



新ドコモ宣言の取り組み

株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ
執行役員 コーポレートブランディング本部副本部長

荒木 裕二

事業等のリスク

本資料に記載されている、将来に関する記述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、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。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い可能性があります。その原因となる潜在的リスクや不確定要因としては以下の事項があり、これら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及ぼす可能性があります。また潜在的リスクや不確定要因はこれらに限られるものではありませんのでご留意下さい。

1. 携帯電話番号ポータビリティ制度、新規事業者の参入など市場環境の変化により競争が激化するなか、通信業界における他の事業者及び他の技術等との競争に関連して、当社グループが獲得・維持できる契約数及びARPUの水準が抑制されたり、コストが増大する可能性があること
2. 当社グループが新たに導入・提案するサービス・利用形態が十分に展開できない場合、当社グループの成長が制約される可能性があること
3. 種々の法令・規制・制度の導入や変更または当社グループへの適用により、当社グループの事業運営に制約を課されるなどの悪影響が発生し得ること
4. 当社グループが使用可能な周波数及び設備に対する制約に関連して、サービスの質の維持・増進や、顧客満足 of 継続的獲得・維持に悪影響が発生し得ること
5. 第三代移動通信システムに使用している当社のW-CDMA技術やモバイルマルチメディアサービスの海外事業者への導入を促進し、当社グループの国際サービス提供能力を構築し発展させることができる保証がないこと
6. 当社グループの国内外の投資、提携及び協力関係や、新たな事業分野への出資等が適正な収益や機会をもたらす保証がないこと
7. 当社グループの携帯電話端末に決済機能を含む様々な機能が搭載され、当社グループ外の多数の事業者のサービスが携帯電話端末上で提供される中で、端末の故障・欠陥・紛失等や他の事業者のサービスの不完全性等に起因して問題が発生し得ること
8. 当社グループの提供する製品・サービスの不適切な使用により、当社グループの信頼性・企業イメージに悪影響を与える社会的問題が発生し得ること
9. 当社グループまたは業務委託先等における個人情報を含む業務上の機密情報の不適切な取り扱い等により、当社グループの信頼性・企業イメージの低下等が発生し得ること
10. 当社グループが事業遂行上必要とする知的財産権等の権利につき当該権利の保有者よりライセンス等を受けられず、その結果、特定の技術、商品またはサービスの提供ができなくなる可能性があること、また、当社グループが他者の知的財産権等の権利の侵害を理由に損害賠償責任等を負う可能性があること
11. 地震、電力不足、機器の不具合等や、ソフトウェアのバグ、ウィルス、ハッキング、不正なアクセス、サイバーアタック等の人為的な要因に起因して、当社グループのサービス提供に必要なネットワーク等のシステム障害や当社グループの信頼性・企業イメージの低下等が発生し得ること
12. 無線通信による健康への悪影響に対する懸念が広まることあり得ること
13. 当社の親会社である日本電信電話株式会社が、当社の他の株主の利益に反する影響力を行使することあり得ること

新ドコモ宣言

1 ブランドを磨きなおし、お客さまとの絆を深めます。

2 お客さまの声をしっかり受け止め、その期待を上回る会社になります。

3 イノベーションを起こし続け、世界から高い評価を得られる企業を目指します。

4 生き生きとした人材で溢れ、同じ夢に向かってチャレンジし続ける集団となります。

「新ドコモ宣言」と取り組み ①

ブランドを磨きなおし、お客さまとの絆を深めます。

- “ドコモブランド”“あるべき姿”の再定義
- プレミアクラブの強化
- CSR活動の積極的な推進

「新ドコモ宣言」と取り組み ②

お客様の声をしっかり受け止め、
その期待を上回る会社になります。

- お客様窓口の対応強化
- お客様の求める端末の提供
- 端末の使いやすさ向上
- 既存サービスの見直し
- パーソナライズドサービスの提供
- お客様の声に対応したエリア改善
- きめ細かい料金対応

「新ドコモ宣言」と取り組み ③

イノベーションを起こし続け、
世界から高い評価を得られる企業を目指します。

- ビジネス・技術面のイノベーション
- 地球環境保全
- 世界での利便性向上

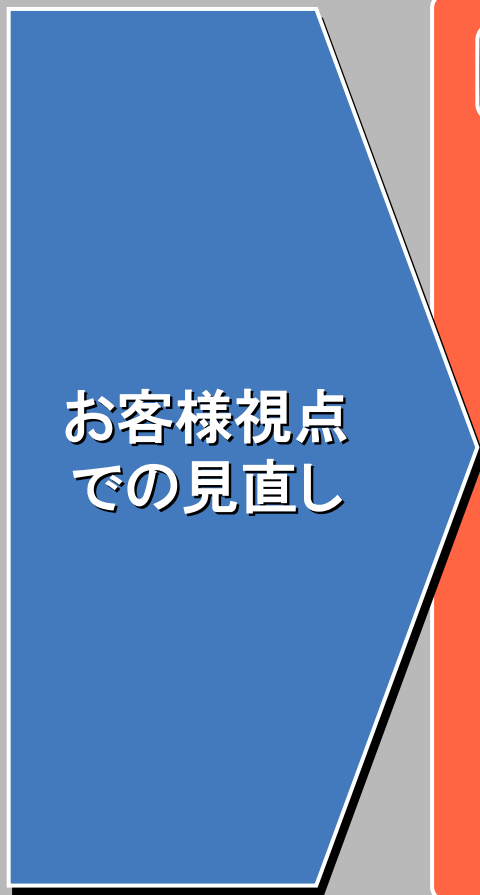
「新ドコモ宣言」と取り組み ④

生き活きとした人材で溢れ、
同じ夢に向かってチャレンジし続ける集団となります。

- 人材の活性化
- 組織体制の見直し
- あらゆるレベルでのコミュニケーションの充実

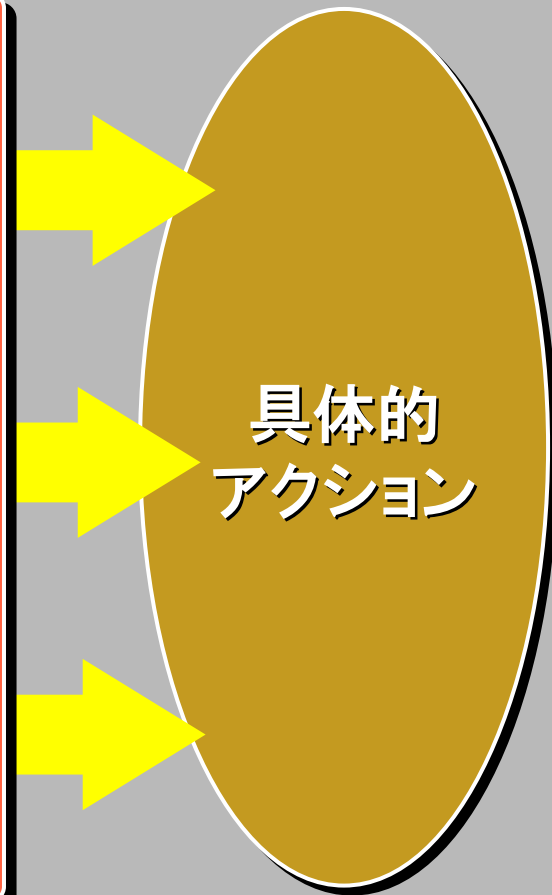
ブランドロイヤリティ向上のマーケティング

ブランドロイヤリティ向上のマーケティング推進委員会



25 プロジェクト

- 端末
- サービス
- ネットワーク・エリア
- 料金
- コミュニケーション
- フロント
- プロモーション
- アフターサービス
- CSR



変革ビジョン実現のためのアクション例 ①

プレミアクラブの強化

- FOMA端末1年間ご利用時の電池パック無料プレゼント※
- ドコモポイントをDCMX・DCMX miniのiD(おサイフケータイ)お買物代金へ充当※
- 緊急時の安心サービス無料化(おまかせロック、ケータイお探しサービス)
- 長期利用者へのポイント付与率向上

※ プレミアステージユーザ対象

CSR活動の積極的な推進

- ケータイ安全教室の取組み強化(社員の積極的参加、教室用DVDの作成と配布)
- 全てのお客さまにご利用しやすい店舗を目指しユニバーサルデザイン化を推進

お客さま窓口の対応強化

- フロント対応業務のサポート体制を充実
- お客さまご希望店舗での修理完了品の受取り
- 海外への故障修理拠点の拡大

変革ビジョン実現のためのアクション例 ②

お客様の求める 端末の提供

- ライフスタイル・ニーズに合わせた新たな端末ラインナップの提供
- お客様ごとに機能・サービスがカスタマイズされた端末提供の検討

端末の 使いやすさ向上

- お客様のご意見を反映させた操作性の向上
- 新しい開発手法による今後の新サービス・新機能の使いやすさ向上

既存サービスの 見直し

- i Menuポータルのリニューアル
- 情報配信サービスのコンテンツリッチ化
- デコメールサービスの表現力向上
- 2in1サービスの利便性向上

変革ビジョン実現のためのアクション例 ③

パーソナライズドサービスの提供

- i Menuポータルのパersonライズド機能向上
- PCとの共有・連携サービスの発展
- 新たな生活行動支援サービスの提供

お客さまの 声に対応した エリア改善

- お客さまの要望に対する、迅速な自宅等への訪問と確実なアフターフォローの実施*
- お客さまの利用頻度が高い、生活圏を中心とした集中的なエリア改善

※ FOMAエリア内を対象

きめ細かい 料金対応

- ハーティ割引の割引率拡大
- 料金コンサルティングの充実

ドコモにとってのロイヤリティ構築の意義

解約抑止効果

ロイヤリティの高いユーザーは
解約率の低減が見込まれる
(収入の維持)

新規獲得効果

ロイヤリティの高いユーザーは周囲に
ドコモの利用を奨めてくれるため、
新規獲得が見込まれる(収入の増)

利用促進効果

ロイヤリティの高いユーザーは
機能・サービスの利用率が高く、
クロスセルに有効(収入の増)