

opening doors

Change and Challenge

成熟化の度合いを深める日本の携帯電話市場において、
持続的な発展を実現していくために成長戦略の舵を大きく切ったドコモ。
当アニュアルレポートでは、2007年の新たなビジネスモデルの導入以降、
お客さまの視点をすべての事業活動の起点に置きながら
ドコモが進めてきた各種施策と、
今後の取り組みの方向性をご説明します。





ドコモの業績に関する主要項目早見表

営業収益関連

<p>無線通信サービス</p> <p>携帯電話収入</p> <p>その他の収入</p>	<p>携帯電話収入は、無線通信サービス収入の大部分を占めており、音声通信による収入とパケット通信による収入が含まれます。携帯電話収入は、基本的に「1 契約当たりの月間平均収入 (ARPU) × 稼働契約数」で計算することができます。ARPU > ARPU は、音声 ARPU とパケット ARPU で構成されています。音声 ARPU は、新たな割引サービスの普及や新たな端末販売モデルでご利用可能な料金プラン「バリュープラン」の契約拡大、MOU の減少等により低減傾向にあります。 音声 ARPU > P. 9, 11, 12, 14, 20, 28, 29</p> <p>パケット ARPU は、パケット通信の利用拡大等により上昇傾向にあります。 パケット ARPU > P. 9, 12, 14, 20, 21, 28, 29, 31</p> <p>稼働契約数・解約率 > ドコモは、稼働契約数の伸びを確保するため、解約率の低減に取り組んでいます。 解約率 > P. 8, 11, 29</p> <p>その他の収入は、子会社外部売上やケータイ補償お届けサービス、「iモード」情報料の収納代行収入などで構成されています。</p>
<p>端末機器販売</p>	<p>端末機器販売収入は、お客さまに販売を行う販売代理店への携帯電話機やその他機器の販売(卸売り)によるものです。ドコモは米国会計基準に従い、販売代理店に支払う手数料(代理店手数料)の一部を端末機器販売価格の値引きとみなし、端末機器販売収入から差し引いて計上しています。 端末機器販売収入 > P. 28</p>

営業費用関連

<p>サービス原価</p>	<p>サービス原価は、お客さまに無線通信サービスを提供するためにかかる費用です。サービス原価には、通信設備使用料やネットワーク保全・運営に関わる人件費及びその他の経費などが含まれており、そのなかで最も大きな割合を占めるのが通信設備使用料です。通信設備使用料には、主に他社のネットワークを利用する際に支払う費用が含まれます。なお、通信設備使用料と減価償却費を足したものを、ネットワーク関連コストと呼んでいます。 通信設備使用料 > P. 29 ネットワーク関連コスト > P. 14, 26</p>
<p>端末機器原価</p>	<p>端末機器原価(端末調達コスト)は、お客さまへの販売(携帯電話販売)を目的としてドコモが仕入れた携帯電話機器の購入原価で、携帯電話販売数と仕入れ単価により増減します。携帯電話販売には、新規のお客さまへの携帯電話機器の販売と、既存のお客さまの機種変更に伴う販売などが含まれます。 携帯電話販売数 > P. 9, 11, 14, 28, 32 端末調達コスト > P. 12, 26, 28, 33</p>
<p>減価償却費</p>	<p>減価償却費は、無線通信設備やソフトウェア等、取得した有形及び無形固定資産の取得原価を資産の耐用年数にわたって計上する費用です。減価償却費は、主に設備投資の金額により決定されます。ドコモの設備投資の多くは、ネットワークのエリア拡大と品質向上に向けた投資によるものです。 減価償却費 > P. 28 設備投資 > P. 4, 5, 14, 26, 34</p>
<p>販売費及び一般管理費</p>	<p>販売費及び一般管理費で大きな割合を占めるのは、販売代理店に支払う手数料(代理店手数料)です。ドコモは、米国会計基準に従い、代理店手数料の一部を端末機器販売価格の値引きとみなしており、その額を販売費及び一般管理費に含めず、端末機器販売収入から差し引いて計上する会計処理を行っています。 代理店手数料 > P. 11, 12, 14, 28, 32</p>

その他

<p>移動通信業界とドコモ 日本全体の携帯電話及び PHS の総契約数が 1 億を超え、携帯電話市場は成熟期を迎えています。ドコモは、市場環境の変化に伴い、成熟期に適したビジネスモデルへの転換を図りました。 競争環境の変化と経営戦略の転換 > P. 6, 7, 12, 19</p>	<p>端末(ラインナップの見直し) ドコモは、「新ドコモ宣言」で掲げたすべての取り組みをお客さまの視点で見直す取り組みの一環として、端末シリーズを従来の機能を軸とした分け方からお客さまのライフスタイルや価値観にあわせたものへと見直しました。 端末 > P. 32, 33</p>
<p>サービス(新サービス) ドコモは、携帯電話の新しい使い方を提案するとともに、利便性の向上やパケット通信の利用拡大に向けたサービスの提供に努めています。 サービス・コンテンツ > P. 20, 21, 23, 30</p>	<p>出資/提携 ドコモは、新たな成長を目指し他企業への出資・提携を推進しています。 出資/提携 > P. 21, 24, 36, 37</p>