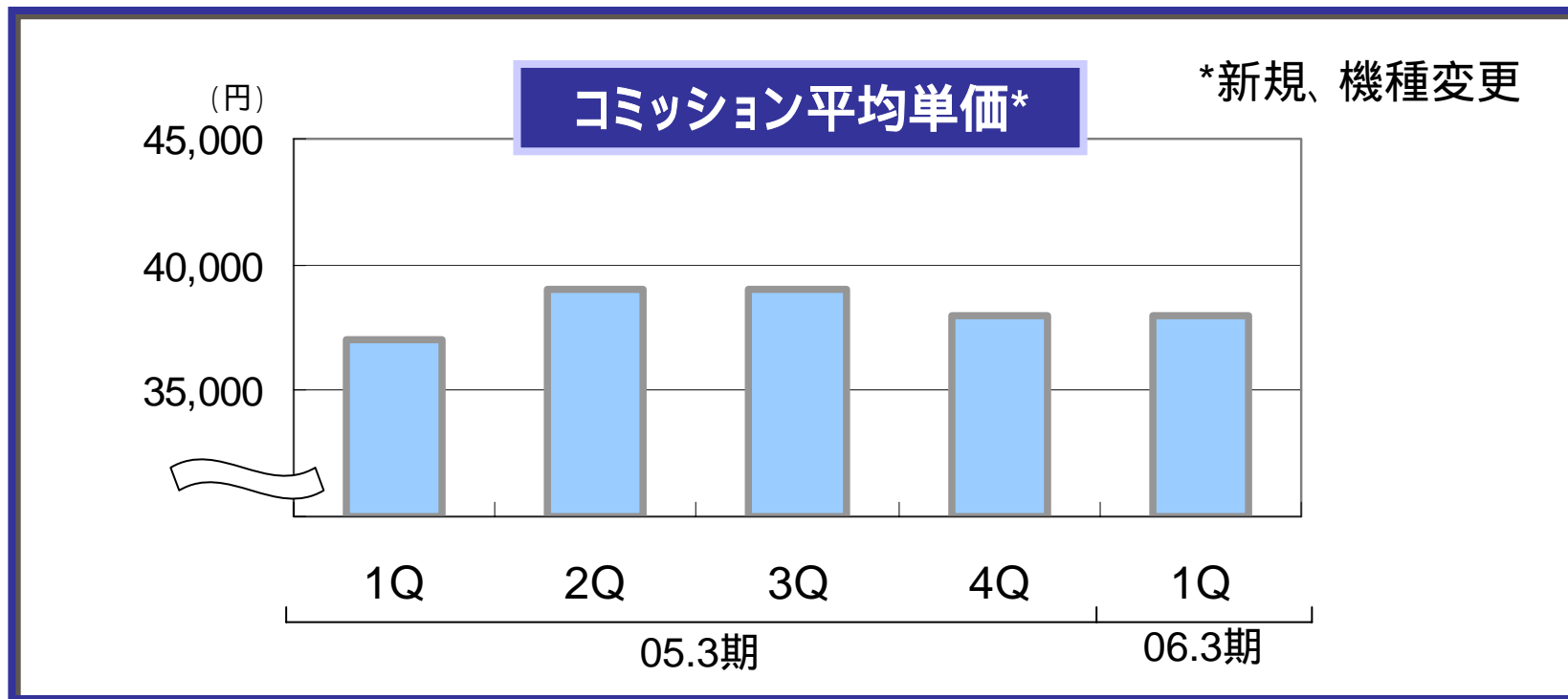


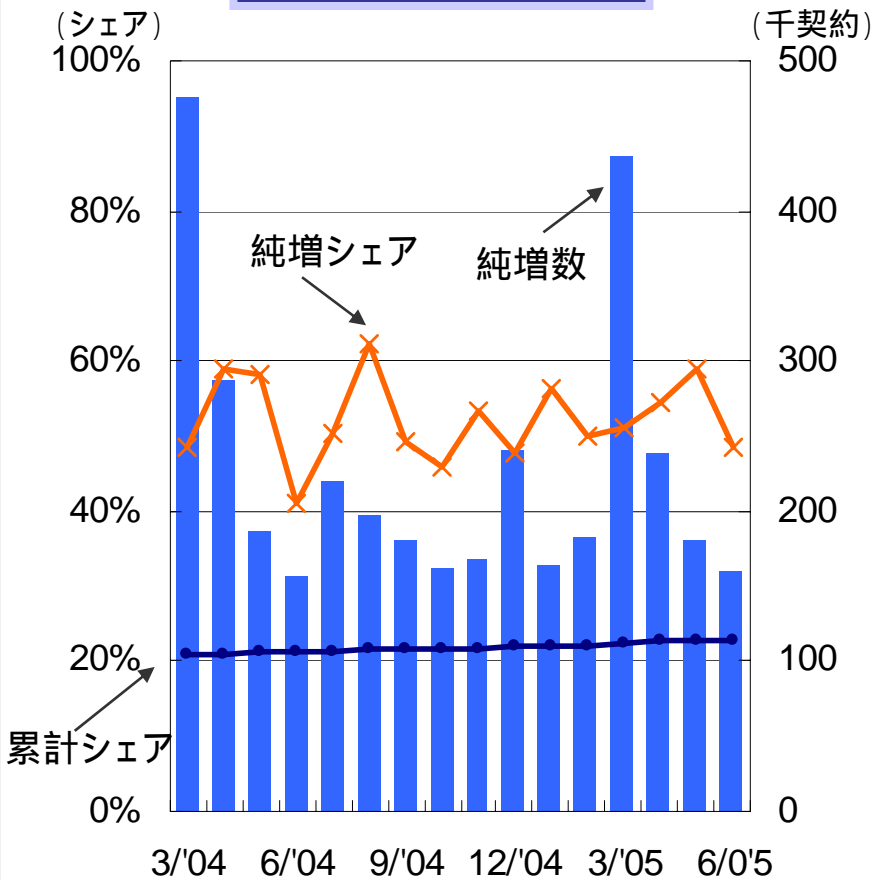
1.1. 販売コミッション



	05.3期					06.3期(予)	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	
販売コミッション総額 (億円)	940	1,140	1,120	1,240	4,440	1,020	4,570
コミッション平均単価(円)	37,000	39,000	39,000	38,000	38,000	38,000	38,000
販売台数(万台)	255	293	287	323	1,159	270	1,210

1.2. 純増と解約率

純増



05.3期/通期

06.3期/1Q

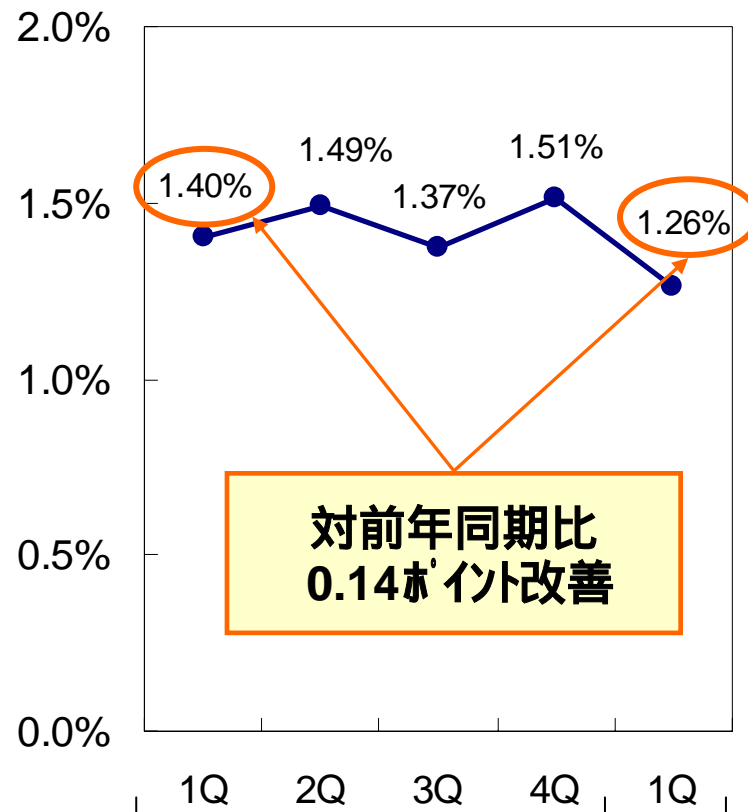
純増シェア <50.4%>

<53.8%>

累計シェア <22.5%>

<22.8%>

解約率

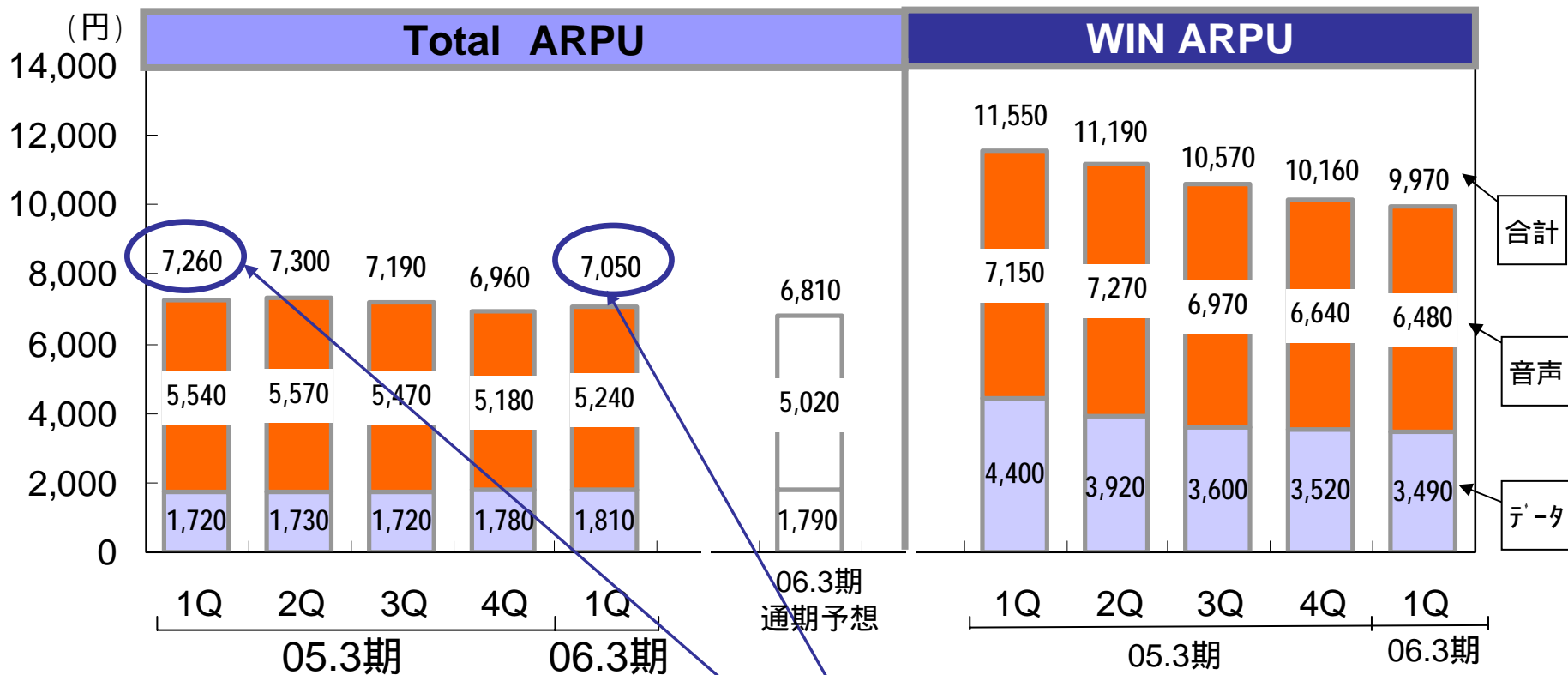


対前年同期比
0.14ポイント改善

通期平均 <1.44%>

(注) 解約率はモジュール系を除く。

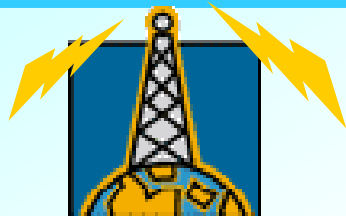
1.3. ARPUの推移



通期平均 <7,170円>
 うち 音声 <5,430円>
 データ <1,740円>

対前年同期比
 合計 210円 (2.9%)
 音声 300円 (5.4%)
 データ + 90円 (+ 5.2%)

インフラ



- ✓ EV-DOのサービスカバレッジ
05年9月末:人口カバー率99.9%予定
- ✓ EV-DO Rev.A:
06年中に商用化予定

端末



ラインアップの充実

WIN販売機種数の
割合上昇

ブロードバンドケータイ

CDMA 1X

WIN

料金

04年8月1日~

ダブル/定額

05年5月1日~

ダブル定額ライト

//

~

PCSV定額化

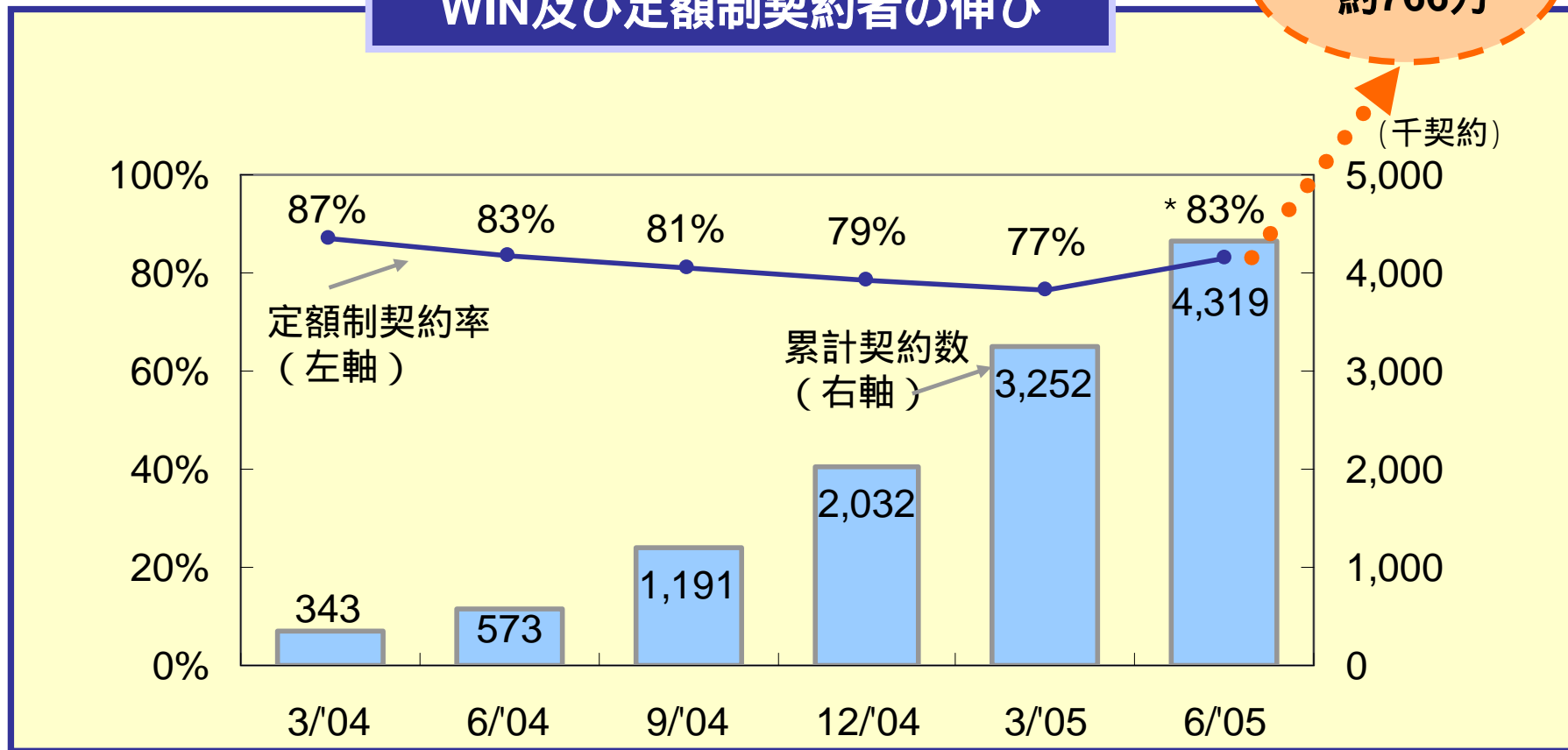
コンテンツ& アプリケーション

- ✓ 04年11月下旬~: EZ「着うたフル™」
- ✓ 05年 6月中旬~: EZテレビ
- ✓ 05年 9月予定~ : EZ FeliCa
(06年度以降、FeliCaはWINに標準搭載予定)

05.5月のダブル定額ライト開始により、さらに幅広い層を定額制に取り込みつつある。

WIN及び定額制契約者の伸び

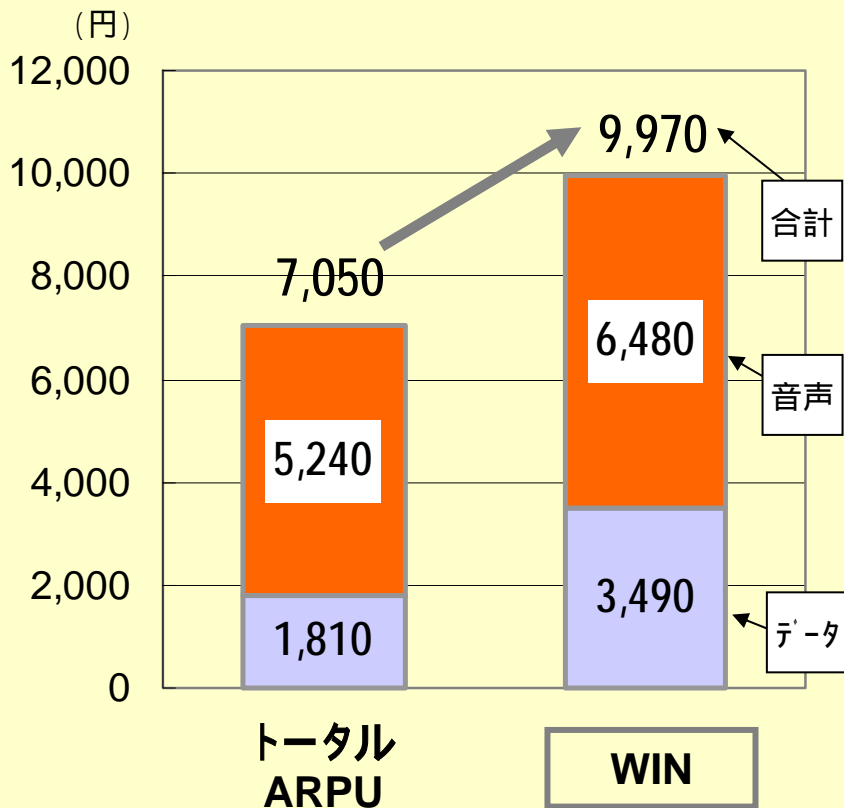
3/06末目標
約766万



(注)ダブル定額ライト開始に伴い、05.6月末の定額制契約率は、ダブル定額ライトを含む。
05.3月末の旧パケ割WIN契約率(05.5月以降自動的にダブル定額ライトに移行)は6%。

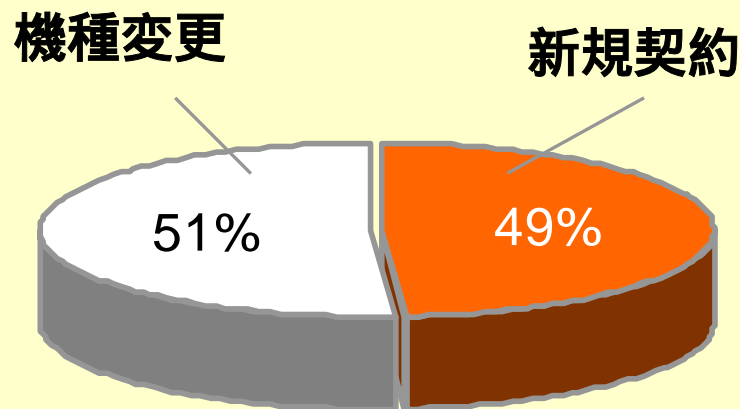
新規契約の割合は約半分と、WINにより引続き他社ハイエンド層を獲得。

ARPU



(注) 06.3期 / 1QのARPU。

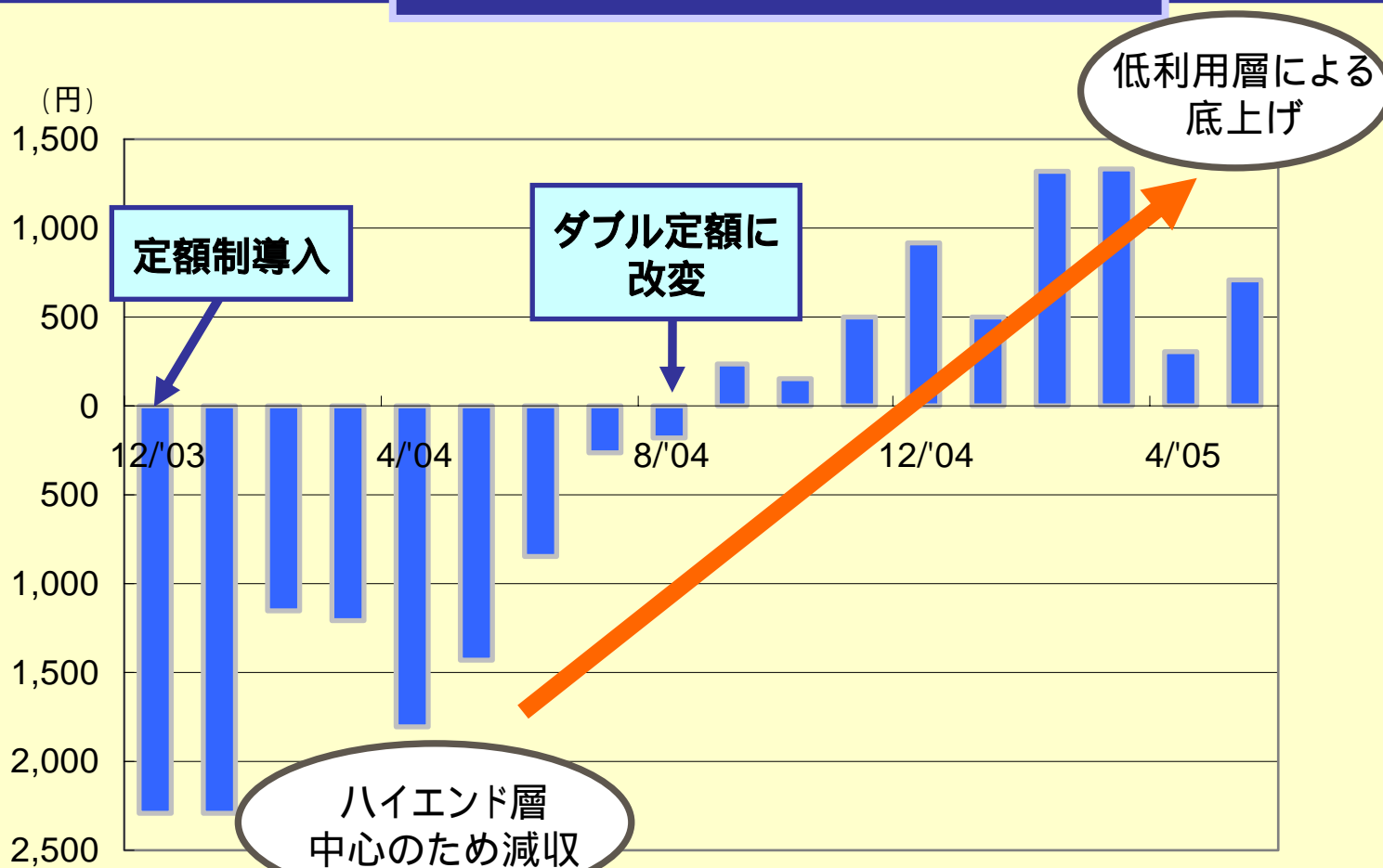
WINの契約者構成比



(注) 06.3期 / 1Qの契約者の単純累計の割合。

初期はデータハイエンド層の定額制移行による影響が見られたが、ダブル定額導入以降、WINシフト後のARPUが上昇傾向に。

1X WINのARPU増減

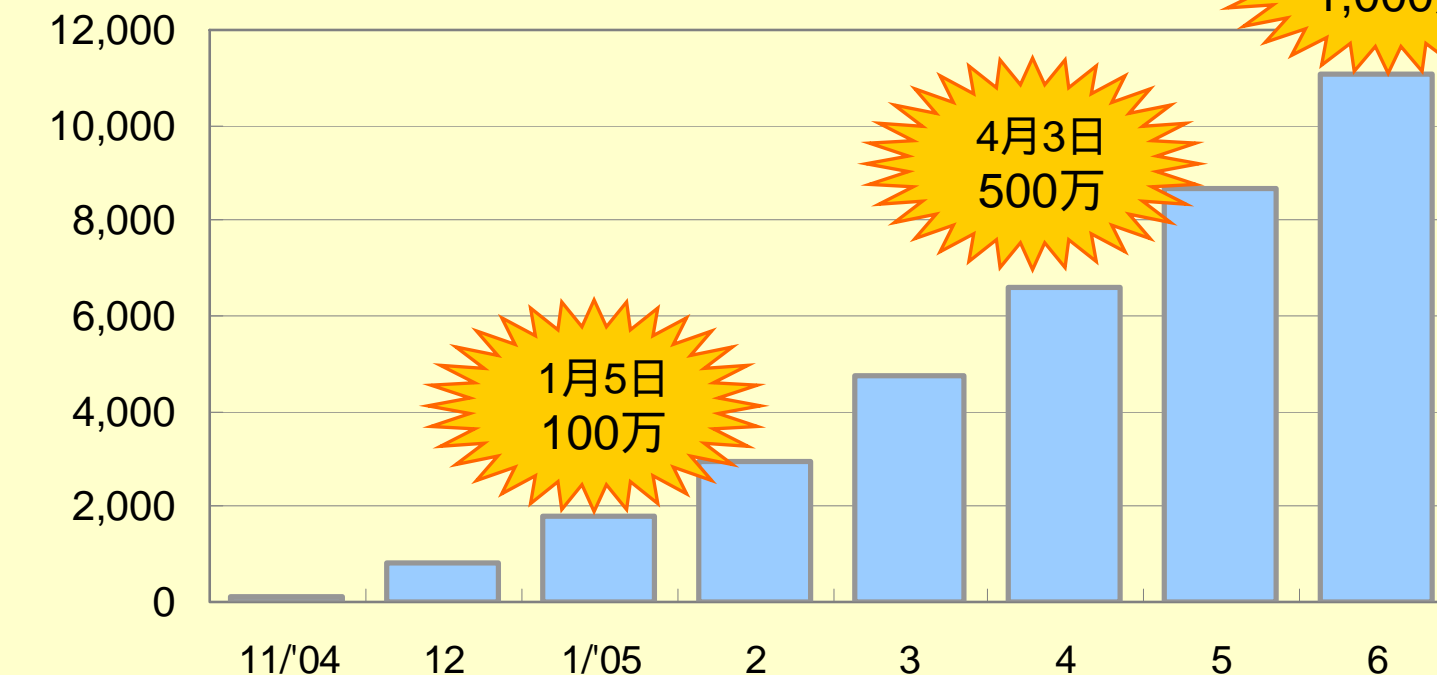


(注)WINへの機種変更者の、移行前後の月次ARPU比較。

着うたフル™は着実に増加し、6月15日、累計ダウンロード1,000万曲を突破。

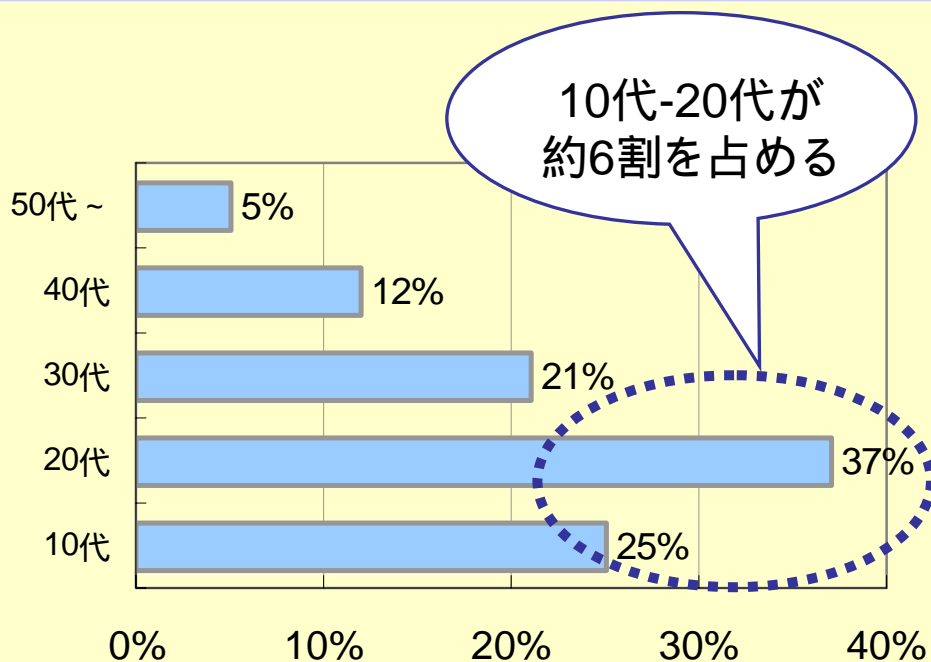
着うたフル™累計D/L数

(千D/L)

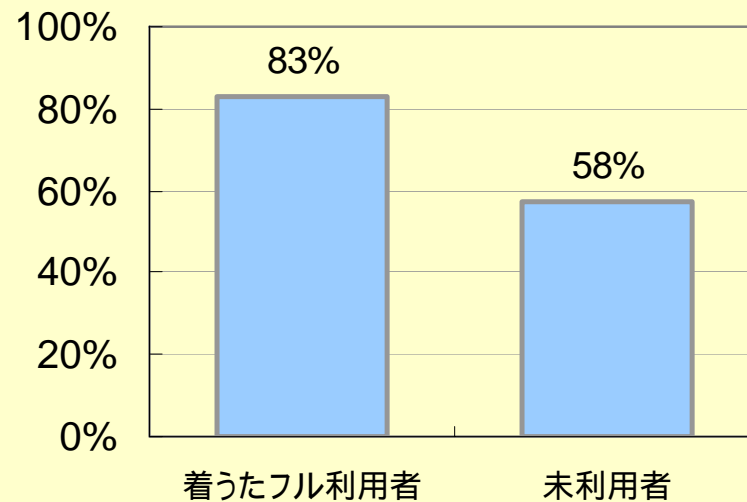


若年層に人気のある着うたフル™等のダウンロード系のリッチコンテンツにより、auへのチャーンインとデータARPU向上を促進する。

着うたフル™利用者構成 (注1)



「ダブル定額」上限到達率 (注2)

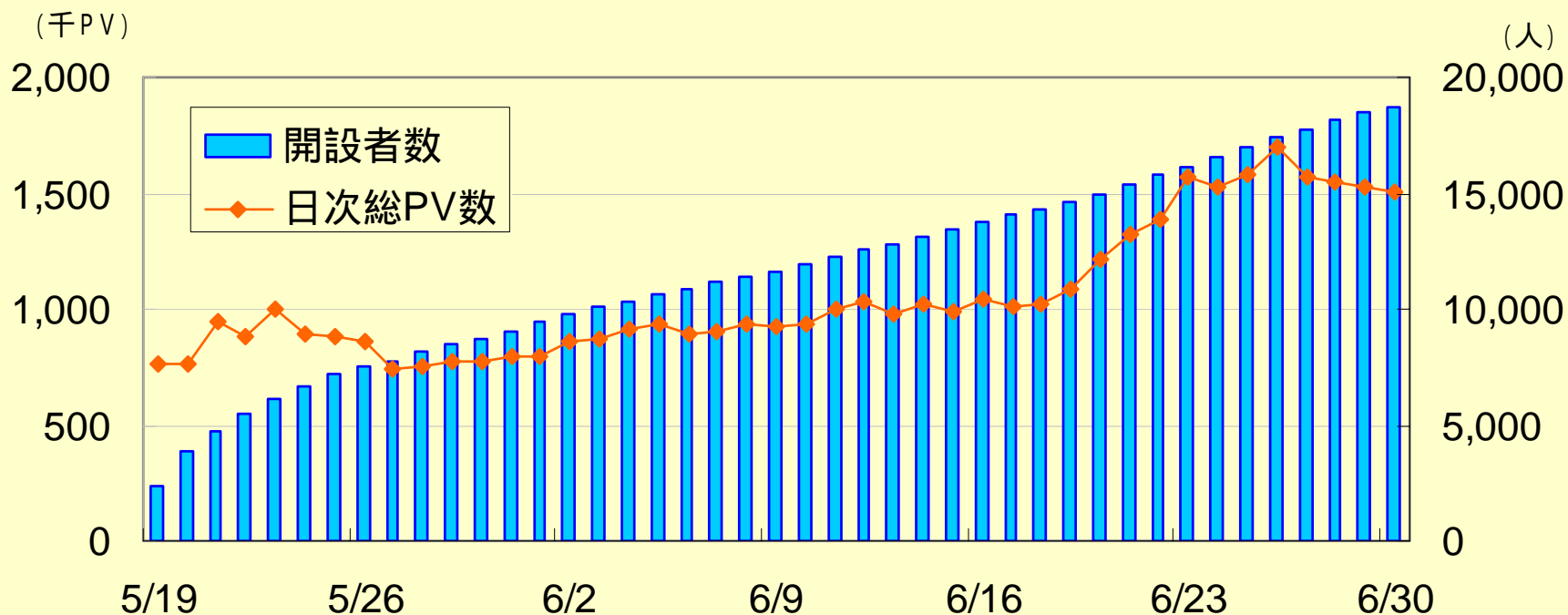


(注1) 05.6月利用者実績。

(注2) 05.5月利用者実績。着うたフル対応機保有かつ「ダブル定額」契約者を比較。

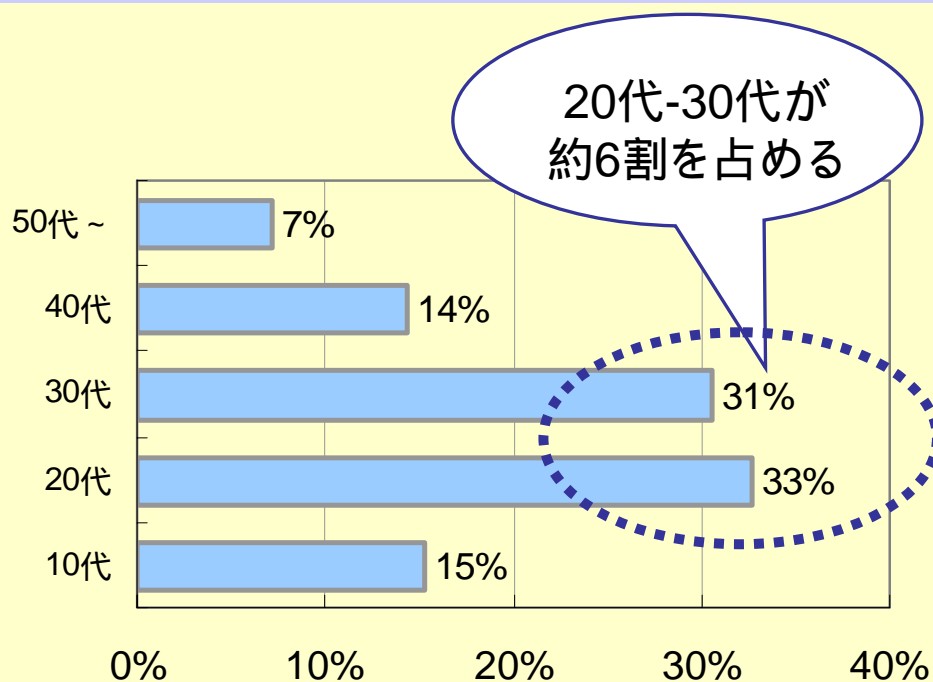
DUOBLOGを5/19に開始。6月末にはブログ開設者数(のべ数)は約1.9万人と増加中。

DUOBLOGの伸び

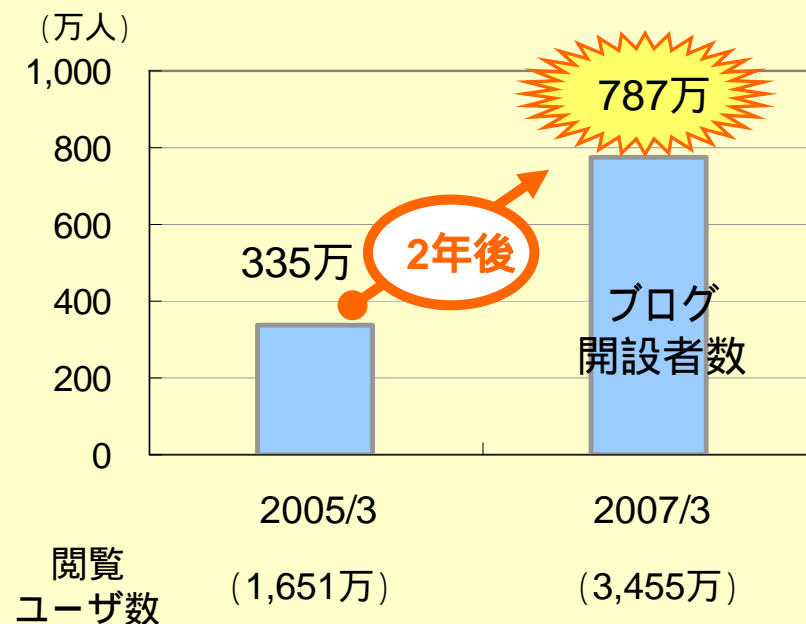


ブログ等のコミュニケーション系コンテンツの充実により、より幅広い年齢層のケータイへの接触機会の向上やデータARPU向上を図る。

DUOBLOGの閲覧ユーザ構成 (注1)



ブログ市場予測 (注2)



(注1) 05.5.19 - 6.12利用者実績。ユニークユーザ数でカウント。

(注2) 出展：総務省「ブログ・SNSの現状分析及び将来予測」(05.5.17発表)。SNS：Social Networking Service。