

事業概況一覧

移動通信事業

携帯電話サービス、携帯電話端末販売、モバイルソリューションサービスなどを行っています。

→ P.26

固定通信事業

市内・長距離・国際通信サービス、インターネットサービス、ソリューションサービス、データセンターサービス、ケーブルテレビなどを行っています。

→ P.40

その他事業

コールセンター事業、コンテンツ事業、研究・先端開発、その他携帯電話サービスなどを行っています。

→ P.50

2008年度実績

営業収益 **2兆7,192億円 (▲5.0%)**

営業利益 **5,015億円 (+10.2%)**

2008年度の移動通信事業は、主に端末販売台数の大幅な減少により営業収益は5.0%減の2兆7,192億円、営業利益は同じく端末販売台数の減少に加えて、通信料と端末価格を分離させた料金プラン(シンプルコース)への移行による販売手数料の減少などもあり10.2%増の5,015億円となりました。

営業収益 **8,487億円 (+18.1%)**

営業利益 **▲566億円 (—)**

2008年度の固定通信事業は、2008年4月にCTCを連結子会社としたことに加え、JCNグループと海外固定系子会社などをその他事業から固定通信事業へ区分変更したことなどにより、営業収益は前年度比18.1%増の8,487億円となりました。また営業利益は、FTTH事業の推進に伴う関連費用の増加はあったものの、メタルプラス事業の収支改善などにより前年度比81億円赤字が縮小し、▲566億円となりました。

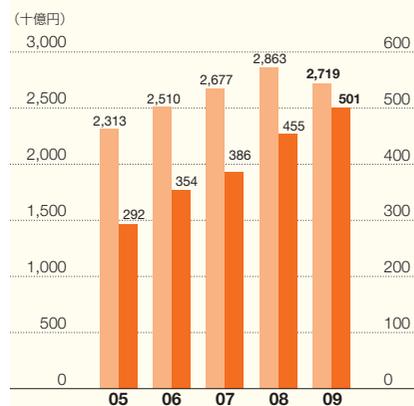
営業収益 **728億円 (▲56.5%)**

営業利益 **▲25億円 (—)**

2008年度のもので、JCNグループと海外固定系子会社などをその他事業から固定通信事業へ区分変更したことなどにより、営業収益は前年度比56.5%減の728億円、営業利益は▲25億円となりました。

2009年度見通し

営業収益／営業利益



(3月31日に終了した各年度)

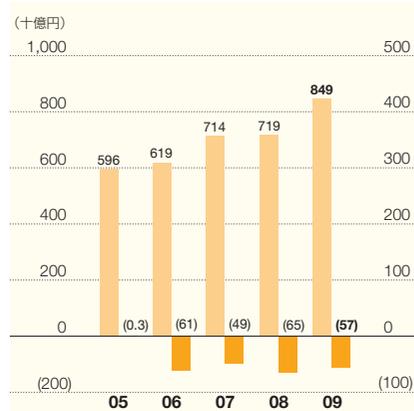
■ 営業収益 ■ 営業利益

営業収益 **2兆6,500億円 (▲2.5%)**

営業利益 **5,100億円 (+1.7%)**

2009年度の移動通信事業は、シンプルコースへの移行拡大などによる総合ARPUの減少や端末販売台数の減少などにより営業収益は2.5%減の2兆6,500億円、営業利益はシンプルコースへの移行拡大や端末販売台数の減少による販売手数料の減少などにより1.7%増の5,100億円を見込んでいます。

営業収益／営業利益



(3月31日に終了した各年度)

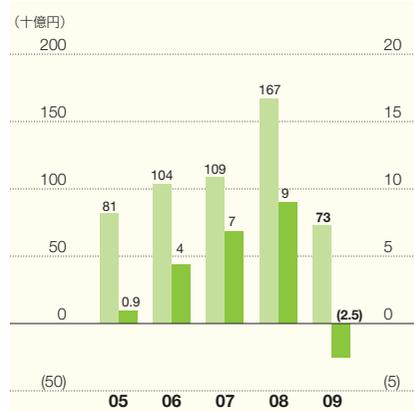
■ 営業収益 ■ 営業利益

営業収益 **8,800億円 (+3.7%)**

営業利益 **▲400億円 (—)**

2009年度の固定通信事業は、FTTH事業の推進に伴う契約者数の増加などにより営業収益は3.7%増の8,800億円、営業利益は前年度に実施したFTTH事業設備の減損損失などに伴う減価償却費の減少などにより、赤字が166億円縮小となる、▲400億円を見込んでいます。

営業収益／営業利益



(3月31日に終了した各年度)

■ 営業収益 ■ 営業利益

営業収益 **1,000億円 (+37.4%)**

営業利益 **30億円 (—)**

2009年度のおのほ事業は、連結子会社の事業拡大などにより、営業収益は前年度比37.4%増の1,000億円、営業利益は30億円を見込んでいます。

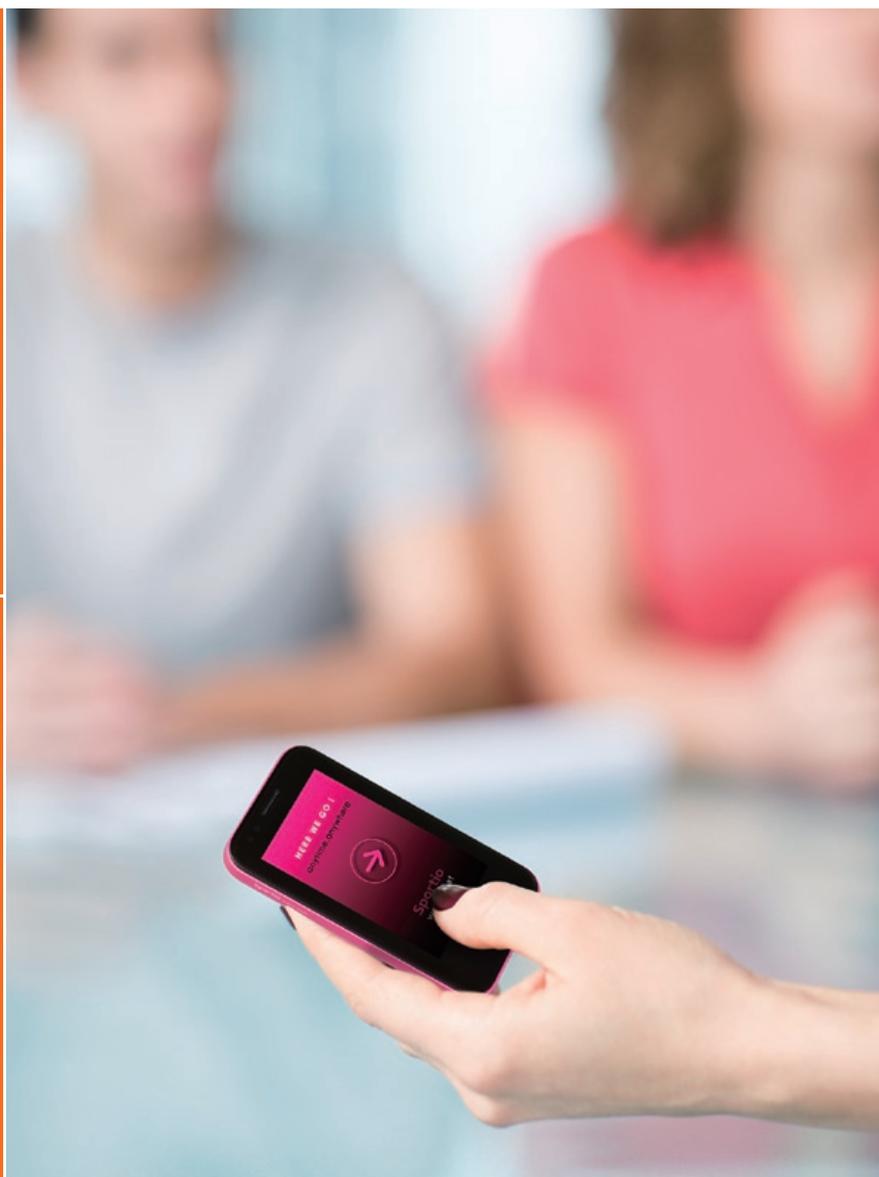
移動通信事業

総合的な商品力強化により
お客様のさらなる満足度の向上を目指す

2008年度の事業概況	27
総合的な商品力強化に向けた取り組み	29
法人向けモバイルビジネス	34
今後の成長に向けて	35
競争力のある端末の開発強化と 調達コストの低減	36
法人向け市場の積極的開拓による 契約者成長	37
移動通信市場データ	38

Sportio water beat

ワークアウトやゴルフなどスポーツを楽しむ機能が搭載され、「au Smart Sports」全メニューに対応した戦略モデル。携帯性に優れたコンパクトなラウンドフォルムと、スポーツ&タウンユースに映える鮮やかなカラーを採用。画面上で操作できるタッチパネル、操作をアシストするサイドカーソルキーで使いやすさも追求しています。



端末販売台数が前年度比較で大幅に減少する中、お客様獲得に向けた競争は一段と激化

au 端末販売台数



(3月31日に終了した各年度)

2008年度の事業概況

移動通信事業の2008年度の営業収益は、前年度比5.0%減の2兆7,192億円、営業利益は10.2%増の5,015億円と、減収増益となりました。当期純利益につきましては、営業利益の増加はあるものの、周波数再編により2012年7月以降使用を停止する現行800MHz帯設備を減損損失として435億円を営業外費用に計上したこともあり、前年度比2.5%増の2,731億円となりました。

■ 契約数

2008年度末における当社の累計契約数は3,084万契約(前年度比1.7%増)、累計シェアは28.7%となりました。

このうち、第3世代携帯の契約数は3,053万契約と、99%のお客様に第3世代携帯電話サービスをご利用いただいています。なかでもCDMA 1X WIN(以下、WIN)の契約数は2,272万契約と、契約者全体の74%にまで上昇しています。

■ 解約率

解約率は、複数年契約型サービスや新販売スキーム(シンプルコース)の浸透、また景気後退による影響もあり、2008年度通期で0.76%と、前年度比0.19ポイント低下しました。

■ 販売台数・端末在庫

販売台数は、通信料・端末価格分離プランの浸透の影響により、前年度比31.7%減の1,081万台となりました。

また、2008年度末時点での端末在庫数は、評価減済の端末36万台を含め合計169万台となり、前年度と比べ29%(39万台)増加しました。大幅な販売台数の減少により、特に上半期において端末メーカーへの発注済端末台数と、実際の販売台数との乖離が生じたことから、端末在庫が高水準になりました。

端末在庫圧縮を目的として、当該機種種の代理店販売手数料単価を引き上げたほか、余剰在庫については、一部端末評価減・廃棄を行い、2008年度に計上した評価減・廃棄損の合計額は257億円となりました。さらに、端末メーカーに対する販売市場に見合った発注規模への調整も行い、2009年度の在庫水準適正化に向けておおむね目処がついたものと認識しています。

移動通信事業

■ 販売手数料

2008年度の販売手数料単価は、前年度比5%増の39,000円でした。2007年11月のau買い方セレクト導入と同時に実施した「端末卸売価格の見直し」による卸売価格の上昇に合わせて、販売代理店およびお客様への影響を考慮し激変緩和措置を講じたことにより、従来ベースとの比較において、販売手数料単価は上昇しています。さらに、シンプルコースの構成比率上昇に伴う販売手数料単価の低減は進んだものの、端末販売市場の大幅縮小に伴う端末在庫の調整や、高性能搭載モデルの構成比率が増加したことによる端末調達単価上昇の影響も、販売手数料単価が上昇した要因として挙げられます。

■ ARPU

2008年度の総合ARPUは、前年度比7.3%減の5,800円でした。うち、音声ARPUは「誰でも割」や「家族間通話無料」など料金施策の浸透や、課金ベースでのMOUの減少などの影響により、前年度比13.1%減の3,590円、データARPUはハイエンドのWIN契約者の割合が順調に増加したことなどにより前年度比3.8%増の2,210円でした。

移動通信事業において、これまで第3世代ネットワークインフラの強みに加えて、携帯電話端末、料金、サービス・コンテンツの総合的な商品力の強化により、競合他社との差別化を図ってきました。お客様に選ばれ続けるためにすべきことは、顧客満足度を高めるために、この4つの項目で地道な努力を一つひとつ積み重ねていくことだと考えています。おかげさまで、auは2008年に3年連続で、携帯電話サービス顧客総合満足度1位*の評価を受けました。着実な実績を出すことができたのも、これまでの地道な取り組みがお客様に評価された結果だと考えています。

*出所：J.D.パワー アジア・パシフィック 2006～2008年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM
2008年は、沖縄を加えた日本全国10地区で調査を実施。各地区在住の携帯電話利用者計7,500名からの回答による。

総合的な商品力強化に向けた取り組み

KDDIは、ネットワーク、端末、料金、サービス・コンテンツの4項目における総合的な商品力の強化により、お客様の満足度向上を目指しています。ここからは、2008年度の取り組み状況をご紹介します。



EV-DO Rev. Aの整備・拡充、800MHz帯周波数再編への対応に加え、次世代システムの方針を決定

*CDMA2000 1xEV-DO方式

EV-DOは、データ通信専用の技術のため、高速・大容量のデータ通信に適したシステムであり、EV-DOの導入により、KDDIはビット当たりの通信コストを大幅に引き下げることができました。EV-DOならではのインフラの強みをベースに、KDDIはEZ「着うたフル®」や「ダブル定額ライト」など、他社に先駆け、次々と魅力的なサービスや料金プランを導入してきました。

ネットワーク

KDDIはWINで採用しているCDMA2000 1xEV-DO (以下、EV-DO)方式*を軸に他社との差別化を図っており、EV-DOのアップグレード版であるEV-DO Rev. Aのエリア整備・拡充を進め、2009年3月末時点では全国47都道府県の主要地域のほとんどをカバーしました。EV-DO Rev. Aでは、下り速度は最大3.1Mbps、上り速度についても最大1.8Mbpsへと向上しています。

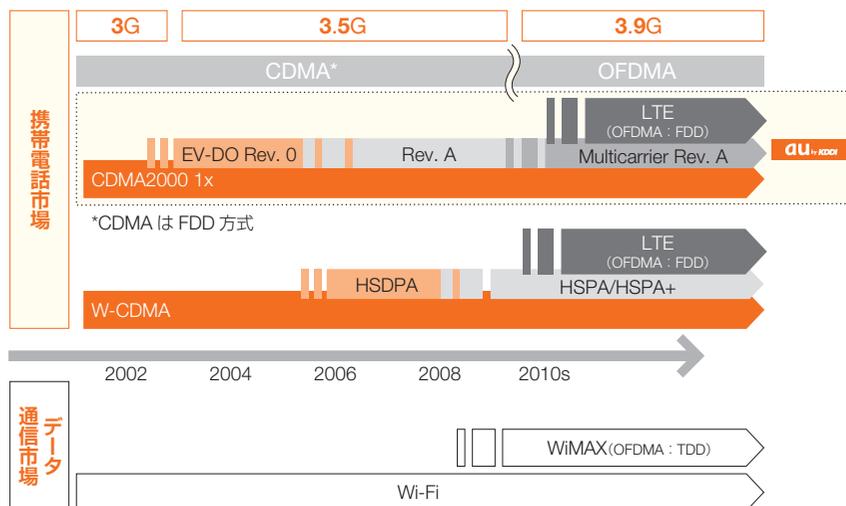
ご契約数の増加やデータ通信需要の増加に対応したエリア整備・拡充による通話品質の向上に加えて、800MHz帯の周波数再編を見据え、2GHz帯への容量拡張と同時に、新たに割り当てられる新800MHz帯の整備を進めています。

800MHz帯の再編とは、2012年7月までに現在の上り(携帯電話端末→基地局)と下り(基地局→携帯電話端末)の方向を入れ替えるとともに、細切れで割り当てられている周波数をブロックにして、新たに割り当てるといったものです。現在、当社は800MHz帯をメインバンドとして利用していますが、今後さらに2GHz帯のカバレッジ充実を図るとともに、2012年7月までの移行完了に向けて新800MHz帯のエリア拡大を積極的に行っています。

移動通信事業

また、現行800MHz帯、2GHz帯に加えて、新たに割り当てられる800MHz帯にも対応したトライバンド対応機の提供を進めており、2009年3月末時点で約1,570万台、おおよそau全体の50%がトライバンド対応機となっています。3年後の2012年7月における新周波数帯への切り替えまでに、auの全てのお客様がトライバンド対応機を利用されているように、対応端末の提供を推進していきます。

また、足元の旺盛なデータ通信トラフィックへの対応と、効率的な設備投資の両立を目的として、2012年のサービス提供を視野にLTE方式による3.9Gシステムの導入を決定しました。さらに、LTE導入に至るまでのお客様の高速データ通信ニーズにお応えするべく、2010年度後半には、既存のEV-DO Rev. A設備のソフトウェアのアップグレードにより、下り最大9.3Mbpsへの高速化を実現するMulticarrier Rev. Aの導入を予定しています。



(注)LTE: Long Term Evolution、OFDMA: Orthogonal Frequency Division Multiple Access
 LTEは、端末のデュアルモード等で既存システムとのインターワーク(他システムへのシームレスなハンドオーバー)を実現。

端末

お客様の多様なライフスタイルにお応えするために、より高音質なサウンドが楽しめる「Walkman®Phone」、8.1メガカメラ搭載で美しく撮った画像を有機ELディスプレイで存分に楽しめる「EXILIMケータイ」、「Cyber-shot™ケータイ」、世界初の3D表示で映像・ゲームが楽しめる「Woooケータイ」、スポーツライフに対応した「Sportio」などを発売し、auの端末ラインナップにおいて先進性の再構築を行いました。

さらに、シニア層に向けた「簡単ケータイ」、ジュニア層に向けた「安心ジュニアケータイ」など使いやすさや安心・安全を追求したモデルを発売し、2008年度は幅広いラインナップ全36機種(法人モデル含む)を発売しました。

お客様の多様なライフスタイルをサポートする幅広いラインナップ



Walkman® Phone
Premier³
by Sony Ericsson



EXILIM ケータイ W63CA
by CASIO



Cyber-shot™ ケータイ
S001
by Sony Ericsson



**通信料・端末価格分離プランの浸透
と、FMC*サービスによる差別化**

* FMC: Fixed and Mobile Convergence

また、さらなる端末コストの低減や開発期間の短縮に向けて、従来のプラットフォームにおける共通化領域を拡大した「KDDI統合プラットフォーム(KCP+)」への取り組みについては、2007年10月の構築完了後も、操作性や機能面でのパフォーマンス改善に努め、2008年度には、KCP+搭載端末を21機種発売しました。

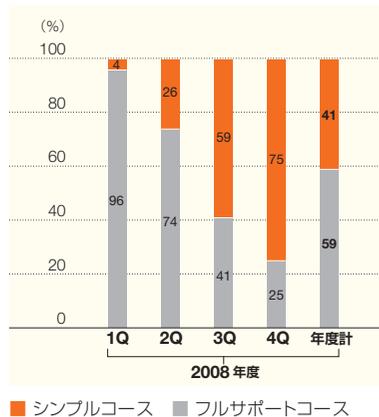
その結果、機能追加や高機能化に加え、端末メーカーへの発注数量削減により端末調達コストが上昇する局面にある中、コストの低減や開発期間の短縮などにおいて効果を発揮しています。

(注)「Walkman」、「Cyber-shot」はソニー株式会社の登録商標または商標です。
「EXILIM」はカシオ計算機株式会社の登録商標です。
「Wooo」は株式会社日立製作所の登録商標です。

料金

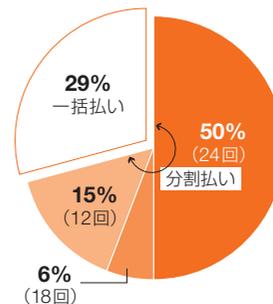
2007年11月に提供を開始した「au買い方セレクト」の「シンプルコース」において、2008年6月より分割払いでも携帯電話端末をご購入いただけるプランを追加しました。月額基本使用料が最安の「プランSSシンプル」においては、「誰でも割」のご利用により月額基本使用料980円(税込)で無料通話を1,050円(税込)分ご利用いただけるなど、大変お得な料金となりました。2008年度のお客様の端末購入における「au買い方セレクト」の選択状況は、「フルサポートコース」が59%、「シンプルコース」が41%となりました。特に、「シンプルコース」における新プラン導入以後は、「シンプルコース」の選択比率が上昇し、2008年度第4四半期における選択率は75%となっています。

総販売台数に対するコース選択状況

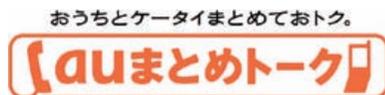


「シンプルコース」での支払方法

(2008年度通期平均)

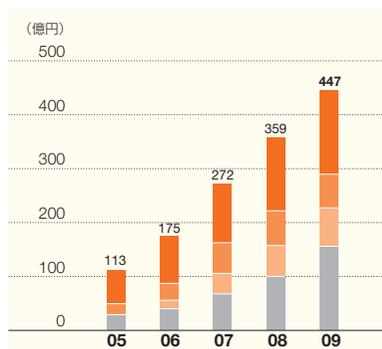


移動通信事業



音楽・映像・スポーツへの取り組みを強化

コンテンツ・メディア事業の売上高



(3月31日に終了した各年度)

■ 回収代行 ■ 広告 ■ EC ■ 協業・その他

(注) 広告売上は、2007および2008年度に会計処理の変更あり。

新たなサービスとして、1社で移動通信サービスと固定通信サービスの両方を提供するKDDIの特長を最大限活用し、お客様への利便性向上とともに、当社の収益性を念頭においた本格的なFMCサービス「auまとめトーク」を2008年8月より提供開始しました。

「auまとめトーク」は、「KDDIまとめて請求」にご加入のご自宅の「auおうち電話」からau携帯電話および「auおうち電話」への国内通話料が24時間無料になるとともに、「au→自宅割」の対象のご自宅が「auおうち電話」であれば、au携帯電話からご自宅への国内通話が24時間無料となるサービスです。

「auまとめトーク」による通話無料と2008年3月開始の「家族割」+「誰でも割」による家族間通話無料を組み合わせることで、当社の電話サービスを一層便利にご利用いただけるようになりました。これにより、auのお客様へのKDDI固定通信サービスの利用促進を目指しています。

また、お客様のデータ通信利用の高まりを受けて、EV-DOのコスト優位性を活かし、多くのお客様がリッチなコンテンツを気軽に利用出来るように、月額1,050円(税込)から始まる「ダブル定額ライト」を他社に先駆けて導入しており、従来はそれほどデータ通信をご利用にならなかった既存のお客様や、新規でご加入いただいたお客様を新たに定額制に取り込むことに成功しています。WINのご契約者のうち、2009年3月末時点で「ダブル定額」と合わせて72%のお客様にパケット定額サービスをご利用いただいています。

サービス・コンテンツ

コンテンツ利用料の回収代行、広告、Eコマース(EC)、協業コンテンツといった当社のコンテンツ・メディア事業における2008年度の売上は前年度比25%増の447億円となり、5年前と比べると4倍にまで拡大しています。

当社が回収代行を行う「EZ着うた®」や「EZ着うたフル®」の音楽、ゲーム、電子書籍などのデジタルコンテンツの拡大に加えて、当社がグリー株式会社との協業コンテンツとして提供するモバイルSNSサービス「au one GREE」は、2009年5月に会員数が500万人を突破するなど、新たな成長領域においても順調に事業を拡大しています。

当社は、お客様のライフスタイルに着目した、常に身近にある携帯電話ならではのサービス提供を目指しており、2008年度は、音楽、映像、スポーツへの取り組みを強化しています。



au BOX

音楽や映像への取り組みとして、音楽・映像が簡単に楽しめるケータイ専用アミューズメント・ボックス「au BOX」のレンタルを2008年11月より開始しました。お客様のCDやDVD、au携帯電話にダウンロードした「EZ着うたフル®」を、「au BOX」により簡単に再生できるほか、PCを必要とせず「au BOX」からau携帯電話への転送により、これまでの「EZ着うたフル®」と同様に、外出先でもau携帯電話によりCDやDVDコンテンツが楽しめます。また音楽において、さらに高音質で音楽を楽しみたいというお客様のニーズに応えるため、AAC320kbpsの高ビットレートを実現する「EZ着うたフルプラス™」を2008年12月から開始しました。

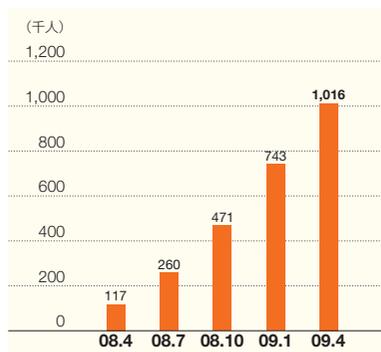
スポーツへの取り組みとしては、スポーツを通じお客様の自分磨きを支援する総合サービス「au Smart Sports」において、スポーツや食事のアドバイスを通してお客様の目標達成をサポートするヘルスケアサービス「Karada Manager」を2008年11月より提供開始しました。2007年12月に提供を開始した「Run & Walk」を含め、2009年4月には「au Smart Sports」の登録会員数が100万人を突破しました。

(注)「EZ着うた」、「EZ着うたフル」、「EZ着うたフルプラス」は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標または商標です。

また、青少年の方に、常に安心・安全な環境で楽しくEZwebをご利用いただくため、青少年にふさわしくないサイトの閲覧を制限し有害情報へのアクセスをブロックするフィルタリングとして「EZ安心アクセスサービス」を提供しています。「青少年インターネット環境整備法」が施行される中、今後も通信事業者として青少年の安心・安全な利用環境の提供と啓蒙活動を促進していきます。

au Smart Sports

「au Smart Sports」会員数の推移



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

Karada Manager



- ダイエット等の目標達成までをナビゲート
- 毎日の食事と体の変化を記録
- 摂取カロリー・消費カロリーをアドバイス

移動通信事業

企業規模に応じた販売・商品戦略を構築・推進

「MCPC award」において当社お客様が4年連続でグランプリを受賞

2009年 九州電力株式会社様
「配電ケータイモバイルシステム」

2008年 総合警備保障株式会社様
「隊員指令システム」

2007年 いすゞ自動車株式会社様
「みまもりくんオンラインサービス」

2006年 ヤマト運輸株式会社様
「荷物情報リアルタイムシステム」

法人向けモバイルビジネス

KDDIは、コンシューマ向け市場の成長が緩やかになる中で、今後も市場の拡大が期待できる法人向けモバイルビジネスにも積極的に取り組んでいます。KDDIは、大規模法人向けに、携帯電話を使ってお客様の業務を改善・強化するモバイルソリューションを提供するほか、中・小規模法人市場におけるモバイル需要の高まりを受けて、中・小規模法人向けの販売体制構築、商品・マーケティング戦略を推進しています。

2008年度は、世界的な景気後退の影響により、当社提案案件の導入延期や、お客様の余剰端末の解約などが一部見られたものの、「単なる端末販売」から「お客様企業の業務効率化」および「トータルコスト削減」に即したソリューションの提供を通じて、販売数の増加とともにお客様端末の解約防止を図っています。

大規模法人向けには、ソリューション提案力・通信エリア・法人専用端末ラインナップ・通信品質等の総合力で強みを発揮し、順調にお客様の数を拡大しました。

当社のモバイルソリューションの評価として、「MCPC(モバイルコンピューティング推進コンソーシアム)award 2009」で、九州電力株式会社様の「配電ケータイモバイルシステム」がグランプリ(大賞)／総務大臣賞／モバイルテクノロジー賞を受賞しました。2008年の総合警備保障株式会社様の「隊員指令システム」、2007年のいすゞ自動車株式会社様の「みまもりくんオンラインサービス」、2006年のヤマト運輸株式会社様の「荷物情報リアルタイムシステム」に続き、4年連続でグランプリ(大賞)を受賞しており、お客様ニーズに合致した技術力が高い評価を受けています。

中・小規模法人向けには、訪問営業をベースとする法人代理店の育成・強化、auショップとの連携強化、ダイレクトマーケティング・テレマーケティング・Webの積極的活用などを通じ、販売を強化しています。

法人市場への取り組み

セグメント	営業体制	競合要素	当社の取り組み
大・中規模法人 (従業員数100人超)	ソリューション 提案型営業 直販営業	ソリューション 提案力	<ul style="list-style-type: none"> ■ お客様ニーズに最適なソリューションの提供拡大 (MCPC award 2009にも多数入賞) ■ KDDIビジネスコールダイレクトによる本格的なFMC提供 ■ 法人専用端末(E05SH)による市場拡大
小規模法人 (従業員数10人超)	法人専従者による プッシュ型営業 法人代理店	モバイル+固定 FMC営業	<サービス> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「auケータイ着信割引」の割引率改定 割引率 15%⇒50%
小規模法人 (従業員数10人未満)	プル型施策の 本格化 auショップ		<販売チャネル> <ul style="list-style-type: none"> ■ auショップでの販売強化 <プロモーション> <ul style="list-style-type: none"> ■ TV、新聞等の広告でショップ誘導促進



E30HT



E05SH

au 3,084万契約者をベースに、お客様の多様なニーズに対応したKDDIならではの端末・サービスのタイムリーな投入による商品力の強化により、競争力の強化を図る

***安心ケータイサポート**

端末の5年保証(無料会員3年)、端末修理代金の割引、水濡れ・全損時のリニューアル端末の割引などが受けられるサービス。
サービス料金:月額315円

また、販売対象となる商品についても、2009年1月に、同一法人名義のau携帯電話を1台以上所有しているお客様について、KDDI電話*およびNTT加入電話から全てのau携帯電話への通話料を割引く「auケータイ着信割引」の割引率を15%から50%へ改定したほか、2009年4月には、同一法人のお客様においてあらかじめグループに登録したau携帯電話およびKDDI電話の間で、内線番号による国内通話を定額料金で提供する本格的FMCサービス「KDDIビジネスコールダイレクト」を提供するなど、お客様ニーズに合わせ充実を図っています。

*KDDI電話:KDDIメタルプラス(事業者用)、KDDI光ダイレクト、KDDI光ダイレクトover Powered Ethernet、KDDI-IPフォン

法人のお客様に向けた端末として、防水やセキュリティなどの基本性能に加えSDIOカード*によりPHSやWi-Fiを利用した内線サービスが利用可能な「E05SH」(2009年4月発売)や、当社初のスマートフォン「E30HT」(2009年5月発売)を発売しており、今後もラインナップの強化を図ります。

*SDIOカード:Secure Digital Input/Output カード

SDメモリーカードと同じ端子のカードスロットを拡張カードに利用する規格

今後の成長に向けて

KDDIが2007年4月に発表した「チャレンジ2010」については、通信料・端末価格の分離プラン導入によるビジネスモデルの変更や、その後の激的な市場環境変化により見直しを行った結果、連結売上4兆円、営業利益6,000億円の実現は難しいと認識しています。一方で、現在、連結売上高の4分の3を占め、営業利益面でも連結業績を牽引している移動通信事業が、今後も引き続き業績の牽引役になると見えています。2009年3月末時点で3,084万のau契約者をベースに、「KDDIならではの新たな価値創造」により次の成長にチャレンジしていきます。

市場の流動率が低下する環境下において、コンシューマ市場においては、お客様の多様なニーズに対応した端末やサービスのタイムリーな開発・提供を通じて競争力を強化するとともに、auショップを中心にユーザ対応力の向上を通じ販売力を強化します。また、今後も市場の拡大が期待できる法人向けモバイルビジネスへの積極展開を通じて、累計契約シェア30%を目指し、契約数の拡大を実現します。

また、シンプルコースの浸透などにより音声ARPUの低下傾向が続く中、魅力あるコンテンツサービスの提供やデータ定額制の裾野拡大を通じて、データARPUを伸ばしていくほか、コンテンツビジネスの拡大や、お客様の端末保有期間の長期化に対応し会員数が大幅に伸びている「安心ケータイサポート*」など、お客様ニーズに合致したサービスの提供を通じて、従来の通信料金以外の収入拡大を図ります。

移動通信事業

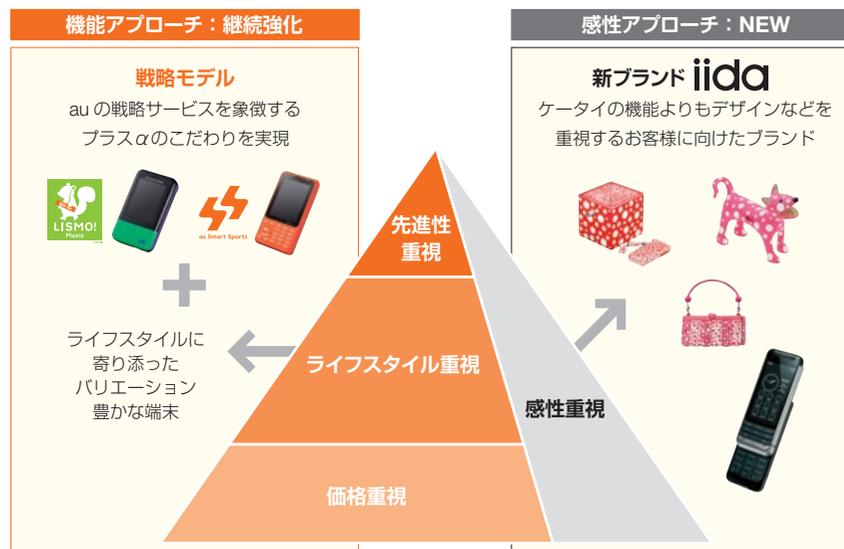
同時に、端末調達単価の低減と競争環境を注視しつつ、シンプルコースを中心とした顧客獲得費用の低減を図ることで、より一層利益を重視した事業運営を進めていきます。

今後の端末の競争力強化に向けた取り組み、契約者成長ドライバとなる法人向け市場への取り組みについて紹介します。

競争力のある端末の開発強化と調達コストの低減

お客様の端末に対する価値観が多様化し、「先進性重視」、「ライフスタイル重視」、「価格重視」の分化が鮮明になる一方で、これら3つの層に加えて、「感性、デザイン」に新たな価値を求める層が顕在化してきました。こうした価値観の多様化に対し、2009年度にはauの戦略サービスに対応する機能特化型端末などの提供により、「先進性の追求」と「ラインナップの多様化」を進めました。また新たに顕在化した「感性、デザイン」に価値を求める層に注目し、2009年4月に新ブランド「iida（イーダ）」を立ち上げ、これまで「au design project」で培った経験を基にお客様層の拡大を進めていきます。

魅力的な端末の開発・提供と合わせて、KCP+搭載端末の拡大によるコスト低減や、高機能を必要としない「低価格支持層」に向けて、新ブランドにおけるデザインなど付加価値を付けた比較的廉価な端末の提供などを通じて、調達コストの低減も図っていきます。このような取り組みを通じて、ブランド力の向上と、とりわけ急務であった端末の競争力を高めていきます。



法人向け市場の積極的開拓による契約者成長

従来より、法人向け市場では、大規模法人層のニーズが顕在化しており、当社はモバイルソリューションの提供力・エリア・通信品質を強みに市場シェアを伸ばし、現在では個人市場でのシェアとほぼ同等まで拡大しています。近年、さらに中・小規模法人層においても、携帯電話の業務利用が拡大しており、法人向け市場におけるシェア拡大のため、中・小規模法人向けの商品開発・販路開拓に注力しています。

また、移動通信と固定通信を一元的に提供可能であるKDDIの強みを最大限発揮するため、2009年4月1日付けの組織改編により、これまで移動通信と固定通信に分離していた営業体制を統合し、新たに顧客規模別に再編しました。これにより、大規模法人層のみならず、伸長著しい中・小規模法人市場へのリーチを強化・拡大し、さらなる契約者の拡大を図ります。

お客様の満足度向上と移動通信事業の持続的成長に向けて、新たな価値創造に果敢にチャレンジします

2008年度は、通信料・端末価格分離プランへの移行が進んだ影響もあり、端末販売台数が大幅に減少するなど大きく市場環境が変化した1年でした。また、KDDI統合プラットフォーム(KCP+)の完成が遅れ、魅力ある端末をタイムリーに発売できなかったことで、当社の競争力低下を招いた場面もありました。その一方で、当社だからこそできる「auまとめトーク」や「auBOX」などのFMBC型サービスを開発・投入し、auのお客様に対する満足度の向上と当社の固定系サービスのクロスセルにおいて、一定の成果が出せたものと考えています。

現在KCP+のパフォーマンスは大きく改善しており、お客様ニーズにあった戦略的な端末開発とともに、新たに立ち上げた「iida」ブランドを通じて、これまで以上に魅力的な端末・サービスを積極的にお客様に提供しています。

シンプルコースへの移行拡大もあり、総合ARPUは減少傾向にありますが、今後も魅力的なコンテンツや2009年4月に50万口座を突破した「じぶん銀行」による各種決済など新サービスの提供、「iida」で展開中の携帯電話の周辺商材の販売など、非通信系売上への拡大を実現していきます。これからのauに是非ともご期待ください。



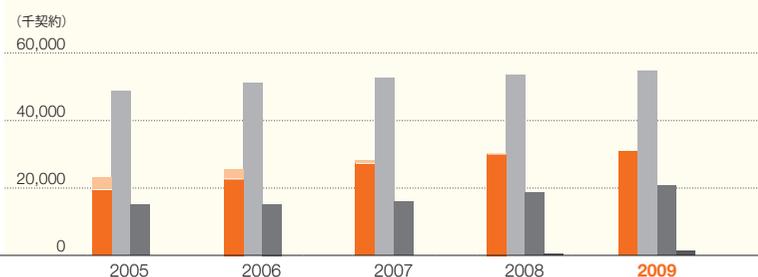
高橋 誠

取締役執行役員常務
コンシューマ商品統括本部長

移動通信事業

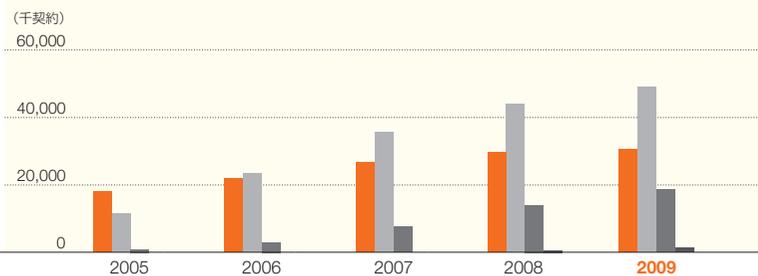
移動通信市場データ 3月31日に終了した各年度

累計契約数



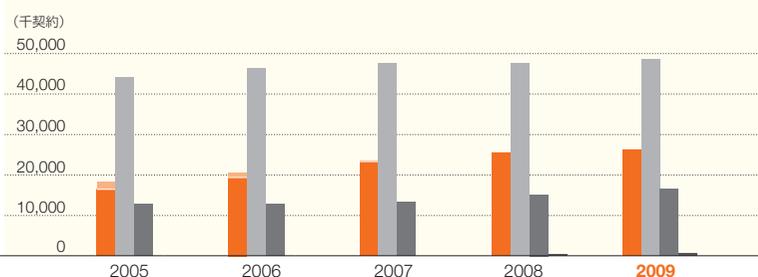
KDDI	2005	2006	2007	2008	2009
■ au	23,132	25,439	28,189	30,339	30,843
■ ツーカー	3,590	2,739	872	234	—
■ NTTドコモ	48,825	51,144	52,621	53,388	54,601
■ ソフトバンクモバイル	15,041	15,210	15,909	18,586	20,633
■ イー・モバイル	—	—	—	412	1,410
合計	86,998	91,792	96,718	102,725	107,487

3G契約状況



	2005	2006	2007	2008	2009
■ 1X+WIN (au)	17,935	21,828	26,720	29,689	30,527
■ FOMA (NTTドコモ)	11,501	23,463	35,530	43,949	49,040
■ SoftBank 3G (ソフトバンクモバイル)	917	3,038	7,660	14,007	18,654
■ イー・モバイル	—	—	—	412	1,410

モバイル・インターネット接続の契約推移

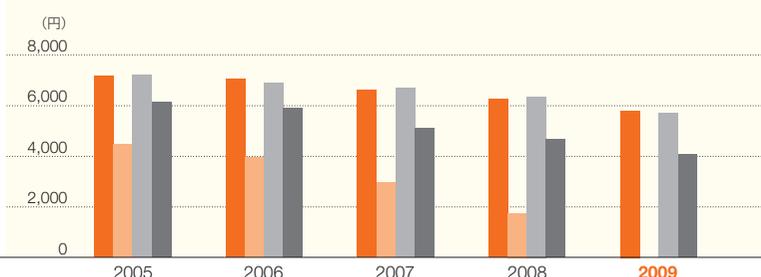


EZweb	2005	2006	2007	2008	2009
■ au	16,469	19,390	23,322	25,512	26,190
■ ツーカー	1,790	1,133	211	8	—
■ iモード (NTTドコモ)	44,021	46,360	47,574	47,993	48,474
■ Yahoo!ケータイ (ソフトバンクモバイル)	12,874	12,875	13,265	15,171	16,465
■ EMnet (イー・モバイル)	—	—	—	10	55

出所: 各社資料、(社)電気通信事業者協会 (TCA)

ARPU

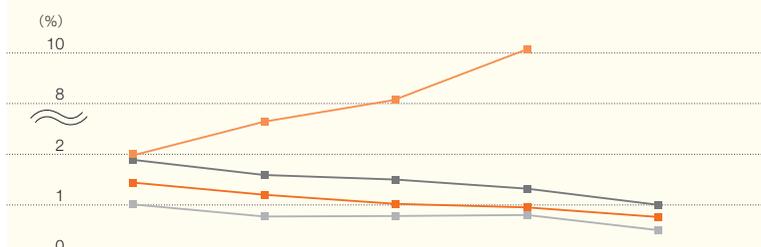
(Average Revenue Per Unit / 1契約当たりの月間平均収入)



	2005	2006	2007	2008	2009
■ au	7,170	7,040	6,610	6,260	5,800
■ うちデータARPU	1,740	1,890	2,020	2,130	2,210
■ ツーカー	4,470	3,960	2,960	1,750	—
■ NTTドコモ	7,200	6,910	6,700	6,360	5,710
■ うちデータARPU	1,870	1,880	2,010	2,200	2,380
■ ソフトバンクモバイル*	6,150	5,890	5,120	4,660	4,070
■ うちデータARPU*	—	—	—	1,490	1,740

*2007年3月期以降のARPUは、四半期実績の平均。

解約率

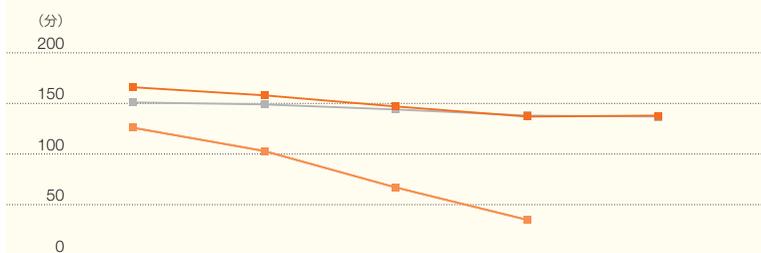


	2005	2006	2007	2008	2009
— au	1.44	1.20	1.02	0.95	0.76
— ツーカー	2.00	3.60	8.20	10.2	—
— NTTドコモ	1.01	0.77	0.78	0.80	0.50
— ソフトバンクモバイル*	1.89	1.59	1.50	1.32	1.00

*2007年3月期以降の解約率は、四半期実績の平均。

MOU

(Minutes Of Use / 1契約当たりの月間平均通話時間)



	2005	2006	2007	2008	2009
— au	166	158	147	137	138
— ツーカー	126	103	67	35	—
— NTTドコモ	151	149	144	138	137
— ソフトバンクモバイル	—	—	—	—	—

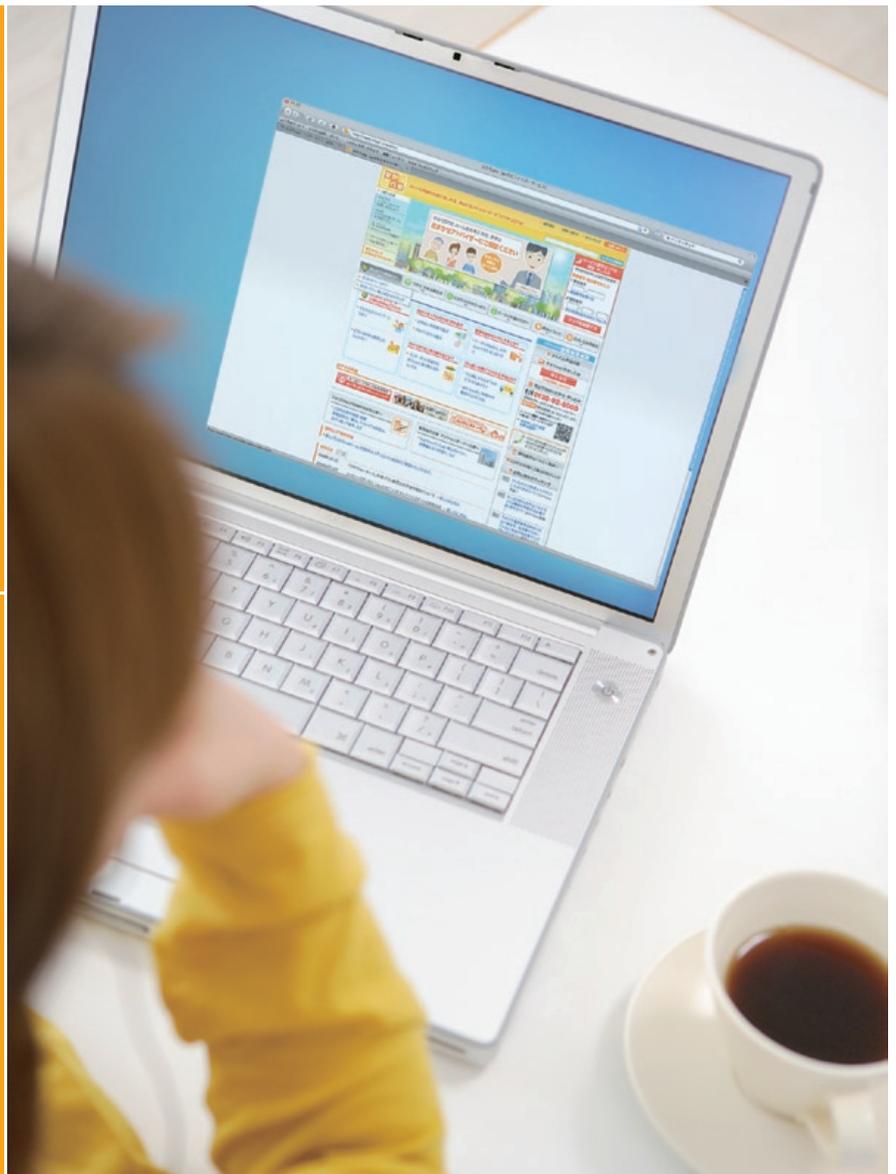
固定通信事業

アクセス回線ビジネスへの 取り組みを軸に事業基盤を強化

2008年度の事業概況	41
IP時代におけるアクセス回線 ビジネスへの転換	41
コンシューマ向けFMBCサービスの 推進	44
法人ICTビジネスの取り組み	45
今後の戦略	46
固定通信市場データ	49

ひかりone

ネットも映像も快適に楽しめる、auの光ファイバーサービス「ひかりone」。「インターネット」「電話」「TV」の3つのサービスを光ファイバー1本でまとめて提供するトリプルプレイサービスが特長です。ギガ得プランを開始以降、ひかりone全体の顧客獲得は着実に増加しています。



CTC 2008年度実績

営業収益	392億円
営業利益	▲71億円

JCN 2008年度実績

営業収益	578億円
営業利益	51億円

商品力の強化と顧客基盤の拡大

アクセス回線ビジネスへの取り組み

2003年 10月
ひかりone(旧光プラス)サービス開始

2005年 2月
メタルプラスサービス開始

2005年 10月
ケーブルプラス電話サービス開始

2006年 1月
東京電力子会社パワードコム合併

2007年 1月
東京電力の光ファイバ事業統合

2007年 6月
JCNグループ(CATV)の連結子会社化

2008年 4月
中部電力子会社(CTC)の連結子会社化

2008年度の事業概況

固定通信事業では、音声通信サービスや、ブロードバンドでのインターネット接続サービスを含めたデータ通信サービスなどの各種固定通信サービスを、コンシューマならびに法人のお客様に提供しています。

2008年度の営業収益は、前年度比18.1%増の8,487億円となりました。引き続き音声系サービスの減収が続いているものの、2008年4月にCTCを連結子会社としたことや、JCNグループと海外固定系子会社などを固定通信事業へ区分変更したことなどの影響もあり、2005年度から4期連続の増収となっています。損益面では、電話などのレガシー系サービスの売上減やFTTH事業の推進に伴うコスト増の影響はあるものの、メタルプラスの黒字化などにより、固定通信事業全体の営業損失は566億円と、前年度比で81億円改善しています。

「直収化」「IP化」「ブロードバンド化」への転換期において、当社は従来の電話サービスから、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(以下、CATV)によるアクセス回線ビジネスへの取り組みを戦略的に進めています。2008年度末の固定系アクセス回線数は、期初目標としていた530万契約を上回り、534万契約となりました。

IP時代におけるアクセス回線ビジネスへの転換

■ FTTH

FTTHは「ひかりone」というサービス名称で、「電話」「インターネット」「映像」のトリプルプレイサービスを提供しています。当社は2007年1月の東京電力の光ファイバ事業統合と2008年4月のCTCの連結子会社化により、現在、首都圏に約1,050万世帯、中部圏に約280万世帯にアクセス可能なFTTHネットワークを保有しており、主に戸建て向けのサービスを提供しています。その他の全国主要都市では、NTTの回線を利用してマンションなどの大規模集合住宅向けにサービスを提供しています。

2008年度は商品力の強化を図るとともに、提供エリアの拡大や販路の見直しに取り組みました。

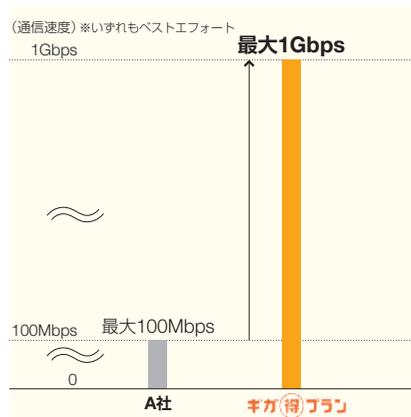
商品面では、「ひかりoneホーム」を刷新し、2年間の継続利用を条件にネット+電話で月額基本料5,985円(税込)という業界最安水準の低廉な料金で上り/下りともに最大1Gbps(ベストエフォート)の超高速通信を実現する「ギガ得プラン」を2008年10月1日から、関東エリアと北海道の一部エリアで提供開始しました。家庭向け1Gbpsサービスは、東日本地域では初のサービスとなります。

固定通信事業

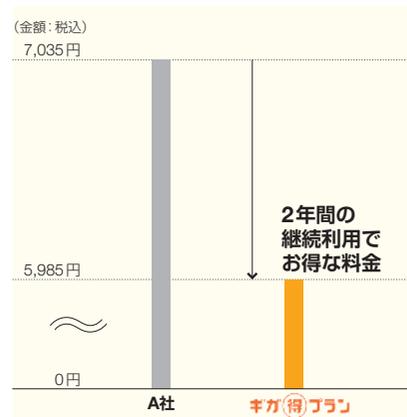
「ギガ得プラン」では、フルモデルチェンジした宅内機器「ギガホームゲートウェイ」の提供により、最大1Gbpsの高速通信に加え、ゲーム機やネットワーク対応のAV機器との連携を図ることが可能となり、ご家庭で簡単にデータファイルを共有できるなど、便利にご利用いただけるようになりました。

ギガ得プランの特長

速度*1



料金(ネット+電話)*2



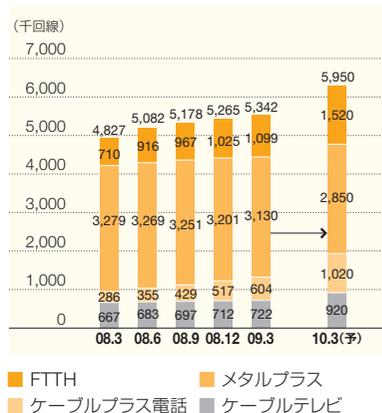
*1 ホーム(戸建て)向け速度。なお、利用するパソコンの性能等により速度は変化する。

*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。

販路の見直しとクロスセル強化

固定系アクセス回線数



営業面では、販路について従来の量販店を中心とした販売から、訪問販売やテレマーケティングによる販売への移行を進めており、加えてauショップにおいて2008年8月に開始した「auまとめトーク」の拡販を中心に固定通信サービスの販売を行うなど、販売コストの抑制とともに携帯電話サービスの顧客基盤を活かしたクロスセルにも取り組んでいます。

2008年度末のFTTH契約数は、CTCを連結子会社化したことによる上積みもあり、前年度末比38万9千増の109万9千となりました。売上高は「音声」「インターネット」「映像」を合わせて547億円、ARPUは4,690円となりました。損益面では、顧客獲得コストに加えて販売体制構築のためのコストもあり、赤字が続いており、固定通信事業全体の赤字の主要因となっています。

顧客基盤の拡大による黒字化の達成

■ メタルプラス

メタルプラスは当社が提供する直収型固定電話サービスです。NTTに代わって当社が電話回線を提供するため、従来の通話料収入に加えて、電話基本料も新たに当社の収入となります。メタルプラスは「電話のみで十分」というお客様をターゲットとしたサービスですが、インターネットを利用される方には、ADSLまたはダイヤルアップによるサービスも提供しています。

2008年度末のメタルプラス契約数は前年度末比14万9千減の313万契約となりました。このうち2割強のお客様がADSLとセットで利用されています。

売上高は「音声」「インターネット」を合わせて1,307億円、ARPUは3,370円となりました。損益面では、目標の300万契約を突破したことで採算改善がさらに進み、2008年度は黒字化を達成しました。

ケーブルプラス電話の提携先拡大

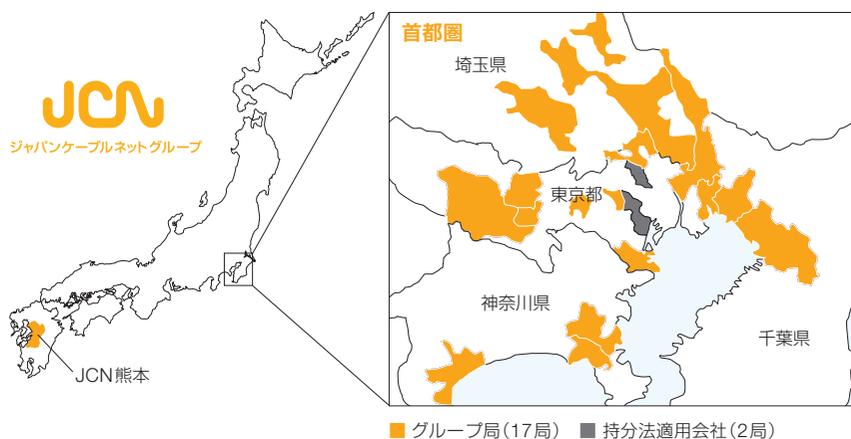
■ CATV

ケーブルプラス電話はCATV各社の回線設備(同軸ケーブル)と当社の中継網を活用し、CATV各社が提供する固定電話サービスです。当社は、CATV会社に対して「ケーブルプラス電話」を提供し、「多チャンネル放送」「インターネット」「電話」による本格的なトリプルプレイサービスを提供できる体制を支援しています。当社にとっても、ケーブルプラス電話は新たに電話基本料収入が見込めるサービスです。2008年度末の「ケーブルプラス電話」の提携CATV局は70局、契約数は60万4千回線となりました。今後もCATV会社との提携を進め、顧客基盤の拡大に取り組んでいきます。

JCNグループによるCATV契約数の拡大

また、2007年6月に日本第2位のMSO(Multiple System Operator)であるJCNグループが当社連結子会社となり、2008年度末では首都圏を中心にCATV15局*を展開し、契約数は72万2千契約となりました。2009年2月には

JCNグループネットワーク (2009年4月現在)



固定通信事業

固定と移動の融合サービスの展開

JCN加入者用のポータル機能を搭載した「JCNケータイ」の販売を開始し、「多チャンネル放送」「高速インターネット」「電話」のトリプルプレイとau携帯との連携を強化し、クワトロプレイサービスの充実化を図るとともに、顧客基盤の拡大に取り組んでいます。

* 2009年4月1日付で2局追加され、17局となりました。

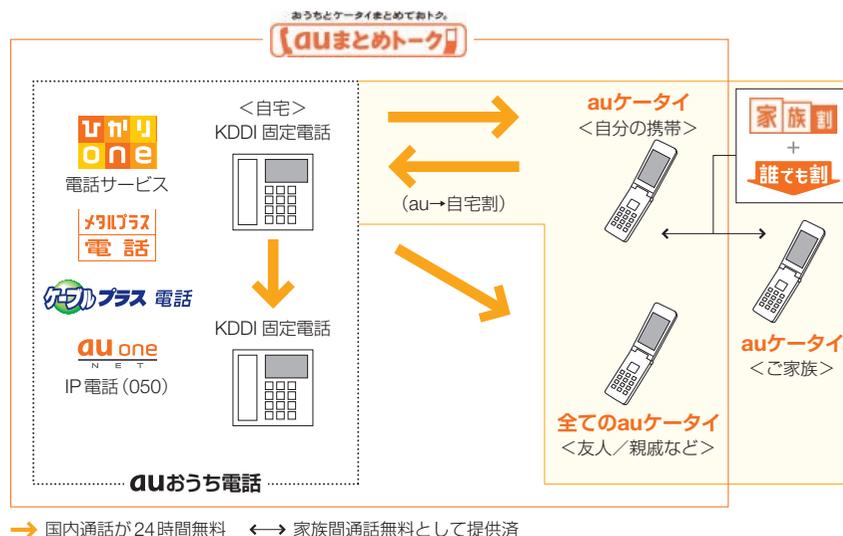
【コンシューマ向けFMBCサービスの推進】

当社は固定通信と移動通信を提供する総合通信事業者としての強みを活かし、2008年度末で携帯電話サービスの3,084万契約をベースにFMBC (Fixed Mobile and Broadcasting Convergence) サービスを推進しています。

取り組みの一環として、2008年8月1日からは、固定通信と移動通信の本格的な融合サービスである「auまとめトーク」を開始しました。「auまとめトーク」は「KDDIまとめて請求」にご加入のご自宅の「auおうち電話」からau携帯電話、及び「auおうち電話」への国内通話料を24時間無料とするとともに、「au→自宅割」の対象のご自宅が「auおうち電話」であれば、au携帯電話からご自宅への国内通話が24時間無料となるサービスです。

「auまとめトーク」は、2008年3月から提供しているauの「家族割」+「誰でも割」による家族間無料を組み合わせることで、auケータイとKDDI固定電話の活用シーンが一段と広がります。

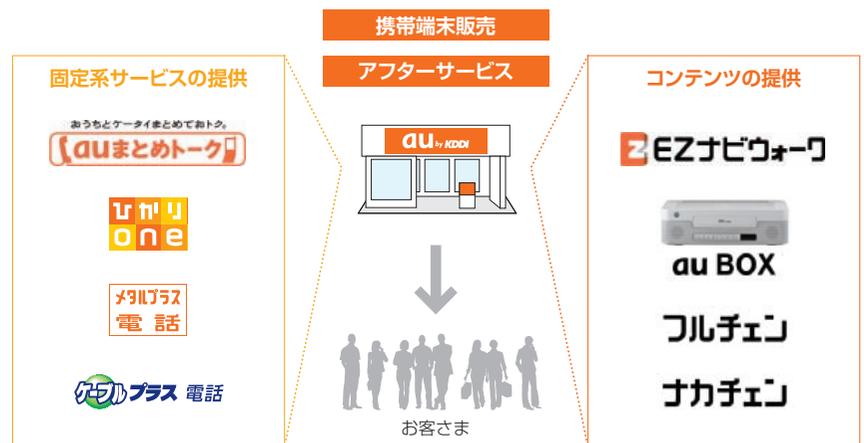
auまとめトークの特長



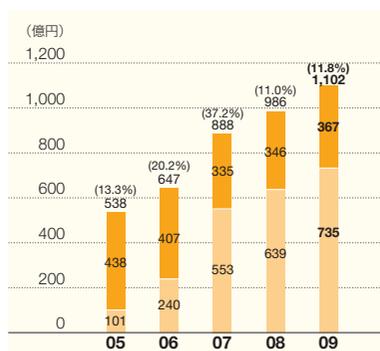
auショップの販売力強化

また、営業面においては、auショップでのクロスセルを推進しています。従来のauショップは、主に携帯端末の販売と、端末修理などのアフターサービスといった移动通信事業に特化した販売拠点でしたが、2008年度からは、これらの軸となる業務に加え、店頭でのFTTH等の固定系サービスや、コンテンツの取次ぎなど、多様な商材を提供し、当社のFMBCを販売面から推進する拠点へと整備を進めています。

auショップでのFMBCの取り組み



VPNサービスの売上



(3月31日に終了した各年度)
 ■ IP-VPN ■ 広域イーサネット
 *()は前年度比

ワンストップ戦略の推進

「TELEHOUSE」ブランドへの統合

法人ICTビジネスの取り組み

法人ビジネスのうち、広域イーサネットなどのVPNサービスは今後の成長が期待されている分野であり、同サービスでのリーディングカンパニーであった株式会社パワードコムとの合併効果が着実に表れています。VPNサービスの2008年度売上高は前年度比11.8%増の1,102億円と、年率2桁の伸びを継続しています。

当社のお客様である日系企業においては、海外生産比率・海外売上比率の上昇に伴う世界規模での分業・海外拠点の拡大が進んでおり、これに伴い日本本社と海外拠点間のデータトラフィックの増大により、広帯域かつ低コストのサービスが求められています。このような背景を受け、お客様のニーズに対応した光海底ケーブルの建設や、世界各地における域内ネットワークの拡充を進め、お客様がグローバルにICTソリューションをワンストップでご利用いただける体制を強化しています。

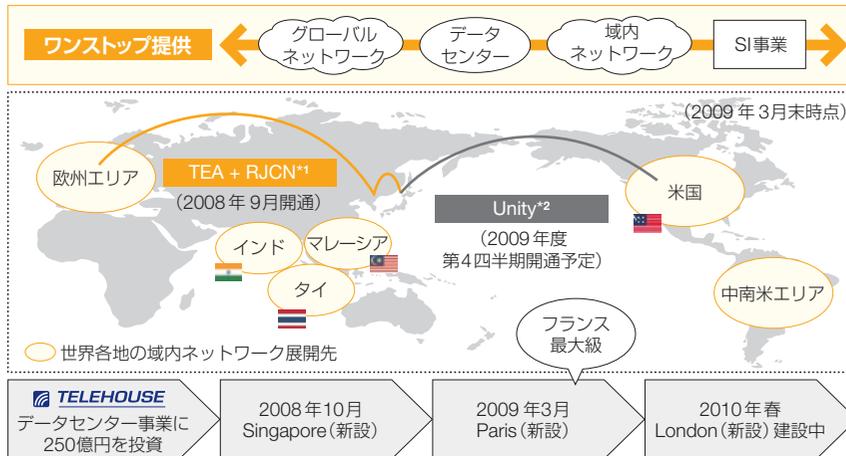
なかでも、お客様のネットワーク設備をお預かりするデータセンター事業は、2008年10月に、日本国内および海外で広く展開するデータセンターのブランドを「TELEHOUSE (テレハウス)」に統合し、どの地域でも安心してご利用いただける高スペックなデータセンターサービスを提供しています。

固定通信事業

お客様の海外進出をサポートする拠点も、世界48都市、63拠点*に展開しており、今後も、ネットワーク、データセンター、システムインテグレーション(SI)をワンストップで提供できる当社の強みを活かし、グローバル事業の拡大を図っていきます。

* 2009年3月末現在

グローバルICTの強化



*1Transit Europe Asia: Rostelecom社が所有する大容量の光波長多重ネットワーク。Russia-Japan Cable Network: Rostelecom社と共同建設した日露間光海底ケーブル。TEAとRJCNのシームレスな接続によって日欧間の最短ルート実現。
*2日米間を結ぶ光海底ケーブル。

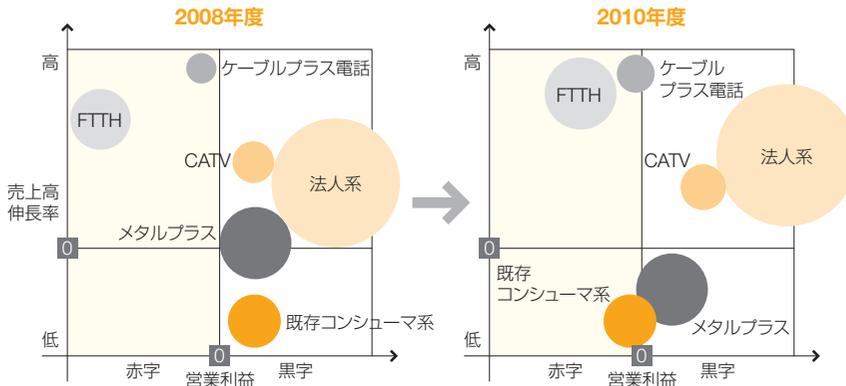
今後の戦略

2010年度の固定通信事業黒字化を目指す

日本の固定通信事業が、現在、従来のレガシー系サービスから、「直収化」「IP化」「ブロードバンド化」へ向けた大きな転換期にある中で、当社においても、次の成長フェーズに向け、アクセス回線ビジネスを推進していきます。

現在、固定通信事業の赤字の主な要因はFTTHにおける顧客基盤拡大にかかるコスト負担によるものですが、まずはFTTHの顧客基盤拡大による増収を図り、

固定通信事業のポートフォリオ (円の大きさは売上高のイメージを表す。)



これに加え、その他の固定系サービスの黒字によってFTTHの赤字を吸収し、さらには固定費削減の取り組みを行うことで、2010年度における固定通信事業全体の黒字化を目指します。

次に当社の固定通信事業の今後の取り組みについてご紹介します。

FTTHのサービス展開

2007年1月の東京電力の光ファイバ事業統合と2008年4月のCTCの連結子会社化により、首都圏／中部圏では自前でのアクセス回線設置による柔軟な事業展開が可能となりました。首都圏／中部圏を中心に、商品力強化とコスト抑制の双方を推進することで、採算改善を目指します。

商品面については、ご好評いただいている「ギガ得プラン」を柱として、首都圏・札幌地区において販売を進めるとともに、FTTHサービスの特長である映像サービスにおいて、現在約5,000本のVODサービスや、全45チャンネルの多チャンネル放送の内容をさらに充実させるべく、多くの事業者と交渉を継続するとともに、ハイビジョン映像が楽しめるような環境の実現に向けて、技術開発を進めています。

また、販売面については引き続き、テレマーケティング、訪問販売、auショップの販路拡大を進め、販売力強化と販売コストの抑制を図りつつ「ギガ得プラン」を中心に、顧客基盤の拡大に努めていきます。

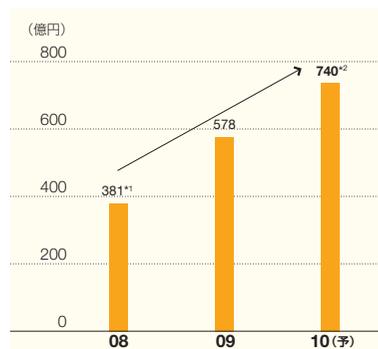
CATVの顧客基盤拡大

首都圏を中心に拡大している当社子会社のJCNグループの2008年度の営業収益は578億円となりました。2009年度には740億円と、約1.3倍に拡大する見込みです。

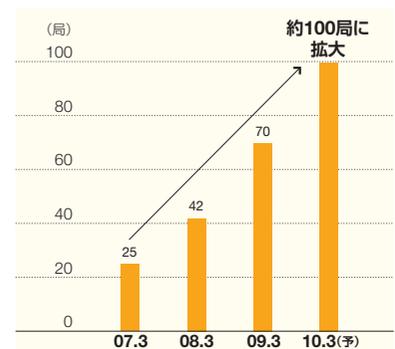
また、ケーブルプラス電話の提携局は、2007年3月末の25局から順調に増加しており、2010年3月末では約100局を見込んでいます。

今後もFTTHに加えてケーブルテレビも固定系アクセス網の一つとして、顧客基盤の拡大を図っていきます。

JCNグループの売上高



ケーブルプラス電話の提携局拡大



*1KDDIの連結子会社化後の9ヶ月分の売上高。

*22009年4月に株式を取得し連結子会社となったJCN関東・川越ケーブルビジョンを含む。

固定通信事業

ワンストップ戦略の推進

法人ビジネスの強化

法人向け固定通信事業の拡大には、「法人モバイルと組み合わせたFMCサービス」、「周辺領域への拡大」などが必要と見ています。また、従来より定評のある「高品質なネットワーク」や「安心で便利なICTサービス」を組み合わせ、お客様の立場に立った最適なICTソリューションをワンストップで提供することで、お客様のビジネス拡大をサポートしていきます。

また、法人向けサービスにおいては、業務の効率化やコスト削減、内部統制や災害対策・事業継続対策などを背景に、「自社所有」から「サービス利用」へICTをアウトソーシングする流れが継続しており、分散したサーバーや企業ネットワークの統合など、ICT資産のデータセンターへの集約に注目が集まっています。このように今後も需要の拡大が見込まれる国内外におけるデータセンター事業について、特に海外では、2008年から2010年の3年間に250億円の投資を行い、総床面積を7万㎡から10万㎡に拡大する予定です。

このように、ネットワークを核として、固定通信から移動通信、大規模法人から中・小規模法人、国内から海外を含めて顧客基盤の拡大を図ることで、ICTソリューションをワンストップで提供する体制を目指します。

法人分野では、ICTをワンストップで提供する オールラウンドプレイヤーを目指します

法人向け固定通信市場において、企業が効率的なリソース配分を行うために情報システム部門のアウトソーシングを推進する中で、当社は固定とモバイル双方のインフラを持つ強みを活かし、固定、モバイル、ICTソリューションをワンストップで提供する体制の構築を強化しています。中でもモバイルを軸としたソリューションサービスにおいては、「MCPC award」において当社のお客様が4年連続でグランプリを受賞しており、FMCサービスへの取り組みが着実に結果に結びついています。

また、アウトソーシングニーズは大規模法人のみならず中・小規模法人においても高まっており、2009年4月にお客様の規模に応じた組織体制に変更し、中・小規模法人のお客様の本格的な開拓に向けて取り組みを進めています。

今後も、国内の固定通信・移動通信に加え、海外におけるネットワーク、データセンター、SI事業といった固定通信サービス、さらに周辺領域を含めた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を目指していきます。

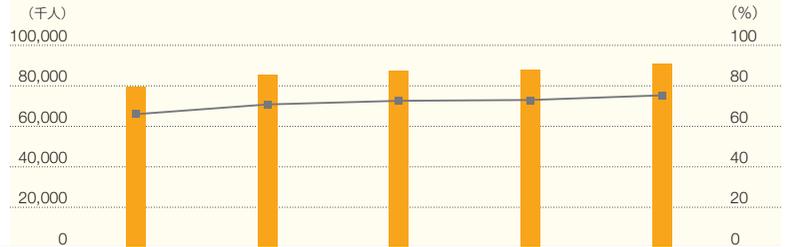


田中 孝司

取締役執行役員常務
ソリューション事業部門担当

固定通信市場データ

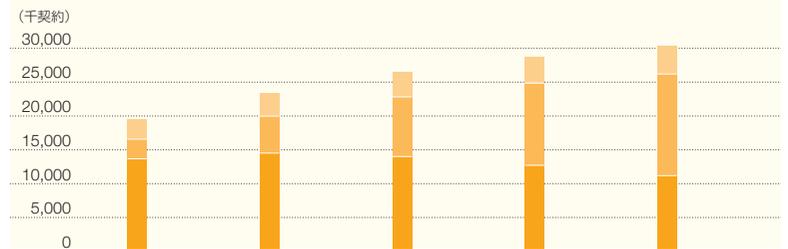
インターネット普及率



(12月31日に終了した各年度)

	2004	2005	2006	2007	2008
■ 利用者数	79,480	85,290	87,540	88,110	90,910
- 人口普及率	66.0%	70.8%	72.6%	73.0%	75.3%

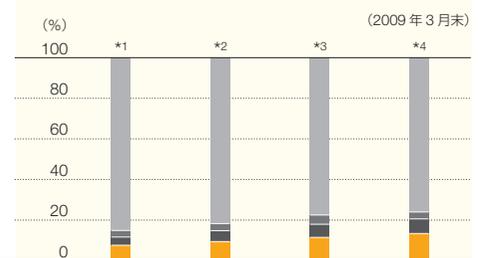
ブロードバンド普及状況の推移



(3月31日に終了した各年度)

	2005	2006	2007	2008	2009
■ ADSL 契約数	13,676	14,518	14,013	12,711	11,184
■ FTTH 契約数	2,889	5,448	8,794	12,153	15,017
■ CATV 契約数	2,961	3,310	3,607	3,874	4,111
合計	19,533	23,285	26,427	28,738	30,312

事業者別マイラインシェア



(3月31日に終了した各年度)

	2007				2008				2009			
	市内	県内市外	県外	国際	市内	県内市外	県外	国際	市内*1	県内市外*2	県外*3	国際*4
■ KDDI	9.1%	11.3%	14.1%	16.5%	8.3%	10.3%	12.7%	14.8%	7.6%	9.4%	11.5%	13.4%
■ ソフトバンクテレコム	5.0%	6.7%	8.3%	9.3%	4.4%	5.9%	7.1%	8.0%	4.0%	5.4%	6.4%	7.2%
■ その他事業者 合計	4.2%	4.7%	5.9%	4.6%	3.5%	4.1%	5.2%	4.1%	3.2%	3.6%	4.6%	3.5%
■ NTT	81.8%	77.2%	71.7%	69.5%	83.8%	79.7%	75.0%	73.1%	85.2%	81.6%	77.5%	75.9%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出所：総務省、マイライン事業者協議会

その他事業

2008年度の事業概況

その他の事業については、KDDIグループ全体の競争力を強化するため、今後の成長が見込まれる事業分野を重点的に強化しています。2008年度よりJCNグループと海外固定系子会社などを固定通信事業へ区分変更したことなどにより、2008年度の営業収益は前年度比56.5%減の728億円、営業損失は25億円となりました。

その他事業における、主要なサービス・グループ企業

主要なサービス	主要なグループ企業
・コールセンター事業	・(株)KDDIエボルバ
・コンテンツ事業	・(株)mediba
・研究・先端開発	・(株)KDDI研究所
・その他携帯電話サービス等	・HOLA PARAGUAY S.A.

2008年度の事業概況 50

研究開発 51

(株)KDDI研究所(埼玉県ふじみ野市)

KDDIグループの研究開発の中核として、新たな情報通信技術の調査・研究開発、コンサルティングなどを行うKDDI研究所。固定通信と移動通信、放送との連携を考えたFMBC、次世代ネットワークや超高速無線伝送技術、セキュリティ、アプリケーションなど、幅広いテーマで世界トップレベルの情報通信技術の研究開発を進めています。



研究開発

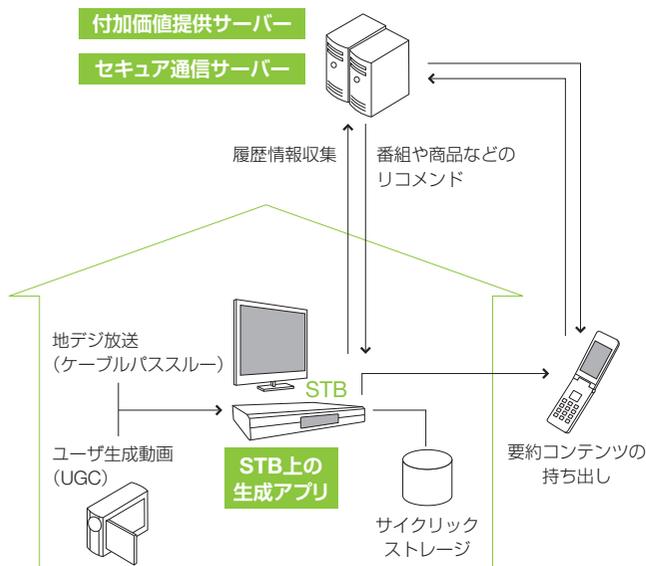
地デジ放送番組を短時間で視聴可能な要約コンテンツ生成技術の開発

当社は、地デジ放送番組から短時間で視聴可能な要約コンテンツを自動生成する技術を開発しました。字幕と静止画像を組にしてページを次々とめくりながらコンテンツを視聴できるため、読み進める速さも自在にコントロール可能です。例えば30分間のニュース番組をおよそ10分程度で視聴することが可能で、手軽に「早見」することができます。また、コンテンツサイズは小さく携帯電話でも余裕を持って格納できます。

KDDI研究所の独自の技術により、放送で受信した字幕データを読みやすい長さに整形したり、字幕内容に対応した適切な静止画像を表示させます。こうした技術によって、高品質かつ軽量の要約コンテンツが世界で初めて自動生成できるようになりました。

開発した技術を使うと、地上デジタル放送が受信可能なケーブルテレビやIPネットワーク接続用のセットトップボックス(STB)で録画したニュースやバラエティなどの番組を、携帯電話に持ち出し、空き時間に楽しむことが出来るようになります。今後は、ワンセグ受信の携帯電話への実装ならびに表示や操作性の改善に向けての検討を進める予定です。

要約コンテンツの利用イメージ



実空間透視ケータイ

当社は、「実空間透視ケータイ」と呼ぶ、携帯電話を用いたモバイルAR (Augmented Reality: 拡張現実) アプリケーションを開発しました。

実空間透視ケータイは、「実空間上に存在するモノや人を直感的に把握すること」を目標としており、その実現手段として、①端末の姿勢に連動した直感的ヒューマンインターフェース、②ユーザの移動状態自動推定方式、の2つの要素技術を備えています。

端末の姿勢に連動した直感的ヒューマンインターフェースでは、携帯電話に搭載された6軸センサ(3軸加速度+3軸地磁気)を用いて端末の姿勢を計測することにより、端末をかざした方向に存在するモノや人の位置関係を、直感的に画面に提示することができます。また、従来の地図サービスなどと異なり、画面内に道路地図を表示せず、モノや人のみを表示することにより、処理の高速化や視認性向上を可能としました。

ユーザの移動状態自動推定方式では、携帯電話に搭載されている加速度センサ、マイク、GPSを用いて、端末保持者の7種類の移動状態(走行、歩行、自転車、停止、電車、自動車、バス)を、80%以上の精度で自動的に推定できます。専用デバイスが必要な従来方式と異なり、すでに携帯電話に搭載されているセンサを複合的に用いることにより、実用的な技術の構築を可能としました。

これら2つの技術は、どちらもセンサデータを用い、その加工、変換によって、ユーザにとって有用な情報を生成するという点(センサデータマイニング技術)で共通しています。当社は今後、本技術を確認することによって、様々なサービスを提供し、アンビエント社会の具現化を推進する予定です。

