

KDDI

9433 東証 1 部

<http://www.kddi.com/>

2016 年 9 月 13 日（火）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
森本 展正

[企業情報はこちら >>>](#)

※ 1 Information and Communication
Technologies : ICTs（情報通
信技術）の略。

※ 2 Long Term Evolution の略で、
無線通信技術の 1 つ。

※ 3 Worldwide Interoperability for
Microwave Access の略で、
無線通信技術の 1 つ。

※ 4 Fiber to the Home の略。通
信事業者の設備からユーザー
個人宅までを光ファイバー
ケーブルでつなぐアクセス方
式。

※ 5 アプリ（コンテンツ使い放題）、
会員特典（会員限定クーポ
ンなど）、あんしんサービス
（iPhone・iPad 故障時の修理
代サポート、オンラインストレ
ージ、ウイルス対策など）を月
額 372 円で利用できるサービ
ス。

※ 6 Mobile Virtual Network
Operator（仮想移動体通信事
業者）の略。無線通信インフ
ラを他携帯電話事業者から借
り受けてサービスを提供する
事業者のこと。

※ 7 Average Revenue Per Account
の略。モバイル契約者（プリ
ペイド/MVNO 除く）1 人当
たりの月間売上高であり、au 通
信 ARPA は 1 人当たりの通
信料収入を、付加価値 ARPA
は 1 人当たりの付加価値収入
を示す。

■ 通信企業からライフデザイン企業への変革を目指す

KDDI<9433> は、モバイル事業と固定事業を 1 社で提供する総合通信事業者。国内では個人、法人向けにモバイル通信（au 携帯電話 / 高速データ通信）と固定通信（FTTH / CATV / 固定電話）サービスなどを提供するほか、海外ではデータセンター事業を中核としたグローバル ICT※¹ 事業のほか、主に新興国でのグローバルコンシューマ事業を展開する。主力の国内通信事業では、モバイルは 3G/LTE※² や WiMAX※³ ネットワーク、固定は FTTH※⁴ やケーブルテレビなど、様々なアクセスラインのインフラ基盤を構築しており、2016 年 3 月末時点でモバイル約 6,300 万回線（au + UQ、連結ベース）、約固定 880 万世帯数（FTTH + CATV、パーソナルセグメントベース）の顧客基盤を確立している。世界 28 地域 63 都市 114 拠点の海外拠点を有する。

前中期目標の最終年度である 2016 年 3 月期連結業績（国際財務報告基準：IFRS）は、売上高が前期比 4.6% 増の 4 兆 4,661 億円、営業利益は同 12.3% 増の 8,326 億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は同 15.7% 増の 4,949 億円と、増収、2 ケタ営業増益となり、営業利益は 3 期連続の 2 ケタ成長を達成した。主力のパーソナルセグメントが 3M 戦略の推進に伴うモバイル通信料収入と端末販売収入の増加を背景に堅調に推移したことが主要因。加えて、バリューセグメントにおける au スマートパス※⁵ などの会員数の増加や、子会社の増益なども寄与した。

2016 年 3 月期決算発表と同時に 2017 年 3 月期から 2019 年 3 月期までの 3 ケ年の「中期目標～19.3 期に向けて～」を発表した。その内容は、端末、料金、ネットワークの同質化が進むなかで、「お客さま体験価値を提供するビジネスへの変革」を事業運営方針として、持続的な利益成長と株主還元のためのさらなる強化の両立を通じて、企業価値のさらなる向上を目指すというもの。財務目標として、連結営業利益年平均成長率（CAGR）7%、au 経済圏流通総額 2 兆円超を掲げ、事業成長に向けた M&A として、3 年間累計で 5,000 億円規模を実施する計画。一方、株主還元については、最低限のコミットメントとして配当性向を従来の 30% 超から 35% 超へ引き上げると同時に、成長投資とのバランスに応じた自己株式取得を実施する計画。なお、取得した自己株式については、発行済株式数の 5% を目安として、超過分は消却する方針となっている。

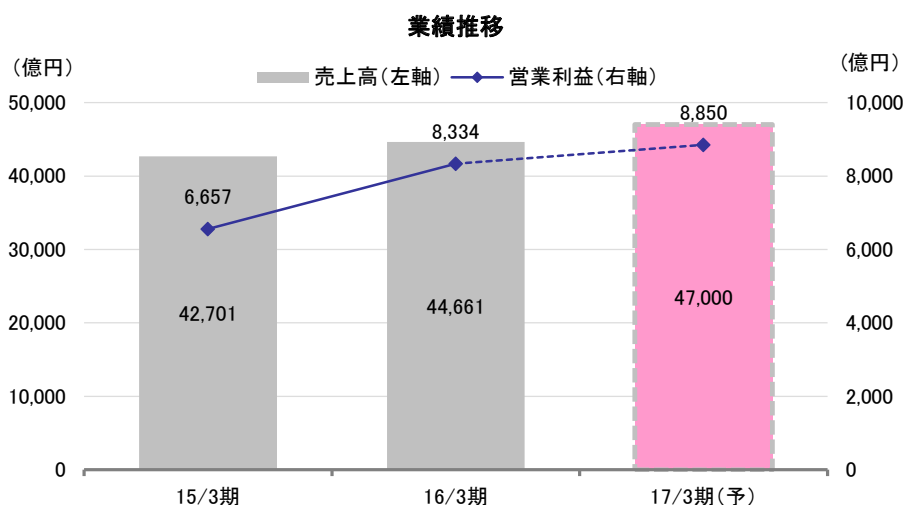
新たな中期目標の初年度となる 2017 年 3 月期業績は、売上高が前期比 5.2% 増の 4 兆 7,000 億円、営業利益は同 6.3% 増の 8,850 億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は同 9.1% 増の 5,400 億円と、増収及び 16 期連続の営業増益を見込む会社計画。弊社では、MVNO※⁶ の台頭によるマイナス影響が主力のパーソナルセグメントで見られるものの、1）au スマートバリューによる顧客の囲い込み、販売手数料の抑制などにより、パーソナルセグメントの安定成長が続く、2）ジュピターショップチャンネル（株）や MobiCom Corporation LLC（以下、モビコム）の子会社化がプラス寄与するほか、新規 M&A の寄与を見込んでいないことなどから会社計画は保守的と予想する。なお、中期目標の達成には、au 経済圏拡大に伴うバリューセグメントの高成長が不可欠であるため、達成可否を占う手掛かりとして今後の付加価値 ARPA※⁷ の動向に注目する。

2016 年 9 月 13 日（火）

株主還元については、持続的な成長への投資を勘案しながら、連結配当性向 30% 超を維持することを基本方針としてきた。前中期目標最終年度である 2016 年 3 月期は、株主の 3 年間の支援に感謝の意を表して、期末配当を期初予想から 5 円増配し、年間の 1 株当たり配当金 70 円（連結配当性向 35.4%）を実施した。同時に自己株式 1,000 億円（上限）の取得（取得期間：5 月 13 日から 9 月 23 日）を決定、実施中。2017 年 3 月期は、新中期目標における連結配当性向 35% 超に基づき、15 期連続増配且つ 6 期連続 2 ケタ増配となる年間の 1 株当たり配当金 80 円（連結配当性向 36.9%）を計画している。

Check Point

- ・ 2016 年 3 月期は 2000 年の KDDI 誕生以降、15 期連続の営業増益を記録。売上高、営業利益ともに過去最高を更新
- ・ 2019 年 3 月期までの中期目標として、連結営業利益年平均成長率（CAGR）7%、au 経済圏流通総額 2 兆円超を目指す
- ・ 2017 年 3 月期の配当金は、中期目標の連結配当性向 35% 超に基づいて、15 期連続増配且つ 6 期連続 2 ケタ増配となる 80 円（配当性向 36.9%）を計画



注：16年3月期からIFRS移行

会社の概要・沿革

モバイルと固定通信サービスを 1 社で提供する総合通信事業者

(1) 会社の概要

モバイルと固定通信サービスを 1 社で提供する総合通信事業者。「KDDI グループは、全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時に、お客さまの期待を超える感動をお届けすることにより、豊かなコミュニケーション社会の発展に貢献します。」を企業理念として、「もっと身近に！」、「もっといろんな価値を！」、「もっとグローバルへ！」という 3 つの事業ビジョンのもと、3M 戦略※とグローバル戦略の成長戦略を基軸に、国内では個人向けにモバイル通信（au 携帯電話 / 高速データ通信）、固定通信（FTTH / CATV / 固定電話）サービスに加えて、決済、物販、金融などの非通信サービスを提供するほか、法人向けに FMC ネットワークからデータセンターなどすべての ICT 領域のソリューションサービスを提供する。一方、海外では、データセンター事業を核とする法人向け事業や、新興国、アジア地域でのグローバルコンシューマ事業も展開する。

※ 3M とは、「マルチネットワーク」、「マルチデバイス」、「マルチユース」の頭文字。いつでもどこでも最適なネットワークを通じて、スマートフォンやタブレット端末を始めとするさまざまなデバイス上で、いろいろなコンテンツやサービスをシームレスに利用できる環境を整えることを目指した成長戦略。



KDDI

9433 東証 1 部

<http://www.kddi.com/>

2016 年 9 月 13 日（火）

同社グループは、同社と連結子会社 164 社（国内 87 社、海外 77 社）、持分法適用関連会社 34 社（国内 25 社、海外 9 社）で構成されている。

主要関係会社一覧

会社名	事業の内容	出資比率
（連結子会社）		
沖縄セルラー電話<9436>	au 携帯電話サービス	51.5%
UQ コミュニケーションズ（株）※	ワイヤレスブロードバンドサービス	32.3%
（株）ワイヤ・アンド・ワイヤレス（Wiz）	無線ブロードバンド事業	95.2%
沖縄通信ネットワーク（株）	固定通信事業	53.8%
中部テレコミュニケーション（株）	固定通信事業	80.5%
（株）ジュビターテレコム	CATV 事業	50.0%
（株）ジェイコムイースト	ケーブルテレビ局の運営（放送・通信事業）	100.0%
（株）ジェイコムウエスト	ケーブルテレビ局の運営（放送・通信事業）	92.6%
日本インターネットエクスチェンジ（株）	接続 ISP の交換機ポート提供サービス	56.8%
KDDI エンジニアリング（株）	通信設備の建設工事・保守及び運用支援	100.0%
国際ケーブル・シップ（株）	海底ケーブルの建設及び保守	100.0%
日本通信エンジニアリングサービス（株）	通信設備の設計、施工、運用及び保守	74.3%
TELEHOUSE International Corporation of America	米国におけるデータセンターサービス	70.8%
TELEHOUSE International Corporation of Europe Ltd.	欧州におけるデータセンターサービス	92.8%
MobiCom Corporation LLC	モンゴルにおける携帯電話サービス	63.9%
KDDI Summit Global Myanmar Co., Ltd.	ミャンマー国営郵便・電気通信事業体（MPT）と共同での電気通信サービス	100.0%
KDDI まとめてオフィス（株）	中小企業向けIT環境サポート事業	95.0%
（株）KDDI エボルバ	コールセンター、人材派遣サービス	100.0%
Syn. ホールディングス（株）	インターネットサービス企業の特株会社	91.1%
KDDI フィナンシャルサービス（株）	クレジットカード事業、決済代行事業	90.0%
ジュビターショップチャンネル（株）	通信販売事業	55.0%
（株）ウェブマネー	サーバー管理型電子マネーの発行及び販売	100.0%
（株）mediba	携帯電話インターネット用広告の企画制作及び販売	51.0%
（株）KDDI 研究所	情報通信関連の技術研究及び商品開発	91.7%
（持分法適用関連会社）		
ラック<3857>	セキュリティコンサル、SI 事業	32.9%
（株）モバオク	携帯電話専用オークションサイトの運営	33.4%
（株）じぶん銀行	銀行業	50.0%
KKBOX Inc.	台湾・香港等における音楽配信事業のグループ会社の持株会社	50.0%

※：UQ コミュニケーションズ（株）に対する議決権の所有割合は 32.3%であり、日本基準において持分法を適用してきたが、IFRS の適用にあたり、実質的に支配していると判定し、連結子会社としている

(2) 沿革

a) 第二電電時代（創業から 3 社合併まで）

同社の前身は 1984 年 6 月に設立された第二電電企画株式会社※¹。1985 年 4 月に社名を第二電電株式会社へ変更し、同年 6 月に第一種電気通信事業の許可を郵政省（現総務省）から受け、1986 年 10 月に専用サービスを開始したのに続き、1987 年 9 月には市外電話サービスを開始した。これらの動きに並行して、1987 年 6 月に関西セルラー電話（株）を設立し、携帯電話事業に参入。以後、地域ごとに携帯電話事業を行う子会社セルラー電話 7 社、関連会社 2 社を順次設立し※²、全国展開を行う。さらに、1993 年 4 月には衛星携帯電話事業を展開する日本イリジウム（株）を設立、同年 9 月には東京証券取引所市場第 2 部へ上場した（1995 年 9 月に市場第 1 部へ指定替え）。

※¹ 電気通信事業の自由化に対応し京セラ<6971>、三菱商事<8058>、ソニー<6758>、セコム<9735>などの出資により設立。

※² 各社の設立年月日は 1987 年：10 月九州セルラー電話（株）、11 月中国セルラー電話（株）、1988 年：4 月東北セルラー電話（株）、5 月北陸セルラー電話（株）、7 月北海道セルラー電話（株）、1989 年 4 月四国セルラー電話（株）、1991 年：6 月沖縄セルラー電話<9436>、7 月（株）ツーカーセルラー東京、1992 年 2 月（株）ツーカーセルラー東海。



KDDI

9433 東証 1 部

<http://www.kddi.com/>

2016 年 9 月 13 日（火）

※ 1 国際通信事業を主体とする国際電信電話（株）が市外電話事業を行っていた日本高速通信（株）を 1998 年 12 月に吸収合併し誕生した。

※ 2 1987 年 3 月に日本高速通信、トヨタ自動車〈7203〉、東京電力（現東京電力ホールディングス〈9501〉）、中部電力〈9502〉を中心に設立された。第二電電（DDI セルラーグループ）と営業エリアを分け合ったため、関東地方、山梨県、長野県、東海地方の 1 都 12 県を営業エリアとしていた。

1994 年 7 月に第 2 の携帯電話と言われた PHS（簡易型携帯電話）事業展開を目的として、（株）ディーディーアイポケット企画を設立（同年 11 月にディーディーアイ東京ポケット電話（株）へ社名変更）したほか、同年 11 月にディーディーアイポケット電話北海道（株）等ポケット電話会社 8 社を設立。2000 年 1 月にディーディーアイ東京ポケット電話、他ポケット電話会社全 9 社は、ディーディーアイ東京ポケット電話を存続会社として合併し、ディーディーアイポケット（株）（以下、DDI ポケット）へ社名変更した。

一方、1999 年 9 月には、関連会社であったツーカーセルラー東京及びツーカーセルラー東海を子会社化したほか、新たに（株）ツーカーホン関西を子会社化した。

b) KDDI 時代（3 社合併後から現在）

2000 年 10 月に同社を存続会社として、国際通信事業と市外電話事業を行っていた KDD 株式会社※¹と関東・東海地域で携帯電話事業を展開していた日本移動通信株式会社（IDO）※²が合併し誕生、社名を株式会社ディーディーアイへ変更（2001 年 4 月に KDDI 株式会社へ社名変更）した。

合併後はモバイル・固定通信の両事業領域で、グループ内再編や M&A を通じて事業基盤の強化、拡充に注力。モバイル事業では、2000 年 11 月に沖縄セルラー電話を除くセルラー電話 7 社が関西セルラー電話を存続会社として合併し、社名を（株）エーユーへ変更し、2001 年 3 月に株式交換によりエーユーを完全子会社化したの続き、同年 10 月にエーユーを合併。2005 年 1 月にツーカーホン関西、3 月にツーカーセルラー東海をそれぞれ株式買取りにより完全子会社化したほか、同年 3 月にはツーカーセルラー東京を株式交換により完全子会社化、同年 10 月に 3 社を吸収合併した。一方で、2004 年 10 月に DDI ポケットの PHS 事業を譲渡した。

さらに、2007 年 8 月に WiMAX 事業準備・運営会社であるワイヤレスブロードバンド企画（株）を設立、2008 年 3 月に UQ コミュニケーションズ（株）へ社名を変更。2009 年 7 月からモバイル WiMAX の商用サービスを開始した。

一方、固定通信では、2006 年 1 月に業務提携していた東京電力傘下の（株）パワードコムと合併したほか、2007 年 1 月には東京電力の社内カンパニーである光ネットワーク・カンパニーにかかる事業を会社分割により承継し、FTTH 事業基盤を整備。さらに、2007 年 6 月にはジャパンケーブルネットホールディングス（株）及びジャパンケーブルネット（株）の株式を一部取得し、子会社化。一方、2010 年 2 月に（株）ジュピターテレコム（J:COM）を持分法適用関連会社化した後、2013 年 4 月に子会社化した。2014 年 4 月にはジュピターテレコムがジャパンケーブルネットホールディングス及びジャパンケーブルネットを吸収合併した。

海外事業では、2014 年 6 月にミャンマーにおいて通信事業を展開するために KDDI Summit Global Myanmar Co., Ltd. (KSGM) を設立。2016 年 3 月にはモンゴルの携帯電話事業者であるモビコムを連結子会社化した。

モバイル、固定通信の事業基盤の整備にあわせて、情報流通プラットフォームの強化、コンテンツ・メディアビジネスへの取り組み、流通総額の拡張を目指した非通信事業ドメインの拡大にも取り組む。2006 年 5 月に（株）三菱東京 UFJ 銀行（三菱 UFJ フィナンシャル・グループ〈8306〉傘下）とモバイルネットバンク設立調査（株）を設立した（2008 年 6 月に社名を（株）じぶん銀行へ変更）。

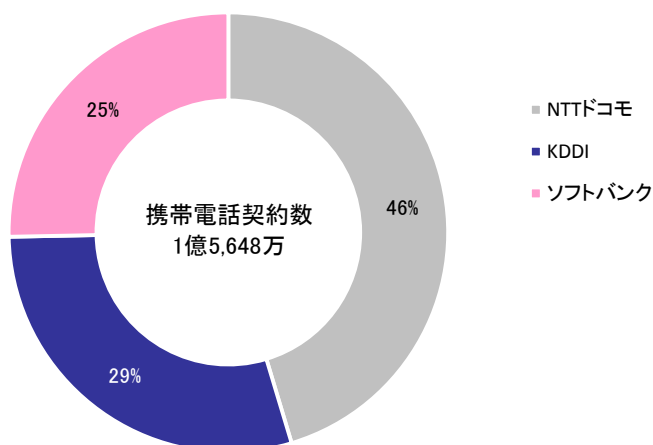
2010 年以降はその動きが加速。2011 年 2 月に損害保険業免許を取得し、同年 5 月からあいおいニッセイ同和損害保険（株）（MS&AD インシュアランスグループホールディングス〈8725〉）との合併会社 au 損害保険（株）（設立は 2010 年 2 月）でサービスを開始した。2014 年 2 月には同社の au 通信サービスのユーザー向けに au WALLET クレジットカードを展開する KDDI フィナンシャルサービス（株）を設立したほか、2015 年 5 月にはライフネット生命保険〈7157〉と資本・業務提携を行い、ネット生命保険分野に進出。2016 年 3 月には通販・テレビショッピングを行うジュピターショップチャンネルの株式を一部取得し、連結子会社化した。

■事業内容

モバイルは NTT ドコモに次いで国内第 2 位のシェアを誇る

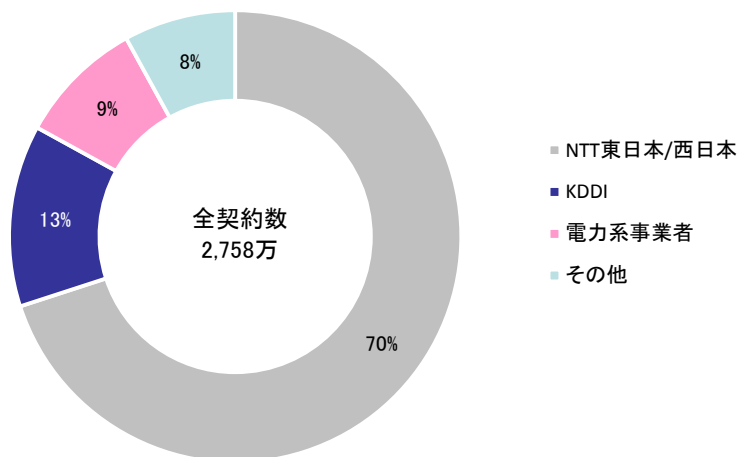
同社グループのモバイル事業の顧客基盤は、au 携帯電話累計契約数（2016 年 3 月末時点）は 4,591 万契約で、国内主要通信事業者 3 社のモバイル契約者数合計に占める au のシェアは 29% で NTT ドコモ〈9437〉に次いで第 2 位。さらに、UQ コミュニケーションズが提供するモバイルデータ通信の UQ WIMAX の累計契約数 1,805 万契約を加えたモバイル事業の総契約数は 6,300 万超となっている。一方、固定通信事業は FTTH（サービス名：au ひかり）やケーブルテレビ（業界第 1 位の J:COM は連結子会社）など様々なアクセスラインを保有しており、880 万契約（内訳は FTTH375 万回線、ケーブルテレビ 505 万世帯）のユーザー基盤を確立している。

モバイル通信市場シェア（2016年3月末）

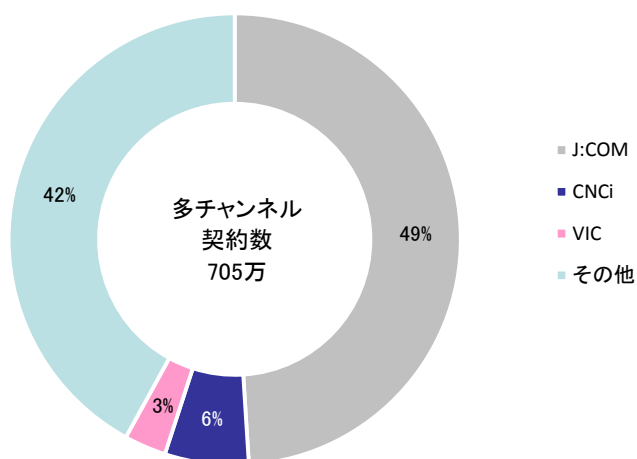


出所：TCA（一般社団法人 電気通信協会）

光回線市場シェア(15年12月末)



ケーブルテレビ市場シェア(15年9月末)



手掛ける事業は、個人向けにモバイル、固定通信サービスなどを提供するパーソナルセグメント、個人向けにコンテンツ・決済などの付加価値サービスを提供するバリューセグメント、法人向けにモバイル端末、クラウド型サービスを含む多様なソリューションを提供するビジネスセグメント、法人向けのデータセンター事業など ICT ソリューションの提供と、ミャンマーを始めとする新興国などにおけるコンシューマ通信事業を展開するグローバルセグメントとその他のセグメントからなる。2016 年 3 月期におけるセグメント別売上高(営業利益)構成比はパーソナル 71.9% (78.7%)、バリュー 5.6% (8.8%)、ビジネス 13.0% (7.4%)、グローバル 6.0% (3.9%)、その他 3.6% (1.2%)。

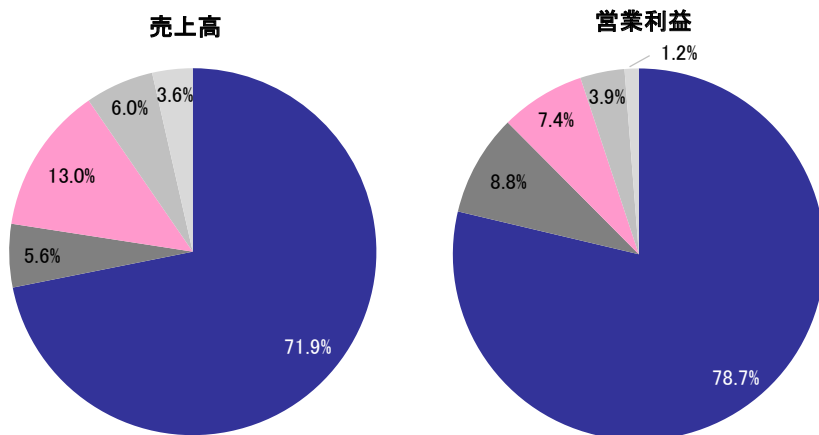
2016 年 9 月 13 日（火）

※ 1 au WALLET Market は、日常生活をより豊かにする「ちょっといいもの」を、リアル（au ショップ）とネット（LUXA）のどちらでも気軽に購入できる、新しい提案型のショッピングサービス。au ショップ販売分がパーソナルセグメントの売上に計上されるのに対して、ネット販売分はバリューセグメントに計上される。

※ 2 au のスマートフォン及びタブレットと固定通信サービスを組み合わせた割引サービスのこと。

セグメント別売上高・営業利益構成比(2016/3期)

■ パーソナル ■ バリュー ■ ビジネス ■ グローバル ■ その他



(1) パーソナルセグメント

同社と、沖縄セルラー電話、ジュピターテレコム（J:COM）、UQ コミュニケーションズ、中部テレコミュニケーション（株）、（株）ワイヤ・アンド・ワイヤレスなどの子会社が事業を展開する。

個人、家庭向けにモバイル・固定通信サービスなどを提供する。モバイル通信は、「au」ブランドによるモバイル通信サービスの提供に加えてさまざまな種類の携帯端末の販売を行う。固定通信では、家庭内でのインターネット、電話、ビデオ・チャンネルが利用できる「au ひかり」ブランドの FTTH サービスや、J:COM がケーブルテレビサービスなどを提供している。2015 年 8 月より、ユーザーと au をつなぐ最大の接点である au ショップ（全国約 2,500 店舗）を活用した「au WALLET Market」※ 1 を開始したほか、2016 年 4 月から電力小売事業にも参入した。

2016 年 3 月期末の au 携帯電話契約数は 38,236 千契約（前期末は 36,482 千契約）、スマートフォンの浸透率は 58.2%（前期末は 54.3%）。顧客囲い込みを目的とした au スマートバリュー※ 2 の累計契約数は 11,550 千契約、世帯数は 5,720 千世帯。一方、固定通信サービスでは、FTTH 契約数は 3,699 千契約、ケーブルテレビ加入総世帯数は 5,052 千世帯となっている。

なお、グループ外売上は MVNO 及びプリペイドを除くモバイル通信収入である au 通信 ARPA 収入、固定通信料収入、端末販売収入・修理収入等、その他からなる。2016 年 3 月期におけるグループ外売上構成比は、au 通信 ARPA 収入 51.5%、固定通信料収入 21.0%、端末販売収入・修理収入等 22.9%、その他 4.6%。

(2) バリューセグメント

同社のほか、KDDI フィナンシャルサービス、Syn. ホールディングス（株）、（株）ウェブマネー、ジュピターショップチャンネルなどの子会社や、持分法適用関連会社のじぶん銀行などが事業を展開する。個人のユーザーを対象に、コンテンツ、決済などの付加価値サービスを提供する。

2016 年 9 月 13 日（火）

※ 1 au のスマートフォンや PC で、au かんたん決済に対応したサイトから購入したコンテンツ及びショッピングなどの代金を、携帯電話の月々の利用料とまとめて支払えるサービスのこと。

※ 2 データセンター TELEHOUSE は、2016 年 3 月末現在 13 の国と地域、24 都市、48 拠点で提供。総床面積は 44.7 万 m²。2016 年夏にはロンドンセンター 2.3 万 m²拡張予定。

※ 3 ミャンマーにおける通信事業に関しては、2014 年 7 月に同社と、住友商事<8053>、MPT（Myanma Posts & Telecommunications：ミャンマー国営郵便・電気通信事業体）の 3 社共同で通信事業を開始。

■ 事業内容

具体的なサービスの内容は、アプリ（コンテンツ使い放題）、会員特典（会員限定クーポンなど）、あんしんサービス（iPhone・iPad 故障時の修理代サポート、オンラインストレージ、ウイルス対策など）を月額 372 円で利用できるサービスである au スマートパス（2016 年 3 月末の会員数は 14,470 千会員）を始め、音楽（うたパス）、映像（ビデオパス）、電子書籍（ブックパス）など多様なオンラインサービスを提供する。加えて、銀行、損保、生保などの金融サービス事業や、コマース事業なども展開する。

グループ売上は、au かんたん決済※1、au WALLET 決済手数料収入、au スマートパス、物販を始めとする自社サービスと広告収入などの付加価値 ARPA 収入とその他に区分される。2016 年 3 月期の売上構成比は付加価値 ARPA 収入 69.3%、その他 30.7%。

(3) ビジネスセグメント

同社のほかに、中部テレコミュニケーション、KDDI まとめてオフィス（株）、日本インターネットエクステンジ（株）などの子会社と、持分法適用関連会社ラック<3857>などが事業を展開する。

大企業から中小企業までの幅広い法人ユーザーを対象に、スマートフォン・タブレットなどのモバイル端末から、ネットワーク・アプリケーションまでをシームレスに利用できるクラウド型サービスを含む多様なソリューションを提供する。

グループ売上は、モバイル、固定、その他の 3 つに区分される。2016 年 3 月期のグループ売上構成比は、モバイル 42.4%、固定 53.4%、その他 4.2%。

(4) グローバルセグメント

同社と、TELEHOUSE International Corporation of Europe Ltd.、CDNetworks Co., Ltd.、KDDI Summit Global Myanmar Co., Ltd.、モビコムなどが世界 28 の国と地域 63 都市 114 拠点で事業を展開する。

法人ユーザーを対象にデータセンター TELEHOUSE ※2 を核とした IOT ソリューションをワンストップで提供するグローバル ICT 事業と、ミャンマー※3 やモンゴルなどの新興国におけるグローバルコンシューマ事業を展開する。加えて、世界 600 以上の通信事業者との間で音声及びデータビジネスも展開している。

(5) その他

（株）KDDI エボルバがコールセンターサービス、KDDI エンジニアリング（株）が通信設備の建設工事・保守及び運用支援、国際ケーブル・シップ（株）が海底ケーブルの建設及び保守、日本通信エンジニアリングサービス（株）などが通信設備建設及び保守、（株）KDDI 研究所が情報通信技術の研究及び開発を行う。

■ 強みと事業リスク

世界中に広がる KDDI ネットワークなどが強み

(1) 強み

同社の強みとして、a) モバイルと固定通信を総合的に提供、b) 国内モバイル事業の競争力、c) 世界中に広がる KDDI のネットワーク、の 3 点を挙げることができる。

2016 年 9 月 13 日（火）

※ 1 700 ～ 900MHz 帯の携帯電話サービスの利用に適した周波数帯のこと。

※ 2 日本国内で当社が初めて導入した複数の周波数帯の電波（キャリア）を束ねて、データ通信をする技術。異なる電波（周波数帯）を集め、ひとかたまりにして（広帯域化）データを送信することで、高速で安定した LTE 通信を可能にする。さらに、片方の電波の速度が遅くなっても、もう一方の電波で補うことができるため、これまでよりもより安定した通信が可能。

a) モバイルと固定通信を総合的に提供

同社は 1 社でモバイルと固定通信サービスを総合的に提供するため、固定と携帯のセット割引サービスの導入が可能。実際、2012 年に業界でいち早く au スマートバリューを導入、同サービスはモバイル・固定通信サービスなどの新規契約の増加と解約率の低減に貢献しており、同社のユーザー基盤をより強化なものにしている。

b) 国内モバイル事業の競争力

高速データ通信が可能となる au 4G LTE 800MHz プラチナバンド（platinum band）※ 1 のエリアの拡大に取り組み、2014 年 3 月時点で人口カバー率 99% を達成。さらに、2014 年 5 月には日本で初めてキャリアアグリゲーション技術※ 2 を導入し、2015 年 4 月から au 4G LTE サービスは受信速度を最大 225Mbps に高速化し、リッチなコンテンツや動画なども安定して快適に楽しめる環境を整えた。加えて、ジュニア・シニア世代に向けた最適な端末・料金・サービスを用意し、スマートフォン利用者層の一段の開拓を推進している。

c) 世界中に広がる KDDI のネットワーク

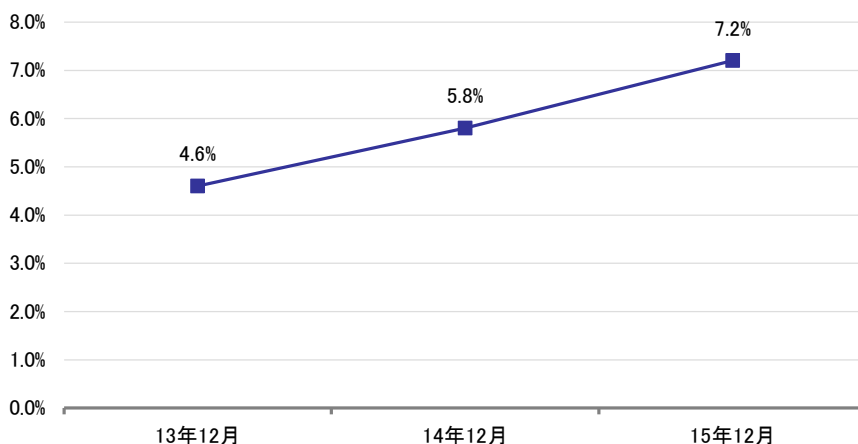
国際電信電話時代から 50 年以上にわたって蓄積した国際通信サービスのノウハウと世界中に張り巡らせた海底ケーブルネットワークを用いて、音声電話から、法人向けのデータ通信サービスまでさまざまなグローバルネットワークサービスを提供できる体制を構築している。2016 年 3 月末時点における同社の海外拠点は世界 28 の国と地域、63 都市、114 拠点。

加えて、強い収益力と増益への拘りを有していることも同社の強みと言える。同社は合併した 2001 年 3 月期以降 15 期連続して営業増益を記録しており、厳しい事業環境で減収を余儀なくされた 2009 年 3 月期から、2011 年 3 月期の間でも増益トレンドを継続している。

(2) 事業リスク

事業リスクとしては、電気通信等に関する法規制、政策決定等の影響を受けることを挙げることができる。総務省は、市場競争促進の観点から MVNO 市場の育成を打ち出しており、MVNO によるモバイル市場シェアを 10% にする目標を掲げているため、モバイル市場での競争激化が進展、同社のモバイル事業がマイナスの影響を受ける可能性がある。

移動系通信の契約数に占める MVNO サービスの契約数比率の推移



出所：総務省資料よりフィスコ作成

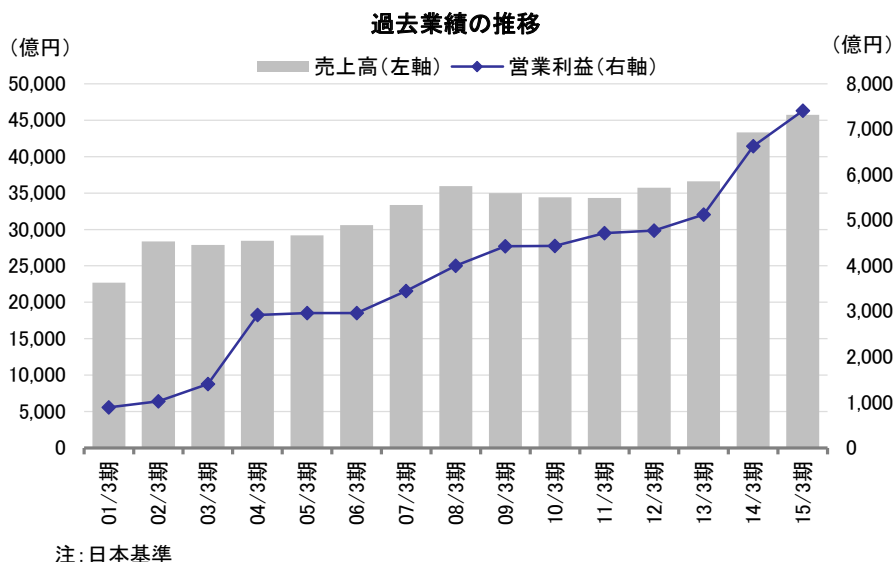
■業績動向

au スマートバリューによる囲い込みにより成長が加速

(1) 過去の業績動向

2001 年 3 月期から 2015 年 3 月期までの業績動向を見ると、TUKA 事業と BBC & ソリューション事業の減収により減収となった 2003 年 3 月期を除いて、2008 年 3 月期までは au を中心とした携帯電話事業の拡大に足並みをあわせる格好で売上高、営業利益ともに拡大トレンドとなった。しかし、ソフトバンクモバイル（株）（現ソフトバンクグループ〈9984〉傘下のソフトバンク（株））が iPhone3G を発売した 2008 年 7 月以降はその影響を受けモバイル通信事業が低迷。2009 年 3 月期と 2010 年 3 月期は、営業利益は徹底した経費削減により増加を確保したものの、売上高は減少を余儀なくされた。

田中孝司（たなかたかし）代表取締役社長就任後、2011 年に「もっと身近に！」、「もっといろんな価値を！」、「もっとグローバルへ！」という 3 つの事業ビジョンのもとで、3M 戦略とグローバル戦略を開始。さらに、2011 年 10 月に iPhone の販売を開始したほか、2012 年 3 月にはスマートパスポート構想第 1 弾である au スマートパスや au スマートバリューがスタート。これらにより顧客基盤が拡充され、2012 年 3 月期以降、業績の成長スピードが加速。2014 年 3 月期を初年度とする 3 ケ年計画では、2014 年 3 月期から 2016 年 3 月期までの 3 年間で本格的な利益拡大フェーズと位置付け、連結営業利益の毎期 2 ケタ成長を中期経営目標として掲げ、3M 戦略の推進・深化とグローバル戦略の推進を行った。これらの戦略が結実し、フィーチャーフォンからスマートフォンへのシフトを主要因とする au 通信 ARPU の上昇と、モバイルと固定通信のバンドルを通じた契約数（ID）の拡大を軸にモバイル通信料収入と端末販売収入の増大が原動力となり業績は順調に拡大した。



一方、財務状態について見ると、業績の拡大を背景に純資産が順調に積み上がる格好となっており、2015 年 3 月期の親会社所有者帰属持分比率は 54.5% と 50% を超える水準となっている。また、D/E レシオは 0.38 倍と同社が誕生した直後の 2001 年 3 月期の 2.48 倍から大幅に改善している。

2016 年 9 月 13 日（火）

3 期連続して 2 ケタ営業増益を達成

(2) 2016 年 3 月期業績

3 ケ年の中期目標の最終年度である 2016 年 3 月期連結業績（国際会計基準）は、売上高が前期比 4.6% 増の 4 兆 4,661 億円、営業利益は同 25.1% 増の 8,325 億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は同 25.0% 増の 4,948 億円と、増収、2 ケタ営業増益となり、営業利益は 3 期連続して 2 ケタ成長を達成した。

2016 年 3 月期連結業績の概要

（単位：億円）

	15/3 期		16/3 期				
	実績	売上比	計画	実績	売上比	前期比増減率	計画比増減率
売上高	42,701	－	44,000	44,661	－	4.6%	1.5%
売上原価	25,112	58.8%	－	25,403	56.9%	1.2%	－
売上総利益	17,589	41.2%	－	19,258	43.1%	9.5%	－
販管費	11,064	25.9%	－	11,068	24.8%	0.0%	－
営業利益	6,657	15.6%	8,200	8,325	18.6%	25.1%	1.5%
税引前当期利益	6,629	15.5%	－	8,192	18.3%	23.6%	－
親会社の所有者に帰属する当期利益	3,958	9.3%	4,900	4,948	11.1%	25.0%	1.0%
EBITDA	12,846	30.1%	14,000	14,110	31.6%	9.8%	0.8%
設備投資（支払ベース）	6,677	－	6,000	5,314	－	-20.4%	-11.4%
減価償却費	5,187	－	5,570	5,324	－	2.6%	-4.5%
au 契約数（千契約）	43,478	－	45,778	45,910	－	5.6%	0.3%
au 契約数（パーソナル）	36,482	－	38,182	38,236	－	4.8%	0.1%
一人当たりモバイルデバイス数	1.37	－	1.40	1.41	－	2.9%	0.7%
総合 ARPA（円）	5,950	－	6,110	6,130	－	3.0%	0.3%
au 通信 ARPA	5,530	－	5,610	5,690	－	2.9%	1.4%
付加価値 ARPA	420	－	500	440	－	4.8%	-12.0%
au 端末販売台数（千台）	9,850	－	8,800	9,380	－	-4.8%	6.6%
うち スマートフォン販売台数	7,970	－	7,400	7,620	－	-4.4%	3.0%
au 端末出荷台数（千台）	9,670	－	8,800	9,100	－	-5.9%	3.4%

増収となったのは、3M（マルチユース、マルチデバイス、マルチネットワーク）戦略の推進に伴い、主力のパーソナルセグメントが、au 契約数の増加（前期比 175 万契約増）と au 通信 ARPA の増加（同 160 円増）等による通信料収入の増加や端末販売収入の増加などにより、堅調に推移したことが主要因。また、バリューセグメントが au スマートパスなどの利用の増加や、子会社の寄与などにより拡大したこともプラス寄与した。

売上高の増加に伴い売上総利益は同 9.5% 増の 1 兆 9,258 億円となったほか、売上総利益率は au 通信 ARPA が増加したことにより前期の 41.2% から 43.1% へ上昇した。一方、販管費は経費抑制により前期並みの水準にとどまったために、営業利益は前期比 25.1% 増の大幅増益となり、営業利益率は 18.6% と前期に比べ 3.0 ポイント上昇した。

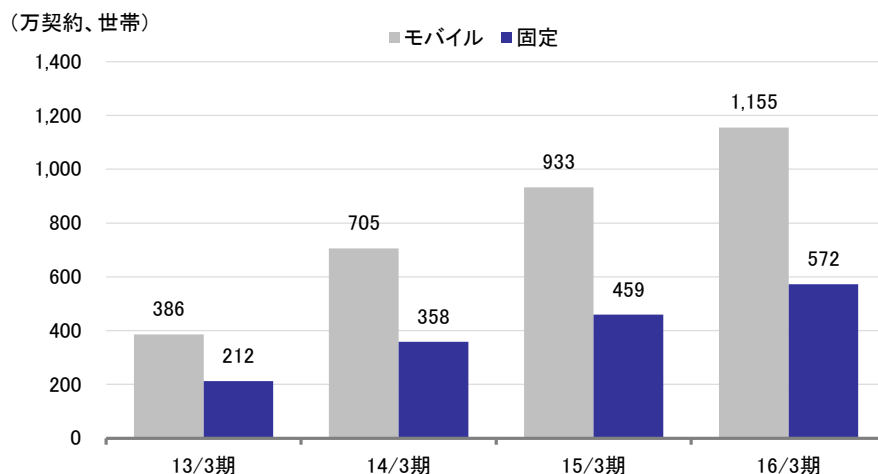
会社計画（売上高 4 兆 4,000 億円、営業利益 8,200 億円、親会社の所有者に帰属する当期利益 4,900 億円）対比では、売上高、利益ともに会社計画を上回った。付加価値 ARPA が予想を下回ったためにバリューセグメントが売上高、営業利益ともに計画を下回ったものの、パーソナルセグメントが契約数や端末販売が好調に推移したことで計画を上回ったことに加えて、ビジネスセグメントが想定したほど落ち込まなかったことが、バリューセグメントの下振れをカバーしたことによる。

a) パーソナルセグメント

売上高は同 5.2% 増の 3 兆 5,033 億円、営業利益は同 20.1% 増の 6,566 億円と増収・2 ケタ営業増益を確保した。これは、3M 戦略の推進に伴うモバイル通信料収入の増加と端末販売収入の増加が増収・増益の原動力となった。

モバイル通信事業の状況について見ると、au 純増数（新規契約数から解約数を差し引いた契約数）は 1,754 千台となった。au スマートバリューを契機とするスマートフォンの新規契約増加に加えて、マルチデバイス化の推進に伴うタブレットやルーターなどの新規契約増加が主要因。2016 年 3 月末における au スマートバリューの累計契約数は 11,550 千契約（前期末は 9,330 千契約）、世帯数は 5,720 千世帯（同 4,590 千世帯）へ増加した。なお、au スマートバリューの対象となる提携事業者数は FTTH が 7 社（同社を含む）、CATV が 143 社 238 局（前期末は 138 社 232 局）となった。

au スマートバリュー契約数の推移



au 通信 ARPA は前期比 160 円増加し 5,690 円となった。マルチデバイス化の推進により 1 人当たりのモバイルデバイス数は 0.04 台増の 1.41 台へ増加した。au 端末販売台数は前期比 470 千台減の 9,380 千台へ減少した。

固定通信事業について見ると、FTTH 契約数は前期末から 264 千契約増加し、累計 3,699 千契約となった。主な増加要因は、au スマートバリューへの契約を契機とする新規契約増加と解約抑止効果によるものだ。

b) バリューセグメント

売上高は同 14.3% 増の 2,718 億円、営業利益は同 40.1% 増の 738 億円と、2 ケタ増収・営業増益を確保した。au スマートパスなどの利用の増加に加えて、KDDI フィナンシャルサービスの収入増加、ジュピターショップチャンネルの新規連結化（2016 年 3 月）の影響などにより、増収・増益を記録した。

付加価値 ARPA は、前期比 20 円増加し 440 円となった。これは、au スマートパスの会員数が前期末比 1,580 千人増加の 14,470 千人と順調に増加したことに加えて、au かんたん決済や au WALLET の手数料収入、au WALLET Market の物販収入が増加したことによる。

c) ビジネスセグメント

売上高は同 4.1% 減の 6,320 億円、営業利益は同 19.0% 減の 614 億円と減収、2 ケタ減益となった。減収となったのは、音声定額プランの浸透などによる音声 ARPU 減少トレンドや、固定通信のレガシー系音声収入の減少などもあり、モバイル及び固定通信料収入の減少がマイナス要因として働いたことによる。もっとも、法人「3M 戦略」を積極的に推進、大企業から中小企業まで幅広い法人ユーザー基盤の強化、拡大に注力しており、IT アウトソーシングなどのソリューションの売上高は拡大傾向にある。

営業減益となったのは、費用面で販売手数料や通信設備使用料等が減少するプラス材料があったものの、売上高の減少をカバーできなかったためだ。

d) グローバルセグメント

売上高は同 5.5% 増の 2,944 億円、営業利益は 321 億円へ黒字転換（前期は 153 億円の損失）した。増収となったのは、ミャンマー通信事業やデータセンター事業等の収入の増加が主要因。一方、黒字転換したのは、前期に海外子会社 DMX Technologies Group Limited の事業損失 338 億円を計上した反動増に加えて、売上高増加による利益増がプラス寄与した。

ROE は 15% 超と高水準を維持

(3) 財務状態

2016 年 3 月期末の総資産は 5 兆 8,072 億円となり、前期末比 1,805 億円増加した。これは、非流動資産がのれんや無形資産の増加により前期末に比べ 1,164 億円増加したほか、流動資産も営業債権及びその他の債権の増加により 642 億円増加したことによる。

負債は前期末に比べ 1,059 億円減少し 2 兆 2,978 億円となった。非流動負債が借入金及び社債やその他の長期金融負債の増加により 1,257 億円増加したものの、流動負債が営業債務及びその他の債務や借入金及び社債が減少したことにより 2,316 億円減少したためだ。一方、資本は利益剰余金の増加などにより前期末比 2,864 億円増の 3 兆 5,095 億円となった。

キャッシュ・フローの状況について見ると、2016 年 3 月末の現金及び現金同等物の残高は同 842 億円減の 1,922 億円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは、税引前当期利益 8,192 億円、減価償却費及び償却費 5,321 億円、営業債権及びその他の債権の増加額 1,443 億円、法人所得税の支払額 2,920 億円などにより 8,845 億円の収入となった。一方、投資活動によるキャッシュ・フローは有形固定資産の取得による支出 3,433 億円、無形資産の取得による支出 1,925 億円、子会社の支配獲得による支出 1,270 億円などにより 6,679 億円の支出となった。また、財務活動によるキャッシュ・フローも社債償還及び長期借入返済による支出 2,135 億円、配当金の支払額 1,628 億円、自己株式の取得による支出 500 億円などにより 2,990 億円の支出となった。

経営指標について見ると、健全性を表す親会社所有者帰属持分比率は 57.0% へ改善したほか、流動比率も 181.5% へ改善した。一方、収益性を表す ROE は 15.5% へ、売上高営業利益率も 18.7% へそれぞれ改善、高水準となっている。

貸借対照表、キャッシュ・フロー計算書及び経営指標

貸借対照表

(単位：億円)

	15/3 期	16/3 期	増減額	主な増減要因
非流動資産	39,515	40,678	1,164	のれん +1,506 無形資産 +287
流動資産	16,752	17,394	642	営業債権及びその他の債権 +1,267 現金及び現金同等物 -841
資産合計	56,267	58,072	1,805	
非流動負債合計	12,135	13,392	1,257	借入金及び社債 +1,101 その他の長期金融負債 +264
流動負債	11,902	9,585	-2,316	借入金及び社債 -529 営業債務及びその他の債務 -1,093
負債合計	24,037	22,978	-1,059	
(有利子負債残高)	11,541	12,353	812	
資本金	1,419	1,419	0	
自己株式	-1,618	-2,109	-490	
利益剰余金	26,868	29,954	3,086	
親会社の所有者に帰属する持分合計	30,640	33,082	2,442	
非支配持分	1,590	2,012	423	
資本合計	32,230	35,095	2,864	
負債及び資本合計	56,267	58,072	1,805	

キャッシュ・フロー計算書

営業キャッシュ・フロー	9,688	8,845	
投資キャッシュ・フロー	-6,357	-6,679	
財務キャッシュ・フロー	-3,105	-2,990	
現金及び現金同等物の期末残高	2,763	1,921	-842

経営指標

＜安全性＞			
親会社所有者帰属持分比率	54.5%	57.0%	2.5%
流動比率	140.8%	181.5%	40.7%
D/E レシオ（倍）	0.38	0.37	-0.01
＜収益性＞			
ROE	13.5%	15.5%	2.0%
ROA	12.1%	14.3%	2.2%
売上高営業利益率	15.6%	18.7%	3.1%

出所：有価証券報告書をもとにフィスコ作成

中期経営目標では営業利益年平均成長 7% の達成を目指す

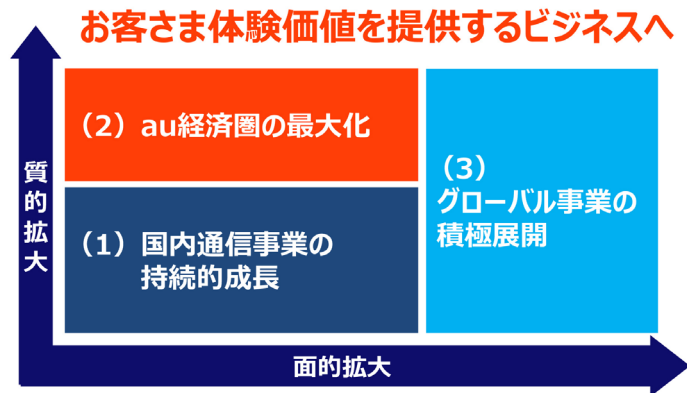
(4) 中期経営計画

決算発表と同時に 2017 年 3 月期から 2019 年 3 月期までの 3 ヶ年の「中期目標～19.3 期に向けて～」を発表した。その内容は、端末、料金、ネットワークの同質化が進行している状況下で、「お客さま体験価値を提供するビジネスへの変革」を事業運営方針として、期待以上のお客さま体験価値を提供することで選ばれる企業となり、持続的な利益成長と株主還元の更なる強化の両立を目指すというもの。

連結営業利益年平均成長率（CAGR）7%（2019 年 3 月期営業利益 1 兆円）、au 経済圏流通総額 2 兆円超を財務目標として掲げ、事業成長に向けた M&A を 3 年間累計で 5,000 億円規模実施することを見込んでいる。一方、株主還元については、最低限のコミットメントとして配当性向を 30% 超から 35% 超へ引き上げると同時に、成長投資とのバランスにより自己株式取得を実施する計画。なお、取得した自己株式については、発行済株式数の 5% を目安として、超過分は消却する方針となっている。

具体的な事業戦略として、従来の国内通信の持続的成長に加えて、au 経済圏の最大化とグローバル事業の積極展開を行うことにより、新たな成長軸の確立を目指すことを挙げている。

国内通信事業の持続的成長と新たな成長軸の確立



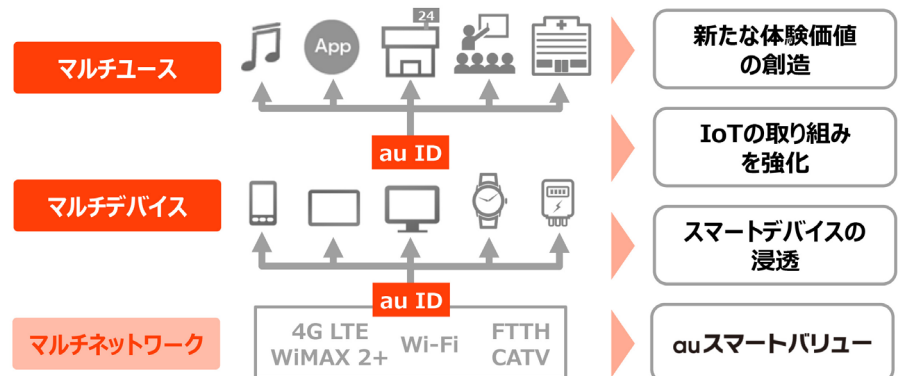
出所：会社資料

a) 国内通信事業の持続的成長について

今後の市場や事業環境の変化に対応すべく、3M 戦略のうち、特にマルチデバイス、マルチユースを本格的に推進する。具体的には、1) タブレットなどのスマートデバイスをさらに浸透させる、2) IoT※1 に対する取り組みを強化する、3) さまざまなデバイスの連携による新たな体験価値の創造に取り組む——ことにより、端末、料金、ネットワークの均質化が進み、au 契約者数（ID）の拡大が難しくなるなかで、ユーザー 1 人当たりの利用料金である ARPA の拡大を図り、au 契約者数 × ARPA の最大化を目指す。

国内通信事業の持続的成長のイメージ図

3M戦略のさらなる推進により持続的な成長を目指す



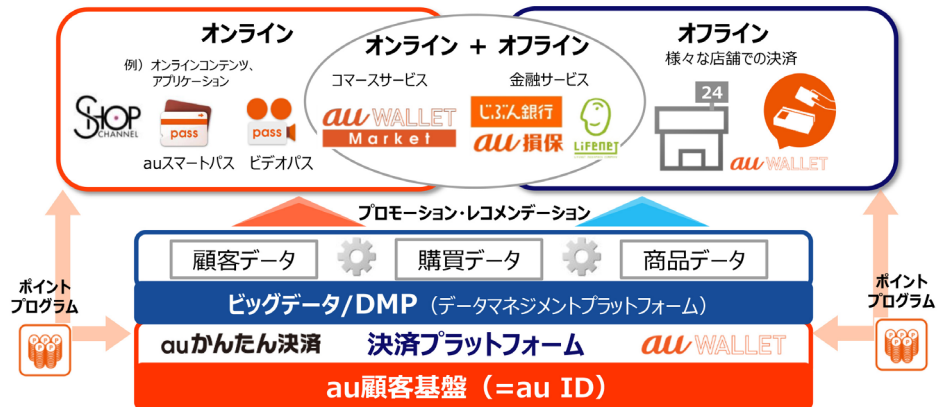
出所：会社資料

b) au 経済圏の最大化

非通信領域において成長軸を確立するために、通信企業からライフデザイン企業への変革を目指す。従来の通信サービスに加え、決済・物販・エネルギー・金融サービスなどの au ライフデザインとして総合的に提供すると同時に、お客さま体験価値を提供する基盤の強化（ユーザーとのタッチポイントであるオンラインの au スマートパスとオフラインの au ショップを強化、オムニチャネル化を推進）を行い、au 顧客基盤上の新たな経済圏である「au 経済圏」※2 の最大化を目指す。

具体的な戦略は、au の顧客基盤上で、1) 誰もが利用しやすい決済プラットフォームの提供、2) DMP※3 の構築とビッグデータの利活用、3) au WALLET ポイントの循環モデル——により、2019 年 3 月期末に、2 兆円超の流通総額を目指す。

強固な顧客基盤をベースに、決済PF、DMPを強化



出所：会社資料

c) グローバル事業の積極展開

グローバルコンシューマ事業においては、連結子会社 KDDI Summit Global Myanmar Co.,Ltd. がミャンマー国営郵便・電気通信事業体 (MPT) と共同で行っているミャンマー通信事業においては、同社がこれまで国内外で培った事業経験と技術力を生かし、同国の経済や産業の発展及び国民生活の向上に貢献するとともに、同社のグローバル事業における柱になるように注力するほか、2016 年 3 月に連結子会社化したモンゴル国内携帯電話契約者シェア No.1 の総合通信事業者モビコムについても、同年 5 月の LTE 導入を契機に、事業のさらなる成長を目指す。

加えて、法人向けグローバル ICT 事業においては、収益力の強化と事業基盤の拡大を継続することで、グローバル事業の拡大を目指す。特に、主力のデータセンター事業は、2016 年夏英国ロンドンに 2.3 万㎡の大規模データセンターを開業する予定となっており、今後も主要ハブにおいて接続性の高いプレミアムデータセンター事業者として収益力の強化と事業基盤の拡大を図る戦略。

中期的な成長を占う手掛かりとして付加価値 ARPA の動向に注目

(5) 2017 年 3 月期会社計画

中期目標初年度である 2017 年 3 月期は、売上高が同 5.2% 増の 4 兆 7,000 億円、営業利益は同 6.3% 増の 8,850 億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は同 9.1% 増の 5,400 億円と増収、16 期連続の営業増益を目指す会社計画となっている。

2017 年 3 月期会社計画の概要

（単位：億円）

	16/3 期		17/3 期		
	実績	売上比	計画	売上比	前期比 増減率
売上高	44,661	—	47,000	—	5.2%
営業利益	8,334	18.7%	8,850	18.8%	6.2%
親会社の所有者に帰属する当期利益	4,945	11.1%	5,400	11.5%	9.2%
EBITDA	14,110	31.6%	14,800	31.5%	4.9%
設備投資（支払ベース）	5,314	—	5,600	—	5.4%
減価償却費	5,317	—	5,740	—	8.0%
au 契約数（千契約）	45,910	—	48,710	—	6.1%
au 契約数（パーソナル）	38,236	—	39,236	—	2.6%
一人当たりモバイルデバイス数	1.41	—	1.44	—	2.1%
総合 ARPA（円）	6,130	—	6,230	—	1.6%
au 通信 ARPA	5,690	—	5,730	—	0.7%
付加価値 ARPA	440	—	500	—	13.6%
au 端末販売台数（千台）	9,380	—	8,900	—	-5.1%
うち スマートフォン販売台数	7,620	—	7,300	—	-4.2%
au 端末出荷台数（千台）	9,100	—	8,900	—	-2.2%

増収を見込むのは、au 通信 ARPA 収入の増加、au 経済圏の拡大による付加価値 ARPA 収入の増加に加えて、ジュピターショップチャンネルとモビコムの子会社化の寄与を見込むことによる。営業増益は、売上高増加に加えて、総務省ガイドラインを受けた販売手数料の抑制などがプラス寄与することによる。前提はパーソナルの au 契約数 3,924 万（同 100 万増）、au 通信 ARPA は 5,730 円（同 40 円増）、付加価値 ARPA は 500 円（同 60 円増）。設備投資は、au、UQ の基地局やデータセンター投資など期ずれ分を含めて前期比で約 300 億円増加し 5,600 億円を見込んでいる。

a) パーソナルセグメント

売上高は同 1.3% 増の 3 兆 5,500 億円、営業利益は同 5.1% 増の 6,900 億円と増収・営業増益を予想している。タブレットやルーターなどを中心としたマルチデバイス化の推進に伴う au 通信 ARPA 収入の拡大（前期 5,690 円→ 5,730 円）などにより増収増益となる見通し。

b) バリューセグメント

売上高は同 61.9% 増の 4,400 億円、営業利益は同 21.9% 増の 900 億円と 2 ケタ増収・営業増益を見込んでいる。au WALLET によるさらなる au 経済圏流通額拡大、パス系サービスの増収による付加価値 ARPA 収入の拡大（前期 440 円→ 500 円）に加え、16 年 3 月から連結したジュピターショップチャンネルの利益貢献などにより、増収増益となる見通し。

c) ビジネスセグメント

売上高は同 0.5% 増の 6,350 億円、営業利益は同 2.5% 増の 630 億円と増収・営業増益を予想している。音声定額プランによる減収幅が着実に縮小することに加え、KDDI まとめてオフィスの事業拡大がプラス寄与し、増収増益に転じる見通し。

d) グローバルセグメント

売上高は同 5.3% 増の 3,100 億円、営業利益は同 5.8% 増の 340 億円と増収・営業増益を予想している。前期と同様にミャンマー通信事業の拡大に加えてデータセンター事業の拡大が続くと見込まれるほか、2016 年 3 月期から連結したモビコムが利益寄与すると見ていることがプラス寄与する。

セグメント別の売上高、営業利益計画

（単位：億円）

	16/3 期実績		17/3 期計画		増減額	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
パーソナル	35,033	6,566	35,500	6,900	467	334
バリュー	2,718	738	4,400	900	1,682	162
ビジネス	6,320	614	6,350	630	30	16
グローバル	2,944	321	3,100	340	156	19
合計	44,661	8,334	47,000	8,850	2,339	516

出所：同社決算説明会資料をもとにフィスコ作成

弊社では、MVNO の台頭によるマイナス影響が主力のパーソナルセグメントで散見されるものの、1) au スマートバリューによる顧客の囲い込み、販売手数料の抑制などにより、安定成長が続く、2) ジュピターショップチャンネルやモビコムの子会社化（2016 年 3 月）がプラス寄与するほか、新規 M&A の寄与を見込んでいない——などから会社計画は保守的と予想する。中期目標の達成可否を占う手掛かりとして、au 経済圏拡大に伴うバリューセグメントの高成長が必要となるため、今後の付加価値 ARPA の動向に注目する。

株主還元

株主還元を一段と強化、成長投資とのバランスにより自社株買いも

株主還元は、財務面の健全性を維持しつつ、安定的な配当を継続していくことを基本方針としている。この方針に基づいて、中期目標最終年度である 2016 年 3 月期は、株主の 3 年間の支援に感謝の意を表して、期末配当を期初予想から 5 円増配し、配当性向 35.4% となる 1 株当たり配当金 70 円（中間配当 35 円：普通配当 30 円と記念配当 5 円、期末配当 35 円）を実施した。同時に、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行及び株主還元策の一環として、取得総額 1,000 億円（上限）の自社株買い（取得株式数 3,800 万株（上限）、取得期間：2016 年 5 月 13 日～同年 9 月 23 日）を決定、実施すると同時に、70,396,543 株（消却前の発行済株式総数に対する割合 2.62%）の自己株式の消却を実施（実施日：5 月 18 日）した。

さらに、株主優待制度も強化した。2016 年については、1 単元（100 株）以上保有する株主に対し、au 端末購入に利用できるクーポンを保有株式数と保有期間に応じて贈呈（100 株、1 年未満保有：5,000 円）する従来の株主優待に加えて、新たに au WALLET Market から人気商品を厳選した商品詰め合わせセット（2,500 円相当の食品 4 品）を贈呈。

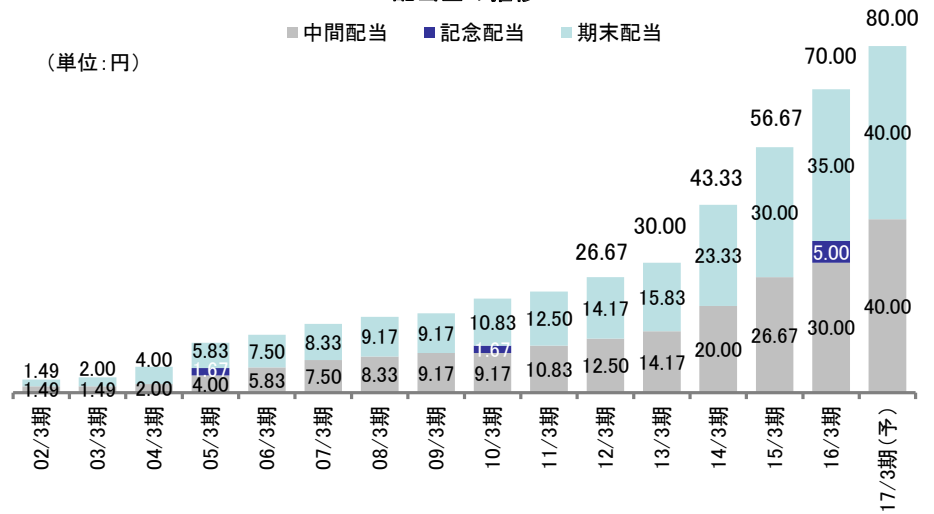
2017 年 3 月期は、新中期目標の連結配当性向 35% 超（従来の 30% 超から 35% 超へ引き上げ）に基づいて、15 期連続増配、6 期連続 2 ケタ増配となる 80 円（配当性向 36.9%）を計画している。

2016 年 9 月 13 日（火）

■株主還元

配当金の推移

(単位:円)



ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ