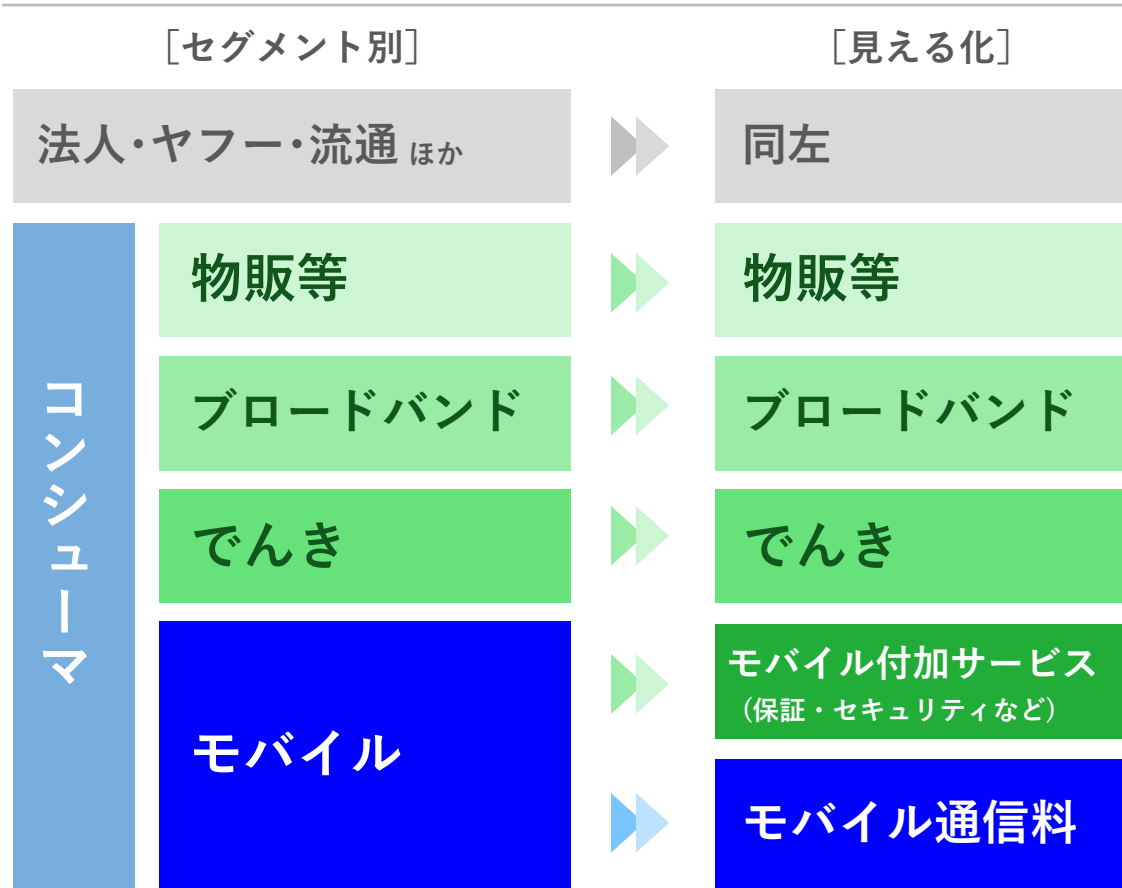
SoftBank



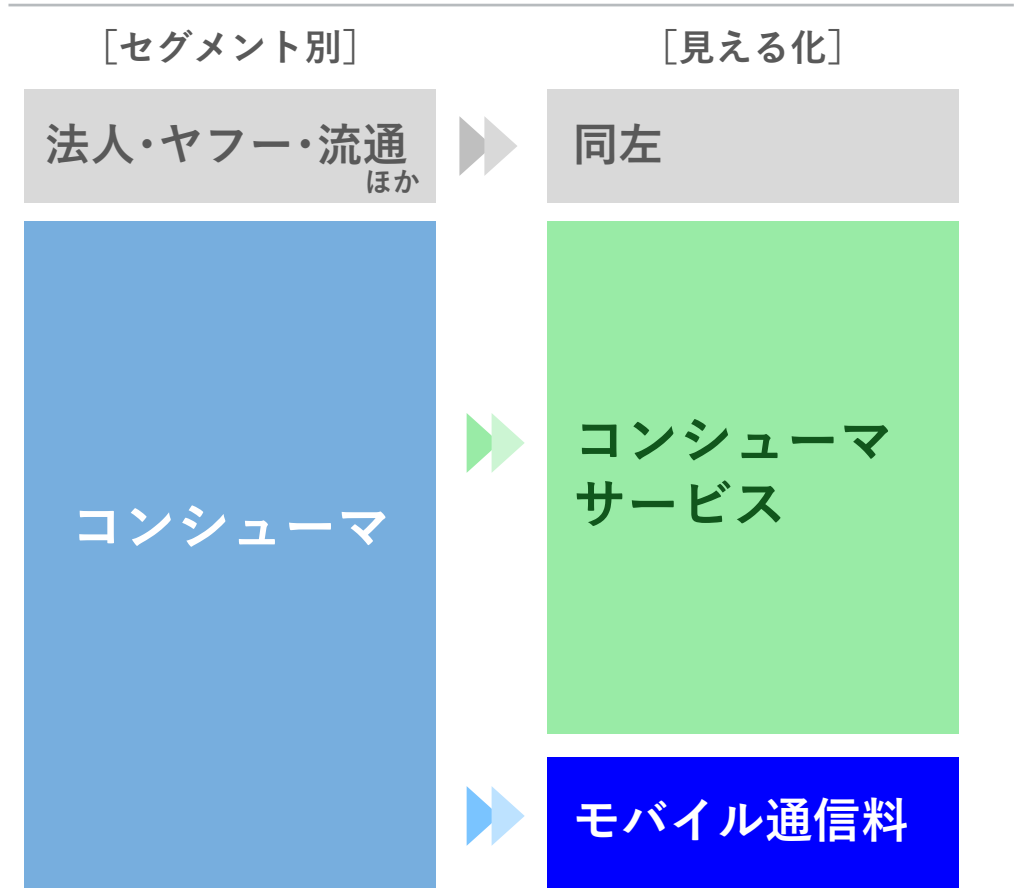
利益も
堅調に推移

純粋な通信料ビジネスに見える化

売上高

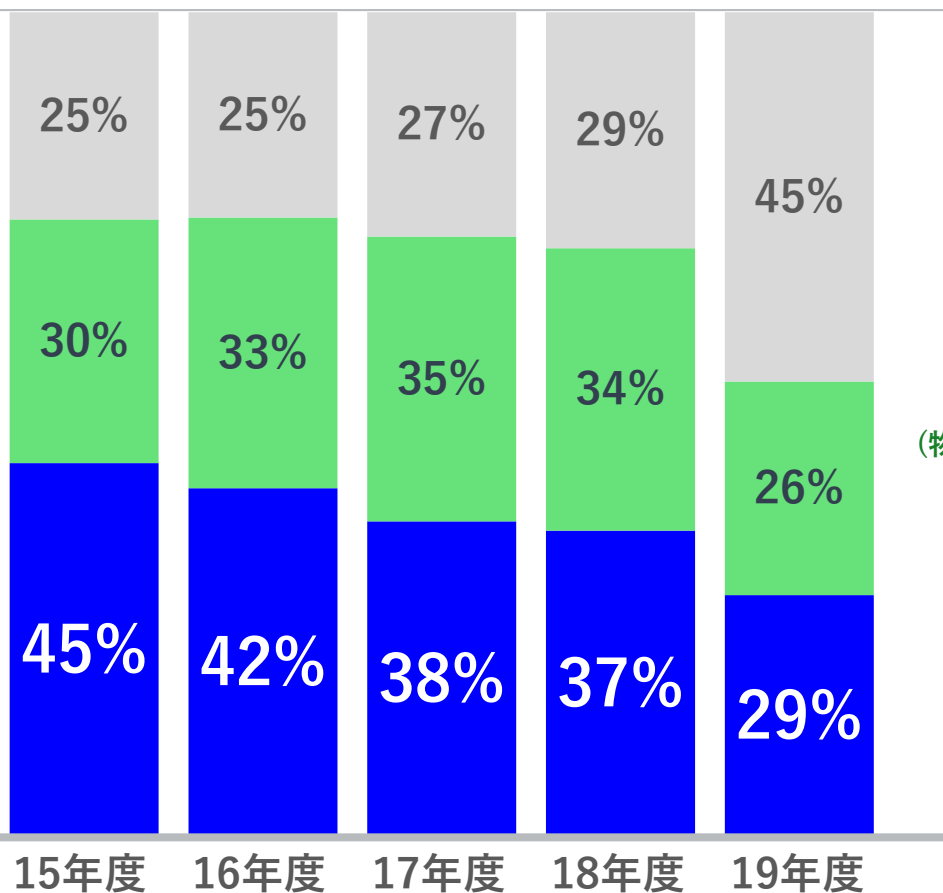


営業利益

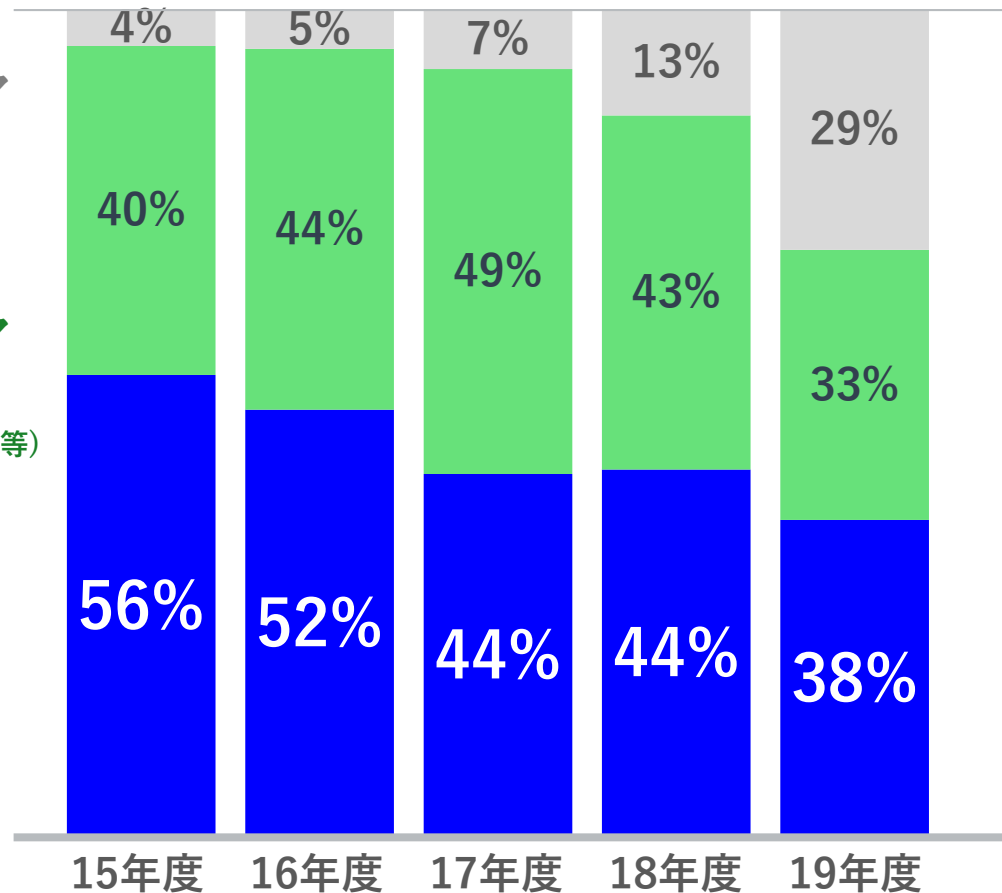


純粋なモバイル通信料の割合は年々低下

売上高



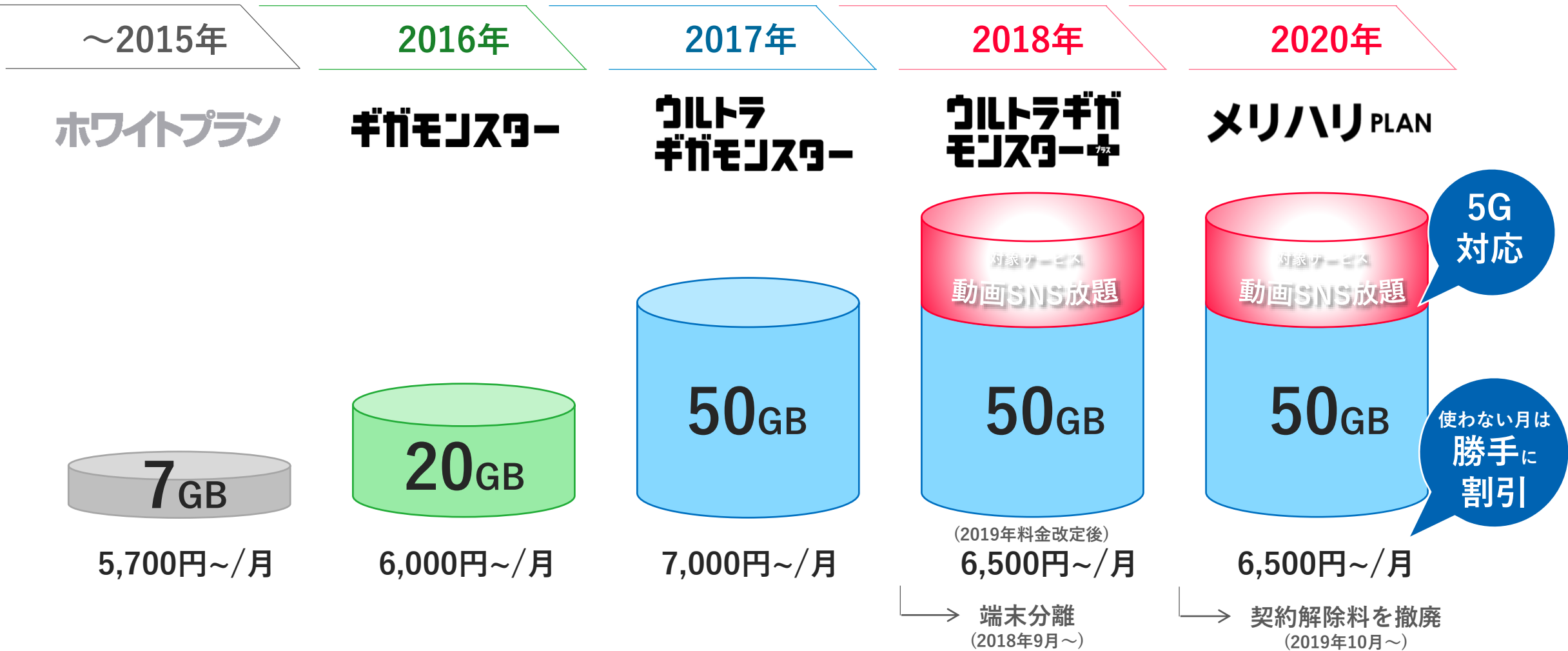
営業利益



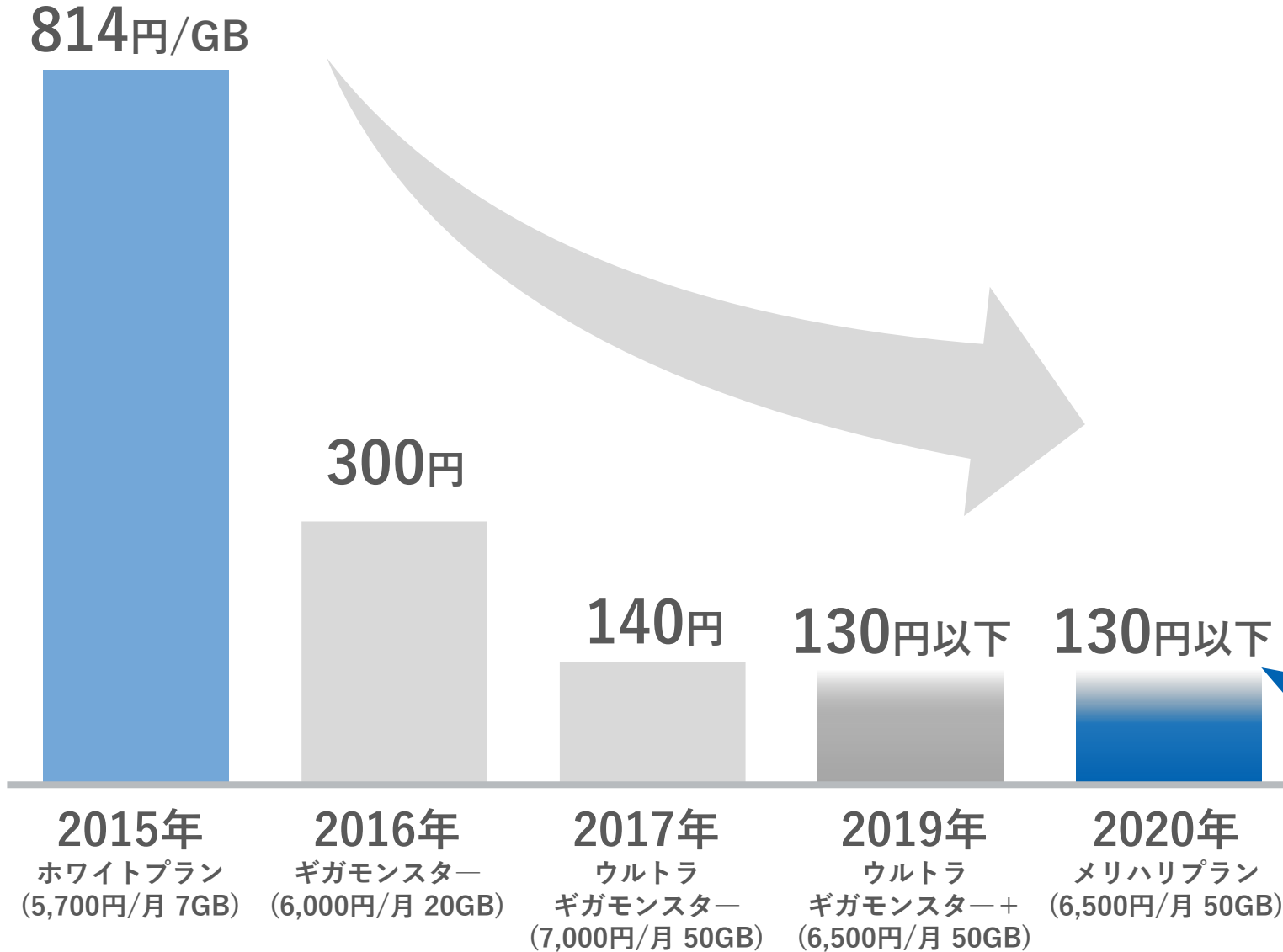
(注) 当社で一定の仮定を置いて算定したプロフォーマ情報(非監査情報)です。売上高は外部顧客への売上高を使用しています。法人向けモバイル通信料は「法人」に含みます。営業利益は「コンシューマ事業以外」に調整額を含みます。また、2019年6月に子会社化したZホールディングスの業績は2019年度の数値にのみ含まれます。

大容量データプランの変遷

携帯料金の低廉化に取り組む



1ギガあたり単価の変遷(データ料金ベース)



5年前に比べ
1ギガあたり
80%超
値下げ

対象サービス
動画SNS
放題

(注)「ウルトラギガモンスター+」は2019年に行った料金改定後の価格です。

多様なユーザーのニーズに応える

SoftBank
大容量
リーズナブル

Y! mobile
中容量
低価格

LINE MOBILE
小容量
超低価格

低価格の大容量データ新プランを発表

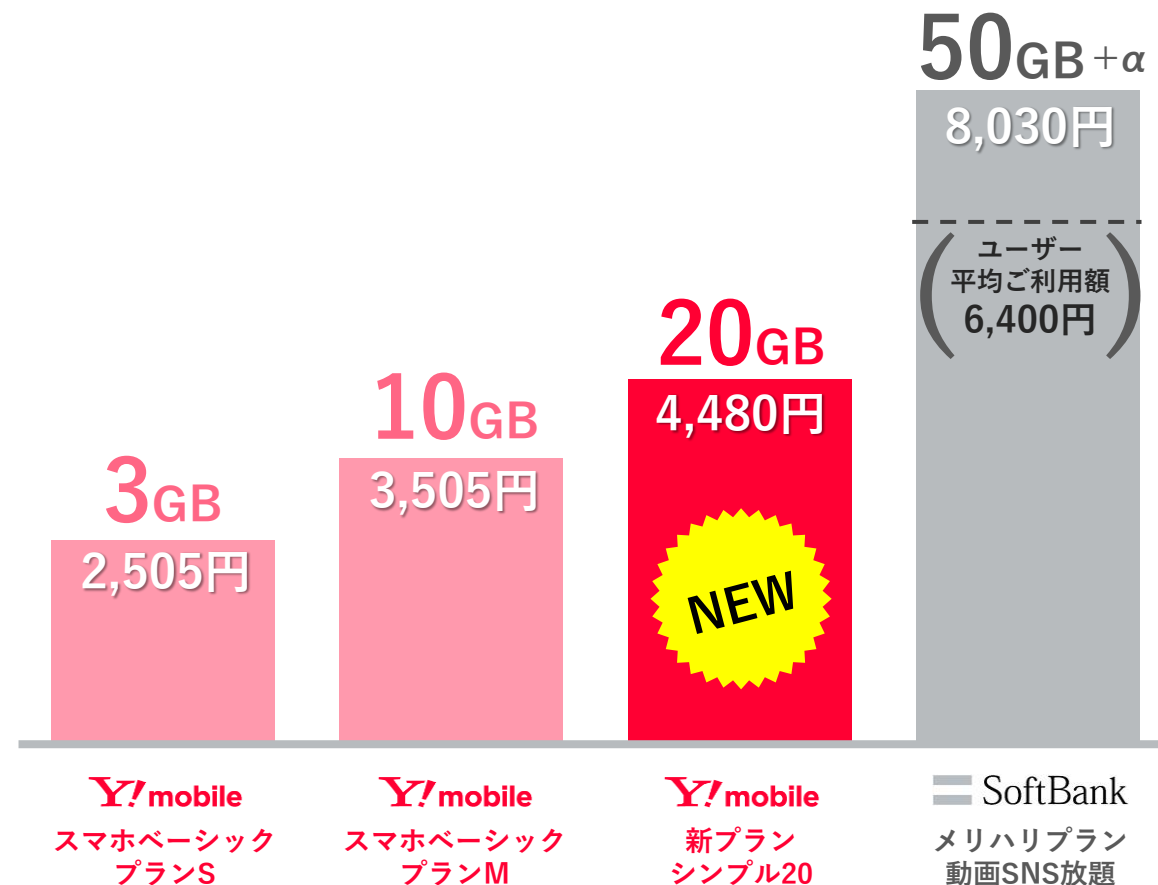
当社の主な料金プラン(円/月)*2

新料金プラン「シンプル20」*1

大容量 **20GB**
月々 **4,480円**

+ 10分以内の国内通話無料

2020年12月下旬に提供開始



(注) 価格は税抜きです。(*1) 1回あたり10分を超える国内通話は10分超過分に20円/30秒の通話料が別途かかります。また一部無料対象外の通話があります。「データ増量オプション」「新規割」「おうち割 光セット」「おうち割でんきセット」「家族割引サービス」は適用できません。高速データ通信容量を超過した時の通信速度は最大1Mbpsです。(*2) 従来プランは、音声通話定額込みで、新規割または半年おトク割を2年間に平均化して適用しています。メリハリプランのユーザー平均ご利用額は、そこに実加入者比率を考慮し算出した家族割および固定セット割の平均割引額を反映しています。

携帯電話業界のさらなる活性化へ

SoftBank **Y!**mobile

2019年10月～
契約解除料 **0円**^{*1}

NEW

2021年春～

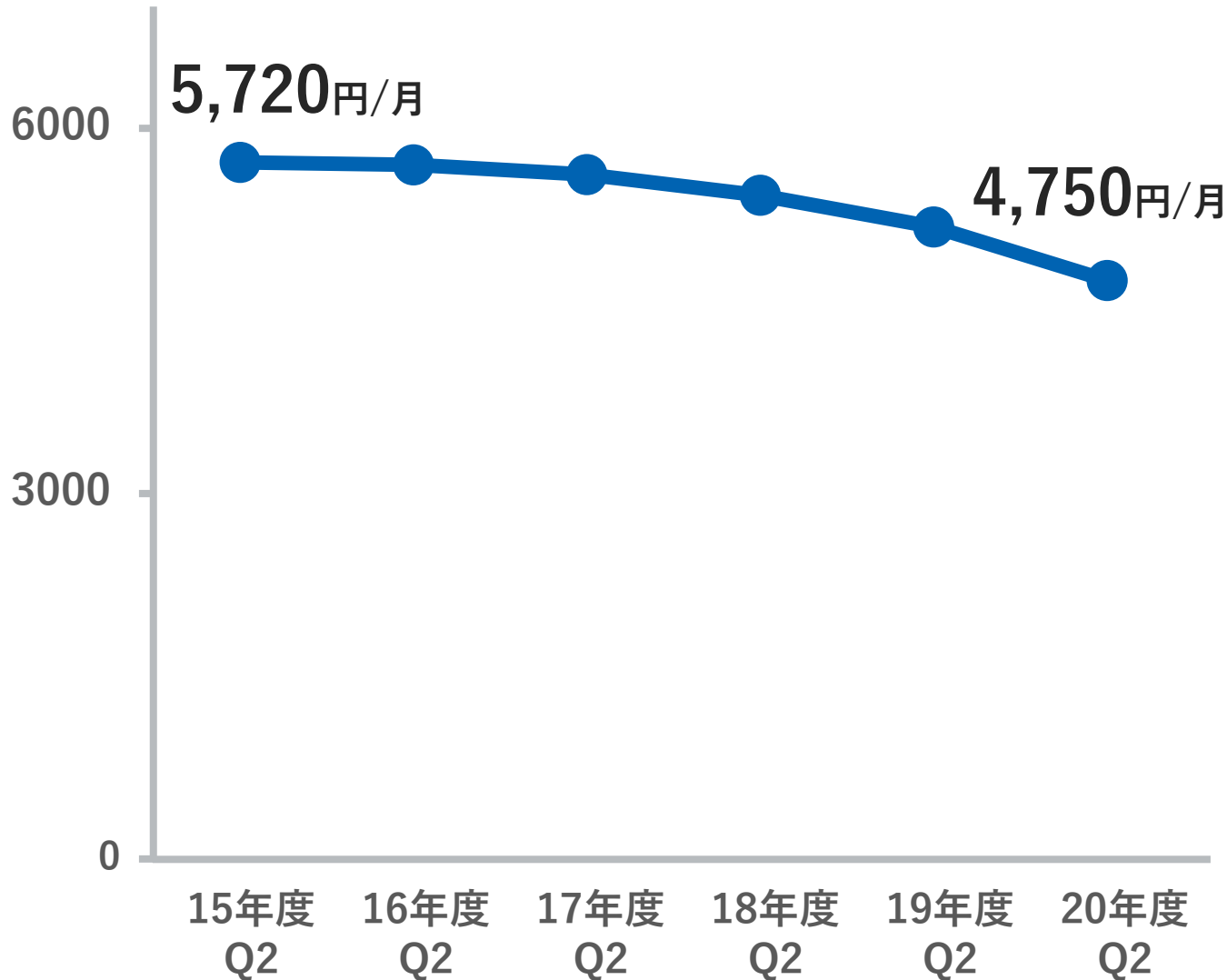
MNP転出手数料 **0円**

携帯電話番号ポータビリティ

(*1) 2019年10月1日以降の新規申し込み受付プランに適用されます

ユーザー1人あたりの平均単価

主要回線 割引前ARPU



5年で
ユーザー1人あたり
2割ダウン

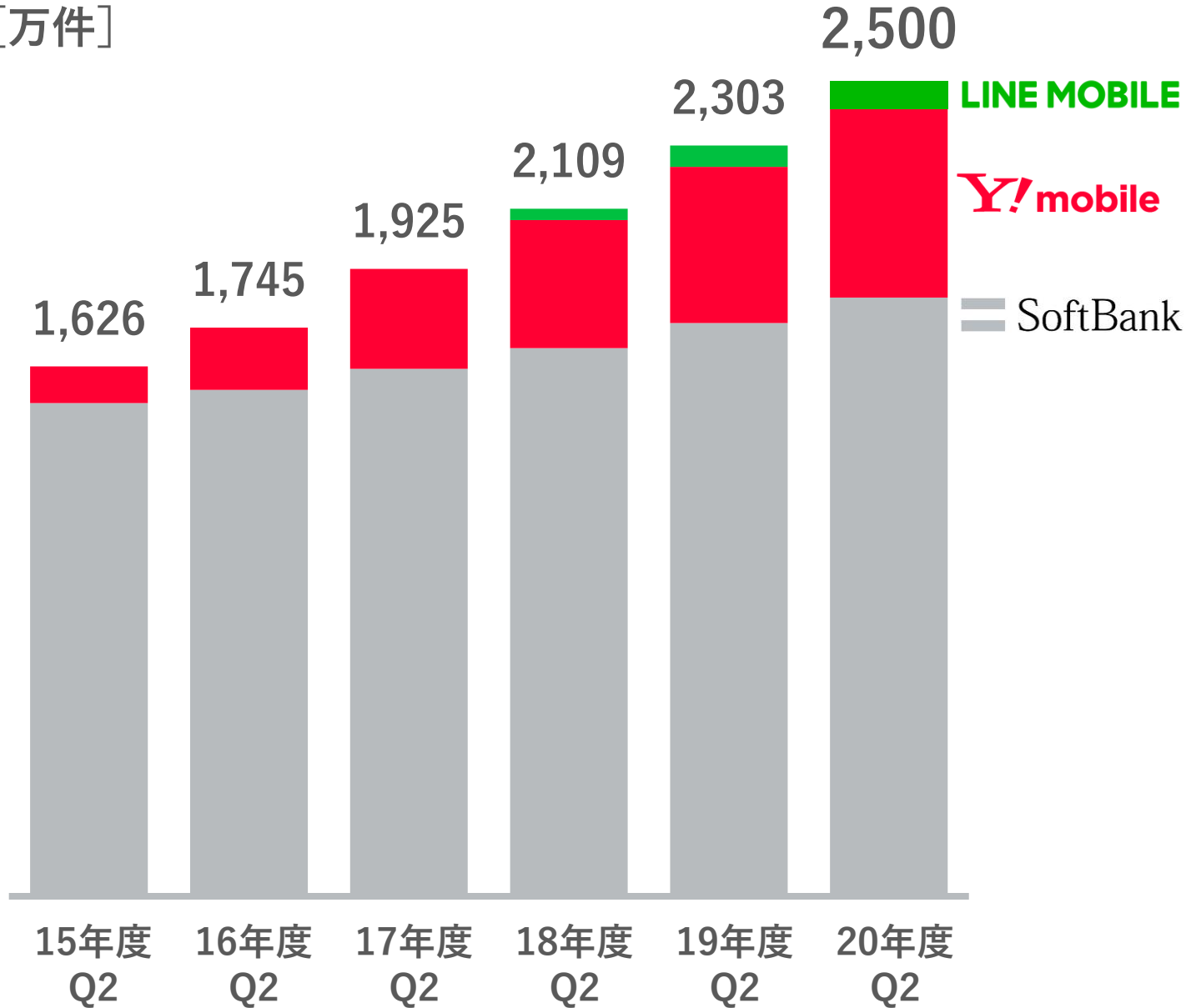
(定義) 主要回線(ARPU算出上)：スマートフォン、従来型携帯電話、タブレット、モバイルデータ通信端末

(定義) ARPU (Average Revenue Per User)：1契約当たりの月間平均収入

(定義) 割引前ARPU：毎月割・固定セット割の割引影響を除いて算出したARPU
詳しくはデータシートをご覧ください。

スマートフォン 累計契約数

[万件]



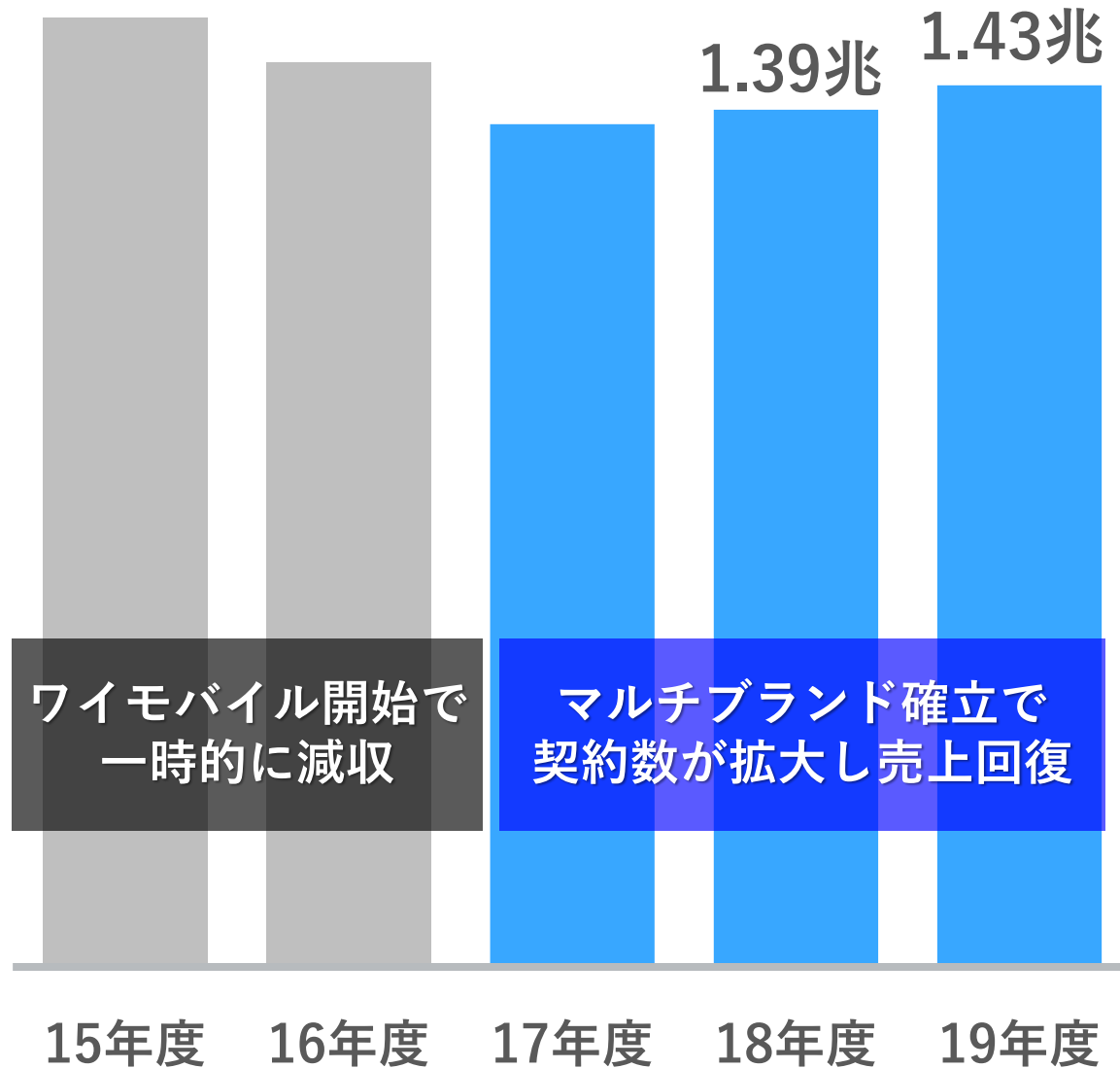
契約数

5年で **1.5倍**

ワイモバイルは5年で5倍

モバイル通信料 売上高

[円]



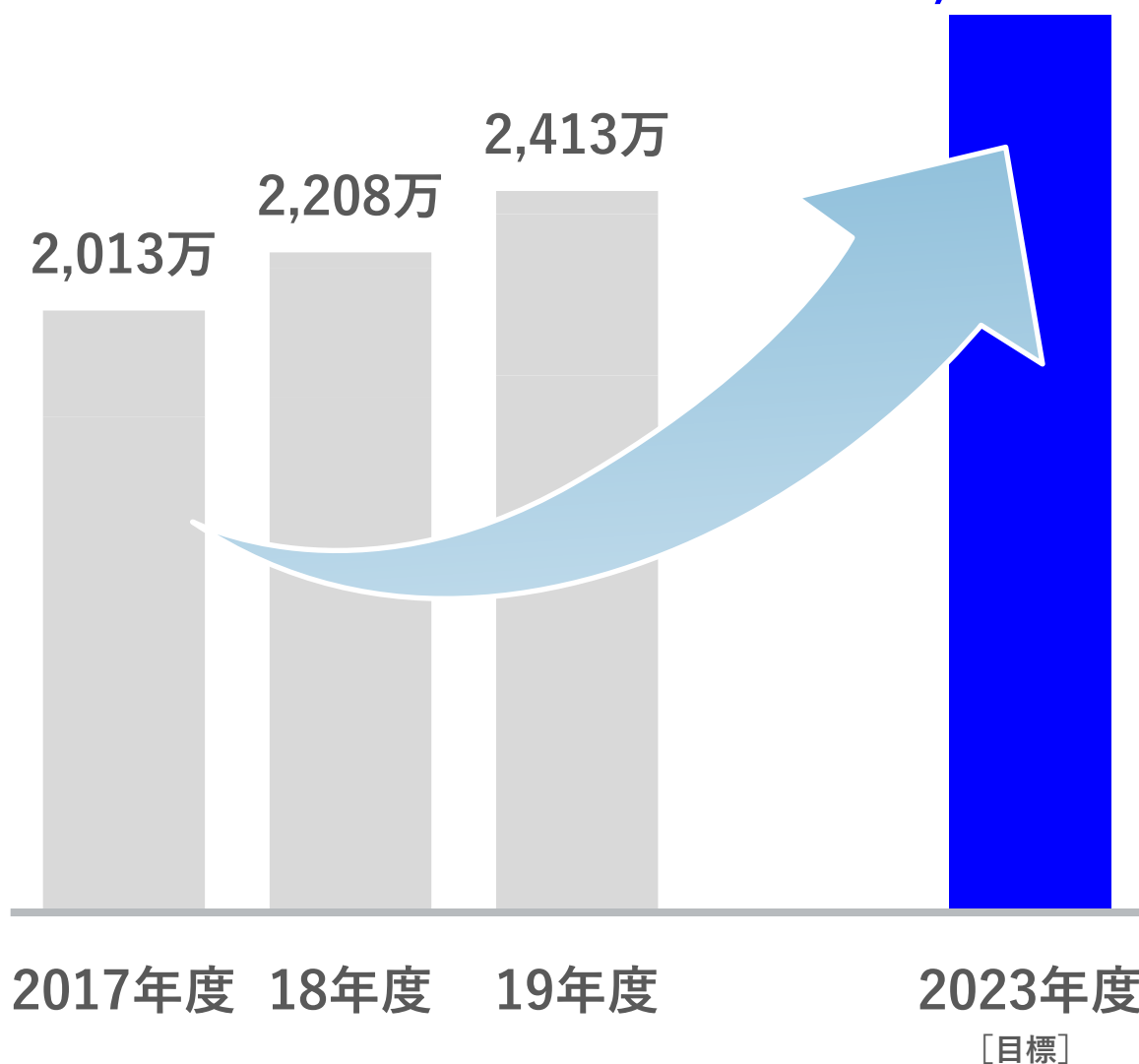
値下げによって一時的に減収も
契約数の拡大により
増収に転じた

(注) 外部顧客への売上高を基に当社で一定の仮定を置いて、コンシューマセグメントの「モバイル通信料」売上高を算定したもので、プロフォーマ情報(非監査情報)です。詳しい定義は54ページをご覧ください。

スマートフォン 累計契約数

[件]

2023年度目標
3,000万



今後も契約数の拡大による
事業成長を目指す



次世代ネットワークの 展開へ

ネットワーク投資

営業利益

9,117億円

携帯事業への参入当初から
ネットワーク投資に注力

競合他社の
1/10以下^{*1}
(当時)

営業利益
718億円

2005年度

旧・ボーダフォン(株)など

2019年度

設備投資

14年で
累計

5兆円



(注) 2005年度は、ソフトバンクグループ株式会社(当時のソフトバンク株式会社)のブロードバンド・インフラ事業セグメントおよび固定通信事業セグメント、ボーダフォン株式会社の合計で日本基準に基づく数値です。(*1) NTTドコモ2005年度決算短信を基に当社にて算出しました。

積極投資で競争力のあるネットワークを構築

世界最高レベルの品質を実現^{*1}

世界181社の通信キャリア中



基地局サイト数No1

ソフトバンク 23万カ所

KDDI 11万カ所

NTTドコモ 8万カ所



(*1) Opensignal社「グローバル・モバイル・ネットワーク・エクスペリエンス・アワード2020」(2020年9月)：世界51の国と地域における181事業者の比較において「音声アプリ・エクスペリエンス」1位「ビデオ・エクスペリエンス」3位「ダウンロード速度」「4G利用率」トップ20「アップロード速度」トップ50を獲得しました。Opensignal Awards -Global claim from September 2020, Japan claim from October 2020, based on independent analysis of mobile measurements. © 2020 Opensignal Limited. (注) 基地局サイト数について KDDI、NTTドコモの数値は、総務省「第5世代移動通信システムの導入のための特定基地局の開設計画の認定に係る審査結果(平成31年4月)」のデータに基づきます。当社は2020年3月末の数値に基づきます。

5G・6Gに今後10年間で2.2兆円投資予定

+

社会に新しい価値を提供

法人向け5G

法人向け5G開発拠点を
大阪に開設
(2020年10月)



5Gの検証ラボを備え
企業の開発支援を行う

5G端末



iPhone 12Pro iPhone 12

幅広い
価格帯で
ご提供



Google Pixel 5 Xperia 5 II AQUOS zero5G basic

空飛ぶ基地局

成層圏を飛行する基地局で
圏外のない世界へ



2020年9月：成層圏飛行実験に成功

ソフトバンクの成長戦略

5G × ∞

通信が非通信ビジネスを加速させる

超低遅延

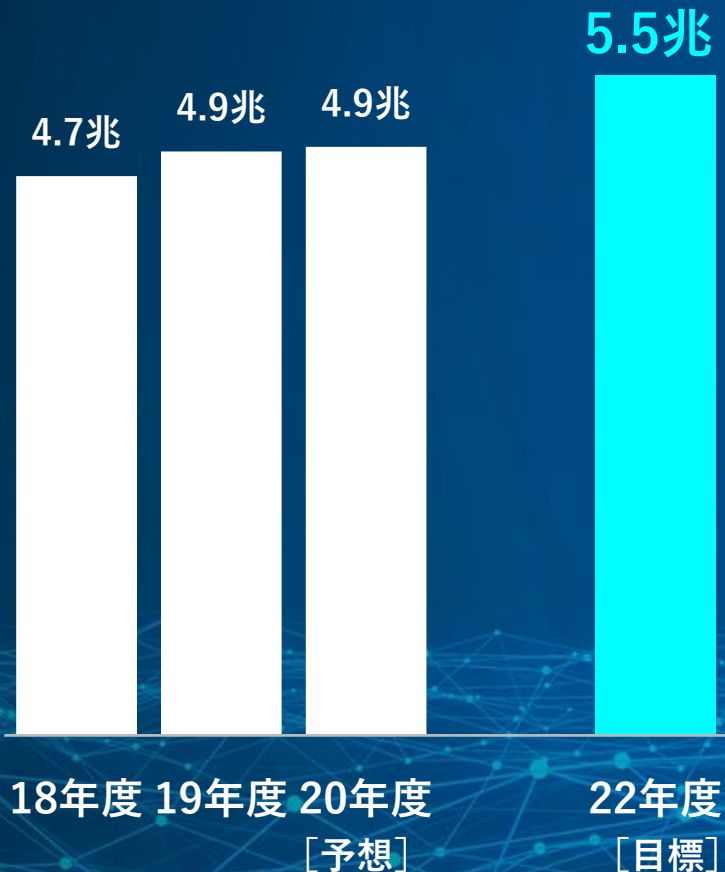
多数同時接続

超高速・大容量

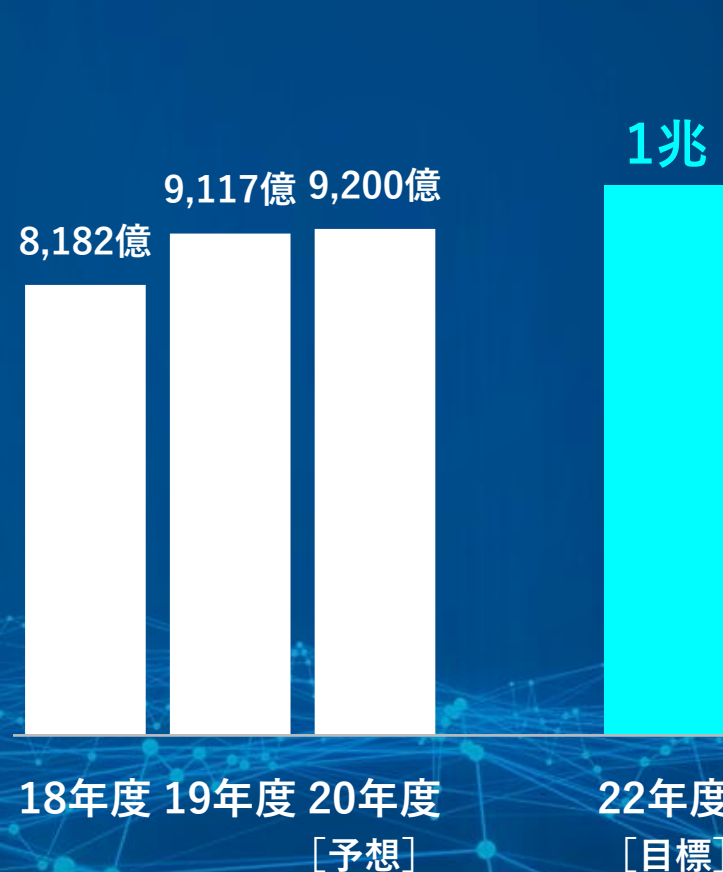


2022年度 業績目標

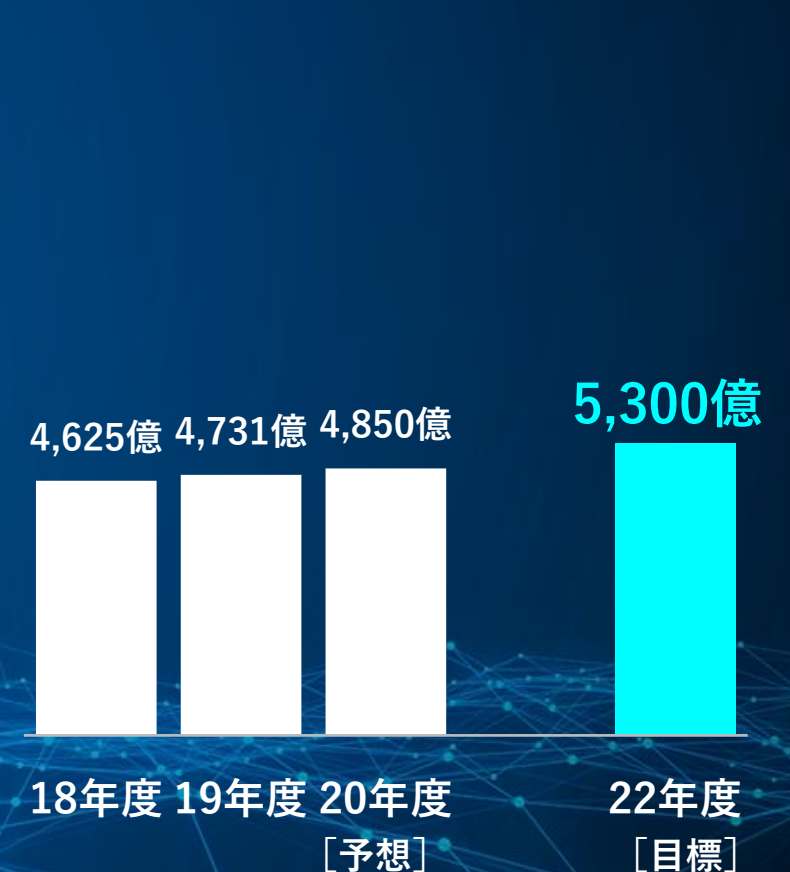
売上高 5.5兆円



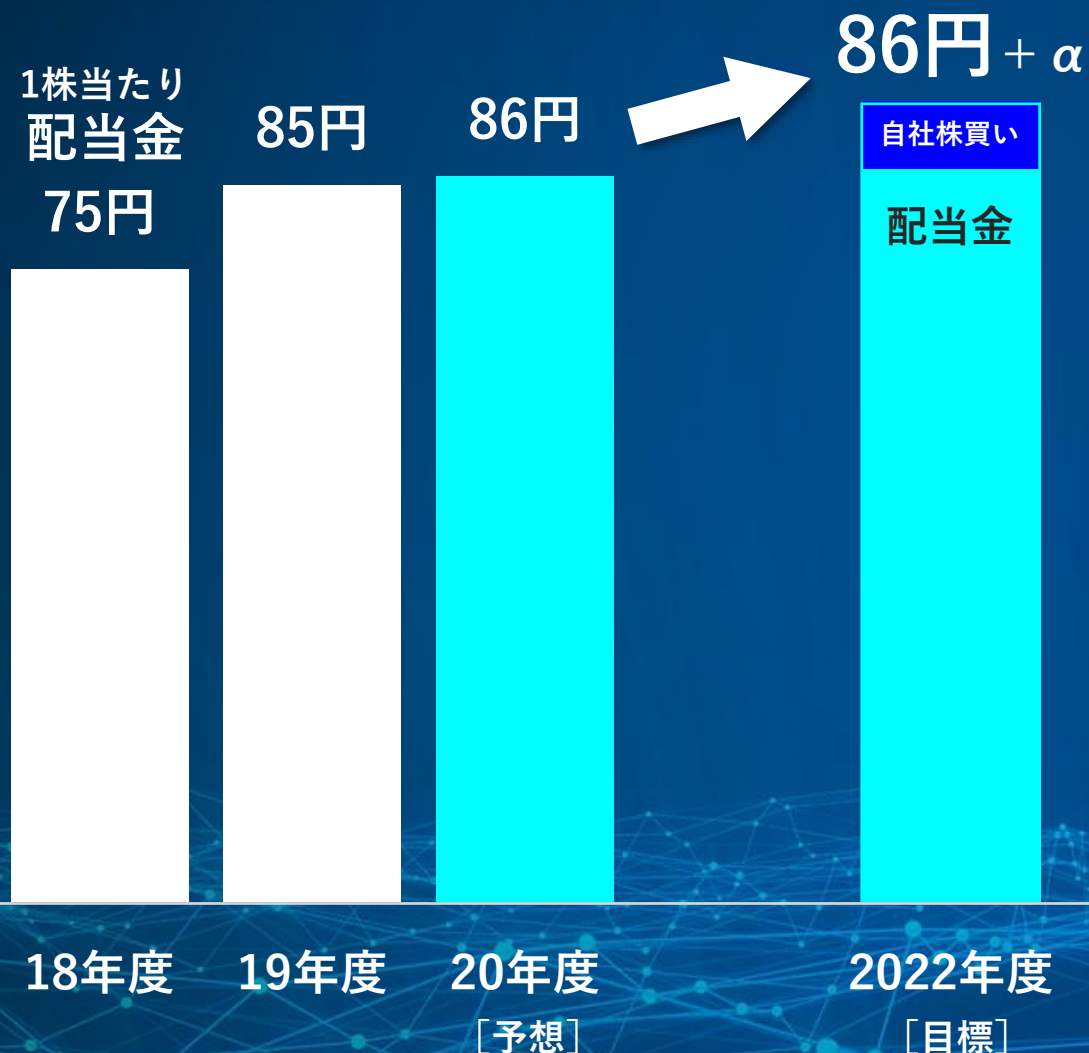
営業利益 1兆円



純利益 5,300億円



2022年度までの還元方針



毎年減配なし
 総還元性向 85%程度

(2020年度～2022年度の加重平均)



情報革命で人々を幸せに



SoftBank