

1.2. 2006年3月期下期の課題

- 1 持続的成長に向けた確固たる土台づくりを行うべく、顧客獲得を強化。
 - ブランド力強化とお客様満足度の向上、コンプライアンスの徹底。
 - 「KDDIの強み」を発揮すべく、FMC型サービスの開発。
- 2 au事業
 - EZ着うたフル®、ナビ系等au独自サービスと定額制料金のセット訴求。
 - MNP(ナンバーポータビリティ)に向けて、「家族割ワイドサポート」により、幅広い年代層を家族含めて獲得強化。
 - 家族割・年割拡充、電池パックポイント交換サービス等リテンション施策の強化。
 - モバイルソリューション: 商品開発力強化とソリューションとのセット販売の推進。
- 3 ツーカー事業
 - ツーカーユーザのauへの円滑な移行。
- 4 固定通信事業
 - 着実な販売エリア拡大によるメタルプラスの早期開通。
 - パワードコムとの合併及び東京電力とのFTTH事業統合サービス提供に向けての準備。