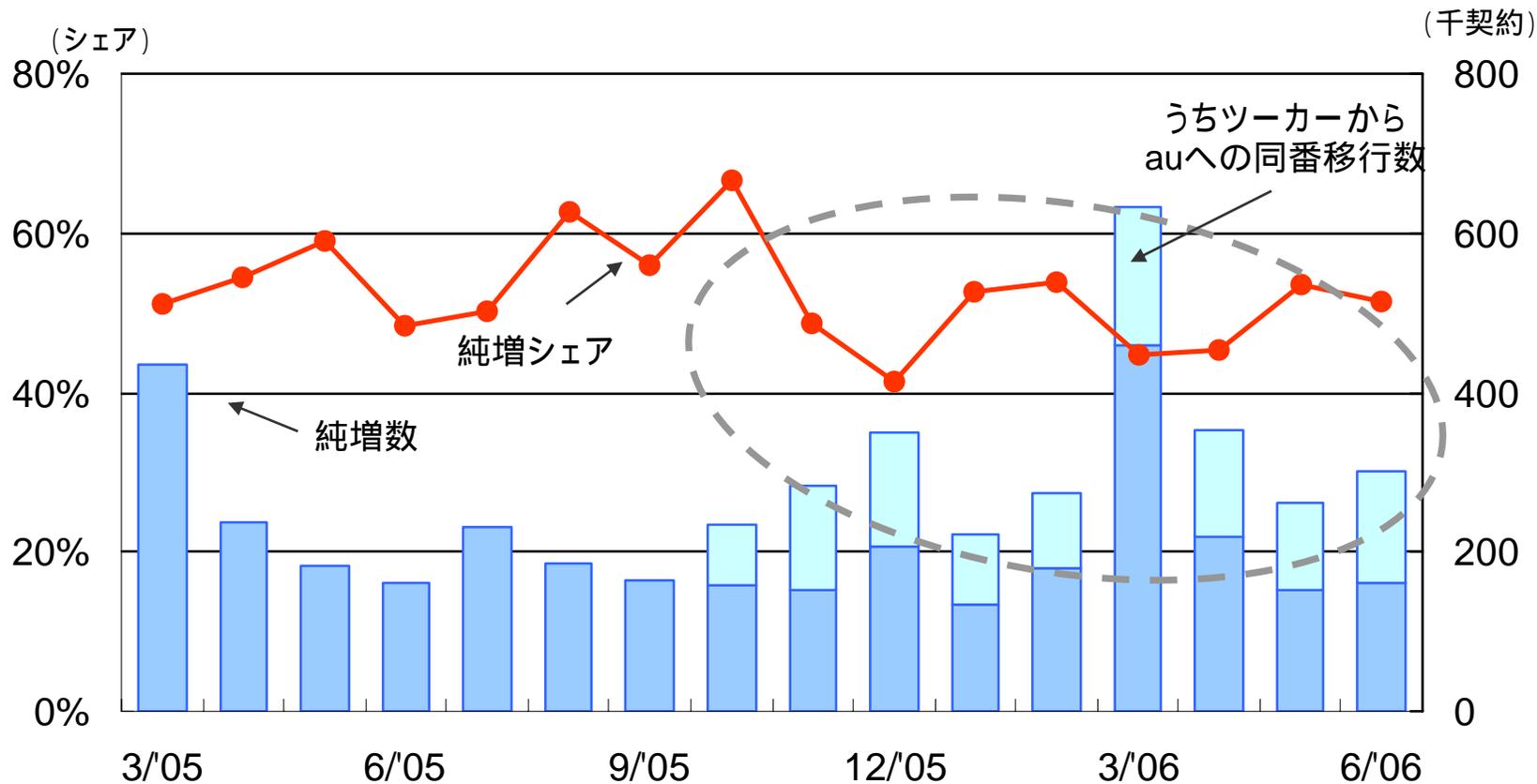


1.1. 純増

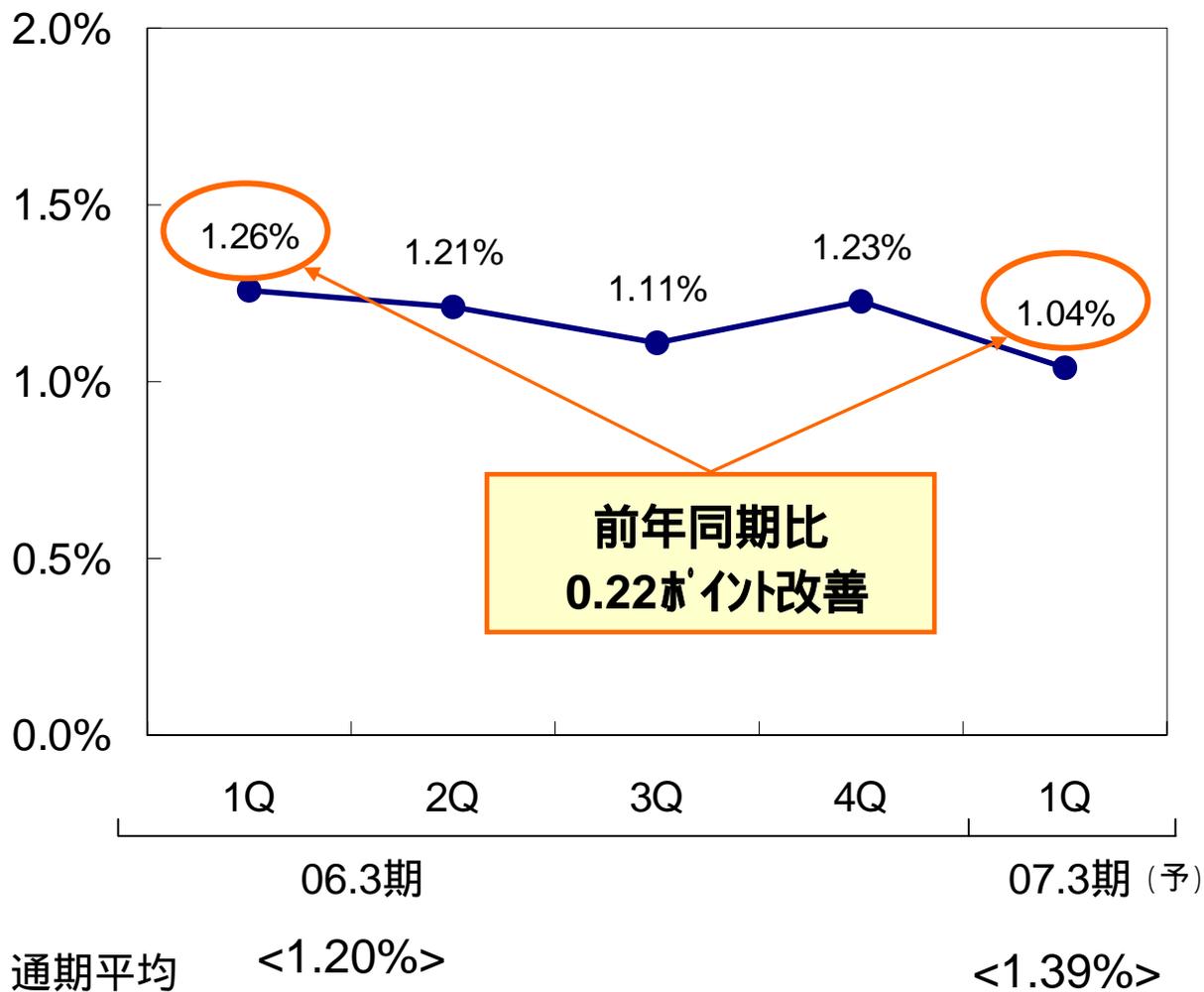


*グラフ上、純増シェアは
ツーカーの影響を除外

06.3期/通期
純増シェア <65.8%>
累計シェア <24.7%>

07.3期/1Q
<85.1%>
<25.4%>

1.2. 解約率

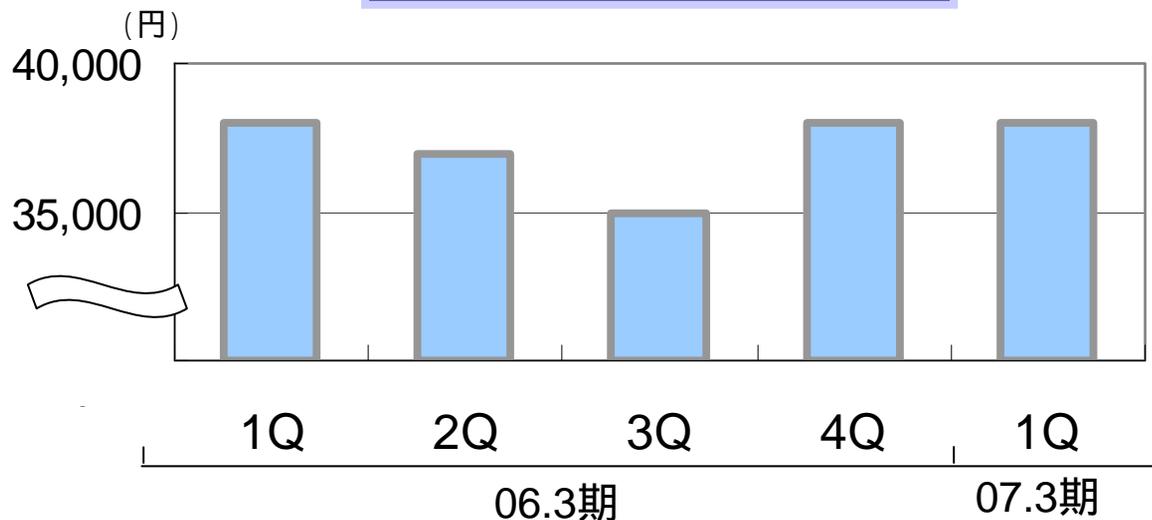


(注) 解約率はモジュール系を除く。

1.3. 販売コミッション

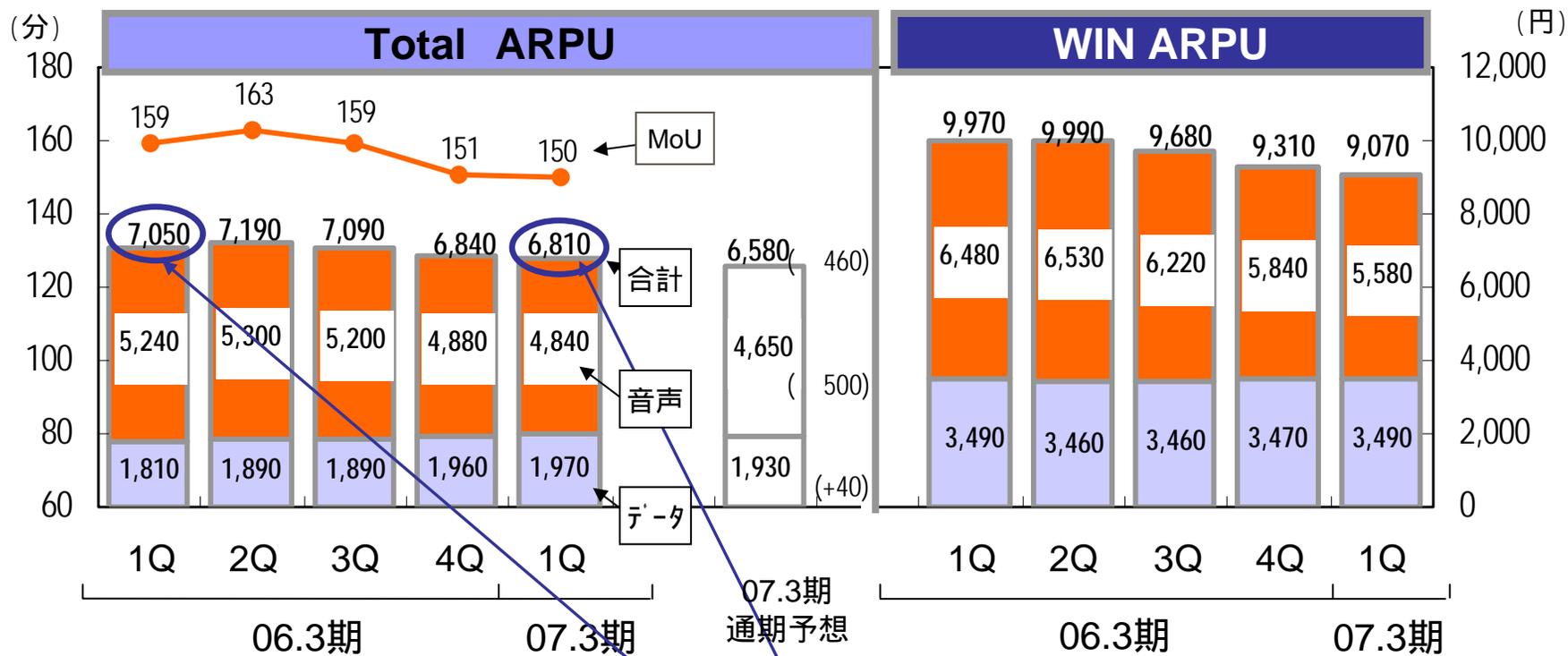
コミッション平均単価*

*新規、機種変更



	06.3期					07.3期(予)	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	
販売コミッション総額 (億円)	1,020	1,190	1,190	1,520	4,920	1,240	5,510
コミッション平均単価 (円)	38,000	37,000	35,000	38,000	37,000	38,000	37,000
販売台数 (万台)	270	322	337	396	1,325	327	1,492

1.4. ARPUの推移



通期平均 <7,040円>
うち 音声 <5,150円>
データ <1,890円>

前年同期比
合計 240円 (3.4%)
音声 400円 (7.6%)
データ + 160円 (+ 8.8%)

ダブル定額(ライト)は幅広い層を定額制に取り込み、6月末定額制契約率は80%と高水準。

WIN契約者の伸び



3. 総合的な商品力の強化

伝送能力、コスト競争力等インフラの強みにより、端末、料金、コンテンツの総合的な商品力強化による差別化を図る。

端末



1QにWIN夏モデル7機種を含む8機種発売

料金

ダブル定額 ライト

PCSV定額化



無期限くりこし

(06.8月 ~)

コンテンツ&アプリケーション



au LISTEN MOBILE SERVICE



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 ~)

インフラ

cdmaOne

1998年

CDMA2000
1x

2002年

1xEV-DO
(Rev.0)

2003年

CDMA 1X

WIN

1xEV-DO
Rev.A

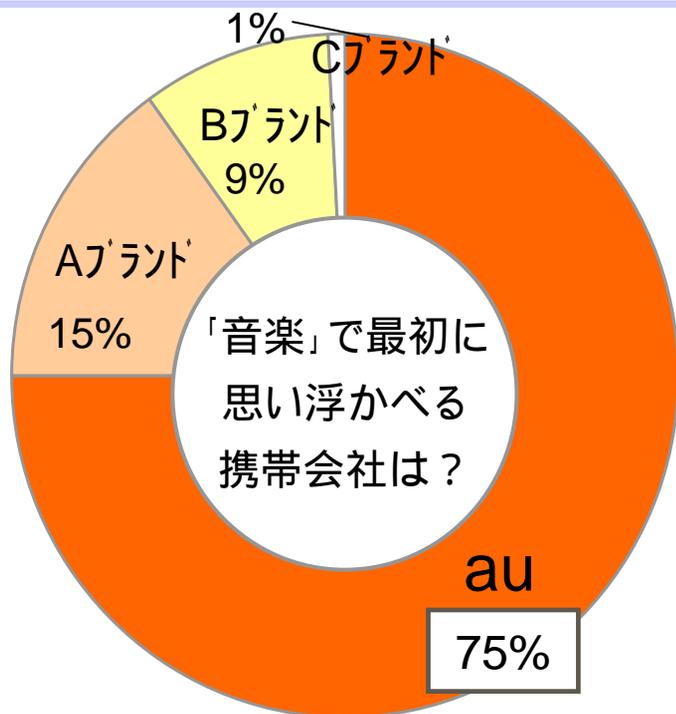
2006年中に導入予定

Evolution

4.1. 音楽ケータイ = au

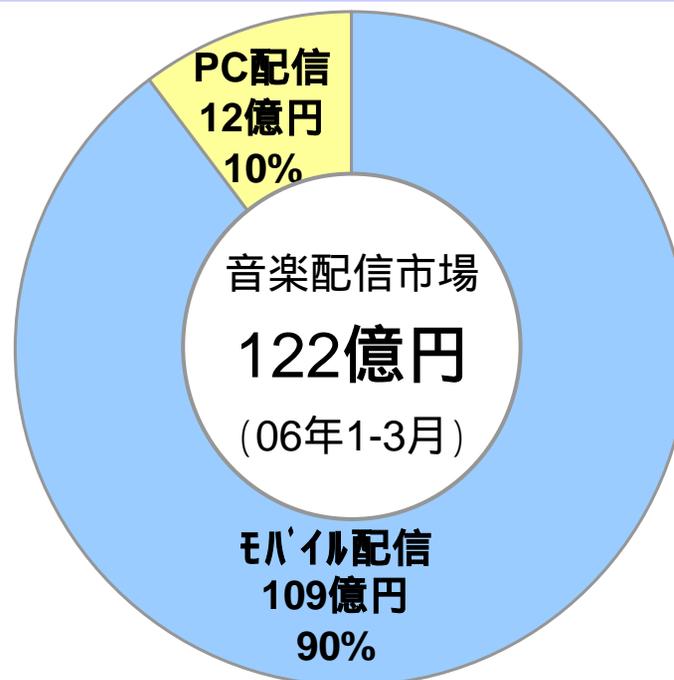
「音楽といえば、au」のイメージが定着。
モバイル音楽配信(着うたフル[®]・着うた[®])市場はPCの9倍。
auは着うたフル[®]・着うた[®]の先駆者としてモバイル音楽配信市場を牽引。

「音楽」といえば？



出所: KDDI調査による。06年6月。

日本の音楽配信市場



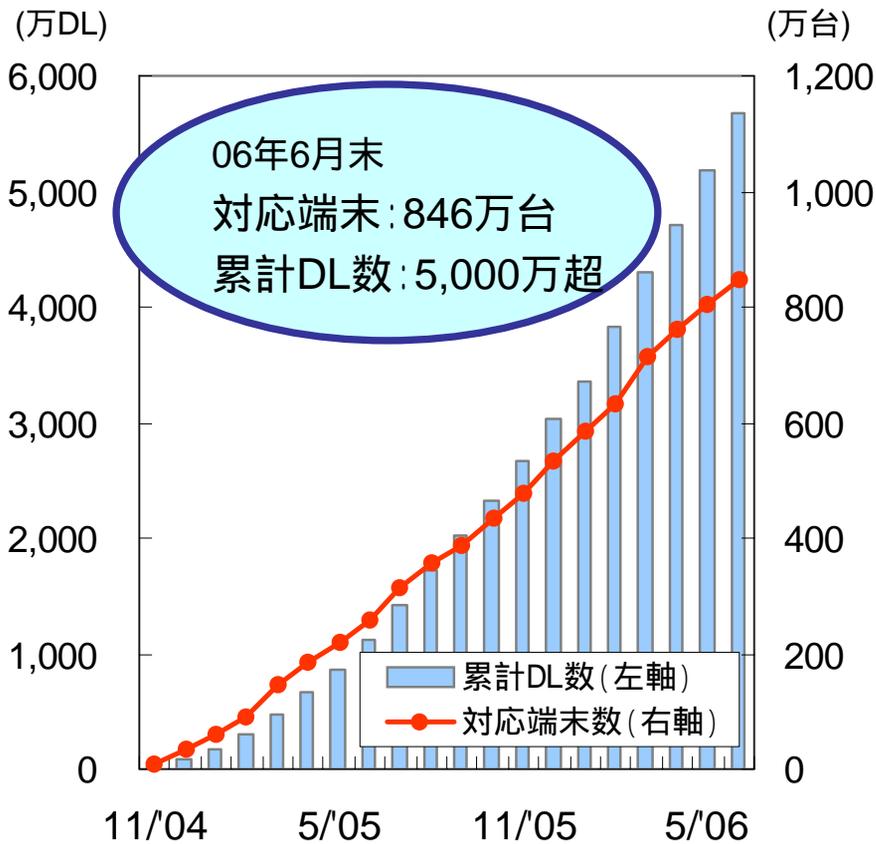
出所: (社)日本レコード協会(会員各社の音源による収入実績)

au: 73億円

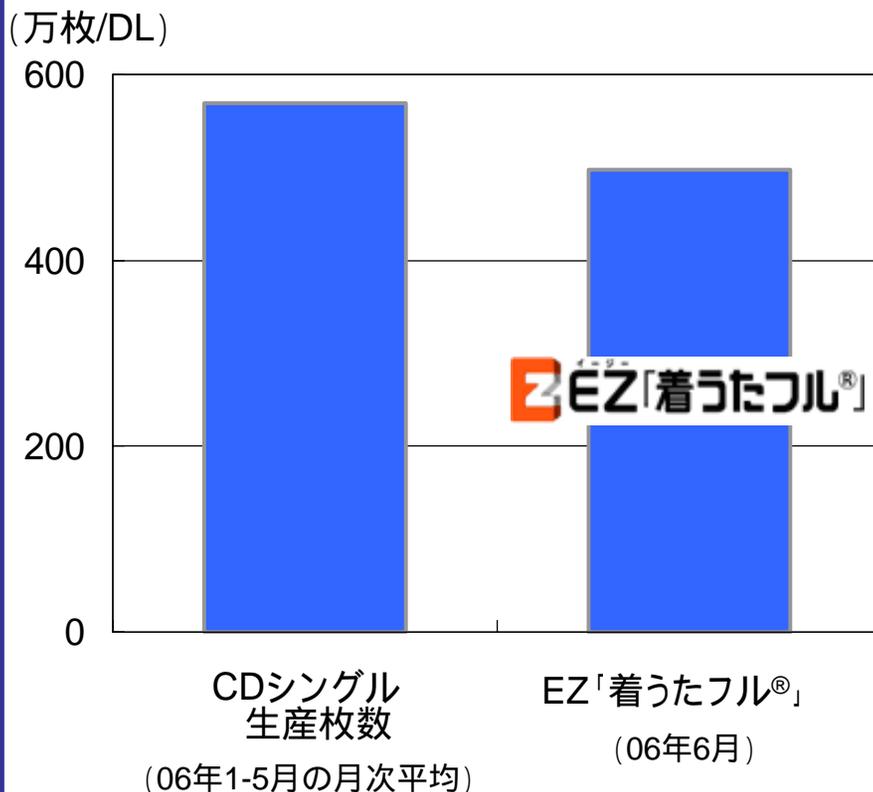
EZ着うた[®]・着うたフル[®]流通総額(当社集計値。ただし
インディーズ、オリジナル音源でないもの除く)
(注)集計方法は上記(社)日本レコード協会発表値とは異なる。

対応端末の伸びに伴い、EZ「着うたフル」®のDL数も着実に増加。
EZ「着うたフル」®はCDシングル生産枚数に迫るレベルに市場規模が拡大。

EZ「着うたフル」®の伸び



EZ「着うたフル」®の月次DL数



出所: CDシングル生産実績は、(社)日本レコード協会より。