

## 移動通信事業

総合的な商品力強化により顧客満足度向上を目指し、MNPで顧客基盤を拡大

### 事業環境

2006年度末には、日本の携帯電話とPHSを合わせた累計契約数が1億台を超えました。コンシューマ向け市場の成長は鈍化傾向にあるものの、今後も法人市場の伸びにより、まだまだ成長が期待できると見えています。

日本の競争環境を見ますと、2006年10月24日には、携帯電話番号ポータビリティ (Mobile Number Portability : MNP) が開始されました。2006年10月には、ボーダフォン株式会社を買収したソフトバンクグループが市場参入し、MNP開始後に低料金プランを次から次へと発表しました。さらに、イー・モバイル株式会社が新規参入し、2007年3月末にデータサービスを開始しました。

また、公正競争ルールの整備に向けて、総務省の「新競争促進プログラム2010」の下で開催されているモバイルビジネス研究会では、販売コミッションのあり方やSIMロックの解除、MVNOに関する検討など、有識者を交え、現在のモバイルのビジネスモデルについて、様々な議論が展開されています。

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、料金、コンテンツの総合力こそが、顧客基盤拡大の鍵であると考えております。従って、今後もお客様価値の最大化を基本に、個々の施策面で常に競争優位を堅持すべく、フレキシブルな対応を図っていきます。

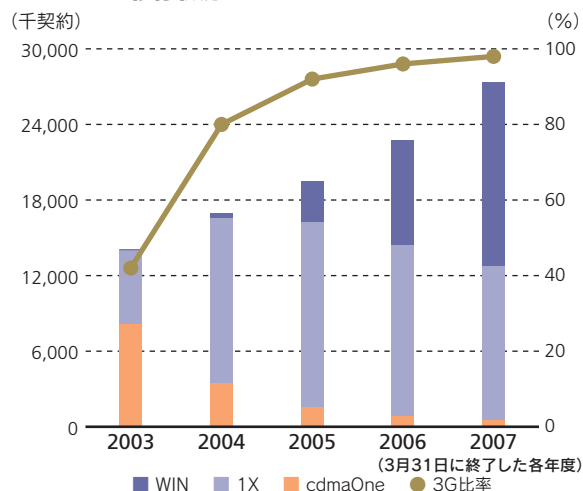
### 2006年度の事業概況

KDDIの好業績を牽引しているのは移動通信事業であり、連結の営業収益の4分の3を占めております。

移動通信事業の2006年度の営業収益は前年度比6.7%増の2兆6,774億円、営業利益は8.8%増の3,857億円と、増収増益となりました。当期純利益につきましては、営業利益の増加に加え、前年度はツーカーのPDC設備1,043億円の減損損失計上もあったことから、前年度比44.2%増と、大幅増益の2,095億円となりました。

移動通信事業において、これまでauでは、第3世代インフラの強みを活かし、端末、料金、コンテンツの総合的な商品力の強化により、競合他社との差別化を図ってまいりました。おかげさまで、auは2006年に全国9地域すべてで「携帯電話サービス顧客満足度No.1」\*の評価を受けました。

auの3Gへの移行状況



顧客基盤拡大のチャンスであるMNPで、auが着実な実績を出すことができたのも、これまでの地道な取り組みがお客様に評価された結果だと考えています。

※ J.D.パワー アジア・パシフィック2006年日本携帯電話サービス顧客満足度調査<sup>SM</sup>。

## 各事業データから見る2006年度実績

### 契約数

2006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2,819万契約(前年度比10.8%増)、累計シェアは29.1%(au:28.2%、ツーカー:0.9%)となりました。

auの累計契約数は2,732万契約(前年度比20.3%増)となり、このうち、第3世代携帯の契約数は2,672万契約と、98%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)は1,455万契約となり、auの契約者全体の53%にまで構成比を高めることができました。

一方、ツーカーにつきましては、2008年3月末にサービス終了予定であり、2006年度末時点での累計契約数は87万契約でした。

この結果、2006年度市場全体の純増数493万に対し、auの年度純増数は462万契約、ツーカーの純減数187万

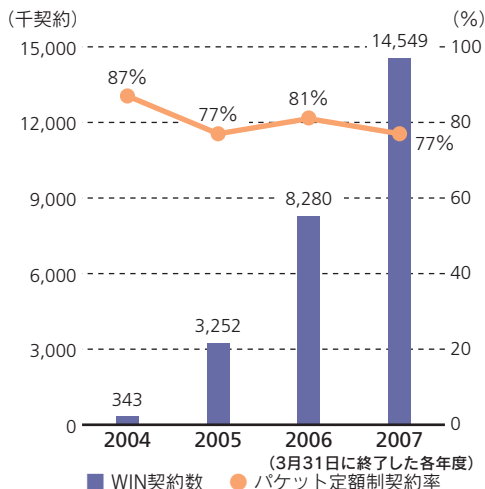
契約を相殺したKDDIトータルでは275万契約で、純増シェアは55.8%(au:93.7%、ツーカー:-37.9%)と、KDDIが通期でトップとなりました。

### MNPの状況

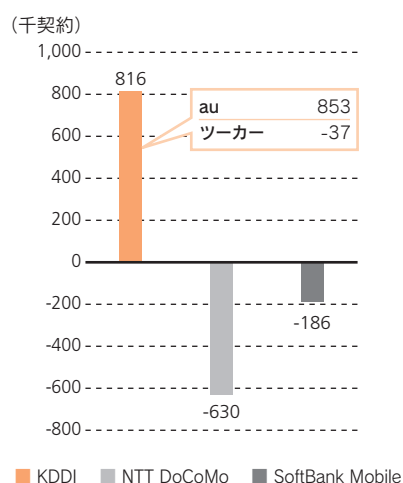
2006年度下期のauのMNPによる純増数は、ポートイン数が1,150千契約、ポートアウト数が297千契約、差し引きの純増数は853千契約と、ポートインがポートアウトの約4倍と好調な滑り出しでした。一方、ツーカーは2008年3月末にサービス終了予定のため、ポートアウトのみ対応しており、37千契約の純減でした。この結果、KDDIトータルでは、816千契約の純増となりました。KDDIだけではなく、市場全体の純増数で見ても、前年度下期が267万契約に対し、2006年度下期が291万契約と伸びていますので、MNPにより市場全体が活性化した面もあると見ています。

MNPの利用率自体は当初予想していたほどではなかったものの、auの場合、MNPにより新規契約の獲得も増え、一方、解約率は低く抑えることができたため、結果として、MNPによる純増は高い成果が得られました。また、落ち込みが想定されたMNP以外の純増も前年度並みで維持することができたため、MNPによる純増がそっくり上乗せになるかたちとなり、前年度比で大きく純増数を伸ばしました。

WINの契約数とポケット定額制契約率推移



各社の2006年度下期MNPによる純増数



MNPで純増になったのは、携帯事業者3社のうち、KDDIのみでしたが、MNPの前後でKDDIの基本戦略が変わったわけではありません。市場では、MNPが始まると、通信料金値下げや販売コミッションの増加等、料金競争が起こるのではないかとの見方もありましたが、次のとおり、auの主要指標を見ても、堅調に推移しています。

### auの解約率

auの解約率は、第2四半期(7-9月期)には0.95%とMNP開始直前の買い控えもあり、低い水準にありましたが、MNP開始後の第3四半期も余り上がりせず、1.00%と低位に推移しました。この結果、2006年度通期の解約率は1.02%と、前年度比0.18ポイント低下しました。

### auの販売コミッション

2006年度のauの販売コミッション単価は前年度と同額の37,000円でした。MNPは一過性のイベントではなく、今後も続く制度です。KDDIはMNP開始後も販売コミッション単価を大幅に引き上げることは考えていないとこれまでも申し上げてきましたが、それは2006年度の実績にも表れています。

### auのARPU

2006年度のauのARPUは前年度比6.1%減の6,610円、うち、データARPUは順調に伸びており、前年度比6.9%増の2,020円でした。一方、音声ARPUは2006年8月から開始した「無期限くりこし」の会計処理の影響もあり、前年度比10.9%減の4,590円でした。

「無期限くりこし」については、会計処理上、無料通話分のうち、お客様が使い切れず、翌月に降に繰り越された分は売上に計上せず、前受けの処理をしています。その結果、導入当初は「無期限くりこし」の上限に到達するまで見かけ上、ARPUは低く出てしまいます。この会計処理の一時的な影響を除けば、一般的にARPUは堅調に推移しており、ハイエンドのWINの割合が順調に増加している点がARPUを下支えしていると見ています。

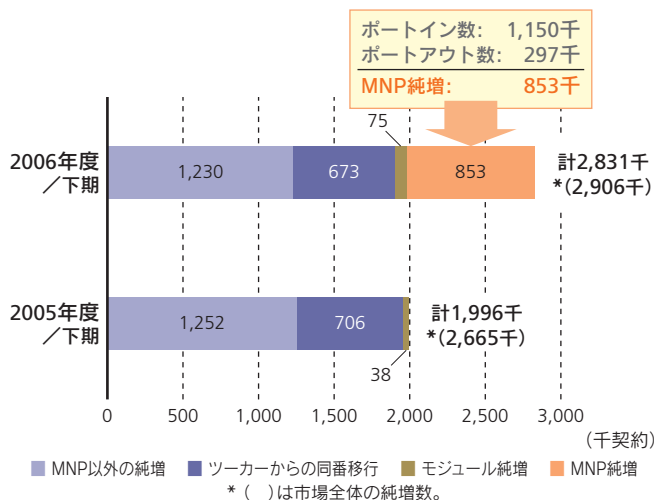
### 総合的な商品力強化に向けた取り組み

2007年度中にはかねてからの中期的目標であったシェア30%、3,000万契約の達成も視野に入ってきました。次に、このインフラ、端末、料金、コンテンツの4項目について、KDDIの取り組み状況をご紹介します。

### 高品質なインフラ ～EV-DO Rev.Aの開始～

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

auの2006年度下期純増数内訳



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「ダブル定額ライト」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。

2006年9月にはEV-DOの機能を拡張し、BCMCS (Broadcast Multicast Service)を導入しました。BCMCSにより、従来の1対1通信のユニキャストから、1対nのマルチキャスト、つまり、多数のユーザ向けの一斉配信が可能になりました。こうした効率的なデータ配信機能を活用し、「EZニュースフラッシュ」や「EZチャンネルプラス」など充実したコンテンツをより手軽にご利用いただけるよう、サービス面での拡充も図りました。

さらに、2006年12月にはEV-DOのアップグレード版であるEV-DO Rev.Aを導入しました。EV-DO Rev.Aでは、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さら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～

日本では「ケータイで音楽といえば、au」というイメージが定着していますが、音楽の次には、映像にこだわるということで、ワンセグ(携帯電話などの移動体向け地上

デジタルテレビ放送)機能の搭載も充実させています。ワンセグ対応機種数は2006年度末までに発売された14機種に加え、2007年夏モデルではさらに7機種搭載と、WIN端末についてはほぼ標準搭載になりつつあります。また、デザインという視点から携帯電話の新たな価値を創出する「au design project」の第6弾として、世界初の26万色QVGA有機ELメインディスプレイ搭載モデル「MEDIA SKIN」を発売いたしました。このように、端末の高機能化、お客様ニーズの多様化・個性化に合わせラインナップの充実を図ると同時に、端末コストの低減で着実に実績が出ているのはauの大きな強みといえ、今後もさらなる商品力の強化を図ります。

また、KDDIが「au design project」のモデルとして発表した「INFOBAR」、「Italby」、「neon」の3製品と「MEDIA SKIN」のコンセプトモデルが、2007年1月にニューヨーク近代美術館(The Museum of Modern Art, New York / MoMA)のコレクションに選定されました。いち早く携帯電話のデザインに注目したKDDIの取り組みが評価されたと自負しています。

### 料金 ～パケット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、多くのお客様がリッチなコンテンツを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」を導入し

### 通信方式によるデータ伝送効率の違い

目的 方式	音声通信/高速データ		ダウンロード強化		アップロード強化/ QoS対応	
	CDMA 1X [CDMA2000 1x]	W-CDMA	CDMA 1X WIN [EV-DO Rev.0]	HSDPA	CDMA 1X WIN [EV-DO Rev.A]	
帯域幅	1.25MHz	5MHz	1.25MHz	5MHz	1.25MHz	
通信サービス	音声+データ	音声+データ	データ	データ	データ	
接続タイプ	回線交換+パケット	回線交換+パケット	パケット	パケット	パケット	
最大伝送速度 (bps)	下り	154k	384k (2M)	2.4M	3.6M	3.1M
	上り	64k (154k)	64k (384k)	154k	64-384k	1.8M
セクタースループット(下り)	約220kbps	約1Mbps	約800kbps	約3-4Mbps	約1Mbps	
効率 (bps/Hz)	0.18	0.2	0.64	0.6-0.8	0.8	

た結果、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ました。「ダブル定額」と合わせて実にWINのご契約者のうち、2007年3月末時点で77%のお客様にパケット定額サービスをご利用いただいています。

お客様の視点に立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います。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、単独回線でご契約いただいても、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」を導入しました。また、2006年8月には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」も開始しています。

### 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～

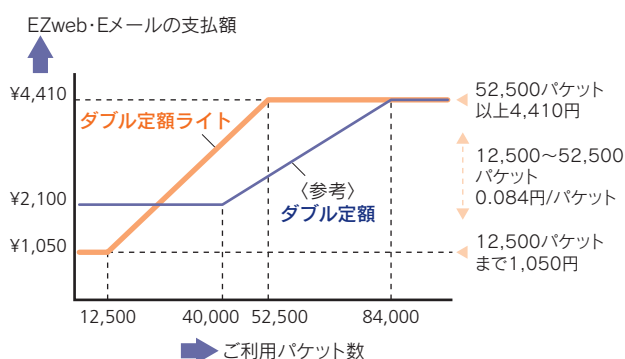
パケット定額サービスの普及に伴い、通信料金を気にせず手軽にモバイル・インターネットを利用できる環境が整ってきました。今後、携帯電話の新たな利用シーンが拡がり、そこに従来の通信料金以外の新たな収入源が期待できると見えています。

KDDIは、特に、音楽ダウンロードサービスに強みを持っています。対応携帯電話端末の普及や、高速ダウンロードが可能なネットワークの全国展開においては、競合他社を圧倒しており、「ケータイで音楽といえばau」というイメージが定着しています。また、音楽に続いて映像への取り組みも強化しており、2006年12月より音楽ビデオを中心としたビデオクリップのサービスも開始しました。

また、2006年7月には、Google Inc.と提携し、他社に先駆け、検索機能の充実にも取り組んでいます。Google検索を導入した結果、検索連動広告が順調に伸びており、直近の2007年1-3月期では、モバイルの広告収入の約半分を占めるほどに成長しています。

その他、2006年11月には、グリー株式会社と提携しモバイルSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)、「EZ GREE」の提供を開始しました。また、株式会社三菱東京UFJ銀行と提携し、モバイルネット銀行の設立準備を進めるなど、従来の通信以外の新たなビジネスドメインの開拓にも取り組んでいます。

### ダブル定額ライト



### 携帯事業者への周波数割当状況

	現在	今後の変化						
<b>800MHz</b>	<table border="1"> <tr> <td>au</td> <td>NTT DoCoMo</td> </tr> <tr> <td>CDMA2000</td> <td>PDC / W-CDMA</td> </tr> </table>	au	NTT DoCoMo	CDMA2000	PDC / W-CDMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 上下の入れ替えを含む周波数再編を2012年までに完了</li> <li>- auへの周波数割当容量の合計は変更なし</li> </ul>		
au	NTT DoCoMo							
CDMA2000	PDC / W-CDMA							
<b>1.5GHz</b>	<table border="1"> <tr> <td>TU-KA</td> <td>NTT DoCoMo</td> <td>SoftBank Mobile</td> </tr> <tr> <td>PDC</td> <td>PDC</td> <td>PDC</td> </tr> </table>	TU-KA	NTT DoCoMo	SoftBank Mobile	PDC	PDC	PDC	
TU-KA	NTT DoCoMo	SoftBank Mobile						
PDC	PDC	PDC						
<b>1.7GHz</b>		<b>FDD方式への新規割当</b> 〈全国〉 - 割当先: EMOBILE 〈東京、大阪、名古屋〉 - 割当先候補: NTT DoCoMo						
<b>2.0GHz</b>	<table border="1"> <tr> <td>au</td> <td>NTT DoCoMo</td> <td>SoftBank Mobile</td> </tr> <tr> <td>CDMA2000</td> <td>W-CDMA</td> <td>W-CDMA</td> </tr> </table>	au	NTT DoCoMo	SoftBank Mobile	CDMA2000	W-CDMA	W-CDMA	<b>TDD方式への新規割当</b> - 割当先: ip mobile
au	NTT DoCoMo	SoftBank Mobile						
CDMA2000	W-CDMA	W-CDMA						

## 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、今後市場拡大が期待できる、法人向けモバイルビジネスにも積極的に取り組んでいます。その一環として、au初の無線LAN対応端末「E02SA」を2006年7月に発売しました。「E02SA」では、社内ではVoIP（IP電話）による内線電話として、社外では携帯電話としての利用が可能になります。この「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、機器ベンダーなどパートナー企業との協業により提供しています。従来の大口顧客向けにお客様の宅内にauの基地局を設置し、社内、社外を1台のau携帯電話でご利用いただける「OFFICE WISE」に加え、さらにお客様の幅が広がりました。

また、2007年4月より、同一法人名義で2～10回線をご契約するお客様を対象にした「法人割」を開始するなど、それぞれのお客様のニーズに合わせ、商品ラインナップの充実を図っています。

## ツーカーサービスの終了に向けて

ツーカーについては、2008年3月末にサービス終了を予定しており、2007年3月末時点で87万契約のうち、40万契約がポストペイド、47万契約がプリペイドとなっています。

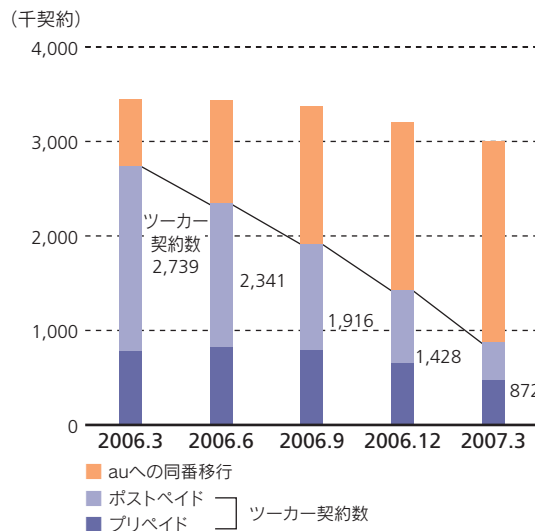
ツーカーのお客様については、2005年10月よりMNPに先駆け、電話番号を変えずにauへ変更可能となる同番移行を開始し、移行数は2006年度に143万契約、2005年10月以降の累計では213万契約と順調に推移しています。2006年度末の87万契約に、同番移行数累計213万契約を合算すると300万契約となりますので、同番移行開始前の2005年9月末時点でのツーカー契約数353万契約に対し、約85%のお客様が引き続き、KDDIのサービスをご利用いただいている計算になります。

ツーカーの設備については、既に2006年3月末にPDC設備1,043億円を、残りの鉄塔などの共通設備についても2007年3月末に396億円の減損を実施しております。2007年度については引き続き、お客様にauへご移行いただくためのコストが発生しますが、ツーカーのサービス終了により、KDDIとしては、従来の2方式から、CDMAに一本化したネットワーク運用になりますので、今後さらに事業効率の向上が期待できると見えています。

## ビジネス携帯の進化



## ツーカーのauへの移行状況

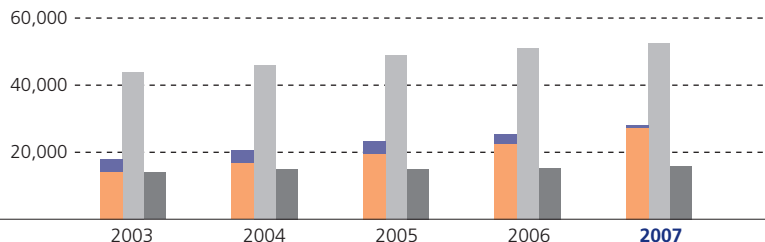


## 移動通信市場データ

3月31日に終了した各年度

### 累計契約数

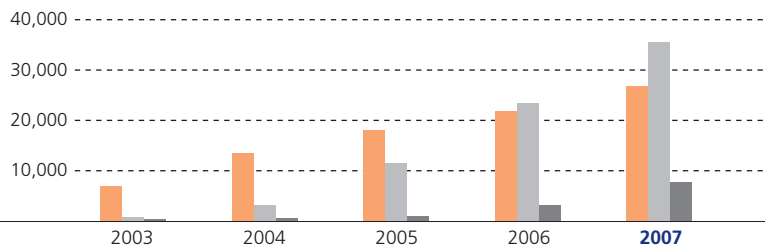
(千契約)



	2003	2004	2005	2006	2007
KDDI	17,832	20,591	23,132	25,439	<b>28,189</b>
au	14,049	16,959	19,542	22,699	<b>27,317</b>
ツーカー	3,783	3,632	3,590	2,739	<b>872</b>
NTT DoCoMo	43,861	45,927	48,825	51,144	<b>52,621</b>
SoftBank Mobile	13,963	15,002	15,041	15,210	<b>15,909</b>
合計	75,657	81,520	86,998	91,792	<b>96,718</b>

### 3G契約数

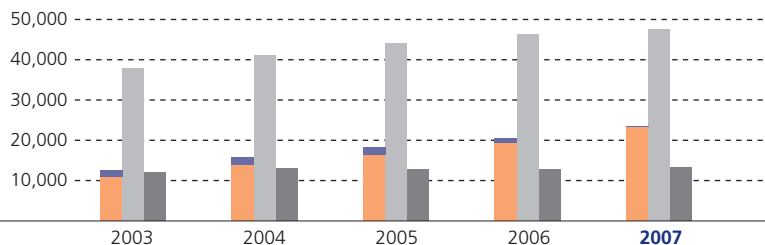
(千契約)



	2003	2004	2005	2006	2007
1X+WIN (au)	6,806	13,509	17,935	21,828	<b>26,720</b>
FOMA (NTT DoCoMo)	330	3,045	11,501	23,463	<b>35,530</b>
SoftBank 3G (SoftBank Mobile)	25	138	917	3,038	<b>7,660</b>

### モバイル・インターネット接続の契約数

(千契約)

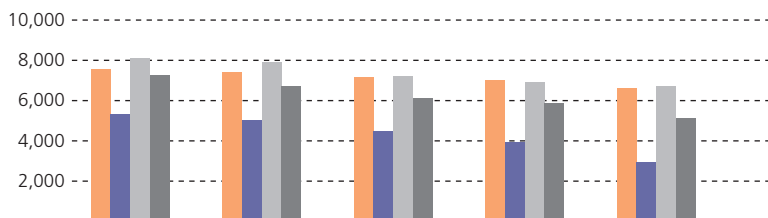


	2003	2004	2005	2006	2007
EZweb	12,541	15,700	18,259	20,523	<b>23,533</b>
au	10,854	13,886	16,469	19,390	<b>23,322</b>
ツーカー	1,687	1,814	1,790	1,133	<b>211</b>
i-mode (NTT DoCoMo)	37,758	41,077	44,021	46,360	<b>47,574</b>
Yahoo!ケータイ (SoftBank Mobile)	12,162	12,956	12,874	12,875	<b>13,265</b>

出典: 各社資料、TCA(電気通信事業者協会)

**ARPU**  
(Average Revenue Per Unit/  
1契約あたりの月間売上高)

(円)

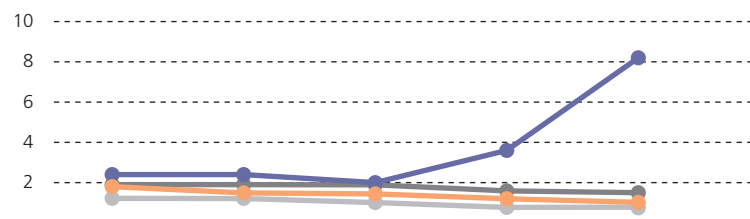


	2003	2004	2005	2006	2007
au	7,570	7,440	7,170	7,040	<b>6,610</b>
うちデータARPU	1,290	1,640	1,740	1,890	<b>2,020</b>
ツーカー	5,330	5,020	4,470	3,960	<b>2,960</b>
NTT DoCoMo	8,130	7,890	7,200	6,910	<b>6,700</b>
うちデータARPU	1,750	1,970	1,870	1,880	<b>2,010</b>
SoftBank Mobile	7,260	6,730	6,150	5,890	<b>*5,120</b>
うちデータARPU	—	—	—	—	—

\* 2007.3期のARPUは、四半期実績の平均。

**解約率**

(%)

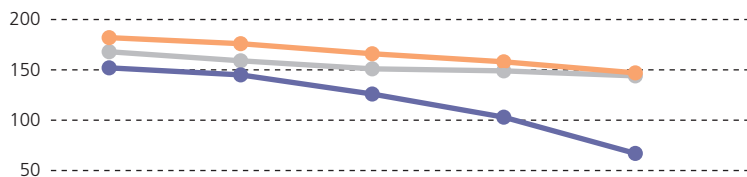


	2003	2004	2005	2006	2007
au	1.80	1.49	1.44	1.20	<b>1.02</b>
ツーカー	2.40	2.40	2.00	3.60	<b>8.20</b>
NTT DoCoMo	1.22	1.21	1.01	0.77	<b>0.78</b>
SoftBank Mobile	1.90	1.90	1.89	1.59	<b>1.50</b>

**MoU**

(Minutes of Use/  
1契約あたりの月間平均通話時間)

(分)



	2003	2004	2005	2006	2007
au	182	176	166	158	<b>147</b>
ツーカー	152	145	126	103	<b>67</b>
NTT DoCoMo	168	159	151	149	<b>144</b>
SoftBank Mobile	—	—	—	—	—



# 固定通信事業

東京電力のFTTH事業統合など、今後のブロードバンド推進に向け事業基盤を強化

### 事業環境

日本の固定通信市場は、現在、直収化・IP化・ブロードバンド化への転換期にあります。総務省の「新競争促進プログラム2010」の下で開催されている、「ネットワークの中立性に関する懇談会」「ユニバーサルサービス研究会」などにおいて、IP化の進展に対応した競争ルールの在り方が有識者を交えて検討されています。

日本のブロードバンド市場では、ADSLが純減に転じる一方で、FTTH(Fiber To The Home、光ファイバ)市場の立ち上がりも加速しつつありますが、高速・高品質なFTTHの特性を活かした映像サービスの普及という観点では、著作権法上の問題などもあり、まだ本格的な立ち上がりとはいえない状況にあります。

FTTHの映像サービスでは、IPをベースとした「IPマルチキャスト」という方式でデータ送信を行います。従来、IPマルチキャストは著作権法上「(有線)放送」ではなく、「自動公衆再送信」に該当するため、放送番組をIPマルチキャストで再送信する場合、事前に作曲家や実演家、レコード会社などの権利者から個別に許諾を取る必要があり、権利許諾の難しさが指摘されてきました。しかしながら2006年12月の著作権法の一部見直しにより、放送番組のIPマルチキャスト方式による同時再送信が可能になるなど、通信と放送の連携に向けて、環境整備も徐々に進展しつつあります。

### 2006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コンシューマならびに法人のお客様に提供しています。

2006年度の営業収益は前年度比15.3%増と、2桁増の7,144億円となりました。「KDDIメタルプラス」拡販による音声売上の増加や2006年1月のパワードコムとの合併による上積みもあり、前年度に引き続き2期連続の増収となり、固定通信事業でも増収体制に転換しています。損益面では、前年度の「KDDIメタルプラス」のエリア拡張や、パワードコム合併に伴い、減価償却費が前年度に比べ265億円増加している中で、「KDDIメタルプラス」の採算改善もあり、固定通信事業全体の営業赤字は490億円と、前年度比123億円縮小しています。

大きなトピックスとしては、2007年1月に東京電力株式会社(以下、東京電力)のFTTH事業の統合を完了し、ブロードバンドの推進に向け、着実に事業基盤の強化を図っています。

## 各事業データから見る2006年度の実績

### 「KDDIメタルプラス」

「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サービスも提供しています。

2006年度は「KDDIメタルプラス」の開通も順調に進み、年度末の開通実績は前年度比101万契約増の281万契約となりました。このうち、2割強のお客様が主にADSLとセットで利用しています。

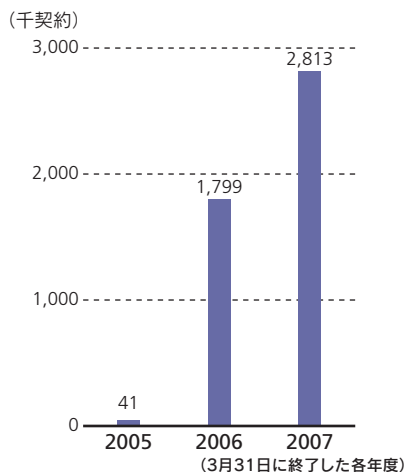
「KDDIメタルプラス」の2006年度売上は925億円、ARPUは音声、インターネットを合わせて3,320円でした。これらの売上により、携帯電話・IP電話などへのシフトによって、従来減少傾向にあった音声売上も2005年度下期以降、上昇に転じています。「KDDIメタルプラス」の損益面では、2005年度は立ち上げ期であったため拡販コストが先行し、期間損益で見ると大幅な赤字となりましたが、2006年度は、前年度にご契約いただいたお客様が通年で収益に寄与すると同時に、拡販コスト等が抑えられたため、採算改善が順調に進んでいます。

### 「ひかりone」(FTTH)

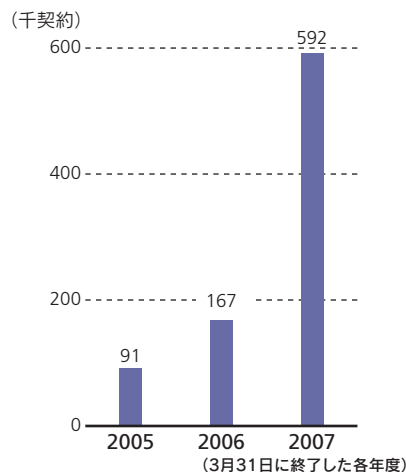
FTTHサービスについては、事業統合に先立ち2006年6月から、首都圏の戸建て向けに、新たに「ひかりone」として東京電力との統合サービスの提供を開始しました。併せて従来KDDIが提供してきた全国主要都市における大規模集合住宅向けの「KDDI光プラス」についても、「ひかりone」に改称しました。

また、2007年1月には、東京電力のFTTH事業統合を完了し、KDDIは首都圏の提供エリアで約1,000万世帯にアクセス可能なFTTHネットワークを保有することになりました。2006年度末のFTTH契約数は、事業統合による上積みもあり、前年度比43万契約増の59万契約でした。

KDDIメタルプラス契約数の推移



FTTH契約数の推移



## IP・ブロードバンド化の推進に向けた取り組み

### 「KDDIメタルプラス」の取り組み

今後、営業の軸足をFTTHに移していくにあたり、「KDDIメタルプラス」の採算改善は、2006年度の大きな課題でしたが、順調に契約数が増加しており、一定の成果が出たと考えています。サービス開始後3年目となる2007度については、当初の計画通り、通期ベースでの黒字化も見えています。

2006年度末時点で「KDDIメタルプラス」の9割以上が個人のお客様ですが、中小企業のお客様向けにも注力した結果、前年度末に比べ法人のお客様も着実にこの1年間で増えています。

### 「ひかりone」(FTTH)の取り組み

KDDIは、ブロードバンド世帯の多い首都圏で、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、「ひかりone」サービスの魅力を向上させるべく様々な取り組みを行っています。

「ひかりone」については、インターネットの提供プロバイダーを「@nifty」「BIGLOBE」など、順次拡大し、2006年度末時点で7社となりました。さらに、2006年12月には、「ひかりone」の戸建て向けについて、屋内配線に代わり、インターネットを宅内のどこでもご利用いただけるよう、宅内の電力線を利用した「高速PLCモデム」を、2007年1月には、テレビ用の同軸回線を利用した「同軸ケーブルモデム」の提供を開始するなど、サービスの拡充を図りました。

なお、販路についても、従来の量販店のPC販売コーナー中心から、auショップでの取り扱いを開始するなど、auの顧客基盤を活かしたクロスセルにも取り組んでいます。

## CATV会社との連携強化

KDDIは、CATV会社に対して「ケーブルプラス電話」を提供し、「多チャンネル放送」「インターネット」「電話」による本格的なトリプルプレイサービスを提供できる体制を支援しています。2006年度末時点で、提携CATV会社は25社となりました。

また、2007年7月からは、JCNグループの連結子会社化も予定しており、FMBC (Fixed Mobile and Broadcast Convergence) に向けて、映像サービスのノウハウ蓄積を図るとともに、顧客基盤の拡大に取り組みます。

## 法人向けサービスの強化

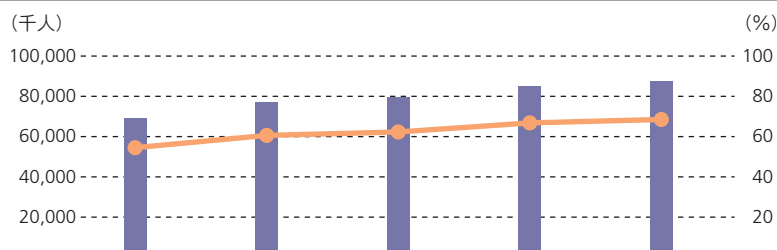
法人市場では、広域イーサネットサービスが今後の成長を期待されている分野です。2006年1月に同サービスのリーディングカンパニーである株式会社パワードコムと合併したこともあり、広域イーサネットの2006年度の売上は前年度比2倍以上の553億円に伸びています。KDDIの豊富な法人向けサービス及びソリューションと組み合わせることで、より利便性の高いサービス提供が可能となっています。

また、2006年8月には英国の大手通信事業者のBT (British Telecommunications plc) と、企業向けグローバルアウトソーシング事業の展開に向け、新会社を設立しました。さらに、ユニアデックス株式会社と提携し、2007年4月より、通信ネットワークからICT\*の設計構築・保守運用までをワンストップで提供するICTサービスを開始するなど、他社との連携により、事業ドメインの拡大を図っています。

※ ICT: Information and Communication Technology

## 固定通信市場データ

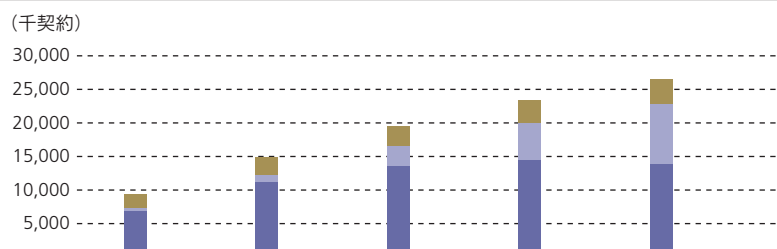
### インターネット利用者数



(12月31日に終了した各年度)

	2002	2003	2004	2005	2006
■ 利用者数	69,420	77,300	79,480	85,290	<b>87,540</b>
● 人口普及率	54.5%	60.6%	62.3%	66.8%	<b>68.5%</b>

### ブロードバンド契約数

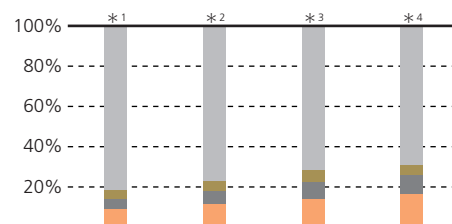


(3月31日に終了した各年度)

	2003	2004	2005	2006	2007
■ ADSL契約数	7,023	11,196	13,676	14,518	<b>14,013</b>
■ FTTH契約数	305	1,142	2,897	5,458	<b>8,804</b>
■ CATV契約数	2,069	2,578	2,960	3,309	<b>3,610</b>
合計	9,397	14,916	19,533	23,285	<b>26,427</b>

### 事業者別マイラインのシェア

(2007年3月末)



	2005				2006				2007			
	市内	県内市外	県外	国際	市内	県内市外	県外	国際	市内*1	県内市外*2	県外*3	国際*4
■ KDDI	12.3%	15.1%	18.7%	22.2%	10.8%	13.2%	16.5%	19.5%	<b>9.1%</b>	<b>11.3%</b>	<b>14.1%</b>	<b>16.5%</b>
■ SoftBank Telecom	6.7%	8.9%	11.0%	12.5%	5.4%	7.3%	9.1%	10.4%	<b>5.0%</b>	<b>6.7%</b>	<b>8.3%</b>	<b>9.3%</b>
■ Other companies total	7.0%	7.8%	9.6%	8.0%	5.6%	5.4%	8.0%	6.6%	<b>4.2%</b>	<b>4.7%</b>	<b>5.9%</b>	<b>4.6%</b>
■ NTT	74.0%	68.2%	60.7%	57.3%	78.2%	73.1%	66.4%	63.5%	<b>81.8%</b>	<b>77.2%</b>	<b>71.7%</b>	<b>69.5%</b>
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

出典：総務省、マイライン事業者協会

## セグメント情報

3月31日に終了した各年度

移動通信事業	百万円					百万米ドル
	2003	2004	2005	2006	2007	2007
営業収益	—	—	2,312,537	2,510,395	<b>2,677,445</b>	<b>22,681</b>
グループ外売上	—	—	2,293,525	2,484,202	<b>2,662,550</b>	<b>22,554</b>
電気通信事業	—	—	1,751,053	1,903,427	<b>2,017,516</b>	<b>17,090</b>
附帯事業	—	—	542,473	580,775	<b>645,034</b>	<b>5,464</b>
セグメント間売上	—	—	19,012	26,193	<b>14,895</b>	<b>126</b>
営業利益	—	—	292,251	354,439	<b>385,689</b>	<b>3,267</b>
当期純利益	—	—	171,698	145,303	<b>209,458</b>	<b>1,774</b>
フリー・キャッシュ・フロー	—	—	190,636	266,178	<b>294,838</b>	<b>2,498</b>
EBITDA	—	—	548,859	605,172	<b>598,134</b>	<b>5,067</b>
売上高営業利益率	—	—	12.6%	14.1%	<b>14.4%</b>	<b>14.4%</b>
EBITDAマージン	—	—	23.7%	24.1%	<b>22.3%</b>	<b>22.3%</b>

(参考)	百万円			
	au事業		Tu-Ka事業	
	2003	2004	2003	2004
営業収益	1,626,273	1,831,786	318,070	274,329
グループ外売上	—	1,817,333	—	267,929
電気通信事業	1,197,244	1,367,038	255,412	223,040
附帯事業	429,029	450,295	62,658	44,890
セグメント間売上	—	14,453	—	6,400
営業利益	53,786	239,469	6,200	16,304
当期純利益(損失)	21,005	129,995	(3,227)	8,043
フリー・キャッシュ・フロー	96,571	207,251	52,137	54,951
EBITDA	245,092	437,651	66,471	72,097
売上高営業利益率	3.3%	13.1%	1.9%	5.9%
EBITDAマージン	15.1%	23.9%	20.9%	26.3%

\* 2005年10月に移動通信事業セグメントに統合されたことに伴い、2005年3月期以降は非表示とさせていただきます。

固定通信事業	百万円					百万米ドル
	2003	2004	2005	2006	2007	2007
営業収益	601,874	623,104	596,041	619,314	<b>714,351</b>	<b>6,051</b>
グループ外売上	—	529,119	494,729	518,716	<b>610,365</b>	<b>5,170</b>
電気通信事業	556,047	484,512	451,632	470,391	<b>548,675</b>	<b>4,648</b>
附帯事業	45,827	44,607	43,096	48,325	<b>61,690</b>	<b>523</b>
セグメント間売上	—	93,984	101,312	100,598	<b>103,986</b>	<b>881</b>
営業利益(損失)	60,290	16,421	(310)	(61,309)	<b>(49,036)</b>	<b>(415)</b>
当期純利益(損失)	32,264	(29,935)	(4,413)	26,362	<b>(23,448)</b>	<b>(199)</b>
フリー・キャッシュ・フロー	116,927	74,232	(3,066)	(102,317)	<b>6,303</b>	<b>53</b>
EBITDA	176,809	112,402	87,494	41,451	<b>80,890</b>	<b>685</b>
売上高営業利益率	10.0%	2.6%	-0.1%	-9.9%	<b>-6.9%</b>	<b>-6.9%</b>
EBITDAマージン	29.4%	18.0%	14.7%	6.7%	<b>11.3%</b>	<b>11.3%</b>

その他事業	百万円					百万米ドル
	2003	2004	2005	2006	2007	2007
営業収益	196,656	80,371	81,381	103,504	<b>108,704</b>	<b>921</b>
グループ外売上	—	50,680	46,399	57,896	<b>62,345</b>	<b>528</b>
セグメント間売上	—	29,691	34,982	45,607	<b>46,359</b>	<b>393</b>
営業利益(損失)	(1,002)	545	951	4,381	<b>6,858</b>	<b>58</b>
当期純利益(損失)	(9,868)	(3,439)	1,565	34,861	<b>3,571</b>	<b>30</b>
売上高営業利益率	-0.5%	0.7%	1.2%	4.2%	<b>6.3%</b>	<b>6.3%</b>