

# KDDIが「3M戦略」の新サービスを発表 「1社でFMC」前面に法人市場でも攻勢

KDDIの3M戦略が具体像を見せた。固定・移動のクロスセルを拡大し、「FMCユーザー」に対してデバイス非依存のコンテンツビジネスを推進する狙いだ。法人市場でも同様の戦略で攻勢をかける。 文◎坪田弘樹(本誌)



KDDI  
執行役員  
ソリューション事業本  
部長  
東海林崇氏

3M戦略を具体化させる「スマートパスポート構想」を1月16日に発表したKDDI。田中孝司社長は、従来型ビジネスモデルからの転換を目指すことを宣言した。

スマートパスポート構想は、次の3つで構成される。1つは、アプリやセキュリティ等を廉価に提供し、スマートフォンユーザーの不満解消とコンテンツARPUの拡大を狙う「auスマートパス」。2つ目は、固定・モバイルのセット割引により、固定系加入者の獲得と世帯内のauシェア拡大を図る「auスマートバリュー」。そして、ユーザー個人に紐づいた新IDを軸にデバイスやネットワークに依存しないコンテンツ提供を実現するための「au ID」だ(図表1)。

これによりKDDIは、モバイル中心

の回線獲得モデルから「FMC+バリュー(付加価値)型モデル」へとビジネスモデルを転換していく考え。固定・移動の両方を持つ強みをベースに攻勢をかけるとともに、デバイス非依存のコンテンツビジネスを拡大することで成長を目指す。

## 値下げ競争ではなく“切り札”

この「FMC+バリュー型モデル」へと向かう戦略は法人市場でも変わらない。

翌週1月25日には、法人向けの新施策を発表した。執行役員・ソリューション事業本部長の東海林崇氏は、「KDDIだけが固定とモバイルのサービスを融合できる。また、サポートも一元的に提供が可能だ。この強みを活かしていきたい」と話した。

法人市場でも、1社でFMCを提供できる強みを押し出し、固定・モバイルの加入者/ARPU増を狙う。

中小企業をターゲットとした今回の施策の中身は大きく3つ(図表2)。1つは、5種類の業務用アプリ/クラウドサービスを1ID当たり月額390円で提供する「ベーシックパック」だ(図表3)。グループウェアやメール、ストレージ、名刺管理といったモバイルワークに必須となるメニューを揃えてスマートフォンの使い道を示すとともに、「KDDI 3LM Security」もパックにして、セキュリティ面での不安を解消する狙いだ。

2つ目は、KDDIとして初となる法人向けFTTHサービス「auひかりビジネス」だ。上下ともに最大300Mbpsのインターネット接続とIP電話が利用できる。固定IPアドレス4個、IP電話4chで利用料金は月額8295円となる。従来KDDIは、大企業向けの「KDDI光ダイレクト」を要望に応じて中小企業向けにも提供してきたが、小規模オフィスに特化した低価格なサービスを用意し、NTT東西のフレッツに対抗する。

図表1 auスマートパスポート構想

