

個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

KDDI 株式会社 (9433)

開催日：2019年2月23日

場 所：大和コンファレンスホール(東京都千代田区)

説明者：取締役執行役員専務 村本 伸一 氏

1. KDDI について

- ・ 当社の創業は1984年6月になります。当社の母体である第二電電株式会社(DDI)が設立されたのが始まりです。2000年10月、国内長距離電話の第二電電株式会社(DDI)、国際電信電話のケイディディ株式会社(KDD)、携帯電話の日本移動通信株式会社(IDO)の3社が合併し、KDDI 株式会社が発足しました。主要株主は京セラ株式会社とトヨタ自動車株式会社です。
- ・ 事業の主力になっていますモバイル通信事業では、着うたと呼ばれる音楽系コンテンツの充実のほか、業界初のデータ定額制サービス導入などによりシェアを拡大してきました。スマートフォン時代においては、2011年にiPhoneの提供を開始しました。スマートフォンと固定回線、いわゆるブロードバンド回線のセットで割引するという「au スマートバリュー」という商品・サービスを他社に先駆けて提供するなど、さまざまな形でお客様がお楽しみいただける環境整備に尽力してきました。
- ・ 現在はモバイル通信事業に加えて、新たな領域としてライフデザイン事業の拡大に積極的に取り組んでいます。例えば、金融の決済事業、エネルギー事業、コマース、英会話のイーオン、こういった教育事業も含めてお客様の生活に密着したサービスを通信とセットで提供していくという通信とライフデザインの融合を推進しています。
- ・ 株価は、1月31日の終値で2,723円、単元株数は100株のため最低投資金額は30万円を下回る水準となります。時価総額は6.9兆円で、配当利回りは3.67%、株主優待も加えた上でのトータル利回りでは4.77%となり、PER(株価利益率)は10.39倍です。

2. 日本のモバイル通信および固定通信市場の現状

- ・ 従来型の携帯電話やスマートフォンに加え、タブレットやモバイルWi-Fiルーターなど、1人で複数台の通信端末を保有する方が増えていることにより、日本のモバイル通信市場の規模は拡大し続けています。さらに昨今、あらゆるモノがインターネットに繋がるIoTの時代が到来しつつあり、契約数自体は拡大すると見えています。日本のモバイル通信市場におけるauのシェアは現在31%です。
- ・ 光ファイバー市場では、NTTグループが約7割と圧倒的なシェアを握っています。当社は人口密度の高い関東、東海地域などに自前で光ファイバー網を持ち、サービス展開を図ることで効率的なインフラを活用し拡大しています。
- ・ ケーブルテレビ市場では、当社グループのJ:COMが過半数のシェアを占めています。

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

-
- ・ 固定通信においては、光ファイバーとケーブルテレビを合わせて、当社の固定通信のインフラは日本全国の約8割位の世帯にサービスを提供できるようなインフラネットワークを持っています。
 - ・ 株価と営業利益の推移ですが、発足以来 17 期連続で最高益の更新を続けています。これにもなって株価も発足時 853 円でしたが、現在約 2,700 円と 3 倍以上に上がっています。この間、2006 年にソフトバンクが携帯市場に参入することで競争が激化して一時的に株価が伸び悩んだ時期もありましたが、2011 年以降、iPhone をはじめとしたスマートフォンのラインアップを充実させ、固定回線とスマホとのセット割引を先駆けて導入することで、2014 年 3 月期から 16 年 3 月期の 3 年間、営業利益の毎期 2 桁成長を達成しました。これにより、株価も成長しました。現在は、今期を最終年度とする中期経営計画の達成に向けて取り組んでいます。

3. 成長戦略—19.3 期までの中期目標—

- ・ 当社は、3 年ごとに中期経営計画を策定し、それを着実に達成することで大きな成長を遂げてきました。当社の強みである通信事業をベースにコマース、金融、エネルギーなどのライフデザインサービスを通信事業と融合させて、お客様に新たな価値を提供していくことをめざしていきます。当社の中期目標は「持続的な利益成長と株主還元強化」の両立をめざしています。
- ・ 利益成長は、2017 年 3 月期から 2019 年 3 月期の 3 年間において営業利益の年平均成長率 7%を目標にしていますが、これを達成すると最終年度における営業利益は 1 兆円超となります。2 点目として au 経済圏の流通総額今期 2 兆円を超えていこうという目標があります。当社が個人のお客様を対象に通信以外のサービスを提供し利用いただいている金額と当社の決済手段を通じて決済いただいている決済額を流通総額としています。3 点目は 5,000 億円規模の M&A を実施することを掲げています。
- ・ 株主還元においては、配当性向を前中期目標で掲げた 30%超から、35%超に引き上げました。株価上昇に効果のある自己株式取得についても、株価の水準や成長投資のバランスを考慮しながら実施してきました。
- ・ 営業利益は、初年度の 2017 年 3 月期は前期比 9.7%増となる 9,130 億円、次年度は 5.5%増の 9,628 億円となり、中期目標の最終年度となる今期についても、3 年間の年平均成長率 7%にする前提で、1 兆 200 億円の達成に向けてオペレーションしています。
- ・ M&A の例としては、連結子会社のイーオンは、イーオンが持っている経営豊富な講師、教材、留学サービスに当社の強みである ICT 技術を組み合わせることでお客様ひとりひとりに合った学習内容を提示し新たな価値を提供できると考えています。例えば AI 技術を活用した学習カリキュラムの最適化、VR 技術を使ったバーチャルな英会話プログラムなど先端なサービス開発に注力していきたいと思っています。

4. 事業戦略 ①国内通信事業の持続的成長

- ・ 当社では、3つの事業領域でそれぞれ成長戦略を立てて展開しています。1点目は国内通信事業です。スマートフォン、固定インターネットなどの既存事業に留まらず、IoTや第5世代の次世代通信規格(5G)などの新たな市場開拓で持続的な成長をめざしています。2点目のau経済圏の最大化では、通信事業でのお客様ベースに通信以外のサービスにより新たな収益を積み上げていきたいと考えています。3点目のグローバル事業の積極展開では国内事業で培ったノウハウを海外で活かすことで、その成長機会を広げていきたいと考えています。
- ・ 当社の主力事業である個人向けモバイルサービスのauは、国内通信大手3社のサービスの同質化などにより今後契約数を大きく伸ばすことは難しいと考えています。そこで、auにご契約いただいているお客様にスマートフォンだけではなく、タブレットやモバイルWi-Fiルーターなど複数のデバイスをご利用いただくことにより1契約あたりのモバイル通信料収入、モバイル通信利用料である、「au通信ARPA」を拡大していく取り組みを進めています。また、あらゆるモノがインターネットに繋がるIoT時代を見据えた取り組みを強化することで、人口減少が続く中でも引き続き国内通信事業の成長を図ってきたいと考えています。
- ・ 近年、安価な料金でスマートフォンを利用したいというニーズの高まりを受けて、通信事業者からネットワークを借りることで自社ブランドのサービスを展開するMVNO(Mobile Virtual Network Operator=仮想移動体通信事業者)などによる格安スマートフォンがシェアを伸ばしており、日本のモバイル市場に占めるMVNOのシェアは2018年3月末時点で10.6%に達しています。KDDIグループではこのような事業環境への対応として、グループ会社が提供するUQ mobile、J:COM MOBILE、BIGLOBEモバイルの3つのMVNOブランドにおいて各社それぞれの強みを活かした独自の取り組みにより、新たなお客様の獲得に努めています。
- ・ 格安スマートフォンへのお客様の流出を受けて、主軸のauブランドにおいても昨年7月、無駄のない安価な月額料金を志向されるお客様にもご満足いただける新たな料金プランを開始しました。「auピタットプラン」「auフラットプラン」です。auピタットプランは、月々のご利用データ量に合わせて5段階の定額料金が自動的に適用される料金プランとなっており、キャンペーンなどを利用することで月々1,980円からスマートフォンをご利用いただけます。auフラットプランは、大容量のデータをご利用いただくお客様に適した料金プランとなっており、どちらの料金プランもお客様に大変ご好評いただいております。今年の1月のはじめには両プランの契約者数が1,200万を突破しました。
- ・ auから格安スマートフォンなどへの流出が抑制された結果、auの解約率は新料金プランを開始した前期の第2四半期以降徐々に改善し、今期の第3四半期は0.72%と前年同期の水準を大幅に下回ることができました。その結果、モバイルID数(au契約者数+MVNO契約数)はau解約率の改善もあり、前年同月末比プラス56万の2,680万契約と着実に

伸張しています。

- ・ 将来のさらなる成長に向けて、5G、IoT、AI など新たな技術革新にも取り組んでいます。特に IoT は、政府が掲げる成長戦略の重点項目と位置づけられ、今後の有望な成長市場であると考えられています。その市場規模は 2020 年には日本国内で 14 兆円、世界では 247 兆円と今後ますますの拡大が見込まれています。当社は、各国の通信キャリアとの連携を進め、海外での IoT 通信接続からサービス展開、データ分析までをご提供する、「IoT 世界基盤」を日本の 18 倍の規模となる世界の IoT 市場をターゲットとして展開していきます。具体的には、2019 年秋以降に米国で発売する、トヨタ車、レクサス車にコネクティッド環境を提供します。また、日本、中国でも「グローバル通信プラットフォーム」の 2019 年度の商用化に向けて準備を進めるなど、当社の新たな収益の柱として注力していきます。さらに、この仕組みを自動車の他に産業機械や建設の機械など様々な物に拡大することで、多種多様なお客様にご利用いただくことを目指します。

5. 事業戦略 ②au 経済圏の最大化

- ・ 現中期目標においては、当社はライフデザイン企業への変革を標榜しています。通信とライフデザインを融合させることでお客様に新たな体験価値を提供し続け、お客様にとって一番身近に感じてもらえる会社となることを目標に取り組んでいます。皆様のお近くの au ショップやスマートフォンでご利用いただけるオンラインサービスの au スマートパスなどを通じて、お客様の生活に寄り添ったサービスを提供しています。このライフデザインサービスの事業規模について、au 経済圏流通総額は今期 2.46 兆円と前期比 1.3 倍の成長を目指します。また、この流通総額からもたらされる当社の売上高についても今期 7,300 億円と、同じく前期比 1.3 倍の成長を目指します。
- ・ このライフデザインサービスの決済基盤となる au WALLET は、従来の通信サービスにおける決済手段に加えて au 経済圏の拡大に対応するために新たに導入した実店舗でも利用可能な決済手段です。au のお客様であればどなたでもお申込みいただけるプリペイドカードと、高額のお買い物にも対応するクレジットカードの 2 種類を提供しています。
- ・ 2019 年 4 月からバーコードによる QR 決済「au PAY」を始めます。QR を使った決済は比較的小規模な加盟店でも初期投資を軽く導入できるということで、これから爆発的に広がっていくものになると思います。4 月以降迅速に 100 万箇所を超える加盟店を獲得していく計画です。
- ・ キッザニアを運営します KCJ グループと協業しました。キッザニアというのは、日本の将来を担う子供たちが実社会で生き抜く力を育もうという理念を掲げており、この理念に共感して当社も全力で支援していきたいと考えています。当社が得意とする 5G、IoT 技術を組み合わせることでキッザニアにおいて楽しみながら、エデュテインメントをより進化させていくと同時に、地方創生にも貢献していきたいと考えています。

6. 事業戦略 ③グローバル事業の積極展開

- ・ 当社は、KDD の時代から受け継ぐ海外拠点をベースに、世界 100 拠点以上においてグローバル事業を展開しております。法人向けビジネスでは大容量のネットワーク、きめ細やかなソリューションサービスによりお客様のビジネス拠点に信頼性の高い IT 環境を提供し、ビジネスの拡大や統一化をサポートしています。また、コンシューマ向けビジネスでは、ミャンマーとモンゴルにおいて携帯電話事業を展開し、現地 No.1 の通信事業者として品質の高いサービスを提供しています。
- ・ このうち、法人向けビジネスでは、海外進出している日系企業や現地の企業など法人のお客様に対して、通信設備をお預かりして回線や運用保守などを提供するデータセンター事業を TELEHOUSE ブランドとして世界 47 拠点到展開しています。国内外のお客様より、最高水準の接続性、高信頼性、高品質なデータセンターとして大変高い評価をいただいております、特に競争力のある欧州サイトにリソースを集中していくことなどを通じ、引き続き収益力の強化と事業基盤の拡大を目指します。
- ・ また、コンシューマ向けビジネスでは、ミャンマーにおいて 2014 年の通信事業参入以来、当社がこれまで国内外で培った技術力や事業経験などのノウハウを活かし、ネットワークの改善、エリアの拡大を進めてきました。ミャンマーのモバイル通信契約者数は 2018 年 12 月末時点で 3,000 万超と、参入決定時から約 5 倍まで拡大しています。

7. 株主還元

- ・ 株主の皆様の日頃のご支援に感謝し、より一層のご支援をいただくため株主優待制度を導入しています。100 株以上を保有の株主様を対象に、当社が運営するインターネットショッピングモール「Wowma!」で販売している全国 47 都道府県のグルメ品の中から、保有株式数と保有期間に応じて 3,000 円から 1 万円相当の商品を自由にお選びいただけるカタログギフトを贈呈します。カタログギフトの詳細につきましては当社 HP にも掲載しています。
- ・ 株主様への利益還元を重要経営課題の一つと認識し、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ます。これまで 16 期連続で増配を継続し、今期は 17 期連続増配となる 1 株当たり年間配当金 100 円を予定しています。

8. 質疑応答

Q1. NTT ドコモが値下げをすると聞いたが、KDDI も値下げに追随するのですか。

A1. 2018 年の 8 月に菅官房長官が日本の携帯電話料金は高い、4 割程度下げる余地があると発言されたことが発端となっております。これを受けてと思われませんが、昨年 10 月末に NTT ドコモが来期の第 1 四半期に値下げを発表すると公表されました。NTT ドコモが言われたことは 3 点あり、①2 割～4 割程度携帯の通信料金を下げるということと、これによって②4,000 億円のお客様還元をすると発表しました。また、それによって③

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

NTT ドコモは当面減益が続くということを言っていました。これに対して当社はどうかというご質問ですが、まだ具体的に NTT ドコモがどのような料金プランを実施するかという発表は来期の第 1 四半期ですので、詳しいことはわかっていません。ただ、様々な情報から見ておそらく分離プランを実施するのは間違いないと思っております。当社の場合は先程のプレゼンで説明したように、既に 2017 年の 7 月にこの分離プランを先行して導入しています。これによって、プランの一つ一つで若干違いますが 2 から 3 割程度従来の通信料金よりも安い料金体系になっています。お客様への還元額で言うと 3,800 億位還元しています。このようなことを先行してやっていますので、今後 NTT ドコモが出してこられる料金プランに対して我々が既にやっていることと差分がどの程度あるのかによって、我々も対抗を考えていく可能性はあります。ただ、マネジメントスタンスとして違うのは、我々はそういったお客様還元をやりながらも、先程申しあげたように持続的成長というのは必ずやるという覚悟をしていますので、今後も増益を続けていきたいと思っています。

Q2. 楽天が通信事業に参入するようですが、何故ライバルの楽天にネットワークを貸すのですか。

A2. 2018 年 11 月 1 日の我々の中間決算の発表に合わせてこの楽天との提携を発表しました。提携は大きく分けて 2 点あります。1 点目は、当社のアセットを楽天にお貸しするもので、「ローミング」です。具体的には、我々のネットワークの一部を新たに参入される楽天に使ってもらうということになる訳ですが、我々にとっては使ってもらう上でそれに見合った対価を頂戴するということになりますので、収入面ではプラスになります。お貸しするネットワークは我々のネットワークに比較的余剰がある地域（東京 23 区、大阪市、名古屋市および混雑エリアを除く全国エリア）ですので、大きな追加コストを掛けずに使ってもらう分だけ収入を得られ、経済的にも十分メリットがあると考えています。楽天は国の政策で新規参入を認められた会社ですので、我々がネットワークを貸さなかった場合には、NTT ドコモかソフトバンクがお貸しすることになったと考えています。総合的に考え、我々が協業することが最善であると判断しました。2 点目は、逆に我々が楽天の持つアセット、インフラを活用させていただくというものです。一つは物流の分野です。楽天は e コマースを長い間やってこられて物流の倉庫であるとか配送のシステムに積極的に投資をされて構築をされています。当社にも Wowma! という e コマース事業がありますが、先に投資をされた楽天のインフラを使わせてもらうことで、Wowma! の質的向上が期待できると考えています。もう一つは決済の分野です。QR コード決済の基盤を活用させていただきます。これから様々な会社の陣取り合戦が始まる領域であり、当社も 4 月から au PAY のサービスを始めるため、加盟店獲得をしていくのですが、楽天は先行して楽天 PAY の加盟店を拡大されているため、活用させていただくことにしました。この二つの楽天の持っているアセットを使

わせてもらうことができ、我々にとっては非常にメリットのある交渉でした。我々と楽天との関係については「協争」という言い方をしております。協力しながら競争しようということで、通信、物流、決済といったインフラ部分は協力することで双方がコストメリットを出しつつ、上位レイヤーのお客様に提供するサービス部分では競争していきましょうという関係を結んだということですので、ご理解いただければと思います。

以上