

Our Future 1: お客さま本位の価値提案へ

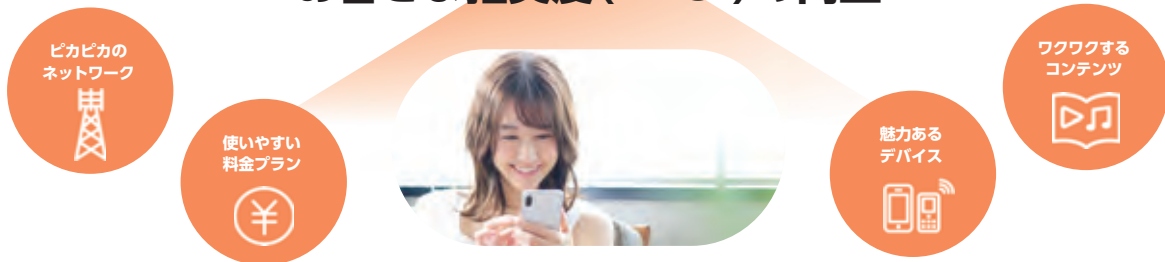
グループIDの最大化に向けて

日本のモバイル通信市場においては、MVNOなどの格安スマホの緩やかな拡大が続いているほか、2019年10月の改正電気通信事業法の施行や第4の通信事業者の参入など、競争環境が大きく変化しています。

このような環境下においても持続的に成長していくために、KDDIは「グループID×エンゲージメント×総合ARPU」の最大化を図ることで、さらなる収益拡大を目指します。



お客さま推奨度(NPS*)の向上



お客さまとの信頼関係構築を第一に事業を展開

* Net Promoter Score の略

お客さま本位の価値提案に向けて

KDDIの持続的成長の軸となる「グループID×エンゲージメント×総合ARPU」の最大化に向けて、「エンゲージメント」を中心に据えた戦略を推進しています。

エンゲージメントとは、お客さまとの信頼関係です。

エンゲージメントが向上すれば、当社のサービスの利用頻度が上昇し、長くご利用いただける結果として、解約率の改善、さらにグループIDの拡大が期待できます。また、この強固な信頼関係をベースとして「通信とライフデザインの融合」

をより一層推し進め新たな体験価値を提供することで、通信ARPU・付加価値ARPU双方の拡大を伴う総合ARPUの最大化が図れます。

KDDIは、エンゲージメントの向上に向けて、ピカピカのネットワーク・使いやすい料金プラン・ワクワクするコンテンツ・魅力あるデバイスなど、お客さまとのあらゆる接点を磨き上げることで、お客さまとの信頼関係構築を第一に事業を展開していきます。

グループIDの最大化とエンゲージメントの強化

グループ全体で強固なID基盤を構築するため、KDDIは具体的に3つの取り組みを推進し、モメンタムを強化していきます。まず、[01] auから格安スマホへの移行を希望されるお客さまに対して、MVNOを含むKDDIグループブランドを活用して極力グループ外への流出を抑止していきます。その上で、[02] MVNOを含むKDDIグループブランドの競争力をさらに強化しつつ、流動性の高いMVNO市場からの新規獲得を積極化し、グループIDを最大化していきます。

さらに、[03] 大容量通信を安心してお使いいただきたいお客さまには、auの高品質な通信や体験価値などを訴求し、auへのアップセルによるグループ内循環構造を確立、モメンタムのさらなる強化を目指します。

なお、このグループ戦略を加速させるため、KDDIは、2020年10月にUQ mobileを統合します。UQ mobileは、高品質かつ低価格なサービスの提供により、既に200万を超えるお客さまにご利用いただいています。UQ mobileとのダブルブランド化により、まずは、① [au]と[UQ mobile]の全国の営業体制・販売チャネルを再編・統合し、営業体制を強化します。また、②両ブランドの特色を生かし、お客さまのニーズに合った、分かりやすい料金プランを提供することで、新たな価値を提案します。そして最後に、③重複業務や運営の効率化を推進し、グループ経営資源の集約による競争力の強化を目指します。

成長領域のさらなる拡大に向けて

お客さまと強固なエンゲージメントを構築しつつ、接点を拡大していくことは、KDDIの成長領域であるライフデザイン領域のさらなる拡大にもつながります。

まず、KDDIグループの通信サービスをご利用のお客さまについては、基盤となるグループIDを拡大しつつ、5Gへの移行に伴うリッチコンテンツの普及などにより、総合ARPUの拡大を目指します。

加えて今後は、オープン基盤であるPontaとの連携などを足掛かりに、新たなお客さま接点へのアプローチを強化していきます。具体的には、決済やポイントなどを活用してKDDIの付加価値サービスをご利用いただくことのメリットを感じていただくとともに、au PAYをはじめとしたサービスでエンゲージメント向上を目指し、成長領域のさらなる拡大につなげていきます。

[01 : グループ全体でのID基盤強化]



[02 : エンゲージメントの強化]



[03 : 成長領域のさらなる拡大へ]

