

||企業調査レポート||

ソフトバンク

9434 東証プライム市場

企業情報はこちら>>>

2025 年 8 月 26 日 (火)

執筆：フィスコアナリスト

山本泰三

FISCO Ltd. Analyst Taizo Yamamoto



FISCO Ltd.
<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	3
1. 業績動向と今期見通し	3
2. 市場動向と類似企業比較	3
3. 今後の見通しと株主還元	4
■ 事業概要	5
1. コンシューマ事業	5
2. エンタープライズ事業	5
3. ディストリビューション事業	5
4. メディア・EC 事業	5
5. ファイナンス事業	6
■ 市場環境	6
■ 競合比較	7
1. 同社の強み	7
2. 類似企業比較	8
■ 業績動向	10
1. 2025 年 3 月期の業績	10
2. 財務状況	10
3. 2026 年 3 月期第 1 四半期決算の着地	10
4. 2026 年 3 月期の見通し	11
■ 今後の見通し	12
1. 成長方針	12
2. 次世代社会インフラの構築に向けた取り組み	12
■ 株主還元策	15

要約

25 年 3 月期は大幅な増収増益、売上高・営業利益は中期経営計画を 1 年前倒し達成

ソフトバンク<9434>は、コンシューマ、エンタープライズ、メディア・EC、ファイナンス、ディストリビューションなどデジタルテクノロジーを軸に多様な事業を展開する企業である。現在は、国内における通信キャリア事業にとどまらず、AI、IoT、金融、e コマースなど、通信を成長させながら通信以外の領域を拡大している。具体的に、コンシューマ向けでは、ワイモバイルがバリューキャリア部門で携帯電話サービス顧客満足度 No.1 (※1)、エンタープライズ向けでは法人向けネットワークサービス顧客満足度 No.1 (※2)。SNS では国内利用率 No.1 を誇る「LINE」(※3)、決済領域では国内 QR コード決済取扱高・回数 No.1 となる「PayPay」(※4) など日本トップクラスの ICT サービスを提供している。親会社であるソフトバンクグループ<9984>は世界の AI 企業へ投資する投資会社であるが、同社は主に日本において通信や IT 事業を行う事業会社として棲み分けがなされている(ソフトバンクグループは 2025 年 3 月末時点で議決権所有割合 40.3%を保有)。

※1: J.D. パワー2024 年携帯電話サービス顧客満足度調査。バリューキャリア部門 4,600 人の回答による。

※2: J.D. パワー2024 年法人向けネットワークサービス顧客満足度調査。従業員数 1,000 名以上企業 867 件の回答による。

※3: 総務省情報通信政策研究所 令和 5 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する報告書<概要>(2024 年 6 月)

※4: 一般社団法人キャッシュレス推進協議会の開示資料(2024 年の国内 QR コード決済利用動向調査結果)から「PayPay」の比率を集計、PayPay 調べ。

1. 業績動向と今期見通し

2025 年 3 月期の売上高は 6 兆 5,443 億円(前期比 7.6%増)、営業利益は 9,890 億円(同 12.9%増)で着地し、中期経営計画目標を 1 年前倒しで達成した。主要 5 セグメントすべてが増収増益となっている。コンシューマ事業は物販等売上及びモバイル売上の増加、エンタープライズ事業はデジタル化に伴うソリューション需要が増加した。ディストリビューション事業は法人向け ICT 関連商材及び継続収入商材の堅調な増加、メディア・EC 事業は LINE ヤフーグループにおいて子会社の支配喪失に伴う利益を計上したことや広告売上が増加したことなどが寄与した。ファイナンス事業は QR コード決済やクレジットカードの決済取扱高の増加。特に「PayPay」を含むファイナンス事業は赤字が続いていたが、2024 年度に黒字化を果たして今後の上場も視野に入る重要な事業へと転換した。2026 年 3 月期の業績予想は、売上高 6 兆 7,000 億円(前期比 2.4%増)、営業利益 1 兆円(同 1.1%増)と増収増益基調を維持、当期純利益で 5,400 億円(同 2.6%増)と過去最高を目指す。全報告セグメントで増益を見込む中でも、2027 年 3 月以降の次期中計における事業成長のための生成 AI 等への成長投資を両立していく方針である。

2. 市場動向と類似企業比較

「携帯・スマートフォン市場」は、人口減少と価格競争の激化により市場成長が頭打ちとなり、従来のような高収益体制の維持が困難になっている。通信回線自体は技術的な差別化が難しく、インフラの整備が一巡した段階では明確な差異を打ち出すことが困難な「コモディティ」商品である。このため、サービス品質以外での競争優位を築きにくく、価格競争に陥りやすい構造的課題を抱えていた。かつては業界全体で暗黙の了解として過度な値下げを避け、収益性を維持する動きがあったが、政府の介入によって状況は大きく変化し、大手通信キャリアは料金体系の見直しを迫られた。これにより、従来のような高収益を前提とした通信ビジネスモデルは揺らぎ、収益構造の転換が求められる状況となったなか、国内の人口減少によって携帯契約者数の絶対的な成長余地も限られており、ユーザーあたりの単価(ARPU)も低下傾向にある。こうした状況下で、通信事業者各社は事業の主戦場を「通信」から「非通信」へと移す動きを加速させている。「非通信市場」とは、

ソフトバンク | 2025 年 8 月 26 日 (火)
9434 東証プライム市場 | <https://www.softbank.jp/>

具体的には金融 (FinTech)、e コマース、エンタメ、広告、デジタルプラットフォーム、クラウド・AI ソリューション、エネルギーインフラ、医療・教育 ICT など、多岐にわたる分野を指しており、通信インフラと顧客基盤を生かした周辺領域への多角化が進められている。特に同社では、「PayPay」「LINE」「Yahoo! Japan」といった日本有数のサービスを有しており、盤石な顧客基盤は国内大手キャリアの中でもリードしている。また、直近は AI に積極投資するなど、大手キャリア内でも通信・非通信領域ともに着実な成長を果たしている。

3. 今後の見通しと株主還元

同社は、「Beyond Carrier」を成長戦略として掲げ、通信キャリアの枠を超えた事業を創出して企業価値最大化を図っていく。通信事業の持続的な成長を図りつつ、「DX・ソリューション」「ファイナンス」「メディア・EC」「新領域」など非通信領域の多岐にわたる分野で積極的に事業を展開していく方針である。ただ、既存の通信事業もグループ事業との連携を強化することで差別化を図り競争力を強化し、加えてグループ事業のサービス利用者数の拡大やユーザーエンゲージメント向上といったシナジーを創出していく。今後注力する領域は、次世代社会インフラの提供、具体的には「AI データセンター」「国産 LLM (Sarashina)」「ソブリンククラウド」「クリスタル・インテリジェンス」などとなる。このように AI への積極投資など成長への布石を着実に打ちながらも、同社の 7 月 30 日時点の総合利回り (配当利回り+優待利回り) は 8.6% と高水準となっている。中長期的な成長と株主還元の両方を重視しており、高水準の株主還元を維持する方針を示している。同社の株価は 2023 年以降右肩上がりに上昇しており、インカムゲインのみならずキャピタルゲインも得られる状況だった。業績が回復基調にあり業績予想も達成して利益も着実に回復している。同社の株主還元について、営業利益 1 兆円を超えた分は何らかの形で株主還元する可能性はまだ残っている。

Key Points

- ・ 2025 年 3 月期は中期経営計画を 1 年前倒しで達成、2026 年 3 月期 1Q も順調
- ・ 競合比較で非通信領域では一歩リード、「Beyond Carrier」を成長戦略として掲げる
- ・ 総合利回り (配当利回り+優待利回り) 8% 超え、高水準の株主還元を維持する方針で還元余地も残る



事業概要

通信領域を軸に非通信領域へ多様な事業を展開

1. 事業別概要

(1) コンシューマ事業 (2025 年 3 月期売上高構成比 45%)

主に国内の個人向けに、モバイルサービス、ブロードバンドサービス及び電力サービスを提供。また、携帯端末メーカーから携帯端末を仕入れ、ソフトバンクショップなどを運営する代理店または個人に販売している。ソフトバンク、ワイモバイル、LINEMO の 3 ブランドを軸とし、多様なニーズに応じた料金プランとデバイスを展開。主力のソフトバンクブランドは、高付加価値のサービスを重視する顧客層を対象とし、5G 対応端末や先進的なデジタルサービスとの連携が特長である。一方、ワイモバイルはシンプルでリーズナブルな料金体系を持ち、LINEMO はオンライン専用ブランドとして展開している。また、光回線サービス「SoftBank 光」や電力サービス、インターネット接続 (ISP) など、固定系サービスも広く展開し、モバイルと家庭をつなぐクロスセル戦略を推進している。今後は、「PayPay」との連携施策など、通信を起点とした付加価値創出によりさらなる顧客接点の拡充を目指している。

(2) エンタープライズ事業 (2025 年 3 月期売上高構成比 14%)

法人顧客向けに ICT ソリューションを提供する領域で、モバイル・固定通信サービスに加え、クラウド、セキュリティ、IoT、AI などを活用したデジタル変革 (DX) の支援を担っている。顧客層は大企業から中小企業、官公庁、自治体、医療・教育機関にまで広がり、業種・業態ごとの課題に応じた「ソリューション提案型ビジネス」が強みである。通信基盤としての法人モバイル・固定回線サービスに加え、生成 AI の法人導入支援、自治体の防災 IoT、スマートファクトリー、遠隔医療、教育 ICT などへの対応も急速に進展している。

(3) ディストリビューション事業 (2025 年 3 月期売上高構成比 11%)

主に SB C&S 株式会社を中核とし、法人・個人双方に対する IT 関連商材の卸売・販売を担う事業である。パソコン、サーバー、ネットワーク機器、ソフトウェアライセンスなどの取り扱いに加え、近年では SaaS 型のクラウドサービスの代理販売やサブスクリプション管理など、プラットフォーム型流通への進化を志向している。また、国内外の主要メーカーと連携し、エンドユーザー向けの導入支援やアフターサポートも提供する。個人向けには、ソフトウェアやモバイルアクセサリ、IoT プロダクト等の商材を提供している。

(4) メディア・EC 事業 (2025 年 3 月期売上高構成比 25%)

メディア、コマースを中心としたサービスを展開し、総合インターネットサービス「Yahoo! JAPAN」やコミュニケーションアプリ「LINE」での広告関連サービス、「Yahoo!ショッピング」「ZOZOTOWN」などの e コマースサービス等を提供している。LINE ヤフー株式会社を中心としたグループ内最大規模のインターネットサービス事業で、検索・ニュース・ショッピング・フリマ (PayPay フリマ) ・オークション・広告配信・電子書籍・LINE 関連サービスなど、国内ユーザーの生活動線全体に密着したサービス群を展開している。広告売上、EC 取扱高、プレミアム会員、決済サービスの送客などを統合的に運用することで、グループ内クロスユースの拡大を図っている。「LINE」は主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率 No.1 となる。

ソフトバンク | 2025 年 8 月 26 日 (火)
9434 東証プライム市場 | <https://www.softbank.jp/>

(5)ファイナンス事業（2025 年 3 月期売上高構成比 4%）

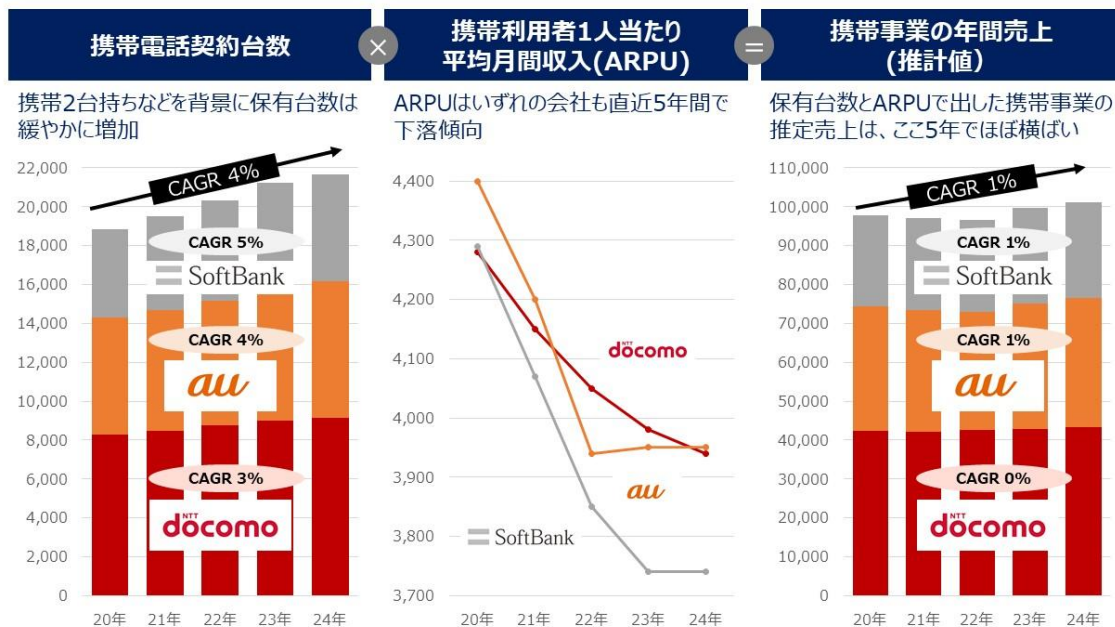
個人向けに、QR・バーコード決済やクレジットカードなどのキャッシュレス決済サービスやインターネット銀行、スマートフォン証券サービスを提供。PayPay 銀行株式会社及び PayPay カード株式会社などの子会社群を通じて展開され、「PayPay」との連携を通じたキャッシュレス決済基盤との統合も加速している。「PayPay」は国内 QR コード決済取扱高・回数 No.1 となる。また、SB ペイメントサービス株式会社を通じて、法人向け決済代行サービスを提供している。

市場環境

通信業界が転換点を迎える中、トレンドは非通信領域へ

日本の通信業界は現在、構造的な転換点を迎えている。特に「携帯・スマートフォン市場」においては、人口減少と価格競争の激化により市場成長が頭打ちとなり、従来のような高収益体制の維持が困難になっている。通信回線自体は技術的な差別化が難しく、インフラの整備が一巡した段階では明確な差異を打ち出すことが困難な「コモディティ」商品である。このため、サービス品質以外での競争優位を築きにくく、価格競争に陥りやすい構造的課題を抱えていた。

かつては業界全体で暗黙の了解として過度な値下げを避け、収益性を維持する動きがあったが、政府の介入によって状況は大きく変化した。2015 年以降、総務省が主導する通信料金引き下げ圧力や、MVNO（仮想移動体通信事業者）・格安 SIM 事業者の参入促進、さらには「官製値下げ」とも言える価格政策の誘導により、大手通信キャリアは料金体系の見直しを迫られた。これにより、従来のような高収益を前提とした通信ビジネスモデルは揺らぎ、収益構造の転換が求められる状況となった。さらに、国内の人口減少によって携帯契約者数の絶対的な成長余地も限られており、ユーザーあたりの単価（ARPU）も低下傾向にある。



Source：一般社団法人 電気通信事業者協会 携帯電話契約数（2020-2024年）、各社HP（投資家向け情報）

こうした「量」と「単価」の両面からの圧力に直面する中、通信事業者各社は事業の主戦場を「通信」から「非通信」へと移す動きを加速させている。「非通信市場」とは、具体的には金融（FinTech）、e コマース、エンタメ、広告、デジタル

ソフトバンク | 2025 年 8 月 26 日 (火)
9434 東証プライム市場 | <https://www.softbank.jp/>

プラットフォーム、クラウド・AI ソリューション、エネルギーインフラ、医療・教育 ICT など、多岐にわたる分野を指しており、通信インフラと顧客基盤を生かした周辺領域への多角化が進められている。特に同社では、「PayPay」「LINE」、広告テック、IoT 機器といったサービスが代表例であり、これらは単なる「回線の提供」ではなく、「ライフスタイル全体のプラットフォーム」への変貌を象徴するものである。

このように、通信業界はもはや「インフラ供給者」ではなく、「総合サービス事業者」への進化を模索するフェーズにあり、その成否が今後の業界再編や企業価値に大きな影響を及ぼすといえる。

類似企業比較

日本トップクラスの ICT サービスを提供、飛躍的な成長を目指す

1. 同社の強み

同社は、通信事業の盤石な顧客基盤とともに、日本トップクラスの ICT サービスを提供している。まず、通信インフラ事業者としての安定的なキャッシュフロー基盤を有していることは大きな強みとなるが、ソフトバンク、ワイモバイル、LINEMO の 3 ブランドによって多様な価格帯と利用ニーズに応じたサービスを展開し、国内有数の契約者数を維持している。また、固定通信や電気サービスとのクロスセル、スマートフォン販売などを通じ、個人及び家庭へのリーチを深く持っている点も収益の安定性に寄与している。

また、グループ企業や提携先との連携によって、非通信分野での収益源を多角化。国内において極めて広範かつ多層的な顧客接点を構築しており、これが同社の競争優位性を支える基盤の一つとなっている。具体的には、スマートフォン契約者約 4,100 万人を中核としつつ、「LINE」の月間アクティブユーザー数 9,800 万人、「Yahoo! JAPAN」の月間アクティブユーザー数 8,300 万人、さらに「PayPay」の登録者数 6,800 万人といった、日常生活のあらゆる場面に根差したデジタル接点を多数保有している。(いずれも 2025 年 3 月末時点)

これらの顧客接点は、単一のチャネルではなく、通信・検索・決済・SNS・e コマースなど多様なサービス領域にまたがっており、それぞれの ID や利用履歴、行動データが連携することで、高度なパーソナライズドサービスやクロスセルが可能となっている。たとえば、「LINE」や「Yahoo! JAPAN」で得られる興味関心データをもとに、「PayPay」のクーポン配信や、EC サイトでのリコメンデーション強化などが実現されている。これらはいずれも、通信契約と結びつけることで顧客 LTV (ライフタイムバリュー) を最大化できる構造となっており、いわば「通信×デジタルプラットフォーム」の掛け算によって収益モデルを強化している。「PayPay」や「LINE」といったグループ内で国内トップのサービスを有する中、こういった非通信のサービス領域からモバイル領域への新規契約者獲得の流れもできている。競合他社は、モバイル領域の契約者が非通信領域のサービスを使う流れが多いが、同社の場合は元々影響力を持つサービスがモバイル事業に貢献する構造となっている。

法人向けでは売上高 1,000 億円以上の上場企業のうち 92%との取引実績を持ち、通信・IT ソリューションや AI 導入支援などを通じて接点を拡大している。さらに、東京大学などと連携して最先端の AI 研究を進めるとともに、国内最大級の日本語ベースの LLM を自社開発するなど、高い技術力も備えている。このように、ソフトバンクは国内における個人・法人の生活や業務インフラとして深く浸透している。

ソフトバンク | 2025 年 8 月 26 日 (火)
9434 東証プライム市場 | https://www.softbank.jp/

さらに、先端技術や社会基盤インフラに対する高い投資能力と実行力が挙げられる。2023 年以降は、生成 AI の民主化と産業実装を成長ドライバーに据え、大規模 LLM の自社開発や OpenAI との連携による「クリスタル・インテリジェンス」の開発や、AI 利活用支援などを本格展開している。あわせて、北海道苫小牧市や大阪府堺市での AI データセンター構想など、もはや通信企業の枠を超えた「社会インフラプラットフォーム」としての地位を狙っている。

総じて、ソフトバンクの強みは、①通信による安定収益、②多角的かつシナジー重視の事業ポートフォリオ、③先端テクノロジーへの迅速な投資、④国内最大級の顧客データ基盤に集約されており、これらが複合的に作用することで持続的な競争優位を築いている。

2. 類似企業比較

同社、NTT、KDDI は通信事業者の強みである「スマートフォンユーザーとの接点」と「通信ケイパビリティ」をテコとしたサービスを展開している。

非通信事業の新たな主戦場		サービス例		
		SoftBank	NTT	KDDI
顧客向け) 総合生活 プラットフォーム	金融・決済 キャッシュレス決済やネット証券・ ネオバンクの市場	PayPay 銀行 PayPay 証券	d払い dCARD	au PAY au カブコム証券 au じぶん銀行
	EC×ポイント経済圏 ポイント消費・ECサービスの市場	ポイント YAHOO! JAPAN ショッピング	dポイント dショッピング	Ponta au PAY マーケット
	コンテンツ・エンタメ サブスク動画・音楽の市場	LINE MUSIC	Lemino	auスマートパス TELASA
法人向け) DX/AI ソリューション	DXソリューション 法人向けDXソリューション サービスの市場	世界をいい方向へ。 金運力で。 DX with SoftBank	docomo business	Tomorrow, Together KDDI BUSINESS
	AI×社会基盤 スマートシティやAI×農業・ 医療・公共サービスなどの市場	HELPO WOTA 全国うごき統計	SmartPRO EYE-Portal	KDDI SmartDrone ecomott ARISE analytics

Source : 各社HP

大手通信事業者はいずれも非通信領域に参入しており競争を激化させているが、特定のプレイヤーが独占するというよりは、各社がこれらの市場拡大とともに成長を遂げていくことが予想される。ただ、要となるのは決済サービス・ポイント経済圏であるが、MMD 研究所が 2024 年に実施した調査 (n=16,910 人) によると、決済サービスにおいて利用率 46%の「PayPay」を持つ同社に対し、d払い 16%や auPAY11%と、勝敗がくっきり分かれているようだ。

ソフトバンク | 2025 年 8 月 26 日 (火)
9434 東証プライム市場 | <https://www.softbank.jp/>

評価項目		評価結果		
		SoftBank	KDDI	NTT
成長率 ¹ (CAGR)	時価総額	○ 9%	△ 5%	△ 5%
	営業利益	△ 2%	△ 2%	△ 1%
リスク ¹ (ボラティリティ)	時価総額	△ 8%	○ 5%	× 15%
	営業利益	× 11%	△ 8%	△ 8%
割安感 ² (時価総額÷営業利益)		△ 10.0倍	○ 8.4倍	○ 7.3倍
配当利回り ¹		○ 5.4%	△ 3.3%	△ 3.4%

1:各社短信をもとに19年度（ソフトバンクの上場翌年度）～24年度までのCAGR/ヒストリカルボラティリティ/平均利回りを計算
2:24年度末(3/31)時点の時価総額（IRBankより）と営業利益（各社短信より）をもとにマルチプルを計算

また、中長期の投資対象として、2019 年度から 24 年度までの各社の成長率・リスク・割安感・配当利回りを分けた。キャピタルゲイン(=資産の積み上がり)において最も重要な時価総額の成長率も、インカムゲインにおいて最も重要な配当利回りも、ソフトバンクが他社を圧倒している。これはコード決済市場の「PayPay」、EC サービス領域における LINE ヤフーといったサービスの存在感が背景にあると考えられる。

さらに、同社は、既存の通信分野でも AI を組み込んでいく。現状、NVIDIA とのパートナーシップを通じて、「AI-RAN（Artificial Intelligence Radio Access Network）」の開発を加速させている。「AI-RAN」は、AI アプリケーションと無線アクセスネットワーク（RAN）を同じコンピューター基盤の上に統合する新しいアーキテクチャとなる。「AI-RAN」の強みは、RAN をソフトウェア化し、AI による予測モデルとリアルタイムのデータ分析を組み合わせることで通信パフォーマンスの向上を実現する点にある。AI がネットワークトラフィックのパターンを学習・予測し、無線技術のさまざまな処理で最適化を行うことで通信効率を大幅に引き上げ、混雑時や移動時におけるエンドユーザーの通信体験を向上させる。つまり、AI をネットワークに組み込み、通信性能を限界まで引き出すことで、電力消費の効率化やサーバーの空き容量を AI に推論用に貸し出す等の収益源の多角化が進む。「AI-RAN」は競合他社が取り組んでいない領域であり、同社は通信領域の持続的な成長も着実に進んでいる。

業績動向

2025 年 3 月期は中期経営計画を 1 年前倒しで達成、2026 年 3 月期 1Q も順調

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の業績は、売上高 6 兆 5,443 億円（前期比 7.6%増）、営業利益 9,890 億円（同 12.9%増）で着地し、中期経営計画目標を 1 年前倒しで達成した。主要 5 セグメントすべてが増収増益を達成。コンシューマ事業は物販等売上及びモバイル売上の増加、ソフトバンクのサブブランドである「ワイモバイル」の拡充により競争力を高めつつ、契約数・ARPU の最適バランスを図っている。エンタープライズ事業はデジタル化に伴うソリューション需要が増加した。ディストリビューション事業は法人向け ICT 関連商材及び継続収入商材の堅調な増加、メディア・EC 事業はメディア売上及びコマース売上の増加、LINE ヤフーグループにおいて子会社の支配喪失に伴う利益を計上したことなどが寄与した。ファイナンス事業は PayPay 株式会社及び PayPay カード株式会社が展開する QR コード決済やクレジットカードの決済取扱高の増加。特に「PayPay」を含むファイナンス事業はこれまで赤字が続いていたが、2024 年度に黒字化を果たして今後の上場も視野に入る重要な事業へと転換した。

2. 2025 年 3 月期の財務状況

財務面では、総資産が 16 兆 1,021 億円（前期末比 5,802 億円の増加）となった。このうち流動資産は、現金及び預金の減少（5,573 億円）、その他の流動資産の減少（210 億円）などから 4 兆 8,587 億円（前期末比 4,094 億円の減少）となり、固定資産は、その他の金融資産の増加（3,438 億円）などにより、11 兆 2,435 億円（前期末比 9,896 億円の増加）となった。負債は、有利子負債が減少（3,587 億円）した一方、営業債務及びその他の債務の増加（2,936 億円）や銀行事業の預金の増加（1,528 億円）などにより 11 兆 8,368 億円（同 2,505 億円の増加）となった。純資産は、16 兆 1,021 億円（同 5,802 億円の増加）で、自己資本比率は 17.0%となっている。

3. 2026 年 3 月期第 1 四半期決算の着地

2026 年 3 月期第 1 四半期は売上高 1 兆 6,586 億円（前年同期比 8.0%増）、営業利益 2,907 億円（同 4.3%減）で着地した。主要 5 セグメント全てで増収を達成。営業利益は、メディア・EC 事業の一過性要因を除くと同 6%増益となり、通期業績に対する進捗率は売上高 25%、営業利益 29%と好調推移を確認できた。事業別には、コンシューマ事業はスマートフォン契約数が同 3%増となるなど通期増益に向けて順調推移。エンタープライズ事業も増収 2 桁増益とソリューションが順調だった。メディア・EC 事業の減益は、前年同期に LINE ヤフーグループにおいて計上した子会社の支配喪失に伴う利益が剥落したことによるもので、一過性要因を除くとセグメント単体で増収増益となった。ファイナンス事業に関しては、PayPay 連結決済取扱高が同 24%増となる中、営業利益が倍増。そのほか、同社初となる外債（10 億米ドル）を発行、幅広い投資家層を有する海外市場にアクセスして資金調達手段を多様化した。具体的には、7 月 9 日を起債日として、年限 5 年の「2030 年満期米ドル建て無担保普通社債」を 5 億米ドル、年限 10 年の「2035 年満期米ドル建て無担保普通社債」を 5 億米ドル、計 10 億米ドルを発行した。

4. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の業績予想は、売上高 6 兆 7,000 億円（前期比 2.4%増）、営業利益 1 兆円（同 1.1%増）と増収増益基調を維持、当期純利益で 5,400 億円（同 2.6%増）と過去最高を目指す。コンシューマ事業、メディア・EC 事業及びファイナンス事業を中心に全報告セグメントで増益を見込む中、2027 年 3 月期以降の次期中計における事業成長のための生成 AI 等への成長投資を両立していく方針である。コンシューマ事業では、主に回線数の増加による通信売上の増加により増益を見込むほか、エンタープライズ事業では、顧客のデジタル化需要に伴うクラウドなどのソリューションサービスに係る増益、メディア・EC 事業及びファイナンス事業は、プロダクト力の強化により増益を見込んでいる。

2025 年 3 月期業績見通し（連結）

（単位：百万円）

	25/3期		26/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減率	増減額
売上高	6,544,349	100.0%	6,700,000	100.0%	2.4%	155,651
営業利益	989,016	15.1%	1,000,000	14.9%	1.1%	10,984
税引前純利益	880,057	13.4%	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	526,133	8.0%	540,000	8.1%	2.6%	13,867

注：25/3 期の売上比及び前期比の数値は、修正予想の数値を基に算出

出所：決算短信よりフィスコ作成

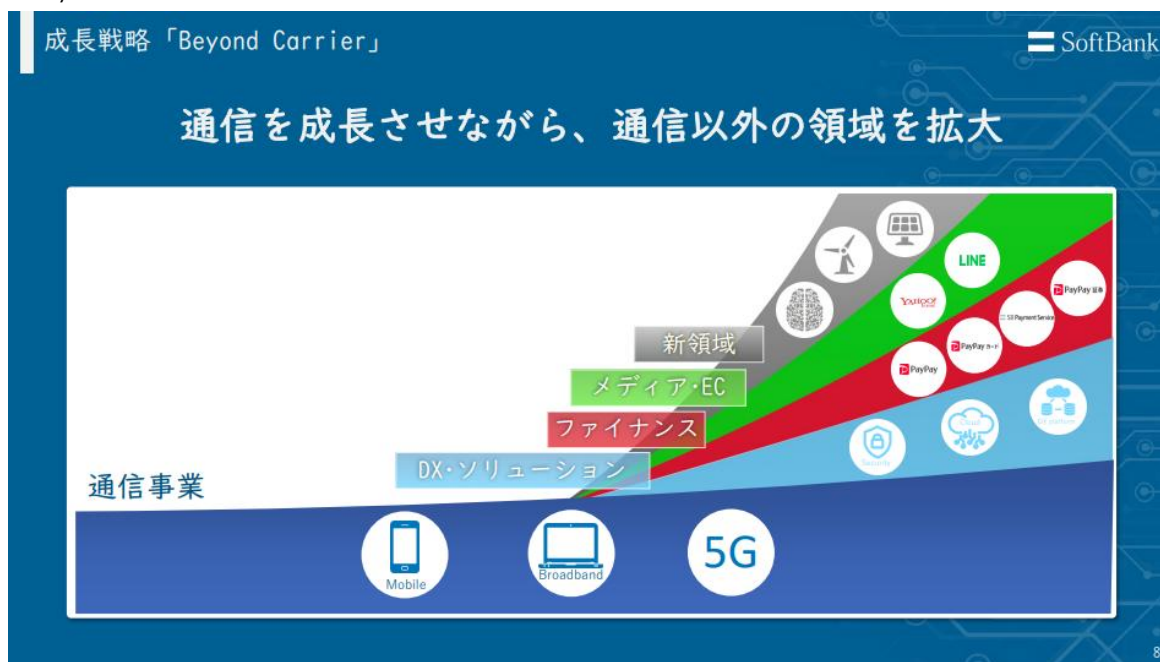
今後の見通し

「Beyond Carrier」を成長戦略として掲げ、次世代社会インフラの構築に取り組む

(1)成長方針

同社は、「Beyond Carrier」を成長戦略として掲げ、通信キャリアの枠を超えた事業を創出して企業価値最大化を図っていく。コアビジネスである通信事業の持続的な成長を図りつつ、通信キャリアの枠を超え、「DX・ソリューション」「ファイナンス」「メディア・EC」「新領域」など非通信領域の多岐にわたる分野で積極的に事業を展開していく方針である。ただ、既存の通信事業もグループ事業との連携を強化することで競争力を強化し、グループ事業のサービス利用者数の拡大やユーザーエンゲージメントの向上といったシナジーを創出することを推進している。

「Beyond Carrier」の概要



出所：同社開示資料「ソフトバンクの概要-事業概要・成長戦略-」より掲載

(2)次世代社会インフラの構築に向けた取り組み

長期ビジョンとして「デジタル化社会の発展に不可欠な次世代社会インフラの提供」を掲げ、3つのフェーズのロードマップをもとに10年計画で取り組みを進めてきた。第1フェーズ（2021～2023年度）では、中期経営目標の達成と並行して、先端技術の研究開発やインフラ技術の基盤構築を進めた。続く第2フェーズ（2023～2025年度）では、通信料引き下げによる逆風の中で事業基盤の再構築とDXビジネスの拡大に注力し、計画を1年前倒しで達成した。第3フェーズ（2026～2030年度）に入っていくが、ここからは次世代社会インフラの完成を通じて更なる事業成長と企業価値向上を目指す。同社は、AIがさまざまな製品やサービスに組み込まれることで人々が便利で快適な生活を享受できる「AI共存社会」の到来を予見しており、なかでも今後注力する領域は、「AIデータセンター」「国産LLM（Sarashina）」「ソブリンクラウド」「クリスタル・インテリジェンス」となる。

今後注力する領域

今後注力する主な領域



(注) クリスタル・インテリジェンスは仮称であり、正式名称ではありません。 44

出所：決算説明会資料より掲載

AI の生み出す膨大なデータ処理需要に応える大規模なデータセンター「Brain DataCenter」や中規模なデータセンター「Regional Brain」を分散して配置し、「Brain DataCenter」には AI 計算基盤や量子コンピューターを備える予定。これらのデータセンターは、各地域で発電した再生可能エネルギーを各地域のデータセンターで消費する「地産地消型」のサステナブルなデータセンター（グリーンデータセンター）にしたいと考えているようだ。本レポートで紹介した「AI-RAN」を含めて、これまで培ってきたデータセンターや通信ネットワークに係る専門知識、生成 AI 開発に携わってきた人材、通信インフラを運営するために蓄積してきたセキュリティに係るノウハウを積極活用していく。

また、同社は全社での AI 利用の推進を発表している。「ChatGPT Enterprise」を全社で導入しており、今夏までに従業員 1 人あたり 100 個の AI エージェントの開発を求めており、OpenAI が提供するツールを使ってデータ分析や書類のひな型作成などを支援する AI エージェントを作成していくという。

生成AIのビジネスモデル構造



出展：統合報告書より掲載

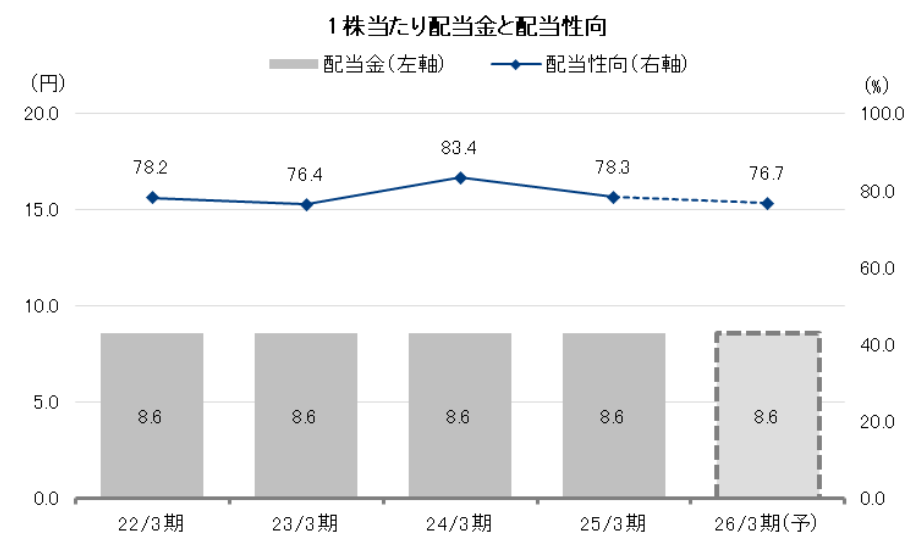
さらに、「国産 LLM (Sarashina)」の研究開発も進めている。現在の日本のデジタルサービスにおいて、OS やクラウドサービスの大部分を海外企業に頼っている状況となる。同社は、デジタル貿易赤字は年々拡大しているなかで、よく利用される生成 AI が海外のものだけになるのであれば、ライセンス料の支払いなどでデジタル赤字はさらに拡大するのではないかと危惧している。同社が開発する国産 LLM を通じて、国富が国内に残る構造をつくり上げつつ、同社の成長につなげていきたいと考えているようだ。国産 LLM は、日本語圏の商習慣や文化的・言語的なニュアンスを正確に踏まえた応答ができることが優位性になる見込み。同社は、開発している「Sarashina mini」について 2025 年秋ごろに商用提供を開始する方針で、中長期的には、LLM 単体で収益化するのではなく、「LLM が使えるプラットフォームを提供する」あるいは「LLM をソリューションに組み込んでサービスとして提供する」ことで顧客企業にとっての付加価値を生み出し、収益化を図っていくようだ。

株主還元

今年年間配当金 8.6 円と前期と同額を維持、次期中計で今後の配当方針に期待

同社は中長期的な成長と株主還元の両方を重視しており、高水準の株主還元を維持する方針を示している。このような方針の下、年間配当金は前期 8.6 円だったが、今期も中間配当 4.3 円、期末配当 4.3 円の年間配当金 8.6 円と前期と同水準を予定している。また、同社は株主優待も実施しており、普通株式を 1 年以上かつ 100 株以上保有の株主へ PayPay マネーライト (1,000 円分) を進呈。AI への積極投資など成長への布石を着実に打ちながらも、7 月 30 日時点の総合利回り (配当利回り+優待利回り) は 8.6%と高水準となっている。

同社の株価は 2023 年以降右肩上がりに上昇しており、インカムゲインのみならずキャピタルゲインも得られる状況だった。過去、同社は利益が一時下がっていた局面でも配当を維持する姿勢を示してきた。ただ、業績が回復基調にあり業績予想も到達して、利益も着実に回復している。同社の株主還元について、営業利益 1 兆円を超えた分は何らかの形で株主還元する可能性はまだ残っている。2026 年度以降の次期中計に向けては、株主還元のさらなる強化も選択肢として、検討がなされると予想される。



出所：決算短信よりフィスコ作成