

2018年度 決算説明会

The logo for NTT docomo, with "NTT" in small red letters above "docomo" in larger red letters.

2019年4月26日

説明原稿

2018年度の決算を中心に3部構成でご説明する。

- 1. 2018年度 決算概況**
- 2. 2019年度 業績予想・株主還元**
- 3. 2020年度以降を見据えた取り組み**

説明原稿

第1部では、2018年度の決算概況 について、

第2部では、2019年度の業績予想と株主還元について、

第3部では、2020年度以降を見据えた取り組み

についてご説明する。

2018年度 決算概況

NTT docomo

IFRS

(億円)	2017年度 通期 (1)	2018年度 通期 (2)	増減 (2) - (1)	増減率
営業収益	47,623	48,408	+786	+1.7%
営業利益	9,870	10,136	+267	+2.7%
当社株主に帰属する当期利益	7,908	6,636	-1,272	-16.1%
フリー・キャッシュ・フロー	8,628	6,194	-2,434	-28.2%
営業FCF	9,480	9,652	+172	+1.8%
EBITDA	15,251	15,590	+339	+2.2%
設備投資	5,770	5,937	+167	+2.9%

◆ 本資料における連結財務数値等は会計監査人による監査前のもの
◆ フリー・キャッシュ・フロー 算定にあたっては、期間3ヶ月超の資金運用を目的とした金融商品の取得、償還及び売却による増減を除く
◆ 営業FCF = EBITDA - 設備投資

2

説明原稿

2018年度の決算概況について。

営業収益は 前年同期比 786億円増の 4兆8,408億円
営業利益は 267億円増の 1兆 136億円

営業利益ベースでは増収増益の決算となった。

また、2017年度にインド タタ・サンズから仲裁裁定金を受領した影響等があることから、
当社株主に帰属する当期利益は 1,272億円減の 6,636億円
同じく、フリー・キャッシュ・フローは 2,434億円減の 6,194億円となった。

セグメント別 実績

NTT docomo

IFRS

(億円)		2017年度 通期 (1)	2018年度 通期 (2)	増減 (2) - (1)
通信事業	営業収益	38,944	39,771	+827
	営業利益	8,542	8,663	+121
スマートライフ 領域	営業収益	8,906	8,895	-11
	営業利益	1,327	1,473	+146
	営業収益	4,508	4,488	-20
	営業利益	603	681	+78
	営業収益	4,398	4,407	+9
	営業利益	724	792	+68

3

説明原稿

セグメント別の実績について。

「通信事業」は
営業収益が 827億円の増、 営業利益は 121億円の増

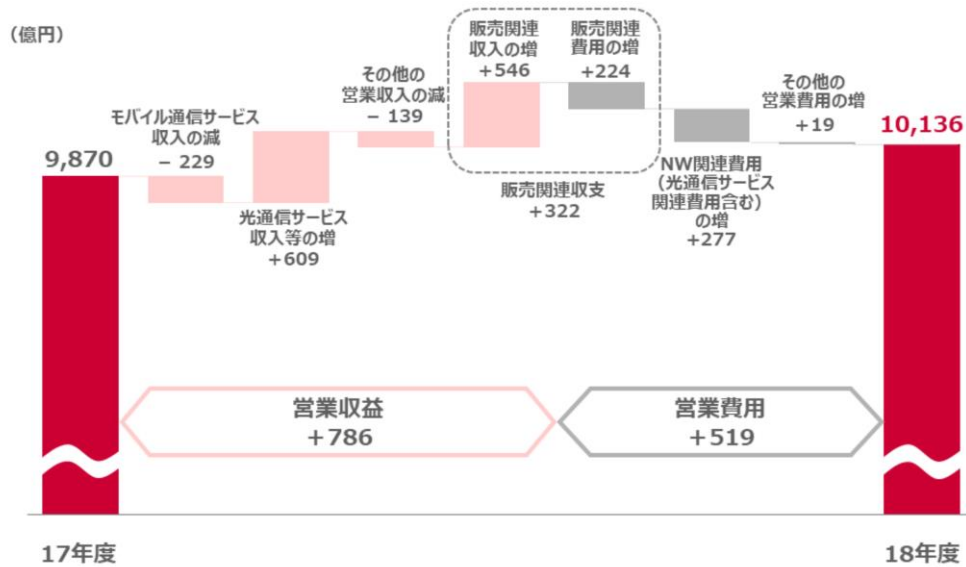
「スマートライフ事業」と「その他の事業」を合わせた「スマートライフ領域」は
営業収益が 11億円の減、 営業利益は 146億円の増 となった。

なお、スマートライフ事業の営業収益の減は、らでいっしゅぼーやの譲渡などにより
子会社の売り上げが対前年比にて減少したことが主な要因である。

営業利益の増減要因

NTT docomo

IFRS



◆ 販売関連費用は端末機器原価、代理店手数料の合計
◆ NW関連費用は減価償却費、固定資産除却費、通信設備使用料の合計

4

説明原稿

営業利益の前年同期比での増減要因について。

営業収益は 786億円の増 となった。主な要因としては、

- モバイル通信サービス収入が お客さま還元の拡大により 229億円の減
- 光通信サービス収入等が 609億円の増
- その他の営業収入が らでいっしゅぼーや譲渡の影響等により 139億円の減
- 販売関連収入が 卸売単金の増等により 546億円の増

一方、営業費用は 519億円の増となった。

結果、営業利益は 267億円増の 1兆 136億円となった。

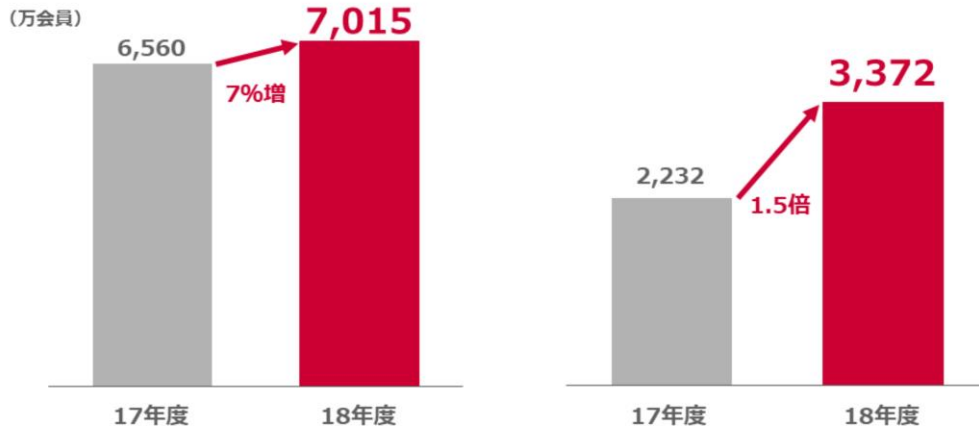
dポイントクラブ会員数

NTT docomo

dポイントクラブ会員数

dポイントカード登録数

7,000万突破



◆ dポイントカード登録数は利用者の情報を登録することで、提携先でdポイントを貯める・使うことができるお客さまの数

5

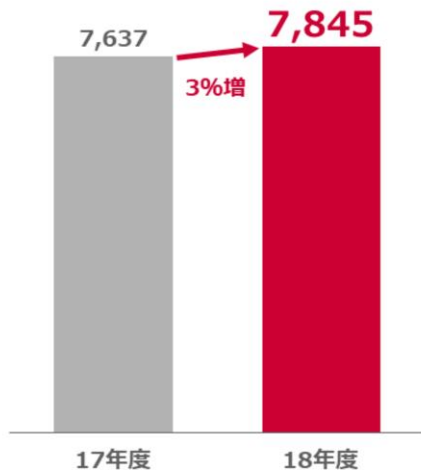
説明原稿

dポイントクラブ会員数について。

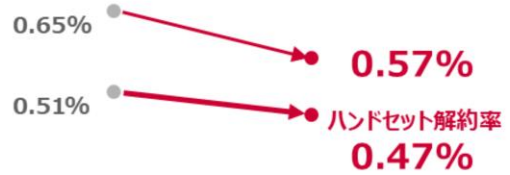
会員基盤を軸とした事業運営を進めると宣言しており、その基盤であるdポイントクラブ会員数は7,000万を突破し、7%増の7,015万となった。そのうち、街のお店などの提携先でdポイントが使えるdポイントカードの登録数は1.5倍の3,372万となった。

携帯電話契約数

(万契約)



解約率



◆ ハンドセット解約率はスマートフォンとフィーチャーフォンの解約率

6

説明原稿

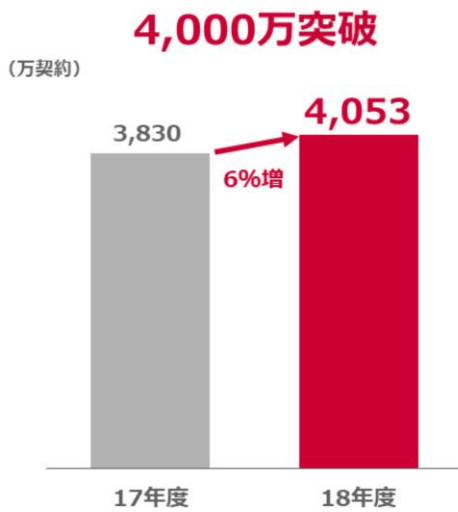
通信事業のオペレーション状況について。

携帯電話契約数は 3%増の 7,845万となった。

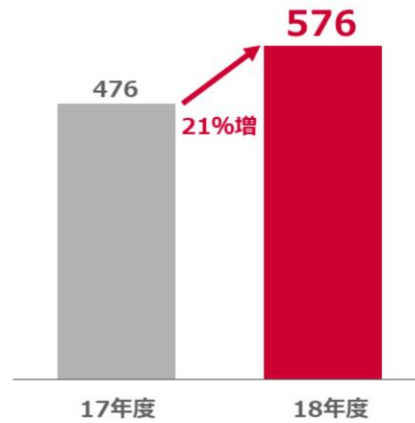
解約率はMVNOを除いたベースで 0.57%となった。

また、ハンドセット解約率は「料金相談フェア」や「スマホ教室」等の取り組みを強化したことが奏功し0.47%となり、共に対前年で改善かつ低水準となった。

スマホ・タブ利用数



ドコモ光契約数



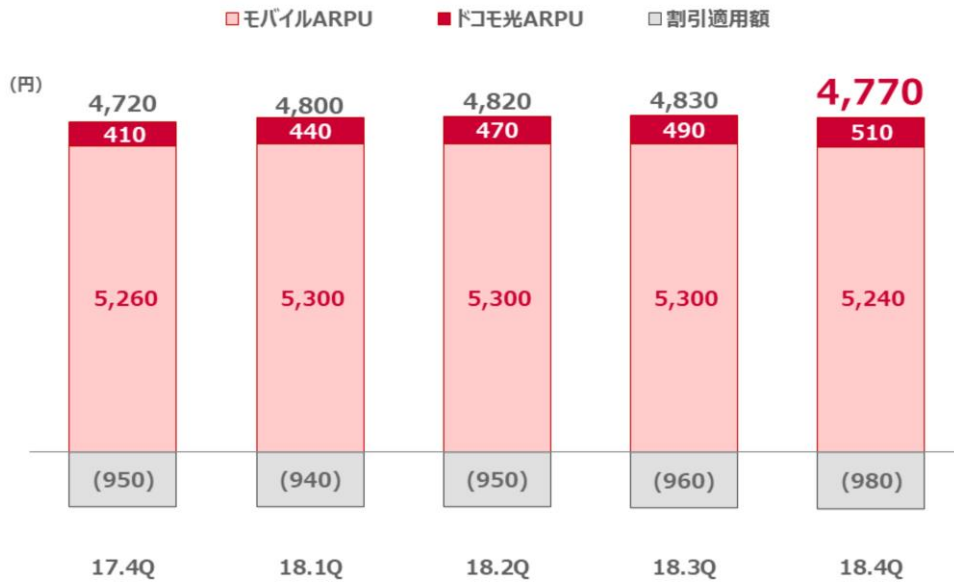
説明原稿

スマホ・タブ利用数は 4,000万を突破し、6%増の 4,053万となった。
まだまだフィーチャーフォン利用数は多く、2019年度は新料金プランの導入により、
フィーチャーフォンからスマホへのマイグレーションを更に推進していきたい。

また、ドコモ光契約数は 100万増の 576万 となった。

ARPU

NTT docomo



- ◆ ARPUの定義については、Appendixを参照
- ◆ モバイルARPU、ドコモ光ARPUは割引適用額除き
- ◆ 割引適用額には月々サポート、docomo with、ドコモ光セット割が含まれる

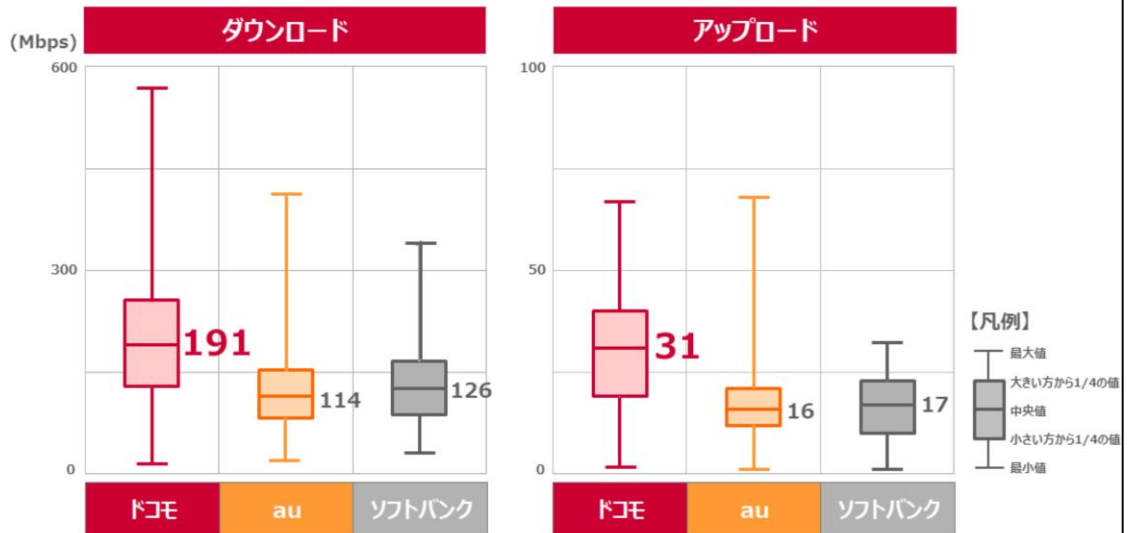
8

説明原稿

ARPU について。

お客さま還元影響をドコモ光契約数の増加 等により補い、
第4四半期の 総合ARPUは、月々サポート等の割引影響を含んだベースで
対前年同期比 プラス 50円の 4,770円となった。

ダウンロード・アップロードともに国内最速



◆ 総務省が定めた「実効速度に関するガイドライン」に基づき計測。他社数値は他社HP掲載データ(2019年3月末現在)により集計。グラフ内の数値は、AndroidとiOSの計測結果を集計した値
◆ 計測時期・計測都市を含む調査手法の詳細は各社公表資料を参照
◆ 「国内最速」は中央値による比較

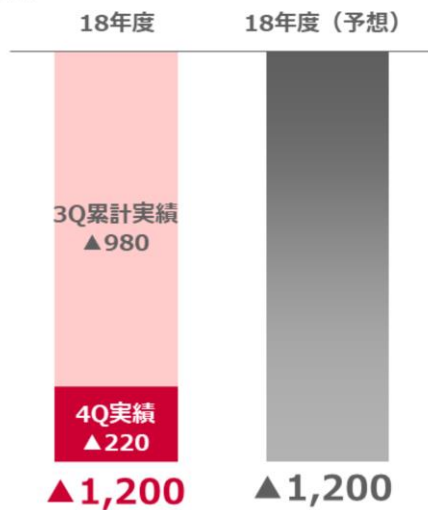
説明原稿

ネットワークについて、これまでと少しテイストを変え、実効速度の他社比較として総務省のガイドラインに従って各社が公表した実効速度を集計した。

ご覧のとおり、ダウンロード・アップロードともに国内最速となった。
引き続きお客さまにとって快適なネットワークの構築をめざす。

コスト効率化

(億円)



取り組み分野

- ◆ネットワーク
業務委託、投資効率化 等
- ◆マーケティング
アフターサポート、販売施策 等
- ◆その他
研究開発、情報システム 等

◆ 数値は17年度比

10

説明原稿

コスト効率化について。

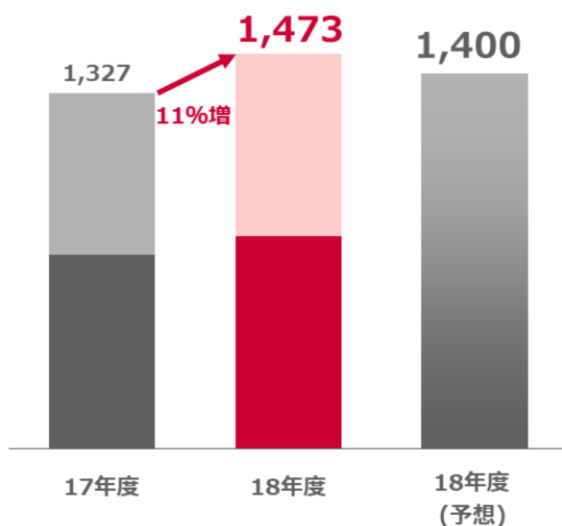
第4四半期単独では220億円、2018年度累計では1,200億円のコスト効率化を実施し、業績予想を達成した。

2019年度も引き続きコスト効率化に取り組んでいく。

業績予想を上回る営業利益

(億円)

主なサービス



スマートライフ事業

▶ コンテンツ・コマース

▶ 金融・決済

▶ ライフスタイル

その他の事業

▶ 法人ソリューション

▶ あんしん系サポート

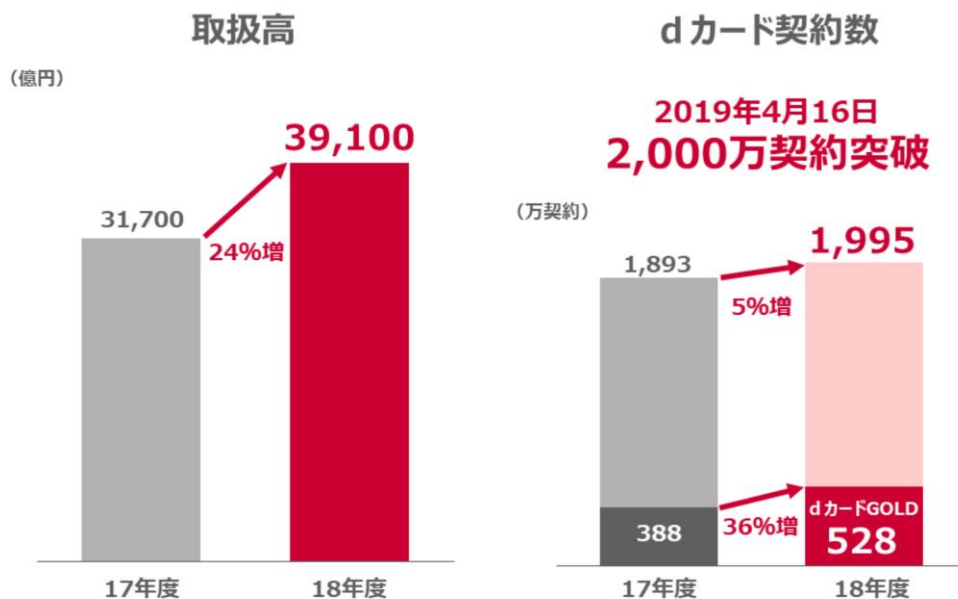
説明原稿

スマートライフ領域の営業利益について。

前年同期比で 11%増の 1,473億円となり、海外子会社の減損を計上したものの業績予想 1,400億円を上回る営業利益を達成した。

右側に記載の主なサービスカテゴリーの中における利益の割合は、

- ケータイ補償サービス 等の「あんしん系サポート」が 約45%
 - dTV や DAZN for docomo 等の「コンテンツ・コマース」が 約20%
 - dカード や d払い 等の「金融・決済」が 約20%
 - 法人IoT 等の「法人ソリューション」が 約15%
- となった。



◆ 取扱高はdカード、dカードmini、iD、料金収納代行、d払い等の取扱高が含まれる
◆ dカード契約数はdカード、dカードminiの合計

12

説明原稿

金融・決済サービスについて。

金融・決済サービスの取扱高は、前年同期比 24%増の 3兆9,100億円

dカード契約数は 1,995万となり、4月16日に 2,000万契約を突破した。
dカードGOLD は引き続き契約数を伸ばし、36%増の 528万契約となった。

dカードやd払いの利用の増加 等に伴い、
金融・決済サービスの取扱高が順調に拡大している。

利用者・加盟店 共に順調に拡大



アプリダウンロード数
400万突破

「d払い」対応サイト・加盟店

amazon

mercari

LAWSON

あなたと、コンビニに、

FamilyMart



EDION
エディオン

ビックカメラ

Joshin

ケースデンキ

◆ d払いアプリは2018年4月25日に提供開始し、2019年4月7日に400万ダウンロード突破

13

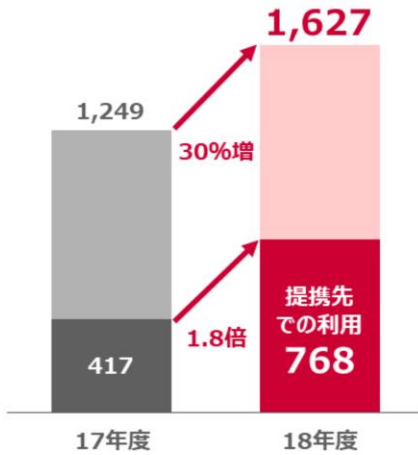
説明原稿

d払いについては、利用者、加盟店共に順調に拡大しており、4月7日にアプリダウンロード数400万を突破した。

ご覧の対応サイト・加盟店をはじめとした多くのパートナーと共に今後もd払いのサービス拡大に取り組んでいく。

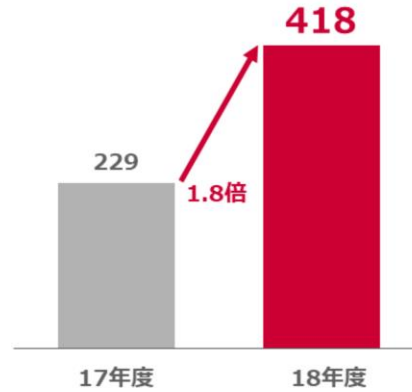
dポイント利用

(億ポイント)



dポイント提携先

2019年4月11日
10万店舗突破



◆ dポイント提携先はdポイントを貯める・使うことができるブランド・サイト数の合計
◆ dポイント提携先及び店舗数はサービス開始予定を含む

14

説明原稿

dポイントについて。

dポイント利用は、前年同期比 30%増の 1,627億ポイント
そのうち、dポイント提携先での利用が 47%を占め、1.8倍の 768億ポイントとなった。

また、dポイント提携先は 1.8倍の 418、店舗数は 4月11日に 10万店舗を突破した。

今後もdポイントクラブ会員およびパートナーにとって、魅力的かつ利便性の高い
ポイントプログラムとなるような取組みを積極的に行っていく。

パートナー数 順調に拡大



◆ +dパートナー数はドコモのビジネスアセットの強みをプラスすることで新たな価値を協創したパートナー数

15

説明原稿

+d の推進について。

+d パートナーは引き続き順調に拡大しており、
ご覧のパートナーさまも含め、提携パートナー数は 843 まで増加した。

今後もパートナーの皆さまと共に +d による協創を加速していく。

beyond宣言の取り組み状況①

NTT docomo

お客さまへの価値・感動

宣言 1

マーケット
リーダー

ディズニー公式エンターテインメントサービス

「Disney DELUXE」を提供

国内初、ディズニー、ピクサー、スター・ウォーズ、マーベルの作品が一堂に揃い見放題
(3月26日提供開始)

宣言 2

スタイル革新

人工知能を活用したオンデマンド乗合交通

「AI運行バス」を提供開始

移動利便性向上と地域経済活性化をめざす (4月1日 提供開始)

宣言 3

安心快適
サポート

「応対時間・待ち時間短縮の取組み」を推進

来店予約拡大300店舗、ドコモスマホ教室150万人突破、
チャットサポートの拡大 (オンラインショップ37万件、オンライン手続き36万件)

16

説明原稿

次に、中期戦略2020「beyond宣言」の取り組み状況について。

「お客さまへの価値・感動」の提供に向けた取り組みについては、

【宣言1】として、「Disney DELUXE」を、

【宣言2】として、「AI運行バス」の提供を開始した。

【宣言3】として、「応対時間・待ち時間短縮の取組み」を推進している。

beyond宣言の取り組み状況②

NTT docomo

パートナーとの価値・協創

宣言 4

産業創出

「5G」商用化に向けた取り組みを続々実施

5Gオープンラボをグアムに開設し、実証実験を海外に拡大（3月27日発表）
総務省主催「5G総合実証試験」で、パートナー26社と13の実証試験に成功
（3月19日発表）

宣言 5

ソリューション
協創

エムスリーと資本・業務提携契約を締結

企業の健康経営をサポートする「株式会社empheal」を設立（2月28日発表）

宣言 6

パートナー
商流拡大

電通とデジタルOOH広告の新会社 「ライブボード」を設立

携帯電話ネットワークの運用データを活用し、日本初のインプレッションに基づくOOH広告の
販売を実現（1月16日発表）

◆ OOH（Out Of Home）は交通広告や屋外広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称

17

説明原稿

次に、「パートナーとの価値・協創」に向けた取り組みについては

【宣言4】として、5G商用化に向けた取り組みを続々実施した。

【宣言5】として、エムスリーと資本・業務提携契約を締結した。

【宣言6】として、電通とデジタル屋外広告の新会社「ライブボード」を設立した。

2018年度の主要な取り組み

NTT docomo

「beyond宣言」発表以降 着実に実行

	1Q	2Q	3Q	4Q
宣言 1 マーケット リーダー	● ベーシックパック/ ベーシックシェアパック	● ドコモ光更新ありがとう ポイント	● ウェルカムスマホ割	● Disney DELUXE ● バケットバック海外オプション 国・地域限定プラン正式提供 ● 60歳からのスマホプログラム
宣言 2 スタイル革新	● my daiz ● d払い	● ひかりTV for docomo		● AI運行バス (4月1日提供開始) ● 新体感ライブ
宣言 3 安心快適 サポート		● オンラインショップ サービス充実化	● 来店予約本格実施 ● ケータイ補償サービスの修理代金上限額値下げ	● みえる電話
宣言 4 産業創出	● 5Gオープンラボ Yotsuya ● PLAY5G	● 5Gオープンラボ OSAKA ● ドコモ5Gオープンクラウド	● 5Gオープンラボ OKINAWA	● 5Gオープンラボ GUAM
宣言 5 ソリューション 協創			● LTE-M ● 窓の基地局化 ● DOCOMO Open House	● 株式会社empheal設立
宣言 6 パートナー 商流拡大		● Globiot ● アドWi-Fi		● ライブボード設立

18

説明原稿

「beyond宣言」の2018年度の取り組みについては、この通り。
各種お客さま還元の取り組みや、5Gオープンラボの積極的拡大等、
5G時代に向けた取り組みも含め、宣言1から6について着実に実行している。

中期オペレーション指標の進捗

	2017年度 通期	2018年度 通期	2021年度 目標
dポイントクラブ会員数	6,560万	7,015万	7,800万
法人パートナー数	684社	2,487社	5,000社
決済・ポイント利用可能箇所	84万ヶ所	105万ヶ所	200万ヶ所
金融・決済取扱高	3.2兆円	3.9兆円	6兆円
法人ソリューション収益	600億円	730億円	1,200億円

◆ 決済・ポイント利用可能箇所はdポイント・iD・d払い利用可能箇所の合計

説明原稿

第2四半期決算で発表した中期オペレーション指標の2018年度実績はご覧の通り。
2021年度目標に向け、着実に進捗している。

自然災害に備え、着実に実施

広域・長時間停電への備え

ドコモショップへの蓄電池配備



1,100店舗に導入

重要通信の確保・信頼性向上

伝送路多ルート化の促進



北海道内 構築完了
全国で実施中

通信サービスの早期復旧

衛星通信帯域の拡大

被災地支援強化

復旧エリアマップの早期反映化
貸し出し用スマホ・タブレットの増配備

説明原稿

第2四半期決算で発表した災害対策強化の取り組みとして
ドコモショップ1,100店舗に蓄電池を配備した。
5月末までに残りの1,200店舗、あわせて2,300店舗への配備を予定している。

また、伝送路の多ルート化について、北海道内での構築を完了した。

これからもドコモは、災害対策を日々強化・拡充しながら、ネットワークの安全性と信頼性の向上を続けていく。

ESG評価

NTT docomo

東洋経済CSR企業ランキング

2年連続 総合1位の評価を獲得

日経Smart Work経営調査

NIKKEI

Smart Work

★★★★★

2019

Best 14

2年連続 最上位である5つ星を獲得

なでしこ銘柄



女性活躍推進に
優れた上場企業
として初選出

えるばし認定



最高評価である
「3段階目」に認定

- ◆ 東洋経済CSR企業ランキング：CSRの取り組みの充実度 及び 財務内容による「信頼される会社」のランキング
- ◆ 日経Smart Work経営調査：人材活用力、イノベーション力、市場開拓力、経営基盤の4つの要素から企業を格付け
- ◆ なでしこ銘柄：経済産業省と東京証券取引所が共同で、「女性活躍推進」に優れた上場企業を「中長期的企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として紹介する事業
- ◆ えるばし認定：女性活躍推進に関する取り組みの実施状況などが優良な企業を厚生労働大臣が認定するもの

21

説明原稿

ESG評価について。

「東洋経済CSR企業ランキング」において、2年連続 総合1位の評価を獲得。
「日経Smart Work経営調査」においても、2年連続で最上位である 5つ星を獲得した。

また、女性活躍推進への取り組みなどが評価され、なでしこ銘柄への選出、
及び、えるばし認定において最高評価である「3段階目」の認定を受けた。

2018年度 決算サマリー

- ▶ 営業利益 10,136億円 対前年度 増収増益を達成
- ▶ dポイントクラブ会員数 7,000万突破
dポイント提携先店舗数 10万店舗突破。利用も順調に拡大
- ▶ ネットワーク実効速度 ダウンロード・アップロードともに国内最速
- ▶ コスト効率化 1,200億円 業績予想を達成
- ▶ スマートライフ領域営業利益 1,473億円 業績予想を達成
- ▶ + d パートナー数 843 順調に拡大
- ▶ 「東洋経済CSR企業ランキング 2年連続総合1位」等、高いESG評価

説明原稿

2018年度 決算サマリーはご覧の通り。

1. 2018年度 決算概況
2. 2019年度 業績予想・株主還元
3. 2020年度以降を見据えた取り組み

説明原稿

第2部では、2019年度の業績予想と株主還元についてご説明する。

2019年度 業績予想

NTT docomo

IFRS

(億円)	2018年度 通期 (1)	2019年度 通期 (2)	増減 (2) - (1)
営業収益	48,408	45,800	-2,608
営業利益	10,136	8,300	-1,836
スマートライフ領域	1,473	1,600	+127
設備投資	5,937	5,700	-237
フリー・キャッシュ・フロー	6,194	5,300	-894
コスト効率化	-	1,300	-

- ◆ フリー・キャッシュ・フロー算定にあたっては、期間3ヶ月超の資金運用を目的とした金融商品の取得、償還及び売却による増減を除く
- ◆ 2019年度フリー・キャッシュ・フローについては、2019年4月1日からIFRS第16号「リース」の適用を開始することに伴い、リースに関する費用の表示科目が経費から減価償却費に変更されるが、その影響1,000億円は、2018年度実績との比較可能性を考慮し、2019年度通期予想から除く
- ◆ コスト効率化の数値は対前年度比

24

説明原稿

2019年度の業績予想について。

顧客基盤強化を目的とした新料金プラン「ギガホ」「ギガライト」の導入等により
今年度2,000億円規模のお客さま還元を実施する。

それに伴い、
営業収益は、2,608億円減の 4兆5,800億円
営業利益は、1,836億円減の 8,300億円
と減収減益を見込む。

なお、スマートライフ領域の営業利益は127億円増の1,600億円
設備投資は 5,700億円
フリー・キャッシュ・フローは 5,300億円
コスト効率化は 昨年度を上回る 1,300億円の実施を見込む。

更なる成長に向けた“変革”を実行する年

顧客基盤強化	「ギガホ」「ギガライト」導入と「端末販売方法見直し」	デジタルマーケティングの推進
	会員数拡大、お客さま一人ひとりへの最適提案	
中期成長	金融・決済、法人ソリューション分野の成長	
	5G商用化への取り組み（プレサービス、マイネットワーク等）強化	
	18年度を上回る1,300億円のコスト効率化	

25

説明原稿

実際の取り組みについて。

2019年度は「更なる成長に向けた“変革”を実行する年」と位置付けている。

市場環境が大きく変化する可能性がある中で、先んじて競争力を強化するため、新料金プラン「ギガホ」「ギガライト」を導入することで お客さまとの関係性を更に強化しつつ、一人ひとりへの最適提案をすすめていくことで、顧客基盤を強化し、増収に繋げていく。

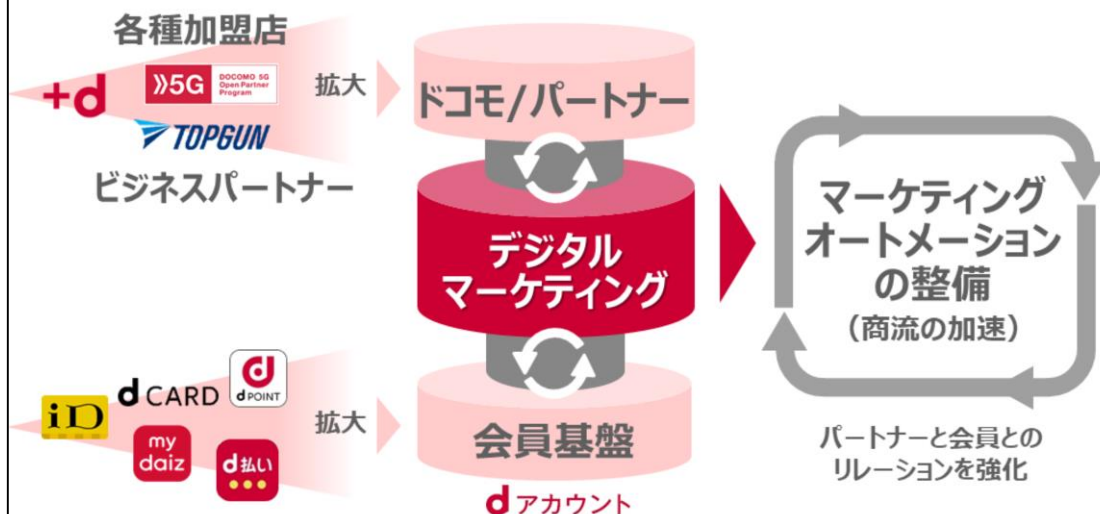
中期成長に向けては、金融・決済、法人ソリューション等の分野を中心にスマートライフ領域を着実に成長させると共に、5G商用化へ取り組みつつ18年度を上回る1,300億円のコスト効率化を実行する。

2019年度は減収減益を見込むが、これらの取り組みをデジタルマーケティングの推進によって加速させ、2019年度を利益の底とし、早期に利益回復をめざし、取り組んでいく。利益の底は2019年度ということで、できる限り早く利益回復をしていく。

デジタルマーケティングの推進

NTT docomo

ドコモの会員基盤を活かして パートナーとともにビジネスを拡大



26

説明原稿

「デジタルマーケティングの推進」について。

これまでドコモは+ dの推進により、ビジネスパートナーを拡大してきた。同時に、会員を軸とした事業運営の方針のもとにドコモの回線をお持ちでないお客さまにもdポイントクラブに登録いただき、会員基盤の強化に取り組んできた。

今後は7,000万を超える会員基盤を活用し、ドコモやパートナーのサービス、ソリューションをさらに拡大していく取り組みとしてデジタルマーケティングを推進する。

具体的には、マーケティングオートメーションの整備により、商流の加速・お客さまとのリレーションの強化等を実現していく。

広告、送客、サイネージ、決済、ポイント、エージェント等全て含んでおり、そこでお客さまと新たな価値を創り出していきたい。

新料金プラン

NTT docomo

2つのプランから選ぶだけの シンプルな料金体系

6月1日(土) 提供開始

ギガホ

ギガホ割 適用で最大6か月間

4,980円



ギガライト

1,980円～



◆ 「みんなドコモ割（3回線以上）」適用、2年定期契約（自動更新・解約金あり）、通話料別途
◆ 「ギガホ割」は2019年9月30日までの申込分が対象

27

説明原稿

新料金プランについて改めてご説明する。

一つ目はシンプルであるということ。

ネット使い放題の「ギガホ」、利用したデータ量に応じた料金となる「ギガライト」の2つのプランから選ぶだけの料金体系とした。

この新料金プランには 基本使用料、ISP、パケットパックがワンパッケージになっており、このプランにご契約いただくだけで、音声通話もご利用いただける。

ドコモのほとんどのお客さまが
みんなドコモ割で“ずっと”おトクに



◆ 音声プラン契約者のファミリー割引グループの人数
◆ 「ギガホ」は「ギガホ割」適用

28

説明原稿

もうひとつは、「みんなドコモ割」について。

ファミリー割引グループに入られている方に割引を提供するが、ファミリー割引グループというものがわからない、あるいはご自身がファミリー割引グループに加入しているのかわからない場合は、コールセンターにお問い合わせいただければすぐに確認できる。また、ファミリー割引グループへの加入も電話でお申し込みいただける。

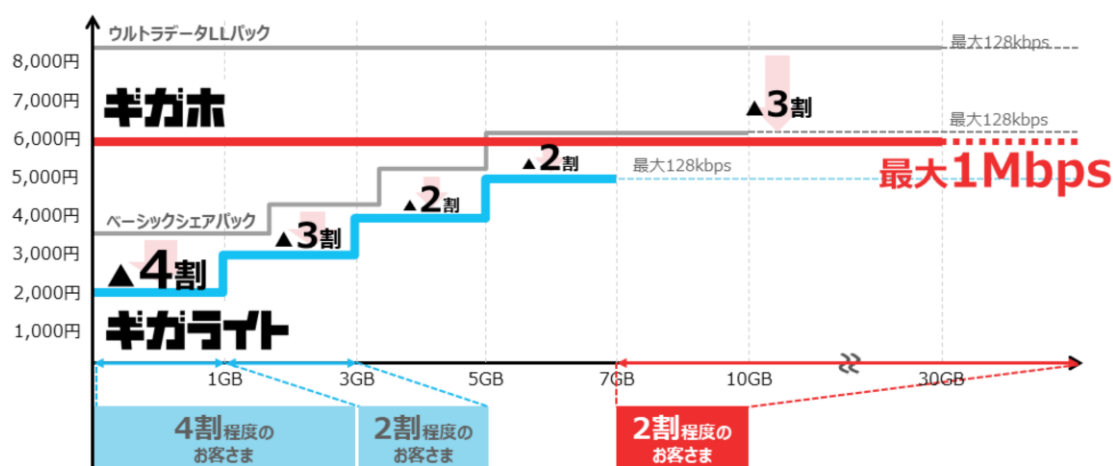
現在ドコモでは3人以上でファミリー割引グループに加入いただいている方が70%程度、2人で加入いただいている方が15%程度おり、85%の方が「みんなドコモ割」により、ずっとおトクにご利用いただける。

改めてであるが、ファミリー割引については、電話でのお手続きなどで簡単にお申し込みいただける。

従来の料金との比較

NTT docomo

最大4割の値下げにより
2019年度 2,000億円規模のお客さま還元



◆ 上記のお客さま比率はXi契約（スマートフォン）のデータ利用量実績
◆ 2年定期契約（自動更新・解約金あり）、通話料別途
◆ 「ギガモ」「ギガライト」は、「みんなドコモ割（3回線以上）」適用

◆ 現行プランは「シンプルプラン」「ISP」「ずっとドコモ割プラス（プラチナステージ）」の場合
◆ 「ベーシックシェアパック」は、家族3人で利用した場合の1人あたり料金

29

説明原稿

新料金プランにより、従来の料金と比較してどれくらいおトクになるかご説明する。

「ギガモ」は、従来の「ウルトラデータLLパック」から3割の値下げとなり、
「ギガライト」は、特にボリュームゾーンである1GB以内のご利用の方が、4割の値下げとなる。
現状、ドコモスマートフォン利用者のうち、1GB以内の方が4割程度である。1GBから3GBで
ご利用の方も2割程度であるが、この方々も3割値下げとなる。
7GB以上ご利用の方も2割程度おり、この方々も3割値下げとなることから、
ほとんどのお客さまに3割以上の料金値下げを実感していただけると考えている。

なお、新料金プランの導入により、2019年度は 2,000億円規模のお客さま還元影響を見込む。

増配、自己株式の取得を継続

配当

1株あたりの年間配当金予想：120円
(対前年度比：+10円の増配)

自己株式取得 (市場買付)

取得価格：3,000億円（上限）

取得株数：128,300,000株（上限）
(発行済株式総数に対する割合：3.85%)

取得期間：2019年5月7日～2020年4月30日

説明原稿

株主還元については、増配と自己株式の取得の実施を2019年度も継続する。

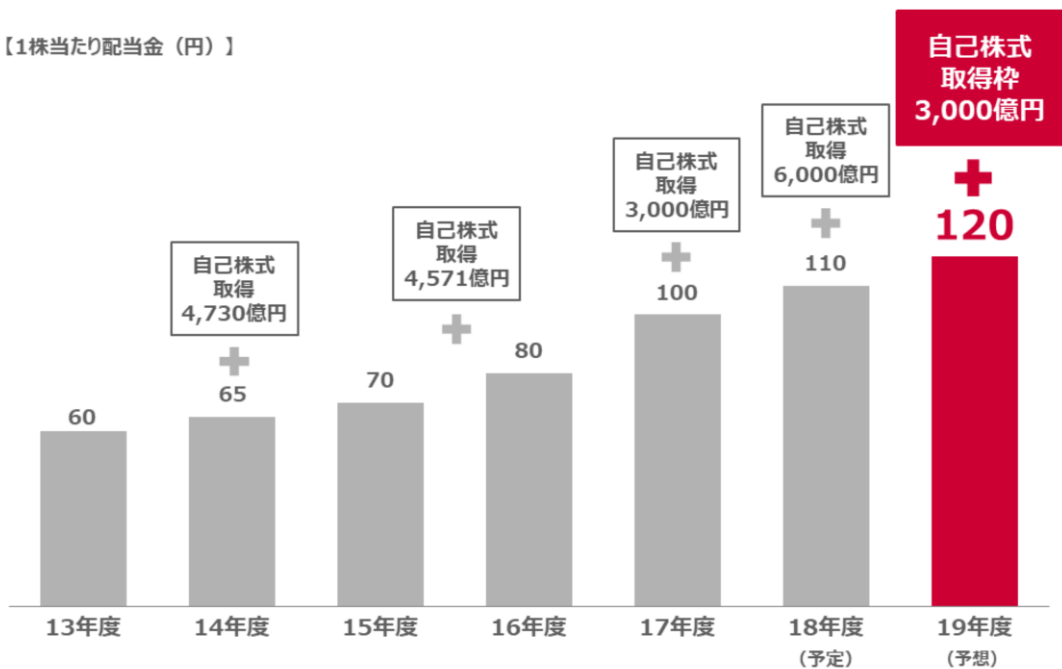
2019年度の配当予想は対前年度10円増となる年間120円とする。

また、本日、「自己株式取得枠の設定」及び「市場買付の実施」について決議した。
2019年5月7日から2020年4月30日にかけて、最大3,000億円の自己株式を取得し、
株主還元の強化を図るとともに、更なる資本効率の向上を目指す。

株主還元推移

NTT docomo

【1株当たり配当金（円）】



◆ 自己株式の取得金額は、公開買付及び市場買付による買付の合算値

31

説明原稿

株主還元の推移については、ご覧の通り。

一株当たりの配当金は、6年連続で増配となり、
自己株式についても、14年度以降6年連続での買付となる見込みだ。

今後も株主の皆さまへの還元を更に強化していく。

1. 2018年度 決算概況
2. 2019年度 業績予想・株主還元
3. 2020年度以降を見据えた取り組み

説明原稿

ここから第3部として、2020年度以降を見据えた取り組み についてご説明する。



4月10日 5G周波数割当

3.7GHz帯及び4.5GHz帯	200MHz幅
28GHz帯	400MHz幅



5Gの特徴を活かしたエリア構築に着工

33

説明原稿

5Gネットワークについて。

4月10日に総務省より5G周波数の割り当てを受けた。

ドコモには3.7GHz帯及び4.5GHz帯において200MHz幅、
28GHz帯において、400MHz幅の割り当てを受けた。

これを受け、5Gの特徴を活かしたエリア構築に着工した。
これをもって9月のプレサービスに向けてスタートを切った。

5Gプレサービス開始

NTT docomo



2019年9月20日より 5Gプレサービス開始

ラグビーワールドカップ2019™を契機に
5Gを活用した新たなサービス体感、ソリューション創出を実現



新体感サービス

産業創出・社会課題解決

34

説明原稿

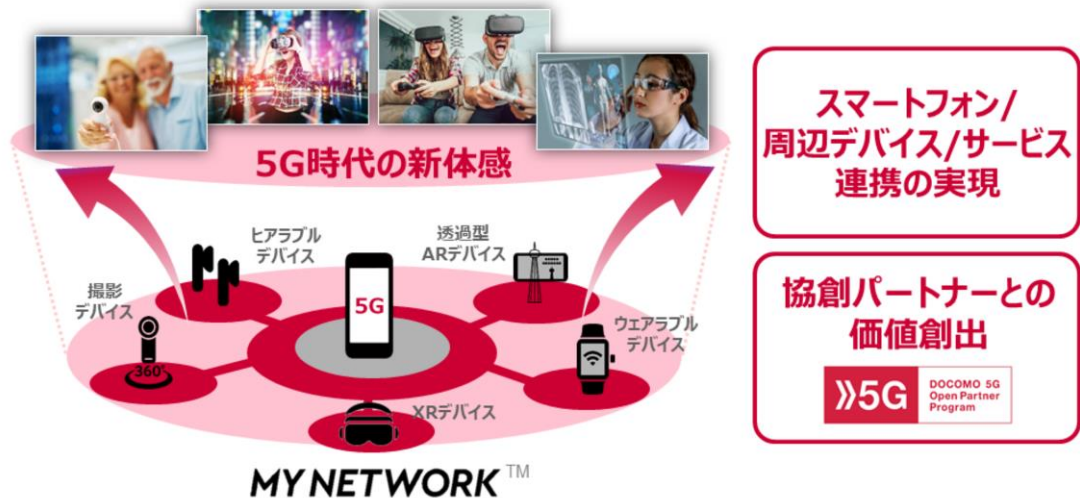
5Gプレサービスについて。

ラグビーワールドカップ2019日本大会を契機に、2019年9月20日より5Gプレサービスを開始する。

スタジアムやライブビューイング会場におけるマルチアングル視聴の他、eスポーツ、新体感ライブ等、5Gを活用した新たなサービスを提供する。

あわせて、産業創出や社会課題解決に向け、幅広いパートナーの皆さまと協創を進めていく。2,500を超えるオープンパートナープログラムのパートナーと共に具体的なユースケースを創っていく。

5Gスマートフォンをハブとして 周辺デバイスと対応サービスで5Gの新体感を提供



◆「マイネットワーク構想」「MY NETWORK」は株式会社NTTドコモの商標です。

35

説明原稿

5G時代の新しい取り組みとして、「マイネットワーク構想」を進めていく。

スマートフォン単体だけでなく、XRデバイスなどの多彩な周辺デバイスと5G時代のサービス・ソリューションとを連携させるべく、5Gオープンパートナープログラムを活用し、デバイスベンダー・サービスアプリベンダーの皆様と新しい世界観を創りあげていく。

5G時代はスマートフォンだけで世界観を構築するのではなく、スマートフォンをハブ、あるいはゲートウェイとして、その周りにMRやカメラ、ウェアラブルやヒアラブルデバイスを展開し自分の周りにネットワークを作っていく、そういった世界観を構築していきたい。

Magic Leap社との資本・業務提携 NTT docomo

5Gの特徴を幅広く活用した XRへの取組みを加速する



MRをコアとしたXR市場の創出



◆ MAGIC LEAP、MAGIC LEAP ONE、Magic LeapロゴはMagic Leap社の商標または登録商標です。

36

説明原稿

その一つの大きな具体例として、本日発表した通り、5G時代における新たな付加価値の提供をめざし、空間コンピューティングを利用したMR領域の取り組みを強化するため、マジックリープ社との資本・業務提携を行うことに合意した。

マジックリープ社は最先端の空間コンピューティング技術という非常に優れた技術を持っており、ドコモの会員基盤をはじめとするアセットを組み合わせるとともに、日本ならではのMRをコアとしたXR市場の創出・拡大を実現する。

具体的にはリビング空間で3D映像によって臨場感にあふれたゲームやライブなどまったく新しい世界を体感できるサービスを実現するとともに、法人向けにも、工場や病院などで3D映像を活用し、技術の習得や業務の効率化に貢献したい。

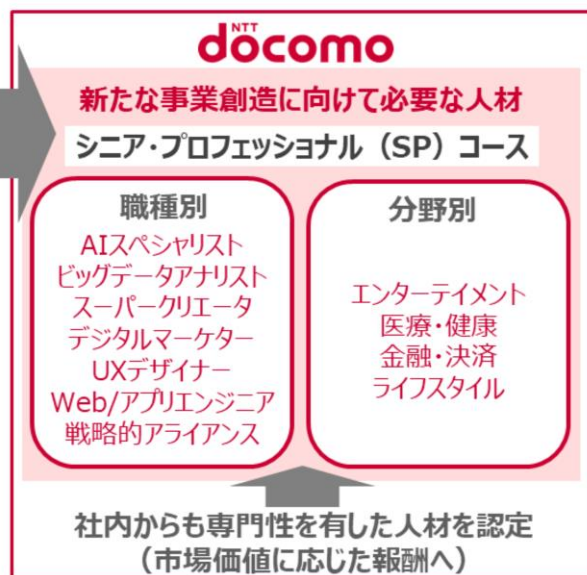
専門性の高い外部人材の採用強化

NTT docomo

シニア・プロフェッショナル制度の創設

卓越した専門性を有した人材、
及び成長領域を先導する人材を
外部から市場価値に応じた
報酬で採用

2019年4月開始



37

説明原稿

専門性の高い外部人材の採用強化として、
シニア・プロフェッショナル制度を創設した。

新たな事業創造に向け、卓越した専門性と経験・ノウハウを有する即戦力の人材を
社内外から市場価値に応じた報酬で採用していく。

記載の通り、職種別、分野別にエキスパートを採用していく。



選ばれ続け つながり続ける 強いICTサービスパートナーへ

38

説明原稿

最後になるが、2019年度は「更なる成長に向けた”変革”を実行する年」と位置付けている。

2019年度は減収減益となるが、2019年度を利益の底とし、2020年度以降できるだけ早期に利益回復をめざす。

引き続きドコモは、お客さまや社会をICTでつなぎ、新しい価値・感動を提供し続けられる企業として取り組んでいく。

いつか、あたりまえになることを。



Appendix

セグメントに含まれる主なサービス

通信事業

モバイル通信サービス

・LTE (Xi) サービス ・FOMAサービス ・国際サービス ・端末機器販売 等

光通信サービス及びその他の通信サービス

・光通信サービス ・衛星電話サービス 等

スマートライフ事業

コンテンツ・コマースサービス

・dTV、dヒッツ、dマガジン、dショッピング、dトラベル ・DAZN for docomo ・タワーレコード(株) 等

金融・決済サービス

・dカード、dカードmini、iD ・料金収納代行 ・d払い 等

ライフスタイルサービス

・dフォト、dヘルスケア、dグルメ ・(株)オークローンマーケティング 等

その他の事業

法人ソリューション

・法人IoT ・システム開発・販売・保守受託 等

あんしん系サポート

・ケータイ補償サービス ・あんしん遠隔サポート 等

ARPUの定義および算出方法

① ARPUの定義

ARPU (Average monthly Revenue Per Unit) : 1利用者当たり月間平均収入

1利用者当たり月間平均収入(ARPU)は、1利用者当たりの各サービスにおける平均的な月間営業収益を算出するために用います。ARPUは通信サービス収入（一部除く）を、当該期間の稼働利用者数で割って算出されています。こうして得られたARPUは1利用者当たりの各月の平均的な利用状況及び当社による料金設定変更の影響を分析する上で有用な情報を提供するものであると考えています。

② ARPUの算定式

総合ARPU : モバイルARPU + ドコモ光ARPU

・モバイルARPU : $\frac{\text{モバイルARPU関連収入(音声関連収入(基本使用料、通話料) + バケット関連収入(月額定額料、通信料))}}{\text{稼働利用者数}}$

・ドコモ光ARPU : $\frac{\text{ドコモ光ARPU関連収入(基本使用料、通話料)}}{\text{稼働利用者数}}$

※割引適用額除きのARPUについては、関連収入より割引適用額を除外し算出

③ 稼働利用者数の算出方法

当該期間の各月稼働利用者数((前月末利用者数 + 当月末利用者数) ÷ 2)の合計

(注) 利用者数は、以下のとおり、契約の数を基本としつつ、一定の契約の数を除外して算定しています。

利用者数 = 契約数

－通信モジュールサービス、「電話番号保管」、「メールアドレス保管」、「ドコモビジネストランシーバー」並びに仮想移動体通信事業者(MVNO)へ提供する卸電気通信役務及び事業者間接続に係る契約数

－Xi契約及びFOMA契約と同一名義のデータプラン契約数

なお、通信モジュールサービス、「電話番号保管」、「メールアドレス保管」、「ドコモビジネストランシーバー」、MVNOへ提供する卸電気通信役務及び事業者間接続に係る収入並びに「dポイント」等に係る収入影響等は、ARPUの算定上、収入に含めていません。

予想の前提条件その他の関連する事項

本資料に記載されている、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及ぼす可能性があり、実際の業績等は様々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及び四半期報告書をご参照ください。

本資料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又は登録商標です。