2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会

（決算ハイライト・質疑応答）

日時	2025 年 11 月 6 日（木）16:00-16:30（決算プレゼン） 18:00-18:45（アナリスト・投資家向け質疑応答）
場所	KDDI 本社よりオンライン配信
登壇者	代表取締役社長 CEO 松田 浩路 代表取締役執行役員副社長 ビジネス事業本部長 桑原 康明 取締役執行役員専務 CFO コーポレート統括本部長 最勝寺 奈苗 取締役執行役員専務 パーソナル事業本部長 竹澤 浩 取締役執行役員常務 CSO 兼 CDO 経営戦略本部長 勝木 朋彦 執行役員 コーポレート統括本部 経営管理本部長 明田 健司

決算ハイライト

決算説明会の模様

決算説明会では、「26.3 期上期連結業績」について、社長の松田より説明しました。

1. 26.3 期上期連結業績

●26.3 期上期の連結業績は増収増益。EPS 目標達成に向け想定通り進捗
●売上高は 2 兆 9,632 億円、YOY プラス 3.8%、通期予想進捗率 46.8%
●営業利益は 5,772 億円、YOY プラス 0.7%、通期予想進捗率 49.0%
●当期利益は 3,777 億円、YOY プラス 7.6%、通期予想進捗率 50.5%

2. モバイル構造変革の進展

●ライフタイムバリューを意識した構造変革が奏功。ARPU が伸長し、解約率は改善
●ブランド間移行の改善やご契約長期化が進み、より筋肉質な事業基盤へ変化
●通期＋300 億円超の増益（パーソナルセグメントベース）も視野

3. 通期目標達成に向けて

●下期、プラス約 550 億円の増益により、通期目標達成を目指す
　・モバイル（パーソナルセグメントベース）　　プラス約 190 億円～
　・注力領域（DX・金融・エネルギー・ローソン）　プラス約 300 億円
　・技術構造改革　　プラス約 130 億円
●金融、DX は期初から事業環境の変化があり課題と認識
　・金融は、より預貸率を意識した戦略に転換。
　　持続的成長の基盤構築に向けた取組みを推進
　・DX は、上期減益となった BPO 事業のターンアラウンドを含め、下期に成長加速
※DX：ビジネスセグメント

4. 次の成長に向けた取組み

●インフラ高度化や、サービス展開に向けたパートナー連携などが進展
●次期中計では AI 時代の持続的成長と企業価値の向上を目指す

質疑応答

質問者 1

Q. 10 月および下期のモバイル競争環境に関して教えてほしい。通信各社の戦略が分かれている中、KDDI として 10 月はどのように戦ったのか、下期をどのように戦っていくのか。また、解約率の改善は下期も継続していくと見て良いか。

A. 今、構造改革を断行している途上だが、その効果として ARPU の向上、解約率の低下、ブランド間移行の反転、端末セット率の向上が如実に顕在化している。ピースが揃ってきて自信を深めているところ。ID自体はそこまで強い数字ではないが、覚悟していたこと。当社としては、事業構造を健全化し、筋肉質にしていく取り組みを半年前から実行してきており、他社の過熱気味な販促コストの投下に真っ向から対抗しているわけではない。販促費ではなく、商品力の価値をお客さまにお伝えすることで競争していける環境を作ってきた。下期も進めていく。
解約率は季節変動があると思うが、お客さまに長期で使っていただくことを重視し、解約率の低減とARPUの向上を進めていく。

Q. 次期中期経営戦略の考え方としてキャピタルアロケーションに言及しているが、事業ポートフォリオの見直しにあたり、どのような KPI や基準で判断するのか。また、機動的な自己株式取得について、KDDI の株主状況を踏まえると機動的に動くのは難易度が高いと思うが、どのように対応していくのか。

A. 資本効率を測る指標については、規律を定めることで成長領域への投資の促進も出来ると考えている。今社内で議論中のため少しお待ちいただきたいが、指標を決めて動いていくことが一つのメッセージ。
また、機動的な自己株式取得は、既に 3,500 億円の公開買い付けと 500 億円の市場買い付け、合計で 4,000 億円の取得を今年度に実施している。事業成長をベースに、EPS ターゲットを達成する自信は下期に向けてより高まっており、中間配当についても予定通り実施する。今年度の追加の自己株式取得については、今の段階では考えていない。来年度以降については、次期中期経営戦略の成長戦略に基づき、大株主の動向や投資リターンの優劣なども加味しながら、柔軟に検討していきたい。

質問者 2

Q. 下期の利益計画について、モバイルは 190 億円の増益計画と理解しているが上振れするのか。また、注力領域の下期計画 300 億円増益には、上期対比でも 130 億円の上積みが必要だが、本当に可能か。下期計画の温度感を教えてほしい。

A.下期 550 億円の増益を実現するには、注力領域で 300 億円の増益を作っていく。金融・エネルギーに加え、ビジネスセグメントについては上期で課題は出し切っており、ターンアラウンドさせて伸ばしていきたい。モバイルを 190 億円～、という表現にしているがモバイルで補完するのではなく、注力領域を伸ばしていくことが使命。

Q. 次期中期経営戦略は B/S 最適化と P/L 伸長の両方でよいか。また、付加価値や成長領域について具体的に教えてほしい。

A. 本日の時点では、次期中期経営戦略に向けたメッセージとして受け取っていただきたい。キャピタルアロケーションの考え方を取り入れていく。当社は、通信インフラはもちろん、その先のデータセンターや AI 等のインフラを単なるインフラとして終わらせるのではなく、付加価値まで含めて提供していくことを考えている。「AI 時代の次世代インフラにトランスフォーム」と表現したが、これまでインフラを提供してきた責務と覚悟を、AI にも適用していきたい。付加価値や成長領域も含め、具体的には次の中期計画の発表までお待ちいただきたい。

質問者 3

Q. モバイル増収は良い傾向であり、今後が非常に楽しみである。一方で、モバイルの KPI も変えていく必要があるのではないか。LTV が KPI になるのか、どういった定義・指標を目指していくのか教えてほしい。また、今後 ID 数が減っても、LTV 重視の考えが変わることはないか。

A. モバイル増収については非常に自信を深めており、増収するからこそ他のところに成長投資ができる。構造改革というからには、中身が変わっていく様をトラッキングできるように KPI やサブKPIを見ていかなければならない。サービス改定の過程で、お客さまにご説明する必要があり、ご案内の際に利用されていないお客さまが解約することが発生したことも事実。データを使ってないお客さまがどのくらいいるのか等も含めて社内で見ていく。お客さまに長期にお使いいただけるサイクルを作り、細かな指標を見ながら構造改革を進めていきたい。
考え方を変えるつもりはないが、ID も次なる成長の面積を増やすものとして大事である。短期間で解約されるお客さまではなく、より多く長く使っていただくお客さまに対する ID の獲得は行っていく。

Q. 次期中期経営戦略の発表は半年後ということだが、その時には環境が激変しているのではないか。ビジネスセグメントは今の中期経営戦略では強化されておらず、もっと強化するべきではないか。IT サービスや DC、ソリューション、AI など色々な方向性があるが、何を目指しているのか方向性を教えてほしい。
A. パーソナルセグメントは非常に大きな基盤になっている。また、ビジネスセグメントは二桁成長してきており、次の中期経営戦略においても成長ドライバーになっていくことは信じて疑っておらず、そのようにしていきたい。その中でどこにどのようなやり方をするかは、次期中期経営戦略で説明させていただく。通信インフラ基盤の上で、通信の付加価値も含めてお客さまにお届けし、使っていただき、対価を頂くというモデルが AI においても必要不可欠なピースになると思っている。
AI はビジネスのベース領域、グロース領域に溶け込んでいくものと考えており、売上高として転換されていく。グロース領域の方が AI による加速率は高いと考えているが、AI のインフラを作り、その上でコネクティビティ、セキュリティが今のベース領域、グロース領域に降りかかってくるような計算をしている。蓋然性を高め、次の中期経営戦略に臨みたいと考えている。

質問者 4

Q. 上期の利益増減のその他について、当初想定よりも 2Q 単体で見ると減益幅が少なく増益に寄与しているように見える。2Q で何か特殊要因があったのか教えてほしい。

A. その他の部分には、MVNO と楽天ローミングの減収、ステークホルダーへの還元を含めている。MVNO と楽天ローミングは YOY で約▲19 億円となるが、減収幅は徐々に減っていくように設計している。また、お客さまへの価値提供を続けるために必要なステークホルダーへの還元コスト等は、通期で約 200 億から 300 億円程度を想定している。その他には様々なものが含まれており、申し上げていないプラスの要素も含まれている。2Q はプラスの要素が大きかったということ。

Q. 下期の利益増減について期初想定と比較し、何か入り繰りがあったのか。
A. 当初のガイダンスから絶対値の変更はない。要素についても、大きな変更はない。

質問者 5

Q. 株価パフォーマンスやバリエーションが他社と比較し変わらないのは、次に何をグロースさせるのか市場に理解してもらえていないのでは。通信ネットワークの品質ではなく、踏み込んだ戦略、カタリストが足りていないと思うが考えは。

A.サービス改定をした結果、絶対値としては今期・来期と積み上がっていき、成長投資に回せると考えている。一方で次の中期経営戦略では、キャピタルアロケーションをベースに、事業成長のカタリストは何かというところ。AIを含めた激動の事業環境の中で、強みを明確化したうえで成長を描き、蓋然性高く説明をしていく。