

2016年3月期のセグメント別業績ハイライト

KDDIグループは、国内事業の成長戦略である「3M戦略」、海外事業の拡張に向けた「グローバル戦略」を展開しています。これらの戦略の推進にあわせ、当社グループは、「パーソナル」「バリュー」「ビジネス」「グローバル」の4つを報告セグメントとして開示を行っています。

事業概要

パーソナルセグメント



個人向け通信サービスなどの提供

個人のお客さまを対象に、モバイル・固定通信サービスなどを提供しています。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サービスなどを展開しています。また、通信以外のサービスとして、auショップを活用した「au WALLET Market」に加え、2016年4月からは電力小売事業も展開しています。

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・決済などの付加価値サービスを提供しています。「auスマートパス」をはじめとする月額会員制サービスの魅力化や「au WALLET Market powered by LUXA」などのコマース事業、2016年4月から開始した保険・住宅ローンを含む金融事業の強化による「au経済圏の最大化」を進め、流通総額・付加価値ARPAの拡大を図っています。

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などの提供

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型サービスを含む、多様なソリューションサービスを提供しています。

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などの提供

法人のお客さまに対して、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、ミャンマーやモンゴルなどにおけるコンシューマビジネスにも積極的に取り組んでいます。

その他



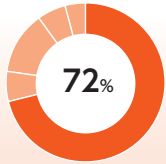
通信設備建設および保守・コールセンター・研究開発など

通信サービスを支える設備の建設やコールセンターの運営に加え、情報通信技術の研究および開発を行っています。

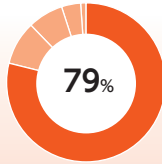
売上高

営業利益

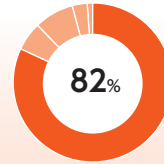
EBITDA



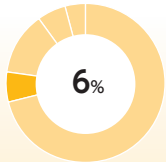
35,033 億円
前期比 5.2% 増 ↑



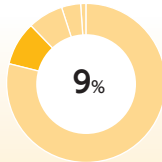
6,566 億円
営業利益率 18.7%
前期比 20.1% 増 ↑



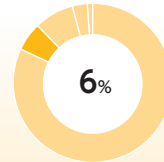
11,627 億円
EBITDAマージン 33.2%
前期比 7.6% 増 ↑



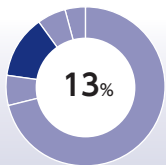
2,718 億円
前期比 14.3% 増 ↑



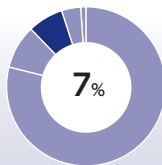
738 億円
営業利益率 27.2%
前期比 40.1% 増 ↑



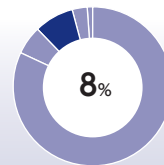
855 億円
EBITDAマージン 31.5%
前期比 21.0% 増 ↑



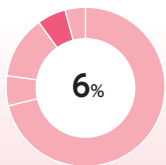
6,320 億円
前期比 4.1% 減 ↓



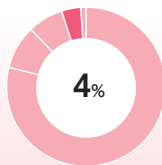
614 億円
営業利益率 9.7%
前期比 19.0% 減 ↓



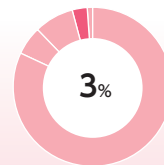
1,095 億円
EBITDAマージン 17.3%
前期比 15.2% 減 ↓



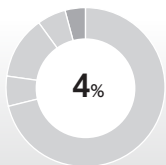
2,944 億円
前期比 5.5% 増 ↑



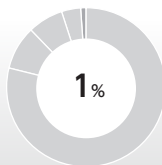
321 億円
営業利益率 10.9%
前期比 474億円 増 ↑



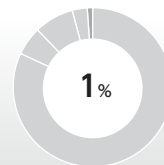
444 億円
EBITDAマージン 15.1%
前期比 454億円 増 ↑



1,735 億円
前期比 7.5% 減 ↓



103 億円
営業利益率 5.9%
前期比 5.7% 減 ↓



121 億円
EBITDAマージン 7.0%
前期比 5.6% 減 ↓

※構成比は、各セグメント実績の単純合算値を100%として計算

パーソナルセグメント

主要な取り組み

「auスマートバリュー」が順調に拡大

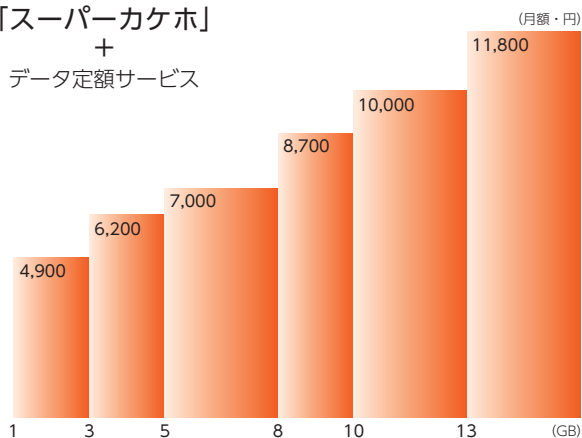
2016年3月末時点の「auスマートバリュー」の契約数は、モバイルが前期末比222万増の1,155万契約、世帯数(固定)は前期末比113万増の572万世帯となりました。また「auスマートバリュー」の対象となる提携事業者数は、FTTHが7社(KDDIを含む)、CATVが143社238局(STNet提携CATV25社25局を含む)と、順調に推移しました。

料金プランの拡充

2015年9月より、国内通話定額プラン「カケホとデジラ」において、通話回数の制限なく1回5分以内の通話が無料でかけ放題^{※1}となる「スーパーカケホ(電話カケ放題プランS)」を追加しました。

同プラン導入以降、スマートフォン浸透率の上昇に加え、音声定額プラン選択率・5GB以上の契約率も上昇しており、au通信ARPAの押し上げに寄与しています。

「スーパーカケホ」
+
データ定額サービス



(注) スーパーカケホ (1,700円/月 (誰でも割*適用) + データ定額サービス + LTE NET (300円/月) の合計額です

* 2年単位で自動更新となります。途中解約などの場合、契約解除料 (9,500円) ががかかります (更新期間を除く)

マルチデバイスの推進

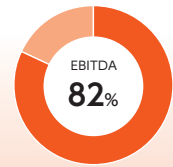
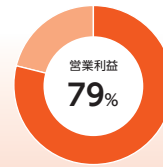
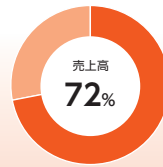
2016年3月期は、さまざまな世代やニーズのお客さまにあわせた端末全22機種^{※2}を発売しました。

一般端末(スマートフォン・フィーチャーフォン)では、「iPhone 6s」「iPhone 6s Plus」などのiPhoneシリーズの発売に加え、世界初^{※3}の海水^{※4}に対応した「TORQUE」、世界初^{※5}のハンドソープで洗える^{※6}「DIGNO rafre」、au VoLTEに対応したauケータイ「AQUOS K」、auオリジナルブランド「Qua」シリーズのスマートフォン「Qua phone」など全16機種を提供しました。

また、タブレットでは、「iPad Pro」「Qua tab」など全5機種、その他、腕時計型キッズケータイ「mamorino Watch」**P.45**など、マルチデバイスの推進に向けて、充実したラインアップを揃えました。



- ※1 一部通話は対象外です。また、1回の通話が5分を超えた場合、5分超過分につき30秒ごとに20円の通話料が別途かかります
- ※2 パーソナルセグメントベース
- ※3 2015年3月31日時点に発売されているスマートフォンにおいて、株式会社ネオ・マーケティング調べ
- ※4 京セラ株式会社独自の耐久試験を実施。すべての海水耐久に対して保証するものではありません
- ※5 2015年11月1日時点に発売されているスマートフォンにおいて、株式会社ネオ・マーケティング調べ
- ※6 IPX5/8の防水性能。また、京セラ株式会社独自の耐久試験を実施。すべてのハンドソープで洗えることを保証するものではありません



「au WALLET Market」による物販事業の開始

2015年8月、KDDIは、お客さまとauをつなぐ最大のタッチポイントであるauショップにおいて、新たなショッピングサービス「au WALLET Market」を開始しました。その後、同12月には、全国約2,500店舗での取り扱いに拡大しています。

「au WALLET Market」は、auショップに来店されるお客さまに気軽に商品を購入いただくための、新しい提案型ショッピングサービスです。お客さまの待ち時間^{※7}を有効活用し、ショップスタッフがお客さまの趣味趣向に合った最適な商品を紹介します。

KDDIは、約3,800万契約^{※8}のお客さま基盤を活かし、さらにエネルギービジネス・金融事業などの各サービスとの連携強化を通じて、「au WALLET」を核とする「au経済圏」の循環モデルを構築していきます。

- ※7 平日平均22分、休日平均25分
(2016年4月1日～5月23日の直営店を除く全国auショップ平均)
- ※8 2016年3月末現在。パーソナルセグメントベース



UQ mobile (MVNO) サービス

KDDIの連結子会社のUQコミュニケーションズは、au回線を利用したUQ Mobile (MVNO) サービスを提供していたKDDIバリューイネイブラー株式会社と2015年10月に合併しました。

2016年2月には、通信料金・スマートフォン端末代金の合計で月々2,980円(税抜)からの新料金プラン「ぴったりプラン」を提供するなど、MVNO市場におけるシェア拡大に向けたサービスの拡充を図っているほか、2015年10月には、下り最大220Mbps^{※9}の高速通信サービス「WiMAX 2+」(TD-LTE)の対応エリアを全国^{※10}に拡大しており、お客さま満足度の高いサービスとなっています。

- ※9 表記の通信速度は技術規格上の最大速度となります。通信速度は、ご利用機器、通信環境やネットワークの混雑状況などに応じて低下します
- ※10 一部エリアを除く

auブランド価値向上に向けて

他社との差別化が難しくなる中、より多くのお客さまに支持され続けるためには、ブランド価値の向上が必要不可欠となります。KDDIは、商品・サービスはもちろん、広告・接客に至るまで、あらゆるお客さま接点の質的向上に向けた取り組みを進めています。中でも、広告では、CM総合研究所の「2015年度 企業別CM好感度ランキング」において歴代最高スコアを獲得し、2年連続でCM好感度No.1企業として「ベスト・アドバタイザー」を受賞しました。



【事業を通じた社会課題の解決】

安心・安全な製品・サービスの提供

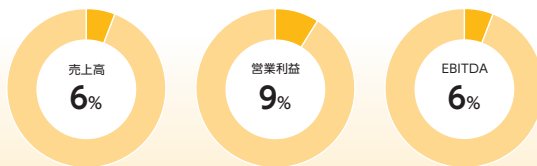
KDDIは、子どもから高齢者の方まで幅広いお客さまに安心・安全にサービスをご利用いただくため、さまざまな取り組みを行っています。

製品においては、国内初^{※11}の通話可能な腕時計型キッズケータイ「mamorino Watch」(マモリーノウォッチ)を発売しました。お子さまの居場所確認や迷子防止など、防犯機能を充実させ、お子さまとその保護者が気軽に安心して利用できる製品の提供に努めました。また、シニア向けスマートフォン「BASIO」(ベイシオ)は、視認性を確保したホーム画面や電話・メール専用のハードボタンを搭載するなど、初めてスマートフォンをご利用されるシニアの方でも使いこなしやすい操作性を追求しています。

サービスにおいては、インターネットを安心・安全に利用するための知識習得、環境整備の一助となるため、お子さまのインターネットリテラシーを判定し、結果に応じた対策方法をご紹介します「ネットスキル診断」の提供を開始しました。

- ※11 通話ができるキッズ向け腕時計型通信端末として、2016年3月16日時点。ZTE調べ

バリューセグメント



主要な取り組み

「auスマートパス」をはじめとする 会員サービスの魅力化

2016年3月末の「auスマートパス」会員数は、2015年3月末から158万増加し、1,447万会員となりました。「ビデオパス」の取り組みでは、2015年8月より、動画配信事業において国内初^{※1}となる、通信キャリアのビッグデータ^{※2}を活用した地上波番組連動のオリジナルコンテンツの共同制作を手掛けました。また、レンタル作品購入、楽曲購入に利用可能な「ビデオコイン」「うたコイン」の提供を開始し、「ビデオパス」「うたパス」会員への還元施策を実施しています。

※1 2015年8月20日時点。KDDI調べ
 ※2 「ビデオパス」「au ID」などの利用規約にてお客さまの同意を得ている統計分析データ（個人を特定する情報を含まない）に限ります

新規事業の開拓

J:COMは、2016年3月に、国内最大手のテレビ通販企業であるジュピターショップチャンネルの株式の50%を取得しました。

あわせてKDDIも住友商事株式会社からジュピターショップチャンネル株式の5%を取得しました。今回の資本参加により、スマートフォンとテレビ通販を組み合わせた新たなサービスに挑戦するなど、KDDIグループの持続的な企業価値向上を実現していきます。

【事業を通じた社会課題の解決】

Twitter®を利用したアクティブサポート

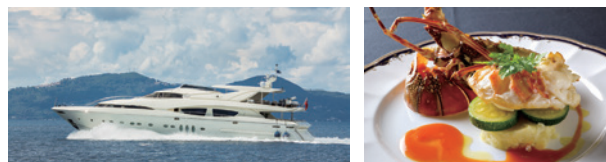
スマートフォンの普及やSNSの利用者急増により、これまでは見えなかったお客さまのお困りごとやご不満などが“つぶやき”という形で可視化され、拡散されるようになりました。

お客さまからの電話での問い合わせやauショップ窓口への来店を待つだけでなく、SNSの中でも伝播力の強いTwitter®を使い、お客さまのお困りごとやご不満を能動的に探してアプローチする「アクティブサポー

新たなコマースサービスに挑戦



2015年8月より、KDDIの連結子会社である株式会社ルクサとの協業により、スマートフォン・パソコン・タブレットで、厳選された商品や体験型商品を簡単に購入できる、新たなネットショッピングサービス「au WALLET Market powered by LUXA」を開始しました。本サービスでは、物販に加えて高級レストランや舞台チケットなど、非日常の商品をタイムセール形式で提供しています。



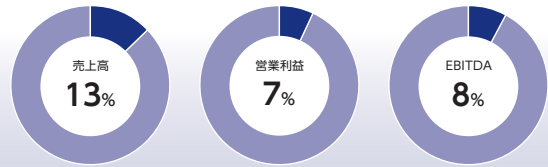
金融事業の拡大

2015年5月にライフネット生命保険株式会社と資本・業務提携を行い、従来取り組んできたネット銀行（じぶん銀行）、ネット損害保険（au損保）に加えて、新たにネット生命保険の分野に進出しました。

2016年4月からは、出資企業が提供していた金融商品をauブランドとして再編成するとともに、auショップでの有資格者による対面でのサポートや、auの通信サービスとのセット割の提供を開始するなど、au経済圏の拡大に向けた取り組みを行っています。

ト」を行っています。問い合わせを目的としない“つぶやき”に対して、「ツイートを見ました。お力になれるかもしれませんので詳しくお聞かせください。」などとツイートすることにより、解決のお手伝いにつながっています。SNSというオープンな場で答えすることで、同時にその先にいる多くのお客さまのお困りごとやご不満を解消できるサービスとして、社外からも高い評価をいただいています。

ビジネスセグメント



主要な取り組み

クラウドサービスの機能追加

法人のお客さま向けクラウド基盤「KDDI クラウドプラットフォームサービス」の強化に取り組んでおり、2015年9月より「オブジェクトストレージ」の提供を開始しました。爆発的に増加するデータを制限なく保管できる拡張性と、99.999999999999%^{※3} (14ナイン) の堅牢性を備えることで、お客さまに信頼性の高い通信サービスを提供してまいります。

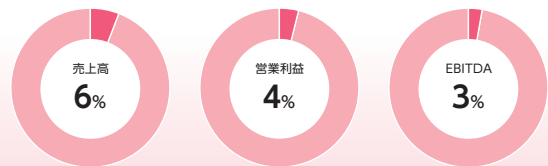
※3 保管データが損失・破壊とならないことを示す値であり、100%と本数値の差分が1年間にデータ消失する確率を示すものです

【事業を通じた社会課題の解決】

法人のお客さまとの取り組み

KDDI法人ユーザー会 (KUG: KDDI ENTERPRISE USERS' GROUP) は、KDDIのサービスをご利用いただいている法人企業の皆さまによって運営される組織です。KDDIが事務局として支援を行い、異なる業種の会員企業が集い、セミナー・見学会・ワークショップなどを開催し、交流・研鑽・親睦を図るとともに、KDDIのサービス改善や新商品開発に皆さまの声を反映させるべく、さまざまな活動を行っています。

グローバルセグメント



主要な取り組み

新興国における通信事業の推進

ミャンマー通信事業においては、携帯電話基地局の増設や運用体制の増強、お客さま動線を踏まえたエリア展開などのネットワーク品質向上に加え、地方拠点も含めたブランドショップの拡大やコールセンターのシステム化、コンテンツポータルサイトの開設など、お客さま接点の強化に取り組んできました。

この結果、2016年3月末の携帯電話契約者数は、2014年7月の共同事業契約締結時の3倍を超える1,900万契約を突破し、計画を上回る水準で推移しました。

また、モンゴルにおいて国内携帯電話契約者シェアNo.1の総合通信事業者のモビコムを、2016年3月に連結子会社化しました。

【事業を通じた社会課題の解決】

モンゴルでの取り組み

モンゴルではファイバーネットワークの構築が進められており、基幹網の33,000kmについては敷設が完了しています。しかし、基幹網の接続ポイントから離れている集落では広帯域インターネットが実現しておらず、さらに30以上の集落ではインターネット接続自体が困難な状況です。

2015年、KDDI財団はモンゴル国郵政情報通信庁と協力し、国境沿いの3集落を対象に、衛星による広帯域インターネット接続をパイロット導入しました。ネットワーク構築後は、集落にある役所・病院・学校と中央の関係機関との情報共有が飛躍的に早くなったことから、集落の生活維持向上の一助になっており、今後の拡充・展開も検討されています。



北部 Tsagaannuur 村での
開通式典の様子