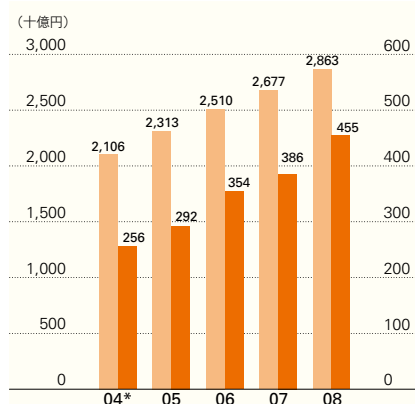


事業概況：事業一覧

営業収益／営業利益



(3月31日に終了した各年度)
 ■ 営業収益 ■ 営業利益

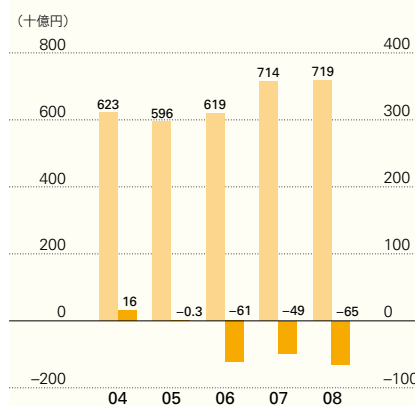
Mobile Business 移動通信事業

営業収益 2兆8,626億円 (+6.9%)
 営業利益 4,550億円 (+18.0%)

2007年度の移動通信事業は、2007年度末に、auがこれまで目標としてきた累計契約数3,000万に到達するなど順調な契約者獲得に加え、各種リテンション施策の浸透による解約率の抑制などもあり、営業収益は前年度比6.9%増の2兆8,626億円、営業利益は18.0%増の4,550億円となりました。

*04.3期の数値は、au事業とソーカー事業の単純合算値です。

営業収益／営業利益



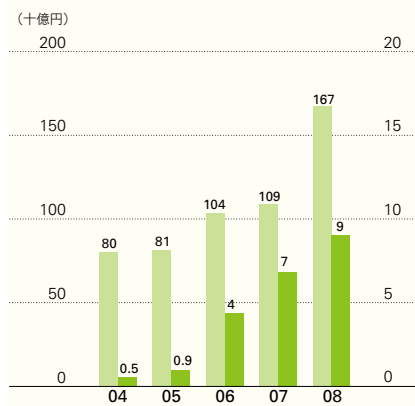
(3月31日に終了した各年度)
 ■ 営業収益 ■ 営業利益

Fixed-line Business 固定通信事業

営業収益 7,186億円 (+0.6%)
 営業利益(損失) (647)億円 (-)

2007年度の固定通信事業は、メタルプラス・FTTHサービスの契約数拡大、法人系データサービスの販売増加により、電話などのレガシー系サービスの売上減を吸収し、営業収益は前年度比0.6%増の7,186億円となりました。また営業利益は、メタルプラスの採算改善は見られたものの、FTTH事業の推進に伴う関連費用の増加などにより前年度比156億円赤字が拡大し、▲647億円となりました。

営業収益／営業利益



(3月31日に終了した各年度)
 ■ 営業収益 ■ 営業利益

Other Business その他事業

営業収益 1,672億円 (53.8%)
 営業利益 90億円 (31.4%)

2007年度のその他事業は、2007年6月に日本国内第2位のMSO*であるJCNグループを子会社化**した影響などにより、営業収益は前年度比53.8%増の1,672億円、営業利益は31.4%増の90億円となりました。

* MSO
 Multiple System Operator 多数のケーブルテレビ局を運営する事業者
 ** JCNグループの子会社化
 2007年6月に日本第2位のMSO*であるJCNグループを当社連結子会社化しました。2007年度末では首都圏を中心にCATV15局を展開し、契約数は66万7千契約となりました。

Mobile Business

移動通信事業

総合的な商品力強化によりお客様満足度のさらなる向上を目指す

目次

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 21 事業環境 | 27 ツーカーサービスの終了 |
| 21 2007年度の事業概況 | 28 今後の戦略 |
| 23 総合的な商品力強化に向けた取り組み | 30 コンテンツ・メディア事業 |
| 26 未開拓市場へのチャレンジ | 32 移動通信市場データ |
| — 法人向けモバイルビジネス — | |



事業環境

新規事業者の参入や通信料金の競争が激化

2007年末には、日本の携帯電話の累計契約数が1億台を突破しました。これまでのコンシューマ向け市場の成長は鈍化傾向にあるものの、今後も法人市場およびコンシューマにおける2台目市場の伸びにより、まだまだ成長が期待できると見えています。

2007年度における日本の競争環境を見ますと、2006年度の低料金プランを伴ったソフトバンクグループの市場参入を契機として、各社の料金施策の拡充が進みました。さらに、コンシューマにおける2台目市場や小規模法人市場など新たな市場開拓が進んだことで、市場全体の純増数は601万契約と2006年度の493万契約を大きく上回る結果となりました。また、2006年度に新規参入したイー・モバイル株式会社が、データサービスに加えて、他事業者の国内ロー

ミングを一部利用する形で2008年3月末に音声サービスを開始しました。

さらに、公正競争ルールの整備に向けた総務省の「新競争促進プログラム2010」の下で開催された、モバイルビジネス研究会の報告を受けて、これまでの端末補助金と通信料金を分離した新たな販売スキームの導入など大きな変化がありました。

2007年度に各社が実施した料金施策により、事業者間における料金面での大きな差がなくなりました。その結果、現在の競争環境は、料金を軸とするものから、サービスを軸とする局面に戻りつつあると見えています。

2007年度の事業概況

au累計契約数は3,000万を突破し、増収増益

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を占めています。

移動通信事業の2007年度の営業収益は、前年度比6.9%増の2兆8,626億円、営業利益は18.0%増の4,550億円と、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、ツーカーのサービス停止に伴う減損損失の計上が前年度に比べ減少したこともあり、前年度比27.2%増と、大幅増益の2,665億円となりました。

各事業データから見る 2007年度実績

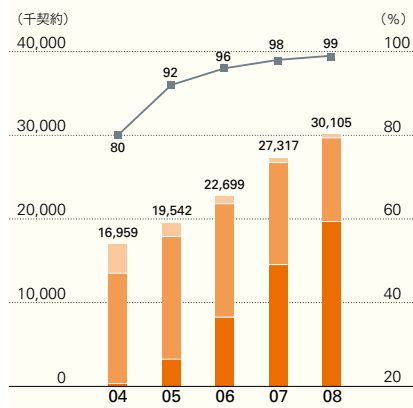
■ 契約数

au累計契約数は、3,011万に増加

2007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3,034万契約(前年度比7.6%増)、累計シェアは29.5%(au:29.3%、ツーカー:0.2%)となりました。

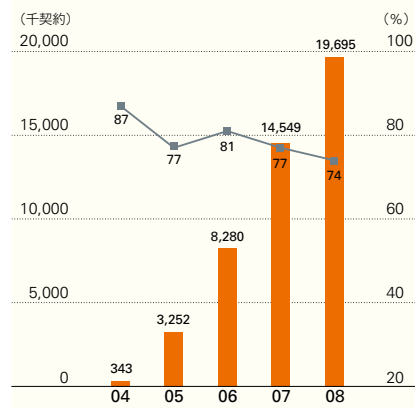
auの累計契約数は3,011万契約(前年度比10.2%増)となり、これまでの大きな契約数目標であった3,000万に到達しました。このうち、第3世代携

3Gへの移行状況



(3月31日に終了した各年度)
 ■ WIN (EV-DO) ■ 1X ■ cdmaOne
 — 3G比率

WINの契約状況と定額制契約率推移



(3月31日に終了した各年度)
 ■ WIN契約数 — バケツ定額制契約率

帯の契約数は2,969万契約と、99%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います。なかでもCDMA 1X WIN (以下、WIN)の割合は1,970万契約と、auの契約者全体の65%にまで上昇しています。

ツーカーにつきましては、予定通り、2008年3月末をもってサービスを終了しました。

■ 解約率

auの解約率は、0.95%に低下

auの解約率は、割引プランなどこれまで実施した各種リテンション施策の浸透により、2007年度通期で0.95%と、前年度比0.07ポイント低下しました。

■ 販売一時金

auの単価は、前年度同額の37,000円

2007年度のauの販売一時金単価は前年度と同額の37,000円でした。第3

四半期までは端末調達単価および販売費用の抑制により前年度を下回る水準で推移していましたが、年度最大の商戦期である第4四半期において、au契約数累計3,000万達成に向けて加入者獲得を促進しました。この結果、第4四半期の販売一時金単価が41,000円と高水準になったことから、通期では37,000円となりました。

■ ARPU

auのARPUは、前年度比5.3%減の6,260円

2007年度のauのARPUは、前年度比5.3%減の6,260円でした。うち、音声ARPUはMOUの減少(10分減)や、「誰でも割」や「家族割」等の料金施策の浸透による影響を受けて、前年度比10.0%減の4,130円、データARPUはハイエンドのWIN契約者の割合が順調に増加したことなどにより前年度比

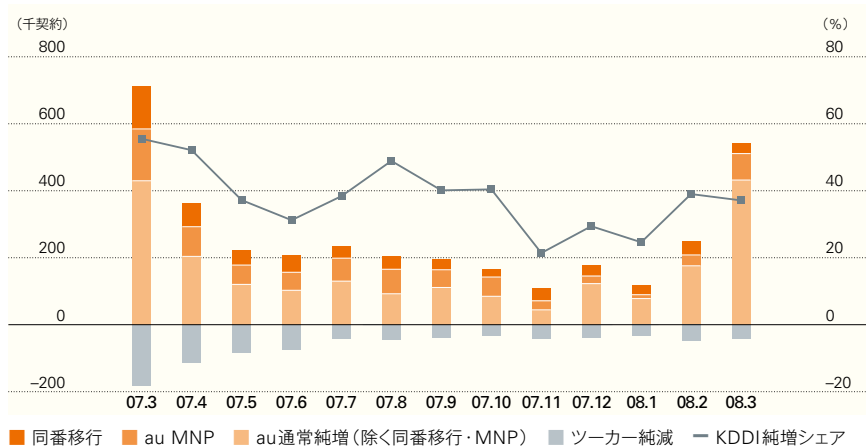
5.4%増の2,130円でした。

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、携帯電話端末、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きました。auがお客様に選ばれ続けるためにすべきことは、顧客満足度を高めるために、これら全ての項目で地道な努力を一つひとつ積み重ねていくことだと考えています。おかげさまで、auは2007年に2年連続で全国9地域全てにおいて「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。

* (出典) J.D.パワー アジア・パシフィック
2006年～2007年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM

月次純増シェア



総合的な商品力強化に向けた取り組み

インフラ・端末・料金・コンテンツを総合的に強化、お客様満足度向上を目指す

KDDIは、インフラ、端末、料金、コンテンツの4項目における総合的な商品力の強化により、お客様の満足度向上を目指しています。ここからは、2007年度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の整備・拡張、800MHz帯周波数再編への対応

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、「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。

さらに、2006年12月よりEV-DOのアップグレード版であるEV-DO Rev. Aの導入を開始し、2008年3月末時点では、全国の主要な地域をほとんどカバーしています。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なる充実化を図っていきます。

また、ご契約数の増加、800MHz帯周波数再編を見据え、現在KDDIでは2GHz帯への容量拡張と同時に、新たに割り当てられる新800MHz帯の整備を進めています。800MHz帯の再編とは2012年7月までに、現在の上り（携帯電話端末→基地局）と下り（基地局→携帯電話端末）の方向を入れ替えるとともに、細切れで割り当てられている周波数をブロックにして、新たに割り当てるといふものです。

現在、当社は800MHz帯をメインバンドとして利用していますが、今後さらに2GHz帯のカバレッジ充実を図るとともに、2012年7月までの移行完了に向けて新800MHz帯のエリア拡大も行っていきます。

2GHz帯は800MHz帯に比べ、電波の直進性などの特性で扱いにくい面も

通信方式によるデータ伝送効率の違い

目的	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
方式	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 上り 64k (154k)	384k (2M) 64k (384k)	2.4M 154k	3.6M (7.2M)	3.1M 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



高橋 誠
取締役執行役員常務
コンシューマ事業統轄本部長

au 3,000万のお客様をベースに、新たな価値創造にチャレンジします

2007年度は、auの累計契約数が、大きな目標としていた3,000万を突破しました。これは、当社がこれまでインフラ、携帯電話端末、料金、コンテンツの4項目において総合的な商品力を強化し、お客様満足度を高める取り組みを積み重ねてきたことが、評価された結果であると考えています。

また、競争力の源泉である携帯電話端末の調達コストの低減に向けて、従来以上に共通化領域を拡大したKDDI統合プラットフォーム(KCP+)を2007年10月に構築しました。これにより、お客様ニーズの個性化・多様化に対応した、より「auらしい」魅力ある端末の提供と、開発効率化によるコスト競争力の両立を図っていきます。

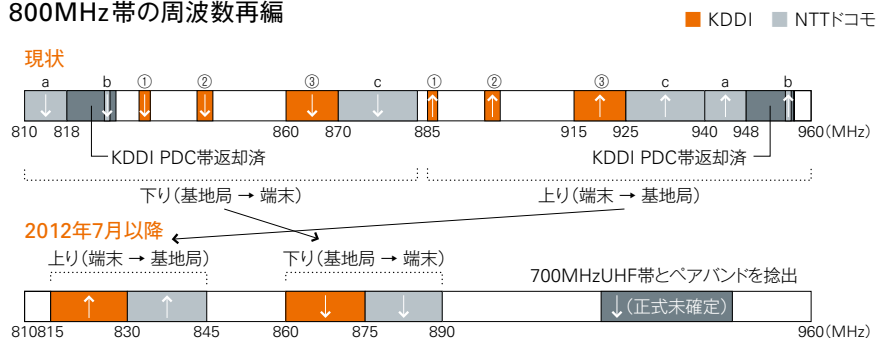
2007年に導入した「誰でも割」などの料金施策の浸透により、ARPUは減少傾向にありますが、魅力的なコンテンツや2008年7月にお客様向けサービス提供を開始した「じぶん銀行」による各種決済など新サービスの展開により、非通信系ARPUの売上拡大を目指していきます。

さらに、FTTHなど固定系サービスのauショップでの販売や、KDDIの固定電話からauへの通話料が24時間無料となる「auまとめトーク*」、PCでダウンロードした映画を携帯電話で楽しめるLISMO VideoなどFMC型サービスの開発・提供を通じて、auをご利用のお客様に対する固定系サービスのクロスセルも推進していきます。

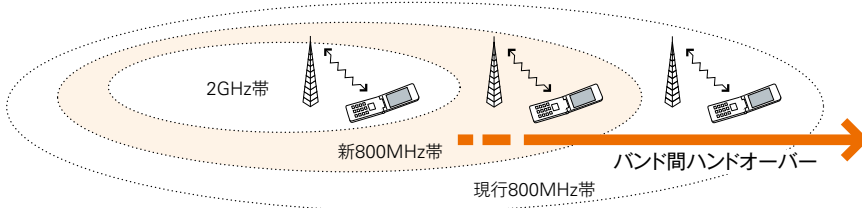
*2008年8月1日提供開始予定

あり、一般的にエリア構築には苦勞を伴うと言われています。しかしながらKDDIの場合、2GHz帯だけでなく現行の800MHz帯にも対応したデュアルバンド対応機に加え、新たに割り当てられる新800MHz帯にも対応したトライバンド対応機の提供を促進しています。それらの合計は2008年3月末時点で約1,550万台、既にau全体の2分の1以上を占めており、今後も増える予定です。右の図にありますように、デュアルバンド対応機の場合には、まず2GHz帯を利用し、エリア外では800MHz帯がカバーする仕組みになっています。したがって、今後2GHz帯のカバレッジの拡充により、現在のインフラ品質のさらなる向上が可能だと見えています。

800MHz帯の周波数再編



800MHz帯再編中のハンドオーバー (イメージ)



魅力的な端末

ライフスタイルをサポートする幅広いラインナップを強化

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、Bluetooth®によりケータイで音楽をワイヤレスで楽しめる機能が追加されたほか、LISMO「オーディオ機器連携」によりケータイでダウンロードした楽曲をオーディオ機器でも楽しめるようになりました。加えて、映像を楽しむお客様に向けて、WINにおいてはワンセグ(携帯電話などの移動体向け地上デジタルテレビ放送)機能をほぼ標準搭載したほか、高精細画像を可能とする有機ELディスプレイを搭載したモデルを発売しました。また、デザインという視点から携帯電話を見直す“au design project”の第7弾として「INFOBAR 2」を発売いたしました。

さらに、デジタルカメラの使い勝手・品質にこだわったモデル、GSMに対応したグローバルモデルなど、お客様のライフスタイルをサポートすることをコンセプトに、2007年度は幅広いライン

ナップ全36機種(WIN:30機種 1x:6機種 法人モデル含む)を発売しました。

また、このように、端末ラインナップの充実を図ると同時に、さらなる端末コストの低減に向けて従来のプラットフォームにおける共通化領域を拡大した「KDDI統合プラットフォーム(KCP+)」の開発を2007年10月に完了しています。今後、KCP+搭載端末の発売が本格化するに従って、機能追加や高機能化によるコスト上昇を吸収するだけでなく、さらなるコスト低減を図ります。

料金

端末補助金の分離型プラン導入に対応した新販売スキームの導入と、お客様のご利用形態にあわせたメニューの提供

総務省主催のモバイルビジネス研究会では、現在の日本の端末補助金に依存したビジネスモデルについて様々な議論がありました。これらを背景として、KDDIでは、お客様ニーズに応えるべく2007年11月に新たな販売スキーム「au買い方セレクト」を導入しました。これにより、お客様は端末購入時におい

て、これまでのように端末補助金を利用し、初期負担を少なく購入されたいお客様向けの「フルサポートコース」と、端末補助金のないいわゆる分離モデルで、端末を買い替えるよりも毎月の利用料金を抑えたいお客様向けの「シンプルコース」のどちらかを選択いただくことになっています。

新販売スキーム導入以降は、殆どのお客様が、従来型の「フルサポートコース」を選択されています。

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既存のお客様や、新規でご契約いただいたお客様が新たに定額制にご加入いただいています。「ダブル定額」と合わせて実にWINのご契約者のうち、2008年3月末時点で74%のお客様にバケット定額サービスをご利用いただいています。

また、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



INFOBAR 2



ウォークマン®ケータイ (W52S)



EXILIMケータイ (W53CA)



Cyber-shot™ケータイ (W61S)



Woooケータイ (W53H)

も提供しています。新しい料金メニューとして2007年9月より、これまでご契約年数に応じて月々の基本使用料が最大50%割引となる「年割+家族割」もしくは「MY割」を改定し、2年間の継続利用を条件に、ご加入時点から月々の基本使用料が一律50%割引となる「誰でも割」を導入しました。

また、2008年3月には「誰でも割+家族割」のご契約を条件に、家族への国内通話が24時間無料となるサービスを開始しており、これまで家族全員でauにご契約いただいていた方を中心に好評を得ています。

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

ハケット定額サービスの普及に伴い、通信料金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金以外の新たな収入が期待できると見ており、コンテンツ情報料の回収代行、広

告、EC、協業コンテンツ提供などによるコンテンツ・メディアビジネスの2007年度の関連売上は359億円、2006年度の1.3倍と順調に拡大しています。

なお詳細については、後段のコンテンツ・メディア事業にて説明しています。

未開拓市場へのチャレンジ — 法人向けモバイルビジネス —

中・小規模法人に向けた販売体制を新たに構築、法人向けビジネスを強化

KDDIは、コンシューマ向け市場の成長が緩やかになる中で、市場成長が続く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。KDDIは法人モバイル市場においては、これまで、主として大・中規模法人向けに、携帯電話を使ってお客様の業務を改善・強化するモバイルソリューションを提供していました。これに加えて、足下の中・小規模法人市場におけるモバイル需要の高まりを受けて、新たに中・小規模法人向けの販売体制構築、商品・マーケティング戦略を推進しています。

大・中規模法人向けには、ソリューション提案力・通信エリア・法人専用端末ラインナップ・通信品質等の総合力で強みを発揮し、順調にお客様の数を拡大しました。

当社のモバイルソリューションの評価として、「MCPC(モバイルコンピューティング推進コンソーシアム)award 2008」で、総合警備保障様の「隊員指令システム」がグランプリ・総務大臣賞とモバイルビジネス賞を受賞しました。昨年のいすゞ自動車様「みまもりくんオンラインサービス」、一昨年のヤマト運輸様「荷物情報リアルタイムシステム」に続き、3年連続でグランプリを受賞しており、お客様ニーズに合致した技術力が高い評価を受けています。

中・小規模法人向けには、2007年10月の組織改正において、中・小規模法人向け固定通信サービス販売中心の(株)KDDIネットワーク&ソリューションズを統合、販売体制を大幅に拡充し、中・小規模法人への積極的なアプローチが可能となる体制を構築しました。

特に、新たに顕在化しつつある小規模

au買い方セレクト

(料金は税込)

コース名	シンプルコース*	フルサポートコース
購入サポート(端末補助金)	なし	あり(21,000円)
端末利用期間契約	なし (分割払いの支払いには必要)	2年
料金プラン	プランSSシンプル ~LLシンプル他	プランSS~LL他
月額基本料** 最安プランSSの場合	980円/月 (無料通話1,050円)	1,890円/月 (無料通話1,050円)
分割払い	あり(12回/24回)	なし

*2008年6月10日開始の新シンプルプランの場合。

**「誰でも割」ご契約時の基本料金。

法人市場への取り組み

セグメント	営業体制		競争要素	当社の取り組み
大・中規模法人 (従業員数100人超)	ソリューション 提案型営業	直販営業	ソリューション 提案力	<ul style="list-style-type: none"> お客様ニーズに最適なソリューションの提供拡大 (MCPC award 2008にも多数入賞) 法人専用端末による市場拡大
小規模法人 (従業員数10人超)	法人専従者による ブッシュ型営業	法人代理店		
小規模法人 (従業員数10人未満)	プル型施策の 本格化	auショップ	低廉な料金	商品 <ul style="list-style-type: none"> 「誰でも割」+「法人割」⇒ 社員間の通話無料 販売チャネル <ul style="list-style-type: none"> auショップでの販売強化 プロモーション <ul style="list-style-type: none"> 法人限定auウェルカムキャンペーン* TV、新聞等の広告でショップ誘導促進

*2008年3月1日から5月31日までのキャンペーン期間中に、新規ご契約で「シンプルコース」にてau携帯電話をご購入いただき、かつ料金プラン「プランSS」と「法人割」と「誰でも割」をご契約いただいた法人のお客様に対し、2010年5月ご利用分まで、月々の基本使用料 980円(税込)で無料通話1,050円分(税込)付きの特別料金をご提供。

法人層に対しては、訪問営業をベースとする法人代理店の育成・強化、auショップとの連携強化、ダイレクトマーケティング・テレマーケティング・Webの積極的活用などを通じ、販売を強化しています。

また、販売対象となる商品についても、2007年5月に小規模事務所や店舗向けの無線LANケータイ内線ソリューション「ケータイdeコードレス」の導入や、2007年9月には小規模法人を対象に、法人名義で1回線から月々の基本料金を50%割引にする「誰でも割」+「法人割」を導入するなど、お客様ニーズに合わせ充実を図っています。

ツーカーサービスの終了

2008年3月末でサービスを終了

ツーカーについては、当初からの予定通り2008年3月末にサービスを終了しました。2005年10月より、電話番号を変えずにauへ変更可能となる同番移

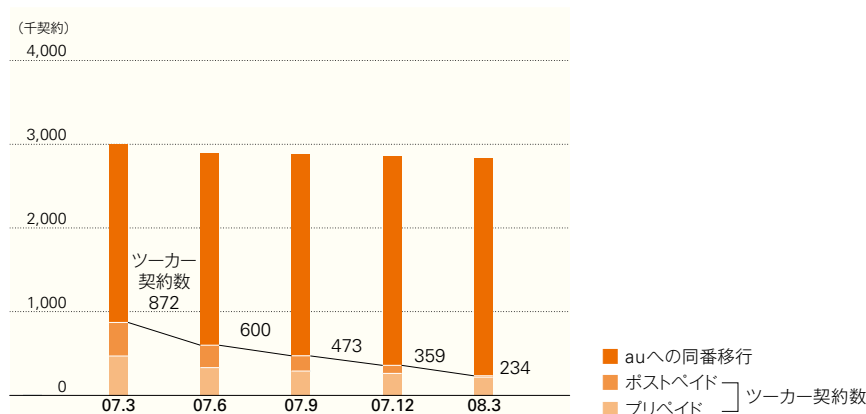
行を開始し、移行数はポストペイド利用者を中心に2008年3月末までの累計で260万契約となりました。同番移行開始前の2005年9月末時点でのツーカー契約数353万契約に対し、約74%のお客様が引続きKDDIのサービスをご利用いただいています。

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、最後に2008年3月末に撤去費など75億円を固定資産除却損として計上しています。

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となりますので、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。

ツーカーのauへの移行状況



今後の戦略

au 3,000万契約者をベースに、
新たな価値創造にチャレンジ

「チャレンジ2010」に向けて バランスの取れた加入者成長と、より 一層利益を重視した事業運営を推進

現在、連結売上上の4分の3を占め、営業利益面でも連結業績を牽引している移動通信事業が、「チャレンジ2010」の最終年度である2010年度時点でも、引続き業績面で牽引役になると見えます。auの契約数が、長年の目標であった3,000万に到達し、我々にとっても「KDDIならではの新たな価値創造」により次の成長にチャレンジするフェーズに来たと考えています。

市場の中心であるコンシューマ向けとあわせて、市場拡大が続く法人向けモバイルビジネスに積極的に取り組ん

でいくことで、今後も加入者成長を実現します。

また、お客様の多様なニーズに対応したKDDIならではの端末やサービスをタイムリーに開発・投入することにより、競争力を強化するとともに、コンテンツビジネスの拡大や、「じぶん銀行」などの新規事業を通じて、従来の通信料金外の収入の拡大を図ります。

今後は、ARPUと顧客獲得費用を見ながらバランスの取れた加入者成長を図り、より一層利益を重視した事業運営を進めていきます。

続いて、今後の加入者成長ドライバーとなる法人向け市場への取り組み、端末の競争力強化に向けた調達コスト低減に向けた取り組み、および2008年6月より提供を開始した「au買い方セレクト」の拡充および携帯電話ご購入代金の分割払い導入について紹介します。

■さらなる加入者成長に向けて

法人向け市場をさらに積極的に開拓

日本の法人モバイル市場については、現時点では携帯電話市場全体の約10%程度と想定され、KDDIにおきましてもほぼ同様の規模となっています。固定通信における法人の契約数が全体の約30%を占めていることを考えると、モバイルハンドセット型での提供においても今後大いに成長が期待できます。さらに、工作機械の保守用、自動販売機用などに利用が進んでいるマシン・トゥ・マシンの通信モジュール市場については、人口の制限を受けずに成長する可能性を有しています。

大規模法人を主なターゲットとするモバイルソリューションの提供と、2007年度に新たに専用の販売体制を構築し市場開拓を開始した中・小規模法人市場へのサービス提供を積極的に展開することにより、さらなる加入者成長を図ります。

「チャレンジ2010」移動通信事業のさらなる競争力の強化

<p>端末</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● KDDI統合プラットフォーム(KCP+)による調達コスト低減 ● 「auならではの」の特長ある端末の開発・販売 ● 法人向け、様々なシーンに対応した端末の拡充
<p>料金・サービス</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 新サービス投入による、ARPUの下支え ● 長期ご契約者などを対象とした優待制度の導入 ● 国際ローミングの拡充 ● 決済・認証、通信・放送連携サービスの拡充
<p>インフラ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 800MHz帯周波数再編とカバレッジの拡充 ● 通信品質の向上 ● ポストRev. Aシステムの商用化

■ 端末の競争力強化

**KCP+による端末調達コストの低減、
魅力ある端末の開発強化**

今後も端末のラインナップの充実、機能の追加を図っていくと同時に、さらにWINの端末販売比率の上昇が想定される中、低廉な端末調達単価の継続が大きな課題となります。KDDIはこれまでBREW®をベースとしたKCP (KDDI Common Platform)を活用し、ソフトウェアの共通化を図ることにより、メーカーの開発負担軽減を図ってきました。

2007年10月には、さらに共通化領域を拡大した「KDDI統合プラットフォーム(KCP+)」を構築し、今後は、KCP+の利用により、端末メーカーは、ユーザー・インターフェース、デザイン、独自に強みを持つデバイス面(例:液晶、カメラ等)での差別化に注力することが可能となります。KDDIはKCP+により、引き続きお客様ニーズの個性化・多様化

への対応による端末のさらなる魅力化と、端末開発の効率化によるコスト競争力の両立を目指します。

■ 携帯電話の購入方法・料金サービスの拡充

「au買い方セレクト」の拡充とau携帯電話の分割払いの導入

2008年6月より、KDDIからお客様への購入サポート(税込み21,000円)による値引きではお客様の購入価格が高価となっていたハイエンド端末についても、お買い求めやすくすることを目的として、「シンプルコース」にau携帯電話の分割払いを導入しました。

あわせて、「フルサポートコース」向け料金プランとの比較が行いやすく、他社との競争力もある低廉な「新シンプルプラン」を導入しました。

競争力のある端末調達コストを実現している当社としては、今後、柔軟な販売

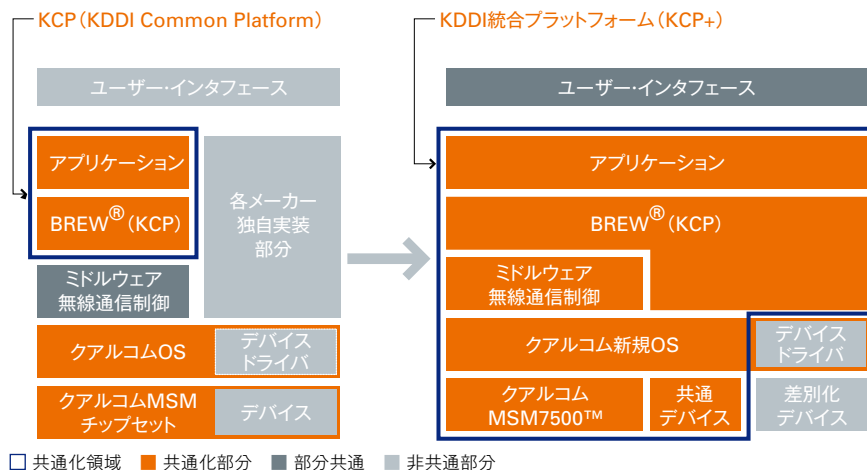
価格の設定により、端末販売において利益を確保することが可能となります。

2008年度の業績見通し

さらなる増収増益を目指す

2008年度末のKDDI契約数は、2007年度末比4.1%増の3,160万を見込んでいます。営業収益については、契約数の拡大を見込むものの、割引サービスの浸透や新販売スキームの拡充によるARPUの減少などにより2007年度比1.7%増の2兆9,110億円、営業利益については、販売台数の緩やかな低減や新販売スキームの拡充による影響から2007年度比9.2%増の4,970億円を見込んでいます。

新統合プラットフォームの構築



コンテンツ・メディア事業

通信料以外の収入の柱として、さらなる成長を目指す

事業環境

大容量コンテンツ・動画配信サービスが拡大

コンテンツ・メディア市場は、3Gネットワークの進展やデータ料金の定額制の拡がりにより、これらを活かした高速かつ大容量のコンテンツ提供が可能となり、着実に伸びています。

最近では、従来のダウンロード型コンテンツに加え、ブログやSNS*といったユーザ発信型のサービスが拡大しており、これに付随する形での広告やEC**関連も伸びています。またPCでの利用が主であったYouTube等の動画配信サービスについてもケータイでの利用が急速に拡がりつつあります。

なお、携帯電話で利用可能なサイトには役立つ情報が多数存在する一方で、

詐欺まがいの「悪質サイト」や18歳未満の青少年には提供が禁止されている「出会い系サイト」、「成人向けのサイト」も存在しています。これに対して、行政、電気通信事業者、コンテンツプロバイダー等を中心に、青少年における「有害サイトアクセス制限サービス」（以下、フィルタリングサービス）の普及促進に向けた取り組みが進められています。

*SNS Social Networking Service
**EC Electronic Commerce

2007年度の事業概況

売上は、前年度比1.3倍と順調に拡大

コンテンツ利用料の回収代行、広告、EC、協業コンテンツといった当社のコンテンツ・メディア事業における2007年度の売上は359億円、前年度比1.3倍と順調に伸びています。

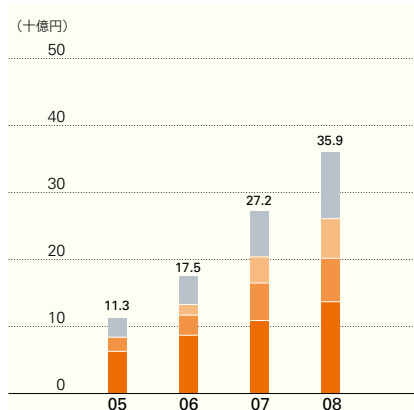
当社が回収代行を行う有料コンテンツとしては、「EZ着うた®」や「EZ着うたフル®」の音楽、ゲームなどのデジタ

ルコンテンツを中心に順調に拡大していますが、さらなる利用者層の拡大を目的として、次のような取り組みを行っています。

一つは、「EZニュースフラッシュ」によるコンテンツ利用者の拡大です。「EZニュースフラッシュ」は、無料のニュースや天気などの情報が自動的に携帯電話の待ち受け画面に届くことで、従来はあまりEZwebをご利用にならなかった利用者にも気軽にご利用いただいています。「EZニュースフラッシュ」を導線とした関連コンテンツへのアクセス拡大に寄与しています。

次に、新たにお客様のライフスタイルに合わせたサービスとして、スポーツに焦点を当てた「au Smart Sports」を開始しました。「au Smart Sports」は、日常のスポーツシーンを携帯電話でサポートするアプリ、トレーニング履歴の管理やスポーツ情報の閲覧ができるEZwebサイト・PCサイト、スポーツ関連グッズなどを提供し、スポーツを通

コンテンツ・メディア事業の売上高



(3月31日に終了した各年度)

■ 回収代行 ■ 広告 ■ EC ■ 協業・その他

(注) 2008年3月期の広告売上の比率は会計処理の変更により減少しています。

KDDIのフィルタリングサービス

制限レベル	サービス	利用形態
大	EZweb利用制限 (ホワイトリスト方式)	「料金照会」「安心ナビ」など限られたページにのみアクセス可能 (2003年11月~)
中	EZ安心アクセスサービス 接続先限定コース (ホワイトリスト方式)	子供には安心なサイトだけ見せたい (2006年4月~)
小	EZ安心アクセスサービス 特定カテゴリ制限コース (ブラックリスト方式)	子供に有害なサイトは見せたくないが、学校のHP等は見せたい (2008年3月~)

じたお客様の自分磨きを支援する総合サービスです。第一弾の「au Smart Sports Run&Walk」では、ランニングやウォーキング時のコースや消費カロリーなどが確認できるau携帯電話の「Run&Walk アプリ」と、携帯電話とPCを連動し、ワークアウトをさらに充実させる「Run&Walk サイト」を提供しています。「Run&Walk アプリ」では、音楽プレイヤーを再生することができ、楽曲を聴きながらランニングやウォーキングを楽しんでいただくことも可能ですし、GPS（全地球測位システム）を利用した走行履歴の確認も可能です。「au Smart Sports」の他にもお客様のお好みの情報や機能にすばやくアクセスできるサービスとして、「au one ガジェット」を開始しています。

また、当社は青少年に向けた安心・安全なEZweb利用環境を提供するため、フィルタリングサービスとして2003年11月に「EZweb利用制限」を導入、2006年4月に「EZ安心アクセスサービ

ス」(ホワイトリスト方式:現EZ安心アクセスサービス接続先限定コース)を導入しました。さらに2008年2月からは新規契約者へのフィルタリングサービス加入の意思確認強化、2008年3月に「EZ安心アクセスサービス特定カテゴリ制限コース」(ブラックリスト方式)の導入を開始しています。

「チャレンジ2010」に向けて 安心・安全なモバイルインターネット環境の実現とともに事業領域の拡大を推進

当社の今後の成長を考える上で、通信料収入だけではなく、事業ドメインの拡大により通信料金以外の収入の柱を育てていくことが重要であり、コンテンツ・メディア事業はその中核を担うものです。

既存分野(コンテンツ利用料の回収代行、広告、EC、協業コンテンツなど)の深化に加え、auの強みである音楽においては制作等も含めたさらなる事業の強化・拡大を図っていきます。映像などのエンターテインメント系コンテンツ

の拡充にも取り組み、当該分野における優位性と先進性を獲得していきます。さらに、現在の音楽に続き、新たに柱となるコンテンツの構築、および異業種企業との協業やお客様のライフスタイルに合ったサービス開発等によるコンテンツ利用者層の拡大に積極的に取り組むことで、持続的な成長を実現していきます。

また、青少年保護を目的とした、安心・安全なモバイルインターネット環境の実現のため、フィルタリングサービスの推進、コンテンツ権利侵害に対する取り組みを通じ、利用者、コンテンツプロバイダー、クリエイターのそれぞれがプラスの関係で結ばれる環境を構築していきます。

こうした取り組みを通じてauの魅力化を推進するとともに、コンテンツ・メディア事業領域の拡大を図っていきます。

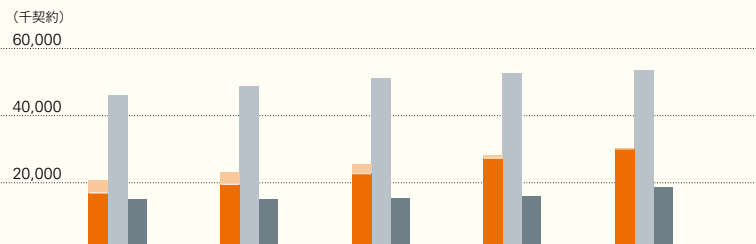
ライフスタイル戦略



移動通信市場データ

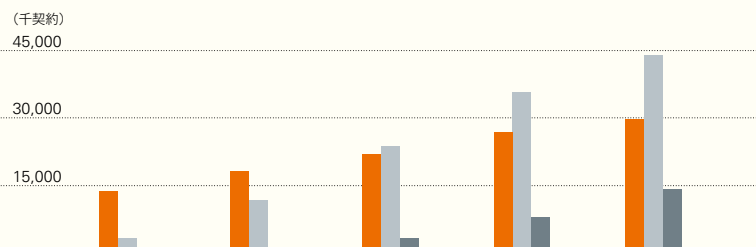
3月31日に終了した各年度

累計契約数



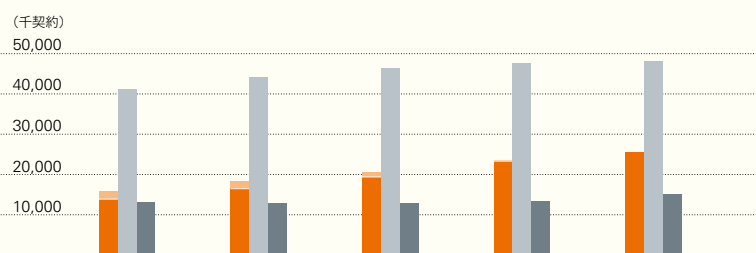
	2004	2005	2006	2007	2008
KDDI	20,591	23,132	25,439	28,189	30,339
■ au	16,959	19,542	22,699	27,317	30,105
■ ツーカー	3,632	3,590	2,739	872	234
■ NTT DoCoMo	45,927	48,825	51,144	52,621	53,388
■ SoftBank Mobile	15,002	15,041	15,210	15,909	18,586
■ EMOBILE	—	—	—	—	412
合計	81,520	86,998	91,792	96,718	102,725

3G契約状況



	2004	2005	2006	2007	2008
■ 1X+WIN (au)	13,509	17,935	21,828	26,720	29,689
■ FOMA (NTT DoCoMo)	3,045	11,501	23,463	35,530	43,949
■ SoftBank 3G (SoftBank Mobile)	138	917	3,038	7,660	14,007

モバイル・インターネット接続の契約推移

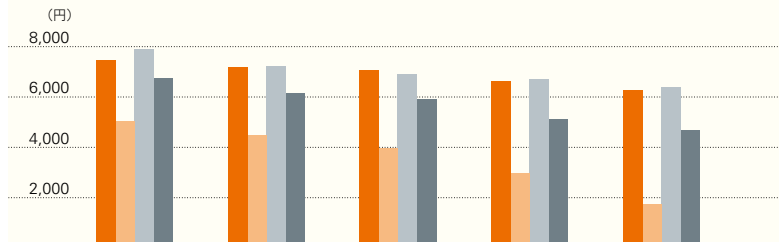


	2004	2005	2006	2007	2008
EZweb	15,700	18,259	20,523	23,533	25,512
■ au	13,886	16,469	19,390	23,322	25,505
■ ツーカー	1,814	1,790	1,133	211	8
■ i-mode (NTT DoCoMo)	41,077	44,021	46,360	47,574	47,993
■ Yahoo!ケータイ (SoftBank Mobile)	12,956	12,874	12,875	13,265	15,171

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)

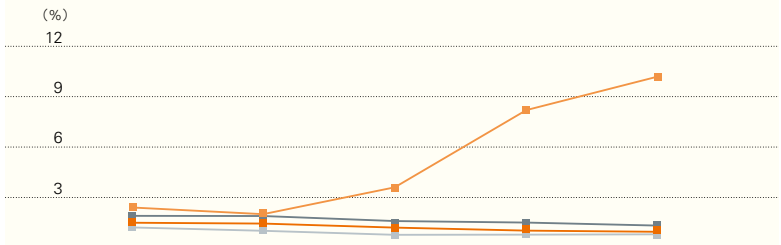


	2004	2005	2006	2007	2008
■ au	7,440	7,170	7,040	6,610	6,260
うちデータ ARPU	1,640	1,740	1,890	2,020	2,130
■ ツーカー	5,020	4,470	3,960	2,960	1,750
■ NTT DoCoMo	7,890	7,200	6,910	6,700	6,360
うちデータ ARPU	1,970	1,870	1,880	2,010	2,200
■ SoftBank Mobile	6,730	6,150	5,890	*5,120	**4,660
うちデータ ARPU*	—	—	—	—	**1,490

* 2005.3期より、データ ARPU の算出方法を変更しています。

** 2007.3期以降の ARPU は、四半期実績の平均。

解約率

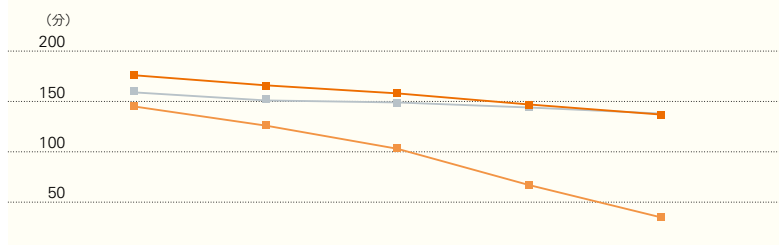


	2004	2005	2006	2007	2008
- au	1.49	1.44	1.20	1.02	0.95
- ツーカー	2.40	2.00	3.60	8.20	10.2
- NTT DoCoMo	1.21	1.01	0.77	0.78	0.80
- SoftBank Mobile	1.90	1.89	1.59	1.50	1.32

*2007.3期以降の解約率は、四半期実績の平均。

MoU

(Minutes of Use / 1契約あたりの月間平均通話時間)



	2004	2005	2006	2007	2008
- au	176	166	158	147	137
- ツーカー	145	126	103	67	35
- NTT DoCoMo	159	151	149	144	138
- SoftBank Mobile	—	—	—	—	—

Fixed-line Business

固定通信事業

アクセス回線ビジネスへの取り組みを軸に事業基盤を強化

目次

35 事業環境

36 2007年度の事業概況

36 IP時代におけるアクセス回線への取り組み

38 コンシューマ向けFMBCへの取り組み

38 法人ICTビジネスの取り組み

40 今後の戦略

42 固定通信市場データ



事業環境

中継系ビジネスからアクセス回線ビジネスへの転換

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、FTTH (Fiber to The Home、光ファイバ)は2007年度上期に1,000万契約を突破しました。ADSLからFTTHへの移行が進み、2008年度中にはFTTHの契約数がADSLを上回る可能性があります。た

だし、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からは、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です。NTTも2010年度の契約数目標を3,000万から2,000万に引き下げています。

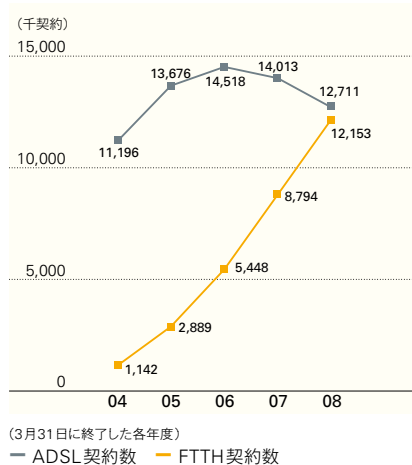
FTTHの映像サービスでは、IPをベースとした「IPマルチキャスト」という方式でデータ送信を行います。IPマルチキャストは著作権法上「(有線)放送」ではなく、「自動公衆再送信」に該当します。従来、放送番組をIPマルチキャストで再送信する場合、事前に作曲家や実演家、レコード会社などの権利者から個別に許諾を取る必要があり、権利許諾の難しさが指摘されてきました。しかしながら2006年12月の著作権法の一部見直しにより、放送番組のIP

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。

なお、20年ほど前に固定電話事業に中継系の電話事業者が参入したときの状況は、アクセス回線を保有するNTTへの支払を差し引いてもお客様の支払額の9割超が手取り収入になりました。しかしながら、IP化が進む現在においては状況が一変し、アクセス回線への支払がお客様の支払額の3/4程度を占めるようになり、手取り収入の割合が激減しています。

収入・収益の確保という観点においては、電話が中心であった時代の中継系ビジネスからアクセス回線ビジネスへの転換が重要になってきています。

FTTHの普及状況の推移



固定回線の収入構造の変化

電話時代

東京—大阪3分間の電話料金(1987年)

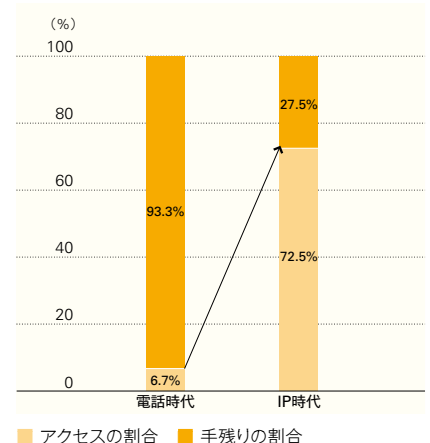
お客様の支払額	: 300円
—アクセス部分の支払	: 20円
手残り	: 280円

IP時代

戸建て向けFTTHの

インターネット接続月額料金^(注)

お客様の支払額	: 7,528円
—FTTH料金	: 5,460円
手残り	: 2,068円



(注) NTT東日本Bフレッツ(ハイパーファミリー、ニューファミリータイプ)でKDDIのISP (au one net)を利用した場合の料金。手残りの中からさらにNTT東日本の線路敷設基盤利用に係る費用の支払いが必要。

2007年度の事業概況

直収化・IP化・ブロードバンド化への対応を戦略的に推進

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。

2007年度の営業収益は前年度比0.6%増の7,186億円となりました。電話等のレガシー系サービスの落ち込みがあるものの、メタルプラス契約数増加による電話基本料収入の増加やパワードコムとの合併による法人系データサービスの売上増加により、2005年度から3期連続の増収となり、固定通信事業でも増収傾向が持続しています。損益面では、パワードコムとの合併効果や「メタルプラス」の赤字幅縮小と、個別には着実に実績が出てきてはいるものの、電話等のレガシー系サービスの売上減、FTTH事業の推進に伴うコスト増等

により、固定通信事業全体の営業赤字は647億円と、前年度比157億円拡大しています。

直収化・IP化・ブロードバンド化への転換期において、当社は従来の電話サービスから、FTTH、直収電話（メタルプラス、ケーブルプラス電話）、ケーブルテレビ（以下、CATV）によるアクセス回線ビジネスへの取り組みを戦略的に進めています。

2006年1月のパワードコムとの合併、2007年1月の東京電力株式会社（以下、東京電力）のFTTH事業統合に続き、2007年6月にはジャパンケーブルネット（以下、JCN）グループを連結子会社とし、また2008年4月には中部電力株式会社（以下、中部電力）の連結子会社であった中部テレコミュニケーション株式会社（以下、CTC）を連結子会社としました。

（注）JCNは2007年度の固定通信事業の業績には含めていません。（2007年度はその他事業）2008年度にはCTCや海外固定系子会社とともに固定通信事業に含める予定です。

IP時代におけるアクセス回線への取り組み

メタルプラス、FTTHの拡販

メタルプラスの取り組み

目標の300万契約を突破

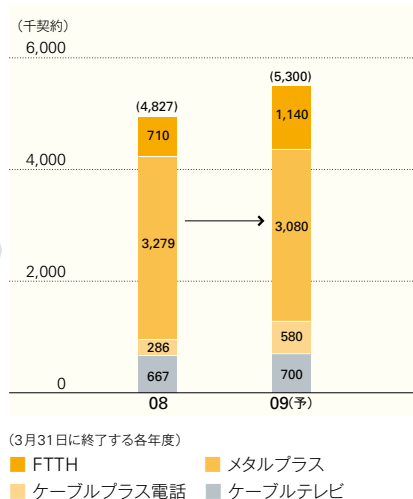
メタルプラスは当社が提供する直収型固定電話サービスです。NTTに代わって当社が電話回線を提供するため、従来の通話料収入に加えて、電話基本料も新たに当社の収入となります。メタルプラスは「電話のみで十分」というお客様をターゲットとしたサービスですが、インターネットを利用される方には、ADSLまたはダイヤルアップによるサービスも提供しています。

2007年度はメタルプラスの契約数も300万契約を突破し、2007年度末には前年度末比46万6千契約増の327万9千契約となりました。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。

アクセス回線への取り組み

2003年10月 ひかりone（旧光プラス）サービス開始
2005年2月 メタルプラスサービス開始
2005年10月 ケーブルプラス電話サービス開始
2006年1月 東京電力子会社パワードコム合併
2007年1月 東京電力の光ファイバ事業統合
2007年6月 JCNグループ（CATV）の連結子会社化
2008年4月 中部電力子会社の連結子会社化 <中部テレコミュニケーション（CTC）>

固定系アクセス回線数



*（ ）は各アクセス回線の合計で重複を除く

メタルプラスの2007年度売上は音声、インターネットを合わせて1,229億円(前年度比+303億円)、ARPUは3,420円(前年度比+100円)でした。損益面では、目標の300万契約を突破したことで採算改善がさらに進み、2008年度での黒字化の目処が立ちました。

2007年度末時点でメタルプラスの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ており、ARPUの高い法人のお客様も着実に増えています。

FTTHの取り組み

販路を含む営業力と商品競争力を強化

FTTHは「ひかりone」というサービス名称で、電話・インターネット・映像のトリプルプレイサービスを提供しています。当社は2007年1月の東京電力のFTTH事業統合により、現在、首都圏の約1,000万世帯にアクセス可能なFTTHネットワークを保有しており、戸建て向け

のサービスを提供しています。その他の全国主要都市ではNTTの回線を利用してマンションなどの大規模集合住宅向けにサービスを提供しています。

2007年度は販路の拡大を含めた営業力の強化を図るとともに、商品競争力の強化に取り組みました。

営業面については、2007年度下期から首都圏の戸建て向けとともに、マンション向けについても注力しています。また、メタルプラスの拡販にも目途がついたことから、営業部隊をFTTHへシフトする他、特にマンション向けではディベロッパーやマンション管理組合に対する営業強化を図るなど、営業体制の整備を図っています。また、販路についても、従来の量販店中心から、auショップでの取り扱いを開始するなど、販売コストの抑制とともに携帯電話サービス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。

商品面については、マルチISPによる受付体制強化、「DVD Burning」などの

商品開発、映像サービスにおけるチャンネル数の追加やVOD(ビデオ・オン・デマンド)によるワーナーブラザーズ作品・NBCユニバーサル作品・20世紀フォックス作品の提供開始など、映像コンテンツの拡充に積極的に取り組んでいます。

その結果、2007年度末のFTTH契約数は、前年度末比11万8千増の71万となり、売上は音声、インターネット、映像を合わせて366億円、ARPUは4,600円となりました。損益面では、顧客獲得コストに加えて、販売体制構築のための立ち上げコストもあり、赤字が続いています。FTTHの赤字は固定通信事業の赤字における主要因となっています。

CATVとの連携強化

ケーブルプラス電話の提携先の拡大

ケーブルプラス電話はCATV各社の回線設備(同軸ケーブル)と当社の中継網を活用し、CATV各社が提供する固定電話サービスです。当社は、CATV会社に対して「ケーブルプラス電話」を



田中 孝司
取締役執行役員常務
ソリューション事業統轄本部長

法人分野においては、ICTのオールラウンドプレイヤーへの発展を目指します

法人向けの固定通信市場において、広域イーサネットサービスなどVPNサービスの需要が伸びる中、当社は同サービスでのリーディングカンパニーであったパワードコムとの合併効果により、関連売上は競合他社に比べても顕著な伸びを示しています。

また、中・小規模法人を中心に、ネットワークに加えてLAN・端末からアプリケーションまでのアウトソーシングニーズが高まっています。当社は、コア事業であるネットワーク領域については、国内の固定通信、移動通信から海外の固定通信まで一社で提供可能であるほか、自社が不足する領域では、マイクロソフト株式会社とのSaaS事業における提携など得意分野を持つパートナーとのWin-Winの協業モデルをつくり事業領域を拡大することにより、ICT事業者としてエンド・エンドのサービス提供が可能となってきました。

今後も、固定通信のネットワークサービスを核として、モバイルと組み合わせたFMCサービスや、海外におけるデータセンター事業の拡大など自社の強みを活かしながら、他企業との協業モデルの推進による新たな事業領域の拡大により、売上の最大化を図っていきます。

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。当社にとっても、ケーブルプラス電話は新たに電話基本料収入が見込めるサービスです。2007年度末の「ケーブルプラス電話」の提携CATV局は42局、契約数は28万6千回線となりました。今後もCATV会社との提携を進め、顧客基盤の拡大に取り組んでいきます。

JCN連結子会社化によるシナジー

2007年6月に日本第2位のMSOであるJCNグループが当社連結子会社となり、2007年度末では首都圏を中心にCATV15局を展開し、契約数は66万7千契約となりました。今後はFMBC*に向けて、映像サービスのノウハウ蓄積を図るとともに、CATV顧客の拡大に取り組んでいきます。

*FMBC Fixed Mobile & Broadcast Convergence

コンシューマ向けFMBCへの取り組み

コンシューマブランドを「au」に統一

当社は移動通信と固定通信の総合通信事業者としての強みを活かし、携帯電話サービスの3,000万契約をベースに、FMBCサービスを推進していきます。取り組みの一環として、コンシューマブランドを携帯電話サービスの「au」に統一し、社内体制についても移動通信部門と固定通信部門を統合（2007年4月 事業企画部門／商品企画部門、10月 営業部門）しました。

2007年9月には、当社の目指すFMBC世界の実現に向けた大きなステップとして、ケータイとPCのポータルを統合し、新たに「au one」をスタートしました。これは名称に「au」ブランドを冠することで、統一感の醸成を企図しています。このポータル統合に加えISPブランドも「DION」から「au one net」

に変更するなど、3,000万の顧客基盤を有する携帯電話サービス「au」のブランド力を活用した固定系サービスの利用促進体制を整備しています。

法人ICTビジネスの取り組み

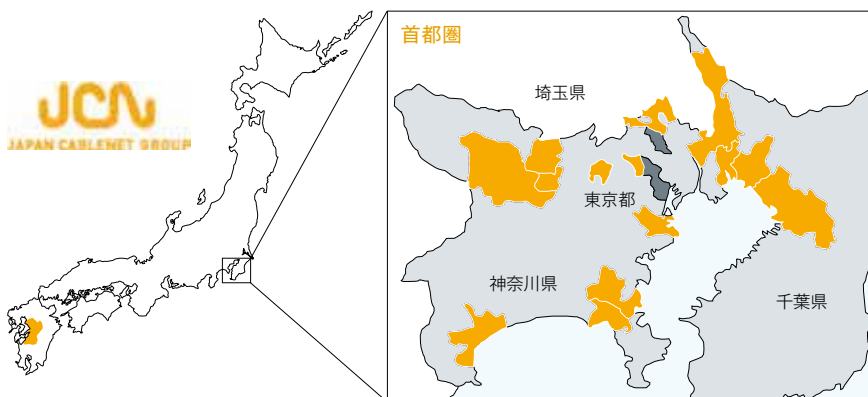
ICTのオールラウンドプレイヤーに向けた取り組みを強化

パワードコムとの合併効果

法人向けのネットワーク売上が順調に増加

法人ビジネスのうち、広域イーサネットサービスなどのVPNサービスは今後の成長が期待されている分野であり、同サービスでのリーディングカンパニーであったパワードコムとの合併効果が着実に表われています。VPNサービスの2007年度売上は前年度比11%増の986億円と、年率2桁の伸びを持続しています。

JCNグループネットワーク



*2008年3月末時点

■ グループ局(15局) ■ 持分法適用会社(2局)

またパワードコムとの合併により、当社が法人のお客様に提供するアクセス回線は従来の主にNTTに依存していた状況から、電力系各社とNTTの2つのアクセス回線を持つことが可能となり、サービス全体の信頼性が向上し、お客様への大きなアピールポイントとなっています。

また、PNJグループ(電力系通信事業者グループ)との連携も奏功し、法人系固定通信市場における確実な地位を築くことでVPNサービスの売上を中心に法人向けのネットワーク売上が順調に増加しています。

「ワンストップ」戦略の推進

事業領域の拡大によりエンド・エンドのサービスを提供

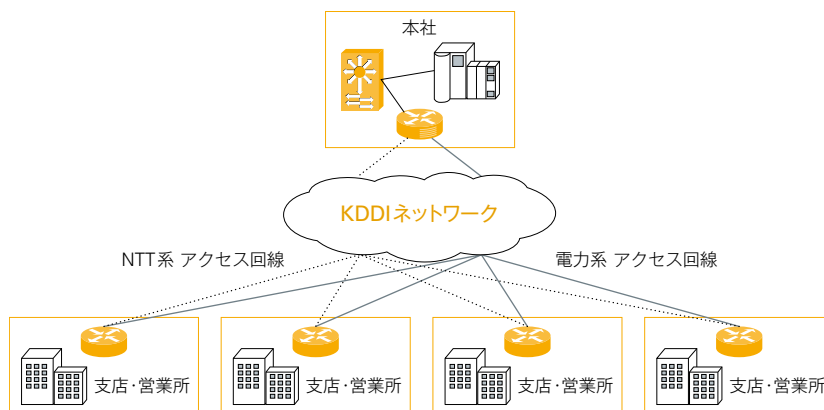
中・小規模法人を中心に、LAN・端末からアプリケーションまでのアウトソーシングのニーズが高まっています。また、固定通信と移動通信の融合(FMC)への対応もあり、固定通信事業

者、移动通信事業者、SI事業者、機器ベンダーも巻き込んだ競争環境は、一段と厳しさを増しています。

2007年度は、2007年2月に提携したユニアデックス株式会社との通信ネットワークと事業所内LAN構築等をワンストップで提供するサービスを開始し、また、マイクロソフト株式会社との提携によるSaaS*事業への進出(特集18頁参照)、株式会社ラックとの提携によるセキュリティソリューションの提供など、他企業と協業モデルを構築し、事業領域を拡大することによって、ICT事業者として、エンド・エンドのサービスが提供できるようになってきました。

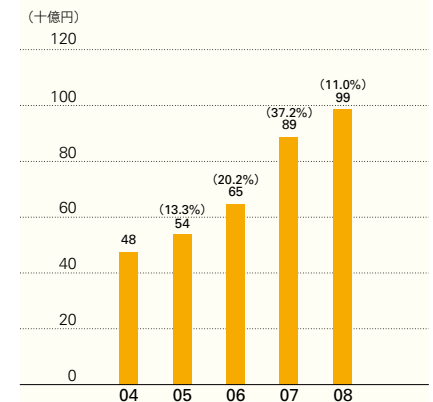
*SaaS Software as a Service

アクセス網の二重化



VPNサービスの売上

広域イーサとIP-VPNの合算値



(3月31日に終了した各年度)

* ()は前年度比

今後の戦略

コンシューマでは総合的なアクセス戦略を確立、法人では事業領域の拡大による収益の確保を図り、2010年度の黒字化を目指す

「チャレンジ2010」に向けて顧客基盤の拡大により、売上成長と利益改善を目指す

日本の固定通信事業が、現在、従来のレガシー系サービスから、直収化・IP化・ブロードバンド化へ向け、大きな転換期にある中で、当社においても、次の成長フェーズに向け、アクセス回線ビジネスを推進しています。現在、FTTHにおける顧客基盤拡大にかかるコスト負担によって、固定通信事業は赤字となっていますが、当社は縮小均衡

ではなく、顧客基盤拡大による売上成長と、それに伴う利益成長を目指していきます。

「チャレンジ2010」についても、コンシューマ向けでは、メタルプラス、FTTH、ケーブルプラス電話、CATVのアクセス回線への取り組みを強化するとともに、法人向けビジネスを推進することで固定通信事業全体での2010年度黒字化を目指しています。次に当社の固定通信事業の今後の取り組みについて紹介します。

■メタルプラスの取り組み メタルプラスは安定的黒字化へ

メタルプラスは2008年度に黒字化の予定です。現在の300万超の顧客基盤を今後も維持していくことで、安定的に利益に貢献していきます。

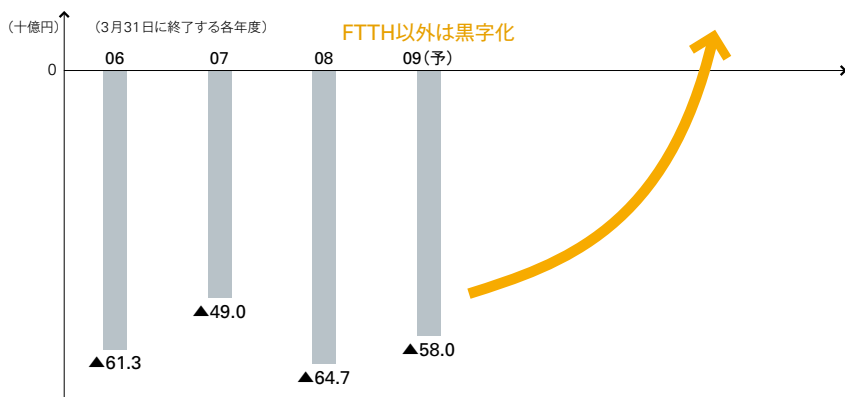
■FTTHの取り組み

FTTHは提供エリアでのシェア30%に向けて顧客基盤拡大

2007年1月の東京電力のFTTH事業統合と2008年4月の中部電力子会社であったCTCの当社連結子会社化により、首都圏／中部圏では自前でのアクセス回線設置による柔軟な事業展開が可能となりました。首都圏／中部圏を中心に提供エリア内シェア30%を中期的目標とし、現在課題となっている商品力強化とコスト抑制の双方を推進することにより、採算改善を目指します。

商品面については、FTTHならではの魅力を向上させるため、FTTH上でハイビジョン映像が楽しめるような環境を実現すべく、技術開発を進めています。このハイビジョン映像を含めた映像サービスの充実やauとの連携によ

固定通信事業の営業利益イメージ



り、サービス全体の商品力強化を推進していきます。また営業面については従来の量販店中心から、テレマーケティング、訪問販売、auショップへと販路を広げた営業展開を進めていくことで、販売力の強化と販売コストの抑制を図りながら顧客基盤を拡大していきます。

■ 法人ビジネスの強化

事業領域拡大により一層強化

法人向け固定通信事業の拡大には、「法人モバイルと組み合わせたFMCサービス」、「周辺領域への拡大」などが必要と見えています。昨年来進めてきたネットワークに周辺領域も含めた「ワンストップ」戦略をさらに推進するため、お客様の要望が強く当社にとって不足する事業領域においてはそれぞれの得

意分野を持つパートナーとのWin-Winの関係を築くことで、その推進体制を構築していきます。この取り組みにより、ネットワークを核として、固定通信から移動通信、大規模法人から小規模法人、国内から海外を含めて顧客基盤の拡大を図ることで、ICTをワンストップで提供するオールラウンドプレイヤーへの発展を目指します。

前年度比19.0%増の8,550億円、営業利益は前年度比で赤字が67億円縮小の580億円の営業赤字を見込んでいます。メタルプラスの黒字化を見込んでいるものの、FTTHサービスの推進に伴い赤字が継続します。

また、コンシューマ向けの固定系アクセス回線は前年度比47万3千増の530万回線を見込んでいます。

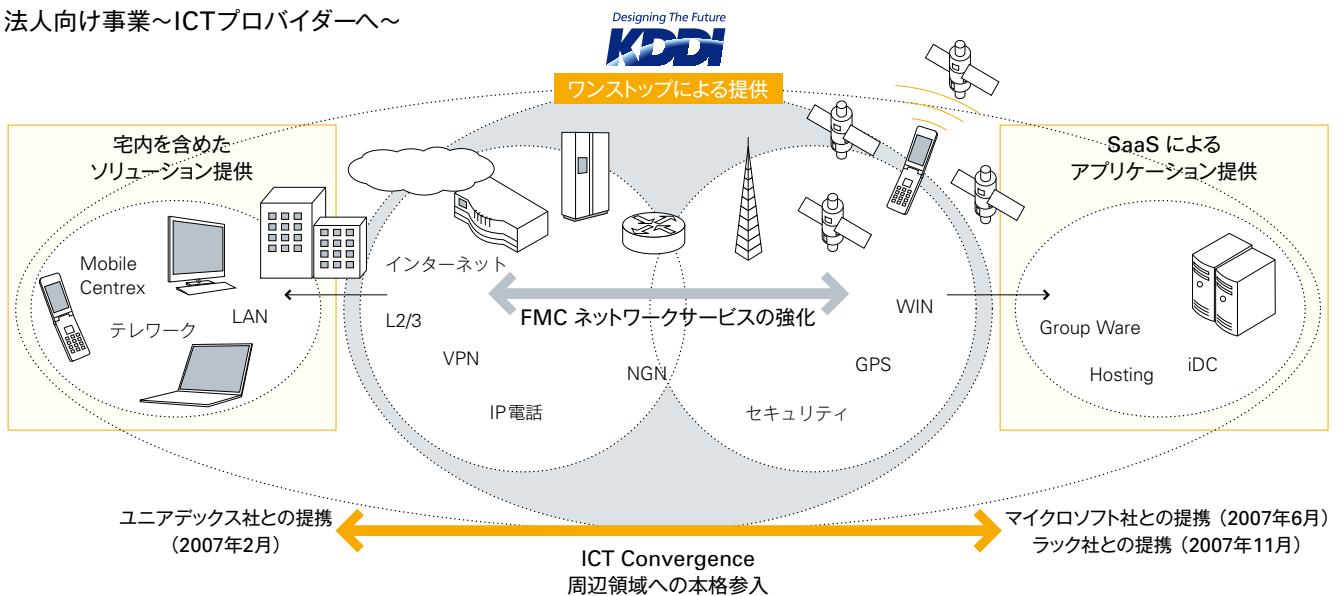
2008年度の業績見通し

アクセス回線ビジネスを推進

2008年度の固定通信事業の見通しは、2008年4月から連結子会社となったCTCを含めるとともに、従来「その他事業セグメント」であったJCNグループと海外固定系子会社を当事業セグメントに変更する予定です。

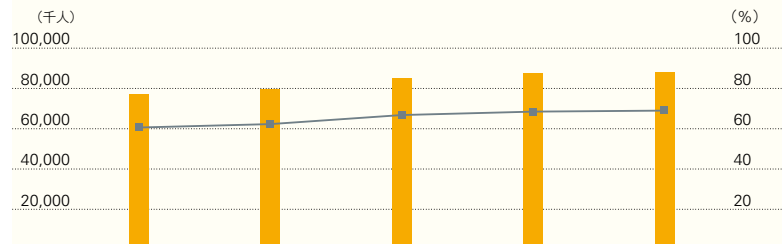
これにより2008年度の営業収益は、

法人向け事業～ICTプロバイダーへ～



固定通信市場データ

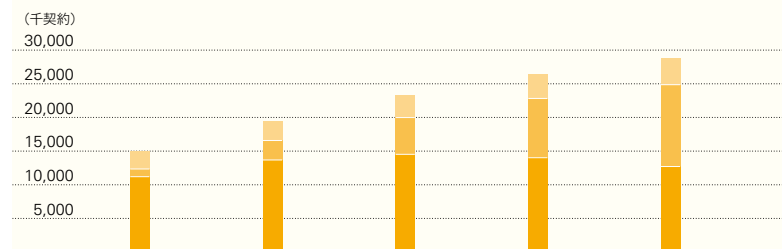
インターネット普及率



(12月31日に終了した各年度)

	2003	2004	2005	2006	2007
■ 利用者数	77,300	79,480	85,290	87,540	88,110
- 人口普及率	60.6%	62.3%	66.8%	68.5%	69.0%

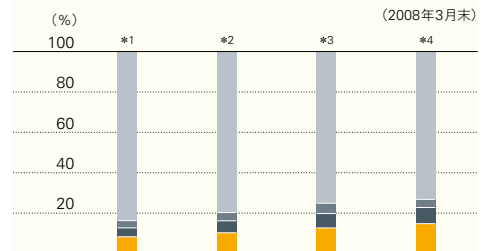
ブロードバンド普及状況の推移



(3月31日に終了した各年度)

	2004	2005	2006	2007	2008
■ ADSL 契約数	11,196	13,676	14,518	14,013	12,711
■ FTTH 契約数	1,142	2,889	5,448	8,794	12,153
■ CATV 契約数	2,578	2,961	3,310	3,607	3,874
合計	14,916	19,533	23,285	26,427	28,738

事業者別マイライン



(3月31日に終了した各年度)

	2006				2007				2008			
	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	10.8%	13.2%	16.5%	19.5%	9.1%	11.3%	14.1%	16.5%	8.3%	10.3%	12.7%	14.8%
■ SoftBank TELECOM	5.4%	7.3%	9.1%	10.4%	5.0%	6.7%	8.3%	9.3%	4.4%	5.9%	7.1%	8.0%
■ Other companies total	5.6%	5.4%	8.0%	6.6%	4.2%	4.7%	5.9%	4.6%	3.5%	4.1%	5.2%	4.1%
■ NTT	78.2%	73.1%	66.4%	63.5%	81.8%	77.2%	71.7%	69.5%	83.8%	79.7%	75.0%	73.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* フュージョンは2007.3期よりその他事業者を含む。

出典：総務省、マイライン事業者協会

Other Business その他事業

JCNグループ*の連結子会社化など、今後の成長が見込まれる事業分野を強化

目次

43 事業概況

44 研究開発

事業概況

今後の成長分野を重点的に強化

その他事業については、KDDIグループ全体の競争力を強化するため、今後の成長が見込まれる事業分野を重点的に強化しています。2007年6月に日本第2位のMSOであるJCNグループ*の連結子会社を実施し、主としてこの影響から2007年度の営業収益は、

前年度比53.8%増の1,672億円、営業利益は、31.4%増の90億円となりました。

なお、2008年度より固定通信セグメント範囲の見直しを行い、固定通信事業のアクセス戦略の一翼を担うJCNグループと、法人ICT戦略の一翼を担う固定通信サービス系の海外グループ企業を、それぞれ新たに固定通信セグメントに組み入れる予定です。

*JCNグループ：19ページ参照



(株)KDDI研究所の風景(埼玉県ふじみ野市)

その他事業における、主要なサービス・グループ企業

	主要なサービス	主要なグループ企業
その他事業	コールセンター事業、コンテンツ事業、ケーブルテレビ事業、研究・先端開発、その他固定通信サービス、その他携帯電話サービス、その他データセンターサービスなど	(株)KDDIエボルバ、(株)mediba、JCNグループ、(株)KDDI研究所、KMN(株) KDDI America, Inc. TELEHOUSE International Corporation of America

研究開発

未来のテレビを先取りする自由視点映像技術の研究開発

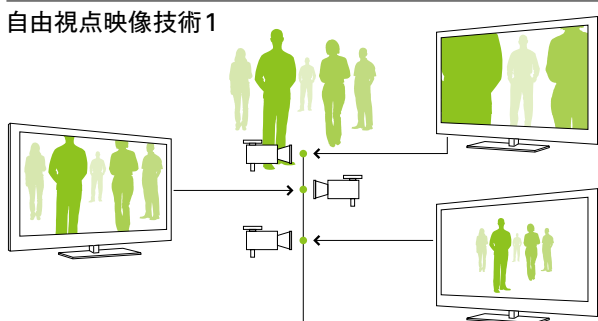
当社は、視聴者が自分の好きな様々な視点からテレビ映像を楽しむことができる自由視点映像技術を開発しました。これにより、視聴者はビデオカメラが設置できない相撲の行司の視点やサッカー選手の視点を選択することができ

ます。さらに、視聴者自身がサッカー選手になったかのように、選手の間で動き回るような躍動感のある映像（ウォークスルー映像）表現も可能となります。このような自由視点映像技術は、KDDI研究所の独自技術である広い空間の分割とその映像合成を最適に組み合わせた「シリンダー空間分割法」によって世界で初めて実現されました。

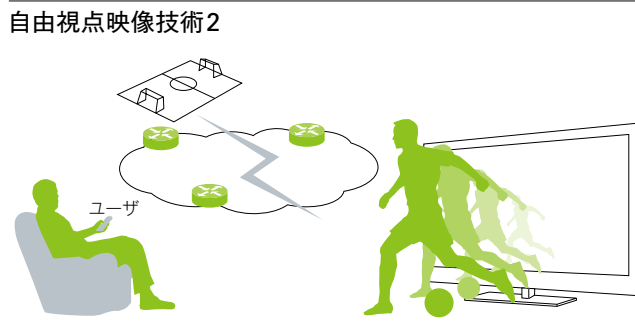
デジタル放送やデジタルシネマなどのように、大画面、高解像度画像などの

高品位化が急速に進展している中、今後はバーチャルリアリティをはじめ、より臨場感の高い映像へのニーズが高まるものと考えられます。当社の自由視点映像生成技術は、視聴者がまさに現場にいるかのような映像体験（超臨場感）を提供するものです。今後は、本技術を用いた映像制作システムなどの実用化を検討すると共に、このような未来の映像技術へ向けた研究開発をさらに進めていく予定です。

自由視点映像技術1



自由視点映像技術2



携帯電話を用いた伝送速度1Gbit/s赤外線ワイヤレス通信の実現

当社は、現在普及している赤外線通信インターフェース(4Mbit/s)と比べて250倍高速な1Gbit/sの赤外線通信インターフェースを開発しました。

携帯電話やデジタルカメラ、携帯型AV機器などの携帯情報端末のメモリ容量は近年急増しているため、保存した静止画、動画、音楽情報などの様々なデータを短時間で簡単にやり取りできるインターフェースの需要が高まっています。これまで携帯電話のメモリに保存したデータをパソコンへ転送する場合、ケーブルを使って携帯電話とパソコンを接続する必要がありましたが、開発したインターフェースを用いるとケーブルが

不要になり、配線する手間がかからず非常に短時間で大容量のデータを転送することができます。例えば、携帯音楽プレイヤー用のCDアルバム2~3枚分のデータ(約100Mbyte)は、開発したインターフェースを用いると1秒以下で簡単に送ることができます。

当社は、同様の技術の標準化を行うIrDA (Infrared Data Association)にお

いて、2009年3月を目指した1Gbit/sの赤外線通信インターフェース標準化に加わり、さまざまな情報家電機器と携帯電話の間で大容量のデータが短時間でやりとりができるよう普及活動にも取り組んでいます。今後、携帯電話に高速赤外線インターフェースが搭載され、携帯電話がもっと楽しく、もっと便利なものになることが期待されます。

高速赤外線インターフェース利用イメージ

