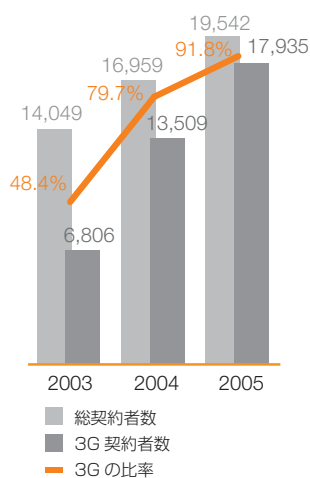


au事業

常に携帯電話の最先端を切り拓く。

時代の流れを見据え、常に最先端の機能と新しいデザインで市場をリードしていきます。

auの3G契約数の推移 (千契約)



サービス概要と特徴

KDDIのau事業は、CDMA方式の携帯電話サービスを日本全国で展開しており、特に「CDMA 1X」および「CDMA 1X WIN」の3G携帯電話サービスが契約数を伸ばしています。他社に先駆けた先進的なサービスと魅力的な端末がお客様から評価をいただき、auは2005年3月末時点において既に3Gの契約比率が90%を超えています。

特に「CDMA 1X WIN」については、通信速度が最大2.4MbpsのCDMA2000 1xEV-DO方式を採用しており、効率的なネットワークインフラを最大限に活用した先進的なデータサービスを、インターネット接続サービス「EZweb」において次々と打ち出しています。コンテンツサービスでは、携帯電話で初めて音楽を1曲まるごとダウンロードできるEZ「着うたフル™」を2004年11月より開始し、累計のダウンロード数も既に1,000万件を超えました。(2005年6月15日時点)

また、料金面では、「EZweb」、Eメールが定額で使い放題となるパケット通信料定額サービス「EZフラット」の名称を「ダブル定額」に改称するとともに提供条件の改定を行い、より幅広い層のお客様にご好評いただいております。

この結果、auの契約数は2004年度1年間で258万件増加し、純増シェアが50.4%と、2年連続No.1を獲得することができました。これにより、2005年3月末の累計



CDMA2000 1xEV-DOは大容量のデータ通信システムに最適な技術です

契約数は1,954万契約となり、累計シェアは22.5%となりました。特に、「CDMA 1X WIN」についてはau全体の16.6%にあたる325万契約と、着実に増加しています。

市場動向と戦略

国内市場における携帯電話の成長率は年々低下してきており、2004年度は市場全体での契約純増数が、前年比13%減の513万件となりました。このような状況下、2006年度からはモバイル・ナンバー・ポータビリティ(MNP)の導入が予定されており、また今後は新規事業者の参入が計画されていることもあり、競争環境は一段と厳しくなっています。

au事業においては、これまで、「魅力的なデザインの端末」「3Gならではのコンテンツ」「低廉で使いやすい料金」の3つをバランスよく提供することで、商品力とブランド力を総合的に向上させてきました。厳しさが増す競争環境の中、これらを継続して実践していくうえで、auが「CDMA 1X WIN」で採用しているCDMA2000 1xEV-DO方式の技術的優位性は、他社との差別化に大きな強みを発揮します。

データ通信に特化した効率的な通信方式

CDMA2000 1xEV-DOは、データ通信専用の技術であり、auの携帯電話サービスでは音声とは別の周波数



帯でデータ通信サービスを提供しています。これは、他社の3G方式であるW-CDMA方式が、音声とデータを同じ周波数帯の中で提供しているのに比べ非常に効率がよく、大容量のデータ通信サービスに適したシステムとなっています。

スピーディなネットワーク構築が可能

CDMA方式の特長である下位互換性は、CDMA2000 1xEV-DOにおいても実現されています。従来のcdmaOneおよびCDMA2000 1xで構築したネットワークの上に、わずかな設備を追加するだけで「CDMA2000 1xEV-DO」に進化させることができるため、サービス開始からわずかな期間でほぼ全国におけるエリアカバレッジを達成することができ、契約数の伸長に大きく貢献しました。

au 事業

EZwebコンテンツ

EZ「着うたフル™」

EZ「着うた®」

CDと同品質の音楽をダウンロードできるサービスで、音楽に強いauとして最大のヒットコンテンツ。EZ「着うたフル™」は、高品質なアーティストの楽曲を、携帯電話だけで1曲まるごとダウンロードして再生できる。EZ「着うた®」については、曲のサビの部分など15秒～30秒程度をダウンロードでき、どちらも着信音としても利用可能なサービス。

EZチャンネル

「CDMA 1X WIN」で楽しめる、映像と音声と文字による番組配信サービス。選んだ番組が深夜から早朝にかけて自動的にダウンロードされ、お客様のご都合に合わせて再生可能。映画の予告編、音楽番組、クイズ番組やオリジナル番組など、約30チャンネルを提供中。

EZムービー

ハイクオリティなムービーを携帯電話でダウンロードできるサービス。「CDMA 1X WIN」においては、最大3分間のムービーを楽しめる。米マクロメディア社のFlash®を使ったアニメーションなども提供。

EZアプリ

本格的なゲームや便利なアプリケーションをダウンロードできるサービス。米クアルコム社のBREW®をプラットフォームに利用しており、CDMAの携帯電話上で快適に作動。

EZナビウォーク

GPSを利用し、カーナビゲーションのように携帯電話が道案内するサービス。歩く速度にあわせて地図が自動的にスクロールし、地図を瞬時に拡大、縮小できる。また、音声や振動でお客様を目的地まで誘導。

EZブック

小説やマンガなどの電子書籍を携帯電話でダウンロードできるサービス。ポータルサイト「EZ Book Land!」では、電子書籍の検索、ダウンロードから、本の購入も可能です。

EV-DOだからできる定額制

このようなネットワーク特性により、「CDMA 1X WIN」におけるデータサービスは、ビットあたりの通信コストが非常に安くなっています。他社に先駆けていち早く定額制料金プランの提供ができたのも、このためです。

このような技術的優位性を活かし、auでは、お客様にとって価値の高いサービス提供を行っています。なかでも、EZ「着うたフル™」や、ゲーム、動画、書籍などの大容量かつ定額制ならではのコンテンツを次々と提供することで、他社との差別化を図っていきます。

定額制により広がるコンテンツ

auで提供するコンテンツサービスは、基本的にはプロバイダーサービスとなっています。「CDMA 1X WIN」での定額制導入により、より多くのお客様にコンテンツを利用いただけるようになり、プロバイダーにとっても様々な可能性が拡がり、新しいコンテンツが次々と生まれています。auはコンテンツ情報料の一部を回収代行手数料として収益としています。

ポータルサイトの強化とリアル連携

定額制によってコンテンツの利用がより日常的かつ身近なものとなったため、auのインターネット接続サービ

ス「EZweb」のポータルサイト（トップページ）へのアクセス数が、飛躍的に増加しています。そこで、コンテンツの利用を更に拡げるため、auではポータルサイトの強化を図っています。具体的には、Flash®のアニメーションを使って、立体的でわかりやすい表示を行い、ジャンル別のメニュー紹介から広告の掲載まで、魅力ある様々なコンテンツへの入り口にふさわしいものへと改良しています。

また、ダウンロード型のコンテンツについては、お気に入りのコンテンツを携帯電話の小さな画面で検索するには時間がかかります。お客様が着実にダウンロードしていただけるよう、人気ジャンルにはそれぞれのポータルサイトを設けています。そしてそれらのポータルサイトでは、関連する商品の販売も行っています。例えば、携帯電話初の書籍ポータルサイト「EZ Book Land!」では電子書籍を検索、事前にダウンロードして確認でき、実際の本の購入も可能です。また、音楽系ポータルサイト「EZ Music!」でも、EZ「着うた®」、EZ「着うたフル™」の検索、ダウンロードに加え、実際の本の購入をすることができます。なお、これらの代金は従来のコンテンツ同様、auの通信料金とあわせて支払うことが可能となっています。このように、auは携帯とリアルとの連携によりお客様の利用頻度を増やし、通信と通信以

au design project

2001年にスタートした「au design project」は、「デザインという視点から携帯電話を見直す」というコンセプトで、これまでに外部デザイナーとのコラボレーションにより様々なコンセプトモデルや実際の商品を生み出してきました。今年度についても、2004年10月に「talby」、2005年2月に「PEICK」と新たに2つのモデルを発売しました。また、このプロジェクトは、すべてのauのプロダクトデザインに関わっており、商品力とブランド力の向上を図るうえで、大きな役割を担っています。「au design project」は、「ケータイの未来をデザインする」という使命のもと、今後も携帯電話の新たなデザインを提案し続けていきます。



talby (creative design: Marc Newson)



PEICK (creative design: Makoto Saito)

外の収入のそれぞれについて、拡大していこうと考えています。

モバイルソリューションによる法人向け販売の強化

個人が携帯電話をほぼ一人一台保有している状況で、auの契約数を更に増やし、今後もビジネスの拡大を図っていくためには、法人の利用に特化した携帯電話を提供していくことが重要となります。KDDIでは、法人のお客様の業種・業態に応じたきめ細かいソリューションを提案するモバイルソリューションの分野で、独自性のあるサービスを開発し端末とのセット販売を強化しています。

特にauの携帯電話は、アプリケーションのプラットフォームに「BREW®」を採用していることから、企業毎のカスタマイズが容易になっており、主に携帯電話のモビリティを活用できる分野を中心に、販売を伸ばしています。例えば、営業マンのスケジュール管理・業務報告機能や、GPSでの位置情報を使った効率的な車両や要員配置、また一斉の緊急連絡などの同報サービスの提供が可能となっています。

また、2005年4月の「個人情報保護法」施行により、厳格な個人情報の保護が求められるようになり、携帯電話内のアドレス帳に登録された個人情報についても、

セキュリティ対策が必要です。そこで、KDDIが開始した「ビジネス便利パック」では、管理者側のPCから社員を持つ携帯電話内のアドレス帳情報を削除できる機能を提供することで、紛失時のリスク管理に対応しました。このように、法人のお客様にとって必要な機能を次々と打ち出していくことで、法人向け携帯電話の販売を拡大していきたいと考えています。

OFFICE WISEでの企業内線ソリューション

法人企業における大規模なモバイルソリューションの提供にも積極的に取り組んでいます。2004年11月から開始した「OFFICE WISE (オフィスワイズ)」は、オフィスビルなどの特定のエリア内にauの設備を設置することで、登録されたau携帯電話によるエリア内の通話を、定額料金で提供するサービスです。既存のPBX内線電話とも連動可能で、内線電話とau携帯電話との通話も定額となっており、比較的大規模の事業所へ販売しています。また、当サービスで登録される携帯電話は、社員が現在お持ちのau携帯電話でも可能なため、事業主にとっては導入障壁が低く、これから伸びて行く分野であると考えています。

固定通信事業

より効率的な固定通信ネットワークへ。

KDDIは最先端のサービスとお客様のニーズにあったソリューションサービスをよりリーズナブルな価格で提供するために、固定通信ネットワークを革新していきます。

サービス概要と特徴

固定通信事業では、音声電話サービス、ブロードバンドでのインターネット接続サービスなど、各種固定通信サービスを個人ならびに法人のお客様に提供しています。

当事業では、2005年2月より新たな固定電話サービス「KDDIメタルプラス」を開始しました。最新のIP技術を利用した高品質でコストの安い効率的なネットワークを構築することで、従来よりも低廉な電話料金を実現しています。またこのサービスはNTTに代わってKDDIが電話回線を提供するサービスであり、従来のNTT加入電話番号をそのまま使うことができます。「電話のみで十分」というお客様をターゲットとしたサービスですが、インターネットを利用される方には、ADSLまたはダイヤルアップでの接続を提供しています。

一方、より高速なインターネット接続サービスを志向されるお客様には、光ファイバーによる通信サービス「KDDI光プラス」を販売しています。こちらは個人のお客様へ、住居形態に合わせてマンションもしくは戸建タイプを提供しており、「電話」「インターネット」「TV」のトリプルプレイのサービスを実現しています。日本ではADSLが個人向けのブロードバンドサービスとして普及していますが、KDDIでは今後は光ファイバーがブロードバンドの本命になると考えており、光ファイバーの本格的な普及に備えております。また、このサービスにおいてもNTT加入

電話に代わって、KDDIが電話サービスを提供し、従来のNTT電話番号をそのまま使うことができます。

法人向けにも、「KDDIメタルプラス」を提供していますが、こちらは主に小規模事業所向けであり、音声電話、データ通信ともに利用量が多い中大規模の法人向けには、さまざまな付加機能を持つ通信回線を提供しています。また、データセンターやシステム構築に関する独自のソリューションサービス、イントラネット構築に便利なIP-VPNサービス、Ether-VPNサービスなど、利用形態に合わせて多様なメニューを取り揃えており、ソリューション提供という観点から、法人向けにきめ細かな営業活動を展開しています。

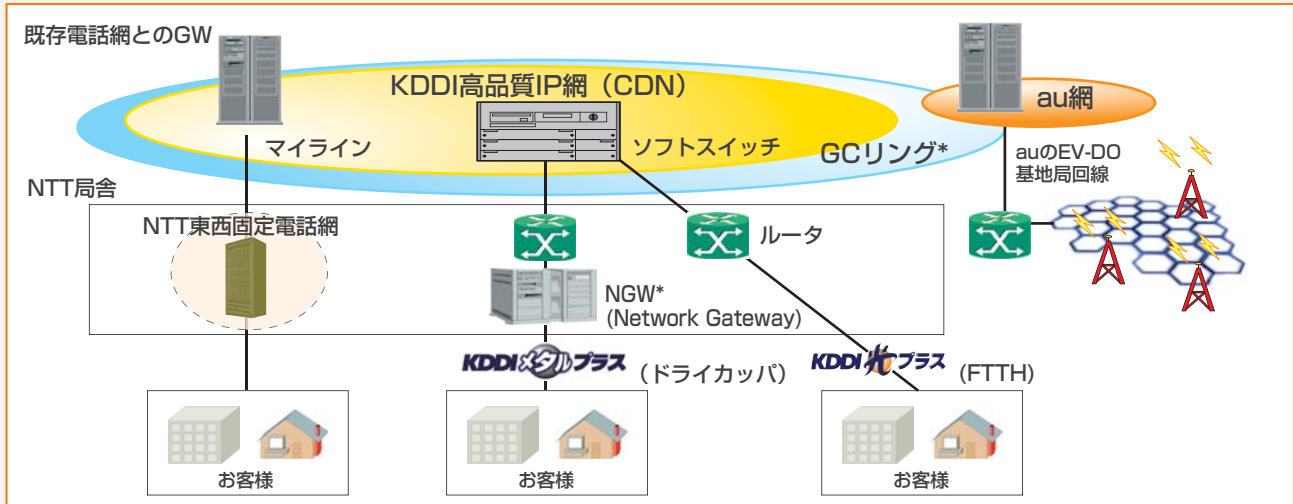
市場動向と戦略

固定電話市場は、従来からNTTが独占してお客様へ電話回線を提供してきており、それ以外の通信事業者は中継サービス部分のみで競争を行ってまいりました。しかし、2001年5月に、お客様があらかじめ利用する中継サービス事業者を登録しておく「マイライン」のサービスが開始され、激しい獲得競争が起り、その結果としてそれら事業者間のシェアはほぼ決まってしまうました。以降、この市場における競争環境は必ずしも活発であったとは言えない状況にあったうえ、携帯電話とEメールの急速な普及もあり、固定電話の市場規模は縮小傾向にありました。一方、NTTへのアクセスチャージの支払いが大きな負担となるばかりで、事業としての収



CDN (Contents Delivery Network) の拡張

CDN: KDDIメタルプラスとKDDI光プラス用の効率的なネットワークシステム



1. GCリング: GC (市内交換局) をリング状に結ぶネットワーク

益性は圧迫される状況にあったわけです。

しかし、この市場において新たな流れが起きました。NTT以外の事業者が、NTTから電話回線を安くリースすることが可能となり、お客様へより安い料金で電話の基本料金を提供することができるようになりました。その制度を利用したサービスが「KDDIメタルプラス」です。これに対抗して、他社も類似のサービスを展開しており、またNTTも基本料金を値下げするなど、縮小していた固定電話市場において新たな競争環境が生まれています。

日本では、ADSLの普及により本格的なブロードバンド時代を迎えようとしています。より高速で高品質な光ファイバーによるサービスについては、それに適うコンテンツが不足していることもあり、市場はまだ立ち上がったとは言えない状況にあります。また、電話のみでよいというお客様も多数いらっしゃるという現状も踏まえ、KDDIは、まずは「KDDIメタルプラス」を提供し、そのようなお客様に対して最新のIP技術により低廉な電話料金を享受してもらうことが先決と考えました。そして、市場の本格的な普及期に合わせて、光ファイバーによるサービス「KDDI光プラス」に柔軟に重点を移していくという戦略です。

KDDIの強み

「KDDIメタルプラス」は、従来の電話サービスと違い、最新のIP技術を利用した高品質で低廉なIP電話サービスを実現

しておりますが、それにとどまらず、au携帯電話サービスとの連携により、請求書統合による割引サービスも開始しております。さらに、KDDIにしかできないサービス展開、すなわちFMC (固定と携帯の融合) 型サービスによって他社との差別化を図ることにより、この分野で一定のシェアを獲得することが可能と考えています。

「KDDIメタルプラス」では、CDN (コンテンツ・デリバリー・ネットワーク) というIPネットワークをバックボーンに利用しています。これは、元々「KDDI光プラス」のために構築を開始したのですが、現在では「KDDIメタルプラス」のニーズも踏まえ、日本全国へエリアを拡張しております。そして、今後販売の重点を「KDDI光プラス」へシフトする場合においても、同じネットワークで容易に対応が可能となるため、需要動向に応じた柔軟な販売戦略をとることができます。

また、KDDIは2007年度末までに全ての固定電話網をIP化することを計画しており、CDNはその中心ネットワークとして非常に重要な存在となります。一方で、au携帯電話ともネットワークの共有化を進めており、KDDI全体として、効率的なネットワーク構築を行うことで、ネットワーク面でもFMC (固定と携帯の融合) を実現し、今後の競争に勝ち残っていきたくと考えています。

ツーカー事業

より多くの方々に携帯電話を。

KDDIのツーカー事業は「シンプルであること」に焦点を当て、最先端の携帯電話でカバーできない市場を開拓していきます。

サービス概要と特徴

KDDIのツーカー事業は、子会社であるツーカー3社が、関東、東海、関西のそれぞれの地域でPDC方式の携帯電話サービスを提供するものです。ツーカーはauとは異なり、2Gの携帯電話サービスを低廉な料金で提供しています。また、auと同じEZwebシステムを使うことで、メール、インターネット、着信メロディや各種コンテンツのダウンロードなど、基本的なデータサービスも提供しており、機能を絞った「シンプル」な携帯電話を求めのお客様を中心にご利用いただいています。

ツーカーの携帯電話ラインナップの中でも、究極のシンプル携帯として2004年11月より発売開始した「ツーカーS」は、今や当たり前となった液晶ディスプレイをもなくした音声通話機能のみの携帯電話です。他にも、音がクリアに聞こえる骨伝導スピーカーを搭載した端末、機能を削ぎ落とし15mmという薄さを実現した端末など、ターゲットのニーズを明確にした端末とサービスを提供することで、auとは明確な棲み分けを行っています。

市場動向と戦略

現在の携帯電話市場は、本格的な3G競争の最中にあり、店頭で販売されている携帯電話のほとんどが3Gとなってきています。便利で様々な機能が盛り込まれている3G携帯電話は、若年層にとっては何の抵抗もなく使うことができますが、高齢層には使いこなせない機能も多く携帯電話そのものが敬遠されがちでした。そこでツーカーは、2003年以降、音声とメールが中心の使い方を求めるユーザー層をメインターゲットに据え、2G携帯の特性を活かしたシンプル路線の徹底を図ってきました。具体的には、料金体系のシンプル化、端末操作のシンプル化、取扱説明書のシンプル化など、商品・サービスの機能を必要最小限に絞り込んできました。

このような戦略をとってきた成果が、ツーカーのお客様の中に現れてきました。ツーカーのお客様の年代層を見ると、50歳代、60歳代の割合が他と比べて大きく上昇しています。40歳以下の層については、3Gへと移行されるため減少していますが、ツーカーのシンプル路線を支持するお客様は確実に増加し根付いてきています。



発想はシンプルでした。
それが多くの方々のご賛同を得ました。

機種名	ツーカーS
サイズ（幅×高さ×厚み）	約48×121×18ミリ
重さ	約87グラム
連続通話時間	約240分
連続待受時間	約840時間



ツーカーS

これらのお客様はいったん携帯電話を購入すると、比較的長い期間同じ端末をお使いいただく傾向があり、当社としても携帯電話端末の買替えに伴う負担が低下し採算性が向上しています。また、最新の3Gシステム開発や設備投資負担もありません。このように、ツーカーは効率的な事業運営の展開により、契約数は漸減しているものの、結果的に2004年度は前期比で増益となりました。

ツーカーS

2004年11月より、ツーカーのシンプル路線を究極的に具現化した携帯電話「ツーカーS」を発売しました。「ツーカーS」は音声通話機能のみに仕様を絞った携帯電話で、電話帳、発着信履歴といった機能もたず、「説明書不要、黒電話ほどのカンタンさ」を実現しています。このため、充電池が非常に長持ちし、連続待受時間は約840時間となりました。（参考：auの一般的なWIN端末の場合：250～300時間程度）また、音声通話のしやすさを考えて大口径スピーカーを搭載することで相手の声を聞き取りやすくしたほか、電話番号をダイヤルし

やすいようボタンを大きめにするなど、特徴のある端末となっています。

発売当初、これまでにない特徴から大きな注目を集め、ツーカー全体の販売台数が一時倍増するほどの販売成績を残しました。この結果、2004年11月～2005年1月までの月間契約数が、3年ぶりに純増となりました。

実は、ツーカーSの構想はKDDIが合併した当初からありましたが、各社が携帯電話の進化にしを削っている中、綿密なマーケティングに基づく商品開発を行ない、その後もお年寄りが多く集まる町でアンケート調査を実施するなどの過程を経て、発売に至りました。日本はこれから少子高齢化社会を迎えますが、このような社会に向けて、ツーカーは一つの大きな市場を創造したと考えています。

トピックス

「愛・地球博」への取組み

2005年3月25日から愛知県にて開催されている21世紀初の国際博覧会である「愛・地球博」(愛知万博)は、「自然の叡智」をテーマに、環境・IT・交流という視点から、日本が未来社会に向けて発信する最先端技術や新社会システムに、世界中から注目を集めています。

KDDIは、この国家プロジェクト「愛・地球博」に、イベントへの協賛のみならず、博覧会運営の骨格となるIT、ITS技術を駆使した各種ソリューション事業について、様々なノウハウを持つ日本有数の企業とのコラボレーションの中心的役割を担って参画しております。そして、KDDIのソリューションや先端の技術開発を世界にアピールするとともに、こうした経験を今後のさまざまなサービスに有効活用していきたいと考えています。

○ 観覧予約

博覧会として世界初となる、パソコン・携帯電話からパピリオン・イベントの観覧を事前に予約できる「事前予約サービス」と、観覧当日にパピリオン前の専用端末から予約する「当日予約サービス」を提供しています。このサービスは、17館のパピリオンや各種イベントで利用されています。

○ サポートナビ

会場までの行き帰りの交通手段や観覧計画を、公式サイト上からプランニングしておく、観覧当日に交通機関の運行状況や道路交通情報、会場内情報を携帯電話でリアルタイムに確認できる便利なサービスです。また、お客様が入力された情報は、ITS情報として輸送計画や交通情

報の基礎データとして会場運営に役立っております。KDDIは、これらのシステムを総合的に構築・運用しています。

○ “愛・MATE” (ハイブリッド情報端末)

“愛・MATE”は、電話・メール・ブラウザ・アドレス帳の機能を持ち、スタッフ間の連絡、来場者への会場案内、会場運営情報の参照に利用されています。また、観覧予約の確認や、IT先端技術の実験に使用するなど、さまざまな場面で会場運営をサポートしています。センター側では、約5000台の“愛・MATE”の使用状況や入出庫の管理、端末へのダウンロード等が可能であり、KDDIが提供するソリューションの一つのモデルケースとなっています。

○ 「愛・地球博」公式サイト&情報センター

愛知万博とその関連情報を発信する公式サイトを構築し、多様な情報の収集・編集から、PC、携帯、大型映像モニター、TVなど多様なメディアへの情報配信を一元的に行なう未来型情報センター(マルチソース・マルチデバイス)を運用しています。また、これらの情報は観覧予約やサポートナビとも連携しています。

○ 協賛事業

ナイトイベント「こいの池のイブニング」の協賛に加え、万博でIT&ITS事業やauサービスの紹介、“愛・MATE”の体験ができるブース「こいの池-K STATION」を出展しています。

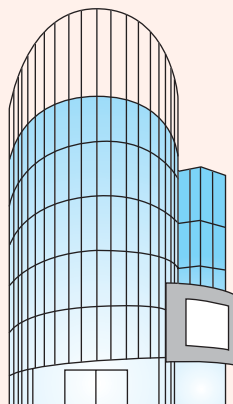


KDDI DESIGNING STUDIO

「KDDI DESIGNING STUDIO」(KDDI デザイニング スタジオ)は、コミュニケーション、マーケティング、コラボレーションの3つの機能をもつ企業コミュニケーション施設として、東京・原宿に2005年3月にオープンしました。雑踏の中にひととき目立つ斬新な外観のこの施設では、auはもちろん、KDDIのさまざまなサービスと触れあい、楽しんでいただくことができます。特に、若者文化の最先端である原宿という場所で新鮮で魅力的な提案を発信することで、お客様と共に新たなコミュニケーションの可能性を探っていきたいと考えています。そして、KDDIの企業スローガンである“Designing The Future”(未来の通信社会をデザインしていく)を、具現化していきたいと考えています。

フロア紹介

- 5st リラクゼーション スタジオ
屋上緑化を施したスカイガーデン
カフェ。
- 4st コラボレーション スタジオ
セミナー・ワークショップルーム。
- 3st クリエーション スタジオ
バーチャル映像や次世代端末など
が展示され、KDDIの未来を体験で
きるスペース。
- 2st プレゼンテーション スタジオ
au携帯電話が多数展示され、EZ
「着うた®」試聴など、コンテンツ
体験もできる。
- 1st コミュニケーション スタジオ
ライブ・トークショー用のイベ
ントステージ。



(KDDI DESIGNING STUDIOの外観)



(KDDI DESIGNING STUDIOの中)