

移動通信事業

インフラの強みをベースに、端末・コンテンツ・料金の総合力で顧客基盤を拡大

(注) 2005年10月のツーカーグループ3社との合併に伴い、2005年連結会計年度より「au事業」と「ツーカー事業」を統合し、「移動通信事業」といたしました。

2005年度の事業概況

KDDIの好業績を牽引しているのが移動通信事業です。

2005年度の営業収益は対前年比8.6%増の2兆5,104億円、営業利益は21.3%増の3,544億円と、増収増益となりました。KDDI連結で見た場合でも、移動通信事業が全体の売上の約8割を占めております。なお、当期純利益につきましてはツーカーのPDC設備1,043億円を減損損失に計上したことから、対前年比15.4%減の1,453億円となりました。

移動通信事業では、auの第3世代インフラの強みを活かし、携帯電話端末、コンテンツ、料金の総合的な商品力強化により競合他社との差別化を図ってまいりました。

各事業データから見る2005年度実績

契約数

2005年度末におけるauとツーカーを合わせた携帯電話の累計契約数は2,544万契約(前期比10.0%増)、累計シェアは27.7%となりました。

auの累計契約数は2,270万契約(前期比16.2%増)となり、このうち、第3世代携帯の契約数が2,183万契約と、9割以上のお客様に第3世代携帯電話サービスをご利用いただいております。なかでもCDMA 1X WIN(以下、WIN)については、2005年度末に対前期503万増の828万契約と大きく伸びています。

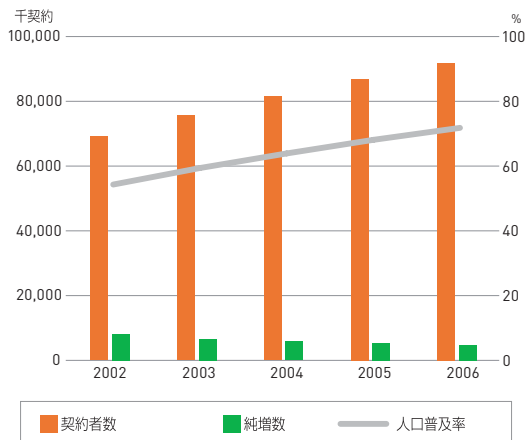
一方、ツーカーのお客様については、2005年10月よりMNP(Mobile Number Portability)に先駆けて、auへの同番移行を開始した結果、2005年度末の累計契約数は274万に減少しました。2006年2月からは、Eメールアドレスの引継ぎも可能になり、2006年3月末時点での同番移行者は約71万となりました。

この結果、au携帯電話の年度純増数は316万契約、ツーカーからの同番移行数を除いた純増数で見ても245万契約となり、auブランドとして3年連続トップとなりました。

auのARPU

2005年度のauのARPUは前期比1.8%減の7,040円となりました。MoUの低下などにより音声ARPU

携帯電話の普及率





W42S (ウォークマン[®]ケータイ)

の減少が続く中で、データARPUが好調に推移しているため、ARPUの減少幅も他社に比べ、緩やかになっています。ARPUが堅調な理由としては、ハイエンドのWINの構成比が順調に増加していることも挙げられます。

auの解約率

2005年度のauの解約率は対前期比0.24ポイント減の1.20%と大幅に改善しました。これは、総合的な商品力の強化による顧客満足度向上に加え、ターゲットを絞ったダイレクトメールなどによる機種変更促進施策が奏功したと見ています。

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、2005年度は市場全体での純増数が、対前年比6%減の480万契約でした。このような状況下、2005年11月には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ポータンフォンの買収発表、2006年秋からはMNPの開始など、競争環境は急激に変化しています。

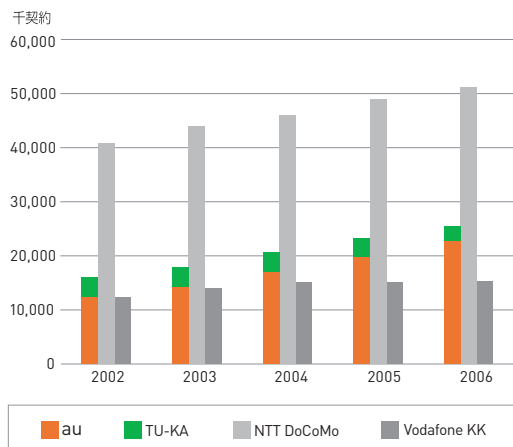
KDDIはこのような環境変化に対し、日本の携帯電話市場においては、インフラ、端末、コンテンツ、料金の総合力こそが、顧客基盤拡大の鍵であると考えております。KDDIはMNPを総合的な商品力でシェア拡大の好機とし、累計シェア30%、3,000万契約の早期達成を図りたいと考えております。

高品質なインフラ -EV-DO Rev. Aへ向けて-

KDDIは現在WINで採用しているCDMA2000 1xEV-DO (以下、EV-DO) 方式を軸に他社との差別化を図っています。EV-DOは、データ通信専用の技術のため、高速・大容量のデータ通信に適したシステムであり、EV-DOの導入により、KDDIはビットあたりの通信コストを大幅に引き下げることができました。EV-DOならではのインフラの強みをベースに、KDDIはEZ「着うたフル[®]」やデータ定額制など、他社に先駆け、次々と魅力的なサービスや料金プランを導入してきました。

競合他社も2006年夏にはHSDPAでEV-DOにキャッチアップしてくるようですが、KDDIは技術を更に進化させ、他社の一歩先を行きます。2006年内にはEV-DOのアップグレード版であるEV-DO Rev. Aの導入を予定しており、下り最大3.1Mbpsへの高速化に加え、上りの速度についても、従来の154Kbpsから

事業者別携帯電話契約数の推移



最大1.8Mbpsへと飛躍的に向上します。KDDIはEV-DO Rev. Aの展開により、商品競争力の源泉であるインフラ面で更に差別化を図っていきます。

魅力的な端末 -充実したラインナップ-

2005年9月には「Edy」「モバイルSuica」などのサービスに対応した、FeliCa搭載端末を投入しました。また2006年2月には、地上波デジタルテレビ放送対応端末「W41H」、ハードディスク内蔵端末「W41T」、デザインという視点から携帯電話を見直す“au Design project”の第5弾として「neon」などを発売いたしました。利便性、機能、さらにデザインの面において、お客様ニーズの多様化に合わせ、ラインナップの強化を図っています。

2006年度は、6月に日本初のウォークマン®ケータイの発売を開始しました。また2006年度よりシャープ株式会社やパナソニックモバイルコミュニケーション株式会社からも新たに端末をau向けに供給頂くなど、MNPに向けて、更にラインナップを充実していきます。

コンテンツ -WINの特性を活かした様々な楽しいコンテンツ-

データ定額制の普及に伴い、通信料を気にせずに手軽にモバイル・インターネットを利用できる環境が整ってきました。今後、携帯電話の新たな利用シーンが拡がり、そこに従来の通信料以外の新たな収入が期待できると見えています。

当社のコンテンツとしては、音楽ダウンロードサー

ビスに強みを持っております。既に多くのお客様にお楽しみいただいているEZ「着うた®」、EZ「着うたフル®」に続き、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「au LISTEN MOBILE SERVICE」(LISMO) を2006年1月下旬より順次開始しました。LISMOでは、インタラクティブに音楽を楽しめる、PC音楽管理ソフト「au Music Port」により、au携帯電話とPCで音楽を共有することが可能であり、音楽に強いauを更に進化させていきます。

音楽ダウンロードサービス以外の新たな動きとして、2005年12月には将来のケータイ向け映像配信サービスの検討に向け、クアルコムジャパン株式会社と「メディアフロージャパン企画会社」を設立し、検討を開始いたしました。また、2006年2月には、「au Shopping Mall (au ショッピングモール)」を開設した結果、まだ金額は小さいですが、物販やオークションなどEコマース関連の売上も急速に伸びています。更に2006年4月には株式会社三菱東京UFJ銀行とモバイルネット金融事業を推進することで合意し、5月にモバイルネットバンク設立調査(株)を立ち上げました。また2006年5月にはGoogle社の検索エンジンを採用し、モバイル向けコンテンツとPC向けコンテンツを統合した検索サービスを提供することに合意しました。

今後も、モバイル特有の「着うたフル®」、電子書籍、ゲームなどダウンロード型のコンテンツサービスを徹底強化し、差別化を図っていくと共に、固定のイ





W41CA



W335A II

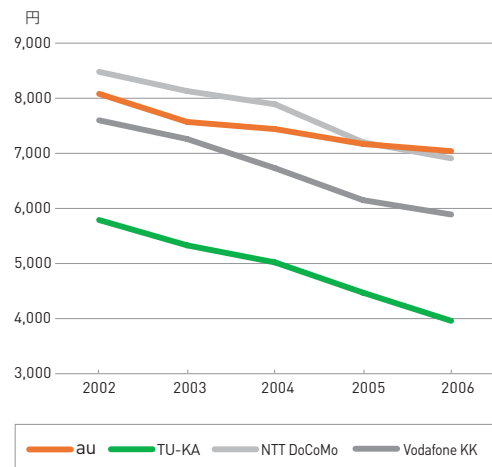
インターネットの強みである情報検索ニーズ等にも応えられるよう、PCサイトビューアーなども積極活用していきます。

料金 -データ定額制をはじめとした、お客様のご利用形態にあわせたメニュー-

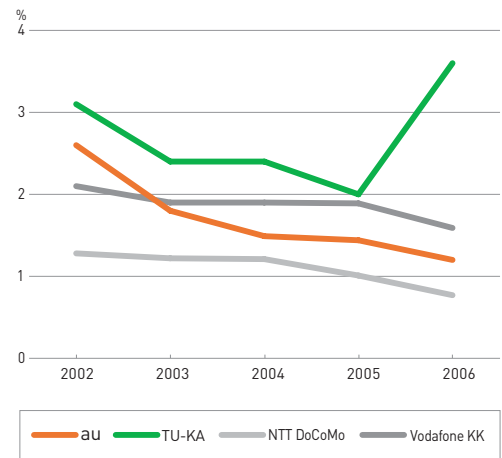
EV-DOのコスト優位性を活かし、リッチなコンテンツをお客様にご利用いただけるように、月額2,000円（税込2,100円）から始まるパケット通信料定額サービス「ダブル定額」をWINに導入していましたが、2005年5月には、さらにより多くのお客様が気軽に利用出来るように、月額1,000円（税込1,050円）から始まる「ダブル定額ライト」も導入しました。従来はそれほどデータ通信をご利用にならなかったお客様を新たに定額制に取り込むことに成功し、「ダブル定額」と合わせて 実にWINのご契約者のうち、8割のお客様にデータ定額サービスをご利用いただいております。

お客様の視点にたった多様な料金メニューを、音声サービスにおいても提供しております。新しい料金メニューとして2006年2月より、2年間の継続利用を条件に、単独回線で契約いただいても、月々の基本使用料を「家族割」と同じ割引率でご利用いただける「MY割」を導入いたしました。また、2006年8月に月々の無料通話分の余りを一定の金額まで、無期限で繰り越すことが可能な「無期限くりこし」の導入を予定しています。

ARPU（1契約当たりの月間平均通話料収入）



解約率



未開拓市場へのチャレンジ -法人向けモバイルソリューション-

KDDIは法人向けのモバイルソリューションビジネスを今後一層強化していきます。この一環として、セキュリティ機能を強化した「B01K」を2006年3月下旬より発売しました。「B01K」は、法人のお客様から要望の高い「長時間通話ができる、セキュリティ機能が充実した携帯電話」として、大容量バッテリーの搭載とリモートでのデータ削除機能などを盛り込んでいます。これにより、外出の多い営業職のお客様などが外出時に電池切れの心配なく、安心してご利用いただくことが可能になりました。

また、au初の無線LAN対応ケータイ「E02SA」を2006年7月より発売予定です。「E02SA」は、au初の無線LAN対応携帯電話として、VoIPによる内線電話とau携帯電話を1台でこなすものです。席を外していても確実に連絡が取れるなど、業務の効率化を図ることが可能になります。KDDIでは、この無線LAN対応のau携帯電話「E02SA」を利用して構築される内線ソリューションの総称を「OFFICE FREEDOM」とし、機器ベンダーなどのパートナー企業と協業して提供していく計画です。内勤者や外勤者を問わず、社内や社外でのコミュニケーションがスムーズとなり、ビジネスの可能性を広げていきます。

このような既存のサービス以外にも、それぞれのお客様のニーズに合わせ個別ソリューションの開発を進めており、今後も力を入れていきます。

ツーカーサービス

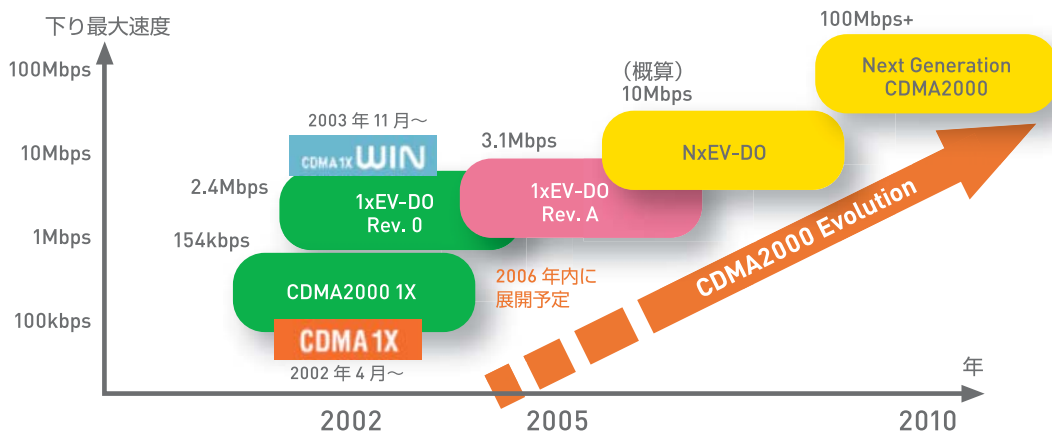
ツーカー3社のKDDIへの合併に伴い、2005年10月よりツーカーのお客様のauへの同番移行を開始しました。また、2006年2月からはEメールアドレスの引き継ぎも可能になったことから、順調にauへの移行が進んでいます。

こうした状況を受け、ツーカーサービスの新規受付を、2006年6月30日をもって終了いたしました。今後、お客様のご利用状況などを踏まえ、ツーカーサービスの終了時期については検討していきます。



W42CA (G'z One)

高品質なインフラ：EV-DO Rev. Aへ向けて



		現行 1xEV-DO (Rev. 0)	1xEV-DO Rev. A
ピーク速度	下り	2.4Mbps	3.1Mbps
	上り	154kbps	1.8Mbps
QoS (Quality of Service) 対応		サービスの種類によらず、全てのパケットが同等にベストエフォート	サービスの種類に応じたパケットの優先制御が可能
適用分野		高速データダウンロード	双方向リアルタイム通信

総合的な商品力の強化

端末	料金	コンテンツ & アプリケーション
	ダブル/定額 ライト PCSV 定額化 MY 割 無期限 くりこし (06.8月~)	au LISTEN MOBILE SERVICE LISMO! EZ「着うたフル」 EZ 助手席ナビ 安心ナビ EZテレビ EZ FeliCa Google の検索エンジン採用 (06.7月~)



固定通信事業

直収化・IP化・ブロードバンド化を軸に事業基盤を強化

2005年度の事業概況

固定通信事業では、音声サービス、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。

2005年度の営業収益は対前年比3.9%増の6,193億円となりました。「KDDIメタルプラス」拡販による音声売上の増加や1月のパワードコムとの合併による第4四半期分の売上の上積みもあり、固定通信事業でもトップライン成長への転換が図れました。営業利益面では、メタルプラスの拡販等によるコストが先行していることもあり、613億円の赤字となりましたが、顧客基盤拡大による売上成長を図ることにより、今後これらの先行投資が利益に結びついてくると考えています。

大きなトピックスとしては、2005年10月の東京電力との通信事業の包括提携に基づき、東京電力とFTTHの統合サービスの推進について合意しました。また法人のお客様向けサービスでは、2006年1月、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、2006年3月にはジャパンケーブルネット株式会社（JCN）へ出資するなど、事業基盤の強化を図ってきました。

2005年度優先課題の「KDDIメタルプラス」への取り組み

「KDDIメタルプラス」はKDDIが提供する直収型固定電話サービスです。NTTに代わってKDDIが電話回線を提供するため、従来の通話料収入に加えて、電話基本料も新たにKDDIの収入となります。「KDDIメタルプラス」は「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による接続を提供しています。

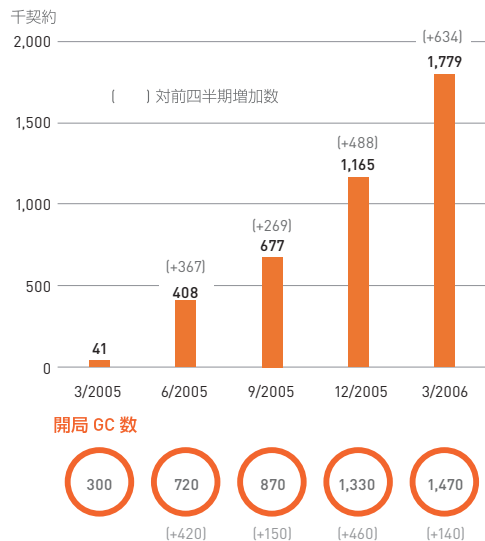
「KDDIメタルプラス」の年度末の開通実績は180万回線となりました。上期には、開局エリアの遅れにより回線開通数が低迷したものの、下期にかけて提供エリアが急速に拡大し、回線開通も加速しました。2005年度末のGC展開数は1,470GC、人口カバー率は約65%となっています。

（GC：NTT加入者線交換機（LS）が設置されているセンターのこと）

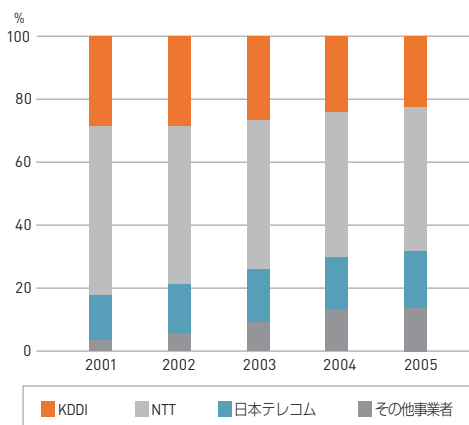
「KDDIメタルプラス」の開通も軌道にのってきた結果、携帯電話・IP電話などへのシフトにより従来減少傾向にあった音声サービスも、2005年度下期には、上昇に転じました。2005年度は立ち上げ期であったため、上期回線開通が遅れた結果、拡販コストが先行し、期間損益で見ると大幅な赤字となりました。



メタルプラス契約数



事業者別マイライン契約者のシェア



市場動向と戦略

日本の固定通信市場は現在、IP・ブロードバンド時代への転換期にあります。公正かつ健全な競争の在り方をめぐり「通信・放送の在り方に関する懇談会」の報告書(2006年6月)においても、「NTT東西のボトルネック設備の機能分離」、「2010年に向けてNTTの在り方の抜本的検討」、「IPマルチキャスト方式を利用した電気通信役務利用放送が著作権法上も放送として扱われるよう速やかに対応すべき」などの方向性が提示されました。

四半期の純増ベースで見ると光ファイバが2005年3月末には初めてADSLを上回るなど、光ファイバ市場の立ち上がりも加速しつつありますが、高品質な光ファイバの特性を活かした映像サービスの普及という観点からは、まだ本格的な立ち上がりとはいえない状況にあります。

「KDDIメタルプラス」の採算性向上

初年度は大幅な赤字となりましたが、現在は回線開通も軌道にのり、売上のみならず、利益面でも予定通り改善の道筋が見えてきたことから、一定の成果が出てきたと考えています。2年目の2006年度については、前年に開通した約180万のお客様の売上がフルに寄与しますので、サービス単体の赤字もほぼ半分になる見込みです。3年目の2007度については、予定通り、通期ベースで黒字化する予定です。

2005年度末時点における「KDDIメタルプラス」の9割以上が個人のお客様ですが、2006年度は2005年11月より開始したISDN対応をフックに中小企業向けについても注力していきたいと考えています。

なお、「KDDIメタルプラス」では、バックボーンにCDN(コンテンツ・デリバリー・ネットワーク)というIPネットワークを利用しており、ほぼ構築も完了しています。今後、販売の重点を「KDDIメタルプラス」からFTTH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になるため、今後のFTTHの需要の立ち上がりに応じた柔軟な販売戦略をとることができます。また、このCDNは将来的には固定と移動の統合網「ウルトラ3G」のバックボーン構築のベースとなる予定であり、KDDIでは効率的なネットワーク構築を行っています。

「ひかりone」(FTTH) 事業展開への準備

東京電力とのFTTH統合サービスについては、2006年6月より本格的な統一ブランド「ひかりone」で統合サービスを開始し、関東エリアでの円滑な立ち上げを推進していきます。これまでKDDIが提供していた大規模集合住宅向けの「KDDI光プラスマンション」を「ひかりoneマンション」に改称して提供するサービスに加え、一戸建て住宅及び集合住宅の3階以下にお住まいのお客様を対象とし

た「ひかりoneホーム」を提供します。この「ひかりoneホーム」では、KDDIのCDNと東京電力の光アクセスネットワークを接続し、1Gbpsの光ファイバを分岐させて利用するGE-PONの技術を採用し、高速・高品質なサービスを提供します。

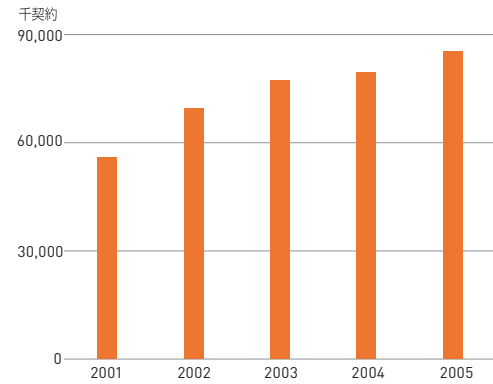
FTTHならではのサービスとして、今後映像コンテンツは非常に重要な位置づけになると思われます。「ひかりone」では、KDDIが提供する映像コンテンツプラットフォームサービス「MOVIE SPLASH」を利用したTVサービスがご利用いただけます。また映像配信においてキーとなる技術はIPマルチキャスト方式です。詳細については「KDDIの事業を支える技術・研究開発活動(P. 31～P. 32)」をご参照ください。

この「ひかりone」を効率的・迅速に展開すべく、2007年1月1日を目途に東京電力のFTTH事業(光ネットワーク・カンパニー)をKDDIに統合する方向で現在話し合いを進めています。まずは、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り、FTTH事業の成功モデルを作ることが先決と考えています。

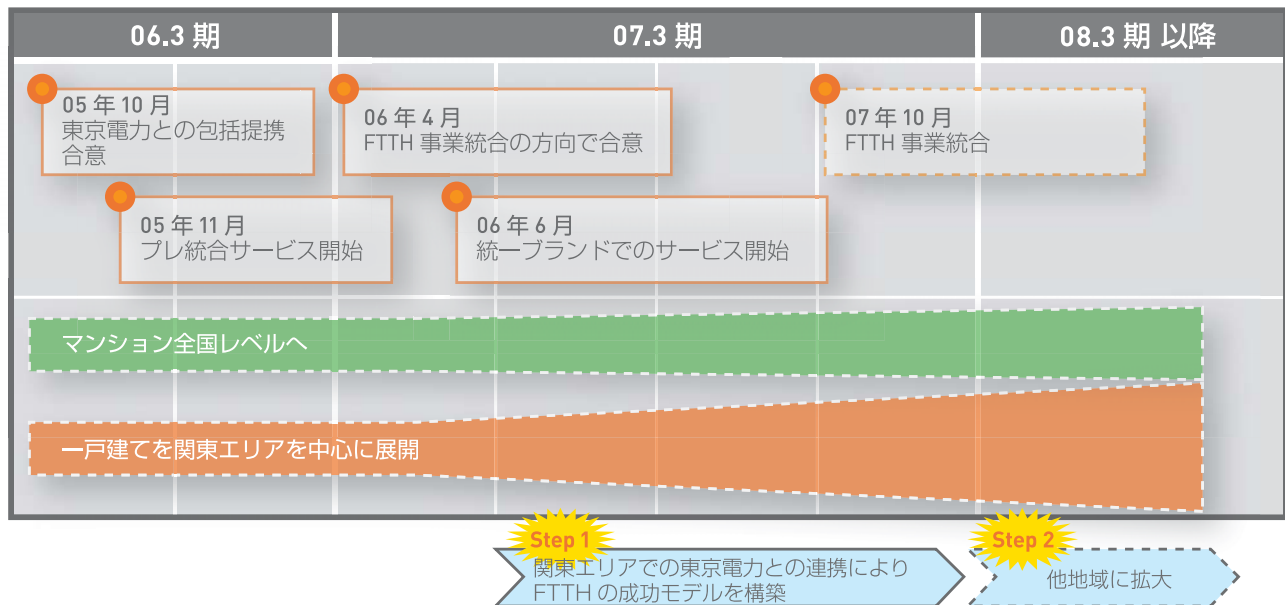
法人向けサービスの強化

2006年1月にKDDIと合併したパワードコムは、競争環境が厳しい法人固定データ通信市場において、

インターネット普及状況の推移



FTTHへの取組み



広域イーサネットサービスのトップシェアを誇るリーディングカンパニーです。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」により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ていきます。また、KDDIの豊富な法人向けサービスと組み合わせることで、より利便性の高いサービス提供が可能となりますので、KDDIは総合的なソリューションプロバイダーとして法人事業の強化を図っていきます。

固定電話網のオールIP化

現在、KDDIは世界に先駆け2007年度末までには固定電話網のバックボーンについてオールIP化を完了させる予定です。ネットワークバックボーン部分において、IP技術を用いることにより、ネットワークリソースを効率的に利用できることに加え、保守・運用の両面においてコストの大幅削減が可能となります。

このようにKDDIは現在直収化・IP化・ブロードバンド化を軸に固定事業の強化を図っています。今後のFMC展開を見据え、まずは、固定通信事業が市場において競争力の高いサービスを提供し、収益基盤を確立することが優先課題だと考えています。

参考：FMCへの取り組みについて

KDDIは2005年6月に、固定と移動の統合網「ウルトラ3G」構想を発表致しました。多様なアクセスを相互連携させ、統合されたサービスの提供実現を目指します。予定では、FTTHや現行の第3世代携帯電話、無線LANに加え、IEEE802.16eなどの新たな無線システムなども包括した、統合的なサービスを提供する固定移動統合網の構築を2007年頃に着手いたします。統合バックボーンを構築するにあたり、現状の固定通信事業は非常に重要な役割を担うこととなります。

