



Ubiquitous Solution Company

KDDI 株式会社

2009年3月期 第2四半期決算
(2008年4月－9月)

2008年10月22日

この配付資料に記載されている業績目標及び契約数目標等はいずれも、当社グループが現時点で入手可能な情報を基にした予想値であり、これらは経済環境、競争状況、新サービスの成否などの不確実な要因の影響を受けます。

従って、実際の業績及び契約数は、この配付資料に記載されている予想とは大きく異なる場合がありますことをご承知おき下さい。

1.1. 2009年3月期上期の決算総括

1 連結ベース

- 営業収益は前年同期比+0.8%、営業利益は同+5.3%の増収・増益。
営業利益の通期見通しに対する進捗率は 59.3% と順調に推移。

2 移動通信事業

- 営業収益は前年同期比-1.5 %、営業利益は同+5.3%の減収・増益。
- 9月末のauの契約数は3,045万で、累計シェア29.0%。
- より幅広いお客さまのニーズに応えるため、6月10日より「au買い方セレクト」の「シンプルコース」を拡充し、新シンプルプラン (料金) ならびに端末の分割払いを導入。

3 固定通信事業

- セグメント範囲見直しの影響もあり、営業収益は前年同期比+19.3%の増収。
営業利益は252億円の赤字。
- 9月末の固定系アクセス回線^{注1} は518万。

4

- auケータイと「auおうち電話」をセットでご利用いただくと国内通話が24時間無料になる「auまとめトーク」^{注2}を、8月1日より開始。

- 株式会社じぶん銀行が7月17日よりお客さま向けサービス開始。口座数は順調に増加。

(注1) FTTH、直収電話 (メタルプラス、ケーブルプラス電話)、ケーブルテレビのアクセス回線で重複を除く。

(注2) 22ページ参照。

1.2. 2009年3月期下期の課題

1 「チャレンジ2010」2年目として、あらゆるサービスにおけるお客さま満足度No.1へ挑戦し、持続的成長を目指す。

- 中期的増収増益体制実現に向けて既存事業基盤の強化と事業領域拡大への取り組み。

2 移動通信事業

- 新しい販売モデルの下、端末販売台数が減少する中で、KDDIならではの端末、サービスの投入による商品力強化と需要期に合わせた市場活性化施策の展開。
- 法人向けでは、大企業層へのモバイルソリューションと小規模法人市場への販売推進。

3 固定通信事業

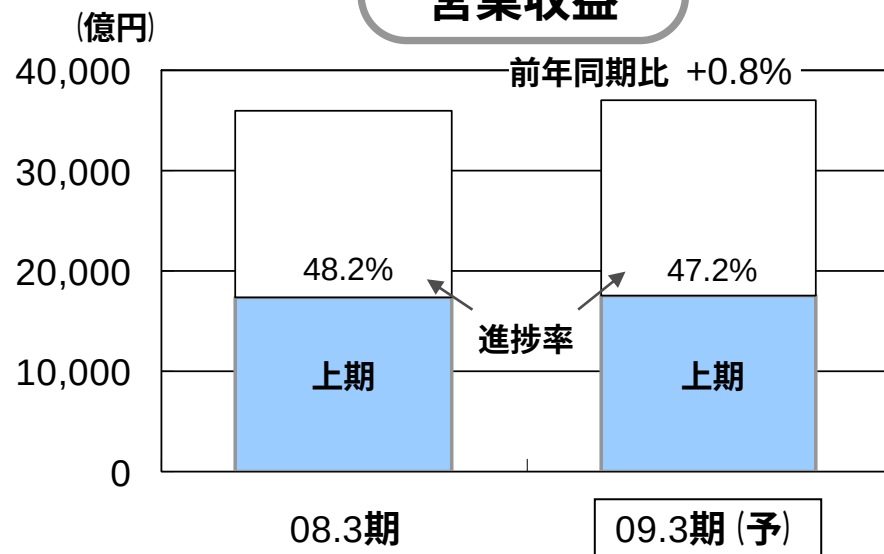
- メタルプラスの安定的黒字化とFTTHの商品力強化。
- コンシューマ向けでは、固定系アクセス回線 500万規模からのさらなる伸長。
- 法人向けでは、固定／モバイルにグローバルを含めたICT^{注1}ソリューションをワンストップで提供する体制を確立。

4 ➤ FMBC^{注2}サービスの展開による顧客基盤の維持・拡大。

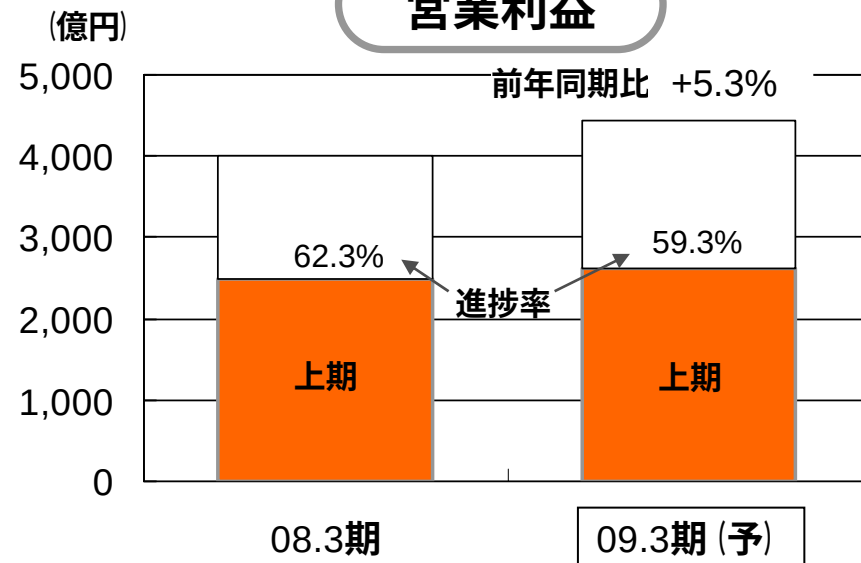
- UQコミュニケーションズ株式会社の2009年モバイルWiMAXサービス開始への支援。
- 4ビル(新宿・大手町他)証券化の期間満了(2008年10月末)に伴う買戻し2,068.5億円。

2. 連結決算

営業収益



営業利益



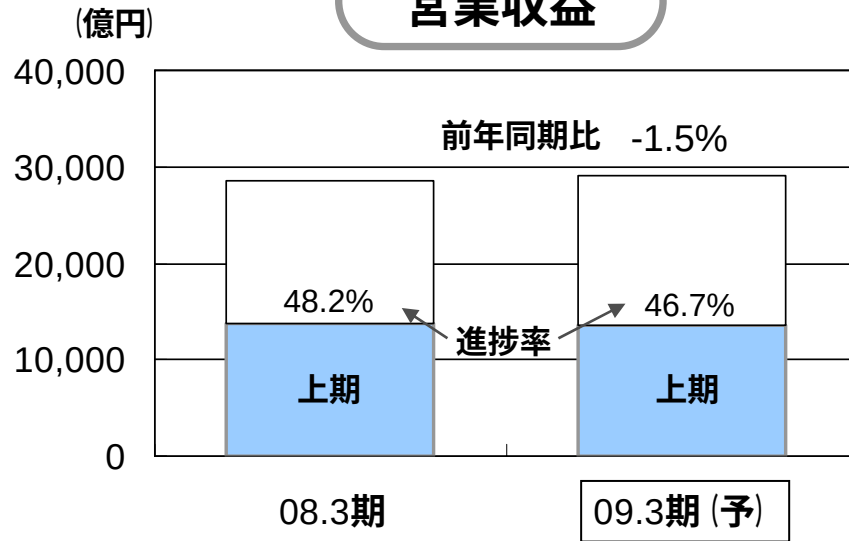
(億円)

	08.3期		09.3期 (予)				09.3期
	上期		上期	前年同期比	進捗率	今回予想	期初予想
営業収益	17,343	35,963	17,473	+0.8%	47.2%	37,000	37,000
営業利益	2,496	4,005	2,629	+5.3%	59.3%	4,430	4,430
マージン	14.4%	11.1%	15.0%	-	-	12.0%	12.0%
経常利益	2,524	4,079	2,622	+3.9%	59.6%	4,400	4,400
当期純利益	1,457	2,178	1,511	+3.7%	60.4%	2,500	2,500
FCF	598	-125	-61	-	-	(注) -2,240	-170
EBITDA	4,247	7,692	4,675	+10.1%	53.1%	8,810	8,810
マージン	24.5%	21.4%	26.8%	-	-	23.8%	23.8%

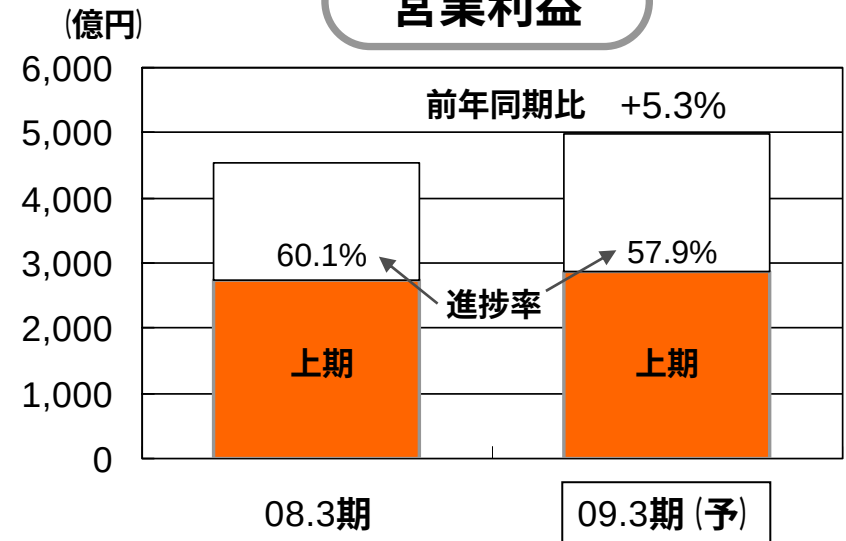
(注) 4ビル証券化の期間満了に伴う買戻しの影響を含む。

3. 移動通信事業

営業収益



営業利益

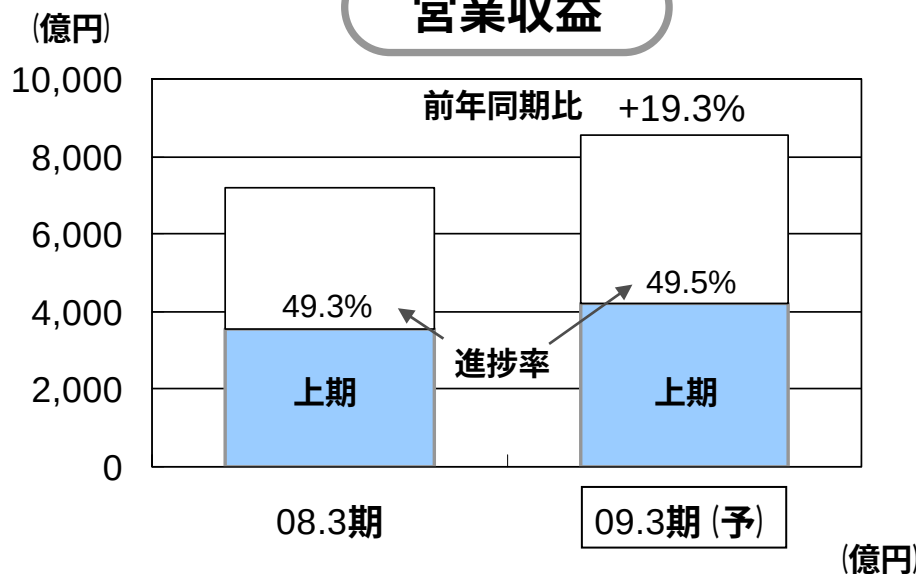


	08.3期		09.3期 (予)			
	上期		上期	前年同期比	進捗率	
営業収益	13,812	28,626	13,607	-1.5%	46.7%	29,110
au	13,731	28,517	13,607	-0.9%	46.7%	29,110
ツーカー	81	109	-	-	-	-
営業利益	2,733	4,550	2,879	+5.3%	57.9%	4,970
マージン	19.8%	15.9%	21.2%	-	-	17.1%
経常利益	2,767	4,635	2,919	+5.5%	58.0%	5,030
当期純利益	1,600	2,665	1,716	+7.2%	58.8%	2,920
FCF	944	824	559	-	-	1,270
EBITDA	3,868	6,922	4,258	+10.1%	53.6%	7,940
マージン	28.0%	24.2%	31.3%	-	-	27.3%

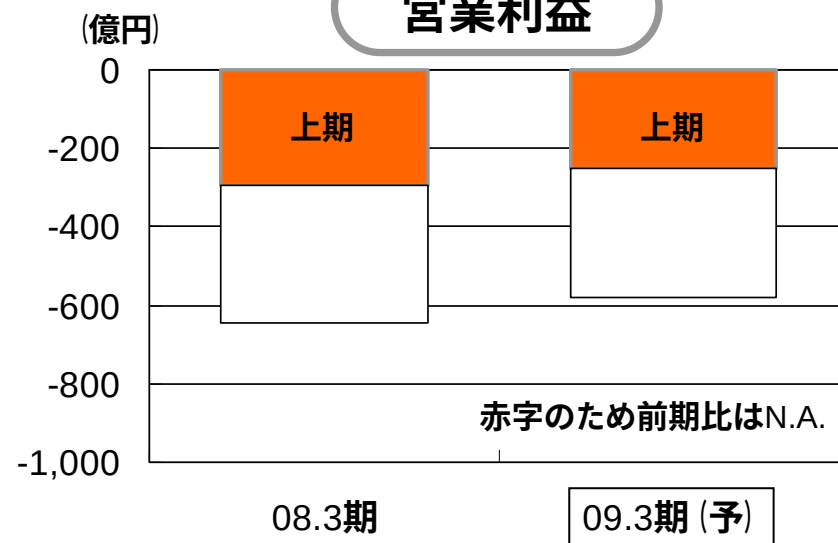
	08.3期		09.3期 (予)	
	上期		上期	
契約数 (千)	29,217	30,339	30,452	31,600
内モジュール系	776	814	882	1,000
au 計	28,744	30,105	30,452	31,600
WIN(EV-DO)	17,063	19,695	21,096	24,000
1X	11,177	9,993	8,980	-
cdmaOne	503	417	375	-
ツーカー(PDC)	473	234	0	0

4. 固定通信事業

営業収益



営業利益



	08.3期		09.3期 (予)			
	上期		上期	前年同期比	進捗率	
営業収益	3,546	7,186	4,231	+19.3%	49.5%	8,550
営業利益	-295	-647	-252	-	-	-580
マージン	-8.3%	-9.0%	-6.0%	-	-	-6.8%
経常利益	-295	-648	-274	-	-	-620
当期純利益	-171	-517	-187	-	-	-380
FCF	-126	-539	-576	-	-	-1,170
EBITDA	293	581	409	+39.5%	50.5%	810
マージン	8.3%	8.1%	9.7%	-	-	9.5%

契約数 (千)	08.3期		09.3期 (予)	
	上期		上期	
ADSL	1,471	1,396	1,303	1,280
FTTH	668	710	967	1,140
メタルプラス	3,172	3,279	3,251	3,080
ケーブルプラス電話	-	286	429	580
ケーブルテレビ*	-	667	697	700
(再掲) 固定系アクセス回線	-	4,827	5,178	5,300

(注1) ADSL one (メタルプラス利用時のADSL) を含む。

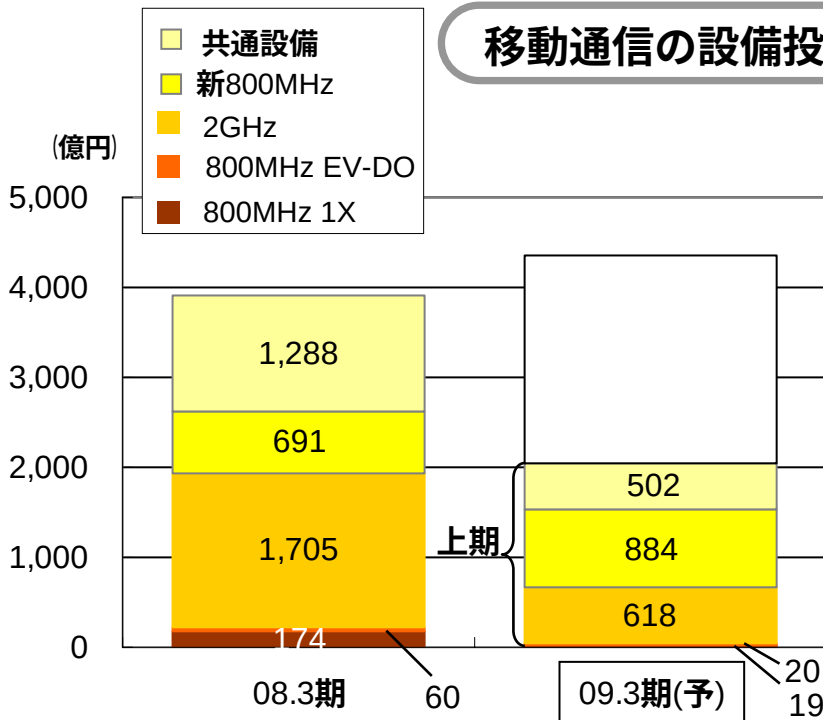
(注2) ケーブルテレビ契約数は放送、インターネット、電話のうち、一つでも契約のある世帯数。

(注3) 固定系アクセス回線はFTTH、直収電話 (メタルプラス、ケーブルプラス電話)、ケーブルテレビのアクセス回線で重複を除く。

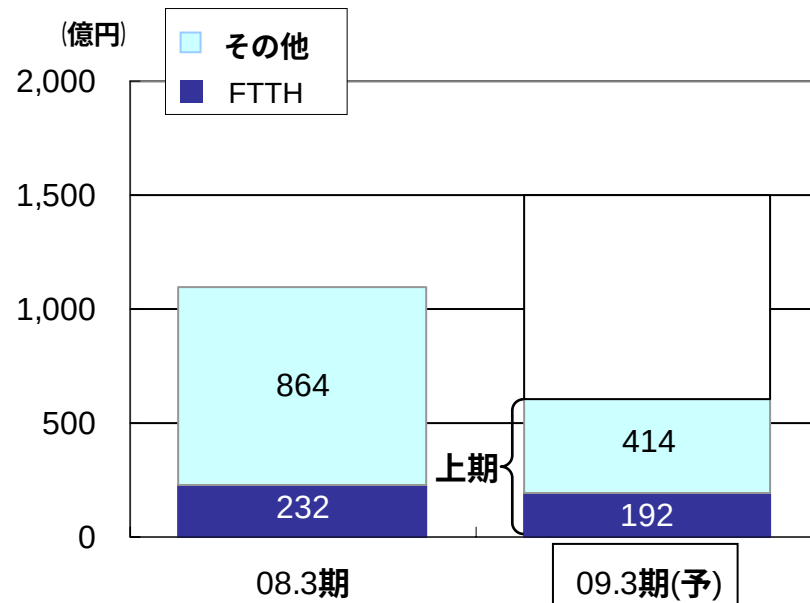
(注4) 09.3期は、連結子会社のCTC、及び、従来「その他セグメント」に含まれていたJCNグループと海外固定系子会社を含めている。

5. 設備投資

移動通信の設備投資



固定通信の設備投資



(億円)

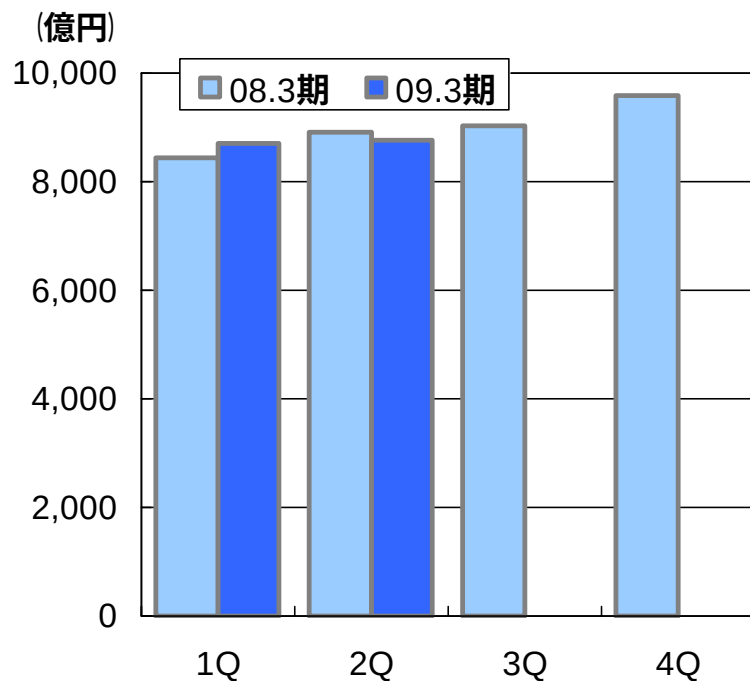
		08.3期		09.3期(予)			
		上期		上期	前年同期比	進捗率	
設備投資 (支払)	連結	1,906	5,170	2,661	+39.6%	45.1%	5,900
	移動通信	1,411	3,917	2,042	+44.7%	46.8%	4,360
	固定通信	435	1,096	606	+39.3%	40.4%	1,500

(注) 4ビル証券化の期間満了に伴う買戻しの影響を除く。

(参考) 業績の四半期推移

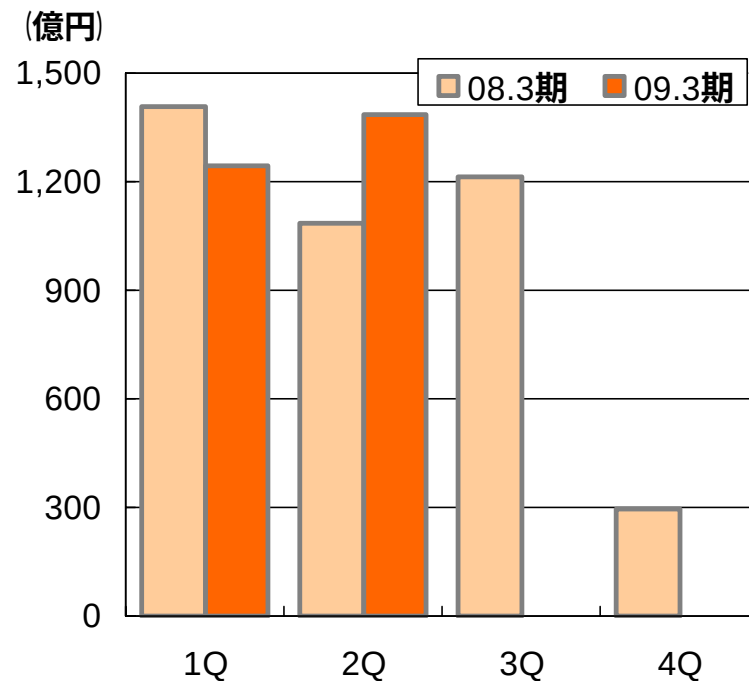
- 下期以降、移動通信事業における販売手数料などの削減を見込む。
その結果、四半期ごとの営業利益は従来とは異なり安定的な進捗を想定。

連結営業収益



	08.3期	09.3期	前期比
上期	17,343億円	17,473億円	+0.8%
通期	35,963億円	37,000億円(予)	+2.9%

連結営業利益



	08.3期	09.3期	前期比
上期	2,496億円	2,629億円	+5.3%
通期	4,005億円	4,430億円(予)	+10.6%

各事業の状況及び施策



移動通信事業



固定通信事業



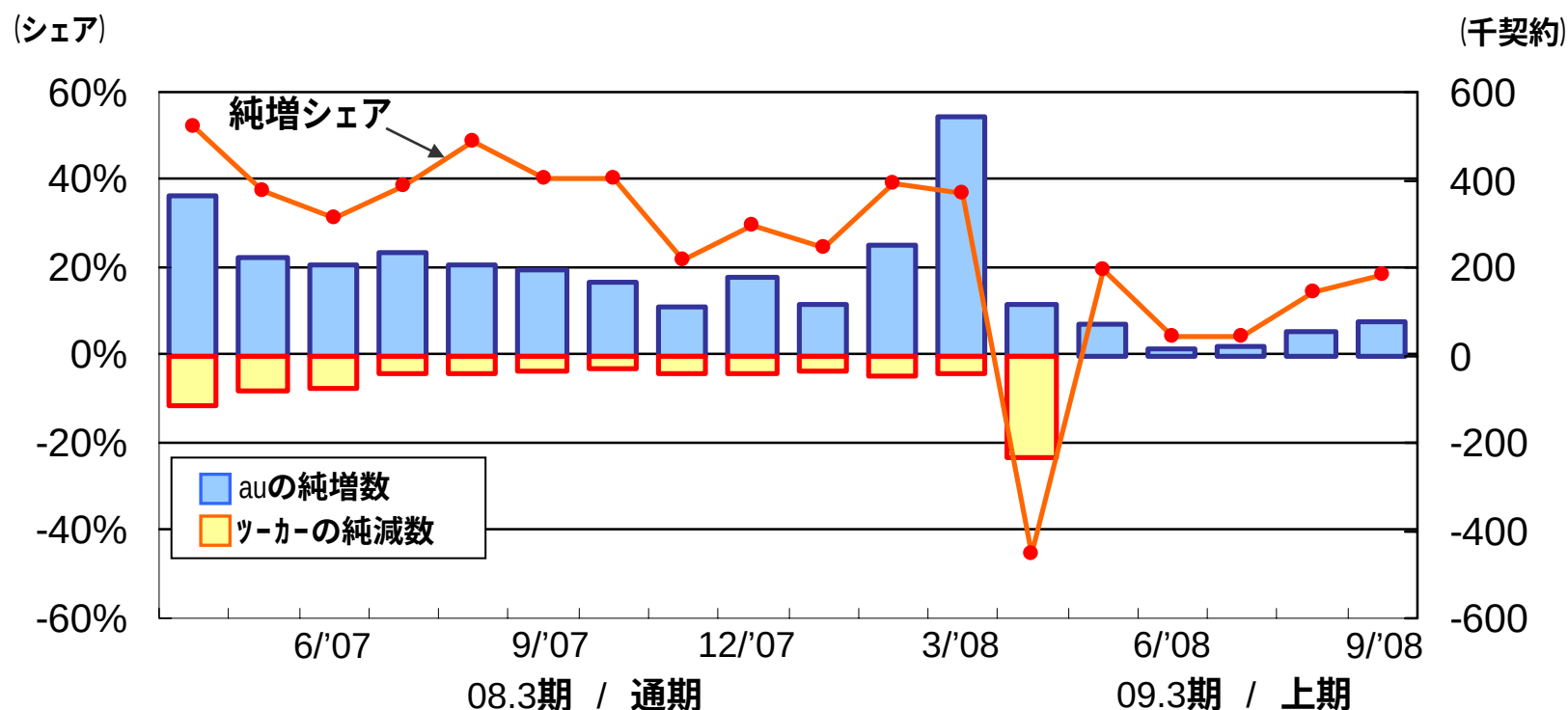
FMBC



チャレンジ2010

1.1. KDDIの純増

- 4月のツーカー純減 (-23万) もあり、KDDIの上期は11万の純増。
9月末の契約数は3,045万、シェア29.0%。



純増数／シェア 215万契約／35.8%
(au:46.4%、ツーカー:-10.6%)

11万契約／5.3%
(au:16.4%、ツーカー:-11.1%)

契約数／シェア 3,034万契約／29.5%
(au:29.3%、ツーカー:0.2%)

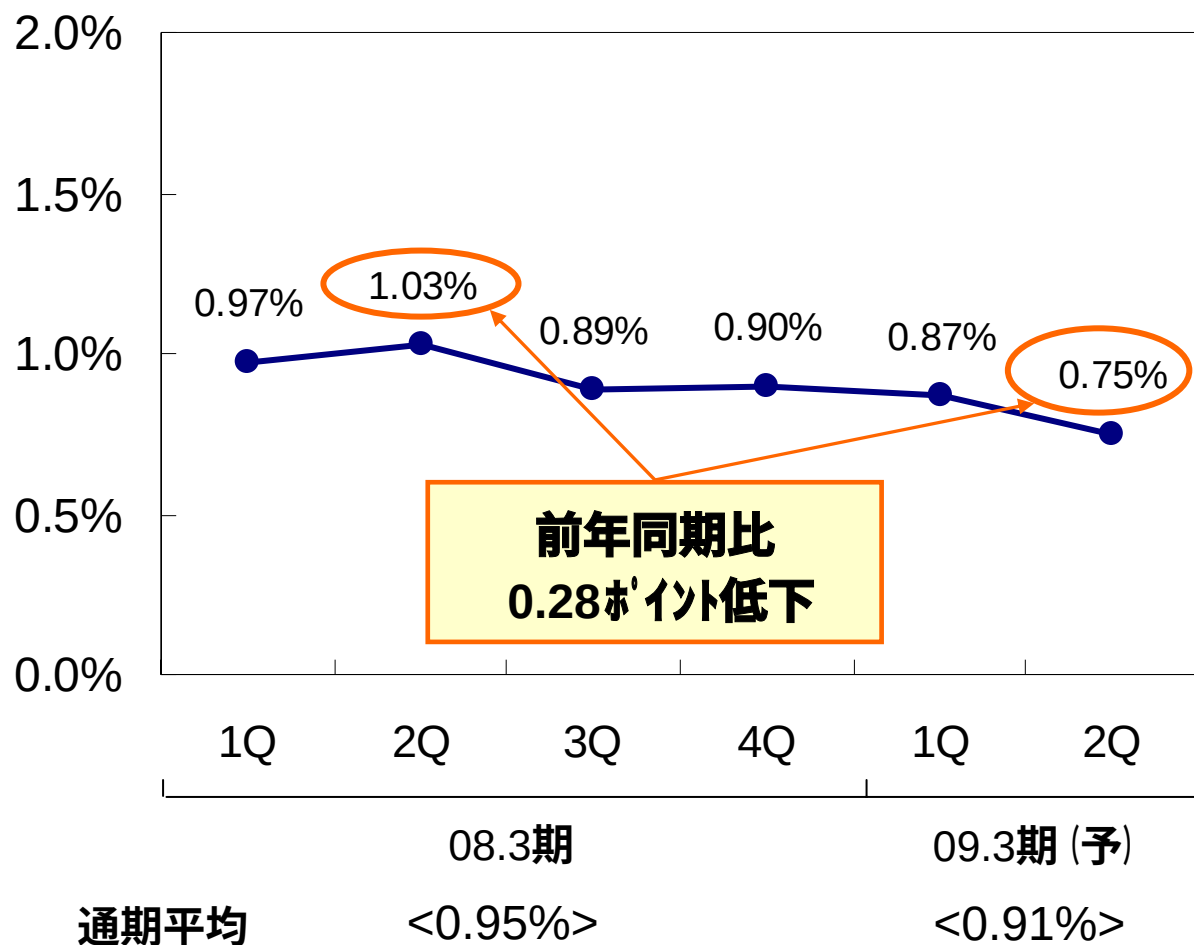
3,045万契約／29.0%
(au:29.0%、ツーカー:-)

(注1) イー・モバイルの月次の純増シェアについては07年12月まではグラフ上含めず。

(注2) ツーカーは2008年3月末にサービス終了。

1.2. auの解約率

■ 2Qの解約率は0.75%と、前年同期比0.28ポイント低下。

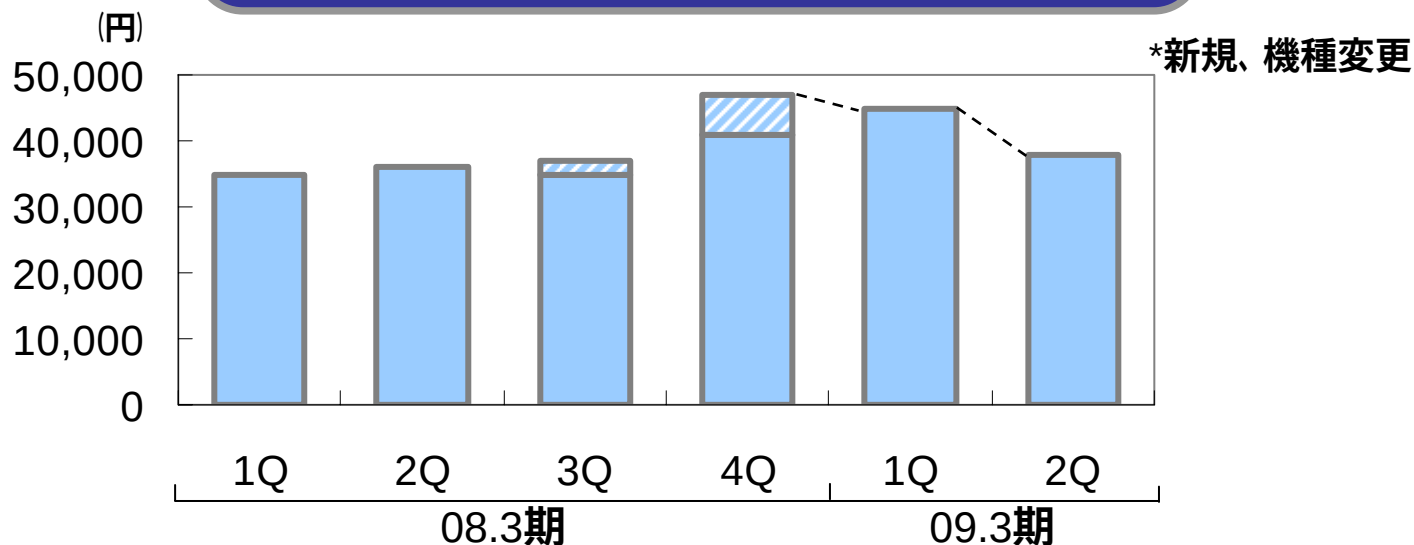


(注) 解約率はモジュール系を除く。

1.3. auの販売手数料

■ 2Qの販売手数料平均単価は、38,000円。

販売手数料 平均単価 *



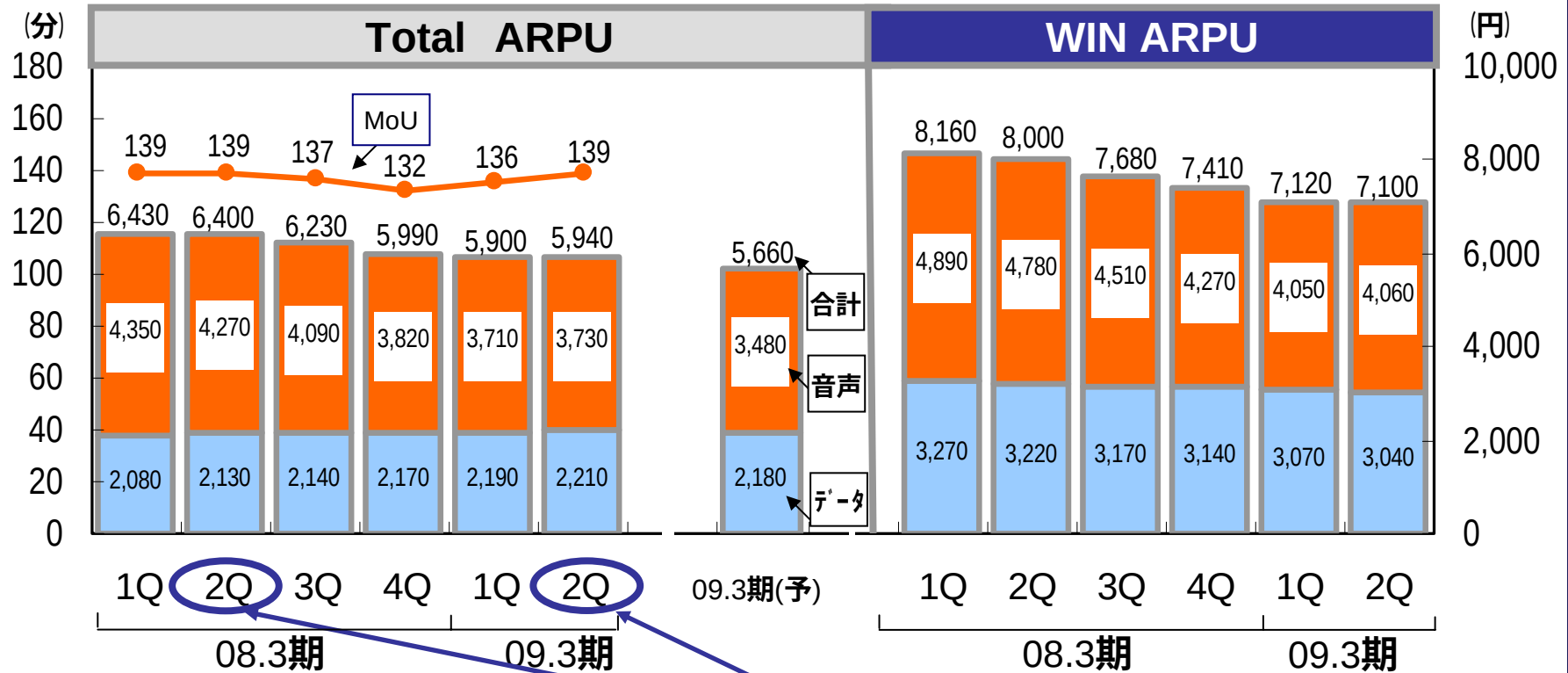
	08.3期					09.3期 (予)		
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	
販売手数料総額 (億円)	1,240	1,490	1,300	1,830	5,860	1,290	1,040	-
販売手数料平均単価 (円)	35,000	36,000	35,000	41,000	37,000	45,000	38,000	-
販売台数 (万台)	353	408	370	451	1,582	286	270	1,440

(注) 販売手数料平均単価については、08.3月期 3Qの「au買い方セレクト」導入以降、端末販売に係る粗利増加相当分 (グラフ斜線部分) を控除して計算していたが、2009年3月期からは控除しないベースで計算。

1.4. auのARPU

移動通信事業

■ 引き続きデータARPUは堅調に推移。



通期平均	08.3期	09.3期 (予)
合計	6,260円	5,660円
うち 音声	4,130円	3,480円
データ	2,130円	2,180円

前年同期比

合計 ▲ 460円 (▲ 7.2%)

うち 音声 ▲ 540円 (▲ 12.6%)

データ + 80円 (+ 3.8%)

1.5. WINの状況

- 9月末時点でWINの契約数の割合はau全体の69%に増加、うち、パケット定額制の契約率は73%と引続き高水準。



WIN契約者の伸び



2. 「au買い方セレクト」

- 55%のお客さまが「シンプルコース」を選択。
- 「シンプルコース」選択のお客さまのうち、91%が分割払いを選択。

コースの選択

フルサポートコース (購入サポートあり)

45%

55%

シンプルコース

(購入サポートなし)

「シンプルコース」での支払方法

一括払い

9%

91%

分割払い

(注) W61S、および08夏モデル以降に発売された端末のうち、7月1日～9月30日販売分が対象。

3. カスタマイズケータイ

- 「フルチェン^注」を利用した他社とのコラボレーションにより、端末販売数が減少する中でお客さまニーズに対応した端末の個性化・多様化を効率的に実現。

フルチェン

外も中もまるごとチェンジ

フルチェンケータイ re



21モデル発表

(10月22日現在)

COACH Mobile Phone

©Coach, Inc.

外観



+

待ち受け画面



(注) 従来の着せ替えパネルとは一線を画す、auケータイの外装全面とコンテンツなど、外も中もまるごと「チェンジ」が可能なサービス。

4. 新たなライフスタイルの提案

- 「au Smart Sports Run&Walk」の登録会員数は1月のサービス開始以降、順調に増加。
- アプリと専用の端末を組み合わせ、新たなスポーツライフスタイルを提案。

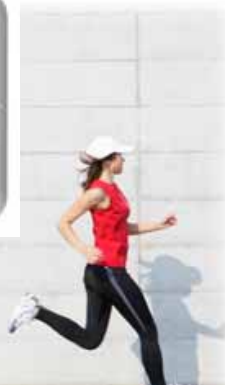


Run & Walk

- ・専門家のアドバイスを参考にできる。
- ・コース・距離・速度・消費カロリーがわかる。
- ・音楽に合わせてステップ！ BEAT RUN。

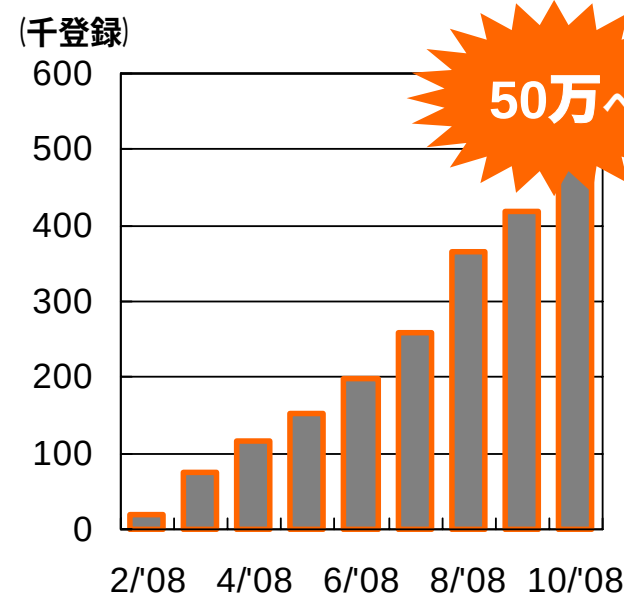


Sportio



au Smart Sports

「au Smart Sports Run&Walk」登録会員数



音楽



映像



スポーツ

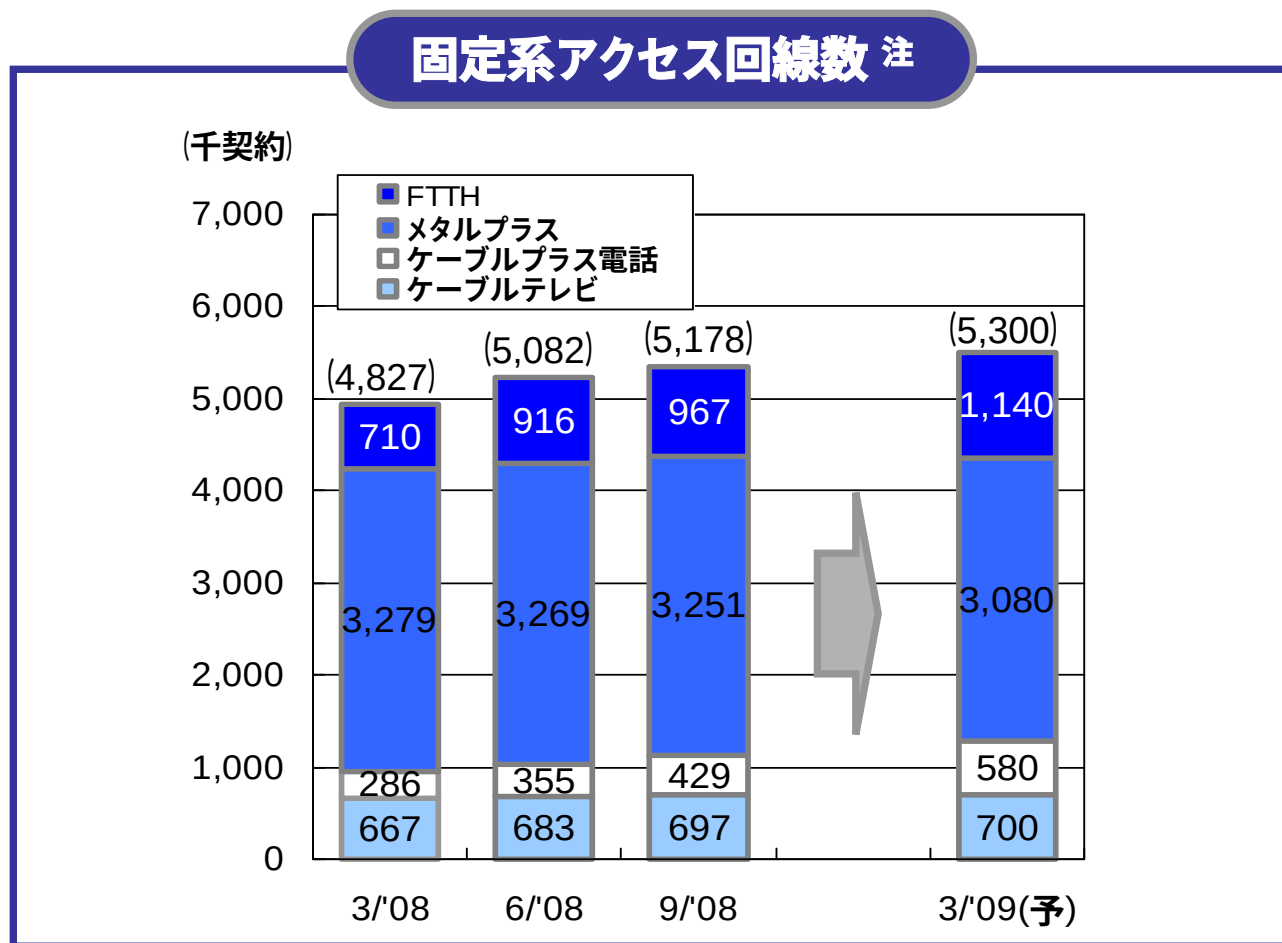


?

?

1. 固定系アクセス回線

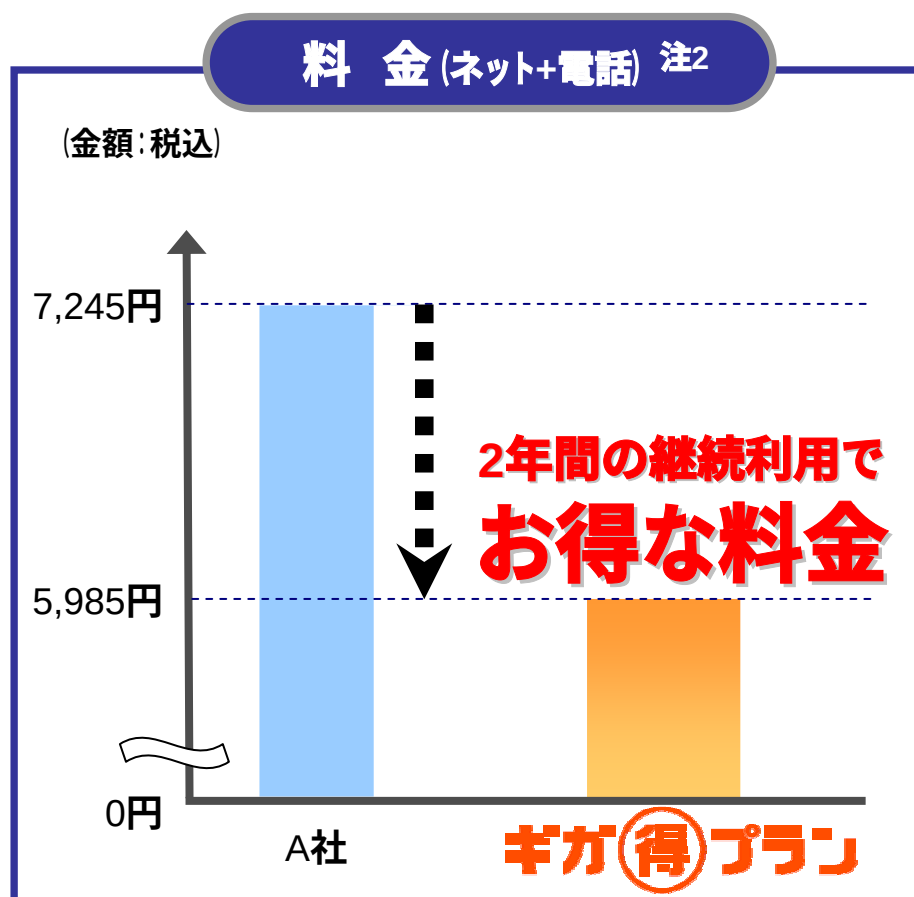
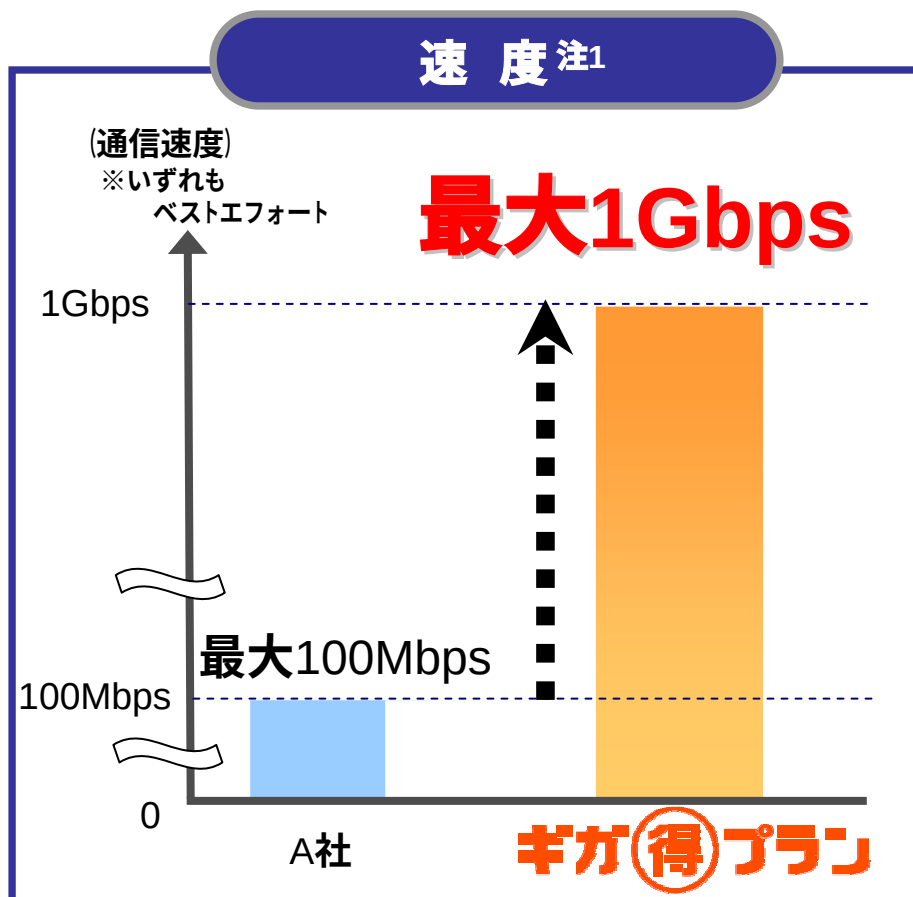
■ 9月末の固定系アクセス回線数は518万。



(注) () は各アクセス回線数の合計値で重複を除く。

2. FTTHの商品力強化

- ひかりoneホームに10月より「ギガ得プラン」を投入し、速度・料金面で商品力を強化。
- 戸建て向けFTTHサービスは関東、中部 (CTC) に加え、札幌エリアでも提供開始。



(注1) ホーム (戸建て) 向け速度。なお、利用するパソコンの性能等により速度は変化する。

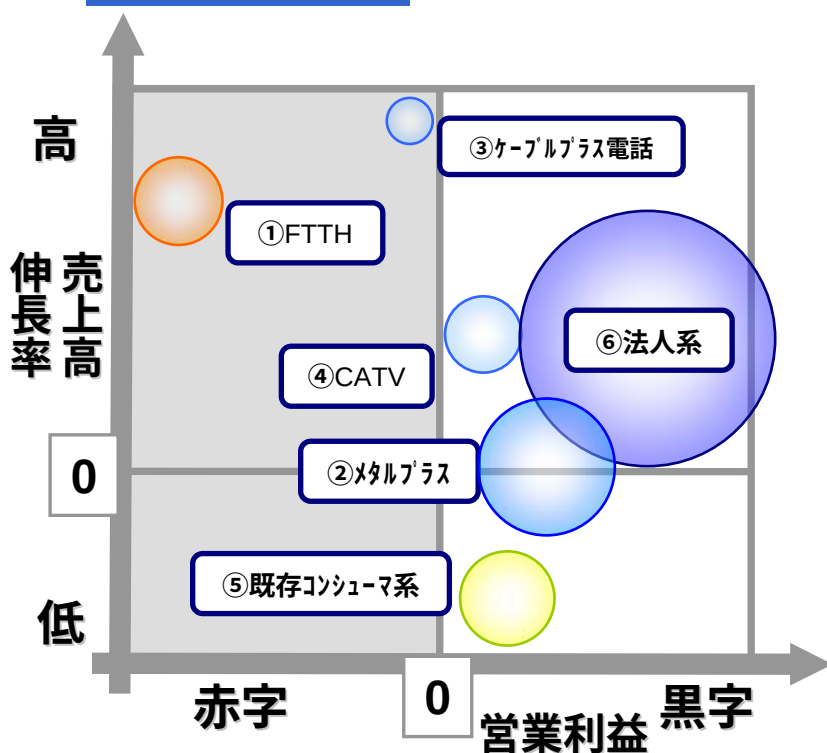
(注2) ホーム (戸建て) 向け料金。「ギガ得プラン」は、口座振替・クレジットカード割引適用で、プロバイダーをau one netにした場合の料金。
A社料金は戸建て向けでプロバイダーをOCNにした場合の料金。

3. 固定通信事業の黒字化に向けて

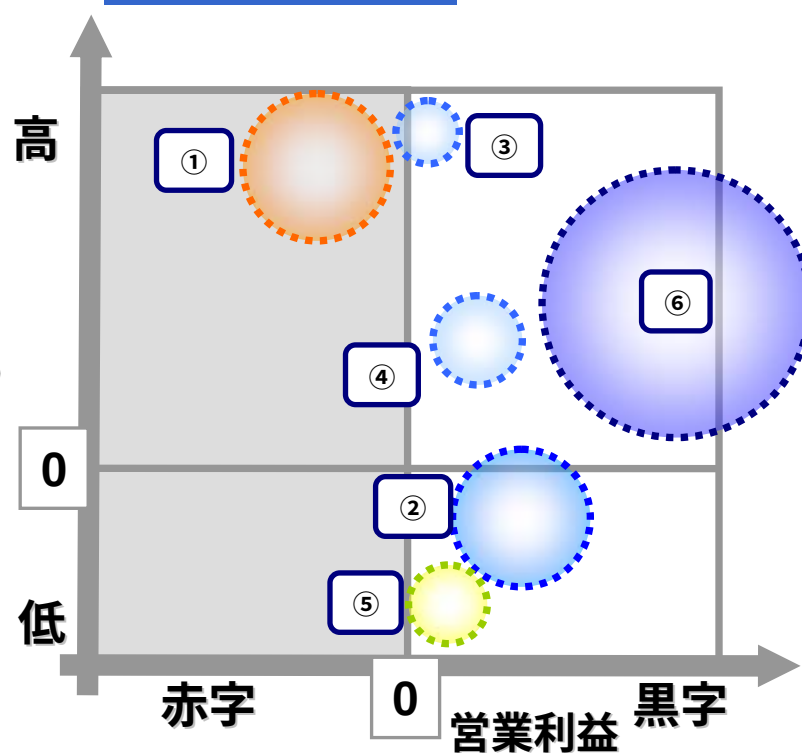
- 現在、赤字の主な要因であるFTTHの損益改善と他サービスの利益トータルで、2010年度における固定通信事業の黒字化を目指す。

固定通信事業のポートフォリオ

現 在



2010年度



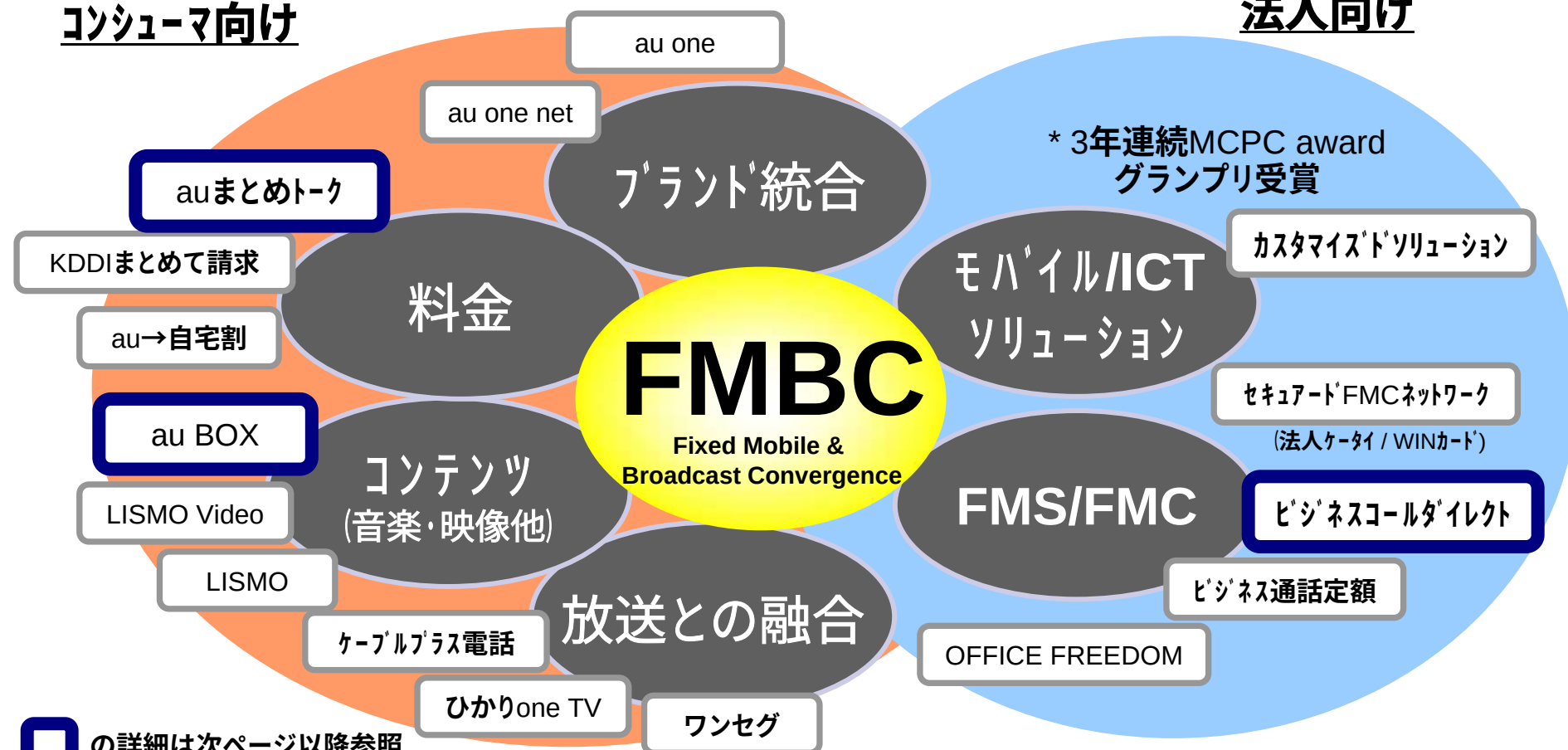
(注) 円の大きさは売上高のイメージを表す。

1. FMBCの取り組み

- コンシューマ向けでは、「au」をKDDIのコンシューマサービス全体のブランドとして位置づけ、3,000万のauケータイお客さま基盤をベースに、FMBCサービスを展開。
- 法人向けでは、お客さまの「会社力、最大化へ。」をスローガンに、企業のICT基盤にモバイルの利便性を加えたFMCサービスを提供。

コンシューマ向け

法人向け

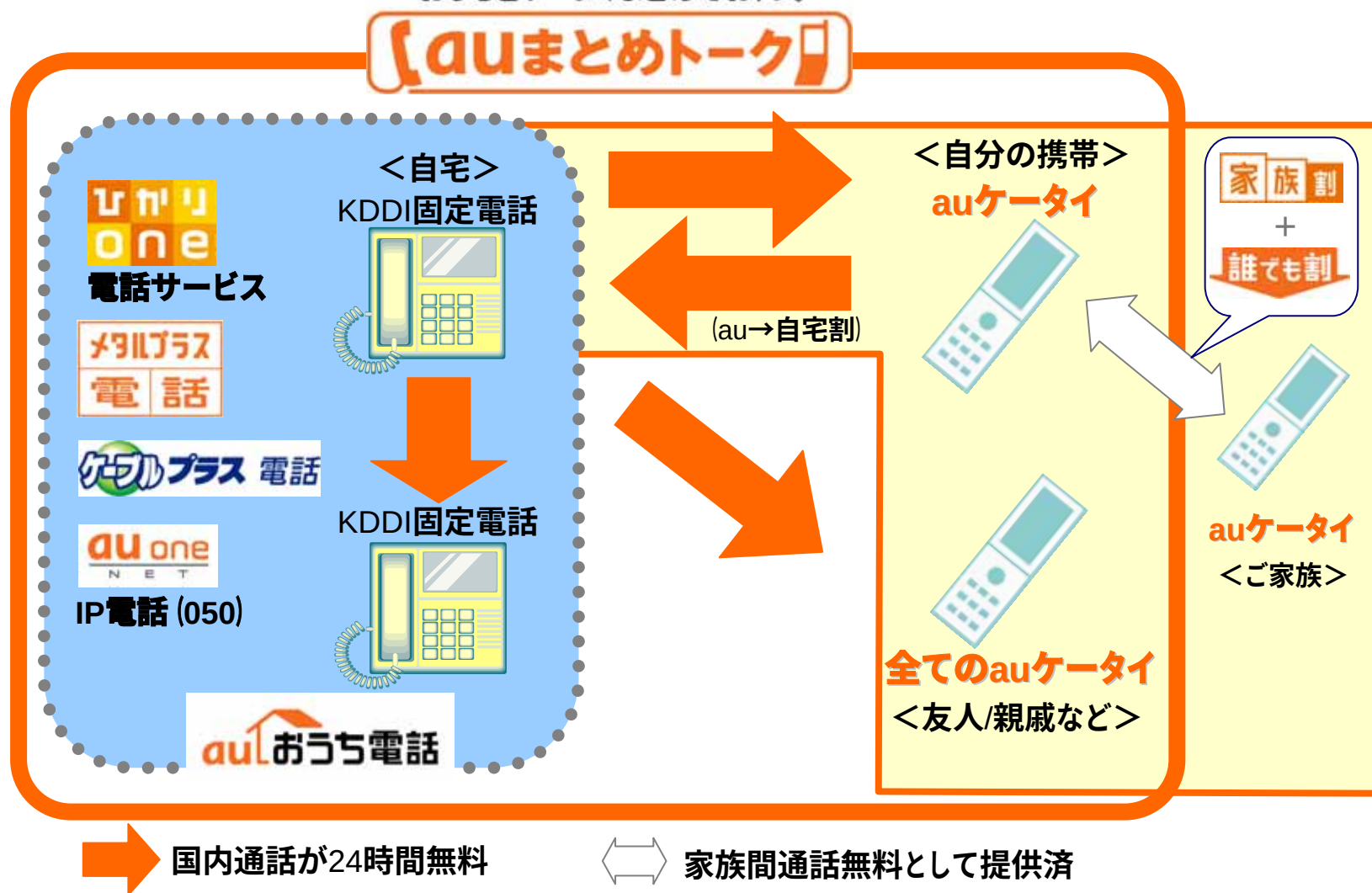


の詳細は次ページ以降参照

2.1. 「auまとめトーク」

- auケータイと「auおうち電話」のセット利用により、国内通話が24時間無料となる「auまとめトーク」を8月1日より提供開始。

おうちとケータイまとめておトク。



2.2. 「auまとめトーク」

- 「auまとめトーク」により、auケータイと「auうち電話」の双方を拡販。
- 本サービス適用条件の一つである「KDDIまとめて請求^注」の発行数は順調に増加。

ターゲット

auケータイ保有世帯

約1,370万世帯

「auうち電話」
契約世帯

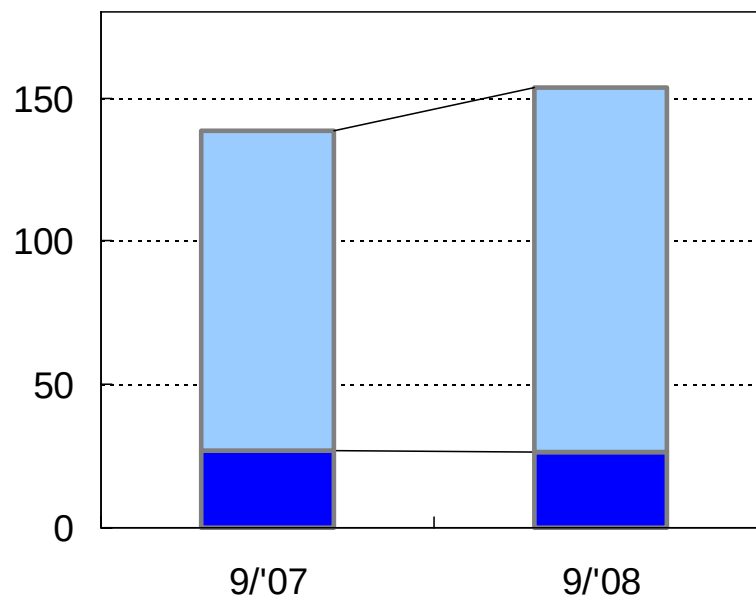
約180万世帯

(2008年8月末時点)

「KDDIまとめて請求」の請求発行数

(請求発行数:万)

■ 「auうち電話」等
■ その他(マイライン)



(注) KDDIの固定通信とauケータイの料金請求をひとつにまとめるサービス。当該サービス申込が「auまとめトーク」の適用条件の一つ。

3.1. 「au BOX」

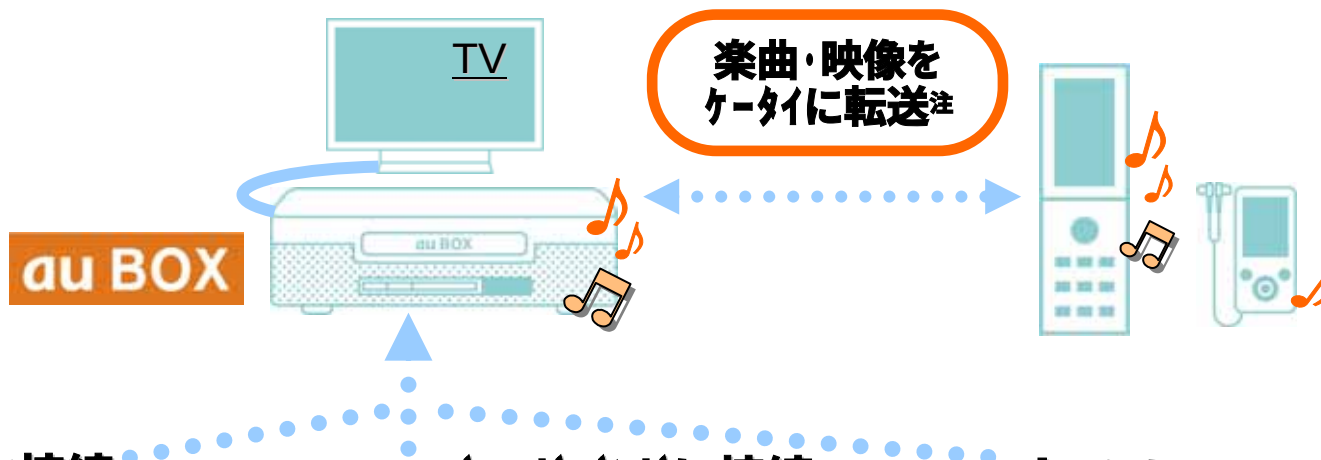
FMBC

- ケータイコンテンツの利用感覚 (月額315円 (税込) でのレンタル) で手軽に音楽・映像が楽しめる FMBCサービス「au BOX」を11月より提供開始。

「au BOX」とは

～ 音楽も映像も「au BOX」があるともっと簡単に、もっと楽しくなる ～

- ①自分の部屋で手軽に楽しめる ②PCレスでLISMOができる ③しかも安価で



TVに接続

- ☐ CD リッピング*
- ☐ CD 再生
- ☐ DVD 再生
- ☐ 録画映像のエンコード*



ブロードバンドに接続

- ☐ インターネット (ISPフリー)
- ☐ 音楽配信 (「mora for LISMO」)
→約130万曲の豊富なラインナップ*
- ☐ 映像配信 (「LISMO Video Store」)
→約5,000本の充実ラインナップ*



「ひかりone」に接続

- ☐ 多チャンネル放送
→音楽・アニメ・ドラマ等
さまざまなchを
ラインアップ*



(注) 楽曲は ウォークマン® (ソニー株式会社の登録商標) にも転送可能。

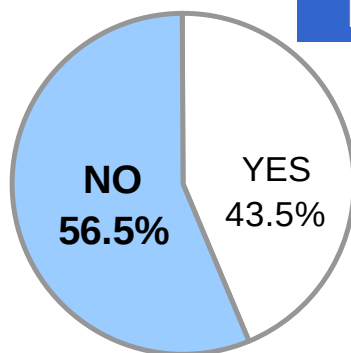
3.2. 「au BOX」

FMBC

- 「自分の専用PCはない」が「自分の部屋にTVがある」10代を中心とした若年層がターゲット。
- 音楽・映像が簡単に楽しめる環境を拡げることで、FMBCサービス「LISMO」の利用促進を図り、お客さま満足度の向上に貢献。

ターゲット

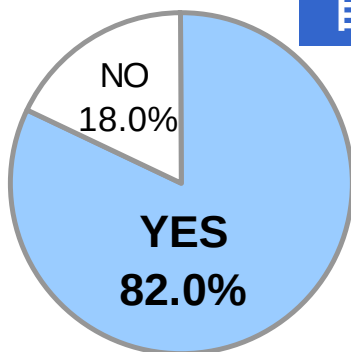
自分の専用PCがある



NO 56.5 %

高校生に限定すると
約8割が未所有

自分の部屋にTVがある

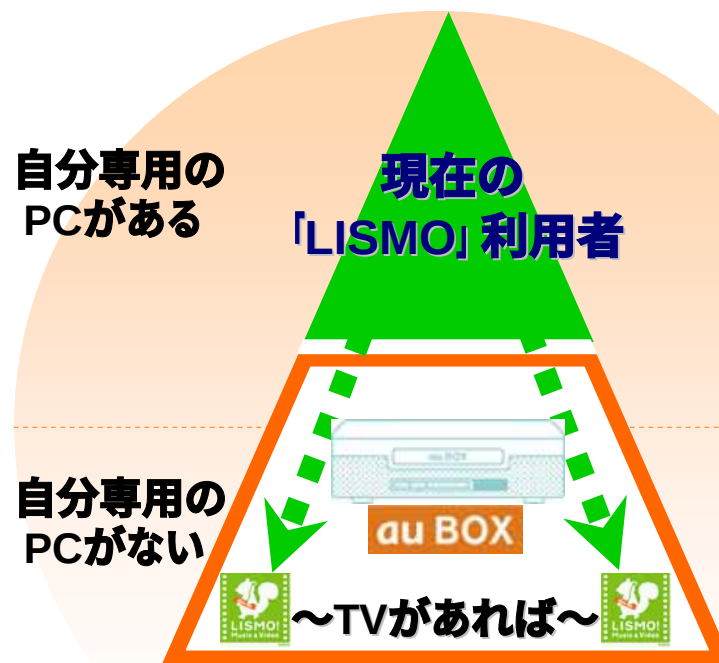


YES 82.0 %

高校生に限定しても
約8割が所有

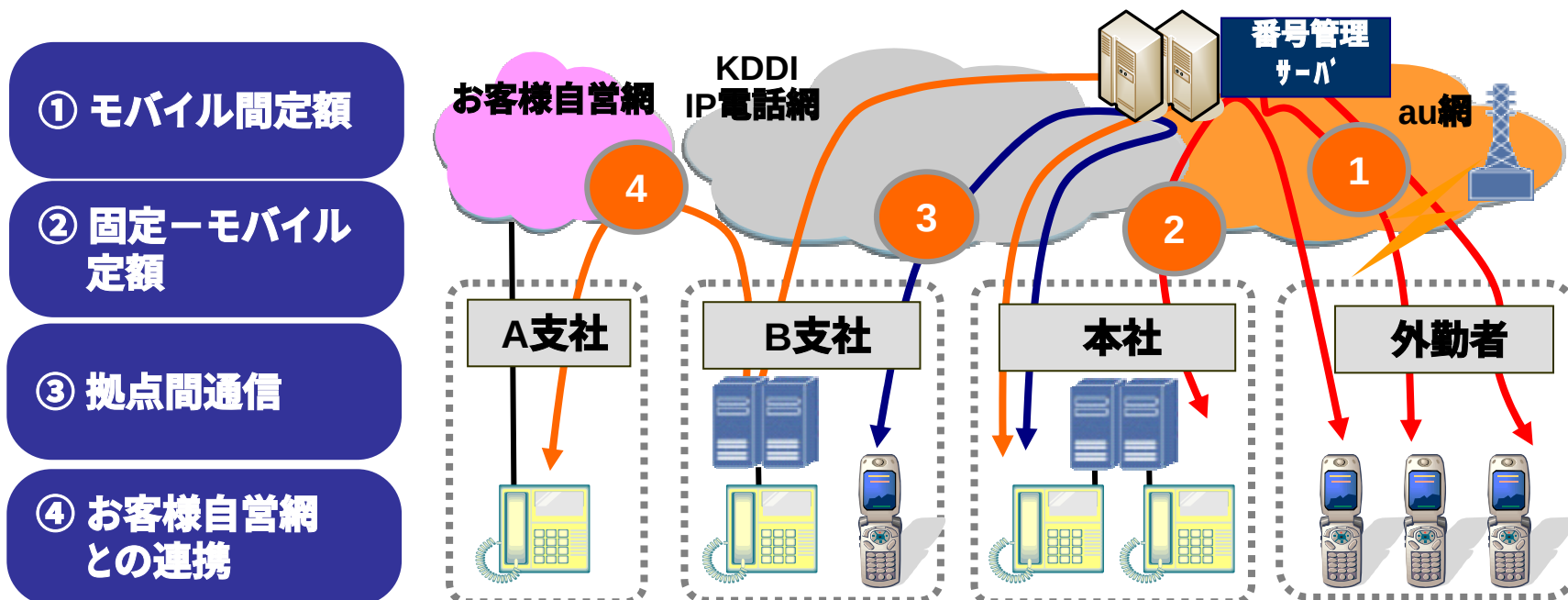
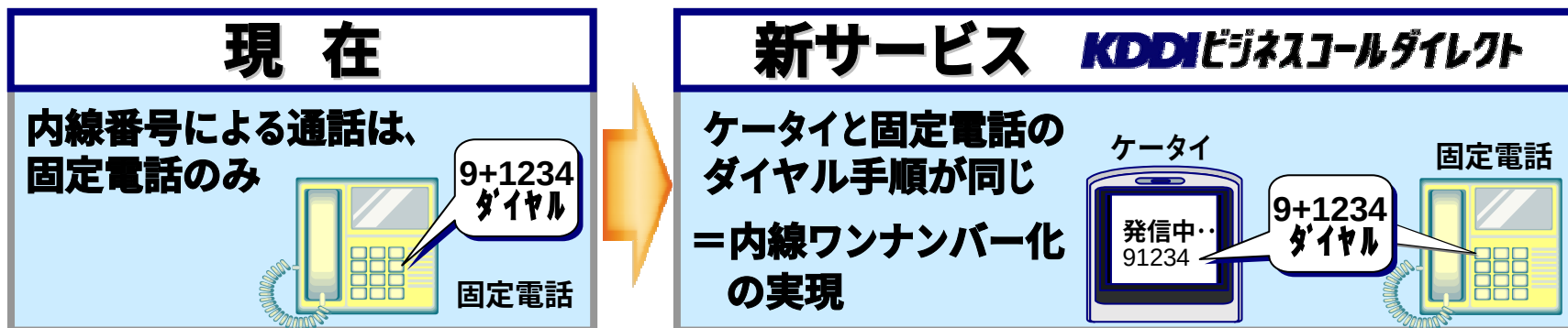
(注) 自社マーケティング調査より

「LISMO」利用層の拡大



4. 「KDDIビジネスコールダイレクト」

- 国内通信事業者初となる法人向け固定電話・携帯電話ネットワーク連携型サービスを来春より提供開始予定。



1. 「チャレンジ2010」の達成に向けて

チャレンジ2010

■あらゆるサービスにおける
お客さま満足度No.1を
目指す

■「量的拡大」と「質的向上」の
両立により、持続的成長を
図る

■ 2010年度の目標 (2011年3月期連結)
営業収益:4兆円、 営業利益:6,000億円

- モバイルの持続的成長に向けて、新しい販売モデル下での
新たな収入確保とコスト削減
- FTTH事業等アクセス戦略の推進と固定通信事業の黒字化
- FMBCの展開と非通信事業ドメインの拡大
- 法人向けは固定／モバイルにグローバルを含めたICTソリューションを
ワンストップで提供するオールラウンドプレイヤーへと発展

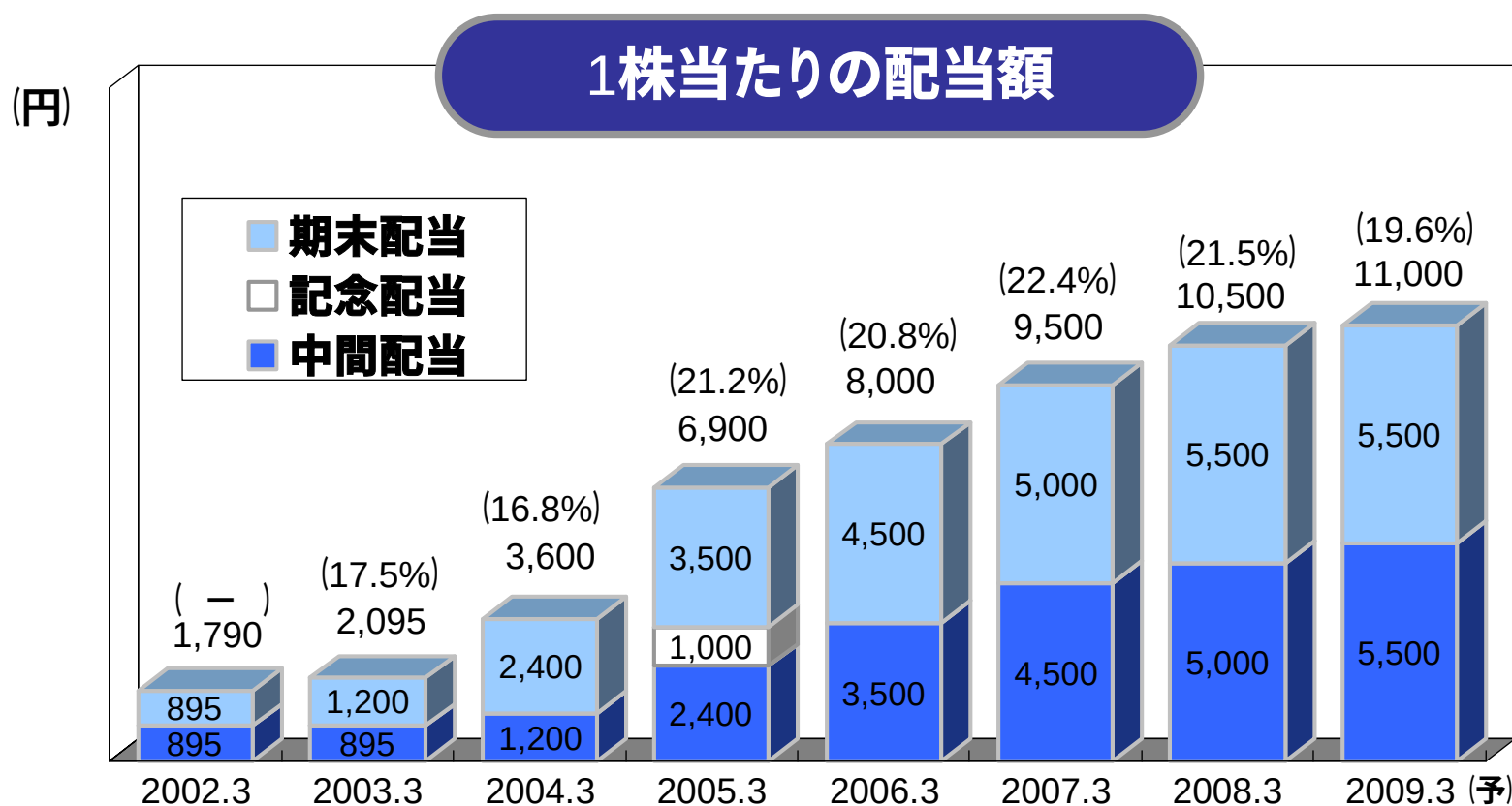
■株主還元の充実を図る



2. 株主還元

チャレンジ2010

- 持続的な成長への投資を勘案しつつ、連結配当性向20%以上を目標に、安定的な配当を継続する。



(注) () は配当性向。2006年3月期までは単体ベース、2007年3月期より連結ベース。2002年3月期は純損失のため、(-) 表示。

