



代表取締役社長
中村 維夫

私たちNTTドコモは、従来の音声利用が中心だった携帯電話を、iモードによって誰もがメールやインターネットを使える、まさに「ITインフラ」へと発展させてきました。そして今、24時間常に人々の身近にあるという携帯電話の特性を活かし、日々の生活により密着したサービスを展開する「生活インフラ」化を進めています。

この生活インフラとしての携帯電話は、既に目に見える形となって実現し始めています。その一つが「おサイフケータイ*」ですが、対応端末数は、2007年3月に2,000万台を超えました。中でもクレジットビジネスについては、「おサイフケータイ」で利用可能なケータイクレジット「iD」「DCMX」を開始しています。また、日常で必要不可欠な情報検索や音楽、映像といったパソコン上などで提供されるサービスが、今やその多くを携帯電話でもご利用いただくことが可能となっています。このようなサービスをお客様が安心して利用できる環境を整えるため、パケット定額制を提供しており、2007年5月時点で定額制の契約数は1,000万契約を超えております。今後も、引き続き多くのお客様が定額制プランにご加入されるものと見込んでおり、利用環境の充実と併せて更なるサービス開発を進めてまいります。

日本の携帯電話業界では、携帯電話番号ポータビリティ(MNP)や新規事業者の参入など競争が激化しています。私たちNTTドコモは常に新しいサービスを打ち出し、競争対抗だけではなく「一步先へ」進んだ携帯電話の姿を追い求めてまいります。これからのドコモに、携帯電話の未来に、どうぞご期待いただきたいと思います。

中村 維夫

2007年7月

代表取締役社長

中村 維夫

*非接触ICチップ「FeliCa」を搭載し、携帯電話端末に交通機関の乗車券や定期券、電子マネーやクレジットカード、会員証やポイントカードなどの機能を持たせるサービス。

Q1. 2006年度の業績について教えてください。

A1. 増収減益となった決算ですが、FOMAへの移行が計画を上回る実績となるなど、将来に向けた事業基盤を整えることができました。

2006年度は、MNPが導入され、通期の解約率は前年度(0.77%)比微増の0.78%にとどまったものの、携帯電話市場全体が活性化したため、端末販売数は前年度の約2,500万台から約2,600万台へ増加しました。こうした状況の中、営業収益は前年同期比0.5%増の4兆7,881億円となりましたが、端末機器原価の増加により、営業利益は前年度比7.1%減の7,735億円となりました。

この結果につきましては、短期的には利益が減少することとなりましたが、movaからFOMAへの移行を順調に進展させFOMAの契約数が通期予想を約70万契約上回るなどの成果を生んでおり、将来に向けた事業基盤を整えることができました。

Q2. MNP導入の影響をどのように受け止めていますか?

A2. MNPを利用したお客様の移動は想定よりも小幅にとどまったものの、料金やネットワークに対するイメージとプロモーションの改善に取り組まなくてはなりません。

2006年10月から開始されたMNPによる当社の契約転入出は、2007年3月末累計で約63万契約の転出超となっておりますが、MNPを利用したお客様の移動は想定よりも小幅にとどまりました。また、MNPの利用は徐々に減少傾向にあるとみています。なお、MNPを利用しないお客様の新規契約数は堅調に推移しており、2006年度年間の契約者数増減は約148万契約の純増となっております。

転出されたお客様は、料金とネットワークに不満を持っておられたと考えています。料金については、現状でもお客様に最適な料金プランを選択いただければ他社に遜色ない料金水準であると考えておりますが、従来からお客様が持つ「ドコモは高い」との印象が影響しているものと思われま。ネットワークも同様に、エリア整備に力を入れてかなり改善してきていますが、FOMAサービス開始当初の「つながりにくい」との印象がまだ残っているようです。

今後は、ドコモの料金に対する割高イメージの払拭や各種割引サービスへの勧奨など、プロモーションも含めたお客様へのアプローチを強化するとともに、ネットワークの更なる整備を図り、常にお客様の視点で様々な検討と対応を進めてまいります。

Q3. 2007年度以降、どのように事業運営を行っていく方針ですか?

A3. これからは「一歩先」を意識した携帯電話の新たな価値を提案し、「生活ケータイ」への進化に努めてまいります。

2007年度以降は、これまでの競争対抗を中心としたフェーズから、「新たなジャンルの開拓、先進的な端末の開発、快適な利用環境のご提供」の実現に真っ向から挑戦し、「一歩先へ」を意識した携帯電話の新たな価値を提案していきたいと思っています。ドコモは、自社の研究開発力を基盤に端末からネットワーク、そしてアプリケーションを連携させる事ができる強みがあります。今後もこういった強みを活かしたサービス開発を進めていくと共に、コアビジネスの強化とコスト削減にも力を尽くしてまいります。

おサイフケータイをベースにした「iD」「DCMX」など生

活をアシストするサービスと、定額制の広がりと併せて拡大する音楽や映像などのサービス、そして拡大する国際サービスなど、携帯電話をよりユーザーの生活に密着した「生活ケータイ」へと進化させていきます。

Q4. 成長が頭打ちになっているのではないかと懸念がありますが、今後はどのように売上を伸ばしていくのでしょうか？

A4. 定額制の普及をベースとしたサブスクリプション収入*の増加やクレジット事業を始めとしたノントラフィックビジネスの展開に注力するとともに、国際サービスの拡大により新たな成長を目指します。

確かに日本における携帯電話の普及率は既に75%に達しており、契約数は当社だけでも2007年3月時点で5,200万契約をこえています。ただ、これらのお客様の中にはまだ、音声通話とメールしか利用されていない方も多くいらっしゃいます。こういった方々を含め、お客様に、様々な携帯電話のサービスを提供し、より多くご利用いただくことによって売上の増加をはかる事が可能だと考えています。

定額制の普及は、こうした利用増と密接に関連しており、お客様はパケット料金を気にせず安心してさまざまなコンテンツを利用できるようになります。現実には、ご利用の少なかったお客様でも月々の利用が増え、安心してサービスを利用するために更にパケット定額制へ加入する方が多くなっています。こういったお客様のパケット定額制への加入はパケットARPUを底上げする効果があります。さらにネットワークの高速化や音楽・映像等のリッチ・コンテンツを提供することにより、コンテンツ利用増およびサブスクリプション収入によって売上を向上させることができると考えています。

また、当社は音声やデータなどのトラフィックに依存し



ないノントラフィックビジネスの展開を進めています。その一つのクレジット事業では、ケータイクレジット「DCMX」が2007年3月末時点で200万契約を達成し、「iD」決済端末の設置は15万台に達しております。2007年度は、主要コンビニエンスストアや大手スーパーの多くで利用可能となる重要な年であり、当社は「DCMX」会員数を400万人と見込むとともに、「iD」決済端末数を25万台にまで拡大していきます。クレジット以外では、GPSや「おサイフケータイ」「トルカ**」などの端末機能を用いて人々の生活をアシストする周辺分野のビジネス開拓に努めてまいります。

もう一つの柱となる国際サービスは、早期の売上拡大を期待しています。ローミング対応端末の普及により自端末でのローミング利用が伸びており、2006年度の国際サービス収入は前年度比36%増の約340億円となりました。今後、主力機種にはローミング機能を標準搭載していきたいと考えており、国際サービスはさらに成長を続けていく見込みです。

* サービス加入者からの定額料金の支払による収入

**携帯電話をリーダー/ライターにかざすことによりクーポン券などを取り込む機能

Q5. コスト削減への具体的取り組みと今後の見込みについて教えてください。

A5. ネットワークおよび端末に関わる費用を中心に、コスト削減に確かな手ごたえを感じています。

当社の費用のうち、主なものは通信ネットワークの構築や維持にかかる費用と、端末の調達および販売に関わる費用ですが、今後は共に低減していく見込です。

ネットワーク関連では、ネットワークのIP化や基地局回線の自社化等を図るとともに、経済的な新装置導入、物品調達価格の低減、設計・工事の工夫等により更なるコスト削減に取り組んでいます。設備投資については、面的展開が一巡したことから、2006年度の投資総額9,344億円から減少すると考えており、今後はサービスの多様化や定額制の普及に伴うネットワークの高速大容量化と、更なるエリア品質向上に取り組んでまいります。なお、2007年度の設備投資は前年度比1,844億円減の7,500億円を見込んでいます。

端末関連のコストに関しては、従来FOMA販売比率の上昇に伴って、端末調達コストが上昇する傾向にありましたが、2006年度ではFOMA販売比率が既に90%を超えており、今後比率が上昇する余地は小さいことから端末調達コストの上昇は抑えられると予想されます。また、通信用LSIとアプリケーション用LSIを1チップ化して製造コストの低減を図るほか、共通プラットフォームの導入によりソフトウェアの開発コストや試験工程に掛かる費用も抑制しています。更に、「9シリーズ」より安価な「7シリーズ」などのFOMA端末の機能や薄さ・デザインなどの特徴についても大きく向上させてきた結果、安価ながら特徴のある端末の販売比率が上昇しており、プロダクトミックスの適正化による端末調達コストの削減にも手ごたえを感じています。

Q6. 株主還元について教えてください。

A6. 2007年度の配当は1株当たり4,800円に増配し、自己株式取得についても実施していきたいと考えています。

当社は、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題と考えており、これまでも配当と自己株式取得の2本立てを進めてきました。

2007年度は、配当をより重視するという判断から、通期の1株当たり配当金について20%増配し4,800円を予定しております。これに伴って連結配当性向は44%となる見込です。また、2007年度の自己株式取得に関しては、総会授権枠として2,000億円、100万株を2007年6月の株主総会において承認いただいております。この枠の中で実施していきたいと考えています。

一方で株主の皆様への期待に応えるためにも、成長に向けた投資は今後も必要だと判断しています。利益還元と成長投資のバランスを取りながら、企業価値を最大限に高めていくことが私の責務だと考えています。

株主ならびに投資家の皆さまにおかれましては、今後とも当社の事業運営に対するご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。