

DOCOMO's Vision

ドコモのビジョン

私たちは「新しいコミュニケーション文化の世界の創造」に向けて、
個人の能力を最大限に活かし、お客さまに心から満足していただける、
よりパーソナルなコミュニケーションの確立をめざします。

[トップメッセージ →](#)

[数字で見るドコモ →](#)

[特集 →](#)

[ドコモの企業理念 →](#)

[ドコモグループビジョン →](#)

[ブランドスローガン、ブランドステートメント →](#)

[ドコモグループ行動原則 →](#)

[ドコモグループの中期戦略・経営目標 →](#)



TOP MESSAGE

豊かで幸せな未来。 サステナブルな社会。

株式会社NTTドコモ
代表取締役社長

前田 義晃

私たちドコモグループの存在意義は、社会を豊かにしていくことにあります。ドコモグループは創業以来、通信技術を進化させ、その進化に基づきさまざまな仕組みやサービスを生み出し、社会を豊かにすることをめざしてまいりました。そして、人と人、人とモノ、人と社会、企業と社会など、新しいつながりを生み出し、育み、その価値を社会に、世界中に広げていけるような会社でありたいと考えています。その思いを込めて、このたび「テクノロジーと人間力で新しいつながりを生み、心躍る価値創造で、世界を豊かに、幸せに。」というグループビジョンと、「つなごう。驚きを。幸せを。」というスローガンを掲げました。また、行動原則もアップデートを行い、社員一人ひとりが「当事者意識」「リスペクト」「チャレンジ」をキーワードとして自主・自律的に行動し「人間力」を発揮することで、社会の未来のために驚きと幸せを生み出し続けるドコモグループを創っていきたくと考えています。

豊かで幸せな未来をめざすことは、同時に社会の持続可能性の向上に貢献していくことであり、それが私たちの使命です。2021年に策定した中期戦略においては、イノベーショ



ンを起こし、「社会・産業の構造変革」と「新たなライフスタイル創出」を通じて社会を大きく変えていく挑戦を行うとともに、サステナビリティ課題への取組みを事業運営と一体的に推進することを明確にしています。そして、2022年に定めた「サステナビリティ方針」において特定した、「環境」「社会」「人材」「公正」の各分野の重要課題（マテリアリティ）に対し、さまざまな事業や社会貢献活動を通じて、ドコモグループ一丸となって解決に取り組んでいます。

ドコモグループでは、自社の事業活動での温室効果ガス排出量を2030年までに実質ゼロにする「2030年カーボンニュートラル宣言」に続き、2040年までにサプライチェーン全体で温室効果ガス排出量を実質ゼロにする「2040年ネットゼロ」を2023年11月に発表しました。また、「自然

と共生している未来の実現」に向け生物多様性への取組みを事業と一体で進めるため、2023年9月にTNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）レポートを公開しました。さらに、ケータイリサイクルなど資源循環型社会を実現する取組みも積極的に行っています。また、障害者差別解消法の法改正を踏まえた合理的配慮の提供や、「スマホ・ネット安全教室」をはじめとするサステナスクールの活動など、お客さま一人ひとりの声に耳を傾け、考え、社会問題の解決に貢献してまいります。

私たちは、サステナブルな社会を実現するため、これからもテクノロジーと人間力でイノベーションをリードしつづけ、世界中のパートナーのみならずさまに対するリスペクトを持ち、さまざまな挑戦をつづけてまいります。

数字で見るドコモ (2023年度実績)

ドコモグループは、「社会・産業の構造変革」と「新たなライフスタイル創出」で成長と事業ポートフォリオの変革に向けて各事業で取り組んでいます。

コンシューマ事業*

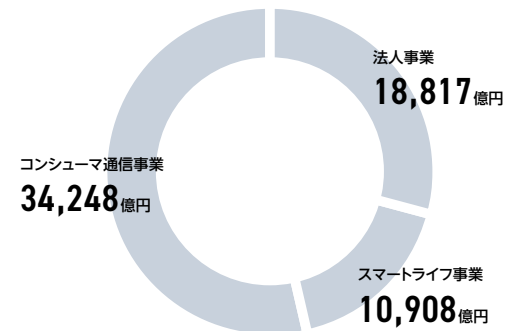
- ・金融・決済やマーケティングソリューションなどの注力分野のオーガニックな事業成長に加え、M & Aによる非連続な成長の取組み
- ・最適なサービスミックス提案を通じて、お客さま体験の向上により収益や顧客基盤を拡大
- ・環境変化や災害に強いネットワークの構築に向けた取組みの加速

法人事業

- ・先進技術を活用したソリューション・サービスの展開による大企業のお客さま向けビジネスの拡大
- ・モバイル+ソリューションによる地域・企業の課題解決支援による中堅・中小企業のお客さま向けビジネスの拡大

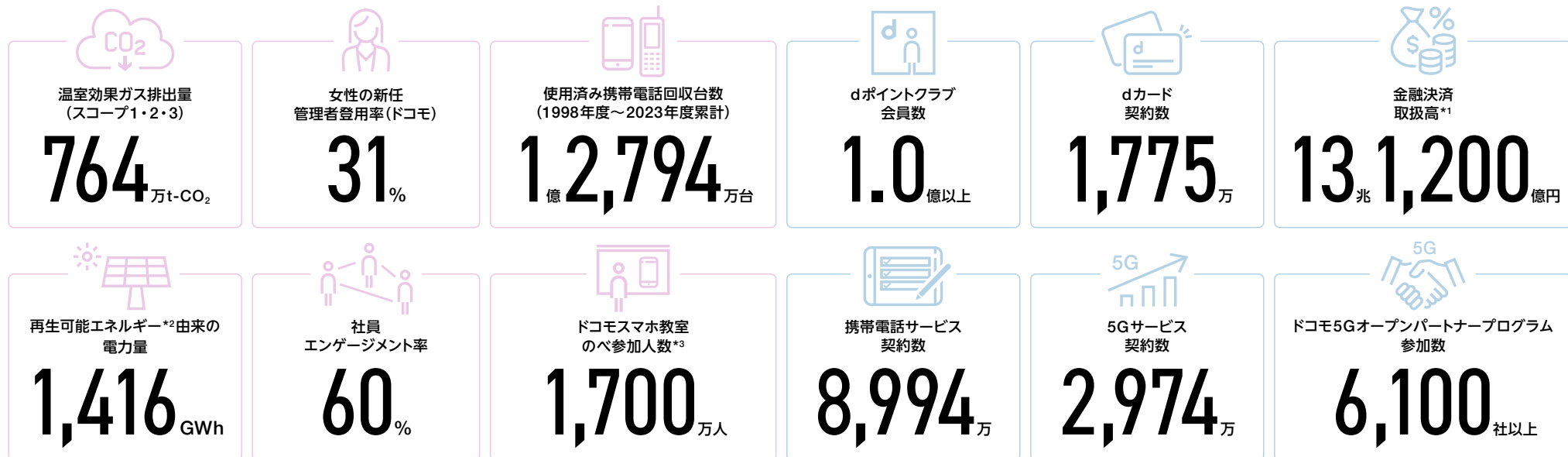
* コンシューマ事業：スマートライフ事業+コンシューマ通信事業

セグメント別営業収益



営業収益	営業利益	従業員数
61,400 億円	11,444 億円	51,061 人

□ グループ各社



*1 金融決済取扱高：クレジットカード・バーコード決済など

*2 再生可能エネルギー指定の非化石証書なども含む実質的な再生可能エネルギー

*3 2024年5月現在

特集

「最高のCX」実現のためのアプローチ

ドコモはお客さまやパートナーとともにイノベーションを起こし、ドコモグループの挑戦としてカスタマーファーストを追求し、お客さまの期待を上回る新たな価値を提供してきました。2024年度からはお客さま理解をさらに深化させ、お客さまを起点とする事業運営を推進することで、最高のCX（顧客体験価値）の実現をめざして取り組んでいます。

1 最高のCX実現に向けた方針の策定

全体方針

最高のCXを徹底的に実現するために、顧客アプローチを変革。パートナー成長・地域課題を解決するとともに、ドコモのブランド力を向上しFANを増やしていく。

- ・「最高のCX」を社員一人ひとりが当事者意識をもち、徹底的に磨き上げる。
- ・NPS*1・LTV*2・ブランド力向上・収益利益は、その結果として必ずついてくる。

*1 NPS：Net Promoter Score（顧客ロイヤルティを測る指標）

*2 LTV：Life Time Value（顧客生涯価値）

2 最高のCX実現に必要な取組み・方法

これまでの「企業目線のマーケティング」から、「個々客起点のマーケティング」にアプローチ方法を変革していきます。

顧客接点の強化

ドコモショップ、量販店、コンタクトセンター、オンラインをはじめあらゆる顧客接点で、お客さまの声を聴き、声に応え、お客さまに伝える取組みを強化していきます。

顧客理解の進化

顧客接点で得たお客さまの声に対し、シームレスなコミュニケーションや分析・データ活用の高度化によりお客さま理解を深化し、最適なタイミングで最適な提案を届けていきます。

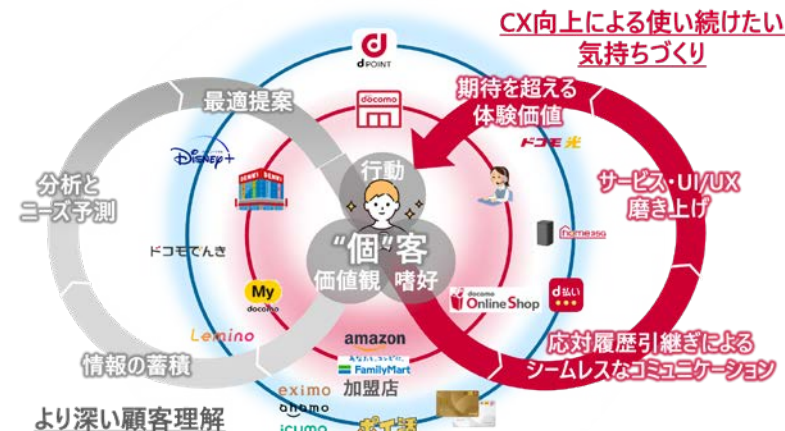
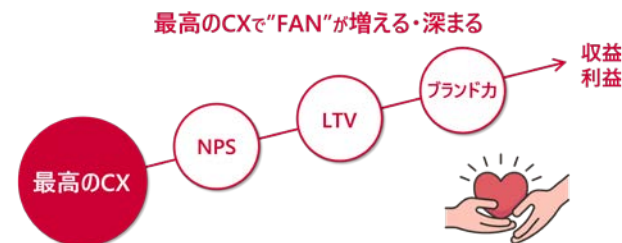
サービスの磨き込み

顧客理解の深化をベースに相関性の高いサービスを理解し、サービスの相互作用を生み出し磨き上げることで、最高のお客さま体験を実現していきます。

3 最高のCX実現へ

一人ひとりが部門の垣根を越えて、お客さまにとっての最高のCXとはなにかを考え続けていきます。

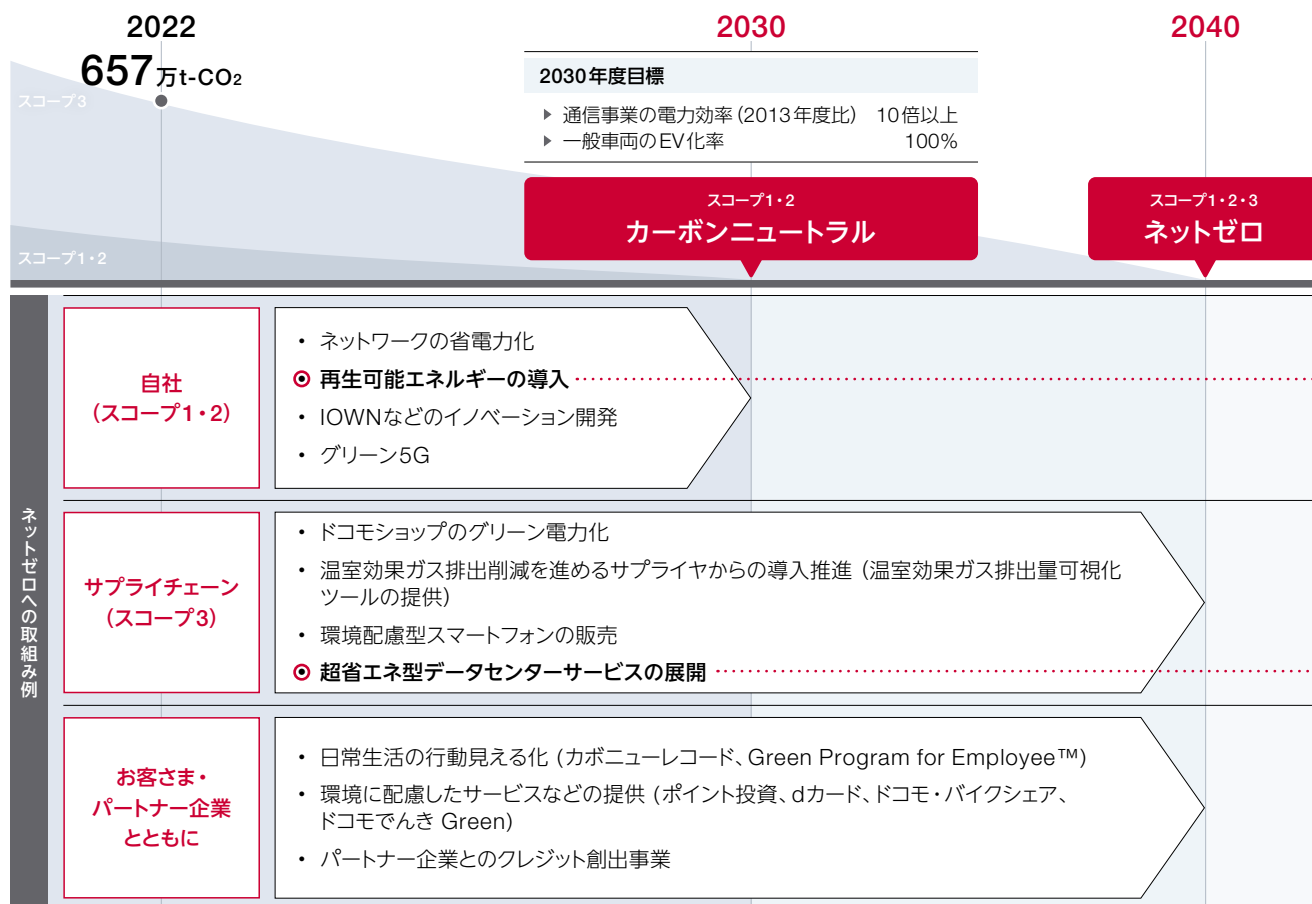
また、ご利用状況や満足度を評価する指標を設定し、お客さまの声に耳を傾け、サービスの磨き上げ・改善を続けていきます。



特集

ドコモグループのネットゼロ

ドコモグループは2021年以降「2030年カーボンニュートラル宣言」を推進してきました。2023年にはさらなる取組みとして温室効果ガス排出削減目標をサプライチェーン全体に拡大する「2040年ネットゼロ」[\[P.34\]](#)を発表しました。脱炭素社会の実現に向けて2040年までにサプライチェーンも含めた温室効果ガス排出量の実質ゼロをめざします。今後もグループ一体となりさまざまな施策を通じて、お客さま・パートナー企業とともに、社会全体の脱炭素に取り組んでいきます。



2040年ネットゼロに向け取組みを加速

◎ 再生可能エネルギーの導入

オフサイトPPAの仕組みを活用した太陽光発電の導入エリアを拡大しています。さらに、2024年度からは東北エリアの一部にてバイオマス発電の導入を開始しました。



バイオマス発電所
(届出名称:向浜発電所)

◎ 超省エネ型データセンターサービスの展開



超省エネ型データセンターサービス「Green Nexcenter®」を2025年3月に提供開始予定です。大量の電力を消費する液冷(Direct Liquid Cooling)方式サーバーにも対応することで冷却に必要な電力量を大幅に削減し、脱炭素の推進にも貢献します。

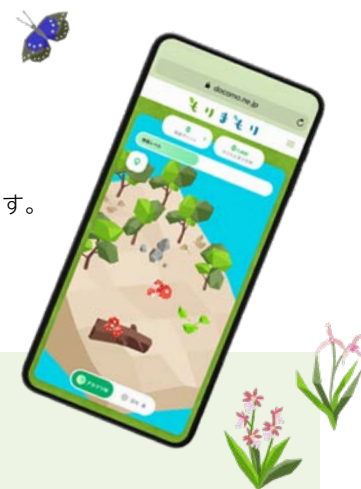
特集 ICT技術を駆使したドコモの生物多様性への取り組み

環境問題への関心がいっそうが高まるなか、ドコモは長年、社員を中心にドコモの森にて森林保全活動を進めてきました。

さらに、ドコモの森に生物多様性の観点から「守る森」「学ぶ森」「遊ぶ森」をコンセプトに加え、お客さまや地域のみなさまも取り組みに参加できる場や機会を広げています。

なかでも「遊ぶ森」では、ドコモのICT技術を活用し、ゲームをきっかけに生物多様性への新たななかかわり方を提案する「もりまもり」を開発しました。

ドコモはこれからもステークホルダーのみなさまとともに生物多様性保全に取り組んでいきます。 [\[P.46\] 生物多様性の保全](#)



もりまもりとは？

バーチャル空間で再現されたドコモの森を舞台に、生物多様性保全について学びながら、希少生物が住みやすい環境を整備し、実際の環境保全活動に参加できるWeb3ゲーム*。

* Web3ゲーム：ブロックチェーン技術を用いたオンラインゲーム

01



タップで森を整備

02



希少生物を守る

03



ドコモの森に還元

もりまもりで
ドコモが
伝えたいこと

- ▶ 生物多様性保全には人のお手伝いも必要
- ▶ 継続的な活動・行動が重要
- ▶ “人”が与える自然への影響を知る
- ▶ できることを“それぞれ”のやり方で

遊ぶ森・もりまもりで

「ドコモらしく」生物多様性の課題へアプローチ



日本自然保護協会とのコラボNFT

ゲームをしながら環境意識を醸成

ユーザーは害獣捕獲や落葉の除去など、実際の環境整備・維持に必要な活動をゲーム上で体験します。生物多様性保全に携わる専門家の監修を受けた「整備」を積み重ねることで、ユーザーの整備レベルが上がり、それに伴い希少生物が現れ、NFTを獲得できる仕組みとなっています。もりまもりで発行されるNFTは他人に譲渡できないため、獲得NFTを増やしていくことが環境や生物多様性保全への意識の高まりや、ドコモの森の保全活動貢献などの証明としてブロックチェーンに記録されます。また、日本自然保護協会とのコラボNFTも発行するなど、外部とも連携しています。



実際に環境保全への取り組みにつなげる



ドコモでは、ユーザーがもりまもり上で獲得したNFT総数に応じて、ドコモの森に植林を実施します。また、ゲーム内で森の環境保全に貢献したユーザーのなかから、抽選でドコモの森での植林活動に招待するイベントも開催します。

※ もりまもりの配信は2024年4月16日～2024年9月30日。ドコモの森への保全活動は2025年3月31日までに実施予定

ドコモの企業理念

私たちは「新しいコミュニケーション文化の世界の創造」に向けて、個人の能力を最大限に生かし、お客さまに心から満足していただける、よりパーソナルなコミュニケーションの確立をめざします。

新しいコミュニケーション文化の世界

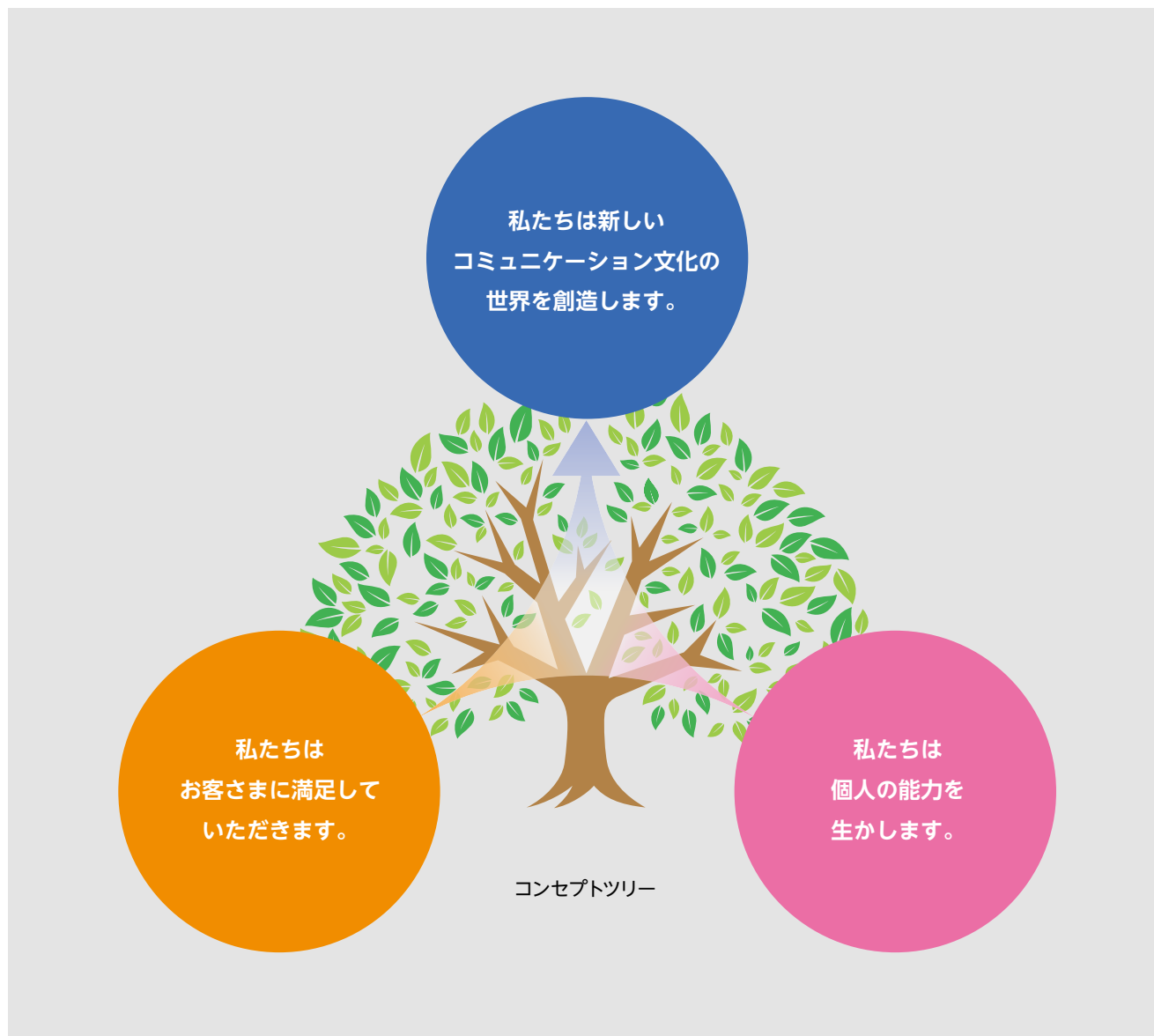
より新しい、より豊かなコミュニケーション文化の世界を実現させるため、私たちはサービス品質の改善をはかり、人にやさしい高度なヒューマンインターフェースをめざした技術開発や、より多彩なサービスの企画開発を積極的に進めるとともに、より広いエリアでサービスを提供していきます。

お客さまの満足

私たちは、まずお客さまへの対応を充実させ、サービス品質の改善や独自ネットワークの構築、機能の充実、サービスエリアの拡充をはかります。さらには、より充実したサービスを低廉な料金で提供することにより、さまざまなお客さまの満足にお応えしていきます。

個人の能力を生かす

人材育成制度を充実し、人事育成一体化を推進することにより、個々の能力活用をはかるとともに、環境・労働条件の向上、福利厚生充実など、働きがいのある職場づくりを行っていきます。

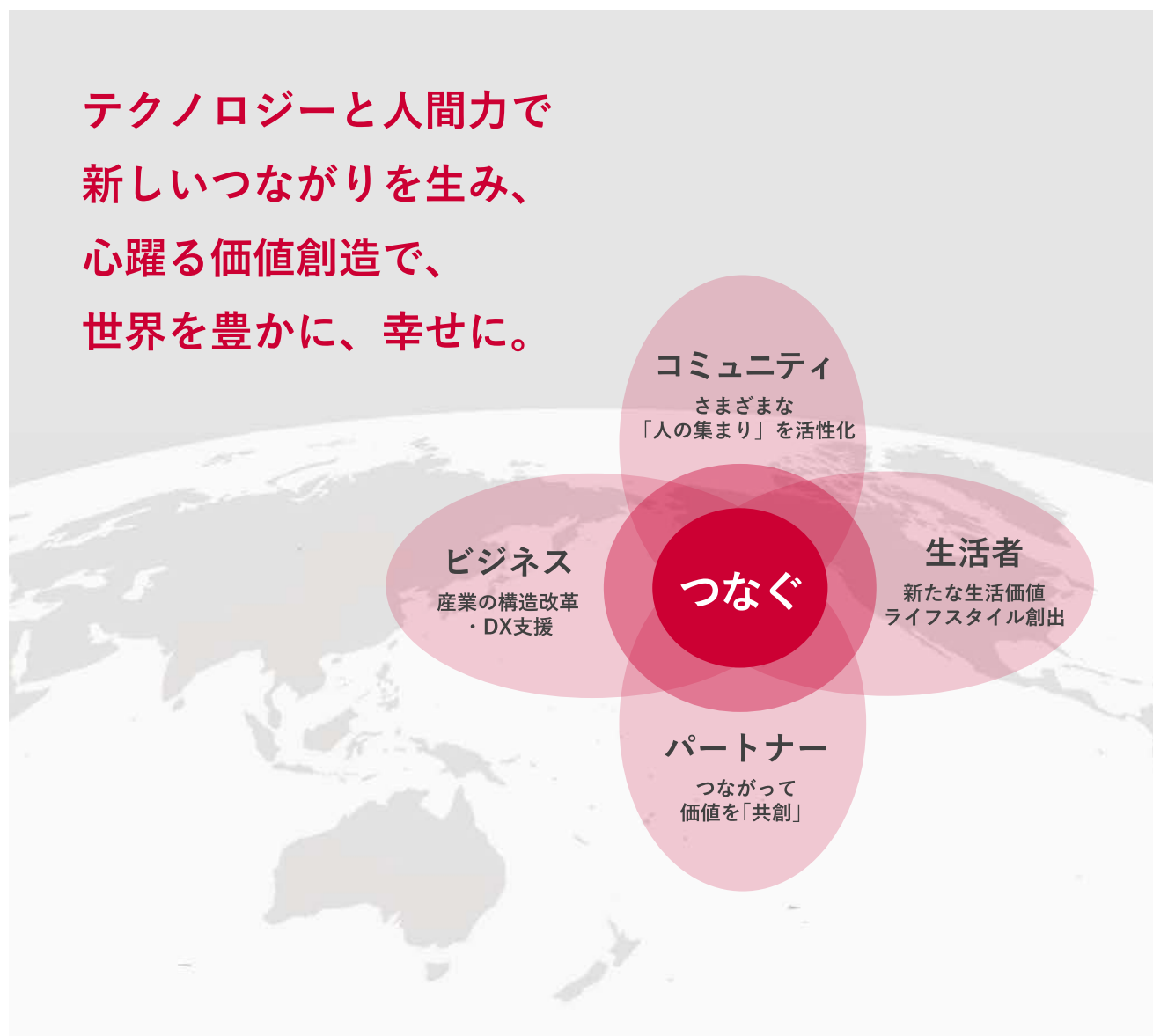


ドコモグループビジョン

ドコモグループがどのように新しい価値を生み出していくのかを表現したのが「グループビジョン」です。

ドコモグループには多様な事業領域があります。私たちは「つなぐ」を価値創造の源泉として、それぞれの事業の強みをつなぎ、掛け合わせることで、パートナーのみなさまとともに新しい価値を生み出し、さまざまなお客さまやコミュニティに届けていきます。

テクノロジーと人間力で
新しいつながりを生み、
心躍る価値創造で、
世界を豊かに、幸せに。



■ ブランドスローガン、ブランドステートメント

つなごう。驚きを。幸せを。

時代とともに、

さまざまなものをつないできた私たち。

しかし今、

世界中のさまざまな困難が、

ただ「つなぐ」だけでは解決できない課題があることを、

浮き彫りにしている。

だからこそ今、私たちは改めて

「つなぐ」の可能性に向き合いたいと思う。

私たちは、驚きを、つなぐ。

変わることをおそれず、

絶えずイノベーションを起こすことで、

心と社会を動かしつつける。

私たちは、幸せを、つなぐ。

人が誰かを思う気持ちによりそい、

企業や地域が前進する力を後押しすることで、

よろこびと安心を支えつつける。

つなぐ。

そこには無限の可能性がある。

まだない可能性を引き出し、

心躍る価値を生み出すために。

すぐに、すみずみまで、最後まで、つなぐ。

時には誰かと手をつなぎながら、

ともに、どこまでも、つなぐ。

ただつなぐだけでは、足りない。

「つなぐ」すべてをやりきって初めて、

本当の驚きも、幸せも、つながっていく。

すべての人が豊かさを感じられる世界をめざして、

つなごう。



ドコモグループ行動原則

ドコモグループは、事業に携わる一人ひとりが大切にすべき価値観と、それを行動に結びつけるための指針として、「ドコモグループ行動原則」を策定しました。私たちは、これらの原則を意識し行動することで、ブランドスローガンである「つなごう。驚きを。幸せを。」の実現に向けて挑戦していきます。

グループ社員として持つべき責任感

つなぎきる

常に社会の利益を考え、
誠実に真摯に「つなぐ」をやりきる

「お客さま起点の事業運営」を行うために

当事者意識

目の前の仕事だけでなく
“ドコモグループの仕事”
すべての当事者になる

リスペクト

パートナーや仲間と
共に学び尊重しあい、
お客さまの期待を超えていく

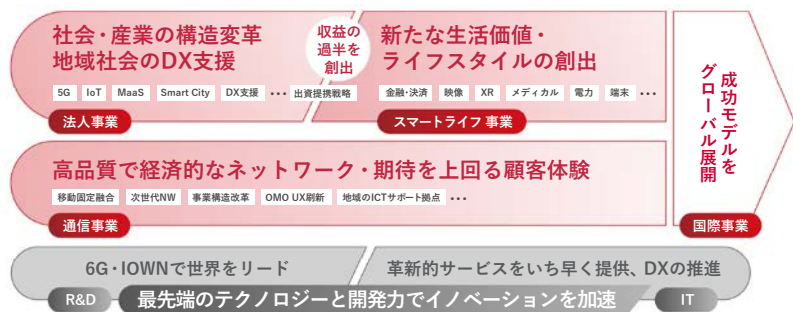
チャレンジ

お客さまの喜ぶ顔を想像しながら、
新しい価値創造への
挑戦を止めない

ドコモグループの中期戦略・経営目標

ドコモは、2021年10月に「新ドコモグループ中期戦略」として、新しいドコモグループの挑戦、中期戦略・経営目標について発表しました。

中期戦略



法人事業

NTTコミュニケーションズを中核に新ドコモグループとして法人事業を統合し、営業体制の強化と移動固定融合サービス・ソリューションの充実を図ります。そして、2025年度には法人事業を2兆円以上に拡大し、社会・産業DXのリーディングカンパニーをめざします。

スマートライフ事業

お客さま理解のさらなる深化によるお客さま体験価値の向上に向け、2024年7月

からスマートライフとコンシューマ通信の一体的な事業運営を開始しました。dポイントを中心としたドコモ経済圏の拡大によりカスタマーエクスペリエンスを追求し、一人ひとりのお客さまニーズに沿った端末・料金・スマートライフサービスなどのサービスミックスによる一体的な提案強化を実施することで、収益拡大と顧客基盤の拡大をめざします。そして、2025年度には新ドコモグループ収益の過半をスマートライフ事業と法人事業で創出します。

通信事業

すべてのサービスとコンテンツの土台となる通信サービス品質の改善と信頼回復を最重要課題とし、お客さま体感にこだわってプロアクティブな改善を進めることで、さまざまなサービス・コンテンツを快適にご利用いただくための環境を整え、最良のブランド体験をお届けします。

そして、多様なニーズに応える料金・サービスと販売チャネルの変革をパートナーとともに実現し、期待を上回る顧客体験を創出します。これらの取組みにより、「顧客基盤の拡大」と「販売・ネットワークコストの最適化」の構造改革を実現し、通信事業の中期的な利益維持・成長軌道への転換を図ります。

成功モデルをグローバル展開

ドコモとコミュニケーションズのケイパビリティの融合やNTTデータ・NTT Ltd.との連携により、これまで培ってきたサービス・ソリューションや新しいテクノロジーを活用した成功モデルを、NTTドコモ・グローバルを中心にグローバル展開していきます。

サービス創出・開発力強化

革新的サービスをいち早くお客さまに提供し、グループ全体のDXを加速するためソフトウェア開発力を徹底的に強化します。

最先端のテクノロジーでイノベーションを加速

オープンイノベーションをリードし、パートナーとともに世界を変えていきます。6G・IOWNについては、NTT研究所と連携し、早期の実用化をめざします。また、衛星・HAPSを活用した非地上系ネットワークの実現に取り組めます。

サステナブルな社会の創造に貢献

事業運営とESG課題への取組みを一体的に推進し、サステナブルな社会の創造に貢献します。2021年9月に発表した「2030年カーボンニュートラル宣言」を、新ドコモグループとして実現します。また、多様性推進・ワークスタイル変革にもより一層取り組んでいきます。

[P.14] ドコモのサステナビリティ

□ 新ドコモグループ中期戦略

» 2023年度実績

項目	実績
法人事業*	18,817億円
スマートライフ事業*	10,908億円
コンシューマ通信事業*	34,248億円
dポイントクラブ会員数	1億
携帯電話契約数	8,994万
金融決済取扱高	131,200億円
決済・ポイント利用可能箇所	536万か所

*営業収益