

Current Development with Our Strength

2009年度の業績

業績の概況

無線通信サービス収入は引き続き減少するも3期連続の増益を達成

2009年度は、お客様による携帯電話機の長期保有傾向や景気の影響を受け、端末販売台数は1,804万台と前期比209万台減(同10.4%減)、端末機器販売収入は5,075億円と前期比994億円減(同16.4%減)となりました。無線通信サービス収入は、パケット定額制サービスの普及などが増収要因となる一方で、バリューコースの定着などが減収要因となり、3兆7,769億円と前期比642億円減(同1.7%減)に留まりました。この結果、営業収益は4兆2,844億円と前期比1,636億円減(同3.7%減)となりました。

営業収益

	(億円)		
	2008	2009	増減率
無線通信サービス	38,411	37,769	△1.7%
携帯電話収入	36,613	34,995	△4.4%
音声収入	21,496	19,105	△11.1%
(再掲) 「FOMA」サービス	18,778	17,855	△4.9%
パケット通信収入	15,117	15,890	5.1%
(再掲) 「FOMA」サービス	14,494	15,583	7.5%
その他の収入	1,798	2,775	54.3%
端末機器販売	6,069	5,075	△16.4%
営業収益合計	44,480	42,844	△3.7%

営業費用については、端末販売台数の減少及び開発効率化などにより端末機器原価が6,985億円と前期比1,294億円減(同15.6%減)となりました。また減価償却費は、設備投資の効率化に加え2008年度に実施した「mova」の資産の繰上げ償却の影響もあり7,011億円と前期比1,030億円減(同12.8%減)となり

ました。この結果、営業費用は3兆4,502億円と前期比1,669億円減(同4.6%減)となり、減収分を超える費用削減を実現した結果、営業利益は8,342億円で前期比微増(同0.4%増)の増益となりました。

営業費用

	(億円)		
	2008	2009	増減率
人件費	2,541	2,583	1.6%
経費	21,336	21,229	△0.5%
減価償却費	8,042	7,011	△12.8%
固定資産除却費	697	470	△32.5%
通信設備使用料	3,167	2,819	△11.0%
租税公課	387	389	0.5%
営業費用合計	36,170	34,502	△4.6%

営業収益、営業利益及び売上高営業利益率の推移



主要指標に見るオペレーションの状況

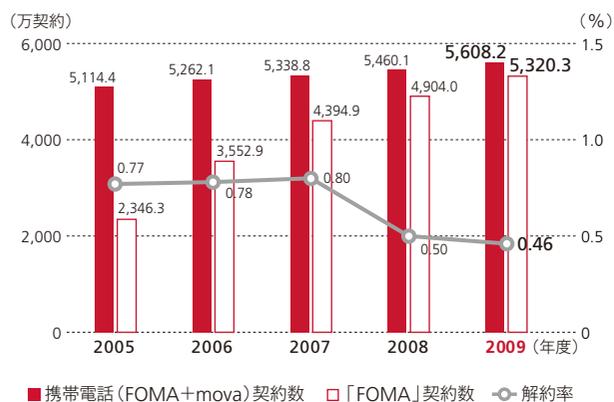
契約数

過去最低水準の解約率を更新

2010年3月末の携帯電話サービス契約数(FOMA+mova)は、前期末比148万契約増の5,608万契約となりました。「mova」サービス契約者の「FOMA」サービスへのマイグレーションが更に進んだことにより、「FOMA」サービスの契約数は5,320万契約、全契約に対する比率は94.9%となりました。

解約率は、お客様満足度向上に努めたことやMAX系割引サービス・バリューコースの浸透により、通期の解約率は過去最低水準となった前期を更に0.04ポイント下回る、0.46%となりました。

携帯電話 (FOMA+mova) 契約数、
「FOMA」契約数及び解約率の推移



ARPUの推移

(年度)

	2008	2009	1Q	2Q	3Q	4Q
総合ARPU (FOMA+mova)	5,710	5,350	5,440	5,420	5,470	5,060
音声ARPU	3,330	2,900	3,010	2,970	3,030	2,590
パケットARPU	2,380	2,450	2,430	2,450	2,440	2,470

(円)

MAX系割引サービスとバリューコースの状況

MAX系は実質飽和水準。下ブレ要因に一服感

MAX系割引サービスは2010年3月末で契約数が3,500万を超え、契約率で全契約者の63%となりました。MAX系割引サービスに契約しなくても50%割引となる「契約期間が10年を超えるお客様」を加えると約8割となります。

携帯電話機の購入時に値引きを受けない代わりに月額基本使用料が減額される「バリュープラン」も契約数が3,200万を突破し、契約率は58%に達しました。新たな販売モデルでの端末販売におけるバリューコースの選択率は90%を超えて推移しており、着実な定着を達成しました。

ARPU

総合ARPUの下げ幅が鈍化。

パケットARPUと音声ARPUの接近が進む

総合ARPU (FOMA+mova) は、前期比360円減の5,350円となりました。音声ARPUは「バリュープラン」の浸透や課金MOUの減少の影響などにより前期比430円減の2,900円となりました。一方、パケットARPUは、パケット定額制サービスへの加入促進や動画サービス等の利用促進により着実に推移し、前期比70円増の2,450円となりました。

事業概況 – At a Glance –

お客様満足度の更なる向上

p24

【2009年度の主な施策】

- エリア品質の向上、及び48時間以内の訪問対応サービスの本格化
- 「ケータイてんけん」サービスの開始
- 「修理品どこでも受取サービス」の開始
- 「電池バック安心サポート」サービスの拡充
- データ通信サービス向け料金の改定

【2010年度の取り組み方針】

- お客様ニーズに応えるエリア・ネットワーク品質の更なる向上の推進
- 「ケータイてんけん」「電池バック安心サポート」のサービス体制の更なる強化などによるアフターサービスの充実
- サービス拡大へ向けた料金プランの見直し・シンプル化の推進

パケットARPUの伸びによる成長

p26

【2009年度の主な施策】

- 「iコンシェル」のオートGPS対応、「BeeTV」の開始
- 店頭でのお勧めコンテンツの紹介、初期設定サポートなどの開始
- スマートフォン市場裾野拡大に向けたラインナップの拡充

【2010年度の取り組み方針】

- パケット定額制のユーザーベースの更なる拡大
- 豊富なサービス・コンテンツの提供
- パケット利用促進まで意識したサービス利用勧奨の徹底
- スマートフォン・PCデータ通信市場における純増シェア拡大

LTE導入とネットワークの進化

p28

【2009年度の主な施策】

- 更なる品質向上（「ハイスピードエリア」の拡充など）
- トラフィック増に対応した容量増・ネットワークの動的制御の開始

【2010年度の取り組み方針】

- 増大するトラフィックに対応した適切な設備増強
- ネットワークIP化の更なる推進
- LTEネットワークの導入・拡大

サービスのパーソナル化の推進

p29

【2009年度の主な施策】

- 「iコンシェル」の契約数の順調な拡大
- オートGPS開始による新たな行動支援サービスの提供

【2010年度の取り組み方針】

- 「行動支援」を軸とした新たなサービスや機能の提供
- 「iコンシェル」の対応端末の拡大と端末販売時の積極的な勧奨による契約数の拡大
- 「iコンシェル」の地域コンテンツの充実
- iモードメールを自動保存できる「ドコモ webメール」の開始

ソーシャルサポートサービスの展開

p30

【2009年度の主な施策】

- 相手の携帯電話番号を指定することで、即時に送金ができるサービス「ドコモ ケータイ送金」の開始
- 環境センサーネットワーク事業の開始

【2010年度の取り組み方針】

- 「健康・医療」「金融・決済」「環境・エコ」分野の新事業を更に進展させ、収益基盤の拡大を図る
- 携帯電話の特性や機能を活用した保険サービス「ドコモ ワンタイム保険」の提供
- 医師の生涯学習をサポートする「MD+」、医療業務に関する情報を提供する「Medical Brain」の提供開始

融合サービスの導入推進

p31

【2009年度の主な施策】

- フェムトセルを活用した新たな付加価値サービス「マイエリア」サービスの開始
- 離れた場所からデジタルフォトフレームに写真表示が可能な「お便りフォトサービス」の開始

【2010年度の取り組み方針】

- 各種業界との融合の更なる進化
- モバイルWi-Fiルータの導入による、様々なデバイスとの通信機能の融合を促進

端末の更なる進化

p32

【2009年度の主な施策】

- 端末のオープンプラットフォーム化の推進
- 「オペレーターパック」のFOMA端末への搭載

【2010年度の取り組み方針】

- スマートフォンのiモードメール対応
- 「ドコモマーケット」におけるコンテンツ課金の対応

グローバル展開の推進

p33

【2009年度の主な施策】

- 【国際サービス】
- 海外GPSサービスの導入、及び海外サポート拠点の拡大
- 【海外ビジネス展開】
- ドイツのnet mobile社への出資、プラットフォームを活用したコンテンツ配信の開始
 - 出資企業であるインドの通信事業者Tata Teleservices Limited社がインド第5位の事業者へ成長
 - アジア太平洋エリアの携帯事業者4社で各種協力を目的としたドコモ・グローバルクラブを結成

【2010年度の取り組み方針】

- 【国際サービス】
- お客様の利便性向上へ向けた新サービスや新ポータルへの導入によるバケット利用促進
 - 空港でのコンサルティング実施や海外サポート拠点の拡大・拡充
- 【海外ビジネス展開】
- 出資・提携先の支援による財務的リターン及び事業シナジーの獲得
 - 海外での付加価値サービス提供などに向けた取り組みの実施

国内出資・提携の推進

p34

【2009年度の主な施策】

- コア事業の強化や新事業の創出につながる出資・提携を推進
- テレビ通販事業を展開する(株)オークローンマーケティングへの出資

【2010年度の取り組み方針】

- 異業種との出資や提携を通じ、更なる収益拡大と持続的成長を目指す
- 東京海上日動火災保険(株)との業務提携による「ドコモ ワンタイム保険」の提供を開始
- 幅広い年齢層に向けて、ユーザー作成コンテンツを掲載・公開できるUGCメディア「E★エプリスタ」を開始

研究開発

p35

【2009年度の主な施策】

- 2010年12月のLTEのサービス開始に向けた開発
- コアネットワークのIP化における信頼性向上のための技術開発

【2010年度の取り組み方針】

- 競争力の高い新たなサービスを構築するための基盤技術の研究開発
- 高品質・価格競争力・信頼性を強化し市場競争力を拡充するための基盤技術の研究開発

事業概況 - 主な取り組み -

お客様満足度の更なる向上

約5,600万のお客様に更に満足いただけるよう、努力を続けることは、「変革とチャレンジ」を着実に推進する第一歩です。ドコモは、料金・サービスの精錬化を続け、強みを更に伸ばすための基盤を固めています。

エリア品質の向上

48時間以内の訪問対応サービス

お客様にケータイを快適にご利用いただくためには、通話や通信の品質が重要となります。そのためには、きめ細やかな対応で「エリア品質」の向上を常に図ることが重要であるとドコモは考えます。

48時間以内の訪問対応サービスは、お客様から「電話が繋がらない、FOMAの電波状況が悪い」といったご連絡をいただいた場合、ご希望のお客様には担当者から連絡後、原則として48時間以内にご自

宅などに訪問し、エリア調査を行い、問題の速やかな改善を図るというサービスです。また即座の改善が難しい場合も、現状及び今後の対策についてお客様に明確にご説明することを心掛けています。

同サービスを通じた訪問によって、お客様から指摘いただいた問題が改善できた割合は約8割となっています。また、お客様のサービスへのご満足度も約97%となっています。2009年度の同サービスの訪問実績は55,000件に達しました。

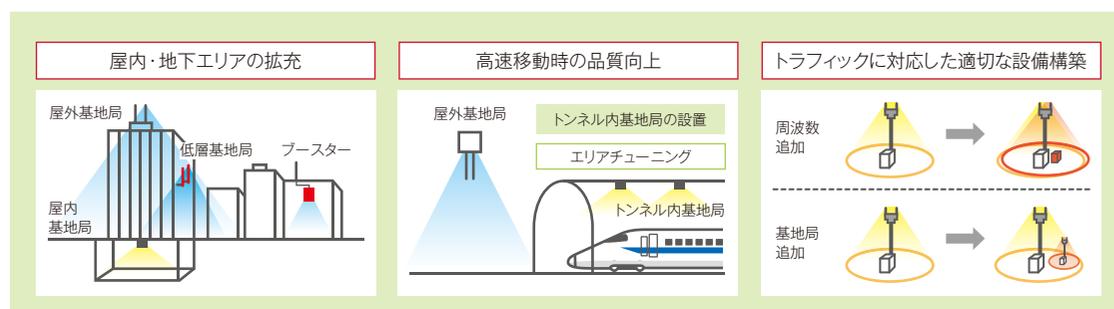
エリア・ネットワーク品質の向上

お客様のご利用環境により、エリア品質を高めるための施策は変わります。高層施設の周囲では低層エリアや屋内エリアをカバーする基地局やブースターの増設、新幹線のような高速移動には基地局を専用チューニングを施すなど、TPOに応じた的確で迅速な通信網の整備・改善を続けることで、エリア・ネットワーク品質の向上を引き続き推進します。

48時間以内の訪問対応サービス



エリア・ネットワーク品質の向上



アフターサービスの充実

「ケータイてんけん」サービス

携帯電話が多くの方の日常生活に重要な役割を果たすようになった現在、「ケータイが壊れない」と同時に「安心して使えるアフターサービスが受けられる」ことが重要な意味を持つとドコモは考えます。近年は端末の買い替え周期が長期化する傾向もあり、アフターサービスに関する対応の充実はお客さま満足度を高める上で大切な課題といえます。

ドコモは携帯端末の設計及び製造過程において、様々な状況を想定し、品質及び耐久性に万全を期しています。その上でお客様にケータイが使えないというご不便をおかけしない取り組みとして、「ケータイてんけん」サービスを2009年7月より開始しました。同サービスは携帯電話をいつでも安心・快適にご利用いただくため、ご利用中のケータイに破損箇所や劣化などの異常がないか、通信性能に問題がないかなど専門スタッフによる点検とクリーニングなどをさせていただきます。2009年度は約352万件のご利用をいただきました。

電池バック安心サポート

通話からインターネット、カメラ、音楽配信など、多様な目的でご利用いただく携帯電話にとって、信頼できるバッテリーは顧客満足度の大切な要素です。また端末利用の長期化に伴い、バッテリー劣化への対策が、お客様の声としてクローズアップされてきました。

バッテリーの問題への対策は、長くドコモをお使いいただいているお客様との良好な関係を維持する上で重要であると考え、ドコモプレミアクラブにご加入のお客様で、同一のFOMA電話機を長くご使用の方を対象に、電池バックを進呈（500ポイントまたは無料）する「電池バック安心サポート」をご提供してきました。

2009年7月より従来の電池バックに加え、FOMA補助充電アダプタ01をラインナップに追加し、お客様のご利用状況に応じて選択いただけるようサービスの拡充を図りました。

なお、本サービスは2009年度には約720万件と、多くのお客様にご利用いただいています。

料金の見直し

2008年度に導入したパケット定額制サービス「パケ・ホーダイ ダブル」は、安心してデータ通信サービスを楽しみたいというお客様にご好評をいただき、サービスの競争力の強化と同時に、パケットARPUの改善に貢献しました。

また、広がりつつあるスマートフォン市場の裾野拡大に向けて、スマートフォンに関する料金体系を分かりやすくすることが課題でした。そこで2010年4月より「Biz・ホーダイ ダブル」と「パケ・ホーダイ ダブル」を統合しました。またiモードと「mopera U」を併用した場合等に割引する「ISPセット割」も2010年5月から実施しています。

「ケータイてんけん」

2009年7月サービス開始

ドコモショップでケータイ電話を
無料で点検・クリーニング

利用件数

2009年度: **約352万件**



結果表



テスト

「電池バック安心サポート」

2009年7月サービス拡充

利用件数

2009年度: **約720万件**



電池バック

または



FOMA補助
充電アダプタ01

パケットARPUの伸びによる成長

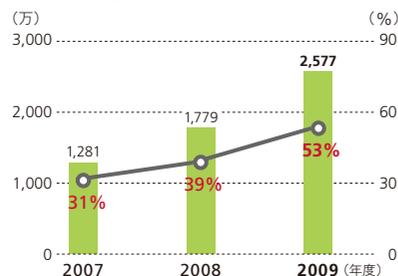
2年前に導入したバリューコースの影響による音声ARPUの減を補うため、パケットARPUを向上させることが重要な経営課題です。そのためには、パケット定額制利用者の拡大、ならびにパケット利用の促進が必須であり、多様化する端末それぞれに応じた様々な施策に取り組んでいます。

パケット定額制利用拡大に向けた取り組み

2009年8月、パケット定額サービス「パケ・ホーダイ ダブル」を月額390円からご利用いただけるよう見直しました。これにより、お客様に「BeeTV」をはじめとする動画コンテンツをより気軽に、また安心してご利用いただけるようになりました。更に、2009年12月、相手が誰でも国内iモードメールの送受信が無料をご利用いただける「メール使いホーダイ」の提供を開始しました。

このような取り組みの結果、2010年3月時点で、パケット定額制契約数は2,577万契約に達し、契約率は53%に拡大しました。

パケット定額制契約数・契約率



パケット利用の促進 —iモードでの取り組み—

主要サービスであるiモードにおいては、ヘビーユーザーにもご満足いただける魅力あるコンテンツの充実を図るとともに、ミドル・ライトユーザーのパケット利用を促進するため、使い勝手の良さの追求や店頭での利用動奨などの「更なるパケット利用促進の取り組み」に力を入れ、着実な成果を挙げています。

「iコンシェル」は、お客様一人ひとりの生活圈や趣味嗜好に合わせた情報を自動的に配信し、日々の生活の行動を支援するサービスです。2009年秋・冬モデルからはオートGPS機能に対応するなど、サービスは更に進化し続けています。2010年3月時点では、約420万契約に達しました。

ドコモは2009年4月、エイベックス・エ

ンタテインメント(株)との合併会社「エイベックス通信放送(株)」を設立、同年5月より携帯電話専用放送局「BeeTV」を開局しました。「BeeTV」では携帯電話の画面での鑑賞に最適化した映像及び音楽コンテンツを制作・配信しています。月額315円でご覧いただけるドラマ・ミュージック、お笑いといった多彩なエンタテインメントコンテンツが好評を博し、契約数は2010年3月末で約107万契約に達し、順調な伸びを見せています。

また、「どのようなコンテンツがあるかわからない」「設定が難しい」というお客様の声にお応えし、新規ご購入、買い替え、相談などでご来店されたお客様に対し、店頭で使用方法のご説明、お勧めコンテンツのご紹介、ならびに初期設定のサポートを積極的に行っています。



パケット利用の促進

—スマートフォンでの取り組み—

利用者が拡大しつつあるスマートフォンにおいては、料金体系の見直しと平行し、端末ラインナップの拡充、コンテンツマーケットの整備を進め、スマートフォン市場の裾野拡大を積極的に進めています。

従来「docomo PRO series」の中でスマートフォンを展開してきましたが、市場の拡大に合わせ2010年春より「ドコモ スマートフォン」という製品カテゴリを新たに設けました。多彩なメーカー及びOSの端末をラインナップし、お客様のニーズにきめ細かくお応えしています。特に2010年4月に発売したXperia™はソニー・エリクソン社製のAndroid™-OS搭載のスマートフォンとして幅広い層からのご支持をい

ただき、予想を上回る予約をいただく好調な滑り出しとなりました。

また、スマートフォンをご利用になりたいお客様から「iモードメール(@docomo.ne.jp)をスマートフォンでも利用したい」というご要望を数多くいただいています。ドコモはお客様のご要望にお応えすべく、iモードメールアドレス対応を2010年9月に実施する予定です。そのほか、iモードでご好評いただいているサービスについては、順次スマートフォンでもご利用いただけるよう検討していきます。

更に、ITリテラシーが低いお客様であっても、より簡単・便利にご利用いただけるよう、コンテンツ及びアプリケーションのマーケットの整備を進めています。プラットフォームとしてのドコモが果たすべき重要な課題です。

2010年4月には、スマートフォン向けポータル「ドコモマーケット」の提供を開始しました。「ドコモマーケット」では、より手軽にスマートフォンをご利用いただけるようおすすめのコテンツやアプリケーションをドコモが分かりやすく紹介しています。また2010年度内にはiモードでは実現しているコンテンツ課金対応を実現する予定です。

ドコモマーケット



パケット利用の促進

—PCデータ通信分野での取り組み—

ネットブックなど安価なモバイルPCの普及拡大に伴い、PCデータ通信市場は急速に拡大しています。PCデータ通信では、従来の携帯電話によるパケット通信と比較し、スループットがより強く求められます。ここにネットワーク品質を重視するドコモの強みを活かす好機があります。ドコモはPCデータ通信分野を成長市場と捉え、販売強化を継続しています。この結果、データプランの契約数は急速な伸びを見せ、2010年3月末時点での契約数は約96万契約と、この1年で倍増に近い伸びとなっています。

docomo STYLE series

docomo PRIME series

docomo SMART series

docomo PRO series

docomo らくらくホン シリーズ

ドコモ スマートフォン

LTE導入とネットワークの進化

ネットワークの高速化・大容量化と通信品質の維持は、通信事業者として永続的かつ重要な経営の課題です。ドコモは、次世代方式であるLTEの導入を推進し、日本の携帯電話市場において、世界最先端の通信ネットワークの整備と世界最高水準のネットワーク品質の向上に日々挑戦しています。

人口カバー率100%の高速データ通信サービス

ドコモは、基地局整備の継続的な拡充に取り組み、第3世代携帯電話「FOMA」サービスにおいてすでに人口カバー率100%を達成しています。また受信時最大7.2Mbpsの高速パケット通信を可能とするHSDPA方式による「FOMAハイスピードエリア」についても、2008年12月に人口カバー率100%を達成し、高速データ通信を快適にご利用いただけるネットワーク環境を構築しています。

快適なパケット通信環境の提供に向けた取り組み

ドコモは、コンテンツの大容量化などによるデータ通信トラフィックの急増に対応するため「FOMAハイスピードエリア」の

拡充や、設備の増強を進めてきました。この取り組みはスマートフォン、PCデータカードの普及に伴い、更に重要性を増すと考えます。

効率的かつ低コストで膨大なデータを伝送する仕組みとして、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、ネットワークの継続的な強化を図っています。このほか、快適なデータ通信環境の提供を目的として、高トラフィック時間・エリアにおいて、特にご利用の多いごく一部のユーザーに対する通信速度制御も実施しています。

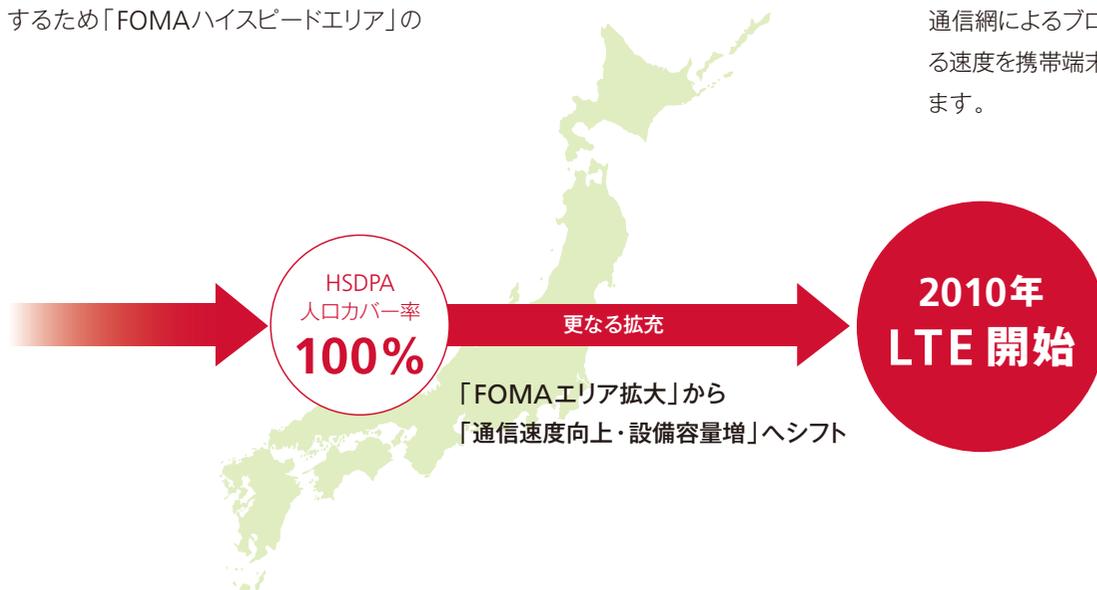
ネットワークコストの低減

2009年度の設備投資総額は、前年度比6.9%減の6,865億円となりました。

2009年度末の「FOMA」サービスの屋外基地局は、前年度末から7,200局増設となる55,700局となり、屋内基地局については同5,200局増設となる24,800局となりました。また、更なるネットワークコストの削減を目指し、引き続きネットワーク装置の集約化、大容量化、及び調達価格の低減に努めています。

LTEの導入

ドコモは2010年12月より、LTE方式の通信サービスを開始するべく、準備を進めています。まずは、先行するエリアから、37.5Mbps（一部では75Mbps）の通信環境の提供を開始する予定です。これにより従来の「FOMAハイスピード」と比べて飛躍的に速度が上がるだけでなく、固定通信網によるブロードバンド通信に匹敵する速度を携帯端末で実現できることとなります。



サービスのパーソナル化の推進

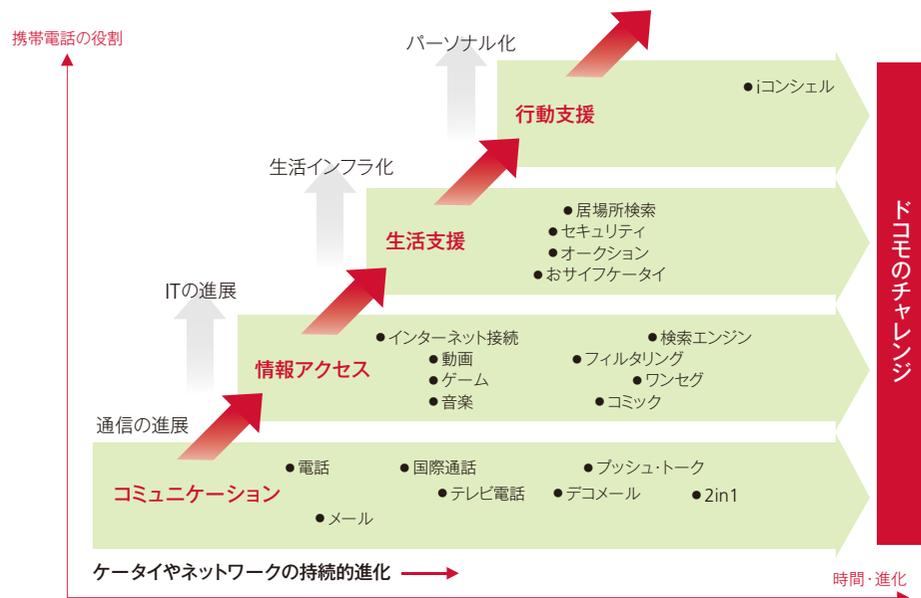
インターネットが当たり前となった現在、そこに流通する情報は膨大かつ多岐にわたります。ドコモは、ケータイで提供する情報サービスをパーソナル化することが、お客様満足度の向上につながると同時に、新しい利用方法の提案、ひいては更なるケータイの利用促進につながると考え、様々なサービスを展開しています。

生活支援という新たなニーズ

携帯電話を通じてインターネットにアクセスする機会が増加する中、「自分に合った情報がほしい」「確かな情報源に素早くアクセスしたい」というニーズが高まっています。

また、携帯電話には「24時間365日、常に身につけている」「GPSで位置情報が分かる」「個人認証が確立している」という特性があります。これら携帯電話の特性を組み合わせれば、お客様の嗜好、ライフスタイルに合わせた情報配信を提供することが可能となり、更にはお客様の生活を支援することにもなります。

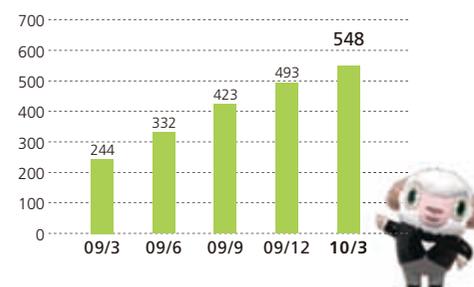
サービスの進化の方向性



iコンシェル

このような考えに基づきパーソナルサービスの中核として開始したサービスが「iコンシェル」です。「iコンシェル」は2008年のサービス開始以来、着実に契約数を伸ばし、2010年3月末時点で420万契約を達成しました。また2009年秋冬モデル端末からは、オートGPS機能に対応しました。これにより、どこにいてもご自宅への終電情報をお知らせしてくれる「終電アラーム」など、新しい行動支援型サービスの提供が可能となりました。

「iコンシェル」のコンテンツ数
(コンテンツ)



コンテンツ数についても2010年3月時点で548を数え、順調に増加しています。現在、「iコンシェル」はユーザビリティの改善と同時に地域コンテンツの拡大を図っています。

より生活を便利にする「常に身につけるパーソナルエージェント」としてのケータイの可能性を広げていくサービスとして、今後も進化していきます。



ソーシャルサポートサービスの展開

ドコモが新たな事業領域へのチャレンジとして取り組みを加速しているのが、ソーシャルサポートサービスです。健康・医療、金融・決済、環境・エコといった様々な社会的な課題の改善に向け、携帯電話が一翼を担うことができると考えています。

ソーシャルサポートにドコモならではのサービスを提供することは、社会的にも意義深くかつ大きなビジネスチャンスであると考え、産官の多様な連携のあり方を模索しています。まず健康・医療分野でモバイルならではのパーソナルな医療情報の配信基盤の構築を進める一方、金融・決済分野では携帯電話の機能と特性を活かした新サービスを開始しました。また環境分野ではセンシング技術とモバイルの融合による情報基盤の構築を進めています。

健康・医療分野での例

「Medical Brain」「MD+」

「Medical Brain」は、医療従事者向けに、医療業務に関する幅広い情報を効率的に提供する会員制の情報ポータルサービス、「MD+」は医師の生涯学習をサポートする会員制情報サービスです。

これらのサービスは日々の診療業務に役立つとともに、医療界の情報格差解消と安心の医療環境の実現への貢献が期待されます。

金融・決済分野での例

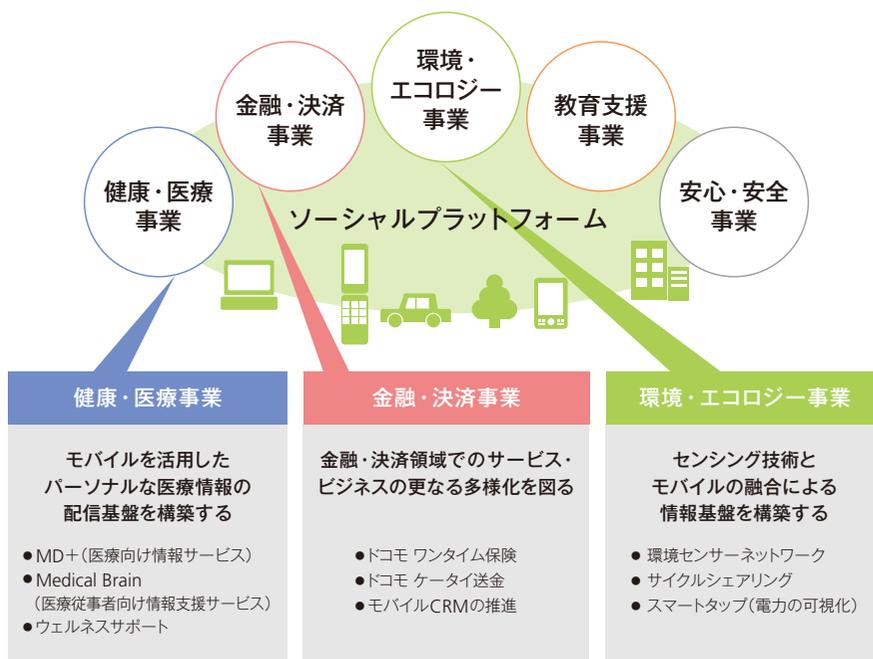
「ドコモ ケータイ送金」

2009年7月に開始した「ドコモ ケータイ送金」は、新たに口座の開設や事前登録などの手続きをすることなく、送り手となるお客様が相手(受け手)の携帯電話番号を指定することで送金が可能となるサービスです。お客様は、本サービスをご利用いただくことにより、飲み会代の精算など、友人・知人間でのお金の受け渡しを簡便に行うことができるようになります。

環境分野での例

「環境センサーネットワーク事業」

ドコモは、花粉の飛散量や大気情報、紫外線の照度、CO₂の濃度などを収集・提供する「環境センサーネットワーク事業」を、2010年1月から開始しました。この事業は、携帯電話の基地局などに設置したセンサーで測定したデータを、携帯電話ネットワークを介して蓄積し、加工・分析を施した後、環境情報として有償提供するものです。なお、個人向けに情報配信を行っている気象予報事業者を対象とした「B to B to Cモデル」をはじめ、製薬会社や医療機関などを対象とした「B to Bモデル」、更には自治体などを対象とした「B to Gモデル」など、幅広い事業領域に対して情報を展開していく予定です。



融合サービスの導入推進

携帯電話が生活の様々なシーンに浸透する一方、家電や自動車など生活の様々なシーンで活躍する機器もまた、通信機能を持ち幅広くネットワーク化されつつあります。このような中、携帯電話とその他の様々な生活関連の機器との連携を強化し、より便利な日常生活を実現することが、「融合サービス」の目的です。ドコモは融合サービスの試みを多方面で推進していきます。



マイエリア(フェムトセル)

「マイエリア」は、2009年11月に開始した固定通信と携帯電話の融合サービスであり、かつ帯域占有や在圏情報といったフェムトセルの特性を活用した新たな付加価値サービスです。



帯域占有

ご自宅にブロードバンド回線につながったフェムトセル小型基地局を設置し、ご自宅専用FOMAエリアを構築することにより、高速パケット通信をご利用いただけます。「マイエリア」は登録されたFOMA端末のみご利用いただけるので、動画など大容量コンテンツやマイエリア登録者向けの専用動画・音楽コンテンツを高速なパケット通信で楽しむことができます。

在圏情報の活用

ご自宅に設置されたフェムトセル小型基地局により、登録されているご家族の携帯電話のご自宅専用FOMAエリアへの出入りを検知することが可能です。この「イマスカ機能」をご利用いただくことで、ご家族の帰宅、外出を確認することができ、それをメールでお知らせすることも可能です。

お便りフォトサービス

2009年7月に開始した、情報家電と携帯電話との融合サービスである「お便りフォトサービス」は、携帯電話やパソコンから写真を添付したメールを送信するだけで、離れた場所からもデジタルフォトフレーム(「お便りフォトパネル」)に写真を表示することができます。

同サービスをご利用いただくことで、離れて暮らす家族のもとに「お便りフォトパネル」を設置しておけば、撮った写真をメールで送るだけで簡単に見て・楽しんでいただくことができます。また2009年12月からは、お客様が希望するコンテンツを選択するだけで、ニュースや世界遺産などの厳選コンテンツを定期的にお届けする「フォト配信サービス」を提供しています。



端末の更なる進化

多様化するお客様のニーズに応え、魅力ある端末を快適にご利用いただくための取り組みを続けることは、通信事業者としての重要な課題です。また、激化する市場環境の中、開発コストの効率化もまた、日々取り組むべき課題です。

端末のオープンプラットフォーム化

ドコモは、端末の進化の重要な方向として、端末の「オープンプラットフォーム化」を推進してきました。その目的は、端末メーカーの開発コスト及び開発期間を改善することを通じ、魅力ある端末をいち早く、かつリーズナブルな価格設定でお客様にご提供し続ける体制を作ることにあります。この実現に向け、ドコモは、ミドルウェア領域で、世界中で利用可能な標準アプリケーションのセットである「グローバルアプリ」とドコモ独自のサービスに対応する「オペレータパック」との分離を進め、

2009年度冬春モデルより導入を開始しました。ドコモはこうしたミドルウェア領域に加えOS領域においてもプラットフォームのグローバル化とオープン化を進め、多様な企業の参入を通じたサービスの多様化、ひいてはドコモのサービスのグローバル化を促進します。

スマートフォンへのiモード上で好評なサービスの搭載

スマートフォンが国内で普及しつつある現在、iモードからスマートフォンへ乗り換えるお客様が増えつつあります。その

結果、お客様から、「スマートフォンでもiモードと同じ機能やサービスを使いたい」というご要望を数多く頂戴しています。

ドコモは現在、この対応を積極的に進めています。具体的にはiモードメールアドレスへの対応を2010年9月に開始予定のスマートフォン向けISP「spモード」のサービスとして提供するとともに、おサイフケータイ対応端末の開発や「ドコモマーケット」におけるコンテンツ課金への対応を2010年度末までに実現できるよう、検討を進めています。



グローバル展開の推進

ドコモは、お客様のワールドワイドなケータイライフを支えるのみでなく、世界各国にドコモのお客様の輪を広げるという視野に立ち、ドコモならではのサービス・ノウハウを活かしたグローバル展開を積極的に推進しています。

グローバル展開として、主にドコモユーザーの海外渡航に対する「国際サービス」と、日系企業の海外拠点向け「法人向けソリューション」、そして海外の携帯事業者等との出資・提携を通じた「海外でのビジネス展開」があります。

「国際サービス」では、日本国内でご利用の携帯電話端末を渡航先でもご利用いただける国際ローミングサービス「WORLD WING」を中心に、各種サービスを提供しています。渡航時に役立つメニュー・コンテンツを充実させるなどサービスの拡充を図ると同時に、海外サポート拠点の拡大を行うなど、きめ細かい対応に努めています。また長期渡航者の方には、休止していた携帯電話回線を、帰国の際に空港に着いたらすぐご利用いただけるようにするなど、お客様の利便性向上に取り組んでいます。

「法人向けソリューション」では、ドコモの現地法人、出資先等を通じて、提携パートナー企業とも協力しながら、日系企業を含む多国籍企業及び現地企業にモバイルと連携した各種ソリューションをご提供しています。

「海外でのビジネス展開」としては、まず成熟した携帯電話市場を有する北米・欧州を中心としたエリアでは、主にコンテンツ・アプリケーション領域で、日本での

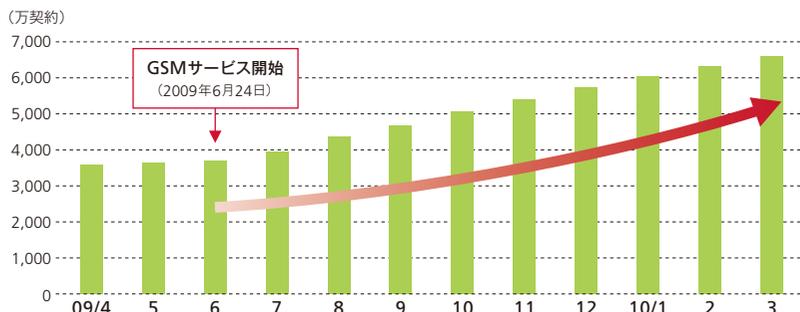
経験を活かしつつ現地で受け入れられるサービスの展開を目指しています。

また今後の量的拡大が見込まれるアジア太平洋を中心としたエリアにおいては、ドコモのネットワーク・インフラ領域での経験を活かし、積極的な出資・提携を通じて企業価値の向上を図っています。これらを通じ、ドコモ全体の収益への貢献、ならびにシナジーの獲得を目指します。

コンテンツ・アプリケーション領域での取り組み

2009年11月、ドコモはモバイルコンテンツ配信プラットフォーム事業者であるnet mobile社に出資をし、同年12月には約81.45%の株式を取得しました。ドコモはnet mobile社のプラットフォームを活用し、すでにフランスやインドでマンガコンテンツの配信や、インド、イギリス、グアムなどでキャリアを通じたiチャンネルサービスの提供を実施しています。

インドTTSL/TTML契約数



ネットワーク・インフラ領域での取り組み

ドコモが出資するインドTata Teleservices Limited (TTSL)社及びTata Teleservices (Maharashtra) Limited (TTML)社の契約数は、2009年6月のGSM方式サービス「タタドコモ」の開始以来急増し、インド国内における累計加入者シェア第5位に浮上しました。2010年3月末時点では約6,600万の契約者を獲得しています。今後はiチャンネルやモバイルコミックのような付加価値サービス等の充実により、更に顧客基盤の拡大を図りたいと考えています。

また、これらの成長国における携帯電話市場の知見を水平展開する施策も進めています。具体的には、ドコモを含め、インド・バングラデシュ・フィリピンの出資先携帯事業者4社で構成するドコモ・グローバル・クラブを2010年1月に結成し、成長国市場のネットワークや付加価値サービスのあり方を共有しつつ、事業ノウハウの交換や事業シナジー創出を目指しています。

国内出資・提携の推進

携帯電話は通信だけに留まらず、他の様々な事業やビジネス領域と組み合わせることで、シナジーを発揮し、社会に新たな価値を創造することができます。ドコモは更なる収益拡大と持続的成長に向け、コア事業を強化するとともに、多様なパートナー企業との出資・提携を通じて新たな事業の創出に取り組めます。

TV通販ビジネス領域

2009年4月、テレビ通販事業を展開する(株)オークローンマーケティング(OLM社)に出資しました。OLM社が保有するTV通販における米国市場での知見や高い商品調達力、商品開発・改良のノウハウ、高いレスポンス率を生み出す映像制作のノウハウ及びマーケティング力と、当社が保有する携帯電話サービスの技術、ノウハウを相互の事業運営に活用することにより、モバイルeコマースやTV通販ビジネスの拡大に取り組んでいます。

UGCコンテンツ領域

若者向けからシニア向けまで幅広いユーザー作成コンテンツ(以下、UGC: User Generated Content)サイトの運営ノウハウやシステム開発力を持つ(株)ディー・エヌ・エーと、ドコモのiモードにおける集客力や課金の仕組み、顧客ニーズを重視したサービス提供力を融合させ、携帯電話上で

の新たなUGCビジネスを共同で創出し、UGC市場全体への活性化へ寄与することを目的に、2010年4月に合併会社「(株)エブリスタ」を設立しました。

(株)エブリスタは、2010年6月に総合UGCメディア「E★エブリスタ」をグランドオープンし、UGCコンテンツを代表するケータイ小説のみならず、コミックやイラスト、写真、レシピ、俳句など、数多くのジャンルの投稿・閲覧ができ、幅広い年齢層に楽しんでいただけるサービスを提供していきます。

保険領域

「ドコモ ワンタイム保険」は、携帯電話から簡単に申し込みが可能な保険サービスです。ドコモは、2010年3月、東京海上日動火災保険(株)と両社の顧客基盤と事業ノウハウを活かしながら、生活インフラとして定着し行動支援機能を有した携帯電話と、日常生活に密着し「安心と安全」を提供する保険サービスを連携させ、お客様利益に最大限



特徴

携帯電話で申し込みから支払いまでを実現

申込み時の入力項目が最小限

短期で手頃な料金(最短1日)

オートGPSによる保険加入レコメンド

貢献できる商品・サービスの開発・提供と、新たな提供プロセスを導入していくことを目指して、包括的業務提携に合意しました。

その業務提携の一環として、2010年4月から携帯電話を活用した新たなコンセプトの保険商品「ドコモ ワンタイム保険」の提供を開始しました。

通常、傷害保険は月単位もしくは年単位での契約が一般的ですが、本サービスでは、実際に旅行・スポーツなどをする日に限定し、短期間での契約が可能のため、手頃な価格でご利用いただけるとともに、お申込みの際には、店舗への来店や申込用紙への記入は必要なく、iモードの専用サイトにて最小限の項目に入力いただくだけで申込みができます。現在、スポーツ・レジャー保険、ゴルファー保険、国内旅行保険、海外旅行保険の4種類の商品を提供しています。

モバイルとTV通販の連携



研究開発

お客様により満足していただくため、またグローバルな市場の先頭集団の一人として走り続けるため、「今」に偏らず未来志向で視野の広い研究開発を続けることが、ドコモならではの大切な「強みの源泉」であると考えます。

基本方針と体制

当面の競争力向上に資する技術から、将来の業界の発展を見据えた基礎研究まで広範なテーマを対象とした研究開発を行っています。横須賀リサーチパークのドコモR&Dセンターを中核拠点として、広範な移動通信領域の研究を行うほか、他の研究機関や大学との共同研究を行うことで、異分野の技術との融合にも取り組んでいます。このほか、海外の先端技術のトレンドを分析する活動や通信方式の標準化に関する活動を進めるため、米国やドイツ、中国などにも研究開発拠点を置いています。

2009年度の主な研究開発の成果

LTEに対応した光張り出し基地局用の無線装置を開発しました。本無線装置はLTEとW-CDMAの基地局装置で共用することが可能であり、新設する光張り出し基地局に対する本無線装置の先行導入を実施することで、LTEのエリア展開の効率化を実現できます。

LTEに対応した携帯電話に向けては、通信プラットフォーム「LTE-PF」の開発を日本電気(株)、パナソニック モバイルコミュニケーションズ(株)、富士通(株)とドコモの4社にて共同で進め、2009年10月に対応チップセットのエンジニアリングサンプルの開発を完了しました。LTE-PFを導入することで、LTEに係る携帯電話の基本機能の

独自開発を回避することができ、開発期間の短縮や開発コストの低減を可能とします。

また、市街地など実際のサービス提供環境での動作検証や通信速度などのパフォーマンスの評価を中心に試験を進め、2010年12月のLTEのサービス開始に向けて着実に準備を進めてきています。

LTE、W-CDMA、GSMなど国内外の複数の移動通信システムに対応させるため、700MHzから2.5GHzまでの8つの周波数帯に対応したマルチバンド電力増幅器の試作機を開発しました。本装置が実用化されれば、電力増幅器の搭載数は増加せず、携帯電話機を大型化することなくLTE、W-CDMA、GSMなど、国内外のほぼすべての携帯電話サービスに対応することが可能となります。

年々増加するパケットトラフィックに対して経済的に対応するため、コアネットワークのIP化を進めてきており、パケット通信だけでなく音声通話で使用しているコアネットワークについてもIP化を進めています。

音声通話に対してはパケット通信と比較してより高いネットワークの信頼性が求められます。今後音声通話のIP化を実現するにあたり、重要性が増すのはネットワークの信頼性向上です。ドコモは富士通(株)とともに、IPネットワークにおいて既存技術での解決が困難とされる「サイレント障害」の検出及び障害発生区間の特定技術の共

同開発をしました。これにより障害発生時におけるサービス復旧時間の更なる短縮を図ることが可能となります。また、汎用IP技術を採用し高速化を図った次世代の衛星移動通信システムを開発しました。衛星移動通信サービス「ワイドスター」の後継サービス「ワイドスターII」としてサービスを開始しました。

第4世代移動通信システムの無線アクセス方式に関する研究に継続的に取り組み、標準化へ向け国際標準化プロジェクト3GPPに積極的な提案を行いました。また、「目で操作できるイヤホン」など先進的なUIの実現や「サラウンド音声技術」など臨場感あるコミュニケーションの実現を目指す研究にも取り組みました。

これらの研究開発成果を特許等の知的財産として権利化することで事業保護と競争力向上に努めており、LTE等の注力分野における当社の特許保有数は業界トップ水準にあります。

研究開発費

