

パーソナルセグメント:

通信とライフデザインの融合

「通信とライフデザインの融合」の推進

格安スマートフォンの普及や今秋の通信事業者の新規参入、さらに通信関連法改正など、国内モバイル通信事業を取り巻く競争環境は激化しており、今後、KDDIの持続的成長をモバイル通信事業のみに依存するのは難しいと考えています。

このように新たな成長領域の確立が急務となる中、コンシューマ事業においては、KDDIの競争力の源泉である「通信事業」・「お客さま基盤」をコアとし、その同心円状にコマース・金融・エネルギー・エンターテインメント・教育といったライフデザイン事業を展開する「通信とライフデザインの融合」を積極的に推進しています。

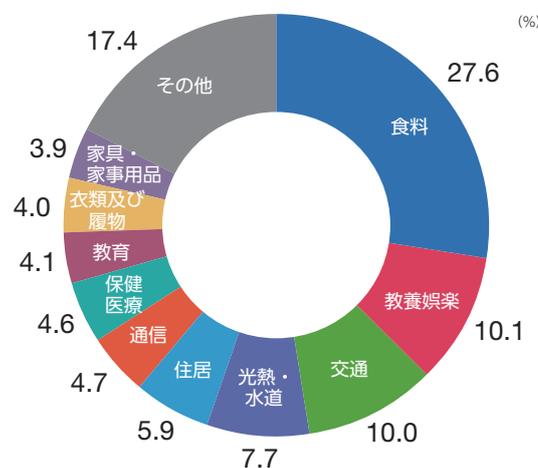
その一環として、KDDIは、前中期経営計画の3年間(2017年3月期～2019年3月期)で合計5,000億円の成長投資を実施し、通信とライフデザインの融合を積極的に展開するために必要なパーツを揃えてきました。

新中期経営計画期間においては、これらのさまざまな商品・サービスを「ライフデザイン領域」としてさらに大きく育てていきたいと考えています。あらゆるお客さまのライフステージに応じたライフデザインサービスを総合的に提供し、KDDIが目指す姿である「お客さまに一番身近に感じてもらえる会社」「ワクワクを提案し続ける会社」を実現し、お客さまにお選びいただけるNo. 1企業を目指します。

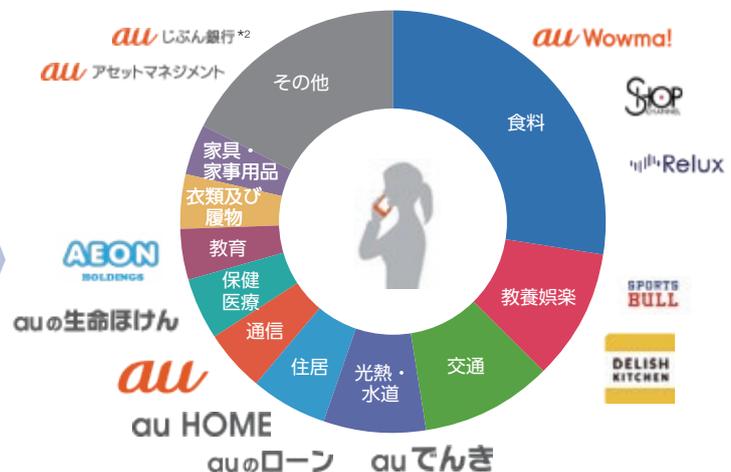


お客さまのライフステージに合わせたライフデザインサービスを総合的に提供

家計消費支出の構成比(2人以上の世帯)*1



KDDIのライフデザイン領域



*1 総務省「家計調査報告(家計収支編) —2018年(平成30年)」を基に当社作成

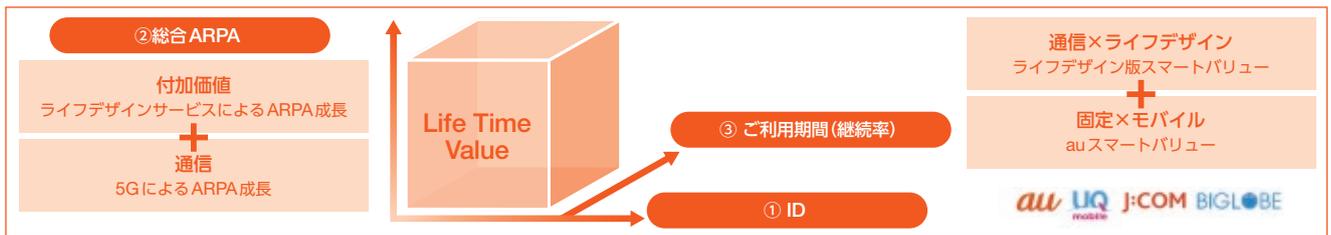
*2 じぶん銀行の社名変更は株主総会における定款変更の決議および関係当局の認可取得を前提としています。

ライフタイムバリューの最大化

持続的な成長に向けて、KDDIは、グループ全体で拡大したIDをベースとして、KDDIが今まで揃えてきたライフデザインサービスを活かして新たな体験価値を提供することで、通信と付加価値を合わせた「総合ARPA」ベースの売上を拡大してきました。

今後は、固定通信とモバイル通信のバンドルサービス「au

スマートバリュー」や、通信とライフデザインによる「ライフデザイン版スマートバリュー」を積極的に展開することによりお客さまとのエンゲージメントの深化を図り、①グループ会社を含むお客さま数 (ID) ×②総合ARPA ×③ご利用期間 (継続率) の総和である「ライフタイムバリュー」の最大化につなげていきたいと考えています。

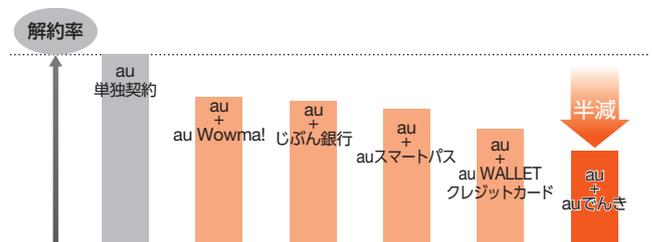


エンゲージメントの深化がもたらす効果

auと「auでんき」、またはauと「au WALLETクレジットカード」をセットでご契約いただいているお客さまの解約率は、au単独契約のお客さまに比べて大幅に下回ることが実証されています。

今後は、これに加えて金融商品など、auスマートフォン以上にお客さまのご利用期間が長いサービスとのバンドル化を進めることにより、エンゲージメントのさらなる深化を目指します。

でんきやクレジットカードとのバンドル利用で解約率は大幅に低減



成長領域とM&A

M&Aを実施する際は、KDDIの既存事業との間にシナジーを生むことを大前提として検討しています。具体的には、次の4つの領域を成長領域と位置づけています。

- ① 「通信とライフデザインの融合」の基盤となるグループIDの最大化
- ② 売上拡大とエンゲージメント向上によるライフタイムバリューの最大化
- ③ 5G/ IoT時代のケイパビリティ獲得による新たな価値の提供
- ④ グローバル事業の拡大

資本参加先にはKDDIのアセットを活用してもらうことで、グループ会社が成長することを最優先に考えて最大限にサポートしています。

これにより、かつてのライフデザイン領域は「auスマー

トパス」や「au かんたん決済 (キャリア決済)」などの自社サービスが成長を牽引してきましたが、これら自社サービスの安定成長に加えて、グループ会社がKDDIの連結業績を牽引する好循環が生まれています。

グループ全体で新たな成長ステージへ



■ 営業利益(単体)*1 ■ 営業利益(連結)*2

*1 営業利益(単体)は日本基準

*2 営業利益(連結)は15年3月期まで日本基準、16年3月期からIFRSベース

パーソナルセグメント:

ライフデザイン領域の持続的成長に向けて

2019年5月に発表した新たな中期経営計画では、最終年度である2022年3月期のライフデザイン領域売上高を1.5兆円に拡大することを目標として掲げました。

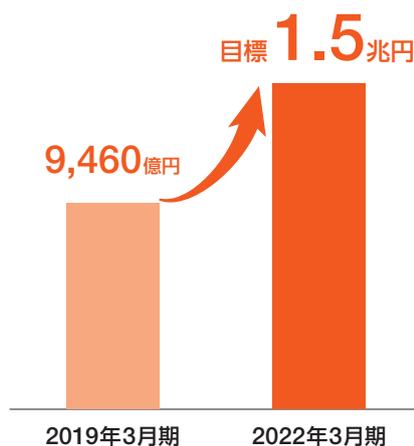
この達成に向けて、

- 1: コマース流通額の拡大
 - 2: auでんき契約数の拡大
 - 3: 決済・金融取扱高の拡大
- などに注力していきます。

また、ライフデザイン領域営業利益は、現行の営業利益率水準を維持しつつ、引き続き増益を目指します。



ライフデザイン領域 売上高



^{*1} ポイント残高とチャージ残高の合計

^{*2} クレジットカードとプリペイドカードの有効発行枚数合計

01: コマース流通額の拡大



コマース

流通額

2019年3月期

2,500 億円



2022年3月期目標

4,000 億円

KDDIは、グループ内に総合ショッピングモール「au Wowma!」やTVショッピングサービス「ショップチャンネル」などのコマース事業を展開しており、2019年3月期時点のコマース流通額は2,500億円規模となっています。2022年3月期には、同流通額を4,000億円規模まで拡大していく計画です。

目標の達成に向けて、お客さまの生活に寄り添ったライフデザインサービスを取り揃えるとともに、「au WALLEET ポイント」との連携を強化していきます。

「au WALLEET ポイント」とは、auスマートフォンをはじめとした通信料金の支払いや、長期利用者向け優遇施策「au

STAR」による毎月の還元のほか、「auでんき」・ガス・金融商品のお支払いなど、あらゆる機会を通じてお客さまに還元されるポイントです。貯まったポイントは、1ポイント1円としてauサービスや日常のお買い物にご利用いただくことができます。

現在、このau WALLEET ポイントの残高と「au WALLEET プリペイドカード」のチャージ残高の合計は1,000億円を超えています。これらの活用先として、「au Wowma!」などをご活用いただき、au経済圏の中での好循環を創出することにより、au経済圏を拡大していきたいと考えています。

02: au でんき契約数の拡大



エネルギー

au でんき契約数

2019年3月期 200万超



2022年3月期目標

340万

2016年4月の電力小売自由化に伴い、KDDIは「auでんき」を提供開始しました。

毎月の「auでんき」ご利用料金に応じて最大5%相当分のau WALLEETポイントを還元するという、シンプルでお得な料金プランが奏功し、2019年3月末時点の「auでんき」契約件数は既に200万件を突破しました。2022年3月末には同契約数を340万件まで拡大することで、さらなる収益拡大を目指します。

また、auでんきの顧客基盤拡大とともに、「au WALLEETクレジットカード」とのセット販売にも注力していきます。

クレジットカード業界では後発だったKDDIにとって、au WALLEETクレジットカードのステータスをいかに上げるの

かが課題でした。KDDIはその解決策として、通信・電気・ガスといったお客さまの生活に不可欠なインフラサービスの料金お支払いに本カードをご利用いただくうちに、お客さまが生活全般の決済手段として本カードをご利用いただくようになることを期待し、店頭での積極的なセット販売や、au WALLEETポイントとの連携強化などに取り組んできました。

これらの取り組みの結果、au WALLEETクレジットカードをお支払いに利用するauでんき契約者の割合は、着実に増加しています。また、このような属性のお客さまは、auでんき非契約のお客さまに比べて月額のカード決済額が高額であるなど、クレジットカード決済額の拡大においても副次効果が得られています。

毎月のご利用例



- 1 au契約4年未満・au STARご加入のお客さまの場合。対象の料金プランの定額料4,980円(税別)で40P、auご利用料金のau WALLEETクレジットカード払い5,378円(税込)で52P。
- 2 ポイントアップ店(200円毎に3ポイント)をご利用の場合。

03: 決済・金融取扱高の拡大



金融

決済・金融取扱高

2019年3月期 4.4兆円



2022年3月期目標

6.0兆円

ライフデザイン領域の利益成長を牽引するドライバーとして、今後は、決済・金融事業にも注力していきます。2019年3月期の決済・金融取扱高は4.4兆円でしたが、2022年3月期にはこれを6.0兆円まで拡大していきたいと考えています。

まず、目標の達成に向けて、本年4月に「auフィナンシャルホールディングス株式会社」が業務を開始し金融事業における意思決定の迅速化、グループ各社の金融サービスの連携強化が図れる体制を整えました。

新体制のもと、お客さまの生活の中心となったスマートフォンを、預金・決済・投資・ローン・保険などのあらゆるサービスの入り口とし、「スマホ・セントリック」な決済・金融体験を総合的に提供する「スマートマネー構想」を展開していきます。

また、6月に資本参加したカブドットコム証券株式会社と株式会社じぶん銀行による「銀証連携」も推進していきます。国内のコンシューマ向け金融市場では、スマートフォンの進展や顧客の世代交代により、伝統的な金融機関よりも、フィンテックを駆使して事業拡大を目指す金融グループの方が大き

く成長していくと見られています。2,000万契約を超えるスマートフォンのお客さま基盤を持つKDDIにとって、同領域に進出するアドバンテージは大きいと考えています。

この新領域の成長を、高い利益率を誇るauかんたん決済(キャリア決済)や、au WALLEET・au PAYなどの多彩な決済事業で支えることで、決済・金融事業トータルの利益成長を目指します。

決済・金融サービスを「スマホ・セントリック」に提供



*1 じぶん銀行の社名変更は株主総会における定款変更の決議および関係当局の認可取得を前提としています。
*2 各社のauブランド社名変更は、関係当局の認可取得を前提とし、順次対応します。また、au損保およびauカブコム証券のロゴについては協議中で決定したものではありません。(発行時、2019年9月時点)