

OVERVIEW OF OPERATIONS

高速通信や映像、グローバル対応を標準搭載した端末。データ定額制というプラットフォームの上で安心して楽しめる映像やゲームなどのコンテンツの充実。高速大容量かつエリア品質も高く、快適にご利用いただけるネットワーク環境——。携帯電話の「一歩先」を目指して進もうとしているドコモの携帯電話。2006年度は、その基盤を十分に固めました。

本章では、FOMAネットワークエリアの拡大や質的改善、定額制の充実などお客様にご満足いただける料金体系の構築、端末機能とラインアップの充実や、これらを一体で開発できる当社ならではの強みを生かしたR&Dなど、当社が実施してきた総合力の強化についてご説明します。

セグメント情報		端末		国際		新規事業	
P24	P26	P28	P30	P31	P32	P33	P34
	ネットワーク		サービス		料金・アフターサービス		研究開発

セグメント別営業収益及び営業損益

		百万円		
		2004年度	2005年度	2006年度
携帯電話事業	営業収益	4,755,815	4,683,002	4,718,875
	営業損益	875,382	844,435	803,671
PHS事業	営業収益	63,095	41,741	23,429
	営業損益	(85,881)	(9,469)	(15,383)
その他事業	営業収益	25,700	41,129	45,789
	営業損益	(5,335)	(2,327)	(14,764)

※2005年度のセグメント区分の一部見直しに伴い、
2004年度の実績についても組替え再表示を行っております。
【見直し内容】
・個別で表記していたクイックキャスト事業についてはその他事業に組み入れ
・国際サービスについてはその他事業から携帯電話事業へ組み替え

1. 携帯電話事業

(1) 2006年度の概況

全体の状況

携帯電話事業の営業収益は4兆7,189億円(前年比0.8%増)、
営業利益は8,037億円(前年度比4.8%減)となりました。

各種料金施策の導入に伴う減収影響はあったものの、総合力の
強化への取り組みが奏功して、MNP導入後も解約率は低水準
(通期で0.78%)を維持しました。

FOMAサービスとmovaサービスを合わせた携帯電話のARPU
は、音声ARPUが引き続き減少傾向で前年度比6.8%減の4,690
円でした。一方、パケットARPUは定額制の契約が増加しているも
のの、「iチャネル」などのPUSH型情報配信サービスの利用者増や
FOMAへのマイグレーションの進展に伴って前年度比6.9%増の
2,010円となり、総合ARPUは同3.0%減の6,700円となりました。

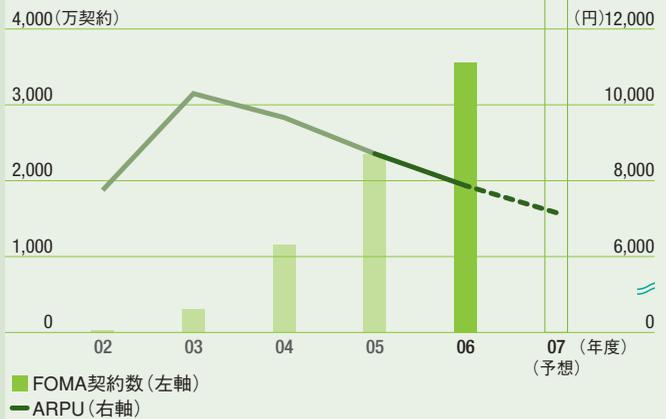
携帯電話(FOMA)サービス

FOMAネットワークの品質向上や「903i/703iシリーズ」の発売
などの各種施策に取り組んだ結果、2007年3月末の契約数は前
年度比51.4%増の3,553万契約(携帯電話契約者の67.5%)に
達しました。これに伴い、音声収入は前年度比53.3%増の1兆
7,930億円、パケット通信収入は前年度比58.5%増の9,719億円
へと大幅に増加しました。

携帯電話事業の営業収益及び営業損益



FOMA契約数とARPUの推移



* 国際サービス収入の増加傾向に鑑み、2005年度より、上記のARPUの数値に
国際サービス収入を含めて記載しております。
詳細は46ページをご参照下さい。

なお、2006年度通期の音声ARPUは5,070円、パケットARPUは2,790円で総合ARPUは前年度比9.7%減の7,860円となりました。

movaサービス

FOMAへのマイグレーションの進展に伴い、2007年3月末時点のmova契約数は前年度比38.3%減の1,709万契約となりました。なお、2006年度通期の音声ARPUは4,190円、iモードARPUは990円、総合ARPUは前年度比13.2%減の5,180円でした。

iモードサービス

2006年度に実施した検索サービスの充実や2005年9月にサービスを開始した「iチャンネル」(2007年3月末時点で1,058万契約)などが貢献して、契約数は前年度比2.6%増の4,757万契約となりました。

(2) 2007年度の見通し

2007年度末の携帯電話(FOMA+mova)サービスの総契約数は、2006年度末比2.4%増の5,389万契約を見込んでいます。

当社は引き続き、お客様重視の施策と総合力の強化による契約者数の拡大に努めておりますが、ARPUの緩やかな低減傾向が継続することを想定し、営業収益については前年度比1.3%減の4兆7,280億円を見込んでいます。なお、営業利益については、販売

数の減少、端末調達コストの低減やFOMAエリア拡大の一巡に伴う設備投資額の減少などを想定し、前年度比0.8%増の7,800億円と見込んでいます。

2. PHS事業

2006年度の営業収益は234億円(前年度比43.9%減)、営業損失は154億円となりました。なお、本サービスは、2005年4月30日をもって新規受付を終了し、2007年4月に2008年1月7日をもってサービスを終了することを決定いたしました。

PHSをご利用のお客様に対しましては、引き続きFOMAへの移行促進に取り組んでいきます。

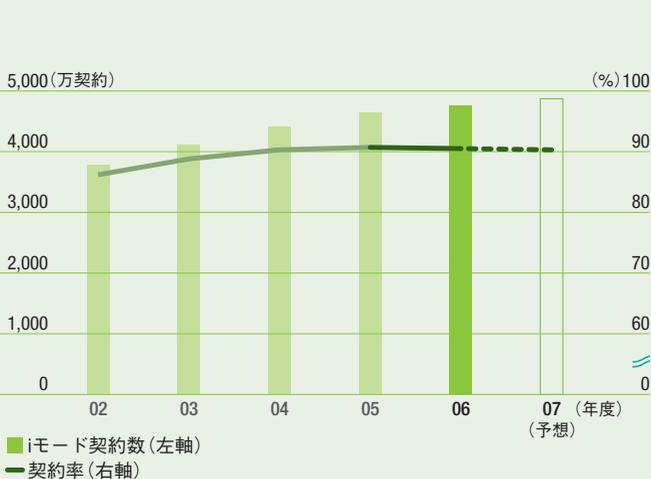
3. その他事業

2006年度の営業収益は458億円(前年度比11.3%増)、営業損失は148億円となりました*。また、1台の端末で内線電話やIP電話、FOMAとして通話できる「ビジネスmoperaIPセントレックス」の提供を開始したほか、モバイル技術を活用した各種システムソリューションの開発・販売などにより収益の拡大を図っています。

なお、「クイックキャスト」サービスについては、2007年3月31日をもってサービスを終了しました。

*「おサイフケータイ」や「iD」、「DCMX」などの進捗についてはP.33をご参照ください。

iモード契約数と契約率の推移



その他事業の営業収益及び営業損益



MNPが開始された2006年度に、当社は“いちばん「つながる」ケータイへ。”をコンセプトに掲げ、FOMAエリアの拡大や通話品質の向上、容量対策といったネットワーク強化に向けた取組みを一層強化しました。

1. FOMAエリアの総仕上げ

2006年度は、MNP導入に向け競争力を更に強化すべく、積極的なエリア充実に努めてきました。2007年3月末時点で、屋外基地局については35,700局（2006年3月末比11,700局の増）、屋内施設については10,400施設（同4,000施設の増）と、当初の想定以上にエリアの充実に努めることが出来ました。

エリアカバレッジではmovaを超える水準を実現

エリアカバレッジに関しては、2007年3月末時点で、人口カバー率*100%を達成。全国すべてのJRの駅、道の駅、高速道路のサービスエリア・パーキングエリア、大学・短大・高専・高校もエリア化し、1993年にサービスを開始したmova（デジタル）をも上回る水準を実現しました。

* 人口カバー率は、市町村の役場が所在する地点における通話が可能か否かを基準に算定しています。

お客様の声をもとに、迅速にエリア品質を改善

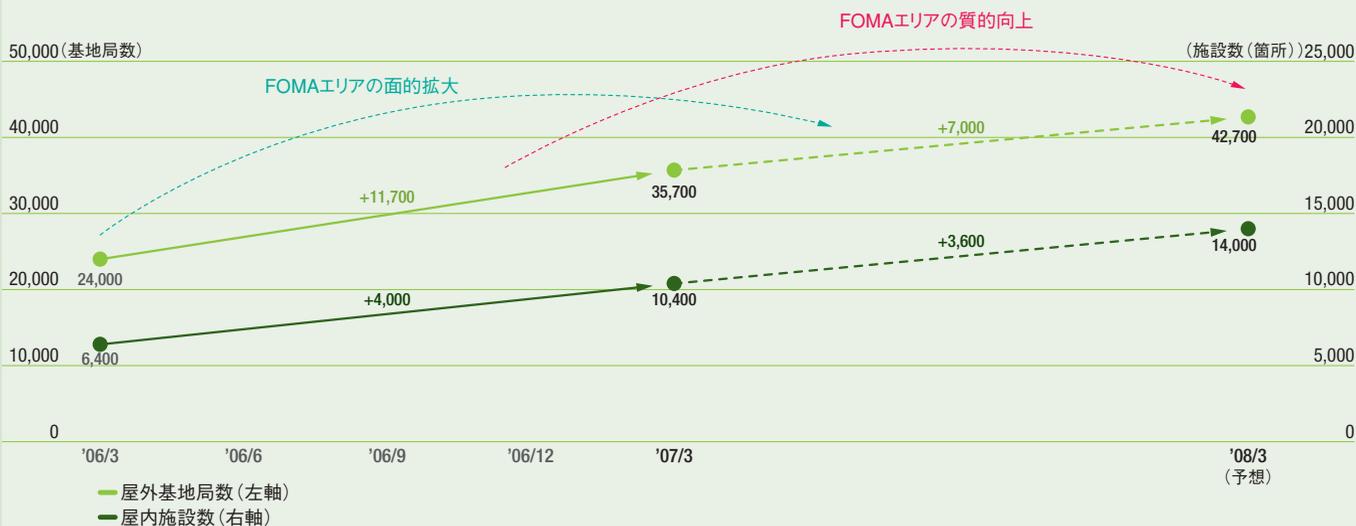
エリア品質の向上に関しては、お客様の声や日々の電波状況調査をもとに、品質改善に努めております。お客様の声についてはコールセンター、ドコモショップやドコモのWebサイトより収集しています。Webサイトを通じていただいたご意見・ご要望は、2006年6月に専用のページを開設して以来、約106,000件*に達しました。ご意見・ご要望の多くは屋内利用に関する内容であり、このようなお客様の声を受け止め、日々きめ細かいエリア品質の改善を進めております。その結果として、お客様から約4,300件の“電波がよくなった”等の書き込みを頂戴しました。

* 2007年3月末時点。ドコモ中央に対し頂いた件数。

2. 新サービス提供に向けたインフラ整備

2006年度は面的なエリア拡大を中心に実施してきましたが、2007年度については、従来から実施しているお客様の声への対応を更に強化し、質的な改善を実施していきます。また、データ通信定額制の普及に伴い益々ニーズの高まる高速・大容量通信を快適に利用していただくためのインフラ整備に注力します。

FOMAサービスエリア 屋外基地局数及び屋内施設数の推移



データ容量増に対応した設備増強

データ通信定額制の導入以来、加速度的に増加するデータ通信量に対応すべく、iモードサーバの増強を図るとともに、多様な周波数に対応した新型基地局装置の導入を更に進めます。なお、基幹網については、コスト効率に優れ、かつ高速・大容量のデータ通信が可能なIPルータ網を既に導入しております。

先進サービスを提供する基盤となるHSDPAの拡大

2006年8月に開始したHSDPAは、従来のFOMAに比べ受信速度が約10倍（最大3.6Mbps）と非常に高速であることから、映像をはじめとしたリッチなサービスを提供する基盤となります。HSDPAが利用できるエリア（FOMAハイスピードエリア）は、2007年3月に人口カバー率約80%に達しており、2008年3月には90%まで拡大させる予定です。

4つの取り組みでエリア品質を強化

品質向上[エリアの深さ]

- エリア内の受信感度の向上
受信感度向上による屋内での利用拡大。屋内専用基地局の積極展開
- 施設カバー率のアップ
地下街、高層マンション、ショッピング施設

エリア最適化

- 既存基地局の電波の調整
基地局電波の勢力範囲の調整により電波の干渉を防止
- アンテナ、基地局構成の調整
ロケーションに最適なアンテナ、基地局構成の選定

容量対策

- 設備増設によるトラヒック容量確保
チャンネル数の増加
- 屋内専用基地局による屋外エリアのトラヒック分散
- 新周波数帯による容量確保

エリアの更なる拡大[エリアの広さ]

- エリアカバー率のアップ
面的に利用エリアを広げる
- 余暇エリアカバー率のアップ
温泉、スキー場、レジャー施設、ゴルフ場

お客様の声に基づくエリア品質改善を進めています

NTTドコモ ネットワーク本部 無線アクセスネットワーク部 移動無線技術部門 担当部長 / 小林 宏

FOMAエリア整備に関する2006年度の大きな変革は、お客様の声に基づくエリア品質改善を強化したことです。より多くのお客様の声に応えるために、エリア整備に関わるコスト構造を見直し、経済的な基地局装置の導入等によって、効率的なネットワークの構築に取り組みました。これまで「電波がよくなった!」などのうれしいお言葉を数多く頂くことができましたが、今後もより多くのお客様の声に応えていきたいと思っております。



「つながる」を実感! お客様からの声

神奈川県 相模原市

movaからFOMAに変えて、室内でも通話ができる様になりました。

神奈川県 藤沢市

前は申告した際には 部屋により圏外になる場所がありました。いつの間にか、その部屋でもアンテナが3本立つようになっています。その間、特に機種変更していませんので、アンテナが増強されたものと思います。ありがとうございます。

神奈川県 横浜市保土ヶ谷区

movaから10年以上使い続けて、やっと通話が切れたりせずに使える様になりました。有難う御座います。

千葉県 松戸市

JR新八柱駅は以前から圏外で電話もメールもできませんでしたが、「聞かせて!FOMAの電波状況」で何回もお願いして、ついに電波がバリ3になりました!これもドコモさんのおかげです。本当にありがとうございました!

埼玉県 行田市

4月から急に電波状況が良くなりました。FOMAのバッテリーが倍ぐらい持つようになりました。mova時代、途切れて使い物にならなかったのが、FOMAになってやっと継続した通信が可能になりました。格段に品質が上がった感じがします。この点ではドコモ社の努力に感謝申し上げます。

茨城県 行方市

旅行から帰ったら先日までの圏外がバリ3になっていてビックリです。ありがとうございます。

※お客様ご自身で感じられた電波状況をそのまま掲載しています。

当社は、幅広いお客様の多様なニーズに応えるべく端末ラインアップをさらに充実する一方、開発や調達の方から端末原価の低減にも取り組み、収益性の向上を図っています。

1. ドコモの端末ラインアップ

2006年度は、新たにFOMA端末48機種を発売しました。

9シリーズ

最新機能を装備したハイエンドモデルのFOMA「9シリーズ」では、音楽機能に注力した「902iS」シリーズに続き、エンターテインメント面（音楽、メガアプリ、ワンセグ等）やセキュリティ面（バイオ認証やケータイお探しサービス等）の充実に加えてGPS搭載によるナビゲーション等の各種サービスにも対応した「903iシリーズ」を投入しました。

さらに、2007年5月から販売を開始した「904iシリーズ」は、1台の携帯電話で2台分の機能を使い分けできる「2in1」や、端末を振り回したり傾けたりして楽しむ「直感ゲーム」などの一層充実した機能を搭載し、音楽を定額で楽しむ「うた・ホーダイ」にも対応しています。

7シリーズ

FOMA「7シリーズ」では、「702iSシリーズ」に続いて「703iシリーズ」を発売しました。「703iシリーズ」は、デザイン性の高さや折り畳み型3G端末世界最薄の「N703iμ」「P703iμ」に代表されるスリムさに加え、5機種で「おサイフケータイ」に、7機種で「着うたフル」に対応するなど、機能性も一段と向上しています。

SIMPUREシリーズ

シンプルかつコンパクトをコンセプトにする「SIMPUREシリーズ」では、基本機能重視で小型・軽量のN、3G/GSMローミングに対応したL¹、L²を発売しました。

コンセプトモデル

大きく読みやすい文字やワンタッチ発信、音声読み上げ機能などを持つ「らくらくホン」シリーズは、中高年齢層のユーザの圧倒的支持を得て、2007年4月には累計販売台数が1,000万台を突破しました。また、子どもを守る“あんしん機能”を搭載した「キッズケータイ」や、操作部をタッチパネルに変更することで、自分に合わせた操作モードの設定や手書入力を実現した2画面端末「D800iDS」なども発売しました。

2. 来期に向けて

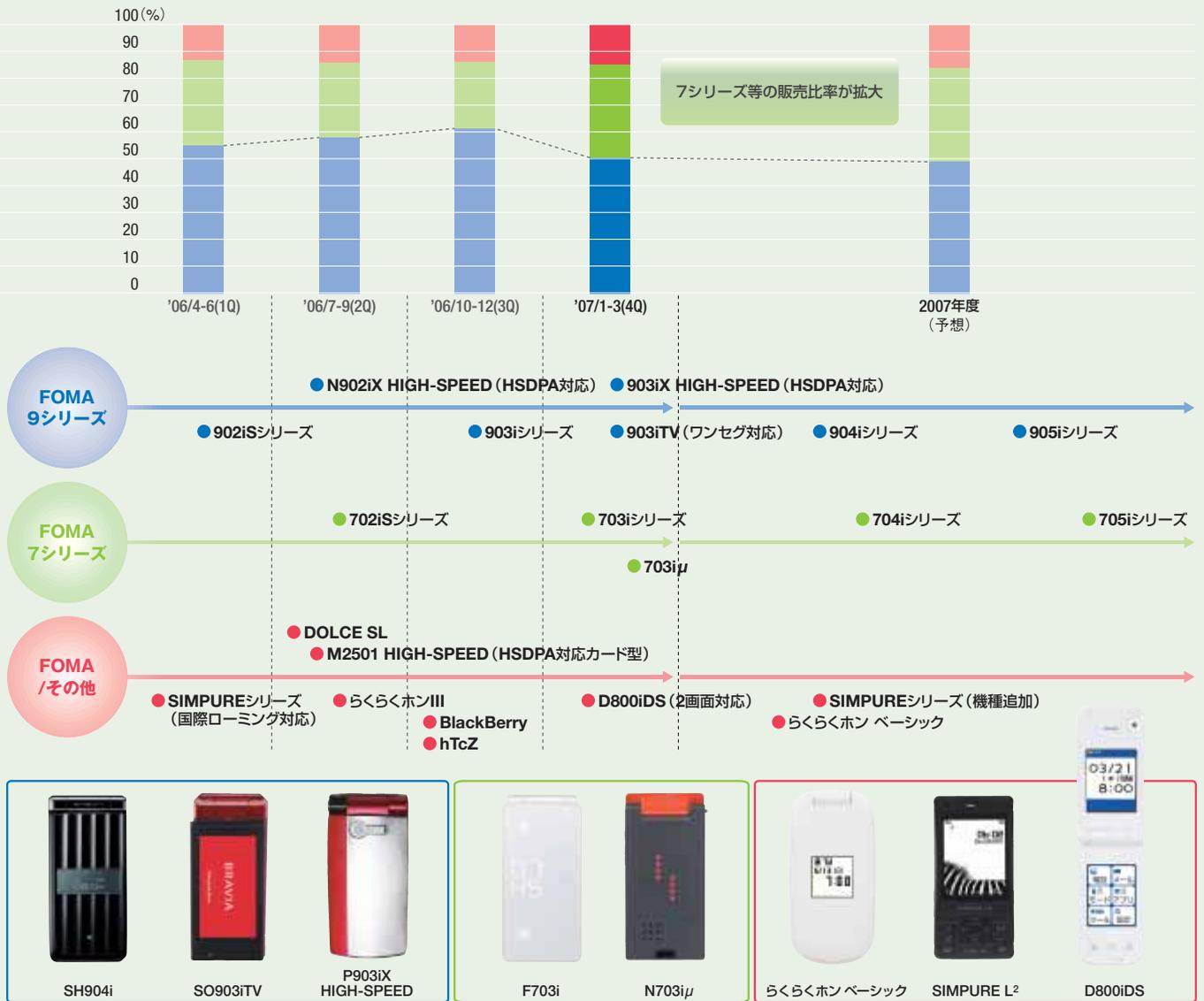
2007年度についても、「9シリーズ」ではサービス展開を考慮した最先端技術をいち早く取り込み、先進性をイノベータにアピールし、「7シリーズ」はユーザ層に合ったタイムリーな機能、サービス、デザイン要素を搭載する一方で、「SIMPUREシリーズ」は引き続きシンプルさを追求するなど、商品ラインアップの一層の充実を進めます。

なお、端末調達コストの低減を推進するために、当社は、①株式会社ルネサステクノロジ等との共同開発によるLSIの1chip化推進②Linux、Symbianプラットフォーム利用によるソフトウェア開発の効率化・共通化③「7シリーズ」や「SIMPUREシリーズ」等の販売によるプロダクトミックスの推進を実施しています。2006年度は、1チップLSIを「903i」の一部機種から搭載し、端末の開発期間短縮とコスト削減を実現しました。2007年度も引き続きこうした端末コスト削減策に取り組みます。

コスト削減の取組



シリーズ別端末販売比率と端末ラインナップ



一步先行く驚きと満足をお届けしたい

NTTドコモ プロダクト&サービス本部 プロダクト部 担当課長/平松 孝朗

音楽、ワンセグ、GPS、HSDPA、2in1、直感ゲームなどを搭載しドコモの携帯電話は次々と進化を遂げています。また、薄型・コンパクトデザイン、防水、シニア向けなど様々なライフスタイルにあわせた多彩なラインナップをご用意し、皆様にご満足いただけるようがんばっています。

これからも、技術で、機能で、デザインで、時代を一步先行く驚きと、お使いいただくほど実感できる満足を皆様にお届けできればと思います。

定額制の普及が進む中、当社は収益確保のために、低トラフィック利用者（ライトユーザ）のバケット利用の底上げを目指し、需要を喚起するサービスの開発に力を入れています。

1. 提供サービスの内容と進捗

(1) PUSH型情報配信サービスの伸張

ライトユーザの利用底上げを目指して2005年9月にサービスを開始した「iチャンネル」は、予想を大幅に上回るペースで伸びています。

最新情報が自動配信される利便性の高さとボタンひとつで詳細情報へアクセスできる操作性の良さが多くのおお客様の支持を得、契約者数は2007年3月末時点で1,058万契約まで増加しました。今後はより一層の契約者増に加え、これらのお客様を基盤におこのみチャンネルの利用促進やコンテンツプロバイダー様サイトへの誘引を図り、更なるiモード利用料の底上げを目指します。

(2) 音楽系サービスの順調な拡大

2006年度に提供を開始した音楽系サービス「着うたフル*」は年度末における1利用者の1ヶ月あたりのダウンロード数が約5曲、「ミュージックチャンネル**」は対応端末の増加に伴い契約者数も順調に伸びています。

加えて、2006年10月には日本初となるパソコンの定額制音楽配信サービス「Napster」に対応し、2007年5月より発売の904iシリーズからは携帯電話での定額音楽配信サービス「うた・ホーダイ」の提供もスタートするなど、一層のサービス充実を図っています。

* フルコーラスの楽曲をまるごとダウンロードできるサービス。2006年6月提供開始。
** 最大約1時間程度の音楽番組を夜間に自動配信するサービス。2006年8月提供開始。

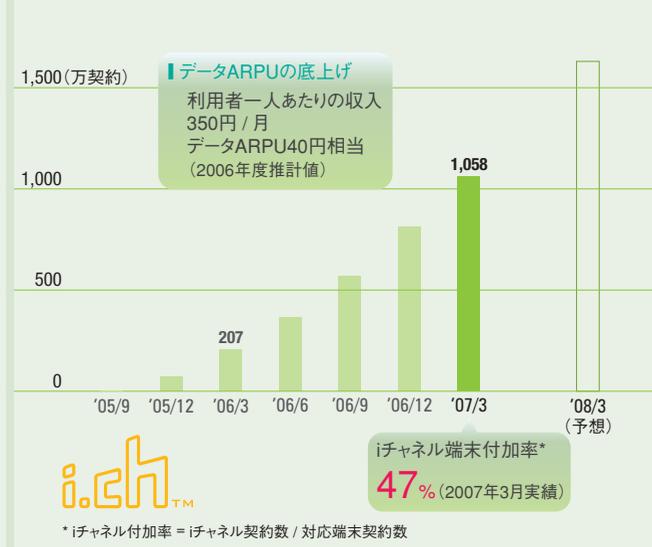
(3) 検索サービス

13社の検索サイトと提携し、一般サイトも検索可能なキーワード検索機能を2006年10月よりiモードに追加しました（「iモード検索サービス」）。また2007年5月より検索連動型広告を導入し、収益面への貢献を図ります。

2. 今後の提供サービスの方向性

多様化するお客様のニーズに対応するだけでなく、当社自らが社会をリードする新サービスを開発・提供し、定額制の普及とあわせてさらなる需要を喚起していきます。

iチャンネル契約数



手軽で魅力的なサービスを提供したい

NTTドコモ プロダクト&サービス本部 マルチメディアサービス部 / 俵山 博

「iチャンネル」では、配信するコンテンツの内容やそのデザイン、及び使い勝手の向上を目指した端末機能等、Totalでサービスのプロデュースをしており、毎年リニューアルを行うことにより、多くのお客様に長く満足してご利用いただけるよう努めております。

「iチャンネル」での成功は、これらの取組みが実を結んだ成果であり、今後もお客様のニーズを的確に捉え、手軽で魅力的なコンテンツサービスの提供に注力していく次第です。

当社は、お客様の利便性の向上と収益拡大を目的として国際サービスの拡充を進めています。2006年度の国際サービス収入は、ローミングエリアの拡大やローミング対応端末の市場投入により前年度比36%増の約340億円へと大きく伸張しました。

1. 国際サービスの充実

2007年3月末の国際ローミングサービスの利用可能エリア(国・地域)数は、音声・SMS*は151、パケット通信サービスは97、テレビ電話は34まで広がっており、特に音声・SMSは日本人の渡航先を99.8%カバーするまでになりました。また、「9シリーズ」のWORLD WING対応端末の拡充に加え、海外からのお問合せの一部無料化やレンタル端末の紛失時等の補償、端末配送など、より安心・安全にご利用いただけるサービスも開始しています。

* SMS:ショートメッセージサービス

2. 出資・提携を通じたお客様の利便性向上

当社は、海外出資先におけるW-CDMAサービスの促進により、利用可能エリアの拡大に努めています。2005年12月に出資した韓国のKT Freetel Co., Ltd.社が2007年3月にW-CDMAサービスの全国展開を完了させたほか、2006年12月に買収したGuam Cellular & Paging(グアム・サイパン)でも2008年度以降、順次W-CDMAサービスを開始する予定です。また、国際ローミング、法人向けサービス等の連携と充実を目的に2006年12月にはアジア地域の携帯電話事業者7社*との間で「Conexus Mobile Alliance」を結成しました。

* 2006年4月に6社との間でオペレータアライアンスを結成。同年12月に新たに1社を加えて7社とし、アライアンス名を決定したものの。

国際サービス収入



自端末ローミング比率*



* 自端末ローミング比率 = 自端末でのWORLD WINGローミング利用者数 / ローミング利用者数

より安心で利便性の高い国際サービスを提供します

NTTドコモ 国際事業本部 国際サービス部 主査/足立 真美代

これからの携帯電話は国際ローミング機能が標準装備になっていきます。普段お使いの携帯電話が世界で使えるようになり、海外で携帯電話がもっと身近で便利にご利用頂ける予定です。また、海外でのテレビ電話や高速データ通信利用も拡大していきます。

当社は、利用可能エリアの更なる拡大や海外でのiモードコンテンツの充実と同時に海外通信事業者等との提携を引き続き強化し、より安心で利便性の高い国際サービスをご提供していきます。



多彩なコンテンツやサービスを安心してご利用いただくため、そして長期にわたってドコモを選択していただくため、当社は、定額制の充実などユーザにとって魅力的な料金プランの整備や、「ドコモプレミアクラブ」などアフターサービスの充実を進めています。

1. 更に充実した料金サービス

料金定額制の充実

2006年度には、2006年3月の対象プラン拡大や、「iチャンネル」・音楽サービスなどのサービスメニューの充実に伴う利用の底上げが寄与し、「パケ・ホーダイ」（パケ・ホーダイフル含む）は、2007年3月末時点で956万契約（前年度末比71%増）と、FOMA契約数に占める比率は27%まで増加しました。

また、2007年3月にフルブラウザ定額制「パケ・ホーダイフル」を、同年4月にはスマートフォン定額制「Biz・ホーダイ」を導入し、さらに2007年秋からのPC接続でのパケット定額制*導入を決定するなど、HSDPAの本格展開と映像コンテンツの充実等を踏まえてよりリッチなコンテンツを安心してご利用いただけるように定額制メニューの充実を図っています。

* 64Kbps限定。

今後の展開について

当社は、今後とも映像や音楽といったリッチコンテンツの充実によって、低利用層の利用底上げなどを通じ収益面への貢献を図るとともに、「パケ・ホーダイ」契約の一層の拡大を推進します。また、「パケ・ホーダイフル」や「Biz・ホーダイ」の提供を通じ、フルブラウザ

コンテンツも安心してご利用いただける環境を整備し、利用シーンの拡大を図ります。

2. 「ドコモプレミアクラブ」の会員優待サービス

「ドコモプレミアクラブ」では、無料故障修理サービスや電池パック無料サービス、ケータイ補償お届けサービスなどの安心サポートに加え、入会するだけでポイントが利用額に応じて2～5倍に貯まるポイントサービスや様々な提携店舗での会員優待サービスなどの取り組みも強化しています。

ドコモプレミアクラブ会員数と入会率



パケ・ホーダイ契約数



当社は、ユーザへの一層の利便性の提供によって携帯電話を生活やビジネスに不可欠な存在（「生活インフラ」）へと進化させる新規事業の展開により、トラフィックに依存しない新たなビジネスモデルの確立を目指します。

1. 急成長を遂げるクレジット事業の推進

小額クレジット決済市場*は、今後の成長が期待できる分野です。

「おサイフケータイ」対応端末数は2007年3月末時点で約2,080万契約まで増加、ケータイクレジットサービス「DCMX**」は事業開始から約1年間で200万契約を突破と順調に伸び、本格的な利用拡大のフェーズに入りました。

この原動力のひとつが、2007年3月末で約15万台となった「iD」決済端末（リーダ／ライター）設置箇所の広がりです。2006年度にはローソン及びam/pmで全店舗設置が完了しており、2007年度

もファミリーマートの全店舗及びマクドナルド全店舗への設置や、ネット決済機能への対応などにより、2007年度末には「DCMX」契約数で400万契約、「iD」リーダ／ライターは25万台の設置を目指します。

* 3,000円以下の決済市場を指す。市場規模は年間約57兆円とも言われる。

** DCMX miniとの合計値。

2. 放送・映像コンテンツへの取組

株式会社フジテレビジョンや日本テレビ放送網株式会社、角川グループHDの各社と業務提携し、ワンセグ放送*とおサイフケータイを連携させたサービスの検討や、モバイルコンテンツとしての展開を視野に入れたTV番組・映画等への製作出資に取り組んでいます。

* 2006年4月にスタートした、携帯電話など移動体向けの地上デジタルテレビ放送。



携帯電話の威力が日本の決済文化・スタイルを根底から変えます

NTTドコモ プロダクト&サービス本部 マルチメディアサービス部 クレジット事業担当部長／守屋 学

日本の電子マネー決済が急成長を見せる最初の契機となったのは、ドコモによるクレジット事業の開始だと思っています。iDが使える場所の数はすでに他の電子マネーを大きく引き離し、おサイフケータイの契約数増加と相まって、会員数・取扱高とも順調に拡大しています。

「チャージ不要で残高を気にせず使える」「カードと同じくポイント・マイルージが使っただけ貯まる」などがiDの特長ですが、すでにユーザー・加盟店様のニーズは、簡単決済プラス何かメリットは?という段階にあります。

トルカを組み合わせたマーケティングツールとしての活用やカード会社明細書のWeb化など、携帯電話ならではのメリットをこれからも打ち出し、ドコモのクレジットサービスはさらなる進化を続けます。

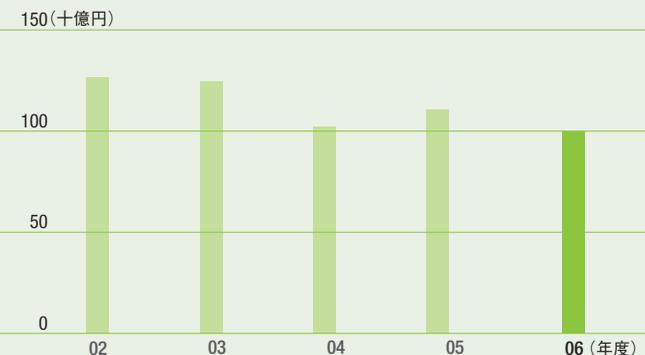
当面の当社の競争力向上に資するテーマから、移動体通信業界の今後の発展を見据えた基礎研究まで、当社は幅広い分野で研究開発を進めています。

1. 研究開発体制

当社の研究開発は、インフラ（無線・ネットワーク）と端末の双方を密接に連携させた高機能化と、これに合わせたサービスの開発を特長としています。

2006年度は、①FOMAサービスの充実、②iモードサービスの高機能化及びネットワークのIP化、③今後の移動通信に関する基礎研究の3分野を重点に取り組み、研究開発費は993億円となりました。

研究開発費の推移



た。なお、研究開発組織は、ドコモR&Dセンタと研究開発本部7部門、海外に拠点を置く3研究所から構成されています。

2. 競争力を高めるための研究開発

携帯電話の生活インフラ化により競争力向上を目指す中、当社は、携帯電話で利用可能な様々な技術の研究開発を積極的に推進しています。こうした研究開発の一例として、2006年4月には「音響OFDM」*技術を開発しました。本技術では、無線伝送で使用されているOFDM変調技術を音響領域に適用し、例えばテレビやラジオの放送中に、番組関連のWebサイトのURLを番組の音声に乗せることにより、視聴者がそのURLを携帯電話端末に取り込んでホームページにアクセスするなどの利用が想定されます。

* OFDM (Orthogonal Frequency Division Multiplexing=直交周波数分割多重)：複数の搬送波を密に並べることで周波数利用率を向上させ、高速で情報を伝送できる伝送方式。

3. 2006年度の主要な研究開発成果

2006年度は、特にネットワーク関連の研究開発が進展しました。国内初のHSDPAサービスに対応した端末及び基地局装置等の開発に加え、高速化したHSUPAの開発にも取り組んでいる中、今後の更なる高速通信の実現に向けた「スーパー3G」開発への着手、そして2006年12月には、第4世代移動通信システムに向けた屋外実験で、世界初の下り最大5Gbpsの packets 信号伝送に成功しています。

ネットワークの高度化

