

持続的な成長に向けて

中長期のFMC戦略:

KDDIは中長期の競争戦略において、日本で唯一の総合通信会社としての強みを活かした固定通信とモバイル通信の融合したサービス、すなわちFMC (Fixed & Mobile Convergence) 型サービスを積極的に展開することで、競争優位を確保してまいります。他社よりも早く独自性のあるサービス展開を行っていくことでシェアを拡大し、より強固な事業基盤を築くことで、持続的な成長を実現します。

顧客基盤拡大期という新たなステージへ

KDDIは2000年10月の合併による発足後、大胆な構造改革やau事業への経営資源集中等により、高い利益成長を実現してきました。しかし、今後も継続して事業規模を拡大していくためには、新たな事業戦略が必要な時期にきています。すなわち、これまでの収益基盤の確保、経営基盤強化の時期から、次の利益成長に向けて顧客基盤を拡大していくという、新たなステージへ入ったと考えています。

一方で、通信業界は、これから先2-3年の間に次々と新しい制度や新規業者の参入が予定されているなど、大きな変化が見込まれています。しかし、当社はこのような市場の変化を脅威として捉えるのではなく、魅力的なサービス展開により顧客基盤を拡大することのできる大きなチャンスと捉え、これまで以上に積極的な「攻め」の戦略を実施していきたいと考えています。

「世帯まるごとKDDI」

このような目的のためには、FMC型サービスの展開は、非常に重要です。それは、KDDIが固定とモバイルの両方の事業を持つ日本で唯一の総合通信会社であるため、FMCによる統合サービスが容易に展開可能で、かつ重要な差別化ポイントになりうるからです。

現状のKDDIのサービスを利用しているお客様の数を、コンシューマ向けの主要なサービス別で見ると、auは1,954万、マイラインは869万、そしてDIONは289万契約となっていますが、この3つのサービスすべてを利用している方というのは、まだ少ない状況にあります。そのため、個別のサービスに契約していただいているお客様が、KDDIの他のサービスにもご契約いただければ、当社は顧客基盤の拡大に結びつきます。そこで、当社はFMC

によって世帯の固定とモバイルのサービスを統合し、より便利で魅力的なサービス、コンテンツを創造し、お客様へのメリットを提供します。これが、当社の目指す「世帯まるごとKDDI」という考え方です。

FMCの展開ステップ

KDDIは、このようなFMC型サービスについて、次のように段階を踏んでの展開を考えています。

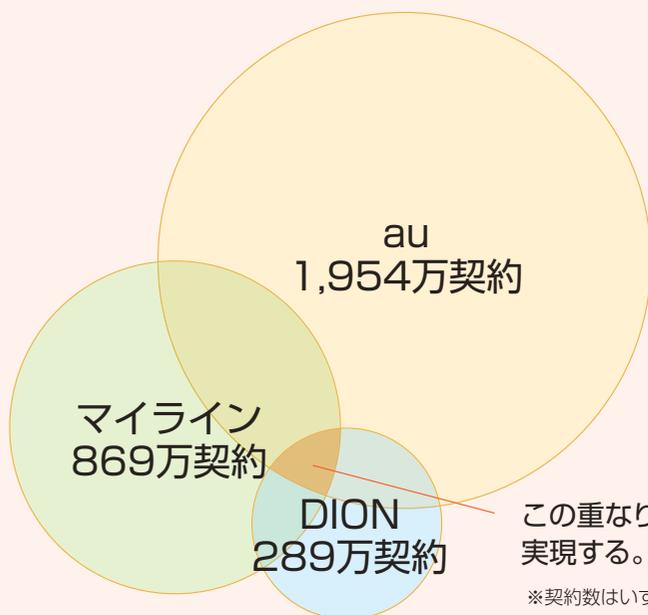
ステップ1 (2005年5月～)

まずは、auと固定通信サービスの請求書を統合するサービス、「KDDIまとめて請求」を、2005年5月より開始しました。請求書を統合すると、料金の割引が受けられるうえ、毎月のご利用額に応じて貯まるポイントも統合されます。従来までは、法人のお客様向けに同様のサービスを提供していましたが、システム対応が可能となり、一般のお客様向けにも開始しました。

また、販売体制においても、auと固定通信の販売網の間でクロスセラーズを展開しています。例えば、auショップにおいて固定通信のサービスである「KDDIメタルプラス」や「DION-ADSL」の販売を行うことも既に実施しています。auショップは、日本全国で2,000店舗以上という強力なネットワークを持つお客様との重要な接点であり、こうした資産を有効活用することで、販売・マーケティング活動においてもシナジーを実現してまいります。

ステップ2 (時期未定)

次のステップでは、料金のバンドル化、すなわち料金施策・料金体系の統合を目指します。例えば、auの携帯電話を一定の台数以上契約していただいている世帯に対して、



この重なりを増やし、「世帯まるごとKDDI」を実現する。

※契約数はいずれも2005年3月末時点。

auの基本料金や固定電話やインターネットの料金も割引く、もしくはauと固定電話間の家族の通話に関しては料金を割引くなど、「世帯」「家族」をキーとしたさまざまな料金施策が考えられ、今後実施について検討していきます。

既に、auは「家族割」の提供により、家族で複数台の契約をしていただいているお客様へは基本料・通話料の割引を行っています。FMCでは、これを世帯に1台必ずある固定電話と連携することによって、これまで以上にお客様にメリットのあるサービスの提供が可能となります。

ステップ3 (時期未定)

最後のステップでは、固定とモバイルを融合した端末の提供等、新たなサービスを提供します。ここでは、お客様が固定とモバイルとの区別を意識することなく、高速データサービスや高品質なマルチメディアサービスを、いつでもどこでも最適な通信環境でご利用いただくことができることを目指しています。すなわち、この段階でいよいよ本格的なFMC型のサービスが実現できることとなります。具体的なサービスは、現在検討中です。

「DUOGATE」によるケータイコンテンツとPCの連携

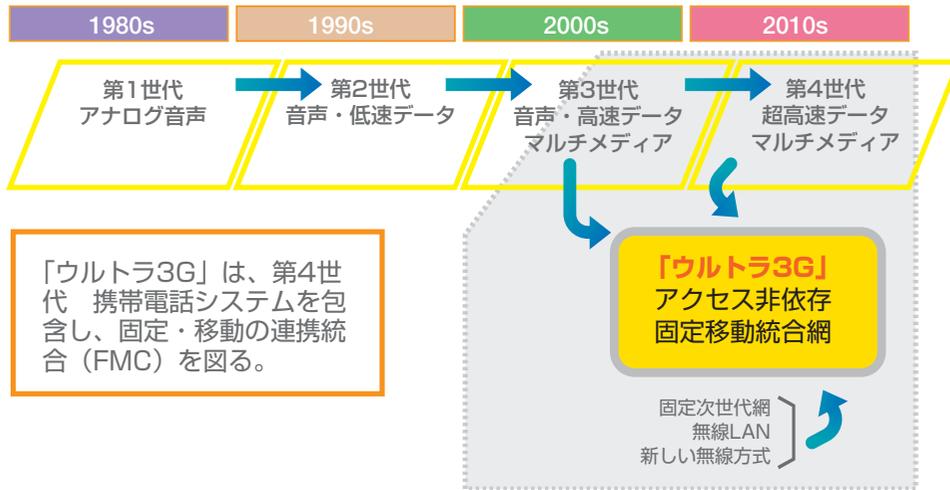
auのコンテンツ分野では、FMC型のサービスが既に始まっています。2005年4月より、当社とエキサイト株式会社との合併によりスタートした「株式会社Duogate」が、新たなPCポータルサイト「DUOGATE」を開設しました。これは、携帯電話とPC（パソコン）との連動により、外出先では携帯電話から、自宅やオフィスではPCから、という利用スタイルを提供する新たなポータルサイトです。携帯電話の長所である、いつでもどこでも手軽に使えるモバイル性やクローズドなネットワークによるセキュアな決済機能と、PCの長所である大きな画面を、それぞれ有効活用することで、お客様にとってより便利な、まさにFMCが実現されているサービスです。

当社では、PCのインターネットで人気のあるコンテンツは、auの「EZweb」において既に実現しています。例えば、ポータルサイトはもちろん、オークション、電子決済、ECなどのサービスがあります。しかし、携帯電話の小さい画面では表現力が乏しいため、そのような短所を補うために、このポータルサイトが活用されるものと考えています。

FMCの展開ステップ

05.5～	ステップ1	固定/モバイルの統合請求、クロスセル
(検討中)	ステップ2	固定/モバイルの通話料金バンドル化 etc.
(検討中)	ステップ3	固定/モバイルの融合端末等新サービス開発 etc.

ウルトラ3G構想



「DUOGATE」によるFMCの一つの例をご紹介します。auオークションに参加する場合、事前にPCポータルサイトから大きな画面を通して商品を確認します。そして、携帯電話のEメールアドレスへURLを送信すれば、いつでもどこでもオークションに参加し、入札することが可能となります。特に、自宅のPCでのみオークションへ参加する場合に比べ、外出中に入札のタイミングを逃すことがなくなるという、非常に便利なサービスです。

ほかにも、「EZweb」の公式サイトを検索するサービスや、携帯電話専用の絵文字を使ったメールがPCから作成できるサービス、auからも入力できるBLOGなど、様々なサービスを提供しております。

このように「DUOGATE」では、auコンテンツをPCと連携させてより魅力的なものにする、という考え方でサービス展開しています。これは、他のPCポータル事業者による、インターネットで人気のあるコンテンツを携帯電話

でも使えるようにする、といった考え方とは全く異なる発想です。そして、こうしたポータルサイトもauがデータ通信料金の定額制プランを提供していることがより一層の効果を生むと考えています。すなわち、FMCの考え方をauコンテンツにも展開することは、シェア拡大のための重要な差別化ポイントとなっていきます。

FMCを推進する組織体制

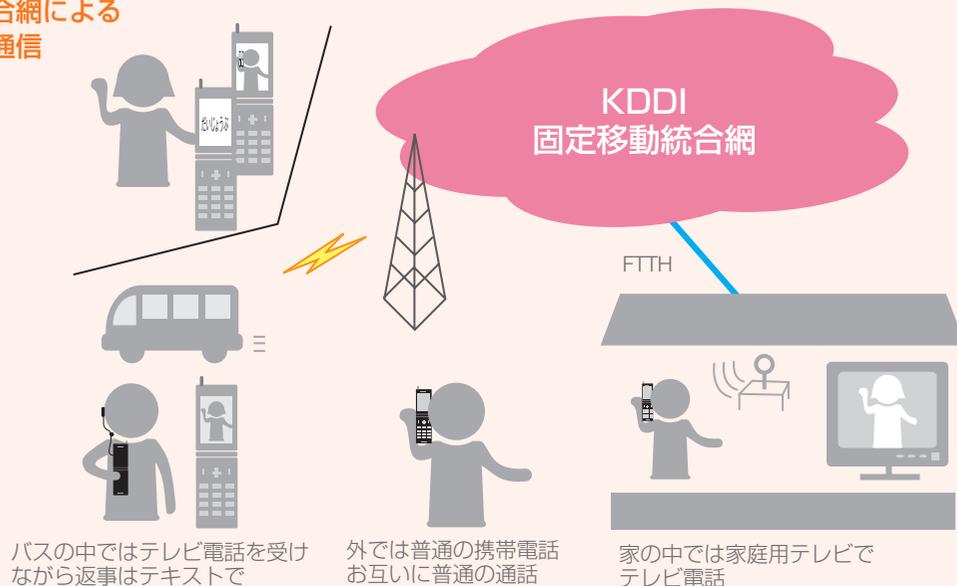
FMCを円滑に進めていくため、当社は組織体制の見直しを行いました。従来から、au事業と固定通信事業は別々の組織で事業運営を行っており、それぞれが独立して採算管理を行っています。このため、事業を跨ったサービス展開は難しい面があったため、2005年4月より組織体制を見直し、FMC推進体制を構築しました。

まず、au事業本部長であった中野伸彦（現代表取締役執行役員副社長）を、全社営業担当として、au事業と固定通信

FMCポータル



固定移動統合網による シームレス通信



事業の両方の営業部門の責任者となりました。同時に、中野の担当する部門として新たにマーケティング本部を設立し、モバイルと固定の両方の市場に対してのマーケティング、調査などを担当する組織としました。そして、当本部内にはFMC推進室を設け、具体的なFMCサービスの検討を行っています。

また、技術部門についてもFMC推進体制の整備を行っています。中でも、技術統轄本部長であった伊藤泰彦（現代表取締役執行役員副社長）を、全社技術担当という、au事業と固定通信事業を含むすべての技術関連の責任者としています。FMCサービスの展開においては、ベースとなるのが、固定であろうがモバイルであろうが関係のないバックボーンの部分のネットワーク統合であり、またIPv6などの新たな技術を積極的に活用していくこともあり、これまでに以上に当社の技術部門の役割は大きなものとなります。

「ウルトラ3G」構想について

2005年6月、当社は「ウルトラ3G」構想を発表しました。これは、現行の3G携帯電話、無線LANのほか、WiMAXなどの新たな無線システムや、ADSL、FTTHなどの固定通信も含めたすべての回線からアクセスが可能であり、かつ各々のアクセス手段には依存しない、固定とモバイルを統合したネットワークシステムです。これは、3Gの先には更に高速化された4G携帯電話がある、といった直線的な進化の系譜とは一線を画した考え方です。当社が固定とモバイルの両方のサービスを持っているからこそ生まれた発想であり、FMCを提供するうえで最終的には核となるであろう非常に重要なものです。当社は、2007年よりこの「ウルトラ3G」のネットワーク構築に着手する予定で、現在準備を進めています。

「ウルトラ3G」によるFMCサービスの例として、固定とモバイルのシームレス通信があります。これは、同じ通話の中で場面に応じて利用する形態が変わっていくというものです。例えば、お客様が携帯電話で通話しながら外を移動している途中、バスに乗っても同じ通話を継続したい場合、バスの中では他の乗客の方の迷惑になるため、音声の通話は控える必要があります。そこで、テレビ電話に画面を切り替え、メッセージをテキストで送信することで、会話を継続します。また、家に戻った後もなお通話を継続したい場合、今度は家庭の大きなテレビ画面を使ったテレビ電話に切替えることも可能となります。このようにFMCでは、お客さまが固定電話や携帯電話といった、現在当たり前のように意識している通信サービス形態を、意識することなくサービスが受けられるようになります。

FMCとユビキタス・ネットワーク社会

今後、通信サービスはより進化したものとなり、FMCを積極的に推進することで、いつでも・どこでも・あらゆる人・モノにアクセスできる「ユビキタス・ネットワーク社会」の到来が、より身近なものとなっていくと考えられます。これは、決して遠い未来の話ではありません。KDDIはFMCによって、このような通信環境の構築を念頭においたサービス展開をしていきます。そして、ユビキタス・ソリューション・カンパニーとしての地位を確固たるものとしていきます。