

# 統合報告書2019

## 編集方針

「統合報告書2019」は、株主・投資家をはじめとしたすべてのステークホルダーのみなさまに、財務・非財務の両面を含めたドコモの持続的な企業価値をよりわかりやすく伝えるため、編集にあたっては、IIRC(国際統合報告評議会)が公表した「国際統合報告フレームワーク」ならびに経済産業省が策定した「価値協創ガイダンス」を参照しています。

具体的には、「価値協創ガイダンス」の枠組みを活用し、「[トップコミットメント](#)」を中心に、ドコモの経営の全体像や中長期的なビジョンに立った経営方針・戦略を示しました。また、「[価値創造ストーリー](#)」ではドコモがめざす価値創造の仕組みと中長期のロードマップを整理し、中期戦略2020「beyond宣言」とCSR方針のもとで推進している「新しい価値」の提供に向けたさまざまな取組みやSASB(米国サステナビリティ会計基準審議会)が定める開示基準に関連した指標や項目を「[価値創造アクション](#)」で紹介しています。本報告書によって、より多くの方々にドコモについて、ご理解を深めていただければ幸いです。



## 社名・製品名など表記について

本報告書に掲載されている情報は、原則2019年3月末現在のものです。また、「ドコモ」「ドコモグループ」「当社」「当社グループ」などの記載については株式会社NTTドコモおよびその連結子会社を示しています。本報告書に記載されている会社名、製品名などは、該当する各社の商標または登録商標です。

## 年度表記について

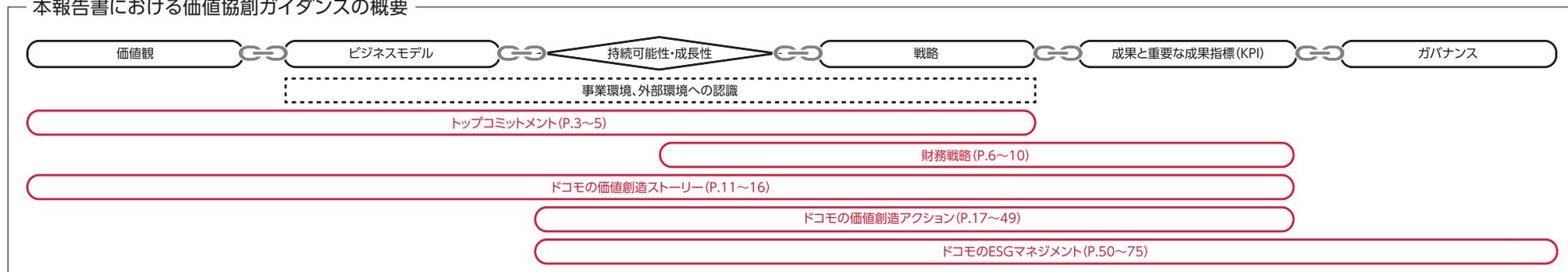
本報告書中の2018年度、2019年3月期とは、いずれも2019年3月31日に終了した会計年度をさし、そのほかの年度についても同様とします。

## 将来の見通しなどに関する記述について

本報告書に記載されている、将来に関する記述(業績予想を含む)を含む歴史的事実以外のすべての記述は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価などを基礎として記載しています。また、予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、予想を行うために不可欠となる一定の前提(仮定)を用いています。これらの記述ないし事実または前提(仮定)は、客観的には不正確であったり将来実現しなかったりする可能性があります。また、その原因となる潜在的リスクや不確定要因は、いずれも当社グループの事業、業績または財政状態に悪影響をおよぼす可能性があり、実際の業績などはさまざまな要因により予想と大きく異なる可能性があります。それらの潜在的リスクや不確定要因については、当社が公表している最新の有価証券報告書および四半期報告書をご参照ください。

本報告書から許可なく転記、複写することを固く禁じます。

### 本報告書における価値協創ガイダンスの概要



# 統合報告書2019

## 目次

企業理念	P.1	<b>ドコモの価値創造アクション</b>		<b>ドコモのESGマネジメント</b>	
ドコモの事業概要	P.2	年間トピックス	P.18	社外取締役からのメッセージ	P.51
<b>トップコミットメント</b>	P.3	<b>お客さまへの価値・感動</b>		役員一覧	P.53
<b>財務戦略</b>		<b>特集1</b> デジタルマーケティングを活用した 会員基盤およびパートナービジネス の拡大	P.22	社外役員の選任理由および各人の知見	P.55
CFOメッセージ	P.6	<b>お得・便利が見えるマーケットリーダーへ</b>		コーポレート・ガバナンス	P.57
2018年度財務レビュー	P.9	dポイントを起点とした金融・決済ビジネス	P.24	取締役会の開催状況など	P.59
		パートナーとの協創	P.27	株主・投資家との対話	P.61
<b>ドコモの価値創造ストーリー</b>		<b>一人ひとりの豊かなスタイル革新</b>		サプライチェーンマネジメント	P.62
ドコモの軌跡	P.12	研究開発とイノベーション	P.28	監査役監査および内部監査の状況	P.63
持続的成長に向けた経営戦略	P.13	ライフスタイルイノベーション	P.30	内部統制	P.64
価値創造プロセス	P.14	体感革新	P.32	リスクマネジメント	P.65
価値創造へのロードマップ	P.15	<b>いつでも身近なあんしん・快適サポート</b>		社会への取り組み	P.66
ドコモを取り巻くリスクと機会への対応	P.16	ネットワークサービスの提供	P.33	環境への取り組み	P.74
		お客さま満足の上昇	P.36	<b>データ編</b>	
		お客さまへの啓発・お客さまの保護	P.38	5年間の主要財務・非財務データ	P.76
		<b>パートナーとの価値・協創 +d</b>		子会社	P.79
		<b>特集2</b> 先進技術を活用した地方創生と 新ビジネス創出	P.41	関連会社	P.80
		<b>5Gとともに革新する産業創出</b>		組織図	P.81
		5Gの特性を活かした実証実験の事例	P.45	会社概要 / 外部からの評価	P.82
		座談会「トップガン」の現場から	P.46	株式情報	P.84
		<b>ビジネスプラットフォームによるパートナー商流拡大</b>		操作ガイド	P.85
		社会課題解決の事例	P.48		
		パートナービジネスの拡大	P.49		

## 企業理念

私たちは「新しいコミュニケーション文化の世界の創造」に向けて、個人の能力を最大限に活かし、お客さまに心からご満足していただける、よりパーソナルなコミュニケーションの確立をめざします。

いつか、あたりまえになることを。

# NTT docomo

私たちは新しい  
コミュニケーション文化の  
世界を創造します。

### ●お客さまの満足

私たちは、まずお客さまへの対応を充実させ、サービス品質の改善や独自ネットワークの構築、機能の充実、サービスエリアの拡充を図ります。さらには、より充実したサービスを低廉な料金で提供することにより、さまざまなお客さまのご満足にお応えしていきます。

私たちは  
お客さまに満足して  
いただきます。

コンセプトツリー

### ●新しいコミュニケーション文化の世界

より新しい、より豊かなコミュニケーション文化の世界を実現させるため、私たちはサービス品質の改善を図り、人にやさしい高度なヒューマンインターフェースをめざした技術開発や、より多彩なサービスの企画開発を積極的に進めるとともに、より広いエリアでサービスを提供していきます。

### ●個人の能力を活かす

人材育成制度を充実し、人事育成一体化を推進することにより、個々の能力活用を図るとともに、環境・労働条件の向上、福利厚生充実など、働きがいのある職場づくりを行っていきます。

私たちは  
個人の能力を  
活かします。

# ドコモの事業概要

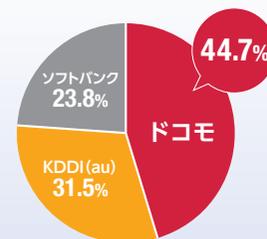
いつでも、どこでも、あんしん、快適にお使いいただける通信サービスを提供するとともに、みなさまの豊かな生活を支えるスマートライフ領域において多様な事業を展開することで、「新しいコミュニケーション文化の世界の創造」をめざしています。



## 通信事業

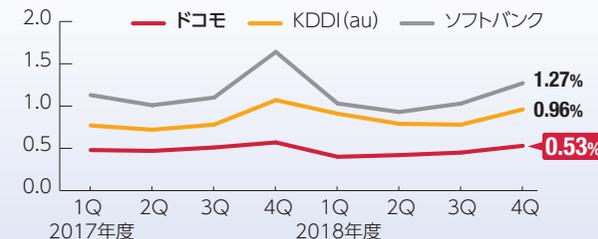
国内最大の移动通信事業者であり、国内の携帯電話契約数の44.7%に相当する総計7,845万の契約となっております。また解約率は前年度より改善されており、低水準を保っています。「いつでも、どこでも、あんしん、快適な通信サービス」をみなさまに提供しています。

## 国内マーケットシェア 第1位 携帯電話契約数



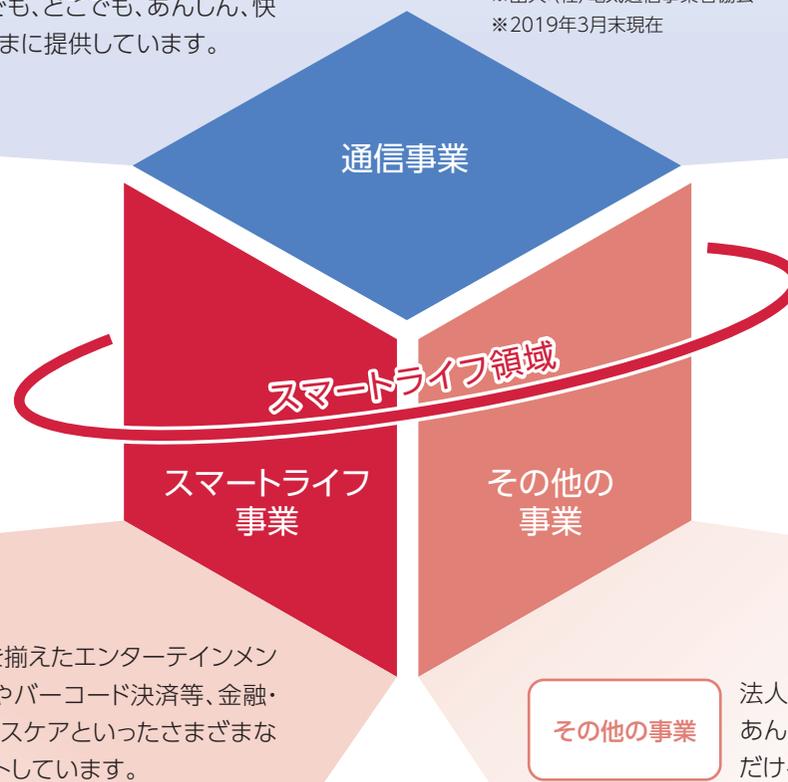
※出典:(社)電気通信事業者協会  
※2019年3月末現在

## 解約率の低さ グローバルトップクラス ハンドセット解約率



※各社発表数値による

※ドコモは、スマートフォンやフィーチャーフォンなどにかかわる「基本プラン(データプラン、デバイスプラス除く)」「Xi/FOMA総合プラン」および「タイプリミットバリュー/タイプリミット」の解約率



## スマートライフ 事業

動画・音楽・電子書籍等のコンテンツを揃えたエンターテインメント、ライフサポート、クレジットカードやバーコード決済等、金融・決済、保険、投資、ショッピングやヘルスケアといったさまざまなサービスでみなさまの生活をサポートしています。



## その他の事業

法人向けIoT等の法人ソリューションやケータイ補償サービスやあんしん遠隔サポート等といった便利にあんしんしてご利用いただけるようなサポートを提供しています。