



2026年2月27日

各 位

会 社 名 株式会社ワイヤレスゲート
代表者名 代表取締役CEO 成田 徹
(コード番号：9419)
問合せ先 取締役COO兼CFO 原田 実
(TEL. 03-6433-2045)

「中期経営計画 2026-2028 および 2035 年への 10 年ビジョン」に関する 質疑応答集

この質疑応答集は、2026年2月13日に発表いたしました「中期経営計画 2026-2028 および 2035年への10年ビジョン」について、当社で想定しておりました質問と、株主、投資家などの方々からいただいた主なご質問・お問い合わせ等の内容とその回答についてまとめたものです。本開示は市場参加者のご理解を一層深めることを目的に、当社が自主的に実施するものであり、皆様のご理解を賜ることを目的として一部内容・表現の加筆・修正を行っております。

Q 1：「中期経営計画 2026-2028」のフェーズ1 (2026-2028)において、2028年までに売上高は約1.5倍、営業利益は約3倍を計画していますが、その根拠について教えてください。

A 1：本計画における売上高および営業利益の成長は、既存事業の拡大に加え、前期実施したM&Aによるシナジー効果の最大化を重要な成長ドライバーとして見込んでおります。

まず売上高については、当社グループにおける顧客基盤を相互活用したクロスセルの推進により、顧客一人当たりの取引拡大を図ってまいります。具体的には、両社がそれぞれ保有する顧客データや販売チャネルを連携させ、最適な商品・サービス提案を行うことで、LTV およびARPUの向上を図り、収益基盤の強化につなげてまいります。

また、当社の強みであるリアル販売と、子会社の強みであるWEB販売を融合させることで、BtoC領域における直販(D2C)モデルの強化を通じ、事業拡大を加速するとともに、店舗とECの連動施策やデータ活用によるマーケティングを通じて、顧客接点の拡充と収益機会の最大化を図ります。

さらに、国内eSIM事業の拡大に加え、今後は海外eSIMの展開を強化し、訪日需要や海外周遊需要の取り込みを通じて、グローバル市場における収益機会の拡大を進めてまいります。

営業利益については、売上拡大に加え、M&A後の統合プロセス(PMI)による業務効率化や、仕入れの一元化などによるコストシナジーの創出を進めることで、収益性の向上を実現してまいります。加えて、D2Cを中心とした直販モデルの構成比を高めるとともに、付加価値の高い商材およびグローバル展開の拡大を通じて、利益成長を加速させていく計画です。

これらの施策は、過去の実績や市場環境、当社グループの競争優位性を踏まえて策定しており、実行可能性の高い計画であると考えております。着実な実行を通じて、2028年までに売上高約1.5倍、営業利益約3倍の達成を目指してまいります。

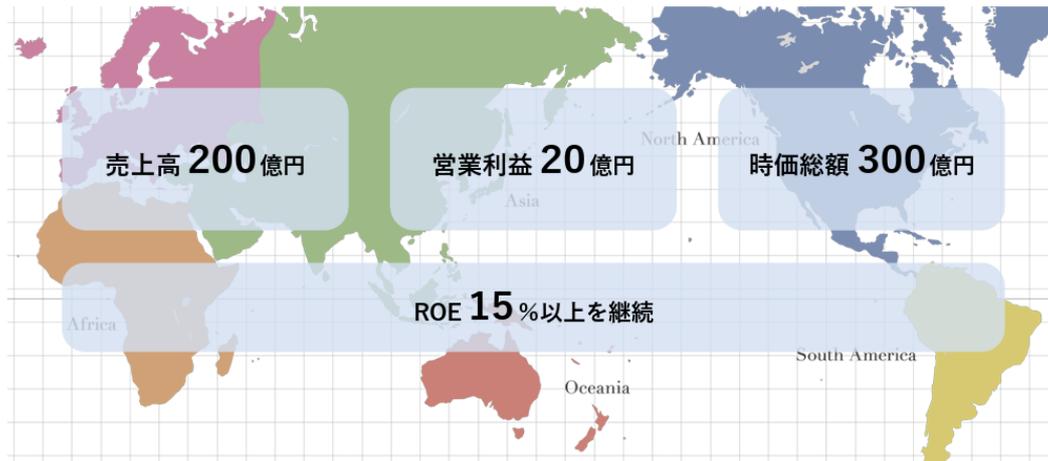
Q 2 : 一般的に、M&A におけるシナジーの実現は PMI の成否に大きく依存すると考えられますが、今回の FREEDiVE 社の M&A においては、どのようにシナジー創出を図っていく方針でしょうか。

A 2 : 当社では、M&A によるシナジー効果の最大化を重要な成長ドライバーと認識しております。その実現に向けて、M&A によるシナジー創出を中期経営計画の中核テーマの一つとして位置付け、専任体制のもと、統合プロセス (PMI) を推進しております。また、PMI においては、経営陣が積極的に関与し、意思決定の迅速化と実行力の強化を図ることで、課題が生じた場合にも速やかに対応できる体制を構築しております。今後は、顧客基盤の連携やクロスセル施策の展開をはじめとする販売体制の強化など、収益拡大に直結する領域を中心に、段階的かつ着実に統合を進めてまいります。これらの取り組みにより、PMI の実効性を高め、早期のシナジー創出および収益基盤の強化を実現するとともに、投資回収の確実性を高め、当社グループの持続的な企業価値向上につなげてまいります。

Q 3 : フェーズ 2 (2029~2033) において、国内顧客と合わせて全世界で 100 万人を超える顧客規模への拡大を目指していますが、現在の顧客規模はどの程度でしょうか。また、100 万人達成に向けた具体的な施策について教えてください。

A 3 : 現在の当社グループの顧客規模は、約 39.6 万人 (当社約 35.9 万人、FREEDiVE 社約 3.7 万人) となっています。フェーズ 2 においては、この既存の顧客基盤を土台としつつ、海外 eSIM 事業および世界 Wi-Fi スポットの展開を軸としたグローバル事業の本格化により、全世界で 100 万人超規模への拡大を目指しております。具体的には、まず訪日客や海外周遊需要に対する通信サービスを起点として、海外利用者の獲得を進めるとともに、オンライン販売の強化により、グローバル市場での顧客基盤の構築を図ってまいります。また、国内市場においては、既存顧客へのクロスセル施策や直販チャネルの強化を推進することで、顧客単価の向上、解約率の低下、顧客満足度の向上を図り、顧客基盤の安定的な拡大につなげてまいります。これらの取り組みを通じて、国内外の顧客基盤を着実に積み上げることで、2033 年までに 100 万人超規模の顧客基盤を実現していく考えです。

- 収益および成長率の拡大。海外eSIMと世界Wi-Fiスポットによる海外進出で事業をグローバル化。国内顧客と合わせ、全世界で100万人を超える顧客規模へ拡大



Q 4 : 2033 年 12 月期には売上 200 億円・営業利益 20 億円を掲げていますが、そうなると営業利益率が 10%となります。収益性が向上する根拠について教えてください。

A 4 : 当社グループでは、オフラインとオンラインを融合した販売プラットフォームにより、WiMAX やモバイル Wi-Fi サービスの安定成長を図るとともに、国内外向けの eSIM サービスを新たな主力事業として拡大してまいります。

特に海外向け eSIM サービスの拡充や、「OpenRoaming」を活用した世界 Wi-Fi スポットの提供により、国内外の顧客が世界中でシームレスに接続できる環境を整備し、事業規模拡大による収益機会の最大化を進めます。これにより、高付加価値商材や利益率の高い販売チャネルの比率を高め、収益構造の強化を図ってまいります。

加えて、原価率改善や適切なコストコントロール、M&A によるシナジー創出、国内外での顧客基盤拡大 (100 万人超規模の達成目標) を通じ、クロスセルや D2C チャネルの活用による LTV・ARPU 向上を進め、売上・利益の双方で効率的かつ持続的な成長を実現してまいります。これらの施策により、売上成長と収益性向上を両立させ、2034~2035 年のフェーズ 3 では、グローバル市場のさらなる拡大と、100 万人超規模の顧客ライフサイクルマネジメントの実現につなげていく計画です。

Q 5 : 2035 年に東証プライム市場へ再指定替えとありますが、御社がプライム市場を目指す理由は何かでしょうか。

A 5 : 当社は、成長戦略の加速と中長期的な企業価値向上を図るうえで、より高度なコーポレートガバナンス体制の構築や情報開示の充実、透明性の高い経営体制の構築が重要であると考えております。東証プライム市場は、こうしたガバナンスや情報開示の水準に加え、一定の時価総額や流動性が求められる市場であり、再指定替えを目指すことは、当社の企業体質および経営の信頼性を国内外の投資家に明確に示すことにつながるものと考えております。

また、海外投資家からの評価向上に加え、国内外の顧客・パートナーに対するブランド価値や信頼性の向上にも寄与すると認識しております。

さらに、市場との接点が広がることで、パートナーシップ構築の機会拡大にもつながります。再指定替えを通じて、当社グループの成長投資やM&A戦略、グローバル展開などの中期経営計画の実行力を高め、持続的な企業価値の向上を実現してまいります。

「10年ビジョン」フェーズ3(2034-2035)



東証プライム市場への再指定替えを目指す

● グローバル市場のさらなる拡大と顧客ライフサイクルマネジメントによる成長の好循環



多様な通信サービスと自社の技術を融合し、最適な通信環境をグローバルに展開することで、世の中が求める価値に応える企業として、成長スピード加速

Q6： 配当を再開される時期について、いつ頃を想定していますか。

A6： 配当再開の時期については、現時点で具体的な年度をお示しできる段階にはありませんが、株主還元の強化は重要な経営課題と認識しております。

今後、安定的に利益を創出できる体制が整い、配当原資となる利益剰余金の水準や財務状況を総合的に勘案したうえで、できるだけ早期の再開を目指してまいります。

まずは中期的な成長投資と財務健全性の確保を優先しつつ、持続可能な配当が実施できると判断した段階で、適切に対応してまいります。

以上