

The Challenge for New Value Creation

特集

KDDIならではの 新たな価値創造へのチャレンジ

KDDIでは、持続的成長を遂げていくため、既存事業の強化に加え、情報通信を核とした新たな高付加価値事業の創出を図っていきます。



iida

「au design project」での取り組みを発展・拡大させ、外部デザイナーとコラボレートし、お客様の暮らしをデザインする新ブランド「iida（イーダ）」。このiida誕生の背景やその狙い、ブランドコンセプト、今後の展開についてご紹介します。

iida → P.17

じぶん銀行

2008年7月にサービスを開始した「株式会社じぶん銀行」の、現在の事業運営状況や今後の方向性についてご紹介します。

じぶん銀行 → P.22

UQコミュニケーションズ

2009年7月に商用サービスを開始した「UQコミュニケーションズ株式会社」の、現在の事業運営状況や今後の方向性についてご紹介します。

UQ
WiMAX → P.23

iida

新ブランドiidaを形成する4つのエレメント

- innovation ほんの小さなひらめきでも、毎日を一変させる進化のきっかけになる。
- imagination 作り手の想像力は、持つ人の想像力に負けていないか。
- design 人をしあわせにできるカタチだけが、いいデザインである。
- art いちばん身近なものにこそ、作品という概念を。

ブランドテーマ

LIFE > PHONE

課題と取り組み

KDDIではこれまで、移動通信事業が会社全体を牽引するかたちで業績を伸長させてきました。しかし2008年度は、KDDI統合プラットフォームの完成が遅れ、機能や性能面で十分な端末をタイムリーに発売できないなど、携帯電話端末の商品競争力が相対的に弱かったことから、さらなる魅力のある商品の投入が喫緊の課題となりました。

また、コンシューマ向けにおいては成熟し飽和しつつあるといわれる携帯電話市場において今後の成長を期すためには、端末調達コストの低減を図るとともに、現状の販売チャンネルだけに依存しない新たな商流へのチャレンジも重要になっていきます。さらに、KDDI発足から間もなく10年を迎える今こそ、いわゆる“大企業病”に陥ることなく、これからの10年を見据えて組織を活性化し、新たな価値創造にチャレンジする気概を社員各自がもてる企業風土づくりを進める必要があります。

これらの課題に対する取り組みのひとつとして、KDDIは新ブランド「iida」を立ち上げました。

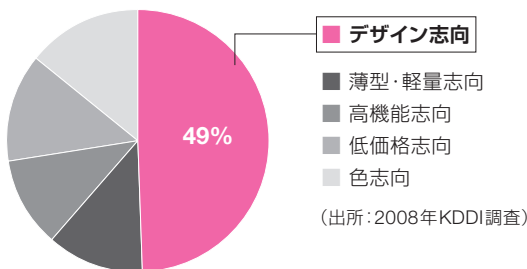
「iida」がもたらすもの

これまでKDDIは「au design project」の取り組みなどを通して、魅力的なデザインの携帯電話を提案してきました。この取り組みを発展・拡大させ、外部デザイナーとのコラボレーションにより、お客様の暮らしをデザインする商品を作り出す、それが新ブランドの基本コンセプトです。「iida」というブランド名は、このコンセプトを具現化する「innovation」、「imagination」、「design」、「art」の4つのエレメントの頭文字を取ったものであり、ブランドのテーマは「LIFE > PHONE」、主語は携帯電話ではなく暮らしです。

既存のauブランドは「先進性重視」「ライフスタイル重視」「価格重視」などのお客様の要求に対して、それぞれにふさわしい機能を持ったラインナップの提供を今後も継続強化していきます。一方、新ブランドの「iida」は、この戦略モデルをプラットフォームとして活用しながら、機能よりもデザインの上質感や心地よさといった感性を重視するお客様に向けた携帯電話および周辺アイテムの商品化に取り組んでいきます。そして、これらの両ブランドを合わせた商品ラインナップ全体でバランスをとり、商品調達コストの低減を図っていく考えです。また、「iida」の販売チャンネルに関しては、auショップや量販店といった既存チャンネルに加えて、それぞれのモデルの特性に合わせた新たな商流の開拓にもチャレンジしていきます。

「iida」の取り組みは、既存の枠組みをうまく活用し、新しいビジネスモデルを仮想的に作り出していくという意味で社内MVNOと位置づけられ、KDDIに新たな活力と好循環の事業サイクルを生み出すと期待されています。

お客様の求めている携帯電話



開発者インタビュー



アートとプロダクトが融合する、 これまでの常識を突き抜けた存在として Art Editionsは誕生しました。

砂原 哲

サービス・プロダクト企画本部 プロダクト企画部 コンセプト企画グループ 課長補佐

草間彌生氏との出会い

「au design project」から新ブランド「iida」へ。その第一歩を踏み出すにあたって、わたしたちは「iida」のみならずKDDIにとってのフラッグシップといえる作品をお客様に届けたいと考えていました。それは、この国のデザイン文化に貢献するという高い志と、企業として取り組むにふさわしい価値があるものでなければなりません。

わたしたちが目にしたのは、ひとりの前衛芸術家。長年ユニークな表現活動を展開し、国際的にも高い評価を受けている草間彌生氏です。独特の水玉モチーフと鮮烈な色彩の世界を“カワイイ”という不思議な魅力へと昇華させた草間氏の作品こそ、わたしたちが求めているものだと思感したのです。アートとプロダクトの融合による新しい価値創造、その素晴らしさを携帯電話会社として提案していきたいと草間氏にお伝えし、こころよくコラボレーションを引き受けていただくことができました。

新しいアートのかたち

新ブランド「iida」が手がける最初のArt Editionsモデルは、世界的な前衛芸術家の草間彌生氏による、アートとしての携帯電話。草間氏が携帯電話をテーマに制作した作品を原型として、携帯電話としての品質や機能性を損なうことなく、作品としてのクオリティーと存在感をより確かなものにするのがわたしたちの役割です。たとえばボディに描かれた水玉

模様ひとつをとっても、熟練技術者による細密な手作業や高度な印刷技術が駆使されています。また、従来の携帯電話の常識ではありえなかったユニークな形状でありながら、携帯電話メーカーの手で国内外の厳しい品質基準をきちんとクリアしたプロダクトへとまとめ上げられています。このプロジェクトはまさに新たなものづくりへの挑戦であり、その行為自体が新しいアートのかたちともいえるでしょう。

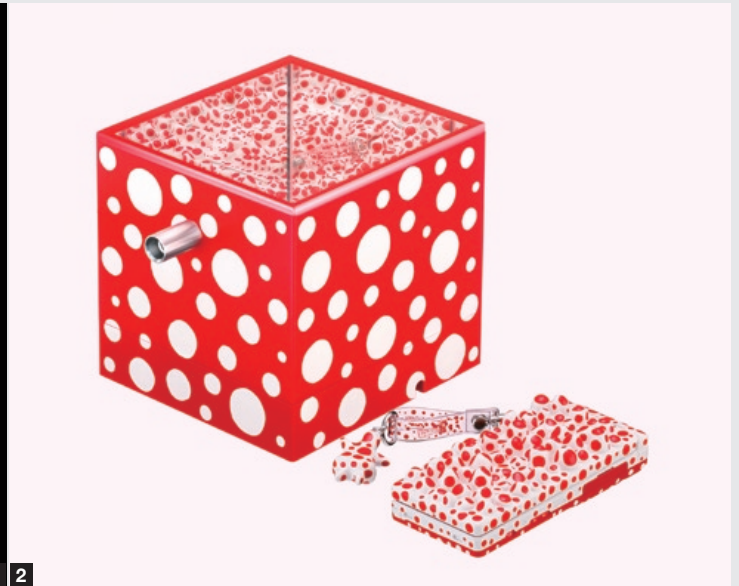
今までにないジャンルの創出

「携帯電話をアートに一変させる試み、アートの感動を、そして人生の素晴らしさを」という草間彌生氏とわたしたちの思いが結実したArt Editions YAYOI KUSAMAの3作品は、2009年4月、新ブランド「iida」の発表時に披露されました。アートとしての携帯電話、という今までにないジャンルの創出はさまざまな反響を生み、その後のブランド認知に関する調査でもArt Editionsの存在が大きく寄与していることがわかりました。

「iida」のラインナップは、Art Editionsとともに発表されたG9、misoraの各モデルと周辺アイテムで構成され、ライフスタイルブランドとしての広がりをもっています。今後は、プロダクトデザイナー、アーティスト、有名、無名といった境界を超えてさまざまなクリエイターが参加できる創造的なデザインのプラットフォームとしても「iida」を進化させていきたいと考えています。



1 2
3 4



1 G9(ジーナイン)

プロダクトデザイナー・岩崎一郎氏による、上質なデザイン。道具としての上質感と使い心地を追求した、世界で使える、iidaファーストモデル。

2 ドッツ・オブセッション、水玉で幸福いっぱい

携帯電話と箱型の置き台がセットとなった作品。箱の中には、ドットと突起に埋め尽くされた携帯電話が入っています。「Infinity Mirror Room—Phalli's Field」(1965年)の世界を見事に再現。

3 misora(ミソラ)

過剰な装飾は一切やめて、持ちやすく、使いやすいデザインを追求することで、人に寄り添うカタチが生まれました。

4 MOBILE PICO PROJECTOR(モバイルピコプロジェクター)

ワンセグやケータイカメラで撮影した画像などを複数の人と共有できる超小型プロジェクター。「G9」とほぼ同じ、画期的なモバイルサイズを実現。

開発者インタビュー



**iidaブランドの成功が
auブランドの競争力へとつながる、
それがわたしたちの狙いです。**

藤間 良太

サービス・プロダクト企画本部 プロダクト企画部 コンセプト企画グループ 課長補佐

社内MVNOという位置づけ

2009年4月から順次発売を開始した新ブランド「iida」の携帯電話は、おかげさまで順調な滑り出しを見せています。「au design project」から引き続き「iida」でのコラボレーションに参加していただいたプロダクトデザイナー・岩崎一郎氏の作品G9(ジーナイン)は、その美しい上質なデザインが、周辺アイテムの超小型プロジェクターMOBILE PICO PROJECTORとともに大きな話題となりました。そして調査によると、G9をはじめ「iida」の健闘がauブランドのイメージアップにもつながっていることがわかりました。まさに狙い通りの結果でした。

KDDIにとって「iida」の位置づけは、社内MVNOといわれるように、auの資源をうまく活用しながら、auとは異なるアプローチで新しい市場を開拓することです。そのために既存の販売チャンネルに専用什器を設置する一方で、「iida」独自のコンテンツやサービスの投入、美術ギャラリーでのArt Editionsの展開、周辺アイテムのWeb販売など新たな商流へのチャレンジも積極的に進めています。

暮らしをデザインする商品

新ブランド「iida」はお客様の暮らしをデザインする「LIFE > PHONE」がテーマです。たとえば、キッチンをはじめ暮らしのデザインに深く関わってきた迎義孝氏がプロデュースした作品misora(ミソラ)は、お客様のライフスタイルにスッ

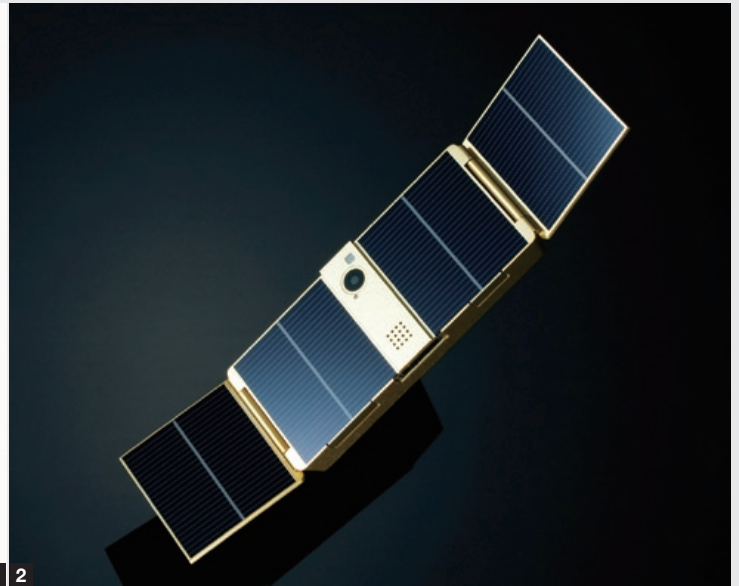
と溶け込むことのできるシンプルで心地よいデザインを実現しています。これも先の調査で、「iida」ブランドの魅力を伝えるプロダクトとしてふさわしいとの好感触を得ています。また、若手プロダクトデザイナーの海山俊亮氏とのコラボレーションによるAC Adapter MIDORIは、充電器は黒という常識を覆す観葉植物のようなデザインが注目され、出荷後まもなく限定2万個を完売しました。こうして着実に、「iida」はライフスタイルを創造するブランドとして、携帯電話と周辺アイテムの新しい市場を開拓しつつあります。

アプローチの違いが生む相乗効果

KDDIでは今後、「iida」ブランドの携帯電話に関して、積極的にラインナップを増やしていく計画です。テクノロジーに関しては目まぐるしく進化するスピーディな世界ですが、革新的な技術をいち早く採用するのは、auブランドこそがふさわしいと考えています。「iida」ではソーラー携帯電話のコンセプトモデルも発表していますが、それはあくまで、ソーラーパネルを翼のように広げて充電するさまが美しいからです。そうした感性や遊び心に響く商品を、携帯電話や周辺アイテムに限定することなく、さまざまなかたちでお客様の暮らしへおとどけたいのです。auと「iida」のそうしたアプローチの違いが相乗効果を生み出し、ひいてはauの競争力向上につながっていくことこそ、わたしたちの狙いです。今後の「iida」がどのような広がりを見せるか、どうぞ期待してください。



1 2
3 4



1 ガッキト ケータイ

「オンガク スル ケータイ / ケータイ スル ガッキ」をコンセプトに、楽器と携帯電話が融合した時に生まれる、エモーショナルな感覚をデザイン。

2 SOLAR PHONE CONCEPTS

ソーラーパネルを搭載したコンセプトモデル。太陽エネルギーを使って携帯電話を充電する、というアクションそのものを楽しむことがコンセプト。

3 PLY

PLYとは、「積層」を意味する言葉。デザイン、携帯電話が重ねてきた歴史にどんな未来をデザインし、重ねていくのか?そんなイメージから生まれたコンセプトモデル。

4 AC Adapter MIDORI

周辺機器という言葉で呼ばれてきたものが、生活の主役に。これも、LIFESTYLE PRODUCTSとして、iidaが実現する新しい可能性のひとつです。

じぶん銀行

じぶん銀行による新たなライフスタイルの提案

じぶん銀行は、携帯電話にビルトインされたお客様専用の銀行。いつでもどこでも誰でも利用いただける銀行として、利便性と安全性の両立のもとに、お客様に新しいライフスタイルを提供してまいります。



じぶん銀行の特長

2008年6月、KDDIと株式会社三菱東京UFJ銀行が共同で設立した株式会社じぶん銀行は、国民が一人一台所有するといわれる携帯電話を通じて、質の高い金融・決済サービスをご提供することにより、お客様にとって最も身近な銀行となることを経営目標としています。auの約3千万人のご契約者と、三菱東京UFJ銀行の約4千万人のお客様をベースとして、身近でかつ多彩なサービスを利用できる携帯電話の特性を最大限活かしたサービスを提供しています。

現在の事業運営状況

じぶん銀行は、2008年7月にお客様向けサービスを開始し、2009年4月4日時点で、口座数50万件、預金残高731億円となりました。

開業以降、円預金・振込・ATMなどの基本機能に加えて、「クイック口座開設」「じぶん通帳(アプリ)」「ケータイ番号振込」「じぶん銀行決済」「電子マネーチャージ」「メール通知サービス」「じぶんローン」など、携帯電話の機能をフルに活用した、じぶん

銀行ならではのサービスを提供しています。さらに2009年4月には自動車保険商品の取り扱い、5月からは外貨普通預金の新サービスを開始しています。

今後の方向性

じぶん銀行は、今後もお客様により楽しく便利にご利用いただくために、サービスラインナップの充実に取り組んでまいります。また、KDDIと三菱東京UFJ銀行との協働により各種プロモーションを積極的に展開し、2010年度(3期目)には240万口座、預金量1兆円の実現を目指します。

KDDIにとっての新たな価値

au携帯電話のメインメニューからじぶん通帳(アプリ)がワンタッチで起動できるほか、「ケータイ番号振込」やセキュリティの高い「au情報リンク」などの魅力的なサービスをauユーザにご提供しています。

これにより、auユーザの「じぶん銀行」を活用した通信の活性化や商取引の拡大が見込まれるとともに、auの魅力向上に貢献し、新たな付加価値を加えていきます。

じぶん銀行のサービス利用イメージ



会社概要

社名: 株式会社じぶん銀行
 代表者: 代表取締役社長 戸原 健夫
 設立: 2008年6月17日
 主要株主: KDDI株式会社 (50%)
 (出資比率) 株式会社三菱東京UFJ銀行 (50%)
 資本金: 200億円
 URL: <http://www.jibunbank.co.jp/pc/>

モバイルWiMAXが新たな市場を切り拓く

UQコミュニケーションズ株式会社(以下、UQ)は、WiMAXネットワークを通じて、真のモバイルブロードバンド社会を実現するための重要な通信インフラの提供に取り組み、さまざまな業種、業界の皆様と協力しながら新たな市場創出、価値創造を通じて、皆様の生活をより便利にかつ豊かにしてまいります。



モバイルWiMAXの特長

モバイルWiMAXは「広帯域／大容量・高速移動性・常時接続」を特長とする世界標準規格の通信技術であり、世界的にサービス提供に向けたインフラ整備、端末開発が進んでいます。日本では、UQが全国展開を行う国内唯一のモバイルWiMAX通信事業者として、事業を推進しています。

High Speed (広帯域／大容量)	下り最大40Mbps、上り最大10Mbps。
Mobility (高速移動性)	時速200km*の高速移動中でも利用可能。 *モバイルWiMAX標準仕様では120km/h、フェーシングシミュレーター評価で200km/h移動環境下で可用性確認
Always On (常時接続)	ダイヤルアップの煩わしさから開放され、新たな利用形態も出現。
Global Standard (世界標準規格)	ローコストでの端末開発が可能。各種端末を海外でもそのまま利用できる環境を実現。
OTA (Over The Air)	WiMAX電波を経由したオンライン契約を実現。これにより従来のような販売店での加入手続きが不要に。

現在の事業運営状況

UQは2009年2月26日より高速モバイルデータ通信「UQ WiMAX」のサービスを東京23区、横浜市、川崎市の一部で開始しました。6月末までをトライアル期間とし、6,000名のモニター様からご意見などを伺い、サービス品質の向上に努めました。また当初計画通り7月1日からは首都圏に加えてサービスエリアを名古屋、大阪、京都、神戸に広げ有料サービスを開始し、2009年度中に全国政令指定都市に拡大する予定です。

今後の方向性

UQ WiMAXサービスをご利用いただくには、お客様のPCにUQデータ通信カードを差し込んでいただくご利用形態に加え、2009年7月以降にはWiMAXモジュールを搭載したPCが

登場します。また、将来的にはカメラやポータブルゲーム機をはじめ、さまざまな機器にWiMAXモジュールが搭載され、WiMAXの世界がPCから新たな領域に広がる見込みです。

また、UQはMNO*1としてオープンなネットワークの構築を進めており、WiMAXネットワークをMVNO*2やさまざまな業界のパートナー様に開放することにより、これまでにない多彩な端末やサービスが提供されるなど、新たな市場・価値を創出していきます。

*1 Mobile Network Operator (移動体通信事業者)

*2 Mobile Virtual Network Operator (仮想移動体サービス事業者)

KDDIにとっての新たな価値

KDDIはUQの筆頭株主として、これまで培ってきた技術・事業ノウハウを活かし、UQの設備構築と事業運営を全面的にサポートしています。また、お客様の利便性・満足度の向上に寄与すべく、最新の通信技術であるWiMAXサービスをKDDIサービスのラインナップに取り入れることで、KDDIが提供するソリューションサービスの幅を広げることも検討しています。

会社概要

社名:	UQコミュニケーションズ株式会社	
代表者:	代表取締役社長 田中 孝司	
設立:	2007年8月29日	
主要株主:	KDDI株式会社	(32.26%)
(議決権比率)	Intel Capital Corporation	(17.65%)
	東日本旅客鉄道株式会社	(17.65%)
	京セラ株式会社	(17.65%)
	株式会社大和証券グループ本社	(9.80%)
	株式会社三菱東京UFJ銀行	(5.00%)
資本金:	470億円	
URL:	http://www.uqwimax.jp/	