

事業概況

日々の生活をより便利にする先進機能を搭載した端末、お客様の多様なライフスタイルにお応えする充実したコンテンツ、快適なご利用環境をお約束する高品質なネットワーク。
ドコモは、「一人ひとりのお客様の声」をあらゆる取り組みの起点に置き、期待を上回る価値を提供することで、ドコモブランドを更に磨き上げていきます。



事業概況

>> 分野別の方針と施策一覧

基本方針

サービス・コンテンツ	パケット定額制の訴求による収益拡大と、充実したコンテンツと利便性の高いサービスの提供によりリテンション及び新規契約の獲得を促進
端末	幅広いお客様の多様なニーズに応える端末の提供及び、端末原価低減を推し進め、商品競争力や収益性の向上を図る
ネットワーク	「FOMA」エリアの質的向上と増加するデータ通信トラフィックへの対応を推進
料金・アフターサービス	お客様との長期的な関係構築に資する料金プランの提供に努めるとともに、顧客満足の上に向けてアフターサービスの充実に注力
国際	国際ローミング対応端末の充実や、ローミングエリアの拡大により国際サービス収入の拡大を図るとともに、戦略的出資・提携を通じた成長機会を確保
新規事業	異業種との提携や出資を通じ、クレジット事業を中心に収益源の多様化を図り、トラフィック収入に依存しない収益モデルの構築を目指す
研究開発	ネットワークと端末の双方を連携させた利便性の高いサービスや、魅力的な端末提供につながる独自技術の開発に注力

2008年3月期の主な施策と実績

- 「パケ・ホーダイ」の契約数は、前期末比約318万契約増の1,274万契約に
- 「iチャンネル」の契約数は、前期末比約507万契約増の1,565万契約へ
- 「2in1」サービスを開始
- 「Music & Videoチャンネル」の充実など、リッチコンテンツを拡充

- 「9シリーズ」19機種、「7シリーズ」21機種、その他7機種の計47機種を発売
- 国際ローミング、ワンセグ、「FOMAハイスピード」などの最新機能を搭載した「905i」シリーズを発売
- スリムなボディや個性的なデザインに加え、多彩な機能を搭載した「705i」シリーズを発売

- 「FOMA」エリアの質的向上に注力。基地局数は、屋外42,700局、屋内15,100施設
- 「FOMAハイスピード」対応エリアを拡大。人口カバー率は98%を達成
- トラフィック管理によるネットワークの信頼性向上を実現

- 「ファミ割MAX50」「バリュープラン」等、契約期間長期化を促す料金体系を導入
- 「ファミ割MAX50」契約の「FOMA」契約者を対象に家族内国内通話の無料化を発表
- 「ドコモプレミアクラブ」のポイントプログラムの見直し等、各種アフターサービスの拡充を実施

- 国際ローミングサービス「WORLD WING」対応端末を拡充
- ローミングエリアの更なる拡充
- 「Conexus Mobile Alliance」の取り組みの一つとしてデータローミングの新料金プランを導入
- マレーシアの通信事業者U Mobile Sdn Bhd.へ出資
- フィリピンの通信事業者Philippine Long Distance Telephone Companyへ追加出資

- 「おサイフケータイ」の利用環境の整備に向け、国内の主要小売業企業等との戦略的提携を推進
- 「DCMX」は会員数が約564万に
- リーダ/ライタの設置を推進。期末の決済端末数は約30万台に拡大

- Super 3G (LTE) の実証実験で、下り最大約250Mbpsのパケット信号伝送に成功。
- 電波が届きにくいエリアをカバーする超小型基地局装置「フェムトセル」を開発
- 「行動支援型レコメンドシステム」を開発

2009年3月期の重点施策

- データ通信需要の更なる開拓による「パケ・ホーダイ」「iチャンネル」の更なる加入促進
- PC等家電との共有・連携サービス「ポケットU」「ホームU」の提供等、利便性向上をもたらす新たなサービスの提供

- 多様化するお客様のニーズに応える多様な端末ラインナップの提供
- 豊富な動画サービス・コンテンツに対応した端末供給によるデータ通信市場の更なる開拓
- 低廉モデルの提供による「movia」契約中のお客様の「FOMA」への円滑な移行促進

- 「FOMA」エリアのネットワーク品質の向上を継続
- 「FOMAハイスピード」対応エリアを拡大、人口カバー率100%を実現
- データ通信トラフィックの増大や、更なる通信スピードの向上への対応

- 「ファミ割MAX50」「バリュープラン」等の訴求を通じて、お客様の契約期間長期化に注力
- 地域子会社8社との一社化を契機とした事業運営体制の見直し
- お客様満足度の向上に向けてドコモショップなどのサポート体制を強化

- 北京オリンピックを契機とした国際ローミングサービスの訴求、利用促進
- 海外ローミングエリアの拡充や対応端末の充実、利便性の高いサービスの提供、法人向けサービスの強化を図り、国際サービス収入の拡大に注力
- アジア・太平洋地域を中心に、出資・提携による成長機会を確保

- パートナー企業との連携強化による「おサイフケータイ」の利用シーン・普及の更なる拡大
- 「DCMX」会員数約900万、「iD」決済端末40万台を計画
- ワンセグ放送を利用した事業展開の検討を継続

- 2009年のSuper 3G (LTE) 開発終了に向け、Super 3G実証実験を継続
- 第4世代通信規格 (IMT-Advanced (4G)) の国際標準化に向けた取り組みを継続

>> 総論

成熟期を迎えた日本の携帯電話市場に相応しい新たなビジネスモデルを導入し、その普及は順調に進んでいます。また、データ通信の利用促進や「おサイフケータイ」の普及に向けた取り組みを実施し、持続的な成長に向けた足場固めを行いました。

* 当期業績結果のより詳細な分析結果については、P60～P79の「財政状態及び経営成績の分析」をご参照ください。

■ **2008年3月期の業績概況** 営業収益は、前期比763億円減(同1.6%減)の4兆7,118億円となり、営業費用は、前期比1,111億円減(同2.8%減)の3兆9,035億円となりました。その結果、2008年3月期の営業利益は、前期比348億円増(同4.5%増)の8,083億円となり、売上高営業利益率は前期比1.0ポイント向上し17.2%となりました。営業収益及び営業費用の内訳は右の通りです。

■ **営業収益** 無線通信サービス収入は、前期比1,489億円減(同3.5%減)の4兆1,652億円となりました。パケット通信収入が、パケットARPUの伸びに支えられ、前期比1,316億円増(同10.6%増)となった一方、2007年8月に導入した新割引サービスが広くユーザーに受け入れられたことによる減収や前期の「2ヶ月くりこし」失効見込み額の収益計上に係る見積り方法変更の影響等により音声収入が前期比2,953億円減(同10.0%減)の2兆6,451億円となったこと等によるものです。

端末機器販売収入は、前期に比べ販売数が減少したものの、2007年11月に新たな携帯電話販売方式「バリューコース」を導入したことに伴い、前期比726億円増(同15.3%増)の5,466億円となりました。

■ **営業費用** 減価償却費は、「FOMA」サービスエリア拡充のために前期に実施した設備投資の影響により前期比311億円増(同4.2%増)の7,764億円となりました。

一方、経費は、販売数の減少に加えて、新たな携帯電話販売方式の導入や調達原価の低減に伴い、代理店手数料や端末機器原価が減少したことから、前期比1,149億円減(同4.5%減)の2兆4,344億円となりました。

また、人件費は、旧NTT厚生年金基金の代行部分に係る年金資産を政府へ返還したことによる清算益等を人件費の減少として計上したことから、前期比209億円減(同8.2%減)の2,334億円となっています。

営業収益

各年3月31日に終了した会計年度

	2007	2008	増減率
無線通信サービス	43,141	41,652	△3.5%
携帯電話収入	41,826	40,190	△3.9%
音声収入	29,404	26,451	△10.0%
(再掲)「FOMA」サービス	17,930	20,843	16.2%
パケット通信収入	12,422	13,739	10.6%
(再掲)「FOMA」サービス	9,719	12,546	29.1%
PHS収入	230	95	△58.8%
その他の収入	1,085	1,368	26.0%
端末機器販売	4,740	5,466	15.3%
営業収益合計	47,881	47,118	△1.6%

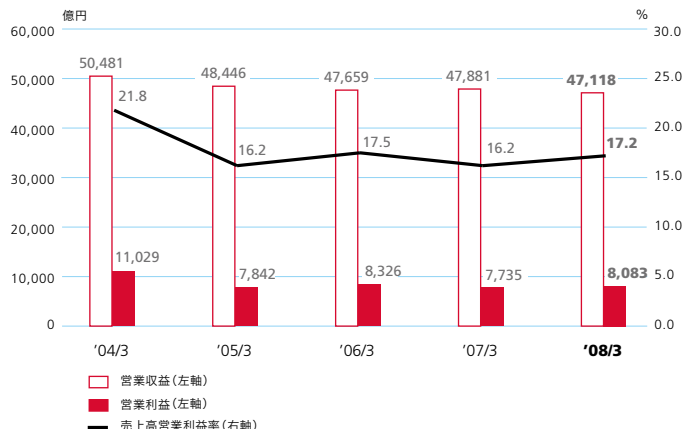
営業費用

各年3月31日に終了した会計年度

	2007	2008	増減率
人件費	2,543	2,334	△8.2%
経費	25,493	24,344	△4.5%
減価償却費	7,453	7,764	4.2%
固定資産除却費	731	754	3.1%
通信設備使用料	3,561	3,451	△3.1%
租税公課	364	388	6.5%
営業費用合計	40,146	39,035	△2.8%

営業収益、営業利益及び売上高営業利益率の推移

各年3月31日に終了した会計年度



■ 携帯電話事業

契約数と解約率の動向

契約数 (FOMA+mova) は、前期末比77万契約増の5,339万契約となりました。そのうち、「FOMA」サービスの契約数については、「mova」サービス契約者のマイグレーションが順調に進展した結果、前期末比842万契約増の4,395万契約となりました。

また、通期の解約率については、携帯電話番号ポータビリティ (MNP) の影響を受け、前期比0.02ポイント増の0.80%となりましたが、引き続き業界最低水準を維持しています。特に、新割引サービスや新料金プランの導入以降は、顕著な改善傾向を示しました。契約数及び解約率の動向は右の通りです。

新割引サービス及びバリューコースの普及の状況

2007年8月に導入した「ファミ割MAX50」や「ひとりでも割50」等の新割引サービスは、2008年3月末に、2,200万契約を突破しました。また、2007年11月に、「905i」シリーズの発売に合わせて導入した「バリューコース」についても、2008年3月末に500万契約を突破しました。当社が2008年3月期に導入した新たなビジネスモデルは、急速に普及が進んでいます。新割引サービス契約数と「バリューコース」契約数の動向は右の通りです。

ARPUの動向

総合ARPU (FOMA+mova) は、前期比340円減の6,360円となりました。パケットARPUが対前期比190円増となった一方で、音声ARPUが530円減少しました。音声ARPUの下落は、「ファミ割MAX50」等の新たな割引サービスを導入したことや、ユーザーの平均利用時間の長期的減少トレンドが継続していること等がその要因です。パケット定額サービス「パケ・ホーダイ」の契約数が、前期末比約318万契約増の1,274万契約、「iチャンネル」サービスの契約数が、前期末比約507万契約増の1,565万契約となるなど、ARPUの底上げをにらんだ取り組みは、順調な進捗を見せました。サービス別のARPU増減は右の通りです。

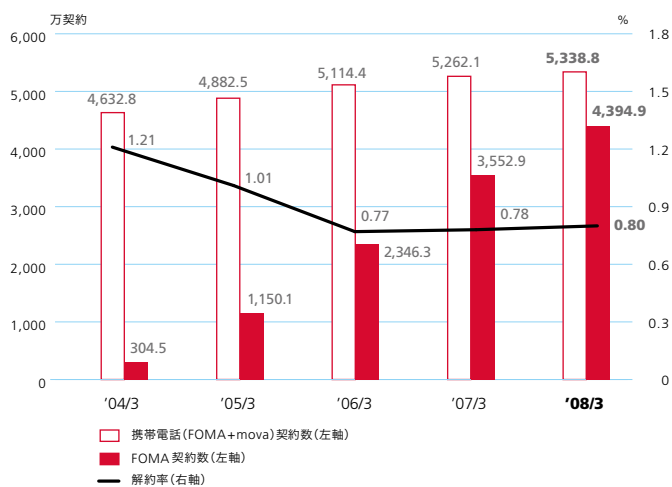
■ PHS事業及びその他事業

PHS事業の営業収益は前期比135億円減(同57.5%減)の100億円、営業損失は、前期の154億円に対して、300億円となりました。同サービスは、2008年1月7日をもってサービスを終了しました。

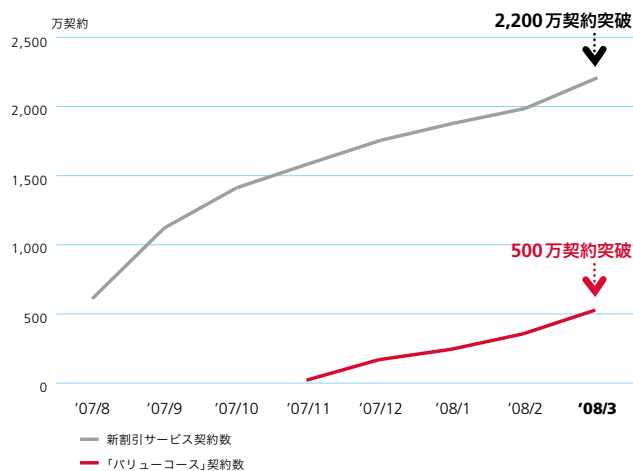
その他事業の営業収益は、前期比90億円増(同19.6%増)の547億円、営業損失は前期の148億円に対して199億円となりました。ケータイクレジットサービス「DCMX」の会員数は、計画を大幅に上回る564万に達し、「iD」決済端末の設置台数も計画を上回る30万台に拡大しました。

携帯電話(FOMA+mova)契約数、「FOMA」契約数及び解約率の推移

各年3月31日に終了した会計年度



新割引サービス契約数と「バリューコース」契約数の推移



ARPUの推移

各年3月31日に終了した会計年度

	2007	2008	1Q	2Q	3Q	4Q
総合ARPU (FOMA+mova)	6,700	6,360	6,560	6,550	6,290	6,050
音声ARPU	4,690	4,160	4,440	4,340	4,090	3,780
パケットARPU	2,010	2,200	2,120	2,210	2,200	2,270

>> サービス・コンテンツ

ドコモは、多様なユーザーのニーズに応えるサービス・コンテンツの提供により、更なる利便性の向上を図るとともに、パケット通信の利用を促進し、収益拡大を実現します。

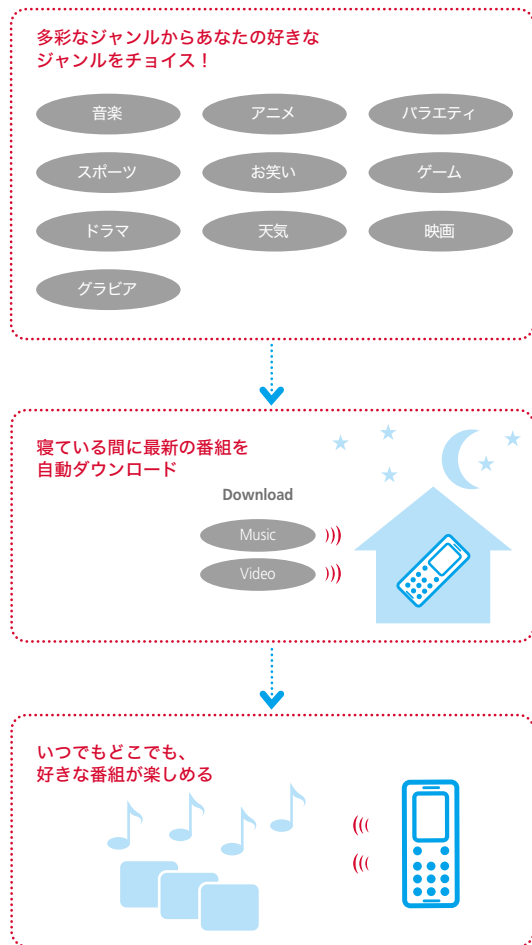
■ 当期の主な取り組み

パケット通信の利用促進に向けたサービス・コンテンツの拡充

料金を気にせずにデータ通信サービスを楽しめる環境をユーザーに提供する「パケ・ホーダイ」の契約数は、2008年3月末現在、1,274万契約に達しました。

また、ニュースや天気予報など生活に役立つ情報をプッシュ方式で配信し、パケット通信の利用者の裾野を広げるためのサービスである「iチャンネル」の契約数は、2005年9月のサービス開始以降、飛躍的な伸びを示し、2008年3月末現在、1,565万契約となるなど、収益源としての育成が順調に進展しています。

Music&Video チャンネル



パケット通信の利用促進につながる映像系・音楽系などのリッチコンテンツの充実にも取り組みました。2007年5月より月額音楽配信サービス「うた・ホーダイ」の提供を開始しました。また、「Music & Videoチャンネル」では、2007年11月の「905i」の発売に合わせて、コンテンツを大幅に拡充し、「音楽」「ドラマ」「アニメ」「映画」「お笑い」などのジャンルの約100番組という多彩かつ高品質・大容量の中から、好みに合った番組が選べることで、更には就寝中に自動配信される利便性が支持を獲得し、順調に加入者が拡大しています。

このほか、2008年3月より「iモードメール」をパソコンから利用できる「iモード.net」の提供を開始するなど、「iモード」サービスの更なる利便性向上にも努めました。

利便性の高いサービスの強化

2007年10月、探したい相手のおおよその位置をGPSや基地局を利用して検索し、地図で確認することができる検索サービス「イマドコかんたんサーチ」の提供を開始しました。また、2007年12月には、気象庁が配信する緊急地震速報などを回線混雑の影響を受けずに受信することができる緊急速報「エリアメール」の提供を

Topic

Googleとモバイルインターネットサービスに関する業務提携に合意

2008年1月、当社はGoogle Inc.と検索サービス、検索連動広告の実施及びアプリケーションの提供などで、業務提携に合意し、具体的な取り組みを進めています。2008年4月に実施した「iMenu」のリニューアルでは、Googleとの連携により、ユーザー利便性最大化のため、トップ画面にGoogleの検索ボックスを新設しました。また、従来の「iモードメニュー」サイト検索結果に加え、携帯電話向け一般サイト、PCサイトの検索結果を表示するなど検索サービスの強化を実施するとともに、同社の広告配信プラットフォームによる検索連動広告も開始しました。今後は、「Googleマップ」をはじめとした同社の各種サービスを利用できるアプリケーションの端末への搭載を含む「iモード」対応や、携帯電話向けソフトウェア・プラットフォーム「Android™」の当社向けの商用化などについても検討を進めます。

開始したほか、「かんたんメール設定機能」の提供などにより迷惑メール対策を強化するなど、安全・安心をコンセプトとしたサービスについても充実を図りました。

更に、相手に応じて携帯電話番号やメールアドレスを使い分けたいというお客様のニーズに応え、2007年5月発売の「904i」シリーズから「2in1」サービスを開始しました。電話番号やメールアドレスに加え、電話帳機能を含む2台分の各種機能が1台で利用できる利便性が支持され、2008年3月末現在で24万契約を獲得しました。利用シーンに応じて携帯電話を使い分けたいというニーズの高まりを背景として、今後の更なる普及が期待されています。

■ **今後の取り組み** ユーザーの声を反映し、より利便性の高いサービスを提供していくとともに、多様化する価値観に応えていくことで、データ通信の利用を促進していきます。具体的には、2008年5月に発表した最新の「906i」シリーズを「オールラウンド動画ケータイ」と銘打ち、動画サービスの本格的普及に向けた端末機能の強化を図ったほか、動画の普及促進に向けたプロモーション活動を展開します。また、新たな生活行動支援サービスの提供、更にはPCとのデータ共有・連携サービスの導入など、更なるサービスの進化に取り組んでいきます。

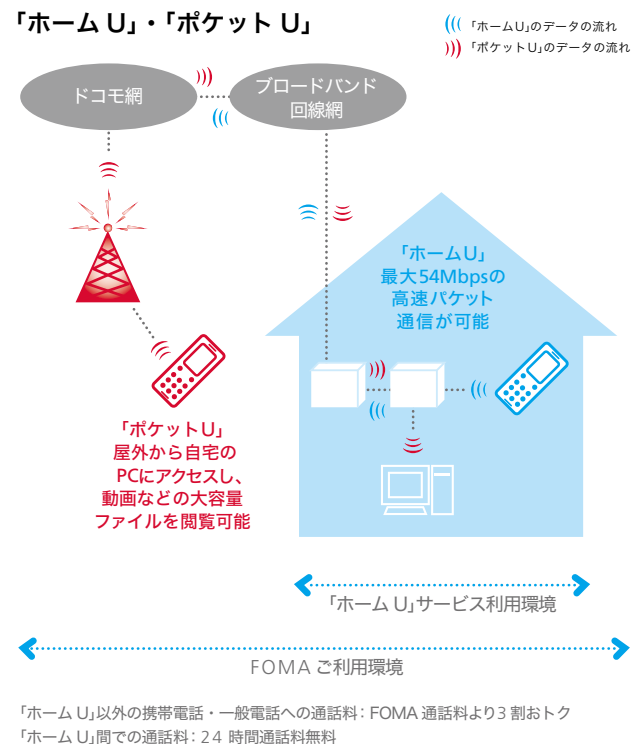
Topic

携帯電話の新たな利用形態を提案する「ホームU」・「ポケットU」を開始

屋外で利用するのが常識であった携帯電話が、今ではパーソナルなツールとして宅内でも利用されることが一般化しています。そのためドコモではお客様のホームエリアにおける利便性を向上させる「ホームU」・「ポケットU」の提供を行っています。

「ホームU」はご自宅等の「ホームU」エリア内で高速大容量のポケット通信と、おトクな通話をご利用いただけるサービスとして、2008年6月より提供を開始しました。これにより、ホームエリアにおけるお客様利便性を向上させるとともに、お客様のブロードバンド回線を利用することによるドコモネットワークの負荷分散が期待されます。今後はホームエリアに入ると最新情報の自動配信を行う「在圏連動サービス」やフェムトセル基地局を利用した提供などを視野に入れ、お客様の利便性向上に努めていきます。

「ポケットU」は、自宅のパソコンに保存してある動画、音楽、画像、文書ファイルなどのコンテンツを外出先から携帯電話等で視聴・閲覧できるサービスとして2008年6月より提供を開始しました。通勤、通学途中に音楽を聴いたり、休憩中や待ち合わせの合間にホームビデオなどの動画、デジタルカメラで撮影した写真を視聴するなど、自宅のパソコンのコンテンツがいつでもどこでも簡単な操作で楽しむことが可能になります。今後は、「ポケットU」を更に快適・便利にご利用いただくため、ソフトウェアのバージョンアップにより様々な機能を追加し、お客様の利便性向上に努めていきます。



>> 端末

ドコモは、常に「お客様重視」の視点で、多様化が進むニーズに応える魅力的な端末の提供に取り組むとともに、端末原価低減を推し進めることで、商品競争力の強化や収益性の向上に努めています。

■ 当期の主な取り組み

幅広いユーザーをカバーする充実したラインナップを提供

当社は、幅広い顧客層の多様なニーズに応えるために、端末ラインナップの充実に取り組んでいます。2008年3月期は、「9シリーズ」19機種、「7シリーズ」21機種、及びその他「らくらくホン」を含めた7機種の計47機種を発売しました。

> 9シリーズ

「9シリーズ」は、ハイエンドユーザーのニーズに応える最新機能を搭載した当社商品のフラッグシップモデルと位置づけています。

2007年5月には、相手によって電話番号やメールアドレスを使い分けることを可能とする「2in1」サービスに対応した「904i」シリーズを発売しました。

2007年11月に発売した「905i」シリーズでは、国際標準の第三代通信方式W-CDMA（3G）と世界の多くの国で利用が可能なGSMの両方式に対応することで国際ローミング対応機能を強化したに加え、「FOMAハイスピード」（HSDPA）、「おサイフケータイ」、ワンセグといった多くの最先端機能をほぼすべての機種で搭載しながらも従来の携帯電話とほぼ変わらない大きさ・軽さを実現し、市場でも非常に高い評価を得ました。

また、「905i」シリーズの高い商品力は「905i」シリーズ発売と同時に導入した新たな端末販売モデルの円滑な導入を促進し、当社の新しいビジネスモデルへの転換を加速させました。

> 7シリーズ

最新機能よりもデザインや価格を重視するユーザー層に、多彩なバリエーションでお応えするのが、「7シリーズ」です。

2007年7月に「704i」シリーズを、2008年1月に「705i」シリーズをそれぞれ発売し、お客様のニーズにマッチした機能を搭載しつつ、デザインや価格といった面で差別化を図り、お客様の多様なライフスタイルやニーズに応える個性的なラインナップを揃えました。

> その他のシリーズ

「読みやすさ」「使いやすさ」で中高年齢層の支持を集めてきた「らくらくホン」シリーズやお子様を守る多彩な安心機能を搭載した「キッズケータイ」の最新機種を発売しました。



N705i



P905i

■ 今後の取り組み 今後、端末の買い替えサイクルの長期化が予想されるため、お客様のライフスタイルや嗜好性に対し、これまで以上に高い精度で応える端末の提供が必要になると考えています。こうした観点から、2008年5月には、動画サービスの普及に向けて、関連機能を大幅に強化した「906i」シリーズ8機種、コンパクトなデザインにワンセグ、防水、ウェルネスなど多様なニーズに応える機能を搭載した「706i」シリーズ11機種を発表しました。

また、当社は数年内に第二世代携帯電話サービスである「mova」の終了を予定しており、現在、「mova」をご利用のお客様に「FOMA」へ円滑に移行していただくという観点からも、多様な顧客ニーズに応える端末の提供が必要と考えております。ドコモでは引き続き端末ラインナップの充実を図っていきます。



F906i



SH706iW

Topic

端末調達コスト削減に向けた取り組み

携帯電話の端末原価は、ドコモの営業費用の約30%を占める大きな費用項目であり、当社の収益性向上にとって重大な影響を持つのみならず、商品の市場での価格競争力にも大きな影響を与えることから、ドコモでは、端末調達コストの削減を戦略上の重要な課題として取り組んでいます。

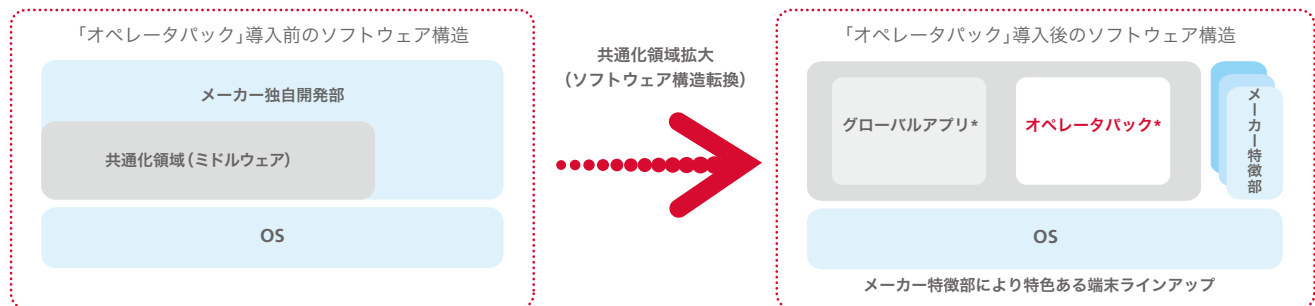
近年、様々な先進的機能を搭載した端末の普及を背景に、端末1台あたりの原価は継続した上昇圧力にさらされていますが、ドコモは、調達コストの継続的な削減に取り組んでいます。まず、プロダクトミックス最適化の観点から、デザインなどで個性的な特徴を備える一方、搭載する機能を絞ることで低価格を実現した「7シリーズ」をデザインや価格をより重視するお客様に提供することで、端末調達原価総額の抑制に努めています。

次に、端末調達コストを引き下げる取り組みの一つとして、当社はLSIの1 chip化を進めています。携帯電話の高機能化や、それに伴う高消費電力化などにより、LSIに求められる性能要件はますます高まりを見せ、開発コストについても年々上昇傾向にあります。当社では、

(株)ルネサステクノロジといったパートナー企業と共同で1 chip LSIを開発し、2007年3月期より順次、端末への搭載を進めています。

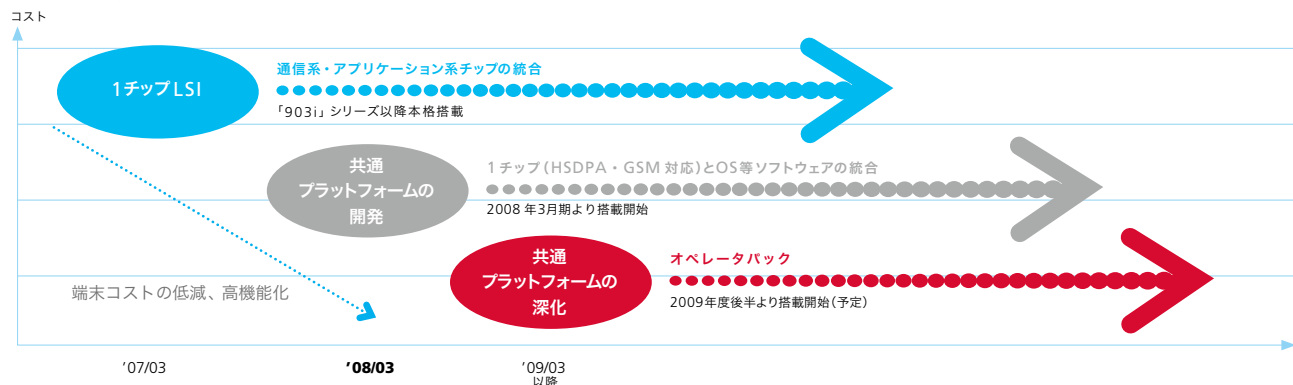
更に、当社では、ソフトウェア開発にかかる開発の効率化・共通化も推進しています。OS領域では、「903i」シリーズよりLinux、Symbianのソフトウェア・プラットフォーム採用を推進し、端末メーカーのソフトウェア開発の効率化を進めています。ミドルウェア領域では、世界中の携帯電話事業者で汎用的に利用できる「グローバルアプリ」と「オペレータパック」とに分離する取り組みを推進していきます。「グローバルアプリ」はソフトウェア開発の共通化によるコスト削減、「オペレータパック」はドコモ特有のアプリケーションセットとして提供することで端末メーカーのコスト削減が図られるためドコモ向け端末の供給を促進できます。また、端末メーカーの特長を生かせる領域を残し、魅力的な商品開発に注力できるしくみになっています。なお、当社向けのソフトウェアをパッケージ化した「オペレータパック」は、2009年度後半より端末に順次搭載していく予定です。

オペレータパック



* グローバルアプリ：グローバルに利用可能な標準アプリケーションセット
オペレータパック：ドコモ特有のアプリケーションセット

コスト削減ロードマップ



>> ネットワーク

ユーザーが安心して使用できる通信環境の整備に向けて、「FOMA」エリアの質的向上及び今後のデータトラフィックの拡大への対応に取り組んでいきます。

■ 当期の主な取り組み

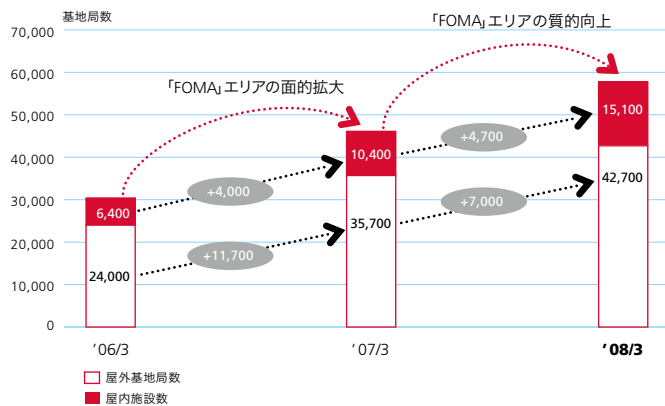
「FOMA」エリアの質的向上が着実に進展

2007年3月末時点で人口カバー率*100%を達成したことから、「FOMA」屋外エリアの面的な拡大については、前期までに概ね完了しました。2008年3月期においては、繁華街のビル低層階や地下を中心とした屋内エリアの品質向上や、高速道路や鉄道、歩行者の動線を意識したエリア改善、拡大するデータ通信トラフィックへの対応、そして、輻輳対策などのネットワークコントロールなど「FOMA」エリアの質的向上に向けた取り組みを実施しました。その結果、2008年3月末現在の基地局数は、屋外基地局数が、対前年比19.6%増の42,700局、屋内施設が対前年比45.2%増の15,100施設となりました。

* 人口カバー率は、市町村の役場が存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。

「FOMA」サービスエリア 屋外基地局数及び屋内施設数の推移

各年3月31日に終了した会計年度



着実に進む高速データ通信サービスを支えるネットワークを構築

2008年3月期は、HSDPA方式による「FOMAハイスピード」対応エリアの拡大を集中的に進めました。その結果、前期末では人口カバー率81%であった「FOMAハイスピード」対応エリアが、2008年3月末時点には人口カバー率98%にまで大きく拡大しました。

「FOMAハイスピード」によるデータ通信機能を標準搭載した「905i」シリーズが発売されて以降、データ通信トラフィックによるネットワーク負担は増大の傾向を強めています。ドコモでは、「iモード」サーバを強化するとともに、IPルータと光伝送路を組み合わせた広帯域なIPルータ網を構築し、その継続的な強化を図ることで、膨大なデータを効率的に伝送するしくみを強化しています。

トラフィック管理によるネットワークの信頼性向上を実現

全国の通信や設備の状況を24時間監視しており、輻輳やネットワーク障害、災害等への対応を迅速に実施できる体制を構築しています。また、1秒間で75,000件(1日約65億件)にも達する膨大なデータトラフィックに対応するため、最先端のオープンアーキテクチャーを採用した世界最大規模のシステムを備える「iモードセンター」を保有し、社会的問題となった迷惑メールの問題へも対応を実施するなど、エリア品質の向上と並行して安心してご利用いただける体制の整備を図っています。



基地局や回線を24時間365日監視、制御を行っているドコモのネットワークオペレーションセンター

■ **今後の取り組み** 高品質なネットワークの構築は当社の事業展開の根幹であるとともに、他社サービスとの差別化要素となり得ると考えています。また、「いつでも、どこでも、誰とでも」つながる、快適な通信環境をお客様に提供することは、国内最大の顧客基盤を有するドコモにとっての社会的責任でもあります。今後も、「FOMA」エリアのネットワーク品質の向上に取り組んでいくとともに、動画サービスの本格的な普及に備えて、データ通信トラフィックの増大や、動画通信など大容量コンテンツの基盤となる通信スピード向上への対応に注力し、あらゆるサービスのバックボーンとなるネットワークの強化に引き続き取り組んでいきます。

Topic

新潟県中越沖地震への対応

2007年7月16日午前10時13分、新潟県中越沖において、マグニチュード6.8の大規模地震が発生しました。この地震の後、複数のメディアが「地震に強いドコモのネットワーク」について取り上げています。

この背景には、約3年前に同地域で起こった大規模地震での苦い経験があります。3年前の地震に襲われた際、ドコモのネットワークでは、各基地局や交換機などにおいて輻輳が発生したほか、停電などにより基地局のサービスが停止するなど、大きな影響を受けました。ドコモでは、こうした教訓を踏まえ、大規模災害発生時に備え、「災害対策3原則」を掲げ、災害に強いネットワークの構築を図るとともに、ネットワークの安全性と信頼性の向上に努めています。



移動電源車による基地局の復旧作業風景

災害対策の3原則

システムとしての信頼性向上

設備・回線のバックアップによる信頼性向上

- ・ 中継伝送路（中距離伝送路）の多ルート化、2ルート化及びループ化
- ・ 通信設備の二重化、分散設置

重要通信の確保

- ・ 防災機関等に対する災害時優先電話制度
- ・ ネットワークの効率的なコントロール
- ・ 災害時における自治体等への携帯電話の貸し出し等

通信サービスの早期復旧

設備自体の強化 建物及び鉄塔の耐震補強

- ・ 機器の耐震補強、固定
- ・ 地下トンネルへのケーブルの収容
- ・ 通信ケーブルの地中化

ハード面の対策

- ・ 可搬型基地局設置の配備
- ・ 移動電源車の配備
- ・ 復旧用資材の確保等

ソフト面の対策

- ・ 被災時の措置マニュアルの策定
- ・ 災害対策本部等の組織化
- ・ 防災訓練の実施等

>> 料金・アフターサービス

契約者との長期的な関係構築と、利便性の高いサービスを安心して、長くご利用いただける環境の整備に軸足を置き、料金プラン及び各種サービスの整備・拡充を進めています。

■ 当期の主な取り組み

契約長期化に向けた取り組みを積極化

当期は、契約者の契約期間の長期化を促す数々の料金体系を打ち出しました。2007年8月に2年間の継続契約を前提に月額基本料金の割引率を一律50%に拡大した「ファミ割MAX50」等の新たな割引サービスを導入し、2007年11月には月額基本料を一律1,680円割引く「バリュープラン」を含む新たな端末販売方式「バリューコース」を導入しました。2008年4月には「ファミ割MAX50」の「FOMA」契約者を対象として、「ファミリー割引」グループへの国内通話を24時間無料としました。

また、お客様にドコモの携帯電話を長く、安心してご利用いただけるサービスについても拡充しました。2007年11月には、携帯電話の遠隔ロックを行う「おまかせロック」やおよその位置を確認できる「ケータイお探し」サービス等、携帯電話の紛失・盗難時に効果の高い既存サービスをパッケージ化した「ケータイあんしんパック」の提供を開始するなど、アフターサービスの拡充を図っています。また、同じく2007年11月には、ポイントプログラムの改定を発表しています。2008年4月から適用している新しいポイントプログラムでは、ポイント獲得率の決定条件に継続利用期間を追加するなど、長期間ご利用いただいているお客様にご満足いただけるよう、制度の改定を行いました。

ドコモは、顧客満足度を高める取り組みを継続することで、お客様から広く支持される企業になりたいと考えています。こうした取り組みは、顧客基盤の安定化だけでなく、中長期的にドコモのブランド価値や競争力の向上をもたらすと考えています。

■ 今後の取り組み

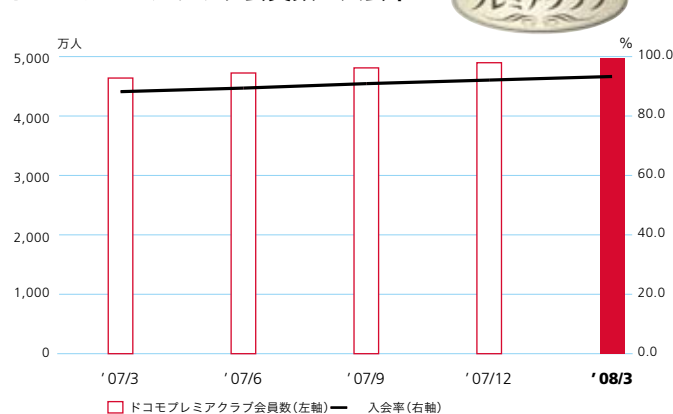
「ファミ割MAX50」等の新たな割引サービスを訴求していくことによって、お客様との取引関係の長期化を更に促していきます。その一方で、お客様にドコモのサービスを安心して、長くご利用いただける環境の更なる整備も進めていきます。2008年10月には「ドコモプレミアクラブ」の「プレミアステージ」のお客様を対象に、同一の「FOMA」電話機を1年以上継続して利用いただいた場合、電池パックを無料で提供するというサービスを開始する予定です。また、お客様対応の窓口であるドコモショップやインフォメーションセンターのサポート体制を強化するなど、お客様の満足度向上につながるきめ細やかなサービスの提供に努め、お客様との絆を深めていきます。

Topic

お客様の声に対応したエリア改善の実施

ドコモは、2008年4月にドコモブランドを磨き直し、お客様との絆を深めることを掲げた「新ドコモ宣言」を発表しました。この新たなビジョンのもと、具体的な取り組みの一つとして、携帯電話がつながりにくいといったお客様からの申し出に対し、ご要望に応じて迅速にお客様を訪問することをお約束させていただきました。お客様の声に対応したエリア改善を実現する体制を整えるとともに、顧客重視の姿勢を明確に打ち出しました。

ドコモプレミアクラブ会員数と入会率



ドコモプレミアクラブのしくみ

ステージ決定条件	ステージ	ご利用料金100円につき
ご利用期間 10年以上の方 または 毎月のご利用料金の平均目安 (年間累計ステージポイント) 平均 20,900円/月以上 (年間2,500ステージポイント以上)	プレミア	5ポイント
8年以上の方 または 平均 12,500円/月以上 (年間1,500ステージポイント以上)	3rd	4ポイント
5年以上の方 または 平均 8,400円/月以上 (年間1,000ステージポイント以上)	2nd	3ポイント
5年未満の方 かつ 平均 8,400円/月未満 (年間1,000ステージポイント未満)	1st	2ポイント

* 10年以上のご利用かつ年間累計2,500ステージポイント以上の会員は、ご利用金額100円につき7ポイント

>> 国際

国際ローミング対応端末の充実と、ローミングエリアの拡大を通じ、国際サービス収入の拡大を図っていくとともに、出資・提携を通じ、新たなビジネスの芽を育てていきます。

■ 当期の主な取り組み

国際サービス収入が順調に拡大

2007年11月に販売を開始した「905i」シリーズでは、国際標準化された第三代移動通信方式であるW-CDMAと北米やヨーロッパなど世界100カ国以上で利用されている第二代移動通信方式のGSMの双方にほぼ全機種で対応したほか、2008年1月に販売を開始した「705i」シリーズでは全機種でW-CDMA方式での国際ローミングに対応しました。また、中高年層から高い支持を得ている「らくらくホン」シリーズの最新機種「らくらくホンプレミアム」では、「らくらくホン」シリーズとしてははじめて、「WORLD WING」に対応し、日本人海外渡航者の約1/3*を占める中高年層の潜在的な海外での利用ニーズの開拓に取り組みました。

国際ローミングサービスについては、従来より、日本人の渡航先のほとんどをカバーするローミングエリアを実現していましたが、海外の携帯電話事業者と新たなローミング契約を締結したことにより、以前にも増してエリアカバレッジが充実しました。

ドコモとアジア・太平洋地域の携帯電話事業者が2006年に結成した「Conexus Mobile Alliance」は、共同で新サービスを開始するなど、同地域におけるお客様サービスの向上に取り組みました。

こうしたサービス基盤の整備とともに、2008年3月期においては、より収益性の高いサービス作りを目指して、国際ローミング及び国際通信のサービス提供コストの削減にも積極的に取り組みました。

また、シームレスな利用環境の整備と、新たな収益源育成のために積極的に取り組んでいるアジア・太平洋地域の携帯電話事業者への出資・提携として、フィリピンの通信事業者Philippine Long Distance Telephone Companyに対して2007年1月以降累計で

989億円の追加出資を実施したほか、マレーシアのU Mobile Sdn Bhd. に対して110億円の出資を行いました。

当期の国際ローミング利用者数及び端末ローミング比率は堅調に推移し、国際サービス収入も前期比35%増の約460億円に拡大しました。

* 出典：法務省 入国管理局

■ 今後の取り組み 2008年7月よりグアムにおいて、ドコモが提供する携帯クレジットのプラットフォーム「iD」が、非接触IC電子マネーとして日本で初めて日本国外にて利用可能となりました。これにより国際ローミング対応の「おサイフケータイ」では、1台で海外での通話・通信とショッピングの支払が可能となり利便性が大幅に向上します。ドコモは、今後も引き続きこうした取り組みを加速し、国際ローミングサービスの拡充とともに、携帯電話の一層の付加価値向上を実現します。

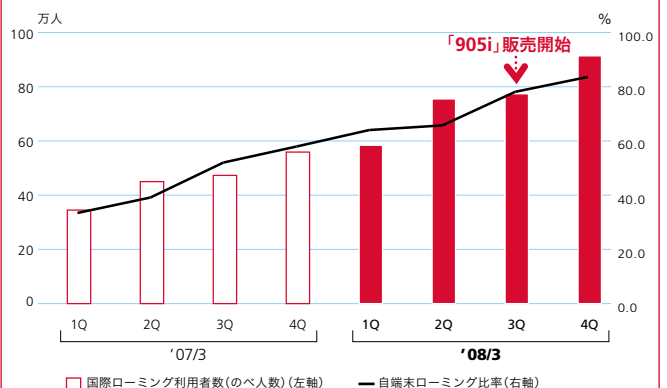
Topic

「905i」の発売により国際ローミング収入が拡大

ほぼ全機種でW-CDMAとGSM両方での国際ローミングに対応するとともに、翻訳機能など海外でも使える利便性の高い様々なアプリケーションを搭載した「905i」シリーズ。発売後の国際ローミング利用者数拡大や自端末ローミング比率の向上が示すとおり、同シリーズは利用者の好評を得て、国際ローミング収入の拡大に大きく寄与しています。

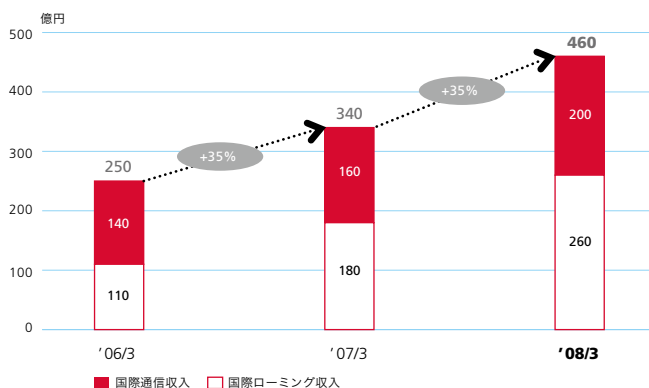
国際ローミング利用者数及び自端末ローミング比率

各年3月31日に終了した会計年度



国際サービス収入

各年3月31日に終了した会計年度



>> 新規事業

圧倒的な顧客基盤を背景に、コアビジネスである携帯電話事業とシナジーが見込める領域で収益源の多様化を図っていき、トラフィック収入に依存しない収益モデルの構築を図っていきます。

■ 当期の主な取り組み

収益構造の多様化に向けた基盤構築を推進

非トラフィックビジネスへの展開のなかでも中核的な取り組みが、非接触ICカードを搭載した「おサイフケータイ」の推進です。なかでも、携帯電話を利用したクレジットサービスについては、今後の収益多様化の柱として成長することを期待しており、ドコモは携帯クレジットの普及に向けた取り組みに注力しています。

2008年3月期は、ファミリーマート株式会社、イオン株式会社、日本マクドナルドホールディングス株式会社など、小売業界の国内主要企業との提携を推進し、携帯クレジットサービスの利用可能店舗の拡大に努めました。その結果、2008年3月末現在の携帯クレジット決済端末は、前期末の約15万台から倍増の約30万台にまで急速に拡大しました。

こうした取り組みによる利便性向上と携帯クレジット対応端末の普及によりドコモのクレジットサービス「DCMX」の会員数は、サービスの開始から約2年で会員数が約564万(前期末会員数は約209万)に達し、そのうち「おサイフケータイ」として利用する「DCMX mini」の会員数がその約85%となる約478万を占めています。会員数の順調な拡大を背景として、「DCMX」の決済件数・取扱高は順調に拡大を続けています。

また、当社は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、株式会社角川グループホールディングスの各社との提携を通じ、ワンセグ放送を活用した新たなビジネスの検討を進めています。サービスの具体化には、まだ時間を要しますが、現在、提携企業と様々な可能性を模索しています。

■ 今後の取り組み クレジットビジネスについては、今後も引き続き会員の獲得を目指していくとともに、決済端末の設置箇所拡大に取り組んでいきます。また、2008年7月の組織再編にあたっては、社内のクレジットビジネス関連機能を統合し、事業運営体制の更なる強化を図りましたが、新しい体制のもと、2009年3月期末に向けた目標として掲げた「DCMX」会員数約900万、携帯クレジット決済端末の設置台数40万台設置を目指していきます。その一方、ワンセグ放送をはじめとする新たな領域でも成長の可能性を模索しながら、ビジネスを推進していきます。

Topic

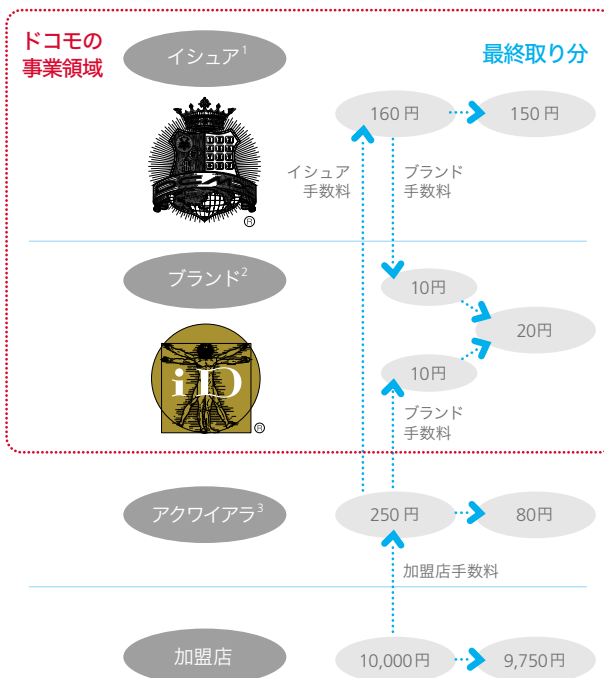
携帯クレジットサービスの事業モデル

2005年12月に提供を開始した携帯クレジットブランド「iD」は、クレジット会社による独自のクレジットサービスの提供を可能とするオープンプラットフォームとすることで、ブランド手数料という新たな収益源を獲得する一方、「おサイフケータイ」の急速な普及に寄与しました。「DCMX」は、2006年4月にドコモが「iD」プラットフォーム上で提供を開始したクレジットサービスです。「DCMX」の提供により、「iD」の収益源であるブランド手数料に加え、イシュー手数料や会員からの金利収入等も見込むことができるなど、ドコモが進める収益源の多様化に向けた戦略の中心的なサービスといえます。

お金の流れ

例：お客様が1万円の買い物をした場合

(下記に掲載してある手数料額はあくまでイメージであり、実際の金額とは異なります。)



- 1 クレジットカードの発行業務を営む会社
- 2 決済プラットフォームの仕様策定や維持管理を行う会社
- 3 加盟店化委託業務を営む会社

>> 研究開発と知的財産

世界初のW-CDMAサービスの導入や、「iモード」サービスの実現、「おサイフケータイ」など、ドコモの研究開発の成果は、モバイルコミュニケーションの新たな可能性を拓いています。

研究開発

■ 研究開発に関する基本方針と体制 ドコモの研究開発は、当面の競争力向上に資するものから移動通信業界の今後の発展を見据えた基礎研究まで広範なテーマをその対象としています。また、ネットワークから端末まですべての移動通信システムを網羅する研究開発体制を敷くことにより、ネットワーク・端末の各分野で当社の事業戦略に沿った一貫性のある取り組みを可能とし、インフラと端末の双方を密接に連携させた利便性の高い魅力ある端末やサービスの提供につながる独自技術の開発に取り組んでいます。

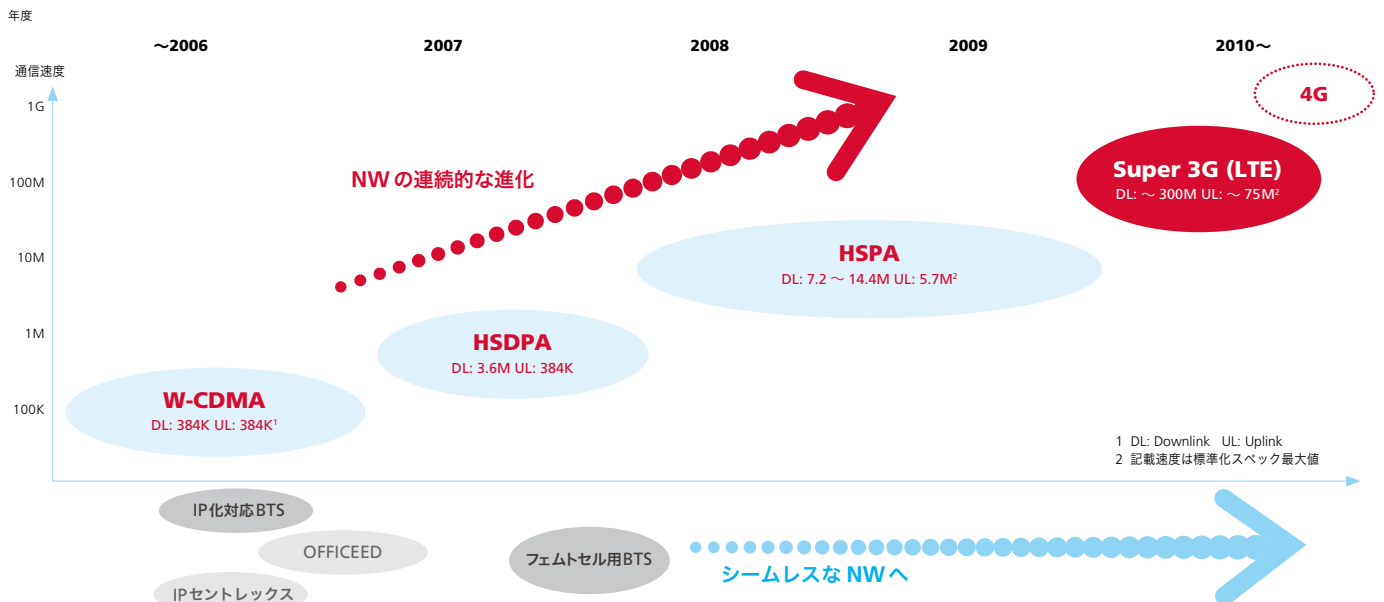
ドコモの研究開発は、国内のドコモR&Dセンター及び海外の3拠点を中心に活動を行っています。横須賀リサーチパーク(YRP)にあるドコモR&Dセンターは、当社の研究開発の中核拠点として移動通信分野の広範な研究を独自に行っているほか、異分野との融合による新たな研究領域を確立するため、他の研究機関や大学の研究室との積極的な共同研究などにも取り組んでいます。また、米国、ドイツ、中国にも研究拠点を置いており、日本国外の先端技術動向に関する調査や通信方式の標準化に関する活動を実施しています。

■ 当期の主な取り組みと成果 将来の高速移動通信ネットワーク構築に向けた取り組みとして、2007年7月よりSuper 3G(LTE)の屋内試験を開始し、基本的な性能確認とシステムの最適化を図ってまいりました。また、2008年2月末より、屋外でのSuper 3Gシステムの実証実験を開始し、下り最大約250Mbpsのパケット信号伝送に成功しました。当社は、引き続きSuper 3Gの実用化に向けた検証を進め、2009年のSuper 3G商用システム開発完了を目指します。

エリア品質の更なる向上を実現する取り組みとしては、住居内や店舗内などの電波が届きにくい限られた範囲をカバーできる「フェムトセル」と呼ばれる超小型基地局装置を開発しました。「フェムトセル」の活用により、低コストでのエリア構築が可能となるものと見込まれており、更なるFOMA屋内エリア品質向上を図るため、本装置を順次展開する予定です。

また、携帯電話の「生活インフラ」化に向けた取り組みとして、日本テレビ放送網株式会社と共同で、ワンセグを活用した新たなサンプリング広告手法の開発実験に着手したほか、携帯電話のスケジュールに登録されている予定を活用することで、利用者の生活全般に関わるサポート情報を自動的に提供する「行動支援型レコメンドシステム」の開発等に取り組ましました。

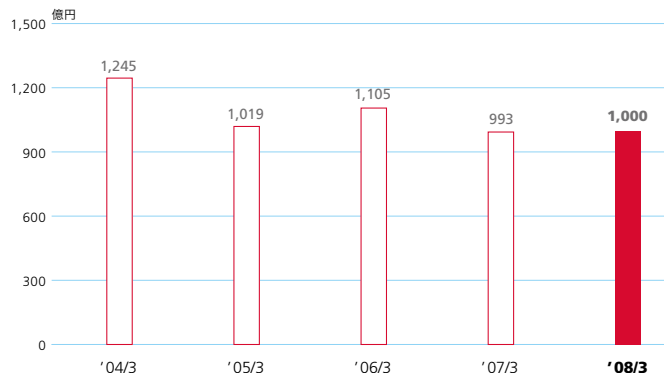
今後のサービス進化を支えるための技術：NWの進化



2008年3月期の研究開発費は1,000億円で、前期の993億円とほぼ同水準となっています。

研究開発費の推移

各年3月31日に終了した会計年度



Topic

分子通信配送実験に成功

ドコモは、東京大学の須藤和夫教授・竹内昌治准教授との共同研究により、生体分子を使って情報を伝送する分子通信の実現に向けた分子配送実験に世界で初めて成功しました。ドコモが世界に先駆けて提唱した分子通信は、通信工学と生化学を融合することで、これまで困難とされていた興奮や感動、ストレス、疾患等の情報を分子で伝送する通信技術です。この技術が実用化されるとバイオチップを搭載した携帯電話で、汗や血液に含まれる生体分子を検査し疾患分析やストレス診断を行うことができるなど、遠隔医療への応用も可能となります。

知的財産

■ **知的財産に関する基本的方針と体制** 当社は、戦略的かつ効果的な知財ポートフォリオの構築・管理・活用及び他社権利の侵害回避などを知的財産に関する基本方針としています。活動に当たっては、研究開発部門や事業部門と連携をとりながら、特許、商標の出願から取得・管理・活用までの一連のプロセスならびに他社権利の侵害回避活動等を通じて、総合的な知財力の強化を図っています。

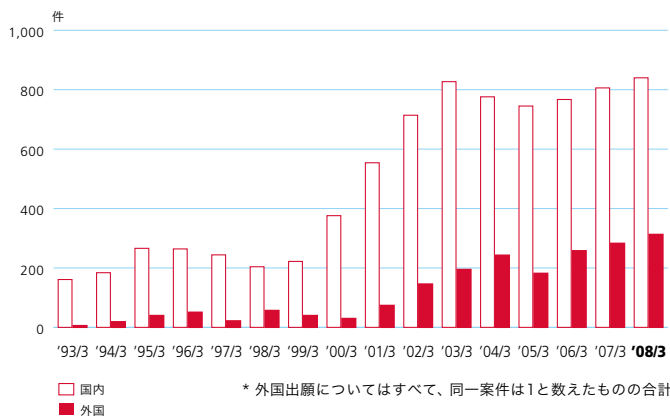
■ **知的財産の強化** 2008年3月期の特許出願件数は、国内が約840件、海外が約300件でした。国内、外国特許出願ともに、当社が研究開発を推進しているSuper 3G (LTE)やIMT-Advanced (4G)などのネットワーク高度化や新サービスに関連する特許などを中心に、2005年3月期以降、増加傾向となっています。

2008年3月期の特許登録件数については、国内約350件、海外約1,100件の特許を取得しました。また、Super 3Gの標準化仕様が確定したことに伴い、国内外のSuper 3Gに関する必須特許取得数の増加が見込まれます。今後も継続して知的財産を強化することにより、国内外の競争力を高めています。

■ **リスク管理の強化** 他社の知的財産権の侵害を未然に防止するため、当社では、研究開発部門と事業部門と連携して、サービス企画段階から導入まで、特許権や商標権の侵害を未然に防ぐ、シームレスなクリアランス活動を遂行しています。実際に警告を受けた場合は、知的財産部門が全社的窓口になり、関連部門(技術部門、事業部門、法務部門)及び弁護士・弁理士などの専門家と緊密に連携を図りながら、迅速かつ的確に対応しています。また、他社との共同研究・開発に伴う技術ノウハウ等の知的資産に関する漏えい防止策も強化しています。その他、著作権や商標権に関する社内研修会などの啓発活動を通じて、侵害リスク回避を行っています。

特許出願件数の推移

各年3月31日に終了した会計年度



特許登録件数の推移

各年3月31日に終了した会計年度

