

## セグメント At a Glance

KDDI グループは2013年3月期から、マネジメントアプローチに基づき、4つの事業セグメントに再編しました。

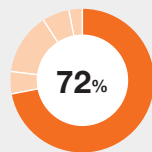
そのうち、個人向けにモバイル・固定サービスを提供している「パーソナルセグメント」は、営業収益・営業利益ともに全体の7割以上を占めています。

### パーソナルセグメント

#### 個人向け通信サービスの提供

個人のお客さまを対象に、モバイル・固定通信サービスを提供しています。主に、「au」ブランドのモバイル通信サービスの提供・携帯端末の販売に加え、固定通信では、「auひかり」ブランドのFTTHサービス、CATVサービスの提供などをを行っています。

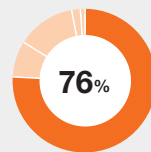
営業収益



33,679億円

前期比 18.7%増 ↑

営業利益

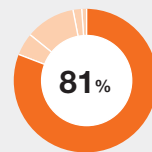


5,072億円

営業利益率 15.1%

前期比 34.0%増 ↑

EBITDA



9,557億円

EBITDAマージン 28.4%

前期比 27.3%増 ↑

### バリューセグメント

#### 個人向けコンテンツ・決済サービスなどの提供

個人のお客さまを対象に、コンテンツサービス・決済サービスなどを提供するとともに、マルチデバイス・マルチネットワークへの取り組みも強化し、付加価値サービスをより快適にご利用いただける環境を整えています。

5%

2,125億円

前期比 49.8%増 ↑

8%

516億円

営業利益率 24.3%

前期比 23.2%増 ↑

5%

645億円

EBITDAマージン 30.3%

前期比 24.5%増 ↑

### ビジネスセグメント

#### 企業向け通信・ソリューション/ クラウド型サービスの提供

大企業から中小企業まで幅広い法人のお客さまを対象に、スマートフォン・タブレットなどのモバイル端末から、ネットワーク・アプリケーションまでをシームレスにご利用いただけるクラウドソリューションを提案します。

14%

6,749億円

前期比 5.7%増 ↑

13%

865億円

営業利益率 12.8%

前期比 8.3%増 ↑

11%

1,307億円

EBITDAマージン 19.4%

前期比 1.5%増 ↑

### グローバルセグメント

#### 海外での企業・個人向け通信・ ソリューション/クラウド型サービスの提供

法人のお客さまへデータセンター「TELEHOUSE」を核としたICTソリューションをワンストップで提供するほか、新興国におけるインターネット事業や米国での移民向けMVNO事業などのコンシューマビジネスにも積極的に取り組んでいます。さらに、世界600以上の通信事業者との音声ビジネスを展開しています。

6%

2,636億円

前期比 27.2%増 ↑

2%

114億円

営業利益率 4.3%

前期比 45.7%増 ↑

2%

273億円

EBITDAマージン 10.4%

前期比 28.1%増 ↑

### その他

#### 通信設備建設および保守・ コールセンター・研究開発など

3%

1,500億円

1%

71億円

1%

87億円

## セグメント別分析：パーソナルセグメント

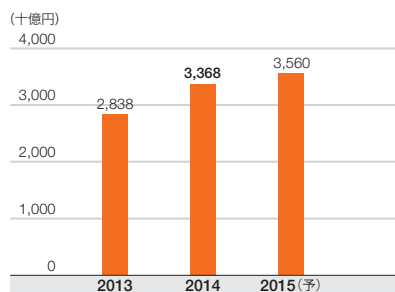
### 業績概況

2014年3月期の営業収益は、好調な加入者増とスマートフォンシフトの進展に伴うデータ通信料収入および端末販売収入の増加、J:COMの連結子会社化による収益増などにより、前期比18.7%増の3兆3,679億円となりました。

一方、営業費用は、競争激化による販売手数料の増加、スマートフォン出荷台数の増に伴う端末調達費用の増加、およびJ:COMの連結子会社化に伴う費用増等により、前期比16.3%増の2兆8,607億円となりました。

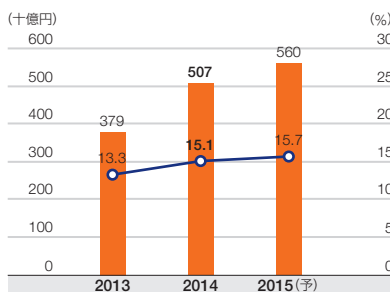
これにより、営業利益は、前期比34.0%増5,072億円となりました。2015年3月期は、スマートフォンシフトのさらなる進展に加え、通期ベースでARPU反転により純増モメンタムに過度に依存しない安定成長が可能になることにより、前期比528億円の増益を見込んでいます。

### 営業収益



(3月31日に終了した各決算期)

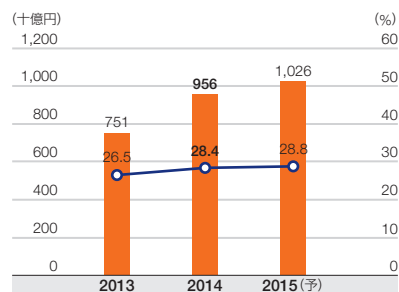
### 営業利益／営業利益率



(3月31日に終了した各決算期)

■ 営業利益 (左軸)  
● 営業利益率 (右軸)

### EBITDA / EBITDA マージン



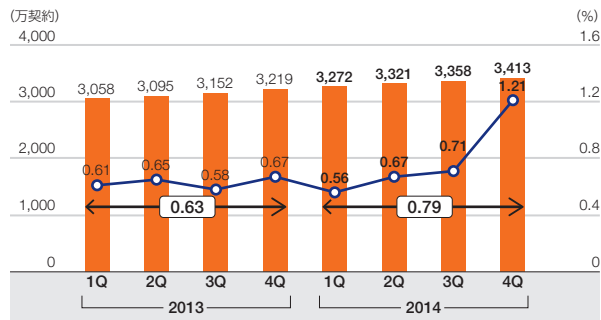
(3月31日に終了した各決算期)

■ EBITDA (左軸)  
● EBITDA マージン (右軸)

### au契約数／au解約率

au純増数は、期初予想150万契約を44万契約上回る194万契約となりました。これにより、期末の累計契約数は、前期比6.0%増の3,413万契約となりました。

au解約率は前年度に引き続き業界最低水準となる0.79%となりました。



(3月31日に終了した各決算期)

■ 各四半期末日のau契約数 (左軸)  
● au解約率 (右軸)

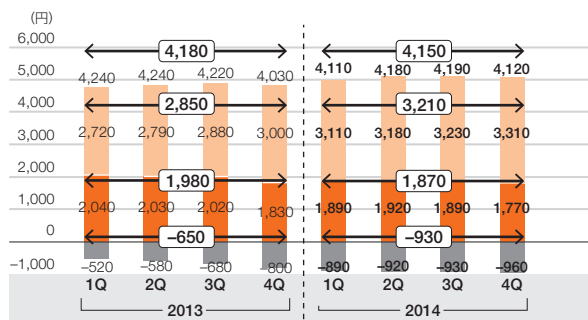
### au通信 ARPU

音声 ARPUは、主にスマートフォン利用者による通話時間の減少、アクセスチャージの料金改定の影響などにより、前期比5.6%減の1,870円となりました。

データ ARPUは、スマートフォン利用者の増加により、前期比12.6%増の3,210円となりました。

割引適用額は、毎月割を適用しているスマートフォンの浸透率上昇とauスマートバリュー浸透率の上昇に伴い、前期から280円拡大の930円となりました。ただし、毎月割設定額のコントロールにより、拡大幅は着実に縮小しています。

その結果、au通信ARPUは、通期ベースでは前期比0.7%減の4,150円となりましたが、第4四半期において前年同期比反転となり、2015年3月期のau通信ARPUは、通期ベースで前期を上回る4,250円を見込んでいます。



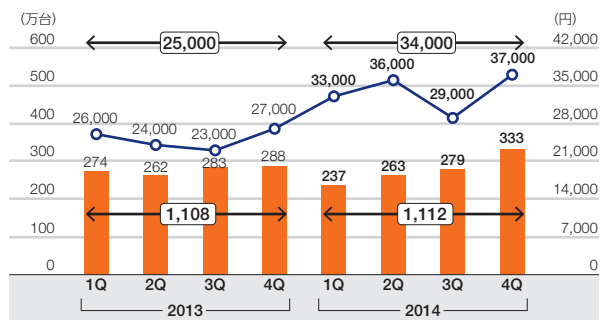
(3月31日に終了した各決算期)  
 ■ データ ARPU  
 ■ 音声 ARPU (割引前)  
 ■ 割引適用額 (auスマートバリューと毎月割の割引適用影響の合計値)

### au端末販売台数 / au販売手数料

au端末販売台数は、前期比0.4%増の1,112万台となりました。

au販売手数料は、au通信ARPUの底打ち反転に向け毎月割設定額を抑制し、販売手数料に比重を置くオペレーションを行ったことに加え、第4四半期におけるMNPによる新規契約獲得競争の激化影響もあり、前期比9,000円増の34,000円となりました。

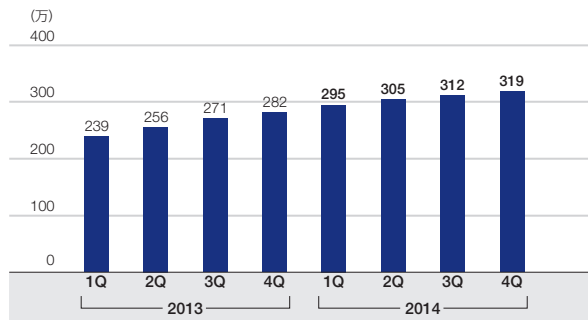
2015年3月期の販売手数料は、「auスマートバリュー」を中心とした3M戦略をベースに、ネットワーク、サービス、販売チャネルなどのあらゆる分野での価値訴求を通じて他社差別化を図ることにより、毎月割設定額を前期と同水準にコントロールしつつ、販売手数料単価は前期比3,000円の削減を目指します。



(3月31日に終了した各決算期)  
 ■ au端末販売台数 (左軸)  
 ○ au販売手数料 (右軸)

### FTTH契約数

auスマートバリューによる新規契約獲得貢献および解約抑制効果もあり、FTTH契約純増数は、37万契約、期末の累計契約数は319万契約となりました。



(3月31日に終了した各決算期)

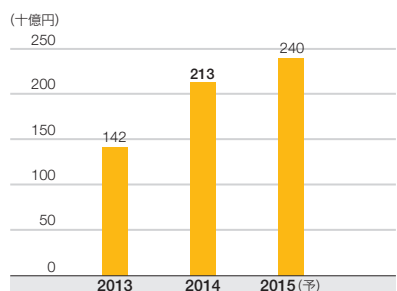
## セグメント別分析：バリューセグメント

### 業績概況

2014年3月期の営業収益は、auスマートパスを中心に、ビデオパスなどのコンテンツサービス会員数が順調に増加したこと、またJ:COMの連結化に伴い同社の番組配信収入が加わったことなどにより、前期比49.8%増の2,125億円となりました。

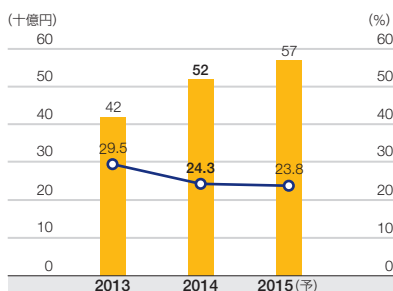
一方で、営業費用は、J:COMの連結化に伴う売上原価等の費用増などにより、前期比60.9%増の1,609億円となりました。これにより、2014年3月期の営業利益は、前期比23.2%増の516億円となりました。

### 営業収益



(3月31日に終了した各決算期)

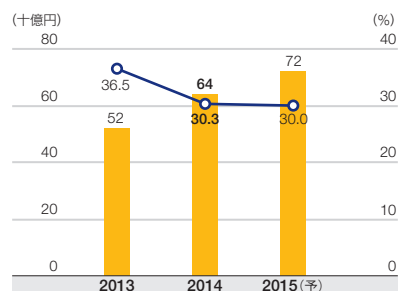
### 営業利益／営業利益率



(3月31日に終了した各決算期)

■ 営業利益 (左軸)  
○ 営業利益率 (右軸)

### EBITDA / EBITDA マージン



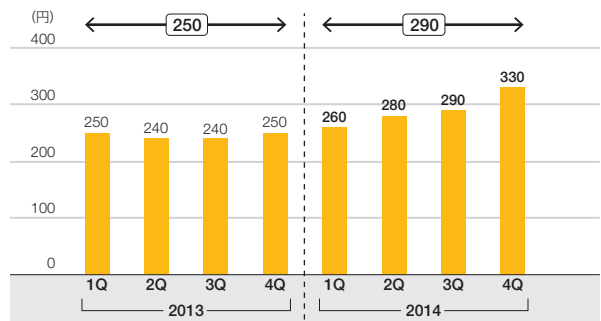
(3月31日に終了した各決算期)

■ EBITDA (左軸)  
○ EBITDA マージン (右軸)

### 付加価値ARPU\*

2014年3月期の付加価値ARPUは、auスマートパス、ビデオパスなどのコンテンツサービスの会員数が順調に拡大したことに加え、2013年5月のiOS版auスマートパスの有料化もあり、前期比40円増加の290円となりました。

2015年3月期も引き続きauスマートパス会員拡大を進めるとともに、うたパス・ビデオパスのような定額制・使い放題型のサービスへのアップセルや協業パートナーとのO2Oビジネスを推進することにより、付加価値ARPUのさらなる上昇を目指します。



(3月31日に終了した各決算期)

\* auスマートパスをはじめ、auスマートパスをベースとしたアップセルサービス、既存の協業サービス、事業者決済手数料、広告収入を対象とした売上を、パーソナルセグメントの契約者数で割った値

## セグメント別分析:ビジネスセグメント

### 業績概況

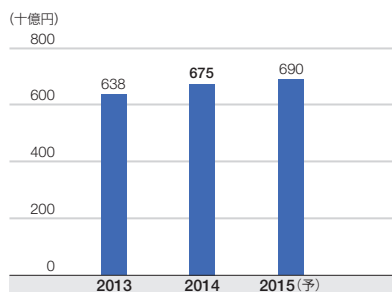
2014年3月期の営業収益は、大企業向けにはスマートデバイスの拡販によるデータ通信料収入・端末販売収入の拡大、クラウドやITアウトソース等のソリューション売上の増加等に加え、連結子会社「KDDIまとめてオフィス」による中小企業向けの売上拡大により、前期比5.7%増の6,749億円となりました。

一方、営業費用は、スマートデバイスの新規獲得にかかる販売手数料や端末調達費用の増加、ソリューション売上原

価等が増加したため、前期比5.4%増の5,884億円となりました。これにより、営業利益は、前期比8.3%増の865億円となりました。

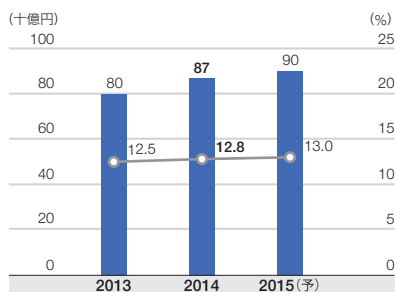
2015年3月期も、大企業向けには、クラウドを軸にスマートデバイスネットワークをシームレスに組み合わせサービストップで提供するクラウドソリューションを引き続き推進し、中小企業向けには、「KDDIまとめてオフィス」を中心に引き続き市場開拓を進めることにより、増収増益を目指します。

### 営業収益



(3月31日に終了した各決算期)

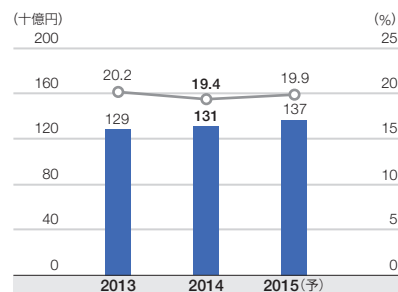
### 営業利益／営業利益率



(3月31日に終了した各決算期)

■ 営業利益 (左軸)  
○ 営業利益率 (右軸)

### EBITDA / EBITDA マージン



(3月31日に終了した各決算期)

■ EBITDA (左軸)  
○ EBITDA マージン (右軸)

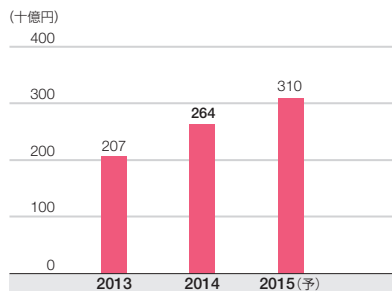
## セグメント別分析:グローバルセグメント

### 業績概況

2014年3月期の営業収益は、「TELEHOUSE」ブランドのデータセンターや米国においてMVNO事業を展開する海外子会社の増収増益により、営業収益は前期比27.2%増の2,636億円、営業利益は前期比45.7%増の114億円となりました。

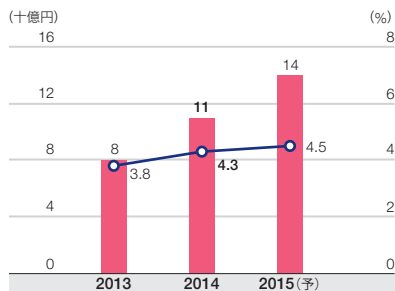
今後も、高収益のデータセンター事業における、欧州・アジア地域での業容拡充をはじめ、新興国における携帯電話・ISP事業や米国移民向け携帯電話事業などの強化を通じ、高い成長率を継続していきます。

### 営業収益



(3月31日に終了した各決算期)

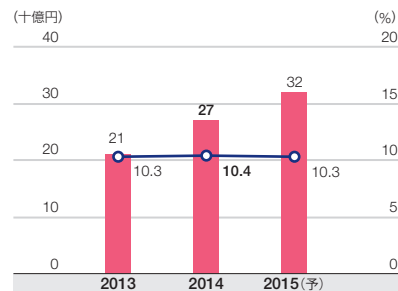
### 営業利益／営業利益率



(3月31日に終了した各決算期)

■ 営業利益 (左軸)  
○ 営業利益率 (右軸)

### EBITDA / EBITDA マージン



(3月31日に終了した各決算期)

■ EBITDA (左軸)  
○ EBITDA マージン (右軸)