

## 次なる成長を目指して

「戦略とスピード」をキーワードに、一層の顧客基盤の拡大と新たな事業ドメインの開拓・育成を推進します。

2005年度（2005年4月1日から2006年3月31日）はKDDIが次なる利益成長に向けて新たなステージに踏み出した最初の年であり、顧客基盤拡大と「戦略とスピード」をキーワードに舵を切った年でもあります。先ずはこの2005年度の成果と、更なる成長に向けた今後の戦略についてご説明させていただきます。

### I. 2005年度の業績と分析

2005年度は固定通信市場における直取型サービスの提供や、移動通信市場においては今年度秋に始まるMNP(Mobile Number Portability/携帯電話会社が変わっても電話番号が変わらないサービス)に向けて第3世代携帯電話のサービス・料金プランの拡充を図るなど、事業者にとって新たな局面を迎えた1年でした。また、NTTの独占的支配力に対し、公正かつ健全な競争の在り方について議論が活発化した年でした。

2005年度のKDDIの連結損益状況の詳細につきましては、「各事業セグメントのレビュー」及び「財務概況」をご参照いただきますが、概略は以下の通りです。

\* 好調な移動通信事業が固定通信事業の赤字を吸収し、連結ベースでは営業収益は3兆608億円（前期比4.8%増）、営業利益は2,966億円（前期比0.1%増）、当期純利益は1,906億円（前期比5.0%減）となりました。

\* 移動通信事業においては、第3世代携帯電話の契約数が順調に増加した結果、営業収益は前期比8.6%増の2兆5,104億円、営業利益は前期比21.3%と大幅増の3,544億円となりました。

\* 固定通信事業では、「KDDIメタルプラス」の拡販並びに株式会社パワードコムとの合併の影響もあり、営業収益は前期比3.9%増の6,193億円となりました。しかしながらメタルプラス販売拡大のための作業委託費並びにコミッション等営業費用が増加したことにより、当期の営業損失は613億円となりました。

これらの結果を踏まえ、株主還元については年間の配当額を1株あたり8,000円としました（2004年度6,900円）。

単体ベースでの配当性向は20.8%となり、2005年度も当社が当面の目標とする配当性向20%超を実行することができました。今後も更なる成長への積極的な投資を勘案しつつ、安定配当の持続に努めてまいります。

### II. 2005年度における各事業の取り組み状況

#### 1. 移動通信事業

2005年度は移動通信事業において、音楽に強いauを進化させたLISMO（au LISTEN MOBILE SERVICE）等第3世代携帯の特性を活かした新サービスの投入により、顧客基盤の更なる拡大を図ってまいりました。auはお客様満足度ナンバーワンの評価を背景に、顧客リテンションに努めた結果、解約率に関しましても改善が進んでおります。これにより顧客基盤と収益の拡大については目標を上回る成果を残すことができました。

また2005年10月に、KDDIは株式会社ツーカーセルラー東京、株式会社ツーカーセルラー東海、株式会社ツーカーホン関西を吸収合併し、同月よりツーカーのお客様についてはauへのご契約変更時に電話番号が引き継げるようになりました。さらに、2006年2月からはEメールアドレスの引き継ぎも開始し、円滑に移行を進めました。ツーカーからauへの移行は今年秋のMNP本番に向けてスムーズな運用体制を構築する上で、非常に大きな経験となりました。

#### 2. 固定通信事業

固定通信事業においては、2005年度は「KDDIメタルプラス」の上期のエリア拡大の遅れが回線開通に影響し、作業委託費並びにコミッション等コストが先行したため、赤字幅が当初の見込みより膨らんだ結果となりました。しかしながら下期の着実なエリア拡大に伴い、2005年度末には回線開通も目標の170万回線に対し180万回線とベースアップし、2006年度に向け一定の足場は築けたと考えております。

また、今後の固定通信事業基盤強化の観点から、2005年10月に東京電力株式会社と通信事業の包括提携について合意いたしました。これに伴い、FTTH事業におけるプレ統合サービスとして2005年11月より「KDDI&TEPCO光キャンペーンプラン」の提供を開始いたしました。さらに2006

年1月には、法人のお客様向け広域イーサネットサービス市場においてトップシェアを誇る株式会社パワードコム（以下パワードコム）と合併いたしました。

### 3. FMC (Fixed and Mobile Convergence : 固定と携帯の融合)

FMCの加速に向けての第一歩として2005年5月の固定電話と携帯電話の統合請求「KDDIまとめて請求」の開始に続き、2006年1月には、au 携帯電話とPC がシームレスに連携する業界初の総合音楽サービスLISMO サービスをスタートさせました。また、2005年6月には固定と移動のIP統合網「ウルトラ3G」構想を発表しました。

組織的にもFMC推進に向けて、2005年12月1日付けで事業体制を再編し、マーケットセグメントを新たに個人と法人とに分けて、モバイルと固定の事業を統括する、コンシューマ事業統轄本部と、ソリューション事業統轄本部を設けました。また、この組織改正にあたり、移動通信と固定通信間で積極的な人事交流を行いました。

### Ⅲ. 今後の事業展開について

今後の持続的な成長に向けて、展望を以下のように考えております。

\* 今後、通信市場全体ではFMCや通信と放送の融合が進み、従来のトラフィック収入に加え新たな事業であるコンテンツ・メディア系サービスが更に伸びるものと予測されます。

\* こうした中、KDDIが独自の強みをマーケットで具現化していくには、移動、固定双方で更に事業基盤の強化を図る必要があります。

このような認識のもとで、MNP、固定通信事業におけるFTTHを巡る戦略的提携、コンテンツ・メディア事業への取り組み強化がKDDIにとって大きなポイントになると考えています。このアニュアルレポートでは、これらを現場で推進しているキーパーソンが現状での取り組みをご説明させていただきます。KDDIが考える具体的な中期戦略の一端をご理解いただければと思います。

#### 1. 移動通信事業

国内の移動通信市場は、2005年11月に新規事業者の参入が決定、さらに2006年3月にはソフトバンクによるボーダフォンの買収など、ここ1年で急激に変化しております。当社は、これら事業環境の激変に対し、今後とも総合的な商品競争力の強化を図り、お客様サービスの向上に努めてまいります。また、この秋に予定されているMNPの導入について



小野寺 正 代表取締役社長兼会長

は、実際にどれだけのお客様が動くか読みきれませんが、市場での流動性が高まればそれだけ当社にとっては顧客基盤拡大のチャンスになると見ています。当社はこのMNPにおいて高品質なネットワークインフラをベースとし、端末、コンテンツ、料金の総合力で一層の顧客基盤拡大を目指します。また、大容量かつ高速なブロードバンドサービスEV-DO Rev. Aを2006年内に展開する予定です。EV-DO Rev. Aの技術的特性を活用したau独自のサービスについても開発を進め、データサービスのインフラ優位性堅持による商品競争力の強化を図ります。当社の移動通信市場における累積シェアは、2005年度末時点で27.7%であり、早期にシェア30%、3,000万契約の達成を図りたいと考えています。

今後は、新たな収益基盤として、新事業ドメインを開拓、育成をしていくことが大きな課題となります。具体的には、コンテンツ・メディア事業、法人市場を中心としたモバイルソリューション事業の育成に積極的に取り組んでまいります。

#### 2. 固定通信事業

メタルプラスサービスについては、2006年度には前年に開通したお客様の売上が寄与しますので、採算も大幅に改善し、2007年度には黒字に転換する予定です。

また、2006年度はFTTH事業の本格展開に向けて着実に準備を進めてまいります。2006年6月1日よりKDDIと東京電力が協力して提供するFTTH統合サービス「ひかりone」を、本格的に開始しました。今後については、2007年1月を目途に東京電力のFTTH事業についても当社に統合する方

向で現在検討を進めております。まず、ブロードバンド世帯の多い関東エリアで、東京電力との協業によるFTTH事業の成功モデルを作ることに着手いたします。

法人のお客様向けサービスでは、今後、拡大が期待される広域イーサネットサービス市場において、「KDDI Powered Ethernet (KDDI パワードイーサネット)」を主力サービスと位置付け、パワードコムが強みであった、高品質なサービス、サポート体制などを最大限に活かし、法人事業の強化を図ります。

### 3. FMC

KDDIは「ウルトラ3G」構想を軸にFMCに向けての準備を着実に進めております。将来的なネットワークバックボーンとなるCDN（コンテンツ・デリバリー・ネットワーク）についてもほぼ構築を完了し、2008年3月末には世界に先駆け固定電話網のIP化を終了する予定です。さらに、現行の第3世代携帯電話、無線LANに加え、「次世代CDMA2000」などの新たな無線システムに、ADSLやFTTH等の固定アクセスを包含しつつ、各々のアクセス手段には依存しない固定・移動を統合したネットワークシステムを構築いたします。これにより、お客様が固定通信と移動通信との区別を意識することなく高速データ通信や高品質マルチメディア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サービスを提供いたします。

(CDN：Contents Delivery Networkの略。音声、動画など、一定の品質保持が要求されるコンテンツを配信するために、優先制御や配信制御技術などを盛り込んだ高品質IPネットワーク。)

### IV. CSR活動について

事業の公益性を鑑みると、利用者の皆様のサービス利用環境の最適化に努めることこそが、当社の最大の社会的責務であると認識しております。また、CSR基盤の充実をベースとして、お客様をはじめとし株主・投資家の皆様を含むすべてのステークホルダーの満足度を高めるTCS（トータル・カスタマー・サティスファクション）活動を一層推進することにより、企業価値の更なる増大、ブランド力の強化に努めてまいります。

KDDIでは、「コーポレートガバナンスの基本方針」を策定し、ガバナンスの体制を明確化するなど、コーポレートガバナンスの強化に積極的に取り組み、経営の効率化と透明性の向上に努めてきました。2006年度は、KDDIグループ全体の業務の適正を確保する体制を強化するため、「内部統制システム構築の基本方針」の策定や内部統制室の設置など、より一層のコーポレートガバナンスの強化並びに企業クオリティの向上を図っております。

情報セキュリティ、情報開示、リスクマネジメントの取り組みについては、一層の強化を図る一方、地球環境保護を推進することが企業の重要な責務であることとらえ、「KDDI環境憲章」を制定し、環境に配慮した積極的な取り組みを推進し、豊かな社会の実現に努めています。

なお、当社は、当社が提供するインターネット接続サービス「DION」をご利用いただいているお客様に関する2003年12月18日時点の情報約400万名様が外部に流出していたことを、2006年6月13日に報道発表いたしました。お客様をはじめとする皆様に対し、多大なご迷惑、ご心配おかけいたしますことを、深くお詫び申し上げます。当社は、今回のお客様情報の流出を真摯に受け止め、全社を挙げて再発防止に取り組んでまいります。

KDDIは「ユビキタス・ソリューション・カンパニー」として、既存事業を一層充実させるとともに、新たな事業領域を創造してまいります。この過程で重要なことは、KDDIがお客様のニーズを先取りしていく「価値創造企業」でなくてはならないということであり、常にお客様満足度の向上を追求する「お客様重視企業」でありたいと考えております。お客様満足度の最大化こそが、企業価値の最大化を図る最短の道と考えています。この大きな目標に向かって、全社一丸となって邁進してまいります。株主・投資家の皆様並びに全てのステークホルダーの方々におかれましては、今後とも変わらぬご支援とより一層のご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2006年7月



代表取締役社長兼会長  
小野寺 正