

## セグメント別分析

### パーソナルセグメント (3月31日に終了した各決算期)

#### 個人向けの通信サービス (au・MVNO携帯電話、FTTH、CATV) およびエネルギー・教育サービスなどの提供

モバイルでは、主力の「au」ブランドのサービスと、連結子会社のUQコミュニケーションズ株式会社などが提供するMVNOサービス、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。

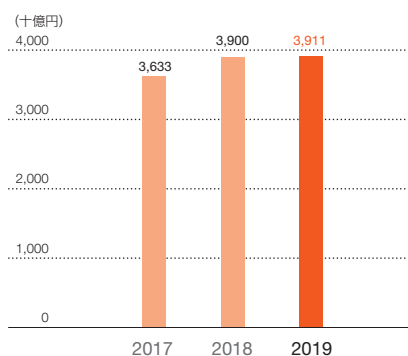
また、通信以外のサービスとして、auショップを活用した物販サービス「au WALLET Market」や、「auでんき」などのエネルギーサービス、「イーオン」ブランドで展開する教育サービスなどを提供しています。

#### → 2019年3月期の業績概況

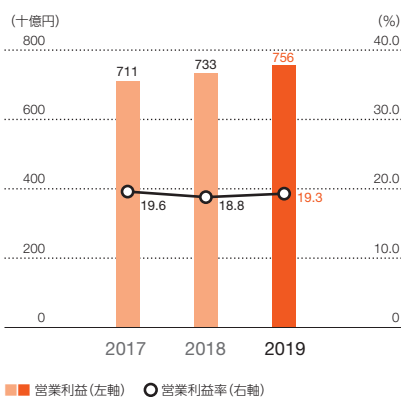
2019年3月期の売上高は、モバイル通信料収入の減少を、「auでんき」などのエネルギー事業の増収、さらには2018年1月に連結したイーオンの貢献や子会社の増収などが補い、前期比0.3%増の3兆9,112億円となりました。

一方、営業利益は、モバイル通信料収入の減収を固定資産除却費や減損損失削減などが補い、前期比3.2%増の7,563億円となりました。

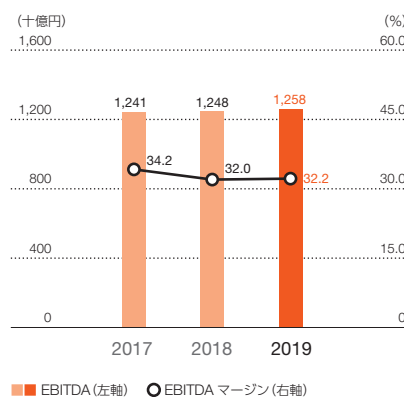
#### 売上高



#### 営業利益／営業利益率

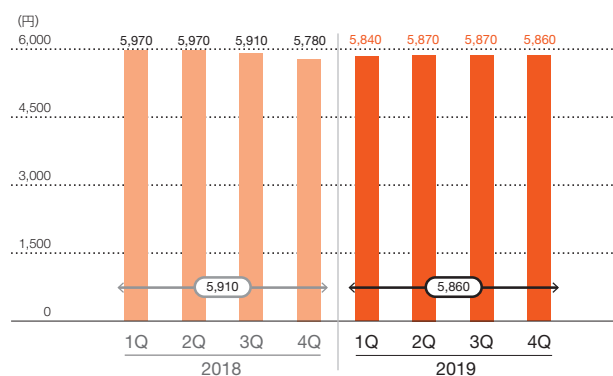


#### EBITDA / EBITDA マージン



#### au通信ARPA

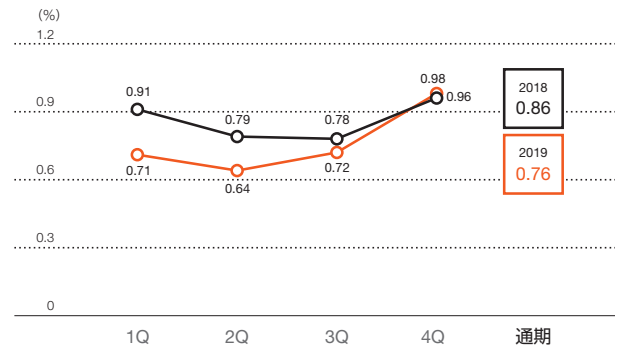
au通信ARPAは、2017年7月に提供を開始した分離プランの短期的な減収影響もあり、前期比50円減の5,860円となりましたが、第4四半期単独で見た場合、キャンペーン期間満了者の増加や毎月割非適用による増収効果がARPAを徐々に押し上げ、前年同期比80円増の5,860円となりました。



## au解約率

2017年7月の分離プラン提供開始以降、解約率は順調に改善しております。第4四半期のau解約率は、2019年3月に「誰でも割」の更新期間を拡大したことなどにより若干上昇したものの、引き続き低く抑えられており、想定通りの水準となりました。

今後も、「auスマートバリュー」や通信とライフデザインサービスを組み合わせたご利用を拡大することで、よりお客さまとのエンゲージメントを深め、au解約率の低減に取り組んでいきます。

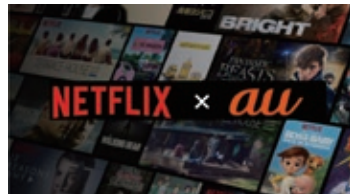


### → 主要な取り組み

#### ■ お客さまのニーズに対応した料金プラン

2018年8月、KDDIは、スマートフォンを通してNetflixのエンターテインメント性に優れた動画コンテンツをおトクにお楽しみいただくため、Netflixのコンテンツ利用料金とスマートフォンの通信料金をセットにした料金プラン「auフラットプラン25 Netflixパック」を開始しました。

KDDIはこれまで、モバイルと固定のセット割である「auスマートバリュー」や、データ通信のご利用方法に応じた料金プラン「auピタットプラン」「auフラットプラン」をはじめ、お客さまの声にお応えする料金プランやサービスをいち早く導入してきました。「auピタットプラン」「auフラットプラン」はお客さまにご好評いただいております。契約数は2019年3月に1,300万契約を突破しました。



#### ■ auブランド価値向上に向けて



国内通信市場においてサービスなどの同質化が進む中、より多くのお客さまにご支持いただくためには、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総合研究所より2019年3月期のCM好感度No.1ブランドとしてauが「BRAND OF THE YEAR 2018」に選出されました。2016年3月期から4年連続の受賞となります。

## 事業を通じた社会課題の解決：通信事業



通信事業を通じて、安全で強靱な情報通信社会の構築に貢献します。

社会の課題

- 利用データ増などによる品質の低下
- 電波がつながりづらいエリアの存在
- 災害時のライフライン断絶
- 社会的弱者の情報格差
- 人口減少、産業競争力低下

#### 【KDDIが目指す姿】

KDDIは、モバイル通信品質の向上に加え、安心して利用できる固定電話・インターネットサービスを提供し、誰もが格差なく高品質な通信を利用できる社会を目指します。また、災害に備えた強靱なネットワークの構築と、迅速な復旧手段の確保を実現します。

さらに、5G、IoTにより、労働人口減少、地域の経済格差拡大などの社会課題解決にも取り組み、人々が安心・安全に暮らせる社会の構築に貢献します。

#### 【KDDIの取り組み】

KDDIは、モバイル通信品質の向上に向け、4G LTEのエリア拡大、品質および速度向上によるネットワーク強化を全力で推進するとともに、デジタルトランスフォーメーション（デジタルによる変革）に不可欠な5G、IoT基盤のエリア構築、技術開発に取り組めます。

さらに、有事に備え、ネットワークの冗長化や、陸・海・空路からの迅速な復旧体制を構築します。また、誰もが安心・安全に利用できる端末・サービスを提供します。

## セグメント別分析

### ライフデザインセグメント (3月31日に終了した各決算期)

#### 個人向けのコマース・金融・決済・エンターテインメントサービスなどの提供

個人のお客さまを対象に、オンライン・オフラインの両領域において、通信以外の付加価値サービスを提供しています。「auスマートパス/auスマートパスプレミアム」をはじめとする会員制のデジタルコンテンツサービスの魅力化

や、「Wowma!」などのコマース事業、保険などの金融事業の強化を通じて「au経済圏の最大化」を進めるとともに、収益拡大を図っています。

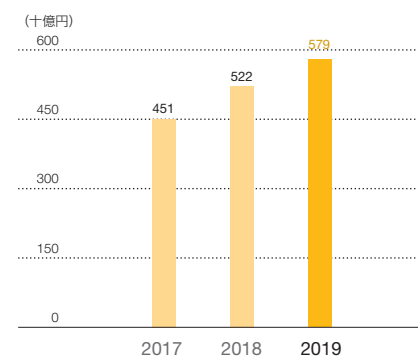
#### → 2019年3月期の業績概況

2019年3月期の売上高は、「auスマートパス」のプレミアム会員比率増による増収に加え、決済やコマースなどのau経済圏流通総額の拡大に伴う付加価値ARPA収入の増収や、株式会社エナリスの新規連結子会社化などにより、前期

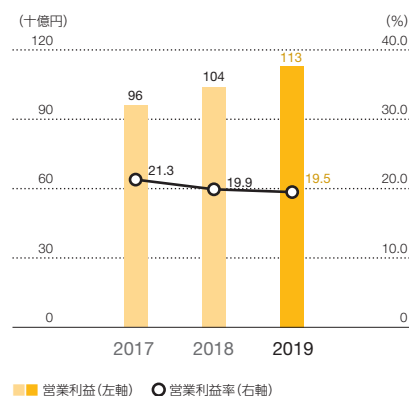
比11.0%増の5,794億円となりました。

一方、営業利益は、コマースや決済・金融事業拡大のためのコストの増加はあったものの、付加価値ARPA収入の増加などにより、前期比8.4%増の1,128億円となりました。

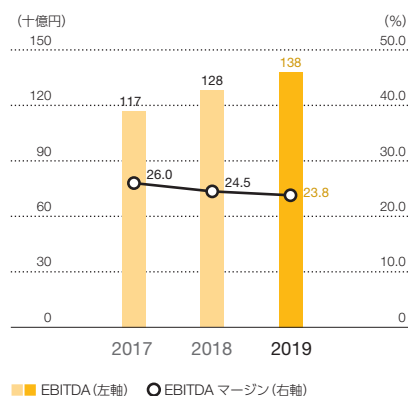
#### 売上高



#### 営業利益 / 営業利益率

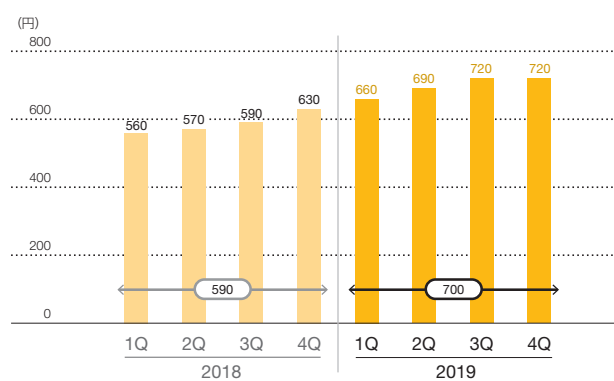


#### EBITDA / EBITDA マージン



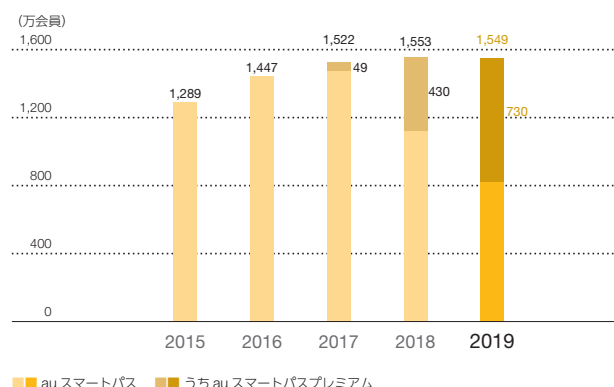
#### 付加価値ARPA

付加価値ARPAは、「au WALLETクレジットカード」や「auかんたん決済」などの決済手数料収入の増加やコマース売上の拡大に加え、「auスマートパス」のプレミアム会員比率増などが寄与し、前期比110円増の700円となりました。



#### auスマートパス / auスマートパスプレミアム会員数

「auスマートパス/auスマートパスプレミアム」の会員数は前期末比で4万会員減少し、1,549万会員となりました。このうち、「auスマートパス」の上位サービスとなる「auスマートパスプレミアム」の会員数は、キャンペーンによる店頭加入の好調な推移に加え、会員への特典充実などの寄与もあり、前期末比で300万会員増加しました。



→ 主要な取り組み

【スマートマネー構想】

2019年2月、決済・金融事業の強化を目的に、中間金融持株会社「auフィナンシャルホールディングス株式会社」を設立し、お客さまの生活の中心となったスマートフォンを通じて日常生活における決済・金融サービスをより身近にする世の中を実現するため、「スマートマネー構想」を始動しました。

「au WALLETプリペイドカード／クレジットカード」は2,500万超のお客さまにお申込みいただき、au WALLET残高およびWALLETポイント残高は1,000億円以上、決済・金融取扱高は4.4兆円まで拡大しています。また、2019年4月には「au PAY」を開始し、お客さまにスマホで完結する決済方法の選択肢の幅を広げ、キャッシュレス化を推進し、au WALLETアプリを中心としたお客さま接点の強化を図っています。

今後「au WALLET」を軸に、貯める、支払う、殖やす、借りる、備えるといったお客さまのお金に関わる金融体験をワンストップで提供し、サポートしていくとともに、お客さま一人ひとりのライフプランに寄り添ったサービスを拡充していきます。



【エネルギー事業の強化】

2018年8月に、KDDI、電源開発株式会社、株式会社エナリスの3社は、今後の電力市場の変化に迅速に対応しながら、イノベーションを推進することによって事業機会を創出し、より一層の企業価値向上を図るため、業務提携契約を締結しました。さらに2018年12月に、エナリスの株式を公開買付けにより追加取得し、エナリスを連結子会社としました。

2016年4月の電力小売自由化を契機に、「auでんき」の提供を開始しており、提供開始当初から、「auでんき」における電力需要予測業務と必要な電源の調達などを行う需給管理業務をエナリスに委託しています。エナリスを子会社化することにより、エナリスの意思決定の迅速化、KDDIと電源開発株式会社が保有する知見などのサポートを含むさまざまな経営資源をエナリスに機動的に投入することが可能になります。今後もKDDIはエネルギー事業の強化に取り組んでいきます。



ライフデザインサービスの中核として  
エネルギー事業の基盤を構築



事業を通じた社会課題の解決：教育事業



教育事業を通じて次世代を担う人材の育成にも貢献します。

社会の課題

- ・グローバル化に対応できる人材の育成
- ・子どもが社会を「生きる力」を育む教育機会の不足
- ・途上国における子どもたちの学習機会の不足

【KDDIが目指す姿】

KDDIは、ますます多様化する社会で子どもたちが自ら課題を解決し、持続的な社会の発展に貢献できるよう、外国語を学ぶ機会や、職業、社会経験を通して子どもたちの「生きる力」を育む場を広く提供することを目指します。

また、途上国における教育の機会提供を通じて、当該国の持続的な成長を担う人材の育成に貢献します。

【KDDIの取り組み】

KDDIグループは、外国語教育事業を通じて、通信と教育を組み合わせた場所を問わず学べる新形態のサービスを提供します。また、「キッズニア」を通じて「エデュテイメント（楽しみながら学ぶ）」をコンセプトとした体験の場を提供します。さらに、途上国では、不足している英語、パソコン、音楽教室などの学習機会を提供します。

## セグメント別分析

### ビジネスセグメント (3月31日に終了した各決算期)

#### 企業向けの通信サービスおよびICTソリューション・データセンター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サービスや、ネットワーク・アプリケーション・クラウド型サービス

などの多様なソリューションサービスを提供するほか、あらゆるモノとインターネットがつながるIoT分野においても、さまざまな取り組みを進めています。

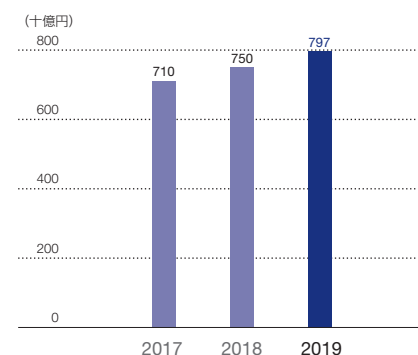
#### → 2019年3月期の業績概況

2019年3月期の売上高は、音声通話料収入の減少は続いているものの、データ通信料収入、国内データセンター事業に加え、KDDIまとめてオフィスなどの子会社売上の増加、電力小売販売収入の増加などにより、前期比6.3%増の

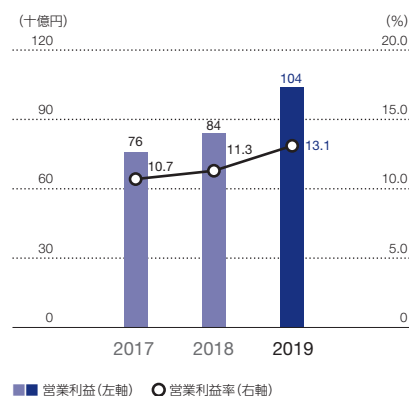
7,969億円となりました。

一方、営業利益は、増収に対して売上原価・販管費を抑制した結果、前期比23.1%増の1,040億円となりました。

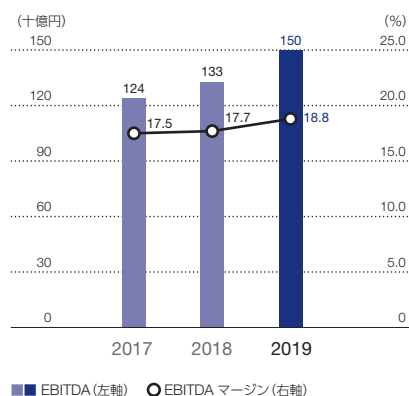
#### 売上高



#### 営業利益／営業利益率



#### EBITDA / EBITDA マージン



#### → 主要な取り組み

##### IoTビジネスの推進

KDDIは、トヨタ自動車株式会社さまと共同で推進している「グローバル通信プラットフォーム」を応用・発展させたKDDI「IoT世界基盤」をベースに、あらゆる産業にサービスを提供するプラットフォームの構築を推進しています。

KDDI「IoT世界基盤」は、回線だけでなくクラウドやアプリケーション、データ分析などを提供するビジネスIoTプラットフォームであり、新たなカーリングモデルを生み出す環境を整えます。KDDI「IoT世界基盤」では、最適なネットワークの選択と提供、パートナーさまとの協業によるデータ蓄積分析機能の提供、関連法規やデバイス認証など

に関わるサポート提供などを行います。

今後も連携パートナーをさらに拡大していく予定で、企業のIoT活用のグローバル展開における課題を解決し、お客さまのビジネス変革と事業拡大を強力にサポートしていきます。



## 事業を通じた社会課題の解決：グローバル事業

グローバル事業を通じてインフラ整備が不十分な国々の経済発展を促進します。

#### 社会の課題

- 途上国における通信環境や経済産業発展の遅れ
- 途上国における情報格差

#### 【KDDIが目指す姿】

KDDIは、途上国における通信インフラ整備と経済産業発展を通じた国民生活の向上、および情報通信を核としたハード・ソフト両面での支援による、情報格差の解消を目指します。

これらを通じ、誰もが通信や情報を身近に活用できる社会の実現に貢献します。

海外での個人・企業向けの通信サービスおよびICTソリューション・データセンター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

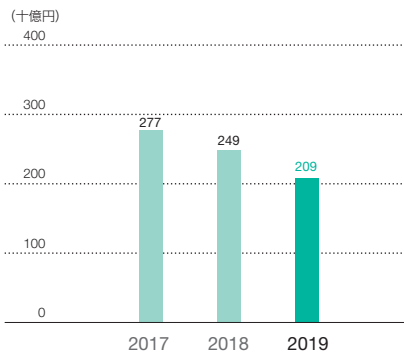
ほか、ミャンマーやモンゴルなどにおけるコンシューマビジネスにも積極的に取り組んでいます。

→ 2019年3月期の業績概況

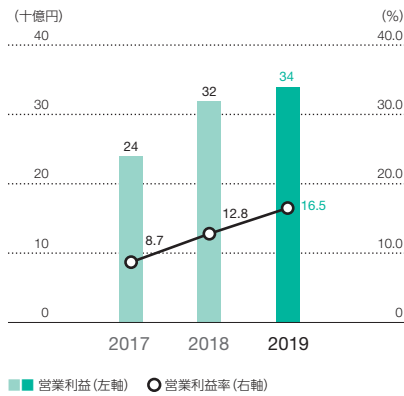
2019年3月期の売上高は、ミャンマー通信事業やデータセンター事業、SI事業が堅調に推移しているものの、採算性の低い事業の整理の影響により、前期比16.0%減の2,088億円となりました。

一方、営業利益は、為替影響による減益はあったものの、ミャンマー通信事業やデータセンター事業、SI事業の堅調な推移により、前期比7.7%増の344億円となりました。

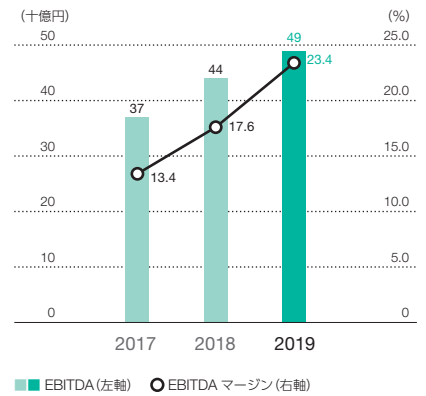
売上高



営業利益／営業利益率



EBITDA / EBITDA マージン



→ 主要な取り組み

■ 新興国における通信事業の発展に向けた取り組み

ミャンマーにおいては、2018年5月にリテンション強化を目的としたミャンマー初となるポイントプログラム「MPT Club」を開始しました。提携店と双方に利用可能な共通のポイントプログラムであり、2019年3月末時点でコンビニやレストラン、映画館など28社に提携を拡大しています。

また「LTE+」サービスについても、2019年3月末時点で利用可能なタウンシップは314カ所となりました。サービス

開始から1年8ヵ月で、ほぼミャンマー全土で300Mbps\*の高速サービスを提供しています。

国内No.1シェアを誇る通信事業者として、引き続き事業拡大に向けた取り組みを進めていきます。

\* ベストエフォート型サービス。記載の速度は技術規格上の最大値であり、実使用速度を示すものではありません

(注) ミャンマー全土で330のタウンシップ(行政区)に分かれています。

【KDDIの取り組み】

KDDIは、国内外で培った通信サービス全般の事業経験とノウハウ・技術力をもとに、ミャンマー・モンゴルなどの途上国において、4G LTEのエリアを拡大し、安定した「日本品質」の通信サービスを展開していきます。安価で公平なネットワークアクセスの実現により、当該国全体のモバイル接続数を増やし、経済発展や快適な暮らしづくりに貢献します。また、通信

以外の周辺事業にも取り組み、当該国の持続的な成長に寄与していきます。さらに、国際社会における情報格差解消を目指し、途上国のICTプロジェクトや技術コンサルなどに積極的に取り組み、あわせてICT分野の教育・研修の実施を通じて技術者育成に貢献します。

